韩国出境游市场分析

South Korean Outbound Tourism Market

© 2017 Beyond Summits

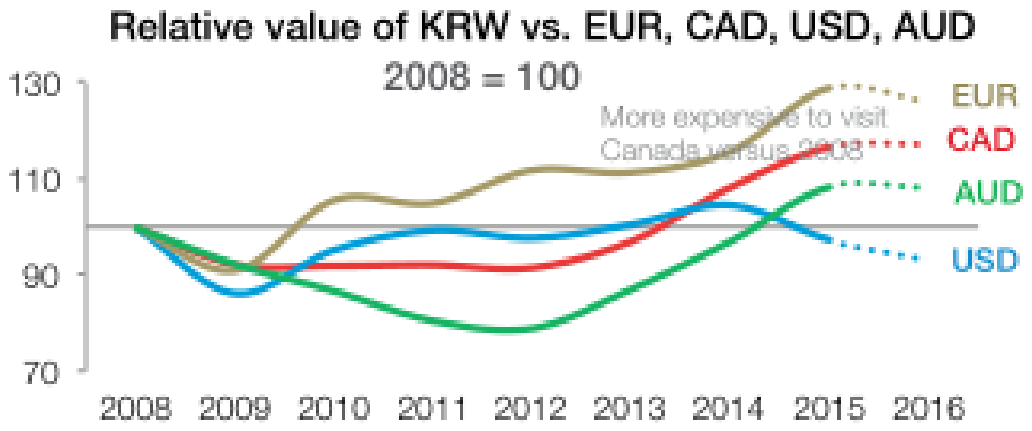
韩国出境游客人数&花费&目的地

© 2017 Beyond Summits

韩国经济概况

Source: Oxford Economics, April 2016

	2016	2017	Trend
GDP	2.6%	2.9%	↑
Consumer spending	2.1%	2.8%	↑
Unemployment	3.6%	3.5%	→
Inflation	0.7%	1.2%	↑

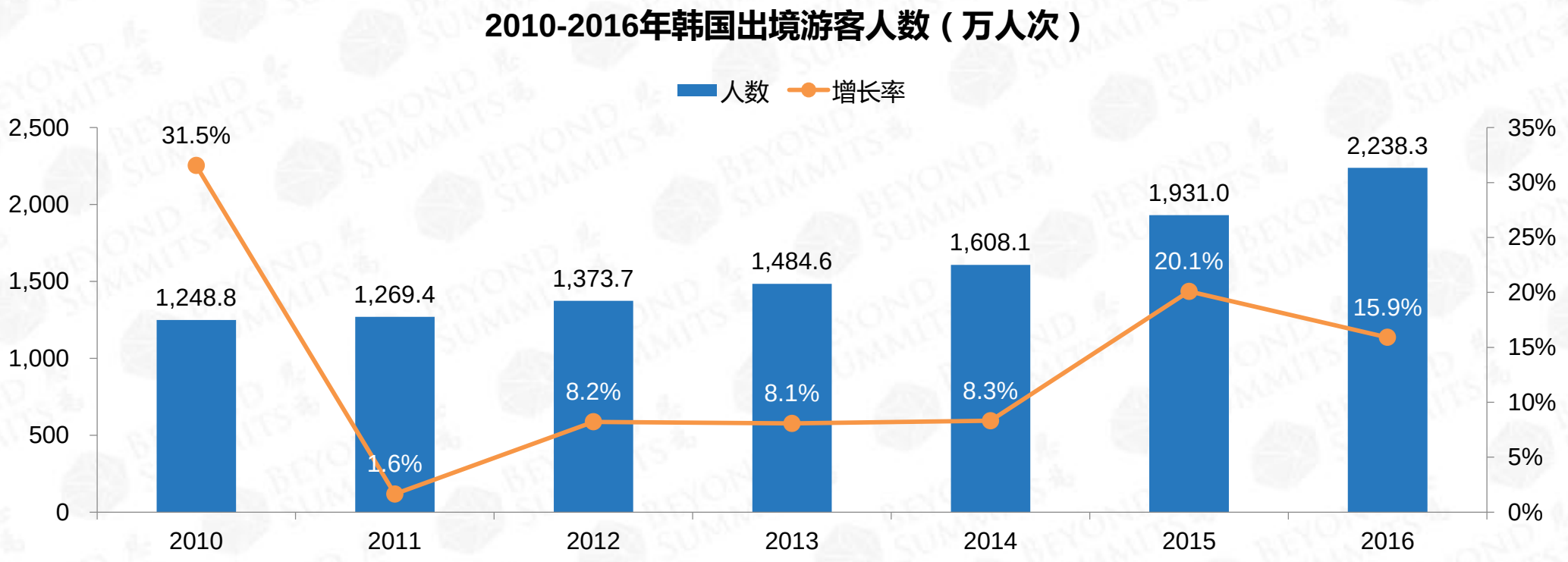


数据来源：Oxford Economics, April 2016

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客人数

2010-2016年，韩国出境游客人数逐年上升，到2016年上涨到2,238.3万人次，较前一年增长了15.9%。

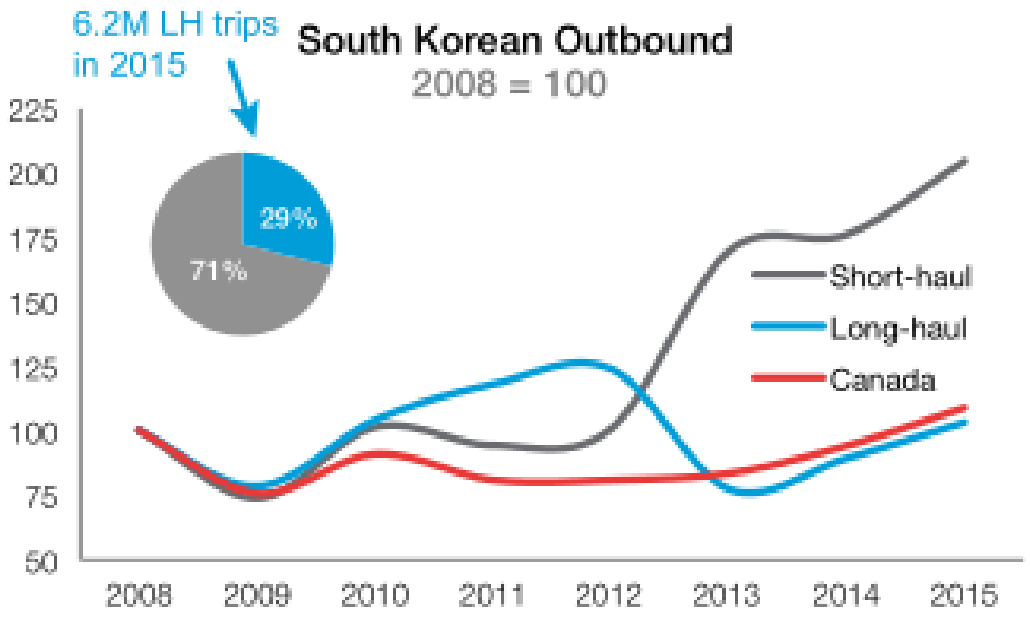


数据来源：Korean Tourism Organization

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客人数

- 2015年，韩国长途出境游人数预计在620万人次，占总数的29%。
- 近几年，在亚洲低成本航空带来的成本下降刺激下，韩国短途出境游人数以最快的速度扩张。2008-2015年，到美国和瑞士的韩国游客人数增长了一倍。

