

法国出境游市场分析

French Outbound Tourism Market

法国出境游客人数&花费&目的地

法国出境游市场概况

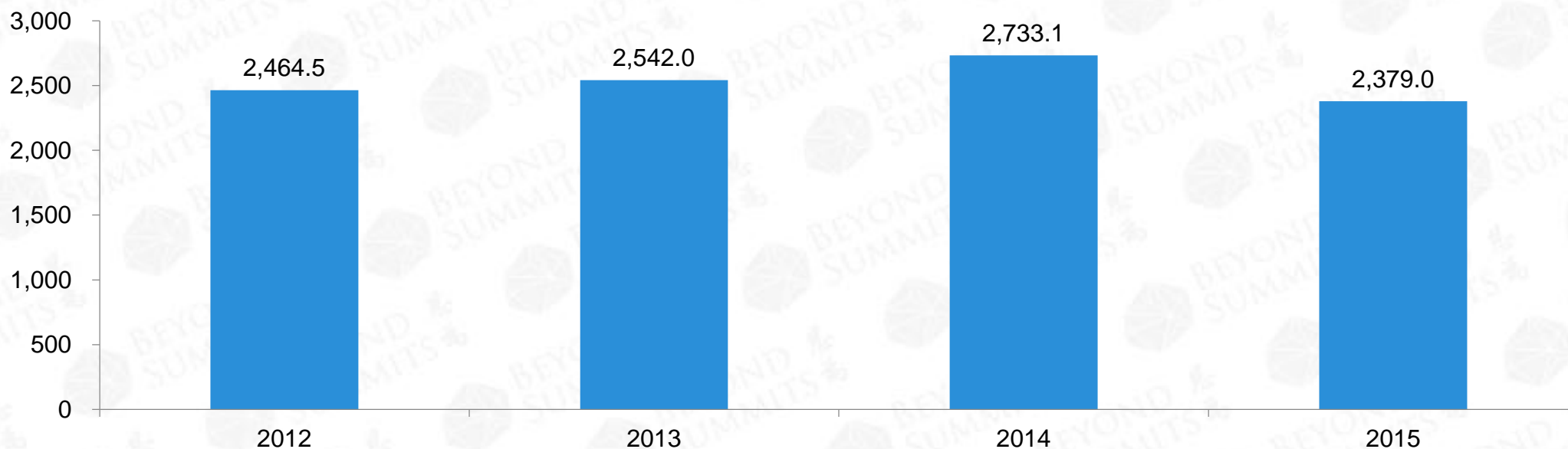
- 2016-2017年，法国出境游市场持续增长。根据法国旅行商收集的信息显示，2016年4月1日至2017年2月28日，法国出境游的业务量较前一年的同期增长了0.9%，达到9.43亿欧元，即使出境游客人数小幅下降了0.5%。
- 在所有的出境游业务中，中长途游业务额增长了4.1%，而长途游业务额增长了1.8%，游客人数分别增长了0.5%和3.5%。
- 法国游客主要的传统旅游目的地加纳利群岛和多米尼加共和国具有良好的表现。此外，最近几年被忽视的北非正在慢慢受到法国游客的欢迎。
- 之前，突尼斯是法国游客的主要旅游目的地，但当地的动乱抑制了法国游客出游的兴趣。此外，前往埃及的游客人数增长了15.2%。
- 2017年夏天，法国的旅行商非常乐观。法国出境游市场预计能为旅行商们带了7%的收入增长。

数据来源：tourism-review.com

法国出境游客人数

2015年，受经济危机影响，法国出境游客人数出现下降，仅为2,379万人次。

法国出境游总人数（万人次）

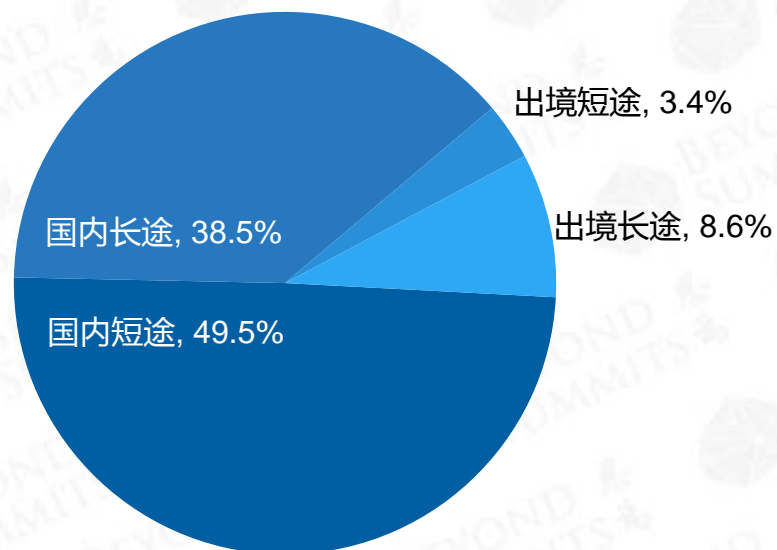


数据来源：Statista

法国居民出游概况

2015年，法国15岁及以上的居民出游主要以国内出游为主，其中短途（1-3晚）出境游占到了3.4%，长途（4晚及以上）出境游占到了8.6%。

2015年法国居民出游分布（15岁及以上）

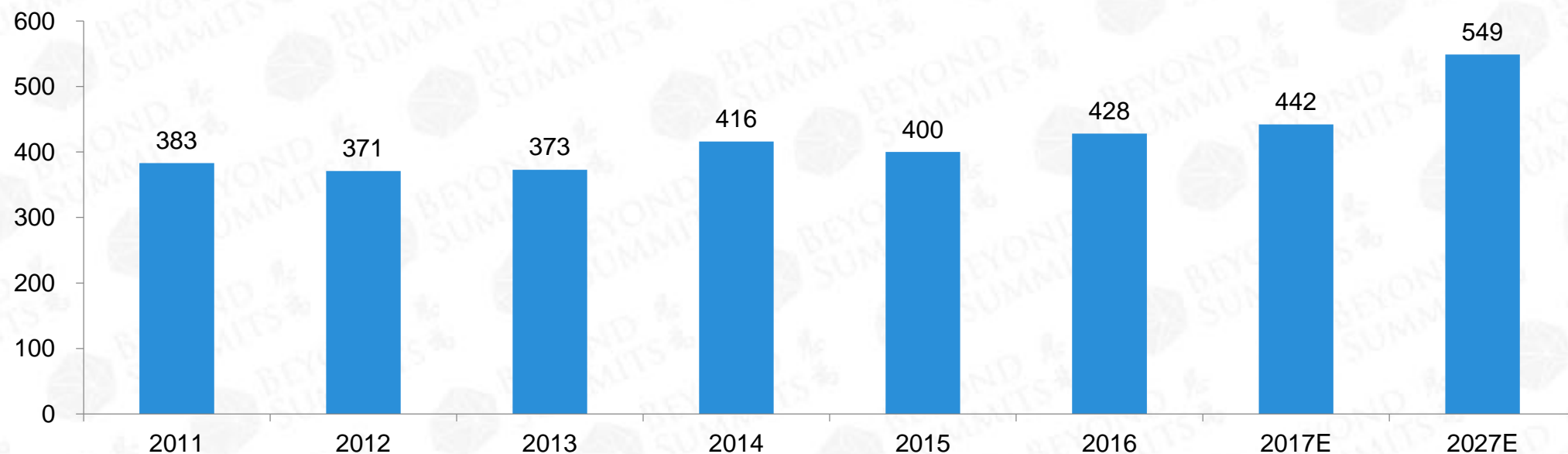


数据来源：EuroStat

法国出境游客总花费

2011-2017年，法国出境游客的花费有所波动，预计到2027年能达到549亿欧元。

法国游客出境游总花费（亿欧元）

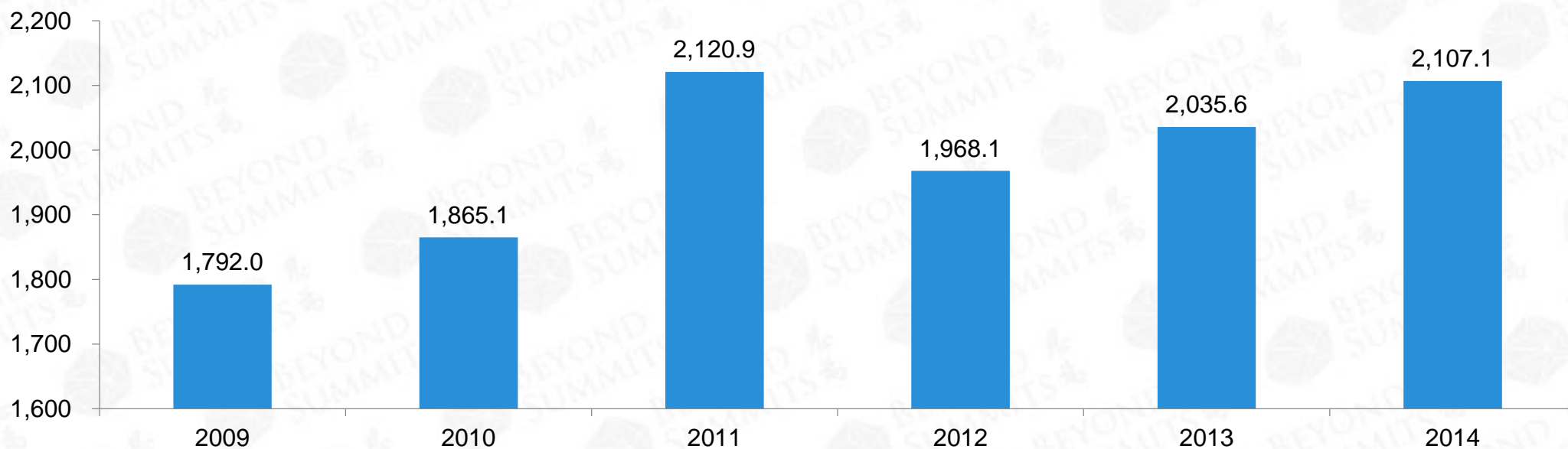


数据来源：TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 FRANCE

法国出境游客人均花费

2009-2014年，法国出境游客的人均花费整体在2,000美元附近，其中最高峰出现在2011年，达到了2,120.9美元/人。

2009-2014年法国出境过夜游客人均花费（美元）

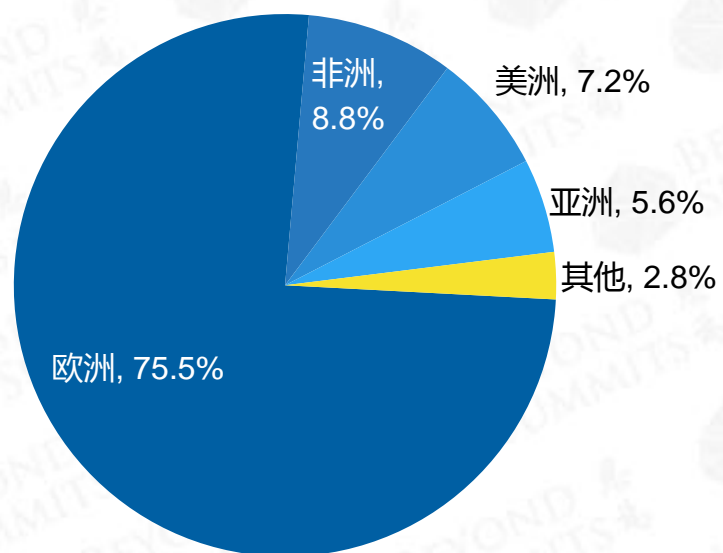


数据来源：OECD.stat

法国出境游客目的地

2014年，法国出境游客的目的地中，去往欧洲地区和国家的比例超过了三分之二，为75.5%。一方面是由于地理优势的带动；另一方面，文化的相近也是一大诱因。

2014年法国出境游客目的地分布

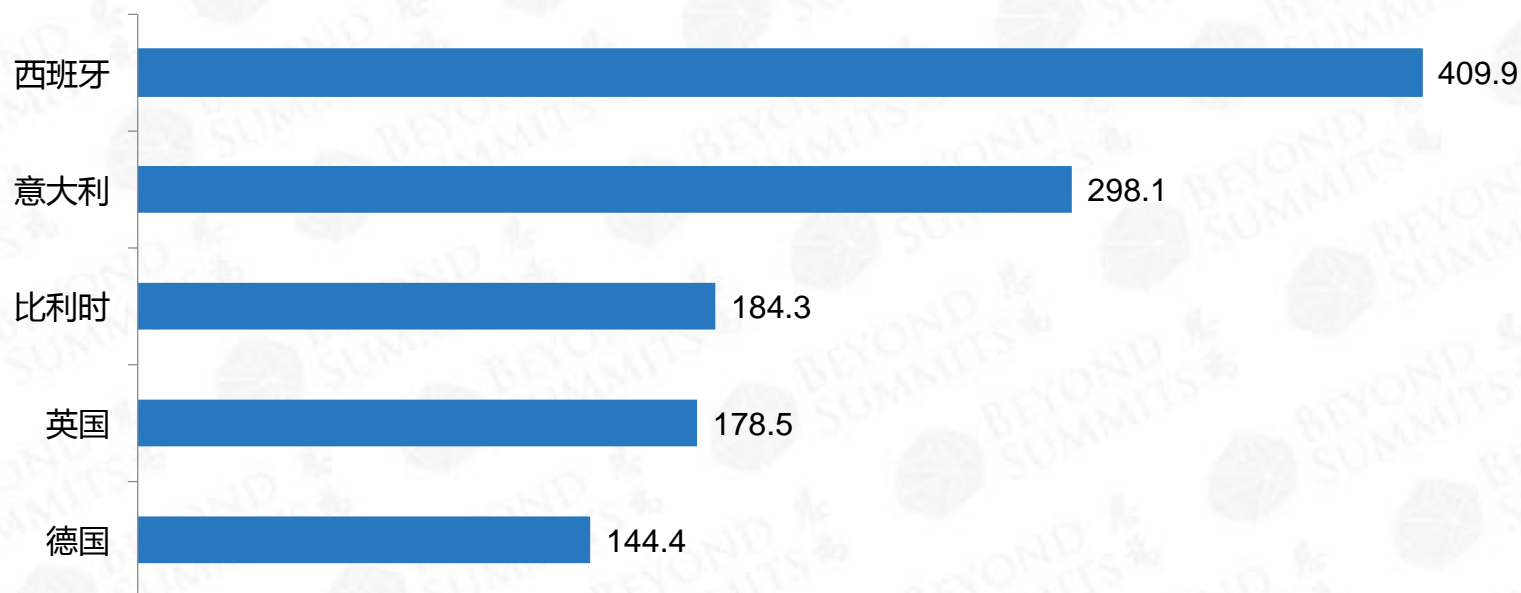


数据来源：Statista

法国出境游客目的地

根据数据显示，欧洲地区仍是法国出境游客集中去往的目的地，主要是由于地理位置的相近。西班牙和意大利地区的一些关于海滩和阳光的目的地最能吸引法国出境游客的眼球。

2014年法国出境游客目的地 TOP 5 (万人次)



