

国际旅行商深度游览雪域高原

# “将组织更多旅行团来西藏”

杨丽敏



国际旅行商游览西藏卡若拉冰川。

中旅旅行供图

夏日高原,草木葳蕤,正是旅游好时节。西藏羊卓雍措观景台旁,音乐响起,藏族同胞载歌载舞向远道而来的国际旅行商献上哈达,传递着雪域高原的热情。近日,“中国西藏·扎西德勒”2025年国际旅行商西藏行活动走进拉萨市、日喀则市、山南市,来自十几个国家和地区的百余名旅行商代表在西藏考察踩线,与当地旅行商洽谈对接。

活动由文化和旅游部国际交流与合作局指导,西藏自治区文化和旅游厅主办,旨在借助国际旅行商的专业视角和丰富经验,深入挖掘西藏文旅资源的市场潜力,创新和丰富中国入境旅游产品内容,打造具有国际影响力和竞争力的入境旅游精品线路。

## 点赞自然风光

无限风光在高原。万里碧空下,层峦叠嶂、湖泊错落,旅行商徜徉于雪域之巅,沉浸在壮美自然风光之中。

羊卓雍措是青藏高原南部最大的封闭性内陆湖泊,随着不同时刻阳光的照射,显现出层次丰富的蓝色。

“相信每个人都难以拒绝如此令人震撼的美景,西藏旅游产品在德国旅游市场会有很大的潜力。”德国伊卡洛斯旅游公司产品经理维拉·妮贝尔望着眼前的美景告诉笔者,西藏旅游最大的魅力是“原汁原味”,游客可以尽情享受世界级、原生态的自然风光。“今年7月,公司将组织小包团前来,未来将组织更多旅行团来西藏,感受雪域高原的魅力。”

车辆在山间盘旋。随着海拔不断上升,众多形态各异的冰川构成雪域高原独有的美景。站在海拔5000多米的卡若拉冰川观景台上远眺,冰川从山顶云雾缥缈处一直延伸到距离公路只有几百米的路边,如同一幅巨型唐卡。

英国奥德利旅行社地区产品经理大卫·亚当举起相机,欣喜地记录下眼前的美景。“我太幸福了,每个角度看到的景色都不相同,每一张照片都像风景画,怎么也拍不够。”大卫·亚当说,尽管欧洲也有冰川,但是卡若拉冰川更加壮观,更令人震撼。

“西藏的风景、文化、动物资源非常丰富,当地人也非常热情友善,



中旅旅行供图

## 13城联动开展夏浪狂欢节

# 在景区“一站式”体验多重场景

本报记者 赵珊



游客在重庆玛雅海滩水公园参加泼水活动,享受清凉。 张绍兴摄

暑期文旅消费热潮即将来临,记者从欢乐谷集团获悉,其在北京、上海、深圳、成都、武汉、西安等13个城市 的25个文旅项目近日启动“2025夏浪狂欢节”,以“音乐+娱乐+IP+科技”,满足全年龄段游客多元化的避暑与娱乐需求。

各园区差异化创新音乐场景。上海欢乐谷打造的“夏日音乐嗨唱舞台”集结跨年代实力唱将,主题音乐矩阵与“超级星际大巡游”形成空间联动。北京欢乐谷采用“日水夜音”双主场模式,日间水枪泡泡节结合非遗火舞流星,夜间电音派对搭配巨幕秀《齐天大圣》。

娱乐是夏日避暑游的重要内容。

多地水公园紧扣年轻游客需求,创新娱乐体验,从原汁原味的萨瓦迪卡电音派对、泰式泼水大巡游到椰林集市、泰式美食街和“泰酷辣”NPC互动,沉浸式还原东南亚度假风情,满足年轻游客对异域文化与社交打卡的双重需

