



ITB
CHINA

BUYERS
CIRCLE

ITB CHINA

旅游趋势报告 2025/26

主办方



MESSE BERLIN
China

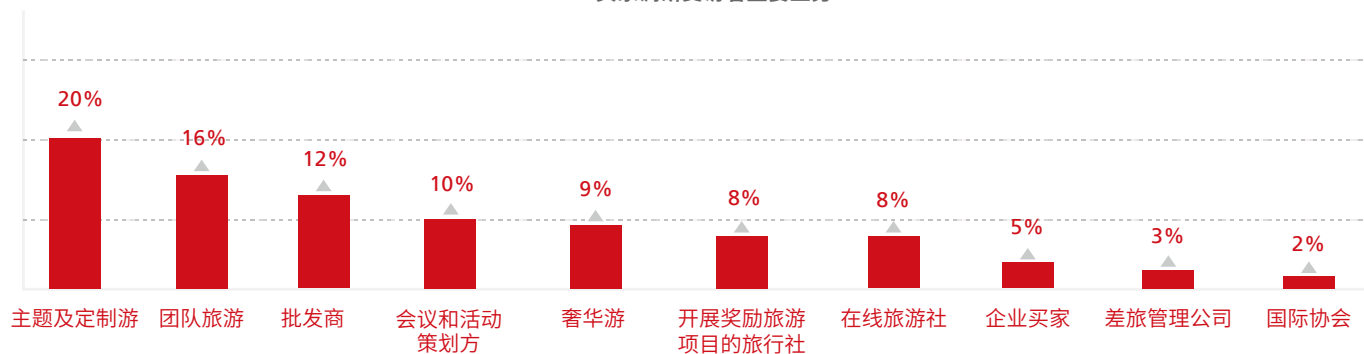
报告概述

作为一本年度出版物，ITB China旅游趋势报告旨在为全球战略制定者和决策者提供有关中国旅游市场最新趋势的第一手信息，帮助他们在快速变化的环境中调整业务运营。



2025/26 ITB China 旅游趋势报告基于广泛的行业调研，范围覆盖来自ITB 买家俱乐部中国区的**1400多名买家代表**。此外，还包括了合作伙伴**牛津经济研究院旗下的旅游经济学** (Tourism Economics)，以及全球专业的一站式旅行服务商**携程集团**提供的旅业数据。另有**系列高管访谈**，涉及目的地旅游局、行业协会、知名旅行社、会奖旅游（MICE）买家和企业买家等。

买家调研受访者主要业务



(数据来源：ITB China 买家调研)

报告重点内容

在经历疫情后的复苏后，世界旅游业已进入新的增长阶段，即便面临经济不确定性加剧的挑战。而亚太地区的增长速度超越全球平均水平，来自中国市场的旅游需求继续引领增长，但消费偏好已呈现显著转变，本报告将深入解析这些变化。

- 2024年全球旅游市场概述
- 2024年中国出境旅游市场回顾及中国游客行为变化分析
- 团队游与自由行趋势分析
- 未来展望—机遇与挑战
- 中国商务会奖旅游市场最新动态
- 中国入境旅游市场发展洞察

2024-25年 全球旅游市场概览

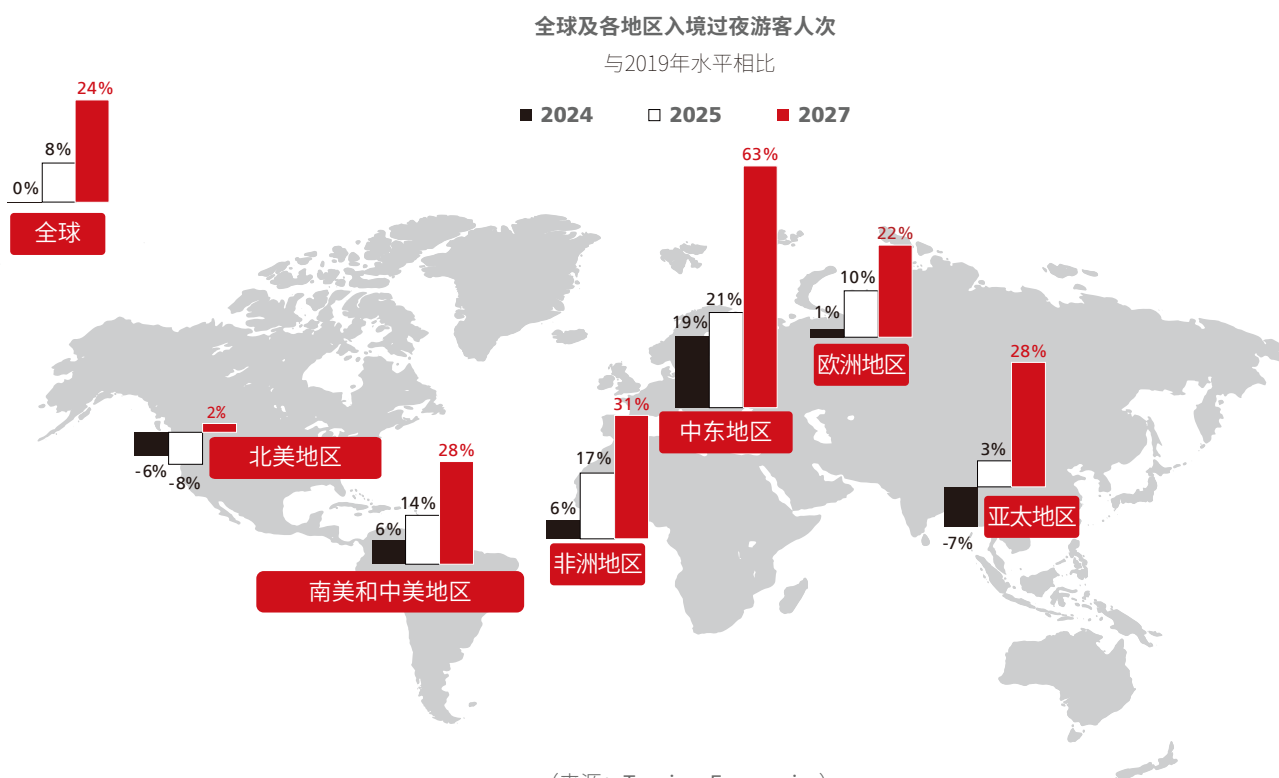
全球旅游业已步入新一轮增长阶段。2024年，全球入境与国内旅游人次双双创下新高，旅游业全面走出疫情阴霾。其中，全球国际过夜人次达15亿左右，较2019年略有增长；入境游客过夜数达69亿晚，较2019年增长5%；入境游客支出达1.6万亿美元，同比增长11%。

