

旅博会向全球旅行商展示天津特色旅游资源和魅力 尽展津城美景 邀约中外宾朋

本报记者 刘宇

全球旅行商(天津)大会作为第十三届中国旅游产业博览会重头戏之一,吸引了50多个国家和地区的头部旅游企业代表,让更多优质运营商来津布局。

会上,企业代表就“全球旅游复苏新机遇和可持续发展”“入境游再出发,创新开拓国际市场”“国际旅游消费促进与旅游业高质量发展”等话题开展高端对话。旅博会向全球旅行商展示了天津特色旅游资源和魅力。斯里兰卡驻上海总领事阿努若·费喃多表示:“这是我第一次来天津,看到了一个古今交融的现代化大都市。目前我们有从北京直飞斯里兰卡的航班,

天津离北京很近,我会告诉更多斯里兰卡的朋友,在中国有这么一座美丽的城市,旅博会将成为我们的桥梁,希望未来让更多的人来往。”

值得注意的是,会议对中国区域性免签入境/过境政策进行了宣传介绍,吸引了众多国际旅行商的关注。“我去了天津博物馆、图书馆,非常值得去,我爱天津。”来自法国的旅行商代表 Antoine 告诉记者,“今天在天津参加这个会议收获很多,听到了很多观点,结交了新朋友,也帮助我们了解了现在中国的入境游政策。我们要制定一套到中国、到天津的旅行方案和线路,与此同时,我们正在努力吸引中国的游客去法国。”

将海外游客“迎进来”,更要做好

内功,让文旅消费成为促进经济发展的重要引擎,为天津建设国际消费中心城市助力。“要打造适合外国人游览天津的入境旅游产品,比如说像现在比较火的 City Walk,比如说像我们的早餐文化、我们的相声文化,都需要通过产品设计,针对我们不同的客源国来进行定制的研发。”活动承办单位、携程集团副总裁张旭主张。他表示:“希望能把天津的人文精神、城市特色介绍给我们国内外的游客,同时以此为起点,带动更多行业的优质投资商、运营商来到天津布局发展。”

聚焦旅博会

立体观影空间 智能技术加持 露营消费升级

旅游装备展区,备受关注人气足

本报记者 翟维鹭

在第十三届中国旅游产业博览会上,旅游装备展区人气十足。记者在现场采访时了解到,无论是数字化景区智能系统,还是功能性、舒适性不断提升的房车、旅游车,以及越来越专业、越来越精致的露营装备,都成为备受关注的焦点、热点。

在旅博会旅游装备展区,一个由五面电子大屏幕拼接组成的立体观影空间吸引了众多参观者争相体验。“这套五折屏幕系统给游客带来的是完全沉浸式的震撼体验。”展台工作人员告诉记者,五折屏幕是一个类似于“盒子”的大型影像空间,盒子的顶面、底面和相邻的三个立面都由屏幕构成,观影者置身其中,视野被全方位“包裹”,因此体验感非常强。工作人员表示,这样的技术利用在景区展示、互动娱乐上都非常适合,在本届旅博会上,就已经有国内多个景区与他们接洽,

打算在景区升级开发中引进五折屏幕系统。

能在风景如画的环境中惬意休闲、最大限度地亲近自然,是不少消费者旅游时最大的愿望之一,而经过多项技术升级的全新“太空舱”就能帮助消费者实现这个愿望。记者在旅游装备展区采访时了解到,多家参展商都把融合了最新设计理念和高科技元素的“太空舱”搬到了展会现场。“除了270度落地窗带来的超宽视野和室内高标准环保装修以外,太空舱的背后,还有着全方位、数字化的服务体系。”一家来自天津本地的“太空舱”运营商接受采访时说,与传统民宿、旅店相比,“太空舱”更具有灵活性,不需要复杂的地基建设和环境要求,只要有水有电,就能真正实现在景区“落户”,因此越来越受旅游者的欢迎。

“水下探索、潜水体验的消费需求在快速提升,我们对这个领域的消费前景非常看好,所以在装备技术开发

方面已经开始大手笔增加投入。”一家专门从事潜水装备研发的参展商告诉记者,现如今以水下探索为主题的旅游产品越来越丰富,这个市场的消费潜力值得深度挖掘,那么想要获得更多消费者的认同,作为软硬件的供应商、服务商就必须要跟上市场的步伐,更好地满足消费者的需求。记者在展台上也看到,很多新型的潜水装备都有了数字化、智能化的技术加持。用参展商工作人员的话说,对未来水下场景的消费发展真是充满期待。

