

# 旅游服务贸易逆差大国亟待转身提升

□ 本报记者 何芬兰

中国国际游客逆差年增长近千万,服务贸易逆差现达2000多亿美元,已成为全球最大的旅游服务贸易逆差国。日前,全球化智库(CCG)联合创始人、副主任兼秘书长苗绿在西安2019世界文化旅游大会峰会上发布《从出入境旅游看中国全球化发展》系列报告之四《推动新时代“来华旅游”高质量开放发展》指出,中国在出境旅游方面发展迅速,但在入境游客的吸引力上还有待提升,外国人来华旅游发展相对缓慢。

## 出境游快速发展 入境游发展空间较大

报告指出,党的十八大以来,中国出国游客占出境游比例提高迅速,2012年到2018年,内地居民出国游客人数占同期出境游人数的比

例从34%提高至51%,走出国门代替港澳台游成为出境游的主要特征。报告进一步解释,出国游的快速发展得益于持续开放创新的政策和科技、经济及全球化等全方面的整体发展。此外,中国外交部门一直致力于持续提升中国护照的“含金量”。而自2018年国家移民管理局成立以来,相继出台的诸多便利化政策,包括中国公民入境通关不超过30分钟、电子证件自助通关和出入境证件全国通办等也极大地提升了人们出行的便利性和享受全球化发展成果的获得感。

另外,根据国家统计局数据,2018年中国入境游客为1.41亿人次,同比增长1%;外国游客入境3054万人次,占入境游客总量的22%,同比增长5%,比2017年有所提升。但当前入境外国游客增速低于多项区域平均指标,也低于邻国日本、泰国的增速。2018年日本、泰国接待国际游客分别为3119万人次和3828万人次,增速分别为9%和8%。中国

入境游发展还有待提升。

## 旅游服务贸易逆差 年增长近千万

根据课题组定义规则计算,2018年中国入境游客数量与出境游客数量差额达5245万人次,2018年国际游客逆差比2017年增长22%。

报告指出,产生巨大的国际游客逆差主要反映了两个问题:一是中国人境游客的统计包含了外国人和港澳台同胞,而出境游客的目的地统计也包含了外国与港澳台地区,这使得出入境口径具有一定的特殊性。其二,国际游客逆差在一定程度上造成旅游服务贸易逆差。数据上,中国服务贸易逆差现已达到2392亿美元,是全球最大的旅游服务贸易逆差国。

对此,报告指出,形成旅游贸易逆差的原

因是多方面的,既包括中国出国旅游人数基数大,且从数据上来看仍然处于快速增长的趋势,也包括中国游客的购物能力较强,特别是在具有免税政策的区域购物,如奢侈品、生活用品、母婴用品和其他旅游购物等,还包括来华旅游发展相对缓慢等问题。

2019年初,文化和旅游部发布2018年旅游统计数据,外国人在华花费为731亿美元,同比增长5.1%。但即使如此,这也无法改变旅游贸易逆差缩小的局面。如果旅游贸易逆差继续扩大,中国在货物贸易方面的顺差将被逐渐抵消。世界旅游组织(UNWTO)研究指出,2018年中国以2770亿美元继续成为全球国际旅游最大的消费国,该数据是美国游客在国际旅游方面消费额的近两倍(1440亿美元)。

此外,近年来美国对中美贸易的逆差一直表示不满。但美国在美中贸易计算中忽略了服务贸易,中美之间较大的服务贸易逆差为美国的金融服务、技术服务、大量的就业岗位等经济社会发展提供了良好的机会。

## 电子支付获赞许 但仍需提升对外国游客便利性

报告课题组在国内和国外分别开展了针对外国游客来华旅游的问卷调查,并对部分游客进行了深入访谈后分析指出,有82%的受访者在来华体验之后都产生了巨大的改

变,包括对中国文化、中国美食和中国城市和地区的城市化建设的肯定,也有对西藏、新疆等地区发展成效的认可。同时科技创新在中国的发展也让来华外国游客发出了赞许。

报告指出,来华旅游发展遇到的新问题是,部分受访者表示电子支付的普及给其在华旅游带来了不便,例如很多小地方的商店或者摊位已经无法找零。事实上,大部分受访者对中国电子支付的发展赞不绝口,也愿意尝试,但针对外国游客临时使用电子支付仍存在一些挑战。一方面中国电子支付只依托微信、支付宝、银联等支付平台,但这些平台外国游客并不常用;另一方面,中国电子支付普遍需要内地银行办理的银行卡进行操作,对于仅是来旅游的外国游客来说并不划算也不方便,这在一定程度上降低了尝试的意愿。调查显示,目前滴滴打车可以使用外币卡进行手机支付,在受访者中具有不错的口碑。

