



2026 年 中国入境旅游研究报 告

主编：雷静兰

编辑：柯文慧

商业合作：collaboration@shuoyuanconsulting.com

企业官网：[硕远研报-更多最新行业研究报告下载](#)

1 中国入境旅游市场概况

1.1 中国入境旅游的发展历程

1.1.1 改革开放以来的入境旅游发展

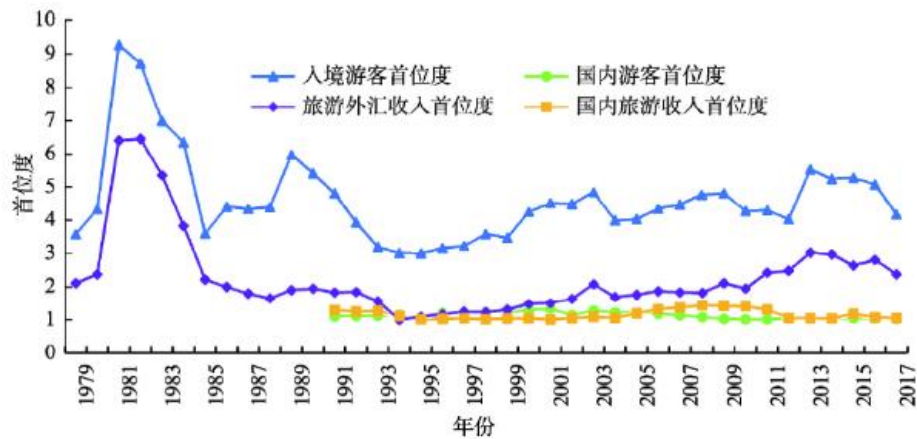
自 1978 年中国实行改革开放政策以来，中国的入境旅游业经历了一个从无到有、由弱到强、逐步壮大的发展历程。在改革开放的初期，由于政策限制和国际环境的影响，中国的入境旅游规模相对较小，主要以商务考察、政府交流以及探亲访友为主，游客来源也较为有限，主要集中在一些邻近国家和少数西方国家。

进入 20 世纪 90 年代，随着中国经济的快速崛起和国际交往的不断增加，政府开始高度重视旅游业的发展，旅游基础设施逐步完善。这一时期，中国加大了对对外宣传力度，举办了多项国际性活动和展览，提升了国家的国际形象和旅游吸引力。

2000 年以后，随着中国正式加入世界贸易组织（WTO），中国的对外开放程度进一步提升，签证政策逐步放宽，多个城市和景区先后获得免签或落地签待遇，极大便利了国际游客的入境。此阶段，中国入境旅游呈现出高速增长态势，国际游客数量和旅游收入均创历史新高。旅游产品和服务日趋多样化，满足了不同类型游客的需求。

近十年来，随着“一带一路”倡议的全面推进，中国积极深化与沿线国家的旅游合作，构建多边旅游合作平台，推动跨国旅游线路的开发和推广。中国的入境旅游市场逐渐融入全球旅游网络，吸引了更多来自亚洲、欧洲、美洲、非洲等各大洲的游客。与此同时，中国不断提升旅游服务质量，加强旅游安全管理，打造国际化、现代化的旅游环境。

图表：1979-2017 年中国入境旅游与国内旅游首位度



资料来源：中科地理科学与资源研究所

1.1.2 近年入境旅游市场变化趋势

近几年，中国入境旅游市场呈现出多重变化趋势，展现出丰富多样的发展态势和深远的影响力。首先，游客来源国呈现出显著的多样化特征。传统上，日韩和东南亚国家的游客依然占据重要比例，因其地理位置相对邻近、文化交流频繁以及经济联系密切。然而，随着中国国际影响力的提升和“一带一路”倡议的推进，来自欧洲、北美以及“一带一路”沿线国家的游客数量实现了快速增长。

其次，旅游需求发生了显著转变，逐渐由传统的单纯观光向体验式和文化深度游迈进。现代游客不再满足于走马观花式的旅游方式，而是更加注重个性化、高品质的旅游服务和独特的旅游体验。他们期望通过旅游深入了解当地的历史文化、民俗风情、美食特色以及手工艺品制作等。

第三，数字化和智能化技术的应用极大地推动了中国旅游服务的升级和创新。随着互联网技术的普及，在线旅游预订平台、移动支付、电子签证、智能导航、虚拟现实（VR）导览以及智能翻译设备等技术手段逐渐成为游客出行的重要工具。游客可以通过手机 APP 实现一站式预订机票、酒店、景区门票和当地交

通，极大提升了出行便利性与效率。最后，绿色旅游和可持续旅游理念日益受到重视，成为中国旅游业发展的新方向。随着环保意识的增强和生态保护政策的落实，生态旅游和乡村旅游迅速崛起，成为新兴热点。

第四，游客越来越倾向于选择环境友好型旅游产品，关注旅游活动对自然环境和社区发展的影响。同时，绿色旅游理念也促使旅游企业在运营中加强资源节约和环境保护，推动旅游产业的可持续发展，促进旅游与环境和谐共生。

图表：2014-2019 年中国入境游客次数及增速



资料来源：智研咨询

1.1.3 疫情前后市场恢复情况

新冠疫情对全球旅游业造成了前所未有的冲击，中国入境旅游市场亦经历了断崖式下滑。疫情期间，边境管控措施严格，国际航班大幅减少，入境游客锐减。随着疫情逐步得到控制，2023 年起中国开始有序恢复国际旅游通道，签证政策逐渐放宽，旅游市场逐步回暖。

