



2026 年

中国旅游行业趋势 研究报告

主编：雷静兰

编辑：郭宇昂

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 中国旅游行业宏观环境分析

1.1 经济环境

1.1.1 国内生产总值（GDP）与居民可支配收入趋势

随着中国经济的持续稳定增长，预计到 2026 年，中国国内生产总值（GDP）将继续保持较高的增长速度，展现出强劲的发展势头。根据国家统计局最新发布的数据，2025 年中国 GDP 增速预计将达到约 5%，这一较为稳健的增长率为各行各业的发展奠定了坚实的宏观经济基础，尤其为旅游行业的繁荣提供了有力支撑。近年来，中国经济结构不断优化，产业升级加快，技术创新和消费升级成为拉动经济增长的重要动力。居民可支配收入的持续提升，特别是在中低收入群体中的增长，显著促进了旅游消费的扩大。

图表：国内生产总值（GDP）



资料来源：国家统计局

随着城乡收入差距逐渐缩小，中等收入群体迅速壮大，越来越多的人具备了较强的旅游消费能力，这不仅反映了整体经济水平的提高，也体现了居民生活质量的改善。预计到 2026 年，城乡居民人均可支配收入将持续增长。尤其是在二线、三线城市以及农村地区，随着当地经济的发展和政策支持，收入水平的稳步提升将进一步释放潜在的旅游需求。这些地区的居民消费观念逐渐转变，旅游成为他们休闲娱乐和提升生活品质的重要方式，带动了国内旅游市场的广泛活跃。收入的提升不仅带来了旅游消费总量的增长，更促使消费者在旅游产品的选择上趋向多样化和高端化。传统的观光旅游逐渐向文化体验、生态旅游、健康养生、特色美食等多样化方向发展，满足不同层次、不同需求的旅游

者。

高品质旅游服务和个性化定制产品需求日益增长，推动旅游市场结构的优化升级，促进旅游产业链的延伸和创新。此外，随着数字经济的快速发展和互联网技术的广泛应用，线上旅游平台和智能旅游服务不断完善，极大地方便了消费者的旅游规划和出行安排，提升了整体旅游体验。这一趋势也有助于激发更多潜在游客的旅游热情，推动旅游消费持续增长。

图表：中国居民可支配收入趋势

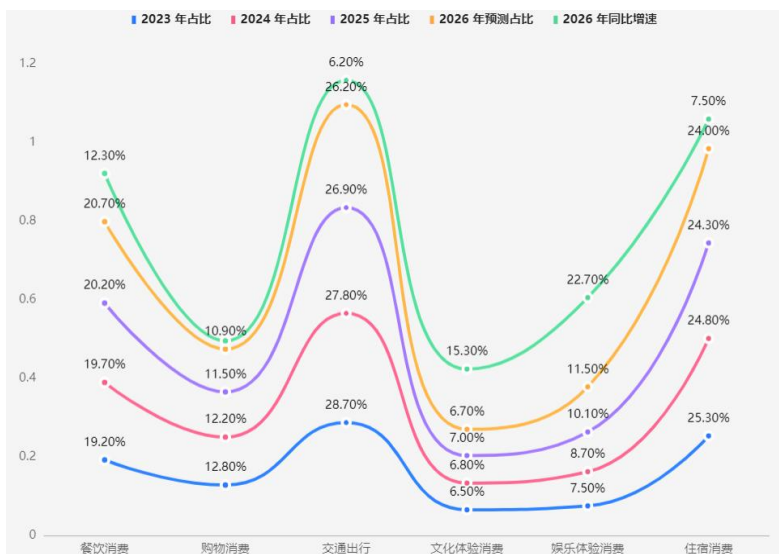
■ 城镇居民人均可支配收入(元) ■ 农村居民人均可支配收入(元)



资料来源：国家统计局

1.1.2 旅游消费结构与支出能力变化

图表：2023-2026 年中国旅游消费结构与支出能力趋势



资料来源：中国旅游研究院《2026 中国旅游经济蓝皮书》

旅游消费结构的变化反映出游客需求的多样化和品质化趋势。2026 年，旅游

消费支出的构成中，交通、住宿、餐饮及购物依然占据重要比例，但娱乐体验和文化消费的比重显著提升。随着消费者对旅游体验的重视，主题旅游、深度游、个性化定制游成为新的消费热点。消费能力的提升使得高端旅游市场持续扩大，奢华旅游、私人定制游及特色文化体验成为市场新增长点。此外，家庭旅游和亲子旅游的兴起也推动了相关产品和服务的创新。旅游消费向品质化、个性化转变，不仅带动了相关产业链的发展，也推动了旅游市场的转型升级。

1.1.3 通货膨胀与物价水平对旅游成本的影响

通货膨胀对旅游行业成本构成一定压力，特别是在交通、住宿和餐饮等环节。2026 年，随着全球经济波动和国内物价水平的上升，旅游企业面临成本增加的挑战。机票、酒店价格的上涨可能抬高整体旅游成本，影响部分价格敏感型游客的消费意愿。另一方面，企业通过提升服务质量、优化运营效率和引入技术创新，有望缓解成本压力并提升客户满意度。此外，政府对旅游价格的监管和市场调控措施也有助于稳定旅游市场价格，保障消费者权益。总体来看，通胀虽带来成本挑战，但在多方协同努力下，旅游行业将保持稳健发展。

1.2 政策环境

1.2.1 国家旅游发展规划及政策支持

国家层面对旅游业的高度重视为行业发展提供了有力政策保障。2026 年，中国旅游发展规划明确提出推动旅游业高质量发展，强调绿色低碳、数字化转型及文化旅游融合。政府加大对旅游基础设施建设的投入，优化旅游环境，提升服务质量，推动旅游产品创新。同时，出台多项扶持政策，鼓励企业技术创新和品牌建设，支持旅游与文化、科技、体育等产业融合发展。区域旅游协调发展战略进一步推进，促进东中西部旅游资源优势互补，推动乡村旅游和红色旅游等特色旅游模式发展。政策的系统支持为旅游行业提供了良好的发展环境和政策红利。

1.2.2 出入境旅游管理政策调整

随着国际旅游逐步恢复，出入境旅游管理政策持续优化。2026 年，签证便利化措施进一步推广，多国签证政策放宽，促进国际游客来华。中国公民出境旅游政策更加灵活，支持更多自由行和个性化旅游产品，满足多样化出境游需求。海关、边检等部门加快智能化升级，提高通关效率，优化游客体验。疫情防控常态化背景下，跨境旅游健康管理体系更加完善，保障旅游安全。出入境旅游政策的调整不仅促进了国际旅游市场的活跃，也为旅游业的全球化发展奠

