



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)

2024中国旅游者出境满意度研究报告

- 中国旅游研究院游客满意度课题组
- 2025年6月26日

游客是旅游业的定义者

2009年，中国旅游研究院基于国家社科基金重大项目研究成果和“期望——满意”理论，研发了覆盖现场调查、网络评论、投诉质监三维指标的游客满意度评价体系。

经过16年的学术积淀和实践推动，游客满意度从学术研究范畴进入国家旅游治理的主流视域。

游客满意度直接回答了“旅游发展为什么”，也回答了旅游城市建设向哪里走的问题。

2024年，课题组综合线下机场拦访、线上平台调研、短信调查等多渠道数据，收集了面向27个主要出境目的地国家和地区的市场调查数据4万条，以及面向102个国家和地区的游客评价数据数十万条。基于以上数据，完成《2024中国旅游者出境满意度研究报告》。



“世界那么大，我想去看看”

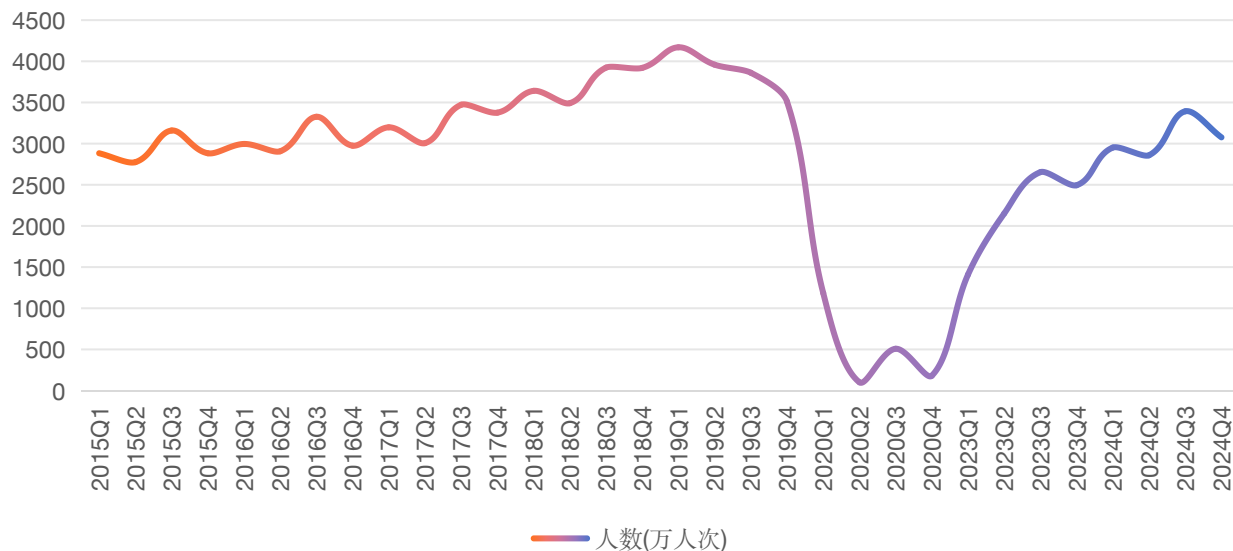


出境游市场：总量稳步复苏

过去两年，随着经济社会发展步入常态化发展新阶段，中国人民对世界的好奇心被重新唤醒，出境旅游市场得以快速复苏。

越来越多过去没有听说过的目的地国家和地区开始进入出境旅游者的选项中来，越来越多的非传统资源开始成为出境旅游的理由，人们甚至为了一场体育赛事，为了一场音乐会，为了一个特色餐厅或者时令美食而到访一个国家、城市和乡村。

