



WORLD TOURISM ALLIANCE



Horwath HTL 浩华

2021年3月发布

2021/上 中国国内旅游市场 景气报告



佛堂古镇

特别鸣谢：



图片鸣谢：



目录

前言	01
背景介绍	02
综合景气指数分析	03
结语	10
附录	11
声明	12





《2021年上半年中国国内旅游市场景气报告》

2010年至2019年国内旅游产业发展十分活跃，整体运行持续积极向好。然而，2020年初新冠肺炎疫情始料未及出现暴发，随后疫情蔓延成为全球大流行病，国内旅游业一度完全停摆。值得骄傲的是，在全国人民的努力下，国内疫情在较短时间内得到有效控制。在国内游限制逐步放开、出境游人群回流等多重利好因素下，国内旅游市场在2020年下半年呈现积极复苏态势。但2020年末，本土疫情陡然在多区域出现明显反弹，国内旅游市场不确定性再次出现。

为追踪国内旅游业发展态势，方便世界旅游联盟会员以及全球从业者了解与判断国内旅游业的未来前景，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，在全球范围内第五次发布《中国国内旅游市场景气报告》。

本次调查在问卷发放、回收和访谈过程中得到了山西省文化和旅游厅、上海市文化和旅游局、江苏省文化和旅游厅、福建省文化和旅游厅、甘肃省文化和旅游厅、黄山市文化和旅游局、携程旅行网、中国航空运输协会、中青旅控股股份有限公司、桂林唐朝国际旅行社有限责任公司、途牛旅游网、湖南省旅游协会等单位的大力支持。本期报告的图片由义乌市人民政府提供，在此表示特别感谢！

背景介绍

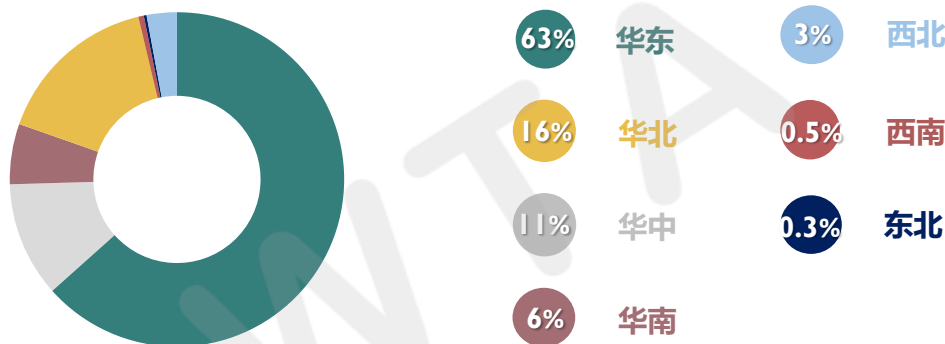
从2020年下半年开始，国内疫情防控形势颇为良好，人民生产和生活基本恢复正常，国内旅游也呈现出令人欣喜的复苏增长态势。但2020年末局部区域出现本土疫情的小范围聚集性复发，使得国内整体防疫形势再度趋于紧张，本应有机会迎来一波旅游小高峰的春节假期，出于疫情防控考虑，政府发出“就地过年”倡议，部分正在回暖的区域市场再度滞缓，本次景气报告调研正值于此。自《2020年上半年中国国内旅游市场景气报告》起，报告新增了针对疫情的专项调查问题，本次景气报告也再次涉及这类问题，旨在帮助中国旅游从业者更好地了解疫情影响的动态变化，从而对国内旅游市场业绩发展做出合理的判断和预测。

同样，为了更好地分析和比较中国各地区及城市的国内旅游市场，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国内旅游市场的预期。

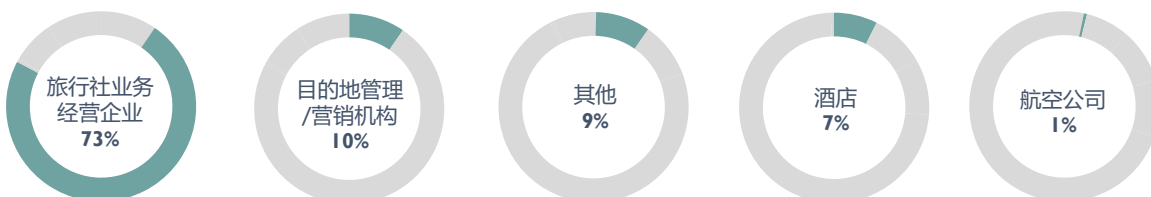
每项问题所呈现的景气指数都反映了市场对整体业绩表现的期望值。该指数的范围在-150至+150之间，其中“-150”表示市场对预期业绩表现非常悲观，“0”表示对业绩预期持中立态度，“+150”则表示市场的预期值十分乐观。在此次调查中，各受访旅行机构以2019年上半年业绩为基准对2021年上半年业绩进行了预期比较，同时判断了导致预期变化的主要因素，并对主要客源地市场和到访目的地市场的未来前景进行了展望。