根据 Tourism Economics 预测，未来几年全球入境旅游仍将持续增长。然而，在当前经济不确定性加剧、居民收入受限以及旅游信心受挫的背景下，该增长前景面临一定的下行风险。尽管如此，近年以及过往的不稳定时期均已显示出旅游需求的强大韧性，预计全球各大目的地仍将从游客数量和消费的增长中受益。

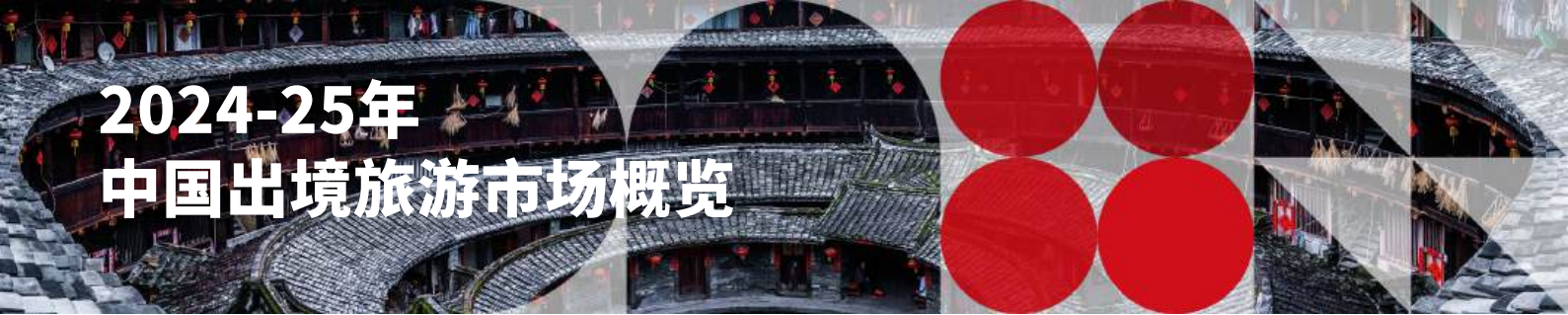
近期入境旅游的增长表现因地区而异。Tourism Economics 估算，2024年中东、中美洲、非洲和欧洲地区的入境过夜旅游人次已恢复至疫情前水平。然而，亚太地区与北美的入境旅游人次仍低于2019年水平。根据近期数据预测，受包括中国等主要客源市场出境游恢复的带动，亚太地区入境市场在今年和明年有望迎来强劲增长。

尽管全球入境旅游环境因贸易与经济不确定性在近期略显疲弱，亚太地区的前景相较其他地区仍然乐观。预计2027年前，亚太地区将实现除中东外最强劲的入境人次增长，继续其在全球入境旅游市场中占比提升的长期趋势。

中东地区的高速增长预期，主要得益于沙特阿拉伯和阿联酋对旅游基础设施的持续大规模投资，以及其旅游市场基数较小，使其更易实现高比例增长。相比之下，北美地区的前景则显著偏弱，主要由于其贸易与边境政策，削弱了游客对美国的出行意愿。



(来源: Tourism Economics)



2024-25年 中国出境旅游市场概览

2024年，中国出境旅游市场持续回暖，较2023年大幅改善，对于众多面向中国游客的旅游企业以及那些渴望中国游客回归的全球旅游目的地而言，这一增长无疑是一利好消息。

中国国家统计局发布的2024年国民经济和社会发展统计公报显示，内地居民出境超过1.45亿人次，全球旅游消费总额达5.75万亿元人民币，同比增长17%。



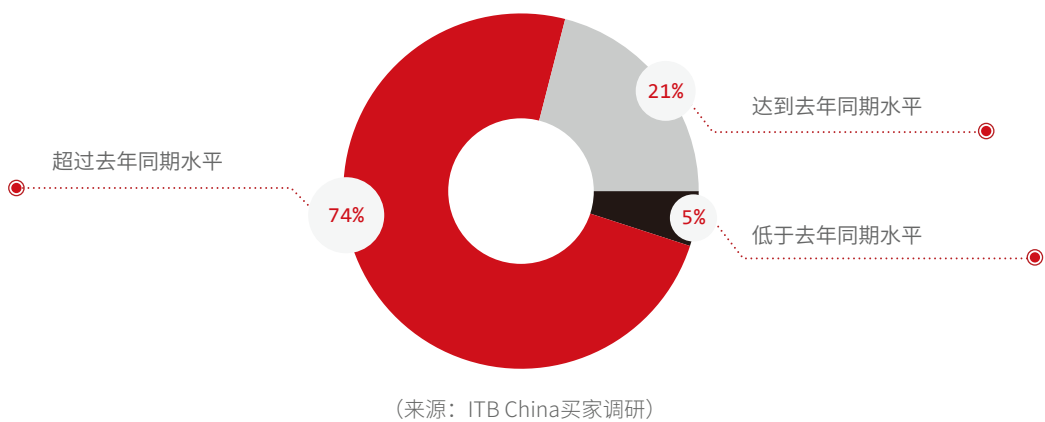
携程集团数据显示，2024年第四季度其客户中出境游需求尤为强劲，酒店与机票预订量较2019年同期高出20%以上。

最受出境游人群喜爱的旅游目的地国家Top20

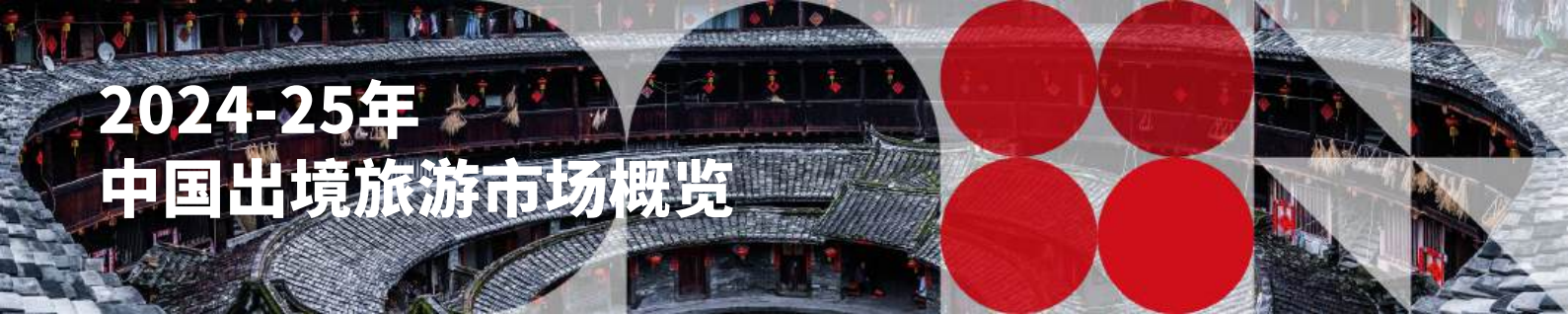


Tourism Economics 预计，2025年中国大陆居民前往全球各地的旅游人次将持续增长。ITB China买家调查也印证了这一发展趋势，74%的受访者预计其2025年出境业务将超越2024年的水平。

