

文化产业信息动态

2024 年 第 37 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2024 年 12 月 23 日

目 录

- 1.入境游再添政策“东风” 行业痛点蕴藏新市场、新机会
- 2.凤凰古城提升服务迎入境游热潮

入境游再添政策“东风” 行业痛点蕴藏新市场、新机会

来源：中国经济网 2024 年 12 月 20 日 魏金金

当前，免签政策已成为吸引外国游客来华的“流量密码”。国家移民管理局 12 月 17 日举行新闻发布会，宣布了一系列放宽优化过境免签政策的措施，这些措施包括延长过境免签外国人在境内停留时间至 240 小时，增加 21 个口岸为 240 小时过境免签人员入境口岸，以及扩大政策适用省份至 24 个。

数据显示，2024 年三季度，中国各口岸入境外国人人人数同比上升 48.8%，其中通过免签入境同比上升 78.6%。前段时间，中国已同 26 个国家达成全面免签。从去年年底至今，我国先后对法国、德国等 38 国单方面免签，对 54 国实行过境免签，同 157 个国家和地区缔结互免签证协定。

免签政策给了外国人来华旅游的机会，“city 不 city”一度成为网络热词的同时，外国游客中的“回头客”也越来越多。在去哪儿平台上，今年使用非中国护照预订国内航线间机票的旅客预订量，同比 2023 年增长近 2 倍，有超过一成的外国游客来了第二次。

政策红利持续释放

据记者了解，今年以来，各地为发展入境游，不断推出富有文化底蕴的旅游体验项目和活动，丰富入境游客可体验的文旅场景和内容。12 月初，四川省文化和旅游厅携手 21 个市州推出 10 条入境游精品线路，宣讲入境游激励政策，助力入境游高质量发展；10 月、

11月，安徽和河南两省文化和旅游厅、省财政厅先后联合印发关于促进入境旅游发展激励办法；7月，重庆市文化和旅游发展委员会会同重庆市公安局出入境管理局上线“文化惠游重庆”——入境游口岸签“一网通办”应用。

为进一步提高入境游客来华旅行便利度，今年4月，中国人民银行、文化和旅游部、国家外汇管理局和国家文物局联合印发《关于进一步优化重点文旅场所支付服务 提升支付便利性的通知》。

外国游客来华旅游愈加便利的同时，入境游客的旅游偏好和消费趋势也开始呈现出新的变化。今年9月，中国旅游研究院发布《中国入境旅游高质量发展报告》显示，当前入境旅游市场呈现4个特征：一是散客化趋势愈加凸显；二是入境游客体验内容更有深度、更加生活化；三是更多入境游客进入相对小众的目的地；四是国际游客旅游决策更多受到社交媒体的影响。

尤其是如今各国居民通过 Facebook、YouTube、Instagram、TikTok 等社交媒体对中国和中国旅游有了更深入的了解。这一趋势促使国内和入境游客的偏好更加趋同，中国游客喜爱的古装造型旅拍等体验项目成为越来越多入境游客的选择，广场舞观赏、农贸市场打卡等甚至成了不少外国游客感兴趣的体验项目。相较于北上广等国际化程度较高的一线城市和一些驰名海外的特色旅游城市，随着县域旅游基础设施的日益完善，特色县级城市开始成为入境游客的新选择。”

痛点蕴藏新市场、新机会

尽管中国入境游市场正在迅速复苏，但也面临着一些痛点和难

点。如当前我国外语导游仍存在较大缺口，特别是小语种导游，且现有外语导游年龄结构已显现“断层”趋势。有数据显示，目前全国约有 66 万持证导游，中文导游占比约 91.6%，外语导游占比仅约 8.4%。地方文旅部门亟需加大对外语导游的培养力度，扩大外语导游队伍，同时出台激励政策，鼓励导游提升外语水平与业务能力，结合地方实际研究对小语种导游给予补贴或奖励等措施。

此前，中国旅游集团旅行服务有限公司总经理助理、中国旅行社协会入境旅游分会会长张克雄就曾表示，中国入境游的未来发展方向将呈现去中介化、散客化、碎片化、标准化、个性化、数字化等特点。如今，很多海外客户要求中国入境游地接社们开发新线路，或者是在传统线路基础上增加更多新旅游目的地。如何更好地满足海外游客碎片化、多元化、定制化的需求，也是当前入境游市场主体需要思考的问题。

国家金牌导游、京骑文化联合创始人窦俊杰表示，入境游目的地碎片化产品目前尚属于小众产品，在 OTA 等大平台上不容易获得流量推荐，在机场、高铁站等海外游客聚集的地方无法快速获得审批，这些都容易导致需求与供给的错位。

此外，用科技、数字化布局已经成为各旅游企业创新发展的方向之一。入境游企业需充分利用互联网技术，加强对 AI 的学习和理解，提高业务操作效率。

“我本人为入境游拍过很多代言视频，不光是我，我们还有很多的 KOL，（来自）日本、韩国的一些 KOL，也是用他们的角度介绍中国，这个是我们未来在社交媒体上推广中国做的一点尝试。”

