

“冰城”缘何成“热点”？

——人文经济视野下的哈尔滨观察

新华社记者 顾钱江 管建涛 杨思琪

这个冬季,地处祖国东北角的哈尔滨走进了全国甚至全球视野,各大热榜头条持续走红,被称为2024开年首个“顶流”城市。

“冰城”缘何成“热点”?让哈尔滨成为“网红”城市的,不仅是独具魅力的冰情雪韵,还有积淀百年的人文底蕴。

这里有“冷”与“热”的极致体验,冰天雪地变成了金山银山;这里有“土”与“洋”的碰撞融通,中外文化交汇成新的交响;这里有“闯”与“创”的传承开拓,澎湃出新时代的活力迸发。

今天的“尔滨”,是让本地人有些“陌生”、让外地人越来越关注的宝藏之城。

“冷”与“热”

5日,第40届中国·哈尔滨国际冰雪节如约而至,绚丽的烟花绽放在冰雪大世界上空,透骨的寒冷和暖心的激情也在这刻交汇,碰撞出充满希望的火热。

哈尔滨的冷,与生俱来。作为我国最北省会城市,这里冬季漫长,动辄出现零下30摄氏度的极寒天气,因此哈尔滨有了响亮的名号——“冰城”。

冷是阻碍,对发展构成制约。粮食作物只能种一季,基建工程也因低温、冻土等面临重重困难。由于室外寒冷,东北人曾有宅在家里“猫冬”的习惯。

冷也是资源,别具特色优势。每年12月,松花江上的冰冻了,太阳岛上的雪厚了,“冰豆腐”和“大雪垛”在能工巧匠手中“华美变身”,成为美轮美奂的冰雪胜景,透出冰的晶莹、雪的浪漫,吸引着不远千里络绎不绝的游客大军。

开园不到3小时便吸引4万人流的冰雪大世界,人头攒动的中央大街,游人如织的太阳岛滑雪场,“公主王子云集”的索菲亚大教堂……冬日里,哈尔滨各大旅游景区爆满。

中国旅游研究院最新发布的“2024年冰雪旅游十佳城市”中,哈尔滨位列榜首。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,均达到历史峰值。

以高寒为气候特质的哈尔滨,成为当下社交媒体上最热的文化符号。这座地处北疆的东北城市,正在把制约发展的“冷”转化为吸引游客的“热”,在聚光灯下焕发无限生机。

哈尔滨冰雪文化底蕴深厚,冰雪节庆有60多年历史。1963年,哈尔滨举办第一届冰灯游园会。1985年,首届哈尔滨冰雪节开幕,游客不仅可以在冰灯游园会观赏各种冰雕艺术,还可以坐冰帆、打冰猴,

参加冰雪文艺晚会。如今,冰雪旅游和运动、体育、经济相融合,文化内涵越来越丰富深厚。

精雕细琢的青花瓷雪雕、写意风格的冰雪水墨画、独一无二的冰版画……依托大自然给“冰城”得天独厚的礼物,越来越多优秀传统文化在雪花和冰晶中次第绽放。

今日哈尔滨,寒冷不变,热度却“只增不减”。背后是这座城市深挖冰雪资源禀赋,突出地方特色文化,推出各种“有求必应”举措,从量变走向质变的主动作为。

文旅部门发布旅游地图和游玩攻略,中央大街为地下通道铺地毯,暖心志愿者免费提供红糖姜茶,景区之间乘坐地铁免费,冻梨切盘,地瓜配勺,豆腐脑撒糖……这个冬天,“尔滨”的种种“操作”让人应接不暇,冰雪旅游市场呈现“井喷”之象。

“尔滨,我来了”“想去哈尔滨的心情达到了顶峰”,不仅是网络“热评”,更是越来越多游客的现实行动。

“冰天雪地是我们最大的特色,‘冷资源’变成文旅融合‘热经济’,靠的不仅是对资源的开发利用,还有配套服务的提质升级。”哈尔滨市文化广电和旅游局局长王洪新说,机不可失,哈尔滨将顺势而上,倾力打造“冰雪文化之都”,构建全域冰雪产业新格局,把“绿水青山就是金山银山、冰天雪地也是金山银山”理念,落实为更多生动实践。

