

中国旅游新亮点③

“国之交在于民相亲，民相亲在于心相通”。旅游合作是国家关系中共识最多、分歧最少、见效最

快的领域，具有互利共赢、利益交融的典型特点，是促进各国人民交往的最有效方式。旅游如今已不单是游山玩水，在中国外交舞台上正扮演着越来越重要的角色，旅游已经从外交边缘走向外交前沿。

2015年，“旅游外交”成为舆论关注的热词之一。旅游已成为国家外交不可或缺的重要组成部分。

旅游外交正成为塑造和传播国家形象、增进国际认同的重要途径，也是践行合作共赢的外交理念、实施互利共赢的开放战略、构建全球伙伴关系网络的重要方面。



主动作为担当重要角色 真诚交流拓展合作共赢

旅游外交：为国家形象加分

本报记者 赵珊

旅游成为中国外交的重要载体

2015年初，国家旅游局局长李金早在全国旅游工作会议上明确提出了“旅游外交”这个重要概念，并将“开拓旅游外交”作为中国旅游业“515战略”的重要内容。

时值岁末，回首这一年的旅游外交，可谓亮点频现、硕果满满。国家主席习近平出席中日旅游交流活动。国务院副总理汪洋出席丝绸之路旅游国际大会。中韩、中印、中墨、中国—中东欧旅游年等多个高规格国家级活动密集举



国家旅游局局长李金早(左)作为国家主席习近平特使，会见汤加国王图普六世。

办。旅游已成为国家外交战略的重要载体。旅游也成为双边会谈的一个重要议题。

7月4日，应汤加国王图普六世邀请，国家旅游局局长李金早将作为国家主席习近平特使赴汤加出席图普六世国王的加冕典礼。这是国家旅游局局长首次以国家主席特使的身份出访。这反映出中国旅游的巨大变革：旅游过去只是外交的点缀，而如今已登上外交的华丽前台。

9月9日至12日，李金早赴美国参加中美省州旅游合作发展对话会议，创造中美旅游合作新成果，充实中美新型大国关系内涵。随后，9月22日，国家主席习近平在访美时宣布，中美两国将在2016年举办“中美旅游年”。

10月12日，李金早会见正在澳门出席“世界旅游经济论坛”的柬埔寨王国首相洪森，就加强中柬旅游合作交换了意见。这再次表明，旅游在国际外交舞台上正扮演着越来越重要的角色。

2015年，旅游外交活动之密集、规模之大、规格之高前所未有，这表明旅游外交与政治外交、经济外交、文化外交和军事外交等一起，成为了中国外交的重要组成部分。

旅游扮演中国外交的亲善大使

“以心相交者，成其久远”。旅游是什么？就是民众之间最真实的交流。在国际关系中，利用旅游交流促进国家关系发展的例子不胜枚举，旅游作为国家外交的重要载体，往往能发挥常规外交难以达到的效果。

旅游外交更有弹性、更加灵活、更加植根于民众。在双



“美丽中国之夜”旅游推介活动闪耀哥伦比亚麦德林。

边关系良好时，旅游交往可以成为发展国家关系的加速器；在双边关系不畅时，旅游交往可以成为改善国家关系的润滑剂；在双边尚无正式外交关系时，可以先行开展旅游交往，使民众交往成为国家关系正常化的导航器。

为积累中日关系改善的积极因素，国家旅游局局长李金早今年邀请日本自民党总务会长二阶俊博访华。5月，日本各界3000人来华交流，国家主席习近平出席中日友好交流大会并发表了对日关系的重要讲话。旅游，夯实了中日民间友好基础。

“随着中国游客的脚步走向地球的每一个角落，中国与世界各国的旅游交流交往日趋活跃。”李金早曾说，“世界，从来没有像今天这样，以如此关切的目光，如此复杂之心态审视和解读中国旅游带来的种种影响。”

