

# “十一”东南亚预订倍增 欧洲游提前扎堆儿

TOURISM 旅游观察

本报记者 鄢光哲

继印尼之后，又一个东南亚国家对中国公民开放免签。日前，马来西亚总理吉布宣布，作为促进马来西亚经济的系列措施之一，今年10月1日至明年3月31日将对来自中国的团体游客实行免签。此外，为了使游客更方便地拿到签证，马来西亚将向来自主要客源国的游客引进电子签证。

“十一”黄金周在即，消息一出，新政何时落实、几人以上适用于“团队免签”政策、团队价格是否会随之走低等问题成为大家关注的焦点。记者从携程旅行网了解到，马来西亚旅游局方面发布免签新政细则可能会在未来一周内发布，最快于“十一”前后落实到旅行社团队产品。

对中国游客免签预计将明显简化出境手续、节省时间和费用，不仅可以节省120元的签证中心手续费，还可以节省3-5个工作日的工作日签证受理时间。

“免签对吸引中国游客的效果非常明显，今年印尼免签以来网上预订人数大幅增长。马来西亚免签一旦落实，预计将会成为吸引中国游客的一个重要因素。这一新政策说明马来西亚对中国市场的重视，也是为了与周边国家争夺中国游客。”携程出境旅游专家表示，预计“免签政策”实行后，加上马币的逆势回冷，马来西亚的团队和自由行人客将迎来30%以上的增幅。马来西亚拥有丰富的旅游资源，兰卡威、槟城、沙巴、马六甲等著名旅游城市名胜众多，之前就颇受中国游客青睐。

## 新马泰增长翻倍 欧洲长线成首选

据介绍，因之前赴马来西亚旅游至少

需要提前一周办理签证，今年中秋“十一”假期出行的团队游客暂时还无法享受免签优惠。尽管“免签新政”可能与“十一”长假失之交臂，但并不影响国民黄金周赴马来西亚等东南亚国家旅游的意向。国庆节期间，马来西亚相关路线价格平稳。国庆节假期期间，出行价格比平时上升30%左右，而国庆节前后出行的价格比平常上升5%-15%，价格均在消费者可以接受的范围之内。

携程旅行网数据显示，2015年，马来西亚一地及新马泰路线持续回暖，跟团游、自由行游客量都持续增长。截至9月17日，今年中秋国庆长假赴马来西亚一地及新马泰游客比2014年同期增长超过100%，“十一”假期前3天出发的团队几乎全部满团。在东南亚国家中，马来西亚人气排名第四。泰国、新加坡、马来西亚、印尼、菲律宾等都排名“十一”黄金周热门目的地之列，泰国以绝对优势排名第一。

今年“十一”欧洲旅游比预期更热门。不只是受到中秋+“十一”双节模式的助推，和一直盛传的申根签证将要开始实施提前采集指纹也不无关系。不少客人想节省签证办理的时间，纷纷把出游计划

提前至“十一”，导致今年“十一”欧洲游特别火爆。携程数据显示，英国、瑞士、希腊、俄罗斯等是中国游客“十一”最爱的欧洲国家。

携程欧洲产品经理介绍：“今年选择拼假出行的客人特别多，以往‘十一’出行最旺的时间是10月1日、2日，今年有所提前，不少客人选择在中秋甚至中秋前就出发。在产品选择上，游客更加青睐出行天数较长的线路，尤其是10~12天线路成为不少人的首选。最热门的目的地集中在传统跟团游的经典国家：意大利、法国、英国、希腊等。俄罗斯去年卢布大幅贬值后，引发国人旅游热潮，今年依然走势强劲，且出行性价比，成为中国游客数上最快欧洲国家；东欧国家奥地利、匈牙利、捷克等增长速度也很快，均超过100%。”

## 十一后“申根”将实行面签

今年“十一”，欧洲游的提前预订期已经延长至4-5个月，特别是“十一”热门团队游产品早在暑期售卖已经过半。不少客人提前预订是为了避开欧洲指纹采集政策。

欧盟驻华代表团官网也于近日发布消

息，将采集指纹的时间落实。自今年10月12日起，中国游客在申请根国家签证时，需要进行指纹采集，这意味着，申请者可能需要去使领馆城市面签。记者也从携程处得到证实，目前已收到希腊、西班牙领事馆将执行指纹采集的确认通知，其他申根国尚未正式通知，但都确认将实行，具体实施细则还待进一步确认。

