



美媒：疫後中國出境航班恢復偏軟 全球損失達1300億美元

多國熱盼中國客 振全球旅業信心

香港文匯報訊 步入新一年，多國旅遊業界都期待中國出境遊加緊復甦。彭博通訊社上周五（1月19日）報道，中國在疫情後出境航班的恢復速度偏慢，致全球旅遊業界損失達1,300億美元，凸顯中國遊客對全球旅遊市場的重要性。中國內地旅遊業界專家稱，今年是中國出入境旅遊市場全面恢復的關鍵一年，伴隨跨境出行便利度不斷提升，預計出境遊市場將迎來新的發展機遇。

◆各國均希望吸引更多中國遊客，帶動旅業復甦。圖為中國旅客在巴黎凱旋門留影。網上圖片

◆中國出境遊將成全球旅業重要推動力。網上圖片

總部位於德國的智庫「中國出境遊研究所」數據顯示，2019年中國遊客出境旅遊達1.7億人次。全球旅行和旅遊業理事會統計也指出，單是2019年，中國遊客在出境遊機票、酒店、名牌購物等事務合共開支高達2.480億美元，佔全球境外旅遊消費總額達14%。

暫時恢復至2019年水平60%

彭博社分析稱，中國去年第四季度出境航空運力暫時恢復至2019年水平的60%，出境遊恢復速度偏緩有諸多原因，例如中美關係趨於緊張，也一定程度影響部分旅遊關係重建。俄烏衝突和巴以衝突等地緣局勢動盪，讓一些長途旅行更加複雜，注重出行安全的中國遊客考慮境外遊時，相應也會更趨謹慎。

報道指出，中國政府致力發展本地旅遊市場，讓本地旅遊更具競爭力。例如在海南島增設免稅業務、開設新的音樂會場館，便滿足不少希望赴海外免稅購物的遊客改赴海南島掃貨。在外遊領域，也並非所有國家都錄得中國遊客人數下滑，例如沙特阿拉伯等中國「一帶一路」倡議的重要合作夥伴國家，便迎來許多探索全新熱門地點的中國遊客。

多國推中國客入境免簽政策

多個中國遊客熱門出境遊目的地國家紛紛採取措施。新華社報道稱，包括新加坡、泰國、馬來西亞和斯里蘭卡等國家，都陸續推出面向中國遊客的入境免簽政策，郵輪旅遊等出境旅遊產品愈來愈多，都為遊客提供更多便利和選擇。許多航企也紛紛增加往



◆歐洲物價飆升，令中國客到米蘭掃貨的意慾減弱。網上圖片

返中國內地的國際航班和包機服務，滿足出行需求。

彭博社引述世界旅遊業理事會預計，隨著中國政府繼續鼓勵發展旅遊業，中國將重新成為全球最大的出境遊客來源地。預計到2025年，中國出境旅遊消費較2019年將增長21%，增幅超過現時領先的美國，也會高於德國、英國和法國等。到2033年，中國出境旅遊消費更會較2019年增加一倍，遠超歐美市場。

馬爾代夫與華關係深化 中國客有望增40%

香港文匯報訊 印度洋島國馬爾代夫是知名旅遊勝地。中國與馬爾代夫早前宣布，將雙邊關係提升為全面戰略合作夥伴關係。馬爾代夫國家旅遊辦公室樂觀預計，兩國關係進一步深化，有望推動今年到訪馬爾代夫的中國遊客人數按年增加40%，提振馬爾代夫作為支柱產業的旅遊業復甦。

中國在疫情前已是馬爾代夫最大客源市場，2019年，馬爾代夫合共接待約28.4萬人次中國遊客，較居第二的印度約16.6萬人次多出近一倍。伴隨中國遊客逐步恢復出境遊，去年合共約18.7萬人次中國遊客到訪馬爾代夫，佔當地接待的外籍遊客總數約10%。馬爾代夫旅遊辦公室相信，今年馬爾代夫將接待約200萬人次外籍遊客，中國遊客人數有望重返榜首。

中國直飛航線續增

高級酒店集團康斯丹的馬爾代夫區域市場總監蘇麗臻受訪時表示，集團位於馬爾代夫的度假村現時接待的中國遊客數目，已恢復到疫情前約三分之一，「中國遊客對高質素旅行需求增加。馬爾代夫是免簽目的地，從中國直飛馬爾代夫的航線愈來愈多，我們相信今年迎接的中國遊客數目會不斷增加，也會致力為遊客提供豐富的體驗項目。」



◆馬爾代夫料迎來更多中國客。網上圖片

美治安差歧視嚴重「趕客」

香港文匯報訊 中國遊客赴美旅遊復甦緩慢，總部位於新加坡、專注中國市場的廣告公司「China Trading Desk」（CTD）引述調查估計，今年赴美旅遊的中國遊客人數估計約為130萬人次，較2019年減少70%。分析認為除中美關係趨於緊張外，航班容量有限、出行開支高昂、美國多地治安環境較差等，都讓重視出行安全的中國遊客對赴美旅遊保持謹慎。

