

假日预订流程 - 中国 - 2014年10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



“今非昔日，随着中国游客更常旅游出行，他们不再只是匆匆赶去景点购物拍照。旅游假日对于他们而言是逃离忙碌生活、释放压力的方式。他们更享受舒缓愉悦的假日，在目的地待上更长时间以充分领略当地文化和美食。这种‘慢旅行’和体验式度假生活已悄然兴起。此外，许多繁忙的旅游者青睐通过更高效快速的方式计划、预订假日，而不是被淹没在大量的在线信息中。”

— 邹睿敏，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 转向手机预订
- 整合渠道以优化旅游者的预订体验
- 提升旅游度假产品的价格透明度和可比性
- 强烈的个性化需求推动定制假日旅游产品

总的来说，假日预订明显变得更为复杂，巨大的信息量常常让人无从下手。而中国的旅游假日产业目前还相当分散，差异化不明显，消费者也普遍对旅行社和广告将信将疑。此外，大多数游客的家人和朋友还无法为他们提供住宿的便利。因此，中国游客，尤其是有经验的消费者会花费大量时间，自行搜索和比较信息与价格，货比三家，最后往往在线上完成预订。

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@mintel.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

假日预订流程 - 中国 - 2014年10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

综述

中国旅游假日市场概览

消费者

了解中国不同类型的中国出游者

数据1: 目标群体 , 2014年7月

境内游以短期为主，出境游以4天以上居多

境内与境外游计划分工

数据2: 旅游计划和预订分工——境内和境外 , 2014年7月

预订时间缩短

数据3: 境内和境外旅游预订所需时间 , 2014年7月

女性旅游市场的契机

主要议题

转向手机预订

整合渠道以优化旅游者的预订体验

提升旅游度假产品的价格透明度和可比性

强烈的个性化需求推动定制假日旅游产品

我们的观点

中国旅游假日市场概览

要点

中国境内游市场规模

数据4: 中国境内旅游者 (按旅游人数和销售额统计) , 2008-2015 (预测)

中国境外游市场规模

数据5: 中国境外旅游者 (按旅游人数统计) , 2008-2015 (预计)

假日预订市场

市场增长动力

国家经济增长随之带来的更高人均可支配收入

数据6: 中国年度国内生产总值和国内生产总值年比增长率 , 2004-2013年

更完善的旅游政策和签证申请

数据7: 特许旅游目的地国家 , 2012年12月

免签或落地签目的地

新《旅游法》规范跟团游

独立背包客的涌现

年假旅游在高收入者中走红

现在购买这篇报告

网址: 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@mintel.com

假日预订流程 - 中国 - 2014年10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

日益增高的互联网渗透率刺激旅游需求

智能手机持有率和手机应用程序使用率节节攀升

更完善的基础设施推动更多旅游出行

市场阻碍因素

低收入者带薪假期有限或难以顺利实施

数据8: 旅游度假时长(按职业区分), 2013年11月

议题与洞察

转向手机预订

现状

启示

整合渠道以优化旅游者的预订体验

现状

启示

提升旅游度假产品的价格透明度和可比性

现状

启示

强烈的个性化需求推动定制假日旅游产品

现状

启示

趋势应用

趋势: 解码生活

趋势: 唯我独有

趋势: 无所不在

领先旅游假日公司和品牌

在线旅行社

携程

数据9: 携程旅行网公司背景

途牛旅游网

数据10: 途牛旅游网公司背景

艺龙旅行网

数据11: 艺龙旅行网公司背景

同程旅游

数据12: 同程旅游公司背景

旅游查询引擎或平台

去哪儿网

数据13: 去哪儿网公司背景

用户生成内容型旅游网站

穷游网

现在购买这篇报告

网址: 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@mintel.com

假日预订流程 - 中国 - 2014年10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 14: 穷游网公司背景