据悉，新政策实施后，目前一些由旅行社代送的个人旅游签证，将被要求本人亲自前往领事馆或签证中心进行取样及材料递交，需至少比此前提前一周准备出游事项为宜。对于一些城市的欧洲行出游者虽然申根新政策会增加交通和时间成本，但指纹信息可保留5年，也就是说5年之内再办理申根签证不再需要自行前往采集指纹。

另外，进入旺季，欧洲旅游发生抢劫等事件报道增多，欧洲游要特别注意以下三点：一是每天游玩少带现金放些零钱在口袋，钱财分开存放，游玩时尽量不要暴露钱包；二是在行程中，在一些抢劫高发地点、景点，加强防范不要走散，提防团队中混入陌生人；三是一旦此类事件发生，要第一时间报警，寻求积极的解决办法，尽量减少损失。

TOURISM 有一说一

## 点赞“全域休闲” 存疑“全域旅游”

王兴斌

近日业界出现了两个新词：“全域休闲”与“全域旅游”。前者出现在2020年北京举办世界休闲大会的报道中，后者出现在国家旅游局《关于开展“国家全域旅游示范区”创建工作的通知》中。

汉语“休”，《康熙字典》注释为“息”也；“闲”，暇也，无事也”，汉语中“闲”或“閒”，从字义上看，反映了农耕社会古人对“休闲（閒）”四要素的认识；主体是“人”，场景在家中（“门”），时间在夜晚（“月”），环境有树林（“木”）。“休闲”的英文是Leisure，源于拉丁语的Licere，意指生产劳动后的自由时间或自由活动。尽管社会学家对“休闲”的定义众说纷纭，但有一点已举世公认：人人有休息和消闲的权利（联合国《世界人权宣言》）。“无论在城市和乡村，休闲都是重要的。它为人们提供了基本才能的发展条件：意向、知识和创造力的自身发展。”（联合国《休闲宪章》）

按照社会学家的说法，人的时间可分为：一、约束性时间，其中又分为生物本能时间（如睡眠、饮食等）和社会性时间（如工作、上学和社会义务活动等）；二、可自由支配时间，即休闲时间（又称为“闲暇时间”）。由于人的阅历、地位与价值观念不同，其休闲的心理和生理需求也各不相同；或为娱乐，或为健身，或为求知，或为探奇，或为社交，或为家庭，或为回归自然，或为追索历史，或为表现自我……休闲时间有工后饭余、周末、各类节日和假日（年休假、探亲假、婚假、暑假等）。休闲方式也有多种多样，游憩、娱乐、读书、创作、健身、美容、美食、购物、访友、社交等。休闲空间有室内与户外，城市与乡村，日常性地与他乡异国。离开在常地的休闲即为旅游。在现代社会，人的一天大约有1/3时间休闲，一年有1/3日子休闲，一生有1/3以上岁月休闲。据美国社会学者预测，随着现代技术创新和社会经济的进步，人的休闲时间将占生命的一半以上。

北京世界休闲大会主题为“休闲提升生活品质”，倡导“全域、全季、全民休闲”的理念，推进休闲在时间、空间、主体方面全覆盖。可以想见，这个大会必将普及国民休闲权利的理念，促进城乡休闲设施的完善，推动国人休闲品质的提升。

国家旅游局发起的“国家全域旅游示范区”，创建主体为市、县地方人民政府，考核的六大指标为：旅游业增加值占本地GDP比重15%以上，旅游从业人数占本地就业总数的比重20%以上，年游客接待人次达到本地常住人口数量10倍以上，当地农民年纯收入20%以上来源于旅游收入，旅游税收占地方财政税收10%左右，区域内有明确的主导产品品种多、覆盖度广。创建的指标是在全国2000多个县（市）中，“每年拿出10%的县来探索全域旅游，连续3年休闲推进，这样就会形成600多个全域旅游发展的县”。照此类推，5年之内半壁江山“旅游化”，10年之后全国“旅游化”，普天之下莫非旅游了。

这6项指标有莫奔着“旅游GDP”去之嫌。稍有一点旅游经济常识的人都知道，旅游业增加值占本国GDP比重15%、旅游从业人数占就业总数的比重20%以上的，世界上大概只有印度洋岛上人口仅32万的群岛国-马尔代夫等极少数小国。世界公认的“旅游王国”西班牙，旅游业增加值占本国GDP比重12%、旅游从业人数占就业总数的16%；在国内能达到这三大考核指标的城镇，现在大概只有三亚这样工业薄弱、商贸金融不发达的极少数几个城市。

