



中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国人境旅游 发展年度报告 2017

**ANNUAL REPORT OF CHINA INBOUND
TOURISM DEVELOPMENT
2017**

中国旅游研究院



旅游教育出版社



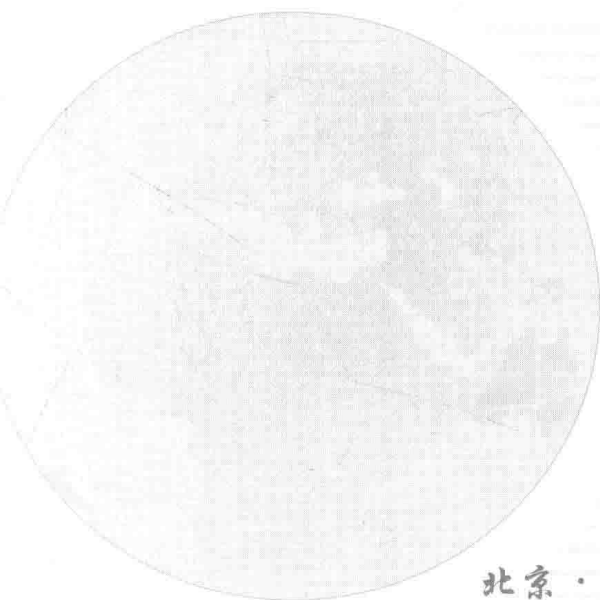
中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国入境旅游 发展年度报告 2017

ANNUAL REPORT OF CHINA
INBOUND 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

中国入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 978-7-5637-3638-6

I. ①中… II. ①中… III. ①旅游客源—研究报告—中国—2017 IV. ①F592.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第236573号

中国入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	tepx@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	7.25
字 数	98千字
版 次	2017年9月第1版
印 次	2017年9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)

《中国人境旅游发展年度报告 2017》

编委会

主任委员

戴 斌

编委（按姓氏拼音排序）

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

《中国人境旅游发展年度报告 2017》

编写组

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

执行主编

李创新 中国旅游研究院国际旅游研究所副研究员 博士

成 员

杨劲松 杨丽琼 宋慧林 拓 倩 蔡 凤 吕洋洋

李 萍 蔡文婧 陈小姣 晏 梅 宋丽娜

目 录

CONTENTS

导 言 2016 年中国入境旅游市场概况与 2017 年发展趋势	1
第一章 2016 年中国入境旅游市场发展状况	11
第一节 2016 年中国入境旅游市场的总体状况	12
第二节 2016 年中国入境旅游市场的结构状况	15
第二章 2016 年全球视野下的中国入境旅游	21
第一节 2016 年全球范围内的入境旅游发展状况	22
第二节 2016 年中国主要客源国的客源产出状况	28
第三章 2016 年中国入境旅游的流向与路径	47
第一节 典型城市入境旅游客流的流向	48
第二节 典型城市入境旅游客流的路径	66
第四章 2016 年中国入境旅游市场的需求状况	83
第一节 入境游客的人文统计特征	86
第二节 入境游客的消费决策影响因素与特征	89



第三节 入境游客的消费结构与消费评价·····	95
第五章 中国入境旅游发展趋势与建议·····	101
第一节 中国入境旅游发展的趋势预测·····	102
第二节 中国入境旅游发展的对策建议·····	104
后 记·····	108

导 言

2016 年中国入境旅游市场概况 与 2017 年发展趋势



一、入境旅游市场持续增长，客源市场结构小幅调整

入境旅游市场持续增长，外国客源市场增幅显著，港澳台客源市场继续回升。2016 年我国接待入境游客 13 844.38 万人次，同比增长 3.50%，规模总量创下历史新高。其中，接待旅华外国游客 2815.12 万人次，同比增长 8.30%，规模总量同样创下历史新高。大陆（内地）接待港澳台入境游客回升至 11 029.26 万人次，同比增长 2.28%，规模总量也达到历史新高。