数据来源：OECD.stat

法国出境游客潜力目的地

根据2014年1-5月的数据，去往黑山、塞尔维亚和葡萄牙等目的地国家的法国出境过夜游客人数较前一年同期的增幅较大，其中前往黑山共和国的法国过夜游客人数较2013年同期增长了20%。

2014年1-5月法国出境过夜游客人数较前一年同期增长率

排名	目的地国家	人数增长率
1	黑山	20%
2	塞尔维亚	20%
3	葡萄牙	17%
4	荷兰	14%
5	拉脱维亚	13%
6	摩纳哥	12%
7	马耳他	11%
8	丹麦	10%
9	克罗地亚	9%
10	卢森堡	9%

数据来源：TourMIS

法国出境游客长途&中长途目的地

法国出境游客长途目的地 TOP5

排名	目的地国家	出游人数 (人次)	同比增长率
1	多米尼亚共和国	41,812	+8.7%
2	毛里求斯	26 833	-4.6%
3	古巴	24,441	+5.2
4	泰国	23,863	+15%
5	法属西印度群岛	23,466	89.4%

法国出境游客中长途目的地 TOP5

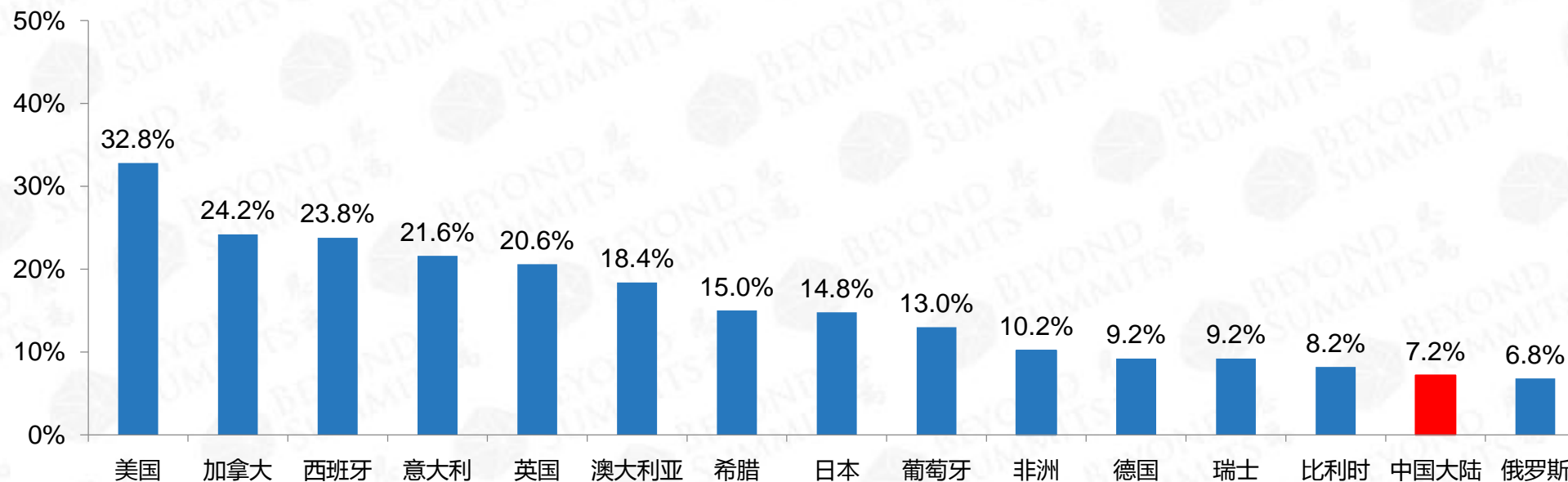
排名	目的地国家	出游人数 (人次)	同比增长率
1	加那利群岛	86,444	+13.2%
2	摩洛哥	36,427	-1.9%
3	意大利	21,709	-17.03%
4	西班牙	16,175	+22.7%
5	葡萄牙	10,233	+4.6 %

数据来源：tourism-review.com，April 2017

法国出境游客理想目的地

虽然法国出境游客去往最多的目的地基本围绕比利时、意大利和德国等欧洲国家，但未来3年，他们最理想的出境目的地为北美地区，如美国和加拿大。

未来3年法国出境游客最想去的目的地



数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国出境游客画像 & 触媒习惯

法国出境游客总体概况

- 法国人最少的年假是在5周，平均在7.5周，在全球排名第一。
- 四分之三的法国人每年至少旅行一次，而且度假在法国人中是非常重要的。
- 出境游占出游总数的比例在法国游客中每年上升。
- 根据2010年的数据显示，法国游客的出境游花费在全球排名第5。
- 根据Protourisme在2012年3月的数据显示，有40%的法国游客会选择在7-8月出游。
- 出境的法国游客中，有30%是来自于巴黎。此外，一些大城市群也拥有很大的出境比例，比如里昂和马赛。由于阿尔萨斯位于德国的边界，因此当地居民去德国旅行的居民也有很多。
- 法国的出境游客中有很大大一部分是退休人员。根据2011年Protourisme的一项研究显示，拥有高等职业和退休人员的比例在法国出境游客中占到了40%以上。
- 根据2011年的数据显示，法国出境游客对于旅行的年平均预算在2,875欧元。
- 互联网仍是法国出境游客了解目的地信息的主要方式，其中有81%会去网络上查看信息，有33%会咨询旅行社。

数据来源：French Market Overview

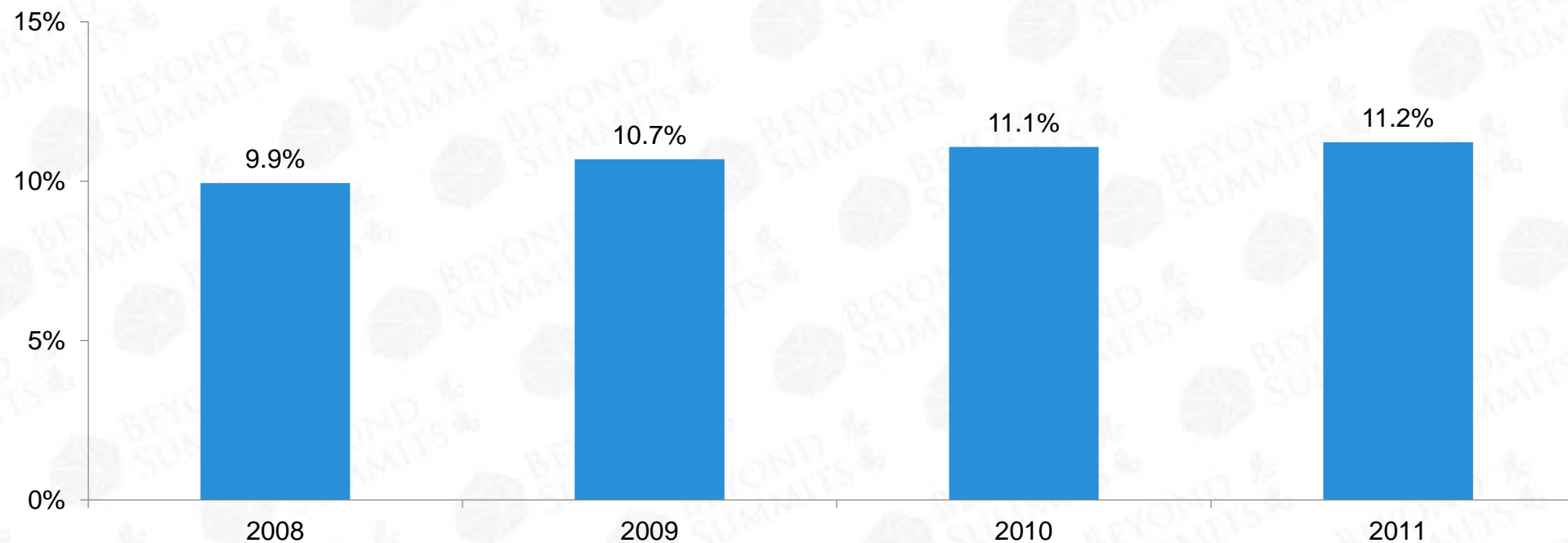
吸引法国游客的方法

- 首先，了解法国游客的心态是非常重要的，他们通常拥有特定的需求和旅行愿望：
 1. 他们喜欢以独立的方式旅行，即不进行团队旅行。他们自己决定何时出游、出游何地。因此，自由是他们出行最主要的元素。
 2. 他们不喜欢人潮拥挤的地方，当他们发现“新大陆”时会觉得自己像冒险家。他们喜欢清新的风景，在远离家乡时会有不稳定的感觉。
- 其次，要为法国游客准备一本迷你的**词汇手册**，里面包含重要的当地文化、要参观的景点地址、交通方式、价格信息、酒店入住等。
- 最后，要为法国游客设置几个旅游线路中的办事处，可以为他们提供建议、帮助和信息，让他们感到安全。

法国出境游地位

法国部分地区风格迥异的景观和环境给法国游客提供了很好的出游机会，因此法国游客的国内游比例非常高。尽管如此，2008-2011年，法国出境游占有所有出游的比例逐年上升，到2011年达到11.2%。

2007-2011年法国出境游占有所有出游比例

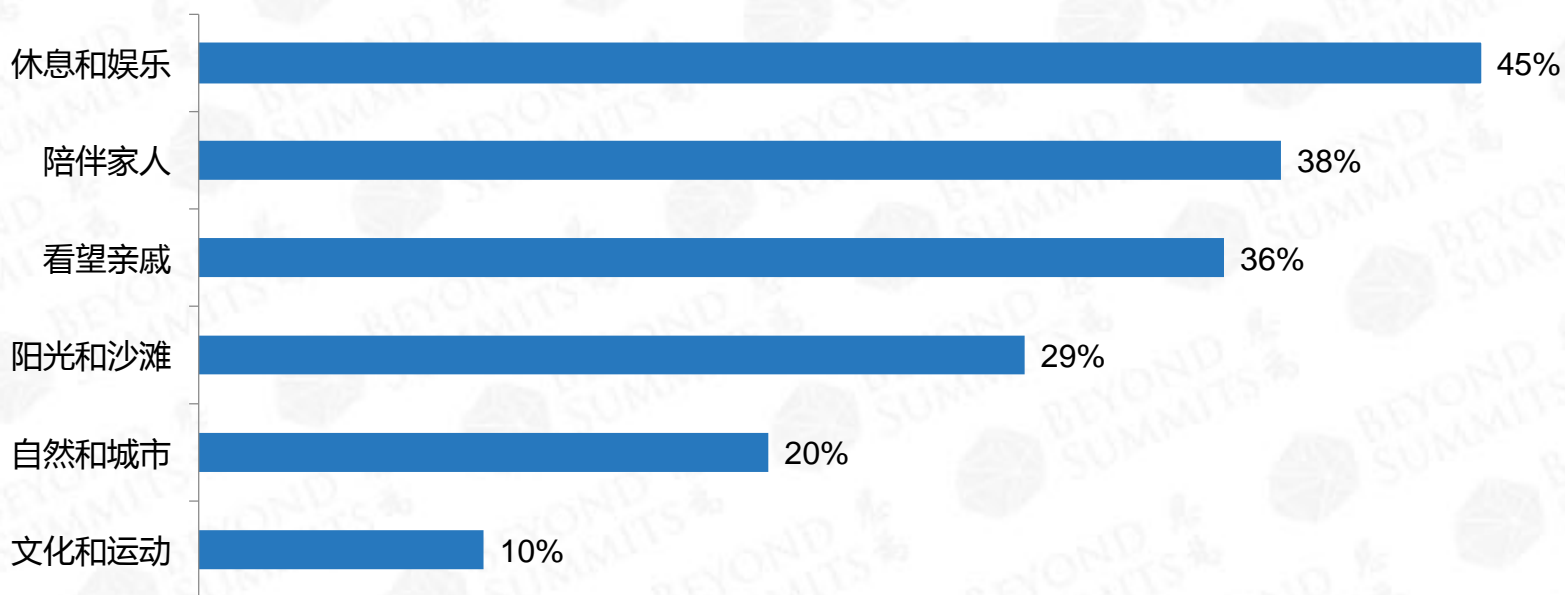


数据来源：OECD.stat

法国出境游客出行目的

根据2011年Eurobarometer的数据显示，法国出境游客出游主要是为了休息和娱乐，占到45%的比例。此外，陪伴家人也是一个很大的出行原因，占比达到了38%。由此可以看出，逃离日常生活、放松、和家人更近一步这些最基本的需求是法国游客出行的主要目的，这些需求高于对自然风光和文化等的需求。

