

# 中国市场概览 China Market Overview



# Tourism

## Summary :

- 中国出境游的国内游客总数不断攀升，但是入境的外国游客总数近几年基本维持在固定水平，但入境旅游的外汇收入历年来一直保持增长，说明入境旅游的海外游客的支付意愿和能力逐年走高。
- 海外游客主要通过互联网了解中国旅游信息。主要通过搜索引擎、航空公司官网、酒店官网、旅行社官网来获取旅行相关的信息。六成入境来华的外国游客会选择自由行的方式来中国。近年来，通过私人定制方式来华的老外慢慢增多。
- 由于信息渠道有限和文化不同，境外游客来中国旅游之前和之后的反响截然不同，来前的顾虑往往会变成来后最大的满意点。表明中国旅游目的地应该更多走向国门，让世界游客知道和了解中国，架起更多信息和沟通的桥梁。

## Summary :

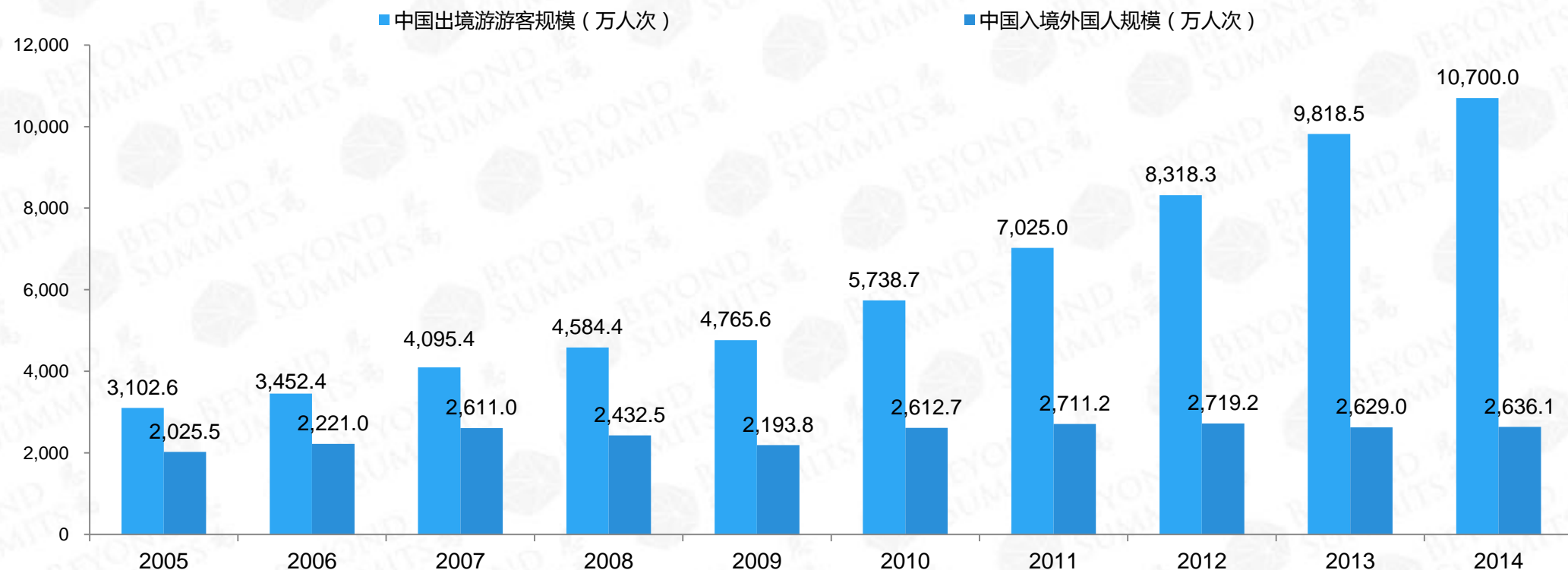
- 2014年出境游方面，国人更热衷于亚太游，很多国内游客选择去泰国、香港、台湾旅游，相比以前，这些年国人出国旅游时消费意愿和能力逐年走高。
- 信息渠道方面，国人更愿意通过攻略和朋友来获取出境旅游的信息，但是在诸多信息渠道中，国人更相信在线点评网站和亲朋好友的口碑建议。
- 截止到2015年上半年，全世界的旅行爱好者最爱去伦敦、曼谷、巴黎、迪拜等地，其中亚太地域的目的地非常受欢迎。

