

哈尔滨冰雪旅游发展现状分析及对策研究

潘海曦

(哈尔滨师范大学 黑龙江 哈尔滨 150000)

[摘要] 哈尔滨市是我国知名的冰雪旅游城市,在发展冰雪旅游产业上哈尔滨具有得天独厚的优势和资源。本文从冰雪旅游的概念出发,阐述了哈尔滨冰雪旅游的发展优势和发展现状,并结合目前哈尔滨冰雪旅游产业发展中存在的问题提出了相关的对策及建议。

[关键词] 冰雪旅游; 哈尔滨; 旅游策划

随着我国社会经济的发展,我国群众的生活观和消费观发生了巨大变化,在休闲时间致力于追求健康时尚的生活方式,旅游日益成为我国大众生活中必不可少一种精神文化产品。哈尔滨市利用得天独厚的冰雪资源发展冰雪旅游产品,在促进就业、拉动内需等方面取得了巨大成绩,但是当前哈尔滨的冰雪旅游产业还存在不少问题,本研究以哈尔滨冰雪旅游产业的发展现状为主,剖析哈尔滨冰雪旅游存在的问题,并结合实际情况提出了解决对策。

一、冰雪旅游概述

1. 冰雪旅游

随着旅游产业的发展,旅游产品向多元化、趣味化、可体验化方向发展,在这种背景下,冰雪旅游产业发展迅速。冰雪旅游是依托旅游地的冰雪资源,集观赏性、体验性、娱乐性等为一体的旅游产品。冰雪旅游产品可以简单划分为三大类:冰雪运动旅游产品,如滑雪、滑冰、冰雪足球、冬泳等;冰雪娱乐旅游产品,如狗拉雪橇、冰上爬犁等;游景观光式的冰雪旅游产品,如自然冰雪景观和人工冰雪景观等。冰雪是一种可再生清洁资源,因而当前时代拥有冰雪资源的城市大力发展冰雪旅游产品,冰雪旅游成为新兴的旅游产业之一。

2. 国内冰雪学历发展概况

国外的冰雪旅游起步较早,芬兰、瑞士、挪威、加拿大等世界上知名的冰雪旅游胜地是从上世纪50年开始发展冰雪旅游产业。我国的冰雪旅游起步于上世纪80年代,1985年哈尔滨市举办冰雪节,这可以看作是我国冰雪旅游的序幕,1992年我国旅游局将冰雪旅游作为专项旅游产品。从上世纪90年代开始,我国的黑龙江、内蒙、新疆等省份开始发展冰雪旅游。截止到目前,我国已经有20多个省市相继出台了冰雪旅游产品,但是黑龙江省依托高纬度地理位置、丰富冰雪资源、自然景观等优势,是我国冰雪旅游产业发展最成熟的地区。据我国旅游局统计的数据:2018年,我国冰雪旅游产业旅游收入超过3000亿元,旅游人次超过700万人,形成了非常可观的经济效益和社会效益。但当前我国政府缺乏对于冰雪旅游产业的策划和引导,很多开发商盲目上项目,导致了冰雪旅游项目过分雷同,同时形成了冰雪旅游行业的恶性竞争,造成了资源的浪费和环境的破坏。

二、哈尔滨冰雪旅游发展优势及现状

1. 哈尔滨发展冰雪旅游产业的优

哈尔滨是我国纬度最高的省会城市,具体位置位于东经125°~130°、北纬44°~46°,属于典型温带大陆性气候,纬度高、冬天长、夏天短,根据多年的气象记录,哈尔滨的平均雪期105天,平均地面降雪为20cm左右,山区降雪可达104cm,松花江横贯哈尔滨市,平均封冻期为125天,哈尔滨得天独厚的地理位置和气候条件形成了丰富的冰雪资源,为哈尔滨发展冰雪旅游产业创造了优势条件。

哈尔滨作为黑龙江的省会城市,是东北亚区域的中心城市,在交通方面,哈尔滨拥有六条铁路干线和七条主要公路,并且拥有松花江的江面交通优势,在航空方面,哈尔滨的太平国际机场是东北地区的主要国际航空港,交通区位优势明显。

从哈尔滨的冰雪旅游产业来看,哈尔滨冰雪旅游产业起步早,是中国知名的“冰城”,当前哈尔滨的冰雪旅游在国际上都有较高的知名度,国际冰雪节对国内外游客具有较强的吸引力。

