

美国出境游市场研究报告

U.S. Outbound Tourism Market Research



BEYOND
SUMMITS

目录

• 美国出境游市场概况.....	2
• 美国出境游人数及目的地.....	3
• 美国出境游客画像及出游行为.....	10
• 美国游客的旅游信息触媒习惯.....	43
• 美国游客入华/贵州/贵阳市场概况.....	59

美国出境游市场概况

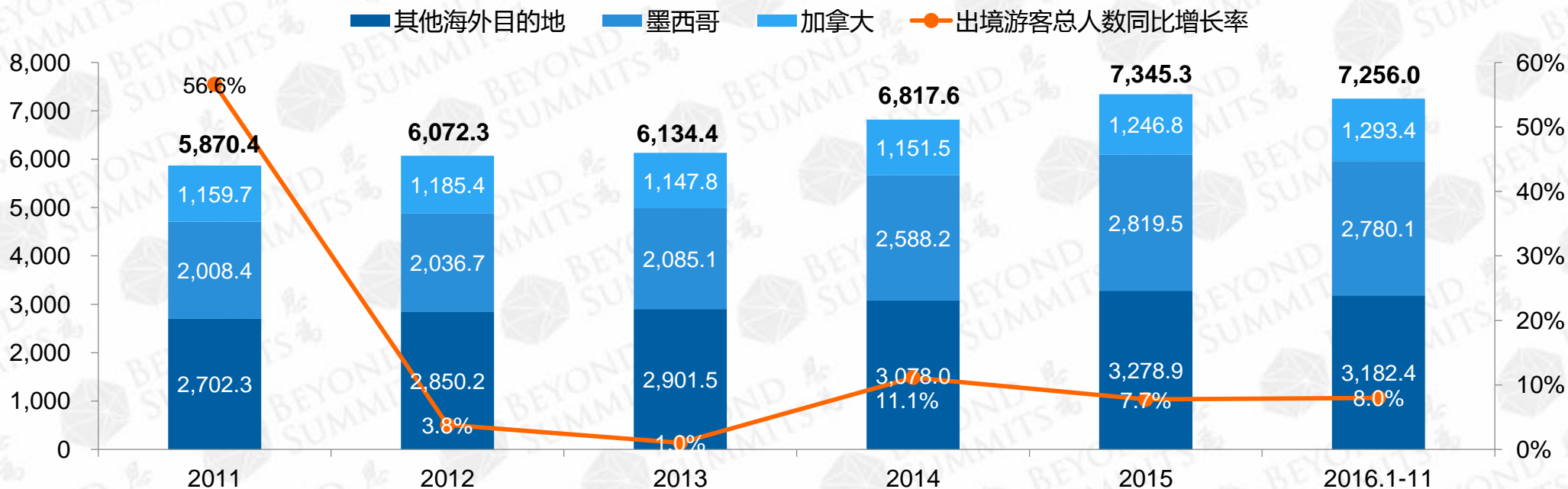
- 2016年，美国经济依旧延续温和复苏的态势。由于通胀持续走低、财政政策仍不确定，以及自身经济结构失衡等因素制约，美国经济实现强劲复苏并非易事。
- 尽管如此，美国出境游市场仍保持一定的增长态势。2016年1-11月，美国出境旅游人数达到了7,256万人次，较前一年同期增长了8%。
- 在美国游客出境游的目的地中，前往加拿大和墨西哥的人数占到一半以上，其余的海外目的地以欧洲和加勒比地区为主，包括英国、多米尼加和法国等。
- 随着数字媒体的迅速发展，美国游客在出境游时越来越多会参考用户评论网站，如TripAdvisor等。

美国出境游人数及目的地

美国出境游客人数

2011-2016年，美国出境游客人数逐年上升。2016年1-11月，美国出境游客人数达到了7,256万人次，较前一年同期增长了8%，增幅略有回升。

2011-2016年美国出境游客人数（万人次）



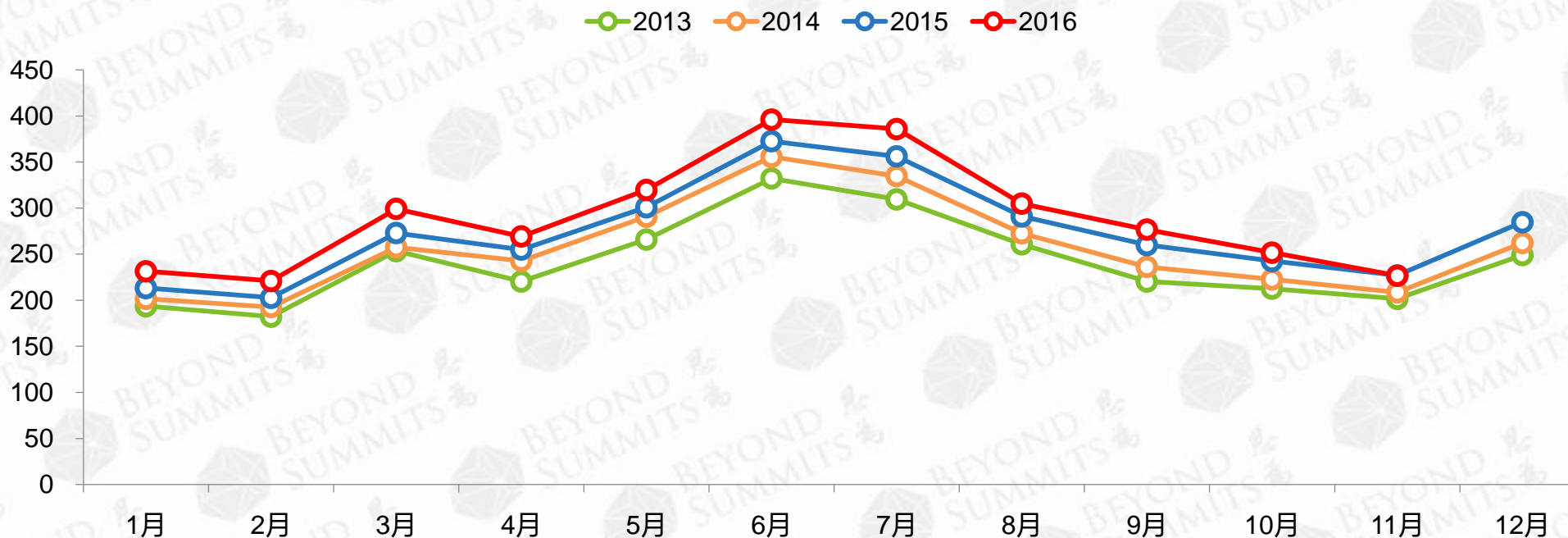
数据来源：US National Travel and Tourism Office

上海思为文化传播有限公司 BEYOND SUMMITS LTD

美国出境海外目的地游客人数

2013-2016年，美国月度去往海外目的地（除墨西哥和加拿大以外）的游客人数呈现规律性波动，高峰出现在每年的6-7月，主要是由于6-8月为美国学生的暑假。此外，次高峰出现在12月，主要原因是圣诞节日的来临促使美国游客外出度假。

2013-2016年美国月度出境海外目的地游客人数（万人次）



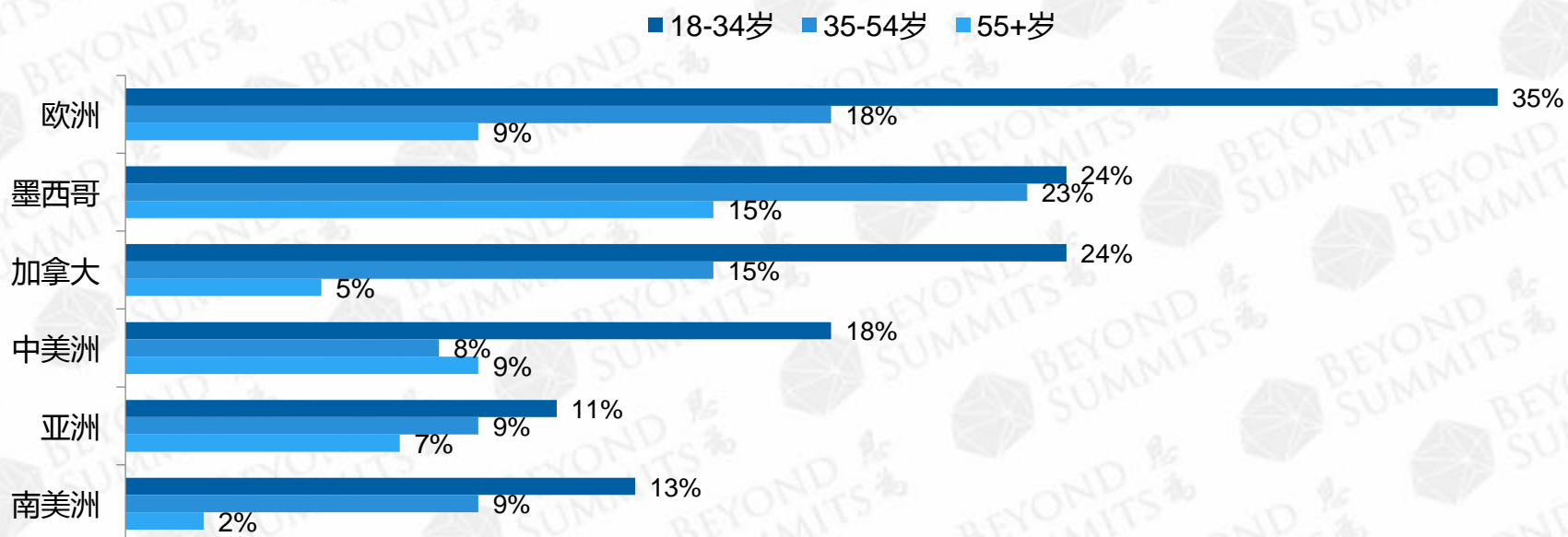
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客目的地

根据2015年的调研数据显示，美国游客整体对欧洲国家的旅行兴趣度较高，以18-34岁的游客为著。然而，35-54岁的美国游客对墨西哥的兴趣度高于其他目的地，占到了23%。

2015年不同年龄段美国游客对海外目的地的兴趣度

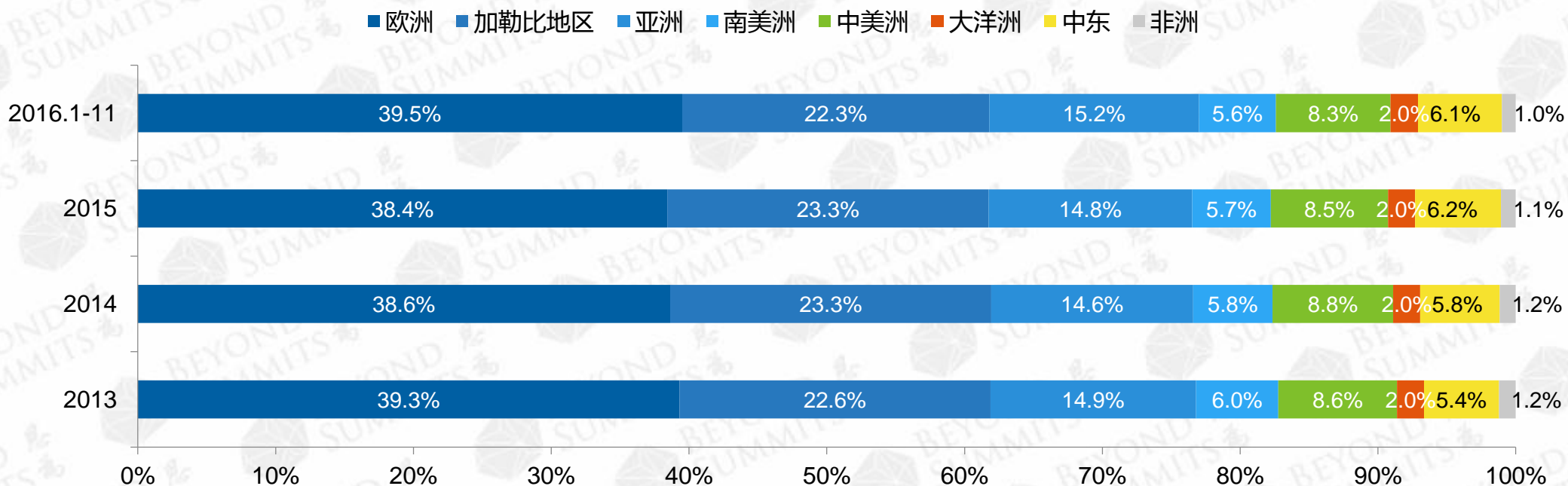


数据来源：Phocuswright's Good Travels: The Philanthropic Profile of the American Traveler

美国出境游客海外目的地

2013-2016年，美国游客出境游的海外目的地（除墨西哥和加拿大以外）主要集中于欧洲和加勒比地区，两个地区所占比例总和超过了总数的一半以上。值得注意的是，南美洲的比重逐步萎缩，而亚洲地区在美国出境游客的海外目的地中排名第三，占到了约15%的比例。

2013-2016年美国出境游客海外目的地分布

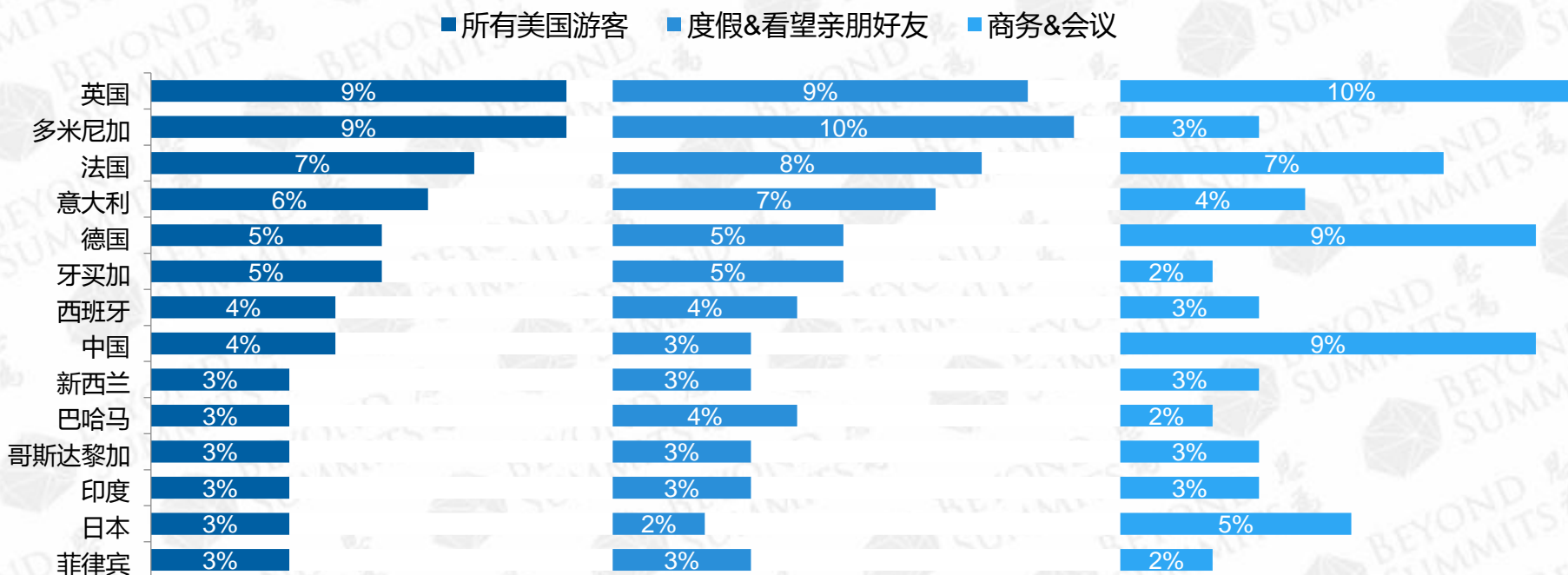


数据来源：US National Travel and Tourism Office 注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客海外目的地

2015年，去往海外目的地（除墨西哥和加拿大以外）的所有美国游客中，前往英国和多米尼加的游客占比最大，均占到了9%。然而，对于商务和会议的美国游客，去往英国、德国、中国和法国的比例较大，分别占到了10%、9%、9%和7%。

2015年美国出境游客海外目的地分布



数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客海外目的地

2015年美国出境游客海外目的地分布

	所有美国游客	度假&看望亲朋好友	商务&会议
欧洲	35%	35%	39%
英国	9%	9%	10%
法国	7%	8%	7%
意大利	6%	7%	4%
德国	5%	5%	9%
西班牙	4%	4%	3%
新西兰	3%	3%	3%
爱尔兰	2%	3%	1%
瑞士	2%	2%	2%
奥地利	1%	1%	2%
加勒比地区	24%	27%	12%
多米尼加	9%	10%	3%
牙买加	5%	5%	2%
巴哈马	3%	4%	2%
阿鲁巴岛	2%	2%	1%
南美洲	7%	7%	8%
哥伦比亚	2%	2%	3%
秘鲁	2%	2%	1%

	所有美国游客	度假&看望亲朋好友	商务&会议
中美洲	8%	8%	7%
哥斯达黎加	3%	3%	3%
非洲	3%	3%	4%
中东	6%	5%	6%
以色列	2%	1%	1%
亚洲	19%	17%	28%
中国	4%	3%	9%
印度	3%	3%	3%
日本	3%	2%	5%
菲律宾	3%	3%	2%
中国香港	2%	1%	4%
中国台湾	2%	2%	3%
韩国	2%	1%	3%
大洋洲	2%	2%	2%
澳大利亚	2%	1%	2%

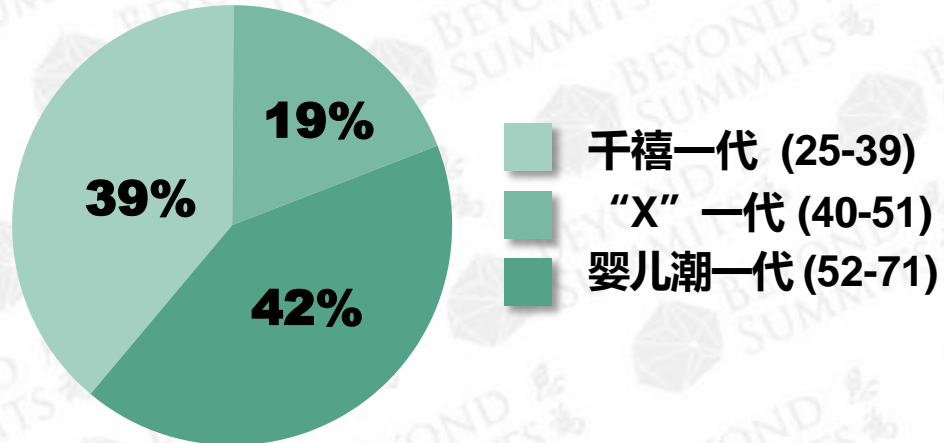
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