## Summary :

- 2014年国内富豪的出差频率较高，每月近三分之一的时间在外出差，而出国旅游的次数相比13年则有所下降，每四次外出旅游中有一次是出国游。
- 富人出国旅游时多以中短途为主，消费也较为理性。平均每次出境旅行以5-8天居多，每次出国旅游的个人花费平均为5500 美元（不含机票）。
- 2014年，中国富豪出境游的主要目的是观光，其次为购物。因此出境旅行时大多以购物、体验当地景色和文化为主。
- 三亚、香港、滇藏线是近年中国富豪们国内旅行的首选目的地。而澳洲、法国和迪拜越来越受到国内富豪的钟爱，成为出境旅游时的主要目的地。

中国出境游的国内游客总数不断攀升，但是入境的外国游客总数近几年基本维持在固定水平，每年约2600万人次老外入境。

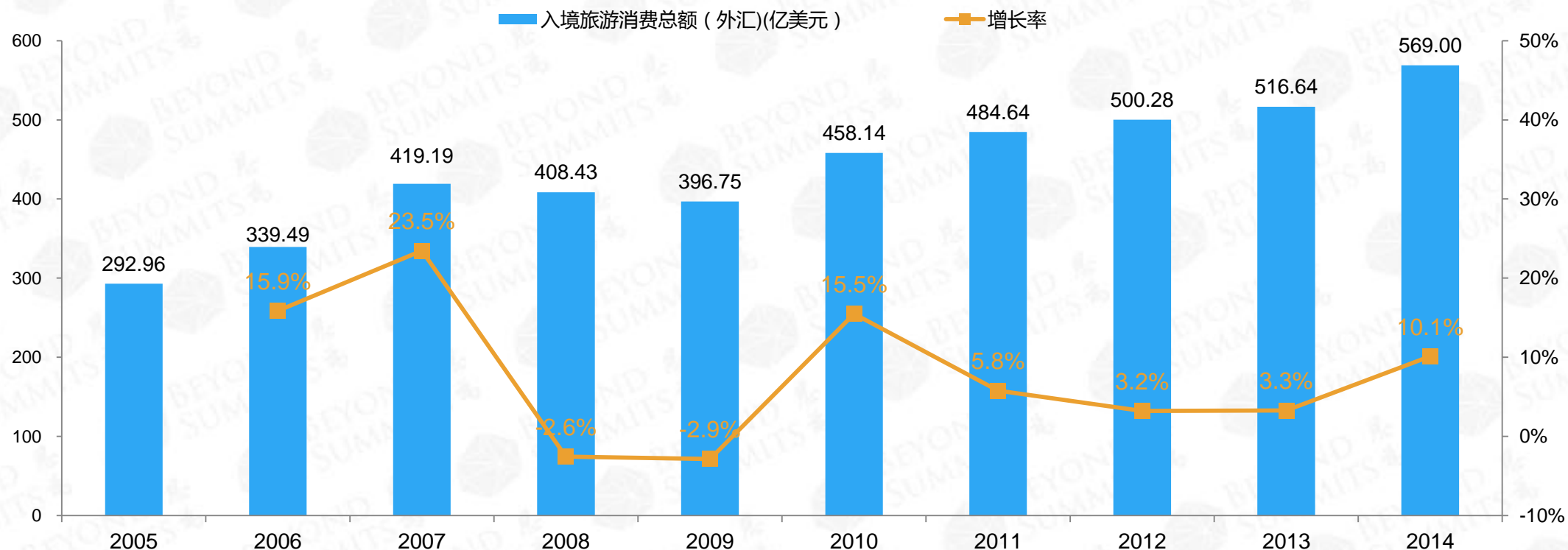
### 近十年中国出入境游游客总数



Source : 国家旅游局 《2007-15年中国旅游业统计公报》、国家旅游局政策法规司

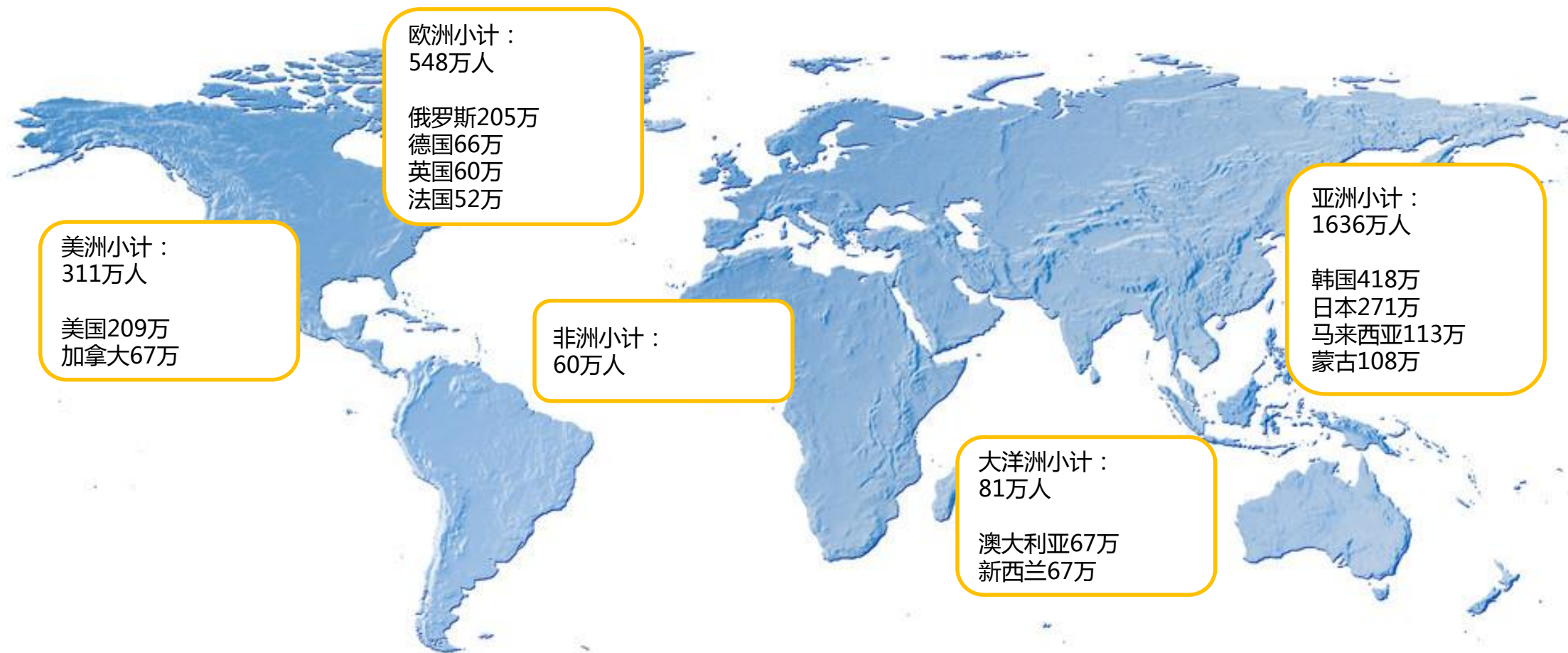
中国入境旅游的外汇收入历年来一直保持增长，14年的旅游收入比起13年达到10%的增长，15年预计更高。

