

示范试点显成效 文旅消费添活力

(上接第1版)

紧抓“双奥之城”“两区”建设等重要机遇，试点城市北京市朝阳区积极推进“业态、载体、服务、品牌”全方位升级。据了解，朝阳区打好“政策+资金+市场”组合拳，打造系统化、多层次、立体式的文旅空间联动发展格局，聚焦吃住行购娱一体化发展，加快构建具有朝阳特色的文旅消费新格局。

释放消费活力

文旅产品提质升级，消费活力持续释放。2022年10月，世界最大的单体免税店——cdf海口国际免税城开业运营，试点城市海南省海口市免税店增至6家，“免税购物+文化演艺+体育赛事+旅游休闲消费”常态化模式形成。今年1至9月，海口市免税销售额约115亿元，同比增长59.1%，免税购物已经成为海口拓展文旅消费的重要引擎。

试点城市黑龙江省哈尔滨市则倾力打造冰雪大世界、亚布力滑雪度假区等核心景区，完善高端品牌体系，区分目标市场，发展个性化、定制化、特色化文旅产品，进一步优化消费环境，提升消费的便利度和舒适感，创新产品供给，激发消费活力。

为满足市民游客多元文旅消费需求，试点城市云南省丽江市按照主客共享思路，从供需两端发力，探索全景消费、全域消费、全时消费、全民消费。丽江推动文商旅、康体旅、农文旅、科技旅多领域融合，拓展文旅消费新空间，打造白加黑全时文旅消费模式，持续深入实施百城百区文化和旅游消费助企惠民计划，探索形成促进文旅消费潜力的长效机制。

文化和旅游部产业发展司有关负责人表示，下一步，将围绕落实国务院办公厅印发的《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》，重点推进国家文化和旅游消费示范城市及试点城市建设，引导夜间文化和旅游消费集聚区规范创新发展，持续实施文化和旅游消费促进计划，发展新型文旅融合业态，培育消费新的增长点。

让“诗”和“远方”实现更好联结

(上接第1版)

重庆文化和旅游系统将认真贯彻落实习近平总书记的重要指示要求，紧紧围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，以社会主义核心价值观为引领，推出更多优质文化产品和服务，更好满足人民群众对精神文化生活新时期新需求。创新实施文化惠民工程，推广文化馆、图书馆、博物馆总分馆制；深化公共文化场馆总分馆制，实施新型公共文化空间建设计划，打造一批“城市书房”“文化驿站”“文化沙龙”；因地制宜建设乡情陈列馆、文化礼堂、乡村戏台、非遗传承等融合空间，促进公共文化服务均衡发展、跨界融合。立足在文化传承发展中壮大文旅产业，实施文化和旅游企业梯度培育计划，加快建设国家文化产业和旅游产业融合发展示范区，争创国家级文化和旅游消费试点城市、国家对外文化贸易基地，创建国家级夜间文化和旅游消费集聚区、国家级文化产业园区和基地。加快数字文旅建设，推出惠游重庆、巴渝文物等数字化应用，以数字化改革赋能发展，推动全市文旅工作系统重塑、迭代升级。

坚持文旅融合，进一步推动文化和旅游高质量发展。重庆文化和旅游系统将认真贯彻落实习近平总书记关于文旅融合发展的重要指示要求，以旅游传承发展文化，以文化促进旅游提质升级，推动文化和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上实现融合发展，让“诗”和“远方”在满足人民美好生活新时期中实现更好联结。坚持把巴蜀文化旅游走廊建设作为全市文化和旅游行业的“一号工程”，联合四川创建“国家文化和旅游改革创新试验区”，打造一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区。坚持文旅相长，深入挖掘地域特色文化资源，推动文化内容、文化符号、文化故事融入景区景点，纳入旅游线路设计、展陈展示、讲解体验，让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程。积极探索政府购买服务模式，围绕旅游发展重点，打造一批优秀剧目，促进演艺与旅游有机融合。建立健全以信用为基础的新型市场监管体制，推动文化和旅游市场规范有序发展，持续增强游客的幸福获得感，进一步擦亮“最宠游客城市”金字招牌。注重找准文旅融合的契合处、联结点，加快业态融合、产品融合、市场融合、服务融合，形成兼具文旅特色的新产品、新服务、新业态。

