

针对年轻人的旅游营销 - 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

- 旅游参与情况以及未来市场复苏的关键增长动力
- 热门旅游目的地以及旅游参与方式
- 旅游目的地的决策因素
- 感兴趣的旅游活动
- 利用适宜的户外主题吸引年轻的旅游消费者
- 旅游体验的营销趋势

消费者仍对旅游保持着兴趣。一旦旅游政策放宽，他们会渴望恢复国内和出境旅游。不久的将来，年轻一代将成为国内长途旅游和出境旅游的关键增长力。他们愿意重拾休闲旅游，但并非以“报复性”方式参与。

旅游消费受到个人财务状况不确定性的影响。这种影响会让他们的消费心态变得节俭，但不会放弃奢华体验。

在国内和出境旅游方面，消费者的旅游目的地灵感来源各不相同。国内旅游目的地的偏好也在发生变化。长期以来，重庆一直是网红旅游目的地，而现在南方地区则成为人们下一个向往之处。出境旅游的消费者对短途和长途旅游目的地都充满热情，为零售商带来免税零售机会。

在旅游活动方面，当下户外主题非常流行，各品类的品牌都在广泛利用这一概念进行营销。实际上，在针对年轻人进行旅游营销时，应利用不同户外活动来吸引不同的消费层。



"在疫情得到控制、旅游限制放宽之后，18-39岁的年轻消费者将成为旅游度假市场复苏的驱动力，尤其是对长途旅游和出境旅游而言。对于18-24岁的年轻消费者，露营是一种可享受大自然的平价休闲选择，不会造成太多的经济负担。具有高端或奢华定位的度假产品可以考虑借力极限运动，因为在消费者看来，极限运动是代表了奢华体验。"

——顾菁，品类总监

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
- 报告定义

综述

- 市场概述
- 旅游限制影响下的旅游参与情况
数据1: 游客人次，2019-2022年
- 旅游运营商利用新潮活动为消费者提供灵感
- 露营成为时尚生活方式的新代表
- 汽车品牌积极瞄准户外消费者
- 值得关注的消费者趋势
- 年轻一代目前一直在推动国内长途旅游复苏，并将成为未来市场复苏的动力
数据2: 国内长途休闲旅游（α）的复苏情况（按年龄区分），2022年
- 年轻一代人群中的高收入者是潜在的出境游客
数据3: 出境休闲旅游——新冠疫情之前的实际参与情况vs对未来旅游的兴趣（按年龄区分），2022年
- 谨慎的旅游消费
数据4: 对未来3个月改善个人财务状况的态度，2022年
数据5: 对奢华旅游的态度（按家庭月收入区分），2022年
- 国内旅游：南方大湾区正在吸引旅游消费者，应通过突出旅游景点来进一步激发兴趣
数据6: 未来计划去的国内旅游目的地——排名，2020 vs 2022年
数据7: 国内旅游目的地灵感来源，2022年
- 出境旅游：应利用多种渠道激发兴趣，免税购物的热情依然存在
数据8: 未来计划去的出境旅游目的地——词云，2022年
数据9: 旅游目的地灵感来源（任意选择），国内旅游vs出境旅游，2022年
数据10: 排名前五的国内旅游和出境旅游活动，2022年
- 通过极限运动打造奢华体验
数据11: 感兴趣的旅游活动，2022年
数据12: 对奢华旅游体验的态度（按感兴趣的户外活动区分），2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 面向年轻人的露营营销：露营是小确幸，而非高端体验

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



- 数据13: 18-24岁的消费者在旅行中感兴趣的户外活动（按家庭月收入区分），2022年
- 数据14: 18-24岁的消费者在旅行中对露营（a）的兴趣（按性别区分），2022年
- 数据15: 年长消费者在旅行中对露营（a）的兴趣（按家庭月收入区分），2022年
- 数据16: 18-24岁消费者的旅游参与情况——按对露营（a）的兴趣区分，2022年
- 数据17: 18-24岁的消费者对旅游团内的社交活动（a）的兴趣——按对露营（b）的兴趣区分，2022年
- 用极限运动来呈现奢华旅游和生活方式
- 数据18: 对奢华旅游体验的态度（按感兴趣的旅游活动区分），2022年
- 数据19: 对奢华旅游体验的态度（按户外活动类型区分），2022年
- 数据20: 户外活动的吸引力（按对志同道合的伙伴一起旅行的兴趣区分），2022年
- 通过适宜的渠道向18-24岁消费者推广令人难忘的海外旅游体验
- 通过有形物品加强年轻人的难忘体验
- 数据21: 感兴趣的旅游活动——国内旅游vs出境旅游，2022年
- 数据22: 出境旅游消费者对逛纪念品商店的兴趣（按年龄和性别区分），2022年
- 数据23: 出境旅游消费者对旅游团内的社交活动的兴趣（按年龄和性别区分），2022年
- 数据24: 出境旅游消费者对特别的仪式场景（a）的兴趣（按年龄和性别区分），2022年
- 通过多种渠道而非仅仅利用旅游景点来吸引年轻人的兴趣
- 数据25: 旅游目的地灵感来源——国内旅游vs出境旅游，2022年

