

假日预订流程 - 中国 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



"中国游客在假日规划和预订上日趋成熟——大多数承担起主要责任，且预订越来越早。为了应对这一转变，官方销售渠道需要更深入地了解他们，更早地营销促销；住宿可以寻求在整个假日体验中扮演更重要的角色；线下渠道则可以借用‘新零售’的概念。"

- 黄一鹤，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 官方销售渠道与旅游预订中介既竞争又合作
- 提早触及游客，但莫忽视即兴旅游
- 住宿不仅是一夜好眠
- "回归线下"的战略如何借鉴"新零售"理念

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

假日预订流程 - 中国 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

您需要了解的

报告定义

不包括

综述

市场

公司与品牌

消费者

信心十足承担主要责任

数据1: 旅游预订和计划分工, 2018年3月

在线预订如今是主流, 而年轻一代在尝试新的预订方式

数据2: 旅游度假预订渠道 (汇总), 2018年3月

游客更早预订

数据3: 平均提前预定时间, 2018年3月

方便是促使消费者在线下预订的主要动因之一

数据4: 通过线下渠道购买的旅游度假产品, 2018年3月

数据5: 线下预订的原因, 2018年3月

自信有足够的储蓄随时旅行

数据6: 支付偏好和方式, 2018年3月

大多数游客认为假日规划是旅游中的重要一环

数据7: 假日预订态度和行为, 2018年3月

我们的观点

议题与洞察

官方销售渠道与旅游预订中介既竞争又合作

现状

启示

提早触及游客, 但莫忽视即兴旅游

现状

启示

住宿不仅是一夜好眠

现状

启示

“回归线下”的战略如何借鉴“新零售”理念

现状

启示

市场——您需要了解的

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

假日预订流程 - 中国 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

旅游度假高支出意愿推动市场持续增长

市场背景

市场容量仍以双位数增长

数据8: 出境游市场容量，中国，2013-2017年

消费者支出意愿积极

数据9: 旅游度假支出预测（最好和最差情形，按目前价格计算），2012-2022年

数据10: 旅游度假的支出习惯变化，2016-2018年

国内游是最热门的度假类型

数据11: 中国假日旅游细分市场份额，2016年

重点企业——您需要了解的

企业寻找其他获利方法拓展业务

情感连结在营销活动上越来越重要

竞争策略

传统旅行社尝试扩大产品组合

国内旅游景点尝试减免门票

在线旅行社借旅游科技优势颠覆度假产品

创新亮点

通过短视频分享体验

让度假成为终身追求

沟通游客对目的地的责任

与我同行，而非领我前行

消费者——您需要了解的

营销及广告应主攻80后及中高家庭收入者

团购网站为越趋热门的在线预订渠道

首先预订住宿

线下预订的游客注重方便性

有足够的储蓄可以随时旅游

更多消费者在旅行前决定目的地，但各个消费者细分之间仍有细微差别

预订分工

超过半数受访者声称承担旅游预订的主责

数据12: 旅游预订和计划分工，2018年3月

80后和高家庭收入消费者更倾向全力承担

数据13: 旅游预订和计划分工（按年龄区分），2018年3月

数据14: 旅游预订和计划分工（按收入区分），2018年3月

谁更有可能是主力？

数据15: 国内游目标受众——决策树分析，2018年3月

数据16: 出境游目标受众——决策树分析，2018年3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

假日预订流程 - 中国 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

预订方式

如火如荼的团购网站成为预订渠道

数据17: 国内游预订渠道，2018年3月

数据18: 出境游预订渠道，2018年3月

年轻一代乐于尝试新的度假预订方法

数据19: 国内游预订渠道（按年龄区分），2018年3月

预订精明但不牺牲体验

数据20: 对旅游预订的态度——价格和支出，2018年7月

在线预订时间

消费者首先预订住宿

数据21: 平均提前预定时间，2018年3月

数据22: 平均提前预定时间（按年龄区分），2018年3月

数据23: 平均提前预定时间（按家庭收入区分），2018年3月

数据24: 平均提前预定时间（按城市线级区分），2018年3月

提早预订的趋势

数据25: 国内旅游平均提前预订天数，2016年6月vs2018年6月

数据26: 出境旅游平均提前预订天数，2016年6月vs2018年6月

倾向提前计划和准备周全

数据27: 支付偏好——产品购买，2018年3月

数据28: 支付偏好——产品购买（按预订分工区分），2018年3月

线下预订渠道

跟团游为线下渠道最热门商品

数据29: 线下渠道购买产品，2018年3月

方便是游客看重的关键特性

数据30: 线下预订的原因，2018年3月

支付偏好

旅行对大多数消费者而言触手可及

数据31: 购买和支付偏好，2018年3月

数据32: 购买和支付偏好（按预订分工区分），2018年3月

旅行金融工具可能会加深在年轻一代中的渗透，特别是女性

数据33: 购买和支付偏好（按年龄区分），2018年3月

数据34: 购买和支付偏好（按性别区分），2018年3月

旅游规划

消费者偏好事先规划，不易对快闪促销动心

数据35: 对于旅游预订的态度——预订行为，2018年3月

家人/朋友和关键意见领袖为主力影响者

数据36: 对于旅游预订的态度——了解目的地，2018年3月

消费者细分：40%的受访者在预订前已经决定了目的地

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

假日预订流程 - 中国 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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37: 旅游预订消费者细分，2018年3月

目的地驱动型游客

爱好驱动型游客

渠道驱动型游客

认识英敏特城市精英人群

有承担主要责任的信心，且更可能通过在线渠道预订假期

数据38: 旅游预订和计划分工（按消费者分类区分），2018年3月

数据39: 国内游及出境游预订渠道，2018年3月

出于不同原因提早规划国内游但较晚规划出境游

数据40: 平均提前预定时间（按消费者分类区分），2018年3月

虽然偏好在线预订，但仍被线下预订吸引

英敏特城市精英人群倾向于出发前预订好所有产品，也更愿意使用多样的付款方式

数据41: 支付偏好——产品购买（按消费者分类区分），2018年3月

数据42: 购买和支付偏好（按消费者分类区分），2018年3月

附录——在线预订时间

数据43: 在线预订时间——国内游，2018年3月

数据44: 在线预订时间——出境游，2018年3月

数据45: 国内旅游提前预订时间，2016年6月 vs 2018年6月

数据46: 出境游提前预订时间，2016年6月 vs 2018年6月

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

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