

“面对中国不同城市的游客，不同年龄段的群体，我们设计了多样的旅游线路。”在刚刚结束的2024中国国际旅游交易会上，来自俄罗斯、新西兰、意大利等国家和地区的旅游代理商来到中国旅游报新闻会客厅，他们不约而同地表示，随着中国国际影响力不断提升，他们在不断向本国国民推荐中国之美的同时，也希望能够吸引更多中国游客出境旅游——

海外目的地看好中国冬季市场

□ 本报首席记者 王玮 记者 武薇

对于很多国家和地区的旅游机构来说，冬季旅游一直是他们在国内推广的重点，近段时间，专程到中国游客的有不少，他们带着满满诚意，捎来“冬季之约”。

哪些产品点击率高

“我们观察到，在2022年北京冬奥会的带动下，越来越多的中国游客爱上了冰雪运动和冰雪旅游。现在一到冬季，冰雪旅游目的地就成为中国游客出境的热门选择。”瑞士国家旅游局大中华区主任常典娜十分看好中国冬季市场。在前不久北京举办的冬季产品推广会上，瑞士国家旅游局带来了丰富的冬季旅游产品，如知名旅游目的地达沃斯推出了超过40项体验项目，分为运动冒险、亲子活动、艺术文化体验和徒步等。

已经计划好明年1月到瑞士少女峰山区观看勃朗峰高山滑雪赛的冰雪运动爱好者齐薇告诉记者，瑞士的冰雪赛事很多，观赏性很强，但以前像这样的产品中国游客不太了解。“现在，他们更用心地琢磨中国游客的细分需求了。”

供需双方的互动，让不少境外旅游机构更有动力推出更丰富的产品。

截至今年9月底，突尼斯接待中国游客的数量同比增长325.2%。这一数字让突尼斯国家旅游局首席代表阿诺尔感到十分兴奋。“突尼斯是共建‘一带一路’国家，中国游客对它的热情持续高涨。”阿诺尔说，这两年他们一直在观察中国游客旅游消费习惯和偏好的变化，发现越小众越有新意的玩法越受青睐，于是他们推出了不少结合文化、自然与冒险体验的行程。目前来看，撒哈拉沙漠探险等个性化产品线路在冬季市场“点击率”很高。

“看一场全世界最早的日出”“体验斐济特色儿童俱乐部”……斐济旅游局亚洲区及华人市场全球总监郑人瑞也发现，中国游客喜欢有特色的旅游项目。他们为此推出了“斐济旅游十大必游体验新方向”。“未来，我们将着重打造与众不同的产品和线路。”

一到冬季，中国游客的出境游方向便会出现两个“极端”，一部分游客

去南半球感受反季节的温暖，另一部分游客则会变身“追光者”往更北端邂逅冰雪奇缘。尽管距离春节假期还有两个多月的时间，但不少旅行社已经上架了明年春节假期的出境游产品。众信旅游方面介绍，明年春节假期的澳大利亚、新西兰旅游产品销售量已超过50%。也有旅行社业者反馈，他们当下最好卖的是冰岛、俄罗斯等能看到北极光的国家和地区的产品。

随着出境游市场的恢复，业界也意识到“一个产品打天下”已经走不通了。在北京寰宇飞扬国际旅

复，让产品成本明显降低。最显著的一个现象就是很多旅游目的地地的往来航班开始加密。

“航班的通达性是影响游客选择目的地的重要因素之一。”阿诺尔介绍，目前已有多个国际航空公司开通连接突尼斯的航班，中国游客可以通过中转伊斯坦布尔、多哈、迪拜等方式抵达突尼斯。“突尼斯非常重视与中国在航班方面的合作，计划在2025

直飞往返苏黎世的航班，乘客还可免费托运一件滑雪装备。此外，该航司往返中国的每个航班上至少有3名中文空乘，并提供中文报纸、电影和中餐服务。

目前，中国已同25个国家实现全面免签。不少国家和地区已经意识到，签证的便利性是吸引中国游客的关键因素。南非方面于近日表示，将推行一项加快和简化签证服务的新措施，以简化“团体签”来吸引中国游客。

定下目标做热市场

不久前，在四川峨眉山举行的2024年斐济旅游局大中华区冬季路演上，斐济旅游局宣布与飞猪签署战略合作备忘录。未来，双方将在旅游产品开发、目的地品牌打造和数字化营销等方面深入合作，将斐济丰富的海岛旅游资源、多民族融合的风俗文化以及时令节庆等特色体验呈现给更多中国游客。