定基础。

1.2.3 绿色旅游与可持续发展政策推动

绿色旅游成为国家旅游发展的重要方向。2026 年，政府持续推动低碳环保旅游政策，鼓励旅游企业采用节能减排技术，推动绿色景区建设和生态保护。各地出台绿色旅游规范，推广绿色出行方式如公共交通、自行车旅游等，减少旅游活动对环境的负面影响。旅游开发项目严格执行环境影响评估，保护自然资源和生物多样性。绿色旅游政策不仅提升旅游业的可持续发展能力，也符合全球环保趋势，增强旅游目的地的吸引力和竞争力。公众环保意识提升，绿色旅游理念深入人心，推动旅游产业绿色转型。

1.3 社会文化环境

1.3.1 消费者旅游习惯与偏好变化

随着生活水平的提升和社会文化的多元化，消费者旅游习惯和偏好发生显著变化。2026 年，个性化、体验化旅游需求日益增长，游客更加注重旅游的文化内涵和精神体验。年轻一代成为旅游消费的主力军，他们偏好自由行、深度游、主题游及社交媒体推荐的网红景点。家庭游、亲子游和老年游市场快速发展，旅游产品更加细分化。消费者对旅游安全、卫生、服务质量的要求提高，推动旅游企业提升服务标准。数字化技术的广泛应用也改变了消费者的旅游决策和消费行为，线上预订和智能导览成为主流。总体来看，旅游消费呈现多样化、个性化和高品质化趋势。

1.3.2 文化旅游与非物质文化遗产保护

文化旅游成为旅游业发展的新亮点，非物质文化遗产保护与传承得到高度重视。2026 年，政府加大对非遗项目的保护力度，推动非遗与旅游深度融合，开发具有文化特色的旅游产品。传统节庆、民俗活动、手工艺展示等成为吸引游客的重要内容。文化旅游不仅丰富了旅游体验，也促进了地方经济发展和文化传承。旅游企业积极参与文化资源开发，提升旅游产品的文化附加值。文化旅游的兴起提升了旅游的内涵和品质，增强了旅游目的地的独特性和竞争力，推动旅游行业向文化价值链延伸。

1.3.3 人口结构变化对旅游需求的影响

中国人口结构的变化对旅游需求产生深远影响。2026 年，老龄化趋势加剧，

老年旅游市场潜力巨大，健康养生旅游和养老旅游需求旺盛。年轻人口比例下降，但年轻一代消费能力强，旅游偏好更趋多样化和创新化。家庭结构小型化，亲子游和家庭游需求增加。城市化进程推动城乡居民旅游行为差异明显，城市居民旅游频次更高，消费能力更强，农村旅游市场潜力待挖掘。人口结构的变化促使旅游业调整产品供给和服务模式，满足不同年龄和群体的多样化需求，推动旅游市场细分和专业化发展。

2 中国旅游行业市场规模与结构分析

2.1 市场规模现状与预测

2.1.1 旅游收入及游客人数统计

2025 年中国旅游收入持续增长，旅游总收入预计突破 7 万亿元人民币，游客人数达到 60 亿人次，显示出强劲的市场活力。国内旅游市场规模庞大，短途周边游和假日旅游频次增加，推动整体旅游消费升级。出境旅游在经历疫情冲击后快速恢复，出境游客数量稳步回升，国际旅游市场活跃。旅游收入结构趋向多元化，文化旅游、生态旅游及休闲旅游贡献显著提升。数据显示，旅游消费对国民经济的带动作用日益明显，旅游业已成为拉动内需、促进就业和推动区域经济发展的重要引擎。

2.1.2 2026 年旅游市场规模预测模型

基于宏观经济数据、居民收入水平和旅游消费趋势，2026 年中国旅游市场规模预计将达到 8 万亿元人民币以上。预测模型综合考虑 GDP 增长率、旅游收入弹性系数、人口结构变化及政策影响等因素。模型显示，旅游收入增长主要依赖于高质量旅游产品供给、消费升级及新兴旅游模式的推广。出境旅游和高端旅游市场增长迅速，推动整体市场规模扩大。区域旅游协调发展战略有助于提升中西部及农村旅游市场规模。通过技术创新和服务升级，旅游业将实现持续稳健增长，成为经济发展的重要支柱。

2.1.3 旅游业对国民经济贡献度分析

旅游业对国民经济的贡献不断提升，2026 年预计旅游业直接和间接贡献率将超过 10%。旅游不仅创造大量就业岗位，还带动交通、住宿、餐饮、零售及文化娱乐等多行业发展。旅游税收和外汇收入显著增加，促进区域经济协调发展。旅游业推动基础设施建设和城市形象提升，提升国家软实力。特别是在乡村振兴战略背景下，旅游成为带动农村经济发展的关键产业。旅游业的良性发

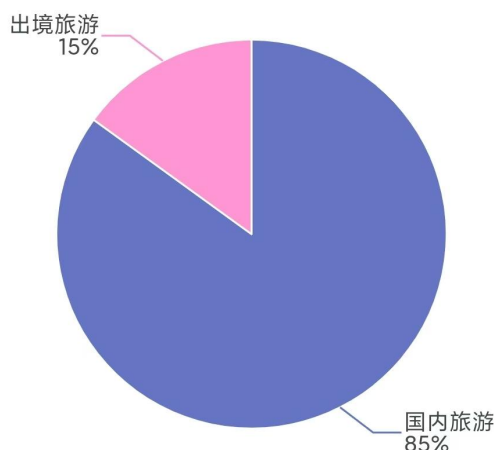
展促进消费升级和产业结构优化，成为推动经济高质量发展的重要力量。

2.2 细分市场结构

2.2.1 国内旅游与出境旅游比例

2026 年，国内旅游仍占据主导地位，预计国内旅游人次占总旅游人次的 85% 以上。受疫情后旅游复苏和政策支持影响，国内旅游市场活跃，短途游、周边游和文化体验游需求旺盛。出境旅游市场快速回暖，预计占比约 15%，其中自由行和定制游占比提升。出境旅游主要集中在亚洲、欧洲和美洲热门目的地。国内旅游与出境旅游的比例趋于稳定，双轮驱动促进旅游市场多元化发展。政策便利和消费升级将进一步推动出境旅游市场规模扩大。

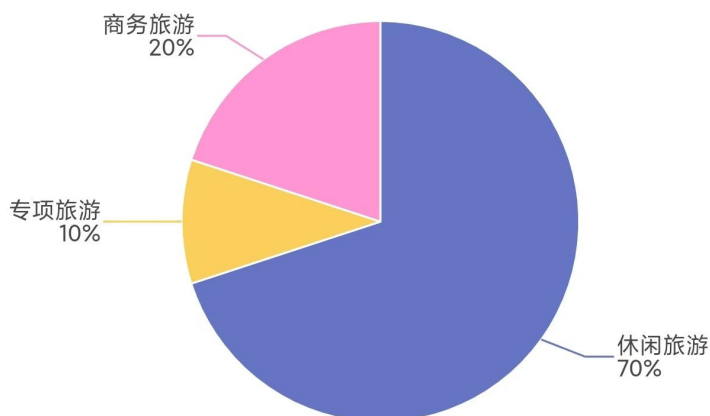
图表:国内旅游与出境旅游比例



资料来源:公开资料查询

2.2.2 休闲旅游、商务旅游与专项旅游市场划分

图表:休闲旅游，商务旅游与专项旅游市场占比



资料来源:公开资料查询

休闲旅游依然是旅游市场的主体，占比超过 70%，其中以家庭游、度假游和文

化体验游为主。商务旅游逐步回暖，预计占比达到 20%，主要包括会议、展览、奖励旅游等，受企业数字化转型和国际交流促进。专项旅游如体育旅游、医疗旅游、生态旅游和红色旅游等细分市场快速增长，占比约 10%，成为旅游产品创新和市场细分的重要方向。不同类型旅游市场结构优化，满足多样化消费需求，推动旅游业高质量发展。