2025年的出境旅游产品业绩预期



基于全球目的地（不包括香港、澳门和台湾）相关报告的入境游客数据汇总，并结合其他行业数据，Tourism Economics 估计，2024年东南亚地区接待的中国过夜游客占中国出境游客总数的40%左右。另有约四分之一的中国游客前往东北亚及欧洲的占比约为17%。这些地区囊括了携程出境游预订的多数热门目的地，如日本、泰国、韩国、马来西亚、新加坡、英国、意大利和法国等。

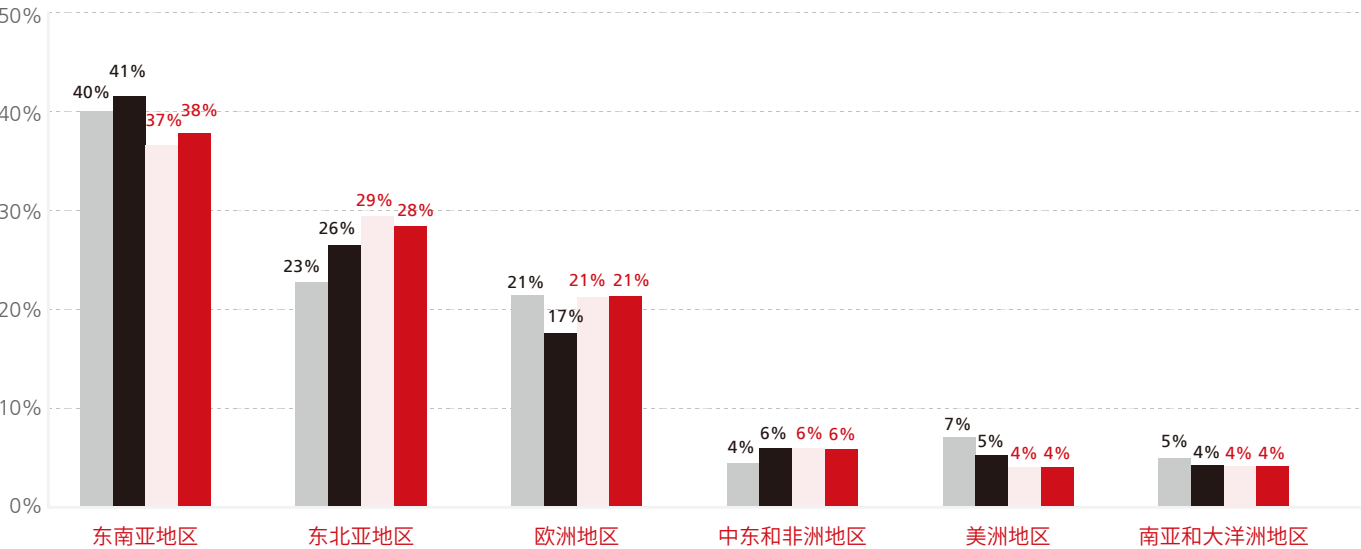


2024-25年 中国出境旅游市场概览

Tourism Economics 预计，未来包括日本和韩国在内的东北亚国家将在2025年和2026年继续扩大其在中国出境游客中的份额，而欧洲整体也将逐步恢复其在疫情前的占比。

中国游客前往各地区目的地的到访分布情况
中国游客在各目的地的到访占比情况

■ 2015-19 ■ 2024 ■ 2025 ■ 2026

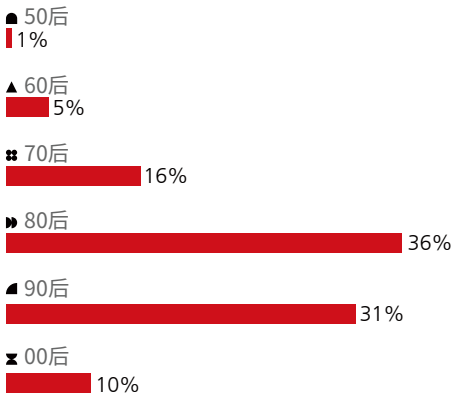


以上数据不含港澳台地区，由于数据统计时四舍五入，所以总和不完全是100%
(来源：Tourism Economics)

未来几年，中国出境游的旅游需求预计将继续增长，尽管增速将低于往年，因为旅游活动的复苏趋于稳定，而全球经济的不确定性影响了游客的出行意愿。Tourism Economics 预测，中国游客出境游总量有望在2027年恢复至疫情前水平。在此之后，中国出境旅游的长期前景依然强劲，预计到2020年代末，中国游客全球到访量的增长将超过其他客源市场的总和。

中国游客的旅行偏好将继续演变，重复出游的游客中希望探索新目的地的比例将有所增加。年轻一代将在出境旅游市场中扮演越来越重要的角色。2024年通过携程平台预订机票的出境游客中，绝大多数年龄在45岁以下，其中36%为80后，31%为90后，10%为00后。这些游客比其他许多游客更愿意接受新技术，这使他们能够发现新的旅行体验和旅游目的地。

中国出境游客年龄分布



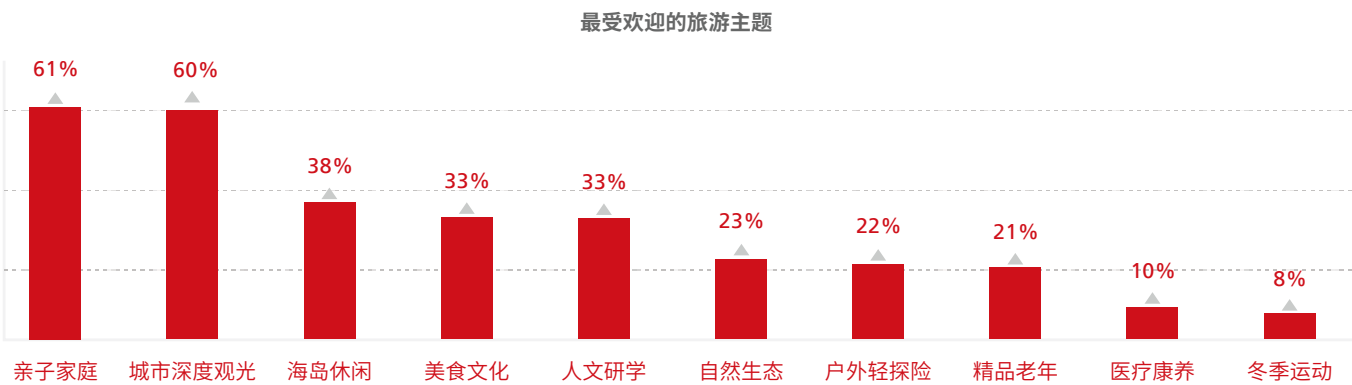
(来源：携程集团)



