

中国游客 需求升级

2019中国游客旅行行为调研



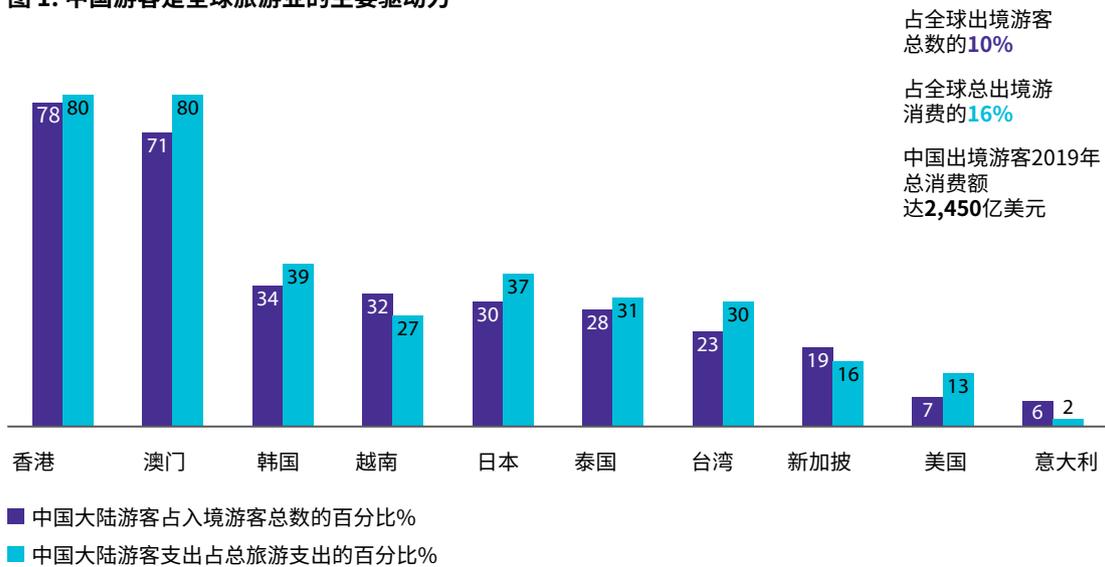
彭显伦 (Jacques Penhirin)

岑纪汶 (Katie Sham)

在过去的十年里，中国游客在全球旅游业中扮演了越来越重要的角色。自2016年奥纬咨询开展的第一份调研以来，随着中国游客数量的持续激增，他们的旅游行为、偏好和消费习惯也发生了巨大变化。由于中国游客是许多行业（包括零售和消费品、休闲、酒店和交通）的主要收入来源，因此有必要详细了解中国游客的消费偏好。奥纬咨询针对过去一年有过出境游的2,000名中国消费者进行了调研，以期更全面地了解中国游客。

2019年，中国游客的数量和购买力成为了带动全球旅游业发展的主要驱动力。中国出境游客占全球出境游客总数的10%，消费额高达2,450亿美元，占全球总出境游消费的16%。来自中国大陆的游客对香港和澳门特别行政区的旅游业也至关重要，占其入境游客总量的70%和旅游消费额的80%。中国出境游客对亚洲国家和地区的旅游业也有重大影响，占韩国、越南、日本和泰国旅游消费的25-40%。

