

## 针对中国游客的营销 - 中国 - 2015年5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“根据英敏特《中国消费者消费习惯——中国，2015年4月》报告，旅游在所有消费者支出中占比11%，是排在住房费用及个人理财和家庭食品之后的第三大重要支出。这表现出了旅游对中国消费者的重要性。”

— 李冽铃，高级研究分析师

### 在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 什么是中国消费者最感兴趣的活动？当他们在寻找旅游目的地时，哪类信息是最重要的？
- 旅游营销机构，例如旅游局、酒店和旅行社，以及负责为他们营销的广告公司，如何更好地吸引中国游客？
- 针对中国游客进行市场营销时，旅游局/旅行社应强调哪些信息？

中国消费者不仅旅游得更加频繁，而且每次旅游的花销越来越多了。旅游是中国消费者是放下繁重的工作来放松自己的一个非常重要的场合。因此，他们更关注旅游时用更好的餐饮和住宿让自己得到享受。

随着他们可支配收入继续增长，中国消费者很可能在玩得舒适之外还想寻找更丰富的新体验。他们已经摒弃走马观花地参观和拍照的传统，开始更加强调获取当地体验，在旅游中更加了解当地的文化和传统。

### 购买 这篇报告

地址：  
store.mintel.com

电话：  
欧洲，中东，非洲  
+44 (0) 20 7606 4533

巴西  
0800 095 9094

美洲  
+1 (312) 943 5250

亚洲  
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：  
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

# 针对中国游客的营销 - 中国 - 2015年5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 目录

### 引言

定义

研究方法

缩写

### 综述

市场

国内游

数据 1: 国内游人数预测最好和最差的情形, 2009-19年

出境游

数据 2: 出境游人数预测最好和最差的情形, 2009-19年

消费者

对中国城市居民而言, 国内游非常普遍, 而国外游依然是一种奢侈

数据 3: 过去12个月去旅游的情况 (按在国内旅游对比去国外旅游区分), 2015年1月

数据 4: 过去12个月内旅游的情况, 2015年8月

旅游营销机构应利用人们分享旅游经历的平台

数据 5: 在制定旅游计划时所使用的信息渠道, 2015年1月

当地特色食品是最受中国游客欢迎的旅游纪念品

数据 6: 在旅游中购物的情况, 2015年1月

对境外旅游目的地的印象

数据 7: 对境外旅游目的地的印象, 2015年1月

更多中国人希望“入乡随俗”

数据 8: 旅游时感兴趣的体验, 2015年1月

在出国旅游时, 国内支付方式和能够上网是最重要的因素

数据 9: 出国旅游时的“必需品”, 2015年1月

关键议题

矫正错误认知来吸引更多中国游客

中国游客追求异国体验, 但仍不愿太过出格

解放家庭游中的父母

利用当地特色食品来吸引中国游客

我们认为

### 议题与洞察

矫正错误认知来吸引更多中国游客

现状

启示

中国游客追求异国体验, 但仍不愿太过出格

现状

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 针对中国游客的营销 - 中国 - 2015年5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

### 启示

解放家庭游中的父母

现状

启示

利用当地特色食品来吸引中国游客

现状

启示

### 趋势应用

真的假不了，假的真不了

无所不在

口碑效应

### 市场规模与预测

#### 要点

2009-2014年旅游市场持续升温

数据 10: 旅游市场销售额最好和最差的情形，2009-19年

数据 11: 中国国内游和出境游的人数（按人次区分），2009-14年

数据 12: 中国国内游和出境游人数的份额（按人次区分），2009-14年

中国人的旅游花费增加

旅游市场规模预测

国内游

数据 13: 国内游人数预测最好和最差的情形，2009-19年

出境游

数据 14: 出境游人数预测最好和最差的情形，2009-19年

预测方法

在中国游客中热门的出境游目的地

数据 15: 排名前十的中国游客热门出境游目的地（按游客数量区分，百万人次），2009-13年

### 消费者——过去12个月内旅游的情况

#### 要点

对中国城市居民而言，国内游非常普遍...

