



# 今年哈尔滨出入境人数破50万人次

## 预计明年1至3月出入境客流将持续高位

本报讯(郭策 孙中大 记者 王骁)12月19日上午,哈尔滨空港口岸迎来重要时刻,随着一位日本籍旅客入境,口岸出入境人数突破50万人次大关。

受240小时过境免签政策及哈尔滨冰雪旅游季火热影响,哈尔滨空港口岸今年出入境旅客较去年同期增长183%。其中,出境外籍人员13.6万人次,同比增长181%。

作为东北亚空中走廊枢纽,哈尔滨机场口岸今年恢复19条国际及地区客运航线,还将开通新航线。据悉,2025年第九届亚冬会将在哈尔滨举办,届时将迎来亚洲34个国家和地区的运动员与游客,预计明年1月至3月,口岸出入境客流将持续高位。

目前,哈尔滨出入境边防检查站全力冲刺备战。移民事务首站服务中心已筹备完毕,“亚冬会专用通道”即将开启,比赛用

枪查验区专人专管,“一站式”通关体验呼之欲出。同时,哈尔滨边检站为口岸查验现场配备了智能翻译机、可升降验证台、生物采集等前沿智能查验设备。升级后的智能翻译系统,能够对143个国家和地区的70余种语

言进行精准实时翻译。此外,该站制定专项保障方案,组织演练和压力测试,选拔精英组建服务保障队,全方位保障口岸高效稳定运行,全面提升哈尔滨国际形象,以开放之姿拥抱世界,为亚冬会保驾护航。



## 首批240小时过境免签旅客来了

### 首位是巴西籍旅客

本报讯(张慕远 记者 王骁)12月18日22时45分,随着首尔至哈尔滨的CZ684次航班降落至哈尔滨太平国际机场,哈尔滨空港口岸迎来首批符合240小时过境免签政策的9名外籍旅客,其中首位旅客是巴西籍。

国家移民管理局12月17日发布进一步优化过境免签政策的公告。此次政策调整后,符合条件的外国籍旅客在指定口岸过境时,可享受240小时免签停留,方便其在周边地区从事商务、旅游等活动。

哈尔滨出入境边防检查站积极落实此项政策,组织民警深入研习新规,开展业务培训与相关宣讲工作,确保精准高效执行;加



强与机场、海关等部门通联协作,优化通关流程,在口岸设置醒目引导标识与咨询台,并安排专职民警值守服务。

此外,该站将严格落实政策要求,持续优化服务,做好监管与服务,为国际交流搭建坚实桥梁,助力2025年第九届亚冬会顺利召开,促进地区经济文化等多领域的蓬勃发展与深度交融。

## 自创冻梨冻柿子咖啡 锅包肉与三明治巧妙结合 手作小店主打冰城元素 冰城个性化小店 用“范儿”攒起人气

□本报记者 陈悦 文/摄

创意趣味手作、独家地域美食、惊喜小礼物……冰雪季,哈尔滨的街头特色小店已成为城市文旅业中不可或缺的一部分,尤其在年轻群体中颇受欢迎。与大商场不同,小店不仅通过个性化、互动性方式提供新奇的消费体验,更以精心策划的产品和服务为顾客带来满满的情绪价值。近日,记者走访多家小店,看它们怎样融合城市特色展开创新,又如何以情绪价值激发市民消费热情。

### 融合兴趣性与参与感

#### 小店攒起人气

走进谢涛的“万物手作”小店,很多人被这里温馨的氛围所吸引。店面空间不大,几张长桌和舒适的座椅,撑起周末下午的满满人气。墙上挂满手工制作的香薰蜡烛、油画、毛线娃娃等作品,五彩斑斓,令人心情愉悦。

这家小店位于防洪纪念塔广场旁一家商场内,主打DIY创意手工,每人收费仅需二三十元。小店的魅力不只因为价格,更在于顾客可亲自动手,享受创作的乐趣。

市民王潇说:“我特别喜欢在这里制作‘索菲亚’香薰蜡烛,亲手为穹顶涂上金灿灿的颜色,为建筑外墙刷色,让我仿佛成为了一名建筑师。”店内还能制作“大雪人”存钱罐等具有哈尔滨特色的手工艺品。“这两年哈尔滨旅游爆火,小玩意做好后送给外地朋友,收获一致好评。”这让王潇特别“嘚瑟”,也进一步推动了冰城文化的传播。