演变中的市场

中国出境游客的“用户画像”正在持续演变，其偏好、行为方式与人口结构不断发生变化。如今，中国游客在出境旅行中愈加追求原汁原味的当地体验，同时对旅行途中的安全保障仍高度关注。随着人口构成的变化，游客对于目的地和旅游体验的选择也日益多元化。

ITB China 买家调研显示了消费者对于旅游主题的多元化需求，有5大旅行主题获得了超过30%受访者的推荐，另有3大主题的支持率在20%以上。



(来源：ITB China买家调研)

新兴趋势一览

随着中国游客渴望体验多样化的目的地和深入的本地文化，旅游服务提供商也正积极扩大自身产品线以满足这一需求。几个关键发展趋势包括：

新兴目的地的涌现

携程数据显示，2024年用户购买景点门票的城市数量较2019年增加了120个，显示中国游客目的地选择范围的显著扩大。飞猪度假事业部国际度假副总经理骆琳指出：“游客开始探索更多偏远和小众目的地，如中东和中亚地区。”

地道、多元与新鲜体验

旅游的“边界扩展”不仅体现在地理范围，更体现在对新奇体验的追求上。携程报告称，2024年新增的购票景点数量较2019年增加超过1000个，彰显出游客对新颖、多样旅游体验的强烈兴趣。

持续向自由行转型

出境游客持续从传统的团队游转向自由行模式。深圳中国国际旅行社有限公司（新景界）副总经理韩晨指出，这些曾经以团队游为主的市场，如今“正在迅速转向自由行，团队旅游的参与度急剧下滑”。韩晨补充道，在长途游市场这一趋势也日益明显，在华的欧洲各国签证中心在旅游高峰期“被个人签证申请挤爆”，进一步印证了自由行模式的普及。

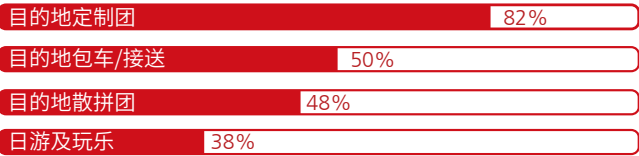
旅游供应商应对趋势变化

同样显著的是，旅游产品的供应方也在积极响应这一市场需求，努力满足游客对多样化体验的需求。随着游客越来越少依赖大型团体游，转而更多选择个性化定制的旅游方式，目的地需要更多种类和数量的旅游企业来满足需求。年轻一代的游客对新技术的广泛接受，包括人工智能工具的应用，也进一步推动了这一个性化趋势的发展。

演变中的市场

根据 ITB China 买家调研显示，82%的受访者表示在其海外纯目的地业务中已开始提供订制服务，以应对市场需求的增长。

目的地参团业务



(来源：ITB China买家调研)

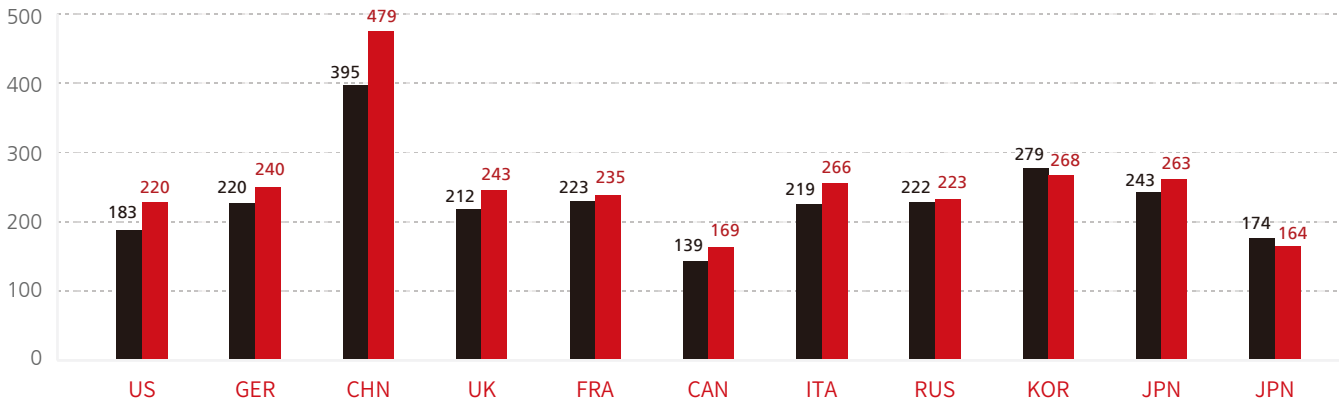
■ 出境游客消费意愿强烈

中国出境游客的另一个显著特征是有较高的消费意愿。多年来，中国游客一直以人均高消费水平著称。根据 Tourism Economics 基于官方数据的测算结果显示，2024年中国游客在全球目的地的人均每晚花费显著高于其他主要客源市场，延续了疫情前的一贯趋势。

各国出境游客海外人均每晚消费情况

单位：美元

■ 2019 ■ 2024



(来源：Tourism Economics)

携程报告显示，2024年游客在本地活动和产品的人均消费单价比2019年增长了60%。飞猪度假事业部国际度假副总经理骆琳也指出，2024年游客的平均旅行消费比2019年增加了32%，并强调“沉浸式体验”是关键驱动力，游客们在旅行中进行更多消费，追求多样化的旅行体验。

✂ 银发群体崛起带来新机遇



中国国家统计局发布数据显示，截至2024年底，中国60岁及以上人口占比已达22%，总数达3.1亿人。随着老年人口规模的扩大，其经济潜力也日益显现。中国老龄科学研究中心的《中国老龄产业发展及指标体系研究》报告显示，预计2030年中国老年人口消费总量约为12万亿元至15.5万亿元，与全国GDP的比率将提高至8.3%至10.8%。

