



**中国旅行社协会**  
CHINA ASSOCIATION OF TRAVEL SERVICES

2017

# 中国旅行社行业发展报告

REPORT OF DEVELOPMENT ON CHINA  
TRAVEL AGENCY INDUSTRY (2017)

中国旅行社协会

中国旅游出版社

**中国旅行社协会**

CHINA ASSOCIATION OF TRAVEL SERVICES

**2017**

常州大学图书馆  
藏书  
**中国旅行社行业发展报告**

REPORT OF DEVELOPMENT ON CHINA  
TRAVEL AGENCY INDUSTRY (2017)

中国旅行社协会

中国旅游出版社

责任编辑：李冉冉

责任印制：冯冬青

---

图书在版编目（CIP）数据

中国旅行社行业发展报告. 2017 / 中国旅行社协会

编著. -- 北京：中国旅游出版社，2017.11

ISBN 978-7-5032-5918-0

I. ①中… II. ①中… III. ①旅行社—产业发展—研究报告—中国—2017 IV. ①F592.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第256791号

---

书 名：中国旅行社行业发展报告2017

---

作 者：中国旅行社协会编著

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: [cttp@cнта.gov.cn](mailto:cttp@cнта.gov.cn)

营销中心电话：010-85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京盛华达印刷有限公司

版 次：2017年11月第1版 2017年11月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：6.75

字 数：107千

定 价：66.00元

I S B N 978-7-5032-5918-0

---

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换



感谢八爪鱼在线旅游发展有限公司  
对本书出版的大力支持

# 12301

国家智慧旅游公共服务平台

感谢12301国家智慧旅游公共服务平台  
对本书出版的大力支持

## 《中国旅行社行业发展报告 2017》

### 编辑委员会

#### 主任

张立军

#### 成员

|     |     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 于宁宁 | 于敦德 | 王正华 | 王延辉 | 王兆学 | 王涌  | 史健洋 |
| 付帅  | 白凡  | 冯彦庆 | 冯滨  | 朱少东 | 朱日晖 | 朱宝  |
| 刘建进 | 许旦萍 | 孙兵  | 杜宪忠 | 李繁华 | 连善一 | 吴志祥 |
| 沈涛  | 宋斌  | 张远鹏 | 陈小兵 | 陈丽霜 | 邵晓明 | 郑浩先 |
| 胡时华 | 胡玲  | 胡继军 | 俞滨林 | 夏智民 | 高举  | 蒋燕妮 |
| 傅国信 | 谢术湘 | 薛晓岗 | 孙桂珍 | 王新军 | 王静  | 邓德智 |
| 李广  | 张凌云 | 赵宝国 | 姚延波 | 魏凯  |     |     |

## 《中国旅行社行业发展报告 2017》

### 编辑部

#### 主编

杨彦锋

#### 成员

|     |     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 贾薇  | 刘念  | 韩韬  | 金占林 | 邹昊  | 樊骁  | 吴雪娇 |
| 李跃博 | 王家远 | 龙飞  | 山百惠 | 李林菲 | 朱春华 | 潘海汇 |
| 梁永佺 | 杨宇  | 张金悦 | 何健  |     |     |     |

# 前言

## PREFACE

2017 年是中国旅游业战略地位提升和旅游新业态蓬勃发展的重要一年，旅游业已成为国家经济发展和民生福祉的重要力量。旅行社业作为旅游业的支柱产业，伴随时代发展的需要和旅游供需诉求的不断变化，在前续发展的基础上也呈现出与时代发展相对应的特征和趋势。