2015-2024年出境旅游人数



1.23亿

2024年出境旅游总人次

41.0%

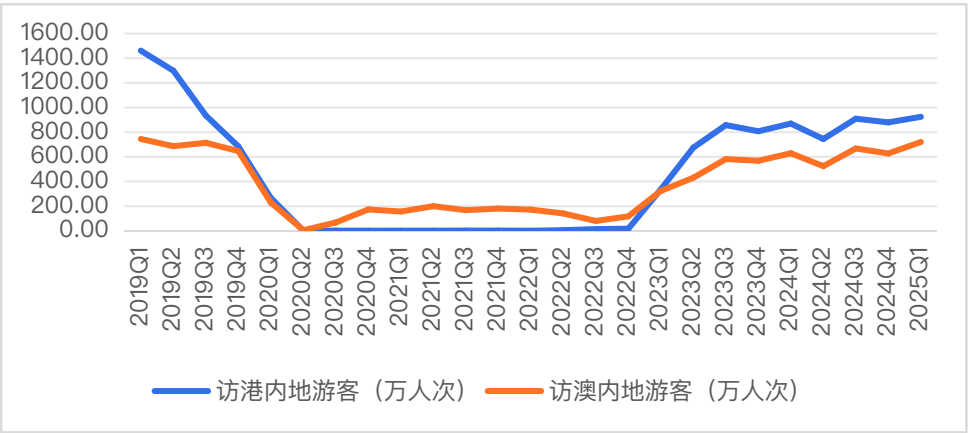
同比2023年增长

79.2%

恢复至2019年

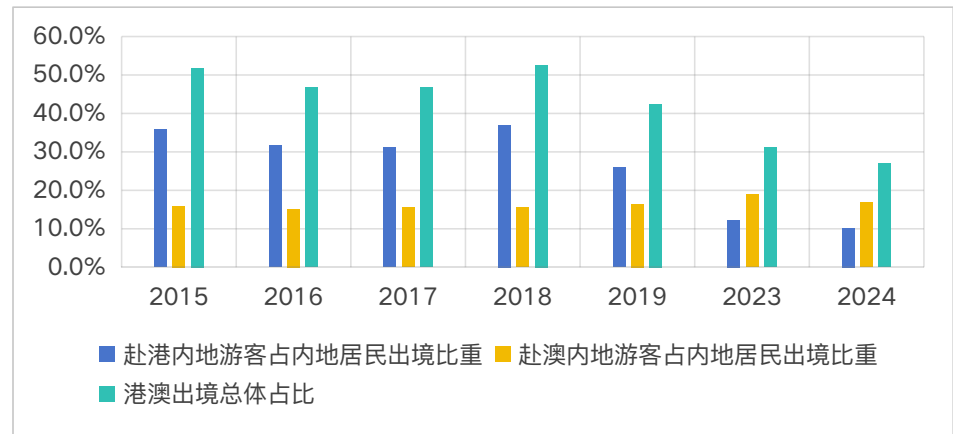
出境游市场：港澳依然为基础市场，“一带一路”沿线国家增长明显

2019–2024年内陆赴港澳游客人数

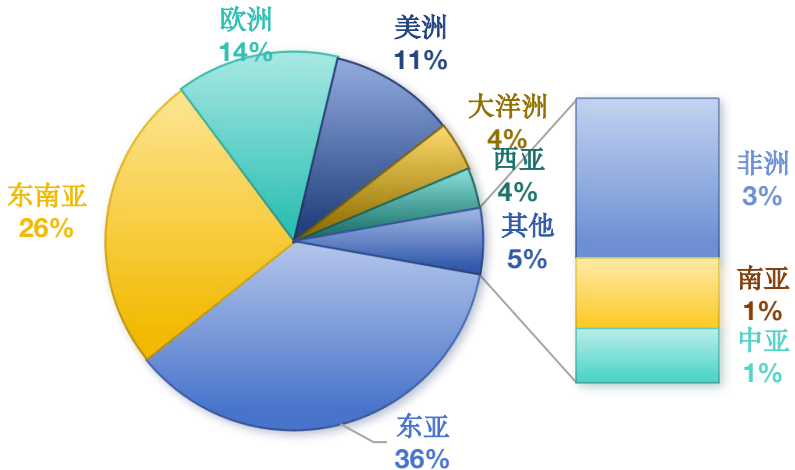


- 港澳地区依然是出境旅游的基础市场，但份额正在下降。
- 亚洲整体占比近七成，东南亚、东亚占比达六成，越南成为东南亚接待中国游客增速显著的目的地之一。
- “一带一路”沿线国家，特别是西亚、北非地区明显增长。

2015–2024年内陆赴港澳游客占国内居民出境人数比重



2024年中国旅游者出境旅游目的地分布



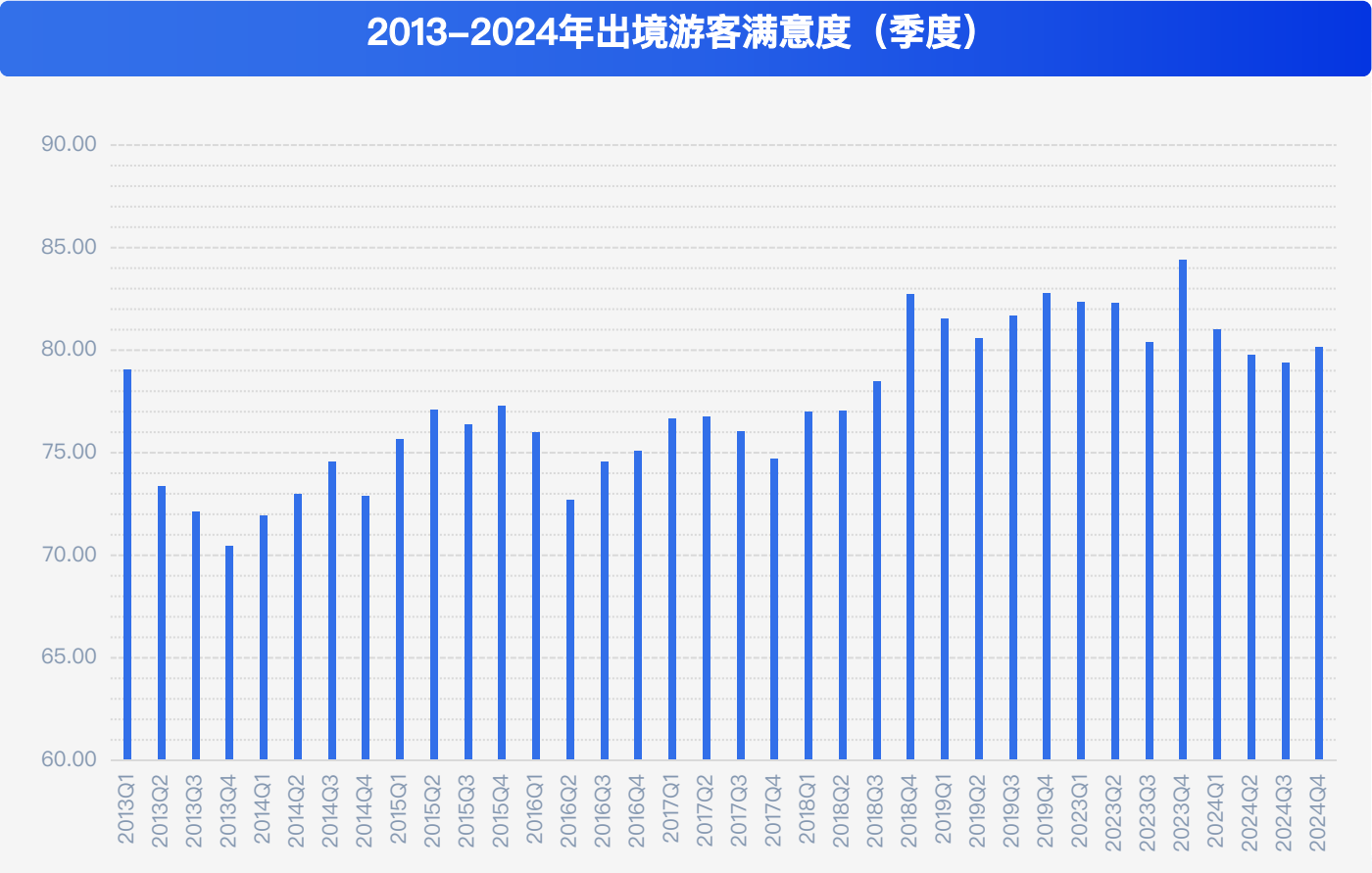
出境游客玩得满意吗？



2024中国出境游客总体满意

- 2024年，中国出境游客满意度指数为80.06，年内出现波动，Q4呈现翘尾效应，全年处于“满意”区间。
- 2024年，在纳入监测的27个境外目的地中，13个国家/地区处于80分以上的“满意”区间
- 在国内旅游市场产品服务创新加速和科技推动出游便利度等因素影响下，国内居民的出游预期和需求**标准提高**，迭代**需求传导**至出境旅游市场，出境游客对海外目的地国家和地区的体验内容、公共服务等**更为挑剔**。

