

日本JTB预测

# 今年日本出境游客将创新高

**本报讯(王英斌)**日本最大旅行社日本JTB集团近日对2020年国内旅游业增长走势作了预测。预测称,2020年出行海外的日本游客将达2080万人次,比2019年增长4%,有望创历史新高;国内游客2.8632亿人次,同比增长0.5%;访日外国游客将达3430万人次,同比增长7.9%。

JTB集团根据包括日本人出差和探亲1间夜以上的旅行,访日外国游客的各种经济动向和消费调查,运输和旅游相关数据以及问卷调查等推算得出,2019年日本赴海外旅行者人数达2000万人次,同比增长5.5%;国内游客2.8632亿人次,同比减少0.5%;访日外国游客3180万人次,同比增长1.9%。考虑到随着羽田机场国际航线航

班起降限额增加后将新增航线,而访日外国游客增长率降低使面向日本游客的航空座席相应增加,加之有日元升值等利好因素,尽管可能会出现对2019年10连休的反弹等,2020年出行海外的日本游客数,预计同比仍将增长4.0%。总消费额将达4.71万亿日元,同比增长5.1%。考虑到欧美航线增加促成远程旅游和出差的增加等,平均消费额预计同比增长1.1%。

2020年日本国内游客同比将略有增长。受2019年10月开始实施的消费税上调的影响,今年上半年将会出现对2019年10连休的反弹,加之担心夏季以首都圈为中心,东京奥运会前后的旅游出行会受到影响,但此后消费税上调的影响趋向减弱,住宿费也

会稳定下来。有鉴于此,预计日本国内游总消费额将达10.92万亿日元,同比增长4.6%;平均消费额3,813万日元,同比增长4.0%。

2020年的访日外国游客数,由于年内举行东京奥运会,访日游客有望增长。但是不会出现像2019年橄榄球世界杯日本大赛期间那样的增长。另一方面,假定正在急剧减少的韩国游客能在某种程度上有所回升,其他市场也有所增加,JTB预计访日外国游客有望增长约8%。有关消费额尚无预测值。

此外,2020年暑假夹在了东京奥运会和残奥会举行期间,黄金周由2019年的10连休变为5连休。3连休以上的假期也由2019年的8次减为7

次。但是,年内有2次2019年没有的4连休。JTB集团称,这对外出旅游也是一大利好因素。

2016年3月,日本政府公布了“到2020年吸引访日游客4000万人次,到2030年达6000万人次”的旅游业发展计划以来,签证条件有所放宽,民营酒店规模扩大等有关规定也趋向宽松。2018年,访日游客数达3119万人次,2019年为3180万人次,增幅不大。

分析原因主要为,今年7月,日本对韩国出口实施限制措施,使得韩国访日游客大幅减少。今年1月至10月间的访日游客数总计达2691万人次,其中韩国游客为513万人次,较上年度同期减少了18%。访日外国游客的减少,影响了日本旅游业目标的实现。

## 2019年中国赴以游客增五成

**本报讯(记者 武威)**2019年,对于以色列来说是收获颇丰的一年。凭借悠久的历史、多元的文化、迷人的自然美景,以色列吸引了越来越多的国际游客踏上这片“流着奶与蜜”的神奇国度。同时,以色列作为新兴热门出境旅游目的地,在中国市场的表现也赢得了媒体、行业专家的认可和消费者的青睐。

近年来,以色列国家旅游局不断深耕中国市场,旨在为中国游客提供更多高品质、个性化出行体验。以色列作为中东发达国家,也是集多种宗教和文化交汇融合之地,舒适的地中海气候、浓郁的宗教文化、独特的城市体验,让中国游客流连忘返。

2019年3月,在第十二届上海汽车文化节中,以色列凭借其得天独厚的自然多样性,以及便利的行车条件,获选为“年度最佳海外自驾游目的地”。以色列有森林覆盖的高地,也有丰饶的绿谷;有多山的沙漠,也有海岸平原;有属亚热带的山谷,更有地球表面的最低点——死海,获得此项殊荣可谓实至名归。

一直以来,以色列非常注重维护原生态的生活环境和自然景观,始终秉持着可持续发展的理念,古迹观光、生态旅游也成为以色列旅游业的重要名片。而随着当地高科技的蓬勃发展以及与生俱来的创新精神逐渐深入人心,以色列也吸引了越来越多的中国企业前来进行商务活动。为凸显这一独特的目的地优势,以色

