

前七月北京接待入境游客量同比增长32.4%

近年来,北京入境市场持续保持高位增长,吸引着来自世界各地的游客。王金潇给出了一组数据:2026年1—7月,北京接待入境游客386万人次,同比增长32.4%;实现旅游花费52.8亿美元,同比增长39.7%。2024年以来,北京入境市场整体呈现先快速反弹后稳健提质的态势,增速显著高于全国。

从客源结构来看,王金潇介绍,今年以来,北京入境市场接待外国游客329万人次,同比增长32.4%,占全部入境游客的85.2%。其中,欧洲游客133.5万人次,同比增长67.6%,数量、增速均居各大洲首位。同时,从国家和地区看,俄罗斯、中国香港、美国、中国台湾、马来西亚位居客源地前五名。

从整体服务来看,随着便利化水平逐步提升,探访热门商圈、传统景区以及新兴打卡地成为入境游客来京旅游的重要一环。王金潇表示,在支付方面,移动支付已超过线下刷卡,形成“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”友好型支付体系。住宿方面,超过55%的入境游客居住在三环以内的酒店,约30%的入境游

随着便利化水平逐步提升、旅游产品供给不断丰富,北京入境市场持续保持高位增长。8月20日,在北京商报社举办的2026深蓝智库出入境游沙龙上,北京市文化和旅游局(以下简称“市文旅局”)对外交流与合作处副处长王金潇介绍,2026年1—7月,北京市接待入境游客386万人次,同比增长32.4%;实现旅游花费52.8亿美元,同比增长39.7%。从客源结构看,欧洲游客数量、增速均居首位;俄罗斯、中国香港、美国、中国台湾、马来西亚位居客源地前五名。近年来,境外游客散客化、年轻化、深度体验成为新趋势。如今,北京市正围绕服务精细化、产品精品化、营销精准化三条主线统筹推进入境旅游相关工作,助力北京加速打造中国入境旅游首选地。

客居住在五环以外,该区域基本以首都机场、大兴机场周边的住宿配套为主。同时,在景区方面,除环球影城、泡泡玛特城市乐园这些新兴旅游目的地接待入境游客数量呈现上升趋势之外,故宫、长城、天坛等景区仍然是境外游客向往的目的。

在购物方面,王府井商圈、前门商圈及红桥市场、秀水街均为入境消费集中场景。北京SKP、日上免税行、爱马仕朝阳店外卡消费金

额最高,且大额离境退税在这些消费场景中较为明显。

如今,越来越多的境外游客不再满足于走马观花式的观光,而是像本地人一样,钻进胡同里寻味地道小吃,在剧场里感受国潮演出,甚至跟着赛事和展览去旅行,深度体验这座城市的生活肌理。这种从“看”到“体验”的转变,背后既有数据的坚实支撑,更有政策红利的持续释放。



王金潇介绍,北京率先建立了全市入境旅游工作推进机制,专班办公室设在市文旅局,成员单位22家,市领导定期调度,台账化管理,清单化推进,及时协调解决入境难点痛点问题。实施入境旅游服务专项行动,围绕服务提升、产品提质、宣传提效,持续完善入境游全链条服务。

“当前,境外游客散客化、年轻化、深度体验成趋势。”王金潇谈到,北京在不断丰富深

度体验旅游产品。推出北京文旅十大科技应用场景、十大入境体验新场景,联动海外主流平台首发“必买必吃”权威榜单,精准适配外籍客群消费偏好。打造“北京新发现”系列主题产品,按时令节点推出差异化线路。

结合欧美复活节长假,北京推出京韵·慢行Citywalk线路;针对暑期境外青少年、亲子客群,推出“知行研学”主题专线;针对日韩客群打造周末两日专线。此外,在首都机场、大兴机场面向中转旅客推出4—8小时特色产品,其中,携程免费半日游已服务111个国家和地区1.4万名旅客。

谈及接下来的工作重点,王金潇介绍,在立体推广上,市文旅局将拓展国际客源营销板块,细分全球客源市场,聚焦“32+3”国家和地区,开展“一地一策”差异化精准营销。

“如今,北京市正围绕着服务精细化、产品精品化、营销精准化三条主线统筹推进入境旅游相关工作,助力北京加速打造中国入境旅游首选地。”王金潇说道。

北京商报记者 吴其芸/文并摄

北京商报社社长兼总编辑李波涛:

入境消费逻辑正在被重新定义

在2026深蓝智库出入境游沙龙上,李波涛表示,消费是当下中国经济增长的主引擎。一方面,一般标品的国内有效需求不足,另一方面,消费需求从商品消费向服务消费、体验消费、场景消费升级,旅游业正成为激发经济活力、拉动消费、链接文商体展业态融合的抓手和枢纽。

今年是“十五五”开局之年。文化和旅游部日前印发的《旅游强国建设“十五五”规划》明确,培育入境旅游重点城市,其中提到,以北京等为支点,建立入境旅游主干网络。在这样的背景下,入境游正从高速增长迈向高质量发展的新阶段。