外国客源市场出现回升，港澳台客源市场主力地位依然稳固。入境客源市场结构失衡态势持续，来自港澳台的客源市场依旧是我入境旅游市场的主力军，占全部市场份额的 79.67%。2016 年我国共接待入境游客 13 844.38 万人次，其中，接待香港同胞 8106 万人次，占全部入境市场份额的 58.55%，份额下降 0.82%；接待澳门同胞 2350 万人次，占全部入境市场份额的 16.97%，份额下降 0.13%；接待台湾同胞 573 万人次，占全部入境市场份额的 4.14%，份额上升 0.03%；接待外国游客共计 2815 万人次，占全部入境市场份额的 20.33%，份额上升 0.91%。

主要客源国构成略有变化，近程市场持续发力。从入境外国游客的客源构成来看，2016 年接待韩国游客 476.22 万人次，占入境外国游客总量的 16.92%，排名第一；接待越南游客 316.73 万人次，占入境外国游客总量的 11.25%，排名从第三上升至第二；接待日本游客 258.74 万人次，占入境外国游客总量的 9.19%，排名从第二下降到第三；接待缅甸游客 242.81 万人次，占入境外国游客总量的 8.63%，排名上升至第四；接待美国游客 224.78 万人次，占入境外国游客总量的 7.99%，排名从第四下降到第五；接待俄罗斯游客 197.60 万人次，占入境外国游客总量的 7.02%，排名从第五下降到第六。韩国、越南、日本、缅甸、美国、俄罗斯合计向中国大陆输送游客 1716.88 万人次，占我国接待入境外国游客总量的 60.99%，超过六成的入境国际客源市场主要集中在这六大客源国。韩国、越南、日本、缅甸、美国、俄罗斯、蒙古、马来西亚、菲律宾、新加坡合计向中国大陆输送游客 2173.16 万人次，占我国接待入境国际游客总量的 77.20%，接近八成的入境国际客源市场主要集中在这前十大客源国。

二、全球国际旅游保持稳步增长态势，亚太地区继续引领国际旅游发展

全球国际旅游保持稳步增长态势。尽管受到世界经济和恐怖袭击等负面因素的影响，全球国际旅游基本保持稳步增长。根据联合国世界旅游组织（UNWTO）公布的最新数据显示，2016年全球接待的入境游客总量达到12.35亿人次，同比增长了3.90%。

欧洲、亚太、美洲继续保持国际三大旅游热点地位。在国际旅游人数的地区结构中，欧洲共接待入境游客619.7万人次，所占比例最大，高达50.17%，其次是亚太（302.9万人次，24.52%）和美洲（200.9万人次，16.26%），而中东和非洲所占比例最小，仅分别为58.2万人次，4.34%和53.6万人次，4.71%。

国际旅游客流向太平洋地区、撒哈拉以南非洲地区的流动加速。从全球旅游客流分布来看，2016年除中东地区以外，全球其他地区总体呈增长态势，其中以撒哈拉以南非洲地区和太平洋地区涨势最强，分别为11.0%和10.0%。此外，南亚、东南亚、东北亚等地区的涨势也不俗，分别为9.0%、8.0%、8.0%。

欧洲地区接待国际游客的增速趋缓。2016年由于受到安全威胁以及安保挑战，欧洲地区接待国际游客呈现显著的地区差异性。2016年欧洲地区共接待国际游客6.2亿人次，比2015年多1200万人次，整体涨幅为2%。其中，北欧地区增长6%，中/东欧增加4%，南欧/地中海地区增长1%，西欧地区基本保持平稳，无显著增长。

亚太地区接待国际游客数量增长显著。2016年亚太地区接待的国际游客数量和增速均领涨全球，共接待入境国际游客3.03亿人次，比2015年增加2400万人次，整体涨幅为8%。其中，太平洋地区接待国际游客数量的涨幅为10%领涨全球，南亚地区涨幅为9%紧随其后，东北亚地区和东南亚地区涨幅均为8%，增长亦十分显著。

美洲地区的增速趋稳。美洲地区国际游客接待量从多到少依次为北美、南美、加勒比海地区、中美，北美为美洲国际游客的主要接待区域。2016年美洲地区共接待国际游客2.01亿人次，比2015年增加800万人次，整体涨幅为4%。其中，南美地区接待国际游客3270万人次，同比增长6%；中美地区接待国际游客1090万人次，同比增长6%；加勒比地区接待国际游客2510万人次，同比增长4%；北美地区接待国际游客1.32亿人次，同比增长4%。