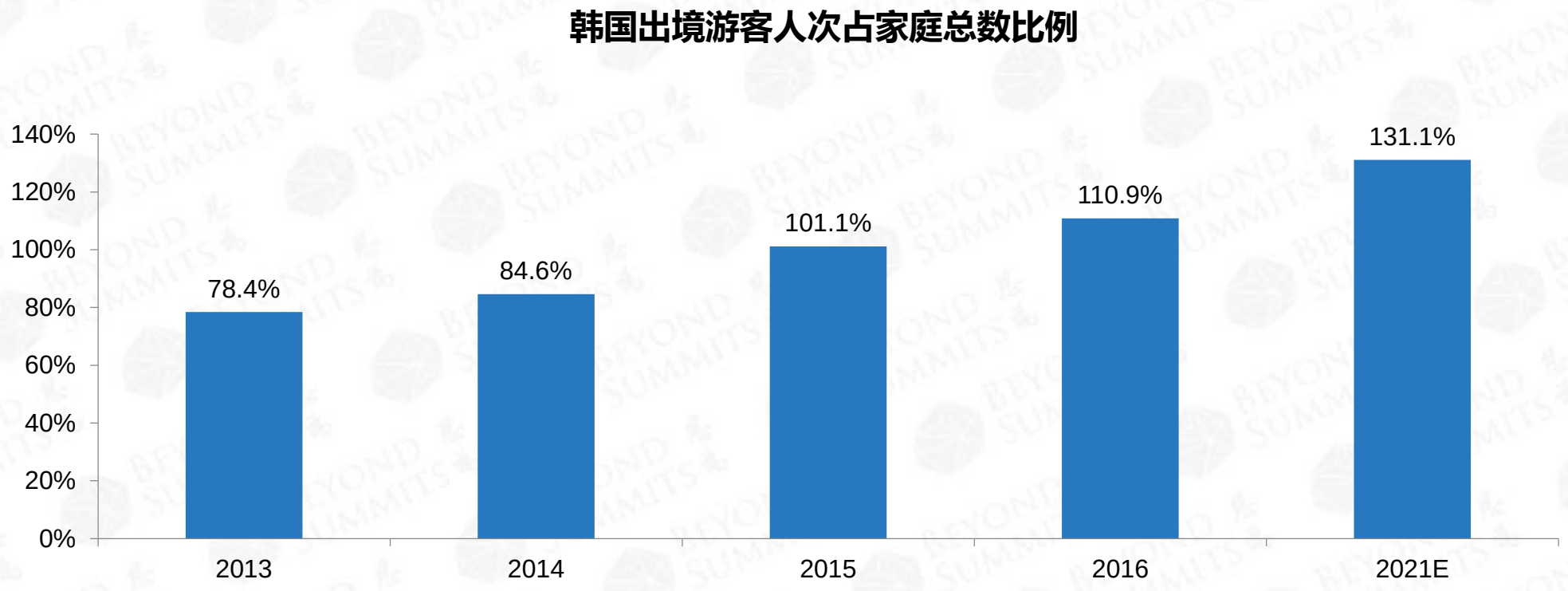


数据来源：Tourism Economics

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客人数

随着韩国出境游客人数的逐年上升，其出境游客人次占家庭总数的比例也随之走高，到2021年预计达到131.1%。

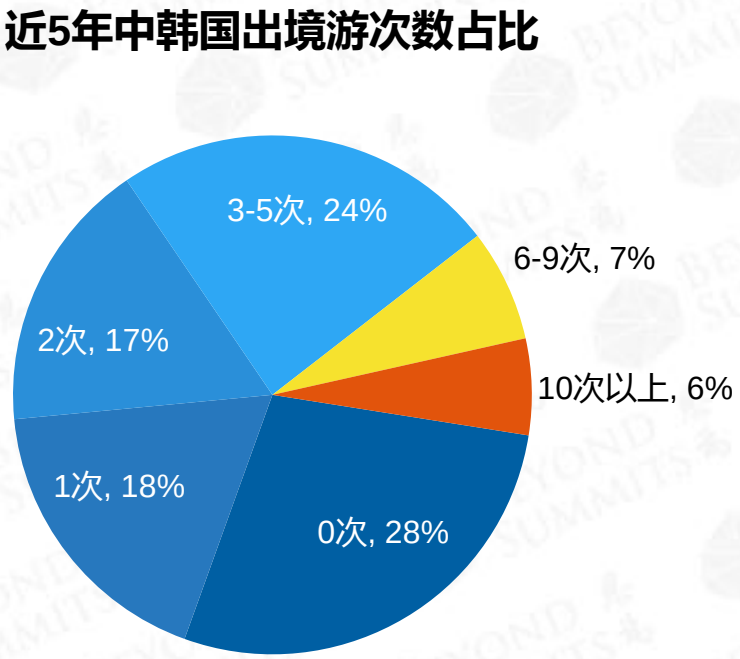


数据来源：MasterCard Intelligence

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游次数

根据数据显示，在近5年，72%的韩国人有出境游的经历，约三分之一的人有过3次以上出境游经历。

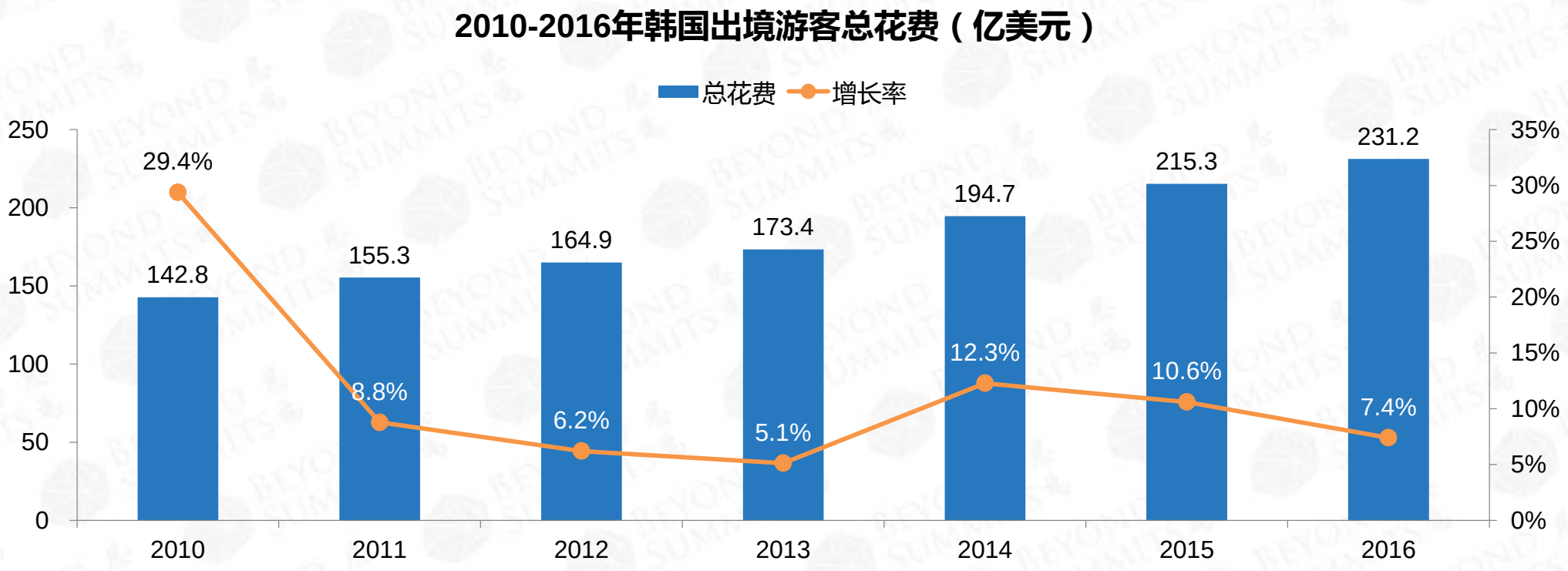


数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客总花费

与出境游客人数上涨相一致的是，2010-2016年，韩国出境游客的总花费也逐年上升，到2016年增加至231.2亿美元，较前一年上涨了7.4%。



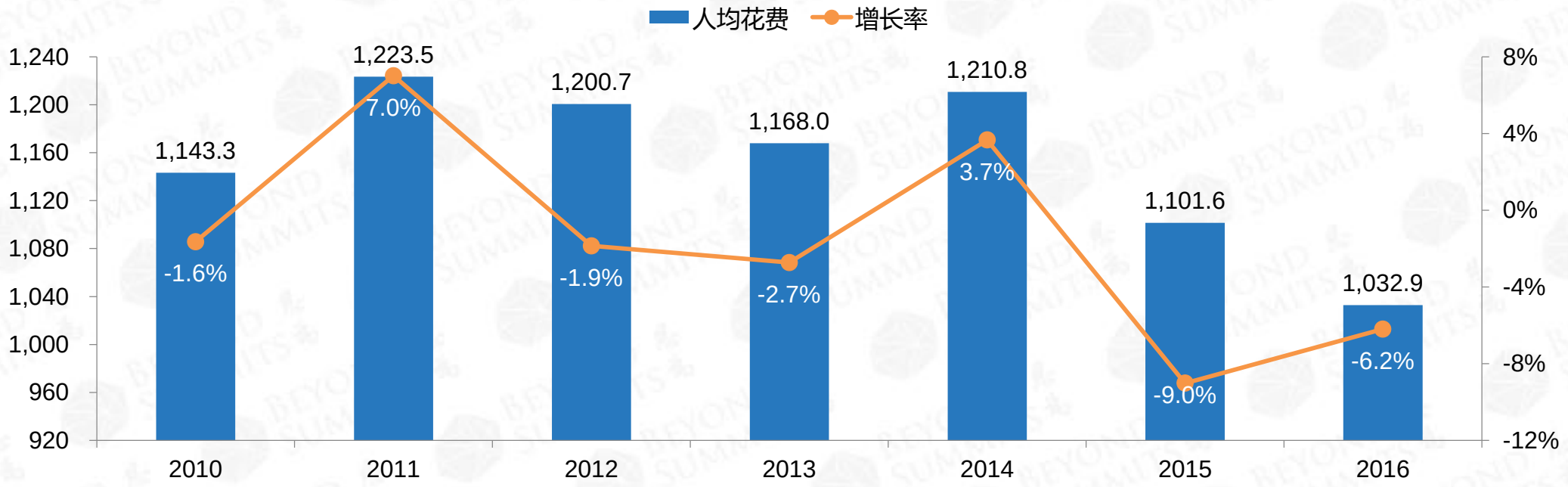
数据来源：Korean Tourism Organization

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客人均花费

2010-2016年，韩国出境游客的人均花费稳中下降，到2016年达到了1,032.9美元/人，一方面是由于游客整体年龄的下降导致其消费能力的萎缩；另一方面，汇率波动等原因也是导致韩国出境游客人均花费下降的因素之一。

2010-2016年韩国出境游客人均花费（美元）

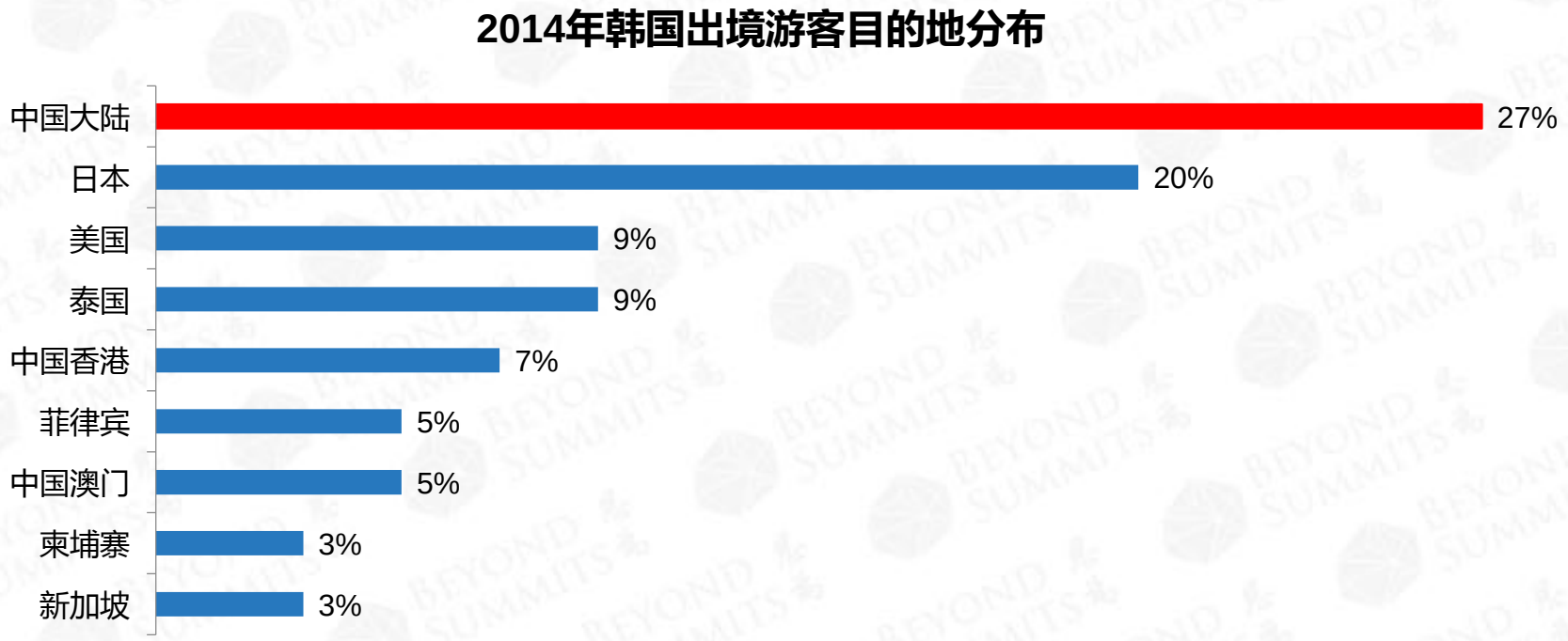


数据来源：Korean Tourism Organization

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客目的地

根据数据显示，2014年，韩国人出游中有30%为出境游，而出游最多的国家多数分布在亚洲，中国、日本和东南亚国家占到了70%以上的市场份额，其中中国大陆占的比例最大，为27%，其次是日本和美国，分别为20%和9%。

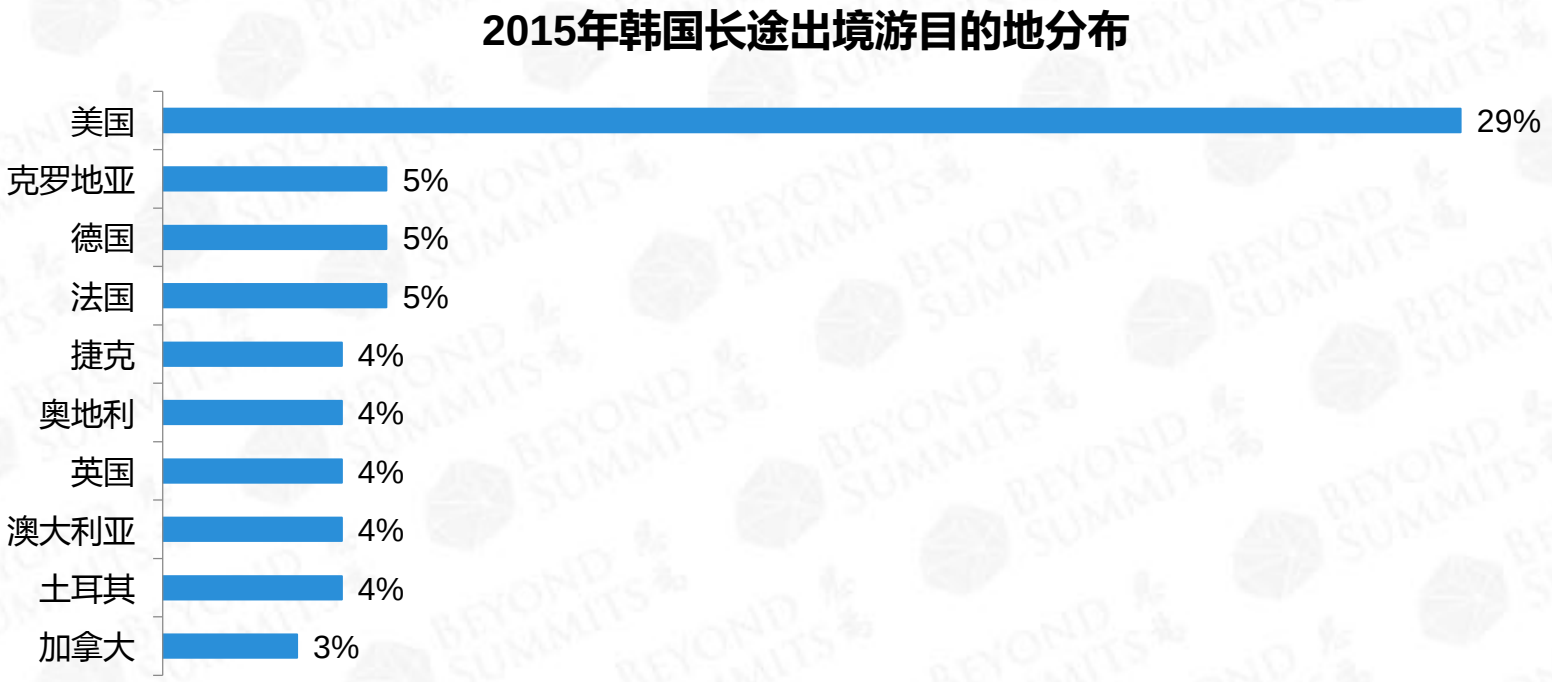


数据来源：Korean Tourism Organization

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客目的地

2015年， 在韩国长途出境游的目的地中，美国的比重最高，占到了29%，其次是克罗地亚、德国和法国。



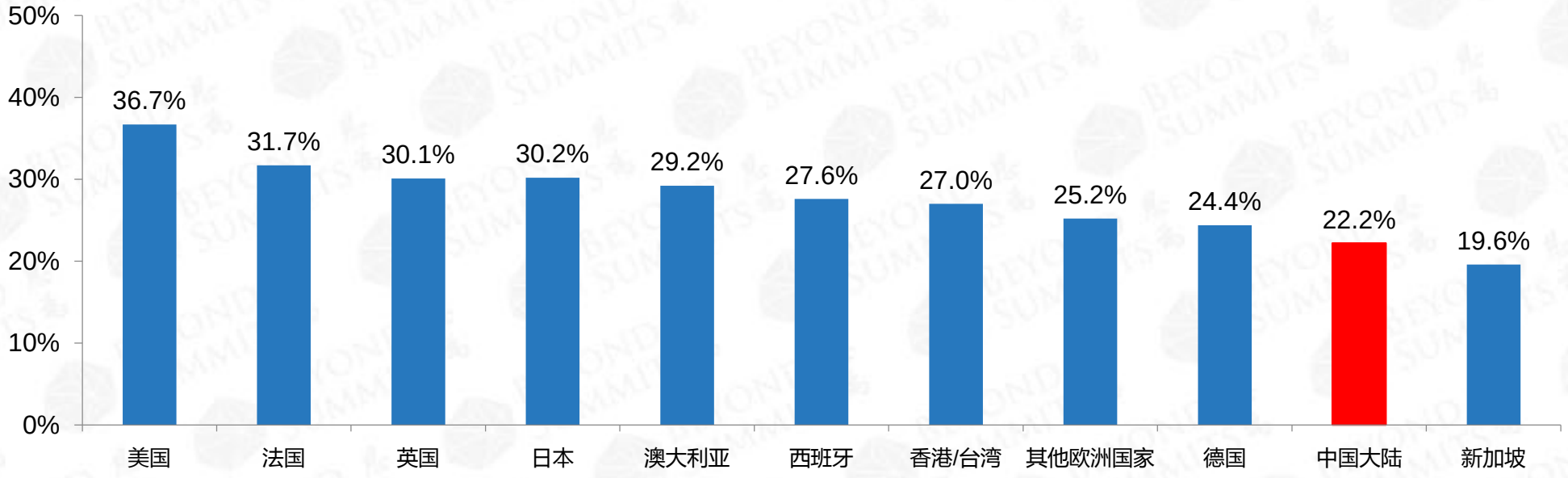
数据来源：Tourism Economics

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客理想目的地

虽然韩国出境游客去往最多的目的地基本围绕亚洲地区，如中国大陆、日本和一些东南亚国家等，但未来3年，他们最理想的出境目的地都是欧美地区，如美国、法国和英国等，而中国仅排在第10位，韩国入境中国的偏好降低。

