

# 2022 冬奥会背景下龙江冰雪旅游发展现状及趋势研究 ——以“哈大齐”协同发展为例

张栗莉

(中共大庆市委党校,黑龙江 大庆 163000)

**摘要:**在《“带动三亿人参与冰雪运动”实施纲要》中计划到 2022 年,我国要在全国范围内大力开展群众性冰雪运动,要带动三亿人加入到冰雪运动中来。这一全民性开展冰雪运动为龙江冰雪事业带来了新的发展机遇。黑龙江省已经形成了以冬季冰雪运动为主题的旅游产业格局,是中国现代冰雪旅游产业的肇兴之地。本文以哈尔滨、大庆、齐齐哈尔纵贯线为研究对象,牢牢把握冬奥时代热潮,在“十四五”开篇之年加快推进“哈大齐”冰雪旅游协同发展,加强区域冰雪旅游市场竞争力。牢记习近平总书记对开展群众性冰雪运动的谆谆嘱托,紧抓时代脉搏,实现由冰雪大省向冰雪强省的高质量跨越,让冰天雪地成为助力龙江全面振兴全方位振兴的“金山银山”。

**关键词:**冰雪旅游;高质量发展;“哈大齐”区域

**[DOI]**10.12231/j.issn.1000-8772.2022.05.007

早在 2009 年,国家就已谋划出将旅游业作为支柱型产业促进国民经济发展的战略性布局。黑龙江,既在中国最北,也在中国最东,水陆交通连起祖国腹地与遥远的欧洲。众多的口岸,将整个东北亚的商机聚集在这边辽阔的黑土地上。它不仅是国家一级保护动物丹顶鹤喜爱的地方,更是让龙江人引以为傲且全国闻名的“北大仓”;它既有“东方小巴黎”的美名,也有新中国孕育的时代精神。黑龙江省依据得天独厚的地理优势,将旅游业发展定位为优先产业。2016 年 3 月 7 日,习近平总书记在参加全国“两会”黑龙江代表团审议《政府工作报告》时发表重要讲话,首次提出“绿水青山是金山银山,黑龙江的冰天雪地也是金山银山”。如何在“冰天雪地”的土壤里培育出万木争荣的“金山银山”,就需要我们坚持新发展理念,以更加求真务实的工作态度、方法和作风,在黑土地上席卷出一条白金的旅游线路。

2020 年,省政府出台《黑龙江省冰雪旅游产业发展规划(2020-2030 年)》,根据《规划》中提出的内容,我省将构建冰雪旅游品牌路线,以哈尔滨为中心,沿线发展,体现出每个城市特色冰雪旅游的线路。近些年,大庆这座城市的发展建设取得了举国瞩目的成绩,但是在冰雪旅游方面,若想叫响全国,必须通过区域合作的方式,扩大地域合作半径,让城市与城市之间形成“联盟”,进而打造冰雪旅游“朋友圈”。

## 1 哈大齐“朋友圈”做好冰雪旅游的基础优势

(1)哈尔滨冰雪旅游的发展优势。历史上一条重要交通枢纽的修建——中东铁路,给省城哈尔滨带来了特定的时代机遇。在城市建设工作大规模开展的同时,伴随着流动人口日益增多,多种文化和异域情怀一同为省城的旅游事业发展添砖加瓦。

哈尔滨是我省全域旅游的枢纽地,更是我国冰雪旅游

的首创城市。由中国旅游研究院和携程旅行网联合发布的《中国冰雪旅游消费大数据报告(2020)》中,放眼一众“冰雪城市”,哈尔滨荣登人气最高的榜首。根据全球玩乐平台数据,哈尔滨冰雪大世界、中国雪乡雪谷、太阳岛雪博会等成为这个冬天人气最高的景区。早在 1963 年哈尔滨就举办了首个冰灯游园会,1985 年,举办了首个以冰雪活动为主题的国际性节庆活动——中国·哈尔滨国际冰雪节,一直延续至今。而“哈尔滨国际冰雪节”,更与日本札幌雪节、挪威奥斯陆滑雪节和加拿大魁北克冬季狂欢节并肩被誉为世界四大冰雪节,可以说此等美誉为拨开龙江冰雪旅游新画卷具有举足轻重的作用。

经过数十载的努力发展,省城哈尔滨集结各种优势资源,陆续打造出一批具有世界水准的旅游品牌,如:冰雪大世界、太阳岛雪博会、冰灯艺术博览会、伏尔加庄园等。“十四五”期间,哈尔滨将深挖冰雪资源优势,以冰雪为媒,广泛开展交流合作,推动冰雪经济高质量发展,着力打造世界冰雪文化旅游名城。