列国家旅游局“应许之地,智造传奇”这一推广主题也将延续至2020年。

随着赴以中国游客的不断增长,以色列在中国开通了更多直飞航线,增设了签证中心,游客最快可一天拿到签证,并对中国游客发放十年的多次入境签证。与此同时,为提升中国游客出行的便利性,在以色列的主要景点,不仅增添了中文标识和地图、培训增加中文导游人数,为契合中国

游客的消费习惯,还陆续开通了支付宝和微信支付功能。

以色列国家旅游局旅游参赞蓝天先生表示:“在过去的2019年,我们取得了一些可喜的成绩。截至2019年10月,中国赴以游客超过12.9万人次,比去年同期相比增长了53%,创近3年新高。2020年我们将继续深耕中国市场,为中国游客和相关业者提供更多的政策利好,打造多样化的旅行

产品,以满足中国游客日新月异的出行需求。”

中国是以色列重要的客源地之一。目前,为了更好地为中国游客提供服务,以色列很多酒店和餐馆都增加了中国菜肴,培训员工了解中国礼仪。此外,为了迎接即将到来的中国新年,以色列还将推出一系列庆祝活动,与中国游客共贺新春佳节。



以色列海滨沙滩

以色列旅游局供图

## 苏格兰邀请中国游客跟着电影去旅游

**本报讯(李婧)**苏格兰古老苍茫的山脉、神秘莫测的石圈、郁郁葱葱的峡谷等,一直为电影电视拍摄提供了绝妙的自然外景,也不断地吸引着全球大批电影制作人和影迷。近日,苏格兰旅游局在上海举办了一场妙趣横生的“苏格兰电影之夜”活动,专程来沪的苏格兰旅游局市场营销总监薇琪与中国旅业同行分享了苏格兰作为著名电影取景地的非凡魅力。

薇琪表示,苏格兰拥有绚丽多姿的自然景致、底蕴丰厚的文化传统和

动人心弦的传奇故事。如《哈利·波特》电影中的格兰芬南高架桥、《007:大破天幕杀机》和《法外之王》的取景地格伦科峡谷等。2020年4月将上映的最新007系列电影《无暇赴死》中,也有苏格兰的美景。苏格兰旅游局邀请中国游客前往苏格兰,开始一场跟着电影及原著去旅游的探索之旅,领略苏格兰的旖旎风光。

数据显示,在过去的10年中,前往苏格兰的中国游客人数增长了300%。苏格兰与中国市场的合作也

在加强。去年4月,来自中国的42位买家参加了苏格兰旅游局博览会,这一博览会是苏格兰顶级的B2B旅游贸易盛会。今年苏格兰旅游局针对中国度假游客对苏格兰的看法展开了一项调研。调研数据显示,前往苏格兰的中国游客中,87%的受访者表示被苏格兰的“美丽风景”所吸引,希望再次访问苏格兰。除了美景,苏格兰的文化、放松的氛围和适合家庭游等因素也是游客回访苏格兰的主要原因。

薇琪表示,目前,苏格兰旅游局与旅行社同行联手打造了多个电影线路产品,将自然风光与电影场景相结合,给游客带来别样的体验。官方还特别绘制了电影地图,清晰标注各电影对应的拍摄点,方便游客打卡。

薇琪说,2020年是苏格兰节庆之年,将有众多的参与性节庆活动。如知名威士忌品牌Johnny Walker将举办庆祝200年酿酒史庆典活动,为纪念伟大苏格兰民族诗人罗伯特·彭斯设立的节日“彭斯之夜(burns night)”等。值得一提的是2020年中国春节与“彭斯之夜”在同一日,届时苏格兰将会举办一系列中西合璧的庆祝活动。

### 资讯

## 荷兰在华旅游推广尝试跨界合作

**本报讯(特约记者丁宁)**近日,荷兰国家旅游会议促进局在上海举办了主题为“追寻大艺术家梵高的脚步,畅享荷兰”为主题的荷兰旅游局2020年中国区见面会上海专场,发布了以梵高为主题的旅行线路,同时宣布中国演员马天宇作为2020年荷兰旅行挚友,将在新的一年中协助荷兰旅游局在中国区的推广,并在现场发布了由马天宇出演的荷兰旅行宣传片。此次见面会全面展示了荷兰作为艺术国度的丰富艺术收藏,海边国家的独特自然资源以及友好安全的旅行环境。

荷兰国家旅游会议促进局近年来为中国游客到荷兰的便捷旅行和智能出行提供服务,开发了荷兰旅行线上微信小程序,提供了中文语音导览、线上景点查询、电子景区地图等多重服务。同时与荷兰皇家电信合作,引入线上预约购票系统,游客可享受线上预定餐厅出租车、即时购买景点门票等优质便捷功能。经过多方共同努力,手机支付在荷兰也开始推广开来,在一些景区