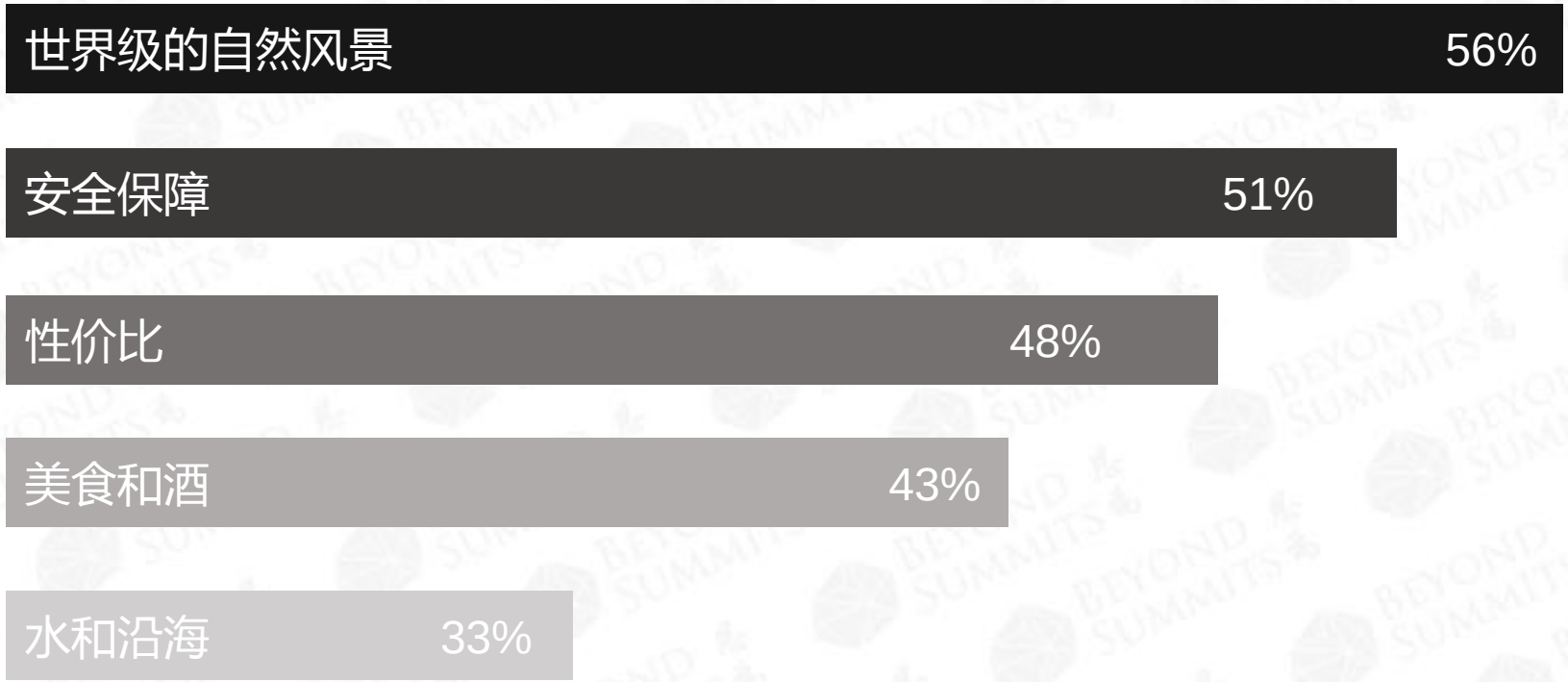
未来3年韩国出境游客最想去的目的地



数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客选择目的地的因素



数据来源：South Korea Market Profile 2017

© 2017 Beyond Summits

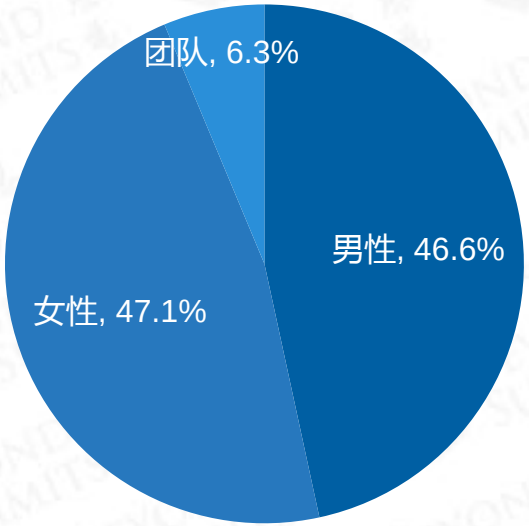
韩国出境游客画像&触媒习惯

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客画像_性别

2017年上半年，韩国出境游客中，男性游客占的比例较大，在47.1%，女性为46.6%。此外，还有部分团队游未统计到性别的占到了6.3%。

2017 H1 韩国出境游客性别分布

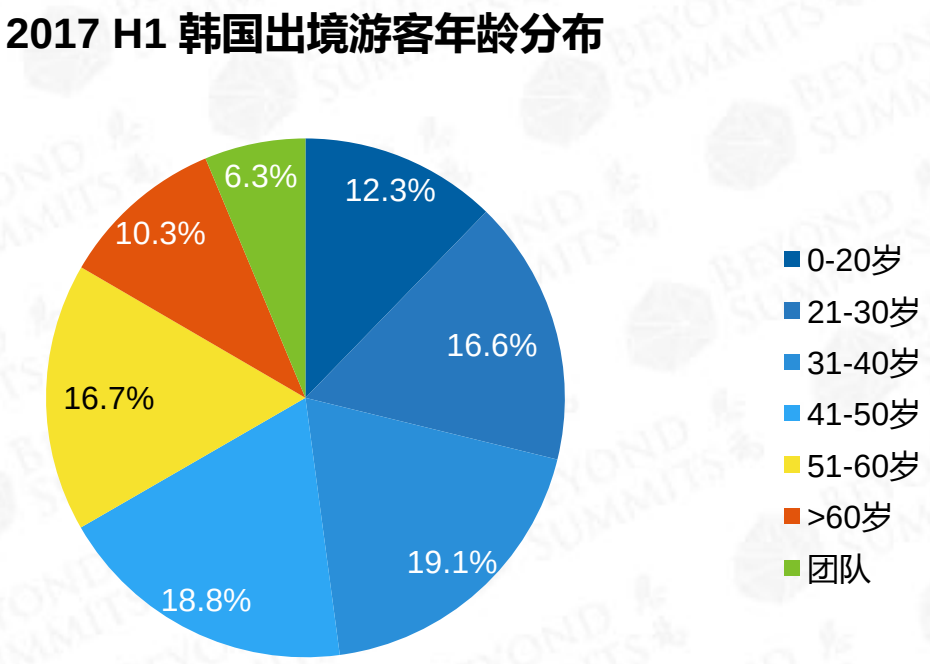


数据来源：Korean Tourism Organization

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客画像_年龄

2017年上半年，韩国出境游客中，年龄在31-40岁的中年人占的比例最大，为19.1%，其次是41-50岁人群，占到了18.8%。

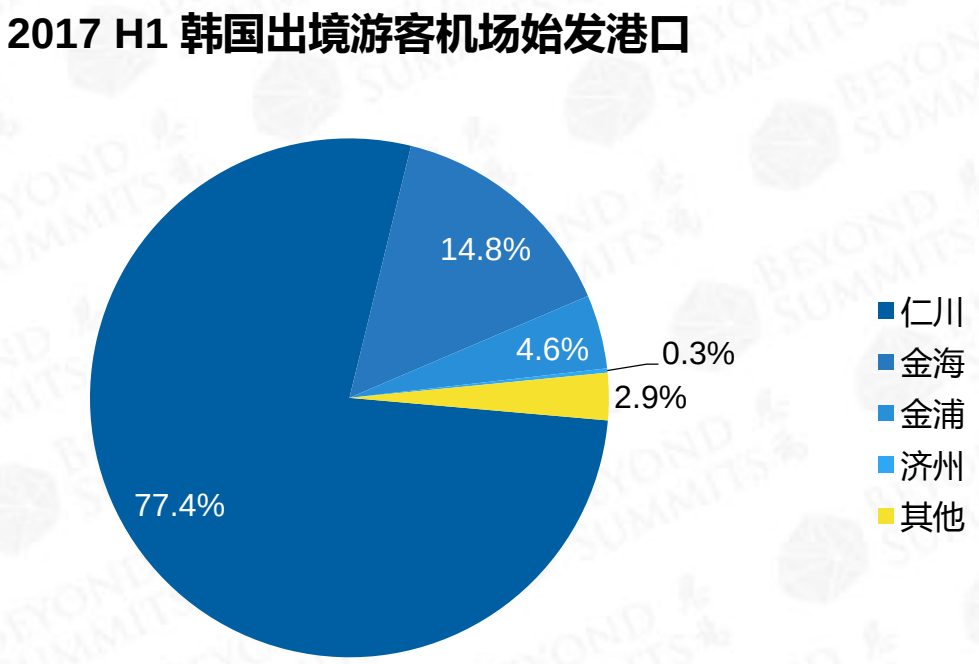


数据来源：Korean Tourism Organization

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客画像_始发港口

2017年上半年，韩国出境游客中，从仁川机场出发的比例占到三分之二以上，为77.4%。

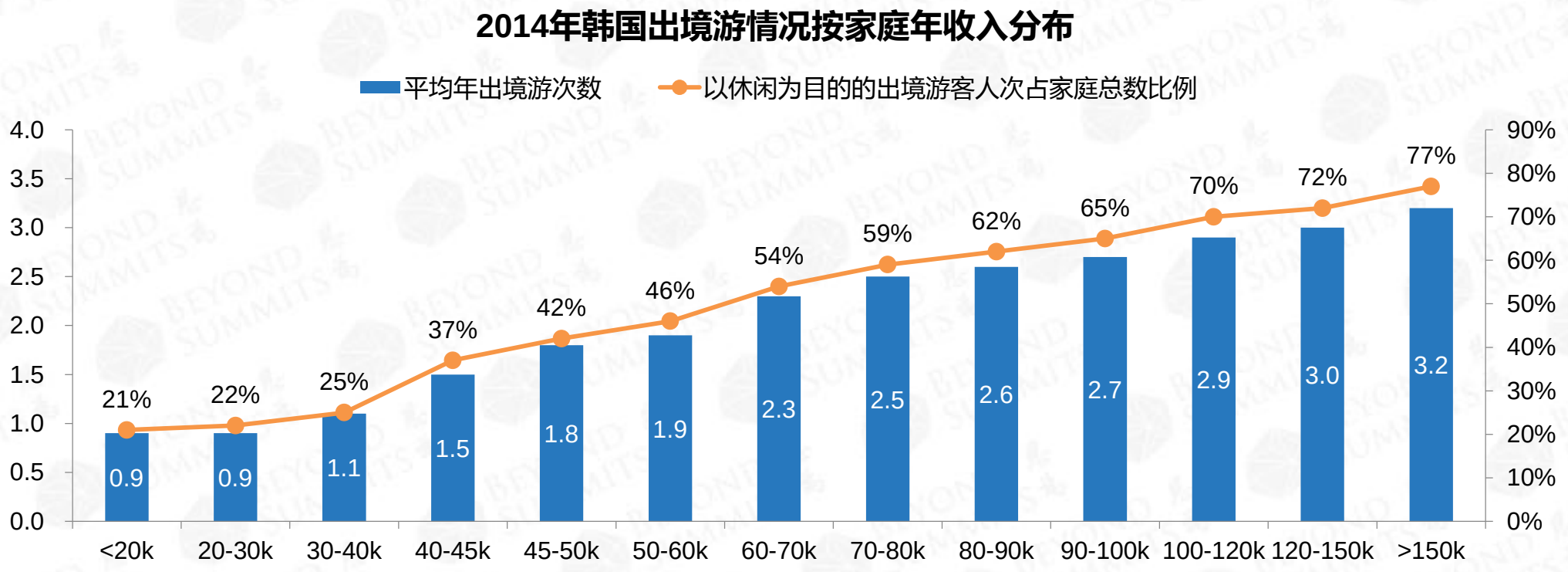


数据来源：Korean Tourism Organization

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客画像_收入

根据数据统计显示，韩国出境游的活跃程度与家庭年收入成正比。韩国家庭游客中，家庭年收入越高，平均每年出境游的次数最多，且以休闲为目的的出境游客人次占家庭总数比例也越高。