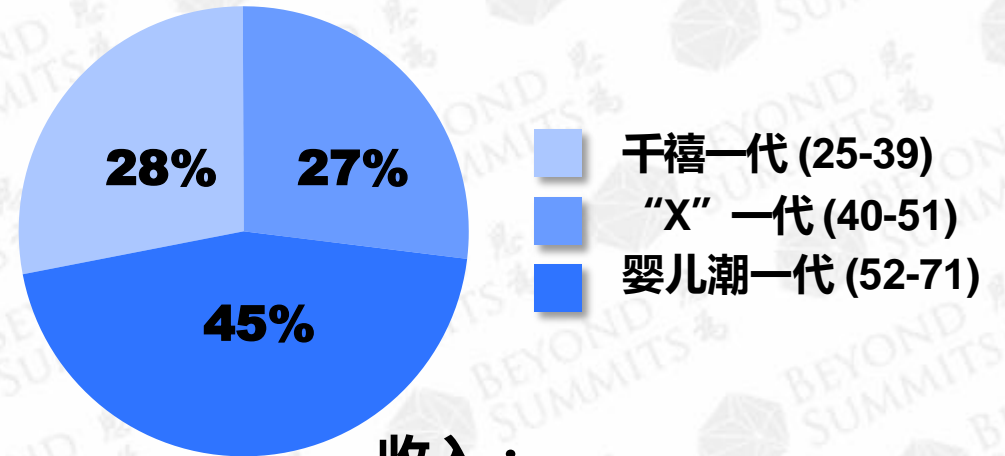
美国出境游客画像及出游行为

美国出境游客概览

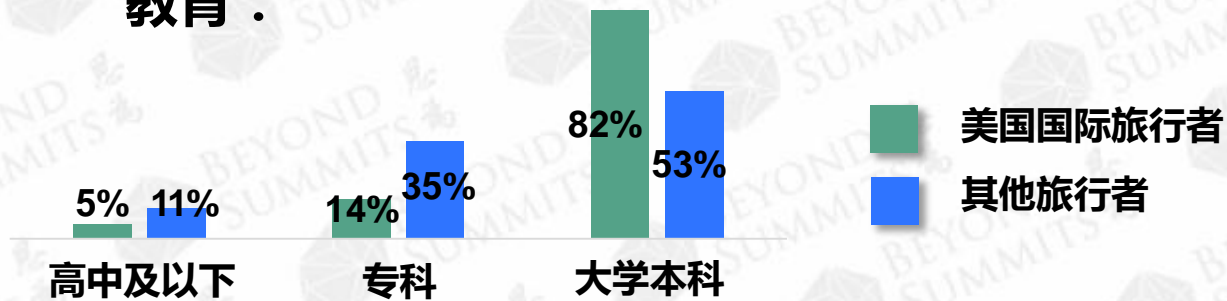
年龄: 美国游客
过去10年去往4个以上国家旅行



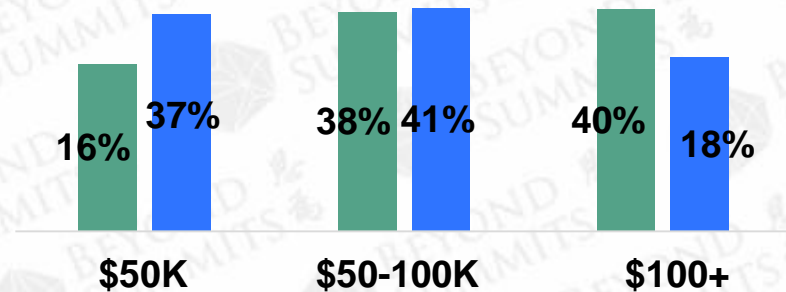
年龄: 其他地区游客
过去10年去往0-3个国家旅行



教育:



收入:

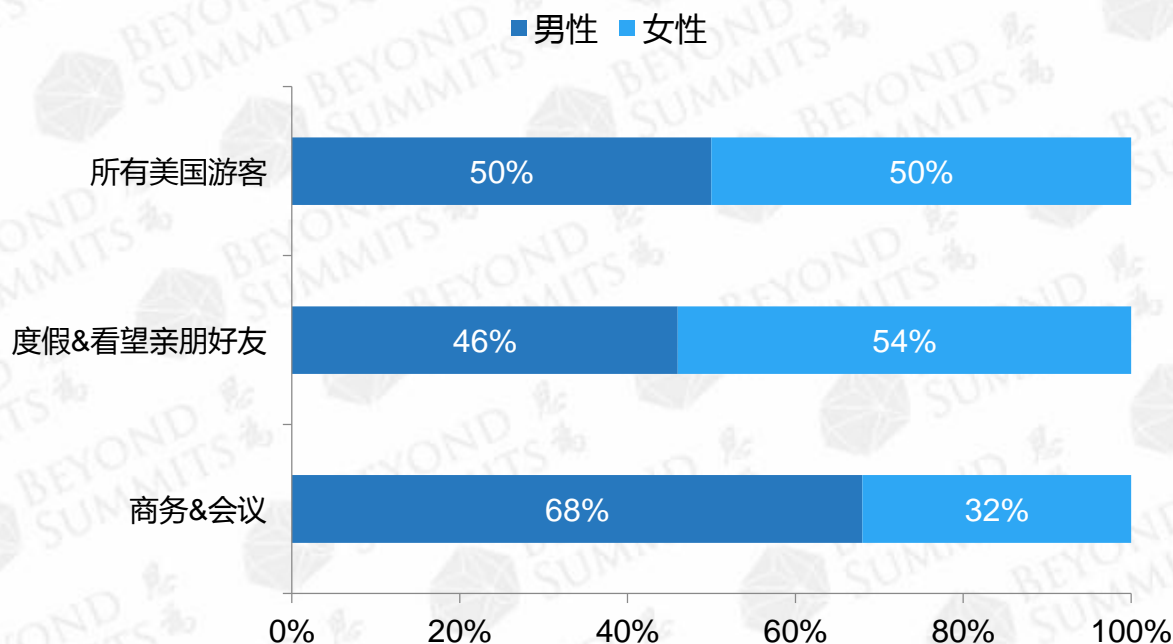


数据来源: ASTA + PSB's 2017 "How America Travels" National Study

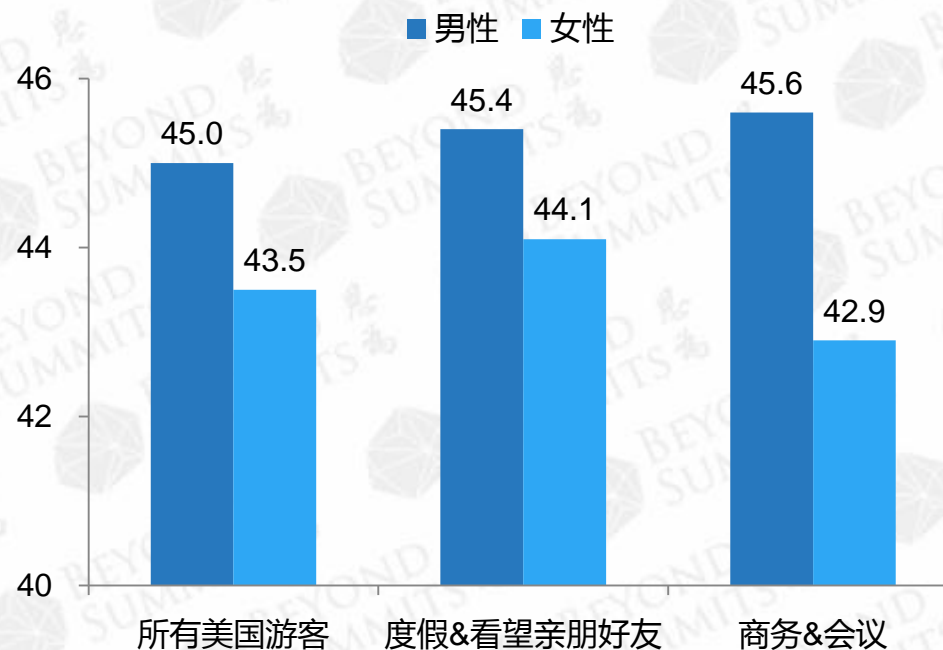
美国出境游客性别和年龄

- 2015年，美国出境海外目的地的游客中，男女比例基本持平。值得注意的是，以商务和会议为目的的游客中，男性的比例远大于女性，而以度假和看望亲朋好友为目的的游客以女性居多。
- 年龄方面，美国男性出境游客的年龄普遍大于女性，平均年龄在40-50岁。

2015年美国出境游客性别构成



2015年美国出境游客平均年龄

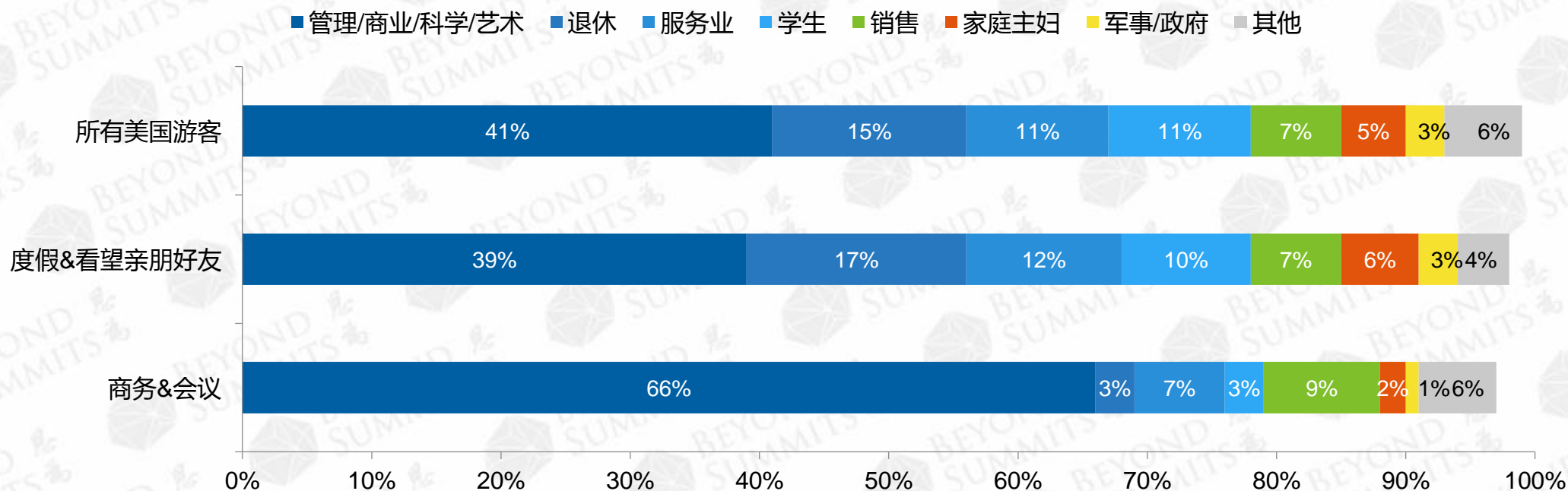


数据来源：US National Travel and Tourism Office 注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客职业

2015年，美国出境海外目的地的游客中，从事管理、商业、科学和艺术的游客占比最多，占到了41%，这一比例在以商务和会议为目的的游客中能达到更高，为66%。

2015年美国出境游客职业分布

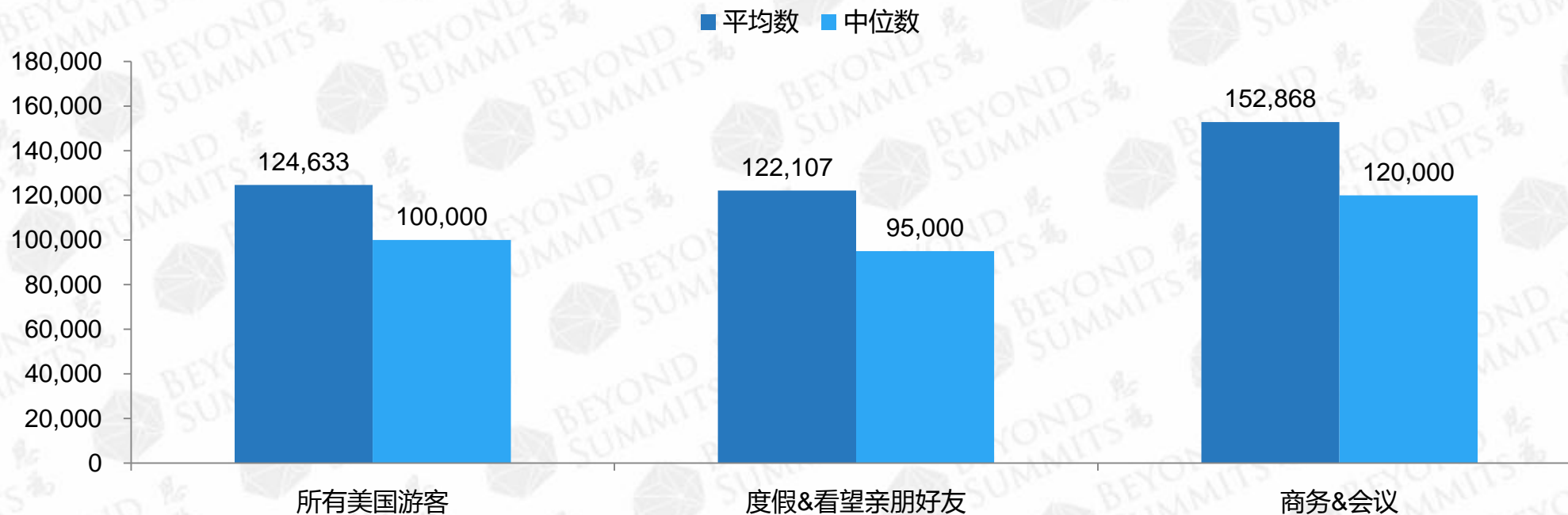


数据来源：US National Travel and Tourism Office 注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客家庭收入

2015年，美国出境海外目的地的游客中，平均家庭收入能达到124,633美元/年，其中以商务和会议为目的的游客平均收入更高，能达到152,868美元/年。

2015年美国出境游客家庭平均年收入（美元）



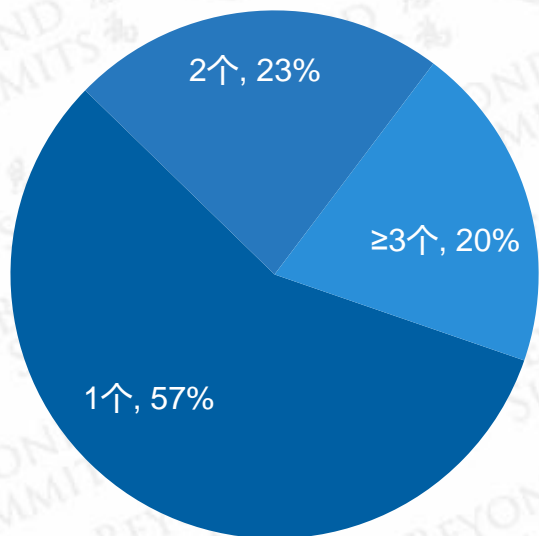
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国游客出境海外目的地个数

2015年，美国出境游客主要是以去往1个海外目的地为主，占到了57%，其次是去往2个目的地，为23%。

2015年美国出境海外目的地个数



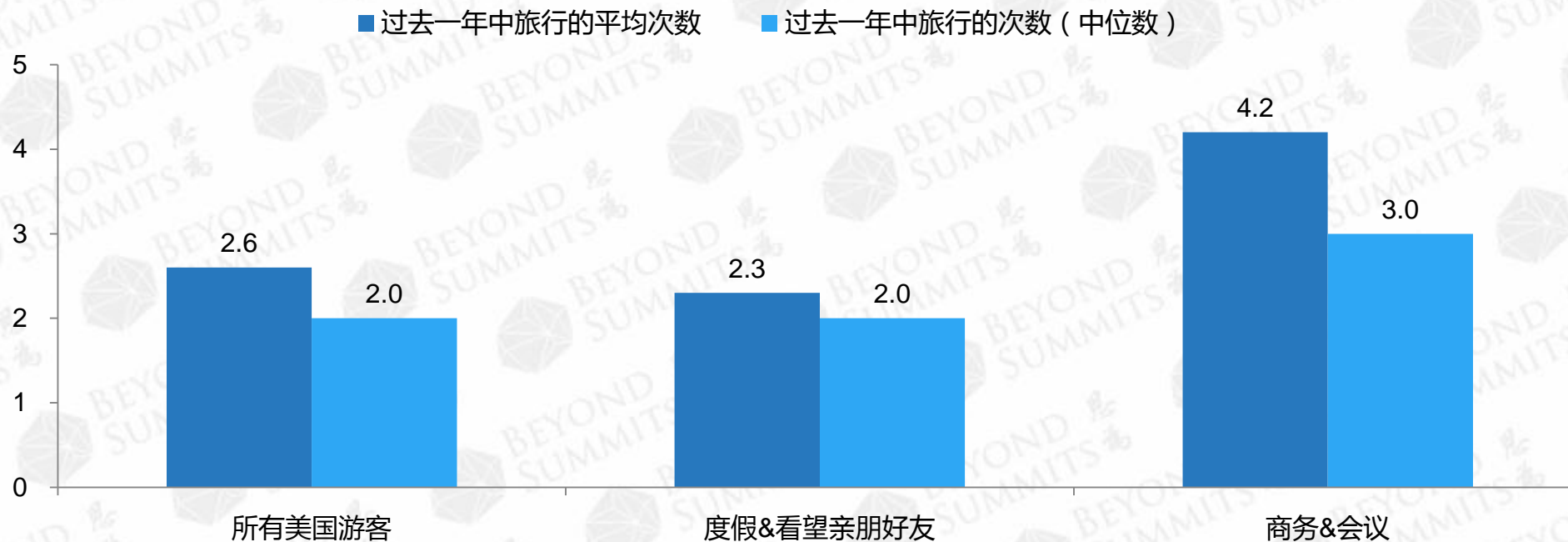
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境海外目的地次数

2015年，美国出境海外目的地游客一年中多次旅行的比例较高，其过去一年中旅行的平均次数为2.6次，中位数为2次。这一数字在以商务和会议为目的的游客中更高。

2015年美国出境海外目的地次数



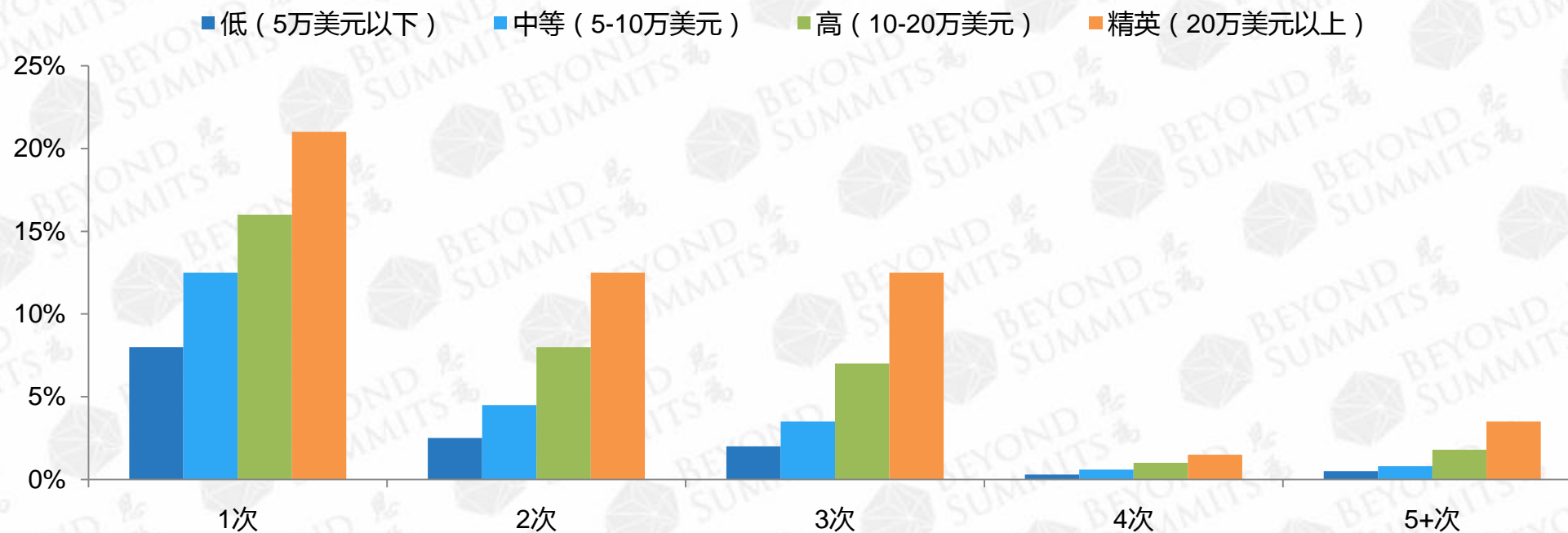
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国人收入与出游次数对比

