

复苏与蜕变

2025中国旅行新洞察与新叙事

Culture Prism Team

INNOVATING TO IMPACT

dentsu

中国旅行复苏：国内强劲反弹，出境需求升温

近期的数据和报告显示，中国游客在国内和国际旅游市场的回归出现了积极信号。中国国内旅游已呈现强劲复苏态势，游客数量接近疫情前水平。国际旅游预订量也在激增，尤其是前往东南亚的预订，这表明中国出境旅游的兴趣正重新燃起。

国内游

强劲复苏：

中国国内旅游业正呈现强劲反弹态势，在刚过去的春节假期，旅游出行人次已恢复至疫情前水平的 90%。

收入增长：

同期国内旅游收入也实现显著回升，达到 2019 年水平的 70% 左右。

假日旅游：

春节期间往往会引发国内外旅游热潮，其中国内旅游预订量出现明显增长。

国际旅游

预订量激增：

有明显迹象显示，中国游客出境旅游的意愿强烈，国际旅游预订量显著增加，尤其是前往东南亚的预订。

春节假期预订：

春节期间，国际目的地的预订量大幅增长，有报告显示，部分地区的预订量较上年激增 540%。

中长途旅游：

除东南亚等近程目的地持续受青睐外，中长途目的地的预订量也在上升，这表明游客的旅游偏好正趋于多样化。

价格敏感度：

尽管旅游意愿浓厚，但人们对价格波动较为关注，在复苏初期，可能更倾向于选择性价比更高的旅游产品。

2024 年中国旅游市场概览

