

哈尔滨市决策咨询委员会建言专栏

专家建言哈尔滨冰雪经济可持续高质量发展

本报记者 张焱

这个冬天,哈尔滨在冰雪中激情舞动,把绽放的雪花变成旅游业的繁花,吸引了全世界的目光。这是我市深入贯彻习近平总书记“冰天雪地也是金山银山”和“要大力发展特色文化旅游”重要指示精神,紧紧抓住城市独特资源,瞄准发力点,找到突破口,持续推动冰雪文化旅游高质量发展的生动实践。如何从“网红”变“长红”、把“流量”换“留量”,让一季冰雪激发全季动能,延链补链、释放冰雪产业带动效应,市决策咨询委员会委员纷纷为哈尔滨冰雪经济实现高质量发展建言献策。

“网红”变“长红” 把“流量”换“留量”

说不清哈尔滨爆火的具体时间,但是可以肯定地说,哈尔滨“出圈”绝非偶然,正如当下冰雪旅游成“顶流”,冰天雪地正加速变为“金山银山”一样,显现和必然。但把“网红”变“长红”、把“流量”换“留量”是一个需要思考的现实问题。

市决策咨询委员会委员、市文联党组成员肖伟建议,冰雪旅游应将文化厚植其中,进一步添动力、增亮点。

他说,本次爆火的旅游景点主要集中在中央大街、索菲亚教堂、冰雪大世界、防洪纪念馆、七三一遗址。但是,哈尔滨远不止有这几个景点,各大景区应该深挖自己的“亮点”,赋予旅游更多的文化内涵,让我们的“老景点”找到“新契机”。

此外,还要提升服务质效,完善配套服务建设,进一步优化旅游体验感。景区门票应赠送意外险,并在大型冰雪场景附近配备急救车,确保发生危险能够及时救治;提升导游业务能力,让导游对景点文化、城市文化深度掌握;完善景区配套设施。政府要有边界感,城市要有“调性”,哈尔滨要想“此起彼伏地火下去”,还得靠“服务提升”“内涵挖掘”“文化指引”,要深挖哈尔滨的城市内涵,在这座城市中,找到属于自己独特的“调性”,打造出一系列哈尔滨独有的IP,才能让这个城市有持续的“热度”。

市决策咨询委员会委员、省社会科学院犹太研究所所长马友君表示,哈尔滨冰雪经济是一时“火”起,还是能够持续“火起来”,值得深思和考虑。要保持冰雪经济持续“火”也并非不可能,这就需要统筹考量,保持宽松的营商环境是非常重要的。

为此,马友君建议,首先要赋能冰雪旅游文化内涵。他说,哈尔滨冰雪经济之所以繁荣,表面是冰雪经济拉动,实际是受哈尔滨文化内涵深刻影响。旅游缺少文化就仿佛缺少灵魂,只有形式而没有内容。深度挖掘哈尔滨文化内涵是保持哈尔滨冰雪经济持

续繁荣的根本所在。

此外,还要大力发展哈尔滨城市游,发展哈尔滨俄罗斯文化游、犹太文化游等特色旅游。开发适合各个年龄段的城市旅游线路,坚决打击假冒旅游产品。要利用哈尔滨地缘优势资源,开发寒地黑土旅游纪念品,开发适合南方口味的“东北菜”,编排具有东北特色的“地方戏”,开发高寒地区适合室外旅游保暖服装。还要拓展哈尔滨冰雪经济国际合作圈,引进先进技术和管理经验。

市决策咨询委员会委员、省政协文史和学习委员会副主任何伟志提出,应借助“勇担文化新使命”的大环境和哈尔滨火爆“出圈”的“小气候”,把宣传和弘扬哈尔滨红色文化同冰雪文化有机结合起来,在“冰雪旅游热”中乘势叫响哈尔滨“八大红色文史品牌”。

