

中国同越南、马来西亚和柬埔寨旅游合作日益深入

# 人文交流纽带系得更牢

本报记者 赵珊

近年来，中国同越南、马来西亚和柬埔寨的旅游合作日益深入，互为重要的出境游目的地和入境游客源国。

## 产品预订大幅增长

“过几天就是‘五一’假期，我们一家已订好了马来西亚5日游的行程。现在去马来西亚免签证，很方便，轻松实现说走就走。”在北京工作的周女士对此行充满期待。

记者从多家旅行社和旅游在线平台了解到，越南、马来西亚和柬埔寨一直是中国游客出境游热门目的地。今年“五一”假期，三国的出境游预订量持续攀升。从去年国际机票预订情况来看，马来西亚的机票预订量大，越南和柬埔寨的预订增速快，越南富国岛、河内、胡志明市的预订增速超七成，柬埔寨金边预订量增六成。

抖音生活服务平台相关负责人介绍，今年1月至3月，马来西亚旅游相关团购产品销售额环比增长114%，预订量环比增长143%，仙本那、亚庇等地旅游产品持续热销。小红书统计显示：今年，马来西亚亚庇、仙本那、槟城的用户搜索频次增长较快。2月至3月，越南搜索频次同比去年增长37.22%。3月以来，柬埔寨的搜索频次持续提升，同比去年增长131.86%。

途牛旅游网数据显示：今年以来，中国游客赴越南、马来西亚、柬埔寨出游人数总体较去年同期增长51%，其中，增幅明显的是马来西亚—新加坡连线跟团游产品。来自携程的统计数据显示，2024年中国前往越南的机票订单量同比增长超七成，前往柬埔寨的机票订单量同比增长超六成，前往马来西亚的机票订单量同比增长翻倍。

同时，中国也是三国游客喜爱的热门目的地。携程相关负责人告诉记者：“2024年以来，越南入境游订单量同比增长193%，马来西亚入境游订单量同比增长31%，柬埔寨入境游订单量同比增长140%，广州、上海、深圳、北京、成都是热门目的地。从目前预订来看，‘五一’假期，马来西亚和越南入围十大入境游客源国。”

## 免签政策红利充分释放

近日，中国和马来西亚两国政府正式签署《关于互免持公务普通护照和普通护照人员签证的协定》，这为中马两国民心相通、文化交流注入动力。消息发布后，马来西亚旅游热度显著上升，同程旅行数据显示，当天马来西亚旅游搜索热度较前日增长163%。同程研究院相关负责人分析：“马来西亚在中国出境游热门目的地中常年排名前十。免签政策将进一步释放两国的文化旅游需求，带动酒店、航空、购物等产业增长。”

飞猪相关负责人说：“中马免签后，两国双向旅游人数有望加速增长。4月以来，中国飞往马来西亚的机票预订量同比增长35%，马来西亚飞往中国的机票预订量同比增长超2倍。”

“吉隆坡的都市风光、槟城和马来六甲的南洋风情、仙本那的海岛风光和潜水体验以及椰浆饭和肉骨茶等美食都吸引着中国游客。数据显示，亚庇今年吸引大量中国游客，‘亚庇一日游’、‘亚庇必打卡美食’等相关攻略搜索热度近一个月环比增长超过200%。”马蜂窝相关负责人告诉记者。

春秋旅游副总经理周卫红告诉记者：“依托免签政策，春秋旅游计划以马来西亚为中心，推出多条‘一站式联游’产品，打造东南亚‘免签联游’黄金线路，释放深度游潜力。此外，还将加速整合马来西亚新兴旅游资源，如沙巴红树林探秘、兰卡威免税购物、马六



中越德天(板约)瀑布跨境旅游合作区举办中越水上歌会活动。

中国旅游集团供图



马来西亚游客游览中国北京天坛。

中青旅国际旅游有限公司供图



中国游客在柬埔寨吴哥窟。

众信旅游供图



中国游客在马来西亚马六甲。中旅旅行供图

## 便捷实现“一日游两国”

在中国广义崇左市和越南高平省交界处，坐落着世界第四、亚洲第一大跨国瀑布——德天(板约)瀑布。4月15日，《中华人民共和国与越南社会主义共和国关于持续深化全面战略合作伙伴关系，加快构建具有战略意义的中越命运共同体的联合声明》发表，其中包括“运营好中越德天(板约)瀑布跨境旅游合作区，鼓励双方游客赴对方国家旅游”。如今，中越德天(板约)瀑布跨境旅游合作区正蓬勃发展，多条跨境自驾游线路开通，让“一日游两国”成为现实。

