

16条新举措聚焦旅行服务出口——

服务提质，来华消费玩法更多

本报记者 孔德晨

在四川省成都市春熙路商圈，来自西班牙的游客科洛刚刚完成了一次“即买即退”的离境退税尝试。“3000多元退税款瞬间到账，效率超高！”他转身又走进隔壁店铺，准备用这笔退税款再选购几件纪念品。

商务部等9部门近日联合印发《关于促进旅行服务出口扩大入境消费的政策措施》（以下简称《政策措施》），从7方面提出16条举措，首次将“旅行服务”明确纳入服务出口体系，强调“加强全球精准营销”“丰富入境游产品供给”。这一系列组合拳，不仅是激活消费潜力的短期举措，更是中国推动服务贸易高质量发展、以更大力度吸引和利用外资的有力信号。

入境消费热度持续攀升

什么是旅行服务？商务部新闻发言人何咏前介绍，旅行服务既包括个人的旅游、留学、就医等旅行，也包括各类商务旅行，是中国服务贸易第一大领域，进出口规模占服务贸易比重超1/4。近年来，中国持续推出服务标准化、签证便利化、支付国际化等系列举措，优化国际消费环境，提升入境消费吸引力，入境旅游市场发展迅速。

北京王府井一家老字号茶叶店的店长王女士告诉记者，很多外国游客来买龙井、铁观音，说是要带回家给家人朋友尝尝。王女士指着收银台旁的移动支付标识说，现在在外卡刷卡、扫码支付都很方便，外国客人结账不用愁。

商务部服贸司负责人表示，旅行服务是我国服务贸易第一大领域，同时也是逆差最大的领域。国家统计局发布的数据显示，2025年全国入境外国游客达3517万人次，同比增长30.5%。入境游客在华“吃住行游购娱”等各类消费计入中国旅行服务出口，据商务部统计，2025年旅行服务出口规模3939.8亿元人民币，同比增长49.5%，是2019年的1.6倍。

面对入境游需求的增长，一系列便利化举措也密集出台。

2024年底，中国过境免签停留时间统一延长至240小时，适用口岸增至60个。政策实施一年来，截至2025年12月16日，全国各口岸入境外国人达4060万人次，其中适用240小时过境免签人数同比增长60.8%。同时，中国单方面免签“朋友圈”持续扩容。截至目前，中国已对50个国家实施单方面免签，同29个国家全面互免签证，2025年免签入境外籍人士占比高达73%。

“我这次来中国出差，顺便带了家人旅游。免签政策太方便了，省去很多麻烦。”来自新加坡的陈先生告诉记者，公司很多同事都想来中国看看，现在说走就能走。

中国人民大学公共管理学院教授许光建对本报记者说，从宏观政策角度看，促进旅行服务出口是中国扩大高水平对外开放的重要组成部分。去年的政策发力让入境游取得



▲北京通过精准文旅推介和特色文旅产品供给，推动入境游人次与消费增长。图为外国游客近日在北京鸟巢参观游玩。

胡庆明摄（人民视觉）

▶随着中俄双向免签政策实施，黑龙江省绥芬河市以高效便捷的通关服务提升口岸人员和贸易往来效率，带动两国人文和经贸交流。图为绥芬河公路口岸联检大厅内，入境旅客排队通关。

新华社记者 张涛摄



明显成效，对于缩小服务贸易逆差、优化贸易结构、建设贸易强国发挥了重要作用。

许光建认为，这些不只是应对当前外部环境变化的一种短期措施，更是扩大高水平对外开放、优化我国贸易结构、构建新发展格局的战略措施。“旅行服务涉及旅游景点、餐饮住宿、商品采购、文化娱乐等一系列产业。扩大入境消费，有利于扩大国内消费市场，带动相关产业的发展，促进经济持续增长。”许光建说，外国游客来华进行文化消费、健康消费、知识消费和商务消费等，也有助于中国企业更好地了解海外消费者的需求偏好特点，提升管理服务水平，从而争取在全球价值链中占据更优地位。



▶海南自贸港全岛封关运作后，免签政策叠加入境退税便利，推动入境游热度攀升。海口市中山路骑楼老街商铺纷纷推出多语种服务，让外国游客切身感受海南国际旅游消费中心的蓬勃活力。图为外国游客在选购当地特色美食。

