



WORLD TOURISM ALLIANCE



Horwath HTL 浩华

2021年7月发布

2021/下 中国国内旅游市场 景气报告



太阳岛雪雕

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



伏尔加庄园



波塞冬海洋王国

《2021年下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爆发，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，2020年下半年至2021年上半年，国内旅游市场呈现积极复苏态势。然而截至2021年7月，国际疫情形势仍不容乐观，疫苗的普及未能完全消灭新冠病毒，多地再现输入性疫情小规模暴发，国内旅游市场的复苏之路仍面临一些不确定因素。

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，在全球范围内第六次发布《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、四川省文化和旅游厅、黄山市文化和旅游局、中国航空运输协会、中国旅行社协会、携程集团、爱彼迎、途牛旅游网、同程网络科技股份有限公司、穷游网、桂林唐朝国际旅行社有限责任公司、湖南省旅游协会、湖南省旅游饭店协会、中青旅联科（北京）公关顾问有限公司、纵横美洲、喜悦假期、阡鹿旅游、八大洲旅游、自在之旅、鸿鹄逸游、美团、纯旅行、非凡国旅、途风网、腾轩旅游集团、优途中国、优胜旅行、悦旅环球、深蓝旅行、博闻天下、北京新日国际旅行社有限公司、D-LUX旅行等单位的大力支持。本期报告的图片由哈尔滨市文化广电和旅游局提供，在此表示特别感谢！

背景介绍

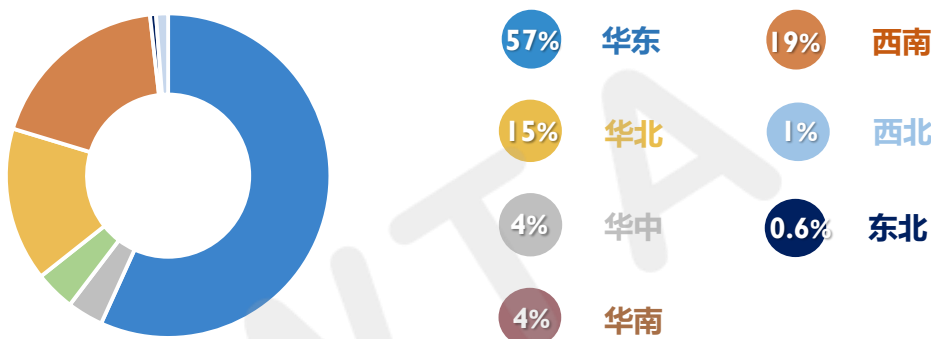
从2020年下半年开始，国内疫情形势企稳，虽有局部本土疫情的小规模复发，但人民生产和生活基本恢复正常，加之新冠疫苗的逐步普及，国内旅游整体呈现出良好的复苏增长态势。然而，2021年国际疫情形势仍不乐观，输入性疫情风险依然存在，新冠疫情的阴影尚未完全消散，本次景气报告调研正时值于此。自《2020年上半年中国国内旅游市场景气报告》起，报告新增了针对疫情的专项调查问题，本次景气报告也再次涉及这类问题，旨在帮助中国旅游从业者更好地了解疫情影响的动态变化，从而对国内旅游市场业绩发展做出合理的判断和预测。

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。

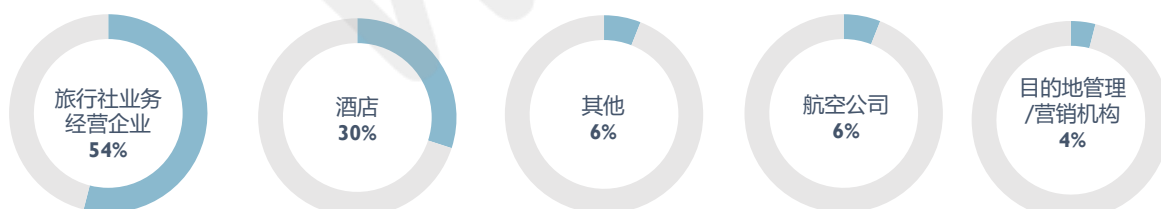
每项问题所呈现的景气指数都反映了市场对整体业绩表现的期望值。该指数的范围在-150至+150之间，其中“-150”表示市场对预期业绩表现非常悲观，“0”表示对业绩预期持中立态度，“+150”则表示市场的预期值十分乐观。在此次调查中，各受访旅行机构以2019年下半年业绩为基准对2021年下半年业绩进行了预期比较，同时判断了导致预期变化的主要因素，并对主要客源地市场和到访目的地市场的未来前景进行了展望。

此次调查是浩华管理顾问公司和世界旅游联盟第六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年下半年景气调查的研究成果，共收到来自全国20个省、直辖市和自治区的**502份**有效国内旅游市场调查问卷。本次调查问卷截止于2021年7月6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



