

这个春节 东南亚已感受到中国游客的热情

■本报驻马尼拉记者 张松

24日,正值中国农历新年正月初三,菲律宾旅游部长弗拉斯科和中国驻菲律宾大使黄溪连共同前往马尼拉国际机场,亲自迎接厦航班机带来的约200名中国游客。

兔年春节,东南亚、南亚国家政府高级官员亲往机场迎接中国游客已成常态。备受中国游客热爱的泰国再次引领了这股热潮。9日,泰国副总理兼公共卫生部长阿努廷、旅游和体育部长皮帕等来到曼谷素万那普国际机场热情迎接中国实施新冠“乙类乙管”措施后首批269名中国游客。不久,18日,马尔代夫旅游部长毛素姆等高级官员也前往机场迎接搭载198名乘客的中国包机,“疫情暴发前,中国是我们的主要客源地,我们期待中国游客再次荣登榜首”。

菲律宾 海豚湾度假村挤满中国游客

2019年,中国以174万人次成为菲律宾第二大旅游客源国。1月上旬,菲律宾总统马科斯对中国进行国事访问,旅游合作再次成为双边关系亮点。菲旅游部长弗拉斯科与中国文化和旅游部长胡和平签署中菲旅游合作谅解备忘录执行计划。随即,菲律宾宣布向拥有当前有效的美、日、澳、加或申根签证的中国公民开放免签入境,每次最多可停留21天。

与此同时,中国驻菲律宾大使黄溪连前往著名旅游景区长滩岛所在的阿克兰省考察,推进与当地中国的旅游及农业合作。据阿克兰省省长米拉弗洛雷斯介绍,疫情之前,长滩岛每年吸引40万中国游客,成为菲律宾最热门的旅游地点。疫情期间,长滩岛旅游业遭到严重打击。相信随着中国游客重返长滩岛,当地旅游业和整体经济将迅速恢复。黄溪连大使指出,旅游合作是中菲人文交流的重要内容之一,希望菲方在旅游业软硬件方面做好准备,保障中国游客安全及正当权益,让他们乘兴而来、平安满意而归。

厦航马尼拉办事处销售经理余磊祥对记者表示,去年年底以来,随着中国防疫政策持续优化,中菲间人员往来日渐频繁。厦航抓紧推进中菲间航班的恢复。自1月17日以来,厦航已率先恢复每日一班马尼拉-厦门往返定期航班,后续还会根据政策和市场动态,继续恢复中菲间往返航班。

离马尼拉2小时车程的海豚湾,近年来以其绮丽的风景和上佳的潜水条件迅速成为中国游客的“新宠”。来自上海的旅游业者傅强已经在海豚湾创业十年。兔年春节他尤其繁忙,因为上百名中国游客把他的蓝鲸潜水度假村挤得满满的。疫情近三年中,傅强趁着游客不多,把原来的客栈彻底装修了一遍,还新建了规模不小的中餐厅。现在看来,他的投资绝对有眼光,“欢迎从小白到专业水平的潜水爱好者来海豚湾,我们这里可是诞生了很多世界纪录的地方”。

泰国 普吉岛成为旅游复苏风向标

著名国际旅游网站TRIP.COM数据显示,中国游客近期在该网站上搜索春节期间出境产品的次数比去年同期暴涨6倍,以泰国为首的东南亚国家是最受青睐的目的地。花旗银行的调查报告指出,疫情之前的2019年,约有1.5亿人次从中国出境旅游,消费额高达2546亿美元。相关调查显示,从今年二季度开始,中国公民出境游将迎来全面复苏。

