

南客北上 旅企开启雪季宠客模式

一年一度的冰雪旅游季已经开启,多家OTA平台及旅行社的预订数据显示,前往东北地区开展冰雪旅游的用户中,南方游客占比接近80%。南客北上的消费需求有何变化?旅行社如何宠客?本报记者进行了采访。

目的地接团忙

哈尔滨让游客常来常新

□ 本报记者 张 宇

截至目前,多家旅游平台的预订数据显示,这个冰雪季,哈尔滨的热度仍然“一马当先”。近一周,在携程平台上,哈尔滨持续霸榜冰雪旅游搜索热度第一名。从途牛预订数据来看,本周“哈尔滨”搜索热度位列站内搜索热度首位,搜索量环比上周上涨55%。马蜂窝数据显示,哈尔滨冰雪大世界近一周热度环比上涨150%。

“从我们的咨询和预订情况来看,同比有一倍的增长。”哈尔滨青年国际旅行社总经理辛宇杰告诉记者,“黑龙江旅游从业者对于冰雪季的期待值很高,各地很早就开始软硬件提升改造工作,从哈尔滨到亚布力,从雪乡到二浪河,酒店、雪场、玩乐设施都在更新。”

热度升高之下,哈尔滨冰雪旅游市场呈现哪些特点?面对即将到来的客流高峰,从业者是否做好准备?

有业者观察到,从去年开始,游客的出游需求就出现了新变化,这一变化在今年更为明显。“品质化、深度体验型产品尤其受欢迎,小团队、私家团、定制游团队越来越多。”有业者分析,“游客希望在赏冰玩雪的同时能够深度体验在地文化,能为他们提供情绪价值,体验式、互动式、沉浸式的产品最受欢迎。”

哈尔滨导游任超也感到了这一变化,“定制游、小包团越来越多,游客更喜欢能融入当地生活的体验项目,他们想要深度了解哈尔滨的文化和历史。”

针对这一变化,哈尔滨旅行社业者在产品上做了更多调整,以满足游客多元化的需求。

“2025年第九届亚洲冬季运动会将在哈尔滨举办,旅行社要抓住这一机遇,结合哈尔滨的特色资源,开发具有吸引力的旅游产品,为游客提供难忘的旅游体验。”春秋旅游哈尔滨分社总经理项秀丽告诉记者,“我们推出了以亚冬会为主题的旅游线路,包含丰富的活动体验,如滑雪、滑冰、冰壶、冰雪雕刻DIY以及行程中观看比赛等,让游客在游玩过程中积极参与,沉浸式感受亚冬会的魅力。”

辛宇杰观察到,为了给游客提供更新鲜的体验,业者加强了和周边各地市县的联动。“拿我们的产品为例,原来主要是围

绕哈尔滨、亚布力和雪乡做线路,现在将范围拓展到了牡丹江、镜泊湖等区域,这样联动的方式既能让游客有新鲜感,感受到常来常新,也能将哈尔滨的热度输送到全省,带动黑龙江冰雪旅游发展。”

采访中,业者也提到,在产品创新方面,冰雪资源与在地文化、体育运动的充分融合是一个重要的方向。

在项秀丽看来,欣赏雪景与体验文化相辅相成。滑雪、漂流等冰雪运动的火热也为冰雪旅游消费注入了新动能。冰雪旅游,不仅要带领游客体验当地冰雪资源,还要让游客深入感受当地文化、民俗,融入当地人的生活。

“旅游和当地生活融合得好的目的地一般会很火。旅游资源和文化融合、和当地生活融合是一种趋势。”辛宇杰介绍,“哈尔滨是一座具有多元文化的城市,传统文化特色包括花棉袄、冻梨、大秧歌、泡澡文化等,哈尔滨还是一座极具欧陆风情的城市,中西文化交融之地。此外,周边的市县,例如牡丹江、伊春、抚远,都有自己的特色,如何更好地与冰雪旅游融合是我们在尝试和思考的重点。”

