编者的话：为贯彻落实习近平总书记关于统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展、“冰天雪地也是金山银山”的重要批示指示精神，根据冬季旅游的规律和特点，为推动冰雪旅游发展，带动“三亿人参与冰雪运动”，进一步繁荣和建设国内冬季冰雪旅游大市场，助力扩大内需战略，文化和旅游部、国家体育总局、北京冬奥组委决定共同开展全国冰雪旅游宣传推广活动。

据中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告（2020）》，2018-2019冰雪季我国冰雪旅游人数为2.24亿人次，冰雪旅游收入约为3860亿元，同比分别增长13.7%和17.1%，冰雪旅游维持快速增长势头。今年，为进一步推动冰雪运动、冰雪旅游等发展，活跃国内冬季体育旅游消费市场，黑龙江、吉林等冰雪资源富足的省份进行了多番尝试。

吉林：多措并举迎雪季

□ 刘冬雪 本报记者 刘玉萍

近期，随着气温持续下降，吉林北大湖滑雪度假区、万科松花湖度假区等滑雪场内，多家造雪机开始人工造雪铺设雪道，吹响了吉林“新雪季”的号角。

为全面贯彻“绿水青山就是金山银山”“冰天雪地也是金山银山”的发展理念，“冰雪之乡”吉林五年来大力发展寒地冰雪经济，积极做好冰雪文章，充分发挥冰雪资源优势，持续提升冰雪产业规模和质量，让冰雪“冷资源”成为“白雪换白银”的“热产业”。

新雪季即将来临，为营造一批具有吸引力的、高水平的冰雪旅游品牌，最大限度突显资源优势，吉林省各旅游景区紧密筹备，创新产品，优化服务，升级游客体验，努力提升冰雪旅游品质，挖掘市场潜力。

迭代产品 丰富旅游新内涵

连日来，长春天定山旅游度假小镇一片繁忙景象。为迎接新雪季，带给游客更好的度假体验，度假区对冬季运营的冰雪项目长春冰雪新世界、天定山滑雪场、天定山民宿和智成有机农业进行了改造和升级。

长春天定山旅游度假小镇开发有限公司运营副总经理王文瑜表示，长春的冰雪大世界在2020雪季全面升级为长春冰雪新世界，将以更大、更新、更美、更奇的姿态与广大游客见面，总占地面积138万平方米，相比去年增加了30万平方米，并且计划总用冰量18万立方米、用雪量20万立方米打造冰雕和雪雕。

为打造吉林省冬季旅游新亮点，为冬季旅游增加新元素，今年新雪季期间，长春天定山旅游度假小镇与网易公司合作，在冰雪大世界中打造占地6.45万平方米的梦幻西游手游主题区，邀请国内知名冰雕大师精雕细琢，倾力打造“梦幻西游”冰雕群组，100%还原“梦幻西游”的游戏场景，用冰雪呈现美轮美奂的虚拟世界，为游戏爱好者、西游粉丝带来一场超乎想象的视觉盛宴。同时，为满足不同年龄段的游客需求，天定山旅游度假小镇还重新规划设计，注入了新元素，规划建设冰雪迎新、圆梦冬奥、承平盛世、古韵东方、冰雪情缘等十大主题区。

与长春冰雪新世界仅一街之隔的天定山滑雪场是滑雪初学者和儿童滑雪的乐园。滑雪场内都是初中级雪道，垂直落差小，加之配备专业的教练，对初学者来讲既安全又容易入门。由于滑雪场地势相对较高，夜场向下滑时还能俯瞰长春冰雪新世界的灯光，为滑雪增添了别样乐趣。此外，为响应“3亿人上冰雪”的号召，今年该雪场还将开展研学游活动。

作为天定山度假区冬季主力配套设施，天定山民宿外在充满东北民俗特色，内在提供轻奢服务。长春市天定山旅游度假小镇开发有限公司运营副总经理王文瑜介绍：“民宿是今年新开发建设的，分为雪里屯、劝农屯、涌泉屯、靠山屯和古油坊，每个都是独门独院，将为游客营造出东北过大年的欢乐氛围。”

与此同时，天定山度假区还建造了92座人工温室大棚。2万平方米的全智能化玻璃温室内种植了80余种瓜果蔬菜，可在一年四季根据时令为游客提供果蔬采摘体验项目，让游客感受冬日里的勃勃生机。