旅游既是一种跨文化交流活动，也是一种人际传播，意识形态色彩较少，更易为人接受。旅游正成为塑造和传播国家形象、实现国际认同的重要途径。国家形象是什么？是国家力量和民族精神的表现和象征。今年前三季度，中国出境旅游达1.23亿人次。每一位中国游客都是国家的“名片”和“亲善大使”。他们展现出的素质风格、行为习惯、处事方式都代表着中华文化。中国游客在美国救人的故事，获得了美国人的点赞，在世界上树立了“中国好游客”的形象。旅游已经成为发出中国声音、讲好中国故事、向世界立体式描绘中国形象的重要平台。

旅游开拓中国外交的合作空间

旅游业作为开放性、综合性产业，在“一带一路”国家战略中具有先联先通的独特优势。去年，中国与丝路沿线国家双向旅游交流已超过2500万人次。旅游外交为“一带一路”战略提供了广阔的合作空间。

“一带一路”沿线涉及60多个国家，44亿人口，跨越了东西方文明，涵盖了全世界74%的自然保护区与近50%的文化遗产，是世界上最精华的旅游资源汇集地和最具活力和潜力的黄金旅游之路。在丝路沿线国家中，中国旅游资

源最丰富、旅游产品最集中，基础设施最完善。

国家旅游局今年和明年的宣传主题都是“丝绸之路旅游年”。未来，中国将利用丝路旅游合作在区位、文化、历史、资源和市场等方面的优势，选择印度、哈萨克斯坦、中东欧、东南亚等一批重点国家和地区为突破口，拓展旅游合作空间。据国家旅游局预测：未来5年，“一带一路”沿线国家将迎来1.5亿人次中国游客，旅游消费超过2000亿美元，同时，中国将吸引18500万人次沿线国家游客来华，带动旅游消费1100亿美元。

旅游外交正成为中国与世界各国和国际组织加强战略合作的重要内容。“十三五”期间，首届世界旅游发展大会、联合国世界旅游组织第22届全体大会和世界旅行理事会年会等世界级盛会将先后在中国举办。国家旅游局将进一步增强顶层设计，实现旅游外交全覆盖：围绕大国外交战略，通过旅游外交服务中美新型大国关系、中俄全面战略协作关系、中欧全面战略伙伴关系；围绕周边国家外交战略，开展中韩、中日韩、中印、中国东盟旅游合作；围绕传统国家和友好国家外交战略，加强中国—中东欧、中墨、中古等旅游合作。

(本文配图来自国家旅游局官网和百度)



“美丽中国——陆上丝绸之路”旅游推广活动走进土耳其。

近日，内蒙古在北京举办“快乐的冰雪那达慕”内蒙古冬季旅游产品推介会，向海内外游客推出七条旅游精品线路，拉开了内蒙古“冰雪那达慕”帷幕。

七条精品线路包含阿尔山地区的“阿尔山冰雪世界温泉游”、乌兰浩特+呼伦贝尔+根河+满洲里的“中外民俗风情游”、元大都+元上都+马都+西乌珠穆沁旗+东乌珠穆沁旗的“‘三都’蒙古族风情深度游”、乌兰察布+呼和浩特+包头+鄂尔多斯“敕勒川现代草原文明冰雪游”、“克什克腾地质奇观冰雪游”、“阿拉善大漠冰雪风情游”、阿尔山+海拉尔+满洲里的“中蒙俄三国风情游”等。

除冰雪那达慕之外，内蒙古各地的冰雪项目均加大了游客体验的力度，如呼伦贝尔冰雪节、满洲里中俄蒙三国旅游节暨国际选美大赛、兴安盟的阿尔山国际冰雪节、赤峰克什克腾滑雪节、蒸汽机车摄影节、达里湖冬捕节、骆驼节、锡林郭勒冬季那达慕等正在蓬勃发展的冰雪项目，游客都可以亲身参与到这些活动中，令旅程更加欢乐有趣。