国内游

+15% YOY

43.7亿人次

+17% YoY

2024 年国内游客总花费达 5.75 万亿元人民币

出境游

+41% YoY

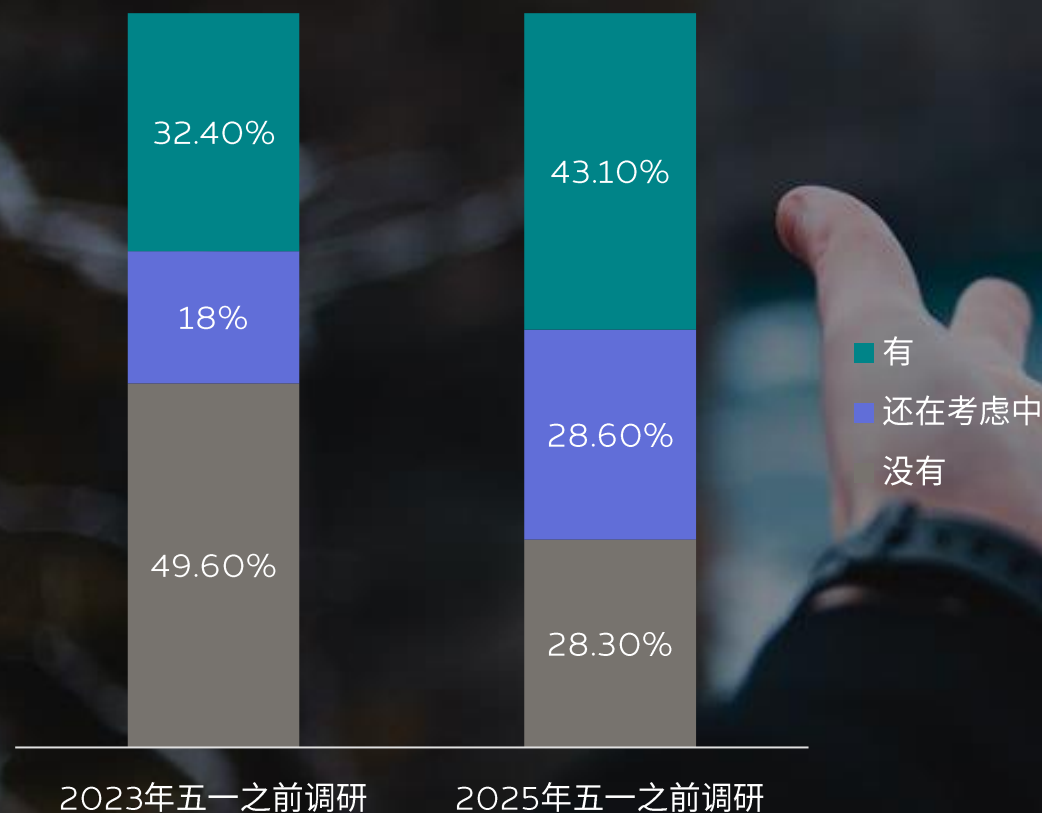
2024 年出境游人次达 1.46 亿

44.7% YoY

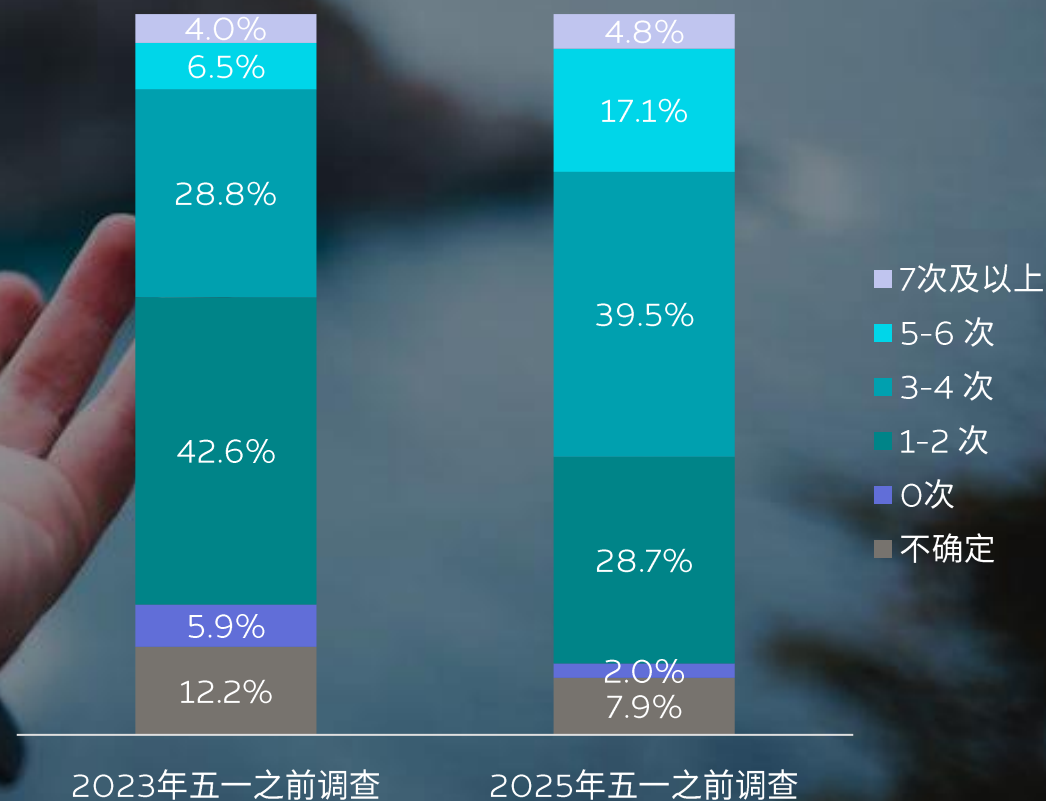
前往香港、澳门及东南亚的游客

2025 年的旅游意愿明显高于 2023 年，反映出消费者持续探索世界的愿望

Q: 五一你有旅行计划吗



Q: 你打算一年旅游几次



A group of hikers is seen from behind, walking along a dirt trail on a mountain. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and long shadows. The hikers are wearing backpacks and casual outdoor clothing. The landscape features grassy terrain, some small trees, and distant mountain ranges under a clear sky.