此次调查是浩华管理顾问公司和世界旅游联盟第五次针对中国国内旅游市场实施的景气调查。本次报告汇总了2021年上半年景气调查的研究成果，共收到来自全国15个省、直辖市和自治区的**377份**有效国内旅游市场调查问卷。本次调查问卷截止于2021年1月25日，报告结论仅基于受访者就当时新冠疫情所做判断。

样本区域分布



样本机构类型



综合景气指数分析

景气指数

-39

2021年上半年

景气指数

-85

2020年下半年

景气指数

-121

2020年上半年

2020年初疫情突发，使得2020年上半年国内旅游市场的景气指数暴跌至历史最低值，疫情对原本正蓬勃发展中的国内旅游市场造成的冲击不言而喻。自2020年下半年起，国内旅游呈现明显复苏态势，疫情期间压抑许久的旅游需求在下半年集中释放，旅游市场一度再现蓬勃景象。2021年上半年国内旅游市场预期的综合景气指数为-39，较2020年上半年已有大幅度的提升。

然而不可避免的是，2020年末疫情新一轮的多点暴发仍较大程度影响了本次调查中受访者的态度。全国各地重新严控跨区域出行，尽管整体疫情形势仍在可控范围，但2021年春节假期政府倡议“就地过年”，许多民众原有春节旅行计划纷纷取消，眼下国内旅游需求暂时受到压抑。但随着人员流动性恢复，国内旅游市场依旧具备向好趋势，主要源于以下几方面因素：

国内疫情
防控成效显著

本地及周边游
成需求释放窗口

新冠疫苗的规模量产
和接种增强防疫效果

国际旅游短期内仍
被国内旅游取代

时至今日，国内旅游市场已经迈入稳步上升通道。尽管国外疫情形势依然严峻，国内疫情不时零星出现，但国内防疫形势基本面整体向好，国内旅游从业者消极情绪逐渐减弱，国内旅游市场复苏具有明确的可预见性。



受访者态度更趋谨慎保守，中短期内国内旅游市场仍将持续笼罩在疫情影响下。

Q1、基于目前发展态势，您认为对于中国国内旅游市场，新冠肺炎疫情自2021年1月起预计仍将持续影响多久？



在疫情暴发初期，受访者应对疫情的态度相对乐观。在2020年上半年的景气调查中，近八成的受访者表示影响周期将不超过半年。然而在随后一年的发展中，国内的疫情形势虽然得到有效控制，但疫情对国内旅游的影响并未如愿停止，疫情小范围暴发的不确定性更让旅游业随时暴露于瞬间停滞的风险之中。因此，**尽管一年过去，旅游从业者对于疫情的态度反而更加谨慎和保守。**

27%的受访者认为国内游市场受疫情的影响是短期的（1至3个月），在全国疫情得以良好控制的情况下，也仅仅比2020年的调查出现了微幅提升。35%的受访者认为疫情影响将继续持续4至6个月。仍有36%的受访者认为疫情影响将会是中长期（6个月以上），预测一年内也无法改善的受访者占比高达21%，甚至较上次调查结果还呈现了显著上升。在疫情的长时间影响下，一部分旅游从业者已经做好持久战的心理准备。

