

“一码”支付助力跨境畅游

□ 本报记者 赵腾洋

无需兑换大量外币,使用支付宝等App便可畅游全球,这样的场景正逐渐成为现实。进入暑期旅游旺季,跨境旅游日渐升温,无论是中国游客走出国门,还是外国游客来华旅游,便利的“一码”支付正在让旅途更省时、省力、省钱。

移动支付服务广泛覆盖

今年以来,不少游客把日本作为出境游的目的地。近日,中国旅游报记者在各大城市看到,各大景区、商户纷纷采取了多种措施来吸引游客,提升游客的支付便利化是其中一个重要方面。

走在日本大阪市中心商业街,大大小小的药妆店、纪念品商店挤满了来自世界各地的游客。这些商店的收银台上大多标有支付宝以及银联、VISA等各种指示牌,各国游客可以选择自己最熟悉的支付方式。

为了便利中国游客,有的街头小店还挂出自制的“欢迎使用支付宝”的中文条幅。“一家店的店主表示,询问能否使用支付宝的游客很多,所以干脆挂出中文条幅,一目了然,也可

以招徕生意。在日本环球影城,独具特色的超级任天堂世界是各国游客的“心头好”,马里奥等IP也是许多“80后”“90后”中国游客的童年记忆。“没想到在日本环球影城也能用支付宝来付款,出国前兑换的日元纸币没用上。”在超级任天堂世界游玩后,来自浙江的温先生对中国旅游报记者说。

“从2022年10月起,日本环球影城支持使用支付宝。在通过支付宝消费的订单金额中,有40%是在超级任天堂世界产生的。”日本环球影城海外市场销售主管北川说,“目前,中国游客在园区买票、购物、借共享充电宝,甚至在餐厅手机扫码点餐都能用支付宝。”

据了解,从2007年起,蚂蚁集团旗下支付宝开始启动全球化业务,为中国出境游客提供直接支付人民币的移动支付服务。目前,支付宝的境外线下覆盖已超过70个国家和地区,接入了吃喝玩乐、交通出行等超过800万家的海外各类商户。

此外,蚂蚁集团还推出了“Alipay+”跨境支付和营销解决方案,旨

在帮助其他国家和地区的电子钱包实现跨境支付,让各国游客可以“一码”便利游全球。在日本,“Alipay+”已连接200万家大小商户,通过“Alipay+”,有16种电子钱包和银行应用程序可用。

游玩消费尽享便捷

北京出入境边防检查总站数据显示,截至7月29日15时30分,北京口岸2024年以来出入境人员量已突破1000万人次,是2023年同期的2.5倍,已超2023年全年出入境人员总量。其中,入境外国人120.3万余人次,同比增长210%。7月日均出入境人员量近6万人次,是2023年同期的1.6倍。

出入境数据反映出跨境旅游的火热。世界旅游联盟联合蚂蚁集团、携程集团、万事达卡最新发布的《2023—2024跨境旅游消费趋势研究报告》显示,随着旅游需求的释放、国际航班的恢复,中国出境旅游消费持续回暖,出境人数稳步增长,卡均消费显著增长。

近年来,日本潮流百货PARCO品牌赢得了年轻消费者的关注与喜爱。“现在外国顾客到店访问量已超过了日本顾客,贡献了超过30%的营业额,而且外国顾客中的60%是中国人。”PARCO百货大阪心斋桥店营业员课长山口豪介绍,2019年以来,PARCO品牌旗下16家门店都能用支付宝。

作为接待中国游客最多的国际机场之一,日本关西国际机场里的商户全部支持使用支付宝进行支付。

关西国际机场商业设施负责人森裕嗣介绍,目前从关西国际机场飞往中国的航班已恢复到疫情前的60%,为了更好地服务中国游客,机场有60名可以讲中文的工作人员。

蚂蚁国际跨境游业务用户增长负责人倪鑫韬介绍,为满足暑假出境游的强劲需求,支付宝联合全球百万商户,为中国游客量身定制了行前和行中双重优惠,涵盖“吃住行游购娱”等方面。

多元服务便利游客

近期,“China Travel”火遍社交网络,144小时过境免签政策也吸引越来越多游客来华旅游,我国入境游市场持续升温。

相关部门着力打通境内外支付,一方面推动“外卡内绑”,多种境外银行卡可绑定支付宝或财付通后在国内商户扫码消费;另一方面支持“外包内用”,越来越多境外电子钱包可在国内使用。

