

世界旅游经济趋势报告 (2022)



世界旅游城市联合会
中国社会科学院旅游研究中心

2022年2月

I. 发展环境：全球经济处于复苏之中

1. 全球经济增长前景改善

一是全球经济复苏态势明显。2021年10月12日，国际货币基金组织（IMF）发布《世界经济展望》指出，全球经济在2021年和2022年将分别增长5.9%和4.9%。二是全球货物贸易强劲复苏。2021年10月4日，世界贸易组织（WTO）发布的《贸易统计及展望》中，将2021年货物贸易增速预期从8.0%上调至10.8%。三是国际投资复苏趋势相对温和。2021年10月，联合国贸发会议（UNCTAD）发布《投资趋势监测》报告指出，2021年上半年全球外国直接投资流量估计可达8520亿美元；预测2022年全球外国直接投资流量将进一步增长，按照预测上限，外国直接投资流量可能恢复到2019年的水平。

2. 新冠疫情走势仍不确定

2021年以来，从阿尔法、贝塔、伽马、德尔塔到奥密克戎，新冠病毒持续变异，疫情反复卷土重来。全球疫苗分配不均导致一些国家疫苗接种率偏低，新变异病毒出现和蔓延风险加大；新冠病毒变异加速或可破坏既有疫苗的有效性，新冠疫情未来走势仍不确定。

3. 未来经济形势扑朔迷离

受疫情走势不确定性的影响，全球经济前景仍然不甚明朗。世界银行2021年6月发布的《全球经济展望》指出，在大多数地区，经济前景仍面临重大的下行风险，包括新冠病毒的变异、巨额债务负担加剧财务压力、食品价格上升引发的社会动荡加剧等。国际货币基金组织（IMF）2021年10月发布《世界经济展望》指出，2022年之后全球经济增速预计将在中期内放缓至3.3%。

4. 各经济体复苏进程不一

世界银行 2021 年 6 月发布的《全球经济展望》报告指出，全球经济的强劲复苏集中在少数主要经济体，大多数新兴市场和发展中经济体相对滞后，疫情对低收入国家的影响正在逆转早先在减贫方面取得的成果，并加剧了粮食不安全和其他长期挑战。国际货币基金组织（IMF）2021 年 10 月发布《世界经济展望》指出，各国经济走势的分化将对中期经济表现产生持久影响，疫情造成的“断层”将持续较长时间。

5. T20 国家多数面临挑战

本报告将旅游总收入在全球排名前 20 的国家命名为 T20 国家。除中国等少数国家外，T20 大部分国家确诊病例数量较多。世界卫生组织和霍普斯金大学的数据显示，截至北京时间 2022 年 2 月 11 日，美国有新冠确诊病例超过 7000 万例，印度超过 4000 万例，巴西和法国超过 2000 万例，德国、英国、意大利、西班牙、土耳其、俄罗斯等国家的也都超过 1000 万例。

II. 全球旅游：复苏根基依然不甚坚实

1. 2021 年全球旅游恢复至疫情前的不足六成水平

2021 年全球旅游总人次（含国内旅游人次和国际旅游人次，下同）和全球旅游总收入（含国内旅游收入和国际旅游收入，下同）恢复至疫情前的不足 60%。具体而言，2021 年全球旅游总人次达到 66.0 亿人次（见图 2.1），全球旅游总收入达到 3.3 万亿美元（见图 2.2），分别恢复至 2019 年的 53.7%和 55.9%。

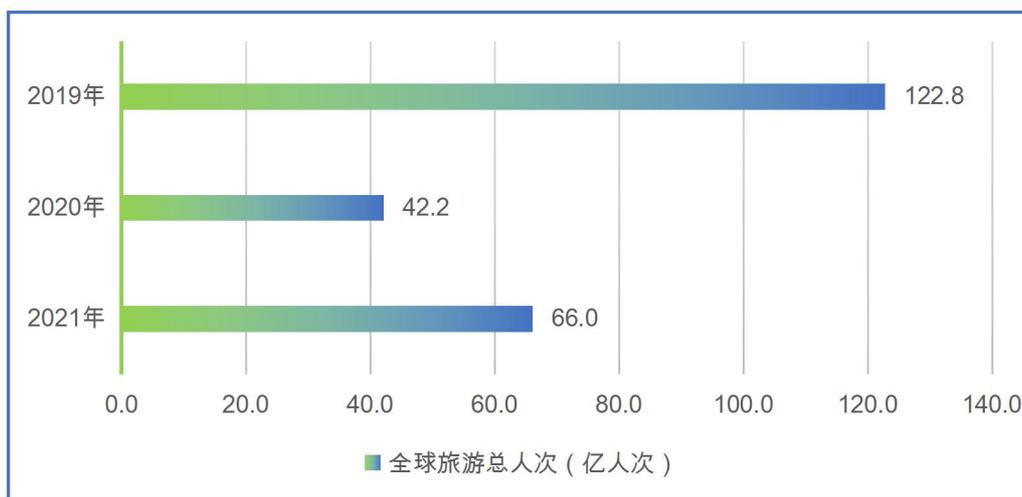


图 2.1 2021 年全球旅游总人次

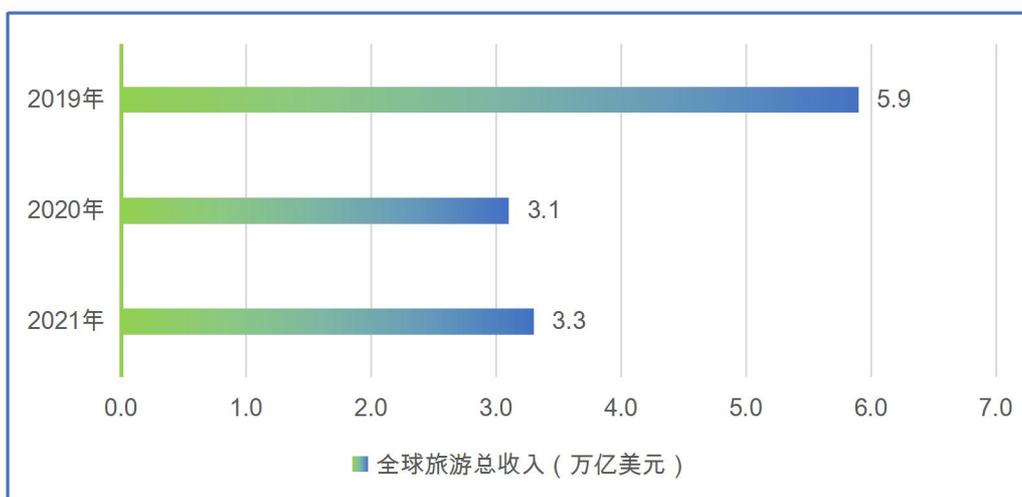


图 2.2 2021 年全球旅游总收入

2. 2021 年全球旅游总收入相当于 GDP 的比例降至 3.8%

2020 年之前，全球旅游总收入相当于 GDP 的比例接近 7%，2020 年则降至 3.7%，2021 年回升至 3.8%，与疫情前（2019 年占比 6.9%）相比，下降了 3.1 个百分点（见图 2.3），可见，旅游对全球经济增长的贡献远未恢复到疫情前水平。