数据来源：MasterCard Intelligence

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客主要需求

- 韩国游客通常把旅行作为一种治愈自己并保持幸福感的方式，因为它能让你很好地休息并从日常生活的压力中恢复过来。
- 他们也把旅行作为一种开阔自己眼界和得到新的知识的方式。
- 韩国游客通常比较倾向于5天或更少时间的旅行，因为他们觉得他们的暂时离开给同事增加了工作量。
- 韩国游客更喜欢一个人去旅行，他们理想的目的地应该也是比较能放松的，比如海滩，还可以是离市中心较近的地区，享受购物和观光。

逃离日常的压力

给自己充电（能量储蓄）

奖励自己

数据来源：Singapore Tourism Board

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客主要考虑因素

- 在没有孩子的情况下，韩国游客会把预算和汇率作为他们出境游首要考虑的因素。
- 相反的是，那些带孩子旅行的韩国游客会把孩子的需求作为他们的主要考虑的因素。
- 韩国游客比较倾向于去那些有独特文化的目的地，而英文的目的地在他们中间也非常受欢迎，他们也可以给孩子们提供一个锻炼语言的机会。
- 家庭的旅行者比较倾向于单个的目的地，因为他们觉得在一次旅行中辗转于多个目的地比较累。

韩国出境游主要考虑的方面：

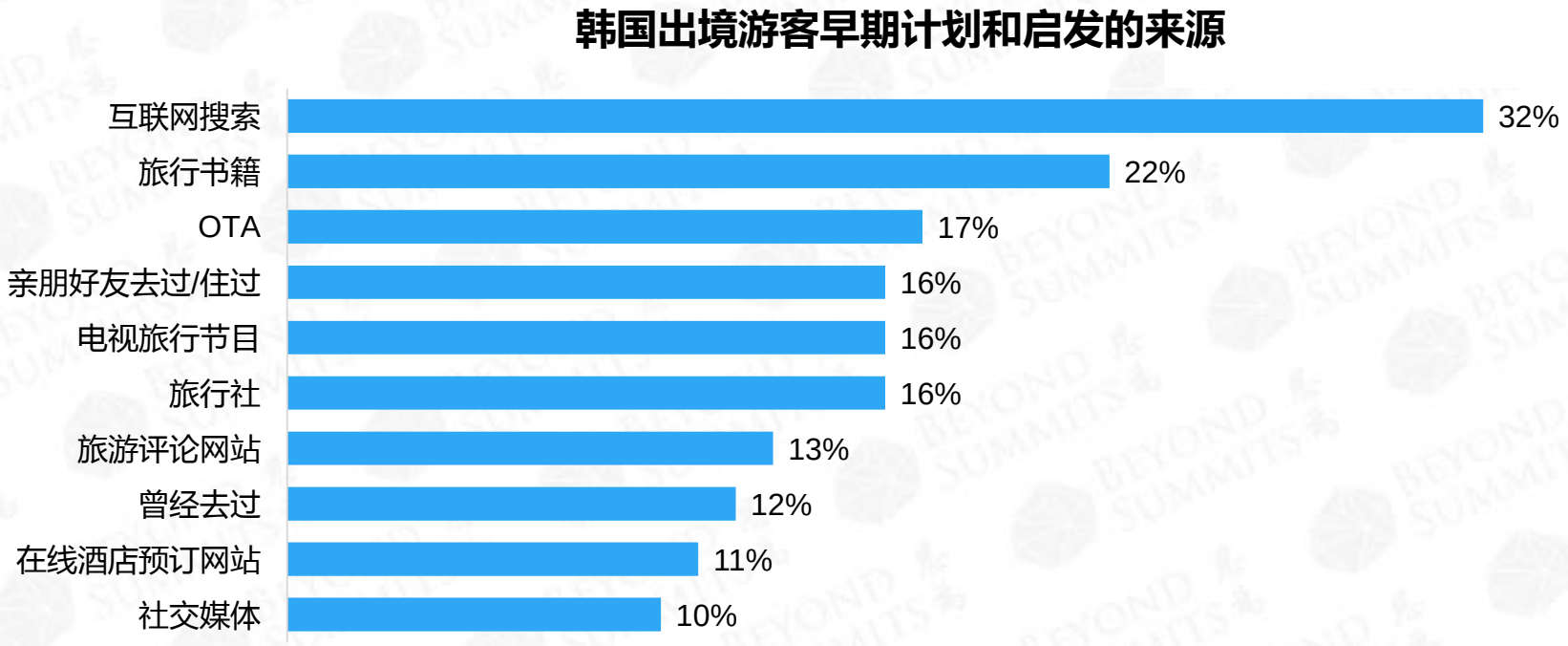
1. 旅行的伙伴
2. 汇率
3. 符合预算

数据来源：Singapore Tourism Board

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客早期计划和启发的来源

韩国出境游客在早期计划和启发阶段，互联网搜索是他们的主要来源，占到了32%，其次是旅行书籍和OTA网站。



数据来源：South Korea Market Profile 2017

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客了解信息的途径

- 韩国游客在旅行前主要通过在线搜索引擎来了解信息，如 Naver 和Google，他们比较倾向于能提供旅行内容和预订选择的韩文网站。
- 他们也会参考用户产生的内容（UGC），比如旅游博客和论坛，这些内容被认为是比较丰富、有理有据，并且是最新更新的，也被韩国游客认为是最有用的了解信息途径。非商业化的博客也被认为是最值得信任的途径，如 Naver Cafes（论坛），因为网站上的内容包含去过目的地旅行的用户的内容。一些目的地的国家旅游局网站也可以用来下载一些电子券和官方的旅行指南等。
- 亲朋好友的推荐也被认为是最值得信任的了解旅游目的地的方式。韩国游客也会依赖于一些旅行社和旅游供应商的小册子。旅行杂志被不太被信任，因为里面包含了太多的推荐文章。韩国的一些名流和KOL在吸引游客对旅游目的地的关注方面起到了非常巨大的作用。比如，几个流行的节目“Grandpas Over Flowers”, “Sisters Over Flowers”, and “Boys Over Flowers”的播出将飞往伊斯坦布尔、巴塞罗那和万象的机票销量在2014年分别提升了127%、122%和110%。然而，国际的名流通常对韩国游客旅行的目的地影响较为微小。
- 在旅行中，在线信息如旅游网站和搜索引擎被认为是最流行的搜集信息的方式，它也是对线下信息源的补充，如旅行指南等。在旅行中，韩国游客倾向于依赖在线的信息源去获取购物、餐饮和景点的信息。旅游论坛和网站也非常流行，主要是由于它是其他用户的快速的回复。

数据来源：Singapore Tourism Board

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客计划和预订

- 多数的韩国游客都会在提前一个月计划和预订旅行，这可能是由于他们中大部分的旅行都是比较熟悉的，不需要太多的计划。
- 韩国的学校假期普遍是在12月/1月和8月，这也是韩国家庭游客们最集中的出游时间。那些和朋友、配偶还有合作伙伴等的出游者通常倾向于利用公共假期和长假旅行，他们也会选择在1月/2月的Seollal Holiday 或者 9月的中秋节出游。
- 韩国游客通常是在网络上预订旅行，无论是通过旅行社和一些整合信息的网站或直接从航空公司或住宿供应商。
- 不同于其他地区的消费者在预订前进行价格比较（中国和香港），韩国游客在预订前比较的渠道平均是在1.6个。
- 这主要是由于他们对一些信息整合网站的偏好，让他们把旅行中的所有方面都能一起预订。此外，OTA也能提供机票和酒店、一日游套餐。

数据来源：Singapore Tourism Board

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客传播旅行经历方式

- 关于分享旅游的经历方面，有40%的韩国游客会在线发表他们的旅行经历或者向亲朋好友讲述。
- 对于在线分享的方式，他们会在旅行时或者旅行后发表博客或者在社交网站上上传图片。

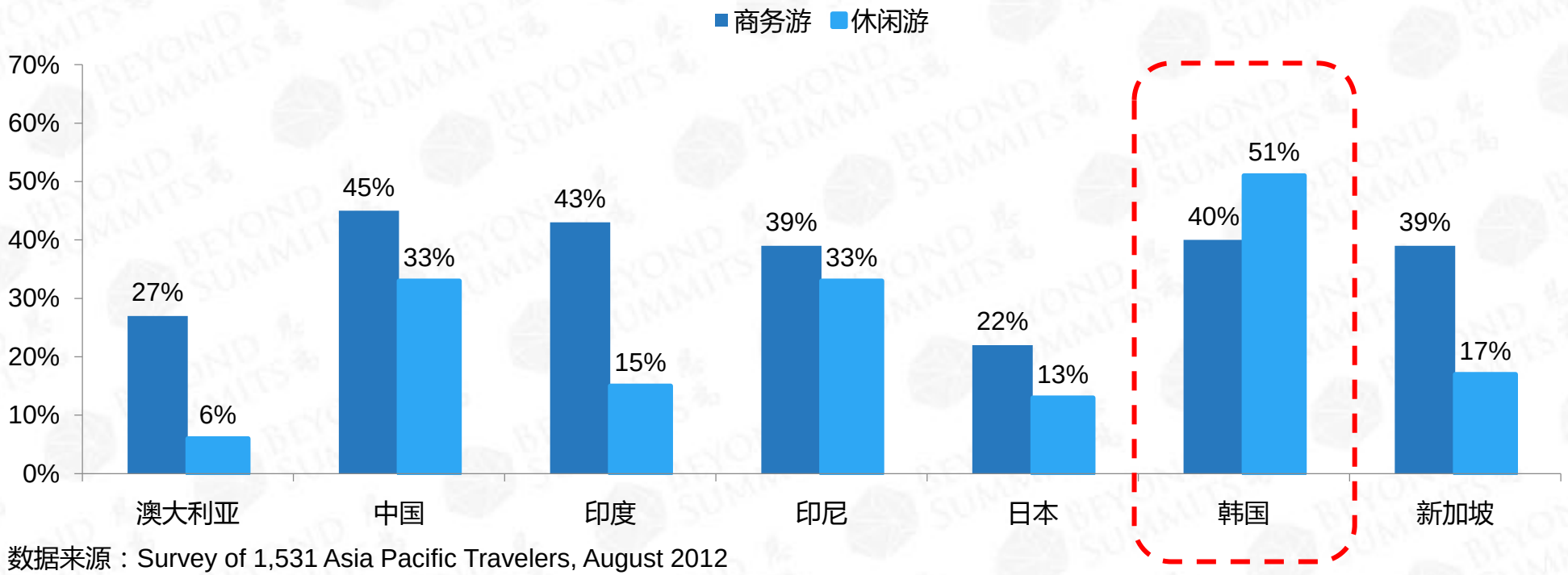
数据来源：Singapore Tourism Board

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客移动手机使用情况

2012年8月，在休闲游中，韩国游客使用智能手机安排和预订旅行的比例较高，为51%，而商务游则占到了40%，在其他国家中占的比例较高。据悉，韩国拥有者最高的智能手机渗透率。此外，由于网络对旅行者越来越重要，传统的旅游产品销售渠道将逐步被淘汰。

2012年8月韩国游客使用智能手机安排和预订旅行的比例



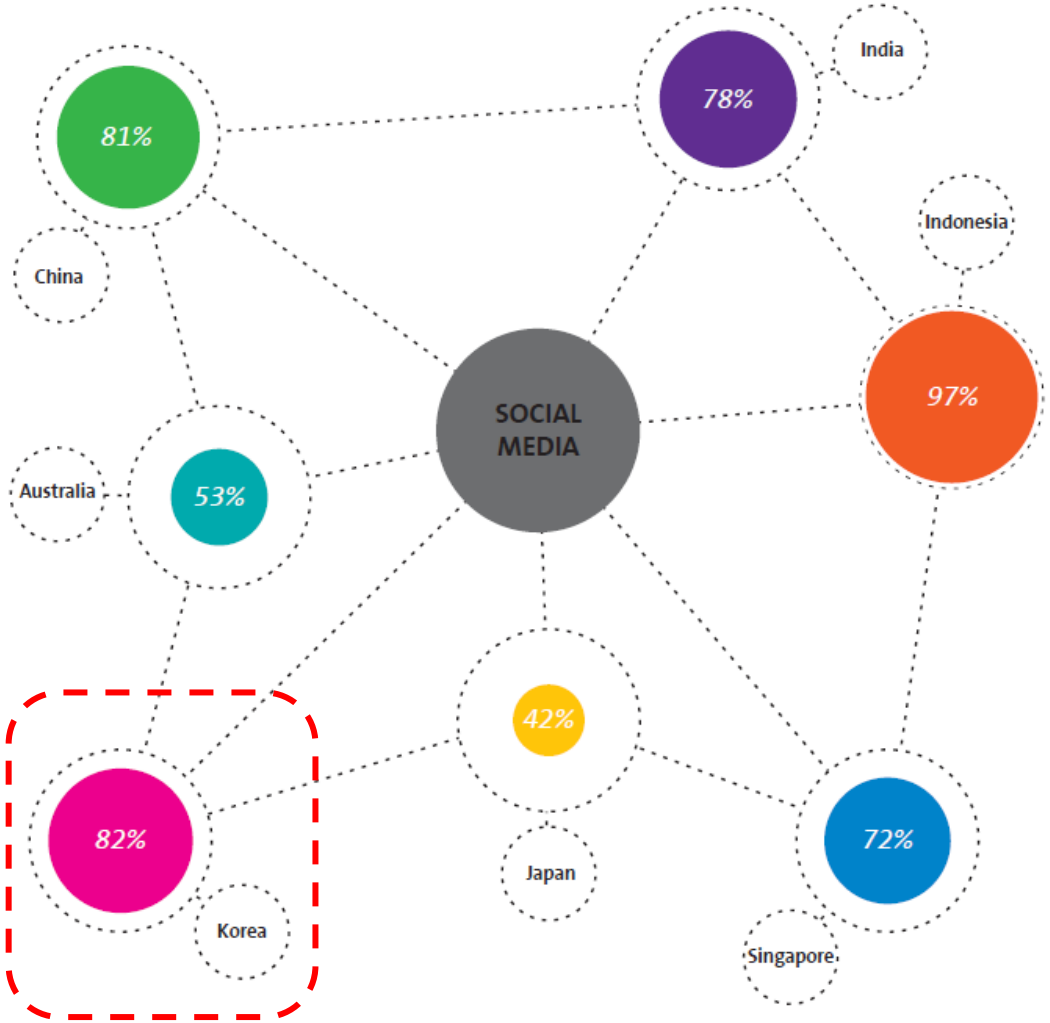
数据来源：Survey of 1,531 Asia Pacific Travelers, August 2012