现在，很多境外旅游机构在持续深化与中国旅企的合作，为的是更有针对性的吸引不同需求的中国游客到访。

澳大利亚旅游局已与携程合作了11年，双方从引流送客、资源整合、品牌营销等方面入手，实现中国游客在该平台的订单成倍增长。在刚刚落幕的“双11”大促活动中，澳大利亚的酒店预订在携程的直播间表现不俗，11月11日销售额突破969万元。他们正在不断尝试用更生动直观的营销方式吸引中国游客。

2025年接待5万名中国游客是突尼斯国家旅游局定下的目标。阿诺尔告诉记者，面向中国的旅行社，突尼斯设有市场推广支持、宣传补贴和礼遇服务等激励措施。“我们对组织大批中国游客赴突尼斯的旅行社提供合作推广支持，在中国游客到达突尼斯的机场后，还会送出特色小礼品。我们相信，通过不断提升旅游品质和服务水平、加强数字化推广与品牌提升，突尼斯在中国出境游市场的竞争力将会得到进一步提升。”

今年9月，世界旅游及旅行理事会(WTTC)发布的《2024年旅行与旅游经济影响：全球趋势》报告称，中国已迅速跃升为全球第二大旅游市场。其强劲复苏的速度之快，备受关注。境外旅游机构如此用心揽客也是因为对中国市场充满信心和期待。“今年1月至8月，中国游客在瑞士停留76.8万间夜次，同比增长50.6%，居亚太地区首位。”常典娜说，瑞士已做好接待准备，欢迎更多中国游客到瑞士体验完美的冰雪假期。



瑞士雪朗峰冬日风光
瑞士旅游局 供图



游客在斐济体验旅游项目
斐济旅游局 供图

年进一步提升航班频次。同时，中国和突尼斯的直航计划也正在积极筹备中，这样能够提升中国游客到访突尼斯的便利度。”

随着中国“免签”朋友圈的扩大，进出客流也在不断增长，这让航空公司更有信心。得益于中国对澳大利亚试行免签以及5年多次往返签证政策的放开，中国多家航司的多条赴澳航线将迎来复飞或加密。比如，南方航空将于11月28日恢复广州到珀斯的航班，自12月11日起恢复广州到阿德莱德的航班。

新加坡航空公司已于11月11日开通从中国北京大兴国际机场至新加坡樟宜国际机场的往返客运航线。该航线每日运营往返各一班。

今年冬季，瑞士国际航空公司延续每日一班分别由上海和香港出发

航司的让利让出境游的费用进一步降低。

采访中，记者发现，很多航空公司也在为吸引中国游客细化服务。

今年冬季，瑞士国际航空公司延续每日一班分别由上海和香港出发

社有限公司总经理王伟看来，随着游客的需求越来越多样化，如何将资源进一步细化，使其更好地匹配需求是供应商面临的挑战。

价格下调是何原因

“这段时间出境旅游产品的价格优惠了不少。”刚刚从埃及“拼小团”深度游回来的北京游客邓香告诉记者，他们这趟旅行的总花费跟疫情发生前的支出差不多，但玩得更尽兴，体验更有品质，目前正在计划找一个小众目的地去跨年，航班选择多、转机少、产品性价比高是考量重点。

的确，相比市场恢复初期，不少出境游冬季产品的价格有一定程度的下调。比如，在众信旅游推出的“惠玩季”中，淡季出境游产品的整体价格同比下降30%—40%。有业者告诉记者，境外旅游资源供应链的逐步恢

复的中国游客接触，展示沙特的文旅资源和产品的多样性。”

提到沙特的旅游资源时，戴瀚森介绍，比如新近被列为世界遗产地的法乌，其保存完好的废墟和考古遗迹展示了沙特广博的历史。吉达是另一个世界遗产地，其历史可追溯到7世纪，吉达迷官般的街道和狭窄的小巷两旁排列着令人惊叹的珊瑚石建筑。“游客可以在沙特深度探索历史文化。”

采访中，戴瀚森重点介绍了沙特冬季旅游，希望吸引更多中国游客在冬季到访沙特。“沙特拥有辽阔无垠的沙漠，对于喜欢修身养性的游客来说，这里是一个安静又有特色的目的地。冬季更是一个到沙特旅游的好季节，游客可以登上沙丘，仰望那片蔚蓝色的天空，并在温暖的篝火旁围坐，它能让人彻底放松，暂时忘却外界的喧嚣，这样的体验无比难忘。”

