

出境游火热升温

中国经济网记者 杨秀峰 魏金金

龙年春节长假,很多人选择以旅游的方式欢度佳节。受益于春节长假以及签证利好政策等,出境游复苏势头尤为强劲。

2023年2月6日起,我国试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家出境团队旅游和“机票+酒店”业务。市场重启一年来,出境游的情况如何?记者对此进行了采访。

从2023年中秋国庆“超级黄金周”到2024年“最长春节假期”,人们出境旅行的热情不断升温,出境游业务持续恢复。

同程旅行网发布的《2024中国居民出境游需求趋势前瞻》显示,随着国际航班的快速恢复和主要目的地签证政策的优化,居民出境游意愿显著增强,超六成受访者表示一年内有出境游计划。中国旅游研究院预测,2024年我国入出境旅游市场的复苏进程将进一步加快,全年入出境旅游人次和国际旅游收入将分别超过2.64亿人次、1070亿美元。

春节假期订单量大增

今年1月,我国和新加坡、泰国相继签署互免签证协定,我国对外单方面免签和互免签证的力度不断加大。26岁的乔珍和朋友第一时间搜索了去新加坡旅游的机票、住宿、环球影城门票等相关信息。从新加坡旅行回来的乔珍告诉记者:“幸亏我们早早下手把行程安排好,这次玩得非常不错。”

正在泰国错峰出游的赵静说,“我计划在孩子18岁前带她多体验一些国内外著名的亲子酒店,可惜过去几年没能出境。今年正月初五,我带孩子到了泰国,准备在普吉岛多玩几天。不需要签证,玩得开心也省心。”

受益于春节长假以及签证利好政策等,出境游复苏势头强劲。2月17日,飞猪旅行发布的《2024春节假期出游快报》显示,甲辰龙年春节假期出境游创下近4年峰值,预订量同比大增近10倍。

记者调查发现,2024年出境游市场普遍被业内看好。携程数据显示,春节期间携程出境用车订单较2019年增长53%,境外景区门票订单较2019年增长超130%。其中,新加坡、泰国、马来西亚等免签国家旅游订单增长较高,合计较2019年增长超三成。其他近途出境目的地中,中国香港、中国澳门、日本、韩国等均较2019年实现增长。

携程研究院认为,以春节为起点,入出境旅游将驶入复苏快车道,入出境旅游供应链也将加快修复。

春节出境游不断回温,一方面是因为经过2023年“五一”、端午、中秋国庆黄金周等假期,游客已逐步恢复出游信心;另一方面是随着国际航线、目的地供应链逐步恢复,出游条件更加成熟,人们出远门旅行的需求得到进一步释放。

北京市大兴区一位从事出境游领队工作的旅行社人员告诉记者,2023年以来,他们的业务量总体好于过去几年,但与2019年相比还有一定差距。她表示,不少国家和地区在2024年春

节期间对中国游客推出多种优惠,今年春节该旅行社推出的“新马泰”、首尔、沙巴、迪拜等免签国旅游线路非常受欢迎,订单一经推出基本秒光。

高国平在河南省洛阳市经营着一家小型旅行社,主要做国内旅游项目。2023年5月以来,随着出境游业务逐步恢复,他们开始与一些大型旅行社合作出境游业务。半年多来的业务量让高国平比较满意。他告诉记者:“春节假期本想带家人出国玩,因为业务太火爆,就把订单都销售出去了,没给自己留一份。”

中国旅游研究院国际研究所所长杨劲松表示,重启出境游后,中国港澳、东南亚、东北亚等周边出境游市场迅速回暖。值得关注的是,游客对出境游的服务体验和安全系数也提出了更高要求。相较以往,如何更好把握游客的个性化需求,成为摆在目的地和经营主体面前的课题。

多重利好不断释放

出境游业务恢复一年来势头良好,不过相比呈“井喷”状态的国内游市场,出境游的恢复速度并不算快。记者调查发现,办理签证是影响市场快速复苏的重要因素之一。

自2023年9月以来,一系列关于签证的政策利好频频释放:格鲁吉亚、安哥拉、突尼斯、斯里兰卡等国家和地区先后宣布对华实施免签政策;目前,东盟十国都对我国公民推出了免签、落地签或电子签不同程度的签证便利化措施;当地时间2023年11月13日,欧盟理事会批准了申根签证数字化相关的新法规,创建统一的申根签证线上申请平台……

