

入境游的下一程： 行业服务能力或成最大变量

■中国城市报记者 张亚欣

入境人次虽创新高,人均消费却仍只有全球平均水平的三成。

新疆塔县海拔较高,当地一家酒店在海外平台的页面上多了“全屋制氧”“无烟房”两个标签。一对瑞士年轻游客冲着“全屋制氧”,完成了预订。

携程集团副总裁孙天旭在接受中国城市报记者专访时举了这个例子。她表示,中小商家手上有特色供给,问题是他们不清楚海外游客关心什么。平台要做的就是把这些供给翻译成境外游客能用于决策的信息。

9月10日,2026年中国国际服务贸易交易会(以下简称服贸会)期间,商务部国际贸易经济合作研究院国际服务贸易研究所发布的《入境游促进消费的内在机理及增长潜力研究》(以下简称研究)显示,2025年,我国接待入境游客1.545亿人次,同比增长17.1%;入境游客总花费1311亿美元,同比增长39.2%。

按研究采用的年均汇率折算,这笔钱约合9364亿元人民币,相当于同期国内生产总值的0.67%。研究说明,这一比例只计国际游客在境内形成的直接消费,不是旅游业增加值占GDP的比例。2025年我国入境游每人每次国际旅游收入357.3美元,相当于全球平均水平的29.1%。

卡住的环节

研究显示,在1.545亿人次的入境游客里,外国人3517万人次,同比增长30.6%,占22.8%。其中,通过互免和单方面免签入境的外国人3008万人次,占外国人入境总量的85.5%。研究给出的人均消费是848.5美元,约为国内游客人均消费的6倍。

研究把北京、上海、广州、深圳、成都归纳为五类发展样本。北京2025年接待入境游客548万人次,消费转化仍待深化;上海接待入境游客936万人次,已接近阶段性前沿;广州接待入境过夜游客571.81万人次,商务客流需要转向综合消费;深圳接待入境过夜游客1308.2万人次,港澳同胞占近八成,外国游客

208.5万人次、同比增长70.1%,通道流量如何转为过夜消费是首要任务;成都接待入境游客238万人次、同比增长44.3%,小语种人才和国际直达航线仍需补强。

研究构建的5个维度里,服务质量与体验对释放增长潜力作用最明显,协同改善强于单点优化,入境游不能只依靠某一个主体。研究把消费转化分为愿意来、来得了、有产品、消费顺、可持续5个环节,任何一环断掉,人流都不会自动变成消费;列出的具体断点包括外籍证件预约购票、境外支付、多语种导览、小语种导游、退税、投诉与权益保障。

接住入境游客

北京福庭酒店位于东二环雅宝路商圈,临近使馆区。“酒店增加了中英俄多语种标识,编制周边旅行指南,对员工做场景英语培训,前台配备AI翻译工具。”其销售部总监孟凯在接受中国城市报记者采访时介绍,今年前8个月,酒店在携程海外平台上的入境游间夜量同比增长153%,入境订单占比接近58%;今年暑期两项数字分别为185%和接近70%。

孟凯称,携程海外平台为酒店提供了面向国际市场的曝光度和订单渠道。

中安宾馆位于北京站、王府井附近,所在地是斯诺夫妇上世纪30年代的居所,《红星照耀中国》部分内容在此写成。其总经理冯彦兵介绍,今年前8个月,酒店在携程海外平台上的入境游间夜量同比

增长121%,入境订单占比达82%。酒店把早餐做到近百种餐品,针对西班牙、意大利、俄罗斯等市场增加土豆饼、披萨、俄式薄饼;2025年用半年多时间培养了一支15人的中英文双语讲解队伍,每晚8点面向住客讲解斯诺旧居,已持续一年半以上,游客逐渐把中安宾馆称为“博物馆式酒店”。

冯彦兵提醒,位置、服务评价和性价比仍是影响游客预订决策的基础因素,文化体验的价值在于游客入住之后形成口碑,而不宜简单当作营销噱头。

北京锦和旅行社做了约15年入境游业务,过去主要承接海外组团社订单。负责人刘海秋介绍,2020年后团队转向小团化和定制化,2025年成为携程入境游平台首批供应商之一,人员规模由最初6至8人发展到20余人。携程运营团队帮其建立了行前、行中、行后的服务体系,包括首次响应时限、静默客户跟进、出行提醒和行后反馈收集。刘海秋坦言,一开始是为了完成平台的NPS(净推荐值)要求,后来高质量服务逐渐变成了团队的“肌肉记忆”。

