



WORLD TOURISM ALLIANCE



Horwath HTL 浩华

2019年6月发布

2019_上

中国入境旅游市场 景气调查报告



海南三亚地中海俱乐部

特别鸣谢



关注世界旅游联盟



安吉地中海俱乐部度假村

目 录

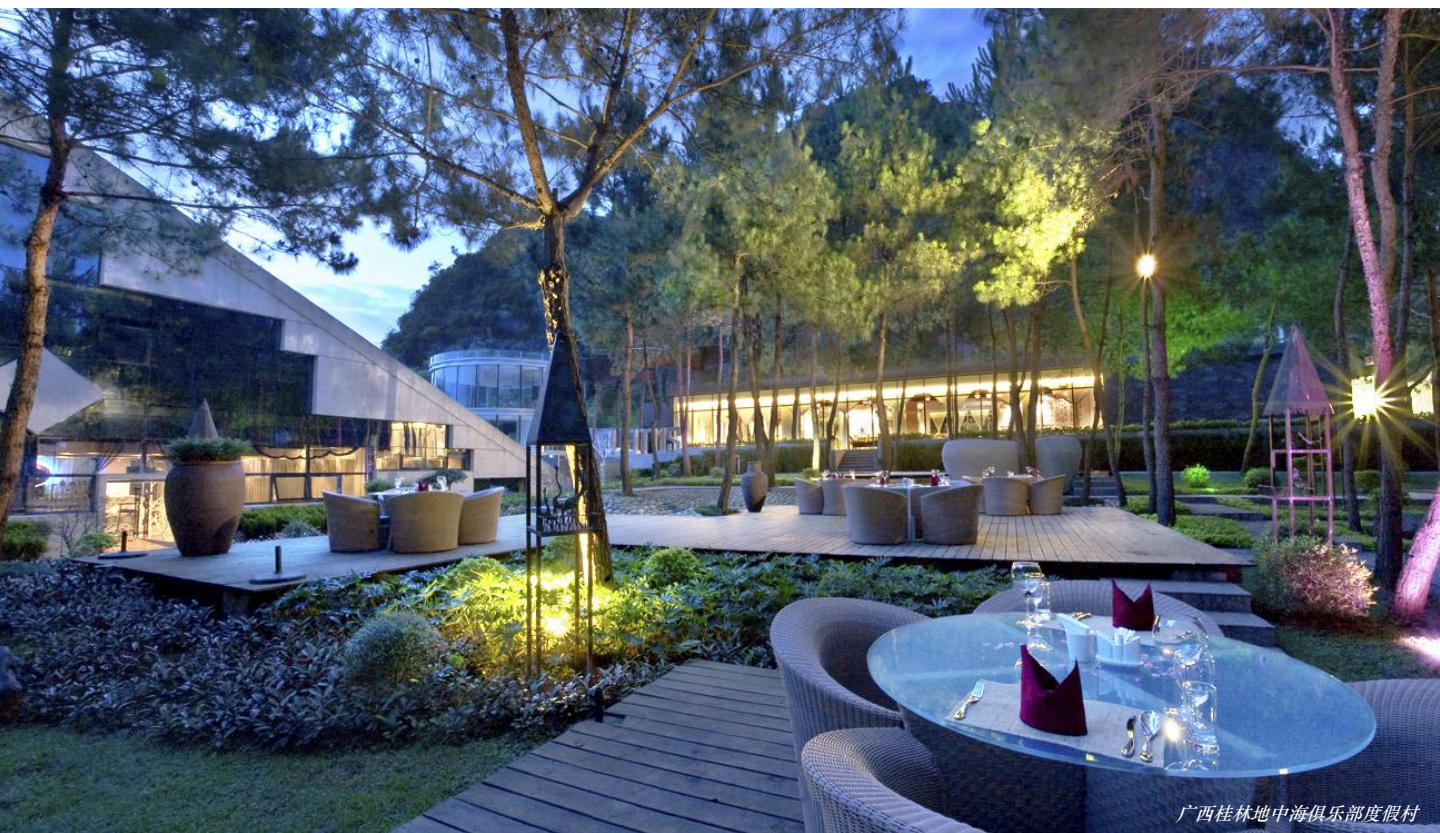
前言	01
背景介绍	02
综合景气指数分析	03
结语	11
附录	12
声明	13

前言

2018年中国国内旅游持续高速增长，旅游人次突破55亿人次，旅游总收入高达近6万亿元，显示了大众旅游时代的蓬勃发展。入境游及出境游人次均稳定在5%左右的增幅，步入平稳发展的通道。旅游业已成为中国经济发展的重要推动力之一。作为世界旅游联盟信息与数据服务的重要组成部分之一，同时为方便世界旅游联盟会员以及全球从业者了解与判断中国旅游业的发展趋势与未来前景，世界旅游联盟联手全球领先的酒店及旅游业顾问公司浩华管理顾问公司，自2019年开始，着手实施针对中国国内游、出境游及入境游三大旅游市场的季度景气调查，并计划在全球范围内发布中国三大旅游市场的景气指数研究报告。

