

第9章 观光及娱乐业

1. 旅游

2020年,随着新冠肺炎疫情在全球的蔓延,许多行业遭受了巨大的冲击。

联合国世界旅游组织发布的数据显示,新冠肺炎疫情导致全球游客人数大幅减少,2020年全球旅游业收入损失高达1.3万亿美元,成为“旅游业历史上最糟糕年份”。世界旅游组织在声明中说,全球旅游业2020年损失的收入是2009年受金融危机影响所损失的“11倍多”。

疫情给旅游业带来了前所未有的冲击,并且这种影响仍在持续。

中日两国就新冠肺炎疫情期间的旅行及出境相关事宜分别发布了以下通知。

(1) 限制出境以及重启旅游市场的相关通知(中国)

- 1月24日 文化和旅游部发出通知,宣布全面暂停国内旅游(含日本入境旅游)。
- 1月26日 文化和旅游部发出通知,宣布全面暂停中国公民出境游。
- 《关于全力做好新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作暂停旅游企业经营活动的紧急通知》
- 3月10日 外交部暂停对日本人的免签措施。
- 3月31日 外交部暂停外国人持有效来华签证入境,并暂停受理新的签证申请。
- 4月17日 文化和旅游部发出通知,决定恢复境内的少人数组团旅游业务。
- 6月17日 中国驻日本大使馆宣布部分恢复日本人赴华签证的受理工作。
- 7月14日 北京市文化和旅游局发出通知,宣布恢复跨省市团队旅游。
- 9月28日 外交部重新允许持三类有效居留许可日本人入境。

此外,在境内旅游方面,要求旅行社不得组团前往中高风险地区旅游。

(2) 限制出境以及重启旅游市场的相关通知(日本)

- 1月20日 外务省针对中国全境发出传染病1级风险提示。
- 1月23日 针对湖北省武汉市将传染病风险提示等级上调至2级(呼吁不必要、非紧急情况下暂停前往)
- 1月24日 针对包括武汉在内的湖北省全境发出传染病3级风险提示(建议暂停在中国湖北省的旅行)

- 1月31日 针对湖北省以外的中国其他地区将传染病风险提示等级上调至2级。

法务省宣布,自日本时间2月1日零时起,对于在入境申请日之前14天内曾到访中国湖北省的外国人以及持有该省签发的中国护照的外国人,除非有特殊情况,否则可以拒绝其入境。

- 2月12日 呼吁滞留在中国的日本公民尽快暂时回国,并呼吁日本民众推迟前往中国,以确保自身安全。
- 2月14日 针对浙江省温州市将传染病风险提示等级上调至3级。
- 3月31日 针对中国全境将传染病风险提示等级上调至3级。
- 10月30日 针对中国全境将传染病风险提示等级下调至2级。启动中日“商务/快捷通道”。
- 2021年1月14日暂时关闭中日“商务/快捷通道”

2020年中国旅游行业发展概况及市场情况

2020年,旅行社全年暂停营业的时间以及周边游的暂停时间均超过了100天,国内跨省市旅游的暂停时间超过了200天,出入境游则自1月底起一直处于停摆状态。

国内旅游方面,出于防疫考虑,即使在重启后也依然保持着对乘车人数、景点入场人数以及酒店入住率等方面的限制。另外,包括消毒液、除菌用品、一次性防护用品、测温仪等用品在内,旅游附加费用有所增加,餐厅也会对就餐人数做出限制,同时不再使用大盘装盛食物,这些成为了推动旅游成本上涨的主要因素。其中,国内旅游产品的竞争日趋激烈,由于担心会因涨价而失去竞争力,各旅行社普遍处于不敢贸然涨价的状态,从而导致利润下降。

据文化和旅游部网站消息,根据国内旅游抽样调查结果,2020年度国内旅游人数28.79亿人次,比上年同期减少30.22亿人次,下降52.1%。其中,城镇居民出游20.65亿人次,下降53.8%;农村居民出游8.14亿人次,下降47.0%。分季度看,呈现降幅收窄趋势,其中一季度国内旅游人数2.95亿人次,同比下降83.4%;二季度国内旅游人数6.37亿人次,同比下降51.0%;三季度国内旅游人数10.01亿人次,同比下降34.3%;四季度国内旅游人数9.46亿人次,同比下降32.9%。国内旅游收入2.23万亿元,比上年同期减少3.50万亿元,下降61.1%。人均每次出游花费774.14元,比上年同期下降18.8%。其中,城镇居民人均每次出游花费870.25元,下降18.1%;农村居民人均每次出游花费530.47元,下降16.4%。单从国内游来看,由于乘坐飞机或火车的国内长途旅行减少,使得旅游天数相应缩短,旅游交通费用相对减少,这被认为是造成2020年旅游单价下降的主要原因。

