

面对国际油价波动加剧、经济不确定性增加等逆风环境——

全球国际旅游业保持增长韧性

本报记者 高 乔

环
球
热
点

“全球旅游业发展条件达到2019年以来的最好水平。”世界经济论坛近日发布的《2026年旅游业发展指数》报告显示，尽管逆风犹存，多数经济体旅游业持续改善。据联合国旅游组织近日发布的

最新一期《世界旅游晴雨表》报告，今年上半年，全球国际游客人数同比增长0.4%。正如联合国旅游组织秘书长谢哈纳赛尔·努韦斯所说：旅游业并未停止增长，但增长仍然脆弱。

持续的地缘冲突使得6月份美国的机票价格同比上涨26%，叠加燃油价格持续高企，美国航空在8月和9月缩减了部分航线，预计美国人的出行压力可能会持续数月。

欧洲旅游委员会数据显示，在通胀和经济不确定的背景下，距离较近、交通便利以及总体费用更可控的目的地更容易获得游客青睐。

韩国《亚洲商业日报》的报道称，韩国暑期国际旅游市场“机酒价格暴涨”让人们不愿出国旅行。大量上班族为暑期旅行预订机票和酒店，却因价格远超预期而不得不缩短甚至取消行程。受住宿、交通等成本较去年大幅上涨的冲击，人们的出行预算普遍增加了数十万韩元。

保持韧性，探索可持续发展

“旅游业是全球经济的重要组成部分。面对外部环境变动，韧性是维持旅游业价值的关键。”苏黎世保险集团全球业务与运营首席执行官卡拉·莫顿表示，“想要构筑这份韧性，企业与政府必须共同承担责任。”

《2026年旅游业发展指数》报告显示，全球多数地区旅游发展条件得到改善，但各旅游目的地也面临日趋严峻的挑战。2024—2026年间，3/4的经济体旅行可负担性出现下滑，旅游投资增速滞后于市场需求扩张，劳动力短缺制约行业进一步发展。与此同时，旅游给当地社区带来的收益有所降低，这表明游客数量增长未必能转化为更优的民生福祉与更高质量的就业，在高度依赖季节性旅游的目的地，这一问题尤为突出。在成本上升、地缘政治动荡、气候异常、劳动力短缺，以及基础设施和社区承压加剧的背景下，需要将空前旺盛的旅游需求转化为长期可持续价值。

中国跨境旅游业的持续发展态势表现亮眼。美国《华尔街日报》近日刊文称，近年来，中国不断扩大免签政策范围，外国游客来华旅行变得更加便利。中国国家移民管理局数据显示，今年上半年，入境外籍人员达2291.4万人次，同比增长20.4%。其中免签入境外籍人员1781.5万人次，占比77.7%，同比增长30.6%。摩根士丹利预测，到2030年，中国旅游和旅行相关收入占国内生产总值的比重将从2024年的4.8%升至6.7%，旅游市场规模将由2025年的约1万亿美元增至约1.8万亿美元。

世界经济论坛体验经济与城市社区总负责人拉米亚·克里希纳斯瓦米表示，旅游业下一阶段的重点不再是单纯吸引更多游客，而是通过人力资本投入、基础设施建设以及深化公共与私营部门协作创造价值，推动旅游业持续惠及当地社区、企业与旅游目的地。



图①：6月23日，人们在英国伦敦的高温天气下出行。

新华社/法新

图②：8月29日，重庆市两江新区，外国游客在品尝重庆火锅。

孙凯芳摄（人民图片）

专家谈

“2026年的全球旅游业正踩着油门前行，却一手把着方向盘、一手搭着手刹，增长势头不减，但始终带着审慎。”拉美社近日报道中的评论，是全球旅游业现状的一个生动比喻。

在国际经济和地缘环境不确定性加大的情况下，全球国际旅游市场仍保持增长，市场需求总体保持较强韧性。但不同地区和目的地之间的表现继续分化：欧洲仍然是全球最大的国际旅游目的地区域，非洲是增长表现较突出的地区，亚洲及太平洋地区继续复苏。

当前，全球国际旅游市场正从疫情后的“恢复性增长”转向目的地之间的结构性竞争。疫情后的早期阶段，国际旅游市场最关心的是航线能否恢复、边境能否开放、游客是否愿意重新出行。现在，国际旅游已经进入新的竞争阶段。游客不仅比较旅游资源，还比较签证便利程度、航班数量、旅行成本、交通效率、数字服务、安全感和目的地形象。换句话讲，目的地过去主要回答“我有什么”，现在还必须回答“游客能否方便地来”“旅行是否值得”和“体验是否稳定”。

此外，全球国际旅游市场呈现区域化和多中心化趋势。短程和区域内旅游由于航程较短、价格相对可控、文化和交通联系较强，表现出较强韧性。欧洲内部、东亚与东南亚间、美洲内部的人员流动，都是全球国际旅游的重要组成部分。与此同时，全球国际旅游目的地格局正在更加多元化。国际游客不再只集中于少数传统欧美目的地，亚洲、中东、非洲和拉丁美洲的一些国家和地区也在提升国际吸引力。这并不是简单的游客从一个国家“转移”到另一个国家，而是全球游客的选择范围扩大，目的地之间的竞争更加充分。

