



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 2017

ANNUAL REPORT OF CHINA
OUTBOUND TOURISM DEVELOPMENT
2017

中国旅游研究院



旅游教育出版社



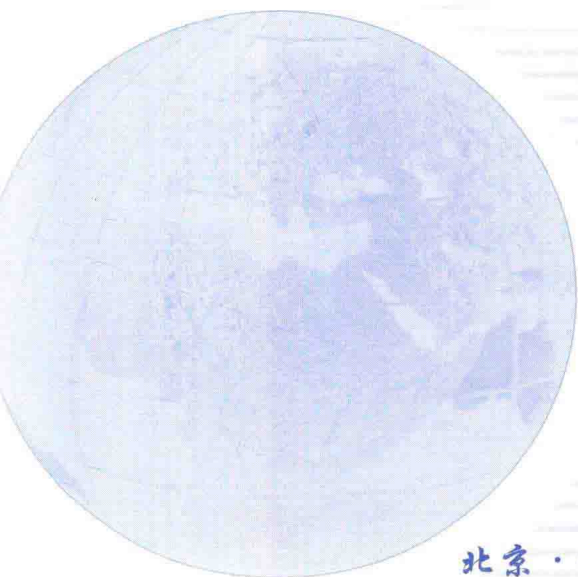
中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国出境旅游 发展年度报告 2017

ANNUAL REPORT OF CHINA
OUTBOUND TOURISM DEVELOPMENT
2017

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. 2017 / 中国旅游研究院著. — 北京：旅游教育出版社, 2017.9
ISBN 978-7-5637-3631-7

I. ①中… II. ①中… III. ①国际旅游—研究报告—中国—2017 IV. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第232435号

中国出境旅游发展年度报告 2017

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	tepdfx@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	12
字 数	166千字
版 次	2017年9月第1版
印 次	2017年9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 2017》

编委会

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（按姓氏音序排序）

戴斌 蒋依依 李仲广 马仪亮 宋子千

唐晓云 吴丰林 吴普 夏少颜 杨宏浩

《中国出境旅游发展年度报告 2017》

编写组

主 编

戴斌 中国旅游研究院院长、教授、博士

执行主编

蒋依依 中国旅游研究院国际旅游研究所所长、研究员、博士

编辑部成员

杨劲松 杨丽琼 宋慧林 谢婷 刘祥艳 李兰兰 侯冉冉

戴旭俊 王雅倩 杨宏浩 张佑印 何琼峰 彭亮

前言

经过十多年的高速增长后，中国出境旅游在 2015 年以首次低于两位数，即 9.8% 的增幅迎来了转折期。2016 年，增幅则进一步下降到 5% 以下。根据国家旅游局的年度工作目标和“十三五”规划的市场指标，稳健的中低速增长很可能是今后一个时期出境旅游市场的基调。这个转折是客观存在的，问题是我们如何解读和应对。有人说是政策调控的结果，也有人归因于汇率。应当说，在国民经济新常态和扩大内需的大背景下，我们对上千亿美元的出境旅游消费是高度关注的，也努力引导消费回流。从公开的文件和行政措施来研判，主要还是“引”，而不是“堵”的战略。或者说是通过旅游环境的改善和服务品质的提升，促进各地与海外目的地公平地竞争游客。这意味着中国市场对世界各国各地区都是开放的，而不是封闭的，也意味着海内外旅游目的地之间的竞争将更加激烈。那种在大众媒体做做广告，找几个自媒体写写软文，就可以吸引大量游客前往的推广方式将不会再有。可以预计，由于竞争的加剧，针对中国游客的宣传、推广、促销和线下活动会更多，也会有更专业的看点。

