

长途 vs 短途假期 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

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



“长途和短途假期旅行市场的增速齐齐放缓，但消费者由于获取的假日信息日益增多，其假期目标也更明确，即更偏爱观光和放松。套路化的旅游产品和服务已失宠，消费者如今青睐更多定制和本地化元素以满足其不同的诉求。”

- 黄一鹤，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 越来越多针对父母和儿童的家庭出游
- 科技助力旅行
- 从间接渠道获取旅游信息

中国长途和短途假期旅行市场的客流量和销售额增速双双放缓，这意味着该市场正在趋于成熟。更多元化的产品和服务预计将应运而生，以迎合旅游者更挑剔和个性化的需求，特别是对定制和本地化的偏好。

本报告分析过往假期体验，包括旅游度假频率、目的地，以及预订习惯（旅游方式、预订时间和预订渠道）。此外，报告还探究哪些假期因素和主题是消费者所向往的，以及他们在假期中使用过哪些服务。

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

中国
+86 (21) 6032 7300

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

长途 vs 短途假期 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

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

概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

综述

市场

游客量和销售额增速均放缓

数据1: 长途假期旅行市场游客量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

数据2: 长途假期旅行市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

数据3: 短途假期旅行市场游客量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

数据4: 短途假期旅行市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

国内短途游是增长主力

数据5: 国内短途游游客量和销售额，中国，2012-2017年（估计）

从基础设施到服务，假日市场全面升级

消费者

短途游相对更普及

数据6: 旅游频次（按假期类型区分），2017年5月

邻近城市是短途游的首选

数据7: 长途游和短途游时首选度假目的地，2017年5月

自助游盛行，但跟团游有其机会点

数据8: 出行方式（按假期类型区分），2017年5月

更早预订往往与更乐意花钱相关

数据9: 预订时间（按假期类型区分），2017年5月

在线旅行社主导预订渠道，但它们正在寻求触及更多受众

数据10: 预订渠道（按假期类型区分），2017年5月

旅游者寻求观光和放松

数据11: 假期吸引因素（按假期类型区分），2017年5月

偏爱城市游

数据12: 假期主题（按假期类型区分），2017年5月

更依赖移动服务

数据13: 假期旅程中使用的服务，2017年5月

我们的观点

议题与洞察

越来越多针对父母和儿童的家庭出游

现状

启示

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

长途 vs 短途假期 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

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

科技助力旅行

现状

启示

从间接渠道获取旅游信息

现状

启示

市场——您所需要了解的

增长放缓，但游客愿意花费更多

交通和服务升级引来更广泛的受众

产品和服务迎合日益挑剔的游客

市场规模与预测

长途假期市场增速放缓

数据14: 长途假期旅行游客量，中国，2012-2017年（估计）

数据15: 长途假期旅行销售额，中国，2012-2017年（估计）

短途假期旅行是增长主力

数据16: 短途假期旅行游客量，中国，2012-2017年（估计）

数据17: 短途假期旅行销售额，中国，2012-2016年

市场预计将继续增长

数据18: 长途假期旅行市场游客量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

数据19: 长途假期旅行市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

数据20: 短途假期旅行市场游客量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

数据21: 短途假期旅行市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

市场细分

国内游保持增长

数据22: 中国假日旅游细分市场份额，2016年

数据23: 国内长途游游客量和销售额，中国，2012-2017年（估计）

数据24: 国内短途游游客量和销售额，中国，2012-2017年（估计）

出境游市场增速更慢

数据25: 出境长途游游客量和销售额，中国，2012-2017年（估计）

数据26: 出境短途游游客量和销售额，中国，2012-2017年（估计）

市场增长动力

交通完善让旅游更方便

互联网分期付款推高旅游支出

出境游的签证申请和支付方式更便捷

发布活动和新产品开发

O2O趋势进入旅游市场

邮轮游和中老年旅游产品吸引更广泛受众

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

长途 vs 短途假期 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

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

渴求别具一格、沉浸式旅游体验

