



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 2016

ANNUAL REPORT OF CHINA
OUTBOUND TOURISM DEVELOPMENT
2016

中国旅游研究院



旅游教育出版社



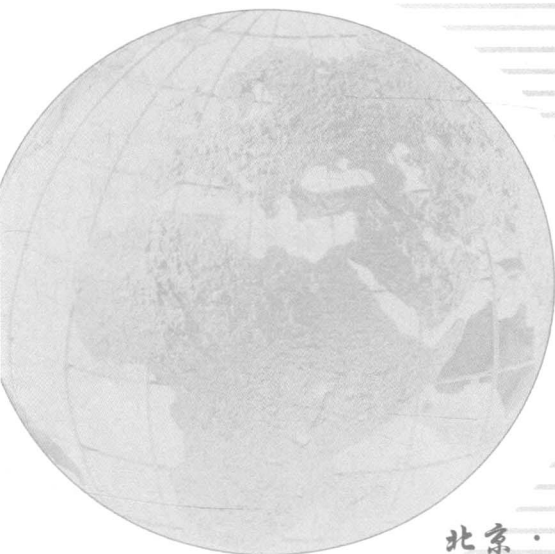
中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国出境旅游 发展年度报告 2016

ANNUAL REPORT OF CHINA
OUTBOUND TOURISM DEVELOPMENT
2016

中国旅游研究院



北京·旅游教育出版社

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. 2016 / 中国旅游研究院著. — 北京: 旅游教育出版社, 2016. 6

ISBN 978-7-5637-3423-8

I. ①中… II. ①中… III. ①国际旅游—研究报告—中国—2016 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 141657 号

中国出境旅游发展年度报告 2016

中国旅游研究院 著

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	tepfx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
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 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	11.875
字 数	161 千字
版 次	2016 年 6 月第 1 版
印 次	2016 年 6 月第 1 次印刷
定 价	70.00 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、博士

副主任委员

戴斌 中国旅游研究院院长、教授、博士

编委

蒋依依 李仲广 马晓龙 宋子千 唐晓云 夏少颜 杨劲松

《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

执行主编

杨劲松 中国旅游研究院国际旅游研究所副研究员、博士

蒋依依 中国旅游研究院国际旅游研究所所长、副研究员、博士

成员

杨丽琼 宋慧林 刘祥艳 吴珏璋 汲忠娟 王雅倩 李仲广

杨宏浩 吴丰林 何琼峰 叶欣梁 党彦 梅俊青

前言

PREFACE

在湖南卫视刚刚结束的“我是歌手”决赛中，唱民谣的老狼把摇滚圈的老炮儿召集到一块帮唱。民谣和摇滚似乎并不怎么搭，前者多是近处生活的吟唱，后者则更愿意与现实保持距离感，并容易引起年轻人的共鸣。正如歌手许巍唱的“生活不止眼前的苟且，还有诗和远方的田野”。可是对于绝大多数人来说，不管是不是苟且，都得先过好眼前的生活不是？如果说出境旅游是我们的诗和远方，而柴米油盐是老百姓的日常生活的話，那就让我们先从与日常生活直接相关的物价聊起吧。

今年老百姓的菜篮子有两样东西因为涨价而成为网络段子手的热门题材，一个是价格上涨35%的大葱，一吨大葱的价格相当于同样重量的石油价格的8倍；另一个是猪肉，也上涨了35%。从国家统计局公布的3月消费者价格指数CPI来看，同比上涨了3.5%，同期PPI，也就是生产者价格指数则下降了4.3%。这意味着咱老百姓哪怕走在诗和远方的路上，也得回头看看对眼下生活的影响。回到旅游的话题，尽管李克强总理在政府工作报告中明确提出“迎接大众旅游时代”，但是一个不言自明的道理是，只有把日常生活过好了、过踏实了，才能考虑去更远的地方。因此，国民经济的增长率、企业生产的活跃度、居民消费品的价格走势，都会直接影响远方的旅行。

就是带着诗歌去了远方，也还是离不开世俗生活的，除了吸引我们的美丽风景，还得考虑出去旅行是不是很方便，口袋里的货币是不是足够坚挺。对于出境旅游来说，货币的坚挺程度与汇率直接相关。从2015年1月到2016年3月，人民币兑美元的汇率贬值了3.85%。这意味着中国人出境旅游的成本变高了，这不利于消费意愿的持续增长。国家旅游局发布的2015年出境旅游总人数的市场指标，再创历史新高，接近1.2亿人次，但是增长率只有9.8%。这就意味着经过了15年的高速增长，中国的出境旅游市场，增幅首次回落到个位