尽管年轻人群体在旅行者中的占比不断上升，但老年群体参与出境旅游的意愿也在增强，这为旅游行业的企业带来了发展机遇。中国旅游研究院预计，到2025年底，超过1亿“活跃老人”将成为旅游市场的关键驱动力，银发游市场规模将突破1万亿元人民币，推动服务提供商向产品多样化、专业化方向转型。携程集团已推出“携程老友会”项目，专为50岁及以上人群打造更具针对性的出行体验。该项目已初见成效，该年龄段用户的订单量同比增长20%。

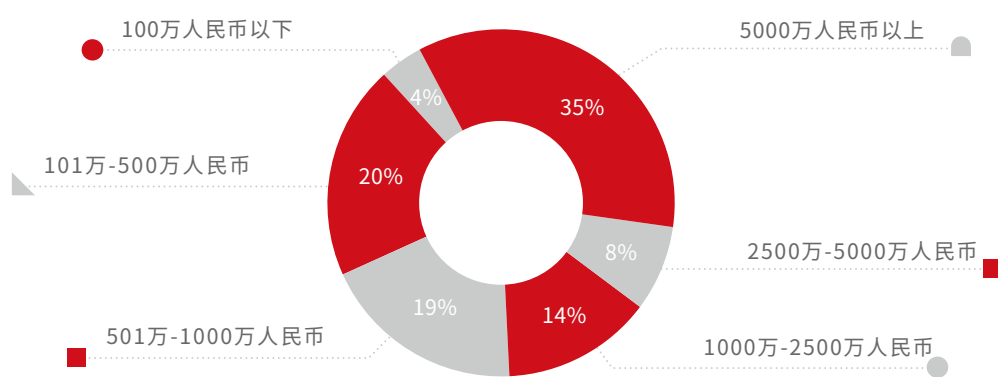
中国商务会奖 旅游市场最新动态

全球会奖及商务旅行市场正在强劲复苏，未来增长可期。数据显示，ITB China 2025 的参会买家中，近70%有采购会奖及商务旅行产品的需求。

► 市场规模庞大且持续增长

中国是商务旅游重要的客源市场。在 ITB China 商务旅行买家调研中，超过三分之一（35%）的买家表示其拥有超过5000万元人民币的年度采购预算，另有约20%的买家采购预算在1000万至5000万元人民币之间。

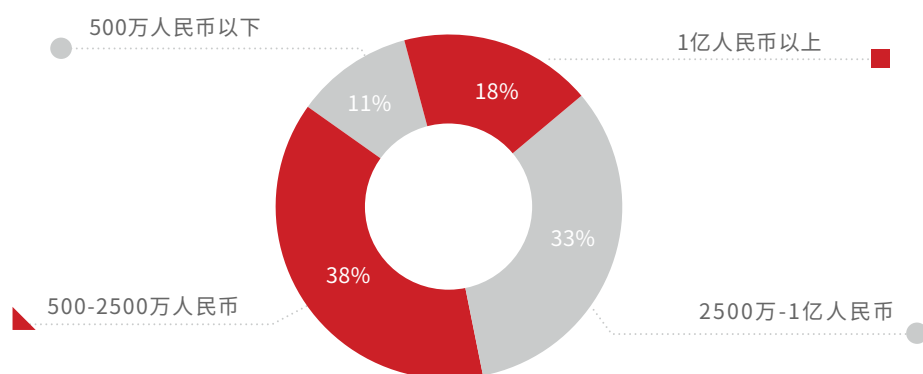
企业差旅业务预计的采购规模



(来源：ITB China商务旅行买家调研)

此外，18%的MICE买家预计其公司2025年的年营业额将超过人民币1亿元，而另有33%的受访者表示其年营业额将在人民币2500万元至1亿元之间。

2025年营业额预估



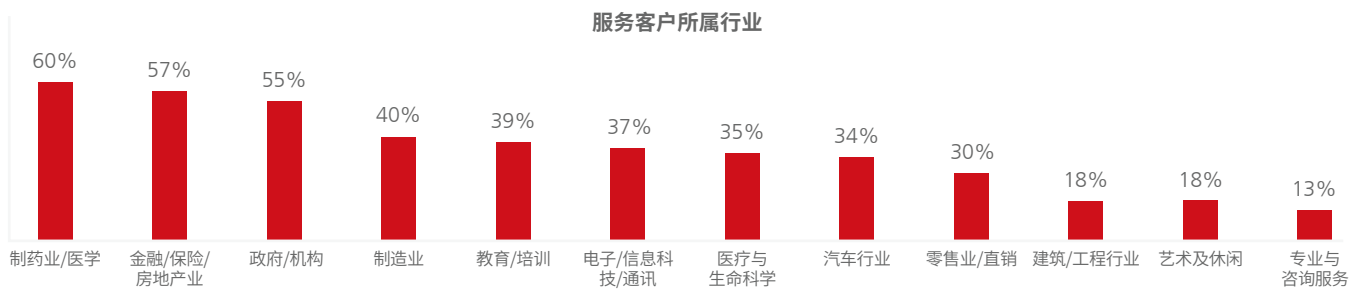
(来源：ITB China MICE买家调研)

当前，中国出境会奖旅游的热门目的地涵盖东南亚（以新加坡、曼谷和吉隆坡为代表）、欧洲（法国、意大利、德国和瑞士）、日本、韩国、美国及中东地区。具体目的地的选择受以下多重因素影响：

- **旅游基础设施及便利性：**包括交通便利性、会议中心与酒店的设施条件等；
- **目的地吸引力：**能为客户提供多样而丰富的文化体验（与商务休闲旅游的发展趋势相关联）；
- **安全性与保障：**包括政治稳定性、公共卫生状况，以及对外国游客的接纳程度。

中国商务会奖 旅游市场最新动态

在MICE买家调研中所提及的客户所在行业分布，60%为制药业/医学、57%为金融/保险/房地产业（57%）、55%为政府/机构。



(来源：ITB China MICE买家调研)

■ 中国企业出海潮带动出境会奖业务需求增长

中国企业走向全球正为会奖旅游（MICE）和商务旅行创造新的机遇。受市场扩张、供应链多元化及全球品牌建设驱动，中国企业正加大海外投资与运营力度。这推动了国际会议、企业活动及高质量旅行服务的需求增长。该趋势为全球场馆、目的地管理公司（DMC）及酒店业者带来利好，促进跨境合作并打造高端体验。

