

世界旅游城市联合会 编著
World Tourism Cities Federation



世界旅游城市 发展报告

2024-2025

World Tourism Cities Development Report

世界旅游城市
发展报告

世界旅游城市联合会
编著



世界旅游城市 发展报告 (2024-2025)

世界旅游城市联合会 编著

序言

2024 年以来，全球旅游业迎来里程碑式复苏。联合国旅游组织 (UN Tourism) 数据显示，2024 年国际游客数量恢复至 14 亿人次，与 2019 年水平持平，较 2023 年增长 11%，标志着世界旅游行业全面走出阴霾。2025 年一季度国际游客总数突破 3 亿人次，较 2024 年同期增加约 1400 万人次，同比增长 5%，比 2019 年同期也高出 3%。亚太市场增速领跑全球，中国是世界上最大的旅游支出国，其出境支出增长 30%，美洲、中东、非洲和欧洲同样呈现出强劲增长势头，航空、酒店等关联产业重回巅峰。这场以韧性书写的世界旅游复苏故事，正为全球经济注入澎湃动能。

在复苏过程中，多个关键因素协同发力。全球大型客源市场表现强劲、亚太地区旅游目的地持续回暖、航空连通性不断增强，以及签证便利化政策持续落地。这些积极变化促使亚太、美洲、中东、非洲和欧洲等主要地区的国际游客接待量全面回升。国际航空业和酒店业全面恢复到 2019 年水平，与旅游相关的上下游产业实现同步增长，带动了就业、税收与投资等多领域的全面活跃。全球旅游业的强劲反弹，不仅彰显了人们对旅行与交流的持久热情，也体现出旅游行业在应对变化、适应新趋势方面的强大韧性与适应力。

旅游城市是世界旅游的主要客源地和目的地，全球 80% 的旅游活动通过旅游城市这个载体得以实现。旅游城市对本国的旅游业发挥着重要的推动作用，一座有标志性的旅游城市在推动全球旅游经济的变革与创新中扮演重要的角色，也对可持续发展有着举足轻重的意义。



合力迈向世界旅游城市 繁荣发展的新纪元

世界旅游城市联合会（WTCF）是世界上第一个以城市为主体的全球性旅游组织，始终秉承“旅游，让城市生活更美好”的理念，积极促进旅游城市间的合作交流，全面提升旅游城市的竞争力和影响力，推动世界旅游持续向好发展。经过 13 年发展，联合会会员数量已从最初的 58 个增加至当前的 257 个，覆盖全球 87 个国家和地区，其中城市会员 168 个，机构会员及合作会员 89 个，6 个分会会员总数 357 个。联合会国际旅游业界的吸引力、引导力和影响力逐年提升，荣获世界旅游交易会“世界旅游领袖奖”，被誉为成长最快的国际旅游组织。我们愿携手世界主要旅游城市和旅游机构，团结协作、变革创新，共同推动世界旅游城市可持续发展，开创世界旅游繁荣发展新局面。

《世界旅游城市发展报告》是世界旅游城市联合会总结会员城市发展经验，研究探讨世界旅游重大问题，促进世界旅游城市合作交流的重要学术品牌。2014 年以来，每年发布一期，对世界旅游特别是旅游城市发展起到了重要的促进作用。《世界旅游城市发展报告 2024-2025》在保持以往发展报告基本框架和基础数据连续性的基础上，进一步全面生动地反映 2024 年来世界主要旅游城市和旅游产业的发展特点，为世界旅游城市和旅游企业带来更完整的经验总结和启示，从而推动全球旅游行业可持续发展。



2024-2025 年世界旅游城市发展综合排行

1 美国
纽约
New York

2 日本
东京
Tokyo

3 法国
巴黎
Paris

4 美国
旧金山
San Francisco

5 澳大利亚
悉尼
Sydney

8 加拿大
多伦多
Toronto

7 中国
北京
Beijing

6 英国
伦敦
London

9 中国
上海
Shanghai

10 澳大利亚
墨尔本
Melbourne



目录

序言

合力迈向世界旅游城市繁荣发展的新纪元

2

1 2024-2025 世界旅游城市发展 综合评价

8

2024-2025 全球旅游经济发展概览

10

2024 年世界旅游城市旅游发展特点

18

世界旅游消费市场呈现的新趋势

27

2

世界旅游城市发展（2024-2025） 综合排名

2024-2025 世界旅游城市发展评价指数架构	32
2024-2025 世界旅游城市发展样本城市	34
2024-2025 世界旅游城市发展综合评价指数	41
2024-2025 世界旅游城市发展综合评价指数	44

3

世界旅游城市发展（2024-2025） 单项评价指数

城市知名度评价指数	58
产业景气度评价指数	60
城市智慧度评价指数	67
旅游安全度评价指数	74
经济贡献度评价指数	83
游客满意度评价指数	87
促进世界旅游城市综合发展的对策和建议	94
促进世界旅游城市综合发展的对策和建议	100

1

2024-2025 世界旅游城市发展 综合评价



2024-2025 全球旅游经济发展概览

全球经济发展环境与整体表现

全球经济的整体概况

继 2023 年全球经济展现出超预期的韧性之后，2024 年全球经济在多重压力下持续缓慢调整，整体呈现“低速增长、结构分化”的格局。2024 年，尽管全球经济持续面临多重冲击与挑战，但整体展现出较强韧性。联合国（UN）发布的《2025 年世界经济形势与展望》指出，当前世界经济正处于一个极为关键的时刻。贸易紧



德国 德累斯顿

张局势持续升级叠加政策不确定性攀升，显著削弱了 2025 年全球经济复苏动能，并加剧了全球供应链的脆弱性。相对于 2024 年的 2.9%，2025 年全球经济增长预计将放缓至 2.4%，国际货币基金组织（IMF）在 2025 年 4 月发布的《世界经济展望报告》中，将 2025 年、2026 年全球经济增长预期从年初的 3.3% 分别下调至 2.8% 和 3%。

债务问题仍是 2025 年全球经济的重要隐忧。国际金融协会（IIF）数据显示，2025 年第一季度全球债务总额增至创纪录的 324 万亿美元，占国内生产总值比重为 325%；新兴市场债务占国内生产总值比重达 245%，部分低收入国家利息支出占财政收入比例高达 13%，财政可持续性面临严峻挑战。

全球通胀整体回落，货币政策分化。全球通胀率预计从 2024 年的 5.9% 降至 2025 年的 4.3%，但核心通胀下降较慢。从影响因素来看，大宗商品价格波动加剧，能源与食品价格走势分化，中东地缘冲突和红海航运危机可能推高供应链成本，给全球通胀带来上行风险。在货币政策方面，全球呈现出明显分化态势，美联储在 2024 年下半年启动降息，2025 年放缓降息，以缓解新兴市场汇率压力。而欧洲央行宽松的步伐快于美国，尽管通胀整体回落，但各国央行对放松政策仍持谨慎态度，基准利率预计长期高于 2020 年前水平。

全球贸易投资增长乏力，金融市场持续波动。世界贸易组织（WTO）预测 2025 年货物贸易量将下降 0.2%，受美国关税政策及地缘冲突影响较大。亚洲出口仍保持 5.2% 的增长韧性，但欧洲因能源危机和高利率拖累下滑 2.3%。外国直接投资（FDI）名义增长 4%，达 1.5 万亿美元，但剔除金融波动后实际下降 11%，制造业投资减少，数字经济（如 AI、绿色科技）成为新增长点。美元指数在美联储政策转向预期下宽幅震荡，上半年下跌近 1.2%，但新兴市场货币仍承压。全球股市分化加剧，AI 产业红利推动纳斯达克指数创新高，如英伟达市值突破 5 万亿美元，而大宗商品依赖型市场表现疲软。

全球经济发展的整体特点

全球经济复苏分化加剧，韧性中隐现下行风险。2025 年，全球经济延续了 2024 年的缓慢复苏态势，但发达经济体与新兴市场之间的差距持续扩大。国际货币基金组织（IMF）预测，2025 年全球经济中，美国经济表现相对强劲，预计增长 2.7%，主要得益于消费韧性和科技投资拉动；欧元区增长乏力，仅 1.0%，德国和法国等核心经济体受制造业疲软拖累。新兴市场和发展中经济体整体增速稳定在 4.2%，但内部差异显著，亚太地区增长 4.7%，中国增速 4.8%，拉美地区增长 2.0%，中东受冲突影响增长疲软。

全球产业链重构进入新阶段，新兴技术驱动布局转移。2024 年以来，全球产业链处于深度重构阶段。一方面，发达国家持续推动制造业回流与本地化部署，通过法案及补贴引导企业迁回本土；另一方面，以人工智能、新能源、新材料为代表的新兴技术不断改写跨国企业的投资逻辑。全球供应链从“效率优先”转向“安全优先”：美国推动“友岸外包”（Friendshoring），将关键产业（如半导体、新能源）转移至盟友国家；欧盟通过《芯片法案》要求 2030 年自产芯片占比达 20%；中国提出“双循环”战略，强化国内产业链韧性。世界银行数据显示，2024 年全球跨境直接投资（FDI）中，近 40% 流向“友好国家集群”，区域化生产成为主流。“安全优先于效率”的趋势导致全球分工体系日益碎片化。产业链投资的“地缘重组”倾向加强，产业政策、供应安全、人才与技术协同等因素逐步取代传统的成本优势导向，成为全球企业决策的核心考虑因素。尤其是在芯片、新能源、储能等战略性领域，全球资本流动更加集中于中美欧核心科技集群。

结构性变革加速，新增长动能初现。尽管短期挑战严峻，2025 年全球经济仍在孕育新动能。数字经济（AI、云计算）和绿色转型（可再生能源、电动汽车）成为关键驱动力。美国四大科技巨头计划于 2025 年持续加码投资 AI 领域；中国“三新经济”（新产业、新业态、新商业模式）增加值超 28 万亿元人民币；全球光伏新增装机预计达 560-596GW，中国占比约 44.5%（265GW）。新兴市场经济占比提升至 45%，中国、印度、东南亚对全球增长贡献率超 65%。

全球人口老龄化与生产率低迷成为突出难题。尽管技术创新成为增长亮点，但大多数国家在提升劳动生产率、刺激有效需求方面进展有限。发达经济体人口结构

变化加剧劳动力短缺，部分发展中经济体则面临产业升级与就业压力并存的双重挑战。全球人口正步入“低生育率时代”，人口增长势头显著减弱。1950年，全球总生育率为5，远高于实现长期人口稳定所需的2.1水平，而到2024年已降至2.24，联合国预计到2050年将跌破2.1，意味着全球人口将在本世纪中后期触顶后逐步萎缩。2000年至2025年间，联合国各区域及所有收入组别国家的生育率均呈下降趋势。预计未来25年内，将有超过38个100万人口以上的国家出现人口负增长，其中中国、韩国、日本、俄罗斯和意大利的人口降幅最为显著。与此同时，老龄人口比重持续上升，对医疗、养老金和公共服务体系构成长期压力，劳动力供给趋紧也将持续抬高用工成本并抑制经济活力。



中国 北京

全球旅游经济：全面复苏

整体复苏概况

在全球经济持续缓慢调整的背景下，全球旅游却强势复苏，成为全球经济市场的增长动能。联合国旅游组织（UN Tourism）《世界旅游业晴雨表》显示，2024 年国际旅游收入达 1.6 万亿美元，较 2019 年增长 4%（扣除通胀因素）。欧洲仍是全球最受欢迎的旅游目的地，接待游客 7.47 亿人次，较 2019 年增长 1%；中东地区表现强劲，游客人数较 2019 年增长 32%。亚太地区恢复至 2020 年前 87%，其中中国、日本和东南亚国家增长显著。联合国旅游组织秘书长波洛利卡什维利指出，旅游收入的增长对全球经济复苏贡献显著。世界旅游旅行业理事会（WTTC）的研究表明，2024 年旅游业对全球经济的贡献达 11.1 万亿美元，创历史新高，占全球 GDP 的 10%，并支撑了 3.48 亿个就业岗位。WTTC 预计，到 2034 年，旅游业对全球经济的贡献将增至 16 万亿美元，占全球经济总量的 11.4%。报告指出，全球 142 个国家和地区的旅游业表现已超过 2020 年前水平，其中美国、中国、德国、日本和英国贡献最大。此外，国际旅游支出达 1.89 万亿美元，国内旅游支出达 5.4 万亿美元，均创下新纪录。国际航空运输协会（IATA）数据显示，2024 年全球航空客运量恢复至 2020 年前 99%，国际航线恢复尤其迅速。亚太地区航空市场增长最为显著，中国、日本和东南亚国家的航空客运量同比大幅提升。IATA 指出，航空连通性的改善是推动全球旅游业复苏的关键因素之一，但部分地区的运力仍受限于劳动力短缺和供应链问题。世界旅游城市联合会（WTCF）发布的《世界旅游经济趋势报告（2025）》显示，2024 年全球旅游总人次达 142 亿人次，同比增长 13.8%，旅游总收入达 6.1 万亿美元，其规模为 2019 年的 104.1%，相当于全球 GDP 的比例达 5.7%。其中，国际旅游收入增速为 6.3%，国内旅游收入增速为 2.5%。2024 年亚太地区的总旅游人次增速远高于其他地区，预计 2025 年全球旅游总人次将达到 144.89 亿人次，全球旅游总收入将达到 6.31 万亿美元，较 2019 年将增长 7.9%。世界经济论坛（WEF）发布的《2024 年旅行和旅游业发展指数》（TTDI）显示，2024 年全球旅游业已恢复至 2020 年前水平，国际游客人数和旅游业对全球 GDP 的贡献均达到或超过 2019 年水平。该报告分析了 119 个国家的旅游业发展状况，指出美国、西班牙、日本、法国和澳大利亚在促进旅游业发展的经济体中排名前五。然而，复苏进程存

在明显差异，高收入经济体（尤其是欧洲和亚太地区）表现更为强劲，而部分发展中国家仍面临基础设施和投资不足的挑战。报告强调，尽管全球旅游业整体恢复，但劳动力短缺、通胀压力以及地缘政治风险仍是主要制约因素。

2024 年全球旅游经济已强势恢复，不同机构的研究均表明，国际游客人数、旅游收入及航空客运量均接近或超过 2019 年水平。同时，复苏进程存在不均衡，高收入经济体表现更优，而部分发展中国家仍面临挑战。未来，旅游业增长将依赖于亚太市场的持续复苏、签证便利化政策的推进以及可持续旅游的发展。



西班牙 巴塞罗那

全球旅游经济发展特征

国际航空增速超过国内航空，奠定国际旅游快速恢复基础。国际航空运输协会（IATA）指出，2024 年全球航空客运总量（按照收入客公里或 RPK 计算）同比 2023 年增长 10.4%，标志着航空业已全面复苏并超越 2020 年前规模。2024 年国际客运量同比增长 13.6%，略超 2019 年水平（+0.5%），而国内客运量同比增长 5.7%。

发达经济体稳健复苏，新兴经济体动能强劲。根据《世界旅游经济趋势报告（2025）》的权威数据，2024、2025 年新兴经济体的旅游经济增长势头持续超越发达经济体。尽管新兴经济体受多重因素影响更深、恢复较晚，但其 2024 年增速已显著领先，且这一趋势在 2025 年进一步强化。2024 年，发达经济体旅游总收入达到 3.52 万亿美元，同比增长 2.3%，首次超过 2019 年水平；新兴经济体旅游总收入达到 2.56 万亿美元，同比增长 5.6%，连续两年超过 2019 年水平，新兴经济体旅游总收入增速超过发达经济体 3.3 个百分点。从长期趋势看，近 20 年，新兴经济体旅游总收入年均增速较发达经济体高 4.5 个百分点，预计 2025 年，新兴经济体和发达经济体旅游总人次分别达到 112.2 亿人次和 38.6 亿人次，同比增长分别为 6.5% 和 5.2%。

区域复苏分化明显，亚太引领增长。2024 年全球旅游市场呈现显著的区域差异。《世界旅游业晴雨表》显示，中东地区增长显著，国际游客人数较 2019 年增长 32%，主要得益于沙特阿拉伯（+69%）、卡塔尔（+137%）等目的地的强劲表现。亚太地区虽仅恢复至 2019 年的 87%，但增速最快（+33%），中国、日本和东南亚市场贡献显著。从旅游总人次占比来看，2024 年亚太地区仍居首位，美洲、欧洲、中东和非洲紧随其后。预计 2025 年，考虑到中东地缘政治局势的不确定性，增速或将下降到 1.1%，欧洲和美洲增长平稳分别为 1.6% 和 1.9%，非洲地区旅游经济增长将快速发展，增速达 6.1%，亚太地区旅游总收入增速或将超过 10%，成为旅游增长极。

旅游消费升级，高附加值服务需求增长。2024 年全球旅游消费呈现显著升级趋势，高附加值服务需求快速增长。根据毕马威最新的酒店业报告，奢华酒店市场表现突出，迪拜 2024 年酒店入住率达 77.7%，平均房价上涨至 666 迪拉姆（约 181 美元）。商务旅行市场强势复苏，全球支出预计达 1.48 万亿美元，其中中国市场贡

献约 30%（4062 亿美元）。在文旅创新方面，中老铁路开通带动跨境旅游显著增长，中国籍出境旅客达 7 万余人次，同比增长超 100%，其中 60 岁以上银发族占比近 60%。可持续旅游发展迅速，欧盟积极推进可持续航空燃料政策，北欧国家在低碳酒店领域保持领先地位。医疗旅游市场持续扩大，2024 年全球规模预计达 849.2 亿美元，泰国、新加坡等亚洲国家成为主要目的地。这一系列数据表明，2024-2025 年全球旅游市场正在向高端化、个性化、可持续化方向快速发展。



加拿大 多伦多

2024 年世界旅游城市旅游发展特点

世界旅游城市发展概览

2024 年，全球旅游业迎来了新的增长周期，在全面复苏中呈现深刻的战略转型与创新突破，政策调整与市场演化相互交织，随着国际旅行限制的全面放开，世界主要旅游城市纷纷调整发展战略，通过“政策开放—技术赋能—体验重构”三维共振的策略变革手段，以适应游客需求的变化、数字化转型的深化以及可持续发展的迫切要求。

2025 年旅游业的复苏前景是光明的，但劳动力短缺、地缘政治紧张、经济衰退等问题依然存在，此外，为了应对当地人对过度旅游日益增长的担忧，各个城市可能会继续提高旅游税或利用生成 AI 技术来加以应对。在此背景下，2025 年世界旅游城市的发展呈现出以下特点：

欧洲主导全球旅游格局，宜居与宜游并重。欧洲城市依然广受欢迎。2024 年全球海外旅行者人数中前往欧洲的海外旅行者人数占总数的约一半。巴黎年接待游客超 7000 万人次。然而，过度旅游成为核心矛盾，热门城市如阿姆斯特丹、巴塞罗那通过征收旅游税、限制景点开放时间、禁止自助入住等措施调控客流，但酒店业扩张反而加剧了中心区拥堵。在发展策略上，欧洲旅游城市发展坚持绿色基建与低碳转型，实现地区可持续发展，注重文化空间活化与体验创新，提升游客体验趣味性，推行分散旅游，实现社区联动，打造“乡村 - 城市”双核心旅游发展模式，构建多中心目的地格局。此外，2024 年欧洲国家持续进行政策和技术的双重创新，实现政策协同与技术赋能，欧盟简化电子旅行授权，短期免签国扩增，部分城市离境退税“即买即退”提升消费转化，采用智慧化缓解过度旅游带来的挑战，充分利用节展经济资源驱动长效收益的实现。欧洲旅游城市正从“流量争夺”转向“平衡艺术”——通过绿色基建、文化活化、政策调控等手段，重塑“宜居与宜游”并重的生态。

亚太城市竞争力显著提升，打造“高增长—高体验”范式。整体来看，亚太地区旅游经济增速领先全球，旅游总人次远超全球平均水平。在发展策略上，签证便利化驱动客流爆发，东南亚国家相继出台对华免签政策，客流量持续增加，区域协作不断深化，如泰国主导“6国1目标”计划，串联新马泰越等国的邮轮、自驾游线路，瞄准高端客群，此外智慧旅游、绿色旅游不断升级，以新加坡为首的部分国家持续推动旅游可持续发展，目标市场逐步细化，游客体验持续创新，高端运动疗愈经济与文化节庆IP打造并重。需求方面，区域协同成为2024年亚太地区发展新特点，游客选择本区域内目的地的比例增长5%，但停留时长缩短至9天左右，反映“短途深度游”需求上升。总结而言，“以签证红利与区域协作引流，以科技基建提升体验效率，以文化转译与市场细分转化消费”已成为目前亚太地区旅游城市发展的新路径，亚太正从“性价比目的地”升级为全球旅游创新实验室，其科技赋能、生态产业化与精准营销策略，为全球城市提供高增长、高体验的新范式。

美洲城市持续发展，呈现“北强南弱”格局。美洲整体旅游发展由北美主导，纽约、洛杉矶、多伦多等大型国际枢纽城市依然是游客选择的热门目的地。拉丁美洲墨西哥城、布宜诺斯艾利斯等城市也有明显增长。墨西哥城2024年接待国际游客45万人次，同比增长7.4%，成为拉美增长引擎。在发展策略上，城市安全性与便利性不断加强，政府通过安防设施升级和技术手段赋能，不断提升游客出游安全感，部分热门城市推出游客分流举措，搭配深度体验目的地探索方式，解决城市拥堵等相关问题。同时深挖本土节庆文化，不断提升文化IP与节展经济的游客吸引力。此外，美洲城市坚持生态旅游产业化发展道路，打造全包式度假标杆，依托数字营销手段吸引游客，实施离境退税“即买即退”政策，破解国际支付壁垒。整体而言，美洲旅游城市以安全升级重建信任、以分散策略缓解过度旅游、以文化IP转化消费实现较好发展，然而部分拉美城市仍面临基建不足与社会矛盾等多重挑战。

中东旅游城市结构性调整，增速放缓。作为全球最早实现旅游全面复苏的地区之一，中东在经历连续两年爆发式增长后，步入增速放缓、结构调整的新阶段。高基数效应、缺乏大型国际活动、以及地缘政治等因素，均成为影响中东旅游热度的关键变量。首先，连续两年的快速扩张使中东面临“量的极限”。2022年和2023年，受疫情后政策放宽与卡塔尔世界杯等重大事件带动，中东游客人数分别同比大涨123%和37%。但2024年在高位运行基础上，仅增长1%，面临接待能力趋于饱和、目的地竞争激烈等多重压力。同时，2024年虽有斯诺克巡回赛和阿联酋F1