已经拥有多次出境经历的中产阶层正在形成一个相对稳定的利基市场，他们有着相对稳定的目的地偏好和消费模式，更加强调对目的地生活方式的体验。自由行而非跟团游，城市、度假地而非国家，与居民共享生活空间而非局限于封闭的旅游接待体系，碎片化、随意性的供应商选择而非整体打包的旅行服务，是这个客群越来越醒目的标签。正是由于这个基础市场的存在，出境旅游者的海外消费行为正在从早期的“买买买”转向“慢慢慢”。无论住宿、餐饮、购物，还是文化娱乐，都更加强调对目的地生活方式的体验。就是购物这个细分领域，也正在从早期炫耀性消费走向日常化的理性消费。也许要不了多久，“爆买”就会成为一个尘封的历史名词。可以说，如何赢得海外旅行经验丰富的中产阶层，将是目的地营销机构和线上线下旅行服务商战略竞争的“胜负手”。近年来，除携程、同程、途牛外，像蚂蜂窝、妙计、不跟团、我趣旅行这样基

于互联网、大数据和人工智能的新型市场主体，正在与这个有着巨大增长潜力的基础市场相向而行。当然，在此进程中，我们也看到了国旅、中青旅、广之旅、春秋、凯撒等传统出境大社的创新努力。

包括中西部的二三线城市，甚至中低收入阶层的居民已经成为首次出境旅游市场的主力军。由于旅行经验的欠缺，他们更倾向于选择省心省力的团队旅游方式，在欧洲、北美、西亚、北非、南太等中远程市场上，这个特征尤为明显。需要指出的是，这个市场对于价格非常敏感，3000元/人很可能就是部分省市的价格临界点。尽管拥有巨大的市场空间，但是价格策略常常会让目的地和组团社处于两难境地。维持低价，消费者的口碑和目的地形象上不去，还容易成为中外执法和监管机构关注的焦点；实施品质和价格双提升策略，市场占有率则会出现断崖式下降。考虑到中国近14亿人口中拥有出境旅行证件者只有6%~7%，可以判断这个两难的选择还会持续相当长一段时间。要品质，还是要数据？这需要我们更高水平的市场感觉和商业智慧。

海外目的地在中国竞争客源，中国的投资者和旅游运营商则在世界竞争资源。无论是锦江、首旅、海航、携程、开元这样的产业资本，还是中国民生投资、安邦保险这样的金融资本，以及更多携风险投资和人工智能技术的创业者，已经或者正在谋求海外的战略布局。从投资标的上看，过去主要是酒店、度假地、葡萄酒庄等房地产资源，现在则以共享经济的名义，寻找广义住宿、自驾游、餐饮等碎片化资源，通过高科技把它们连接起来。加上银联、微信、支付宝等金融支付的创新，以及来自中国的商业保险机构推动的海外救援体系的完善，假以时日，他们中的成功者终将成为改变世界旅游格局的有生力量。需要关注的是国家外汇管制政策，尤其是资本项下的进出管制对涉旅企业的海外布局可能的影响。

鉴于全球第一的出境旅游客源市场地位和消费潜力，旅游在国家外交中将会扮演更加积极的角色，并在港澳台事务中发挥重要的作用。继俄罗斯、韩国、美国、印度之后，2017年，瑞士、丹麦、澳大利亚、哈萨克斯坦和东盟十国分别与中国互办旅游年。加上世界旅游组织的年会和“一带一路”峰会的涉旅议题，旅游改变世界正在由预言成为现实。无论是签证的便利化，还是中文接待环境的完善性，都意味着越来越多的国家和地区在“欢迎中国（Welcome Chinese）”战略目标上所付出的努力。我们也要看到旅游与外交相互作用的多种可能性，政治、军事和外交领域中的摩擦，事实上已经对国民选择海外旅游

目的地产生了直接而现实的影响。事实上，国家和地区关系所引发的出境旅游流向、流量、流速和消费方式的变化也对出境旅游运营商产生了直接的影响。对于涉旅游企业，特别是那些大型旅游批发商来说，无论是中长期的战略布局，还是年度甚至更短周期的商业策略，都必须高度重视来自于市场之外的风险管控。

正在发生的改变正在影响我们对未来的判断，而对未来的研判则可能影响我们现在的行为，以及对未来格局的型塑。无论如何，我们对中国出境旅游市场的发展前景充满信心，对世界各国各地区向中国旅游者和投资者不断释放的善意充满信心，更对旅游之于人类文明演化的正向促进充满信心。