图 1. 中国游客是全球旅游业的主要驱动力



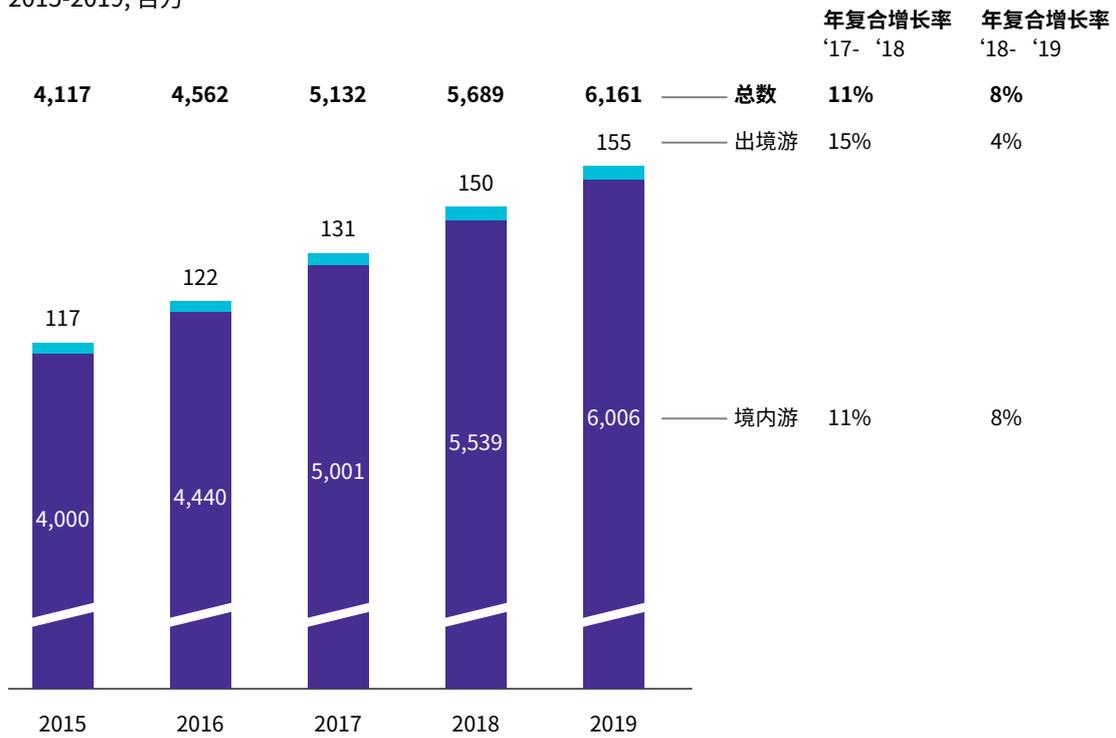
数据来源: CEIC, 政府网站, 新闻, 世界旅游业理事会 (WTTC), Statista, 奥纬咨询分析

