

作者：简尚波

邮箱：research@fecr.com.cn

疫情影响减弱叠加出游限制“松绑”，旅游市场显著升温 ——中国旅游业运行现状与发展分析

摘要

旅游业是国民经济的战略性支柱产业，《“十四五”旅游业发展规划》发出建设“旅游强国”的号召。2020年以来，统筹疫情防控和经济发展，旅游消费政策总体呈现从限制到放开的变化。从产业建设角度，近年文旅部陆续制定政策促进旅游业高质量发展。

行业总体运行方面，疫情前，旅游业受惠于经济增长、政策支持、基建改善等多因素呈现持续较快增长；疫情三年（2020-2022）旅游业受损，国内游缩水严重，国际游基本停滞；2023年以来受疫情减弱下的消费政策松绑刺激，上半年国内游人次、收入同比分别增长63.9%、95.9%，出境游人次恢复至2019年同期的49.7%。

行业内部运行方面：（1）旅行社：疫情三年组织国内游人次年均降39.45%，旅行社数量年均增5.36%，面临竞争压力。2023年前二季度接待国内游人次同比增长261.70%，业务强劲复苏。（2）星级饭店：疫情三年数量年均降6.67%，维持长期降势，新冠疫情未对星级饭店数量变化造成重大冲击。疫情三年营收随疫情波动，2023年以来加速恢复。（3）景区：A级景区数量持续增长，但受疫情影响，疫情三年经营规模断崖式下滑。2023年上半年，样本景区企业统计显示，景区经营状况普遍好转。

行业债券融资方面，2020年休闲服务业（剔除餐饮、其他休闲服务）债券发行1129.2亿元，创近年高峰，反映新冠疫情冲击下的宽信用政策刺激效应。2021年以来发行规模较2020年降温，2023年1至8月发行389亿元，同比降8.47%。

展望未来，基于以下因素，我国旅游业有望恢复持续增长的步伐，并且更加注重高质量发展：一是宏观经济和居民收入增速反弹、居民消费结构继续升级、新冠疫情影响消退情况下，旅游消费潜力有望加速释放。二是借力政策驱动和产业内功修炼，旅游业供给侧有望深入推进高质量发展。三是交通、信息等设施建设和科技创新，有望推动旅游业外部环境不断改善。

相关研究报告：

- 1.《旅游类地方政府专项债券业务发展分析》，2023.4.19
- 2.《2021年度我国休闲服务业债券市场运行分析》，2021.12.24
- 3.《上半年休闲服务业债券市场运行解读》，2021.7.29
- 4.《2021年中国旅游行业信用展望》，2021.2.3

我国旅游业被定位为国民经济的战略性支柱产业，国家统计局最新统计显示，2021年全国旅游及相关产业增加值为45484亿元，占GDP比重为3.96%。2023年以来，新冠病毒致病力显著减弱，旅游消费限制政策松绑，我国旅游业呈现加快恢复的发展势头和契机，成为促进国民经济稳增长的重要力量。本文从不同角度分析了当前我国旅游行业运行现状，并且展望了行业发展前景。

一、政策环境：从多角度推进旅游业加速恢复、实现高质量发展

作为国民经济战略性支柱产业，中央高度重视旅游业发展。2022年8月，国务院印发《“十四五”旅游业发展规划》，顺应我国将全面进入大众旅游时代的机遇，《规划》发出了“加快旅游强国建设”的号召，从坚持创新驱动发展、优化旅游空间布局、构建科学保护利用体系、完善旅游产品供给体系、拓展大众旅游消费体系等角度推动旅游业未来发展。《规划》系我国旅游业受新冠疫情影响处于低谷时出台，反映了疫情对旅游业影响的临时性，彰显了中央对旅游业长期向好发展的信心。

2020至2022年，新冠疫情让消费者旅游信心受挫，旅游市场在“防病毒传播风险、促市场有序恢复”的博弈下呈现波动性变化。2023年以来，新冠病毒致病力减弱以及我国调整优化疫情防控政策，对于提振消费者旅游信心发挥重要作用。其中，中央出台的有关支持消费的政策，有利于针对包括旅游消费在内的消费市场复苏发挥刺激效应：2023年7月，国务院办公厅转发的《关于恢复和扩大消费的措施》关于丰富文旅消费，提出了促进假日消费、加强区域旅游品牌和服务整合、健全旅游基础设施、推动夜间文旅消费规范创新发展、建设新型文旅消费集聚区等举措。9月，《中共中央 国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》针对推进文化旅游体育消费持续提质扩容，提出了开展全域旅游示范区创建、推动主题公园规范发展、提升乡村旅游品质、支持邮轮等消费大众化发展、建立现代体育产业体系等内容。

尤其近期文旅部统筹疫情防控和旅游业发展，适时调整优化旅游业政策，对于旅游市场有序复苏起到关键作用。其中，进入2023年，新冠疫情进入“乙类乙管”常态化防控阶段，文旅部办公厅印发《关于落实新型冠状病毒感染“乙类乙管”做好文化和旅游行业疫情防控工作的通知》，要求各地文化和旅游行政部门要结合当地实际，制定实施“乙类乙管”后行业疫情防控措施和疫情严重时的防控措施，确保各项疫情防控要求落实到位，保障文化和旅游活动正常开展，人员有序流动。《通知》废止了8项文化和旅游行业疫情防控工作指南。受疫情防控政策调整影响，近期国内旅游市场明显升温，详见下文。