沙特计划到2030年吸引500万人次的中国游客到访。为迎接中国游客，沙特正积极做准备。

中沙ADS(被批准的旅游目的地国家)签证已于7月1日起生效，沙特

还积极优化签证流程，推出了便捷的电子签证系统。此外，沙特还推出落地签证及沙特航空空程航班96小时过境免签政策，提高了中国游客进入沙特的灵活性与便利性。

“为了提升中国游客的体验，成为中国游客友好型目的地，我们实施了多项让中国游客沙特之旅更加便捷的措施。”戴瀚森介绍，“包括语言培训计划，如中文网站、中文导游以及专门为中国游客设立的热线电话；与支付宝和银联合作推出支付解决方案，让中国游客能够在主要旅游景点、酒店和餐厅轻松进行支付。此外，雷迪森等中国友好型酒店还推出定制餐食选项，以满足中国游客的饮食偏好。沙特还与百度地图建立了合作关系，为游客在沙特旅行时提供更便捷的导航服务。”

“在交通方面，沙特航空、中国国际航空、中国东方航空和中国南方航空现已开通了从北京、上海、广州和深圳4个中国城市直飞吉达或利雅得的航班。”戴瀚森说，“总体来看，2023年至2024年间，中沙两国间的航班座位容量实现了52%的大幅增长，总计



富有非洲特色的基科罗克机场指示牌

笔者近日从肯尼亚共和国首都内罗毕前往纳罗克郡马赛马拉国家保护区，参加旅游工作会。在帐篷会议室听着稀稀草原的风声，看着象群从帐篷外溜达而过，这场工作会显得格外不同。会上，跟中肯两国旅游从业者交换想法，同当地居民、学者结下深厚情谊，听到不少有趣的故事。虽然没能目睹野生动物大军千里奔突的壮观场面，却领略到了马赛马拉国家保护区的魅力，了解到了马赛民族的独特风俗，看到了中肯人文交流的广阔前景。

夜宿保护区观自然生态之美

正如肯尼亚总统威廉·萨摩伊·鲁托向中国游客介绍时所说，肯尼亚是人类起源地之一，拥有马赛马拉、肯尼亚山、绵延的海岸线等丰富的旅游资源。作为非洲旅游胜地，这里旅游资源奇异、富集而厚重，早就是享誉欧美的休闲后花园。其中，广受赞誉的是“3S”，即Sun(阳光)、Sea(海滩)、Safari(野生动物观赏)，最负盛名的是野生动物观赏。马赛马拉的野生动物观赏旅游是非洲此类产品的佼佼者，也是肯尼亚成功打造的国际顶级品牌，也是中国游客最为熟知的非洲旅游产品。每年7到9月，保护区都会迎来大批国际游客。

我们乘坐一架仅能承载32人的小飞机，降落在基科罗克机场。在2000平方公里的保护区内，像基科罗克机场这种专为保护区的客人设置的小型机场多达十余处，大多离酒店很近。接待我们的是马赛马拉大学副校长詹姆斯·西米伦。詹姆斯是留美博士，也是一位马赛族酋长。他身材高挑而不失强壮，脸庞英俊而不失和气，披着鲜亮的马赛族传统服饰，挂着细珠项链，戴着醒目的项圈、手镯、腰挎短刀、木杖、脚踏凉鞋。醒目的非洲文化形象使他一下就成了人群的视觉中心。

不到十分钟，车子就从基科罗克机场到达基科罗克酒店。基科罗克酒店历史文化厚重，据说是保护区内建设的第一家酒店。它坐落在保护区东南角，距离肯尼亚与坦桑尼亚国界线只有8公里，于1964年，也就是肯尼亚共和国成立的那一年开业。肯尼亚共和国首任总统乔莫·肯雅塔出席开业典礼，并留下珍贵影像。酒店运营以来，除屋内设施设备更新及接待规模扩大之外，外形和装修基本保持最初的样貌，以接待楼为中心，单层尖顶木石结构联排房间如同八爪鱼，展向各方，掩映在高大舒展的金合欢树下。酒店没有围墙，晚上常有狮子、羚羊经过，早起的客人常常可以看见步道、草地上新鲜的动物粪便。河马池旁建有凌空步道。不过，不上步道，也能发现河马徜徉草地，觅食低吼。晚餐时，身穿马族服装的艺人载歌载舞，把游客的愉悦心情推向高潮。

