

全年国内游将达55亿人次 旅游收入将逾5万亿元

中国旅游进入复苏向上通道

本报记者 赵 珊

近日，中国旅游研究院发布的《2023上半年旅游经济运行分析与下半年趋势预测》指出，上半年中国旅游经济稳步进入“供需两旺，加速回暖”的复苏向上通道。国内旅游高开稳走，入境旅游小幅回升，出境市场稳步扩容。城乡居民出游意愿稳步回升，消费信心进一步增强，旅游产业链重构和动能创新的步伐明显加速。预计全年国内旅游人数将达55亿人次、国内旅游收入将超过5万亿元，分别恢复到2019年的九成和八成以上。

喜人的半年“成绩单”

今年以来，人们出游意愿和信心持续增强，旅游消费规模不断扩大。来自文化和旅游部的最新统计显示：2023年上半年，国内旅游总人次23.84亿，比上年同期增加9.29亿，同比增长63.9%。国内旅游收入2.3万亿元，比上年增加1.12万亿元，同比增长95.9%。

《2023年上半年旅游经济运行与下半年趋势预测》指出，上半年旅游经济运行的综合指数实际上已经回到110—120的景气区间。受国内旅游市场高开稳走的影响，在元旦、春节、清明、“五一”和端午5个节假日，旅游出行人次和旅游收入的恢复都较好，尤其在“五一”假期，迎来重要的市场复苏转折点。上半年热门线路高铁票的售罄、热点景区一票难求、重点旅游城市一房难求等，都让旅游从业者再次看到增长的信心。多数优质景区或者优质目的地的接待人次在上半年都已超过2019年的水平。

根据中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）的预测，今年暑期是过去5年来旅游市场最热的暑期，预计6、7、8三个月国内旅游人数达18.54亿人次，占全年国内旅游出游人数的28.11%；实现国内旅游收入1.2万亿元，约占全年国内旅游收入的27.46%。其中，大中小学放假最为集中的7至8月，国内旅游人数预计为13.31亿人次，占全年国内旅游出游人数的20.18%；实现国内旅游收入0.86万亿元，约占全年国内旅游收入的19.71%。

出入境游稳步回升

今年上半年，文化和旅游部先后发布60国开放出境团队游和“机+酒”名单，人们积压了3年的出境需求得到释放，出游意愿和热度不断上升。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，随着国际航班的增加，商务旅行、探亲访友、毕业旅行、暑期研学游等出境旅游需求不断释放，出境旅游迎来“由近及远”复苏的良好态势。经测算，上半年出境旅游目的地共计接待内地（大陆）游客4037万人次。短距



英国游客在江苏苏州山塘评弹昆曲馆向昆曲演员学习昆曲。 王建康摄（人民图片）



游客在新疆赛里木湖景区拍照。 新华社记者 丁 磊摄



游客在甘肃省张掖七彩丹霞旅游景区欣赏丹霞地貌，领略西北壮美景色。 殷 旭摄（人民图片）

离的出境游率先恢复，93.95%的游客集中在亚洲。中国香港、中国澳门、中国台湾是出境游主要目的地，接待出境游客占比达79.89%。泰国、日本、韩国、新加坡、马来西亚、缅甸、越南等周边国家保持较高热度。随着“一带一路”相关合作不断深入，内地（大陆）游客赴“一带一路”沿线国家旅游的意愿增强，停留时间也

江西黎川举办自驾游及房车露营活动

本报电（邹 方）近日，江西省抚州市黎川县举办了第二届全国自驾游及房车露营活动。该活动由黎川县、中国旅游集团投资和资产管理有限公司和江西省旅游协会自驾游与房车露营分会联合主办。千年的历史赋予黎川丰富的旅游资源和灿烂的文化，本次活动以“文化抚州 梦想之舟”为主题，来自北京、江苏、浙江、湖南、湖

北、福建及江西本地的300名自驾游及房车露营爱好者齐聚黎川，以自驾的方式开启一场美景与文化的旅程。自驾车队分别前往东华山景区探访洪门船屋秘境、油画创意产业园欣赏油画艺术、聚龙湾景区体验水上娱乐、孔庙及贤士街品尝“恨水宴”……在畅游红色教育游、生态观光游、休闲采摘游等乡村旅游的特色主题精品线路中，大家感

受黎川集红色、古色、绿色、彩色、夜色为一体的旅游风貌。

全国自驾游及房车露营活动在宣传推介黎川旅游文化基础上，深度挖掘旅游资源，设计并推广黎川及周边的自驾游线路产品，通过自驾游及房车露营主题活动，吸引更多具有旅游消费活力的年轻人和家庭游客，将民俗风情与游客体验深度融合，打造黎川县文旅新形象，吸引全国各地的自驾游爱好者走进黎川、走进江西，带动当地旅游消费，助力黎川县文旅产业及社会经济发展。

