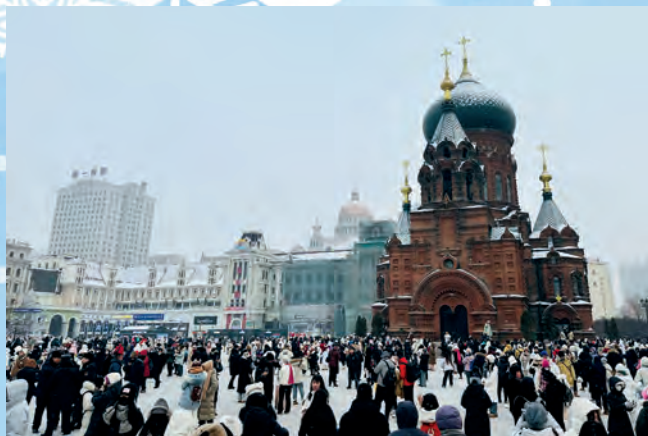




中国最早的百货公司——秋林公司，前身是1900年俄国人创办的秋林洋行。
摄影/王仲昉



索菲亚大教堂，游人如织。摄影/王仲昉

除了“南方小土豆”，有关哈尔滨的旅游，还衍生出“尔滨，你让我感到陌生”“讨好型市格”“家乡还有多少特产瞒着我”等热门话题。如今，无论个体是否有浏览短视频的习惯，公众本身就活在一个被短视频热门梗包围的时代。

哈尔滨的旅游“出圈”，离不开一个个梗。营销号和短视频博主依赖梗。因为热门梗意味着流量和创作题材。官方宣传依赖梗。热门梗自带亲民话术，以及一种接地气的姿态。

在极地公园“淘学企鹅”表演开始前，现场的预热表演就宛如一个短视频热门梗大型集合。从“挖呀挖呀挖”到“科目三”，如果游客平常不看短视频，可能不太明白表演内容。现场工作人员也有意识地去引导游客，通过短视频平台进一步营销极地公园：“大伙儿不要吝啬自己的手机内存和流量。待会‘淘学企鹅’来了，大伙儿想怎么拍怎么拍，能拍多少拍多少。拍完发在网上，一定记得带上话题#哈尔滨极地公园淘学企鹅#，等着看你流量和粉丝数怎么涨就完事了啦！”

此外陈嘉提到，哈尔滨为发展文旅用心准备了很久。黑龙江文旅厅厅长何晶之前介绍，哈尔滨在网络营销方面做了一年准备。而哈尔滨在旅游资源的内部管理与开发上也进行了优化。

“2023年8月，哈尔滨马迭尔文旅投资集团正式挂牌成立。当时成立该集团，目的就是打造全市冰雪经济新引擎。”陈嘉告诉记者。

哈尔滨马迭尔文旅投资集团周巍近日对媒体表示，哈尔滨市委市政府为了加大文旅的拉动作用，将哈尔滨文旅资产重新整合，便有了这一文旅集团。目前，该集团运营的项目包括冰雪大世界、索菲亚教堂、太阳岛风景区等哈尔滨最热门的景点。据周巍介绍，接下来中央大街也将由文旅集团运营，“‘集团军’

作战，必然要比过去的单兵作战更有力量”。

作为政协委员，陈嘉觉得最近工作节奏非常快。“一方面，从市级到区政府，恨不得‘一天一个活’，绞尽脑汁要为游客创造更多体验；另一方面，政府也围绕一些热门事件和话题，希望我们建言献策。”

从陈嘉向记者展示的工作群聊天记录可以看到，近日哈尔滨政府层面希望文旅产业相关的政协委员能够详细分析“土味营销”背后的利弊，并给出相应建议。

不过哈尔滨文旅的营销手段中，显然不会只有“土味营销”。2024年元旦过后，有游客来到哈尔滨机场或者高铁西站，发现这里奏响了高雅的交响乐四重奏。哈尔滨歌剧院院长于德江接受《新民周刊》采访时表示，受哈尔滨文旅局邀请，歌剧院的表演者从1月3日开始，在机场和西站持续演奏了一周。

“哈尔滨一直是一座‘音乐之都’。元旦期间，文旅局找到歌剧院，希望我们能够以自己擅长的方式，喜迎八方来客。考虑到人流量，我们不可能把整个交响乐团都搬进火车站，所以最后确定了弦乐四重奏的形式。游客们觉得高雅，也便于我们操作。”于德江说道。

可以看出，眼下在哈尔滨，政府各个部门、社会各界都参与进来，为哈尔滨文旅出谋划策，贡献力量。

尔滨，不止于冰雪

尽管哈尔滨成为了最新的旅游市场顶流，仍然有一些哈尔滨当地人希望，游客们可以不要那么匆忙，可以在哈尔滨多留