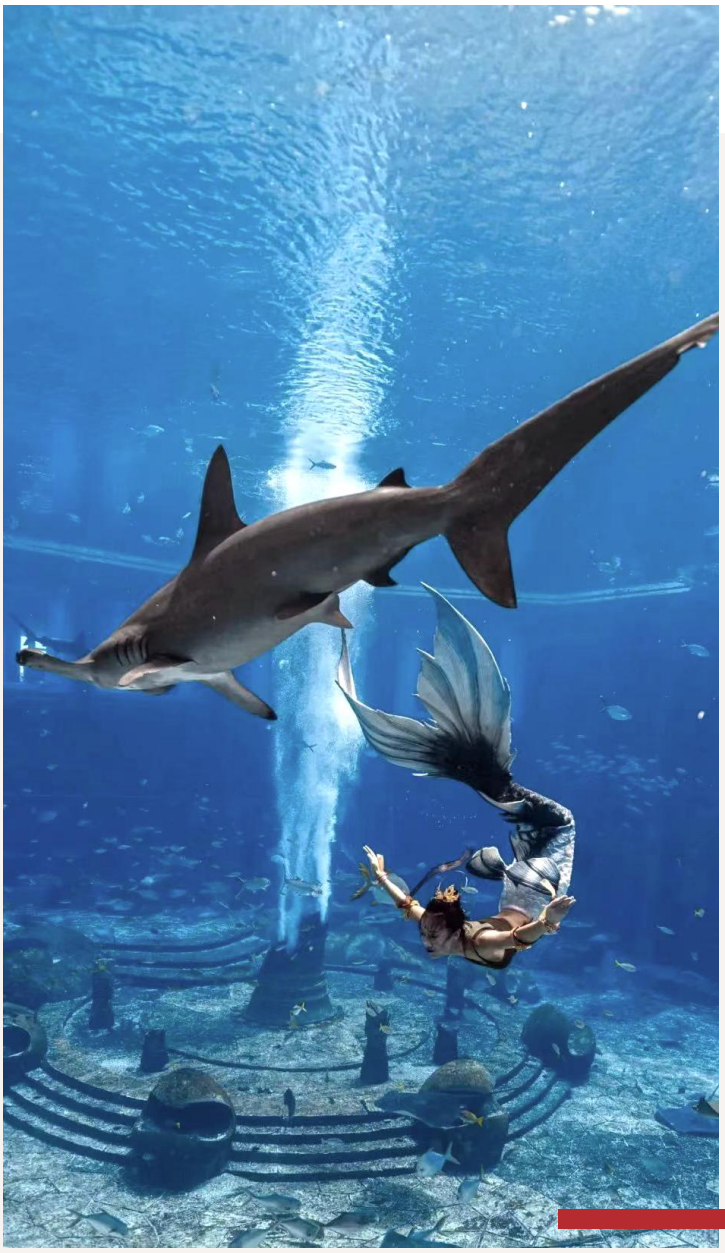
WORLD TOURISM ALLIANCE

Horwath HTL 浩華

2024年3月发布

2024/上

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

随着各项管控措施的放开，中国入境旅游市场迎来了全新的机遇。为促进人文交流、文化互鉴，推进高水平对外开放，国家陆续推出便利外籍人员来华的各项措施，如与多国缔结互免签证协定、多批次对部分国家试行单方面免签政策等。结合航班运力回稳、商贸活动恢复等因素，全国2023年查验中国港澳台居民和外国人出入境总人次恢复到2019年的67%，整体呈现较为明显的复苏迹象。

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，在全球范围内第七次发布《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。本期报告的图片由复星旅游文化集团提供，在此表示特别感谢！

背景介绍

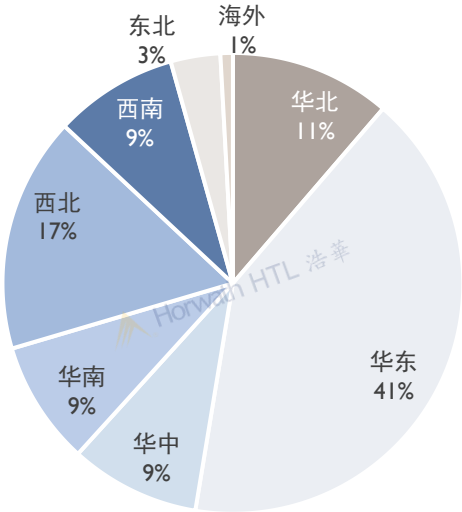
受新型冠状病毒感染影响，暂停更新两年的《中国入境旅游市场景气报告》在2023年上半年得以重启。本次景气调查致力于观测入境旅游市场历经一年修复后的情况，涵盖的五个问题旨在了解市场对于入境游人次、人均消费和总收入水平在2024年上半年的发展预期。为了更好地分析和比较中国各地区及城市的入境游市场，我们用特定的景气指数模型量化了受访者反馈并以指数形式呈现，以便更直观地反映受访者对入境游市场的预期。