李波涛表示,北京作为千年古都,既有红墙黄瓦、万里长城赋予的历史气韵,也有胡同、四合院、中轴线的市井烟火,是入境游客读懂北京和走进中国的“第一页”,入境游的传统产品项目依旧魅力无穷。但这显然已经不够。在短视频成为大众传播载体,情绪价值成为时尚消费卖点的时代,可体验、可共鸣、时尚化、差异化,成为全球旅行者的共同选择。

在今年上半年北京商报的采访报道中,北京车展、中关村论坛、亦庄人形机器人半程马拉松等商务展会,让“科技游”“工业游”的参会者,成为观光游、度假游、文化游的潜在游客。李波涛谈到,随着文商旅体展深度融合,北京正不断推出形式多样的融合活动,吸引海内外游客为“一部剧”“一场展”“一个节”“一项赛事”奔赴一座城。从“跟着课本去旅行”到“为一场赛事奔赴一座城”。

“入境消费的逻辑正在被重新定义。”李波涛认为,科技经济、文体活动,甚至城市治理、中国服务的微观体验,都正成为入境游客的关注点,带来了需求侧增量,也带来了供给端的产品课题。

李波涛表示,某种程度上,旅游业的繁荣,可以说是一个城市的公共基础建设,是文化软实力、服务亲和力、产业协同力的综合呈现,也是一座城市社会活力、居民幸福指数、人才吸引力、城市综合竞争力的体现。旅游业的繁荣,将让每一个在这个区域生活、就业、投资的个人和机构受益,幸福指数提高。

北京交通大学现代旅游研究院院长张辉:

研学游等十大新赛道将构成入境游新供给

在2026深蓝智库出入境游沙龙主题演讲环节,张辉表示,推动入境旅游发展,必须破解需求侧瓶颈,要从支付、签证、网络便利化以及信息安全进行发力。在需求侧持续推动的同时,也离不开供给侧的持续创新。入境游市场正从“流量增长”迈向“质量增长”,研学旅游、医疗康养旅游、技能性旅游、工业旅游等十大新赛道,将共同构成以文化体验为核心的全新供给体系。谈及入境游高质量发展的破局路径,张辉也给出了“制度创新、产品赋能、服务升级,三维协同破解发展难题”的答案。

入境游的快速发展,既依赖需求侧的拉动,更离不开供给侧的持续创新。张辉介绍,近年来,随着中国入境旅游人数持续攀升,入境游已成为旅游业发展中的突出亮点,更成为建设旅游强国的“试金石”。他指出,需求侧环境的改善有赖于外交、公安、金融等多部门协同推进,但更为关键的是,供给侧必须及时跟上。当前,必须立足全球旅游发展新趋势,加快产业结构调整、产品迭代升级和消费场景再造,否则即便需求侧发力再

猛,供给短板仍可能成为制约入境游高质量发展的瓶颈。

“旅游强国”首次写入国家五年规划,从支柱产业跃升为承担文化传承、民族复兴等时代重任。文化和旅游部日前印发的《旅游强国建设“十五五”规划》也明确提出,到2030年,入境旅游人次达到1.9亿、总花费超过1500亿美元。同时明确了入境旅游促进计划,培育北京等入境旅游重点城市。

旅游强国之“强”,不仅体现在产业规模,更体现在文化厚度与文明高度。入境旅游不仅是产业规模和接待人数的增长,更是展示中国形象、讲好中国故事的重要窗口。“入境旅游的本质,是让每一位境外游客成为中华文化的体验者与传播者。”张辉认为。当前需求侧环境已显著改善,下一步应着力在供给侧提供高品质的产品、场景与赛道。他强调,要实施精准运营,细分客群,深化“以文塑旅”,打造符合国际市场需求的高品质供给。同时,便利化服务与高品质体验缺一不可,二者需协同发力,共同驱动入境旅游迈向高质量发展新阶段。

“入境旅游发展急需创造全新赛道。”张辉指出,传统的入境游模式以城市为核心、以景点为支撑,形成的是点线旅游体系,这一模式在全球旅游业发展中已不再具备引领性。为顺应新趋势,他提出应重点布局十大新赛道:研学旅游、高铁旅游、自驾旅游、医疗康养旅游、旅居旅游、航运旅游、技能性旅游、乡村民宿旅游、节事赛事旅游以及工业旅游,以此构建支撑入境旅游高质量发展的新型产业链。

张辉认为,十大新赛道将共同构成以“文化体验”为核心、以“数字赋能”为支撑、以“服务国际化”为保障的全新供给体系。

此外,张辉还谈到,服务升级与配套保障同样不可忽视,要推动市场主体高质量发展。当前讨论旅游便利化,更多聚焦于旅游者视角,而旅游经营者的便利化问题尚未得到足够重视。相关部门应兼顾旅游者和经营者双方的便利化需求,只有经营者的便利化得到保障,服务和供给才能从根本上改善。接下来,利益保障机制的完善也将成为重要课题。

