

行業概覽

除非另有說明，否則本節及本文件其他章節呈列的資料及統計數據乃摘錄自不同官方政府刊發的文件及其他刊物，以及摘錄自我們委聘的獨立市場研究與諮詢公司弗若斯特沙利文所編製有關本次[編纂]的行業報告。來自官方政府的資料未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]、彼等各自任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，對其準確性亦無發出任何聲明。

資料來源

我們委聘獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文就全球目的地管理服務市場進行分析及編製報告，供本文件使用，委聘費用為人民幣500,000元。於編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文採納以下假設：(i)目前討論的全球社會、經濟及政治狀況將於預測期內保持穩定；(ii)全球政府對目的地管理服務的政策在預測期內保持一致；(iii)全球目的地管理服務市場在預測期內將受報告所述因素驅動。除另有說明外，本節所載的所有數據及預測均摘錄自弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文獨立編製的弗若斯特沙利文報告並無受到我們或其他利益相關者的任何影響。

弗若斯特沙利文是一家成立於1961年、總部位於紐約的獨立全球諮詢公司，其服務包括行業諮詢、市場戰略諮詢及企業培訓等。弗若斯特沙利文開展了(i)一手調研，即與部分領先行業參與者討論行業現狀，並盡最大努力對行業專家進行訪談以收集信息，支持深入分析；及(ii)二手研究，即審閱公司報告、獨立研究報告及基於其自有研究數據庫的數據。

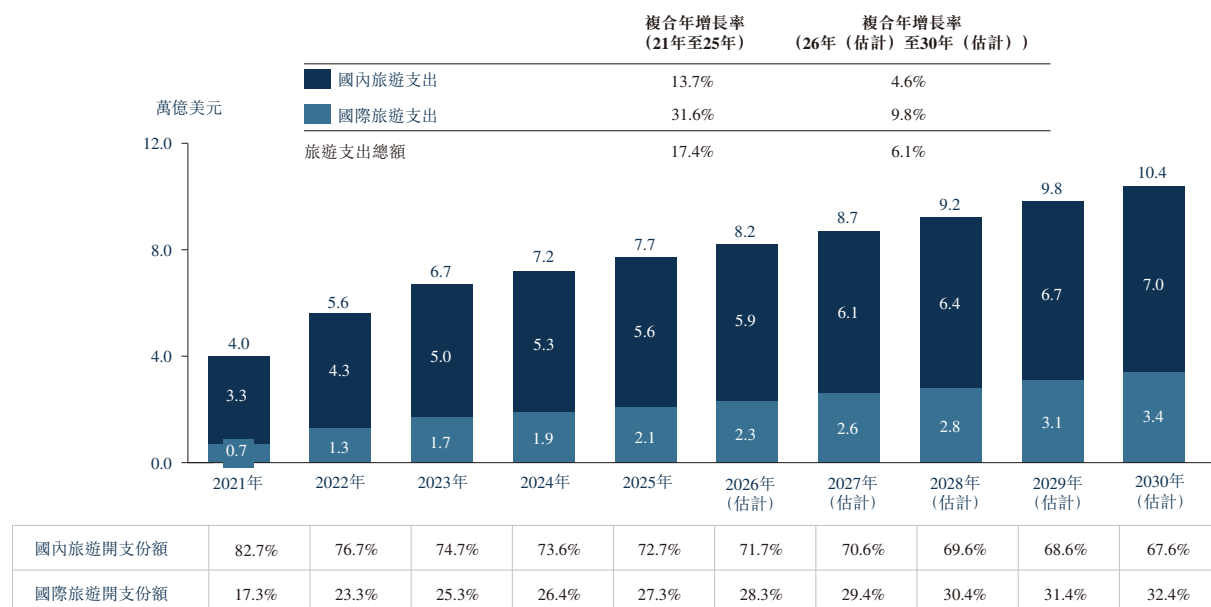
旅行服務市場概覽

全球出境旅遊滲透率變化趨勢

受疫情後跨境出行恢復及消費經濟復甦等因素驅動，全球出境旅遊佔整體旅遊市場滲透率由2021年的17.3%增長至2025年的27.3%，預計2030年將達到32.4%。2021年至2025年間，全球出境旅遊的支出規模由0.7萬億美元增長至2.1萬億美元，複合年增長率為31.6%，預計在2030年達到3.4萬億美元，2026年至2030年的複合年增長率預計為9.8%。全球旅行總支出預計在2030年攀升至10.4萬億美元，2026年至2030年的複合年增長率預計為6.1%。

