VISA

中国金融教育发展基金会
China Foundation for Development of Financial Education

# 入境旅游与消费数字化升级指南

**第四分册**

数字化升级落地实施指南



# 目　录


**4.1 数字化升级分阶段实施路径** 3

4.1.1 基础搭建阶段：搭建入境接待基础数字化能力 4

4.1.2 能力提升阶段：提升入境服务运营效率与客源拓展能力 5

4.1.3 优化升级阶段：深化数字化运营与长效盈利能力 7

**4.2 分业态专属落地方案** 10

4.2.1 酒店（含民宿及客栈）业态专属落地方案 11

4.2.2 中小景区业态专属落地方案 13

4.2.3 小微旅行社（含地接社）业态专属落地方案 15

4.2.4 文旅商户（餐饮、零售、文创等）业态专属落地方案 17

**4.3 数字化升级实效推进工作法** 20

4.3.1 问题复盘法 21

4.3.2 小步快跑迭代法 21

4.3.3 标杆借鉴创新法 22

**4.4 小微企业数字化升级误区与原则** 23

4.4.1 常见认知误区 24

4.4.2 核心实施原则 25



4.1

# 数字化升级分阶段实施路径


4.1.1 基础搭建阶段：搭建入境接待基础数字化能力

4.1.2 能力提升阶段：提升入境服务运营效率与客源拓展能力

4.1.3 优化升级阶段：深化数字化运营与长效盈利能力

小微文旅企业数字化升级可分三个阶段推进。第一阶段先补齐面向入境游客的基础服务能力，第二阶段重点提升日常运营效率，第三阶段深化数据驱动和AI应用，逐步形成数字化闭环，对接政策红利，实现长效盈利。

### 4.1.1 基础搭建阶段：搭建入境接待基础数字化能力

#### （一）实施思路

本阶段是入境游数字化建设的起步筑基环节。推进中遵循轻量化、低成本、易落地原则，以补齐入境接待基础数字化设施为核心，帮助商户逐步具备规范的入境接待条件。建设重点在于夯实基础能力，实现基础信息线上可查、基础支付工具可用，并打通语言沟通、支付受理、政策适配等共性环节。

#### （二）AI赋能入境服务

1. 基础经营信息的数字化展示

商户可借助通用翻译类工具，将菜单、价目表、房型介绍、服务项目说明等基础经营信息翻译为英文版本；有条件的可补充日文、韩文等主流客源国语言版本。目前市场上已有多款通用翻译软件支持百余种语言翻译，商户可免费完成基础翻译。翻译后的电子文档可生成二维码张贴在店内醒目位置，供境外游客扫码查阅，以轻量化方式完成基础信息的多语言数字化呈现。

2. 境外流量入口的数字化入驻

商户可在境外游客高频使用的地图与点评类平台（如Google Maps、TripAdvisor等）完成店铺数字化档案搭建，准确填写多语种的门店名称、地址、营业时间、联系方式，上传清晰的门店实景图片。完成入驻后，店铺可从线下被动触达转为线上可搜索、可查询，搭建起入境客源的基础线上触达通道。

3. 一线场景的多语言沟通支撑

商户可在前台、收银等一线服务场景配置移动端实时翻译类应用，提前下载主流语种的离线语言包，用于面对面沟通、纸质物料识别等日常接待场景，覆盖入住登记、点餐咨询、景点指引等基础服务需求。具体可选用有道翻译官、百度翻译等工具，无需部署复杂系统，仅通过移动终端即可解决基础沟通障碍。

#### （三）金融科技应用

1. 轻量化外卡受理与跨境支付能力搭建

商户可联系现有聚合支付服务商，确认是否已支持外卡受理。

当前外籍人士来华扫码支付主要有两种模式：一是“外卡内绑”，即在微信、支付宝等App绑定Visa、Mastercard等国际卡后境内扫码消费；二是“外包内用”，即通过Alipay+体系直接使用境外电子钱包。

部分机构还推出“手机POS”产品，无需额外硬件即可受理外卡，需向服务商单独申请开通。配套系统可自动完成跨境货币转换与人民币结算，以较低成本满足入境游客的日常消费支付需求[1]。

2. 离境退税数字化备案与系统对接

符合纳税信用等级要求的商户，可向主管税务机关备案成为离境退税商店。根据现行政策，备案条件已放宽至纳税信用级别A级、B级或M级，更多商户可便捷获得资格[2]。

备案完成后，可将支付系统与官方离境退税管理系统对接，实现发票信息与交易数据自动同步，简化开单操作。商户仅需按系统指引为符合条件的境外旅客开具电子退税申请单，后续退税流程由旅客在离境口岸办理，无需商户垫付资金。

3. 基础AI交易风控能力适配

商户可借助收单机构自带的AI基础风控工具，对入境支付交易进行风险核验。系统能自动识别卡片有效性、拦截异常交易与伪卡风险，并对高风险交易提前预警，从源头降低境外支付拒付及欺诈损失。该能力通常随支付开通同步配套，无需额外投入即可获得基础金融安全保障。

## 4.1.2 能力提升阶段：提升入境服务运营效率与客源拓展能力

### （一）实施思路

本阶段面向已完成基础建设、有一定入境客源且希望扩大规模的小微商户，是入境业务成长扩张的关键环节。该阶段以效率提升、客源拓展、成本优化为核心，在现有数字化基础上深化业务流程改造，用轻量化AI替代重复性人工，借跨境营销拓展线上获客，配套金融支持缓解资金压力，推动入境订单稳步增长。

### （二）AI赋能入境服务

1. 多语言客户服务自动化升级

商户可选用面向中小商家的免费或低成本智能客服工具，嵌入线上咨询、预订等全渠道触点，对日常咨询中的重复性问题实现全天候自动响应，复杂服务场景自动流转至人工处理。旺商聊、快语AI等轻量化工具均支持多语种AI接待与多渠道消息聚合，可覆盖订单、房型、票务等高频咨询场景。该模式可有效降低一线接待的人力负荷，提升非工作时段的服务响应速度。