### 一、旅行社行业迎来服务价值的回归

2017 年，中国旅行社业在经营模式上较为突出的现象是 OTA 巨头线下布局提速。携程通过百事通、去哪儿门店、携程门店综合品牌，持续推进区域实体门店落地，迄今已经布局超过 6000 家门店网点。同程在 2016 年分拆线上 OTA 和线下旅行社之后，频繁投资并购线下旅行社，并在一年内开了约 300 家门店。途牛则持续推进 O2O 战略布局，发力区域服务中心拓展。截至目前，途牛已在全国范围内拥有近 200 家区域服务中心，基本完成一二线城市全覆盖，扩张重心已延伸至三四五线城市。而驴妈妈在全国也有 110 家子公司、1000 多家门店。同时，以凯撒、中青旅、众信集团、中国国旅、康辉等旅行社企业则加快对既有店面的升级或增加开店数量。线下门店重新站上风口，正呈现出越来越高的活跃度。

当今，在消费升级、价值驱动的双重推动之下，旅行社服务的重要性也随之凸显。OTA 线下圈地现象，一方面是线上流量昂贵，在线旅游企业的获客成本



居高不下，另一方面反映了旅行社面对面服务价值的不可替代性，特别是随着当今旅游个性化需求的不断变化和升级，越来越多的人（尤其是千禧一代）更加渴望有旅游专家帮助他们策划和咨询，为他们定制更加高端和体验式的旅行计划。

曾几何时，人们担心 OTA 的兴起会让实体旅行社走到尽头，但从全球范围来看，旅行社线下实体销售门店仍然具有很大的价值，旅行社经营线上线下并举成为行业的主要发展路径。

## 二、全域旅游拓宽了行业发展的外延

2017 年是国家旅游局大力推进全域旅游发展最令人瞩目的时期，全域旅游内涵建设、全域旅游创建单位建设全面开展，成效卓然。全域旅游贯通消费与生产领域，促进中国经济脱虚入实，发挥了“稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险”的重要功能。

我国旅游业处于黄金发展期，同时也是产业结构调整期和供给侧改革期，一是景点旅游的边际效益下降，旅游产业在新的时期亟需拓展全域发展空间，形成新的产能。二是出游方式上散客化趋势显著，旅游空间行为出现全域化特征，导致旅游供给的全域化。游客散客化趋势导致了旅行社和导游核心业务被削弱，旅游主营业务发生了质的变化。三是旅游核心竞争力由景点竞争转向旅游目的地综合竞争，全域旅游肩负旅游业深度调整和深刻变革的历史使命。2016 年 7 月，习近平总书记到宁夏视察时明确指出：“发展全域旅游，路子是对的，要坚持走下去”。

2016 年 5 月 19 日，李克强总理在首届世界旅游发展大会开幕式上的致辞《让旅游成为世界和平发展之舟》中指出，“中国还将推进全域旅游和‘旅游+’行动，大力发展乡村旅游、工业旅游、文化旅游、养老养生游，并与‘互联网+’相结合，在促进旅游中实现一、二、三产业融合发展，以旅游业的升级换代促进国民经济的提质增效。”

全域旅游的主旨就是旅游业的跨界、链接和融合，形成无处不旅游的大旅游、大产业、大格局、大空间的发展观。中青旅遨游旅行率先与盒马鲜生的牵

手合作,开创首个旅行新零售门店、腾邦国际与港中旅(珠海)海泉湾度假区合作及一系列异业经营的门店、众信的海外生活服务平台建立、美团网大力发展美团旅行业务等一系列事件,正是全域旅游背景下的旅游行业在经营方式、产品延深、管理方式等的创新协同发展,全域旅游拓宽了旅行社行业发展外延,业内跨界发展应时而生,全面开启。

### 三、入境游迎来稳步复苏的历史阶段

据国家旅游局统计数据,2016年,接待入境游客1.38亿人次,同比增长3.5%;国际旅游收入1200亿美元,同比增长5.6%。当年出境旅游花费1098亿美元,实现旅游顺差102亿美元。值得关注的是,同年外国人入境市场的规模和增速分别为2815万人次和8.3%,创金融危机以来历史新高,入境游客数量超过出境游客数量1640万人次。