图 2.3 2016~2021 年全球旅游总收入相当于 GDP 的比例

3. 2022 年全球旅游恢复至疫情前的七成左右

基于三种不同情境对 2022 年全球旅游进行预测。其中，基准情境下，全球旅游总人次达到 84.5 亿人次，恢复到疫情前（2019 年）水平的 68.8%；全球旅游总收入达到 4.0 万亿美元，恢复到疫情前（2019 年）水平的 67.8%。悲观情境下，全球旅游总人次仅为 76.4 亿人次，全球旅游总收入为 3.6 万亿美元，分别恢复到疫情前（2019 年）水平的 62.2%和 61.0%。乐观情境下，全球旅游总人次和总收入则分别为 91.85 亿人次和 4.5 万亿美元，分别恢复到疫情前（2019 年）水平的 74.8%和 76.3%（见表 2.1）。

表 2.1 2022 年全球旅游经济恢复至疫情前的水平（单位：%）

	悲观情境	基准情境	乐观情境
全球旅游总人次	62.2%	68.8%	74.8%
全球旅游总收入	61.0%	67.8%	76.3%

4. 2021 年全球旅游业复苏情况好于全球航空业

以收入客公里数（RPK）为指标进行衡量可见，2021 年全球航空业恢复至 2019 年水平的 40%，2022 年恢复到 61%。如前所述，2021 年全球旅游总收入恢复到 2019 年的 54.2%，比全球航空业恢复比例高出 14.2 个百分点；预计 2022 年全球旅游总收入将恢复到 2019 年的 61.0%，与全球航空业恢复比例基本一致。

5. 2022 年全球国际旅游收入将恢复至疫情前四至六成

2022 年全球国际旅游收入总额达到 0.89 万亿美元，与疫情前的 2019 年相比，预计 2022 年全球国际旅游收入将恢复至疫情前 2019 年的四成至六成。其中：悲观情境下全球国际旅游收入达到 0.72 万亿美元，恢复至 2019 年的 40.2%；基准情境下国际旅游收入达到 0.89 万亿美元，恢复至 2019 年的 49.7%；乐观情境下国际旅游收入达到 1.10 万亿美元，恢复至 2019 年的 61.5%（见图 2.4）。

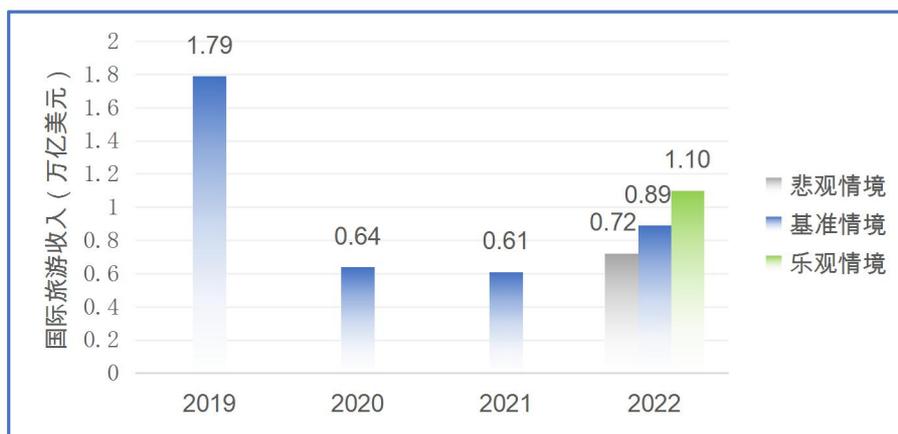


图 2.4 2019~2022 年全球国际旅游收入

6. 2021 年全球国际旅游表现逊于国际贸易

2021 年全球国际旅游收入达到 0.61 万亿美元，较 2020 年下降 4.5%。与之相比，2021 年全球商品贸易和服务贸易表现出不同程度

的增长态势。根据联合国贸发会议 2021 年 12 月发布的《2021 年统计手册》，2021 年全球商品贸易额较 2020 年增长 22.4%，服务贸易增长 13.6%。

7. 全球国内旅游复苏情况好于国际旅游

2021 年，全球国内旅游人次同比增长 62.6%，而全球国际旅游人次同比下降 4.8%（见图 2.5）；全球国内旅游人次恢复至 2019 年的比例达到 57.3%，而全球国际旅游人次恢复至 2019 年的比例仅为 26.5%（见图 2.6）。

2022 年，悲观情境下，全球国内旅游人次预计恢复至 2019 年水平的 66.0%，全球国际旅游人次复苏比例仅为 32.4%；基准情境下，全球国内旅游人次和全球国际旅游人次将分别恢复至 2019 年的 72.0%和 43.6%；乐观情境下，全球国内旅游人次和全球国际旅游人次将分别恢复至 2019 年水平的 77.0%和 57.6%（见图 2.6）。

