

# 跨文化传播视角下哈尔滨冰雪旅游公众号推文英译策略探析

严辰, 姜涛, 袁瑀璋, 鲜思涵

哈尔滨理工大学外国语学院, 黑龙江 哈尔滨

收稿日期: 2026年5月18日; 录用日期: 2026年6月18日; 发布日期: 2026年6月26日

## 摘要

在文旅融合与“讲好中国故事”战略下, 城市旅游国际传播是提升文化软实力、推动产业发展的重要途径。哈尔滨作为国内冰雪旅游标杆城市, 其官方公众号英文推文存在翻译质量不一、文化内涵流失、海外受众共情不足等问题。本文以跨文化传播理论为基础, 运用文本分析、案例与对比研究法, 探讨冰雪旅游公众号推文的英译策略, 旨在精准传递冰雪文化、彰显地域特色、强化宣传效果。研究认为, 冰雪旅游外宣文本兼具信息、文化与营销属性, 翻译应突破语言对等局限, 转向受众导向与跨文化适配, 灵活运用归化、异化、释译、增译、篇章重构等方法, 平衡文化原貌与海外接受度。符合海外认知习惯、聚焦文化传播与情感联结的翻译策略, 可有效降低文化折扣, 提升外宣实效与国际吸引力, 为同类城市新媒体外宣翻译提供参考。

## 关键词

跨文化传播, 冰雪旅游, 公众号推文, 英译策略

# An Analysis of English Translation Strategies for Official Account Tweets of Harbin Ice-Snow Tourism from the Perspective of Cross-Cultural Communication

Chen Yan, Tao Jiang, Yuxun Yuan, Sihan Xian

School of Foreign Languages, Harbin University of Science and Technology, Harbin Heilongjiang

Received: May 18, 2026; accepted: June 18, 2026; published: June 26, 2026

文章引用: 严辰, 姜涛, 袁瑀璋, 鲜思涵. 跨文化传播视角下哈尔滨冰雪旅游公众号推文英译策略探析[J]. 新闻传播科学, 2026, 14(6): 260-268. DOI: 10.12677/jc.2026.146162

## Abstract

Based on the integration of culture and tourism and the strategy of “telling China’s stories well”, international communication of urban tourism is crucial to enhancing cultural soft power and boosting industrial development. As a leading city of ice-snow tourism in China, Harbin faces problems such as uneven translation quality, loss of cultural connotations and insufficient resonance with overseas audiences in the English posts of its official WeChat accounts. Based on intercultural communication theories, this paper adopts textual analysis, case study and comparative research to explore English translation strategies for Harbin ice-snow tourism posts, aiming to convey ice-snow culture, highlight regional characteristics and strengthen promotion effects. The study holds that publicity texts of ice-snow tourism are informative, cultural and marketing-oriented. Translation should go beyond linguistic equivalence and adopt audience-oriented and cross-culturally adaptive methods including domestication, foreignization, explanatory translation, amplification and text restructuring to balance cultural authenticity and overseas acceptability. Translation strategies in line with overseas cognitive habits and focusing on cultural communication and emotional connection can effectively reduce cultural discount and improve international publicity effects. This study provides practical references for new media publicity translation of Harbin and similar ice-snow tourist cities.

## Keywords

Intercultural Communication, Ice-Snow Tourism, Official Account Tweets, English Translation Strategies

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

### 1.1. 研究背景

全球化背景下,旅游传播成为跨文化交际重要载体,冰雪旅游的国际传播效果与翻译质量密切相关。哈尔滨凭借独特冰雪资源成为我国冰雪旅游国际名片,微信公众号英译的跨文化适配性直接影响国际游客认知与决策。现有研究多聚焦通用旅游文本翻译,针对冰雪文旅新媒体的系统性译介研究不足,尤其缺乏高语境文化符号在低语境环境中的转化研究[1]-[4]。