对抗网上可替代性消费,更关注年轻人的兴趣体验并强化参与感,已成为小店的核心竞争力。看好中央大街的人气,去年冬季以来,众多创新小店先后开起来,进一步发掘年轻人的个性化体验需求。一批“谷子店”、抓娃娃店以及成批的刮刮乐店等,让商场也逐渐焕发新生机,原本很多空着的铺面目前基本都租

出去了。

### 与地域文化有机融合

#### 冻柿子咖啡“上线”

越来越多的小店开始将本土历史文化和城市特色,融入产品和服务中。

生于“安字片”的冰城小伙王俊涵开了一家“哈埠咖啡”店,他自创冻梨咖啡和冻柿子咖啡等特色饮品,采用黑龙江产的黑豆奶和伊春野生蓝莓等优质原材料制作而成,味道独特且深受消费者喜爱。

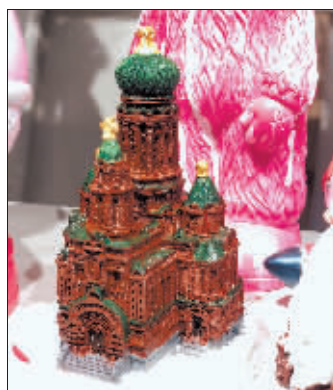
为提升本土氛围感,王俊涵在店内配置了大量冰城历史画册,顾客在品尝咖啡的过程中,同时感受到哈尔滨浓浓的文化底蕴。为增加游客情绪价值而赠送的小礼品,也是满满的哈尔滨元素,如自拍自制的冰城明信片、“冰城人”咖啡豆戒指等。

王俊涵表示,加入哈尔滨元素后,店内生意异常火爆,“冬天最旺的一天能卖39杯冻梨咖啡,60%的顾客都是游客。整个月销售额高达1.5万元,差不多较平日翻倍。”

一位昆明网友在刷到哈埠咖啡店视频后,下了飞机特意直奔这里品尝招牌咖啡,“这样的小店,不仅是享受特色咖啡的地方,也是感受哈尔滨的一个独特渠道。”王俊涵曾做过5年自媒体博主,他每天都在小红书上更新一条小店动态和城市亮点,期待更多网友对冰城文化有更深了解。“希望我们本地独创的特色



哈埠咖啡一角悬挂的哈尔滨老地图,满满的哈尔滨气息。



香薰蜡烛。

咖啡,有朝一日也能成为宣传哈尔滨文旅的一个重要窗口。”

### 小店整出“高端范儿”

#### 流量与口碑双赢

一家名为“面包的日尝”的特色小店,凭借其独创的慕斯蛋



冻梨白拿铁咖啡。

部分照片由受访者提供

糕,在2023年冬季走红哈尔滨。今年,店主郭女士将这份独特的创意带到上海。新店开业之际,其独特的蛋糕设计立即吸引了众多顾客排队购买。

郭女士表示,如今的哈尔滨备受瞩目,无需过多介绍,许多上海本地居民及外国游客都能认出这是哈尔滨的标志性建筑。“我希望能通过我的小店,将更多哈尔滨元素传播到世界各地。”

在冰城,另一家街头手工吐司店凭借其创新食品脱颖而出。该店将传统锅包肉与三明治巧妙结合,不仅满足了消费者的味蕾,更让他们感受到奇异的冰城魅力,“食材搭配不拘一格,真的很有特点,也很有范儿”。

当夜幕降临,“哈埠咖啡馆”成为了摄影爱好者的聚集地。得益于自媒体流量的主动推广以及国家地理杂志编辑的青睐,这家具有冰城文化范儿的小店逐渐获得了线上流量与商业价值的双赢。王俊涵也正在考察新地点,想再开一间小店。

“顾客在冰城小店中,不仅能购得商品,更能获得独特的体验和情感共鸣。”一位业内人士表示,小店带动的消费热潮,更多在于回归人情味与情绪价值,每一杯咖啡、每一个产品,都承载着一种情感、一段故事,让顾客在与城市文化的互动中获得情感价值。通过精准捕捉特色并倾注心血经营,小小的店铺拥有了广阔的发展前景与影响力。