

第9章 观光及娱乐业

1. 旅游

- 2022年是中国旅游休闲行业受新冠病毒疫情影响最严重的一年。
- 随着核酸检测、出示行程码和健康码、限制跨省移动、入境隔离政策等一系列长期严格的疫情防控措施的结束，逐渐恢复了人员的自由往来，2023年，整个行业终于走出疫情阴霾，看到曙光。
- 为了实现中国公民旅游的现代化和高水平发展，促进中日两国相互理解，有必要对外商独资旅行社开放中国公民出境旅游业务。

2022年旅游相关行业的趋势

2022年，新冠病毒疫情进入第三年仍未出现平息迹象，甚至日常生活也因各城市严格的防控措施而受到极大限制，以上海大规模封城为代表，各地普遍实施封城策略。

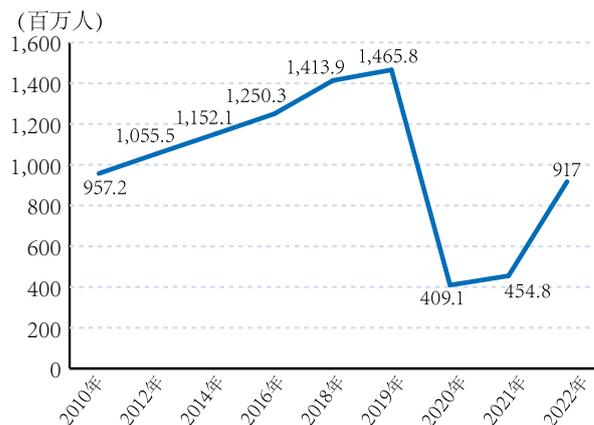
中国的旅游相关行业直接受到如此严格的疫情防控政策影响，全国各地零星散发的社区感染，使得以北京市为代表的全国省、直辖市、自治区文化和旅游局相继发布通知，限制办理跨省市旅游，全年陆续实施了对旅游、出差等人员流动的严格限制。此外，禁止在酒店等场所举行会议、庆典活动以及在商业场所举办活动等，从严管控聚集性活动，严格限制人数，并要求主办方采取严格的防控措施，无论是对举办者还是参加者，在客观条件和主观精神上都带来了沉重的负担。

旅游相关行业是受全球疫情大流行期间影响最大的行业之一，几乎每个国家和地区都实施了出行限制。联合国世界旅游组织（以下简称“UNWTO”）的统计数据显示，2022年国际游客人数比预期更强劲地复苏。最新数据显示，2022年国际游客人数突破9亿人次，较2021年翻了一番。尽管这一人数仅为2019年的63%，但国际游客人数的增长全球各地都非常显著。

此外，根据日本国家旅游局（JNTO）的数据，2022年访日外国游客人数为3,831,897人次，较2021年快速回升1,558%。尽管这一数字仅是2019年的12%，但由于大幅放宽入境限制，预计未来将稳步回升。

UNWTO截至2019年的统计数据显示，中国游客对世界各国旅游收入贡献巨大，2022年12月中国政府结束“动态清零”政策，让全球旅游相关行业对未来中国游客人数回升寄予厚望。

图1：国际游客人数（单位：百万人）



资料来源：根据UNWTO公布的数据制作

2023年旅游相关行业趋势展望

全球各地对中国游客寄予厚望

如上所述，从全球范围来看，从2022年开始，国际游客人数已经呈现复苏趋势，而根据UNWTO的前瞻性预测，2023年国际游客人数可能会达到2019年疫情前水平的80%至95%，当然这一数据的实现将取决于全球经济增速放缓程度、中国等亚太地区旅游需求的复苏以及乌克兰局势。尽管面临经济问题、公共卫生问题、地缘政治问题等诸多挑战，UNWTO仍然绘制了复苏将持续到2023年的积极前景，预计中国出境游需求将会复苏。可见，作为2019年全球最大出境游市场的中国全面取消出行限制，是日本等亚洲国家和地区旅游相关行业复苏的关键。

