



▲中國去年GDP超過134萬億元人民幣，如果入境旅遊收入的佔比達到1%至2%，相關收入會高達逾萬億元人民幣。

經濟觀察家

入境遊的發展水平是一個國家綜合競爭力的直觀體現，它不僅反映國家基礎建設包括旅遊專項設施的完善程度，更是經濟實力與文化軟實力的綜合折射。在促進國際間的交流、貿易和創新方面，入境遊間接效應顯著。

# 中國入境遊藏萬億元機遇



人口經濟學  
梁建章

經過多年發展，中國當前已進入發展入境遊的黃金窗口期，具備了堅實的基礎條件。從基建來看，中國在交通、城市配套等基礎設施領域已達到世界領先水平；落實到旅遊場景中，無論是航空、高鐵等交通服務，還是酒店住宿，都展現出「性價比全球領先」的顯著優勢。更重要的是，國家逐步解決制約入境遊的關鍵瓶頸，比如支付和簽證便利化的瓶頸已經基本解決，外國遊客上網限制與宣傳不足的問題也在有序解決中。

入境遊對中國經濟發展貢獻顯著，最直接的經濟效益體現在為國家創造可觀的外匯收入，拉動經濟增長方面。美國入境旅遊收入佔國內生產總值（GDP）比重約為1%至2%，多個東南亞國家在6%至8%之間，部分歐洲國家超5%，而中國當前佔比不足0.5%。結合中國現有龐大經濟體量，若入境旅遊收入佔GDP比重達到1%至2%的國際可比水平，將意味着存在約1萬億至2萬億元（人民幣，下同）的潛在市場增量，機遇規模巨大。

中國在吸引國際遊客方面具備若干顯著客觀有利條件。首先，優越的地理區位，中國地處東亞核心，鄰近日本、韓國及東南亞等人口基數龐大且消費力旺盛的國家和地區。其次，中國有顯著的價格競爭力、全面多樣的高性價比產品。當前，中國在旅遊接待特別是酒店、交通等關鍵環節方面供應能力充足，近年來價格呈現下行趨勢。這使得中國旅遊服務的優勢日益凸顯，對外國遊客的吸引力持續增強。

結合筆者所在公司發展入境遊經驗，本文談談三方面舉措以供借鑒：

## 舉措一：加大社交媒體宣傳

近兩年「China Travel」成為國際媒體熱議的高頻話題，社交媒體在推動入境遊中發揮了重要作用。的確在當前傳播環境裏，社交媒體打破年齡層差異，成為大眾獲取信息的主渠道，其內容的生動性與可信度，也往往比官方宣傳更能打動人心。

在此領域，我們一方面持續加大品牌投入，成為亞洲對宣傳投入靠前的旅遊平台，夯實在海外用戶心中「信息可靠、產品優質、服務可信」的品牌認知。例如，當韓國用戶通過平台預訂日本或東南亞行程時，能自然感受到公司專業度；此時再順勢推薦高性價比的中國旅遊套餐、國際巨星演唱會等活動，便能潛移默化地激發他們「去中國看看」的興趣，實現精準「種草」。

另一方面，社交媒體對不同需求的啟發效應，需要通過多元傳播充分釋放。實踐證明，邀請明星、意見領袖參與是高效路徑：他們自帶的粉絲基礎，能讓中國之行體驗分享快速觸達目標群體，尤其當他們來中國舉辦活動時，更能直接帶動粉絲跨境消費。值得關注的是，即便是非頂流創

作者，也可能憑藉獨特視角引爆傳播。正如前段時間走紅的「甲亢哥」，雖然非傳統意義上的大流量博主，但其在中國的真實體驗內容因視角新穎、細節鮮活，既讓海外受眾耳目一新，也助力其自身收穫全球關注度，可謂多贏。

因此，無論創作者的知名度高低，我們都會提供充分支持，協助他們打造有傳播力的內容。我們同時也注重針對不同市場的文化特性與媒體偏好，精細化開發本地意見領袖資源，目前攜程已在推進超過1000位首次來中國的意見領袖參與並真正來到中國，來源覆蓋全球多個國家地區、多種多樣的垂類領域，如美食、生活方式、原創劇情、攝影記錄等，真正激活國際受眾對中國旅遊的嚮往。