戴斌

中国旅游研究院院长、教授、博士生导师

2017年3月28日

目 录

CONTENTS

导言 2016 年中国出境旅游发展概况	1
第一章 2016 年中国出境旅游总体状况	7
第一节 规模与消费	8
第二节 流量与流向	10
第三节 影响因素	15
第二章 客源地产出特征	39
第一节 中国客源地潜在出游能力	40
第二节 典型城市出境市场	43
第三章 目的地消费行为	69
第一节 总体分析	70
第二节 主要目的地消费特征	83
第四章 目的地满意状况	109
第一节 总体状况	110



第二节 目的地满意度状况	112
第五章 2017 年我国出境旅游发展趋势与建议	139
第一节 2017 年我国出境旅游发展趋势	140
第二节 2017 年我国出境旅游发展建议	144
专题一 中国赴“一带一路”出境旅游状况	147
专题二 2017 年上半年中国赴欧洲旅游趋势报告	168
后 记	181

导言

2016 年中国出境旅游发展概况



一、发展环境的优化推动了出境规模与消费能力的不断扩大

2016年,在收入增长和旅游消费升级,以及签证、航班等便利因素的影响推动下,我国出境旅游热依然持续,出境旅游人数达1.22亿人次,同比增长4.3%,继续蝉联全球出境旅游人次世界冠军。中国的出境旅游增长使诸多旅游目的地受益匪浅,特别是日本、韩国和泰国等周边目的地,以及美国、欧洲等远途旅游目的地。我国已经成为泰国、日本、韩国、越南、俄罗斯、马尔代夫、英国等多个国家的第一大入境旅游客源地。内外部环境的优化推动了出境旅游的发展。2017年3月5日在第十二届全国人民代表大会第五次会议上的政府工作报告指出,2016年我国国内生产总值增长6.7%,城镇新增就业1314万人,年末城镇登记失业率为4.02%,为多年来最低。居民收入增长快于经济增长,城乡收入差距持续缩小。《2017年政府工作报告》指出,2016年铁路营业里程达到12.1万公里,其中高速铁路超过1.9万公里,高速公路通车里程超过12万公里。为了更好迎接中国游客,多个国家对中国游客实施了免签、落地签以及签证费减免等便利化措施,截至2017年1月,持中国普通护照可以有条件免签或落地签前往的国家和地区已达61个,相比去年同期增加9个。欧洲国家也开始对华免签证,2017年1月1日中国和塞尔维亚互免持普通护照人员签证。继美国、加拿大、新加坡、韩国、日本和以色列之后,澳大利亚正式加入对华“十年签证”队伍。跨国交通也在不断完善。《2016年民航行业发展统计公报》显示,2016年我国定期国际航线共有739条,比2015年增设79条,覆盖到56个国家145个城市。中国—尼泊尔开通了首列中南亚班列,已开通的“义新欧”班列拟加挂客车车厢以带动沿线旅游发展,印度开通了免费24小时中文游客救助热线。

二、中国出境旅游成为促进“一带一路”倡议人文交流的重要载体

空中、地面与海上走廊的共同建设,使“一带一路”成为沿线普通民众相互往来的纽带。在组建海上丝绸之路、陆上丝绸之路与“万里茶道”国际旅游推广联盟,先后举办中俄、中韩、中印、中国—中东欧、中国—东盟等旅游年活动,我国与包括“一带一路”沿线国家在内的70多个国家缔结了适用范围不

等的互免签证协议，与 14 个沿线国家达成了简化签证手续协议或安排，以及 72 小时过境免签、离境退税等工作与政策的协同效应下，根据不完全统计，仅 2016 年，中国就为沿线国家与地区贡献了 5001.4 万人次的出境过夜游客。3 年累计规模接近 1.5 亿人次。如此大规模的人员流动，推动了民众之间的直接沟通与交流，使得拥有辉煌历史但在近代以来一直在封闭与开放间徘徊的“一带一路”坚定不移地走向开放。旅游作为民众自发交流的重要形式，不会展现政治倾向与国家意志，其平等自信、不卑不亢的合作姿态，更容易被国际社会所认同、接受。可以说，旅游在推进与沿线国家、地区民心相通中，发挥了基础性和“润物无声”的作用，既增进了各国之间的信任，也为文化软实力的对接提供了多方位渠道。

