

# China Travel紅火 入境流量轉化為文旅增量 韓國遊客愛上大美新疆：心目中的天堂

今年上半年入境外國人同比增長20.4%，「China Travel」熱潮延續，而「入境流量」正在轉化為「文旅增量」。

「以前只在視頻上見過，這次飛過來玩了幾天，才真正體會到新疆的大美。震撼人心的遼闊、超級治愈的美景，又好玩又好吃。這就是我心中天堂的模樣……」今年62歲的韓國遊客李英淑說。韓國遊客金敏秀直言，作為常年奔波於城市的上班族，在抵達喀拉峻草原那一刻，長期在高壓工作環境積累下來的焦慮瞬間就被撫平。「新疆是值得反覆奔赴的旅行目的地。」

大公報記者 應江洪烏魯木齊報導



▲韓國遊客金敏秀（右）與妻子在新疆伊昭公路沿途標誌性景觀白石峰下合影。

▶旅遊業成為新疆戰略性支柱產業、富民增收民生產業。圖為遊客觀看庫車老城開城門迎賓儀式。



李英淑來自韓國大田，是一名退休中學教師，年輕時就痴迷於中國文化和絲路文明，尤其對古絲綢之路核心區域的新疆充滿嚮往。卻因工作、簽證、交通等多方面因素遲遲未能成行。這兩年，中國對持普通護照的韓國公民推出免簽優惠政策，加上個人退休後時間自主，讓她和另外兩個表姐妹，終於在今年五月份圓了新疆夢。

## 多元地貌帶來強烈視覺衝擊

李英淑一行走的是經典的以自然風光而著稱的北疆線路。從自治首府烏魯木齊市落地後出發，經昌吉自治州S101省道天山地理畫廊（核心景觀段：百里丹霞風景道）、塔城地區沙灣市安集海大峽谷、博爾塔拉蒙古自治州賽里木湖景區，過果子溝大橋，到達位於西天山的伊犁哈薩克自治州。除了在伊寧市參觀喀贊其、六星街景區，還前往伊寧縣天山花海景區、昭蘇縣的夏塔古道森林公園、「八卦城」特克斯縣和喀拉峻草原，返程走新源縣那拉提草原，經阜康市天山天池景區，回到烏魯木齊市，參觀新疆國際大巴扎。

「韓國遊客來新疆，最明顯的視覺衝擊就是這裏太大了。」資深韓語導遊Leo說，新疆有166萬多平方公里，是韓國近17倍，驅車行駛在路上，「彷彿永遠也走不出新疆」。正是因為新疆地域廣袤，且擁有雪山、草原、戈壁、綠洲等多元地貌和濃郁的民族民俗風情，成為大批韓國遊客專程前來旅遊體驗的重要原因。

## 實現水果自由 幸福感滿滿

生活細節方面的反差也很明顯。Leo介紹說，新疆是著名的瓜果之鄉。「街上西瓜一塊錢（人民幣，下同）左右一公斤，哈密瓜不到三塊錢一公斤，正值季節的小白杏也就二十塊錢左右一公斤，對韓國遊客來說，性價比拉滿。幾乎每個人都會對自己來新疆後實現了西瓜自由、水果自由，幸福感滿滿。到最後簡直都不想走……」

對李英淑三人來說，新疆的高度白酒也是她們特別喜歡的。幾乎每餐必飲。「她們也是我見過最大方的韓國阿姨，性

格也都很活潑，走到101省道的服務區，聽到維吾爾族歌曲就跳起了舞……」

李英淑一行也留有遺憾，因為來得時間稍早，獨庫公路和伊昭公路都還處於季節性封閉、走不成。但也因此有了再來新疆的理由。

與她們相比，遲到新疆一周的「70後」金敏秀一行四人就對北疆線有了更深入的體驗。作為常年奔波於城市的上班族，金敏秀長期被高強度工作、擁擠都市環境裹挾，抵達喀拉峻草原那一刻，無邊綠野與連綿雪山瞬間撫平焦慮。走獨庫公路時，一日穿越草原、峽谷、冰川、戈壁的極致反差，讓他直呼震撼。

金敏秀和妻子在新疆伊昭公路（S237省道，伊寧至昭蘇）沿途標誌性景觀白石峰下合影留念。得知自己一路翻越的是烏孫山脈、古絲綢之路弓月道，金敏秀驚嘆在新疆一不留神就步入了歷史。

## 拍攝多民族青年同框短片

他還全程實拍街頭日常、景區安保、多語種服務窗口，記錄夜市喧鬧人流、全域通暢網絡、隨處可見的移動支付設備。旅途中，金敏秀遇見各地青年遊客、各族裔，都會上前交流，並拍攝多民族青年同框互動短片。

