



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



2022阿尔山旅游度假大会
旅游新趋势 度假新动能

旅游度假正当时

——2022中国旅游度假发展报告

中国旅游研究院课题组

目 录



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



01

我国旅游度假
发展进程回顾

03

我国旅游度假
产品供给与主体培育

05

构建以人民为中心的旅游
度假可持续发展战略体系

02

我国旅游度假
市场需求和消费特征

04

我国旅游度假
投资运营与管理模式

01

我国旅游度假 发展进程回顾



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



我国旅游度假发展进程回顾



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



职工疗休养制度建立

新中国成立后就建立了职工疗休养制度。从历史来看，干部休假和工人疗养制度是国民旅游权利的启蒙者，也是旅游度假的推动者。

萌芽期

从改革开放初期到20世纪80年代末，是我国旅游度假发展的萌芽期。这一阶段的国民旅游度假发展还处于自发成长期，以个人和家庭为主体的大众化自费旅游度假非常少。

成长期

从20世纪90年代初开始，我国旅游度假产业步入成长期。一方面入境旅游在经历了最初的观光热潮后，休闲度假开始兴起。另一方面在经济社会发展的支撑下，国内旅游市场逐步成长起来，成为推动休闲度假发展的重要力量。

快速发展期

从20世纪90年代末开始，我国旅游度假产业步入快速发展时期。1999年，我国推出“黄金周”制度，为人们提供了更长的公共假期，旅游度假有了更充足的时间保障。政策的支持和市场的推动下，这一时期我国旅游度假产业得到了较快发展。

提质增效新阶段

党的十八大以来，我国旅游度假产业进入提质增效的新阶段。当前，休闲度假已经成为旅游消费的重要选项。以旅游度假区为主体、多样化的旅游度假产业体系稳步建立。

02

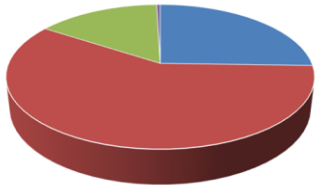
我国旅游度假 市场需求和消费特征



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



(一) 休闲度假成为旅游消费的重要选项



2021年外出旅游次数

虽然2021年国内疫情呈现多点散发状态，但人们仍然抓住各种机会外出旅游度假。

99.63%的受访者在2021年开展了旅游活动。出游2次的占比最多，为58.75%；出游1次的次之，占比为25.48%；出游3次的占比为15.32%；出游0次和3次以上的合占0.46%。

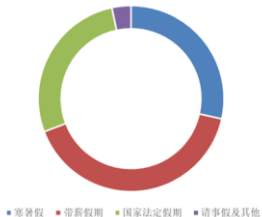
92.21%的受访者在2022年上半年中进行了以休闲度假为主要目的的旅游（以下简称休闲度假型旅游），7.79%的受访者未参与。

相对于其他目的的旅游，绝大多数人非常愿意或愿意进行更多的休闲度假型旅游。40.35%的受访者选择非常愿意，35.80%的选择了愿意，18.76%的没有倾向，不愿意或非常不愿意的分别只有4.58%和0.51%。

(二) 带薪休假成为人们进行休闲度假型旅游的主要时间选择



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



休闲度假型旅游的时间选择

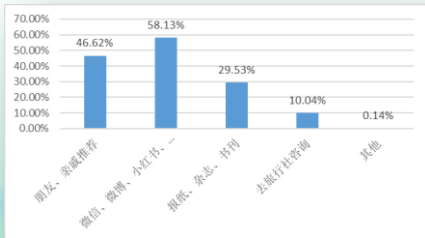
随着国家持续发文要求落实带薪休假，利用带薪休假进行休闲度假型旅游的越来越多。

调查结果显示，在休闲度假出游时间方面，选择带薪休假的占比最高，达55.78%；其次为寒暑假，占比为39.05%；再次是国家法定假期，占比为37.64%；请事假及其他合计仅占4.53%。

(三) 新媒体和亲朋好友是获取休闲度假型旅游信息的重要来源



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



获取休闲度假型旅游相关信息的渠道

“旅游+科技”创新发展趋势使人民群众的旅游方式日趋智能化、数字化。

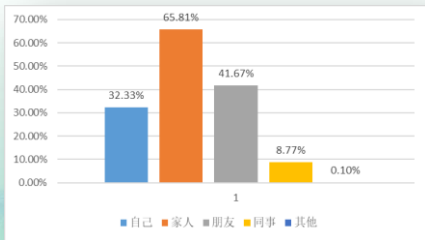
受访者获取休闲度假型旅游信息的渠道，占最大比例的是微信、微博、小红书、QQ等新媒体网络传播渠道，达到了58.13%。