新挑战，新机遇

供需失衡

国内外旅游需求的激增已超越旅游资源承载力，一场旅行很大可能变成大大小小的“灾难”。与旅游消费者一起面对这些挑战，为他们提供价值，是品牌的新机遇。

当“诗与远方”变成“人山人海”

故宫、西湖等十大旅游目的地在节假日期间的
平均等待时间

2 小时以上



杭州西湖断桥的拥挤场景在社交媒体上走红。



重庆洪崖洞的游客自嘲道：“人挤得太密，手机信号都被人墙挡住了。”

当文化“体验”沦为流水线“产品”

90%

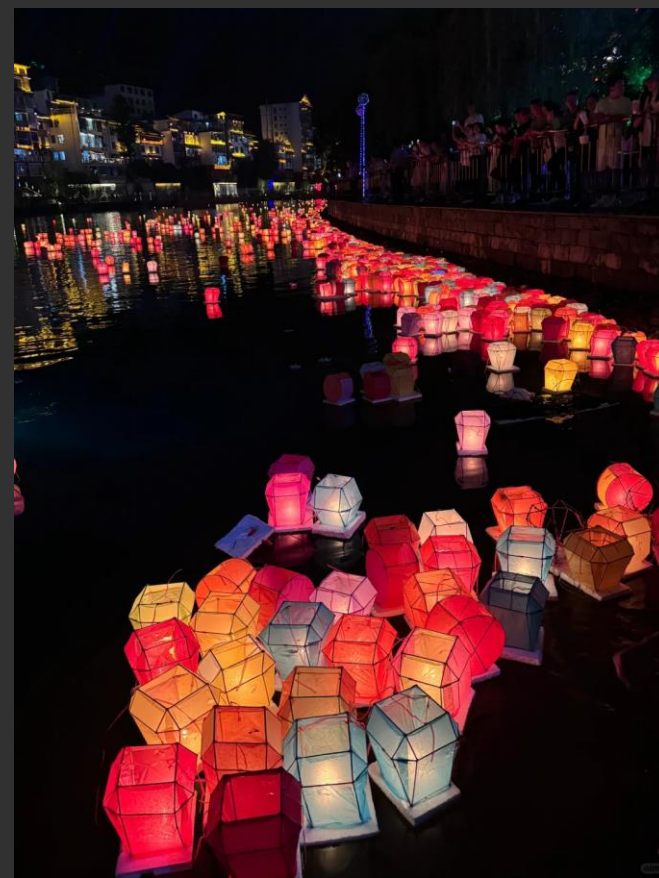
丽江古城的商铺售卖同款的“民族风”围巾

70%

古镇存在产品同质化问题，充斥着臭豆腐、义乌小商品、汉服租赁服务等“同质化商业模式”。



丽江古城“民族风格”店铺



周庄古镇“荷花灯”

当旅行不再是“休憩”，而是必打卡的“KPI”