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2023年上半年的实际业绩为基准，对2024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。

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七次针对中国入境游市场实施的景气调查。本次报告汇总了2024年上半年入境旅游市场景气调查的研究成果，共收到来自全国28个省、直辖市、自治区，以及1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

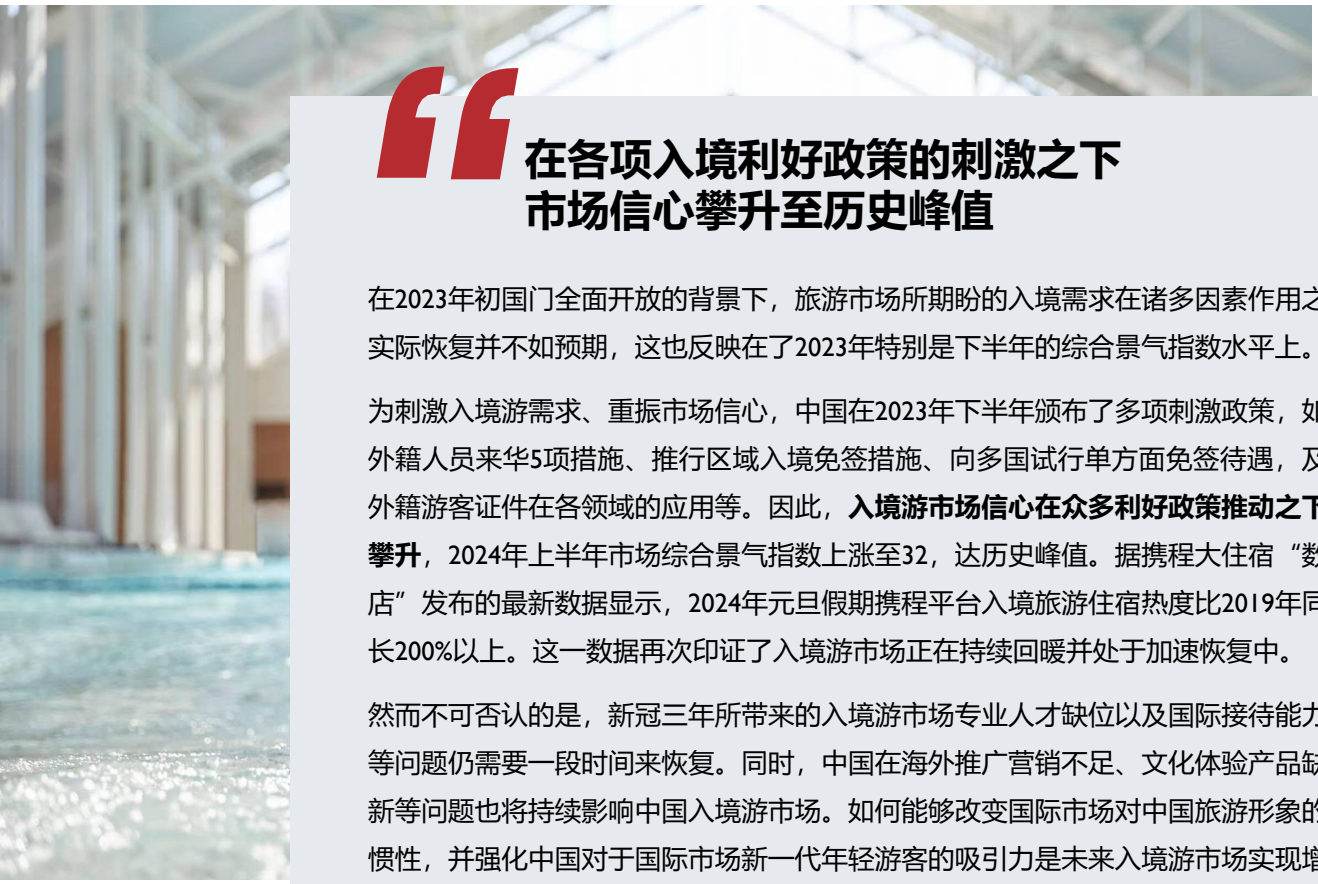
15% 目的地管理/营销机构

44% 旅行社业务经营企业

23% 酒店　　**1%** 航空公司/机票代理

17% 其他（高校/旅游组织/机关单位）

注明：问卷收集日期为 2023年12月22日 至 2024年02月03日。



在各项入境利好政策的刺激之下 市场信心攀升至历史峰值

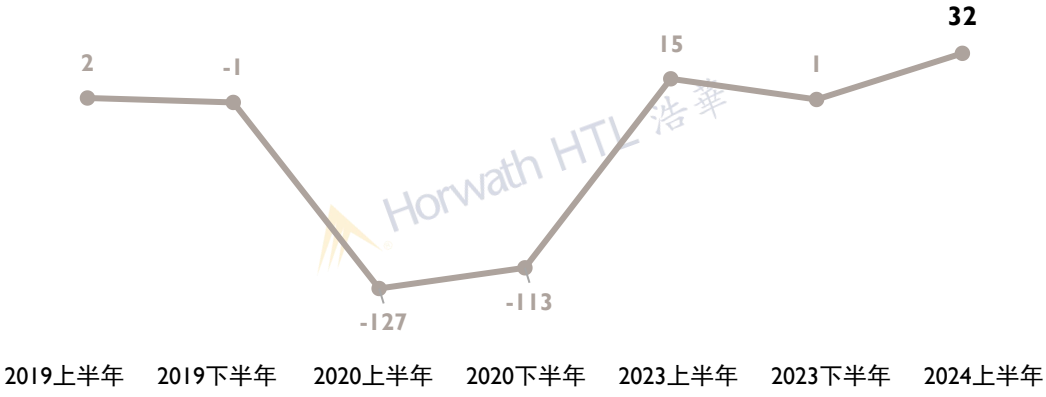
在2023年初国门全面开放的背景下，旅游市场所期盼的入境需求在诸多因素作用之下，实际恢复并不如预期，这也反映在了2023年特别是下半年的综合景气指数水平上。

为刺激入境游需求、重振市场信心，中国在2023年下半年颁布了多项刺激政策，如便利外籍人员来华5项措施、推行区域入境免签措施、向多国试行单方面免签待遇，及保障外籍游客证件在各领域的应用等。因此，**入境游市场信心在众多利好政策推动之下显著攀升**，2024年上半年市场综合景气指数上涨至32，达历史峰值。据携程大住宿“数智酒店”发布的最新数据显示，2024年元旦假期携程平台入境旅游住宿热度比2019年同期增长200%以上。这一数据再次印证了入境游市场正在持续回暖并处于加速恢复中。