2. 哈尔滨冰雪旅游发展现状

(1) 基本形成了完整的产业链

哈尔滨的冰雪旅游是从冰灯、冰雕等简单的冰雪观赏项目起步,经过三十多年的发展和积累,目前哈尔滨冰雪旅游基本形成了完成的产业链,如观赏类、娱乐类、运动类、经贸类的冰雪旅游产业链,形成了较为丰富的冰雪旅游产品。冰雪观赏类的旅游产品以冰雕和冰灯为主,这类项目诞生于哈尔滨,是哈尔滨的冰雪旅游招牌,代表了哈尔滨深厚的冰雪旅游底蕴;从1985年开始,哈尔滨每年举办全国性冰雪项目运动赛事,这对喜好冰雪运动的游客而言是其他城市无法比拟的。在冰雪运动项目方面,有滑冰、冰壶、冰钩等项目。据调研,哈尔滨周围有滑雪场40多个,市区范围内有滑冰场60多家,冰雪运动学校有30多家,我国多个冬奥会项目的训练基地设在哈尔滨,具有其他城市无法比拟的冰上运动优势。随着哈尔滨冰雪旅游的发展,对冰雪自然资源等旅游产品的开发日益丰富,有冰盖、雾凇、雾画等,人工冰景有太阳岛雪雕博览会、冰灯游园会、冰雪大世界等,此外哈尔滨还有国际冰雪经贸洽谈会、冰雪图书展、冰雪汽车展、冰灯博览会等经贸旅游项目。为促进冰雪旅游产业的发展,哈尔滨开发了冰雪旅游专列、冰雪住宿、冰雪美食等等项目。丰富的冰雪旅游产品共同组成了哈尔滨较为完整的冰雪旅游产业链。

(2) 形成了有影响力的冰雪旅游形象和品牌

在国内,哈尔滨已经形成了独有冰雪旅游形象,哈尔滨的冰雪旅游的品牌已经被国人认可。上世纪70年代,城市旅游形象作为城市旅游效益的重要驱动内容成为现代城市旅游发展战略的竞争工具。对一个城市来说,确立鲜明的旅游形象是吸引游客的首要因素。在冰雪旅游方面,哈尔滨主打“冰城”这一城市形象,加之哈尔滨是国内发展冰雪旅游最早的城市,现在“冰城”这一旅游城市定位已经深入人心。哈尔滨政府主推的“冰雪奇缘”城市旅游形象宣传片在央视《新闻30分》等黄

金时段播放,据旅游部依据人民网舆情室做出的市场调查显示:2018年中国冰雪旅游城市排行榜中哈尔滨排在第一位。具有号召力的冰雪旅游形象转化为经济效益和社会效益促进哈尔滨冰雪旅游产业的进一步发展。

(3) 冰雪旅游接待情况

据哈尔滨旅游局公布的数据:2018年哈尔滨市接待国内旅游者7739万人次,其中冰雪旅游季节游客数量为5918万人次,占总体旅游人数的76.49%,这说明哈尔滨市的冰雪旅游产业是全市旅游产业的主要支撑。从2011年开始,哈尔滨市的冰雪旅游季节的游客每年增长率都在6.40%以上,哈尔滨市冰雪旅游国内客源的数量成逐年上升趋势。

2018年,哈尔滨市冰雪旅游季节接待外国游客17.95万人,香港游客13.16万人,澳门游客8.53万人,其他游客17.71万人。这在全国的冰雪旅游城市中排在第一位。

表1 2018年哈尔滨接待外国游客及港澳台游客数量表

项目	人次(万)
外国游客	17.95
香港游客	13.16
澳门游客	8.53
其他游客	17.71

(4) 哈尔滨旅游客源市场特征

哈尔滨作为中国黑龙江省的的经济中心和文化中心,在旅游客源中,占有很大比例的是休闲度假性质。据《中国旅游导报》的分析,哈尔滨的冰雪旅游客源中,具有70%以上的客源是处于休闲度假性质的旅游。分析哈尔滨游客的来源得知,在冰雪旅游季节中国内游客中以来自珠三角和长三角的游客为主,珠三角游客占42.21%,长三角游客占38.15%,其次是来自京津地区游客约占6.21%。而外国游客的来源多是来自欧美日韩等发达国家和地区,这个比例约占外国游客数量89.97%。