© 2017 Beyond Summits

韩国出境游客社交媒体使用情况

- 韩国游客在旅行中使用社交媒体非常普遍，其中有超过80%的以休闲为目的的韩国游客在旅行中使用社交媒体，这个数字是除印尼以外最大的比例，比日本翻了一倍。

- 社交媒体对旅游产业至关重要，因为旅行者不仅使用它来做一些对于旅行的研究，也会用来交易。



数据来源：Survey of 1,531 Asia Pacific Travelers, August 2012

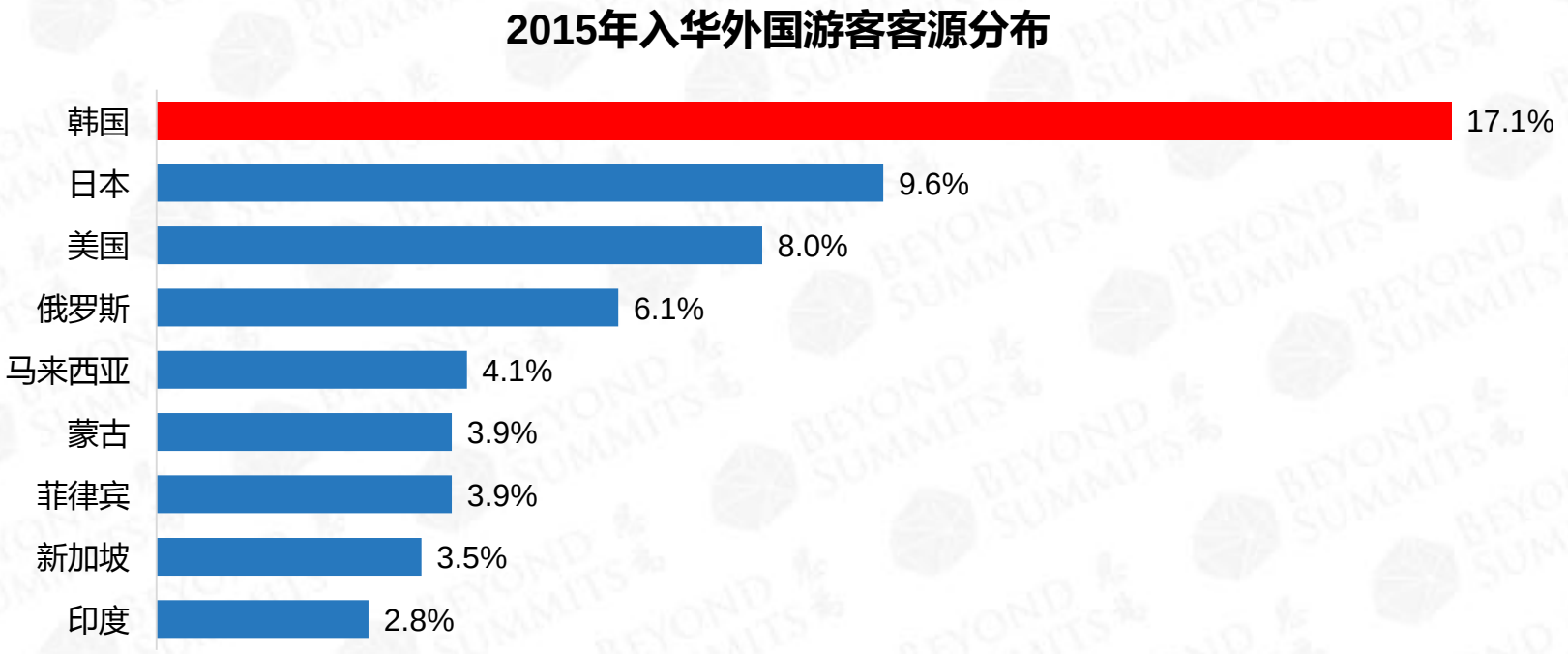
© 2017 Beyond Summits

入华韩国游客人数&目的地

© 2017 Beyond Summits

韩国在入华外国游客的地位

2015年，在来华的外国游客中，韩国游客的人数最多，排在了第一位，占到了总数的17.1%，可见韩国在入华外国游客中的地位不容小觑。



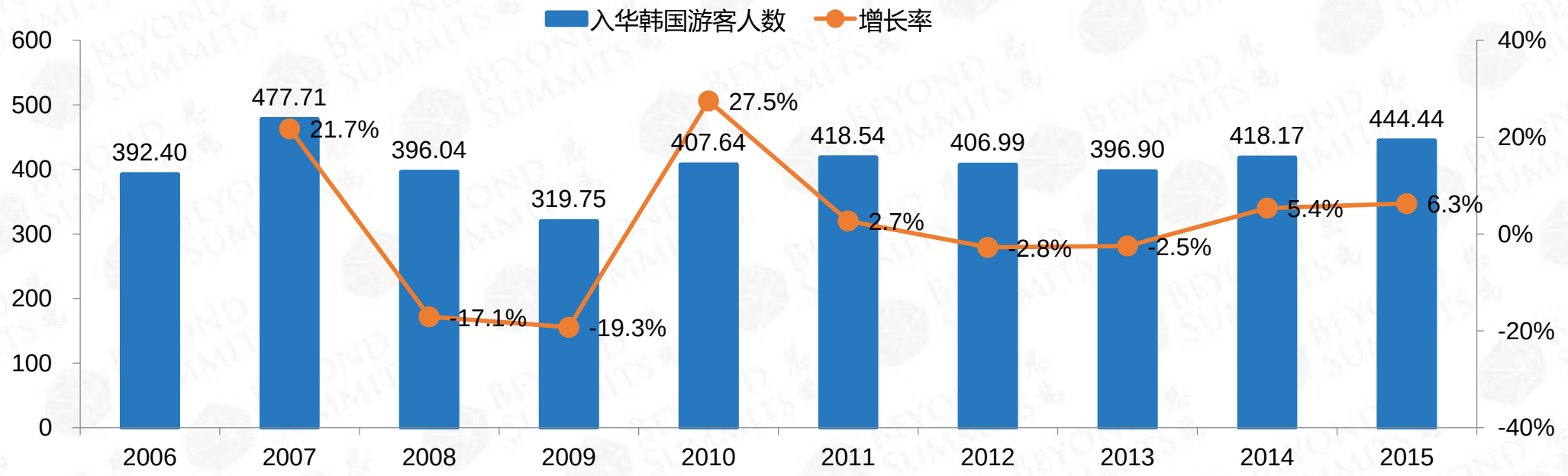
数据来源：中国国家旅游局

© 2017 Beyond Summits

入华韩国游客人数

近10年，来华的韩国游客人数有所波动，其中2008-2009年出现了大幅锐减，主要是由于全球金融危机导致韩国游客出境游意向较低。到2015年，入华韩国游客的人数达到了444.44人次，较前一年上涨了6.3%。当然，近两年，中韩两国关系良好，经贸、文教交往频繁，这为韩国游客到华旅游创造了坚实的基础。

2005-2015年入华韩国游客人数（万人次）



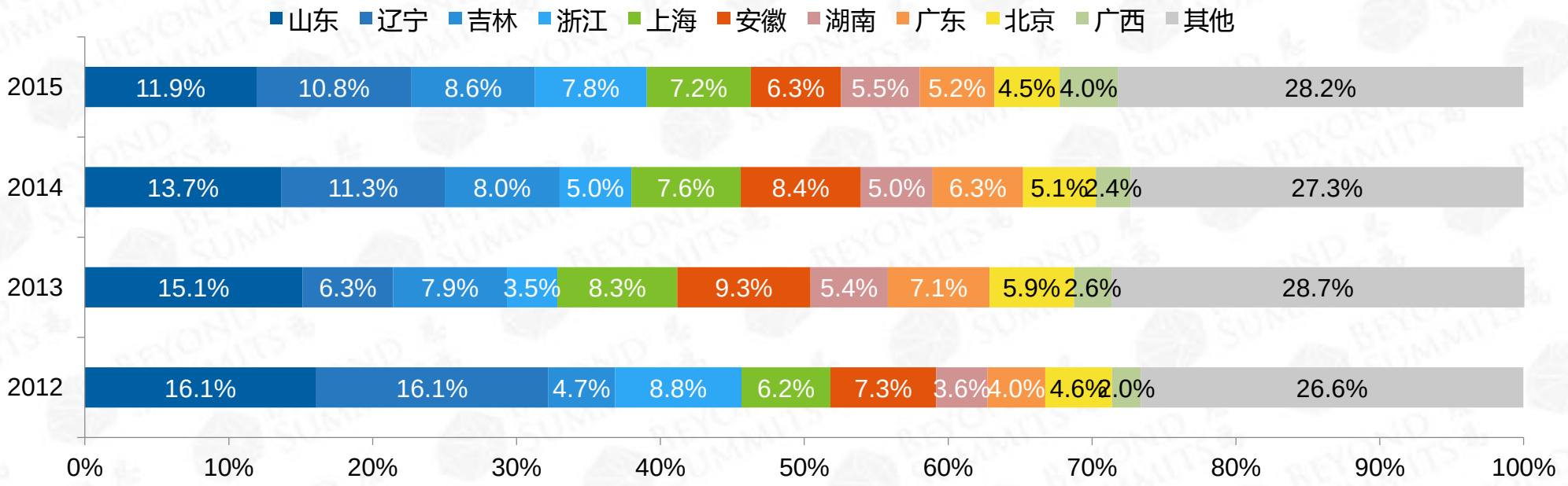
数据来源：中国国家旅游局

© 2017 Beyond Summits

入华韩国游客目的地分布

2012-2015年，入华的韩国游客前往最多的地区是为山东和辽宁，一方面韩国和山东之间的航班数在近几年出现明显增长，此外2014年山东烟台等城市在韩国首尔、仁川和釜山等城市进行了旅游专题促销活动。而辽宁地区则是由于两地的地理位置较近入境的韩国游客人数也较多。

2012-2015年入华韩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

© 2017 Beyond Summits

入华韩国游客目的地分布

2015年，入华的韩国游客中，去往最多的城市分别为上海、黄山和北京。值得注意的是，黄山虽然并不是经济较为发达的城市，但是却吸引了很多韩国游客前往，可见自然风光是吸引韩国游客的一大因素。此外，一些东北地区的城市也因地理优势吸引了大批的韩国游客，如沈阳和大连等。

城市	2015年韩国入境过夜游客人数
上海	**663,379**
黄山	**432,072**
北京	**415,887**
沈阳	344,734
大连	334,546
桂林	288,443
青岛	279,702
杭州	242,969
威海	237,612
重庆	232,501
烟台	187,360
长沙	175,519
深圳	169,690
天津	158,128
上海	663,379