基于过去三年数据所做的研究表明，年收入越高的美国人出境游频次越高。

过去三年美国各收入人群出境游次数

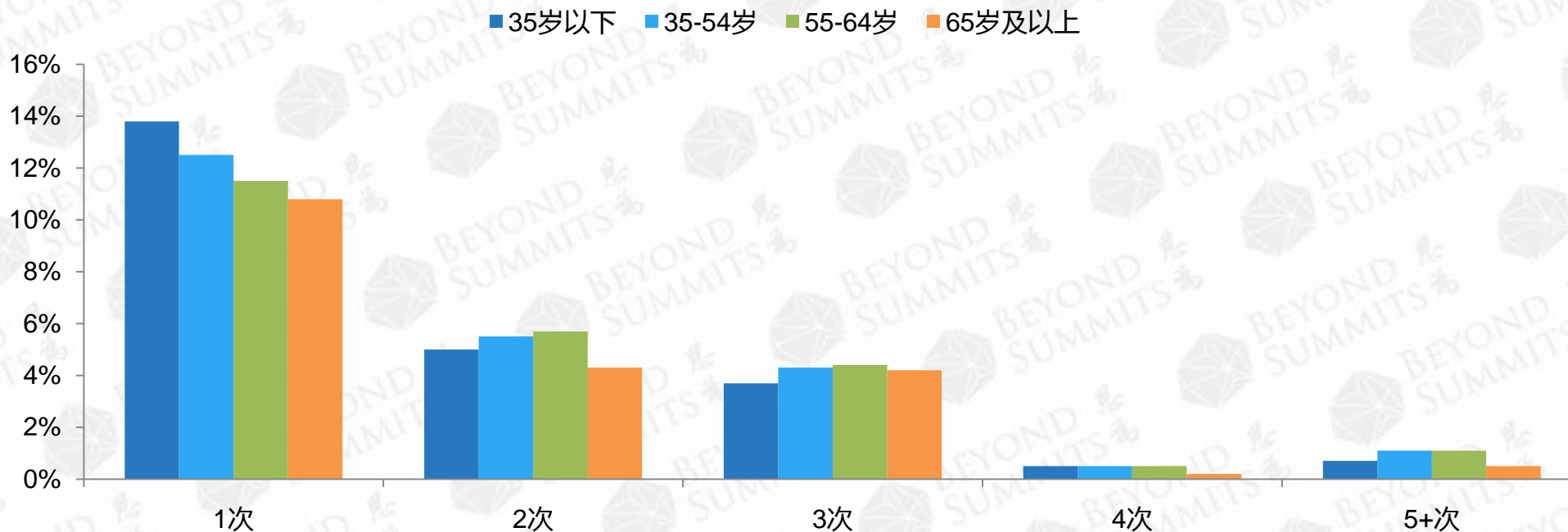


数据来源：2016 IXI Economic Cohorts / GfK MRI (2015 Doublebase Survey of the American Consumer)

美国人年龄与出游次数对比

过去三年，美国各年龄阶段人群中，中间年龄层的群体为出境游的主力军。

过去三年美国各年龄人群出境游次数

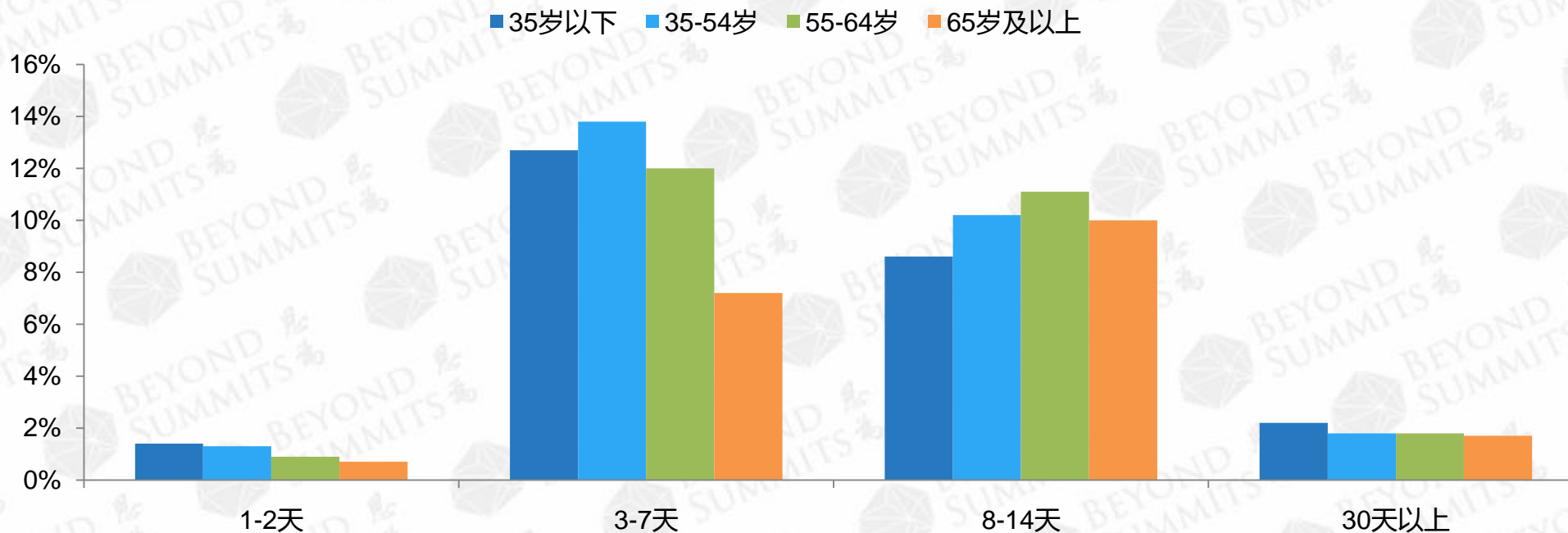


数据来源：2016 IXI Economic Cohorts / GfK MRI (2015 Doublebase Survey of the American Consumer)

美国人年龄与出游停留时间对比

过去三年，美国各年龄阶段人群中，整体出境游停留时间在3-7天的比例最高。然而，在65岁以上的人群中，停留时间在8-14天的比重最高。

过去三年美国各年龄人群出境游停留时间

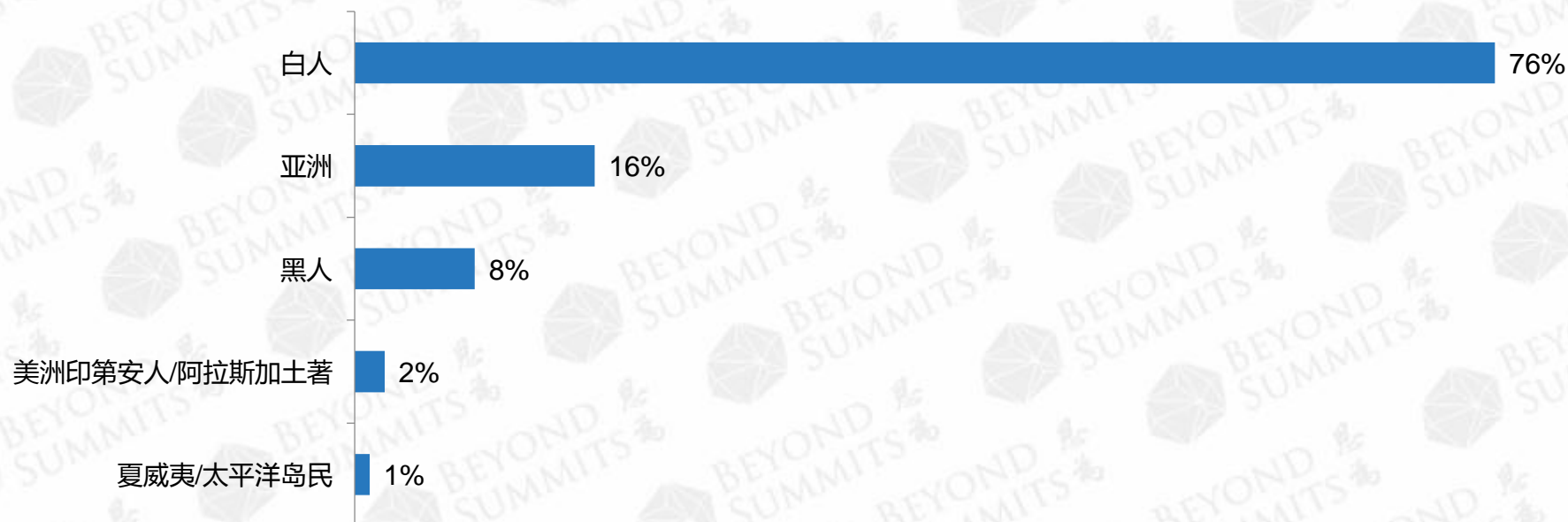


数据来源：2016 IXI Economic Cohorts / GfK MRI (2015 Doublebase Survey of the American Consumer)

美国出境游客人种

2015年，美国出境海外目的地的游客中，白人的占比最大，达到76%。

2015年美国出境游客人种分布



数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境海外目的地的游客来源

2015年，美国出境海外目的地的游客主要分布在中大西洋、南大西洋和太平洋地区，如纽约、佛罗里达和德克萨斯等。

2015年美国出境海外目的地客源区域

地区/州/城市	游客人数占比
New England	7%
Massachusetts	4%
Boston	2%
Middle Atlantic	20%
New York	10%
New York City	8%
New Jersey	5%
Pennsylvania	5%
Philadelphia	3%
East North Central	10%
Michigan	3%
Detroit	2%
Illinois	3%
Chicago	2%
Ohio	2%
West North Central	4%
Minnesota	2%
East South Central	3%
South Atlantic	23%
Florida	8%

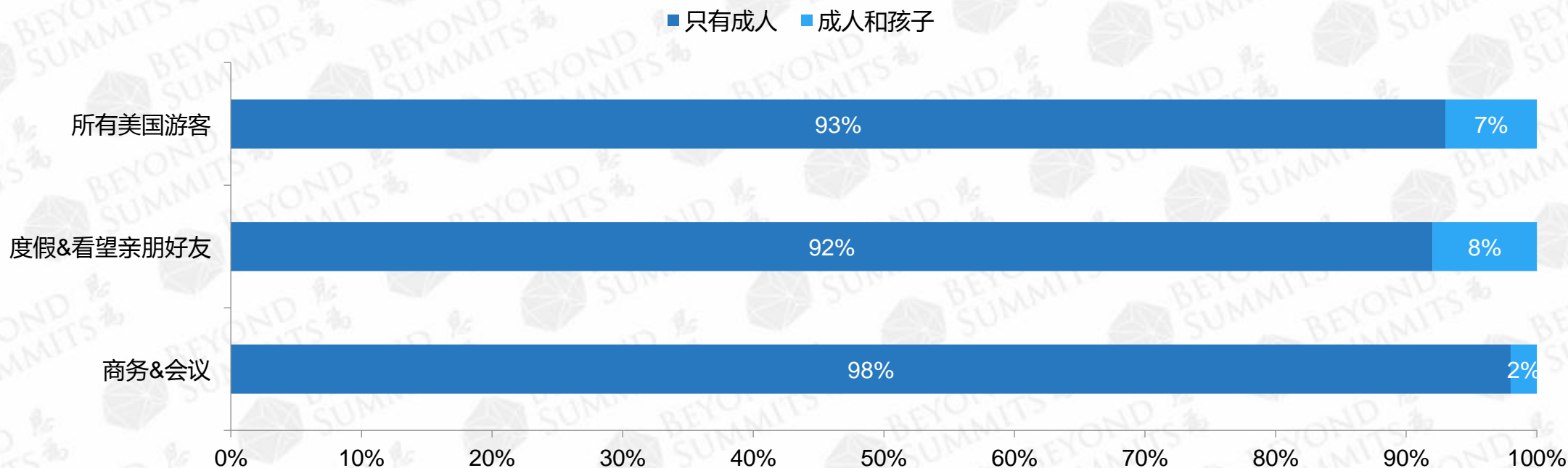
地区/州/城市	游客人数占比
Miami	2%
Ft. Lauderdale	2%
Virginia	3%
Georgia	3%
Atlanta	3%
North Carolina	3%
Maryland	3%
D.C. Metro Area	3%
East South Central	3%
West South Central	12%
Texas	9%
Houston	3%
Dallas	3%
Mountain	5%
Colorado	2%
Pacific	15%
California	11%
Los Angeles	3%
Washington	2%
Seattle	2%

数据来源：US National Travel and Tourism Office 注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客构成 – 成人游 VS 成人+儿童游

2015年，美国出境海外目的地的游客中，只有成人出游的比例最大，占到了93%，而以商务和会议为目的的出游中携带孩子的几率更低。这同样也表明美国出境游客选择家庭出游方式的比例并不高。

2015年美国出境游客构成

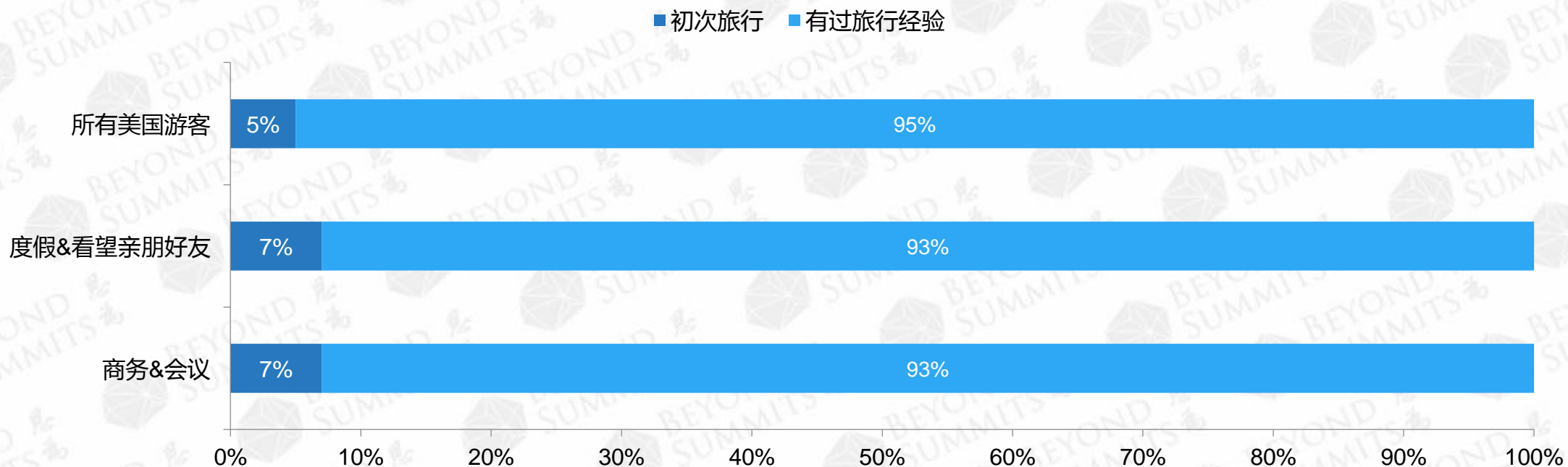


数据来源：US National Travel and Tourism Office 注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客首次旅行经历

2015年，美国出境海外目的地的游客当中，仅有5%的人属于初次旅行，多数游客过去已有旅行的经验。

2015年美国游客出境海外目的地经验



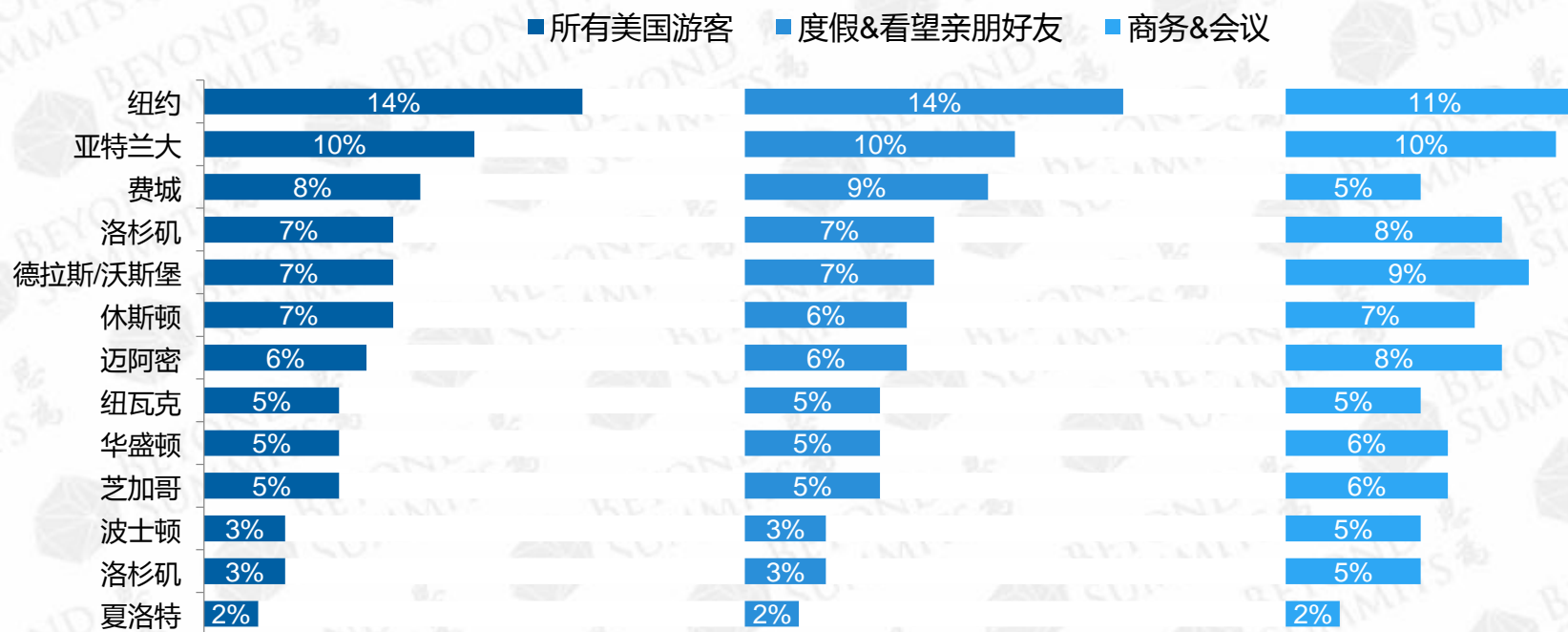
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游始发港口

2015年，美国出境海外目的地游客始发港口基本都处于较大的城市，其中始发最多的港口是纽约，占到了14%的比重，其次是亚特兰大和费城，占比分别达到了10%和8%。

2015年美国出境游始发港口分布



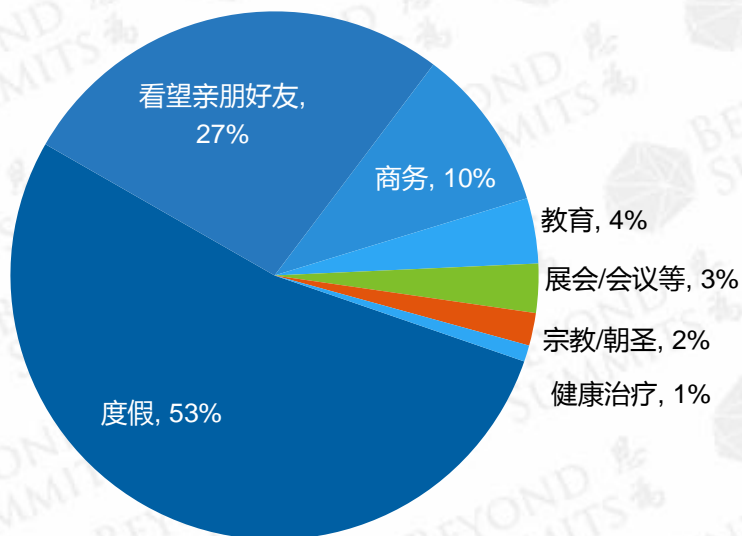
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游目的

2015年，美国出境游的目的主要是为了度假，占到了超过一半的比例，在53%，其次是看望亲朋好友，为27%。

2015年美国出境主要目的构成



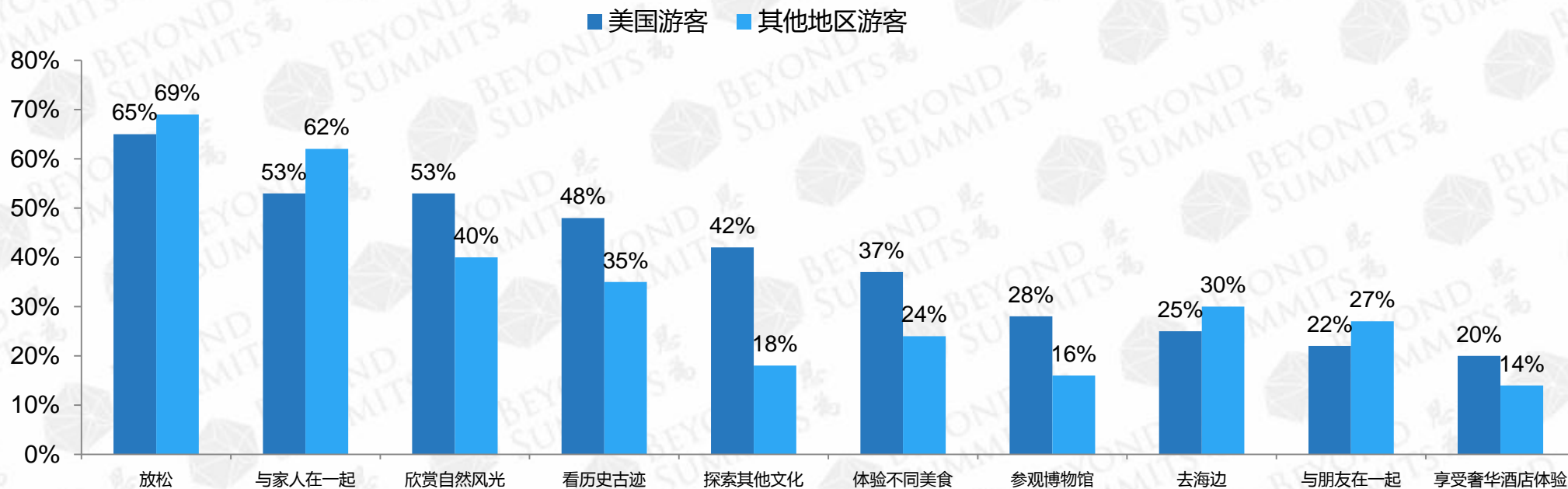
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国人出境游的原因