2025 年，入境游客数量恢复至疫情前的 70%以上，旅游消费恢复强劲。未来几年，随着全球疫情形势稳定和国际交流的进一步恢复，中国入境旅游市场有望实现全面复苏并迈向新的发展阶段。

图表：受疫情影响 2020 年入境旅游人次及

收入损失情况（单位：万人次，亿美元）



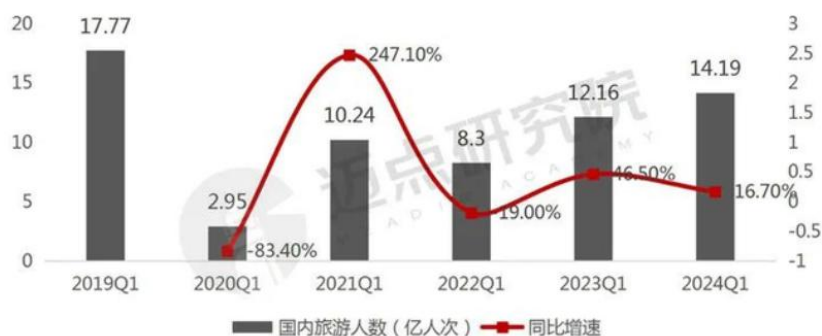
资料来源：前瞻产业研究院

1.2 入境旅游市场规模与结构

1.2.1 旅游人数统计与增长率分析

根据最新统计数据，2025 年中国入境旅游人数达到 1.2 亿人次，同比增长 12%。近十年来，入境游客年均增长率保持在 8%以上，显示出强劲的发展动力。游客主要集中于一线城市及热门旅游目的地，节假日和旅游旺季游客流量明显增加。

图表：2019 年-2024 年国内旅游人数（单位：亿人次）



资料来源：迈点研究院

游客增长不仅体现在数量上，更反映在旅游时间的延长和消费能力的提升上。预计未来五年，随着国际交流的深化和旅游环境的改善，入境游客规模仍将保持稳定增长态势。

1.2.2 主要客源国和地区分布

当前中国入境旅游的主要客源国包括韩国、日本、俄罗斯、美国、德国、澳大利亚以及东南亚国家如泰国、越南、新加坡等。亚洲地区游客占比超过 60%，其中日韩游客依然是最大群体，但欧美游客的数量和消费贡献逐年增长。

近年来，“一带一路”沿线国家游客增长迅速，特别是中亚、南亚和非洲部分国家的游客数量显著提升。区域多样化使得中国入境旅游市场更加稳定和抗风险能力更强。

图表：2024 年我国入境游 TOP 客源地



资料来源：中银证券

1.2.3 旅游消费结构及贡献分析

入境游客的消费结构呈现多元化趋势，主要包括住宿、餐饮、购物、交通、景区门票及娱乐等。购物消费仍占据较大比重，尤其是高端品牌和特色产品深受国际游客欢迎。文化体验和餐饮消费逐渐成为新的增长点，体验式旅游推动游客在当地停留时间延长和消费升级。入境旅游不仅带动了旅游相关产业的发展，也促进了零售、餐饮、交通运输、文化创意等行业的跨界融合，成为推动地方经济增长的重要引擎。

1.3 政策环境与支持措施

1.3.1 政府关于入境旅游的政策导向

中国政府高度重视入境旅游发展，将其纳入国家经济社会发展规划。近年来出台了一系列支持政策，包括简化签证手续、优化入境流程、提升旅游服务质量、加强旅游基础设施建设等。

政府推动旅游与文化、体育、科技等领域的融合发展，支持旅游产业创新和品牌建设。地方政府根据自身资源优势，制定差异化发展策略，积极打造国际旅游目的地，提升对外形象和吸引力。此外，政府加强国际旅游合作，推动跨境旅游便利化，构建多元化的国际旅游市场格局。

1.3.2 签证便利化政策影响

签证便利化政策是促进入境旅游快速发展的关键因素。中国通过推出多次入境签证、电子签证、落地签等多种签证便利措施，大大降低了游客入境门槛。部分热门城市和旅游区还实施了免签政策，吸引了更多短期访客。

签证便利化不仅促进了游客数量增长，也提升了游客的满意度和再次访问意愿。未来，随着国际旅游竞争加剧，签证政策将继续优化，推动更多国家纳入免签或简化签证程序的范围，进一步促进入境旅游市场繁荣。

2 入境游客画像分析

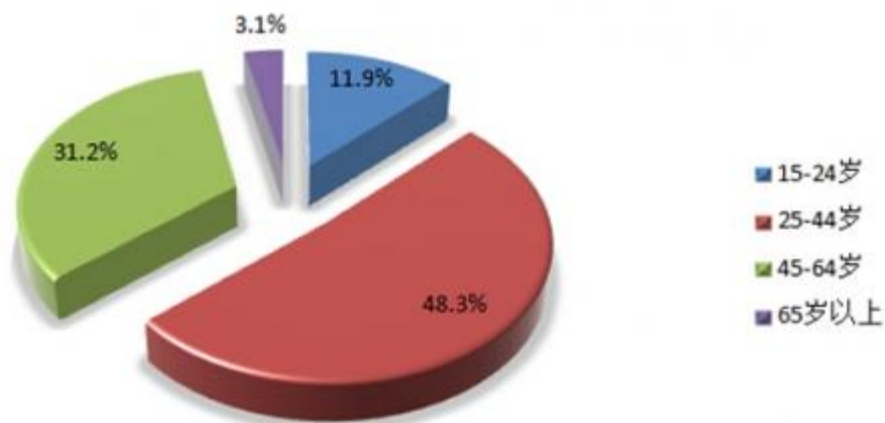
2.1 人口统计特征分析

2.1.1 年龄分布与性别比例

入境游客的年龄结构较为均衡，主要集中在 25 至 45 岁之间的青年和中年群体，占比超过 60%。这一年龄段游客具有较强的消费能力和旅游意愿，是旅游市场的主力军。