一些游客在社交平台上表示,之前部分欧洲国家和地区仅预约就要排1个月至2个月,新规出台后时间均有不同程度的缩短,有些国家甚至可以预约到一两周后。

为吸引中国游客出境旅游,多国旅游局还向中国推出了丰富多彩的活动。斐济旅游局、新加坡旅游局、瑞士国家旅游局等均举行了冬季路演或品牌推广活动,瞄准2024年寒假、春节等长假。

国际航班快速恢复也是利好出境游的重要因素。中国民航局数据显示,国际客运航班已从2023年初的每周不到500班恢复至目前的4600余班。中欧客运恢复至疫情前六成以上,中美定期直飞航班增至每周63班。2024年国际客运市场将继续加快恢复,预计年底每周达6000班左右,将恢复至疫情前约80%。

特色市场受欢迎

在众多境外旅游目的地中,因交通便利、旅

游资源丰富和旅游成本相对较低,中国游客一直对共建“一带一路”国家青睐有加。2023年是共建“一带一路”倡议提出10周年,这些国家和地区也成为出境游市场复苏的一抹亮色。

中国旅游研究院发布的《2023年上半年出境旅游大数据报告》显示,在单个旅游目的地停留时间最长的前20个目的地中,共建“一带一路”国家占了七成,中国内地(大陆)游客在泰国、西班牙、哈萨克斯坦、斯里兰卡、埃及、斐济、马来西亚、马尔代夫、古巴等国家和地区的平均停留时间均在3天以上。

在2023年举办的中国出境旅游交易会上,埃及、巴基斯坦、哈萨克斯坦、沙特阿拉伯等国家和地区均以政府机构组团参展,热情邀请中国游客去当地领略自然风光、体验人文历史。

塔苏斯集团项目总监马特·汤普森说,截至2023年6月底,中国已与144个共建“一带一路”国家签署了文化和旅游合作。毫无疑问,这些国家在中国出境旅游目的地中将占据越来越重要的地位。共建“一带一路”倡议为中国出境游的发展和重构提供了契机。

众信旅游集团优耐德旅游北京澳美非事业部总经理许宁告诉记者,自2023年文化和旅游部发布恢复出境团队旅游国家名单以来,公司“一带一路”出境游产品业务保持快速增长态势。

特色文旅控股集团CEO陈翰生说,共建“一带一路”国家拥有丰富的旅游资源。自出境游复苏以来,公司推出的相关产品销量比2019年增长了150%。

陈翰生认为,我们不能只关注提升硬件质量,这样容易产生同质化竞争,从而引起价格战。我们既要有高质量硬件,也要有高质量服务。

北京第二外国语学院旅游科学学院院长厉新建说:“共建‘一带一路’国家一直是我国出境游的重要目的地,在过去的发展中积累了丰富经

服务保障工作,让游客的消费需求得到充分释放。

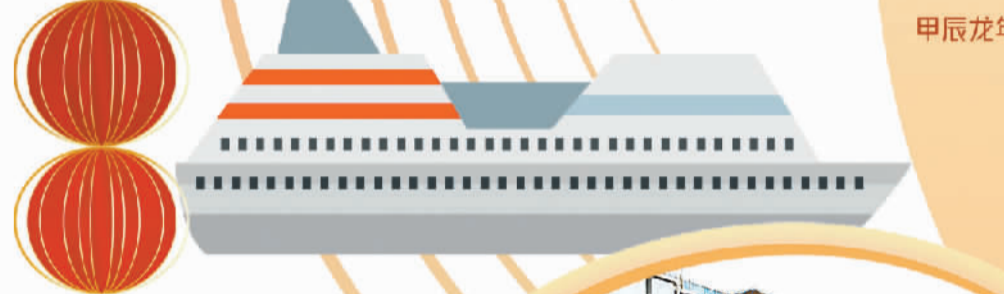
消费者对出境游既有变化了的消费偏好,也有不变的基础要求。安全保障工作应始终放在第一位。文旅企业在制定旅游路线时,要着重调研旅游目的地的社会治安情况,从根源上排除潜在风险。此外,要制定疫情防控和应对策略,为游客办理应对各种意外情况的保险业务,保障游客的生命和财产安全,减少后顾之忧。