4月以来,在中国人民银行、国家外汇管理局等部门指导下,蚂蚁集团联合网联、万事达卡、境外钱包等,在“北上广成渝”五城相继落地“入境消费友好型商圈共建计划”,至今已吸引超过百家国内热门商圈、景点、机场等加入。中国人民银行发布的数据显示,今年上半年,超500万人次入境人员使用移动支付,同比增长4倍;交易9000多万笔,金额140多亿元,均同比增长7倍。

蚂蚁集团数据显示,今年上半年,入境游客用支付宝消费金额同比增长8倍,入境游客可以用本国的电子钱包扫码体验“吃住行游购娱”全过程。

巴黎奥运会的举办,吸引了全球游客的目光。“通过和‘Alipay+’的合作,我们正在提高服务亚洲游客的水平,便捷高效的支付体验,能确保他们的巴黎之旅无障碍。”巴黎旅游局总经理科琳·梅尼格说,巴黎旅游局牵手“Alipay+”跨境服务,让中国游客和其他亚洲游客可以在支付宝的“惠出境”中,通过巴黎城市页了解奥运实用攻略,还可以在巴黎旅游局官网获取奥运优惠券。

泰国旅游局则联合“Alipay+”推出全球首个由国家旅游局发起的定制旅游小程序“Alipay+ D-hub”,方便中国和其他亚洲游客“一部手机游泰国”。

“今年前4个月,泰国迎来1212万人次海外游客,其中235万人次来自中国。我们将继续推进数字创新合作升级,吸引更多亚洲游客来泰国,提升旅游消费满意度。”泰国旅游局国际营销副局长查坦说。



塞纳河风光 沈海滨 摄

环球博览

换种方式与巴黎相遇

□ 林文祥

今年的巴黎,格外热闹,仿佛全世界的游客都到了这里,街头随处可见穿着代表各自国家服装的游人,小酒馆中不时传来为优秀运动员加油的欢呼声,正在举办的奥运会让巴黎格外鲜活。

闲暇时,大多数游客会选择沿着卢浮宫—协和广场—香榭丽舍大街—凯旋门这条中轴线开始他们的旅行,与那个浪漫而古老的巴黎邂逅。行进之中,可见雨果、大仲马、小仲马、福楼拜、海明威那些历史名人生活过的地方,仿佛只需向前一个脚步就能与这些大师对话,触摸他们的生活。的确,巴黎是个极具历史感的城市。但是,在那热闹辉煌的背后,还有另一个巴黎,一个清静、它隐藏在街巷深处,同样让人驻足流连。

奥运会并不会影响巴黎人的生活节奏。典型巴黎人的一天,是从逛市开始的。许多游客会选择跟随巴黎当地人的脚步,来一场不一样的CityWalk。

历史上第一个跳蚤市场诞生在巴黎北郊的社区圣图安。至今,它仍是欧洲最有名、最大、货物最全的古董跳蚤市场。逛跳蚤市场的乐趣,不一定要买,有时仅仅是为了看别人曾经的宝贝。那些二手的东西,并不便宜,尤其是老旧的物件。比如一个竣工当年生产的又黑又旧的埃菲尔铁塔模型,要100多欧元。而在纪念品商店里,一个新的埃菲尔铁塔文创产品只要10欧元。其实,陈旧的老物,卖的是对逝去岁月的一种念想。

这里最让人愉悦的是轻松的购物气氛。摊主与你一见如故,如朋友般一边谈笑风生,一边讨价还价,快乐已经超过了买卖本身。据说居住在巴黎中心区的居民也会在周末吃一顿丰盛的早餐后,来此淘宝。逛跳蚤市场对考验耐心。最初的几分钟,摊位上眼花缭乱的物品,可能会让人感到无所适从。但继续往里走,就会感觉钻石在尘土中闪闪发光,在那茫茫的古董海洋里,只有想不到的,没有看不到的:古老的蜡台,抹香鲸的牙齿,玻璃分支吊灯,几十年前的烟斗……只是看看,仿若赴了场古典的华丽约会。圣图安的特点不仅在于卖的东西全,还在于摊主“狂”。一些店铺专业到只有懂行的专家或发烧友才敢光顾,另一些干脆声明只接待专业人士。不过正是这份自信,圣图安才更有吸引力。