三、出境旅游促进了旅游产业合作从市场互换向要素流动的持续深化

出境旅游在推动我国旅游产业国际化布局方面发挥了重要作用。在配合“一带一路”倡议中，发挥了推动旅游产业合作从市场互换向要素流动持续深化的重要作用。国家旅游局早在 2007 年就完成了《丝绸之路旅游区总体发展规划》。《“十三五”旅游业发展规划》中将丝绸之路、海上丝绸之路列入十大国家精品旅游带，并将开展“一带一路”国际旅游合作作为旅游外交的核心工作。我国先后与俄罗斯、乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦、匈牙利等沿线多个国家与地区签署旅游合作谅解备忘录，在中东欧地区设立首个海外旅游办事处，构建包括中俄蒙三国旅游部长会议在内的常态化合作平台等系列工作都为沿线旅游产业合作创造了良好条件。我国与哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦丝绸之路合作申遗成功，中免集团将免税业务拓展到柬埔寨，携程旅行网收购印度最大在线旅游运营商 Make My Trip，众信国旅入股地中海俱乐部，都表明旅游产业的国际化布局正在紧跟中国游客的脚步，并呈现出投资主体多元、投资模式多样、投资区域扩大等特征。如果说曾经的“一带一路”是因商而旅，那么今天的“一带一路”则是旅商融合。



四、出境旅游为其他产业合作，特别是基础设施间的互联互通奠定了基础

上亿的出境游客规模以及上千亿美元的出境旅游消费，推动了包括基础设施互联互通在内的产业合作。“一带一路”沿线国家旅游业起步较晚，旅游基础与接待设施建设相对落后。大规模的游客流动，迫切需要航空、公路、铁路、港口、通关等软硬件条件的优化作为支撑。中老铁路、中泰铁路、印尼雅万高铁等设施的相继建设，既是当地社会经济发展的需求，同时也是中国出境游客的诉求。不断增长的游客规模、多样化的游客需求，一定程度推动了丝路基金、中国—欧亚经济合作基金、亚洲基础设施投资银行、国家开发银行、中国进出口银行等金融机构在“一带一路”旅游基础与接待设施建设中扮演积极角色。出境旅游的发展还有效地促进了金融领域的国际化合作。截至2017年3月底，沿线已有近50个国家和地区受理银联卡。国民跨境消费与跨境支付的发展推动了人民币在尚未完全放开的情况下走向国际市场的步伐。旅游业所推动的服务贸易发展，也为双边本币互换协议的签署与实施奠定了人民币流动性、贸易和投资便利化的需求基础。

五、出境旅游发展的逐步成熟催生市场结构变化

2016年全国旅行社组织的出境旅游人数超过5000万人次，以跟团旅游为主，在1.22亿人次出境游客中占比达40%。出境自由行规模超过7000万人次，占六成。在出境旅游时，我国游客依然偏好跟团游，特别是二三四线城市和地区的游客。但总体而言，越来越多的游客选择自由行。即使是跟团游，选择半自助游、私家团也成为趋势，说明中国游客不再满足于固定的路线与行程，对于弹性时间的要求正在增加。调研数据与携程旅行网的数据表明，女性比男性更爱走出国门。同时，与其财富、体力相匹配，70、80后依然是出境游的中坚力量。但越来越多的90、00后，以及时间最充裕的银发族加入出境游的队伍。长期以来，上海、北京、广州、深圳一直作为我国四大出境口岸，但近年来，随着国际航班、签证中心的新增，“新一线”城市出境游客的增长速度较快，不仅在线出境游客人数增长最高超过100%（携程旅行网数据），他们的消费能力也已经比肩一线城市。2016年排名前20位的出境旅游出发城市中包括了16个