数，也意味着自发的、高速增长出境旅游时代已经成为过去。

尽管增幅回落到个位数，中国出境旅游市场增长的空间仍然是巨大的。这个判断可以从宏观经济指标得出，也可以从出境旅行证件的存量和增长进行预判。旅行证件包括因公和因私的护照、港澳通行证、往来台湾地区通行证，总数应该是6000万多一些。就是忽略一个人持有多本旅行证件的因素，6000万人的潜在出境市场存量，和14亿的人口基数比起来，还是有一个非常巨大的增长空间。世界那么大，绝大多数国民都想出去看一看。只要证件签发的政策放宽些，这个市场就会放量增长。中国的出境旅游市场基础是足够厚实的，未来五到十年稳定增长基本面不会变。

对出境旅游市场保持乐观预期的第二个理由是越来越多的国家和地区给予中国游客更好的旅游便利。现在的年轻人都喜欢“说走就走的旅行”，那得让别人允许你说来就来啊。在过去的一年中，越来越多的国家和地区对中国游客实施了免签证、落地签证，一签多行等以签证便利化为代表的宽松而自由的旅行政策。允许游客自由来往还不够，还得有欢迎的态度，持续扩大在中国市场的宣传力度，并为之投放更多的高品质旅游产品。在欢迎中国游客的接待环境方面，包括但不限于中文标识、汉语导游、中餐、银联卡等，都让游客得以更方便地体验目的地生活方式。

受益于大众创业和万众创新的大环境，旅游市场主体为中国出境游客创造了更好的消费环境。像妙计旅行、我趣旅行、6人游等，都在做海外的酒店、租车、餐饮等目的地资源的直接采购和产品整合。像蚂蜂窝这样有深厚互联网基因的旅行服务商，从早期用户生成内容（UGC）到专家生成内容（PGC），再到休闲旅游者的自由行服务，一直在利用大数据技术为出境游客提供丰富多彩的旅行生活体验。银联国际、欢迎中国等项目则一直推动海外目的地为出境游客提供更多的品质分享。

出境旅游市场对关税政策很敏感，需要大家慎重对待。大家普遍关心2015年4月8日以后，海外旅游时所购买的商品在入境管制政策上是不是变得更为严厉了。网络上有很多似是而非的文字和图片，我希望大家研究这些政策性很强的问题时，一定要去财政部和海关总署的官方网站查看官方渠道发布的消息，谣言就不攻自破了。政策是严肃的，需要稳定和连续，如果有调整的话，也是分类渐进的。比如跨境电商平台，其交易的频次和营业规模是肯定要受新政策的影响，严格意义上讲这不是旅游的范畴，而是小额贸易的范畴。没有迹象表

明中国政府在实施，或者在研究如何调整出境旅游政策。

面对中国出境旅游市场的变与不变，有几点建议供参考。

继续保持对出境旅游市场繁荣和发展的坚定信心。2020 年很快就会到来，中华民族伟大复兴的第一个目标，即全面实现小康社会的中国梦就要成为现实。人均 GDP、居民可自由支配收入、城镇化水平、人均寿命、平均受教育年限等经济社会发展指标都将有质的变化。日常生活的问题解决了，我们就会有意愿也有能力多考虑一些诗和远方的问题。事实上，政府和社会也正在为大众旅游时代的到来做着各项准备工作。大众旅游是什么？首先是国民参与旅游人数的持续快速增长。2015 年，国民参与旅游的人数首次突破了 40 亿人次，其中近 1.2 亿人次是出境旅游。可以说，旅游正在成为国民大众不可逆转的消费选项，世界那么大我们都想出去看一看。根据国务院有关文件的规划，到 2020 年，国民出游率将达到 5 次，即近 70 亿人次的国内旅游和 2 亿人次的出境旅游市场。希望目的地国家和地区政府，特别是旅游推广机构，还有各类旅游资源供应商和旅行生活服务商，对出境市场的未来增长，对中国出境旅游政策继续保持信心。

