

“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。

冬季旅游“热雪”沸腾

松花江上兴起的热气球，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。

推陈出新的“花活”，细致入微的服务，加上当地人的热情……如今的哈尔滨到处都是活力满满、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，东部的长白山粉雪，中部的雾凇树挂，西部的冰湖腾鱼，一张张冰雪“金名片”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雯说，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。

“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，在索菲亚大教堂旅拍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，一站式冰雪旅游景点较为发达，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



■“冰城”哈尔滨：“冰雪城堡庄园”引游人。
新华社记者 王建威 摄

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服务质量。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，发展旅游不适宜搞大规模开发，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，也要注重人才培养，吸引更多人才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)

六部门部署 无偿献血者激励奖励工作

新华社北京1月8日电(记者李恒)记者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。

通知要求，认真落实献血法，做好无偿献血表彰奖励工作，鼓励积极探索完善无偿献血者激励措施。加快推动“三免”政策落地实施，让荣获无偿献血奉献奖、无偿献血造血干细胞奖的献血者，可按照当地政策享受免费乘坐公共交通工具、免费游览政府投资主办的公园和免交公立医院普通门诊诊察费。

通知鼓励实现献血者“血费减免一次都不跑”。继续推进无偿献血者及亲属出院时直接减免用血费用工作，实现用血医院全覆盖，优化服务流程，让信息多跑路、献血者少跑路。鼓励无偿献血者及其亲属优先

用血，在保障危重症和孕产妇等重点人群用血前提下，非急诊患者同等医疗状况下无偿献血者及其亲属优先用血。

根据通知，相关部门未来持续提升无偿献血服务质量和宣传效果，推进“互联网+无偿献血”服务模式，为献血者提供个性化、精细化服务。各地要因地制宜制定无偿献血者优待政策，持之以恒做好无偿献血者激励工作。

据介绍，自1998年施行献血法以来，我国全面建立自愿无偿献血制度，形成政府领导、全社会广泛参与的无偿献血工作格局。25年来，广大无偿献血者无私奉献、踊跃捐献血液，我国无偿献血量和献血人次持续增长，实现临床用血全部来自公民无偿献血。

世界卫生组织发布的2021年全球血液安全和可获得性现状报告显示，我国无偿献血总量、血液质量安全水平和临床用血合理水平等方面位居全球前列。

今年春运民航客运量 将达8000万人次

新华社北京1月8日电(记者叶昊鸣 王聿昊)记者8日从中国民航局获悉，2024年春运期间民航旅客运输量将达到8000万人次，日均200万人次，较2019年春运增长9.8%，较2023年春运增长44.9%。

“2024年春运将从1月26日开始，3月5日结束，共计40天。”在当日举行的民航局例行新闻发布会上，民航局运输司司长梁楠介绍，今年春运期间，旅客量峰值预计出现在2月8日(腊月二十九)、2月16日(正月初七)、2月20日(正月十一)和2月25日(正月十六)。

梁楠说，从国内市场看，民航旅客总体流向为错峰放假开学、返乡返岗、出游旅行等，得益于今年春节假期时间较往年有所延长，“探亲+旅游”将成今年热门出行模式。热门航线主要集中在

京津冀、长三角、粤港澳、成渝四大城市群之间。三亚、海口等南方旅游城市，以及东北、新疆等地的冰雪旅游城市旅客量将显著增长。从国际市场看，春运期间出境游市场预计将形成短期旺季，春节前后部分单日国际航班量将出现小高峰，日韩、东南亚等周边国家和地区将成为出行热点，国际探亲、留学需求也将有所增长。

“伴随探亲流、学生流、务工流、旅游流高位叠加，预计春运期间全民航日均保障航班将达到1.65万班，与2019年基本持平，比2023年增长24%。”梁楠说。

“下一步，民航局将认真落实春运各项工作要求，持续开展形势研判，动态优化保障措施，确保为人民群众提供安全可靠、健康舒适、高效优质的航空运输服务。”梁楠说。