2011年法国出境游客出行目的（可多选）

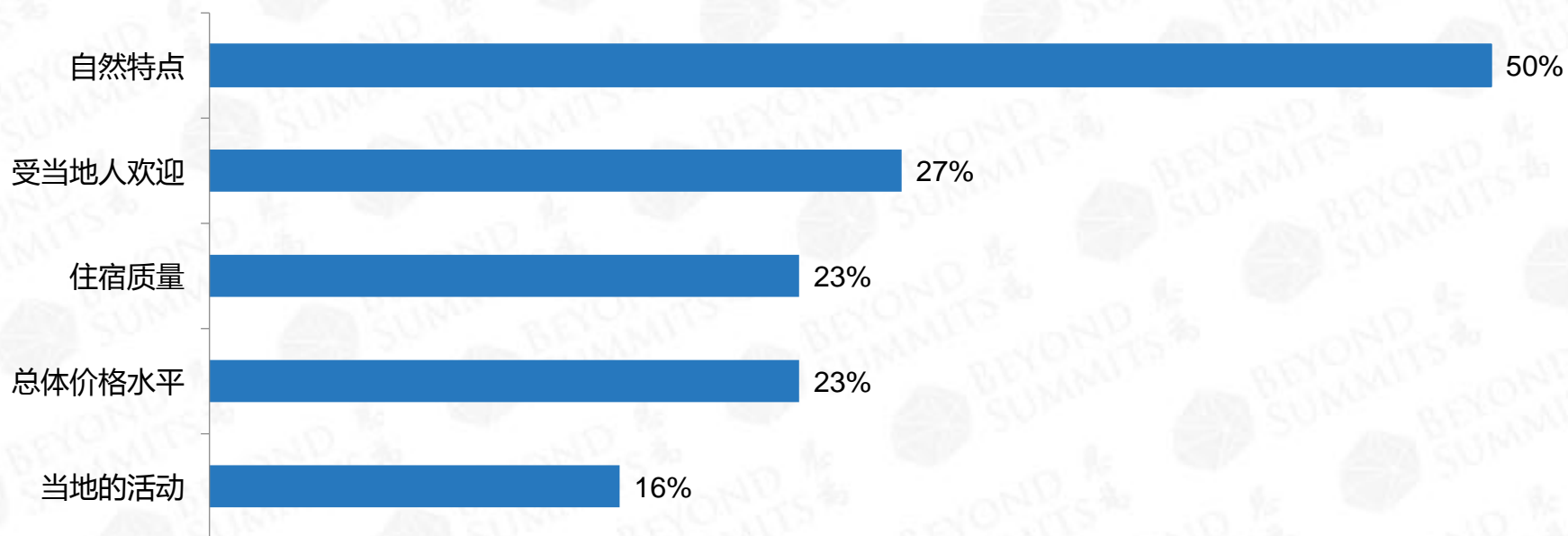


数据来源：Eurobarometer

法国出境游客出行原因

2011年，法国出境游客对于同一目的地的重复旅行主要是由于目的地的自然特点，比如气候和环境的特征。当然，是否在当地人中受欢迎也是一个重要因素，占到了27%的比例。

2011年法国出境游客同一目的地重复旅行因素（可多选）

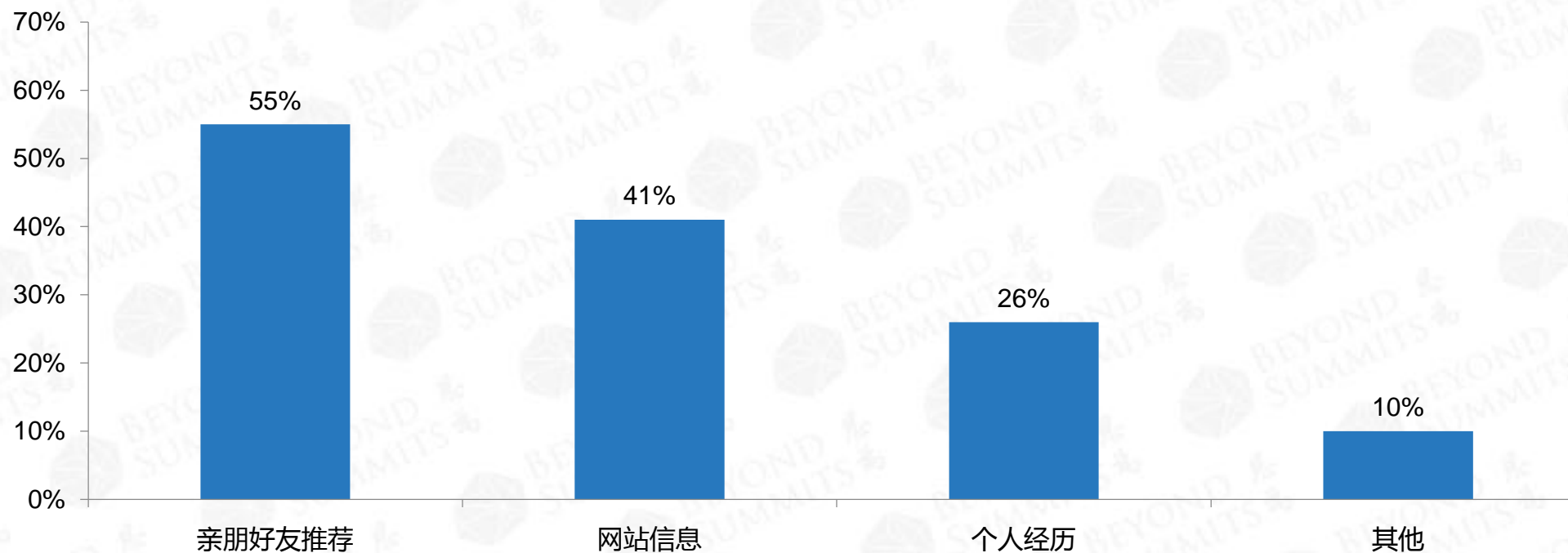


数据来源：Eurobarometer

法国出境游客出行原因

2011年，法国游客出境游主要是受亲朋好友和网站信息的推荐，分别占到55%和41%，而受旅行社、杂志、广播、电视和社交媒体等鼓动占到了近10%。

2011年法国出境游客出行原因（可多选）

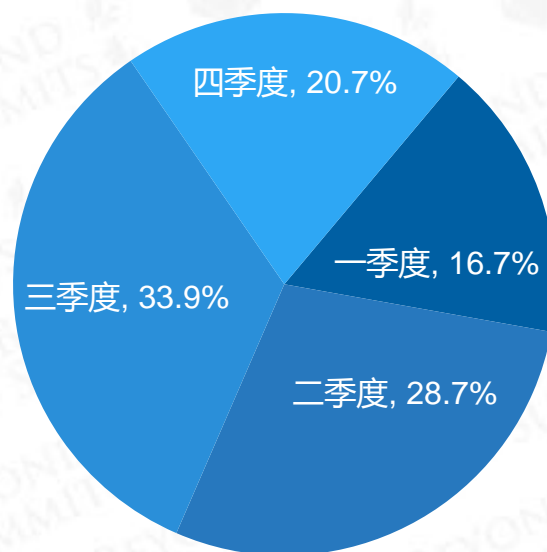


数据来源：Eurobarometer

法国出境游客出行时间

2011年，法国出境游客出行的时间主要集中在三季度和二季度，分别占到了33.9%和28.7%。其中，7月和8月为出境高峰月份，主要是由于7月开始为法国的夏季长假。

2011年法国出境游客出行时间分布

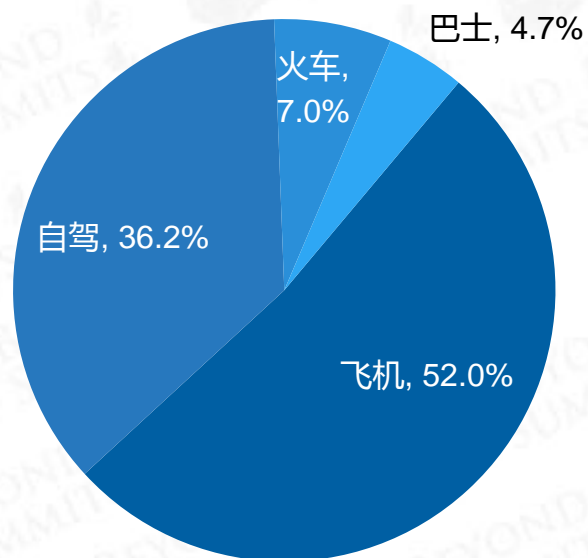


数据来源：Eurostat

法国出境游客出行方式

2015年，法国出境游客主要通过飞机出行，占到了52%，其次是自驾，为36.2%。当然，也会有法国游客通过火车和长途巴士出游。

2015年法国出境游客出行方式

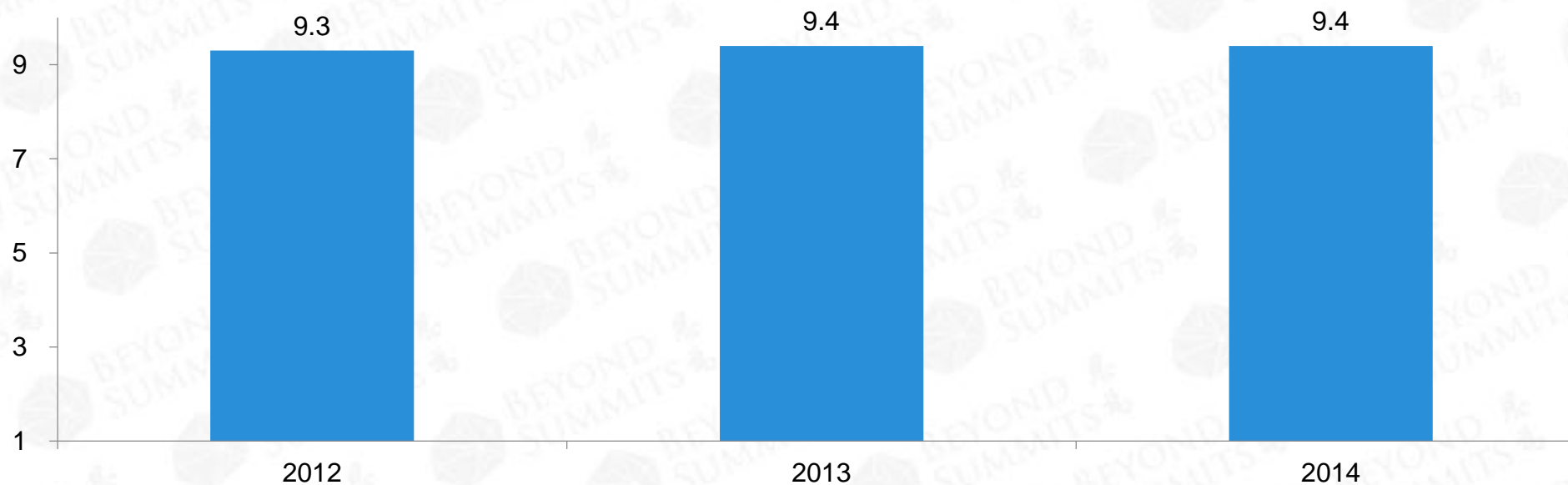


数据来源：Statista

法国出境游客停留时间

2012-2014年，法国出境游客前往海外目的地的平均停留时间整体较为平稳，且均超过9天。

法国出境游客平均停留时间（天）

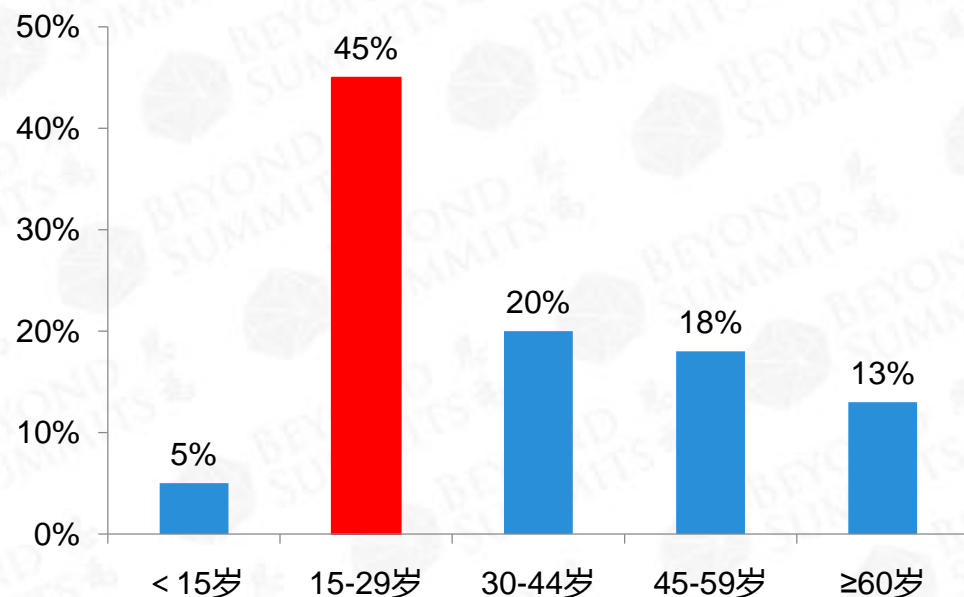


数据来源：Statista

法国出境游客画像_澳大利亚

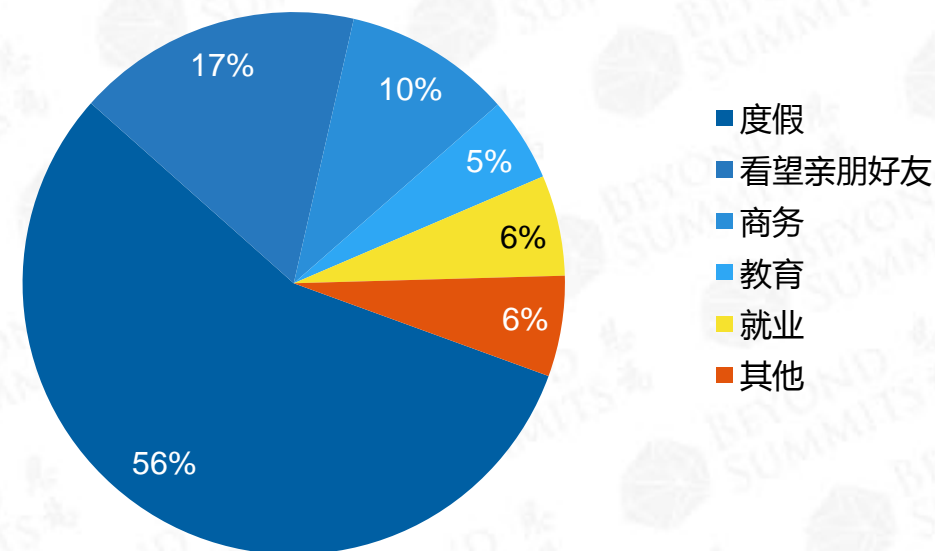
2012年，前往澳大利亚的法国游客年龄主要分布在15-29岁的青年人群，占到了45%的比例。而出行目的中，以度假为目的的游客占的比例最大，为56%。