旅游业界早有人提出“全域旅游”，其初衷是要从景区景点建设延伸、扩大到整个区域，完善基础和公共旅游服务设施建设，推进旅游目的地整体发展，建设旅游业与相关产业互补合作联动发展，并融入地区的经济、文化、社会和生态建设之中。作为一种发展理念笔者是赞同的，但是不是所有地区都有条件实现“全域旅游”，也不是所有地区都可以与旅游结合，更不是所有地区都能使旅游业成为支柱产业。

现在，要把“全域旅游”向全国推广，而且有限时与定量指标，8月底发通知，9月30日前将首批申报单位资料报国家旅游局，明年就验收公布首批“国家全域旅游示范区”。其“执行力”之强，为各部委罕见。可以想见，此令一下，多少地区的“争创”积极性被调动出来，多少人要为此忙碌，特别是为拼凑这六大指标的数据费尽心机、绞尽脑汁。

倡导全域、全季、全民休闲，是个福音，惠及平民百姓；发动“全域旅游示范区”评比大赛，“要用全域旅游的概念来布局旅游产业发展，发挥全域旅游对生产要素布局的导向作用”，是否有这种立竿见影的效果，不妨耐心观察。

TOURISM 旅游商品系列谈

## 我们需要的是购物旅游城市

应该重视的不是游客的数量，而是游客在旅游中享受的服务质量。高涨的门票只能制约旅游的发展。扩大旅游中的购物消费才是扩大旅游消费的重中之重。

陈斌

国务院的《关于促进旅游业改革发展的若干意见》国发〔2014〕31号文中，把扩大旅游购物消费列为一项重要工作，并提出要发展购物旅游。

目前，国内谈论的多是旅游购物，而日本、韩国、新加坡、美国、法国等多是吸引中国人去购物旅游。购物旅游和旅游购物虽然都有旅游，都有购物。但目的是不同的。旅游购物，是在旅游中顺便买点东西，游是主要目的；而购物旅游，是专门为了购物而去旅游，购物成了旅游的主要目的。

有人把发展购物旅游想得非常简单。认为在一座城市建一个专门接待游客的购物店，或建设一条接待游客的商业街，然后让旅行社把团队游客带来，就实现了购物旅游。这里忽略了购物旅游的核心——购物+旅游。购物旅游的人群是游客，游客为什么因购物而来旅游呢？在互联网如此发达的时代，有多少游客千里迢迢地专门去一个商店购物？另外，购物旅游的游客在购物之余还要享受旅游的乐趣，也就是差异化的吃、住、游、娱。而一个旅游购物店、一条旅游商业街不可能实现游客购物旅游的全部需求。

常见的购物旅游地是城市。香港早已成为世界著名的购物旅游城市。当然，各个购物旅游城市的规模不同，资源优势、经济优势、特点不同，使其特色也就不同。但也有其共同点，比如有足够的吸引游客千里迢迢来购物旅游的吸引力。除了购物场所众多，还要有特色的餐饮、酒店、娱乐，更要有特色的各种规模的游览项目。有人说，在国内旅游时发发现这座城市或那座城市购物店很多，来这个城市的游客也很多，这个城市应该就是购物城市吧。可是，当了解到这座城市的游客购物时，却发现并不高。游客主要是来游览的，不是来购物的。况且，游客在这些城市购买的主要还是旅游纪念品，非加工或简单加工的农副产品、民间的手工艺品等。这些商品虽然也是旅游商品，但销售总额并不高。用一句大白话讲：瑞士卖一块高档手表，超过我们一条街好几天的销售额。

笔者以为，购物旅游城市的主要条件应该是：

第一，旅游商品销售额要在社会消费品零售总额中占有一定的比例，而且是相当高的比例。

第二，要有旅游特色购物街区，而不是有几个旅游购物商店。

第三，要有自己特色的旅游商品。特色旅游商品可以是具有地方文化特色的，也可以是地方品牌的，地方制造的，但一定是被游客所共知的，愿意大量购买的。

第四，购物旅游城市要有旅游城市的特征。旅游的特征不仅仅体现在建筑上，更体现在人们的意识和行为上。从城市的最高首脑到各部门的领导、各企业、一直到城市居民都要对旅游了解或重视。政府对城市的购物旅游要有管理，有协调，有组织，要方向清晰，要有相应政策，有措施。旅游服务设施完善，完备，齐全，要有旅游集散中心、旅游服务中心等。