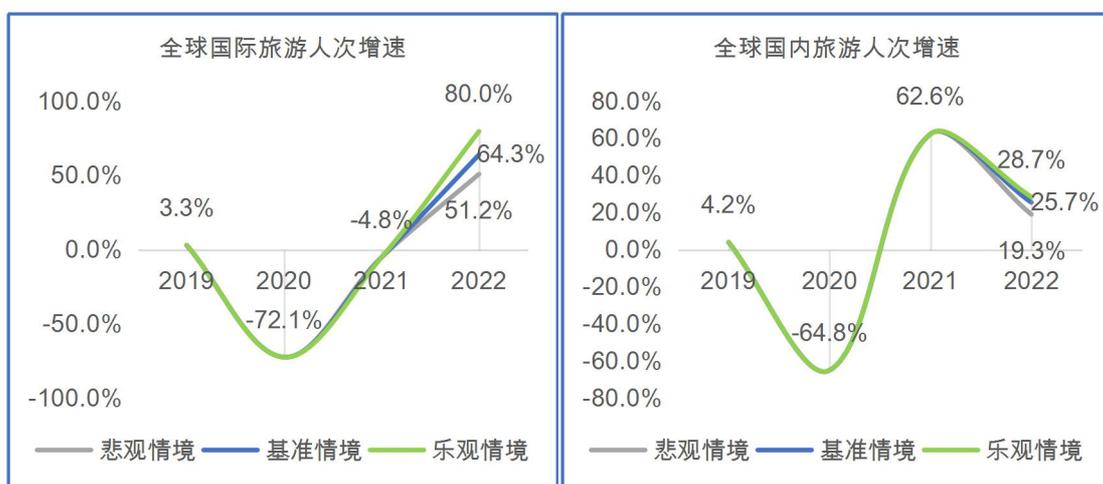


图 2.5 2021~2022 年全球国际旅游人次与国内旅游人次增速

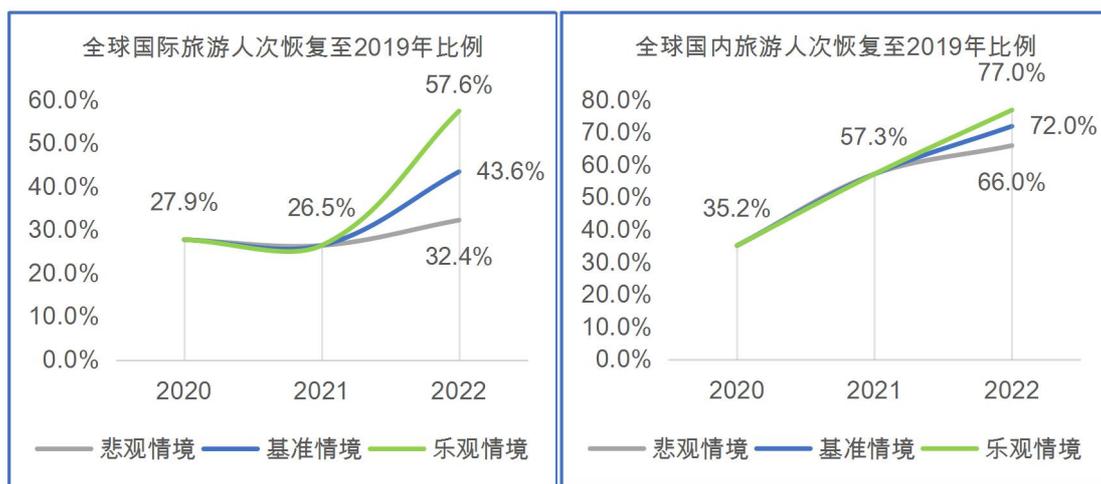


图 2.6 2021~2022 年全球国际旅游人次与国内旅游人次恢复情况

8. 发达经济体旅游复苏情况好于新兴经济体

就旅游总人次而言，2021 和 2022 年（乐观情境）发达经济体分别恢复至 2019 年的 55.7%和 76.7%，而新兴经济体恢复比例分别为 53.3%和 74.3%。就旅游总收入而言，2021 年和 2022 年（乐观情境）发达经济体分别恢复至 2019 年的 58.9%和 78.3%，而新兴经济体复苏比例分别为 52.6%和 71.0%（见图 2.7 和图 2.8）。

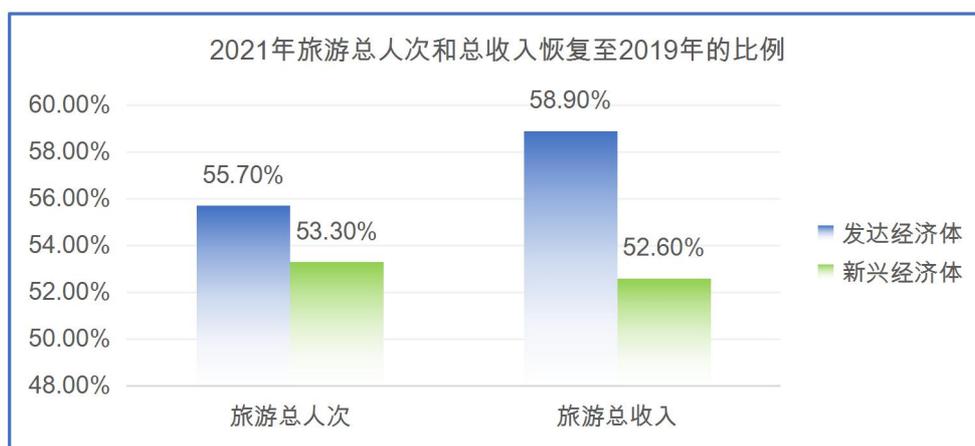


图 2.7 2021 年发达经济体与新兴经济体旅游恢复情况



图 2.8 2022 年发达经济体与新兴经济体旅游恢复情况（乐观情境）

III. 五大区域：旅游发展格局显著变化

1. 2021 年美洲、欧洲占比上升，亚太占比下降

2021 年，美洲旅游总人次为 11.8 亿人次，占全球比重为 18%，比 2019 年（14%）提高 4 个百分点；旅游总收入达到 1.2 万亿美元，占全球比重为 35%，比 2019 年（30%）提高 5 个百分点。欧洲旅游总人次为 10.2 亿人次，占全球比重为 15%，与 2019 年持平；旅游总收入达到 1.0 万亿美元，占全球比重为 31%，比 2019 年（30%）提高 1 个百分点。亚太旅游总人次达到 41.8 亿人次，占全球比重为 63%，比 2019 年（67%）下降 4 个百分点；旅游总收入为 1.0 万亿美元，占全球比重为 30%，比 2019 年（35%）下降五个百分点（见图 3.1 和图 3.2）。