另外，社群经济在旅游业中的地位也有所显现，46.62%的受访者通过亲朋好友推荐获取相关度假信息。

(四) 和家人朋友一起进行休闲度假型旅游成为常态



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



休闲度假型旅游同伴选择

休闲度假型旅游对亲情和友情的维护十分有利，是提升家庭凝聚力和稳固人际交往的重要方式。

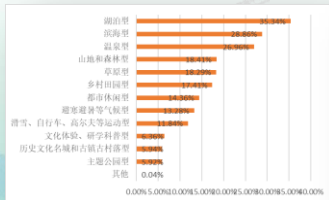
休闲度假型旅游往往伴随着文化体育活动。

调查结果显示，选择家人和朋友一起进行休闲度假型旅游的比例分别达到65.81%和41.67%。

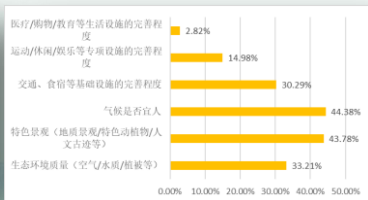
(五) 气候、景观、生态环境等是休闲度假型旅游目的地选择考虑的主要因素



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



休闲度假型旅游目的地类型选择



休闲度假型旅游最关注的当地要素

目前我国的休闲度假型旅游更多的还是观光式度假,但同时对于旅游目的地的气候、生态环境质量等也比较关注。

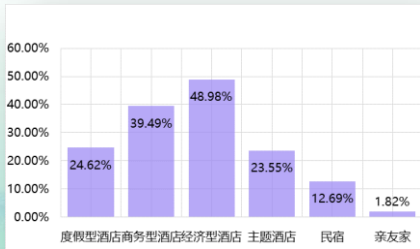
针对最偏爱的休闲度假型旅游地类型,受访者的选择比较分散。其中选择湖泊型、滨海型、温泉型、山地和森林型、草原型的占比较高,分别为35.34%、28.86%、26.96%、18.41%、18.29%。可见滨水休闲、生态康养等是受访者主要的休闲度假目的。

针对在选择休闲度假型旅游地时最关注的当地因素,气候和特色景观占比较高,分别达到了44.38%、43.78%。生态环境质量和交通、食宿等基础设施的完善程度次之,占比分别为33.21%、30.29%。

(六) 传统住宿仍是休闲度假型旅游的主要住宿选择



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



休闲度假型旅游住宿选择

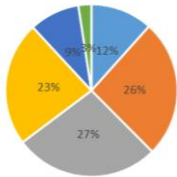
经济型酒店、商务型酒店已经形成了一定的市场认知和品牌效应，抢先占据了市场优势；度假型酒店、主题酒店、民宿作为新型酒店业态，有很大的发展空间，但也需要时间来获取市场认可。

经济型酒店、商务型酒店仍是人们在休闲度假型旅游中最常选择的住宿方式，占比分别高达48.98%、39.49%。最常选择度假型酒店、主题酒店、民宿的分别只有24.62%、23.55%、12.69%，还有少量住亲友家（1.82%）或其他（0.05%）。

(七) 休闲度假型旅游中基础性消费仍占较大比重



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



1: 餐饮 2: 住宿 3: 交通 4: 景区游览 5: 购物 6: 娱乐

休闲度假型旅游中花费最高的项目

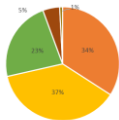
当前的休闲度假型旅游消费，最大部分仍然在基础性旅游消费领域。

调查显示，针对休闲度假型旅游中花费最高的项目，选择交通的最多，占比为27.20%；选择住宿的其次，占比25.89%；选择景区游览的第3，占比23.35%；选择餐饮的第4，占比11.63%；选择购物和娱乐的分别只有9.44%、2.45%。

(八) 人们对休闲度假型旅游的感知较为正面



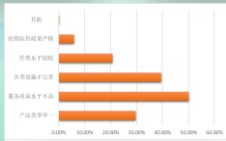
中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



休闲度假型旅游产品性价比感知情况



休闲度假型旅游服务质量感知情况



休闲度假型旅游存在问题

休闲度假型旅游总体满意度比较高, 旅游产品性质比和服务质量还有进一步提升空间。

调查结果显示, 针对休闲度假型旅游产品是否物有所值的问题, 受访者中选择“非常满意”及“满意”的比例合计达到了71.46%, 可见大多数旅游者认为休闲度假型旅游还是值得的, 获得感较强; 针对休闲度假型旅游服务质量是否满意的问题, 选择“非常满意”及“满意”的比例合计达到了75.71%, 可见休闲度假型旅游总体满意度比较高。