### 近10年中国入境旅游（外汇）收入



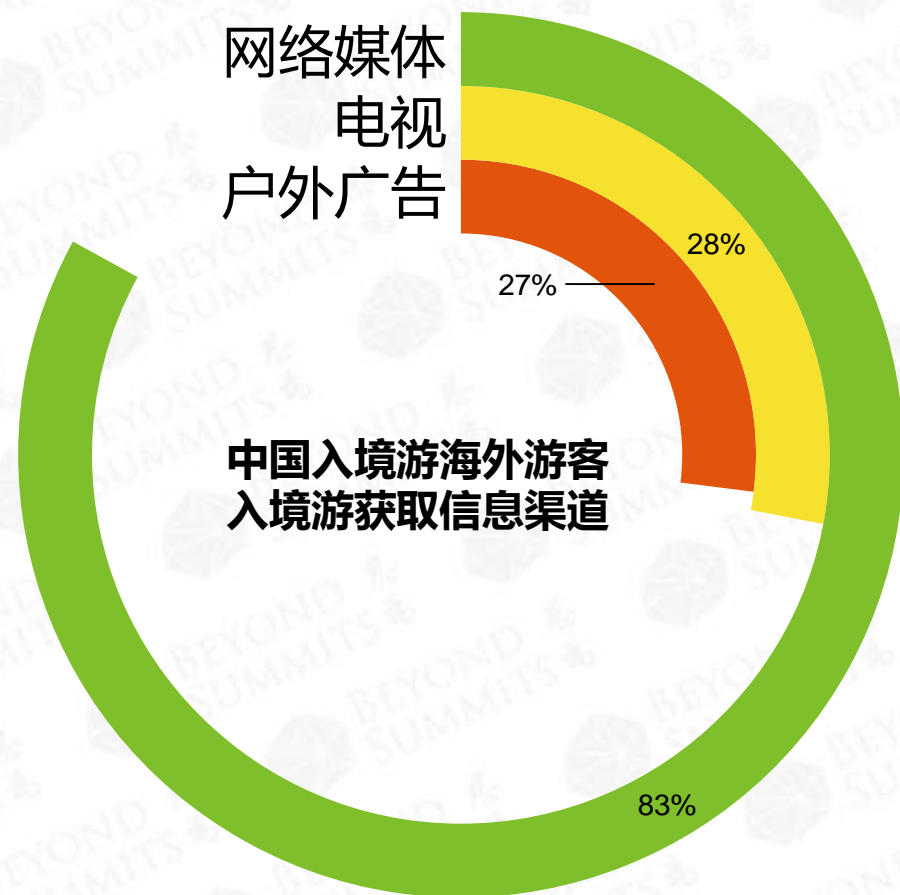
Source : 国家旅游局 《2015中国旅游业发展报告》

## 2014年入境来华旅游客源地分布

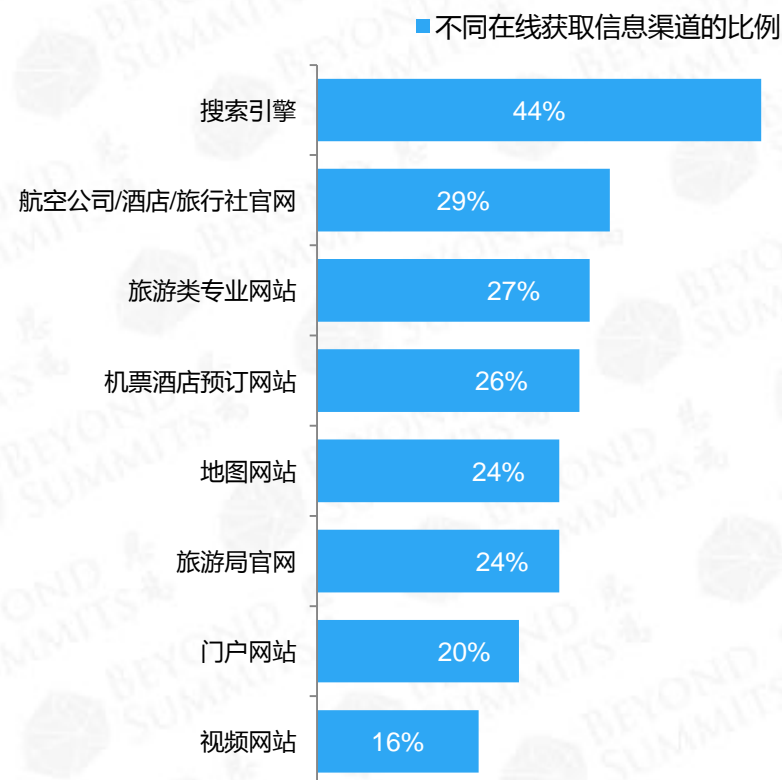




海外游客主要通过互联网了解中国旅游信息。