然而不可否认的是，新冠三年所带来的入境游市场专业人才缺位以及国际接待能力不足等问题仍需要一段时间来恢复。同时，中国在海外推广营销不足、文化体验产品缺乏创新等问题也将持续影响中国入境游市场。如何能够改变国际市场对中国旅游形象的认知惯性，并强化中国对于国际市场新一代年轻游客的吸引力是未来入境游市场实现增长突破的关键。

值得高兴的是，近期中国旅游市场以哈尔滨为代表的冰雪旅游目的地的崛起，**为入境市场提供了新的产品和新的场景，同时也树立了新的标杆案例及宣传窗口。**伴随更多诸如此类新兴目的地和创新产品的出现，在新媒体的推广和传播之下，中国入境市场将逐步构建新周期发展背景下的旅游产品差异化优势，进而为中国入境旅游市场的复苏与发展提供新动力。

综合景气指数



景气指数

22

与2023年上半年相比，请预测2024年上半年中国入境游市场的整体业绩表现？

入境游整体业绩

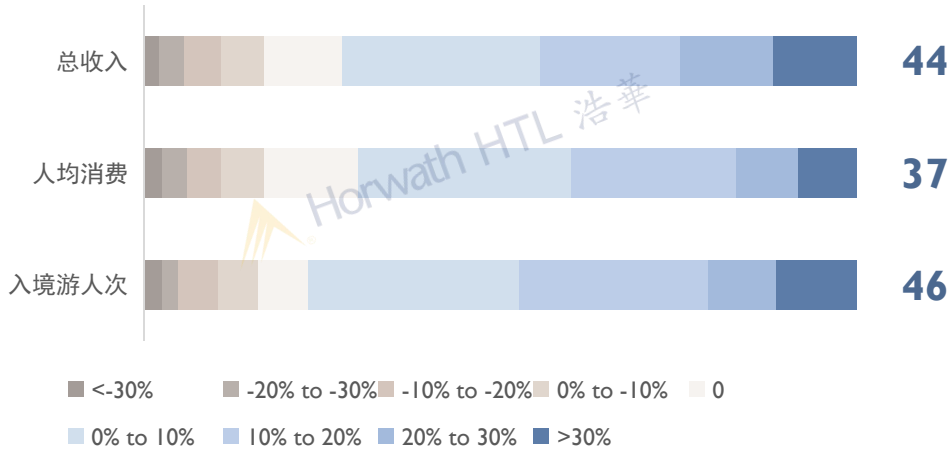
各业绩指标均呈现积极预期
旅游人次预期最为乐观

据国家移民管理局统计，2023年第一、二、三及四季度的港澳台及外籍人士出入境总人次分别恢复至2019年同期水平的42%、65%、77%及86%。特别是2023年随着下半年各项政策的颁布，入境市场复苏开始加速，从业者对2024上半年整体市场业绩指标持乐观态度。值得注意的是，与2023年的市场预期不同，在2024年上半年的业绩预期中，市场对旅游人次的增长预期最为乐观，而对人均消费预期趋向保守，这主要因为：

