WORLD TOURISM ALLIANCE

Horwath HTL 浩華

2023年9月发布

2023/下

中国出境旅游市场景气报告

Photo: Zoran Jelaca/CNTB

Photo: Zoran Jelaca/CNTB

目 录

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

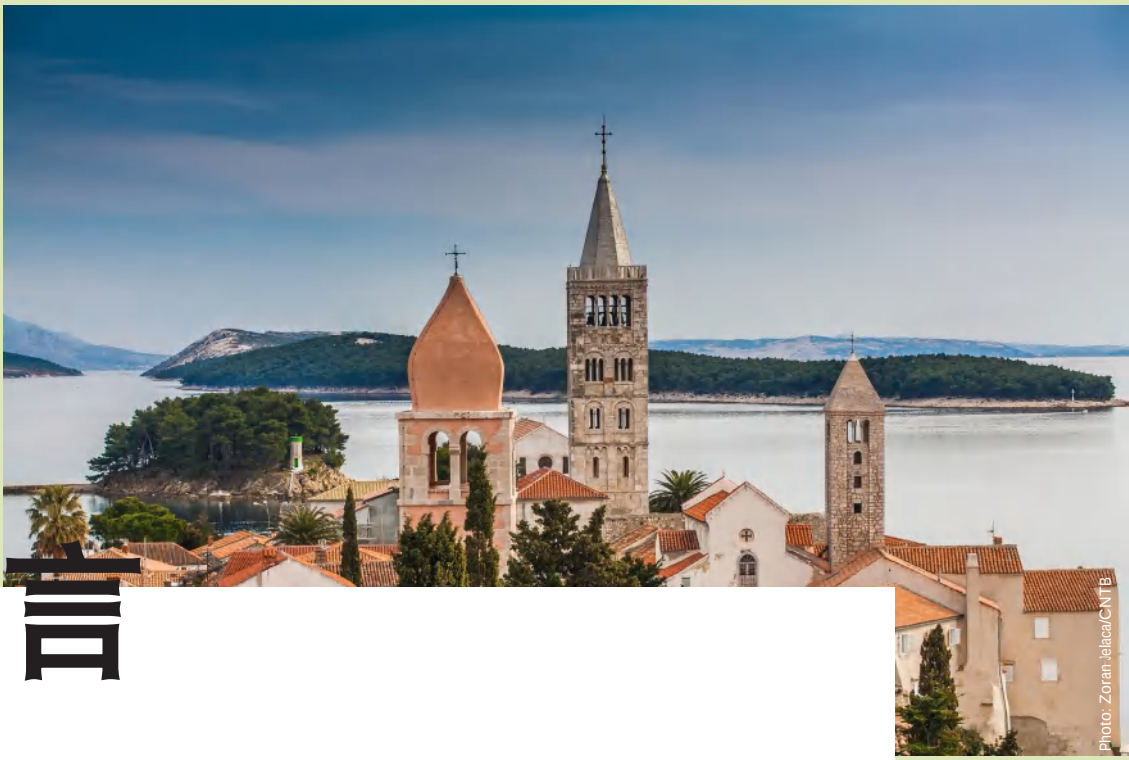


Photo: Zoran Jelaca/CNTB

前言

2023年初，跨境游限制放开，出境交流迎来恢复的曙光。2023年8月10日，中国文化和旅游部正式宣布，即日起恢复旅行社经营赴138个国家出境团队旅游业务。这意味着在经历了上半年不同程度的出境游恢复过渡后，出境游市场再添重要利好因素，出境游市场复苏有望进一步加快步伐。

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出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《中国出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。本期报告的图片由克罗地亚旅游局提供，在此表示特别感谢！

背景介绍

2023年是中国出境旅游市场停摆三年之后的重启之年，上半年中国大陆地区出境游人次达到4,037万人次，虽整体恢复水平不及2019年同期，但随着各项利好政策的不断落地、航司运营能力的逐渐恢复、签证办理难度降低以及中国公民强烈的出境游意愿，出境游市场回暖稳中有序。受行业寒冬影响下暂停更新两年的《中国出境旅游市场景气报告》也于2023年上半年恢复。