在问到我国休闲度假型旅游存在的问题时, 有超过一半的人选择了服务质量水平不高(50.14%)。其他问题依次是: 各类设施不完善(39.52%)、产品类型单一(29.62%)、管理水平较低(20.78%)。选择疫情防控政策严格的较少, 仅占到5.86%, 说明受访者充分理解并支持我国在抗击新冠肺炎疫情过程中采取的相关措施。

03

我国旅游度假 产品供给与主体培育



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



(一) 旅游度假区：从空间到场景



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



旅游度假区在我国旅游产品供给中越来越占有重要的地位,不仅在游客接待量、旅游收入等方面形成了较大规模,而且对整个旅游度假区发展具有很强的引领作用。我国旅游度假区经历了不同时期的发展,早期的国家旅游度假区更多的是一个空间概念,而现在的国家级和省级旅游度假区更多的是一个综合性消费场景。

20世纪90年代推出的国家旅游度假区



本世纪推出的国家级旅游度假区



省级旅游度假区的发展



世界级旅游度假区的提出

2020年,党的十九届五中全会提出“建设一批文化底蕴深厚的世界级旅游景区和度假区”。

(二) 旅游度假产品：走向多样化和高品质



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



1

旅游度假产品类型更加多样

无特色不旅游、无体验不产品。
体验是旅游度假产品的核心。

2

旅游度假产品内涵更加丰富

高品质的旅游度假产品不仅表现在建筑和设施设备的高端上，而且也体现在服务和管理水平的优质以及更多的文化参与和体验上。

3

“微度假”和周边度假的兴起

顺应大众消费需求特征，各地开发了一批相应的“微度假”和周边度假产品，如自驾车房车营地、郊野露营、周末亲子野营、乡村休闲度假等。

主要类型	资源表现形式	特征或举例
自然景观类	山地、海滨、草原、湖泊、温泉、冰雪、森林、沙漠等	着重强调奇特壮丽自然景观或自然野生动植物风景观赏体验。例如九寨沟、张家界等地，一般规模较大，如四川九寨沟、黄龙的年旅游人数达120万人次以上。
文化体验类	名人故居遗产、古城古镇古村、民族民俗文化、宗教文化遗产、特色小镇、研学等	侧重在旅行中获取知识、了解文化、促进个人全方位发展的体验活动，常常与研学旅游相关，如中华民俗文化村、宋城千古情等。
乡村休闲类	田园风光、乡村民宿、农家乐(庄)、农业园(场)、乡村营地、乡村文博馆、文创工坊和习俗活动等	以乡村的自然景观、聚落环境、农业景观、农事活动和民俗文化等资源为基础，致力于满足游客亲近自然、农事参与体验等需求。如莫干山民宿、广西阳朔漓江渔火节等。
现代娱乐类	主题公园、亲子体验、高科技、主题演艺、数字娱乐、体育影视、会展参观等	注重娱乐参与性体验，强调丰富的表演和游客参与，如深圳欢乐谷、北京环球影城等。
康养运动类	养老、养生、医疗保健、健身、自驾露营地等	以生态资源为依托，借助体验、观光、学习等相关文化等手段，以达到休养生息目的。如四川天府青城康养休闲旅游度假区、无锡灵山小镇·拈花湾——东方禅文化度假区等。

