



迷思与真相：中国出境游市场深度观察



作者：Alex Dichter、陈洸、Steve Saxon (沈思文)、余子健、索佩敏

中国出境游已成为全球最大的旅游细分市场。过去，中国游客走出国门不算普遍，但随着出境游门槛的大幅降低（如多国对中国公民放宽个人旅游签证条件）和国民收入的持续提高，中国人的旅游半径迅速扩大，他们现在比以往任何时候都期待着探索世界。基于对 2000 多名中国游客深入的定量调查，2018 年第二季度，我们通过一系列分析编写了此报告，以求获得对中国旅游趋势、游客行为和客户群体的最新洞见。对于意欲在中国出境游市场抢分大蛋糕的旅行社、旅游零售业和酒店业来说，了解我们在调研中所揭示的八类细分出境游客将大有帮助。

按照人次和消费额衡量，中国已是全球最大的出境游市场。2015 年，中国国内旅游达到 40 亿人次，出境旅游为 1.17 亿；预计 2020 年出境旅游人次将达到 1.6 亿。中国出境游增长势头强劲，仅 2017 年全年，中国出境旅游人次就超过了 1.31 亿。超过 70% 的中国游客选择与家人和朋友结伴出行，且单次行程的消费额全球第一。此外，中国出境旅游消费额预计将以 6.1% 的复合年增长率（CAGR）上升，2020 年或将超过 20,320 亿元人民币。2010 到 2015 年间，中国出境游人次增加了一倍以上，CAGR 攀升至 15%。如此强劲的增长受益于多个因素：国民收入的提高、中国人出境游经验的日渐丰富、在线旅游信息的更易获取、国际航线的频频开通等。此外，截至 2018 年初，有 66 个国家和地区放宽对华旅游签证，大大降低

了中国游客前往这些地方的难度。

随着出境游人数的快速增加，中国游客的旅游偏好、行为和消费模式等发生了显著的变化。然而，业内对中国游客往往还停留在过往的刻板印象上。我们的调查发现了八个迷思，值得旅行社和其他业内人士多加注意，只有打破迷思才能了解真实的中国游客。例如，中国人出境游以购物为主的说法就有失偏颇。我们发现，中国游客喜欢体验式旅游，也对异域美食充满兴趣，在某些游客群体中，精品料理尤其受到追捧（如下图）。

应该打破以下对中国出境游客的迷思

中国游客喜欢的活动 迷思



买！买！买！

事实

注重体验



只打卡必游景点

多种多样的旅游需求

中国游客喜欢的食住行



停留时间短

停留时间更长



随着出境游经验的丰富，跟团游将减少

跟团游仍然流行



独爱中国菜

也爱精品料理



只用现金交易

支付宝/微信支付必不可少

如何吸引中国游客



依靠传统旅行社

亲友起着重要作用



旅行App比旅行网站更有用

Apps使用并不普遍

每一年，我们都会对中国出境游客群进行细分，针对其不同行为、消费者决策历程(CDJ)和每一个细分群体的消费模式展开分析。2015年，我们确定了三个类型，但在撰写本年度的报告时，我们发现游客及其行为更为丰富多元了。我们将其扩展至八个类型，包括：看重性价比的观光客，个性先锋，旅游达人，都市风情追随者，旅行新手，减压一族，背包客，旅购一族（如下图）。

中国出境游客并非千人一面，按偏好和行为的显著差异可划分为八个类型



看重性价比的观光客

- 低收入¹
- 旅行的意义在于远离生活喧嚣，享受优质家庭时间
- 看重性价比，喜欢常规景点，以及轻松休闲的行程安排
- 不会大肆购物，更愿意把钱花在舒适的酒店和交通上



旅购一族

- 已婚夫妇，30-40岁
- 喜欢购物为主的行程，穿插基本的观光活动
- 深受社交媒体影响，精心制定攻略，希望能买到性价比最高的商品
- 在非购物项目上的消费趋于保守



个性先锋

- 20-30岁，高收入白领
- 自我意识强烈
- 渴望拥有量身定制且富有个性的行程
- 希望自己是第一个发现独一无二、富于挑战的小众景点
- 喜欢影响朋友
- 追求优质的吃住行玩体验



背包客

- 20-30岁之间，中低收入职员
- 享受户外活动、喜欢体验当地文化，比如去集市、登山或探访其他罕为人知的景点
- 对价格敏感，但愿意在娱乐项目和本地活动方面花钱



都市风情追随者

- 来自一线或二线城市的低收入人群
- 即使经济上捉襟见肘，仍然向往体验摩登现代的大都会生活
- 重视家人、朋友；希望能获得朋友的高度认同
- 愿意超出预算消费



旅游达人

- 高收入的中年人士
- 喜欢自行安排行程，以获得独特体验
- 喜欢对当地文化进行深度体验
- 重视品质（尤其是餐饮体验）
- 对价格不太敏感



减压一族

- 单身，中等收入
- 因工作压力或当前生活无聊而感到疲劳
- 没有具体需求，只想从繁琐沉重的日常生活中暂时抽离
- 对价格敏感



旅行新手

- 中等收入
- 不太活跃，易受同行者影响
- 语言不通，交流有障碍，更青睐中文导游服务
- 喜欢观光和参观地标式景点

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_34030

