

出游安全最重要 祖国强大增信心

莫让出境游变成出境忧

本报记者 赵 珊

今年春节期间，中国公民出境游总量约615万人，出境游持续火热。可是，接连发生的马来西亚中国游客船只失联事件、大陆游客大巴在台湾出

车祸事件、中国游客在南非遭持枪抢劫事件，给出境游蒙上了阴影。中国游客出境游的安全问题，再次引发社会的高度关注。

安全是出境游重中之重

收入增加、观念升级、签证便利等因素使得近年的中国出境游市场持续快速增长。中国游客出境游的次数越来越多，脚步越来越远，但随之而来的各类安全问题也频频出现。发展出境游不仅要有量的增加，更要注重质的提升，而安全问题是出境游品质的重中之重，各方应予以高度重视。

中青旅遨游网首席品牌官徐晓磊介绍说，旅游安全一般分为传统旅游安全和非传统旅游安全。像这次马来西亚沙巴沉船事件就是旅游接待过程中发生的传统安全问题。而包括恐怖袭击等突发事件在内的非传统的旅游安全问题，在近两年逐渐增多，给游客带来的心理冲击也较大。

随着出境自由行的增长，游客自身提高安全意识十分重要。旅游安全应成为每位

游客的必修课。中国旅游研究院国际研究所所长蒋依依建议，游客在选择出境游目的地之前，要参考外交部或国家旅游局发布的出行提示，避开有风险的目的地。驴妈妈旅游网负责人介绍说，譬如巴基斯坦西北部部落地区，中东的利比亚、阿富汗、叙利亚、伊拉克等战乱地区，以及一些存在民族、派别和宗教矛盾并且地处山区的中东非和拉美地区。这些国家和地区危险系数极高，被列为不宜旅行的地区。

游客做足安全防范措施

游客需要在行前和途中做好哪些安全防范功课呢？同程旅游网负责人建议，如果选择以跟团游的方式出游，建议消费者选择有资质的、行程透明的正规旅行社，不要贪图低价选择一些非法旅行社；如果选择以自由行的方式出游，建议消费者在出发前务必做好功课，不要盲目的“说走就走”。若自由游客在当地选择“一日游”产品进行游览，同样先要考察提供产品的旅行社资质，签订旅游合同，在游览过程中也要注意观察大巴车、游船、游乐设施的安全情况。

据悉，马来西亚沉船事件中的中国游客，超过80%是通过网络平台报名。说明互联网已经成为中国游客的首选预订渠道。携程旅游网负责人表示，为了防范风险，建议游客选择有旅行社和出境游资质的专业旅游网站，具备全球范围的旅游服务与应急处理能力。

随着出境游经验的不断丰富，中国游客的安全意识不断提高。但目前中国游客对于境外保险购买的意识还相对薄弱。往往认为旅行社有责任，自己无需再额外花钱上保险了，但旅行社责任险相对只是基础性保险。众信旅游负责人建议，游客在出游前

先在国内补充购买人身意外险，特殊人群还需额外单独购买，如65岁以上老人、青少年等；另外，在旅行线路中涉及到高危体验项目的应注意额外参保，如很多水上项目出海、跳伞、运动项目滑雪、登山等。另外，游客如去医疗技术及费用较高国家也需额外注意购买保险，如新加坡、美国、欧洲等国家医疗水平比较高，但相应的治疗费用也较高，这就需要游客额外为自己购买意外保险，以补充现在旅行社责任险。

中国保护能力日益提升

除了游客自身提高安全防范外，当在境外旅行中遇到危险时，中国政府的救援保护能力令中国游客安心放心。

1月28日上午，载有28名中国游客的游艇在马来西亚失联事件发生后，国家旅游局第一时间紧急启动应急机制，全力配合我外交部以及驻哥打峇鲁总领馆做好游客信息排查、家属安抚和善后等各项工作，并督促马方尽快查明事故缘由，明确事故责任。

2月4日晚，三名中国游客在南非约翰内斯堡遭持枪抢劫。事发后，国家旅游局高度重视，立即联系南非旅游部门，督促其高度重视中国游客遭持枪抢劫事件，采取必要措施，切实保障中国游客在南非旅游安全。

外交部部长王毅曾说，“中国脚步”走到哪里，“中国保护”就跟到哪里。这句话，犹如中国游客的一颗定心丸。

目前，中国已建立境外中国公民和机构安全保护工作部际联席会议机制，全力处置各类涉及的重大突发领保案件。外交部领事司司长郭少春日前在媒体吹风会介绍说，通过订阅“领事直通车”微信公众号，用户可以及时接收最新的海外安全提醒，根据“暂勿前往”“谨慎前往”“注意安全”三个等级的提醒安排旅行