2019年,中国游客共计旅行约62亿人次,较2018年稳定增长8%。可支配收入的增加、更实惠的旅行选择和线上旅行社的迅速扩张是推动旅行总数增长的主要驱动因素。

其中,境内游占比绝大多数,约60亿人次,出境游约2亿人次。此外,境内游的增速显著高于出境游,前者为8%,后者为4%。

图 2. 中国游客旅行次数稳步增长

中国游客旅行入次数
2015-2019, 百万



数据来源:CEIC, 政府网站, 世界旅游业理事会 (WTTC), Statista, 奥纬咨询分析

出境游受益于旅游政策的不断放宽:截至2020年1月,已有71个国家允许中国公民免签/落地签。

移动支付在全球范围内的广泛应用也令出境游变得更加容易。截至2019年2月,支付宝已经被54个市场认可,包括28个欧洲市场和22个亚洲市场。

图 3. 全球旅游目的地为了吸引中国游客做出了巨大努力

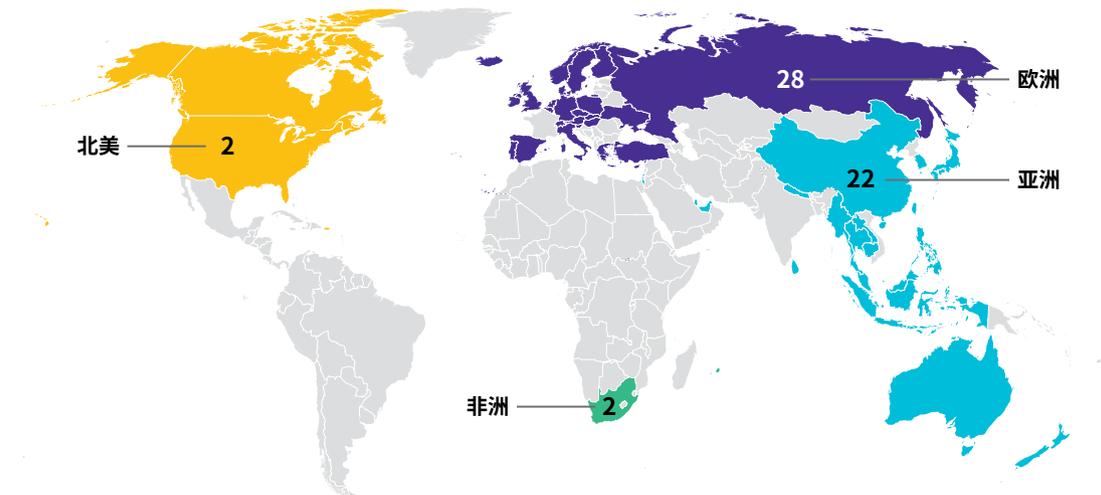
针对中国游客签证政策放宽

71个国家允许中国公民免签/落地签¹

2014年以来,多次入境签证的有效期放宽

签证有效期从1年延长至10年 签证有效期从3年延长至5年

支付宝在54个国家/地区广泛应用
截至2019年2月

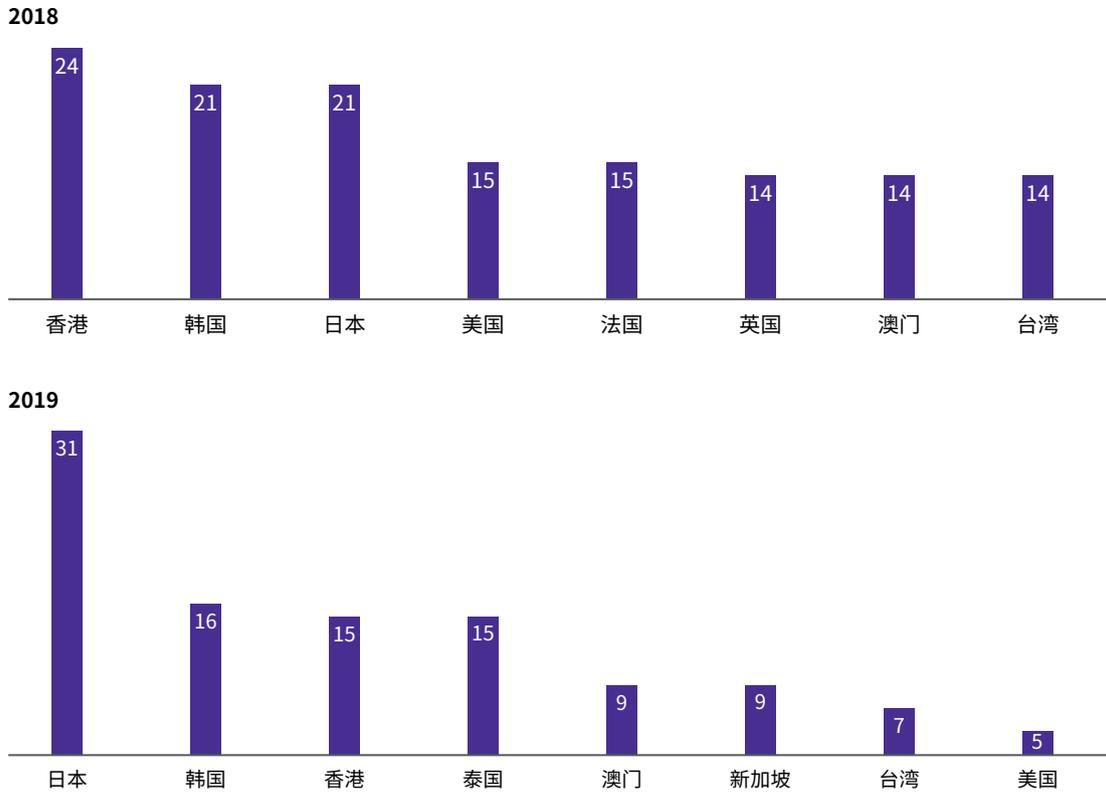


1. 截至2020年1月

数据来源: 全球各国护照权力指数 (Henley Passport Index), 新闻, Business Insider, 奥纬咨询分析

在出境目的地的选择方面,以往受出境游客欢迎的传统目的地,如美国和香港,游客数量在2019年出现大幅下降,这与政治气氛不无关联。由于2019年下半年的社会动荡,赴香港的内地游客同比减少14%,而赴美国的游客在中美贸易摩擦期间同比减少了5%。与此同时,日本和韩国仍是中国游客出境游的首选目的地。