冰雪旅游推文兼具信息与外宣功能,翻译面临三重矛盾:专业术语与大众表达的平衡、文化负载词的意象重构、新媒体碎片化与传统翻译规范的冲突。部分译文存在文化意象流失或过度归化问题,需构建兼顾文化传真与受众认知的翻译策略。

跨文化传播理论为研究提供支撑:霍尔高低语境理论揭示中西方解码差异,纽马克交际翻译理论强调受众反应,微信公众号多模态特性也要求建立适配的翻译准则[5]-[8]。本文以哈尔滨文旅公众号近三年推文为样本,解决文化缺省补偿、幽默语等效重构、多模态符号翻译三大问题,为冰雪文化国际传播提供参考。

### 1.2. 研究意义

理论层面,本研究将旅游翻译置于跨文化交际场景,突破语言转换单一视角,探索数字时代跨文化

沟通路径,丰富旅游翻译与跨文化传播交叉理论,为新媒体文化外译提供案例支撑[1][2][9]。

实践层面,优化翻译策略可减少文化偏差,提升外文推文可读性与传播力,助力哈尔滨冰雪旅游品牌国际化,准确传递冰雪艺术、民俗风情与城市精神,实现从信息传递到文化对话的跨越,为地方文旅国际传播提供实操方案,助力国家文化软实力提升。

## 2. 哈尔滨冰雪旅游双语公众号建设概述

### 2.1. 项目立项目的

文旅融合背景下,哈尔滨亟需双语平台输出冰雪文化。项目核心目的并非简单语言转换,而是以跨文化传播视角实现“信息传递”到“文化共鸣”的跨越。

项目系统翻译冰雪景区、节庆、民俗等核心文本,处理文化专有项与历史典故,避免直译造成文化意义流失;优化叙事与话语风格,适配英文旅游文本信息明晰、实用导向的特点;以高质量翻译塑造哈尔滨国际形象,减少文化误读,传递冰雪魅力与城市温情,服务冰雪旅游国际化战略[1][10]。

### 2.2. 项目核心内容

哈尔滨冰雪旅游双语公众号是集跨文化传播、文旅营销、本地化翻译于一体的综合平台,聚焦三大板块:精准翻译景区、交通、住宿等旅游资讯;深度阐释冰雪文化与节庆内涵,完成文化符号创造性转换;策划多模态互动内容,激发海外受众共鸣。项目采用受众导向策略,通过增译、释译等方法平衡信息准确性与传播流畅性,实现对冰雪旅游资源的系统性编码与再创作。

### 2.3. 项目建设意义

该公众号是跨文化传播战略实践,将静态冰雪资源转化为动态交流内容,构建双向沟通模式,助力哈尔滨打造世界级冰雪旅游城市品牌。优质英译消解文化壁垒,以贴合西方受众的方式传播文化意象,增强可读性与共情力,优化入境旅游体验。同时,项目具有行业示范作用,强化我国冰雪文化国际话语权,丰富文旅叙事,赋能地方文旅国际化升级[11]-[13]。

## 3. 旅游文本翻译的理论基础

### 3.1. 旅游文本的语言特征与翻译原则

旅游文本是实用功能性文体,翻译是以信息传递、文化沟通、读者效应为核心的跨文化行为,兼具信息性与诱导性[2][4][9][14]。其翻译需突破“信达雅”,采用目标受众导向的跨文化适应策略。

翻译原则包括:读者中心原则,结合受众文化背景调整内容;功能对等原则,保障译文实现同等交际与呼唤功能;文化信息灵活处理,以补偿策略平衡归化与异化;风格适配原则,符合目标语旅游文本规范。译者需承担文化中介与文本再创角色,产出忠实且具宣传效果的译文[15][16]。

