

迈向旅游强国②

展示中国形象 增进人文交流

中国入境游活力足

本报记者 赵珊

客游览的场景。公园提供英文网上购票平台与英文购票咨询窗口并行的购票服务，入境游客在购票和园内消费时，均可使用现金、移动支付、银行卡、数字人民币等多种方式。公园所有标牌均为双语标注，自助讲解机可配备20多个语种。

国家移民管理局统计显示，今年一季度，外国人来华数量较去年同期增长3倍多，其中以旅游观光最多，占到三成以上。文化和旅游部数据显示，“五一”假期，入境游客达177.5万人次。

携程数据显示，一季度，入境游订单同比增长超3倍。最热门的目的地为上海、北京、广州、深圳、成都、杭州、重庆、青岛、南京、厦门。一季度，法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚六国的免签入境游客总计同比增长约6倍，新加坡和泰国的免签入境游客分别同比增长超10倍和超4倍。

“今年1至4月，我们接待入境游客超过3.5万人，同比增长10倍以上。”中青旅首席品牌官徐晓磊告诉记者，“得益于免签政策，我们接待了不少德国游客。入境旅游团主要参加北京、上海、西安等地游或乘坐中国高铁的多省市特色游。此外，入境游客来源国越来越扩大，以共建‘一带一路’国家等为代表的市场客源增长迅速。”

展示更多元的中国

波兰游客爱佳近日来到北京，她说：“我非常喜欢中国，中国文化对我有很强的吸引力。中国人民非常友好、礼貌、贴心，他们特别愿意和我们交流互动。我希望能有机会再来中国旅行。”

旅游是展示中国形象、增进文明互鉴的美丽窗口。通过旅游这扇窗，中国与世界相知相交。

“孔子是一位伟大的老师，我非常尊重他所提出的思想文化，也非常敬佩这里的文明。”阿拉伯国家联盟驻华代表处主任助理穆罕默德·拉提夫游览山东后说。由文化和旅游部主办、中旅旅行承办的2024驻华外交官“发现中国之美”山东行活动日前举行，来自土库曼斯坦、克罗地亚、丹麦、墨西哥等9个国家的外交官畅游山东。

携程入境游相关负责人介绍，一些入境游客喜欢体验更多元的中国，有的体验中医推拿、足疗；有的到农村吃酒席，感受乡土中国；有的身穿民族服饰，体验少数民族风情；有的去天水吃麻辣烫、或到现场观看村BA。

西安卓恒国旅负责人任成荫介绍：“入境游重启后，欧美游客倾向于选择有深度体验的产品，比如丝绸之路沿线和西藏线路。我们在线路中增加了探访当地人家、学习中餐课程等人文交流的体验活动。新推出的乘坐青藏铁路列车入藏旅游产品受到入境游客青睐。”

“我们以自行车骑行的方式，带领入境游客探索北京，带他们去一些颇具文化气息的景点，发现不一样的



来自英国、澳大利亚、新西兰的游客身着汉服在西安大唐不夜城游览合影。西安卓恒国旅供图



斯洛伐克游客游览河南少林寺。中旅旅行供图

北京。目前已推出最美中轴线、京剧文化之旅、首钢园、大运河等骑行产品，受到入境游客青睐。目前，骑行线路已预订到下半年。”京骑文化联合创始人黎俊杰告诉记者。

中国旅游研究院院长戴斌表示，当前，中国的自然风光和人文历史依然对入境游客有着强大的吸引力，小康社会的生活方式也成为文化交流和旅游推广的全新内容。大兴机场、北京CBD、广州塔、京沪高铁、浦东新区、港珠澳大桥等新地标，与故宫、兵马俑、殷墟、良渚等一起成为展现国家旅游形象的新载体。

“现在，更多人入境游客想看中国欣欣向荣的变化，他们坐高铁时，常站在显示高铁时速的显示屏下拍照，可以看出他们对中国发展速度的惊叹。”全国特级导游、中青旅外语导游张洋告诉记者。

“近期我们接待的入境游客走进上海市长宁区华阳街道，感受城市更新，还游览了K11等多个商圈。”春秋旅游副总经理周卫红介绍：“今年以来，上海已举办或即将举办的很多具有国际影响力的大型文体活动、文博展览，对入境游客具有很强的吸引力。”

持续提升服务水平

入境游是一个国家文化软实力、国际吸引力和旅游竞争力的直接体现。加快建设旅游强国，入境游是重要内容。当前，多地文旅部门和相关企业行动起来，提升入境游竞争力。

记者从北京市文化和旅游局获悉，北京将持续提升入境游服务水平，开展建设全球旅游目的地专项行动，通过优化入境游政策、提升入境游服务、加强入境游宣传等措施，持续提升北京旅游的国际知名度和美誉度，吸引更多入境游客。

中国旅游研究院国际研究所所长杨劲松认为，入境游要讲好传统中国的故事，也要讲好现代中国的故事。入境游营销应转向更新目的地形象、到重点入境客源市场进行推广。围绕对外旅游推广品牌“NIHAO, CHINA”，更精准地确定推广的主题、模式、重点和范围。