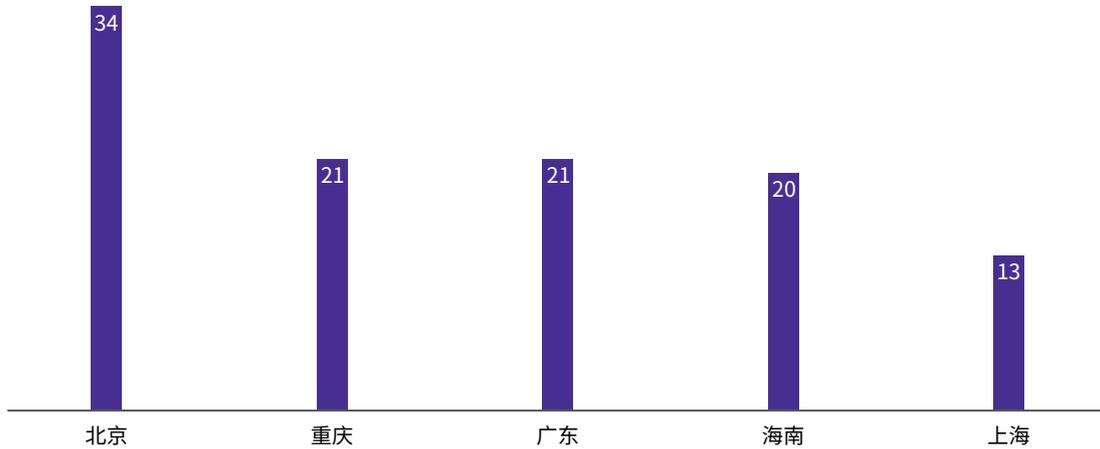
图 4. 政治气氛对出境游目的地的选择有所影响
主要出境旅游目的地(受访者百分比), 问卷数量, N=2000



问题:在过去12个月中,您访问过以下哪些国家/地区?
数据来源:2018&2019中国游客问卷调研, 奥纬咨询分析

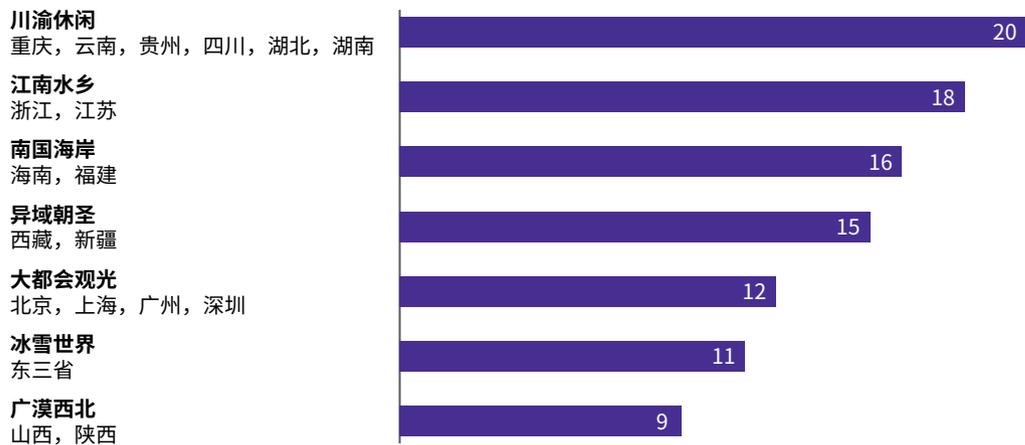
我们2019年的调研还发现,对于这些在过去一年中至少有过一次出境游的中国游客而言,有64%的受访者表示过去一年倾向于更多的境内旅行。境内游的目的地中,虽然一线城市(即北京、广州和上海)仍然是首选,中国游客对境内游主题的偏好正在从大都市观光逐渐转向自然风光。川渝休闲(如重庆、云南和四川)是境内最热门的旅游主题,其次是江南水乡(如江苏、浙江等在上海周边车程距离内的目的地)。

图 5. 一线城市仍为境内游的首选目的地
主要境内游目的地 (受访者百分比), 问卷数量, N=2000



问题: 在过去12个月中, 您访问过以下哪些城市?
数据来源: 2019中国游客问卷调研, 奥纬咨询分析

图 6. 境内游主题的偏好从大都市观光转向自然风光
受访者偏好的旅行主题百分比, 问卷数量, N=2000



问题: 对于境内游, 您选择旅游目的地偏好哪些风格? 请选择您认为符合您的情况, 最多选三个, 然后请进行排序 (最多排名前三)
数据来源: 2019中国游客问卷调研, 奥纬咨询分析

在旅游目的地的关键选择因素中,自然风光是境内和出境游的首要选择因素。另外,境内游客更注重美食和儿童/家庭友好度,而出境游客则更注重当地文化/历史和性价比。

中国游客对于旅游和购物的消费欲旺盛,出境游平均消费达人民币14,000元,境内游平均消费达人民币9,000元。在出境游期间,中国游客在购物方面表现出极高的消费欲,其消费金额通常与住宿、机票、餐饮和观光的总额相当。境内游仍有大量的购物消费,但其程度低于境外游。