感受马赛民俗民风的魅力

詹姆斯告诉我们，马赛人起源于肯尼亚西北部图尔卡纳湖以北的下尼罗河谷，大约15世纪开始向南迁徙，18世纪末抵达肯尼亚北部延伸到坦桑尼亚中部的一处狭长地带。马赛人以战士之名著称，擅长使用长矛、盾牌，尤其是投掷棍棒。他们一般实行族内通婚，其他民族的家庭以娶到马赛姑娘，或姑娘嫁入马赛人家为豪。

马赛人十分重视土地和牧草。在马赛人的传说中，土地、牧草、牛都是神赐的。在重要仪式上，草是祝福的圣物，摇晃一束草表示祝福。土壤是神圣的，因为它能长出草来喂养牛群。

牛是传统马赛人生活的中心，马赛人见面打招呼首先问“您的牛好

探索肯尼亚 发现新故事

环球博览

□ 唐建军 文/摄

吗？”畜养的牛群为马赛人提供食物、衣物，甚至住所。牛血、牛奶和牛肉是主要食物，牛粪则是建造房屋的材料。对牛的尊敬也体现在民族舞蹈阿杜姆(Adumu)中。跳舞过程中，每个小伙子都会尽力展示力量，其他人围成一圈唱歌助威。

马赛人认为，没有牛解决不了的问题。比如嫁娶，最重要的环节是男方要给女方划拔奶牛。当双方父亲谈妥划拔数量，婚事就无碍了。这个数额取决于双方父亲关系的亲疏及家庭经济条件，从一两头到上百头不等。牛为媒并非欲得彩礼，而是为了弥补亲情缺口，为了家人排解对女儿的思念。

丰富产品类型推进深度游

按照迁徙时间表，动物到达马赛马拉时，正是求偶交配季。在马赛人看来，百万野生动物大军从坦桑尼亚塞伦盖蒂国家公园逐水草北上，到达马赛马拉，经历狂风暴雨，强渡危险的马拉河，避开狮子猎豹魔爪，逃脱鳄鱼河马利齿的过程，是强健体魄、强大内心的过程，是为在马赛马拉有能力角逐“意中人”的过程。而一望无际的大平原，碧草连天，百花吐蕊，朝霞彩虹间千禽振翅高歌，为本爱情大戏渲染出磅礴而烂漫的影调。

肯尼亚野生动物大迁徙也是百万生灵的恋爱之旅，等待热爱生命的游客前来碰撞奇思，成就奇遇。

这些是生于斯长于斯的马赛人洞察到的野生动物大迁徙的精髓要义，也是詹姆斯作为本土旅游学者极力向我们介绍的重点。这种对动物迁徙现象解读的升华，为把马赛马拉的小众游、季节游升级为爱情游、全年游打下故事性基础，为马赛马拉乃至东非打造深度游提供了新思路。

工作会上，中肯旅游服务平台线上服务正式开通，当日即有千余名游客下单。平台囊括50多家两国头部旅游企业，为游客提供了优质的一站式服务。对国内游客而言，肯尼亚之旅将更加便捷。



马赛民族舞蹈阿杜姆

访谈

沙特将持续为中国游客提供便利

——访沙特阿拉伯旅游局亚太区总裁戴瀚森

□ 本报记者 张宇

“中国是沙特重要的客源市场，我们为迎接中国游客的到来，专门推出了一套更具针对性的旅游服务措施，包括提供中文导游服务、便利的支付体验、增加中文标识、建设中文官方网站等。”日前，沙特阿拉伯旅游局亚太区总裁戴瀚森在接受中国旅游报记者采访时，介绍了沙特丰富的旅游资源和为迎接中国游客所做的工作。

在戴瀚森看来，沙特和中国之间建立在相互尊重基础上的文化交流和经济合作关系多年来不断深化，为两国民众的互访提供了坚实的基础，与此同时，沙特互访在巩固两国关系方面也发挥了重要作用。“中国已成为沙特最重要的客源市场之一，在2023至2024年度，前往沙特旅游的中国游客人数同比增长超过40%。”戴瀚森介绍。

“沙特阿拉伯旅游局不久前在北京天坛公园举办的沙特旅游节，为游客带来了一场沉浸式的沙特文化体验，让更多中国民众感受到了沙特阿拉伯的壮丽美景和特色文化。”戴瀚森说，“此项活动是沙特在中国提升知名度的重要举措之一，旨在直接与