美国人在选择出境游时，主要是为了放松心情、与家人在一起、欣赏自然风光等。

美国人出境游的原因 TOP10



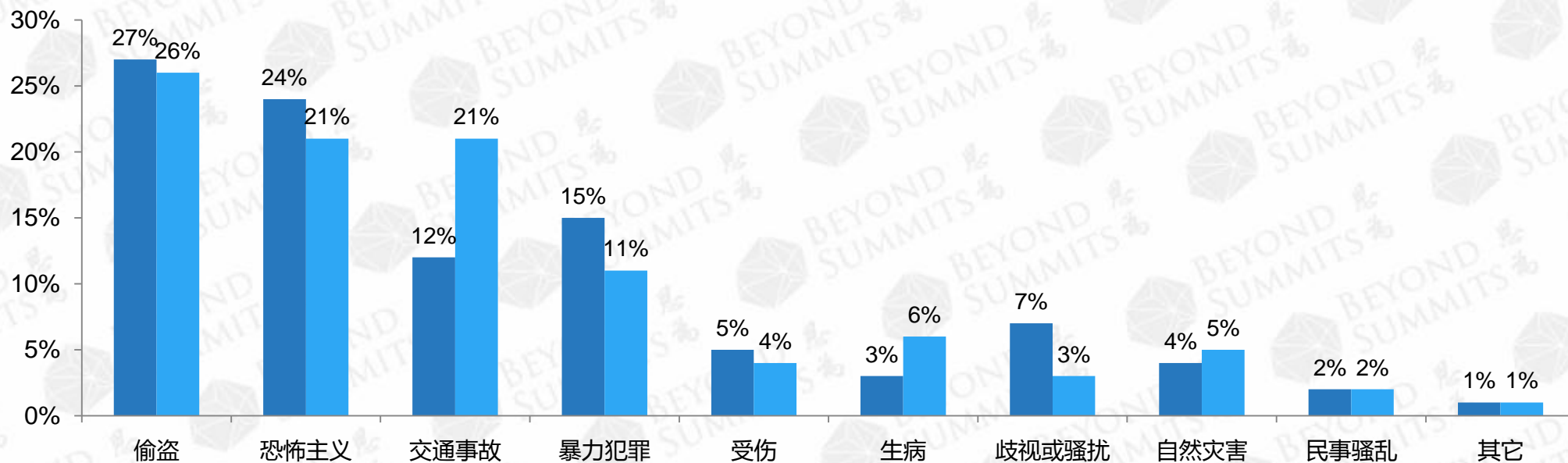
数据来源：ASTA + PSB's 2017 "How America Travels" National Study

美国出境游客的顾虑因素

美国出境游客主要担心的是偷盗和恐怖主义。相较于其他地区的游客，他们对交通事故的担忧程度并不高。

美国出境游客的担忧因素

■ 美国游客 ■ 其他地区游客

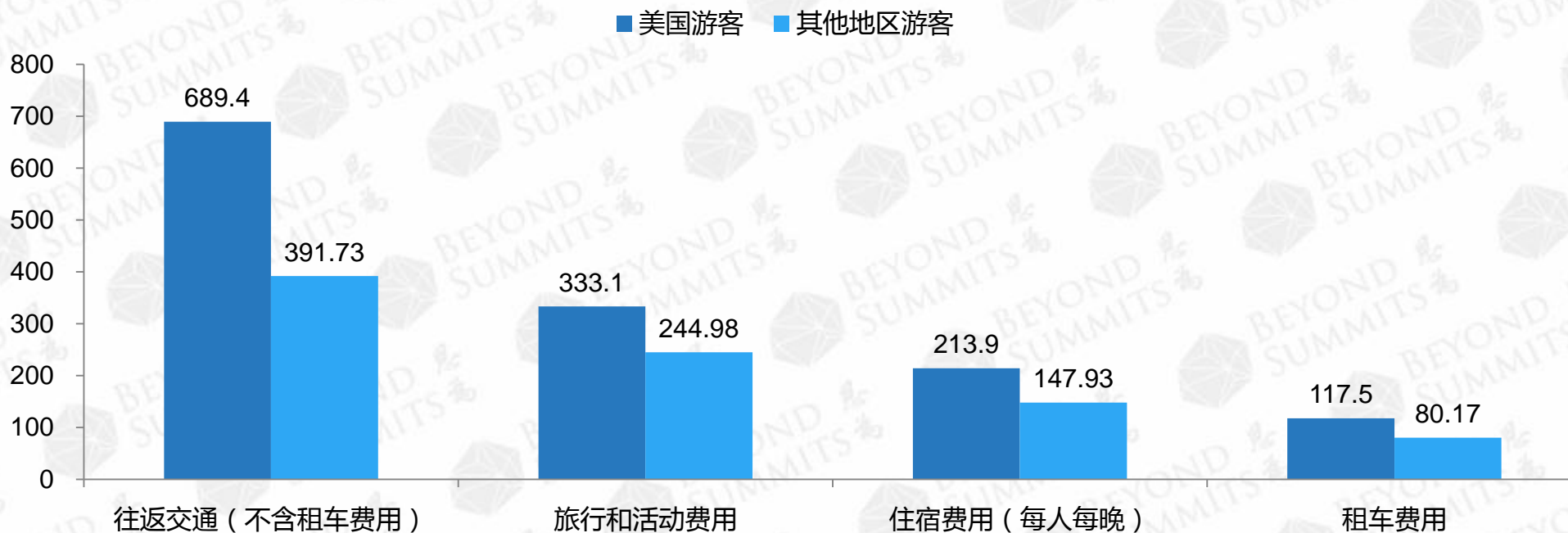


数据来源：ASTA + PSB's 2017 "How America Travels" National Study

美国出境游客单次旅行花费

美国出境游客在单次旅行上的平均花费整体高于其他地区的游客，其中往返的交通费用最高，达到了689.4美元/人。

美国出境游客单次旅行平均花费（美元）

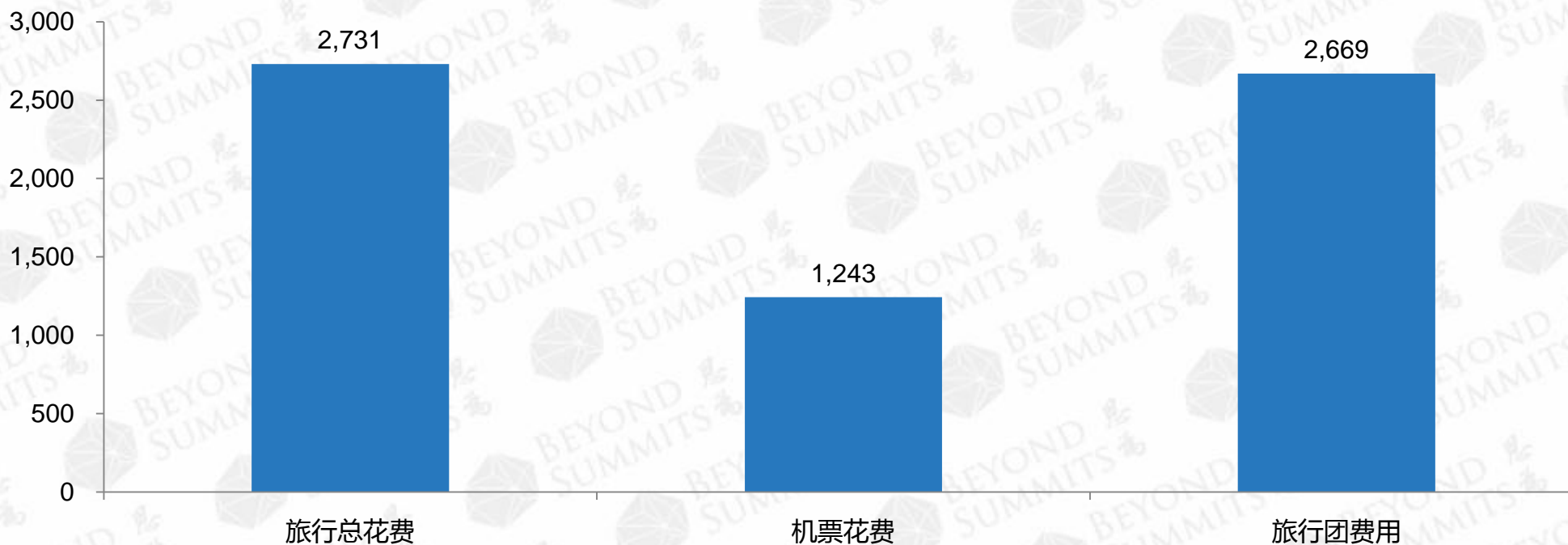


数据来源：ASTA + PSB's 2017 "How America Travels" National Study

美国出境游客人均花费

2015年，美国出境海外目的地的游客中，人均旅行的总花费达到2,731美元，其中机票花费在1,243美元，占到了总花费的45%以上。此外，跟团游的人均花费则在2,669美元，花费金额低于自由行。

2015年美国出境游客人均花费（美元）



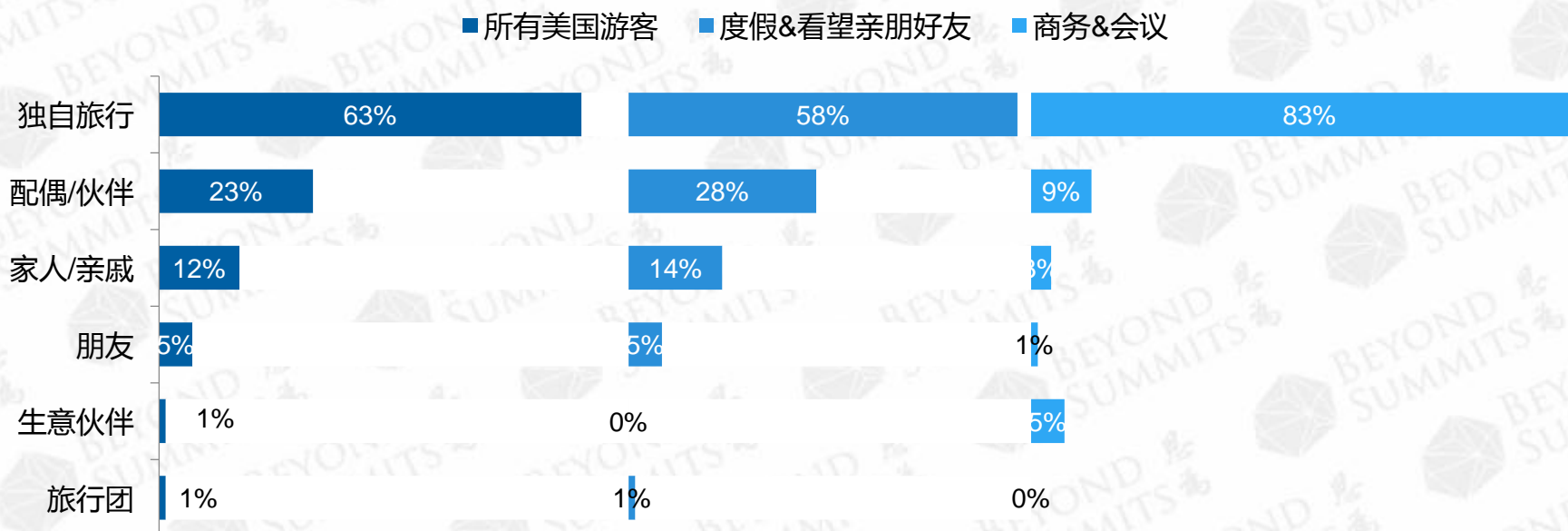
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客出游方式

2015年，美国出境海外目的地的游客中，主要是独自旅行的方式，占到了63%，其次是和配偶或伙伴，占比23%。值得注意的是，以家庭方式旅行的比例并不大，仅为12%。

2015年美国出境游的主要方式（可多选）



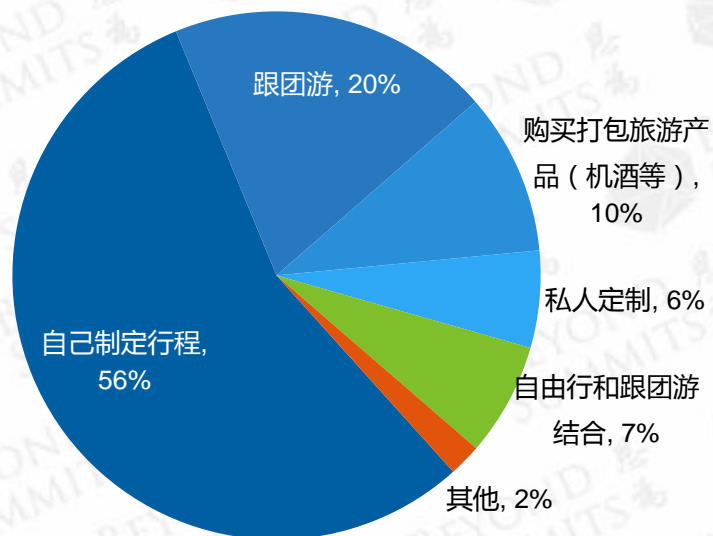
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客出游方式

2015年，美国游客中，自己定制行程（自由行）的游客所占比例最大，能达到一半以上，为56%。其次是跟团游，占到了20%。

2015年美国游客出游方式构成

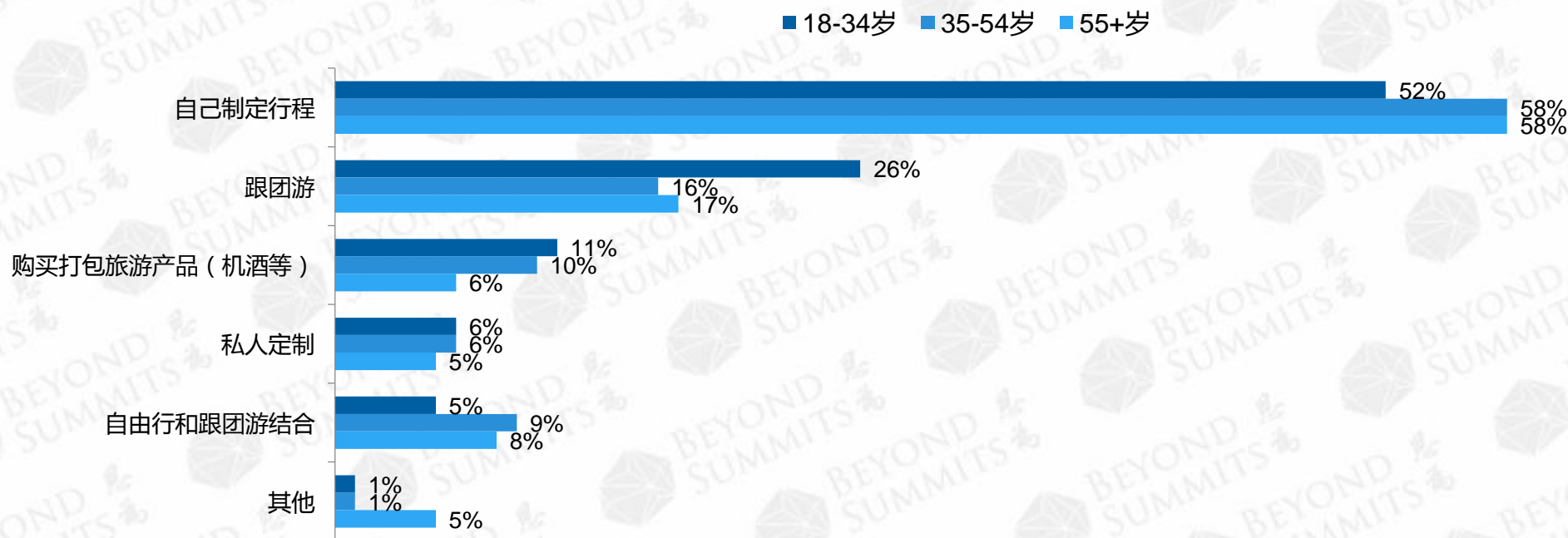


数据来源：Phocuswright's Good Travels: The Philanthropic Profile of the American Traveler

美国出境游客出游方式

总体而言，美国游客更乐意选择自由行的方式。2015年，美国各年龄段的游客中，35岁以上的游客较18-34岁的游客更愿意自己制定行程，而18-34岁的游客选择跟团游的比重较35岁及以上的游客更高。

2015年不同年龄段美国游客出游方式构成

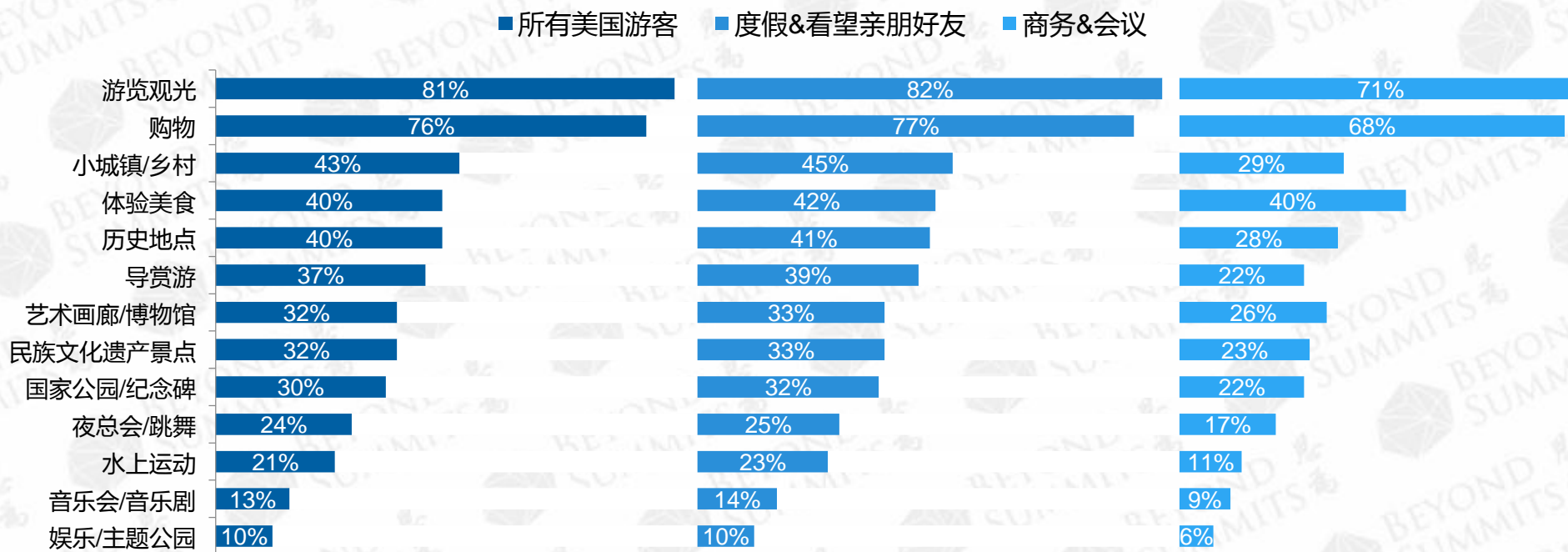


数据来源：Phocuswright's Good Travels: The Philanthropic Profile of the American Traveler

美国出境游客休闲和娱乐活动

2015年，美国出境海外目的地的游客中，游览观光的比例仍是最高，占到了81%，其次是购物和一些乡村和小城镇的活动，分别占到了76%和43%。这也表明美国人对美景游览和一些乡村游较为钟爱。