驴妈妈旅游网

数据 15: 驴妈妈旅游网公司背景

国外运营商

缤客

数据 16: 缤客公司背景

到到网

数据 17: 到到网公司背景

创新和创新者

“1元门票”促销

签证申请费之战

买机票，送签证

旅游产品分期付款

消费者——了解中国不同类型的中国出游者

要点

不同的旅游户外假日预订方式

数据 18: 目标群体，2014年7月

积极活跃出行者

积极搜索假日产品和资讯

客户服务和独家产品是取胜秘匙

忠诚度计划更具魅力

更少计划，无忧出游

机遇

取悦家庭旅行者

最优价格和便捷预订至关重要

事无巨细计划者

适合家人的假日活动

机遇

自我探索发现者

享受井然有序的假日

优惠价格、产品内容和客户服务缺一不可

向往充分沉浸假日体验

机遇

业余新手出游者

缺乏计划经验

机遇

消费者——旅游类型

要点

现在购买这篇报告

网址: 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@mintel.com

假日预订流程 - 中国 - 2014年10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

短途自助游是最热门的境内游

数据 19: 旅游类型——境内游，2014年7月

跟团在长途出境游时更受青睐

数据 20: 旅游类型——境外，2014年7月

有小孩的家庭喜欢旅游

数据 21: 旅游类型——境内和境外(按子女年龄区分)，2014年7月

四成受访者没有出境游

数据 22: 旅游类型——境外(按人口统计区分)，2014年7月

消费者——旅游计划和预订分工

要点

旅游计划和预订分工随目的地不同而变化

数据 23: 旅游计划和预订分工——境内和境外，2014年7月

低收入和二三线城市消费者参与旅游计划和预订…

…协助主要策划者

数据 24: 旅游计划和预订分工——境内(按性别和年龄区分)，2014年7月

数据 25: 旅游计划和预订分工——境外(按性别和年龄区分)，2014年7月

消费者——旅游预订所需时间

要点

预订时间缩短

数据 26: 境内和境外旅游预订所需时间，2014年7月

短途旅行常常于最后一分钟预订

数据 27: 境内旅游预订所需时间，2014年7月

数据 28: 出境旅游预订所需时间，2014年7月

早、中、晚预订者

境内游

数据 29: 出行前预订时间——境内游(按区域和城市线级区分)，2014年7月

境外游

数据 30: 出行前预订时间——境外(按区域和城市线级区分)，2014年7月

消费者——旅游预订方式

要点

通过台式电脑/笔记本电脑和现场预订最普遍

数据 31: 过去12个月内使用过的实体或在线渠道预订，2014年7月

现场预订与通过台式电脑/笔记本电脑/手机预订

数据 32: 过去12个月内使用过的实体或在线渠道预订——部分旅游产品(按年龄区分)，2014年7月

手机预订悄然兴起

数据 33: 过去12个月内使用过的手机预订(按年龄区分)，2014年7月

消费者——在线旅行网站

要点

现在购买这篇报告

网址: 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@mintel.com

假日预订流程 - 中国 - 2014年10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

携程网和去哪儿网最常用

数据 34: 过去12个月内使用过的旅游预订网站——境内游和境外游，2014年7月

国外旅游网站在预订境外假期时受青睐

高收入者参考多个渠道

数据 35: 过去12个月最常使用的旅游预订网站——境外（按个人月收入区分），2014年7月

消费者——影响旅游预订渠道选择的因素

要点

费用透明最重要

数据 36: 影响旅游预订渠道选择的重要因素，2014年7月

安全支付方式

男性更看重客户服务和快速的预订流程

数据 37: 部分影响旅游预订渠道选择的重要因素（按性别区分），2014年7月

低收入者最看重什么？

数据 38: 影响旅游预订渠道选择的重要因素（按个人月收入区分），2014年7月

为高收入者提供独家产品和忠诚度计划

消费者——旅游预订行为

要点

数据 39: 旅游预订行为，2014年7月

即兴假日预订

个人定制度假产品

女性和低收入消费者更有可能对比价格

以会员激励计划留住现有客户

以联名信用卡吸引高收入旅游者

在线旅游类广告

消费者——对旅游的态度

要点

旅游假日计划和预订

数据 40: 对旅游假日计划和预订的态度，2014年7月

高收入人群和男性仍亲睐实体旅行社

旅游者真正需要更多信息吗？

女性旅游市场的契机

假日生活方式

数据 41: 对假日生活方式的态度，2014年7月

跟团游凭借更少的顾虑而更受青睐

渴求新颖旅游体验

附录——旅游类型

数据 42: 境内旅游的类型（按人口统计区分），2014年7月

数据 43: 境外旅游的类型（按人口统计区分），2014年7月

现在购买这篇报告

网址: 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@mintel.com

假日预订流程 - 中国 - 2014年10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

附录——旅游计划和预订分工

数据 44: 境内旅游计划和预订分工 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 45: 境外旅游计划和预订分工 (按人口统计区分)，2014年7月

附录——旅游预订所需时间

数据 46: 境内旅游预订所需时间 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 47: 境外旅游预订所需时间 (按人口统计区分)，2014年7月

