Trip.com Group
携程集团

# 旅游业新篇章

## The Next Chapter of Travel

人工智能时代下的价值理念与正在转变的旅行者

Values and the Changing Traveller in the Age of AI

Trip.com Group™
携程集团

# 总量恢复之后，真正的变化是什么

Beyond the Recovery: What Has Truly Changed

**22.91 M | +20%**

**26H1入境外国人次| 同比增长**

Inbound foreign visitors / growth YoY in H1 2026

**+49% | +44%**

**携程26H1入境人次 | 消费 同比增长**

Inbound trips / spending growth YoY in H1 2026

**190 M | $150 B**

**2030年入境游目标人次 | 消费**

Inbound targets by 2030

**故事藏在三个问题之后：**

The real story lies behind three questions:

**01** 旅行者的期望正在发生什么深层变化？
What do travellers now expect?

**02** AI如何重塑旅行决策与出行体验？
How is AI reshaping travel?

**03** 行业未来3-5年该准备什么？
What must we prepare next?

数据来源：国家移民管理局、携程平台数据（2026H1）；文旅部《旅游强国建设"十五五"规划》
Data Source: National Immigration Administration; Trip.com Group (H1 2026); Ministry of Culture and Tourism



Trip.com Group™
携程集团

# 01

PART 01 · THE CHANGING TRAVELLER

## 正在转变的旅行者

From "I've been there" to "I understand"

旅行者要的不再是“我来过”，而是“我理解、我认同”。

# 从"我来过"到"我认同"——文旅进入3.0时代

From "Been There" to "I Identify": Welcome to Tourism 3.0

Trip.com Group™
携程集团

## 1.0
## 观光时代
Sightseeing Era

我来过、我看过
Been there, seen that

资源驱动 · 门票经济

Resource-driven · Ticket economy

名山大川 | 地标打卡 | 跟团观光

Landmarks | Icon Sights | Group Touring

## 2.0
## 休闲度假
Leisure & Resort

我停下来、我放松
I stay, I relax

设施驱动 · 时间消费

Facility-driven · Time consumption

度假区 | 酒店 | 古镇民宿

Resorts | Hotels | Old-town B&Bs

## 3.0
## 内容时代
Content Era

我认同、我想成为
I identify, I aspire

IP与情绪驱动 · 认同消费

IP & emotion-driven · Identity consumption

演出赛事 | 沉浸体验 | 文化消费 | 社群出行

Shows & Sports | Immersion | Culture | Community Travel

# 不为风景出发，为内容和情绪出发

Traveling for Content and Emotion, Not Just Scenery

Trip.com Group™ 携程集团

**一场演出、一个IP、一场电影，可以直接调动一座城的客流——内容已成为出行的重要动机**

**A show, an IP, a film can drive a city's footfall — content is now a key travel motive**

**100K+**

携程展演 26年覆盖全球热门活动场次

Global events covered on Trip.com, 2026

**31% ↑**

26年观演门票+文旅产品订单增长

Growth in tickets + cultural product orders

**72%**

26年异地观演用户占比

Out-of-town show attendees

**185% ↑**

26年带动入境游订单增长

Inbound order growth driven




**《给阿嬤的情书》**

**——《Dear You》**

**+22.5%**

**新、马 来华人次**

YoY growth in visitors from Singapore & Malaysia-

**+37.6%**

**汕头 入境人次**

YoY growth in inbound visitors to Shantou

数据来源：携程集团（2026）、携程集团监控数据（2026.06.18-2026.07.27）

Data Source: Trip.com Group (2026); Trip.com data, Jun 18 – Jul 27, 2026

# 入境游新图谱：城市、客源与客群

The New Inbound Map: Top Cities, Source Markets and Evolving Age Mix

Trip.com Group 携程集团

**入境游正从门户城市的经典观光，转向多点扩散的深度文化体验**

**Inbound travel is shifting from gateway-city sightseeing to dispersed, deeper cultural experiences**

## 入境游目的地城市Top10

Top 10 Inbound Destinations

| | | 人次同比 \| Arrivals YoY |
|---|---|---|
| 1 上海 | Shanghai | +32% |
| 2 北京 | Beijing | +55% |
| 3 广州 | Guangzhou | +41% |
| 4 深圳 | Shenzhen | +31% |
| 5 成都 | Chengdu | +46% |
| 6 重庆 | Chongqing | +73% |
| 7 杭州 | Hangzhou | +21% |
| 8 厦门 | Xiamen | +30% |
| 9 昆明 | Kunming | +37% |
| 10 西安 | Xian | +52% |