此外,报告显示,外国游客对到中国旅游的担忧主要在于距离远、费用高、语言问题、食品安全和空气污染等方面。此外,外国游客到中国旅行遇到的主要问题包括签证申请、语言交流、网络使用和基础设施配套等。受访者也表示,周围人及传播媒体对旅游经历的评价和宣传都会影响到一个国家旅游口碑的塑造,而旅游口碑深深地影响着游客对目的地的选择。

# 全面规划发展提升来华旅游吸引力

□ 本报记者 何芬兰

无论是国际游客赤字,还是旅游服务贸易逆差,归根结底都是中国人更多更快地走出去,并且在去了解世界的同时,将中国全球化发展的成果与世界各国分享。但值得注意的是,隐藏在国际游客赤字和旅游服务贸易逆差背后的,是外国人对中国的了解程度增速缓慢。

为了更好地促进来华旅游发展,展现更真实的中国新时代风貌,减少语言文化差异带来的误会,让世界更好地了解中国、中国更好地融入全球,全球化智库(CCG)与携程旅行网近日联合发布的《推动新时代“来华旅游”高质量开放发展》报告建议:中国政府研究制定“来华旅游2025”全面发展规划,统筹各方力量提升来华旅游吸引力,让全世界人民都能够更加便利地到中国旅游,领略中国风光,体验中国文化,了解中国故事。建议就促进来华旅游发展建立中央领导小组,由分管文化和旅游的国家领导人担任组长,各有关部委主要负责人为组员,统筹建立来华旅游发展规划与落实机制,争取到2025年实现来华旅游管理与服务达到国际领先水平,外国游客数量增长50%。

第一,创新签证体系,建立签证政策评估体系与电子签证申领平台。报告建议,在签证申请中心现有的平台基础上,依托更加先进的电子信息技术、互联网与移动互联网技术等,建立中国完整的电子签证在线申领平台。引导外国人全流程在线办理来华签证,实现在线填写、资料上传、网上缴费和签

证领取的现代化签证申请流程,减少海外人工成本,提升管理水平,营造良好的国际声誉。报告还建议由有关部门统筹建立国家签证政策评估体系,通过对与各个国家的合作情况、人口流动情况、违法犯罪情况等进行综合评估,建立国家签证发展战略,结合外交机制,推动签证便利化发展。

此外,报告建议根据国家的发展需要创新签证类别,如设立大湾区人才自由通关政策;依托已获得144小时过境免签政策的厦门、青岛、武汉、成都、昆明等城市,根据区域特点进一步扩大政策覆盖范围,形成如同京津冀和江浙沪区域的过境免签区区域联动机制;倡导并推动类似“APEC商务旅行卡”功能的“丝路旅行卡”;增加家庭旅游签等细化的签证类型以及根据经济需要,补充短期工作签、工作打工签等签证类别等。

第二,加强与周边国家和地区的旅游跨境联动合作。具体包括鼓励深化省市一级中外旅游结对合作;充分利用现有过境免签政策,打造“类单一签证”并对于陆路接壤跨境旅游区域优化交通整合等。

第三,创新旅游内涵,打造具有中国文化与地方特色的旅游品牌。鼓励创新、支持具有地方特色的旅游资源开发、丰富旅游产品供给;设计体验性旅游项目,激发当地居民参与热情,实现人文交互以及深挖中国传统民俗文化,创立标志性节庆,打造中国旅游品牌。

第四,加大旅游宣传,用更加市场化、本地化的方式吸引游客到来。报告建议政府层面重点加强中国签证政策的宣传工作,打造中国人境便利化发展的国际形象,吸引更多

国际游客到中国旅游。旅游企业常年根植并贡献于旅游业的发展,对入境游客的把握更加准确,其专业化的旅游宣传团队能用国际化的语言介绍中国的风土人情并以专业化的营销思路进行海外推广,可以提高旅游宣传的有效性和针对性。欧美国家在长期的发展过程中,其传统媒体已经成为非常成熟的宣传渠道。此外,还可以进一步使用社交媒体邀请不同区域不同领域的国际知名人士或关键意见领袖来华旅游,通过其名人效应吸引更多国际游客的关注。

第五,提升社会融入,优化外国游客在中国的社会体验。报告建议,进一步协同创新,深化改革,从法律法规、政策措施和实施方案上逐一解决,将中国发展的成果展示出来,有效提升外国游客来华旅游的真实体验。

