

中国入境游的春天来了

本报记者 赵珊

阳春三月，外国游客在浙江宁波的茶园体验茶文化，乘邮轮到海南三亚游览……今年初，中国多地的入境游继续保持增长。

入境游今年能否继续延续前两年的增长回暖势头？入境游是否能成为中国旅游业下一个掘金点？

多项举措成效初显

自2015年至今，中国入境游逐渐摆脱多年下滑态势，实现了连续两年的恢复增长。2015年中国接待入境游1.33亿人次，较上一年增长4%，是3年来首次增长。2016年接待入境游客1.38亿人次，同比增长3.8%，其中外国人入境2814.2万人次，同比增长8.3%。预计今年入境游有望达到1.43亿人次，有越来越多的外国游客将到访中国。

旅游业业内人士分析，中国入境游进入持续性增长阶段有其必然性。入境游的增长，得益于中国一直持续实施的相关举措。中国社科院旅游研究中心日前发布的《2017旅游绿皮书》指出，随着中国经济社会的全面发展，签证、通关、免税、退税、航权等多项宏观便利化政策逐步落地实施，“美丽中国”概念得到务实推广，旅游目的地全球推广和营销创新持续优化，特色旅游形象和主打旅游产品层出不穷。中俄、中美、中澳等旅游年活动，扩大了

中国旅游在世界的影响力。以上种种利好因素，为入境游持续增长提供了基础保障和全新动能。

3月中旬，中国新疆阿勒泰和哈萨克斯坦东哈萨克斯坦刚刚开通了多条跨境旅游线路。在“一带一路”国家战略的带动下，丝绸之路将成为世界最具活力和潜力的黄金旅游之路。国家旅游局预计，“十三五”时期，中国将吸引“一带一路”沿线国家8500万人次游客来华旅游，拉动旅游消费约1100亿美元。沿线国家将成为中国入境游的重要客源国。

地方加大国际营销

海南作为国际旅游岛，一直是吸引外国游客的重点区域。去年，海南全年入境游实现恢复性增长，接待入境游客74.9万人次，同比增长23.1%，旅游外汇收入3.5亿美元，同比增长41.13%，增速创5年来新高。

在日前举行的中国—东盟旅游合作年开幕活动上，海南凭借地理环境和优惠政策，向菲律宾民众推介海南的旅游优势，大力开拓东南亚客源市场。目前菲律宾游客前往海南旅游享受落地签优惠政策，随时可以乘飞机抵达。菲律宾5人以上团体游客到海南旅游，可享受入境海南15天的免签政策。据悉，海口至马尼拉、海口至宿雾的直飞航班计划年内开通，这将是海南与菲律宾两地间首次开通直飞航班。预计航班开通后，凭借航班便利及免签政策等利好因素，海南将成为菲律宾主要旅游目的地。



3月22日，来自英国、美国、印度等国的10余位外国游客在浙江宁波的茶园采茶，体验中国茶文化。中新社记者 章勇涛摄

俄罗斯等10多个国家和地区开展合作交流，推出“熊猫走世界·美丽中国”、“全球川菜名馆与四川美食之旅”等主题营销活动。加大境外旅游营销中心建设，加大直航城市、国际友城落地营销力度，开发了近千条多语种入境游线路产品，拓展了500余家境内外旅行社的销售，并对入境游业绩突出的旅行社予以高额奖励。

四川旅游不断创新国际营销，与美国、

旅游企业竞相发力

在日前举办的柏林国际旅游交易会上，凯撒旅游发布了12条入境游主题路线，其产品特色各异，包括名山名寺禅修系列、传统戏剧文化体验系列、与国宝亲密接触系列、中华古镇系列、路上的风景—丝绸之路系列、艺术北京系列、户外体验系列、吃遍四大菜系—寻找中国味道系列、中华茶文化系列、中医理疗系列、北京+日韩邮轮系列产品、欧亚丝绸之路系列等，从文化、美食、户外、邮轮等多个角度，契合“一带一路”发展战略，将“美丽中国”的国家形象呈现在世界游客面前。

凯撒旅游总裁陈小兵表示：“走出去、引进来是推动中国成为世界旅游强国的重要组成部分，过去的20多年，凯撒旅游已经在出境游和国内游上沉淀了丰富的业务经验，我们非常期待在入境游市场上发掘另一片成长空间。”