坚持共建共享，常态化抓好国际文旅交流合作。重庆文化和旅游系统将认真贯彻落实习近平总书记关于文明交流互鉴的重要论述，立足中西部国际交往中心建设，加强国际传播模式和规律研究，加大文化和旅游对外交流力度，着力推动反映新时代新征程新重庆发展进步的价值理念、文艺精品、文化成果走向海外。积极参与“中华文明走出去工程”等国家文化战略，全力实施巴渝文化“出海计划”，不断扩大中华文化影响力。整合全市文旅宣传资源，统筹中央、市级媒体传播平台和渠道，打造文旅对外宣传矩阵。借力驻外使领馆、海外中国文化中心等境外宣传平台，建设陆海新通道文化旅游交流合作中心，推进重庆国际文旅之窗建设，争取澜湄流域城市合作联盟总部落户重庆，办好“渝见不同”“重庆文化旅游周”等品牌活动，持续提升重庆文化和旅游的国际知名度和影响力。

(作者系重庆市文化和旅游发展委员会党委书记、主任)

深化合作携手同行 加快恢复入境旅游

——中外嘉宾相聚2023全球旅行商大会共话入境旅游发展

□ 本报记者 徐 晓

文化遗产的丰富性闻名于世，入境旅游有着巨大潜力。我坚信中国入境旅游将迎来巨大反弹发展。中国也是地中海俱乐部的重要客源市场，我们将中国作为重要的业务布局点和着陆点。”地中海俱乐部全球总裁亨利·吉斯卡·德斯坦表示，俱乐部旗下产品的中国游客预订量迅速增长，将在冰雪旅游、游客体验提升等方面不断发力。“未来两年，我们计划在全球新开15家度假村，其中一半在中国。”

“今年，我们接待了30多万中国游客，同比增长185%。上半年，我们在中国重庆、广州、北京、上海等地开展了路演活动，目的就是为将匈牙利打造成为备受中国游客喜爱的旅游目的地。”匈牙利国家旅游局代理副局长塞格纳·茹饶表示，非常高兴看到匈中两国间的旅游合作蓬勃发展。“我们正在计划增加航班数量，以便提升游客便利性。当前，布达佩斯有直飞北京、上海、广州、重庆的航班，还有几家航司正着力拓展直飞中国的航线，我们真诚期待与中国深化旅游合作。”

携手同心 深化合作

会上，与会嘉宾展望全球旅游业加速复苏趋势，表示要携手同心，在产品、服务等领域深化务实合作。

“每届中国国际旅交会，西班牙国家旅游局都会参加，我们希望通

过这个开放共享的平台，让中国游客了解西班牙的新兴旅游目的地，我们热切期待中国游客到访西班牙。本次我们带来了西班牙小众旅游目的地的宣传资料，方便中国游客更全面地获取信息。”西班牙驻华大使馆旅游处旅游参赞玛丽亚表示，今年是西班牙与中国建交50周年，也是西中文化旅游年。西班牙希望借助这个契机，在中国多个城市进行宣传推介，深化双方文旅交流合作、增进文明交流互鉴、厚植友好民意基础。

“作为享誉世界的海岛度假胜地，大溪地群岛远离地球上任何一片大陆，遗世独立于无垠的蓝色太平洋之中，有着独特的旅游资源。”大溪地旅游局公共关系及推广经理贾海虹表示，大溪地与中国有着许多奇妙的联系。为了服务好中国游客，大溪地的许多五星级酒店、度假村都聘用了中文服务人员，“疫情后再次参加旅交会，看到现场中国游客对大溪地的喜爱，我们希望尽快恢复中国业务，同时认识更多同行，拓展合作，将大溪地推荐给更多中国游客。”