同时，18 至 24 岁年轻游客数量逐渐增加，更多青少年和学生群体选择来华旅游，注重文化体验和社交分享。老年游客比例也有所提升，尤其是高净值人群，倾向于深度游和健康养老旅游。性别比例方面，男女游客大致平衡，女性游客在购物和文化体验类旅游中占据较大比例。

图表：2015 年北京入境旅游者年龄比例 (%)



资料来源：中国报告网

2.1.2 教育程度与职业背景

绝大多数入境游客拥有较高的教育水平，本科及以上学历占比超过 70%。这一数据表明，受教育程度较高的群体在国际旅游市场中占据了重要地位。高学历游客通常具有较强的文化素养和审美能力，他们更加注重旅游的品质和文化内涵，倾向于选择具有深度体验的旅游方式，如深度游、文化游以及定制游。

此外，这些游客的职业背景十分多样，涵盖了企业管理人员、专业技术人员、自由职业者、教育工作者以及学生等多个领域。特别是企业管理人员和专业技术人员，他们通常具备较高的经济实力和消费能力，愿意为优质的旅游体验支付更高的费用。自由职业者和学生群体则更注重个性化和创新性的旅游产品，喜欢尝试新颖独特的旅游形式。

值得一提的是，部分高端游客来自跨国公司、国际组织以及各类专业协会。这些游客的旅游目的多样，既包括商务考察、行业交流，也包含休闲度假和家庭旅行。他们在出行过程中往往需要兼顾工作与生活，因此对旅游产品的综合服务水平和个性化需求较高。

教育和职业背景的多样化不仅丰富了入境游客的构成，也推动了旅游产品和服务的个性化发展。旅游企业和服务提供者开始更加注重细分市场，推出符合不同群体需求的主题旅游线路和定制化服务。这种趋势不仅提升了旅游目的地的竞争力，也促进了旅游产业的可持续发展。

2.1.3 收入水平与消费能力

入境游客整体收入水平较高，数据显示超过 60% 的游客月收入处于中等及以上水平，这表明大多数入境游客具备较强的消费能力和支付意愿。具体来看，高收入群体在旅游消费中占据重要地位，他们不仅注重旅行的舒适性和便利性，更加追求个性化和高端化的旅游体验。这部分游客通常偏好定制化服务，旨在通过差异化的旅行内容彰显自身的生活品味和身份象征。

与此同时，中等收入的游客群体则表现出较强的理性消费特征，他们更看重旅游产品的性价比，偏好选择价格合理且服务质量可靠的经济型酒店和旅游线路。这类游客倾向于通过精打细算来实现“花费有限，体验最大化”的目标，因此他们对旅游产品的实用性、便利性以及整体体验感有较高的要求，尤其关注交通便利、景点丰富和餐饮多样等因素。

为了满足不同层次游客的需求，旅游企业不断提升服务品质，注重细节管理，增加产品附加值，例如引入智能化服务设备、提供个性化行程规划、开发文化深度游项目等，这些措施有效提升了游客的整体满意度和复购率。此外，旅游市场的竞争也促使企业注重品牌建设和服务创新，推动整个行业向更加专业化和高质量方向发展，进一步促进旅游业的可持续增长。

2.2 旅游动机与偏好

2.2.1 主要旅游目的（观光、购物、文化体验等）

入境游客的主要旅游目的多样，观光旅游依然是最主要的动机，占比约 50%。购物旅游紧随其后，特别是来自日韩和东南亚的游客对中国的特色商品和奢侈品需求旺盛。

图表：2015 年北京入境旅游者旅游目的比例（%）



资料来源：中国报告网

文化体验逐渐成为新兴热点，越来越多游客希望通过参观博物馆、历史遗址、传统节庆等方式深入了解中国文化。此外，商务考察、探亲访友、医疗旅游和教育旅游等目的也在逐步增长，显示出入境旅游市场的多元化发展趋势。

2.2.2 旅游产品偏好（自然景观、城市游、乡村游等）

入境游客在旅游产品选择上呈现多样化趋势。自然景观游依然受到欢迎，长城、黄山、九寨沟等著名自然景区吸引大量游客。城市游以北京、上海、广州、成都等一线城市为代表，游客享受现代都市生活与历史文化的融合。乡村游和生态旅游兴起，特别是生态环境优美的江南水乡、云南少数民族地区和内蒙古草原，深受游客青睐。游客偏好的多样化推动了旅游产品的创新和市场细分。

图表：入境游客在观看旅行相关视频时关注的内容



资料来源：中国旅游研究院

2.2.3 旅游时间和出行方式选择

入境游客的旅游时间相对灵活，但多数选择春秋两季和节假日期间出行，以避开极端天气和享受节庆活动。短期旅游（3-7天）占比较大，适合城市游和短途观光。中长线旅游（7天以上）逐渐增加，尤其是深度游和主题游。出行方式方面，飞机仍是主要交通工具，占比超过70%，高铁和长途汽车作为辅助交

通方式使用频率提升。部分游客选择自驾游或包车旅行，以提升自由度和舒适度。

2.3 旅游行为与消费习惯

2.3.1 旅游路线与停留时间分析

入境游客的旅游路线多以经典线路为主，这些线路涵盖了中国最具代表性和知名度的城市及景点。近年来，随着旅游市场的不断发展和游客需求的多样化，越来越多的游客开始倾向于探索二线及新兴旅游城市，推动了多点联动的旅游格局形成。二线城市如苏州、厦门、青岛、大理等，以其独特的地方文化、自然风光和舒适的旅游环境逐渐成为新的旅游热点。