图 7. 境内游客更注重美食和儿童/家庭友好度

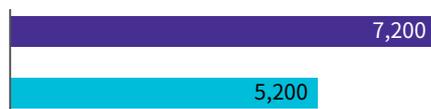
出境游		境内游		
1	自然风光	5.0	自然风光	5.0
2	当地历史文化	2.6	美食	3.1
3	性价比	2.4	儿童/家庭友好度	2.7
4	声誉口碑	2.2	性价比	2.6
5	美食	2.2	当地历史文化	2.4
6	儿童/家庭友好度	2.1	声誉口碑	2.4
7	主题/背景(如电影场景)	1.6	主题/背景(如电影场景)	1.6
8	购物	1.4	活动和运动(如徒步、滑雪、高尔夫)	1.5
9	活动和运动(如徒步、滑雪、高尔夫)	1.4	购物	1.2

问题: 对于出境游, 您选择旅游目的地主要看重哪些方面? 请选择您认为符合您的情况, 最多选三个, 然后请进行排序(最多排名前三)
数据来源: 2019中国游客问卷调查, 奥纬咨询分析

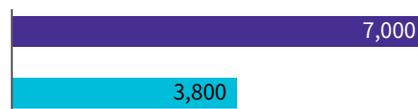
图 8. 中国游客对于旅游和购物的消费欲旺盛

单次旅行人均消费, RMB

旅游观光 (不含购物)



购物



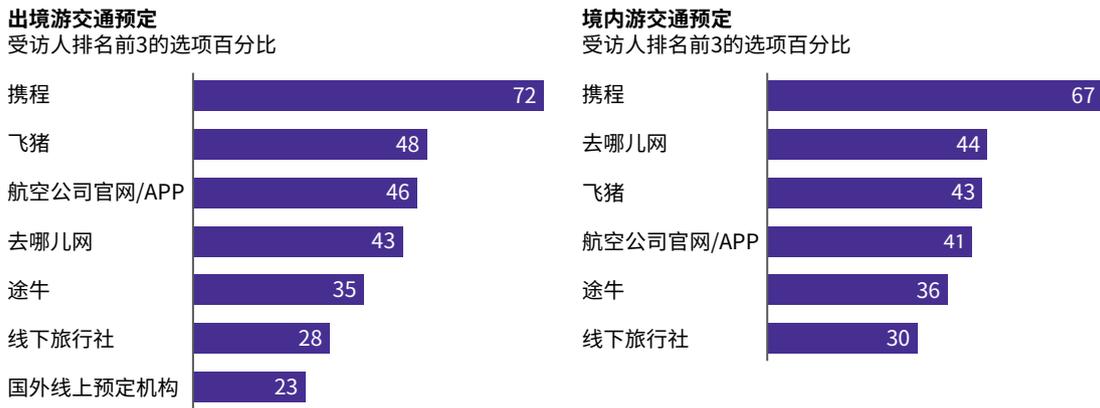
■ 出境游 ■ 境内游

问题: 您在本次旅行中的平均消费大概为多少?
数据来源: 2019中国游客问卷调查, 奥纬咨询分析

在交通预订方面,本地预订机构占据了市场主导地位。无论境内还是出境游,携程和航空公司的官方网站都是中国游客预订机票最常用的渠道。其次是飞猪和去哪儿网,去哪儿网更常用于境内游,而飞猪则更常用于出境游。

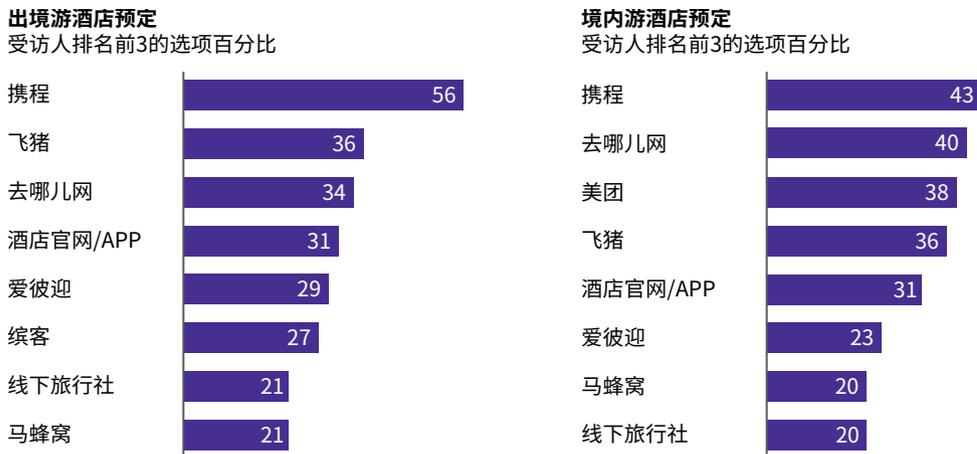
在住宿预订方面,无论境内还是出境游,携程都是最受欢迎的预订渠道。在境内住宿预订方面,美团的市场份额正在扩大,紧随去哪儿网之后排名第三。