“我们在中国布局业务已逾20年，目前阿联酋航空已开通直飞北京、上海、广州等地的35个航班，航线覆盖中国40多个地市，业务已与中国市场深度绑定。”阿联酋航空商务发展部总经理阿卜杜拉·阿尔·贾

斯米表示，“迪拜已发展成为世界交通枢纽，可以满足游客赴全球多个国家游览的需求。我们也将携手中国开拓客源市场，助力中国入境游市场恢复。”

互利共赢 推动发展

“我倡议，以国家旅游形象宣传为依托，深入开展中国旅游目的地推介，提高中国目的地全球知名度，积极对接海外客源市场需求和境内旅游目的地的资源，开启高品质的中国之旅……”会上，携程集团联合中国旅游集团旅行服务有限公司、蚂蚁国际、CNN国际商务平台、远海国际旅游集团、桂林唐朝国际旅行社等旅游产业链企业，共同发起成立入境游协作联盟的倡议。接下来，各方将从入境旅游入手，依托自身优势，助力提升入境旅游便捷度和满意度，为我国入境旅游高质量发展作出积极贡献。

“随着国际航班数量逐步增加、签证申请流程不断优化、国际旅游产业链进一步修复，我们对未来的人出境游市场有着更加乐观的预期。”中国旅游集团副总经理兼中旅行董事长石善博表示，集团在入境游方面表现突出，客源市场覆盖100多个国家。疫情期间，集团深耕不辍，通过多种方式加强与境外市场的联系。未来，集团将切实担负起旅游央企“主力军”“国家队”的使

命责任，大力推动入境游业务快速恢复发展，在打造精品线路产品、促进民心相通、推进协同合作方面再下功夫，为外国游客提供美好愉快的旅游体验。

携程集团副总裁、政府合作部总经理张旭表示，“整合”对于入境游恢复、高质量发展至关重要。“今年年初，携程全面提出入境游振兴计划，希望利用平台资源整合能力和引流能力，把更多国际游客请进来，持续做好平台搭建以及深度游产品研发。”

“旅游交流合作是双向互动、互惠共生的。”斯里兰卡驻上海总领事阿努若·费喃多表示，斯中文化交流具有很强的互通性，建议搭建交流平台、拓宽合作渠道，促成旅行商、从业者景区、酒店、餐饮、交通等不同垂类的深度合作，为产品创新、服务提升、营销推广持续加码。

“旅游业作为全球经济的重要组成部分，不仅是推动全球经济发展的催化剂，也是不同国家、不同文化交流互鉴的重要渠道。”世界旅游联盟主席张旭表示，旅交会已成功举办23届，国际影响力广泛。本届旅交会恰逢共建“一带一路”倡议提出10周年，将进一步深化共建“一带一路”国家的人文交流与旅游合作，展现“你好！中国”国家旅游品牌形象，为中国与世界旅游发展创造更多机遇。

推动中国旅游更好走向世界

——2023中国国际旅游交易会滇池对话圆桌论坛嘉宾发言摘编

11月17日，2023中国国际旅游交易会期间，滇池对话圆桌论坛在云南昆明举行。奥地利国家旅游局、意大利托斯卡纳旅游局、斯里兰卡驻上海总领事馆、中国文化和旅游部中外文化交流中心、中国旅行社协会入境旅游分会、中国广西桂林唐朝国际旅行社代表围绕“发展入境旅游的国际经验分享”主题，就各国入境游发展经验、中国旅游吸引点、中国旅游如何更好走向世界等话题进行深入探讨。嘉宾发言摘编如下：

旅游是感知不同文化的历程

中国文化和旅游部中外文化交流中心副主任、丝绸之路旅游城市联盟秘书处代表 万颀

我第一次驻外工作是在约旦。2012年，我第一次到世界新七大奇迹之一的约旦佩特拉古城时，就感受到了文化差异带来的美和震撼。这一次的旅游经历让我认识到，旅游就是感知不同文化的历程。