日本入境游市场对中国的期待

日本入境游相关企业对中国游客的复苏寄予厚望，但中国游客复苏的条件之一是航班的恢复。根据日本国土交通省公布的2022年冬季日本国际航班数据，与新冠病毒疫情爆发前相比，来自中国内地以外国家和地区的航班总数已恢复至疫情前的50%左右，但往返中国内地的航班仅恢复4%。尽快恢复中日间航班，是恢复中国赴日游的必要条件。其次，中日旅游相关企业都在翘首期盼解除2020年1月开始实施的“全面禁止中国公民赴日出境游”。对此，可办理中国公民出境游业务的国家正在逐步增加，我们非常期待在不久的将来取消赴日游禁令。

同时，中国游客在访日外国游客消费额中的贡献突出。日本观光厅公布的2019年访日外国人消费动向调查数据显示，2019年，访日外国人整体消费额达到48,135亿日元，其中，中国内地游客的消费额达17,704亿日元，名列第一，在访日外国人整体消费额中占比36.8%。从人均消费来看，中国

游客以人均支出21.3万日元位居榜首，而访日外国人人均支出的平均水平为15.9万日元。游客用于购物、住宿和餐饮的消费支出占旅游总支出的四分之三，可见，除了用于旅游相关行业的支出，访日游客在零售和餐饮业中的支出也占据很大比重。从这一点也可以预见，日本市场对中国访日游客的复苏寄予厚望。

图2：访日外国游客人均旅游消费额变化(单位:日元)



资料来源：根据日本观光厅“访日外国人消费动向调查”数据制作

中国境内游需求复苏

最后，从中国国内优化调整疫情防控措施后的趋势来看，根据中国旅游研究院2023年2月发布的公告，2023年春节假期是旅游产业自2020年疫情爆发以来最好的一个假期，据悉全年展望中也可以预期“稳开高走，持续回暖”。就中国国内旅游市场而言，第二季度需求回暖预期进一步升温，随着需求旺盛和服务供给的平衡趋于合理（航空、高铁等交通工具座位数增加，旅游设施取消入场限制等），预计8月暑期有望迎来全面复苏，恢复到疫情前的水平。预计2023年中国境内游人数达45.5亿人次，比2022年增长80%，恢复到2019年疫情爆发前水平的76%；旅游收入将快速恢复，比2022年增长95%，达到4万亿元。预计中国境内游需求将先于出境游需求进一步复苏。

深化旅游国际合作

由于新冠病毒疫情影响时间较长，2019年以来外资旅行社随自贸试验区和北京市外商投资优惠政策放宽而提交的经营出境游业务的申请尚无一家获准。此前，我们曾在这部白皮书中指出，“有很多人质疑中国旅行社的旅游服务质量和安全保障。但我们相信，利用日本独资旅行社所拥有的全球网络和提供高标准旅游服务质量的手段开展出境游业务，将使中国国内旅行社重新焕发活力，加快行业发展，增加投资，创造就业，尤其是为中国公民出境旅游的发展做出重大贡献。”

2021年，国务院出台了《关于印发“十四五”旅游业发展规划的通知》，其中提到了旅游业现代化建设，“深入实施旅游服务质量提升行动，建立健全旅游市场服务质量评价体系”“支持旅行社转型升级，提升旅游景区、旅游饭店、旅行社等服务水平”“完善行业标准、地方标准，推动企业标准和团体标准发展，提升标准质量”“继续在旅游领域开展标准化试点示范建设，推动旅游标准国际化”“整治旅游中的顽疾陋习，树立文明、健康、绿色旅游新风尚”等。对此，外商独资旅行社有望发挥积极作用。

