

年轻人

旅行

2019

2019千禧一代旅行者 洞察报告

CBN DATA

第一财经商业数据中心



airbnb 爱彼迎

© 2019 CBNDATA&Airbnb. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录

第一部分：国内旅游发展现状

- 1.1 旅行成为一种常态，旅行主题更丰富，类型更多元
- 1.2 互联网重塑旅行方式，千禧一代成为旅行主力

第二部分：千禧一代旅行者的五大旅行主张

- 2.1 追随潮流，因为一个镜头爱上一座城
- 2.2 自我犒赏，努力工作是为了痛痛快快地玩
- 2.3 极致体验，探寻“第二故乡”
- 2.4 乐于探索，期待不期而遇的惊喜
- 2.5 带娃出游，带他们从小体验生活感受爱

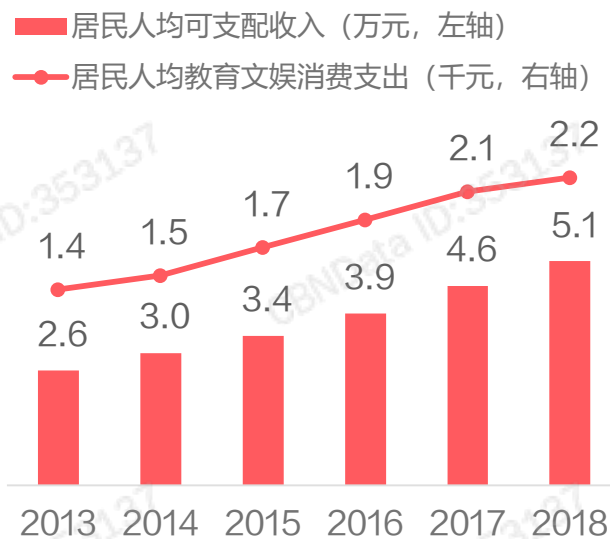
ONE — 国内旅游发展现状



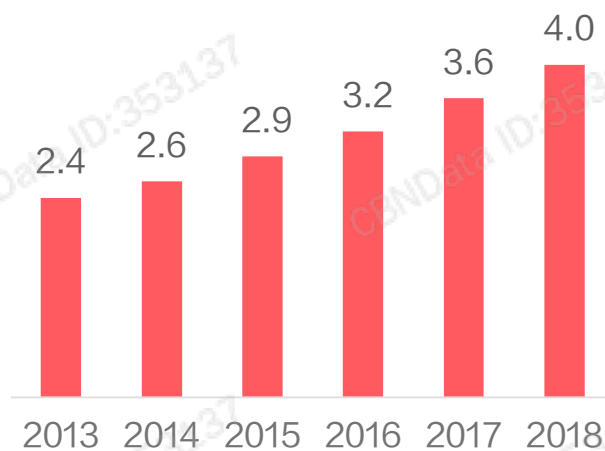
国民消费力提升，境内外游持续增长，旅行成为一种常态

近年来，居民可支配收入不断提升，居民消费结构逐步优化，教育文娱消费持续升温。2018年旅游市场呈现又好又快的发展态势，其中境内人均出游次数达到4.0次，每百人出境游次数达到10.7次。