2015年美国出境游主要休闲和娱乐活动



数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客对于不同旅游信息源的信任度

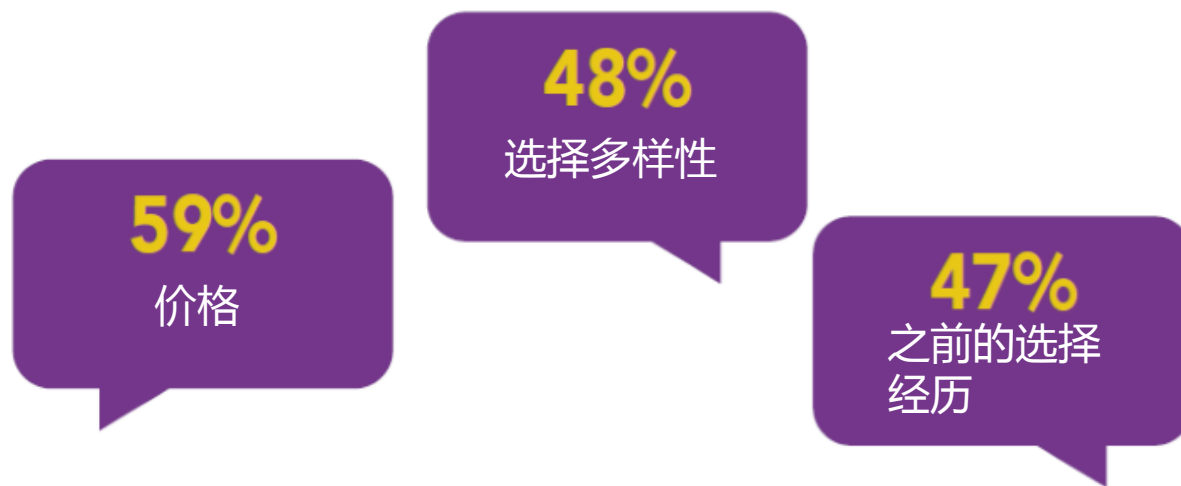
- 富裕的旅行者（家庭年收入超过15万美元）越来越多地倾向从旅游评论网站的陌生人那里获得旅行的意见和建议，该比重超过家人和朋友的建议。
- 此外，当搜索鼓舞人心的旅游理念时，寻求朋友和家人意见的富裕旅行者更少。只有37%的人认为朋友家人的建议有影响力，较上一年下降了11%。
- 41%的富裕旅行者表示，在过去一年里使用旅行评论网站查询信息，较2014年增长7%。
- 53%的富裕旅行者信任评论网站超过信任那些被赋予AAA评级的机构/组织和福布斯。
- 在选择目的地和旅游供应商上，独领风骚的评论网站是TripAdvisor，占到87%的市场份额。



数据来源：2015年美国旅行者的行为习惯

美国游客选择供应商的决定因素

2015年，美国游客在选择旅游供应商的时候，包括机票、酒店和旅行社等等，考虑最多的因素是价格，占到了59%，其次是选择的产品是否具有多样性，所占比例达到了48%。

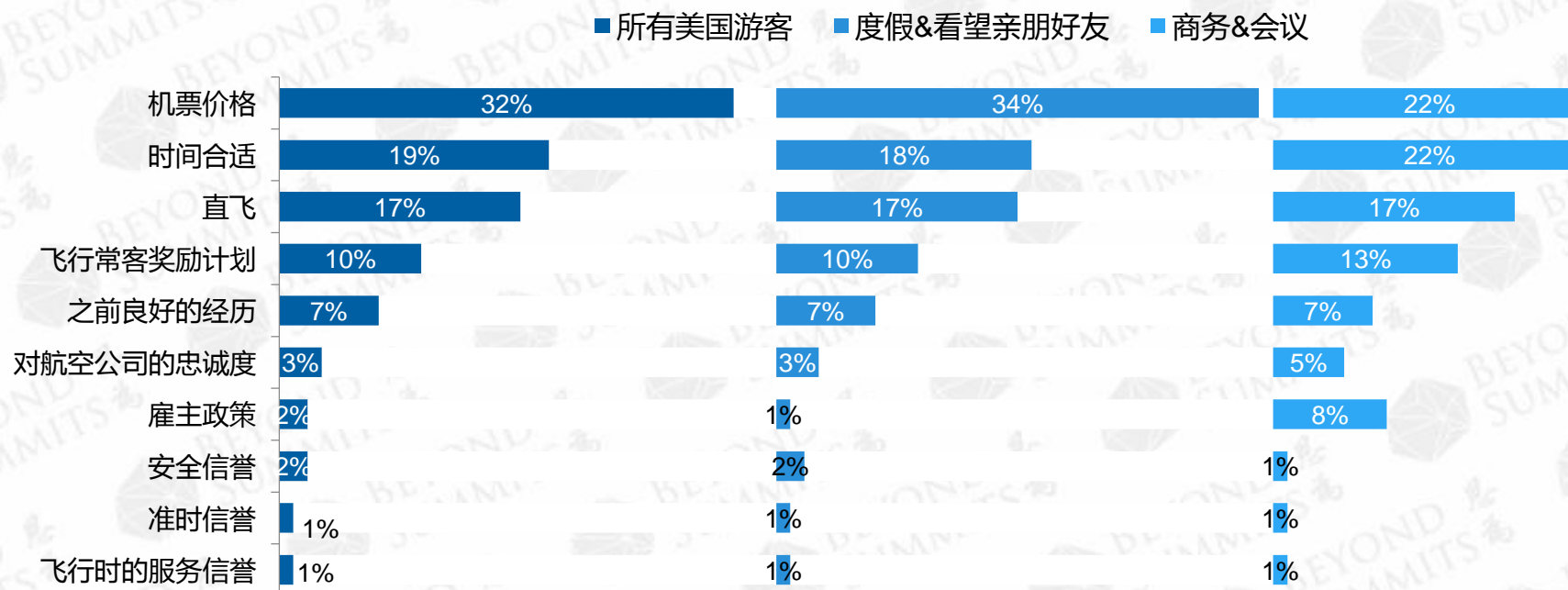


数据来源：Phocuswright's Good Travels: The Philanthropic Profile of the American Traveler

美国出境游客选择航班的因素

2015年，在美国去海外目的地旅行时，选择航班时考虑的主要因素为机票的价格，其次是时间是否合适。当然，对于以商务和会议为目的出境游客来说，成本和时间上的契合一样重要。值得注意的是，是直飞还是转机是美国游客选择航班的另一大因素，其中有17%的用户把直飞作为选择航班最主要的原因。

2015年美国出境游客选择航班的主要因素



数据来源：US National Travel and Tourism Office

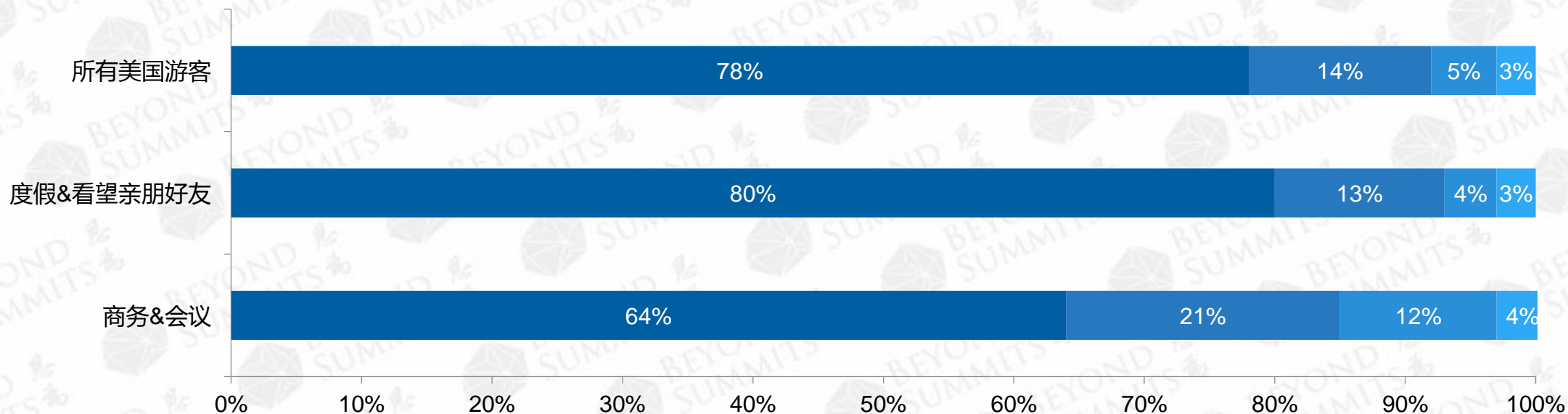
注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客飞行座位区域

2015年，美国出境海外目的地的游客中，选择经济舱的比重最大，占到了78%，其次是高级经济舱。对于商务和会议目的游客，选择更高级的飞机舱位的比例高于以度假和看望亲朋好友为目的的游客。

2015年美国出境游客航班舱位构成

■ 经济舱 ■ 高级经济舱 ■ 商务舱 ■ 头等舱



数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客住宿类型

2015年，美国出境海外目的地主要是住酒店，占到了63%，这一比例在以商务&会议为目的的人群中比例更高，达到了79%。其次也有41%的游客选择私人住宅。值得注意的是，在私人住宅的平均停留时间是酒店的近2倍，这也证明近年来美国游客对短租方式的热衷。

	所有美国游客	度假&看望亲朋好友	商务&会议
酒店	63%	61%	79%
平均停留时间（晚）	9.9	8.7	9.9
停留时间中位数（晚）	7.0	7.0	6.0
私人住宅	41%	45%	25%
平均停留时间（晚）	19.4	18.0	22.6
停留时间中位数（晚）	12.0	12.0	10.0
其他	7%	7%	8%
平均停留时间（晚）	14.7	11.6	15.2
停留时间中位数（晚）	7.0	7.0	6.0

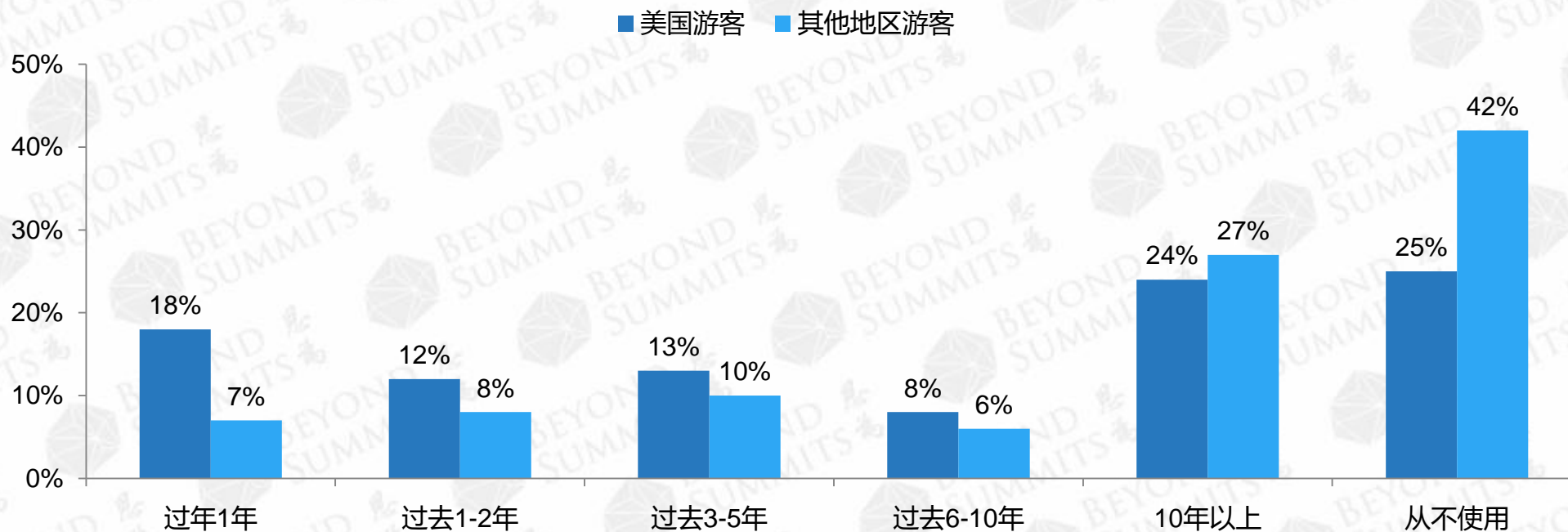
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国游客使用旅行代理商的比重

在过去两年，有30%的美国游客非常或极其喜欢使用旅行代理商，整体高于其他地区游客。

美国出境游客使用旅行代理商的比重

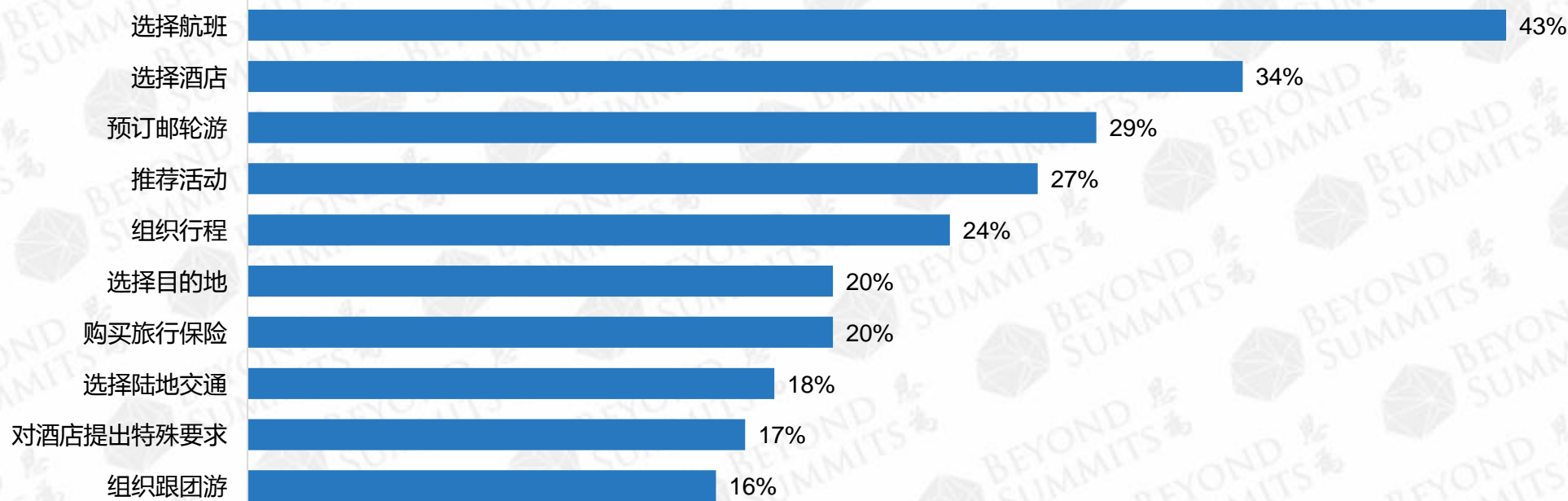


数据来源：ASTA + PSB's 2017 "How America Travels" National Study

旅行代理商对美国出境游市场的作用

美国游客对旅行代理商的依赖主要在帮助他们选择航班、酒店和预订邮轮游等项目上。

旅行代理商对美国出境游市场的作用 TOP10

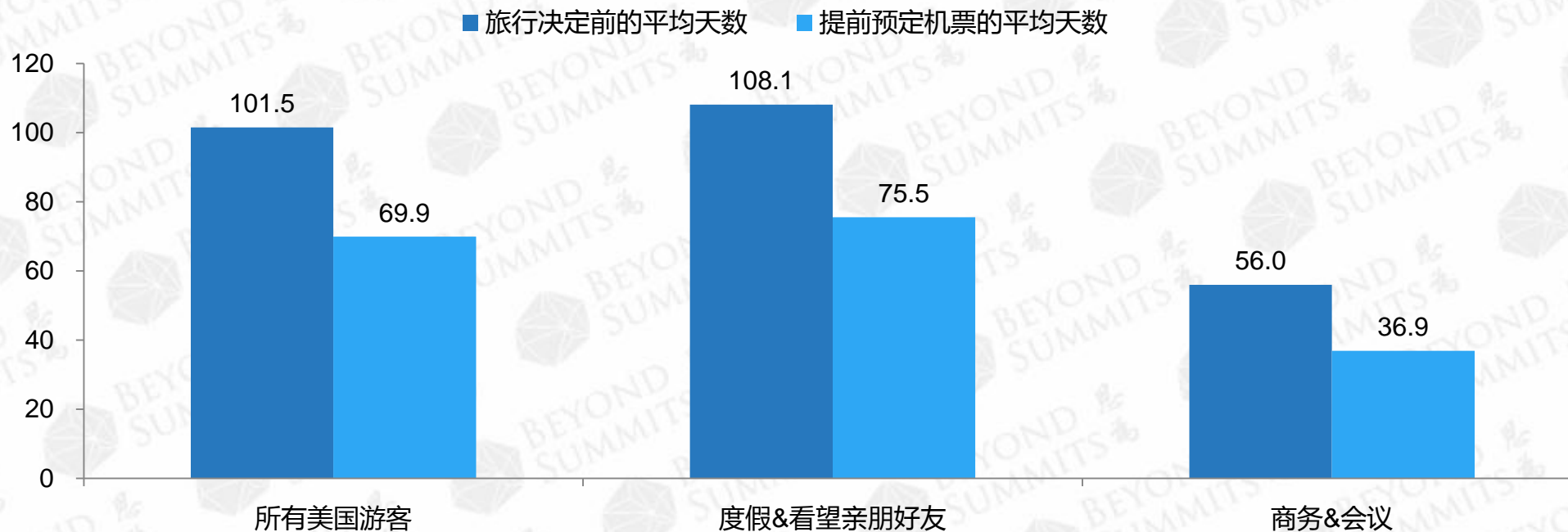


数据来源：ASTA + PSB's 2017 "How America Travels" National Study

美国出境游客出行决策&预订时间

2015年，美国出境海外目的地的游客中，决定去旅行平均是在101.5天之前，提前预定机票平均是在69.9天之前。而以商务和会议为目的的游客决定旅行和提前预订的时间会比以度假或看望亲朋好友为目的的时间更短。

2015年美国出境游客出行决策&预订时间（天）



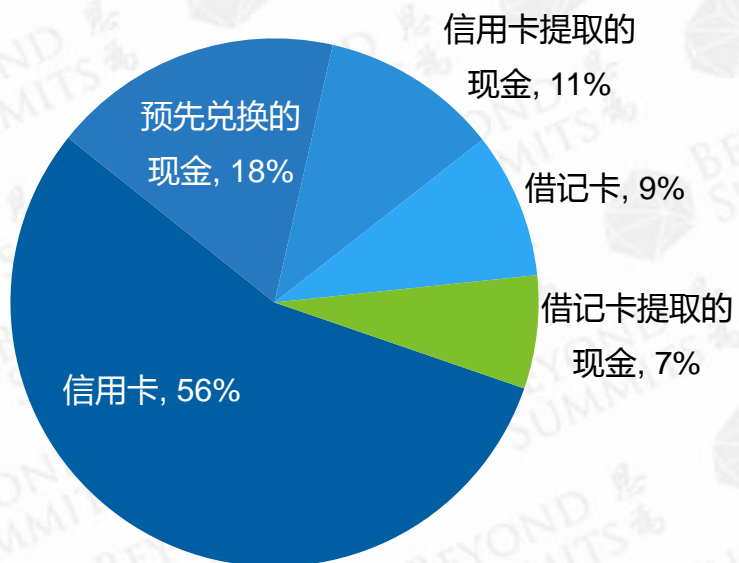
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客支付方式

2015年，美国出境游客在海外目的地购物时，多数是使用信用卡的支付方式，占到一半以上的比例。当然，部分游客也会使用提前兑换好的当地货币，占到了18%。

2015年美国出境游客支付方式构成



数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国游客的旅游信息触媒习惯

美国地区旅游相关网站TOP10

1	Tripadvisor.com
2	Airbnb.com
3	Expedia.com
4	Southwest.com
5	Aa.Com
6	Kayak.com
7	Delta.com
8	United.com
9	Priceline.com
10	Booking.com