谈及中国企业加快“走出去”步伐亦带动了会奖市场。众信博睿总裁张莉表示：“随着中国企业加速全球布局，海外市场的会奖服务需求迅速上升。”

✂ 商务休闲旅游的发展与机遇

商务休闲旅游为商务及会奖旅游持续增长带来了新的机遇，越来越多的商务旅客选择延长停留时间来进行更多的休闲游活动。在 ITB China 的MICE买家调研中，83%的买家将“休闲与商务出行融合型旅游”列为主要旅游发展机遇之一。Tourism Economics 发布的季度《旅游行业观察》报告以及携程商旅发布的商旅白皮书报告中都显示，商务休闲旅游是重要增长点，亦是极受欢迎的商务出行方式。



BCD Travel北亚区董事总经理高思伟指出，2024年有42%的商务旅客选择延长行程，平均增加2.3天用于休闲活动。众信博睿总裁张莉表示，商务休闲旅游的增长促使他们不断创新并升级服务，包括在商务行程中安排本地文化体验、城市探索等休闲活动，以及推出定制化的“商务+休闲”旅行套餐。

» 环境、社会与治理（ESG）要素

企业与MICE活动公司都在不断加大对ESG（环境、社会与治理）方面的投入。中国电子商会（CECC）表示，其会员企业已显著提升对ESG的投资力度，商会也通过在各类活动中增设相关主题论坛，积极推动ESG和相关措施的落地。



企业在ESG方面的投入正受到中国及其他地区政府政策的推动。例如，BCD Travel 北亚区董事总经理高思伟指出，一些欧洲企业已要求其商务差旅服务商必须提供与出行相关的碳排放数据。另一方面，因为企业所服务的客户对包含ESG方案的需求也日益增长，推动了行业发展。然而，企业在推进ESG实践中仍面临若干挑战，最主要的是环保设施改造及社会责任提升所需的成本支出，以及中国部分企业在ESG领域的认知、评估指标应用等仍有提升空间。

机遇与挑战

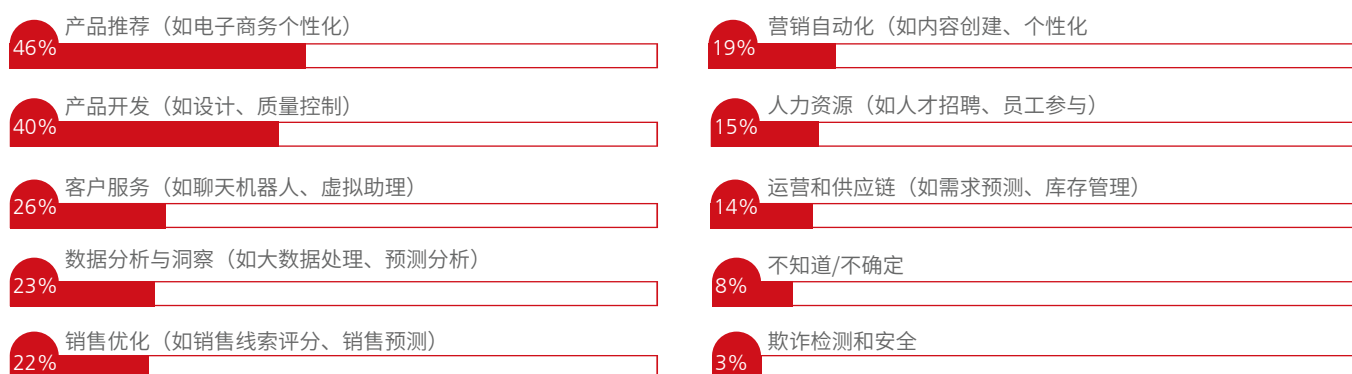
分析数据趋势与指标对于理解旅游模式及行为的发展固然重要，然而要真正把握短期内的增长潜力，关键在于了解行业参与者如何看待核心机遇。

■ 技术进步

对企业而言，新技术的应用无疑是最具确定性的增长机遇之一。在ITB China买家调研中，受访买家表示使用率最高的新技术是电子商务平台与人工智能（AI），分别有超过一半的受访者表示其公司已在使用。此外，36%的受访者已使用数字营销/社交媒体工具，26%使用数字支付系统，22%使用客户关系管理系统（CRM）。

近年来，人工智能（AI）在社会各领域的作用显著增强，尤其是在旅游行业中的应用愈加广泛。根据ITB China买家调研结果显示，50%的受访者表示其企业已在某种程度上应用AI技术，但具体用途差异较大。其中，最常见的应用场景包括产品推荐（46%）、产品开发（包括设计与质量控制，占40%）、客户服务（如聊天机器人和虚拟助理，占26%）以及数据分析与洞察（23%）。3%的受访者表示其企业在欺诈检测与安全保障方面采用了AI技术。

贵公司已应用的人工智能技术

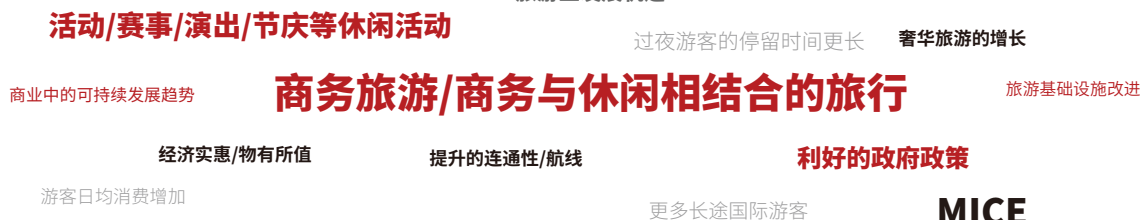


（来源：ITB China买家调研）

✂ 其他机遇

ITB China 买家调查中，谈及中国旅游市场的机遇时，商务休闲旅行（61%）以及活动/赛事/演出/节庆等休闲活动（51%）被重点提及。此外，MICE也占了44%。其他值得关注的机遇还包括奢华旅游，这与行业买家普遍认为的中国出境游客在旅行中会继续追求奢华旅游产品的趋势相一致，尽管随着中国游客及其品味偏好的演变，“奢华”的定义已变得更加多元化。另一方面，31%的买家也提到了产品的“性价比”，这表明越来越多的注重预算控制的旅行者，包括年轻一代、对成本敏感的家庭以及寻求最佳体验但不愿过度消费的中等收入旅行者，正在成为市场的重要组成部分。