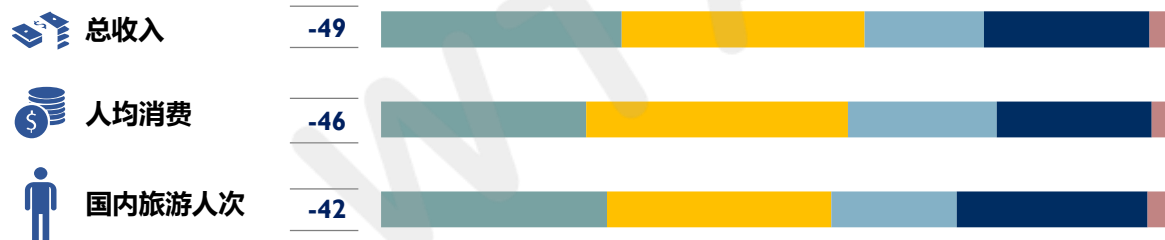
“新冠”无论是波及范围还是对社会经济格局的影响都是空前。截至本报告撰写时，国内多个地区仍在经历疫情的反复，国内旅游何时能再次实现全面开放仍存不确定性。



整体预期仍较悲观，从业者对自身机构业绩恢复信心相对更强；国内旅游人次恢复最具机会，但消费力恢复相对乏力。

Q2、与2019年上半年相比，请预测2021年上半年中国国内旅游市场的整体业绩表现。

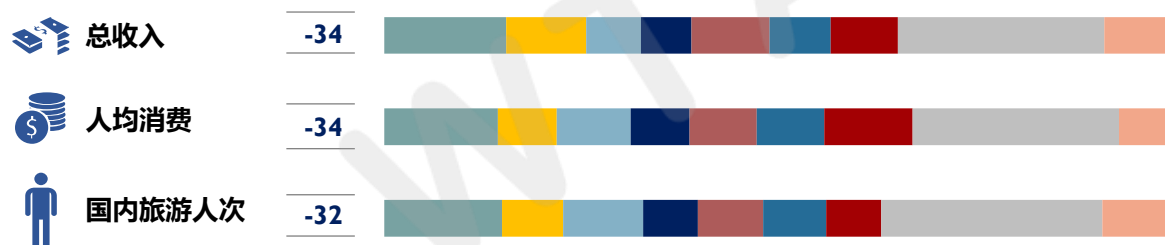
景气指数
-45



由于疫情反复以及经济低迷的影响，2021年上半年国内旅游市场的整体业绩预期依旧较为悲观。但可喜的是，对比去年同期的景气指数-120，受访者信心呈现出跨越式回升。国内旅游人次、人均消费及总收入三项指标的市场预期均较去年的调查出现显著改观。其中，旅游人次被认为是最有机会得到恢复的业绩指标，受国际疫情影响，出境旅游人群回流至国内旅游市场，助力了国内旅游人次指标的恢复。但在宏观经济形势低迷的情况下，部分居民收入下降且存在对未来失业和财政状况的担忧，消费更为理性谨慎，因此，人均消费和总收入指标恢复预期相对乏力。

Q3、与2019年上半年相比，请预测贵机构/地区2021年上半年国内旅游的业绩水平可能增长还是下

景气指数
-33



受访者对2021年上半年自身机构国内旅游业务的恢复程度同样保持谨慎态度，预期仍与2019年上半年存在较大差距。但与2020年同期相比，整体指数大涨88个指数点，相较去年同期仅不足5%的受访者预测业绩正增长，预测2021年上半年各项指标均呈现正增长的受访者占比均超过30%。同样的，国内旅游人次在三项指标中景气指数最高。相对整体市场的业绩预期，受访者对于自身机构的业绩恢复信心更强。这可能由于疫情影响已持续完整一年，旅游从业机构对应疫情常态化防控以及旅游需求变化更胸有成竹。即使整体市场难以短时间内恢复，个体机构仍然有机会顺应环境，寻找市场突破点，在危机中求得更好地生存。