我国入境旅游已经走出了金融危机后的萧条期,正在从全面恢复转向持续增长的新阶段,出境旅游则从高速增长步入稳定增长期,我国的国际旅游顺差有望进一步扩大。这一利好信息某种程度上增强了旅行社业发展入境旅游的信心,例如,凯撒旅游这些目前主要经营出境游、国内游的企业高调宣布进军“入境游”市场;入境游行业的“老兵”北京六艺行旅行社认为中国拥有丰富的旅游资源,入境游根本不是所谓的“伪需求”。

现阶段,我国入境旅游发展态势总体表现,一是在客源结构上,主要是以我国港澳台地区和邻近国家——如越南等占多,“远道而来”的外国客人中较大份额是以商务会议、探亲访友为入境目的。远程境外客源市场开发仍然是重点和难点。二是在入境流向上有了较大的不同。长期以来,不论是旅游休闲还是商务差旅,北京都是入境游最重要的目的地,但近两年下降明显。北京接待入境游客2015年同比减少1.8%、2016年同比减少0.8%,而随着我国各城市境外航向的开通,入境游的客人也在向中国的二三线城市分流,以前一些欧洲、美国的客人只能从北京、上海入境,现在从成都等其他城市入境的客人越来越多了。中国二三线城市“入境游”正在崛起。三是在接待量上,团队游细分市场



是主流。团队游“细分”，针对散客的碎片化服务涌现。从大团变精品小团，从单一走马看花观光游向体验型旅游转变。近年来涌现出的许多专做旅华游客户外轻探险游、目的地深度游的公司占有了一定的市场率，正是团队细分市场领域变化的体现。四是在产品结构上，欧美旅华游客的自由化出游方式和需求，倒逼着中国入境游生态链供给侧改革的升级。我国入境游产品三十年如一日，仍然停留在接团，安排看景点、吃团餐，导游车上听枯燥讲解的千篇一律中。产品单一、匮乏是制约欧美市场的重要因素，不断开发适应性的产品才是入境游的成长动力。

#### 四、打击不合理低价游全国行动取得成效

国家旅游局配合全国人大常委会、国务院法制办对《旅游法》《旅行社条例》进行修订。修订和废止 3 部规章。通过 4 项国家标准、9 项行业标准。在旅游市场整治方面，相关部门协调共管，重拳出击，严厉打击“不合理低价游、零负团费”等旅游顽疾。规范旅游秩序、建设旅游投诉机制取得突破。

2016 年 2 月，国办出台《关于加强旅游市场综合监管的通知》。国家旅游局联合发改委、公安部、财政部等 12 部门组成 40 个工作组，对 31 个省区市开展专项督查，实施依法治理旅游市场秩序三年行动计划，开展“不合理低价游”专项整治行动。组成 40 个工作组，对 31 个省区市开展旅游市场综合监管专项督查。2016 年共查处违法违规案件 1324 起，处罚 819 家旅行社。举办“抵制不合理低价游，明明白白去旅游”线上线下宣传活动，积极引导游客理性消费，下架 8000 多条涉嫌“不合理低价游”产品。约谈通报一批整改不力的企业，重点监管一批问题频发的企业。同时，建立中泰、中韩等旅游市场监管合作机制，2016 年上半年韩方取缔 68 家韩国旅行社的接团资格。与港澳台旅游部门共同规范内地（大陆）居民赴港澳台旅游市场秩序。开通“我要投诉举报”平台，开发“全国旅游投诉举报和案件办理管理系统”，完善中国旅游诚信网平台，实现 12301 投诉电话对 31 个省区市移动、联通、电信三网全覆盖。快速受理处理游客投诉，在有效处理期内实现 100% 结案。

## 五、旅行社成为文旅投资的重要参与者

在产业转型升级和消费升级的驱动下，文旅产业投资为传统经济的发展带来了新的机会和思路，景区资源型投资和文旅大盘投资增速，我国旅游度假行业将形成 10 万亿级支柱产业。毋庸置疑，这是大众乐于消费的朝阳行业，预示着文旅产业的投资窗口已然打开。

