中国旅游报
CHINA TOURISM NEWS
旅行社新闻
A1版 2020年1月14日 星期二

权威·专业
产业信息的集散地
行业思想的发动机
创意产品的孵化器
中国旅游新闻APP
『旅游+』APP

入境市场持续向好 服务链条仍需优化

日前，中国旅游研究院发布了《中国入境旅游发展报告2019》（以下简称《报告》）。《报告》显示，入境旅游市场规模保持稳步增长，市场结构继续走向优化，入境旅游服务品质得到游客认可。在采访中，多家旅游企业也向记者表达了相似的观点和判断，他们表示，入境市场持续向好，客源需求发生了新的变化，整个服务生态链条仍然需要进一步优化。

漫画 邢子琦 绘

□ 本报记者 张宇

市场规模稳步扩大

《报告》显示，进入21世纪，中国入境旅游虽然增速放缓，但整体依然保持稳步增长趋势。2015年以来，入境旅游由此前连续三年的负增长转向正增长，并在此后的四年里连续保持小幅增长。2018年，中国接待入境游客1.41亿人次，同比增长1.2%。与此同时，入境过夜市场和外国人入境市场规模同样保持稳步扩大，2018年，中国接待入境过夜游客6290万人次，外国人入境游客3054万人次，分别增长3.6%和4.7%，明显高于入境旅游总人次的增速。根据文化和旅游部数据中心的初步预测，2019年入境旅游将继续保持增长。

《报告》指出，近年来，入境旅游收入同样保持稳步增长。自2014年中国根据国际旅游统计规则重新调整入境旅游收入统计口径以来，入境旅游收入增长趋势较明显。到2018年，中国入境旅游收入达1271亿美元，同比增长3.0%。根据文化和旅游部数据中心的初步预测，2019年入境旅游收入同样将继续保持增长，有望突破1300亿美元。

“中国各地政府最近几年在海外的宣传非常密集，这得益于国家的政策支持。”中国旅游集团旅行服务有限公司入境游部总经理刘会元表示，政策的持续支持、文旅融合及“一带一路”带来的新动能成为入境游这几年稳步上升的重要因素。“在国家战略层面，入境游已经作为中国文化软实力、扩大文化深度影响力的一个重要举措。”

“未来的几年内，入境游都将保持良好的发展势头。”携程旅游入境游总经理孙博文表示，“我们在和地方开展一些合作时发现，旅游投入正在逐渐向入境游这个方向倾斜。对外宣传已经成为各地政府一项重要的工作内容。”

“近年来，相关政府部门持续加大了入境游的政策扶持力度，为入境游打造了良好的环境。”北京凯撒目的地国际旅行社有限公司董事长韩立新也表示了相似的观点。“得益于国家旅游形象优化及对外旅游宣传的加强、全域旅游为入境旅游注入新动力，交通网络进一步完善、‘一带一路’助力国际开放度提升，入境游市场逐步进入新阶段。”

“特别值得关注的是，文旅融合的进一步深化，则直接丰富了旅游供给，提升旅游服务和产品的品质，增加其文化特色，更好地满足来华入境游客，尤其是外国游客了解中国文化的需求。”韩立新表示。

在刘会元看来，中国依然保持着非常好的吸引力。“因为我们有独特的旅游资源，具有很强的不可替代性。”刘会元向记者表示，现在增量主要来自亚洲，尤其是“一带一路”上的这些国家非常活跃，入境游正向着一个更加健康、更加稳定的结构发展。

新趋势带来新需求

谈到近几年入境市场的趋势变化，游客年轻化、服务碎片化、目的多元化成为受访企业提起最多的特点。

携程相关数据统计显示，受益于“黄金十连休”，近10万日本游客赴中国游玩，日本一跃成为2019年中国入境游第一大客源地。西安、成都等有历史文化底蕴和特色的目的地，越来越受外国游客青睐。此外，根据入境游客在携程平台上预订机票的数据显示，80后依然占比最高，达25%，而90、00后群体的比例逐年升高，50后的比例则呈现出缓步下降的趋势。在选择飞机入境后，高铁也日渐成为游客出游首选，根据入境游客在携程平台上预订火车票的数据，2017年至2019年，预订人次增长达27%，入境游客越来越青睐这一高效便捷的交通工具。另外，非一线城市火车票预订人数的年均增长率也高于一线城市，这体现了入境游客正在将脚步迈向中国腹地。