对于爱书的人来说,到了巴黎可

以不去逛百货商店,也要到传说中的莎士比亚书店去看看。该书店如今被誉为“世界上最美丽的书店”之一,也是巴黎的文化地标和全世界独立书店的标杆。踏入书店,气氛随意而亲切。层层叠叠的书,从地面一直堆到天花板,有着杂乱但不失美感的韵味。中央是一圈柜台,店员坐在里面收账,并在顾客买的书里盖上带有莎士比亚头像的印章。

在这样的书店里,有时还需要登上旧式的梯子去寻找旧书。在暮色沉沉的巴黎城的某个黄昏,在这个幽静的角落里,一边尽数作家们的名字,一边沉入渐深的书影里,仿佛自己不是在阅读文字,而是快活得像“金翅鸟”一样,在时空的隧道里自由地飞翔。楼梯旁边,一抬头,窗子的横楣上可以看到书店的一句名言:“不要对陌生人冷淡,他们也许是乔装打扮的天使”,如今,这句话早已分享到全世界。上到书店的二楼便会发现,堆满了书籍的狭小空间里,放着老旧的沙发和简陋的行军床。许多来逛书店的人都喜欢捧上一本书舒服地躺着,即使昏昏然地做起白日梦也不会被人打搅。入夜,这沙发和行军床便成了专门接待文学青年的“客棧”。

在灯红酒绿的巴黎中,也有闹中取静的休闲之地,那就是圣马丁运河。它坐落在巴黎火车站和共和国广场之间,没有塞纳河那般百舸争流的繁忙,却有着自然清新之美。落日的余晖洒在静静流淌的河面上,两岸翠柳依依,掩映着一个富有创意的咖啡厅、酒吧、艺廊……人们在河边散步,或坐在岸边的长椅上感受微风拂面,或走到河滩,像《天使爱美丽》中的主人公那样用石子打水漂。最赏心悦目的是来来往往的年轻人,他们似乎都是吉米漫画里的主角,高高的身材,长长的围巾,泛旧的牛仔外套,款款掠过的是缕缕清风。

当然,还有蒙巴马高地的画家村、绿荫掩映下的罗丹博物馆、伏尔泰咖啡馆……巴黎要看的太多了。

遗失声明

河南省 王慧敏 导游资格证遗失;
资格证号: DZG2008HEN13670

声明作废

德国的“壁画小镇”

□ 马健

德国奥伯阿梅尔高小镇,是一座充满童话色彩、洋溢着艺术气息的巴伐利亚风格小镇。步入小镇,游人会被随处可见的墙体艺术所感染,每座建筑都是一个故事。

从德国菲林市乘坐大巴车出发,沿着风景如画的阿尔卑斯山山间公路行驶,大约1个小时便抵达了奥伯阿梅尔高小镇,一股带着泥土幽香、绿植芬芳的山野气息扑面而来。小镇位于阿尔卑斯山脚下,人口约为5300人。

虽然城市规模不大,人口不多,但是它独特的风貌和文化特色让世界记住了它。镇子里大约百十户人家,每栋房子都有上百年的历史,家家户户的外墙上都画着壁画,小幅的约有一两个平方米,大幅的占据了整面墙壁。《圣经》故事、民间传说、老少皆知的《格林童话》是这些壁画的主题。每一栋房子都能用美丽的外表讲述一个故事,整个小镇就是一座户外壁画博物馆。

步入小镇,如同进入一个开放式的画廊,画中的人物栩栩如生,花卉图案精致细腻,就连房子的门框窗楣边都装饰着富有立体感的图案。不仅如此,居民还喜欢种色彩鲜艳的小

花,不仅在红砖铺就的欧式小镇街道两旁,在精美小店、餐厅的门口和窗台上也装点着怒放的鲜花。从小镇教堂做完礼拜走出的居民,个个衣着考究,举止优雅。

湿法壁画是小镇壁画的独特技艺,因其绘制过程“新鲜”又被称为“新鲜的壁画”。首先,画师们会用光滑的泥刀在墙壁上抹上厚厚的灰泥,这些灰泥中掺有碾成粉末的大理石和雪花石膏,用于增加壁画的光泽度和硬度。紧接着就是在潮湿的灰泥墙上迅速用炭笔打稿,并用水调和颜料晕染上色。由于墙面干得很快,作画过程就需要“极速”,以便让颜料更好地融入灰泥。绘画完成,墙壁干燥后,绘制者再对墙面进行磨光处理,以达到类似大理石质地的效果。绘制的图案也因此得到了有效保护,永久地和墙面融为一体。严格来说,湿壁画并非一幅幅画,而是一面墙,绘制的图案也因此得到了有效保护,据说,保存时间最长可达一二百年之久。