第六,加强市场监管,发挥行业协会作用制定标准。报告建议,统筹协调社会各个层面,建立与旅游相关的不同政府职能部门之间的常态化协调机制,推动建立诚信制度,加强市场监督管理,严肃查处不法行为,提高旅游管理水平,维护市场公平,实现旅游业健康、有序发展的保障。

第七,促进人才供给,培养和吸引国际旅游专业人才创新发展。报告建议,解决旅游人才,特别是专业化、国际化旅游专业人才短缺的问题。一方面,社会和高等院校需要更好地发展需求,培养更多有旅游管理专业背景且外语能力突出的国际化旅游人才;另一方面,可以吸引更多的国际人才参与,如海归人才、外籍人才等。

## 全力推进健康中国建设

# 健康管理与健康保险双“健”合璧引发期待

□ 本报记者 刘昕

10月24日至25日,第十届中国健康管理与健康保险高层论坛在北京举行。主题为迎接健康管理与健康保险事业发展机遇,助力推进“健康中国行动”的本届论坛,立意探讨交流医疗健康、服务与商业健康保险的深度融合,吸引了来自全国医学科研机构、医院、院校和相关企业的近400位人士参加。

今年7月份,国务院印发《国务院关于实施健康中国行动的意见》,国家层面出台的《健康中国行动(2019-2030年)》成为进一步推进健康中国建设规划新的“施工图”。作为讲坛的承办方,中国医师协会医师健康管理与医师健康保险专委会(简称:中国医师协会-HMO)成立于2005年,是中国健康管理的第一行业组织。15年来,专委会与中国保险行业协会等机构开展战略合作,制定了《重大疾病保险的疾病定义及使用规范》等政策文件,不断探索我国健康管理与健康保险跨界合作格局的形成。

“中国医师协会-HMO将深入研究健康管理及与商业健康保险二者深度融合、两轮合力驱动问题,推动跨界健康产业合作,努力提供一个独特的医疗保障模式。”作为中

国医师协会-HMO选举产生的新一任主任委员,慈铭体检创始人、韩博士医疗集团董事长韩小红在致辞时表示,协会将通过健康管理与健康保险合作的方式来加强社会和商业保险的基础数据研究和推进。具体而言,健康管理具备健康服务与风险控制的双重功能,而健康保险主要发挥延伸保险服务、控制医疗风险、拓宽保险投资领域的三大重要作用,二者合力形成“两轮驱动”。

“下一步,专委会将通过打造‘万名健康管理师’专业队伍、开展全民健康和科普教育活动、促进健康管理信息系统一体化等方式全力助推‘健康中国行动’。”韩小红说。

据介绍,健康管理是通过健康信息采集、健康体检、健康评估、个性化服务、健康干预等手段让个体健康状况持续加以改善的过程,其目的是调动个人和全社会的积极性,充分利用有限资源来达到最大的健康效果,所以健康管理也是实现以“治病为中心”向“以人民健康为中心”转变的核心,能够强有力地推动健康中国行动。

从行业角度来看,“健康中国”还在稳步发展阶段,模式创新、健康保险业管理服务规范化是点睛之笔,很大程度上解决了支付问题,而未来在人才先行、搭建大数据平台、

产业融合探索等方面仍任重道远。

高层论坛上,中国工程院院士孙燕、中国科学院院士高福、中国老年医学学会医养结合促进委员会会长杨庭树、中国精算师协会副会长王和等嘉宾就在健康大数据、精准健康管理以及医养结合、慢病防治等领域构建数字化平台和行业标准,打造人才、管理系列工程为“健康中国行动”作出更大贡献等方面进行了深入的探讨和交流,理念融合,集思广益,形成共识。

本届高层论坛整合了全国将近20家体检质控中心主任和全国三甲医院的专家资源,凝聚了将近上万家健康体检机构落地“全国健康管理下基层工程”项目。参会代表认为,论坛上提出的推进管理大数据平台、健康管理专家库和主力军,以及健康管理标准化和服务网络建设等抓手,能够从根本上为“健康中国行动”夯实基础。

中国医师协会-HMO会与北京市顺义区天竺镇人民政府、韩博士医疗集团在论坛上达成了“打造国际医疗社区,助力天竺健康发展”三方战略合作协议,未来将共同参与“健康管理下基层服务”活动。据悉,该国际医疗社区将引进美国赛福德医疗集团等国际品牌入驻,助力天竺成为国际化的健康管理服务区。