中国旅游研究院发布的《报告》也显示，近年来，伴随入境游客在华旅行经验更加丰富，入境散客化趋势持续强化。2010年以来，旅行社接待入境游客占入境旅游市场及其占入境过夜旅游市场的比重持续下降，分别降至不足15%和35%。尤其在2015年和2016年，入境旅游市场的规模已在恢复增长，但团队游客占比的下降趋势更加明显。

“休闲度假、文化体验、自然探索、医疗养生等越来越多元化的入境游诉求是近几年的一大趋势，外国游客来中国，更喜欢选择一、两座城市开展深度游。”孙博文表示。

“近几年入境游业态发生很多变化，过去来中国主要是以观光旅游为主的旅游团，现在出现了大量的定制旅游，包括教育、专业参观、商务会展等。”刘会元表示，有多重目的的访客越来越多，这一类游客在“一带一路”倡议实施以后增长非常快。

对于散客化对整个市场的影响，刘会元给出了一个形象的描述，“在散客化的时代，旅游已经从一个景区的概念向社区的概念转变，过去的游客到中国面对的是一个个景区，现在面对的是整个社区，就是我们整个社会，这对产业的融合程度提出了考验。散客化其实从另外一个角度对中国40年的改革开放成果做了肯定，这说明中国的便利程度和开放程度都达到了散客化的标准，我们的旅游环境越来越好，是一个稳定、安全、成熟、便利的目的地。”

“而对一个散客化的市场和服务碎片化，旅行社能参与的就是本地的日程安排，例如一个酒店预订、导游服务等。”刘会元表示，“虽然对从业者来说，收益是下降了。但对整个国家或整个社会来说，收益是在增长，因为它是分散到了社会的各个角落，游客不再只是把钱花到旅行社，而是花到了我们所提供的所有的社会服务当中去。”

旅企积极优化业务

记者梳理发现，从事入境业务的企业大致可以分为两类，一是以中国旅游集团、携程等为代表的大型综合类企业；二是专注于深耕一个区域或某一类产品的小而精的中小型旅行社。

“从业务线上分，还可以分为控制客源端、深耕产品端、掌控资源端三种类型，很多企业都是三种类型相互交叉。”刘会元表示。

作为深耕客源端的平台方的代表，携程已经把入境游提升到了整个企业的战略高度。“携程的国际化分为三步走，服务中国人出境、外国人入境、外国人到外国旅游。所以整个入境游在携程国际化战略中占据了非常重要的位置。”孙博文表示。

孙博文介绍说，这两年，携程加速全球化的步伐。比如，2016年1月，战略入股印度最大的在线旅游公司Make-Mytrip，布局印度市场；同年11月，收购英国旅行搜索平台天巡（Skyscanner），进入欧洲市场。这都成为携程发展入境游强有力的支撑。

“作为一个平台，首先希望更多的企业加入，其次就是通过数据分析优化产品。”孙博文表示，“我们从数据角度给出一些建议，帮助更多旅行社获客、开发出更多符合市场需求的产品，这是平台应该去做的事情。”据了解，未来携程不排除会开发自营产品。

“对于入境游业务，中国旅游集团旅行服务有限公司将在资源端、产品端、客源端共同发力。”刘会元表示，我们有170个专业的销售，专门针对全球100多个国家的1000多个机构客户招揽客源，全国有七十几家分支社可以提供接待服务。在保持传统强势的销售模式的同时，我们也加强了自有在线平台建设，已经有3种语言的B2C网站、6种语言的B2B的网站。除了海外渠道的拓展，我们会更多地进入到资源的掌控当中。另外，我们还有专门的产品研发处。

“凯撒旅游依托全球化网络布局、资源优势、产品研发能力，在2018年成立入境国内公司，开始持续布局入境游和国内游市场。”韩立新表示，2019年凯撒旅游入境游业务不断攀升。“在入境旅游产品开发上，注重文化和旅游融合的创新。2019年，我们尤其在非遗文化上做了诸多尝试，如与北京东城区文旅局合作推出了故宫以东项目。此外，凯撒旅游还在做更多新的尝试，从文化、美食、研学等多个角度呈现中国文化的魅力，驱动入境游的发展。”

中国旅游研究院发布的《报告》显示，中小旅行社成为入境旅行服务商的主力，缩短获客渠道的中小地接社成赢家。采访中，刘会元、孙博文对于小而精的中小旅行社都给出了积极的评价。

“一些专注于产品、深耕一个区域的中小旅行社业务做得相当成功。”刘会元表示，例如一些俱乐部形式的旅行社，针对某部分特定人群的需求，进行具体、专业的深挖，市场做的小而精。未来，这一类企业一定会活得很好。

