

新闻稿

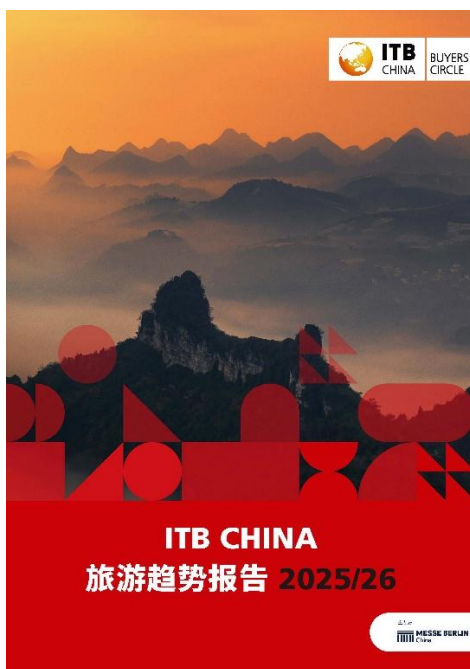
2026年5月26-28日 | 上海



2025 年 8 月 11 日

《ITB China 旅游趋势报告 2025/26》发布：多元化、体验升级与科技融合推动中国出入境旅游加速重构

7月28日,《ITB China 旅游趋势报告 2025/26》由 ITB China 携手两大权威机构——Tourism Economics 与 携程集团联合正式发布,聚焦出境游、会奖旅游(MICE)与入境游三大板块的结构变化与趋势演进,结合数据洞察与行业专家观点,描绘中国旅游行业的新增长阶段与新机遇图谱。



[点击此处下载报告](#)

Tourism Economics 隶属于全球领先的经济研究机构 Oxford Economics, 长期为全球 500 多家旅游企业与目的地提供研究支持, 其预测数据被广泛应用于行业战略制定与政策

评估；携程则作为国际化的一站式旅游服务商，拥有全球领先的出入境旅游交易数据与消费洞察。

本报告整合了双方的数据专长与行业视角，并结合来自 ITB China 买家俱乐部 1400 位买家的定量调研及多位行业专家的深度访谈，旨在为全球旅游从业者提供兼具广度与深度的中国旅游市场洞察与未来趋势判断，帮助他们在快速变化的环境中调整业务运营。

ITB China 主办方柏林会展（中国）副总经理李佳女士表示：“我们希望通过这份年度趋势报告，为所有关注中国旅游市场的全球合作伙伴及从业者提供具有洞察价值的参考视角，帮助他们深入理解中国旅游消费与产业发展趋势，识别潜在机遇、把握行业脉动、提升市场判断与业务决策能力。”

出境游主力客群双线扩展，代际分化趋势明显

携程数据显示，80 后与 90 后在 2024 年出境人群中以 67% 的占比稳居核心出境客群，并将在未来市场中扮演愈发重要的角色。然而，另一股不可忽视的力量也正在崛起：预计到 2025 年底，中国将有超过 1 亿“活跃老人”投身旅游市场，银发游市场规模有望突破 1 万亿元人民币。

这是否意味着，“主力客群”的定义正悄然发生转变？年轻一代与银发游客会否在未来呈现出两种完全不同的出境游图谱？企业应如何调整产品结构与营销语言，才能同时击中两种截然不同的消费心理？

高消费+强偏好：“小众”“个性化”成为出境关键词

越来越多的中国游客正在从“走马观花”转向“情绪共鸣”和“生活方式”的沉浸体验。ITB China 调研显示，82% 的受访者表示公司已开展“目的地定制团”业务，显示供需两端都在快速适应个性化趋势；但另一边，一部分目的地仍保持着跟团游的市场需求，48% 的受访者公司仍在经营“目的地散拼团”业务。当“想要自由”与“现实顾虑”之间存在张力，旅游供应侧如何寻找到破局良方？

Tourism Economics 的数据测算表明：2024 年中国游客在全球目的地的人均每晚消费显著高于其他主流客源市场。哪些客群愿意为小众体验付出溢价？新趋势下，旅游企业又如何真正实现“个性化”，抓住这波“情绪价值型消费”的机会？

企业出海潮为中国 MICE 市场带来新机遇，商务休闲游成增长引擎

在 ITB China 的买家调研中，多达 83% 的受访者认为“商务+休闲”（Bleisure）将成为未来的关键增长点，这一趋势不仅反映了员工旅行偏好的变化，也为目的地提供了新的整合服务机会。当企业不再只追求“会议效率”，而更关注“差旅体验”与“员工幸福感”，MICE 服务的增长动力是否也将从成本控制转向价值创造？Bleisure 热潮下，中国企业客户对目的地与产品的期待有哪些正在发生变化的线索？

技术与政策释放新动能，推动高质量增长

ITB China 调研数据显示，超过 50% 的受访者公司已在运营中使用 AI 工具，主要用于产品推荐、客户服务和市场分析等场景。AI 技术在提升效率和优化体验方面的潜力正被快速激发。AI 正在重塑旅游服务链的每一个触点，在 AI 技术与人本体验之间，旅游企业该如何找到最优解？政策铺路、技术赋能之后，真正能推动行业进入“高质量增长”的下一个阶段的会是什么？是产品模式的重构，更精准的客户运营，还是全链路数字化？

