

旅游度假趋势 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 自新冠疫情爆发以来，不同消费群体在各种假日旅游方面的参与率
- 值得关注的假日旅游动机，以及消费者的旅游主题偏好
- 疫情对消费者的旅游行为和态度的影响
- 来自旅游行业参与者的创新举措，包括OTA、旅游目的地（如主题公园）和酒店
- 根据消费者调查结果预测的未来商机

受长期疫情下旅行受限的影响，消费者的假日出行频率显著降低，但超过70%的受访消费者表示，他们的假日旅游意愿和预算保持不变，甚至更高。

有宠物的家庭和30-39岁高收入女性的旅游意愿最高，尤其是参观主题公园和海滩度假。同时，这些群体最愿意为旅行中有助于释放压力和调节情绪的活动（如温泉疗养、面部美容护理）支付额外费用。

因此，所有市场参与者都可以抓住机会，引进新的度假设施和服务，迎合消费者对释放压力、亲近大自然、与朋友和家人增进感情的需求，以及对相对小众但有发展前景的文化艺术和音乐节的需求。

疫情带来的不确定性仍然是所有假日旅游业务经营者面临的最大挑战，因此，旅游市场以短途旅游和本地旅游为主导。对于成熟的市场参与者，如主流OTA（在线旅行社）平台，这一点尤其具有挑战性。为此，他们需要调整业务战略，更多地专注于“本地化”假日产品，瞄准那些渴望探索具有便捷交通且提供各种趣味活动的小众目的地的消费者。



“2022年上半年新一轮疫情爆发，假日旅游市场的恢复受到抑制。然而，英敏特发现消费者的旅游出行意愿和预算呈积极趋势，尤其是有宠物的家庭、有孩子的家庭和30-39岁的高收入女性。”

— 刘倩雯，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 国内游客量较2022年初显著下降
数据1: 上半年游客总人数，2019-2022年
数据2: 假日游客量恢复率（与2019年相比），2021-2022年
- 短途及本地主题游成为市场主流
数据3: 国定假日出游半径，2019-2022年
- 公司与品牌
- 小红书和抖音进军旅游市场
- 主题公园和其他旅游目的地通过打造沉浸式旅游体验来吸引人气
- 酒店品牌推出针对年轻一代的创新营销活动
- 消费者
- 周边城市的短途旅游和本地休闲旅游仍然是主流
数据4: 旅游参与情况，2022年
- 健康养生成为消费者的首要出行动机
数据5: 休闲旅行的动机，2022年
- 疫情对旅游度假的影响
- 尽管出行受限，消费者的旅游出行意愿和预算仍然很高
数据6: 疫情对旅游度假的影响——整体意愿与预算，2022年
- 消费者的自驾出行意愿增强
数据7: 疫情对旅游度假的影响——交通类型，2022年
- 民宿和高端酒店的人气均呈上涨之势
数据8: 疫情对旅游度假的影响——住宿偏好，2022年
- 消费者更愿意去小众旅游目的地/景点
数据9: 疫情对旅游度假的影响——旅游类型，2022年
- 主题公园和海滩度假是最热门的出行选择
数据10: 旅游主题偏好，2022年
- 消费者更愿意在助于减压的活动上花更多钱
数据11: 健康养生项目，2022年
- 对度假出租屋的卫生防护顾虑有所缓解
数据12: 对旅游的态度——表示同意的比例，2020年 vs 2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- OTA需要根据本地休闲旅游趋势调整服务

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

- 民宿商家可以巧借养生理念来实现服务升级
 - 宠物主人正成为露营业务的新兴机遇
- 数据13: 美国宠物友好型露营地示例，2022年

市场因素

- 疫情的大规模反弹导致**2022年**上半年的游客量同比下降**22.2%**
数据14: 上半年游客总人数和旅游总收入，2019-2022年
- 假日旅游开支自**2022年**疫情反弹以来呈下降趋势
数据15: 消费者假日消费趋势，2020年3月至2022年9月
- **2022年**公共假日游客量恢复到**2019年**水平的进程仍显疲软
数据16: 假日游客量与收入——相较于2019年，2021-2022年
- 短途及本地主题游成为市场主流
数据17: 国定假日出游半径，2019-2022年

谁在创新？

- 小红书和抖音纷纷涉足旅游产业
- 结合潮流元素的主题公园和旅游目的地备受追捧
数据18: 位于西安的著名影视IP《长安十二时辰》主题街区，2022年
数据19: 迪士尼与VeVe合作推出的NFT产品
- 酒店品牌推出一系列瞄准年轻一代的创新营销活动
数据20: 不同酒店品牌的宣传营销活动

旅游参与情况

- 周边城市的短途旅游和本地休闲旅游仍然是主要的旅游类型
数据21: 旅游参与情况，2022年
- 旅游参与度与年龄、收入和居住成员有关
数据22: 旅游参与度（按年龄、收入和居住成员区分），2022年

休闲旅行的动机

- 养生成为消费者的首要旅游动机
数据23: 休闲旅行的动机，2022年
- 人们的主要出游动机因年龄和居住成员而异
数据24: 休闲旅行的动机（按年龄区分），2022年
数据25: 休闲旅行的动机（按居住成员区分），2022年

疫情的影响

- 尽管出行受限，消费者的旅游出行意愿和预算仍然很高
数据26: 疫情的影响——整体意愿与预算，2022年
数据27: 疫情的影响——旅游预算（按部分消费细分群体区分），2022年
- 自驾出行意愿增强

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据28: 疫情的影响——交通类型，2022年

- 民宿和高端酒店的人气均呈上涨之势

数据29: 疫情的影响——住宿偏好，2022年

- 对探索小众目的地/景点的兴趣日益浓厚

数据30: 疫情的影响——旅游类型，2022年

旅游主题偏好

- 主题公园和海滩度假是最热门的出行选择

数据31: 旅游主题偏好，2022年

- 结合多种主题的假日旅游将激发消费者的兴趣

数据32: 旅游主题偏好（部分）（按对不同旅游主题感兴趣的消费者区分），2022年

健康养生项目

- 消费者非常愿意为有助于释放压力的活动付费

数据33: 为健康养生项目支付额外费用的意愿，2022年

- 较年长的游客对传统中医食疗感兴趣

数据34: 为健康养生项目支付额外费用的意愿（按年龄区分），2022年

对旅游的态度

- 过去3年，消费者对度假出租屋的卫生防护顾虑有所缓解

数据35: 对旅游的态度——表示同意的比例，2020年 vs 2022年

- 对出境游的兴趣并未消退

数据36: 对出境游的态度（按部分人口统计群体区分），2022年

附录——研究方法缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。