旅游产品开发要瞄准个性化和高质量。出境游客的脚步走到哪里,旅游服务就应跟到哪里。在充分的市场调研基础上,文旅企业可以开发新的旅游目的地,扩大业务覆盖范围,也可以在原有业务覆盖区开发新路线、丰富旅游产品供给;同时,要持续提升服务保障水平,在旅游组织管理、行程安排等方面满足游客多元化、个性化、品质化需求。

当前,文旅消费市场正处在蓬勃复苏的进程中,出境游市场还会进一步升温。文旅企业应充分摸准市场脉搏,用丰富优质的产品供给和健全完善的服务保障承接住出境游热度,助力出境游市场繁荣发展。



中国游客在埃及开罗国际机场举行的“欢迎中国游客来埃及过大年”仪式上合影留念。艾哈迈德·戈马摄(新华社发)



甲辰龙年春节假期出境游创下近4年峰值

预订量同比大增 近10倍

携程数据显示

春节期间携程出境用车订单

较2019年增长53%

境外景区门票订单

较2019年增长超130%

江苏连云港港口国际客运站码头,出境游归来的游客从“和谐云港”轮下船。王春摄(新华社发)

2月17日飞猪旅行发布的《2024春节假期出游快报》显示

出境游约360万人次

入境游约323万人次

其中

经文化和旅游部数据中心测算

春节假期8天全国入出境旅游

约683万人次

随着共建“一带一路”倡议深入推进,相信人文交流将不断深化,旅游人次会继续增长。”

厉新建认为,为了更好地吸引游客出境旅行,一方面要尽快重建适应中国出境游市场的产业生态系统,尤其要关注新冠疫情后需求的新变化;另一方面要继续面向中国市场深化营销,进一步优化面向中国游客的服务。

携程旅行度假业务部澳美非区域总监胡文焯认为,制约共建“一带一路”国家旅游发展的最大因素是专业服务人员的缺失。这既是瓶颈也是机会,要有针对性地补齐短板。

积极调整再出发

新冠疫情前,我国出境游一直在全球国际旅游市场中占有重要分量,连续多年蝉联全球第一大出境游客源国。

正如中国旅游研究院院长戴斌所言,旅游经济已经走出了为期3年的急剧衰退和深度萧条期,走过了历时1年的快速复苏期,即将迎来繁荣发展的新阶段。随着文化和旅游在更深程度、更广范围、更高层次的融合发展,以及人工智能、先进制造、数字化等新生产力的广泛应用,旅游业新一轮创业创新的高潮已经到来。

返场归来,出境游该如何准确把握并及时满足消费的新趋势、新需求,重塑商业模式?

随着越来越多游客加入出境游队伍,经营主体无论是面对经验不足的出境游新手、消费力强的“银发族”,还是资深出境游爱好者,持续提高产品和服务质量是关键。

从价格来看,目前出境游产品比2019年有所上浮。《2024中国居民出境游需求趋势前瞻》显示,机票、酒店等旅游产品的价格是影响人们选择出境游目的地的首要因素。

从技术来看,厉新建认为,过去几年技术的更新迭代改变了出境游的对客服务模式,比如信息传播渠道以及销售模式的变化;社交媒体电子商务化趋势日益显现,出境游市场的竞争格局也将随之改变;人工智能技术的快速发展和应用也将深刻影响出境游的对客服务以及产品规划,出境游将变得更智能。

对出境游服务机构来说,随着游客旅游阅历的不断丰富,人们的出游目的越来越多地从“看世界”变为“看懂世界”。

在厉新建看来,不少游客从以往借助旅行社人工服务转向使用人工智能技术完成旅行。旅行社提供的产品能否适应游客需求的转变,商业模式能否适应技术创新并借力发展,都是摆在面前的挑战。

