

旅游外交魅力辐射 丹麦热盼中国游客

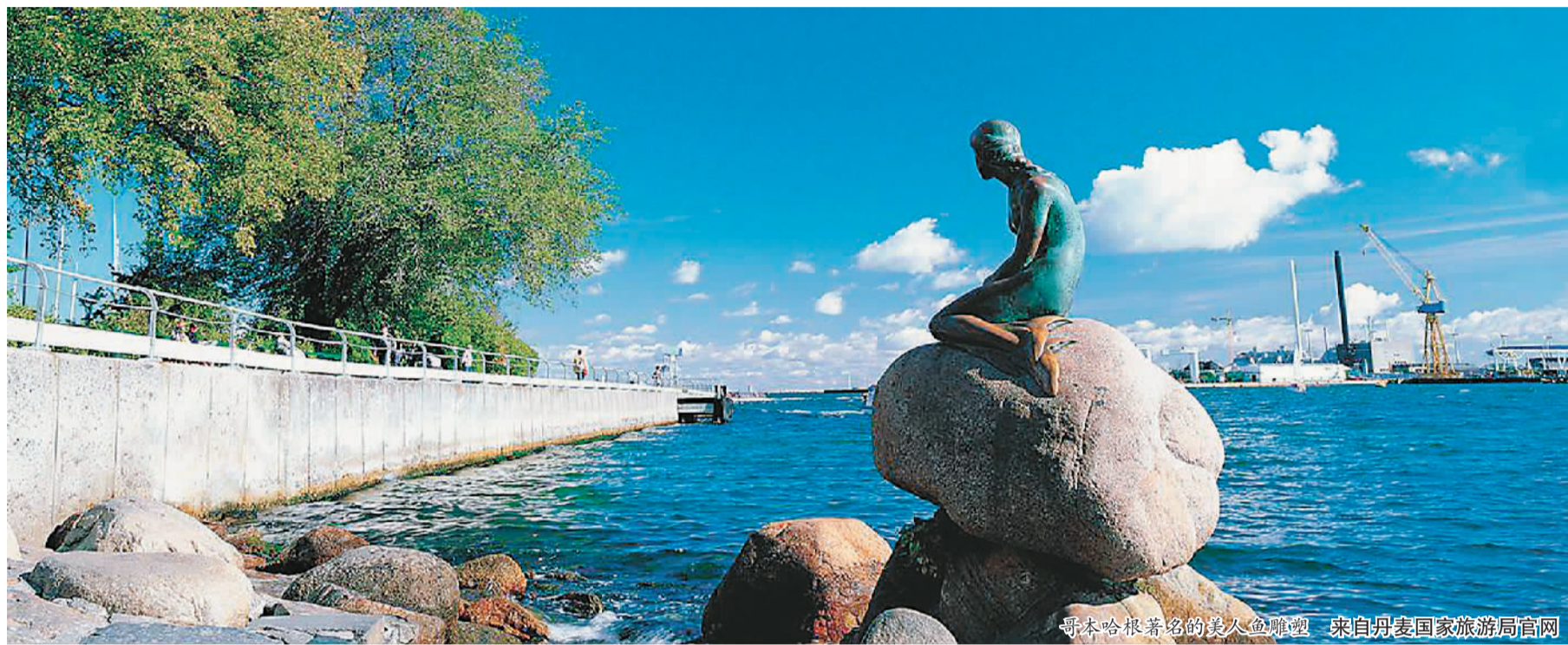
旅游绘就中丹友谊新篇

本报记者 赵珊

继中瑞旅游年、中澳旅游年之后,今年又一场精彩的旅游外交活动——2017中丹旅游年,即将在北京拉开序幕。旅游合作是中国与其他国家合作

中共识最多、见效最快的领域。中国先后与俄罗斯、韩国、美国、印度、中东欧等国家和地区成功举办了旅游年活动,其影响力和魅力已产生了广泛的辐射

效应。丹麦,目前和中国的游客互访绝对数量并不多,但增长速度快,希望以举办旅游年的方式,增进两国民众的情感,加深两国传统的友谊。



哥本哈根著名的美人鱼雕塑 来自丹麦国家旅游局官网

丹麦受中国游客青睐

旅游年朋友圈辐射扩大

业界获商机 游客得品质

被评为“最幸福的国家”之一的丹麦,正在迅速成为越来越多中国游客出游的热门选择。近年来,随着中丹关系的发展,两国人员往来不断升温,势头良好。从2009年的5万人次到2016年的21.8万人次,中国赴丹麦游客的数量快速增长。

据驴妈妈旅游网统计,今年春节期间赴丹麦游客人次同比增长33%,占出境游总人次约8%。去年,在该网站购买丹麦旅游产品的出游人数同比增长达到了162.5%。途牛旅游网的数据显示,去年丹麦位居中国出境游目的地国家第35名,尽管排名较后,但出游人次却稳步提升,同比2015年增长近140%。

