

期待与中国朋友的美好相遇

随着第二批出境团队游试点国家的公布,中国游客出境游产品选择更加多样,无论是民俗文化游、休闲度假游还是美食体验游,不同目的地国家纷纷带来丰富的产品,希望吸引中国游客去探寻、去体验。但正如旅游业者所说,虽然目的地国家景区景点没有太多变化,但中国游客对产品的需求却有了很多改变,游客寻找更多“新体验”的意愿愈发强烈。针对这些变化,目的地国家也在积极与中国合作伙伴沟通,共同开发设计线路,推介可深度体验的小众目的地,开发可持续、健康和有意义的旅游产品,用不断更新的产品和高品质的服务,满足中国游客需求。

发掘更多“法国和法式”旅行体验

□ 本报记者 武薇

“法国一直是深受中国游客青睐的旅游目的地。2019年,法国共接待中国游客220万人次。2023年初,中国出境游政策陆续落地,近期发布的相关市场调查结果以及春节假期中国旅游市场复苏情况都令我们对中法旅游充满期待。”法国旅游发展署中国办事处总经理邓佳琳说。

日前,中国公布了第二批出境团队游试点国家,法国位列其中。邓佳琳表示,法国旅游业界十分期待中国游客的归来。“在去年年底举办的法国线上旅游推介会上,我们与20家法国旅游行业展商、191位中国旅业伙伴进行交流,从中就已经关注到了中国旅游复苏的积极信号。法国展商普遍反映,中国旅业伙伴对2023年充满信心。”

3年来,法国从未间断过与中国旅业伙伴的紧密联系。比如法国旅游部门与多家中国社交媒体平台尝试了系列云直播和短视频的拓展合作,尝试以中国大众喜爱和习惯的方式展现法国目的地的魅力,反响不错。再如去年12月举办的法中线上旅游交流活动,邀请了双方超过200家旅游企业参加,包括住宿企业、旅行社、机场、购物店等,并从中国旅业伙伴那里了解到了中国游客的新需求。邓佳琳介绍,为让中国旅企对目前法国旅游产品有更深入的了解,法国旅游发展署将于近期推出全新中

文培训平台E—Learning。“希望为中国旅业伙伴的产品策划提供更多的灵感,协助他们发掘出更好、更‘法国和法式’的旅行体验。”

“疫情对人们的生活方式和旅行诉求带来了许多变化。在逐步重启的法国国内和欧洲旅游市场上,我们关注到,越来越多的旅行者更加注重内心的感受,旅行动机倾向于对生活美好的发现。据此,法国旅游发展署逐步推出了‘可持续’‘慢旅行’目的地内容,并在社交媒体展开了‘真正重要的是什么(What really matters)’话题讨论。”邓佳琳说。

法国目的地也根据市场需求推出了全新线路和新玩法。例如全新打造的深度寻味线路“美食山谷”——从勃艮第的第戎出发,经过里昂,再到南法普罗旺斯的马赛,全程620公里,汇聚393种卓越美食与32项深度体验活动。让游客有机会深入当地人的日常生活,一起购买食材、烹饪装盘、共享美食。

另外,骑行和房车露营等亲近大自然的旅行产品也是法国计划在出境游复苏中与中国旅业伙伴深度探讨的品类。

近10年来,法国各地对自行车骑行目的地建设的预算投入持续增加,目前法国已有超过2万公里规划完成的骑行道路,特别设计、配套完备的

骑行发现之旅线路共计29条,其中有7条跨越欧洲多个国家,每年仍不断有新增线路规划完成,预计法国骑行规划道路在2030年将达到2.54万公里。近两年,法国骑行之旅网站的浏览量和社交媒体账号的粉丝数较疫情前都有大幅增加。

“去年,夏季户外露营相关的旅游产品在法国十分火爆。我们注意到中国市场上房车露营类旅行的发展近两年也在火热升温中。法国是欧洲户外露营旅游的大国,露营地的数量和房车保有量均在欧洲处于领先地位,法国露营地分级管理系统精细严谨,服务成熟周到,价格亲民且选择多样。从阿尔卑斯山勃朗峰脚下的霞慕尼小镇,到法国西南大西洋畔的海滨度假营地,再到南法普罗旺斯薰衣草田中的露营地……法国户外露营地点和体验可谓丰富。”邓佳琳热情推荐中国游客到法国一定要体验法式露营。

“另外,3年时间里,法国有许多重量级的景点全新落成。例如主打光影技术沉浸式观展体验的波尔多光之水池、巴黎海军府,以及去年开业的第四国际美食美酒城,这是法国在游客对美食文化参与性体验方面的一次创新与突破。”邓佳琳建议法国旅游“回头客”可以到新景点体验新旅程。