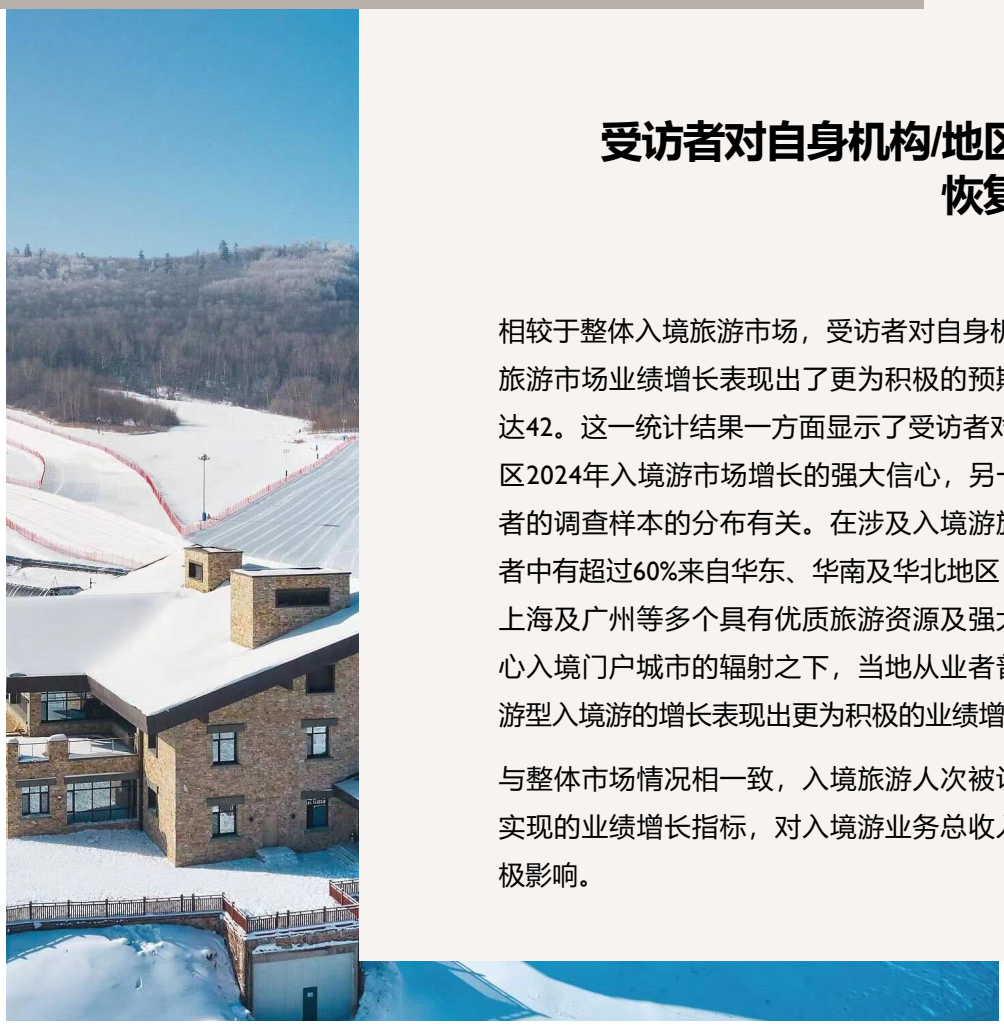
- 新型冠状病毒感染期间入境游产业链破损，入境旅游成本飙升。随着产业链的修复，入境游市场接待能力稳步回升，入境旅游成本也有所下调，因此入境旅游人次增长预期显著。
- 近期入境政策调整将首先反映在入境流量上，而人均消费的提升需要产品和内容做引导。目前，中国入境游产品仍以大众观光为主，在内容体验上的创新仍有待加强，因此短期内人均消费的提升幅度有限。

景气指数

42



与2023年上半年相比，请预测贵机构/地区2024年上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/地区业绩增长恢复信心较强

相较于整体入境旅游市场，受访者对自身机构/地区的入境旅游市场业绩增长表现出了更为积极的预期，景气指数高达42。这一统计结果一方面显示了受访者对于所在机构/地区2024年入境游市场增长的强大信心，另一方面也与受访者的调查样本的分布有关。在涉及入境游旅游市场的受访者中有超过60%来自华东、华南及华北地区，因此在北京、上海及广州等多个具有优质旅游资源及强大经济实力的核心入境门户城市的辐射之下，当地从业者普遍对商务及旅游型入境游的增长表现出更为积极的业绩增长预期。

