

专家解读

全岛封关运作赋能国际旅游消费中心建设

□ 特约评论员 马振涛

海南全岛封关运作是海南跃升为国际旅游消费中心的强大引擎。在有为政府与有效市场、高效监管与一流服务的共同作用下，一个以“消费驱动+制度开放”为双引擎的国际旅游消费中心正呼之欲出。

国新办前不久举行新闻发布会，介绍海南自由贸易港建设有关情况。会上介绍，海南自贸港全岛封关运作将于2025年12月18日正式启动。封关运作是海南自贸港建设的核心标志和制度基石，是海南自贸港建设实现从起步布局到全面实质性运作的“关键一跃”，也是海南旅游业重塑发展格局、深度融入全球产业链的战略机遇。其释放的开放红利，有望深度重构海南旅游业的底层逻辑与发展潜能，助力海南国际旅游消费中心建设踏上新征程。

“零关税”重塑“购物天堂”核心竞争力。封关后，“零关税”政策覆盖范围扩大，将直接、显著地降低高端消费品、奢侈品、电子产品、酒类、化妆品等商品岛内流通成本和终端售价，叠加离岛免税政策优化预期，海南作为“购物天堂”的磁吸效应有望显著增强。

“自由便利”畅通全球客源大动脉。人员进出自由便利是封关的核心要义。海南已拥有全国较优的出入境便利政策体系。封关后，相关签证政策有望进一步放宽，结合海南加密国际航线、优化通关流程，将大幅提升国际游客出入境便利度，提升全球可达性。

“低税率”汇聚全球高端产业要素。税率政策持续升级，高度开放的投资环境，强力吸引国际知名酒店集团、高端餐饮品牌、顶级娱乐运营商、前沿医疗机构、优质教育机构入驻，可以极大丰富海南旅游产品高端化、多元化供给，提升海南旅游服务国际水准和品牌影响力。

作为我国唯一的热带海岛省份，海南拥有碧海蓝天、银色沙滩、葱郁

雨林、珍稀动植物、火山温泉、多彩民族文化等极其丰富且独特的旅游资源，家底厚、底气足，为发展全时、全域、多元体验旅游消费提供了不可复制的条件。近年来，海南旅游市场规模持续扩张。2024年全省接待游客9720.78万人次，同比增长8%，创历史新高；游客总花费达2040.14亿元，同比增长12.5%；接待入境游客111万人次，同比增长115.6%。离岛免税作为海南的独特招牌，2021年4月至2025年3月16日，海关共监管离岛免税购物金额约2501亿元，购物人数约4500万人次，彰显了巨大的发展动能和潜力。

海南正加速从观光旅游向复合型、体验式旅游转型，主要表现为：“免税+”能级跃升，“免税+演艺”模式、“免税+会展”联动模式活力尽显；“文旅体商展”深度融合效果显著；低空旅游、航天旅游、康养旅居、赛事引流等新业态、新场景层出不穷；同时，旅游消费环境持续改善，对标国际打造“放心消费在海南”服务体系，引入“五感”沉浸式场景，持续提升国内外游客体验，收获了广泛认可。

封关机遇巨大，但转型绝非坦途，海南旅游业仍面临多重挑战，如区域竞争白热化，海南在国际客源总量和结构上将面临国内外更加激烈的竞争；消费动能承压，离岛免税购物政策边际效应显现、内生增长动能有待加强；国际游客激增对海南基础设施、高端酒店接待能力、国际化旅游服务人才、公共服务等构成巨大压力；确保“二线”管住和游客服务便捷高效，考验着监管能力；国际化市场主体增多也对旅游市场监管、消费者权益保护、价格透明监管等提出更高

要求。迎接封关时代，实现海南旅游业高质量发展，需持续打破政策关、硬件关、服务关，着力在“文旅+”与“国际化”上破局，构建核心竞争力，打造世界级标杆。

海南需做深做实“文旅+”大文章，激发全域消费潜能——

以“旅游+服务”筑牢“放心游”基石。将“旅游服务质量提升年”行动落到实处，深化十大专项行动；健全旅游市场监管、应急处置机制，强力推行“放心消费在海南”全流程一站式服务体系，让“放心游、舒心游”成为海南的闪亮名片。

创新“文旅+”场景催化融合。推动免税、旅游、康养核心产业深度互融。持续优化政策，丰富高端商品及本土文创供给，持续深化“免税+演艺/会展”模式探索。依托环岛旅游公路、热带雨林公园，打造全域“5A级景区式”空间；发挥博鳌乐城“医疗特区”优势，针对“候鸟人群”发展中医养生、温泉/森林康养。

