WORLD TOURISM ALLIANCE

Horwath HTL 浩華

2023年9月发布

2023/下

中国入境旅游市场景气报告

目 录

前言	03
样本说明	04
背景介绍	05
景气分析	06
结语	14
声明	17

前言

2023年伊始，伴随着中国全面开放入境措施，以及鼓励入境的利好政策相继出台，新冠疫情封控时代正式落下帷幕。在航班运力有序恢复、签证政策优化，及产业链重组等一系列积极导向下，入境旅游开始缓慢复苏。2023年上半年，我国入境人次有所回升，总计为1,800万人次，但仅恢复至2019年同期的12%，入境旅游市场恢复仍道阻且长。

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入境游市场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，在全球范围内第六次发布《中国入境旅游市场景气报告》。

本次调查在问卷发放、回收和访谈过程中得到了中国旅行社协会及中国旅行社协会相关会员单位等的大力支持。本期报告的图片由浙江省文旅厅提供，在此表示特别感谢！

背景介绍

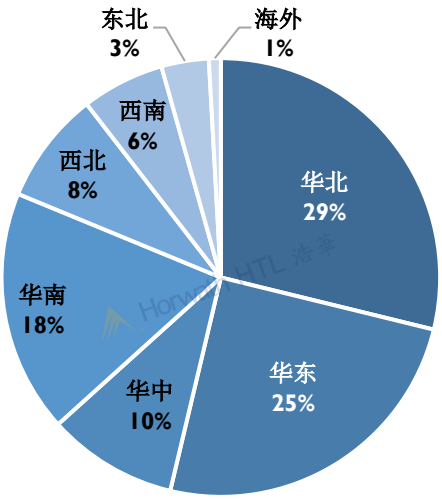
受行业寒冬影响，暂停更新两年的《中国入境旅游市场景气报告》在2023年上半年得以重启。本次下半年景气调查致力于观测入境旅游市场历经半年修复后的情况，涵盖的五个问题旨在了解市场对于入境游人次、人均消费和总收入水平在2023年下半年的发展预期。为了更好地分析和比较中国各地区及城市的入境游市场，我们用特定的景气指数模型量化了受访者反馈并以指数形式呈现，以便更直观地反映受访者对入境游市场的预期。

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，各受访旅行机构以2019年下半年的实际业绩为基准，对2023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。

样本说明

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入境游市场实施的景气调查。本次报告汇总了2023年下半年入境旅游市场景气调查的研究成果，共收到来自全国26个省、直辖市、自治区，以及2个海外地区的346份问卷。

有效样本区域分布



有效样本机构类型

6% 目的地管理/营销机构

64% 旅行社业务经营企业

1% 酒店　　1% 航空公司/机票代理

28% 其他（高校/旅游组织/机关单位）

注明: 问卷收集日期为 2023年06月28日 至 2023年07月26日。

入境游恢复不如预期，市场态度愈发谨慎

2023年新春伊始，随着一系列防疫政策的优化调整，入境游终触底反弹。回顾2023上半年，积压三年的入境需求集中释放，入境游市场恢复初期，从业者对于入境旅游的恢复抱有极大期望，上半年景气指数飙升至15。

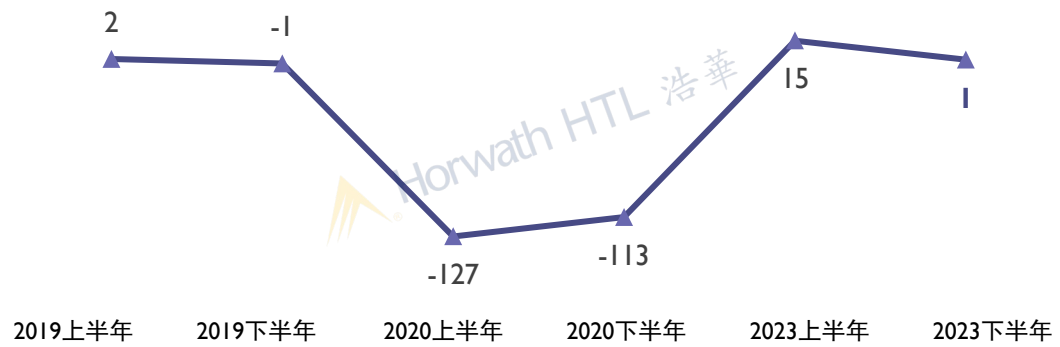
然而从市场恢复实情来看，2023年上半年无论是入境人次、入境游创收回弹幅度，还是行业产业链的修复速度，均远低于年初的预期。上半年入境市场恢复缓慢的现状也负向影响了下半年的市场信心。从2023年下半年调查结果来看，综合景气明显回落，指数指标下降到1，主要原因有二:

入境旅游市场积弊已久：中国自然山水以及千年文化闻名世界。然而，在入境游产品体系与品质的不足，及世界级旅游目的地形象不明晰等因素影响下，入境游在疫情前即呈现下行趋势，入境游市场发展困难重重。

行业生态链修复仍需时间：受国际航线修复困难影响，当前入境中国的航班数量少且价格高，影响入境游意愿；其次，中国入境签证审核较为严格，部分想要入境的游客望而却步；此外，行业在疫情冲击后，完善入境游上下产业链尚需时间，从签证、入境便利性、交通、产品、人才等各方面均需要系统筹划。

尽管从业者对于2023年下半年入境游市场景气预期远不如上半年，但市场平均景气指数已与疫情前水平相似。这表示在国家振兴入境游的旋律下，随着政策放宽、国际赛事举办、旅游产品体系重塑、质量提升等利好因素的影响，从业者相信入境游市场仍有一定良好机遇。

综合景气指数



景气指数

-1

与2019年下半年相比，请预测2023年下半年中国入境游市场的整体业绩表现？

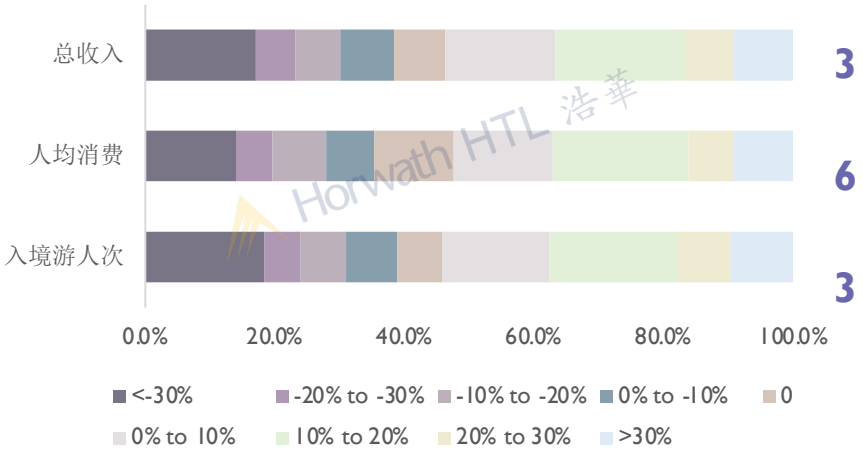
入境游整体业绩

各项业绩指标均为负值
入境游市场恢复前路漫漫

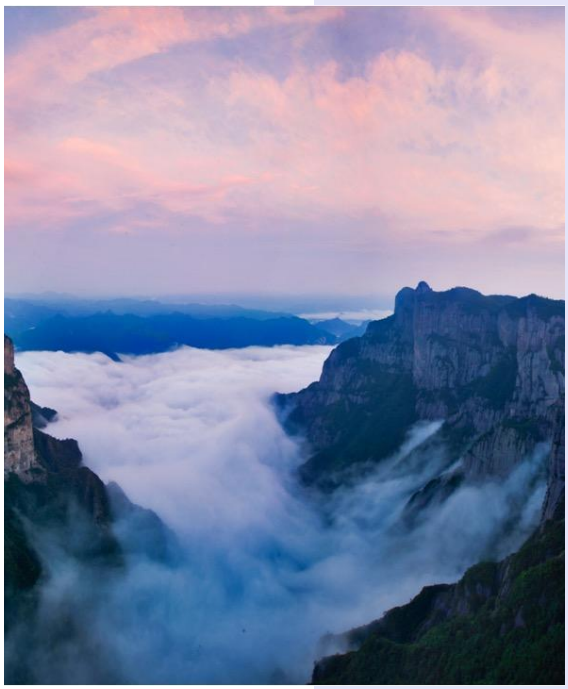
2023年上半年，受国际航班运力、签证、供应链等多元因素影响，入境游市场恢复缓慢，且该问题将在中短期内继续存在，进而影响从业者的心理预期。从需求端来看，上半年入境游目的主要为刚需入境。但在大国“负和博弈”引发全球政治与经济消极互动的大背景下，地缘政治紧张、对华负面情绪等将对需求市场产生一定消极影响。在供需双方的影响下，2023年下半年入境游各项景气指标较上半年出现较明显回落，表现出从业者在经历疫情防控放开的短时振奋后，开始回归市场现实与理性的态度。