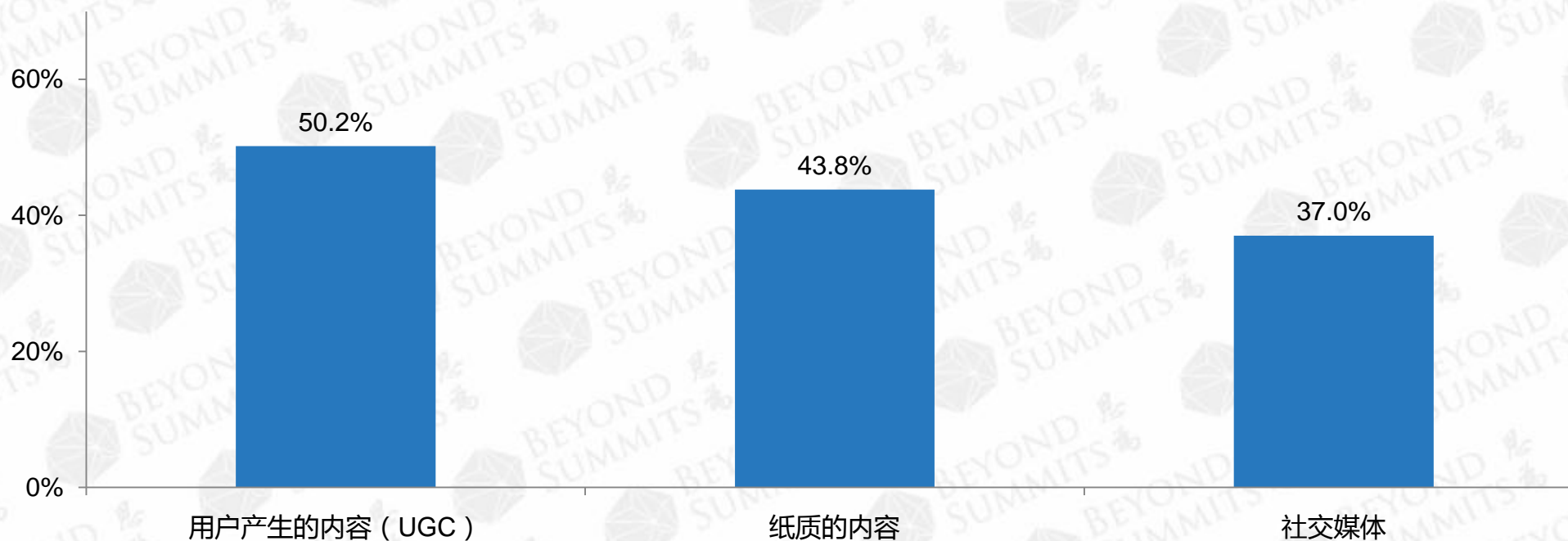


数据来源：SimilarWeb, 2016

美国游客预定旅行时的参考信息

2015年1月，美国游客在预订旅行时会参考信息最多的为用户产生的内容（UGC），占到了50.2%，其次是一些纸质的内容，占的比例达到43.8%。

2015年1月美国游客计划旅行时参考的信息比例（可多选）

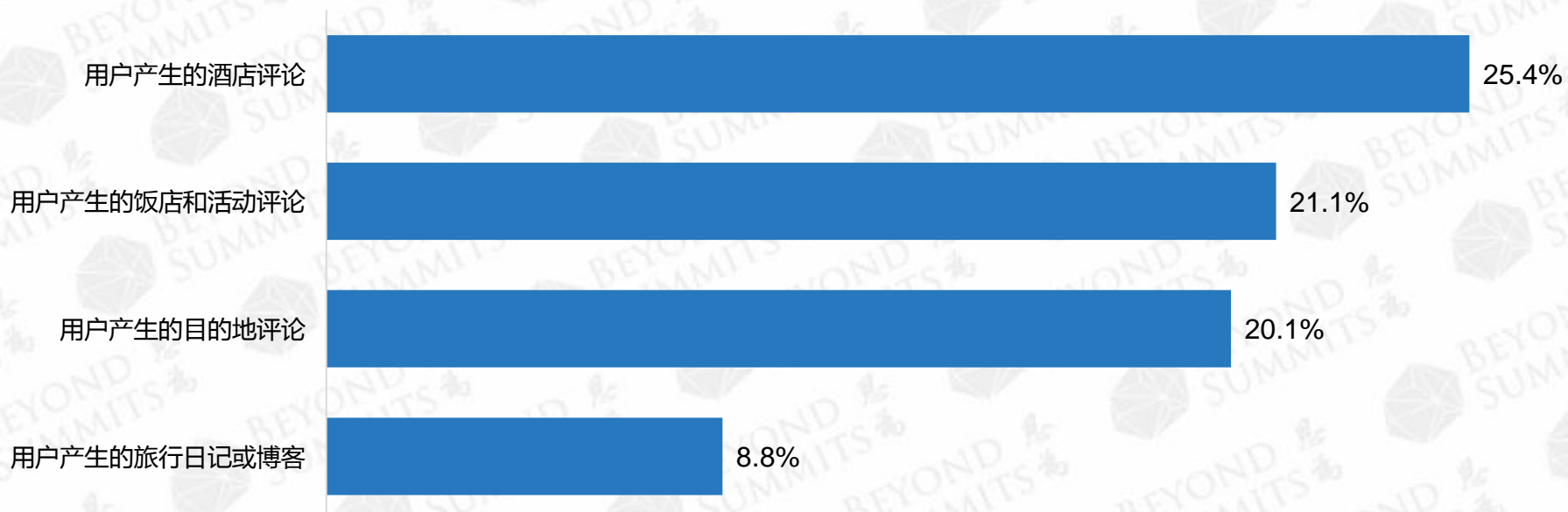


数据来源：Destination Analyst

美国游客参考信息—UGC

2015年1月，美国游客在预订旅游产品时，参考的用户产生的信息主要为一些酒店评论，占到了25.4%。其次是一些饭店和活动的评论，所占比例为21.1%。

2015年1月美国游客参考信息—UGC（可多选）



数据来源：Destination Analyst

上海思为文化传播有限公司 BEYOND SUMMITS LTD

美国游客参考信息—纸质内容

2015年1月，美国游客在预订旅游产品时，参考的纸质内容主要为一些旅行杂志，占到了14.9%，其次是一些报纸中的旅行内容版块和直邮信息（direct mail），占比均为13.7%。

2015年1月美国游客参考信息—纸质内容（可多选）



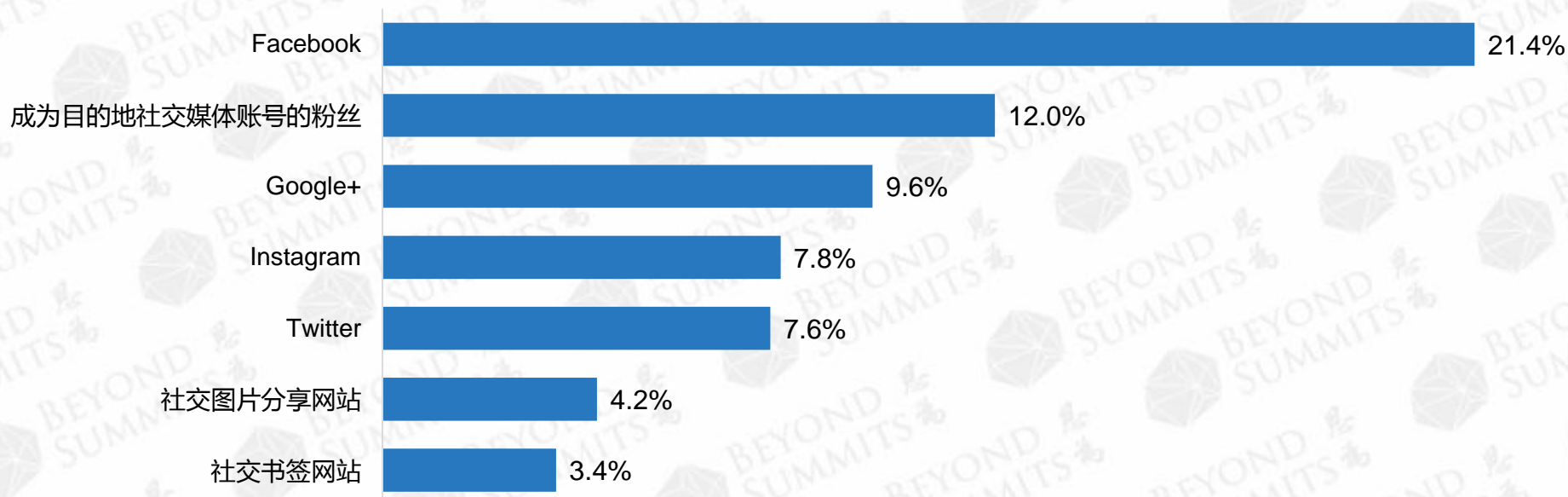
数据来源：Destination Analyst

上海思为文化传播有限公司 BEYOND SUMMITS LTD

美国游客参考信息—社交媒体

2015年1月，美国游客在预订旅游产品时，对社交媒体上的信息关注度非常高。其中，参考信息来源最多的是Facebook，占到了21.4%，其次是成为一些目的地社交媒体账号的粉丝，占的比例在12%。还有一些途径包括Google+、Instagram和Twitter等。

2015年1月美国游客参考信息—社交媒体（可多选）

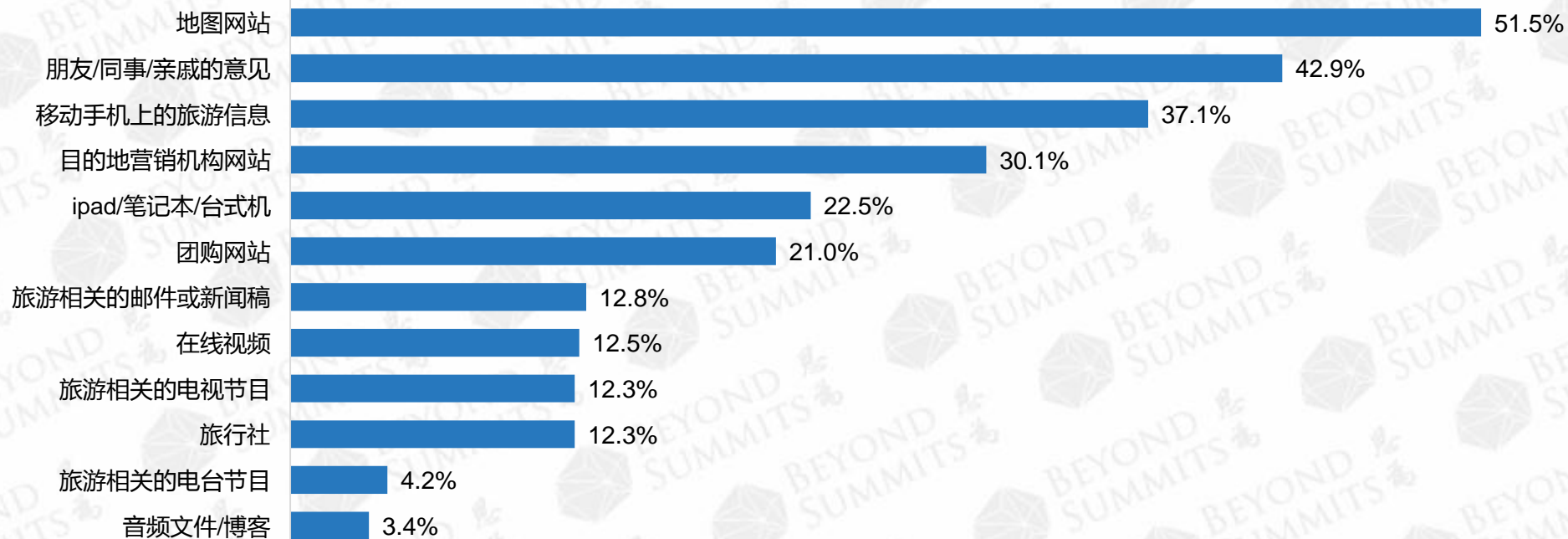


数据来源：Destination Analyst

美国游客参考信息—其它

除了UGC、纸质内容和社交媒体外，美国游客在获取旅游信息时还会看地图网站和亲朋好友的意见，占的比例能达到51.5%和42.9%。

2015年1月美国游客参考信息—其它（可多选）

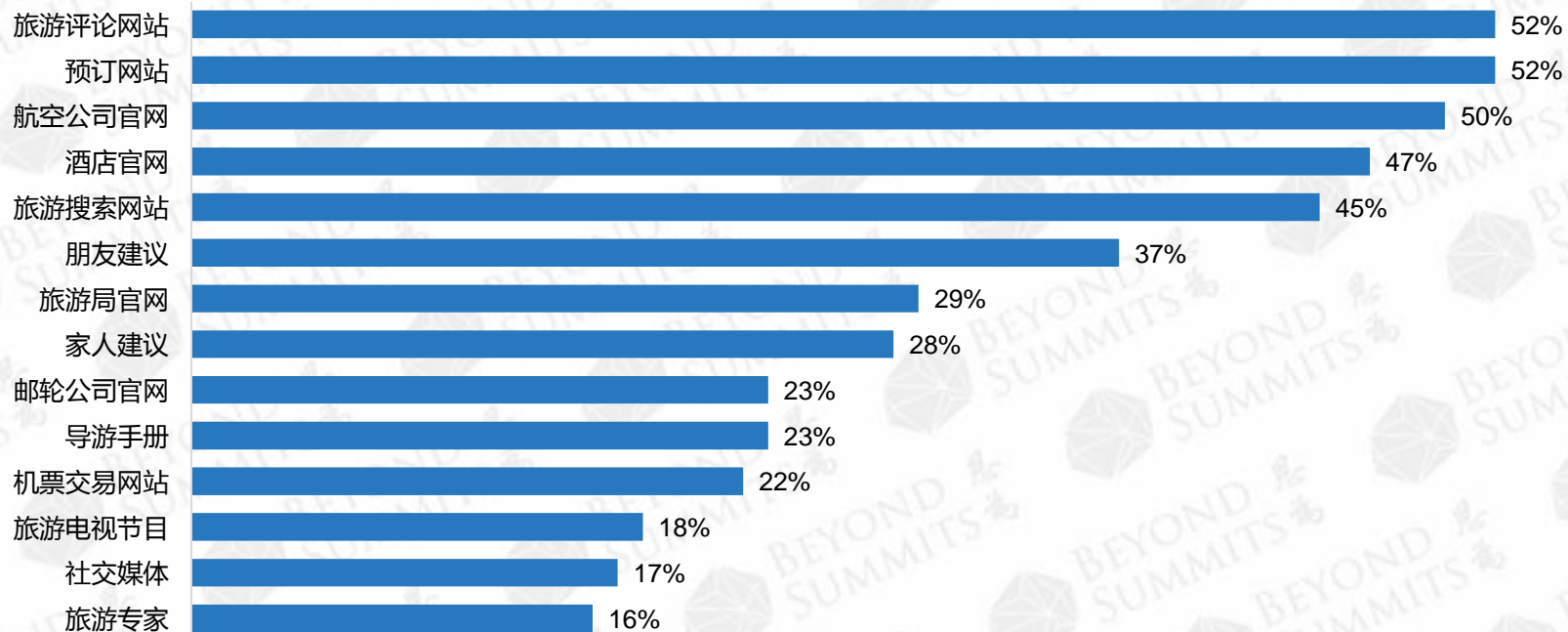


数据来源：Destination Analyst

美国游客预订行程参考的信息

美国游客在预订行程时，有一半及以上的游客习惯参考旅行评论网站、预订网站和航空公司官网的信息。

美国游客预订行程参考的信息

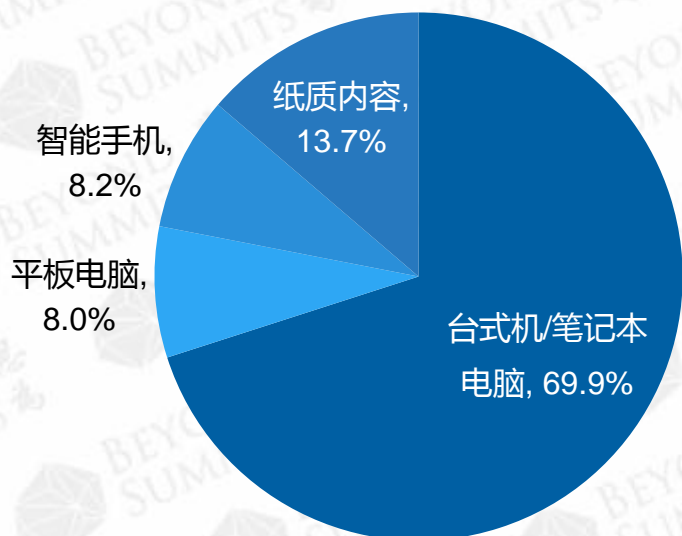


数据来源：ASTA + PSB's 2017 "How America Travels" National Study

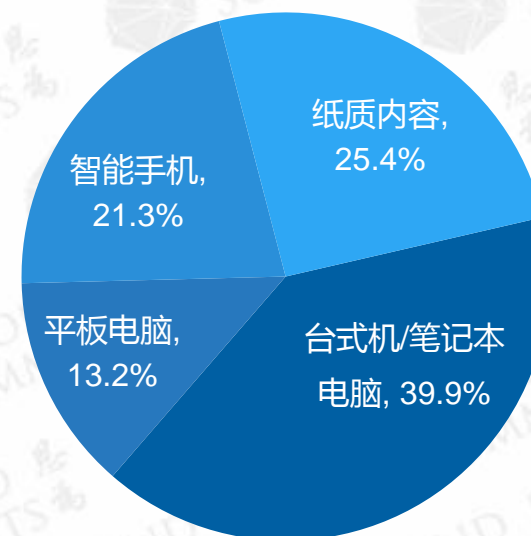
美国游客获取旅游信息的途径

根据2015年1月的调研显示，美国游客在旅行前和旅行中获取旅游信息的方式并不一样。在旅行前，特别是计划旅行时，使用台式机和笔记本电脑的比例最大，占到了69.9%。而在旅行中，通过智能手机、平板电脑和纸质内容获取信息的比例出现明显上升。

美国游客在旅行前获取信息途径构成



美国游客在旅行时获取信息的途径构成

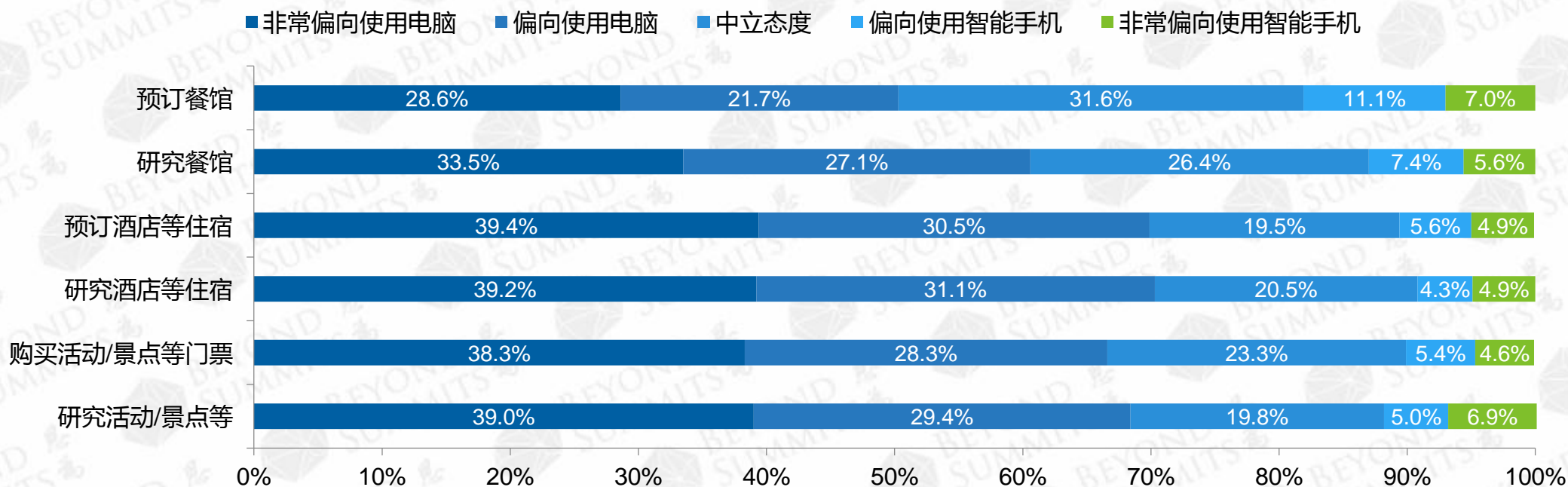


数据来源：Destination Analyst

美国游客获取旅游信息的途径

根据2015年1月的调研显示，美国游客在计划旅行时整体偏好于使用电脑，尤其是在研究和预订住宿或各种活动门票时。此外，在查看或获取餐馆信息时，选择智能手机的比例要高于住宿和各种活动景点的使用比例。