2012年去往澳大利亚的法国游客年龄分布



数据来源：Australian Bureau of Statistics, Overseas Arrivals & Departures

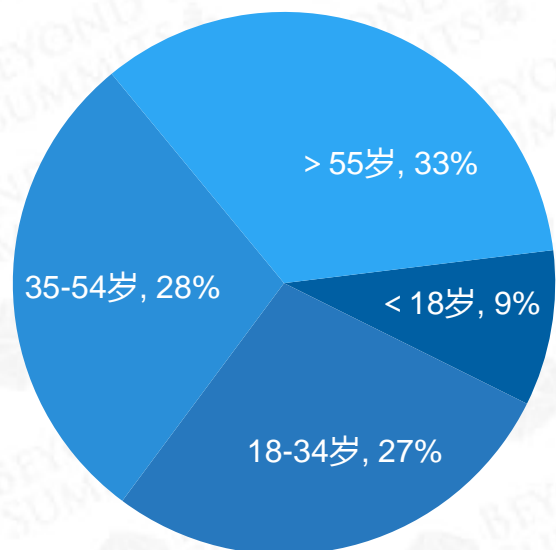
2012年去往澳大利亚的法国游客出行目的



法国出境游客画像_加拿大

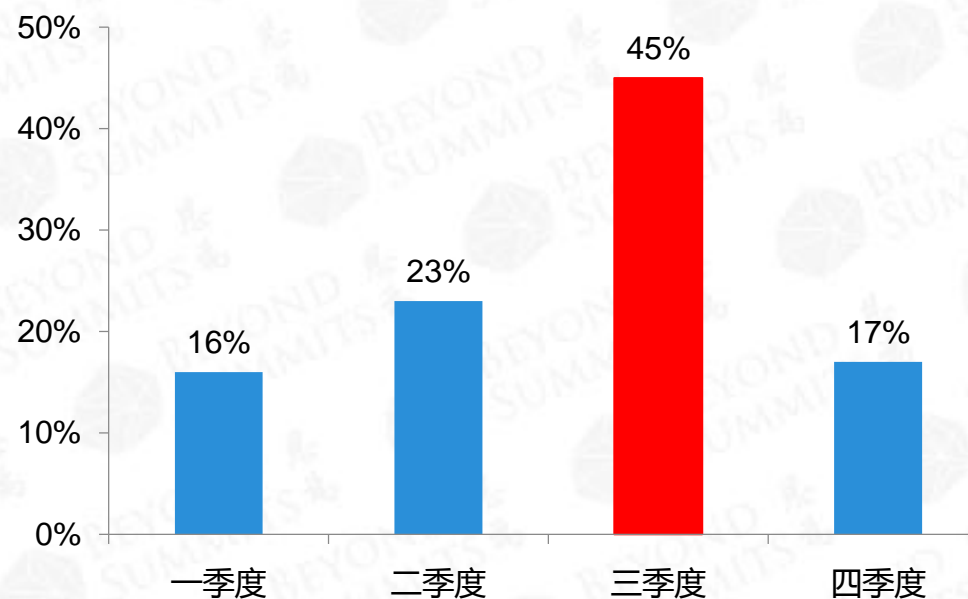
2011年，前往加拿大的法国出境游客主要集中在55岁以上的中老年人，占比达到33%，而35-54岁的中年人群也是主力军之一。由于7月份法国夏季长假的来临，三季度是法国游客前往加拿大的主要时间段，占到了45%的比例。

2011年去往加拿大的法国游客年龄分布



数据来源：Canadian Tourism Commission

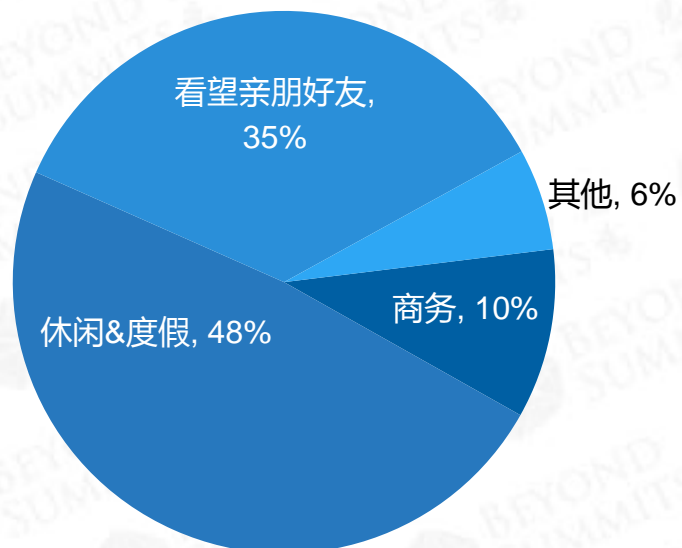
2011年去往加拿大的法国游客出行时间



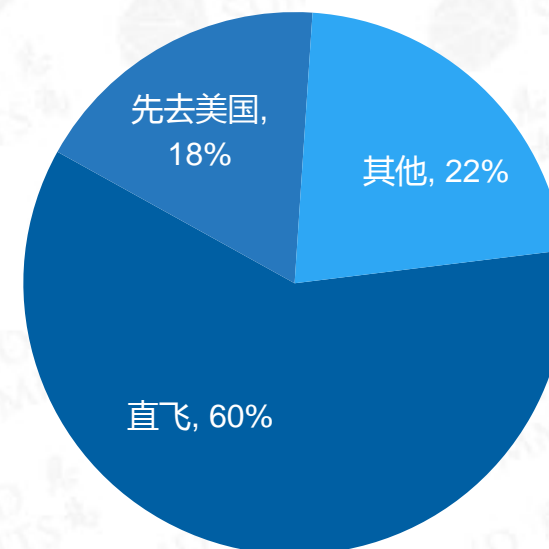
法国出境游客画像_加拿大

2011年，前往加拿大的法国出境游客主要是为了休闲和度假，占到近一半的水平；其次，也有近三分之一的人是为了看望亲朋好友。根据2013年的数据，去往加拿大的法国游客有18%会选择先去美国再前往加拿大，而有一半以上会直飞到达。

2011年去往加拿大的法国游客出行目的



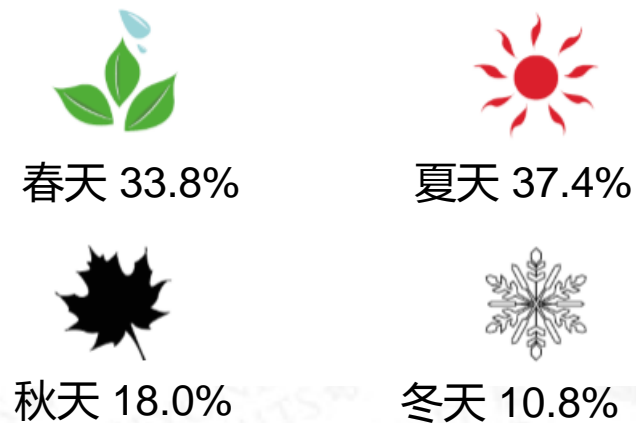
2013年去往加拿大的法国游客行程构成



数据来源：Canadian Tourism Commission，CTC estimates based on the International Travel Survey, and air traffic data from Diio Mi FMg

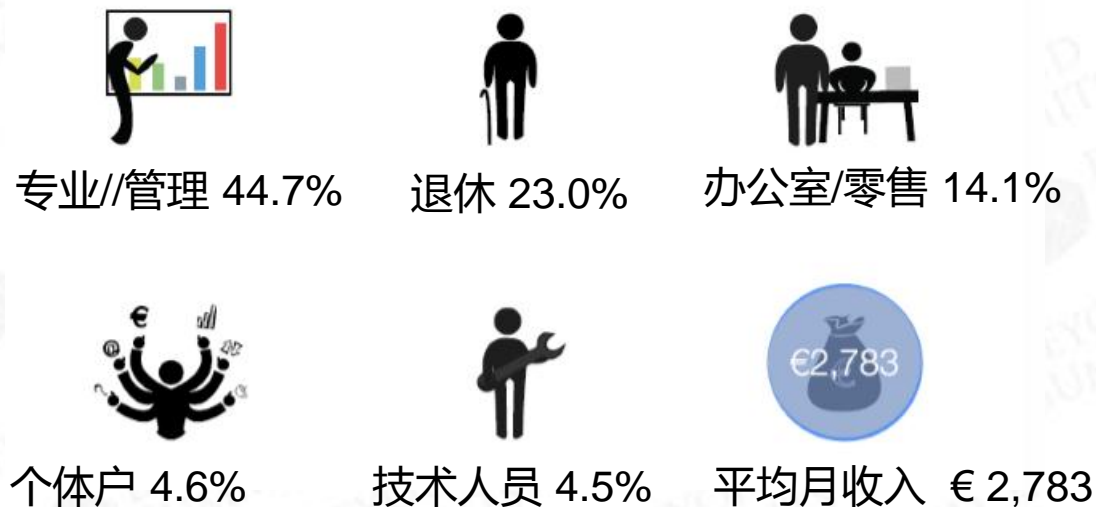
法国出境游客画像_马耳他

2013年去往马耳他的法国出境游客季节分布



- **平均年龄**：48岁；
- **非首次旅行的比例**：16.9%；
- **平均花费**：€914/人；
- **平均停留时间**：7.6天/人。

2013年去往马耳他的法国出境游客职业分布

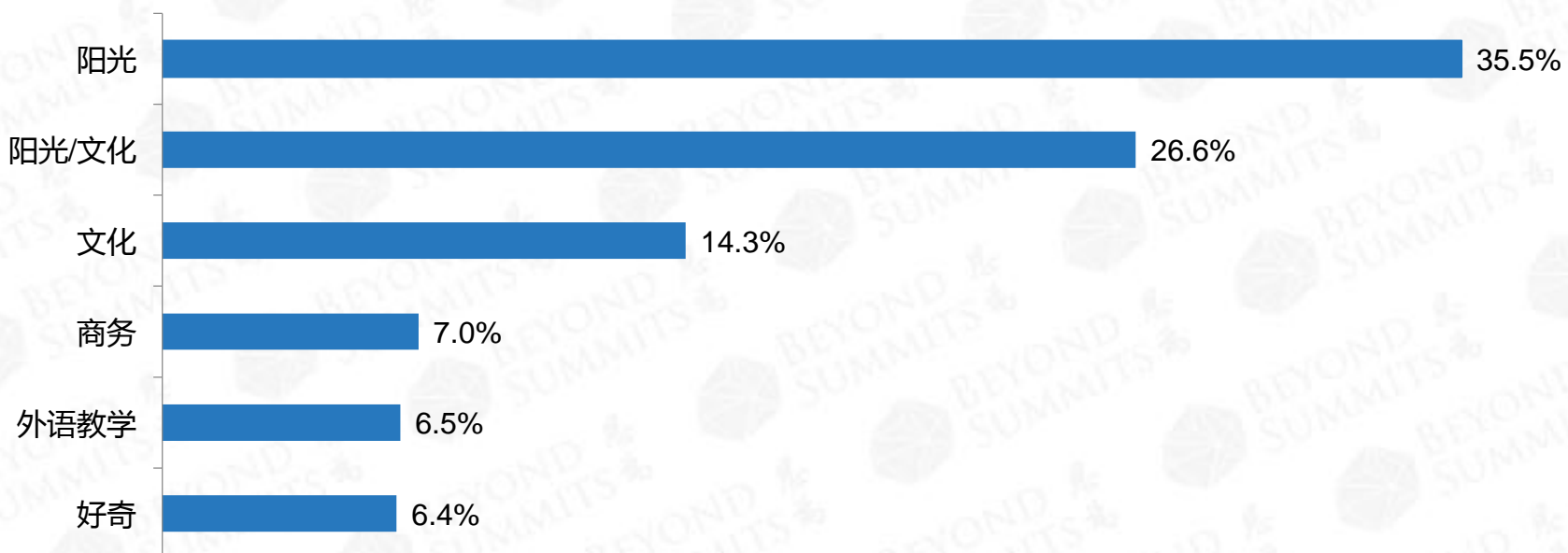


数据来源：The French Tourist In Malta 2013

法国出境游客画像_马耳他

2013年，法国出境游客主要是因为阳光和文化前往马耳他去旅行，占到了一半以上的水平。此外，还有部分游客是为了工作需要和外语教学而去马耳他的。

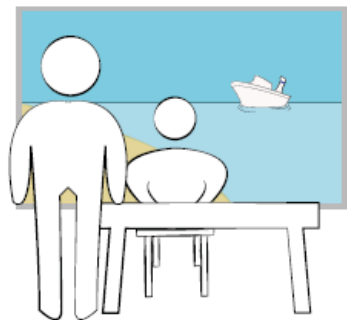
2013年去往马耳他的法国游客旅行主要诱因



数据来源：The French Tourist In Malta 2013

法国出境游客画像_马耳他

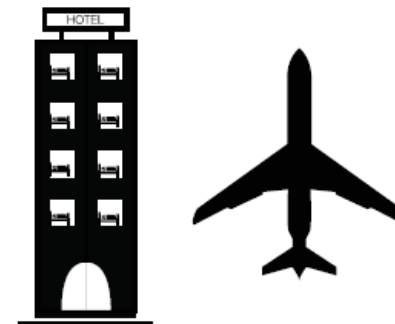
2013年去往马耳他的法国游客旅行预订方式



旅行社 43.6%



网上供应商 41.7%



航空公司/酒店等 16.4%

数据来源：The French Tourist In Malta 2013

入华法国游客人数&目的地

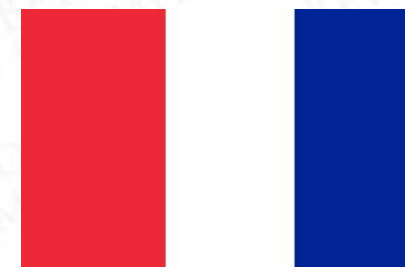
法国入华旅游市场和游客总览

1. 近10年，来华的法国游客人数有所波动。2008年，受经济危机的负面影响，法国来华旅游人数出现下滑，同比下降7.2%。自2010年开始，法国入华游客人数有回升的态势，2015年，法国入华游客人数近49万人次，同比下降5.8%。
2. 2012-2015年，去往湖北省的法国游客人数占比在近几年增加明显，伴随2016年湖北省在法国巴黎和法兰克福进行的旅游主题推广活动，预计这一比例在未来有持续上升的可能。此外，法国游客旅华的主要目的地还是集中在上海和北京这样的经济发达地区。
3. 来华的法国游客中，男性的比例高于女性，占到了近66%；而年龄则以25-44岁的人群居多，其次是45-64岁的人群，且呈现上升趋势。
4. 来华的法国游客中，观光休闲的人数占比最大，其次是会议/商务的游客。
5. 来华的法国游客中，超过50%的游客选择自由行。同时，法国游客在中国逗留的时间整体较长，超过60%的游客逗留时间在一周以上。60%以上的法国入华游客偏好中国之行中走访2-3座城市。法国游客来中国旅游的平均花费在2,600美元，超过3成的游客花费超过3,000美元。
6. 法国游客对中国自然风光最感兴趣；其次是悠久的历史，对大熊猫、城市/建筑、中国美食及中国文化也有较高的兴趣。