与整体市场情况相一致，入境旅游人次被认为是最有可能实现的业绩增长指标，对入境游业务总收入的增长具有积极影响。

景气指数

23

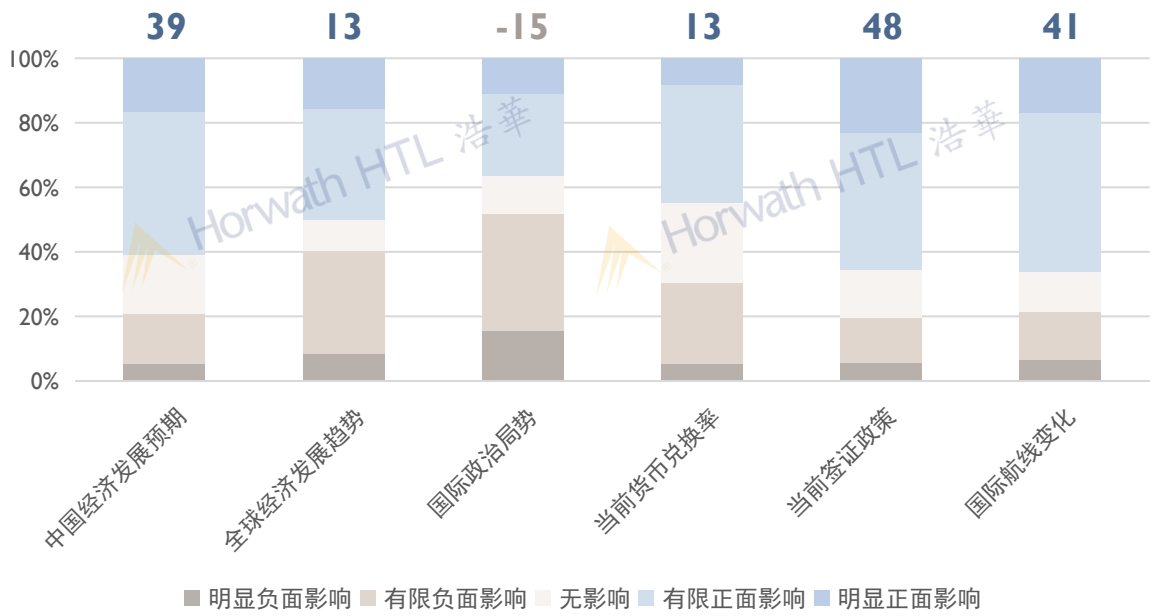
请预测以下各因素可能会对2024年上半年的中国入境游市场业绩产生怎样的影响？

随着各项防控措施放开，**新型冠状病毒感染**对入境游市场影响已然大幅弱化，因此本次调查正式将该指标移出了主要影响因素的范畴。纵观此次调查的六项主要因素，从业者对其中多数指标，尤其是中国经济发展、签证政策放宽及国际航线恢复均持有十分正面的预期，2024年上半年各因素综合景气指数已攀升至23。

利好因素：中国较为严苛的**入境签证审核**一直是入境游市场最主要的发展限制因素之一，历次调查结果中相关指数均处低位。2023下半年以来，中国政府持续优化外国人来华签证办理体验，同时发布向多个国家试行免签等多项利好政策，因此该指数在此次调查中飙升至48，从业者对其能够产生的入境游拉动作用抱有较高期盼。与此同时，国际客运航班于2023年年底恢复至每周约4,600余班，复航国家数量也达到了2019年水平的约90%，航班数量的稳步恢复也为市场信心提振起到积极作用，**国际航班变化**的相关景气指数也高达41。

消极因素：受俄乌战争、巴以冲突、美国大选等一系列国际事件及潜在政局变化影响，**国际政治局势**仍是影响入境游市场恢复最主要的消极因素，景气指数为-15。大国之间的利益博弈及互联网上具有某种政治导向的报道也在一定程度上对中国旅游目的地形象构成负面影响，尽管中国所处的国际政治环境伴随中美两国元首会晤逐渐缓和，但市场信心重建仍需时日。