重资产的文旅投资需要搭配轻资产的旅行社行业运营和渠道能力，具有全产业链实力的旅行业巨头凭借其运营和渠道能力与投融资机构联合出击，也纷纷投入文旅投资市场，成为文旅产业开发大军。例如景域集团与丰盛控股订立战略合作协议，双方拟计划总投入约 50 亿元人民币，共同开拓文化旅游度假市场；中青旅与卓正控股集团签署战略合作协议。双方将通过加快整合双方旅游资源，集中优势资源共同做强、做优、做大文化旅游健康产业；中青旅与中交投资签署战略合作协议，双方凭借两大央企的强大背景和各自拥有的实力领域强强联动、资源优势互补、携手共谋发展。

## 六、旅行社行业准入和审批更加市场化

为落实习近平总书记关于中国（上海）自由贸易试验区工作的指示要求，全面深化自贸试验区改革开放，中国（上海）自由贸易试验区正式获批开展外商独资旅行社经营出境旅游业务试点工作。万程（上海）旅行社有限公司获批成为中国（上海）自由贸易试验区首家经营出境旅游业务的外商独资旅行社，也是大陆此类企业中第一家获得出境游经营资质。

试点工作旨在发挥自贸区先行先试的制度优势，将按照开放试点、稳步推进的原则，吸引世界知名旅游企业落户上海，进一步推动上海市成为具有全球影响力的世界著名旅游城市。同时，通过试点工作，努力形成可复制、可推广的外商独资旅行社经营出境旅游业务的经验，深化旅游业改革开放。我国旅行社业发展至今，经历了从行政事业部到企业化，从国有化到商业化，从国有独资到合资，再到今天外商独资的巨大变化，标志着我国旅行社行业更加市场化和多元化。



## 七、中国旅行社协会脱钩改革试点完成

根据《中共中央办公厅 国务院办公厅关于印发〈行业协会商会与行政机关脱钩总体方案〉的通知》(中办发〔2015〕39号)精神,按照《民政部 国家发展改革委关于做好全国性行业协会商会与行政机关脱钩试点工作的通知》(民发〔2015〕150号)和国家旅游局统一安排,中国旅行社协会的机构、职能、资产财务、人员、党建外事等“五分离五规范”工作已基本完成。

中国旅行社协会作为第二批脱钩改革试点单位,抓住改革脱钩的机遇与挑战,不断探索改革发展的新思路、新方法、新举措,是行业发展过程中不可或缺的社会力量之一。在脱钩试点期间,中国旅行社协会格外注重按照建立现代社会组织的要求,建立和完善产权清晰、权责明确、运转协调、制衡有效的法人治理结构。为此,协会集中精力完善了以章程为核心的内部管理制度,健全会员代表大会、理事会(常务理事会)制度,建立和健全监事会制度,落实民主选举和无记名投票制度,搭建了包括《中国旅行社协会部门职责》《中国旅行社协会合同制度》《中国旅行社协会会员管理办法》《中国旅行社协会薪酬福利管理制度》等在内的15项制度办法组成的管理制度体系。切合发展实际的“建章立制”工作,为协会适应脱钩新环境,更上新台阶奠定了坚实的基础。

2017年是中国旅行社协会正式走向脱钩改革的一年,其核心任务是全面增进协会发展的协调性、可持续性,要强化自律、强化服务、强化自身建设,充分发挥协会在旅游业转型升级发展中重要作用,为行业改革和发展营造良好的环境。而紧跟行业发展脉络,充分发挥好研究中心作用;完善产业要素布局,在重点领域实现组织覆盖;做好服务会员工作,提升行业内外的影响力;加强与地方政府的沟通协作,推动全域旅游发展;加强自身建设,全面提升协会服务能力则成为工作重点。