本报告共收集到348份有效问卷，其中，《中国入境旅游市场景气调查报告》重点调查了主营入境旅游业务的知名旅行社及OTA平台，共收到来自全国22个省、直辖市、自治区的91份有效问卷。我们为此专门设计了旅游景气指数模型，赋予了问卷各问题选项不同的景气分值设定，以此为基础量化计算了各受访机构的回复，通过加总平均分与基础值150的对比，计算出每个问卷问题下的景气指数。为深入解析各景气指数背后的影响因素，我们采访了部分熟谙入境旅游市场的资深人士，以充分获取行业人士的真知灼见。需注意的是，本调查主要针对经营旅行社业务的企业，通过其它渠道预定产生的旅行和旅游行为不在本报告调查范围。

本次调查在问卷发放、回收和访谈过程中得到了中国旅游集团有限公司、中青旅控股股份有限公司、中国旅行社协会、桂林唐朝国际旅行社有限责任公司、广州力挚网络科技有限公司、美团点评、途牛旅游网、携程旅行网、众信旅游集团股份有限公司等单位的大力支持。本期报告的图片由世界旅游联盟会员单位法国地中海俱乐部提供，在此表示特别感谢！



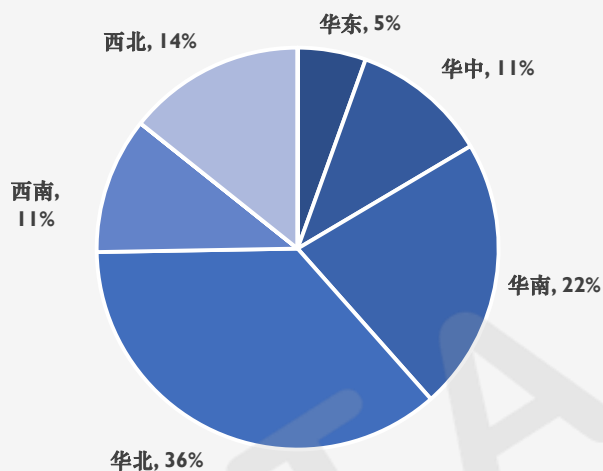
广西桂林地中海俱乐部度假村



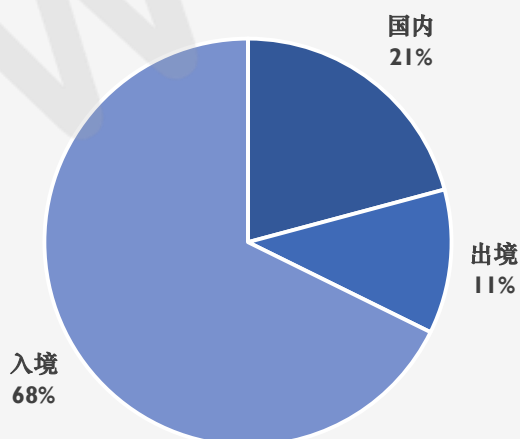
背景介绍

作为世界旅游联盟与浩华合作出版的旅游市场景气调查的重要组成部分，中国入境游市场景气调查旨在为全球旅游从业者提供对中国入境游市场未来前景预测和判断的参考。

1.1 样本区域分布



1.2 样本主营市场分布



本次调查涵盖的五个问题旨在了解市场对于入境游人次、人均消费和总收入水平在2019年上半年的发展预期。为了更好分析和比较中国各地区及城市的入境游市场，我们用特定的景气指数模型量化了受访者反馈并以指数形式呈现，以便更直观地反映受访者对入境游市场的预期。

每项问题所呈现的景气指数都反映了市场对整体业绩表现的期望值。该指数的范围在-150至+150之间，其中“-150”表示市场对预期业绩表现非常悲观，“0”表示对业绩预期持中立态度，“+150”则表示市场的预期值十分乐观。在此次调查中，各受访旅行社以2018年的实际业绩为基准对2019年上半年业绩进行了预期比较，同时判断了导致预期变化的主要因素，并对主要客源地市场和到访目的地市场的未来前景进行了展望。

此次调查是世界旅游联盟和浩华管理顾问公司第一次针对中国旅游市场实施的景气调查，共收到**348**份有效问卷。其中针对中国入境旅游市场的景气调查共收到来自全国22个省、直辖市、自治区的91份有效问卷。

综合景气指数分析

▲ 综合景气指数：2

2019上半年中国入境游市场平均景气指数为2，虽然景气指数为正数，但是数值较小，显示出旅游从业者对今年上半年入境旅游市场的发展秉持较为谨慎的态度。通过访谈可以发现大部分业内人士认为中国入境游总体呈逐年下探趋势，受多方面因素影响，市场发展处于低迷状态，并逐年萎缩。