## 舉措二：積極應用技術創新

技術創新一直是攜程持續深耕的方向，在入境遊領域，我們也通過技術手段解決了諸多實際問題。比如借助多元AI技術優化服務流程，將數百萬酒店房型精準翻譯成26種語言，不僅提升了信息傳遞效率，也間接為合作酒店節約了人力成本。作為平台方，我們花了多年時間，投入了大量精力，將中國市場的服務經驗、技術能力與產品體系打磨成可適應全球的多元產品，這個過程其實遠比想像中複雜。其中不僅僅是簡單的語言翻譯，很多時候微小的表述差異就可能給用戶帶來困擾，不同語言的語義微妙性，需要極其細緻的處理。

為此，攜程一方面組建了規模龐大的專業翻譯團隊，另一方面也聯動全球各地的兼職語言專家進行本地化校驗，確保內容精準度。近年來，人工智能（AI）技術的加持更顯著提升了效率，讓我們的多語言處理能力實現了質的飛躍，也正是通過這樣的積累，才得以高效完成產品和服務的多語種適配，妥善處理那些易混淆的細節差異。

與此同時，我們也在不斷強化真人服務能力。目前攜程在全球十幾個城市設立了服務聯絡中心，提供20多種語言的支持，實現7×24小時全覆蓋。很多時候，用戶面對複雜問題時，只有真人服務才能讓他們真正安心，而讓當地語言母語者提供服務，更能保證溝通的精準性和體驗的舒適度。

要實現這樣的全球服務網絡，背後涉及的不僅是成本控制，更有系統性的技術難題，如何智能調配全球服務人員，確保所有語言需求都能得到及時響應。AI確實在流程優化中發揮了重要作用，提升了整體效率，但歸根結底，許多複雜場景的解決仍離不開人的介入，這也是我們始終堅持「技術+人力」雙向投入的原因。

## 舉措三：激活市場增量需求

對於中國很多目的地來說，並不具備像上海、北京這樣的絕對優勢，為了滿足國際遊客多樣化、個性化的

旅遊需求，激活入境遊的增量需求，需要對深度產品持續創新。

以東南亞客群為例，作為入境遊主力，我們希望引導他們像韓國遊客赴日那樣多次到訪、探索不同目的地，這就需要各地跳出「中國作為單一目的地」的思維，突出自身獨特性，無論是奇山秀水、網紅地標，還是特色美食、夜生活、演藝項目，或是雪山滑雪等體育資源，都應納入全球宣傳，通過「多點開花」、「多地爆發」的方式吸引遊客高頻次到訪。這類客群對短線行程接受度高，一個周末或小長假就能安排出行，高頻次、多目的地的推廣模式尤為重要，這也是我們持續推進的方向。

針對歐美客群，潛力同樣可觀。他們到訪後通常停留10天甚至兩周，傾向於跨城市遊覽，因此需要設計長線產品串聯各地精華，滿足高效遊覽需求。此外，商務旅遊與國際會議的結合是重要抓手，疫情前這部分佔比可觀，但目前恢復較慢，需逐步恢復國際航班運力，支持國際會議重返中國，並在簽證便利化、網絡服務等方面持續優化。

垂直領域的服務要做好對不同客群需求的精準把握，比如，針對穆斯林客群，推動酒店獲得清真餐食認證，滿足其飲食方面的特殊需求；為日韓遊客設計特色溫泉主題線路，契合他們對溫泉文化的喜愛。在此過程中，中小旅遊平台也可以大有可為。我們都知道入境遊客需求多樣且個性化，不同國家遊客對語言服務、深度體驗的要求差異顯著，而中小平台若專注特定客群或深耕某座城市的特色線路，往往能提供更精準的服務，也能避免價格內卷。

## 北上消費帶旺區域旅遊

儘管入境遊當前的單均收入相對於出境遊偏低，以中國酒店為例，其高質價比帶來的客單價優勢，在相同佣金比例下確實會導致單均收入低於出境遊業務。但從發展視角看，入境遊的核心價值在於其「增量屬性」，這不僅是平台的增量，更是酒店業乃至整個旅遊行業的增量。