“提到内蒙古旅游，给大家的印象一直停留在草原游。”内蒙古自治区旅游局局长魏国楠介绍说，其实从2014年开始，内蒙古就准确把握自身旅游资源的核心竞争力，在旅游推广工作

内蒙古升级

冰雪游

张健文/图



推介会现场，五彩呼伦贝尔合唱团表演了童声合唱。

中不断发力与创新，精心策划和推广了一系列特色冰雪旅游项目，加快旅游基础设施和服务品质的升级。

今冬的内蒙古冰雪旅游体验项目全面升级。冰雪是底色，民族文化是灵魂。这是魏国楠对内蒙古冰雪旅游特色的定义。内蒙古冬季冰雪旅游主打民族文化牌。第一是那达慕，内蒙古的那达慕是非常成型的。冰雪那达慕作为一个从民族草原走向国际的盛会，游人不仅可以赏冰雕、体验滑雪、滑冰、打冰球等冰雪项目，还可以欣赏到蒙古族的赛马、驯马、摔跤、雪地骆驼等独特的民族民俗表演。第二是蒙古族服装服饰艺术节，目前已经举办了12届。俄罗斯和蒙古国都会参加，每年全国各地的蒙古族组织数百支队伍参赛。今年冬天蒙古族的服装服饰艺术在10个城市巡回展览。第三个是音乐艺术化的表演，蒙古族的呼麦、马头琴、长调等艺术都非常有特色，现在通过旅游向海内外游客展示，独具魅力。

据悉，内蒙古旅游未来将不断创新思路，使冰雪旅游实现质的飞跃。内蒙古将建设国家重要的草原文化和民俗体验旅游区及中国民族冰雪活动重要体验地，同时打造与邻省区差异化发展的冰雪旅游品牌，促进内蒙古全区旅游产业结构的均衡发展和产业升级，实现旅游资源大区向旅游经济强区的跨越。内蒙古将更加注重把国际时尚元素融入冰雪旅游产品，向全球展示丰富多彩的冰雪资源。

北京顺义开启冰雪温泉狂欢季

中国游客移动化水平全球第一

本报电(张健)12月19日，以“疯滑雪跃，慢享温泉”为主题的北京顺义区首届冰雪温泉狂欢季开幕。本届狂欢节围绕冬季圣诞、元旦、春节、情人节四大节日，为广大游客打造出冬季游憩场所和浪漫意境。活动将持续到明年2月份，其间有近百场活动轮番上演。

顺义区旅游委主任申志红介绍说，顺义冰雪温泉狂欢季主要有以下特色：一是激情冰雪体验。顺义区打造了一批一流的冰雪运动项目：“冰雪童话奥运会”——奥林匹克水上公园、“北京的亚布力”——莲花山滑雪场、“冬奥冠军的摇篮”——乔波冰雪世界。二是慢享温泉养生。顺义区携手中家鑫园、和园景逸、瑞麟湾等温泉度假酒店，以对身体有益的偏碱性、偏酸性和矿物质含量高的温泉水资源为基础，为游客打造温泉盛宴。同时，游客在玩冰雪泡温泉之余，也可亲身体会牛栏山白酒、燕山啤酒、现代汽车、鹏程食品等工业旅游的另类震撼。此外，顺义把全国唯一以蝴蝶文化为主题的亲子教育基地七彩蝶园、具有浓郁意大利风情的意大利农场、欧菲堡酒庄以及融中西文化的尺木穴居乡村酒店等十几家旅游产品串联成一条线，为亲子游、家庭游、情侣游提供多种个性化、多元化选择。

本报电(绍然)日前，全球旅游平台TripAdvisor(中文名为猫途鹰)公布了《2016年全球旅游经济报告》，调查样本涵盖全球32个国家和地区，年龄涵盖18岁至65岁以上。报告显示：中国游客移动化水平稳居全球第一。

