



WORLD TOURISM ALLIANCE



Horwath HTL 浩华

2024年3月发布

2024_上

中国出境旅游市场 景气报告





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



前言

2023年，中国出境游市场信心经历了“高开低走”的一年，从上半年出境游市场重启的“满怀憧憬”，到下半年恢复不及预期后的“回归理性”。2023年整体出境游行业仍处于逐步复苏的态势中，全年中国出境游人数超8,700万人次，基本恢复至2019年的50%。2024年伊始，众多政策利好刺激出境游市场的恢复，以及春节出境游迎来“开门红”，均为2024年市场持续复苏奠定良好开端。

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，在全球范围内第七次发布《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

作为世界旅游联盟与浩华合作出版的旅游市场景气调查的重要组成部分，中国出境游市场景气调查旨在为全球旅游从业者提供对中国出境游市场未来前景预测和判断的参考。

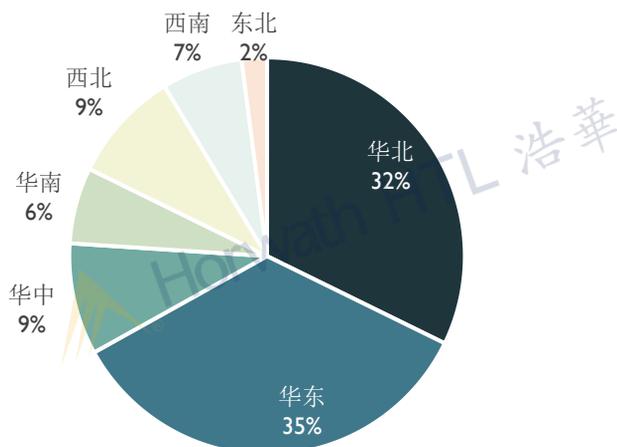
本次调查涵盖的五个问题旨在了解市场对于**出境游人次**、**人均消费**和**总收入**水平在2024年上半年的发展预期。为了更好地分析和比较中国各地区及城市的出境游市场，我们用特定的景气指数模型量化了受访者反馈并以指数形式呈现，以便更直观地反映受访者对出境游市场的预期。

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出境游市场实施的景气调查。本次报告汇总了2024年上半年出境旅游市场景气调查的研究成果，共收到来自全国23个省、直辖市、自治区的300份有效问卷。

样本区域分布



样本机构类型

- 11% 目的地管理/营销机构
- 35% 旅行社业务经营企业
- 17% 酒店
- 37% 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14日 至 2024年02月07日。



出境游迎来众多利好因素， 市场热情被重新激发

2023年初，随着跨境旅游限制逐步解除，团队游业务重新恢复，市场信心大幅提振，上半年出境市场景气指数积极乐观。然而，下半年受到地缘政治、经济大环境等因素影响，出境游热情逐步回归理性状态，导致指数有所下降。

而进入2024年，一系列政策利好不断。从2024年2月9日起，新加坡对中国游客实施免签入境政策，随后泰国从3月1日开始也对中国游客实行免签入境。加之马来西亚于2023年底实施的30天免签，经典“新马泰”出境游线路开始重新捕获市场热度。同时，2024年以来各航司也在加码国际航班班次的恢复，机票价格下降明显，人们的出游热情重新被点燃。以上这些积极信号表明，从2024年上半年开始，出境游市场将实现加速复苏。