入境游接待业务正从偶发订单变成常规收入。2026年二季度,携程平台承接入境游订单的境内酒店达13.9万家。2026年一季度,在携程平台接待入境游客的酒店中,约9.8万家属于此此前已有入境接待记录的“非首次接待”酒店,占比达88.2%;超过1.4万家酒店的入境游间夜量已占到其当季总间夜量的10%以上。

“北京能够同时提供清真

餐饮、礼拜空间和宗教指引的住宿产品较少。”刘海秋还提到,此前接待约160人的穆斯林学生团时,团队需要逐份采购和打包符合要求的早餐。

补齐服务断点

研究用中外差异来阐释平台的角色,成熟目的地的在线平台主要优化信息与交易效率。中国的平台则从早期就参与商品标准、支付、语言、客服和履约体系建设,需要把本地资源改造成境外游客看得懂、搜得到、订得上的服务产品。

景区一端,携程平台超过6.3万个票种支持外籍游客预订,头部景区约95%的票种支持外籍证件,280余家景区部署了可识别外籍护照的多语言智能票机,支持44个币种、65种支付方式。语言一端,2025年平台多语种一日游和外语人工讲解产品营收同比增长140%,其中讲解类产品增长576%,覆盖12种语言。

成都一家名为“隐室·城市高空微度假套房”的酒店,中文名很有意境,直译后境外游客看不懂。携程团队协助它重写英文展示,突出“高空、全景、艺术公寓”。

2025年12月,携程上线“全球退税地图”,整合41个国家、5300余家商户信息。

北京市文化和旅游局副局长郑芳在服贸会期间举办的2026世界旅游合作与发展大会上接受媒体群访时介绍,“北京通”及相关小程序已整合39项入境游客常用功能,支持16种语言自主切换;北京还推出《游在中国·北京》英文智慧文旅服务平台,整合签证、购物和离境退税等信息,并推出“北京新发现”10条主题线路。

孙天旭还道明了三方的具体分工:“公共部门完善签证通关、国际航线、外籍证件适配、支付通信、多语种标识、景区预约和离境退税等共性基础设施;目的地把资源转化成产品;平台承担市场转化和供给组织,一端连接全球客源,另一端帮商家完成多语种展示、商品数字化和国际分销。”

下一程的增长

研究判断,2023年至

2025年多数城市与阶段性前沿的差距持续收敛,门户城市的增长逻辑正在由利用已有条件,转向新增有效供给、开拓客源市场和建设消费场景。

2026年上半年,携程海外平台入境游前30大客源地中,免签国家的平均订单增速比非免签国家高43个百分点。2026年,中国又对英国、加拿大持普通护照人员实施免签政策,长线客源市场继续扩大。

孙天旭介绍,2026年一季度,携程服务的入境游客中来自欧洲和美国的占比已达25%;上半年西班牙、法国、比利时、意大利、荷兰等欧洲市场入境订单同比增幅均超过100%。报告援引携程数据显示,2026年上半年入境游客平均每次旅程覆盖约1.48座城市,约半数涉及跨城行程。

“海外游客在华购物的结构正在变化。”中国旅游研究院院长戴斌在2026世界旅游合作与发展大会期间接受媒体群访时称,过去海外游客多选购古玩、瓷器、茶叶、丝绸,现在销售量增长最快的是代表中国制造和中国服务的商品,比如手机及外设、无人机、新中式服饰和国产化妆品。此外,他提醒,情绪价值、体验经济、出圈的网络文案,都应当建立在基础设施、开放政策与旅游接待环境这些坚实基础之上,以此对外讲好当代中国故事。

2026世界旅游合作与发展大会上,境外旅行商与国内旅行商面对面洽谈并现场签约。戴斌说,能达成签约当然好,但如果大家跑一圈、看一遍全部顺利签约,“多少会有一点形式化,大多也只是意向性合作”。他说,真正的目的是“通过大会、通过踩线、通过洽谈,把北京的郊区资源、乡村旅游、科技旅游、工业旅游,真正打磨成可销售、可落地、可体验的文旅产品和文旅空间,让更多海外旅行商、入境游客愿意关注、愿意选择”。

携程集团联合创始人、董事局主席梁建章曾提出,到2030年中国入境游客数量有望提升至目前的约3倍,并带来约3000亿美元旅游外汇收入,相当于GDP的约2%至3%。孙天旭说,这是面向未来的潜力判断,想要实现必须更加努力。



外籍宾客在北京福庭酒店办理入住。李晋京摄