2. 跨境营销内容AI辅助生产

商户可借助AI内容生成与语言润色类工具，批量产出适配海外社媒、OTA店铺、游客互动等场景的多语种营销素材。Canva可画、稿定设计、创客贴等云端视觉设计工具，均内置文旅场景模板，支持多语种素材设计与快速适配。采用“AI辅助生成+人工审核校准”的模式，可提升内容生产效率，在人力投入有限的前提下，即可支撑多渠道的内容更新需求。

3. 个性化客户体验落地

酒店、民宿类商户可关注OTA平台或地图类App已集成的AI行程规划功能，无需自行开发，即可根据住客的行程偏好生成个性化旅行路线、餐饮推荐等定制化内容。如同程旅行·程心AI、携程AI行程助手等工具，均支持多语种交互与自动化行程编排。该模式可在投入可控的前提下优化住客服务体验，帮助商户形成区别于基础接待的差异化服务能力。

4. 跨境社媒矩阵化运营布局

商户可先在1—2个主流海外社交平台（如Instagram、Facebook、TikTok等）开设品牌账号，围绕门店实景、服务场景、在地文化等内容开展日常运营。Buffer等社媒管理工具支持多个海外主流社媒渠道统一管理，内容一次编辑即可同步分发至各平台。该项运营核心投入以人力时间为主，营销预算投入可控。

## （三）金融科技应用

1. 全场景跨境支付体系优化升级

在已有线下支付能力的基础上，商户可进一步拓展线上跨境支付功能，对接OTA预订、社媒私信预订等场景，支持境外游客线上预付定金或全款结算，覆盖从线上种草、预订支付到线下消费的完整业务链路。

2. 离境退税智能化运营提效

商户可依托税务部门统一部署的离境退税管理系统自带的合规校验功能，自动核验商品是否符合退税范围、消费金额是否达标，减少人工核对误差。

目前退税全流程已实现无纸化办理，小额退税申请实行按比例随机抽检，可缩短旅客办理时间。有条件的商户可申请开通“即买即退”服务。根据国家税务总局公告，在现行便利化政策支持下，通过信用卡预授权方式为旅客现场兑现退税，有助于提升旅客消费意愿与客单价[3]。

3. AI驱动的交易风控与对账自动化

随着入境交易规模增长，商户可升级AI交易风控能力，实现全渠道支付交易实时监测，自动识别异常大额交易、异地可疑交易，对高风险拒付场景提前预警并给出处置建议。收单机构自带的AI风控能力已较为成熟，商户无需自行开发。同时可借助AI智能对账工具，自动匹配交易流水、结算资金与手续费明细，生成标准化对账报表，减轻财务人员人工对账的工作负担。

### 4.1.3 优化升级阶段：深化数字化运营与长效盈利能力

#### （一）实施思路

本阶段面向入境业务已稳定运营、具备数字化基础与数据积累的小微商户，是入境业务提质进阶环节。围绕阶段目标，重点打造差异化服务、提升盈利水平、构建长效运营机制。

在现有业务流程数字化基础上升级经营决策能力：利用AI挖掘数据价值，形成经营洞察，依托数据分析优化产品与精细化营销；同步对接专项政策和增值金融服务，帮助商户从零散使用工具转向系统化数字运营，由经验判断转为数据决策，持续打造稳定盈利能力与长期竞争力。

#### （二）AI赋能入境服务

1. 沉浸式智能导览与内容分发

景区类商户可关注所在景区已部署的智能导览系统并申请接入。马蜂窝AI小蚂、飞猪千问等工具均配套线上数字导览与场景化讲解能力。餐饮类商户也可借助AI工具生成多语种音频内容，将菜品典故、在地文化故事转化为语音素材，供游客扫码收听。该模式可将静态纸质介绍升级为动态数字化内容，丰富游客体验维度。

2. 全域口碑舆情数字化管理

商户可利用OTA平台自带的评价管理功能，或选用面向中小微企业开放的舆情分析工具，归集各大OTA平台、社交渠道的游客评价。订单来了AI操作系统等工具支持全平台游客评价聚合，可自动拆分评价标签并对差评实时预警。商户可通过语义分析识别高频反馈关键词，定位经营短板并优化调整。

3. 数据驱动的客群精细化运营

商户可利用OTA平台自带的数据分析功能，持续追踪客源分布、客群消费偏好、季节性客流规律等核心维度，据此调整产品组合、定价策略与服务配置。携程商家助手等工具可提供多维度经营数据看板，输出对应优化建议。商户可针对占比逐步提升的客源国补充对应语言服务内容，针对高消费客群设计专属套餐，推动经营决策从经验直觉向数据支撑升级。

4. 进阶AI能力的系统化部署

有条件的商户可关注各大平台面向中小商户推出的AI决策工具。订单来了AI操作系统、丰蓝星辰易服智能酒店AI解决方案等产品，可覆盖订单管控、智能定价、多渠道对接等核心经营场景。商户可借此将分散的AI能力整合为从前台到后台的完整数字化链路。

5. 差异化特色产品数字化开发

基于客群数据分析结果，商户可针对不同客源国的消费偏好开发差异化入境产品，结合在地文化资源打造体验类、主题类专属项目。借助AI工具完成产品的多语种包装与针对性推广，形成“数据洞察—产品开发—营销落地”的完整数字化商业闭环。

### （三）金融科技应用

1. 全链路跨境支付增值服务布局

商户可结合经营场景整合跨境支付能力，打造差异化支付体验：可向收单机构咨询跨境消费分期等增值支付产品，降低境外游客大额消费的决策门槛。目前多地正推进多元支付生态建设，提升外卡受理、移动支付等渠道覆盖水平[4]。数字人民币跨境支付相关试点也在多地开展，现阶段仍处于早期试点阶段，小微文旅商户可保持关注[5]。

2. 离境退税全流程数字化闭环构建

商户可关注所在城市离境退税数字化服务的推进进展。目前多地已落地离境退税数字化升级，支持多种退税结算方式，部分区域实现“即买即退”异地互认等便利化措施[6]。商户可按当地税务部门指引配合接入，无需自行开发系统。结合“即买即退”服务的落地推广，可优化旅客消费体验，带动高客单价商品销售。