1.2亿次

#上海网红打卡地@小红书

7907 亿次

#旅游 vlog 的播放量@抖音



在西安大唐不夜城，穿汉服的游客密度达到每平方米0.8人。



在重庆，同样位置吃轻轨打卡

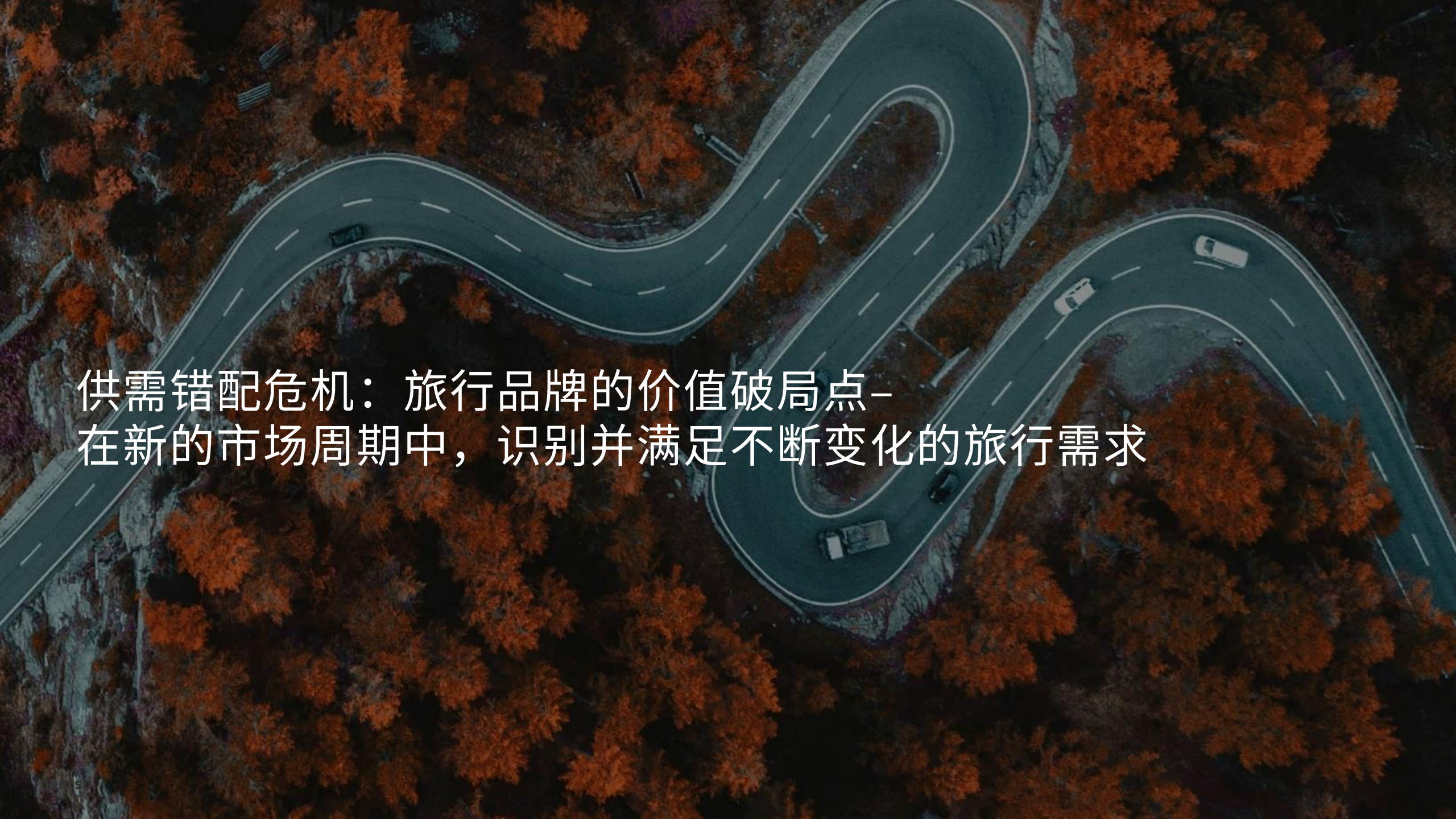
关于旅行的“物有所值”的执念造成身心割裂

62%

的年轻人表示，旅行后他们常常感到沮丧，或因为照片拍得不好，或没有足够的时间深入游览景点。

“许多人旅游时感到的疲惫，本质上是身体和心理需求的冲突。身体需要放松，而心理却因为‘物有所值’的执念无法真正慢下来。这种矛盾产生的内耗，往往比身体疲劳更让人感到疲惫。”

-李明, 北京师范大学心理学教授

An aerial photograph of a winding asphalt road that snakes through a dense forest of trees with vibrant orange and red autumn foliage. The road features white dashed lane markings and solid white edge lines. Several vehicles are visible: a dark car on the left side of the road, a white car on the right side, and a white truck in a loop on the right. The overall scene is captured from a high angle, emphasizing the curve of the road and the texture of the forest.

供需错配危机：旅行品牌的价值破局点—
在新的市场周期中，识别并满足不断变化的旅行需求

新周期，新需求

核心发现 1.



核心发现 2.



核心发现 3.