本次调查致力于国内全面开放出境后旅游市场景气的恢复情况，涵盖的五个问题旨在了解市场对于**出境游人次**、**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出境游市场，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出境游市场的预期。

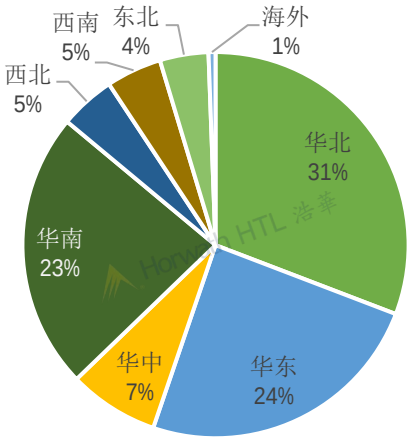
每项问题所呈现的景气指数都反映了市场对整体业绩表现的期望值。该指数的范围在-150至+150之间，其中“-150”表示市场对预期业绩表现非常悲观，“0”表示对业绩预期持中立态度，“+150”则表示市场的预期值十分乐观。在此次调查中，各受访旅行机构以2019年下半年的实际业绩为基准对2023年下半年业绩进行了预期比较，同时判断了导致预期变化的主要因素，并对主要客源地市场和到访目的地市场的未来前景进行了展望。

Photo: Zoran Jelaca/CNTB

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出境游市场实施的景气调查。本次报告汇总了2023年下半年出境旅游市场景气调查的研究成果，共收到来自全国24个省、直辖市、自治区，以及1个海外地区的172份有效问卷。

样本区域分布



样本机构类型

7% 目的地管理/营销机构

64% 旅行社业务经营企业

2% 酒店

27% 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。

Photo: Zoran Jelaca/CNTB

出境游预期回归理性，市场恢复平稳有序

2020年前中国出境游规模逐年递增，2019年，中国游客出境游人次为1.55亿，消费达1,338亿美元，中国成为全球旅游市场规模最大的市场之一。出境游市场进入巩固发展阶段，产品体系日渐丰富和成熟。

2020年以来，受到疫情影响，中国出境游全面停滞，产业链备受打击，分崩离析。尽管2023年初，我国出境游市场开始稳步恢复，但目前出境游市场仍受到**航线较少、签证积压、出境安全威胁以及费用过高等**多方因素影响，未能如2023年上半年预期，实现“一夜繁荣”。

上述原因影响了从业者对下半年出境游市场景气预期。本次问卷结果显示，综合景气指数为2，较2023年上半年明显回落。但值得注意的是，本次问卷调查截止后，有关出境团队游全面放开的政策颁布，这有利于进一步带动出境游市场恢复。