其中，大部分受访者认为中国入境游市场的下行可主要分为内部和外部两类因素。内部因素中，中国签证政策的收紧，申请手续的更趋复杂，审核期的延长，降低部分客源的入境游意愿。加之中国旅游成本的攀升以及国内旅游的蓬勃发展，使得入境游客人出行成本提高的同时，旅游体验也有所下降。中国入境游相较于周边东南亚国家而言直观价格较高，也导致部分入境游客源被周边国家分流。除此之外，中国入境游的人才队伍逐年压缩，大部分掌握各类小语种技能的导游由于收入受限，转行成为出境游领队；加之第一批入行的入境游导游逐渐步入退休年龄，整体导游供给呈现青黄不接的情况，影响了中国入境游的产品和服务品质。外部因素中，国际政局的波动以及全球经济下行对于入境游的影响也较大。内外部因素综合作用下，旅游从业者对于2019年的入境游市场增长预期表现一般。

但是，入境游市场也面临着一些积极的变化。今年两会，入境旅游发展第一次纳入提案提升至国家战略层面。长期来看，随着国家层面建立国际旅游IP并持续深入开展海外推广将对入境游业绩产生积极影响。



海南三亚地中海俱乐部度假村

问题1:

与2018年上半年相比，请预测2019年上半年中国入境游市场的整体业绩表现？

入境游人次

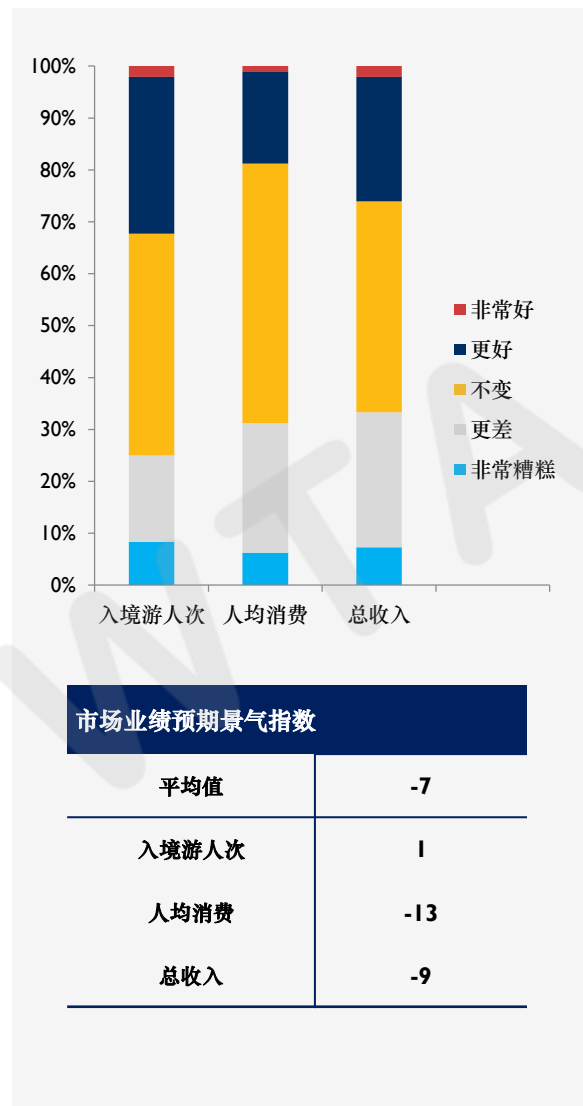
从整体市场的入境游人次来看，市场增长预期谨慎。约43%的受访旅行社认为2019年的入境游人次与2018年同期相比将持平；32%的旅行社表示将变得更好甚至变得非常好。剩余25%左右的受访旅行社则判断将低于上年同期；其中，约8%的受访者认为入境游人次将面临大幅下降。

人均消费

市场对人均消费的增长预期低于对入境游人次和总收入这两项业绩的预期，态度谨慎。其中，约31%的受访旅行社认为人均消费将有所下降或大幅下滑；50%的受访旅行社认为将保持稳定；仅有19%的受访旅行社认为2019年的人均消费将高于、甚至显著高于2018年。我们判断，在国际贸易形势波动、全球经济下行的大背景之下，入境游的人均消费预期增长乏力。

总收入

对入境游人次及人均消费的消极预期使得受访者对2019年入境游市场的总收入态度不甚乐观。超过30%的受访旅行社表示本年度入境游市场的总收入将更有所下降或大幅下降；41%的旅行社表示总收入将与上一年持平；仅有26%左右的受访旅行社预计总收入将有所上升。

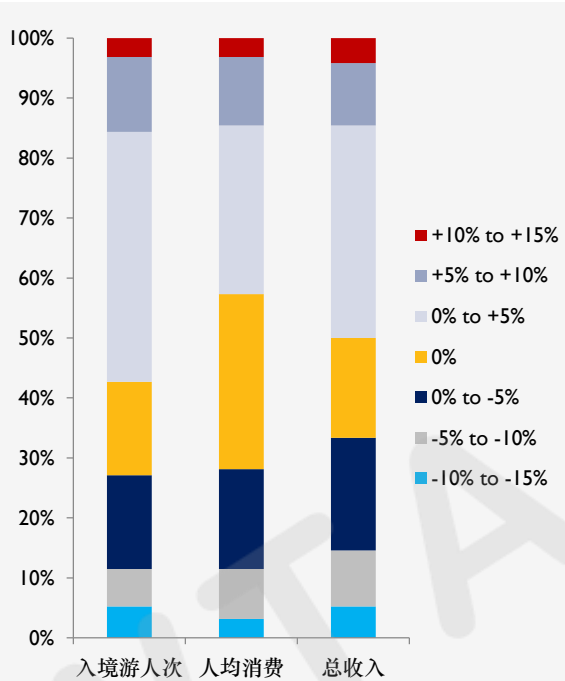


大部分旅行社从业者对各项指标提升持谨慎消极态度；其中，受访者对于人均消费的提升预期负面偏向性最高。行业的市场预期说明在国际贸易局势波动、全球经济下行的大环境下，旅游从业者对2019年整体入境游市场的行情预期较去年同期普遍看低。