3. AI赋能的全维度金融安全与经营赋能

商户无需自行搭建风控系统，可选择具备成熟AI风控能力的收单机构，获取交易反欺诈、异常交易预警等基础安全保障。行业头部支付机构的智能风控体系已较为完善，商户可直接依托其能力获得安全支撑。同时，商户可借助收单机构或经营管理系统集成的智能运营工具，通过交易数据分析功能辅助经营决策。

4. 数字化政策红利有序对接

商户可通过所在地文旅、商务、税务部门或行业协会获取政策信息，并按指引申报。当前，国家和地方已出台多项入境消费支持政策，涉及支付环境优化、离境退税便利、贷款贴息、汇率风险管理、国际化服务升级等[7]。

申报时，商户可提前整理外卡交易流水、设备采购凭证、经营数据等材料，具体要求以当地主管部门通知为准。用好这些政策，既能对冲数字化升级的投入成本，也能形成升级提效与政策扶持相互促进的良性循环。

## 资料来源


[1] 新华社. 跨境支付互联互通再“上新” 五国支付二维码接入微信支付[EB/OL]. 2026-4-23. https://www.ceweekly.cn/finance/macro/2026/0423/493087.html

[2] 国家税务总局. 关于修改《境外旅客购物离境退税管理办法（试行）》的公告（国家税务总局公告2025年第11号）[EB/OL]. 2025-4-26. http://beijing.chinatax.gov.cn/bjswj/sszc/zxwj/202504/50b8b929797b4d088340eaa3cc626e15.shtml

[3] 国家税务总局. 关于推广境外旅客购物离境退税“即买即退”服务措施的公告（国家税务总局公告2025年第9号）[EB/OL]. 2025-4-4. https://anhui.chinatax.gov.cn/art/2025/5/6/art_10401_1252413.html

[4] 财政部、商务部. 关于开展国际化消费环境建设工作的通知（财建〔2025〕342号）[EB/OL]. 2025-9-28. https://scyxs.mofcom.gov.cn/tbzzzzcfb/art/2025/art_11315ca59fb74479a8ca22f6791342fa.html

[5] 新华社. 接入首批金融机构 数字人民币跨境服务新进展[EB/OL]. 2026-6-17. https://www.ceweekly.cn/news/important/2026/0617/496062.html

[6] 国家税务总局. 前9个月办理离境退税境外旅客人数同比增长229.8%，我国持续优化离境退税服务便利境外旅客“中国购”[EB/OL]. 2025-10-28. http://big5.www.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/lianbo/bumen/202510/content_7045983.htm

[7] 商务部等6部门. 关于进一步优化离境退税政策扩大入境消费的通知（商消费发〔2025〕84号）[EB/OL]. 2025-4-26. https://czt.hunan.gov.cn/czt/ztzl/yysgzzzszt/gzdt_77662/202506/t20250610_33706000.html



4.2

# 分业态专属落地方案


4.2.1 酒店（含民宿及客栈）业态专属落地方案

4.2.2 中小景区业态专属落地方案

4.2.3 小微旅行社（含地接社）业态专属落地方案

4.2.4 文旅商户（餐饮、零售、文创等）业态专属落地方案

不同业态的入境数字化升级需求各有侧重，本节将结合其经营特点提出差异化落地路径。总体思路是轻量化起步，借助平台与政策资源，以较低成本补齐入境服务短板。

### 4.2.1 酒店（含民宿及客栈）业态专属落地方案

酒店（含民宿及客栈）是境外游客入境后的核心住宿场景，也是外卡消费的高频高客单价场景。针对境外游客普遍面临的语言沟通障碍、支付方式受限、行程信息获取不便等痛点，本方案从多语言智能客服、智能行程规划、AI短视频与数字人营销、智能收益管理与运营提效、跨境支付受理、离境退税配套、金融服务配套、智能客房与住中服务八个维度展开。

#### （一）多语言智能客服与跨语言沟通

AI多语言智能客服系统可帮助中小酒店和民宿突破外语人才短缺瓶颈，实现7×24小时多语种咨询接待能力。

在线上客服方面，携程“商家助手”内嵌eBooking与Trip.com双端，支持多语言IM双向实时互译，同时打通前台热线实现语音同声传译，通话自动录音转写。

在线下翻译方面，同程旅行“AI面对面翻译屏”采用双屏交互设计，适用于前台、大堂等场景。在系统级服务方面，飞猪智能体可接入官方小程序提供咨询问答与行程规划；订单来了AI客服覆盖住前、住中、住后全流程。

豆包、通义千问等通用型大模型可作为一线员工碎片化翻译的补充工具。

落地路径：小微酒店和民宿从OTA平台自带的AI多语言客服模块起步，零门槛快速上线；有条件的门店部署翻译屏或接入系统级AI管家。

#### （二）智能行程规划与个性化推荐

智能行程规划工具可将旅游资源转化为外籍游客可理解、可预订的产品，帮助酒店从住宿服务延伸至行程服务。

同程旅行DeepTrip支持多语言交互，可根据偏好生成多主题行程并一键重算最优路线；马蜂窝“AI小蚂”依托真实游记数据校验生成按天分时的完整行程；携程AI行程助手内置多种旅行偏好标签，支持小时级自动化行程编排。在导览环节，同程旅行“AI导览”让游客无需下载应用即可获取高清地图、实时定位导航及多风格语音讲解。

落地路径：酒店在前台配备行程规划入口二维码，或接入OTA平台及省级文旅平台的AI智能体，有条件者可将功能嵌入自有小程序。

### （三）AI短视频制作与数字人营销

AI短视频与数字人工具可帮助中小酒店和民宿以极低成本产出多语种营销内容，布局海外短视频流量。

在直播营销方面，订单来了酒店AI操作系统支持AI数字人及声音克隆实景直播。在内容传播方面，订单来了“AI写笔记”支持宾客一键生成社交平台种草内容。在视频制作方面，剪映内置丰富模板，即梦AI、可灵AI支持文生视频、图生视频，可将静态素材一键转为动态短视频。