旅游业发展机遇



（来源：ITB China买家调研）

机遇与挑战

► 不同地区所面临的挑战及机遇

中国旅游业务在不同地区面临着不一样的挑战和机遇。

■ **东南亚**因多种因素备受中国游客青睐，包括航空运力的恢复以及许多国家实施的免签政策。地理位置的优势也至关重要，飞猪副总裁全腾指出，对于许多中国出境游客而言，飞行时间在4至6小时之间的目的地仍是首选。然而，电诈丑闻已损害部分目的地的形象，尤其在安全与保障问题日益受到中国游客重视的当下。这可能导致游客对该地区新国家的访问意愿下降。

■ **东亚国家**，尤其是日本和韩国，一直是中国游客的热门目的地。中国与日本之间的航班恢复率从2023年的47%上升至2025年的75%。加上日元贬值带来的相对较低的价格，中国游客访问日本的意愿持续上升。游侠客出境部总经理李锋峰指出，日本正从“一次性旅游目的地”向“重复购买目的地”转型。

● 在**中亚地区**，随着“一带一路”倡议下的基础设施建设不断推进，新的机遇正在涌现。飞猪副总裁全腾指出，哈萨克斯坦等国家在2024年迎来了中国游客的显著增长：“到2025年，这些目的地凭借其独特的自然景观、丰富的历史文化以及日益个性化的服务，将吸引更多中国游客。”

■ **大洋洲**—尤其是澳大利亚和新西兰，对中国游客仍持续具有吸引力。大洋洲的旅游目的地在安全方面的良好口碑、自然美景以及丰富的旅游体验，再加上便捷的航空连接，一直受到中国游客的喜爱。

► **中东和非洲地区**也因航班运力提升、政治与经济合作推动的紧密联系以及持续的奢华旅游需求，逐渐成为中国游客的热门目的地。“中东国家正推动经济转型，旅游业已成为关键增长领域。沙特阿拉伯等国家正逐步开放旅游业，吸引游客探索新目的地，这为专注于长途旅行的运营商创造了有利机遇，”华程国旅集团总裁何勇表示。然而，这一增长仍面临地缘政治冲突和安全风险等挑战。

● 中国游客对**欧洲**的旅游需求已出现反弹。根据爱彼迎中国发布的《2025年五一假期出境游报告》，欧洲国家占据了搜索量前30名的“热门目的地”中的过半席位。报告显示，意大利的搜索量较去年同期增长超过一倍，而挪威、希腊、葡萄牙、爱尔兰、保加利亚、罗马尼亚等地的搜索量则增长了5倍以上。然而，挑战依然存在：由于地区冲突导致的航空交通限制，使得飞行时间延长并带来一定成本压力，部分目的地签证短缺也加剧了这一情况。某些地区过度旅游现象的重新出现，可能对注重自然美景和独特体验的中国游客产生一定阻碍。

✗ **北美地区**正面临航空运力不足、飞行时间过长及签证政策收紧等日益严峻的挑战。不过，飞猪副总裁全腾表示，市场仍存在潜在需求：“复苏进程相对缓慢，但2024年下半年呈现上升趋势，得益于家庭探亲、留学及商务旅行等领域的稳定需求。”

■ **南美洲**凭借其独特的自然美景和文化魅力吸引中国游客，被报道为许多中国旅行社增长最快的业务之一。“巴西和哥伦比亚等国家日益增长的势头为我们创造了新的业务机遇。”道旅首席战略官&目的地玩乐事业部总裁庄杰分享道。由于飞行时间和成本较高，前往这些目的地的旅游增长主要集中在高消费群体，且大多涉及小型旅行团或自由行。

中国入境旅游市场的发展

2024年，中国的入境旅游市场持续回暖，游客到访人数和消费支出相较于2023年都有显著增长。中国国家统计局数据显示，2024年入境游客人数接近1.32亿人次，同比增长超过60%。入境游客总花费940多亿美元，增长近80%。

2024年入境游客分析

携程集团报告显示的入境订单增长数据甚至超过了官方的游客到访增长数据，2024年其入境订单同比增长超过100%。同时报告对入境客户群体也有分析：

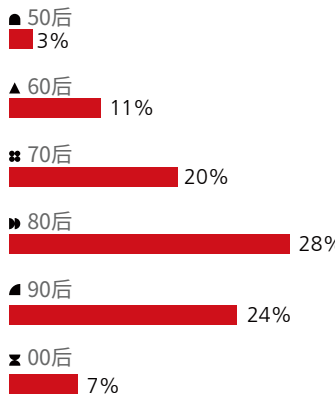


客源市场：携程数据显示，2024年主要的入境游客来源地包括韩国、日本、马来西亚、泰国和新加坡等亚洲国家。除了东南亚和东北亚，来自美国、俄罗斯、澳大利亚、英国和法国的游客也是主要来源。



游客年龄分布：携程数据显示，2024年约三分之二（64%）的入境游客为男性。大多数游客出生于1980年以后，其中“80后”游客占比28%，“90后”游客占比24%；“70后”游客占比20%，“00后”游客占比7%。

游客年龄分布



（来源：携程集团）



受海外游客喜爱的中国城市Top 10:根据携程报告显示，国际游客最受欢迎的十大城市为上海、深圳、广州、北京、成都、杭州、珠海、重庆、厦门和西安。

新兴趋势

与中国出境游客相似，来华入境游客也越来越重视真实的旅游体验，逐渐远离传统的大型跟团游。中国旅游研究院指出，中国入境旅游市场呈现出以下显著特征：

- 自由行持续升温：**自由出行已成为入境游客的主要选择，展现出更高的自主性和个性化需求。
- 注重深度体验：**游客的活动选择更加注重沉浸式体验和生活方式融入，追求文化内涵与当地体验的结合。
- 探索小众目的地：**相较传统热门景点，更多游客倾向于那些相对不为人知、鲜有人至的秘境之地，以满足其对独特性与真实性的偏好。
- 社交媒体驱动的决策模式：**游客的旅行决策越来越依赖数字平台与社交媒体内容，这也凸显了通过新媒体渠道进行目的地推广的重要性。



✂ 中国在入境旅游市场中的竞争地位

据 Tourism Economics 估算，2024年中国在全球接待入境过夜中所占份额约为4.0%，至2025年及未来几年，中国将持续提升其全球入境市场份额，至2027年有望达到4.5%。若不包含港澳两个特别行政区，预计2024至2027年间，韩国将贡献中国过夜入境游客增量的15%，日本占8%，越南占7%，马来西亚占6%，美国和新加坡各占约5%。

越南、日本、韩国和菲律宾是占比最高的中国入境游客源市场。Tourism Economics 预测，到2027年，中国将从大多数主要市场中获得更多旅游份额，推动中国入境旅游强劲前景的一些关键因素包括以下几点：