携程执行副总裁熊星近日在中国旅行者大会上表示，出境游与入境游均衡发展是我国建设旅游强国的必经之路。目前携程拥有14种语言的网站，包括英文、日文、韩文等，在日本、韩国、新加坡、美国以及中国香港、中国台湾等地设有分公司，境外业务落地也正在加速。去年，携程国际交易额达100亿元人民币，其中20亿是入境游，接待了300万人次的外国客人，入境游业务交易额去年经历了超过150%的快速增长。未来，携程将重点发展入境游，让越来越多的外国游客来中国旅游，享受中国越来越丰富和高质量的旅游资源。

苏州吴文化表演引客来



近日，吴文化特色助游彩排表演在苏州古典园林留园内的冠云峰、五峰仙馆、小桃坞、自在处、怡航轩等8个亭台楼阁景点分时段轮番上演，吸引了众多中外游客。据悉，该助游活动围绕“不到园林，怎知春色如许”主线，通过吴地古装歌舞、实景版昆曲、苏州评弹、苏剧、江南丝竹等苏州地方戏曲表演，展现古人慢生活情调与吴文化风韵场景，让游客在欣赏留园春色满园的同时感受浓厚的苏州人文景致。图为几名青年演员在苏州留园冠云峰景点表演昆曲《游园》折子。

王建中摄(人民视觉)

乌镇“香市”：春日农村狂欢节

陆慧婷

“从前农村还是‘桃源’的时候，这‘香市’就是农村的狂欢节”。著名作家茅盾曾在散文《香市》中写道。3月25日至4月16日，第十七届中国·乌镇香市带领游客重温茅盾的儿时旧梦。蚕仙巡游、水上竞枝、民间戏曲、古镇庙会、非遗体验、特色美食等等香市传统民俗都在浙江乌镇一一呈现。

江南素有丝绸之乡的美称，乌镇的先民亦以种桑养蚕为生。《补农书》上记载：“咸丰年间，桐乡田地相匹，蚕桑利厚。”蚕桑是当地农民的主要产业，蚕的好坏直接影响一年的生活，所以蚕农选在清明至谷雨农闲时，农民从水路、陆路赶到周边各大寺庙烧香祈求蚕桑丰收。这段时日的乌镇自是香客云集，随之而来的杂货摊、戏班子、小吃摊等皆是香客服务的，一来二去，每年的“香市”就约定俗成了。

后来，香市渐渐匿迹了。古镇保护开发后，沉淀的民俗也得到了挖掘整理保护，如今“香市”活动已成了乌镇旅游民俗节庆的一个品牌。今年，乌镇香市在恢复特色民俗的同时，注重游客的参与性，增加“非遗体验”“春季海鲜”等互动项目，整个香市综合了民俗、文化、娱乐、美食、体验于一体，已成为国内外游客喜闻乐见的旅游项目。乌镇特色的民间戏曲三跳、苏州评弹、花鼓戏，唱腔悠扬，惟妙惟肖；西市河里争雄的踏白船，船尾拖拽出的白色浪尾，载去一船的呐喊助威；乌镇东栅景区里，惊险刺激的水上高竿船，精瘦的技艺人，悬于数十丈高的竹竿上，赤手空拳上演着金猴望月、鸽子翻身等高危动作；拳船上捉对厮杀，欢呼声一浪高过一浪，缭绕在碧水之上，白云之间，让南来北往的游人沉醉其间。

蚕桑纺织是中国的伟大发明，迄今已有五千年的悠久历史。丝绸之路将中国的蚕桑纺织文化传遍世界，掀起了18世纪欧洲社会的“中国风”。乌镇至今保留着丝绵、乌锦等织造技艺及轧蚕花、扫蚕花等丝绸生产习俗。茧子作画，以精挑细选的雪白蚕茧为材料，用细细的针管笔，点入墨水，勾勒出墨线，蚕茧不像宣纸，不能以水墨入画，需用特殊的颜料手绘着色，图案多为江南水乡、花卉植物、传统祥瑞等，做成



香市上的“蚕娘”