上述原因影响了从业者对上半年出境游市场的景气预期。本次问卷结果显示，综合景气指数为42，较2023年有大幅提升。



综合景气指数



2024年上半年



2023年下半年



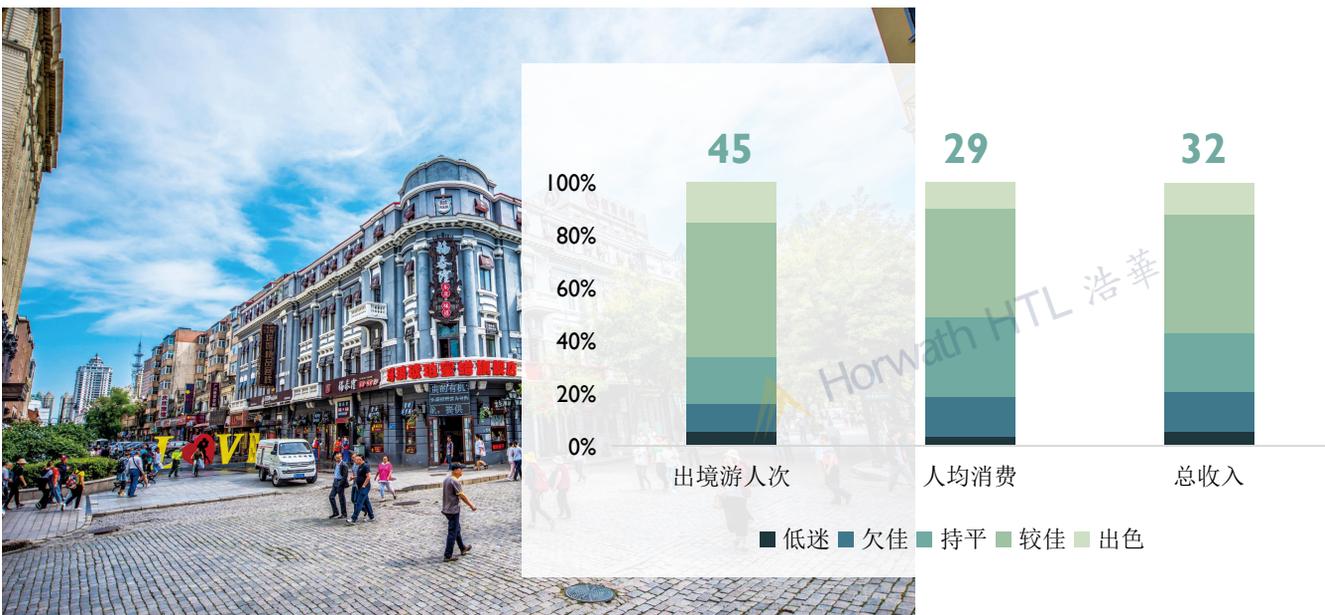
2023年上半年

景气指数

35

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

出境游整体业绩

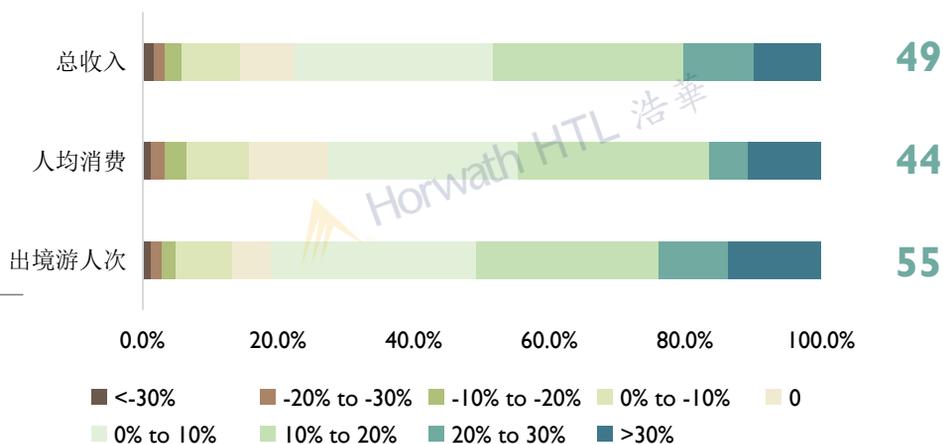


整体市场业绩预期积极乐观 但人均消费增长预期趋向保守

2024年初，出境游政策层面利好接连而至，为市场复苏注入了强心剂。在本次调查中，2024年上半年中国出境游市场整体业绩指数达到35，较2023年同期提升9个指数，反映出人们对于市场业绩增长的积极预期。