2021年下半年



2021年上半年



2020年下半年

随着国内疫情形势的好转，国内旅游景气指数呈现逐步回暖的趋势。虽自2020年下半年以来，国内局部地区仍有小规模疫情出现，但全国整体防疫形势稳固，疫情防控常态化已融入居民日常生活中，对旅游行业的强烈负面影响也逐步消散。2021年下半年国内旅游市场预期的综合景气指数为-30，虽然仍为负数，但已是2020年疫情爆发以来的最高值，较2020年同期显著回升。

然而不可避免的是，尽管国内疫情基本清除，但国际疫情形势仍不容乐观，尤其是各型变异毒株的出现导致输入性风险依然存在，国内旅游市场也难以回避。但值得欣慰的是，在党和政府的努力推动下，全国疫苗覆盖率有望在2021年底前达到80%，预计未来国内旅游受疫情的影响程度将进一步减弱。整体而言，2021年下半年国内游市场具备向好趋势，主要源于以下几方面因素：

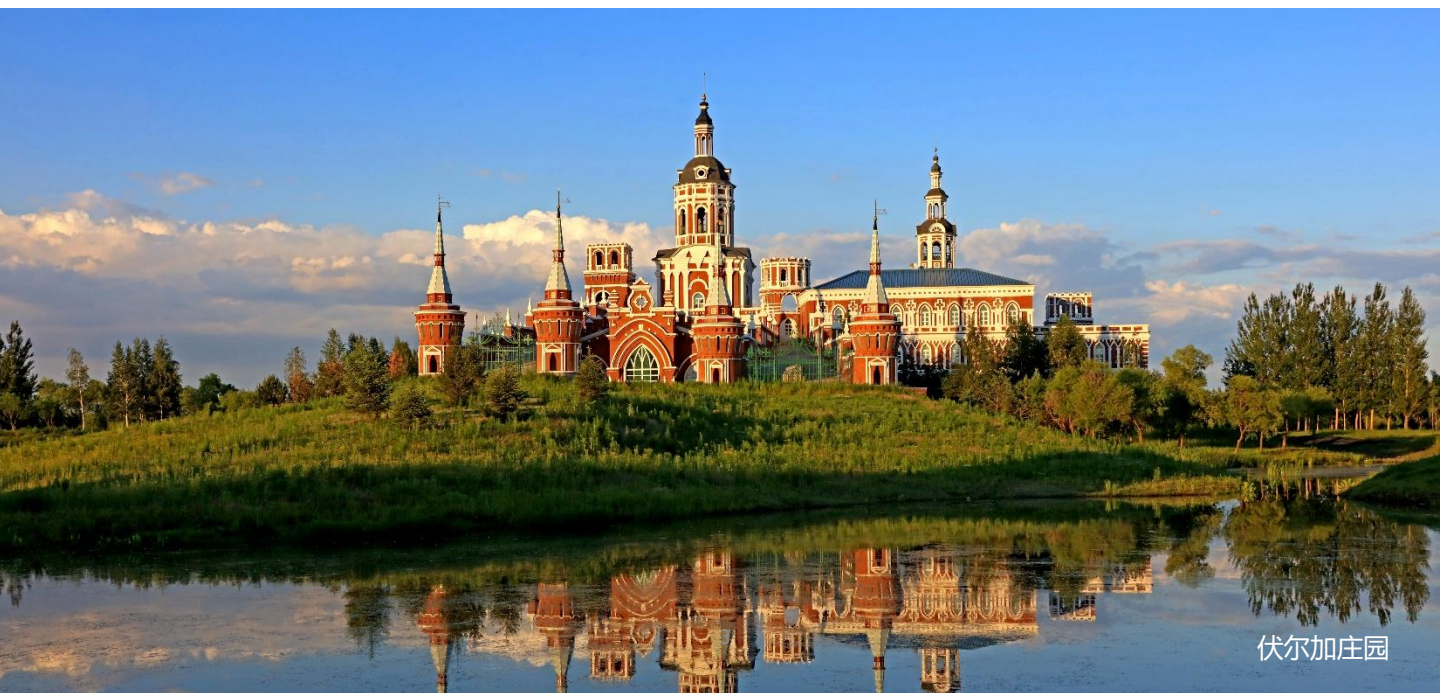
国内疫情形势
整体向好

国际旅游仍
受到较多限制

新冠疫苗覆盖率
提升

旅游部门/机构
的积极推动

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缓解，国内旅游市场复苏具有明确的可预见性。



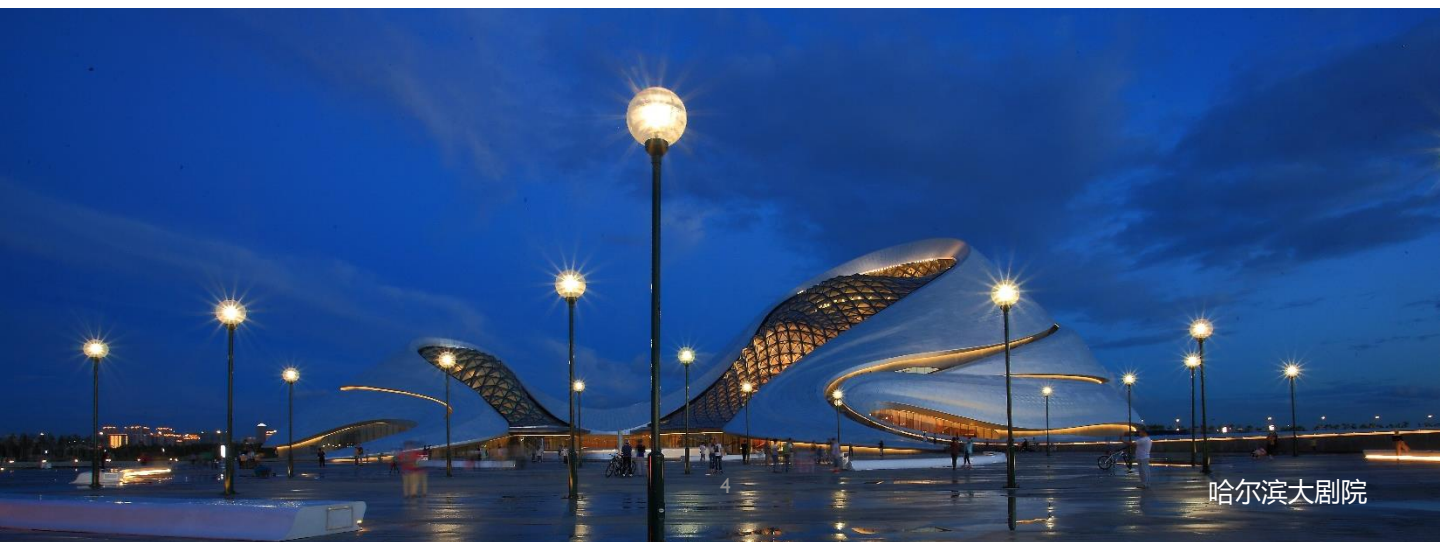
大部分受访者表示新冠疫情对于机构业绩产生了负面影响，但少部分受访者幸运地因疫情有所收益

