

中美为世界旅游提供新样本

本报记者 赵珊



2016中美旅游年启动仪式现场。本报记者 赵珊摄

目前，中美之间每17分钟就有一个航班跨越大洋，每年有近500万人次的人员交流。中美旅游已成为全球最重要的双边市场之一，对全球旅游产生着重要影响。

中美旅游年使两国旅游交流迈入一个全新阶段，不仅扩大了两国旅游资源共享的内存，而且为两国各领域合作注入了强劲动力，更为世界旅游的交流合作提供了新型样本。

中国人赴美转向深度游

“中美旅游年”启动后，两国间的旅游持续升温。记者近日从多家旅行社获悉：中国游客赴美游的产品咨询、预订量大增，很多消费者早早预订了今年暑期出发的产品，预订周期比往年提前1个月。

如今，中国游客已厌倦了“上车睡觉，下车拍照”的旅行方式，横跨美国东西海岸观光式行程逐渐让位于区域性深度游。途牛旅游网近日发布的《2016美国旅游趋势报告》称：2016年美国旅游市场将呈爆发式增长，深度游、自助游、自驾游将获得更多中国游客青睐，个性化的体验式旅游将成新潮流。洛杉矶、旧金山、纽约、拉斯维加斯、华盛顿、圣地亚哥、夏威夷、科迪、费城、盐湖城等地是中国游客青睐的目的地。

携程旅行网的统计显示：美国国家公园游、乐园游、名校游、博物馆与历史文化游、自驾游、海岛游、邮轮游等主题深度游产品在网上的人气相当高，预计将成为美国最具潜力的市场。

此外，自驾游正逐渐成为一种新潮流。目前，多家旅行社可为游客提供形式多样的自驾游产品。途牛旅游网数据显示，“美国66号公路15日深度游”“美国西海岸一号公路10日深度美国自驾游”等跟团自驾游线路最为热销。

消费升级也是中国游客赴美游的新趋势，从携程旅行网的自营美国旅游团和自由行客户来看，旅游者最青睐“全程无指定购物”的纯玩产品，愿意住市区酒店，越来越多游客舍得在交通、住宿和旅游体验上花钱，并愿意尝试高端酒店、顶级邮轮、租车自驾、房车、小型飞机等高端旅游项目。

美国客来华品中国文化

在中国游客赴美游热情高涨的同时，美丽的中国也吸引着越来越多的美国游客。据国家旅游局最新统计显示：今年前两个月，美国旅华人数达30.44万人次，同比增长5%。美国是中国第四大主要客源国，也是中国第一大远程客源市场。

日前，河北承德迎来了1000多名美国游客。美国游客代表、友好人士卢卡·贝隆说，“今天站在长城脚下，这里已不是一堵墙，更是两国人民之间友谊的一座桥”。

梁。“千名美国游客游长城”活动旨在进一步增进美国业界和公众对中国旅游资源特别是长城沿线地区旅游产品的了解，拉动美国旅华市场的增长。

中国旅游舆情传播智库日前对旅华美国游客的调查报告指出，美国游客对中国旅游景区认知度最高的是长城，其次是故宫、天坛、兵马俑、明十三陵、少林寺、三峡、颐和园和大足石刻；对中国最感兴趣的旅游带是长城旅游、长江旅游、丝绸之路、滨海城市度假和京西沪桂广。

中青旅国际旅游公司推出的“饕餮之旅”“高铁旅游”“修学旅行”“游学之旅”和“穿越喜马拉雅探险之旅”等产品，帮助美国游客近距离了解中国的文化风俗及普通人的日常生活，深切感受当代中国的巨大变迁。

北京神州国旅负责人介绍，中国最吸引美国游客的是文化。该社将借中美旅游年契机，产品设计主打文化牌。比如，针对学生团，加入学习书法、做风筝等内容；针对老年团，加入中国养生等主题；针对家庭散客游加入体验北京民居等内容。

中美推动全球旅游发展

今年，中美将举办一系列活动促进两国旅游交流。记者从中国国家旅游局获悉：中国将借上海迪士尼乐园开业契机举办系列推广活动、在宁夏举办2016中美旅游高层对话、年底赴美举办中美旅游年闭幕式暨5000名中国游客访美大型交流活动等。

美国旅游推广局北京代表处王予莉介绍说，4月17日，美国旅游推广局将举办“美国国家公园探险”纪录片首映式。中美旅游年既有政府间的活动，又有民间的活动，对两国旅游产业发展和经济发展有互相促进的作用。

