

“南方小土豆”带火的东北冰雪游

一个有品质、有温度、有善意的城市，才是游客所喜爱的旅游目的地

近期，“南方小土豆”带火东北冰雪游。从负面舆情发酵到人情味萦绕松花江畔，哈尔滨用一年的准备时间和政府、市民的“老铁”精神，打了一场翻身仗，并从年终持续到新年。从2023年的淄博到2024年的哈尔滨，服务型政府和真诚的待客之道这两个共同特点，是看起来容易做起来很难的密码：对其他城市来说，无论是政府、公共部门、商业机构，还是城市居民，提供一个有品质、有温度、有善意的城市，才是游客所喜爱的旅游目的地。



三封信里的人情味

看起来老套古板的写信形式和哈尔滨人“老铁”的性格，让这座城市从负面舆情迅速转变成正面典型，这不仅是对城市管理和市民精神文明程度的考验，更是哈尔滨不打无准备之仗的一场实地测验。

延伸阅读 东北冰雪旅游 注意事项

保暖 东北的冬季气温非常低，尤其是早晚温差大。因此，保暖是首要的任务。建议穿着宽松舒适的衣服，多层次穿着，便于随时增减衣物。同时，帽子、围巾、手套等保暖配件也是必不可少的。

防滑 冰雪路面容易打滑，行走时要特别小心。建议选择防滑雪地鞋，并垫上棉垫以增加保暖性和防滑性。在行走时，尽量保持小步行进，避免高抬脚和大步走。同时，双手不要插在衣袋里，以便在需要时保持平衡。

护肤 冰雪反射的紫外线对皮肤的伤害很大，因此需要做好防晒和护肤工作。建议涂抹防晒霜和保湿霜，以防止皮肤干燥和晒伤。同时，戴上太阳镜可以保护眼睛免受雪地反射的太阳光的刺激。

手机和相机的使用与保养

手机和相机的电池遇冷会降低效能，但恢复常温后会恢复正常。所以在外时要放在外衣里保温，使用时动作迅速一些，拍完后马上放回衣服里。

注意饮食 在寒冷的天气中，身体需要更多的热量来保持体温。因此，建议携带一些高热量的零食，如巧克力、牛肉干等，以随时补充能量。同时，要注意饮食卫生，避免食物中毒等食品安全问题。

听从导游安排

在景区游览时，要听从导游的安排和指示，不要擅自离队或到一些不清楚状况的区域拍照或玩耍，以免发生意外。



■2024年1月1日，游客在哈尔滨冰雪大世界园区内游玩。



溜溜有味和滨至如归后，下一个是谁

无论是政府、公共部门、商业机构，还是城市的居民，提供一个有品质、有温度、有善意的城市，才是游客所喜爱的旅游目的地。

偶然吗？哈尔滨规划了一年

即便是没有准备好的，哈尔滨官方派人随时盯着网络评论，并按照“小公主”们的意见，用最快的速度实现。

2025年2月，第9届亚冬会将在哈尔滨举行。据记者了解，在2023-2024哈尔滨冰雪旅游季规划里，哈尔滨冰雪大世界、太阳岛雪博会、哈尔滨松花江冰雪嘉年华、哈尔滨冰灯艺术游园会、中央大街等都进行了“演练”，共有百余项冰雪活动。

甚至为了吸引“南方”的北京人，哈尔滨开通了首趟冰雪主题航班。借亚冬会搞活哈尔滨旅游，可以用一年时间预热和打造IP，但一不小心的爆火，也检验了哈尔滨的准备情况。

黑龙江省文旅厅党组书记、厅长何晶说，哈尔滨爆火，其实不是偶然，他们已经做了一年的准备。

从2023年年初开始，他们就用互联网思维，运用所有的新媒体平台，多维度地宣传黑龙江，还邀请了文旅的头部博主为黑龙江冰雪旅游进行引流。

之后他们策划了很多高流量的IP，比如“逃学企鹅”“歌声里的黑龙江”等，用这些IP引爆黑龙江的旅游市场。何晶在接受采访时做了最朴实也是最有效的回答：游客需要什么，哈尔滨就上什么。

即便是没有准备好

的，哈尔滨官方派人随时盯着网络评论，并按照“小公主”们的意见，用最快的速度实现。

冻梨按照南方人的习惯切片摆盘让东三省觉得不可思议；企鹅、鸵鸟和鄂温克驯鹿都被拉出来展示东北文化；游客想在索菲亚教堂拍月亮，哈尔滨就用无人机将一轮直径5米的“人工月亮”悬挂到了40米的高空……

此前，哈尔滨甚至黑龙江旅游经常出现高价房、宰客等现象，旅游形象并不好。这次爆火，当地政府严格要求宾馆酒店珍惜机遇，不浮动价格、不盲目调整价格、不虚高标注价格。

市场监管、文旅、公安等部门也被要求加大对客房价格、食品安全、消防安全、社会治安、服务质量等方面的监管力度，坚决打击侵害旅游者合法权益的不法行为，全力维护广大游客的合法权益和哈尔滨市的良好形象。

在维护哈尔滨形象上，官方和让哈尔滨市民达到了高度统一。开劳斯莱斯的大哥免费接送南宁11个“小砂糖橘”，给南方“小土豆”特制甜豆腐脑，大碴子味儿切换成全员夹子音……如此“讨好型市格”的哈尔滨，让不少本地人直呼游客地位那是相当高：“尔滨，你让我感到陌生”。

