

中国入境游万亿空间已现

携程孙洁：应提速打造国际旅游热门目的地

随着全球旅游热度的持续释放，我国入境游也迎来较快增长，国家移民管理局数据显示，“五一”期间，入境游客312万人次，入出境游客626.5万人次，为2019年同期的59.2%。携程通过对该时段的数据分析发现，“00后”外国游客成为入境游客主力，泰国、日本、新加坡都是中国入境游最热门的客源国，中国入境游正在迎来新的增长机遇。

“随着国际之间的旅行热度提升，各国都在抢跑入境游恢复，中国入境游的复苏进度也在加快。”携程集团CEO孙洁表示，“入境游在带来外汇的同时，可以增加就业岗位，提升国际地位，传播中国文化，促进各国交流及世界和平。携程正在积极行动，助力国内多个省市打造全球超级目的地。”

1 国际旅游利好经济作用明显 各国铆足力气抢游客

旅游业一直是全球经济的重要组成部分。数据显示，世界上每10人中就有1人从事旅游相关行业。在全球旅游业复苏过程中，目的地国家的竞争加剧，都希望由此带动就业和相关经济增长。

公开数据显示，2019年泰国入境游收入占GDP的11.9%，而泰国国家旅游局近日公布的2023年一季度旅游业相关数据显示，1月1日-3月31日，泰国累计接待外国游客同比增长12倍，创收2562亿泰铢（约合人民币517亿元）。泰旅局预计，2023年全年接待国际游客人数将超过2500万人，旅游业收入目标定为2.38万亿泰铢（约合人民币4800亿元）。基于此，泰国政府总理甚至亲自到机场接机中国游客，行业发力打造中高低端各消费水平产品，全方位提振旅游消费。

与泰国相比，西班牙在入境游方面也加强了吸引力，2019年

西班牙入境游收入约占GDP的7.1%，超过8178万入境旅游人次，带动旅游成为对西班牙经济贡献最大的行业，是另一重要产业汽车行业的3倍多。旅游业也为西班牙创造了大量的就业机会，带动283万就业人员，位居全国第二。世界旅游业理事会(WTTC)预估西班牙旅游业GDP将每年提高2.5%，是同期西班牙国内生产总值(1.2%)2倍。

在东南亚，新加坡的国际旅游收入排名第三，仅次于泰国和马来西亚，2019年达到204亿美元（世界银行，2019年）。当下新加坡旅游业也正在稳健复苏，今年一季度接待游客超290万人次，相当于2019年同期的三分之二。游客停留时间比2019年同期有所延长，由平均3.34天增加至3.97天。新加坡旅游局预测，今年国际游客量将达1200万人次至1400万人次，旅游收入预计达180亿新元至210亿新元。

2 中国入境游增量空间巨大 签证便利待提升

“随着3月底入境跟团游的全面放开，携程海外客人对中国目的地的关注度在持续走高。”孙洁表示，“目前因为签证办理的便利度、航班运力尚未完全恢复等因素，使整体恢复面临一些短期的阻力。”

据中国旅游研究院数据，2019年外国人入境游收入约占我国GDP的0.5%，对比泰国、日本、新加坡等国家和全球各主要经济体，我国入境旅游潜力巨大，如提升至国际中值的1.5%的比例，将至少带来近1.3万亿元的增长空间。“这样的提升，对我国劳动人口就业、经济增长、行业高质量发展都具有重要意义。”孙洁说。

孙洁介绍到，提升入境游发展，首先是签证便利度的提升。签证是吸引入境游客的起点。和周边其他国家相比，中国签证便利化程度还有待进一步提高。在当下出入境恢复期，很多需要线下面签的需求积压，用户需求不能快速释放。而电子签证或免签则可以极大缓解这种情况。