数据来源：2016年中国旅游统计年鉴

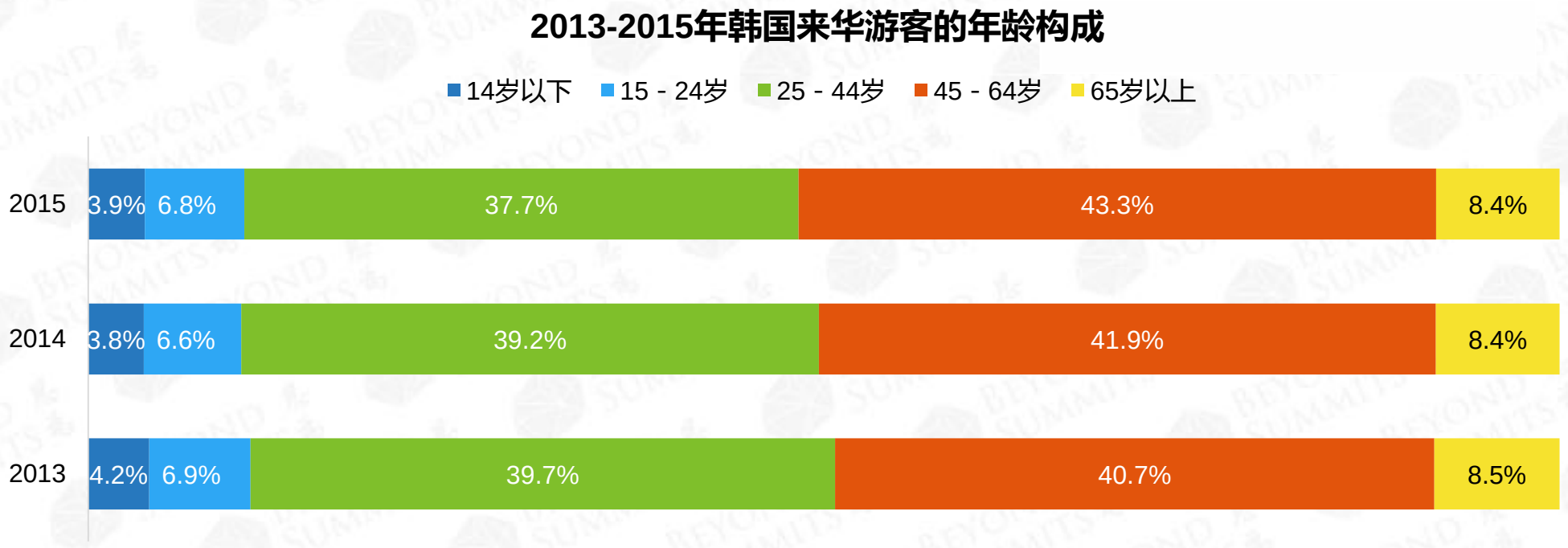
© 2017 Beyond Summits

入华韩国游客画像&触媒习惯

© 2017 Beyond Summits

韩国来华游客年龄

2013-2015年，韩国来华的游客中，主要年龄分布在45-64岁的中老年人，且有逐步增多的趋势；其次是25-44岁的中青年，这一比例在这几年出现了明显的萎缩。

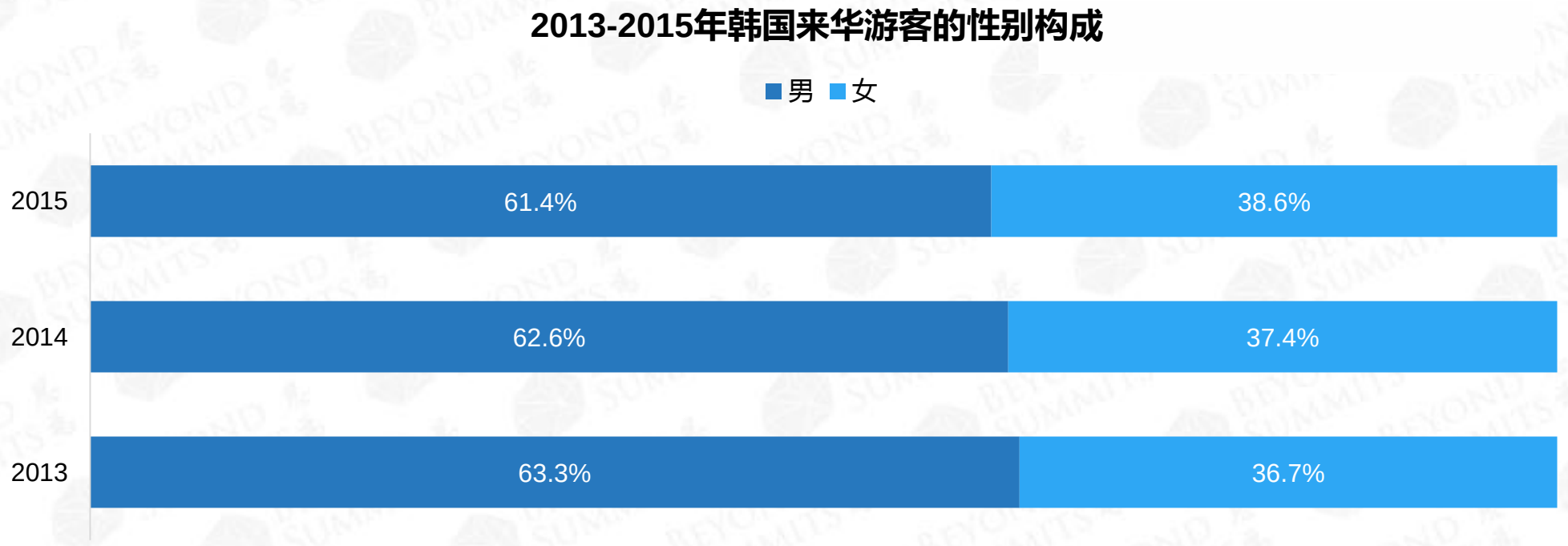


数据来源：中国国家旅游局

© 2017 Beyond Summits

韩国来华游客性别

2013-2015年，韩国来华的游客中，男性游客的整体比例较大。值得注意的是，女性游客的比例在逐年上升，2015年达到了38.6%。

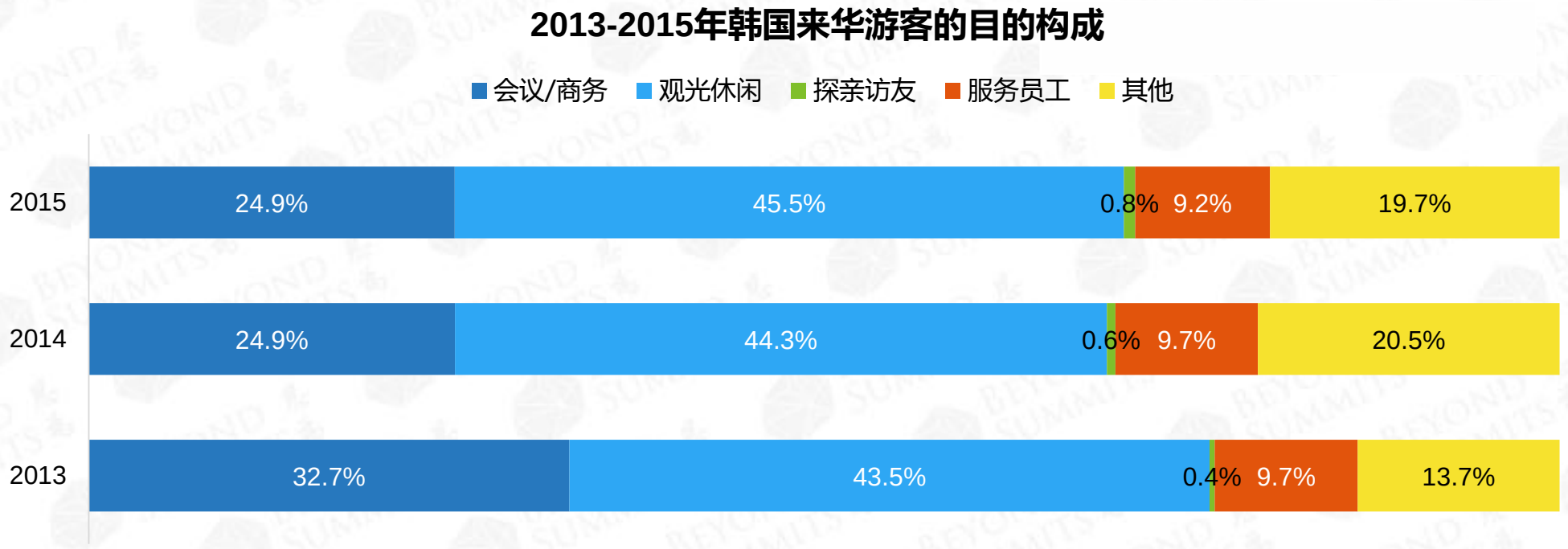


数据来源：中国国家旅游局

© 2017 Beyond Summits

韩国来华游客目的

2013-2015年，韩国来华的游客的目的中，观光休闲占的比例最大，且有逐步增加的趋势，2015年上升到45.5%；其次是会议/商务。

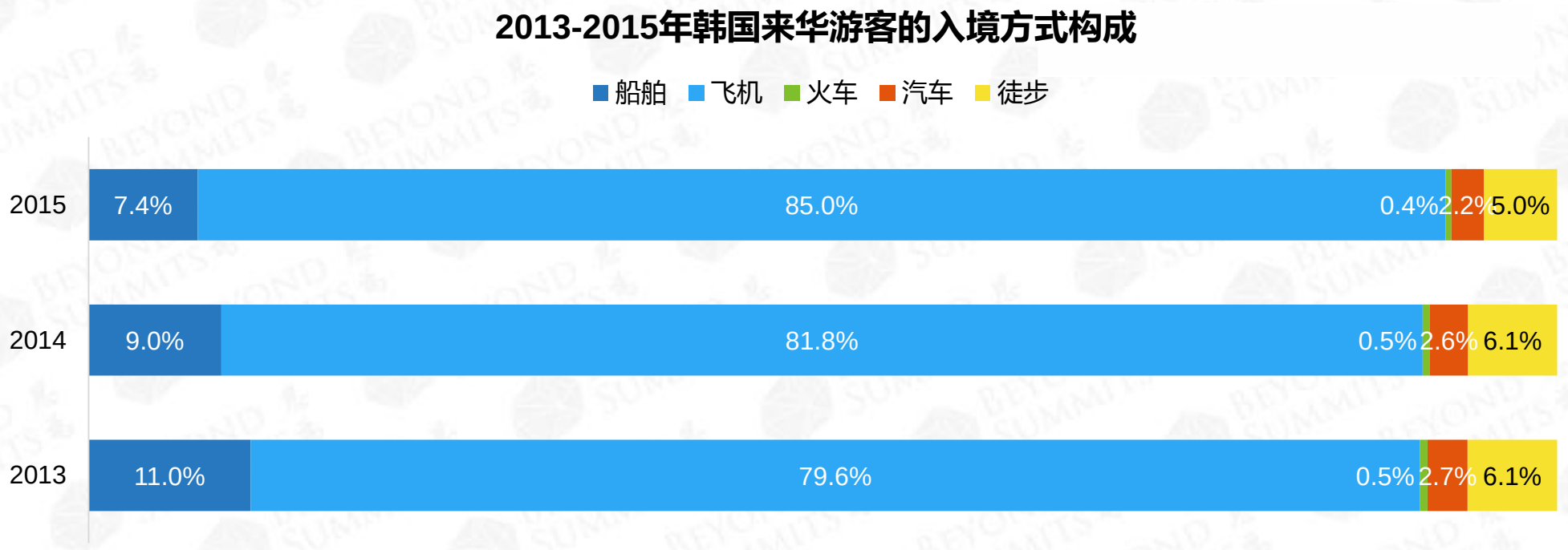


数据来源：中国国家旅游局

© 2017 Beyond Summits

韩国来华游客入境方式

2013-2015年，韩国来华的游客的入境方式中，选择飞机的比例最大；其次是船舶。

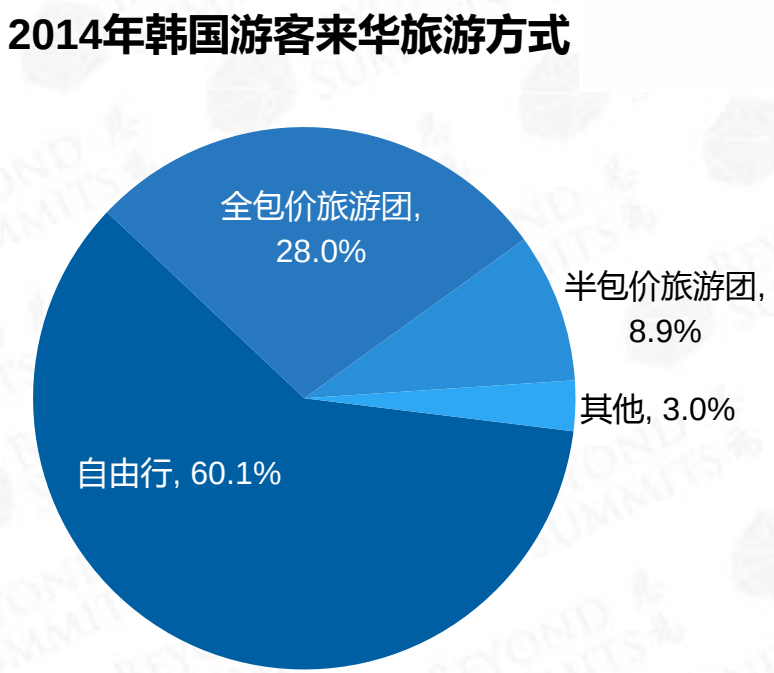


数据来源：中国国家旅游局

© 2017 Beyond Summits

韩国来华游客旅游方式

2014年，韩国来华游客选择的旅游方式主要为自由行，占到了60.1%；其次为全包价旅游团，在28.0%。

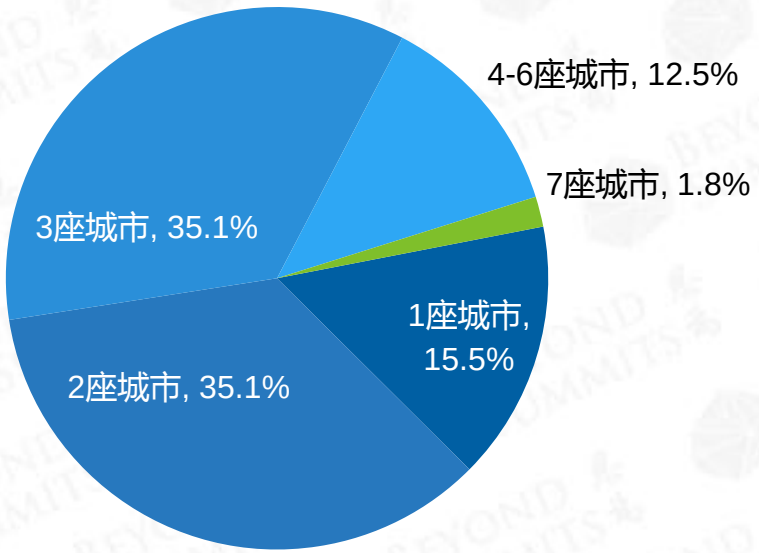


数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国来华游客旅游的城市数量

2014年，韩国来华旅游的游客选择城市的数量在2-3座的最多，分别占到了35.1%。

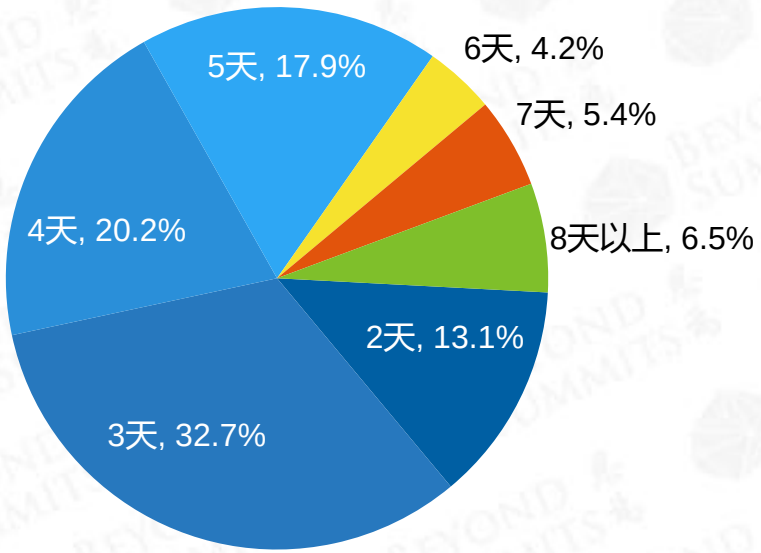


数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国来华游客停留时间

2014年，韩国来华的游客中，停留时间为3天的占的比例最高，在32.7%；其次为4天，占到了20.2%。

