



# 2026 年 中国旅游目的地研究 报告

主编：雷静兰

编辑：柯文慧

商业合作：[collaboration@shuoyuanconsulting.com](mailto:collaboration@shuoyuanconsulting.com)

企业官网：[硕远研报-更多最新行业研究报告下载](#)

# 1 中国旅游目的地市场概况

## 1.1 中国旅游市场发展现状

### 1.1.1 旅游市场规模与增长趋势

中国旅游市场规模庞大，近年来年均增长率保持在 8% 左右，显示出强劲的发展势头。根据相关数据显示，2025 年国内旅游人次预计将突破 60 亿，旅游总收入有望达到 7 万亿元人民币，成为拉动经济增长的重要引擎。伴随着居民收入水平的不断提升和消费观念的转变，旅游消费呈现出显著的升级趋势，旅游需求也变得更加多样化和个性化。

具体来看，旅游市场的增长趋势表现出以下几个显著特点：一是休闲度假旅游逐渐成为主流。越来越多的家庭选择利用假期进行休闲度假，家庭游、亲子游和老年游市场快速扩大。二是短途周边游和微度假日益流行。随着城市生活节奏加快，工作压力增大，短途旅游和周末微度假成为都市人群放松身心的重要方式。

**图表：2015-2023 年中国在线旅游行业市场规模及其增速（单位：亿元，%）**



资料来源：前瞻产业研究院

三是文化旅游、生态旅游等特色旅游产品吸引力不断增强。随着旅游者对深度体验和精神文化需求的提升，文化旅游成为重要的增长点。各地纷纷挖掘历史文化遗产，打造特色文化旅游线路，如古镇游、红色旅游、非遗体验等，吸引了大量游客。总的来看，中国旅游市场正朝着高质量、多元化和可持续发展的方向迈进，未来将继续成为推动经济社会发展的重要动力。

### 1.1.2 国内外游客构成分析

国内游客依然是中国旅游市场的主体，约占总游客人数的 85%以上。随着经济的发展和居民收入水平的不断提高，越来越多的中国家庭将旅游作为重要的休闲和生活方式选择。国内旅游市场呈现出多样化和个性化的趋势，涵盖了城市观光、自然风光探险、历史文化体验、乡村度假以及主题乐园等多个领域。

年轻群体和中产阶级是主要的消费力量，尤其是 80 后、90 后这两代人的消费能力显著提升，他们更注重旅游的品质和体验感，偏好自由行、小众路线和深度文化体验，逐渐成为市场关注的焦点。此外，随着数字化技术的发展，线上旅游平台和社交媒体对年轻游客的影响力越来越大，推动了旅游产品的创新和营销方式的多样化。

**图表：2014-2018 年黑龙江旅游人数及国内外游客人数占比（单位：万人，%）**



资料来源：前瞻产业研究院

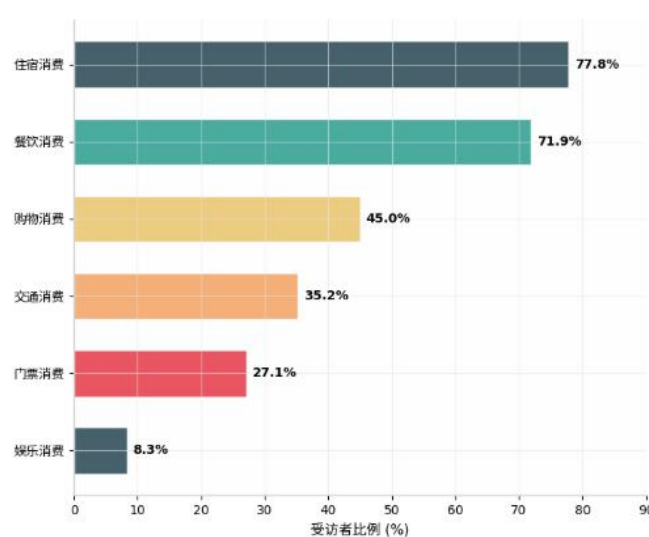
同时，随着奢侈品消费和个性化服务需求的增长，高端旅游服务和定制化旅游产品逐渐成为市场的新热点，推动了目的地服务质量和旅游产品的不断升级。各地旅游部门和企业也积极打造国际化旅游品牌，提升旅游接待能力和服务水平，以满足多样化的国际游客需求，促进中国旅游业的持续繁荣与发展。

### 1.1.3 旅游消费结构变化

旅游消费结构呈现出明显的升级趋势，体现出人们对旅游品质和体验的更高追求。在传统的住宿、餐饮、交通等基础消费保持稳定增长的基础上，文化娱乐、购物体验、健康养生等新兴消费项目迅速兴起，成为推动旅游消费升级的重要动力。

随着人们生活水平的提升和健康意识的增强，温泉养生、瑜伽静修、森林疗养等项目受到广泛欢迎，旅游不仅是放松身心的方式，更成为提升生活质量的重要途径。尤其是高品质旅游产品和个性化定制服务的需求日益旺盛，许多旅游者追求独特的旅行体验和专属的服务方案，旅行社和旅游平台也纷纷推出定制化路线、私人导游、专属交通工具等服务。

图表：2023 年以来旅游消费支出增加项目



资料来源：中国旅游研究院

此外，绿色环保理念逐渐深入人心，成为现代旅游消费的重要考量因素。消费者更加关注旅游产品的可持续性和环保属性，倾向选择低碳出行、生态友好型住宿和环保主题旅游项目。各地旅游业者也积极响应，推动绿色旅游发展，推广节能减排措施，保护自然生态环境，倡导文明旅游行为，努力实现旅游业的可持续发展。

## 1.2 主要旅游目的地分类及分布

### 1.2.1 自然风景区

自然风景区以其独特的地理环境和生态资源吸引大量游客。云南的丽江、大理，四川的九寨沟、峨眉山，新疆的喀纳斯、天山等地，因其壮美的自然风光和丰富的生物多样性而闻名。近年来，生态保护与旅游开发并重，推动自然风景区向绿色、低碳、可持续方向发展。同时，智慧旅游技术的应用提升了游客的体验质量，如虚拟导览、智能解说等，极大增强了景区的吸引力和服务水平。

### 1.2.2 历史文化遗产地

中国拥有悠久的历史和丰富的文化遗产，作为世界四大文明古国之一，其历史文化底蕴深厚，涵盖了数千年的政治、经济、文化和艺术发展。历史文化遗产地不仅是中华民族智慧和创造力的结晶，更成为现代旅游业的重要组成部分。诸多著名的文化遗产地以其独特的历史价值和艺术魅力吸引了大量国内外游客，成为了解中国传统文化的重要窗口。