可以满足不同群体的出游需求。”大卫·亚当说,他希望进一步了解西藏旅游市场情况,推荐更多客户游西藏。

巍峨的雪山之下,格桑花开、古树苍翠、溪水潺潺,歌声与欢笑声在强吉卡度假酒店内回荡,旅行商一行在此露营,沉浸式感受藏式田园风情,体验西藏休闲度假新业态。

“没想到我们会在青藏高原上体验露营,这里是聚会和度假的好地方,相信欧洲游客会喜欢这里。”曾在中国工作多年的意大利阿里戴斯旅游公司中国市场负责人艾琳娜·卢拉此行重点关注酒店和餐厅信息。

尼泊尔生态徒步旅行社总经理比摩·那哈利换上藏袍,和着音乐的鼓点,与村民一同跳起了锅庄舞。那哈利曾多次带领澳大利亚、美国、日本等国家的游客来到西藏,但是“每次都有新惊喜”。那哈利说,尽管他对西藏并不陌生,但依然第一时间报名踩线活动。“没有调查就没有发言权,我只有亲自感受西藏旅游产业的变化,才能向客人传递真实的中国旅游市场信息。”那哈利希望设计一条涵盖冈仁波齐等点位的旅游线路,向

“最美的风景是人,当地人非常热情友善。我们可以体验当地人原汁原味的生活方式。”首次到西藏的德斯瑞计划推出拉萨至日喀则的高铁团队游产品,她向笔者展示了踩线中做的笔记,详细记录了线路点位信息和供应商情况。“我久闻西藏大名,但百闻不如一见。”德斯瑞表示,她将把本次踩线中了解到的市场信息分享给经销商,同时,将行程体验分享给客户,邀请更多游客体验西藏游。

“这次踩线超出想象,令人惊喜。”法国环宇游历旅行社中国市场负责人梅拉妮·德拉朗德计划设计一条北京—西藏的长线游产品,她期待推出文化内涵“浓度更高”的旅游产品。

意大利华亚旅行社是意大利出境市场份额位居前列的旅游批发商。在该社中国产品经理玛丽亚·卡罗塔看来,兼具西藏历史文化与自然景观的

旅游线路对欧洲游客很有吸引力。“意大利游客对历史文化线路比较感兴趣,我们会重点关注西藏的历史文化,推出更多西藏旅游产品。”

美国瓦留德旅行社高级经理格雷格·霍利克是在中国朋友的劝说下才来到西藏,抵达后不久,他便说“应该早些来”。

“这里街道整洁干净,人们友善热情,治安也非常好。”在霍利克眼中,西藏自然景观没有经过人为过度开发,人文景点也保留了当地特色,相信对美国游客会很有吸引力。此行,他着重关注导游、酒店等市场信息,期待推出更多西藏旅游产品。

## 畅谈交流合作

“你好,中国,你好,西藏,扎西德勒!”在拉萨举办的人境旅游合作洽谈会现场,参会嘉宾齐声喊出的口号,成为国际旅行商助推西藏入境游发展的生动注脚。踩线过程中,旅行商与西藏旅游业者建立了合作关系,有利于促进西藏入境旅游市场繁荣。

负责远东旅游市场业务的英国全斯杜旅行社全球销售经理哈里与七八家西藏旅游代理商进行了洽谈。“这种面对面的交流方式,可以帮助我了解更多信息,效率很高。”此行,哈里着重关注探险旅游项目,并与西藏旅游业者对接了骑行、自驾、徒步等业务资源。在他看来,西藏旅游业者实操经验丰富,能够详细介绍产品特色与优势,并精准对接客户需求。“前些年,我们曾销售过西藏旅游产品。”

“听着同行的介绍,就像情景再现,帮助我将过去一周的踩线点位串联起来。”瑞士目的地旅行社销售经理卡瑞妮·斯嘎德表示,经过前期的踩线考察,再参加洽谈活动,令她对西藏旅游市场情况有了更深刻的认识。未来,她期待与更多西藏旅游业者进行交流与合作。