(2)大庆冰雪旅游的发展优势。在 2016 年,国家旅游局召开全国工业旅游创新大会,并发布首批“国家工业旅游创新单位”名单。全国共有 22 座城市进入首批名单,而黑龙江省仅此一家——大庆。2022 年,大庆将承办黑龙江省第五届旅游产业发展大会,这一重要契机将促进大庆全域旅游、提升城市功能、推动区域创新,将旅游产业培育成为大庆转型创新的杠杆产业。长期以来,这座因“油”而闻名中外的城市,从这一刻起,要谱写因“游”而兴的新篇章。

大庆的冰雪旅游发展势头强劲,以中国(大庆)雪地温泉节系列活动为契机,通过组织旅游企业推出冰雪旅游线路和特色冰雪活动,邀请省内外旅行社召开冬季旅游产品推介会,云集网易旅游达人到大庆踏查体验,让广大市民和游客“动”起来,让冰雪旅游“火”起来。形成了著名工业

游、生态湿地游、特色温泉游、民俗风情游、观光农业游等八大旅游产品体系。除此之外,还有系列活动:杜尔伯特蒙古族自治县连环湖第一届冰雪渔猎文化节、寒地温泉养生节、欢乐冬捕节、“踏雪寻莓”育禄草莓节等。今年,以“燃情大庆”为主题,大庆市重点打造“五大”冰雪活动,点靓冬季旅游“十大”打卡地,推荐冬季旅游“十大”玩法,体验冬季旅游“十大”美宿,品味冬季旅游“十大”美食,选购冬季旅游“十大”纪念品,打造六条冰雪旅游线路,推出一系列冬季旅游产品,带给您不一样的冬天体验。

新鲜的空气也是一座城市的闪光点。大庆质量优良的天数已远远超过国家生态环境标准总目标,连续三年空气质量优良率达到90%以上。新时期的大庆,湖在城中、城依湖畔,以生态资源为依托,大庆冰雪旅游的发展已在皑皑冬日燃起熊熊烈火。

(3)齐齐哈尔冰雪旅游的发展优势。齐齐哈尔四个字,源自达斡尔语,是“边疆”或“天然牧场”之意。曾于1963年举办全国首届冰雪游览会,现已经连续举办30届。配合了亚洲冬季冰球赛、全国少儿冰球赛等重大体育赛事,举办了冬捕节、雪雕大赛等深受广大人民群众喜爱的民间冰雪活动。

齐齐哈尔在旅游文化方面其实有着深厚的历史底蕴。它始建于1125年,1699年起作为黑龙江省省城,长达255年之久,因“扼四达之要冲、为诸城之都会”的重要枢纽而闻名,是一座静静地矗立在北疆边陲、默默地集聚历史底蕴、徐徐地呈现地域文化的重镇,是国家历史文化名城。齐市的冰雪旅游具有自然风光优势。它被誉为“世界大湿地,中国鹤家乡”,是一个兼具生态和地域特点的旅游胜地。扎龙自然保护区,是中外闻名的丹顶鹤之乡,优异的生态资源吸引世界珍禽丹顶鹤在这里休养生息。在民族民俗文化古迹资源方面也是数不胜数,例如新石器时代的昂昂溪文化遗址、大乘寺、石碑山、塔子城等历史文物遗迹。这些丰厚的资源都会给齐市的冰雪旅游发展带来广阔的前景。

## 2 哈大齐“朋友圈”做强冰雪旅游精品线路的对策

2.1 以龙江全面振兴为契机、冰雪为介,让社会经济持续发展

以冰雪为介,我们必须牢牢夯实冰雪产业这个经济发展的支柱。哈大齐三城要发挥冰雪大世界、雪博会、北国温泉之乡、鹤之乡等品牌优势,优化整合冰雪资源资产,大力发展与冰雪旅游相关的经济,依托冰雪经济带动冰雪旅游。哈大齐三城要发展自己的特色,引进先进的技术,提高经济水平,把“冷资源”打造成“热经济”,让百姓感受到经济发展带来的益处。通过壮大冰雪企业,利用冰雪产业带来的效能,做大冰雪经济。有专家认为,相对工业增速回落造成的经济下行,旅游业可以成为缓解东北等“工业老区”改革阵痛的上佳选择,作为第三产业的代表,旅游业将逐渐成为经济增长的新动能。