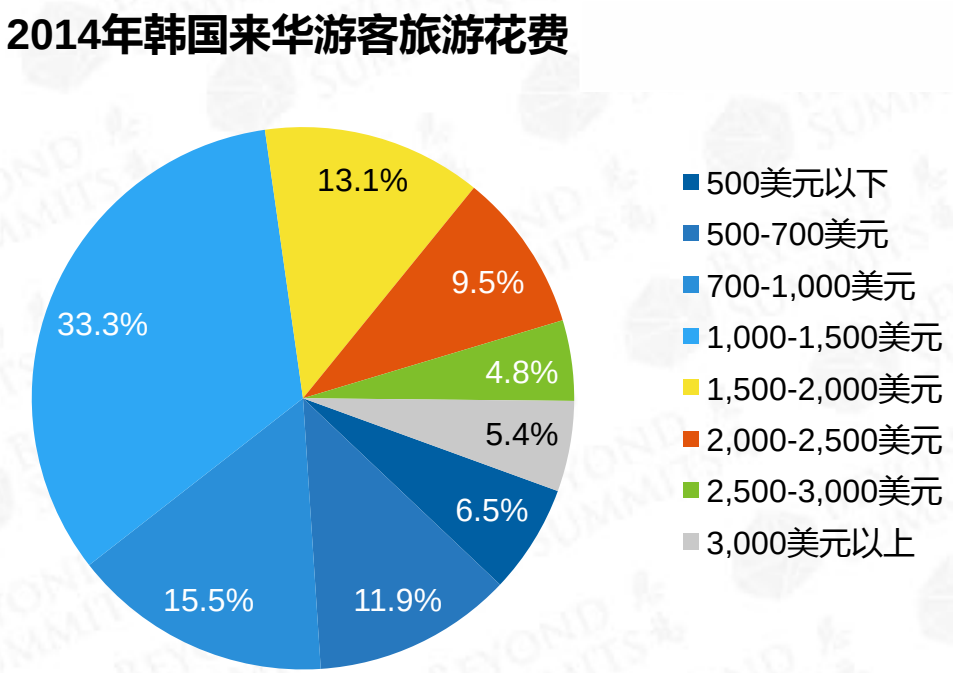


数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国来华游客旅游花费

2014年，韩国来华的游客中，旅游花费在1,000-1,500美元的比例最大，占到了33.3%；其次是700-1,000美元，在15.5%。



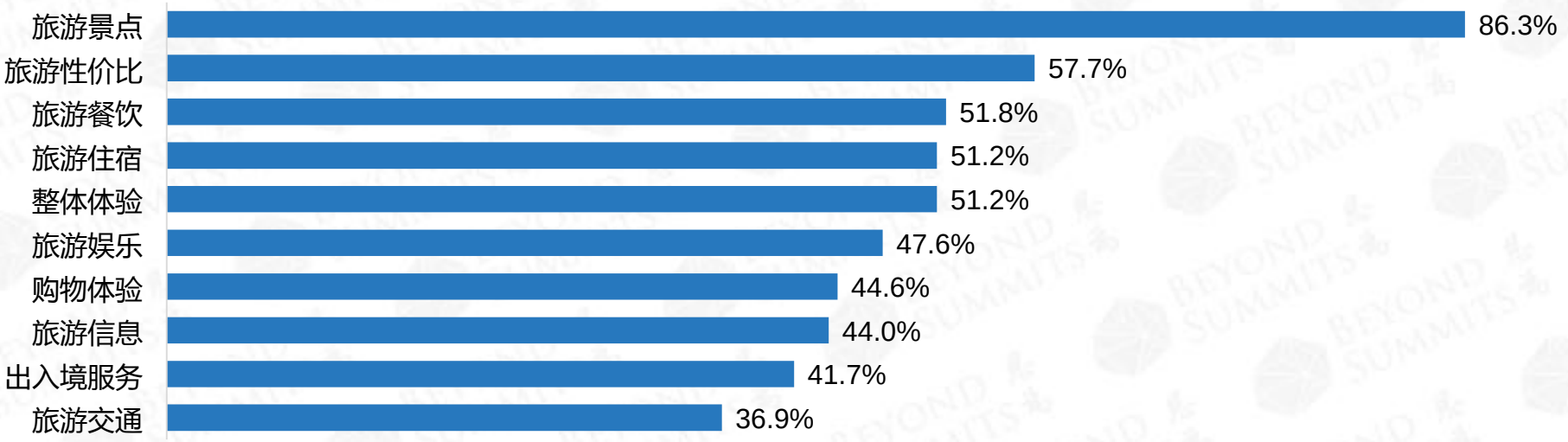
数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国来华游客满意度

2014年，韩国来华的游客中，对旅游景点的满意度最高，占到了86.3%；其次是旅游的性价比，为57.5%。其中，男性对旅游餐饮的满意度明显高于女性，女性则对旅行社的服务满意度更高。从年龄来说，40岁以上人群对旅游景点的满意度高于其他年龄段的人群。

韩国来华游客的满意度（可多选）

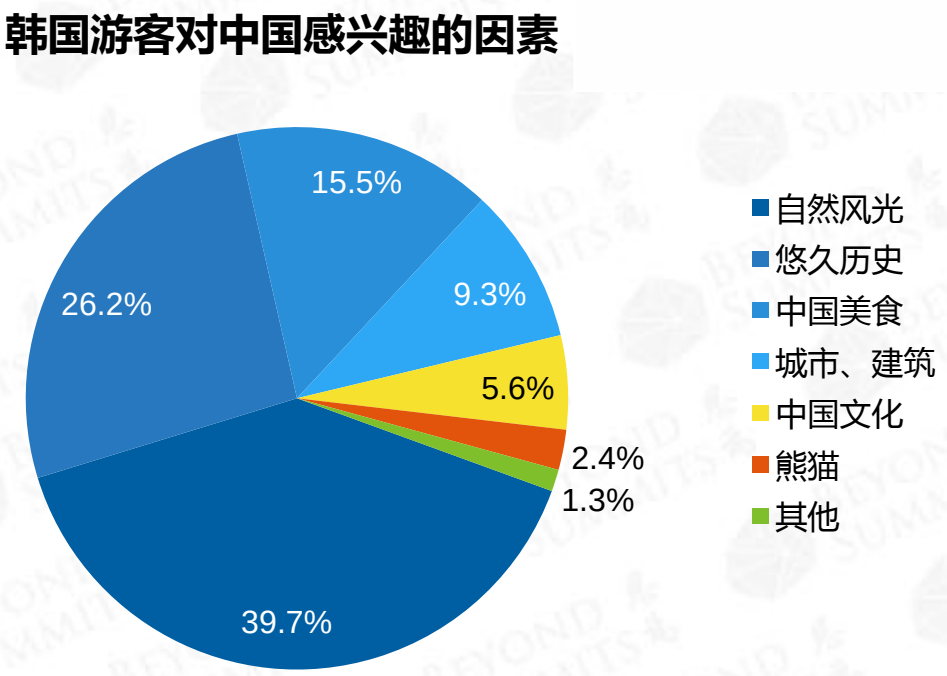


数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国游客对中国感兴趣的因素

2014年，韩国来华的游客对中国的自然风光和悠久的历史较为感兴趣，分别占到39.7%和26.2%。其中，40岁以上中青年人群对自然风光和悠久历史最感兴趣，20-29岁的青年群体则对中国美食感兴趣的比例更高。

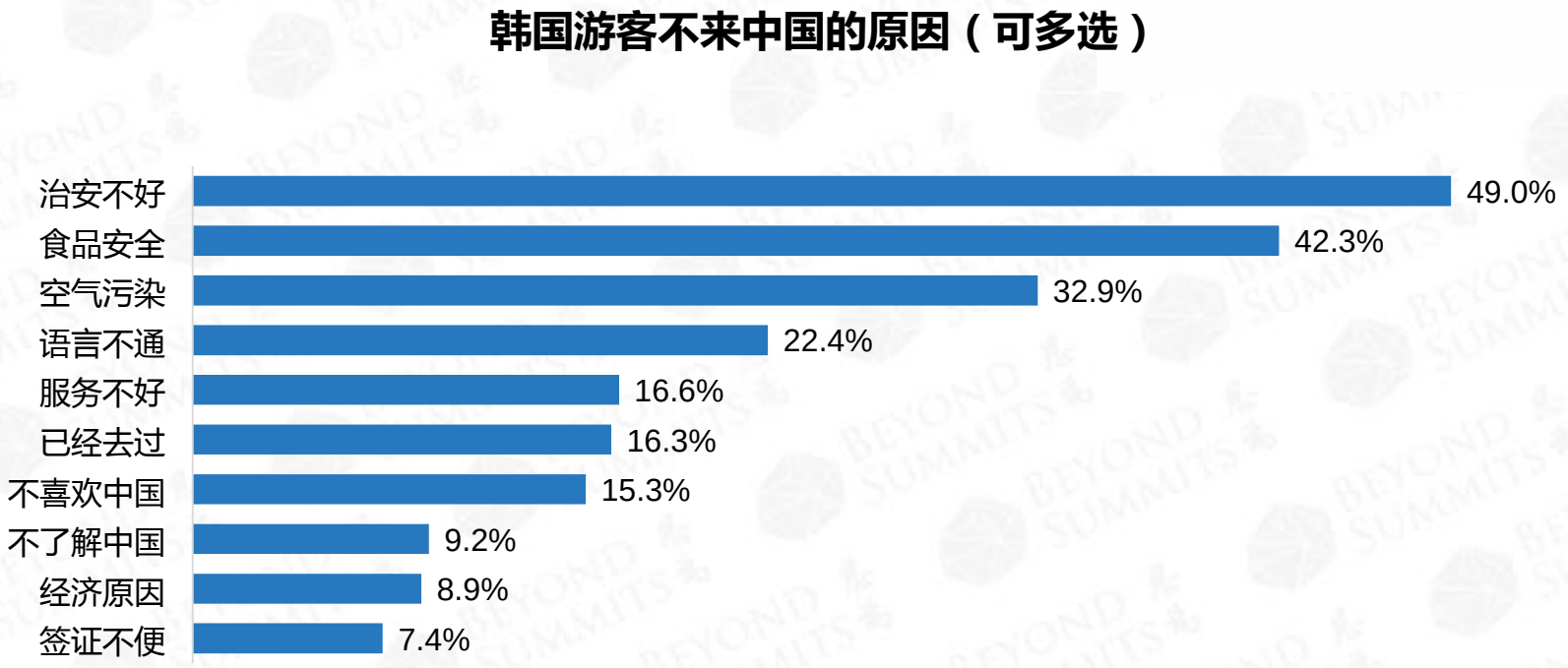


数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国游客不来中国的原因

2014年，在各种不喜欢来中国旅行的原因中，治安不好、食品安全和空气污染占的比例最大。



数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

中国主要城市在韩知名度

在中国的主要城市中，北京和上海的知名度最高，分别达到了90%以上的认知度。当然，被誉为“东方小巴黎”和“东方莫斯科”的哈尔滨在韩国人中也得到较高的认知度，在71.6%。

城市	知名度
北京	**95.6%**
上海	**92.9%**
哈尔滨	**71.6%**
青岛	58.1%
沈阳	40.1%
广州	38.7%
杭州	33.3%
天津	33.3%
深圳	33.1%
苏州	32.1%

城市	知名度
南京	31.2%
大连	28.4%
洛阳	27.0%
长春	23.6%
西安	21.0%
重庆	20.6%
张家口	18.7%
乌鲁木齐	15.1%
长沙	13.3%
成都	12.1%

