



编者按:

哈尔滨冰雪游持续爆火,极大拉动了冰雪经济全产业链发展,成为国内文旅行业持续关注的“现象级”城市,吸引越来越

多外界目光的探寻。

近日,在深哈合作不断深化的大背景下,深圳来哈挂职干部谷少传利用工作之余,以媒体工作经验及挂职文旅局的便

利,不断深入观察调研,以第三者视角深度思考,从不同角度解读哈尔滨冰雪旅游爆火背后的“密码”,并在深圳新闻网、读特客户端连载发表。本报今日起开设“外

眼’看冰城”专栏,刊发深圳来哈挂职干部谷少传和深圳同事的观察文章,以期对哈尔滨文旅产业发展有所增益,并供争相发展的国内文旅企业借鉴参考。

“外眼’看冰城”系列报道①

这场峰会,透露冰雪经济哪些新风向?

——来自深圳媒体人的观察和体验

深圳市坪山区融媒体中心 谷少传 深圳新闻网 李紫晴

国内冰雪旅游的代表性城市,都来了;国内冰雪旅游营销和冰雪业态场景的创新案例,都汇聚了;中国冰雪旅游发展报告,发布了……

1月5日,作为文化和旅游部“2024—2025欢乐冰雪旅游季”的重要内容,2025年

冰雪旅游发展大会在哈尔滨召开。这是业内最权威的冰雪学术品牌活动之一,也是观察国内冰雪经济发展的风向标之一。

透过这场业界、学界大咖云集的冰雪盛会,我们可以看出中国冰雪旅游、冰雪文化、冰雪运动等冰雪经济的哪些趋势?

趋势一

国内冰雪旅游“三线并发” 旅游收入望破6000亿

据中国旅游研究院院长戴斌介绍,冰雪旅游打破了“冰雪不进山海关”资源旧空间,形成了“南展西扩东进”发展新格局。传统意义上的冰雪旅游是主要围绕自然资源展开的观光体验,目的地主要集中在东北地区。哈尔滨冰雪大世界、太阳岛雪博会、漠河北极村、长春冰雪新天地、吉林雾凇、呼伦贝尔冰雪那达慕,以及亚布力、长白山、北大湖、棋盘山等滑雪场,都是游客乐于到访的冰雪旅游目的地。

当代冰雪旅游不仅要观光体验,还要参与运动,更要体验目的地美好生活。社会投资、科技进步、产品研发和冰雪消费的耦合,有效拓展了冰雪旅游项目的空间布局。

从空间格局上看,同处于高纬度的内蒙古、新疆、青海、甘肃、宁夏等西北地区,北京、河北、山西等华北地区,与东北地区共同构成了冰雪旅游从东到西的“三北成弧”基础格局。四川、重庆、贵州、云南等西南地区结合当地的自然和文化资源,加快布局特色冰雪旅游项目,江苏、浙江、广东、福建等华东和华南地区则利用靠近客源市场的优势,发挥投资机构和市场主体的力

量,重点布局冰雪主题乐园,进而形成冰雪经济由北到南的“三线并发”的空间布局。

冰雪旅游促进冰雪消费,进而推动中国冰雪装备等冰雪经济的增长。据不完全统计,2018—2024年我国冰雪旅游领域重资产项目投资累计达到13157亿元。张家口、哈尔滨、齐齐哈尔、长春、松原等城市建成投产了较大规模的冰雪装备产业园,培育了创新力强的冰雪旅游器材与装备生产商,以及宏威、黑龙、安踏、天行健等冰雪国潮品牌。传统与现代、经典与时尚的冰雪文化交相辉映,毛皮板滑雪、冰嬉、冰灯、冰雕、冰爬犁、滚冰灯、冬捕焕发了生机和活力,雪雕艺术、高山滑雪、冰雪康养、雪国列车、冰雪音乐会为当代冰雪文化注入新内涵,为冰雪旅游营造了新场景。

建设冰雪旅游项目、培育冰雪旅游线路,扩大冰雪休闲消费,正是冰天雪地转变成金山银山的可行路径。2016—2017冰雪季,全国接待冰雪游客1.7亿人次,实现冰雪旅游收入2700亿元,2023—2024冰雪季为4.3亿人次和5247亿元,2024—2025冰雪季有望突破5亿人次和6000亿元。