行業概覽

全球出境旅遊市場滲透率變化趨勢(按支出劃分)，2021年至2030年(估計)

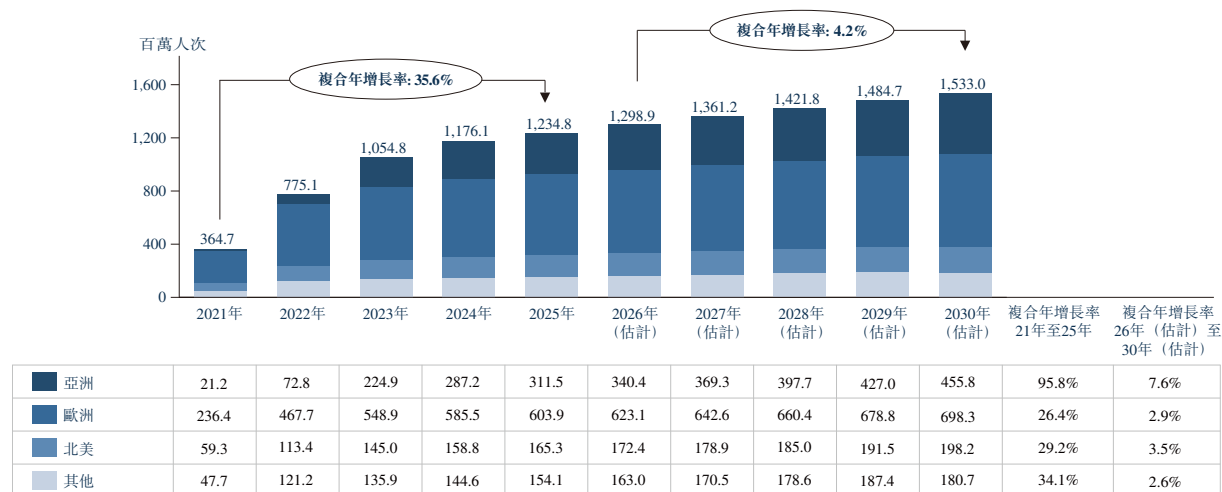


資料來源：WTTC、弗若斯特沙利文

國際旅遊市場的市場規模

受全球主要客源市場需求回暖、新興國家經濟發展以及消費者信心復甦，全球國際旅遊人次規模實現穩步增長。全球國際旅遊人次規模由364.7百萬人次增長至1,234.8百萬人次，2021年至2025年的複合年增長率為35.6%。預計在簽證便利化政策深度落地、全球航空連通性大幅提升以及數字化技術迭代與普及的推動下，全球國際旅遊人次規模預計保持穩健增長，2030年國際遊客接待總量預計達到1,533.0百萬人次，2026至2030年的複合年增長率預計為4.2%。

全球國際旅遊人次規模(按人次劃分)，2021年至2030年(估計)



資料來源：WTTC、弗若斯特沙利文

行業概覽

目的地管理服務市場分析

目的地管理服務市場定義與分類

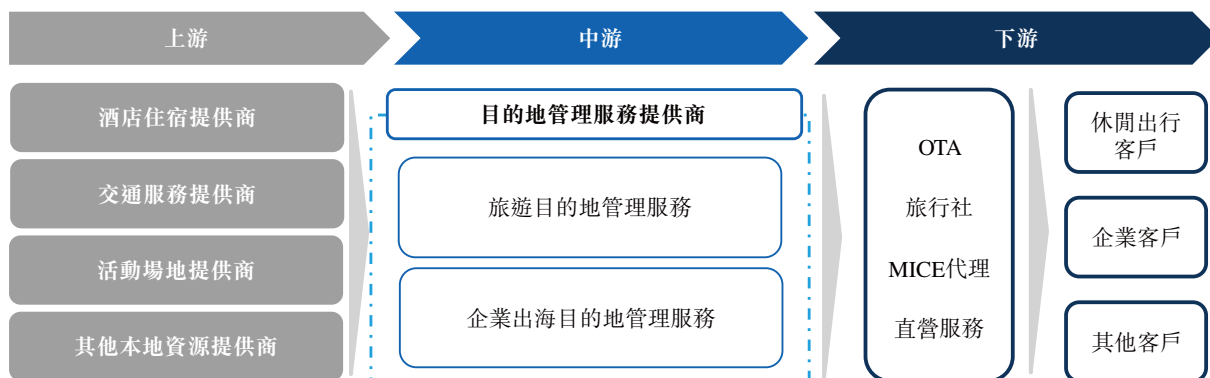
目的地管理服務市場專注於為跨境出行提供目的地資源整合與當地落地(包括出境及入境服務兩者)綜合配套服務，包括旅遊目的地管理服務與企業出海服務。