大家也要充分估量市场增长趋势中的结构和行为的变化，并给予积极的应对。现在出境旅游市场正在从自发的、情绪化的增长转向自觉的、理性化的增长。不可能再像早期那样，你给我说一个海外目的地，只要是没有去过的，我就颠颠地去了。因为国际国内旅游目的地的选择范围更加广泛了，也因为游客的消费经验累积到一定程度，就不会再那么轻易被打动了。是的，非洲的动物大迁徙、休斯敦的火箭发射、法国的美食和红酒，等等，都是值得体验的场景和生活方式。一些旅行指南的书籍和杂志动不动就列出“你不得不去的 100 个地方”“一生不得不品尝的 100 种美食”，是很好啊！可是旅行虽美好，生命有限度，不可能都去的。这就是旅游目的地的理性选择问题，好的旅游推广是可以改变人们的消费偏好的。像我们的近邻韩国在制造流行文化，在旅游推广服务方面就很是值得我们研究学习。当代影星宋仲基就在旅游推广中扮演了重要角色，他们把中国出境旅游市场，特别是年轻人的出游偏好和消费行为研究透了，还善于用中国游客听得懂的语言，去言说他们感兴趣的故事。还得用好当代科学技术，特别是基于互联网的大数据技术。搜狐旅游频道的李妍主编曾经告诉我，他们生活类资讯最大的阅读量是关于星座的，现在已经有市场机构在利用客群的星座分布去优化广告投放渠道，并相机调整市场宣传策略。为了应对增速理性回调的出境旅游需求，以及更加剧烈的市场竞争，旅游目的地的市

场形象确有必要重新梳理和建构。

海外旅游目的地需要提供多一些体验当地生活方式的旅游产品和服务，以适应日渐增长的休闲度假旅游市场。出境旅游市场经过 15 年的发展，已经逐渐培育成熟。已经从早期“走走走”即观光看景为主，到“买买买”即购物为主，发展到“慢慢慢”的休闲度假的目的地生活体验的阶段。当然，购物还是比较多的，但是购物行为已经发生了巨大变化。早期买奢侈品、买高端商品比较多，现在消费变得更加理性。游客的购物清单中化妆品、药品、马桶盖、高压锅等生活用品明显增加了。游客到了目的地，就在某一个国家甚至某座城市度过整个假期，真正的休闲市场正在发育起来。中国人的家庭休闲市场起来以后，海外旅游供应商的产品结构就得做相应的调整，比如公寓会变得越来越抢手。一家三口出去，选一个有客厅、有洗衣机、有非明火灶具的公寓，就很有吸引力。不是每位出境旅游的中国人人都那么有钱的，就像不是每位中国人都会功夫那样，也不是每个游客都是土豪。我们会更加注重精打细算的。购物也不一定非要去大商场和免税店，也可以去社区商店、便利店，甚至菜市场。就像外国游客也愿意跟中国人一起包饺子、一起去三里屯泡酒吧那样，中国游客也愿意融入到当地的社会生活中去。

这种家庭、情侣、朋友们之间去体验异地生活场景的需求越多，越需要海外目的地为游客提供便利的消费环境。毕竟不是每一个中国人出去的时候，都可以自己开车，都会说英语、德语、法语、韩语，或者其他异国他乡的语言。他们还需要有一些中餐，需要看中文电视，也需要有方便接入的 WIFI，自拍后再美颜一下传到微信朋友圈。希望目的地国家和地区政府，特别是营销推广机构，在欢迎中国游客方面，从更多的细节上去做文章，而不只是宣传你有多么美丽的风景，有多么激动人心的大事件。要知道，人们之所以流泪，不是因为远方的战争，而是风沙吹进了我们的眼睛。

中国出境旅游市场繁荣发展，不仅让中国游客享受说走就走的旅行，也能够让世界各国、各地区共享旅游市场繁荣和发展的机遇，让更多国家和地区的人民与中国游客面对面，了解一个既传统又时尚的当代中国。

戴斌

中国旅游研究院院长、教授、博士生导师

2016 年 5 月 20 日

目 录

CONTENTS

第一章 2015 年中国出境旅游总体状况	1
第一节 规模与消费	2
第二节 流量与流向	5
第三节 影响因素	10
第二章 客源地产出特征	29
第一节 中国客源地潜在出游能力	30
第二节 典型城市出境市场	34
第三章 目的地消费行为	61
第一节 总体分析	62
第二节 主要目的地消费特征	75
第四章 目的地满意状况	127
第一节 总体状况	128
第二节 目的地满意度状况	129
第五章 2016 年我国出境旅游发展趋势与建议	155
第一节 2016 年我国出境旅游发展趋势	156



