

## “冰城冬日文旅新消费”系列报道⑥

介绍性价比高的景点和热门美食店,助力本土文创市场发展

# 冰城酒店变身“文旅推介官”

本报记者 李木双 文/摄

热“雪”燃冬,哈尔滨冰雪游持续升温,酒店业成为最先感受到“泼天富贵”的行业之一。入冬后,冰城酒店入住率几乎是“一夜进入巅峰”。飞猪数据显示,2023年12月以来哈市酒店预订量同比去年劲增超7倍。携程数据显示,哈市酒店订单量环比增长118%。

入住酒店往往是游客在目的地城市的第一个体验窗口,也是信任度很高的本地信息来源。在景点推介、乘车路线、餐饮消费和特色购物等方面,游客也很愿意接受来自酒店的建议。记者在连日走访中发现,哈埠酒店近期针对南方游客的大量涌入,快速调整服务,有针对性地提供更舒适更有特色的旅行体验,很多酒店更是化身冰城文旅“推介官”,在服务游客的同时,也助力了本地旅游吸引力的提升。



前台服务员接待旅客入住。

### 南方客、家庭游多了 酒店服务更细致更多元

今冬哈尔滨的旅游有多火?记者在多个旅行电商平台查询发现,在最受游客喜爱的中央大街商圈,至2024年1月8日,多数五星级酒店半数左右房型已被预订,超过半数的三星、四星酒店处于客满状态。

2023年12月29日,记者在勃莱梅酒店索菲亚教堂店看到,不时有旅游团或多人家庭游客进入酒店前厅。工作人员说,近期入住游客非常多,大多数是早早预订,“如果临时入住,很难有房间了”。

勃莱梅酒店集团销售总监邹长江表示,冬季本来就是哈尔滨酒店业一年中客流最好的时段,这个冰雪季更是“热力爆棚”,2023年12月中旬开始,酒店订单量暴增,超过2019年近三成。“与往年不同,今年游客中家庭出行占比相当高,南方游客数量增长明显。”邹长江说,为了让游客住宿体验更舒适,酒店不仅给需要的游客准备了加湿器、空气净化器,还针对儿童提供专用的浴袍、拖鞋和护肤品。

记者采访多家本地酒店发现,酒店服务更加细致了,提醒游客保暖、提供免费热饮等几乎成了“标配”,店内保暖装备、伴手礼、西餐等销售情况也随着南方游客大量涌入得到显著提升。

作为“中国西餐之都”,游客在体验冰城美食文化时,西餐绝对是重要选项。而入住酒店自有西餐厅,往往成为游客体验的首选。为此,不少酒店在西餐上下足功夫,不仅提供优质菜品,更提供具有欧亚文化特色的艺术表演,让游客在享受正宗俄式西餐的同时感受“音乐之城”的魅力。

另外,很多南方游客在落地哈尔滨前,对这里冬天的寒冷没有概念,不少人准备的保暖装备不足以应对严寒。一些酒店采购了保暖装备在店内销售,以满足住客需求。

### 酒店变身“推介官” 助推冰城文旅新消费

对于越来越多来哈自由行的游客来说,除了做足攻略,还会经常跟住宿的酒店了解当地情况。在这个冰雪季,冰城酒店纷纷变身“文旅推介官”。记者走访中央大街多家酒店了解到,有些酒店甚至专门对员工进行了“性价比高的本地景点路线、热门美食店”等相关信息的统一培训。这在提升游客旅行体验的同时,也助推了本地消费市场的进一步火热。

“在哈尔滨玩了8天,后4天几乎都是听酒店的建议去玩,解锁了哈尔滨很多隐藏景点。”成都游客马先生一家7口自由而来哈旅游,他表示,酒店工作人员考虑到家里老人和孩子的需求,推荐的行程一点不累,让他们一家玩得非常开心,“哈尔滨不仅景色美,人也格外热情”。

自带流量的“老字号”马迭尔宾馆,从2023年12月17日至今几乎一直是满房状态。总经理助理邓一博表示,12月的人住率比2019年增长近30%。高人住率还大大带动了酒店的其他经营消费。马迭尔宾馆会在游客入住时,给每个房间赠送两支马迭尔冰棍体验券,游客到附近的马迭尔冷饮店核销赠券时,不少人又会顺手购买马迭尔生产的红肠、面包、酸奶等本地特色美食。截至目前,马迭尔整体销售数据比2019年增长48%左右。

除去带动了酒店自身或周边餐饮、美食消费,一些酒店还会帮游客预约或联系今年爆火的旅拍,满足游客成为“冰雪女王”的消费需求。

### 体验值拉满 “提升服务做好推介”成共识

爱上一座城,不仅是游览当地特色景点和品尝特色美食,文化体验也日渐成为吸引游客的城市魅力。冰城酒店业在打造特色住宿体验的同时,也致力于让游客感受城市文化特色,让“创意设计之都”这张金名片在文旅体验中越擦越亮。

“作为哈尔滨的一张旅游名片,我们宾馆每天分3场免费向住客讲解马迭尔宾馆历史和哈尔滨历史,很多客人通过了解这些历史,喜欢上了我们这座有着鲜明文化特征的城市。”邓一博告诉记者,在了解哈尔滨城市历史后,不少游客也更愿意带走富有哈尔滨文化特色的伴手礼。这还带动了周边商家冰箱贴、明信片、家居摆件等文创产品的销售。一些嗅觉敏锐的文创企业,相中了酒店的“推介力”,开始通过酒店展示产品。在华驿酒店、和兴宾馆的展示区,住客被哈尔滨城市伴手礼冰壶酒吸引。“近3个月,随着哈尔滨旅游爆火,冰壶酒销量较去年同期增长了300%。”哈尔滨市大韵科技有限公司董事长路松表示,从去年冰雪季哈尔滨游客人数增多后,企业就发现酒店展示对产品推广的宣传力度。因此他与酒店合作推出展示区,吸引了不少游客购买。

通过酒店住宿体验,扩展到餐饮、旅游推介,再到激发城市文创产品市场,哈尔滨正在快速联动旅游市场和城市消费。

记者从多家酒店了解到,截至目前,中央大街商圈及地铁沿线酒店的元旦至春节订单大多已超过2019年同期。为了接住这波流量,“提升服务,做好推介”已成为酒店业的共识。酒店经营者纷纷表示,“不仅是今年冬季,哈尔滨的四季都很美,未来我们要针对各个季节不同的美景,做好服务和推介,让哈尔滨的旅游市场越来越好。”



店内摆放着各种伴手礼和地方特产。



请用 **文明** 尺子丈量自己