“上半年有溜有味，下半年滨至如归”。网友的这句评论，完美概括了2023年最火的两个城市，山东的淄博和黑龙江的哈尔滨。这两城市火的背后有一个共同点：服务型政府思维和真诚的待客之道。

从三封信到盯着评论改进旅游设施、提升服务，从开放道路停车到开通烧烤专列，淄博和哈尔滨的政府部门在这两波爆火中得到了游客和市民的认可，也展现了服务型政府的典型角色——以市场为决定性的资源配置方式，针对游客需要解决的难题，提供治安、交通、环保、宣传等公共服务。

现阶段，旅游的意义已经发生了本质改变。游客更关注那些有温度、有品质、有善意的旅游目的地，更多关注景观之上的美好生活。当游客到了一个地方不用担心司机绕路、商家坑人等事件，可以更放心地享受自己的个性化行程，进行性价比最高的消费。

在中国旅游研究院院长戴斌看来，人间烟火气，最抚凡人心，从淄博一直到哈尔滨，都体现了如今旅游目的地建设的内在逻辑规律，那就是为广大游客提供有品质的生活、有温度的服务和更多的善意。

淄博和哈尔滨都做到了这一点，那其他城市是否可以复制粘贴？

山东大学经济学院教授、文化和旅游研究中心主任王晨光表示，保持文旅业稳定发展，让流量不再

是昙花一现，而是“留量”，需要精准定位目标市场，提供多元化服务和体验，增加游客的参与感和体验感，从而引导更多的消费行为，提升转化率，形成品牌效应。

戴斌接受央视采访时表示，旅游城市目的地形象的建构与推广，涉及到交通基础设施、公共服务完善，投资市场主体的培育，以及政府对旅游市场治理水平和治理能力的现代化，这些方面构成了整个旅游目的地接待环境的全部。

对其他城市来说，从旅游城市旅游目的地形象的塑造上，都要为游客提供可触可感的项目。无论是政府、公共部门、商业机构，还是城市的居民，提供一个有品质、有温度、有善意的城市，才是游客所喜爱的旅游目的地。

(综合新华社、南方都市报、齐鲁壹点)

跟淄博不同，哈尔滨爆火的开局并不“正面”。

2023年12月18日，运营首日的哈尔滨冰雪大世界开园。当日，哈尔滨气温突破零下二十度，许多游客为了体验“大滑梯”项目在严寒中排队四五个小时，部分游客因没玩成情绪失控，高喊退票。

“冰雪大世界游客高喊退票”的词条冲上抖音和微博热搜。

当所有人以为哈尔滨这下子要“翻车”时，冰雪大世界官方在24小时内表示致歉、整改、退票，如此迅速的行动和应对让围观网友感受到了哈尔滨的诚意。

紧接着，哈尔滨发布《致哈尔滨全市人民的一封信》，号召市民让路、让景、让利给远道而来的朋友。这封信看起来很常规的冬季旅游提醒，在这个节点无心插柳地将游客对冰城的好感拉到了新高度。

哈尔滨的旅游向来是冬季最火，中央大街附近商店里物美价廉的商品，一度在网络备受推崇。但紧接着游客吐槽一盘锅包肉卖68元的“负面舆情”，再次让哈尔滨经受了考验。

“谁敢给我们城市抹黑，我们就让他们关门！”可能官方还没想好怎么应对，哈尔滨人已经用自身行动扭转了舆情走向。

随着哈尔滨人主动追查店铺，在网络平台四处道歉，并倒逼店主主动联系游客道歉赔偿888元后，这股子浓浓的人情味，让哈尔滨彻底收服了人心。

2023年12月25日，哈尔滨市委宣传部、哈尔滨精神文明办公室、哈尔滨广电和旅游局联合发布“遇见冰雪遇见暖，不负美景不负情”的一封信，号召哈尔滨人“传递城市温度”“守护城市荣誉”“做好城市形象代言人”。

不管是官方还是市民，在出现问题后，他们都拿出了自己的诚意，也用这份诚意，换来了更多游客的真心。

2024年1月1日，黑龙江省旅游工作联席会议办公室发布了一封“感谢信”，感谢游客的奔赴和热心建议、宣传，表态以游客为中心，要当好“东道主”。值得一提的是，这封信里有“澡堂”“小公主”等接地气的词汇，也有“人人都是服务员”的表态，掏心掏肺掏家底，彻底打消了游客的顾虑。

“免费接送外地游客”“一周不去澡堂子让位南泥北调”“把游客接回家里款待”“全网直播小冰糖橘研学”……当这些好玩好心成为网络主流，哈尔滨的旅游数据自然可观：

元旦期间，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，游客接待量和旅游总收入全面赶超2019年，达到历史峰值。

■2023年12月31日，游客在哈尔滨冰雪大世界园区内游玩、拍照。新华社发

佛山市南海国有资产流转服务有限公司公告(物业招租)

受委托，我公司定于2024年1月19日(具体时间详见网站)举行南海区国有物业招租竞价交易会，拟公开招租44个物业。如需了解更多详细信息，敬请扫码进入微信公众号nhgzlzc或登录佛山市公共资源交易中心南海分中心网站(http://www.nanhai.gov.cn/fsnhq/bmdh/sydw/ggzjyzzx/jyxx/)查询。佛山市南海国有资产流转服务有限公司 2024年1月5日