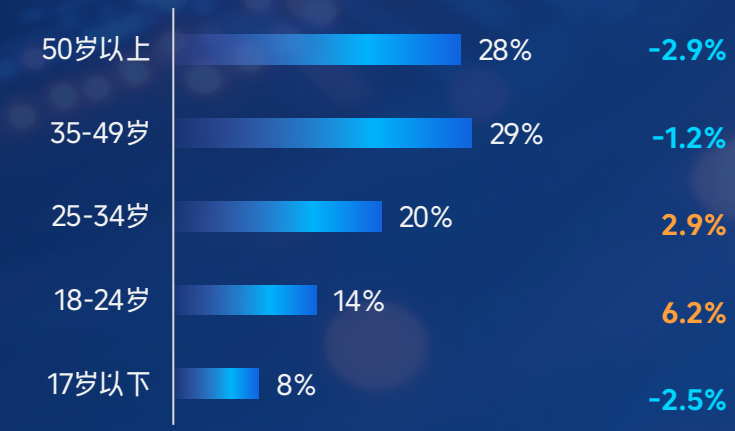
## 入境游客源国家/地区Top10

Top 10 Source Markets

| | |
|---|---|
| 1 中国香港 | Hong Kong, China |
| 2 中国台湾 | Taiwan, China |
| 3 俄罗斯 | Russia |
| 4 马来西亚 | Malaysia |
| 5 韩国 | Korea |
| 6 美国 | The United States |
| 7 泰国 | Thailand |
| 8 日本 | Japan |
| 9 新加坡 | Singapore |
| 10 澳大利亚 | Australia |

## 入境游客年龄结构变化

Age Mix of Inbound Travellers (YoY)




数据来源：携程集团（2026）

Data Source: Trip.com Group （2026）

# 客群重构：解码中国入境游6大客群画像

Decoding "China Travel": Six Inbound Traveller Personas

Trip.com Group™
携程集团



## 韩国高频客群

Korea: High-Frequency

### 周末微度假型

Weekend Getaway



## 中东体验客群

Middle East: Experience Seeker

### 意图驱动型

Intent-Driven



## 澳洲高价值客群

Australia: High-Value

### 复杂行程型

Complex Itinerary



## 东南亚（马泰新）家庭客群

SE Asia (MY/TH/SG) Family

### 社交媒体驱动型

Social-Media Driven



## 越南印尼高增长客群

VN/ID: Fast-Growing

### 高潜力差异需求型

Untapped Differential Demand



## 欧洲客群（以英国为例）

Europe (UK Case)

### 成熟理性型

Mature & Rational

数据来源：携程集团（2025）

Data Source: Trip.com Group （2025）

Trip.com Group™
携程集团

# 02

PART 02 · AI RESHAPES TRAVEL

# AI如何重塑旅行

From search box to AI companion
— the decision journey is being rewritten.

从搜索框到AI伙伴，决策链路被重写

# 决策入口：从“搜索比价”到“对话即服务”

The New Decision Entry : From Search-and-Compare to Conversation-as-Service

Trip.com Group™ 携程集团

## 携程围绕入境游实际痛点，有效解决规划、支付、线下出游等环节难题

**Trip.com addresses real inbound pain points across planning, payment and on-the-ground experience**

**TripGenie AI旅行助手**

AI Travel Assistant

**52%**

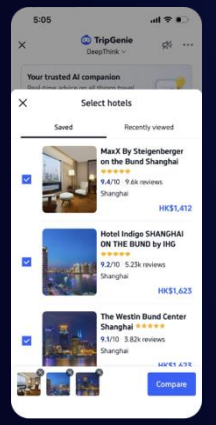
**酒店订单与AI推荐 吻合 占比**

Booked hotels matching AI recommendations

**- 80%**

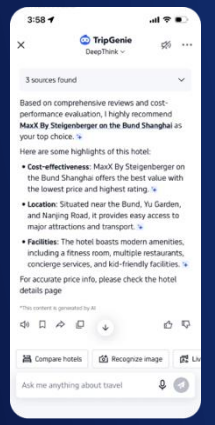
**下单平均点击数减少**

Fewer clicks vs. traditional booking flow










数据来源：携程集团（2026）

Data Source: Trip.com Group （2026）

# 从"AI客服1.0"到"AI文旅2.0"

From AI Customer Service 1.0 to AI-Powered Travel 2.0

Trip.com Group™
携程集团



## AI的价值不止于增效，更在于把"个性化"从奢侈品变为基础设施，激活文旅新质生产力

AI is more than efficiency — it turns personalization from a luxury into infrastructure