此外，新兴旅游城市如张家界、桂林、丽江等也因其独特的自然景观和文化特色吸引了大量游客。多点联动的旅游模式不仅丰富了游客的旅游体验，也促进了各地旅游资源的均衡发展，推动了区域经济的协调发展。根据统计数据显示，入境游客的平均停留时间一般为 5 至 8 天，这一时间长度既满足了游客对多样化旅游体验的需求，也符合多数旅游线路的安排。

值得注意的是，部分高端游客的停留时间显著延长，达到两周甚至更长，这类游客通常追求更深度的文化体验、个性化的旅游服务以及高品质的休闲享受。停留时间的延长不仅有助于提升游客的总体消费额，还能促进旅游相关产业的多元化发展，如高端住宿、特色餐饮、文化体验项目和健康养生服务等。

此外，游客停留时间的增加也推动了目的地旅游服务的升级和创新。旅游企业和地方政府纷纷加大投入，提升旅游基础设施建设，完善旅游服务体系，注重旅游环境保护和文化遗产，打造更具吸引力和竞争力的旅游品牌。通过提升旅游体验质量，吸引更多游客延长停留时间，形成良性循环，推动旅游产业持续健康发展，促进地方经济和社会的全面进步。

图表：中国入境游客停留时长 TOP20 国家

序号	来源国家	停留时长 (天/次)	序号	来源国家	停留时长 (天/次)
1	瑞典	8.81	11	爱尔兰共和国	5.90
2	肯尼亚	8.00	12	波斯尼亚与赫塞哥维纳	5.87
3	几内亚比绍	7.30	13	圣基茨和尼维斯	5.71
4	赞比亚	7.23	14	乍得	5.66
5	几内亚	7.20	15	葡萄牙	5.63
6	马里共和国	6.90	16	苏丹	5.56
7	荷兰	6.73	17	布基纳法索	5.50
8	津巴布韦	6.27	18	特立尼达和多巴哥	5.44
9	阿尔及利亚	5.97	19	塞尔维亚共和国	5.38
10	贝宁	5.95	20	刚果民主共和国	5.32

资料来源：联通手机信令数据

2.3.2 消费类别及平均消费水平

入境游客的消费类别主要涵盖住宿、餐饮、购物、交通、娱乐及文化体验。平均每日消费水平约为 1500 元人民币，高端游客消费更高，达到 3000 元以上。购物仍是消费重点，特别是在奢侈品、电子产品和特色手工艺品方面。餐饮消费呈现多样化，国际游客对中餐和地方特色美食的兴趣日益浓厚。随着体验式旅游的兴起，文化演出、主题活动和深度体验项目的消费比重逐渐提升。

2.3.3 线上与线下预订行为对比

数字化趋势正在深刻推动入境游客预订行为的显著变化，线上预订的比例呈现出快速增长的态势。根据最新数据显示，超过 65% 的游客选择通过各种在线渠道完成机票、酒店住宿以及景点门票的预订，这些渠道包括但不限于大型在线旅游平台、各国官方旅游网站以及便捷的移动应用程序。游客通过线上预订不仅能够节省大量时间，还能享受到更加便捷、高效且个性化的服务体验。

然而，线下预订方式仍然存在一定的市场需求，主要集中在中老年游客群体以及部分临时决定出行的短期旅行者。这部分游客由于对数字技术的适应度较低，或者习惯传统的面对面服务，依然倾向于通过旅行社柜台、电话预订或现场购

票等方式完成旅游产品的购买。此外，线下预订在某些特殊情况下，如紧急变更行程或需要个性化咨询服务时，也发挥着不可替代的作用。

线上预订的普及不仅促进了旅游服务的透明化，使得价格和服务内容更加公开透明，消费者能够更加理性地进行选择和比较，还推动了旅游市场的价格竞争，促使各大旅游企业不断优化价格策略和服务质量。同时，数字化预订平台积累的大数据资源为旅游企业提供了宝贵的客户行为分析依据，推动企业加强数字化转型，实现精准营销和个性化服务，从而进一步增强市场竞争力和客户忠诚度。

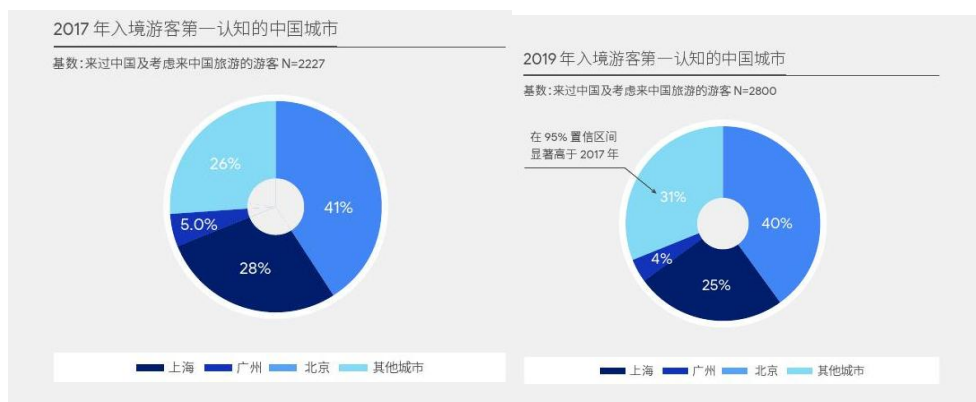
3 入境旅游目的地分析

3.1 主要入境旅游城市分布

3.1.1 一线城市旅游资源优势

北京、上海、广州和深圳作为中国的一线城市，拥有丰富的旅游资源和完善的基础设施。北京以其丰富的文化遗产和政治中心地位吸引大量游客，故宫、长城、天坛等世界级景点享誉全球。