遊客偏好更靈活短途遊

CTD創辦人巴哈特指出，中國遊客在疫情後的旅遊習慣正發生變化，許多遊客偏好更靈活更高的短途遊，讓長途遊退居次席。巴哈特也認為，包括小紅書和抖音等主要

社媒深刻影響中國遊客的出境遊選擇，「中國遊客精通數碼科技，注重旅行體驗，喜歡透過社媒和旅遊應用程式的推薦規劃行程。例如美國種族仇恨犯罪問題在中國的主要社媒流傳，肯定會加劇潛在遊客對赴美的擔憂。」

巴哈特認為，能夠提供旅行價值和優質體驗的目的地，更受中國出境遊客喜愛，這或會給各國旅遊業界帶來啟發，「例如新加坡作為安全、整潔、運作高效的都市，對中國遊客頗具吸引力。韓國流行文化豐富，韓流音樂、電影和電視劇集備受歡迎，也會推動中國年輕遊客赴韓旅遊體驗。」



◆美治安差削遊客到訪意慾。圖為三藩市無牌攤檔。網上圖片

赴日購物需求下跌 業界轉向提升服務質素

香港文匯報訊 日本國家旅遊局統計顯示，作為訪日海外遊客主要消費活動的商品消費額正在下滑，去年合共支出約1.4萬億日圓，較2019年約1.67萬億日圓有所減少。

旅遊局分析認為，赴日旅遊的中國遊客復甦趨緩，網上購物發展也削減了赴日購物需求。日本旅遊業界開始轉向提升住宿、餐飲和觀光等服務的質素，藉以吸引海外遊客。

《讀賣新聞》引述旅遊局統計，去年赴日

旅遊的外籍遊客人均支出約為21.2萬日圓，其中住宿費佔比約34.6%，較疫情前的2019年增加5個百分點。

酒店推豪華客房 內設京都名物

五星級的東京皇宮酒店總經理渡部勝受訪時表示，酒店正推出一款限時豪華客房，內設來自京都知名的「朝日燒」陶瓷茶具、傳統「西陣織」技藝製成的坐墊以及宇治茶包等，「我們希望透過這間客房，增加我們的品牌影響力。」

渡部表示，該酒店客房疫情前每晚價格為7萬日圓，現時升至10萬日圓，「我們會更注重加強服務質素，而非快速提升入住率。」

報道也引述旅遊局分析，截至去年10月，日本在鄉郊地區留宿的海外遊客數目較疫情前下滑約10%。旅遊局希望改善鄉郊旅遊環境，增進海外遊客在日本更多旅遊地點的消費。



◆日本旅遊業人員接待中國旅客。網上圖片

物價攀升赴歐「血拚」意慾減

香港文匯報訊 在巴黎或米蘭等歐洲時尚之都，旅遊業與奢侈品業界都期待中國遊客到來，不過分析估計中國赴歐洲遊客數目恢復至疫情前水平，需要等到今年底至明年年初。彭博通訊社消費品和零售市場專欄作家菲爾斯泰德分析稱，歐洲多國物價攀升，加上許多奢侈品品牌在中國設立分店，中國消費者可以直接在家門口「血拚」，一定程度上影響外遊意願。

菲爾斯泰德引述市場調研公司LookLook的統計，該公司訪問100名年齡介乎24歲至42歲、消費水平較高的中國女性。調查顯示在去年初，受訪者中還有近半數希望赴歐洲奢侈品商店，購入一個新款手袋。不過來到今年，希望赴歐購物的受訪者已減少至佔比約五分之一。

米蘭旅行消費水平升近兩倍

投資銀行保富瑞集團分析師指出，通脹攀升增加了赴歐旅遊的成本，影響一些中國遊客意願。分析估計一對中國遊客夫妻赴米蘭旅行一周，加上購買一個名貴手

袋，累計消費可達5.3萬元人民幣，這一消費額幾乎是2019年同水平行程花費3萬元人民幣的兩倍。

菲爾斯泰德強調，愈來愈多奢侈品牌重視中國市場，紛紛在中國開設門市、收窄同一商品在中國與其他地區之間的價格差距。奢侈品牌路易威登集團（LVMH）旗下旅遊零售部門DFS集團去年10月宣布，會在海南島打造一座大型購物與娛樂中心，抓住當地旅遊業快速發展的契機。

報道分析，奢侈品牌在中國種種投入，都讓中國消費者便捷地享受舒適購物體驗，無需專程遠赴歐洲。美國諮詢公司Oliver Wyman估計到2028年，中國遊客海外奢侈品消費額，不會超過海外旅遊消費總額的25%。

菲爾斯泰德認為，伴隨中國出境旅遊復甦，部分富裕的中國遊客依然會前往歐洲，奢侈品牌若希望繼續吸引中國遊客，便要不斷完善產品設計、切合中國遊客喜好，並保證提供優質的服務，避免錯過中國遊客提振消費額的契機。