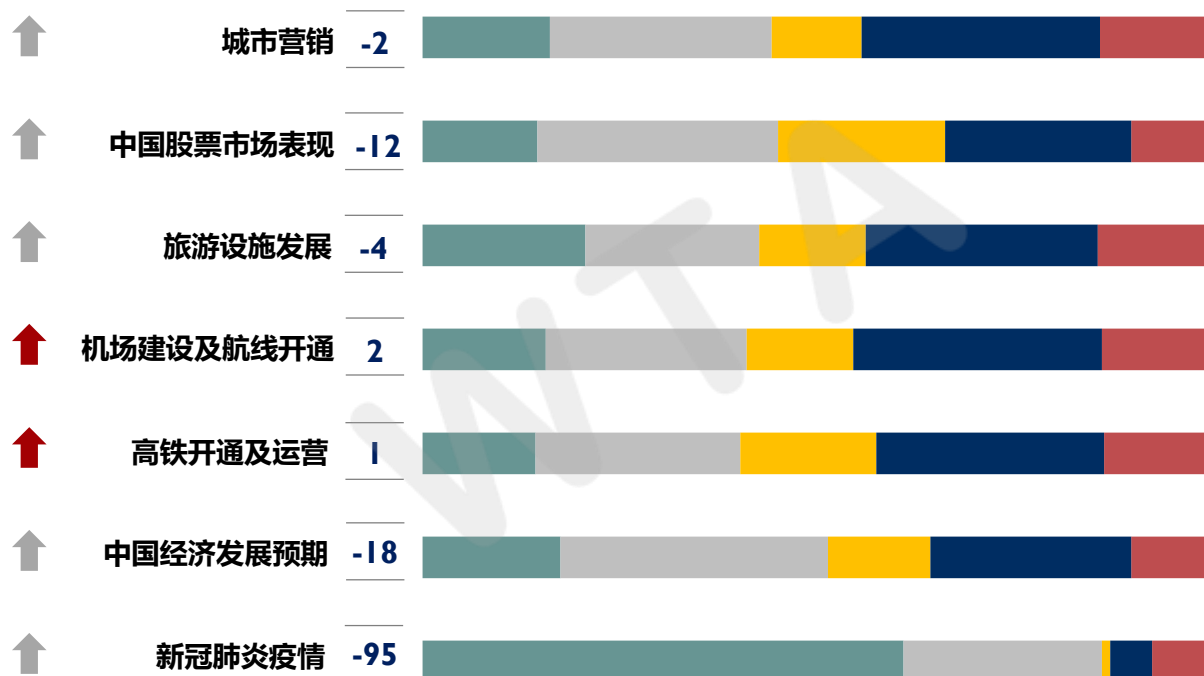
疫情依旧是阻碍市场恢复的主要因素，交通方面的改善有望显著带动国内游市场，总的来说各项因素正在稳步向好发展。

Q4、请预测以下各因素可能会对2021年上半年的中国国内游市场业绩产生怎样的影响？

景气指数

-18

严重消极影响 消极影响 无影响 积极影响 极大积极影响



备注：箭头代表与去年同期相比，2021年上半年各因素景气指数的变化趋势；其中，标红箭头以突出出现正值指数的因素。

此次调查继续将新冠肺炎疫情列入影响因素范畴。与上轮调查相比，2021年上半年多项因素的景气指数均呈现大幅回升。尽管新冠肺炎疫情仍在显著影响国内游市场，但值得欣喜的是，自疫情爆发以来，国内旅游的部分影响因素指数首次出现正值。



各项因素中，**新冠肺炎疫情**依旧被认为是影响国内旅游的最大障碍：61%的受访者认为疫情对2021年上半年国内旅游发展将继续产生严重消极影响。另外，笼罩于疫情阴影下的**国内经济发展形势**以及**中国股票市场**的不确定性，也让受访者担忧会对国内旅游造成较明显的负面影响。但是，受访者多数认为**机场、高铁等公共交通的持续改善**将成为复苏的强心剂，正向带动国内游市场。总的来说，疫情防控卓有成效，国家经济社会活动正有序恢复开展。受访者预期各因素向好发展的趋势愈发凸显。与出入境旅游市场复苏尚不确定相比，国内旅游市场正在稳步向好发展。