景气指数

4



与2019年下半年相比，请预测贵机构/地区2023年下半年入境游的业绩水平可能增长还是下滑？



受访者对自身机构业绩恢复相对更具信心

不同于受访者对于整体市场业绩的态度，大家对于自身机构/地区业绩的恢复相对展现出更为正向的信心，景气指数为4，意味着从业者更看好自身机构/地区的入境旅游复苏。

相较于旅游人次指标，入境的人均消费指标表现出相对更优的景气预期。这样的结果与调研样本具有一定关系，主要受访者来自于华东、华南及华北，作为中国三大都市经济圈的所在地，这些区域拥有丰富的旅游资源和富饶的经济，旅游产业发达，往往是入境游的主要目的地，在物价消费力方面的要求也相对更高。但整体而言，市场预期与业绩恢复之间仍存在多重因素影响，各机构实际业绩回升至2019年同期仍存在诸多挑战。

请预测以下各因素可能会对2023年下半年的中国入境游市场业绩产生怎样的影响?

中国经济发展预期是正向性最高的影响因素，2023年下半年景气指数达到了32。此外，全球经济发展趋势和当前货币兑换率也被认为是积极影响因素，景气指数分别为10和11。

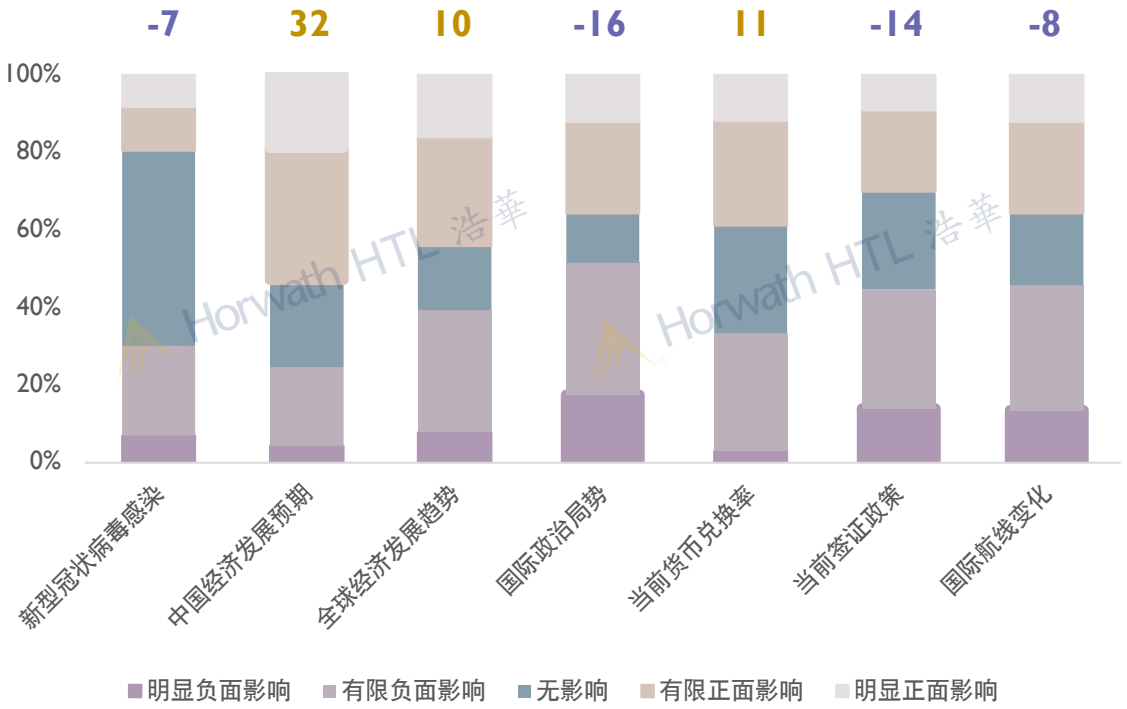
中国经济体量近年来始终在国际上保持优势地位，尽管遭遇疫情3年的重创，中国生产总值始终保持正向增长。疫情过后，中国经济重新起航，连续两季度国民生产总值增长率突破5%，获得全球投资市场关注，这对入境商务商贸与会议会展交流构成利好因素。