- 入境便利化再升级：54国公民可享受240小时过境免签，同时中国单方面及双边免签政策覆盖国已扩大至73个。
- 航班运力恢复，包括新航线的开通。
- 全球旅客普遍渴望体验新奇独特的旅行方式和文化，而中国正能提供诸多此类旅行体验。
- 中国城市及旅游目的地的持续发展，包括基础设施和旅游资源的提升，正推动大量游客转向其他新兴目的地城市。

部分客源市场例举及中国占比

客源市场	该客源市场全球过夜到访中的中国占比		
	2024年	2027年	变动幅度 (百分比)
越南	24.9%	26.5%	+1.6
马来西亚	6.6%	8.2%	+1.6
泰国	5.5%	6.9%	+1.4
韩国	12.7%	14.0%	+1.3
新加坡	3.5%	4.8%	+1.3
菲律宾	8.4%	9.6%	+1.2
印度尼西亚	4.2%	5.2%	+1.0
澳大利亚	2.7%	3.4%	+0.6
新西兰	2.1%	2.7%	+0.6
加拿大	1.4%	2.0%	+0.6
美国	1.1%	1.3%	+0.2
意大利	0.5%	0.7%	+0.2
法国	0.5%	0.7%	+0.2
土耳其	0.5%	0.7%	+0.2
巴西	0.9%	1.0%	+0.1
英国	0.5%	0.6%	+0.1
德国	0.3	0.4%	+0.1
沙特阿拉伯	0.2%	0.3%	+0.1
埃及	1.5%	1.4%	-0.1
日本	12.9%	11.4%	-1.5

备注：由于四舍五入，相加后的数据可能不完全准确。

(来源：Tourism Economics)

探索多元化的马来西亚

东南亚是中国游客出境游的重要目的地，2024年约有40%的中国出境过夜游客选择该地区¹。其中，马来西亚作为目的地的重要性日益凸显。马来西亚亦是2025 ITB 上海国际旅游交易博览会（ITB China）的官方目的地合作伙伴。

根据 Tourism Economics 入境数据，2024年马来西亚接待了330万名中国过夜游客，在东南亚国家中排名第三，仅次于泰国和越南，占该区域中国过夜游客总量的逾15%。在全球范围内（不含港澳地区），马来西亚位列中国内地游客的第五大出境旅游目的地。中国游客在马来西亚的旅游支出估计达到30亿美元，为当地旅游相关企业和更广泛的经济领域带来了大量资金。

中国游客赴马旅游已被认为超过疫情前的水平，这一复苏得益于诸多利好因素的共同推动，尤其是交通状况与政策的改善：

- **中马航班运力恢复迅速：**据OAG 数据显示，2024年中期已基本恢复至疫情前水平。
- **签证限制放宽：**马来西亚继续放宽对中国游客的免签政策限制，允许最长停留90天，且免签政策已延长至5年。
- **海关及入境流程进一步简化：**缩短了办理时间，提升了游客入境体验。
- **增设中文服务：**各大机场与旅游景点增设中文服务。
- **与中国主流支付平台合作：**与支付宝、微信支付等中国主流支付平台合作，在主要零售店、餐馆和旅游景点实现便捷支付。



马来西亚当局为吸引中国游客推出诸多举措以提升游客旅行体验，上述利好正是这些政策带来的成果。尤其是自由行旅客，更便利的签证政策非常受他们欢迎。中国旅行社也在积极推广马来西亚新兴目的地。广州广之旅国际旅行社股份有限公司出境亚太游总部、常务副总经理余燕说道“根据旅游局主推的目的地，自媒体热点景点、地接社优势资源产品，客户需求等多个方面去研发定制化产品”。

事实上，马来西亚旅游局已针对中国游客启动了精准营销活动，并提供定制化旅游套餐。包括推广马来西亚境内较少为人知的目的地，以缓解热门旅游景点的拥堵，同时突出马来西亚为游客提供的多样化旅游资源。为解决许多游客已体验过吉隆坡并需要一个结合城市与岛屿假期的全新体验的问题，“飞猪平台和商家共创推出了吉隆坡+X的1+1组合型产品，同时搭配1个海岛类目的度假套餐”，飞猪度假事业部国际度假副总经理骆琳分享道。

这一产品策略与中国游客对独特、真实且文化多元体验的偏好高度契合。重点推广的相对小众目的地包括槟城和马六甲（两座融合丰富文化遗产与美食体验的历史名城）、金马仑高原和云顶高原（以自然美景和生态旅游著称），以及沙巴和沙捞越（冒险旅行目的地）。正如上海新康辉国际旅行社有限责任公司喻晓所言：“在马来西亚的产品设计上，我们计划今年下半年推荐生态旅游产品，如沙捞越州的生态旅游”。

1. “40%” 不包括赴港澳台地区的中国游客。

Visit
Malaysia 2026
Truly Asia

📍 Mentinggi Island, Johor

**畅游多元马来西亚，尽览标志胜地！
ITB CHINA 2025 与您相约！**



Scan for
Interactive
Digital
Brochures



🌐 Tourism Malaysia 📄 malaysia.truly.asia 📱 Malaysia Truly Asia

www.malaysia.travel

Surreal Experiences!

Discover Asia's Best in One Extraordinary Destination.

报告要点摘要

- 全球旅游市场已进入新一轮增长阶段，旅游人次在全球范围内基本恢复至疫情前水平。
- 亚太地区入境旅游增速领先于全球多数地区，预计这一趋势将在未来持续。
- 中国出境游已显著反弹，未来一年及数年内仍有望持续增长。东南亚、日本、韩国及中东地区恢复势头最强，欧洲目的地则有望在今年和明年进一步回暖。
- 中国游客的特征和偏好正在发生变化，愈发重视真实、独特与多样化的旅行体验，自由行趋势持续增强，安全性仍是重要考量因素。
- 目的地参团，定制化服务以及银发市场将持续成为中国出境旅游的增长点。
- 过去一年，商务会奖旅游活动出现显著增长，受访买家普遍看好未来一年的发展潜力。“商务休闲旅游”在商务人群中颇受欢迎，为买家带来可观的增长空间。
- ITB China买家调研显示，旅游科技的广泛应用、商务休闲旅游、活动赛事以及更具支持性的政府政策是未来增长的关键机遇。奢华旅游也被视为另一重要增长点。
- 数据显示，2024年中国入境游客量同比增长超过60%。旅游经济学预测未来几年中国入境游将持续增长，并有望从多个重点客源市场中获得更高的市场份额。

合作伙伴



特别感谢