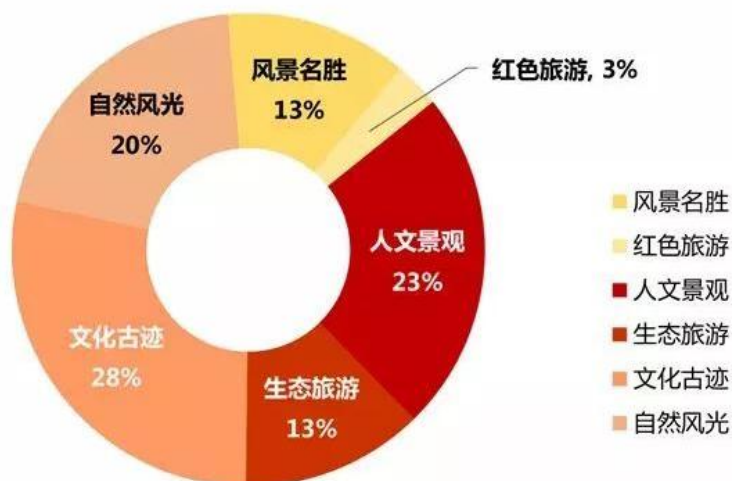
这些世界级文化遗产不仅具有极高的历史研究价值，也成为吸引游客的重要旅游资源。近年来，随着旅游业的迅速发展，中国对文化遗产地的保护与旅游开发更加注重平衡，力求实现文化传承与旅游体验的深度融合。政府和相关机构加强了遗产保护法规的制定和执行，采用现代科技手段如数字化保护、虚拟现实展示等，提升遗产保护水平的同时，也丰富了游客的参观体验。

此外，文化节庆活动如传统庙会、民俗表演、书画展览等纷纷举办，成为展示地方特色文化的重要平台。这些举措极大地丰富了游客的文化体验，推动了文化旅游从单纯的观光观赏向深度体验和互动参与转变，提升了旅游的文化内涵和精神价值。同时，文化旅游的发展也促进了地方经济的繁荣，形成了保护文化遗产与促进经济社会发展的良性循环。

### 1.2.3 现代都市旅游区

现代都市旅游区以其便捷的交通、丰富的商业资源和多样的文化娱乐设施，成为旅游消费的重要场所。北京、上海、广州、深圳四大一线城市不仅是商务活动的中心，也是国际旅游的重要门户。现代都市旅游区集购物、美食、演艺、展览等多种功能于一体，满足不同层次游客的需求。同时，城市旅游注重智慧化发展，提升城市旅游的管理水平和服务质量，打造国际化旅游形象。

图表：5 月排名上升景区种类占比



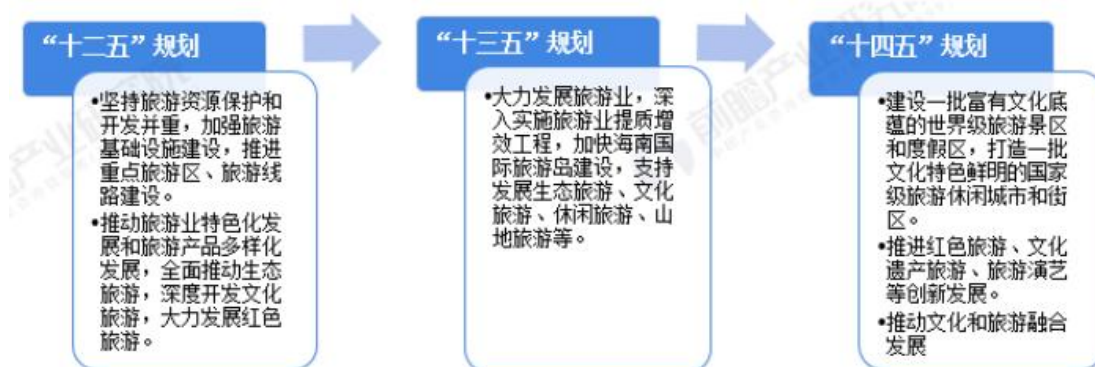
资料来源：迈点研究院

## 1.3 政策环境与支持措施

### 1.3.1 国家旅游发展规划

《“十四五”旅游发展规划》提出，到 2025 年中国旅游产业要实现高质量发展，构建现代旅游体系。规划强调创新驱动、绿色发展和数字赋能，推动旅游产品供给侧结构性改革。重点支持新兴旅游业态，如乡村旅游、康养旅游和文化旅游，促进旅游与科技、文化、体育等产业融合发展。规划还提出加强旅游基础设施建设，提升旅游公共服务能力，增强旅游市场的国际竞争力和吸引力。

图表：中国国民经济规划-旅游景区政策的演变



资料来源：前瞻产业研究院

### 1.3.2 旅游基础设施建设现状

近年来，中国加快旅游基础设施建设，交通运输网络不断完善，高铁、机场等交通枢纽逐步覆盖主要旅游目的地。景区硬件设施升级改造，提升游客接待能力和安全保障水平。智慧旅游基础设施逐步普及，景区导览、电子门票、智能停车等服务日益完善。住宿业态多样化，高星级酒店、特色民宿、青年旅舍等满足不同游客需求。整体上，旅游基础设施的完善为旅游业的可持续发展奠定了坚实基础。

## 2 2026 年中国旅游目的地趋势预测

### 2.1 新兴旅游目的地崛起

### 2.1.1 二线及三线城市旅游潜力

二线及三线城市拥有丰富多样的旅游资源，涵盖自然风光、历史文化、民俗风情等多个方面，具备极大的开发潜力。近年来，随着高速铁路、高速公路等交通网络的不断完善，这些城市的交通便利性大大提升，使得游客能够更加便捷地抵达。这些城市普遍拥有深厚的文化底蕴和浓郁的城市氛围，既有保存完好的历史遗迹，也有现代化的文化设施，极大丰富了游客的文化体验。

此外，当地独具特色的美食文化也成为吸引游客的重要亮点，传统小吃、地方特色菜肴和新兴的餐饮品牌共同构成了丰富多彩的美食地图，满足了不同游客的味蕾需求。为了进一步提升旅游吸引力，各级政府积极出台政策，推动旅游基础设施的升级改造，涵盖旅游交通、住宿条件、景区服务设施等多个方面。

随着经济结构的多元化发展，许多二线及三线城市开始积极发展会议旅游和商务旅游，依托完善的会议中心、高品质的酒店资源和便捷的交通条件，吸引大量商务人士和会议团体。这不仅丰富了旅游产业的业态结构，还促进了当地经济的多元发展，推动旅游产业向更高层次迈进，形成了旅游与商务相结合、休闲与工作相融合的多元化发展格局。