第二节 2016 年我国出境旅游发展建议	158
专题一 2015 年出境旅游便利化实践:银联案例	161
专题二 2015—2016 年中国邮轮旅游发展分析与展望	169
后 记	178

第一章

2015 年中国 出境旅游总体状况



第一节 规模与消费

一、出境旅游市场规模与增长情况

2015 年我国出境旅游市场保持增长势头，全年出境旅游人数达到 1.17 亿人次，相比 2014 年同比增长 8.96%，相比前几年 20% 上下的高速增长，涨幅明显趋缓。从月份数据看，1—10 月出游人数较上年均有增长，11 月和 12 月人数明显下降。出游季节变化和 2014 年类似。由于假期等因素影响，出游季节性变化明显，高峰集中。7 月、8 月和春节依然是出游的旺季。

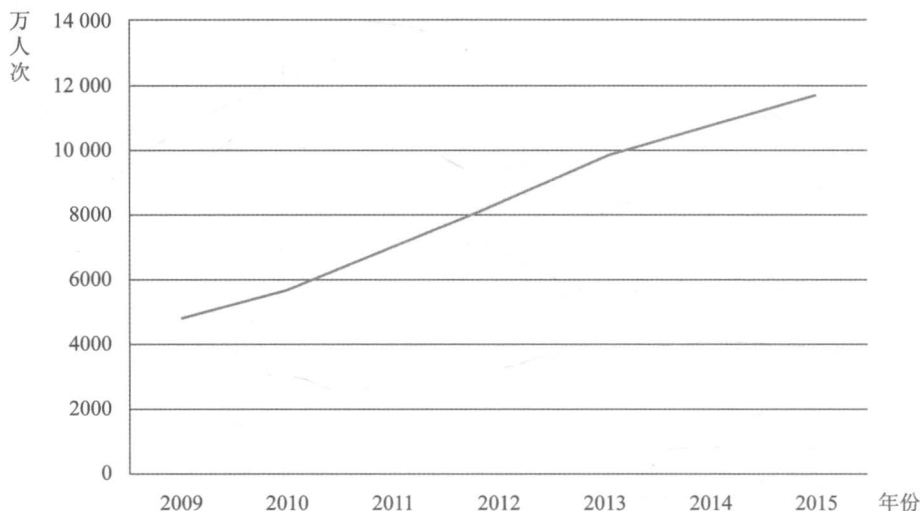


图 1-1 我国历年出境旅游人次

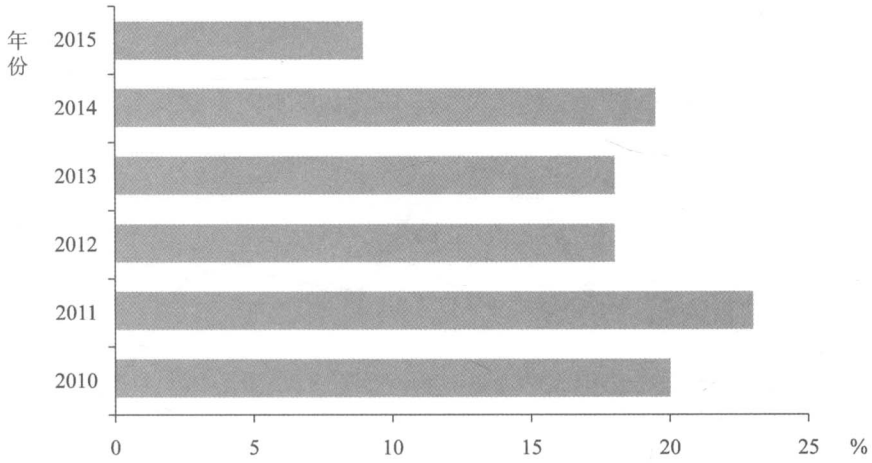