Photo: Julien Duval/CNTB

综合景气指数

景气指数
2
2023年下半年

景气指数
28
2023年上半年

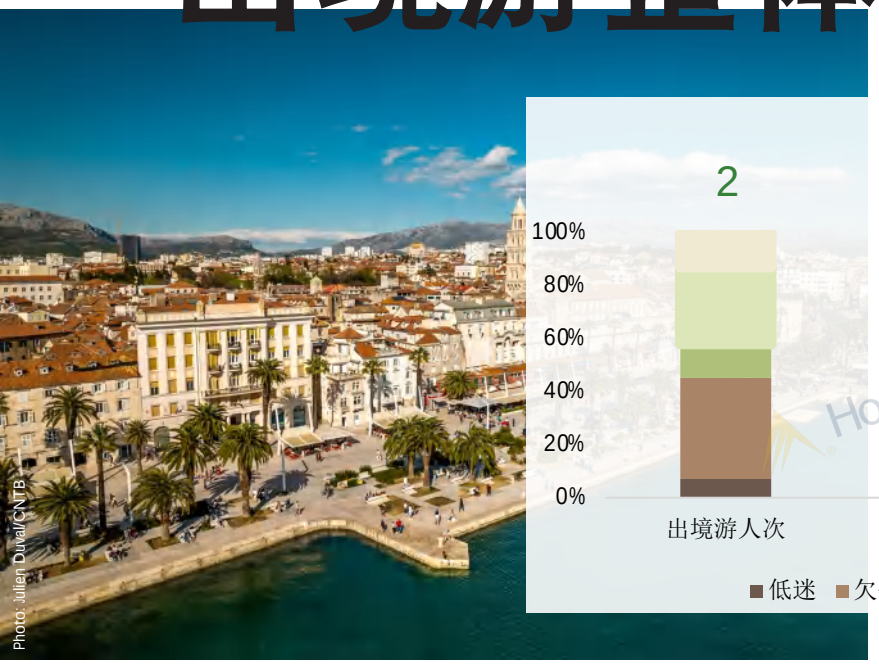
景气指数
12
2019年下半年

景气指数

2

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

出境游整体业绩



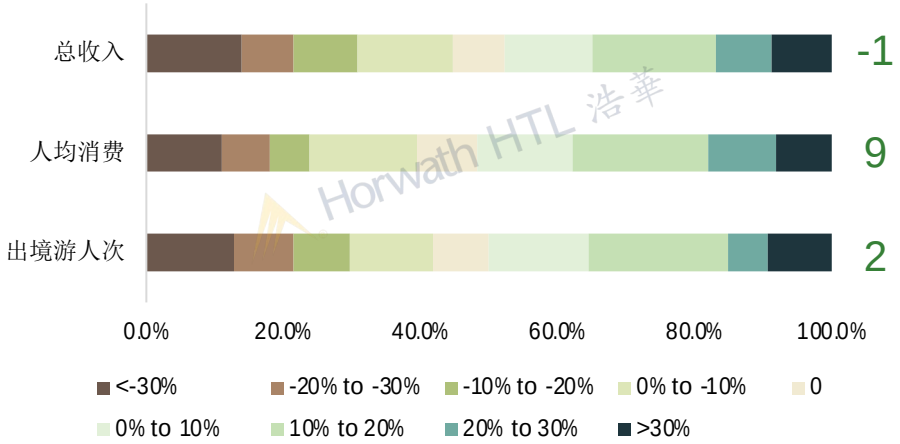
出境游整体市场预期审慎客观
受成本控制难度影响，总收入回升信心低迷

2023年初，出境旅游市场刚刚开放时，从业者对于出境游市场抱有较高期待，市场整体业绩景气指数一度攀升至26。然而，似前文所述，2023年上半年的出境游实际恢复情况远不如预期，从业者信心受挫，导致下半年人们对于出境游市场的预期回归谨慎客观的态度，整体业绩景气指数回落至2。超过半数的受访者认为出境游整体市场业绩在出境游人次、人均消费以及总收入上无法超过2019年同期。

从出境游市场业绩的各分项指标来看，从业者对于2023年下半年人均消费预期相对积极，而总收入景气指数预期最为低迷，仅为-2。一方面，疫情后的首批出境游玩游客的支付意愿较强，且客群更趋年轻化，愿意为品质和体验付费，带动人均消费提升。另一方面，国际航班运力不足，以及产业生态未完全恢复，成本端的抬升，也促使人均消费提升，但同时成本控制难度加大影响总收入水平。

景气指数

3



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

受访者对于自身机构业绩恢复预期保守其中人均消费较为乐观

Photo: Julien Duval/CNTB

机构/地区的业绩景气指数为3，较2019年同期下降了9个指数点，预期较为保守。三项业绩指标中，人均消费的景气指数为9，在各项业绩指标中最为积极，原因如下:

首先，此次调查采访的区域市场样本来源主要集中在华北、华东以及华南，约占总样本的78%。此三个市场一直以来都是出境游的主要客源地，拥有中国最具消费力的旅游客群，出境游意愿更为明显，消费能力更为强劲。并且，该区域拥有中国主要的外交、外企以及外贸资源，跨境交流需求较高。以上两点原因有望增加出境游人次，进一步拉高人均消费。

