



中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国出境旅游 发展年度报告

2012

ANNUAL REPORT OF CHINA
OUTBOUND TOURISM DEVELOPMENT
2012

中国旅游研究院



旅游教育出版社
Tourism Education Press



中国旅游研究院
China Tourism Academy

责任编辑：郭珍宏

封面设计：东至亿美艺术设计有限公司
84078298-8060

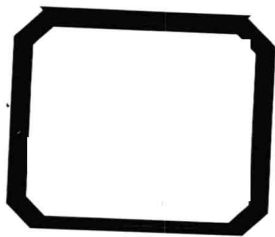
ISBN 978-7-5637-1669-2/F·810

定价:55.00元

ISBN 978-7-5637-1669-2



9 787563 716692 >



中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国出境旅游 发展年度报告 2012

ANNUAL REPORT OF CHINA
OUTBOUND TOURISM DEVELOPMENT
2012

中国旅游研究院



旅游教育出版社
Tourism Education Press



中华人民共和国文化和旅游部
Ministry of Culture and Tourism of the People's Republic of China

中国出境旅游 发展年度报告 2012

A YEAR OF PROGRESS FOR CHINA
AND THE WORLD FOR CHINA TOURISM
2012

中国旅游出版社



中国旅游出版社

责任编辑:郭珍宏

图书在版编目(CIP)数据

中国出境旅游发展年度报告. 2012/中国旅游研究院著. —北京:旅游教育出版社,
2012. 4

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1669 - 2

I. ①中… II. ①中… III. ①出入境—旅游—研究报告—中国—2012
IV. ①F592. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 046286 号

中国出境旅游发展年度报告 2012

中国旅游研究院

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@ 163. com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	10. 375
字 数	143 千字
版 次	2012 年 4 月第 1 版
印 次	2012 年 4 月第 1 次印刷
定 价	55. 00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

《中国出境旅游发展年度报告》编辑委员会

主任委员	杜江	国家旅游局副局长	教授	博士
	祝善忠	国家旅游局副局长		
副主任委员	满宏卫	国家旅游局旅游促进与国际合作司	司长	
	戴斌	中国旅游研究院院长	教授	博士
	张新红	国家旅游局旅游促进与国际合作司	副司长	
	王燕	国家旅游局旅游促进与国际合作司	副司长	
编委	徐海军	夏少颜	蒋依依	马仪亮

《中国出境旅游发展年度报告》编写组

主 编	戴斌	中国旅游研究院院长	教授	博士
	满宏卫	国家旅游局旅游促进与国际合作司	司长	
执行主编	蒋依依	中国旅游研究院国际旅游研究所负责人	副研究员	博士
	徐海军	国家旅游局旅游促进与国际合作司市场调研处	处长	
成 员	马仪亮	杨劲松	杨丽琼	李创新
	李仲广	杨宏浩	宋越平	
	刘丽敏	徐娜	苏慧	鹿秀丽
			李栎	

前言

FOREWORD

2011年,中国持续向好的经济社会发展构成了出境旅游快速增长的重要支撑,中国出境旅游对世界旅游经济重要性的持续凸显也使其赢得了更加宽松的外部环境,出境旅游规模与旅游消费再创历史新高。全年出境旅游人次数为7 025万人次,同比增长22.42%,出境旅游消费预计达690亿美元,仅次于美国与德国。从出境规模上来说,目前我国的出境市场已经是美国出境市场的1.2倍,日本出境市场的3.5倍。可以说,世界第一大出境市场正在中国形成。

中国出境旅游的持续发展已经成为了世界旅游经济的稳定增长极。2008年金融危机以来,中国没有采取任何抑制出境旅游发展的措施,而是通过其有序发展,去帮助目的地国家旅游业不至于出现根本性的衰退。2011年,全球入境游客实现4.4%的同比增长。其中,中国公民出境旅游的贡献相当于30%,很大程度上弥补了欧元区主权债务危机、日本复合型灾害以及中东、北非动乱等因素带来的不利影响,成为全球旅游业持续繁荣的动力源泉。

