

中泰旅游合作拨云见日

■ 余海秋

春节假期刚过,泰国总理佩通坦就于2月5日至8日对中国进行正式访问。推进中泰旅游合作,重塑中国游客信心,无疑是她此访的重要目标。

1981年,泰国公主诗琳通访问中国,首次对中国人民发出“到泰国旅游”的邀请。1990年10月,国家旅游局等部门出台了《关于组织中国公民赴泰国、印度尼西亚三国旅游的暂行管理办法》,该办法规定,在由海外亲友付费、担保的情况下,允许中国公民赴泰国等国旅游。1993年,中泰两国政府在北京签订了《中华人民共和国政府和泰国政府关于旅游合作的协

定》。此后,泰国逐渐成为中国游客的重要出境旅游目的地。

今年是中泰建交五十周年暨“中泰友谊金色50年”,中泰双方都为进一步深化合作,推动中泰命运共同体建设步入新阶段做了积极准备。中方更是在时隔22年后,再次促成佛牙舍利赴泰供奉,旨在为中泰建交五十周年创造“民心相通”的良好开局。

然而,2025年年初发生了一起中国公民被骗至缅甸妙瓦底电诈园区的事件,这一事件无疑给泰国旅游业带来了沉重打击。旅游业是泰国支柱产业,其收入占GDP比例高达

10%以上。2024年,泰国接待了3555万外国游客,其中674万来自中国,占外国游客总数的18.95%。

佩通坦来访之前,泰国政府于2月5日9时起切断对缅甸5个地点的电力、互联网和燃油供应。这一举措给盘踞在泰缅边境的电诈分子以强有力的打击。此外,“中国公民缅甸妙瓦底事件”发生后,佩通坦还召集全泰国与邻国接壤14府的军队、警察、行政安全部门,下达“双重边境隔离墙”的政策指示,要求边境14府的府尹、51县县长、76个警局局长,以及泰军14府的府级司令

官,包括四大军区司令及所有相关部门机构,全部加入行动。这些无疑将增强中国游客信心。中国游客在2025年宋干节(泰国新年)之际或将掀起赴泰游小高潮,全年赴泰游客有望突破800万人。

中泰双方于2月8日发布的《中华人民共和国和泰国政府关于面向未来、以人民为中心,加强全面战略合作伙伴关系,推进更为稳定、更加繁荣、更可持续的中泰命运共同体建设的联合声明》(以下简称《声明》)为中泰旅游合作指明了方向。

《声明》重申,人文交流是两国关系的基石,双方同意进一步利用两国持普通护照人员互免签证协议,便利双边人员往来,支持高质量、新型旅游合作,加强旅游安全合作,鼓励航空公司增加非热门城市间直航。

随着两国关系的深化、基础设施的完善以及旅游需求的增长,双方在旅游领域的合作潜力巨大。

在中国经济进一步转型升级的背景下,中国游客的消费能力和旅游需求正不断提升,泰国作为中国游客的热门目的地,正持续受益于这一趋势。

中国游客愿意为高质量的旅游体验支付更多费用;旅游需求多元化,从传统团队游向自由行、定制游、深度游转变,注重个性化和高端体验;更加关注当地文化、特色美食、生态旅游,而不仅仅是购物和打卡景点。

如今,中泰双方在旅游领域合作渐入佳境,泰国旅游市场正

呈现出多元化、国际化、数字化三大趋势。对于中泰双方旅游企业及相关从业人员而言,需要在这—利好背景下,以坚定的信念和灵活的手段去拥抱机遇,应对挑战。

泰国旅游市场向多元化方向发展,要求中国旅游企业紧跟时代步伐,把握游客心理变化,精准定位,进一步细分市场,提供多样的定制化产品和服务。

泰国旅游市场向国际化方向发展,要求中国旅游企业注重多维合作,与泰方共同推出跨境旅游产品,打造中泰旅游产业链,提升旅游企业或品牌的知名度和市场占有率。

泰国旅游市场向数字化方向发展,要求中国旅游企业借助数字技术,利用大数据、人工智能和移动互联网等技术,提升旅游服务的质量。如提升即时翻译的准确度、推广智能行程安排、完善游客点评等功能,方便游客的出行。