景气指数

-15

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

在罗列出的7项影响因素中，**中国经济发展**是从业者唯一一个预期景气指数为正值的影响因素。

疫情过后，中国经济恢复迅速，出境消费意愿在长达三年的抑制下呈现出较强集中爆发力。

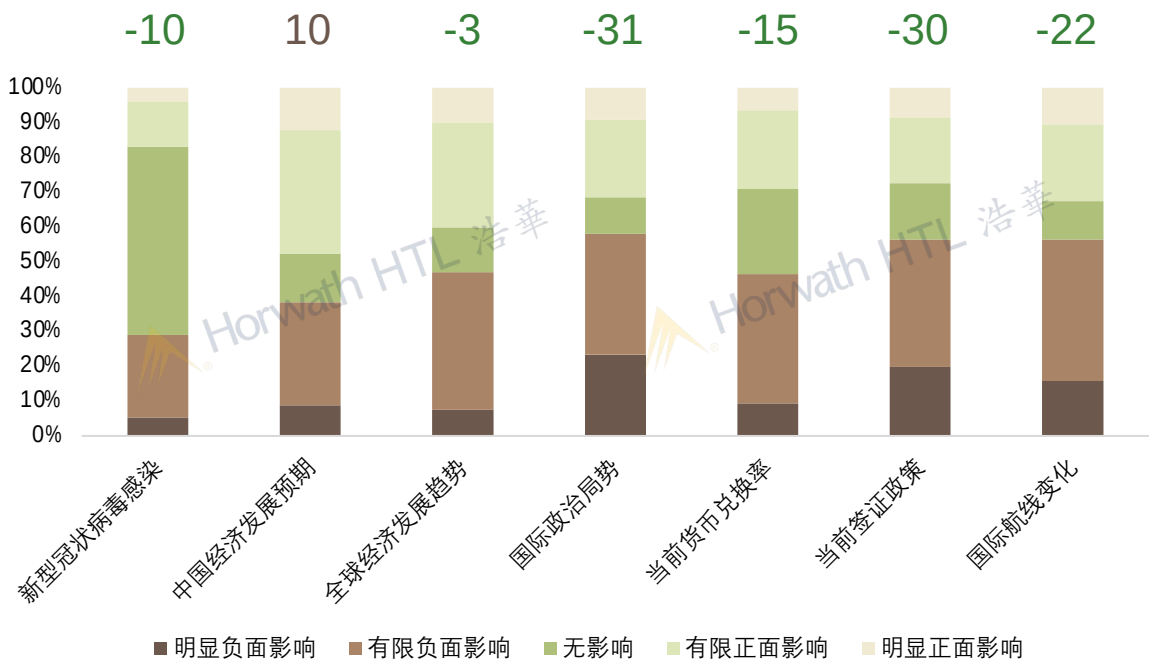
因此，从业者对于出境市场开放后，国民较为稳定的经济能力以及较高水平的消费意愿带动出境需求发展抱有一定信心。

动荡不安的**国际政治局势**成为出境游市场最为消极的影响因素。如，受俄乌冲突影响，欧洲社会氛围较为紧张，安全出行受到影响。同时，一些以往热门的东南亚边境旅游目的地，近期受到负面新闻影响，群众出境游到访意愿下降。

截止调查问卷回收时，我国尚未开放对多数国家的团签，出签效率低、费用高，因此**签证政策**也被认为是消极因素。但报告撰写时，中国已几乎全面放开出境团签，此类因素的负面影响有望降低。

