

我的2025

{ 免簽延長及擴大 支付體系國際化 }

## 中國遊圈粉世界 丁財兩旺

2025年，「China Travel」（中國遊）在海外社交平台出圈。美國博主「甲亢哥」（IShowSpeed）在中國多座城市開展Citywalk直播，全球粉絲量超2億的「無語哥」（Khaby Lame）沉浸式體驗故宮、粵劇，越來越多海外網紅將鏡頭對準中國。

海外網紅「中國遊」，不僅折射出中國的吸引力，更與2025年中國持續擴大「免簽朋友圈」密切相關。延長免簽期限、擴大免簽範圍、優化入境服務，中外人員往來持續迎來新利好。

●文：香港文匯報記者 盧治、林凱

圖：香港文匯報長春傳真



●外國遊客在吉林琵岩山溫泉古村落體驗朝鮮族民俗文化。



●法國遊客在上海田子坊內的一家商店裏挑選零食產品。

資料圖片

## 旅業者：被外國遊客填滿行程的一年

2025年，對很多中國入境遊從業者而言，是一個「突然忙起來」的年份。

清晨六點，寰宇縱橫國際旅行社（山東）有限公司重慶分公司辦公室已經亮起了燈。電腦屏幕上，德語、英語、馬來語的諮詢信息同時跳出。招商部經理嘯月一邊回覆消息，一邊重新調整行程表。「這種情況，在兩年前幾乎不可想像。」

嘯月告訴香港文匯報記者，免簽政策持續擴圍後，越來越多外國遊客不再提前數月規劃行程，而是「看好了就來、來了再改」。這讓原本以標準化線路為主的入境遊，迅速轉向急速增長、高度個性化、即時響應的新模式，「我的行程，被世界填滿了。」

## 遊客頻繁往返 重塑行業節奏

忙，不只是訂單變多了，而是節奏被徹底改寫——臨時決定的行程、頻繁往返的外國遊客、從「看景點」轉向「過生活」的旅行需求，正在重塑這個行業的底層邏輯。

在吉林龍井市琵岩山溫泉古村落，下午三點，外國遊客在工作人員的指導下穿上泳衣和汗蒸服，走進溫泉與朝鮮族民俗結合的院落空間。溫泉、飲食、服飾、語言，一次完整的文化體驗在這裏被重新打包。

作為中國東北的重要門戶省份，吉林既連接俄羅斯、日本、韓國，也承載着冰雪經濟、民族文化與邊境交流的多重角色。

2025年，吉林入境遊客來源國結構發生顯著變化，俄羅斯、馬來西亞、新加坡等客源增長迅速。攜程北方地區PR負責人李萌指出，熱門目的地正從傳統地標向琵岩山古村落溫泉等複合型體驗地轉變，表明國

## 多區域多客源 市場需求升維

歐洲、中東、大洋洲等中遠程市場增長顯著，形成了「多區域、多客源」的穩定結構，市場需求也隨之升維。嘯月觀察到，外國遊客的興趣主線鮮明：從超一線城市的現代風貌，到古都的歷史文明，再到雲貴川渝的地道生活。個性化需求催生了定制服務。

面對這些個性化需求，定制化服務成為關鍵。嘯月介紹，其公司已在全國各分社配備了約一百名定制師，專門在諮詢階段與客戶深度溝通，將興趣轉化為可行方案。

「近期有一位外國建築客戶，我們為他定制了從故宮到喬家大院的『古建主題』行程。」嘯月介紹，其公司已配備約百名定制師，專門將興趣轉化為方案。

今年前三季度，免簽入境外國人2,089萬人次，同比增長超50%。與此同時，支付體系的國際化升級與「離境退稅/即買即退」等政策，與人流增長形成了強力共振，成為將「遊客」轉化為「消費者」、將「停留」轉化為「消費」的關鍵一步。

政策推動下，「中國購」也成為入境遊新趨勢。今年前三季度，離境退稅銷售額增長約1倍。海外社交平台上，「帶着空箱子去中國」成為新風尚。從摺疊屏手機、精品瓷器到傳統漢服，各類「中國好物」被外國遊客列入必買清單。



●旅行社招商部經理嘯月（左）與外國遊客交流，為他定制旅遊計劃。

2024年11月30日 新增保加利亞、羅馬尼亞等9個國家單方面免簽名單，並對所有適用國家統一免簽停留期為30天。

2024年12月17日 全面放寬過境免簽政策，54國人員可享受240小時過境免簽。

2025年3月1日 在全國範圍內開始重點推動提升支付便利性，大幅增加可受理境外銀行卡的商戶。

2025年4月27日 優化離境退稅政策，將起徵點全面降至200元人民幣，並在主要城市推廣「即買即退」便利服務。

2025年6月9日 新增對沙特、阿曼、科威特、巴林等4個海合會成員國持普通護照人員試行免簽，實現對海合會國家免簽「全覆蓋」。

2025年9月15日 對持普通護照的俄羅斯公民試行為期一年的免簽安排，可停留不超過30天。

2025年11月20日 正式啟用外國人入境卡在線填報系統，支持來華前或抵達後網上申報，簡化入境手續。

免簽  
退稅  
支付  
中國都考慮到了

## 外國客：沉浸在真實中國深層文化中

「我以為會是滿街的功夫大師和紅色燈籠，」來自美國的Matt笑着說，「直到我在廣州塔下看到那些深夜仍在歡笑的人們，才發現中國的現代面孔如此鮮活。」

每位旅行者心中都有一個「想像的中國」。有人從歷史書中瞥見了五千年文明，有人從電影裏見識了山水意境，有人通過美食地圖憧憬着味蕾冒險。這種想像與現實的交織，構成了他們旅程的第一重驚喜。