何伟志介绍说,“八大红色文史品牌”包括哈尔滨是马克思主义在中国“最早传播地”的品牌、哈尔滨是中国共产党东北党组织的“首建地”的品牌、哈尔滨是中共六大代表秘密“接待中转地”的品牌、哈尔滨是东北抗战“总指挥部”的品牌、哈尔滨是东北左翼文化“首倡实践地”的品牌、哈尔滨是全国“解放最早的大城市”的品牌、哈尔滨是新政协筹备与协商建国“启航地”的品牌、哈尔滨是开国领袖学习奋斗和廉洁文化“教诲地”的品牌。

何伟志建议,要增强乘势叫响红色文史品牌的责任感和紧迫感;强化组织领导,建立健全相关工作责任体系和推进机制;统筹规划部署,组织力量进行战略性思考研究和科学系统规划;强化保障措施,加快实现红色文史品牌向红色文化产业新业态的转变;形成整体合力,注重加强各部门、各单位之间的相互配合和协同联动。

市决策咨询委员会委员、省工业技术研究院院长付强说,为保持我市冰雪经济领先优势,推动我市冰雪产业可持续发展、高质

量发展,要聚焦独特丰富资源优势,持续挖掘冰雪资源多元化的新价值。哈尔滨最核心的吸引力就是冰雪文化,聚焦“冰城”文化品牌,深入打造系列品牌。同时,还要更加注重将丰富的历史文化资源有效融入其中,讲好“哈尔滨故事”,赋予冰雪旅游更多文化内涵,方能不断推出新亮点,持续吸引游客注意力,保持哈尔滨冰雪旅游持续升温,拉动哈尔滨经济新增长。

付强还建议,要不断与时俱进、求真务实,塑造全域推动高质量发展的新理念,借鉴本次冰雪热的经验,推动各级政府、各领域重新审视自我工作方式,强化以客户需为核心的服务观念,推动全行业充分认识“真诚”是旅游业蓬勃发展的“必杀技”、“扎扎实实、踏踏实实、求真务实”是新发展阶段哈尔滨实现高质量发展在作风领域的“必由之路”。强化各行各业、从上到下主动作为,踏实肯干,勇于担当,人人作为哈尔滨发展作贡献的良好风尚和新发展理念。推动更多行业充分利用互联网、新媒体对其发展的促进作用,抓住冰雪旅游产业发展契机,运用新媒体平台,利用搜索引擎、官方微信微博等互联网媒体以及短视频媒体平台,打造新媒体展示矩阵,做好各行业宣传推广。

还要不断提升服务理念,全方位多渠道优化高质量发展的新环境,要充分认识我国旅游消费观念已由景区休闲型向服务感受型转变的趋势,哪里提供更优质的服务、更好的情绪价值体验,哪里就会赢得市场。为实现从红一阵到长久红的蜕变,在不断完善旅游基础设施建设的同时,更重要的还是提升政府的服务意识和水平,提高旅游服务质量,完善旅游市场管理。通过评选“优质服务窗口”、“热心好市民”、“晾晒劣质商户”、组织社会各界“营商环境大讨论”等形式,借助本次冰雪旅游热的东风,进一步提升全民综合素质,强化、固化服务理念。加强完善海外游客服务保障设施,不断提升人员服务质量,重塑哈尔滨作为国际化城市的品牌形象,全面打造政通人和的营商环境。

合,打造夏季啤酒音乐派对。广泛制作传播具有东北特色的音乐歌曲,既可为游客做短视频提供背景音乐,同时通过音乐娓娓道来东北之美,吸引更多网友的向往。

同时,要突出文化资源,打造底蕴深厚的文化品牌。比如,打造城市精品咖啡馆,扩充“东方卢浮宫”资源,打造特色文创产品,充分挖掘本地特色特产等。

市决策咨询委员会委员、黑龙江大学欧亚发展研究院院长戚文海建议,哈尔滨应着力通过冰雪旅游带动创意设计产业发展和冰雪场地设备、冰雪运动器材两大制造体系建设。为讲好哈尔滨“冰雪文化之都”的冰雪故事,应以“区域性文化差异”为切入点,将龙江独具特色的黑土风韵、欧陆风情、少数民族文化和艺术活动与冰雪自然资源禀赋相结合,不断丰富和优化冰雪旅游产品体系,将文创、动漫、时尚、科技、体育等元素与冰雪资源深度融合,持续为哈尔滨冰雪旅游赋能。

