

中国赴日游客出行偏好与安全隐忧

——基于2025年春节赴日游客调研分析

熊淑娥

【内容摘要】 近年来中国赴日游客数量稳步回升，其行为模式和旅游偏好在小众社交媒体影响下呈显著变化趋势。在人员构成方面，亲子游、祖孙三代游、多个家庭结伴游成为主流趋势；在住宿选择上，民宿因其高性价比的优势受到青睐；出行目的多元化，购物和传统观光比重相对下降，教育考察、医疗美容和文化体验需求增幅较大。受地缘政治与经济社会环境影响，部分游客认为日本在生活成本、教育资源和社会秩序上有一定吸引力，短期旅游考察逐渐成为家庭长期规划的一部分。与此同时，在日中国游客的人身安全事故频发，亟需游客、旅游机构、中日两国旅游主管部门共同关注，应建立健全应急预案，提升境外旅游安全保障。

【关键词】 教育考察 民宿 小红书 境外旅游安全 中日人文交流

【中图分类号】 F59

【文章编号】 1003-4048(2025)01-0088-09

【文献标识码】 A

【DOI】 10.16496/j.cnki.rbyj.2025.01.008

【作者简介】 熊淑娥，中国社会科学院日本研究所助理研究员，东京大学社会科学研究所客座研究员（北京 100007）

2024年11月，国家主席习近平在利马出席亚太经合组织领导人非正式会议期间会见日本首相石破茂时指出，“双方要深化拓展人文和地方交流，促进两国人民特别是青年一代的相互了解。”^[1] 跨境旅游是促进国家和地区间人文交流、提升相互认知的重要途径。

在全球经济与文化深度交融的时代背景下，近年来赴日旅游的中国游客数量不断增加。日本国土交通省观光厅2025年1月15日发布的《访日外国游客消费动向调查结果》显示，2024年访日外国游客数量达到3686.99万人，创历史新高，其消费额首次突破8万亿日元。从访日国家和地区消费额看，中国大陆最高，共消费1.7335亿日

元，占总额的21.3%，中国游客成为日本入境旅游市场的重要组成部分。^[2] 春节是全球华人合家团聚、共享天伦的重要节日，也是华人游客的旅行高峰期。2025年2月4日，全球一站式旅行平台携程旅行网发布的《2025年春节旅游总结报告》显示，2025年春节假期期间的跨境游订单同比增长三成，日本成为中国游客最主要目的地之一。^[3]

2025年2月3日至16日，笔者前往日本东京大学、早稻田大学、秋叶原、涩谷、浅草寺等地实地调研，并通过电话、微信开展访谈。调研对象涵盖自由行、团队游、探亲访友等不同类型赴日游客群体，赴日旅游团领队、日本大型企业董事、酒店工作人员等旅游产品和服务供给方，

负责地域振兴工作的日本地方政府公务员，在日本工作华人和留学生等，共计13组61人。本文以2025年春节调研为切入点，分析近年中国赴日游客群体的行为特征、出行动因及潜在安全风险，以期为旅行者、旅游从业者、政策制定者提供参考。

一、中国赴日游客群体基本特征

(一) 出行方式：个人以自由行为主，团队游中观光团比例下降，游学团比例上升

当前中国赴日游客的出行方式以高收入段人群的自由行为主，与新冠疫情前以团队游客为主的情况形成对比。根据日本观光厅的调查，2024年中国赴日旅行团比例仅为11%，远低于2019年的26%。^①虽然中国政府在2023年8月恢复了赴日团队游，但是团队游客数量仍然不及预期。在数字化技术发展及社交媒体平台的推动下，游客主要依靠小红书、微博自主规划行程，依托在线预订系统、移动支付等便捷手段进行个性化旅行安排。日本的交通便利，城市基础设施完善，针对自由行游客的服务体系不断优化，进一步助推了这一趋势。这一变化反映出游客消费能力的提升、旅游经验的积累以及信息获取渠道的多元化。

2025年春节期间，传统旅行团模式较2023年、2024年同期有所回升，但总占比仍处下降态势。而且，旅行团多以“散客拼团”形式组织，游客来源地分散。“散拼”可能造成同一个旅行团中各组游客的参团价格出现差异。例如，某从济南出发至日本的大阪—东京6日观光团中，有旅客通过携程、飞猪等在线旅行平台报名，有旅客通过聊城、菏泽、济南等当地的旅行社报名，各平台、各地旅行社的报价存在差异，导致团中各组游客的参团费用有所不同。