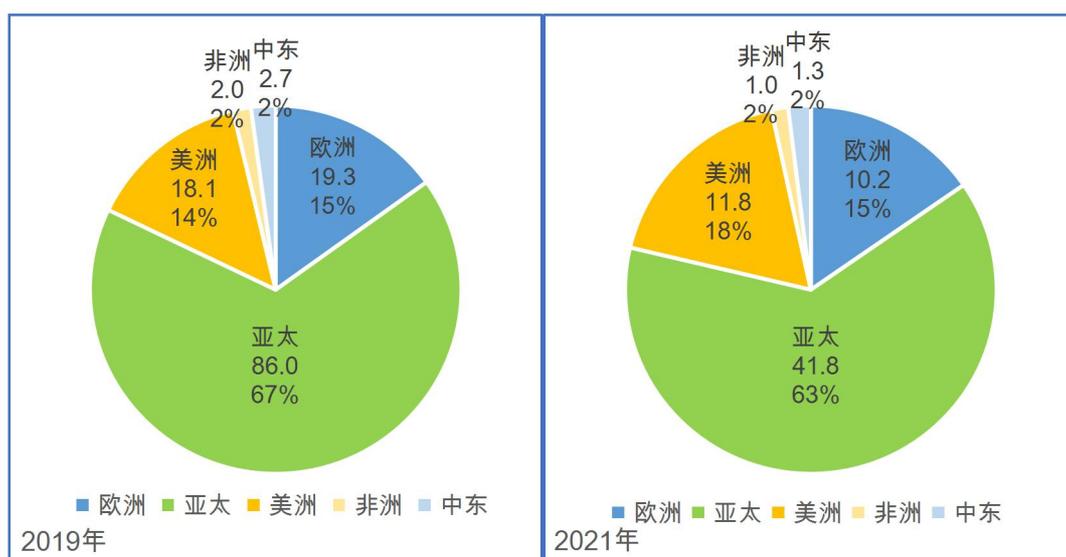


图 3.1 2019 年和 2021 年五大区域旅游总人次及其占比

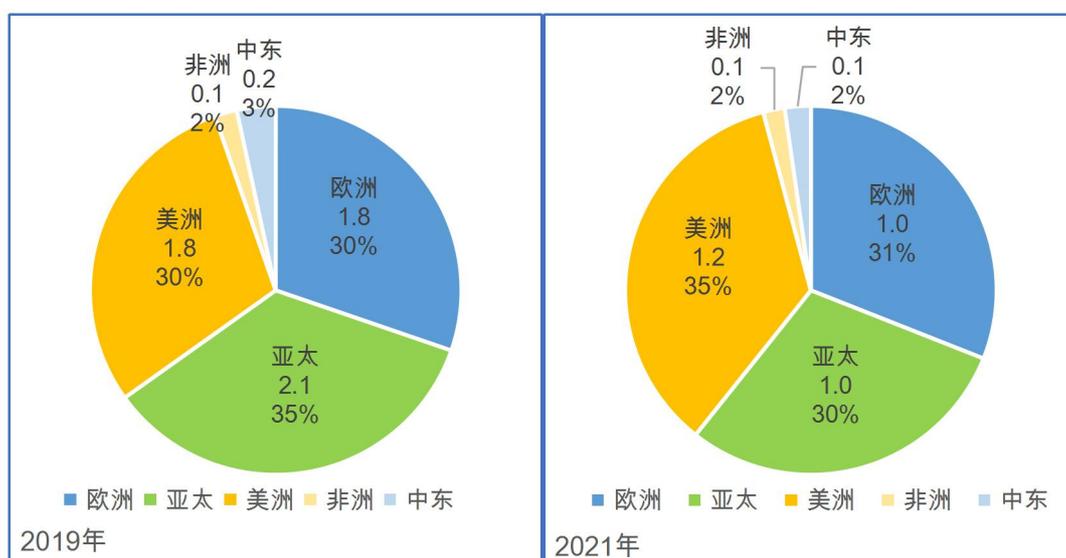


图 3.2 2019 年和 2021 年五大区域旅游总收入及其占比

2. 2021 年美洲、欧洲旅游复苏相对较快

2021 年，美洲旅游总人次和旅游总收入分别恢复到 2019 年水平的 65.2%和 67.0%，欧洲旅游总人次和旅游总收入分别恢复到 2019 年水平的 52.6%和 57.7%，非洲旅游总人次和旅游总收入分别恢复到 2019 年水平的 47.6%和 54.2%，亚太则分别恢复到 48.6%和 47.9%，中东为 47.3%和 37.8%（见图 3.3）。

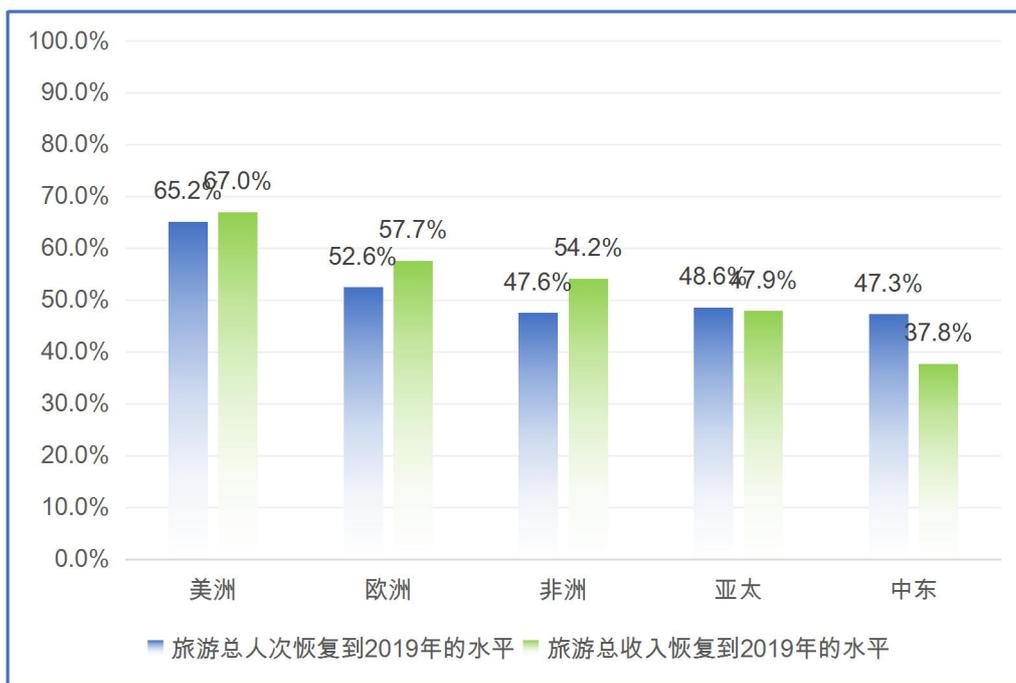


图 3.3 2021 年五大区域旅游总人次和总收入恢复情况

3. 2021 年欧洲、美洲和亚太旅游的经济贡献位列前三

以旅游总收入相当于 GDP 的比例作为指标来衡量旅游的经济贡献可见，2021 年五大区域旅游的经济贡献从高到低依次为欧洲、美洲、亚太、中东和非洲。其中，欧洲旅游总收入相当于 GDP 的比例为 4.4%，继续位居第一；美洲为 4.1%，排名上升为第二位；亚太为 3.2%，位列全球第三；中东和非洲分别为 3.1%和 3.0%。（见图 3.4）。

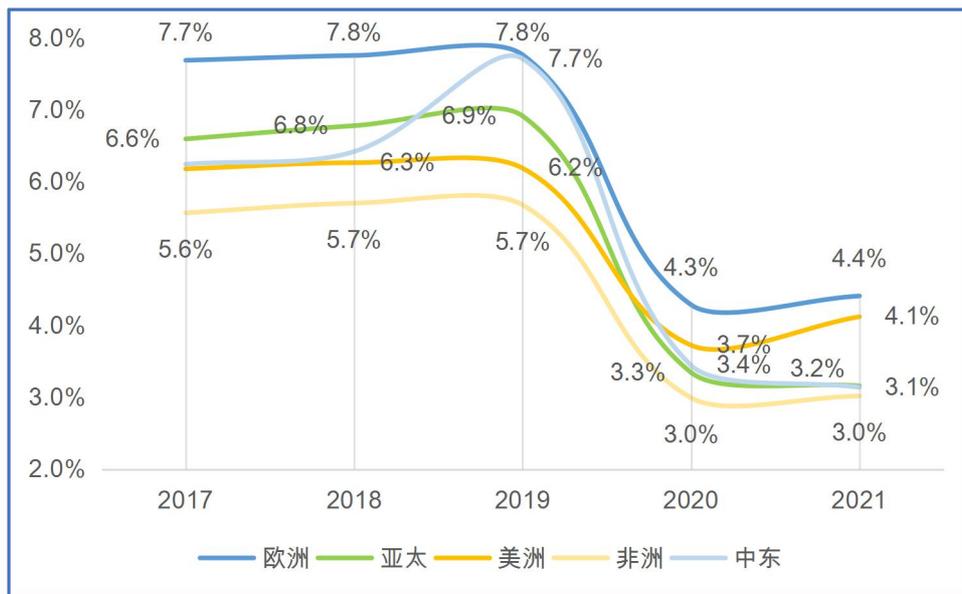


图 3.4 2017~2021 年五大区域旅游总收入相当于 GDP 的比例

4. 2022 年美洲、欧洲和亚太旅游恢复程度依序降低

从各区域旅游恢复程度来看，与其旅行限制之间存在密切关系。由于五大区域经济发展情况、疫情严重程度以及各地区不同国家之间治理模式的不同，五大区域各个国家出台的国际旅行限制措施也有所不同。预计 2022 年，美洲旅游经济最高可恢复至 2019 年的八成以上，欧洲旅游经济最高可恢复至 2019 年的近八成，亚太旅游经济最高可恢复至 2019 年的不到七成，非洲和中东旅游经济复苏程度均为六成左右（见图 3.5）。