出境旅游的发展还推动了中国旅游影响力的持续提升。在世界旅游经济格局中,虽然中国入境市场份额相对下降,但由于旅游服务贸易总量持续扩大,以ADS国家为表征的中国与世界关联度不断提升,以及主要旅游国家受到国际金融动荡冲击而实力地位发生变化等因素影响,中国的旅游影响力在不断提升。多个国家在旅游业中长期发展政策中将中国市场作为发展重点,并制订了相应的产品开发、市场营销以及签证便利等措施。

出境旅游发展年度报告是从2003年就开始的连续性报告,全面反映了中国出境旅游的影响因素、市场状况、消费特征、产业走向以及区域格局,力图让境内外旅游主管部门、相关旅游企业与研究机构能够获得中国出境旅游发展全面而深入的信息,对其经营管理、政策制定、发展战略、教学研究等方面提供有益的参考。

为了保证报告的权威性与专业性，自 2008 年开始，该报告由国家旅游局旅游促进与国际合作司委托中国旅游研究院组织力量编制。为使境外读者方便阅读，报告从 2009 年开始出版中英文双版。报告在延续调查方案与研究范式的基础上，一直在进行不断完善与创新。在本期报告中，我们对各环境要素与出境市场变动之间的相关性进行了定量测算，对商务公务与休闲度假专项市场进行了专门分析，对各区域典型城市的市场特征进行了对比研究。

本报告由导言和五章组成。导言对我国 2011 年出境旅游发展概况进行了简要介绍；第一章对影响 2011 年出境旅游市场的因素进行了全面分析；第二章对中国出境旅游消费市场特征进行了全面分析；第三章对 2011 年市场变动影响下的出境旅游产业主体运营状况进行了分析；第四章对华北、华东、华南与西南市场中的典型城市进行了分析；第五章预测了 2012 年出境旅游发展的状况以及对政府、企业与旅游目的地等相关主体提出了政策建议。

整个项目由杜江教授与戴斌教授提出研究框架，经课题组全体成员讨论后形成了包括问卷设计、访谈提纲、调研组织在内的年度工作方案。从 2010 年开始，市场调研的对象扩展到北京、上海、广州、重庆、成都、西安、沈阳与杭州八个口岸城市，调研频率从季度调查改为月度调查。工作组在对各典型城市的地方旅游主管部门以及代表性出境游组团社进行实地调研的基础上，结合市场调研与境内外数据收集整理，并经多次讨论修订，形成终稿。各章的主要执笔人分工如下：导言，蒋依依；第一章，杨劲松、鹿秀丽；第二章，蒋依依、刘丽敏、苏慧；第三章，马仪亮；第四章，蒋依依、马仪亮、杨劲松、杨丽琼、刘丽敏、徐娜、苏慧、鹿秀丽、李栎；第五章，蒋依依。

我们期待着出境旅游年度报告与中国的出境旅游共成长，为市场、产业与研究的理性成长贡献更大力量。

目 录

CONTENTS

导 言 2011 年中国出境旅游发展概况	1
第一章 2011 年中国出境旅游市场环境分析	9
第一节 我国出境旅游主要因素解析	10
第二节 影响因素识别与模型选取	11
第三节 2011 年出境旅游经济环境特征	12
第四节 2011 年出境旅游政治环境特征	27
第五节 2011 年出境旅游其他市场环境特征	30
第二章 2011 年中国出境旅游市场结构与消费特征	35
第一节 市场结构	36
第二节 总体分析	40
第三节 专项市场	50
第四节 主要目的地消费特征	58
第五节 出境游客满意度分析	85
第三章 2011 年中国出境旅游产业运营特征	89
第一节 出境旅游产业主体基本面的	90
第二节 出境旅游产业主体市场运营态势	98
第三节 出境旅游产业主体产品开发与创新	104
第四章 典型区域发展特征	107
第一节 华北市场	108
第二节 华东市场	118



第三节	华南市场	123
第四节	西南市场	129
第五节	典型城市出境市场比较	142
第五章 2012 年我国出境旅游发展趋势与建议		151
第一节	2012 年我国出境旅游发展趋势	152
第二节	我国出境旅游发展建议	155

