



另一方面，日本确实在用心做实体商业。张晓静以北海道的新千岁机场举例，这里不仅是一个交通枢纽，更是被打造成了一个充满乐趣的游乐世界。

机场内布置了20个半人高的多啦人偶，还有多啦A梦主题店、夹娃娃区、商店、咖啡厅、儿童乐园、手工艺作坊和图书馆等设施，让旅客们在候机的同时也能尽享娱乐与学习的乐趣。

逛累了则可以去机场里的温泉休憩。作为日本国内首家引入天然温泉的机场，它24小时不间断地提供服务。

当然，新千岁机场内自然少不了美食，不但有一条汇集了十家北海道知名拉面的拉面街，而有一条聚集了众多北海道各地的名店的食堂街。

“网上都已经出现了超全的新千岁机场的过夜攻略。”张晓静表示，在这样的氛围营造下，人就是很容易走进线下的实体店消费体验。

“爆改”日本旅游业

根据携程的数据显示，中国内地赴日多次旅游签证（三年/五年）出现爆发式增长，从2019年占比19.75%一路冲到2024年的48.41%，甚至大有超过单次旅游签证的架势，成为中

国内地赴日新的主流趋势。

另据飞猪的数据显示，2023年重复到访日本的中国游客比例已经超过40%。

由此可见，日本是一个具有“多刷”特征的目的地。而这在客观上也推进了各种各样深度游产品的快速更新迭代。如何迎合这批热衷自由行的年轻中国游客的消费习惯、需求与偏好，日本旅游业自身同样进行了思考与爆改。

“现在，支付宝、微信等移动支付在大多数日本城市都已经相当普遍了。”张晓静还注意到几个变化，“最近几次去，明显感到扫码点单的店变多了，解决了看不懂菜单的难题，而在大众点评上能预订的餐厅也变得比以前多了”。

另外，日本自由行让本地包车游变得很火。“因为中国内地驾照不能在日本开车，包车很好满足了自由行游客的两大刚需：第一，家庭或亲子出游时能够更加便捷、轻松和从容；第二，前往小众旅游目的地的交通串联问题。”张晓静说，尤其是后者，年轻中国游客开始逐步深入日本腹地，很多日本小众路线或许连日本人去的都很少，“公共交通不是班次少，就是根本没有”。

张晓静特别点赞了鸟取县，作为日本的“小透明”、最不发达的地区之一，为了振兴旅游业，当地政府推出了3小时4000日

元“观光出租车”的包车旅游服务，线路多达23条，让游客可以在一天内游览鸟取市及周边的主要景点，非常划算。

不过，也必须承认，在日本入境游市场大踏步发展的背后，同样也离不开日本早些年代的耕耘。2003年，日本政府首次提出“观光立国”政策，并成为此后日本各届内阁坚持一以贯之的路线。在随后几年中，日本政府在签证政策、整合旅游资源、免税/退税市场发展等层面重点发力。目前，日本政府仍在持续推进该战略，并提出了到2030年实现访日游客人数达到6000万人次、消费额达到15万亿日元的目标。

去年12月25日，中日高级别人文交流磋商达成10项共识。据外交部网站信息，共识中的第三条就提及“支持旅游业合作，出台更多便利化措施促进两国游客互访”。具体措施包括为“富裕阶层”发放10年多次往返日本的旅游签证，以及将团队旅行签证的停留天数从15天延长至30天。

可以说，诸多因素，让日本备受中国游客的青睐。难怪日本国家旅游局认为，按照1月的发展趋势，眼下2025年全年访日外国游客数量就有望再度刷新2024年创下的3687万人次纪录，突破4000万人次。**民**