图 1-2 我国历年出境旅游人次增长率

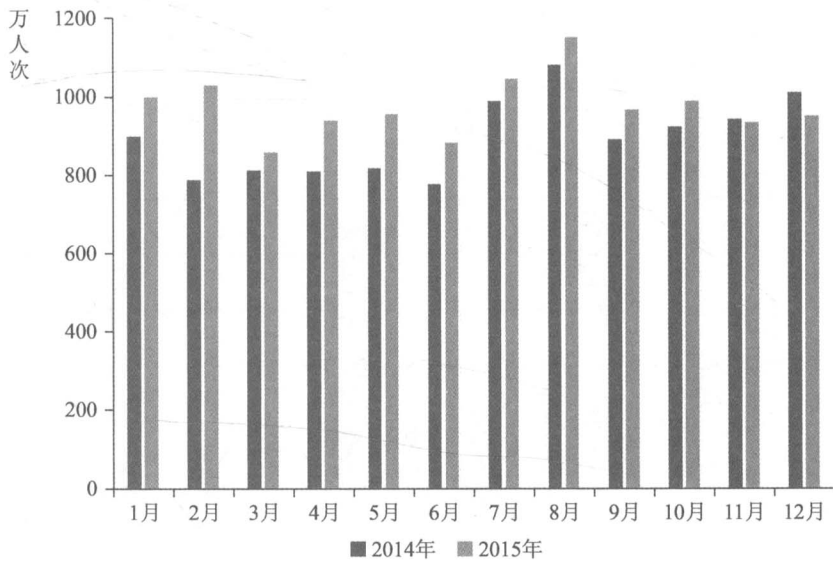


图 1-3 2014 年和 2015 年我国出境旅游人次对比

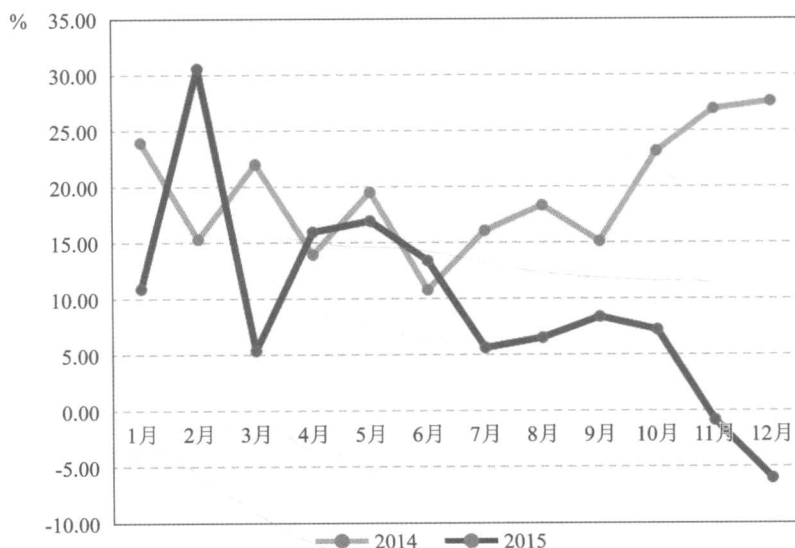


图 1-4 2014 年和 2015 年我国出境旅游增长率对比

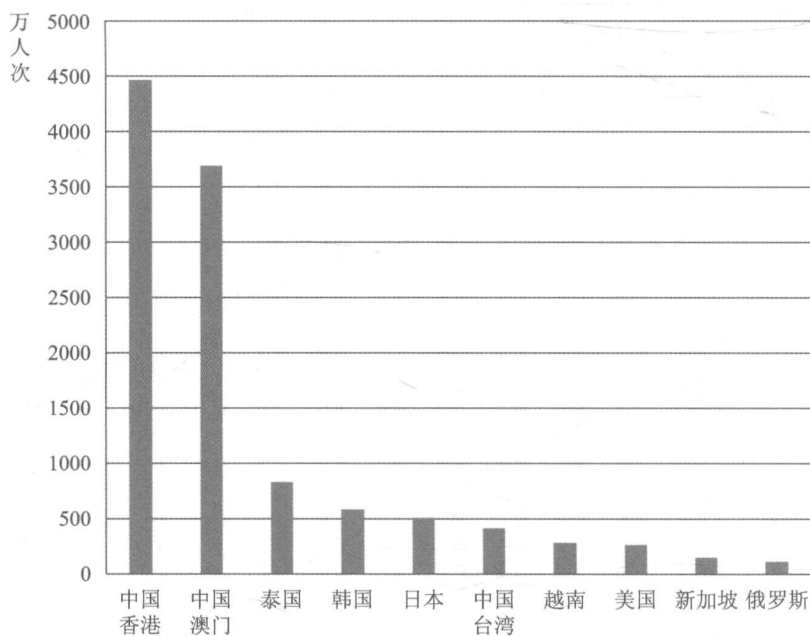


图 1-5 2015 年我国出境旅游目的地前十名

二、出境旅游花费规模与增长情况

我国出境旅游花费保持增长的势头。根据调整后的数据，2014 年我国出境

旅游花费 896.4 亿美元，2015 年达到 1045 亿美元，同比增长 16.58%，尽管增速减缓，但依然保持两位数增长。在世界经济普遍不景气，诸多国家游客购买支出削减的背景下，中国出境游客的购买力显得格外突出。

