

针对年长游客的营销 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4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



“中老年人未来将成为旅游市场上的重要消费群体,不仅是因为中老年人口增长及其旅游频率,更重要的原因是该群体是疫情过后率先进行旅游的消费群体,因为他们拥有更稳定的可支配收入。新冠疫情让中老年游客暂停了旅游活动,但这不会改变该群体对旅游的渴望。”

- 赵凌波, 高级分析师——2020年4月30日

在这篇报告中我们探讨了以下议题:

- 新冠疫情对旅游市场的影响以及疫情后需要关注的关键趋势
- 理解当前中国的中老年人口及其旅游偏好
- 数字平台在针对中老年游客营销中的作用
- 影响中老年游客的营销宣传

同全球当前面临的情况一样,中国旅游市场在2020年第一季度因新冠疫情爆发受到严重影响。不过,自4月解除封锁以来,中国旅游市场已开始恢复,但速度缓慢。更多消费者在4月的清明节和5月的劳动节外出,但相较于2019年,市场仍将经历严重下跌。

新冠疫情暂时让中老年人暂停旅游活动,但这不会改变他们的休闲偏好。事实上,鉴于中老年人的可支配收入相对更稳定,外出欲望也更为强烈,该群体将成为旅游公司在恢复时期要重点瞄准的消费者。随着人口老龄化,该细分人群将变得更重要。

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

针对年长游客的营销 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4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

您所需要了解的

本报告涵盖的关键议题

报告定义

数据1: 基于过去2年内最高旅游消费水平的消费者分类

综述

市场

日益重要的市场

数据2: 年长游客数量, 2015-2022年

数据3: 人口预测 (按年龄群体区分), 2018-2022年

旅游是中老年群体较为青睐的休闲活动

新冠疫情可能改变各个细分市场的重要性,但长期而言,不会改变市场积极性

数据4: 新冠疫情对旅游的短期、中期和长期影响

消费者

并未落后年轻人很多

数据5: 国内旅游和出境旅游的参与情况, 2019年12月

大多数为独立决策者

数据6: 旅游消费决策人, 2019年12月

旅游团仍受欢迎,但中小规模旅游团的需求在疫情过后可能增长

数据7: 中老年群体中不同旅行方式的渗透率, 2019年12月

高消费游客是刚步入五字头的中老年人

数据8: 中老年群体的旅游花费, 2019年12月

精神满足是关键旅游动力

数据9: 去旅游的原因, 2019年12月

文化景点比自然景观更具吸引力

数据10: 中老年感兴趣的旅游活动, 2019年12月

"数量"和"名气"对中老年人的选择仍十分重要

数据11: 中老年人选择旅游产品时的考虑因素, 2019年12月

在休闲时间内平衡个人兴趣与家庭

数据12: 中老年群体对旅游和休闲时间的态度——休闲时间的优先级, 2019年12月

线下渠道对中老年人仍然重要

数据13: 中老年群体对旅游和休闲时间的态度——旅游产品购买, 2019年12月

我们的观点

新冠疫情对旅游市场的影响

短期、中期和长期影响

数据14: 新冠疫情对旅游的影响概述

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

针对年长游客的营销 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4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

机遇与挑战

大品牌可能因消费者越来越关注卫生和品质标准而成为赢家

财务状况不确定性促使消费者更注重价值

对市场的影响

当下市场所见

中老年游客数量预计于2021年重返疫情前水平

数据15: 过去1个月的消费变化——旅游度假 (按年龄区分), 2020年3月和4月

数据16: 对未来改善经济状况的信心 (按年龄区分), 2020年3月和4月

数据17: 中老年游客数量 (百万人次) 2015-2022年

消费者行为的转变

更关注卫生情况

数据18: 过去1个月内做卫生清洁的频率 (按年龄区分), 2020年3月和4月

通过在线渠道提前预订将成为新常态

新冠疫情将如何重塑行业

有利的预定政策成为渠道竞争的关键

公司被迫临时调整以维持经营

数据19: 由酒店推出的外卖服务, 2020年4月

数据20: 由航空公司推出的外卖服务, 2020年4月

对市场营销组合的影响

尊重中老年人的个性

让体验更有意义

结合中老年游客期待的亮点, 提高产品价值感

未来市场: 服务更精通科技的中老年人

新冠疫情: 在中国市场情况简述

数据21: 中国新冠肺炎确诊病例累计数量, 2020年1月至4月

数据22: 复工状态——中国, 2020年3月和4月

议题与洞察

疫情过后: 通过数字渠道与中老年人建立联系日益重要

现状

启示

打破对中老年游客的认知误区

现状

启示

以乐趣、满足和优质为基础的沟通吸引中老年人

现状

启示

市场——您所需要了解的

中老年游客数量增长

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

针对年长游客的营销 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4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

未来人口中将有更多中老年消费者

中老年人有闲也有钱

中老年群体有兴趣将旅游作为休闲活动

市场规模与预测

中老年游客是正在发展壮大的消费群体

数据23: 中老年游客数量 (百万人次) 2015-2022年

市场因素

老龄人口增长

数据24: 人口预测 (按年龄群体区分), 2018-2022年 (预测)