Q1、您认为新冠疫情对于贵机构业绩表现产生何种影响？



本次调研中，绝大部分的受访者表示新冠疫情给他们带来了消极影响，但值得注意的是，有19%的受访者表示疫情给他们带来了积极的影响，他们正是巧合地顺应了时代变化的幸运者。在新冠疫情爆发初期，整体旅游业按下暂停键，从业人员瞬间跌入无助和迷茫的境地，大家都寄希望于疫情早日结束，行业重回正轨。但随着疫情影响愈发漫长，疫情防控逐步转向常态化，旅游从业人员也渐渐从寄希望于外部环境的改变，转变为主动谋求既定商业模式的变革，以变制变，变中求生。

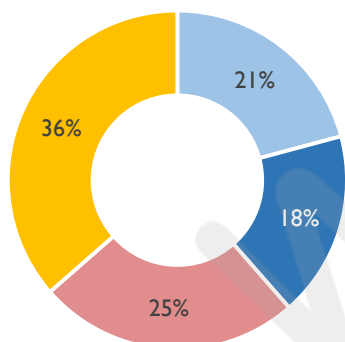
2020年下半年，三亚旅游市场意外爆火，以往选择出境游的高端消费客群纷纷转投国内旅游目的地，给阴霾下的国内旅游市场带来一丝曙光。这类高端消费者习惯了国际化的服务标准，因此他们的回流也对国内相关旅游服务机构提出了更高的要求。而能够灵活调整产品结构，提供高品质、定制化，私人化贴心服务的机构，大多成为了这场变革中的胜利者。新冠疫情也推动了大众对日常生活有所反思，疫情后大家更有意愿进行旅游这类体验型的消费，因此，除高端度假市场外，城市周边游、自驾游、乡村生态休闲游等市场也迎来了蓬勃发展。可以说，能够快速捕捉市场最新动态，聚焦市场需求，重视产品品质和服务的国内旅游机构反而在“后疫情时代”迎来了春天。



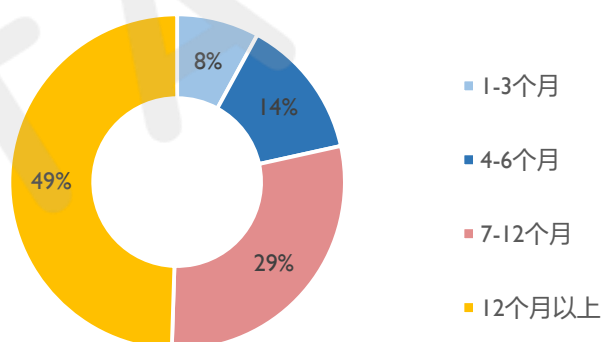
不论是积极影响或是消极影响，大部分受访者预计疫情对机构业绩的影响仍将持续半年以上

