

世界旅游经济趋势报告(2023)

(简版)

世界旅游经济趋势报告(2023)(简版)





世界旅游经济趋势报告（2023）

（简版）

世界旅游城市联合会
中国社会科学院旅游研究中心



一、发展环境：全球经济增速有所放缓



（一）国际形势更趋复杂严峻

1. 国际环境更趋复杂严峻

一是全球新冠肺炎疫情持续反复。尽管诸多国家和地区出台了相应疫情防控措施，但随着新冠病毒的不断变异，多数国家和地区仍然面临局部规模性反弹的境况。二是俄乌冲突带来负面效应。俄乌冲突不仅导致本地区经济增长大幅放缓甚至面临萎缩，而且给全球经济造成严重的负面溢出效应。



图 1.1 全球新冠疫情图景

数据来源：美国霍普金斯大学，<https://coronavirus.jhu.edu/map.html>

2. 全球经济面临强劲逆风

一是全球经济增长预期下调。2022 年 10 月，国际货币基金组织（IMF）发布《世界经济展望》，预计全球经济增长将从 2021 年的 6.0% 下降至 2022 年的 3.2% 和 2023 年的 2.7%，且存在 25% 的可能性会降至 2% 以下。联合国贸发会议（UNCTAD）发布的《2022 贸易与发展报告》指出，全球经济增长预计将从 2022 年的 2.5% 进一步降至 2023 年的 2.2%，全球经济增长放缓将使实际 GDP 仍低于疫情前水平，累计缺口超过 17 万亿美元，接近全球经济收入的 20%。二是国际投资增速明显放缓。2022 年 10 月 27 日，联合国贸发会议（UNCTAD）发布的《全球投资趋势监测》报告指出，2022 年第二季度的全球外国直接投资（FDI）流量比第一季度下降了 37%，比 2021 年的季度平均值低 7 个百分点，预计 2022 年全年国际投资预期将明显放缓。

3. 五大区域均呈下滑趋势

2022 年 10 月，国际货币基金组织（IMF）发布《区域经济展望》报告显示，预计 2022 年和 2023 年，欧洲地区经济增速将持续下滑至 2.6% 和 0.6%；亚太地区经济经历过 2021 年的强劲反弹（6.5%）后，2022 年经济增速放缓至 4.0%；中东地区的新兴市场、中等收入经济体、低收入国家受到重创，市场融资渠道缩减；非洲地区经济增速将大幅放缓至 3.6%；美洲地区经济将在 2022 年底和 2023 年减速。

4.T20 国家多数面临挑战

一是近八成新增确诊病例来自 T20 国家。T20 国家 2022 年 11 月 13 日的新增确诊病例总数约为 28.75 万例，占全球当日新增确诊病例的比重为 78.89%。二是绝大多数 T20 国家经济增速放缓。根据国际货币基金组织（IMF）2022 年 10 月份发布的《区域经济展望》数据，除中国和泰国之外，其他 T20 国家的经济增速均呈不同程度的下滑。



二、旅游经济：全球旅游经济稳步恢复



(一) 2022 年全球旅游恢复至疫情前六至八成

2022 年全球旅游总人次（含国内旅游人次和国际旅游人次，下同）达到 95.7 亿人次，同比增长 18.9%；全球旅游总人次恢复至疫情前 2019 年的 66.1%（见图 2.1）。

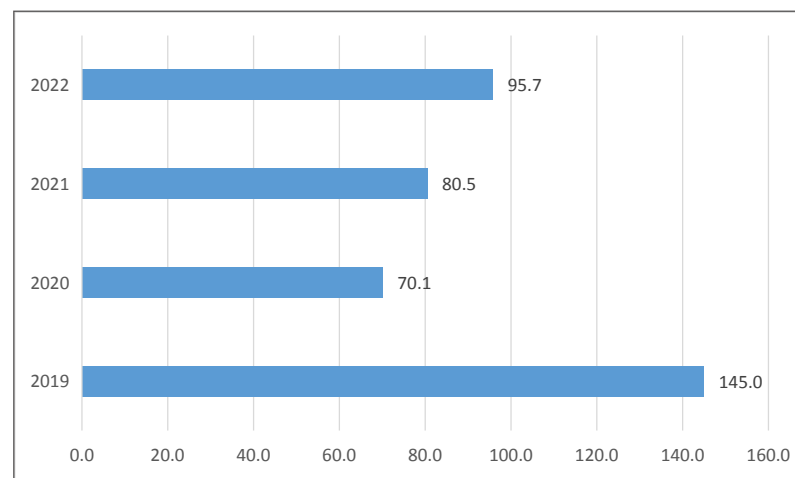


图 2.1 2019-2022 年全球旅游总人次（单位：亿人次）³

2022 年全球旅游总收入（含国内旅游收入和国际旅游收入，下同）达到 4.6 万亿美元，同比增长 21.1%；全球旅游总收入恢复至疫情前 2019 年的 79.6%（见图 2.2）。

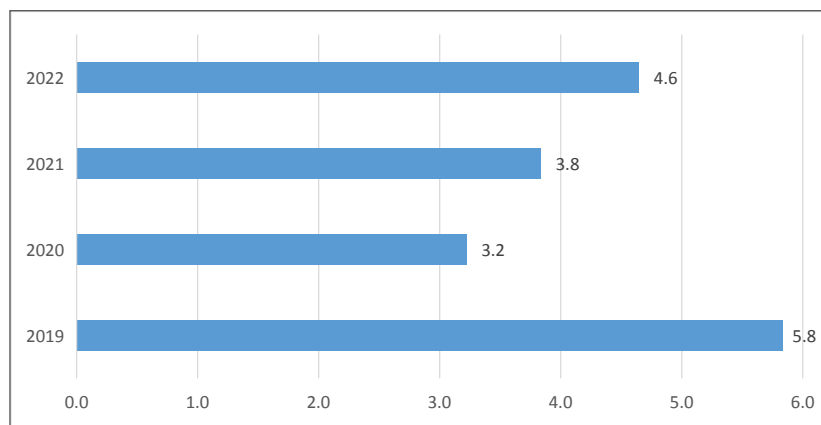


图 2.2 2019-2022 年全球旅游总收入（单位：万亿美元）

3. 如无特殊说明，以下所有数据均来源于中国社会科学院旅游研究中心课题组。

(二) 2022 年全球旅游总收入恢复势头好于全球经济

2022 年，虽然全球经济增长预期放缓，但是随着疫苗接种率普遍上升，各国逐渐完全放开疫情管制措施，并相继出台促进旅游复苏的策略，旅游经济增长速度继续提高。2022 年全球旅游总收入增速达到 21.1%，比 2021 年的 19.1% 提高 2 个百分点；而 2022 年全球经济增速为 3.2%，比 2021 年的 6.0% 下降 2.8 个百分点。

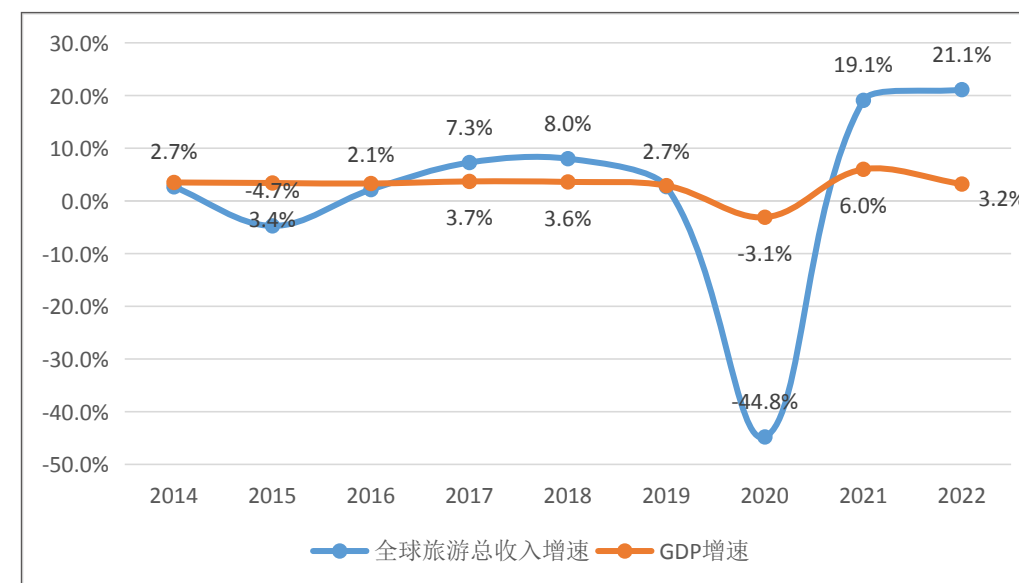


图 2.3 2014-2022 年全球旅游总收入增速与 GDP 增速比较

注：GDP 增速数据来源于国际货币基金组织，《世界经济展望》2022 年 4 月和世界展望》2022 年 10 月



(三) 2022 年全球旅游总收入相当于 GDP 的比例恢复至近 5%

2022 年全球旅游总收入相当于 GDP 的比例为 4.8%，比疫情前 2019 年低 2 个百分点，但是比 2021 年增长 0.7 个百分点（见图 2.4）。

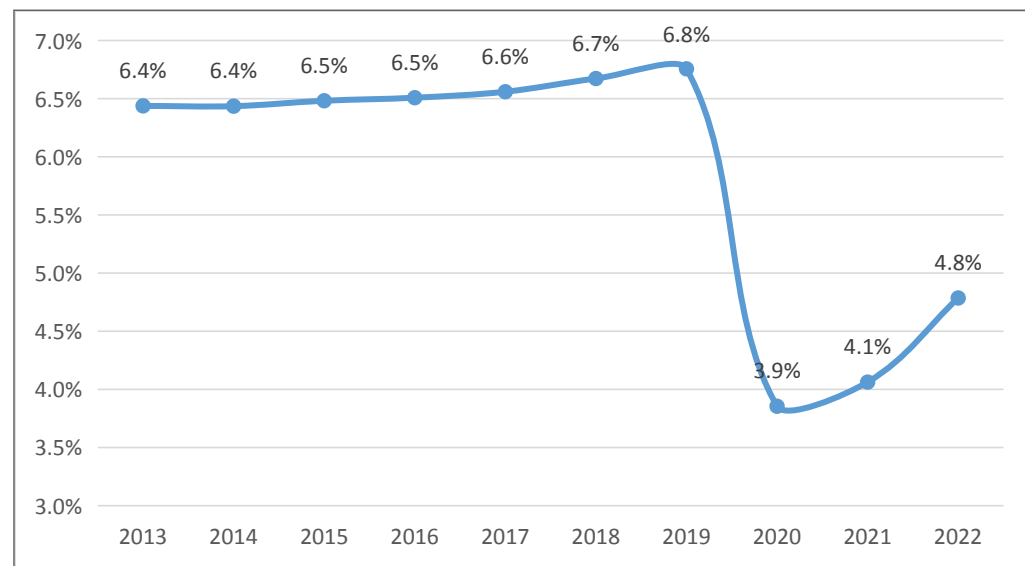


图 2.4 2013-2022 年全球旅游总收入相当于 GDP 的比例

(四) 2022 年全球国内旅游恢复程度好于国际旅游

2022 年全球国际旅游人次为 9.0 亿人次，同比增长 99.8%，恢复至疫情前 2019 年的 63.3%；2022 年全球国际旅游收入为 1.1 万亿美元，同比增长 58.7%，恢复至疫情前 2019 年的 66.9%（见图 2.5 和图 2.6）。

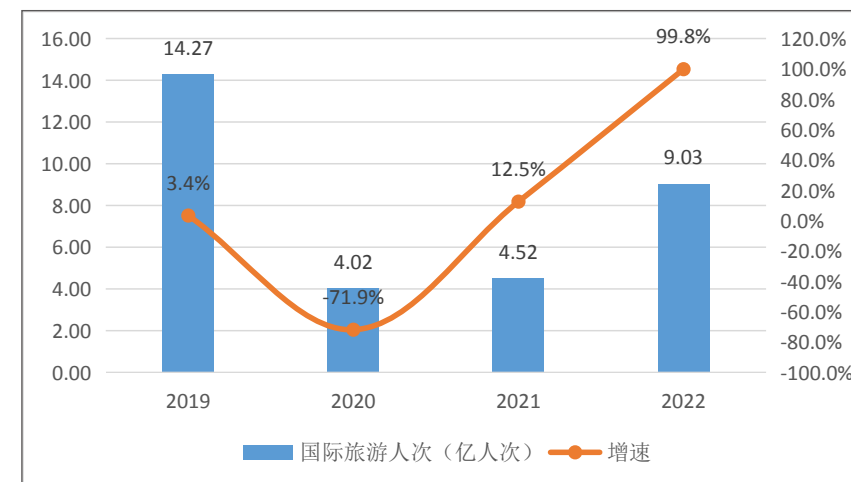


图 2.5 2019-2022 年全球国际旅游人次及其增速

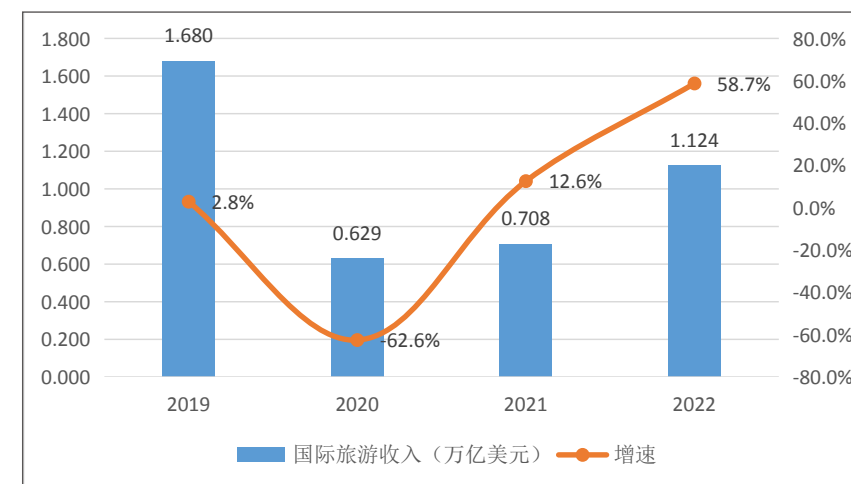


图 2.6 2019-2022 年全球国际旅游收入及其增速



2022 年全球国内旅游人次为 86.7 亿人次，同比增长 14.2%，恢复至疫情前 2019 年的 66.4%；2022 年全球国内旅游收入为 3.5 万亿美元，同比增长 12.6%，恢复至疫情前 2019 年的 84.8%（见图 2.7 和图 2.8）。

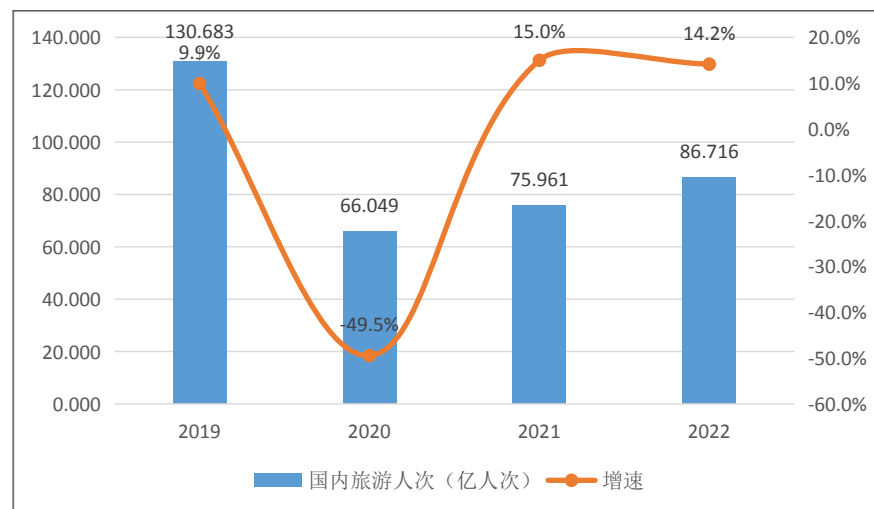


图 2.7 2019-2022 年全球国内旅游人次及其增速

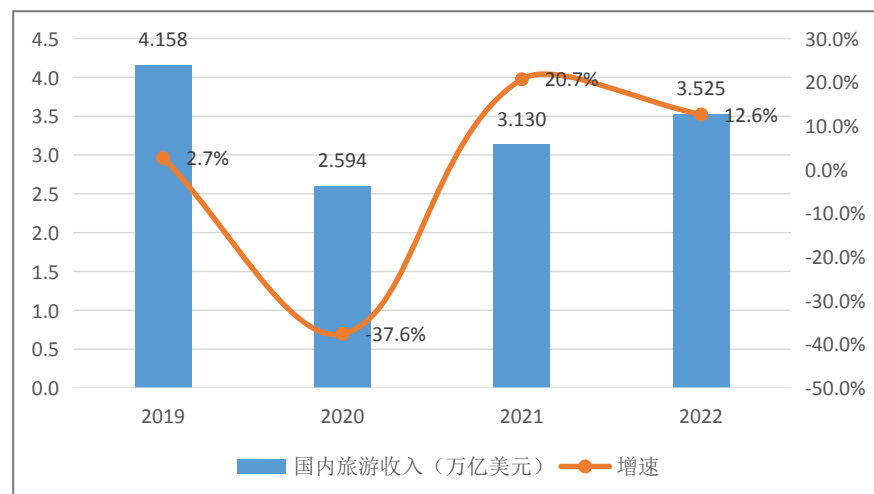


图 2.8 2019-2022 年全球国内旅游收入及其增速

相较而言，2022 年全球国内旅游人次的恢复水平略好于国际旅游。2022 年全球国际旅游人次恢复至疫情前 2019 年的 63.3%，与国内旅游人次的恢复水平（66.4%）相比，低 3.1 个百分点（见图 2.9）。