第二节 流量与流向

一、中国出国旅游市场规模与增长情况

2015 年我国出国旅游市场规模持续增长，出国游客数量达到 4198.38 万人次，较 2014 年同比增长 21.64%。值得注意的是，尽管世界经济环境没有根本好转，但是中国游客出境旅游的热情却没有消磨。较背景相似的 2011 年和 2013 年，这种不动如山且依然增长的势头就更值得注意。这说明我国出境旅游已然成为大众的生活习惯，出境旅游市场的基础更加扎实。从出境旅游人数的月度数据来看，高峰期主要集中在春节期间和 7 月、8 月，下半年的出国旅游人次从整体上看较上半年规模更大。

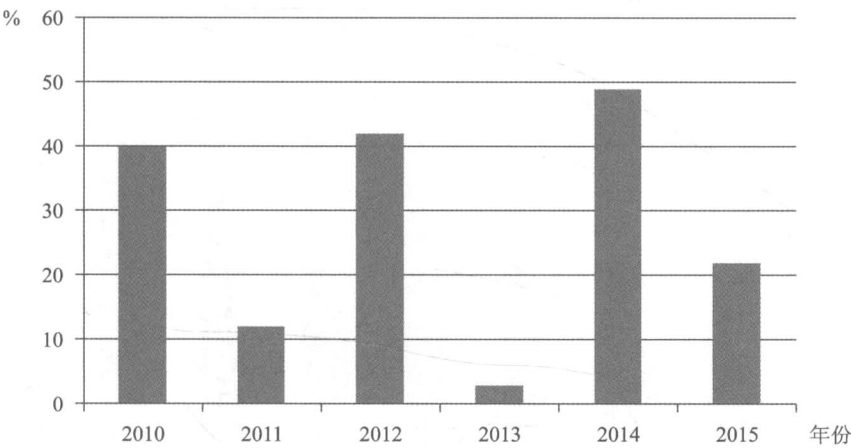


图 1-6 2010—2015 年我国出国旅游同比增长率

二、内地（大陆）赴港澳台市场规模与增长情况

2015 年内地（大陆）赴港澳台旅游人数达到 8587.86 万人次，比 2014 年



同期增长 18.47%。尽管风波频仍，香港接待大陆游客全年下降了 4.3%，但仍是最主要目的地，2015 年接待大陆游客占赴港澳台人数总和的 52.01%。2015 年澳门接待大陆游客增长 17.1%。在港澳台三地排名第一。台湾接待大陆游客人数也增长了 5.1%。