受新冠肺炎疫情的影响,旅行方式本身也在发生着变化,以近郊为目的地的“周边游”成为主流,取代了此前盈利主力的出境游,并且从出游目的来看,以温泉游、主题公园游、亲子游、主题酒店的住宿等为目的的出游明显增加,而作为旅行社主打产品的团队游业务受到冷落,与此相反,落地租车自驾游、小团定制游、自由行(国内交通+住宿)等出游方式受到了人们的青睐,一些热门景点依然深受游客的欢迎,与此同时,越来越多的人选择自然景观丰富且人烟稀少的地区作为自己的出游目的地。此前,人们多通过旅行社来购买“周边游”产品,疫情爆发后,越来越多的人直接通过微信等方式进行住宿预约,导致一般旅行社的门店销售额以及邮件、社交软件等渠道的销售额大幅减少。对于OTA(online travel agent)等代理商软件来说,一旦用户注册了个人信息,此后在购买旅游产品(酒店、景点门票)时,便可以直接从列表中选择购买,省去了每次录入信息的麻烦,这一优点吸引了更多的用户来使用此类代理商软件。此外,一些旅行社通过“直播带货”等实时交易平台,以非接触的方式来推销酒店住宿、酒店用餐等旅游产品,取得了很好的效果,另一方面,那些无法积极应对环境变化的传统型旅行社的经营状况则变得愈加艰难。

据中国旅行社协会介绍,福建省福州市在2020年国庆节期间,接待游客数量达到500万人次,其中跟团游客仅占2%,与酒店、景点及交通运营纷纷大幅回暖相比,旅行社的复苏进程显得过于迟缓。

出入境旅游方面,中国旅游研究院发布的《2020年旅游经济运行分析与2021年发展预测》报告显示,2020年的入境旅游人数为2,720万人次,同比下降81.3%,实现国际旅游收入170亿美元,同比下降87.1%,中国公民出境旅游人数为2,023万人次,同比下降86.9%。

北京市文化和旅游局发布的数据显示,2020年北京市接待入境游客34万1,004人次,同比下降90.0%,其中,接待外国游客26万4,060人次,同比下降91.8%(不含港澳台)。日本游客1万9,237人次,同比下降92.2%,仅次于美国和韩国,成为第三大客源国,但这些数据与出入境游暂停之前2020年1月份的数据相比,基本上没有变化。

旅行社数量本身与2019年基本持平,但估计待有些企业完成清算后,旅行社注销数量将有所增加。目前并没有关于旅游从业人数的统计,但是通过部分行业报道或者业内人士介绍可以了解到,随着部分门店的关闭、出境游业务部门的裁员以及入境游业务部门的裁撤,许多导游及陪同人员目前处于下岗状态,人员方面的重组和调整仍在持续进行之中。观光旅游业的求职人数目前已大幅减少,业内跳槽亦颇具难度,不少人员转行到其他行业。截至目前,业内优秀人才不断流失的现象仍在持续。

外资旅行社的现状

在面临经营困境的旅行社中,特别是一些传统旅行社以及一些小规模旅行社,由于未能将自身系统与各合作酒店的系统进行实时对接,从而导致无法继续维持经营。国内旅游在遵守防疫规定的前提下已经开始大幅回暖,但对于那些来自日本的日资外商独资或合资旅行社来说,大多存在着以下问题(处于以下状态)。

- (一) 企业规模较小。(员工人数、网点数量、基础设施)
文化和旅游部针对全国旅行社的统计数据显示,2019年中国所有旅行社中,外资旅行社的营业收入、营业利润、纳税额占比均非常有限,分别为1.83%、2.27%、1.93%。
- (二) 在华外商独资旅行社的营业收入主要来自于其本国游客的来华入境游及中国公民的国内游业务,这并非内循环型而是属于外循环型经营。
在中国公民的国内旅游业务方面,与现有的中资大型旅行社以及OTA等线上代理商相比,在采购能力、采购规模、知名度、揽客能力、店面数量、销售网络等方面均不具备竞争优势。
- (三) 只有那些设立于试点地区的企业才有资格申请中国公民出境游业务。(上海只有一家公司具备这一资格)

我们能够理解这与新冠肺炎疫情的影响有关,但是自由贸易试验区早已放开外资经营出境游业务的限制,北京市也已针对外商投资旅行社出台了优惠政策,自2019年以来,已有多家日资独资或合资旅行社提交了经营出境游业务的申请,但尚无一家获批。

在这种情况下,各企业纷纷削减成本并缩减经营规模,但是在我们的看来,这些企业即使采取这些措施也依然难以长久维持下去。中资旅行社也在积极改变经营主体,竞争日益加剧。希望从确保持续投资和就业的角度出发,对于外商独资企业给予与中资旅行社同等的待遇,正式向其放开中国公民的出境游业务。