2015年1月美国游客计划旅行时的设备使用偏好



数据来源：Destination Analyst

上海思为文化传播有限公司 BEYOND SUMMITS LTD

美国游客计划旅行时的智能手机使用情况

根据2015年1月的数据显示，美国游客在计划旅行时使用智能手机存在差异：

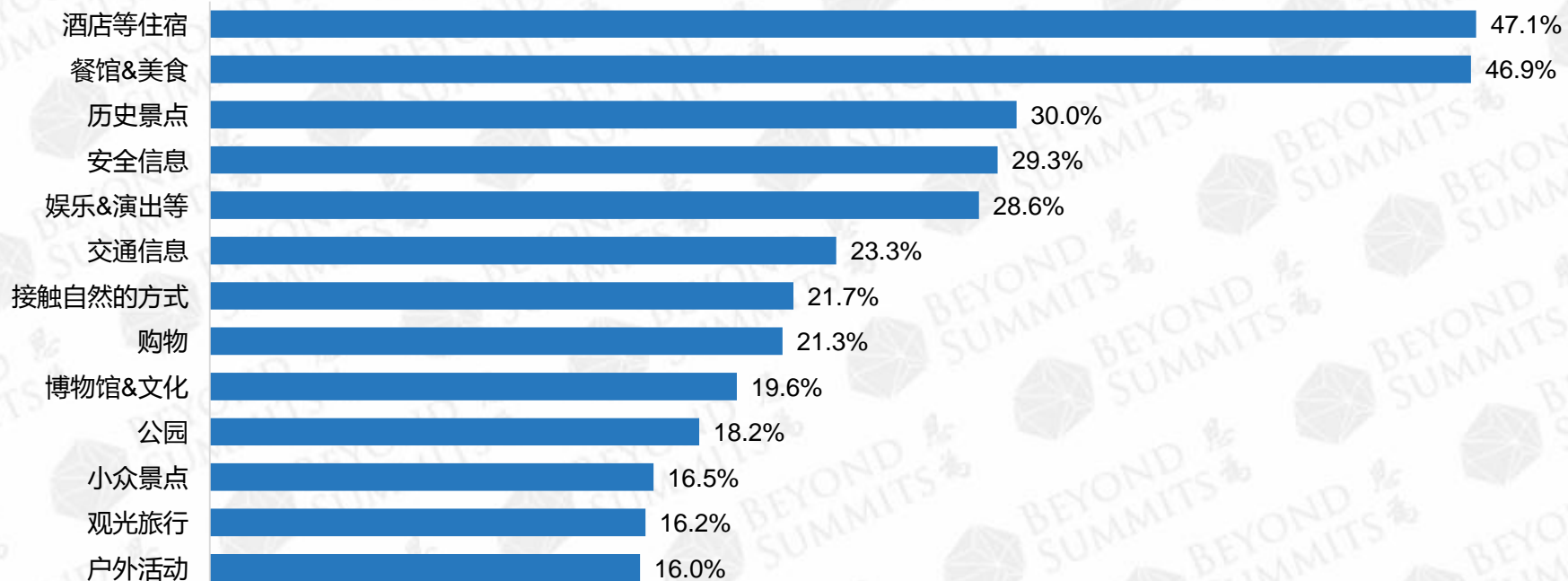
1. 70%的千禧一代使用智能手机计划旅行，而婴儿潮一代只有23%。
2. 使用智能手机的旅行计划者利用社交媒体获取信息的比例会高于其他旅行计划者。
3. 使用智能手机计划的旅行中有28%是休闲旅行。
4. 只有17%的旅行计划是在智能手机上完成的。
5. 使用智能手机计划旅行的人中，有74%会参考用户生成内容（UGC）来计划旅行。
6. 使用智能手机计划旅行的人中，有51%更倾向于使用传统的台式机和笔记本电脑来研究旅行活动和景点等。只有27%的人总体上更偏向于使用智能手机。
7. 在那些不使用智能手机做旅行计划的人中，54%的人更倾向于使用纸质的内容形式。
8. 使用智能手机做旅行计划的人会比不使用的人对旅行持更积极的态度（47% VS 22%），他们更愿意在下一年计划更多旅行。
9. 使用智能手机做旅行计划的人会比不使用的人有大学学历和城市户口的可能性高出13%和19%。

数据来源：Destination Analyst

美国游客评估目的地的参考内容

根据2015年1月的调研显示，美国游客在评估目的地时，主要的参考内容为住宿和食物信息，分别占到了47.1%和46.9%。其次是一些历史景点和安全信息。

2015年1月美国游客评估目的地的参考内容（可多选）



数据来源：Destination Analyst

美国出境游客查询&预订旅游产品

- 根据数据显示，OTA面临迫在眉睫的挑战。游客比前几年更多地从OTA转移到品牌网站查询和预订。
- 只有58%的游客在2015年通过OTA获得旅游信息，大大低于2014年84%的比例。
- 从预订的角度来看，通过调查显示的数据更具挑战性：在通过OTA查询信息、计划假期的旅行者中，只有13%的人在网站上做了预订，低于一年前36%的比例。
- 受访者认为主要原因是直销渠道能让他们得到最好的价格（64%），而且比OTA预订更方便（67%）。

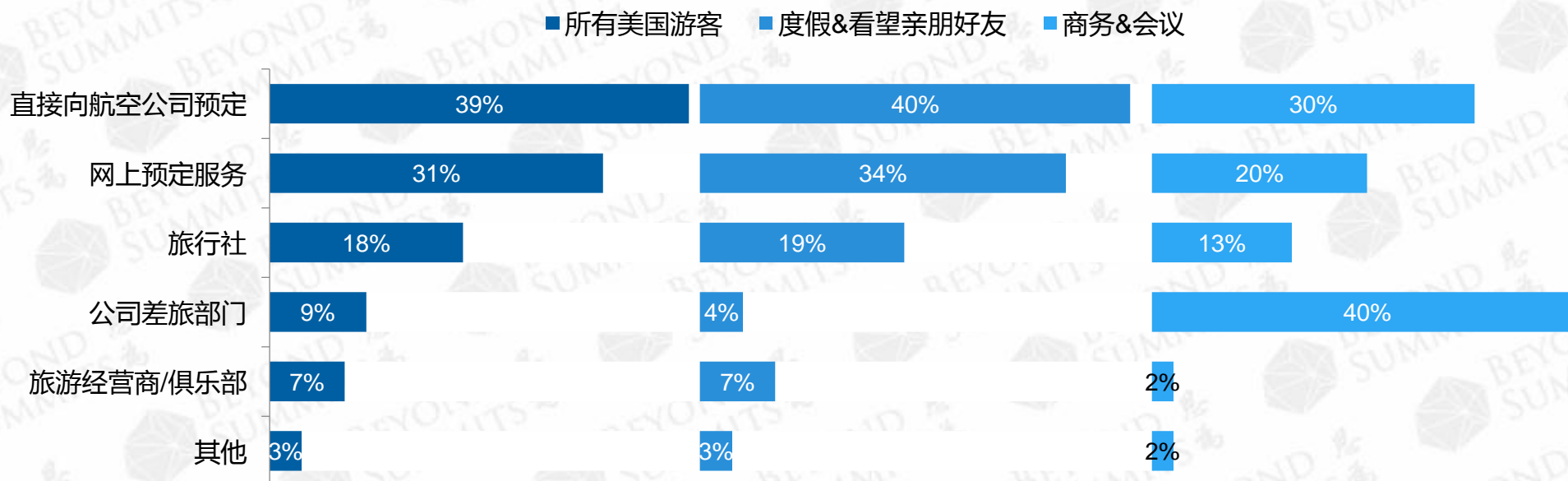


数据来源：2015年美国旅行者的行为习惯

美国出境游客预订机票方式

2015年，美国出境海外目的地的游客中，通过向航空公司直接预订机票的比例最高，占到了39%，其次是网上服务商和旅行社预订，分别占到了31%和18%。然而，对于商务和会议的游客，通过公司差旅部门预订的比例最高，占到了40%。

2015年美国出境游客预订机票方式（可多选）

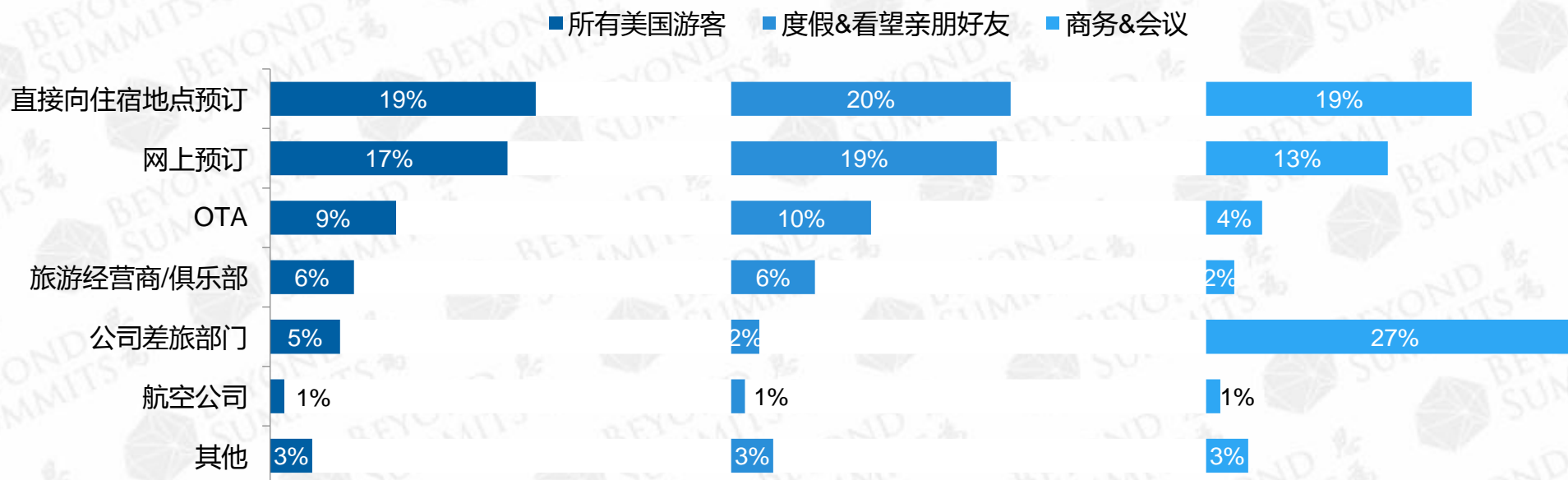


数据来源：US National Travel and Tourism Office 注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客预订住宿方式

2015年，美国出境海外目的地的游客中，直接向住宿地点预订住宿的比例最大，占到了19%，其次是通过网上和OTA，分别占到了17%和9%。

2015年美国出境游客预订住宿方式（可多选）



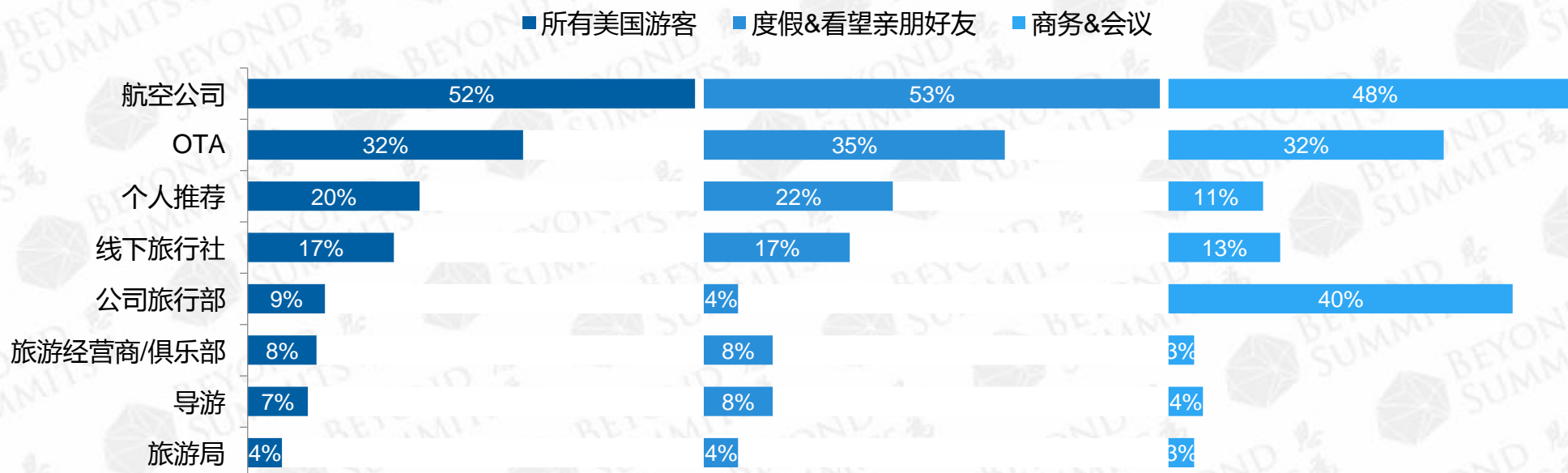
数据来源：US National Travel and Tourism Office