记者从负责景区运营的中国旅游集团了解到，中越德天(板约)瀑布跨境旅游合作区是中国首个跨境旅游合作区。自2024年10月15日正式运营以来，“一日游两国”的跨境旅游方式吸引了不少中越游客，他们乘坐竹筏、登上观景平台，近距离观赏瀑布的壮丽景色，领略中越两国山水风光。

合作区从最初的瀑布观光线路已发展到如今涵盖民俗体验、边关探秘、跨境购物等多元化的旅游产品，游客数量逐年攀升，越来越多的国内外游客慕名而来，感受中越边境风景的独特魅力。

合作区创新“一店一品”主题店铺差

## ■ 览胜观潮

即将到来的“五一”假期，出入境游预订火热，以越南、马来西亚、柬埔寨为代表的东南亚国家备受中国游客青睐，到访中国的三国游客也有大幅增长。在中国出入境游市场上，东南亚历来占据重要地位，它们既是中国游客出境的热门选择，也是中国入境游的重要客源地。2025年中越跨境旅游合作交流活动启动、中国和马来西亚两国政府正式签署《关于互免持公务普通护照和普通护照人员签证的协定》、中柬两国领导人宣布2025年为“中柬旅游年”……随着一系列利好政策、措施的实施，“常来常往”日益成为中国与东南亚国家间旅游交流合作的常态，被旅游业界人士形象地称为“串门式”旅游。“常来常往”中孕育双向旅游合作的活力与前景。

上世纪90年代，“新马泰”（新加坡、马来西亚、泰国）成为中国游客最早的出境游目的地之一，也是一代人心目中时髦出游的代名词。此后，走出国门的中国游客将脚步延伸得越来越远。据中国旅游研究院发布的《中国出境旅游发展年度报告2024》，2024年，中国出境游客到访了超过210个国家或地区。其中，东南亚始终保持着较高热度和较大份额，2024年，中国公民出境旅游市场达到1.46亿人次，其中东南亚占比近15%。蓬勃发展的“China travel”中，东南亚是恢复最快的外国客源市场，东南亚游客来华旅行也更加频繁。

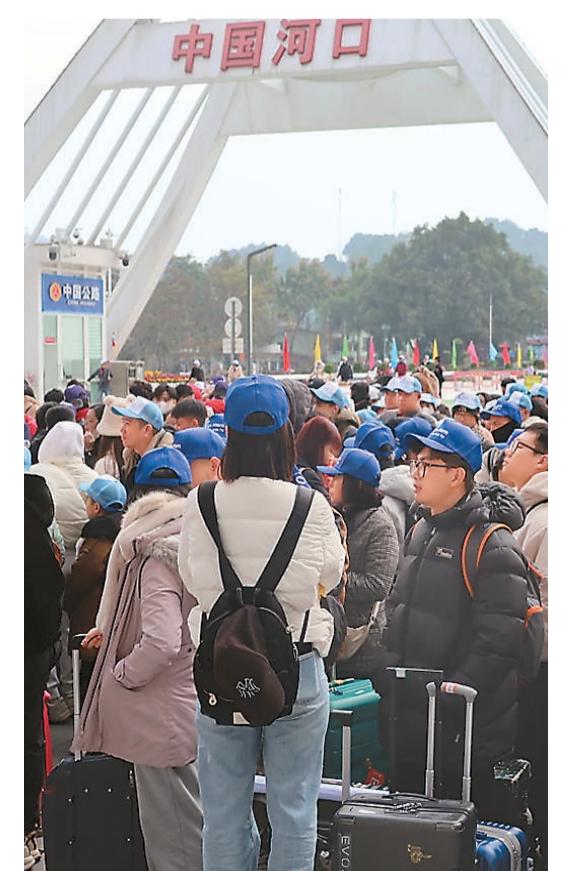
未来合作仍将不断升级。据了解，2025年，东盟国家正积极推进“单一旅游签证”计划，预计于2026年试运行覆盖10国的电子签证系统，届时，中国游客可“一签游东南亚”。