导 言

2011 年中国 出境旅游发展概况



2011 年，中国出境旅游持续快速增长，总规模达 7 025 万人次，同比增长 22.42%。出境旅游花费预计 690 亿美元，旅游服务贸易逆差进一步扩大，达到 225 亿美元。受突发事件等因素的综合影响，中长线目的地比重增长明显。中等收入阶层对于享受型与发展型的消费倾向推动消费结构趋于多样化与个性化。市场需求的快速扩容与不断成熟推动了产业规模的迅速增长与转型升级。

一、国内外环境正不断优化

（一）中国持续向好的经济社会发展构成了出境旅游快速增长的重要支撑

2011 年，我国国民经济继续朝着宏观调控预期方向发展。我国国内生产总值同比增长 9.2%，城乡居民收入大幅提升，为出境旅游发展奠定了良好的基础。研究表明，我国人均 GDP 与可支配收入每增加 1%，出境旅游人数就增加 1.01% 与 1.22%。全国居民消费价格总水平虽然比上年上涨 5.4%，但总体来看 CPI 指数基数上涨幅度平缓，加上人民币兑美元升值幅度达到约 5%，对于居民的出境起到了一定的促进作用。研究表明，我国 CPI 每增加 1%，美元相对人民币每贬值 1%，出境旅游人数就增加 12.78% 与 4.36%。

（二）中国出境旅游对世界旅游经济重要性的持续凸显赢得了更加宽松的外部环境

2011 年，全球入境游客实现 4.4% 的同比增长。其中，中国公民出境旅游的贡献相当于 30%，很大程度上弥补了欧元区主权债务危机、日本复合型灾害以及中东、北非动乱等因素带来的不利影响，进而赢得了包括签证、接待体系等在内更为宽松的外部环境，催生了消费需求。2011 年年初，日本将中国作为实施观光立国战略的重要支撑，并在年内两次降低中国游客赴日签证门槛。美国旅游协会积极呼吁包括给中国在内的新兴国家放宽旅游签证，希腊实质性地放开了签证条件且开通了直航，而意大利的报纸正在反思如何提升适应中国游客需要的服务质量。另外，境外企业也正在改善面向中国游客的服务，如喜达

屋集团正在实施一项名为“个人游服务”的计划，提供白粥、中文翻译以及开通中文频道等。

（三）受规模与利润迅速扩展驱动，更多企业将资源配置到出境旅游板块

根据《2010 年度全国旅行社统计调查情况公报》，虽然出境组团社仅占旅行社总数约 5%，但其营业收入和毛利润占比分别高达 58.58% 和 52.25%。为了跻身出境组团社行列，国内许多中小旅行社不断创新产品、提升服务、科学管理，构成了一股促进我国旅行社业由数量主导向质量主导的上升力量。受出境游规模与利润不断扩展的驱动，越来越多的旅行社将资金、人力等相关资源配置到出境游板块，加强宣传力度，在一定程度上进一步促进了出境市场的形成。

（四）与境外合作的不断深化推动了出境旅游的持续发展

随着中国—东盟自由贸易区建设的深入发展，中国—东盟旅游区域合作机制的构建不断完善，2011 年 4 月，中越推进了“跨境旅游合作区”（无国界旅游试验区）的建设。东北亚旅游区域合作也如火如荼，根据中、俄、朝三方《环形跨国旅游线路合作协议》，2011 年 4 月 26 日，中、俄、朝同时免签证的环形跨国旅游项目正式运营，标志着东北亚区域各国间的合作实现新突破。从 2011 年 5 月底开始，朝鲜首次决定允许中国游客开车越过中朝边境，对朝鲜罗先特别市进行自驾体验游览。

（五）保障游客权益的旅游公共服务正在得到不断改善

为更好地应对在出境以及入境市场中的各类突发事件，提供完善的公共服务，保障游客特别是中国游客的境外权益，中国正在积极与主要目的地和客源地加强合作，改善包括安全领域在内的国际旅游公共服务。2011 年 5 月，第六届中、日、韩旅游部长会议期间，三国表示将加强多语种的旅游标志建设，共同建立旅游突发事件应对合作体系。2011 年，中俄双方高度重视旅游安全工作，推动了中俄旅游安全协调工作小组务实与高效的工作，以及两国保险企业不断深化合作，使游客对旅游安全的认知以及安全的保障能力正在逐步提升。