中国游客使用移动客户端预订旅行的比例位居世界第一，达12%，超越全球平均水平6个百分点。中国游客在旅途时对于手机的依赖程度最高，有87%的中国受访者表示他们出游必带手机，超过75%的全球受访者表示出游时必带智能手机，这一比例甚至超过手机、化妆品等个人护理用品。

中国游客在全球受访者中最为看重酒店里的免费WiFi，比例高达60%，高于全球平均水平14个百分点；同时，中国受访者对空调的需求(68%)也高于全球5个百分点，对于烧水壶、茶包、咖啡的需求(37%)高于全球平均水平8个百分点。与此同时，有61%的中国游客习惯在旅途中携带自用毛巾，而全球平均水平仅为19%。

千年古镇 盐城西溪

范媛媛/文



西溪古镇一瞥

“风吹柳枝摇，池塘荷花笑。晨钟惊飞鸟，古塔印夕照。”如果用笔墨去写意西溪，那么西溪必定是一幅水墨画，时光运笔，素纸生辉，但见白墙静立，黛瓦飞檐，拙朴中尽是古意。

西溪，位于江苏省盐城市东台城西古运盐河畔，系东台历史文化的发祥地、两淮海盐文化的起源地，素有“东台之根”的雅称。西汉元狩六年建镇，西溪一直隶属于扬州府，清代乾隆三十三年，建东台县，西溪始属东台。

天刚亮，西溪古城内的茶社里就有客人陆陆续续起来吃早茶了。“早上皮包水，晚上水包皮”是典型的东台人的生活习俗。所谓早茶就是一边吃早点一边喝茶。这种特色生活方式世代流传。我走进了一家生意火热的茶馆，在老板的推荐下点了一碗鱼汤面。老板说：“东台鱼汤面与其他种类的面条差别

就在于汤，东台鱼汤面制汤的原料是鳊鱼骨和鲫鱼，不仅味美且可强身健体，已被列入《盐城市非物质文化遗产名录》。这些看似与西溪无关，可西溪是东台之根，所有的传统特色都是西溪文化的流淌和传承”。端上来的鱼汤面如老板所说，汤白如奶，面条吃起来还有浓浓的鱼香味，果然名不虚传。

吃完热腾腾的鱼汤面，我便起身往古城内走，远远便看到了被当地人称为“定海神针”的唐塔。唐塔又叫“海春轩塔”，迄今已有1380余年，是江苏现存58座古塔之最。它像一位远古的老人，始终屹立在沃野之中。走到塔内抬头看，便发现塔内空心到顶，无阶梯攀登，底层仅正面朝西有一个门。总共有七层，每层都有八个窗。底壁厚实达1.5米，增大了荷载能力，才让这座古塔就算没有地基也能千年屹立不倒。塔内八个面上都摆放着神态各异的佛像，整座塔身敦厚庄重，让人肃然起敬。

唐代佛教兴盛，西溪宝塔又有佛塔之说。

海春轩塔是由砖头砌在一起的。当时没有水泥，古人用糯米浆来粘合砖头和砖头，经过长时间的固化，比现在的水泥不知要坚硬多少倍。我在感叹古塔神圣的同时，不禁敬佩古人的智慧。

往前走不远听到了朗朗的读书声：“礼之用，和为贵。先王之道，斯为美，小大由之……”伴随着读书声，我来到了西溪古城内的晏溪书院。推开大门，便看到一座座灰墙青瓦、飞檐斗角的古建筑，走廊连在一起，古意拙朴的木条门窗诉说着书院的历史。晏溪书院原名西溪书院，是北宋著名政治家、词人，时任西溪盐官晏殊创建的。后人为了纪念他，将书院改名为晏溪书院。千年后的西溪景区仍在传承着书院文化。走到左侧的讲堂，我看到30多个身穿古代服装的孩子正跟着老师朗读着《论语》中的词句。聆听着国学的美妙韵律，我深深沉醉其中……



身穿古代服装的孩子在晏溪书院读书。