“常来常往”中加深对彼此真实的认知。

一个有意思的现象是，随着民众互访频次的不断提高，彼此到访的目的地正趋向“小众化”。如今，中国游客参与东南亚旅游，已不满足于仅去河内、吉隆坡、金边、曼谷等大城市或是知名旅游景点。在中国的社交平台上，大叻、槟城、马德望、尖竹汶等小众旅游目的地拥有不少“粉丝”，尤受年轻游客欢迎。为满足中国游客个性化、多样化的旅游需求，东南亚目的地也推出诸多新产品，例如，马来西亚已成为中国钓鱼爱好者出国钓鱼的重要目的地。

与此同时，通过短视频等媒介，越来越多的东南亚游客被中国“迷人的风景、充满活力的城市以及独特的文化体验”所吸引，并将旅行计划付诸实践。他们不仅看中国的山水风光、历史古迹，也走进中国百姓的日常生活场景、参与充满韵味的文化体验，感受中国百姓的友好与热情，从而对古老而现代的中国有了更具象化的认识。他们不仅是观光客、观察者、体验者，也是传播者、“推介官”。过去的一年，正是经由包括东南亚游客在内的众多外国游客的自发推荐，“中国游”成为国际热词。

更频密的往来、更深入的交流、更广泛的合作，中国与东南亚的出入境旅游发展新图景让人充满期待。



今年春节期间，众多越南游客从中国云南省河口口岸入境中国。

云南省红河哈尼族彝族自治州河口瑶族自治县融媒体中心供图

架好『常来常往』的旅游桥梁

尹婕

他们不仅是观客、观察者、体验者，也是传播者、“推介官”。过去的一年，正是经由包括东南亚游客在内的众多外国游客的自发推荐，“中国游”成为国际热词。

目前中国游客赴三国的深度游产品更受青睐。中青旅遨游公司董事长韩杰介绍：“前往越南的游客偏好海滨度假及美食主题游，前往马来西亚的游客以亲子游和文化体验为主，前往柬埔寨的游客则侧重吴哥窟等古迹文化游。未来将整合区域资源，打造深度游产品，设计多国联游自由行套餐，联合三国文旅局开展精准营销。”

一些中国游客到访越南、马来西亚和柬埔寨，喜欢不同以往的体验，出海、潜水、海钓、旅拍、研学等颇受欢迎。探访越南的“网红”制香村、体验会安旋转簸箕船，在柬埔寨乘坐独特的“竹火车”等，都是年轻人喜爱的新玩法。

中旅旅行相关负责人介绍：“设计开发的‘微笑请柬’柬埔寨跟团游覆盖金边、吴哥窟等核心景点，结合古迹探寻、民俗文化与休闲度假，精准契合游客对当地文化遗产与自然探索的需求，深受欢迎。未来中旅旅行将深化与三国的合作，重点推进旅游产品创新和服务升级，为游客提供更优质的旅游体验。”

众信旅游集团媒介公关经理李梦然说：“柬埔寨产品更加凸显文化体验，线路融入世界文化遗产、特色美食餐、仙女歌舞表演等。集团旗下全景旅游携手东航开通北京直飞越南富国岛的航线。该岛是越南免签的高端海岛度假目的地，为中国游客海岛游提供了新选择。”

“不断增加的中国游客，对三国的旅游配套设施，如中文讲解、酒店资源等，都提出了更高的要求，因此需要旅行社升级产品，保证品质。”途牛旅游网相关负责人介绍。

如何提升三国游客到中国的入境游体验？云南财经大学旅游文化产业研究院院长明庆忠表示：“云南与东南亚山水相连，人文相通，旅游资源丰富，对东南亚国家游客非常有吸引力。旅游业者应大力发展旅游新产品、新场景，为入境游客提供更多选择，持续推出富有文化底蕴的旅游体验项目和活动。另外，针对不同的东南亚国家游客，应提供更符合其本国文化的接待方式，并让东南亚游客体验地道的云南生活，让他们‘行至远，见至美’。”

中国旅游研究院宣传推广部主任杨劲松认为：“未来，中国与三国间的旅游往来将更加稳健，发展潜力将越来越大地展现出来。建议旅游企业和从业者在AI等新技术应用、市场推广、产品开发、服务升级、目的地建设等方面持续创新。”

国内定价全年420元

国内统一刊号：CN11-0066