- **旅遊目的地管理服務**。主要面向在OTA、旅行社及散客提供個人跨境目的地服務，涵蓋行程定製、食宿交通安排、當地接待及其他出行配套服務。
- **企業出海服務**。主要面向企業客戶，為其境外參展、會議、團建旅遊、品牌推廣及各類商務活動提供跨境目的地落地支撐服務。

目的地管理服務市場的價值鏈

行業的上游主要由目的地本地資源方構成，例如酒店住宿提供商、交通服務提供商、活動場地提供商及其他本地資源提供商；中游為目的地管理服務提供商，整合上游各類資源，對外輸出旅遊目的地管理服務與企業出海目的地管理服務；下游包含服務渠道與終端客戶，渠道端涵蓋在線旅遊平台、旅行社、MICE服務提供商及直營渠道，終端客戶分為休閒出行客戶、企業客戶及其他客戶。

目的地管理服務市場的價值鏈



資料來源：弗若斯特沙利文

目的地管理服務市場的市場規模

全球目的地管理服務市場整體保持持續增長態勢。2021至2025年，市場規模由人民幣1,065億元增長至人民幣2,362億元，期間複合年增長率達22.1%。2021年受疫情限制跨境人員流動影響，市場基數處於低位；隨著全球出行限制全面解除、跨境人員往來恢復，出

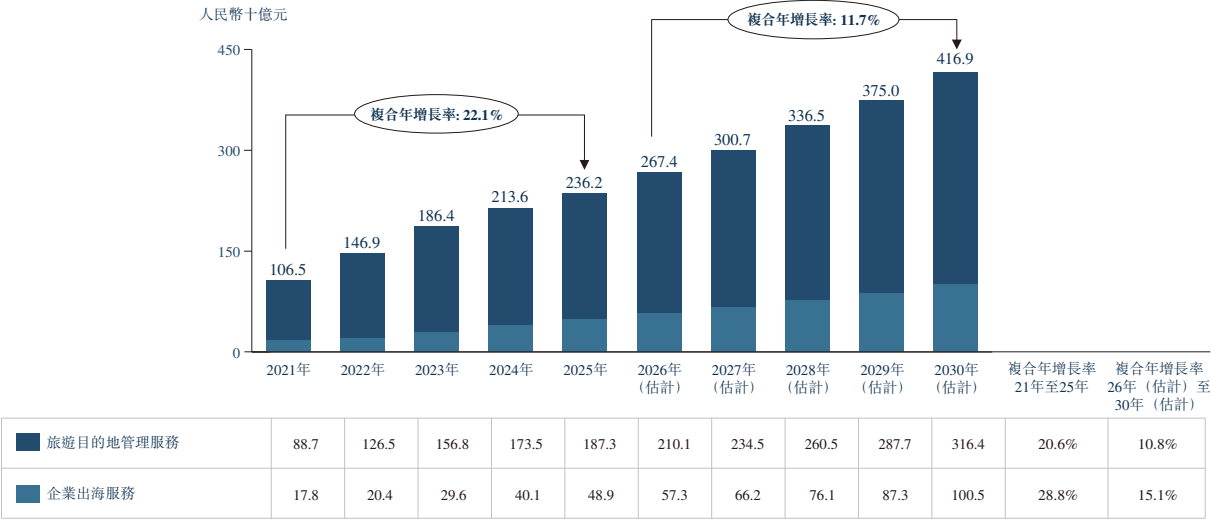
行業概覽

入境出行需求穩步回暖，帶動行業逐步回歸常態。其次，全球居民旅行消費持續升級、跨國企業商務活動不斷擴張，疊加目的地一體化綜合服務能力持續完善，進一步助推市場復甦與良性發展。展望未來，全球跨境出行與國際商務合作常態化推進，精細化目的地管理服務市場需求將持續釋放；同時行業向一體化、數字化、智能化轉型，市場將保持穩健增長。預計2026至2030年，市場規模將由人民幣2,674億元增長至人民幣4,169億元，期間複合年增長率為11.7%。