Q2-Q4、基于目前发展态势，您认为对于贵机构业绩，新冠肺炎疫情自2021年7月起预计仍将持续影响多久？

认为新冠疫情带来积极影响的受访者



认为新冠疫情带来消极影响的受访者



截至本报告撰写时，疫情已经持续长达一年半的时间，目前国内疫情形势虽然得到有效控制，但国际疫情形势变化莫测，外部输入风险仍然存在，不确定因素众多，因此旅游从业者大都拉长了对疫情持续时间的预判，本次调研中超过七成受访者认为机构业绩将会受到疫情中长期影响（7个月以上），这一比例较2020年同期上涨近40%。

同时，我们发现对疫情持不同态度的受访者在预判疫情持续影响时间时也产生了一定分歧。绝大部分认为疫情给其机构业绩带来消极影响的受访者表示其机构业绩将会受到疫情中长期困扰（7个月以上），其中仅有22%的受访者认为疫情影响的持续时间不会超过半年；相对的，认为疫情给其机构业绩带来积极影响的受访者中有39%认为疫情影响的持续时间不会超过半年，其中超过半数人表示影响时间不会超过3个月。造成这样差别的原因主要是两者的认知视角有所不同：对于疫情影响持消极态度的受访者而言，疫情是宏观影响因素，不可控性强，因此认定负面影响将较长时间持续；但对于疫情影响持积极态度的受访者而言，他们认为疫情带来的积极影响属于非持久性的短期红利，持续性较弱。但整体而言，多数受访者都认同疫情不会在短期内消散，且会对其机构业绩产生中长期影响。

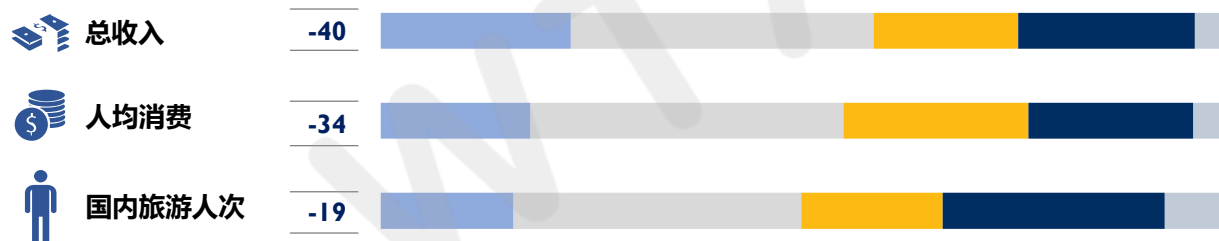


消极情绪进一步缓解，受访者对自身机构业绩恢复信心较强；国内旅游消费最具活力，但消费水平相对受限。

Q5、与2019年下半年相比，请预测2021年下半年中国国内旅游市场的整体业绩表现？

景气指数

-31

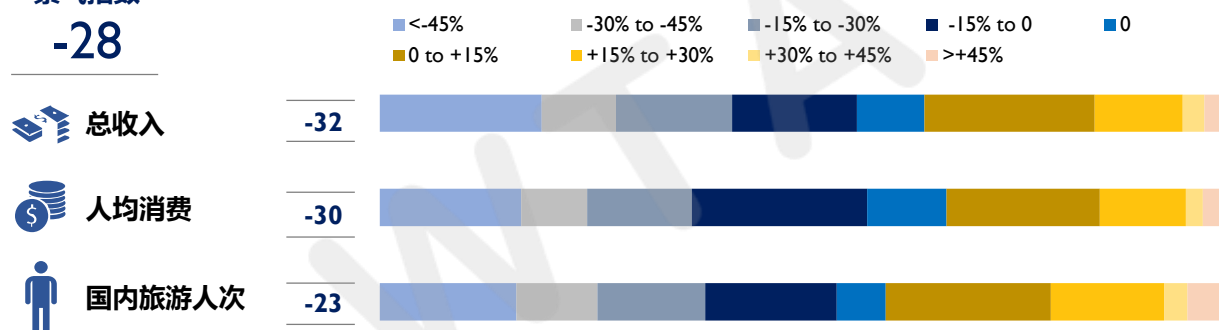


2021年国内疫情防控形势良好，尚未有大规模的疫情爆发，加之全国疫苗的接种覆盖率不断提高，国内旅游市场的业绩景气指数呈现稳步上升的态势。尽管如此，新冠疫情的阴影仍未完全消散，受访者对于2021年下半年的国内游市场整体业绩水平维持谨慎悲观的态度。与上一轮调研结果相似，本轮调研中，旅游人次依旧被认为是恢复潜力最大的业绩指标，这主要受益于出境游市场需求回流的利好。但整体经济环境在多重因素下受到明显影响，导致部分居民对于未来的收入预期有所下调，消费意愿和消费力有所收缩，这一定程度上削弱了消费市场需求动力，因此，受访者普遍预期人均消费和总收入指标的恢复乏力。

