

“网红”如何变“长红”？

——“热雪”沸腾的背后

新华社“新华视点”记者张丽娜、张玥、魏婧宇

这个冬天,冰雪旅游成了“现象级网红”。从“尔滨”到长白山,从沈阳到呼伦贝尔……一车车可爱的“小土豆”“小金桔”涌向北方,“攻占”各大景点、洗浴中心、早市,各地文旅局长们也抢抓热度“整活”。

冰雪旅游为何突然成了“网红”?“网红”能否变“长红”?“新华视点”记者进行了调查采访。

冰雪火出圈

松花江上升起的热气球,挂在索菲亚大教堂上空的人造月亮、鄂伦春族的驯鹿、动物园里“乖巧”的东北虎……迎来冰雪旅游旺季的哈尔滨,成为这个冬天最火的旅游城市。网友们纷纷表示,“尔滨”的待客之道热情得让人招架不住。

推陈出新的“花活”,细致入微的服务,加上当地人的热情……如今的哈尔滨到处都是活力满满、热气腾腾的模样。相关统计显示,元旦假期哈尔滨旅游热度同比上涨240%。据大数据测算,全市游客量超过300万人次,实现旅游总收入59亿元,均达到历史峰值。

“热雪”沸腾的冬季旅游场景,在北方多省区铺展开来。在辽宁沈阳的一些“网红”洗浴中心,大厅里挤满了来体验东北洗浴文化的游客。在吉林省,东部的长白粉雪,中部的雾凇树挂,西部的冰湖腾鱼,一张张冰雪“金名片”吸引游客纷至沓来。借力举办第十四届全国冬季运动会,内蒙古也推出特色冰雪运动、冰雪旅游项目。

“我们今天来冰雪大世界搭乘的是免费大巴,暖心啊。”从云南大理来哈尔滨旅游的赵雯说,这次旅行真正被东北人的热情感动了。

冷冰雪带火了热饮食。东北饮食花样多、分量足,像极了东北人豪放热烈的性情。直径半米的大铁锅,鸡翅、土豆、排骨、牛腩、玉米等各种食材一股脑地倒进去,屋里热气腾腾,这就是人间烟火气。

“太喜欢吃东北菜了!”来自江西的刘女士说,听说下雪天就要吃铁锅炖大鹅,虽然为此排了一个多小时的队,但是觉得很值。哈尔滨一家铁锅炖连锁店的总经理姚立龙告诉记者,很多店家都发出“不随意涨价”的倡议,并推出免费热茶、延长营业时间等服务。

鄂伦春族的驯鹿走上哈尔滨的中央大街后,迅速实现“引流”。“我是被网上很火的鄂伦春族狍角帽吸引来的,这里不仅有可爱的服饰、丰富的文化、原生态的自然景观,还有刺激好玩的体育活动。”身穿鄂伦春族传统服饰,在内蒙古鄂伦春自治旗雪地里拍照的河北游客张凌说。



1月6日,11名来自广西南宁的小朋友——“小砂糖橘”结束漠河游学之旅,来到哈尔滨极地公园,与企鹅亲密互动。新华社记者 张涛 摄

“网红”变“长红”还需补短板

冰雪旅游在东北一些城市大火背后,并非偶然。

“我们用了一年时间来‘训练’,不断增强市场化思维和服务意识。”黑龙江省文化和旅游厅厅长何晶说,从2023年初开始,当地便开始运用新媒体平台,邀请文旅头部博主,多维度宣传黑龙江,如索菲亚大教堂、红专街早市,都已成为“网红”打卡地。同时,当地关注游客评论,游客对什么不满意就改进什么;比如,有游客说,在索菲亚大教堂旅拍时有个月亮就更好了,当地就弄了一个大大的人工月亮。

自身努力加上自媒体加持,让哈尔滨率先爆火。但记者走访多个北方城市发现,与夏季旅游市场相比,目前冬季旅游市场开发还只是“毛毛雨”,冰雪旅游远没有带动整个市场,更多还停留在个别点、个别城市。

“发展冬季旅游,北方很多城市的当务之急是补短板。”中国传媒大学艺术研究院党委书记、教授刘京晶说。

冰雪资源一直都在,提高含金量是关键。目前,各地发展冰雪旅

游,多是“靠资源”“卖风光”,同质化竞争问题明显,高质量冰雪旅游还缺少业态创新。在冰雪旅游火爆的地区,以观光为主导的冰雪旅游产品仍占主导,一站式冰雪旅游产品较为发达,以看冰灯、赏雪、滑雪滑冰为主要内容;而冰雪旅游度假区、冰雪旅游综合体等综合性冰雪旅游目的地的供给较为有限,尚不能完全满足游客对休闲型、体验型冰雪旅游产品的需求。

“雪都是一样的雪,去哪里看都差不多。”内蒙古自治区社会科学院专家张敏说,冰雪旅游哪家强,最终还得看服务意识和服务质量。过去几年,游客吐槽最多的还是“坑客”“宰客”、服务“粗放”等问题,提升服务质量依然任重道远。

除了要丰富旅游体验,与旅游相伴的冰雪运动,安全问题也需引起高度重视。近年来,各地因滑雪、滑冰意外事故导致的骨折、脑震荡等伤者颇多。专家指出,滑雪市场中,大部分是一次性体验人群;伤亡事故很容易导致初学者“望雪却步”,影响冰雪产业消费人群的扩大。

产业升级呼唤“冰雪+”

中国旅游研究院发布报告显示,预计2025年我国冰雪休闲旅游人数将超5亿人次,国内冰雪旅游收入超1.1万亿元。

“东北的冰雪旅游往年也有一定热度,只是在这个冬天大火了。从市场需求端来说,长期以来冬季国内旅游市场是缺产品的,老百姓往往选择以避寒为主的南方。”中国科学院地理科学与资源研究所生态研究室副主任王灵恩认为,这几年,随着北方对冰雪市场的挖掘和相关保障产品的配套,消费者来北方旅游的意愿增强,尤其是新的消费群体对于差异化体验的欲望越来越强烈,就看市场有没有好的旅游产品供给。

王灵恩说,未来的冰雪旅游发展,以重资产、重体量投资为主的模式是行不通的。北方一些地区地广人稀,有些地区还属于生态保护区,发展旅游不适宜搞大规模开发,要多考虑轻体量、精品化的模式。

目前冬季旅游除了传统的观光、体育赛事游乐之外,尤其缺少极寒环境中的休闲度假产品。基于冰雪资源的旅游产品需要持续创新。刘京晶说,要深度挖掘冰雪旅游内涵,多开发特色冰雪旅游产品,如泡温泉赏雪、雪野徒步探险、冰雪研学、雪地趣味运动会、冰雪写生等。同时,加大与在地文化的结合,融入地方民俗、节庆、演艺活动,以旅彰文,提升冰雪旅游的文化体验感。

冬季旅游的产业链和人才链亟待延伸。东北农业大学经济管理学院院长余志刚说,当下,各地发展冰雪旅游要把握机遇,完善相应的产业链,比如防寒保暖装备、冬季交通等都有待进一步升级。同时,也要注重人才培养,吸引更多人参与冬季旅游产业链开发。

寒假和春节即将到来,为促进冰雪产业健康发展,受访专家建议,各地要高度重视安全问题,堵住安全管理漏洞;游客应提高安全风险意识,做自身安全的第一守护者;体育、应急、市场监管等部门要进一步落实监管责任,对本地区冰雪运动场所开展全覆盖督导检查;相关部门应尽快出台冰雪运动安全管理统一标准,引导行业健康发展。

新华社北京1月8日电