### 3.2. 跨文化传播视域下旅游英译基本原则

跨文化视角下,旅游英译核心是搭建文化认同桥梁,译者需兼顾语言、文化与交际功能。

文化适应性原则:译文适配受众认知框架,对“冰灯”“冬泳”等文化词采用释义、类比等补偿策略,消除理解障碍[1][5][15]。

信息突出性原则:取舍重组信息,弱化冗余背景,突出核心吸引物与体验信息,提升传播效率。

读者导向原则:语言风格、篇章结构符合英文规范,将中文诗意表达转化为具象体验描述,增强感染力。

三大原则协同作用，引导译者完成文化调适与创造性重构，实现吸引游客、传播文化的目标[3] [4] [17]。

## 4. 冰雪旅游公众号推文英译策略与案例分析

### 4.1. 词汇层面英译策略

在词汇层面的英译策略中，核心挑战是处理文化专有项与术语的转换。冰雪旅游公众号推文常包含大量具有东北地域特色和文化内涵的词汇，如“冰灯”“雪雕”“东北秧歌”“铁锅炖”等，这些词汇在英语中缺乏完全对等的表达，直接音译或字面翻译极易导致目标读者理解困难。因此，译者需采取灵活的补偿策略，其中“描述性翻译”(释义)最为常用，即通过解释性短语传递词汇的核心概念与体验感。例如，将“冰灯”译为“ice lanterns (sculptures carved from ice and illuminated from within)”，既给出基本对应词，又通过括号补充说明其雕刻工艺和观赏特点，有效弥补文化信息的损耗；对于“铁锅炖”这类饮食文化词，可译为“Northeastern-style iron pot stew”，通过添加地域标识和功能描述，帮助国际游客快速认知其特色[4] [16]-[18]。

另一关键策略是处理旅游宣传中高频出现的形容词与四字格。中文推文为营造意境、吸引受众，常使用“美轮美奂”“银装素裹”“欢声笑语”等富有感染力的表达，若直译为“extremely beautiful”或“covered in white”，虽能传递基本语义，却会丧失原文的韵律美和意境深度。此时需遵循“动态对等”或“交际翻译”原则，译者需跳出词汇表层，捕捉其想要唤起的心理感受与视觉意象，在英语中寻找能产生类似效果的表达。例如，“银装素裹的世界”可灵活译为“a world transformed into a pristine white wonderland”或“the snow-blanketed landscape”，通过“pristine”“wonderland”“blanketed”等具象且有诗意的词汇，在英语语境中重建与原文相近的审美体验，这要求译者不仅是语言转换者，更是文化意象的再造者[2] [6]。

此外，专有名词与机构名称的翻译需遵循规范性与一致性原则。冰雪旅游场景中涉及的景点(如“冰雪大世界”)、活动名称(如“哈尔滨国际冰雪节”)、政府机构或相关企业名称，大多已有官方或通用定译，例如“Harbin Ice and Snow World”和“Harbin International Ice and Snow Festival”。译者处理此类词汇时，必须提前查证并使用权威译法，杜绝随意创造，以确保信息的准确性和专业性，维护哈尔滨冰雪旅游的品牌统一形象，这也是跨文化传播中建立信任与权威感的基础[3] [18]。

最后，网络新词与流行语的翻译需兼顾时效性与可接受度。公众号推文为贴近受众、增强亲和力，可能融入当下中文网络流行语或创意表达。将这类词汇译为英语时，需充分评估其文化时效性及在目标读者中的可理解性；若某些生僻或时效性极强的网络用语，其文化内涵难以用简洁的英语传达，可舍弃字面形式，转而概括其传递的轻松、幽默或惊叹的语气。翻译的关键在于保留原文的交际意图与语体风格，而非机械追求字字对应，确保译文在英语社交媒体语境中自然、生动，能够有效引发目标受众的情感共鸣。

### 4.2. 句式层面英译策略

在句式层面进行翻译时，需要突破汉语原文的流水句和竹节式结构，重构为符合英语读者认知习惯的树形结构。汉语冰雪旅游推文常采用短句铺陈，通过意合方式连接，营造画面感与诗意氛围；而英语则倾向于使用主从复合句，以主谓结构为核心，通过关联词和从句进行逻辑延伸，实现信息的紧凑与层次分明。因此，英译策略的核心在于进行必要的句式重组，包括主语的确立、逻辑关系的显化以及信息密度的调整[14] [15]。