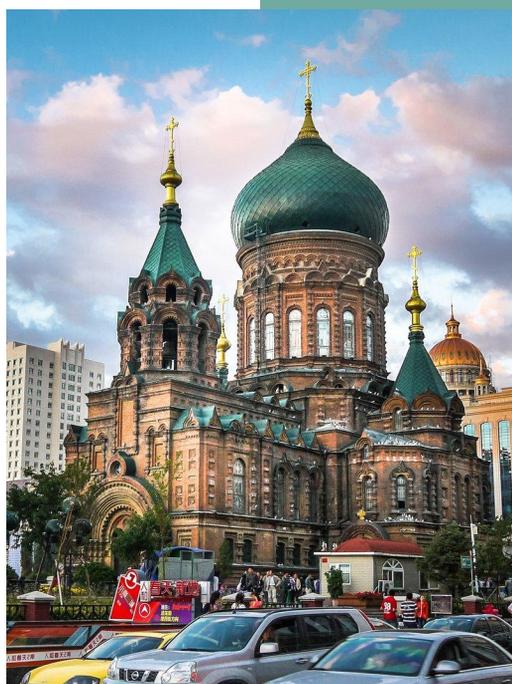
从出境游市场各项指标分析来看，2024年上半年出境游人次景气指数达45，较2023年同期提升20个指数，反映出行业从业者对于上半年出境游客数量的增长满怀信心。但值得注意的是，人均消费景气指数较2023年同期有所下降，仅为29，这也使得总收入预期指数表现受到一定影响。人均消费指数预期相对保守的原因可以归结为以下两点：首先，中国消费者的消费理念逐步成熟，与过往一味追求“高大上”相比，当下消费者更加关注产品性价比和个性化；其次，受消费者对未来收入增长预期不佳以及人民币贬值等因素影响，行业从业者普遍认为短期内消费者支付意愿也更趋向于保守。

景气指数
50



与2023年上半年相比，请预测贵机构/地区2024年上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及所在地区业绩恢复充满信心 各项指标预期均有所提升



受访者所在机构/地区的业绩景气指数为50，较2023年同期上升24个指数点。人次、人均消费及总收入三项业绩指标的提开反映出各机构对于其企业自身和所在地区的2024年上半年出境游业务的业绩增长充满信心。

受访者所在机构/地区业绩景气指数的积极预期与受访者所处的区域有一定关联。此次调查采访的区域市场样本来源主要集中在华北和华东地区，而以上两个区域也是行业从业者最为密集且多为企业总部所在地。同时，华东和华南也是中国出境游市场主要的客源地。因此，在该指数上，受访者普遍认为自身机构以及所在地区的出境游业务在2024年上半年将迎来业绩加速恢复，增长预期甚至高于全国平均水平。

景气指数

21

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



“当前签证政策”和“国际航线变化”的预期指数相较于去年同期均有所提升，达到38。

签证获取门槛和签证流程繁琐是一直以来影响中国公民出境意愿的消极因素。但从2023年下半年开始，已有多个国家陆续推出有利于中国公民签证办理的利好政策，相信这一些措施将进一步刺激出境游需求的增长。

从国际航线变化来看，与东南亚和日韩等国家的航班班次大幅增加，这将有助于降低短途出境游成本和便利性。同时，中美之间也在持续增开航班，这也为长线出境游市场复苏释放出积极信号。