表 1：文旅部近年出台的旅游业疫情防控和业务恢复政策

政策名称	发布时间	相关政策要点
文化和旅游部办公厅关于恢复旅行社经营中国公民赴有关国家和地区（第三批）出境团队旅游业务的通知	2023.8	8月10日起，恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家和地区（第三批）出境团队旅游和“机票+酒店”业务，包括阿曼、加纳、荷兰、美国、澳大利亚等78个国家和地区
文化和旅游部办公厅关于恢复旅行社经营台湾居民入境团队旅游业务的通知	2023.5	5月19日起，恢复旅行社及在线旅游企业经营台湾居民入境团队旅游和“机票+酒店”业务
文化和旅游部办公厅关于恢复旅行社经营外国人入境团队旅游业务的通知	2023.3	3月31日起，恢复全国旅行社及在线旅游企业经营外国人入境团队旅游和“机票+酒店”业务
文化和旅游部办公厅关于试点恢复旅行社经营中国公民赴有关国家（第二批）出境团队旅游业务的通知	2023.3	3月15日起，试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家（第二批）出境团队旅游和“机票+酒店”业务，包括尼泊尔、文莱、越南等40国
文化和旅游部办公厅关于恢复旅行社经营内地与港澳入出境团队旅游业务的通知	2023.2	2月6日起，恢复旅行社及在线旅游企业经营内地与香港、澳门入出境团队旅游和“机票+酒店”业务
文化和旅游部办公厅关于试点恢复旅行社经营中国公民赴有关国家出境团队旅游业务的通知	2023.1	2月6日起，试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴泰国、印度尼西亚、柬埔寨等20个国家出境团队旅游和“机票+酒店”业务
文化和旅游部办公厅关于落实新型冠状病毒感染“乙类乙管”做好文化和旅游行业疫情防控工作的通知	2023.1	各地文化和旅游行政部门要结合当地实际，制定实施“乙类乙管”后行业疫情防控措施和疫情严重时的防控措施，确保各项疫情防控要求落实到位，保障文化和旅游活动正常开展，人员有序流动；文化和旅游行业8项疫情防控工作指南废止
旅行社新冠肺炎疫情防控工作指南（第六版）	2022.12	根据最新风险区划定管理办法，跨省旅游经营活动不再与风险区实施联动管理（注：已废止）
文化和旅游部关于进一步优化新冠肺炎疫情防控措施科学精准做好文化和旅游行业防控工作的通知	2022.11	优化跨省旅游管理政策，继续暂停旅行社和在线旅游企业经营入出境团队旅游及“机票+酒店”业务，暂不恢复陆地边境口岸城市团队旅游业务

资料来源：文化和旅游部，远东资信整理

信用经济是旅游业发展的重要保障，高质量信用服务环境有助于旅游市场供需两端高效率对接，也有助于提升旅游行业监管能力，促进旅游业高质量发展。2023年6月，《文化和旅游部办公厅关于开展文化和旅游市场信用经济发展试点工作（2023—2024年）的通知》发布，这是继《文化和旅游市场信用管理规定》出台后，文旅部再度颁布文旅市场信用经济发展相关政策。该《通知》明确了“加快构建以信用为基础的文化和旅游市场新型监管机制”等试点目标，提出了完善信用承诺制度、推进信用品牌建设、优化信用消费环境、促进信用信息共享、加强诚信文化建设等主要任务。

发展在线旅游是旅游业数字化转型的重要手段，近年我国在线旅游市场规模显著增长，但在增强科技赋能、优化服务质量、扩充市场应用空间等方面仍有极大潜力。2023年3月，《文化和旅游部关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》公布，其中强调“突出工作重点，营造良好的市场环境”，提出了加强内容安全审核、筑牢生产安全底线、保障旅游者合法权益、促进行业协调发展等工作重点。

发展乡村旅游是促进乡村产业振兴的重要途径，也是促进旅游业均衡发展的重要抓手。乡村旅游项目普遍由于经营主体小而弱，以及存在项目同质化等现象，乡村旅游项目融资难的问题凸显。为促进乡村旅游高质量发展，助力全面推进乡村振兴，2023年7月，《文化和旅游部办公厅中国银行关于金融支持乡村旅游高质量发展的通知》发布，从加大信贷投放、推进产品创新、开展综合服务等方面，强化金融对于乡村旅游高质量发展的支持。

二、市场变化：2023年以来加快市场复苏

近十年以来，我国旅游市场增长态势明显以暴发新冠疫情的2020年为分界线。其中，2023年以来的旅游市场升温，明显受惠于前述新冠疫情防控政策调整优化的影响。

首先，从我国旅游业的主体部分——国内旅游业来看：2014至2019年，国民经济和居民收入持续较快增长、旅游产业政策支持、高铁等交通基础设施建设改善、旅游资源供给数量和质量提升等带动下，我国旅游业实现平稳快速发展，国内旅游人次年均复合增长10.71%，国内旅游收入年均复合名义增长13.56%。2020至2022年，新冠疫情及其防控政策变化、居民旅游消费意愿变化等影响下，国内旅游人次、收入增速均呈现波动性变化，整体上旅游市场规模较2019年大幅缩水——这3年，国内旅游人次同比分别增长-61.07%、30.98%、-30.03%，国内旅游收入同比分别名义增长-52.06%、12.75%、-22.06%；国内旅游人次分别相当于2019年的47.94%、54.05%、42.12%，国内旅游收入分别相当于2019年的38.93%、50.99%、35.68%。

进入2023年，受到新冠疫情进入“乙类乙管”常态化防控阶段下的旅游消费相关政策调整优化（参加表1及相关文字描述）、消费者旅游潜力释放等影响，国内旅游市场明显升温。据文旅部统计，2023年上半年国内旅游人数合计23.84亿人次，同比增长63.9%，恢复至2019年同期的约83%；国内旅游收入2.3万亿元，同比增长95.9%，恢复至2019年同期的约77%。此外，同程旅行《2023中秋国庆旅游消费趋势预测报告》显示，2023年中秋国庆假期出行的长线游市场增长迅速，其中新疆、西藏、青海、宁夏、黑龙江相关旅游产品热度同比涨幅均超过300%。