等国际赛事，但影响力显然不如前两年卡塔尔世界杯和迪拜世博会，整体带动力减弱。其次，中东旅游格局正从“单核驱动”向“多极竞争”演变。迪拜，其传统以奢华体验为核心的模式正面临游客审美变化与文化诉求提升的挑战。相比之下，土耳其表现亮眼，全年接待 6227 万国际游客，同比增长 9.8%，不仅超越 2019 年水平，也超过年初预期。伊斯坦布尔作为土耳其的文化与交通枢纽，凭借丰富的文化资源、长期停留游客比重上升、航空中转功能增强等因素，带动旅游经济显著提升。2024 年，土耳其博物馆接待游客近 1400 万人次，土耳其航空新开通 9 条美洲航线，北美游客增长超 50%，人均花费接近 1000 美元。最后，地缘政治不确定性持续影响中东旅游吸引力。2023 年 10 月巴以冲突爆发后，迅速波及以色列及其周边国家，削弱游客赴当地出行的意愿。黎巴嫩、约旦、埃及等依赖旅游创汇的国家首当其冲，外汇收入占比高达 12% 至 26%。安全因素也影响远程市场游客决策，包括中国游客原本偏好的埃及、伊朗等地，近年来热度也明显下降。

非洲旅游业快速复苏，机遇与挑战并存。2024 年非洲入境游客量恢复至 2019 年前的 96%，其中南非、摩洛哥、坦桑尼亚表现突出。南非接待国际游客 890 万人次，创收 916 亿兰特（约 367.5 亿元人民币），旅游业对 GDP 贡献率达 8.8%，摩洛哥游客量达 1740 万人次，居非洲首位，依托文化遗产与可持续奢华旅游吸引全球游客，坦桑尼亚游客量 536 万人次创新高，然而非洲地区旅游城市发展区域分化明显，北非（摩洛哥、突尼斯）和南非（开普敦）领跑，而撒哈拉以南部分国家仍依赖区域客源。在发展策略方面，坚持深耕中国市场，不断优化签证政策，目的地向深度体验转型适配中国游客需求，此外坚持生态旅游产业化发展道路，升级森林保护区，在开发大型项目过程中兼顾环保理念。在创新层面，打造社区收益共享模式，中国与坦桑尼亚合作推进的恩戈罗恩戈罗地质公园项目，有效提升社区文化展示能力。与此同时，通过数字化营销强化文化标签，举办高规格会展，提升高端客群黏性。总结而言，非洲旅游城市正以“生态资源为基底、中国市场为引擎、社区赋能为创新”重塑全球旅游格局，但其发展核心挑战在于平衡外资投入与本土收益分配，唯有让旅游红利真正“留在非洲”，方能实现可持续增长。

世界旅游城市旅游发展特点

世界旅游城市联合会将世界旅游城市按照影响力级别分为全球枢纽旅游城市、洲际中心旅游城市和地区节点旅游城市，其中：

全球枢纽旅游城市是指在世界旅游城市体系中承担着旅游门户和旅游集散功能的节点城市，在全世界拥有很高的知名度，旅游产业高度发达，是全球国际游客的主要目的地和客源地，对世界旅游规则的制定和旅游市场发展具有较强的影响力。目前，比较公认的全球枢纽旅游城市有巴黎、伦敦、柏林、米兰、纽约、洛杉矶、东京、首尔、新加坡、香港、迪拜、北京、上海等。

洲际中心旅游城市一般是一个大洲内某国家或地区的政治、经济、文化和旅游中心之一，对全球旅游发展，尤其是本大洲具有较大影响的旅游城市。这类城市一般具有较好的旅游资源和基础设施，是国际旅游的主要集散地，在世界旅游发展中发挥着承上启下的联结作用，是支撑世界旅游可持续发展的中坚力量，比如芝加哥、迈阿密、里约热内卢、慕尼黑、悉尼、芝加哥、台北、墨尔本、莫斯科、巴塞罗那等。

地区节点旅游城市是某个国家或地区在某个方面有突出特点的旅游目的地，政治、经济、文化等综合服务功能可能不是很强，但其旅游产品特色鲜明，在自然风光、历史文化、商业服务、娱乐休闲等某些方面具有很高的知名度和吸引力，对区域旅游和特色旅游具有较大的影响力，是专业化特色旅游线路的重要节点。比如尼斯、拉斯维加斯、夏威夷、雅典、坎昆、布里斯班、桂林、西安、澳门等。

不同类型旅游城市的整体发展趋势

2024 年以来，国际枢纽旅游城市呈现高端化发展与多业态整合趋势。以巴黎、纽约、东京为代表的国际枢纽旅游城市进一步巩固了其全球核心地位。北京依托“240 小时过境免签”政策及外籍支付便利化措施，成功打造“入境消费友好型”商圈，2024 年，北京口岸出入境人员突破 1800 万人次，办理出入境航班 11 万余架次，同比分别增长 90% 和 76%。其中，全年入出境外国人 484 万人次，同比增长约 125%。共办理免签入境外国人 92 万人次，为 6.4 万人次符合入境条件的外籍旅客签发 144 小时和 240 小时临时入境许可，分别是 2023 年同期的 4.9 倍与 2.2 倍，展现出强劲的国际客流吸引力。这一趋势表明，国际枢纽城市通过高端消费场景和大型国际活动持续吸引高消费力游客，推动旅游经济向品质化、多元化方向发展。新加坡依托医疗旅游和 MICE（会议、奖励旅游、展览）经济实现了显著增长，进一步巩固了其在高端旅游市场中的地位。根据国际航空运输协会（IATA）报告，2024 年中东地区的国际客运量同比增长了 9.4%，全球枢纽城市在发挥游客集散功能和带动区域旅游方面取得了显著成效。

洲际中心旅游城市呈现中转功能优化与特色产业发展趋势。以曼谷、阿布扎比、乌鲁木齐为代表的洲际中心旅游城市在 2024 年充分发挥其区域中转优势，并通过签证便利化和特色产业策略增强吸引力。曼谷以 3240 万人次的国际游客量成为全球入境人数最多的城市，免签政策和低成本航空网络是其核心竞争优势。2024 年阿布扎比国际过夜游客达到 320 万人，同比增长 28%，其航空全球航线网络成为重要推手。以阿提哈德航空为例，2025 年 5 月与阿布扎比文化与旅游部携手推出过“阿布扎比中转停留”计划，邀请飞往阿布扎比的旅客免费入住酒店一到两晚，利用在阿布扎比转机的机会，延长停留时间，入境阿布扎比旅游。受俄乌战争影响，许多新兴城市成为新的国际航空枢纽地。中国乌鲁木齐以其靠近中亚和欧洲的地理优势，成为新的洲际中心城市。2024 年乌鲁木齐天山国际机场开通覆盖 16 个国家 22 个地区的国际客货运航线，通达中亚、西亚、欧洲等地区，为海内外游客创造了便利的出行条件，带动乌鲁木齐旅游热度持续攀升。2024 年，乌鲁木齐接待游客总量 1.21 亿人次，同比增长 14.03%，在空中“丝绸之路”的助力下，成为新的旅游热点城市。

地区节点城市呈现智慧化转型与可持续管理趋势。威尼斯、阿姆斯特丹和厦门等地区节点城市在 2024 年面临过度旅游压力，并采取多种措施优化游客管理。威

尼斯实施“一日游收费制”，阿姆斯特丹限制游轮停靠数量，以缓解基础设施压力。中国长沙作为中国知名的“网红城市”，则通过“高铁+航空”多式联运枢纽分流游客，其T3航站楼采用垂直交通枢纽（GTC）设计，实现“5分钟无缝换乘”，并引入AI安检、自助登机等技术提升运营效率。厦门凭借“外国人240小时过境免签”政策，2024年接待入境过夜游客230万人次，同比增长200%，并开发“中转+城市游”产品，吸引东南亚和大洋洲游客。这些案例表明，地区节点城市正通过政策调控和智慧化管理平衡游客增长与居民生活需求，推动旅游业向高质量发展转型。

新兴旅游城市的政策驱动与大型活动效应趋势。2024年沙特利雅得、越南岘港和卢旺达基加利等新兴旅游城市凭借政策扶持与大型活动迅速崛起。沙特阿拉伯因举办F1大奖赛及“NEOM未来新城”建设项目，旅游收入同比增长约40%，推动利雅得成为新兴会展中心。越南岘港借助东南亚旅游市场复苏红利，国际游客接待量同比增长32%，航线扩展是关键增长因素。非洲的基加利依托生态旅游和高端会议经济，带动外国旅游收入增长28%。中国成都则通过“文商旅体融合”策略，打造“公园城市·幸福成都”品牌，2025年暑期旅游预订量同比上涨38%，数字人民币跨境支付便利化进一步优化国际游客体验。新兴市场正通过政策创新和大型活动加速融入全球旅游体系。



泰国 曼谷

科技全面融入旅游城市发展

随着生成式 AI 技术的广泛落地，2024 年以来，全球旅游城市竞争已进入“AI 驱动全链路体验重构”新阶段，科技企业将生成式 AI 深度嵌入行程规划、交通优化等场景，推动行业效率革命，旅游行业迎来全链路数字化加速阶段。Amadeus 等旅游科技企业调研发现，近半数全球大型旅行服务商已将 AI 应用作为未来 18 个月的投资重点方向。以 Tripadvisor 为例，其 AI 辅助行程设计功能已经实现个性化路线、交通换乘、景点评价综合建议的快速生成；Byway 则借助 AI 算法开发“无飞旅行”路径规划，针对欧洲复杂铁路系统进行效率优化与体验可视化，降低用户使用门槛。而国际旅游城市则通过“智慧基建 + 精准运营”双轨战略，不断破解支付障碍、文化隔阂、能耗管理等旅游难题，全面提升游客的旅游体验。

北京通过科技赋能古都新韵，打造智慧文旅国际新枢纽。在智慧服务升级，畅通国际体验方面，北京进一步完善“双枢纽”国际航线网络布局，提升入境通关效率，设置“临时入境许可”办理专区，提供一站式签发办理服务；构建“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”的入境游客“友好型”支付服务体系，首创入境支付产品“畅游通”和“幂方卡”，通过银行卡、通信卡“两卡融合”，解决入境游客上网难、支付难问题；在王府井、三里屯、SKP 等国际消费聚集区落地“离境退税即买即退”服务点，并与 240 小时过境免签政策协同，推动重点商圈、老字号店铺、特色胡同商户广泛接入多币种 POS 机和外卡受理环境，支付便利度显著增强。

在智慧城市建设，打造城市数字空间操作系统方面，2024 年底，北京建成全球最大“城市码”系统，打造智慧城市“一图一码”，覆盖城市建筑、交通设施等 30 余类 600 万个城市实体编码，服务 56 个部门 240 个业务系统，覆盖度超过 95%，年访问量约 2.91 亿次。

在文化科技融合，讲好北京故事方面，北京市联合腾讯游戏共同打造“数字中轴·小宇宙”科技项目，作为全球首个超大型城市历史景观沉浸式数字体验产品，运用高清照扫、游戏引擎、云游戏、PCG 程序化内容生成等游戏技术，构建了 200km×200km 超大地图，精细化还原北京中轴线 7.8 公里核心遗产区。

在精准客群运营，激活多元消费方面，打造“2025 京西电竞节”，设计“游戏体验展示区”“电子竞技比赛区”“文化周边产品市集区”“餐饮美食市集区”四大板块，融合职业赛事、设备试玩、IP 衍生品展销及地方特色餐饮服务，通过场景化布局构建“游戏 + 文化 + 生活”复合体验空间，吸引年轻游客群体。随着泡泡玛特 IP 在全球走红，全球唯一的泡泡玛特城市乐园成为潮玩粉丝心中的打卡圣地，吸引了诸多境外年轻游客打卡购物。

东京通过打造全域智慧旅游设施，创新游客体验与城市管理。自 2007 年启动“东京无所不在计划”以来，东京在银座、新宿等区域部署了数万个标签，致力于实现物联网的全域覆盖。游客可以通过手持设备，实时获取多语言导览、商店优惠、交通路线等信息，有效解决了信息碎片化问题。到了 2024 年，东京的这一服务进一步升级为 AI 驱动，秋叶原推出了“多语言 AI 礼宾”服务，支持 21 种语言的自然对话，游客只需扫描二维码，即可实现零下载即时交互，后台通过本地化的可信数据自动响应游客的各类咨询。

在低碳环保方面，东京大学的“绿色计划”通过传感器网络来动态调节照明和空调系统，采用“人走即关”的方式，帮助降低了 40% 的能耗。这一技术模式被进一步应用到城市基建中，比如高轮 GATEWAY CITY 项目就部署了 50 台物流机器人进行跨楼层的无人配送，而建筑的顶层则设有 2000 坪的空中植物园，形成了生态与科技共生的创新示范。

曼谷通过政策调整和数字基础设施创新，推动社会服务便利化和升级。曼谷作为消费为主导的旅游目的地，不断打造精品项目，进行文化 IP 的现代转译，将筑地市场转型为“美食元宇宙”，使游客通过 APP 捕捉虚拟海鲜兑换实体料理，吸引年轻客群参与，此外推动本土节庆产业化发展，泼水节从民俗活动升级为经济引擎。2024 年活动吸引 80 万人，总消费 28.8 亿泰铢，间接创造 19.35 亿泰铢经济价值。特别是 2024 年中泰达成永久互免签证协议后，中国游客成为泰国旅游市场的主力军，全年有 673 万名中国游客赴泰。与此同时，银联已覆盖曼谷 75% 的商户，并通过“即买即退”的离境退税服务提升了消费便利度。

曼谷将传统泰式疗愈与现代科技融合，构建身心修复场景，部分康养中心结合最新技术手段，采用 AI 脉诊仪生成全息经络投影，高压氧舱激活细胞修复，草药配

方 3D 打印技术将古方转化为定制胶囊。One Bangkok 商场以 8000 株垂直绿植释放负氧离子，设计折纸连廊融合北欧极简与泰丝工艺，形成“购物 + 森呼吸”体验，实现自然与都市共生的独特感受，此类项目推动康养旅游收入增长 35%，中国游客占比超 30%。曼谷依托传统旅游资源，进行全域资源整合创新，实现“从观光到疗愈、从流量到留量、从单点营销到生态协同”三大跃迁的曼谷发展模式，其通过精准市场切分、沉浸式场景重构与跨境文化融合，不仅广泛吸引全球游客，更实现了经济与社会价值的双赢，为全球城市提供发展的范本。

上海通过构建“全维度入境旅游服务生态”，打造国际消费中心城市新标杆。

在服务创新方面，推出“入境通 Easy Go”一站式平台，整合英文导航、外卡支付等功能；实施离境退税政策覆盖 13 个核心商圈，配合 240 小时最新过境免签政策大幅提升便利性；高德地图英文版实现 90% 交通节点覆盖，美团“必吃榜”使外籍游客决策效率提升 50%。

在客群运营上，针对 Z 世代推出《英雄联盟》IP 联动活动，带动年轻客群占比达 43%；面向高端客群设计网球大师赛奢侈品私享套餐，2024 年赛事消费客单价突破 5000 元。

文化传播方面，松江区创新制作多语种文旅短视频，邀请国际博主推广“地下酒店探秘 + 千年斜塔解谜”特色产品，带动佘山酒店境外预订量激增 100%；黄浦 - 松江联票设计的“一江一河一山”主题线路，成功将国际游客平均停留时间延长至 2.3 天。

在 IP 打造方面，利用上海国际电影节的影响力，采用“票根经济”模式，将电影票转化为城市消费通行证，联动餐饮、零售、旅游场景，带动城市消费；全球最大乐高乐园落地金山，融合中国传统“江南元素 + 神话色彩”，独创“悟空小侠”主题区，成为亲子文旅新地标。迪士尼乐园捆绑限定 IP 主题活动与美食，夏季延长夜间运营至 22 点。通过战略引领、空间优化、服务升级和生态构建的四维协同，上海不仅实现从“流量”到“留量”再到“增量”的价值跃升，更为全球城市提供了“政策创新 + 场景营造 + 精细运营”的转型范式。

世界旅游消费市场呈现的新趋势

体验深化：夜间经济与文化消费重构旅游价值链

夜间旅游兴起，演变为城市吸引力新变量。游客对于夜间独特体验的兴趣不断上升，从传统“夜市+夜景”向“天文体验+灯光艺术+沉浸演艺+深夜文化场域”等多维方向延伸。特别是在全球极光观测热度上升的背景下，北极圈内国家极光游预订量同比增长超40%。芬兰拉普兰、挪威洛弗敦群岛、冰岛与斯瓦尔巴等地区由于太阳活动进入新高峰期而成为“2024-2025 极光季”的关键受益地。此外，越来越多城市通过延长博物馆、美术馆开放时间、设置深夜市集与文化通宵节，激发城市的“第二经济层”，并以此带动夜间交通、餐饮、住宿与零售资源联动。以东京、大阪、曼谷、巴黎等地为代表的“夜游文化复兴”路径，也为其他发展中城市提供了可借鉴的样板。在东亚地区，文化型夜游项目日益丰富，如京都的夜间寺庙冥想体验、首尔的“江漂浮影院”、广州的珠江夜读船等，均形成较强的社交传播性与IP转化潜力。夜间旅游不再只是时段的延伸，而是逐步演化为城市文化体验的重要入口。

文化型纪念品再受重视，旅游“带走记忆”进入实体化阶段。在文化消费崛起与新一代旅客审美主张转变的双重推动下，旅游纪念品从“买一件特产”转向“带走一段记忆”的转型趋势愈加明显。American Express 的调研显示，82% 的千禧与Z世代旅客更偏好具有地方文化符号的独立手工制品，并愿意在行前调研、行中打卡并在社交平台传播“带故事的物品”。许多目的地顺势推出“文化市集”“非遗联名”“限定合作款”等项目，强化“旅游即收藏”的理念。如摩洛哥的香料盒、苏格兰的手工羊绒、日本地方陶器与木作制品、云南白族扎染等均因其“在地性+非复制性”成为热销品类。中国部分城市也开始将城市美术馆、文化衍生品商店与地标性市集联动，推动纪念品从“辅助消费”走向“主体体验环节”。

国际游客的消费模式发生变化，“深度游”逐渐取代“打卡游”。首先，国际游

客停留时间普遍延长、平均支出增加。全球平均跨境停留时长较疫情前增加 1 天，中东、非洲和欧洲区域实现 2.9 天的显著增长。更长的驻留时间直接提高了游客的单次消费总额，成为目的地经济复苏的关键增长点。亚太地区游客在旅行中更倾向于将餐饮、自然探索以及身心健康作为核心追求，追求深度体验而非传统观光。其次，在体验升级方面，智慧旅游和绿色旅游双轮驱动，以新加坡为代表的国家积极推动可持续发展，通过 AI 导览、碳中和景区等创新举措提升服务质量，同时聚焦高端运动疗愈和文化节庆 IP 等特色领域，打造差异化竞争优势。

出境旅游消费结构从物质消费向体验消费深度转型。世界旅游联盟的《2023-2024 跨境旅游消费趋势研究报告》指出，跨境旅游购物支出占比从 58% 降至 50%，而餐饮消费占比从 18% 升至 28%，反映出游客从“物质消费”向“体验消费”的转型趋势。游客越来越重视旅行中的即时情绪价值与文化参与感，希望通过品尝地道美食、参与当地生活来建立更深层的情感连接。尤其在年轻群体中，拍照打卡、美食体验、特色小团活动等“可分享、可回忆”的消费场景正在快速取代传统的高额购物，成为主导旅行预算的新焦点。



捷克 布拉格

代际变革：Z 世代主导小众化与兴趣驱动型旅游

年轻人成为旅游消费的主力军。腾讯的调研报告显示，海外旅游群体的年龄结构正在趋于年轻化，35 岁以下人群在出境游市场的占比自 2019 年的 32% 急剧上升至 2024 年的 70%，以中国的旅游市场为例，18 岁至 35 岁年轻人群在出游相关搜索中占比达到 75%，成为旅游市场的核心力量。深受社交媒体和互联网文化的影响，抖音、小红书等平台成为年轻人获取旅游攻略和灵感的主要渠道。年轻人更倾向于“空包旅行”“酒店躺游”等轻松出行方式，追求自由、随性和个性化。年轻人出游动机发生了显著变化，从传统的景点打卡转向以兴趣爱好为主导的个性化出行。演唱会、音乐节、动漫展览等文化活动正成为触发年轻人“说走就走”旅行决策的关键因素。“霉霉经济学”走红，泰勒·斯威夫特的演唱会带火了东京、新加坡等目的地，更让不少年轻人将看一场潮流明星演唱会作为旅游的新主题。在出行时间选择上，年轻人呈现出更加灵活的出行模式。一方面，周末短途游需求旺盛，每周五至周日晚间形成稳定的“短途游”搜索高峰；另一方面，错峰出游趋势明显，年轻人更倾向于避开高峰期进行理性出游。

旅游目的地选择正呈现“小众”旅游新趋势。传统旅游城市热度不减，但越来越多的游客开始关注小众目的地。一些旅行社推出“小众文化探索之旅”，带领游客深入当地社区，体验传统手工艺制作、参与民俗活动，真正融入当地文化。这些地方往往具有独特的自然景观、丰富的文化遗产或宁静的生活氛围。例如，因现象级游戏《黑悟空》取景地而走红的山西朔州，其住宿预订量在 2024 年中国国庆期间涨幅显著。意大利马泰拉作为“千年石头城”，其岩洞民居被列为世界文化遗产，随着《007：无暇赴死》取景走红后，当地开发“特工主题徒步路线”，串联地下教堂与隐秘水道，成为新的热门旅游项目。北京推出一系列小众乡村旅游线路，如门头沟琉璃渠村的国家级非遗“琉璃烧制技艺”活态传承地，体验文化传承体验、非遗手工、休闲娱乐度假、农业采摘、农耕、研学于一体的乡村旅游；房山周口店遗址联动黄山店村民宿，体验“考古研学+乡村慢生活”，探索古人类文明之余享受田园闲趣。

产业升级：绿色康养与可持续发展重塑竞争壁垒

康养旅游作为一种新兴热点，在全球迅速崛起。据万事达卡经济研究所发布的康养趋势指数，泰国在疗愈放松体验方面表现突出，其沉浸式生态木屋和冥想静修项目广受游客青睐，成为康养旅游的热门选择。在中国，康养旅游的发展势头同样迅猛，已成为居民消费领域的重要增长点。“银发旅游”群体规模占中国旅游总人数的 20%，成为推动旅游消费的重要力量。北京市中医管理局与市文旅局联合 15 家三甲中医院和 10 个中医药文化体验馆，开发了“中医养生文化之旅”系列产品，成为北京康养旅游的标杆项目。此外，康养旅游还呈现出与医疗、养老、体育、地产等多产业深度融合的发展趋势。

可持续理念正成为旅游消费的新趋势。越来越多游客关注旅行对环境和社会的影响，主动选择低碳出行、环保住宿等绿色方式。游客更倾向于使用公共交通或骑行代替自驾，优先预订采用可再生能源、减少一次性用品的住宿设施，并参与生态保护项目。根据携程《2024 年可持续旅行消费者报告》，全球 92% 的受访者愿意考虑可持续旅行，这一旅游方式正逐步从小众尝试转向主流选择。一些旅游平台，已率先推出碳足迹标签，量化用户航班、住宿、交通等环节的碳排水平，并提供更绿色选项。部分平台更允许用户为旅程碳排放自动购买“碳补偿”，建立“碳中和出游”机制。越来越多旅客在预订时主动规避中转多、能源高耗型产品，转向火车、巴士等交通方式；小型本地住宿、可再生能源型民宿成为搜索增长点。企业层面上，TUI、Accor、Expedia 等集团亦提出“净零出行 2030”或“绿色供应链优先采购”等目标。同时，科技赋能旅游行业升级，AI 被用于推荐行程、优化管理流程，大数据助力精准洞察游客行为与市场趋势。