畅游阿里自驾联盟成立

本报电（王慧军 孟宪峰）近日，畅游阿里自驾联盟成立大会在西藏自治区阿里地区札达县举行。联盟为阿里地区的自驾旅游注入了新活力，为自驾爱好者提供了更广阔的平台和更丰富的旅游资源。阿里地区行政公署副专员罗宏鹏介绍，阿里地区拥有壮丽的自然景观和丰富的人文历史，自驾游在这里能够给旅行者带来独特的体验和感受。阿里地区将加大对自驾游的扶持力度，提供更好的服务和保障，为自驾爱好者创造更好的旅游环境。自驾游是一种独特的旅行方式，能够给人们更多的自由和探险的乐趣。畅游阿里自驾联盟相关负责人介绍，畅游阿里自驾联盟将为自驾爱好者提供全方位的服务与支持，比如组织针对阿里地区的主题自驾活动，发布自驾攻略，搭建自驾社区等，为自驾爱好者创造更多交流与分享的机会。



阿里地区的班公湖美如画卷。 黄胜林摄（人民图片）

势趋于弱化，而东南亚、南亚、西亚、北非、中东欧等“一带一路”国家的入境旅游潜力有待挖掘。

针对如何振兴入境旅游的问题，中国旅游研究院院长戴斌建议简化指纹签证政策，有序恢复和扩大落地签、免签政策，加大航班航线恢复力度，加大支付、酒店以及景区度假区的入境便利化服务。立足入境游客文化体验、旅游偏好、餐饮习惯等现实需求，优化入境旅游产品及线路。加强导游特别是外语导游，尤其是小语种导游培养和政策支持力度。

中国旅游研究院预测，今年入境市场较去年在同比和环比上将有明显的增长，入境市场预计最早在9至10月迎来本年度复苏的小高潮。出境旅游市场也有显著扩容。

国内游创新升级

今年，国内旅游新意连连。去哪儿联合小红书日前发布了2023年旅行新趋势，人们正根据自己的兴趣爱好创新个性化的旅游方式，把艺术体验、品尝美食、亲近动物、乐享田园等生活内容融入旅游中，探索新兴目的地，追求新的体验感，大家尽情享受旅游带来的美好生活。

戴斌认为，旅游业现在已回不到“人山人海吃红利，圈山圈水收门票”的传统模式了，科技、文化、艺术、教育、创业创新正在成为旅游业发展的新动能。随着产业资本的跨界入场和传统市场主体的数字化转型，旅游经济正在稳步进入“品质需求引导供给创新，创新供给创造需求升级”的良性循环。

大众旅游进入全面发展新阶段，个性化、品质化和多样性消费特征更加明显，消费场景更加多元。康养旅游、工业旅游、体育旅游等新业态得到较好发展。以先进科技为支撑的沉浸式演出、光影秀、无人机表演、智慧影院等已成为市场新宠。戴斌建议，应创造更多人文、科技、研学等新型旅游体验场景，更加关注青少年研学旅行、中老年旅居康养、农村居民观光休闲等出游市场，推出符合其消费偏好和支付能力的产品。

戴斌指出，旅游要美丽风景，也要美好生活，旅游目的地已经成为“近悦远来、主客共享”的美好生活新空间。自驾游、房车、冰雪、避暑、避寒、夜间、康养、研学、度假、体育、美食、看展、音乐节、演唱会等新型旅游需求已经从概念导入期走向市场实践期。旅游消费已经从目的地概念走向目的地、客源地并重，行前、行中和游后贯通的新格局。应推动更多基础设施和公共服务进入旅游业，鼓励旅行服务商、旅游供给商、目的地小交通模式创新，将是促进旅游消费，推动旅游业高质量发展的政策导向。

酒店集团需均衡发展

张润钢

上世纪80年代中期，以上海锦江集团诞生为标志，拉开了中国本土酒店集团化发展的大幕。经过20余年的不懈努力，中国酒店集团化发展取得了可喜成绩。

全球酒店行业权威杂志《HOTELS》近日公布了2022年全球酒店集团排行榜，前50强中，中国酒店集团占据15个席位；在规模快速发展的同时，连锁品牌的数量和质量也取得了可观的进展，具有较强市场竞争力、叫好又叫座的品牌批量涌现；与此同时，从业者对集团化运作的规律认识也在不断深化，集团内部系统建设方面的成果也可圈可点。酒店集团化运作对于整个产业的繁荣、发展产生了巨大的推动作用。