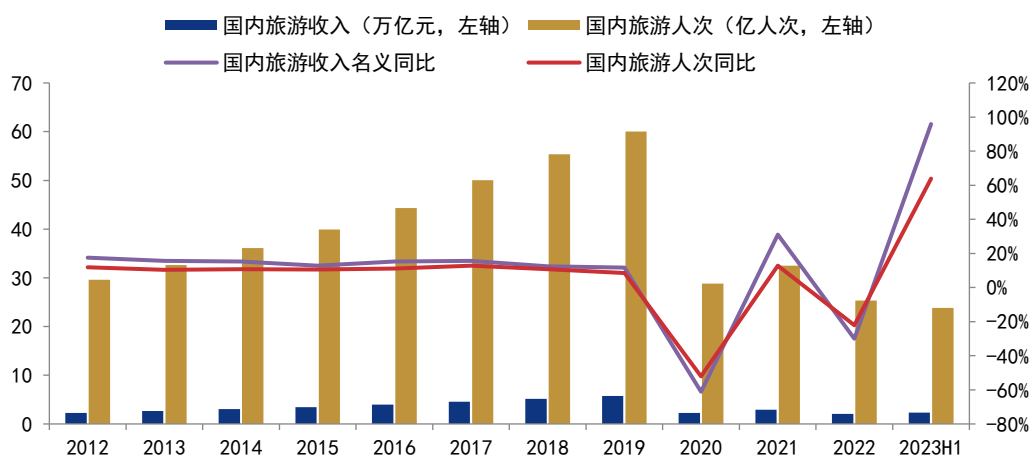


图 1：国内旅游市场变化

资料来源：文化和旅游部，远东资信整理

从国际旅游来看，新冠疫情发生之前，近年出境旅游规模持续增长，入境旅游规模增速相对平缓。2019年，我国入境旅游合计约1.45亿人次，同比增长2.9%，入境旅游收入1319亿美元，按年均汇率计算，相当于旅游业总收入的约13.7%；出境旅游人数约1.55亿人次，同比增长3.3%。2020年以来，受到新冠疫情影响，近3年国际旅游板块基本处于停滞状态。2020至2022年，文旅部发布的《文化和旅游发展统计公报》暂停发布国际旅游统计信息。2023年2月至8月，文旅部发布通知，分三个批次恢复旅行社经营中国公民赴有关国家和地区出境团队旅游业务，累计138个国家和地区。在出境旅游限制政策松绑的刺激下，中国旅游研究院联合课题组发布《2023年上半年出境旅游大数据报告》显示，2023年上半年出境旅游目的地共计接待中国内地游客4037万人次，为2019年同期（8129万人次）的49.7%。

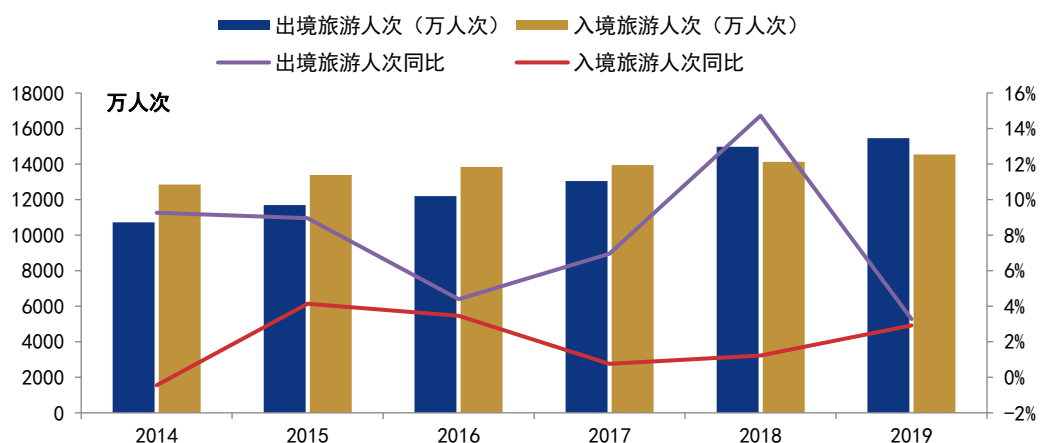


图 2：出境旅游市场变化

资料来源：文化和旅游部，远东资信整理

三、内部结构：疫情期间旅行社/酒店/景区经营均受挫、2023年以来均有改善

旅行社、旅游饭店、旅游景区是旅游业运营和发展的三大重要支柱。2020至2022年，全国旅行社、A级旅游景区持续增长，星级饭店则维持长期平缓降势；而2020至2022年新冠疫情影响下的经营业绩下滑，以及2023年以来的业绩升温是这三大细分行业的共同点。

（一）旅行社数量疫情期间逆势稳定增长，2023年上半年接待旅游人次迅猛增长

2020年新冠疫情爆发以来，受疫情及其防控政策影响，我国旅行社组织国内旅游人次从2019年17666.29万人次降至2022年3922.01万人次，年均下降39.45%，旅行社整体面临生存竞争压力。图3显示，2020至2022年（下称“疫情三年”）期间，旅行社全行业营收规模持续较大幅度下滑，其中2022年营收同比下降13.76%，较2019年营收下降77.45%。2022年，旅行社接待国内旅游接待4811.70万人次，仅相当于2019年的26.05%。然而旅行社数量持续逆势增长，2022年数量（45162家）同比增长6.43%，较2019年（38943家）增长15.97%，其可能的原因除了旅行社准入门槛偏低以外，还包括旅游经济韧性支撑等方面。综合媒体相关报道来看，尽管疫情给旅行社带来

重大考验，导致很多旅行社歇业，但这些旅行社并未注销、破产清算。

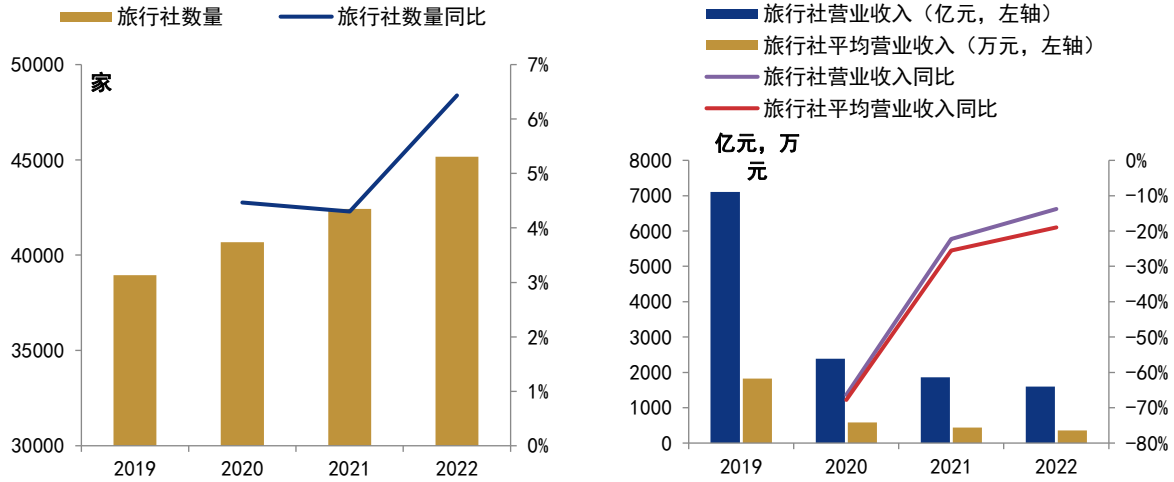


图 3: 全国旅行社经营状况变化 (2019-2022)