趋势二

冰雪旅游正朝着“文化引领、科技赋能、融合创新”方向发展

在本次大会上,除了发布了2025年中国冰雪旅游十佳城市外,还发布了2025年冰雪旅游营销创新案例和2025年冰雪新业态场景创新案例。从这些案例中不难看出,中国冰雪旅游正朝着“文化引领、科技赋能、融合创新”方向发展。

据介绍,特色冰雪文化丰富了我国冰雪旅游的内涵,冰雪文化和冰雪旅游深度融合持续推进。传统冰嬉体验、冰灯艺术游园会、冰雪大世界、冰雪卡通IP等传统冰雪产品不断迭升级,以文化为引领的冰雪旅游产品创新更注重场景营造、情绪价值满足和科技赋能。

国内冰雪旅游城市、市场主体越来越重视利用多种手段开展立体营销,形成了本地文化特色鲜明的目的地形象和产品品牌。

比如获奖案例:
1.冰世界 雪天下(哈尔滨市文化广播电视和旅游局);
2.不太冷、不太远、不太贵、不太难,尽情撒欢儿在沈阳(沈阳市文化旅游和广播电视局);
3.长白天下雪,千里觅奇缘(长白山管委会旅游和文化体育局)

这些案例均是因冰雪文化上的创新进入“2025年冰雪旅游营销创新案例”名单。

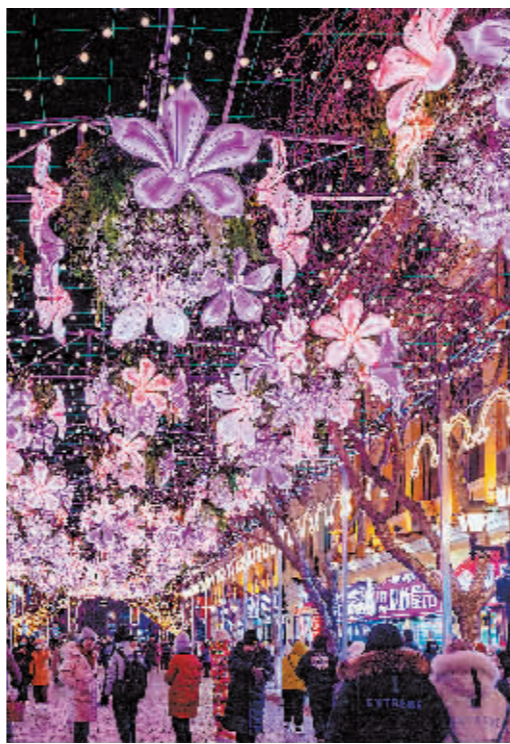
冰雪旅游与其他产业相融合成为新趋势。在发展冰雪旅游时要创新冰雪旅游产品,注重本地IP冰雪产品形象的塑造,开发出“冰雪+运动”“冰雪+文化”等特色的冰雪套餐。

中国旅游研究院冰雪旅游专项调查显示,除了冰雪运动项目,中国传统冰雪文化、现代冰雪文化等成为新冰雪季游客最喜爱的冰雪旅游产品。随着冰雪旅游融合在深度和广度上持续推进,一批冰雪旅游新业态、冰雪消费新场景赢得了市场信赖,经过前期公开征集和专家评审,“尔滨x波司登”中国城市联名中国品牌(哈尔滨马迭尔文旅投资集团)、乌鲁木齐丝绸之路冰雪风情街(乌鲁木齐市文化广播电视和旅游局)等入选“2025年冰雪新业态场景创新案例”。

科技助力游客美好冰雪体验。数字技术、智能冰雪装备、冰雪无人机、冰雪虚拟现实体验、冰雪新材料等科技应用正在改变传统冰雪产业、创造冰雪新业态,科技让游客更好体验冰雪旅游。如哈尔滨松花江冰雪嘉年华用前沿科技解决超大尺度冰雪景观智能控制方面的技术难题,通过传感器识别游客特定动作,联动控制景观灯效变化,实现了冰雪景观人机互动协同亮化。



游客打卡中华巴洛克历史文化街区。“哈报手机记者”刘俊华摄



游客在中央大街流连。“哈报手机记者”刘俊华摄



游客体验冰上快乐。本报记者 刘洋摄

趋势三

哈尔滨依然是“顶流”,应运而生的“冰雪英雄”