Q6、与2019年下半年相比，请预测贵机构/地区2021年下半年国内旅游的业绩水平可能增长还是下

景气指数

-28



机构景气指数较上半年指数微涨5个指数点，相较去年同期则实现了较大幅度增长，其中国内旅游人次同样是各受访机构预计下半年恢复情况最好的指标。值得欣喜的是，相对整体市场的业绩预期，受访者对于自身机构业绩恢复的信心更强，说明国内旅游市场复苏的情况有机会优于市场整体预期。由于市场是由一个个小的个体构成的整体，因此市场反馈通常会晚于个体变化，而受访者对于自身机构业绩的预期更能反映市场最新的变化趋势。本轮调研中，有33%的受访者表示自身机构2021年下半年的三项业绩指标均会较2019年同期实现正增长，国内旅游业复苏的曙光已然显现，而个体机构在危机中所做的各种努力在其中起到了至关重要的作用。

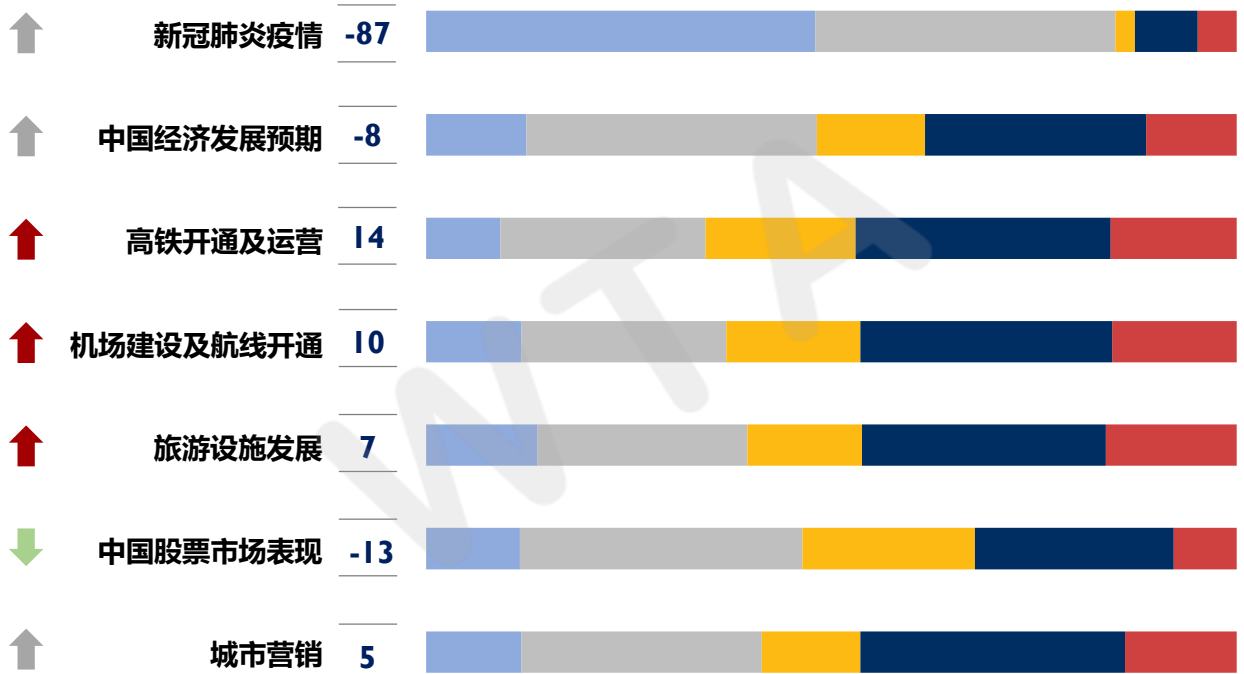
旅游基础设施的改善以及城市营销的加强被认为是影响国内游市场业绩复苏的积极因素。

Q7、请预测以下各因素可能会对2021年下半年的中国国内游市场业绩产生怎样的影响？

景气指数

-10

■ 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：箭头表示与上一次调研相比，2021年下半年各区域景气指数的变化趋势；其中，标红/绿箭头为变化幅度较为显著的因素。

延续上一轮调查的复苏态势，2021年下半年除中国股票市场表现以外的因素的景气指数均有所回升。高铁开通及运营、机场建设及航线开通，旅游设施发展以及城市营销这四项指标的景气指数出现正值。