资料来源：文化和旅游部，远东资信整理

从 2023 年以来全国旅行社经营情况来看，图 4 显示，前二季度旅行社接待国内旅游人次当季同比分别增长 261.70%、443.31%，分别恢复至 2019 年同期的 79.49%、94.56%，表明最近全国旅行社整体业务状况明显改善。

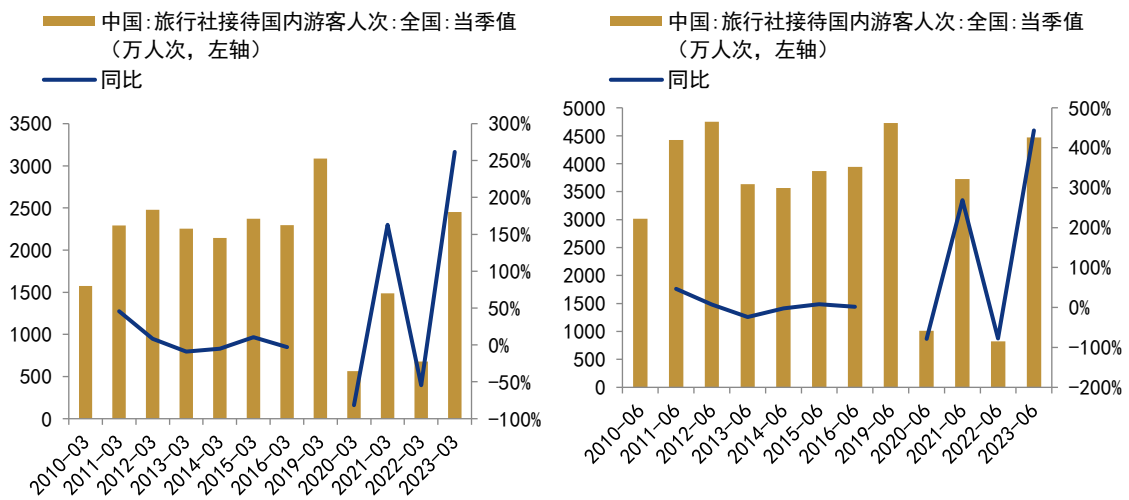


图 4: 全国旅行社接待游客状况变化——历年前二季度

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

从市场竞争环境来看，我国旅行社同时面临价格竞争、传统与新兴业态竞争。价格竞争方面，旅行社行业“不合理低价团”甚至“零负团费”现象屡禁不止，这是不正当手段争夺客源市场的表现，反映旅行社生存竞争环境激烈，市场竞争秩序有待持续深入改善。传统与新兴业态竞争方面，在线旅游市场长期蓬勃发展，Wind 资讯显示其市场规模从 2008 年的亿元增至 2019 年的 18070 亿元，疫情期间市场规模下滑（其中，2020 年市场规模降至 9874.60

亿元)。比较而言，在线旅游预订模式在工作效率、吸引潜在客源等方面具有显著优势，客观上有望倒逼传统线下旅行社服务模式的数字化转型发展。

（二）星级饭店数量、营收长期趋于下行，中低档饭店数量下行尤为明显

星级饭店是我国旅游业发展的重要支柱之一。图5显示，本世纪以来，中国星级饭店数量变化以2009年为拐点，2010年以来星级饭店数量总体上持续下行（2013年小幅回升）。其中，2014至2019年星级饭店数量年均下降4.42%，疫情三年期间年均下降6.67%，表明新冠疫情未对酒店业数量变化造成重大冲击。

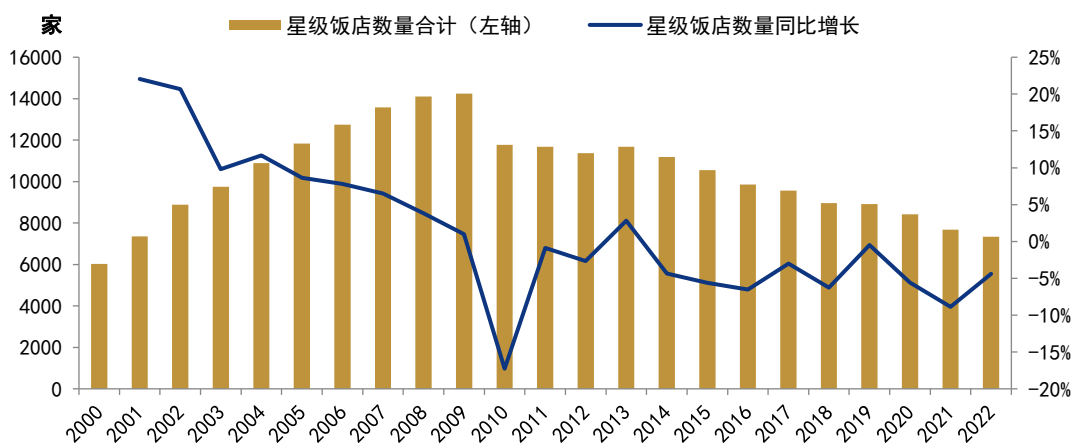


图5：全国星级饭店整体数量变化

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

从星级饭店内部来看，图6显示，2010年以来各星级饭店数量走势分化。四星级、五星级饭店数量相对平缓增长、边际趋降，二星级、三星级饭店数量大幅下滑，一星级饭店数量缓慢下行，表明星级酒店数量下降主要反映中低档星级酒店数量减少，中国星级饭店数量结构整体高等级化。截至2022年四星级、五星级饭店数量占比46.81%，较2010年（22.67%）提升24.14个百分点。这可能与中低档星级饭店市场相对饱和（出租率相对偏低）、星级饭店质量监管趋严、经营成本上升等有关。图6显示，2010年以来三星级（含）以下中低档星级饭店出租率明显呈现低位下行。