为何传统上的小众目的地丹麦会逐渐受到中国游客的青睐呢?丹麦主要以适宜居住环境、北欧设计元素、丰富的亲子主题元素、皇室风范等为其主要亮点。众信旅游北欧业务负责人王琛琛介绍说,丹麦在北欧几个国家里由于地理位置比较靠南,气候温和宜人,空气质量超好。此外,该国以童话世界著称,有从安徒生的童话故事里走出来的小美人鱼,还有许许多多仿佛从童话故事里复制出来的美轮美奂的城堡。丹麦还是购物的天堂,退税率居北欧首位。

中国游客对丹麦的关注已经从最早的走马观花发展到深度了解和体验。一些游客不再喜欢跟团去丹麦观光游览,而是偏爱自由行。携程旅游网负责人介绍,传统的哥本哈根一日游早已远远不能满足中国游客对丹麦的探索欲望,越来越多的中国游客已经开始深度挖掘丹麦的各个区域,比如北西兰岛、菲英岛以及日德兰半岛等地。去年携程跟团游、自由行丹麦产品主要以包含丹麦的北欧连线产品为主,同比增长100%以上。

在旅游密切交流的背景下,两国举办旅游年应运而生,并将成为深化两国关系强有力的助推剂。近年来,中国已先后与俄罗斯、韩国、印度、美国、中东欧等国家和地区组织启动了一系列“旅游年”活动。旅游年活动推进了国家和地区间的人文、经济交流,为和谐稳定的国际关系奠定了良好的民意基础。

中国与丹麦的关系源远流长,早在19世纪,享誉世界的丹麦童话作家安徒生出于对中国的向往,创作了中国题材的作品《夜莺》。新中国成立后,丹麦是最早与中国建交的西方国家之一。建交60多年来,中丹两国旅游合作交流不断深化,旅游正成为服务两国外交大局的重要领域之一。

为进一步深化中丹旅游领域的交流与合作,双方决定在2017年举办“中丹旅游年”。丹麦是欧洲地区重要国家,也是该地区旅游业较为发达的国家。在此之前,和中国举办旅游年的国家都是两国间互访游客的数量级达百万或千万。相比之下,此次中国和小众目的地丹麦举办旅游年,更彰显了中国旅游外交的影响力和魅力。据悉,在中丹旅游年期间,两国将举办一系列的高层互访以及旅游推介活动。丹麦国家旅游局预测,今后几年中国赴丹麦游客数量将以每年20%的速度增长。2017年,中国赴丹麦游客数量将达26.2万人次。

日前,由中国国家旅游局和中国驻丹麦大使馆共同组织的“点亮哥本哈根”活动在丹麦首都举办,为“中丹旅游年”预热。在活动现场,丹麦市民尼尔森说,他曾到中国旅游,对故宫、长城、京剧、大熊猫等文化名片十分熟悉,不过对于皮影戏这样的地方文化还是第一次接触,感到非常新奇、有趣。他打算借“中丹旅游年”的契机,今年再去中国旅游,以便更深入地了解中国文化,近距离感受中国魅力。

中丹旅游年的举办不仅将扩大和深化两国人文等领域的交流与合作,为中丹关系全面发展培育更加坚实的民意基础。同时,对于中国旅游企业而言,旅游年的举办将为市场主体提供难得的商业机会和空间。

中青旅遨游网负责人表示,将在现有基础上,研发更深入的丹麦产品,在产品设计上着重开发亲子元素,同时与相关机构一道加强丹麦旅游市场推广力度。众信旅游表示,继续通过线上线下等方式以及各种渠道推广丹麦旅游,继续研发丹麦新产品,满足各类人群的需求,给旅游年交出完美答卷。驴妈妈旅游网对中丹旅游年充满期待,将不断引入更新、更好的丹麦游产品,激发游客赴丹麦旅游的热情,为站在新的历史起点上的中丹关系做出自己的一份贡献。

两国游客将借助旅游年契机,获得更加高品质的旅游服务。同程旅游负责人说,现在的游客重视旅游的品质和游玩的体验,我们进一步加强对北欧旅游线路的服务质量的把控,力争让每位客人可以安心出行、满意而归,也将加大研发力度,开发出更多的丹麦一地旅游产品,让更多的消费者体验丹麦的独特魅力。

为了让中国游客享受到高品质旅游,丹麦的哥本哈根机场配有中文指示牌;著名旅游景点“小美人鱼”雕像旁边的景点介绍,中文是标配;哥本哈根市中心有着百年历史的“蒂沃利”游乐园开通了中文网页;丹麦旅游局网站上也专门开设中文网页,向中国游客介绍丹麦旅游的方方面面。此外,越来越多的丹麦旅游行业人员已开始接受有关中国文化的培训。为了照顾中国游客的饮食习惯,哥本哈根不少酒店在早餐提供开水,同时越来越多的酒店开通了中文电视频道。