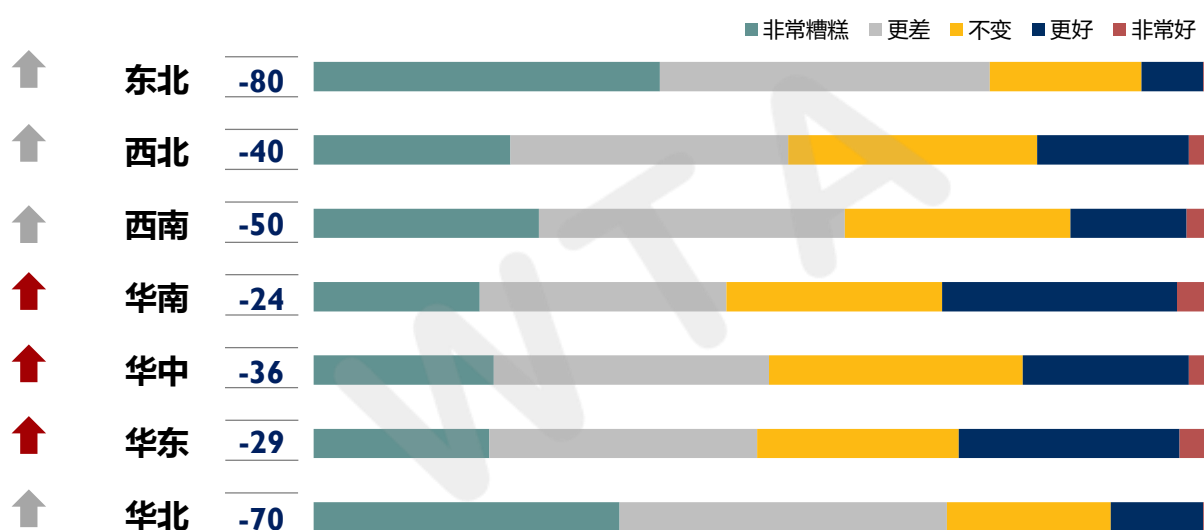
各地区作为国内游客源地的预期均出现好转；受新增本土病例影响，受访者对东北及华北地区的客源市场预期相对更消极。

Q5、与2019年上半年相比，请预测2021年上半年以下区域作为国内旅游的客源来源地预计会有怎样的表现？

景气指数

-47

疫情影响虽未消失，但受访者信心已有提振，各地区景气指数均较上次明显提升，平均景气指数已由去年同期的-97升至-47。



备注：箭头表示与去年同期相比，2021年上半年各区域景气指数的变化趋势；其中，标红箭头以突出变化幅度较为显著的区域。

东北及华北地区在此次调查中客源地景气指数排名末位。由于华北及东北地区均在冬季期间出现疫情多点爆发，针对两地区居民的出行限制较为严格。即便华北区域涵盖北京这样人口庞大的客源市场，但受访者对于该地区2021年上半年作为国内游客源地的预期仍十分悲观。

华南及华东地区作为国内游客源市场，在全国范围内相对最被看好。大湾区和长三角作为中国经济活力最强的两大城市群，常住人口规模庞大，居民消费能力强，出游意愿高。另外，两地区周边旅游资源丰富，即使在疫情出行受限的情况下，两地区的周边游、自驾游、省内游依然相对活跃。尽管两地客源地景气指数全国最高，但依旧难以达到疫情前水平。

华中地区的客源地景气指数上升幅度位列七大区域之首。华中的重要城市武汉曾是疫情首轮集中暴发的重灾区，湖北地区成为了全国防控的重中之重。随着疫情控制，华中地区已基本恢复正常生产生活。虽然受访者对于以华中旅游客源恢复仍秉承谨慎预期，但消极情绪已明显缓解。

西北及西南地区2021年上半年客源地景气指数较上轮调查均有不同程度的上升，但仍不及华南、华东及华中三个地区。与东部沿海相比，西北及西南地区经济水平尚有差距，对外交通不甚便利，民众消费力与东部地区也颇有差距。因此，受访者预期这两个地区客源市场未来半年发展将优于2020年上半年，但仍与2019年存在较大差距。

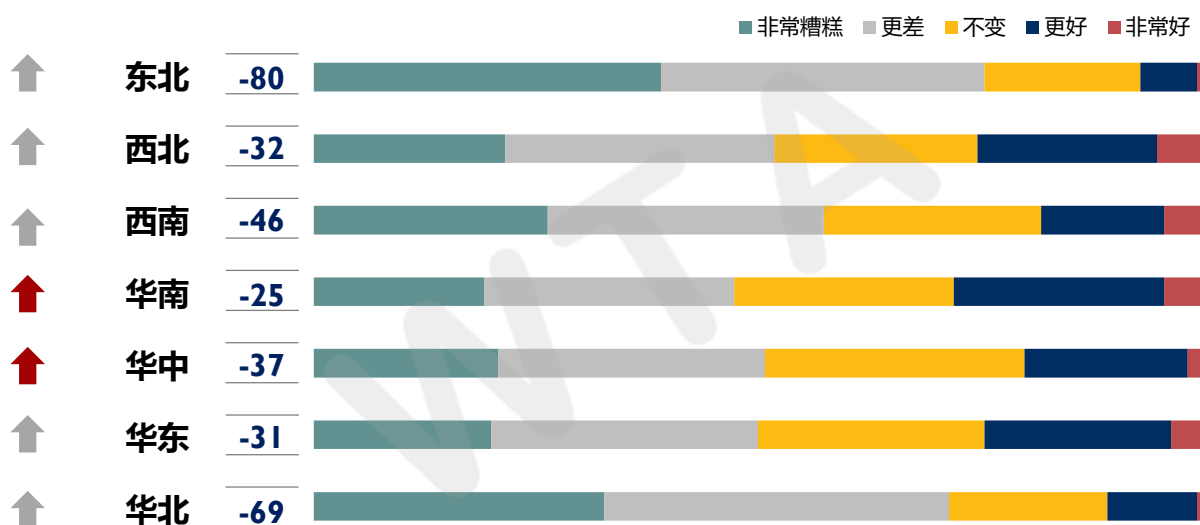
各地区作为国内游到访目的地的预期均有提升，但不同地区景气指数存在差异：华南及华东地区领跑全国，西北地区成黑马。