数据 16: 过去12个月去旅游的情况（按在国内旅游对比去国外旅游区分），2015年1月

...而国外游主要在富裕人群和一线城市的消费者中流行

数据 17: 过去12个月去旅游的情况（按在国内旅游和去国外旅游的人口特征区分），2015年1月

在过去12个月中，日本/韩国是最受欢迎的国外自助旅游目的地

数据 18: 过去12个月去旅游的情况（按在国内旅游对比去国外旅游区分），2015年1月

数据 19: 过去12个月内的旅游类型（按在国内旅游vs去国外旅游区分），2015年1月

### 消费者——制定旅游计划时的信息渠道

#### 要点

中国游客喜欢参考他人的经验

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 针对中国游客的营销 - 中国 - 2015年5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 20: 在制定旅游计划时所使用的信息渠道，2015年1月

### 年轻消费者更依赖社交网络

数据 21: 在制定旅游计划时所使用的部分信息渠道（按年龄区分），2015年1月

### 对于准备制定国外旅游计划的消费者而言，旅游类论坛和旅游局官方网站是更加重要的信息渠道

数据 22: 在制定旅游计划时所使用的部分信息渠道（按旅游目的地区分），2015年1月

### 对于不同收入的群体，信息渠道的重要程度有差异

数据 23: 在制定旅游计划时所使用的部分信息渠道（按个人月收入区分），2015年1月

### 二三线城市的消费者更多地使用旅行社渠道

数据 24: 在制定旅游计划时使用旅行社渠道（按城市和线级区分），2015年1月

## 消费者——在旅游中购物的情况

### 要点

#### 当地特色食品是最受欢迎的旅游纪念品

数据 25: 在旅游中购物的情况，2015年1月

#### 非常多的消费者从国外购买非食品品类

数据 26: 部分旅游时购买过的产品（按旅游目的地区分），2015年1月

#### 女性为自己购买而男性更多地为他人购买

数据 27: 旅游时为自己购买的产品（按性别区分），2015年1月

#### 让代购更方便

数据 28: 旅游期间为别人代购的产品，2015年1月

## 消费者——对境外旅游目的地的印象

### 要点

#### 对境外旅游目的地的印象

数据 29: 对境外旅游目的地的印象，2015年1月

#### 到当地旅游后的印象转变

##### 港澳台

数据 30: 对港澳台印象转变（去之前和去之后的评价变化，按百分比区分），2015年1月

##### 日本和韩国

数据 31: 对日本和韩国的印象转变（去之前和去之后的评价变化，按百分比区分），2015年1月

##### 东南亚

数据 32: 对东南亚的印象转变（去之前和去之后的评价变化，按百分比区分），2015年1月

##### 欧洲

数据 33: 对欧洲的印象转变（去之前和去之后的评价变化，按百分比区分），2015年1月

##### 美国和加拿大

数据 34: 对美国和加拿大的印象转变（去之前和去之后的评价，按百分比区分），2015年1月

##### 澳大利亚和新西兰

数据 35: 对澳大利亚和新西兰的印象转变（去之前和去之后的评价，按百分比区分），2015年1月

## 消费者——旅游时感兴趣的体验

### 要点

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 针对中国游客的营销 - 中国 - 2015年5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

**更多中国人希望“入乡随俗”**

数据 36: 旅游时感兴趣的体验, 2015年1月

**野生动物吸引有孩子的家庭**

数据 37: 旅游时感兴趣的体验——亲近动物 (按婚姻状况和家中是否有孩子区分), 2015年1月

**年轻女性想穿当地特色的服装**

数据 38: 度假时感兴趣的体验——穿当地特色的服装 (按性别和年龄区分), 2015年1月

**年纪较大的消费者想要更深层次的体验**

数据 39: 度假时感兴趣的体验——参观有当地特色的工厂/作坊 (按性别和年龄区分), 2015年1月

**消费者——出国旅游时的“必需品”****要点****支付方便最重要**

数据 40: 出国旅游时的“必需品”, 2015年1月

**提供上网服务以吸引更多中国游客**

数据 41: 出国旅游时的“必需品” (按年龄区分), 2015年1月

**中国元素让30-49岁的消费者感觉更自在**

数据 42: 出国旅游时的“必需品” (按年龄区分), 2015年1月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)