或门店都可做到手机支付,尤其是荷兰阿姆斯特丹史基浦机场,已经成为微信支付海外旗舰机场,在史基浦机场可以做到一部手机线上下单、线下取货。荷兰旅游局代表表示:“在荷兰旅游,完全可以做到一步手机一张卡走遍荷兰。”荷兰的签证政策对中国游客也是一大利好,材料简化,48小时出签,真正做到让中国游客在荷兰留下最美好的旅行记忆。

据介绍,荷兰国家旅游会议促进局与中国旅游研究院去年11月在北京正式签署战略合作备忘录,未来,双方将共同努力推进中国游客赴荷兰及荷兰来华旅游市场发展,为中荷两国旅游创造更加良好的环境;双方通过多种形式实现项目信息共享和经验交流,加强数据交换。荷兰旅游局在2020年除了与媒体、旅业伙伴的深度合作以外,也会积极尝试与各界伙伴的跨界合作,将更多荷兰的优质目的地资讯传递给中国游客,不断深入打造更加智能、便捷的荷兰旅行环境。

## 摩洛哥皇家航空将开通首条直飞中国航线

**本报讯(记者 邓敏敏)**记者近日获悉,自2020年1月16日起,摩洛哥皇家航空公司将开通自卡萨布兰卡穆罕默德五世机场至北京大兴国际机场的直飞航班。

据介绍,这条单程运营时间在13小时左右的航线,是中国和摩洛哥之间首次开通的直飞航线,每周将运营3班。摩洛哥皇家航空总裁兼首席执行官哈米德·阿杜表示,这条航线将会为摩洛哥发展成为客源国目的地市场

作出巨大贡献,“新航线将满足两国旅游行业的旺盛需求,且将有力促进未来两国经贸关系的不断加强。”

据悉,在开通至中国的第一条航线的同时,摩洛哥皇家航空公司还致力于加强其在亚洲大陆的其他运营网络。目前,摩洛哥皇家航空公司已开通了由摩洛哥王国至亚洲的沙特阿拉伯、黎巴嫩、卡塔尔和约旦的直飞航班。

## 新加坡“动画片的魅力”展受欢迎

**本报讯(记者 武威)**新加坡滨海湾金沙艺术科学博物馆展出的“迪士尼:动画片的魅力”展自开展以来受到游客广泛好评。该展览为游客提供了纵览迪士尼动画近百年历史的机会,其亮点之一是日前新上映的电影《冰雪奇缘2》原创手稿的首次亮相。

从第一部有声动画短片《威利汽船》(1928年),到经典电影如《白雪公主和七个小矮人》《狮子王》,再到轰动电影业的大片如《冰雪奇缘》《疯狂动物城》……本次展览向赋予动画角色生命的艺术发展和技术创新致敬。

作为在东南亚的首次展出,“迪士尼:动画片的魅力”展示了500多件杰出的艺术作品,包括原创手稿、原画、素描以及华特迪士尼动画研究图书馆提供的动画概念图。为了与艺术科学博物馆的互动理念保持一致,该展览还通过投影、视听展示等技术引导游客进入迪士尼电影世界。

华特迪士尼动画研究图书馆常务董事玛丽沃什表示:“动画是一种为静态图像注入生命的艺术形式,总能将观众带入充满想象力的美丽幻想世界。华特迪士尼动画工作室的制作人和故事讲述者已经致力于创造、制作和扩展动画这一媒介的边界将近100年了。我们很高兴能分享‘迪士尼:动画片的魅力’这一展览,希望它所展示的热情、创造力和艺术性能让观众更好地欣赏动画这个属于20世纪的艺术形式。”

据介绍,展览共分5个章节,包括“创造真实的角色:让图画栩栩如生”“魔法诞生:无止境的研究与发展”“魔法制作人:创造表达多样性与广阔世界”“迈向新的维度:数字进步、音乐海洋”和“让人们聚在一起:社会多样性,来自未来世界的信息”。展览将持续到3月29日。

## 南京高淳年味浓 旅游富民特色足

观看一场跳五猖“非遗”演出、品尝一道农家豆腐肉圆、制作一盒高淳特产欢团……2019年12月28日,“慢城过大年”暨2020年国际慢城年货节拉开帷幕,桤溪慢城的大山村、石塘围村张灯结彩,大摆宴席,用“淳”正