一幅幅美丽的剪贴蚕茧画。“江南好，风景旧曾谙。日出江花红胜火，春来江水绿如蓝。能不忆江南？”忆江南，最忆该是江南美食。香市期间的水上集市俨然成了美食集市，琳琅满目俱是江南最地道的水乡美食，乡亲们出售各类江南美食，除了来乌镇必吃的红烧羊肉、酱鸭、白水鱼，还有春日乌镇香市特有的“鲜味”美食：新鲜艾草所制作的青团；蚕农用来祭祀蚕花娘娘祈求丰收的蚕花糕；乌镇本地特有的荠菜搭配早春第一季嫩蚕豆是不可不尝的美味；乌镇人打小就吃的煎麦芽饼、葱菜豆腐干、油煎野菜笋尖馄饨也都鲜味十足；卤鸭头、卤肥肠、面酱太湖螺蛳这等的下酒菜自然也是少不了。

本文配图由乌镇景区提供

“90后”旅游：自由且精明

向青平

对于旅游市场来说，踏入职业生涯不久的“90后”正创造着全新的旅游生态。近日，蚂蜂窝旅游网发布了《“90后”旅行方式研究报告》，对18—27岁年轻人进行观察，分析了“90后”的旅游消费偏好与行为特征。作为未来消费的主力军，“90后”在选择旅游的方式更加多样化，自由行是最大的特点。

费用独立，精打细算

庞亭是北京一家互联网公司入职两年的“90后”员工，除去在生活上的一些必要开销，每月还会剩下5000元左右，去年年底她花掉了半年的积蓄去三亚游玩。“90后”处于刚踏入职场的阶段，他们在经济上逐渐独立，并且具有较大的旅游消费意愿。

与人们对“90后”“挥霍浪费”的普遍印象不同，“90后”实则是更为精明的消费者。73%的“90后”会在出境游前提前列好购物清单，力图让这场旅行值回票价。甚至有36%的“90后”会一边现场血拼，一边利用电商平台比价，精打细算到极致。董雯佳是北京的一名研究生，她去香港旅游之前会把自己和亲戚朋友想买的东西列一个清单，顺便做了个代购，她说这样既能旅游还能补贴部分费用。“90后”虽然在消费力上不及“80后”，

但对产品的要求却很高，他们不仅重视高品质、高性价比，更需要个性化、差异化的产品。“90后”对于口碑评价与服务质量最为重视，力图获得更好的旅行体验和更高的性价比。

最爱西部风光文化

报告显示，最受“90后”喜爱的国内目的地在西部，如西藏的拉萨、林芝，云南的丽江、大理，四川的成都、稻城亚丁，青海与新疆等，“感觉在北京很累，想去云南大理放空自己，环洱海骑行是我最近开心的时候。”相泽去年的整个暑假都在云南旅游，从昆明到丽江、大理、香格里拉，之后她又去了西藏拉萨。今年7月份，还计划去青海、新疆。与北上广深等大都市相比，“90后”其实更偏爱拥有自然风光与特色文化的地区。

境外目的地当中，日本成为“90后”最想去的地方。动漫、日剧、饮食等流行元素深刻影响着在国际多元文化环境下成长起来的“90后”，而“90后”最想去的国家还包括英国、法国、瑞士等欧洲国家。

在出行前，56%的“90后”会阅读攻略或游记，仅有5%会真的毫无准备地来一次“说走就走”的旅行。去之前会采取多种方式了解当地文化，包括阅读相关书籍、看相关

影视剧、与当地人深度交流、学习当地语言等。“了解当地文化非常必要。”在北京读研的田晨旭这么说，“你只有了解了文化，才能深入感受到当地的风俗，这是在有限资源下尽量深度游的一种方式。”

自由旅行方式多样

调查显示，“90后”希望一年能旅行3次，但因为金钱或者时间的原因，他们实际仅平均出行1.6次。为了争取更多的旅行机会，“90后”想出了各种各样的旅游方式。南京大学在读研究生李朗青去年7月到8月在北海的一家青旅做义工，她和老板约定每天工作的时间，剩下的大部分时间都由自己支配的，这样她就可以在青旅住下来。报告数据显示，39%的“90后”表示考虑过以义工的形式到外地旅行，35%曾有过“辞掉工作，成为自由职业者”的想法。据媒体报道，新西兰面向中国18至30岁年轻人开放打工度假签证，去年的1000个名额在放出后两小时内被一抢而空。

在旅行动机上，“90后”更加任性，报告调查显示，42%的“90后”曾为了一场演唱会或影视剧开启过旅行。偶像的演唱会、影视剧、综艺节目、热门赛事等，都能成为一场旅行的动因，其中，实地探访热门影视剧的取景地成为“90后”潮流。



香市上的踏白船