国际政局动荡和复杂多变的签证政策是主要消极因素

中国经济发展预期良好为出境游市场唯一正向影响



景气指数

-12

与2019年下半年相比，请预测2023年下半年以下区域作为出境游的到访目的地预计会有怎样的表现？

仅东南亚和东亚地区景气指数为正值
其余出境游目的地市场预期消极

到访目的地

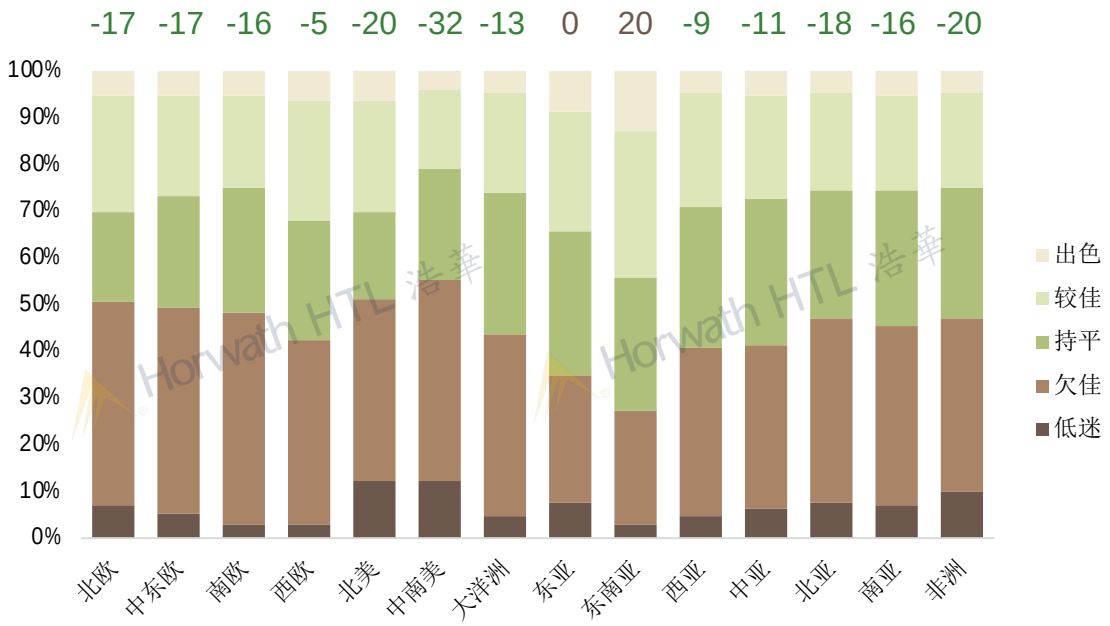


Photo: Julien Duval/CNTB

Photo: Ivo Biocina/CNTB

亚洲仍为主要出境游目的地

亚洲一直都是最为热门的国人出境旅游目的地，在此次调查中，东南亚也以景气指数20保持在出境目的地首位。随着2023年第一批旅游试点开放，以及中国部分省份与东南亚国家签署“互为旅游目的地”协议，东南亚出境旅游市场得到短暂的极度繁荣复苏，价格一度飙升。然而近期受到网络负面新闻及持续攀升的价格影响，东南亚旅游热度略有回落。

同时，日韩受到签证积压及航班数量限制，旅游市场并未快速恢复至2019年同期，因此从业者预期不高。随着出境团签的全面开放，以往备受欢迎的日韩团游有望带动此类出境需求回升。