国际政治局势受多方因素影响持续动荡，外媒与网络的导向性新闻亦对中国旅游目的地形象造成影响，对入境旅游发展构成一定负向影响，2023年下半年景气指数为-16。

同时，由于中国入境**签证审核**十分严格，有45%的受访者认为，签证也是造成入境游市场消极的重要因素。但8月初，中国重新调整有关商务旅游的签证条件，这一负面影响有望降低。

国际政局动荡和签证政策严格被认为是主要消极因素

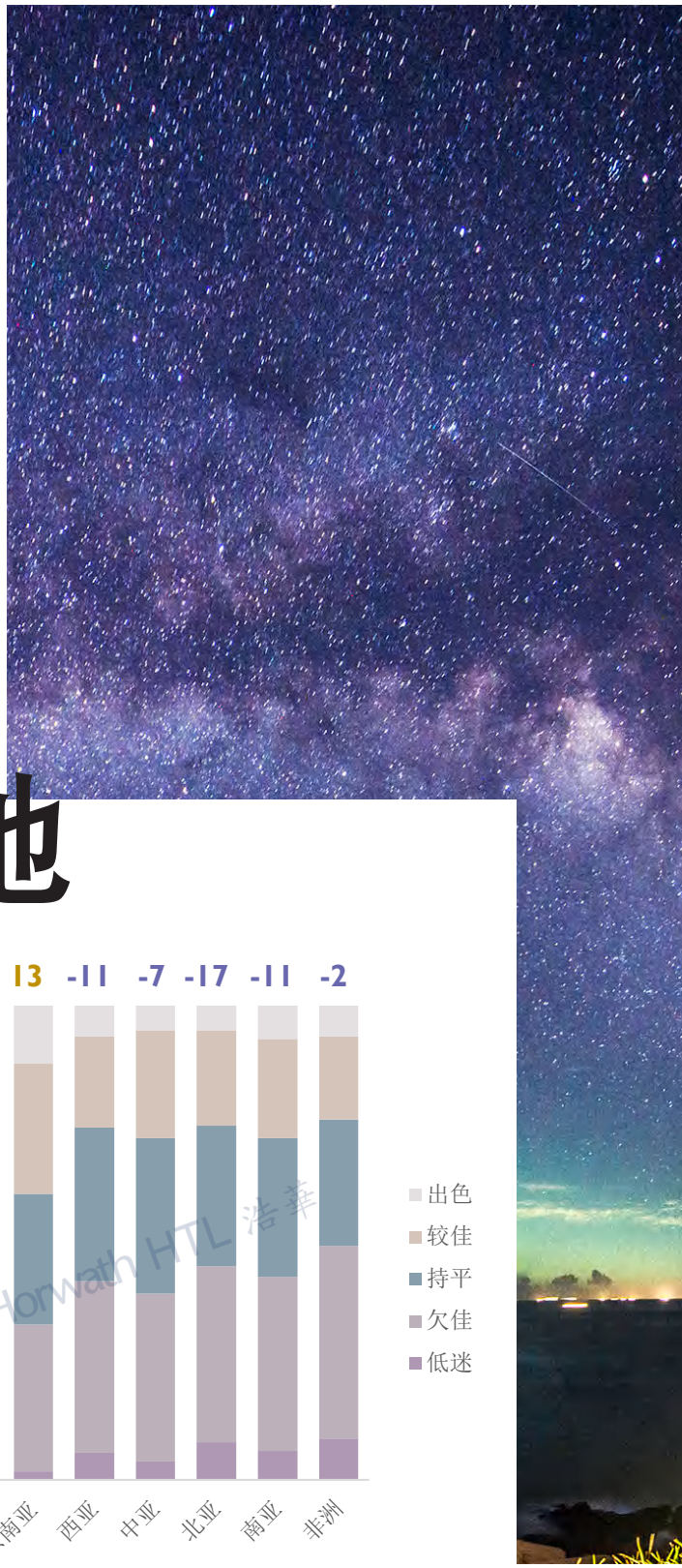
保稳能力较强的中国经济为入境市场带来正面影响



景气指数

-14

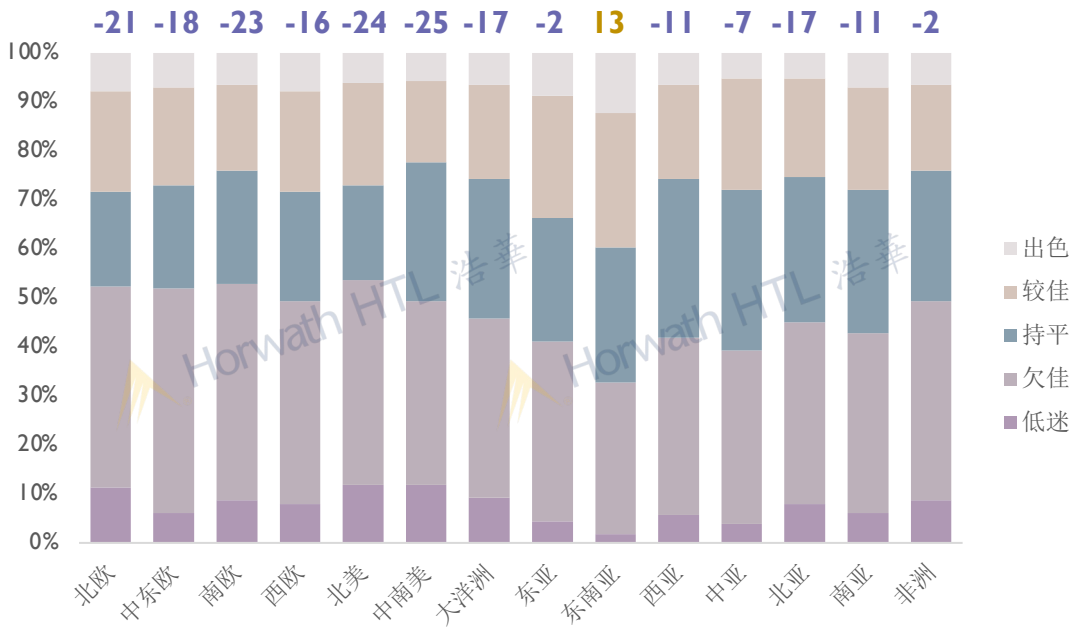
与2019年下半年相比，请预测2023年下半年以下区域作为入境游的客源来源地预计会有怎样的表现？