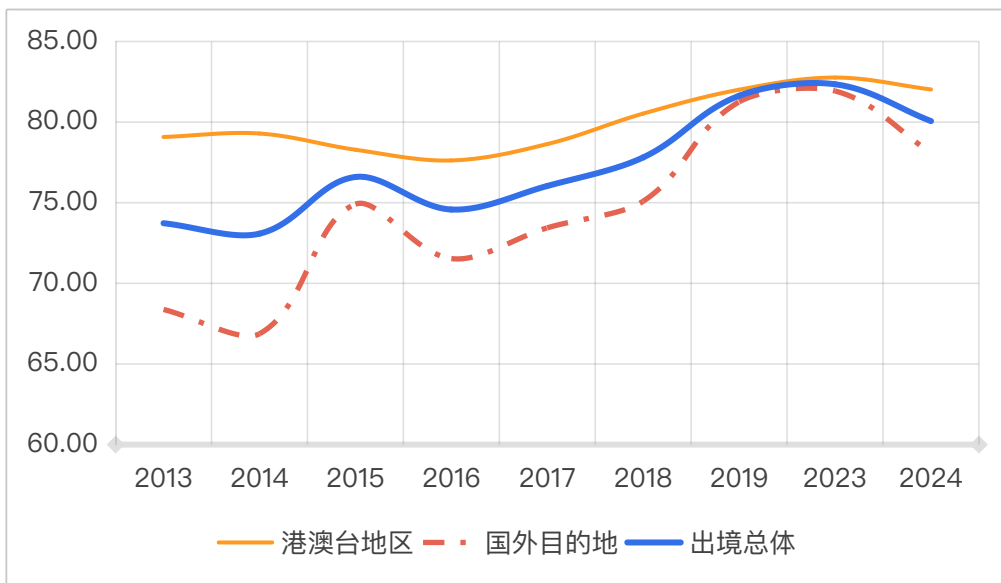
2013–2024年出境游客满意度（季度）



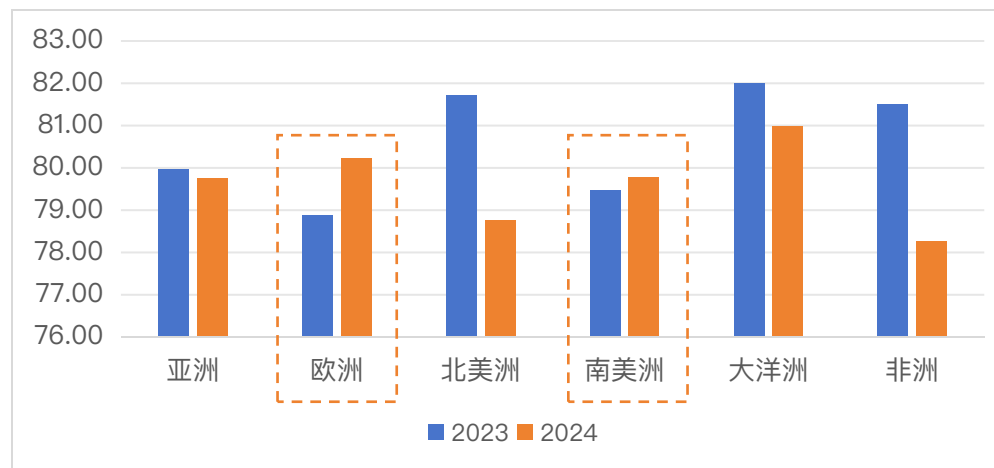
时空视角下的出境游客满意度变化

- 2013年至今，内地游客对港澳台地区一直保持较好满意度评价。
- 2024年，赴港澳台地区、大洋洲、南美洲的游客满意度较好，处于“满意”区间；欧洲、亚洲、非洲和北美洲地区，处于“基本满意”区间。
- 相比2023年，赴欧洲、南美洲旅游的中国出境游客满意度提升明显。

2013–2024年出境游客满意度（港澳台&外国）



2023–2024年国内游客赴境外不同地区满意度情况



出境游客眼中的世界

亚洲——便利的购物、美食与服务
让亚洲旅游成为中国游客最熟悉也最安心的‘第二生活场景’