三、哈尔滨冰雪旅游存在的问题

1. 缺乏整体规划、重复建设现象严重

在冰雪旅游产品中,滑雪项目是最受旅客喜欢的项目,到哈尔滨旅游的游客中,87.13%的旅客会去体验滑雪。滑雪场项目投资较少,在经济利益的驱动下,旅游投资商投资滑雪场的兴趣大。政府缺少对冰雪旅游的规划,这导致了哈尔滨市滑雪场多,滑雪场为拉拢游客恶性竞争,滑雪场在规划建设上也缺少个性,千篇一律,形成了低效益的重复投资建设,以阿城区玉泉镇的滑雪场为例,这里是哈尔滨市滑雪场开发较早的地区,最初这里只有北山、威虎山、玉泉狩猎场三个滑雪场,如今在这个不到十几平方公里的区域内就有17家滑雪场,一些小滑雪场设备简陋、雪道长期不维护,时有旅客在滑雪中受伤事故发生,因为一些小滑雪场投资成本较低,为争夺客源,采用降价行为同大型滑雪场竞争,导致哈尔滨市的滑雪场价格混乱,不仅影响哈尔滨冰雪旅游的形象,而且影响了冰雪旅游的可持续发展。

2. 文化底蕴开发不足,旅游开发“重冰轻雪”

冰雪旅游的景点不仅仅要把景点的美丽雪景展示给游客,重要的是让游客在游览中记住景点的内涵,讲好文化故事,突出景点的文化内涵,这是增加游客粘性的一个重要策略,让游客在游玩之后记住这个景点,甚至让游客从内心喜欢上这个景点,能向亲朋好友推荐这个景点,要做好这一切就要靠在景点中融入文化内涵,树立起冰雪旅游的文化形象。目前的问题是,哈尔滨的冰雪旅游只重视开发产品,忽视旅游产品的文化底蕴,具体表现是冰雪旅游中缺乏对城市中固有的文化旅游资源的挖掘,如知名的索菲亚大教堂、龙塔、果戈里大街等,冰雪旅游未将这些知名的地标式建筑融入冰雪旅游开发中;另外哈尔滨在冰雪旅游中过度崇尚异域文化,



图1 2011-2018年哈尔滨市冰雪旅游季节接待国内旅游客人次及增长率

图1 2011-2018年哈尔滨市冰雪旅游季节接待国内旅游客人次及增长率

却忽视了本土文化和哈尔滨地域文化，如哈尔滨知名的冰雪饮食和旅游纪念品等在冰雪旅游中的售卖情况并不好，究其原因是在冰雪旅游中缺乏对这些产品的开发和宣传。再次，哈尔滨的冰雪旅游无论是在项目开发还是宣传促销方面，都存在“重冰轻雪”的情况，如南方游客对哈尔滨的认识就是“冰城”，而对长春的认识是“雪城”，这需要哈尔滨旅游主管部门在宣传上将“冰雪”融合，由此推动哈尔滨冰雪旅游市场的发展。

3. 宣传促销手段落后，环境设施有待提升

在供给侧改革和去产能化的大背景下，哈尔滨的经济增长较慢，财政收入低于全国平均水平，这让哈尔滨旅游文化局在推广哈尔滨冰雪旅游形象上的资金有限，在宣传方面投入的资金不足。据了解，哈尔滨市2017年用于冰雪旅游的宣传资金仅有1200万元，在2018年增长到1280万元，而吉林长春市在2018年用于宣传冰雪旅游的资金达到3000万元，这使得长春的冰雪旅游效果远好于哈尔滨，加之长春位于哈尔滨以南，这让长春市在吸引南方游客时更有优势。

哈尔滨的冰雪旅游景区在开发时仅仅重视硬件设施的投入，在旅游管理体制上比较落后，管理混乱，很多旅游景区存在多头管理乱象，在旅游产品的设计上缺乏标准和规划，造成了很多旅游产品的低效率重复开发；景区服务质量差，景区游玩体验氛围营造不够。与此同时，哈尔滨的旅游管理人才缺乏，这些因素都造成了游客对哈尔滨滑雪、冰灯、雪雕等的体验感较差，还影响了游客对于哈尔滨冰雪旅游形象的评价和宣传。

四、哈尔滨冰雪旅游发展对策

1. 强化整体规划，突出地域特色

依据哈尔滨的冰雪资源优势，结合区位优势和历史文化优势等，对冰雪旅游进行更加合理的策划，有重点、分层次地进行开发与建设，让哈尔滨的冰雪旅游行程良性循环发展，突出地域特色。在滑雪场建设方面，在投资滑雪场之前，就要通盘考虑滑雪场的优势及特色，在建设时避开与其他滑雪场的重复内容，形成自己的特色；其次在经营管理上也应该具有独特性和排他性，形成具有独特风格的滑雪旅游形象，哈尔滨的冰雪旅游具有很强的季节性特征，淡季闲置资源多，因为在经营上如何提升淡季旅游量就是重点，2017年哈尔滨市与广东旅游局合作，以“寒来暑往南来北往”为主题，重点提升哈尔滨旅游淡季的旅游客源数量，成效突出。