全球旅遊目的地管理服務市場實現平穩增長。2021至2025年，市場規模由人民幣887億元增長至人民幣1,873億元，複合年增長率為20.6%。全球跨境休閒旅遊需求快速回暖，居民高品質旅行消費持續升級，市場對個性化、定製化全流程目的地管理服務需求提升，共同拉動板塊增長。展望2026至2030年，全球旅遊目的地管理服務市場規模預計將穩步增長，複合年增長率為10.8%。

全球企業出海服務市場同樣保持強勁增長動能。2021至2025年，市場規模由人民幣178億元增長至人民幣489億元，複合年增長率達28.8%。全球企業全球化佈局持續深化，海外項目落地、跨境MICE活動快速擴容，市場對專業一體化企業出海配套服務需求穩步提升，推動企業出海目的地管理服務市場持續健康發展。展望未來，全球企業出海目的地管理服務市場規模將進一步擴張至2030年的人民幣1,005億元，2026年至2030年的複合年增長率為15.1%。

全球目的地管理服務市場的市場規模(按服務類型劃分)，2021年至2030年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

旅遊目的地管理服務市場的市場規模

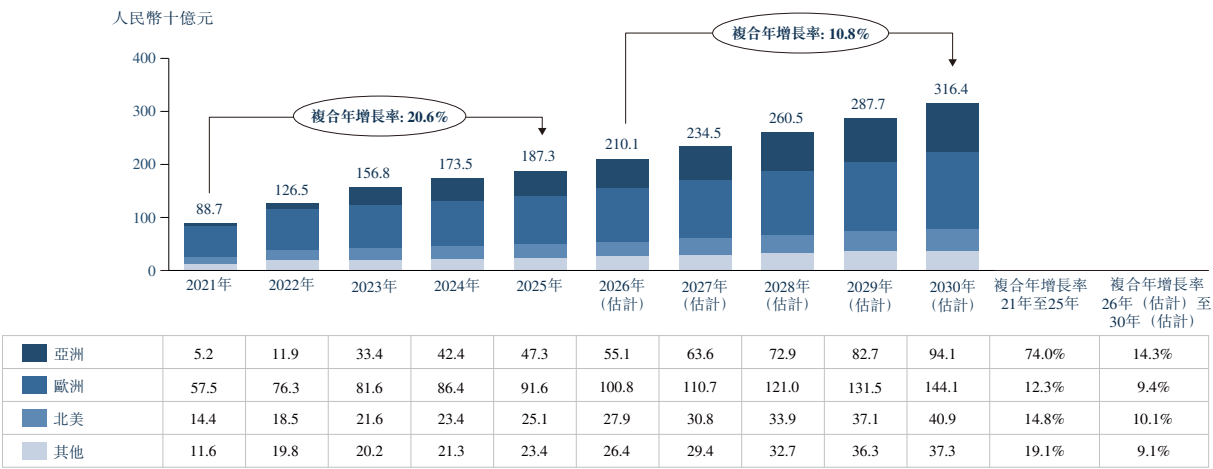
全球旅遊目的地管理服務市場保持平穩增長態勢。2021至2025年，市場規模由人民幣887億元增長至人民幣1,873億元，複合年增長率為20.6%。市場增長主要得益於全球跨境休閒旅遊復甦、遊客對高品質定製化出行體驗的需求升級，以及一體化目的地管理服務滲透率持續提升。展望2026至2030年，市場有望維持穩健增長，規模將由人民幣2,101億元增至人民幣3,164億元，對應複合年增長率10.8%。

2021至2025年，亞洲旅遊目的地管理服務市場實現穩定增長，複合年增長率達74.0%。區域內跨境出行往來頻繁、中產出遊人群持續擴容，疊加消費者對高品質定製出境遊需求上漲，共同支撐市場擴張。伴隨區域旅遊政策持續優化、目的地綜合服務能力不斷完善，預測期內市場複合年增長率將維持14.3%。