2.2 以文化铸魂,让城市精神绽放魅力

(1)必须将历史文化注入到冰雪旅游中。相对于哈尔滨来说,大庆和齐齐哈尔的历史文化更要鲜为人知一些。例如:齐齐哈尔的滕家岗子遗址位于昂昂溪东南3公里,出土了大量的打制、压制、和磨制的石器及陶片,还挖掘十几处古人类墓穴;还有大庆的白金宝遗址。无论是齐市的昂昂溪文化,还是大庆的白金宝文化,在这片一望无际的草原上闪烁着前人顺应自然、创造人类文明的智慧光辉。这种“古代智慧”将成为游客前来追寻人类历史足迹的强大动力。

(2)必须彰显“北国温泉之乡”的特质。举两个例子:为了观赏北极光,芬兰的一家酒店在观赏最佳位置建了一座冰屋度假村,重要的是这个“最佳位置”是在北极圈的茫茫雪原上。除了地域的特殊性,度假村的建筑也是独具匠心:无需出门,躺着在温暖舒适的“冰屋里”就能看到满天星斗;同样在国内,延安窑洞宾馆是革命老区为了传承和保护陕北窑洞文化,而建成的世界上最大的窑洞建筑群。这一举措,不仅让陕北人民对自己的窑洞有更进一步的认知,更让外地游客更加喜爱“农家小院”以及陕北勤劳、善良的人民,开发了优良的文化旅游基础资源,大大吸引了海内外的游客。这两个典型的例子,一个是借助了地理位置的优势,一个是借助了历史文化的优势,都可以打造出独具特色的城市旅游名片,我们哈大齐的城市也可以参考本地的特色来制造出自己城市的特色名片。突出文化特色,必须充分挖掘大庆的“温泉文化”。以大庆特有的建筑“干打垒”为例,“干打垒”不仅仅是大庆油田建城初期,由会战职工建成的房屋,在当时解决了工人们生活难题,为有利生产、方便生活,最后攻下大庆油田立下了汗马功劳,至今“干打垒精神”仍是我们大庆精神的重要组成部分之一。将“干打垒”复原在大庆著名温泉旅游景点(如:北国温泉、连环湖温泉、鹤鸣湖温泉等等),让游客沐浴在一泉清澈、细腻、暖人入心的温泉中,晚上住在由劳动人民和工人们建设出来的“干打垒”里,在冰天雪地中感受当年炽热的艰苦创业情怀。

(3)必须突出“工业旅游”的优势。一座灵动照人的城市必须有魂。而文化就是一座城市永不磨灭的魂。作为这座城市文化结晶,大庆精神铁人精神让很多游人来到这里就爱上这里。我们必须挖掘大庆工业旅游的资源,让大庆成为工业旅游必到的城市。

设计“私人定制”的旅游体验项目。当前我们有铁人纪念馆、历史陈列馆、石油科技馆等教科书式的场馆,同时应借助百湖影视、大庆歌剧院的平台,将铁人王进喜的“三个经典故事”形成一幕幕话剧,更直接的呈现在游客面前。为了调动游客的积极性、为了给他们留下难以忘怀的记忆、为了感受到时代之魂的铁人精神,在剧目编排中,适当安排游客参与舞台剧的表演,亲身感受“人拉肩扛”“端盆取水”“跳泥浆池”的艰难和感动,这段历程一定会成为旅行中最美丽的回忆。通过这样的“亲力亲为”不仅能提升游客

的娱乐体验感,还能增强这座城市的吸引力。同时,将东北地方戏、相声、小品等区域文化与冰雪之旅相结合,让城市有魅力、文化更生动、旅游更有味。

### 2.3 以政府牵头,多措并举规范冰雪之旅的市场秩序

首先,哈大齐三座城市的旅游局应作为牵头部门,必须实施目的地和客源地同步规范、组团社和地接社同步治理、线上线下旅游企业同步清查、省内市场与省外市场同步规范、集中整治与常态机制同步推进的原则,全力打好旅游市场整治工作的攻坚战,确保旅游市场秩序持续向好,让来“哈大齐朋友圈”旅行游客有宾至如归的温馨环境。

其次,各个城市除了旅游局,交通管理部门必须做好旅游客运包车的专项整治工作。严厉打击违法违规经营问题。可以与所在城市的旅游局合作完善旅游客运包车监管系统,从源头上净化旅游客运包车市场,确保游人的旅途安全。随着自驾游群体日益增多,交警支队联合广播电视做好节假日的交通指挥、疏导管理工作,加大节假日期间出行安全的宣传力度和道路监控摄像等有效监管措施,确保游人的行车安全。