数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国游客对中国城市未来旅游的意愿

与城市认知度相一致的是，韩国游客未来想去的中国城市同样也是北京、上海和哈尔滨，其中对北京和上海的吸引力最大，分别达到了67.5%和62.1%。

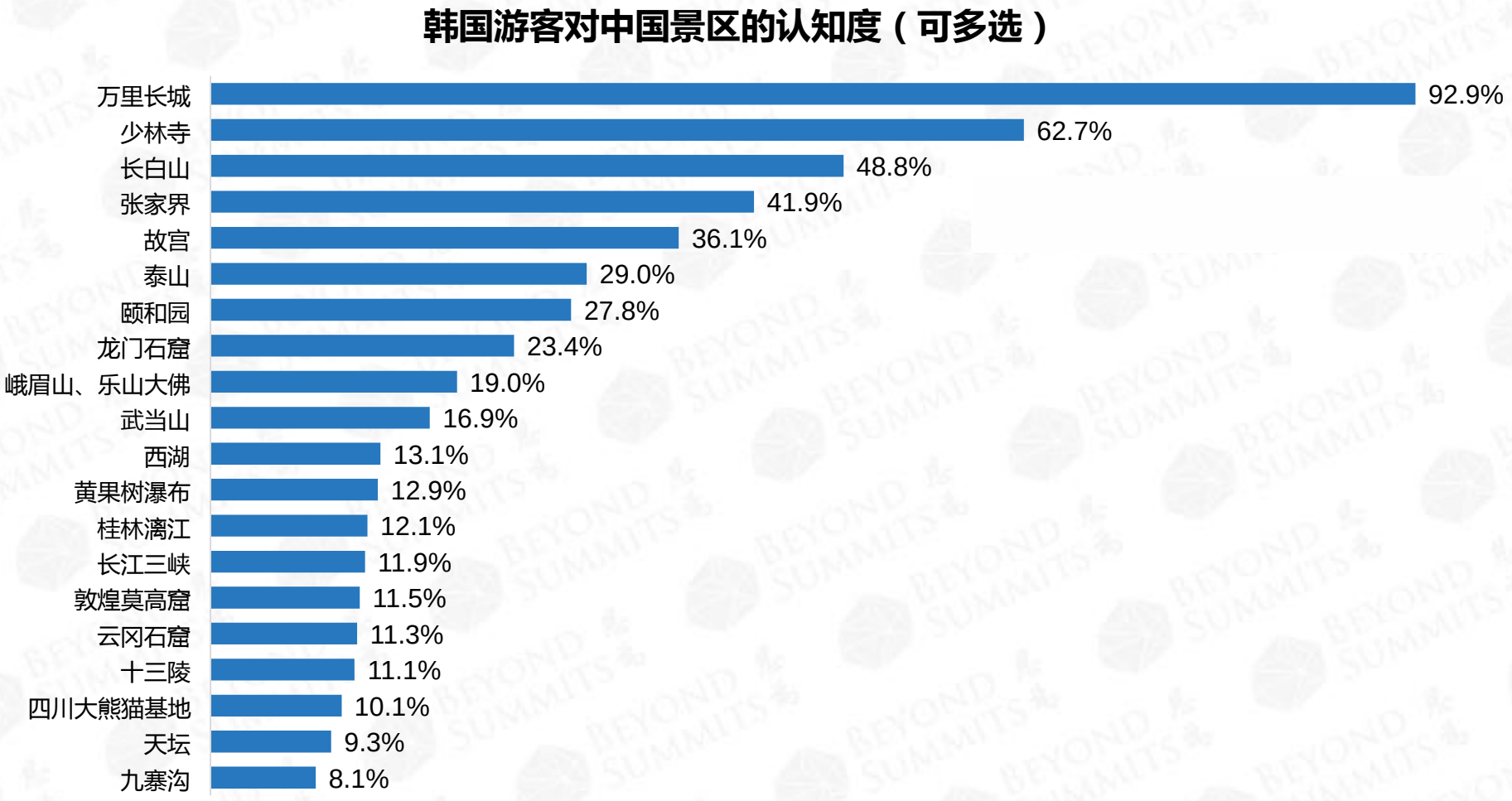
城市	未来旅游的意愿
北京	**67.5%**
上海	**62.1%**
哈尔滨	**25.2%**
青岛	19.0%
张家口	16.3%
苏州	12.5%
杭州	12.1%
西安	10.3%
洛阳	10.1%
深圳	9.3%

城市	未来旅游的意愿
沈阳	8.5%
重庆	8.1%
南京	7.9%
乌鲁木齐	6.9%
广州	6.5%
长春	6.2%
大连	6.0%
天津	5.2%
昆明	5.0%
开封	4.8%

数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

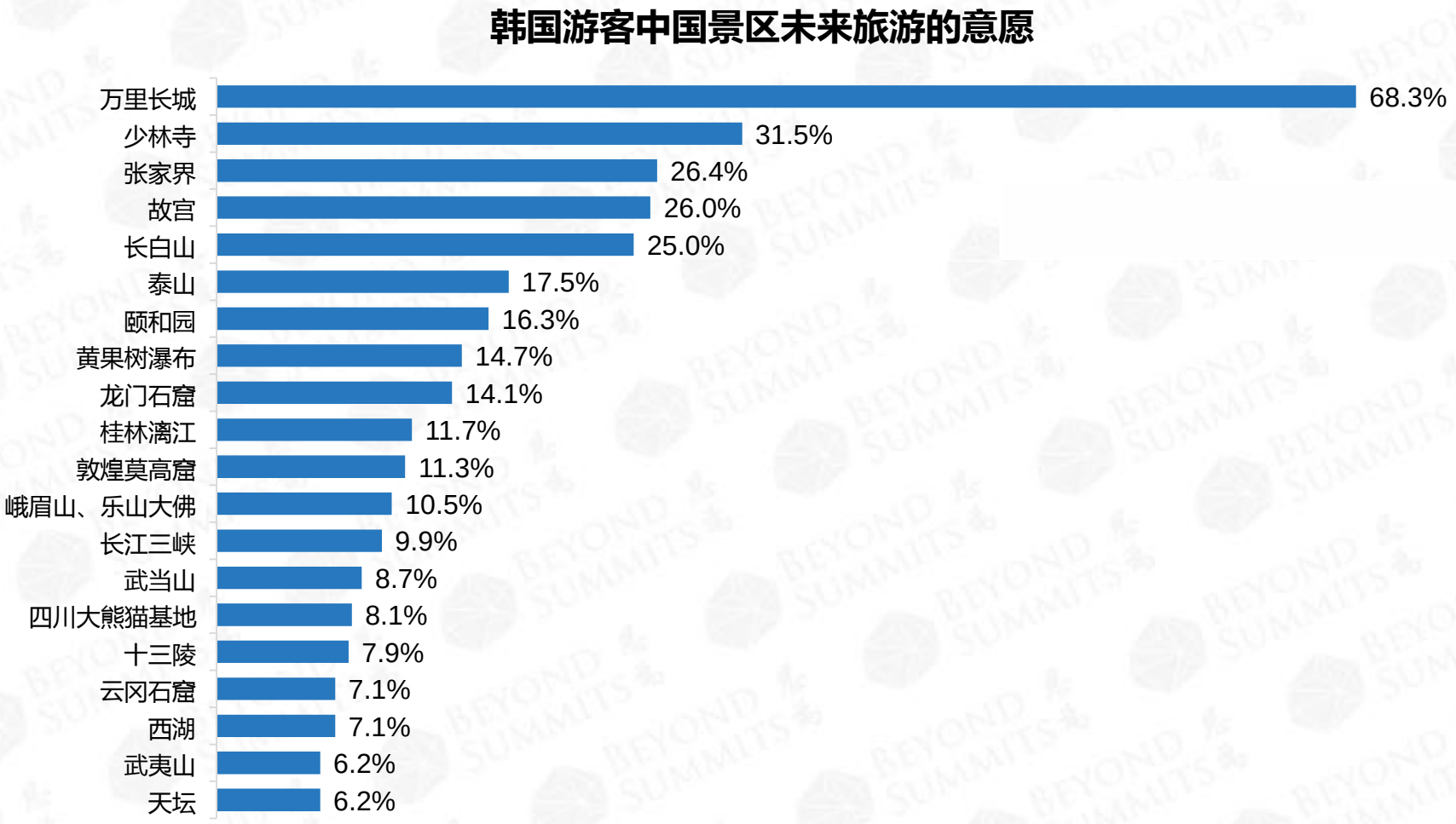
韩国游客对中国景区的认知度



数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国游客对中国景区未来旅游的意愿



数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国游客最感兴趣的中国旅游带

2014年，韩国游客最感兴趣的旅游带为万里长城旅游带，这与他们对万里长城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还可以看出中国的自然风光和悠久历史是吸引韩国人来旅游的最主要原因，且对于旅游带的整体造访兴趣高于景区和城市，而且分布更为均匀。

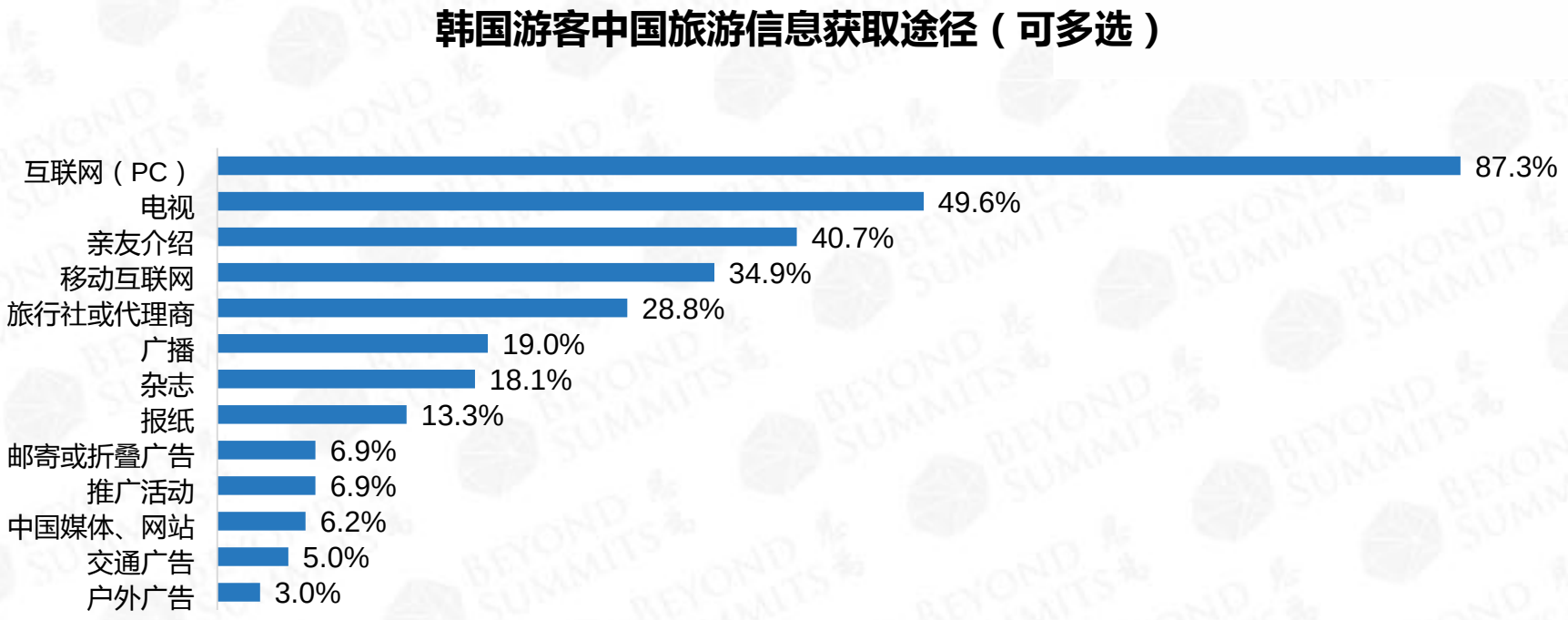
中国旅游带	兴趣度
万里长城旅游带	79.6%
京西沪桂广旅游带	70.6%
丝绸之路	63.1%
长三角区域游	56.2%
黄河旅游带	54.0%
松花江、鸭绿江旅游带	49.2%
长江旅游带	48.2%
内蒙古草原之旅	42.9%
滨海城市度假游	37.7%
丽江香格里拉游	33.3%
京杭大运河旅游带	32.3%
青藏铁路沿线游	25.8%
京广铁路游	25.6%

数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国游客获取中国旅游信息途径

87.3%的韩国人通过互联网获取中国旅游信息，通过电视和亲友介绍的约在40%左右。而户外和交通工具（巴士、地铁）的则最低，在5%及以下。



数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

韩国游客对中国省市旅游传播活动的认知

2014年，韩国游客对中国省市进行旅游传播活动的认知度整体较低，其中有41.2%的韩国游客从未接触过任何的中国旅游传播活动。当然，在这20个省市中，北京和上海的传播活动认知度仍是最高的，分别占到了46.7%和44.5%。

城市	旅游传播活动的认知度
北京	**46.7%**
上海	**44.5%**
天津	**7.6%**
广东	7.2%
黑龙江	6.4%
青海	6.0%
内蒙古	6.0%
四川	5.8%
海南	5.6%
吉林	5.2%

城市	旅游传播活动的认知度
云南	4.6%
山东	4.6%
河南	4.2%
重庆	3.8%
贵州	3.4%
浙江	3.4%
湖南	3.2%
江苏	2.8%
山西	2.4%
西藏	2.0%

数据来源：2014年韩国来华旅游舆情及传播调查报告

© 2017 Beyond Summits

Thank You

© 2017 Beyond Summits