Q6、与2019年上半年相比，请预测2021年上半年以下区域作为国内旅游的到访目的地预计会有怎样的表现？

景气指数

-46

平均景气指数显著回升，已由去年同期-97提升至-46。受访者对于不同地区作为国内旅游到访目的地的信心，展现出较为明显的差异。



备注：箭头表示与去年同期相比，2021年上半年各区域景气指数的变化趋势；其中，标红箭头以突出变化幅度较为显著的区域。

华南地区成为七大旅游目的地之中目的地景气指数最高的地区。疫情在华南地区未出现大规模传播，温热的气候和海滨度假资源也是华南地区的核心优势。但是内陆地区疫情的起伏反复，旅游休闲等不必要的外出仍受管制，“就地过年”措施的出台影响了华南传统的春节旅游旺季。因此，华南地区目的地上半年景气指数仍为负值。

华东地区2021年上半年目的地景气指数仅次于华南地区，位列第二。丰富的旅游资源、适宜的气候条件、富庶的社会环境使得长三角地区历来是国内游重要的目的地之一。但是，本次调查期间正值上海出现疫情反复，这一定程度影响了受访者对于华东地区2021年上半年作为国内游目的地的信心。

西北地区2021年上半年目的地景气指数史无前例地进入前三行列。疫情后，西北地区成为国内旅游一匹亮眼的“黑马”。西北旅游资源丰富，但过去多作为小众旅游地。随着出境游受限，浩瀚壮丽、苍茫雄奇的大西北景致更多地闯入大众视野。疫情影响仍难回避，但在全国范围内，受访者对于西北地区目的地旅游仍相较看好。

西南地区2021年上半年目的地景气指数虽有上升，但不及全国大多数地区。西南历来是重要的全国性旅游目的地，但受访者对于西南地区未来半年的态度略显消极，我们认为主要有两大原因：1. 成都疫情对于旅游从业者信心的影响仍存余波；2. 相较更为新鲜且探索感强的西北地区，西南目的地成熟、知名度高，对复游旅客需要新的产品和体验诱导。

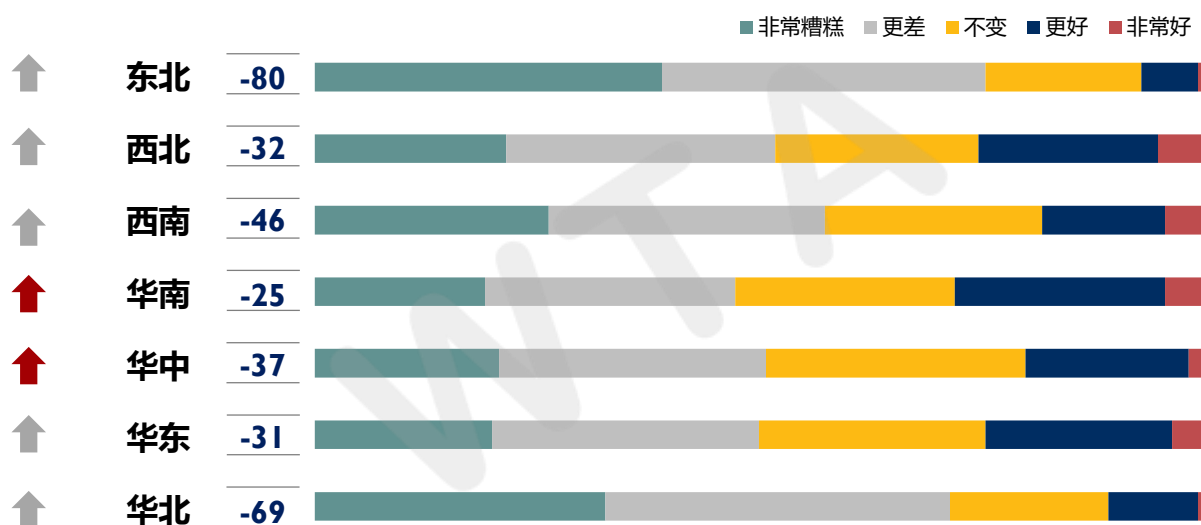
各地区作为国内游到访目的地的预期均有提升，但不同地区景气指数存在差异：华中地区好转最显著，华北及东北地区仍相对较低迷。

