

国际旅行商齐聚杭州 “科技感”成全球推广新名片 杭州的文旅魅力,值得全世界看见

◎ 记者 章一琳 通讯员 葛青韵

5月29日至6月7日,数百名国际旅游买家深入杭州,体验当地文化,寻找可推向海外市场的产品,并探索与本地企业的合作。161位旅行商来自31个国家和地区,分两批参加杭州的国际旅行商推广活动。这是杭州首次如此密集地进行国际化文旅推广,旨在打造国际旅游目的地,提升杭州在海外市场的竞争力,扩大国际客源。

看杭州如何打赢海外市场“攻心”战

杭州将落实落细《杭州市入境旅游“五大”新跃升计划》,通过一系列强有力的举措,实现杭州入境旅游在产品、品牌、服务、环境、机制五大方面的新跃升,为入境游客提供便捷、舒适和优质的旅游服务和观光体验,力争2025年接待入境过夜游客超130万人次,同比增长15%。

如何打动国际买家,引流海外游客呢?答案就是用诗意美景化作征服心灵的心动攻势,用沉浸式体验激发海外游客出游意愿,用文化认同完成消费力即时转化。

ITB CHINA 和杭州入境旅游全球旅行商推广活动均以杭式美学艺术布置,让国际旅行商体验杭州的历史文化和诗意生活。萧山湘湖推介会展示了

包括萧山花边、丝绸画缂、南宋官窑瓷制作等非遗技艺,以及传统篆香、香器制作和古琴艺术,让国际旅行商近距离感受中国传统文化。此外,非遗展演、越剧和民乐演奏等艺术表演,通过音乐和艺术加深了中外嘉宾的文化共鸣和情感联系。

科技赋能是推介活动亮点, AI虚拟导览员在余杭推介会现场展示,用英语介绍文旅资源并生成个性化旅行攻略,获得国际旅行商高度评价。哈弗智能跟拍飞行相机和实时翻译眼镜也给外国嘉宾留下深刻印象。径山茶受到海外嘉宾喜爱,印度网络达人Hamraz通过视频宣传径山瓶盖茶。

首批国际旅游产品指定合作商发布

“5000年中国看杭州”国际旅游产品是杭州今年向全球市场推出的重磅产品。两场推介会均以“5000年中国看杭州”为主题,以视频和图文结合的形式向现场嘉宾展示杭州五千年的文明长卷和五百里“三江两岸”山水画卷,展现了“人间天堂·最忆杭州”的魅力,让现场嘉宾共同领略杭州这座爱情之都、数字经济之城、创新活力之城更加生动鲜活的国际旅游形象。美国环球国际旅游公司、中国国际旅游中心、航悦旅游、斯里兰卡捷翼旅行、马来西亚神州国际旅游有限公司、韩国韩文化交

流协会、俄罗斯TranShow旅行社、北京土耳其文化中心、丹麦日月旅游公司、意大利国家社会行动协会等10家国际旅行商正式成为该产品全球首批指定合作商。

古典与现代兼备的“人间天堂”让人一眼心动

如今,外籍游客追求的是深入的文化体验和沉浸式生活方式。因此,旅游线路不仅限于主城区,还扩展到杭州外围,如余杭良渚博物院和良渚古城遗址公园,以及萧山的国际性文旅资源。游客将有机会探索杭州的文明历史和体验国际级文旅项目,如世界旅游博览馆和杭州国际

博览中心。

同时,杭州新兴的特色文旅体验,如萧山非遗星空间和手工艺活态馆,也吸引国际客商前往考察。此外,特色演艺项目如《湘湖雅韵》和《X秀》也为游客提供了丰富的文化体验。目前,一些国际旅行商计划在暑期推出多种杭州定制游线路。

智能便利服务打造“轻松游”“品质游”