与此同时，游学团、研学团的市场热度持续上升，呈现多元化发展态势。主要可分为以下几

类：一是亲子游学团，面向青少年及其家长的日本冬令营、夏令营活动，涵盖文化体验、语言学习、科技探索等多种主题；二是高校研学团，面向本硕博学生，聚焦学术交流和国际事务；^①三是商务游学团，参团对象主要为企业管理层人员，多为参访京瓷、丰田等世界500强企业的考察团；四是行业研学团，面向医疗、食品、科技、音乐等不同专业领域的从业人员，提供针对性强的行业考察与学习机会。随着消费升级及个性化需求的增长，中国赴日游客的出行方式正趋向多样化和专业化，为中日旅游市场的发展带来了新的机遇。

(二) 人口结构：家庭游客占比提升，多代同行趋势明显

本次调研数据表明，随着中日之间跨境旅游便利化水平提升以及日本交通设施相对完善，访日游客的年龄跨度较大，涵盖6—80岁人群。3—6人规模的家庭游客成为春节访日主体，特别以三口之家、四口之家、祖孙三代、亲友邻里结伴出行为主要形式。其中35—50岁的人群占比最高，以带中小學生出行的“中产阶级”及高收入家庭为主。

东京迪士尼乐园、哈利波特主题公园和大阪环球影城等景点因其独特性，对中国青少年具有较大吸引力。东京拥有全球唯一的海洋探险主题迪士尼乐园及亚洲首座、全球仅有两座的哈利波特主题公园，而大阪环球影城的任天堂世界马里奥主题乐园则为亚洲独有，这些稀缺性元素共同提升了其对中国游客的吸引力。

此外，老年游客群体的占比有所上升，特别是在游轮旅行免签政策、食宿全包、行程轻松等因素推动下，更多子女选择陪伴高龄父母甚至祖父母搭乘游轮赴日旅游。如本次调研中的一家九口选择乘坐皇家加勒比游轮公司的“海洋光谱号”，于2025年1月15日至20日自上海往返冲绳，一大考量因素是照顾同行的80岁祖父。该

^① 例如，2025年1月19日至25日，华侨大学、厦门大学、华东师范大学、哈尔滨工业大学、北京语言大学、上海外国语大学等高校学生，参加了由东京联合国大学总部举办的“可持续发展模拟多边谈判实训团”项目。参见：华侨大学国际交流合作处（港澳台侨事务办公室）.【新闻】2025年寒假联合国大学总部可持续发展模拟多边谈判实训团圆满结束 [EB/OL].(2025-02-09)[2025-02-18].<https://wsc.hqu.edu.cn/info/1031/16665.htm>.

游轮可容纳 5200 名游客，拥有低成本与便利性优势，缺点是行程选择较为有限，游客仅能在 1 月 18 日短暂停靠那霸港，且上岸游览时间受限。

（三）出行目的：教育考察、医疗突出，兼顾亲子休闲与购物消费

教育考察在近年赴日游客的出行目的中呈现明显上升趋势。部分家庭游客选择参观东京大学、早稻田大学等知名学府，在大学中央食堂就餐，提前体验日本高等学府环境设施，为子女未来教育规划做准备。这些动向的一大背景是 1985 年《中共中央关于教育体制改革的决定》后，我国高中阶段教育实施“普职分流”政策，且普通高中和中等职业学校招生比例为 1:1。在全民教育水平普遍提升的情况下，孩子的“初升高”升学问题成为引发家长教育焦虑的重要原因之一，在“普职分流”政策的压力传导下，升学竞争的压力进一步下移到了初中甚至小学。^[5] 相较而言，日本的“初升高”压力并不大，而且如果学生进入了从小学直升高中的“一贯制”学校，学习生活会更加轻松。

去日本体验世界一流医疗设施服务的中国人在不断增加。日本著名的圣路加国际医院和东京医疗中心等，均提供早期癌症筛查、核磁共振检查等精密体检服务。2023 年，日本为中国发放了 2295 人次的医疗签证。^[6] 医疗签证允许本人及随行人员在日本停留 3 至 12 个月，但由于其办理手续麻烦且费用高昂，因而多数人选择使用旅游签证或其他短期停留签证进入日本境内接受治疗。因此，国人在日本的实际医疗旅游人数比获得医疗签证的人数要多。此外，日本医疗机构推出的干细胞注射疗法，其宣传的重大疾病治愈、关节疼痛缓解和皮肤状态改善等功效，配合部分机构提供的中文翻译服务，吸引了大量中国富裕人士前往体验。

从中国赴日游客的出行目的地来看，富士山、北海道、长野雪场、镰仓大佛、江之岛水族馆、箱根和草津温泉旅馆等自然与传统文化体验项目魅力不减。米其林餐厅、超级马里奥赛车、美国歌手泰勒·斯威夫特音乐会等“体验型消费”设施、活动的热度不断上升。日本环球影城、东京迪士尼乐园、吉卜力公园等主题公园成

