

提升旅游消费潜力 为世界旅游做出中国贡献

——世界旅游城市联合会专家委员会 副主任张辉谈旅游高质量发展

文 / 张辉 图 / 视觉中国、全景视觉、吕行

今年以来，全球旅游业按下复苏加速键，世界旅游城市如何乘风而起？近日，世界旅游城市联合会专家委员会副主任张辉接受本刊专访，深入剖析其中关键所在，并分享了中国旅游高质量发展经验。



旅游消费已经成为国家的一个战略考虑

从中国现阶段的发展情况出发，消费将成为拉动社会经济增长的重要力量，也是构建中国双循环发展的重要依据。旅游作为消费的重要组成部分，具有涉及面广、拉动经济作用强、重复消费水平高等特点。中国进入了大众旅游发展时代，旅游将成为消费领域一个很重要的新增长点。

中国旅游业经过 40 多年的发展，已经形成了巨大的产业规模和市场规模，但相较高质量发展而言，现在还存有很多短板。

首先，2019 年中国国内旅游人数达 60 亿人次，但其中住宿游客和过夜游客的占比还是比较低的，游客大多数为一日游，所以在消费中起到的作用尚未完全体现。其次，从文旅融合方面来看，文旅融合在商业模式上仍有待突破。再次，旅游产业链在三年疫情期间受损严重，如何快速恢复产业链，为文旅产业下一步发展提供动能是个问题。最后，旅游企业中有大量小微企业，在疫情期间遭受重创，如何为这些企业解困也是问题。

对中国而言，旅游消费已成为一个重要的战略考虑。相关机构对旅游业发展现状的了解和研究，将有助于出台一些有针对性的促进意见，来解决目前制约旅游高质量发展的问题。此外，如何补齐旅游消费在供给和需求方面的短板，也是应该关注的一个问题。



中国对旅游业给予了期待。一方面，中国经济要通过旅游推动中国消费增长，另一方面，通过旅游发展对世界旅游发展做出中国贡献。目前，中国出境旅游已经开放了两批国家和地区名单，第一批 20 个，第二批 40 个（8 月 10 日，再次公布第三批 78 个——编者注）。在未来的一段时间，中国旅游市场可能将会面向全世界开放。从中国国内旅游来看，政策、管理发生变化之后，国内旅游的增长速度是很快的，目前已经恢复到 2019 年同期的水平，出入境旅游全部放开之后，对世界旅游发展将是一个重大的利好。

当前我们看到，中国的出境旅游还没有快速增长，这主要是因为通往世界主要旅游目的地的航线还没有完全恢复，还只限于周边地区、周边国家，比如韩国、日本、泰国等，对西方国家航线的恢复还比较缓慢，因为这涉及航权问题。所以未来加大航线的恢复力度，就会促进世界旅游市场进一步打开。此外，签证问题也至关重要。目前由于国际环境等问题，西方一些国家对中国的签证办理难度在增加，费用在增加，办理过程比较慢，而且审查也比较严格。所以解

决好航线、签证这两方面的问题将有助于加速出境旅游市场的复苏。

发挥联合会桥梁作用，加强沟通，实现客源互送

世界旅游城市联合会是首个以城市为主体的全球性国际旅游组织，2012 年成立以来，会员数量已从最初的 58 个发展至当前的 239 个，覆盖全球 83 个国家和地区，这几年发展势头良好。从组织功能定位来说，它对中国联系世界各国起着非常重要的作用，为传递中国声音、展示中国形象发挥了应有作用。

三年疫情对全世界旅游行业、旅游城市都产生了重大的影响，世界旅游城市联合会作为一个国际旅游组织，如何更好地发挥好平台优势，值得我们思考，我认为：第一，加强国与国、城市与城市之间的沟通。联合会作为一个国际组织，可以借助其平台的力量、城市的合作，来解决现实的问题，比如当下国际航线的恢复、旅游产业链的恢复、旅游服务的提升

等，都可以在旅游城市的框架内、联合会的平台上得到落实。

第二，发挥桥梁作用，撬动国际市场。城市是重要的旅游目的地，也是重要的旅游客源地，到目前为止，世界旅游的重心依然是城市，特别是在国际旅游发展中，城市扮演着非常重要的角色。所以，联合会可以架起会员城市之间合作、发展以及联系的桥梁，比如通过建立友好城市关系，交流经验做法，实现客源互送。

当国外的旅游城市了解了中国市场的活力、中国旅游的需求之后，就会与自己国家的旅游市场进行匹配，策划产品，与此同时，当他们从联合会获取了有价值的信息之后，会更加愿意和联合会建立紧密的联系，从而吸引更多的城市、机构加入联合会，信任并依赖联合会，进一步释放联合会的平台优势，提升其国际声誉。在此过程中，联合会可以通过举办重要的会议活动、论坛演讲等，比如举办过多届的香山旅游峰会、合作与发展大会、区域论坛等，来实现城市甚至国家之间的沟通与交流，同时。借助 OTA、旅行





社、航空公司等力量，深度拓展与世界旅游城市之间的合作与发展。

值得关注的是，在 239 个会员城市中，有一些是经济欠发达的城市，比如非洲的一些城市，联合会这样的国际组织于他们而言，最重要的就是借助国际旅游的力量来为其经济发展创造机会和收益。在这方面，联合会可以通过邀请他们来参与各种大型活动，推介其文化和旅游资源，并且帮助他们向发展良好的城市学习经验，寻找合作机会，从中获得有益的帮助。

北京要向着打造世界级旅游城市发展

北京作为中国的首都，也是世界旅游城市联合会总部所在地，北京在整个中国旅游市场上是一个非常重要的旅游概念。北京的历史文化和自然资源在全中

国都是非常丰富的。特别是当旅游从生活方式向学习方式和成长方式拓展，北京旅游的特质就更能得到充分体现。在当前阶段，北京旅游相对其他地区而言，已经不需要依靠大规模的人流量来支撑，而是要提升平均消费水平，使北京真正成为一个国际性的重要旅游目的地。

我认为，北京下一步可能需要思考几个问题。首先，北京要成为支撑中国入境旅游重要的一环，所以北京接下来应该是打造世界级的旅游城市，这对国家发展入境旅游而言也是非常重要的一步。北京的文化特质、历史特质是世界级的，所以北京旅游未来的发展方向不是追求游客人数，而是追求旅游品质；不是在国内旅游，而是发力入境旅游。为此，我们需要讨论怎样通过城市建设、服务体系建设和旅游产品开发，来把北京打造成在世界范围内都有重要影响力的世界

级旅游城市。

第二，目前中国已成为全球重要的经济体，所以北京也应该成为世界商务会展中心，发展会展旅游。

第三，北京集中了很多科研院校以及历史文化资源，所以北京也可以成为世界研学旅游的高地。中国的入境旅游除了观光旅游、度假旅游，若想要在国际市场上形成竞争力，仍存在诸多挑战，但研学旅游有机会成为中国掌握世界旅游风向的一个很重要的旅游形态。

北京旅游可以借助历史文化、科研院校，加上完备的航空港等交通条件，开发世界研学旅游市场，而且研学旅游对于中国文化“走出去”能起到重要作用。因此我们需要调配各种力量，借助营地、教材体系、服务体系和研究体系等构建研学旅游产业链。©

(王新兵、郑艺佳采访整理)