Q6、与2019年上半年相比，请预测2021年上半年以下区域作为国内旅游的到访目的地预计会有怎样的表现？

景气指数

-46

平均景气指数显著回升，已由-97提升至-46。受访者对于不同地区作为国内旅游到访目的地的信心，展现出较为明显的差异。



备注：箭头表示与去年同期相比，2021年上半年各区域景气指数的变化趋势；其中，标红箭头以突出变化幅度较为显著的区域。

华中地区是七大旅游目的地之中目的地景气指数增长幅度最大的地区。在现阶段华中地区疫情得以完全控制的背景下，悲观情绪已大幅缓解。多项政策利好的刺激下，华中地区的省内游、周边游活跃。长沙和恢复后的武汉也成为了热门旅游城市。尽管华中地区仍难摆脱全国范围内疫情管控的影响，但复苏信号已十分明显。

华北地区2021年上半年的目的地景气指数在各区域中排名第二末位。截至报告调查时，河北和北京正历经疫情再次冲击，受访者对华北地区作为旅游目的地的预期格外消极。本应借助冬奥会举办迎来新一轮冰雪旅游热度，由于疫情的再次爆发也未能如愿。疫情难以彻底管控仍是制约华北地区作为旅游目的地的最大障碍。

东北地区目的地景气指数在全国七大旅游目的地之中排名末位。在过去的调查中，东北作为旅游目的地长期处于排名靠后的状态。尽管东北本身具有优质的旅游资源，但整体欠缺高品质的旅游开发，除冰雪旅游外缺乏其他较具认知度的旅游吸引物。在2020年疫情的影响下，东北旅游更是一蹶不振。截至报告调查时，黑龙江、吉林、辽宁三省均再次出现疫情多点集中爆发。因此，本轮调查中近75%受访者认为未来半年东北地区作为旅游目的地的业绩表现将会“更差”或“非常糟糕”并不令人意外。