二、世界第一大出境市场正在形成

（一）出境旅游仍然处于快速上升通道

2011年，出境旅游人次数为7 025万人次，同比增长22.42%。从出境规模上来说，目前我国的出境市场已经是美国出境市场的1.2倍^①，日本出境市场的3.5倍^②。可以说，在不久的将来，世界第一大出境正在中国形成。存量游客的多次出境以及大量新增的初次出境游客是游客规模增长的主要动力。

（二）旅游服务贸易逆差进一步扩大

由于出境旅游在较长时间内的持续快速增长，我国旅游服务贸易的进口规模稳步扩大。2011年中国国际收支平衡表的前三季度数据显示，我国旅游服务贸易进口达541亿美元，全年有望达690亿美元，仅次于美国与德国。自2009年起，我国旅游服务贸易开始出现逆差。2009年和2010年逆差分别为23亿美元和91亿美元。随着出境市场，特别是出境消费继续处于高速增长期，而入境市场的增长正在放缓，旅游服务贸易进出口之间的剪刀差导致了贸易逆差的进一步扩大，2011年全年旅游贸易逆差将可能达到225亿美元。

（三）出境旅游的目的地更加广泛

首先，中长线目的地比重在持续增长。中长线出境旅游作为中国出境旅游的高端市场，表现出较大的增长潜力。2011年，前往美洲、欧洲、大洋洲与非洲等中长线目的地的游客占据出国游客总数的三分之一，其中赴非洲游客的增长接近40%。其次，突发事件对市场流向影响明显。日本一直是中国最为重要的出境目的地之一，受3月份日本复合型灾害影响，赴日旅游全年出现约20%的降幅。加上之后的中东与北非地区动荡，部分游客转向东南亚等地区。年内，赴柬埔寨游客增幅高达231%，赴马来西亚、泰国游客也实现了超过50%的增长。最后，赴台旅游趋于理性。经过两年半左右的“井喷”式增长，大陆居民赴台旅游的规模日渐趋于平复，逐渐进入以情感驱动到市场驱动的稳定发展期。

^① 根据美国商务部数据，2010年美国出境游客规模6 000万人次。

^② 根据日本统计局数据，2010年日本出境游客规模1 664万人次。

年内赴台游规模为 184 万人次, 同比增长 11%, 其中“个人游”规模约为 3 万。

(四) 区域出游的增长潜力正在释放

从区域发展状况上看, 由于我国东、中、西部地区经济发展水平仍存在较大差异, 东部地区居民在人均可支配收入上明显高于我国中、西部地区居民, 由于出境旅游消费相对较高, 东部地区长期以来占据着中国出境旅游的主力位置。但随着中西部地区经济实力和开放程度的进一步提升, 中西部地区出境市场的增长潜力正在得到不断释放。从全国出境组团社销售额的增长率来看, 中部地区增长率达到 53.2%, 西部地区增长为 47%, 均超过全国 42.2% 的平均增长率, 其中湖北、湖南、宁夏与新疆等中西部省份实现了超过 70% 的高速增长。

三、在购物主体基础上消费动机更趋多元化

(一) 购物消费推动消费总量高速提升

与一般旅游经济演化规律不同的是, 购物成为推动中国出境旅游消费的重要动力。根据中国旅游研究院的调查, 约三分之一的游客认为购物是花费最高的项目。世界奢侈品协会的数据表明, 75% 以上的中国出境游客在旅游过程中重复消费 3 次以上。2011 年“十一黄金周”, 中国游客 7 天的境外奢侈品消费相当于国内奢侈品市场 3 个月的总额。

(二) 休闲度假市场稳步增长

以休闲度假为目的的游客占比达 37.63%, 较 2010 年上升约 4%。其中海岛旅游因便捷的签证服务以及较高的性价比, 成为推动休闲度假市场增长的主要力量。随着中国经济的崛起, 国际邮轮产业不断东移, 邮轮旅游作为新的休闲度假方式逐渐为更多的中国游客所接受。