黑龙江省交投峰悦资产经营有限公司总经理助理乔越告诉记者,今年他们主推镜泊湖冰雪新时代乐园。“这个项目为游客提供了赏冰乐雪的多元体验,冰雪主题乐园有40万平方米的陆地面积、70万平方米的水面面积。我们搭建了一个小型滑雪场,购入了100辆雪地摩托,还有很多冰雕、雪雕供游客欣赏,同时推出了特色冰钓、芬兰浴等项目,这一项目将冰雪体验、冰雪运动、冰雪观赏融合到一起,提升游客的体验度。”乔越透露,今年是冰雪主题乐园第三年运营,有了去年的喜人业绩,今年他们加大投入,在软硬件上进行了更新。

去年,哈尔滨的热情好客频频出圈,今年,哈尔滨继续在服务上下功夫。

雪地里,任超正趴在地上为游客拍照,这一幕被游客记录下来并转给旅行社提出表扬,这让任超开心了很久,觉得自己的付出得到了游客的回应。任超告诉记者,为了让客人体验更好一些,她专门学习了拍照和拍摄视频的技巧。“为游客拍照拍视频已经成为很多导游的必备技能。带团



游客体验滑雪 本报记者 陈晨 摄

结束后,我们会把行程中的精彩内容做成小视频发给游客,游客很喜欢。此外,我们坚持陪同游客走全程,为游客讲解、服务,与游客互动,给足游客情绪价值。”因为热情周到的服务,任超赢得了很多回头客。“去年接待的游客,玩得特别开心,吃得也好,玩得也好。今年他们还推荐了自己的朋友过来找我。”

在任超看来,哈尔滨能火与主管部门、旅游企业等从业者的共同努力密不可分。“哈尔滨文旅做了很多工作,让更多人知道了‘尔滨’,而哈尔滨人也拿出了全部热情。”任超说,“作为导游,我们更要全力以赴服务好游客,不能给城市抹黑,因为我们代表的不是一个个体,而是城市的窗口。”

如何让哈尔滨热度持续,业者也提出了自己的看法。“冰雪旅游体验度直接决定着游客对目的地的评价与后续‘自发’宣传的意愿。在充分对区域内冰雪资源进行评估的基础上,我们要不断提升、完善相应设施和服务,包括住宿、交通、餐饮等。面对可能到来的大客流,当地的接待、应急能力是否充足,需要多做准备、提前实践。”项秀丽表示。

“旅行社企业要有围绕个性化需求提供不同产品的能力,要积极主动地转变经营方式、方法、思维,提供的产品要更具深度,更符合年轻游客的需求。”辛宇杰说,“旅行社要知道游客喜欢什么,根据游客需求调整产品和服务。”

吉林冰雪旅游受青睐

□ 杨 浩 本报记者 刘玉萍

11月末,吉林省迎来了今年第一次大规模降雪,多个城市进入了一年中最美丽的冰雪季。今冬,除了设计看长白山天池、赏吉林雾凇、观赏干湖冬捕等传统经典产品以外,冰雪研学旅游市场也是吉林旅行社十分看重的。他们会在行程中加入搭雪屋、堆雪人、打雪仗、室外滑雪等体验性项目,让游客开启雪中娱乐模式。

12月2日,同程旅行发布了2024冬季旅游趋势报告。报告显示,11月以来,同程旅行平台冰雪旅游相关搜索热度环比增长超过3倍,黑龙江、吉林、新疆率先进入雪季。

“这次到吉林长白山,既赏了雪景,又体验了滑雪运动,好吃的好玩的也很多,这趟旅行我很满意。”11月末,在南京工作的赵女士第一次在吉林体验冰雪旅游后连连称赞,“产品性价比很高。”

11月以来,吉林冰雪旅游产品预订情况较去年同期有较大幅度增长。“游客对吉林冰雪旅游的期待,既有观光需求,也有度假、运动、特色美食品鉴等部分。”吉林省旅游协会旅行社分会会长崔源玉说,最受欢迎的是冰雪运动体验产品。

“虽然今年的第一场雪来得稍晚晚一些,但游客对吉林冰雪旅游的热情丝毫不减。目前,我们冰雪旅游产品预订人数约有1200人次,较去年同期有明显增长。”吉林省环球国际旅行社有限公司导游冯琳雅介绍,“为了满足来自不同地区的游客需求,我们还开发了融合冰雪运动、文化体验、休闲度假等元素的复合型旅游产品,推出了温泉康养、徒步、摄影、研学等不同主题的系列产品,让游客眼前一亮,让每位游客都能满意而归。”