发展瓶颈亟待破解

采访中，记者了解到，产品研发滞后，人才流失严重，外国游客入境签证问题、支付问题等成为制约入境游发展的主要障碍。

“整体来说我们的产品研发这块还是比较滞后的，游客更加青睐体验型产品。但是我们大量的产品还是停留在观光旅游的时代。”刘会元表示。

“虽然在入境游的基础设施建设上，中国各地相关部门近年来已做了大量工作。比如规范景区外语标识，完善景区交通，修建、增设公共厕所。”孙博文表示，但这显然还不够，外国游客入境的痛点和阻碍仍然存在。

韩立新表示，随着移动支付的普及，外国游客不能在中国移动支付已经成为入境游的最大痛点。外卡使用受限，加之支付方式的断层，使得外国游客在中国消费时常常碰壁，自由行受到一定程度的限制。酒店接待能力也成为一个主要障碍，目前国内很多酒店不具备接待外国游客的能力，在语言、服务人员匹配上都有很大欠缺，加之由于入境旅游用户语言、宗教信仰复杂，因此很多酒店不能提供满足外国游客的住宿服务。

“未来，我们计划做入境签证的申请网站，与国内各地政府商谈合作，让入境游客直接找到网上签证办理的渠道。”孙博文告诉记者，“我们还可以牵头与航空公司、旅游局对接合作，提供数据支持，帮助推进开通更多欧美直航航线。”

据介绍，携程未来有可能利用遍布国内的7000多家线下门店资源，为外国游客提供行中服务。“比如线下门店人员帮外国游客在景区取票、去高铁站取票。目前国内高铁站的自动取票机还不能读取护照，去柜台取票就有语言沟通的问题。”孙博文表示。

“对于旅游企业来说，应从客源国游客的需求和视角出发，研发出适合他们的旅游产品，增加旅游者黏性。”韩立新建议，“目前，‘文化热、国学热’已成燎原之势，入境游企业可以借力，以文旅结合丰富产品线。建议相关部门制定国家层面的战略规划，加大顶层设计，给予入境旅游更多政策倾斜，培育市场和用户，进一步提升旅游景点开发建设水平，提升对外国游客的吸引力。”

“企业首先要进行市场细分，明确主攻目标市场；研究目标市场使用的社交媒体工具，提供有针对性的旅游信息宣传；与目标市场主要的旅行中介取得联系，联合开展旅游营销活动。”北京第二外国语学院旅游科学学院教授李宏建议，在产品优化方面，研究国际游客的兴趣点所在，整理分析我国的主要旅游资源，从需求角度设计旅游产品。本着少而精的原则，集中火力在国际上打造几个点的知名度，不必面面俱到。在辅助配套方面，从旅游指南的设计，到游客中心的建设，从地方官网的完善，到移动应用的功能扩展，从结算的便利到移动消费功能的实现，各个方面都需要考虑到国际入境游客的消费习惯，要在满足本国居民使用需要的同时，考虑到外国人使用的便利性。

观点

入境游发展须综合发力

□ 沈仲亮

近日，中国旅游研究院发布《中国入境旅游发展报告2019》指出，初步预计2019年入境游人数将保持增长，入境旅游收入有望突破1300亿美元。

从数据来看，自2015年之后，入境游开始转向正增长。

2015年中国接待入境游客1.33亿人次，实现国际旅游收入1136.5亿美元，同比分别增长4.0%和7.8%。

2016年，接待入境旅游游客1.38亿人次，实现国际旅游收入1200亿美元，分别比上年增长3.5%和5.6%。

2017年，接待入境旅游1.39亿人次，比上年同期增长0.8%；实现国际旅游收入1234.17亿美元，同比增长2.90%。值得注意的是，其中外国人入境市场同比增长3.6%，“一带一路”参与国家活跃度明显上升。外国人入境旅游市场的规模和增速分别为2916.53万人次和3.60%，规模总量同样创下历史新高。

2018年，中国接待入境游客1.41亿人次，同比增长1.2%；实现国际旅游收入达到1271亿美元，同比增长3%。

根据UNWTO公布的数据，2018年，中国入境旅游接待规模位居全球第四，仅排在法国、西班牙和美国之后。

从数据上看，近几年，入境游成绩良好，特别考虑到在经济下行压力持续加大的背景下，入境游成绩的取得与方方面面的努力是分不开的。

整体来看，入境游要想获得更大的发展，需要天时地利人和，也需要宏观、中观、微观的一盘棋意识，点线面结合共同发力，让硬的更硬、软的更软，促进顺应市场逻辑的产业深耕发展。