**携程线上AI服务**

Trip.com Online AI Services

**| 智译未来 |**

**商家信息全球化垂类模型**

**| Lingualink |**

**Global merchant-information vertical model**

**Aa 6B+**

年产外文词汇
Foreign words/year

**450K+**

酒店外文覆盖
Hotels covered

**8,000+**

景区外文覆盖
Scenic spots covered

**5M+**

模型覆盖POI
POIs indexed

**50K+**

海外用户浏览
Overseas users reached

**<5s**

多语言互译速度
Multilingual translation speed

数据来源：携程集团（2026）
Data Source: Trip.com Group （2026）

# 三方关系演变：谁获得曝光，谁被普惠

Reshaping the Relationship Between Platforms, Suppliers and Travellers

Trip.com Group™ 携程集团

## AI正在重构目的地曝光格局，并把中小供应商从"看不见需求"的困境中解放出来

**AI is reshaping destination exposure and freeing small suppliers from demand invisibility**

**+400%**

26年H1-在TripGenie帮助下产生的订单增长

26H1 TripGenie-assisted order growth



### | 目的地

曝光格局变化

**| Destination**
Exposure Shift

推动产品、故事与服务可被AI检索、理解与推荐

Make AI-ready products, stories and services



### | 旅行者

信任机制变化

**| Traveller**
Trust Shift

透明的推荐逻辑与对话，成为信任的新基础

Dialogue-based transparency, trust redefined

### | 供应商

普惠效应变化

**| Supplier**
Inclusive Growth

携程年处理**200亿**数据，免费向**19万**商家提供分析

**20B+** data points/year
Free analytics for **190k+** partners

**+27%**

带动商家日均GMV提升约

Driving partner daily GMV up

数据来源：携程集团（2026）
Data Source: Trip.com Group （2026）

Trip.com Group
携程集团

# 03

PART 03 · WHAT'S NEXT FOR THE INDUSTRY

## 行业应如何准备

Let every traveller be understood, every destination be seen, and every local supplier be empowered

让旅行者被理解、让目的地更被看见、让本土商家亲身参与

# 行业需要提升的AI能力

AI Capabilities the Industry Needs to Build

Trip.com Group™
携程集团

**未来3-5年，目的地与企业需要的不是零散AI工具，而是系统性数字底座**

**Over the next 3-5 years, destinations and enterprises need not scattered AI tools but a systematic digital foundation**

## 01

### 数据聚合与AI基础能力建设

### Data Aggregation & Industry Insights

打破景区、酒店、交通数据孤岛，从“有数无智”到“数尽其用”；基于通用大模型的旅游专家垂直训练；跟上AI生态的快速迭代。

Break data silos across scenic spots, hotels and transport; move from "data without insight" to "data fully used"; build tourism-specific vertical models on general LLMs; keep pace with fast AI iteration.

## 02

### AI工具与多模态服务

### AI Tools & Multimodal Interaction

从智能客服1.0迈向行程规划、产品开发、流量预警全链路2.0；语音、多语言等多模态交互成为服务标配。

From customer-service 1.0 to full-chain 2.0 — itinerary planning, product development, demand forecasting; voice and multilingual become standard.

## 03

### 被AI触达与生态协同

### AI Discoverability & Ecosystem

从SEO到GEO，让目的地与商品在AI推荐中被优先看见；构建"平台+商户+政府"生态，打通全球入口。

From SEO to GEO: be prioritized in AI recommendations; build a platform-merchant-government ecosystem connecting global entry points.

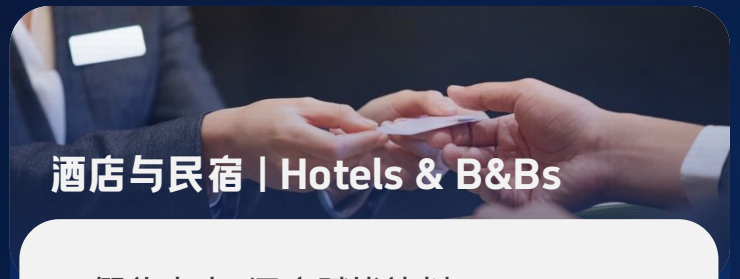
# 三个领域的落地实证

Evidence from Hotels, Scenic Areas and Travel Agencies

Trip.com Group 携程集团

## 数字底座不是概念，已在酒店、景区、旅行社跑通

The digital foundation is already working across hotels, scenic areas and agencies