问题2:

与2018年上半年相比，请预测贵机构2019年上半年入境游的业绩水平可能增长还是下滑？

近半数的受访旅行社表示，2019年其旅行社所接待的入境游人次、旅客人均消费和总收入三项业绩表现将优于2018年。



受访旅行社业绩预期景气指数	
	全国
平均值	11
入境游人次	16
人均消费	9
总收入	8

入境游人次

多数受访者预测本旅行社的入境游人次总体上将超过2018年同期，呈上升趋势。57%的受访旅行社认为2019年其旅行社接待的入境游人次将有一定程度的上升。其中约15%的受访者预计涨幅将大于5%；另有约42%的受访者预计涨幅将小于5%。16%的受访者认为其旅行社接待的入境游人次将与去年同期持平。其余27%的受访者认为入境游人次会有所下跌。但其中大部分的受访者预计跌幅将小于5%。由此可见，尽管各大旅行社对市场整体情况有所担忧，但对自家旅行社的预期则显得更为积极。

人均消费

相对入境游人次指标，各旅行社对自身2019年接待的入境游客人均消费的增长预期更为保守。约28%的受访者认为人均消费将有所下跌，其中11%的从业者认为跌幅将超过5%。29%的受访者预计将与去年同期持平。其余43%的受访者预计人均消费将有所增长，但其中大部分人认为增幅不会超过5%。总体而言，虽然各大旅行社对于2019年整体入境游市场的人均消费增长预期较为悲观，但大部分人认为其所在旅行社的入境游客人均消费仍将维持在一个适度乐观的水平。

总收入

对入境游人次及人均消费的正向增长预期使得受访旅行社对自身入境游板块总收入的预期也颇为正向，该项景气指数的全国平均水平为8。50%的从业者预期其旅行社的入境总收入将实现增长，其中将近15%的受访者认为收入涨幅将超过5%。另有50%的受访者预期收入将与去年持平甚至下跌，其中认为收入跌幅将超过5%的受访者仅为15%。整体来看，旅游业从业者对2019年度自身旅行社的入境游收入提升充满信心。

问题3:

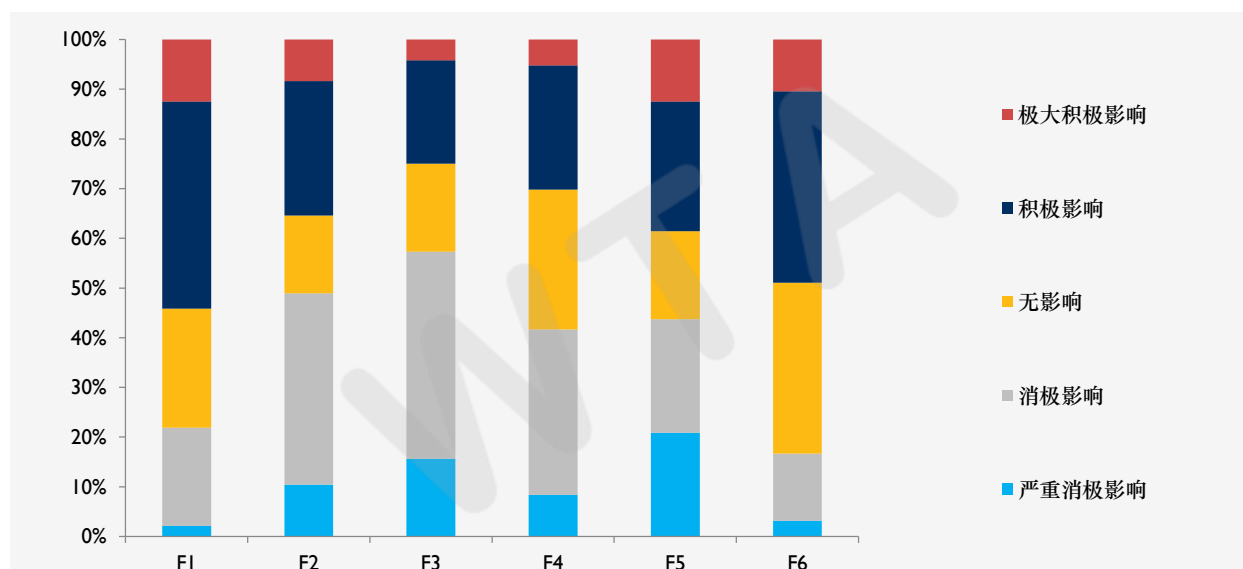
请预测以下各因素可能会对2019年上半年的中国入境游市场业绩产生怎样的影响？

整体看来，在所访问的6项因素中，大部分因素负向影响了入境游市场的发展：

- ▲ **积极因素：**“中国经济发展预期”（32）与“国际航线变化”（30）这两项指数值明显高于其他各项，也是六项中唯二显示正值的因素。有约50%的受访旅行社认为国内经济的稳步发展以及更多国际航线的开通对入境游市场业绩产生积极甚至非常积极的影响。其中，超过10%的受访者认为国内经济和对外交通的进一步发展对入境游市场将带来极大的积极影响。
- ▲ **消极因素：**受访旅行社对“国际局势”所持态度的负面偏向性最高，为-33。约57%的受访者认为国际形势的波动对入境游市场将带来负面影响甚至严重负面影响，仅有18%的受访者表示基本没有影响，说明现有的国际局势普遍性给旅游从业者带来压力。此外，“全球经济发展趋势”（-12）、“当前货币兑换率”（-11）与“当前签证政策”（-10）也在一定程度上使从业者产生负面预期。其中，中国签证政策一向较为严格，对于吸引入境游客较为不利。

影响业绩因素	
因素	指数
F1. 中国经济发展预期	3
F2. 全球经济发展趋势	-12
F3. 国际局势	-33
F4. 当前货币兑换率	-11
F5. 当前签证政策	-10
F6. 国际航线变化	30

国际局势波动是旅游从业者眼中限制入境游市场发展的主要因素。但国内经济的稳步发展以及更多国际航线的开通则被视为入境游市场的有效促进因素。



问题4:

与2018年上半年相比，请预测2019年上半年以下区域作为入境游客源来源地预计会有怎样的表现？

受访旅行社对入境游客源市场的表现预期较为悲观，仅对东南亚和东亚客源需求持积极态度，对其他地区客源市场预期均秉持消极的心态。

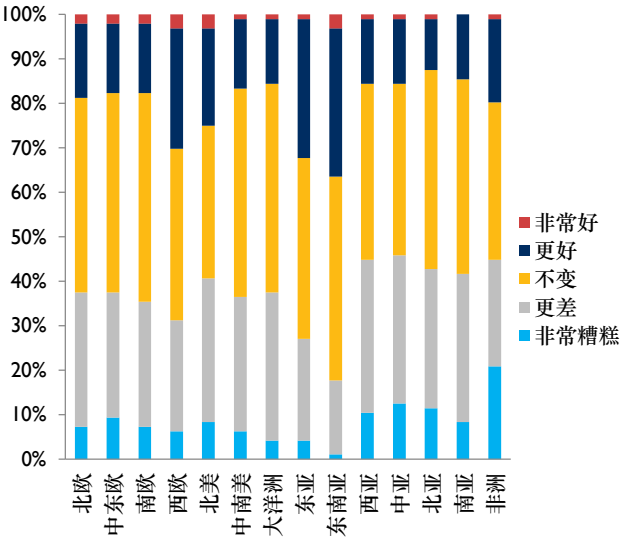
第四个问题是各受访旅行社对入境游的各客源来源地市场，包括北欧、北美、东南亚等全球14个区域市场在2019年上半年的业绩表现进行预测。

从各来源地景气指数看，平均水平为-18。由此可见，受访者对于今年全球各入境客源地的表现并不看好，对于业绩提升的信心减弱。

通过访谈我们得知，中国入境游的客源地以欧美国家为主。受地区经济水平和居民收入水平限制，非洲、中亚、北亚、西亚各区域历来为旅游热度较低的客源来源地。

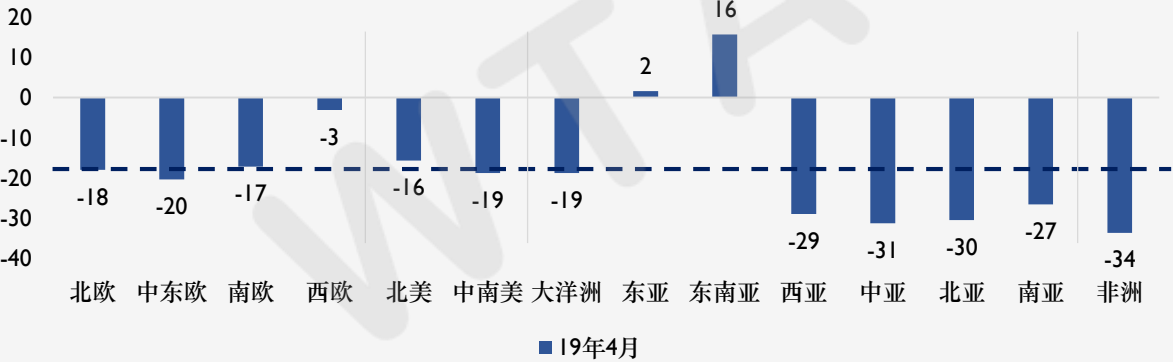
亚洲、大洋洲和非洲：

一直以来，亚洲的中亚和西亚地区、非洲、大洋洲除澳大利亚和新西兰外的区域不是中国入境旅游的主要客源地。大部分旅游从业者对这些地区客源的增长预期较为负面。受访旅行社对于西亚、北亚、中亚、南亚、非洲各地的客源市场预期明显悲观预期，这五个地区的指数远低于全球平均水平。45%左右的受访者认为这五个地区今年的客源需求将劣于去年同期；余下55%中大多数人认为这些地区的客源需求将维持现状，保持平稳。这主要是由于