2. 深化文化内涵，树立冰雪旅游品牌

当前哈尔滨冰雪旅游产业的开发应该向侧重于增强文化内涵，树立品牌意识方向发展，在投资建设上应该以国际冰雪旅游城市为起点，突出冰雪旅游的文化内

涵，开设多样化的冰雪运动项目，继续开展冰雪节、冰雕文化节等旅游项目。同时，哈尔滨的冰雪旅游要从单纯的旅游开发向对外输出冰雪旅游的标准和经验转变，提升哈尔滨在冰雪旅游产业中的话语权。另外，哈尔滨与俄罗斯国家较近，在文化上是一个多元文化交融的城市，在城市建筑方面有哥特式、拜占庭式、巴洛克式风格，基于此，哈尔滨的冰雪旅游可以开发具有异国情调的、互动性和体验性强的项目；哈尔滨区域内有汉族、满族、回族、朝鲜族、鄂伦春族等众多民族，在饮食、服饰、节庆、文化信仰等方面独具特色，因此哈尔滨的冰雪旅游可以结合金文化、黑土文化、边疆文化，凸显出哈尔滨独特的历史文化特征，让游客在旅游中增长文化，真正实现哈尔滨冰雪旅游的文化内涵，提升哈尔滨冰雪旅游的品质。

3. 加强环境保护，增加冰雪旅游的财政倾斜

总书记在讲话中多次强调“绿水青山就是金山银山”，哈尔滨政府在学习总书记治国绿色发展理念之后，提出“冰天雪地也是金山银山”，哈尔滨具有得天独厚的冰雪旅游资源，冰雪资源虽然是一种可再生资源，但是环境质量影响着冰雪旅游地的整体效益，哈尔滨作为东北的重工业为主的城市，当前环境质量不容乐观，冬季粉尘颗粒浓度大，这些粉尘吸附在冰灯、雪雕方面，影响了景区的美感，对于此，哈尔滨要加强环境保护，为冰雪旅游提供一个可持续的环境。

充足的宣传费用是吸引客源的保障，也是提升哈尔滨冰雪旅游知名度的物质保障。哈尔滨财政要向冰雪旅游方面倾斜，借助多种媒体形式宣传哈尔滨冰雪旅游。哈尔滨是中国冰雪旅游推广联盟的理事单位，要借助2022年北京冬奥会这一契机，将“冰雪奇缘”的旅游形象向世界推广。同时细化冰雪旅游的产品营销，优化服务质量，使冰雪旅游、文化、体育、装备制造深度融合，以冰雪旅游产品的发展促进哈尔滨供给侧结构性改革。

参考文献

- [1] 张小岗. 哈尔滨冰雪旅游发展现状[J]. 旅游时代, 北京: 北京旅游出版社, 2018.1(12): 11-12.
- [2] 黄广庆. 哈尔滨冰雪旅游十年发展轨迹初探[J]. 城市策略, 西安: 西安文化出版社, 2018.11(09).
- [3] 李志华. 哈尔滨冰雪旅游可持续发展研究[J]. 旅游文化, 2017.9(10).
- [4] 陈祥宇. 2007年哈尔滨冰雪旅游发展现状分析及未来走势预测[J]. 城市发展, 2019.2(01): 11-12.
- [5] 丁朝阳. 浅析哈尔滨冰雪旅游的发展对策[J]. 新时代, 2019.01(08): 9-10.

新课程高考模式下历史课堂教学方式的行动研究

吴玮娟

(南昌市洪都中学 江西 南昌 330024)

【摘要】几年来，新课程理念与高考模式逐渐普及到全国各大省市，它更新了以往传统教学的模式，也对各高中教学任务提出了新的要求。高中历史作为育人教育的一部分，在不断地改革中也出现了教学困境。基于此，本文首先从新课程高考模式下历史课堂教学暴露的问题出发，随后从三方面分析了历史课堂教学方式的优化措施。以此来供相关人士交流参考。

【关键词】新课程；高中历史；课堂教学方式

引言

当前的教育方向强调学生的全面发展，也要求教师将课堂交还给学生，这实际上与传统的教学方式存在很大矛盾。高中历史知识体系的复杂、琐碎本身很难调动学生的积极性，而要达到历史教学掌握知识、培养运用理论的能力，教师要花费大量的时间精力去监督、督促学生进行记忆理解，因此现阶段高中历史课堂教学要结合新课程高考模式的变化积极探索、寻求突破。