一个关键的策略是主语的显化与确立。汉语多无主句或主语隐含，英语则要求语法主语明确。译者需根据上下文，从场景中提炼出逻辑主语，或将抽象概念、地点等转换为合适的主语。例如，描述冰雪雕制作过程的“精雕细琢，栩栩如生”这类短语，在英语中可整合为以“The ice sculptures”或“Artisans”为主语的完整句子，从而建立清晰的陈述主体。这确保了句子的语法完整性和信息焦点。

逻辑关系的显化与主从结构重组是另一核心。汉语依靠语序和语义连贯，英语依赖连接词表明因果、转折、条件等关系。翻译时需分析短句间的内在逻辑，选用恰当的从属连词(如 *although, because, when*)或分词结构、介词短语进行整合，将平行的竹节结构转化为有主有从的树形结构。这增强了译文的逻辑性与可读性[2] [9]。

以下通过一个典型案例对比，具体展示上述策略的应用：

原文句式：夜幕降临，冰灯点亮，整个冰雪大世界流光溢彩，宛如童话仙境，令人沉醉。

直译尝试：When night falls, the ice lanterns are lit, the entire Ice and Snow World is glittering, just like a fairy tale wonderland, making people intoxicated. (句式并列碎散，逻辑层次不清，“令人沉醉”表达生硬。)

优化译文：As night falls, the illuminated ice lanterns transform the entire Ice and Snow World into a glittering fairy-tale realm, captivating every visitor.

案例分析：优化译文将“夜幕降临”处理为时间状语从句(*As night falls*)，确定“the illuminated ice lanterns”为主语，并通过谓语“transform...into...”整合了“点亮”与“宛如”的意象，将“流光溢彩”转化为形容词“glittering”作定语。最终，“令人沉醉”被转化为现在分词短语“captivating every visitor”作结果状语。这一系列操作将原文四个短句整合为一个逻辑严密、主干突出的英语复合句，实现了从意合到形合、从平列到主从的转换，画面感和感染力得到有效传达。

总之，句式层面的英译并非简单的语序对应转换，而是基于对两种语言句式思维差异的深刻理解，进行系统性结构重组。通过主语显化、逻辑显化与信息整合，使译文在准确传达原文诗意与信息的同时，符合英语句法规范与读者的审美期待，从而在跨文化传播中有效提升哈尔滨冰雪旅游形象的传播效能。

### 4.3. 文化负载词英译策略

文化负载词是冰雪旅游推文的核心内容，也是翻译难点。这类词汇承载着东北冰雪民俗、历史底蕴与地域生活特色，直接影响海外读者对哈尔滨冰雪文化的认知。翻译需结合词汇内涵、语境与传播目标，灵活选用多元策略，兼顾文化传递与受众接受度[4] [17] [19]。

对于英语语境中有相近概念的文化词汇，直译与借译简洁高效。如将“冰灯”译作“ice lantern”，可直观传递事物形态，快速建立认知关联，适合视觉特征鲜明的物质类文化词汇。但直译存在局限，面对带有独特民俗与精神内涵的表达，容易弱化深层文化价值。例如“冬泳”直译为“winter swimming”，只能体现活动形式，无法体现其作为北方冬日传统、象征坚韧品格的地域民俗意义，这类内容就需要在直译基础上补充说明。

释义翻译与文内补充，是弥补直译信息缺失的重要手段。针对具有专属背景的文旅名词，可搭配简短阐释帮助读者理解。如“冰雪大世界”标注主题公园属性、“糖葫芦”结合音译加内容注解，既保留本土文化标识，又用通俗解释消除认知壁垒，在保留文化特色的同时，适配海外受众的认知习惯。

部分极具地域特殊性、无外语对应概念的表达，翻译难度最高，例如东北特色现象“泼水成冰”。单纯字面翻译晦涩难懂，需结合场景进行创造性译写，补充气候条件、行为过程与趣味体验，跳出文字局限，完整还原独特的冬日场景与沉浸式体验，实现意境与文化内涵的跨文化传递[16] [17] [20]。