新冠肺炎疫情无疑是旅游市场复苏的主要阻碍，其产生的消极影响也十分深远，直至本次调查，新冠肺炎疫情的影响指数仍在-87这样的低位。但危机中求存思变，不可否认疫情某种程度上也成为了国内旅游市场转型升级的催化剂。相对而言，国内经济发展预期以及中国股票走势未来仍不明朗，受访者普遍担忧其会对国内旅游造成一定的负面影响。受访者普遍认同机场、高铁以及旅游设施的持续改善，以及各城市开展的城市营销活动将对国内游市场的复苏起到了积极的带动作用，这些方面的加强无疑会为国内旅游业的长远发展打下坚实的基础。

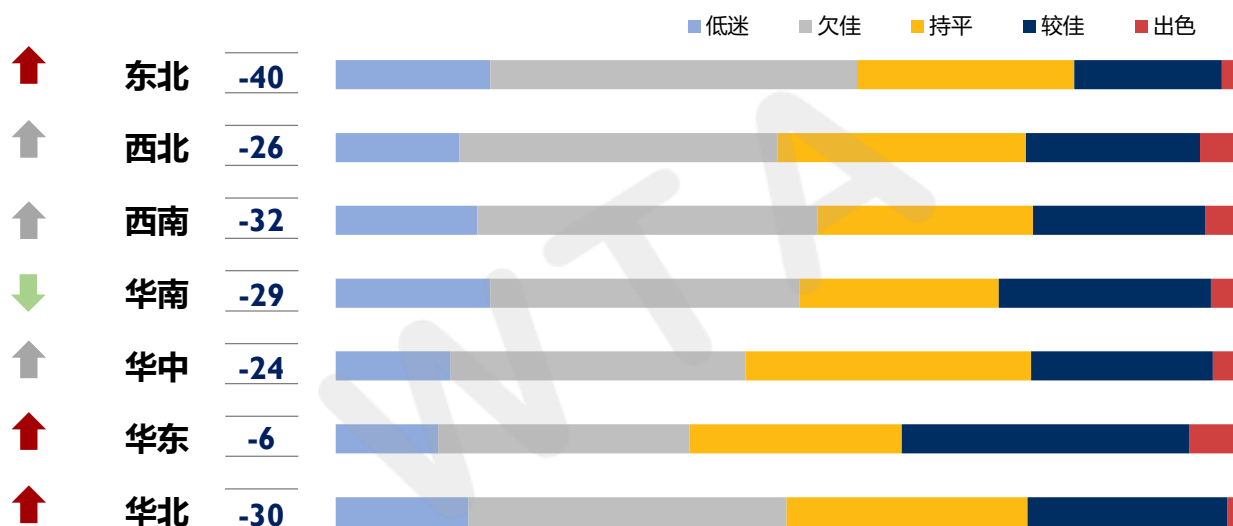
除华南地区外，各地区作为国内游客源地的预期均出现好转；受输入性本土疫情影响，受访者对华南地区的客源市场预期较为消极。

Q8、与2019年下半年相比，请预测2021年下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

-27

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-47升至-27。



备注：箭头表示与上一次调研相比，2021年下半年各区域景气指数的变化趋势；其中，标红/绿箭头为变化幅度较为显著的区域。

东北地区在此次调查中客源地景气指数依然排名末位，但较2021年上半年已有明显提升。在强有力的管控措施之下，东北地区的出行自疫情以来一直受到诸多限制，但预计2021年下半年随着疫情形势的缓解，该客源市场的需求有望得到一定释放。

华南地区受疫情影响，景气指数小幅下滑。大湾区作为中国发展最为迅速的区域之一，居民消费能力以及消费意愿均较强，但由于本次调研的节点正好与广深地区德尔塔变异毒株输入性疫情的发生时点重合，因此受访者对于华南地区的信心普遍受到了一定影响。但不可否认的是华南地区一直是国内游的主要客源地之一，预计在摆脱短暂疫情的影响之后将迎来较为明显的复苏。

华东地区的客源地景气指数再次位列七大区域之首。长三角是中国经济活力最强的城市群，常住人口规模庞大，民营经济发达，居民消费能力强，出游意愿高，时间相对灵活。与此同时，周边旅游产品供给十分丰富，因此在疫情趋缓的大背景下呈现出强大的恢复力，预期周边游、自驾游、省内游出行活跃度均将有较为明显的提升。

其他地区2021年下半年客源地景气指数较上轮调查均有不同程度的上升，但与华东地区仍有差距。华中、西北及西南地区地处内陆，而华北地区除北京外经济发展水平与东部沿海地区仍存在差距，区域内民众消费力水平偏低，因此作为国内游客源地市场，受访者对于这三个区域秉持了相对谨慎的态度。