武汉、成都、天津、南京等地欢乐谷引入休闲游戏IP,打造主题玩水区、互动游戏、人偶巡游等,吸引亲子游客的关注。

科技赋能下的夜游也是夏日旅游的亮点。天津、成都、重庆、上海等地的欢乐谷将无人机表演常态化。科技光影成为塑造沉浸式夜游体验的魔法画笔。上海欢乐谷千架无人机演绎的“孔明灯祈愿”场景,通过光影技术实现传统文化的现代表达。

各园区还打造沉浸式逛吃逛买的场景,拉动文旅消费。深圳世界之窗化身“世界美食博物馆”,游客可一站式打卡全球风味;襄阳华侨城奇幻度假区设有曼谷潮玩区,令游客仿佛置身东南亚夜市。

在消费升级的背景下,如何通过业态创新激活存量空间,让景区从流量入口进化为生活方式平台。此次13城联动开展夏浪狂欢节,就是一次文旅消费场景的创新。从北京欢乐谷的日夜双主场到上海欢乐谷的音乐矩阵,从IP的全年龄覆盖到科技的情感共振,欢乐谷正在实践“目的地即场景”的运营,折射出文旅行业从单一观光向体验经济转型。这种多维度体验的有机组合,契合了游客对复合型消费场景的需求。

上海佘山国家旅游度假区

# 多元产品矩阵吸引海内外游客

本报记者 赵珊

“这次我参加了上海佘山的兰笋文化季,收获了从来没有过的神奇体验。”外国博主连连称赞。20多位来自俄罗斯、法国等国家的博主日前来到上海佘山国家旅游度假区,沉浸式体验了融合自然山水、非遗文化的“佘山限定之旅”。

流连在百年老字号摊位,体验竹编手作,观赏人糖画……外国博主纷纷拿出手机记录,并跃跃欲试。他们随着专业老师深入竹林,挖取佘山兰笋,好像在玩寻宝游戏,充满乐趣。俄罗斯姑娘在老师指导下挖出一颗超大的兰笋。一位法国博主漫步在竹林小径时说:“这里与法国很不同,我对兰笋和佘山充满了好奇。”

作为上海首个国家级旅游度假区,佘山以“九峰十二山”为脉,以千年文脉为魂,构建起“人文、生态、乐游”的文旅生态,展现上海旅游的特色和竞争力。广富林文化公园诉说上海六千载文明根系,辰山植物园绘就自然与科技交融的生态画卷,佘山国家森林公园铺展绿岭与氧吧环抱的康养诗篇,深坑酒店则以“地平线下的奇迹”闻名。

随着中国入境游市场持续火热,上海佘山国家旅游度假区紧抓机遇,通过政策赋能、业态创新、矩阵营销等组合拳,加速建设国际旅游首选目的地,今年重点举办佘山兰笋文化季,组织生态景观科普活动,推出非遗技艺研学。今年3月以来,度假区推出覆盖高铁游客与入境游客的专项礼遇,形成“景

区门票减免+特色住宿+文化体验”优惠体系。通过整合佘山国家森林公园、辰山植物园等生态文旅核心资源,联动深坑酒店、广富林希尔顿酒店等高端住宿集群,创新打造“酒店+景点+体验”一站式消费模式。

为迎接暑期旅游季的到来,上海佘山国家旅游度假区推出“水陆空”一体的夏季狂欢产品体系,包括“戏水狂欢+亲子研学+亲近自然”。上海佘山森林旅游节将文化、旅游、艺术等元素与自然生态相融合,举办多种特色自然活动;辰山植物园化身“静谧的睡莲世界”,亲子游客在其间探索植物王国的夜间奥秘;广富林文化公园富林少年村的“奇趣少年营”开展了户外探险、艺术创作等研学项目,让课本中的知识灵动起来;上海玄风航空科技有限公司举办无人机科创夏令营,为科技少年开启沉浸式探索之旅。