2021至2025年，歐洲旅遊目的地管理服務市場實現韌性增長，複合年增長率為12.3%。當地旅遊基礎設施成熟、民眾跨境出行習慣成熟，文旅資源底蘊豐厚，市場對沉浸式高端旅行需求穩定，支撐區域市場穩健發展。2026至2030年，市場預計保持平穩增長，複合年增長率9.4%。

2021至2025年，北美旅遊目的地管理服務市場穩步復甦增長，複合年增長率14.8%。強勁的居民消費能力、長途出境休閒遊回暖，以及高端定製體驗型目的地服務需求提升，是拉動市場的核心因素。展望未來，2026至2030年市場將持續平穩增長，複合年增長率10.1%。

全球旅遊目的地管理服務市場的市場規模(按旅遊客源市場劃分)，2021年至2030年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

目的地管理服務市場驅動因素

- **全球跨境出行復甦與需求結構升級。**隨著全球出入境政策持續放寬，跨境休閒旅遊與商務出訪需求持續回暖，傳統標準化出行服務已無法適配市場需求。消費者偏向個性化、高品質的境外定製出行體驗。同時，中國企業出海的參展、商務對接、品牌推廣等場景持續擴容，雙向需求持續抬升目的地一體化落地服務的市場剛需。
- **企業全球擴張推動跨境MICE需求。**國內企業全球化佈局持續深化，境外參展、商務考察、品牌活動、公商務交流等出海MICE場景持續豐富，帶動跨境團組型商旅需求快速增長。相較於個人商務出差，企業團組出海項目落地鏈條長、專業門檻高、合規要求嚴格的特點。企業越來越願意將端到端的專業目的地服務外包，這極大地拓展了以企業為重點的目的地管理服務市場。
- **依託數字技術實現服務模式的迭代升級。**依託大數據、人工智能行程規劃、智能調度系統等數字化工具，目的地管理行業正逐步擺脫傳統人工對接模式。行業在行程定製、資源統籌、現場管理及應急響應全流程實現智能化升級。數字化與人工智能解決方案能夠提升服務效率、降低運營成本、優化出行體驗，推動行業從基礎地接服務向高品質、精細化綜合服務轉型，加速行業供應鏈側的規模化整合。
- **政策扶持與產業規範化助推行業擴容。**國內文旅國際化、商務出海配套相關扶持政策持續落地，鼓勵優質目的地服務企業完善海外佈局、提升跨境服務能力。同時行業規範化、專業化發展趨勢明顯，市場逐步淘汰零散非標服務，具備全球資源整合、全流程交付能力的頭部企業優勢凸顯，持續推動行業規模化、高質量發展。

目的地管理服務市場發展趨勢

- **數字化與AI深度融合，重塑服務流程。**人工智能、大數據等數字技術持續賦能目的地管理全業務鏈路，逐步革新傳統人工策劃、線下對接的粗放式服務模式。通過智能行程規劃、屬地資源精準匹配、出行風險實時預警等數字化能力，全面優化方案設計、資源調度、境外落地、應急保障等全流程環節，大幅提升行業服務標準化程度與交付效率。

行業概覽

- **加速搭建全球化網絡覆蓋能力。**隨著跨境休閒旅遊與企業出海項目持續擴容，目的地屬地資源壁壘成為行業核心競爭門檻。頭部服務商持續加碼全球線下網點佈局，深耕海外食宿場地、地接團隊、合規配套等核心屬地資源，搭建全域覆蓋的全球化服務網絡，為各類複雜跨境出行與出海項目落地提供堅實支撐。
- **體驗經濟深化，關注本地獨特的文化IP。**市場需求逐步告別基礎化、同質化的出行配套服務，差異化、沉浸式的在地體驗成為核心訴求。無論是個人高端定製旅遊，還是企業跨境商務活動，均深度結合目的地本土特色文化IP打造專屬服務方案，挖掘在地文化價值，實現服務內容升級與差異化競爭。
- **綠色低碳與可持續發展考量。**全球文旅及商務出行領域綠色發展理念持續普及，低碳化、可持續化逐步成為行業發展新風向。個人出行與企業出海項目對綠色住宿、低碳通勤、環保落地執行等需求持續提升，倒逼服務商優化資源篩選與落地標準，將綠色低碳理念融入全流程服務體系。