张茂摄（人民视觉）

构建全链条服务体系

《政策措施》的出台，意味着中国入境消费促进工作进入系统化、全链条的新阶段。

商务部服贸司负责人介绍，《政策措施》按照不同入境目的和消费需求，聚焦旅游购物、商务会展、观赛观演、健康消费、教育培训等各类场景，既从“增加优质服务供给”的角度推出举措，又从“整合消费资源”的角度提出新措施。

在扩大入境旅游消费方面，提出打造国家旅游品牌，统筹“中国游、中国购、中国学、中国医”多维体验；加强全球精准营销，

用好社交媒体展现更鲜活的中国旅游形象；推出“一程多站”入境游精品线路；建设小语种导游及讲解员队伍。

在便利入境商务活动方面，《政策措施》明确支持培育有影响力的国际展会，对来华参加国家展会的客商给予签证便利。同时，鼓励国际展会设立“境外客商服务台”，提供金融、物流、法律等服务。

在激活入境赛事消费方面，支持举办具有全球影响力的国际赛事，推出“赛事+旅游”套餐，开发赛事IP衍生消费。

在繁荣入境文娱消费方面，提出优化涉外营业性演出审批管理，拓展“演艺+文旅”融合消费场景，支持有条件的地区打造“国际演艺消费区”，举办国际音乐节、艺术展、

电影节、电视节等。

在拓展入境健康消费方面，提出打造国际医疗旅游品牌，开展“中医药入境消费”服务贸易融合发展试点。不仅如此，《政策措施》还支持医疗机构依法合规、稳妥有序与国际保险公司合作，扩大国际商业保险直接结算范围。

在发展入境教育培训消费方面，加强“留学中国”品牌建设，推动中文教育培训出口，培育中文考试品牌，鼓励职业教育机构开设“中文+职业技能”课程等。

“我们旅行社最近接了很多入境团，外国游客对中国的传统文化特别感兴趣。新政策提出丰富入境游产品供给，这对我们是利好。我们正计划推出更多‘非遗体验游’‘美食文化游’线路。”上海一家旅行社的负责人李经理对本报记者说。

总体看，《政策措施》积极涵盖全方位入境场景，构建全链条促进体系。商务部服贸司负责人表示，《政策措施》提出打造国家旅游品牌、加强全球精准营销、持续完善签证政策等，让更多国际旅客“想来中国”“能来中国”；同时围绕打通入境后“吃住行游购娱”全流程的堵点卡点，在支付、退税、通信、游览、购票等各环节实施一系列便利举措，让国际旅客提升“游在中国”“购在中国”的消费体验。

向“服务贸易枢纽”升级

多位专家认为，《政策措施》的出台与实施，在中国从“旅游目的地”向“服务贸易枢纽”升级的过程中具有重要意义。

“我在上海和中国朋友一起跨了年，又去了苏州平江路拍了旗袍游，还体验了中医推拿。一趟旅程，多种体验，太值了！”来自马来西亚的游客李瑞贞兴奋地分享她春节期间的中国之行。“以前觉得来中国旅游就是看景点，现在发现可以看电影、看演出、做中医理疗，选择太多了。我在网上还看到有‘赛事+旅游’套餐，下次准备带家人来体验一下。”

“向‘服务贸易枢纽’的升级，是一个从市场规模扩张到发展质量显著提升的深刻转型过程，也是一项多部门、多产业、多行业协同发展的过程。”许光建认为，这一升级过程不仅涉及文旅产业的高质量发展，还涉及金融、医疗、教育、文化以及数字贸易等高附加值服务领域的全面开放与竞争力提升。

许光建说，向“服务贸易枢纽”升级面临的挑战主要有两方面：一是国际竞争日趋激烈，全球主要旅游大国在世界经济发展动力不足、国际贸易格局不稳定的大背景下，都在将旅游服务出口作为战略重点加快发展，同时欧盟等发达经济体在国际贸易中不断强化绿色标准，对我国服务出口构成新压力；二是旅游服务贸易涉及的部门、行业较多，在实践中还存在部门间的数据共享、业务衔接不够及时便利、部门间政策协同效能发挥不够等问题。

中国服务外包研究中心研究员郑伟分析，目前各国正积极扩大入境游、争取国际游客，中国市场处于上升态势，已然成为国际游客的热门选择。此时推出相关政策十分及时。通过系统性提升各环节的便利化水平，消除游客在入境、消费、支付、通信等方面的障碍，有助于中国抢抓全球市场复苏的机遇。