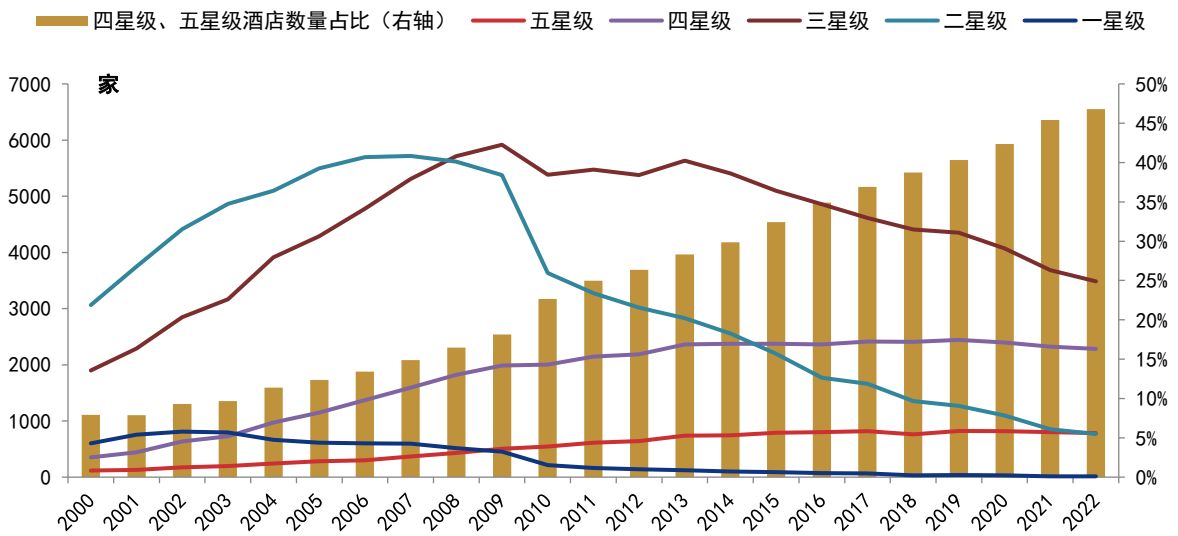


图6：全国各类星级饭店数量变化

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

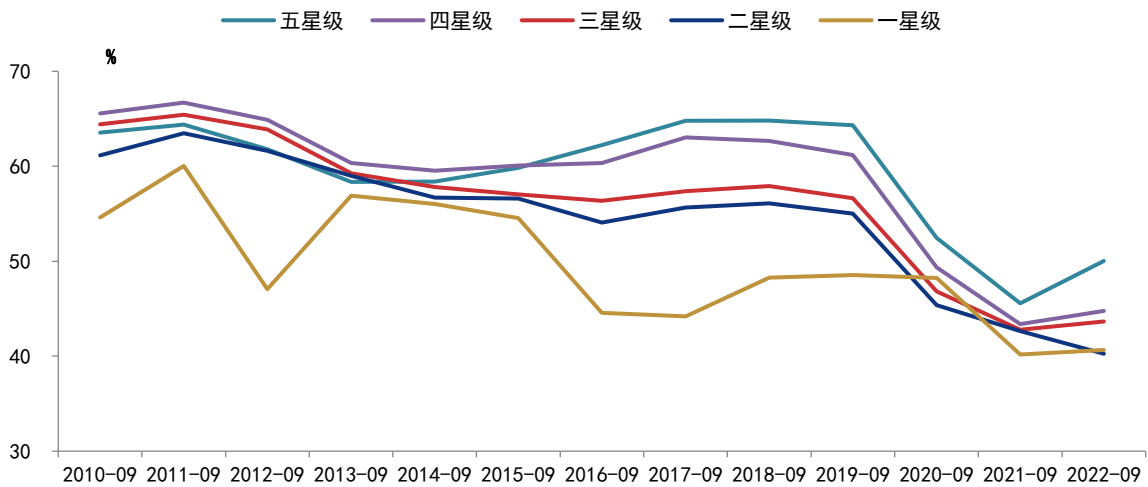


图7：全国各星级饭店平均出租率变化（按历年第三季度统计）

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

从全国星级饭店整体盈利状况来看，图8显示，近年星级饭店营业收入呈现季节性波动的同时，尽管饭店平均房价总体上缓慢上行（而这受到房地产、人力资源等因素影响），但在星级饭店数量和出租率下降态势下，星级饭店营收变化明显以下行为主。疫情三年期间，星级饭店营收随疫情形势变化（2020年疫情局部暴发且疫苗紧急研发，形势较严峻；2021年疫情边际缓和；2022年疫情多点暴发，形势趋于严峻）而呈现波动。2023年一、二季度，受益于新冠疫情减弱和旅游出行限制政策放宽，星级饭店营收分别当季同比增长40.75%、65.01%，扭转了2021年第三季度以来的当季营收同比负增长态势。