入境游强劲复苏，中国目的地吸引力持续提升

报告指出，中国入境旅游市场正在进入黄金发展期，根据 Tourism Economics 预测，随着签证政策优化、航班通达性持续提升，以及城市接待能力与旅游产品多样化同步增强，中国在全球旅游市场的入境份额将持续扩大。与此同时，入境游客的偏好正悄然转向：自由行成为主流、社交媒体影响显著提升、沉浸式与“生活方式类”体验热度攀升，而传统地标式的“到此一游”正在被更真实、去商业化的小众目的地体验所取代。

面对这样的变化，目的地营销、文旅产品设计与服务供给该如何调整，才能真正匹配国际游客的新需求？对于希望深耕入境游市场的企业而言，是继续押注传统主客源市场，还是率先布局正在崛起的新兴客群？在一轮新的国际客源争夺中，谁能率先识别拐点、抢占心智？

《ITB China 旅游趋势报告 2025/26》作为一年一度的重要行业观察窗口，针对这些趋势背后的逻辑与未来走势提供了深度洞察与专业研判，助力旅业从业者与决策者在变化中寻找方向、发现机会、制定策略。

完整报告现已发布，欢迎点击下方链接获取全文：

[点击此处下载](#)

关于 ITB China

2026 ITB 上海国际旅游交易博览会将于 5 月 26 日至 28 日在上海世博展览馆举行，是国内专业的聚焦中国旅游市场的 B2B 交易会。展会精心挑选优质买家，与遍布世界各地的行业专家汇聚一堂。展会提供丰富多彩的社交活动和高效便捷的商贸配对系统，帮助参会者在展会中获得优质体验，拓展商机。ITB China 携手国内专业的论坛组织者环球旅讯（TravelDaily）共同举办 ITB China 论坛，助推行业赛道跑出“加速度”

展商咨询：exhibitor@itb-china.com

买家咨询：buyer@itb-china.com

观众咨询：visitor@itb-china.com

媒体咨询：press@itb-china.com

关于 ITB 全球品牌家族

过去 50 多年来，ITB 这一品牌已成为全球旅游行业分享知识、开展社交和引领行业趋势的代名词，全年不间断地举办虚拟、现场及线上线下混合形式的各类活动。随着旅游行业的复苏，ITB

品牌家族率先重启线下现场活动。2025 年 9 月 2 日至 4 日期间，ITB India 将在孟买举办；2025 年 10 月 15 日至 17 日期间，ITB Asia 将在新加坡举办，覆盖更广泛的区域市场；作为全球领先的旅游行业 B2B 贸易展，ITB Berlin 将于 2026 年 3 月 3 日至 5 日在柏林举行；中国旅游业的顶级交易平台 ITB China 定于 2026 年 5 月 26 日至 28 日在上海举办；首届 ITB Americas 将于 2026 年 11 月 10 日至 12 日在墨西哥瓜达拉哈拉举办，聚焦美洲市场。

更多详情，请访问 ITB China [官方主页](#)。

欢迎关注我们的社交平台：[Facebook](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#) | [YouTube](#) | [微信](#) | [微信视频号](#)

媒体联络：

ITB Berlin / ITB Asia / ITB China / ITB India / ITB Americas

Julia Sonnemann

公关经理

地址：Messedamm 22

14055 Berlin

电话：+49 30 3038-2269

邮箱：julia.sonnemann@messe-berlin.de

网址：www.messe-berlin.com

柏林会展有限公司（Messe Berlin GmbH）

Emanuel Höger

发言人

高级副总裁

柏林会展集团传播部

地址：Messedamm 22, 14055 Berlin

网址：www.messe-berlin.de

[数据保护通知](#)

柏林会展有限公司中国分公司（Messe Berlin China）

David Axiotis

中国区总裁

柏林会展有限公司（Messe Berlin GmbH）

柏林会展有限公司（Messe Berlin GmbH）管理委员会：

首席执行官（CEO）：Dr. Mario Tobias

首席运营官（COO）：Dirk Hoffmann

监事会主席：Eric Schweitzer 博士

公司注册信息：Amtsgericht Charlottenburg，商业注册代码：HRB 5484 B

数据保护通知

您可随时申请将您的电子邮件地址从新闻发布名单中移除。如需移除，请发送邮件至：presse-itb@messe-berlin.de

柏林会展有限公司中国分公司（Messe Berlin China）

David Axiotis

中国区总裁

柏林会展有限公司（Messe Berlin GmbH）

柏林会展有限公司（Messe Berlin GmbH）管理委员会：

首席执行官（CEO）：Dr. Mario Tobias

首席运营官（COO）：Dirk Hoffmann

监事会主席：Eric Schweitzer 博士

公司注册信息：Amtsgericht Charlottenburg，商业注册代码：HRB 5484 B

数据保护通知

您可随时申请将您的电子邮件地址从新闻发布名单中移除。如需移除，请发送邮件至：presse-itb@messe-berlin.de