《2024中国居民出境游需求趋势前瞻》显示,2024年居民出境游消费的多元化趋势将更加突出,传统的跟团游、高端定制游和新兴的出境购物游、旅居等将进一步巩固各自的目标市场。随着出境观光、旅游度假与演唱会、体育赛事、医疗健康等相互融合,更多“出境游+”新玩法将进一步流行。

华程国旅集团董事长郭东杰表示,受国内外宏观环境的影响,我国旅游产业发生了结构性变化,从以前注重数量和规模的功能性观光旅游消费,逐渐向关注性价比和服务质量的品质观光旅游以及体验性旅游消费转型。

郭东杰认为,未来,跟团游产品将被出发地参团、目的地参团和私家团三分天下。此外,IP化旅游产品正成为新趋势,高、新产品引领增长,海外目的地跟团游快速发展,年轻的运营商正在利用新兴旅游趋势提供更为优质的服务。

杨劲松表示,“对经营主体而言,所处环境及自身优势各有不同,最重要的还是在擅长的领域持续坚持投入,打造竞争优势”。一方面,要做好游客在国内和境外的出行保障、服务保障、旅游安全等工作,及时提供帮助;另一方面,要了解细分市场,保持市场敏锐度,针对痛点持续做好新产品开发,不断满足游客的需求变化。

北京六人游国际旅行社股份有限公司创始人贾建强说:“2024年将是出境游相对平稳持续的恢复期。出境游从业者要加强服务升级,既要在线路上针对消费升级研发产品,如一次深度游、主题游等;也要加强服务意识,满足消费者更加个性化、品质化的需求,让旅游业回归服务本质。”



黑河水运口岸出境大厅,旅客等候进入出境通道。新华社记者 谢剑飞摄

点评

用质量和服务承接热度

王明昊

今年农历春节前,“花式揽客”的文旅队伍中出现的“洋面孔”颇受关注。瑞士旅游局局长用中文喊话申请加入文旅比拼,斯里兰卡旅游局在杭州举办旅游推介会、卡塔尔旅游局邀请中国游客去看熊猫……许多国家为迎接中国游客展开紧锣密鼓的宣传和准备。

在免签政策出台、国际航班票价走低等利好因素作用下,国内游客出境意愿逐渐增强,出境游热度不断回温。值得一提的是,今年出境游复苏不是简单的恢复,而是折射出消费升级趋势下旅游业的转型升级。要想持续这个消费热点,需要深入研究旅游业的新需求和变化。

出境游需求呈现多元化、个性化特征。以往到国外旅游,许多人喜欢到热门景点打卡拍照,而现在他们更加愿意深入了解当地的历史文化、感受民风民俗。在旅游目的地方面,游客的选择也更加多元,除了欧洲、东南亚等传统热门旅游目的地外,去小众国家旅游的需求也在逐渐增长。

消费需求的变化对国内出境游市场提出了新要求。为了稳妥持续这股热度,文旅部门和企业需顺应消费升级趋势,全方位做好

服务保障工作,让游客的消费需求得到充分释放。

消费者对出境游既有变化了的消费偏好,也有不变的基础要求。安全保障工作应始终放在第一位。文旅企业在制定旅游路线时,要着重调研旅游目的地的社会治安情况,从根源上排除潜在风险。此外,要制定疫情防控和应对策略,为游客办理应对各种意外情况的保险业务,保障游客的生命和财产安全,减少后顾之忧。

旅游产品开发要瞄准个性化和高质量。出境游客的脚步走到哪里,旅游服务就应跟到哪里。在充分的市场调研基础上,文旅企业可以开发新的旅游目的地,扩大业务覆盖范围,也可以在原有业务覆盖区开发新路线、丰富旅游产品供给;同时,要持续提升服务保障水平,在旅游组织管理、行程安排等方面满足游客多元化、个性化、品质化需求。

当前,文旅消费市场正处在蓬勃复苏的进程中,出境游市场还会进一步升温。文旅企业应充分摸准市场脉搏,用丰富优质的产品供给和健全完善的服务保障承接住出境游热度,助力出境游市场繁荣发展。