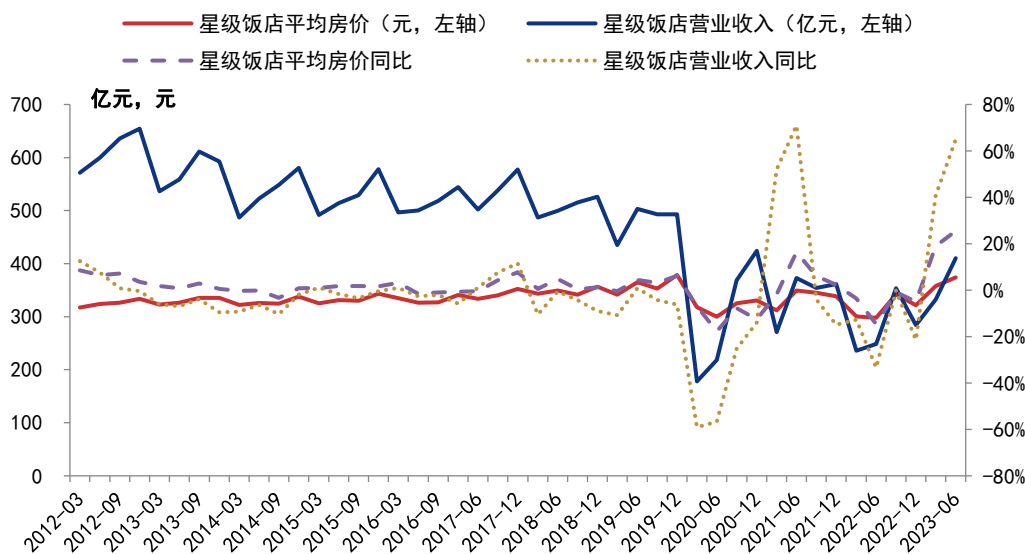


图8：中国星级酒店经济效益变化

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

（三）A 级景区数量持续增长，疫情期间营收大幅下滑、2023 年上半年经营明显改善

近年以来，全国 A 级景区数量持续增长，从 2018 年的 1.19 万个增至 2022 年的 1.49 万个，净增近 3000 个，反映全国旅游资源数量和质量整体提升。但受新冠疫情影响，表 2 显示，近年 A 级景区接待人次和旅游收入断崖式下滑。2022 年，A 级景区共计接待 26.3 亿人次、实现旅游收入 1818.5 亿元，接待人次、旅游收入同比分别下降 25.71%、18.38%，较 2019 年分别下降 59.38%、64.10%。

表 2：全国 A 级景区数量和业务变化

年份	A 级景区数量 (个)	接待人数 (亿人次)	旅游收入 (亿元)
2018	11924	60.24	4707.54
2019	12402	64.75	5065.72
2020	13332	-	-
2021	14196	35.4	2228.1
2022	14917	26.3	1818.5

资料来源：文化和旅游部，远东资信整理

从旅游景区最新业绩来看，根据 Wind 资讯提供的峨眉山旅游股份有限公司、桂林旅游股份有限公司、江苏天目湖旅游股份有限公司等 14 家景区类旅游企业财务统计，2023 年上半年，受惠于疫情形势缓和、旅游出行政策松绑等利好因素，样本企业营业收入普遍强势反弹，11 家企业 2023H1 营收同比增长超过 50%（其中 10 家该指标超过 100%）；此外，11 家企业（包括前述 11 家企业的 8 家）2023H1 营收超过 2019H1 水平。总体来看，疫情三年期间，14 家样本企业营业收入分别相当于 2019 年的 49.63%、80.39%、59.57%，营收状况下滑明显；2023 年上半年

营收同比增长 98.15%，相当于 2019 年同期的 118.03%，营收状况迅速恢复，参见图 10。

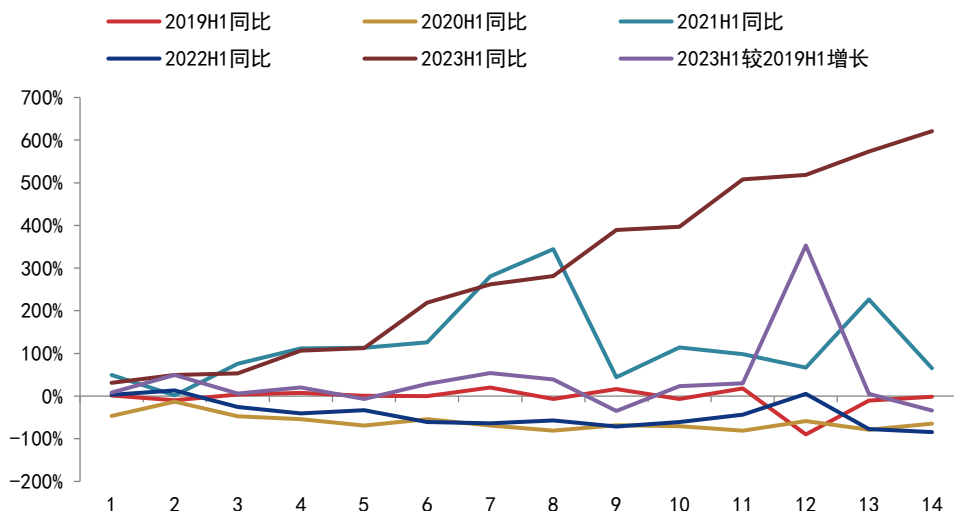


图 9：14 家景区类发债企业和上市公司历年上半年营收增长情况（2019-2023）

注：横坐标数字反映 14 家样本企业 2023 年上半年营收同比增速从低到高顺序。

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

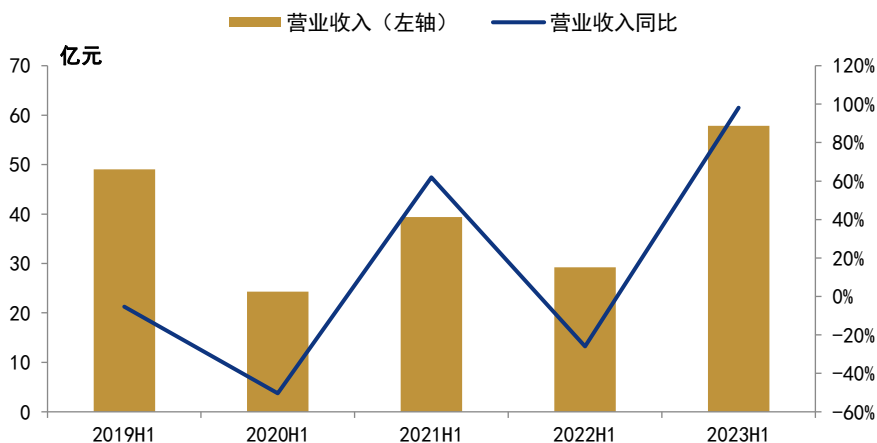


图 10：14 家景区类发债企业和上市公司历年上半年营收合计值变化（2019-2023）

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

四、行业债券融资概述

休闲服务业是以满足人们的休闲需求为目标、以旅游业为主体的产业系统。根据申万行业分类标准（考虑 Wind 资讯提供的旅游业债券数据情况，本文采用 2014 版申万行业分类标准），休闲服务业涵盖景点、酒店、旅游综合、餐饮、其他休闲服务等二级行业。

表 3：申银万国休闲服务业分类

一级行业名称	二级行业名称	三级行业名称
休闲服务业	景点	人工景点
		自然景点
	酒店	酒店
	旅游综合	旅游综合
	餐饮	餐饮
	其他休闲服务	其他休闲服务