撒哈拉以南非洲地区接待国际游客数量增长明显，中东地区的国际游客接待量再度出现下降。2016年非洲地区共接待国际游客5820万人次，比2015年增加400万人次，整体涨幅为8%。其中，撒哈拉以南非洲地区接待国际游客3965万人次，增长11%，增速十分显著；北非地区接待国际游客1855万人次，增长3%。2016年中东地区继续受到政局不稳定、恐怖袭击等负面因素的影响，接待国际游客数量约为5400万人次，同比下降约4%。

发达经济体与新兴经济体之间的差异继续扩大。近年来，新兴经济体的入境旅游人数正在逐步增加，但增幅却明显低于发达经济体，与发达经济体之间的差距反而在逐渐扩大。在2000年，发达经济体与新兴经济体的入境旅游人数的差异为1.74亿，而2012年，发达经济体与新兴经济体的入境旅游人数的差异已缩减至0.78亿，之后这种差异却逐年扩大，考虑到当前国际政治经济的整体形势，预期发达经济体与新兴经济体的入境旅游人数的差异还将进一步扩大。

国际旅游客流向新兴经济体国家流动继续放缓。2016年新兴经济体入境旅游人数同比增长率（2.6%）继去年之后继续低于同期发达经济体入境旅游人数的同比增长率（4.9%），国际旅游客流向新兴经济体国家的流动速度继续低于向发达经济体国家的流动速度。

三、入境客流扩散的等级性与近程性特征显著，客流扩散的路径持续多样化

入境客流扩散的等级性与近程性特征依然显著。由于受到旅游资源、地方知名度、空间距离、旅行费用等多重因素的影响，入境客流的扩散依然呈现出典型的“等级性”与“近程性”特征。北京市超过72.40%的入境游客扩散至沈阳、上海、西安等一线城市、旅游资源同样丰富的城市或者邻近省会城市，入境游客以北京为节点向其他城市扩散主要集中在五个方向：东北向、东南向、西向、南向、西南向。上海市超过36.18%的入境游客扩散至北京、西安等一线城市或者旅游资源十分丰富的热点旅游城市，入境游客以上海为节点向其他城市扩散主要集中在五个方向：北向、南向、西北向、西向、西南向。广州市超过49.50%的入境游客扩散至深圳、珠海、中山、佛山、香港等邻近的特色旅游城市，入境游客以广州为节点向其他城市扩散主要集中在四个方向：省内、东北向、北向、西北向。西安市超过68.10%的入境游客扩散至北京、上海、杭

州、昆明、桂林等一线城市、省会城市或者旅游资源十分丰富的城市，入境游客以西安为节点向其他城市扩散主要集中在五个方向：东北向、东向、西南向、南向、西向。成都市超过64.94%的入境游客扩散至重庆、九寨沟、西安、乐山等直辖市、省会城市、省内邻近的特色旅游城市，入境游客以成都为节点向其他城市扩散主要集中在五个方向：东向、西南向、东北向、省内及北向、东南向。重庆市超过64.29%的入境游客扩散至成都、贵阳、长沙、西安、广安等邻近省会城市，或者邻近的热点旅游城市，入境游客以重庆为节点向其他城市扩散主要集中在五个方向：西向、北向、东向、南向、西南向。桂林市超过44.83%的入境游客扩散至重庆、杭州、南京等直辖市、省会城市和旅游资源十分丰富的城市，入境游客以桂林为节点向其他城市扩散主要集中在四个方向：西北向、东北向、北向、东南向、西向。昆明市超过71.43%的入境游客扩散至桂林、重庆、贵阳、成都、南宁等邻近的直辖市、省会城市，或者旅游资源十分丰富的城市，入境游客以昆明为节点向其他城市扩散主要集中在四个方向：东向、北向、东北向、省内及西向。沈阳市超过76.67%的入境游客扩散至北京、大连、长春等一线城市、邻近省会城市，以及省内的热点旅游城市，入境游客以沈阳为节点向其他城市扩散主要集中在四个方向：西南向、南向、北向、西向。