出境游“新一线”城市：上海、北京、深圳、广州、杭州、成都、南京、天津、武汉、重庆、厦门、西安、长沙、昆明、青岛、沈阳、宁波、郑州、南宁、大连。这部分城市每年的出境旅游人次都达到 100 万~200 万人次。而出境旅游人数增长速度最快的前 10 个城市分别为珠海、南宁、合肥、郑州、长春、昆明、深圳、青岛、重庆、西安。

六、多元化出境旅游需求推动产品供给的多样化

受国内雾霾、空气污染以及国人度假需求上升影响，空气质量和自然环境成为我国游客选择目的地的重要因素。空气清新、阳光灿烂的海岛越来越受到中国游客的青睐。从携程度假的订单看，海岛游占出境游总人数的 30%，2016 年十大人气海岛包括：普吉岛、巴厘岛、济州岛、冲绳、长滩岛、马尔代夫、沙巴、芽庄、塞班岛、斯里兰卡。亲子游也成为重要旅游产品。另根据携程境外门票预订数据，2016 年度全球十大热门景区包括香港迪士尼乐园、香港海洋公园、新加坡环球影城、伦敦眼、洛杉矶环球影城、大阪环球影城、东京迪士尼、台湾 101、乐天世界、迪拜哈利法塔景点。中国游客对各国文化艺术类旅游产品的喜好也日益明显。根据携程当地玩乐预订数据，2016 年最受中国游客欢迎的全球博物馆中，纽约大都会艺术博物馆、巴黎卢浮宫、梵蒂冈博物馆、伦敦大英博物馆、乌菲兹美术馆、垦丁海洋生物博物馆、迪拜博物馆、济州泰迪熊博物馆、济州 PLAY K-POP 博物馆、华盛顿航空航天博物馆等排名领先。境外医疗成为中国游客的新选择。2016 年通过携程报名参加出境体检等医疗旅游的人数是上一年的 5 倍，人均订单费用超过 5 万元。根据网上预订与浏览数据，海外医疗旅游最受欢迎的 10 大目的地国家和地区是：日本、韩国、美国、中国台湾、德国、新加坡、马来西亚、瑞士、泰国和印度。

第一章

2016 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

2016 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 1.22 亿人次 (见图 1-1), 相比 2015 年同比增长 4.3%, 相比前几年 20% 上下的高速增长, 涨幅明显趋缓 (见图 1-2)。从月份数据看, 除了 2 月份, 其他月份出游人数同比均有增长 (见图 1-3)。出游季节变化和 2015 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 (见图 1-4)。2016 年我国出境旅游目的地前十名如图 1-5 所示。

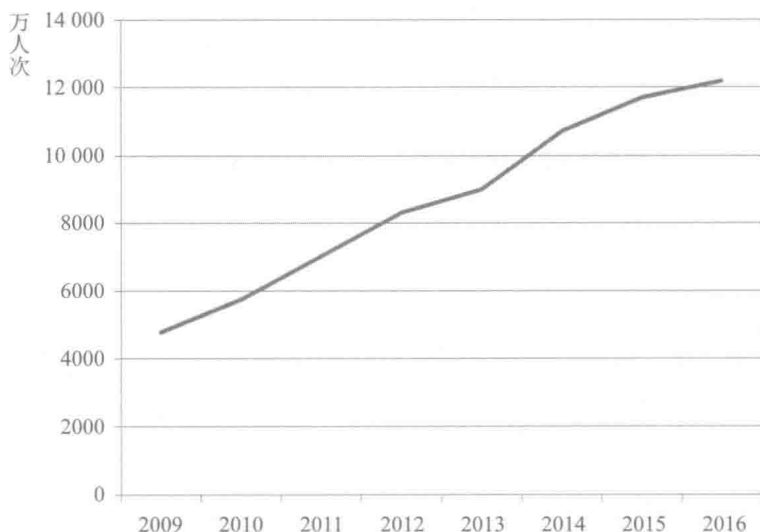


图 1-1 我国历年出境旅游人次