东南亚旅游业的领头羊泰国,在“备战”中国游客方面再次走在前面。泰国国家旅游局已经上调了2023年旅游业目标预期。



上图:24日,中国驻菲律宾大使黄溪连(右二)和菲律宾旅游部长克里斯蒂娜·弗拉斯科(中)在马尼拉的尼诺伊·阿基诺国际机场迎接来自中国的游客。

视觉中国

左图:22日,印度尼西亚旅游胜地巴厘岛迎来2023年首架中国游客包机。图为游客们佩戴欢迎花环走出伍拉莱国际机场。

新华社发

是2019年的水平。

除了传统的空中通道外,中国游客还将通过中老铁路前往泰国旅游,因此敦促当局做好陆上口岸的接待准备。泰国酒店业协会则建议,随着中国经济2023年加速发展,泰国还应当发展针对中国人的高端旅行项目,包括会议、展览、医疗等。

马来西亚 让中国游客重拾来马旅游信心

中国游客钟爱的另一个东南亚旅游目的地马来西亚也没有落在后面。根据马来西亚旅游局的数据,疫情前的2019年,约有310万中国游客到访马来西亚,是该国第三大国际入境客源市场。每位中国游客平均在马来西亚消费超过1.7万元人民币,是所有国际游客中最高的。2023年,马来西亚预计将有150万到200万中国游客到访。

对于即将到来的中国游客潮,马来西亚首相安瓦尔表示欢迎,“我们不会(因为疫情)歧视任何人”。马来西亚旅游、艺术及文化部长张庆信近日宣布,2023年,该部将派遣熟悉中文的官员前往国际机场,帮助中国游客处理入境沟通问题,让中国游客重拾前往马来西亚的信心。该部还考虑在马来西亚机场设立特别通道,帮助中国人入境。吉隆坡动感之旅有限公司总经理杨俊成对记者表示,中国游客“缺席”马来西亚三年,让一些当地旅行社损失惨重。在疫情之前,大马至少有数十家专门接待中国客人的旅行社,从业人员数千人,更养活了很大大巴公司和餐厅。但2020年疫情暴发后,中国游客大幅下降,导致不少旅行社被迫关闭,导游失业。不少当地导游被迫改做网约车司机或经营小买卖。从中国农历新年开始,前来马来西亚的中国游客已经开始有所增加,预计从今年2月起,团体游客将逐渐恢复正常,“马来西亚旅游业者翘首期盼中国游客回流”。

多国举办精彩活动 体验中国春节文化

据新华社北京1月24日电 综合新华社驻外记者报道:地标点亮“中国红”、精彩春晚迎兔年、游园赏花迎福回家、中国美食饱口福……中国春节期间,一场场庆祝活动在多国展开,既为中国人民送去新春祝福,也让各国人民沉浸式体验欢乐祥和的中国春节文化。

纽约市地标建筑帝国大厦和世贸中心在20日晚均点亮“中国红”以庆祝兔年春节。这是帝国大厦连续第23年为庆祝中国农历新年亮灯。帝国大厦86层观景平台当天还推出以大红灯笼和中国“福”字为主体的农历新年装饰,吸引不少游人驻足留影。

日本首都东京的地标性建筑东京塔21日晚再次在夜幕中披上喜庆吉祥的“中国红”。今年恰逢《中日和平友好条约》缔结45周年纪念,也是东京塔点亮“中国红”的第5个年头。当天,中日友好人士在东京塔举行点灯仪式。以即将回国的熊猫“香香”为原型的吉祥物携手小兔子“甜甜”吉祥物亮相,在台上用童声传递出新年祝福。100多名中日儿童手拉手与中国音乐人斯琴格日乐以52种语言共同唱响新歌《你好》。

一年一度规模盛大的迎春花市“新春花市同乐日”21日在新西兰最大城市奥克兰举行,当地上万名各族裔民众聚集一起,共迎中国春节。新春花市内锣鼓喧天,鞭炮齐鸣。精彩的中国传统民俗和文化表演以及数百个美食和年货摊位,吸引大批当地民众参加。