# 目 录

## CONTENTS

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 第一章 旅游服务市场的规模与结构 .....             | 1  |
| 一、国内旅游——国内市场保持高速增长，旅游花费不断增加 .....  | 2  |
| 二、出境旅游——出境市场回归理性，进入相对稳定的发展阶段 ..... | 10 |
| 三、入境旅游——入境市场继续回暖，规模与消费均持续增长 .....  | 14 |
| 第二章 全国旅行社产业发展现状 .....              | 21 |
| 一、2016 年度全国旅行社行业发展规模 .....         | 22 |
| 二、2016 年度全国旅行社行业经营绩效 .....         | 26 |
| 三、2016 年度全国旅行社行业分项业务 .....         | 32 |
| 四、2016 年度全国旅行社行业区域结构 .....         | 43 |
| 第三章 游客消费行为分析 .....                 | 49 |
| 一、游客特征分析 .....                     | 50 |
| 二、游客消费行为 .....                     | 57 |
| 第四章 国内旅行社上市公司发展动态 .....            | 71 |
| 一、中国国旅股份有限公司 .....                 | 72 |



|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| 二、中青旅控股股份有限公司 .....                | 73        |
| 三、海航凯撒旅游集团股份有限公司 .....             | 75        |
| 四、众信旅游集团股份有限公司 .....               | 76        |
| 五、深圳市腾邦国际商业服务股份有限公司 .....          | 78        |
| <br>                               |           |
| <b>第五章 旅行社行业的创新和探索 .....</b>       | <b>81</b> |
| 一、OTA 布局线下门店，线上线下双向融合 .....        | 82        |
| 二、旅游+互联网+金融，旅游跨界的探索 .....          | 83        |
| 三、旅游+业态不断丰富，定制旅游成发展趋势 .....        | 85        |
| 四、边境旅游和跨境旅游成为业务发展新空间 .....         | 87        |
| <br>                               |           |
| <b>第六章 旅行社行业发展的政策分析 .....</b>      | <b>89</b> |
| 一、全国旅游监管服务平台建成，实现旅游业行业全网化整合 .....  | 90        |
| 二、明确领队准入资格，形成领队备案管理制 .....         | 91        |
| 三、外商独资旅行社经营出境旅游业务试点获准开展 .....      | 92        |
| 四、电子导游证取代 IC 卡导游证，全面规范对导游的管理 ..... | 92        |
| 五、严控旅游套餐风险，引导游客抵制虚假诱惑 .....        | 93        |
| 六、保持市场秩序整治力度，规范案件查处流程 .....        | 94        |

# 第一章

## 旅游服务市场的规模与结构

Scale and Structure of Tourism Service Market



## 一、国内旅游——国内市场保持高速增长，旅游花费不断增加

### （一）国内旅游市场呈现持续向好态势

2016 年，全域旅游推动旅游经济实现了较快增长，大众旅游时代的市场基础更加坚实，产业投资和创新更加活跃，经济社会效应更加明显，旅游业成为“稳增长、调结构、惠民生”的重要力量。

根据国内旅游抽样调查结果，2016 年全年国内旅游无论是旅游人数还是旅游收入均创历史新高，为国内旅游产业健康快速发展提供了坚实保障。具体来看，国内旅游人数 44.4 亿人次，比 2015 年同期增长 11.0%。其中，城镇居民 31.95 亿人次，增长 14.03%；农村居民 12.40 亿人次，增长 4.38%。国内旅游收入 3.94 万亿元，比 2015 年同期增长 15.19%。其中城镇居民花费 3.22 万亿元，增长 16.77%；农村居民花费 0.71 亿元，增长 8.56%。从国内旅游市场多年发展趋势看，游客接待量从 2011 年的 26.41 亿人次增加到 2016 年的 44.4 亿人次（图 1-1），