资料来源：申银万国行业分类标准（2014版）

鉴于 Wind 资讯数据可得性以及休闲服务业以旅游业为主的特点，本文以申万休闲服务业（二级行业仅包括景点、酒店、旅游综合，下同）债券样本为参考，进行旅游业债券融资分析。

2020 年新冠疫情发生以来，休闲服务业债券发行市场经历 2020 年激增到 2021、2022 年梯级下行的变化。2020 年发行额突破千亿元（为 1129.2 亿元），同比增长 135.15%，增速高于同期债券发行额整体 26.5% 的增速，创近年休闲服务业债券发行高峰，反映新冠疫情冲击下的宽信用政策对于受疫情影响较重的消费类行业的刺激效应。2023 年 1 至 8 月，休闲服务业债券发行 389 亿元，同比下降 8.47%。

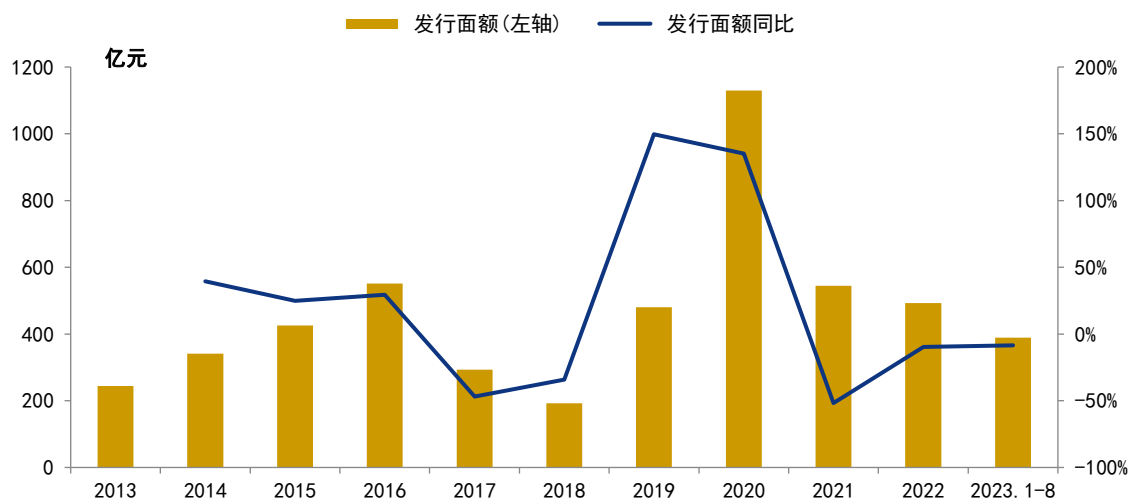


图 11：近年休闲服务业债券发行市场变化

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

截至 2023 年 8 月底（考察日），存量休闲服务业债券有 175 只、余额 1172.52 亿元。其中，景点行业债券余额 1112.78 亿元、酒店行业债券余额 54.74 亿元、旅游综合行业债券余额 5 亿元；考察日休闲服务业存量债券余额同比（1223.46 亿元）下降 4.16%，较 2019 年 8 月底（970.33 亿元）增长 20.84%。从券种来看，考察日存量休闲服务业债券余额以一般中票、私募债、超短融、定向工具等居多。

五、行业发展前景分析——从支撑因素角度

展望未来，基于多方面有利条件，我国旅游业有望重新走出持续增长的步伐，并且更加注重高质量发展。

一是宏观经济和居民收入增速反弹、居民消费结构继续升级、新冠疫情影响趋弱的形势下，我国旅游消费需求潜力有望加速释放。2023年上半年，我国GDP同比增长5.5%，其中第一、二季度同比分别增长4.5%、6.3%，国民经济呈现恢复向好局面；与此同时，居民收入恢复加速增长势头，上半年居民人均可支配收入同比增长5.8%，快于一季度的3.8%。展望未来，韧性的中国经济有望加快高质量发展势头，同时居民收入有望不断提高，居民消费结构有望继续升级(近期居民消费结构变化参见图13、图14)，加之旅游市场限制的放松和新冠疫情影响的消退，居民旅游消费潜力有望进一步充分释放，推动旅游业恢复持续增长势头。