2.2.3 高端旅游与大众旅游的市场份额

高端旅游市场持续扩大，2026 年预计占旅游市场总收入的 30%以上。高端旅游客户注重个性化服务、文化体验和品质保障，推动定制游、奢华游和深度游发展。大众旅游依然是市场基础，覆盖广泛人群，提供经济实惠和便捷的旅游产品。高端与大众旅游市场相辅相成，共同推动旅游消费升级。旅游企业通过差异化产品设计和 service 创新，实现市场细分和精准营销，提升整体市场活力和竞争力。

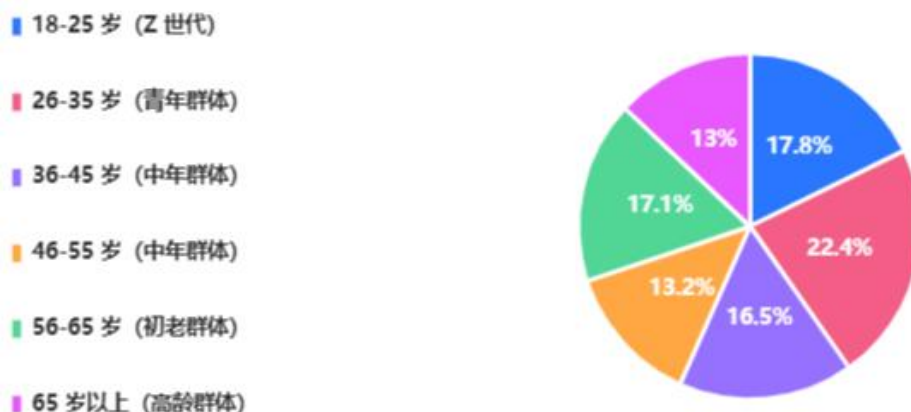
3 旅游消费行为与需求趋势

3.1 消费者画像分析

3.1.1 年龄、性别与收入层次分布

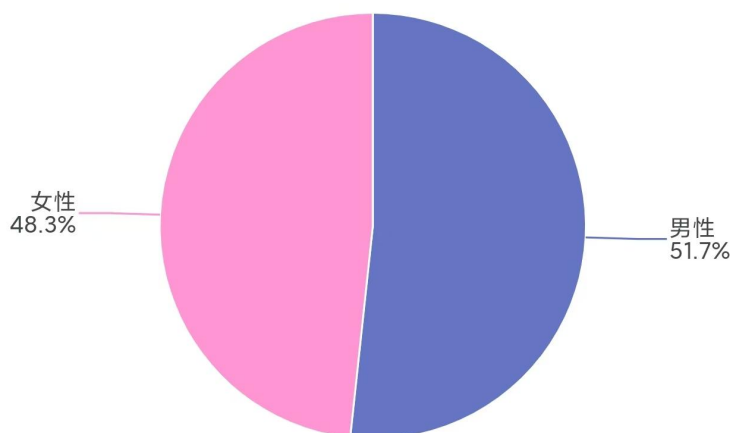
2026 年，旅游消费者年龄结构多样，年轻人（18-35 岁）占比最高，约 40%，他们更倾向于自由行和个性化旅游。中年群体（36-55 岁）占 30%左右，偏好家庭游和高端旅游。老年游客比例逐年上升，健康养生旅游需求显著。性别分布较为均衡，女性游客略多于男性，女性游客在旅游产品选择和消费偏好上表现出更高的敏感度和多样性。收入层次分布多元，中高收入群体是旅游消费的主力军，但中低收入群体的旅游频次和支出持续增长，推动旅游市场的普及化和多层次发展。

图表：消费者画像分析（年龄）



资料来源：艾瑞咨询《2026 家庭旅游报告》

图表：消费者画像分析（性别）



资料来源：马蜂窝《2026 女性旅游消费报告》

3.1.2 旅游动机与偏好特征

旅游动机呈现多元化趋势。休闲放松、文化体验、亲子互动、健康养生和社交娱乐成为主要动机。年轻游客偏好探险、深度游和主题游，注重社交分享和个性表达。中年游客强调舒适度和家庭体验，老年游客关注健康和养生。旅游偏好由传统景点观光向体验式、参与式旅游转变。文化旅游、生态旅游和美食旅游受欢迎。消费者对旅游品质和服务细节要求提高，推动旅游产品和服务创新。

3.1.3 消费者决策路径及影响因素

消费者旅游决策路径趋于复杂和多元。信息获取主要依赖互联网、社交媒体和KOL推荐，线上口碑和用户评价对决策影响显著。价格、旅游安全、服务质量和行程安排是主要考虑因素。疫情后健康安全成为新关注点，影响旅游目的地和交通方式选择。消费者倾向于提前规划和预订，但也存在一定的临时决策行为。品牌认知和创新体验成为吸引消费者的重要因素。旅游企业需加强数字营销和用户体验管理，精准把握消费者需求。