综上，冰雪文化负载词的英译，需要在归化与异化之间动态平衡。译者应结合词汇文化属性、传播场景与读者认知水平灵活择取译法。优质翻译不只完成语义转换，更能还原冰雪文化场景、唤起海外受

众情感共鸣，为哈尔滨冰雪文化的跨文化有效传播筑牢基础。

#### 4.4. 典型推文案例分析

##### 4.4.1. 景点介绍类推文英译案例

###### 案例 01

原文：圣索菲亚教堂

译文：Saint Sophia Cathedral

分析：该名称为国际通用固定译法，是哈尔滨最具辨识度的地标之一。采用标准译名可保证权威性与一致性，避免自创译法造成认知混乱，同时保留建筑的历史与宗教文化属性，符合海外游客信息接收习惯。

###### 案例 02

原文：冰雪大世界，琼楼玉宇，宛如仙境。

译文：The Ice and Snow World features magnificent ice structures, just like a fairyland.

分析：中文原文使用古典成语营造意境，英文不宜逐字直译。译文将“琼楼玉宇”转化为具体可感的“magnificent ice structures”，把“仙境”转为西方文化中易于接受的“fairyland”，既保留视觉美感，又实现文化归化适配，简洁且富有画面感。

###### 案例 03

原文：夜幕降临，冰灯点亮，整个冰雪大世界流光溢彩，令人沉醉。

译文：As night falls, lit ice lanterns turn the Ice and Snow World into a brilliant and fascinating paradise.

分析：原文为典型汉语流水句，翻译时重构英文主从结构，用“As night falls”明确逻辑关系，确定“ice lanterns”为主语，整合信息，使句式紧凑流畅，符合英文形合特点，同时保持宣传文本的感染力。

###### 案例 04

原文：太阳岛雪博会是冬季哈尔滨不可错过的景观。

译文：The Sun Island Snow Expo is a must-see attraction in Harbin during winter.

分析：“不可错过”是旅游宣传高频表达，译文采用英文旅游文本常用短语“must-see attraction”，简洁地道，信息明确，符合海外游客阅读习惯，召唤功能突出。

##### 4.4.2. 旅游方案类推文英译案例

###### 案例 05

原文：感受冰城哈尔滨的冰雪魅力，体验“泼水成冰”的奇观。

译文：Experience the charm of Harbin, the Ice City, and enjoy the amazing sight of hot water freezing into ice instantly.

分析：“泼水成冰”无直接英文对应表达，属于典型文化负载现象。译文采用释义法，补充“hot water”“instantly”等关键信息，清晰还原场景与原理，既保留地域特色，又让国际游客快速理解核心体验，实现文化信息有效传递。

###### 案例 06

原文：来哈尔滨一定要尝铁锅炖。

译文：You must try the Northeastern-style iron pot stew when visiting Harbin.

分析：“铁锅炖”是东北特色饮食文化负载词。译文使用“地域标识 + 核心释义”结构，添加“Northeastern-style”明确地域属性，用“iron pot stew”直观解释菜品形式，避免音译造成理解障碍，信

息清晰易懂。

案例 07

原文：中央大街拥有百年历史，充满欧式风情。

译文：With a history of over 100 years, Central Street is full of European-style charm.

分析：原文信息包含历史与风格两大要点，译文用介词短语整合次要信息，突出核心特征，句式简洁，重点突出，符合英文信息突出原则，便于游客快速抓取关键内容。

案例 08

原文：冬泳表演展现了哈尔滨人勇敢的精神。

译文：The winter swimming show shows the brave spirit of Harbin people.

分析：“冬泳”是哈尔滨特色民俗活动，译文采用直译并保留文化内涵，既准确说明活动形式，又传递其精神价值，实现文化特色与受众理解的平衡。

案例 09

原文：冰灯游园会每年冬天吸引无数游客。

译文：The Ice Lantern Festival attracts numerous visitors every winter.