落地路径：零基础运营者从剪映等免费工具入手；有条件的民宿尝试数字人直播；连锁酒店定制专属虚拟形象。

### （四）智能收益管理与运营提效

AI正帮助中小酒店以极低成本获得过去只有大型连锁酒店才具备的专业运营能力。

在综合运营层面，订单来了基于PMS数据底座上线动态定价、AI报表、智能评价、OTA自动化对账、AI直播、AI笔记和私域运营Agent等多个智能体。在收益管理层面，丰蓝星辰等的AI工具实现竞对监测、动态调价与销量预测。在渠道管理层面，订单来了云PMS直连全球主流OTA，海外订单自动同步，支持批量调价与房态管理。

落地路径：小微民宿从轻量化AI PMS起步；有条件的酒店接入OTA平台酒店商家智能助理；连锁化经营后再升级至一体化平台。

### （五）智能客房与住中服务

AI住中服务正从“前台”延伸至客房，在提升体验的同时降低运营成本。

丰蓝星辰服务的AI管家Lucy提供7×24小时多语种接待，能识别送物、报修、咨询、投诉等高频需求，自动生成工单并同步前台与客房，全程留存沟通记录；订单来了的AI客服则覆盖入住前至退房后全周期私域咨询，对接Booking渠道IM，支持中英日韩实时互译，夜间时差咨询自动应答，复杂诉求转人工。两类方案还延伸至住中增销与离店后私域复购运营。

整体看，此类服务多以多语种接待、工单协同和私域运营为核心，弥补中外时差与外语人力不足，让小微酒店在不增加前台负担的情况下提升入境住中效率与收益。

落地路径：小微酒店可先从多语种AI客服或AI管家入手，承接境外游客夜间时差咨询、住中送物报修等高频需求，自动生成工单并同步前台与客房；待基础接待跑通后，再叠加住中增销推荐与私域分层运营，逐步形成多语种接待、工单协同和复购触达的住中服务闭环。

### （六）跨境支付受理能力建设

外卡受理直接决定酒店能否承接境外客源，是开展入境业务的基础能力。

在刷卡受理方面，POS机具升级支持Visa、万事达、美国运通等国际卡种。在轻量化方案方面，Visa“相机扫码支付”让商户无需采购机具、零硬件投入即可受理外卡[6]。

在移动支付方面，支付宝、微信支付支持境外游客绑定外卡后扫码支付；财付通“外包内用”实现多个境外电子钱包境内直接使用[1]。在现金服务方面，酒店可申请成为外币代兑点，为住客提供便捷兑换服务。

根据国家外汇管理局规定，外币代兑机构原则上须位于涉外宾馆酒店等人流稠密区域，并配备不少于2名经授权银行培训合格的工作人员[9]。

落地路径：小微民宿从相机扫码支付起步；有规模的酒店部署支持NFC拍卡的智能POS终端，实现“大额刷卡、小额扫码”全场景覆盖。

### （七）离境退税配套服务

住宿服务虽不属于退税商品范畴，但酒店民宿可通过配套指引服务提升住客整体消费体验。

酒店可在前台放置多语种退税指引物料，培训员工掌握周边退税商店位置与办理流程；引导住客前往商圈集中退付点，部分商圈还配套消费激励机制引导二次消费。根据离境退税2.0版政策，目前正在推动“即买即退”异地互认，旅客可在异地口岸办结退税业务，各地“即买即退”离境期限已统一延长至28天[5]。

落地路径：提前了解本地退税政策与办理点分布，配备多语种指引物料，有条件者与周边退税商店建立联动推荐机制。

### （八）金融服务配套与融资支持

金融科技可将经营数据转化为信用资产，帮助小微民宿以“轻资产”方式获得经营贷款。依托稳定经营流水即可授信，将入住率、流水等日常数据转化为信用评估依据，无需传统抵押物。工行等国有大行在“金企工程”中对优质商户开通文旅专项信贷绿色通道。

落地路径：小微民宿主动规范经营流水和数据记录，有融资需求者优先了解本地银行的文旅专项信贷产品。

## 4.2.2 中小景区业态专属落地方案

中小景区承载着境外游客“游”的核心体验。当前大量中小景区、县域景区在入境游服务方面仍存在多语言能力不足、票务系统国际化程度低、导览服务单一、支付场景覆盖不全等短板。本方案从AI多语言智能

服务、智能票务与入园、智能导览与讲解、AI数字人与沉浸式体验、跨境支付受理五个维度展开。

### （一）AI多语言智能服务

以AI翻译设备与智能体为核心载体，覆盖购票沟通、路线问询、服务引导等需求，让一线服务人员无需外语基础即可与外籍游客顺畅交流。

豆包、通义千问等大模型工具支持语音转写、实时翻译、智能问答与虚拟数字人交互，适配交互需求更高的各类涉外经营场景。

落地路径：优先为游客中心、售票窗口工作人员配置通用AI大模型翻译工具，满足日常多语种沟通需求；后续结合客流规模，补充专业智能交互设备，从1—2个核心场景切入，逐步拓展至景区全部服务点位。

### （二）智能票务与入园服务

打通多语言界面、多币种结算、多渠道支付的堵点，让境外游客“能看懂、能买到、能支付”。

在线上渠道，多语言线上售票平台支持多币种支付；携程Trip.com支持境外信用卡在线支付，中小景区可通过OTA合作快速上线。在线下窗口，配备智能翻译器方便外籍游客购票和交流。

落地路径：优先升级线上售票平台的多语言界面和多币种结算；有条件的部署集成外卡支付的自助售票机；售票窗口配置AI翻译设备。

### （三）智能导览与讲解服务

将景区文化内容转化为多语种、可交互的数字化导览体验，让境外游客“听得懂、看得明、有深度”。

多语种语音导览结合扫码自助讲解，构建从预约到游览的全链路服务体系。在AI智能体层面，景区可定制专属AI文旅智能体，支持多语种自由切换，游客可用母语咨询政策、了解路线或查找文化背景。

在通用工具层面，豆包多语言导览支持数十种入境主流语言双向互译，覆盖景点介绍、服务指引、安全提示等全导览场景，集成OCR拍照翻译可识别导览牌、菜单等线下物料；通义千问的文档翻译功能可用于批量制作多语种导览手册。