50-59岁群体中的高收入消费者拥有额外的投资理财收入

数据25: 家庭月收入 (按年龄区分), 2019年12月

数据26: 中老年群体的收入来源 (按家庭月收入区分), 2019年12月

中老年人有时间自由安排旅行

数据27: 中老年人的工作状况, 2019年12月

旅游是中老年城市居民青睐的休闲活动

中老年人一直希望有平衡的退休生活

从身体健康到心理健康

消费者——您所需要了解的

8成中老年游客在过去2年旅游过

规模较小的旅游团在未来市场具有潜力

健康和充满活力的生活方式鼓励中老年人去旅行

旅游景点的质量是选购旅游产品时的首要考虑因素

高线城市的中老年人在个人兴趣和家庭之间寻求平衡

旅游参与情况

中老年人是活跃的游客

数据28: 国内旅游和出境旅游的参与情况, 2019年12月

数据29: 中老年游客类型 (按旅游目的地区分), 2019年12月

国内游高频游客

数据30: 国内游——高频旅游* (按年龄和性别区分), 2019年12月

数据31: 国内游——高频游客* (按家庭收入和收入来源区分), 2019年12月

中老年出境游客画像

数据32: 年长的出境游游客 (按年龄和性别区分), 2019年12月

数据33: 中老年出境游游客 (按家庭收入和收入来源区分), 2019年12月

数据34: 家居产品持有情况——出境游游客vs非出境游游客, 2019年12月

旅游消费决策人

77%是旅游消费的决策人

数据35: 旅游消费决策人, 2019年12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

针对年长游客的营销 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4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36: 旅游消费决策人*, 2019年12月

数据37: 提及率最高的三大旅游消费决策者 (按年龄区分), 2019年12月

旅游形式

未来市场为中老年游客准备中型旅游团产品

数据38: 不同旅行方式在中老年游客中的渗透率, 2019年12月

数据39: 两类旅游团在中老年游客中的渗透率 (按年龄区分), 2019年12月

数据40: 三类旅游团在40-49岁被访者中的渗透率 (按年龄区分), 2019年12月

数据41: 两类旅游团在中老年游客中的渗透率 (按城市线级区分), 2019年12月

自由行在50岁以上、一线城市男性中老年消费者中具有潜力

数据42: 对参与自由行的态度, 2016年12月

数据43: 自由行在中老年游客中的渗透率 (按人口统计特征区分), 2019年12月

数据44: 自由行在中老年游客中的渗透率 (按旅游经验区分), 2019年12月

旅游花费

3,000-6,000元是可接受的价位区间

数据45: 中老年群体中的旅游花费, 2019年12月

50-54岁的中老年城市居民花费更多

数据46: 中老年人的人均旅游花费和平均家庭年收入 (按年龄群体区分), 2019年12月

结合出境游带来的精神满足感瞄准中老年高消费者

数据47: 中老年人的旅游花费 (按家庭月收入区分), 2019年12月

数据48: 国内旅游和出境旅游的参与度 (按家庭月收入区分), 2019年12月

数据49: 去旅游的原因 (按家庭月收入区分), 2019年12月

去旅游的原因

中老年人想要感受活力、获取知识

数据50: 去旅游的原因, 2019年12月

精神满足对高收入的中老年城市居民更重要

数据51: 去旅游的原因 (按家庭月收入区分), 2019年12月

感兴趣的旅游活动

中老年人对文化景点和当地美食有兴趣

数据52: 中老年感兴趣的旅游活动, 2019年12月

吸引没去过出境游的消费者.....

数据53: 感兴趣的旅游活动——TURF分析, 2019年12月

主题公园和游乐园有机会瞄准中老年群体

数据54: 中老年人对主题公园和游乐园的感兴趣程度 (按人口统计特征区分), 2019年12月

数据55: 去旅游的原因——对主题公园和游乐园有兴趣vs对其无兴趣, 2019年12月

数据56: 旅游消费决策人 (按是否为潜在主题公园和游乐园消费者区分), 2019年12月

选购旅游产品时考虑的因素

景点多且可拍照是首要考虑因素

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

针对年长游客的营销 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4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57: 中老年人选择旅游产品时的考虑因素，2019年12月

高消费者更关注悠闲舒适的体验

数据58: 中老年人选择旅游产品时的考虑因素（按旅游花费水平区分），2019年12月

对旅游和休闲时间的态度

年龄相对较小、来自一线城市的中老年人不太可能为了照顾家庭而放弃个人兴趣

数据59: 中老年人对旅游和休闲时间的态度——休闲时间的优先级，2019年12月

数据60: 国内和海外旅游的参与情况（按中老年人的休闲时间优先级区分），2019年12月

旅游同伴影响旅游产品选择

数据61: 旅游同伴偏好，2019年12月

数据62: 旅游团和自由行在中老年群体中的渗透率——更喜欢独自旅游或和老伴一起vs更喜欢组队旅游（a），2019年12月

选购旅游产品主要在线下，聚焦高性价比

数据63: 中老年人对旅游和休闲时间的态度——旅游产品购买，2019年12月

签证友好的海外目的地对中老年群体更具吸引力

数据64: 中老年人对旅游和休闲时间的态度——免签旅游目的地的吸引力，2019年12月

中老年女性精通电子支付

数据65: 海外旅游中的支付方式偏好，2019年12月

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

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