### 千人长街宴 品味“淳”年味

还未走进高淳大山村,四溢的芳香就已萦绕在身边,农家老母鸡汤、砂锅鱼头汤、羊肉锅仔、农家红烧肉、什锦锅、农家自制豆腐肉圆等高淳经典菜肴,飘来的是高淳地道的美食香味,更是高淳浓浓的年味。200多张八仙桌,1600多位食客,桌连桌、凳接凳,天为幕、街当馆,品尝美食之余,还有福禄寿喜财神为游客送祝福、派红包、抽奖送高淳土特产,欢笑声不绝于耳,年货节当天的

“我已经连续来两年了,这里的氛围很好,有一种提前过年的感觉,今年是和我的这几位姐妹一起来吃长街宴的,也让她们好好体验一番。”高淳市民王阿姨说。她还告诉笔者,今后时间允许,她每年都会来吃长街宴,每年都要比别人早一点“过年”。第一次来到高淳吃长街宴的镇江游客张鹏则被眼前看不到头的桌宴惊艳到了,“记忆中好像从来没有过这么盛大的宴席,而且价格也实惠,这趟行程真的满是惊喜。”

张鹏所说的惊喜不只是长街宴,已经走到第6年的长街宴只是高淳年味的一个缩影。跳五猖、舞狮、手龙舞、打莲香等民俗表演轮番上演,为期近一个月的年货节让游客满载而归,现场高淳文联书法家撰写、赠送春联文雅又接地气……“慢城过大年”的品牌当之无愧。而随着“慢城过大年”品牌影响力的不断放大,高淳的“淳”年味也将成为更多游客

解高淳、感受高淳的一个窗口。

### 乡村旅游旺 生活多姿彩

浓郁的高淳年味让冬日的

春牛农家乐负责人芮春牛告诉笔者,他是从2011年开始做农家乐的,也是大山村最早经营农家乐的,当时大山村只有6家农家乐,随着高淳旅游市场越来越旺,农家乐在当地变得随处可见,即便如此,每到旅游旺季,春牛农家乐还是一房难求。“我们真

是实实在在地感受到了高淳旅游的繁荣。”如今的春牛农家乐变成了更精致化的民宿,品茗茶、看文创、与老板谈天说地,游客在此别有一番风趣。

高淳的冬日热闹起来了,最开心的或许还是当地的老人,高淳桤溪镇的陈老伯带着自己的孙子看了一上午的民俗表演,“前些年村子里大多数都是老人和小孩,平时就看看电视,现在不同了,这些记忆中的表演一年有不少场,哪怕没有表演,和外地来的人聊天也挺有意思的。”不仅有贯穿全年的演出,近年来,高淳还把“打造美丽乡村、建设幸福家园”作为最重要的全域旅游公共产品,对文化、交通、餐饮等相关公共服务进行提档升级,为高淳乡村的村民带来了更加多彩的生活方式。

### 铺好致富路 共绘振兴景

丰富村民生活方式的同时,高

淳乡村旅游的高歌猛进也为村民带来了实实在在的经济收入,铺设了一条平坦的致富路。以大山村、石塘围为例,在政府的扶持下,村民纷纷“转行”做了农家乐老板,截至目前,两个村共发展农家乐65户、农家民宿60户,预计年接待游客可达300万人次。另据统计,大山村农家乐户均年收入可达5万元,长春农家乐、春牛农家乐等高品质农家乐年均净收入更是可以超过20万元。

不仅是农家乐老板,所有接触到乡村旅游的村民也都切实感受到了变化。高淳区和丰生态水产养殖专业合作社相关负责人史奇勤认为,年货节主要是一个展示产品的平台,合作社跟着政府参加各类节庆活动,进一步打响了产品的品牌效应,知名度和销售量都有了可观的增长。高淳区秋亚家庭农场负责人孔秋娣不但把鸭稻米越来越卖好,还打造了桤溪稻

田、丰收季节等农场三景,给客户和游客打造了一个好去处。她告诉笔者,2013年,她觉察到种粮效益低,而且劳动力愈发匮乏,于是结合当时乡村旅游的发展大势,果断转型,事实证明,她当时走了一步对的棋。高寿保则是高淳一家民乐队的成员,以往演出少,现在旅游节庆活动多了,一年可跟随舞狮队参加几十场演出,高淳区政府与慢城管委会也都会给予一定的补贴。

慢城集团市场部部长陈鑫表示,年货节将让更多的游客了解高淳、感受高淳,在促进中国传统文化传承与发展的同时,提升高淳国际慢城的知名度,带动周边村庄富民增收。如今,在冬季年货节、春季金灯节、夏季荷花节、秋季螃蟹节高淳四大节品牌的引领下,高淳的乡村旅游已成为高淳乡村振兴进程中浓墨重彩的一笔。

(虞彬 褚定翔 邵子君)