从历史文化交流到务实经济合作,再到共享旅游市场的潜力,中泰旅游合作不仅是两国民间交流的桥梁,也是推动双边经济增长的重要引擎。尽管存在挑战,中泰旅游合作在未来依然具有非常广阔的发展前景。通过深化合作、创新服务和提升体验,两国的旅游产业将进一步壮大,推动实现双边经济发展与民间交流的双赢局面。

【作者为中国(昆明)东南亚研究院泰国研究所所长、研究员】

2月7日晚,在“冰城”哈尔滨,一场盛大的开幕式吸引了万众目光。手提冰灯的小女孩与我国首位速度滑冰冬奥冠军张虹携手点燃了第九届亚洲冬季运动会(以下简称“亚冬会”)的主火炬。当象征着冰雪与热情的丁香花火焰绽放时,全场沸腾,亚冬会主题歌《点亮亚洲》奏响:“点亮亚洲,点亮星斗,我们用心跳一起合奏;点亮亚洲,千万双手,拉在一起就变成暖流……”这一刻,哈尔滨不仅展示了冰雪的浪漫,彰显了运动的热血,也期待着冰雪经济更广阔的前景。

冰雪盛会再次绽放

本届亚冬会是继北京冬奥会后我国举办的又一重大综合性国际冰雪运动盛会,也是继1996年哈尔滨亚冬会和2007年长春亚冬会后我国第三次举办亚冬会。

从1996年到2025年,近30年的时间里,我国冰雪产业链不断完善。此次亚冬会的举办,将进一步推动相关产业发展,助力冰雪经济“更火热”。

“冰天雪地也是金山银山。”哈尔滨国际会展体育中心有关人员表示。自北京冬奥会成功申办以来,冰雪产业迅速升温并展现出强大的发展潜力。

国务院办公厅印发的《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》(以下简称《意见》)提出,巩固和扩大“带动三亿人参与冰雪运动”成果,以冰雪运动为引领,带动冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展,推动冰雪经济成为新增长点。此次亚冬会的举办,将为冰雪经济的发展再送“冬”风。

冰雪经济成为推动产业发展新引擎

亚冬会的举办进一步带动了哈尔滨冰雪旅游市场的火热。同程旅行发布的数据显示,截至2月7日,哈尔滨市酒店预订量同比增长近6成。今年以来,同程旅行平台上的“哈尔滨”相关搜索热度同比增长超3倍。

在国内游客与哈尔滨双向奔赴的同时,今年哈尔滨入境旅游市场同样火爆。截至2月5日,2025年哈尔滨入境旅游订单量相比去年同期增长超3成,跻身国内入境游热门城市前3位。

哈尔滨导游石明子说,以亚冬会的名义,哈尔滨正用热情与笑容迎接每一位客人。零下30摄氏度的寒冷冻不住东北人的热忱,就像松花江冰层下的春潮,孕育破冰而出的澎湃激情。

瞄准“冬”风,以冰雪运动为引领的冰雪消费正在成为扩大内需的重要增长点。借由亚冬会契机,黑龙江省推动中国—上海合作组织冰雪体育示范区建设,加快布局冰雪装备产业园、数字产业园,进一步拉动冰雪产业升级。

冰雪经济带来更美好的明天

哈尔滨的冰雪旅游热度带动了黑龙江全省的冰雪游发展,如漠河、抚远、雪乡等地也迎来了更多游客。从长远来看,这种“溢出效应”或将推动整个东北地区的冰雪经济发展。

业界人士认为,在政策支持和鼓励下,冰雪经济前景广阔。《意见》提出,到2027年,我国冰雪经济总规模要达到1.2万亿元,到2030年达到1.5万亿元。这一数字预示着冰雪经济未来发展的巨大空间。