秘鲁 马丘比丘

2

世界旅游城市发展
(2024-2025) 综合排名



世界旅游城市

世界旅游城市联合会

世界旅游城市联合会

世界旅游城市联合会

2024-2025 世界旅游城市 发展评价指数架构

研究目的

自 2014 年以来，世界旅游城市每年都公开发布年度《世界旅游城市发展报告》及“世界旅游城市发展排行榜”，通过对旅游城市不同发展维度和发展模式的研究和分析，逐步建立一套科学有效的评价方法，及时总结旅游城市发展的成功经验，积极倡导世界旅游发展先进理念，大力推动世界旅游城市之间的合作交流，有效提升旅游城市在世界旅游发展中的战略价值，加快推进世界旅游城市的特色化、便捷化和标准化发展，不断为世界旅游可持续发展提供智力支持。

2024-2025 年全球旅游业继续延续复苏态势，多个区域游客数量和旅游收入双双增长，旅游格局加快重塑，政策、活动与消费热情成为主要驱动力。然而，在强劲反弹的同时，旅游城市也面临一系列新的挑战。全球地缘局势依然复杂，部分地区安全形势紧张，对旅游信心造成扰动。此外，极端天气频发、机场和热门景区超负荷运营、“报复性出游”转向理性消费等趋势也开始显现。面对新的不确定性，旅游城市在提振国际客源的同时，更需强化基础设施韧性与服务供给能力，以实现更加可持续和高质量的发展。

作为致力于推动全球旅游城市可持续发展的组织，世界旅游城市联合会通过研究和发布年度报告，旨在全面而深入地展示 2024-2025 年全球主要旅游城市和旅游产业的发展现状，分析旅游城市发展面临的主要问题，并提出相应的对策建议。我们期望这些分析和建议能够为全球旅游城市和旅游企业的全面复苏提供有价值的经验分享，助力推动全球旅游城市的可持续发展。

在构建世界旅游城市发展评价指数的过程中，特别注重评价体系的稳定性和连续性。这种稳定性主要体现在评价体系和样本城市的选择上，确保评价结果的可比性。同时，为更准确地反映全球旅游城市的发展动态，单项指标根据最新的发展趋势和特点进行了适度的调整和赋值优化。有助于捕捉到旅游城市在不同方面的最新进展，也使得评价指数能够更灵活地应对全球旅游业的变化。通过这种方式，评价指数能够更好地适应旅游业的不断演进，同时保持其核心价值 and 评价标准。此外，评价体系的连续性还体现在其对历史数据的重视。通过对比不同年份的数据，可以观察到旅游城市在时间线上的发展变化，从而为政策制定者、旅游企业和研究人员提供更深入的洞察。这种连续性不仅有助于评估旅游城市当前的表现，还有助于预测其未来的发展趋势。



美国 波士顿

2024-2025 年世界旅游城市发展评价指标体系

世界旅游城市发展（2024-2025）城市发展评价指标总体框架结构由 1 个综合评价指数加 6 个单项评价指数（1+6）构成，为“2024-2025 世界旅游城市发展综合指数”。

6 个单项评价指数分别为城市知名度指数、产业景气度指数、城市智慧度指数、旅游安全度指数、经济贡献度指数和游客满意度指数。

城市知名度指数

本指标主要是从城市品牌影响力、旅游资源知名度、国际影响力的节庆活动、国际会议会展数、大型国际体育赛事、知名文化体育设施等进行衡量，反映旅游城市被社会公众知晓和了解的广度与深度。

产业景气度指数

本指数通过对旅游业的相关核心产业，包括旅游住宿业、商业服务业、旅游餐饮业、文化娱乐业、旅行服务业、旅游交通业六个旅游产业发展基本情况进行衡量，反映城市旅游业的总体发展状态和趋势。

城市智慧度指数

本指数从城市建设智慧化水平、出入境便利度、支付便捷度、城市数字化和信息化程度等指标，考量城市公共服务的智慧度和便捷度水平。

旅游安全度指数

本指数从城市社会治安情况、安全事故发生率、应急救援体系等指标来衡量城市旅游安全环境和社会治安的总体水平，考察城市旅游安全保障体系建设和管理情况。

经济贡献度指数

本指数从城市的国内旅游增长率、入境旅游增长率、旅游 GDP 占比、旅游就业占比、旅游投资占比等指标，衡量城市旅游产业对城市经济发展的带动作用，包括对城市经济、城市就业、城市投资等方面的贡献。

游客满意度指数

本指数从城市网络口碑、旅游投诉率以及退税购物比例等指标，反映旅游者对城市为其提供的产品和服务的满意程度，说明旅游城市所提供的服务与市场需求的匹配程度。

2024-2025 世界旅游城市发展评价指标权重

2024-2025 世界旅游城市发展评价综合指数权重为 100%，根据世界旅游城市联合会专家打分结果，综合考虑每个单项指数在总指数中的功能作用，每个单项指数在总指数中的比重为：

城市知名度权重为 20%；产业景气度权重为 20%；城市智慧度权重为 20%；

旅游安全度权重为 13%；经济贡献度权重为 20%；游客满意度权重为 7%。

表 1 《世界旅游城市综合发展指数（2024-2025）》指标体系

指数	子指数	指标	参考权重
世界旅游城市发展指数	A. 城市知名度指数 (权重 20%)	A1 城市品牌影响力（城市网络搜索指数数值）、城市在主流社交媒体上的活跃度）	4%
		A2 旅游资源知名度（世界遗产数量、国际知名景区景点数量）	6%
		A3 国际影响力的节庆活动数量	3%
		A4 国际会议、会展举办数（会议、展览数量）	3%
		A5 国际体育赛事举办数（国际体育组织主办）	2%
		A6 博物馆等知名文化体育设施（知名图书馆、博物馆、体育场、影剧院数量）	2%
	B. 产业景气度指数 (权重 20%)	B1 酒店住宿业行业规模（按对该城市 GDP 的贡献计）	5%
		B2 零售商业规模（按对该城市 GDP 的贡献计）	4%
		B3 餐饮业规模（按对该城市 GDP 的贡献计）	4%
		B4 休闲娱乐业规模（按对该城市 GDP 的贡献计）	2%
		B5 旅行服务业规模（按对该城市 GDP 的贡献计）	3%
		B6 旅游交通业规模（按对该城市 GDP 的贡献计）	2%
	C. 城市智慧度指数 (权重 20%)	C1 城市信息化发展水平（4G/5G 覆盖、万人智能手机拥有量）	2%
		C2 城市交通智能水平（是否当地的公共交通系统支持移动支付功能、是否提供 Citypass 或 City Card 类似服务、线上购票所占比重）	1%
		C3 在线行程预订（在线旅行预订数量或使用率、在线旅游中介业务总营收、在线旅游中介业务占整体旅游中介业务占比）	4%

指数	子指数	指标	参考权重
世界旅游城市发展指数	C. 城市智慧度指数 (权重 20%)	C4 数字旅游发展水平（与旅游相关的 APP 数量、景区在线购票所占比重）	4%
		C5 金融支付便捷水平（手机支付覆盖率、信用卡支付覆盖率）	2%
		C6 出入境便利程度（电子签证覆盖率、签证审批时间）	3%
		C7 旅游信息服务水平（官方旅游 APP、官方网站、社交媒体账号等活跃度）	4%
	D. 旅游安全度指数 (权重 13%)	D1 城市公共安全度（发生群体性伤亡事件数）< 反向指数 >	1%
		D2 城市刑事犯罪率（万人刑事犯罪率）< 反向指数 >	4%
		D3 城市旅游安全事故发生数	2%
		D4 城市旅游应急救援体系（救援队伍数量）	4%
		D5 城市公共医疗发达度（城市人均床位数、人均医护人员数）	2%
	E. 经济贡献度指数 (权重 20%)	E1 入境旅游增长率（入境旅游人次及年增长率、入境游客人均花费年增长率、入境游客总消费增长率）	4%
		E2 国内旅游增长率（国内旅游人次及年增长率、国内旅游收入增长率）	5%
		E3 城市旅游业 GDP 及其占城市 GDP 比重	6%
		E4 旅游就业占城市整体就业比重	3%
		E5 旅游业年投资占城市总体投资比重	2%
	F. 游客满意度指数 (权重 7%)	F1 网络口碑度（知名在线旅游网站上对城市的打分）	3%
		F2 游客投诉率（游客万人投诉比例）	2%
		F3 旅游购物退税比率	2%

2024-2025 世界旅游城市发展评价指数 主要数据来源

《2024-2025 世界旅游城市发展评价指数》主要数据以弗若斯特沙利文提供的2024-2025 年商业数据为基础，同时吸纳了联合国旅游组织 (UN Tourism) 等官方机构的数据。

2024-2025 世界旅游城市发展评价指数合成方法

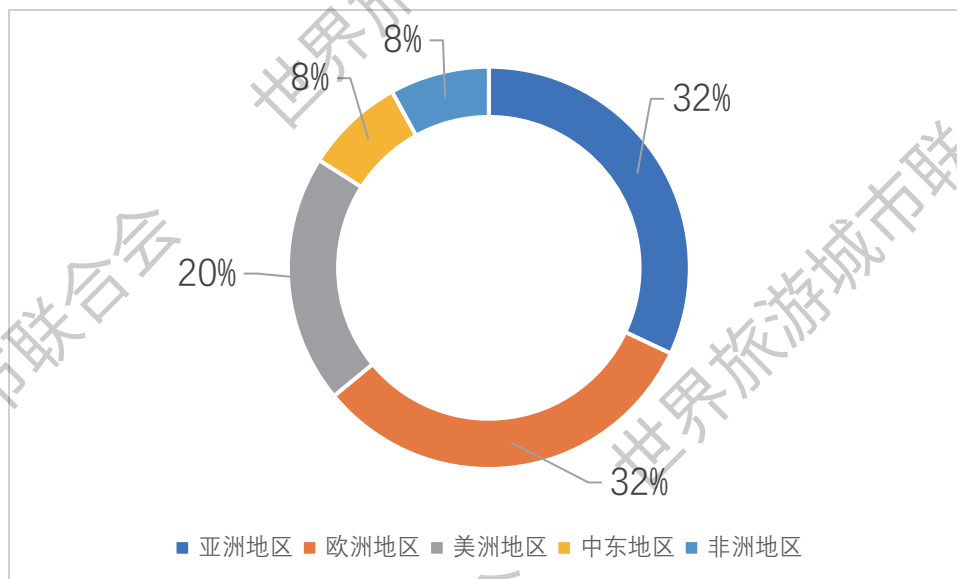
世界旅游城市发展排行榜指数合成主要采取了统计数据与权威榜单多元指数合成的方法，六项分指标在总指标体系中的权重按照 20%、20%、20%、13%、20%、7% 的比例进行加权。单项指标的权重由世界旅游城市联合会聘请有关专家，采取德尔菲法进行打分。综合排行根据六个单项指标得分多少，从高到低进行排名。



巴拿马 巴拿马城

2024-2025 世界旅游城市 发展样本城市

发展报告持续跟踪 100 个有代表性的主要旅游城市，并以其为典型旅游城市样本，纵览全球旅游城市的发展概貌。100 个样本城市来自世界 70 个国家和地区，覆盖欧洲、美洲、亚太、中东和非洲五大旅游板块。其中，亚太地区城市 32 个，占 100 个评价城市的 32%，欧洲地区城市 32 个，占 32%，美洲地区城市 20 个，占 20%，中东地区 8 个，占 8%，非洲地区城市 8 个，占 8%。100 个样本城市中，世界旅游城市联合会会员城市 67 个，非世界旅游城市联合会会员城市 33 个。



100 个样本城市会员城市比例

表 2 《2024-2025 世界旅游城市发展评价指数》样本城市（100 个）

地区	国家	城市	会员
亚太地区 (32 个)	中国	北京	是
		上海	是
		广州	是
		杭州	是
		天津	是
		重庆	是
		成都	是
		青岛	是
		昆明	是
		西安	是
		香港	是
		澳门	是
		台北	否
	日本	东京	否
		大阪	否
		札幌	是
	韩国	首尔	是
		釜山	是
	泰国	曼谷	是
	越南	胡志明市	否
	马来西亚	吉隆坡	否
	印度尼西亚	雅加达	是
	尼泊尔	加德满都	是
	澳大利亚	墨尔本	是
		悉尼	否
		布里斯班	否
	新西兰	奥克兰	否
	印度	新德里	否
		孟买	否
	塔吉克斯坦	杜尚别	是
	哈萨克斯坦	阿拉木图	是
	印度尼西亚	万隆	是
欧洲地区 (32 个)	意大利	米兰	是
		罗马	是
		佛罗伦萨	是
		威尼斯	否
	西班牙	马德里	是
		塞维利亚	是
		巴塞罗那	是
	希腊	雅典	是
	英国	伦敦	是
		爱丁堡	是
	保加利亚	索菲亚	是
	奥地利	维也纳	是
	法国	巴黎大区	是
	匈牙利	布达佩斯	是
	瑞典	斯德哥尔摩	否
	瑞士	日内瓦	是
	捷克	布拉格	是
	拉脱维亚	里加	是
	波兰	华沙	否
		阿姆斯特丹	是
	荷兰	鹿特丹	否
		奥斯陆	否
	挪威	柏林	是
		法兰克福	否
		慕尼黑	否
	德国	莫斯科	是
		圣彼得堡	是
	俄罗斯	里斯本	是
	葡萄牙	都柏林	是
	爱尔兰	明斯克	是
	白俄罗斯	布鲁塞尔	是
	比利时	赫尔辛基	是
	芬兰		

地区	国家	城市	会员
美洲地区 (20 个)	美国	迈阿密	否
		华盛顿	是
		芝加哥	否
		洛杉矶	是
		拉斯维加斯	否
		夏威夷	否
		纽约	否
		旧金山	是
	巴西	圣保罗	否
		里约热内卢	是
	秘鲁	利马	是
	阿根廷	布宜诺斯艾利斯	是
	加拿大	温哥华	是
		多伦多	是
		渥太华	是
	古巴	哈瓦那	否
	墨西哥	墨西哥城	是
	巴拿马	巴拿马城	是
	乌拉圭	蒙得维利亚	是
	哥伦比亚	卡塔赫纳	是
非洲地区 (8 个)	南非	开普敦	否
		约翰内斯堡	否
	摩洛哥	卡萨布兰卡	是
	埃及	开罗	是
	塞内加尔	达喀尔	是
	突尼斯	突尼斯	否
	肯尼亚	内罗毕	是
	象牙海岸	阿比让	是
中东地区 (8 个)	阿联酋	阿布扎比	否
		迪拜	是
	以色列	特拉维夫 雅法	是
	——	耶路撒冷	否
	伊朗	德黑兰	否
	卡塔尔	多哈	否
	土耳其	伊斯坦布尔	否
	沙特阿拉伯	麦加	否

2024-2025 世界旅游城市发展综合评价指数

2024-2025 世界旅游城市发展综合评价结果

2024-2025 世界旅游城市发展综合排行上榜城市名单（前 20 名）

表 3 2024-2025 年世界旅游城市发展综合排行（前 20 名）

排名	城市	国家	板块
1	纽约	美国	美洲地区
2	东京	日本	亚太地区
3	巴黎	法国	欧洲地区
4	旧金山	美国	美洲地区
5	悉尼	澳大利亚	亚太地区
6	伦敦	英国	欧洲地区
7	北京	中国大陆	亚太地区
8	多伦多	加拿大	美洲地区
9	上海	中国大陆	亚太地区
10	墨尔本	澳大利亚	亚太地区

排名	城市	国家	板块
11	香港	中国香港地区	亚太地区
12	洛杉矶	美国	美洲地区
13	大阪	日本	亚太地区
14	米兰	意大利	欧洲地区
15	迈阿密	美国	美洲地区
16	罗马	意大利	欧洲地区
17	阿姆斯特丹	荷兰	欧洲地区
18	首尔	韩国	亚太地区
19	伊斯坦布尔	土耳其	中东地区
20	迪拜	阿联酋	中东地区

表 4 2024-2025 年世界旅游城市发展综合排行指数情况（前 20 名）

排名	城市	综合指数	A 城市知名度指数	B 产业景气度指数	C 城市智慧度指数	D 旅游安全度指数	E 经济贡献度指数	F 游客满意度指数
1	纽约	83.2	0.1720	0.2000	0.1688	0.0821	0.1483	0.0607
2	东京	82.9	0.1639	0.1986	0.1449	0.1164	0.1302	0.0749
3	巴黎	82.3	0.1950	0.1915	0.1220	0.1040	0.1514	0.0592
4	旧金山	79.9	0.1700	0.1852	0.1477	0.0954	0.1404	0.0600

排名	城市	综合指数	A 城市知名度指数	B 产业景气度指数	C 城市智慧度指数	D 旅游安全度指数	E 经济贡献度指数	F 游客满意度指数
5	悉尼	79.6	0.1565	0.1678	0.1307	0.1352	0.1375	0.0686
6	伦敦	79.4	0.1635	0.1917	0.1331	0.1060	0.1336	0.0659
7	北京	78.7	0.1595	0.1570	0.1505	0.1402	0.1101	0.0699
8	多伦多	78.7	0.1523	0.1649	0.1488	0.1073	0.1569	0.0567
9	上海	78.4	0.1651	0.1760	0.1524	0.1111	0.1169	0.0628
10	墨尔本	76.8	0.1575	0.1613	0.1251	0.1184	0.1426	0.0627
11	香港	76.6	0.1634	0.1762	0.1647	0.1093	0.1074	0.0449
12	洛杉矶	71.7	0.1572	0.1947	0.1400	0.0751	0.1070	0.0435
13	大阪	71.4	0.1546	0.1852	0.1128	0.1452	0.0455	0.0706
14	米兰	69.3	0.1277	0.1541	0.0927	0.0848	0.1647	0.0691
15	迈阿密	69.3	0.1602	0.1766	0.1363	0.0370	0.1406	0.0423
16	罗马	68.4	0.1519	0.1116	0.1100	0.0864	0.1482	0.0754
17	阿姆斯特丹	67.8	0.1091	0.1442	0.1272	0.1142	0.1011	0.0823
18	首尔	67.7	0.1583	0.1491	0.1201	0.1265	0.0566	0.0668
19	伊斯坦布尔	67.2	0.1496	0.1526	0.1427	0.0493	0.1034	0.0740
20	迪拜	66.8	0.1634	0.1201	0.1184	0.0708	0.1286	0.0672

前 20 名旅游城市综合排名年度变化如下表 5 所示。

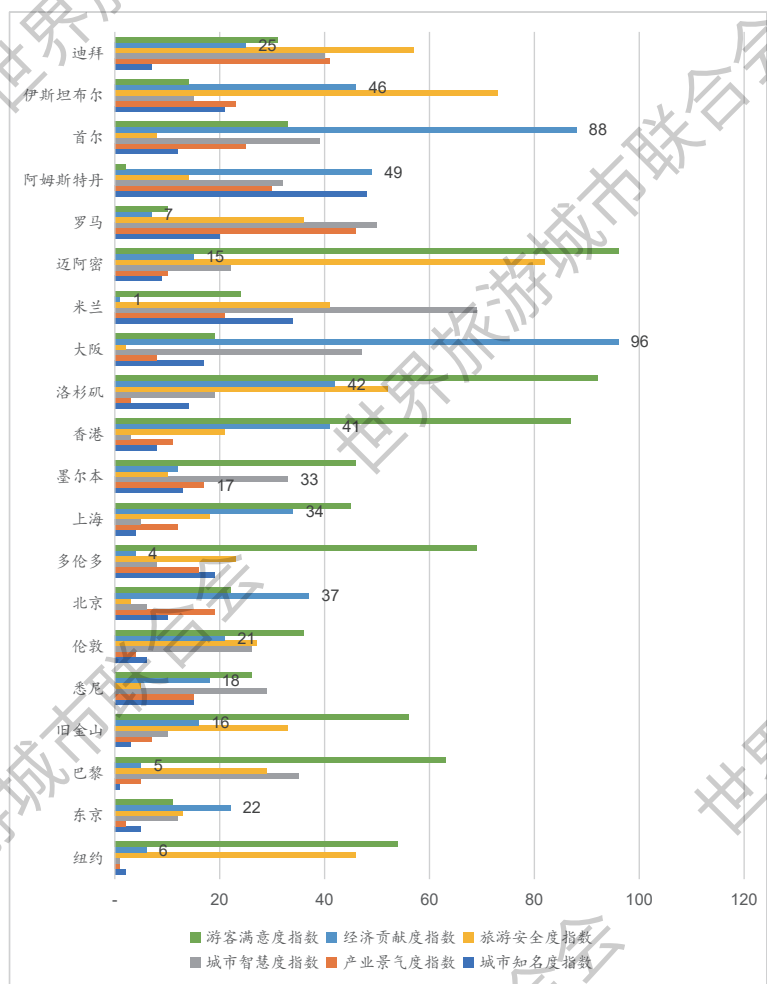
表 5 世界旅游城市发展综合排行年度变化（前 20 名）

城市	2023 年	2022 年	2021 年	2019 年
纽约	1	1	5	1
东京	2	2	26	3
巴黎	3	6	1	4
旧金山	5	15	4	25
悉尼	4	11	8	19
伦敦	9	5	2	2
北京	8	7	7	5
多伦多	7	12	21	31
上海	10	8	12	15
墨尔本	6	14	13	29
香港	11	9	46	6
洛杉矶	16	3	3	14
大阪	19	10	49	27
米兰	13	19	16	28
迈阿密	12	22	6	21
罗马	15	38	25	20
阿姆斯特丹	18	21	38	12
首尔	17	4	14	7
伊斯坦布尔	25	20	37	26
迪拜	14	18	61	8

2024-2025 世界旅游城市发展综合排行上榜城市 6 个单项排名（前 20 名）

2024-2025 年世界旅游城市发展综合指数报告显示，入榜的 20 个城市在整体发展上呈现出更为均衡的态势，值得注意的是，游客满意度指数普遍成为短板，其中洛杉矶、纽约等热门旅游城市在该项指标上表现尤为逊色，主要受到旅游过载、安全隐忧等因素的影响，反映出提升游客体验仍是全球旅游城市面临的共同挑战。

2024-2025 年世界旅游城市发展综合指数上榜的 20 个城市 6 个单项排名如下图所示：



2024-2025 世界旅游城市综合排行上榜城市 6 个单项排名

2024-2025 世界旅游城市发展综合指数总体分析

2024-2025 年世界旅游城市综合排名以及排行榜前 20 城市的变化情况，直观且深刻地反映出世界旅游城市发展呈现出一些新特点。

亚洲旅游城市入境人数增速居全球前列，综合排名稳步提升

2024-2025 年综合排行榜前 20 中，亚太地区超越美洲地区成为入榜最多的地区。其中，亚太地区城市 8 个，美洲地区城市 5 个，欧洲地区城市 5 个，中东地区城市 2 个。亚太地区旅游城市持续回暖，整体表现稳中有升，占据前 20 强的城市数量保持在 8 席，凸显发展定力。在游客数量与国际影响力方面表现出色，亚洲成为全球旅游复苏中增速最快的区域。