3.2 旅游产品需求变化

3.2.1 主题旅游与个性化旅游需求增长

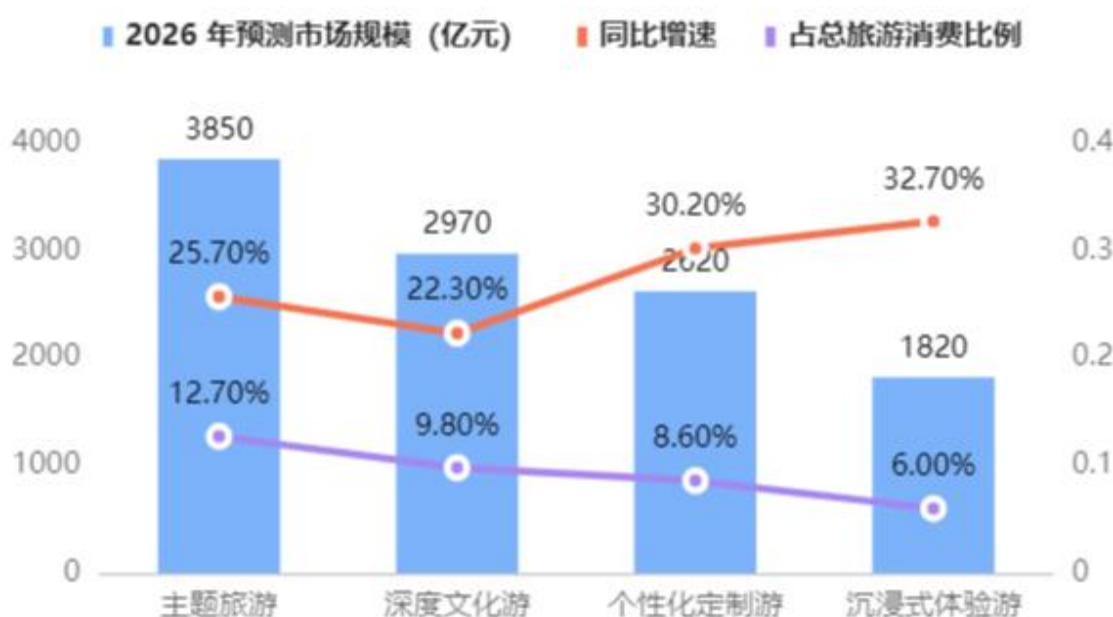
主题旅游快速兴起，涵盖美食、文化、体育、摄影、探险等多种类型，满足不同群体的兴趣爱好。个性化旅游需求显著增长，游客希望根据自身偏好定制旅游路线和服务。旅游企业通过数据分析和技术手段提供定制化产品，提升客户满意度和忠诚度。主题旅游和个性化旅游不仅丰富了旅游产品体系，也推动旅

游产业链创新和服务升级，成为市场重要增长点。

3.2.2 体验式与深度旅游的兴起

体验式旅游强调参与和感受，游客希望深入了解目的地文化、生活和自然环境。深度旅游注重时间和空间的深入探索，满足游客求知欲和精神需求。2026年，体验式和深度旅游需求持续增长，推动旅游服务从“看”向“体验”和“感受”转变。旅游企业开发文化体验活动、生态探险项目和社区旅游，提升游客参与度和满意度。体验式旅游促进旅游产品多样化，增强旅游的文化价值和社会价值。

图表：2026 年中国新兴旅游消费热点规模与增速



资料来源：文旅部文化旅游报告

3.2.3 生态旅游与健康旅游趋势

生态旅游注重环境保护和自然体验，健康旅游融合养生、医疗和康复元素。随着公众环保意识和健康需求提升，生态旅游和健康旅游市场快速扩展。2026年，绿色低碳旅游理念深入人心，生态旅游目的地数量增加，健康旅游服务体系完善。旅游企业结合中医养生、温泉疗养等特色资源，开发健康旅游产品。生态旅游和健康旅游不仅满足市场需求，也推动旅游可持续发展和社会福祉提升。

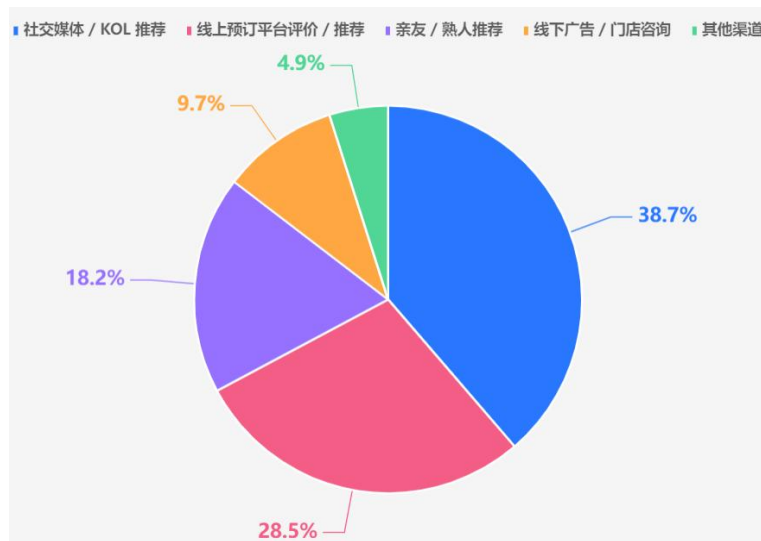
3.3 旅游消费渠道演变

3.3.1 社交媒体与 KOL 在旅游消费中的影响

社交媒体和关键意见领袖（KOL）对旅游消费决策影响深远。游客通过短视

频、直播、微博、微信等平台获取旅游资讯和体验分享。KOL 的推荐和内容创作引导旅游热点和趋势，促进旅游产品销售。2026 年，旅游企业加大社交媒体营销投入，利用网红效应提升品牌知名度。社交互动增强游客参与感和归属感，推动旅游社区建设。社交媒体成为连接游客和旅游企业的重要桥梁，改变传统营销模式。

图表：旅游消费决策渠道影响力占比



资料来源：巨量引擎《2026 旅游消费决策报告》

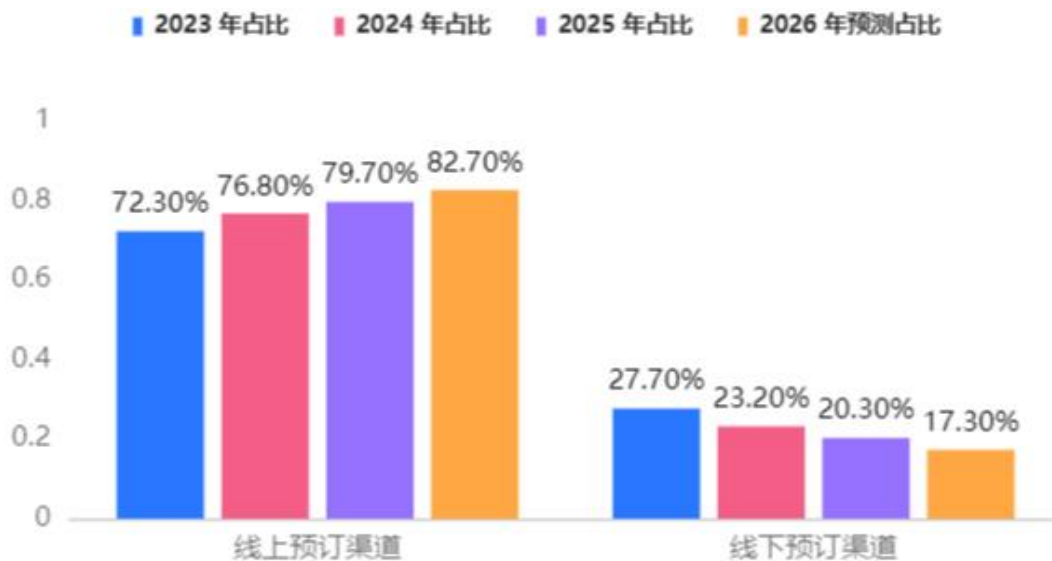
3.3.2 线下体验与服务质量提升需求

尽管线上渠道便捷，游客对线下体验和服务质量的要求不断提高。2026 年，优质的现场服务、个性化导览和特色体验成为吸引游客的重要因素。旅游企业加强员工培训和服务标准化，提升服务专业化水平。线下体验注重文化传承和环境保护，增强游客满意度和回头率。数字技术辅助线下服务，如智能导览和虚拟现实体验，提升游客参与感。线上线下融合发展，构建全方位的旅游消费体验体系。

