

# “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,东部的长白山雪,中部的雾凇挂,西部的冰湖腾鱼,一张张冰雪“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爱说,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狗头帽吸引来的,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。



「热雪」沸腾的思考。

(新华社发)

### “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,在索菲亚大教堂拍照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,发展旅游不宜搞大规模开发,要多考虑轻量化、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,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)

# 深圳欢乐谷「10·27」事故调查报告公布

新华社深圳1月8日电(记者孙飞)记者8日从深圳市人民政府了解到,日前,深圳市人民政府事故调查组公布调查报告,认定深圳欢乐谷“10·27”过山车碰撞事故是一起因企业安全主体责任落实不到位、事故设备维护不善等原因造成的一般特种设备责任事故。事故调查组对12名责任人员和相关责任单位提出了处理建议,其中3人建议移送司法机关处理。

2023年10月27日,深圳市南山区沙河街道欢乐谷景区内大型游乐设施“雪域雄鹰”弹射过山车发生碰撞事故,造成28人入院就诊,其中3人重伤、7人轻伤、11人轻微伤、7人未达轻微伤,直接经济损失397.50万元。

调查报告显示:过山车碰撞事故发生时,事故设备发射区的1号涡流制动板后螺栓已疲劳断裂,导致涡流制动板在抬升时产生较大横向偏移,与前进的1号车永磁体发生刮碰又进一步增大了偏移量。因1号车未能越过轨道最高点,在重力作用下倒溜,车体底部永磁体与1号涡流制动板发生碰撞,并陆续与其他涡流制动板刮碰,造成车体永磁体完全损毁,制动功能失效,1号车继续后退,与后方站台上的2号车发生碰撞,导致事故发生。

事故调查组综合分析认定,深圳华侨城欢乐谷旅游公司作为事故设备的运营使用单位,存在安全生产意识淡薄、主体责任落实不到位、隐患问题失察失管,放任设备“带病”运行、维修人员技能不足等问题。

深圳市润昌游乐文化集团有限公司作为事故设备的维护保养和修理工程统筹单位,存在出具严重失实自检报告、刻意隐瞒事实真相、维护保养责任落实不到位等问题。

其他涉及本次事故的责任单位还有中国特种设备检测研究院、大连锅炉压力容器检验检测研究院有限公司、欢乐谷文化旅游发展有限公司等。

事故调查组对12名责任人员和相关责任单位提出了处理建议。其中,移送司法机关处理人员3人。对在事故调查过程中发现的地方政府、有关部门及公职人员履职存在的问题,事故调查组已移交纪检监察部门按规定处理。

事故调查组认为,深圳欢乐谷“10·27”过山车碰撞事故暴露出相关生产经营单位主体责任落实不到位、安全管理不善、风险防控不力、事故信息上报不准确,相关政府部门隐患排查治理不严谨、信息发布不及时等问题。

针对上述问题,事故调查组提出了五个方面的事故防范和整改措施建议:一是要强化企业责任落实,提升设备本质安全;二是要深刻吸取事故教训,严格履行监管职责;三是要深入开展专项整治,彻底治理风险隐患;四要强化应急统筹协调,提升应急处置能力;五要广泛开展宣传教育,增强安全防范意识。

## 部署激励奖励工作



记者1月8日从国家卫生健康委获悉,国家卫生健康委、中央宣传部、全国总工会等六个部门近日联合印发《关于进一步做好无偿献血者激励奖励工作的通知》,要求各地有关单位提高无偿献血者的荣誉感和获得感,激励更多社会公众关心、参与无偿献血。(新华社发)

拉萨日报广告独家代理  
数字传媒  
互利双赢 携手合作  
共创美好未来  
广告热线:0891-6339945/6339818

点燃激情 飞扬梦想  
数字传媒  
诚聘 广告业务精英  
待遇:底薪+提成+“五险一金”  
熟悉拉萨广告市场,具有较强的沟通能力。  
应聘热线:1832838377(程女士)

遗失声明  
扎多(身份证:54010219790624151x)不慎,将西藏开源实业有限公司(诚意金:50000元,大写:伍万元整)专用收款收据(号码:6662856)丢失,声明作废。  
特此声明  
扎多  
2024年1月9日

公益福彩 情暖高原 西藏福彩  
中国福利彩票3D游戏 开奖公告  
第2024008期 开奖日期:2024年01月08日  
本期销售总额:916,744元  
中奖号码: 4 2 3  
中国福利彩票“七乐彩”开奖公告  
第2024004期  
一、本期投注总额为:5,824,364元  
二、中奖号码:  
基本号码: 01 05 06 07 08 21 23  
特别号码: 16  
三、中奖结果:  
四、奖池资金累计金额:0.00元  
西藏自治区福利彩票发行中心  
2024年01月08日

如果以上开奖数字有误请以福彩中心的原始开奖数据为准,本数据仅供参考,其中中奖号码以中国福利彩票发行管理中心正式公告为准