体验视角下主要旅游度假产品类型

(三) 旅游度假产业：多元跨界的市场主体



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



1

综合性旅游集团是旅游度假产业发展的主力

在资本、技术、创业和需求等多方面因素推动之下，引领旅游发展的市场主体正由单一旅游企业转变为综合性旅游集团。

2

众多大型企业跨界进入旅游度假领域

如中国电信、中国中铁、中国邮政等大型央企，万达、建业等房地产企业，BAT、京东等互联网企业，以及部分矿业企业、军改企业等

3

国际旅游度假品牌持续输入

随着中国旅游市场的兴起，大量海外旅游品牌相继进入中国。如雅高、万豪、汉莎航空、阿联酋航空等，已经在中国深耕多年。

4

专业化旅游度假企业不断涌现

近年来，一批专业旅游度假企业发展态势良好，已经成长为旅游度假产业的骨干企业，如众信、春秋等旅行商，途牛、马蜂窝等在线旅游企业。

5

旅游度假产业体系不断完善

旅游新业态都得到了长足的发展，甚至成为旅游度假的主流业态。旅游度假产业体系的完善还体现为旅游度假产业链的发展和旅游度假产业的融合发展。

2021年中国旅游集团20强及提名名单

5051由中国旅游集团50强名单

央企、华北、东北	中国旅游集团、华侨城集团、首旅集团、中青旅控股、美团网、河北旅游投资集团、山西省文化旅游投资控股集团、大连海昌旅游集团
华东区域	锦江国际(集团)、携程集团、复星旅游文化集团、上海春秋国际旅行社(集团)、华住集团、上海景域驴妈妈集团、南京旅游集团、同程网络科技、浙江省旅游投资集团、杭州商贸旅游集团、开元旅业集团、祥源控股集团、安徽省旅游集团、黄山旅游集团、福建省旅游发展集团、山东国欣文化旅游发展集团、江西旅游集团
华中、华南、西南、西北区域	建业集团、湖北省文化旅游投资集团、广州岭南商旅投资集团、融创文化旅游发展集团、四川省旅游投资集团、陕西旅游集团

资料来源：中国旅游研究院课题组。

04

我国旅游度假 投资运营与管理模式



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



(一) 旅游度假区是各地发展旅游度假的主要抓手



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



政府层面

中央和地方政府高度重视旅游度假区建设

截至2020年12月,我国共有国家级旅游度假区45家、省级旅游度假区631家,以国家级旅游度假区为引领、省级旅游度假区为支撑、各类不同度假地为依托的金字塔式旅游度假发展格局已经形成。

集中和分散相结合、行政推动与发挥市场作用相结合

根据相关管理规定,绝大多数国家级和省级旅游度假区成立了专门的“管理委员会”“管理办公室”“管理中心”“管理局”或“工作委员会”,作为政府派出机构,在其管理范围内行使相关的经济管理权限和行政管理职能。

管理体制

(二) 文商旅综合体是旅游度假场所的主要形态

旅游度假目的地不仅要有相应的文旅要素，
还要满足游客居停生活所需要的商业要素。

从综合体投资与运营主体来看，既有传统的文旅企业，也有商业地产开发商。



“轻模式”转型路径



“重模式”转型路径

(三) 旅居和第二居所成为旅游度假投资商追逐的新战场



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



介于传统的旅游度假和定居之间的一种形态

旅居

近年来,随着经济的快速发展、社会的老龄化、养老及医疗保障体系的进一步完善,康养旅居成为旅游度假市场的新热点。

旅游度假投资商追逐的新战场

第二居所

在中国海南、环渤海、长三角、珠三角、广西北部湾、滇南等区域,集“居住生活”与“休闲度假”为一体的第二居所迅速增长。

强调旅居者对第二居所的所有权和使用权

（四）分时度假仍在法律框架内探索前行

2001年全国旅游发展工作会议曾提出“中心城市可积极探索分时度假等新的旅游方式”并写入发展规划当中。

2016年发布的《“十三五”旅游业发展规划》曾提出，推动旅游共享经济商业模式创新，开展分时度假等共享经济试点项目。

分时度假探索前行

这些年来，由于法律上缺少保障以及现实中存在分时度假合同不健全和虚假宣传、监管失位等问题，我国分时度假一直在艰难前行，发展缓慢。2021年发布的《“十四五”旅游业发展规划》没有再提及分时度假。



中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



(五) 融合发展提升旅游度假投资收益



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



旅游度假+体育运动

黑龙江省提出打造以亚布力为代表的世界级滑雪旅游度假胜地,作为“三亿人上冰雪”和“冰天雪地也是金山银山”的生动实践地



旅游度假+健康养老

除了前面提到了大量康养旅居以外,另一个数据也可以作为佐证,在45家国家级的旅游度假区中,仅温泉康养类型的就有6家。



旅游度假+教育研学

根据中国旅游研究院课题组发布的《中国研学旅行发展报告2021》,截至2019年,全国共有教育部批准的581家中小学生研学实践教育基地和40家中小学生研学实践教育营地。



旅游度假+交通运输

2019年10月,中共中央、国务院印发《交通强国建设纲要》,提出深化交通运输与旅游融合发展,推动旅游专列、旅游风景道、旅游航道、自驾车房车营地、游艇旅游、低空飞行旅游等发展。



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



05

构建以人民为中心的旅游 度假可持续发展战略体系



构建以人民为中心 的旅游度假可持续发展 战略体系

(一)

坚持以人民为中心的发展理念，满足人民美好旅游度假生活需要

(二)

坚持文化引领，推动文化和旅游度假深入融合发展

(三)

坚持科技赋能，推动旅游度假领域的创业创新

(四)

践行习近平生态文明思想，推动旅游度假可持续发展



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



报告执笔人:

戴斌 宋子千

元春元 黄渊基 蔡保忠 李锐

宋瑞 唐晓云 蒋艳霞



中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)
China Tourism Academy (Data Center of the Ministry of Culture and Tourism)



谢谢！