2022年9月，中日两国迎来了邦交正常化50周年，而2023年将是迈向下一个50年和150年的开局之年。上文提到的旅游业现代化建设政策中，推动出境游就是要深化旅游国际合作，要“在相互尊重文化多样性和社会价值观的基础上，进一步深化与周边国家的交流合作。”

为进一步发展后疫情时代中国旅游休闲行业，促进中日两国文化经济交流，我们强烈希望文化和旅游部会同相关部门正式开放办理中国公民出境游业务，使各外商独资旅行社能够像中国境内旅行社一样经营出境游业务。

<建议>

①对外商独资经营旅行社全面开放中国公民出境游业务

希望尽早向外商独资旅行社全面开放中国公民出境旅游业务。

自2011年以来，外资独资旅行社在一定条件下被授权从事中国公民出境旅游业务，但是直至今日，仍未对外资独资旅行社全面开放。

在此背景下，国务院于2022年10月8日发布通知称，根据《国务院关于同意在天津、上海、海南、重庆开展服务业扩大开放综合试点的批复》（国函〔2021〕37号），同意“自即日起至2024年4月8日，允许在上海市、重庆市设立的符合条件的外商投资旅行社从事除台湾地区以外的出境旅游业务”（国函〔2022〕104号通知）。长期以来，日资旅行社一直在通过本白皮书呼吁开放该项业务，虽然目前只开放上海和重庆这两座城市，而且开放的时间也较为有限，但毕竟还是敞开了大门，对此，我们表示由衷的欢迎。可以感受到，在后疫情时代，中国公民对于恢复赴日旅游充满了期待。而日资旅行社在日本及海外已建立起广泛的业务网络，并且通过长期从事日本国内旅游业务，在服务、应急响应、防疫等方面也已形成了自身的优势，在接待中国游客时，这些优势将会发挥非常重要的作用，确保游客能够享受到舒适安全的日本之旅。希望今后进一步开放。

②进一步打造和优化为外国游客提供便捷服务的基础设施

近年来，许多旅游设施都推出了自身的预约系统，游客通过智能手机等设备便可以进行预约，其他各类线上服务的发展也令人瞩目。但有些系统的预约界面上只能输入中国公民的身份证号码，不仅外国游客，即使是长期居住在中国的外国人在使用上也受到种种限制。此外，无现金结算的电子支付服务，要求用户必须拥有在中国境内银行开设的个人账户和实名注册的智能手机，这些条件对于在中国短期逗留的外国游客来说很难满足。对于拥有丰富旅游资源的中国来说，不应让外国游客感受到更多的限制和不便，希望旅游部门牵头组织打造与优化便捷的服务基础设施，使外国游客能够与中国公民一样享受到优质的服务。

③在旅游设施和公共设施中开发和提供多语种导览信息

最近,有关部门和单位会通过官方微博、微信和小程序向国内游客发布各种旅游信息,但大多只使用中文一种语言。此外,普通外国游客主要通过互联网来搜集信息,但是可以发现,各地文旅局的微博和微信公众号会频频以中文发布相关信息,但是官网的网页却久久不会更新。而且绝大多数旅游设施官方网站上所发布的无障碍信息都没有同时提供外文版本,同时也没有提供母婴室、婴儿护理台等设施的相关信息。也有许多地铁站虽然可供轮椅通行,但是缺乏相应的标志。在中国,先进的技术和正在快速发展,如果能够利用这一点推进提升面向外国游客的服务功能,将会极大地促进入境游客数量的增长。关于旅游导览的多语种化,有些景区和历史建筑可通过扫描二维码提供导览信息,希望在旅游部门的组织下,对这些导览信息也配备多语种服务。

④定期发布入境旅游统计数据(按国家)

中国政府此前曾从国籍、年龄、入境目的、性别和入境交通方式等角度针对外国游客的入境人数进行了统计,但自2016年起已停止发布。这导致我们无法针对在日本开展的中国旅游推广活动以及与文化和旅游局合作开展的宣传活动进行充分的成果验证。希望尽快恢复相关数据的发布。