近年来,杭州市将国际化作为文化和旅游业发展的核心战略,打造“AI Hangzhou 轻松游!”服务环境,致力于成为一流的“国际旅游目的地”。支付方面,提供信用卡、扫码和现金等多种支付方式,实现无障碍支付。出行方面,游客在萧山国际机场可享受“AI Hangzhou”国际服务中心的一站式服务。杭州还推出文旅智能体“杭小忆”,提供行程规划、景区导览等服务。

“杭州科技新特产”如宇树科技的机器人、灵伴的AR眼镜、强脑的Easleep“智能安睡仪”等成为外籍游客喜爱的热门产品。杭州现有162家离境退税购物商店,其中25家提供“即买即退”服务,今年底将增至118家。

值得一提的是,杭州首创“轻松游”行李服务改革,游客抵达后,通过电话即可托运行李到下一站,实现轻松游览。该服务已入选“全国交旅融合发展示范案例”。



与国际旅行商面对面

◆陈青东 香港国际经贸合作协会文化旅游委员会主席

“西湖之美独一无二。”陈青东先生对杭州旅游持积极态度,他建议为国际游客提供英语字幕,以更好地理解中国宋韵文化。他还提出利用AR技术让游客沉浸式体验良渚古城的历史。在旅游购物方面,陈青东先生认为,海外游客入境消费是扩增消费规模的一个重要支点,“此次的径山品茶仪式感参与感都很足,如果现场能增设‘即品即买’环节,相信会有很多人愿意带回国分享。”

◆利佩·卡曼萨诺 巴西莱帕旅行汇创始人兼首席执行官

利佩·卡曼萨诺,莱帕旅行汇创始人兼Youtube红人,计划在杭州拍摄短视频,向巴西观众展示杭州的最新面貌。他认为杭州既美又充满智慧,“我特别喜欢这个城市的环境,当然我最感兴趣还是杭州的智慧科技产业。”他对杭州的科技产业和创新商业模式,如DeepSeek和无人百货店,表现出浓厚的兴趣。利佩表示,他会向巴西人介绍杭州的迷人之处。

◆张有财 韩国旅行社协会副会长

张有财,韩国旅行社协会副会长,他认为杭州旅游资源丰富,建议通过社交媒体短视频加强宣传,以提升海外知名度。“韩国人热衷于拍照和美食,若有网红推荐,可吸引众多网友COPY同款行程。”鉴于韩国至上海航班频繁,上海至杭州高铁便捷,他建议开发上海+杭州联游产品,吸引韩国游客。

◆Guillaume DE VAUDREY 法国COSMOPOLIS旅行商

Guillaume,法国人,多次访华,热爱杭州西湖、书法、越剧等。“这是一座风景优雅、气氛浪漫的城市。”Guillaume说,尽管法国游客更常前往上海、广东、北京,但他认为杭州是理想的旅游目的地。此外,他还发现杭州近年科技发展迅速,特别对智能科技产品如实时翻译眼镜印象深刻。鉴于法国人对杭州了解有限,他建议利用驻外使馆资源,举办城市推介会,展示杭州的自然美景、美食和艺术,以吸引更多法国游客。

◆Nicole 澳大利亚Wendy wu tours旅行社

Wendy Wu旅游公司专注于组织澳大利亚人来华旅游,主要服务对象为老年游客。公司已成功组织三批澳洲游客访问杭州,其中良渚点茶体验和晚上的演出给Nicole留下深刻印象。“现代游客不仅游览自然风光,更渴望体验和探索当地文化和生活。”

◆陈美心 马来西亚神州国际旅游有限公司

陈美心多次访问杭州,此次考察新增了余杭和萧山,她感觉杭州的游览区域增多了。她认为,华东线行程中,杭州可独立成为4天3晚的包团产品,结合良渚古文明和萧山湘湖,是一条完美的旅游线路。“杭州的无人商店、无人驾驶送货、无人机外卖和智慧农贸市场等高科技产业,对马来西亚人来说很新鲜,若推出相关旅游产品,将吸引马来西亚年轻客群。”