精致露营是近几年市场关注度相当高的旅游概念,而越来越专业、越来越高端的露营装备,也在助力露营消费不断升级。记者在一家户外产品知名品牌厂商的展区看到,无论是露营帐篷还是户外娱乐设施,主打“轻奢”“野奢”主题的升级型产品都备受欢迎。据市场研究数据显示,精致露营消费的升级还将提速,满足消费者的需求对厂商来说是当务之急。

旅博会静海区展台引人注目

文旅融合谋发展 独具特色显活力

本报讯(记者刘宇)在本次旅博会的天津展馆,不久前刚战胜洪水的静海区展台吸引了不少观展人的目光。静海也借助旅博会的契机,向市民游客展示自己的优秀文旅资源和文旅融合的发展理念,为地区文旅融合注入了新的活力。

据了解,本届旅博会上静海区展区展览总面积为140平方米,展台设计围绕“天圆地方”的理念,圆形的总展台是取圆形的融合之意,体现静海区文旅融合的发展理念。为突出地方特色,文旅资源较为集中、品牌较为突出的团泊镇在现场进行了重点展示,此外,文创品展区、制造业展区、乐器制造产品展区等也令人印象深刻。独流老醋、金星香油、纪老七冬菜等日常调味产品,爱玛电动车、捷安特公司等区内电动车自行车、自行车重点企业,鸚鵡手风琴、奥维斯基低音号以及葫芦丝、长笛等中国传统乐器……越来越多的“静海品牌”被更多人熟知、认可。

据静海区文旅局相关负责人介绍,围绕“文旅传承展风采、康养休闲赋活力、高新聚能谋发展”等主题集中展示了静海区的特色旅游点位、非遗传承技艺、运河文化内涵等优质资源,以及先进制造业、人工智能企业等特色产业。在提升静海文旅品牌知名度和影响力的同时,积极拓展文旅商贸消费场景,助力地区经济社会高质量发展。此外,近年来,静海区充分挖掘优秀文旅资源,利用团泊洼、大运河、百里林海等知名“IP”,着力打造运河文化轴、东湖旅游带、西林旅游带“一轴两带”文旅线路,深入塑造“静以致远,海纳百川”的城市形象,静海将以此次旅博会为契机,在促进旅游有效供给、优质供给、弹性供给的同时,让大众旅游消费需求得到更好满足,为地区文旅融合注入了新的活力。

“海·河”智慧文旅融合平台发布 “民航+文旅”津城 旅游开出新赛道

本报讯(记者雷风雨)外地游客买一张到天津的机票,可以“打包”酒店住宿、无人摆渡车、景点门票等,价格相对更合适……未来,这样的安排能在“海·河”智慧文旅融合平台中得到实现。

日前,“民航+文旅”论坛活动在国家会展中心(天津)举办,会上发布了“海·河”智慧文旅融合平台。平台分为文旅产业和数字金融两大板块。文旅融合平台完全建成后,将会实现三个赋能:数字化赋能,大幅提升各文旅资源点的信息化水平,提升游客体验,实现降本增效;流量赋能,借助航信的分销渠道资源,为优质文旅点引流增收;连接赋能,整合、连接文旅相关行业优质服务商,方便服务打包,形成有效产业协同效应。

会上,举办了“民航+文旅联盟”成立仪式,联盟覆盖“吃、住、行、游、购、娱”旅游全产业链,打造集资源共享、交流对话、合作洽谈于一体的服务平台,助力天津文旅产业优势互补,联动发展。目前,联盟包括中国航空结算有限责任公司、天津市旅游集团、天津市交通集团、中国民航大学等12家主席、副主席单位,首批成员意愿单位60余家。

百家旅行社 滨城体验行



本报昨日报道,全国百家旅行社走进滨海暨2023年滨海新区秋季旅游推介会举行。图为来自北京、上海、江苏、广东等省市的300余家旅行社近500名代表,登上“梦想”号邮轮,感受“海味”文旅魅力和休闲方式。

本报记者
岳珊文
周伟摄