在美国,不少民间团体、机构纷纷加入庆祝中国春节系列活动。布里斯托博物馆高级策展人凯特·纽纳姆告诉记者,该馆新春活动已经举办20多年,成为当地“一大盛事”。今年庆新春活动将于1月28日至29日举行。活动期间不仅有舞狮、功夫表演、中国舞蹈展示等项目,博物馆还将展出一块兔形翡翠,象征兔年吉祥。她说,除当地华侨华人,中国留学生,英国民众也特别喜欢到博物馆体验新春庆祝活动,“他们想了解中国、体验中国文化,这对当地人而言是一个分享文化和相互学习的好机会”。

美国迪士尼加州冒险乐园20日开启中国农历新年庆祝活动,引来来自世界各地的游客在红红火火的喜庆氛围中领略中国以及亚洲多元文化的魅力。为了庆祝兔年春节,幸运兔奥斯卡以及米奇、米妮、花木兰等众多迪士尼影视形象都身着东方色彩浓郁的盛装加入了欢庆行列。“花木兰的农历新年游行”吸引了数以千计的游客夹道争睹;“亲爱的快回家”夜间水秀则采用了著名美籍华人作曲家谭盾的配乐,讲述了一个小灯笼踏上归途与家人团聚的温馨故事。

津巴布韦“春晚”20日晚在首都哈拉雷的一家大剧院与津观众再次相约,共同庆祝中国春节。流光溢彩的舞台上,身着中式服装的津巴布韦青年手捧篆书、隶书、楷书、草书、行书等五种字体的大红福字向中国社区拜年,津巴布韦当地歌手“王子”的中国歌曲演唱更是精彩,营造出浓郁的喜庆氛围。

哥伦比亚最具影响力的电视台之一波哥大电视台日前两次播出四川省眉山市歌舞剧院演出的大型诗乐舞《大国芬芳》,反响热烈。哥伦比亚伊瓦格市文化局官员维维亚娜表示,伊瓦格市是著名的音乐舞蹈之乡,《大国芬芳》诗意盎然、浪漫唯美。曾在四川大学留学一年的维维亚娜说,“疫情结束后,我的第一个梦想就是重回四川,去剧场一睹演员的风采”。

由马德里中国文化中心主办的“中华美食节”于兔年春节期间的西班牙首都马德里举行,来到现场的观众们得以体验“舌尖上的春节”。马德里密蒂珂餐馆的厨师现场展示了一道富有特色的广东炒煲——以野生黑米与蔬菜、海鲜烹饪而成的炒煲,令有品尝的民众赞不绝口。“中华美食节”活动将一直持续至2月12日。在此期间,来自马德里的13家餐馆各自推出“春节特供”套餐,以美食拉近两国人民之间的距离,为2023中西文化旅游年的到来开一个好头。

少女峰上冰雕兔 费德勒成代言人 瑞士全力以赴吸引中国游客

■本报记者 陆舒文

随着中国农历新年的到来,素有“欧洲屋脊”之称的瑞士少女峰装点一新。缆车起始站早就布置起了兔年装饰和红灯笼,冰雕区内,一只晶莹剔透的兔子前方用中文书写着“兔年大吉”。“我们想用特别的方式欢迎来自中国的游客”,少女峰铁路公司管理人员凯斯勒如是说。

自中国有序恢复公民出境旅游后,今年伊始,进入欧洲的中国游客明显增加。在瑞士的滑雪胜地少女峰,人们又重新听到了来自中国人的、熟悉的汉语交谈声。

瑞士联邦公共卫生局11日发表声明说,当前在中国流行的奥密克戎变种对瑞士人口及卫生系统构成的风险很小,不应要求来自中国的旅客接受强制性新冠病毒检测。

瑞士旅游局还针对中国市场制定了特别的营销计划——让退役的“网球天王”费德勒担任瑞士旅游“代言人”。

根据瑞士《星期日新苏黎世报》本月早些时候发表的题为《费德勒应把中国人带回来》的报道,以费德勒为品牌形象大使的活动将于本月底在中国开启,其目标就是要把中国游客重新带回瑞士。报道称,瑞士旅游局将在中国展开持续一整年的强大宣传攻势,以期实现2023年有80万人次中国游客在瑞士酒店过年的目标,并且在2025年达到170万人次。重回2019年水平。据报道,中国游客每人每天在瑞士平均花费380瑞士法郎(约合2760元人民币),是仅次于中东游客的第二大旅游消费群体。