附录——旅游预订方式

数据 48: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道，2014年7月

数据 49: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道——交通+住宿 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 50: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道——团队旅游 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 51: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道——游轮 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 52: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道——机票 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 53: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道——火车票/汽车票 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 54: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道——住宿 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 55: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道——门票 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 56: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道——旅游保险 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 57: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道——租车 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 58: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道——娱乐活动 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 59: 过去12个月内最常使用的境内度假产品预订网站 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 60: (续) 过去12个月内最常使用的境内度假产品预订网站 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 61: (续) 过去12个月内最常使用的境内度假产品预订网站 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 62: 过去12个月内最常使用的境外度假产品预订网站 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 63: (续) 过去12个月内最常使用的境外度假产品预订网站 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 64: (续) 过去12个月内最常使用的境外度假产品预订网站 (按人口统计区分)，2014年7月

附录——渠道预订行为

数据 65: 影响渠道选择的重要因素，2014年7月

数据 66: 影响渠道选择的重要因素——第一最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 67: (续) 影响渠道选择的重要因素——第一最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 68: (续) 影响渠道选择的重要因素——第一最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 69: 影响渠道选择的重要因素——第二最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 70: (续) 影响渠道选择的重要因素——第二最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 71: (续) 影响渠道选择的重要因素——第二最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 72: 影响渠道选择的重要因素——第三最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 73: (续) 影响渠道选择的重要因素——第三最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 74: (续) 影响渠道选择的重要因素——第三最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 75: 影响渠道选择的重要因素——第四最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 76: (续) 影响渠道选择的重要因素——第四最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

数据 77: (续) 影响渠道选择的重要因素——第四最重要的因素 (按人口统计区分)，2014年7月

现在购买这篇报告

网址: 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@mintel.com

假日预订流程 - 中国 - 2014年10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 78: 影响渠道选择的重要因素——第五最重要的因素（按人口统计区分），2014年7月

数据 79: (续) 影响渠道选择的重要因素——第五最重要的因素（按人口统计区分），2014年7月

数据 80: (续) 影响渠道选择的重要因素——第五最重要的因素（按人口统计区分），2014年7月

附录——旅游预订行为

数据 81: 旅游预订行为（按人口统计区分），2014年7月

数据 82: (续) 旅游预订行为（按人口统计区分），2014年7月

附录——对旅游的态度

数据 83: 对旅游的态度，2014年7月

数据 84: 对旅游的态度——在线预订渠道没有实体预订渠道来得可靠（按人口统计区分），2014年7月

数据 85: 对旅游的态度——在旅游过程中和旅伴相处的过程比探索目的地更加重要（按人口统计区分），2014年7月

数据 86: 对旅游的态度——在旅行中你需要管的事情越少，你才会觉得越休闲放松（按人口统计区分），2014年7月

数据 87: 对旅游的态度——享受去往目的地的过程也是体验旅行的一个重要部分（按人口统计区分），2014年7月

数据 88: 对旅游的态度——一次好的旅行不一定需要花很多的钱（按人口统计区分），2014年7月

数据 89: 对旅游的态度——对于一次愉快的旅行而言，有自由选择的权利是非常重要的（按人口统计区分），2014年7月

数据 90: 对旅游的态度——旅游套餐能让我更好地享受假期（按人口统计区分），2014年7月

数据 91: 对旅游的态度——旅游前做太多功课是在浪费时间（按人口统计区分），2014年7月

数据 92: 对旅游的态度——旅游前做太多功课是在浪费时间（按人口统计区分），2014年7月

数据 93: 对旅游的态度——自己安排的独创路线要比走传统旅游路线更加有意思（按人口统计区分），2014年7月

数据 94: 对旅游的态度——旅行者具体的点评比对景点/服务的综合打分更加有用（按人口统计区分），2014年7月

数据 95: 对旅游的态度——去旅行前，自己事先尽可能收集目的地的信息是很重要的（按人口统计区分），2014年7月

附录——进一步分析

数据 96: 目标群体（按人口统计区分），2014年7月

数据 97: 过去12个月内使用过的实体或在线预订渠道（按目标群体区分），2014年7月

数据 98: 过去12个月内最常使用的境内度假产品预订网站（按目标群体区分），2014年7月

数据 99: 过去12个月内最常使用的境外度假产品预订网站（按目标群体区分），2014年7月

数据 100: 影响渠道选择的重要因素（按目标群体区分），2014年7月

数据 101: 旅游预订行为（按目标群体区分），2014年7月

数据 102: 对于旅游的态度（按目标群体区分），2014年7月

现在购买这篇报告

网址: 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@mintel.com