“哈尔滨亚冬会不仅为黑龙江省带来了短期的经济刺激,还将推动冰雪产业的长期发展,促进区域经济的协同进步,提升国际影响力,为东北振兴注入强大动能。”业界人士如是说。

『尔滨』借亚冬会之名提升『冬』风效应

■ 本报记者 兰馨

情系湄南河:中泰建交50周年之际 合作之花绽放

■ 本报记者 张莉

2025年春节前后,曼谷唐人街,金色灯笼挂满街头,舞狮队敲响锣鼓,红绸随风飘扬。恰逢中泰建交50周年,这一传统节日更添特殊意义。本报记者开启了一场跨越山海的新春之行,体会两国“一家亲”的深厚情谊,见证湄南河畔播撒下的合作共赢新希望。

1975年7月1日,中泰正式建交。50年来,两国关系从“中泰一家亲”升级为“全面战略合作伙伴”,经贸合作突飞猛进,堪称互利共赢的典范。中国连续10余年保持泰国最大贸易伙伴地位,据中国海关总署1月18日发布的数据,2024年中泰双边贸易额为1339.815亿美元,同比增长6.1%。

两国贸易往来不断升级。泰国的热带水果、优质大米、特色工艺品等源源不断地进入中国市场,深受中国消费者的青睐。中国的机械设备、电子产品等在泰国市场份额不断扩大。

泰国投资委员会1月13日发布的数据显示,中国(不含港澳台)是泰国第二大外资来源国。2024年,中国企业在泰国申请投资810个项目,申请投资金额1746亿泰铢(约合51亿美元)。中国企业在泰国的投资也帮助解决当地劳动力就业,以泰中罗勇工业园为例,截至2024年底,已吸引近250家中国企业入驻,创造约5万个就业岗位。

中泰两国实现互免签证后,

人员往来更加便捷。据泰国旅游与体育部数据,泰国2024年接待国际游客逾3500万人次,中国游客是最大游客群体,超过670万人次。泰国国家旅游局局长塔妮妮·佳沛说,中国游客的增长不仅为泰国旅游业带来了收入和就业机会,同时也促进了农业、食品生产等重要经济领域的发展。

春节不仅是华人的节日,更已成为泰国多元文化的一部分。在泰国曼谷的华人社区,年味如同一股温馨而热烈的风潮,悄然弥漫在每一个角落。街道两旁,红灯笼高高挂起,彩旗飘扬,将整个社区装扮得喜气洋洋,每一盏灯光都在诉说

着对新年的美好期盼。

市场上,人声鼎沸,热闹非凡。摊位上摆满了各式各样的年货,从传统的对联、福字、窗花,到各式各样的年货小吃,如年糕、糖瓜、瓜子花生等,应有尽有。商家们热情地招揽着顾客,脸上洋溢着节日的喜悦。人们穿梭其间,挑选着心仪的商品,不时传来欢声笑语,满载而归的喜悦溢于言表。

社区内,庙宇香火鼎盛,信徒们络绎不绝地前来祈福,祈求新的一年家人平安、事业有成。庙宇外,舞龙舞狮的队伍穿梭其间,锣鼓声声,热闹非凡,为节日增添了浓厚的喜庆氛围。孩子们穿着新衣,手持红包,脸

上洋溢着纯真的笑容,享受着节日的快乐。

夜幕降临,华灯初上,社区内的广场上开始上演精彩的文艺演出。舞狮、戏曲、歌舞等节目轮番上演,精彩纷呈,吸引了众多居民前来观看。大家围坐在一起,品尝着美食,欣赏着表演,欢声笑语不断,共同庆祝着这个属于中华民族的传统节日。