從長線潛力來看，入境遊的發展空間遠大於其他成熟業務。一個直觀的對比是，若隨機詢問10位韓國人去過日本與中國的比例，答案可能是赴日者更多，因為長期以來，日本始終是韓國第一大出境目的地。但我們對未來充滿信心，完全有機會將中國打造為韓國遊客的第一出境目的地。

值得一提的是，中國港澳地區雖不屬於嚴格意義上的「入境遊」範疇，但港澳居民「北上」旅遊的潛力同樣巨大。近一年來，香港居民北上消費在我們的統計中已展現顯著帶動效應，成為區域旅遊的重要增量。

再看向歐美市場，中國作為全球增長最快、兼具先進活力與深厚歷史文化底蘊，且性價比優勢突出的旅遊目的地，其潛力更是難以估量，這些市場的增長幾乎都屬於純粹的增量。

（作者為攜程集團執行董事長）

# 克服挑戰 加速發展可再生能源



保羅·弗蘭克爾  
(Paolo Frankl)

在應對氣候變化與能源轉型的時代浪潮，全球可再生能源發展正以驚人的速度推進。儘管技術革新與資本注入為其增添強勁動力，但政策穩定性、電網基礎設施建設，以及新興市場融資體系等關鍵因素，仍深刻影響着這場能源革命的最終走向。

## 新增可再生能源裝機 中國佔半

2024年，全球可再生能源新增裝機規模高達700吉瓦，這一數字相當於日本全年的電力消耗總量。國際能源署預測，2024年至2030年間，全球可再生能源裝機容量將累計新增超5500吉瓦，展現出極為強勁的增長勢頭。

在這場能源變革中，太陽能光伏佔據主導地位。得益於成本的大幅下降、許可時間的縮短，以及社會接受度的提高，太陽能光伏不僅在集中式電站領域持續擴張，分散式應用更是呈現爆發式增長。風能緊隨其後，雖然在一些經合組織（OECD）國家面臨困境，但仍是重要的組成部分。

中國在全球可再生能源發展進程中發揮着中流砥柱的作用。預計到2030年，中國可再生能源總裝機容量將逼近10000吉瓦，全球每新增2吉瓦可再生能源裝機，就有1吉瓦來自中國。這種規模優勢的背後，是強大的技術創新實力支撐，中國企業佔據全球太陽能光伏元件90%以上的產能，自主研發的N型TOPCon電池轉換效率更是突破26%。

從區域視角來看，印度憑藉15%的可再生能源裝機增速，成為全球發展最快的市場。龐大的電力需求缺口，使得印度有3億人口至今仍未獲得穩定電力供應，可再生能源因此成為其實現能源普惠、擺脫能源貧困的核心路徑。撒哈拉以南非洲地區同樣潛力無限，儘管當前可再生能源總裝機量甚至不及荷蘭一國，但未來5年裝機容量有望實現400%的增長。

## 缺乏投資與穩定政策 阻礙發展

儘管前景廣闊，全球可再生能源發展仍面臨諸多挑戰，猶如橫亘在前的「攔路虎」，亟待解決。

一是在能源觀念層面，部分國家尤其是歐洲地區，存在「可再生能源推高電價」的認知誤區。然而事實恰恰相反，可再生能源的大規模併網有效降低了電力批發價格，對天然氣等化石能源

的過度依賴，才是導致電價攀升的真正「元兇」。

二是電網系統也面臨着嚴峻考驗。可再生能源發電的間歇性和波動性，挑戰電力系統的穩定運行。這種消納難題與可變可再生能源(VRE)在電網中的佔比、電力系統的靈活性密切相關。在發展初期，多數國家尚能依靠現有電力系統進行調節，但隨着可再生能源佔比不斷提高，亟需引入更多靈活性資源。

三是投資不足與電網建設進度滯後同樣不容樂觀。為滿足可再生能源併網、終端使用者電氣化等需求，電網基礎設施必須加速升級與擴容。而在新興國家，薄弱的電網基礎與不完善的融資機制，使得這一矛盾更加突出，成為制約可再生能源發展的關鍵瓶頸。