法国入华旅游市场和游客总览

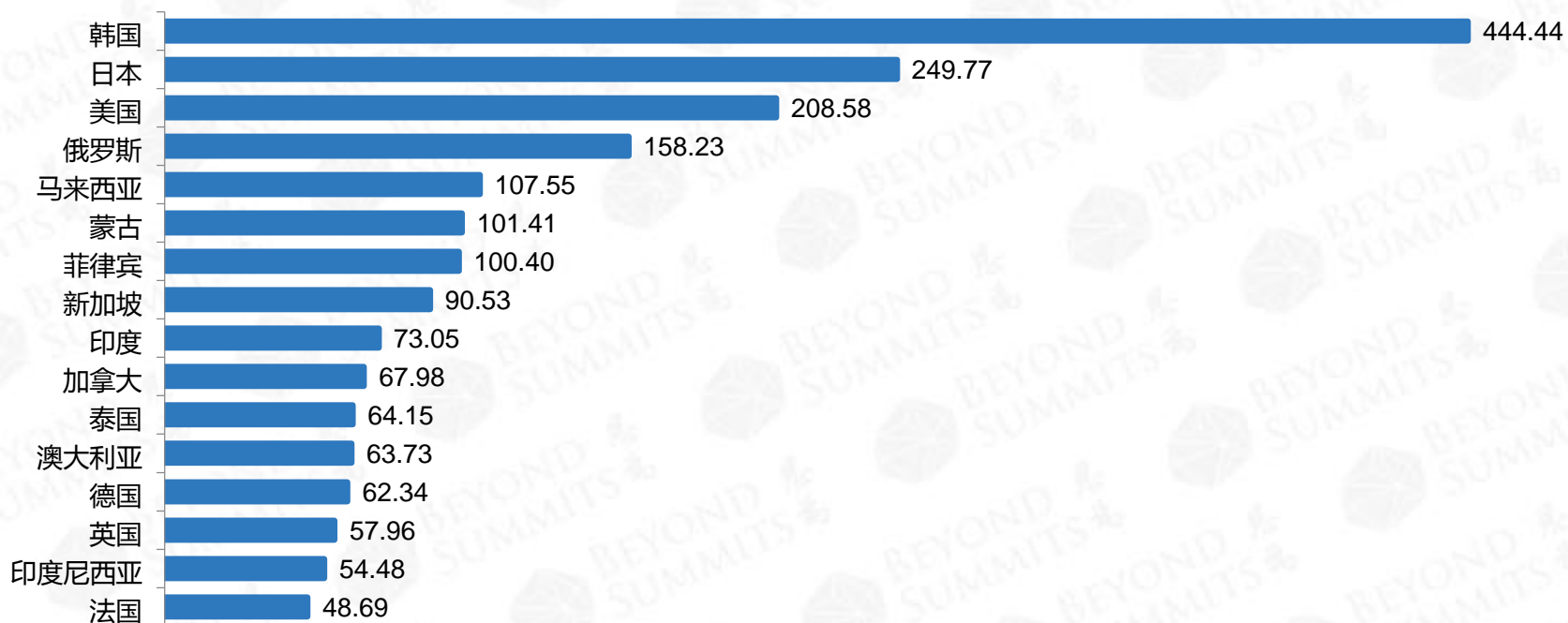
7. 北京和上海在法国的知名度最高，特别是北京，认知度超过9成；深圳、广州和西安也有一定的认知度。在希望去旅游的中国城市中，北京所占比例同样最高，超过5成，此外，3成的受访者表示想去上海。
8. 法国游客对中国旅游景区认知度最高的是万里长城，其次是故宫；十三陵、少林寺、兵马俑和颐和园认知度也较高，从法国游客对中国主要景区感兴趣的程度看，万里长城和故宫遥遥领先，超过半数的法国游客表示想去万里长城游览。法国游客对黄果树瀑布的知晓度和旅游意愿分别为4.4%和3.5%。
9. 法国游客最感兴趣的旅游带为万里长城旅游带，这与他们对中国景区的认知度和未来的旅游意愿相一致。此外，从对旅游带的感兴趣程度也可以看出中国的自然风光和悠久历史是吸引法国人来旅游的最主要原因。
10. 法国游客来中国旅行意愿较低，接近6成的法国表示对来中国旅行兴趣不大。阻碍法国游客来华旅行的主要原因是：费用较高、语言不通及空气污染。



法国在入华外国游客的地位

2015年，来华的外国游客中，法国游客的人数排名较为靠后，为第16位。

2015年中国入境外国游客客源国TOP10（万人次）

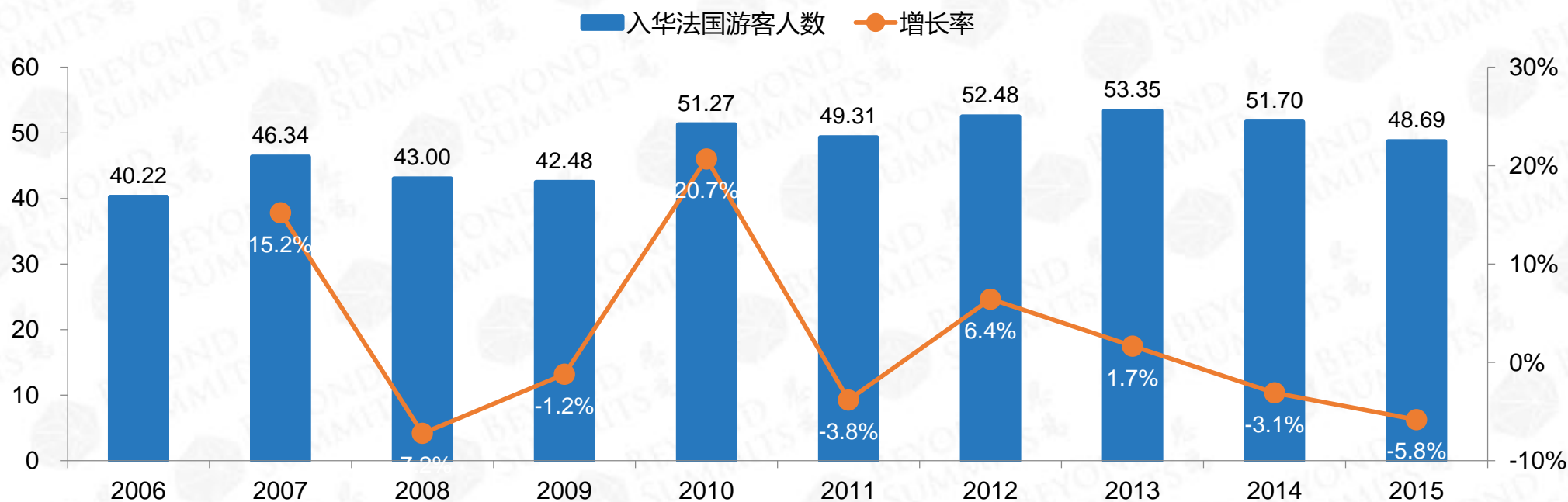


数据来源：中国国家旅游局

入华法国游客人数

近10年，来华的法国游客人数有所波动，其中2008年，受经济危机的负面影响，法国来华旅游人数出现下滑，同比下降7.2%。自2010年开始，法国入华游客人数有回升的态势，2015年，入华法国游客人数近49万人次，同比下降5.8%。

2006-2015年入华法国游客人数（万人次）

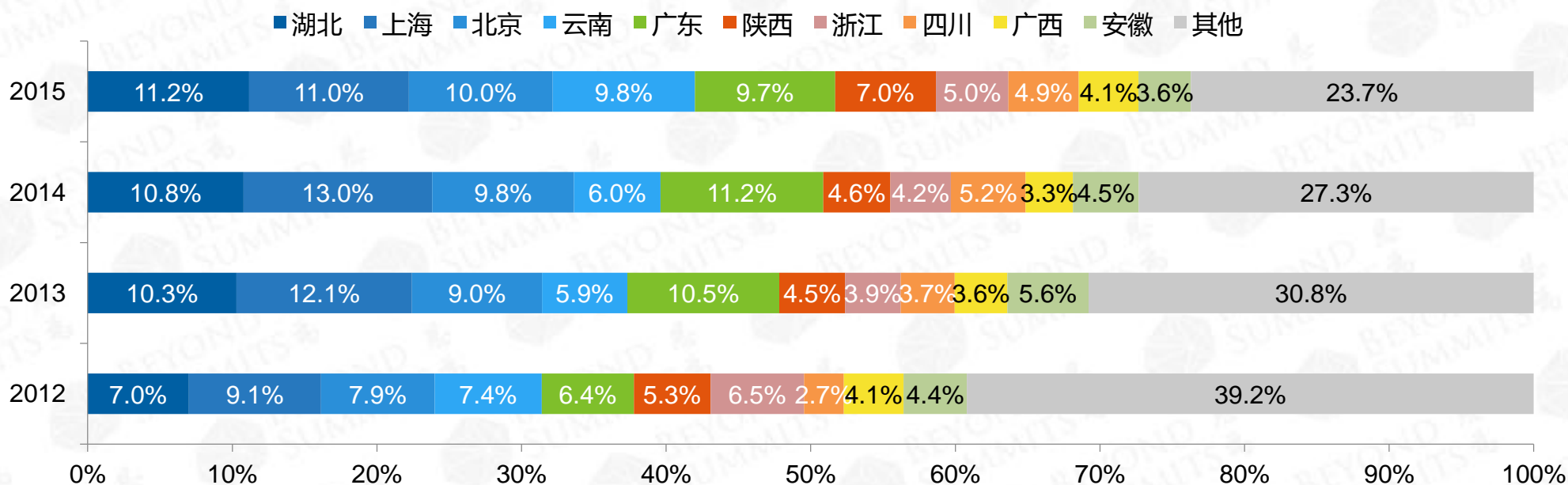


数据来源：中国国家旅游局

入华法国游客目的地分布

2012-2015年，去往湖北省的法国游客人数占比在近几年增加明显，伴随2016年湖北省在法国巴黎和法兰克福进行的旅游主题推广活动，预计这一比例在未来有持续上升的可能。此外，法国游客旅华的主要目的地还是集中在上海和北京这样的经济发达地区。

2012-2015年入华法国游客目的地省市分布



数据来源：2013-2016年中国旅游统计年鉴

入华法国游客目的地分布

2015年，入华的法国游客中，去往最多的城市分别为上海、武汉和北京。值得注意的是，武汉虽然并不是经济较为发达的城市，但是却吸引了很多法国游客前往，一方面法国在武汉企业已超过百家，千余名法国侨民长期在这里工作、生活。此外，武汉已成为法国在华投资最多的城市，也是法国民众在中国居住最多的城市之一。

城市	2015年法国入境过夜游客人数（人次）
上海	169,282
北京	152,769
武汉	123,351
成都	66,996
广州	59,306
桂林	45,216
深圳	42,039
西安	35,976
昆明	31,289
重庆	26,129
黄山	23,888
苏州	23,608
温州	21,334
杭州	19,816
宁波	13,762

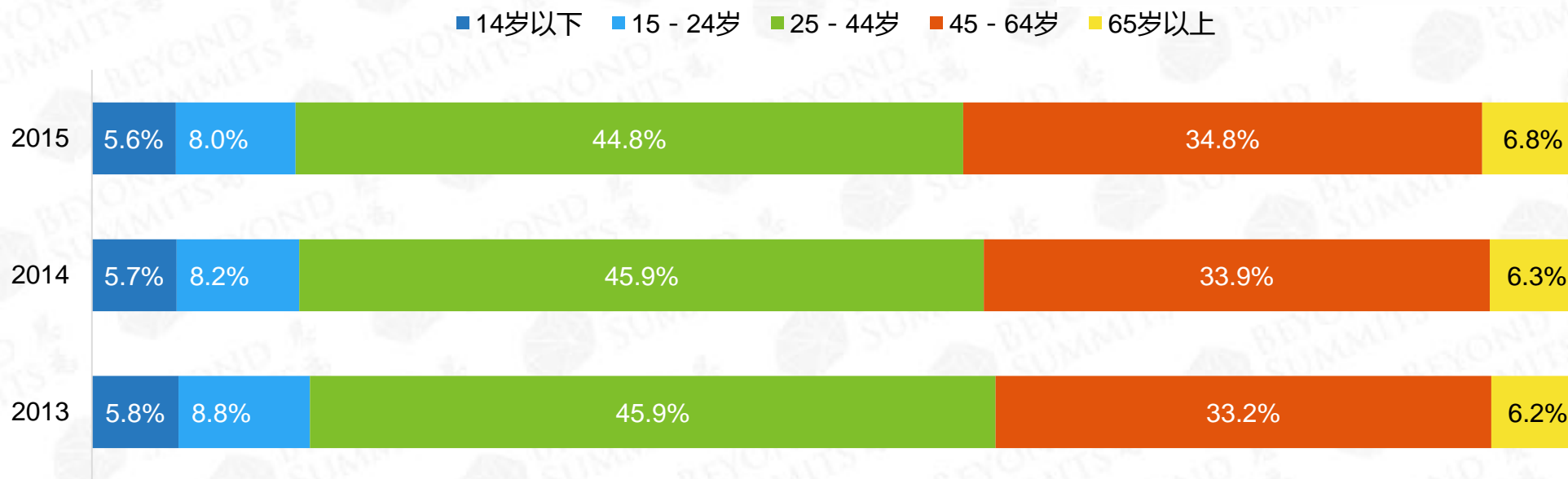
数据来源：2016年中国旅游统计年鉴

入华法国游客画像&触媒习惯

法国来华游客年龄

2013-2015年，法国来华的游客中，主要年龄段是在25-44岁的中青年，占据比例能达到45%附近。然而，近几年，45岁以上的中老年人比例逐年上升，逐渐将成为法国来华游客的主力。