还要将我市冬季的采冰节、冰雪节、冬捕节与元旦、腊八节和春节、元宵节等传统节日有机结合;将哈尔滨之夏音乐会、哈尔滨国际服装节(春夏秋冬各一次)、冰雪美食节、哈尔滨国际西餐节、全国烹饪大赛与哈尔滨国际啤酒节有机结合;在中央大街辅街、果戈里大街、建设街、靖宇街和中华巴洛克保护街区打造常设的啤酒风情街;邀请和组织少数民族鄂伦春族、鄂温克族、赫哲族和达斡尔族等举办非遗展演。

戚文海还建议,要创造性举办与冰雪有关的各种赛事并做大做强,持续举办与冰雪题材相关的诗歌、朗诵、音乐、冰版画等国家级比赛等,将旅游与贸易、展览、诗会、朗诵会等有机结合,不断推出创新的旅游路线和产品,增强城市吸引力。加快挖掘和提升我市有特色的文化形式和载体,加快把道外区靖宇街打造成第二个特殊步行街;加快推进中华巴洛克街区改造三期;建议把知青公园向阳山建成滑雪场;要大力发展洗浴文化,发展哈尔滨地方特色美食文化。



游客在“钻石海”拍照打卡。“哈报手机记者”顾乐才摄

延长产业链 释放冰雪产业带动效应

哈尔滨火爆出圈,让这座老牌东北重工业城市再次走进全国乃至全球视野,如何借势延长冰雪产业链,释放冰雪产业带动效应,市决策咨询委员会委员纷纷建言献策。

市决策咨询委员会委员、哈尔滨商业大学经济学院院长韩平建议,哈尔滨要创新并延伸国内冰雪经济产业链条,以“冰雪+”为中心,大胆推动冰雪雕塑景观从单一向群塑,从地面向空中拓展的有效转化,考虑雕塑与地形、建筑、水体等元素的结合,以及与自然光影的互动,布置雕塑考虑向空中发展,利用悬挂、支撑、吊装等方式,形成多层次的空间感,增强视觉效果,创造整体和谐的雕塑环境。要与城市的历史、特色相结合,设计一系列不同款式、风格的能反映城市冰雪特色的冰雪吉祥物和纪念品,将科技元素融入到吉祥物和纪念品中。

韩平还建议,要构建并融入国际冰雪经济产业链条。他说,全球冰雪资源形式多样、分布广泛,现阶段全球共68个国家拥有设备齐全的户外滑雪场,其中62个位于北半球,6个位于南半球,黑龙江冰雪资源的国际地位仍需要加强。应建立冰雪创意产业园区,吸引优秀创意人才聚集,鼓励和支持创意设计、影视制作、广告策划等创意产业的发展,推动创意设计与冰雪产业的融合,打造具有国际影响力的冰雪创意设计中心。打造“银丝带”国际冰雪经济合作朋友圈,与世界主要冰雪经济发达国家开展商务、会展、体育、装备制造、文旅等产业交流合作,引进国际品牌、商业模式、标准体系,支持哈尔滨市发起成立世界冰雪旅游城市联盟。积极借鉴吸收国际冰雪发达国家成熟发展经验,丰富冰雪文化时尚业态,打造以大型城市冰雪景观VR秀等为主要内容的“白+黑”差异化、互补性项目,重点培育冰雪影视和冰雪动漫等新兴文化产业。

市决策咨询委员会委员、哈尔滨师范大学经管学院院长徐光建议,要借助冰雪旅游火热之机,以旅促农,以冰雪旅游热潮推动城乡统筹发展。借冰雪旅游热度,加强与头部网络平台合作,充分发挥我省我市特色主播的网络带货优势,加大特色农产品,尤其是“黑土优品”省级区域公用品牌的打造和推广。精选交通便利、设施齐全、生态资源较好,具有特色优势的农村,开展体验和推广乡村旅游和农家乐,打造更多的特色雪乡,以旅带农,以农促旅。