- 主打“宾至如归”
中文友好、熟悉的服务氛围、小而美场景



拉丁美洲——在拉美，中国游客感受到热情、独特与异域的惊喜交融。

- 开启异域探索：
方尖碑、玫瑰宫、野性神秘、壮观漂亮



欧洲——沉浸在历史与艺术之间，中国游客在欧洲收获的是一步一景、一路一故事的文化震撼。

- 深度文化之旅：
从博物馆到市集，从米其林到市井烟火，从网红打卡到精神栖息



出境游客眼中的世界

北美洲——自由、自驾与宽敞的生活空间，‘沉浸式体验西方日常’的理想之地。

- 体验一种生活方式-广阔、自由



非洲——野性之美配上超高性价比，非洲用震撼风光和真实感打动了中国游客。

- 奇遇体验导向- 色彩、safari天堂、大草原、动物



大洋洲——走进自然、住进生活，澳新让游客在阳光中享受一场自由安静的慢节奏旅程。

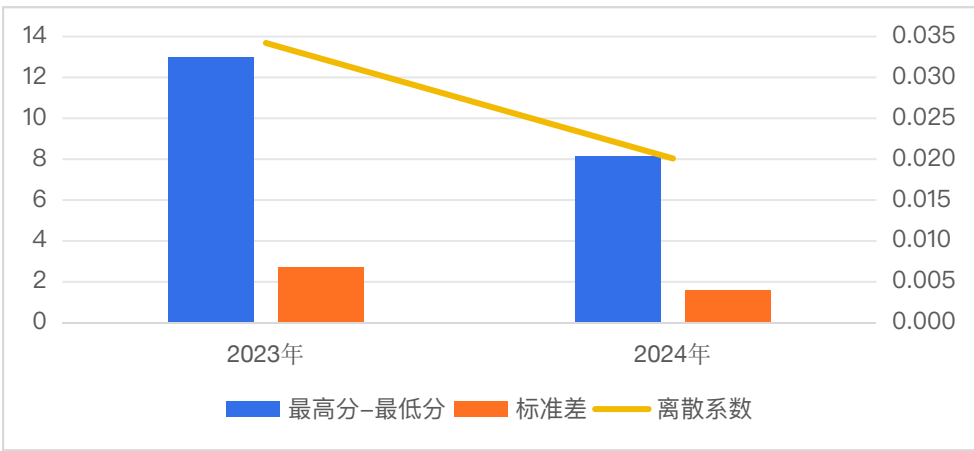
- 自然疗愈- 自然、生活、海鲜、自由



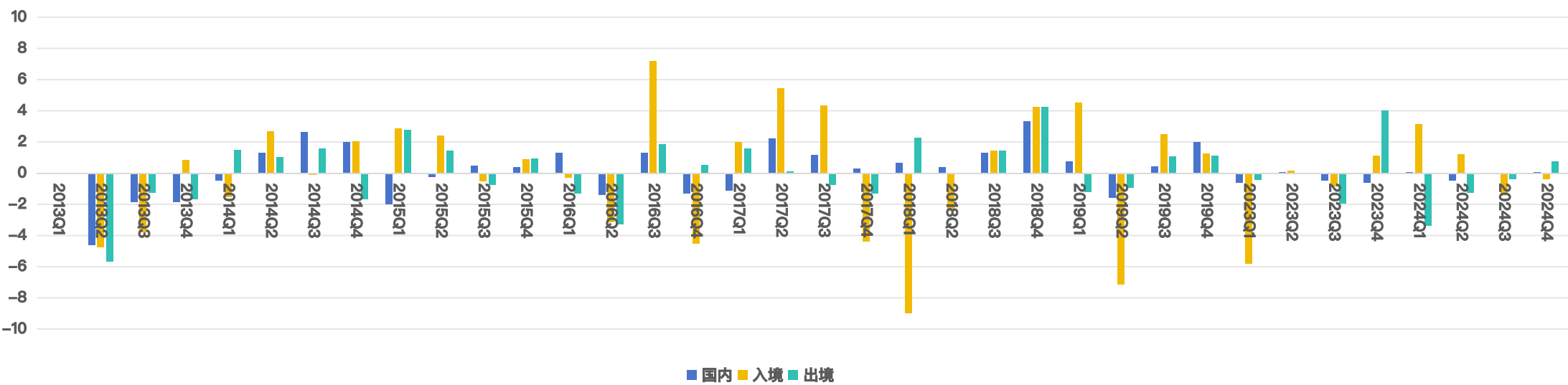
出境目的地间满意度差距在收窄

- **后发追赶：**中国出境游客满意度评价中，15个国家/地区满意度较2023年实现增长，其中后17位国家中占10国。
- **区域差异收窄：**2024年得分最高与最低国家/地区差异较2023年收窄59.0%，出境目的地间的满意度差异波动在缩小（离散系数同比降低41.3%）。
- **季度差异收窄：**国内旅游市场游客满意度逐年差距收窄更为显著；2016年以来，入出境旅游市场游客满意度波动较大，入境游客满意度2023年末开始快速增长，出境游客满意度进入2024年差距有所收窄。

2023、2024年出境游客满意度地区间差异比较



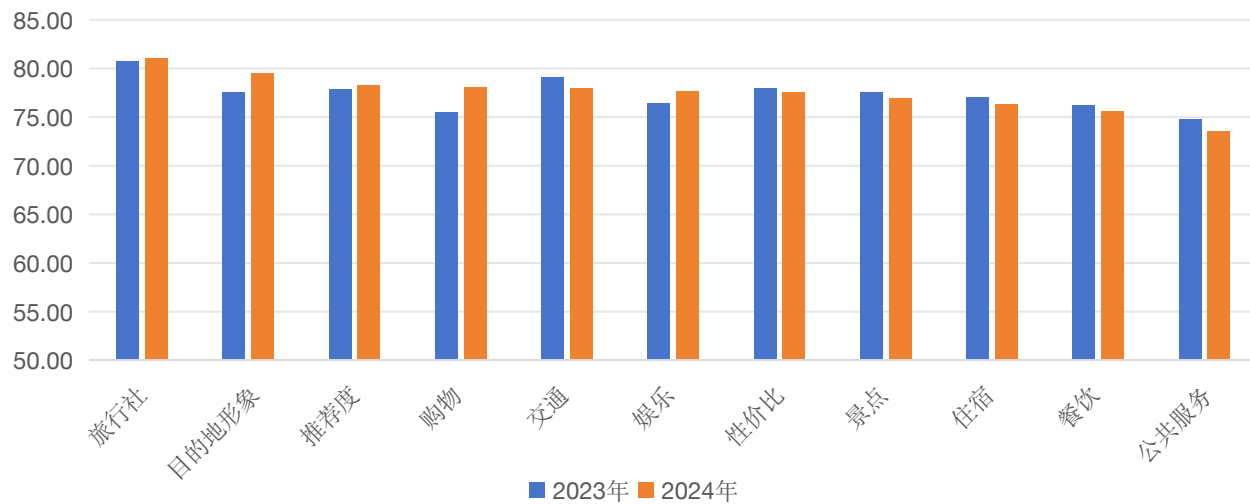
2013-2024年三大旅游市场游客满意度季度得分波动



➤ 哪些维度评价上升？ 哪些下降了？

- 国际客运航班、全球供应链仍处于恢复期、全球多地通货膨胀带动物价攀升、双多边国际关系摩擦增多等多重因素影响
- 2024年，出境游客在境外住宿、餐饮、景点、性价比和公共服务方面的体验感和满意度较同期出现下行波动。