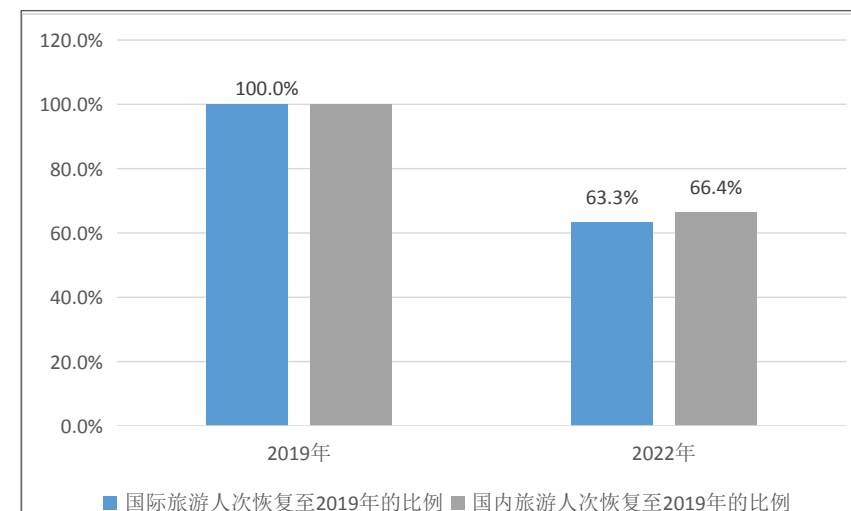


图 2.9 2022 年全球国际旅游人次与国内旅游人次恢复水平比较

全球国内旅游收入的恢复水平则远远好于国际旅游。2022 年全球国际旅游收入恢复至疫情前 2019 年的 66.9%，与国内旅游收入的恢复水平（84.8%）相比，低 17.9 个百分点（见图 2.10）。

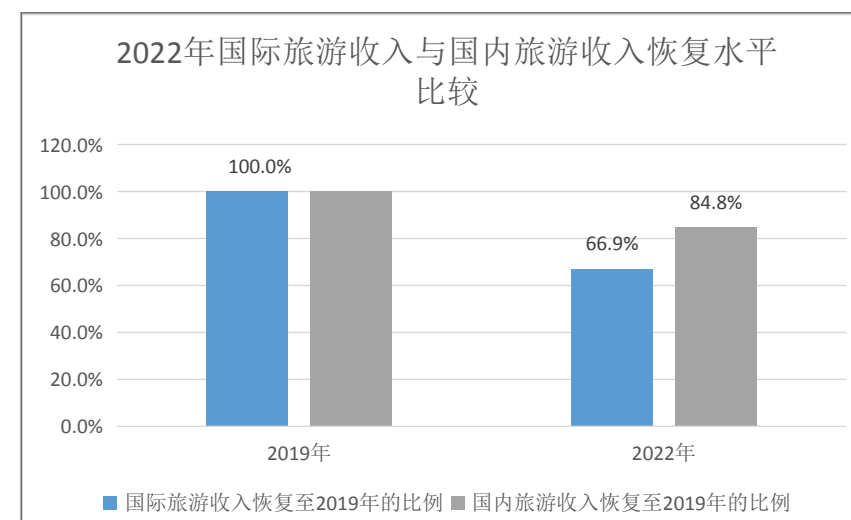


图 2.10 2022 年全球国际旅游收入与国内旅游收入恢复水平比较

（五）2022 年全球旅游恢复水平逊于航空运输业

2022 年全球航空旅客人次恢复水平好于全球旅游总人次恢复水平。2022 年全球航空旅客总人数将恢复至疫情前 2019 年的 83%²；与之相比，2022 年全球旅游总人次恢复至疫情前 2019 年的 66.1%，二者相差 16.9 个百分点（见图 2.11）。

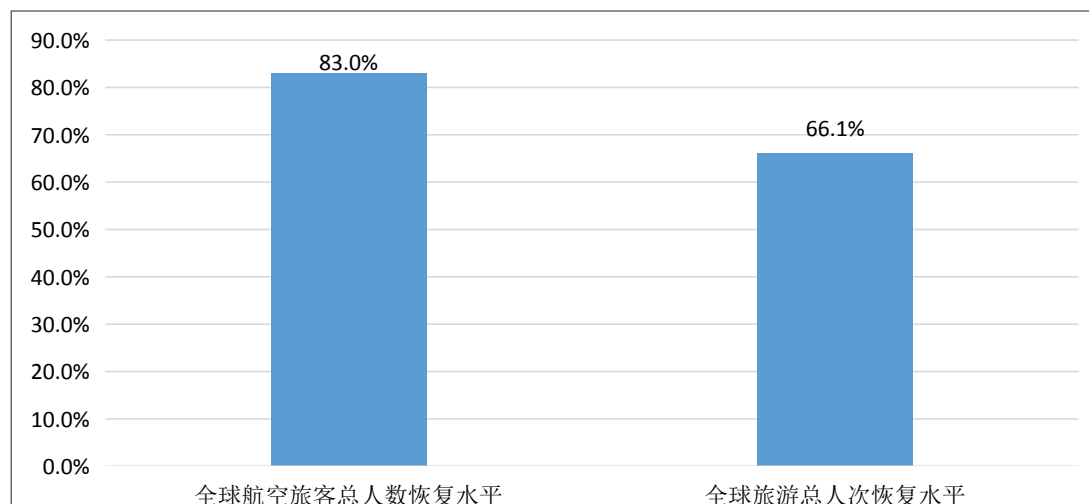


图 2.11 2022 年航空旅客总人数与全球旅游总人次恢复水平比较

2.IATA（国际航空运输协会）代表约 290 家航空公司，占全球航空运输量的 83%。
<https://www.iata.org/en/pressroom/2022-releases/2022-03-01-01/>

（六）2022 年全球国际旅游收入增速远高于国际贸易

2022 年，全球国际旅游收入为 1.1 万亿美元，同比增长 58.7%；2022 年全球货物贸易总额同比增长约 10%，服务贸易总额同比增长约 15%；2022 年全球国际旅游收入增速分别比全球货物贸易和服务贸易增速高出 48.7 和 43.7 个百分点（见图 2.12）。

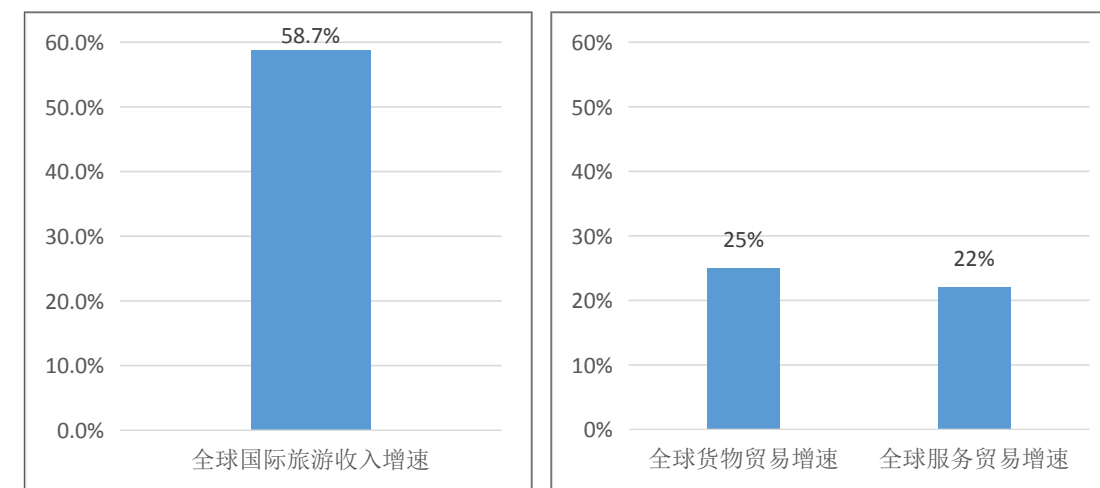


图 2.12 2022 年全球国际旅游收入增速与 2022 年货物和服务贸易增速



(七) 2022 年发达经济体旅游表现好于新兴经济体

2022 年，发达经济体旅游总人次为 32.8 亿人次，同比增长 25.3%（见图 2.13）；新兴经济体旅游总人次为 62.9 亿人次，同比增长 15.9%（见图 2.14）；发达经济体旅游总人次增速比新兴经济体旅游总人次增速高 10 个百分点左右。

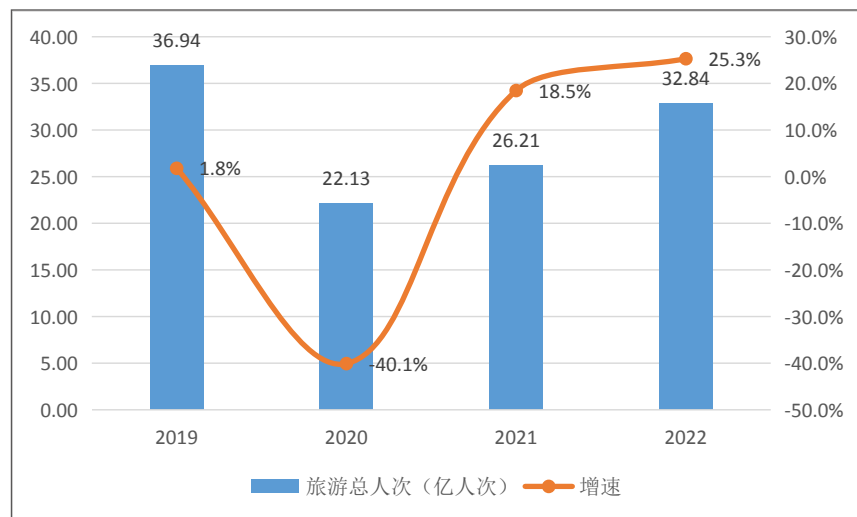


图 2.13 2019-2022 年发达经济体旅游总人次及其增速

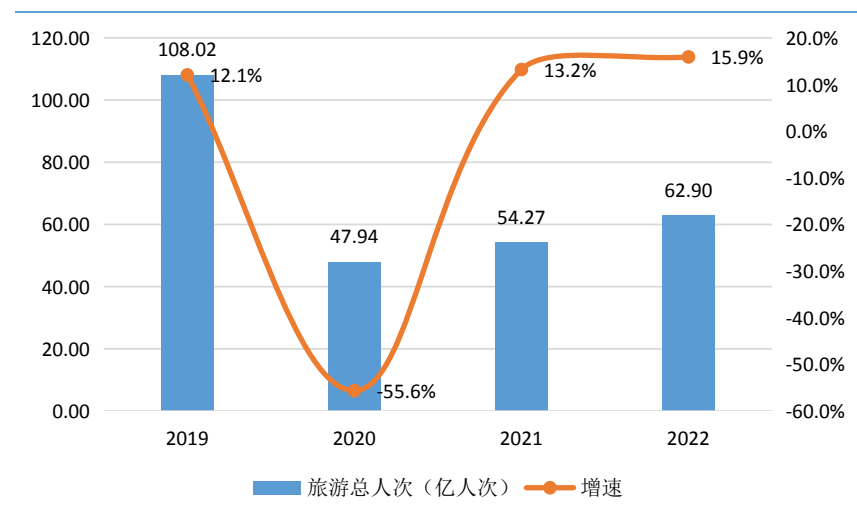


图 2.13 2019-2022 年发达经济体旅游总人次及其增速

2022 年，发达经济体旅游总收入为 3.1 万亿美元，同比增长 27.1%（见图 2.15）；新兴经济体旅游总收入为 1.5 万亿美元，同比增长 10.6%（见图 2.16）；发达经济体旅游总收入增速比新兴经济体旅游总收入增速高 17 个百分点左右。

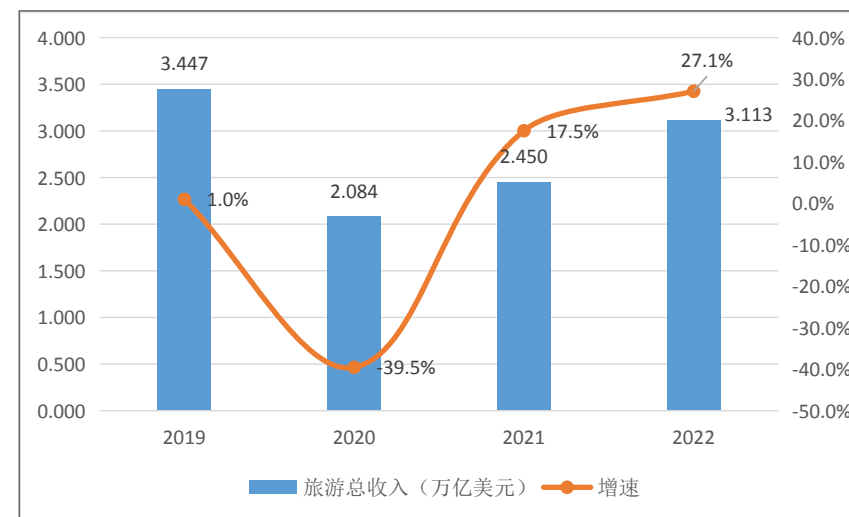


图 2.14 2019-2022 年发达经济体旅游总收入及其增速

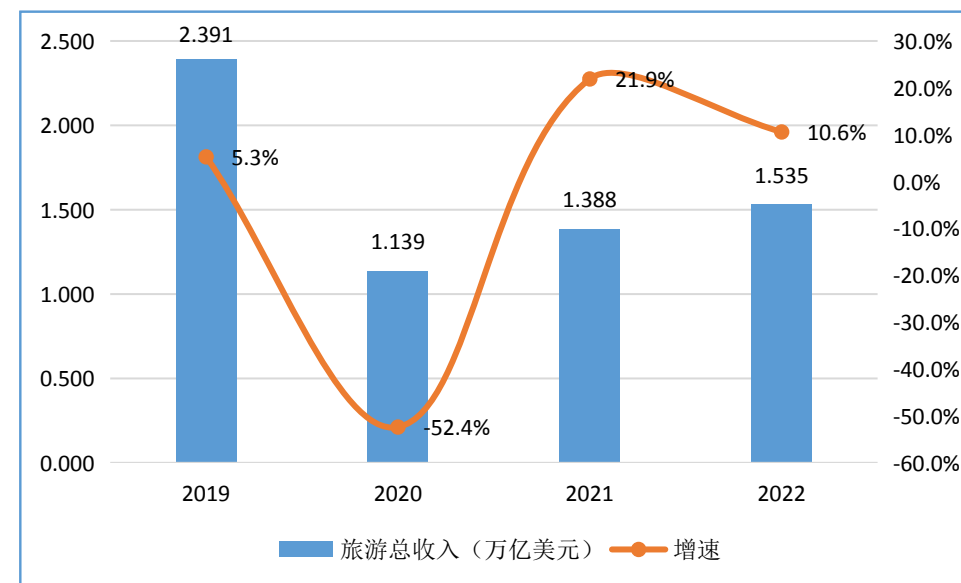


图 2.16 2019-2022 年新兴经济体旅游总收入及其增速

发达经济体旅游恢复表现比新兴经济体好三成左右。2022 年，发达经济体旅游总人次恢复至疫情前 2019 年的比例为 88.9%，新兴经济体的这一比例仅为 58.2%，前者比后者高出 30.7 个百分点；发达经济体旅游总收入恢复至疫情前 2019 年的比例为 90.3%，新兴经济体的这一比例为 64.2%，前者比后者高出 26.1 个百分点(见图 2.17)。