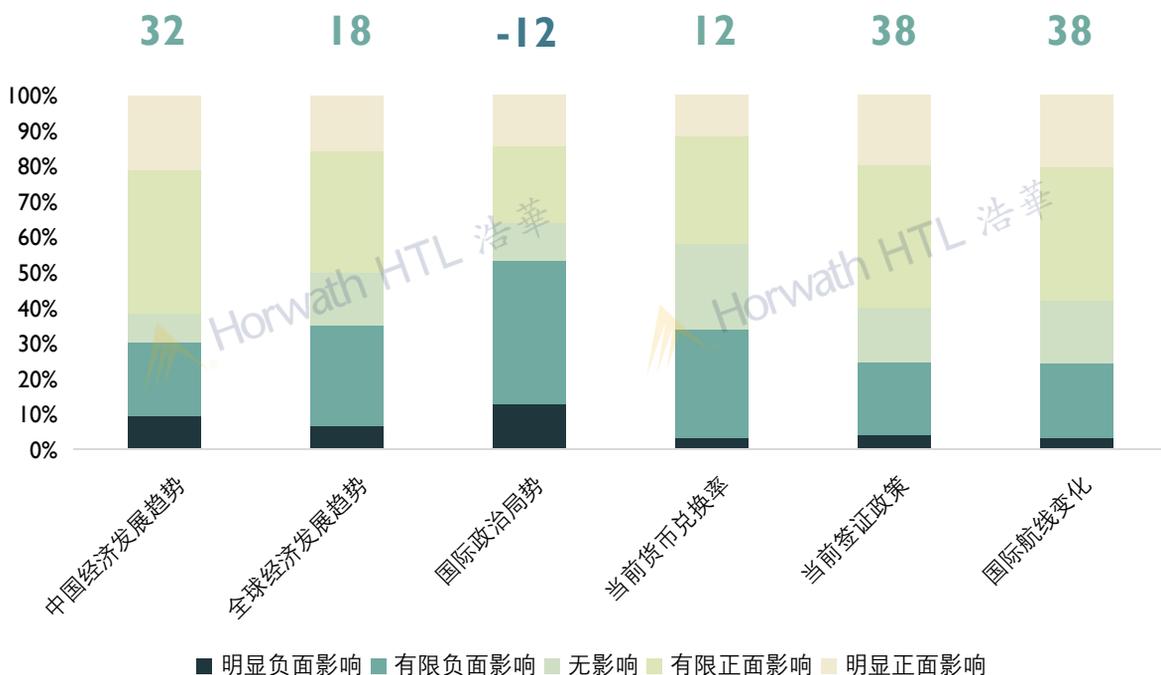


“国际政治局势”不稳定成为影响出境游市场最为消极的因素，相较于2023年同期没有发生变化，市场预期仍为负数，景气值为-12。

东南亚的社会治安问题、中东的战争局势以及俄乌战争等事件也在触发着出境游消费者对于境外旅途安全的担忧。因此，国际局势的不安情绪使得消费者在选择旅游目的地时更为谨慎小心，也存在部分潜在消费者选择暂时放弃境外出游，而转向国内旅游目的地。