疫情改变了人们的出游方式和出游人群结构,中国游客对市场产品需求更加细化,以家庭为单位的出游客群迅速增加,他们更注重亲子体验、研学教育,更加青睐度假类产品。对此变化,邓佳琳说:“在近期我们与中国旅行社合作伙伴的接洽中,也关注到了自由行和定制游等产品的市场需求,较疫情前呈现更加明显的多样化及绿色化趋势。这正契合了法国旅游行业一直积极探索的旅游业可持续发展目标。”

记者了解到,自然、康养与可持续旅行将是法国在中国市场的重点推广主题之一。法国长久以来以悠久丰富的人文历史遗产而著名。然而其丰富的自然地理资源为旅行带来的无限可能还未被中国游客熟知。去年9月份的“中法环境月”期间,围绕着“蓝色星球”的主题,法国积极宣传7处海外自然生态旅游资源。这些地区多为海岛,是法国可持续旅行目的地中的杰出代表。这些地方汇聚了法国全境97%的海洋面积和80%的生物多样性分布,共有17个自然保护区、3座国家公园、3座自然海洋公园、5处世界遗产级生态区域,不仅有原始壮丽的自然风光,当地浑厚的人文传统也孕育了丰富的非物质文化遗产,是法国文化的重要组成部分,也为旅行者提供了新鲜多元的目的地体验。

到菲律宾感受热带风情

□ 本报见习记者 唐伯依

“中国一直是菲律宾重要的客源国之一,未来加强互动合作是必然趋势。期待中国的出入境游市场能更快地恢复和开放,菲律宾将做好一切准备,迎接更多中国游客的到来。”近日,在菲律宾国家旅游局北京办事处主办的“欢乐可期——菲律宾海岛乐园项目启动仪式”上,菲律宾共和国驻华大使馆、菲律宾国家旅游局北京办事处旅游参赞白艾文博士道出了对中国游客的期盼。

相关数据显示,疫情发生前,中国是菲律宾的第二大旅游客源市场。2019年,菲律宾累计接待中国游客174万人次,中国游客在菲律宾平均停留9.51天。

“截至今年2月,中国赴菲律宾旅游人数排名第八,这意味着我们仍有很多工作要做,才能恢复到疫情前的水平。相关调查显示,菲律宾在中国游客2023年期望出游的东南亚国家中排名第四,对此,我们感到备受鼓舞。”白艾文说。

而近期签署的《中华人民共和国文化和旅游部与菲律宾共和国旅游部合作谅解备忘录(2023—2028)》也为两国旅游市场的

复苏带来了利好。菲律宾旅游部部长克里斯蒂娜·加西亚·弗拉斯科在接受媒体采访时表示,中菲两国政府将共同致力于推动游客人数增长,恢复并增加至重要及新兴目的地的直航航班,开展联合宣传推广活动,促进旅游基础设施招商引资等。

“我们始终认为,中国是一个巨大的市场。虽然中国东部有不少沿海地区,但受气候影响,不少时间游客是无法下海游玩的。而在菲律宾,游客全年都可以享受阳光沙滩,体验潜水运动和山地旅游活动,这些旅游产品对于中国游客来说还是很有卖点的。”白艾文说。

记者了解到,为了迎接中国游客,菲律宾已经采取了一系列措施。比如,继续向旅游业提供支持和激励措施,让市场、消费者和贸易伙伴都有信心,展现菲律宾对中国市场回归的期盼和善意;塑造菲律宾的正面形象,让消费者把菲律宾视为一个有吸引力和安全的目的地;与中国和菲律宾的旅游贸易部门合作,加快商务旅游的复苏发展。

“具体来讲,我们发现海滩度假是菲律宾在中国市场上最热门的旅游产

品,海岛游非常受中国游客欢迎。而菲律宾是一个由7641个岛屿组成的国家,海岛旅游资源十分丰富。当然,想要吸引更多中国游客的关注,我们需要准备的不仅是基础性产品,而是成体系的旅游产品。为此,我们策划了新的旅游线路,进一步开发邮轮、潜水、健康养生、会展等旅游业态。”白艾文介绍,在航线方面,目前,菲律宾的薄荷岛国际机场和比科尔国际机场已经可以接待中国游客的包机和定期航班。

对于中国游客比较关心的签证问题,白艾文介绍,菲律宾共和国驻华大使馆正在推进团队签证的恢复工作。“我们会在几个月后启用电子签证系统,提升电子签证系统的便利化程度。启用新系统后,我们预测,今年中国游客赴菲律宾旅游人数有望能够恢复到疫情前水平。”