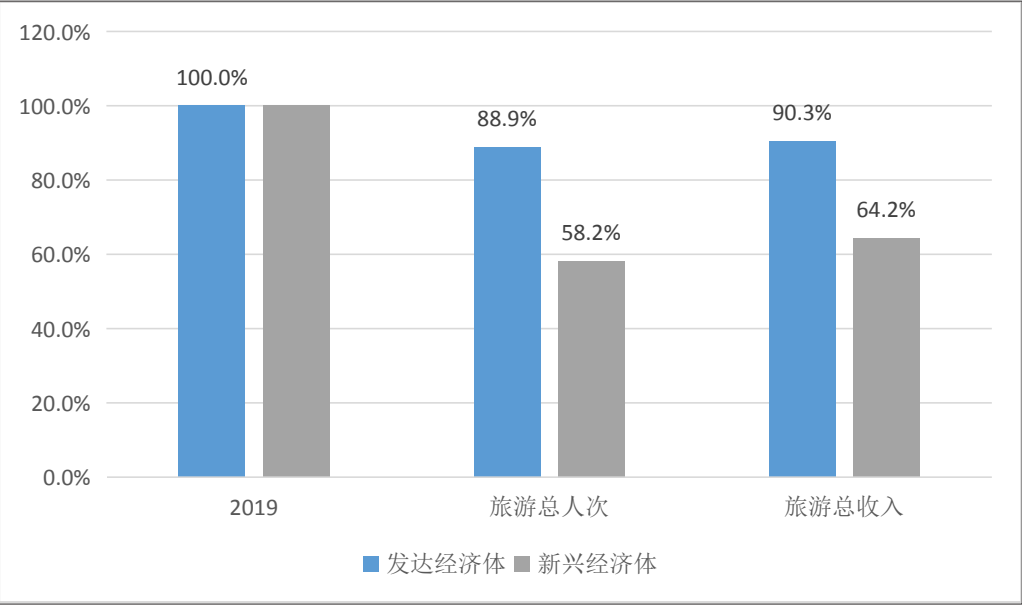


图 2.17 2022 年不同经济体旅游恢复水平

(八) 2023 年全球旅游恢复程度预计好于 2022 年

从全球旅游总人次恢复程度来看。预计，悲观情境下，2023 年全球旅游总人次为 92.4 亿人次，将恢复至疫情前 2019 年的 63.8%，恢复水平比 2022 年（58.2%）高出 5.6 个百分点；基准情境下，2023 年全球旅游总人次为 107.8 亿人次，将恢复至疫情前 2019 年的 74.4%，恢复水平比 2022 年（66.1%）高 8.3 个百分点；乐观情境下，2023 年全球旅游总人次将达到 119.9 亿人次，将恢复至疫情前 2019 年的 82.7%，恢复水平比 2022 年（71.2%）高 11.5 个百分点（见表 2.1 和图 2.18）。

表 2.1 2023 年不同情境下全球旅游总收入及其增速

	全球旅游总人次 (亿人次)	增速 (%)
悲观情境	92.4	9.6%
基准情境	107.8	12.6%
乐观情境	119.9	16.2%

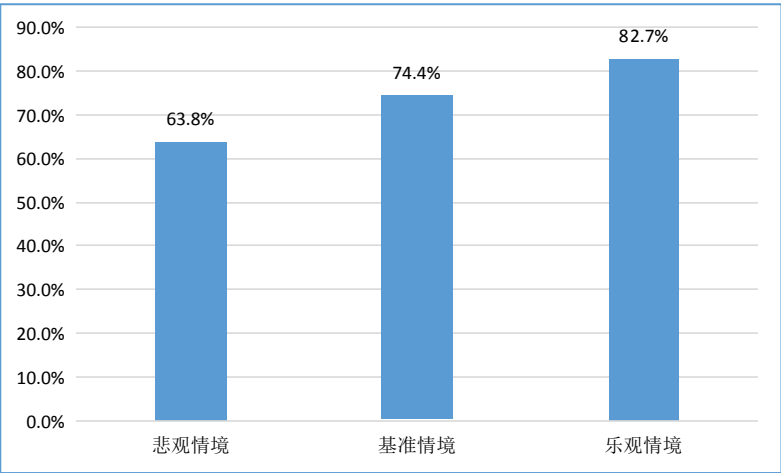


图 2.18 2023 年不同情境下全球旅游总人次恢复水平

从全球旅游总收入恢复程度来看。预计，悲观情境下，2023 年全球旅游总收入为 4.5 万亿美元，将恢复至疫情前 2019 年的 77.6%，恢复水平比 2022 年（79.6%）略低 2 个百分点；基准情境下，2023 年全球旅游总收入为 5.0 万亿美元，将恢复至疫情前 2019 年的 86.2%，恢复水平比 2022 年（79.6%）高 6.6 个百分点；乐观情境下，2023 年全球旅游总收入将达到 5.5 万亿美元，将恢复至疫情前 2019 年的 94.8%，恢复水平比 2022 年（79.6%）高 15.2 个百分点（见表 2.2 和图 2.19）。

表 2.2 2023 年不同情境下全球旅游总收入及其增速

	全球旅游总收入（万亿美元）	增速（%）
悲观情境	4.5	5.4%
基准情境	5.0	8.6%
乐观情境	5.5	13.0%

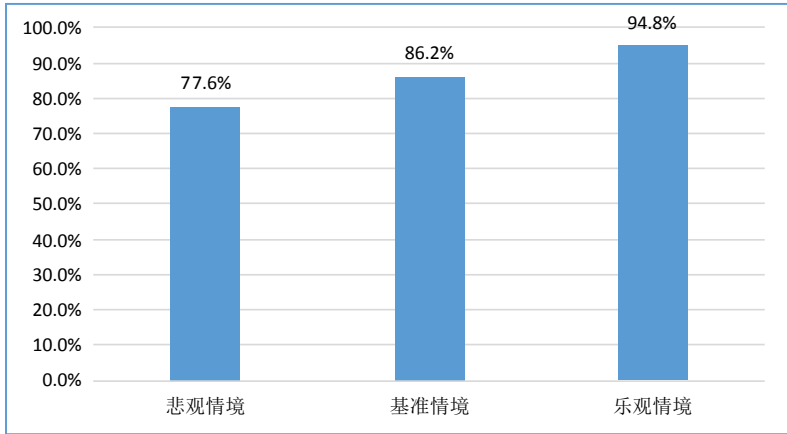


图 2.19 2023 年不同情境下全球旅游总收入恢复水平

（九）2023 年全球国内旅游恢复程度继续好于国际旅游

2023 年，悲观情境下全球国内旅游人次恢复至疫情前 2019 年的比例为 64.1%，比全球国际旅游人次恢复水平（60.4%）高出 3.7 个百分点；基准情境下，前者比后者高出 1.7 个百分点；乐观情境下前者比后者高出 7.1 个百分点（见图 2.19）。

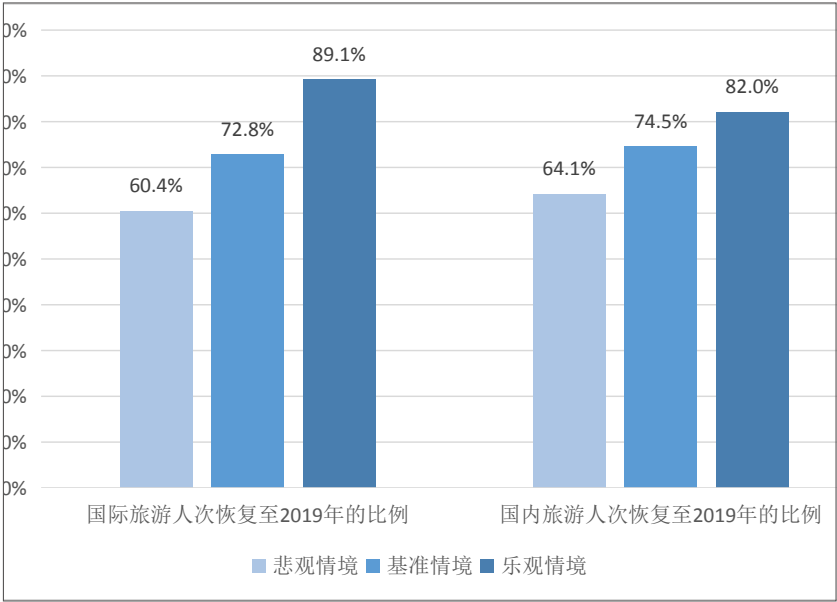


图 2.20 2023 年全球国际旅游人次与国内旅游人次恢复水平比较



2023 年，悲观情境下全球国内旅游收入恢复至疫情前 2019 年的比例为 82.4%，比全球国际旅游收入恢复水平（64.7%）高出 17.7 个百分点；基准情境下，前者比后者高出 16.3 个百分点；乐观情境下前者比后者高出 9.1 个百分点（见图 2.20）。

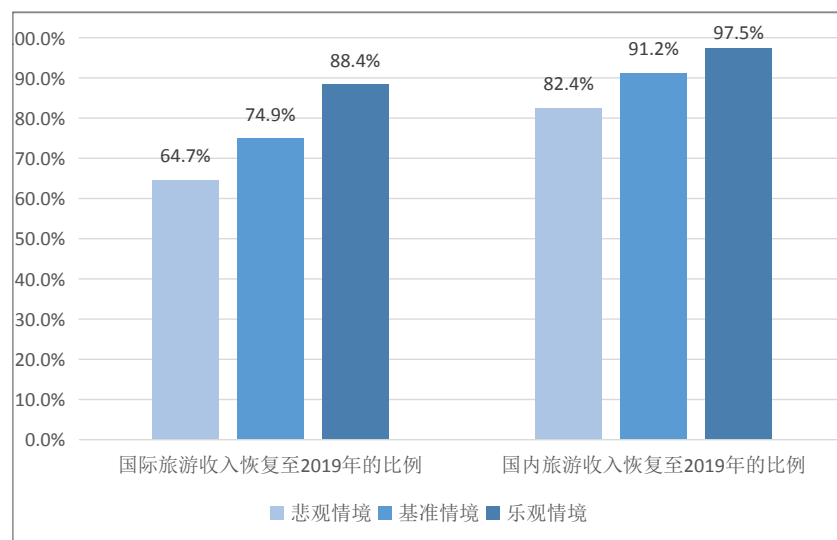


图 2.21 2023 年全球国际旅游收入与国内旅游收入恢复水平比较

（十）2023 年发达经济体旅游恢复程度仍将好于新兴经济体

1.2023 年发达经济体旅游基本恢复至疫情前水平

预计 2023 年，发达经济体旅游基本恢复至疫情前 2019 年的水平，新兴经济体旅游恢复至疫情前的六至八成，见图 2.21 和图 2.22。

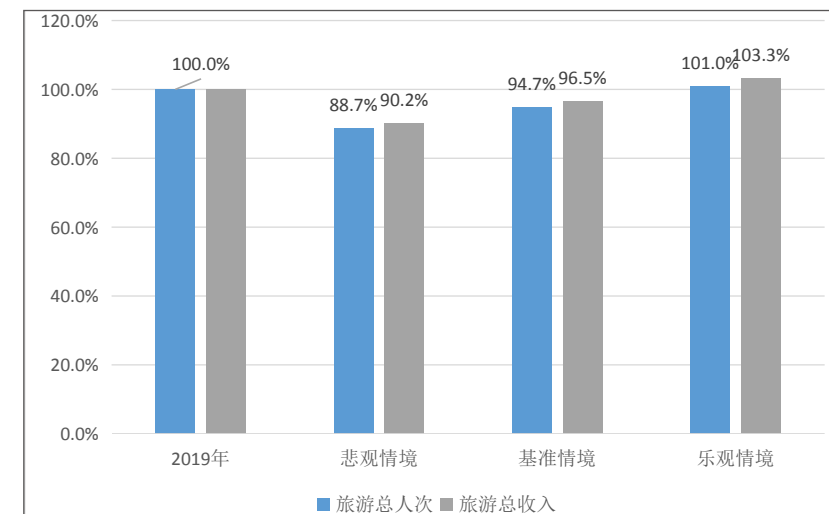


图 2.22 2023 年发达经济体旅游恢复水平

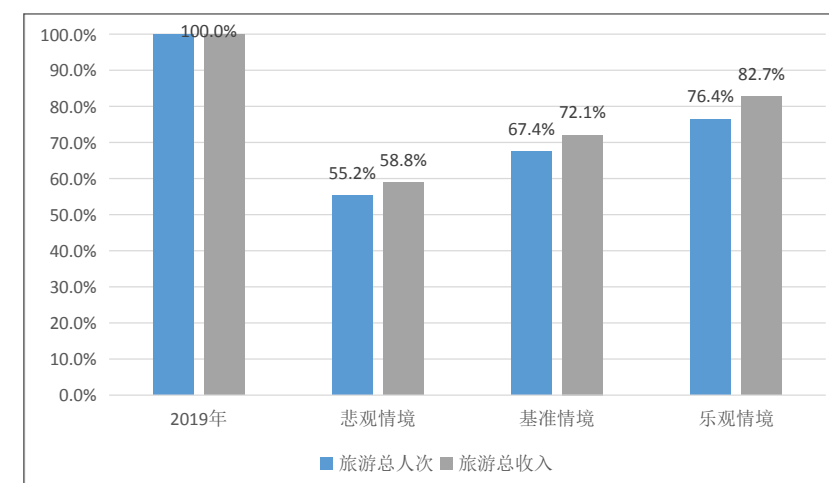


图 2.23 2023 年新兴经济体旅游恢复水平



三、五大区域：旅游发展格局加速重塑



(一) 2022 五大区域旅游恢复程度差异较大

1. 2022 年五大区域旅游恢复程度从高到低依次为中东、欧洲、美洲、非洲和亚太

中东旅游恢复程度最高，旅游总人次和旅游总收入恢复至疫情前 2019 年的比例均超过九成。2022 年中东旅游总人次为 2.6 亿人次，同比增长 29.2%（见图 3.1）；旅游总收入达到 0.2 万亿美元，同比增长 26.9%（见图 3.2）；旅游总人次和总收入恢复至疫情前 2019 年的比例分别为 94.7% 和 93.7%（见图 3.3）。

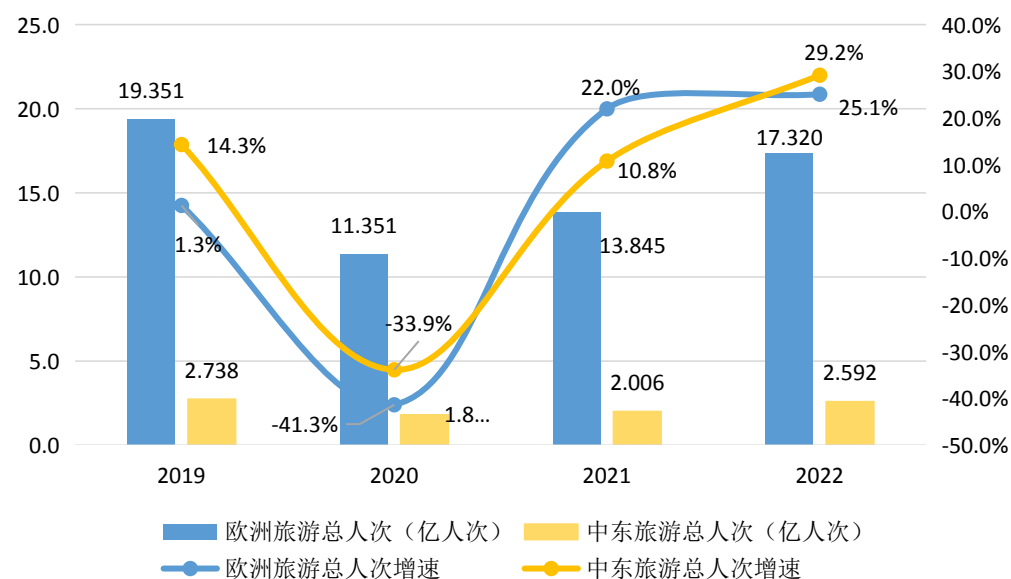


图 3.1 2019-2022 年欧洲与中东旅游总人次及其增速

欧洲旅游恢复程度次高，旅游总人次和旅游总收入恢复至疫情前 2019 年的比例约九成。2022 年欧洲旅游总人次为 17.3 亿人次，同比增长 25.1%（见图 3.1）；欧洲旅游总收入达到 1.6 万亿美元，同比增长 19.4%（见图 3.2）；旅游总人次和旅游总收入分别恢复至疫情前的 89.5% 和 92.1%（见图 3.3）。