图表：2017 和 2019 年入境游客第一认知的中国城市



资料来源：中国旅游研究院

上海以现代都市风貌和国际化氛围著称，外滩、浦东新区及迪士尼乐园是热门目的地。广州和深圳凭借独特的岭南文化、购物环境及创新产业，成为南方重要的入境旅游门户。一线城市的交通便利、服务水平高，为游客提供优质的旅游体验。

3.1.2 二线及新兴旅游城市发展潜力

近年来，杭州、成都、重庆、苏州、厦门等二线城市凭借独特的自然风光和文化资源，成为入境游客的新宠。杭州的西湖美景和数字经济发展相结合，吸引大量高端游客。

成都以美食和熊猫基地闻名，文化旅游资源丰富。重庆以山城特色和夜景吸引游客，旅游基础设施不断完善。新兴旅游城市如三亚、大理、桂林等以生态旅游和度假旅游优势突出，发展潜力巨大。二线城市加快融入国际旅游市场，提升城市品牌影响力。

3.1.3 特色小众旅游目的地介绍

除了一线和二线的主流城市旅游目的地外，近年来，云南香格里拉、内蒙古草原、甘肃敦煌、新疆喀纳斯等具有独特风情和文化底蕴的特色小众旅游目的地，逐渐引起了越来越多国际游客的关注和青睐。这些地区凭借其独特的自然风光、多元的民族文化以及相对未被过度商业开发和破坏的生态环境，成为满足现代游客对差异化、个性化旅游体验需求的重要选择。

这些特色小众旅游目的地的发展，不仅极大地丰富了中国入境旅游产品的多样性和层次感，也有效推动了当地经济的可持续发展。通过旅游业的发展，当地居民获得了更多就业机会和收入来源，同时促进了传统文化的保护与传承，提升了民族文化的自信心和影响力。此外，合理的旅游开发和生态保护措施，也有助于维护这些地区的自然资源和环境质量，实现经济效益与生态效益的双赢。

3.2 旅游基础设施建设

3.2.1 交通便利性分析（机场、高铁、道路）

中国不断加大对旅游交通基础设施的投入力度，积极推进现代化交通网络建设，全面提升入境旅游的便利性和舒适度。如今，国内几乎所有主要城市均配备了现代化的国际机场，这些机场不仅设施先进，还不断开通和扩展覆盖全球各大洲的航线，极大地方便了来自世界各地游客的入境和出行。

与此同时，中国高铁网络发展迅猛，已成为世界上规模最大、技术最先进的高速铁路系统之一。高速铁路有效连接了北京、上海、广州、成都、西安、杭州、重庆等多个旅游热点城市，不仅大幅缩短了城市之间的旅行时间，还提升了旅途的舒适度和安全性。此外，高速公路和城市道路建设也取得显著成效。

交通便利性的提升不仅有效降低了游客的出行成本和时间，还极大地提升了旅游体验的整体满意度。便捷、高效的交通网络使得游客能够更加轻松地规划行程，灵活安排行程时间，享受更加丰富多样的旅游资源。这种便利性成为吸引更多国际游客选择中国作为旅游目的地的重要因素，同时也推动了中国旅游产业的持续繁荣和发展。

图表：入境游客旅行障碍



资料来源：中国旅游研究院

3.2.2 酒店及住宿设施现状

随着入境游客数量的持续增长，酒店及住宿设施也迎来了快速的发展和全面升级。无论是经济型连锁酒店，还是中高端精品酒店，乃至奢华的五星级国际品牌酒店，住宿选择日益多样化，能够满足来自不同国家和地区游客的多样化需求。

与此同时，随着乡村旅游和生态旅游的兴起，越来越多的特色民宿和主题客栈开始涌现，这些住宿形式注重融合当地文化特色和自然环境，吸引了大量注重个性化和深度体验的游客。许多民宿不仅提供舒适的居住环境，还通过举办农耕体验、手工艺制作等活动，让游客能够深入了解当地的风土人情和传统文化，极大丰富了旅游产品的内涵和游客的旅游体验。

此外，现代信息技术的应用也推动了住宿设施的升级与智能化发展。在线预订系统、智能门锁、自助入住等便捷服务的普及，提高了游客的入住效率和满意度。酒店和民宿经营者也更加注重环保和可持续发展，采用绿色建筑材料和节能设备，努力打造绿色环保的住宿环境。

4 入境旅游市场竞争格局

4.1 国内竞争态势

4.1.1 主要旅游城市竞争力比较

中国入境旅游市场竞争激烈，一线城市凭借资源优势和国际知名度占据领先地位。北京在文化遗产保护和旅游服务质量方面表现突出，上海以现代化城市形象和国际化服务吸引游客。二线城市通过差异化定位和特色资源开发，提升竞争力。部分新兴旅游城市依托生态环境和民族文化形成独特吸引力。城市间的竞争推动了旅游产品和服务的创新，也促进了旅游基础设施建设和品牌塑造。

4.1.2 旅游服务质量竞争现状

服务质量是提升入境游客满意度和促进游客重游率的重要关键因素。随着全球旅游业的不断发展和竞争日益激烈，游客对旅游服务的要求也越来越高，优质的服务体验不仅能够增强游客的整体满意感，还能有效提升目的地的口碑和吸引力。近年来，中国旅游业在服务质量方面取得了显著进步，整体水平不断提升，逐渐趋于规范化和专业化。