事实上,菲律宾对于旅游市场复苏的准备早就有所行动。过去3年,菲律宾国家旅游局不断调整在华营销策略的“打法”,策划了一系列线下营销活动,在一些能够与菲律宾直航和包机的城市,组织路演、主题快闪活动,发布新旅游推广主题等,线上则策划了菲律宾潜水在线秀,收获了150万

次的播放量。

“对于那些还没有航班前往菲律宾的城市,过去3年我们也在一直努力去那些城市做推广,哈尔滨、沈阳、青岛很多旅行社都有合作意愿。”白艾文说。

“随着中国出境游需求的快速增长,到访菲律宾的人数会越来越多,双边航班也会随之增加。预计更多游客到菲律宾旅游的下一个节点是五一假期,无论是酒店等旅游设施还是导游等服务人员,都在等待着中国游客的到来。菲律宾不仅有蓝海白沙和热带风情,更有热情好客的人民,我们一定会为中国游客提供一段非常难忘的旅程。”白艾文说。

3年间,菲律宾旅游业界一直保持和中国合作伙伴交流、沟通,菲律宾国家旅游局北京办事处市场经理刘佳注意到,近年来,中国游客的消费特点发生了较大变化,比如,市场逐渐趋向于年轻化,更注重社交属性,追求体验感、沉浸感等。“我们希望通过启动菲律宾海岛乐园项目等举措,满足中国游客多元化旅游需求,打造海岛IP形象,打破企业端和产品端的壁垒,让更多中国游客对菲律宾‘种草’。”

探索狮城新元素

□ 本报记者 张宇

“3年后再次来到新加坡,感觉机场内的花草更多了,环境也更好了。新加坡可以打卡游览的景点也更丰富了,多了不少新项目。”北京游客李女士在首批出境团队游试点国家开放之后,就跟团去了新加坡。她表示,新加坡是一个值得再去的方。

“随着中国出境游市场恢复,我们期待与来自中国的朋友们在狮城再次美好相遇。”新加坡旅游局大中华区首席代表兼执行署长潘政志表示,新加坡当地的旅游业者对于中国游客的回归表现出了极大的热情。

“疫情发生前,中国就是新加坡的主要客源国,2019年约360万人次的中国游客到新加坡旅游度假。”潘政志向记者分享了一组来自新加坡旅游局的统计数据,2019年新加坡前十大入境客源国游客为新加坡带来了217亿新元旅游收益。其中,中国游客的占比最大,达19.4%,共计42亿新元。

“今年到访新加坡的国际游客人次预计可达1200万至1400万,即恢复到2019年的75%左右,其中中国游客今年预计可恢复至2019年的三至六成。”潘政志表示,新加坡本地的旅游业者们也在不断更新和提升产品与服务,以满足前来新加坡跟团游、休闲旅行以及商务旅行的游客需求。

“首先就是新增了景点体验,并丰富了产品和活动。例如,艺术科学博物馆新增了‘探索新领域’展厅,夜间野生动物园新建了露天剧场,这些都将为游客带来更加丰富的体验。樟宜机场集团在过去两年里持续提升机场服务,更有不少新加坡酒店推出了中国游客专属的配套服务。”潘政志介绍道,“其次,我们也在产品和旅游便捷服务方面进行了升级。除了在中国社交平台上持续输出新加坡好玩流行的资讯,我们也在不断升级‘体验新加坡’的微信小程序。消费者可以更方便地在‘掌中’获取好物推荐、经典语音导览、地图、汇率兑换等出行所需信息。”

潘政志透露,为了更加方便中国游客,目前超过半数的新加坡商贩已经开通了统一的电子付费平台并启用微信支付功能。“未来,我们也会继续开发与支付宝、银联等优质合作伙伴的战略合作,在优化产品体验的同时,为中国游客和业务伙伴们带来更多便利服务。”

“2023年是中国出境游复苏后的第一年,我们观察到中国消费者在旅行需求上出现了一些新的趋势和变化。”潘政志告诉记者,“中国消费者更加重视疗愈身心的行程。

康养与文旅的结合,或许将成为旅游市场未来变革的方向之一。此外,个性化旅游、深度游、小众游以及高端游逐渐被更多游客青睐。”

“这些趋势信号不仅为新加坡旅游局在中国市场的推广提供了更多的机遇与思路,同时,也让我们思考该如何更深层次地去了解消费者的所想、所愿,为他们在未来出行上提供更多定制化和沉浸式体验,这将是今年我们的一项重点工作。”潘政志告诉记者,“我们将继续围绕安全、科技、旅游体验和可持续发展这4个课题,不断探索与推进,希望带给每一位来到新加坡的中国游客全新的旅行体验。”