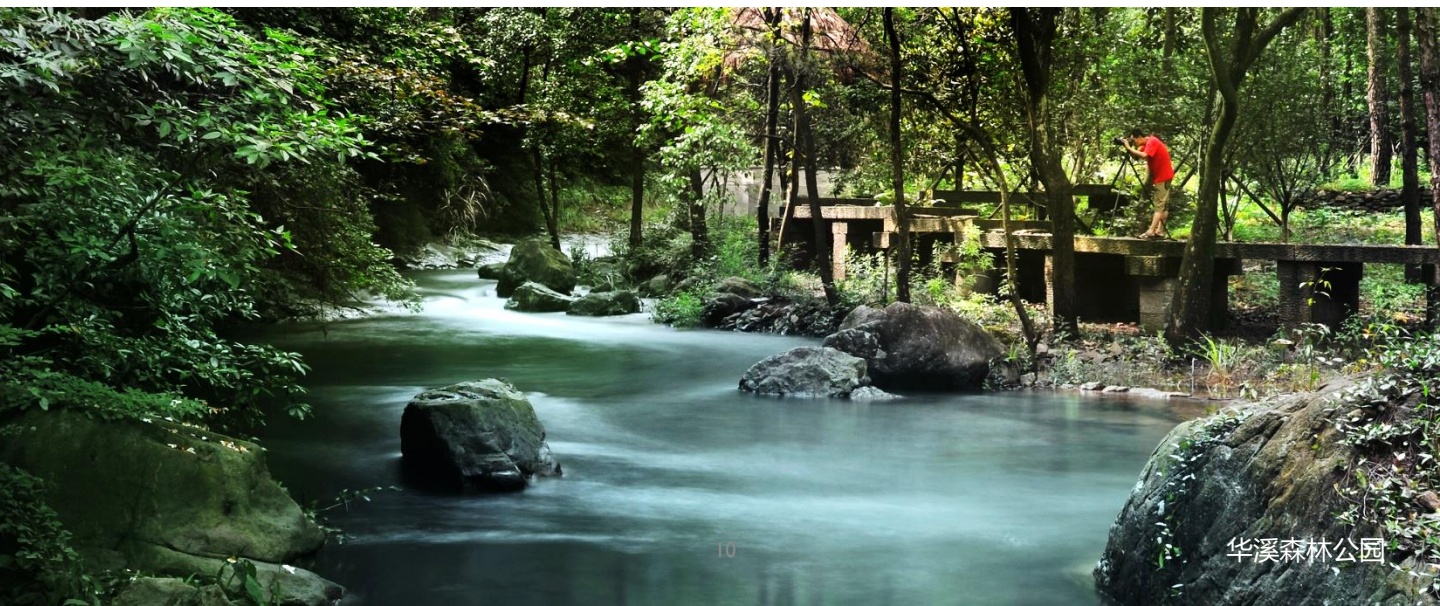
结语

截止报告撰写完成时，新冠疫情暴发已有完整一年，其对社会经济带来深远影响，国内旅游市场经历了断崖式下跌。但纵观2020年，国内疫情防控在2020年下半年内获得良好的成效，国内旅游市场预期恢复的信心也逐步建立和提升。但是，持续严峻的国际疫情形势以及2020年末国内突发的多轮本土疫情反弹，仍在制约着国内旅游市场实现全面恢复。因此，景气调查中的**各指标已明显优于去年同期，但仍与疫情前水平存在较大差距。**

从持续时长来看，超过6成受访者认为疫情影响基本可在半年内结束，但仍有相当数量受访者悲观地认为影响周期将会更长。从业绩指标上看，受访者普遍对国内旅游人次的预期积极，同时，对自身机构的预期较整体市场信心更强。从影响因素上看，新冠肺炎疫情仍被认为是最不利的因素。国内各区域作为客源地和目的地的景气指数均较2020年呈现大幅度上涨。经济发达、旅游资源丰富且疫情防控相对较好的华南及华东地区最被看好，疫情多轮反复的东北及华北地区预期最为消极。由此可见，区域旅游业的恢复预期与当地防疫成果息息相关。

展望未来，得益于中国更加丰富和完备的防疫经验以及疫苗逐步普及使用，**国内旅游市场将大概率呈现稳定复苏态势。**值得注意的是，在上半年重要的小长假-传统春节假期来临之时，“就地过年”倡议提出，短时间内旅游需求再次受到压制。但是从积极方面看，一旦疫情形势趋于好转，需求可能再次“报复性回弹”。鉴于现阶段国外疫情发展尚不可控，出入境旅游全面停滞，出境游客源回流至国内的状态仍将延续。**“内循环”模式完全主导将是中国旅游业在未来一段时间的常态。**

在疫情尚未远离之时，旅行者将更为关注旅行公共安全，在防疫心理以及非必要不出行的倡导下，人们将愈发注重短途周边游和本地休闲游。从需求层面，国民的旅游需求已然趋于更追求品质、更愿意发掘隐秘、小众和极致体验。从供给层面，随着出境游归零，更具眼界和支付力的旅游人群将眼光投向国内，促使旅游市场供给端品质升级，众多更新换代旅游度假产品正应运而生。我们相信，疫情带来的冲击终会过去，在经历此次疫情的浴火淬炼之后，中国旅游产业将有机会实现结构性调整和重塑，庞大的内生市场也将为产业发展带来强劲动力。



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。

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40个国家和地区的211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！

进一步了解浩华，请访问www.horwathhtl-cn.com及www.chatchina.com.cn，并关注微信公众号CHAT资讯。

声明

《2021年上半年中国国内旅游市场景气报告》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《2021年上半年中国国内旅游市场景气报告》（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，需注明信息来源于世界旅游联盟与浩华联合发布的《2021年上半年中国国内旅游市场景气报告》。