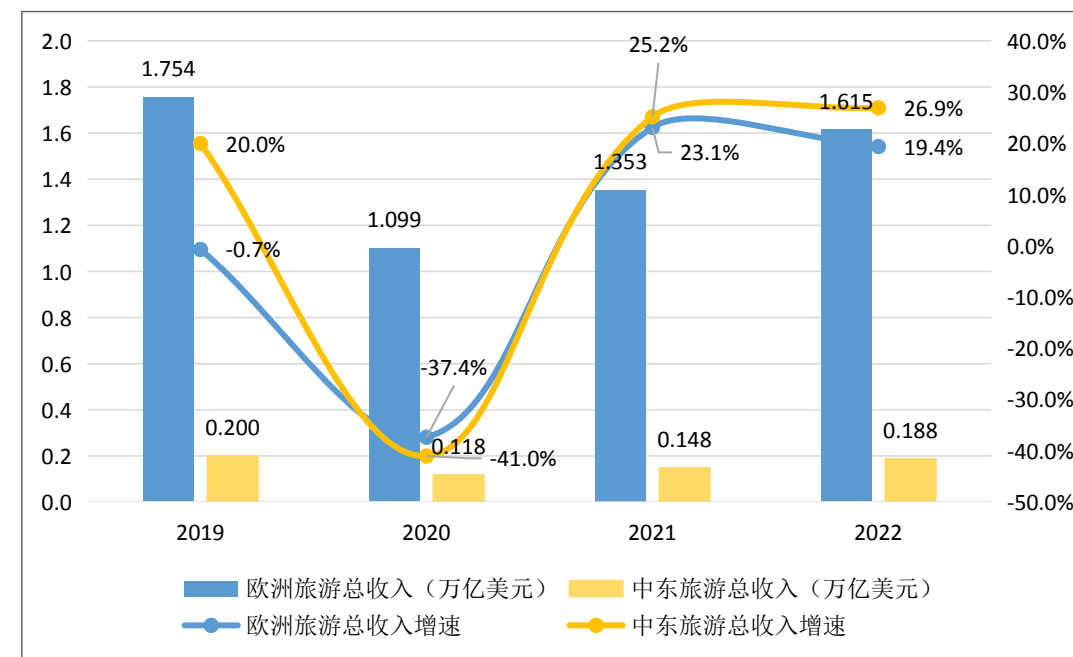


图 3.2 2019-2022 年欧洲与中东旅游总收入及其增速

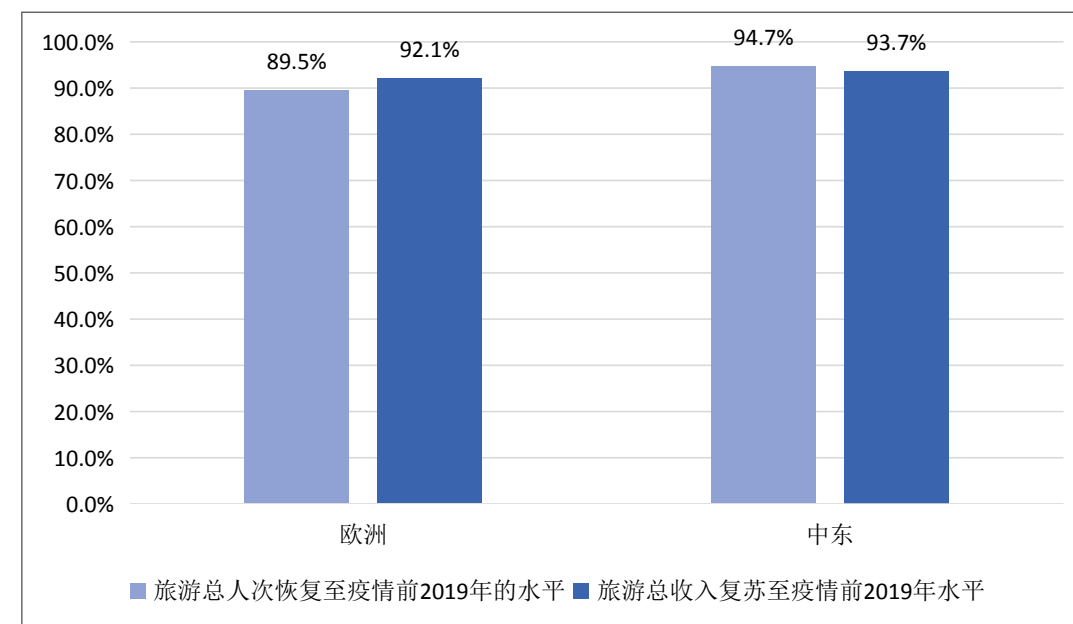


图 3.3 2022 年欧洲和中东旅游恢复水平



美洲旅游恢复水平仅次于中东和欧洲，接近九成。2022 年，美洲旅游总人次为 18.9 亿人次，同比增长 18.1%（见图 3.4）；旅游总收入达到 1.6 万亿美元，同比增长 21.8%（见图 3.5）；旅游总人次和旅游总收入分别恢复至疫情前的 88.8% 和 89.0%（见图 3.6）。

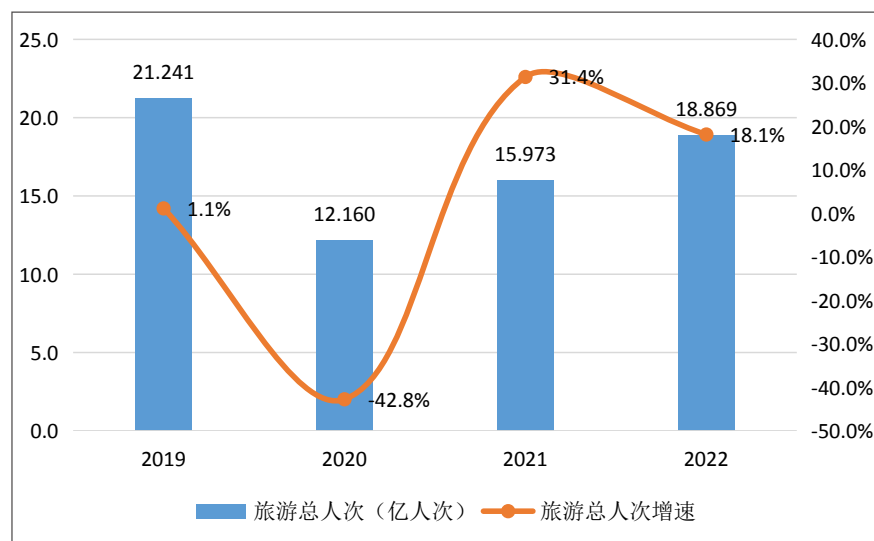


图 3.4 美洲旅游总人次及其增速 (2019-2022)

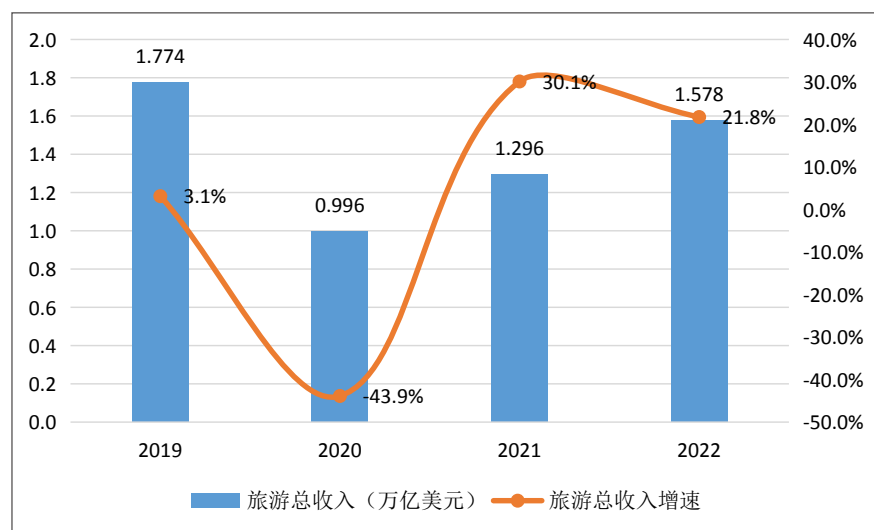


图 3.5 2019-2022 年美洲旅游总收入及其增速

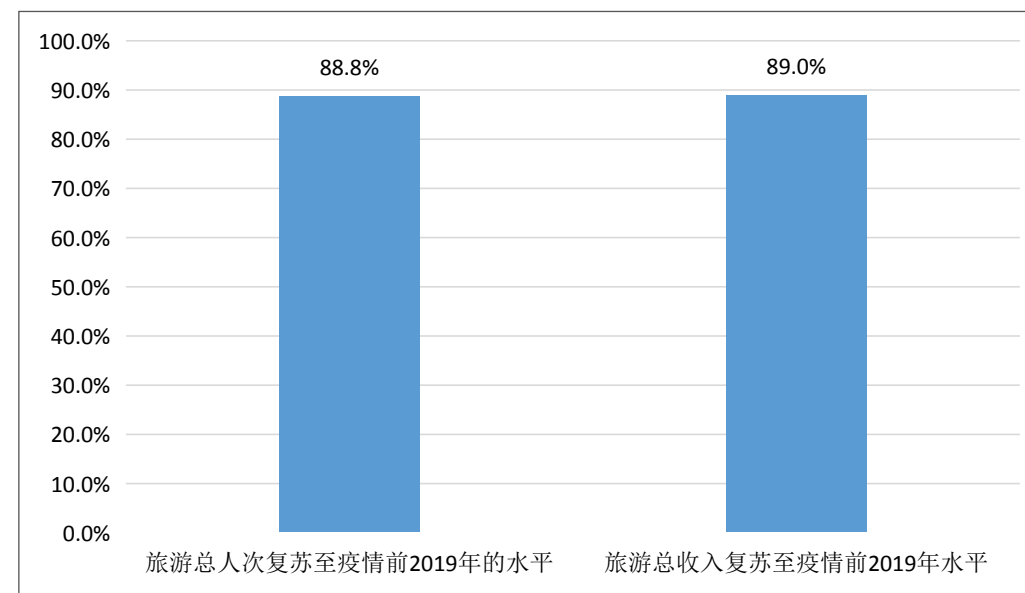


图 3.6 2022 年美洲旅游总人次和总收入恢复水平



非洲旅游超高速增长，但旅游恢复水平有限。2022 年，非洲旅游总人次为 1.7 亿人次，同比增长 62.1% (见图 3.7)；旅游总收入达到 0.09 万亿美元，同比增长 59.3% (见图 3.8)；旅游总人次和旅游总收入分别恢复至疫情前的 74.4% 和 80.9% (见图 3.9)。

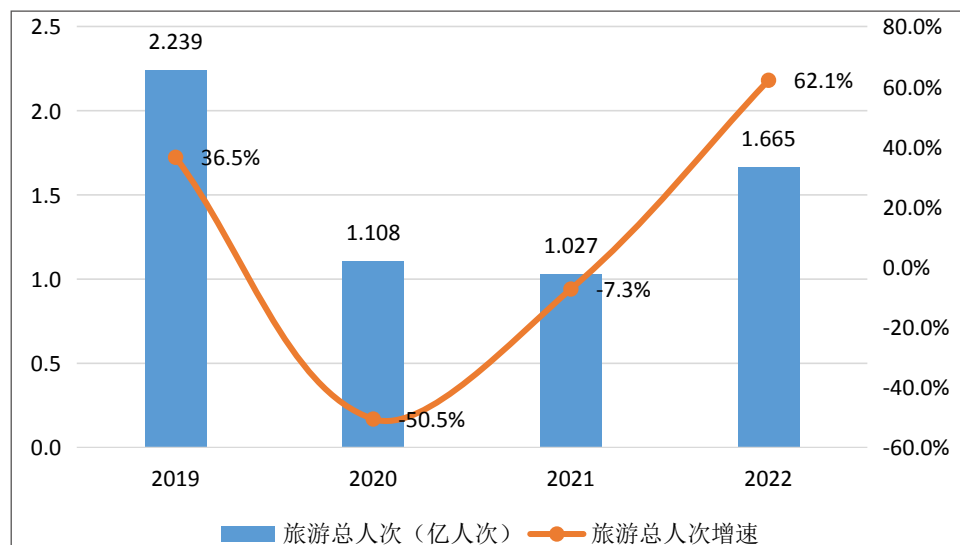


图 3.7 2019-2022 年非洲旅游总人次及其增速

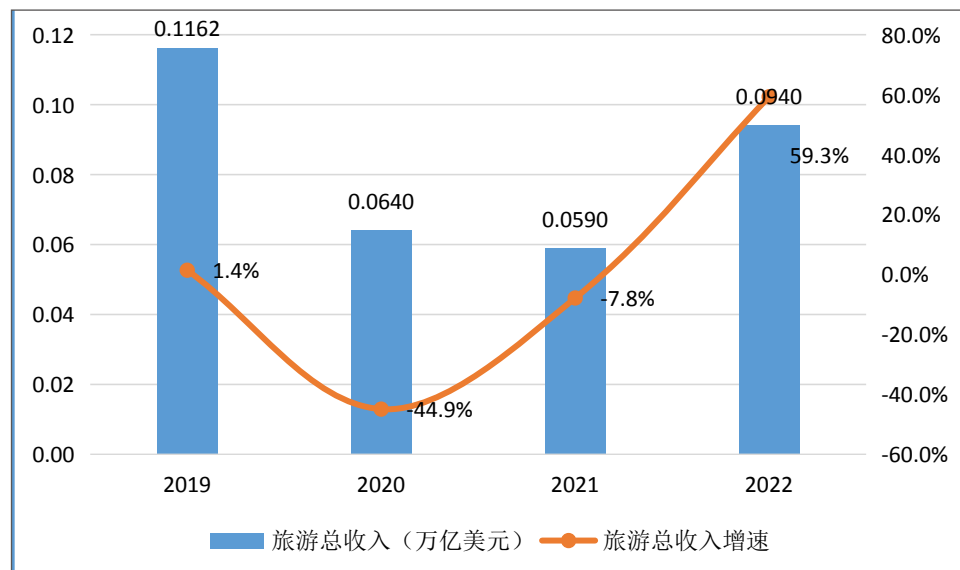


图 3.8 2019-2022 年非洲旅游总收入及其增速

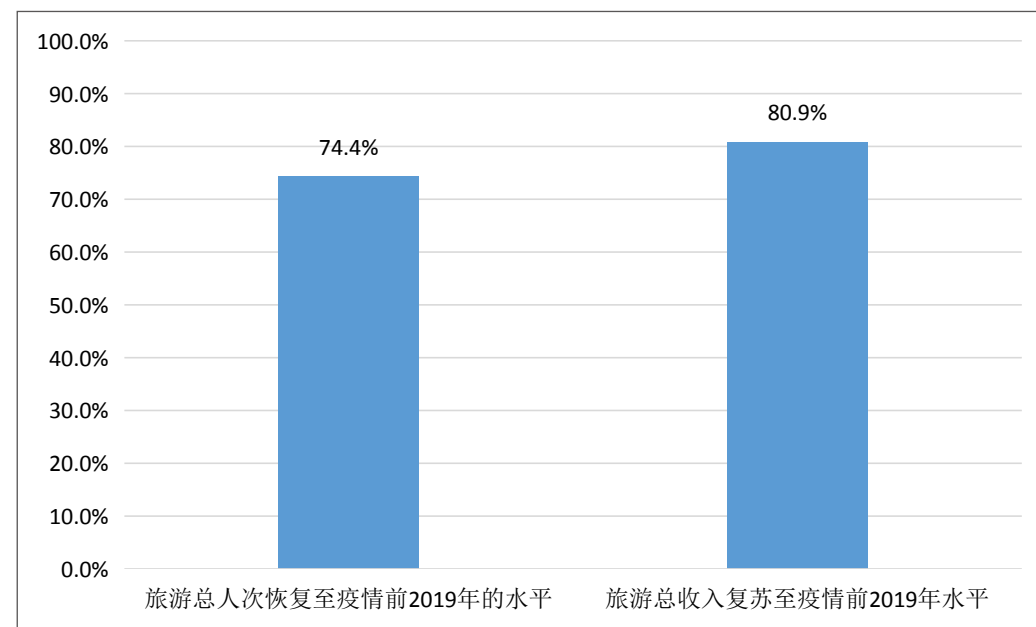


图 3.9 2022 年非洲旅游总人次和总收入恢复水平



亚太旅游增长最不乐观，恢复水平最低不足六成。2022 年，亚太旅游总人次为 55.3 亿人次，同比增长 16.1%（见图 3.10）；旅游总收入达到 1.2 万亿美元，同比增长 19.5%（见图 3.11）；旅游总人次和旅游总收入分别恢复至疫情前 2019 年的 55.6% 和 58.9%（见图 3.12）。