疫情发生后,游客对旅行目的地的公共卫生安全也更加重视。“在推进新加坡旅游复苏的进程中,我们始终坚持将公共卫生安全放在首位,并率先在新加坡推出了‘新加坡保洁运动’质量认证,旨在长期确保和提升新加坡在公共卫生健康和安全方面的高标准。”潘政志介绍,这一认证涵盖了包括商贩中心、酒店、旅游景点及各个交通枢纽在内的多个高客流地区,截至去年年底,新加坡境内已有超过3.4万家的经营场所获得认证。

潘政志表示,随着国际航班增加,相信商务和休闲旅行会更方便,两国之间的贸易、投资和人员交流也将进一步加深。

据了解,新加坡航空公司于3月1日起,逐步加密北京、上海、广州往返新加坡的客运航班。新加坡航空北京往返新加坡航线从原来的每周3班增加至每天1班,上海往返新加坡航线从原来的每周4班逐步增加至每天2班,广州往返新加坡航线从原来的每周3班增加至每天1班。此外,新加坡航空将从6月起执行每日2班北京往返新加坡航班,每日3班上海往返新加坡航班,10月起上海航线还将增至每日4班。

“新加坡作为‘自然中的城市’,它的定义不仅仅是绿树葱葱,也是人们健康的生活态度,以及城市与自然的和谐相处。新加坡独有的优势可以为中国消费者打造一份将摩登都市和自然风光无缝相连的乐活旅行清单,让游客充分享受绿色、健康的慢旅行。”潘政志说,“正如我一直以来所坚信的,‘休息是为了走更远的路’。在过去的3年里,虽然出境游被按下了‘暂停键’,但新加坡旅游局始终坚持通过不断创新的活动和推广方式,积极与中国消费者沟通、对话,并积极为游客的回归做好全方位的准备。”

泰国风情节在京举办

近日,2023年泰国风情节系列活动开幕式在北京泰国驻华大使馆官邸举行。本次活动由泰国驻华大使馆、泰国各驻华机构、中国泰国商会、在华泰国企业共同主办。多国驻华外交官受邀参加了活动开幕式,众多市民游客前来品尝泰国美食、购买泰国优质产品、观看泰国文化表演、参加各种有趣的互动游戏。

此次活动以“神奇泰国之神奇新篇章”为主题,通过还原泰国传统市集,生动呈现了泰国丰富多彩的百姓生活。

泰国驻华大使阿塔育·习萨目说,泰国一直以独特的文化和热情好客的民风而闻名。此次泰国风情节的成功举办,不仅从美食、电影、泰拳、传统服饰等多个方面展示了泰国独特的文化魅力,也很好地宣传和推广了泰国迷人的旅游景点,可以让更多中国朋友爱上泰国,吸引更多中国游客到泰国旅游。

图为泰国风情节活动现场。

本报记者 陈晨 摄影报道



“新疆横店”乌尔禾推进“旅游+影视”建设

夯土结构的土城墙、迎风招展的令旗、霸气十足的战车……日前,新疆克拉玛依市乌尔禾区已建成的多个影视城成为当地旅游接待的亮点,来自全国各地的游客在这里沉浸式感受“王侯将相”“贵妃公主”的风采。

游客可以在乌尔禾纪氏部落影视城体验“蛮荒部落首领”的角色,也可以感受扮演上古英雄的快感。“今年,我们将面向各类游客推出短视频拍摄服务,让游客成为微电影里的主人公,体验拍电影的感觉。”乌尔禾纪氏部落影视城总经理李瑞霞说。

游客在乌尔禾影视城可以感受到“王侯将相”“贵妃公主”的风采,在六国的宫殿里感受王者风范,也可以角色扮演秦王。“穿上王的服装,戴上王冠,感觉真的很威武。”来自甘肃的游客李彦杰说。

乌尔禾区已承接70余部影视剧和综艺节目的拍摄取景,这里被誉为“新疆横店”。《克拉玛依市“十

四五”文化和旅游发展专项规划》中提出,要以打造“北疆影视中心”为长期目标,加快影视产业发展。有专家建议,克拉玛依市、乌尔禾区应加强与国内业界学术组织和专业机构交流合作,注重从产业前端入手,通过给予优秀影视剧本一定补贴的形式,鼓励国内优质编剧围绕相关题材来乌尔禾进行采风 and 创作。

乌尔禾区文化体育广播电视和旅游局相关负责人表示,乌尔禾区将以“旅游+影视”为切入口,“以景招戏”“以戏带建”,重点打造全域化影视基地,吸引更多剧组到乌尔禾拍戏。更为重要的是,影视基地也是旅游景区(点),成为乌尔禾旅游产业的有益补充。现在,影视作品中一些带有乌尔禾元素的标志性场景已成为新的旅游景点,为乌尔禾带来更多游客,带动住宿、餐饮业发展,而围绕影视作品、影视城打造的相关文创产品也越来越受欢迎。

(王超 李伟)