

亚冬会助力尔滨升级——

冰雪搭台，文旅唱戏



哈尔滨冰雪大世界成了亚冬会历史上第一个开幕式分会场，中央大街被打造成了无冕的“亚冬主题乐园”，来自国内和境外的游客们在赛场看台和热门地标记录着自己与这届综合性冰雪盛会的交集……在第九届亚冬会即将落幕之际，“冰雪+赛事+文旅”的创新模式，可能也为大家带来了更多关于冷冰雪热经济的思考和启发。

本版撰稿 本报记者 章丽倩

“亚冬版”冰雪大世界
超300万人次已打卡

一年一度的哈尔滨冰雪大世界，它与本届亚冬会的关系不仅仅是担当了赛会有史以来的第一个开幕式分会场，而且是在去年11月27日冰建施工正式启动前，便在主题方案中有了深度结合。根据官方数据，截至2月11日，本届冰雪大世界共运营52天，接待游客突破300万人次，创造新纪录。换言之，“亚冬版”冰雪大世界游客打卡规模也已达到这一量级——“冰雪+赛事+文旅”的团战模式在这一刻有了具象化的呈现。

“门票真的很抢手，我们发动身边的亲友一起帮忙抢，最后也只捡漏到一天的短道速滑票。还好，哈尔滨本身就有挺多观光项目，像冰雪大世界里就有不少亚冬元素，所以我们还是玩得很开心。”宋跃和张楚婷是一对来自上海的年轻夫妇，记者在短道速滑赛场外见到他们时，他俩已完成了对冰雪大世界心心念念的打卡。“冰雪大世界年年冬天都有，但‘亚冬版’的它却是就此一次，我们也收集到限量版啦。”

今年冰雪大世界的大部分冰建景观，都与亚冬会深度结合，无形中成为了赛场之外的“赛场”，而以游客们的

照片和短视频为载体，这一强强联手也在社交媒体上取得了“1+1>2”的联动效应。本届冰雪大世界以亚奥理事会成员42个国家和三个地区的标志性景观为原型，设计建造冰建景观，中国天坛、印度泰姬陵、新加坡鱼尾狮、卡塔尔卢塞尔体育场、阿联酋哈利法塔等地标的冰砌版本在园内核心地带都可见到。另外，除了不时闯入眼帘的本届亚冬会主题口号“冰雪同梦、亚洲同心”，各种材质与造型的赛会吉祥物“滨滨”“妮妮”也是游客们合影打卡的热门之选。

往园区靠近摩天轮的地方再走近一些，游客们就能把本届亚冬会的主火炬塔“雪韵丁香”看得更真切了，而在圣火点燃区附近，冰雪大世界还设计建造了八组冰雕景观，景观造型分别为第一届到第八届亚冬会的主要场馆以及对应的标志、吉祥物等，吸引了众多国内外游客前来打卡留影。

就在赛事期间，中华体育精神颂·哈尔滨亚冬会站的活动也办进了冰雪大世界，张雨霏、潘展乐、李雯雯等奥运冠军选手在冰天雪地中传递体育精神，也让成功偶遇的游客们多了一段绝对限量版的哈尔滨回忆。

从开在村里的民宿
到“隐形”升级的“雪之门”

本届亚冬会涉及到冰上、雪上两个赛区，秉持着“绿色、共享、开放、廉洁”的办赛理念，这回所有的比赛场馆都是由原有场馆及设施升级改造而来，迈出了零新建和继续探索绿色“利旧”的重要一步。在场馆设施深挖绿色新篇的同时，在赛场之外与观赛者和游客靠得更近的地方，冷冰雪的热经济已在发挥能效。

亚布力，这是本届亚冬会的雪上赛区所在。亚布力滑雪场始建于1974年，曾承办过1996年第三届亚冬会，2009年第24届世界大学生冬季运动会、单板世界杯等国际级赛事25次，国家级赛事350余次，是中国竞技滑雪运动的摇篮，被誉为“中国的雪之门”。据当地青山村的村民徐元军回忆，就是在第24届世界大学生冬季运动会举办过后，他们村里有人开起了民宿，而且于近年中数量渐多，配套的雪服租赁和售卖商店也变多了。

“往年一过了春节假期，亚布力这边的游客数量就会明显下降，今年应

该是托了亚冬会的福，人气都撑过正月十五了。”在青山村开民宿和农家乐餐厅的何运达特别高兴遇到了今年这样的好行情。来自美团旅行平台的数据显示，亚冬会开幕当周，“尚志酒店”（亚布力地处尚志市）的搜索量上涨900%，“亚布力滑雪”搜索量同比上涨598%。

已经51岁的亚布力滑雪场，在这回承办亚冬会雪上项目的过程中，它也迎来了一番低调实用的升级。比如，为所有场馆提供“两供一备”的配网电源；实现绿色清洁能源供暖；新建了37套气象监测设备，实现“分钟级、百米级”气象预报，为赛事组织提供精准的预报信息；在亚布力赛区新建20个通信基站，提供稳定、高效的网络体验等。

本届亚冬会的举办会为亚布力当地留下怎样的遗产，又能为未来举办大赛的其他城市带去怎样的借鉴呢？也许，等再过几个月，又或者等到下一个雪季，会有更明确的答案呈现。

节后热度继续释放
金山银山和“国际滨”