核心发现1.慢游

远离喧嚣，拥抱绝对松弛

“慢”与“隐”的哲学

不赶 · 不挤 · 不卷：慢节奏度假正当时

50%

暑期以来，“躺平游”相关搜索比去年同期上涨，
攻略笔记同比上涨70%。搜索人群中，30岁以下年轻人占比超过七成。

47%

的年轻人更倾向于在一个地方进行深度体验，而不是游览多个地方



白人式度假 🌴 才是成年人最顶级的生活方式

越来越觉得：真正拉开人与人差距的，是你能不能在信息噪音中保住自己的宁静感。

本人在澳洲生活了14年，越来越喜欢“白人式度假”。以前

躺游新姿势：松弛感旅行指南



秘境觉醒：小众冷门地的逆袭浪潮

43.9%

反向旅行，去冷门目的地

32%

Bilibili 上 “小众冷门旅游景点” 的搜索增量同比增长



下一站秘境清单



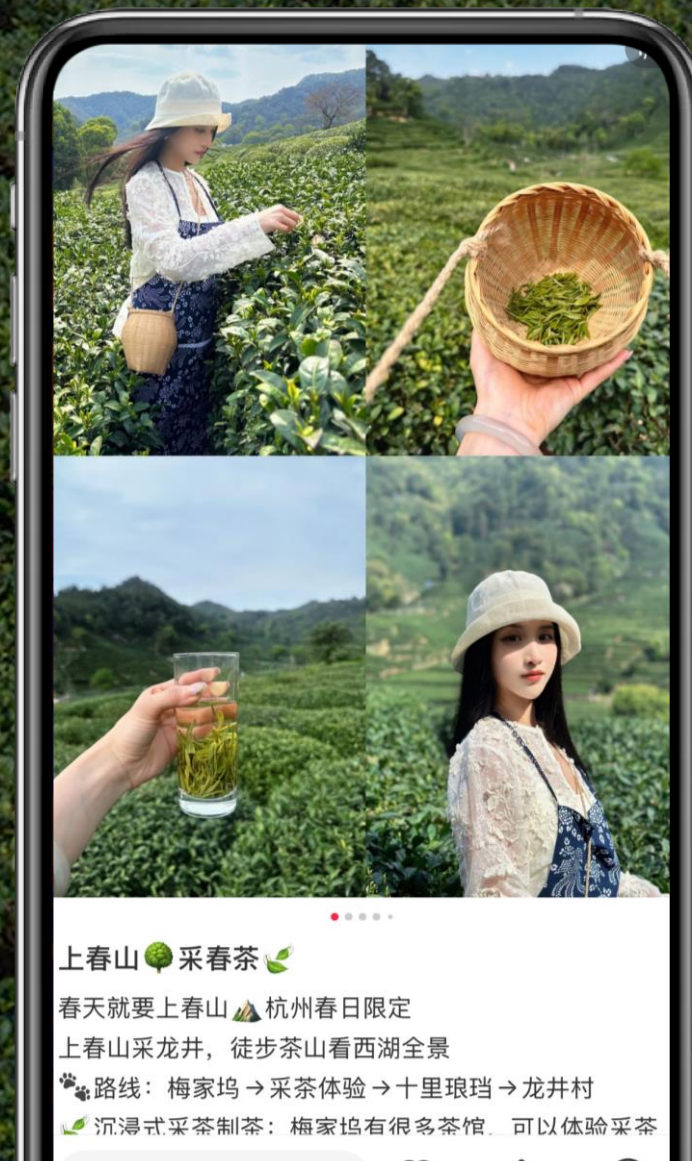
返璞体验：在自然本真中重获手感欢愉

60%

采茶、挖笋等农事活动的订单量同比增加

68%

预订在日本参与农活、学习传统工艺等产品的中国游客数量同比增加



手作体验激增

年轻人的新乐趣 —— 采摘野菜与山林狩猎

#打野在小红书上获得 2.3 亿
次浏览量和 139.5 万条讨论

乡村旅游正成为新蓝海

2025 年第一季度，#村游
接待人次达 7.07 亿

“非遗体验” 相关搜索量

同比激增 220%

A traditional Chinese garden scene. In the foreground, a pond is filled with large green lotus leaves and several white lotus flowers. A stone railing runs across the middle ground. In the background, a traditional Chinese pavilion with a dark, multi-tiered, upturned roof stands on a white base. The pavilion is surrounded by lush green trees and foliage. The sky is overcast.