2013-2015年法国来华游客的年龄构成

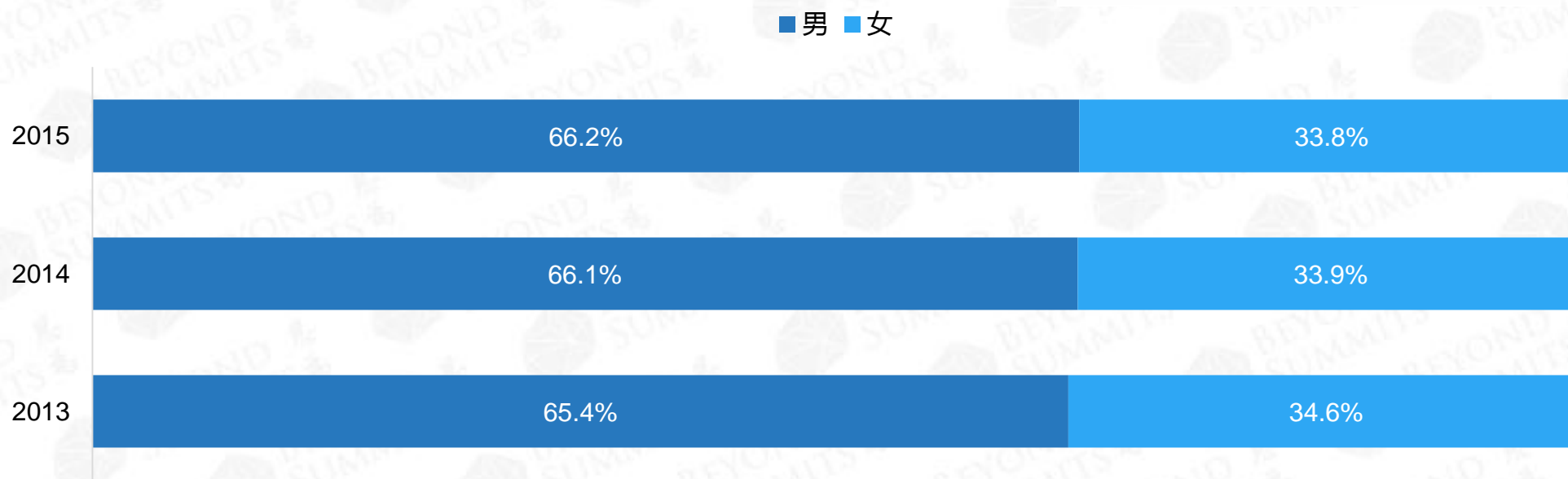


数据来源：中国国家旅游局

法国来华游客性别

2013-2015年，法国来华的游客中，男性占的比例较大，且近几年的比例逐年上升，2015年达到了66.2%。

2013-2015年法国来华游客的性别构成



数据来源：中国国家旅游局

按性别统计的旅游外汇收入

- 一直以来，性别都是一个重要与常用的市场细分变量。在消费行为的性别差异这一领域中，消费者行为学有过不少研究。研究不同性别的消费者行为，发掘法国人入境消费者行为在性别差异中可能存在的欠缺，有助于营销者开拓不同的消费市场。
- 法国旅华客源市场中，男女总体花费是连年上升的。另外，虽然在人均天花费上，两者的差异并不明显，但是由于男性入境人数与停留时间都高于女性，故**男性市场花费普遍高于女性**。针对这一现象，进一步发展男性市场和开发拓展女性市场是迫切的任务。而发展男性市场很有必要了解法国男性游客住宿、餐饮方面的服务需求和偏好；在旅游商品中增加吸引女性游客因素，比如在首饰、珍珠中融入中国文化，会刺激女性游客的购买欲望。

数据来源：法国旅华客源市场消费行为与预测

按职业统计的旅游外汇收入

- 职业很大程度上决定着收入，是影响消费者行为的重要因素。认真研究并探索职业与消费者行为间的特定联系，对采取相应的策略去开发拓展市场有重要的意义。法国旅华客源市场中，专业技术人员、商贸人员、退休人员的消费一直是其主要部分。近些年来，学生市场异军突起，发展势头很盛。
- 根据职业花费的分布，在巩固传统市场的基础上，要大力开发新兴市场，使法国旅华市场发展地更全面。如学生是一个很大的潜力市场，政府应抓住这一契机，加强教育交流，多培养交换生或者针对学生的优惠都可以纳入这一规划中，以期在最大程度上活跃法国旅华客源市场。

数据来源：法国旅华客源市场消费行为与预测

按旅游目的统计的旅游外汇收入

对于旅游目的市场的开发拓展，应在保持这两个传统优势市场的前提下，大力开发拓展新兴市场，如发展速度非常快的购物市场等，也是政府与商业机构不容忽视的部分。这些新兴市场，既需要抓住机遇，也要注意保持我国形象，不能在国际贸易中一味追求利益，忽视诚信等重要的无形财富。

数据来源：法国旅华客源市场消费行为与预测

法国入境旅游者感兴趣的旅游商品

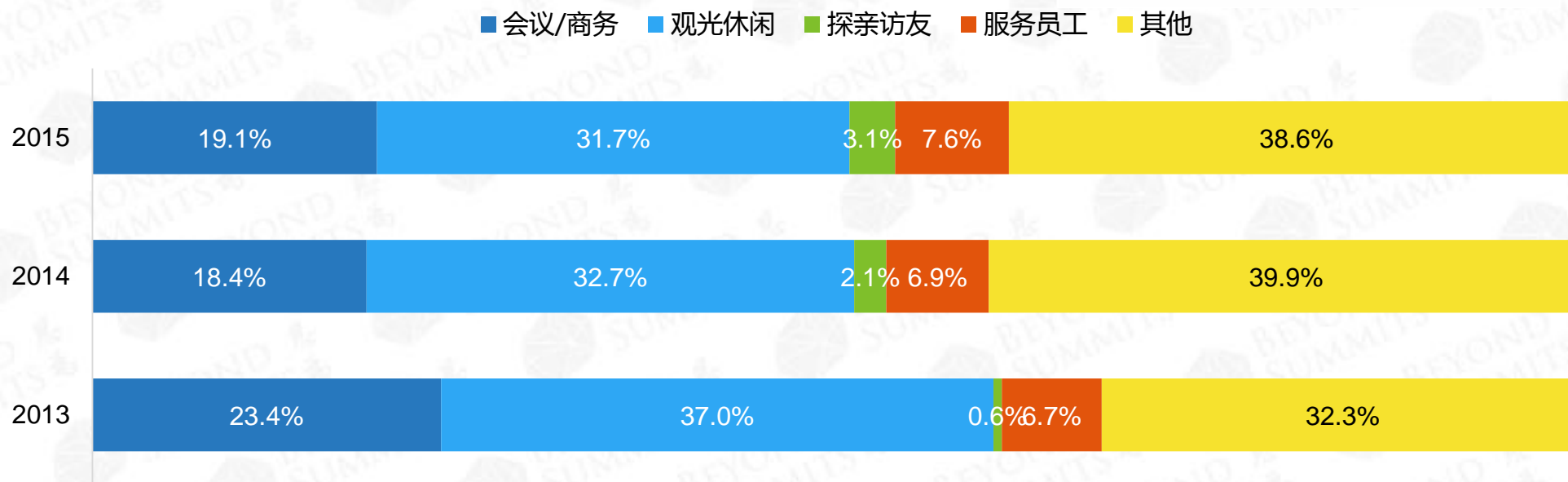
- 旅游商品是旅游者在旅游地购买具有一定审美价值、实用价值、体现旅游地风俗文化特色和富有纪念性的特殊旅游商品。法国旅游者在中国市场上对服装、丝绸最感兴趣。其次是中国工艺品、纪念品，接下来是食品、茶叶，而从2008年开始，首饰、字画、陶瓷对法国游客的吸引力也有大幅提高，可见对于法国入境旅游者而言，中华五千年的文明富有极大的魅力。
- 适销对路、能刺激旅游者是开发旅游上的先决条件，再结合以上分析，以地方文化为依托，开发富有地方特色的旅游商品，对于拓展旅华客源市场、提高旅游外汇收入具有重要意义，例如旗袍、各个地方的特色美食。

数据来源：法国旅华客源市场消费行为与预测

法国来华游客目的

2013-2015年，法国来华的游客的目的中，观光休闲占的比例最大，但有逐年下降的趋势，2015年降至31.7%；其次是会议/商务，以其他目的来华的游客主要包括教育和就业等。