旅游年期间，两国的合作不仅在政府层面，还为旅游业界提供了发展的良机。阿里旅行作为美国旅游服务商提供直接与中国游客对接的平台，并计划在美国建立阿里旅行服务站，为两国业界和游客提供更多优质旅游产品和便利服务。中青旅推出“中美旅游年·人文交流故事汇”大型征文活动、“阅读中国游学计划”等活动，促进两国民众在新的历史条件下更多相知、相识，更加尊重、理解。

中国旅游研究院院长戴斌告诉记者，举办旅游年是旅游外交的最高表现形式。中美旅游年为中美构建新型大国关系注入新的内涵。中国和美国这两个全球最有影响力的大国举办旅游年，对世界旅游的交流合作提供了新型样本。亚太旅游市场和北美旅游市场是全球旅游增长最快的地区，中美两国的合作对全球旅游业的繁荣和发展将起到推动和保障作用。

迎接首届世界旅游发展大会
旅游：中国与世界共分享

经济社会繁荣发展，必然产生大量新闻，推动新闻传媒事业发展。新闻报道、舆论引导工作做得好，可以全面、生动地反映现实、记录历史，促进经济社会的繁荣发展。

如今，当旅游成为发展和生活重要内容的时候，就不只有“怎么看”“怎么搞”“怎么游”的问题，还有“怎么报”的问题。搞好旅游报道，对于促进旅游业健康持续发展具有重要意义。

如今旅游应该“怎么报”？总体而言，有这样几个角度可以考虑。

围绕中心大局，开掘深度。围绕中心、服务大局，是我们各项工作的一项重要原则。体现在旅游报道上，它有两个层次，一是党和国家中心任务和工作大局，一是旅游行业中心工作和改革发展大局。围绕中心、服务大局，着眼于推动促进中国旅游业发展，是旅游报道存在的依据、最大的价值，不仅应当成为思想自觉，更应当成为行动自觉。这样，才能真正坚持新闻的党性原则，牢牢把握正确政治方向和舆论导向。旅游报道要更好围绕中心、服务大局，就要深入研究思考我们党的理论和路线方针政策、重大决策部署，以及关于旅游业发展的重要思想观点、重大战略部署，并切实把它们体现、贯穿、落实到每一个作品上。应当说，现在的旅游报道在这方面做得还不够，大多数作品停留在浅表化、碎片化层面，有的甚至搞成了娱乐新闻，有价值、有分量的不多。这就要求我们开掘深度，关注重大问题，提供思想观点，引领舆论导向。

如今旅游怎么报

郑剑



本版图片除署名外来自百度

贴近生活实际，增加温度。政治性、时政性报道往往容易显得“高大上”，而旅游报道则完全可以更富有温度、生动活泼。即使工作性内容，也可以进行柔性化处理，更加接地气、有人气。为此，就需要更好地贯彻以人为本理念、“三贴近”原则，见事见物更见人，让群众说话，让游客说话，让报道多姿多彩、温情温馨起来。要直面问题、研究问题、促进解决问题，真实、客观地反映旅游发展的实际状况和人们旅游过程中的实际感受。

彰显特色优势，选好角度。现在媒体很多，不少媒体都涉及旅游报道。同样是旅游报道，不同媒体应当具有自己的特色，有特色才有优势，才有吸引力、传播力、引导力。对于同一个事件、同一个国家，也应当有不同的报道重点、表现形式、文风特点。这就要求在写法上选好角度，有所取舍，形成个性。选好角度，必须增强受众意识，适应受众的实际需求、接受方式。

利用多种渠道，拓展宽度。随着互联网的快速发展，媒体格局发生深刻变化，传统媒体和新兴媒体交织交融、各展其长。有人说，现在人们获取信息的主要渠道已经不是纸媒，而是互联网；新闻舆论的引导力还在传统媒体，传播力则在新兴媒体。事实上，各种媒体是互补互促而不是分割分离的，至少从目前看新兴媒体还离不开传统媒体，传统媒体更需要借助新兴媒体，二者形成相互依存的关系。在这种情况下，旅游报道需要利用多种渠道，拓展宽度，扩大覆盖面，增加多样性。一方面，用好传统媒体，保持权威性和公信力；另一方面，借助新兴媒体，增强传播力和影响力。