# 中国民航业 国际化发展之路怎么走?

□ 本报记者 孟妮

在全球航空市场持续低迷的背景下,中国民航业仍保持着较快的发展势头。中国民航局近日发布的数据显示,2019年1-9月,中国民航全行业共完成运输总周转量同比增长7.7%,共完成旅客运输量同比增长8.7%,共完成货邮运输量同比增长0.5%。

近日在京举办的首届中国航空与旅游国际论坛上,来自欧洲、亚洲、非洲、大洋洲的航空业及旅游业行业的100多名代表,围绕中国民航业发展现状及国际化发展的相关问题展开了热烈讨论。其间还发布了《中国航空与旅游国际论坛白皮书》。

白皮书显示,过去几十年,中国是全球航空业增长最快的市场之一。2005年,中国跃居全球第二大民航市场。近几年,中国国际航空市场发展明显提速,除2017年外,过去5年,中国国际航空运输量年均增速都实现了两位数的增长。2018年,国际航空运输量6367万人次,同比增长14.8%,与2014年相比增长了一倍。

中国航空运输协会理事长李军表示,目前,中国民航正从民航大国向民航强国迈进。要做强民航业,就要向高质量发展。首先要突破空域资源的瓶颈制约,其次要应对新的挑战。尤其是去年以来,国际贸易单边主义、保护主义对航空运输业产生新的冲击。此外,还要更好地发展国际航线运输。

根据国际航协预测,中国将在2024至2025年成为全球最大的民航市场。波音公司发布的2019版《中国民用航空市场展望》报告也显示,未来5年内,中国民航市场将超过美国成为全球最大市场。

要让这一美好愿景成为现实,在接下来的几年里,中国民航业将经历何种发展轨迹?将面临哪些机遇与挑战?国际化发展之路该怎么走?对此,中国民航管理干部学院教授赵巍在论坛上进行了详细解读。

“从全球航空客运量看,全球40%的航空客运量是国际运输,从客运周转量看,占比则达到60%,国际化是民航的一个基本特征以及未来发展的一个主体方向。中国也是如此。”赵巍表示,“经过15年的迅猛发展,中国已是全球排名第二的民航大国。目前,中国民航仍处于高速成长期,我们乐观地估计,2020年至2025年,中国民航将保持年均

10%-15%以上的高速增长。

“当前,中国民航市场仅有1.8亿人次坐过飞机,有超过12亿人没有享受过航空运输服务,年人均乘机次数只有0.42%,低于全球0.52%的水平。未来5年,中国民航市场将是全球最大的航空增量市场,是为全球民航贡献的最强大的力量。我们的历史使命就是完成从超越到引领的关键阶段。”赵巍如是说。

赵巍表示,国际市场的发展一直是中国民航业发展的一个亮点。近年来,中国民航国际市场的发展增速始终领先于国内市场的增速。近5年来,国际市场增速保持在15%以上,甚至高达25%-30%。按照旅客周转量来衡量,中国民航的国际化率也已超过了26%,但这一指标还远低于全球的平均值。

“总的来看,中国民航国际航空市场呈现出几个特点:规模小,所以成长快;政治经济稳定、人口数量大,所以未来发展潜力大;同时也面临很大的压力和挑战。”赵巍举例道,民航的国际化需要强大的国际航空枢纽来做支撑。而目前包括北京、上海、广州等在内的七大国际航空枢纽国际化发展前景并不乐观,它们普遍的国际化占比未超过10%,甚至部分机场国际化占比在5%左右的低水平,很难称得上是国际航空枢纽。

那么,中国民航国际化之路该怎么走呢?赵巍认为有两个方向,一是“走出去”,二是“引进来”。“走出去”就是让中国的航空公司飞更多的国际航线以及中国人民更多地出境旅游。“引进来”是让更多的国外航空公司飞来中国以及让更多的外国人到中国来旅游。这两个方面都非常重要。展望未来,赵巍提出“2+2+1”模式。第一,中国民航的国际化道路必须坚持开放天空下积极主动的航权策略。开放天空积极主动,开放航权,放开胸怀迎接世界的怀抱。第二,中国民航国际化道路必须坚持政府航线管理的市场规则 and 标准,确保国际航线公平准入和必要竞争。第三,中国民航的国际化道路要科学规划,大力布局多元化的国际航空枢纽,从国际航空枢纽这一个方面提升国际化竞争力。第四,中国民航的国际化道路必须创造丰富多样的航空业态,承载国家国际化发展的全面开放战略。

据了解,首届中国航空与旅游国际论坛为期两天,由Travel Link及盖安德咨询公司主办,中国民用航空局国际合作服务中心协办。