为青少年儿童游客的热门目的地。东京银座等核心商业区仍是游客主要消费场所，主要消费商品也从化妆品转向保值率高、流通性好的珠宝、名表和奢侈品牌产品。例如日本腕表品牌西铁城旗下的“鹰爵”和“坎帕尼拉”等售价超过 30 万日元的高端系列商品受到 20 岁至 40 岁中国游客的欢迎。

中国赴日游客的群体结构也在发生变化。变化主要集中在具有一定经济实力的中高收入阶层，体现在人均信用卡消费额的提高。日本三井住友信用卡公司针对在境外发行的 Visa、万事达卡（MasterCard）和银联卡分析结果显示，2024 年 1 月至 10 月，访日游客的人均消费额下降了 5%，但中国游客的人均信用卡消费额比 2019 年同期增长了 28%，增长显著。按消费类别来看，酒店和旅馆在中国游客人均信用卡消费额中增长了 2.4 倍，贵金属及钟表店增长了 1.9 倍。另一方面，免税店的中国游客人均消费额减少了 36%。曾经销量非常高的家电零售连锁店和综合购物中心的销售额也同比下降约 10%。支付方式的变化同样反映出消费习惯的转变。在中国游客广泛使用的移动支付平台支付宝（Alipay）等的支持下，日本的 Alipay+ 支付服务在 2024 年进一步普及，休闲娱乐和住宿等非购物类消费占比达到 67%，较 2019 年上升了 17 个百分点。^[7]

（四）访日行程：7 天左右的回访游比例较高

与赴日游客群体主要集中在具有一定经济实力的中高收入阶层相关联，客源地主要来自北京、上海、广州、深圳等一线城市，也有少部分来自济南、南昌等省会城市。从游客构成来看，本次调研中首次访日游客占比 40% 左右，其余 60% 为“回头客”，其中部分家庭已有 3 至 4 次以上访日经历。他们的访日天数在 5 至 15 天之间，以 7 天左右的旅行最为常见。航线方面，直飞东京成田或羽田机场的航线最受欢迎，部分游客由于行程安排和机票价格原因，选择优先飞至大阪关西机场。

7 天左右行程的游客，以从东京入境为例，通常选择在东京及周边城市游玩 2 至 3 天后，搭乘新干线或高速大巴前往大阪，停留 2 至 3 天后从大阪乘机返回国内。^[8] 从大阪入境的游客亦是

如此。也有游客选择从东京入境，短暂停留后乘坐北陆新干线到石川县金泽市游玩金泽古城、老街和兼六园，接着乘坐大巴去世界文化遗产岐阜县白川乡游览雪景及体验温泉，最后乘坐新干线到名古屋或京都回国。一些行程在15天左右的深度游游客，通常是探亲访友或错峰出行人士，他们更加注重文化体验，不局限于传统的旅游路线，行程安排更加灵活，比如选择从福冈市出入境体验九州风情，也有游客依靠社交媒体攻略前往高野山参禅、徒步熊野古道。

调研的另一个发现是即使是同一个家庭也未必全程同行，原因在于他们具有多次访日经验，对日本交通、城市情况相对熟悉。例如，来自上海的两个三口之家与一对夫妻共8人一同从大阪入境。在从2月2日至7日为期6天的行程中，2月4日这一天第一家中的爸爸与这对夫妻共三人从大阪前往和歌山县参拜高野山，妈妈则带着10岁的女儿与第二个家庭共5人乘坐新干线到东京。2月5日三个家庭共8人在东京会合后结伴去草津体验温泉，次日返回东京，最后从东京返回上海。

（五）住宿偏好：高性价比民宿需求上升，服务完善的酒店仍具吸引力

由于日本物价水平普遍较高，加上春节假期酒店价格涨幅较大，越来越多的中国游客倾向通过小红书和爱彼迎（Airbnb）两个平台预订性价比更高的民宿。本次调研中，除游轮出行和一组带孩子出行的家庭外，其他家庭均选择了民宿加酒店的住宿方式。例如，一组来自大连结伴出行的家庭^①选择入住位于东京都丰岛区池袋的一家民宿，住宿费约为每晚人民币1500元；一组来自广东的三代6人家庭选择入住台东区上野与浅草交界的民宿，每晚大约人民币1300元。结伴出游家庭和祖孙三代同行家庭偏好选择位于市内住宅区、交通便利、自带厨房的在日亲友或华人经营的民宿。