据悉,上海佘山国家旅游度假区将持续优化入境游产品矩阵和服务能级:建成全域多语种导览系统及“外卡刷卡+移动支付”双通道网络,以国际化标准升级游客服务中心并强化从业人员跨文化培训;开发禅茶疗愈、声景观鸟等东方美学体验项目;携手松江大学城留学生打造Z世代视角的入境游产品;深化与黄浦区、湖州太湖旅游度假区的跨区域合作,推出高端医疗旅游等特色产品,依托携程、锦江旅控等平台强化海外推广,向世界展现上海文旅的魅力与创新活力。



佘山烙画非遗代表性传承人徐成荣向外国游客介绍制作技艺。

上海佘山国家旅游度假区供图

# 陕西汉中暑期文旅消费季开启

本报电 (杨宽) 近日,弥漫着汉中味、烟火气、时尚潮的2025汉中市“汉风古韵·传奇夜”暑期文旅消费季启动。活动将持续至9月底,围绕暑期消费特点,推出7大主题板块、120多项文商旅消费活动,构建“全时段覆盖、全空间联动、全业态融合”的夏季文旅消费新格局,打造沉浸式、年轻态、时尚潮的夜汉中新形象,推进“人气流量”向“经济增量”转化,做优叫响“汉风古韵·传奇夜”汉中文旅消费IP,助力汉中千亿级文旅产业集群建设。

汉中非遗是汉江流淌出的文化瑰宝,非遗集市是时光交错中的千年文脉。市民游客不仅可近距离观摩汉中藤编、锦缎、漆器、布堆画、麦秸画、传统弓箭、汉中玉等精湛的手工艺品,还可品鉴古法黄

酒、手工红茶、腊汁肉、山茱萸酒等非遗美食,感受汉中非遗的多彩魅力。烟火气升腾处洋溢着蓬勃的生机活力,热闹的夜市街区令市民游客享受微度假的松弛感。

秦岭与汉江赋予汉中灵动隽永的水韵风情。今年以来,汉中锚定“绿色循环·汉风古韵”定位,以品牌节会为引擎,加快打造文旅消费新场景,举办最美油菜花节、“东西南北中、吃鱼到汉中”美食品鉴、低空旅游展示、汉服嘉年华暨婚拍旅拍、桨板公开赛、亲水运动季等文商旅体融合消费活动,形成“文旅+体育+美食”消费矩阵,吸引年轻消费群体,带动餐饮、住宿、购物等产业链增长,为市民游客营造出更具文化韵味、烟火气息、青春活力和时尚潮流的特色体验空间,助力汉中建设全国知名旅游目的地。



汉中非遗集市吸引了众多市民游客。

汉中市文旅局供图

## 在景区“一站式”体验多重场景

本报记者 赵珊



游客在重庆玛雅海滩水公园参加泼水活动,享受清凉。 张绍兴摄

暑期文旅消费热潮即将来临,记者从欢乐谷集团获悉,其在北京、上海、深圳、成都、武汉、西安等13个城市 的25个文旅项目近日启动“2025夏浪狂欢节”,以“音乐+娱乐+IP+科技”,满足全年龄段游客多元化的避暑与娱乐需求。

各园区差异化创新音乐场景。上海欢乐谷打造的“夏日音乐嗨唱舞台”集结跨年代实力唱将,主题音乐矩阵与“超级星际大巡游”形成空间联动。北京欢乐谷采用“日水夜音”双主场模式,日间水枪泡泡节结合非遗火舞流星,夜间电音派对搭配巨幕秀《齐天大圣》。

娱乐是夏日避暑游的重要内容。

多地水公园紧扣年轻游客需求,创新娱乐体验,从原汁原味的萨瓦迪卡电音派对、泰式泼水大巡游到椰林集市、泰式美食街和“泰酷辣”NPC互动,沉浸式还原东南亚度假风情,满足年轻游客对异域文化与社交打卡的双重需