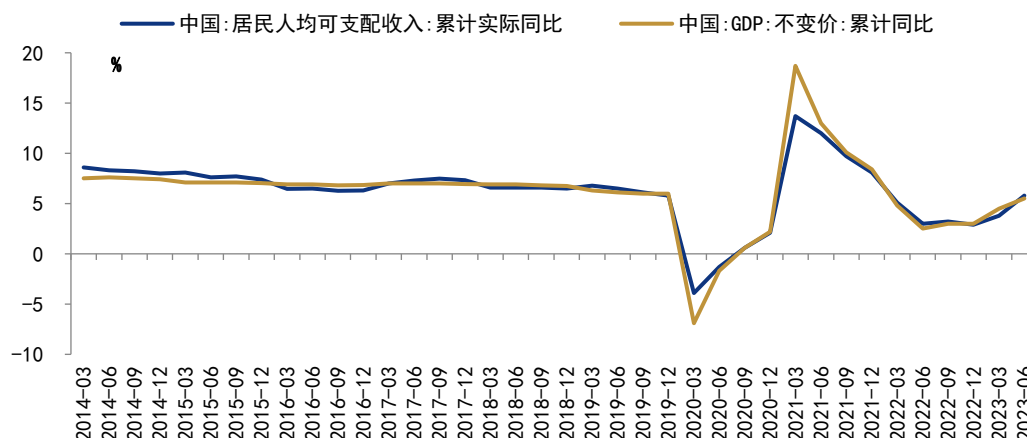


图 12：我国 GDP 与居民收入变化

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

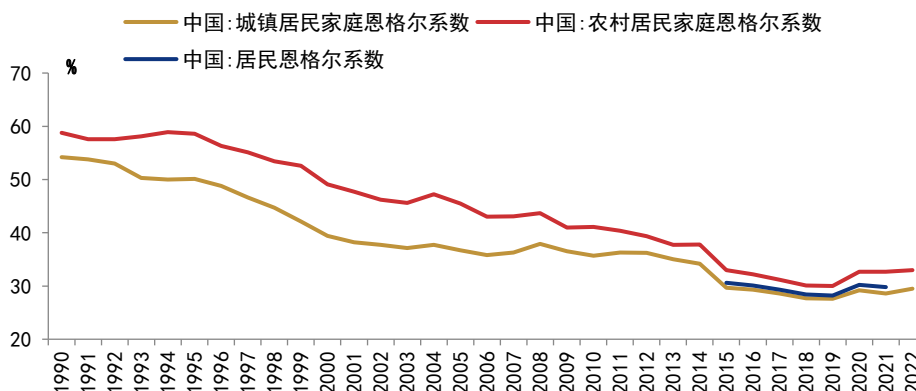


图 13：我国居民恩格尔系数变化

注：恩格尔系数反映居民家庭中食物支出占消费总支出的比重，通常系数越低表明消费结构层次越高。

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

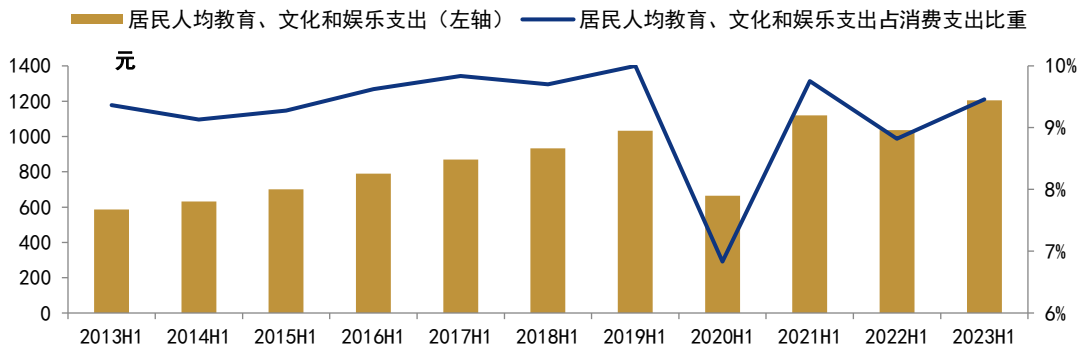


图 14：历年上半年我国居民教育与文娱消费支出变化

资料来源：Wind 资讯，远东资信整理

二是借力政策驱动和产业内功修炼，旅游业供给侧有望深入推进高质量发展。(1)从旅游业政策推动来看，2023年以来随着旅游市场明显升温，全国各地争相出台政策、规划，深入推动旅游业高质量发展。例如：2023年以来，四川出台《四川省建设世界重要旅游目的地规划（2023—2035年）》推进世界重要旅游目的地建设；山东印发《关于促进文旅深度融合推动旅游业高质量发展的意见》提出全面提升文旅产业发展能级；云南印发《关于加快推动旅游高质量发展守护好云南旅游金字招牌的意见》提出34项重点任务；湖南加快下达2亿元省级文化和旅游发展专项资金，建设世界旅游目的地，打造“奇秀山水”“都市休闲”等“五张名片”。(2)从旅游产业推进高质量发展实践来看，顺应全面进入大众旅游时代的机遇，近年我国深入推进旅游业与文化、体育、教育、科技、康养、工业、农业等各行业和领域融合发展，旅游业从注重传统观光向满足游客休闲度假和深度体验、注重服务质量转变，区域旅游业建设思路从“景区旅游”向“全域旅游”转变，充分发挥旅游业对区域经济的带动效应。展望未来，全国旅游业高质量发展潜力巨大，政策呵护、市场支持、行业供给侧改革仍将成为旅游业高质量发展的重要引擎。

三是交通、信息等相关设施建设和科技创新，有望推动旅游业发展的外部境不断改善。近年我国高铁、高速公路等交通基建项目快速发展，交通运输条件显著改善。展望未来，我国综合交通运输以融合化、智能化、绿色化等为导向的高质量发展还有很大潜力，从而为游客提供更加舒适便捷的运输服务体验，提升旅游服务质量和效率。与此同时，我国数字技术不断取得跨越式发展，人工智能、云计算、大数据、区块链、量子信息等新兴技术跻身全球第一梯队，为我国深入推进数字经济建设搭建了重要技术基础。从旅游业角度而言，沉浸式主题公园和演艺、VR酒店等颇受市场青睐，智慧旅游、数字旅游在提升旅游吸引力和服务品质方面成效不断显现，数字旅游发展方兴未艾。展望未来，数字技术在旅游业应用还有极大发展潜力，有助于创造旅游服务新的业态和模式，培育旅游经济新增长点，促进旅游业高质量发展。

【作者简介】

简尚波，上海财经大学政治经济学专业硕士，远东资信研究与发展部高级研究员。

【关于远东】

远东资信评估有限公司（简称“远东资信”）成立于1988年2月15日，是中国第一家社会化专业资信评估机构。作为中国评级行业的开创者和拓荒人，远东资信开辟了信用评级领域多个第一和多项创新业务，为中国评级行业培养了大量专业人才，并多次参与中国人民银行、国家发改委和中国证监会等部门的监管文件起草工作。

远东资信资质完备，拥有中国人民银行、国家发改委、中国证监会、中国银行间市场交易商协会和中国保险资产管理业协会等政府监管部门和行业自律机构认定的全部信用评级资质。



远东资信评估有限公司

网址：www.sfecr.com

北京总部

地址：北京市东城区东直门南大街11号中汇广场B座11层
电话：010-57277666

上海总部

地址：上海市杨浦区大连路990号海上海新城9层
电话：021-65100651

【免责声明】

本报告由远东资信提供。报告引用的相关资料均为已公开信息，远东资信进行了合理审慎的核查，但不应视为远东资信对引用资料的真实性及完整性提供了保证。

远东资信对报告内容保持客观中立态度。报告中的任何表述，均应严格从经济学意义上理解，并不含有任何道德偏见、政治偏见或其他偏见，远东资信对任何基于这些偏见角度理解所可能引起的后果不承担任何责任。报告内容仅供读者参考，但并不构成投资建议。

本报告版权归远东资信所有，未经许可，任何机构或个人不得以任何形式进行修改、复制、销售和发表。如需转载或引用，需注明出处，且不得篡改或歪曲。

我司对于本声明条款具有修改和最终解释权。