**图表：2018 年中国旅游地产城市群分布情况**



资料来源：前瞻产业研究院

### 2.1.2 小镇与乡村旅游发展

特色小镇和乡村旅游近年来逐渐成为旅游业新的增长极，成为推动区域经济发展和文化传承的重要力量。依托各地独特的历史文化底蕴、丰富的民俗风情以及优美的自然环境，特色小镇通过打造多样化、个性化的旅游产品链，吸引了大量游客前来体验和消费。这些旅游产品不仅涵盖传统的观光旅游，还融合了文化体验、休闲度假、特色美食、手工艺品展示等多种形式，极大地丰富了游客的旅游体验。

近年来，随着政策支持力度的加大和社会资本的积极参与，乡村旅游的基础设施建设得到显著改善。道路交通更加便捷，住宿条件不断提升，旅游公共服务设施日益完善，信息化建设也逐步推进，极大提高了游客的旅游舒适度和满意度。

此外，乡村旅游服务水平明显提升，专业导游、特色民宿、农家乐等服务业态蓬勃发展，提升了整体旅游体验品质。游客在享受美丽自然风光和丰富多彩的文化活动的同时，不仅获得了身心的放松和愉悦，还有效促进了农村经济的发展和农民收入的增加。乡村旅游带动了当地就业，激活了农村市场，形成了生产、生活、生态协调发展的良性循环。

## 2.2 旅游产品创新与多样化

### 2.2.1 生态旅游与绿色旅游

生态旅游和绿色旅游理念已经深入人心，逐渐成为现代旅游发展的重要方向和趋势。随着人们环保意识的增强，越来越多的游客在选择旅游目的地和旅游方式时，开始关注旅游活动对自然环境和生态系统的影响。他们更加注重绿色低碳的出行方式，如选择公共交通、自行车或步行，以减少碳排放和环境污染。

各地景区管理方也积极响应绿色旅游的号召，加强生态保护工作，推行一系列环境友好型的旅游管理措施。这些举措不仅有效提升了景区的生态环境质量，也增强了游客的环保意识和参与感。绿色旅游产品的种类日益丰富，不仅包括传统的生态观光，还融入了环保教育元素，组织游客参与环境保护志愿服务、生态知识讲座和自然科学考察等活动。

此外，政府部门与旅游企业紧密合作，共同推动绿色旅游的认证体系和标准建设。通过制定统一的绿色旅游标识、开展绿色旅游示范区评选、推行绿色认证体系，提升旅游业的整体可持续发展水平。相关政策扶持和资金投入也为绿色旅游产业的发展提供了有力保障，促进了环保技术和绿色管理模式的广泛应用。

### 2.2.2 文化体验与主题旅游

文化体验和主题旅游近年来日益受到广大游客的欢迎和青睐。随着人们生活水平的提高和旅游观念的转变，越来越多的游客不再满足于单纯的观光购物，而是渴望通过参与丰富多彩的传统节庆活动、非物质文化遗产项目以及各类民俗风情活动，深入了解和感受当地独特的文化魅力。

主题旅游的形式多样且内容丰富，涵盖了历史探秘、艺术巡礼、影视旅游、宗教朝圣等多个方面。旅游目的地为了提升文化旅游的吸引力，积极策划和举办各种特色文化活动，如传统民俗表演、手工艺展示、地方美食节等，打造具有地域特色的文化品牌和文化 IP。这不仅丰富了游客的旅游体验，也增强了游客的文化认同感和归属感，促进了文化传播与交流。

同时，文化旅游的深度开发推动了文化产业与旅游产业的有机融合，带动了相关产业链的发展，如文创产品开发、特色餐饮、文化演艺等，形成了良性循环。通过这些努力，文化软实力得到了显著提升，不仅提升了旅游目的地的综合竞争力，也为推动地方经济发展和文化传承注入了强大动力。

## 2.3 消费者行为变化

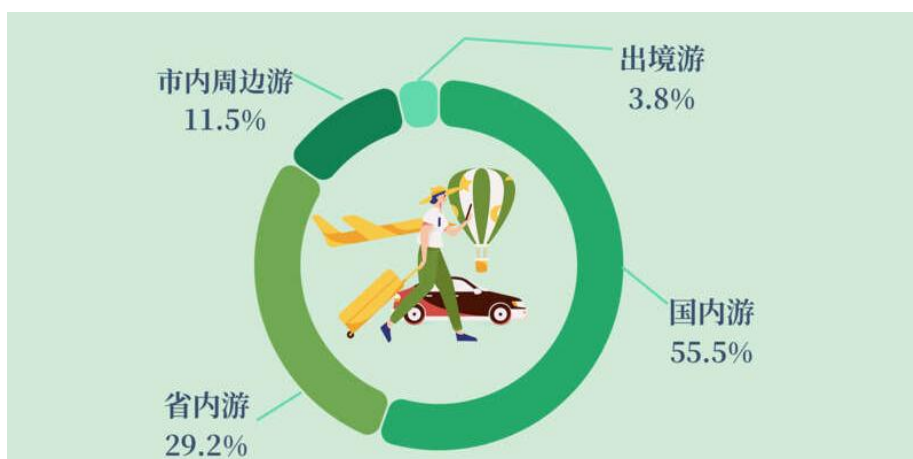
## 2.3.1 年轻一代旅游偏好

年轻一代已经成为当前旅游市场的主力军，展现出与以往不同且独特的旅游偏好和行为模式。相比传统的观光旅游，他们更倾向于探索新鲜事物，追求个性化和差异化的旅游体验，强调旅行的独特感和自我表达。社交媒体的普及使得他们在选择旅游产品时非常注重社交分享的可能性，希望通过照片、短视频等形式记录并传播旅行中的精彩瞬间，获得朋友圈的认可和互动。

相比传统的团队游，年轻人更喜欢自主规划路线，自由安排行程，从而获得更多的掌控感和满足感。此外，年轻一代对文化体验、主题旅游和生态旅游表现出浓厚兴趣。他们不仅希望欣赏自然风光，更希望通过参与当地的文化活动、节庆仪式，了解历史背景和民俗传统，获得更深层次的精神满足。

主题旅游如音乐节、动漫展、体育赛事等也受到欢迎，满足他们对兴趣爱好的追求。与此同时，环保意识的增强使得生态旅游成为他们关注的重点，他们更倾向于选择绿色环保、可持续发展的旅游项目，支持保护自然环境和促进地方社区发展的旅游模式。

图表：当代年轻人旅游再出行距离的选择



资料来源：公开资料查询

## 2.3.2 高品质旅游需求增长

随着居民消费水平的不断提升，人们对旅游的需求也发生了显著变化，尤其是对高品质旅游的需求日益增长。现代游客不仅仅满足于简单的观光和休闲，更加注重旅游产品的整体品质和服务体验。他们期望在旅游过程中能够享受到舒适的住宿环境，健康且多样化的餐饮选择，以及便捷、高效的交通服务。

与此同时，高端定制旅游、康养旅游以及文化深度游逐渐成为市场上的新兴热点。高端定制旅游注重个性化和私密性，根据游客的兴趣爱好和需求量身打造专属行程，提供独特且难忘的旅行体验。康养旅游则结合了健康养生理念，融入自然疗养、温泉、养生膳食等元素，满足人们对身心健康的追求。