……

中泰建交50周年,恰如一场“新春之约”:既有传统的情谊沉淀,更有未来的无限可能。当合作之花绽放,两国人民的心也贴得更近。正如曼谷街头那句双语横幅所写:“中泰同心,福满人间”。

“软硬实力”双管齐下 福田汽车畅销四海

■ 本报记者 昌海 实习记者 万泽玮

中国汽车工业协会统计数据 displays,2024年我国汽车全年出口585.9万辆,其中商用车出口90万辆。作为国内商用车领域的重要参与者,福田汽车畅销130多个国家,总销量达61万辆。其中海外销量达15.3万辆,占到中国商用车出口的六分之一。

当今汽车行业卷字当头,福田汽车的成绩有什么奥秘?新春假期,记者被一条推上热搜的自媒体短视频博主的视频吸引了,想探访这位“福田海外一姐”,深入了解福田汽车的新春新动能。记者发现,在福田汽车畅销四海的背后,是福田人在用科技创新赋能硬实力,创新营销增强软实力的耕耘使然。

硬实力:

科技创新赋能高品质

记者首先来到福田汽车X实验室测试中心,中心建筑外观现代,科幻感十足的自动门仿佛让人置身于未来电影中的宇宙战舰。

一进大门,记者便被一整面墙上陈列的专利证书深深吸引。凑近细看,记者看到,福田汽车所获得的专利涉及到一辆汽车的方方面面,涵盖了底盘、动力、传动、车身、电子电器、整车结构耐久、新能源、智能网联等多个领域。从车身到方向盘,从传动系统到发动机,福田汽车的创新几乎体现在汽车

的每一个部件中。可以说,这些“黑科技”是底气,亦是硬实力。

通过科技创新,福田汽车构建了一整套支撑全球市场的高端、智能、绿色的产品与服务体系,从而提升了在海外市场的竞争力。

走进实验室内部,专业感与科技感更加浓厚。车身试验室、结构耐久试验室、环境模拟试验室、电池实验室以及NVH噪声试验室和亚洲最大的整车EMC试验室等15个实验室中摆放着各种试验车辆,试验人员正紧张忙碌地进行着各种测试工作。

严格的试验将确保销往海外的车辆能够满足各种气候与复杂工况的使用,并且企业通过自身数据的积累,将能进一步优化车辆的研发。

通过持续投入研发和技术升级,福田汽车实现了产品从传统燃油车向新能源、智能驾驶车的跨越转型。同时与全球顶级技术合作伙伴联手,共同构建了整车、零部件、制造、销售及售后服务等全产业链的智能体系。全链条创新确保了福田汽车在全球市场中能够快速响应不同市场需求,同时提升整体产品竞争力和品牌形象。

对于海外消费者来说,福田汽车深入科技创新,车辆的稳定性和耐久性得到显著提升,大大降低驾驶风险及驾驶员疲劳,使出行、运

输体验更为舒适。

软实力:

多措并举助力业务前行

从X实验室出来,记者来到位于福田汽车汽车工程研究总院的数字科技展厅。进门处一侧的墙上,用中、英、俄、法、西、阿、日、韩、德九种语言写着“人·汽车·梦想”的口号。福田汽车成立28年以来,凭借硬实力一步步将人、车和谐之美的梦想变为现实。如何让全球消费者能全面了解品牌硬实力,还需要有软实力去了解、沟通客户。

当今,全球消费者的目光正在从线下卖场转向线上屏幕,从被动接收广告转向主动获取信息。在这样的背景下,福田汽车已打响了“二次创业·全员营销”的攻坚战,每一位员工都主动参与到新媒体创新营销的大时代,成为“线上营销铁军”。

他们将自身打造成为线上“4S店”,即集展示、销售、服务和维护用户黏性于一体的超级终端,并亲身带动终端经销商投身新趋势、新变革。新媒体短视频直播赛道便是福田汽车“二次创业”的发力点之一。