核心发现 2.深游

沉浸探索，体验至上

深度与个性的释放

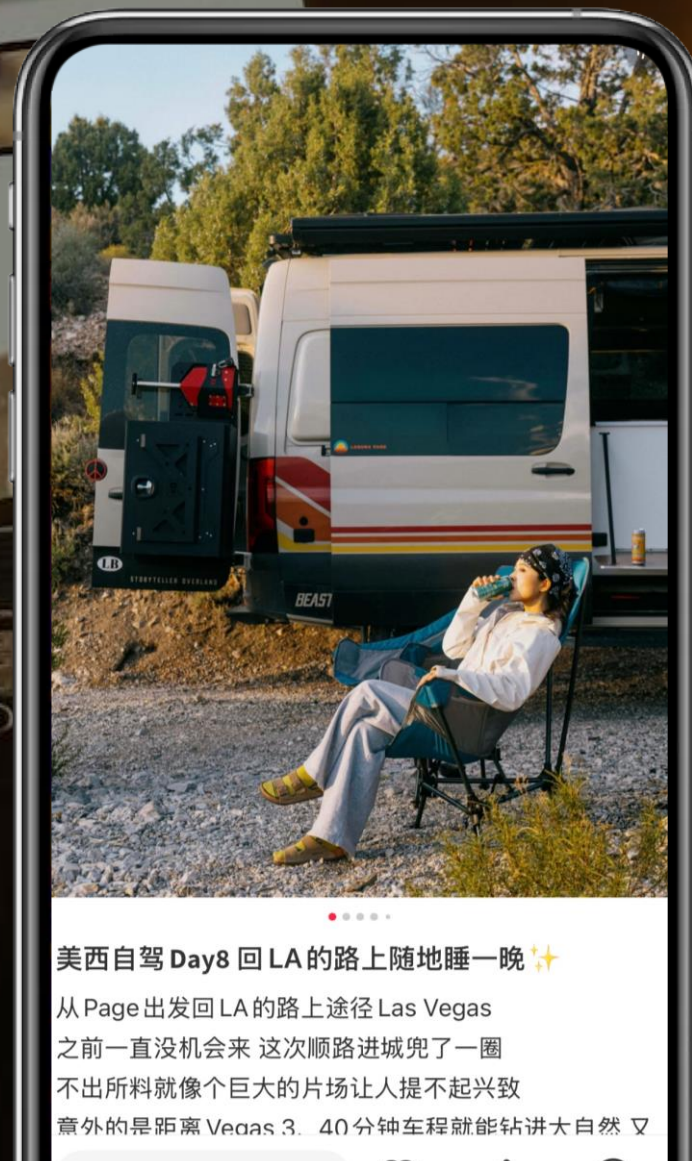
路线主权：每公里都自由

160%

暑期海外自驾订单量同比增加

27,000 km

暑期海外自驾订单量有所增加



美西自驾 Day8 回 LA 的路上随地睡一晚 ✨

从 Page 出发回 LA 的路上途径 Las Vegas
之前一直没机会来 这次顺路进城兜了一圈
不出所料就像个巨大的片场让人提不起兴致
意外的是距离 Vegas 3. 40 分钟车程就能钻进大自然 又

