

■ 嘉宾专访

让桂林特色美食走出广西走向世界

——访桂林禾禾园食品有限公司总经理潘能慧

□ 本报记者张婷婷 文/摄

“我们已连续多年参加中国—东盟博览会旅游展区，感到非常荣幸。本届盛会以‘共享3.0机遇，共创美好生活’为主题，这和我们食品人坚守匠心做好每一份食品的理念高度契合。”桂林禾禾园食品有限公司总经理潘能慧告诉记者，林园产品是第23届中国—东盟博览会旅游展区指定伴手礼。

潘能慧认为，企业旗下品牌百年林园花糕依托自治区级非遗制作技艺，是桂林美食的一张名片。企业坚持传承与创新并举，将百年糕点技艺与桂林茶文化结合。今年展会上，除了经典非遗桂花糕，还全新推出现烤茶饼、茶酥系列，坚持真茶研磨入馅。让传统手艺走进年轻人的日常，也让桂林美食有新的表达。

潘能慧希望借助第23届中国—东盟博览会旅游展区这一国际化平台，向国内外友人讲好桂林非遗传承创新故事，推动桂林特色美食走出广西、走向世界。



▲ 潘能慧

“欢迎桂林朋友到老挝感受宁静秘境”

——访老挝旅游推广中心(中国)总代表张小燕

□ 本报记者文新军 文/摄

“老挝此次重点带来文化体验、生态探险、休闲度假三大板块的新品与新线路，欢迎桂林和东盟朋友多到老挝走一走，感受这片宁静秘境的魅力。”老挝旅游推广中心(中国)总代表张小燕接受采访时，热情发出邀请。

张小燕介绍，位于老挝首都万象的万象花园是亚洲最大占芭花主题园区，游客可亲手制作占芭花香皂、品鉴花茶、享用国花宴。北部南坎国家公园的长臂猿生态旅游项目，是老挝可持续生态旅游的标杆。项目亮点是高悬于雨林30至40米处的树屋群落。旗舰树屋

160平方米，仅能通过高空滑索抵达。南部湄公河风情线串联巴色、巴松瀑布群和四千美岛，适合环岛骑行、湄公河泛舟、观赏落日。

张小燕说，国花文化适合亲子家庭和女性游客沉浸式体验；树冠层探险适合户外深度爱好者、高端野奢客；湄公河慢度假适合背包客、摄影爱好者。针对中国及东盟其他国家游客，她推荐万象文化休闲短途线3至4天、北部野奢生态线4至5天、南北全景深度线6至7天。她还提到，中国因私普通护照游客可在老挝空港及陆路口岸便捷办理落地旅游签证，费用20美元，停留30天；中老铁路跨境客运稳定开行，桂林游客可经昆明乘高铁直达万象。



▲ 张小燕

借展会平台 架起中非文旅互通桥梁

——访闪耀非洲旅行社市场经理杨丹

□ 本报记者刘琪 文/摄

“第23届中国—东盟博览会旅游展区为中外旅游企业搭建了高效对接平台。”闪耀非洲旅行社市场经理杨丹接受记者采访时表示。杨丹介绍，闪耀非洲旅行社是经肯尼亚政府和旅游部批准成立，深耕肯尼亚、坦桑尼亚14年的老牌旅行社，在坦桑尼亚及北京、重庆、长沙设有分公司。依托稳定车队、一手酒店资源和平均从业经历超10年的专业团队，公司打造肯尼亚国宾地接

品牌，为机构企业提供高端定制、商务考察、会展等服务保障。

杨丹表示，旅行社为能够参加本届中国—东盟博览会旅游展区倍感荣幸。展会期间举办的中国—东盟旅游企业对接与专业洽谈会，有150位境外特邀买家面对面对接，既是企业展示品牌的窗口，也是高效拓展客源的重要渠道。杨丹期待依托第23届中国—东盟博览会旅游展区，把肯尼亚和坦桑尼亚的狂野之美介绍给更多中国和东盟朋友，并促成中国、东盟、非洲三方旅游资源深度联动。



▲ 杨丹

首次以东盟成员国身份参展 期待未来

——访东帝汶亚奥国际旅游公司总经理朱国定

□ 本报记者刘琪 文/摄

东帝汶2025年正式加入东盟，成为第11个成员国。此次旅游展区是东帝汶首次以东盟成员国身份在展会上亮相。东帝汶亚奥国际旅游公司受东帝汶旅游部委托来桂林参展。

东帝汶亚奥国际旅游公司总经理朱国定介绍，东帝汶是一处小众原生态旅游目的地，商业化程度较低。地处珊瑚大三角区核心，拥有全球顶尖的珊瑚资

源与丰富的海洋生物资源。每年10至11月，蓝鲸会途经东帝汶近海，这里是世界上为数不多能够体验与蓝鲸同游的海域。当地山海风光兼具，既有原汁原味的原住民文化，也留存着葡萄牙殖民时期的历史遗迹。