关于选择自然景观还是人文景观的问题，我相信大家在不同情况下会有不同的答案：在城市住久了，可能会向往自然；在自然环境里体验多了，也会向往城市。就我个人而言，更关注的是差异化。我更想去体验不同的自然景观和不同的人文风情。结合入境旅游来说，目前，中国发布的大力推动入境游政策措施，对于中国入境游发展意义重大。中国和其他资源大国相比，具有较强的差异性，所以，中国入境游未来是大有可为的。

中国文化和旅游部中外文化交流中心是专门从事文化和旅游推广合作的事业单位，让中国文化走出去、把外国游客请进来是我们的工作使命。在此工作理念的引领下，今年9月，我们联合全球59个城市成立了丝绸之路旅游城市联盟，前不久的第三届“一带一路”国际合作高峰论坛也专门提到了成立丝绸之路旅游城市联盟，联盟的成立被赋予了重要使命。

丝绸之路旅游城市联盟体现了共商、共建、共享的精神。在联盟框架下，众多知名旅游城市依托优势旅游资源进行交流合作。比如，我们计划在各自最优秀的景区内统一展示联盟城市的旅游资源，以达到游客互送的目的。未来，联盟还将不断增强各城市之间的交流合作。

期待中国市场的强劲反弹

奥地利国家旅游局中国市场经理 迪特尔·沙夫

中国是一个奇妙的国家，很多旅游景点和城市地标建筑，都让我觉得魅力独特，每个省份也有自己独特的历史文化。

我到北京工作已满10年，走过了中国的很多省份，比如，我去四川参观了大熊猫国家公园、乐山大佛，拍了很多照片，我的欧洲朋友都觉得这些照片充满了故事性，中国人文的多样性、民族的多样性，以及节日、景观的多样性，深深吸引了我的朋友们。

多年来，奥地利面向中国开展了很多文旅宣传工作，与中国的社交平台、旅游公司、报纸杂志尝试合作，收获了好经验，取得了

好效果。

中国历史文化源远流长，我们尝试通过打造奥中历史文化节，来寻找文化共通之处。虽然疫情后到奥地利旅游的中国游客有所减少，市场恢复较慢，但我们依然期待中国市场的强劲反弹。

关于中国入境旅游发展，我认为，要根据每个国家旅游市场的特点去分析思考。中国的旅游业者应思考几个问题：中国想向世界传达什么样的愿景？中国想吸引来自哪些国家的游客？如何用更高效、更精准的方式吸引国外游客？此外，还应加强与各国旅游机构的合作。

中国的每个城市都是独特的

斯里兰卡驻上海总领事 阿努若·费喃多

我来中国已有两年时间，印象最深的城市是杭州。杭州是一个国际性大都市，也是与技术相融的现代化城市，拥有灿烂悠久的历史。今年杭州亚运会期间，我在这座城市参加了一些活动，看到全球顶尖的运动员汇聚在这里，感受“亚运之城”的热情好客，沉浸于文明绘就的幸福图景之中。

此外，令我印象深刻的中国城市还有丽水等。正如大家所说，中国的每个城市都是独特的，中国在保持城市多样性和绿色发展方面作出了重要贡献。

在这里，我想给大家介绍一下斯里兰卡。斯里兰卡是一个岛国，拥有茶文化、草药文化等多种文化。疫情前，到斯里兰卡旅游的中国

游客众多，在国际游客中占比较大。疫情后，在微信、微博、OTA平台的宣传下，到访斯里兰卡的亚洲游客中，中国游客的占比依然很大，斯里兰卡仍是中国游客喜爱的出境旅游目的地。我们对斯里兰卡在推动世界旅游业复苏方面作出的贡献感到骄傲，看到这么多中国游客喜欢斯里兰卡，我们也十分欣喜，斯里兰卡欢迎中国游客。

世界上任何文化都有共通性。未来，斯里兰卡将举办多场旅游推广活动，继续用自己的方式讲好斯里兰卡故事，推介展示我们的文化和旅游资源。相信这些活动的举办，可以打破语言障碍，促进斯里兰卡与各国互联互通，从而实现合作共赢。