酒店仍是中高端游客的首选，尤其是交通便利、服务完善的连锁品牌酒店，如每晚2000元

起的京都祇园塞莱斯廷酒店、约1400元一晚的大阪蒙特利尔酒店和约1700元一晚的三井花园酒店银座店等，并未受春节期间房价显著上涨的影响。其中，游客若在客路（Klook）等旅行软件上预订大阪酒店可以免费获得从酒店到大阪环球影城接驳车服务，吸引带着孩子出行的父母客源。

二、中国赴日游客增长的政治、经济与市场动因

（一）中日高层互动释放关系转圜信号

2024年起，中日双方在经贸、人员往来等领域释放出一定的缓和信号，减轻了部分游客对于赴日旅行的不确定性顾虑。2024年11月，中日两国首脑利马会晤释放出关系改善的信号，为双方关系改善指明了方向；12月25日，日本外相岩屋毅访华，同王毅外长共同主持了中日高级别人文交流磋商机制第二次会议，达成十项共识；2025年1月14日，日本自民党干事长森山裕和公明党干事长西田实仁率领日本执政党代表团访华。尽管两国关系仍存在结构性矛盾，但中日双方持续努力推动关系改善与发展，尤其是高层互动发挥了引领作用。这些积极因素都是推动中国赴日游客增长的重要动力。

（二）中国出境游需求回暖

2023年至2024年，中国出境旅游市场经历了从新冠疫情后的恢复期向快速增长期的转变。在此背景下，2025年春节旅游市场迎来了中国游客弥补新冠疫情期间未能出行的“报复式旅游”高峰。日本因其地理位置相近、汉字文化的相近性和完善的旅游服务设施，成为热门旅行目的地。

同样相邻的泰国自2024年3月1日起与中国实施互免签证政策，原本是中国人境外游热门目的地，但因2025年1月，中国演员王星在泰国曼谷机场落地后经泰缅边境被送入缅甸电信诈骗园区事件，导致大量中国游客出于安全担忧取消春节假期赴泰旅游计划。泰国旅游局局长塔帕尼·吉亚普海布尔的报告称，约有一万名中国游

^① 这一组结伴家庭情况较为特殊，具体是一对48岁父母和他们正在上初二的13岁儿子，以及他们儿子的同龄好友。两个男孩是小学同学，两家父母曾经多次相互带上对方家庭孩子出门旅游。

客取消了行程。^[9]2025年春节期间,日本超越泰国成为最受中国人欢迎的旅游目的地。根据中国民用航空局数据,2025年春节期间平均每天有1888个国际客运航班运营,与2024年同期相比增长了24.6%。航班量较大的是日泰韩马新越等国际航线。^[10]

(三) 日元贬值降低旅游成本

近年来,受全球经济环境变化及日本央行货币政策的影响,日元持续贬值,日元兑美元汇率创34年新低。从2022年起,日元兑人民币汇率呈现长期贬值趋势,在2024年进一步跌破1人民币兑20日元的关口。这一变化降低了中国游客住宿、餐饮、交通等方面的支出,直接提升了日本旅游的性价比,使得中产阶级及以下收入群体更容易负担赴日旅行。彭博情报奢侈品分析师德博拉·艾特肯认为“日本仍然是中国内地游客最青睐的购物目的地”。^[11]

日本零售商也在积极迎合中国购物者的需求。日本连锁百货公司高岛屋表示,春节期间中国消费者的访问量和购买量非常强劲,消费能力较强的年轻人选择购买奢侈品牌商品和化妆品的倾向尤其突出。与2024年假期相比,中国顾客免税店的销售额增长了50%。为了更好地与中国顾客沟通,推销生活用品,高岛屋的新宿、日本桥、横滨、大阪、京都和冈山奥特莱斯店使用实时翻译软件服务。^[12]日元贬值也提升了中国游客在购物和服务消费上的支付能力,直接促进了旅游市场的增长。

(四) 恢复或新增中日直飞航线提升出行体验

直飞航线是缩短交通时间、降低经济成本和提升旅游品质的重要因素。为了迎接2024年的日本红叶季和雪季,各航空公司陆续加开或恢复飞往日本的航线。2024年12月以来,天津航空开通天津至札幌航线,春秋航空开通广州到福冈航线,东方航空开通西安至名古屋航线、恢复上海到茨城、花卷航线。其中上海到花卷是只运行一个月的冬季限定航线,目的是满足中国人到日本岩手、青森、长野等北陆地区看雪、滑雪、泡汤的深度日式文化体验需求。