落地路径：从扫码语音导览起步；有条件的部署AI语音解说系统或开发AI导览小程序；文化类景区重点打磨多语种文化讲解内容，可依托OTA平台或省级文旅平台的AI导览工具快速上线。

### （四）AI数字人客服

以AI数字人为载体，将景区文化内容转化为可交互、可传播的数字化体验，让境外游客在沉浸式互动中加深对景区文化的理解。

在数字人客服方面，景区可部署AI数字人于小程序或触摸屏，支持多语种对话及方言识别。在内容制作方面，商汤如影支持单张照片生成数字人讲解视频，内置多种全球语种音色，一套文案可批量生成多语种讲解视频；即梦AI支持文生视频、图生视频及多语种数字人创作；可灵AI支持高精度视频生成；剪映内置文旅类短视频模板，支持多语种字幕与配音自动生成。

落地路径：从AI数字人客服入手，部署于小程序或景区触摸屏；利用商汤如影快速制作多语种宣传短视频；文化类景区可结合AR/3D打造沉浸式体验。

#### （五）跨境支付受理能力建设

构建“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”的多元支付体系，围绕“吃、购、游”全消费场景打通三条支付路径。

在线下刷卡方面，重点商户实现外卡POS机全覆盖，支持Visa、万事达、JCB等主流卡种。在现金服务方面，核心景区售票大厅布设支持外卡取现的ATM机及外币代兑点。在移动支付方面，售票环节支持银行卡、云闪付、微信支付、支付宝，重点消费场所同步开通境外电子钱包。

在配套服务方面，构建“外卡受理+现金取现+货币兑换+咨询引导”全链条服务体系，配套多语种支付指引标识。在风控层面，依托支付机构风控体系实时监测伪卡及异常交易，商户需规范交易凭证留存机制。

落地路径：优先在票务窗口、文创商店、餐饮点位部署外卡POS机；在游客中心布设ATM及外币兑换点；配套多语种支付指引；同步开通境外电子钱包扫码支付。按“核心场景先行、逐步扩展”推进。

### 4.2.3 小微旅行社（含地接社）业态专属落地方案

小微旅行社和地接社承担着入境游接待服务链从行程规划、落地接待到跨境沟通的全流程职责。随着免签政策持续扩容，入境散客、定制游需求快速增长，但小微旅行社普遍面临定制游产能受人力约束、多语种服务覆盖不足、跨境资金结算链条长、客源渠道单一等痛点。

本方案从AI智能行程规划与定制提效、多语言智能客服与跨文化服务、AI内容营销与自主获客、跨境支付与金融配套服务四个维度展开。

#### （一）AI智能行程规划与定制提效

以AI行程规划工具承接标准化资源整合和行程框架搭建，形成“AI初稿+人工打磨”的高效协同模式，大幅压缩方案制作周期。

在平台原生工具方面，携程AI行程助手“Trip.Planner”融合个性化数据与实时信息，实现一键规划与预订；Trip.com推出Trip Genie支持多种语言；同程“程心AI”升级版DeepTrip优化分析推理与多语

种覆盖。在通用工具方面，马蜂窝AI行程规划通过“主动提问—需求校准—精准生成”流程输出全方面案。

落地路径：可选用OTA平台原生工具，零开发成本起步。AI生成框架须经本地专业规划师人工校验后交付。

### （二）多语言智能客服与跨文化服务

以AI多语言翻译工具和智能客服系统为载体，覆盖行前咨询、行中讲解、售后沟通全场景。

在线客服层面，携程“商家助手”提供多语言实时翻译与智能答复，让缺乏外语人才的中小旅行社“零成本”具备国际服务能力。在移动端，豆包支持实时双向对话翻译，通义千问搭载实时语音同传模型，可覆盖面对面讲解、票务沟通、突发应急等全部服务场景。

在智能客服层面，丰蓝星辰获客AI绑定海内外主流社交平台，自动多语种回复，内置入境游专属问答知识库；快语AI支持多语言双向互译，基于对话上下文生成双语回复方案。在行中服务层面，可依托AI语义识别工具实时监测行程服务群消息，自动识别负面情绪并推送预警，工作人员提前介入沟通。

落地路径：优先使用OTA平台AI多语言客服；一线导游、客服全员配备移动端AI实时翻译工具；有条件的搭建AI智能客服前置接待体系。

### （三）AI内容营销与自主获客

以AI图文、短视频生成工具为核心，批量产出多语种目的地攻略和线路种草内容，通过海外社交平台和旅游论坛自然引流，逐步摆脱对海外代理商的单一依赖。

在图文与视频制作方面，创客贴支持AI多语种图片翻译；剪映内置文旅类短视频模板，支持多语种字幕与配音自动生成；Buffer支持跨平台定时发布。在营销素材自动化方面，携程平台AI内容生成工具可一键生成线路宣传海报、图文笔记、短视频脚本和多语种产品介绍文案。

落地路径：借助AI工具低成本产出多语种攻略和线路内容；同步完成Google我的商家、TripAdvisor等海外平台入驻；主动加入所在城市或街区的入境游推广体系。

### （四）内部运营与落地保障

以AI承接需求采集、报价核算、路书生成等重复性工作，形成“AI初筛+人工深跟”的计调协同模式，把计调从基础方案制作中释放出来。

丰蓝星辰旅行社方案支持多渠道需求智能采集、实时分项报价、路书一键生成，并在识别高意向客户后提醒人工跟进。落地方面，系统为云端SaaS，无需自建服务器，可按“资料导入—小范围试点—全渠道运营”分阶段推进；游客信息加密存储、权限分级，售后提供7×24小时技术客服与运营对接。

落地路径：先用AI承接需求收集、报价核算和基础问答；云端SaaS零技术投入起步，分阶段上线并做好数据权限与售后保障。

#### （五）全周期客户运营与智能追单

以AI客户分层与自动化触达工具为核心，覆盖咨询未成交、成交后出行前中后全周期。

丰蓝星辰旅行社方案支持IM咨询防超时安抚、新访客主动问候，并按高、中、低意向自动分层：高意向即时推送人工跟进，中意向发送线路福利引导留资，低意向推送攻略长期培育。未成交客户按3天节奏自动追单；成交后自动推送多语种出行提醒、满意度问卷和老客推荐福利。