时空复利：闭馆后的博物馆才是真宝藏

30%+

珠海横琴长隆海洋王国与鲸鲨共处的过夜住宿预订量

80%

周末 在上海海昌夜宿的本地旅客占比



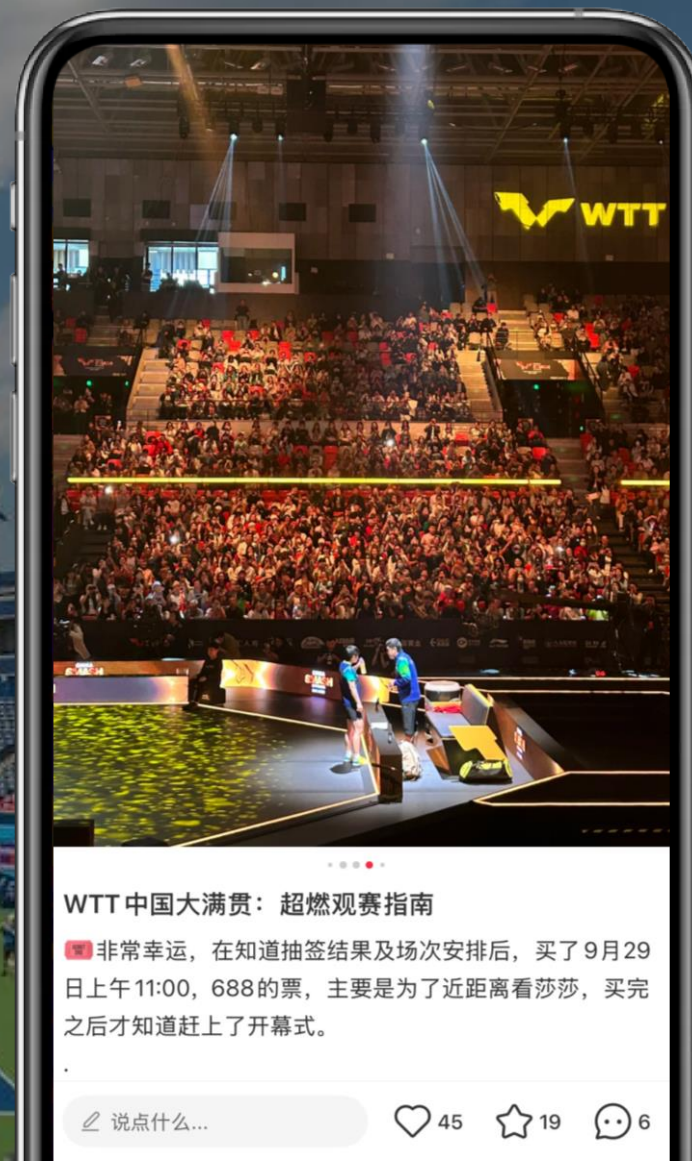
以爱相聚：将爱好融入旅程

37.5万

2023 年北京国庆假期 16 项体育赛事及活动的参与人数

14万

京外观众及 1.3 万海外观众参与了 2024 年中国网球公开赛和世界乒乓球职业大联盟（WTT）中国赛事



A scenic landscape featuring a winding asphalt road that curves through a dry, hilly area. A person wearing a bright yellow jacket is walking along the road. In the background, there is a calm turquoise lake and a range of large, rugged mountains with significant snow cover. The sky is clear and blue.

核心发现 3.私游

创作个性化旅行叙事

从“清单式旅行”到“创造真实叙事”的价值变革

即时旅行：掌控人生重要节点的仪式感

以前是‘考完睡三天’，现在是‘考完飞三天’
：“憋了三年，终于自由了，一秒都不想多等！”另一位
学生则表示：“趁着成绩还没出，先玩个痛快，不然等分
数出来可能就没心情了。”

88%

高考结束后 48 小时内携程平台的旅游订单增量



🇲🇲 来一场疯狂的毕业旅行吧

统考结束后的一天 我们8个人奔向机场 飞来了亚庇
我与朋友们戏称 这趟旅途我们真的是上刀山下火海呢
一下飞机 我们坐上了包车 不到2小时就来到了有着马来西
亚小瑞士之称的昆达山 🙄

📝 说点什么...

👍 270

🌟 65

💬 10

舒适优先：重构旅行价值评估体系

3000人中有2800人

购买了电梯票，可以享受10分钟上山的“窝囊废”体验

62%

年轻人将“能出片”列为体验选择的首要标准，远超“刺激程度”的占比



独自旅行：在孤身上路中获得生活的主权

#独自旅行的好处在于，
你不再担心妆容是否完美、
照片是否好看，
而是可以全身心投入到体验生活中去。

62.3%

常旅客是独自旅行者，55.9% 的高消费旅行者



中国旅行者的新需求

核心发现1

慢游

远离喧嚣，拥抱绝对松弛

#慢节奏旅行
#小众秘境探索
#返璞体验

核心发现2

深游

沉浸探索，体验至上

#自由掌控
#场景重塑
#兴趣驱动

核心发现3

私游

创作个性化旅行叙事

#价值重构
#聆听你的身体
#独旅美学

旅游品牌的新需求空间

从打卡到放慢社会时钟

可执行的洞察：

设计原则：开发“数字排毒区”，打造自然沉浸体验及精心策划的慢生活方式

从观景到深入沉浸体验

可执行的洞察：

本地合作：与社区策划者、工匠共同打造“本地深度体验路线”