(三) 深度与专题旅游正在成为发展趋势

在获得了日渐丰富的旅游经验之后, 中国游客越来越倾向于目的地的深度旅游以及特殊产品的专题旅游。目前, 近半数游客出境旅游时长为 3~7 天, 而



在境外停留 7 天以上的游客占比已经超过总量的四分之一。与此同时，各大旅行社更加注重深度与专题旅游产品的打造，并将其作为满足游客特质化需求和增强产品差异性的重要渠道。如世界杯之旅、奥运会之旅，乃至环游世界之旅、南极旅游等产品都受到了市场的认可。

（四）追求更加经济的旅行方式

在市场不断成熟的过程当中，游客的消费行为也逐渐理性，具体表现在追求更加经济的旅行方式。统计数据表明，选择高星级酒店（四星级及以上）入住的游客比例正趋于下降，在游客总量中的占比不到 10%。而中等价位酒店（二星、三星）、经济型酒店以及社会旅馆等成为中国游客的住宿首选，有超过 80% 的游客选择了更加经济实惠的住宿方式。

（五）满意度正处在波动下行区间

根据中国旅游研究院每个季度针对中国八个口岸城市出境游客的调查显示，出境游客的满意度正处在波动下行区间。大部分受访者对境外的旅游线路组织并不满意。其原因是众多的目的地与企业只关注到不断增加的中国游客规模与消费能力，却不了解他们真正需要什么。

四、市场成长推动产业转型升级

（一）从数量主导向质量主导转变

随着出境市场的迅速扩容，出境组团社的规模也随之扩展。2011 年我国具有出境旅游业务资质的旅行社较 2010 年增加 309 家，其中北京增加 65 家。相对于国内旅游业务与入境地接业务而言，出境组团业务的利润更为丰厚，根据《2010 年度全国旅行社统计调查情况公报》的数据显示，虽然出境组团社占旅行社总数仅约 5%，但其营业收入和毛利润占比分别高达 58.58% 和 52.25%。2010 年全国百强社中，97 家旅行社为出境组团社。因此，为跻身出境组团社行列，国内许多中小旅行社不断创新产品、提升服务、实施科学管理，使得出境游组团社的示范作用持续发挥，促进了我国旅行社行业由数量主导向质量主导的逐渐转变。

（二）区域性批发商快速发展推动全国产业格局更加均衡

随着西安、武汉、昆明、重庆等中西部节点城市国际航班增多，外国领馆落户，使游客就地出境的便捷程度不断提升。同时地方大中型旅行社积极推进股份制改革，不断通过参股或控股的形式进行区域内的扩张。如广东中旅和广东国旅在广东省内控股了多家旅行社。越来越多的区域性出境游批发商不断崛起，而原有的一些全国性批发商的业务版图正在不断收缩。

（三）民营企业进一步向批零一体化转型

作为高度市场化的行业，由于各企业的战略取向存在差异，决定了出境游组团社对批零一体化的选择上有所不同。但无疑，批零一体化后供应链环节会减少，将有利于企业对成本的控制，也有利于推动零售价格的竞争性下调。因此，进一步打造批零一体化体系，成为众多民营企业的选择，更加主动地从后端走向前端，挑战以国、中、青为代表的传统零售商。

（四）对外开放步伐进一步加快

在2010年《中外合资经营旅行社试点经营出境旅游业务监管暂行办法》的基础上，2011年5月，国家旅游局确定了具有跨国旅游集团背景的第一批试点企业进入出境旅游经营领域，即中旅途易旅游有限公司、国旅运通旅行社有限公司、交通公社新纪元国际旅行社有限公司。尽管放开的数量有限，合资企业在资金、经验以及上下游资源掌控的优势尚未完全体现，但对于国内旅行社在品牌、渠道以及人才优势的挑战已经开始。

五、中国出境旅游正在影响世界、改变中国

（一）成为世界旅游经济的稳定增长极

2008年金融危机以来，中国没有采取任何抑制出境旅游发展的措施，而是通过其有序发展，去帮助目的地国家的旅游业不至于出现根本性的衰退。2011年，全球入境游客实现4.4%的同比增长。其中，中国公民出境旅游的贡献相当于30%，很大程度上弥补了欧元区主权债务危机、日本复合型灾害以及中东、北非动乱等因素带来的不利影响，成为全球旅游业持续繁荣的动力源泉。