今冬,吉林各地在充分利用优质冰雪旅游资源的基础上,把提高服务质量、提

升游客满意度放在首位,用满满的诚意和热情,赢得游客称赞。

“很多南方游客到吉林,最感兴趣的的就是和‘雪’亲密接触的冰雪体验项目。所以,在设计行程时,我们会选择具有吉林特色的沉浸式体验项目,例如,雪地摩托、狗拉雪橇、旅拍打卡、特色美食,让游客有不一样的感受。”吉林省青年商务国际旅行社有限公司副总经理李静洋说。

游客好不容易来了,吉林旅行社业者会把优质贴心的服务送到每位游客身边。出发前,游客会收到旅行社工作人员发来的信息,提醒游客穿好羽绒服、御寒衣物和防滑鞋。到达目的地,走进酒店客房,桌上是早已备好的伴手礼,手提袋里有吉林特产和暖贴,为游客带来家一般的温暖。

“服务品质影响着游客的旅行体验度,我们把细节融入整个行程,为游客准备保温水杯,餐后送上一盘切好的冻梨,从小处入手,让服务更加细致,让游客更加舒心、放松。”吉林省青年商务国际旅行社有限责任公司董事长由杰说。

11月下旬,吉林首届雾凇冰雪研学嘉年华活动举办。主办方请来了多个省市的研学头部企业40余家,开展了冰雪研学采风,组织了研学主题产品分享活动,发布了吉林冰雪研学旅游新产品,多家企业还签署了合作协议。

冰雪研学旅游市场是吉林旅行社开发的重点。采访中,多位业者表示,随着冰雪旅游市场火爆出圈,游客不仅需要冰雪旅游、冰雪运动带来的新鲜感,更希望了解冰雪文化。

虽然这个雪季刚开始,长春文化国际旅行社有限公司导游赵晏已经接待了不少来自南方的家庭亲子游客人。她说:“南方客人很喜欢冰雪研学旅游产品,通过旅游和冰雪文化的结合,孩子既能体验吉林冰雪旅游的魅力,又能学到知识。”

“现在的冰雪研学旅游,已经不再局限于中小學生,很多大学生甚至中老年人对此感兴趣。通过冰雪研学旅游产品,沉浸式感受吉林的民俗文化是很多游客希望的。”由杰说。



吉林雾凇 本报记者 陈晨 摄

客源地热情高

上海游客酷爱冰雪旅游

□ 本报记者 赵 垒

上周末,有网友在哈尔滨中央大街拍摄视频称,这里已经被南方游客占领了。

其实,从11月初开始,来自途牛等多家OTA的预订数据就显示,今冬计划前往东北地区开展冰雪旅游的用户中,南方游客占比接近80%。其中,上海游客排名第一。

上海游客酷爱冰雪旅游。来自上海航空国际旅行社(集团)有限公司、春秋旅游的预订数据印证了这一点。

“截至目前,我们的冰雪旅游产品预订量显著增长,上海游客对东北方向的‘冰雪运动+冰雪观光’跟团游产品兴趣浓厚。他们不仅预订了滑雪产品,还选择了冰雪观光、泡温泉等旅游行程。”哈尔滨一雪乡一长白山滑雪“哈尔滨一亚布力一雪乡”“长白山一延吉”等跟团游产品预订火爆。”上海航空国际旅行社(集团)有限公司运营总监何中皓说。

事实上,今年暑期时,春秋旅游就开始预售冰雪旅游产品,反响十分不错。第一轮预售开启2个小时,销售额突破100万元。第二轮预售不到2小时,销售额突破了1000万元。“预售速度与人次均创历史‘双高’,长白山、松花湖等地是上海滑雪爱好者的出游首选。”春秋旅游副总经理周卫红说。

去年冬季,春秋旅游成立了春秋滑雪俱乐部。眼下,俱乐部主理人闻艳正忙着为俱乐部成员定制一周年伴手礼。“接下来,我们将继续强化滑雪与社交的结合,在滑雪活动中加入更多社交内容,包括主题晚宴、新手公开课、雪季新品试滑等,和更多滑雪爱好者分享滑雪的快乐。”她说。