文化深度游则强调深入体验当地历史文化、民俗风情，通过博物馆参观、传统工艺学习、民族节庆参与等方式，让游客获得更丰富的文化感悟。面对这些变化，旅游企业纷纷加大投入，注重提升服务标准和体验设计，努力打造差异化的竞争优势。他们不仅提升硬件设施的质量，更注重软性服务的创新，力求为玩家提供全方位、细致入微的优质体验。

高品质旅游的发展不仅满足了游客日益多样化和个性化的需求，也极大地促进了旅游产业结构的优化升级。通过推动旅游产品多样化、服务专业化和市场细分化，旅游产业链条得以延伸和丰富，带动了相关产业如餐饮、住宿、交通、文化娱乐等的协同发展。同时，高品质旅游的兴起也提升了旅游经济的整体效益，为地方经济增长注入了强劲动力，推动了区域经济的可持续发展。

## 3 重点旅游目的地案例分析

### 3.1 北京及周边旅游资源分析

#### 3.1.1 历史文化遗产资源

北京作为中国的首都，历史文化遗产极为丰富且具有重要的历史价值，涵盖了元、明、清三代的皇家建筑群以及众多古代文化遗存。这里不仅有举世闻名的

故宫博物院，作为明清两代的皇家宫殿，收藏了丰富的文物珍品，展现了中国古代宫廷文化的辉煌。

在文化遗产保护方面，北京坚持科学保护与合理利用并重，注重对历史建筑和文化景观的修缮维护，同时挖掘其深厚的文化内涵，通过现代化的展示手段，如多媒体互动、虚拟现实等技术，提升游客的参与感和沉浸感。

北京还积极推动文化与旅游的融合发展，打造一批具有国际影响力的文化旅游品牌，努力将北京建设成为世界级的文化旅游城市，提升其在全球文化旅游领域的竞争力和影响力。通过这些综合举措，北京不仅保护了宝贵的文化遗产，也促进了文化产业和旅游经济的繁荣发展。

### 3.1.1 旅游市场竞争力评估

北京旅游市场竞争力强劲，拥有丰富多样的旅游资源和完善先进的基础设施。作为中国的首都和国际化大都市，北京不仅历史悠久，文化底蕴深厚，还兼具现代都市的繁华与活力。这里集聚了故宫、长城、天坛、颐和园等世界著名的历史文化遗产，同时也拥有国家大剧院、798 艺术区等现代文化地标，满足不同游客的多样化需求。

北京的旅游产品丰富多样，涵盖文化旅游、休闲度假、生态旅游、体育旅游等多个领域，能够满足国内外游客的多层次、多样化需求。高水平的服务体系不断完善，酒店、餐饮、购物、导游服务等配套设施齐全，服务质量稳步提升，确保游客在游览过程中获得优质体验。交通方面，北京拥有发达的交通网络，地铁线路众多且覆盖广泛，连接市区与各大景区便捷高效。

展望未来，北京将进一步深化旅游产业的融合发展，推动旅游业与文化、科技、体育、健康等相关产业的协同发展。通过打造具有国际影响力的旅游品牌，推动旅游产业链条延伸和价值提升，促进旅游经济的高质量发展。同时，北京还

将加强生态环境保护，提升旅游可持续发展能力，吸引更多海内外游客前来体验这座历史与现代交融的魅力之都。

## 3.2 西南地区旅游发展状况

### 3.2.1 云南与四川自然资源

云南和四川两省拥有丰富且多样的自然资源，地理环境复杂多变，形成了独特而壮丽的自然景观。云南省以其独特的地理位置和复杂的地形，孕育了丰富的生物多样性和多样的自然景观，其中香格里拉被誉为“世外桃源”，以其壮美的雪山、广袤的草甸和神秘的藏族文化吸引着大量游客；泸沽湖则以其清澈的湖水、摩梭人的独特文化和原始的自然风光闻名，是体验民族风情和自然宁静的理想之地。

四川省同样自然资源丰富，尤其以稻城亚丁和贡嘎山著称。两省在大力发展旅游业的同时，高度重视生态环境的保护，积极推动生态保护与旅游开发的协调发展。通过制定严格的环境保护政策，加强环境治理，防止生态破坏，确保自然资源的可持续利用。两省推动旅游产品的多样化发展，涵盖生态观光、文化体验、户外探险等多个领域，提高旅游的整体质量和吸引力。

得益于丰富的自然资源和科学的管理措施，云南和四川的旅游业实现了可持续发展，为西南地区的经济发展注入了强劲动力。独特的自然生态环境不仅为游客提供了丰富多彩的旅游体验，也为科研、教育和生态保护提供了宝贵的平台。

### 3.2.2 民族文化旅游特色

西南地区是中国民族文化最为丰富多彩的地区之一，居住着众多少数民族，文化多样性极为显著。这里不仅有丰富的自然风光，更拥有深厚的文化底蕴和独特的民族风情，成为文化旅游的重要目的地。以云南省为例，傣族和白族是该地区的主要少数民族。

四川省则是另一个民族文化资源极为丰富的地区，藏族和羌族在这里有着悠久的历史 and 鲜明的民族特色。这些民族文化活动不仅丰富了旅游内容，也使游客能够深入体验当地民族的生活方式和价值观。此外，西南地区的民族手工艺品如彝族的刺绣、苗族的银饰制作、傣族的竹编工艺等，都是展示民族文化的重要载体。

在旅游发展的过程中，西南各地高度重视尊重和保护民族文化遗产，积极推动文化传承与旅游产业的深度融合。通过设立民族文化保护区、举办民族文化节、建设民族文化博物馆等多种方式，既保护了珍贵的民族文化资源，又提升了旅游的文化内涵和吸引力。同时，民族文化旅游的发展不仅促进了各民族之间的文化交流与理解，也有效带动了地方经济的发展。

### 3.3 东部沿海城市旅游特点

#### 3.3.1 上海国际旅游枢纽地位

上海作为国际大都市和中国经济中心，具备国际旅游枢纽的地位。拥有丰富的历史文化遗产和现代旅游资源，如外滩、陆家嘴、豫园、迪士尼乐园等。国际航线众多，交通便利，旅游服务体系完善。上海积极推动智慧旅游和文旅融合，提升城市旅游形象。国际游客数量持续增长，上海成为连接中国与世界的重要旅游门户。未来，上海将继续发挥枢纽优势，推动旅游业高质量发展。

#### 3.3.2 国际游客接待能力

上海及其他东部沿海城市具备较强的国际游客接待能力，这主要体现在多个方面。首先，这些城市拥有众多高水平的酒店和餐饮设施，涵盖从五星级豪华酒店到特色民宿的多样住宿选择，能够满足不同层次游客的需求。餐饮方面，不仅有丰富的本地传统美食，还融合了世界各地的风味，满足来自不同国家和地区游客的口味偏好。