各国家地区来源地景气均有回落

亚洲仍然是预期主要客源地

客源来源地



亚洲仍是主要入境客源地

一直以来，亚洲都是中国最大的入境游客源市场。疫情过后，同样遵循由近及远的规律，东南亚和东亚各地区和国家最先恢复入境中国。一方面，随着泛亚铁路、RCEP《区域全面经济伙伴关系协定》、东盟十国商贸往来等政治经济政策和措施的不断完善，**东南亚**与中国的联系与互动愈加紧密，产生大量入境游需求。同时，目前东南亚十国有3,000余万华人侨胞，疫情过后，大量“寻根之旅”入境需求被激发，因此，东南亚入境游市场景气指数最为乐观，2023年下半年景气指数为唯一正值13。然而，**东亚**市场韩国和日本入境需求受到入境政策持续对峙的影响，短期内快速恢复存在难度。

美洲受政治和经济因素影响，入境预期极为消极

从业者对于美洲地区作为入境客源地的整体预期十分消极。其中，**北美洲**长久以来都是长线入境的主要客源地，中国和北美地区之间的贸易往来也十分频繁。但近年，受外交、贸易等多方因素影响，中国和北美地区的互动较为消极，疫情后航班、签证等各项主要元素的恢复也频频受阻，影响该区域入境中国旅游市场。此外，从业者对**中南美**市场的预期在全世界各客源地中最为悲观，景气指数低至-25，这主要由于其经济发展相对迟缓，作为中国入境游客源地的贡献一直受限，疫情后更甚。

其他地区到访可能性预期低迷

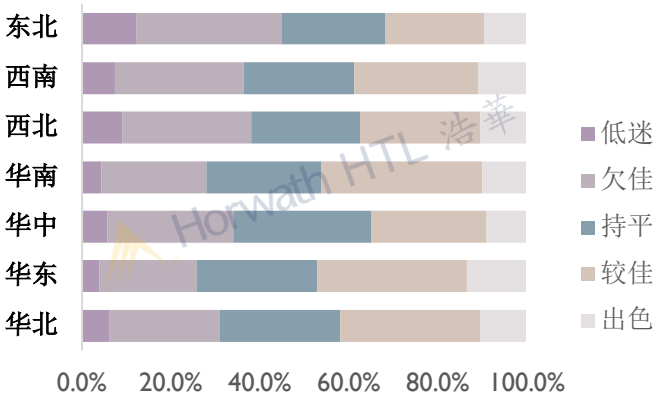
欧洲近一年受到俄乌冲突、能源制裁和汇率波动等多因素影响，经济严重承压，入境中国旅游的量级和消费能力均受到负面影响，景气指数在-20。**大洋洲和非洲**分别受益于RCEP的签订和一带一路援非政策的落实，入境中国需求有所增长，但由于这两个地区一直都不是中国入境游主要客源地，从业者预期相对低迷。

入境游目的地

景气指数

7

与2019年上半年相比，请预测2023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？



南强北弱的区域格局不变

东北入境游市场预期最为低迷

东北入境游预期最为悲观

东北地区一直以来处于入境游目的地景气指数全国末位，景气指数为-12，是此次调查的唯一负值。究其原因，东北冰雪旅游为发展主力，产品相对单一；且景区管理有待提升，接待水平有限；同时，交通便捷度低，加之宣传力度不足，国际知名度相对有限，这些均限制其作为入境游目的地的发展。

其他地区景气指数略有上涨

尽管西南、华中、和西北地区的历史人文自然景点具有丰厚的华夏底蕴，但不是入境热门目的地，且部分少数边境受地区政治敏感限制，整体景气指数维持在5以内，稳中有升。

华东、华南保持强势入境吸引力 北京首都优势助力华北景气提升

华东地区一直以来是主流的入境游目的地，2023年下半年景气指数为23，蝉联首位。首先，华东上海以及江浙地区经济发达，拥有较多国际型企业，为入境商贸旅游增添动力。同时，华东区域拥有最典型的以东方园林山水、特色建筑风格见长的世界知名旅游景点，配以其发达的交通枢纽，对游客有强吸引力。此外，各类国际性活动的举办，例如大运会和亚运会也有望对整体华东地区的入境到访带来更为积极的影响。