深化文旅旅商展联动。大力发展旅游演艺，创新巡游演艺、即兴自由演艺、移动剧场沉浸式演出、公共空间小剧场；繁荣节庆会展，发展影视产业；升级体育赛事，办好环岛自行车赛、帆船赛、高尔夫公开赛、马拉松等传统赛事，引入FE电动方程式、电竞等时尚赛事，做大“体育冬训天堂”品牌。

繁荣夜经济与乡村旅游。延长景区、文化场馆、商业街区营业时间，布局全岛夜经济集聚区；加强椰乡乡村旅游点建设，让游客深入体验海南风土人情；以科技赋能新体验，大力发

展航天研学、数字旅游、游戏IP联动旅游等，吸引年轻客群。

海南需全力锻造“国际范”，跻身世界一流旅游目的地——

优化政策，拓展空间。积极争取免签政策再优化，如扩大免签国家范围、延长停留期、扩大事由范围，保持出入境便利全国较优地位。持续加密和拓展国际航线网络。

升级服务，对标一流。推进基建国际化，加速提升机场、港口等交通枢纽容量和效率，增加高端酒店供给，完善多语种标识系统、多语言翻译服务。实施支付便利化，推广普及“海南放心付”，提升移动支付、信息咨询、医疗救援等服务国际化水平。

项目引领，塑造品牌。突出海南独有的热带海岛、生态雨林、黎苗文化、海洋文明等特色资源，打造国际文旅IP，建设高端医疗旅游产业园、航天主题公园、游艇产业集群、热带雨林康养基地等。

精准营销，全球引流。通过设立海外旅游推广办事处和“阳光海南”品牌门店，构建全球营销网络。利用数字化手段精准触达国际目标客群，如东南亚、俄罗斯、中东、欧美、日韩、澳台、医疗旅游客群等，传递“快乐、健康、科技”的海南新形象。

山海有约，未来已来。海南全岛封关运作是海南跃升为国际旅游消费中心的强大引擎。在有为政府与有效市场、高效监管与一流服务的共同作用下，一个以“消费驱动+制度开放”为双引擎的国际旅游消费中心正呼之欲出。海南作为我国对外开放的前沿窗口，正向世界展示中国式现代化在旅游消费领域的生动实践与无限可能。

观察

以研学旅游为牵引 拉动暑期市场增长

□ 特约评论员 王德刚

暑期是一年旅游市场最旺的季节，且由于正值学生假期，也成为适合研学旅游和家庭旅游的重要时间段。对于许多旅游目的地而言，做好、做足暑期旅游，就稳定了全年旅游市场的基本规模；而做好、做足暑期研学旅游，就稳定了整个暑期旅游市场的基本盘。

从某种意义上说，当前，研学旅游正成为激发文旅市场活力、促进文旅市场增长的重要抓手，各级文化和旅游主管部门、文旅企业需要因地制宜，围绕资源整合、产品创新、品牌塑造、服务提升、安全保障等不断发力，努力将研学资源“势能”转化为旅游市场消费“动能”，以研学旅游发展为牵引，拉动暑期旅游市场增长。为此，以下几个方面值得关注。

第一，创新研学旅游内容，开发差异化的“知识产品”，激发暑期研学旅游消费潜能，促进市场规模增长。研学旅游是以知识供给为核心要素、整合其他资源和服务形成的主题化旅游产品。针对学生群体的研学旅游产品一般分为两类：一类是与中小学生学习相结合、以综合实践为主要形式的公益性“知识产品”，主要在日常学习期间结合教学进度进行；另一类是通过市场化手段进行开发的主题化、个性化“知识产品”，主要集中在假期。两者的共同特点是：以知识性内容为核心要素，为学生提供能够促进知识增长和素质养成的主题化产品。开发暑期研学旅游产品，应注重知识内容创新、知识表达形式创新和服务模式创新，形成与常规研学旅游产品错位或差异化的知识供给，这样才能有效激发学生群体及其家庭的消费潜能。各地应根据自身自然、文化、科技、产业等资源禀赋，开发针对不同年龄段和知识层次的特色化研学旅游产品，用丰富的知识供给，促进研学旅游市场规模增长。

第二，注重打造特色化研学旅游品牌，着力提升研学旅游产品的知名度和吸引力。从旅游目的地和主办机构、文旅企业的角度看，全国各地都在大力开发暑期研学旅游，产生竞争是不可避免的。各地在做好产品和服务创新的同时，应强化品牌意识，用极具地域特色、产品特色、主题特色、服务特色的研学旅游品牌来提升产品的知名度和吸引力，并通过品牌特色形成消费市场产品的辨识度，便于消费者更加