旅程結束時，金敏秀感慨新疆顛覆了他對西域的全部想像，這裏安全、包容、壯美，城市街頭秩序井然，夜生活豐富安全，各族民眾安居樂業，不同文化交融共生。「新疆是值得反覆奔赴的旅行目的地。計劃今年冬季再來新疆阿勒泰，拍攝冰雪風光、體驗滑雪。」

新疆生產建設兵團中國青年旅行社負責人紀凡華介紹，目前，跟團遊依舊是韓國來疆遊客主流出行方式，佔比約70%，自由行遊客數量也在逐年遞增。

隨著「China Travel」熱潮延續，「入境流量」轉化為「文旅增量」。7月10日，國家移民管理局披露的數據顯示，中國正在成為更多外國人旅行的目的地。今年上半年，全國移民管理機構共簽發外國人簽證證件99.1萬證次，入境外國人2291.4萬人次，同比增長20.4%。其中免簽入境外國人佔入境外國人的77.7%，同比上升30.6%。

## 韓國訪華遊客數量穩增

●2017年：**385.49**萬人次  
●2018年：**419.18**萬人次  
●2019年：**434.66**萬人次  
●2024年：**約230**萬人次（11月對韓實施免簽）  
●2025年：**316**萬人次（較2024年大漲逾36%）

●2026年：**約30.3**萬人次（年增48.1%）  
●4月：**31.67**萬人次（年增23.7%）

資料來源：韓國法務部

## 新疆成韓國遊客熱門出遊地

「**訂單**」  
2026年以來，韓國遊客預訂新疆旅遊產品訂單量同比增幅超60%，增速高於全國平均水平。

「**消費**」  
據測算，2025年赴疆韓國遊客人均旅遊花費達869美元，相較2019年實現翻倍增長。標誌著韓國遊客從平價觀光轉向高品質深度體驗。

資料來源：攜程網

## 拉力賽藝術節常態化 打造萬億級產業

### 旅遊興疆

新疆深入實施旅遊興疆戰略，旅遊業逐步成長為全區戰略性支柱產業、富民增收民生產業。

數據顯示，2025年，全疆接待遊客總量突破3.3億人次，旅遊綜合收入突破4000億元人民幣；2026年一季度旅遊市場持續回暖，接待遊客、旅遊收入同比均保持8%以上穩定增長。

近兩年來，新疆硬件配套建設全面提速。新增11家國家4A級景區、3處國家級夜間文旅消費集聚區、2處國家級滑雪旅遊度假地；「一核三帶四心多節點」文旅產業布局落地推進，獨庫、伊昭等旅遊公路全線提質，縣域通用機場加密，自駕遊、低空旅遊、冰雪旅遊、邊境特種旅遊躋身全國第一方陣。智慧文旅服務全域覆蓋，重點景區上線24種語言智能售票設備，兼容境外信用卡、護照快速核驗，線上海外旅遊平台上線多語種新疆專屬票務、攻略服務。

同時，文旅融合深度持續拓展，常態化舉辦環塔拉力賽、環賽里木湖自行車賽、木卡姆藝術節等特色活動，打造常態化旅遊演藝；鄉村旅遊重點村數量持續擴容，帶動數十萬各族民眾依託民宿、餐飲、手工藝品實現穩定增收。

如今，新疆正按去年發布的文化和旅遊產業集群發展規劃，發力補齊入境遊配套短板，持續拓展海外客源市場，目標到2030年全年接待遊客突破4億人次，打造萬億級文體旅遊產業集群。



▲今年5月舉辦的環賽里木湖自行車賽上，參賽選手展開競逐。

## 創新供給 為歐美客開發戈壁探險行程

### 量身定製

共建「一帶一路」高質量發展、多國對華短期免簽政策落地、新疆口岸通關便利化改革持續推進，近兩年新疆入境外國遊客市場迎來全面復甦、多元擴容，客源覆蓋東亞、東南亞、中亞、歐洲、西亞數十個國家，入境遊客總量、國際旅遊收入增速領跑全國同類邊疆省份，對外開放文旅遊窗口作用充分彰顯。

公開數據顯示：2024年，全疆接待入境遊客514.83萬人次，同比增長46%，實現國際旅遊收入44.75億美元，同比大漲174%（當年中亞邊境跨境一日遊、商貿短期客流集中釋放推高入境總人次）。2025年入境旅遊市場完成結構性優化，全年接待入境遊客236.15萬

次，同比增長5.65%，國際旅遊收入20.65億美元，同比增長6.16%；邊境短途過境客流回歸常態，韓國、東南亞、歐美長線深度觀光遊持續擴容，入境遊整體品質穩步攀升。

作為旅遊資源大區的新疆，在旅遊產品供給方面，越來越精準適配外國遊客需求。其中，針對東亞遊客方面，重點打造風光攝影、民俗文化環線；為歐美長線遊客開發戈壁探險、雪山徒步、非遺深度體驗產品。外國遊客對新疆自然風光、多民族民俗、絲路歷史認可度持續走高，各國遊客實地感受新疆穩定發展、各族民眾和睦共處的真實圖景，在海外平台大量傳播，形成長效海外宣傳效應，持續提升新疆國際知名度與美譽度。