值得注意的是,针对尚未开通直航的城市,日本全日空航空公司推出日本国内免费转机服务,

2024年10月日本全日空航空公司与携程网合作,直接在线销售机票。2025年1月,全日空还推出为来自中国大陆的游客提供日本国内免费接送服务的促销活动,以方便游客到地方城市旅游,拉动地方经济。全日空集团首席财务官中堀公博披露,2025年春节假期该公司运营的中国航线的收入增长超过50%。^[13]中国东方航空公司披露,春节假期8天,东航日本航线航班量同比增长54%,旅客运输量同比增长71.2%;韩国航线旅客运输量同比增长9.3%;新加坡航线航班量同比增长23.2%,旅客运输量同比增长2.0%;澳大利亚航线航班量同比增长11.3%,旅客运输量同比增长9.0%。^[14]

(五) 社交媒体小红书实现跨圈层传播效果

中国人赴日旅游高潮首次出现在2015年至2019年,这一阶段主要依靠旅行社推广赴日旅游产品;2024年至2025年是第二次旅游高潮,这一时期社交网络媒体小红书上的旅行攻略、住宿推荐、热门打卡点等信息助推国人赴日旅游,近年访日游客目的地相对分散,在很大程度上也是受到小红书的影响。与排名竞价机制下结果导向性明显的百度搜索相比,小红书大量图片加文字的排列方式,商业色彩较弱,更吸引年轻人使用。

同时,伊势丹、高岛屋等大型百货商店加强了在中国社交媒体上的投入,邀请中国有影响力的人士对其产品进行评论和推广。此举是为了迎合20—30岁精通数字技术的年轻消费群体。而且,日本地方政府也改变传统的以日本人为主角的文旅宣介方式,改为聘请中国人从游客视角推广当地旅游。例如鸟取县观光交流局国际观光课招聘了中国人徐尧担任国际交流员,利用小红书账号“日本鸟取县观光交流局”发布温泉、拉面、租车等信息,助推鸟取县的账号进入微博“日本旅行攻略”前三位,起到了良好的“破圈”传播效果。^[15]

三、中国赴日游客面临的主要安全隐忧

随着中国游客赴日旅游规模的持续扩大,与之相关的旅游安全问题亦日益凸显。2025年初,日本发生多起涉及中国游客的安全事故,包括交通事故、突发疾病、火灾等,这些意外事件提醒

赴日游客需要增强安全意识，做好风险防范及应急处理。

（一）交通安全：中日交通规则差异与事故风险

日本道路交通体系严谨，行人和车辆通行规则与中国大陆地区存在较大差异。一些中国游客因对日本交通法规不熟悉或疏忽大意，导致意外事故发生。2025年1月9日，两名中国年轻人在日本兵库县铁路道口等红绿灯时，遭列车撞击身亡。日本警方调查发现，事故发生前被撞的两名女性站在公路和铁路平交道口已放下的禁止通行护栏处，警方推测两人可能误以为铁轨区域是“信号灯等待区”，未能及时避让。^[16]1月23日在北海道小樽市的铁路JR函馆线上，一名61岁的中国籍女性被列车撞击身亡。据报道，这名女子与丈夫一同前往北海道观光，事发时正在铁轨上拍照。^[17]这两起悲剧警示游客在靠近轨道或站台时应当充分注意安全提示和车辆行驶情况，避免造成严重后果。

日本普遍实行左侧通行，对于习惯右侧行驶的中国游客而言，在租车自驾时可能存在较高事故风险，尤其是在不熟悉的山区道路或雪地驾驶时。过去几年，日本多地发生中国游客租车自驾引发的交通事故。2024年7月19日，一名39岁的中国籍游客在北海道真狩村驾车时与对面行驶车辆发生撞击事故，造成11人受伤。^[18]事故嫌疑人被当地警方以违反《机动车驾驶处罚法》第5条“过失驾驶造成伤亡”为由逮捕。2025年2月5日凌晨，一名外国游客驾驶的租车被困在岐阜县白川村的雪地里。这辆租来的汽车安装的是普通轮胎，导致汽车无法在雪地行驶，几乎被大雪掩埋，车内四人的生命受到威胁。^[19]

旅游机构、航空公司及社交媒体平台，应加强对日本交通规则的宣传，特别是左侧通行和行人礼让规则以及铁路道口安全事项等。旅游企业应与租车公司合作，推出针对中国游客的左侧通行适应培训，提供短时模拟驾驶体验，以帮助游客熟悉日本交通环境。游客自身赴日驾车时，需提前关注天气预报，减少在雪天等极端状况下行车。如确需在积雪覆盖的道路上行驶时，要使用雪地轮胎，并准备好水、食物和铲子，以防被困，

降低安全风险。

（二）突发疾病与延误就医风险

游客在旅途中突发疾病的案例并不罕见，其中包括心血管疾病、高原反应及饮食不适等问题。2025年2月2日，中国台湾知名艺人徐熙媛与家人在日本旅游时因病去世的新闻引发广泛关注。这一事件警示游客在出行前需充分评估自身健康状况，并在旅行过程中合理安排行程。