了解每个国家的特色和文化差异

意大利托斯卡纳旅游局董事 弗朗切斯科

我来到中国已经好几年了，中国的很多自然和文化景观都非常具有吸引力，让我印象最深的是西安兵马俑。

意大利一直在寻找吸引中国游客的可行路径。过去8年，中国游客到意大利入境游的数据比较可观。意中两国城市如罗马、北京等也开展了交流合作，展现了文化的共通性、差异性。未来，我们会继续推进两国合作，谋求共同发展。

结合个人经验来谈，我认为意大利对中国游客的吸引力主要在购物体验方面，包括意大利本土制造的文创产品等。

在我看来，任何国家在进行市场营销前，都应该对自己国家的文化和其他国

家的文化进行深入了解。探索彼此国家的文化，了解每个国家的特色和文化差异，这是尊重彼此的前提条件。

意大利和中国都是具有文化多样性的国家，有着不同的政治、经济环境，为了更好地进行文化交流和旅游合作，双方应加强信息共享，了解彼此的发展环境。

最后，我分享1个案例。5年前，我们在北京举办了几场国家层面的宣传推介活动，将意大利城市和中国西安市的文化和旅游资源进行了对比分析，达到了精准推介的目的。近期，我们与中国有关电视媒体也进行了合作，围绕意大利托斯卡纳大区的旅游资源进行宣传展示。

把最好最优的服务提供给游客

中国旅行社协会入境旅游分会常务副会长 郑琳

我走过世界上五六十个国家，但走遍千山万水最爱的还是中国，心中最好的旅游目的地还是中国。如果要在 中国选择一个最好的旅游城市，我认为是北京。因为北京有着深厚的文化底蕴、多样的世界遗产。正如今天发布的“你好！中国”国家旅游形象一样，中国是可爱、可亲的国家，诚挚邀请外国朋友多到中国旅游。

作为旅行社，我们的工作包括产品开发、旅游服务和推广营销，我最想讲的就是旅游服务。根据有关数据，外国游客来中国旅游的体验较好，给予的评价也

较高。虽然近几年因为种种因素，中国入境旅游比较低迷，但是作为旅行社，我们依旧在提供最好的服务。我也希望入境游业者在做好产品开发的同时，不要忘记初衷，一定要把最好最优的服务提供给每一位入境游客。

旅游不是点与点之间的交流，而是多层面、多领域的深入合作。对于中国入境游来讲，业界应向其他国家汲取经验，将中国入境游做得更立体。同时，主管部门和经营主体应顺应市场规律，加大投入力度，推动入境游高质量发展。

最美的风景在于人

桂林唐朝国际旅行社总经理 周晓光

中国的每个城市都有独特景色，都有值得留恋的地方。我有一个美好的故事分享给大家：15年前，英国游客杰夫来到中国广西、云南一带，被这里的美景深深吸引。后来，他决定留在桂林并成为当地的英语老师，为孩子们义务授课，他还将妻子也带到了中国。

多年过去，他们夫妻离开中国回到故乡。我写信给杰夫，他在回信中告诉我，妻子已经过世，离世前说的最后一句话是“在我离开这个世界前，我很高兴去过中国。”我讲这个故事是想说明一点：最美的风景在于人，最深刻的体验在于生活。

人文历史景观和自然景观都十分宝贵。我们也做过一些尝试，打造只偏重历史人文或自然景观的旅游产品，但外国游客觉得有些

单调。

举例来讲，在北京、西安、桂林、上海这些入境旅游热门城市中，我们发现，相较于北京、西安，游客到了桂林后会更加放松。当被问到为什么会有这样的感觉时，游客回应，这里不需要跑去北京、西安那样先要学习历史课程。因此，要打造好的旅游产品，重点是优化提升游客的体验。

不少开发者总是把目光放到怎样开发新、奇、特的产品上，但我想从地理位置的角度去看产品开发。比如云南大理、丽江、元阳、建水等地旅游资源各具特色。云南毗邻南亚、东南亚国家，是中国对外开放的重要门户，建议云南把握开放机遇，发挥沿边特色，打造北通内陆、南联澜湄、双向而入的入境游新线路，拓展旅游产业发展空间。

(本报见习记者 郝宁 整理)