精准地选择产品。例如，近期，山东推出“好客山东·见识齐鲁”2025年暑期研学旅游品牌，四川推出“2025年暑期研学旅游季”，河南洛阳推出“研学洛阳·读懂中国——2025洛阳暑期研学旅游季”。这些品牌推出后，相关研学旅游产品在市场上引起了积极反响，对提高研学旅游产品影响力和帮助消费者精准筛选产品起到了非常积极的作用。

第三，提高服务质量，以高质量的内容解说提升研学产品品质。研学旅游是一种特殊的知识类产品，资源、场景、素材、道具等硬件条件固然重要，但服务模式、服务水平，特别是以研学导师为载体的解说服务，更是发挥着不可替代的作用，甚至对整个产品品质起着决定性影响。而在暑期研学旅游相对集中的时间段，高水平的研学导师又可能出现供给不足现象。因此，无论是对于各级文化和旅游主管部门，还是对于各类研学机构而言，除了日常培养、储备足够的高水平研学导师和相关服务人员外，还要注重创新服务模式，在高校、科研机构、相关企业技术人员中聘任和培育兼职研学导师，并纳入统一管理体系，以充分保证研学旅游知识供给的专业性和服务的高水平，保障研学产品品质。

第四，多部门政策协同，共同促进研学旅游健康发展。研学旅游涉及的领域和相应的管理部门很多，除文化和旅游主管部门外，还涉及教育、科技、工信、交通运输、市场监管等诸多职能部门。促进研学旅游高质量发展，目标一致、政策协同、形成合力是关键。从行业管理的角度看，不同部门有不同的职责，严格监管是正常履职。涉及人身和财产安全的交通、消防、自然灾害等部门，应按照相关标准和规范，严格把关，坚决守住安全红线，绝对保障消费者人身和财产安全。同时，各相关部门也应本着主动参与、积极促进的态度，不加码设限，主动从政策和行动上给予支持，采取实质性措施，聚力促进研学旅游健康发展。

总之，暑期是一年旅游市场的关键时间段，暑期研学旅游既关系到学生群体的成长，又能够影响到旅游市场的发展，我们应从丰富知识供给、强化品牌塑造、提升服务质量等方面采取综合措施，大力推动研学旅游高质量发展、促进旅游市场规模增长。

时评

期待越来越多景区“一票游多日”

□ 黄鹤权

据光明网报道，近日，有网友建议河北承德在避暑山庄景区推行“一票多日有效制”。这一建议在网络上引发热议。事实上，国内多地景区已陆续推出类似措施。比如，广西A级旅游景区于2025年3月17日开始实施“一票3日使用制”；安徽黄山近期将门票有效期延长至3天；江西庐山景区自2023年9月1日起实行“一票多次多日使用制”，7日内有效。

“一票游多日”的核心价值在于打破了传统景区“一次性消费”的桎梏，让旅游回归“体验本质”。通常情况下，门票有效期为1天，不少游客为“值回票价”不得不走马观花，比如一大早起床赶早班车，中午啃着面包爬山，傍晚拖着疲惫的身体赶在闭园前打卡所有“必去景点”。这种方式看

似高效，却无法让游客充分感受风景里的故事，体验目的地的文化。黄山景区工作人员曾坦言，很多游客连西海大峡谷的全貌都没看完，就下山了。而“一票游多日”措施，给了游客“慢下来”的权利：可以在山水间发呆，可以体验当地生活，可以围着篝火听老故事。这种“不赶时间”的体验，让旅游从“打卡任务”变回“身心放松”，正如一位游客在社交平台分享的：“以前去黄山是‘完成任务’，现在是‘享受过程’，同样的风景，心情完全不同。”

从经济模式看，“一票游多日”是景区摆脱“门票依赖症”的关键一步。更深层的意义在于，“一票游多日”可以推动旅游目的地从“单点景区”向“全域生态”的转型。而“一票

游多日”措施天然要求“景区与周边联动”——游客要在当地住下来，就需要干净的民宿、可口的饭菜、便捷的交通、丰富的夜间活动，这就倒逼地方政府和企业改善全域旅游环境。这种“景区带全域”的效应，可以让旅游业从“点上受益”变成“面上繁荣”，也能够让当地居民更好分享到旅游发展的红利。

当然，“一票游多日”措施要落到实处，还需配套举措，避免“一票游多日”措施“空转”。个别景区虽推出多日票，但在内部交通、二次消费等环节设置障碍。比如，游客二次进园需重新购买观光车票；持多日票游客抢不到热门时段门票。这些会让“一票游多日”效果大打折扣。因此，景区需要同步优化服务。比如，统一多日