6.1 各客源地景气指数（2019年上半年）

全球入境客源地平均水平：-18



问题4:

与2018年上半年相比，请预测2019年上半年以下区域作为入境游客源来源地预计会有怎样的表现？

这些地区的国家经济发展水平有限，大多数居民的可支配收入无法承担日益增长的中国入境游花费。

大洋洲地区尽管景气指数高于以上五地，但略低于全球平均水平。仅有约15%的旅游从业者认为大洋洲的客源需求对比2018年同期将有所增长。但高达37%的受访者认为大洋洲客源今年将有所下降甚至明显下降。

但值得一提的是，东南亚和东亚是全球各市场中唯二的景气指数呈正值的市场。其中，东南亚地区景气指数为16，位居第一。受访者对于东亚地区（含日本、韩国）尽管态度保守，但指数仍为正值。以东南亚和东亚为主的短程距离地区和国家，为中国入境游贡献了较大客流量，受访者们对此两地的游客增长依然秉持较乐观态度。从数据上看，约35%的受访旅行社认为2019年东南亚和东亚市场的表现将超过去年同期。剩余65%的受访者中，约40%认为两地客源市场的表现将与去年同期持平。

▲ 欧洲：

欧洲国家整体经济发展水平高，一直以来是中国入境游的主力客源市场。但近几年来，欧盟各国之间政治局势波动，欧元区经济增速显著放缓，而随着货币刺激措施的取消和全球贸易增长放缓，欧洲经济增长速度可能面临进一步下滑。考虑到客源地经济状况跟入境游业绩关联度强，欧洲经济的下行对欧洲入境中国的客人数量和人均消费均将产生负面影响，使得大部分受访者对于欧洲各客源国的增长预期降低。

从数据上来看，受访者们对于欧洲四地（北欧、中东欧、南欧和西欧）的预期尽管较为消极，但除中东欧外均高于全球平均值。超过35%的受访者认为欧洲客源需求将有所下降甚至变得非常糟糕。仅有20%左右的受访者预期与去年相比，欧洲客源需求将变得更强劲甚至非常强劲。

▲ 北美和南美洲：

北美和南美洲地区，尤其是人口基数较大的美国，一直以来是中国入境游消费能力最强的主力军。但是从2018年以来，受中美贸易战以及华为风波为代表的5G技术之争等事件影响，来自美国和加拿大的入境游客人明显呈下降趋势。美国在2018年末发布了赴中国旅行的“二级警告”，进一步降低了北美游客入境中国的意愿。据多家旅行社和OTA反映，从去年年末开始，北美地区客人在网站上对中国入境游的搜索量大幅降低，同时也发生成行团取消预订情况，这使得大部分旅游从业者对北美和南美洲的业绩表现持负面预期。

通过整合问卷数据可以看出，40%左右的受访旅行社认为北美和中南美客源市场相比去年同期将面临需求下降或甚至变得非常糟糕。仅有不到25%的受访者认为北美地区今年的发展将更好；而对中南美地区持正面增长预期的从业者比例也少于16%。

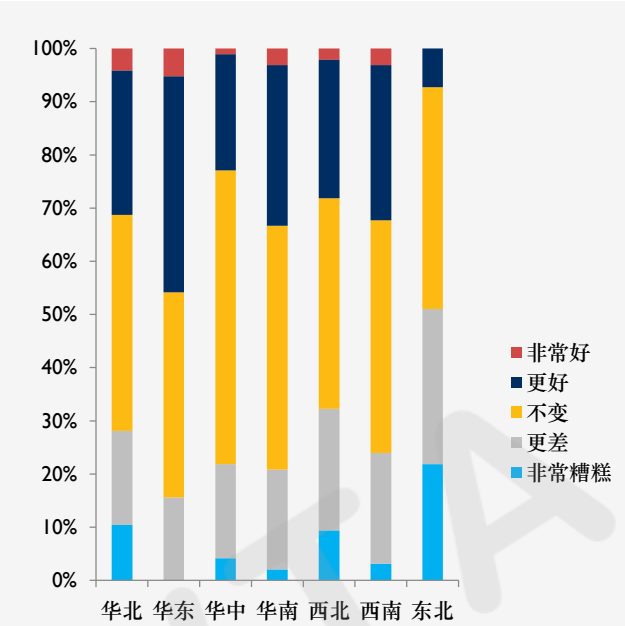
总体而言，旅游从业者对于入境游客源来源地在今年的增长预期非常谨慎，人均消费较高的传统主力客源地——欧美等国也受经济和政治等外部负面因素影响，不被受访者看好。



