

# 浅析如何开发研究黑龙江省冰雪特色旅游产品

李村 孟威 兰兴滨

哈尔滨师范大学体育科学学院

**[摘要]** 黑龙江省是我国最北方的省份, 占地面积为全国第六。随着全国产业结构转移, 黑龙江的传统优势产业逐渐没落, 经济发展陷入瓶颈, 旅游产业成为黑龙江省重要产业, 其开发创新将有利于本省经济的可持续性发展。通过分析全省冰雪旅游产品的现状, 梳理出全省冰雪旅游产品的种类及其存在的发展落后问题。本文通过深入分析以上几条原因, 提出了一些开发黑龙江冰雪旅游产品的建议。

**[关键词]** 黑龙江; 冰雪特色旅游产品; 开发

近年来, 冰雪旅游项目成为了冬季旅游中的热门选择。黑龙江省利用其突出的地理条件优势, 依托传统的民间习俗, 成为了游客体验北国风情的一大热门旅游地。黑龙江的冰雪旅游从无到有, 如今已经初具规模, 但依旧处于发展初期, 仍旧局限于发展瓶颈中。必须对其中的禁锢进行分析, 才能够对症下药, 实现更高更快的发展。

## 1 黑龙江省冰雪特色旅游产品的现状

### 1.1 定位模糊, 在同类市场中不具备竞争力

黑龙江省的冰雪旅游产品在与辽宁省和吉林省进行对比时, 并没有具备吸引人的特色。各种冰雪旅游产品定位模糊, 千篇一律, 对进行选择游客来说并不具备足够的吸引力。黑龙江省内的各项冰雪旅游项目也没有依照自身的要素禀赋进行合理的规划, 缺乏鲜明的市场形象, 旅游公司也都处于一种市场无序的状态。

### 1.2 开发深度不足, 文化内涵薄弱

旅游产品发展初期的最大受益对象是地方经济, 发展后期则会当对当地的文化产生重要影响。当当地的旅游产品形成一种特色的文化, 那么旅游企业能够以此深入挖掘旅游资源, 促进当地旅游业的可持续发展。目前, 黑龙江省已经形成了一些较知名的旅游产品, 如哈尔滨冰雪大世界已经成为全球的知名景点, 但是其余的旅游产品依旧不具备深层文化, 尚处于低层次开发的阶段, 所含科技含量较低, 也没有突出东北的特色民俗。全省的很多旅游产品, 相互之间区别不大, 重复建设的行为较为普遍。

### 1.3 营销途径有限, 管理方式落后, 基础配套设施落后

本省冰雪旅游产品的宣传方式较为落后, 即使建设开发好具备特色的旅游产品, 让游客获取旅游信息也是促进旅游业发展的重要步骤。管理人员的大局意识不够, 服务意识薄弱, 不具备专业的管理能力。由于行业市场规则散乱, 屡次出现“雪乡宰客”的现象, 游客望而却步。

## 2 冰雪特色旅游产品开发类型

黑龙江省在发展旅游业上有得天独厚的优势, 结合各地旅游资源禀赋可以开发出多种类型的旅游产品。

### 2.1 冰雪健身游

在东北, 最具有特色的冰雪运动应当是滑雪, 滑雪的过程中不仅能够锻炼身体的协调性, 还能够观赏滑雪道附近的雪山景色。除了滑雪以外, 还有徒步穿越雪林、冬季狩猎等特色冰雪活动可以参加, 不这些富有特色的运动能够磨练意志、加强修养。

### 2.2 冰雪风光游

冬天的黑龙江, 银装素裹、奇异梦幻, 是很多游客心之所向。哈尔滨极地馆、镜泊湖雾凇, 都极具地方特色, 在这些景区, 游客还可以参与打雪圈、驾冰帆等活动。

### 2.3 冰雪养生游

黑龙江省有许多风景宜人的温泉, 吸引着来自全国乃至全球游客的目光, 人们在这里可以体验刺激的冰火两重天, 也可以在富含微量元素的温泉中消除疲惫、养生。五大连池的火山与此起彼伏的皑皑雪山构成了与众不同的风景画, 描摹着气势磅礴的北国风光。

### 2.4 冰雪文化游

黑龙江省与俄罗斯接壤, 许多建筑风格受到俄罗斯影响, 如索菲亚教堂和伏尔加庄园, 都是吸引游客的文化要素。

### 2.5 冰雪民俗游

黑龙江人由于常年生长于严寒地带, 练就了不畏寒冷的本领, 热情、淳朴。在这里, 杀年猪、扭秧歌、缓冻梨, 都是独特的民间风俗, 是富有文化底蕴的旅游资源。

## 3 黑龙江省冰雪特色旅游产品的开发策略

### 3.1 打造特色品牌

在地域分异规律的作用下, 东北三省在一些方面具有一致性, 在另一些方面也具有差异性。应当着重分析出黑龙江省的旅游资源和吉林省、辽宁省的差异性和优势之处, 开发出具有地域特色的旅游产品, 才能更加吸引将东北三省作为旅游备选地的游客。将黑龙江省的冰雪旅游产品与国内、国际重大赛事相结合, 丰富精品旅游的形式。一个城市的旅游产品只有具备了自己的定位与标准, 才能够继续发掘特色、突出主题。黑龙江国际滑雪节、齐齐哈尔关东文化节、伊春小兴安岭雾凇节

### 3.2 挖掘文化内涵

黑龙江省地处祖国最东北部, 这里的冬季时间长, 气温低下, 靠北的地理位置成为了极为亮眼的旅游资源。不妨深入挖掘民俗产品, 结合生态文化、体育文化, 开发出适应不同消费群体和市场的产品, 发挥多元的、民族的文化优势。“民族的就是世界的”, 优秀的民俗文化得到开发后能够走向世界, 吸引更多的人走向黑龙江。

### 3.3 整合集群资源

应当加大政府的引导和扶持机制, 为冰雪旅游产品的开发保驾护航。相对于北欧较早开发的冰雪文化, 我国的冰雪文化开发较晚, 各项旅游设施的建设不够完善, 省内的整合力度较差。例如, 每年在黑龙江省举办的各项冰雪体育赛事都属于外来文化, 与本地的冰雪文化融合较少。旅游企业应当以国际旅游市场为导向, 不断完善旅游设施和旅游路线, 使旅游产品形成系列并丰富系列。与此同时, 还应确保不同价位选择的旅游路线的开发, 既要设计豪华型路线, 也要开展经济型路线, 满足不同消费群体的要求。黑龙江省的面积较大, 因此应当把建设旅游公路纳入规划, 减少分布零散的旅游景点之间的交通距离, 减少游客的交通时间。

## 4 结语

众多城市的先进经验已经表明, 旅游业可以成为支撑一个地方经济发展的产业, 开发新的旅游产品, 将促进产业结构升级。黑龙江省具备天然的旅游资源优势, 应当深入挖掘本土的特色, 结合国际冰雪体育赛事, 发挥集群优势, 探索发展的新道路。

## [参考文献]

- [1] 张贵海. 黑龙江省“大亚布力”全域旅游开发与建设研究[J]. 对外经贸, 2017(4):32-36.
- [2] 李长柱, 黄海, 张大春. 对黑龙江省冰雪体育旅游产业的调查与研究[J]. 长江丛刊, 2017(4):176-176.