签证利好政策及国际航线复航强势带动景气指数增长
国际政治局势动荡仍是影响市场信心的主要因素



景气指数

5

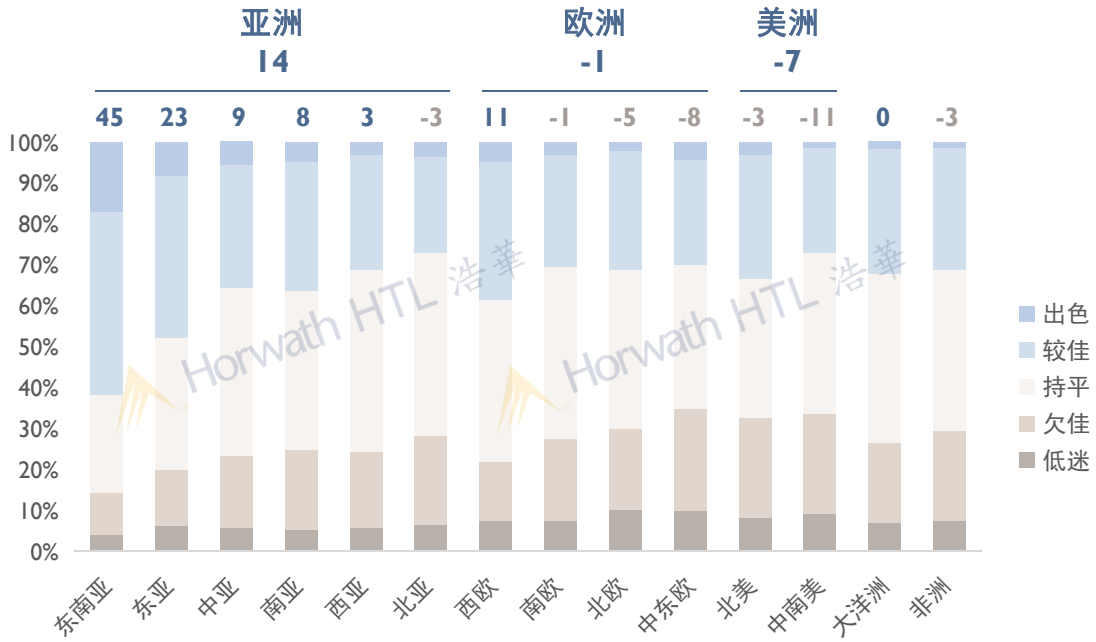
与2023年上半年相比，请预测2024年上半年以下区域作为入境游的客源来源地预计会有怎样的表现?

各区域来源地景气均有回升

亚洲作为传统主力入境地区

景气指数遥遥领先

客源来源地



东南亚及东亚客源市场预期表现最为正面

亚洲长久以来都是中国入境旅游的传统客源地及最大市场。近年来，随着一带一路政策的不断推进、RCEP《区域全面经济伙伴关系协定》的完善以及亚运会的成功举办，中国在亚洲的良好形象和影响力得到进一步巩固。据旅游局统计数据显示，在入境旅游人数最高的10个海外客源地中，**亚洲**地区国家占比高达70%，日韩、新马泰、菲律宾及印尼等地均位居前列。随着中国国际影响力在“一带一路”国家和地区的增强，东南亚、南亚、西亚等国仍具备较好的市场挖掘潜力，特别是东南亚地区国家。中新、中泰达成互免签证协定之后，新马泰游客来华旅游订单同比均实现大幅增长，这也为市场景气的拉升提供了充足的信心和动力。