“土”与“洋”

很多人发现,让哈尔滨在这个冬天“走红”的,不仅是冰雪热,还有特色美食、热情民风。中外文化在哈尔滨碰撞、交融,带给这片土地独特的魅力。

烟火漫卷的百年街区,人头攒动的红专街早市,行李箱摞成小山的洗浴中心,排号一小时起步的铁锅炖,精致典雅的建筑艺术长廊……除了排队打卡热门景区,哈尔滨的建筑、饮食、洗浴文化以及市民的热情好客,也被大家津津乐道。

“昨天已经尝了锅包肉、油炸糕、烤红肠,今天下雪一定要来吃心心念念的铁锅炖大鹅。排了一个多小时,但是觉得很值。”来自福建的张女士说。

“东北大花”主题与火车、汽车融合,将冻梨改刀、切块、摆盘,用勺子吃烤红薯,路边新增温暖驿站,东北大汉学会“夹口音”……哈尔滨市民的淳朴好客,赢得了外地“小金豆”们的点赞,吸引着八方来客。

从哈尔滨冰雪大世界出来,很快就到松花江畔的百年老街。漫步在中央大街,恍如行走在建筑艺术长廊。中央大街上的欧式、仿欧式建筑鳞次栉比,汇集多种

风格。

雪花飞舞,霓虹闪烁,琴声悠扬,中央大街89号马迭尔宾馆的“阳台音乐”倾情上演。

哈尔滨音乐博物馆馆长苗笛说,1908年,中国第一支交响乐团——哈尔滨第一交响乐团成立。2010年,哈尔滨被联合国经济和社会事务部授予“音乐之城”荣誉称号。冰雪季,哈尔滨还把交响乐团搬进了商场,令游客感到惊喜。

伴随着第40届中国·哈尔滨国际冰雪节启幕,俄罗斯音乐剧巡演版《安娜·卡列尼娜》在哈尔滨大剧院登场,让各地游客在这里大饱眼福。

“土”与“洋”的对话与融合,使哈尔滨更添奇妙丰富的色彩。

走进中西合璧的中华巴洛克历史文化街区,一幢幢老建筑装饰富丽,颇具欧洲巴洛克风格,但细部纹饰的雕花图案取材于中国传统文化元素,临街立面背后的空间也是典型的中国四合院。

院内,映衬着白雪的大红灯笼高高挂起,很多国外游客驻足欣赏货架上的传统手工艺品。一家铺着浓浓东北风的大花布的摊位上,摆着多款俄式“大列巴”。

哈尔滨,一个中西文化交汇的舞台。“不是欧洲去不起,而是哈尔滨更有性价比”“来这仿佛找到了童年,遇见回得去的故乡”……一句句幽默感言,道出了人们对哈尔滨独特风情的喜爱。

“闯”与“创”

哈尔滨,曾经是松花江岸边默默无闻的小渔村。

来自山东、河北、山西等地的百姓,带着开天辟地的豪迈,历尽千辛万苦“闯”到这里,开垦土地、投亲靠友、合伙投资、开办店铺,成为重要的开发建设者。

新中国成立后,“一五”计划时期苏联援助的156个重点项目中,哈尔滨占了13项,在全国大城市中居前列。

一时间,哈尔滨电碳厂、哈尔滨电机厂、哈尔滨轴承厂、哈尔滨锅炉厂……一座座厂房拔地而起,一部部机器轰鸣震天,一大批有实力的企业崛起,哈尔滨一度成为与上海、北京、天津等齐名的大城市。

时过境迁,人们不必为谋生而跋山涉水。“闯关东”成为一代人的集体记忆。这座城市前进的脚步从未停止,在创新驱动发展的道路上埋头探索,焕发青春荣光。

在拥有百年历史的哈尔滨中华巴洛克历史文化街区,80个院落、207栋特色建筑将迎来更新改造。“想过上好日子,等靠要是不行的,还得拿出父辈们‘闯关东’