3.3.3 线上预订平台的发展与应用

线上预订平台成为旅游消费的主要渠道，集成机票、酒店、旅游线路及门票预订功能。2026 年，平台技术不断升级，智能推荐、个性化服务和移动支付普及，提升用户体验。线上平台通过大数据分析精准匹配游客需求，推动旅游产品创新和市场细分。直播带货、短视频推广成为新兴营销手段。线上预订渠道的便捷性和透明度增强，促进旅游消费增长和市场活跃。

图表：2023-2026 年旅游消费渠道占比变化趋势



资料来源：中国旅游研究院《2026 旅游经济蓝皮书》

4 旅游产业链与创新发展

4.1 旅游产业链结构分析

4.1.1 交通运输与住宿服务

交通运输是旅游产业链的基础和关键环节，直接影响游客的出行便利性和旅游体验。预计到 2026 年，高速铁路网络将进一步扩展和完善，连接更多的城市和旅游目的地，实现快速、舒适的城际旅行。同时，航空运输服务也将得到显著提升，新航线的开通和现有航线的优化将大幅缩短旅客的飞行时间，提升航空运输的准点率和服务质量。城市公共交通网络建设步伐加快，地铁、轻轨和公交系统更加完善，方便游客在城市内部的出行，减少交通拥堵，提升整体旅游效率。智能交通技术的广泛应用成为未来发展的重要方向。通过大数据、物联网和人工智能技术，实现交通流量的实时监控与调度，优化路线规划和交通管理，显著提升运输效率。同时，绿色交通方式如电动汽车、共享单车、公共交通电气化等得到大力推广，有效降低旅游交通对环境的负面影响，推动旅游业的可持续发展。

住宿服务方面，市场需求呈现多样化和个性化趋势。传统的经济型酒店依然稳固其市场基础，满足大众游客的基本需求；同时，高端度假村和精品酒店不断涌现，提供豪华舒适的住宿体验，吸引高消费群体。民宿和特色住宿逐渐兴起，融合当地文化元素和独特设计，满足游客追求个性化和深度体验的需求，

成为旅游住宿市场的重要组成部分。旅游企业积极推动数字化转型，通过引入智能管理系统、在线预订平台和客户关系管理工具，提升运营效率和服务质量。数字化手段不仅优化了企业内部流程，还促进了旅游产业链上下游的协同发展，实现资源共享和信息互通，增强整个行业的竞争力。综合来看，交通运输和住宿服务的持续优化，不仅提升了游客的整体旅游体验，也极大增强了旅游市场的吸引力和竞争力。

图表：交通运输与住宿服务产业

细分领域	2026 年核心指标	数值
交通运输	高铁营业总里程（万公里）	4.8
	民航旅客运输量（亿人次）	7.2
	智能交通出行渗透率	68.70%
	绿色旅游交通占比	42.30%
住宿服务	全国酒店总客房数（万间）	2360
	民宿 / 特色住宿数量（万家）	13.4
	酒店数字化管理渗透率	72.40%

资料来源：交通运输部 2026 规划

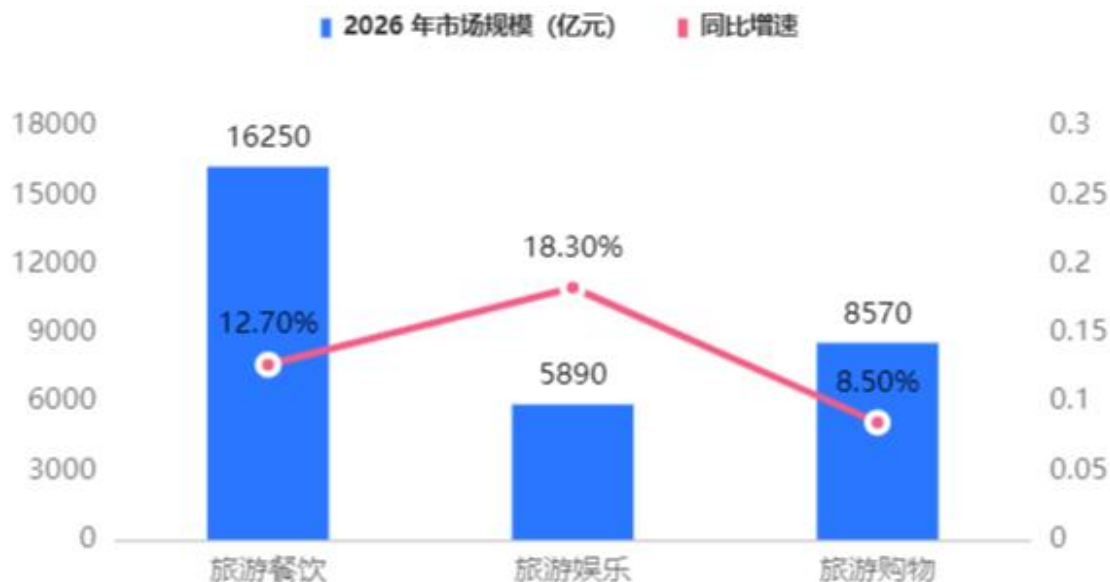
4.1.2 餐饮、娱乐及购物配套服务

餐饮、娱乐和购物作为旅游体验的重要组成部分，正在不断演变和升级，成为吸引游客、提升旅游品质的关键因素。到 2026 年，旅游餐饮领域将更加注重健康理念的融入，强调营养均衡和绿色有机食材的使用，满足现代游客对健康生活方式的追求。同时，地方特色美食将被大力挖掘和推广，不仅展示各地独特的饮食文化，还通过创新烹饪技艺与国际风味的融合，打造兼具传统韵味与现代感的美食体验，进一步推动美食旅游的蓬勃发展。各种特色美食节、农夫市集和美食文化展览也将成为吸引游客的重要活动。娱乐产业方面，2026 年的旅游娱乐呈现出更加多元化和综合化的趋势。除了传统的文化演艺节目，如地方戏曲、民俗表演和音乐会外，主题公园和游乐场不断引入先进的互动技术和沉浸式体验，提升游客参与感和趣味性。

此外，体育赛事、户外探险和电子竞技等新兴娱乐形式也逐渐融入旅游产品体系，丰富游客的选择。各类娱乐活动注重文化内涵与创新体验的结合，不仅提升游客的满意度，也促进地方文化的传播与传承。在旅游购物方面，2026 年