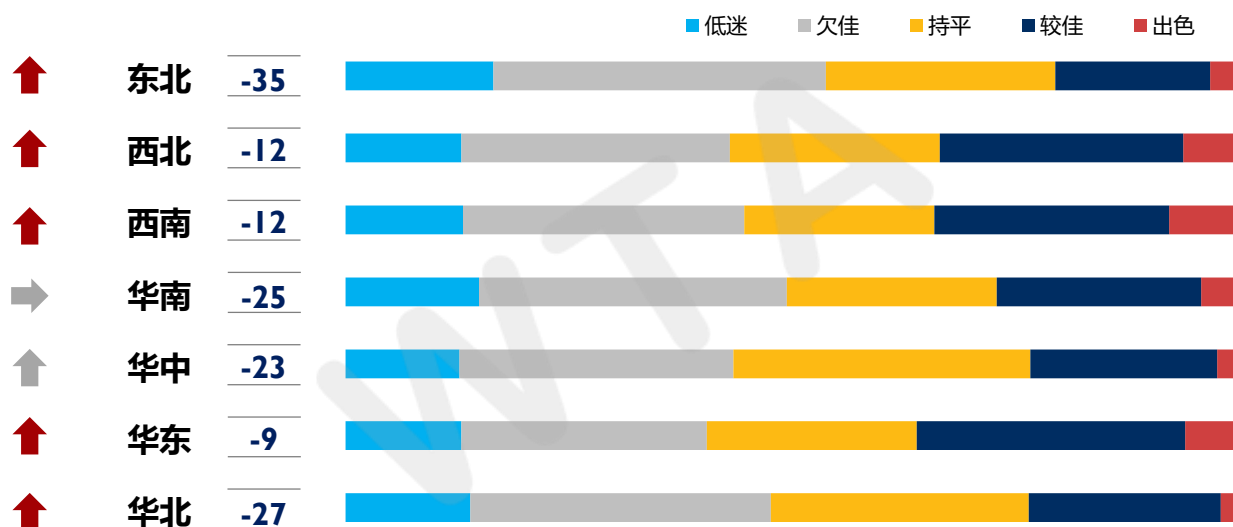
除华南地区外，各地区作为国内游到访目的地的预期均有提升：华东地区领跑全国，西南和西北地区景气指数较高。

Q9、与2019年下半年相比，请预测2021年下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

-20

平均景气指数显著回升，已由去年同期-46提升至-20。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：箭头表示与上一次调研相比，2021年下半年各区域景气指数的变化趋势；其中，标红箭头为变化幅度较为显著的区域。

华东地区目的地景气指数位列七大地区之首。

华东地区旅游休闲度假产品丰富，且开发成熟度高，同时具有毗邻长三角城市群这一中国最大客源地的地理优势，是周边游的首选目的地之一，因此受访者普遍认为其将成为2021年下半年复苏情况最好的国内旅游目的地区域。

西南及西北是本次调研中景气指数增长幅度最大的地区，景气指数并列第二。

西南地区坐拥独特的旅游资源，一直是中国最热门的远途旅游目的地之一，旅游产业的发展较为成熟；而西北地区近年来也开发了多条小众旅游线路，对于追求新鲜感和探索感的新一代消费者具有很强的吸引力。在国门再次开放前，受访者普遍对于西南和西北这两个远途目的地保有相对乐观的态度。

东北及华北地区2021年下半年目的地景气指数

虽有上升，但仍排名末位，这一方面是由于东北和华北地区旅游业发展程度和目的地营销市场化程度较华东等地稍逊一筹；另一方面则是由于疫情期间这两个区域均采取了较为严苛的防控手段，对于旅游业相关从业者的信心造成严重打击，因此即使步入疫情平稳期，受访者依然对这两个区域秉持较为审慎的态度。