同时,推动商贸和旅游的深度融合发展。培育和引进有实力的旅游项目运营商,以冰雪旅游、消夏旅游为载体,整合建立包括友谊城市主题馆、进口品牌专卖店、进口特色产品体验、潮品集市、餐饮住宿以及大美龙江旅游集散地等吃住行游购娱为一体的具有地域特色和诚信保障的进口商品特色小镇旅游项目。

还要充分利用哈尔滨对俄区位优势,依托对俄跨境电商的基础条件,以哈尔滨市为中心,以对俄合作为支点,以丰富哈尔滨市特色产品为目标,充分利用中俄博览会、黑龙江绿博会等国际会展平台,发展总部经济,大力引进或培育大型

贸易商或分销渠道商,推动境外商品创新和渠道创新,构建特色进口商品的全国分销渠道或销售网络。同时,加大小微企业扶持力度,发挥跨境电商企业的创新优势,激发进口贸易创新活力,打造跨境电商产业集群,将哈尔滨市打造成为万国商品集散地。

徐光还建议,要以冰雪游带动科技游、工业游,将我市数字经济、生物经济等战略性新兴产业发展情况纳入到游客宣传中,突出优势重点,为吸引人才和投资提供机会。充分发挥我市的科技优势,将人工智能、大数据、物联网等新技术广泛应用到商旅项目中,通过提升服务品质,增强体验新鲜感,展示我市的科技实力和发展前景,潜移默化地为招商引资和工业发展助力。

市决策咨询委员会委员、省商业经济学会会长李彦春表示,哈尔滨旅游业火爆,让我们看到了无限的希望,美好的未来和人民群众中蕴藏的巨大发展潜力,保持冰雪季持久温度,实现冰雪产业带动其他产业共同发展,推动哈尔滨全面振兴的课题,不仅是推动冰雪旅游业绩快速产生外溢效应问题,更是全市乃至全省人民急切关注的后续发展问题。

为此,李彦春建议,哈尔滨应打造冰雪体育之都,哈尔滨作为冰雪之都已经实至名归,但是从冰雪体育的视角看,体育运动方面与冰雪旅游相比还有差距。2025年亚冬会在即,在筹备亚冬会的同时,抓住冰雪旅游火爆时机,借助现有条件,在亚冬会之前大力发展与冰雪运动相关的体育项目,如冰雪比赛项目的培训、冰雪运动装备的研发交流等实属必要,既为各地准备冰雪项目比赛提供了相关服务,又填补了冰雪融化后的空白。

他建议,哈尔滨应打造避暑养生之都。他说,冰雪旅游年轻人是主力,旅游康养则是老年人的追求。哈尔滨市欧陆风情浓厚,市郊及周边各县山有水,空气清新,环境美好,自然景观富集;很多民房闲置,适合于改造成民宿用于旅居康养。同时,拥有航空、铁路、公路叠加构建起的便利交通条件和完备的医疗体系以及充裕的医护资源。所以,我们应该借助冰雪旅游这波热浪,将目标锁定外地老年人,大力推进避暑旅游、康养旅游。

李彦春还建议,要打造向北开放之都。他说,向北开放是国家既定战略,哈尔滨作为祖国最北方省会城市,不仅自身要占领向北开放的高地,更要充分利用地缘条件和自贸区所积累的优势,努力成为各省向北开放的基地。努力开展对俄、对欧招商,引进合作项目,设立经营总部;积极引进南方各省厂家、商家,与其合作,共同发展。特别是围绕亚冬会,努力与国外、省外合作发展冰雪装备产业,使哈尔滨在世界冰雪装备产业方面占有一席之地。

随着2025年第九届亚洲冬季运动会的来临,哈尔滨“双亚冬之城”的城市IP将进一步深入人心,“三亿人上冰雪”的红利会让这座城市持续发光,再续辉煌。

让一季冰雪 激发全季动能

冰雪旅游季节性很强,如何让一季冰雪激发全季动能是委员们关注的热点。

市决策咨询委员会委员、市社科院文化旅游研究所所长王晶表示,面对后冰雪季的三个季节,我们应该放长眼量,超前思考,提早谋划。复制我们成为网红城市的成功经验,取长补短;瞄准市场需求的动态变化,出新招,抢先机;力争在夏季让哈尔滨再度变为网红。