落地路径：优先启用AI客服承接基础咨询与客资分层，人工重点跟进高意向客户与复杂定制需求。

#### （六）跨境支付与金融配套服务

在行前服务方面，旅行社可通过标准化多语种指引为游客标注核心商圈、景区、餐饮门店的外卡受理范围、外币兑换网点及离境退税办理流程。

落地路径：优先开通持牌机构线上外卡收款直客通道；将支付、换汇、退税指引纳入行前配套服务。

### 4.2.4 文旅商户（餐饮、零售、文创等）业态专属落地方案

餐饮店、文创零售店、非遗工坊、特色商品店等文旅商户是入境游客日常消费接触最为密集的场景。小微文旅商户普遍存在多语言服务能力薄弱、跨境支付渠道缺失、境外线上获客渠道空白等痛点。本方案从AI多语言服务与内容营销、跨境支付受理、离境退税配套、境外线上获客四个维度展开。

#### （一）AI多语言服务与内容营销

围绕境外游客“进店前—进店后”全流程，以AI翻译工具和多语言内容生成工具为核心，覆盖菜单翻译、店内沟通、海外社媒内容产出等场景。

在物料制作环节，豆包支持OCR拍照翻译及多格式文档翻译，可识别菜单、标牌并保留原有排版结构输出译文；秘塔写作猫可在此基础上完成双语校对，避免语法和拼写错误。在店内实时沟通方面，豆包和通义千问均支持实时双向对话翻译，后者还搭载实时语音同传模型并支持离线模式。

在海外社媒运营方面，创客贴支持AI多语种图片翻译，Canva可画内置专业设计模板可适配多平台尺寸，Buffer则支持跨平台定时发布与互动管理。

落地路径：小微商户从多语言菜单制作和基础翻译工具入手，快速解决“点不了单、说不清话”的痛点；有条件的同步运营海外社媒账号。

## （二）跨境支付受理能力建设

围绕“进店即能消费”的核心需求，打通刷卡、扫码、碰付三条支付路径，让商户以最低硬件成本快速接入国际支付生态。

对于无POS采购预算的微型商户，Visa联合收钱吧、通联支付推出的“相机扫码支付”可实现零硬件投入、零系统改造，境外游客直接使用手机原生相机扫描动态收款二维码即可完成Visa卡扣款[6]。

面向客流量大、排队严重的门店，NFC非接触式挥卡支付依托智能POS终端，持卡人贴近感应区域即可完成交易，收银效率大幅提升[7]。

面向综合型文旅门店，卡码一体终端集成了插卡、拍卡、预授权及境内外扫码全部功能，硬件采购成本与对账工作量均显著降低。

在移动支付方面，支付宝、微信支付已支持境外游客绑定Visa、Mastercard等外卡后扫码支付；银联、微信支付、支付宝的“外包内用”合计支持多个境外钱包，覆盖泰国KPlus、马来西亚Touch 'n Go eWallet、韩国KakaoPay等重点入境客源地——商户完成收款码开通后，系统自动支持对应境外钱包扫码支付[1] [2]。

数字人民币支持境外游客绑定外卡充值，商户现有设备可免费升级且免收手续费[8]。微型商户还可向持牌收单机构申请商户收款码（注意个人码不可用于经营）。

在配套支撑层面，商户可构建“入口引导—收银确认—辅助补充”三级支付标识矩阵，完整包含Visa、Mastercard、UnionPay、Alipay、WeChat Pay、e-CNY六大类官方Logo；同时依托收单机构AI风控实时核验交易风险，识别异常交易模式，选择正规持牌机构合作。

落地路径：微型商户选择相机扫码支付或经营收款码；网红餐饮、文创门店部署NFC智能POS；综合型门店选用卡码一体终端。轻量化扫码先行、逐步升级完善。

## （三）离境退税配套服务

符合条件的文创、零售商户主动完成退税商店备案；餐饮等现场消费类商户做好退税指引服务。

已完成税务登记、具备增值税一般纳税人资格、纳税信用级别为A级/B级/M级的企业可申请备案为退税商店，备案通过后悬挂统一标识[3]。已备案商户还可开通“即买即退”，境外旅客购物后当场领取退税款，无需离境时在口岸排队办理[4]。支付宝、微信支付、银联商务等第三方平台提供退税流程线上化服务，商户端接入大多免收费用。

餐饮等现场消费类商户虽不在退税商品范畴，但可在前台放置多语种退税指引物料，培训员工掌握周边退税商店位置与办理流程。

落地路径：符合条件的文创、零售商户通过电子税务局完成备案；无专职退税岗位的商户优先选择第三方平台服务；餐饮等商户做好退税指引。

### （四）境外线上获客与品牌曝光

以海外地图和点评平台入驻为基础，以AI工具生成多语种内容为抓手，以城市级入境游推广平台为流量放大器。

商户应首先完成Google我的商家、TripAdvisor、大众点评海外版等平台入驻，上传多语种店铺简介和实景照片。在内容制作方面，Canva可画、稿定设计可低成本制作多语种宣传素材；剪映内置文旅类短视频模板；Buffer支持跨平台定时发布。小微商户还可加入景区、历史街区统一升级项目，享受统一海外宣传资源。

落地路径：优先完成海外平台入驻；借助AI工具生成多语种内容；主动加入所在街区或商圈的入境游推广体系。

## 资料来源


[1] 经济日报. 便捷支付服务升级优化体验[EB/OL]. 2025-7-7. https://finance.china.com.cn/money/20250707/6254043.shtml

[2] 经济日报. 便利境外人士的支付服务，有了哪些新进展？丨快问快答[EB/OL]. 2024-12-25. http://www.jingjiribao.cn/static/detail.jsp?id=562421

[3] 国家税务总局. 关于修改《境外旅客购物离境退税管理办法（试行）》的公告（国家税务总局公告2025年第11号）[EB/OL]. 2025-4-26. http://beijing.chinatax.gov.cn/bjswj/sszc/zxwj/202504/50b8b929797b4d088340eaa3cc626e15.shtml