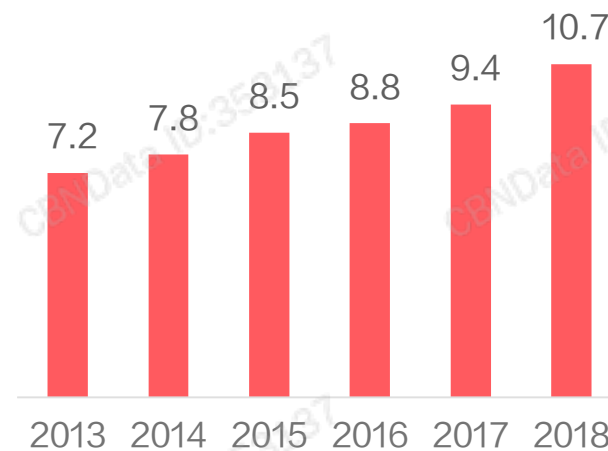
2013–2018年居民人均可支配收入及教育文娱支出



2013–2018年境内游人均出游次数变化



2013–2018年境外游人均出游次数变化（每百人次）

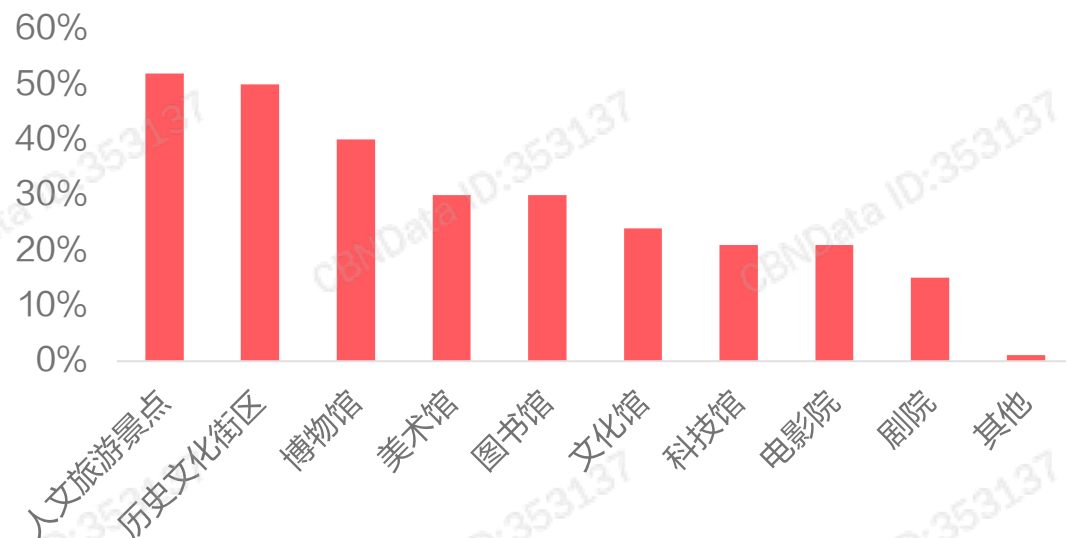


数据来源：国家统计局，CBNData整理

国民旅行的主题更丰富，类型更多元

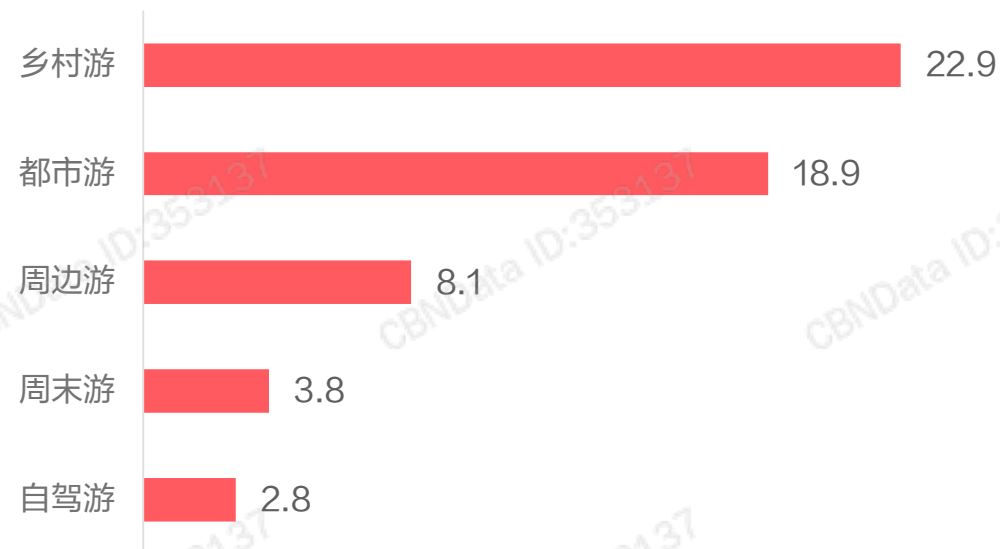
国民旅行主题日渐丰富，文化体验成为旅游的重要组成部分。同时，国民旅行的类型也更多元，2019年全国出游总人次达到30.8亿人次，其中“三小时”中短途出行距离成黄金出游圈，都市游和乡村游成为热点。

2019年上半年文化旅游景点和场馆参与体验度



数据来源：中国旅游研究院，中国城乡居民出游意愿调查

2019年上半年中短途出行圈出游人次（亿人次）



数据来源：中国旅游研究院，2019年上半年全国旅游经济运行情况

互联网重塑旅行方式，千禧一代成为旅行主力

随着互联网的全面渗透，国民的生活方式和消费习惯不断改变，旅游市场同样呈现互联网化的发展趋势。千禧一代（80后、90后）已经成为旅行市场的主力，在线上旅行人群中的占比接近八成。