中南美、北美和非洲预期最为低迷

中南美并非中国出境游的典型目的地，整体上受访者对该市场业绩表现继续持消极预期，2023年下半年的景气值下降29个指数点。

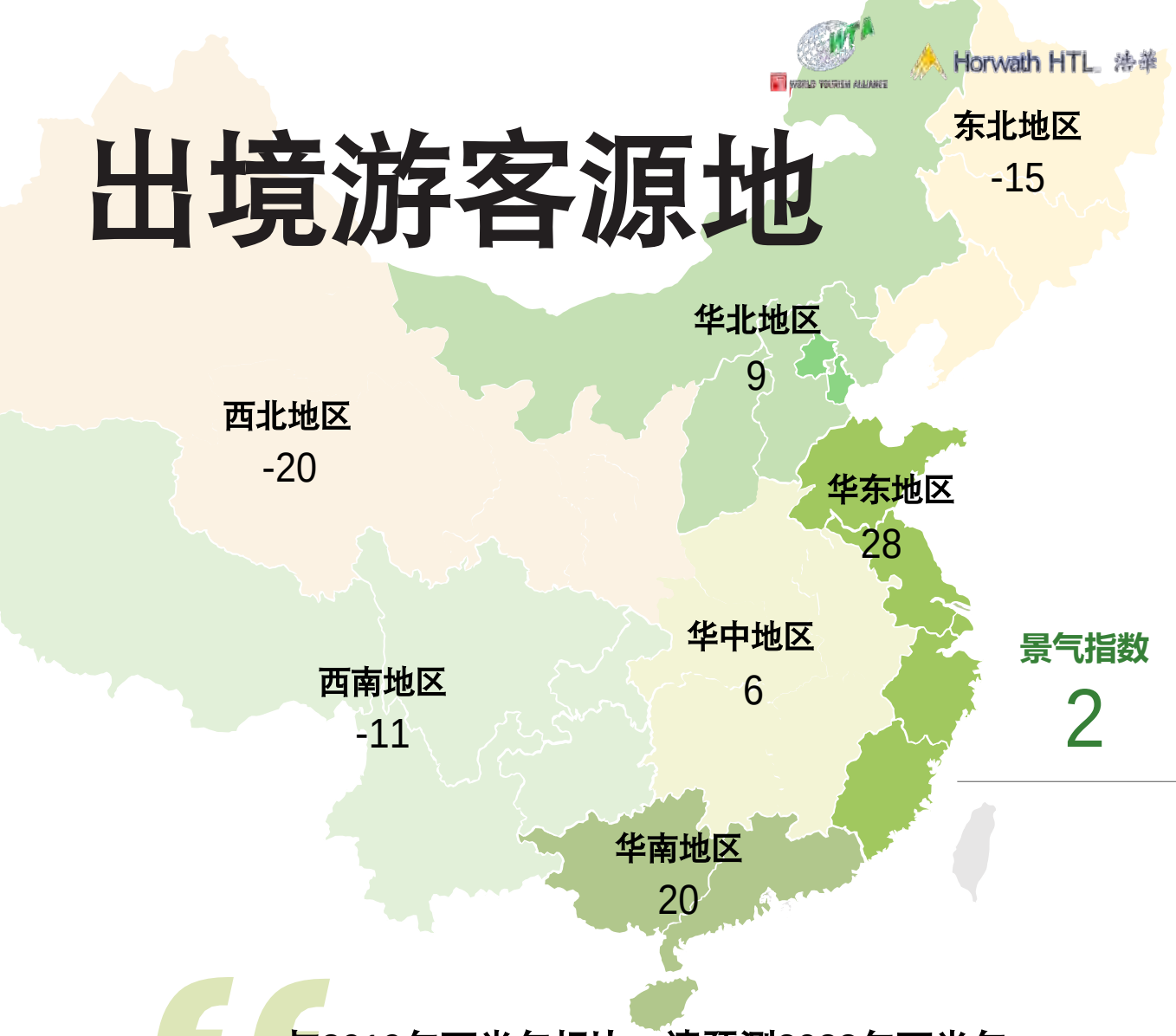
北美洲虽然在留学和商务需求等刚需带动下，出境需求有所增加，但由于地缘政治等消极因素影响，长途国际航线恢复较慢，签证积压较多，市场景气预期为-20，位列倒数第二。

非洲长期以来受出行交通和旅游安全的限制，以及当地旅游产品开发的局限，并非国人出境主要目的地，此次景气数值同样低迷。

欧洲和大洋洲出境游市场所受消极影响适中，缓步恢复

欧洲和大洋洲虽然是热门出境旅游目的地，但受限于签证审核慢、开放旅游试点国家少和航班恢复慢且价格高昂等负面影响因素，景气指数均为负值，市场信心较为谨慎。8月上旬，国家对138个国家重新开放团签，意味着此类出境游前序准备将极大简化，出境游门槛相对降低，此类市场，尤其是欧洲多国线路串联旅游的需求有望稳步恢复。