第五，购物旅游城市要有自身的特点。城市的建筑风格特点只是其中的一个方面，更关键的是旅游商品要有特点。须有大量可供游客选择的、有特色的、游客喜欢的旅游商品。如果卖的东西与游客在家门口商场能买到的东西一样，那就毫无吸引力了。

旅游消费中主要是吃、住、行、游、购、娱，吃、住、行、游、娱这5个方面都是相对有限的，而购物是相对无限的。要想真正扩大旅游消费，最有潜力的是扩大购物消费，也就是旅游商品的消费。

去年，境内旅游购物额是7000亿元，旅游人数是36亿人次，人均购物额不到200元；出境购物额是5000亿元，出境人数是1亿人次，人均购物额是5000元。国内庞大的旅游商品需求在等待着开发。

如果实现国务院31号文提出的到2020年旅游收入5.5万亿元的要求，按照世界旅游发达国家旅游购物占旅游总收入的比重的最低线40%计算，我国的旅游购物应该达到2.2万亿元。目前，还有1.5万亿元的距离。况且，现在应该重视的不是游客的数量，而是游客在旅游中享受的服务质量。高涨的门票只能制约旅游的发展。扩大旅游中的购物消费才是扩大旅游消费的重中之重。

如今，便利的交通使得前往各个城市的通达性提高，也使得发展购物旅游城市的可能性加大，如果把购物旅游城市作为发展旅游消费的一种新业态、新模式来进行建设，将会对旅游投资和消费产生巨大作用。随着旅游消费逐渐被重视，购物旅游城市的建设应该放到议事日程上来了。



纳木错的美景。CFP供图

张栋

## 分阶段构建西藏“国际旅游特区”支撑体系

让旅游业在西藏经济社会发展中担当重任，需要优化顶层设计。参考2009年国务院推出的建设“海南国际旅游岛”重大举措，可以考虑在西藏推出建设“国际旅游特区”战略。什么是“国际旅游特区”？简单地讲，就是实行特殊政策的世界旅游目的地。

## 着眼于民生和生态的“国际旅游特区”战略

西藏建设“国际旅游特区”，要在中央历次西藏工作会议精神指导下，在中央深化改革总体战略布局下，全面深化对内对外开放，全面提升国际化水平。应通过深化改革，扩大开放，构建更具活力的体制机制，积极发展服务型经济、开放型经济、生态型经济，形成以旅游业为龙头、现代农牧业、优势矿产和医药业为支撑的特色经济结构；着力提高旅游发展质量，打造具有国际先进水平的旅游产业体系；在保障和改善民生，大力发展生态文明和社会事业，加快推进城乡和区域协调发展的同时，逐步将西藏打造成为自然文化独特、生态环境优美、社会文明祥和的世界旅游目的地。

西藏建设“国际旅游特区”，要充分依托珠穆朗玛峰、雅鲁藏布江等顶级旅游资源，依托“世界屋脊”的独特地理优势，大力发展有国际竞争力的高原旅游产品，建设世界一流的高原特种旅游目的地和高原特种旅游装备用品基地，让西藏成为全世界特种旅游爱好者的天堂。

要围绕构建国家生态安全屏障，注重旅游开发与生态环境保护相协调，大力推进生态文明建设与生态保护的生产和生活方式，发展文明、绿色、低碳旅游，建设全国生态经济建设示范区，成为世界级生态旅游胜地。

要依托西藏特色民族文化和宗教文化，打造有竞争力的文化旅游产品，建设国际文化交流平台和藏医药生产研发基地，使之成为重要的精神文化家园。

从发展目标看，西藏建设“国际旅游特区”不但应瞄准国际化，还要突出一个“特”字。一是特殊的经济政策，二是特殊的管理政策，三是特殊的产业政策。要加快旅游业改革创新步伐，以旅游业的国际化统筹和带动城镇化、信息化、现代化的进程，加强旅游业与一、二、三产业的融合与协同，使旅游服务的综合带动功能得到充分发挥。

西藏建设“国际旅游特区”，核心在于打造国际旅游吸引力。应围绕旅游产品建设、旅游产业发展、目的地城镇建设、旅游交通建设、现代化消费环境建设和安全秩序保障等方面，加强规划，确定优先次序，形成世界旅游目的地的产品支撑、产业支撑、城镇支撑、交通支撑、服务支撑和综合保障机制。