的精神,靠实干‘创’出新世界。”中华巴洛克历史文化街区一家策展书店负责人于冰说,自己希望打造一个兼具文化底蕴和商业潜力的打卡地。

和“土著”于冰不同,“85后”郑好是新时代“闯关东人”。2022年,他从日本北海道大学回国,成为哈尔滨工业大学交通科学与工程学院教授。短短几个月内,他申请到国家自然科学基金优秀青年科学基金项目,围绕寒区冰雪路面开展研究。

“我看好哈尔滨的地域特色,看好学校提供的平台和机会,希望以自己的努力为基础研究、新兴产业发展贡献力量。”郑好期待在“冰天雪地”里大干一场。

寒地不仅提供了丰富的科研资源,也是冰雪游的宝贵财富。抓住“文旅热”的风口,越来越多年轻人投身新经济、新业态,让城市发展尽显青春与活力。

“住惯了‘千房一面’的快捷酒店,许多年轻人开始追求差异化、个性化的消费体验。”几年前,曾在广东工作的林枫、侯佳选择回乡创业,以老哈尔滨风情打造复古民宿。如今,他们的特色民宿已开到十几家。

在和林枫一样的见证者眼中,“冰城”变为“热点”,一场消费方式和消费理念的变革正在发生,也为新时代人文经济学的生动实践增添注脚——

哈尔滨市文旅局在多个社交平台开设账号,实时更新冰雪旅游信息,其中不乏“哈工大”研学攻略、哈尔滨大滑梯盘点、雪人地图等“网红”观光点位;

叫响以西餐美食、地方小吃为代表的“哈埠菜”品牌,开发“滨滨有礼”、冰雪服饰等100多种工艺品和纪念品,促进旅游消费能力快速增长;

旅游企业和餐饮店主纷纷“头脑风暴”,创意推出黑马骑士、人造月亮、冰面热气球、狂飙气垫船、索菲亚大教堂甜点,“一天一个花样”,满足游客的眼球和味蕾……

冰雪节启幕,新经济、新业态在这里拔节生长。从哈尔滨到“尔滨”,再到“滨”,吸引着各地旅行团带着好奇而来。

“哈尔滨绽放的雪花,是旅游业的繁花,表达了人们对消费复苏寄予的厚望。”1月5日,中国冰雪旅游发展论坛在哈尔滨开幕,中国旅游研究院院长戴斌有感而发:新时代旅游业要高质量发展,要推进文化和旅游在更深程度、更高层次和更广范围融合。

眼下,雪花装点“冰城”,欢聚点燃热情,隆冬方启。这座看得见文化、留得住游客的“冰城”,带着人民对美好生活的向往和追求,奏响新时代东北全面振兴的强音,融入中国式现代化的雄浑交响。

国产首艘大型邮轮“爱达·魔都号”完成首航

新华社上海1月7日电 国产首艘大型邮轮“爱达·魔都号”7日安全靠泊上海吴淞口国际邮轮港,3000多名游客井然有序地下船,航程1119海里的商业首航圆满完成。

2024年1月1日,“爱达·魔都号”开启商业首航,执行上海至韩国济州、日本长

崎和福冈为期七天六晚的航程。

韩国济州和日本长崎、福冈对“爱达·魔都号”的首航给予特殊礼遇,醒目的欢迎横幅、欢快的迎宾场面、特别的烟花秀……吸引众人前来打卡留念。

“爱达·魔都号”在首航期间举办了4场敦煌研究院专家的系列讲座,为客人展

示敦煌石窟艺术,并详细介绍爱达邮轮与敦煌研究院联合推出的《念念敦煌》数字壁画艺术展。客人在尽享海上美好时光的同时,还能欣赏敦煌艺术瑰宝,感受“爱达·魔都号”的海上文旅融合魅力。

中邮轮科技战略管理部主任、爱达邮轮董秘顾鹏程介绍,首航的圆满完

成是国产大型邮轮产业化发展的良好开端,中邮轮和爱达邮轮作为“爱达·魔都号”的运营方,已经形成了“集团产业平台+专业品牌运营公司”的组织体系,未来将在市场营销、产品设计、酒店管理、海事管理等方面建立全方位的运营能力和体系。



掌上安顺



悦读帮



顺风耳