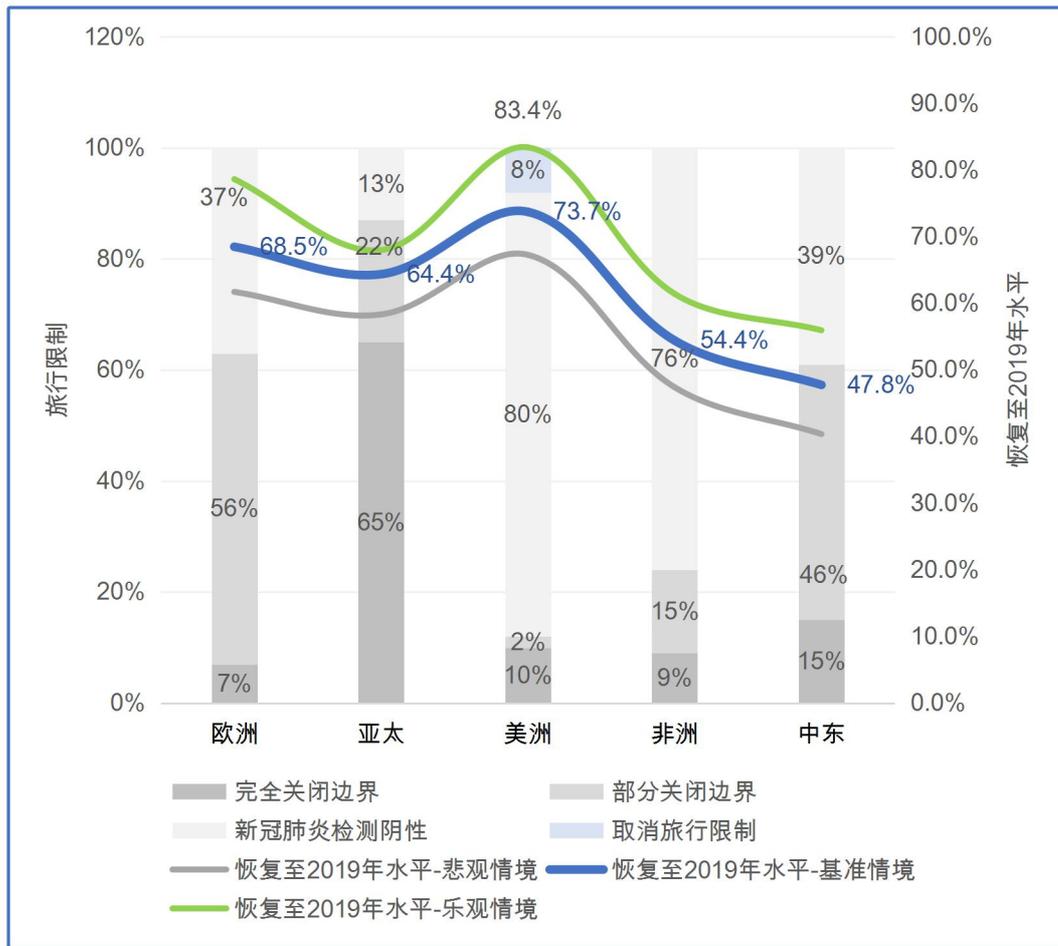


图 3.5 2022 年五大区域旅行限制与旅游经济复苏情况

数据来源：综合世界旅游组织与本课题研究组数据而成

5. 2022 年美洲、欧洲旅游占比上升，亚太、中东占比下降

2022 年，美洲旅游总收入占比为 32%，较 2019 年提高 2 个百分点；欧洲旅游总收入占比 31%，较 2019 年提高 1 个百分点；亚太地区旅游总收入占全球比重为 33%，较 2019 年下降 2 个百分点；非洲旅游总收入未发生变化；中东旅游总收入占比下降 1 个百分点（见图 3.6）。

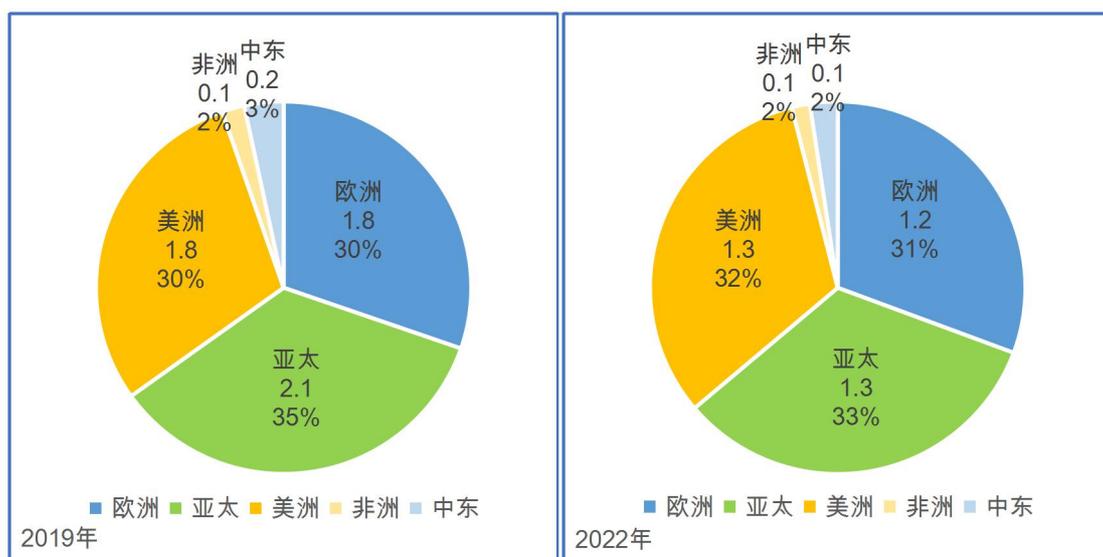


图 3.6 2019 年和 2022 年五大区域旅游总收入

IV. T20 国家：旅游发展与疫情走势基本吻合

1. 各 T20 国家确诊病例和疫苗接种率差异较大

根据疫情病例数和疫苗接种率,可将 T20 国家分成四类:一是“病例数和接种率双高型”,即疫情病例数超过 2000 万人次,疫苗接种率超过 60%,包括美国和巴西;二是“病例数高而接种率低型”,即疫情病例数超过 2000 万人次,疫苗接种率低于 60%,为印度;三是“病例数和接种率双低型”,即疫情病例数低于 2000 万人次,疫苗接种率低于 60%,包括菲律宾、俄罗斯和墨西哥;四是“病例数低而接种率高型”,即疫情病例数低于 2000 万人次,疫苗接种率超过 60%,包括中国、日本、澳大利亚、法国、德国、意大利、西班牙、韩国、奥地利、瑞士、英国、土耳其、泰国、加拿大等 14 个国家(见图 4.1)。

