


## 復蘇、多元、融合——從香港國際旅遊展看行業新動向

字體： 小 **中** 大 分享到：   

新華社香港6月17日電（記者謝妞）第37屆香港國際旅遊展一連四天在香港會展中心舉行。來自50多個國家和地區的參展商積極擁抱產業復蘇機遇，挖掘產業發展新動能，旅遊業也呈現出發展新動向。

### 搶佔復蘇先機

疫情前，中國連續多年是世界最大出境遊市場，中國遊客是全球最大的海外旅遊消費群體。

今年，中國出境團隊遊重啟。業界認為，中國出入境旅遊市場穩步恢復為全球旅遊經濟復蘇和發展注入動力，多國熱盼中國出境遊紅利。

泰國政府旅遊局香港辦事處市場顧問莊慧翹表示，泰國許多旅遊業從業者將今年所有的中國假期列入業務發展清單中。“有的從業者已經開通多個社交平臺賬號，希望通過視頻或者圖文方式展現泰國作為旅遊大國的风採，鞏固‘大客戶’的同時拓展新客戶。”

“波蘭很想念中國遊客。”波蘭旅遊局北京辦事處市場行銷專員邢玳琪說，2019年中國遊客赴波蘭旅遊約13萬人次，中國是波蘭最重要的旅遊市場之一。作為首次參與香港國際旅遊展的機構，他們希望能借此機會搶佔旅遊業復蘇先機。“通過現場介紹，可以讓參觀的人們感受到：波蘭準備好了。”

### 多元活動注入新活力

“‘一帶一路’到越南”“西班牙旅遊新亮點”……來自不同國家的旅遊機構在本屆旅遊展舉辦講座和民俗表演，推介特色、展示優勢。以文塑旅、以旅彰文，推動文化與旅遊深度融合發展，成為本屆香港國際旅遊展的亮點之一。

莊慧翹表示，疫情前，人們旅遊時更加聚焦在“吃住行”等方面，現在更多人會關注文化或生態保護領域。“最近，我們既設計了在充滿人文風情的部落感受當地文化的路線，也有觀察海洋生物、體驗潛水撿拾海洋垃圾的路線，將當地資源優勢最大限度發揮出來。”

逛完博物館，買上一份主題文創商品；打卡城市地標，也不能錯過當地“網紅”品牌……當文化和旅遊深度融合，消費更加向“美”而行。

香港中國旅行社總經理陳瑞東也認為，文化遊已經逐漸成為新風尚。“比如我們在香港推出了西九文化區線路、漫步中環線路、離島欣賞自然風光線路，以文化為核心，讓遊客深度了解城市。”

暑假臨近，研學旅行產品悄然走俏，多家旅遊機構推出國內外研學路線。“研學旅行好像行走的課堂，讓人在旅行中讀懂更大的世界。”陳瑞東說，在研學旅行中一般還會加入相應的體驗活動，讓遊客在旅行中見萬物、見世界，學習掌握豐富的知識。

在香港會展中心，許多市民一早前來排隊入場。“內地和香港全面恢復通關，希望孩子這個暑假可以到內地去感受一下祖國的發展變化。”香港市民周女士說，在逛展中發現很多研學旅遊產品，包括傳統文化體驗、調研大灣區先進科技企業等，相信一定可以為孩子選到最佳路線。

### **多方式滿足客戶需求**

“整合”“聯合”“融合”“結合”，成為不少與會旅遊業人士口中的高頻詞。在他們看來，想要實現旅遊業全面復蘇、提升行業發展韌性，“合”是行業轉型發展的關鍵一招。

用科技助力行業復蘇，業界紛紛出招。波蘭旅遊局推出小程序“探索波蘭”，在小程序裏提供入境、交通資訊，推薦旅遊景點，推出專家線上課程，滿足遊客諮詢等需求，為遊客帶來旅行靈感。

營造復蘇環境，積極拓寬商機，旅遊業入局直播帶貨，以線上消費線下體驗的方式構建連接商家、消費者、景點等領域的共用模式。

香港中國旅行社在2022年開始嘗試直播帶貨，以線上直播推介會和旅行產品為主要內容。陳瑞東介紹，本屆旅遊展期間，港中旅準備了兩場直播活動。同時，團隊也會根據本屆旅遊展的市場反饋調整產品，及時滿足不同客戶群體的旅行需求。

“線上直播帶貨如火如荼，線下參展與同行和消費者交流，兩種形式的結合讓我們特別期待復蘇的旅遊業與遊客們擦出新火花。”他說。

[http://big5.news.cn/gate/big5/www.news.cn/gangao/2023-06/17/c\\_1129702683.htm](http://big5.news.cn/gate/big5/www.news.cn/gangao/2023-06/17/c_1129702683.htm)