入境客流扩散的路径持续多样化。伴随入境旅游市场规模的发展壮大，入境客流扩散的路径持续多样化，新的扩散路径日益成长起来。入境游客以北京为节点有25条主要扩散路径，其中，以向东北方向的扩散路径“北京→沈阳”最具代表性。入境游客以上海为节点有25条主要扩散路径，其中，以向北方向的扩散路径“上海→北京”最具代表性。入境游客以广州为节点有20条主要扩散路径，其中，以向省内的扩散路径“广州→深圳”最具代表性。入境游客以西安为节点有24条主要扩散路径，其中，以向东北方向的扩散路径“西安→北京”最具代表性。入境游客以成都为节点有25条主要扩散路径，其中，以向东方向的扩散路径“成都→重庆”最具代表性。入境游客以重庆为节点有24条主要扩散路径，其中，以向西方向的扩散路径“重庆→成都”最具代表性。入境游客以桂林为节点有25条主要扩散路径，其中，以向西北方向的扩散路径“桂林→重庆”最具代表性。入境游客以昆明为节点有19条主要扩散路径，其中，以向东方向的扩散路径“昆明→桂林”最具代表性。入境游客以沈阳为节点有18条主要扩散路径，其中，以向西南方向的扩散路径“沈阳→北京”最具代表性。



四、入境旅游的消费水平依然偏低，主要旅行目的是游览观光以及休闲度假

入境旅游的市场主体结构相对稳定。入境游客的性别比例基本回归常态；25~44 岁的游客为入境旅游市场的主力，超过入境游客总数的 70%；大学本科、大学专科、硕士及以上学历的入境游客人数比例最高，合计超过入境游客总数的 90%；入境游客中，各职业分布相对去年比较均匀，教育行业从业者和学生占比最高，合计超过游客总数的 19%；入境游客主要为中高收入人群，个人月收入在 1001~3000 美元、3001~5000 美元的人群比例最高，合计接近超过游客总数的五成。

入境游客的主要目的是游览观光以及休闲度假，消费决策特征变化不明显。入境游客中首次到访中国的游客明显多于多次到访中国的游客；从入境游客出游目的来看，游览观光和休闲度假是主要的旅华目的。网站论坛和亲友介绍是最主要的信息来源，有 25.61% 的游客出游前会通过网站 /BBS/ 论坛获取目的地的旅游相关信息，有 21.47% 的游客出游前会受到亲朋好友介绍的影响；出游前入境游客多会了解旅游交通 / 天气等生活信息、旅游产品和服务介绍、旅游景区接待情况、特色文化娱乐活动等旅游信息；在选择目的地以及旅游景点时，景点吸引力 / 旅游地吸引力是游客最为关注的问题，其次是旅游地交通和旅行费用，旅行安全也是影响入境游客目的地选择的因素；在出游伴侣的选择方面，约有 37.20% 的入境游客选择和家人一起出游，其次有 33.40% 的入境游客选择和好友结伴出游；入境游客主要的游览项目集中在山水风光、文物古迹、美食烹调、文化艺术，所占比例分别为 24.29%、23.43%、15.39%、15.19%；在景点数量的选择方面，38.20% 的入境游客参观游览了 3~5 个旅游景点，具有最高的代表性；在华停留时长方面，30.25% 的入境游客在华停留 8~15 天，最具代表性；在住宿选择方面，选择中等价位酒店（二星、三星酒店及同级酒店）超越选择经济型酒店，成为入境游客的首选项。

入境游客的消费水平依然偏低。从入境游客人均消费的总体结构来看，消费水平依旧偏低。入境游客人均消费呈现典型的正态分布特征，中间大，两头小。入境游客人均消费呈现正态分布，中间大，两头小。超过 60% 的入境游客消费集中在 1001~5000 美元，另有 15.02% 的入境游客消费 501~1000 美元，有 14.06% 的入境游客消费不足 500 美元，消费超过 5000 美元有 8.73%；从消费

项目来看, 23.05% 游客表示旅游交通是其最大的消费项目, 其次是购物消费, 占总消费支出的 21.42%。

入境游客的消费评价整体较好, 但部分短板依然存在。入境游客对各方面的评价整体较好。无论目的地总体形象、城市建设、城市管理、公共行业服务还是窗口服务, 游客对其评价基本较好。但相对而言, 仍有部分服务短板存在, 如城市建设中的空气质量、自然生态, 公共行业服务中的互联网覆盖、手机信号覆盖、城市公交, 窗口服务中的导游服务、产品服务和质量, 其得分分别为 8.11、8.16、8.09、8.12、8.12、8.16、8.17, 低于平均水平。