第一，日本市场受日元持续疲软、中国大陆访日游客推动等多方面影响，排名保持前列。具体来看，东京凭借国际知名度和优质的旅游基础设施，连续三年稳居综合指数第 2 位。大阪表现同样出色，综合排名由 2023 年的第 19 位上升至 2024 年的第 13 位，显示出游客数量与城市治理水平的双重提升。中国大陆游客回流显著，总量达 698.1 万人次，同比激增近 188%，成为消费增长的主要驱动力。全年访日游客消费总额突破 8 万亿日元，其中中国游客贡献最大。汇率优势显著增强了日本在国际游客中的性价比优势，带动东京、大阪等重点城市人流与消费同步上升，进一步巩固其在全球旅游城市中的领先地位。

第二，中国持续优化入境政策，推动入境游加速回暖。依托扩大免签范围、延长停留时限等举措，带动北京、上海等核心城市入境游客显著回升。北京和上海在综合排行榜中的排名分别上升至第 7 和第 9，反映出在旅游吸引力、服务水平和国际连通性等方面的持续提升。为优化国际游客体验，两地率先探索多语种服务平台与支付便利化体系建设，积极推动出行、支付、通信等关键环节的便捷化。北京作为入境旅游的重要窗口城市，围绕游客体验提升，打造“入境消费友好型商圈”试点，在首都机场设立支付服务示范区，推进城市轨道交通境外银行卡过闸和通信服务简化，提升整体接待能力。在产品供给方面，北京不断拓展文旅融合场景，于 2024

年发布 100 多条“漫步北京”精品旅游线路，与非遗文化、传统艺术、科技体育、文艺演绎等融合。推出中轴寻味、古道非遗、城市焕新、徒步观星等 10 条“北京新发现”入境旅游主题线路，不断丰富世界遗产游、特色胡同游、中轴骑行游、都市夜色游等更多特色化、体验式，感受城市烟火气的旅游产品，为短期入境、过境免签的游客量身打造“机场周边游”产品服务包，推出覆盖文化遗产、主题乐园、萌宠奇趣、美食购物、艺术潮玩等多款半日游、一日游产品。此外，中国对韩国等国家实施阶段性单方面免签政策也取得积极成效。自 2024 年 11 月起，韩国普通护照持有者可 15 天免签入境，带动韩国游客访华热度显著上升。多家旅游平台数据显示，相关订单同比增长超 150%，其中以上海、青岛、北京等为代表的城市吸引力最强。

第三，澳大利亚主要旅游城市整体表现平稳，复苏节奏略显缓慢。悉尼和墨尔本在全球旅游城市综合排行榜中的排名出现不同程度下滑，悉尼由第 4 位降至第 5 位，墨尔本则从第 6 位跌至第 10 位，反映出其在国际旅游市场中的竞争力正面临一定压力。尽管两座城市在欧美游客中依然具有较强吸引力，但在亚洲市场，尤其是中国游客的回流方面恢复相对滞后，面临来自免签政策更灵活、旅游成本更低的东南亚国家激烈竞争。春节等传统出行高峰期，赴澳游客数量和消费水平均未回到疫情前水平，影响整体市场表现。此外，澳大利亚持续高企的通胀进一步推高旅游成本，成为制约入境旅游复苏的重要因素。自 2021 年以来，澳洲通胀水平居高不下，2024 年仍维持在 4.1% 左右，远高于央行 2%-3% 的目标区间。物价上涨叠加汇率波动，使赴澳旅游在性价比方面相较其他目的地显得不够突出。未来，澳大利亚核心城市在亚洲市场的持续发力及服务体验优化将成为关键。

欧洲旅游增长强劲，区域内需求与大型赛事双轮驱动

在综合排名前 20 的城市中，欧洲旅游城市占据 5 席，较 2023 年减少 1 个席位。但整体来看，2024 年欧洲国际游客抵达量较 2019 年增长约 1%，较 2023 年增长约 5%，大型体育赛事和奥运会等活动为旅游增长注入了澎湃动力。

第一，大型国际体育赛事成为拉动欧洲旅游的核心驱动力。2024 年欧洲在整体旅游恢复至疫情前水平的基础上，进一步借助体育赛事实现强势增长。德国主办欧洲足球锦标赛（UEFA Euro 2024），带动 7 月境内游客过夜数同比增长 4.5%；法国举办巴黎奥运会吸引超过一亿人次国际游客，旅游收入高达 710 亿欧元，创下历史新高。奥运期间，美国游客成为巴黎最大海外客源，占国际游客的 13.5%。在赛事效应带动下，欧洲核心目的地的文化、历史和可持续旅游形象获得全球关注，也推动游客延伸行程，进一步释放区域旅游潜力。

第二，区域内旅游需求持续支撑欧洲旅游市场的复苏与增长。2024 年，欧洲旅游在全年表现稳健，尤其在 9-10 月的旅游淡旺季交替期及冬季期间展现出强劲增长势头。消费者出行呈现错峰趋势，秋冬季旅游人次明显增加。南欧地区中，意大利表现尤为突出，第四季度接待游客数量同比增长 5.9%，过夜人次较 2019 年提升 10%。相比之下，葡萄牙、塞尔维亚、希腊和黑山等地在经历夏季高峰后，第四季度增速明显放缓，黑山成为全年唯一游客到访量低于 2023 年的国家。北欧目的地逆势上扬，冰岛依托北极光旅游热潮，2024 年第四季度国际游客数量较 2019 年增长 14%，为该季度欧洲增速最快的市场之一。

第三，美国游客成为欧洲旅游市场的主要支撑。2024 年美国赴欧出境游热度持续攀升，有力推动欧洲市场复苏。美国家庭平均年收入约为 17 万美元，为其在欧洲进行高消费旅游提供了充足的经济基础。根据 Bloomberg 发布的数据显示，美国游客 2023 年在欧洲的休闲旅游支出（不含机票）高达 410 亿美元，折合每人约 2000 美元。若考虑 2024 年游客数量增加与通胀因素，该项支出预计已突破 450 亿美元。美元汇率持续走强显著提升了美国游客在欧洲的实际购买力，从餐饮到高端住宿、退税购物均性价比十足。2024 年欧洲对美旅游收支顺差高达 270 亿美元，美国对欧洲的“旅游贸易逆差”已成为支撑欧洲旅游经济的一大亮点。

第四，中国游客成为欧洲旅游增长的重要客群。随着 2025 年地缘政治摩擦和美国关税战的影响，美国飞往欧洲的航班价格出现 5 年来最大涨幅，欧洲各国酒店价格也大幅上涨，美国运通全球商务旅行平台的统计显示，这些价格上涨直接影响了美国游客的出行决策，巴西、加拿大和日本等其他国家的游客对欧洲夏季旅游兴趣也出现下降。欧洲旅游委员会 2025 年 6 月发布报告，中国游客对欧洲夏季游的兴趣却出现激增，72% 的中国受访者表示他们有意愿赴欧度假，比去年同期增加了 10 个百分点。这与中国可支配收入增长、有利的旅游政策息息相关，欧洲长期以来一直是中国游客的热门旅游目的地。

中东旅游增速放缓，目的地分化加剧

在综合排名前 20 的城市中，中东旅游城市仅占据 2 席。2024 年中东地区共接待国际游客约 9500 万人次，较 2019 年增长 32%，相较 2023 年则仅增长 1%。尽管其整体恢复幅度仍处于较高水平，是全球唯一一个早在 2023 年就超过疫情前水平的区域，但 2024 年其同比增长幅度在五大区域中排名最低。

第一，高基数效应导致中东旅游增长动能放缓。受益于疫情后政策放宽与重大活动带动，中东地区在 2022 年和 2023 年实现国际游客量的快速增长。联合国旅游组织（UN Tourism）数据显示，2022 年中东国际游客人数同比增长 123%，2023 年继续增长 37%，全年达 9340 万人次，成为全球首个全面超越 2019 年游客规模的地区。2024 年，中东接待国际游客 9500 万人次，增幅回落至 1%。在经历连续两年的高速扩张后，接待能力逐步趋于饱和，部分热点目的地进入调整期，增长节奏放缓。尽管增速放缓，总体接待量依然可观，中东旅游市场正从高速增长阶段逐步迈向高质量发展阶段。2024 年，地区内仍举办如世界斯诺克巡回赛、阿联酋方程式杯赛等国际赛事，但整体影响力不及 2022 年卡塔尔世界杯和 2021 年迪拜世博会等全球性活动，对游客增长的带动作用相对有限。

第二，区域内旅游资源竞争加剧，目的地分化趋势显现。中东旅游市场正经历由“单点驱动”向“多极化发展”的结构性转变。传统强势城市迪拜在 2024 年综合排名中出现下滑，其以购物、豪华酒店和大型活动为主的旅游模式正面临转型压力。随着游客偏好转向文化深度与性价比导向，伊斯坦布尔等新兴目的地表现强劲，

成为新的增长引擎。2024 年，土耳其共接待国际游客 6227 万人，同比增长 9.8%，超过 2019 年水平 20.3%，创下历史新高。伊斯坦布尔的世界文化遗产资源的吸引力、游客平均停留时间与消费水平的显著提升，以及欧亚中转能力的持续增强。2024 年，土耳其航空新增多条北美航线，带动北美游客同比增长 53%，过境游客平均停留时间从 2019 年的 0.8 天增至 2.3 天，人均花费达 972 美元。同时，伊斯坦布尔加快推进可持续旅游发展，通过修复历史遗址并转化为公共文化空间，提升整体旅游体验。例如新开放的古代蓄水池“居尔哈内蓄水池”，成为文化与旅游融合的新亮点。

第三，地缘政治和安全形势带来不确定性，抑制游客出行意愿。尽管中东多国持续推动旅游业多元化发展，但地区安全形势的动荡仍是影响其旅游复苏的重要因素，对远程市场游客影响更为显著。2023 年 10 月，巴以冲突爆发，极大冲击了整个中东地区的旅游信心。冲突不仅令以色列的国际旅游业陷入停摆，也波及其邻国，使整个中东的“旅游热潮”戛然而止，对黎巴嫩、约旦和埃及等高度依赖旅游业的国家冲击最大。旅游业在这些国家的外汇收入中占比高达 12% 至 26%，冲突带来的连锁反应尤为明显。同时，在旅游安全成为全球游客优先考虑的前提下，许多国家政府对中东部分地区发布旅行预警，使得游客出行趋于保守，长线旅游需求下降，即使是地理位置相对较远的中东国家，也难独善其身。原本中国游客青睐的埃及、伊朗等地，近年来旅游热度也大幅回落。



土耳其 伊斯坦布尔

美洲旅游内需强劲，但国际客源回流仍显疲弱

在综合排名前 20 的城市中，美洲地区共有 5 座城市上榜。美国的强劲内需是主要推动力。

第一，美国旅游市场依赖内需加深，辐射效应带动美洲整体增长。尽管国际游客回流乏力，但美国依然稳居全球第一大旅游市场，其强势的内需支撑了整个美洲旅游的稳步增长。2024 年美国境内旅游消费占比高达近九成，创下历史新高。美国人假期出行频繁，拉动了全国各州的酒店、交通、零售等相关产业复苏，也进一步辐射带动拉美国家。得益于地理邻近和航线便利，墨西哥、加勒比地区等成为美国家庭出境度假热门目的地，带动了中美洲和南美洲部分国家的游客接待量回升。美国的国际入境旅游支出同比下降，但其本国游客的“输出”对周边地区构成了重要支撑力量，为美洲整体旅游市场注入韧性。

第二，美国核心客源市场访客人次锐减，国际吸引力与复苏动能承压。作为美洲地区最重要的旅游目的地，2024 年美国接待国际游客总量达 7239 万人次，同比增长 9.1%，但整体恢复至 2019 年水平的 91.1%。从结构来看，多数传统核心市场的表现不容乐观，复苏缓慢甚至倒退。美国商务部数据显示，2024 年英国、德国和韩国等重要客源国的来美游客分别同比下降近 15%、28% 和 15%。西班牙、哥伦比亚、爱尔兰、厄瓜多尔、以及多米尼加共和国等多个拉美与欧洲市场也普遍取得 24%-33% 的两位数跌幅，国际吸引力正面临系统性挑战。

第三，政策响应滞后、国际推广缺乏系统性规划，制约入境旅游复苏节奏。相较于阿联酋、新加坡、中国等积极布局国际市场、持续优化入境体验的国家，美国缺乏国家层面的统一战略与清晰“欢迎”信号。世界旅游与旅行理事会(WTTC)指出，美国是全球 184 个主要旅游经济体中唯一一个预计 2025 年国际游客支出将继续下降的国家，预计将从 2024 年的 1690 亿美元进一步下滑，损失高达 125 亿美元，这一趋势也将影响延伸至地方财政、就业与中小企业生态。美国商务部国际贸易管理局(ITA)的最新数据显示，2025 年 3 月份赴美海外游客数量同比下降 11.6%。占其国际游客 80% 的西欧、亚洲和南美洲地区均出现不同程度的下降，来自西欧的旅客人数同比下降 17.2%，亚洲和南美洲地区的游客量分别下降 3.4% 和 10.4%。

第四，旅游安全形象与目的地吸引力面临结构性挑战。受美国政府发起贸易战、一些游客入境美国被拘留等事件影响，多国游客赴美旅游意愿下降。治安问题在社交媒体上频繁出现，使国际游客信心受挫。此外，美国在签证便利性、入境效率等方面的负面认知也削弱了其全球“目的地品牌”竞争力。旅游环境的不确定性叠加形象管理缺位，令美国在激烈的全球旅游市场竞争中逐渐失去主动权。2025年5月，纽约市旅游与会展局发布报告称，受美国总统特朗普的关税及移民政策影响，纽约市预计2025年国际游客将下降到1210万，下降17%；降幅主要来自加拿大游客，由于特朗普威胁要将加拿大变为美国第51个州，加拿大游客开始抵制赴美旅行。牛津经济研究院旗下旅游经济学公司的一份报告预计，由于入境游客减少，美国旅游业在2025年可能会损失约640亿美元。



美国 华盛顿

国际旅游复苏加快，出行方式与偏好持续演化

全球旅游市场延续复苏势头，国际旅游表现尤为亮眼。根据世界旅游与旅行理事会（WTTC）数据，2024 年全球国际游客支出达 1.9 万亿美元，同比增长 11.6%，恢复速度超过国内市场。尽管国内游客支出仍高达 5.3 万亿美元，同比增长 5.4%，但跨境旅游的回暖节奏明显提速，成为全球旅游经济增长的重要动力。

在需求回升的同时，国际游客的出行方式与消费偏好也在持续演化。“更少次数、更长时间、更深体验”正逐步取代疫情前的高频短途出行。根据世界旅游联盟数据，2024 年全球平均跨境停留时长较疫情前延长 1 天，亚太地区休闲游停留时间由 6.1 天提升至 7.4 天。游客不再满足于走马观花式游览，更倾向于在单一目的地深度停留与沉浸式体验。

这一趋势推动文化探访、生态户外、健康疗愈、美食研学等高附加值旅游产品持续升温。“体验”也成为旅行决策的核心变量。麦肯锡报告指出，2024 年超过九成游客将“独特体验”视为目的地选择的重要影响因素，而 52% 的 Z 世代游客表示宁愿削减交通、购物等预算，也不愿在活动体验上妥协。

同时，数字技术的普及和远程办公模式的扩展也进一步拉长游客停留周期。“小团深游”“定制化路线”成为主流，“旅居”和“Workcation（工作 + 度假）”热度不减。在葡萄牙、墨西哥、泰国、印尼等国，围绕数字游民的签证政策与生活服务体系加快完善，催生融合长期停留、多场景消费的新型旅游生态。国际旅游正步入更加多元、可持续与高质量的发展阶段。



● 塞尔维亚 贝尔格莱德

3

世界旅游城市发展 (2024-2025) 单项评价指标



城市知名度评价指数

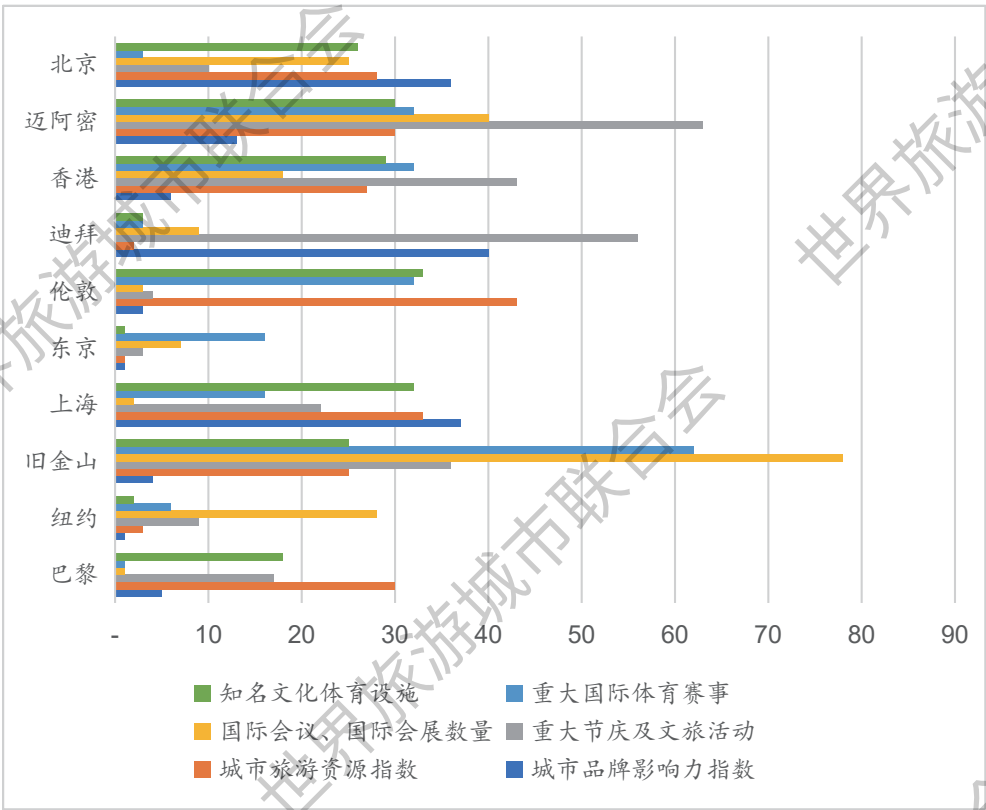
2024-2025 年城市知名度排行榜单（前 20 名）

在 2024-2025 年世界旅游城市知名度排行榜前 20 名中，亚太地区以 8 城（占比 40%）、美洲 7 城（35%）居前，欧洲与中东分别占 4 席和 1 席。美国 5 城上榜数量最多，中国 3 城（上海、香港、北京）次之，日本 2 城（东京、大阪）。前 10 强中，亚太占 4 席、欧洲占 2 席、中东占 1 席，美洲 3 席，后 10 强则以亚太、美洲为主，非洲地区没有城市进入榜单。

表 6 2024 年城市知名度排行榜（前 20 名）

排名	城市	国家	板块	排名	城市	国家	板块
1	巴黎	法国	欧洲地区	11	莫斯科	俄罗斯	欧洲地区
2	纽约	美国	美洲地区	12	首尔	韩国	亚太地区
3	旧金山	美国	美洲地区	13	墨尔本	澳大利亚	亚太地区
4	上海	中国大陆	亚太地区	14	洛杉矶	美国	美洲地区
5	东京	日本	亚太地区	15	悉尼	澳大利亚	亚太地区
6	伦敦	英国	欧洲地区	16	芝加哥	美国	美洲地区
7	迪拜	阿联酋	中东地区	17	大阪	日本	亚太地区
8	香港	中国香港地区	亚太地区	18	墨西哥城	墨西哥	美洲地区
9	迈阿密	美国	美洲地区	19	多伦多	加拿大	美洲地区
10	北京	中国大陆	亚太地区	20	罗马	意大利	欧洲地区

2024-2025 城市知名度排行上榜城市单项排名（前 10 名）



2024-2025 年城市知名度排行上榜城市单项排名（前 10 名）

2024-2025 城市知名度排行年度变化（前 10 名）

表 7 2024-2025 城市知名度排行年度变化（前 10 名）

城市	巴黎	纽约	旧金山	上海	东京	伦敦	迪拜	香港	迈阿密	北京
2024-2025	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2023	1	4	12	3	2	17	5	10	37	25

2024-2025 年城市知名度排名特点分析

文化传播与国际活动推高头部城市知名度博弈

城市知名度前 10 排名中，东京从 2023 年第 2 降至第 5。纽约从第四升至第二。巴黎排名未变，旧金山实现跃升，从 2023 年第 12 挺进前 3，打破原有稳定格局，反映其在文化传播、国际活动等维度影响力提升，整体前 10 排名以稳为主、局部微调，头部城市知名度竞争呈现动态博弈。

从占比上看，排名前十城市在知名文化体育设施、城市旅游资源指数、国际会议会展数量、重大国际体育赛事、重大节庆及文旅活动上，头部城市资源集中度差异显著。国际会议会展和重大节庆及文旅活动占比相同，同为 9.5%，体现文化交流与展示平台的头部聚集效应。重大国际体育赛事占比为 7.5%；知名文化体育设施与城市旅游资源占比较低分别为 5.5% 和 5.6%。整体呈现“会展≈节庆>赛事>旅游资源>文体”的资源集聚梯度，高知名度城市通过差异化资源布局构建影响力。

表 8 旅游城市知名度指数分布差异集中度

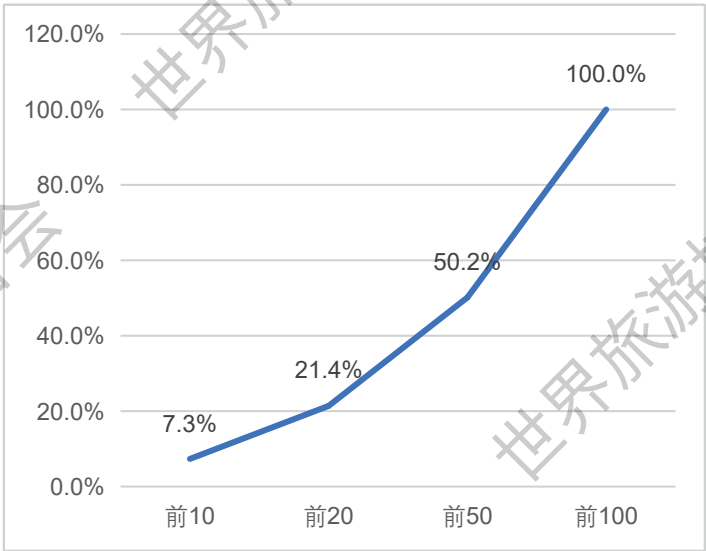
城市	城市知名度指数占比	城市品牌影响力	旅游资源知名度	国际节庆活动数量	国际会议数量	重大国际体育赛事数	知名文化体育设施数
CR4	5%	5%	5%	4%	7%	4%	5%
CR10	9%	9%	7%	11%	15%	9%	9%
CR20	21%	22%	21%	22%	25%	21%	21%
CR50	51%	51%	50%	52%	57%	61%	50%