由于中日两国诊疗体系相异，接诊转院等手续也不同，对于中国游客而言，旅途中如遇突发疾病可能面临语言不通、入院治疗等困难。而且日本医疗费用较高，非本国居民在未购买旅行保险的情况下，可能面临高昂的医疗支出。因此，建议游客在赴日前购买覆盖医疗及紧急救援的旅行保险，降低突发疾病带来的经济和健康风险。

（三）火灾安全：民宿与酒店可能存在消防隐患

2025年1月29日凌晨4点20分左右，大阪市东成区中道的四层居民楼3楼发生严重火灾，2人死亡，1人重伤。^[20]本次调研发现，一组来自广州从大阪入境日本的四口之家当晚正入住在这栋起火居民楼对面的一家民宿。在火灾发生后，父母按照消防要求带着两个正在上小学的孩子迅速撤离至安全区域，避免了可能的危险。

由于日本城市建筑密集，部分老旧建筑耐火性能较低，游客在住宿时务必提高消防安全意识，关注疏散通道、紧急出口及火灾报警系统，熟悉相应的避难指引。尤其是老式公寓改建的民宿，由于消防可能未达到酒店级别标准，存在灭火设备不足、逃生通道受阻等安全隐患。部分游客在住宿期间遭遇夜间火灾，因缺乏应急经验而陷入危险。因此游客在选择住宿时，不仅要考虑价格与便利性，还需重点关注消防安全配备，在入住后主动了解应急撤离路径以确保安全。

（四）冰雪运动安全意外

2022年北京冬奥会后，冰雪运动在中国进一步普及。与航程时间长、费用较高的北美冰场相比，距离中国航程约3小时的日本札幌和长野雪场，正逐步成为中国游客冬季旅行的热门目的地。然而，部分游客缺乏专业训练未佩戴必要的安全装备，或盲目挑战高难度雪道，导致摔伤、骨折，

甚至发生更严重的意外事故。2025年1月23日,一对到日本旅行的中国夫妇在富良野市滑雪场进行越野滑雪时因为偏离路线陷入困境,幸好二人迅速向警方求助,在警方帮助下成功脱险。警方表示二人未携带任何专业越野装备,譬如指示位置的信标。^[21]

据北海道警察本部统计,2024年11月至2025年2月12日期间北海道已发生40余起越野滑雪事故,是上一季的两倍多,其中近80%的事故发生者是外国人。^[22]因优质“粉雪”受到外国游客青睐的富良野地区的滑雪事故增长尤为明显,该地区自2024年12月至2025年1月23日共发生11起13人遇险事故,而上一季度该地区只有3起。13名遇险者中有9名外国人,其中中国人6名,美国、澳大利亚和新西兰各1名。^[23]

日本滑雪场通常提供租赁装备及基础安全培训,但游客仍需具备足够的安全意识。在进入雪场前,务必熟悉雪道情况,并根据自身技能水平合理选择滑道。此外,由于部分滑雪场地处偏远山区,一旦发生事故,救援成本较高且医疗资源相对有限。因此,建议游客在出行前购买滑雪保险,严格遵守场地的安全指引以确保自身安全。

四、结语

2024年12月25日,在北京举行的中日高级别人文交流磋商机制第二次会议上,中日双方就加强旅游合作达成共识,承诺推出更多便利化措施促进两国游客的双向交流。旅游合作不仅是经济合作的重要组成部分,也是深化中日人文交流、增进民间理解的重要渠道。

日本政府观光局统计数据显示,2025年1月入境的外国游客数量达到378万人,同比增长40.6%,超过2024年12月的348万人。1月份恰逢春节假期和雪季,为此而来的中国、澳大利亚和美国等外国游客大幅增长。^[24]未来,访日中国游客数量预计持续增长。日本最大旅行社日本交通公社(Japan Travel Bureau, JTB)预测,2025年赴日外国游客人数将持续增长,有望突破2024年水平,达到4020万人次。^[25]访日游客的激增不仅推动了日本旅游业的复苏,也促进了中日文化的深入交融。无论是历史文化遗产,还是温泉疗养、

美食体验,都成为中国游客了解日本社会与文化的重要窗口。

如何优化旅游体验、提升安全保障,已成为促进中日旅游合作的重要议题。这不仅需要两国旅游主管部门在政策上协同推进,如简化签证手续、提升多语种服务等,也离不开驻日使领馆在应急支持与安全保障方面的积极作用。同时,游客自身的安全意识与文化适应能力也至关重要。未来,依托更加紧密的中日人文交流机制,推动旅游服务升级、加强游客教育、深化地方合作,将有助于构建更加安全、便利、可持续的中日旅游环境。