北京商报记者 吴其芸

| 圆桌论坛 |

南航北京分公司副总经理包欣灿:

入境客源结构持续丰富

今年1—8月南航在北京大兴机场承运国际进港旅客近57万人次,其中国际中转旅客24.3万人次,同比增长13.57%。入境的客源结构持续丰富,除传统的观光旅游客群外,研学、体育赛事和文化交流团体不断增多。随着俄罗斯、日韩、西亚等多地的

入境旅客显著增多,服务语言的多元化随之提升。南航在大兴机场推出“指尖离港”服务,旅客可以线上一键完成护照登记、签证核验、电子登机牌申领,实现“一码通关”。同时,南航在国际值机柜台部署AI多语言智慧翻译屏,支持14国语言即时互译。

携程集团副总裁秦静:

未来5年将给中国带来2亿外国游客

携程集团的目标是未来5年给中国带来2亿外国游客。在目的地选择上,外国游客呈现出与中国游客类似的“下沉”趋势。过去,海外游客对中国城市的认知多集中于北京、上海等一线城市;而今,重庆等特色城市正成为新的热门“第二落点”。入境

旅游目的也发生着显著变化。2020年之前,入境游客多以观光中国传统风景为主;而近两年,对科技产品的消费明显升温。同时,人文文化消费亦大幅增加。未来5年引进2亿外国游客仅是起点,要让外国游客不仅来得了,更能玩得好、还想再来。

科大讯飞消费者手持设备业务部总经理孙境廷:

让多语服务成为可复制的文旅基础能力

随着入境游客数量持续攀升,跨语言沟通需求日益增长,且语种结构发生明显转变,过去以欧美游客为主,而如今,东南亚地区等游客数量快速上升,带动对小语种服务的需求明显增加。从服务场景维度看,多语言服务的复杂程度取决于两个

关键因素:场景的分散程度与沟通诉求的深度。外籍游客来华主要涉及酒店入住、机场通行、景区游览等几大类典型场景。面对面交流的自然度与文化氛围的营造,归根结底需要人与技术的协同配合,方能实现服务的最优效果。

和睦家医疗集团京津区总院长刘薇:

俄罗斯及西语国家患者就医需求增长显著

今年4至5月,和睦家京津区域多个院区的急诊外籍患者数量明显攀升,近期来自俄罗斯及西班牙语国家的患者就医需求增长较为突出。中国具备发展入境医疗旅游的优势。体检、医美、口腔种植、中医养生等轻医疗服务,凭借远高于西方国家的性

价比和便捷性,完全可以在短期旅行中完成。此外,近年来中国生物医药创新加速,大量创新药和针对肿瘤晚期的前沿疗法已达到国际领先水平。严肃医疗虽然需要长期沟通和规划,但家属陪诊也会产生旅游需求,入境医疗旅游的市场潜力巨大。

中旅途易COO刘会元:

大量入境游客预订周期缩短至数周

免签新政带动入境消费行为出现明显转变:游客提前规划的周期显著收窄,过去普遍提前4—6个月甚至一年以上;如今,不少游客选择出行前数周才完成预订。入境游的消费需求也因此转变,从传统的12—13天长线打包产品

转向模块化、可自由组合的碎片化产品。刘会元认为,这种碎片化的需求要求产业链提供新的“动态组合”模式,即行程可自选菜单式选择和组合。这一模式背后是“多对多”的复杂算法逻辑,技术难度大幅增长。

Future Flow CEO陈佳璐:

以海外游客兴趣点重构中国故事表达

全球游客对中国的认知普遍停留在“知晓”层面,熟悉程度不足,这使得中国在国际旅游市场中处于“知名度高、转化率低”的地带。真正的缺口在于“流进来的量”和“留下来的量”——即具备深度认知与情感连接的优质流量。如今散客化、自

由行趋势崛起,国内旅游内容生态已属全球领先。只有将中国文化的厚重内核与海外游客的日常体验相结合,才能真正打破认知壁垒。“要用海外游客喜欢的兴趣点去创造我们自己的中国故事。”

北京商报记者 吴其芸 牛清妍

北京商报启动“深蓝繁星”视频共创计划



北京商报讯(记者 关子辰 实习生 闫硕颖)活动现场,“深蓝繁星”计划正式启动。该计划是由北京商报深蓝智库发起的一项共创短视频宣传推广项目,旨在搭建一座让世界“看见”和“抵达”北京的桥梁,通过遴选北京入境游产业链上最具代表性的优质供给方——涵盖旅游企业、老字号餐饮、医疗机构,以及优秀导游、旅行定制师、陪诊师等一线从业者——以共创短视频的形式,在境内外社交媒体平台传播。

首批获邀加入“深蓝繁星”计划的企业和个人包括携程集团、和睦家医疗、北京华天饮食控股集团以及国家特级导游游俊杰,与北京商报国际传播团队一起,用真实、鲜活、有温度的镜头语言,展现北京的烟火气、京味文化和热情好客,助力北京入境游从“流量增长”迈向“提质共创”的新阶段。