注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国出境游客了解机票方式

2015年，美国出境海外目的地的游客中，通过向航空公司了解机票的游客占的比例最大，在52%，其次是OTA和个人推荐，分别占到了32%和20%。

2015年美国出境游客了解机票的方式（可多选）



数据来源：US National Travel and Tourism Office

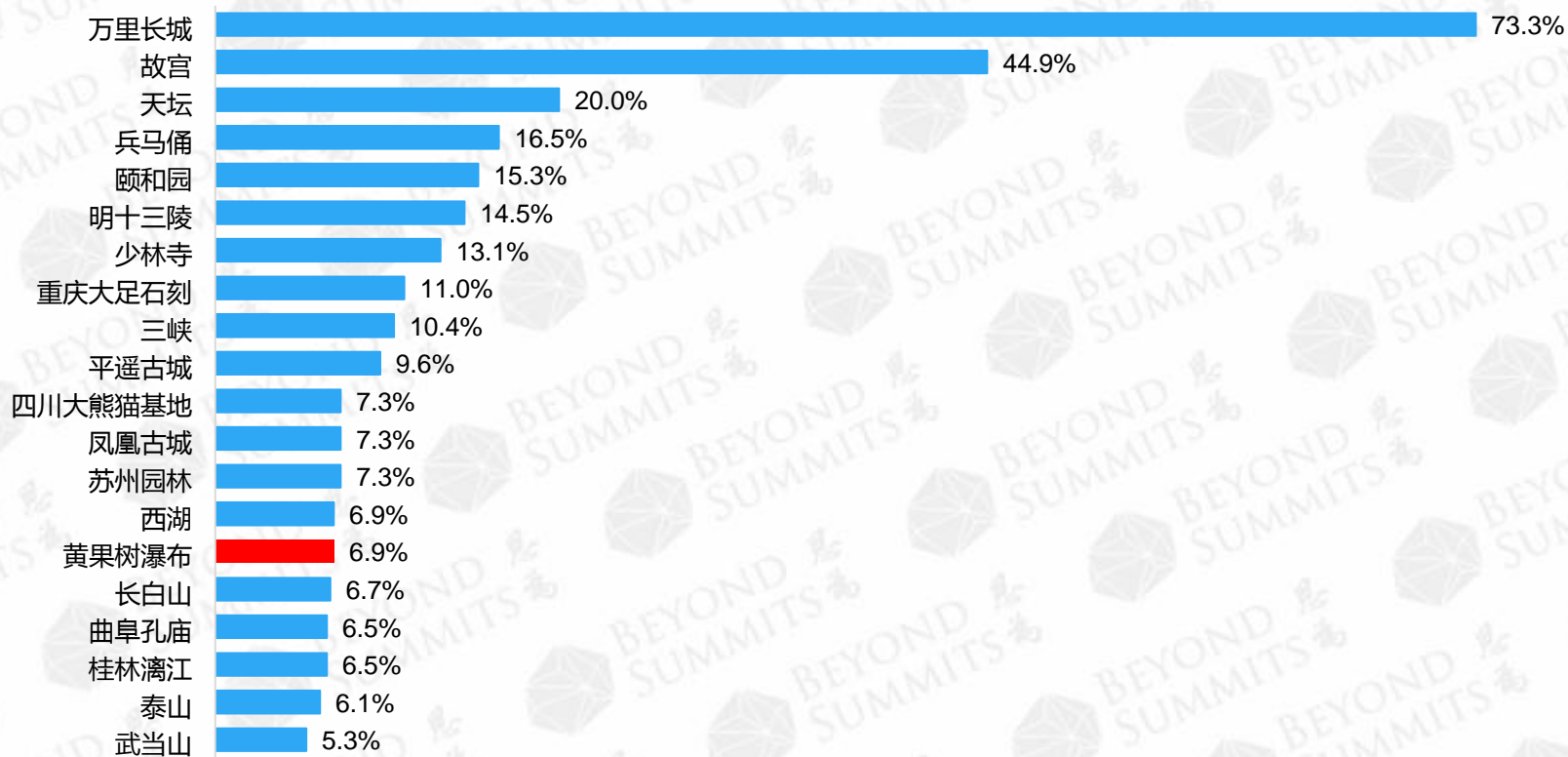
注：不包含去往墨西哥和加拿大地区的游客数量

美国游客入华/贵州/贵阳市市场概况

美国游客对中国景区的旅游意愿

在中国的所有热门景区中，美国游客对贵州黄果树瀑布的旅游意愿占比为6.9%。

美国游客对中国景区的旅游意愿

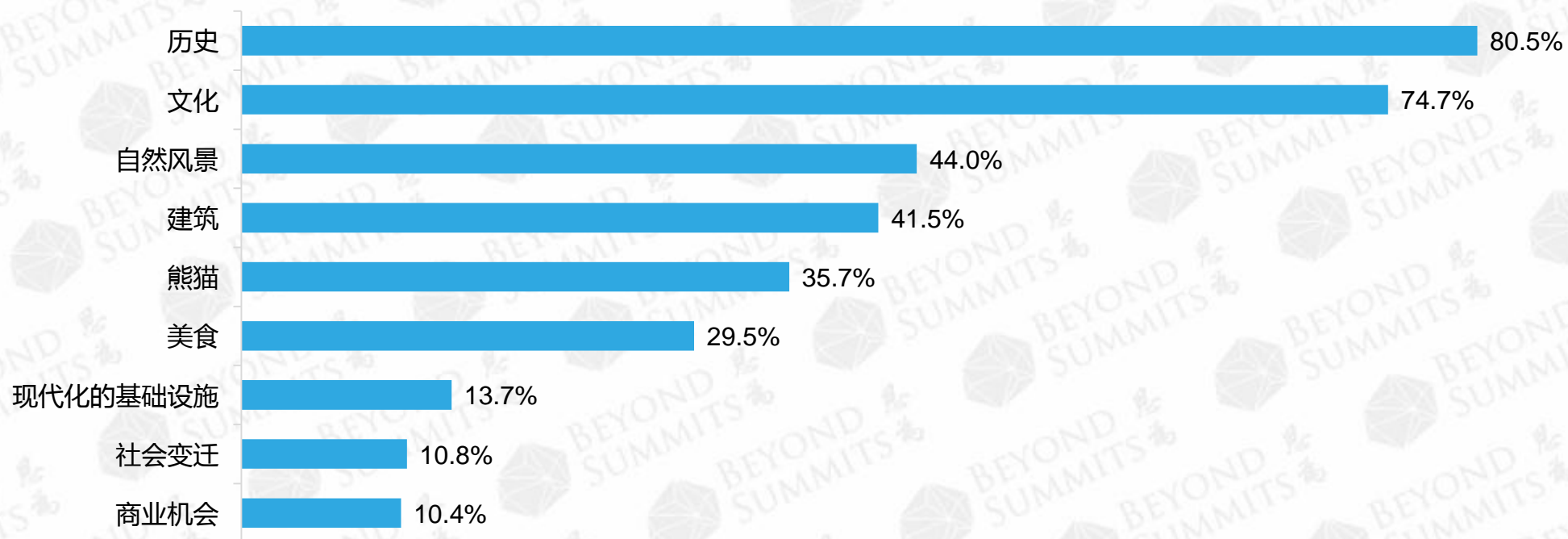


数据来源：2014年美国来华旅游舆情调查报告

美国游客对中国旅游资源的正面印象

对于美国游客来说，他们对中国旅游资源的印象主要有悠长的历史、灿烂文化和风景名胜。

美国游客对中国旅游资源的正面印象

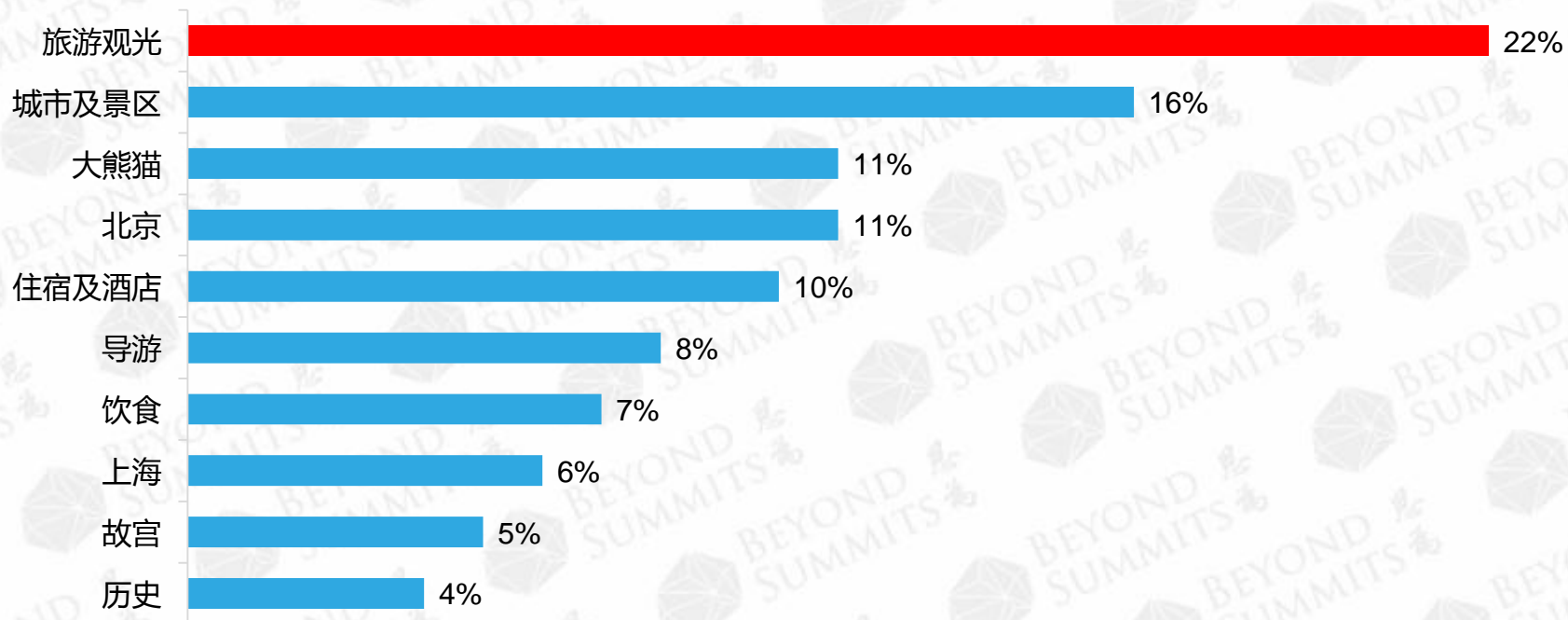


数据来源：ASTA + PSB's 2017 "How America Travels" National Study

美国来华游客社交媒体评论最多的内容

美国来华的游客在社交媒体上评论最多的内容是旅游观光和城市及景区，分别占到了22%和16%。其中，大熊猫、故宫和兵马俑是他们谈论最多的旅游吸引物。

美国来华游客在社交媒体上评论最多的领域

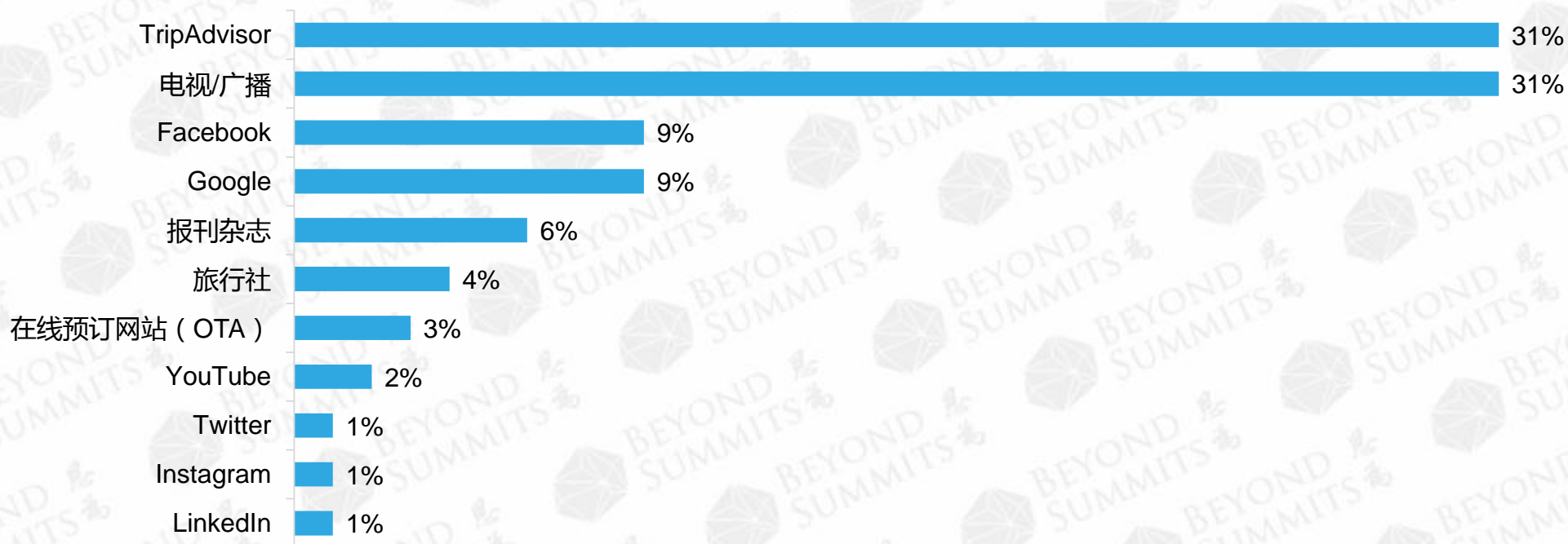


数据来源：传奇智旅，社交媒体大数据预测美国来华游客前景，2011.3-2016.3

美国游客获取来华旅游信息的渠道

美国游客获取来华的旅游信息时，TripAdvisor这一社交渠道的获取比例最高，达到了31%。此外，传统媒体中的电视广播依旧发挥了非常重要的作用，占到了31%的获取比例。

美国游客获取来华旅游信息渠道

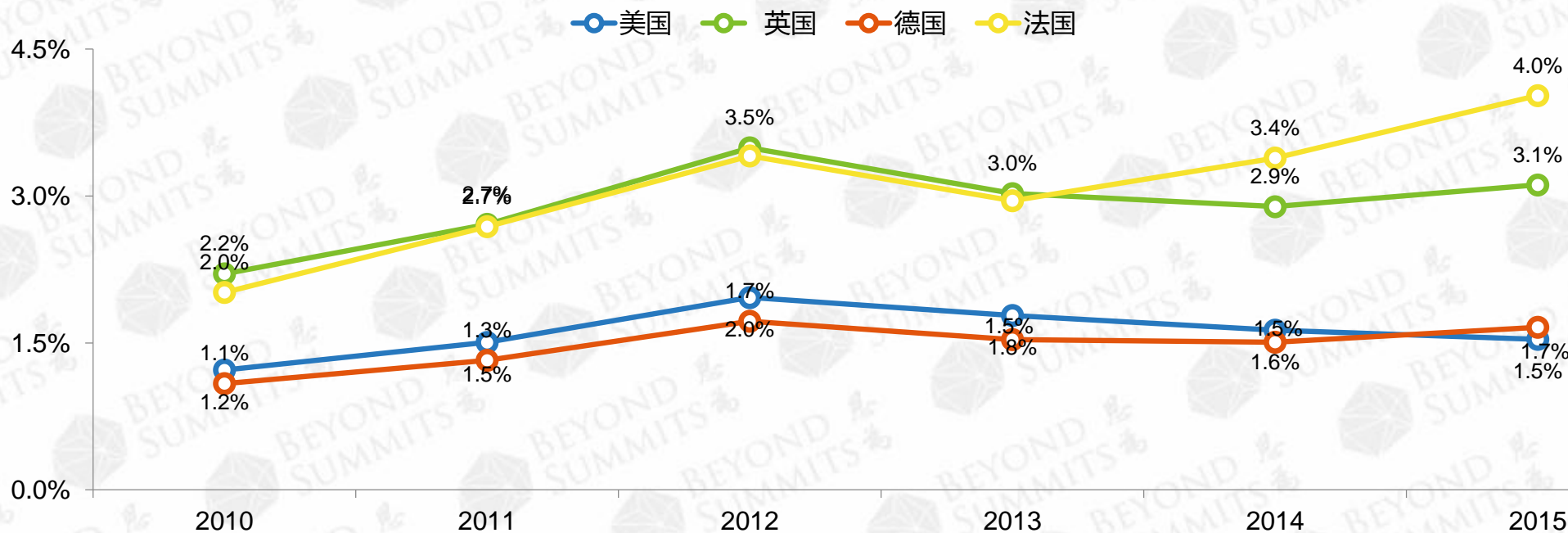


数据来源：传奇智旅，社交媒体大数据预测美国来华游客前景，2011.3-2016.3

入黔欧美游客人数占欧美入华游客总人数比重

2010-2015年数据显示，在美国、英国、法国、德国等四个欧美国家中，英法游客比较喜欢来贵州旅游。2015年，美国入贵州的游客人数占其入华游客人数比例为1.5%。

2010-2015年入贵欧美游客人数占欧美入华游客总人数比重



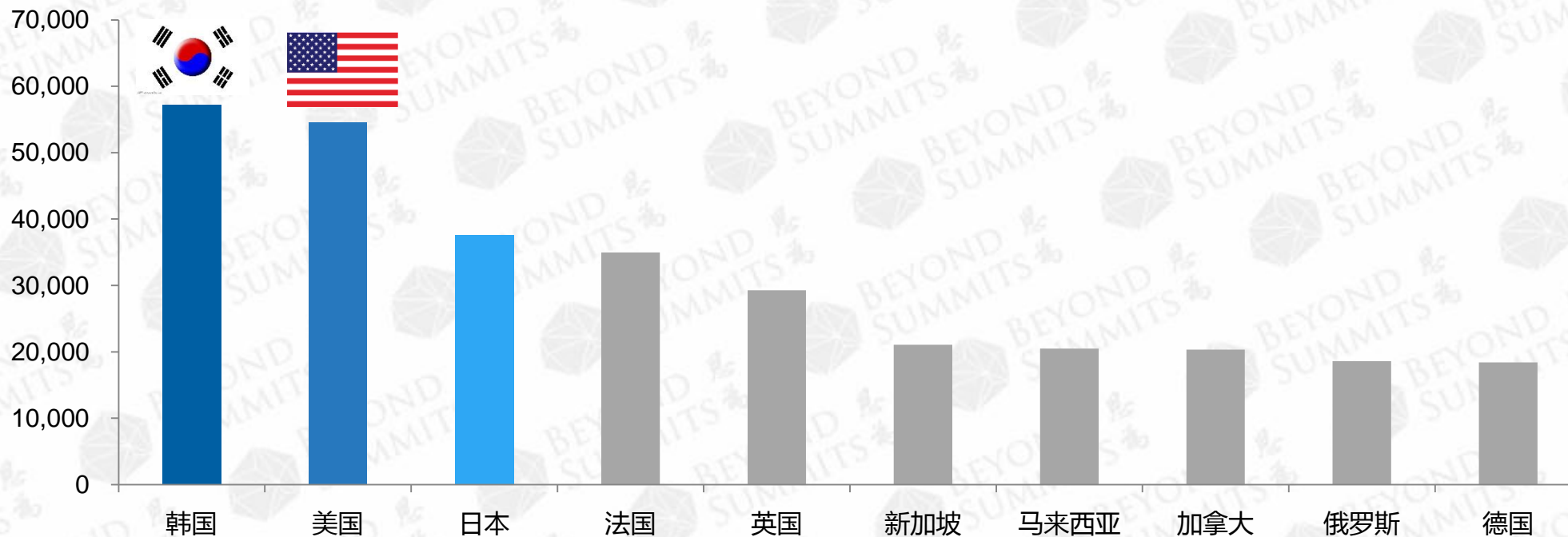
数据来源：中国旅游统计年鉴，中国国家旅游局

上海思为文化传播有限公司 BEYOND SUMMITS LTD

美国为贵州入境游第二大客源国

2016年，贵州省接待的入境游客中，美国为第二大客源国，达到了54,568人次，同比去年大幅度增长了32.2%。

2016年贵州接待入境游客客源国（人次）

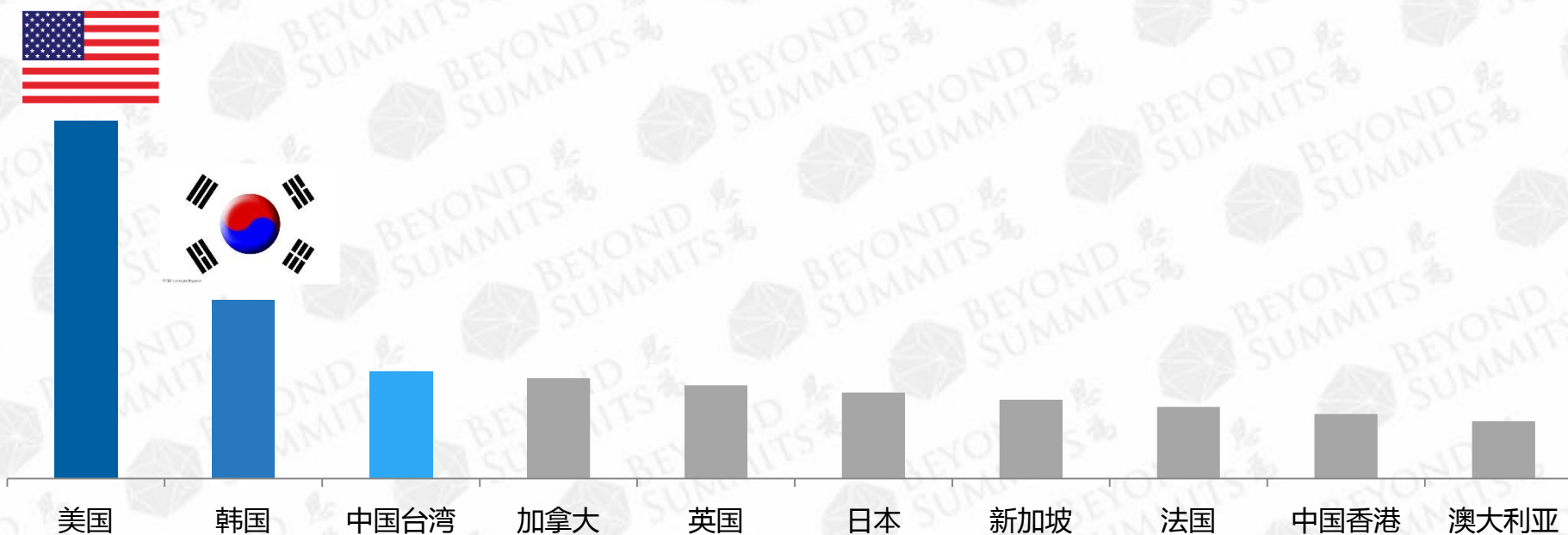


数据来源：贵州省统计局

美国为贵阳在线入境游第一客源国

2016年，贵阳市在线入境旅游增长加快，入境游客数量同比增长17%，其中美国成为贵阳最大的在线入境游客源国。

贵阳在线旅游海外客源地国家/地区 TOP10



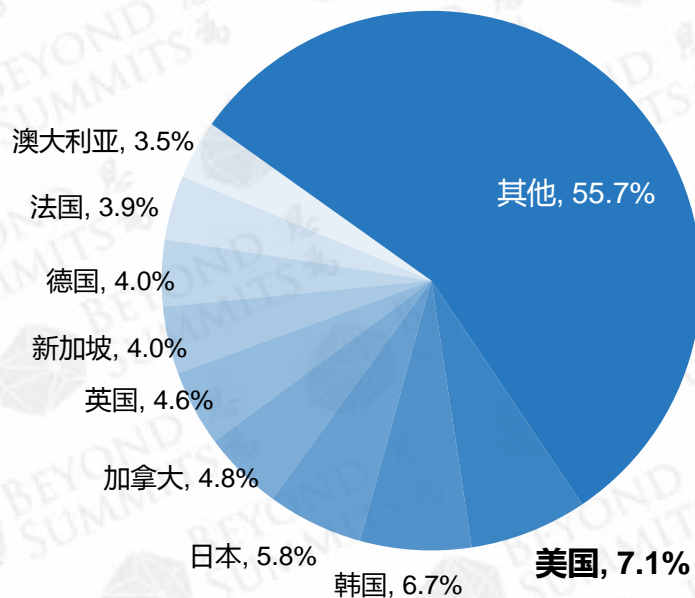
数据来源：携程，2017年贵阳旅游大数据报告

上海思为文化传播有限公司 BEYOND SUMMITS LTD

美国为贵阳入境过夜游客最大客源国

2015年，贵阳接待的外国过夜游客中，**美国游客所占比重最大**，在7.1%。

2015年贵阳接待外国过夜游客按人数按国籍分布



数据来源：中国旅游统计年鉴

ASTA中国旅游营销交流周将极大的促进贵州贵阳的入境游市场

ASTA中国旅游营销交流周将极大地促进贵州省贵阳市入境游的增长。

根据ASTA的历史数据，我们可预估到贵阳入境游市场在会后将呈现积极的上升趋势。

- ASTA往届目的地推介活动中，有98%的参会者有意向与新供应商合作，在未来预定相关产品；
- 94%的ASTA目的地推介活动参与者倾向于将活动推荐给另一家机构；
- 超过一半的ASTA目的地推介活动参与者都表示，受活动激励，该目的地相关的旅游产品销量提到了提升；
- 参会者在目的地活动现场看到了许多赞助商的宣传，还与公司代表进行了面对面的洽谈，所以有76%的参会者愿意同活动赞助商进一步开展业务上的合作；
- ASTA活动为参会者带来了良好的体验，有77%的参会者期望未来能向该目的地输出更多的客户。

通过相关会议的召开、大力的宣传推广活动以及在交流周期间建立的沟通合作机制，贵州省贵阳市将成为北美入境游在华的新的亮点以及增长点。

U.S. Outbound Tourism Market Research



BEYOND
SUMMITS



ASTA AMERICAN SOCIETY
OF TRAVEL AGENTS

Table of Content

- U.S. Outbound Tourism Market Overview..... 71
- The Number of U.S. Outbound Tourists & Destinations..... 72
- U.S. Outbound Tourists Profiles & Travel Behaviors..... 79
- Travel Information Sources for U.S. Tourists..... 112
- China Tourism Market Overview on U.S. Tourists to China/Guizhou/Guiyang..... 128



U.S. Outbound Tourism Market Overview

- U.S continued to see a slow economic recovery in 2016. The economy was not likely to have a strong rebound due to inflation, uncertain fiscal policy, unbalanced economic structure, etc.
- Despite the negative factors mentioned above, U.S. outbound tourism remained a sustained growth, with the number of U.S. outbound tourists reaching 72.56 million from Jan. – Nov. 2016, up by 8% from the same period last year.
- Among all global destinations, Canada and Mexico were the most favored ones chosen by over half of the U.S. outbound travelers. Other popular overseas destinations mainly scatter around European and Caribbean areas, like UK, Dominica, France, etc.
- The boom of digital media has encouraged more U.S. tourists to review travel website like TripAdvisor when planning for the next trip overseas.



BEYOND 思為
SUMMITS 為

Your Global All-media Marketer



ASTA AMERICAN SOCIETY
OF TRAVEL AGENTS