图 9. 本地机构在交通预定方面占据主导地位



问题: 您通常通过哪些渠道预定旅行交通? 请选择您认为符合您的情况, 最多选三个, 然后请按使用频率进行排序 (最多排名前三)
 数据来源: Trustdata, 2019中国游客问卷调研, 奥纬咨询分析

图 10. 携程是最受欢迎的酒店预订渠道



问题: 您通常通过哪些渠道预定旅行酒店? 请选择您认为符合您的情况, 最多选三个, 然后请按使用频率进行排序 (最多排名前三)
 数据来源: Trustdata, 2019中国游客问卷调研, 奥纬咨询分析

越来越多的中国游客为了独特的体验而旅行。高达三分之二的受访者表示，计划在未来12个月内进行有特殊目的的旅行。其中，39%的受访者希望进行特殊观光(如非洲游猎、极光体验等)，36%的受访者希望进行体育运动(如潜水、滑雪、徒步旅行等)，另外有32%的受访者希望进行旅拍。

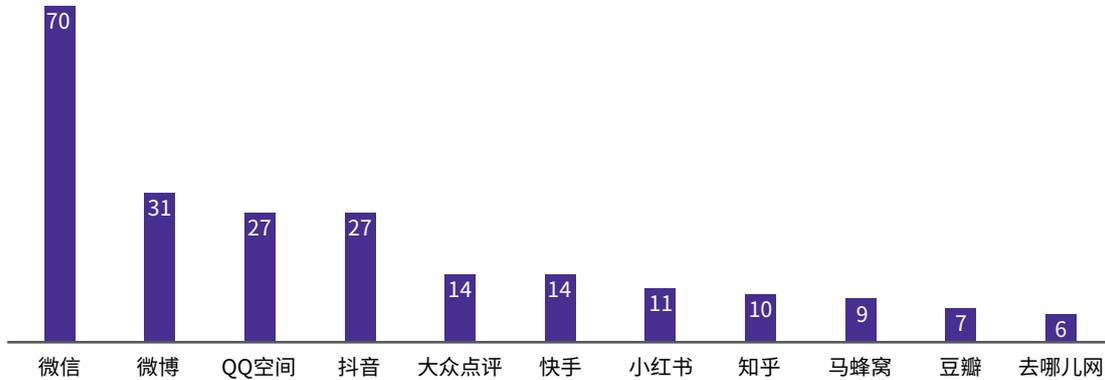
中国游客越来越重视当地独特的活动和体验。受访者表示，他们更喜欢尝试当地美食和住在精品酒店。与2018年相比，更多的人在2019年对专业旅行社有所了解，但采用率仍然较低，只有不到1%的受访者曾使用过其服务。

中国游客渴望值得发布在社交媒体上的旅行时刻，他们平均每次旅行会在社交媒体上进行4次发布。微信仍然是最受欢迎的社交媒体发布平台，其次是微博、QQ空间和抖音。

中国游客非常看重便利性。他们喜欢用“大众点评”搜索食物和旅游景点，用支付宝或微信进行支付。此外，他们也喜欢在出境游期间看到中文指示标识。

图 11. 中国游客渴望值得发布在社交媒体上的旅行时刻

旅途中社交媒体的使用情况
受访人占比



问题: 您在以下哪些社交平台上分享了有关这次的旅行?