值得关注的是，游客对国际旅游的需求正在从“观看景点”转向“进入生活场景”。越来越多国际游客不再满足于观看少数知名地标，而是希望进入当地人的生活空间，体验饮食、社区、艺术、节庆、乡村、手工艺和非物质文化遗产。旅游吸引力不再只是由景点单方面提供，而是在居民、游客、文化空间、服务企业和数字媒介的互动中共同形成。一个目的地能否把文化资源转化为可参与、可理解、可分享的生活体验，同时尊重社区生活和文本来状态，将越来越影响其国际竞争力。

最新《2026年旅游业发展指数》报告提到，全球国际旅游市场需要将空前旺盛的旅游需求转化为长期可持续价值。旅游市场发展从追求游客数量转向兼顾质量和可持续性。一些国际热门目的地已经面临景区拥挤、社区生活成本上升、公共服务压力和生态环境负担等问题。因此，越来越多目的地不再只强调游客总量，而是关注游客停留时间、消费质量、淡旺季分布、空间分流和社区收益。全球国际旅游市场的亮眼表现，不能只看游客是否创纪录，还应看增长是否能够改善当地居民生活、保护文化和生态环境，并形成更具韧性的旅游产业。

（作者为上海师范大学旅游学院副教授，本报记者高乔采访整理）

瞄准国际旅游需求，打造更具韧性的旅游产业

孙俊俊

美国民众热切期待见到“平平”“福双”



九月二十八日，在美国亚特兰大大动物园附近的一家餐馆，人们在写着“欢迎‘平平’和‘福双’”的信息板上休闲。

新华社记者 刘亚南 摄

时隔两年，美国亚特兰大大动物园近日再次迎来中国大熊猫。记者在亚特兰大大采访，当地民众纷纷表示热切期待见到大熊猫，延续20多年的“熊猫情”。

美国东部时间9月27日晨，大熊猫“平平”“福双”搭乘包机抵达亚特兰大大国际机场。根据中美双方安排，这对大熊猫将在亚特兰大大动物园开启为期10年的旅居生活。

大熊猫抵达后，亚特兰大大动物园网站很快发布公告，在公园入口处张贴大熊猫抵达的信息和有关海报。

9月27日上午，在紧邻动物园的一家餐馆，店主塔尼娅·史密斯请记者帮忙写下“平平”“福双”的中文名，随后她将这两个名字抄到临街的自制社区信息板上。记者看到，信息板长约两

米，高一米，上面用粉笔画着两只憨态可掬的大熊猫，身后翠竹环绕。粉笔画中间用英文写着“欢迎‘平平’和‘福双’”，下面则是史密斯刚用中文写下的大熊猫名字。

史密斯告诉记者，当天早上听说大熊猫抵达的消息后，“全餐馆的人都兴奋地跑到店外，看着运送大熊猫的车队经过”。她说，大熊猫是中美之间的桥梁，“这里的人们都把大熊猫视为友谊的象征，对能够分享这种友谊以及中方的信任感到兴奋”。

史密斯说，她考虑推出大熊猫主题的曲奇饼干、冰淇淋和玩具，期待大熊猫给社区带来更多快乐。

住在动物园附近的阿曼达9月27日一早就和4岁的儿子守在动物园隔离栏

疫场所附近，她的儿子手持一个大熊猫毛绒玩具隔着护栏不住地张望。

阿曼达告诉记者，她第一次在亚特兰大大动物园见到大熊猫时只有12岁，至今仍记得大熊猫在动物园生活的样子，“大熊猫一直是我的最爱之一”。

阿曼达说，2024年10月，旅居亚特兰大大动物园的大熊猫“伦伦”“洋洋”和它们的双胞胎女儿返回中国时，她非常悲伤。那之后，一位长辈送给她儿子一个大熊猫毛绒玩具，以解他们母子对大熊猫的思念之情。“大熊猫能再来这里，我们感到非常兴奋。”

游客维多利亚说，大熊猫是亚特兰大大动物园的一大亮点，期待能尽早预订门票看到大熊猫。她和家人非常享受过去看大熊猫的时光，“它们打开了人们的眼界，让人对中国产生更多兴趣，真正拉近了两国人民的距离”。

游客克里斯滕·德林杰告诉记者，以前来亚特兰大大动物园，逛熊猫馆是必不可少的项目。两年前大熊猫离开时，德林杰购买了一件纪念T恤，上面印有曾在亚特兰大大动物园生活过的大熊猫和它们的名字。9月27日晚，德林杰8岁的女儿西恩娜购买了一个新的大熊猫毛绒玩具，并为它取名“平平”。

游客霍伊说：“过去两年，大家非常想念大熊猫。”她告诉记者，亚特兰大大动物园是北美少数几个拥有大熊猫的动物园之一，大熊猫回来了，“真是棒极了”。

“大熊猫象征着中美两国的友谊。”霍伊说，“两国之间通过大熊猫加强交流，这对中美人民无疑是件好事。”

（据新华社电 记者刘亚南、谢铎）



智利：沙漠花开

近日，在智利科皮亚波附近的阿塔卡马沙漠，野花盛开，花海烂漫。

上图：一名男子拍摄沙漠花海。

左图：一只小鸟在沙漠花海中鸣叫。

新华社/美联