翟桂溪作 新华社发

计划。出国在外的中国游客还可接收安全短信，即便在没有互联网的情况下也能了解相关国家安全风险变化。“12308热线”（外交部全球领事保护与服务应急呼叫中心），是公民在海外遭遇突发情况时可以拨打的电话。自2014年底开通以来，该热线已接听群众来电近20万通，24小时为海外中国公民提供全方位的领事保护与协助。

目的地应重视中国游客

携程旅游事业部首席营销官施甫说：马来西亚沉船事件是一件不应该发生的悲剧。在关怀遇险游客的同时，整个旅游行业包括目的地国家都应该把中国游客的安全放在第一位，避免类似事件再次发生。

各国在争抢中国游客的同时，更应高度重视中国游客的安全。受接二连三事件的影响，去年法国仅接待中国游客160万人次，同比下降了27%。法国外交部长艾罗去年

底在访问中国时，向中国游客做出保证，法国愿意做出努力，以便给中国游客提供尽可能好的条件，尤其是在安全方面。

针对中国游客在巴厘岛发生多起安全事故，中国驻印尼巴厘岛总领馆去年召开旅游安全座谈会，与巴厘岛旅游行业就如何更好地服务中国游客、保障中国游客安全进行探讨。中方希望巴厘岛地接旅行社要做好司机、导游的培训工作，始终将游客的安全放在第一位，第一时间告知游客安全注意事项，与警局、医院等部门建立有效的联络机制，做好安全预案。

近日有媒体报道，中国游客在泰国因“零元团”被骗，泰国总理巴育表示下决心整顿旅游业。泰旅业协会也表示，中国永远是无法替代的客源国。泰国多个部门通力合作保障中国游客安全，规范市场秩序，提升旅游品质，优化旅游环境。泰国旅游与体育部与中国国家旅游局共同签署备忘录，加强中泰双方旅游合作。



来自百度

“美丽中国”闪亮莫斯科街头

一辆辆绘有“美丽中国欢迎您”精美广告的公交车近日穿梭于俄罗斯莫斯科街道，成为流动的中国名片，吸引着众人关注。这些公交车采用全车喷涂方式，凸显了长城、京剧、汉字和中国旅游标志等鲜明中国元素，中俄双语书写“美丽中国欢迎您”广告语。丰富的色彩和强烈的中国元素让俄罗斯首都道路上流动着浓浓的“中国风”。

据悉，在莫斯科投放公交车身广告，是中国国家旅游局在世界范围内开展的大规模旅游宣传推广活动之一。首批投放的19条公交线路，覆盖莫斯科主要交通干道，并向谢列梅捷沃和伏努科沃两大国际机场辐射，沿途经过政府机关、火车站、企业办公楼、旅游饭店、高等院校、购物中心等人员密集场所，每天广告受众达500万人次。（李 洁）



滇西火腿“七祥”少不得

赵 剑

前些天，远在上海的发小打电话来说：“想家了，但今年不能回家过年！捎给我点几年味吧！象征着来年日子醇香火火的吉祥——“慢火熬双赢（硬）”（即火腿与大豆一同放砂锅中熬煮），熬出火腿、红豆双红双赢的好景致，不能不吃！”

可这火腿，种类繁多，各有各的好，究竟选哪种呢。老友推荐“火腿七祥”。随即，我们驱车出云南保山老南门向南行至大沙河拐向西溯而上。不足半小时车程，便到了一个叫岩箐青岗坝坝河的地方。热情迎来的“火腿匠”李国光很快将我们带入了这片“七祥”的火腿世界。从学加工火腿到帮人加工火腿，李国光边学边干20年从没荒过手，称他是“火腿匠”名副其实。何为“七祥”？“七祥”本意为七香，只是因“匠人匠心”，七种香演绎成了照应人生的七种吉祥。

一是藏香贮香。李国光之火腿贮藏三年方上市，让尝香者感受积累智慧，感悟厚积薄发，体味韬光养晦……人生太多辛劳，以火腿的藏香之德，吸收天地之灵气酝酿发酵，感悟“制香、聚香、发酵、储香、陈香和亮

香”之道。二是破香。李国光秘制的火腿贮藏期满，以利刀锋将它细细解剖开来。然后取最容易入味和最不容易入味的那个部位，在肉块分割开来的那一瞬间，鼻尖凑近猛的一吸，无论是哪个部位，那些浓缩了肉质鲜味精华的芳香都能立刻传来。

三是烧香。细细翻烧，烧掉火腿上岁月尘垢，兼之在翻烧过程中细细品味过去的辛苦、收获、教训、经验，为来年的日子“蓄火”。随着火腿上的尘垢渐渐烧褪，火腿的烧香四处飘逸，引得路人驻足、勾得食客垂涎。