数据来源: 2019中国游客问卷调研, 奥纬咨询分析

不同线级城市消费者展现出差异化的旅行偏好

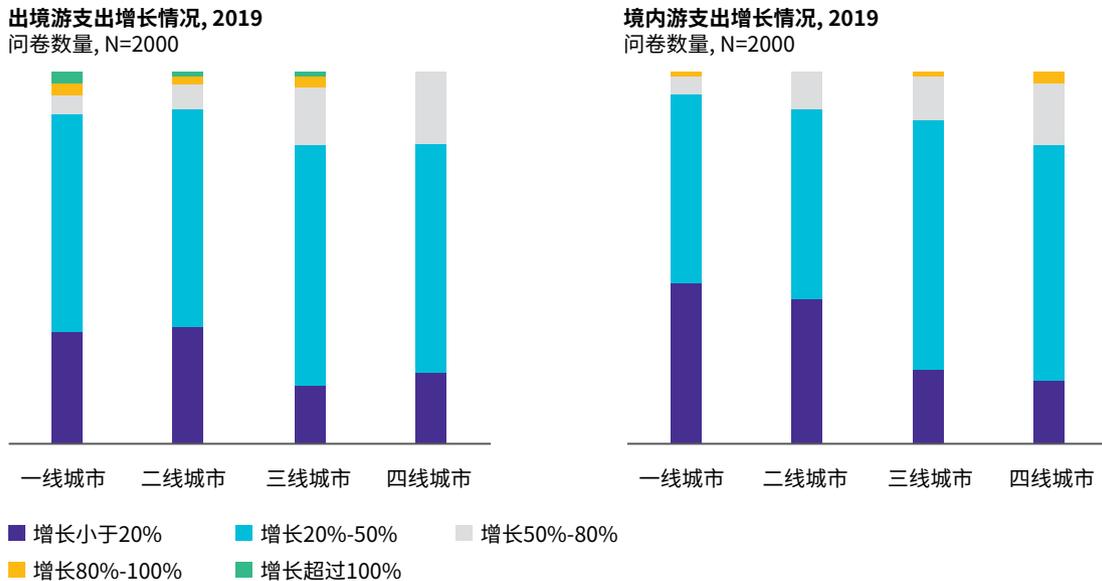
通常,家庭旅行在境内游中更常见,与伴侣或朋友一起旅行在境内和出境游中同样常见。一、二线城市的游客更倾向于独自旅行,而三、四线城市的游客更倾向于家庭旅行。

在旅游消费方面,三、四线的游客拥有更高的消费潜力。在过去12个月里,超过80%的受访者的出境游和境内游消费至少增加了20%-50%。

在消费模式上,一、二线城市的游客在住宿和餐饮方面的消费较多,而三、四线城市的游客在交通、观光和活动方面的消费较多。

参与当地特色活动的三、四线城市游客几乎是一、二线城市游客的两倍。来自三、四线城市游客表现出对参与当地特色活动(如音乐节、本地独特的体验)和独特景观的观光(如非洲游猎、极光体验等)更高的偏好。而一、二线城市的游客偏好更休闲的旅行,注重整体的娱乐体验。

图 12. 三四线城市的中国游客支出有所增长



问题: 在过去的12个月中,您在旅游上的支出相比于1年前有什么变化?

数据来源: 2018&2019中国游客问卷调研, 奥纬咨询分析

结语

总体来说,随着其旅游次数和购买力的稳步提高,中国游客正在全球旅游业中扮演越来越重要的角色。与此同时,通过签证政策的放宽以及移动支付的普及,全球的旅行目的也在致力于为中国游客打造更加便利、更加合意的出游体验。在这样的趋势下,我们认为中国游客对全球旅游业的影响将持续增长。

另外,中国游客的消费升级还在持续,越来越多的中国游客展现出更加复杂化的需求:相较于传统的旅行模式,中国游客更加热衷于深入了解当地文化、探索多样风土美食并获得具有当地特色的独特体验;他们更愿意为了“打卡”不同寻常的景观而旅行;他们更乐于不吝消费以获得优质服务犒赏自己;他们享受旅游相关APP所带来的便利性;而“晒朋友圈”则成为旅行途中必不可少的“规定动作”。这些变革说明了中国消费者在旅行中的文化需求、探索需求、个性化需求和社交需求的重要性正逐步提高。