从国际经验来看，对中国公民实行免签、落地签、电子签的国家都在入境游上获得了快速的增长，如第一个对中国公民开放电子签证的新西兰，在2019年接待了超过40万中国游客，中国也因此一跃成为新西兰第二大海外游客来源国。日本、韩国、泰国和新加坡等国家对欧美国家游客普遍施行免签21-90天的政策，也极大地促进了本国入境游增长。沙特从2019年对包括中国在内的49国开放旅游签证，仅仅两个月内共吸引15万名游客，4天免费电子签证，3分钟光速出签，带动旅游成为沙特的支柱性产业之一。

“很多国家开通了电子签证，并将签证时间大大缩减，极大地提升了对全球游客的吸引力。我们或许可以借鉴这种方式，通过分国家、分地区的逐步放开来增加入境游客增长。”孙洁还提到，中国国家政策也在不断优化，如5月1日起允许对APEC商务旅行卡替代签证，允许APEC商务卡虚拟卡持卡人入境，这些都是入境游的积极信号。

4 加大对美好中国的传播 是旅游全行业共识

WTTC 总裁兼首席执行官 Julia Simpson 曾表示：“当前旅行需求呈现出前所未有的强势复苏，2023年旅游业将迎来强劲反弹，旅游业的表现将十分令人期待。”中国旅游业整体持续升温，是经济向好的积极信号，持续保持这种良好态势，可以促进就业，拓宽高质量消费空间，让越来越多人分享发展红利，为国家经济整体发展注入强劲动能。

“外国游客的回归会促进全产业链的发展，对相关目的地的文旅消费起到一定带动作用，同时也有助于促进国内旅游产业的提质升级。”孙洁在谈到入境游时表示，“特别是在今年这一旅游复苏元年，不仅仅是各个国家在竞争，中国各旅游目的地也都在海外舞台上积极行动，树立大国形象。携程也在加大与海外目的地的合作，提升中国旅游形象在国际社会的整体影响力。”

据介绍，携程正在加大中国旅游在国际上的传播，并与多个海外目的地展开深度合作，用世界语言展现中国友好、安全、现代化的整体形象。“根据我的观察，外国游客到中国的旅游体验绝大多数超越预期，只要他们来过中国，他们就会愿意向身边的亲友推荐，旅游是中国最好的名片。”特别是在当下，外国“00后”已经成为中国入境游的主力，他们更容易通过网络获取旅游信息，他们更关注流程和服务的便利。

“中国是非常值得向全世界推荐的旅游目的地。有规模化的现代化城市，有世界上最丰富的自然风光，有先进的科技发展业态，有国际水准的高星级酒店群和交通基建，都值得全世界人来体验。携程将继续与社会各界共同努力，加大美好中国的传播，助力入境游成为经济增长的助推器。”孙洁表示。

3 航班运力与支付、 外语基建等急需补缺

孙洁还指出，入境游因其产业周期长、上下游协同多，导致入境游整体恢复较出境和国内游更缓慢。同时与周边其他旅游国家相比，它们入境游开放时间比中国更早，这也导致周边邻国的入境游客虹吸效应在短期内仍然比中国强。

从行业发展视角来看，当下除了签证政策之外，航线运力的恢复也是制约入境游整体恢复的因素之一。据FlightAi市场洞察平台数据，截至3月30日，中国入境航班架次仅恢复至2019年三成以上。距离2019年整体运力水平还有较大差距。

“我们可选的航班数量还比

较有限，出发的城市很少，在机场办理值机时，排队队伍长，耗时很久，机舱近乎满员。如果航班多了，我想这些问题会得到极大缓解。”本周内一位自日本前来中国出差并旅行的游客表示。

再次，支付等基础设施的建设也同样重要，对入境游客支持 PayPal 等支付方式，或试点支付宝微信开放绑定万事达卡、维萨卡等国外银行卡，也可以较好地提升旅游过程中的体验，还可以最大化将旅游过程中的消费留在国内。“当然，也包括为入境外国游客提供英文指引、中英文导游等服务，都可以提升外国游客在中国旅游中的感受。”孙洁认为。