

紧跟入境游热潮 向世界讲好中国故事

——访猫途鹰中国首席执行官刘骁舟

■中国城市报记者 张亚欣

从免签“朋友圈”不断扩容,到144小时过境免签,再到支付日趋便利化,当下外国游客不断掀起“China Travel”(中国旅行)热潮。根据文化和旅游部统计数据,今年1月至7月我国入境旅游人次大幅增长,外籍人员来华观光达572.2万人次,同比增长403%。这不仅折射出我国入境游市场复苏势头强劲,也彰显出我国对外开放程度持续深化及国际影响力不断提升。

在业内看来,发展入境旅游意义重大,不仅对国家经济发展和文化交流具有重要作用,还有助于提升国家形象与软实力。因此,如何吸引更多外国游客“China Travel”,与时俱进发展入境旅游成为时下重要的行业课题。本期,中国城市报记者专访猫途鹰中国首席执行官刘骁舟,透过这位驰骋旅游业多年的“老兵”视角,解析入境游课题。

中国城市报:我们关注到,中国旅游研究院入境旅游课题组在近日发布的《中国入境旅游高质量发展报告》中表示,我国入境旅游正在步入繁荣发展新阶段。全球各国居民通过社交媒体对中国和中国旅游有了更深入的了解,很多外国博主将“China Travel”视为流量入口,进一步助推我国入境旅游实现市场散客化、体验内容生活化、目的地“下沉”等。这为旅游从业者在发展入境游方面创造了哪些机会?

刘骁舟:“China Travel”对于传播中国旅游的积极正面形象起到重要作用,让海外用户可以打破某些刻板印象,看到更真实可亲的中国。特别是海外博主在中国各地体验生活、与当地居民进行互动,进一步激发了更多海外游客来中国旅游的意愿。对我国旅游从业者来说,一方面,更多外国游客的到来,为旅游市场带来了增量机会,这意味着包括酒店住宿、交通出行、餐饮购物等相关环节的收入或将迎来进一步增长;另一方面,外国游客激增也有助于我国入境游供应链的恢复,让曾经流失的人才重新回到入境游服务赛道,为行业发展带来持久动力。

中国城市报:具体到目的地“下沉”的趋势,结合您提到丰富的增量机会,旅游从业者应如何把握机遇?

刘骁舟:我认为从业者的

机会体现在方方面面,比如可以不断完善基础接待服务能力;在下沉市场所包含的酒店住宿、交通出行、景区预约等环节,可以打造更好的外国游客消费场景——增加双语标识,提高服务人员服务水平尤其是外语能力;在海外营销方面,可以借助国内外成熟的OTA平台,面向主要客源地进行精准营销,设计出更适合外国游客的入境旅游线路、产品,从而提高入境游订单的转化率。

中国城市报:当下,入境旅游爆火,猫途鹰积累了不少外国用户。这些用户都有哪些特点?猫途鹰如何发挥自身优势赋能我国入境游?

刘骁舟:现阶段,猫途鹰已渗透全球43个市场、提供28种语言服务,平台收纳了近800万家商户超10亿条用户评论。这也使得我们的用户来自全球各地。不论是在北美、欧洲,还是在一些中美、南美等相对小众的国家,都能发现猫途鹰的用户,我们的用户覆盖面很广。

因此,基于自身全球视野和海量用户数据,猫途鹰在帮助中国市场更好地理解国际游客的需求和行为模式之外,也为海外游客提供了全面的旅游信息和可靠的旅行指南。比如,我们在全球旅行者(天津)大会上发布的《天津国际化旅游指南》就提供了全方位的旅游攻略,帮助国内外游客更好地规划和享受旅行。除了旅行指南,我们还会推出一些榜单,比如“Travel choice 旅行者之选”,并将该榜单中全球位列前

五的餐厅、酒店、旅游地的各种玩乐内容进行梳理,推出了“best of best 优中之优”榜单,帮助全球目的地进行多语言宣发。

同时,我们还成立了外籍达人社群进行内容创作和传播。通过与外籍达人合作,猫途鹰组织外籍达人体验中国特色旅游目的地美景、美食、历史文化、自然生态等,并创作攻略文章、图片、视频等内容,借助外籍游客视角,展现中国风土人情及文化特色。

中国城市报:目前,入境旅游正在进入快速复苏的新通道和繁荣发展的新阶段。以从业者视角来看,我国在发展入境游方面还存在哪些挑战?如何应对?

刘骁舟:来华旅游人数的增加,不仅可以带来丰厚的外汇收入,还能提升中国国际形象和竞争力。当然,现今我国入境游发展还存在一些挑战。

首先是签证的便利性。144小时过境免签政策的实施就是一个很好的尝试,但相比于其他国家仍有提升空间。未来,可以考虑给更多的国家提供免签或电子签证等便捷措施。基于我国目前的技术能力,在全球范围内让绝大多数申请者通过网络获得电子签证并大幅提高签证的便利性,具备可行性,我国甚至有实力比大多数国家做得更好、更便捷。

其次,我国在海外的形象宣传仍有提升空间。中国既具有灿烂悠久的历史,也和全世界是同一个“命运共同体”,发展入境游在体现中国特色的基础上也可以多发掘人类

媒体采访。
津)大会举行,刘骁舟在会议期间接受
会在天津开幕当日,全球旅行者(天
二〇二四中国文化旅游产业博览



文明层面的共同价值观,缩短外国游客与中国的精神距离。

再次,支付体系亟待优化。国内电子支付已实现广泛普及,但这也导致外国游客在中国使用现金不太方便。目前,相关部门、旅游平台和支付公司正积极探索解决方案。

最后,教育医疗体系等生活服务有待实现国际化。入境游更进一步的发展就是让外国游客在中国进行深度体验且停留的时间更久,这意味着要让外国游客在国内实现无障碍考察、学习、工作以及生活,就需要积极引入国际化的服务产业,如国际化的医疗和教育产业。如此不仅可以提升国内城市的国际化水平,吸引并招揽全球人才,也能够拉动相关产业的投资,从而助推城市高质量发展。

中国城市报:得益于当下入境游的强势复苏和发展,全国多地都在迎接大批外国游客来访。中国文化博大精深,拥有悠久历史和丰富故事的景区

遍布全国各地,就如何讲好中国故事,猫途鹰有哪些计划或措施?

刘骁舟:未来,我们将继续深化内容创作,比如持续加强与外籍达人的合作,鼓励他们创作更多关于中国不同地区文化、历史、自然风光等内容,以更多元的形式(包括视频、直播、博客等)讲述中国故事;持续扩大社群影响力,通过扩大“猫途鹰外籍达人社群计划”,增加更多领域的外籍成员,如艺术家、学者、旅游专家等,以他们的专业知识和独特视角,扩充中国故事的边界、丰富中国故事的内涵;加强目的地营销,通过与地方政府和旅游机构合作,推广中国各地区的特色旅游项目和文化活动;通过持续推进榜单发布和奖项评选,表彰优秀的中国旅游目的地和旅游服务,提升其国际形象;推动文化交流活动,组织和参与更多国际文旅交流活动,如旅游博览会、文化节等,让中国故事成为国际交流的重要组成部分。



文化和旅游部: 今年中秋节假期 国内出游1.07亿人次

9月18日,文化和旅游部发布2024年中秋节假期文化和旅游市场情况。据文化和旅游部数据中心测算,全国国内出游1.07亿人次,按可比口径较2019年同期增长6.3%;国内游客出游总花费510.47亿元人民币,较2019年同期增长8.0%。图为9月15日晚,游客们在南京夫子庙景区内欣赏演出。

中新社记者 泱波摄