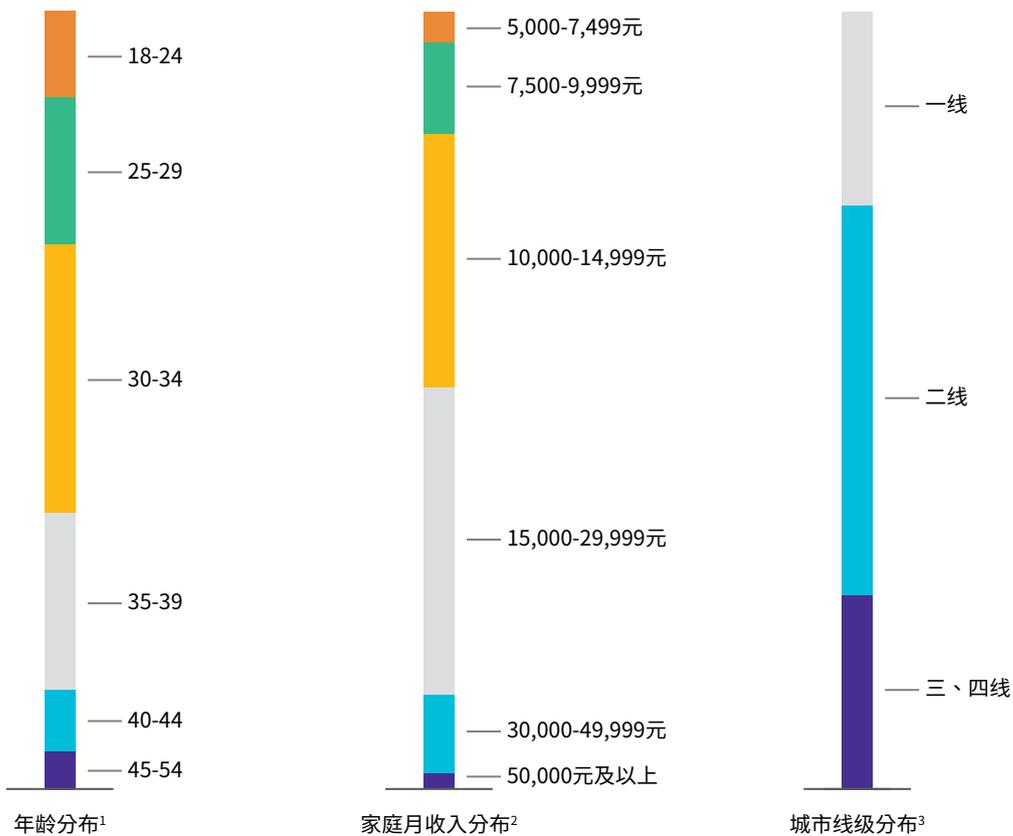
调研结果显示了中国消费者对境内和境外旅行强烈的出游和消费意愿。洞察中国游客偏好上的变化将有助于相关从业者抓住机遇。我们认为能够提供精品旅行或定制化自由行路线、主打当地特色饮食和独特玩乐体验的旅游产业链相关企业将在未来市场竞争中占得先机。

关于本调研

在线调查问卷于2019年11月在中国大陆地区投放。奥纬咨询调研了2,000名消费者，以便了解中国游客的出行偏好。受访者中49%为女性，51%为男性。73%的受访者家庭可支配收入在1,000元至3,000元人民币之间。

图 13. 样本分布

问卷数量, N=2000



1. 问题: 您的年龄区间是?

2. 问题: 您的家庭平均月收入(税前, 包括工资、投资、租金等各种收入来源)是?

3. 问题: 您目前居住的省份和城市是?

数据来源: 2019中国游客问卷调研, 奥纬咨询分析

奥纬咨询是一家国际领先的管理咨询公司，结合了深厚的行业知识和丰富的专业专长，提供战略规划、运营、风险管理及组织架构改造等课题广泛的咨询服务。

如欲了解更多信息，请拨打下列电话联络奥纬相关地区办公室市场营销部门。

中国	亚太地区	欧洲、中东和非洲	美洲
+86 21 6103 5488	+65 6510 9700	+44 20 7333 8333	+1 212 541 8100

作者

彭显伦 (Jacques Penhirin)

董事合伙人

零售及消费品业务

jacques.penhirin@oliverwyman.com

岑纪汶 (Katie Sham)

副董事合伙人

零售及消费品业务

katie.sham@oliverwyman.com

版权所有 2020 奥纬咨询保留所有权利。

未经奥纬咨询书面准许不得复制或发布本报告全部或部分内容，奥纬咨询对第三方的上述行为不承担任何责任。

本报告中的信息和观点均来自奥纬咨询。本报告并非投资建议，不应依赖报告中的建议内容进行投资，也不应将本报告内容替代专业。

会计、税务、法律或金融顾问意见。奥纬已尽最大努力确保报告内容采用了真实、全面和最新的信息和研究结果，但是对所提供信息的准确性不承担任何明示的或者隐含的责任。奥纬亦不承担更新报告信息或结论的任何责任。奥纬咨询对于因本报告内容、引用此处信息的任何报告或资料来源采取或放弃的任何行为而产生的损失或者对任何后果性的、特殊的、相似的损害(即使得知该损害发生的可能性)不承担任何责任。本报告不构成买卖有价证券要约，亦不构成买卖有价证券要约邀请。未经奥纬咨询书面同意不得出售本报告。