此外，部分地区积极引入国际服务标准和认证体系，如 ISO 质量管理认证、绿色旅游认证等，借鉴国外先进经验，推动本地旅游服务质量迈上新台阶。随着信息技术的快速发展，智能化服务逐渐普及，诸如智能导览系统、在线预订与评价平台、自助服务终端等新兴技术被广泛应用，极大地方便了游客，提高了服务效率。

然而，尽管整体水平有所提升，中国旅游服务业仍存在一些不容忽视的问题。部分地区由于经济发展不平衡、管理水平参差不齐，导致服务质量存在明显差异，服务标准缺乏统一规范，部分基层从业人员专业素养不足，服务意识有待加强。此外，投诉处理机制不完善，游客权益保障力度不够等问题，也在一定程度上影响了游客的满意度和旅游体验。

4.2 国际竞争环境

4.2.1 主要竞争国家和地区介绍

中国入境旅游面临来自日本、韩国、泰国、法国、意大利、美国等国家和地区的竞争。这些国家拥有悠久的旅游历史、丰富的文化资源及成熟的旅游产业链，吸引大量国际游客。尤其是亚洲邻国在地理位置、文化相似性及签证便利性方面具备优势。欧洲和美洲国家则以高端旅游和文化深度体验著称。中国通过提升旅游资源品质、优化服务体验和加强国际合作，积极应对竞争，提升自身在全球旅游市场的竞争力。

4.2.2 中国入境旅游与邻国比较

与邻国相比，中国入境旅游市场规模庞大，资源丰富且多样，涵盖古代文化、现代都市、自然生态等多种旅游类型。中国签证政策逐步便利，旅游基础设施快速提升，国际航线网络日益完善。然而，邻国如日本、韩国在品牌形象塑造、服务标准及市场营销方面具有一定优势。中国需进一步加强旅游软实力建设，提升国际形象，打造更加国际化和多元化的入境旅游产品，以增强竞争力。

4.3 旅游企业与运营主体分析

4.3.1 旅行社及旅游运营商现状

中国的旅行社和旅游运营商数量庞大，涵盖大型综合性企业、中小型专业机构及地方特色旅行社。大型企业具备强大的资源整合能力和市场影响力，能够提供多样化和高品质的旅游产品。中小企业则灵活多变，善于开发特色线路和定制服务。近年来，旅游运营商加强数字化转型，利用大数据和人工智能提升运营效率和客户体验。行业竞争促进了产品创新和服务提升，但也带来价格战和市场分散等挑战。

4.3.2 在线旅游平台竞争分析

在线旅游平台成为入境旅游市场的重要渠道，携程、去哪儿、飞猪、同程艺龙等平台占据主导地位。平台通过整合机票、酒店、景点门票、线路等资源，提供一站式服务，方便游客自主选择 and 预订。平台竞争激烈，推动服务质量提升和产品多样化。未来，随着技术进步和消费者需求变化，在线旅游平台将进一步深化个性化推荐、智能客服和虚拟现实体验，助力入境旅游市场发展。

5 入境旅游消费趋势与创新

5.1 消费升级趋势

5.1.1 高端旅游及定制旅游需求增长

随着经济水平的不断提升和人们生活方式的多样化变化，高端旅游和定制旅游的需求呈现出显著增长的趋势。尤其是在中产阶级和高净值人群中，越来越多的游客开始追求独特且个性化的旅游体验，渴望享受专属的服务和高品质的生活方式，这也促使定制旅游逐渐成为旅游市场中的新兴热点和增长引擎。

定制旅游不仅仅是简单的行程安排，更强调根据每位游客的兴趣爱好、时间安排和预算进行全方位的个性化设计。此外，高端旅游市场的发展不仅推动了旅游本身的升级，还带动了相关奢侈品消费的增长。同时，文化体验类旅游和健康养生旅游也成为细分领域中的重要组成部分，满足了高端游客对精神层面和身体健康的双重追求。

5.1.2 体验式旅游和深度游兴起

体验式旅游和深度游逐渐取代传统的观光游，成为现代旅游市场的主流趋势。相比于过去单纯的走马观花式参观著名景点，越来越多的游客更加注重旅游过程中的参与感和沉浸感，渴望通过亲身体验深入了解目的地的文化底蕴、风俗习惯以及当地居民的生活方式。这种旅游方式不仅满足了游客对知识和文化的渴求，也增强了他们与旅游地之间的情感连接。

面对这一趋势，旅游企业积极响应，纷纷开发丰富多样的体验式旅游产品，注重打造个性化和定制化的旅游线路。例如，结合当地特色文化设计的深度游套餐、亲子农耕体验营、传统工艺大师工作坊等，极大地提升了游客的满意度和参与度。通过不断创新和提升服务质量，旅游企业不仅增强了自身的市场竞争力，也推动了整个旅游行业的转型升级。

5.2 新兴旅游产品与服务

5.2.1 文创产品与旅游纪念品创新

文创产品已经成为旅游纪念品中不可或缺的重要组成部分。这类产品不仅仅是简单的纪念物，更是将当地独特的文化元素与现代设计理念相融合的艺术结晶，体现了浓厚的地域特色和文化内涵。通过创新的设计和精致的工艺，文创产品不仅具备较高的审美价值，还蕴含深厚的文化意义，因此在市场上拥有广阔的发展潜力和竞争优势。

近年来，随着文化旅游的不断升温，地方政府和相关企业纷纷加大对文创产业的支持力度，积极推动产业链的完善和创新能力的提升。这些举措不仅有效促进了本地文化的传承与创新，也增强了旅游目的地的吸引力和市场竞争力。文创产品的功能早已超越了传统的纪念意义，它们在满足游客个性化和多样化需求的同时，还起到了文化传播的重要载体作用。