2013-2015年法国来华游客的目的构成

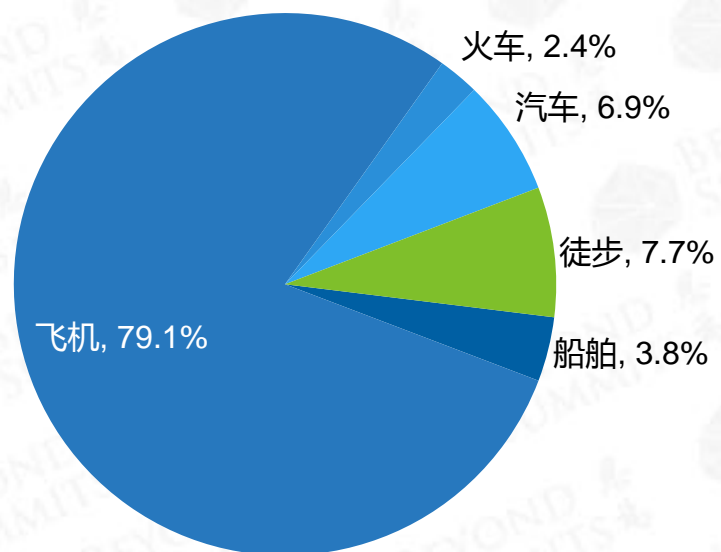


数据来源：中国国家旅游局

法国来华游客入境方式

2015年，法国来华的游客的入境方式中，选择飞机的比例最大，占到了近80%。

2015年法国来华游客入境方式构成

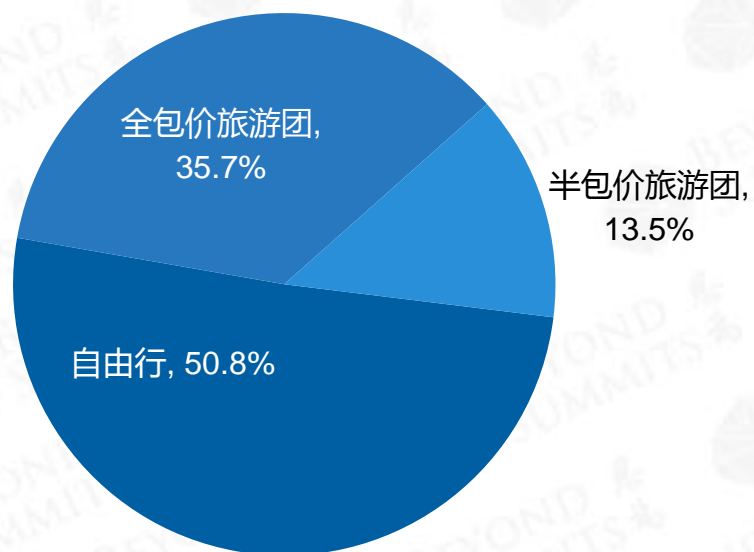


数据来源：中国国家旅游局

法国来华游客旅游方式

2014年，法国来华游客选择旅游方式时，自由行和旅游团基本各占一半。

2014年法国游客来华旅游方式

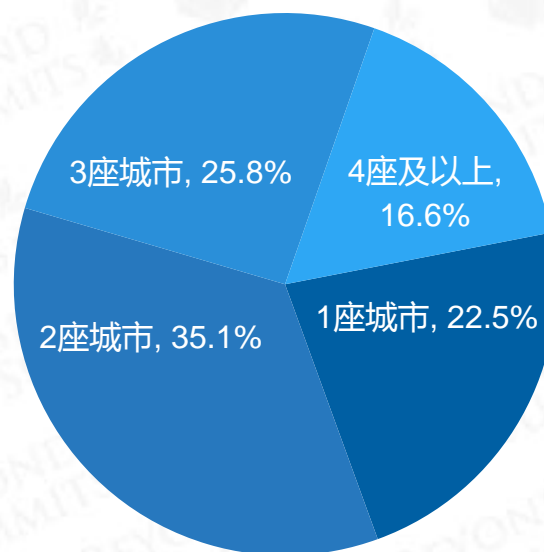


数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国来华游客旅游的城市数量

2014年，在城市的走访数量上，走访2座和3座的法国游客最多，分别占到了35.1%和25.8%，走访3座以上的超4成。

2014年法国游客来华旅游的城市数量

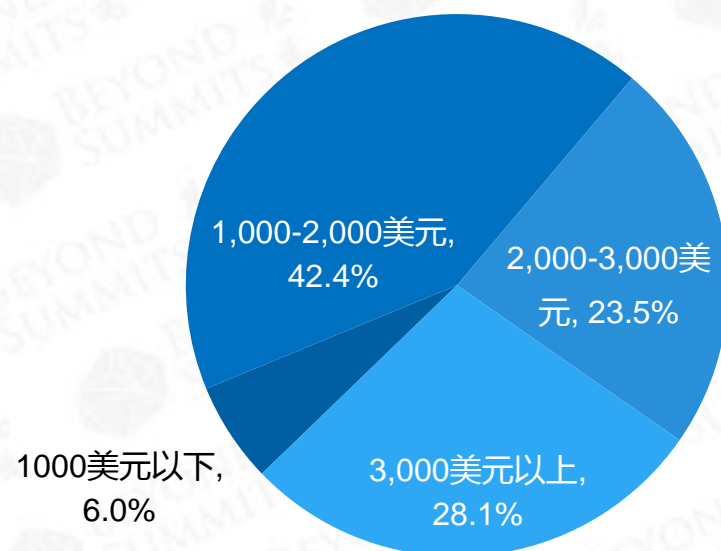


数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国来华游客旅游花费

2014年，法国游客来中国旅游的平均花费为2,600美元左右，其中旅游花费在1,000-2,000美元的比例最大，占到了42.4%。

2014年法国来华游客旅游花费

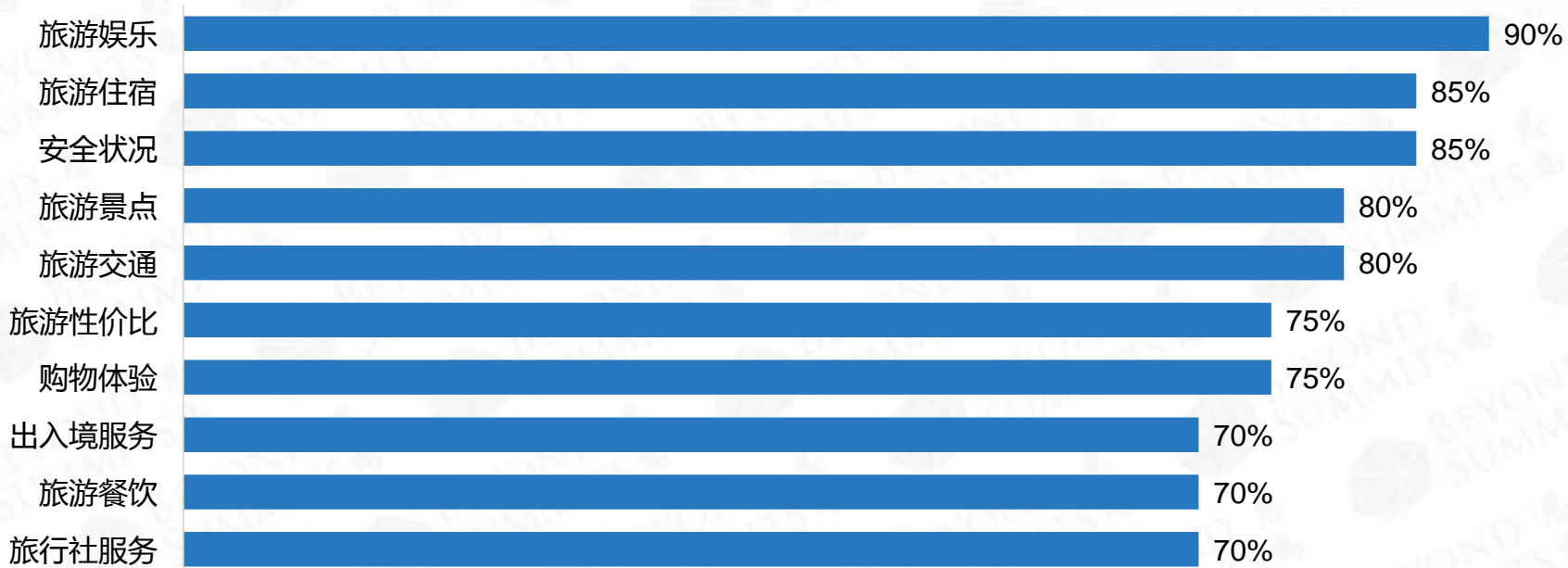


数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国来华游客满意度

2014年，法国的来华游客对中国的旅游体验满意度较高，其中对旅游娱乐的满意度最高，占到了90%；其次是住宿，为85%。

法国来华游客的满意度（可多选）

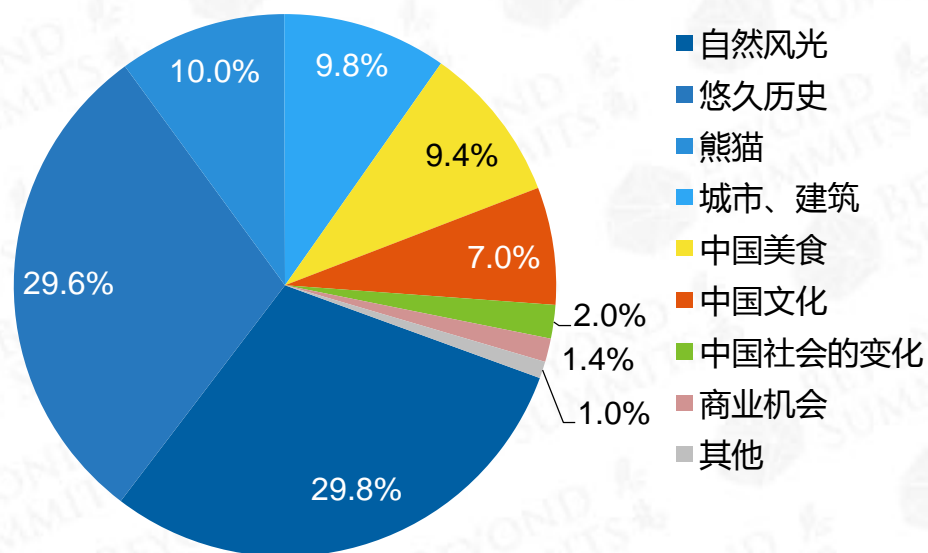


数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国游客对中国感兴趣的因素

根据2014年的数据，各项影响法国游客来中国旅游的因素中，优美的自然风光占的比例最高，为29.8%；其次是悠久的历史，占到了29.6%。

法国游客对中国感兴趣的因素

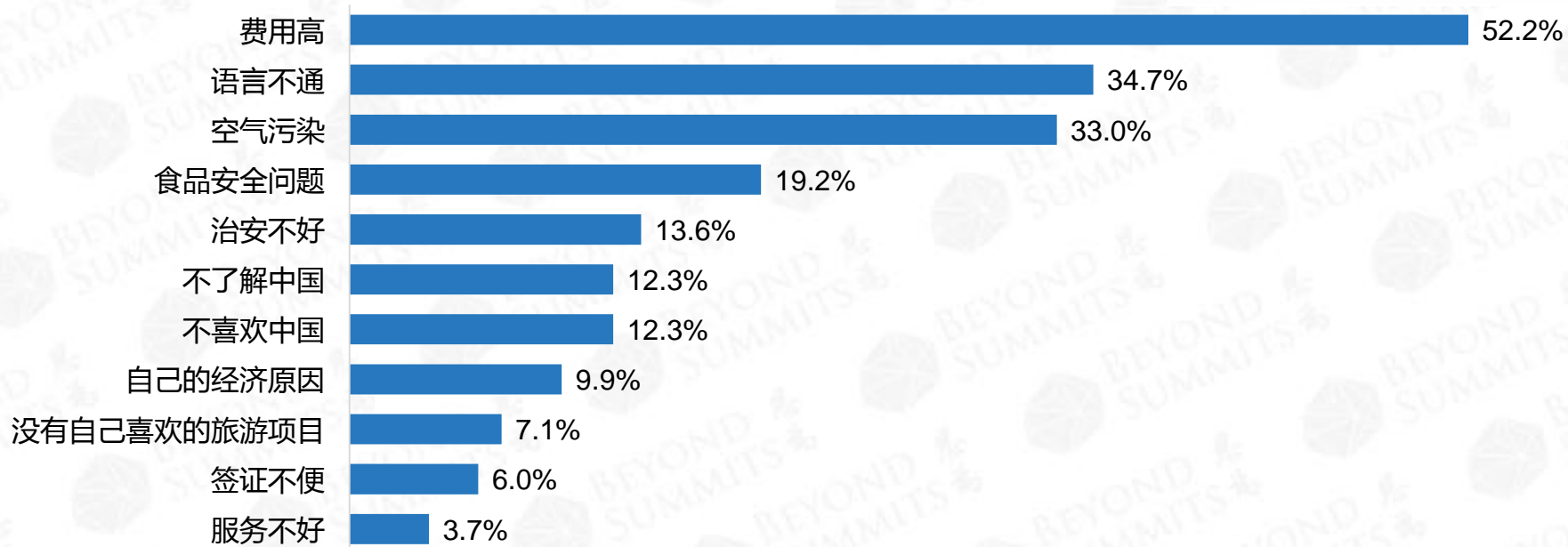


数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国游客不来中国的原因

2014年，关于不愿意来中国旅游的因素中，选择费用高的法国人最多，超过半数；其次是语言不通，占到了34.7%。

法国游客不来中国的原因（可多选）



数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

中国主要城市在法知名度

在中国的主要城市中，北京和上海在法国的知名度最高，特别是北京，认知度超过9成；深圳、广州和西安也有一定的认知度；其他城市的认知度均不足10%。

城市	知名度
北京	94.0%
上海	85.8%
深圳	22.2%
广州	16.0%
西安	11.2%
拉萨	8.4%
成都	8.2%
南京	8.0%

城市	知名度
大理	7.6%
杭州	5.4%
武汉	5.1%
天津	5.0%
沈阳	4.6%
厦门	4.3%
苏州	4.2%
重庆	4.0%

数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国游客对中国城市未来旅游的意愿

对于法国游客来说，在希望去旅游的中国城市中，北京所占比例同样最高，在53.2%；超过3成的法国游客表示想去上海。此外，曾获得欧洲游客最喜爱的城市称号的拉萨也受到了法国游客的青睐，未来旅游的意愿达到了4.6%。

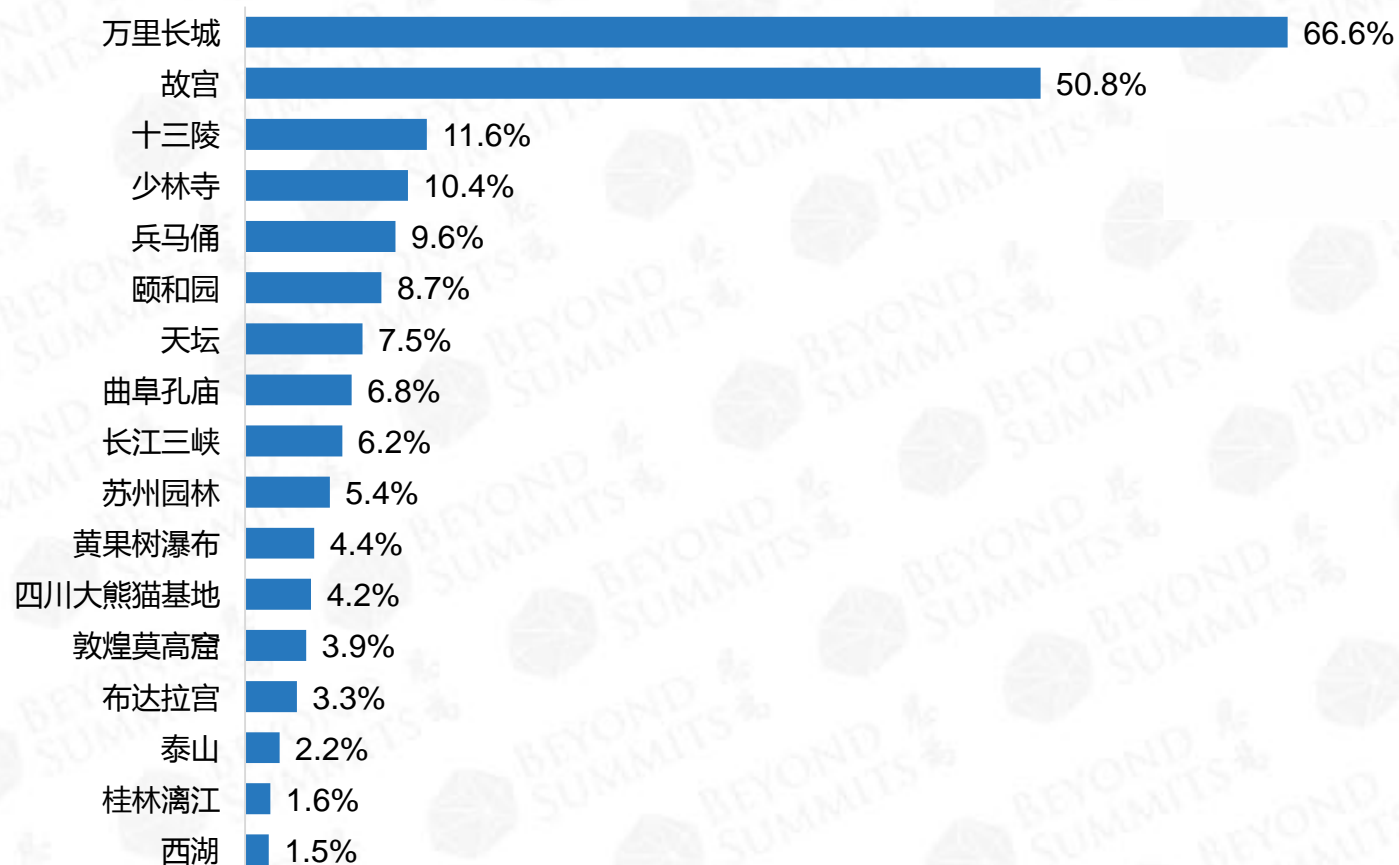
城市	未来旅游的意愿
北京	53.2%
上海	32.7%
拉萨	4.6%
西安	4.1%
大理	3.4%
深圳	2.8%
广州	2.4%
重庆	2.2%

