

冬天里的这把“火” 如何照亮你和我

哈尔滨成为新晋网红城市对其他城市文旅发展的启示

记者 孙远明

转“危”为“机”的逆袭

不少人认为，哈尔滨的第一波火爆，缘起冰雪大世界的“退票风波”。此前，由于园区排队时间过长，曾引发部分游客不满。不过紧接着，哈尔滨一连串的应对措施，被媒体称为以“退”为进的神操作。景区各级领导现场办公，致歉、整改、退票。这番处理展示了哈尔滨的真诚，有网友称“厚道得让人心疼”。由此，也引来了八方网友的隔岸“声援”。

除了冰雪大世界，哈尔滨为了招待五湖四海的游客，更是整出来很多花活，屡屡登上热搜。饭店里冻梨切片，索菲亚大教堂挂上人造月亮，松花江上热气球，交响乐演出请进商场，路边上的飞马供游客拍照，室外建设温暖驿站，连长年生活在深山中的鄂伦春族都牵着驯鹿为游客助兴……这种把游客宠上了天的操作，本地人看了都直呼感到陌生，也让全国各地的游客对哈尔滨心生向往，期待来一次独特的冰雪之旅。

在这波流量加持之下，据哈尔滨文旅发布，截至元旦假日第3天，哈尔滨市累计接待游客304.79万人次，实现旅游总收入59.14亿元。游客接待量与旅游总收入达到历史峰值。

这个冬天，哈尔滨无疑成为文旅界的顶流。从冰雪大世界的“退票风波”到口碑逆转，哈尔滨通过一系列“宠客”操作，尤其是对被昵称为“小土豆”的南方游客的热情服务，赢得了广大游客的认可和赞赏。

连日霸榜各大平台热搜，成为新年新晋网红城市，哈尔滨靠的是什么？对其他城市的文旅发展又有何启示？

从“宠客”到“宠娃”

截至目前，哈尔滨的“火”已由起初的“宠客模式”，切换到“宠娃模式”，进而发展到与其他城市文旅互动的阶段。

11个广西“小砂糖橘”勇闯黑龙江游学的经历被全网围观，东北“老铁”掏心掏肺掏家底，主打一个宠溺，让孩子们度过了一个难忘的研学。为表示对“看娃”的答谢，广西花式回礼，送出11车的砂糖橘、沃柑，黑龙江发出10万盒蔓越莓作为回报。这也开启了两地文旅推广互动的新模式，被称为“一场跨越3000多公里的双向奔赴，一次温差50多摄氏度的美丽邂逅。”

广西“小砂糖橘”还没看够，云南“小野生菌”又来到哈尔滨。近日，来自云南西双版纳一家幼



哈尔滨冰雪大世界 图源：“哈尔滨文旅”微信公众号

儿园的20名小朋友在4名老师的带领下乘飞机来到哈尔滨，因为统一戴着灰色的小浣熊帽，被网友戏称云南“迷你野生菌”。在话题评论区内，各地网友也纷纷表态：等着看我们“四川小熊猫”，“湖南小辣椒”也快要冲了……随着中小寒假期临近，预计近期将有大批中小学生在冬季研学团队陆续抵达哈尔滨。

此外，各地文旅部门也在线上上和哈尔滨隔空喊话，进行互动。比如去年上半年走红的淄博便发文，“这个冬天，哈尔滨的小伙伴不妨来淄博吧，让有‘淄’有味味的淄博与‘滨’至如归的哈尔滨，实现一场双向奔赴。”

谁是下个出圈城市

新晋网红城市哈尔滨的持续

高流量，也引起了不少专家和媒体的关注。不少人发问，哈尔滨的走红之路可以复制吗？是否可以归纳出“哈尔滨经验”，给其他城市提供有益借鉴？

有媒体认为，以游客为中心，站在游客角度做旅游，这样的城市，不“火”也难。也有网友称，哈尔滨之所以“火”，“人”是根本。在哈尔滨走红的过程中，商家有“人人都是营商环境”的自觉意识，哈尔滨人民有“主人翁”意识，主动服务好游客，力争做到“以客为先、以客为尊、以客为友、以客为亲”。再者，哈尔滨的出圈还和城市营销息息相关。此前，黑龙江文旅厅厅长何晶在接受媒体采访时表示，哈尔滨的爆火并不是偶然，当地已经做了一年的准备，其中就包括各种网络营销，通过互联网和新媒体平台多维度的宣传。

哈尔滨冰雪游不是第一个火出圈的文旅名片，当然也不会是最后一个。它的走红对其他城市来说，有何启示？

中国旅游研究院院长戴斌表示，在散客化和自由行时代，交通基础设施以及公共文化服务，是城市旅游竞争力的底层逻辑，商业环境是城市旅游竞争力的核心要素。哈尔滨为外来游客和本地市民提供了便利的基础设施和完善的公共服务；通过持之以恒的研发、投资和品控，构建日益完善的冰雪旅游商业环境；为远道而来的游客释放更多的善意、温暖和品质。