人民日报海外版作为党中央机关报人民日报的外宣版面，怎样进一步搞好旅游报道？结合实际，可以在以下方面进行探索。

——做有思想的报道。“内容为王”，是新闻工作的本质要求，是主流媒体的根本原则。在当前新闻越来越同质化、新兴媒体迅猛发展的情况下，人民日报海外版必须着力抓内容，做有思想的报道。什么是“有思想”？就是有观点、有见解、有启发，不是停留和满足于展示事实，而是导向和引领于事实展示之中。当前，旅游方兴未艾，我国旅游业蓬勃发展，新事物、新情况、新问题不断涌现，需要呈现，也需要解析，人民日报海外版的旅游报道完全可以做到有思想。这也是“讲述好中国故事，传播好中国声音”的迫切要求。

——做有味道的报道。新闻报道不能仅仅有思想，还要有情感。但有些报道专业性太强，可以做得有思想，不好做得有味道。应该说，大多数旅游报道可以做得有味道——或生动活泼，或清新隽永，或诙谐风趣。旅游报道要做出什么样的“味道”？大致主要是“三味”——文化味、人情味、时尚味。做出这“三味”，关键是注重从人的角度出发，为了人、着眼人，见物更见人。可以说，现在完全有条件写出新时代的《雁荡山游记》和《黄山游记》，旅游者可以写，媒体人也可以写。

——做有时效的报道。新闻报道当然要讲时效，没有时效就失去价值或价值大打折扣。时效效，首先就是时。把握时，就是要做到应时、及时，而不是违时、误时，这样才能做到不失语、不失责。做有时效的报道，就要坚持“走转改”，深入基层、深入群众，多抓活鱼，多写鲜活报道。

——做有个性的报道。“文似看山不喜平”。文章讲究个性、需要创造，没有个性、千篇一律，就很难有吸引力、感染力、生命力。相比其他新闻报道，旅游报道应当也可以做到更有个性。什么样的个性？也是三条，就是行业的个性、媒体的个性、自己的个性。所谓“行业的个性”，就是“像”旅游报道，虽然导向和内容上也要“高大上”，正是符合媒体的性质和定位，具有媒体的风格和特点。所谓“自己的个性”，就是记者要努力形成自己的写作和报道风格，“标新立异”、自成一派，让人一看就知道是你的作品。

(作者为人民日报海外版副总编辑)

安徽含山评选“最美茶姑”



日前，安徽省马鞍山市含山县在清溪镇合眉茶场举行第三届乡村旅游季启动仪式暨第三届采茶节开幕式。众多游客前来观看“最美茶姑”评选初赛暨茶文化主题演出，参加合眉茶博园春茶开采仪式，体验采茶、制茶和品茶。

近年来，含山县大力推进“文旅兴县”战略，整合全县旅游资源，通过打造采茶节、户外旅游节、老鹅汤美食节三大节庆活动，围绕课本上的研学之旅、历史中的文化之旅、舌尖上的美食之旅、镜头中的摄影之旅，打造精品一日游、二日游旅游线路，大大提高了含山的知名度和美誉度。2015年，含山吸引了140多万名游客，旅游收入超过13亿元。

图为参加“最美茶姑”大赛的选手们安徽合眉茶博园向游客表演采茶技艺。

胡智慧 程千俊摄影报道

国家旅游局启动“寻找大旅行家”活动

本报北京电（彭婧超）为迎接首届世界旅游发展大会，由国家旅游局主办、中青旅遨游网承办的“寻找大旅行家——首届世界旅游发展大会全国网友旅游知识竞赛”系列活动日前正式启动。活动第一季以“我为家乡出题”为主题，设定了名胜古迹、人文历史、自然生态、美食玩乐、趣味卖萌5个题目类型，网友可以挑选自己喜欢的类型为家乡出题。题目将作为活动第二季答题环节的备选问题。网友登陆国家旅游局官方网站、中青旅遨游网，或关注国家旅游局、遨游旅行微信公众号，即可进入活动页面参与出题。第一季活动将持续到4月20日，凡参与出题活动的网友均将获得金额不等的微信红包奖励。

此次活动期待通过轻松有趣的旅游知识“出题”和“答题”互动，吸引民众对于旅游业的关注，让更多的人了解旅游、关心旅游、争做文明旅游人，同时普及旅游知识、传播旅游文化，增进中国与世界旅游的沟通和交流。

旅游文化借助电影走出去