表 9 前十旅游城市拥有的资源和活动的集中度

城市 \ 指标	城市旅游资源指数	重大节庆及 文旅活动数	国际会议、 国际会展数量	重大国际体育 赛事数量	知名文化体育 设施数
排名前十城市	9397	367	506	12	10504
所有样本城市	167874	3862	5346	161	190331
占比	5.6%	9.5%	9.5%	7.5%	5.5%

城市旅游资源指数对城市知名度排行榜影响显著且呈梯度特征

从数据看，排名前 10、20、50、100 城市的旅游资源指数占比逐步提升，前 10 占 7.3%、前 20 达 21.4%、前 50 至 50.2%。说明旅游资源越丰富的城市，越易在知名度排行中占据高位，且随着排名范围扩大，旅游资源指数的累计占比持续上升，体现其对城市知名度构建的基础支撑作用，高知名度城市往往依托优质旅游资源，通过吸引游客、传播城市形象，提升排行榜位次。

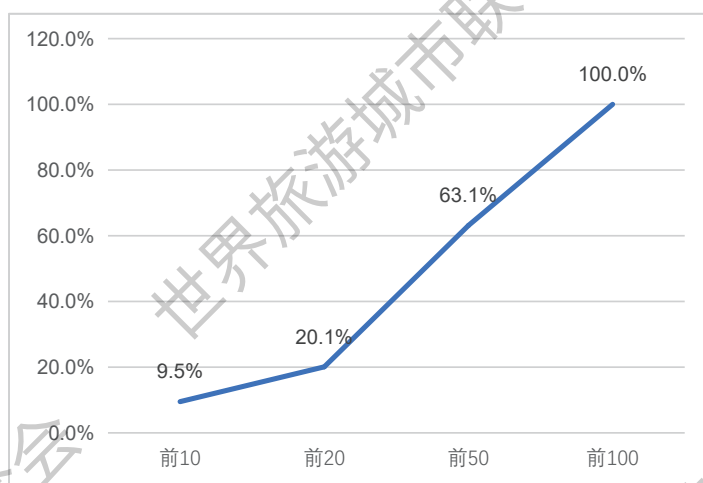


城市旅游资源指数对城市知名度排行榜的影响

知名旅游设施和文化体育设施是提升城市知名度的重要组成部分

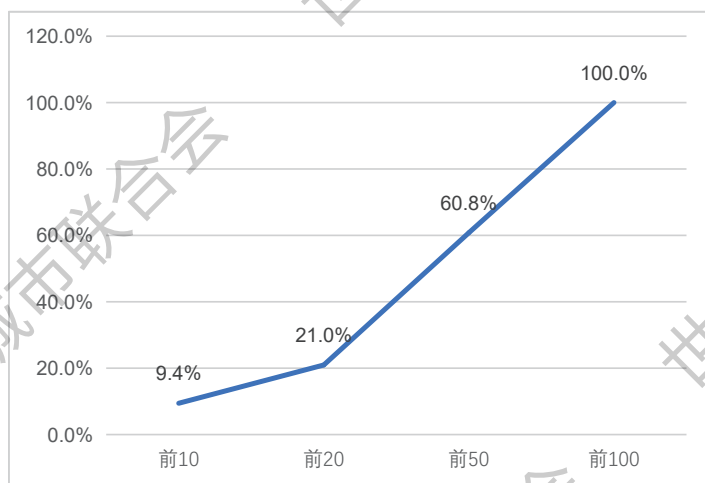
巴黎凭借 2024 奥运会、残奥会等国际赛事，稳居全球知名度榜首。纽约举行了美国网球公开赛以及首届新版世俱杯，使其排名在 2024 年相较于 2023 年上升了 2 名。重大节庆及文旅活动方面，上海的排名仍保持在前十，上海旅游局设定目标要分类有序推进文旅设备更新提升工作，2024-2027 年累计投资 20 亿元人民币。

第一，举办具有影响力的节庆活动能有效提高城市曝光度。从城市知名度排名来看，前 10 城市相关资源占比 9.5%，前 20 提升至 20.1%，前 50 跃至 63.1%。可见，随着排名范围扩大，重大节庆及文旅活动的资源集聚效应显著增强，高知名度城市可通过打造特色节事、丰富文旅体验，持续提升在榜单中的竞争力，实现从“流量吸引”到“口碑沉淀”的知名度进阶。



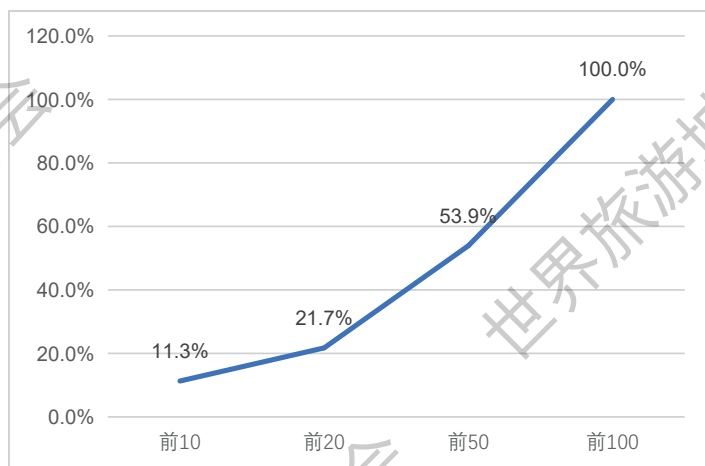
知名节庆活动对城市知名度排行榜的影响

第二，举办国际顶级体育赛事是提升城市全球影响力的有效途径。这类活动不仅能吸引全球游客和媒体的高度关注，更能显著加快城市的国际化进程。前 10 名城市相关资源占比 9.4%，前 20 名提升至 21%，前 50 名跃至 60.8%。可见，举办重大国际体育赛事越多的城市，越易在知名度排行中占据优势，赛事通过汇聚全球目光、强化城市体育标签，助力城市提升知名度位次，且随着排名范围扩大，赛事资源的集聚效应愈发显著，成为推动城市知名度进阶的关键力量。



重大国际体育赛事对城市知名度排行榜的影响

第三，国际会议与会展活动呈现出向头部旅游城市聚集的态势。从城市知名度排名来看，此类高端商务活动的举办频次与城市国际地位相关。国际会议、国际会展数量对城市知名度排行榜影响显著。前10、20、50城市对应占比为11.3%、21.7%、53.9%，占比随排名范围扩大持续攀升，体现国际会议会展资源向高知名度城市集聚，这类活动通过汇聚人流、传播城市形象，助力城市提升知名度与排名，是构建城市影响力的关键要素。



重大国际会议会展对城市知名度排行榜的影响

文化资源是城市知名度的核心支撑要素

从全球旅游目的地排名来看，文化底蕴深厚的城市往往在知名度指数中占据领先地位。排名前 10、20、50 的城市，相关设施占比逐步攀升，前 10 占 8.7%、前 20 达 20.6%、前 50 跃至 50%。这类设施是城市文化与体育实力的具象体现，像北京“双奥”场馆、巴黎标志性文体建筑，借赛事举办、文化展演等活动，吸引全球关注，传播城市形象，助力提升知名度位次。且排名越靠前的城市，对优质设施资源的聚合能力越强，形成“设施赋能—流量汇聚—知名度提升”的正向循环，成为塑造城市排名优势的关键力量。



西班牙 马德里

产业景气度评价指数

2024-2025 年产业景气度单项排名榜单

2024-2025 产业景气度排行榜单（前 20 名）

2024-2025 年产业景气度排行榜中，排名前十的城市大部分为美洲、欧洲和亚太地区城市，其中美洲地区城市 6 个，亚太地区城市 2 个，欧洲地区城市 2 个；排名前 20 城市中，亚太地区城市 9 个，美洲地区城市 8 个，欧洲地区城市 3 个。

表 10 2024 年世界旅游城市产业景气度排行（前 20 名）

排名	城市	国家	板块	排名	城市	国家	板块
1	纽约	美国	美洲地区	11	香港	中国香港地区	亚太地区
2	东京	日本	亚太地区	12	上海	中国大陆	亚太地区
3	洛杉矶	美国	美洲地区	13	莫斯科	俄罗斯	欧洲地区
4	伦敦	英国	欧洲地区	14	雅加达	印度尼西亚	亚太地区
5	巴黎	法国	欧洲地区	15	悉尼	澳大利亚	亚太地区
6	芝加哥	美国	美洲地区	16	多伦多	加拿大	美洲地区
7	旧金山	美国	美洲地区	17	墨尔本	澳大利亚	亚太地区
8	大阪	日本	亚太地区	18	墨西哥城	墨西哥	美洲地区
9	华盛顿	美国	美洲地区	19	北京	中国大陆	亚太地区
10	迈阿密	美国	美洲地区	20	广州	中国大陆	亚太地区

2024-2025 产业景气度排行榜上榜城市单项排名（前 10 名）

第一，从酒店住宿业规模来看，前十名城市中有 6 个位于美洲，其余分布在亚洲和欧洲。纽约以显著优势位居榜首，其酒店住宿行业规模约为 1,181 亿美元，远高于第二名的东京；东京和洛杉矶可归为第二档城市；伦敦、巴黎、芝加哥、旧金山、大阪、华盛顿等可归为第三档城市。

第二，从零售商业规模来看，全球零售市场呈现明显的区域集聚特征。纽约以 2054 亿美元的零售规模位居全球首位，展现出强大的市场主导地位。东京（1296 亿美元）和洛杉矶（1288 亿美元）分列第二、三位，形成明显的第二梯队。

第三，从区域分布来看，全球零售商业规模领先的城市主要集中在美国、日本和欧洲地区。美国城市表现尤为突出，除纽约外，洛杉矶（1288 亿美元）、芝加哥、华盛顿和旧金山等城市均进入全球前列；欧洲则以巴黎、伦敦等国际大都市为代表；亚洲方面，东京和大阪两座日本城市跻身前列。

值得关注的是，与去年同期相比，全球主要城市的零售商业规模普遍呈现增长态势，反映出全球经济持续复苏背景下消费市场的活跃表现，凸显了全球消费市场的韧性和发展潜力。

第四，从旅游餐饮业规模来看，纽约规模最大，为 1,458 亿美元；东京和洛杉矶分别以 729 亿美元和 699 亿美元紧随其后。在前十名城市中，美国城市占据了六个席位，纽约、洛杉矶、芝加哥、旧金山，华盛顿、迈阿密。日本，英国和法国占据前十名的四个席位。纵向对比来看，旅游餐饮业规模与去年同期相比呈现整体下滑趋势。

第五，从休闲娱乐业规模来看，纽约 2024 年的规模再次保持千亿美元大关以上。东京和洛杉矶紧随其后，相比去年有了一定增长。芝加哥、伦敦、巴黎、旧金山的休闲娱乐业规模相似，在 300 亿至 500 亿美元之间。休闲娱乐规模与去年总体接近，保持着稳定的趋势。

第六，从旅行服务业规模来看，纽约仍以超过 250 亿美元的规模遥遥领先，位居榜首。东京、洛杉矶和芝加哥保持了去年的趋势，整体均超过百亿美元。从休闲娱乐业增长指数来看，迈阿密和大阪较 2023 年增长了分别 13 和 11。前十强城市的休闲娱乐业规模整体较 2023 年呈现增长趋势。

第七，从旅游交通业规模来看，东京展现出显著的枢纽优势，以近 40 亿美元的产业规模领跑全球；纽约、伦敦和巴黎作为欧洲与美洲最重要的交通枢纽位列其后；上海、北京和香港随着下半年中国实施的外国人来华免签政策有所提高，彰显了北京、上海等中国核心城市作为全球交通枢纽的关键地位。

2024-2025 年产业景气度排名年度变化（前 10 名）

表 11 产业景气度排名前十城市年度变化

排名	2024	2023
纽约	1	2
东京	2	1
洛杉矶	3	9
伦敦	4	3
巴黎	5	4
芝加哥	6	11
旧金山	7	10
大阪	8	7
华盛顿	9	6
迈阿密	10	13

2024-2025 年产业景气度排名特点分析

行业资源加速向优势领域集中

全球旅行城市产业景气度排名显示，酒店住宿行业、零售商业、餐饮业、休闲娱乐业、旅行服务业和旅游交通业规模前五名都为超大型全球枢纽城市。排名前 4 的旅游城市平均产业景气度指数为 79.1，比平均景气指数高出 29.1；排名前 10 的旅游城市平均产业景气度指数为 64.0，比平均景气指数高出 14；头部旅游城市的景气恢复情况更佳。

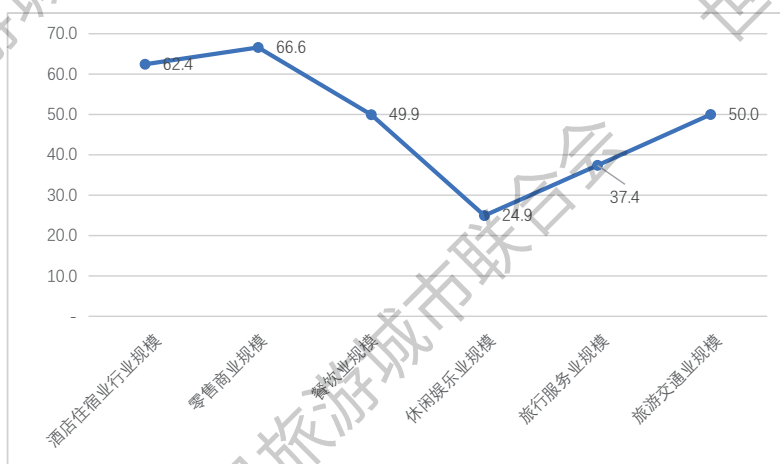
表 12 不同排名城市的平均产业景气度指数

城市	产业景气度指数	住宿业指数	商业服务业指数	旅游餐饮业指数	休闲娱乐指数	旅行服务业指数	旅游交通指数
CR4	79.1	98.5	98.5	97.7	97.7	98.0	96.7
CR10	64.0	81.2	95.3	95.4	94.8	93.9	94.5
CR20	64.1	82.7	89.7	89.4	88.7	89.1	89.8
CR50	54.8	68.8	75.1	74.9	75.2	75.1	75.1
样本城市平均	50	50	50	50	50	50	50

注：CR4 代表该指数排名前四的城市，CR10 代表该指数排名前 10 的城市，CR20 代表该指数排名前 20 的城市，CR50 代表该指数排名前 50 的城市。

旅游服务与交通板块形成行业复苏双引擎

产业景气度前 10 城市在旅游交通、旅行服务等六大产业维度呈现差异化竞争格局。纽约在多维度实现排名第 1 突破，旅行服务、休闲娱乐等基础产业优势显著；东京聚焦旅行服务、零售商业等维度，以多个排名第 2 巩固亚太核心地位；巴黎、伦敦等老牌城市在餐饮、零售等消费场景维持稳定竞争力，整体来看，前 10 城市通过优势产业维度的深耕，形成“核心产业引领 + 多元业态协同”的景气度支撑模式。



100 个样本城市产业景气度指数



英国 伦敦

美洲地区市场景气度表现持续强劲

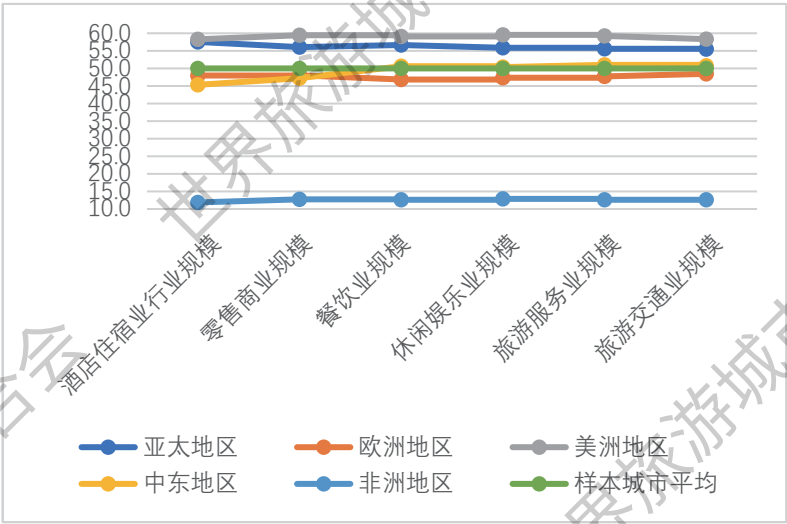
全球旅游城市产业景气度呈现出丰富且多元的发展态势，亚洲、欧洲和美洲城市在旅游产业领域各展所长，全球旅游产业的多极化趋势进一步凸显，各城市为争夺全球旅游市场份额各施良策，不断提升旅游服务质量与国际影响力。

美洲地区城市在本年度产业景气度方面表现卓越，6个城市上榜，纽约继续在排名上保持领先地位，旅游产业实现全方位升级。在酒店住宿上，高端酒店如四季酒店、瑞吉酒店等完成现代化客房翻新，引入智能家居系统，提升入住便捷与舒适度。同时，曼哈顿中城等地涌现大量设计新颖、价格亲民的精品酒店与青年旅社，丰富住宿层次。在零售商业方面，第五大道持续吸引全球顶尖品牌开设旗舰店，时代广场周边潮流零售业态强化，网红潮牌店、概念店入驻并定期举办时尚快闪活动，搭配数字化互动购物设施，刺激消费热情。在餐饮方面，纽约汇聚全球美食，融合菜系餐厅兴起，还频繁举办纽约餐馆周等美食节活动。在休闲娱乐领域，百老汇新剧目层出不穷，城市公园举办大量户外音乐会、艺术节，新兴的沉浸式戏剧、虚拟现实体验中心等项目涌现。旅游服务业推出多语言线上线下旅游指南，完善智能导览系统，在机场、景区设置游客服务中心提供一站式服务。

亚太地区也有两个城市上榜，东京在2024年保持前列水平，成为亚洲景气度表现最佳的城市。在旅游服务领域，东京的高端酒店入住率和餐饮消费指数均位列亚太地区前茅。日本政府推行放宽入境及全国旅行支援政策，制定“观光立国推进基本计划”，推出“新时代入境游扩大行动”，大阪得以保持前十水平。在中国，随着签证政策进一步放开，吸引韩国等地的全球游客入境旅行，有力推动了旅游经济的快速复苏。2024年中国国内旅游市场高开高走，国内出游人次56.15亿，同比增加7.24亿，同比增长14.8%，国内游客出游总花费5.75万亿元，同比增加0.84万亿元，同比增长17.1%。

表 13 不同区域板块不同分项指标产业景气指数

地区	住宿业 指数	商业服务业 指数	旅游餐饮 指数	休闲娱乐 指数	旅行服务业 指数	旅游交通 指数
亚太地区	57.5	56.1	56.7	55.9	55.6	55.5
欧洲地区	48.0	48.0	46.8	47.3	47.7	48.5
美洲地区	58.3	59.4	59.1	59.5	59.2	58.3
中东地区	45.3	47.2	50.6	50.4	51.0	50.8
非洲地区	11.9	12.8	12.6	12.9	12.6	12.6
样本城市 平均	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0



城市智慧度评价指数

2024-2025 年城市智慧度单项排名

城市智慧度排行榜（前 20 名）

城市智慧度排行榜中，排名前十的城市大部分为美洲和亚太地区城市，其中美洲地区城市 5 个，亚太地区城市 5 个；排名前 20 城市中，美洲地区城市 7 个，亚太地区城市 12 个，中东地区 1 个。

表 14 2024-2025 年城市智慧度排行（前 20 名）

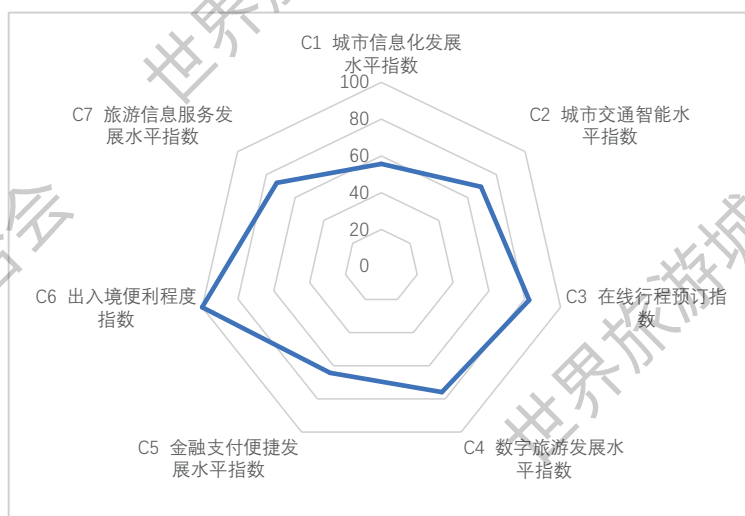
排名	国家	城市	板块
1	美国	纽约	美洲地区
2	中国澳门地区	澳门	亚太地区
3	中国香港地区	香港	亚太地区
4	中国大陆	杭州	亚太地区
5	中国大陆	上海	亚太地区
6	中国大陆	北京	亚太地区
7	美国	华盛顿	美洲地区
8	加拿大	多伦多	美洲地区
9	加拿大	渥太华	美洲地区
10	美国	旧金山	美洲地区

排名	国家	城市	板块
11	中国大陆	成都	亚太地区
12	日本	东京	亚太地区
13	中国大陆	青岛	亚太地区
14	中国大陆	西安	亚太地区
15	土耳其	伊斯坦布尔	中东地区
16	中国大陆	天津	亚太地区
17	美国	芝加哥	美洲地区
18	中国大陆	重庆	亚太地区
19	美国	洛杉矶	美洲地区
20	中国大陆	昆明	亚太地区