此外，完善的交通网络，包括便捷的地铁、高铁、机场和港口设施，为游客提供了高效舒适的出行体验，极大地方便了国际游客的城市间及城市内部的流动。其次，东部沿海城市高度重视多语言服务的建设，公共场所、旅游景点、交通枢纽均配备了中、英、日、韩等多种语言的指示标识和服务人员，确保国际游客能够轻松获取信息和帮助。

此外，城市旅游产品日趋多样化，涵盖历史文化游、现代都市游、自然风光游、休闲购物游等多种类型，能够满足不同文化背景游客的兴趣和需求。政府和企业 在提升国际游客服务水平方面也投入大量资源，开展专业化的服务培训和管理，制定严格的服务标准，确保每一位游客在接待过程中都能享受到高质量的服务体验。

## 4 旅游消费者画像及需求分析

### 4.1 国内游客群体特征

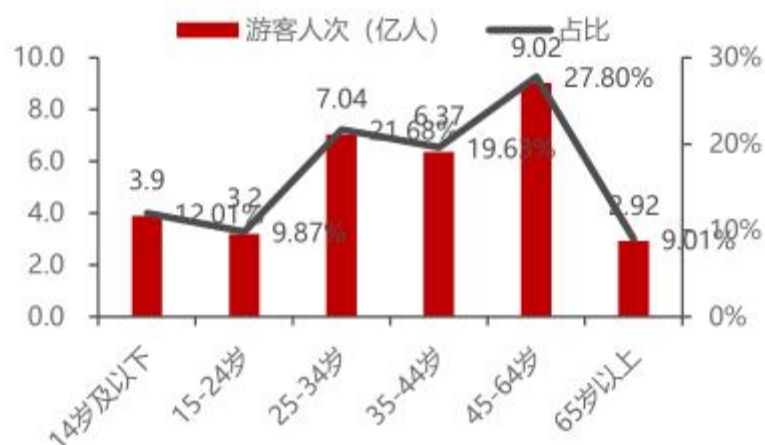
#### 4.1.1 年龄与收入分布

旅游消费者的年龄分布非常广泛，但以 20 至 40 岁的年轻群体为主要消费主力军。这部分年轻游客通常具有较强的消费意愿，热衷于探索新鲜事物和独特体验，喜欢尝试各种创新的旅游方式，如自由行、深度游、主题游等。与此同时，中老年游客的比例正在逐步上升，尤其是退休后有更多闲暇时间的群体，对康养旅游的需求不断增长。他们更关注旅游过程中的健康和舒适，偏好温泉、养生度假村、生态旅游等能够促进身心健康的旅游项目。

随着生活水平的提高和健康意识的增强，康养旅游成为推动旅游市场发展的新兴热点。从收入分布来看，中高收入群体在旅游消费中贡献显著，这部分消费者更倾向于选择高品质、高服务标准的旅游产品，如豪华游轮、高端度假村、定制旅游等。他们对旅游体验的要求较高，注重服务细节和个性化定制，推动了旅游市场向高端化、多样化方向发展。

相比之下，低收入群体的旅游频率相对有限，更多选择经济实惠的短途旅游和周边游，以满足休闲放松的基本需求。这部分游客对价格较为敏感，倾向于选择性价比高的旅游产品，如自助游、团体游和促销折扣项目。尽管消费能力有限，但他们稳定的短途经济型旅游需求为旅游市场提供了持续的客源基础。

**图表：2021 年国内旅游人次年龄结构图**



资料来源：民生证券研究院

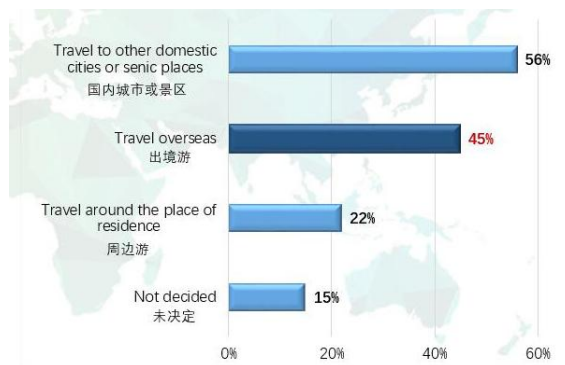
#### 4.1.2 旅游动机与偏好

旅游动机涵盖了多个方面，主要包括休闲放松、文化体验、社交娱乐以及健康养生等。首先，休闲放松是人们选择旅游的最基本动因之一，现代社会生活节奏加快，工作压力增大，许多人通过旅游来缓解压力，恢复身心活力。其次，文化体验成为越来越多游客追求的目标，他们希望通过旅游深入了解目的地的历史背景、风土人情、传统习俗以及艺术文化，获得丰富的精神享受和文化滋养。

此外，社交娱乐也是重要的旅游动机，旅游不仅是个人的放松方式，更是朋友、家庭甚至陌生人之间增进感情、建立联系的重要途径。健康养生方面，随着人们健康意识的提升，许多游客选择以康养为主题的旅游，追求身心的全面健康。

随着环保意识的不断提升，绿色旅游逐渐成为游客选择旅游方式的重要标准。越来越多的游客关注旅游对环境的影响，倾向于选择生态友好型的旅游产品和服务，支持可持续发展的旅游项目，如生态旅游、低碳旅游等。这种趋势促使旅游企业和目的地管理者更加注重环境保护和资源合理利用。

图表：2020 年中国游客目的地偏好



资料来源：Joint Survey By Ivy Alliance, CCT and PATA

### 4.1.3 旅游消费行为特点

旅游消费行为呈现出更加理性与多元化的发展趋势。现代游客在选择旅游产品和服务时，不再单纯追求低价，而是更加注重性价比，既希望获得高质量的旅游体验，又愿意为优质的服务支付合理的溢价。这表明消费者的消费观念逐渐成熟，注重实际价值与体验的平衡。与此同时，随着互联网技术的普及和移动设备的广泛应用，线上预订、移动支付和社交媒体在旅游消费中的影响力日益凸显。

在出行方式上，自由行、自驾游及小团体游逐渐成为主流。自由行满足了游客追求自主、灵活的出行需求，自驾游则提供了更高的自由度和探险体验，小团体游则兼顾了社交互动和个性化服务，成为亲友结伴或兴趣小组出游的理想选择。这些多样化的出行方式反映了游客对旅游体验个性化、多样化的强烈需求。

此外，旅游消费越来越注重体验感和互动性。游客不仅满足于观光和拍照，更追求深度体验当地文化、参与特色活动，以及与当地居民的互动交流，期望通过旅游获得独特且难忘的感受。个性化服务成为旅游企业提升竞争力的重要手段，都在满足游客多样化需求方面发挥着积极作用。

