市场观察

入境逢花期 踏香识中国

□ 本报记者 张 宇

大江南北当下春色渐浓，正是赏花好时节，入境游市场也迎来了旺季。品茶赏花、体验非遗、城市漫游……记者从多家旅行社了解到，这个春季，入境游订单继续增长，深度体验类产品受到入境游客青睐。有业者表示，各项入境游利好政策在客源地市场已经完成传导和沉淀，今年入境游市场预期更为乐观。

①

热 订单大幅增长

最近，张家界天马国际旅行社海外中心总经理李帆的心情颇好，用他的话来说，就像这春天的花儿般绚烂。“欧美市场、俄罗斯市场十分火热，给了我们不少惊喜。”采访中，李帆难掩兴奋之情，“拿欧美市场来说，从春节到现在，订单量同比增长了30%。我们3月份已经确定了80个入境团队订单，4月份有近140个入境团队订单。”

对于入境游市场的热度，上海的旅行社业者感受更深。“截至目前，今年春季入境游的预订人次同比翻了四番，客源地也更加广泛，涉及越南、日本、韩国、美国、法国、希腊等。”春秋旅游副总经理周卫红告诉记者，“目的地方面，上海、杭州、苏州、西安及贵州、云南等地以其丰富的历史文化和秀美的自然风光吸引着全球游客纷至沓来。”

广州广之旅国际旅行社股份有限公司入境游部副经理席昕翔最近一直很忙。“截至目前，入境游客人数和订单量均有显著增长，营收同比增长超200%。近程市场成为主力增长点，长线入境游市场持续升温，澳大利亚、法国、西班牙、意大利、新西兰等免签国家的入境游客同比增幅迅猛。”席昕翔告诉记者。

桂林唐朝旅行社总经理周晓光总结，春季是入境游市场的传统旺季，会形成相对集中的客流，尤其是远程市场是一个出游高峰。“今年，我们能感受到客源地批发商更加积极，法语和德语系列团持续恢复，北美市场也有了起色。分析原因，一是春季正值欧美的复活节假期，二是中国也到了比较适宜出游的时节。”

周卫红认为，单方面免签以及过境免签政策对入境游的推动力度正在不断提升，加上国际航班的快速恢复，不仅使到上海短期休闲打卡、观展、观赛、观演以及商务差旅的周边国家的游客数量增多，也为他们深入了解上海这座城市提供了更多机会。同时，过境免签新政策，也进一步提升了亚洲跨国、跨地区连线产品在欧洲、南美等市场的受欢迎程度。

梳理业者对市场的观察，记者发现，入境游客在中国“越走越深”，更多有特色的非传统入境游目的地受到青睐的趋势愈加明显。

携程数据显示，今年以来在线旅游平台的入境游订单量同比增长84%。入境游深度体验需求上升，入境游客散客化趋势明显。目的地选择方面，仍以上海、北京等传统目的地城市为主，哈尔滨、三亚等特色目的地也吸引了不少入境游客。

“入境游客对旅游目的地的选择日趋多元，旅行决策受社交媒体影响较大。除传统热门城市外，像重庆这样的网红城市的旅游需求也在增多，个性、深度体验类产品受到青睐。”席昕翔说。

贵州省中国青年旅行社有限公司董事长朱曦告诉记者，春节以来，贵州入境游市场呈现明显增长态势。由于去年下半年贵州陆续开通了往返东南亚国家的直航航班，东南亚游客明显增多。还有乘坐高铁到达贵州的周边国家的游客，例如越南。可以说，交通的便利性推动了贵州入境游市场快速发展。

山西太平洋国际旅行社今年欧美团量开始增长。该社副总经理刘锋说：“截至目前，欧美市场同比增长5%—10%。游客需求的多元化给入境游业者提出了更高要求。比如，通过网络平台预订的游客越来越多，我们作为OTA入境游的供应商，在服务方式和产品上都要做出改变。”

②

新 产品不断升级

采访中有业者告诉记者，随着入境游市场客源覆盖面越来越广、入境游客规模不断扩大，游客需求将呈现更加多元化的趋势。如何更好地满足游客需求、持续优化产品供给，是业者关注的重点。

记者发现，这个春季，入境游产品丰富度显著提升，让入境游客体验更“本土化”的特色成为核心。

“针对散客化趋势，我们重点推出了目的地散拼及个性化定制产品，如新疆豪华列车、三峡豪华游轮等。”中青旅国际旅游有限公司副总经理胡继英告诉记者，“我们加大了武汉赏樱花、江南赏花等产品的推广力度，丰富游客体验。”