参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 习近平会见日本首相石破茂 [EB/OL]. (2024-11-16)[2025-02-17]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202411/content_6987502.htm.
- [2] 日本国土交通省観光庁. 【インバウンド消費動向調査】2024年暦年の調査結果(速報)の概要 [EB/OL]. (2025-01-15)[2025-02-17]. <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001856169.pdf>.
- [3] 携程研究院. China Travel 升 Chinese New Year 携程: 首个“非遗春节”跨境游订单增长三成 [EB/OL]. (2025-02-04)[2025-02-17]. <https://mp.weixin.qq.com/s/vr6C-WpvUAasqyaKDBMjyg>.
- [4] 日本経済新聞. 訪日中国人、カード利用額3割上昇 個人富裕層が高額消費 [N/OL]. (2025-02-01)[2025-02-18]. <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC1325X0T11C24A2000000/>.
- [5] 田志磊, 薛懿, 殷利. 高中阶段普职分流: 误解、事实与愿景 [J]. 华东师范大学学报(教育科学版). 2025(02):105-118.
- [6] e-Stat 政府統計の総合窓口. 令和5年(2023年)ビザ(査証)発給統計 [EB/OL]. (2024-06-25)[2025-02-18]. <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&tokei=00300500&tstat=000001219064&cycle=0&iroha=27&tclass1val=0>.
- [7] 日本経済新聞. 訪日中国人、カード利用額3割上昇 個人富裕層が高額消費 [N/OL]. (2025-02-01)[2025-02-18]. <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC1325X0T11C24A2000000/>.
- [8] トラベルボイス. 高速バス WILLER、春運期間の訪日中国人の予約が前年比11倍に、人気は高ランク座席、若年

層が6割超え [EB/OL]. (2025-02-05) [2025-02-18]. <https://www.travelvoice.jp/20250205-157120>.

[9] The Nation, Cancellations affecting both chartered flights and hotel bookings follow recent incidents involving Chinese nationals in region [EB/OL]. (2025-01-21) [2025-02-18]. <https://www.nationthailand.com/business/economy/40045415>.

[10] 中国民用航空局. 2025年春节假期全国民航运输旅客1824万人次 [EB/OL]. (2025-02-05) [2025-02-18]. http://www.caac.gov.cn/XWZX/MHYW/202502/t20250205_226608.html.

[11] Bloomberg. Rich Chinese Tourists Drive Luxury Demand in Japan on Weak Yen [EB/OL]. (2024-04-17) [2025-02-18]. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-04-17/rich-chinese-tourists-drive-luxury-demand-in-japan-on-weak-yen>.

[12] Nikkei Asia. Japan overtakes Thailand as China's most popular destination: Chinese tourists doubled during the eight-day Lunar New Year holiday [N/OL]. (2025-02-11) [2025-02-18]. <https://asia.nikkei.com/Business/Travel-Leisure/Japan-overtakes-Thailand-as-China-s-most-popular-destination>.

[13] Nikkei Asia. Japan overtakes Thailand as China's most popular destination: Chinese tourists doubled during the eight-day Lunar New Year holiday [N/OL]. (2025-02-11) [2025-02-18]. <https://asia.nikkei.com/Business/Travel-Leisure/Japan-overtakes-Thailand-as-China-s-most-popular-destination>.

[14] 中国东方航空. 正月初六创单日客流新高 东航春节期间运送旅客超363万人次 [EB/OL]. (2025-02-06) [2025-02-18]. <http://www.ceairgroup.com/contents/13/14873.html>.

[15] 読売新聞. 中国 SNS 「鳥取」3位 微博「日本旅行の楽しみ方」=鳥取 [N]. 読売新聞, 2023-05-26.

[16] 毎日新聞. 踏切事故: 慣れぬ踏切、悲劇 中国客2人、遮断棒内はねられ死亡 日本のルール周知必要 [N]. 毎日新聞, 2025-02-11.

[17] TBS テレビ. 「結果は深刻」「安全に気を付けて」中国 SNS でも注目 北海道で中国人女性観光客が列車にはねられ死亡 [N/OL]. (2025-01-24) [2025-02-18]. <https://newsdig.tbs.co.jp/articles/-/1687950?display=1>.

[18] 産経新聞. 同乗女性2人にけがをさせた疑いで中国人旅行者の39歳男逮捕 北海道で正面衝突事故 [N/OL]. (2024-07-20) [2025-02-18]. <https://www.sankei.com/article/20240720-I6BEZK5UNFKNVJTQ5V47FZIK7A/>.

[19] NHK. 白川村でノーマルタイヤの外国人観光客 雪で動けず [EB/OL]. (2025-02-05) [2025-02-07]. <https://www3.nhk.or.jp/lnews/gifu/20250205/3080015142.html>.