绿色消费理念在旅游领域逐渐形成，环保意识不断增强，推动旅游产业向绿色、可持续方向转型。越来越多的游客倾向选择环保型住宿、低碳出行方式和生态旅游项目，旅游企业也积极采用节能减排措施，推动资源循环利用和环境保护。这不仅有助于提升旅游目的地的可持续发展能力，也满足了现代游客对生态文明和社会责任的期待。

## 4.2 国际游客市场分析

### 4.2.1 主要来源国与地区

中国的国际游客主要来源国集中在亚洲邻近国家，尤其以韩国、日本、越南、泰国等国家为主。这些国家由于地理位置相近、文化交流频繁以及交通便利，使得其居民选择中国作为旅游目的地的比例较高。尽管欧美国家游客在中国国际游客总量中占比相对较小，但他们的消费能力较强，通常在高端旅游、奢侈品购物、文化艺术体验以及特色定制游等方面表现出较大需求。

近年来，来自中亚和非洲部分国家的游客数量增长迅速。这一趋势得益于中国与这些地区国家在经贸、教育、文化交流等方面合作的加强，同时也受益于“一带一路”倡议的推动。中亚游客通常对中国的自然风光和民族文化表现出浓厚兴趣，而非洲游客则更加关注城市旅游和商业活动。

为了进一步扩大国际游客市场，中国应加强与主要来源国的旅游合作与推广。通过开展联合营销活动、简化签证手续、提升交通便利性、加强文化交流以及打造品牌旅游线路等举措，不断提升中国作为国际旅游目的地的吸引力。同时，

积极利用数字化手段和新媒体平台，精准触达目标客群，推动国际旅游市场的多元化和可持续发展。

图表：2016 年各地区国际旅客接待规模



资料来源：中国报告网

#### 4.2.2 游客需求与期待

国际游客在选择旅游目的地时，期望能够获得丰富多样的旅游体验，这不仅包括深入体验当地独特的文化风情，还涵盖了休闲放松、购物消费以及多样化的娱乐活动。随着全球旅游市场的不断发展，游客对语言服务的需求日益增长，他们希望在旅途中能够顺畅沟通，获得专业且贴心的多语言支持。

此外，多元文化交流成为游客重视的一个重要方面，他们希望通过旅游增进对不同民族、风俗习惯的理解与尊重，从而实现心灵的共鸣与文化的碰撞。个性化定制服务的需求也日益强烈。现代游客更倾向于根据自身兴趣和偏好，定制专属的旅游线路和体验项目，追求独特且有深度的旅游感受，而非千篇一律的标准化行程。

旅游环境的保护和服务质量的提升也成为游客关注的重点。绿色环保理念逐渐深入人心，游客希望旅游目的地能够注重生态环境的保护，避免过度开发和环境污染，倡导可持续旅游发展。与此同时，尊重当地文化和传统，保护文化遗产，也是游客非常看重的一方面，他们希望在旅游过程中，能够感受到文化的真实与纯粹，而非被商业化所掩盖。

#### 4.2.3 跨文化服务需求

跨文化服务能力是提升国际游客整体体验的关键要素之一。在全球旅游日益繁荣的背景下，来自不同文化背景的游客对服务质量和文化理解提出了更高的要求。具体来说，跨文化服务能力涵盖多个方面。首先，多语言导览不仅包括常见的英语、法语、日语等国际通用语言，还应根据游客来源地的具体语言需求，提供更为精准和个性化的语言支持。

其次，文化适应培训是旅游企业及景区员工必备的能力培训内容。通过系统的跨文化沟通培训，使员工了解不同文化背景下的礼仪规范、价值观念及行为习惯，避免因文化差异引发误解或冲突。另外，饮食文化的多样化也是跨文化服务的重要体现。旅游企业和餐饮服务应根据不同游客的饮食习惯和宗教信仰，提供丰富多样的餐饮选择，提升其归属感和满意度。

此外，旅游企业和景区还需积极加强跨文化沟通，努力减少由于文化差异带来的障碍。为了进一步深化游客体验，举办各类文化交流活动也尤为重要。这类活动不仅促进游客与当地社区的互动交流，还能让游客深入了解和体验当地独特的文化风俗、传统艺术和生活方式，从而增强旅游体验的深度和广度，形成更加难忘和富有意义的旅游记忆。

### 4.3 旅游消费者满意度研究

#### 4.3.1 目的地服务质量评价

服务质量评价涵盖旅游接待、导览服务、交通衔接、住宿餐饮等多个关键环节，是衡量旅游行业整体水平的重要标准。优质的服务不仅能够显著提升游客的整体体验感，使其在旅游过程中感受到舒适、便利和愉悦，更重要的是，有助于塑造旅游目的地良好形象，增强游客的满意度和忠诚度，促进旅游业的可持续发展。

随着旅游市场的不断发展和游客需求的多样化，现代旅游管理越来越强调服务的标准化、个性化和智能化。标准化服务保证了服务质量的稳定性和一致性，个性化服务则满足不同游客的个性需求，提升服务的贴心度和独特性，而智能化服务则通过应用现代信息技术，实现服务流程的自动化和智能化，提升服务效率和响应速度。

为了提升整体服务水平，旅游企业和相关部门不断加强员工的专业培训，提升其服务技能和职业素养。服务质量评价体系也在不断完善，建立起科学、系统的评价标准和指标体系，涵盖服务态度、服务效率、设施完善度、游客满意度等多个维度。这一体系不仅为旅游企业提供了改进服务的依据，也成为各旅游目的地竞争的重要指标，推动各地不断提升服务水平。

#### 4.3.2 旅游体验影响因素

旅游体验受到多重因素的综合影响，这些因素包括自然环境的优劣、地域独特的文化氛围、服务人员的专业水平以及游客自身的期望值和心理预期等。首先，自然环境作为旅游体验的基础条件，其美丽的风景、独特的地质结构和生态环境的保护程度，直接影响游客的感官享受和心情愉悦度。

服务水平方面，专业且热情的旅游服务人员能够有效提升游客的满意度。从导游的讲解细致程度，到酒店的设施完善与卫生状况，再到餐饮的口味与服务态度，每一个细节都会影响游客的整体体验感受。优质的服务不仅能满足游客的基本需求，还能通过个性化的关怀增强游客的归属感和幸福感。游客自身的心理预期与实际体验之间的差异，是决定旅游满意度的关键因素。

在旅游产品设计上，越来越注重情感共鸣和文化深度的挖掘。通过讲好故事、传递独特文化内涵，使游客不仅是“看客”，更是文化的感受者和传播者。这种设计理念不仅提升了旅游产品的附加值，也促进了文化的传承与创新。