一、新课程高考模式下历史教学暴露的问题

首先，以往高中历史的教学没有充分深入的规划整合，历史学习的难度主要是大量知识点记忆的琐碎和相关内容的延伸扩展性，这使得学生在学习过程中对历史的印象是死板、枯燥的，也因此对于历史的学习没有兴趣也没有动力，即便历史教师花费了心思引导学生学习也得不到理想效果。其次，是高中繁重的学业压力让历史学科处于一个无人问津的地位。大多数学生甚至教师对于历史学科的重视程度不足，历史课程的安排与教学任务的设置都受到的时间和空间的限制，所以历史课程的实行可能会因为时间的不足等原因受到阻碍，相关的教学目标和内容也得不到有效的实施^[1]。再次，一些教师对于历史教学的方式把握不到位。有的教师完全在课堂上主导教育节奏，将历史内容、重要知识、课堂任务安排的清楚明白，但学生自身无法消化；也有的老师看上去积极提升学生的参与度，设置了课堂互动、小组讨论、自主学习等环节而没有落实历史知识的传授，同样影响教学效果。

二、历史课堂教学方式的优化措施

(一) 建立理论框架，方便学习理解

针对高中历史教育，可以先钻研高中教材的内容体系，结合相关新课程标准的理论与高考模式的变化进行有侧重的梳理。首先要让教师明确历史教学的目标和任务，并根据已有的相关资料更新教学体系，为学生制定适合新课程高考模式下的理论学习框架。特别是对于历史知识的庞大与复杂，应该尽可能地为学生建立起相应的事件、时间脉络，更好的辅助学生的记忆与理解。

(二) 加强重视力度，丰富方式内容

如今的高中学习强调全面发展，历史的重要性与其他学科处于同等地位，因此在历史教学过程中应该摒弃轻视历史的错误观念，加强对历史课程的分配力度^[2]。在课堂教学中也要积极运用丰富多样的形式充实历史学习模式，比如在学习人教版

高中历史《从科学社会主义理论到社会主义制度的建立》这一章节的内容时，可以借助相关多媒体音频加强学生对马克思主义、俄国十月革命的了解，并从沉闷的学习环境中解脱出来，进一步提高对历史学习的兴趣。另外，也可以向其他学校的优秀教师学习，通过网络共享微课或者教学课件来传播优质的教学资源。对于历史知识的内容也不应该局限在教材中，应该鼓励学生从教材出发，去探寻比教材更广阔的内容体系，比如在学习人教版高中历史《中国传统文化主流思想的演变》这一章节的内容时，学生了解百家争鸣的详细过程后也有助于对主体思想的认识。

(三) 打破传统模式，强调主体地位

新课程标准的改革一直强调学生的主体地位，避免传统教学教师的主导作用影响学生的学习。在历史课堂教学中，教师应该明确自己的站位，引导学习并起辅助作用，协助学生做好历史课堂的主人。可以通过翻转课堂或者小组讨论的方式解决教师预留的问题，鼓励学生大胆质疑、勇敢发问。不仅可以利用课堂学习的时间，也可以要求学生在课下提前进行资料搜集，提前了解课程内容并思考。比如在学习人教版高中历史《近代中国的思想解放潮流》这一章节的内容时教师应该将主动权交由学生，将疑难点变成问题反问或者引导学生而不是直接的复述勾画内容。不能以高中时间紧任务重为由剥夺学生自主学习的时间和精力，要知道教师一味的强硬灌输会造成学生学习的惰性和厌倦，让历史教学效率大打折扣。因此，在高中历史课堂上，教学氛围应该保持轻松愉快，教师从一名答疑者变成学生的伙伴，与学生一起思考、解决问题。

三、结束语

高中的学习不仅是为了最终的高考成绩，也要在学习过程中培养学生相应的思维水平和技能。高中历史教学也担负着培养学生爱国情怀、以史为鉴的重任，因此面对新课程高考模式的变化，学生和教师应该相互配合，积极摸索课堂教学方式的变化，在长期的系统摸索中逐步确立起历史课堂教学的新方针，完成人才培养和教学目标实现。

参考文献

- [1] 曾芸. 新课程改革中高中历史教学“互动启发”模式的探究[J]. 高考, 2018(22): 22-22.
- [2] 王伟伟, 肖建民. 论课堂教学评价实践研究过程的“三个转换”[J]. 现代基础教育研究, 2018(3): 191-196.