中国游客出境游文明素质提升

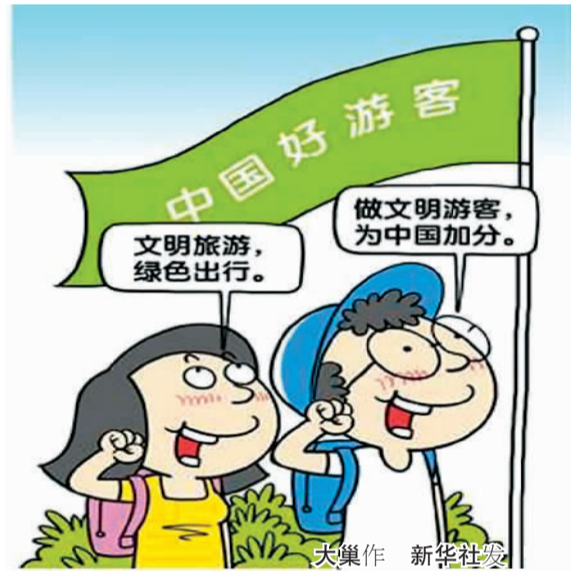
本报电(记者赵珊)国家旅游局近日正式发布《2016中国出境游客文明形象年度调查报告》(以下简称《报告》)。

《报告》显示,逾八成中国受访者对本人境外旅游文明素质满意。在采用10分制(10分为最高分)评价中国游客本人境外旅游文明素质的调查中,平均得分达到9.5分,其中40%的受访者给出满分10分,42%的受访者给出9分。而在中国出境游客整体文明素质的10分制评价调查中,中国出境游客整体文明素质得分为7.1分。

境外受访者普遍认可中国出境游客文明素质较5年前相比有所提升。其中,近半数(46.2%)受访者表示中国游客的文明素质普遍有了提高,印度尼西亚、法国、新加坡、英国、美国五国受访者对此感尤为明显。

中国出境游客文明素质短板突出,大声喧哗、不排队、不尊重当地风俗在出境游客不文明行为排名中位居前列。研究发现,在媒体负面报道为主的国家和地区中,民众对中国出境游客的素质评价也相对较低。媒体报道的价值取向与当地民众对中国出境游客文明形象的评价呈现出明显的关联性。

《报告》提出,每一位中国出境游客都是构成国家形象的“因子”,是“行走的中国名片”。



根据数据显示,60.8%的受访者认为自己对中国游客的印象,影响了其对中国国家形象的认知,其中21.7%的受访者认为中国游客的形象对中国国家形象的影响非常大。

《报告》还分析了中国出境游客的文明形象得分仍然不高的原因,主要有观念因素、文化因素、心理因素、行为因素,需要在加强法律约束、推动齐抓共管、创新制约机制等方面进一步寻求解决之道。

据了解,本次调查旨在客观、全面地评估中国出境游客的文明旅游素质水平、反映整体文明形象及不文明旅游行为等真实情况,促使出境游客增强文明旅游观念,展现中国游客良好文明形象。本次调查分别针对中国出境游客和10个重点出境旅游目的地国家和地区的居民展开在线调查,境外区域为美国、英国、法国、日本、韩国、泰国、新加坡、印度尼西亚及中国香港、中国台湾。

本次调查显示,74%的出境游旅游者知悉《旅游不文明行为记录管理暂行办法》(俗称游客不文明“黑名单”),93%的受访者支持持续实行该制度;58%的受访者认为该制度对不文明行为具有一定惩戒功能,在提升游客文明素质中发挥了积极作用。

美食家庄臣鸡年谈鸡

本报记者 罗文彬

俗话说“食在广州”,广州人的饭桌上从来是无鸡不成宴。恰逢今年又是农历丁酉鸡年,鸡年吃好鸡,寓意大吉大利,万事如意。

在刚刚落幕的第七届广府庙会上,广东省食文化研究会会长、广州旅游美食形象推广大使、著名美食家庄臣,发起了一场名为“2017我最喜爱的广州名鸡”网络评选活动。经过激烈的网络票选,最终决出名鸡状元:清心鸡沙田田鸡店(清心鸡是白切鸡的一种);榜眼:白天鹅宾馆的白切葵花鸡;探花:南岗喜宴酒家的古法手撕盐焗鸡。

在粤菜餐馆,鸡几乎是必备的,体现出广东人对吃鸡的需求之大。因此,一间餐馆只要老老实实地做好一只鸡,它的生意便会有保障。广州各种名鸡中,虽然做法不同,但都能体现广州本地的饮食习惯,具有清而不淡、浓而不腻、鲜香爽嫩滑的口感特点。