城市	未来旅游的意愿
厦门	1.9%
苏州	1.8%
南京	1.7%
武汉	1.5%
成都	1.4%
杭州	1.2%
天津	1.1%
福州	0.8%

数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国游客对中国景区的认知度

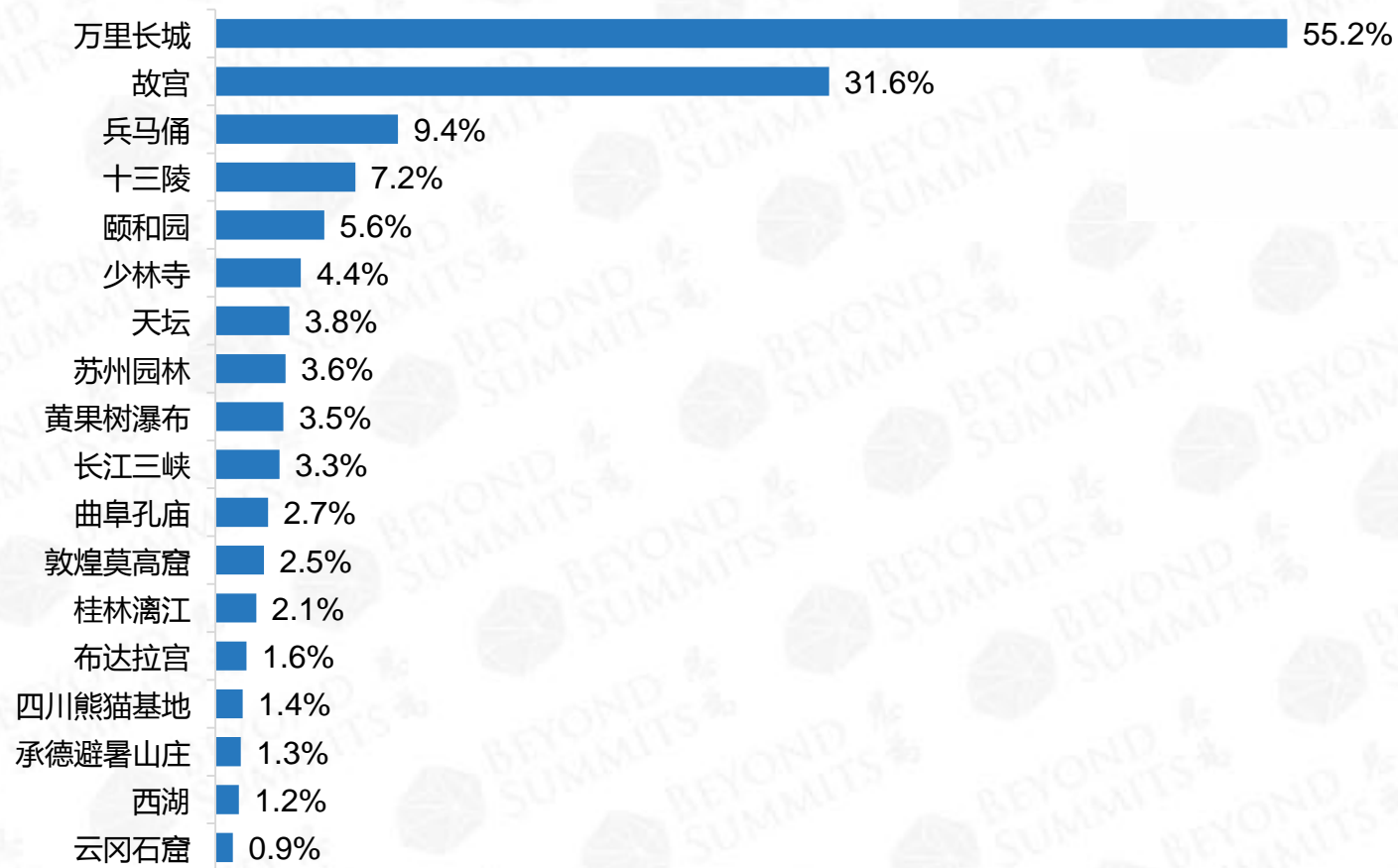
法国游客对中国景区的认知度（可多选）



数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国游客对中国景区未来旅游的意愿

法国游客中国景区未来旅游的意愿



数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国游客最感兴趣的中国旅游带

2014年，法国游客最感兴趣的旅游带为万里长城旅游带，这与他们对中国景区的认知度和未来的旅游意愿相一致。此外，从对旅游带的感兴趣程度也可以看出中国的自然风光和悠久历史是吸引法国人来旅游的最主要原因。然而，相比旅游带的兴趣程度，法国游客对北京和上海两个一线城市的旅游兴趣度更高一点。

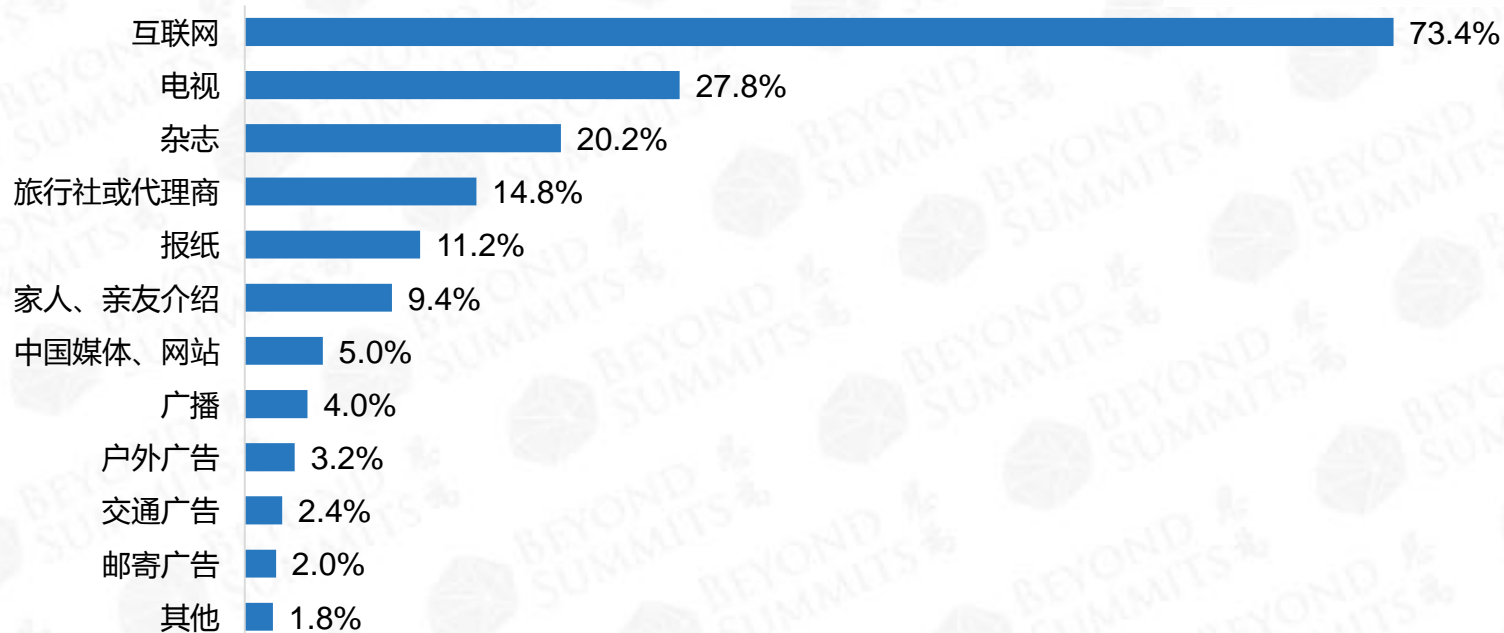
中国旅游带	兴趣度
万里长城旅游带	48.6%
丝绸之路	39.7%
京西沪桂广旅游	25.2%
长江旅游	21.8%
长三角区域游	18.1%
滨海城市度假游	15.4%
黄河旅游	14.6%
京广铁路沿线游	13.4%
松花江、鸭绿江旅游	10.2%
丽江香格里拉游	9.8%
内蒙古草原之旅	6.3%
青藏铁路沿线游	4.2%
京杭大运河旅游	3.5%

数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国游客获取中国旅游信息途径

7成以上的法国人通过互联网获取中国旅游信息，通过电视的占到了27.8%。而户外广告、交通广告和邮寄广告最低。

法国游客中国旅游信息获取途径（可多选）



数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

法国游客对中国省市旅游传播活动的认知

2014年，法国游客对中国省市进行旅游传播活动的认知度整体较低，其中北京和上海的接触率最高，分别达到了18.8%和16.4%，其余的均不足2%。

城市	旅游传播活动的认知度
北京	18.8%
上海	16.4%
四川	1.8%
内蒙古	1.6%
浙江	1.5%
天津	1.4%
海南	1.3%
江苏	1.2%

城市	旅游传播活动的认知度
青海	1.1%
福建	1.0%
山东	0.8%
贵州	0.7%
新疆	0.6%
湖南	0.4%
重庆	0.3%
青海	1.1%

数据来源：2014年法国来华旅游舆情及传播调查报告

吸引法国游客入境中国的优势

1. 新中国成立后两国政治关系密切

法国与1964年1月27日和中国正式建交。中法两国外交关系确立的意义已超过两国双边关系的范畴，对市场政治格局产生了重要影响。随着中法关系的日益密切，法国已逐渐成为我国入境旅游的新兴市场。若两国政府有意引导，各大旅游机构能根据法国旅游者消费行为进行适当的营销活动，中国市场对法国旅游者的吸引力将持续增长。

2. 旅游资源丰富，跨多大气候带

旅游资源禀赋是指一个旅游区域对旅游者构成具有吸引力环境的自然因素、社会因素及其他因素的总和。中国具有丰富、优势和得天独厚的旅游气候资源。中国由南向北有热带气候、亚热带气候、温带气候、寒带气候，由东向西有海洋气候、草原气候、沙漠气候。而法国大部分地区处于温带，只有南方地区属于亚热带，主要气候类型包括温带海洋性气候、地中海气候、温带大陆性气候、山地气候以及大陆——海洋过渡性气候。中国的多种气候带和各种地理形态的旅游景观，特别是热带和寒带区域天然以及人工开发的特色旅游资源对法国旅游者具有巨大的吸引力。

旅游局及国家相关旅游机构应对全国旅游气候进行区划工作，指导旅游气候产品开发及其他旅游相关产品的开发利用，并根据我国相对于法国的优势之处打造多个特色旅游点，让法国旅华者从气候角度感受不一样的中国风情。

吸引法国游客入境中国的优势

3. 文化悠久醇厚，提升旅游内涵

旅游与文化密不可分，文化是旅游发展的灵魂，旅游则是文化的载体，文化发展的依托，是对文化的挖掘、提炼和发扬。观察法国消费者入境旅游中的消费热点，可看出中华五千年文化对其是居于相当吸引力的。在旅游中融合中国的悠久文化，由法国旅华者亲身体会中国五千年的文化发展之旅，感受精神上的愉悦，让旅行的意义得到升华。

中华文化博大精深，含蓄内敛，与浪漫、创新的法国文化有着较大的区别。早在2003-2004年，中法就互办文化年。值此中法建交50周年之际，“中法文化之春”是中国国内举办的几年建交50周年的重要活动之一，从4月11日起，至7月10日本届文化节会在中国的40余座城市举行，将邀请近1,000名艺术家为超过100万观众表演，以戏剧、舞蹈、音乐、视觉艺术和新媒体艺术等各种艺术形式向观众展现两国文化，还有特别面对青少年的演出。以文化为落脚点，可加深两国游客对对方国家的了解，激发前往对方国家旅游的欲望。

吸引法国游客入境中国的优势

4. 民族多而富有特色，可开展民族特色游

在当前的旅游业发展大潮中，民族特色游是一个新兴旅游热点项目。我国有56个民族，每个民族的风情都是与众不同且各具特色，各个民族既相互融合，又保留了原本的特色。不论是富有民族特色歌舞，如稳重细腻的维吾尔族舞蹈、朴实豪放的蒙古族舞蹈以及藏族舞蹈等等；还是各种寓意的民族节目，例如纳西族的火把节、傣族的泼水节、壮族的三月三歌会等，这些神秘的民族传统节事庆典活动为民族旅游业的发展增添了很大的魅力，只要充分利用各个民族的特色，尤其是风格迥异的民族风情，可开发出形式多样的旅游项目。入境游客能通过民族特色游来了解中国甚至进行民族研究，这也深深的吸引着探寻民族文化的法国入境旅游者。

开发民族旅游业有利于民族文化的传承和发展，能促进少数民族地区的经济发展，提高他们的民族素质和生活水平；同时，必须关注少数民族地区的心理承受力，不能为了经济效益便不顾民族心理，影响他们的正常生活。

法国来华旅游存在的问题

1. 没有根据法国游客的特点和需求，推出特定的旅游项目和产品。旅游商品开发力度不够。旅游地仍以观光类型为主，度假型旅游地的开发不能满足游客需求，专项型旅游地开发还未真正起步。
2. 目前法国旅游者在游客消费构成中所占比重偏低。我国旅游商品开发不够，没有针对法国游客的偏好，推出鼓励顾客消费的政策。
3. 我国缺少专业的法语语种的导游人员和专家型导游。虽然法国人很多也不会英语，但接待时用法语进行交流，更能吸引法国游客。而在我国的旅游行业中，目前专业的法语导游接待人员较为缺少，并不能根据根据其游客习惯在旅游沿线提供特色服务，为游客中的研究者提供高端服务。
4. 旅游宣传力度不够。法国对中国的了解主要是通过国际上的新闻增加对中国的了解，对我国的旅游资源并没有全面而细致的了解。同时针对外国游客旅游产品也相对较少，为此必须对法国的游客进行全面调查分析，了解法国游客的需求，根据这些来制定旅游政策。
5. 我国的旅游基础设施不完善。旅游接待设施与旅游业发展速度不相适应。在客流量大的旅游胜地，星级酒店明显不够，四星、五星级酒店较为稀少。

拓展法国旅华客源市场建议

1. 多拍摄关于中国的法语宣传片，增进法国游客对中国的了解
2. 利用中国复杂的气候和地形，打造创新和个性化的旅游商品，例如热带冲浪和雨林冒险之类
3. 以中医为基础，利用中草药、针灸、气功等在国际上的声誉，开发发展中国特色的保健市场
4. 完善旅游基础设施，提高旅游服务人员的素质，以期最大程度提高法国入境旅游者的满足感

Thank You