市场概述

- 旅游参与情况受到新冠疫情显著影响
- 数据26: 游客人次，2019-2022年
- 消费心态表明消费者或变得更加节俭
- 数据27: 对未来3个月改善个人财务状况的态度，2022年

营销策略与创新

- “剧本杀旅游”获得年轻人青睐
- 数据28: 飞猪X肯德基：解谜类邮轮剧本杀，2022年
- 旅游服务供应商正在扩大其影响力
- 露营激励生活方式类的消费
- 数据29: 小红书露营季营销活动，2022年
- 汽车品牌借助户外旅游来推广汽车
- 数据30: 丰田与马蜂窝携手推广锋兰达，2022年

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



数据31: 五菱与马蜂窝携手推广佳辰SUV，2022年

旅游参与情况与兴趣

- 国内休闲旅游：年轻人促进长途游复苏，但并非“报复性”旅游
数据32: 国内休闲旅游，2022年
- 年轻和年长人群中，本地旅游恢复到新冠疫情爆发前的参与水平
数据33: 本地休闲旅游（α）的复苏情况（按年龄区分），2022年
- 在各年龄段消费者的支持下，短途旅游暂时恢复到疫情爆发前的参与水平
数据34: 周边城市短途休闲旅游（α）的复苏情况（按年龄区分），2022年
- 国内目的地应关注年轻人推动长途旅游
数据35: 跨省长途休闲旅游（α）的复苏情况（按年龄区分），2022年
- 出境游一旦开放，旅游目的地应瞄准高收入的年轻消费者
数据36: 对未来12个月出境旅游的兴趣（按年龄区分），2022年
数据37: 对未来12个月出境旅游的兴趣（按年龄和收入区分），2022年
数据38: 出境休闲旅游：新冠疫情之前的实际参与水平vs对未来旅游的兴趣（按年龄区分），2022年
- 商务出差尚未恢复至疫情前水平
数据39: 商务出差vs休闲旅游的参与情况，2022年
数据40: 商务出差的复苏情况（按年龄区分），2022年

未来的旅游目的地

- 年轻一代对旅游目的地决策更有信心
数据41: 有关旅游目的地的决策，2022年
数据42: 旅游目的地决策（按家庭月收入和城市线级区分），2022年
- 南方大湾区成为国内热门目的地
数据43: 未来计划去前往的国内旅游目的地——词云，2022年
数据44: 未来计划去前往的国内旅游目的地——排名，2020vs2022年
- 日本和韩国是热门出境游目的地
数据45: 未来计划去的出境旅游目的地——词云以及排名，2022年

未来旅游方式

- 自由行仍是首选
数据46: 未来旅游方式，2022年
- 定制游有机会瞄准对出境游感兴趣的消费者
数据47: 定制游（α），2019 vs 2022年
数据48: 对定制游（α）的兴趣（按未来旅游计划区分），2022年

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



数据49: 出境休闲旅游消费者偏爱的旅游方式，2022年

数据50: 期望的旅游活动（按出境定制游vs非出境定制游区分），2022年

- 房车游走热

数据51: 房车游（α），2019 vs 2022年

旅游目的地灵感来源

- 价格便宜无法吸引消费者

数据52: 旅游目的地灵感来源，2022年

- 出境旅游目的地营销：相比国内旅游的独特之处

- 出境旅游有多种灵感来源

数据53: 旅游目的地灵感来源（任意选择），国内旅游vs出境旅游，2022年

数据54: 旅游景点作为目的地灵感来源的吸引力——国内旅游vs出境旅游（按年龄区分），2022年

- 出境旅游消费者更依赖旅游从业人士的意见

数据55: 将旅游行业从业人士（α）的推荐作为旅游目的地灵感——国内旅游vs出境旅游（按年龄区分），2022年

- 旅游攻略论坛吸引年轻出境旅游消费者

数据56: 将旅游攻略论坛（α）的推荐作为旅游目的地灵感——国内旅游vs出境旅游（按年龄区分），2022年

数据57: 将综艺节目和影视剧作为旅游目的地灵感——国内旅游vs出境旅游（按年龄区分），2022年

感兴趣的旅游活动

- 户外、身心健康和社交主题是设计旅游活动的关键

数据58: 感兴趣的旅游活动，2022年

- 极限运动代表新的奢华旅游体验和生活方式

数据59: 对奢华旅游体验的态度（按感兴趣的旅游活动区分），2022年

- 消费者仍然对出境免税购物感兴趣

数据60: 排名前五的国内旅游和出境旅游活动，2022年

数据61: 对出境游免税购物的兴趣（按年龄和性别区分），2022年

对旅游的态度

- 对旅游的热情依然强烈

数据62: 恢复旅游的意愿，2022年

数据63: 恢复旅游的意愿（按年龄区分），2022年

- 出境旅游有机会推广奢华旅游服务

数据64: 对奢华旅游体验的态度（按家庭月收入区分），2022年

数据65: 对奢华旅游体验的兴趣（按人口统计特征区分），2022年

- “与朋友分享”在旅游活动中并不能通用

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

数据66: 感兴趣的旅游活动（按对与志同道合的伙伴一起旅行的兴趣区分），2022年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

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)。