从1月开始，哈尔滨道里区滇池东路上的泰和居东北菜就推出了亚冬会主题套餐，把游客们常点的几道热门菜都包括了进去，还按分量分出了大份和小份。“套餐卖得一直不错。原本过了春节我们这里应该慢慢要转旅游淡季了，结果亚冬会一办，好家伙，游客感觉没少，假期后的饭店生意明显比往年好。”店主告诉记者，这可不是他一家之言，好些在哈尔滨市区开餐饮店的同行都身有同感。

当人气之城哈尔滨与亚冬盛会相遇，来自天南海北的游客和观众们，他们的旅游热情在春节后继续释放。

同程旅行数据显示：2月以来（数据截至上周），以哈尔滨为目的地的国内机票订单量同比增长超两成；以哈尔滨为目的地的前10大热门航线中，

长江以南地区的出发城市占比达七成；亚冬会雪上赛区亚布力所在的尚志市，当地的酒店预订量同比增长超八成。而在另一旅行平台飞猪上，“哈尔滨”“亚布力”的搜索量也翻了倍，机票、酒店预订量大增。2月7日亚冬会开幕当日，在飞猪平台上，目的地为哈尔滨的机票预订量同比去年增长47%，冰城的酒店预订量同比增长约60%。2月第一个星期，美团旅行上“亚冬会”的搜索量环比上涨862%。

当国内游客说着“我们来尔滨了”“我们又来了”时，今年哈尔滨入境旅游的数据也更加利好。去年年末，哈尔滨太平国际机场又新复航了一条国际航线，同时增加了航班密度，口岸出入境客流量显著上升。根据来自同程旅行的数据，截至2月5日，2025年哈尔滨入境旅游订单量相比去年同期增

长超三成，跻身国内入境游热门城市前三位。

1月26日，哈尔滨太平国际机场迎来本届亚冬会首批团组人员入境，2月1日，迎来首个入境高峰。黑龙江机场集团市场营销部的工作人员告诉记者，除赛会相关人员外，现阶段入境哈尔滨的外国旅客主要来自俄罗斯、韩国、日本、新加坡、泰国、马来西亚等。

当然，从国内其他城市入境的国际游客，他们也有可能被哈尔滨的冰雪风光和亚冬会吸引，在旅行计划中添上这段行程。来自新加坡的王伟林一家就是从北京入境，然后一路游览到了哈尔滨，第一次实地感受零下20摄氏度的魅力。“我们在来到哈尔滨前没有做特别具体的计划，像冰雪大世界、松花江这些肯定会去看看，但我们还是希望能有机会去赛场。想去看看高水平的较量，也想为新加坡选手加油。”新加坡短道速滑女选手卜清颖是王伟林一家比较喜欢的运动员，虽然最后他们还是没能买到赛事门票，但能在大赛氛围十足的哈尔滨游览，这已经让他们觉得不虚此行。

“送货上门”热情推荐，你不出圈谁出圈？

酒香也怕巷子深，与其让潜在的消费者自己摸索着找上门，不如——直接“送货上门”热情推荐。在中央大街，在机场和火车站，在冰雪大世界，在松花江上的冰雪嘉年华，在兆麟公园……在哈尔滨的每一处热门地标，亚冬会标志或吉祥物的存在感都很强。哪怕对没有观赛目的的游客来说，只要他们在二三月间游玩了哈尔滨，那基本就是以照片、短视频或口头相传的形式，为亚冬会当了一回宣传“志愿者”。

“中央大街附近的铺位虽然租金贵，但在高人流的加持下，在‘你买我也买’的氛围里，我们店里的特许商品销量还都挺不错的，有些还经常卖断货。”徐伟明的亚冬会特许零售店就开在松花江畔的哈尔滨防洪纪念塔广场上，店内面积大约200平方米，店内四

分之三的地方上架着各类亚冬会商品，还有四分之一则是哈尔滨城市主题的文创产品。“从上一个冬季开始，哈尔滨本地文创就卖得不错，但近阶段肯定还是亚冬会更能带货。像开幕式纪念徽章，我们是提前三天到货上架，结果当天就售罄了。据说是因为各个特许零售店都在要货，所以后来我们也没补到货。”

据记者观察，中央大街附近亚冬会特许零售店的密度可比上海南京路步行街区域的便利店密度高多了。售货的店多，买的游人也多，难怪进货和扫货也要看运气了。

哈尔滨和亚冬会强强联手，但办赛场地的观众容纳量却是有限的，那么，买不到门票又心痒痒的游客们去了哪儿呢？在曾是国内第一个室外滑冰场、承载了数代哈尔滨人记忆的南

岗体育场的冰面上，记者听到了一些故事分享。“我舅舅曾在哈尔滨读过大学，听他说这里在1994年拆除过，去年年底又回来了，大家又能在这里室外上冰了。”来自江苏的游客赵女士，她就是抢购亚冬会门票无果，然后决定在哈尔滨找些北方专属上冰经验的人。

在南岗体育场的室外冰面上，工作人员推荐的冰鞋都是入门款为宜，“这就是对大众开放的室外冰场，不是考究的专业冰面，冰鞋上去容易打了刃，穿便宜点的玩玩就好。”在南岗体育场的留言簿上，记者看到了来自天南海北的留言，还有用英语、日语、韩语等记录的。而在体育场的景观布置中，果不其然，记者又见到了熟悉的亚冬会吉祥物“滨滨”和“妮妮”。