此外，文创产业的发展还带动了相关产业链的发展，促进了地方经济效益的显著提升，为当地创造了更多的就业机会和经济增长点。随着科技的进步和数字化浪潮的推动，数字文创产品逐渐成为文创产业的新兴热点。

同时，数字纪念品、虚拟藏品等创新形式的出现，不仅拓展了旅游纪念品的表现形式和传播渠道，也为文创产品注入了更多的现代科技元素和市场活力。这些数字化创新不仅丰富了游客的旅游体验，还为文创产业的持续发展开辟了新的空间和可能性。

5.2.2 主题旅游及特色活动开发

主题旅游作为现代旅游业发展的重要趋势，内容日益丰富且形式多样，涵盖了文化节庆、体育赛事、美食体验、艺术展览等多个领域。文化节庆类主题旅游包括传统节日庆典如春节庙会、端午龙舟赛、中秋灯会等，这些活动不仅展示了深厚的历史文化底蕴，还为游客带来了浓厚的节日氛围和独特的文化体验。

艺术展览和文创市集等主题活动则为游客提供了欣赏艺术、购买创意产品的机会，丰富了旅游的文化内涵。特色活动成为吸引游客的重要手段，极大地提升

了旅游目的地的知名度和吸引力。这些活动不仅吸引了大量国内外游客，也促进了文化交流和传播，提升了旅游地的品牌价值。

此外，主题旅游有助于延长游客的停留时间，增加游客在住宿、餐饮、购物、娱乐等方面的消费，显著提升整体消费水平。与此同时，主题旅游推动了旅游产业链各环节的协同发展，促进了地方经济的繁荣和就业的增加。通过持续创新和丰富主题旅游内容，旅游目的地能够实现可持续发展，提升其在国内外旅游市场中的竞争力和影响力。

6 入境旅游风险与挑战

6.1 外部环境风险

国际政治经济形势的不断变化、全球新冠疫情的反复以及自然灾害等多重外部环境风险，正在对中国的入境旅游市场构成严峻的挑战和威胁。首先，当前国际地缘政治局势日益紧张，部分地区发生的冲突和摩擦可能导致国际航线的中断或调整，进而限制游客的跨境流动，影响入境旅游的正常开展。

其次，全球疫情形势反复无常，尽管部分国家已逐步放宽防控措施，但新冠病毒的变异仍可能引发新的疫情波动。各国为了防止疫情传播，可能随时调整入境检疫政策和旅行限制，这不仅增加了游客的出行难度，也影响了游客的出行信心和意愿。

此外，自然灾害的频发也是入境旅游面临的重要风险之一。洪涝、台风、地震等极端天气和自然事件，不仅可能直接破坏旅游基础设施，如机场、道路、酒店和景区设施，还会严重影响旅游环境和游客的安全感。

面对上述多重风险，中国入境旅游行业亟需加强风险预警和应急管理。通过建立完善的风险监测和预警机制，及时掌握国际政治动态、疫情变化及自然

灾害信息，做到防患于未然。只有这样，才能有效应对复杂多变的外部环境，保障中国入境旅游市场的稳定发展和持续繁荣。

6.2 行业内部挑战

行业内部存在多方面的问题，严重制约了旅游市场的健康和持续发展。首先，服务质量不均衡的问题较为突出。一些旅游企业在服务标准、接待能力以及客户满意度方面存在较大差距，导致游客的整体体验参差不齐，难以形成良好的口碑效应。其次，市场同质化竞争日益严重。许多旅游企业推出的产品和服务缺乏特色和创新，导致市场竞争陷入价格战，降低了整个行业的盈利能力和可持续发展空间。

此外，人才短缺问题也较为突出。当前旅游行业专业人才供给不足，尤其是在高素质导游、旅游管理人才以及创新型人才方面存在明显缺口。部分导游专业水平参差不齐，服务态度和专业知识水平不一，直接影响游客的旅游体验和满意度。旅游基础设施建设方面，虽然整体水平有所提升，但在部分偏远或二线、三线城市及乡村旅游点，基础设施仍显薄弱。

面对这些挑战，行业内部亟需采取多方面措施加以解决。首先，应加强从业人员的专业培训，提升导游及服务人员的业务素质和服务技能，确保游客能够享受到高质量的服务体验。其次，旅游企业需增强品牌建设意识，提高市场敏感度，积极推动产品创新和服务升级，开发具有地域特色和文化内涵的旅游产品，打造差异化竞争优势。

第三，政府和相关部门应加大基础设施投入，改善旅游交通、住宿及配套设施，提升整体旅游环境。同时，通过政策引导和资金支持，推动旅游产业的转型升级，促进智能化、数字化技术在旅游行业的应用，提高管理效率和服务水平。

6.3 法规与合规风险

随着入境旅游规模的不断扩大，相关法律法规的完善和严格执行日益成为保障行业健康有序发展的关键环节。随着越来越多的外国游客选择来华旅游，涉及旅游合同纠纷、消费者权益保护、数据隐私安全以及环境保护等多个方面的合规风险也随之增加。与此同时，随着信息技术的发展，游客个人信息和数据的隐私安全成为新的关注重点，保护游客个人隐私，成为法律监管的重要内容。

此外，环保法规的执行也直接关系到旅游资源的可持续利用。部分热门旅游地区因游客数量激增，生态环境承受巨大压力，而环保法规执行不到位，导致环境污染和资源破坏现象时有发生。更有部分地区执法力度不够，监管体系不完善，导致旅游服务质量参差不齐，安全隐患频发，如旅游交通事故、食品安全问题等，严重影响游客的安全和满意度。