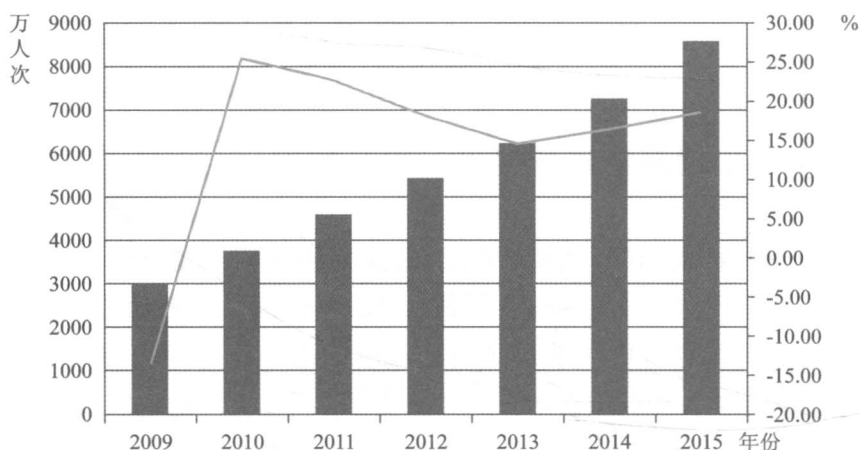


图 1-7 2009—2015 年我国内地（大陆）赴港澳台旅游总人次和年增长率

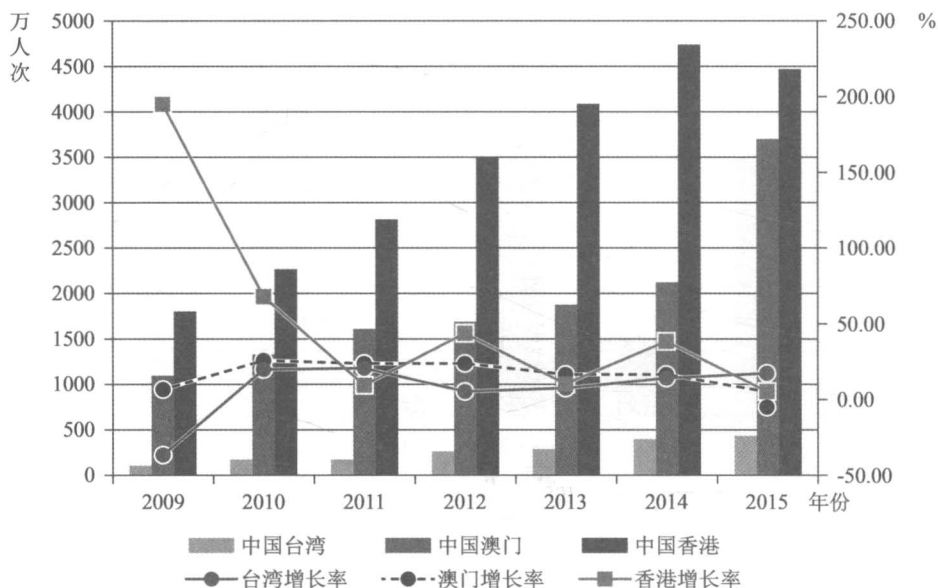


图 1-8 2009—2015 年分别赴港澳台旅游人次和增长率

三、出国与赴港澳台市场比较

2015 年赴港澳台游客为 8587.86 万人次，占我国出境游总数的 73.28%。

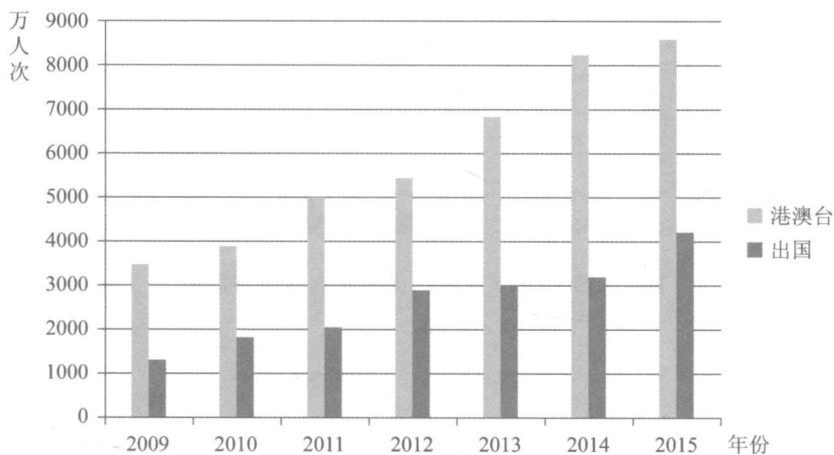


图 1-9 2009—2015 年我国出国旅游人次与赴港澳台旅游人次比较

四、2015 年主要出境目的地数量与份额

2015 年我国出境旅游目的地依然以近程目的地为主，港澳台是最主要的目的地。除此之外，其他亚洲目的地地位重要，2015 年我国游客赴不含港澳台的其他亚洲国家或地区旅游达到 3077.64 万人次，继续在洲际目的地上占据首位，所占比例为 73.3%，亚洲之后依次为欧洲（11.5%）、美洲（8.2%）、大洋洲（3.6%）、非洲（2.7%）和其他地区（0.7%）。赴欧洲游客增长迅猛，同比增长 23.8%。2015 年赴非洲游客人次大幅减少，同比减少 61.8%。赴大洋洲游客增长速度略有下降，同比增长速度由 2014 年的 13.8% 降至为 2015 年的 12.4%。