携程集团联合创始人兼董事局主席梁建章在 12 月 18 日携程集团全球合作伙伴峰会上表示，当前，我国签证便利化水平不断提高，酒店性价比高，入境游发展潜力非常大，但“万事俱备只欠东风”。其所谓的“东风”就是“宣传”，中国的旅游企业需要思考怎样把自己的产品推销到海外去，“我们只是需要再推一把，把我们好的产品、好的服务（推出去）让全世界知道”。

相信随着中国“免签朋友圈”扩大、免签停留期限延长等多重政策和通关便利的效应释放，外国游客来华旅游将更加便利，旅游体验更加优质、多元，中国入境游市场也将实现更高质量的发展。如外交部发言人林剑在 12 月 17 日主持例行记者会时谈到，欢迎更多外国朋友们继续“种草”中国，更多来实地感受“不到长城非好汉”的历史沧桑，“水光潋滟晴方好”的自然壮美，“星汉灿烂、若出其里”的先进科技，以及“晚来天欲雪，能饮一杯无”的人文情怀。

凤凰古城提升服务迎入境游热潮

来源：团结报 2024 年 12 月 17 日

原标题：凤凰于飞迎远客 古城倾意绘锦程——凤凰古城提升服务迎入境游热潮

团结报见习记者 黄新媛 团结报全媒体记者 龙俊玉 特约全媒体记者 黄文渊

“这几年，来凤凰古城的东南亚游客特别多，他们很喜欢凤凰古城的厚重历史、传统建筑和美食民宿。”12月12日，凤凰古城凤凰城牌坊旁，正在为泰国游客讲解凤凰历史文化故事的湖南中铁国际旅行社导游黄坚说，他从业10年，今年入境游的火爆程度超出他的预期。

已是冬季，凤凰古城下着细雨，烟雨中呈现出别样的朦胧之美。来自泰国的游客们一路上不断赞叹，纷纷拍照留念。黄坚说，他们公司今年东南亚入境游产品卖得很好，虽然凤凰的气温越来越低，但客单依然不断，他认为这主要是得益于国家的免签政策。

从2023年初开始，我国不断出台或恢复的各类免签政策，成为今年入境游持续升温的直接动力。今年以来，凤凰古城旅游品牌的国际影响力提升，截至目前，凤凰古城接待入境游客超过20万人次，入境游客的来源地更加多元化，来自欧美、澳洲等地的游客数量明显增加。10月，凤凰古城入选中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）发布的“入境游客喜爱的十个名城古镇”。

做好入境游，宣传推广是“面子”，服务体验是“里子”。如

何与国际接轨，承接这波汹涌而来的国际游客，凤凰县文旅人在服务上下功夫、在细节上显态度，做了许多努力。

入境游的第一道障碍是“语言关”。

“在申请国家 5 A 级景区的同时，我们对景区基础设施、指示路标和景点讲解都做了统一升级，换上了中英韩三语版本。”凤凰古城景区管理处纪工委书记陈少华说。

如今的凤凰古城里，涵盖买票、租借服务、导游讲解、公共设施等全方面内容的中英韩三语标识已全覆盖，真正实现外籍游客在景区内不迷路、不茫然。

入境游的第二道障碍是“支付关”。

建设银行在凤凰游客集散中心新设 2 个银行自助网点，中国银行在凤凰县营业网点内新增 1 台自助兑换机，截至目前，凤凰县共有 5 家外币代兑点，数量居全州各个县市之首。此外，景区 200 余个商家安装了 POS 机，支持刷卡消费。

“目前，我们还在与商户合作，积极推广‘先消费后兑换’的支付方式。”陈少华透露，‘先消费后兑换’指的是外籍游客用外币在店铺消费结算，商家再到银行直接兑换为人民币。

入境游的第三道障碍是“文化关”。

如果说景区指示讲解设施是打破语言隔阂的基础，那么导游作为直接与外国游客沟通的“使者”，在游客的文化理解上起到了关键作用。走进位于南华里的凤凰古城游客服务中心，沟通无障碍是外籍游客的第一感受，多种语言的景区讲解手册免费领取。在预约导游名单上，英语、韩语、日语都有相应的导游可提供服务。

“外语导游是采取合作制，与旅游公司合作，并非景区全职的外语导游，因此需要提前一天预约。”陈少华说，随着入境游的市场逐渐扩大，未来可能会催生出更多的外语导游岗位需求。

对于入境游市场的未来，凤凰文旅人满是干劲也充满信心。正如凤凰古城文化旅游投资股份有限公司营销总监田波所说：“国际化的道路上，我们的服务刚刚起步，希望能够用我们十足的诚意提升游客体验感，让全世界游客在凤凰宾至如归。”

（编辑 杨珠峰）