而從「觀看」到「體驗」的轉變，是許多外國旅行者找到的正確打開中國遊的鑰匙。

## 從觀看到體驗 重新認識理解

「我在無錫三國水滸景區體驗了中國古人的那一天！」來自烏克蘭的Angelina興奮地分享道，「在景區裏通過有獎問題贏得了『銀票』，體驗了古代衛役的工作，玩了各種互動遊戲。」對她而言，這趟旅程最迷人的是從觀看者到參與者的轉變。「這裏真的很讓人舒心，不僅風景很美，又有很多沉浸式的遊戲，讓我着迷。」

來自西班牙的Edo分享了他在貴州千戶苗寨的經歷：「我穿了當地的服飾，做了一天苗寨的女婿。」這種短暫的「身份轉換」帶來的理解遠比單純參觀深刻。

當夜幕降臨，中國的城市展現出另一種生命力。Matt對此印象深刻：「我打卡了廣州塔，這是一個很酷的建築。」但更讓他意外的是這座城市的夜晚，「雖然已經是晚上11點了，但是你能看到街道上還有各式各樣的人，大家像小孩子一樣在外面玩耍，很快樂。」

這種晝夜不息的城市活力讓許多外國旅行者

重新認識中國。在上海外灘，西班牙的Edo看着對岸陸家嘴的璀璨燈光說：「中國給我的感覺是既尊重傳統，又擁抱未來。」

## 從飲食到民俗 解鎖生活密碼

「我在中國最喜歡的部分是品嘗美食能識新朋友！」來自美國的Jason在走過北京、鄭州、開封、洛陽、焦作等地後得出這樣的結論。對他而言，每一道菜都是一扇了解當地文化的窗口。「在洛陽喝牛肉湯時，攤主教我怎樣把餅撕成小塊泡進去，這個簡單的動作讓我感覺自己不再是遊客，而是學會了某種當地的生活密碼。」

Jason的經歷並非個例。許多外國旅行者發現，中國的餐桌是最容易跨越語言障礙的社交場。一位意大利美食作家記錄道：「在四川，麻辣不是一種味道，而是一種關係——當你和當地人一起被辣得大汗淋漓時，你們突然就成為了『共患難』的朋友。」而Edo在成都品嘗當地特色美食後簡單直接地評價：「很有意思。」

類似的體驗在不同地方以不同形式發生：在內蒙古草原，韓國遊客住進蒙古包學習牧羊；在雲南麗江，澳洲作家跟着納西族奶奶學習東巴紙製作；在福建土樓，新加坡家庭和客家人一起準備團圓飯。這些時刻共同揭示了一個真理：理解一種文化最好的方式，是嘗試以那種文化的方式生活，哪怕一天。

「我想成為一名考古學家。」Jason的這句話或許最能概括許多外國旅行者的心境變化——最初他們只是來「看」中國，但不知不覺中，他們開始想要「理解」甚至「參與」到這個文化的深層敘事中。



●西班牙遊客 Edo



●美國遊客 Jason



●美國遊客 Matt

## 讓傳統文化「可體驗」 讓消費場景「可融入」

## 特稿

在「量」的增長背後，如何實現「質」的突破，將文化吸引力轉化為可持續的消費力，成為行業面臨的關鍵課題。

## 從觀光到生活 催生情感記憶

對此，旅遊景區行業專業人士、吉林省旅遊景區協會副會長、秘書長宋丹明在接受香港文匯報採訪時指出，中國入境旅遊下一階段的競爭力，在於能否讓外國遊客從「遊覽者」轉變為「體驗者」甚至「參與者」，核心是實現從景區到街區、從旅行到生活、從觀賞到沉浸的轉變。

宋丹明認為，博大精深的中國傳統文化是吸引外國遊客的核心資源，「我們不能再滿足於讓國外遊客做被動的旁觀者。吸引力的核心，在於創造機會讓他們『走進』文化現場，『觸摸』文化脈

搏，在親身體驗和動手實踐中完成深度對話。」

他建議，各主要旅遊城市和目的地，依託本地獨特的非物質文化遺產和傳統技藝，精心打造一批互動性強、體驗感佳的文化旅遊體驗項目。

「其核心理念是讓靜態的文化遺產『活起來』，讓遊客的體驗過程自然轉化為對文化價值的理解與認同，最終催生具有情感記憶和獨特意義的消費行為。這將是推動『中國遊』轉向『中國購』的重要路徑。」

同時他提出，各地應積極探索設計推出一批超越傳統景區和景點串聯的、深度融入當代城市肌理的文旅產品。「這類產品應能展示中國城鄉生動真實的日常生活場景、富有活力的當代創意與蓬勃發展的現代商業，從而滿足國際遊客，特別是年輕一代，對於目的地真實性、生活感和煙火

氣的深切渴望。當旅遊動線與市民生活軌跡相交疊時，所激發的消費將是多層次、可持續的。」

## 優化消費服務 讓「流量」變「留量」

便利度直接影響消費意願，在消費層面，宋丹明指出，還要加大當前支付、語言、信息等服務力度。「可在主要城市設立多語種旅遊服務中心，並開發運用AI智能的實時翻譯工具和涵蓋本地深度信息的導覽App。服務的每一個細節，都關係遊客的消費信心和停留時間。」

宋丹明的觀點反映了文旅行業內的普遍共識。中國旅遊研究院院長戴斌近期也指出，入境旅遊正進入「市場驅動和美好生活共享」的新階段。未來競爭的關鍵，是目的地能否提供基於日常生活場景的溫暖體驗。