[4] 国家税务总局. 关于推广境外旅客购物离境退税“即买即退”服务措施的公告（国家税务总局公告2025年第9号）[EB/OL]. 2025-4-4. https://anhui.chinatax.gov.cn/art/2025/5/6/art_10401_1252413.html

[5] 人民日报. 离境退税措施加力优化[EB/OL]. 2026-5-19. https://paper.people.com.cn/rmrb/pad/content/202605/19/content_30157674.html

[6] 收钱吧. 支付产品——全场景聚合收款解决方案[EB/OL]. https://shouqianba.com/zh/product/payment

[7] 拉卡拉. 从覆盖率到风控率——拉卡拉外卡受理能力的数据化解析[EB/OL]. 2026-8-7. https://cinic.org.cn

[8] 湖南省地方金融管理局. 全省首张数字人民币文旅卡在张家界首发[EB/OL]. 2026-9-22. https://dfjrjgj.hunan.gov.cn/dfjrjgj/szyw/202609/t20260922_34070546.html

[9] 国家外汇管理局. 外币代兑机构和自助兑换机业务管理规定，汇发〔2016〕11号[EB/OL]. https://www.safe.gov.cn



4.3

# 数字化升级实效推进工作法

4.3.1 问题复盘法

4.3.2 小步快跑迭代法

4.3.3 标杆借鉴创新法

数字化升级是伴随入境业务持续迭代的长期过程。对资源有限的小微商户而言，方法比投入更重要。本节介绍三类实操方法，帮助商户以较低成本、可控风险推进建设，让每项投入切实转化为服务能力与经营实效。

### 4.3.1 问题复盘法

问题复盘法以实际经营痛点为核心出发点，强调数字化升级始于问题而非技术。商户日常经营中遇到的入境接待难点、服务堵点、运营痛点，本身就是最精准的升级方向。

该方法通过系统性回顾分析，定位可优化的关键环节，形成"发现问题—分析原因—制定对策—落地验证"的闭环管理，避免数字化工具与实际业务脱节。

第一步，定期梳理问题清单。 商户可建立固定的问题收集机制，建议每两周或每月开展一次简短内部复盘，集中梳理周期内入境接待与经营中的典型问题。梳理可从四个维度切入：境外游客的投诉与反馈、一线操作中效率低下的卡点、高频重复咨询的同类问题、明显低于预期的经营转化数据。

第二步，深挖问题深层成因。 对梳理出的问题不停留于表面现象，通过逐层追问定位核心根源，避免笼统归因于“能力不足”这类无法落地的结论。以外卡支付失败为例，需进一步区分是支付指引不清晰、未覆盖对应卡种，还是交易风控拦截过度，确保后续优化直击本质。

第三步，制定针对性改进措施。 根据深挖后的核心原因，制定一至两项明确可落地的改进行动，做到有具体动作、有完成时限，不求大而全，每次集中解决一到两个核心痛点。例如非工作时段无人承接咨询，可部署轻量化AI客服工具；支付指引不足，可补充多语种操作提示与员工话术。

第四步，落地执行并追踪效果。 改进措施落地后，在下一轮复盘中专项回顾执行进度与实际成效。若效果未达预期，需区分是方案适配性不足还是执行存在偏差，据此调整优化，确保复盘不流于形式，实现经营问题的闭环解决。

### 4.3.2 小步快跑迭代法

小微商户抗风险能力有限，一次性大规模调整易造成成本浪费与经营波动。小步快跑迭代法遵循“试点验证、逐步推广”的原则，每次聚焦一至两个核心环节，先在最小范围内测试效果，验证可行后再逐步扩大，将试错成本控制在可承受范围内。

第一步，选定最小可测试优化点。 从问题复盘识别出的痛点中，选取最具体、独立性最强、效果易衡量的环节作为测试对象，避免一次性铺开多项改造。测试点越聚焦，投入成本越低，效果判断越清晰。

第二步，明确测试目标与周期。 为每项测试设定可量化的判断标准，例如“两周内英文菜单二维码累计扫码15次，点餐沟通时长缩短30%”。测试周期建议控制在1至4周，过长拖慢决策效率，过短则样本不足

难以形成有效判断。

第三步，多维度收集反馈与评估效果。 测试结束后，不仅要核对是否达到预设目标，还需同步收集一线员工与境外游客的使用反馈，关注意料之外的问题与额外收获——这些同样是后续优化的重要方向。

第四步，根据评估结果分级决策。 效果显著的方案正式推广；方向正确但效果一般的方案调整细节后再次测试；效果不佳的方案及时止损。无论哪种结果，都能为后续升级积累有效经验，逐步实现数字化能力的稳步提升。

### 4.3.3 标杆借鉴创新法

闭门摸索是数字化升级的常见误区，同业已验证的成熟做法可大幅缩短探索周期。标杆借鉴创新法通过学习同业态优秀主体的实践经验，结合自身经营特色进行二次改造，既避免重复试错，又防止生搬硬套，形成适配自身发展的差异化升级路径。

第一步，筛选适配的对标参考对象。 标杆无需选择行业头部品牌，同业态、同规模、同客源结构的本地优质商户参考价值往往更高。选取2至3个对标主体即可，可通过OTA平台、海外社媒、行业交流活动、地方入境旅游示范项目等渠道发现。

第二步，多维度拆解标杆实操做法。 不止关注表面结果，重点拆解到可落地的具体动作：AI服务维度关注多语言工具、跨境营销渠道与内容形式、OTA店铺运营细节；金融服务维度关注外卡支付覆盖方式、退税服务流程设计、扶持政策申报情况。提炼出可复用的核心逻辑。

第三步，结合自身条件做差异化改造。 此为“借鉴而非照搬”的核心环节。对标酒店部署了全功能AI客服系统，小型民宿可先选用免费基础版；对标商户投放了大额海外广告，小型餐饮店可从日常社媒运营起步。保留成功经验的底层逻辑，执行路径匹配自身资源。