此外，外部环境因素同样不可忽视。天气状况直接影响旅游活动的顺利进行，恶劣天气可能导致行程取消或体验受限。安全状况是游客选择目的地的重要考量，良好的治安环境能让游客安心游玩。交通便利性则影响游客的出行成本和时间效率，发达的交通网络能够极大提升旅游的便利性和舒适度。

## 5 竞争格局与市场机会

### 5.1 旅游产业链分析

#### 5.1.1 住宿与餐饮业发展状况

住宿业态丰富多样，涵盖了高星级酒店、精品民宿、特色度假村以及青年旅舍等多种形式，能够满足不同层次和类型游客的多样化需求。在餐饮业方面，行业高度重视地域特色和健康饮食理念的结合，积极推广具有地方风味的特色菜肴，同时注重食材的绿色、天然和营养均衡。各地旅游餐饮品牌建设逐渐完善，不仅提升了餐饮的品质和多样性，也增强了游客的文化体验感。

与此同时，相关部门和企业还积极推广健康旅游理念，提升整体环境的安全感和信任度。住宿餐饮业与旅游业的深度融合不断推进，二者相辅相成，共同推动旅游产业的升级。优质的住宿和餐饮体验不仅提升了游客的整体满意度，也促进了旅游消费的增长。通过打造特色住宿和美食文化，推动旅游目的地品牌建设，吸引更多游客前来体验和消费，带动地方经济的持续发展。

#### 5.1.2 交通运输与旅游衔接

交通运输网络日益完善，特别是在高速铁路、航空运输以及城市轨道交通方面取得了显著进展。这些现代化的交通方式覆盖了国内外主要的旅游区域和热门景点，有效地缩短了各地之间的时空距离，使得游客能够更加便捷快捷地抵达目的地。高铁线路的不断延伸和提速，不仅提高了运输效率，还极大地提升了旅途的舒适度和安全性。

在旅游交通衔接方面，相关部门高度重视一体化规划，注重多种交通方式的无缝连接与协调发展。通过优化换乘节点的布局和设施建设，提升换乘的便捷性和舒适性，减少游客在不同交通工具之间转换时的时间成本和不便。此外，信息服务系统的不断完善，利用大数据和智能技术，提高了出行的安全性和效率。

在倡导绿色交通和低碳出行理念方面，相关政策和措施逐步落实。大力推广电动公交车、共享单车、步行街区等绿色出行方式，减少旅游交通过程中的碳排放和环境污染。旅游景区和交通枢纽积极建设充电设施和绿色能源基础设施，鼓励游客选择环保出行方式，推动旅游业的可持续发展。通过多方协作和创新实践，为实现人与自然和谐共生作出了积极贡献。

### 5.1.3 旅游服务及配套设施

旅游服务内容丰富，涵盖导游讲解、旅游咨询、医疗保障、紧急救援等多个方面，旨在为游客提供全方位、多层次的支持和帮助。配套设施方面，旅游地普遍建设了功能齐全的游客服务中心，提供休息、信息咨询、行李寄存等便民服务。公共卫生间布局合理，数量充足且保持清洁卫生，满足不同游客群体的需求。

随着旅游业的发展，服务的专业化和标准化水平不断提升。导游人员需通过专业培训和资格认证，服务流程规范化，确保服务质量稳定可靠。同时，智慧旅游设施逐步普及，景区内配备了智能导览系统、虚拟现实体验、电子票务、自助服务终端等高科技设备，极大提升了游客的游览效率和互动体验。

特别值得一提的是，旅游配套设施越来越注重无障碍设计，针对老年人、残障人士等特殊群体，设置了无障碍通道、轮椅租借点、盲道指示系统及无障碍卫生间等设施，确保他们能够安全、方便地参与旅游活动，享受愉快的出行体验。通过持续优化服务内容、提升设施品质和引入先进技术，旅游业不断满足多样化的市场需求，推动旅游经济的健康、可持续发展。

## 5.2 市场机会与风险评估

### 5.2.1 新兴细分市场挖掘

康养旅游、文化旅游、体育旅游、亲子旅游等细分市场展现出巨大的发展潜力，成为推动整个旅游产业持续增长的重要动力。康养旅游以健康养生为核心，结合自然风光和高品质的医疗、养生服务，吸引越来越多注重身心健康的游客。文化旅游则依托丰富的历史遗产和地方特色文化，通过博物馆、古迹、非遗体验等多样化形式，满足游客对文化深度体验的需求。

体育旅游涵盖了从观赛旅游、运动赛事到户外探险、健身休闲等多个方面，激发了广大体育爱好者的参与热情。亲子旅游则注重家庭成员间的互动体验，提供适合不同年龄段儿童的主题活动和安全舒适的旅游环境，满足家庭客户群体的多样化需求。数字化营销和大数据分析技术的应用，为细分市场的开发和客户管理提供了有力支撑。

新兴细分市场的发展不仅带动了旅游产品的多样化，也促进了相关产业链的延伸和价值提升。例如，康养旅游的发展促进了健康食品、医疗器械、养生服务等产业的融合发展；文化旅游推动了文创产品、艺术演出、传统手工艺等相关领域的繁荣；体育旅游带动了运动装备、赛事组织、专业培训等产业链条的完善。

### 5.2.2 政策与环境风险

政策风险主要包括旅游政策的调整、法规监管的趋严以及政策执行的不确定性等方面，这些因素都可能对旅游行业的发展产生深远影响。例如，政府可能出台新的签证政策、限制某些地区的旅游活动，或者加强对旅游企业的资质审核和服务标准，从而影响企业的运营环境和市场竞争力。

随着旅游业的快速发展，一些热门旅游目的地面临着环境承载力超负荷的问题，如水资源短缺、土地退化、野生动植物栖息地破坏等，严重影响了当地生态系统的健康和可持续性。此外，旅游设施建设和游客活动产生的废弃物和污染，也给环境带来了巨大压力。这些环境问题不仅损害了旅游资源的长期价值，还可能引发社会公众的反感和抵制。

为了有效应对上述风险，必须加强对政策的深入解读和风险预判，提升企业及相关机构的适应能力和应变能力。具体措施包括推广生态旅游、加强环境保护宣传、实施资源合理利用和废弃物循环利用政策等，减少旅游活动对自然环境的负面影响。构建良好的政策环境和生态环境，是保障旅游业长远健康发展的基础。

与此同时，应加大对生态环境保护的投入，推动旅游基础设施绿色升级，营造人与自然和谐共生的良好生态氛围。只有在政策支持与环境保护双重保障下，旅游业才能实现高质量、可持续的发展，成为推动经济增长和促进社会进步的重要力量。

## 6 旅游目的地营销策略

### 6.1 品牌建设推广路径

#### 6.1.1 智慧旅游与数字化转型

智慧旅游是指利用大数据、云计算、人工智能、物联网等先进信息技术手段，全面提升旅游管理和服务水平的一种新型旅游发展模式。通过整合各种数字资源，智慧旅游不仅实现了旅游信息的实时采集与分析，还能够为游客提供更加便捷、高效和个性化的服务体验。