数据见证“尔滨”冰雪热:去年哈尔滨冰雪大世界开园半个月以来,全市累计接待游客同比增长21.3%;2023—2024冰雪季,哈尔滨市接待游客8700多万人次,同比增长300%,实现旅游收入1248亿元,同比增长500%。而冰雪季也带动哈尔滨“全年火”,2024年全市累计接待游客1.79亿人次,实现旅游总花费2314.2亿元,同比增长均超三成……

中国旅游研究院的研究报告将“尔滨模式”的内容概括为:“一条主线”“一个定位”“四条实施路径”“五大创新机制”,简称为“1145”。

“一条主线”就是:推动冰雪旅游实现内涵式高质量发展,即牢固树立“游客为本”“服务至上”理念,在“吃住行游购娱”全链条持续发力,丰富冰雪旅游产品供给,深化业态融合创新,完善基础配套设施,提升业态服务品质等。

“一个定位”就是:打造世界级冰雪旅游目的地和冰雪经济发展高地,即哈尔滨始终坚持大视野、体现国际化、融合多色彩、突出高品质,擦亮“冰世界 雪天下”城市名片。

“四条实施路径”即国际化、现代化、人性化、全域化。国际化就是哈尔滨对标世界旅游目的地创建标准,不断提升冰雪旅游产品的国际化知名度、完善国际旅游宣传推广机制提升、营造国际化的开放合作环境等。现代化就是哈尔滨通过引入先进技术、管理理念和服务模式,优化冰雪旅游基础设施建设、推动冰雪文化和旅游深度融合的进程。人性化就是哈尔滨坚持“以人为本”的发展理念,在冰雪旅游产品设计、服务管理等方面,将游客的需求和体验放在首位,为游客创造愉悦和难忘的冰雪旅游体验,全域化就

是哈尔滨市九个区域板块实施构建全景式、差异化的冰雪旅游产品体系,推动完成从单个景点向多极全域拓展,助力打造近悦远来、主客共享的冰雪旅游新生态。

“五大创新机制”:构建更大发挥冰雪经济综合功能的利益共享机制;构建基于全球化冰雪资源开放式的产品开发机制;构建面向现代冰雪服务业的产业素质提升机制;构建以产业融合为核心的旅游和城市互动发展机制;构建全媒体传播矩阵的营销机制。对这个冰雪季,业内人士纷纷看好“尔滨”。

中国旅游研究院院长戴斌接受采访时表示,一系列数据表明,今年的哈尔滨将会既叫好又叫座,既旺丁又旺财,既有经济效益,更有社会效益。2024年统计结果表明,马迭尔冰棍销售量同比增长了23%,外国人到哈尔滨超过87万人次,这是非常了不起的数据,哈尔滨在我国入境旅游发展方面也是作出贡献的,不仅“出圈”了,还出国了,成为“国际滨”了。

中国旅游协会秘书长葛磊表示,哈尔滨的火爆“出圈”为中国旅游树立了三个新的典范。让冷资源真的变成了中国旅游的“顶流”,不光有冰雪大世界观光型的冰雪资源,体验性、娱乐性的、讲故事的、冰的玩法在不断地创新。第二是哈尔滨真正打造了一个有温度的旅游城市,哈尔滨的服务创新,对游客善意的释放,这种宠粉经济为中国新一代旅游城市树立了典范。口碑是一个城市最好的营销推广,哈尔滨新型服务型城市的打造,为哈尔滨争取更加长久的长红旅游城市的建设提供了契机。希望哈尔滨借助本届亚冬会打造成中国旅游一张世界级的新名片。

跨越时空,让冰雪邂逅时尚之韵

(上接第一版)

据黑龙江省服装鞋帽行业协会会长王丽梅介绍,2025年哈尔滨国际时装周是全球新年的首场大秀,中国、美国、法国、德国、英国、瑞士、俄罗斯、新加坡、泰国等25个国家和地区的设计师在此进行36场精彩发布,引领国际时尚潮流。

融合

时尚创意与古典韵味交相辉映

开幕式上,黑龙江省京剧院的艺术家们在走秀间隙,演绎了《梨花颂》和《走向复兴》两出剧目,巧妙地将京剧艺术与时尚元素相结合,展示了国粹的韵味。时装周的氛围与京剧的古典韵味交相辉映,为观众带来一场视觉与文化的盛宴。

“融合”是设计师们带来的惊喜。

“看,这些智能时装!”一位坐在媒体区、戴着猫眼眼镜的时尚记者指着舞台说,“服装上的LED灯光变化真是太神奇了,每一步都像星星在流动。”几个充满未来感和创新精神的时装作品,仿佛在向众人宣告,时尚不再只是布料与剪裁,它正在成为科技与艺术的无缝融合。