江苏省文化和旅游厅相关负责人告诉记者，一季度，江苏接待入境过夜游客已超过42.89万人次，同比增长123.9%，实现旅游外汇收入6.69亿美元，同比增长85.4%。为吸引更多入境游客，江苏推出10条入境游精品线路，包含大运河、长江以及园林、博物馆、美食等入境游客高度关注且喜爱的内容。

增强入境游产品吸引力至关重要。新时代文旅研究院院长吴俊认为，入境游的产品设计要深入挖掘和展示中华文化，开设文化体验活动，为入境游客提供独特而难忘的旅游体验。开发自然风光游、历史文化游、城市观光游、乡村体验游等多类型产品，并与时尚、美食、艺术等领域跨界合作，推出旅游创新产品。

“中青旅将加强入境游产品研发，把中国的大好河山、传统文化、新时代建设成果等融入产品创新，向全球旅行商推荐完整的中国旅游产品方案。聚焦入境游痛点，围绕支付、网络、翻译、导游等，探索海外签证申请中心流程简化模式，提升入境游客的旅游体验。”徐晓磊告诉记者。

提升在华旅游的便利化是入境游竞争力的重要体现。携程国际版Trip.com联合国内600多个热门景区上线了在线预约功能，覆盖全球39个国家和地区，支持24种语言和29种货币。接送机通常是入境游客在中国旅游的首个体验。近期，携程专车入驻Trip.com，已在上海配备了英文沟通无障碍的专车司机，这一服务将延伸至北京、广州、深圳、杭州、成都、重庆、西安、厦门、三亚等入境游热门目的地。

移动支付是提升入境游服务的关键环节。支付宝酒旅事业部行业总经理任刚介绍，支付宝无需搜索、点击即用的特性大大方便了入境游客在国内的旅行体验。截至今年3月，使用支付宝绑定国际银行卡的入境游客来自近200个国家和地区。支付宝率先试点推出小额免认证功能。16种语言翻译、境外钱包乘车码“一码通”等新服务陆续上线。此外，支付宝将联合景区、旅行社和旅行平台，推出“入境畅游景区计划”，上线更多入境旅游服务和线路，使入境游客在华旅行更加便利。

第14个“中国旅游日”之际，“2024华侨城旅游狂欢节”在深圳启动，活动以“要狂欢，当‘燃’一夏”为主题，聚焦深圳、覆盖全国，贯穿盛夏金秋。华侨城联合旗下主题公园、自然人文景区、特色商业、旅游酒店、旅游科技、综合文化场馆等业态，探索“旅游+文化”“旅游+城市”“旅游+自然”跨界融合，推出“文化、艺术、音乐、生活、自然”五大类活动，上千款惠民产品，超200场主题活动，满足游客多样化需求。

近年来，华侨城稳步拓展项目，创新产品供给，激发文旅消费活力。

“烟火气”的城市休闲产品，为旅游市场拓展新空间，为市民和游客带来新体验。欢乐谷将于暑期在多个城市陆续推出音乐节，包括上海欢乐谷“EV音乐节”、武汉欢乐谷“HOHA音乐节”、重庆欢乐谷“HVE音乐节”、南京欢乐谷“蓝鲸音乐节”等，让游客度过愉快的休闲时光。

华侨城旗下各旅游酒店创新推出“城市度假新玩法”系列：深圳威尼斯英迪格酒店“烛光音乐会”、满足游客多样化需求；深圳海景嘉途酒店计划推出“露营生活节”，让游客住在酒店也能感受走进自然的惬意。

特色商业则在创新创意上做足文章。2024华侨城旅游狂欢节期间，深圳欢乐港湾将推出海风音乐节、佛山顺德欢乐海岸PLUS将推出“潮玩·广府”文化节国庆主题活动，深圳华侨城创意文化园“T街创意市集”将继续推出新玩法。

旅游+文化：提供新体验

一座楼，一首诗，一幕剧，一幅画……文化味十足的旅游新业态、新产品越来越受市场青睐。兼具旅游观光与人文探访双重体验的文旅融合类产品，正成为越来越多游客的首选。华侨城在探索文旅融合的实践过程中，持续追求新求变，在“旅游+文化”的模式中加入潮流元素、科技元素等，不断拓展文旅融合的新领域。

深圳甘坑古镇推出融合宋式

旅游+自然：推出新产品

睡到自然醒，爬爬山、钓钓鱼，回归大自然，给身心放个假，近年来，越来越多的游客追求旅游度假的松弛感。旅游业内

“旅游+”激发消费新活力

2024华侨城旅游狂欢节启动

袁兴燕



成都欢乐谷举办国潮文化节。主办方供图

点茶、金石篆刻与宋韵古扇的非遗文化体验，游客可参观并体验非遗；深圳二十四史书院将推出“书院讲堂”系列活动、端午雅集、中秋雅集、国风艺术节活动。2024华侨城旅游狂欢节期间，旗下各景区将陆续上新各类文化体验活动，古韵国风之约、非遗集市、民俗展示……让游客体验当地的文化。