国际航线恢复和便利签证政策是促使出境游复苏主要因素

国际局势波动对出境游产生负面影响



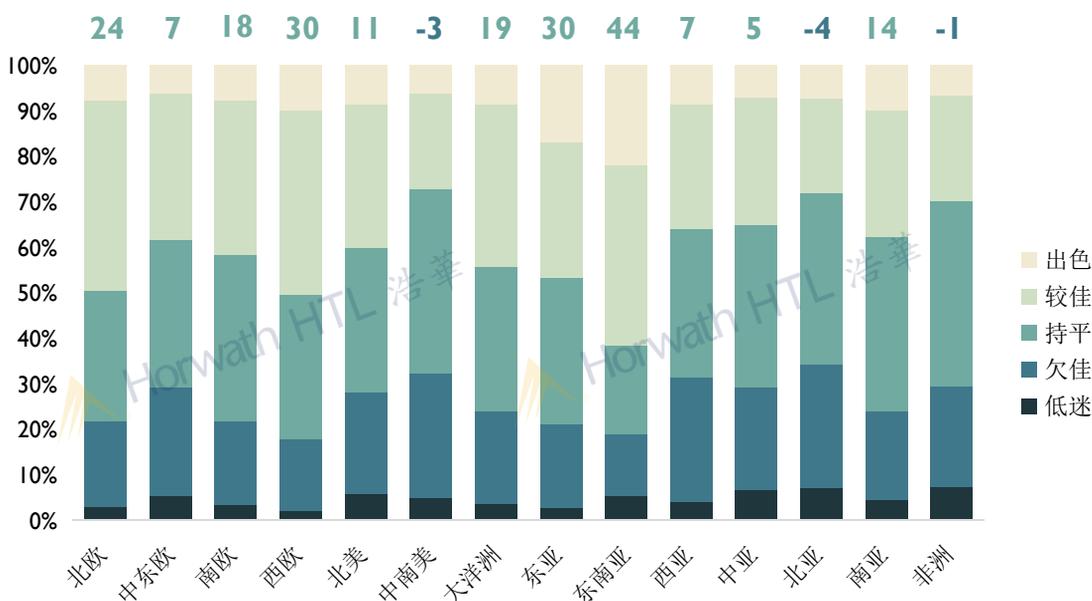
景气指数

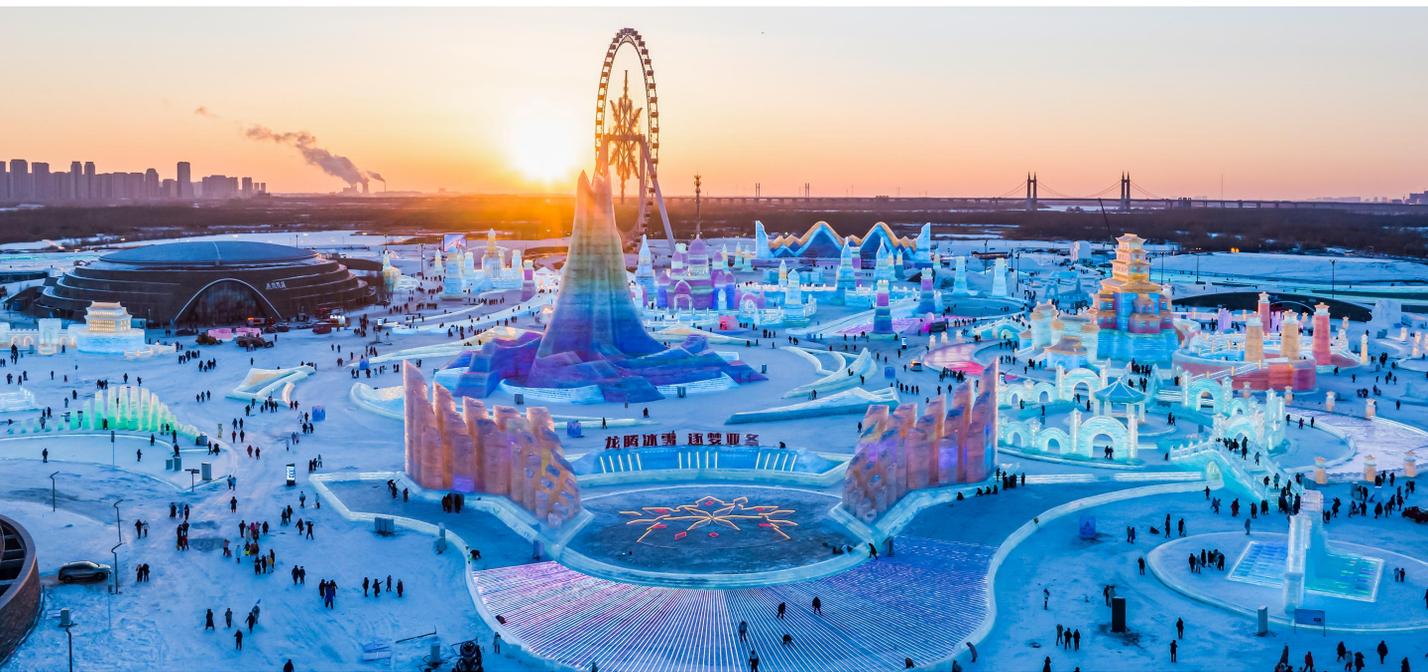
15



与2023年上半年相比，请预测2024年上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？

东南亚旅游景气指数处于领先地位
中亚、西亚地区成为新兴出境游目的地





东南亚、东亚热度处于领先地位 中亚、西亚关注度不断提高

“新马泰”作为传统的出境旅游线路，一直受中国游客所青睐，2024年2月新加坡正式对中国公民实行免签入境，中国公民出入“新马泰”三国将更加便利。在此因素影响下，东南亚线路再度成为出境游的首选。

中国与日韩之间航班数量持续增加，中国游客出行将更加便利，成本也将有所下降。但是日本出境游业务将受到核废水排放的负面新闻影响，并没有迎来预期中的市场需求的大爆发。

总体来看，入境便利且性价比较高的短途目的地东南亚游成为中国游客最优选择，2024年上半年景气指数达到44，位列所有地区首位。

作为新兴的出境游目的地，中亚和西亚等“一带一路”沿线国家的旅游吸引力持续增强。中国新一代年轻消费者正成为出境游的主要群体，他们更注重小众目的地、产品性价比和深度体验等因素。因此像伊朗、沙特、哈萨克斯坦和乌兹别克斯坦等丝绸之路沿线国家正在逐步受到中国出境游消费者的关注。