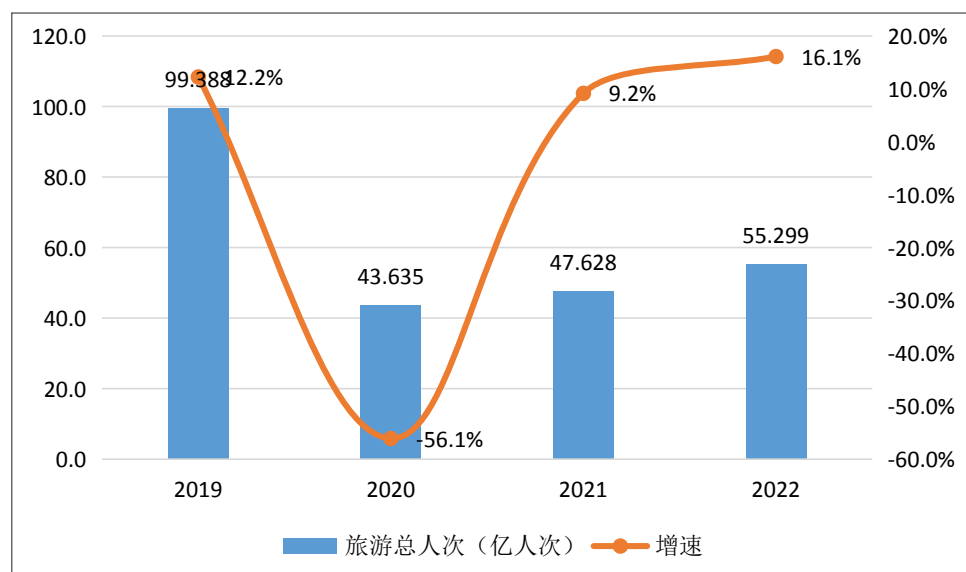


图 3.10 2019-2022 年亚太旅游总人次及增速

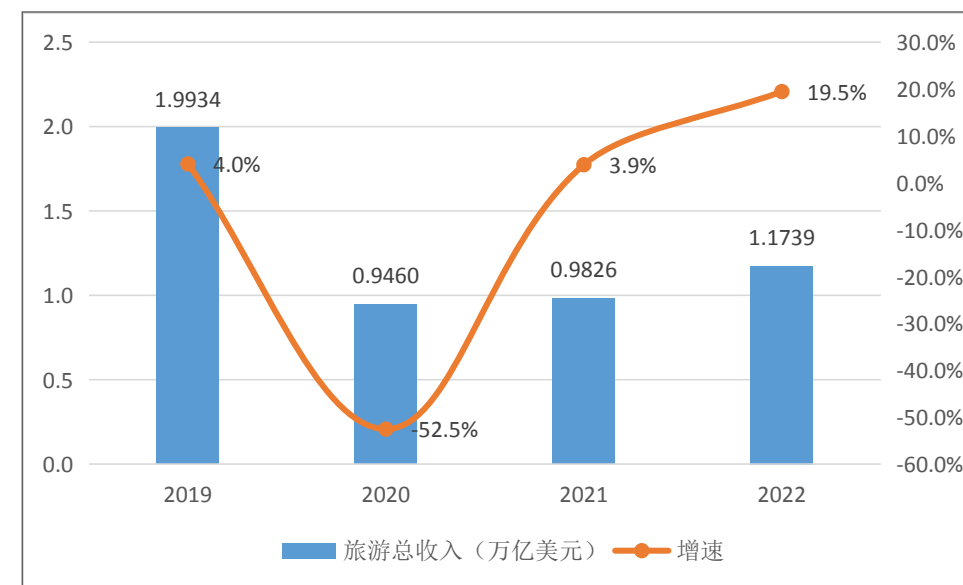


图 3.11 2019-2022 年亚太旅游总收入及其增速

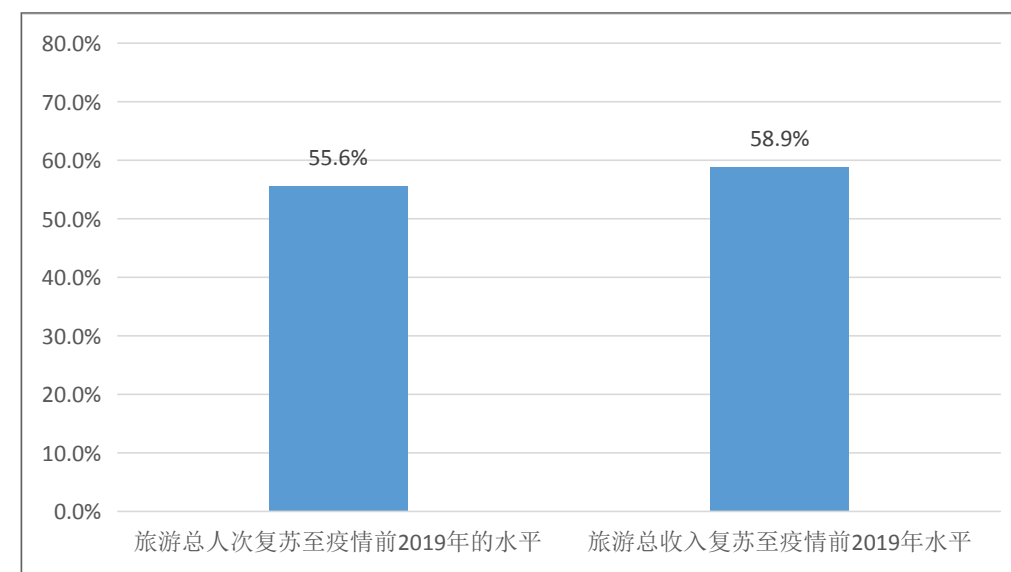


图 3.12 2022 年亚太旅游恢复至疫情前 2019 年的水平



(二) 2022 五大区域旅游总收入相当于 GDP 的比例恢复程度依次为中东、欧洲、美洲、非洲、亚太

2022 年，五大区域旅游总收入相当于 GDP 的比例与疫情前 2019 年的相对应比例相比，前者是后者的中东约为九成、美洲 82.7%、欧洲 82.2%、非洲 75%、亚太 50%（见图 3.13）。

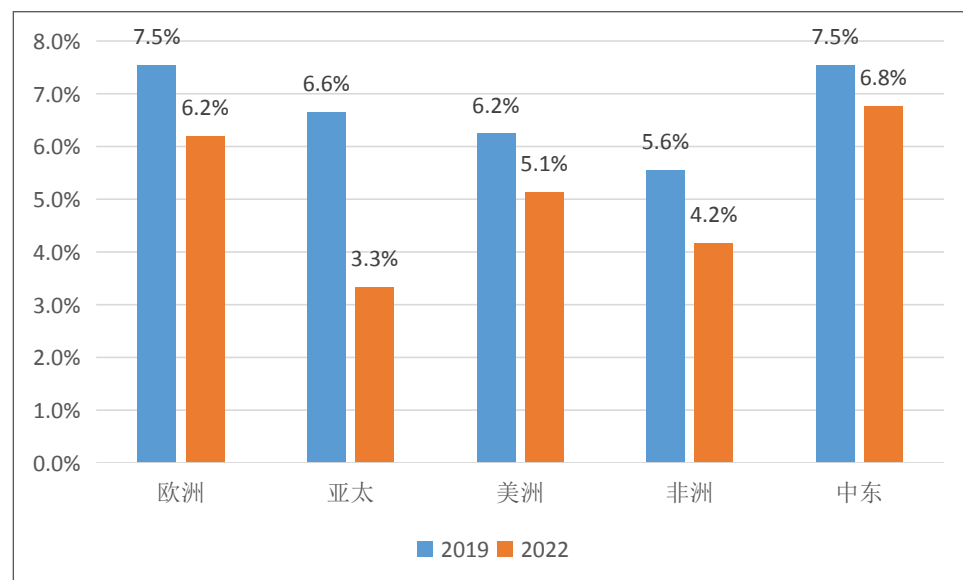


图 3.13 2019 和 2022 年五大区域旅游总收入相当于 GDP 的比例

(三) 2023 年五大区域旅游经济增速从高到低依次为亚太、非洲、中东、美洲和欧洲

预计 2023 年，亚太旅游将迎来增长小高潮，旅游总人次和总收入增速均超过 25%；非洲旅游总人次增速和旅游总收入增速超过 10%；欧洲、美洲和中东三个区域的旅游总人次和旅游总收入增速均下落至 10% 以内（见图 3.14）。

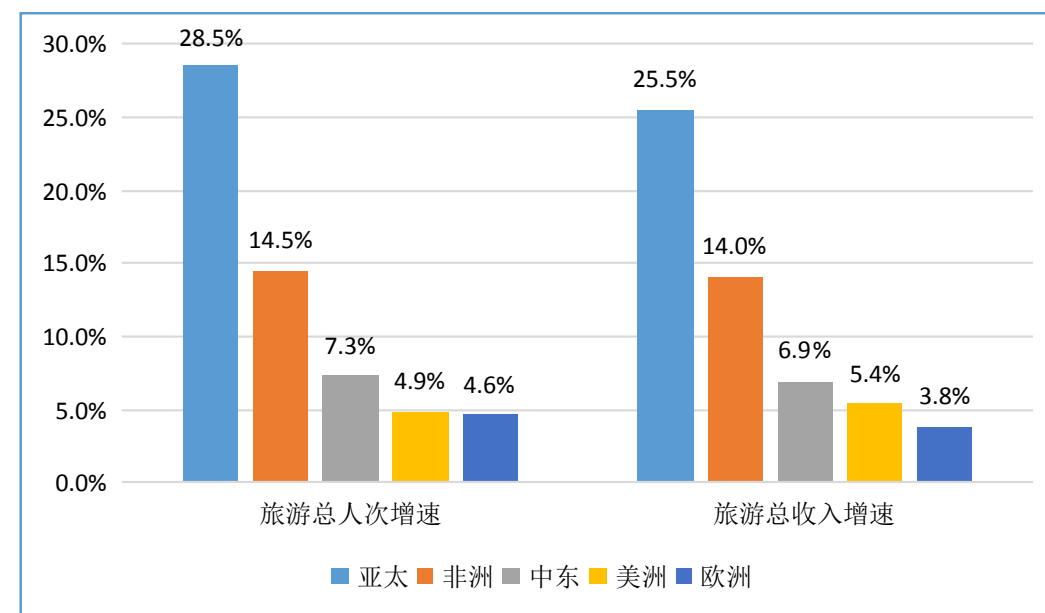


图 3.14 2023 年五大区域旅游总人次和旅游总收入增速



(四) 2023 年五大区域旅游恢复程度从高到低依次为中东、欧洲、美洲、非洲和亚太

预计 2023 年，中东旅游基本恢复至疫情前水平。即便是在悲观情境下，中东旅游总人次和总收入也将恢复至疫情前的 98.0% 和 96.8%；乐观情境下，中东旅游总人次和旅游总收入超过疫情前水平，较 2019 年分别增长 4.9 和 3.6 个百分点（见图 3.15）。

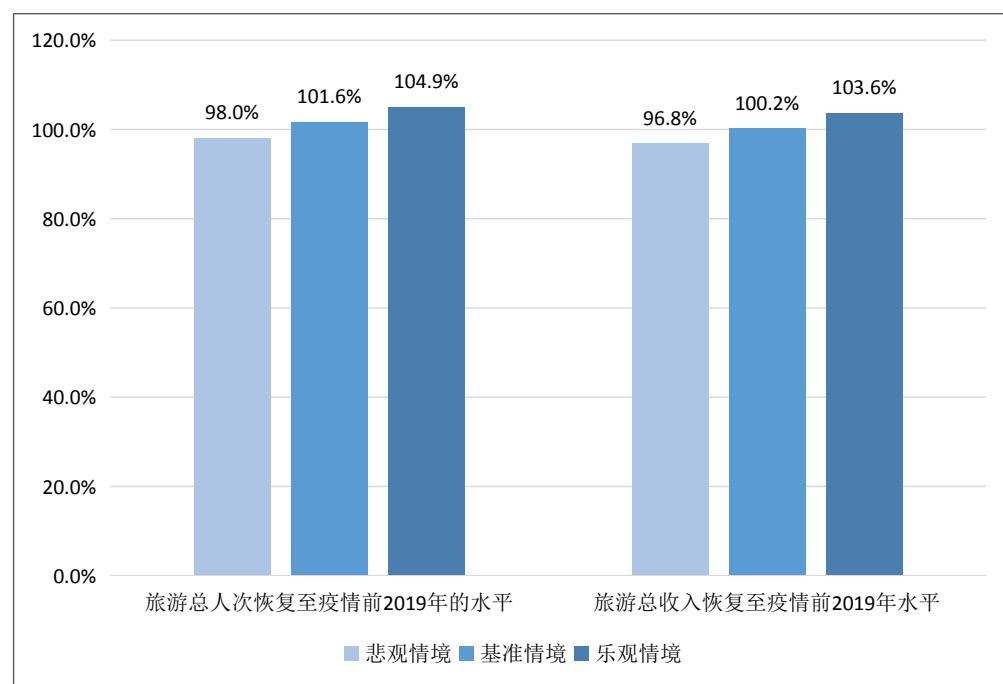


图 3.15 2023 年不同情境下中东旅游经济恢复水平

预计 2023 年，欧洲和美洲旅游恢复至疫情前的 85% 以上（见图 3.16）、（见图 3.17）。

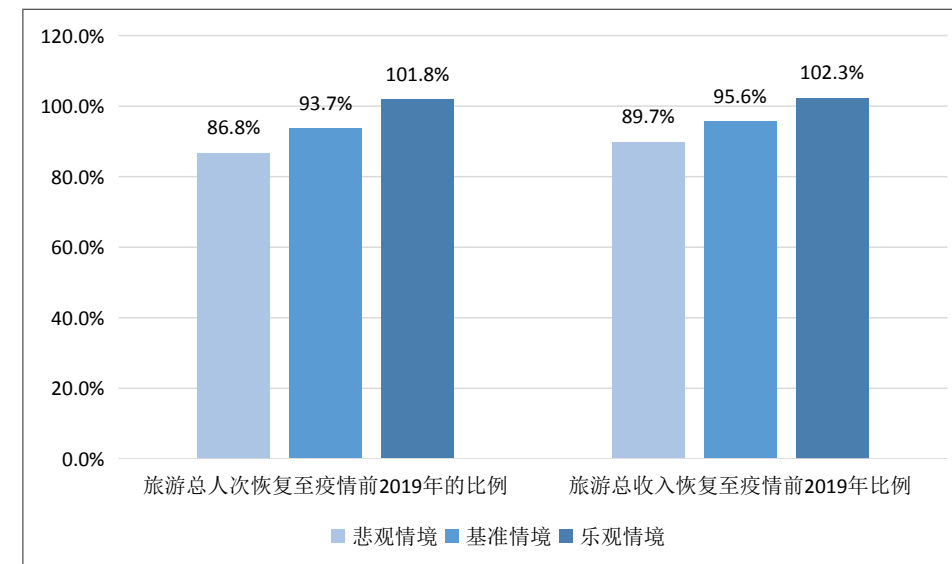


图 3.16 2023 年不同情境下欧洲旅游经济恢复水平

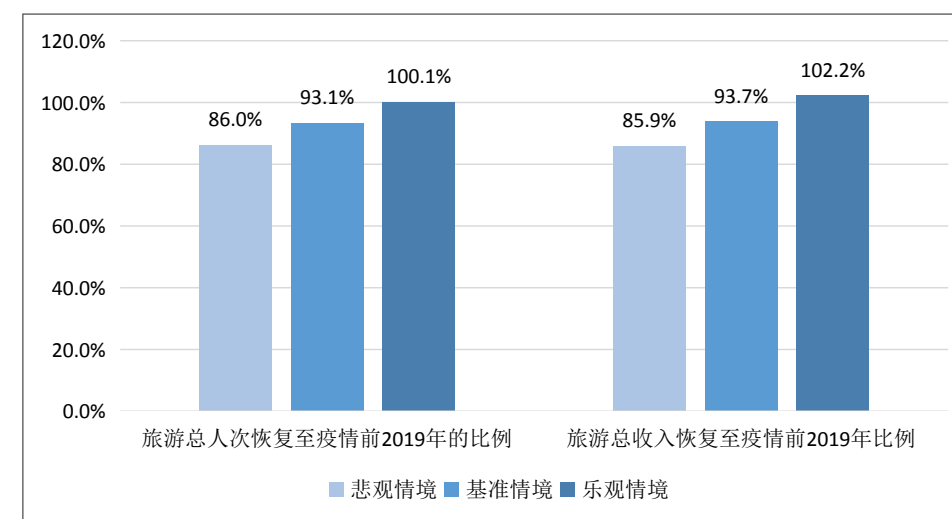


图 3.17 2023 年不同情境下美洲旅游经济恢复水平



预计 2023 年，在悲观情境和乐观情境下，非洲旅游总人次分别恢复至疫情前的 71.5% 和 93.4%，两种情境下相差 21.9 个百分点；旅游总收入分别恢复至疫情前的 77.9% 和 100.9%，两种情境下相差 23 个百分点（见图 3.18）。