分析：“冰灯游园会”采用通用官方译法，保证规范性与一致性，句式简洁，信息明确，符合公众号推文简短清晰的传播要求，传播效率高。

案例 10

原文：哈尔滨的冬天，银装素裹，美不胜收。

译文：Harbin in winter is covered in snow, creating a stunning and unforgettable view.

分析：中文四字格侧重意境渲染，译文简化为具象描述，用“covered in snow”“stunning view”传递雪景美感，贴合英文旅游文本重实景、轻虚饰的风格，简洁且感染力充足[1] [3] [18]。

## 5. 研究结论与展望

### 5.1. 研究主要结论

本文以跨文化传播理论为基础，系统分析哈尔滨冰雪旅游公众号英文推文，总结其翻译策略与传播效果。研究表明，面对冰雪元素与东北地域文化专有内容，译文普遍采用受众导向的跨文化调适手段：对冰灯、雪博会等特色文化词汇，多用直译加补充阐释或类比表达，帮助海外读者理解文化内涵；语言上弱化中式华丽辞藻与宣传化句式，改用简洁自然、互动性更强的叙事风格，拉近与国际受众的距离。

旅游外宣翻译不以文字对等为目标，重在塑造生动易懂的城市旅游形象，是意义重构与二次传播的过程。译文将冰雪资源重新塑造成融合艺术、节庆、休闲体验的特色文旅符号，并通过信息筛选与篇章重组，重点突出游玩体验、实用资讯与视觉亮点，精简本土色彩过强的背景内容，贴合国际旅游传播的表达范式[1] [9] [15]。

同时，研究也发现现存翻译困境：过度迁就海外表达会削弱冰雪文化独特性，而过多保留本土特色又容易造成理解障碍。现有译文虽能完成基础信息传递、激发浅层旅游兴趣，但难以形成深度文化认同与差异化城市标签，也折射出文旅外宣中，文化原味与传播效果难以兼顾的普遍矛盾[10] [13] [16]。

基于上述结论，本研究的核心发现可归纳为以下策略应用矩阵，它概括了不同文本内容类型所对应的主导翻译策略及其预期传播功能，见表 1。

总之，哈尔滨冰雪旅游公众号英译实践表明，成功的跨文化传播不在于语言逐一对等，而需结合目标受众的文化认知与信息需求，对原文进行战略性重构。

**Table 1.** Application matrix of English translation strategies for ice-snow tourism official account posts  
**表 1.** 冰雪旅游公众号推文英译策略应用矩阵

文本内容类型	主导翻译策略	策略核心特征	预期传播功能
文化专有项与特色概念	解释性意译与文化类比	补充文化语境，寻找文化对应物或隐喻	消除文化隔阂，促进理解与兴趣
景观与体验描述	感官化与动态化改写	强化视觉、体感描述，使用主动语态与生动动词	营造沉浸感，激发游客的体验想象与渴望
旅游实用信息	规范化与结构化重组	符合国际惯例的信息呈现顺序与术语	提供清晰行动指南，降低游客决策成本
历史背景与价值表述	选择性采用与淡化处理	提取普世价值元素，弱化冗长与高度本土化叙述	建立情感共鸣，避免信息过载与认知疲劳
整体营销口号与定位	创造性改编与受众中心叙事	从宣传口号转向用户视角的利益陈述与邀请	构建亲和力，驱动分享与互动行为

## 5.2. 研究不足与展望

本研究存在一定局限：研究样本有限，以定性分析为主，缺乏受众实证数据，且对图文、视频等多模态翻译的探讨较为薄弱。

未来研究可从多方面完善：拓宽样本规模，纵向对比不同冰雪季的推文变化，横向参照多地冰雪旅游外宣文本，总结差异化传播特征[7] [21]。研究方法上，可结合问卷、访谈调研海外受众接受体验，搭建双语冰雪旅游语料库，通过量化分析验证翻译策略的实际效果[20] [22]-[24]。理论层面，可融入视觉修辞、多模态话语分析，探究图文视频的跨文化协同传播；同时结合城市品牌与国家形象传播视角，挖掘旅游翻译的战略价值[10] [13] [25]。