2023、2024年出境旅游细分领域游客满意度



目的地形象
+1.94

购物
+2.55

公共服务
-1.21

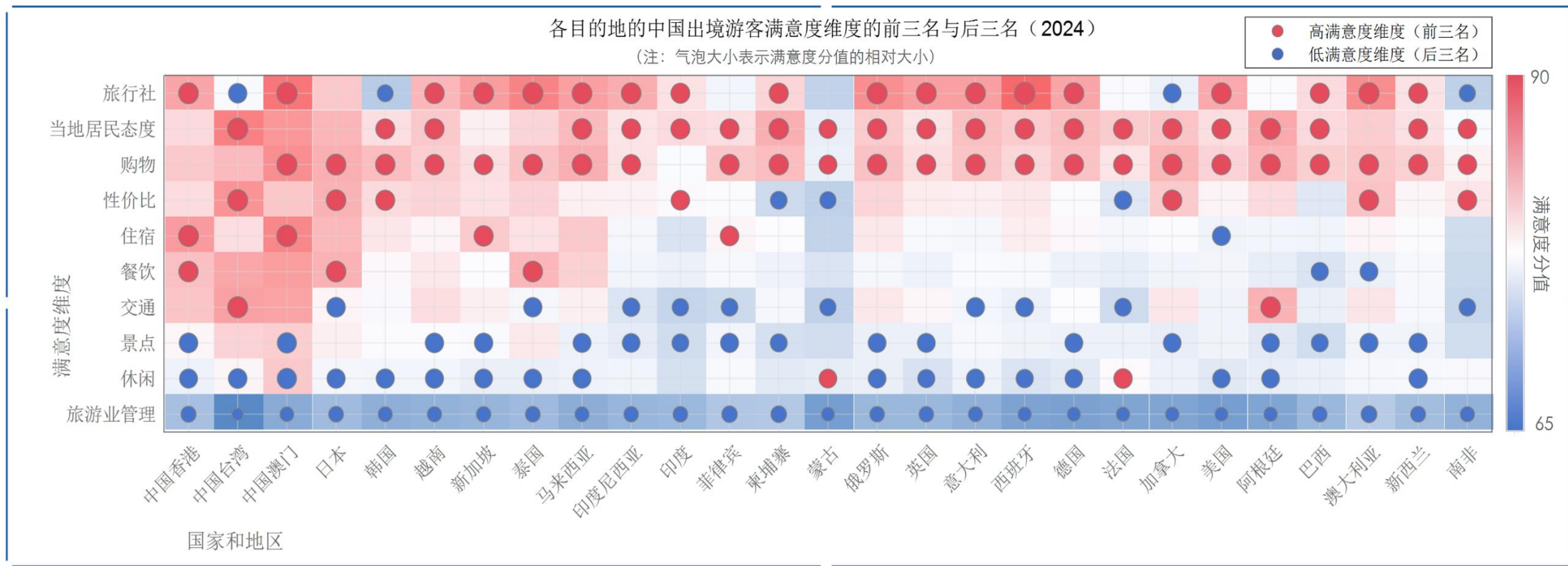
交通
-1.19

景点
-0.65

住宿
-0.64

27个境外目的地的服务答卷

- 当地居民友好度与海外购物体验得到普遍好评
- 中国出境游客不再局限于看山看水，对**文化体验休闲**的服务品质提出更高要求。
- **旅行社**服务整体令游客满意，面向散客的旅游业管理有待提升



活跃涌动的目的地创新



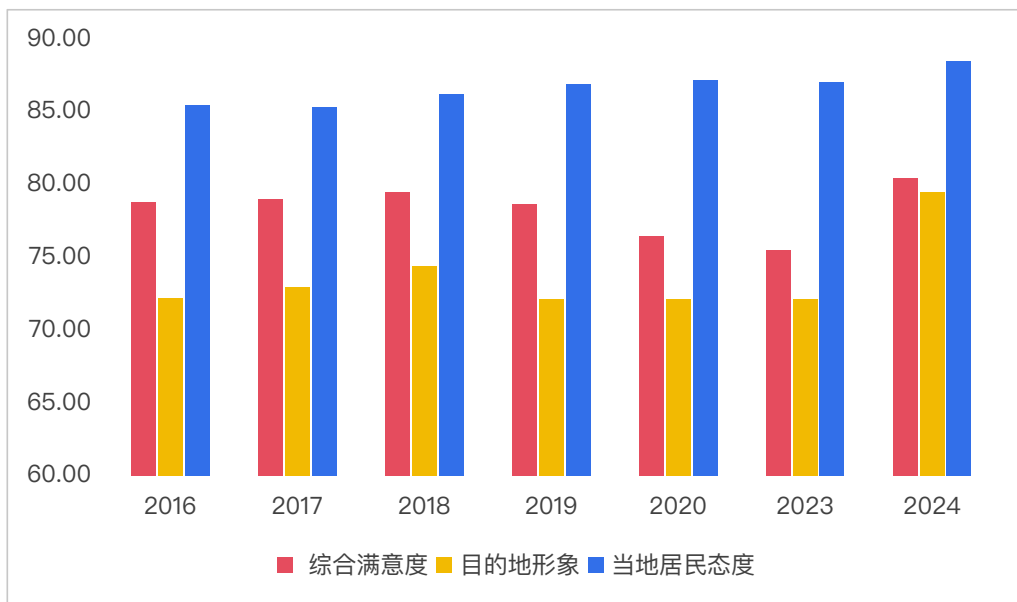
居民友好度：人是旅行中最美的风景

最美的风景永远是人，最好的链接也永远是人。

—— 戴斌院长

- 中国出境游客普遍在住宿、餐饮、城市空间都得到了善意提醒、帮助，对出境目的地居民的友好态度给予高度评价，情绪价值拉满。2024年，出境游客对当地居民态度的满意度评价同比增长1.7%。
- 得益于国际文化交流活动、目的地居民态度、创意文旅活动等多元利好因素，2024年，出境游客对目的地形象的满意度评价同比增长2.4%。
- 游客评论节选-“不管是早餐店的阿姨还是街边便利店的小哥，他们都会微微前倾身子认真听你说话”“工作人员会主动问我想去哪里，然后很详细说明每一个方向的站名，阳光下的笑容真的超暖”。