出境游客源地



景气指数

2

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

各区域信心均下滑

华东和华南仍是主流出境客源地

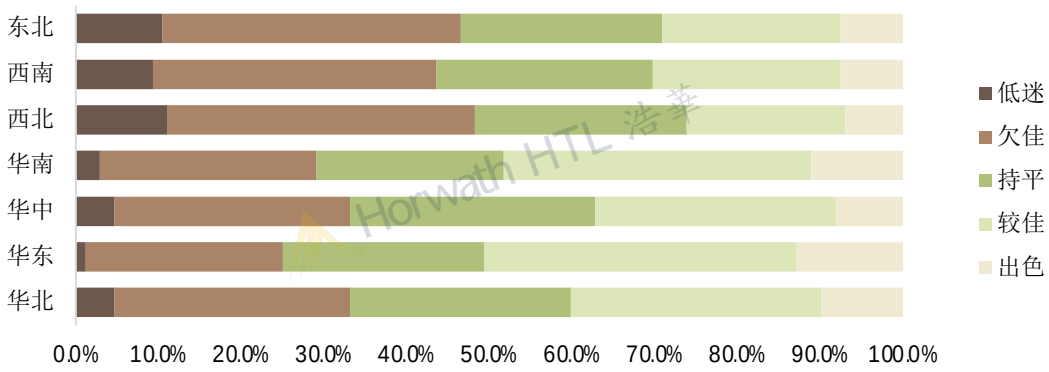


Photo: Zoran Jelaca/CNTB

华东和华南地区为出境游市场的主力军

华东和华南地区一直以来都是出境游市场的强势客源地，景气指数在2023年下半年分别达到28和20。尽管其景气指数较2019年同期略低10个指数点左右，但七成受访者认为，华东和华南地区的出境游景气指数有望与2019年持平甚至更优，这主要是由于:

- 经济相对发达：经济基础坚实，人均消费能力普遍较强，且具备更强的消费意愿和理念，使得出境游成为更常规的度假方式。
- 地理位置优势：拥有机场、邮轮母港等大型对外交通枢纽，综合交通网络完善，提供出行的便利基础条件。
- 文化交流和开放程度：华东和华南地区历史上一直是对外开放门户，与外国文化和思想的交流更为频繁，这使得当地居民跨境旅游意识更超前。

因此，从业者对华东和华南地区的出境游市场预期较为积极且未来发展较为乐观。

其他地区出境游市场复苏信心趋于谨慎

华北和华中地区出境景气指数位居第二梯队。以北京为龙头的华北地区，以武汉、长沙、郑州等新一线城市为核心的华中地区伴随经济实力增长、国际航线增加、居民出境游意愿提升，两个地区景气指数表现为正值，但不及综合实力处于领先地位的华东和华南地区。

西南、东北和西北地区出境游景气指数均为负值，从业者对2023年下半年三个地区的景气指数预期相对低迷，尽管这些地区存在若干经济强市，但区域内仍有不少城市经济发展相对落后、大交通环境相对欠发达、居民财富能力不足，导致出境游能力不强、意愿不高，因此三个地区出境游景气处于最末梯队。

结语

2023年上半年，出境游市场有条不紊地恢复，需求端蓬勃，然供给侧仍存在阻碍。产业供应链重新构建难度较大，相关业务无法及时恢复，导致签证积压不断、国际航班恢复速度缓慢，机票价格居高不下等诸多现象；此外，国际政局动荡，各国出入境政策不时变化，亦为出境市场带来压力。总体而言，出境游业务除需产业链各资源高度配合外，也需要外交、外汇、出入境等多部门的政策协同。从下半年景气指数来看，市场预期更加谨慎。

截至报告撰写时，团签恢复等更多利好政策出台，进一步激活出境游全面复苏的潜能。供给方紧跟国家政策，迅速行动，推出各类出境游组团产品。与此同时，许多国家和官方旅游局也积极推出旅游优待消费政策，并增设签证中心等便利措施，以期加速中国游客的回流。

我们相信，中国出境游市场将葆有积极发展前景。在经历疫后过渡期，出境游产业链恢复后，中国有望重新回到全球最大出境游客源地的地位。**在出境游群体年轻化和国人旅行经验日趋丰富的大趋势下，出境游市场亦需顺势而为，前瞻供给，提供更多具有深度体验、内容创意和个性细分路线的多元产品，为出境游市场的迭代进程注入新鲜活力。**

Photo: Aleksandar Gospic/CNTB

Photo: Zoran Jelaca/CNTB

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

Horwath HTL 浩華

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

厚海 DATA PLATFORM

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年下半年中国出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年下半年中国出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，因此也无法保证他们的真实性和全面性。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年下半年中国出境旅游市场景气报告》。