城市智慧度排行榜上榜城市单项排名（前 10 名）



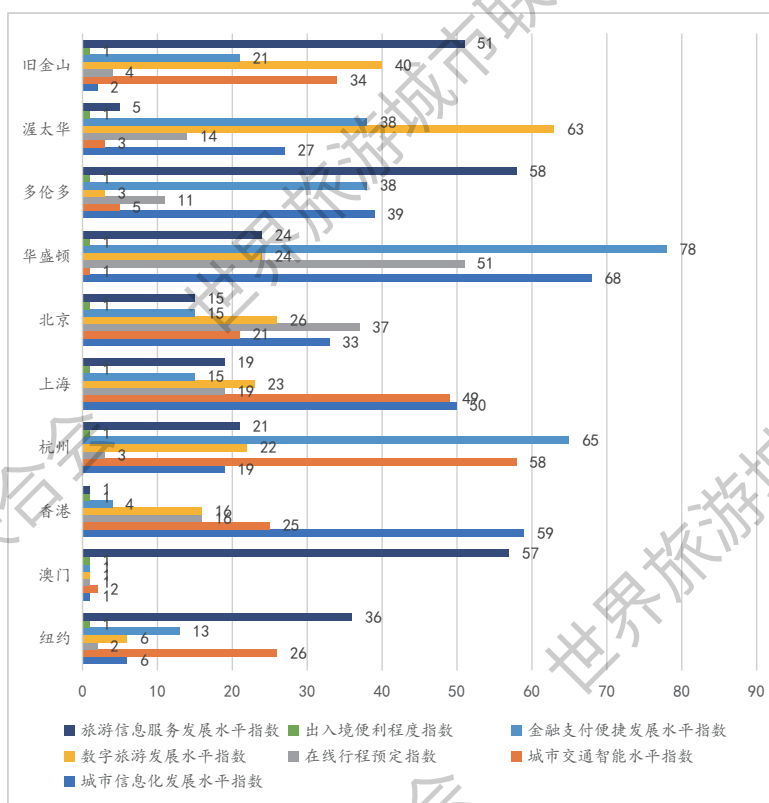
城市智慧度前 10 名旅游城市单项指数平均值



城市智慧度前 20 名旅游城市单项指数平均值

表 15 不同排名城市智慧度分项指数平均值

城市	前 10 名	前 20 名	前 100 名
C1 城市信息化发展水平指数	64.7	55.7	48.3
C2 城市交通智能水平指数	89.5	69.3	52.7
C3 在线行程预订指数	86.9	82.5	50.3
C4 数字旅游发展水平指数	79.4	75.9	50.7
C5 金融支付便捷发展水平指数	65.3	64.3	50.5
C6 出入境便利程度指数	100.0	100.0	87.3
C7 旅游信息服务发展水平指数	76.0	72.8	49.7



城市智慧度单项指数排名 (前 10 名)

2024 年 -2025 城市智慧度年度排名变化（前 10 名）

2024-2025 年城市智慧度年度排名较 2023 年呈现显著变化，纽约从第 8 名跃居榜首；澳门因数字产业拓展不足从第 1 名滑落至第 2 名；香港稳步提升至第 3 名。2024 年城市智慧度排名上升明显的有杭州（第 40 名→第 4 名）、多伦多（第 19 名→第 8 名）、北京（第 26 名→第 6 名）。

表 16 2024 年城市智慧度年度排名变化

	2024-2025	2023		2024-2025	2023
纽约	1	8	北京	6	26
澳门	2	1	华盛顿	7	31
香港	3	4	多伦多	8	19
杭州	4	40	渥太华	9	18
上海	5	3	旧金山	10	7



中国 澳门

2024-2025 年城市智慧度排名特点分析

数字赋能旅游城市发展，游客体验进一步丰富

从 100 个样本旅游城市的城市智慧度单项指标来看，2024 年全球旅游数字化发展呈现稳健上升态势，智慧旅游建设已从单点技术应用转向系统性生态构建。从基础设施到服务体验，数字技术正从全方位重塑旅游产业格局。

第一，优化签证成为吸引客源的首要手段。旅游信息服务发展水平指数、数字旅游发展水平指数、出入境便利程度指数都保持领先地位，并维持在较高水平，分别较去年增加 1%-3%，反映出旅游城市的旅游信息化应用以及服务水平、质量持续上升。到 2025 年 6 月，中国 240 小时过境免签政策适用国家增至 55 国，大幅提升入境通关效率，提供一站式签发办理服务，推动境外银行卡支持轨道交通“拍卡过闸”，大大吸引了国外游客访华。墨西哥提出，将在 2025 年与加拿大、韩国、德国、瑞士、日本和美国等国携手，推出全新的电子签证系统，革新旅行方式。以中国为代表的多个地区开放陆地签、电子签及免签旅游等出入境便利政策，出入境便利程度向好趋势明显。

第二，科技丰富旅游场景，提升旅客旅行体验。数字化的旅游发展趋势和全球逐渐开放的旅游政策继续吸引城市智慧建设投资，提升信息服务水平。数字技术正突破物理空间限制，创造沉浸式旅游新场景。例如，中国北京在 2024 年启动的“大运河文化探源”系列活动成为新亮点，依托通州大运河畔的张家湾古镇、漷县古城等历史建筑，打造“漕运码头沉浸式剧”“古船工坊体验课”等特色项目，更有全息夜间投影重现明清漕运盛景，丰富了境外游客的停留内容与消费层次。2024 年东京旅游部门与 Roblox 合作推出“HELLO!TOKYO FRIENDS”虚拟东京，用户可在 MODERN TOKYO 区域寻宝，线下通过“TOKYO HUNT!” APP 与角色合影，形成“虚拟种草 - 实地打卡”闭环，同时开展配套线下活动，将漫画解谜融入地铁通票，游客化身故事主角探索城市。

全球金融支付便捷度提升，但区域差异仍然存在

综合城市智慧度排名前 10 的城市中，金融支付便捷发展水平指数随排名依次递减至 42；从城市金融支付便捷发展水平指数排名的位置分析来看，城市智慧度指数前 10 个城市占金融支付便捷发展水平指数的 19.6%，前 20 个城市占比 28%，前 50 个城市排名占比 70.2%。这些数据较去年相比，均有所提高。亚洲国家，特别是中国已经将移动支付发展为主流支付渠道，移动支付普及率达 86%，居全球第一。韩国借助“U-City”智慧基建，拥有超过 7000 万的移动用户，且 80% 以上的居民都配备了智能手机，这使得电子支付和手机支付在硬件上几乎无门槛，几乎餐饮业和服务业已全面配备了无现金支付终端，首尔、釜山等城市在旅游消费场景基本实现无现金化。欧美区域的许多国家和地区依旧将刷信用卡和现金作为支付形式。游客进行跨区域国际旅行时，支付习惯的不同和不同地区制定的支付壁垒明显降低了旅游体验。尽管西班牙、荷兰等旅游大国推广电子支付，但整体普及率仍远低于 50%，部分中小商户因手续费高昂拒绝升级终端设备。印度孟买、新德里因现金交易占比 70%，金融支付指数停留在 36.3 低位。此外数字支付也带来了一系列问题。万豪几年前发生的数据泄露事件，导致全球数百万客户的个人数据，包括敏感信息和财务数据受侵害，牵涉到了 Booking.com、Expedia、Agoda 等一众 OTA 公司，导致部分游客对智慧支付的信任度下降。



韩国 首尔

亚太地区城市智慧度发展优势明显

城市智慧度排行榜中，排名前十的城市大部分为美洲和亚太地区城市，其中亚太地区城市 5 个，美洲地区城市 5 个，中东地区城市 0 个；排名前 20 城市中，美洲地区城市 7 个，中东地区 1 个，亚太地区城市 12 个。

亚太地区智慧旅游建设领先态势。对比 2023 年，2024 年城市智慧度排名前十在各地区的占比有了一定变化。亚太地区在排名前十的城市中占领五席位，大多数均为中国城市。中国多个城市形成可推广的实践标杆。例如在中国澳门，海关进一步优化电子服务，推出“澳门海关”手机应用程序，方便游客随时获取最新服务信息和动态；为更多元化的方式向游客提供丰富的体验，澳门博物馆推出“澳门博物馆 AR/VR 导览”手机应用程序，通过增强现实（AR）及虚拟现实（VR）等创新科技互动技术，让使用者犹如亲临澳门博物馆实地现场，沿着参观路线欣赏常设展品。以中国杭州为例，在游客服务体验方面，杭州在 2024 年上线的“杭小忆”城市文旅智能体，通过支付宝平台提供服务，覆盖全市 4 万多个服务点。游客只需用手机“碰一下”智能贴就能获取各种旅游服务。西湖景区有“一键智慧游”系统，提供精准的信息服务和救援功能。其次在文化遗产数字化方面，良渚遗址公园开发“良渚 VR 大空间”项目，让游客通过 VR 技术穿越到 5000 年前的良渚古城。公园还实现了 5G 全覆盖，部署了无人驾驶观光车 10 和巡逻机器人等智能设备。在景区管理优化方面，西湖景区应用了多种智能系统，通过 LBS 热力图调整入园通道，使用智能摄像头监测游客情绪并提供相应服务。在数据整合治理方面，杭州建立了文旅数据中台，实现投诉快速响应和处理。北京作为拥有超过 2000 万人口的超大型城市，其城市高度智慧化的背后是强大的整体数字化能力。数字支付在北京的覆盖率接近 100%，几乎所有的旅游消费场景都可以“无现金”完成，形成智慧旅游的“血管系统”。公交、地铁可使用 App 扫码乘车或手机 NFC 功能直刷过闸；共享单车全面接入电子围栏技术，随时根据用户需求情况进行单车排布，解决游客的短途出行问题；高密度覆盖的出租车网约车、智慧酒店、智能点餐、便捷送餐等服务，极大地提升了游客的服务体验；百度、高德等地图 App 提供实时路况、公交到站预测、地铁拥挤度查询，为游客规划最佳出行路线；5G 信号和公共免费 Wi-Fi（如在主要公共场所），为游客的在线体验提供了稳定、高速的网络保障。北京作为中国的综合型科技创新中心，以大数据和人工智能为核心驱动，为游客提供了一个极致便捷性的智慧旅游生态体系。

全球 AI 驱动的旅游市场正处于快速增长阶段

2024 年以来，全球游客的出游预订方式进一步云端化。在线行程预订指数较 2023 年提升 4%，OTA 平台主导旅游消费入口。随着人们对个性化旅行体验和智能化解决方案的强劲需求，推动了 AI 技术在旅游行业中的广泛应用和创新发展，各大 OTA 纷纷开发 AI 旅游助手。马蜂窝推出了“AI 旅行全链解决方案”，通过 AI 行程规划采能生成个性化方案，提供实时翻译等行中服务，目的地智能体如“AI 游贵州”从对话工具升级为结构化服务平台，以及智能导游产品“AI 小蚂 ROBOT”进一步满足游客的在地旅游需求。同程旅行与 DeepSeek 技术融合开发了“程心 AI”（DeepTrip），依托其数亿用户的出行行为数据和全品类文旅资源库，深度理解用户隐性需求，实现从“AI 推荐”到“AI 决策执行 + 预订执行”的闭环。Agoda 推出了名为“Property AMA Bot”的 AI 聊天机器人，整合了 Agoda 的内部系统与基于 ChatGPT 的技术和实时物业数据，每天处理超过 30,000 个酒店相关查询，旨在为旅行者提供即时的、酒店特定的答案。越南国家旅游局推出了国家旅游数据平台“访问越南”（Visit Vietnam），该平台整合了 AI 旅游助手（AI Travel Assistant），可自动生成个性化行程并完成服务预订。Statista¹ 报告显示，全球 AI 旅游市场规模 2025 年将达 126 亿美元，年复合增长率 29.3%。

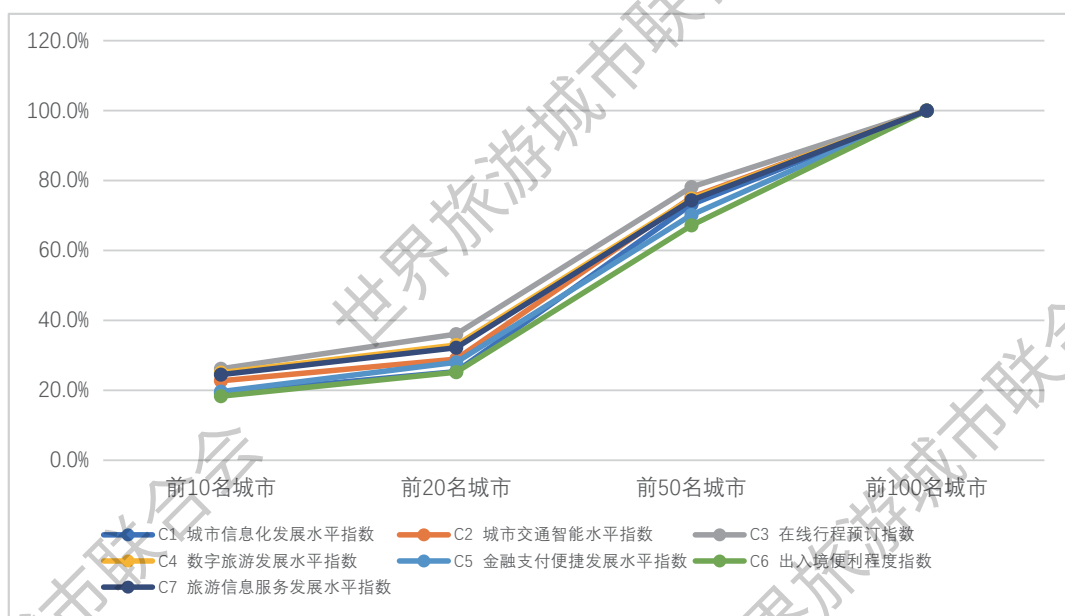


新加坡

1 Statista 是全球领先的统计数据平台，提供 170 个细分行业的市场数据、研究报告及分析工具，覆盖全球 150 多个国家。

表 17 100 个样本城市各个分项指标发展水平

城市	C1 城市信息 WW 化发展 水平指数	C2 城市交通 智能水平指数	C3 在线行程 预订指数	C4 数字旅游 发展水平指数	C5 金融支付 便捷发展 水平指数
前 10 名城市	19.2%	22.7%	26.2%	25.1%	19.6%
前 20 名城市	25.3%	28.9%	36.1%	33.0%	28.0%
前 50 名城市	73.2%	75.2%	78.1%	74.9%	70.2%
前 100 名城市	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



100 个样本城市的智慧度发展水平

旅游安全度评价指数

2024-2025 年旅游安全度单项排名

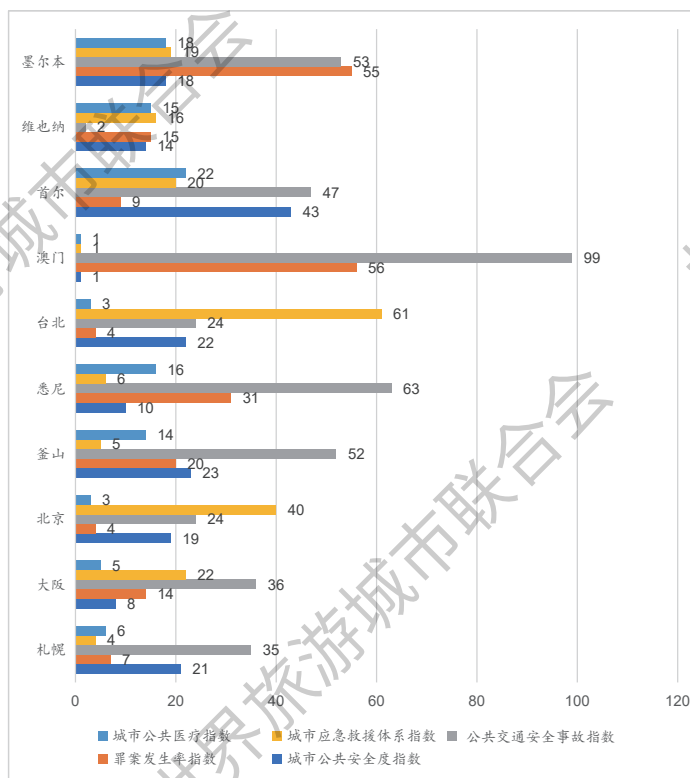
2024-2025 年旅游安全度排行榜（前 20 名）

城市旅游安全度排行榜中，排名前十的城市中亚太地区城市 9 个，欧洲地区城市 1 个，中东地区城市 0 个，美洲地区城市 0 个；排名前 20 城市中，亚太地区城市 12 个，欧洲地区城市 6 个，美洲地区城市 0 个，中东地区城市 2 个。

表 18 2024-2025 年旅游安全度排行（前 20 名）

排名	国家	城市	板块
1	日本	札幌	亚太地区
2	日本	大阪	亚太地区
3	中国大陆	北京	亚太地区
4	韩国	釜山	亚太地区
5	澳大利亚	悉尼	亚太地区
6	中国台湾地区	台北	亚太地区
7	中国澳门地区	澳门	亚太地区
8	韩国	首尔	亚太地区
9	奥地利	维也纳	欧洲地区
10	墨尔本	澳大利亚	亚太地区
11	慕尼黑	德国	欧洲地区
12	里斯本	葡萄牙	欧洲地区
13	东京	日本	亚太地区
14	阿姆斯特丹	荷兰	欧洲地区
15	赫尔辛基	芬兰	欧洲地区
16	多哈	卡塔尔	中东地区
17	广州	中国大陆	亚太地区
18	上海	中国大陆	亚太地区
19	阿布扎比	阿联酋	中东地区
20	布拉格	捷克	欧洲地区

2024-2025 年经济贡献度上榜城市单项排名（前 10 名）



2024-2025 旅游安全度排名前十城市单项排名

注：罪案发生率指数和公共交通安全事故指数两个负向指数的排名已经转换成为正向指数排名，即这两个指数排名越靠前，则城市旅游安全度越高。

2024-2025 年旅游安全度排名特点分析

全球主要旅游城市的安全形势总体维持稳定

总体上看，2024 年 100 个样本旅游城市旅游安全度平均指数与 2023 年相比下降到了 69.9，较 2023 年出现小幅下滑，反映出部分城市在旅游安全保障方面的工作

作力度有待加强。在不同分项方面，发展水平差异较大，不同城市在城市安全度建设方面有着各异侧重点，从具体单项指数来看，仍有提升空间。例如，釜山在城市应急救援体系指数排名第 6，但在公共交通安全事故指数排名仅为第 52，表明其城市公共交通安全管理方面存在短板。

东亚继续稳居全球旅游安全榜首

整体来看，亚太与欧洲地区城市安全系数最高，中东紧随其后，而非洲和美洲地区则相对处于低位。排名前二十的城市中，有 12 个亚太地区旅游城市，其中北京排名较 2023 年攀升 6 位，台北攀升 11 个位次。在疫情影响下，亚太城市对游客安全的投入显著高于欧美同行，相关保障措施也更为周密。亚太地区主要旅游城市普遍重视景区游客承载能力的科学评估与管理。以北京、上海为代表的大型国际城市，通常会提前开展旅游设施安全排查，模拟极端客流情况下的压力测试等。这种前瞻性的安全管理模式，有效防范了客流超载带来的各类风险，通过精细化服务保障了游客体验，为亚太旅游城市赢得了“安全可靠、服务周到”的国际口碑。以北京为例，北京的公共医疗服务体系在中国乃至全球都处于领先水平，完善的分级诊疗与公共卫生网络，强大的公共卫生应对能力，能快速响应突发公共卫生事件；许多大型医院设有国际医疗部或提供多语言服务，配备了翻译人员或翻译设备，有效解决外国游客的语言障碍问题。北京还要求大型活动必须制定专项安保与医疗预案，还通过城市智能摄像头网络和传感器，对重点区域的人流、交通状况进行实时监控和分析，提前预测拥堵和风险点，提前发布预警、疏导客流，防患于未然，这些都极大提升了北京的安全度和宜居宜游性。

旅游安全度前 10 名中，欧洲地区旅游城市有 1 个城市入选，亚太地区有 9 个城市入选，亚太地区的旅游安全度高于欧洲地区。

部分旅游城市的公共交通系统仍面临较高的安全事故风险

2024-2025 年世界旅游城市交通业的恢复程度是积极的，大型城市人口密度及车辆保有率持续增高，旅游安全度排行前十名城市的公共交通安全事故排名普遍偏

低。如釜山在这一单项指数排名第 52 位，首尔在这一单项排名第 40 位，近年来，韩国因劳动力短缺，导致越来越多的 65 岁以上老年人成为出租车司机。据 2024 年报道，韩国 65 岁以上的出租车司机人数超过 10.7 万，占比约 45%，比 2019 年增长了 29% 以上。2023 年，65 岁以上司机引发的交通事故达 3 万 9614 起，占总事故的 20%，连续三年呈增长趋势。韩国政府正采取措施，如延长人行横道信号灯时间，以提高道路安全水平。

旅游城市整体应急救援体系保障发展水平小幅提升

从旅游安全度分项指标来看，100 个样本旅游城市的城市应急救援体系指数为 58.4，较去年上升 0.6。疫情促使旅游城市进一步完善了救援保障机制，整体应急管理得到系统性提升。如东京的防灾规划体系采取了一种全面分析的方法，其中包括灾害风险评估、识别系统的脆弱性、设定规划目标、制定防灾策略以及规划实施步骤。亚太地区各国已构建较为完善的城市应急救援体系，相关评估数据显示，该地区在城市应急救援能力建设方面表现突出，前 2 名分别为台北和札幌。北京拥有世界先进城市应急救援体系，密集的 120 和 999 急救站点，能做到城区内 15 分钟急救反应时间；公共场所广泛配备 AED（自动体外除颤器）、消防设施，都体现北京对安全的重视。

表 19 不同排名旅游城市的旅游安全度指数分布

城市	D1 城市公共安全度	D2 罪案发生率指数	D3 公共交通安全事故指数	D4 城市应急救援体系指数	D5 城市公共医疗指数
前 10 名城市	34%	16%	8%	11%	12%
前 20 名城市	54%	28%	17%	23%	26%
前 50 名城市	82%	61%	50%	57%	57%
前 100 名城市	100%	100%	100%	100%	100%

经济贡献度评价指数

2024-2025 年经济贡献度单项排名

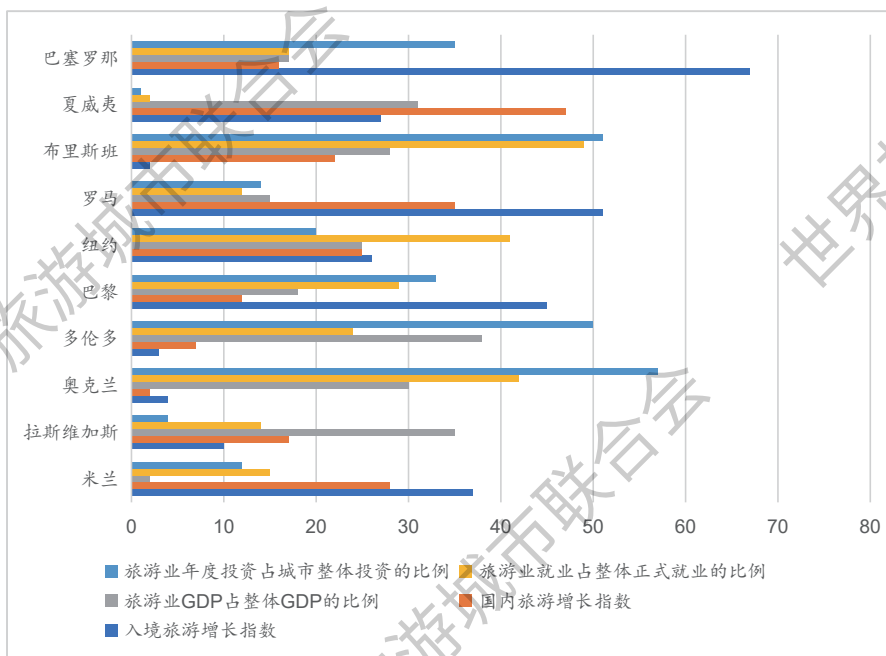
2024-2025 年经济贡献度排行榜（前 20 名）

城市经济贡献度排行榜中，排名前十的城市中美洲地区城市有 4 个，欧洲地区城市 4 个，亚太地区城市 2 个，中东地区城市未上榜；排名前 20 城市中，欧洲地区城市 5 个，美洲地区城市 9 个，亚太地区城市 5 个，中东地区城市 1 个。