因此，加强相关法律法规的建设，完善多层次、多部门协同的监管体系，提升从业人员和企业的法律意识与行业自律水平，成为保障入境旅游行业健康、稳定发展的重要保障。通过推动法律法规与国际接轨，强化执法力度，建立健全投诉处理机制和信用评价体系，能够有效规范旅游市场秩序，促进我国入境旅游产业的高质量发展和国际形象的提升。

7 未来发展趋势与策略建议

7.1 未来发展趋势预测

未来中国入境旅游将展现出多元化、高品质和智能化的发展趋势。随着全球旅游市场的不断变化和游客需求的升级，入境游客的结构将变得更加丰富多样，涵盖不同年龄层、文化背景和兴趣偏好的群体。游客的需求也将趋向个性化和深度化，更多人希望体验独特的文化风情、参与特色活动、深入探访历史遗迹和自然景观，从而获得更具沉浸感和互动性的旅游体验。

在技术层面，数字技术将在旅游规划、体验和管理各个环节得到广泛应用。通过大数据分析、人工智能和虚拟现实等先进技术，旅游企业能够更精准地把

握游客偏好，提供定制化服务，提升游客满意度。绿色旅游和可持续发展的理念将深入人心。越来越多的旅游目的地和企业注重生态保护、资源节约和环境友好，推动低碳出行、绿色住宿和环保活动的发展。

随着基础设施的不断完善和政策支持力度加大，二线城市如成都、杭州、西安等以及新兴旅游城市凭借丰富的自然资源和独特的文化魅力，快速崛起成为新的旅游热点，吸引大量国内外游客。此外，国际合作与开放度不断提升，推动中国旅游业与世界更紧密地融合。

通过加强与“一带一路”沿线国家及全球主要旅游市场的交流合作，促进旅游资源共享和市场互通，中国正积极打造国际一流的旅游目的地。多样化的国际旅游产品和服务不断涌现，提升了中国作为全球旅游目的地的综合竞争力和影响力。

7.2 重点发展方向

重点发展文化旅游、生态旅游、高端旅游和体验式旅游，充分挖掘地方独特的历史文化资源和自然生态资源，打造具有鲜明特色的旅游品牌。通过整合博物馆、历史遗址、非物质文化遗产以及自然保护区等多样化资源，丰富旅游产品内涵，满足不同层次游客的需求。加强旅游基础设施建设，重点提升交通网络的连通性和便利性，缩短主要旅游目的地之间的旅行时间。

推动景区实现无现金支付、智能安检和游客行为分析，提升管理效率和游客体验。注重人才培养和服务质量提升，建立完善的旅游人才培养体系，加强导游、酒店管理、旅游规划等专业技能的培训，提升从业人员的综合素质和服务水平。推动旅游企业加强服务标准化建设，落实游客投诉处理机制，确保旅游服务的规范化和专业化。

推动旅游与科技、文化、体育等多产业深度融合，打造复合型旅游产业链。促进文化创意产业与旅游产业的结合，推动文艺演出、非遗展示与旅游活动的融

合发展；结合体育赛事和户外运动，开发特色体育旅游产品；利用科技创新推动旅游产品升级，打造智慧景区和数字文旅平台，实现产业协同发展，形成多元化、可持续发展的现代旅游产业体系。

7.3 政策与行业建议

建议政府继续深化和优化签证政策，简化签证申请流程，扩大免签或落地签国家和地区范围，提升入境便利措施，缩短审批时间，减少旅客等待环节，从而吸引更多国际游客。与此同时，应完善旅游相关法规体系，强化旅游市场监管，确保旅游服务质量和游客权益，打造更加规范、有序的旅游环境。

加强与世界各国及国际旅游组织的合作，积极参与全球旅游治理和交流，推动建立多边旅游合作机制，提升中国旅游品牌的国际影响力和竞争力。通过举办国际旅游展览、文化交流活动以及推广中国独特的历史文化和自然景观，进一步提升中国作为全球重要旅游目的地的形象。鼓励旅游企业积极创新，采用先进技术推动数字化转型，提高服务效率和游客体验。

同时，倡导绿色旅游理念，推动旅游产业绿色发展，减少环境污染和资源浪费，促进生态保护与旅游经济的协调发展。注重旅游人才培养，建设多层次、多类型的专业队伍，提升导游、酒店管理、旅游规划等方面的服务水平。完善服务标准体系，推动行业规范化管理，提升整体服务质量，满足多样化和个性化的旅游需求。

加强旅游市场的监测和风险防控能力，建立健全应急管理机制，及时应对突发事件和市场波动，保障旅游行业的健康稳定发展。通过数据分析和市场调研，精准把握旅游趋势和游客需求，指导行业科学发展。通过政府、企业、社会多方协作，形成合力，推动中国入境旅游迈向高质量发展的新阶段，助力中国旅游业在全球舞台上持续繁荣发展。

法律声明

本报告为硕远咨询制作，其版权归属硕远咨询，任何机构和个人禁止以任何形式转载，任何机构和个人引用本报告时需注明来源为硕远咨询，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何未注明出处的引用、转载和其他相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。对任何有悖原意的曲解、恶意解读、删节和修改等行为所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任，并保留追究相关责任的权力。

本报告基于已公开的信息编制，但本公司对该信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测在出具日外无需通知即可随时更改。本公司将来可能根据不同假设、研究方法、即时动态信息和市场表现，发表与本报告不一致的意见、观点及预测，本公司没有义务向本报告所有接受者进行更新。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载观点、结论和建议仅供参考使用，不作为投资建议，对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。