当骑行运动遇上农历春节——

中国生肖文化让墨西哥城民众着迷

■本报驻墨西哥城记者 孙华

大眼睛、红须、火焰纹装饰的“龙头”随着小姑娘骑行的自行车把摆动,彩色塑料桶搭配红色腰带置于车身两侧,在车尾甩出长长的“龙尾”。“龙身”位置的童车上坐着一只红色“小兔”,明显蹬得很吃力,却引来满场笑声与喝彩。

1月23日是中国农历兔年正月初二,在与北京有14个小时时差的墨西哥城还是周日。改革大道天使纪念碑环岛旁,墨西哥城“周日骑行”与第六届兔年“自行车生肖装饰大赛”相遇。

天使纪念碑是墨西哥的标志性建筑,位于长14.7公里的改革大道上。纪念碑下方的台阶上坐满了前来观赛的市民,他们高举手机,欢声笑语,很多人戴着兔耳朵发箍,也不时能见到身着汉服、头戴面具的“兔子”。在清脆高亢的锣鼓声中,舞龙、彩狮轮番登场,在“好运来”的中国歌舞后,儿童组参赛者先后亮相,展示关于中国兔年的奇妙思想。

“自行车生肖装饰大赛”由中国驻墨西哥使馆、墨西哥中国文化中心及墨西哥政府联合主办,自2017年启动以来,受到墨西哥市民的广泛关注与热情参与。今年的活动是此项大赛与墨西哥民众阔别3年后重新回归线下,墨西哥市长辛鲍姆通过“脸书”账号邀请市民积极参赛,数千名观众陆续到达现场观看比赛。



当地时间22日,墨城天使纪念碑附近聚集了大量前来观摩“自行车生肖装饰大赛”的民众。

本报记者 孙华摄

计环节,观众们也没闲着,大赛带来汇聚中国舞蹈、武术和墨西哥韦拉克鲁斯民间舞的综艺节目,欢呼声、叫好声此起彼伏。最终“龙兔呈祥”“年年有余兔”和“鸿运报纸兔”分获儿童组一、二、三等奖,而成人组一、二、三等奖分别被春色满园的“瑞兔迎春”、满身中国红的“皮影剪纸兔”和活灵活现的“立体折纸兔”摘得。

头顶兔耳、祥云环绕的成年组一等奖获得者

得者梅西亚表示,自己第一次参加这项比赛就能拔得头筹,心里十分高兴,期待能够在明年的比赛中有更好的发挥。梅西亚解释说,“瑞兔迎春”的创意是她相信新年伊始是崭新的、充满活力的,“我们可以期待丰硕的成果,而兔子就是能带来万象更新的吉祥物,会给我们带来好运。”梅西亚说,这些都是她通过互联网了解到的中国文化的一部分,“真心希望能够去中国实地看看,中国文化真的让我着迷。”

在“皮影剪纸兔”创作者古铁莱斯看来,红色是中国色彩中最重要的组成部分。“我们的设计理念是通过红色的兔子来表达已经到来的兔年是幸福的、繁荣的、和谐的。”古铁莱斯说,“这也是我连续第二年参加比赛,很高兴能够获得,也期待有一天能去中国观光旅游,亲身体验更多的中国传统。”

跨越国家与文化,“自行车生肖装饰大赛”把人们对“祥和、健康”的幸福感的追求融合在一起,也把中墨两国的友谊联系在一起,日益成为墨西哥的传统项目。墨方代表表示,墨西哥自行车健康骑行活动已举办16年,生肖装饰大赛的融入丰富了骑行的内涵,不仅是对中国新年的欢庆,更是拥有兄弟般情谊的中墨两国人民对文化、和平、团结与希望的欢庆。

(本报墨西哥城1月24日专电)