我们在小镇里,见到几处特色的壁画。在城镇北侧有一幅“受难剧院”的壁画,是这里最宏大的壁画之一,描绘的是耶稣受难故事。

除了壁画,小镇的每栋房子都是有着一百年历史的老宅,中世纪的遗风古韵无处不在,行色匆匆的过客也不由放慢了脚步,被眼前这样的诗情画意感染。天气好时,当地人三三两两坐在小店外喝咖啡,真想跟他们一样偷得浮生半日闲,坐下来伸一个

懒腰。

在小镇游览的时间是短暂的,离开奥伯阿梅尔高时,不由对自己的匆匆游览略感遗憾,希望今后有机会再来拜访,好好品味一下这座精致典雅的“壁画小镇”,领略独具风采的自然之景与艺术之美。



奥伯阿梅尔高小镇住宅上的壁画 视觉中国 供图

在新西兰看剪羊毛比赛

□ 许笑天

丘陵牧场,是新西兰国家一大特色景观。乘着旅游大巴车行驶在公路上,眼前掠过一片片碧绿的草地,连接着一座座绿色的山包。草地上有一群群悠闲吃草的奶牛,肥壮壮,汇成了一曲田园牧歌。我们到达新西兰要去的第一站就是到皇家牧场参观,并体验喂羊驼、剪羊毛等趣味活动。

接待我们的新西兰导游姓周,老家在上海,很小就来新西兰生活,已在这里居住20多年了。周导游兼任司机和导游,操着南方口音的普通话,为我们讲起新西兰国家的历史和文化。

参观牧场需要乘坐专门的游览观光车,这是一辆高高大大的敞篷车,车头驾驶室是用拖拉机改造的,后面十排座位可以乘坐50位游客。司机是一位毛利人,古铜色的皮肤,身强体壮。

观光车到达羊驼养殖基地,游客可下车近距离与羊驼接触。羊驼有一个长长的脖颈,身形像羊,模样像骆驼,小小的脑袋,睁着大大的眼睛望着你,非常呆萌可爱。周导游拿来饲料桶,游客们抓上一把饲料喂羊驼,还能抱着羊驼亲密拍照。不一会儿满满

一桶饲料见了底,大家意犹未尽,但不得不赶往下一站。

观光车继续穿行在绿茵间,远处是起伏跌宕的山峦,白云蓝天为衬托,青山绿水为底色,奶牛羊群为主角,奔马骏马为看点,人与动物自然和谐。周导游介绍,牧场分为几个区域,有赛马的,有剪羊毛的,有伐木比赛的,有机械加工的,有修理木桩的,我们接下来要去剪羊毛。

皇家牧场每年都要举行剪羊毛比赛,据说剪得最快的纪录是80秒剪完一只羊。

我们正赶上剪羊毛比赛。比赛以家庭为单位,由夫妻两人共同来完成。比赛开始了,只见丈夫一把将羊按倒,一手持电动剪刀,一手按住绵羊的四肢,快速剪下羊毛。妻子则拿一根竹竿将剪下的羊毛拨到地上,留下空间让丈夫更好地施展技艺。1只、2只、3只……裁判员在旁记录着数字。周导游介绍,剪羊毛比赛,是夫妻默契配合的比赛,是家庭幸福的展示,也是人与动物相互信任的合作。比赛结果并不重要,在观众掌声中,每位选手都在笑。

贵阳在南宁推介国际联程旅游产品

8月1日,爽爽贵阳相“邕”东盟,贵阳避暑季国际联程旅游产品推介会在广西壮族自治区南宁市举办。

推介会上,重点推介了包括南宁、贵州荔波等目的地在内的“爽爽贵阳”国际联程入境线路6日游产品。越南文旅企业代表与贵阳市文旅企业代表共同签署了《国际联程入境贵阳合作协议》。

推介现场,贵阳文旅推荐官通过生动的语言和精彩的图片,展示贵阳的超级美食、超级派对、

超级walk、超级公园、超级露营、超级洞穴、超级野生和超级研学等八大“超级”主题的超百种创新玩法。

在举办线下联程推介活动之前,贵阳旅游产品已在越南旅游市场通过线下地推活动和线上Facebook等社交媒体进行宣传。参加推介会的越南旅行商表示,通过前期的宣传视频就已感受到贵阳旅游产品的独特吸引力,许多越南网友对贵阳旅游产品非常感兴趣,并计划前往贵阳旅游。