## 中國「冷實力」是什麼力？

### 特稿

海風

7月10日，新加坡《聯合早報》刊發特稿《歐洲熱浪觸發空調革命 中國「冷實力」何以席捲歐洲？》，其中「冷實力」一詞耐人尋味，看似講中國空調暢銷歐洲，實則道出今天中國力量的一種新形態。

今年夏天，法國、德國、西班牙、英國等歐洲國家高溫持續攀升，不少地區超過40攝氏度，醫院、養老院、家庭住宅和城市基礎設施都承受巨大壓力。此時最現實的問題，不是抽象討論氣候概念、環保理念，而是怎麼降溫、怎麼保命、怎麼讓人能安穩睡覺、安心工作、安全生活。

就在這個時候，中國空調在歐洲賣爆了。據報道，美的空調今年上半年西歐市場銷量同比增長超過70%，其中便攜式分體空調甚至在歐洲多國賣到斷貨。

法國出現「一機難求」，德國和奧地利消費者四處尋找現貨，英國便攜式空調搜索量暴增。

中國企業之所以能打開歐洲市場，不只是因為物美價廉，而是系統提供了整套解決方案，精準便捷地滿足歐洲民眾的降溫訴求。中國「冷實力」，不是簡單把空調賣到歐洲去，而是綜合輸出工業能力、技術能力、規則適配能力和問題解決能力，最終贏得歐洲渠道、消費者與市場的真實認可。

中國「冷實力」背後首先是中國製造的硬實力。有長期研發積累，才能做出符合歐洲法規與貼合使用場景的產品；有完整零部件體系，才能既控成本又保性能；有高效跨部門協同，才能讓研發、製造、法務、認證、物流、渠道、售後無縫銜接。中國空調在歐洲熱銷，實則是中國製造的技術實力、產業組織、供應鏈體系在海外市場的一次集中展現。

不只是空調，中國新能源汽車在歐洲同樣勢頭強勁，已佔有歐洲約9%的整體汽車銷量和超15%的電動車銷量。熱泵、動力電池、智能座艙、輔助駕駛、整車電子電氣架構、供應鏈垂直整合，這些都是「高端綠色智造」的標誌。中國空調和中國汽車在歐洲同步熱銷，印證中國製造正在告別代工和低端供貨的舊階段，走向高技術、高能效、高場景適配和高系統集成的新階段。

中國「冷實力」還有軟的一面。如果沒有對歐洲法規的理解，沒有對當地消費者習慣的研究，沒有對渠道網絡和零售體系的適配，沒有品牌可信度的逐步建立，中國企業再能造，也未必賣得進去。今天歐洲消費者願意掏錢，不只是因為中國企業「做得出」，更因為「做得對」「送得到」「用得好」「信得過」。

「冷實力」不是硬實力和軟實力之間的新名詞，而是兩者疊加之後，在全

球市場上形成的一種現實穿透力。

中國「冷實力」是什麼力？它恰恰是中國硬實力和軟實力的綜合體現，是中國把硬實力做成產品、把軟實力做成信任、再把二者合成全球解決方案的能力。它靠產品、靠性能、靠交付、靠連配、靠用戶體驗，在全球最具體的生活與產業場景中確認中國製造的新位置。

中國「冷實力」席捲歐洲的現象至少說明三件事。

第一，市場規律高於地緣博弈。當現實問題擺在眼前時，保護主義和情緒化敘事解決不了問題，消費者最終只認性能、價格和可獲得性。熱浪來的時候，嘴上喊「脫鉤」的人，身體會先誠實地去買中國空調。

第二，全球製造權力正在重新分配。過去西方掌握高端製造話語權，中國製造常被打上「低端」「廉價」的標籤。但今天，從空調到汽車，再到可復用火箭回收等前沿技術突破，都在說明

一個事實：中國正在多個高端、綠色、高複雜度的製造業領域形成系統性領先。

第三，中歐產業關係的底色仍是互補共生。歐洲製造業在不少領域面臨產能不足、成本高企、轉型遲緩的問題，中國製造一定程度上是在填補歐洲供給缺口、支撐其綠色轉型、緩解其產業焦慮，甚至幫助其保住就業和工業能力。

歐洲熱浪，意外地成了中國「冷實力」的一次展示窗口。它讓世界更直觀地看到，今天的中國不僅能生產商品，更能提供方案；不僅能參與市場，更能重塑市場；不僅能滿足舊工業時代的標準，也開始定義新工業時代的標準。

「冷實力」一點也不冷，它的背後，是一個正在以綠色發展、高端製造和系統能力重新塑造全球產業格局的現代化中國。

（《環球時報》7月11日，作者：海風）