此外，政策環境的不確定性成為企業投資的最大顧慮。缺乏長期穩定的政策支持與清晰的發展願景，讓企業難以形成穩定預期，進而影響對可再生能源領域的投資信心。

## 政策支持與國際合作 成破局關鍵

為加速可再生能源的發展進程，構建清潔低碳的能源體系，全球需要多管齊下，從政策、合作等多維度發力。

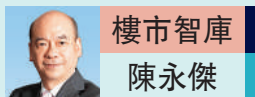
政策支持是核心驅動力。不同國家和地區因能源結構、發展階段各異，需因地制宜制定政策。以東盟國家為例，其面臨大量化石燃料產能過剩問題，政策設計應聚焦於老舊化石能源機組的有序退出與轉型。同時，各國需着力消除政策不確定性，制定長期穩定的支持政策，並簡化專案審批流程，確保基礎設施建設與行業發展節奏相匹配。

國際合作是重要支撐。全球各國應攜手共進，依託清潔能源部長級會議（CEM）等多邊合作機制，加強技術交流與經驗分享，共同制定統一的行業標準與政策框架，破除貿易壁壘，促進可再生能源電力的跨境輸送與資源優化配置。

可再生能源的發展是應對氣候變化、保障能源安全、推動經濟綠色轉型的關鍵之舉。儘管挑戰重重，但憑藉其在經濟發展與能源安全方面的強大驅動力，即便對氣候變化持懷疑態度者，也能清晰看到其所帶來的效益。只要全球協同發力，定能推動可再生能源快速發展，為實現低碳經濟與可持續發展注入強大動能。

（作者為國際能源署（IEA）可再生能源部主管）（www.iff.org.cn）

# 印花稅優惠推升細價盤交投



樓市智庫  
陳永傑

今年上半年，細價樓交投特別熱鬧，成為樓市焦點。原因很簡單，就是特區政府提高了100元印花稅優惠的樓價上限，對想「上車」的市民而言，無疑是一大誘因。

原本這個100元印花稅優惠，只適用於樓價300萬元以下的物業。特區政府在2025年的財政預算案中再出招救市，將門檻提高到400萬元。即是說，只要買入樓價400萬元或以下的住宅單位，印花稅由以前最高6萬元降至100元，實實在在幫到一班首次置業人士，令他們更易圓「上車夢」。

加上近年樓價回落，供樓開支好多時都比租樓便宜，反觀租金又愈升愈高，不少市民覺得，與其幫人供樓，不如自己做業主。結果越來越多市民選擇由租轉買。此外，投資者見到價位吸引，加上市場氣氛好轉，又見到租金回報不錯，亦重拾信心入市，令細價樓市場「旺上加旺」。

## 400萬以下成交佔25%

中原地產統計所得，上半年全港錄逾2.5萬宗買賣登記，其中6797宗便屬銀碼低於400萬元成交，等於差不多每4宗成交，就有一宗受惠於100元印花稅優惠。這個比例相比去年同期不足

兩成，可見政策刺激效果相當明顯。宗數方面，更比去年同期4573宗大升接近五成，有機會挑戰2014年以來最高紀錄。

事實上，過去想用400萬元以下買樓，一直都不容易。例如，在2021年樓價最高峰的時節，上半年成交超過3.5萬宗，但當中只有2205宗屬400萬樓下，比例僅6.9%。反映當時供應少、價錢高，市民確實上車難。

樓價回調，加上印花稅優惠，發展商亦積極推售平價單位，帶動一手細價樓交投。今年上半年就錄得1317宗400萬元或以下一手成交，較2022年36宗大升35倍，創15年新高，可見數字增幅驚人。

今年細價樓表現似乎跑贏大市，中原城市領先指數CCL的中小型單位，上半年樓價跌幅少於0.7%，大型單位跌幅則超過3%，可見100元印花稅政策，對穩定上車盤樓價亦有一定幫助。

展望下半年，市場預期美國今年有機會減息1至2次，加上本港樓價已連升2個月，若息口正式見頂甚至回落，買家入市信心有望進一步提升。尤其是細價樓市場，需求量不但龐大，而且非常剛性，預計交投動力仍可持續，成為下半年樓市的關鍵支撐。

（作者為中原地產亞太區副主席兼住宅部總裁）

## 本港中小型單位樓價相對較穩定