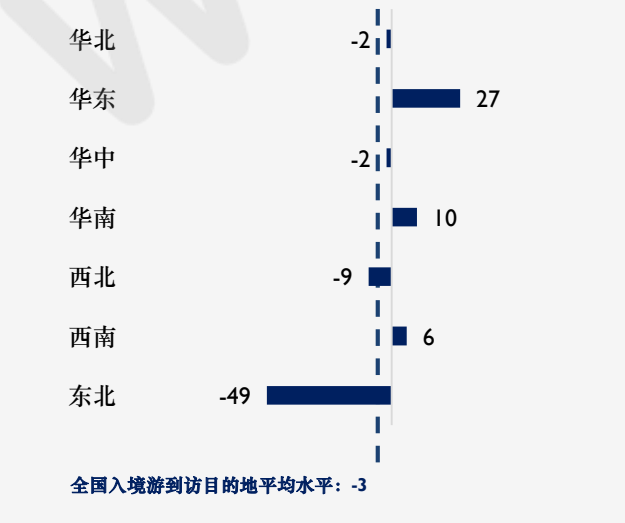
问题5:

与2018年上半年相比，请预测2019年上半年以下区域作为入境游的到访目的地预计会有怎样的表现？

入境游目的地市场预期喜忧参半，全国平均水平跌至负值；全国范围内仅华东、华南和西南三地呈现积极增长趋势，表现出旅游从业者对入境游目的地市场发展的谨慎消极心态。



8.1 各目的地景气指数（2019年上半年）



最后一个问题是各受访旅行社对主要入境游的到访目的地，包括华北、华东、华中等7个地区在2019年上半年的表现进行预测。

中国各入境游到访目的地的整体市场表现较为消极，全国平均景气指数为-3。由此可见，受访者对于今年中国境内各地区作为入境游目的地的表现并不看好，对于业绩提升的信心减弱。

目前，中国入境目的地中，北京、上海、西安三地最为热门，是大部分首次入境外籍客人的首选目的地，被称之为中国入境游的“金三角”。而这三个城市所在地区也受其带动，入境旅游的发展较为强劲。

华东：景气指数27

华东地区的入境游以上海为中心向外辐射，大部分外国游客会选择上海、杭州和苏州三地作为目的地。旅游从业者对于华东地区作为旅游到访目的地抱有较为积极的预期。从数据上看，近46%的受访者认为华东地区较去年同期相比将迎来更多的到访游客，市场表现将变得更好甚至非常好。38%的受访者认为华东地区作为入境目的地的热度会与去年持平。

华南：景气指数10

华南地区的入境游以桂林为首选目的地。虽然桂林不是目前入境游目的地的第一梯队城市，但其自然景观资源的丰富也使其吸引了大量非首次入境的游客。由此，旅游从业者对于华南地区作为旅游到访目的地也抱有较为积极的预期。从数据上看，近33%的受访者认为华南地区入境游发展较去年同期相比将变得更好甚至非常好。仅有不到20%的受访者认为华南地区作为入境目的地的热度较去年相比将有所下降。

问题5:

与2018年上半年相比，请预测2019年上半年以下区域作为入境游的到访目的地预计会有怎样的表现？

西南：景气指数6

西南地区的入境游主要依靠云南、重庆和成都三地的带动。虽然西南地区不是大多数首次到访中国的外籍客人选择的目的地，但近几年重庆、四川等地在各类社交媒体上的城市营销以及网红城市打造提升了这些城市在国际层面的知名度，所以从业人员对于西南地区作为入境旅游的目的地发展也保持着较为乐观的态度。需要特别指出的是，尽管西藏一直深受入境游客人青睐，但是外籍客源进入西藏需要申请入藏函，其审核过程十分繁杂，降低了游客的出行意愿。

从整体数据上来看，超过30%的受访者认为西南地区今年作为入境游目的地的发展将变得更好甚至非常好；44%的受访者认为其业绩表现将与2018年持平，整体呈现平稳向好的趋势。

华北和华中：景气指数-2

受访旅行社普遍对于华北和华中两地的入境游客到访持谨慎偏负面的态度。华中和华北地区除了北京之外，大部分城市并非热门的入境旅游目的地。约28%的受访旅行社认为华北作为目的地较去年相比，市场表现将会变差甚至变得非常糟糕；41%的受访者认为华北地区的入境游业绩表现将会与2018年持平。对于华中地区，过半数受访者认为地区市场表现将与去年持平；23%的受访旅行社认为地区市场表现将会优于去年，其中仅有1%的受访者对今年表现抱有非常积极的心态。

西北：景气指数-9

西北地区的城市并非入境游客人通常会选择的到访目的地，所以大部分旅游从业人员对西北地区的入境游业绩表现持明显负面预期，景气指数低于全国平均水平。约33%的受访者认为今年西北地区的入境游发展将劣于去年，其中高达10%的受访者认为西北的业绩表现将变得非常糟糕。在91份回复问卷中，仅有28%的受访者认为西北地区的入境游发展将优于去年。