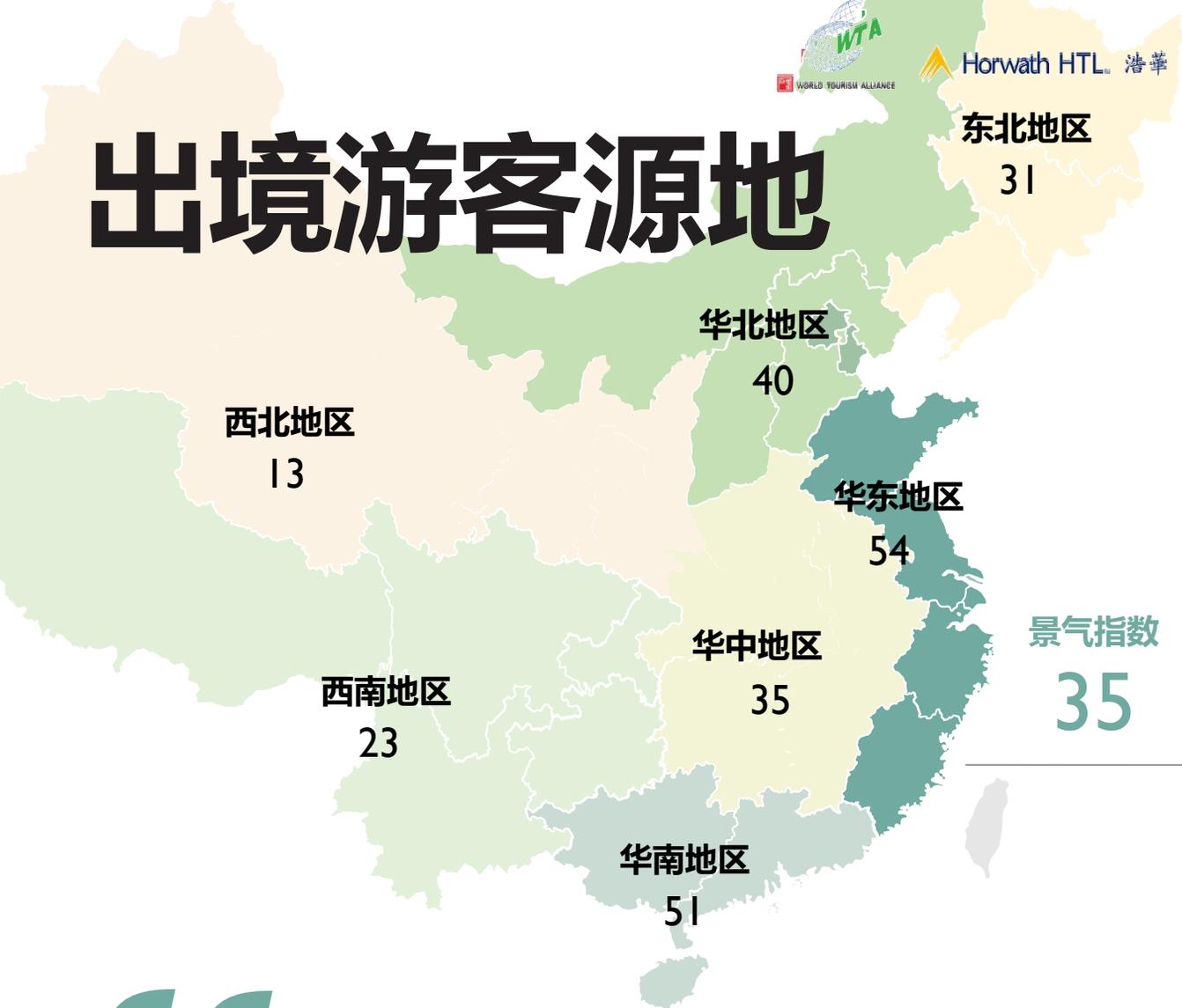
尽管中亚和西亚在2024年上半年的景气指数分别为5和7，但与2023年上半年相比，以上两个地区的市场景气指数正呈现出显著增长态势。

欧洲市场预期普遍向好，北美地区恢复仍有待时日

欧洲各国家和地区均呈现出较为积极的景气指数，这主要得益于中国至法国、意大利、德国等国家的航线增加，目前航空运力已恢复至2019年的90%。西欧作为长线出境游的重要目的地，本期指数达30，成为欧洲各区域的领头羊；北欧作为近年来小众旅游目的地崛起的代表，热度也正持续增加，景气指数达24，位列欧洲第二。但以下两点仍值得关注：第一，欧洲主流国家对于中国公民的签证办理仍具有较高的准入门槛，同时签证费用也在不断提高；第二，出境游上下游供应链仍未完全恢复，出行成本仍高居不下。