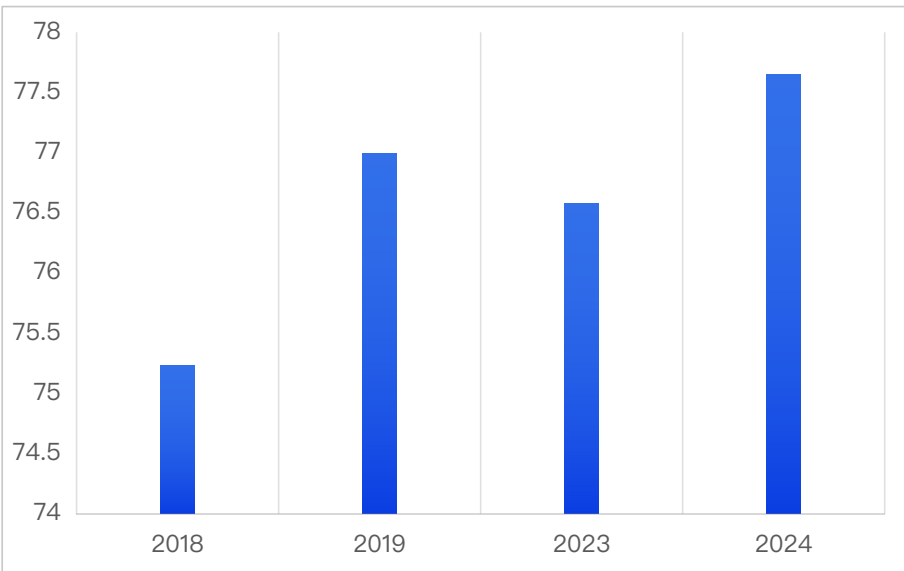
2016-2024年中国游客对目的地形象、当地居民态度满意度



▶ 游客对新玩法的要求越来越高

得益于众多境外目的地在文化创意等方面的创新努力，2024年出境游客对境外休闲娱乐满意度同比增长3.27%。

2018–2024年出境游客“娱乐休闲”满意度评价



新需求

文化感、个性化
社交感、可参与
简单的快乐

VS

新供给

深度生活体验
文化嵌入式消费
沉浸式文旅场景

- 中国澳门 音乐节+传统节庆+居民互动——文化场景融合真实感
- 中国香港 高德合作+多元出行方式——贴近内地游客出行习惯
- 马来西亚 普通话服务+支付友好+二三线直飞——最亲和的服务
- 新加坡 明星综艺IP联动+本地演艺活动——年轻化、参与感
- 西班牙 足球、美食、酒庄+主题线路——打造社交型文化消费
- 英国 音乐节+综艺合作+乡村深度文化游——英伦文化深度游
- 澳大利亚 街头艺术+原住民文化体验，融合日常生活场景
- 阿根廷 探戈文化+街头市集+本地美食体验——沉浸式拉美生活



从旅游购物到购物旅游，购物与文化、社交等广泛链接

游客评论节选

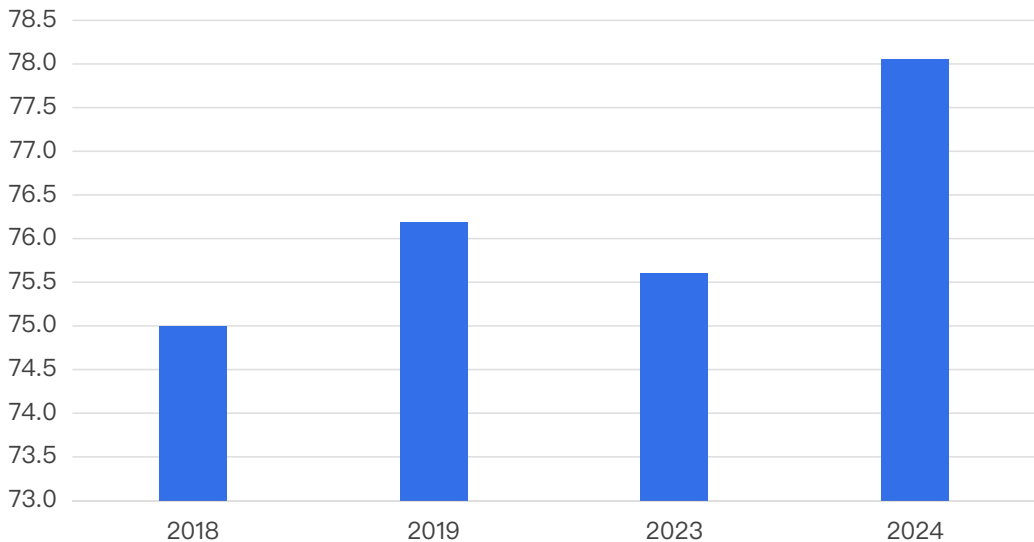
“在澳门免税店不仅买到了心仪的护肤品，还有机会欣赏艺术表演，购物环境非常有设计感，像逛博物馆一样。”

“没想到在吉隆坡中央市场还能看到手工艺人现场编织藤篮、试吃娘惹糕，感受当地人的生活。”

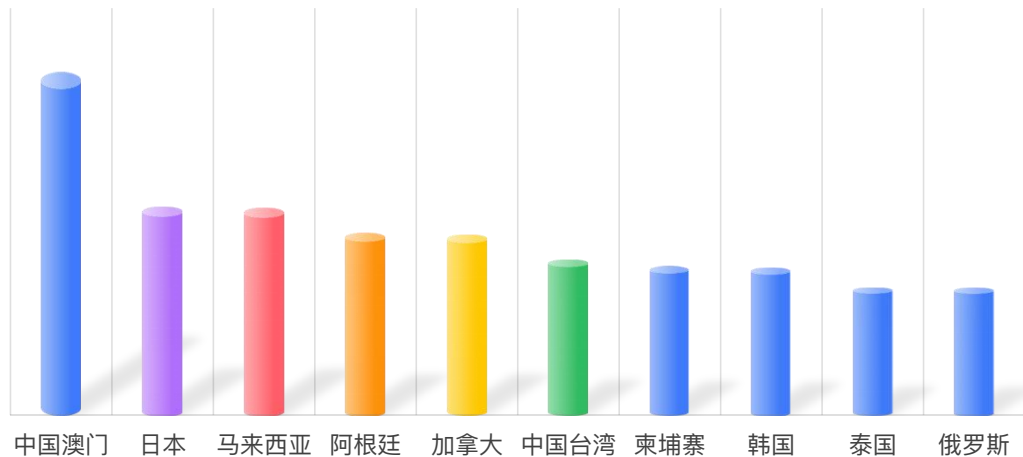
“新加坡的商场不仅逛得舒适，还推出了和综艺节目联动的打卡点，边买边拍照上传朋友圈，很有意思。”

“在墨尔本的涂鸦街边买到本地艺术家的手工帆布袋，和摊主聊天才知道图案背后是原住民故事，感觉购物更有意义。”