“这不是衣服,这是艺术。”一位观众感叹。舞台

上,一位模特身穿镶满闪亮水晶的晚礼服,外披薄如蝉翼的披风,在灯光下如同“人鱼仙子”,观众们纷纷举起手机记录这一令人惊艳的瞬间。

亚冬会

冰城先锋艺术新载体

作为2025年第九届亚冬会的主办城市,哈尔滨的冰雪文化、城市底蕴、亚冬元素成为本届时装周的重要标识。

一件特别的服装吸引了全场目光。设计师将一

记者手记

时尚,连接冰城与世界的桥梁

当时装周开幕首日最后一场秀落幕时,现场爆发出雷鸣般的掌声。哈尔滨的冰雪和亚冬元素,与全球设计师的创意碰撞,形成了一场跨越季节与国界的时尚盛宴。

经过十届积淀,哈尔滨国际时装周已吸引了70多个国家和地区的1300多位国际设计师在此首发首秀。特别是时装周期间的世界时尚设

计师大会,为国际设计师搭建了交流合作的重要平台。西城红场也因此被指定为“世界服装设计师大会永久会址”。

哈尔滨的文化与魅力已悄然融入全球时尚潮流。来自上海的一位独立设计师充满期待地说:“这座城市有冰雪的美丽,有亚冬会的运动精神,更有无限的创意与潜力。”

王丽梅表示,温度赋予创意热情,温差激发设计灵感。哈尔滨是中国唯一位于北纬45°的省会城市,全年温差达到50℃,独特的季节变化让哈尔滨成为时装设计师汲取创意灵感的天然宝地。

伴随哈尔滨芭蕾舞团演绎的舞蹈《亚冬圣火》,王丽梅现场接过象征亚冬会运动精神的“火炬”,微笑着向现场观众传递着属于冰城的时尚正能量。她说,这不仅是对冬天的礼赞,更是对哈尔滨的深情表达。

(上接第一版)

冰城游“长红”势头 促使旅行社长期“包座”

去年,在香港直飞哈尔滨首航航班上,黑龙江天马国际旅行社、哈尔滨观光国际旅行社、橘子假期旅行社等接到了各自的旅行团,每个团队游客约20人。7个月过去,各旅行社接待的香港旅行团络绎不绝。看好直飞游前景,一些旅行社长期在航班上“包座”。

“开通直飞航班后,半年多来香港旅行社积极组团,几乎每周都有到哈尔滨的旅行团。”哈尔滨观光国际旅行社经理魏宏莉告诉记者,与其合作的相关组团旅行社,已经长期在直飞航班包下20个座位。橘子假期旅行社7个月来接待的香港旅游团不曾间断,特别是冰雪节开幕后,更能明显感受到香港游客对冰雪游的热情。

香港旅行团领队告诉记者:“开通直飞航班后,哈尔滨的旅行产品一周就全部报满。”香港与哈尔滨间的旅游热,往来游客数据体现更为直观——记者从南航黑龙江分公司获悉,2025年1月,直飞航班平均每班进出港载客量较2024年提升超过25%,更多游

客奔赴哈尔滨赏冰乐雪。

推进南北交流互动 展示冰城国际化形象

香港旅游发展局副局长叶叶贞德介绍,2023年访港旅客数近3400万人次。其中,内地游客2676万人次,占比约80%,是最大的访港旅客市场。近年来,内地旅客对旅行品质的要求不断提升,“深度游”逐渐成为到港旅游热门选择。哈尔滨至香港直飞航班,极大节省出行时间,为两地居民往来便捷出行提供了可靠的交通保障。

1月9日,香港最高气温为21℃,哈尔滨最高气温为-13℃。刚下直飞航班,香港游客李女士就钻进了哈尔滨观光国际旅行社的大巴车,“直飞航班让我们一个下午就‘穿越’到下雪的哈尔滨,真是太方便了。飘雪的哈尔滨真美,让我们更加期待去冰雪大世界、索菲亚教堂打卡。”

南航黑龙江分公司相关负责人表示,开通直飞航班是促进两地经济文化交流的积极行动和重要举措,也是落实新时代东北全面振兴和粤港澳大湾区建设战略部署,为哈市扩大开放创造了有利条件,并将助力哈尔滨走上国际舞台、展示城市形象。