地缘政治、航运能力不足、汇率不稳定、签证流程繁琐、签证材料严苛等因素导致北美地区出境游仍处于相对低迷状态，中国公民出境仍以留学、商务出行为主。

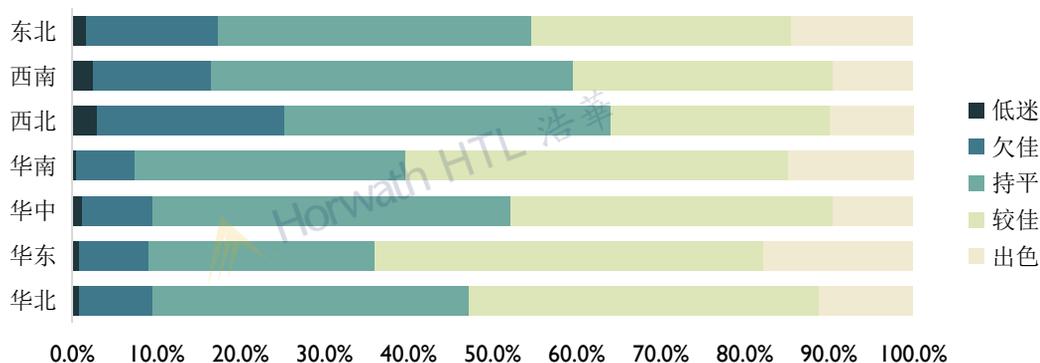
出境游客源地



与2023年上半年相比，请预测2024年上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？

各区域信心均上升

华东和华南仍是核心客源地市场





华东和华南地区在出境游市场中扮演着重要角色

华东和华南作为中国出境游的主要贡献地，在2024年上半年景气指数分别为54和51，基本与2023年同期持平。华东和华南之所以一直以来能够稳居出境游客源地之首的原因：

1. 富庶的经济：发达的民营经济，使得当地居民拥有较高的消费水平和积极的消费信心，出境游正在逐步成为其生活方式的一种。
2. 地理位置优越：一方面，华南地区临近东南亚各国，近期的免签政策无疑会吸引更多居民利用小长假时间，实现“说走就走”的出境旅行；另一方面，华东、华南区域城市对外通航能力优秀，出行成本低，便利性强。
3. 跨文化交流和开放性：华东和华南作为中国发展市场经济以及实现对外开放的前沿阵地，居民的对外文化交流意愿也相对较强。

因此，从业者仍然对华东和华南地区的出境游市场发展前景持最为积极的态度。



其他地区出境游市场信心正逐步复苏中

华北、华中、东北区域位居次席。首先，华北、华中城市群，人口基数庞大且国际航线通达能力良好；其次，2023年10月中俄互免签证的政策将继续带动东北区域的出境游热情。