华南地区拥有深圳、广州、桂林等热门目的地，依托开放型经济体制和日益完善的旅游配套设施，作为入境目的地景气指数稳定在全国第二位，2023年下半年景气指数为18。

较2019年同期，**华北地区**景气指数为12，涨幅最大，这主要是由于北京作为中国首都和历史文化名城，为华北地区的入境游市场预期景气做出有力贡献。

结语

2023年，中国的入境旅游市场复苏窗口重启，一系列利好政策陆续出台，以放宽入境限制并刺激入境旅游消费。但上半年入境游**产业生态链条修复仍面临重重困难**，阻碍入境游全面复苏；以及**中国长久以来尚未树立成熟且具有持续吸引力的对外国际旅游目的地形象**，加大入境旅游市场的发展难度。因此，受访者对于业绩复苏持审慎态度，2023年下半年的景气预期出现回落。

入境游承载着国家对外形象展示的重要使命。从长远角度而言，政府及产业层面需携手共创，致力于便捷化入境签证与通关政策、升级与优化各类入境游产品，系统规划与强化海外旅游市场营销、积极培育与推动包括人才在内的入境游市场服务发展，从而促进世界级旅游目的地品牌的建立。**破而后立，晓喻新生，拥抱市场的不确定性，聚焦中国的核心优势，与时俱进调整应变，不断探索新突破点，将是中国在竞争激烈的世界旅游市场占据一席之地的有效途径。**

世界旅游联盟

2017年9月11日，由中国发起的综合性、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。
世界旅游联盟目前共有来自41个国家和地区的227个会员。中国境内会员106个，境外会员121个。会员类别覆盖旅游产业链的上下游多个领域，主要为各国有影响力的旅游或涉旅企业、全国性或区域性旅游协会、旅游城市、研究机构、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、实用有效的信息平台、资源共享的媒体平台和融合发展的沟通平台。

世界旅游联盟的业务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

作为拥有百年历史的专业咨询品牌，浩华参与了上世纪五十年代《全球酒店业统一会计准则》的创立，并于2003年正式在北京开设中国大陆地区的第一间办公室。浩华与中国旅游饭店协会通力合作，自2003年开始，每年度正式出版的《中国饭店业务统计》，现已成为行业业务标杆数据发布和分享的权威专业刊物。浩华致力于以前瞻性视角引领行业趋势和推动行业变革，率先在业内推出"空间坪效"概念，以推动行业精准化投资、空间功能规划及持续优化的资产管理举措，并首创了MSI（市场景气指数）及MVI（市场价值指数）两大指数体系。2022年，浩华正式推出「厚海数据平台」，进一步构建酒旅行业专业的数据标准和评价体系，参与推动行业数字化转型和全面效能提升。浩华深耕中国市场超过二十年，在超过280个城市和目的地，累计完成了超过2000个顾问咨询项目，积累了丰富的项目咨询经验。迈入新周期，依托「浩华」、「厚海」及「CHAT」三大业务品牌，浩华将覆盖企业发展、目的地及住宿产业的全生命周期业务矩阵，为我们的客户提供从宏观到微观、从战略到落地的专业解决方案。以数据精神、破立自新、长期主义为核心价值观，浩华将以「致力于推动美好生活方式产业持续进化」作为企业发展愿景。

多维度及全生命周期专业解决方案

三大品牌及业务板块

浩华顾问业务

产业定制化
顾问咨询服务

— 业务模块 —

发展战略解决方案
目的地解决方案
酒店解决方案

厚海数据业务

产业信息整合查询及
大数据分析平台

— 业务模块 —

产业地图
企业工具
数据报告

CHAT 品牌业务

品牌塑造、产业资源链接
及整合推广平台

— 业务模块 —

品牌塑造
资源链接
平台策划

CHAT

版权声明

《2023年下半年中国入境旅游市场景气报告》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《2023年下半年中国入境旅游市场景气报告》（中国问卷），我们相信问卷中所填写信息是可靠的，但我们并未对这些信息进行逐项确认，因此也无法保证其真实性和全面性。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《2023年下半年中国入境旅游市场景气报告》。