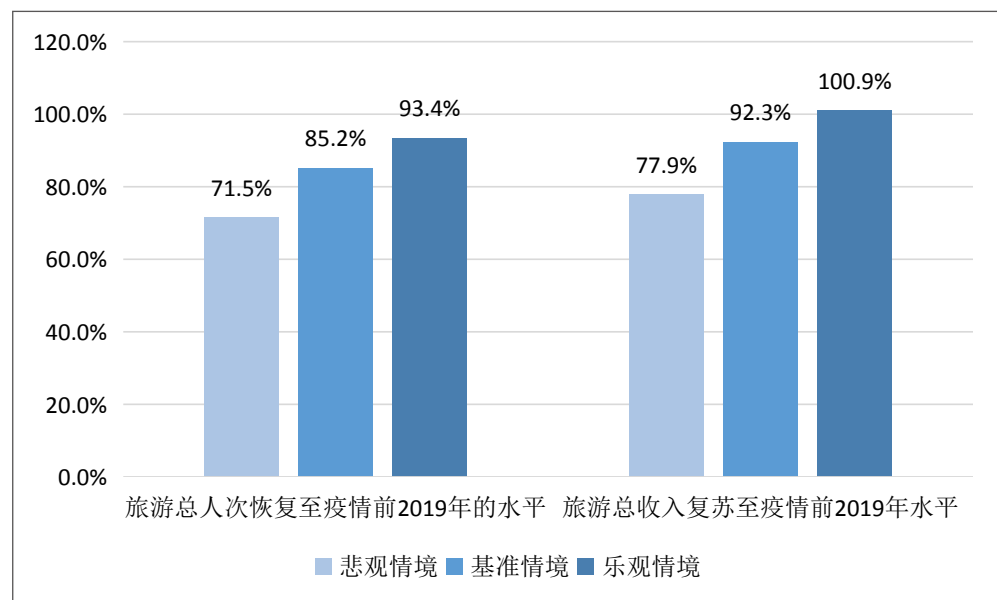


图 3.18 2023 年不同情境下非洲旅游经济恢复水平

预计 2023 年，在悲观情境和乐观情境下，亚太旅游总人次分别恢复至疫情前的 59.3% 和 80.3%，两种情境下相差 21 个百分点；旅游总收入分别恢复至疫情的 52.7% 和 71.7%，两种情境下相差 19 个百分点（见图 3.19）。

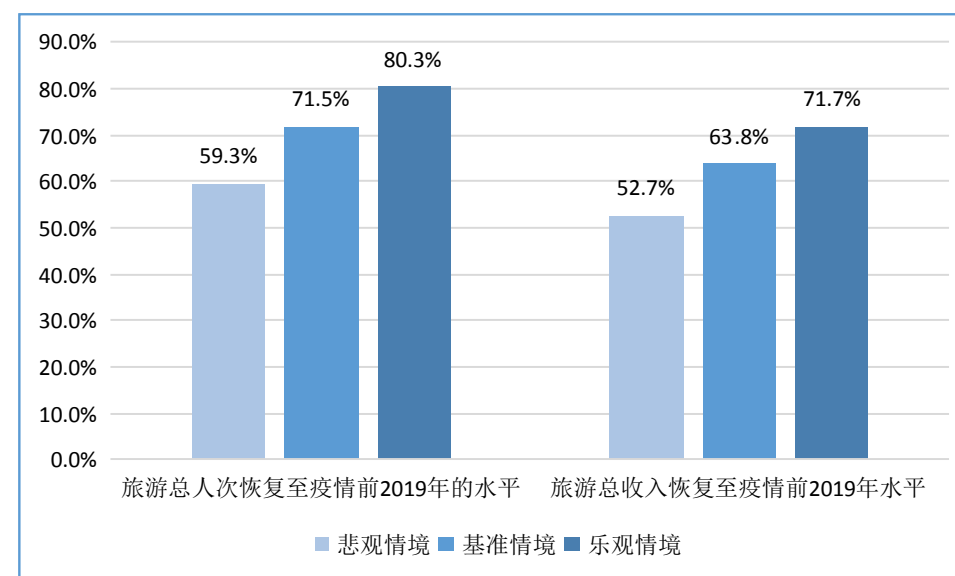


图 3.19 2023 年不同情境下亚太旅游经济恢复水平



（五）2023 年亚太地区旅游经济占比降幅显著

预计 2023 年，基准情境下，亚太地区旅游经济占比较疫情前 2019 年有较大幅度下降：旅游总人次占全球旅游总人次的比例为 63%，较疫情前 2019 年的 69% 降低 6 个百分点（见图 3.20）；旅游总收入占全球旅游总收入的比例为 29%，比疫情前 2019 年的 34% 降 5 个百分点（见图 3.21）。

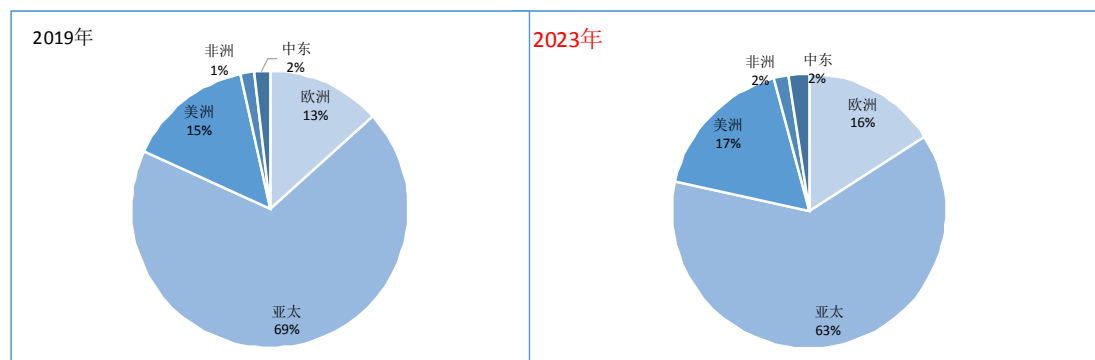


图 3.20 2019 年和 2023 年五大区域旅游总人次占比

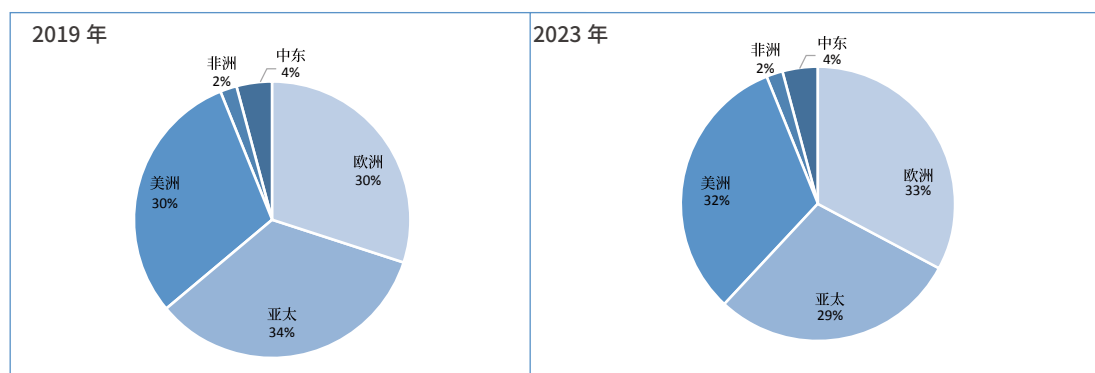


图 3.21 2019 年和 2023 年五大区域旅游总收入占比



四、T20 国家：旅游恢复程度各不相同

(一) 多数 T20 国家疫苗接种率达 70% 以上

2022 年，T20 国家中，17 个国家疫苗接种率均超过 70%，仅有土耳其、菲律宾和俄罗斯的疫苗接种率不足 70%。11 个国家已完全放开进入限制（如图 4.1 中蓝色气泡的国家），这些国家的确诊病例数在 4 千万以下；8 个国家采取部分限制措施，在核酸阴性证明、进入限制、隔离等方面设限（如图 4.1 中黄色气泡的国家）；韩国采取完全限制措施，不允许人员跨境流动（如图 4.1 中红色小气泡的国家）。

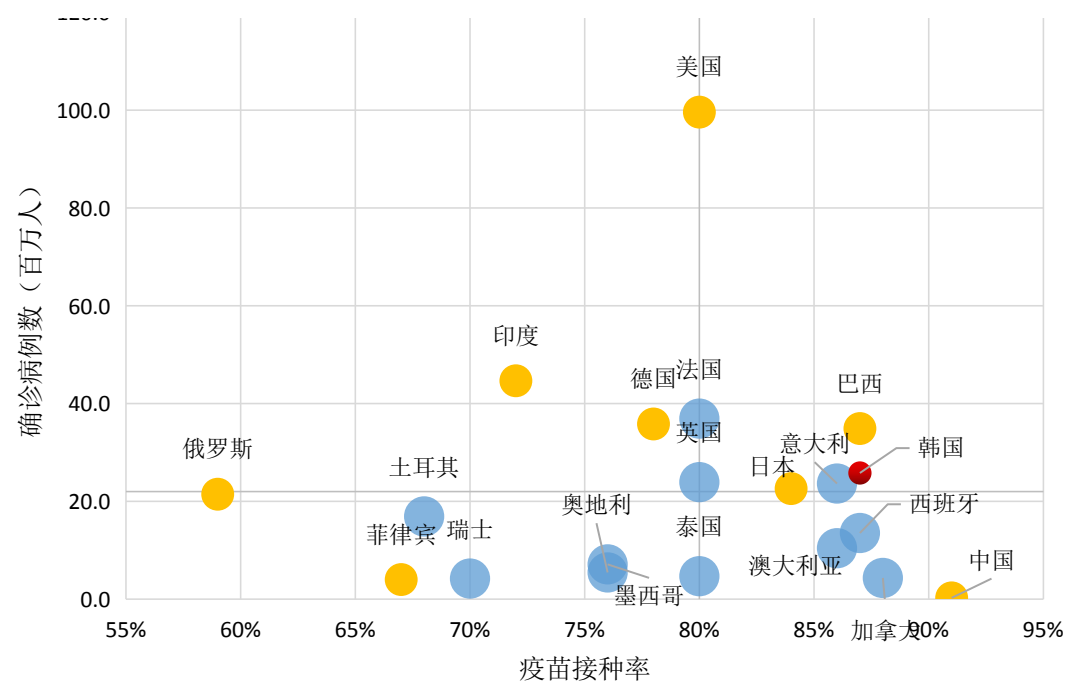
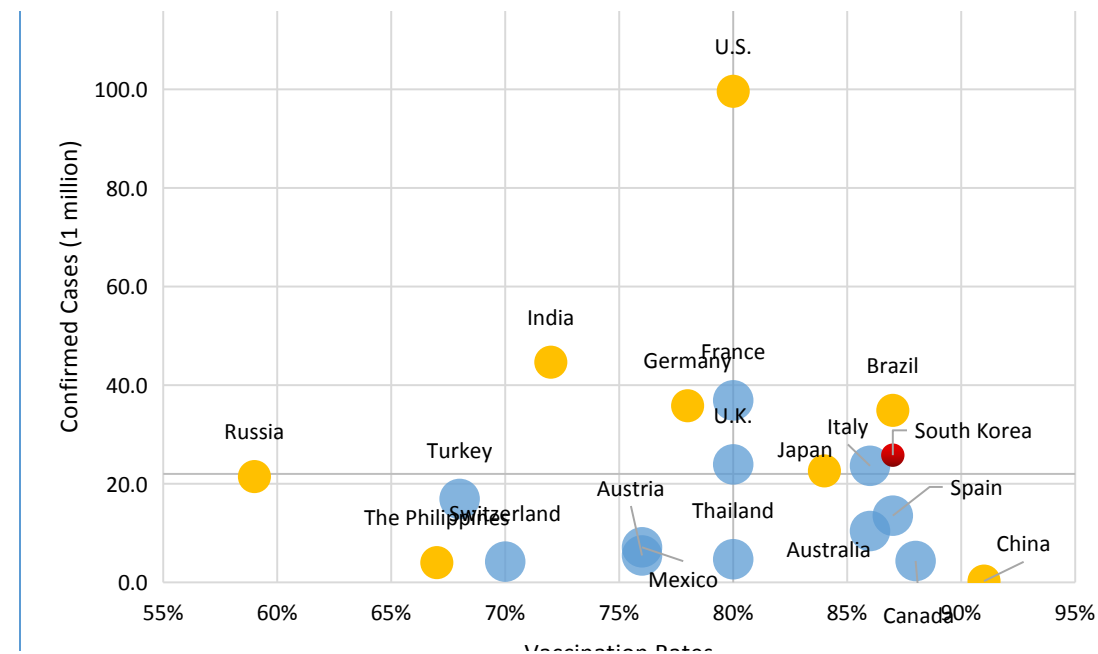


图 4.1 2022 年 T20 国家确诊病例数和疫苗接种率
数据来源: Worldometer 世界实时统计数据网站,
<https://www.worldometers.info/coronavirus/>,
Our World in Data <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations>



（二）2022 年 T20 国家多措并举推出旅游复苏策略

为有效推动旅游业复苏，T20 国家分别从制定旅游发展战略，出台财政、金融、产业等支持政策，推动旅游数字化转型，成立旅游业发展基金，举办推广活动等方面推进旅游业加快复苏（见表 4.1）。

序号	国别	内容
1	美国	公布《国家旅行及旅游战略》，启动旅游复苏五年计划
2	中国	出台多项旅游复苏支持政策

序号	国别	内容
3	德国	推动旅游业的数字化转型
4	英国	出台一揽子措施促进旅游复苏
5	法国	发布为期十年的全新“法国目的地发展计划”
6	意大利	发布《2023-2027 年旅游战略计划》
7	墨西哥	稳经济政策取得显著效果
8	日本	提出 2022 年度六大复苏方针
9	西班牙	拨款 34 亿欧元支持旅游项目数字化和可持续化改造
10	澳大利亚	成立重启旅游业特别工作组
11	巴西	积极进行巴西旅游海外推广
12	加拿大	提供总计 10 亿加元资金帮助旅游业复苏
13	印度	宣布“印度治愈”计划促进入境医疗旅游
14	土耳其	出台一系列政策措施促进旅游业复苏
15	奥地利	解除限制时刻关注旅游市场趋势
16	瑞士	举办系列推广活动拓展中国市场
17	俄罗斯	推出“返现旅游”项目
18	菲律宾	进一步放宽入境要求促进入境旅游发展
19	韩国	实施旅游重启战略
20	泰国	制定《2023-2027 年旅游发展战略》

（三）完全放开管制的 T20 国家旅游恢复水平超八成

2022 年，放开管制的国家旅游恢复水平普遍高于尚未放开的国家，前者（如图 4.2 中蓝色气泡的国家）恢复至疫情前 2019 年的八成以上，后者（如图 4.2 中黄色气泡的国家）恢复至疫情前 2019 年的比例不足七成，韩国采取完全限制措施，不允许人员跨境流动，恢复水平不足六成（如图 4.2 中红色气泡的国家）。