2018–2024年出境游客购物满意度评价



2024年出境游客购物满意度前十国家/地区

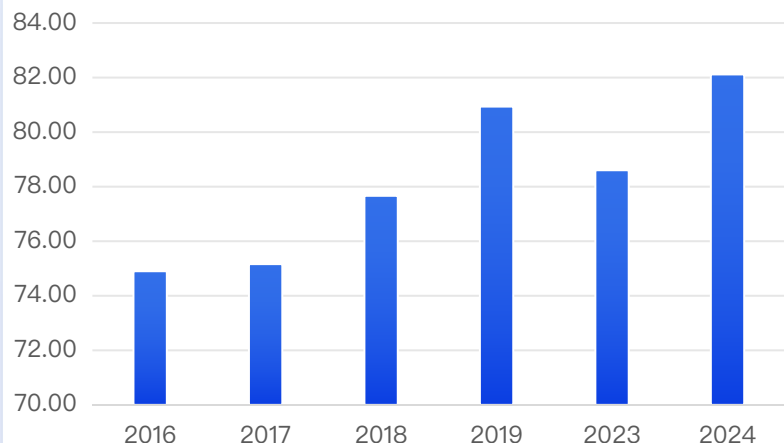


旅行服务商：资源掌控、技术加码、服务精细与新兴市场布局

未来旅行服务业的竞争将更聚焦跨境资源整合效率与高净值客群定制能力，技术赋能与支付便利化亦是关键支撑。

2024年，出境游客对旅行社满意度评价81.09，同比增长0.43%。

2016–2024年出境游客旅行社满意度评价（现场调查）



资源强掌控

- 华程国旅–包机模式--减少第三方航司依赖；
- 凯撒旅游–深耕独家邮轮航线–强化稀缺资源掌控力
- 远海集团--布局海外分站--规避海外供应链波动风险

重技术创新

- AI智能助手普及，提升旅行服务
- 飞猪AI“问一问”、马蜂窝AI小玛、爱彼迎“智能筛选”系统

精细化服务

- 鸿鹄逸游–“无界畅游签”–高端服务闭环
- 众信旅游–小团定制、一人成团–“高端硬件+柔性服务”
- 全行业文化沉浸体验探索–从“资源导向”向“体验导向”的价值升级

新兴市场布局

- 沙特阿拉伯–远海国际
- 阿联酋–华程国旅

营销创新与目的地下沉

走出国门的游客脚步慢下来，热衷于发掘体验更多小而精、小而美、小而暖的生活场景，从博物馆、美术馆、戏剧场、菜市场、街头巷尾中体验目的地的真实生活。

核心品牌

- “百分百纯净新西兰”
- 西澳大利亚“漫游梦土”
- 英国“星耀英伦”影视

新点位推介

- 马来西亚-婆罗洲生态游 檳城与马六甲文化游
- 新加坡-圣淘沙小黄人乐园 花少同款线路打卡”
- 中国香港-邮轮+岸上文化游

政策/服务优化 (签证、航班、支付)

- 中国澳门“个人游”
- 新澳联签
- 英国与比利时“二合一”签证
- 西班牙机场““Hi China!”服务

创意活动

- 英国-走进大‘英’幕短片大赛
- 法国-小红书“环球旅行体验官”、“美食山谷”线路
- 阿根廷-足球外交“发现中国之美·相约贵州村超”

➤ 出境游客主动搜寻小众目的地

- 共建“一带一路”国家成为新热门，如阿联酋、埃及、塞尔维亚等小众目的地崭露头角。
- 免签且相对小众的国家成为年轻旅行者的新宠，如阿塞拜疆、亚美尼亚和格鲁吉亚三地“高加索免签三国游”。

➤ 目的地国家推广更多宝藏城市

- 英国在重点推荐伦敦以外的目的地，如威尔士生态IP斯诺登尼亚国家公园“暗夜星空保护区”
- 挪威旅游局避开传统节日同质化宣传，选择国际狗狗日、国际和平日等小众节日进行内容创作

未来需要直面的挑战



安全问题并非极端事件，而是日常“是否放心”的微感知汇聚。

数以亿计的中国公民在海外旅游的安全和品质也是我们重点关注的领域。

异域文化很精彩，但“安全感”依然是出境游客的隐忧

出境游客安全感知维度	典型表达示例
● 不安/紧张感	“晚上没出去”“感觉不太放心”“有人盯着我们”“地铁人多很杂乱”“路上有点吓人” “有人靠很近”
● 对安全保障的在意	“整个酒店没有几个监控”“大堂黑”“达不到五星标准”“停车场没人看管” “总是得提防钱包和手机，真的不太轻松”
● 有安全感评价	“算比较安全，24小时保安”“大厅明亮、能看到监控，安全有保障” “位置安全，旁边就有商场”“既原生态又安心的感觉”

- 出境游客普遍对公共空间安全、夜间出行、交通秩序较为敏感，酒店监控、街道照明、警察可见度是影响“安全感知”的关键细节。
- 提升安全感，应在“服务细节”上做减法（减少风险）和“保障可见”上做加法（让游客看得见、信得过）。

核心旅游服务质量提升面临挑战

- 2023年，中国出境游客的交通、餐饮、住宿、景点服务感知评价低于2019年。
- 2024年，中国出境游客的交通、餐饮、住宿、景点评价分别下降1.5%、0.7%、0.8%、0.8%。