为此,王晶建议要持续营销“友好型旅游目的地”形象,进一步增强城市吸引力。友好型旅游目的地是一个极高的境界,也是很多旅游城市求而不得的愿景。近几年,只有哈尔滨和淄博做到了全社会的积极认可和高度自觉。因此,哈尔滨要十分珍惜来之不易的和合局面,持续塑造好和营销好主客共享的、优待游客的友好型旅游目的地形象。

还要深度挖掘城市特色文化,形成IP矩阵,打造系列品牌,突出哈尔滨城市文化的厚重底蕴。以哈尔滨独具特色的冰雪文化、金源文化、建筑文化、音乐文化、红色文化、饮食文化为主体,开发系列文化IP,形成矩阵。以本冰雪季爆红的索菲亚教堂和哈药六厂为基础,进一步扩展哈尔滨建筑文化游、教堂主题游,借鉴上海和广州市创意开发城市历史文化和博物馆的成功模式,打造“建筑阅读哈尔滨”品牌。以金源文化与北京建都的关系为主线,开发金源历史文化主题旅游,突出金源文化的唯一性和哈尔滨千年历史文脉,塑造并营销哈尔滨“中国历史文化名城”品牌。开发冰雪饮食文化品牌。在现有马迭尔冰棍、冻梨蛋糕、锅包肉、油炸冰棍基础上,创新开发冰雪文化主题饮食品牌和哈埠菜冰雪文化主题菜系品牌。开发红色文化旅游节点和线路,包括太阳岛、车辆厂旧址、兆麟公园、火车站(安重根刺杀伊藤博文地址)、东北烈士纪念馆、黑龙江省博物馆、苏联红军纪念碑、侵华日军第七三一部队罪

证陈列馆等,打造哈尔滨“红色丝绸之路”城市,“英雄城”“共和国长子”城市品牌。

同时,要深化体验为王理念,丰富沉浸式演艺、沉浸式街区、光影秀、沉浸式夜游等新业态,体现产品的智能性和时尚性。体验和场景旅游已成休闲度假时代的常态和标配。还要坚持服务至上原则,为游客提供更加周到细致和至诚超值的服务,为哈尔滨旅游昌盛长红提供坚实的保障。

市决策咨询委员会委员、哈尔滨商业大学管理学院教授白世贞认为,哈尔滨旅游要实现全时全域热,以“冰雪热”带动“四季热”。

他建议,要打造“冰雪+”全产业链,推动冰雪经济高质量发展,积极培育冰雪旅游+美食、冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+购物、冰雪旅游+运动、冰雪旅游+研学等新业态,实现综合效应。同时,全省应紧抓流量红利,以龙江独特的生态资源、区位优势,以及特色音乐文化、红色文化等为依托,推出避暑游、湿地游、红色游、边境游等具有地方特色优势的全谱系旅游产品,并趁势宣传哈尔滨之夏音乐会、哈尔滨啤酒节等夏季旅游节庆活动,让更多游客领略“夏有凉风冬有雪”的龙江盛景。

市决策咨询委员会委员、哈尔滨水务发展建设集团副总经理孙杨平建议,哈尔滨从一季热到四季火,需要深度挖掘城市特色,在城市特色文化上多下功夫。

他说,要突出城市差异化,深挖哈尔滨建筑特色,将欧式建筑串联起来,打造多条City Walk路线,在城市漫步的同时,了解建筑背后的城市发展历史。还要突出时尚特性,打造国际范的“东方小巴黎”,首先要推广时尚资源,利用自媒体、网红博主大力推广宣传哈尔滨音乐厅、哈尔滨老舍堂音乐厅、西城红场的T台表演等时尚资源,让游客体验国际范儿。将音乐资源与啤酒资源融