优化服务 聚焦冬日新体验

近年来，随着游客的旅游方式和体验需求发生变化，旅游景区也在不断打造升级，跟进游客需求。今年新雪季，长白山国际度假区对现有旅游产品进行了全面的提档升级。

长白山国际度假区滑雪场于11月14日正式开板，今年新雪季将延长至2021年4月6日，比以往时间更长。

长白山国际度假区销售总监赵洪茂介绍，长白山国际度假区主打“冰雪度假+山地运动”，“度假区的产品包括滑雪、娱雪、嬉雪3方面，几乎覆盖所有度假群体，同时配备温泉、购物等设施，集吃、住、行、游、娱、购于一体。”他介绍，今年长白山国际度假滑雪场在原有初、中、高级雪道的基础上，增加了多个冰雪项目。其中一条是今年开通的最长雪道，全长3公里，平均坡度仅为8°，初级滑雪者就可以直接从山顶滑下。这条雪道从山顶沿盘山公路而下，岔口众多，四通八达，在这条雪道上即可远眺长白山林海全貌，全程美景相随。此外，新增了一些适合中级滑雪发烧友体验的初级、进阶地形公园和20多场面向大众开放报名的滑雪赛事。作为2022年北京冬奥会大跳台、坡面障碍和U型场地训练基地，国家和各省运动队的进驻则让游客在索道上也能观赏到高水平的训练，一饱眼福。

游客在吉林松花湖滑雪场滑雪 本报记者 陈晨 摄

在产品升级的同时，度假区也在服务方面下功夫，力求全方位提升游客体验。例如，新开设了假日酒店滑雪屋，可使雪具室外寄存更便捷，单板、雪鞋选择更加多样，还增加了协助穿脱雪鞋、帮拿雪板，协助办理雪卡等服务。本雪季度假区员工餐厅也将对外开放，餐厅内还增加了物美价廉、优质可口的茶饮、牛肉汤饭、简餐。

今年新增长白山国际度假区往返于长春、通化、延吉、沈阳、哈尔滨等城市的直通车，将辐射东北三省，往返度假区的交通将更加便利。赵洪茂说：“为方便游客出行，所有落地长白山的航班都已有免费的穿梭巴士，而且今年又开通了到长春龙嘉机场和长春市内的穿梭巴士，滑雪更方便了。”

优惠不断 推出营销新模式

在北大湖滑雪度假区，百余台“炮筒”形状的造雪机发出隆隆的机器声，雪道渐渐被铺满。

北大湖滑雪度假区市场总监闫帅表示，新雪季的造雪工作从10月28日开始，每天24小时全天候造雪，11月14日开业当日，7条雪道已经全部开放。今年度假区还新建了3条缆车，其中2条将于近期投入使用。至此，度假区将拥有7条高山缆车，成为全国缆车数量最多的滑雪场。

为了做好充足的准备迎接新雪季，北大湖滑雪度假区还预备了多重雪季福利，例如推出儿童卡、青少年卡、全季卡、亲子卡、情侣卡多种爆款雪季卡，并且以超低的价格，让更多游客体验滑雪的乐趣，畅滑整个冬季。据介绍，新雪季期间，北大湖滑雪度假区还将开展冲刺2022挑战赛，吸引游客参与，丰富滑雪内容，升级冰雪体验。

据了解，北大湖滑雪度假区与亚布力阳光滑雪场、万龙度假天堂、新疆丝绸之路国际度假区、可可托海国际滑雪场、将军山滑雪场及陕西鳌山滑雪场强强联手，成立了滑雪度假联盟。今年，该联盟将面向全国雪友推出多种优惠活动，如2020—2021雪季通滑卡，一卡通滑的便利化服务将让游客充分感受“纵享滑雪自由”的畅爽体验。

黑龙江：冰雪游迎来开门红

□ 赵祎多

今年“双十一”，黑龙江迎来了一场冰雪主题“购物狂欢”。据携程公布的数据显示，“双十一”期间，黑龙江目的地搜索量暴增，冰雪类商品预订同比上涨超一倍。为迎接红火的冬季旅游市场，黑龙江各大雪场、滑雪度假区纷纷提前准备，多举措满足游客的滑雪需求。

把握冬季市场

根据携程公布的数据，“双十一”期间，携程平台黑龙江目的地搜索热度大涨370%，黑龙江冰雪类商品预订同比上涨135%，哈尔滨成为黑龙江旅游最热门的目的地，北方森林公园、哈尔滨融创乐园、哈尔滨极地馆入围最热门景区三甲。