再次,应以各个城市的旅游局为主管部门,由市场监督,对一个市内的滑雪场、温泉馆进行管理、定价,统一服务标准,从根本上杜绝恶性竞争、无序经营的问题。

最后,实施“精准责任制”。辖区内的旅游企业至少有一名领导干部负责,要对存在的问题及时发现、进行整改,实现“精准监管”。哈大齐三座城市须定期将有关部门组织起来进行联合执法,严厉打击路上违规揽客的黑车、黑社、黑导,进一步规范旅游市场秩序。

### 2.4 以资源优势为依托,打造具有国际水准的龙江品牌

被誉为“世界上最伟大的推销大师”——约翰·菲利普·琼斯把品牌定义为:能为顾客提供其认为值得购买的功能利益或附加值的产品。旅游品牌相对于一般的品牌侧重于名称和标识,前者更注重的是品质和独特。绝大多数游客选择旅游品牌,靠的是该品牌的“名声”。而“名声”包含了这个品牌的质量、品牌的宣传力度、游客在消费过程中的感受等因素。哈大齐冰雪旅游白金之旅,必须进入品牌化时代。

首先,重视冰雪基础教育,厚植人文环境。冰雪运动是冰雪旅游的根基,冰雪教育就是冰雪运动的土壤。运动与旅游密不可分,发展运动必须进行体育教育,而冰雪运动最肥沃的土壤就是校园,只有在这里,才能将冰雪运动真正的壮大起来。有人说:“要在学校体系中让体育获得重视,最有效的办法是,在考试和课程设置上体现(冰雪运动),就像清华大学要求本科生必须学会游泳,否则不能毕业那样。”我们龙江人要以冰雪运动闻名于世界,普及冰雪运动到每一位龙江人,让每一项冰雪运动上都有龙江人的身影。

充分利用冰雪运动的场馆。以大庆为例,在萨尔图区

建设了奥体中心,其中就有速滑馆。近些年速滑馆与大庆市很多中小学达成合作,冰上运动的体育课让学生们充满了快乐的期待。这样不仅享受到冰雪运动的趣味性,充分利用了城市的基础设施建设,还做到冰雪运动的普及从娃娃抓起,可以说这是终身受益的。除了基础教学之外,速滑馆等具有高水准的场馆还应当承担起为本地区或者国家培训人才的职能,成为优质的人才培训基地。

其次,充分利用网络平台,做好冰雪之旅的宣传推广。通过小红书、抖音、今日头条、腾讯直播等网络主流视频媒体来展现龙江冰雪旅游的独特魅力。今年,我们要在原有的基础上,渗入明星效应。邀请具有龙江籍的明星回到自己的家乡,为家乡发展旅游业尽一份绵薄之力;邀请天南海北的网络达人,最好是从未见过千里冰封这种壮观景致的达人,来我们哈大齐白金旅游线路体验“冰雪奇幻之旅”;邀请更多的当地居民,以家庭为单位,组织策划“全家冰雪行”的亲子类活动,不仅体验了游玩的快感,还在游玩中建立家庭的幸福氛围。尤其是在冰雪旅行中上传到微博、微信的照片、小视频,更具说服力,是一种无法比拟的隐形宣传。

人民网有一个舆情检测室,它对全国的冰雪旅游竞争力发布了一份数据报告。在报告中提出,当前我国冰雪旅游的营销手段是以“节日”为主。所以,哈大齐“朋友圈”必须抓好“节日”的契机。为了迎接一个重大的“节日”,录制精美的哈大齐冰雪之旅的纪录片,在微信公众号、微博、博客等网络平台进行展播。除了这些常用的宣传手段,还可以与近些年犹如雨后春笋般出现的游戏开发商进行合作,将我们的真图实景在游戏中呈现出来。

### 3 结束语

完善冰雪旅游基础设施,加强服务水平管理。打造冰雪旅游品牌基础在于旅游设施的建设,因此需要投入大量的资金。可以通过政府拨款和拓宽融资渠道的方式,支持和鼓励个人、私有企业甚至外资的加入,以设立“冰雪旅游基金”的方式,吸纳社会闲置资金用于基础旅游设施的建设。

### 参考文献

- [1]张洋,王晓娟,李贵森.2022年冬奥会背景下首都群众冰雪运动发展的SWOT分析[J].哈尔滨体育学院学报,2017(4).
- [2]赵华兰.黑龙江省冰雪文化产业发展策略[J].冰雪运动,2014(5).

**作者简介:**张栗莉(1986,9-),女,汉族,黑龙江大庆人,大庆石油学院(现东北石油大学)经济管理学院学士学位,中共大庆市委党校教务处干事、讲师,研究方向:教学科研(冰雪旅游、经济发展、中医药引领健康城市)。