“包含上海赛事、大展等资源在内的一系列打包产品和碎片化产品的融合设计，是近期入境游产品设计方面的主要发力点。”周卫红介绍，“2025年F1中国大奖赛将于3月21日至23日在上海举办。在赛事信息发布的第一时间，我们立即推出了组合‘F1观赛—都市观光巴士—上海大厦’的套餐产品。3月22日、23日的组合套餐，在2月就销售一空。随着赛期临近，会有更多入境游客利用周末及假期赴沪观赛、游览，在感受速度与激情的碰撞之余，领略上海的精彩。”

在山西的一家非遗体验馆里，几位入境游客正在全神贯注地学习剪纸技艺。只见一张红纸随着剪刀在授课老师的手中上下翻飞，一朵惟妙惟肖的花朵跃然而出，引发他们阵阵惊叹。“我们把山西的非遗项目融入产品中。到太原，我们会带客人到山西会馆体验做刀削面，体验非遗剪纸。”刘锋告诉记者，游客对可感受可触摸可看见的文化非常感兴趣。

针对市场需求变化，广之旅开发了更多个性化、深度体验类产品，以满足入境游客对个性化体验的需求。如小众目的地的探访、主题游、研学游等。席昕翔介绍：“此外，春季是中国各地花卉盛开的季节，如武汉的樱花、婺源的油菜花、林芝的桃花等，这些赏花胜地具有很强的吸引力，进一步丰富了春季旅游产品的供给，提升了市场竞争力。”

朱曦告诉记者，今年，他们在推出以黄果树、小七孔、西江千户苗寨等传统观光目的地为代表的产品之外，着重推介“村超”“村BA”体验游和民俗节庆游。“如‘苗年’‘苗族姊妹节’等，以及遵义茅台镇‘醉美之旅’等新产品。游客对贵州旅游产品的丰富度和体验感非常满意。”

周晓光感受到了入境游产品的迭代速度。他说：“入境游客在中国越走越深已经成为趋势，更多二三线城市出现在他们的必游清单上。我们推出了不少新产品，也正在寻找更多有吸引力的旅游目的地。对于传统旅游目的地，我们也在挖掘更多新玩法，丰富游客的体验。”

除了常规产品以外，今年，张家界天马国际旅行社主推3条季节类特色产品，从预订情况看，很受入境游客喜欢。“其中一条是‘桃花三月 梦幻张家界’，行程中加入更多春季的特色体验，比如赏花品茶，还增加了少数民族村寨探访。”在李帆看来，业界要用善于发现美的眼光，打造更具季节特色的产品，这样才能形成长久的吸引力。

稳 持续繁荣可期

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，其中再次提到发展入境消费。包括有序扩大单方面免签国家范围，优化完善区域性入境免签政策。推出更多优质入境游线路和服务，提高境外旅客在华旅游便利化水平等。

采访中，业者判断，中国的入境游市场将迎来持续繁荣。“随着入境游便利政策在客源市场的传导和沉淀，政策利好效应完全显现。入境游市场无论是游客数量还是旅游收入，均有望取得重要突破。”

“从目前预订情况来看，市场要好于2024年同期。美国、欧洲、澳大利亚、东南亚、日本、韩国成为重点客源市场。入境游目的地方面，新疆、西藏、四川、湖北等地，有可能成为增长较快的黑马。”胡继英表示。

席昕翔认为，2025年入境游市场整体呈现乐观增长态势。随着免签政策的持续优化、旅游产品的不断创新以及海外市场的积极推广，入境游市场规模有望进一步扩大。“重点客源市场集中在各免签国家，以及共建‘一带一路’国家，俄罗斯、印度、越南等国游客数量有望稳步增长。”

“今年，入境游市场有望恢复至2019年的60%—80%，甚至有可能恢复到2019年的同期水平。”周晓光给出了更积极的判断，“我们将重点放在以往涉及较少的澳大利亚和新西兰市场，以及西班牙语和法语市场，并且已经做好了人才储备。”

“去年入境游市场主要以小包团为主，今年基本是系列团，我们的业务预期是保持30%—50%的递增，目前英文导游储备在50人左右，但是仍然不够。”李帆告诉记者，在市场布局上他们也在持续投入。“今年我们‘请进来’的考察团已经陆续启动，3月份接待了意大利、西班牙考察团，接下来还会有考察团陆续到张家界。”

有业者表示，入境游市场需进一步打通支付、语言、退税等“最后一公里”的服务瓶颈，强化“China Travel”的影响力。

“入境游需求多元化，将倒逼入境游供给结构持续优化。此外，入境游市场加速向非一线城市渗透，越来越多的非一线城市将成为新兴的入境游目的地。”胡继英说，“目前，针对入境游客的签证、支付等问题基本解决，还需要加大力度改善新兴入境游目的地城市的服务能力，提供更利于外国散客的服务，推进基础设施国际化。比如，为用护照购买高铁票的外国散客提供更便利的退改签服务、大型行李存放等。”