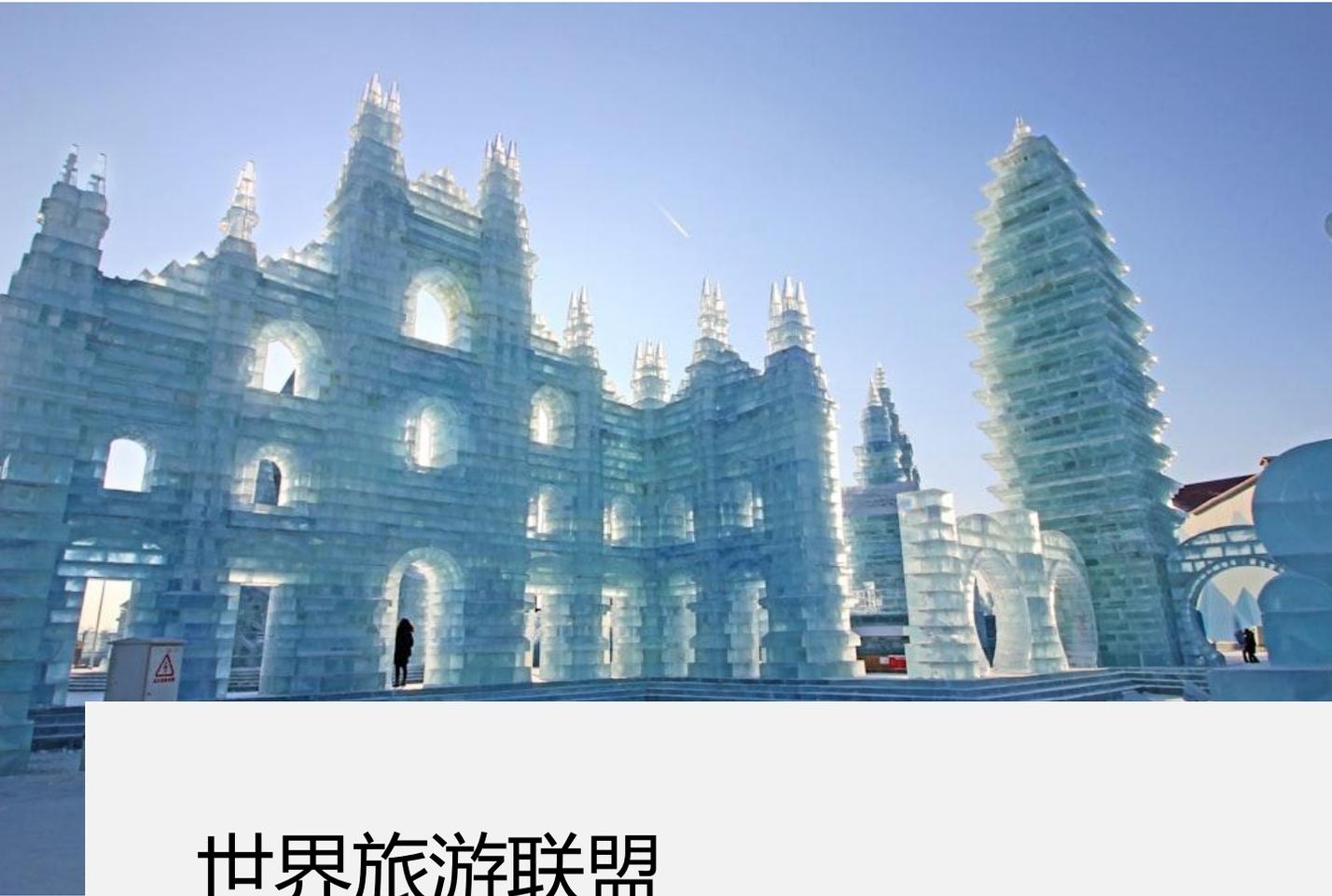
西北、西南区域景气指数处于末位，但较2023年同期相比有小幅提升。在“一带一路”沿线国家的旅游线路开发和宣传推广之下，西北和西南区域有机会依托地缘优势激发出更多“一带一路”国家的出境游需求。

结语

2023年作为新型冠状病毒感染结束后的第一年，出境游市场的恢复面临着复杂的国际环境，同时行业也肩负着上下游产业生态重建和修复的重担。在中国政府的积极引导和推动之下，一系列利好政策和措施陆续出台。在签证方面，截至2024年1月底，中国已经与157个国家签署了不同护照持有者的互免签证协议，并与44个国家达成了简化签证手续的协议或安排。在航空运力上，中国民航局公布数据显示，2024年春节以来国际客运航班恢复至疫情前七成。这些无疑均为2024年上半年出境游市场的加速复苏添能蓄势，因此出境游市场景气指数也达到了疫情以来的最高值42。

2024年上半年，行业人士普遍认为旅游人次将会出现显著提升，但受限于收入预期和汇率波动影响，出境游人均消费恢复或增长预期仍趋向保守。就目的地而言，在本次调查中显示出境游目的地也逐步趋向多样化，除了传统的东南亚、日韩和欧美等国家外，西亚和中亚等“一带一路”国家和地区也逐渐受到市场关注。但是值得注意的是，当前世界经济发展不确定性以及地缘争端冲突不断，一定程度上也引发出境游消费者对旅游安全的担忧。

2024年将是中国出境游市场从恢复性增长迈向持续性繁荣的重要一年，期待中国出境游市场在经历新型冠状病毒调整后，逐步积蓄能量，最终焕发全新生机与活力。



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

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

CHA 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

版权声明

《2024年上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《2024年上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《2024年上半年中国出境旅游市场景气报告》。