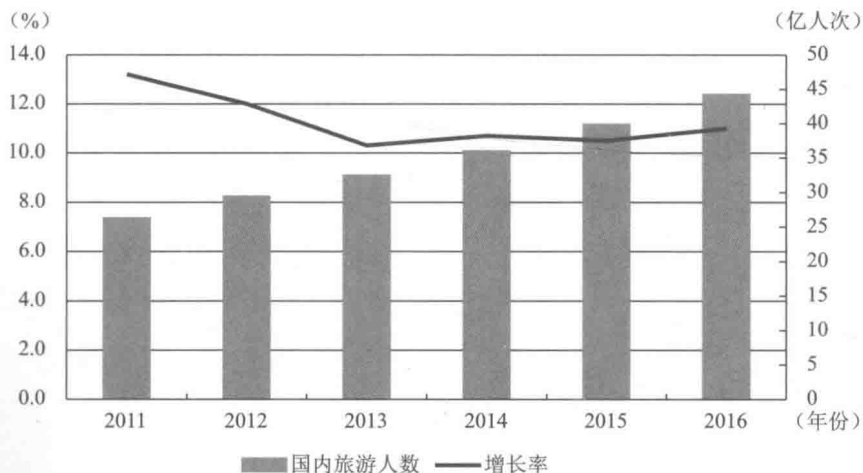


图 1-1 2011~2016 年国内旅游人数及增长率

数据来源：历年《中国旅游业统计公报》，2017 年《中国国内旅游发展年度报告》

旅游收入从 2011 年的 1.93 万亿元增长到 2016 年的 3.94 万亿元（图 1-2），无论是旅游收入还是旅游人数均保持着长期稳步增长的态势。

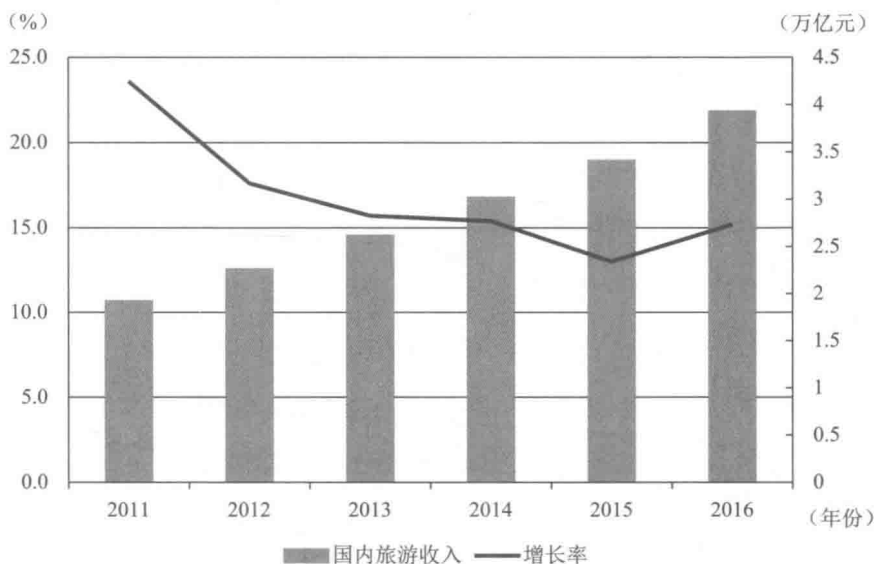


图 1-2 2011~2016 年国内旅游收入及增长率

数据来源：历年《中国旅游业统计公报》，2017 年《中国国内旅游发展年度报告》

## （二）国内旅游人均花费水平进一步提升

随着我国国民经济的不断发展，居民可自由支配收入不断增加，我国居民的旅游消费水平也有进一步的提升。2016 年，全国居民人均可支配收入达到 3500 美元。虽然我国的经济发展不再保持高位增长，但每年 7% 左右的增长率仍然为居民旅游消费水平的提升提供了保障。历年《旅游抽样调查统计》显示：我国城乡居民国内旅游人均消费水平逐年增加，2016 年人均旅游消费为 880 元。随着消费能力的提升，越来越多的游客追求品质团、定制游等高品质旅游产品。

2016 年我国城镇居民人均花费约 1130.7 元（图 1-3），城镇居民散客的花费构成情况是：交通费占比最高，为 30.9%，住宿费占 15.8%，餐饮费占 26%，购物费用占 18.9%，景区游览费占 5.6%，其他费用占 2.8%。农村居民相对城镇