旅遊目的地管理服務市場競爭分析

全球旅遊目的地管理服務市場競爭格局

全球旅遊目的地管理服務市場整體呈現分散、區域集中的特徵。市場參與者可劃分為傳統成熟型與新興成長型兩類企業。前者多為早期進入行業的歐美企業，例如公司A、公司B、公司C、公司D等，其依託長期建立在旅行目的地的資源網絡提供標準化服務，業務模式相對成熟；後者則多為近年在出境遊浪潮中實現獨立於傳統體系快速發展的企業，他們主要受益於亞太地區新興經濟體消費復甦，並通常以服務包括中國在內的亞太出境客群為主要業務。

全球旅遊目的地管理服務市場企業排名

按2025年的相關收入計，全球旅遊目的地管理服務市場規模達到人民幣187,327.1百萬元。本公司的旅遊目的地管理服務市場收入為人民幣2,047.7百萬元，市佔率為1.1%，在2025年全球企業中排名第三。全球其他主要企業包括公司A、公司B、公司C及公司D。

行業概覽

全球前五大旅遊目的地管理服務企業(按收入劃分)，2025年

排名	公司名稱	收入 (人民幣百萬元)	市場份額
1	公司A	3,248.0	1.7%
2	公司B	2,504.7	1.3%
3	本公司	2,047.7	1.1%
4	公司C	1,989.3	1.1%
5	公司D	545.7	0.3%
	其他	176,991.7	94.5%
	總計	187,327.1	100.0%

資料來源：企業報告、弗若斯特沙利文

附註：公司A於2019年成立，為一家公司的附屬公司，總部位於瑞士，專注於歐洲、亞洲、美洲及全球範圍內的目的地管理及綜合入境旅遊服務。

公司B於2011年成立，總部位於英國，專注於歐洲及北美範圍內的企業端團隊旅遊服務、直簽酒店庫存、客車／鐵路物流、導遊遊覽及定製休閒等目的地管理服務。

公司C於1967年成立，總部位於日本，專注於全球旅遊批發、出入境旅遊運營、酒店預訂等服務，服務網絡覆蓋歐洲、亞洲、北美、中東及大洋洲的企業端客戶。

公司D於1968年成立，於法蘭克福證券交易所上市，總部位於德國，提供涵蓋旅遊運營、航空公司、郵輪、託管酒店組合及服務全球客戶的大型零售旅行社網絡的綜合旅遊產品。

全球亞洲客源旅遊目的地管理服務市場企業排名

就2025年的相關收入而言，全球亞洲客源旅遊目的地管理服務市場規模為人民幣47,251.6百萬元。2025年，本公司以人民幣1,896.3百萬元的相關收入位居市場首位，市佔率為4.0%。

行業概覽

全球前三大亞洲客源旅遊目的地管理服務企業(按收入)，2025年

排名	公司名稱	收入 (人民幣百萬元)	市場份額
1	本公司	1,896.3	4.0%
2	公司B	1,815.9	3.8%
3	公司C	1,184.1	2.5%
	其他	42,355.3	89.7%
	總計	47,251.6	100%

資料來源：企業報告、弗若斯特沙利文

旅遊目的地管理服務市場進入壁壘

- **全球資源網絡壁壘。**成熟的旅遊目的地管理服務業務依賴與全球各地酒店、車行、當地目的地管理公司及景區建立的長期穩定合作關係，新進入者將難以在短時間內構建覆蓋多區域的優質資源網絡，同時也較難獲得與行業已有企業由規模化帶來的同等的價格優勢與庫存保障，導致運營成本居高不下。
- **技術與數字化系統集成壁壘。**當下客戶對預訂效率及服務透明度的要求不斷提升，推動企業投入較多資金開發ERP、CRM及自動化結算系統，以實現與上下游的無縫對接，而缺乏深厚技術沉澱的新企業難以滿足大型企業客戶的數字化採購標準。
- **合規與風險控制能力壁壘。**目的地服務涉及跨境人員流動、外匯結算及數據安全等複雜環節，要求企業具備較強的跨國法律合規能力及突發事件應急響應機制。缺乏全球化運營經驗的新進入者較易因單一安全事故引發系統性經營風險。
- **人才壁壘。**旅遊目的地管理服務行業企業高度依賴具備多語言溝通能力、理解跨國旅遊資源運營的複合型屬地運營人才，此類人才培養週期較長，新進入者難以短期內完成有效招募與整合，進一步抬高了跨國當地運營團隊的組建與整合壁壘。