在盘点酒店集团化发展取得巨大成果的同时，也需要认清酒店行业和酒店集团如今面临的问题。笔者认为，研究酒店集团的高质量发展，特别需要重视“均衡”二字。

在产业层面，要强调布局的均衡性。首先，酒店档次结构需要均衡。目前这方面还存在一些问题，有认识上的，也有实践上的。特别是在高端酒店层面，非市场化的因素很多，需要重点突破；其次，酒店类别之间要均衡。比如在商务活动少的地区，新开发的酒店要特别重视针对性，不能惯性使然；第三，是区域之间的均衡。某种类型的酒店可能在二线城市呈现需求饱和，但是在其他城市可能还有足够的市场需求；第四，各集团要有符合自身实际的发展战略和策略，有些集团的发展已进入到了比较高的层级，需要从更大的格局出发做筹划，也有些集团在规模、系统化建设等方面处在初级阶段，那就需要踏踏实实做好固本强基的工作。

至于集团层面的均衡，笔者认为要关注以下几点：第一，是规模和质量之间的均衡，一些集团这些年来过度注重规模扩张，对质量强调不太多。规模是要追求的，但同时也需要在规模和效益之间实现均衡；第二，需要关注企业发展和员工发展之间的均衡，员工被忽视，企业难发展；第三，要关注生产经营与资产质量之间的均衡，中国传统的类星级酒店资产质量不高，这极大制约着产业的繁荣发展，已经到了亟须认真解决的时候了；第四，更要关注商业价值与社会价值之间的均衡，处理好企业的商业价值和社会价值之间的关系。

中国酒店集团已走过20多年的历程，正在接近“而立”之年。原始发展时期跑马圈地的一些做法，在那个阶段有效且必要。但时至今日，经过发展和变化后的行业需要以更成熟的方式继续成长，比如对社会价值的关注和付出，比如对同行的关切和帮助，比如对商业伦理的认知和实践……在这些方面，头部集团更应积极行动。

在中国西南边陲的茶马古道上，近年来崛起了一个出色的民族品牌——松赞酒店。它的创始人白玛多吉打造这个品牌时首先是商业行为，需要盈利。但白玛多吉同时也是藏文化的传播者，通过酒店把藏文化表现得淋漓尽致。他在开发、经营酒店的过程中更没有忘记承担社会责任，酒店的工作岗位都提供给当地村民，并努力做好培训，此举不仅帮助他们脱贫，还助力了他们成长。松赞的案例给我们展示了酒店集团走向成功的别样之路，也提供给中国酒店人很多深层次的思考。

总之，走过弱冠之年的中国酒店集团需要更高的站位和更宽的视角，认识到均衡的重要性，顺利走向高质量发展之路。

（作者系中国旅游协会副会长兼秘书长）

发现“所里头”

张德杰



山东平度所里头村庄风光。

王学教授

在山东省平度市大泽山深处有一处名为“所里头”的村庄。它坐落在山谷之间，房屋依山势而建，高低起伏、错落有致，村里的道路或盘旋或上下。

所里头，名字听来有些奇怪。据当地人讲，这缘于村庄的地形，进村时只有一条路，细长弯曲的山路连接村庄，形如一把勺子，“勺子头”因此得名，后来便叫成了谐音的“所里头”。

进村后，随处可见一面面石头

墙，用大大小小的石块砌成，最早的已近百年，没用一点水泥、石灰，严丝合缝，匠心独具。村庄东南部海拔728米的大姑顶，是山东半岛丘陵地带的高点之一。站在山顶鸟瞰四周，山之北是所里头，层峦叠嶂；山之南是桃花涧，豁然开朗。

所里头三面环山，村在山上、山在村里，树茂水清，满眼皆是果树。千亩果园，春华秋实，盛开着希望也凝聚着收获。1万余棵樱桃树高低错落，形成了狭长的“樱桃

谷”。4月初，樱花绽放；5月底，果实累累。此前，参加青岛国际“春之韵”大泽山登山节的人们就在此穿越。

大泽山葡萄美酒名，是国家地理标志保护产品，已形成品牌效应。此外，所里头的樱桃也颇具特色，这里的樱桃好吃，连嘴“刁”的大泽山人也不得不称赞所里头的樱桃就是甜，山谷的小气候使樱桃具有了独特的品质。

沿村庄往南的整条山谷都是黄色的连翘，每年清明节前后，漫山尽染一抹黄，形成了优美的“连翘谷”。连翘花生命力顽强，既美观又可入药，像极了这里坚强的山里人。

最具沧桑感的还是山上一百年的柿子树，村西南涧的柿子沟全长约1.5公里，上百棵柿子树遍布沟壑，其中150年以上树龄的柿子树就有10多棵。每年秋季，柿叶落尽，通红的柿子压弯了枝头，吸引了大批摄影爱好者来此聚焦。

美不美，所里头。山上连翘黄，山下樱桃红，美不胜收。这几年，随着所里头被“发现”，每年到此采摘和住民宿的游客越来越多，也成为背包客和骑行团队的乐园，所里头已被评为山东省最美绿色乡村和山东省森林村庄。

山高林密，天然氧吧，休闲养生，山水大泽。来大泽山旅游，到所里头探幽，尽享原始生态之美。