交通便利同样值得关注。据他介绍，帝力航空现已开通每周厦门直飞东帝汶的航班，为中国游客出行提供便利。“我们希望借此次展会，把这片纯净的秘境推荐给更多中国游客。”朱国定说。



▲ 朱国定

山水新境 智游桂林

——访桂林旅游投资集团党委委员、副总裁凌云

□ 本报记者文新军 文/摄

“我们想用科技让桂林山水‘活’起来。”桂林旅游投资集团党委委员、副总裁凌云在接受采访时，道出了此次参展的初衷。

在第23届中国—东盟博览会旅游展区，桂林旅游投资集团以“山水新境·智游桂林”为主题，集中展示智慧文旅成果。展区内，AI创意山水短视频吸引众多观众驻足，依托智能影像技术，观众可一键生成与实景融合的专属短视频，将静态山水转化为可参与、可分享的数字化文旅产品。另一大亮点是伏波将军VR互动体验，通过虚实交互技术，将“一箭穿三山”的传奇故事打造成沉浸式互动场

景，让山水传说可触可感。

此外，展区重点打造瑶疗疗愈体验区，依托桂林本地优质瑶药产业资源，将地道瑶药产品、传统瑶康养生理法与文旅体验场景有机结合，形成独具地方特色的康养文旅体验。同时融合非遗篆香、科技互动萌宠等疗愈场景，并以小学课文《桂林山水》的意象设计展陈，推动传统观光向沉浸式数字文旅升级。

面向东盟市场，凌云表示，集团正以“象山·桂林之眼”等焕新产品为载体，将世界级山水IP与数字科技深度融合，打造能引发情感共鸣的文化体验。“我们要用科技讲好桂林故事，让东盟客商和游客在互动中读懂桂林山水。”



▲ 凌云

搭建文旅桥梁 促进中欧双向交流

——访欧洲宸星商务旅行社中国区客户经理罗竖树

□ 本报记者刘琪 文/摄

欧洲宸星商务旅行社总部坐落于奥地利维也纳，是当地华人地接服务商，主要承接国内政府、企业赴欧商务考察、海外推介会、文化交流、行业展会等项目，提供一站式落地服务，拥有丰富项目实施经验。采访中，欧洲宸星商务旅行社中国区客户经理罗竖树向记者介绍。

“这几天来到桂林，看到不少欧美游客在山水间游玩，我们也很

受启发。”罗竖树说，今年公司开始探索欧洲游客来华入境游业务。她表示，公司团队多由扎根欧洲的华人组成，更了解中欧双方需求。她非常感谢大会搭建优质对接平台，得以结识业内新朋友。罗竖树表示，未来欧洲宸星商务旅行社会充分发挥自身优势，积极作为，为中欧经贸、文化、旅游领域务实交流合作贡献力量，推动双方文旅往来走深走实。



▲ 罗竖树

欧洲名品奥特莱斯看好中国—东盟市场

——访MG名品购物村旅业经理万丽曦

□ 本报记者刘琪 文/摄

MG名品购物村旅业经理万丽曦接受采访时表示，MG在欧洲管理20家名品奥特莱斯，多布局于巴黎、罗马、威尼斯、维也纳等热门旅游城市，中国游客与东盟游客是其高度重视的客源市场。

这是万丽曦第二次参加中国—东盟博览会旅游展区。她用“国际化”和“精准对接”概括最大感受：展会客商结构多元，既有东盟各国资源，也有中国各省市旅行社、OTA平台和航空公司等；主办方还安排专业一对一洽谈，让目的地资源方高效对接，推动合作落实到产品设计中。

她观察到，中国旅游业态正从大巴打卡式旅游转向精品小团、深度游，这将进一步凸显奥特莱斯的商业价值。她期待借展会深化与中国、东盟旅游业界合作，把更多购物村资源融入旅游产品。



▲ 万丽曦

不止巴厘岛 印尼期待展现多元风光

——访慢游印尼地接社负责人钟鸣

□ 本报记者刘琪 文/摄

慢游印尼是一家总部设在巴厘岛的印尼地接社，主打印尼定制游、私家团和纯玩产品，并在中国设立办公室，以便更好服务中国游客。

“很多人说起印尼，第一反应是巴厘岛，但印尼远不止有巴厘岛。”慢游印尼地接社负责人钟鸣说，科莫多有粉红沙滩和科莫多巨蜥；布罗莫火山

近年在中国走红，游客可先飞泗水，再前往火山，近距离观看火山口浓烟，聆听轰隆声，感受自然震撼。

他表示，印尼有17000多座海岛，还有丰富的人文历史与宗教文化，值得深入挖掘。希望借助第23届中国—东盟博览会旅游展区平台，把印尼更多优质旅游资源与旅行产品推介给中国、东盟国家乃至全球游客，让更多人看见印尼丰富多样的旅行魅力。



▲ 钟鸣