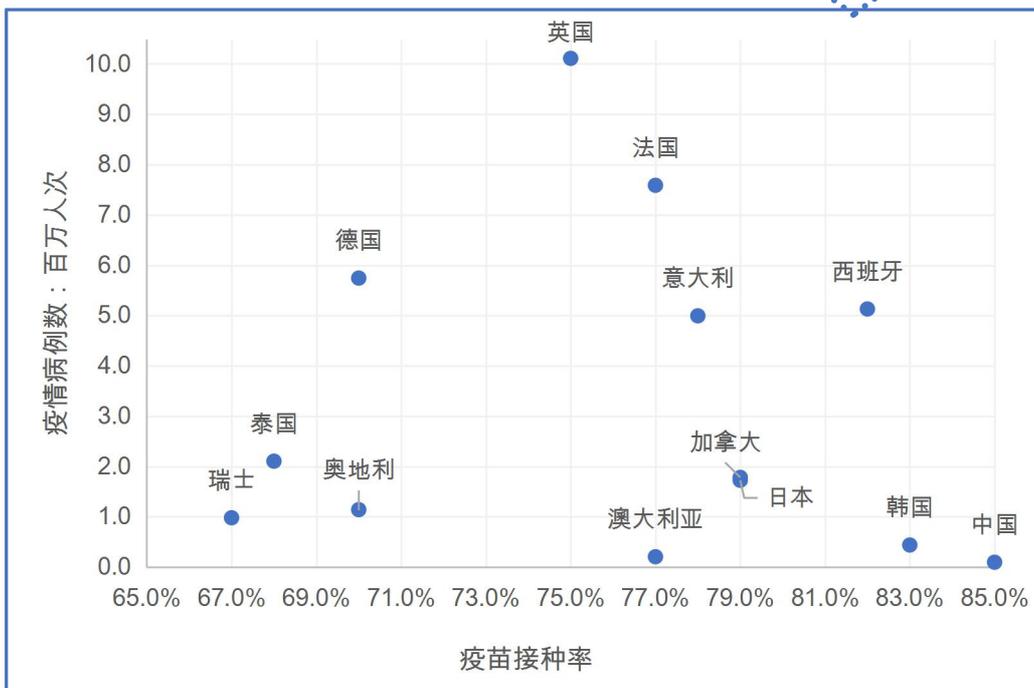
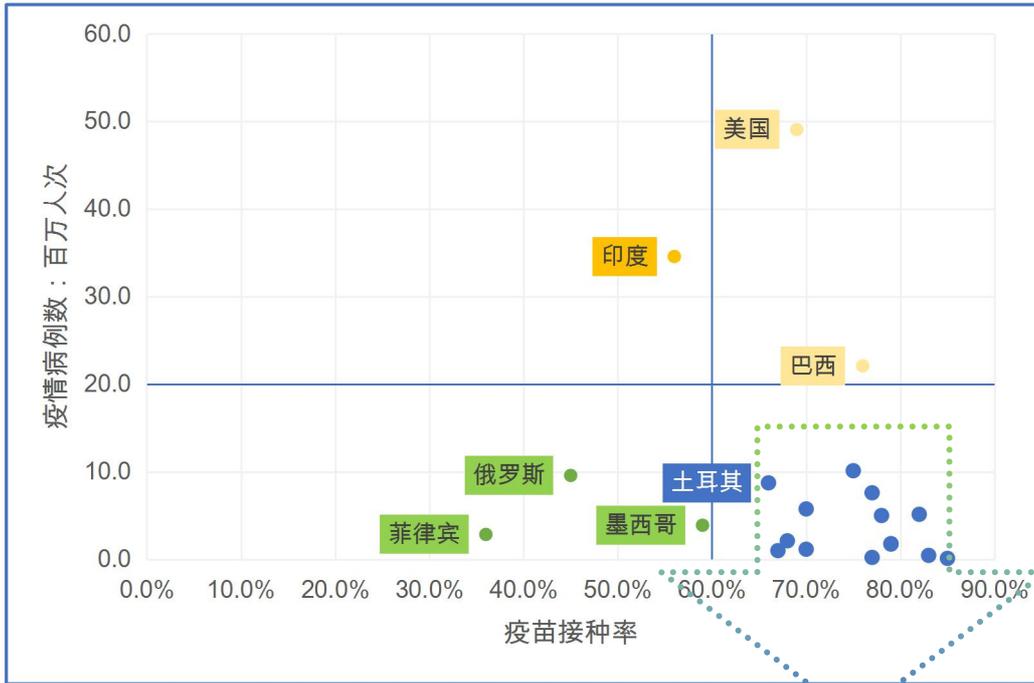




图 4.1 T20 国家确诊病例与疫苗接种率

数据来源：世界旅游组织统计数据及其他网络公开资料

2. T20 国家旅游总收入之和占全球比重连创新高

2021 年 T20 国家旅游总收入占全球比重为 80.2%，比 2020 年提高 11.8 个百分点，比 2019 年提高 1.4 个百分点。预计 2022 年这一比重将继续升至 82.0%，达到 2011 年以来的新高（见图 4.2）。

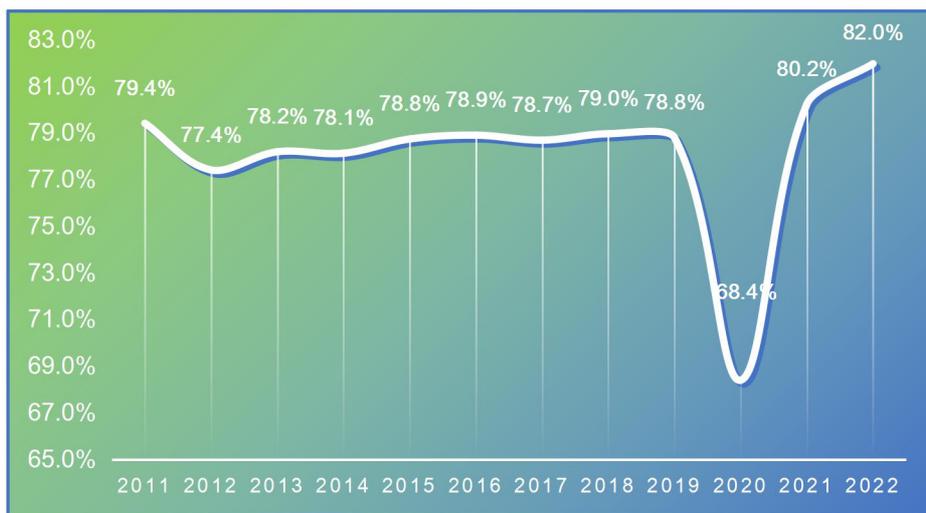


图 4.2 2011~2022 年 T20 国家旅游总收入占全球比重

3. T20 国家国际旅游收入总和占全球比重先降后升

2021 年 T20 国家国际旅游收入总和占全球比重继续下滑，降至 54.3%。预计 2022 年，这一比例将将攀升至 74.1%（见图 4.3）。

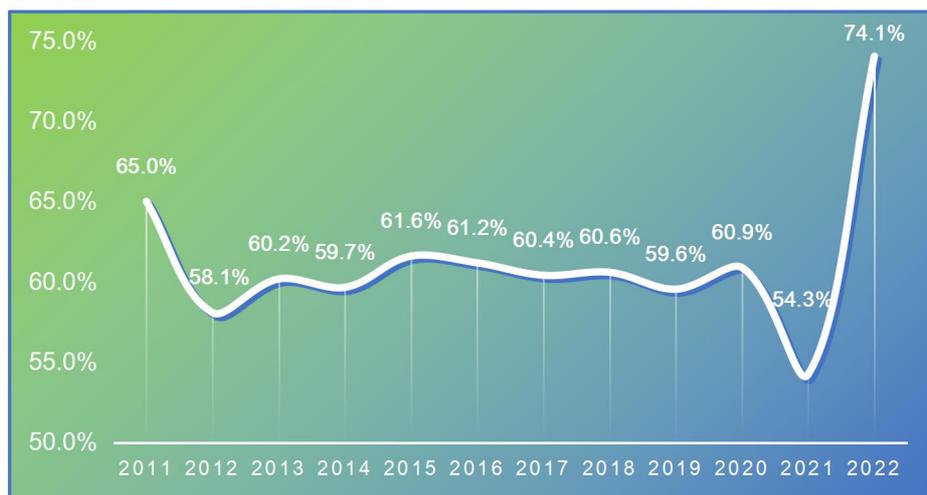


图 4.3 2011~2022 年 T20 国家国际旅游收入总和占全球比重

4. T20 国家旅游经济表现均逊于本国经济

2021 年 T20 国家旅游总收入比 2019 年仍有较大降幅，而约一半的 T20 国家 GDP 较 2019 年有所增长。总体来看，各国旅游经济表现均逊于本国经济（见图 4.4）。