山东大学旅游产业研究院副院长孙平表示，哈尔滨的走红有规律可循。在她看来，一个城市若想出圈，要做好五个方面：即做好城市治理，挖掘生活方式；打造核心IP群，形成核心圈层；运用社交媒体，实现裂变传播；注重互动体验，激发情感共鸣；推动政府、居民、游客、商家、社交媒体等多主体价值共创，夯实外围圈层。“旅游市场消费结构的变化、疫情的影响、年轻人旅游消费方式的改变等外部旅游市场的变化，使当前游客的旅游需求从传统的观光旅游向追求当地文化的沉浸式体验转化，他们希望了解并融入旅游目的地的生活，在地化场景及文化体验对游客吸引力巨大，这就为非传统旅游城市目的地品牌发展带来出圈的机会。”孙平说。

编辑：马纯潇 组版：侯波

一份特殊的“新年礼物”

潍坊“福彩书屋”走进临朐县东城街道文华小学



“非常感谢叔叔阿姨们给我们送来这么多书籍，我一定会爱惜书籍，认真阅读！”临朐县东城街道文华小学学生在接过捐赠的

图书后高兴地说。1月5日，潍坊福彩志愿者走进潍坊市临朐县东城街道文华小学开展“福彩书屋”活动，向学校捐赠必读课外书，为孩

子们送上一份特殊的“新年礼物”。

临朐县东城街道文华小学是一所乡村小学，现有学生1589人。2021年搬迁至新校区以后，学生新增近1000人，图书读物出现了较大缺口，急需增配大量优质图书。潍坊市福彩中心经研究，决定向该校捐赠孩子们需要的必读课外书，并帮助他们建立“福彩书屋”。

捐赠仪式上，来自临朐县福彩销售一线的销售员代表向学生代表捐赠了图书，并向该校授牌。销售员代表王金建设说：“潍坊福彩始终秉承‘扶老、助残、救孤、济

困’的发行宗旨，致力社会公益事业，此次走进文华小学为同学们送来必读课外书，希望同学们通过这些书籍可以获得更多的知识。”同时，他表示作为一名福彩销售员，用实际行动参与公益，内心感到无比自豪。

学校代表表示，“捐书助学，惠泽千人，捐赠的是图书，孕育的是希望；支援的是学校，燃起的是梦想。我们受赠这批图书后，一定制定切实可行的措施，采取多种宣传和学习形式，真正让这批捐赠图书在我校书香校园建设活动中发挥重要作用。”

潍坊福彩的志愿者还与该校

六年级一班师生开展了精彩的读书分享会，孩子们结合自己的阅读实践，或交流故事中的人物，或分享书中精彩的片段，或畅谈读书感悟，共同度过了一段美好的时光，本次活动在一片欢乐的氛围中圆满结束。

福彩书屋，筑梦未来。2024年，潍坊福彩将继续开展“福彩书屋”公益项目，让孩子“多读书，读好书”，让书籍照亮孩子们的童年，通过阅读影响儿童、塑造儿童，从而达到帮助一个孩子、带动一个家庭、影响整个社会的良好效果，展示阳光福彩、责任福彩的良好品牌形象。

福彩公益征文 最高奖金5000元

为弘扬公益慈善理念，助力共同富裕，日前，中国福利彩票发行管理中心发起“助力共同富裕·共创美好生活”公益征文活动，邀大家讲述福彩品牌故事，传播福彩发行宗旨，宣传公益实践成果及社会贡献，探索福彩助力共同富裕新路径。

征文主题为“助力共同富裕·共创美好生活”，征集时间截至2024年1月31日。据了解，本次征文共分为三类，分别是故事叙述

类，讲述亲身经历的福彩公益故事和感悟，展示福彩对共同富裕、公益事业的影响等；社会贡献类，讲述福彩公益金使用成果和贡献、福彩36年发展给社会风尚带来的变化等；理论研讨类，探讨福彩助力共同富裕、共筑美好生活新路径。征文体裁可以是记叙文、议论文、散文。

征文要求：(一)坚持正确的政治方向；(二)文章字数不少于800字，论文不少于2500字；(三)

围绕征文三大主题类型创作；(四)内容生动、积极向上，是本人真实经历或原创理论；(五)不得出现违反法律法规或规范性文件规定内容，不得泄露国家秘密、商业秘密和当事人隐私，不得披露、散布其他依照法律法规不得公开的信息；(六)参赛者提供的作品应为其本人独立创作的原创作品，不得抄袭、盗用他人作品，已公开出版或发表的作品需加以特别说明，不得一稿多投。

投稿方式：投稿发送至邮箱fcgongyi@163.com，注明“福彩公益征文”字样。作品后请附作者真实姓名、职业、手机联系方式、身份证号码、详细通讯地址及邮政编码等信息，并注明：本作品为其本人独立创作的原创作品，所提供作者相关信息真实有效。

活动奖励：一等奖8名，奖金各5000元(税前)；二等奖15名，奖金各3000元(税前)；三等奖30名，奖金各1000元(税前)；优秀奖若

千名，颁发荣誉证书。获奖者的个人所得税由主办方代扣代缴。

详细活动要求，可扫描二维码了解。