技术整合：提供技术支持，助力旅行者探索更多可能。

从标准九宫格到个人叙事

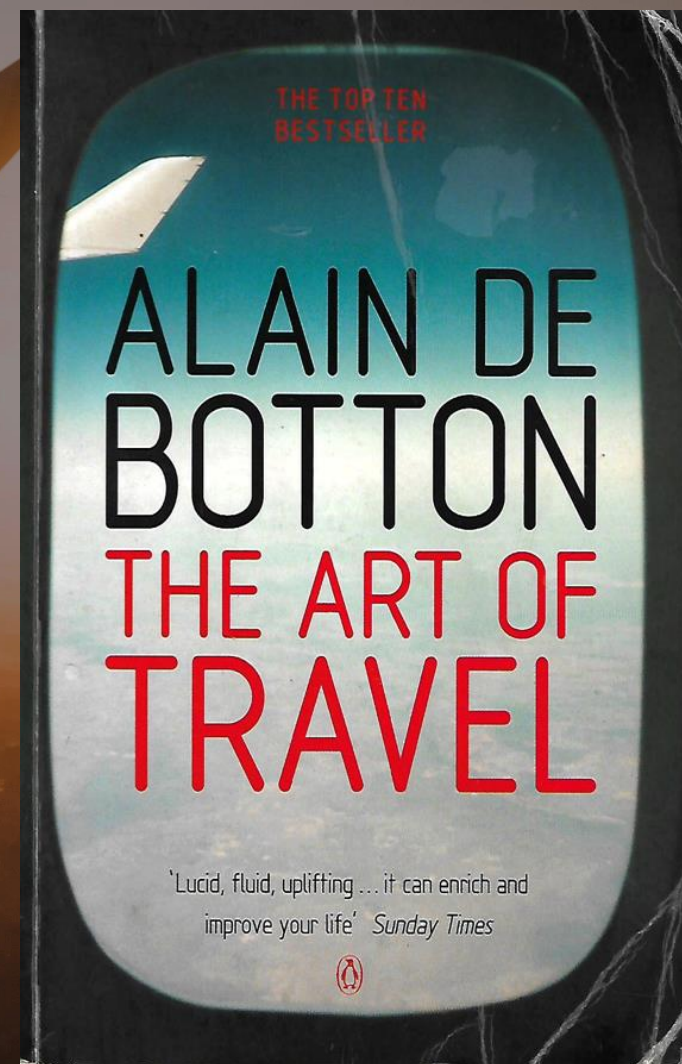
可执行的洞察：

特色亮点：提供“书写你的故事工具包”——包括传统服饰、手工饰品及精心编写的故事指南等具有文化共鸣的工具，帮助旅行者解锁地道的本地故事，建立深厚的个人联结。

平台策略：打造“微型故事中心”，供游客灵感，帮助他们在小红书、大众点评上发布更多的有个人特色和创意的内容。

正如阿兰·德波顿在《旅行的艺术》中所写道的：
“我们从旅行中获取的乐趣，或许更多地取决于我们旅行时
的心境，而不是我们旅行的目的地本身。”

如今的中国旅行者正在重新定义他们的旅程，
不再仅仅关乎社交媒体上的朋友圈或打卡清单上的目的地，
而是一种超越日常生活，有着更多个人叙事的精神追求。



引用

1. 文化和旅游部、国家移民管理局
2. Outlook for China Tourism 2023: Light at the End of the Tunnel | McKinsey
3. China Outbound Tourism Boom 2024 | Shaketowin
4. 《2024 年暑期租车自驾报告》—— 携程
5. 《2025 年年轻人旅游趋势报告》——DT 研究院
6. 《2025 年中国自驾公路旅行用户洞察报告》——Fastdata
7. 《2025 年五一假期旅游数据及主要 OTA 平台数据分析》
8. 《释放旅游潜力》—— 龙途国际
9. 哔哩哔哩年度旅游 IP 提案：《跟着 UP 主一起看世界》招商方案
10. 《Z 世代在线旅游消费洞察报告》—— 同程
11. 《中国文化产业和旅游年度研究报告》—— 新华网
12. 《安永未来旅游行为观察报告：旅行者期望与行为的变化》
13. 《“窝囊废旅行” 刷屏网络？》——36 氪
14. 《“孤独经济” 崛起：中国每 4 户家庭就有 1 户为单人户》—— 引述摩根大通数据
15. 携程
16. 飞猪
17. 大众点评
18. 小红书
19. 北京发布微信公众号
20. 万豪酒店官网