按需服务诉求上涨

定制被视为必备，而非奢侈

运用大数据提高客户忠诚度

消费者——您所需要了解的

自助游火热，但跟团游在成本效益上制胜

预订更早的游客更有可能乐意花费更多

充分利用各类渠道实现利益最大化

欣赏当地和自然风光

假期频次

短途游更风行

数据27: 旅游频次（按假期类型区分），2017年5月

男性游客出行频次更高

数据28: 旅游频次（按游客类型区分），2017年5月

更愿意利用年假出游以避开高峰

数据29: 对旅游度假时间的偏好，2017年5月

旅行目的地

日本成为长途游热门目的地

数据30: 长途假期目的地——词云，2017年5月

数据31: 短途假期目的地——词云，2017年5月

多多益善

数据32: 对目的地的态度——多样性，2017年5月

数据33: 对目的地的态度——人气，2017年5月

偏爱自然美景

数据34: 对目的地的态度——景点，2017年5月

数据35: 首选度假目的地（按假期偏好区分），2017年5月

出行方式

自助游更盛行，尤其是短途游时

数据36: 出行方式（按假期类型区分），2017年5月

数据37: 长途游出行方式（按游客类型区分），2017年5月

数据38: 短途游出行方式（按游客类型区分），2017年5月

20-29岁游客偏爱自助游

数据39: 长途游出行方式（按年龄区分），2017年5月

数据40: 短途游出行方式（按年龄区分），2017年5月

预订时间

提前数周预订长途游、数天预订短途游

数据41: 预订时间（按假期类型区分），2017年5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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

长途 vs 短途假期 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

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

计划更早、支出意愿更强

数据42: 对旅游支出的态度（按假期类型区分），2017年5月

数据43: 预订时间对比假期支出——更愿意多花钱（按假期类型区分），2017年5月

预订渠道

在线旅行社可能触及天花板

数据44: 预订渠道（按假期类型区分），2017年5月

长途游时依赖官方渠道，短途游时寻求信息渠道

数据45: 长途游预订渠道（按家庭月收入区分），2017年5月

数据46: 短途游预订渠道（按家庭月收入区分），2017年5月

年轻人喜欢社交网络渠道

数据47: 预订渠道（按性别和年龄区分），2017年5月

假期因素

长途游时观光，短途游时减压

数据48: 假期因素（按假期类型区分），2017年5月

为购物和当地体验支出更多

数据49: 长途假期吸引因素（按对假期支出态度区分），2017年5月

数据50: 短途假期吸引因素（按对假期支出态度区分），2017年5月

自然、当地和放松的体验让假期与众不同

数据51: 独特假期体验，2017年5月

数据52: 独特假期体验（按对景点偏好区分），2017年5月

假期主题

城市游领衔最受欢迎的假期主题

数据53: 假期主题（按假期类型区分），2017年5月

数据54: 长途假期主题（按对景点偏好区分），2017年5月

数据55: 短途假期主题（按对景点偏好区分），2017年5月

假期服务

更依赖移动服务

数据56: 假期旅程中使用的服务，2017年5月

数据57: 假期旅程中使用的服务——查找附近的景点或公共设施、参加当地游览团（按年龄组区分），2017年5月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群旅游次数更多

数据58: 旅游频次（按消费者分类区分），2017年5月

英敏特城市精英人群倾向短途游时自助，长途游时跟团

数据59: 出行方式（按消费者分类区分），2017年5月

英敏特城市精英人群倾向临近出行前才预订

数据60: 预订时间（按消费者分类区分），2017年5月

英敏特城市精英人群倾向花更多钱享受假期

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300
 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |
 邮件: reports@mintel.com

长途 vs 短途假期 - 中国 - 2017年9月

报告价格: £2978.28 | \$3990.00 | €3377.07

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61: 支出偏好（按消费者分类区分），2017年5月

英敏特城市精英人群借助多个渠道提高预订效率

数据62: 预订渠道（按消费者分类区分），2017年5月

英敏特城市精英人群看重探索和当地体验

数据63: 假期吸引因素数量（按消费者分类区分），2017年5月

数据64: 假期吸引因素（按消费者分类区分），2017年5月

英敏特城市精英人群注重通过体验实现独特假期

数据65: 独特假期体验（按消费者分类区分），2017年5月

英敏特城市精英人群更乐于接受更多假期主题

数据66: 假期主题（按消费者分类区分），2017年5月

英敏特城市精英人群更熟知假期服务

数据67: 假期旅程中使用的服务（按消费者分类区分），2017年5月

附录——市场规模与预测

数据68: 中国长途假期旅行市场游客量，2012-2022年

数据69: 中国长途假期旅行市场销售额，2012-2022年

数据70: 中国短途假期旅行市场游客量，2012-2022年

数据71: 中国短途假期旅行市场销售额，2012-2022年

附录——市场细分

数据72: 中国长途假期旅行市场游客量（按细分市场区分），2012-2022年

数据73: 中国长途假期旅行市场销售额（按细分市场区分），2012-2022年

数据74: 中国短途假期旅行市场游客量（按细分市场区分），2012-2022年

数据75: 中国短途假期旅行市场游销售额（按细分市场区分），2012-2022年

附录——研究方法

研究方法

扇形图预测

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com