五、中国入境旅游发展趋势分析

就市场规模而言, 预计入境旅游市场有望全面恢复。就当前我国入境旅游市场的发展趋势来看, 一方面依然无法避免主要客源市场经济增长乏力、国际游客出境旅游趋于保守、各旅游目的地竞争加剧、国际地缘政治的消极影响强化、入境游客在华消费意愿下降、我国入境旅游宣传推广体系有待进一步完善、我国旅游品牌建设仍处初级阶段等诸多负面因素的消极影响, 但另一方面入境旅游系统工程理念日益深入身心, 国际旅游多元化需求逐步得到满足, 因地制宜开发特色形象和主打旅游产品、旅游公共服务和市场监管逐步趋于优化。在这一系列现实因素的积极推动下, 以及在国内旅游市场环境不断改善的背景下, 预计 2017 年我国入境旅游市场将继续保持稳步复苏的势头, 进入全面恢复的发展通道。

就政策环境而言, 72 小时 (144 小时) 过境免签和离境退税等一系列便利化政策的落地实施有望持续拓展入境旅游的发展空间。截至 2016 年底, 72 小时过境免签政策已在北京、上海、广州、成都、沈阳、杭州、西安、天津、武汉、南京、大连、桂林、昆明、重庆、哈尔滨、厦门、青岛、长沙、深圳等 19 个城市相继落地, 适用对象覆盖了包括“一带一路”沿线主要国家在内的 51 个国家。在充分总结实施 72 小时过境免签经验的基础上, 2016 年初江浙沪率先启动实施海陆空三类口岸联动的 144 小时过境免签政策; 2016 年 8 月广东省实现 144 小时过境免签和海陆空三类口岸联动; 京津冀也已向国务院申请实施 144 小时过境免签和口岸联动政策, 过境免签政策正在向着更加开放化的方向迈进。截至 2016 年底, 面向境外游客的购物离境退税政策已相继在海南省、北



京市、上海市、天津市、辽宁省、安徽省、福建省、厦门市、四川省、江苏省、青岛市、深圳市、陕西省、云南省、广东省、黑龙江省、山东省、河南省 18 个省（直辖市、计划单列市）落地实施，离境退税政策的实施，有效激发了入境游客购物的积极性，对入境旅游消费提升效果明显。

就竞争态势而言，让入境游客收获更加便利的旅行服务和更高的旅行体验，已悄然成为吸引国际客源市场的主流做法。在全球化背景下，游客出行的尺度范围已远远超出国境（边境）的限制。各国各地区的竞争领域也从争夺境外客源市场逐步扩展到关系国际旅游发展的各方面综合服务与设施配套。近年来已有越来越多的国家和地区以强化海外宣传促销、签证便利化、购物免退税、航权开放、廉价航线、区域合作深化、多语种服务等各种方式全面深入参与国际旅游市场竞争与客源市场争夺。为了能从日趋激烈的国际旅游竞争中胜出，各国政府无不积极作为，中国也需应时而动积极作为。

就发展模式而言，当下中国入境旅游的发展模式已完全不同于过往接待入境旅游团队的封闭型发展模式。随着旅游客源地营销和全球推广的日益强化，签证、通关、免税、退税、航权等多项宏观便利化政策的落地实施，特别是全域旅游战略的强力引领，带来了旅游目的地建设和产品创新热潮，“美丽中国”的国家旅游形象得到务实推广，中国入境旅游的发展模式有望实现由封闭型向开放型的全面转化。随着中国对外开放加快步伐的加快，中国旅游业的发展期待着以入境旅游为突破口启动新一轮的对外开放，国内外旅游市场的一体化进程将进一步加快，与国际市场、国际规则、国际水平也将进一步接轨。今后，让入境游客体验中国老百姓兼容传统与时尚的生活方式将成为最强有力的旅游吸引物，会有越来越多的入境游客认识到：中国不仅是一个具有悠久历史的文明古国，而且是一个开放包容的现代化大国。

就整体思路而言，展现发展成就的“超乎想象的中国”应当而且能够成为入境旅游的基本出发点。“超乎想象的中国”将成为“中国梦”的最优注脚，成为入境旅游的长期卖点和宣传点。在全域旅游战略指引下，进一步完善中国的商业接待体系与公共服务体系，为入境旅游发展创造更好的外部条件，在向入境游客推介我们的传统旅游资源之余，重点推介中国改革开放以来的发展成就，向入境游客展示今天中国人民的日常生活等非传统旅游资源，如此，必能使中国入境旅游焕发出新的生机与活力。

