

“中国游”全球走红，是开放政策、产业实力、资源禀赋、文化魅力共同作用的结果。上海夏至时光咨询管理有限公司高级研究员、大消费行业分析师杨怀玉在接受《证券日报》记者采访时表示：“未来，入境游的竞争，不再是景点资源的竞争，而是全链条服务、全场景体验、全产业链配套的竞争。行业需跳出传统思维，围绕海外游客深度体验、在地消费、旅居研学等新需求，打通‘吃住行游购娱’全链条壁垒，以精细化、国际化服务承接客流红利，真正将短期人气转化为长期经济增量。”