华南地区受区域性疫情影响，目的地景气指数

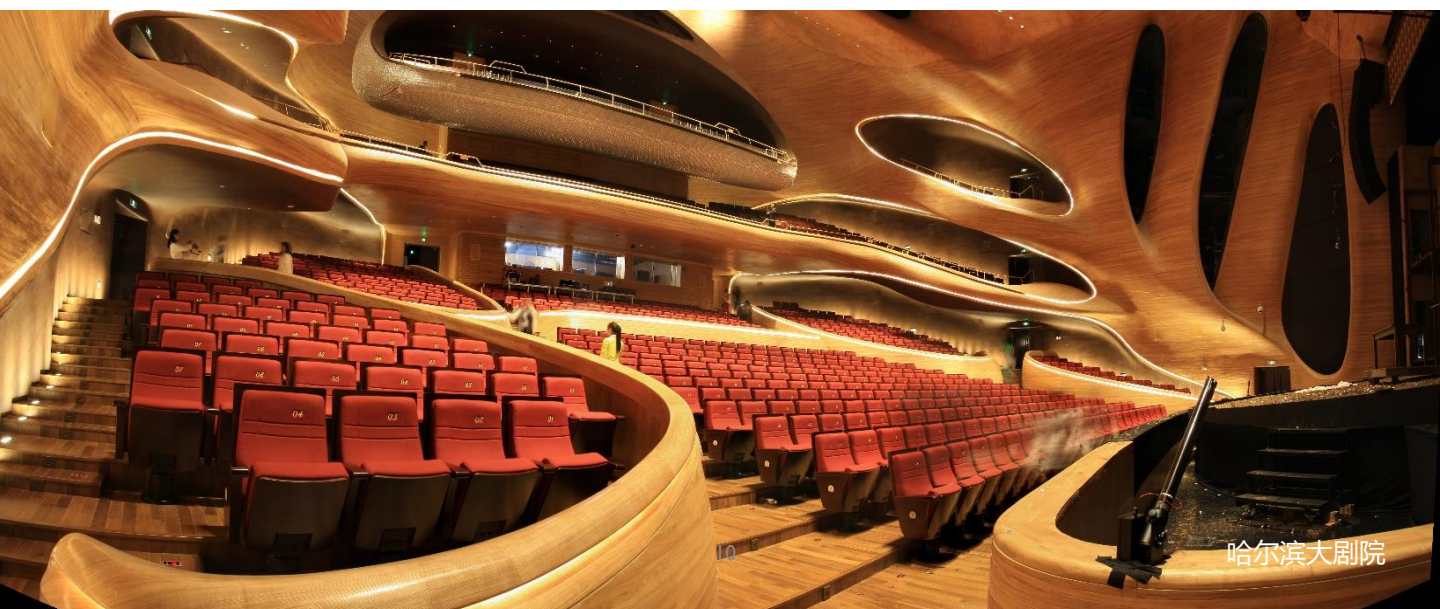
维持不变。作为上一轮调研中目的地景气指数最高的区域，华南地区在此轮调研中明显受到广深两地局部疫情复发的影响，成为唯一一个目的地景气指数没有上升的区域。由此可见，旅游业的复苏进程仍将持续受制于疫情的发展形势。

结语

新冠肺炎疫情自2020年下半年基本得到控制后，截止报告撰写完成时，在国内已平稳发展了近一年的时间，虽期间偶有区域性的小规模暴发，但随着疫苗普及率的提升，**新冠疫情对社会的影响呈现稳步减弱的趋势，国内旅游市场的信心得到逐步恢复和建立**。但是，国际疫情的发展形势依旧不容乐观，新冠肺炎病毒未来将如何变异和传播仍是未知数，国内旅游市场的全面恢复依然受到不确定因素限制。因此，景气调查中的各指标虽然总体呈现上升趋势，但仍与疫情前水平存在一定差距。

从新冠疫情对旅游机构业绩造成的影响来看，近八成受访者表示其所在机构业绩受到了负面的影响，同时也有近两成受访者认为疫情为机构业绩带来积极影响。从持续时长来看，超过七成受访者认为机构业绩将会受到疫情中长期影响（7个月以上），但对疫情影响持有积极态度的受访者普遍认为机遇窗口期较短。从业绩指标上看，受访者普遍预期国内旅游人次的恢复优于人均消费和总收入的恢复，同时，对自身机构的业绩预期较整体市场信心更强。从影响因素上看，高铁开通及运营、机场建设及航线开通，旅游设施发展以及城市营销这四项指标被认为是影响国内游市场业绩复苏的积极因素，而新冠肺炎疫情仍被认为是最不利的因素。从国内旅游的客源地市场来看，华南地区受本土疫情小规模暴发的影响，景气指数小幅下降，其他地区景气指数均有小幅回升。从国内旅游目的地来看，除华南地区外其余区域景气指数均出现上涨，但仍旧难以恢复至2019年的水平。根据国内不同地区自2020年开始景气指数的波动情况不难看出，**各地区旅游业的复苏与发展与全国整体态势有一定呼应，但仍主要受到本地疫情形势的影响**。

整体而言，**国内旅游市场呈现积极复苏态势**，而国外疫情形势在中短期内仍不容乐观，出入境旅游恢复希望渺茫，**旅游“内循环”模式有望在较长时间内持续**。本轮调研中我们发现一部分受访者对疫情影响抱有积极态度，这些幸运者成功的秘诀就在于及时适应形势变化，摒弃传统经验带来的固有认知，抓住疫情背后的机遇，通过对市场变化情况的敏锐洞察，迅速布局率先复苏的领域，调整流程与产品，最终实现逆风翻盘。事实上，**疫情确实给整体旅游业造成了强烈冲击，但不破不立，破而后立**，某种程度上**疫情也为旅游业带来了结构性调整、重塑和升级的机遇**。我们有理由相信，在经历了疫情的淬炼之后，中国国内旅游行业将走上一条更高品质、更健康的发展之路。



哈尔滨大剧院

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，其中近2,000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年下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年下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年下半年中国国内旅游市场景气报告》。



圣·索菲亚教堂