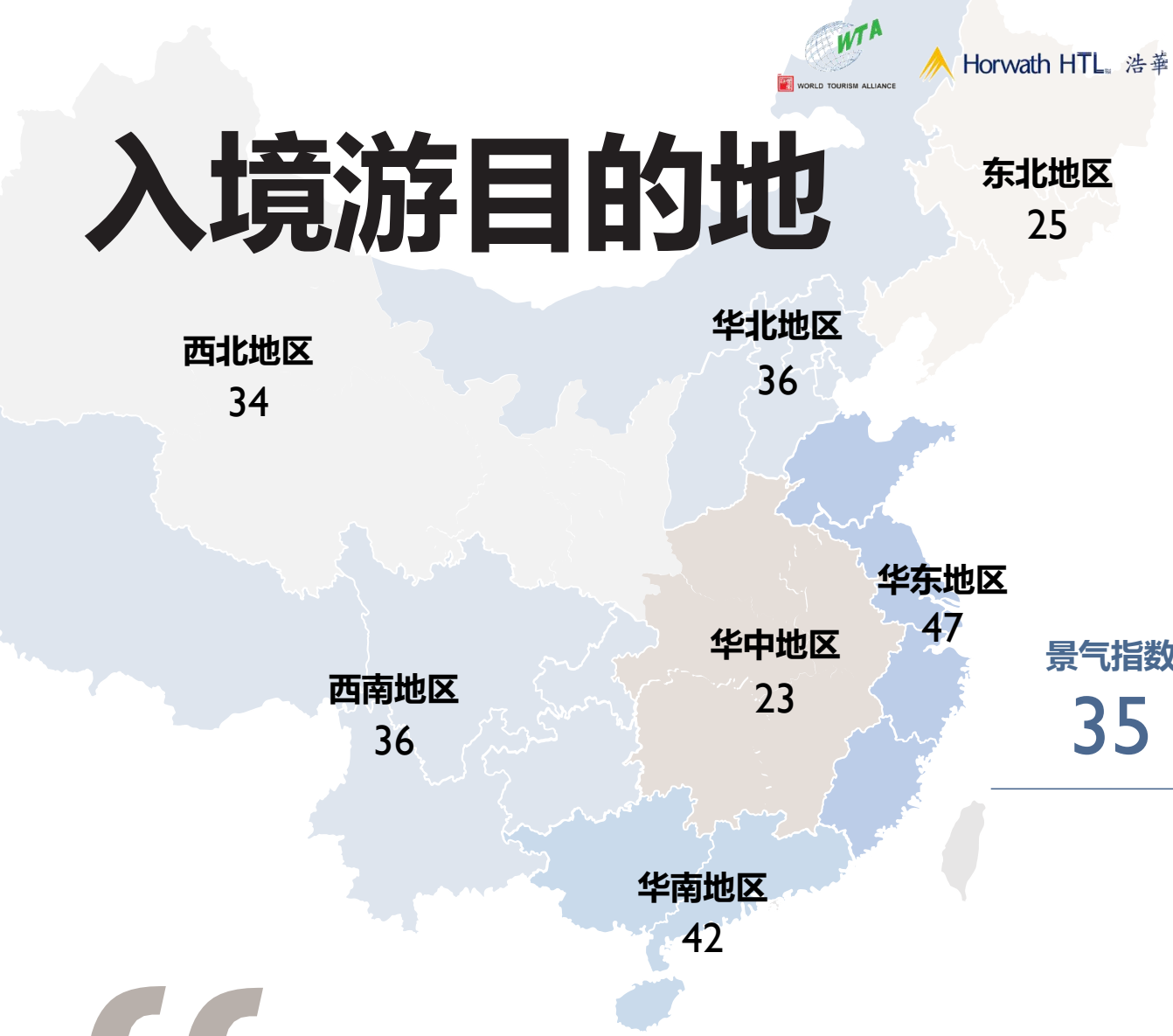
欧美整体市场景气恢复仍尚需时日，西欧呈现出积极复苏信号

受到俄乌战争、能源波动、经济滞胀等一系列问题的影响，欧洲及美洲各区域在2023年至今的三次调查结果中的整体景气指数均为负数，但在此次调查中受访者普遍认为西欧市场将迎来复苏。2023年下半年，为进一步促进中外人员往来，中国政府决定对法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚6个国家持普通护照人员试行单方面15天免签政策。这一政策的出台大大提振了市场对**西欧**入境客源的增长信心，因此景气指数在一众欧美国家和地区中脱颖而出，实现转负为正并达到了近年来的最高点。

其他地区总体入境需求仍然较为有限

受益于援非政策、一带一路以及RCEP协议的实行，**非洲**、**南亚**、**中北亚**、**西亚**、及**大洋洲**等多地入境需求逐渐回升，多数区域景气指数均有稳定增长。然受制于上述区域长期以来入境中国旅游消费者的量级及消费力，受访者对上述区域预期仍处于相对低位水平。

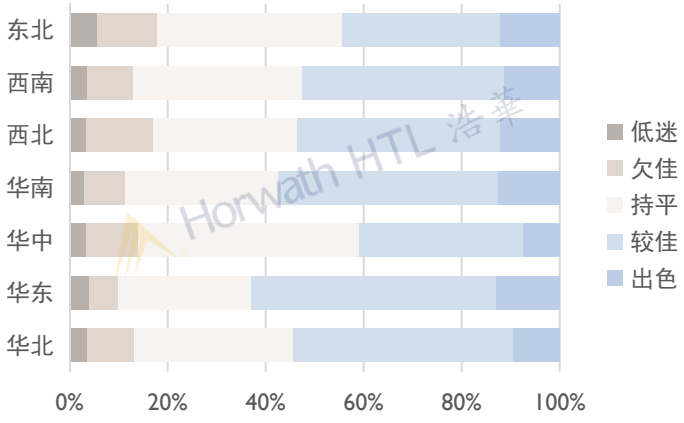
入境游目的地



景气指数

35

与2023年上半年相比，请预测2024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？



各区域市场预期均较为乐观

南强北弱的发展格局不变

东北景气指数实现明显提升

得益于冰雪旅游产品火爆出圈，东北入境游预期涨幅明显

哈尔滨2023年底的爆火并非偶然。其冰雪旅游产品在40年的发展历程中不断迭代升级，如今已成为拥有冰雪节庆、文化、体育等七大板块及百余项活动的综合目的地，带动该区域入境游爆发式增长，谷歌全球搜索热度一度达到最高值100。