四是净香。火腿经猛火灼烧后，骤然放入干净的水中淬水，并浸泡一段时间后仔细刷洗，便露出金色的皮肉，油晕，香艳毕现……有美食家说，猛火淬烧即是断火腿尘垢与皮肉粘连的好办法，又起到了烧醒火腿中全部醇香的作用。

五是熬香。洗净后的火腿由之前的讲究“藏秘”正式走入了讲究各种吃法的“食秘”通道。在滇西很多地方，都喜欢吃火腿

肉煮大红豆，这道菜也被新生代美食评论家称为“慢火熬双赢（硬）”。火腿硬、大豆硬，可称双硬，炖烂很不容易，最佳的烹调办法是“慢火熬”。

六是切香。熟透的火腿喷香出锅，从摆上砧板那一刻开始，人们对美食的分享就真正开始了。众人屏住呼吸，眼巴巴的盯住切菜人，随着菜刀与砧板轻微碰触“嗒……嗒……”，肉倒是进嘴了，不过进的是别人的嘴。切香的快感既在熬熟的“鲜、酥、嫩、香、甜、醇”一块一块的被切好放进盘子里，更在于围食者收获的喜悦。

七是“分香”。分香意即分享。火腿肉单独成盘摆上桌置于主位点题“家圆红火常生金”，烂熟的红豆与切成小块的火腿皮子合盛一汤锅，再加蘸水青菜汤、素煮白萝卜、腌豆腐一小碟伴在四周，满满的都是家的味道。

还有一香为“余香”。余香取意回味和念想。美食化作祝福，种种吉祥人心；化作顺心，滋润生活；化作幸福，滋润爱情；化作健康，滋润身体；化作念想，滋润人生……这就是余味，这就是念想，不是吗？



切火腿 资料图片

改革开放以来，中国入境游取得了举世瞩目的发展成就，同时也经历过发展进程中的彷徨与困惑。如今旅游业“十三五”规划已开始实施，中国入境游将迎来新一轮的发展机遇。

从国家战略的布局定位来看，入境游已远远超越最初的出口创汇经济职能，具备更加重要的国际交往、对外窗口、社会、文化、生态和民生等综合功能。回顾中国入境游的发展历程，一方面很好地向世界展现了中国的秀丽山河与魅力文化，另一方面也带动了中国的旅游产品开发、接待体系构建、业态成长培育、基础设施配套、服务质量专业化与服务水平国际化。更为重要的是，伴随中国入境游的发展壮大，培育了中国旅游业大发展的宏观环境和整体氛围。中国入境游市场的繁荣更是示范和引领了国内游、出境游和入境游这三大市场的协同发展，国内旅游市场和出境旅游市场在入境游市场的带动下相继崛起，“三大市场”终于全面撬动，推动旅游业成为国民经济的战略性支柱产业，带动和支撑中国成为名副其实的世界旅游大国。从根本上来说，中国入境游为旅游业最终融入国家战略体系和中国成为世界旅游大国奠定了坚实的市场基础、产品基础、产业基础、国际基础。

从当前国际旅游竞争的格局动态来看，中国入境游已进入战略机遇期，需主动积极作为。新世纪以来，以欧美、北美等发达经济体为代表的传统型入境游热点区域在全球入境游格局中的地位趋于弱化；与此同时，包括中国在内，以金砖国家等为代表的新兴经济体在全球入境游格局中的地位逐步强化。近年来，新兴经济体接待的入境游人数正在逐步增加，与发达经济体之间的差距继续缩小。作为全球最大体量的新兴经济体，中国把握当前绝佳发展机遇可谓正逢其时。

从关键技术指标入手，中国入境游仍有较大拓展空间。当前无论是入境旅游接待人次还是入境旅游外汇收入，中国均已步入世界旅游大国的行列，但与世界旅游强国还有一定距离。正如中国的GDP总量位居全球第2位，但人均GDP却居全球100多位一样。中国入境游市场的规模总量虽已位居全球前列，但若从人均接待入境过夜游客量、人均旅游外汇收入等指标来看，中国入境游的竞争力依然比较落后。当前中国每年大约5600多万的入境过夜游客接待量、2700万左右的外国游客接待量，与中国的旅游大国地位极不相称。另外，若从入境游的现实发展效益来看，如，入境游地域结构与空间分布、入境游客消费水平与消费结构、入境游客认知评价与总体感知、入境游客的口碑反馈、入境游客的投诉与意见等关键技术指标等的对比分析，中国入境游的发展效益仍待进一步提升。中国入境旅游如能以这些关键技术指标为突破口，仍然具有较大的发展潜力与提升空间。

中国入境游进入战略机遇期

李 创新

旅游漫笔