交通

出租车难订、地铁绕晕
打车体验不佳
公共交通标识不清楚

餐饮

餐饮不适应
事先不知道要提前预约、
小费文化

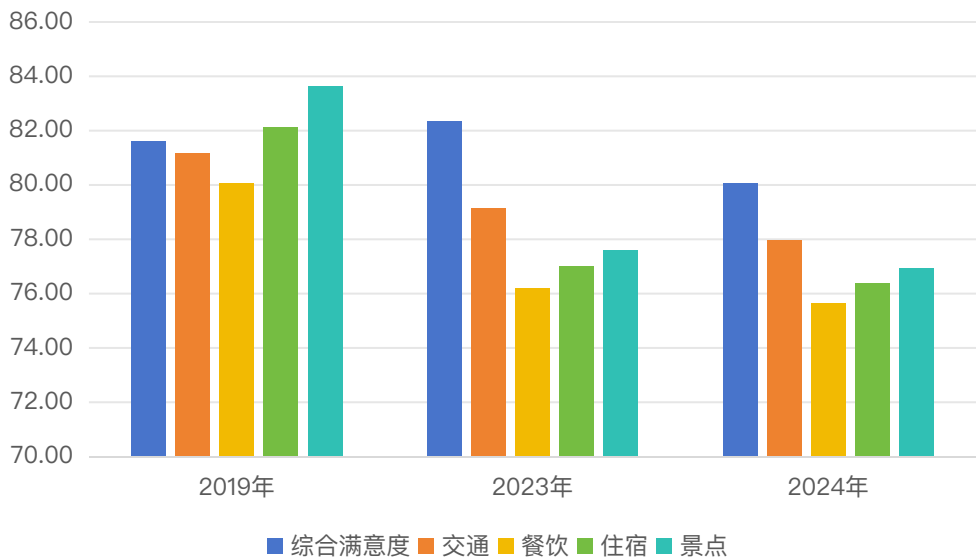
住宿

性价比
空间大小
服务态度

景点

预约便利度
票务兑换
中文讲解

2019、2023、2024年吃住行游细分环节游客满意度



公共服务：国际标准 VS 中国游客的标准

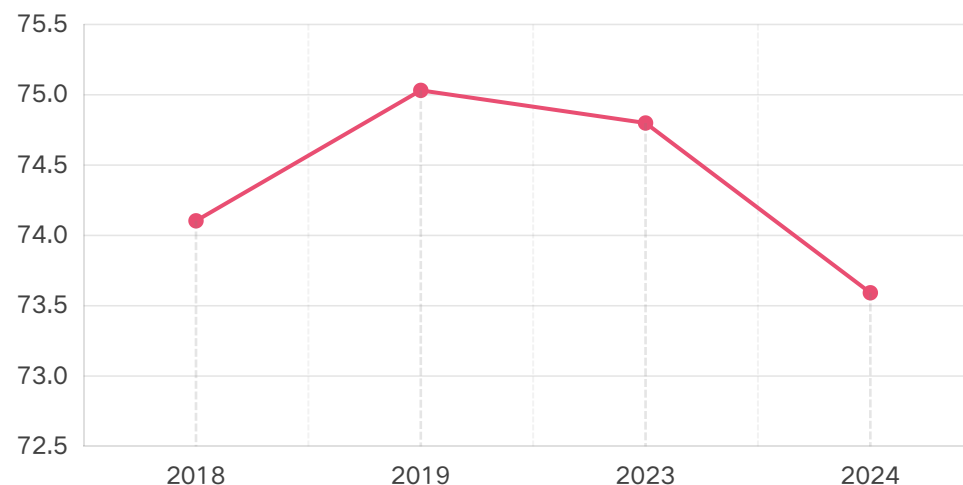
2024年中国出境游客对公共服务/旅游业管理的整体评价**73.59**，处于一般满意水平，且同比2023年**下降1.6%**。

已经习惯于国内便利化、智能化生活服务，以及各地旅游消费优惠的国内居民，对境外公共服务的预期不断拉升：

- 免费而流畅的wifi
- 公共交通、打车、地图导航流畅app
- 微信、支付宝、银联支付
- 中文友好环境
- 热水提供
-

未来，依托“**欢迎中国**”(Welcome Chinese)认证等标准体系推广，系统优化境外目的地的酒店、铁路、机场、博物馆、餐厅与购物村等泛旅游业态的旅游服务体验。

2018-2024年出境游客对公共服务的满意度评价





游客眼中的“好平台”：五个不可或缺信任条件

信息真实透明

“预订的房型、早餐、位置都应真实呈现，照片别过度美化”
“实际与描述最好一致”



评论可信有用

“评论感觉有水分、我们想看实图，最好能看到‘谁写的’，能有类型标注更好（家庭、情侣、商务）”



流程便捷顺畅

“操作别太复杂，付款流程清晰，能支持多币种、电子支付最好。”



信任条件

保障机制完善

“遇到房东失联/酒店拒收怎么办？”
“平台该有清晰的赔付、替代方案和紧急通道。”



服务及时响应

“联系客服别排队、跳转，出问题能快速解决。”
“希望更快速处理改签、误订、退款等问题。”





特别鸣谢



感谢**飞猪旅行**对全国出境游客满意度调查研究课题的支持，飞猪旅行依托平台优势每季向出境订单用户随机发放问卷，2024年度累计回收有效问卷2.5万份。

感谢以下出境旅游目的地/国家有关机构的配合与支持：

- 阿根廷共和国驻华大使馆
 - 西班牙驻华大使馆
 - 中国澳门特别行政区政府旅游局
 - 中国香港旅游发展局
 - 澳大利亚旅游局
 - 法国旅游发展署
 - 马来西亚国家旅游局
 - 新加坡旅游局
 - 新西兰旅游局
 - 英国旅游局
-

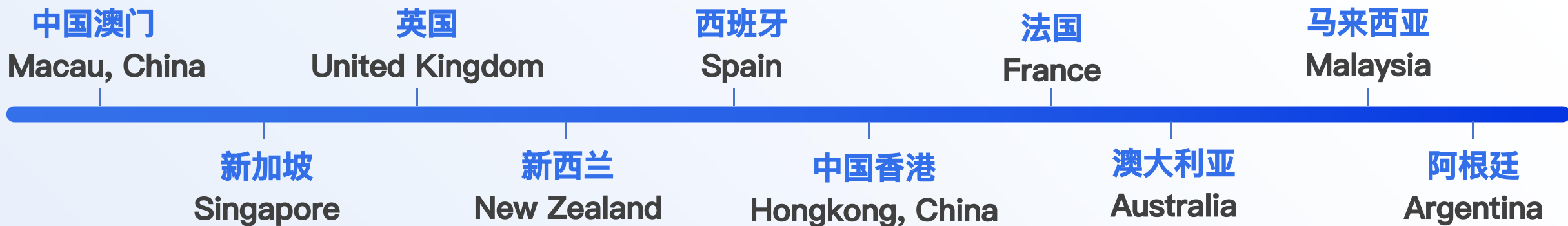
2024

中国旅游者出境满意度十佳目的地





2024中国旅游者出境十佳目的地





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)



中国旅游研究院



中国旅游大数据



中国旅游评论