注重滑雪与社交的结合是近几年需求端的一个变化,在年轻游客身上表现得尤为明显。其实,闻艳自己就是一个例子。最初,滑雪爱好者闻艳只是和几个志同道合的同事相约去东北滑雪,而后,公司里更多年轻人加入,慢慢地,她们服务过的游客也加入了,形成了一个滑雪圈子。后来有成员提出,希望一年四季都组织一些活动。从那时起,闻艳她们开始认真地设计团队活动。直到去年,滑雪与社交活动结合的趋势愈发明显,春秋旅游就以这个团队为雏形,成立了春秋滑雪俱乐部。“俱乐部的工作我们是兼职做的,组织俱乐部活动时随身带着电脑,随时处理工作上的事情。”闻艳说,“对我们来说,滑雪不仅是一项运动,更是一种生活方式,能和志同道合的朋友一起驰骋雪场,心中有一种满足感。或许这就是冰雪旅游的魅力。和游客成为朋友,精准了解游客需求,让我们在设计冰雪旅游产品时少走了很多弯路。”



滑雪场上的小游客 本报记者 陈晨 摄

广州游客对北上很执着

□ 陈熠瑶

北方已大雪纷飞、银装素裹,南方仍是温暖如春、鲜花盛开时,如此反差总会激起南方游客对冰雪旅游的向往,尤其是广州游客,他们对于北上更是有着一种执着。

“经过去年北方城市对冬游的积极推广,广州游客对东北地区的热情显著提升。今年,东北旅游线路的报名时间较往年有所提前,自10月中旬起,已有游客咨询并报名,主要参与者为中老年群体、年轻人以及享有年假的年轻家庭,特别是有孩子的家庭。截至11月21日,东北旅游线路上架40天,报名人数占游客总数的32%。其中,低幼家庭群体占比接近65%。”广州康辉国际旅行社有限公司相关负责人郑紫桦介绍。

刚入冬,广州广之旅国际旅行社就与内蒙古呼伦贝尔市文化旅游广电局共同策划了“2024年歌游内蒙古‘粤’享大草原·广之旅呼伦贝尔冬游”项目,并组织了首发团。在6天行程中,首发团游客打卡了“中国冷极”根河,在呼伦贝尔大雪原体验了泼水成冰的乐趣,徒步“冰雪桦廊”赏雾凇,在敖鲁古雅部落寻找圣诞老人同款坐骑“驯鹿”,体验了冬日传统娱乐项目——雪地爬犁,还在根河西乌乞亚撮罗子营地,领略了鄂温克民族风情。丰富的体验项目让游客大呼“过瘾”。

80后游客邓女士是首发团的成员。她说:“与夏天水草丰茂相比,冰天雪地的内蒙古呼伦

贝尔大草原更加有韵味。虽然很冷,但我们受到了当地人的热情款待,心里热乎乎的。我们还到根河欣赏了歌舞表演,并获得了《中国冷极证书》,非常有趣。”

广之旅副总裁文爽介绍,呼伦贝尔冬游成为华南地区游客的“新宠”。“游客不仅能以更高性价比体验冰雪的乐趣,还能在旅途中感受当地淳朴的人文风情。冬日的内蒙古以更丰富、多元、地道的体验,吸引了众多南方游客。”

广东游客对于东北冰雪旅游更是情有独钟。广之旅导游小张刚刚结束了一个为期6天的东北旅游团。他说:“广东游客对于东北雪乡、长白山万达滑雪场印象深刻。我们在长白山万达滑雪场停留了3个小时,无论是年轻人、还是中老年游客,对于此次行程都非常满意。”

文爽观察到,相比中老年游客,年轻一代更加注重旅游品质,愿意为高品质、个性化的产品买单。“如品尝冻梨、铁锅炖,赶东北大集,体验澡堂文化等特色体验项目很受欢迎。”

郑紫桦认为,特色化旅游服务更符合老年游客的预期。她说:“我们为游客提供了无人机摄影和视频vlog拍摄服务,这是基于我们定期进行的客户反馈调查推出的。我们发现许多老年游客对这类增值服务兴趣浓厚。目前,融入了特色美食和温泉体验的冰雪旅游产品,更受他们的青睐。”