东北：景气指数-49

在2019年上半年，东北地区的景气指数位列全国7个地区市场的最末。由此可见，受访者们对于东北地区今年的入境游业绩持明显的悲观态度。东北地区强烈的季节性制约其旅游业发展的重要因素，加之经济形势下行，用于旅游资源建设和旅游形象宣传的投入较少，一直以来其入境游的业绩表现也是全国形势最不容乐观的。超过52%的受访者认为与去年同期相比，东北地区作为入境旅游目的地表现将有所回落；其中，22%的受访者认为东北地区的业绩水平将大幅下降。而认为其入境游表现将有所提高的受访者仅为7%。



海南三亚地中海俱乐部

结语

2019年上半年，全国入境游市场平均景气指数为2，表明旅游从业者对2019年上半年的入境游市场正向但相对谨慎的态度。从客源地来看，仅有东南亚和东亚两个地区的景气指数超出全球平均水平，其中又以东南亚地区最为积极；从到访目的地上看，全国大部分地区入境游业绩表现预期消极，仅有华东、华南和西南三个地区的指数为正值。

从业绩指标上看，受访旅行社普遍对入境游市场的人均消费增长信心较低，受人均消费指标的负面影响，总收入的景气指数也相应跌至负值。国际局势的波动、全球经济增速的放缓以及中国签证政策收紧，使得旅游从业者的信心不甚乐观。总而言之，中国的旅游资源丰富多样且独具禀赋特色，潜在的入境客源市场一直存在，但是受制于经济和政治等外部负面因素以及相关政策等内部因素，入境游市场的增长无法媲美美国内旅游市场的蓬勃发展。相信随着中国在国际层面建立国家旅游形象并持续开展入境游推广工作，入境游业绩表现将获得长足发展。



吉林北大壶度假村

附录

世界旅游联盟简介

2017年9月12日，由中国发起成立的一个全球性、综合性、非政府、非盈利国际旅游组织——世界旅游联盟在中国四川省成都市隆重举行成立仪式。中国国务院总理李克强为世界旅游联盟成立发来贺信。

世界旅游联盟以“旅游让世界和生活更美好”为宗旨，以旅游促进和平、旅游促进发展、旅游促进减贫为使命，致力于在非政府层面推动全球旅游业的互联互通和共享共治。

世界旅游联盟截止目前共有来自38个国家和地区的182个会员。会员类别主要为各国全国性或区域性旅游协会、有影响力的旅游或涉旅企业、旅游城市、科研院所、媒体和个人。联盟将自身定位为以会员需求为核心的服务型国际组织，旨在为会员搭建对话交流的合作平台、实用权威的信息平台、资源共享的媒体平台和融合发展的沟通平台。

世界旅游联盟的行业主管部门是中国文化和旅游部，总部和秘书处设在中国。

浩华管理顾问公司简介

国富浩华国际创立于1915年，是全球十大跨国专业会计及管理顾问公司之一，旗下拥有全球规模最大、历史最悠久的酒店及旅游业顾问公司。自成立之初，国富浩华国际就为全球酒店业量身定制了《统一酒店会计制度》，成为国际通行的会计标准，为全球酒店业所使用。在历经了百年发展后，国富浩华国际的酒店和旅游业业务已成为全球酒店及旅游业顾问领域的行业先锋。

浩华管理顾问公司 (Horwath HTL) 始建于1987年，是国富浩华国际在亚太区专业从事酒店及旅游业管理顾问服务的分部，其核心业务包括酒店投资、旅游目的地投资、资产管理、及战略研究。目前，浩华管理顾问公司在亚太区的主要城市设立了办事机构。各办事机构合作密切、互享信息，以确保每个项目都能获得浩华广泛的市场经验及国际性视角优势。

仅在亚太区，浩华就已经为超过4,000个酒店和旅游业项目提供了咨询服务，其中1,600余个项目在中国境内完成。浩华的客户涉及广泛，从全球知名的主题乐园运营商、酒店管理公司到地产开发商、银行及投资机构。浩华在提供服务时一向以其公正独立的专业观点获得国际上的广泛认同并享有极高信誉。

经过长期的积累和发展，浩华已成为酒店及旅游业杰出的顾问公司。浩华的每一个项目都是本地经验和国际视角的完美结合，向全球各地的客户提供该领域无以比拟的经验和专长。浩华管理顾问公司时刻关注行业领域内当前与未来的发展趋势，在酒店及旅游业咨询服务中享有独一无二的专业优势！

声明

《2019年上半年中国入境旅游市场景气调查报告》仅为旅游业提供一般性统计参考而准备。本报告所依据的所有信息均来源于《2019年上半年中国入境旅游市场景气调查》（中国问卷），我们相信问卷中所填写的信息是真实的，但我们并未对这些信息进行逐项确认，因此也无法保证他们的真实性和完整性。涵盖在此报告中的所有判断和分析均来自此统计发表前所获得的信息。任何个人、单位以任何方式依据此统计的信息所进行的商业行为和资产交易、或者由于使用此统计数据造成的后果，我们不承担任何责任。未经世界旅游联盟和浩华管理顾问公司书面许可，此报告的内容不得以任何形式引用、转摘及复制。

引用本报告中任何数据，需注明信息来源于《2019年上半年中国入境旅游市场景气调查报告》。



吉林北大壶度假村