在智慧旅游的数字化转型过程中，在线预订系统得到了广泛应用，游客可以通过手机 APP 或官方网站轻松完成机票、酒店、景区门票等各种旅游产品的预

订，极大地节省了时间和精力。同时，智能导览服务也在不断发展，利用 GPS 定位、语音识别和增强现实技术，游客能够获得实时的景点介绍、路线规划和互动体验，使旅游过程更加丰富有趣。

通过大数据分析，企业能够深入了解游客的行为偏好和消费习惯，实现精准营销，制定更有效的推广策略。同时，基于数据的运营决策帮助企业优化资源配置，提高管理效率，降低运营成本，增强整体竞争力。推动旅游行业的数字化转型，已经成为提升旅游业核心竞争力的关键举措。各级政府和相关企业正加大投入，完善数字服务体系，促进旅游产业链的协同发展。

### 6.1.2 可持续旅游发展策略

可持续旅游是一种注重生态保护、文化传承和社会责任的旅游发展模式。它不仅关注旅游业的经济收益，更强调在旅游过程中对自然环境的保护和对当地文化传统的尊重与传承。推行绿色旅游标准是可持续旅游的重要举措，通过制定和落实环保规范，促进资源节约和环境保护，减少旅游活动对生态系统的破坏。

此外，加强社区参与是实现可持续旅游的关键环节。通过积极引导和支持当地社区参与旅游规划与管理，促进旅游收益的公平分配，提升居民的获得感和幸福感，推动社会融合与和谐发展。社区居民不仅是旅游资源的守护者，也是文化传承的重要载体，他们的积极参与能够增强旅游产品的独特性和吸引力，提升游客体验质量。

发展低碳旅游产品也是推动可持续旅游的重要方向。这包括推广步行游、自行车游、公共交通旅游等低碳出行方式，设计生态友好型旅游线路，减少旅游活动的碳足迹。同时，倡导绿色住宿、绿色餐饮等环保服务，推动旅游产业链的绿色转型。实现经济效益、环境效益和社会效益的协调统一，是可持续旅游的根本目标。

只有在保护环境的前提下，实现经济发展的同时，促进社会公平和文化繁荣，旅游业才能实现长远健康的发展。通过科学规划和管理，建立完善的监测评估体系，不断优化旅游结构和管理模式，确保旅游资源的可持续利用，保障旅游业的持续繁荣与生态环境的良性循环。

## 7 未来发展建议与展望

### 7.1 政策建议

建议政府继续加大对旅游基础设施的投资力度，特别是在交通运输、景区建设、公共服务设施等方面投入更多资金，提升整体旅游接待能力和游客体验。同时，应进一步完善相关政策支持体系，出台更加科学合理的扶持政策，鼓励社会资本参与旅游产业发展，推动旅游业实现高质量发展。

在法律法规方面，建议完善旅游相关的法律法规体系，建立健全旅游市场秩序监管机制，强化对旅游市场的监管力度，规范旅游服务行为，严厉打击虚假宣传、价格欺诈和不诚信经营等违法违规行为，保障游客合法权益。与此同时，提升旅游服务标准，推动行业标准化、规范化建设，提升从业人员素质和服务水平，打造文明、有序、优质的旅游市场环境。

支持新兴旅游业态的发展，积极培育创新型旅游企业，推动数字化、智能化技术在旅游领域的应用，如智慧旅游、线上旅游服务平台、虚拟现实旅游体验等，提升旅游服务的科技含量和创新能力。同时，鼓励创业创新，扶持特色旅游品牌，打造具有地方特色和国际影响力的旅游产品。

加强国际旅游合作，深化与“一带一路”沿线国家及全球主要旅游市场的交流与合作，积极参与国际旅游组织和活动，提升中国旅游的国际知名度和影响力。通过引进国外先进的管理经验和服​​务理念，提升中国旅游企业的国际竞争力，推动中国成为全球重要的旅游目的地和旅游服务提供者。

## 7.2 行业发展趋势预测

未来，中国旅游业将朝着高质量、多元化和智慧化的方向不断发展，展现出更加丰富和深刻的内涵。首先，旅游产品将更加注重个性化和体验化，满足不同年龄层、兴趣爱好和消费能力的游客需求。无论是文化深度游、生态探险游，还是健康养生游、休闲度假游，都将提供更加定制化的服务，增强游客的参与感和满意度。

与此同时，绿色旅游和可持续发展理念将深入人心，成为行业发展的重要指导方针。各地旅游景区和相关企业将积极推进环保措施，保护自然生态环境，推动资源循环利用，减少碳足迹，促进旅游业与环境的和谐共生。游客的环保意识也将显著提升，更多人倾向选择低碳、环保的出游方式。数字化技术的广泛应用将极大提升旅游服务的效率和体验。

此外，随着市场竞争的日益激烈，旅游企业的创新能力将成为核心竞争力。企业不仅需要在产品设计、服务模式上不断推陈出新，还要善于利用科技手段提升运营管理水平，打造品牌特色，提升用户忠诚度。政府也将加大政策支持和引导力度，推动旅游产业的转型升级，促进区域旅游协调发展。

## 7.3 企业与目的地发展建议

企业应高度重视品牌建设和产品创新，不断提升服务质量，以满足消费者日益多样化和个性化的需求。品牌建设不仅仅是企业形象的塑造，更是企业文化和价值观的体现，能够增强客户的认同感和忠诚度。

在产品创新方面，企业应结合市场趋势和技术进步，开发具有独特卖点和竞争力的新产品，提升市场竞争力和用户体验。同时，企业应积极拥抱数字化转型，充分利用大数据、人工智能和云计算等先进技术，实现数据驱动的科学决策。通过数字化手段优化运营流程，提高管理效率，精准把握客户需求，实现精准营销和个性化服务，提升整体运营效能。

人才是企业发展的核心资源，企业应注重人才培养和团队建设，打造一支高素质、专业化、富有创新精神的团队。通过系统的培训机制、良好的激励制度和开放的沟通环境，激发员工的潜力和创造力，形成强大的组织凝聚力和竞争优势，从而提升企业的综合竞争力。对于旅游目的地来说，应加强资源的整合与优化，合理利用自然景观、人文历史和地方特色，打造独具特色且富有吸引力的旅游品牌。

通过提升旅游产品的品质和服务水平，增强游客的体验感和满意度，推动旅游业的可持续发展。此外，旅游目的地还应积极推动旅游生态建设，注重环境保护和文化遗产，平衡经济效益与社会效益。通过建立绿色旅游体系，促进地方经济发展，改善居民生活质量，实现旅游产业的健康、协调和可持续发展，最终实现经济效益与社会效益的双赢局面。

## 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。