线上成“网红”，线下客满盈，是黑龙江今冬旅游最真实的写照。

“南方游客对黑龙江冰雪旅游的热情非常高，进入10月份，各大冰雪主题景区、滑雪场的订单就直线上升。”哈尔滨帽儿山滑雪场负责人欣喜地表示今年雪季“不愁卖”。

进入11月以来，中国雪乡国家森林公园南方游客数量渐长，几乎每天都有多个南方旅游团慕名前来，不少广东、深圳的游客听说11月初雪乡下了大雪，积雪厚达30厘米，便专程组团来“看雪”，提早感受冬日氛围。

黑龙江冰雪游迎来“开门红”，既是当地文化和旅游部门先期部署、妥善引导，全省各地景区、旅行社等文化和旅游企业抱团取暖努力的成果，也是当下市场需求和游客喜好发生变化的最直接体现。

10月末，黑龙江省文化和旅游厅以“冰雪之冠·童话龙江”为主题，策划推出15个冰雪旅游必到必游景点，十大冰雪主题玩法，“一城四线”5条冰雪旅游线路以及十大冬季旅游节庆活动。

由哈尔滨冰雪大世界、太阳岛雪博会、亚布力滑雪旅游度假区、中国雪乡国家森林公园、伏尔加庄园、哈尔滨极地馆、哈尔滨融创乐园、哈尔滨江山国际旅行社等8家旅游企业组成的黑龙江冰雪之冠旅游联盟，积极与哈尔滨市文化广电和旅游局、哈尔滨文化旅游集团、牡丹江镜泊湖旅游集团、漠河市旅游局、东北虎林园、南航黑龙江分公司等政府部门、旅游企业对接，共谋2020年冰雪旅游季发展。9月14日至10月20日期间，黑龙江冰雪之冠旅游联盟分赴成都、重庆、昆明、西安、惠州、南京、长春、沈阳等8座客源地城市，展现联盟成员景区风采，重点推介“哈尔滨—亚布力—雪乡”等3条黑龙江省冬季精品旅游线路，累计对接旅行社1200余家，合作媒体150余家，对市场进行精准对接，取得了良好的推介、宣传效果。

升级旅游体验

黑龙江四季分明，幅员辽阔，发展冰雪旅游优势明显，被誉为“冰雪之冠”，以冰雪项目类型丰富、冰雪产品体验优质闻名四方，一直以来勇立冰雪旅游市场潮头。

“冰雪之冠”上最耀眼的明珠——哈尔滨冰雪大世界已走过21个年头，现已成为享誉世界的顶级冰雪乐园。11月初，第二十二届哈尔滨冰雪大世界园区以“冰雪共融 欢乐同行”为主题，推出全新规划设计方案，用冰雕艺术展示俄罗斯莫斯科驿站、希腊雅典剧场等17国经典建筑，传递各国人文风情，展现高超的冰雕艺术。同时，园区还将以独特的灯效、科技手段，打造美轮美奂的视觉盛宴和“冰火两重天”的新奇体验；举办跨年夜冰雪电音节、国际冰雕比赛，推出互动冰雪娱乐项目等，为游客打造一个梦幻奇趣的冰雪世界，展开一场瑰丽奇幻的“冰雪奇缘”。

雪乡 本报记者 陈晨 摄

天下几处雪，唯有这座山——被誉为“中国的达沃斯小镇”的亚布力，在新雪季也开启了新体验。亚布力滑雪旅游度假区在原有成果基础上统一闸机及计费系统，为游客提供更便捷的“一卡在手、畅滑三山”的游玩体验；铺设新的高品质魔毯，打通连接道让三山畅滑体验更舒适，游客选择更加丰富；开通新一季“亚布力雪国列车”，为全国首个冰雪主题旅游专列加入了沉浸式互动演绎和“不插电”音乐节元素，打造“可移动的冰雪主题文化秀”。

做大做强营销

根据据携程网发布的黑龙江旅游用户画像，90后和80后是黑龙江旅游的主力军，偏爱选择以自然风光、户外活动或者休闲娱乐为主的亲子游产品。为满足这一群体的消费偏好，黑龙江冰雪游市场供给侧改革亮点频现。

11月15日，黑龙江省文化和旅游厅通过官方微博启动“直播龙江”系列活动，首站走进哈尔滨极地馆，与海狮、海象等极地动物“亲密互动”，欣赏萌趣的极地动物表演秀，直播期间发放黑龙江旅游吉祥物爽爽虎玩偶、哈尔滨极地馆门票以及哈尔滨极地馆原创文创产品等奖品，有效激发网友直播互动积极性。接下来，“直播龙江”系列活动还将走进全省重点文旅景区，展现龙江冰雪童话美景的不同侧面。