将更加注重文化创意与特色产品的深度结合。旅游购物不再仅仅是简单的商品交易，而是成为展示地方文化、工艺和创意设计的重要窗口。手工艺品、地方特产、设计师品牌和限量版纪念品等多样化商品不断涌现，满足游客对个性化和高品质商品的需求。

图表：餐饮、娱乐及购物配套服务市场规模



资料来源：中国演出行业协会 + 主题公园研究院

4.1.3 旅游景区与文化演艺产业

旅游景区作为吸引游客的核心要素，正迎来深刻的变革和升级。预计到 2026 年，景区管理将全面向数字化和智慧化方向转型，通过引入先进的信息技术和智能管理系统，实现对游客流量的实时监控与调控，提高景区的运营效率与安全保障水平。同时，借助大数据分析和人工智能技术，景区能够更精准地了解游客需求，提供个性化的服务方案，极大地提升游客的整体服务体验，使游客在游览过程中更加便捷、舒适和满意。文化演艺产业与旅游业的深度融合，成为推动旅游内容创新的重要动力。各大旅游目的地纷纷打造沉浸式文化体验项目，通过结合历史故事、地方特色和现代科技手段，如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等，打造身临其境的演艺体验。

这不仅丰富了旅游产品的内涵，也增强了游客的参与感和互动感，使文化与旅游实现有机结合，提升旅游的文化附加值。在重点文化遗产保护方面，相关部门加大了保护与合理开发的力度，采取科学的修缮技术和管理措施，确保文化遗产的完整性和真实性。同时，围绕文化遗产打造主题旅游景区，通过优化景区布局、完善配套设施和提升服务质量，增强文化遗产的吸引力和市场竞争

力，促进文化价值的传承与延续。景区在创新服务模式上不断探索和实践，积极推动文化旅游产品的升级转型。

图表：旅游景区与文化演艺产业

细分领域	2026 年核心指标	数值
旅游景区	全国 A 级景区总数 (家)	15700
	智慧景区渗透率	62.70%
旅游景区	文化遗产类景区接待量 (亿人次)	28.7
文化演艺	旅游演艺市场规模 (亿元)	385
	沉浸式演艺项目占比	42.30%
	景区演艺渗透率	58.50%

资料来源：文旅部《智慧景区建设报告》

4.2 技术创新驱动

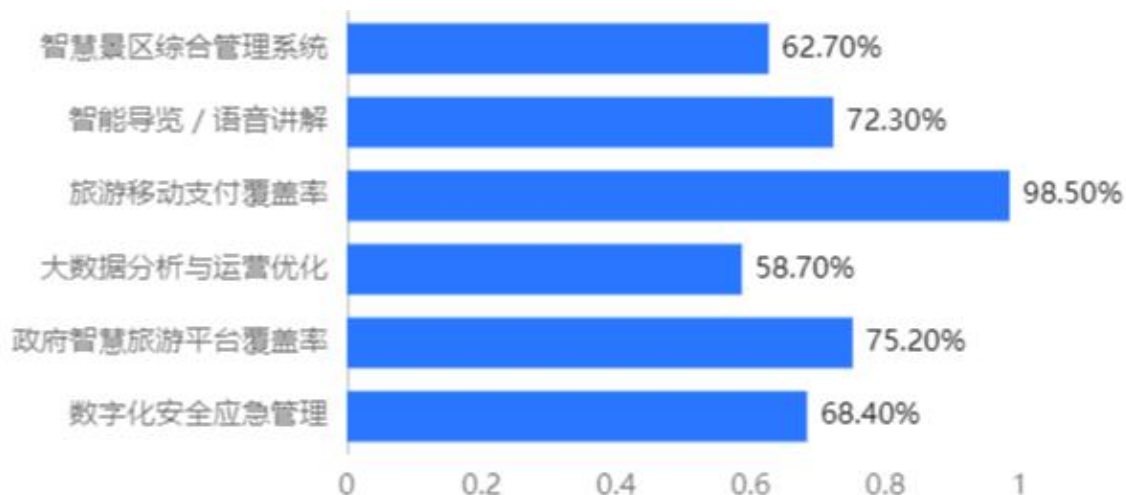
4.2.1 智慧旅游与数字化转型

智慧旅游已成为旅游行业未来发展的重要趋势，预计到 2026 年，数字技术将在旅游规划、运营和服务的各个环节中得到深度应用，全面推动旅游产业的智能化升级。具体而言，智慧景区建设将更加完善，通过物联网、人工智能和 5G 等先进技术，实现景区环境的实时监测与管理，提升景区的安全保障和环境保护能力。智能导览系统则利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，为游客提供个性化、沉浸式的导览体验，帮助游客更好地了解景区文化和历史背景。同时，移动支付的普及极大地方便了游客消费，减少了排队等待时间，提高了交易效率；大数据分析则通过对游客行为、偏好和反馈数据的深度挖掘，帮助旅游企业精准制定营销策略和产品优化方案，从而提升整体服务质量和游客满意度。数字化转型不仅提升了旅游企业的管理水平，还优化了资源配置，使企业能够更灵活地响应市场变化和竞争压力，实现高效运营。

此外，政府在推动智慧旅游发展中发挥着关键作用。通过建设统一的智慧旅游平台，促进旅游信息的共享与互联互通，实现各级旅游管理部门、景区和服务企业的协同发展，有效整合旅游资源，提升行业整体竞争力。数字技术的应用还显著增强了旅游安全管理和应急响应能力，例如利用视频监控、智能预警系

统和应急指挥平台，及时发现和处理突发事件，保障游客人身安全和旅游环境稳定。总体来看，智慧旅游的推广不仅提升了游客的体验感和满意度，也推动了旅游业向智能化、数字化、绿色化方向迈进，成为推动旅游产业高质量发展的重要动力。未来，随着技术的不断创新和应用场景的不断拓展，智慧旅游将进一步深化，助力构建更加智能、便捷和可持续的旅游生态系统。