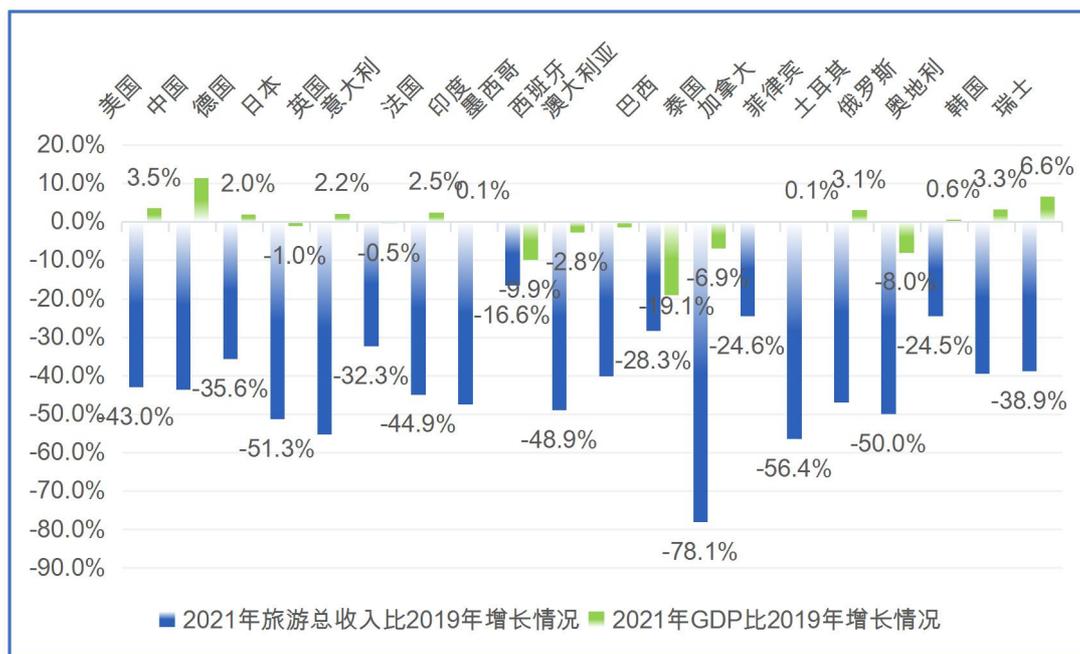


图 4.4 2021 年 T20 国家旅游总收入与 GDP 相较于 2019 年的变化

5. 七成 T20 国家排名位次发生变化

2021 年 T20 国家排名变化较大，七成国家位次发生变化（详见表 4.1）。

表 4.1 2020~2022 年 T20 国家排名

序号	2020	2021	2022
1	美国	美国	美国
2	中国	中国	中国
3	德国	德国	德国
4	法国	墨西哥 (+3)	意大利 (+1)
5	英国	意大利 (+1)	墨西哥 (-1)
6	意大利	日本 (+3)	日本
7	墨西哥	英国 (-2)	英国
8	印度	法国 (-4)	法国

序号	2020	2021	2022
9	日本	印度 (-1)	印度
10	澳大利亚	澳大利亚	西班牙 (+1)
11	巴西	西班牙 (+1)	澳大利亚 (-1)
12	西班牙	巴西 (-1)	巴西
13	加拿大	加拿大	加拿大
14	奥地利	奥地利	土耳其 (+1)
15	韩国	土耳其 (+4)	菲律宾 (+1)
16	泰国	菲律宾 (+1)	奥地利 (-2)
17	菲律宾	韩国 (-2)	俄罗斯 (+1)
18	瑞士	俄罗斯 (+2)	韩国 (-1)
19	土耳其	瑞士 (-1)	瑞士
20	俄罗斯	泰国 (-4)	泰国

注：括号内为排名上升 (+) 或下降 (-) 位次。

6. 2022 年 T20 国家旅游恢复状况差异较大

从疫苗接种率和旅游总收入恢复至 2019 年的比例来看，2022 年 T20 国家差异较大（见图 4.5）。

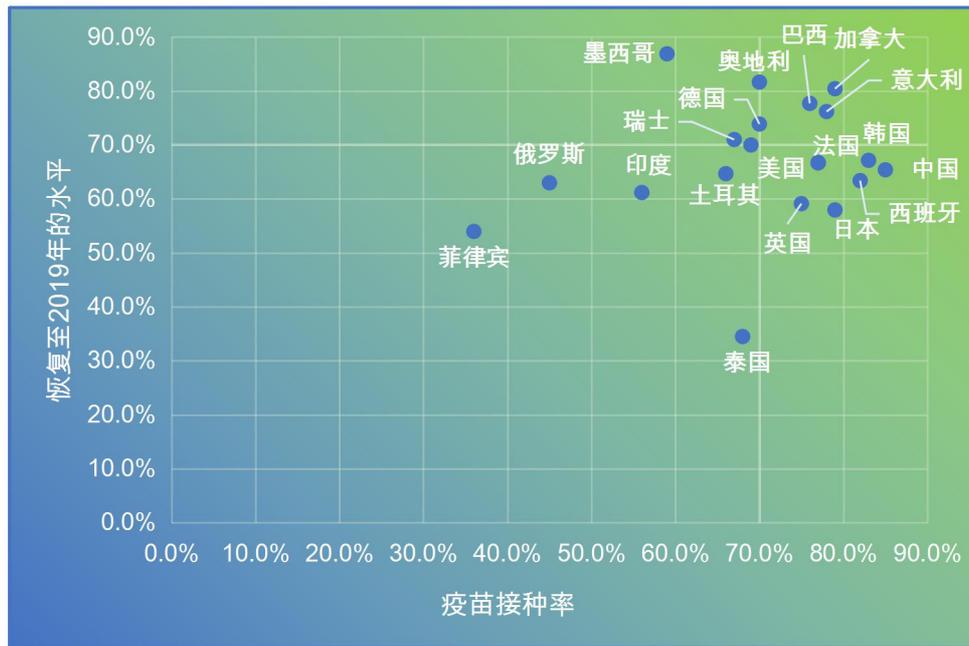


图 4.5 T20 国家疫苗接种率和旅游总收入恢复程度

数据来源：根据本课题组研究组和数据世界（ourworldindata）整合而成

V. 重点城市：积极制定多元化发展策略

新冠疫情暴发以来，城市面临疫情防控和旅游发展的双重挑战。为平衡疫情防控和旅游发展之间的关系，世界各主要城市对其旅游发展做出调整，包括兼顾短期应对和长期调整、重视本地旅游和社区场景、谋求绿色发展和包容性发展、吸引高质量游客成为重要目标、不断探索各种创新途径等。与此同时，各主要城市为促进旅游复苏发展做出积极努力。其中典型的做法包括如下几个方面。一是完善公共卫生安全体系，例如洛杉矶的 Sharecare VERIFIED™、纽约免费疫苗接种服务计划、迪拜 DUBAI ASSURED 和“安全旅行”印章、圣彼得堡“安全旅行”项目、柏林旅游规划安全措施等。二是加快数字化转型，首尔、仁川、维也纳、巴黎、布拉格、渥太华等均采取数字化转型策略，对旅游服务进行优化和升级。三是重视本地市场，例如，中国香港通过补贴，吸引香港人重新认识香港旅游；中国澳门推出“心出发