综上，通过样本、方法与理论的多维拓展，能够搭建更系统完善的冰雪旅游外宣翻译体系，助力冰雪文化实现更高质量的国际传播。

## 基金项目

本文系哈尔滨理工大学黑龙江大学生创新创业训练计划省级资助项目“《数字赋能尔滨冰雪旅游：智慧服务平台》”(项目编号：5202510214089X)。

## 参考文献

- [1] 陈明. 文旅融合视角下旅游宣传资料英译策略研究[J]. 现代英语, 2025(12): 89-91.
- [2] 孟容静. 旅游文本的文体特征与英译策略研究[J]. 英语广场, 2020(20): 36-38.
- [3] 唐梅梅. 目的论指导下的旅游景点名称英译策略[J]. 海外英语, 2021(17): 198-199.
- [4] 王玲, 李伟华, 李伟志, 等. 基于目的论探讨旅游文本中文化负载词的英译策略[J]. 校园英语, 2020(26): 251-252.
- [5] Kramersch, C. (2000) *Language and Culture*. Shanghai Foreign Language Education Press.
- [6] Parks, T. (2015) *Translating Style: A Literary Approach to Translation*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315759791>
- [7] 史甜甜, 曾丽, 靳文敏, 等. 5A 级旅游景区微信公众号对客服务功能及其建设水平研究[J]. 旅游学刊, 2021, 36(10): 85-97.
- [8] 汤蓉. 基于传播学视野的微信公众号发展潜力分析[J]. 出版广角, 2020(10): 76-78.
- [9] 郁娜. 目的论视域下的旅游文本英译策略[J]. 现代英语, 2024(13): 112-114.
- [10] 李林轩, 丁皓然, 郑瑜丹, 等. 哈尔滨冰雪旅游城市形象分析[J]. 合作经济与科技, 2025(20): 24-27.
- [11] 蒋圆圆. 基于游客满意度的哈尔滨市冰雪旅游发展策略研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨商业大学, 2024.

- 
- [12] 王心男. 哈尔滨冰雪旅游景区服务质量评价研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 黑龙江大学, 2024.
- [13] 吴秋桐. 游客体验视角下哈尔滨冰雪旅游项目营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨商业大学, 2023.
- [14] 张文俏. 目的论视域下旅游外宣文本中文化负载词的英译探究[J]. 漯河职业技术学院学报, 2023, 22(4): 98-101.
- [15] Christiane, N. (2001) *Translation as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. Shanghai Foreign Languages and Education Press.
- [16] 王青. 旅游文本中的文化负载词英译与中国文化软实力[J]. 江西电力职业技术学院学报, 2022, 35(1): 139-140.
- [17] 王先好. 旅游导译中文化负载词英译策略[J]. 安顺学院学报, 2015, 17(6): 26-28.
- [18] 赵敬欣, 李龙. 旅游景点介绍性文本的英译策略研究[J]. 海外英语, 2021(10): 80-81.
- [19] Venuti, L. (2004) *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Routledge.
- [20] 周楠. 互动仪式链视域下哈尔滨冰雪旅游者网络情感交互与行为映射研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 黑龙江大学, 2025.
- [21] Meyer, C.F. (2002) *English Corpus Linguistics: An Introduction*. Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511606311>
- [22] 付美鑫. 基于 Logistic 分析的哈尔滨冰雪旅游满意度影响因素研究[J]. 统计与咨询, 2026(1): 7-10.
- [23] 赖振华, 李馥圩. 游客赴哈尔滨冰雪旅游反馈的调查研究[J]. 西部旅游, 2025(12): 40-42.
- [24] 李梦娟. 网红冰雪旅游目的地投射形象与感知形象对比研究——以哈尔滨为例[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海师范大学, 2025.
- [25] 阳扬, 董雯, 贾海楠, 等. 哈尔滨冰雪旅游新媒体传播的特征与影响研究[J]. 西部旅游, 2025(10): 83-85.