福田汽车通过短视频与海外社交媒体拓展市场,以“专业内容+精准互动”软实力沟通全球客户,聚焦商用车使用场景,开发标准视

频资源库,联动经销商进行全球品牌展示以及属地精准互动,让客户形成在不同工况场景下,福田汽车产品如何帮助客户降本增效的全面认知。同时福田汽车公司内部设有客户服务中心等组织,专项对接国际客户在线咨询以及留言线索,数据化推动销售转化与客户口碑。

在平台运营上,福田汽车针对不同客群分层渗透。比如在Facebook/Instagram/TikTok等平台通过上市直播、挑战赛互动等方式互动粉丝,增强品牌亲和力,结合本地服务信息实现精准导流;在视频号/公众号平台上聚焦国内出海工程客户,展示全系商用车解决方案优势。线上线下联动方面,福田汽车开发O2O线上+线下多平台触点,搭载品牌IP,满足行业客户、媒体、粉丝三类受众多维度触点体验。

记者到访期间,恰逢福田海外新媒体第三期培训营开课,60余名一线员工正在福田汽车X实验室接受系统培训与实操。在这里,记者也遇到了“福田海外一姐”和海外新媒体业务团队,作为福田海外新媒体业务的标杆,他们正带领着一线人员投入海外短视频赛道。

这些驻外人员将以新媒体为轴,与海外经销商一同以专业水准联通海外客户,在讲好中国故事、

讲好企业故事的同时,在属地做好裂变,触达更多的客户,在国际竞争中以更积极的姿态,让福田汽车的解决方案惠及更多的市场。

通过构建全球化供应链和服务网络、持续提升技术研发和产品质量、实施国际化与本地化深度融合、推动数字化转型以及强化品牌与文化建设,福田汽车实现了“软实力”与“硬实力”的双向赋能,从而为海外销售提供了全方位的保障。

全球化供应链与服务网络方面,福田汽车在海外不仅设有多个KD工厂和经销服务网络,而且在关键市场中布局培训中心、配件分拨中心等基础设施。通过构建覆盖全球的服务网络,能够及时响应客户需求、确保零部件供应和售后服务的高效落实。

展望新一年:

构建产业生态 稳健拓展市场

在全球汽车产业经历前所未有的深刻转型之际,构建一个集完善性、高效性与协同性于一体的产业生态,已成为驱动产业持续繁荣与健康发展的关键所在。

2024年11月,福田汽车携手宁德时代、特来电、亿纬锂能、玖行、WHA五家国内外知名企业,共同成立了“新能源生态联盟GreenPower Alliance”,共同提升新

能源汽车产品的性能,降低成本、提高市场竞争力。同时在传统能源领域,福田汽车与福田康明斯、欧康、玉柴、采埃孚及法士特、方盛六家业界翘楚携手,成立了“火擎联盟SPARK Partners”,共同研发并推广高效、可靠的动力系统解决方案,精准回应全球客户对于高品质动力系统的期望。”

两大超级动力联盟,是福田汽车在构建整车产业生态的道路上迈出的坚实一步。通过与全球知名企业深度合作,福田汽车正以前所未有的力度,推动新能源汽车与高效动力系统在全球范围内的广泛普及与深度应用,为福田汽车在全球市场的稳健拓展注入强劲动力。

福田海外业务副总裁徐成新表示:“面对汽车行业历史性的变革浪潮,新的一年,我们会主动拥抱变革,携手业内众多佼佼者,共同探索整车与动力系统协同的应用前沿,致力于为用户提供更加环保、高效、可靠的出行解决方案。”

新春佳节刚过,福田汽车的奋斗者们已踏上新的征程,用他们的智慧和汗水,为中国汽车工业的崛起贡献新的力量。我们期待,在不远的将来,福田汽车能够在海外市场上创造更多的辉煌,让“中国制造”在全球舞台上绽放更加耀眼的光芒。