表 20 2024-2025 年经济贡献度排行（前 20 名）

排名	国家	城市	板块
1	意大利	米兰	欧洲地区
2	美国	拉斯维加斯	美洲地区
3	新西兰	奥克兰	亚太地区
4	加拿大	多伦多	美洲地区
5	法国	巴黎	欧洲地区
6	美国	纽约	美洲地区
7	意大利	罗马	欧洲地区
8	澳大利亚	布里斯班	亚太地区
9	美国	夏威夷	美洲地区
10	西班牙	巴塞罗那	欧洲地区
11	墨西哥	墨西哥城	美洲地区
12	澳大利亚	墨尔本	亚太地区
13	希腊	雅典	欧洲地区
14	加拿大	渥太华	美洲地区
15	美国	迈阿密	美洲地区
16	美国	旧金山	美洲地区
17	阿联酋	阿布扎比	中东地区
18	澳大利亚	悉尼	亚太地区
19	中国澳门地区	澳门	亚太地区
20	加拿大	温哥华	美洲地区

2024-2025 年经济贡献度上榜城市单项排名（前 10 名）



排名前十城市经济贡献度各分项指标排名

2024-2025 年经济贡献度排名的年度变化

表 21 经济贡献度排名前十旅游城市年度变化

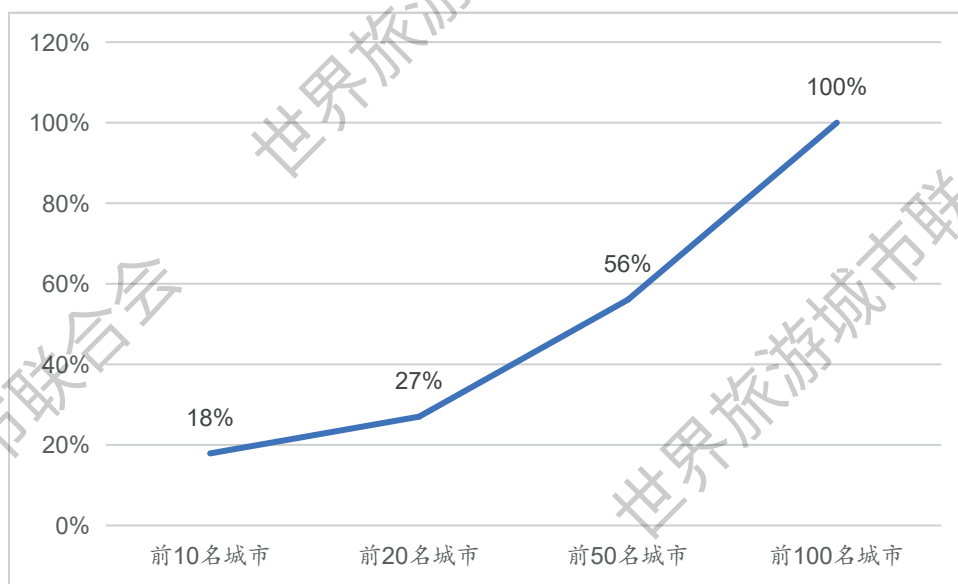
城市	2024-2025	2023	城市	2024-2025	2023
米兰	1	1	纽约	6	7
拉斯维加斯	2	2	罗马	7	5
奥克兰	3	10	布里斯班	8	9
多伦多	4	23	夏威夷	9	6
巴黎	5	15	巴塞罗那	10	17

2024-2025 年经济贡献度排名特点分析

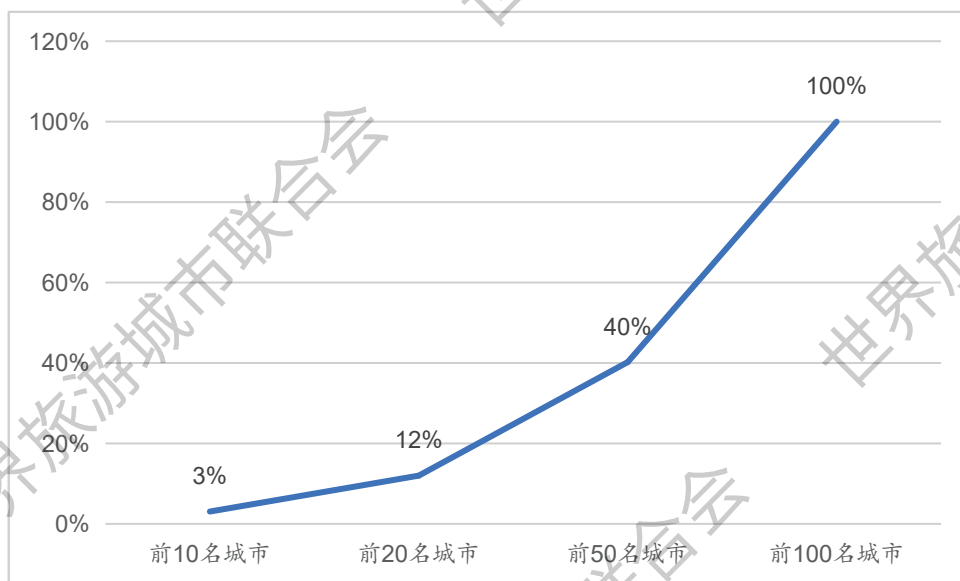
城市旅游经济已进入全面复苏通道，增长动能持续释放

2024-2025 年，全球旅游城市继续见证旅游业对 GDP 的显著贡献，旅游业的支柱作用愈发凸显。随着游客对城市商品和服务的购买以及投资商对旅游业的持续投入，旅游业 GDP 成为城市政府的关键收入来源之一。2024 年 100 个样本城市中，旅游就业人数占城市就业人数的比重达到 5.8%，城市旅游投资占城市社会总投资比例平均为 9.7%。

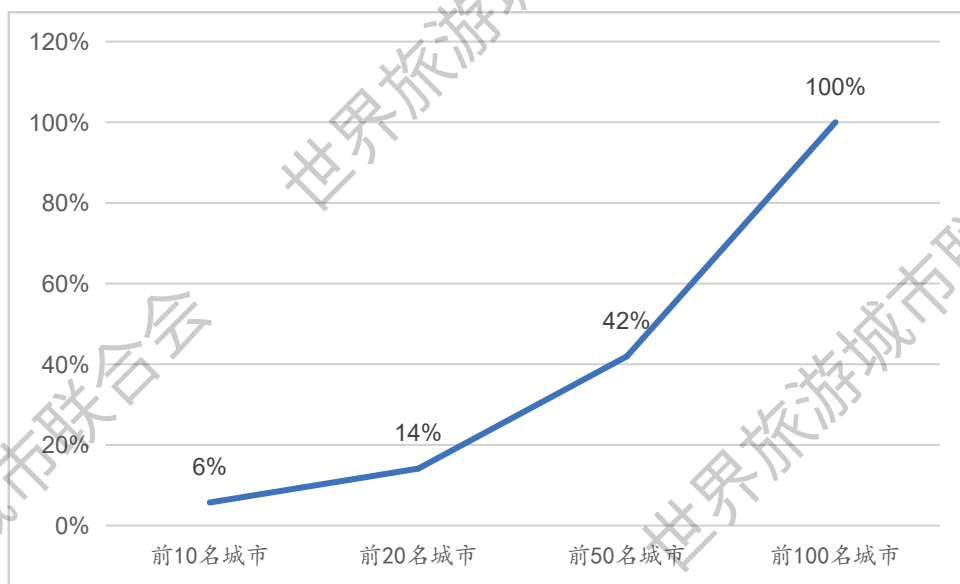
2024 年全球旅游业已基本完成行业复苏。全球很多地区的游客数量和行业收入已超过 2019 年同期水平。联合国旅游组织秘书长祖拉布·波洛利卡什维利表示，旅游业复苏创造了数百万个就业岗位，提高了相关经济体的税收收入，全球旅游业已经基本完成了行业的复苏过程。



旅游业 GDP 占整体 GDP 的比例指数对经济贡献排行榜的影响



旅游业就业占整体正式就业的比例指数对经济贡献排行榜的影响



旅游业年度投资占城市整体投资的比例指数对经济贡献排行榜的影响

旅游城市迎来资源需求扩张期，市场投资价值显著提升

从旅游业年度投资占城市整体投资的比例指数对经济贡献排行榜的影响来看，前 10 名城市为 18%，前 20 名为 27%，前 50 名为 56%，相较 2023 年的 13%、20%、57% 都有小幅上升，整体旅游全球旅游业已基本实现复苏，许多地区的游客数量和行业收入已经超过了 2019 年同期水平。

第一，在 2024-2025 年，全球旅游业呈现出一系列新趋势。根据世界旅游交易会（WTM）的全球旅游报告，国际旅游不仅已经从疫情的影响中恢复过来，而且已经超越了 2019 年的发展水平。预计全球过夜游客的数量将达到 15 亿人次，这一数据超过了 2019 年的记录。旅游消费方面也出现了显著的增长，2024 年全球休闲旅游的支出预计将达到 5.5 万亿美元，与疫情前相比增长了 24%。全球旅游业正面临新的发展机遇，旅游业的前景充满希望。

第二，资源导向型旅游城市呈现出更高的旅游投资集中度。从 100 个样本城市来看，旅游资源导向型城市因其产业特性，往往需要持续加大资本投入以提升旅游产品供给质量、完善配套设施建设，来增强游客消费吸引力。国际时尚地米兰和赌场行业发达的拉斯维加斯，分别处于第 1 位和第 2 位。而全球枢纽型旅游城市相较于节点型旅游城市，旅游投资比例占比较低。比如各个国家的首都和经济中心，意大利的罗马，美国的纽约等等，具有国际商贸、金融中心和交通枢纽功能的核心城市，其旅游投资规模往往相对有限。然而在后疫情时代，旅游资源导向型城市正面临重要的发展转型期，须通过持续增加旅游领域投资来推动产业升级：一方面要全面提升旅游基础设施的现代化水平；另一方面需着力创新旅游产品供给、优化服务体系并强化数字营销能力，以精准对接游客日益多元化的消费需求。

亚非地区旅游国际旅游发展进入加速期

2024 以来，国际旅游市场表现已经快速恢复到疫情前，但不同地区恢复程度存在明显差异。亚太和非洲等地区旅游城市在入境游客恢复上处于领先状态，中东、美洲、欧洲地区入境旅游恢复相对较缓。入境旅游增长率方面，2024 年 100 个样本旅游城市中，亚太地区旅游城市平均为 30%，高于美洲地区，欧洲地区及中东地区，非洲地区为（11.9%）超过疫情前水平，增速较快，主要在于：

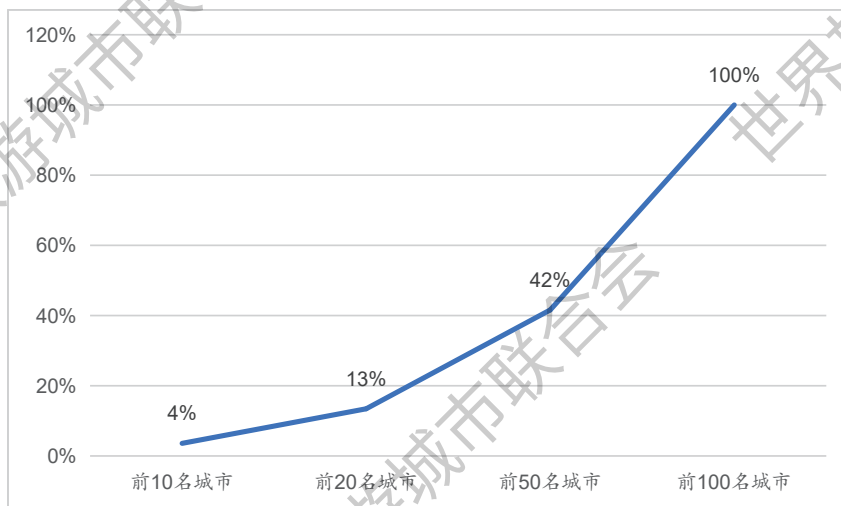
第一，各地区在政策开放度方面存在差异。亚太地区的增速最快，但较 2019 年恢复度较低。日本，马尔代夫等目的地表现较好，中国将过境免签政策从 144 小时延长到 240 小时，吸引了许多外来游客。由于高基数原因，中东地区的旅游业整体增速放缓，但较 2019 年基准水平恢复较快。签证便利化政策、大型旅游项目投资、航空运力提升及旅游产品多样化等因素，共同推动了其目的地入境游的增长。

第二，非洲旅游业增速加快，得益于签证政策简化、交通和旅游设施改等。肯尼亚自 2024 年 1 月起实施全球免签政策，游客仅需通过电子旅行许可证（ETA）系统在线申请即可入境，这一举措大幅降低了旅行门槛，直接推动了国际游客数量的显著增长。

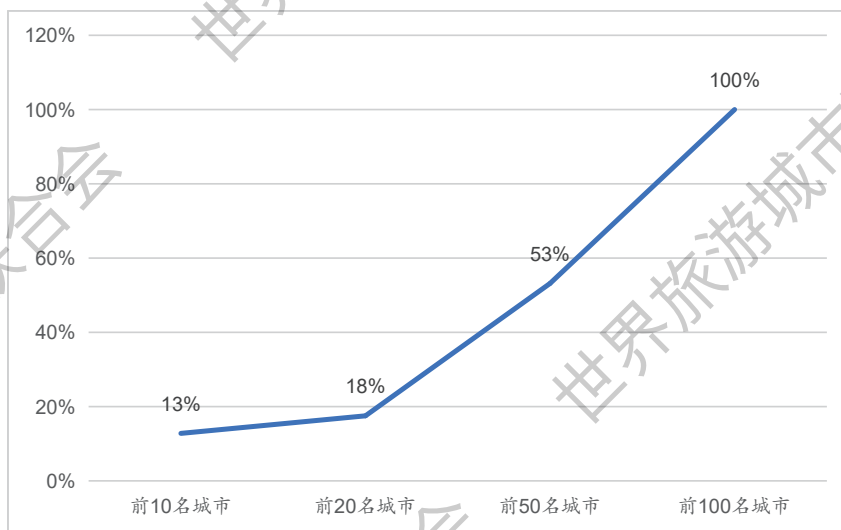
国际旅游市场的增速领先国内旅游增速

100 个样本旅游城市中，其国内旅游均实现了不同幅度的增长，平均增长幅度达 7.9%，但较 2023 年 9.3% 的增速有所下降。国际旅游市场增速平均达 15.9%，大大高于国内旅游增速，反映了头部旅游城市的复苏逻辑。100 个样本城市多为国际枢纽城市、洲际中心城市和地区节点城市，是国际游客集散地和国际知名的旅游目的地，国际航空运力在 2024 年才真正复苏，其中长线航班增幅最大，为国际旅游城市的国际旅游复苏提供了基础保障。2024 年，为了促进经济市场发展，越来越多国家推出政策利好，颁布入境游便利政策，这些政策直接刺激了样本城市的国际客流。此外，汇率差红利也带来了低成本目的地虹吸效应，比如新兴市场目的地如曼谷、伊斯坦布尔因本币贬值，成为国际游客“性价比之选”。随着国际游客停留时间的增加，带动国际购物消费和更多体验类服务消费。国内旅游在疫情后，积压的需求获得报复性释放，带来 2022 年和 2023 年的高速增长，其高基数增长在 2024 年有所下降。

从入境旅游增长指数和国内旅游增长指数排名的位置分析来看，城市经济贡献度指数前 10 个城市占入境旅游增长指数和国内旅游增长指数的比例为 4% 和 13%，前 20 个城市占比分别为 13% 和 18%，前 50 个城市排名占比均为 42% 和 53%。



入境旅游增长对经济贡献排行榜的影响



国内旅游增长对经济贡献排行榜的影响

游客满意度评价指数

2024-2025 年游客满意度单项排名

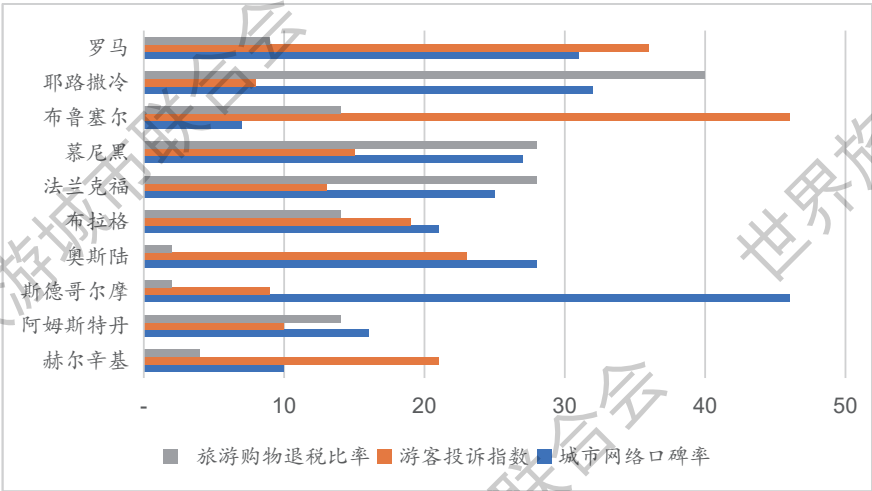
2024-2025 年游客满意度排行榜（前 20 名）

2024 年世界旅游城市游客满意度排行榜中，排名前十的城市大部分为欧洲地区城市，其中欧洲地区 9 个，亚太地区未上榜，中东有 1 个；排名前 20 城市中，欧洲地区城市 14 个，亚太地区城市 3 个，中东地区城市 3 个。

表 22 2024 年游客满意度排行（前 20 名）

排名	城市	国家	板块	排名	城市	国家	板块
1	赫尔辛基	芬兰	欧洲地区	11	东京	日本	亚太地区
2	阿姆斯特丹	荷兰	欧洲地区	12	都柏林	爱尔兰	欧洲地区
3	斯德哥尔摩	瑞典	欧洲地区	13	奥克兰	新西兰	亚太地区
4	奥斯陆	挪威	欧洲地区	14	伊斯坦布尔	土耳其	中东地区
5	布拉格	捷克	欧洲地区	15	鹿特丹	荷兰	欧洲地区
6	法兰克福	德国	欧洲地区	16	阿布扎比	阿联酋	中东地区
7	慕尼黑	德国	欧洲地区	17	柏林	德国	欧洲地区
8	布鲁塞尔	比利时	欧洲地区	18	日内瓦	瑞士	欧洲地区
9	耶路撒冷	以色列	中东地区	19	大阪	日本	亚太地区
10	罗马	意大利	欧洲地区	20	里斯本	葡萄牙	欧洲地区

2024-2025 年游客满意度上榜城市单项排名（前 10 名）



游客满意度排名前十名城市单项指标排名

2024 年游客满意度排名的年度变化（前 10 名）

相较于 2023 年，2024 年欧洲地区旅游城市的游客满意度指数保持稳定，排名有略微变化。赫尔辛基（上升至第 1 位）、阿姆斯特丹（上升至第 2 位）、布鲁塞尔（下降至第 8 位）、布拉格（下降至第 5 位）、奥斯陆（上升至第 4 位），罗马（上升至第 10 位）等欧洲旅游城市的排名有了些许变化。中东地区旅游城市的游客满意度指数也有了小幅提升：耶路撒冷（上升至第 9 位）。

表 23 游客满意度排名前十城市年度变化

城市	2024	2023	城市	2024	2023
赫尔辛基	1	2	法兰克福	6	9
阿姆斯特丹	2	4	慕尼黑	7	10
斯德哥尔摩	3	25	布鲁塞尔	8	1
奥斯陆	4	5	耶路撒冷	9	13
布拉格	5	3	罗马	10	12

2024-2025 年游客满意度排名特点分析

欧洲旅游城市凭借多元优势持续获得高满意度

欧洲拥有全球最密集的世界遗产与文化资源，从罗马斗兽场到巴黎圣母院，从雅典卫城到布拉格老城，不少景点还借助现代科技，为游客带来新颖的历史文化体验，让古老文明焕发出新的活力；服务体系成熟，多语言支持、清晰导览标识与高效交通网络覆盖主要旅游场景，满足国际游客出行需求，且景点布局密集，无论是城市内交通还是跨区域出行，都十分便捷，且能适应不同语言背景的游客；社会环境安全稳定，西欧、北欧等热门区域治安水平长期位居全球前列，为游客提供心理安全感，让游客能够安心享受旅程；数字化体验领先，电子退税、智能导览、跨国交通通票等创新服务提升了旅行便捷度，游客能更轻松地规划行程、享受服务，从购物到游览，各个环节都更加高效、智能。欧洲旅游城市购物退税平均达 19.7%，高于亚太 9.5% 和美洲 4.3%，赫尔辛基等城市退税超 16%，也为其高游客满意度奠定了基础。



英国 爱丁堡

中东旅游城市依托优质服务成为网络口碑赢家

在全球旅游业蓬勃发展的浪潮中，各区域旅游城市纷纷通过创新策略提升服务品质。其中，中东地区将数字平台优势与旅游服务创新相结合，显著提升了国际知名度。

城市网络口碑度方面，中东地区旅游城市的网络口碑度最高，平均为 97。以阿布扎比为例，其城市网络口碑全球第一，2024 年阿布扎比的旅游营销业务已拓展至 25 个国际市场，包括对中国在内的多国游客实施免签或落地签政策，以及便捷的入境流程，吸引了众多国际休闲和商务旅客。除了世界级文化地标，阿布扎比通过“阿布扎比 2030”旅游战略持续推出文化艺术活动，如展览、手工艺品展示等，为游客提供深度文化沉浸体验。作为阿布扎比政府主导打造的两大战略性旅游综合体，2024 年亚斯岛和萨迪亚特岛的游客人数显著增长。亚斯岛全年酒店入住率达 74%。游客量突破 3800 万人次，较 2023 年增长 10%。主题公园国际游客访问量增长 40%，尤其是中国、印度、英国和俄罗斯的游客表现突出。联合国《2024 电子政务调查》显示，阿联酋在电信基础设施指数中以满分 100% 位列全球第一，体现了数字网络的广覆盖与高效率。近年来，阿联酋连续保持全球移动互联网速度第一，也为游客带来了优质的体验。为吸引更多年轻游客，中东积极发挥社交媒体优势。GO-Globe 数据显示，整个海湾地区互联网普及率极高，五个海湾合作委员会国家的互联网普及率达 99%，这也是其互联网高口碑率的原因之一。中东地区大力投资航空运输，增加国际航线和航班频次。2024 年 4 月南方航空和东方航空先后开通由北京、深圳和上海直飞利雅得的航班，中国航空公司增开了多条飞往中东的航线，包括阿布扎比、卡塔尔等城市。欧洲地区及亚太旅游城市网络口碑度平均值接近，分别为 96.5 及 96.1，位居第二、第三位。相比而言，非洲地区旅游城市网络口碑度最低，仅为 85.3，低于 100 个样本城市平均值。