采访中，入境游相关人才缺口较大、人才队伍建设慢于市场恢复速度也是业者提到较多的问题。“二三线市场的对外服务能力需要提升，要加强外语人才储备。国内综合类高校、旅游专科类学校，在相关专业人才培养、课程设置方面也要发力。”周晓光说。

（①为外国游客在安徽唐模村体验乡村文化，②为外国游客体验中国传统戏曲文化。本报记者 陈晨 摄）

外国游客在张家界游览 受访者 供图

清明出游预订火热

深度体验产品更受青睐

□ 本报记者 赵 垒

等闲识得东风面，万紫千红总是春。伴随着春天的脚步，次第开放的花儿催热了清明假期旅游市场。来自多家旅游企业的数据显示，清明假期出游预订火热，与去年同期相比增势明显。

美团数据显示，贵州、甘肃清明订单增幅达100%。

服务短途游客，上海航空国际旅游（集团）有限公司推出了浦东鲜花港春日赏花专线等特色线路。同时，联合长三角轻奢酒店推出了“宅度假”套餐，因为满足了家庭亲子和都市白领的差异化需求，产品销量非常可观。

春秋旅游数据显示，截至目前，清明假期出游预订人次同比增长近100%。昆明、丽江、拉萨、衡阳、杭州等气候温和、风光宜人的目的地进入清明假期国内热门出游目的地行列。

“如今的消费者决策更加多样化，单纯的踏青赏花已经很难让他们满足，需要叠加更多体验性项目。例如，我们在农家采摘线路中增加了青团手作、清明诗词打卡等活动。以‘崇明东平国家森林公园2天1晚亲子套餐’为例，满足了亲子家庭渴望自然场景但又不愿耗费精力规划行程的需求，我们打包了森林徒步、萌宠喂养、草坪野餐3个体验项目，并提供营地装备租赁、专业领队随行服务。”上海航空国际旅游（集团）有限公司运营总监何中皓说。

以往清明假期，老年游客并不是主力。但是今年清明，中国妇女旅行社推出的两条老年游线路销售情况十分乐观。“根据调研我们发现，老年游客的需求已经发生变化。他们更注重深度体验和身心放松，表现为文化体验、康养方面的需求增加以及更青睐小众目的地。针对这种变化，我们推出了山西太谷康养和古城探访线路、山东东阿集团和临清线路。在产品设计中，增加了更多文化体验和康养元素。例如，在太谷线路中，增加了康养讲座和传统中医体验；在山东线路中，安排了阿胶制作体验和运河文化深度讲解，并且提供个性化服务，游客可以根据自己的兴趣和时间自由选择行程，我们提供一对一服务。”中国妇女旅行社副总经理赵悦介绍。

航旅纵横的数据印证了清明假期旅游市场的火热。截至3月18日，国内航线机票预订量超105万张，比去年同期增长约12%；入出境航线机票预订量超48万张，比去年同期增长约24%。值得关注的是，清明假期国内前往北京的机票预订量超8.8万张，同比增长约10%。旅客主要来自上海、成都、广州、深圳、昆明。

“春节后，荷兰连线产品增加了几十条。荷兰—比利时10日游，法国—荷兰—比利时—卢森堡—德国12日连线游以及20日深度连线游等产品受到游客青睐。3月日本赏樱季也吸引了不少游客，反馈较好的线路是日本富山—大阪—东京双飞8日游，东京—大阪—富士山—白川乡—宇治7日游，价格同比下降了10%左右。从预订情况看，这一系列产品的热度有望延续至五一假期。”途牛相关负责人表示。

广之旅的收客数据显示，哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦两个小众目的地的市场关注度显著提升，相关产品预订量同比增长了340%。随着中亚航空、阿斯塔纳航空开通广州至中亚的航点，预计春季这两个目的地的热度将继续攀升。

虽然距离五一假期尚远，但是来自多家旅行社的信息显示，五一假期预订已经开始。“从目前的预订情况看，五一假期出游预订人次超去年同期近70%，小众目的地越来越‘大众’。卡萨布兰卡、克罗地亚、阿塞拜疆等一系列小众出境游目的地，成为五一假期出境游热门之选。”上海春秋相关负责人介绍。

“我们对清明乃至五一假期市场充满信心，期待为游客带来更加精彩的旅游体验。”赵悦的回答代表了众多业者的心声。

（上图为游客在成都新津花舞人间景区游玩，下图为游客在中国天府农业博览园赏花。本报记者 陈晨 摄）