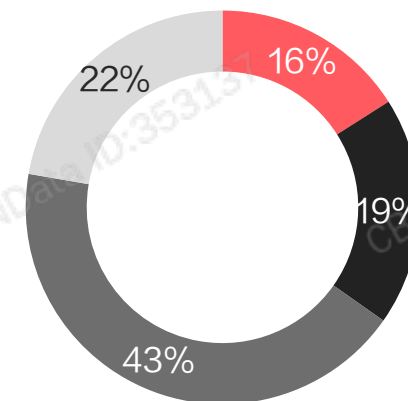
互联网平台在旅行各个环节中的角色举例



图片来源：网络

2018年中国在线旅游用户年龄分布

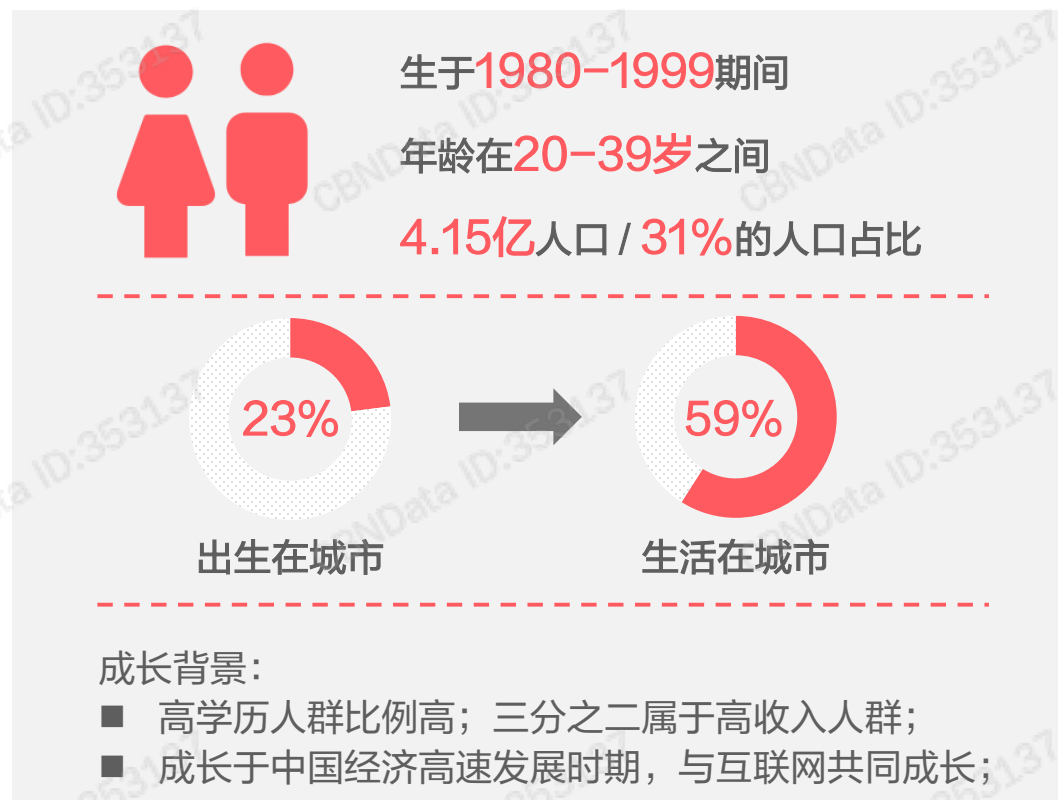
■ 95后 ■ 90后 ■ 80后 ■ 80前



数据来源：易观，2019中国在线旅游市场年度综合分析

千禧一代在互联网的影响下形成了鲜明的特点，“环游世界”成为他们最重要的人生追求

千禧一代人群画像



数据来源：高盛，中国千禧一代；罗兰贝格，千禧一代，重塑旅行和购物习惯

千禧一代的特点



数据来源：德勤，2019千禧一代年度调研报告；CBNData研究整理

千禧一代的鲜明特点，也反映在他们全新的旅行主张

千禧一代五大旅行新主张



追随潮流

因为一个镜头爱上一



自我搞赏

努力工作是为了痛痛



极致体验

探寻“第二故乡”



乐于探索

期待不期而遇的惊喜



带娃出游

重视家庭成员的互动关系，

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17040