第四步，纳入迭代流程验证落地效果。 经过差异化改造的方案，同样先纳入小步快跑迭代流程测试验证，确认适配自身经营场景后再逐步推广。该模式既借助同业经验减少探索弯路，又有效规避照搬带来的水土不服，最终形成兼具可行性与自身特色的数字化升级路径。



4.4

# 小微企业数字化升级误区与原则

4.4.1 常见认知误区

4.4.2 核心实施原则

小微文旅企业普遍资金有限、技术人才不足、运营能力偏弱，入境数字化升级若缺乏科学路径，容易盲目投入或适配错位。厘清常见误区、遵循适配原则，是其以有限资源实现有效转型的重要前。

## 4.4.1 常见认知误区

### （一）将申报补贴等同于数字化转型，忽视实际应用落地

部分企业在数字化转型中缺乏对自身需求的深入调研和长远规划，将获取政府补贴作为首要目标，认为补贴到位即成功。为满足补贴条件而采购软件，却因缺乏系统规划和实施能力导致系统建而不用。此类现象在文旅行业亦有体现——部分地方性智慧旅游平台、线上展厅建成后访问量和使用率偏低，不仅造成资源浪费，也削弱了企业对数字化转型的信心。

### （二）重硬件购置、轻运营配套，投入难以转化为实效

部分商户将数字化升级等同于采购硬件设备，跟风购置智能闸机、大屏导览等资产，却未充分考虑自身业务规模与实际使用场景。对于多数小微商户而言，大量专用硬件使用率偏低，不仅无法直接转化为订单与营收，反而占压经营现金流。更为普遍的问题在于，硬件到位后一线员工缺乏操作培训、业务流程未同步优化，设备未能发挥应有作用。

### （三）跟风定制独立系统，投入产出失衡

部分商户在流量基础薄弱的情况下，投入资金定制开发独立小程序或APP。对于入境旅游服务场景，小微商户自身获客能力有限，独立系统难以有效触达境外客源，流量入口价值远低于OTA与境外社交平台。APP开发完成后仍需持续投入应用市场维护与推广成本；小程序虽开发门槛较低，但若缺乏持续内容更新与运营投入，同样面临闲置风险。

### （四）照搬大企业方案，与自身经营场景脱节

市场上多数成熟的文旅数字化方案以大型景区、连锁酒店为服务对象，功能模块复杂、操作门槛高，与小微商户的经营场景并不匹配。部分行业后台包含数十个功能模块，日常高频使用的仅少数几个，多余功能反而增加了一线员工的学习成本与操作难度。小微商户若直接照搬全链路数字化方案，不仅需为冗余功能支付额外成本，还会因团队承接能力不足导致系统闲置。

### （五）重前端展示、轻后端运营，数字化项目难以持续产生价值

部分商户将数字化升级等同于建设多语种网页或上线预订功能，仅关注前端展示效果，忽视客户服务、数据运营与流程优化，导致数字化工具未能真正赋能业务。典型表现为：上线多语种菜单却无法与境外游客

顺畅沟通；部署智能客服却未针对入境游客常见问题进行场景训练，应答准确率偏低，反而增加了后续解释成本。

#### （六）追求一步到位，超出自身承载能力

部分商户试图一次性覆盖预订、支付、客服、营销、管理全场景，超出自身资金承受能力与团队承接能力。文旅行业具有明显的季节性与客流波动特征，一次性规划的全量方案往往在落地过程中已与实际业务脱节。盲目追求全覆盖不仅拉长落地周期、延误市场时机，还容易因中途资金或团队能力不足而半途而废。

### 4.4.2 核心实施原则

结合小微文旅商户的经营特征与行业实践经验，面向入境旅游服务的数字化升级，应遵循以下核心原则：

#### （一）坚持低成本轻量化，优先选用适配小微的灵活工具

数字化升级应坚持“小型化、快速化、轻量化、精准化”方向，优先选用订阅制SaaS工具、免费或低成本的通用AI工具、标准化聚合服务，避免大额一次性硬件投入与定制开发。订阅制将固定成本转化为变动成本，更契合小微商户的现金流特征；按使用量付费、可随时启停的轻量化工具有效降低了试错成本。

#### （二）坚持问题导向，从核心业务痛点切入

升级应立足自身业务需求，从影响订单转化与游客体验的核心痛点入手，优先解决投入产出比最高的问题，避免缺乏针对性的全面铺开。对入境旅游商户而言，核心痛点集中在支付不便与多语种沟通两大环节，这两类问题直接制约交易达成。

应优先完成外卡受理改造、配置AI翻译工具，快速打通基础服务堵点；待核心能力验证有效、产生正向收益后，再逐步拓展延伸功能，形成“投入—收益—再投入”的良性循环。

#### （三）依托成熟平台能力，避免重复建设

小微商户应充分借力现有成熟平台的基础设施与流量生态，优先复用公共服务能力，不自建独立系统。获客端依托OTA与境外社交平台的既有流量；支付端依托银行与国际卡组织的成熟网络，通过聚合终端一站式接入；服务端复用通用型AI工具实现多语种翻译与智能客服。通过复用成熟生态，将大部分基础能力建设成本转由平台承担，商户可集中资源聚焦自身特色服务与运营质量提升。

### （四）分阶段梯次推进，每步评估成效后再行扩展

数字化升级是渐进过程，应分阶段推进，不追求一步到位。可将升级路径划分为三个阶段：基础能力补齐（支付受理与多语种沟通）→ 服务体验升级（智能导览、多语种内容、线上预约）→ 运营效率优化（客流分析、客户管理、智能营销）。每个阶段完成后评估实际成效，根据效果调整后续规划，确保每一步投入均有明确的业务价值支撑。

### （五）工具部署与运营能力同步配套，确保落地实效

数字化工具须服务于业务实际需求。在引入工具的同时，应同步开展员工操作培训、优化对应业务流程，确保工具真正融入日常运营——上线外卡支付终端后需培训异常处理方法；应用AI翻译后需整理门店高频问答词库与标准译法；部署智能客服后需针对常见咨询进行场景训练。技术工具只有在日常经营中持续运用并不断优化，才能真正实现降本增效。