与此同时，作为中国冬季旅游的标杆及宣传窗口，哈尔滨带动了东北其余区域的目的地知名度，并补足了12月-1月中国传统旅游淡季的产品缺口。得益于此，**东北地区**入境游景气指数涨幅明显，较上次景气指数相比增长了37点，达到25的良好水平，并摆脱了长期处于末位的排名地位。借势哈尔滨爆火，中国政府也积极引导冰雪主题游延伸至东北各地，结合各大旅游目的地的产品差异性实行联动互补，打造区域旅游标签，充分引流、借流并分流。面向未来，如何能够延续东北旅游目的地的热度，保持对国际市场客源的吸引力仍至关重要。除设计新颖的特色项目外，当地接待体系的完善、国际化人才的吸引及因地制宜、融贯自然、人文及历史的多元化产品也仍将是保障入境游体验并实现入境游市场可持续发展的关键。

其他地区景气指数均有上涨，华东、华南领跑全国入境游市场

华东及华南地区为中国常年以来最主要的入境游目的地，依托上海、深圳、广州等对外交往的门户城市以及苏州、杭州、桂林等一众具有稀缺资源且配套完善的旅游重镇，华东及华南地区2024年上半年景气指数分别达到了47及42的突出水平，分别位居全国第一及第二。

华北、华中、西南和西北地区虽坐拥北京、成都等多个历史文化名城及世界知名景点，但其热门程度相较于入境游发展较早、国际化程度较高的华东及华南地区仍相对偏低，总体景气指数多维持在20-40的区间之内，涨幅较为稳定。

结语

随着多项利好政策的密集出台，国际航班航线的有序恢复及海外组团社的回归，2024年上半年入境游整体市场预期普遍较为正面。受访者对各区域业绩增长均抱有乐观预期，自本调查实施以来，本期综合景气指数已达到历史峰值。但仍需注意的是，入境游市场长期存在的专业人才缺口问题、各目的地入境需求接待能力问题以及现有旅游产品的迭代换新问题仍将是长期制约中国入境游市场的关键性因素。

2023年下半年开始中国政府陆续出台的多项政策，充分展示出中国推进高水平对外开放的信心与决心从未改变。作为中国对外展示华夏文化及国际形象的重要窗口，入境游市场势必将在政府的政策支持和导向之下迎来新的增长机会。同时，旅游从业者也需要把握市场机会，结合入境游市场需求实现旅游产品创新，利用新媒体工具积极向海外传播中国各旅游目的地的多元和鲜活形象，相信中国入境旅游市场在经历市场沉淀和从业者积极探索后，将实现涅槃重生！

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。

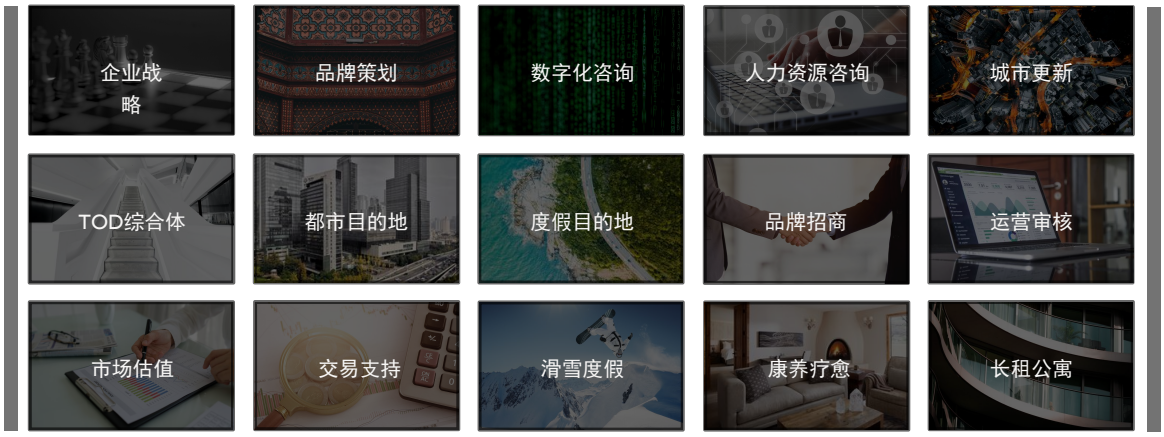
世界旅游联盟以“旅游让世界和生活更美好”为宗旨，以“旅游促进和平、旅游促进发展、旅游促进减贫”为使命，致力于在非政府层面推动全球旅游业的互联互通和共享共治。
世界旅游联盟目前共有来自41个国家和地区的236个会员。会员类别覆盖旅游产业链的上下游多个领域，主要为各国有影响力的旅游或涉旅企业、全国性或区域性旅游协会、旅游城市、研究机构、媒体和个人。联盟将自身定位为以会员需求为核心的服务型国际组织，旨在为会员搭建对话交流的合作平台、实用有效的信息平台、资源共享的媒体平台和融合发展的沟通平台。

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

《2024年上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《2024年上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《2024年上半年中国入境旅游市场景气报告》。