为了进一步推动中国旅游产业的发展,促进两国之间的文化交流,希望文化和旅游部以及有关部门在推进中日海外旅游业的复苏和发展方面发挥更大的作用。

<建议>

①尽快对外商独资经营旅行社开放中国公民出境旅游业务

希望尽早向外商独资旅行社开放中国公民出境旅游业务。

中国自2011年起允许外商投资旅行社经营中国公民出境旅游业务(在一定条件下),2019年国务院发布的《国务院关于全面推进北京市服务业扩大开放综合试点工作方案的批复》(国函〔2019〕16号)中,同意向外商独资旅行社开放出境旅游业务(赴台湾除外)。在该文件发布之后,我们曾向北京市文化和旅游局、国家文化和旅游部进行了咨询,但是有关部门一直没有启动申请受理工作,在经过了将近1年之后,终于在2019年12月受理了几家日资独资旅行社提交的申请。然而,此后又经过1年以上的等待,至今依然没有接到任何审批回复。该《方案》的申请有效期为3年,试点实施期将于2022年2月结束。希望旅行社的管理部门能够加快审批速度。

我们认为,日资旅行社在日本国内拥有丰富的经验,在利用日本国内的网络以及紧急联络机制开展防疫工作方面同样具有优势,对于重振中国公民赴日旅行业务能够起到巨大的推动作用。

② 尽快重新开放日本游客入境

自2020年1月24日以来，入境旅游业务一直处于暂停状态，希望能够重新开放。

2021年初发布的《文化和旅游部2020年第三季度全国旅行社统计调查报告》显示，2020年7-9月全国旅行社的国内旅游组织人次已经恢复到2019年的40.0%，此后也依然呈现稳步上升趋势。在中国政府的指导下，景点、酒店、餐饮等场所均采取了严格的防疫措施，让游客出行倍感安心。旅行社方面也按照《文化和旅游部市场管理局关于印发〈旅行社有序恢复经营疫情防控措施指南（第二版）〉的通知》的要求，制定了具体的游客接待机制，并积极与各地文化旅游局、防疫中心开展合作。“新冠肺炎疫情”在中国已经得到了控制，希望中国政府能够基于上述经验，与相关部门协调联动，作为后新冠时期的入境旅行试点，尽快重新开放日本游客入境旅行。

③ 加强基础设施建设，为外国来华游客提供便利服务

中国近年来出现了一大批以智能手机等作为媒介的信息通信基础设施和互联网服务，而且正在不断普及。关于其所带来的便利，新闻媒体纷纷予以了报道。然而，短期来华的外国游客在使用时经常会受到种种制约，导致其无法顺利使用。希望能够在旅游部门的指导下加强相关基础设施建设，改善提升服务质量，使外国游客能够切实享受到这些便利。

尤其是在无现金支付日益普及的电子结算服务方面，若想在华使用电子结算，必须在中国国内的银行开立个人账户，并使用在中国用身份证或护照进行实名登记的智能手机。对于短期来华的外国游客来说，很难满足上述条件。

随着高铁票务的电子化（e-TKT），外国游客也可通过电子渠道购买高铁车票，但也会出现一些内外有别的情况。例如，外国游客无法凭电子车票乘车；乘车前必须到售票窗口换取纸质车票等。希望对此加以改进，使外国游客能够享受到同样的服务。

④ 在旅游景点、公共机构向老年人以及需要帮助的外国游客提供外语信息服务

近来，有关部门通过微博、微信以及小程序的官方账号面向国内游客发布各种旅游信息。发布的内容包括旅游设施的VR视频、设施配置以及详细情况的介绍等，但大多数只使用中文进行介绍。此外，由于微信尚未在外国游客中得到广泛应用，因此外国游客依然主要通过互联网来获取相关信息。从各地文化旅游局等部门的官网内容来看，基本上没有做到积极提供相关信息，许多网站甚至从未进行过内容更新。这些部门已经开始改为通过微博、微信来发布信息（仅限中文）。

在2008年北京奥运会和残奥会以及2010年上海世博会上，包括无障碍设施在内，基础设施方面得到了很大的改善。然而，此后并未针对这些设施的使用进行大范围的对外宣传。特别是使

用轮椅出行时，有些地铁站允许轮椅进入，但站内仅设置了极少的标识。另外，绝大多数景点的官网并未提供其他语种的无障碍设施信息介绍，而这些信息对于依靠轮椅出行的外国游客来说尤为重要。此外，对于那些携带婴幼儿的游客来说，可进行哺乳和更换尿布的公共设施的相关信息必不可少，但同样缺乏其他语种的信息指引。

在旅游信息的多语种化方面，有些地区已可通过扫描景点、历史建筑或胡同的二维码来获取景点信息，希望旅游部门能够对此加以指导和促进，进一步推动旅游信息的多语种化。在中国，先进的技术和服 务已经渗透到生活的各个角落，如果能够将这些服务功能运用于接待外国游客，将会极大地促进包括自由行在内的入境游客数量的增长。正是考虑到这一点，我们认为有必要面向外国游客开发并提供多种语言版本的信息指引。此外，我们认为自由行的增多将有助于解决外语导游特别是日语导游人员短缺的问题。

⑤ 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。这导致我们再也无法针对在日本开展的中国旅游推广活动以及 与市旅游局合作开展的宣传活动进行充分的成果验证。因此，希望能够恢复相关数据的发布。