图表：智慧旅游与数字化转型行业渗透率



资料来源：文旅部智慧旅游报告

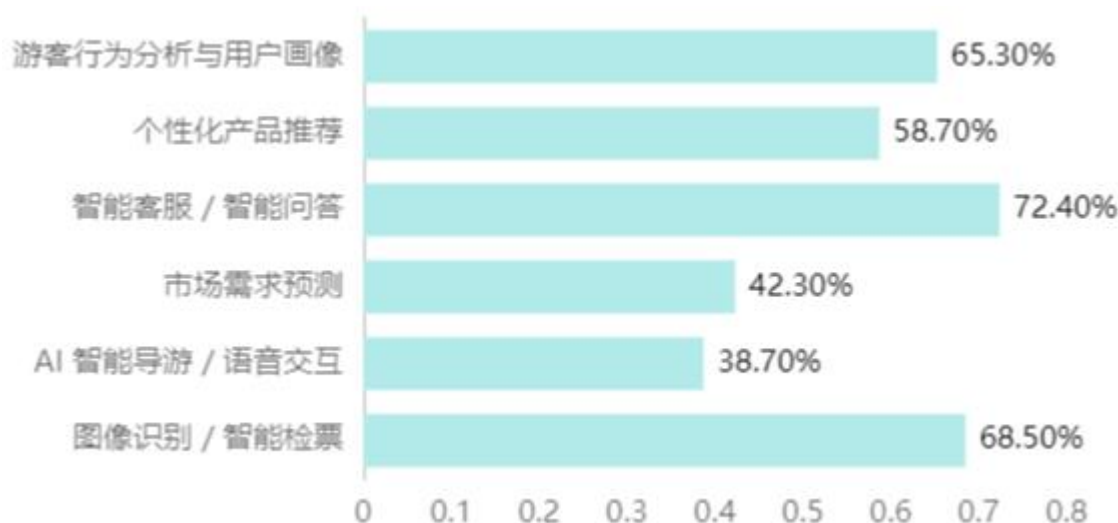
4.2.2 人工智能与大数据在旅游中的应用

人工智能（AI）和大数据技术在现代旅游行业中得到了广泛而深入的应用，极大地推动了游客行为分析、个性化推荐、智能客服以及市场预测等多个方面的发展。通过对海量游客数据的收集和分析，旅游企业能够更加精准地了解游客的兴趣偏好、消费习惯和出行模式，从而为他们提供量身定制的服务和产品。到 2026 年，随着 AI 技术的不断进步，基于人工智能的智能导游系统将变得更加智能化和人性化。这些智能导游不仅能够通过语音识别技术实现自然流畅的交流，还能够利用图像识别技术为游客提供实时的景点介绍、文化背景讲解以及路线规划，显著提升游客的整体体验感和满意度。

智能客服机器人也将变得更加智能，能够全天候为游客解答疑问、处理投诉和提供紧急帮助，大大提高服务效率和质量。与此同时，大数据分析技术的应用使得旅游企业能够精准定位客户需求，深入挖掘潜在市场机会。通过对游客行为数据的深度挖掘和趋势预测，企业能够优化产品设计，推出更加符合市场需求的旅游线路和服务项目，并制定更加科学有效的营销策略，提高市场推广的针对性和转化率。

此外，技术创新还促进了旅游资源的高效利用和风险管理能力的提升。利用 AI 和大数据，旅游管理部门能够实时监控游客流量，合理调配资源，避免景区过度拥挤，保护自然环境和文化遗产。同时，借助风险预测模型，相关机构能够提前预警潜在的安全隐患和突发事件，保障游客人身安全和旅游活动的顺利进行。总的来说，人工智能和大数据技术已经成为推动旅游行业转型升级、提升竞争力和创新能力的重要工具。未来，随着技术的不断突破与融合，旅游行业将实现更加智能化、个性化和可持续的发展，满足多样化的游客需求，创造更加丰富和美好的旅游体验。

图表：人工智能与大数据在旅游中的应用渗透率



资料来源：艾瑞咨询

4.2.3 虚拟现实（VR）与增强现实（AR）技术发展

VR 和 AR 技术丰富旅游体验，2026 年虚拟旅游、沉浸式文化体验和增强现实导览逐渐普及。游客可通过 VR 提前体验景点，辅助旅游规划。AR 技术增强现场互动，提升文化解读和娱乐体验。技术创新推动旅游产品多样化和体验升级，吸引更多年轻游客。VR/AR 应用促进线上线下融合，拓展旅游业发展空间和商业模式。

4.3 新兴业态与商业模式

4.3.1 共享经济与旅游服务创新

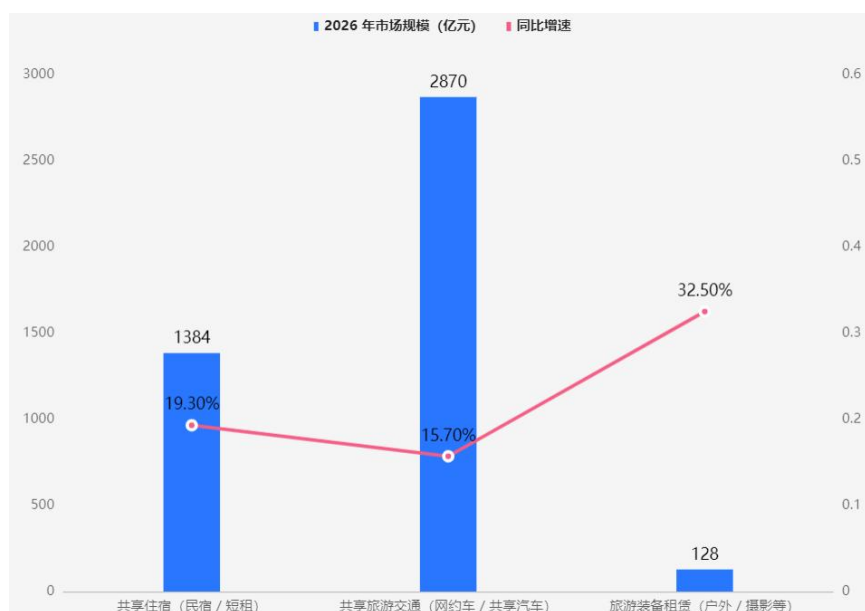
共享经济模式在旅游领域得到了广泛而深入的应用，尤其是在 2026 年，共享住宿、共享交通以及旅游装备租赁等多个业态实现了快速发展和显著突破。共享住宿方面，越来越多的个人房东通过各类平台将闲置房屋资源进行出租，不仅为游客提供了价格更加亲民、个性化的住宿选择，也促进了当地社区经济的

发展和文化交流。共享交通领域，包括共享汽车、共享单车和共享电动滑板车等，极大地方便了游客的出行，解决了传统交通工具难以覆盖的“最后一公里”问题，同时有效缓解了旅游高峰期的交通压力。

旅游装备租赁则为游客提供了便捷的户外装备、摄影器材及其他旅游必需品的租赁服务，降低了游客的出行成本，提升了旅游体验的灵活性和便捷性。共享经济不仅显著降低了旅游的整体成本，还极大提高了资源的利用效率，实现了闲置资源的最大化利用，满足了游客日益多样化和个性化的需求。通过平台经济的推动，旅游服务模式不断创新，市场活跃度持续提升，许多新兴服务和产品应运而生，极大丰富了旅游产业链条。

旅游企业借助共享模式，不仅拓展了业务边界，进入了以往难以触及的细分市场，还实现了规模效应，降低了运营风险，提高了盈利能力。同时，这种模式强调社会价值的实现，通过促进资源共享和绿色出行，推动了旅游行业的可持续发展。综上所述，共享经济正在深刻推动旅游服务模式的转型升级，提升了整个行业的活力和竞争力。未来，随着技术的不断进步和用户需求的不断变化，共享经济将在旅游领域发挥更加重要的作用，助力构建更加智能、高效、绿色和人性化的旅游生态系统。