庄臣介绍说,尽管鸡的菜式非常多,在粤菜中还是白切鸡点击率最高。这是为何?原来,一碟白切鸡的质量竟然能够代表一间粤菜馆的品质。上乘的白切鸡,皮爽肉嫩,连骨头也入味,这是因为在冰汤里浸泡过的关系,冰汤的温度越低鸡肉口感更好。虽说这种冷却方法在食肆的厨房里是道十分简单的工序,但对于一般家庭来说却是个麻烦的步骤,所以人们通常会选择出外品尝白切鸡。除此之外,盐焗鸡、豉油鸡、炸鸡等等都深受大众喜爱。其实,鸡无论哪种做法都好,关键还是要看食材的本质,再到厨师的功力。

庄臣介绍说:古法手撕盐焗鸡最吸引人的地方就是它的香气,只有焗了足够的时间,鸡皮下的油脂才会融化,皮就会薄得晶莹剔透,肉爽鲜香。白切葵花鸡以葵花盐、叶、杆作为饲料来喂养的鸡,它的黄皮最吸引人,此鸡特点肉质幼嫩,香味突出。文昌鸡是一道很典型的手工菜,需要结合多种烹饪技巧。要做到鸡味突出、口感多样化,对烹饪的技艺要求极高。



白切鸡

山海苍南春来早

全域旅游助推强村富民

叶梓

诗画浙江美丽南大门,苍南旅游春来早。今年春节期间,浙江省温州市苍南县主要景区、乡村旅游点游人如织。春节假期旅游的总接待量同比增长高达44%,旅游总收入同比增长40%。偏于一隅的苍南全域旅游迎来了2017年开门红。

素有“浙江美丽南大门”之称的苍南,旅游资源独特而丰富,其中“滨海玉苍山”由渔寮、炎亭、玉龙湖、玉苍山、莒溪五个景区和蒲壮所城景点组成。苍南县拥有各种形态的乡村旅游景区景点31处,自助旅游营地驿站7家,省级以上蔬果采摘旅游基地3家。

在苍南,山恋着海,海依着山。在山海相依之间,明代抗倭遗址、国家一级文物保护单位蒲壮所城已有600多年历史;浙南古民居的“活化石”碗窑古村,拥有600多年采炼明矾历史的世界矾都“矾山”,曾获得“联合国教科文组织文化遗产保护奖”的“福德湾矿工村”等,更是摇曳着灿烂的历史文化之美。

苍南县近年来高度重视旅游产业发展,充分利用苍南山海与乡村旅游资源禀赋,在做强做大景区同时,做优做美乡村旅游,以助推社会经济发展。苍南县将旅游经济作为“十三五”期间增强县域经济发展后劲的“五大



后槽村海螺度假村新景 吕轩摄

经济”之一,突出旅游“第一服务业”地位,确立了到2020年全县旅游经济总量超百亿元,打造“浙江省山海生态旅游胜地”的总目标。去年,苍南全面推进全域旅游发展,在苍南赤溪镇、桥墩镇、马站镇等乡镇选出12个旅游惠民重点村,连同全县其他20个具有旅游资源的薄弱村,按照“一村一品”建档立卡,划分“乡村度假类”、“农业观光类”和“文化体验类”等8种类别,推进美丽乡村全域旅游发展,帮助农民增收。在苍南矾山镇启动打造“世界矾都”矾矿工业文化旅游区,连片带动附近笔架山生态旅游和凤阳畲族文化旅游;在桥墩镇启动打造山海卫城文化旅游区,连片带动附近炎亭滨海特色小镇旅游……通过实实在在的“全域旅游”大规划大建设大发展,苍南美丽乡村正由“盆景”串成“风景”。全域旅游,强村富民。旅游业的蓬勃发展,全面提升和促进了苍南社会经济发展的同时,受益最大的还是积极投身于“转产转业重铸新帆”的村民。早在2015年启动开发的苍南马站镇后槽村海螺度假村,如今已把休闲旅游做得风生水起。后槽村同样是座普通的小渔村,当地村民“众筹”建设了海螺度假村,经营一年多时间就让村民人均年收入增长了2000元。后槽村村民徐立新说,2016年海螺度假村游客接待量达5万多人,尤其是夏天生意好的时候,客房都要提前一个多月预订。“我们之前都是渔民,也是摸索着开发度假村,现在逐渐熟悉经营了,计划扩大度假村的规模。”徐立新说,为增加房源,后槽村陆续把一些闲置旧房打造成特色民宿,目前已有超90%的村民报名改造。他们的这些做法,和2017年中央一号文件中提到的“乡村旅游+”的指导精神不谋而合,更加激发了他们加快加大发展乡村旅游和转产转业的信心。