[20] NHK. 住宅火災で2人死亡1人重体 高齢夫婦と息子連絡取れず 大阪 [EB/OL]. (2025-01-29) [2025-02-07]. <https://www3.nhk.or.jp/kansai-news/20250129/2000091161.html>.

[21] Yahoo! Japan ニュース. 【第二のニセコでまた外国人遭難】中国籍夫婦が“バックカントリースキー”→スキー場のゲート出る→「道に迷った」と救助要請…スキー場のパトロール隊と『自力下山』専用装備なし 北海道富良野市 > [N/OL]. (2025-01-24) [2025-02-18]. <https://news.yahoo.co.jp/articles/b864a5f1baf4e24cb947ea6d5ae2d58d58400f4c>.

[22] Yahoo! Japan ニュース. “バックカントリー遭難”北海道で今季すでに52人中でも富良野市は昨シーズンの3件から今シーズンは11件に急増「混雑するニセコから富良野に人が移り始めている」と専門家は指摘 [N/OL]. (2025-02-14) [2025-02-18]. <https://news.yahoo.co.jp/articles/3773d661eada0ef086b02ccd51ce4b6a31ef787bl>.

[23] NHK. バックカントリー外国人の遭難相次ぐ対策は [N/OL]. (2025-01-24) [2025-02-18]. <https://news.yahoo.co.jp/articles/b864a5f1baf4e24cb947ea6d5ae2d58d58400f4c>.

[24] 日本政府観光局. 訪日外客数 (2025年1月推計値) 1月: 3,781,200人、単月過去最高を大幅に更新 [EB/OL]. (2025-02-19) [2025-02-19]. https://www.jnto.go.jp/statistics/data/_files/20250219_1615-1.pdf.

[25] JTB. 2025年(1月～12月)の旅行動向見通し [EB/OL]. (2025-01-09) [2025-02-01]. https://www.jtbcorp.jp/jp/newsroom/2025/01/09_jtb_2025-travel-trend-outlook.html.

(责任编辑 许悦雷)

Travel Preferences and Safety Concerns of Chinese Tourists to Japan: Based on the Survey of Chinese Tourists Visiting Japan in Lunar New Year 2025

Xiong Shue

Abstract: In recent years, the number of Chinese tourists going to Japan has been steadily rising, and their behavioral patterns and travel preferences have changed significantly under the influence of social media such as Xiaohongshu(RED).In terms of composition, parent-child travel, grandchildren and grandchildren travel, and multiple families traveling together have become the mainstream trend;Accommodation choices of B&Bs are favored due to their high cost performance;The purpose of travel is diversified, with a relative decline in the proportion of shopping and traditional sightseeing, and a larger increase in the demand for educational visits, medical and cosmetic treatments, and cultural experiences.Affected by the geopolitical and economic and social environment, some tourists believe that Japan has a certain degree of attraction in the cost of living, educational resources and social order, short-term travel study tours gradually become part of the family's long-term planning.At the same time, the frequent occurrence of personal safety accidents of Chinese tourists in Japan urgently requires the joint attention of tourists, tourism organizations, and tourism authorities of China and Japan, as well as the establishment of a sound contingency plan to enhance the safety and security of overseas tourism.

Key Words: Educational Tours; Private Lodgings; Xiaohongshu(RED); Overseas Travel Safety; Sino-Japanese People-to-People Exchanges

訪日中国人観光客の旅行嗜好と安全上の懸念 —— 2025年の春節期間中の訪日中国人観光客に関する調査分析を基に

熊淑娥

要旨: 近年、訪日中国人観光客の数は着実に回復しており、その行動パターンと旅行嗜好は、小紅書（シャオホンシュー）などのソーシャルメディアの影響を受けて、顕著な変化傾向を示している。人員構成では、親子旅行、三世代旅行、複数の家族と一緒に旅行する傾向が主流となっている。宿泊選択では、民宿が高いコストパフォーマンスのメリットから人気を博している。旅行目的は多様化しており、ショッピングや伝統的な観光のニーズは低下している一方で、教育考察、医療美容および文化体験のニーズは大きく増加している。地政学的な要素と経済社会環境の影響を受けて、一部の観光客が日本の生活コスト、教育資源および社会秩序に一定の魅力があると考えており、短期間の旅行考察は徐々に家族の長期計画の一部となっている。一方で、日本に滞在する中国観光客の人身安全事故が頻発しており、観光客、旅行機関、日中両国の観光管理部門が共同で重視し、緊急事態への対応策を整備し、海外旅行の安全保障を強化することが急務となる。

キーワード: 教育考察, 民宿, 小紅書（シャオホンシュー）, 海外旅行の安全, 日中の人文交流