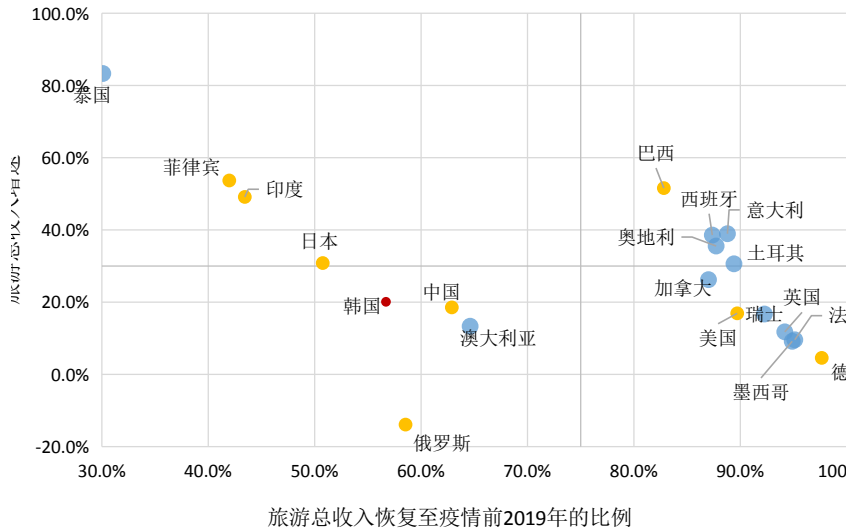


图 4.2 2022 年 T20 国家旅游总收入增速与旅游恢复水平

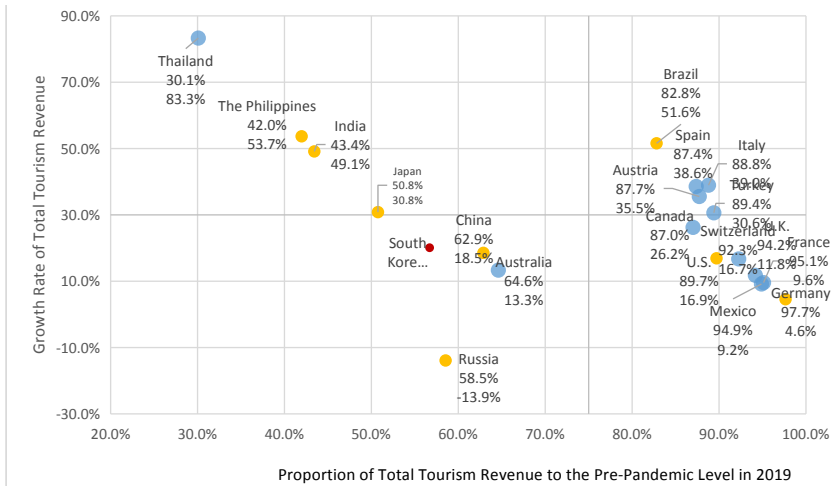


图 4.2 2022 年 T20 国家旅游总收入增速与旅游恢复水平

(四) 2022 年 T20 国家旅游总收入之和占比略有下降

2022 年 T20 国家旅游总收入之和占全球比例有所恢复，为 77.3%。预计 2023 年 T20 国家旅游总收入之和占全球旅游总收入的比例将提高至 78.6%（见图 4.3）。

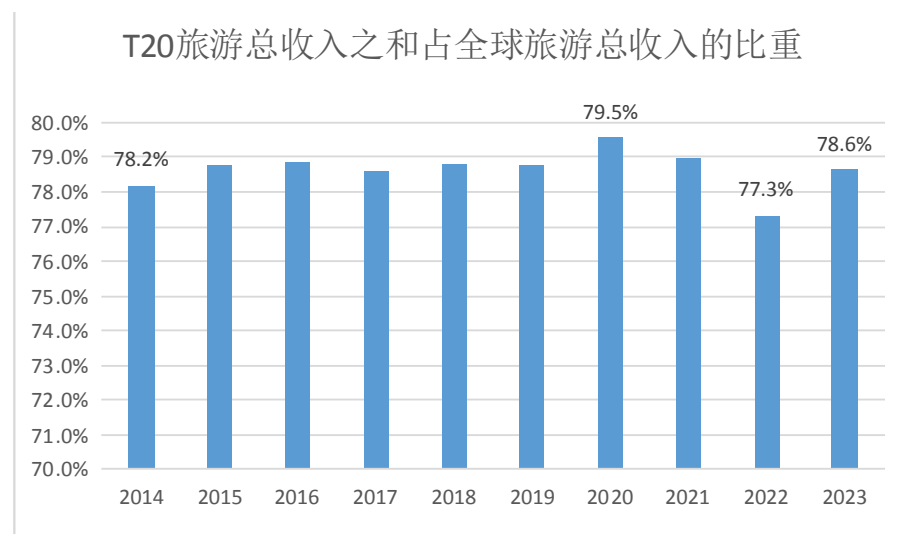


图 4.3 T20 国家旅游总收入之和占全球比例

(五) T20 国家国际旅游收入总和占全球比例近六成

2022 年 T20 国家国际旅游收入总和占全球比例比 2021 年的 55.7% 有所提高，为 56.1%。预计 2023 年，这一比例将提高至 57.1%，仍比疫情前 2019 年的占比低 1 个百分点（见图 4.4）。

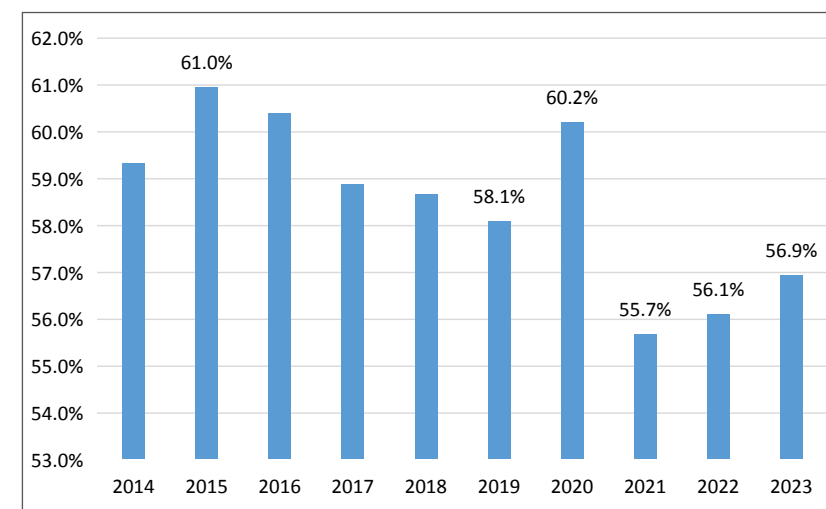


图 4.4 T20 国家国际旅游收入之和占全球比例



（六）T20 国家旅游总收入相当于 GDP 的比例均低于 2019 年

2022 年，T20 国家旅游总收入相当于 GDP 的比例较疫情前 2019 年均有一定程度的下降，下降最多的是菲律宾和泰国（见图 4.5）。

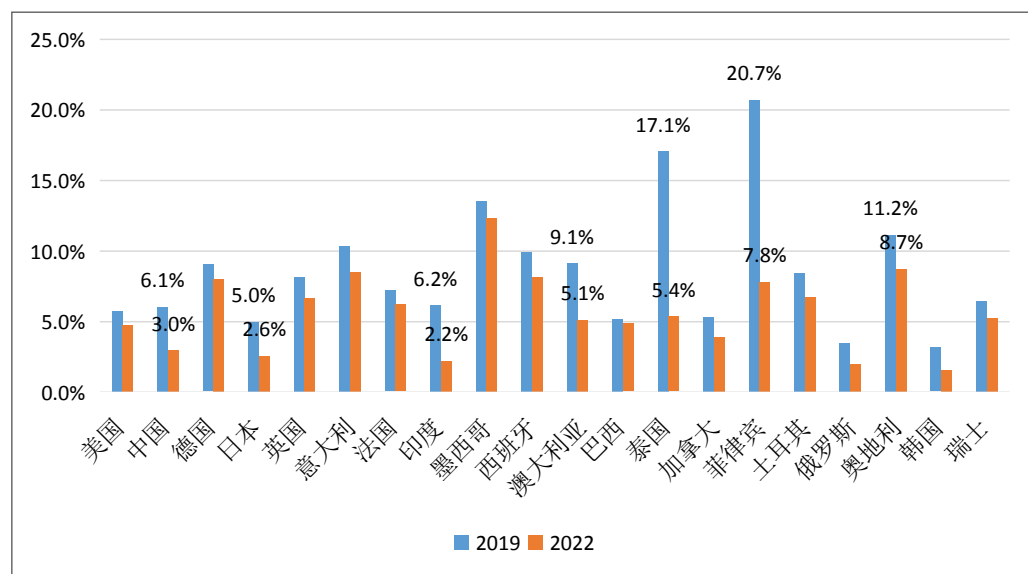


图 4.5 2019 年和 2022 年 T20 国家旅游总收入相当于 GDP 的比例

（七）2022 年 8 个 T20 国家排名位次发生变化

2022 年，8 个国家排名位次有所变化（见表 4.1）。预计 2023 年，12 个国家排名位次发生变化（见表 4.1）。

表 4.2 2021~2023 年 T20 国家排名

排序	2021	2022	2023
1	美国	美国	美国
2	中国	中国	中国
3	德国	德国	德国
4	英国	英国	英国
5	法国	法国	意大利 (+1)
6	墨西哥	意大利 (+1)	法国 (-1)
7	意大利	墨西哥 (-1)	墨西哥
8	日本	日本	日本
9	西班牙	西班牙	西班牙
10	澳大利亚	澳大利亚	印度 (+3)
11	加拿大	巴西 (+1)	澳大利亚 (-1)
12	巴西	加拿大 (-1)	巴西 (-1)
13	印度	印度	加拿大 (-1)
14	土耳其	土耳其	土耳其
15	俄罗斯	奥地利 (+2)	菲律宾 (+3)
16	瑞士	瑞士	奥地利 (-1)
17	奥地利	俄罗斯 (-2)	瑞士 (-1)
18	韩国	菲律宾 (+1)	俄罗斯 (-1)
19	菲律宾	韩国 (-1)	泰国 (+1)
20	泰国	泰国	韩国 (-1)

（八）2023 年六成 T20 国家旅游将恢复至疫情前九成以上

预计 2023 年，12 个国家旅游总收入恢复至疫情前 2019 年的比例达到 90% 以上；1 个国家超过 80%；1 个国家超过 70%；6 个国家未超过 70%（见图 4.6）。

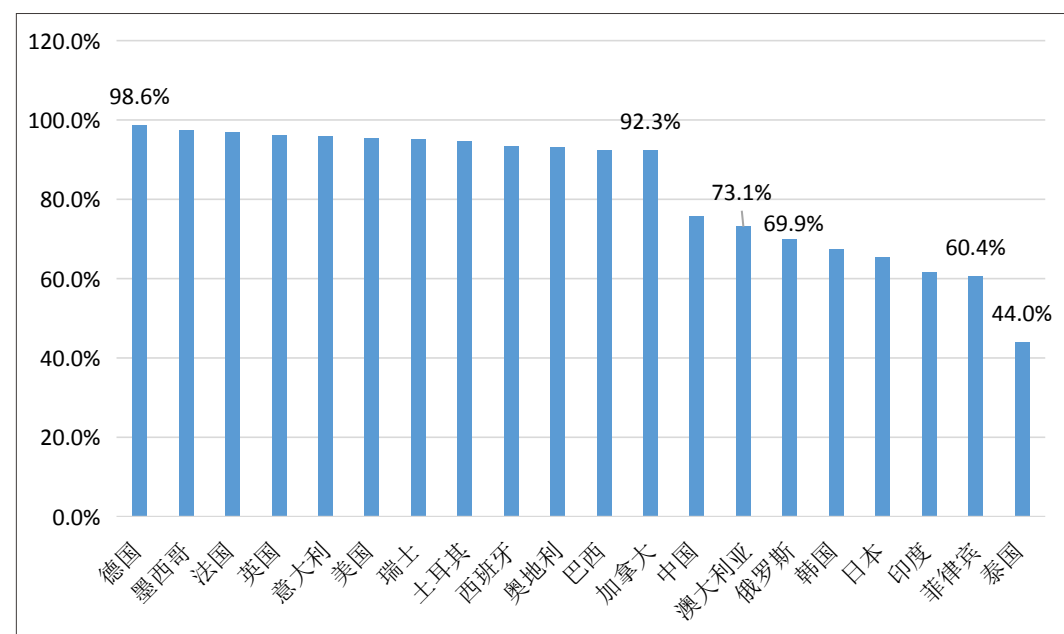


图 4.6 2023 年 T20 国家旅游总收入恢复水平

（九）中国三大旅游市场分别恢复至疫情前的四至八成

预计 2023 年，中国国内旅游人次为 47.76 亿人次，同比增长 88.9%，恢复至疫情前 2019 年的 79.5%（见图 4.7）；国内旅游收入达到 7044 亿美元，同比增长 124.7%，恢复至疫情前 2019 年的 85.0%（见图 4.8）。

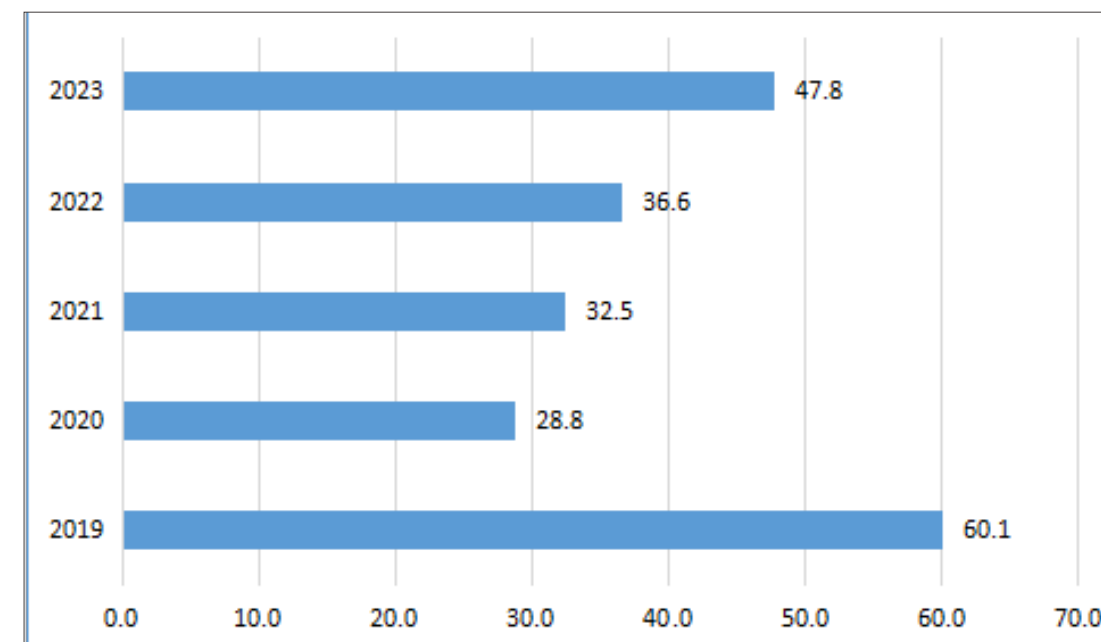


图 4.7 2019-2023 年中国国内旅游人次（单位：亿人次）

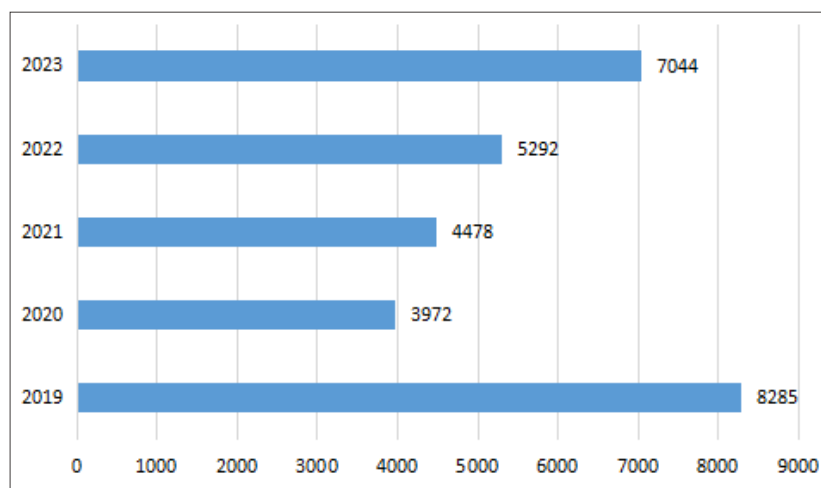


图 4.8 2019-2023 年中国国内旅游收入 (单位: 亿美元)