据悉，黑龙江各地还相继推出旅游惠民“大礼包”。哈尔滨市政府在携程旅行网和阿里飞猪旅行上推出“哈尔滨惠游全网通”文旅惠民活动，累计发放4800万元文旅消费补贴，游客领券可享受酒店住宿、景区门票、旅游线路等满减权益，享受史上最高的政府补贴。哈尔滨冰雪大世界今年冬季将实行票价3.5折的优惠，折后价为100元，所有游客均可享受该优惠。

景事评说

以持续创新推动景区冰雪旅游高质量发展

□ 吴丽云 常梦倩

近日，全国旅游上市企业三季度业绩成绩单相继发布，其中17家旅游景区类企业公布了季报。西安旅游、九华旅游、宋城演艺、天目湖、华侨城A和丽江股份等几家企业前三季度净利润已全面转正。在疫情常态化背景下，部分旅游景区净利润的转负为正，让景区界看到了行业全面恢复发展的良好形势，但对于即将到来的第四季度，依然喜忧参半。受气候影响，冬季一向是国内旅游的淡季，如何能突破淡季魔咒，继续延续三季度正在转好的发展形势，是当下旅游景区面临的迫切问题。而以创新为核心，借冬奥背景和冰雪旅游需求大势，谋求冬季冰雪旅游发展的新突破，是旅游景区值得探索的方向。

从1962年松花湖滑雪场建成，1963年哈尔滨兆麟公园冰灯游园会开启，到冰雪旅游综合体的出现和景区数字冰雪活动的开展，旅游景区冰雪内容历经升级，早已成为景区冬季旅游发展的重要方向。从市场消费需求看，2018年至2019年冰雪季，中国冰雪旅游人数已达2.24亿人次，增长13.7%，国内冰雪旅游需求非常旺盛。

与此同时，景区冰雪旅游在发展中仍然存在诸多问题，制约着景区冰雪旅游的提质发展，进而抑制了景区冬季冰雪旅游需求的充分释放：过于依赖资源和气候条件，导致室内冰雪旅游产品相对不足；缺乏四季型产品开发，滑雪场一年只运营三四个月，造成景区资源不能充分利用；冰雪旅游产品供给相对单一，综合性、度假性、高参与性的冰雪旅游项目相对稀缺，国内只有约3%的滑雪场具有滑雪旅游度假胜地的功能；冰雪旅游产品的品牌形象不够突出，产品同质化竞争严重。

如何进一步破解当前旅游景区冰雪旅游发展中存在的问题，推动冰雪旅游步入高质量发展的新阶段，进一步释放游客冬游需求？笔者认为，旅游景区应根据市场消费需求的变化，在业态、文化、科技和营销等四个方面加强创新，为旅游景区冰雪旅游注入新的活力。

以业态创新丰富景区冰雪旅游供给体系。携程发布的《中秋国庆假期旅游大数据报告》显示，2020年国庆长假期间，90后、00后旅游者占比超过60%。另据《2019中国冰雪旅游消费大数据报告》，冰雪旅游者对于景区当地特色的民俗、美食、文艺和生活体验有强烈需求，喜爱体验冰雪项目和民俗活动的游客比例达64%。在年轻人占绝对主体的旅游市场上，多类别的、体验性、参与性、休闲性、度假性冰雪旅游产品的开发和提供已成为旅游景区创新发展所面临的迫切问题。景区可结合所在地资源条件，探索多业态融合模式，以丰富并完善冰雪旅游产品体系。深化“冰雪+文化”“冰雪+体育”“冰雪+度假”“冰雪+赛事”“冰雪+温泉”等，打造冰雪文化体验、冰雪休闲度假、冰雪体育赛事、冰雪养生温泉等多类型产品，为游客提供更具品质的冰雪旅游产品。此外，要打造四季化旅游产品，增强冰雪旅游景区的可持续发展能力和竞争力。以冰雪为主导的景区、滑雪场可以结合已有资源和四季特征，开发适合不同季节的旅游产品内容，提升景区的吸引力和竞争力。瑞士达沃斯的很多雪场会在春夏秋三季开展山地自行车、越野、户外拓展、露营、徒步等各种户外活动，打造四季运营的雪场。国内的亚布力地中海俱乐部度假村，也着力打出夏季避暑招牌，通过开发“活力山林”、“小小探索家夏令营”，以及户外骑行，徒步等内容丰富夏季内容，不断探索全季运营模式。