### 酒店与民宿 | Hotels & B&Bs

“智旅未来”酒店赋能计划

Trip.com Group
Hotel Empowerment Program

三年覆盖 **20万家**合作酒店
200k partner hotels covered in 3 years

AI系统实时翻译**26种**语言
Real-time translation in 26 languages

处理**80%**日常咨询
handles 80% of routine queries

单店年省约**10万元**人力成本
~RMB 100k saved per hotel annually



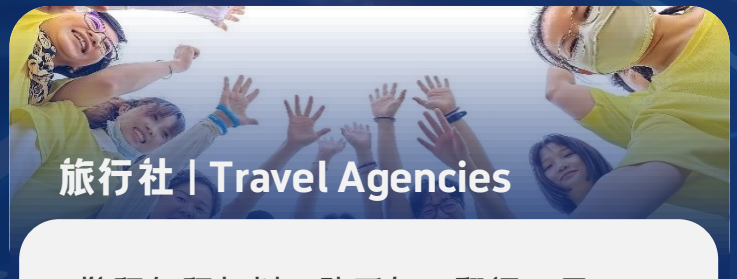
### 景区 | Scenic Areas

全球推广+硬件升级+体验共建

Global Promotion + Hardware Upgrade + Co-built Experience

**290+**景区部署多语言票机
290+ multilingual ticket kiosks deployed

**170+**景区建多语言官网
170+ multilingual websites built



### 旅行社 | Travel Agencies

携程行程规划AI助手与AI翻译工具

Trip.com AI Itinerary Assistant + AI Translation Tools

25年独立出游产品增长**超20%**
2025 independent-travel products +20% YoY

25年定制服务创造**110亿元**
2025 tailor-made services generated RMB 11B

旅行社实现**3倍**增效
3x efficiency gain for agencies

数据来源：携程集团
Data Source: Trip.com Group

# 让AI驱动的增长触达每一个目的地与服务商

Let AI-Driven Growth Reach Every Destination and Local Supplier

Trip.com Group™
携程集团

**让每一个旅行者更被理解**

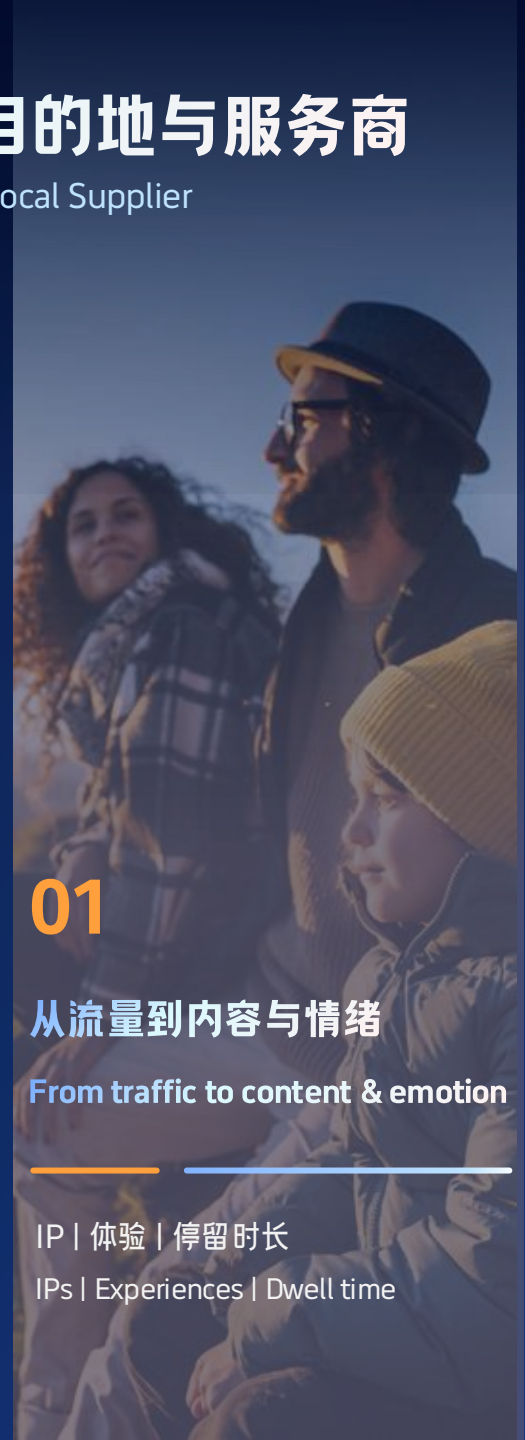
**Let every traveller be better understood**

**让每一个目的地更被看见**

**Let every destination be more visible**

**让每一个本土商家更有参与**

**Let every local supplier participate**



## 01

**从流量到内容与情绪**

**From traffic to content & emotion**

IP | 体验 | 停留时长

IPs | Experiences | Dwell time



## 02

**从AI试点到数字底座**

**From pilots to digital foundation**

数据 | AI规划 | 全球触达

Data | AI Planning | Global Reach



## 03

**从入境接待到文化输出**

**From hosting to cultural export**

中式文化全球输出

Chinese culture exported globally

Trip.com Group
携程集团

# 未来旅游业的护城河，不是更聪明的AI，而是更懂人的服务

The moat of tomorrow's tourism industry is not smarter AI, but more human-centered service.