六、中国入境旅游发展政策建议

借全域旅游大势为入境旅游注入新动力。全域旅游、厕所革命、旅游+，以及旅游管理体制综合改革的推进，让更多的入境游客可以尽享景区之外的城乡居民品质生活空间。事实上，全域旅游就是“美丽中国”，就是“超乎想象的中国”。围绕“美丽中国”整体旅游形象，发挥各地资源优势，把具有竞争力的品牌和产品推向境外目标市场。包装好宣传好代表性强的特色旅游产品和精品旅游线路，推出一批二三线城市、特色小镇和田园综合体，主动宣介创意旅游产品，重点开发以“美丽中国”为核心支撑的精品旅游线路。

转变传统接待理念与发展模式，开发以真实生活方式体验为主要内容的旅游产品。突破“封闭的中国”“古老的中国”的旅游产品开发理念，不仅重视对传统旅游资源的挖掘，更加重视对体验式、生活型、创新性、主题式旅游产品的策划与深度开发，特别是足以吸引入境游客重复消费的休闲度假产品，向入境游客展现更加贴近真实生活的现实中国，加大对非传统旅游资源的开发力度。通过旅游产品内容的丰富拓展、硬件设施的改进完善、软件服务的提质升级，让入境游客收获更加美好与真实的旅游体验。

双管齐下，国家旅游形象优化和短板弥补消除并重。一方面，在国际场合积极发出中国声音，改善整体国家形象和国家旅游形象。积极面对由于东西方文化和价值观差异所导致的误解与偏见。针对部分境外媒体对中国大气污染、环境治理、市场秩序、国家安全等的负面报道与过度热炒，中方有必要适时发出中国声音，并对部分热点事件予以积极回应，尽量消除隔阂与偏见。另一方面，在“供给侧”补短板。落实“可持续旅游”发展理念，全力支持大气环境综合整治工作；调整区域和小区域的旅游线路设计，并配合做好环境污染天气的游客人身综合防护。重视旅游商业服务环境改善、旅游商品提档升级、旅游市场秩序治理、旅游保险体系和保险理赔手续完善等突出问题，根治旅游安全无保障、不合理低价游、欺诈消费、强迫消费、暴力威胁、假冒伪劣等市场乱象，以规范的旅游市场秩序营造良好的发展环境，引导入境旅游回归以“质”取胜的正道。

持续提升国际开放度，分阶段分步骤推进一揽子便利化措施。系统性实施免签、免税、退税、航权开放、廉价航线等便利化政策，并尽量促成政策效应的叠加。在当前实施的72小时过境免签和144小时过境免签政策的基础上，探



索实施与特色旅游产品相配套的离境购物免退税政策，并向着“任一口岸进，任一口岸出；任一口岸买，任一口岸退”的更高目标迈进，持续推进一揽子便利化政策的叠加效应，持续推进旅游产品和服务品质提升。从切实增进旅行服务便利和提升游客体验入手，在部分热门旅游目的地探索阶段性分步骤开放第五航权。根据入境旅游市场的动态反馈，结合国家总体战略和国际旅游市场开发的主导方向，适时开辟部分热门旅游线路面向境外游客的廉价航线。

配合“一带一路”倡议，有选择性地深化面向重点区域的国际合作。结合我国“一带一路”倡议，进一步将“一带一路”沿线国家作为入境旅游市场的重点拓展区域。强化与“一带一路”沿线国家的互联互通，分批次分步骤深化与“一带一路”沿线国家的旅游合作，切实推动游客互访、人员往来与产业要素流动，跟进孟中印缅、中巴经济走廊、中国—东盟旅游合作区、中越旅游合作区等国家战略。通过旅游年等有效途径，实现“一带一路”沿线国家重点突破，分批次、分步骤深化与“一带一路”沿线国家的旅游市场双向互动与全方位合作。重点推出面向“一带一路”沿线主要国家的多语种综合服务，大力开发“一带一路”沿线潜力客源市场。进一步扩大“一带一路”沿线的远程客源市场，逐步优化我国入境旅游的客源市场结构。

第一章

2016 年中国入境旅游市场 发展状况