值得注意的是，旅行服务领域的进一步开放，还能够为金融、教育、医疗、数字服务等其他服务贸易领域的开放提供宝贵的“试验田”经验。“旅行服务本身就是一个高度综合的产业，在‘吃住行游购娱’每一个环节的开放程度提高都必然会推动并推动相关配套服务领域的制度创新。”许光建说。

旅行服务出口提质扩容，让境外来华的人不再只是步履匆匆的过客，离不开多部门协同发力。

商务部服贸司负责人表示，入境消费工作涉及多行业、多环节、多个相关部门，《政策措施》明确加强系统谋划，强化政策协同，增强部门合力。重点提出进一步优化入境旅行发展情况统计，推动区域间数据互通，加强数据监测与反馈，提升入境人员数字化服务便利性，鼓励各地结合实际对入境消费基础设施提供要素保障等，积极营造具有全球吸引力的国际消费环境。

“下一步，我们将会同各部门、各地方，推动这些政策措施尽快落地见效，更好优化入境消费环境，扩大服务出口，拓展服务消费新空间。”何咏前说。

随着中国免签“朋友圈”持续扩容、入境便利化政策密集落地，入境游市场正经历从“复苏”到“跃升”的关键转折。

入境游的竞争，本质是市场环境的竞争。全球主要经济体已将旅游服务出口列为战略重点。比如，欧盟推行“绿色签证”吸引可持续旅行者，日本以“观光立国”为发力点整合医疗、文化资源，一些中东国家更以“免签+高端消费”组合拳招揽国际游客。在此背景下，中国16条新举措的出台，绝非简单的行业政策，而是应对全球服务贸易竞争的关键落子。

从“中国游”到“中国服务”，一词之差，格局迥异。过往，入境游多被视为旅游业内部事务，如今则被纳入服务贸易出口体系，这是开放逻辑的调整与升级。旅行服务涉及签证通关、支付结算、数据流动、标准衔接等，每一项便利化举措都牵涉着更深层次的“开放密码”。

以旅行服务出口为纽带，构建服务贸易的要素集聚平台。国际游客不仅带来消费，更带来信息、创意、人才、资本的流动。通过打造国际旅游消费中心、国

入境游背后的开放密码

刘方

际会展目的地、国际文化交流平台，可以吸引全球优质要素和生产要素向中国集聚，逐步提升资源整合能力和要素配置能力。

以旅行服务出口为窗口，重构服务贸易格局。中国服务贸易长期存在逆差。一方面反映了居民收入水平提高、出境旅游需求旺盛，另一方面也表明中国在吸引国际消费方面仍有较大提升空间。因此，通过持续优化服务环境、丰富高品质旅游服务供给、增加旅行服务出口，对于缓解中国服务贸易逆差、优化服务贸易结构、推动服务贸易高质量发展具有重要作用。

以旅行服务出口为桥梁，为中国文化走向世界提供平台。入境游的便利有利于帮助更多外国朋友了解中国真实情况，进而为文化感知和价值认同创造条件。

例如，去年免签政策持续“更新迭代”，使得更多外国人便利地深入中国日常消费场景，感受一个真实立体、开放包容、创新发展、热情友善的中国。TikTok上，越来越多游客用第一视角记录在中国的旅行、美食、市井生活，传播中国文化，评论区“现代中国”“便捷高效”等关键词频现。

以旅行服务出口为支点，持续不断扩大制度型开放。16条新举措的出台，正是以旅行服务为“试验田”，探索服务贸易领域制度型开放的新路径。签证和通关便利化、支付互联互通、多语种服务标准、数据跨境流动等旅行服务领域的制度突破，可以为金融、教育、医疗、数字服务等其他服务贸易领域的开放发展提供参照，实现以“一点突破”带动“全域推进”。

在看到入境游快速发展态势的同时，也要看到国

难与挑战。比如，服务贸易涉及多部门协同，数据共享、政策衔接的“中梗阻”尚未完全打通；国际竞争加剧，绿色标准、数字规则等新壁垒正在形成。将政策红利转化为开放优势，仍需在签证便利化、支付国际化、服务标准化等方面持续攻坚。这些，要在实践中主动探索并稳步落实。

一系列政策组合拳，既是对应外部环境变化的主动选择，也是构建新发展格局的内在要求。其不仅释放出激活消费潜力的明确信号，更折射出中国以更大力度吸引和利用外资、推动服务贸易高质量发展、撬动更高水平对外开放的坚定决心。随着16条新举措落地，一场以旅游为支点、撬动更高水平对外开放的深层次变革正在展开。

（作者为国家发展和改革委员会价格研究所研究员）