预计 2023 年, 中国入境旅游人次为 3032 万人次, 同比增长 81.2%, 恢复至疫情前 2019 年的 46.1% (见图 4.9); 中国入境旅游收入为 233 亿美元, 同比增长 44.5%, 恢复至疫情前 2019 年的 60.3% (见图 4.10)。

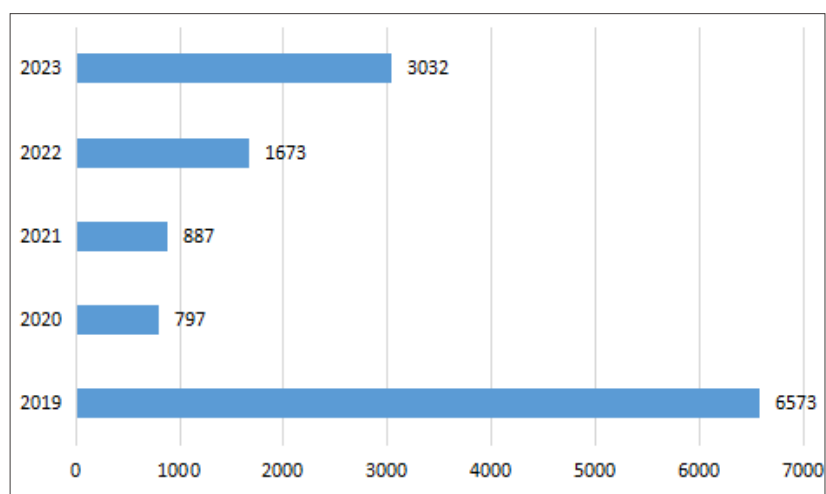


图 4.9 2019-2023 年中国入境旅游人次 (单位: 万人次)

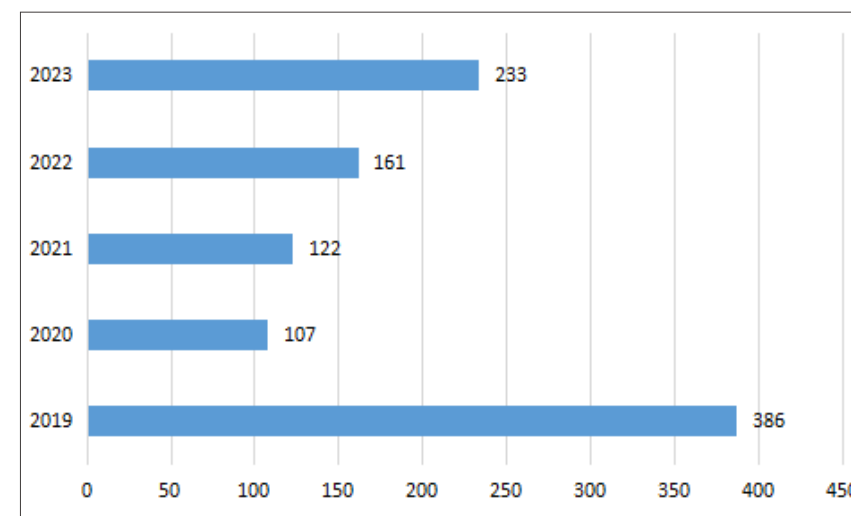


图 4.10 2019-2023 年中国入境旅游收入 (单位: 亿美元)

预计 2023 年, 中国出境旅游将恢复至疫情前 2019 年的七成左右。港澳台市场和东南亚地区将率先恢复, 相关出境人次将占中国出境旅游市场的 90% 以上; 中国公民赴中东欧旅游也将有所恢复, 赴美旅游的恢复情况与中美关系走向密切相关, 赴“一带一路”相关国家和地区的旅游将迎来新的增长。



五、重点城市：积极推动旅游复苏振兴

2022 年，全球重点旅游城市通过减税降费、优惠补贴、节庆赛事、服务升级、技术创新、营销推广等多种方式推动旅游业实现更具韧性和可持续性的发展。一是寻求新的突破点，例如新加坡推出旅游业可持续发展计划，为从业者提供资源和资金支持进行业务转型和开发新产品。二是加大数字化应用，例如土耳其首个完成数字旅游基础设施建设的城市——伊兹密尔设计了移动旅游应用 VisitIzmir，通过此程序旅游者可随时随地访问伊兹密尔 30 个区的 2300 多个地点的信息。三是推广节庆优惠活动，例如中国香港为刺激本地消费，成功推出了四轮“赏你游香港”活动和“夏日赏赏你”、“赏你住”等优惠活动。四是开展战略合作，包括不同国家城市间的国际合作、国内城市间合作、城市与企业、组织间合作、城市内部不同部门之间合作。与此同时，随着全球越来越多的城市放宽和解除旅行限制，旅游市场逐渐回暖，城市旅游活动日益活跃，旅游城市发展呈现出以持续创新推动发展、加大开放和合作力度、实现绿色低碳转型、重视安全设施和服务的智能化等新趋势。



六、核心行业：复苏过程呈现不同趋势



（一）住宿业：回归核心价值，轻资产模式或成主流

新冠疫情影响下，消费市场呈现阶段性低迷和消费行为整体性变化，消费者更加看重酒店核心功能价值，即住宿功能。世界各大酒店集团均以轻资产运营为主，通过特许经营和管理加盟的策略，降低资本投入和拓店边际成本，这将导致全球范围内酒店品牌集中度进一步上升，对拥有自主品牌的酒店企业强化轻资产运营能力、加强品牌管理提出更高要求。

（二）OTA：全球市场复苏强劲，多元业务横向拓展

得益于亚太市场的持续复苏和欧洲市场的业绩上升，2022 年 Expedia、Booing、携程等 OTA 企业的收入和净利润均处于迅速上升状态。OTA 行业正不断尝试拓展横向业务，延伸至目的地旅游。预计 2023 年全球 OTA 将持续推动数字化转型以提升经营效率，打造开放的营销生态循环系统，加大在内容生态领域的布局，通过内容共享、社交共享等方式带动流量增长变现。

（三）旅行社：服务创新步伐加快，数字赋能效果显现

越来越多的国家取消旅行限制，旅行社出入境业务逐步复苏。随着市场细分和游客差异化需求越来越大，个性化和定制化旅行服务成为新趋势，服务创新成为旅行社行业发展的必由之路。数字化为服务创新提供了重要路径，智慧旅游服务逐渐成为传统旅行社转型升级的重要方向。

（四）主题公园：多措并举提质升级，沉浸式体验成为热点

全球主题公园总体恢复，但各地区复苏并不均衡，其中，北美恢复最快、亚太恢复速度偏慢、南美恢复最慢。各主题公园通过持续强化 IP 作用、大力发展智慧化运营、积极提升客单价等举措实现降本增效、提质升级。2023 年，沉浸式体验将成为新的增长点，沉浸式体验技术将从原来的只有个别头部主题公园和特色景区的“专利”向更广阔的应用范围拓展。

（五）博物馆：教育功能逐步强化，数字化趋势更加明显

2022 年在重大突发事件下，博物馆的心理疗愈作用逐步显现，逐渐成为强化社会情感学习和获得幸福感的重要载体。2023 年，博物馆的数字化趋势将更加明显，数字技术的应用能够让大量藏品在数字时代“活起来”，也能让博物馆在新世代人群中“火起来”，从而有效平衡保护和开发利用之间的关系。

（六）旅游演艺：整体复苏态势明显，科技发展提供动能

旅游演艺行业整体复苏态势明显，国际交流合作进一步开展。科技发展持续为旅游演艺提供动能，一方面，疫情影响下，旅游者更倾向于通过线上平台、在舒适安全的环境中获得旅游演艺体验；另一方面，沉浸式演出改变了传统舞台的观演模式，成为旅游演艺的主流模式。未来，数字技术将进一步推动旅游演艺创新发展。

（七）航空业：行业收益稳步增长，削减成本并创新商业模式

2022 年全球航空业逐渐复苏，总收入预计将恢复到 2019 年水平的 93%，但区域间复苏态势并不均衡：中东、非洲和亚太等地区的航空业复苏进程显著落后于北美、欧洲等地。各航空公司通过削减成本、创新商业模式等方式积极开展行业自救。

（八）邮轮：多方合作加快复苏，碳中和与体验设计成为亮点

邮轮行业复苏呈现三种趋势：一是通过开展运营方、行业组织、主要目的地港口等多方合作加速恢复运营。二是邮轮业致力于到 2050 年在全球范围内实现碳中和目标，减少邮轮污染以实现可持续发展。三是邮轮公司将以体验内容作为开发重点，以独特、丰富的邮轮旅游体验满足 Z 世代等新消费主力的消费需求。



七、旅游企业：能力与绩效均持续恢复



（一）1. 估值受市场影响，总体仍处修复阶段

2022 年随着美元进入加息周期，涵盖旅游行业的消费者服务指数和标普 500 指数同步入调整周期，回落到 2018 年底估值水平。国际旅游上市公司估值总体仍处于修复阶段，国内旅游上市公司估值修复后初创新高。

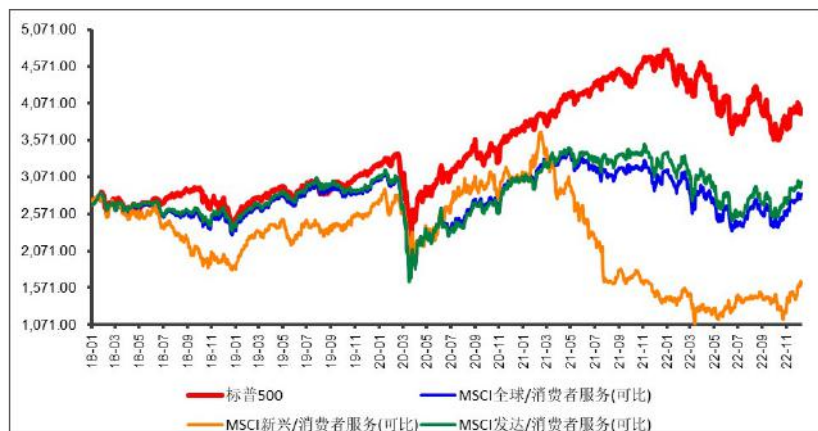


图 7.1 MSCI 消费者服务指数⁵与标普 500 走势对比⁶ (2018-2022)

（二）效益不及疫情前水平，国际国内出现分化

纵向来看，国际国内旅游上市公司经营情况均不及疫情前水平。横向而言，疫情后，国际旅游上市公司呈现持续复苏之势，国内旅游上市公司则表现为疲态。

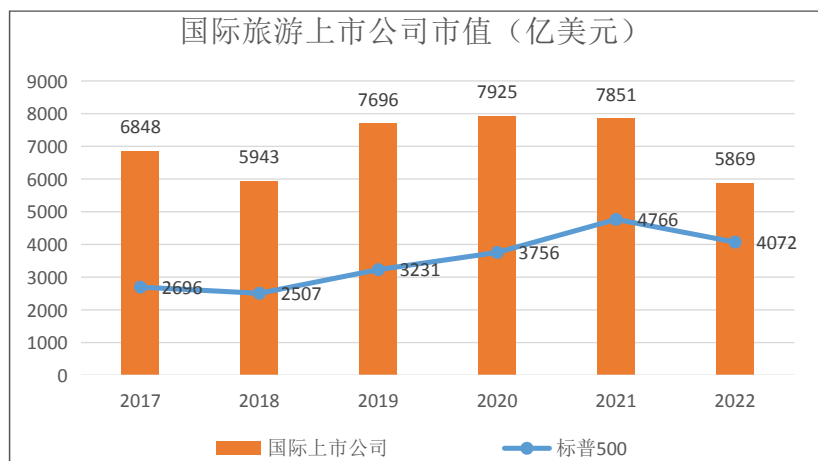


图 7.2 国际旅游上市公司市值趋势 (2017-2022TTM)⁸

5. MSCI 指数是由摩根士丹利国际资本公司编制的跟踪相关概念股票表现的指数，被纳入指数因素包括公司规模、行业代表性等。MSCI 指数是金融行业最受尊敬和广泛使用的基准之一，也是机构投资者广泛使用的参考基准。消费服务指数是涵盖旅游、酒店、餐饮等行业的主要参考指数之一，对观察旅游业具有参考性。

6. 如无特别说明，本部分数据均来自 wind。

（三）负债率持续增长，债务风险亟需化解

旅游上市公司资本总额中债务资本的构成比例不断增加，债务风险不容忽视，持续高负债的化解需要经营回归常态，实际恢复持续性造血能力方能缓解债务压力，应避免其他风险造成进一步冲击。

（四）资金回笼效率分化，资产运营有待盘活

2022 年资金回笼出现明显分化，国际旅游上市公司继续好转，几乎回到疫情前水平，相比而言，国内旅游上市公司资金回笼情况进一步恶化。旅游上市公司资产运营周转率仍明显低于疫情前水平，而且国内旅游上市公司情况继续恶化。

（五）出清后并购洗牌，初创企业孕育希望

在几年的大浪淘沙和市场出清中，旅游企业不断洗牌。酒店业一直是旅游并购的热门行业，2022 年也不例外，合并上市正在成为优质旅游资产证券化的热门选择。总体上，旅游业融资不易，但各轮次旅游初创企业的成功融资给行业发展带来希望。

7. 国际旅游上市公司共计选取 18 家美股旅游上市公司，综合品牌影响力、市值、经营业绩等因素，每个细分行业选取 3 家头部企业，涵盖 OTA、酒店、主题公园、邮轮、航空、博彩娱乐 6 个细分行业。

8. TTM (Trailing Twelve Months)，是股票投资、财务分析中的一个专业术语，字面意思是滚动 12 个月，即为截至最近的连续 12 个月。引入 TTM 的意义在于剔除财务分析上的季节性 (seasonality) 变化，使得分析更加严谨、符合逻辑。



八、未来展望：旅游业复苏依赖于全球性 宏观经济走势



全球旅游业在不确定性环境下复苏将面临五方面特点。一是全球经济陷入一系列发展困局之中，世界旅游业复苏的困难程度远大于经济稳定期，不同国家和地区，将面对不同程度、不同类型的环境复杂性，展现出不同的应对能力，由此产生不一样的旅游发展格局。二是旅游业疫后修复的重点逐渐由数量转向质量，依赖于全球性的产业合作，也有赖于各国旅游业治理能力的进一步提升。三是旅游业复苏水平、通胀水平和劳动力短缺程度是短期内影响世界旅游业恢复质量的三组关键变量。四是中长期看，世界经济和旅游业的进一步发展，都将更依赖于全要素生产率的提升；其中提高科技的行业渗透率、提高行业对知识人才的吸引力、形成更为智慧巧妙的旅游业政策和治理体系是重塑旅游业的增长模式，推动旅游业全要素生产率的上升的关键路径。五是世界旅游格局将在创新中得以重塑。创新将是世界旅游业进一步发展的核心动力和重塑世界旅游新格局的主要力量，世界旅游业正在进入创新的世纪。



《世界旅游经济趋势报告（2023）》

主 编：李宝春

执行主编：宋 瑞 沈小钰

编 委：（以姓氏首字母为序）

金 准 李为人 刘倩倩 罗 冰 宋昌耀 汪 勇

吴金梅 王 鑫 徐文斌 张玉静 赵 鑫

课题研究组：

宋 瑞，中国社会科学院财经战略研究院研究员、博士生导师

中国社会科学院旅游研究中心主任

金 准，中国社会科学院旅游研究中心秘书长，博士

吴金梅，中国社科院旅游研究中心副主任、研究员，博士

李为人，中国社会科学院旅游研究中心副秘书长，博士

汪 勇，中国社会科学院金融经济研究所，博士后

冯 珺，中国社会科学院旅游研究中心特约研究员，博士后

张玉静，中国社会科学院旅游研究中心特约研究员，博士

赵 鑫，光大金控资产管理有限公司高级副投资经理，博士

史瑞应，中国社会科学院财经战略研究院，博士后

杨晓琰，中国社会科学院财经战略研究院，博士后

周功梅，重庆工商大学，博士

刘倩倩，山东师范大学，博士

胥英伟，美国华盛顿州立大学，博士生

王瑞婷，中国社会科学院大学，博士生

王业娜，中国社会科学院大学，博士生

张琴悦，中国社会科学院大学，博士生

苏永华，中国社会科学院旅游研究中心访问学者，教授

孙鹏义，中国社会科学院旅游研究中心访问学者，副教授

王 慧，中国社会科学院旅游研究中心访问学者，副教授

蒋卓颖，中国社会科学院旅游研究中心访问学者