票的配套权益；完善预约系统，保障多日游客的合法权益；加强员工培训，避免因“多日进出”增加管理成本而出现服务质量下降。地方政府也需牵头建立“景区一周边”联动机制，比如推出“多日票+民宿折扣”“多日票+交通接驳”等组合产品，让游客“留得住、玩得好、花得值”。

随着国民旅游需求从“有没有”转向“好不好”，从“看风景”转向“品生活”，那些只靠门票赚钱、不重体验的景区必然会被淘汰。而懂得“让利换市场”“服务换口碑”的景区，才能在竞争中立足。实践证明，当旅游回归“体验本质”，当景区跳出“门票依赖”，不仅能让游客更满意，也能让旅游业更可持续。

总之，“一票游多日”的意义，远不止于门票的有效期延长。它是对“旅游本质”的回归，可以让人们有机会慢下来感受风景；它是对“经济模式”的升级，可以让景区从“一锤子买卖”走向“长久共赢”；它是对“区域发展”的带动，可以让旅游红利惠及更多人。当越来越多的景区加入“一票游多日”行列，我国的旅游业必将迎来更有温度、更有活力的未来。

来论

“飞天旅拍”火热 诠释诚信待客之道

□ 王琦

据《工人日报》报道，今年暑期，敦煌旅拍市场持续火热，当地文化和旅游、市场监管等部门及行业协会共同规范引导行业健康发展。目前，当地旅拍行业已经实现了门店服务价格透明，建立了旅拍衣物消毒记录和化妆品“一品一码”溯源系统，可以让游客放心消费。敦煌旅拍行业还积极打造多元消费业态，更好满足不同游客需求。

敦煌，这座承载着千年历史的丝绸之路古郡，正凭借“飞天旅拍”这一独具特色的IP，努力从“网红”变为“长红”旅游目的地。而在这股旅拍热潮的背后，诚信经营的力量如同沙漠中的清泉，默默滋养着行业的可持续发展。

过去，旅拍市场常常因隐性消费、价格模糊等问题而饱受诟病。敦煌旅拍行业也曾面临类似的困境：部分商家以低价吸引游客，却在服装、化妆、精修等环节层层加价，导致游客体验大打折扣。如今，敦煌通过推行明码标价制度破局。所有门店均强制公示“旅拍服务价格明细表”，拍摄时长、服装套数、精修张数等关键信息一目了然。价格透明化不仅让游客能够放心消费，更促使商家回归服务本质，以品质竞争替代价格战。正如一位经营者所言：“诚信是敦煌旅拍的底色，只有让游客明明白白消费，才能赢得回头客。”

旅拍涉及服装租赁、化妆品使用等接触环节，卫生问题曾是行业的一大痛点。敦煌旅拍行业创新性地建立了“一衣一码”消毒追溯系统，每件服

装的清洗消毒记录均可通过扫码查询，定期公开的视频可以让游客“眼见为实”。同时，化妆品实施“一品一码”溯源管理，第三方机构对口红、粉底液等高频用品进行成分检测。这些举措看似增加了运营成本，实则是对消费者权益的郑重承诺。当游客看到化妆台前扫码即可查验的质检报告，当家长放心地为孩子挑选旅拍服装时，信任的种子便在细节之中悄然生根发芽。

敦煌旅拍的成功，不仅在于规范化的监管体系，更在于其以诚信为纽带构建了覆盖大众消费与高端定制的分层服务体系。大众套餐以标准化流程服务学生、情侣等群体；主题定制则通过沙漠别墅、专属团队等差异化服务吸引高净值人群。消费分级并未割裂市场，反而因诚信经营形成了良性互动——大众市场通过口碑传播扩大影响力，高端定制以品质服务树立行业标杆。

敦煌旅拍的爆发式增长，本质上是诚信力量与市场需求的同频共振。当文化和旅游、市场监管、应急管理等部门联合开展地毯式排查，当行业协会发起“诚信领航”倡议，当商家回归服务本质，以品质竞争替代价格战。正如一位经营者所言：“诚信是敦煌旅拍的底色，只有让游客明明白白消费，才能赢得回头客。”

莫让游客的心 寒了 莫让游客的心 寒了 莫让游客的心 寒了



据媒体报道，近日，有博主反映内蒙古自治州呼伦贝尔市海拉尔区一餐厅涉嫌使用阴阳菜单，本地游客消费羊肉花费198元，外地游客却需要支付298元。海拉尔区市场监督管理局于8月2日立案调查，4日确认该店存在“利用虚假价格手段诱骗消费者交易”违法行为，依法下达了《行政处罚告知书》。

视觉中国 供图