一是以世界遗产地和国家公园为核心的旅游产品支撑。西藏全区目前拥有布达拉宫、大昭寺和罗布林卡3处世界文化遗产，其他具备申报世界文化遗产和自然遗产潜力的项目还有十几处，如具有独特艺术成就的桑耶寺、萨迦寺等，具有重要影响的扎什伦布寺等，见证已消逝文明的古格王国遗址等文化遗存，还有世界第一高峰珠穆朗玛峰以及希夏邦马峰、卓奥友峰、南迦巴瓦峰等高山极雪山群，纳木错、羊卓雍错等高原湖泊，有雅鲁藏布大峡谷、恰青冰川、札达土林、羌塘草原等自然资源。以上都是世界级的旅游吸引物。

西藏地域辽阔，人口密度小，传统的封闭式景区模式与管理建设角度并不适合，可以借鉴美国黄石国家公园等国际经验，把国家公园作为西藏自然生态型旅游资源的骨干架构。

二是以三级目的地为基础的旅游城镇支撑。西藏旅游业发展的首要任务是促进西藏全区的城镇化进程。具体是：以拉萨为全区国际旅游中心城市，林芝、日喀则、昌都、阿里、那曲为重要节点城市，再按照世界遗产地和国家公园的布局，规划相应的旅游特色小镇。

中心城市和节点城市主要是在现有基础上，提升国际化、信息化、特色化水平，扩张服务业就业容量，增强旅游接待能力。旅游特色小镇的布局主要选择在以下区域：服务于世界遗产地、国家公园和5A级景区；处于交通节点；拥有度假旅游资源，如温泉、藏医药、农牧业等；本身为历史文化名城、重点口岸等。

以拉萨为核心规划建设5条国际旅游重点线路：拉萨—日喀则—定日—珠穆朗玛峰；拉萨—山南—林芝；拉萨—阿里—古格王国—神山圣湖；拉萨—那曲—昌都；格尔木—拉萨—火车之旅。在上述5条重点国际旅游线路上，培育和打造一批有西藏特色的国际旅游小镇，使之成为精品。

三是与世界旅游目的地相适应的交通融合与协同，使旅游服务的综合带动功能得到充分发挥。

## 秦始皇兵马俑博物馆入选全球前25大博物馆

本报讯（记者齐征）9月17日，猫途鹰（TripAdvisor）公布了“2015年旅行者之选：全球25大博物馆榜单”，该榜单是基于过去12个月全球千万TripAdvisor用户针对博物馆所提交的点评内容与数量计算而来，统计范围包括亚洲、欧洲、美洲、非洲及大洋洲等地区，所反映的是全球游客在过去一年里对于世界各大博物馆的喜爱程度和最为直观的游览体验。其中，中国西安秦始皇兵马俑博物馆异军突起，成为亚洲唯一进入全球前25名的博物馆。此外，香港历史博物馆、北京故宫博物院、上海博物馆还分别“2015年旅行者之选：亚洲25大博物馆榜单”的第五、第六及第十一位。

随着全球旅游市场的飞速发展，“文化深度游”已经成为越来越多旅行者所追求的目标。博物馆作为承载一个旅游目的地最多最有人文内容的地方，慢慢开始出现在旅行者的游览日程安排之中。猫途鹰此次公布的博物馆榜单，正是乘着文化深度游的大潮，为中国游客带来广受全球游客好评的博物馆景点，从而让越来越多的

中国出境游客获得更佳深度的目的地体验。

猫途鹰亚太区总裁郑嘉丽表示：“本次所公布的旅行者之选全球最佳博物馆榜单，一共在世界范围内选出了将近600所非常值得参观的博物馆，这些世界级的博物馆不仅能够帮助刚刚抵达那里的游客快速了解当地社会、历史和文，还能让游客对于当地形成更深一层的理解，从而更好地体验目的地的风土人情。”

秦始皇兵马俑博物馆此次在猫途鹰上的评分高达4.5分（满分为5分），拥有来自世界各地游客提交的超过7000条评论，在318家西安市景点中排名第一。

占据“2015年旅行者之选：全球25大博物馆榜单”前十位的分别是：美国纽约大都会艺术博物馆、法国巴黎奥赛美术馆、美国芝加哥艺术学院、西班牙马德里普拉多博物馆、法国巴黎卢浮宫、俄罗斯圣彼得堡冬宫博物馆及冬宫、英国伦敦国家美术馆、阿姆斯特丹荷兰国家美术馆、瑞典斯德哥尔摩瓦萨博物馆和墨西哥城国家人类学博物馆。