以文化创新提升旅游景区的吸引力。旅游景区在运营中，也需要通过文化创新方式，深度挖掘景区文化内涵，不断开发具有本地特色、独创性的冰雪文化旅游产品，提升景区在冰雪旅游方面的竞争力。如喀纳斯不仅开发了神秘民族图瓦人的民俗之旅，恢复了图瓦人的毛皮滑雪传统，用毛皮滑雪板让游客体验的滑雪方式；此外，还设计了跳雪体验、泼雪狂欢、古老毛皮雪板制作等项目，让游客可以获得与众不同的冰雪体验。将冰雪与游戏相结合，开发冰雪旅游产品和冰雪文创产品，也是部分景区正在以文化创意不断开拓的方向。哈尔滨冰雪大世界与《王者荣耀》合作，用冰雪重现王者峡谷地图与人气英雄，以游戏IP与传统冰雪艺术相结合，在跨界融合的同时，也为游客和游戏爱好者们提供了独一无二的冰雪游戏体验。

以数字创新提升游客冰雪旅游体验。刚刚发布的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中，明确提出要打造数字中国，推进数字产业化和产业数字化。数字旅游正成为景区发展的新蓝海。旅游景区利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、全息技术等现代数字技术，与冰雪内容相结合，创造出全新的数字冰雪体验产品，为游客奉献了高品质的冰雪旅游体验产品。湖南石牛寨旅游景区打造了VR奇幻冰雪节，用VR技术、7D特效设备为游客营造出了高沉浸感的虚拟冰雪体验。北奥集团等多个企业联合打造的“VR冰雪科技体验馆”，依托VR技术，打造了VR冰雪赛场、VR勇闯雪山、VR自由滑雪、VR飞雪过山车、VR极限滑雪等深度体验型冰雪旅游产品，让数字技术更好地为游客的体验服务，极大地提高了游客的冰雪体验度和参与度。同时，景区利用数字技术建立全流程、高质量的服务链，通过完善网络预约平台、智能导览、智慧讲解等数字内容不断优化游客的景区体验。

以营销创新提升景区冰雪旅游关注度。游客群体的年轻化要求景区必须要及时调整营销策略，以年轻人更乐于利用的媒体方式将有效信息传递给目标顾客。抖音、微信、微博等新媒体营销方式正成为旅游景区冰雪旅游营销创新的重要方向。郑州银基冰雪世界通过发起“旅行中发现美”等话题，用户以“粉色梦幻城堡飘雪”为主题，拍摄抖音视频，并定位景区，引发点赞量高的视频作者可免费获得门票、温泉、住宿等各种奖励。借助抖音传播平台，景区不仅快速跃升为当地的网红打卡地，景区内的人均餐饮和商品消费额也提升了20%。同时，邀请新媒体平台达人、旅游关键意见领袖（KOL）等团队到景区体验冰雪之旅，借他们的直播或小视频宣传景区，打造景区自有抖音、微信公号、微博号等也是景区利用新媒体营销的重要方式。

通过业态、产品、内容、营销多维度的持续创新，不断开拓景区冬季冰雪旅游新领域，旅游景区的冬季淡季魔咒或可打破。

（作者单位：北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院）

新疆丝绸之路国际度假区雪道开放

本报讯（王思超）近日，新疆乌鲁木齐丝绸之路国际度假区宣布开放雪道，乌鲁木齐今冬冰雪旅游大幕随之开启。

当日，距离乌鲁木齐市区30多公里的丝绸之路国际度假区迎来了今年雪季的首批滑雪爱好者。“受新冠肺炎疫情影响，今年春节假期没能滑雪。这次是今年入冬以来的‘第一滑’，感到十分的兴奋。”本地滑雪爱好者罗世浩表示。

“今年11月，乌鲁木齐气温较往年偏高，但丝绸之路国际度假区凭借先进的造雪设备在临界值进行了造雪，达到了滑雪标准。目前我们开放了5号索道初级、中级、高级雪道和滑雪圈项目。除了冰雪旅游项目，度假区还将开展群山观光项目，满足游客多元旅游需求。”丝绸之路国际度假区副总经理黄河表示。

乌鲁木齐市文化和旅游局副局长冯霞说：“今年冬季，乌鲁木齐将举办丝绸之路冰雪风情节暨冰雪童话音乐节、2020乌鲁木齐冰雪马拉松、冰雪进校园三个重要的冰雪盛会以及66项冰雪旅游系列活动，希望通过这些活动的举办进一步扩大新疆冰雪旅游的知名度。”