

# 中泰进入“免签时代”

## 宁波人有新玩法

3月1日,《中华人民共和国政府与泰国王国政府关于互免持普通护照人员签证协定》正式生效。根据协定,中方持公务普通护照、普通护照人员和泰方持普通护照人员,将可以免签入境对方国家单次停留不超过30日(每180日累计停留不超过90日)。

这意味着,中泰进入“免签时代”!如此利好下,宁波旅游市场有何新动态?眼下的出游性价比又在哪儿?记者进行了多方采访。



### 1 传统淡季趋旺

“3月泰国团挺旺!除了收到一些常规游客,还有不少企业团建需求以及部分市场下沉的团队,首次出国一般首选都是泰国。”中国国旅(宁波)国际旅行社副总经理陈金告诉记者,刚刚过去的春节档,宁波赴泰旅游团走得不错,“眼下虽处于节后淡季,但在永久免签等利好加持下,市场也是惊喜不断。”

泰国是宁波人重要的旅游、商务出行目的地,阳光、沙滩、海岛、古寺……吸引着大量游客前去观光度假。随着中泰进入“免签时代”,民众旅游出

行将更加便利,两国贸易往来也将更加顺畅。

据悉,自去年以来,泰国宣布对中国游客免签,中国游客赴泰旅游在今年元旦、春节期间已得到快速回升。今年前两个月,游客赴泰游客数量突破100万人次,中国重新成为泰国入境游第一大客源国。

此次相互免签政策实施,将保障泰国继续成为中国游客热门出境目的地。携程数据显示,今年3月1日,泰国游客赴华旅游订单同比去年增长3倍,同比2019年增长超160%。

### 2 从沪杭飞更“香”

免签在一定程度上节约了出游成本,交通便利度和价格又是如何?

携程平台数据显示,目前从宁波出发,可通过东方航空、南方航空、四川航空、中国国航等航司前往泰国多地。

“但可惜的是,宁波目前没有直飞泰国的航班,我们只能从杭州、上海走。”一些宁波旅行社负责人感叹道。

随后记者搜索发现,如果选择3月7日飞清迈,从宁波出发需中转,普遍花费10小时-36小时,单程机票在1400元上下;从上海出发则可直飞,单

程机票低至750元。同日飞曼谷,从杭州出发直飞更省时,单程机票低至1250元。

记者同时注意到,2月28日,泰国旅游业界联合携程,以直播带货方式进一步招揽中国游客,并为4月份泰国泼水节提前预热。直播间里,普吉岛、苏梅岛、曼谷、清迈等热门目的地的热门酒店价格低至平日价格的2.7折;国内各大城市3月份直飞泰国机票均价较春节期间降幅明显,携程平台上,上海、昆明、广州等城市飞泰国曼谷,机票价格多为500元-600元、700元-800元。

### 3 玩法也有变化

游泰国的玩法也在悄然发生变化。

“相比三四年前,除了大皇宫、玉佛寺、东方公主号以及骑大象、钓鳄鱼等经典游乐项目,如今泰国又增加了不少新的网红打卡地。”浙江春秋国际旅行社有限公司有关负责人举例称,一些旅程中会专门留出几个小时,让游客自由打卡曼谷最新网红夜市——JODD,去现场品尝火山排骨、彩虹吐司等网红美食。

定制需求也在增长。浙江达人旅业股份有限公司出境部总经理范晓玲告诉记者,泰国的定制单需求就从春节就已开始增长,“后期我们会出小众、主题内容的产品。”

中国国旅(宁波)国际旅行社副总经理陈金表示,该旅行社有常规购物团,也有品质团、定制团,设计线路会充分考虑客户需求,“就像前段时间,有客户提出定制高尔夫团。”

另悉,相互免签也将吸引更多泰国游客来华旅游。携程国际版显示,3月1日,Trip.com泰国站点上的中国相关关键词搜索热度同比增长3倍多,环比一个月前增长超过一成。不难预见,中泰互免签证将助力两国旅游业向好发展,增进人员往来与交流,为深化中泰友好交往与互利合作带来更多机遇。

记者 谢舒奕 文/摄

## 2023中国品牌榜出炉

### 4家甬企上榜

2月29日,《2023分众传媒·胡润品牌榜》发布,榜单收纳了来自中国64个城市的300家最具价值的中国品牌,上榜门槛从去年的25亿元升至30亿元。4家宁波品牌上榜,分别为公牛、极氪、宁波银行、方太。这也是胡润研究院连续第18年发布“胡润品牌榜”。

从榜单可以看到,本次上榜的前十名品牌的品牌价值均超1000亿元。第一名贵州茅台的价值相当于五粮液、微信、中华、抖音、腾讯5个品牌的价值总和。

金融仍然是上榜品牌最多的行业,有45个,但比去年少了7个;食品饮料排名第二,有34个,比去年少了4个;酒类第三,有29个,比去年少了3个;生活服务类第四,有20个,比去年少了4个。“四大行业”上榜品牌数合计占总数的四成以上,品牌价值合计占了一半。

价值增长最多的是拼多多,增长830亿元。这归功于其业绩增长迅速,以及拓展海外市场的成功;紧随其后的是微信,价值增长650亿元,微信品牌对母公司净利润贡献进一步提升。

品牌价值涨幅最大的是瑞幸咖啡,增长267%;其次是唯品会,增长144%。

上榜品牌最多的“十大行业”中,传媒与娱乐行业品牌总价值涨幅最大,达26%;其次是电子商务和零售,上涨24%;生活服务上涨16%;汽车制造上涨12%。

总价值跌幅最大的是金融,下降35%;其次是日化,下降20%;食品饮料下降17%;烟草下降6%;家电下降5%;医疗健康下降3%。

榜单的变化,也折射出消费市场的新动态。例如,今年拼多多、美团、比亚迪新晋前十,体现了国内电商、本地生活、新能源汽车等消费市场发展迅猛。2023年,比亚迪累计销量超300万辆,同比增长62%;增量超100万辆。

榜单中,汽车行业共出现7个新面孔,其中新能源汽车占了4个,分别为埃安、问界、极氪汽车、零跑。

今年榜单中,全球化品牌亮眼——价值增长最多的拼多多,品牌价值增至1750亿元,新晋前十;菜鸟网络构建全球化智能物流网络,品牌价值上涨37%,至370亿元,新晋前50;米哈游旗下的原神在海外备受追捧,品牌价值205亿元,此次上榜并进入百强。

今年,宁波有4个品牌上榜,包括家电领域的公牛、方太,新能源车极氪,以及金融行业的宁波银行。其中,公牛品牌价值200亿元,增幅达3%,排名上升5位,位居第65位;极氪凭借在2023年新能源车界的表现新晋上榜,以65亿元的品牌价值,和中石油、锐澳、光大证券、口子窖、中国银联、58同城等10个品牌同列第165位。

胡润百富董事长兼首席调研官胡润表示,品牌对于拉动一个国家的消费和内需至关重要。借助众多优秀的民营品牌,中国品牌在全球的综合竞争力将继续迈上新台阶。

记者 黎莉