· 游澳门”本地游项目；阿根廷布宜诺斯艾利斯推出新社区景点供市民游览；英国伦敦开展“因为我是伦敦人”活动。四是改善社区关系，例如，都柏林鼓励当地人成为旅游顾问或导游为旅游者提供服务，巴塞罗那通过开发新应用程序和人群监控系统引导游客避开城镇拥挤地区，开普敦一系列“口袋友好”活动。五是推广旅游形象，洛杉矶、纽约、广州、澳门、巴塞罗那、都柏林、墨尔本、迪拜等均高度重视宣传营销和品牌建设。六是开展旅游合作，例如，首尔宣布加入混合城市联盟（Hybrid City Alliance），迪拜与阿联酋航空、迪拜航空、迪拜机场和其他利益相关者开展合作等。

VI. 细分行业：以创新手段推动旅游市场复苏

1. OTA：复苏步伐有所加快，亚太地区受到关注

新冠疫情以来，OTA（在线旅游企业）行业受到很大冲击。2021年，在疫情防控常态化背景下，越来越多国家和地区尝试恢复跨境旅行，OTA行业整体向好且复苏逐步提速，尤其是亚太市场受到更多关注。2021年，Booking、Expedia、携程、同程艺龙等OTA营收下滑幅度有所收窄。Expedia与石基畅联达成合作，共同推进中国B2B旅游市场发展。中国一些低线城市市场需求表现出较为迅猛的增长态势。

2. 酒店业：品牌酒店发展强劲，新科技新场景成为亮点

2021年，一些低端连锁酒店仍处于亏损状态，中端酒店品牌的市场营收增速缓慢，高端酒店品牌的市场营收远超预期。伴随休闲、康养、娱乐、教育、交友等多样化的新消费需求，物联网、AI、大数据等数智化新技术在酒店业的应用成为热点，“酒店+”场景化发展

应时而生，酒店在客房品质、体验方式、沉浸感受等方面进一步多元化发展。

3. 主题公园：疫情之下不乏热点，虚实场景融合将成趋势

在新冠疫情影响下，以远程游客为主要客群的主题公园受到较大冲击，各大主题公园积极开展品牌联动、IP 创新，吸引本地游客和近程消费。上海迪士尼、北京环球影城等成为新的消费热点。预计 2022 年主题公园会迎来真正复苏。“元宇宙”喻示着未来主题游乐休闲的革新性变化，主题公园更加重视沉浸式、交互性，并呈现多元形态，甚至可能出现完全虚拟化场景，与实体主题公园融合发展。

4. 博物馆业：数字化升级、内容创新和开源创收成为重点

新冠疫情影响下，博物馆行业呈现出新的发展趋势。一是博物馆实现全面数字化升级，游客对于线上虚拟展览、数字化博物馆等的需求呈指数级增长。二是内容创新成为博物馆复苏的核心动力，以创新为内在动力，利用数字化技术丰富文创产品供给和优化文博展览形式，是博物馆业发展的关键所在。三是联合国教科文组织《2021 年世界博物馆报告》显示，近一半的国家大幅削减用于博物馆的公共经费，开源创收成为博物馆发展的关键。

5. 邮轮业：不断完善应急体系，调整和创新产品线路

国际邮轮公司纷纷采取措施，不断完善应急体系，包括对上船游客进行严格的防控检查、对邮轮工作人员及游客实行“疫苗必需”管理、建立迅速反应的有效密接追踪方案等。未来，邮轮公司航线选择将出现新趋势，无目的地游和短航线邮轮产品更受欢迎。与大型邮轮公司相比，小型邮轮公司市场恢复更为迅速。

6. 航空业：复苏程度各不相同，提质增效成为必然

国际航空运输协会预计，2022年全球航空业需求将恢复至2019年水平的61%，全面恢复至疫情前的水平需要到2023年。货运业务强劲推动行业亏损收窄。地区间复苏态势并不均衡。各国航空公司需通过多种途径改善服务质量、提高运营效率。

VII. 旅游企业：上市公司呈现结构性变化

1. 旅游上市公司估值受疫情压制明显

资本市场上，主要涵盖旅游行业的消费者服务指数走势显著落后于标普500指数，消费者服务指数与标普500指数之间的“剪刀差”逐渐扩大。

2. 经营情况呈现分化，恢复基础仍不牢固

鉴于研究数据的可得性，以旅游上市公司为主，对不同类型的企业进行分析后发现如下特点：轻资产企业温和复苏；重资产企业仍受困于疫情影响，航空公司、酒店、主题公园经营情况恢复至2019年5成左右的水平；邮轮企业持续在疫情的泥淖中挣扎；18家样本企业中，有10家继续亏损。

3. 旅游相关企业融资活力再现

根据Skift统计数据，2021年旅游企业上市或即将上市的数量增长明显，且涉及多类细分行业，包括航空公司、包机运营商、度假住宿供应商、叫车公司、旅行技术供应商和聚合商、活动管理软件开发商等。与此同时，多因素刺激旅游并购反弹，尤其是酒店类重资产行业逆势布局。

VIII. 未来展望：全球旅游在结构性复苏中蜕变

全球旅游业的结构性复苏呈现四个趋势性变化。一是复苏产生变局。以新兴经济体、亚太板块驱动旅游经济增长的格局已被打破，发达经济体、欧美板块的份额得以上升，旅游业更加依赖于城市，主要依托于城市间交换的旅游网络正在形成。二是复苏产生断层。发达国家和欠发达国家的断层在加深，头部企业和中小企业的差异在加剧，轻资产企业和重资产企业间的分层也在产生。三是产业集中度提升。世界旅游业的集中度在快速上升，旅游经济向公共医疗水平高的国家集中，旅游市场向国内和周边集中，产业资源向城市集中，旅游行为向近程集中，产业链的掌控力向旅游平台集中。四是复苏伴随技术、认知和可持续变革。科技手段前所未有地全面融入行业，数字化发展迅速。在新的传播手段和环境下，大量认知得以快速重塑，世界范围内正在产生一批新的 IP，市场在重新认识目的地和吸引物。减碳行动正在对旅游业产生深刻影响，可持续旅游已由疫情前的可选项变为必选项。

总之，全球旅游将经历二战后最大的一次重塑，全球旅游将产生全新的格局、结构和方式，并在全球社会经济体系中寻找新的位置。经历蜕变的全球旅游业，将得以重新界定。

世界旅游经济趋势报告
www.wtcf.org.cn

WT^{OF}
世界旅游城市联合会
World Tourism Cities Federation