具体而言，首先，宏观要给力。良好友爱的社会环境、轻松闲适的度假氛围、干净整洁的卫生环境等等这些看起来比较“虚”的印象认知，都会在很大程度上影响入境游游客的出行决策。近几年，中国持续在签证、购物退税、证件便利化应用等方面出台政策，力图为入境游营造良好的发展环境。那就继续好上加好，构建更加良好的目的地整体形象。

其次，中观要发力。旅游行业需要因势利导、因地制宜、因时而动，整合全行业资源，进行密集发力，提高行业效能。以邻国印度为例，其给外界的印象是社会治安状况不佳，尽管印度有关方面解释是极端个案被放大化，但是能否打消外国游客顾虑是个未知数。印度旅游主管部门为此专门开通了游客热线1363，可提供12种语言的服务，去年接到了27.5万余个热线电话，效果尚可。

最后，微观要努力。旅游企业需要找准入境游客关心的痛点、痒点、兴奋点，推出多元化、品质化、个性化的旅游产品和服务。再好的宏观环境，都会有企业抱怨；再不利的宏观环境，都会有企业打开一片新天地。改革开放初期，入境游客最大的“槽点”就是中国薄弱的硬件设施。但是当时南京丁山宾馆硬是靠“硬件不行，软件来补”发展理念，极力地提供温馨细致优质的服务，获得了入境游客的交口称赞，被业界称为“丁山现象”。可以说，企业的自身努力，是实现完美逆袭的先决条件。

行业消息

京津冀对接地接旅游资源

本报讯（记者 沈啸）日前，由北京市旅游行业协会主办的第二届京津冀地接旅游资源对接大会在京举办。会上提出，要诚信经营，净化旅游市场。资源共享，重视旅游产品创新，不断满足人民美好生活需要。

据介绍，近年来，北京市旅游行业协会旅行社分会地接专业委员会就旅行社业务提升、法律维权、保险赔偿、安全防范、税收、产品提升、人员素质提升等方面开展全面培训，得到了行业、会员单位认可。未来，地接专业委员会将继续开展业务培训，切实有效提升会员单位导游人才的专业素养和文化内涵，做到服务会员、服务行业、服务政府、服务社会。

在“文旅融合发展预见未来”主题论坛上，与会嘉宾分别就行业中颇具影响力的文旅融合案例、北京文旅融合最应该对外展示的形象和最应该打造的IP、未来发展中存在的实际困难等话题展开深度讨论。

此次大会得到北京市文化和旅游局、延庆区文化和旅游局、朝阳区文化和旅游局、河北省唐山市文化广电和旅游局等单位支持。80余家北京专业地接旅行社、70余家合作资源方（酒店、文化、餐厅）企业、30家旅游行业相关企业参会。来自北京及周边的多家企业进行了推介展示和资源对接。

福建华安赴京推介文化生态游

本报讯（记者 张宇）1月11日，2020年华安（北京）旅游投资推介会在北京举行。推介会上，华安县与北京中合万家电子商务有限公司、北京丝路旅游投资集团签订旅游投资框架协议。

作为世界文化遗产地的华安，是福建省全域旅游试点县、漳州市唯一的国家重点生态功能区，有“北溪明珠 生态名城”之美誉。大地土楼群是世界文化遗产“福建土楼”的重要组成部分，是福建土楼文化传承的典范。

在推介会上，华安县相关负责人表示，华安县委、县政府近年来秉持“绿水青山就是金山银山”发展理念，持续实施“生态立县、旅游活县”发展战略，深入实施旅游产业发展三年行动计划，积极创建省级全域旅游试点县，全力打造知名世界文化遗产地、生态休闲养生与特色乡村旅游目的地，全力塑造“清爽华安 心临吾乡”特色旅游品牌。世遗福建华安土楼启动创5A级景区提升改造，华安华特九龙水镇、万世清森林旅游、漳州旅投新圩旅游综合体、中太九龙山旅游和万兴隆体育康养小镇等一批总投资100多亿元的重大旅游投资项目相继落地投建。全域旅游产业发展迅猛，游客接待量和旅游收入实现双增长，2019年实现接待游客300多万人次。

博雅方略文旅集团
BOYA STRATEGY CULTURE & TOURISM GROUP
幸福产业引领者
管理咨询/旅游规划/旅游投资/景区运营/智慧旅游
•中国旅游全产业链综合服务商
•全域旅游行业推动者
•多元化立体服务平台
24小时专家热线：18600992591 全国服务热线：400-000-8916