在各大主题公园，一场以国风经典与新派潮流相融合的“国潮文化节”，正如如火如荼地开展。北京欢乐谷打造“京城首个青花瓷主题乐园”；成都欢乐谷带来别具一格的国风动漫热潮；深圳锦绣中华·中国民俗文化村汇集多朝代、多民族的华服之美，将其融入到旅游业态中，以更加年轻化、时尚化的创新表达，推动中华优秀传统文化“活起来”，彰显文化自信。

旅游+城市：打开新空间

华侨城依托分布在全国的主题公园、特色商业、主题酒店，以城市风貌、人文生活为主题，在2024华侨城旅游狂欢节期间，打造既有“时尚范”又显

人士指出，不同于过去单纯的与山水为伴，如今的自然度假需要更多的基础配套与优质服务做支撑。

“亲近自然”是2024华侨城旅游狂欢节的重要内容，昆明世博园计划开展“生物多样性你我共参与——2024年云南省5·22国际生物多样性主题宣传日”活动，昆明轿子山风景区举办“第十六届战马24小时昆明轿子山翻越赛”，昆明阳宗海度假区推出“第二届云端花海季”。

作为华侨城独有的自然品牌活动IP，“第九届OCT凤凰花嘉年华”已在深圳华侨城旅游度假区开启。市民和游客聚集在火红的凤凰花下，欢庆这场自然与艺术的盛宴。本届活动以“自然有魔力”为主题，推出可持续生活、宠物友好、环保出行6项活动，将生态环保理念融入人们日常生活。

华侨城集团党委常委、副总经理倪征表示：“华侨城将秉承‘优质生活创想家’的品牌理念，积极推动文化和旅游深度融合，为满足人民群众的美好生活贡献应有的力量。”



希腊游客以骑自行车的方式游览北京。京骑文化供图

初夏，浙江省绍兴市越城区北海街道迎恩门风情水街游客如织。在浙东运河上，水上婚礼秀、运河集市、古城游船等新潮运河文化体验活动吸引了大批市民和游客，人们体验摇橹船水上游线，在桨声灯影里沉浸式感受浙东运河风情。

“摇橹船水上游线集中体现了绍兴的独特风情和旅游特色，到绍兴不体验水上游线，就等于没来过绍兴。好比去北京，没有登长城一样。”一位来自浙江温州的游客，体验了古城游船活动后说。摇橹船水上游线中融入了浙东运河文化，为水上游玩增添人文特色，趣味性和体验性也更强。

浙东运河是构成中国大运河的三大运河之一，它始于钱塘江南岸的萧山，沿浙东运河从绍兴镜湖、曹娥江、剡溪至天台石梁，水路总长约190公里，这是隋唐时期文人墨客游

运河游「潮」味十足

盛丽波



绍兴迎恩门风情水街举办水上婚礼秀，引来众多游客。楼云摄

历浙东时常见的一条古道。近年来，越城区充分发挥城市社区党建优势，围绕迎恩门风情水街、上大路，深入

挖掘运河沿线红色资源，打造多点位联动、多功能示范的场景区块，努力推动浙东运河共富示范带建设，推出

古城过大年、水上婚礼秀、古城婚博会、古城游船等一系列有趣的活动，助力文商旅融合发展。“五一”假期，“运河良缘·水城千年”古城婚礼秀系列活动，运河文化魅力十足，吸引了众多游客。

运河丰富的文旅资源不仅引来游客，也吸引了各类青年人才。在迎恩门水街，有一家名为“九斤姑娘”的汉服工坊，200多平方米的店铺内摆放着各类款式的汉服、香囊、伞具等。“古城过大年活动多、人气旺，今年春节期间的营收创历史新高。”店主马培军忙得不亦乐乎。

“因运河而生，因运河而兴。”从游船宣讲到红色水路，从摇橹船体验到水上婚礼，从游船直播到运河共富，这不仅是传统与现代融合的生动实践，也是运河文化遗产保护、传承、利用的缩影，正不断为绍兴文商旅发展注入新活力。



近日，第六届宁波市至张家界国家森林公园300公里骑行挑战赛举行，来自湖南、河南等地的600余名选手参赛。赛事由湖南省宁波市人民政府、张家界武陵源区人民政府、张家界武陵源风景名胜区和国家森林公园管理局主办。

“宁乡到张家界国家森林公园这条骑行线路，是我见过的最美赛道，沿途山水相映、空气清新，骑行其间如入画境，让人精神倍增。”选手江文涛说。今年以来，跑步张家界、骑行张家界、越野张家界、极限张家界等一系列活动助力张家界“旅游+体育”加速发展。

上图：选手在宁波市至张家界国家森林公园的线路上骑行。吴勇兵摄