游客投诉率方面，非洲地区旅游城市游客投诉率最高，达 17.0%，与去年持平。究其原因，主要是旅游基础设施薄弱，交通、住宿及导览标识等与国际标准差距大，难以满足基本体验需求；安全保障不足，部分地区受地缘政治与治安问题影响，游客人身财产安全感低；服务专业化水平较低，语言沟通障碍、服务流程不规范等问题易引发投诉。相对来说，中东地区游客投诉率最低，仅为 9.8%，主要得益于沙特、阿联酋等国服务全面升级，叠加签证便利化政策，降低出行门槛，共同推动中东从“小众目的地”迈向“高满意度新兴市场”。

亚太旅游城市通过服务精细化与数字赋能形成独特优势

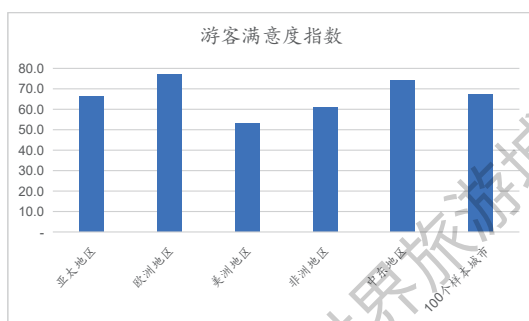
在全球旅游业复苏与品质化需求并进的背景下，亚太旅游城市以东京和北京为典型代表，二者通过服务细节革新与数字工具应用，为全球旅游城市提升游客满意度提供了实践范本。

东京的游客投诉指数全球最低，其精细化服务与数字化创新是关键。例如东京羽田机场部署了多语种机器人引导员通过 AI 语音识别为游客提供航班查询、路线导航、翻译服务（支持中英韩等 12 种语言）。机场集成“Face Express”刷脸通关系统，国际游客可提前注册面部信息，实现值机、安检、登机全程无接触通行。设置智能行李追踪系统（RFID 技术），游客可通过机场 APP 实时查看行李位置，解决转机焦虑。推出东京旅游的官方指南平台“GOTOKYO”，提供多语言（含中文）的旅游信息，涵盖景点、交通、节庆活动等。还提供中文界面支持的打车服务（如“GO 旅日打车”微信小程序），覆盖东京主要区域，支持微信支付，简化出行流程。

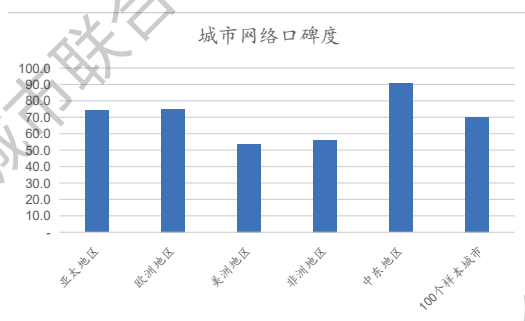
北京在便捷入境游客服务方面表现同样出色，2024 年以来，推出外国人城市轨道交通境外银行卡拍卡过闸服务，实现全球主流银行卡“即刷即乘”；优化外国人 SIM 卡办理流程，支持“线上申请、线下领卡”，大幅缩短通信服务获取时间。北京深度开发“大美中轴观光巴士”等特色旅游产品，将文化遗产与现代体验有机融合。其中，大美中轴线观光巴士自 2024 年 8 月 17 日开通至年底，累计发车 1019 车次，运送乘客近 2.7 万人次，成为入境游客感受古都魅力的首选。通过优化服务流程、强化多语言支持与数字化配套，北京入境游客投诉率持续下降，游客满意度跃居亚太城市前列。

消费者对性价比的更高需求导致游客满意度下降

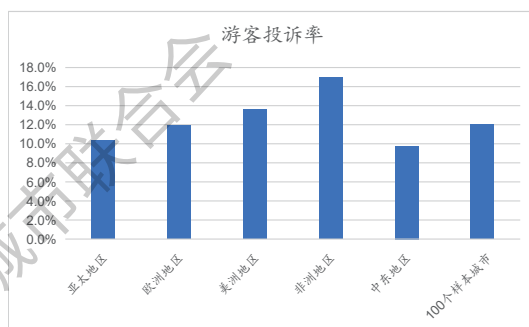
在 2024 年全球旅游业竞争中，提升游客满意度成为各大旅游城市和国家的重点策略。尽管各方努力提升整体旅游服务质量并减少投诉数量，100 个样本旅游城市的平均游客满意度指数却从 2023 年的 69.5 下降到 67.3。游客对公共服务、购物体验、旅游产品的性价比以及推荐意愿的评价较去年同期有所提升。然而，在景区游览、交通出行、住宿服务以及旅行社服务等传统旅游业态方面的体验却出现了明显下降。出境旅游市场持续快速扩容，游客对旅游品质、体验和性价比的要求不断提高。这种需求升级与境外目的地资源供给之间出现了适配偏差，尤其是在住宿和交通方面，价格过高进一步影响了游客的整体满意度。



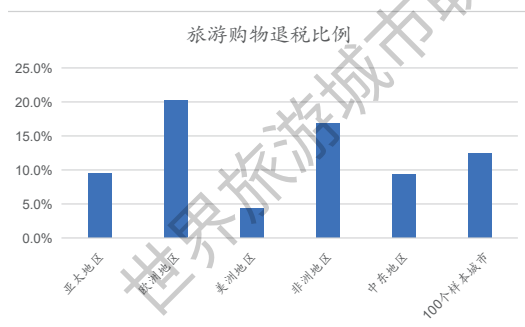
各板块游客满意度指数



各板块网络口碑度平均值



不同板块地区游客投诉率



不同地区板块购物退税平均值

促进世界旅游城市综合发展的 对策和建议

2024 年以来，全球旅游业在复苏轨道上持续前行，但亦呈现出更为复杂多元的发展态势与挑战。游客需求已从简单的观光恢复转向对安全性、智能化、文化沉浸感及高品质体验的深度追求。与此同时，地缘政治摩擦、技术迭代加速、消费理念升级等因素交织作用，深刻重塑着旅游市场的格局与竞争法则。为有效应对这些新变化，引领世界旅游城市实现更具韧性、更可持续、更富吸引力的高质量发展。为促进旅游城市的高质量发展，世界旅游城市联合会根据 2024 年 -2025 年世界旅游城市发展的综合特点，特分析总结出六条促进世界旅游城市综合发展的对策建议。

强化城市安全建设，构建韧性旅游城市

旅游安全已成为 2024 年全球游客决策的首要考量因素。一方面，持续的地缘政治紧张局势，如中东地区冲突升级，以及部分国家政策环境的变化，如美国强化移民倾向审查引发的游客不安全感与不友好感，直接冲击特定区域的旅游市场，导致游客流向发生显著改变。偶发的安全事件，在互联网时代也会造成旅游地震。如 2025 年初中国游客在泰国被绑架事件，直接导致中国赴泰旅游退票量激增 155%，反映出对游客对安全问题的集体焦虑。另一方面后疫情时代的深远影响使得游客对公共卫生安全、交通出行安全、住宿场所安全以及突发事件的应急响应能力空前关注。此外，深度旅游趋势下，游客在行程中对各环节，包括交通换乘、住宿体验、景区游览、紧急避险安全性的敏感度也大幅提升。旅游安全风险呈现出多元化、复杂化的特征，亟需城市管理者将其置于战略核心位置。

旅游城市应加强构建覆盖全域、响应快速、信息透明的旅游安全防控与韧性体系，这包括系统性地升级公共卫生监测网络和应急响应预案，确保从机场车站到旅

游景区、从酒店餐厅到公共交通工具等关键场所严格执行国际通行的卫生安全标准，并配备必要的应急设施；同时，应整合智能视频监控、大数据分析预警等先进技术手段，加强对治安状况的动态监测与风险预判，显著提升公共安全治理水平。针对地缘政治冲突、公共卫生事件、自然灾害等非传统安全风险，需要建立健全动态风险评估机制和预警信息发布平台，通过官方 APP、社交媒体、入境提示等多渠道为国际游客提供实时、准确、透明的安全风险提示和行动指引。此外，应持续优化签证政策和入境检查流程，在有效保障国家安全的前提下，最大程度提升入境便利度和友好体验，减少因政策壁垒造成的负面感知。在基础设施层面，要着重强化交通枢纽、旅游景区设施的防灾抗灾能力和应急疏散通道规划，确保在极端天气或突发事件下能迅速、有序地保障游客安全，并确保旅游活动全链条各环节的安全管理标准清晰明确、执行监督到位。

通过系统性地构建全域安全防控体系与韧性基础设施，旅游城市将为全球游客营造一个高度可靠、值得信赖的环境。游客将能够安心探索目的地，无需担忧地缘风险、卫生隐患或突发事件的侵扰。这种无处不在的安全感将成为城市的核心竞争力，显著提升其国际声誉和吸引力，吸引更多追求安心、舒适体验的游客，为旅游业的长期繁荣奠定最坚实的基石。

深化科技赋能，引领智慧旅游新体验

以人工智能（AI）、大数据、物联网为代表的新一代信息技术正以前所未有的深度和广度重塑旅游消费的全链条。游客在规划行程、获取信息、预订服务、现场互动、支付结算乃至分享评价的每一个环节，都表现出对智能化、便捷化、信息透明化以及高度个性化服务的强烈偏好。传统的服务模式已难以满足游客日益增长的“一键式”、“无感化”体验需求，智慧旅游从概念走向落地成为提升城市旅游竞争力的关键引擎。

旅游城市应全方位拥抱数字化转型，大力推动 AI 技术在旅游场景的深度应用与融合创新，例如广泛应用基于大模型的生成式 AI 智能助手，使其能够为游客提供从行前灵感激发、个性化行程定制、多语种实时翻译与深度文化解说，到行中即时

信息问答、智能导览推荐、应急求助等一系列高度定制化的服务，显著提升游客满意度和体验深度。同时，充分利用 AI 驱动的客流预测、资源调度和需求分析模型，赋能城市旅游管理部门和企业实现更精细化的运营管理和优化服务。要着力打造覆盖“吃住行游购娱”全场景的无缝化智能服务生态，在巩固深化在线预订、移动支付、无接触入住等现有应用的基础上，积极推广智能导览解说系统、VR/AR 沉浸式体验项目、虚拟重现历史场景、增强现实景观导览、配备智能客控系统的酒店客房、景区内的无人值守便利店和智能零售终端等创新应用，让科技真正服务于游客体验的提升。此外，需要构建城市级的智慧旅游综合管理中枢平台，有效整合来自交通、安全、气象、景区、酒店、OTA 等多源异构数据，实现全市范围内的客流实时监测与预警、交通运力的智能调度与疏导、安全风险协同处置、服务质量与游客满意度的动态评价等核心功能，为政府部门的精准施策和旅游企业的敏捷运营提供强大的数据支撑和决策依据。

全面拥抱 AI 与智慧旅游技术，将使城市旅游服务焕发革命性的新面貌。游客将享受前所未有的便捷与个性化，从行前的智能规划到行中的沉浸式互动，再到行后的无缝分享，每一个环节都流畅高效、充满惊喜。城市管理者则能通过智慧中枢洞悉全局，实现资源的最优配置和服务的精准供给。这不仅将极大提升游客满意度和忠诚度，更将塑造城市作为创新、高效、未来感十足的智慧旅游目的地形象，引领全球旅游体验的新潮流。



中国 香港

深挖文化特色，丰富旅游产品新内涵

当下游客的旅游消费行为正经历着从“走马观花”到“深度沉浸”的深刻转变。他们不再满足于简单的景点打卡拍照，而是渴望与目的地建立深层次的文化连接和情感共鸣，追求“带走独特的文化记忆和故事”。对非物质文化遗产、历史遗迹、地方民俗、特色手工艺等文化资源的兴趣显著提升，愿意为具有深厚文化内涵和独特体验价值的旅游产品付费。同时，体育旅游、康养旅游、以演唱会为代表的文化演艺旅游等主题细分市场持续火爆，夜间经济也成为激活消费的重要时段。

旅游城市需将文化视为旅游发展的核心灵魂和核心竞争力，系统性地开展地方文化遗产资源，尤其是濒危的非遗项目、具有重大价值的历史遗迹的普查、挖掘、保护与创新性活化工作，通过打造主题鲜明的历史文化街区、开发沉浸式互动演艺项目、策划具有广泛影响力的特色文化节庆活动等方式，将静态的文化资源转化为可感知、可参与、可带走的动态旅游体验。要精心设计并推广蕴含丰富文化故事的深度游、研学游线路，并配套开发高品质、有创意的文化创意衍生品，如基于非遗技艺的纪念品、讲述城市故事的特色商品，延长文化体验链条并提升产业附加值。应积极响应游客对多元化、个性化产品的需求，大力繁荣“夜经济”，开发集夜间观光、主题演艺、特色市集、地方美食体验等于一体的高品质夜间旅游产品，点亮城市夜间魅力。同时，针对蓬勃发展的细分市场，需精心策划体育旅游产品，如结合大型赛事观赛与体育项目体验、康养旅游套餐、演唱会主题游、研学旅行项目，提供票务、交通、住宿、周边体验一站式服务以，形成丰富立体的产品供给体系。在开发过程中，必须始终强调地域文化的独特性与真实性，避免同质化竞争，并坚持可持续原则，确保文化资源的开发利用与生态环境保护相协调。

当城市成功将其独特的文化基因注入旅游产品，游客将不再仅仅是过客，而是成为城市故事的参与者和传播者。深度文化体验、活力四射的夜经济、精心策划的主题游，将共同编织成一张魅力无穷的旅游网络。这不仅能让游客获得独一无二、回味无穷的精神享受，带走承载城市灵魂的文化记忆与礼物，更能有效保护与传承珍贵的文化遗产，使城市在全球旅游版图中以其不可复制的文化魅力独树一帜，实现旅游发展与文化永续的双赢。

精准城市定位和营销，提升城市国际品牌度

在全球旅游市场竞争日益白热化的背景下，一个清晰、独特且富有吸引力的城市品牌形象变得至关重要。当前，游客获取信息的渠道更加多元，选择也更加理性，传统的泛泛而谈的营销方式效果式微。能否精准定位城市的核心价值，挖掘其独特的历史文化、前沿的创新活力、壮丽的自然风光或极致的休闲度假环境特点，并通过标志性事件和针对性营销有效触达目标客群，成为吸引国际游客的关键。泰国、非洲等地针对中国游客的成功营销案例证明了精准定位的价值。

城市品牌建设需要战略聚焦和持续投入，核心在于持续引进或自主培育具有全球影响力和话题性的标志性品牌活动。例如，积极申办或承办世界杯等顶级国际体育赛事，吸引国际知名展会、国际组织会议等高端国际会议落户，引入全球知名艺术家的大型巡演，精心设计配套的旅游产品和城市体验，最大化这些“超级事件”对城市知名度、美誉度和旅游经济的综合拉动效应。清晰定义并持续传播城市的独特“符号”与核心价值主张，无论是“千年古都”、“设计之都”、“探险乐园”还是“海滨度假天堂”，都需要通过整合营销策略，在社交媒体内容运营、影视剧和综艺节目植入、与具有全球影响力的关键意见领袖（KOL/KOC）合作、参加国际旅游展会等多渠道进行一致性、高频次、富有创意的传播，不断强化城市的独特形象印记。必须深入研究核心客源市场及潜力市场游客的消费习惯、文化偏好、信息获取渠道和旅行难点，开展高度定制化的精准营销活动。例如泰国就针对中国游客开展了一些定向营销活动。与中国实施永久互免签证政策，在中国成都举办“萨瓦滴·你好”旅游推广活动，通过明星见面会等形式，重塑泰国安全友好的旅游形象，为中国游客提供专属折扣、美食特惠等福利，打造一站式消费体验，为曼谷、清迈等地的550多名公交司机提供中文语言、文化礼仪、安全驾驶等领域培训，以打造更国际化的旅游服务环境。可非洲部分国家为中国游客提供的签证便利化、中文导游、定制线路等特色服务，切实解决目标客群的实际关切，2025年上半年中国游客赴非洲订单量同比激增约1.2倍。非洲机票预订量也呈现出强劲增长势头，埃及和肯尼亚的增速尤为显著，分别达到236%和167%。

通过精准的品牌定位和卓越的国际事件营销水平，城市将在全球游客心中树立起鲜明、独特且极具吸引力的形象。标志性活动将带来持续的全球曝光和口碑效应，使城市成为国际旅行者心驰神往的目的地。精准的客源营销则能高效触达目标人群，显著提升转化率和游客满意度。最终，城市将不再是一个模糊的地理名称，而是成为一个蕴含丰富价值、情感和体验的强势国际旅游品牌，吸引源源不断的全球客源，实现旅游经济效益的最大化。

优化服务细节，提升全域旅游便利度

便捷、舒适、无障碍的旅游服务体验是提升游客满意度、促进口碑传播和重复到访的基石。近年来，游客对旅游服务细节的要求更加苛刻，尤其在语言沟通、支付方式、交通接驳、信息获取、特殊人群关怀以及入境便利度等方面。任何环节的不顺畅都可能显著影响游客的整体评价和旅游意愿。入境签证的繁琐流程、市内交通的不便、语言障碍、支付困难等仍是许多国际游客的痛点。

提升旅游服务能力是一项系统工程，首要任务是持续优化旅游基础设施网络，特别是提升机场、火车站等主要交通枢纽的运营效率和服务水平，完善城市内部的地铁、公交、出租车、网约车以及连接周边城市和主要景区的城际快速交通，如高铁、旅游巴士专线等，确保游客能够便捷高效地实现“点对点”移动，并着重解决“最后一公里”和景区内部交通的接驳问题。要全面推进“无障碍”与“无困扰”的国际化服务环境建设，这包括在机场、车站、景区、酒店、主要街道等游客密集区域设置清晰、规范的多语种标识指引系统；开发功能完善、信息准确、操作便捷的多语种城市旅游官方 APP 和网站，提供实时交通、景点、活动、紧急信息查询及在线服务；大力提升支付便利性，广泛支持国际信用卡、银联以及支付宝、微信支付等主要客源国游客习惯使用的移动支付方式；同时，须重视无障碍环境建设，在公共设施、交通工具、旅游景区等场所按高标准配备无障碍通道、电梯、卫生间等设施，并提供针对残障人士、老年人、儿童等特殊群体的关爱服务，体现城市的包容性与温度。在入境环节，应积极推动签证便利化政策落地，如扩大免签 / 落地签国家范围、优化电子签证申请流程并缩短审批时间、提高口岸边检通关效率，并通过官方网站、使领馆、旅行社等渠道向潜在游客提供清晰、易懂的入境政策、签证要求和通关指引信息，消除信息壁垒。

当游客从踏入城市的第一步起，直至旅程结束，都能感受到无处不在的便利、友好与无障碍关怀时，城市的亲和力与专业形象将深入人心。顺畅的交通、无障碍的环境、便捷的支付、清晰的多语种指引和高效的入境服务，共同构成一张无形的欢迎之网。这将极大提升游客的整体满意度和舒适度，激发其积极的口碑传播和再次到访意愿，使城市在全球游客心中留下“友好、便捷、包容”的深刻印象，成为乐于推荐、值得重游的理想目的地。

深化区域协作，构建共赢旅游生态圈

面对气候变化、安全风险、市场竞争加剧等全球性挑战，单个城市单打独斗的模式已显乏力。加强区域乃至全球范围内的旅游城市合作，实现资源共享、优势互补、经验互鉴、风险共担，是应对不确定性、提升整体吸引力和竞争力的必然选择。区域一体化旅游产品、多城联运、主题线路对游客的吸引力日益增强，签证便利化是促进区域旅游的关键因素。

世界旅游城市应秉持开放合作、互利共赢的理念，积极探索和深化多层次、多领域的协作机制。在区域层面，可大力推广“签证互认”、“一程多站”的旅游合作模式，效仿中东部分国家如海湾合作委员会国家的区域签证便利化措施、欧洲申根区的成功经验，以及中国国内以北京为核心的京津冀旅游协同发展，以上海为核心的长三角“2小时城市圈”等实践，通过政策协调和基础设施联通，有效整合区域内旅游资源，设计串联各城市的主题旅游线路，实现客源的互送互流，共同做大区域旅游市场蛋糕。要加强区域城市间在制定统一的安全卫生标准、协同应对突发公共危机事件、共同保护生态环境，特别是应对气候变化对旅游资源的威胁、联合开展文化遗产保护与研究、共享旅游人才培养与培训资源等方面的深度交流与务实合作，共同提升全球旅游治理水平。此外，可以积极开展跨城市、跨区域的联合营销推广活动，共同策划和打造具有国际影响力的主题旅游线路品牌，联合参加国际旅游展会，分摊营销成本，扩大整体声量，提升区域的整体国际知名度和吸引力，实现“1+1>2”的协同效应。

通过构建紧密的区域旅游协作网络，世界旅游城市将突破地理界限，共同打造更具吸引力和竞争力的旅游产品集群。游客将享受到“一程多站”的无缝旅行体验，探索更广阔、更多元的文化与景观。城市间通过共享资源、共担风险、共谋发展，能够更有效地应对全球性挑战，降低成本，放大影响力。这种深层次的合作将催生一个更具韧性、更可持续、更富活力的全球旅游生态系统，让每一个参与其中的城市都能从中受益，共同推动世界旅游业的繁荣与进步。

通过系统性地、协同性地推进以上六大领域的优化升级，世界旅游城市将能更有效地把握未来旅游业发展的脉搏，有力应对地缘政治、技术变革、消费升级带来的复杂挑战，显著增强城市旅游发展的韧性与活力。为全球游客创造更加安全可靠、智能便捷、文化底蕴深厚、服务细致入微的卓越旅游体验，从而在激烈的国际竞争中赢得持续发展的优势，实现经济繁荣、社会和谐与文化昌盛的多赢局面。

世界旅游城市联合会（WTCF）是世界上首个以城市为主体的全球性国际旅游组织，通过开展各类活动，积极为世界旅游搭建交流经验、加强合作、凝聚共识的合作平台，推动世界旅游城市的可持续发展。国际旅游会议和论坛是促进旅游城市交流与合作的重要平台。世界旅游城市联合会每年举办的香山旅游峰会和世界旅游合作与发展大会，为各国和城市的代表提供了交流最佳实践和经验的渠道，加强旅游城市之间的沟通与协作，共同应对全球旅游市场变化和挑战。这些活动不仅推动了区域旅游业的发展，也为全球旅游业的合作与发展提供了宝贵的平台和机会。

旅游城市间的合作是促进旅游业繁荣发展的重要动力。世界旅游城市联合会作为全球旅游城市合作的核心平台，将继续致力于促进会员城市间的深度交流、经验互鉴与实质性项目合作，共同推动全球旅游业向着更可持续、更具包容性、更高质量的未来迈进。