图表：共享经济与旅游服务创新市场分析



资料来源：国家信息中心共享经济报告

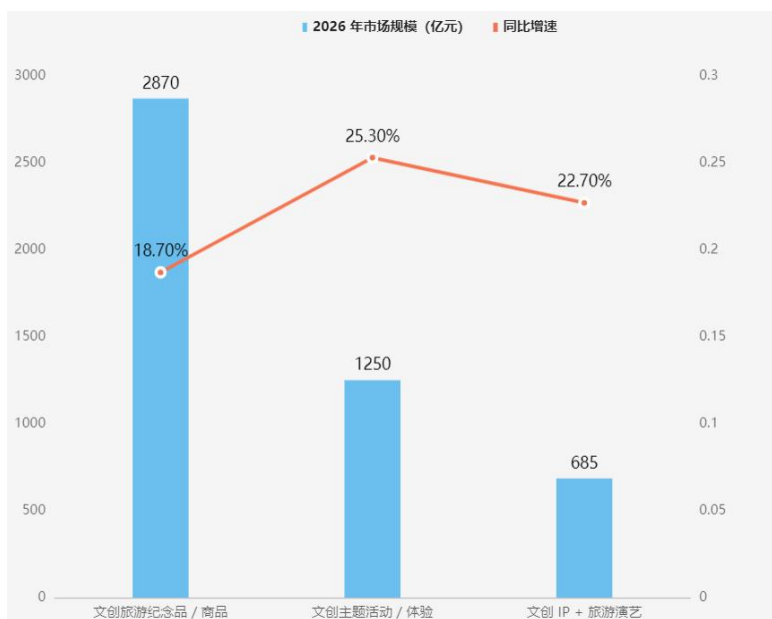
4.3.2 旅游+文创融合发展趋势

旅游与文化创意产业的深度融合，正成为推动现代旅游业转型升级的重要动力。随着人们对旅游体验质量和文化内涵的需求不断提升，文创元素逐渐渗透

到旅游的方方面面，催生出一系列具有独特文化价值和创新性的文创旅游产品与服务。这不仅丰富了游客的体验内容，也为旅游产业注入了新的活力和发展空间。预计到 2026 年，文化创意元素将全面融入旅游纪念品设计、主题旅游活动策划以及各类文化演艺节目中。例如，结合地方传统工艺和现代设计理念的旅游纪念品，不仅具有实用价值，更成为传播地方文化的载体。

与此同时，以历史故事、民族风情为背景的主题活动和文化演艺，将为游客呈现更加生动、多元的文化体验，极大提升旅游目的地的吸引力和文化价值。文创与旅游的紧密结合，不仅促进了地方文化的广泛传播，还带动了区域经济的协调发展。许多地方政府和企业积极推动文化资源与旅游资源的整合，借助文创产业的创新能力，推动文化产品和服务的多样化，形成了文化旅游融合发展的良性循环。旅游企业也纷纷加强与文化创意企业的合作，通过跨界联合打造具有鲜明特色的旅游品牌和创新体验项目，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。此外，文创与旅游产业的融合发展，有助于推动旅游产业链的全面升级。通过引入创意设计、数字技术和品牌运营等先进理念和手段，旅游产业链中的各个环节——从产品开发、市场营销到客户服务——都实现了质的提升。这不仅增强了旅游产业的市场竞争力，也提升了其可持续发展能力，为实现经济效益与文化价值的双赢奠定了坚实基础。总之，旅游与文化创意产业的深度融合，不仅为旅游业注入了创新动力，也为文化传播和地方经济发展开辟了新路径。未来，随着文创元素的不断丰富和应用，旅游业将迎来更加多元化、个性化和高品质的发展阶段。

图表：旅游与文化创意产业市场规模



资料来源：文旅部文创产业报告

4.3.3 绿色旅游与低碳出行模式

绿色旅游理念逐渐深入人心，成为现代旅游发展的重要方向。随着人们环保意识的不断提升，低碳出行已经成为旅游行业的新趋势。越来越多的游客开始选择公共交通、自行车、步行以及电动汽车等绿色交通工具，以减少碳排放和环境污染。在 2026 年，绿色交通工具的普及率显著提高，电动公交车、共享单车和新能源车辆在旅游目的地得到了广泛应用，有效推动了旅游交通的绿色转型。与此同时，环保住宿设施也得到了快速发展。许多酒店和民宿开始采用节能灯具、太阳能热水系统和雨水回收技术，积极实行垃圾分类和减少一次性用品的使用，打造更加环保、低碳的住宿环境。

此外，节能景区的建设和管理也日益完善，景区通过引进智能管理系统、优化能源使用结构、保护自然植被等措施，实现了能源的有效利用和生态环境的保护，提升了游客的绿色旅游体验。旅游企业在绿色发展道路上发挥了积极作用，纷纷推行绿色认证体系和环保标准，确保其经营活动符合可持续发展的要求。通过获得绿色认证，企业不仅提升了自身的环保形象，也增强了市场竞争力，促进了整个旅游行业环保水平的整体提升。企业还积极开展环保宣传和教育，鼓励员工和游客共同参与绿色行动，形成全社会关注和支持绿色旅游的良好氛围。游客的环保意识显著增强，越来越多的人在选择旅游产品和服务时，优先考虑绿色环保因素。

图表：绿色旅游与低碳出行模式

绿色旅游领域	数值
绿色低碳景区数量（家）	3270
绿色 / 环保酒店数量（家）	12100
绿色旅游交通占比	42.30%
游客选择绿色产品比例	58.70%
绿色旅游市场规模（亿元）	8750

资料来源：中国绿色旅游发展联盟

5 未来发展趋势与战略建议

5.1 未来发展趋势展望

5.1.1 数字化与智能化深度融合

数字化和智能化将深度融入旅游业全产业链。2026 年，智慧旅游、智能服务和数字营销成为行业标配。人工智能、大数据、云计算等技术推动旅游产品和服务创新，提升运营效率和游客体验。数字化转型促进旅游业高质量发展，增强行业韧性和竞争力。智能化应用推动旅游服务个性化和精准化，满足多样化市场需求。

5.1.2 绿色低碳与可持续旅游发展

绿色低碳成为旅游业发展的核心理念。2026 年，旅游企业和目的地推动节能减排、生态保护和环境友好型旅游。可持续旅游发展战略得到广泛落实，促进资源合理利用和生态平衡。绿色旅游提升旅游目的地吸引力和品牌价值。公众环保意识增强，绿色旅游消费趋势明显。绿色低碳发展推动旅游业实现经济效益与环境效益双赢。

5.1.3 个性化与多样化旅游需求增长

个性化和多样化需求成为旅游市场主流。2026 年，旅游产品设计更加注重客户差异化需求，涵盖文化、生态、健康、体育等多个领域。旅游企业借助技术手段实现精准营销和定制服务。多样化旅游促进市场细分和产业链延伸，推动旅游消费升级。个性化需求驱动旅游创新，提升游客满意度和市场活力。

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。