主要通过搜索引擎、航空公司官网、酒店官网、旅行社官网来获取旅行相关的信息。



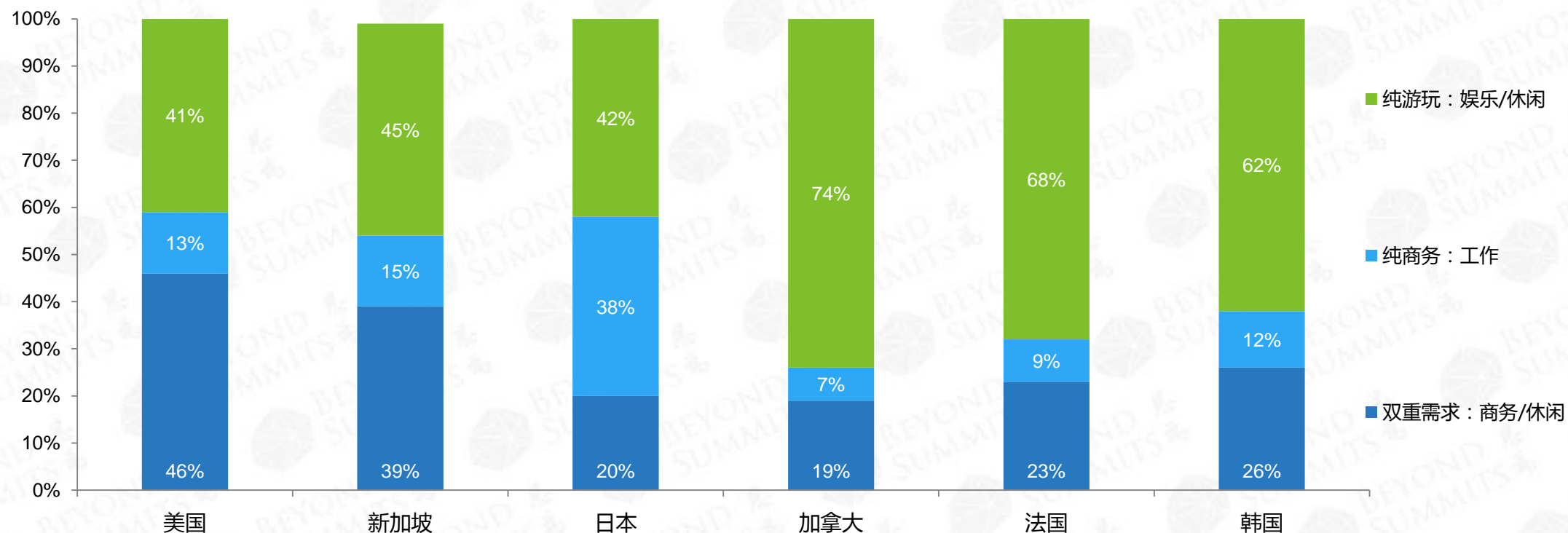
入境游海外游客在线获取信息渠道



Source : Google & Millward Brown 《中国入境游海外游客行为与态度研究报告》

客源地商业程度越发达，因公来华旅行的比例就越高；而诸如加拿大、法国、韩国等国家的游客，大多来中国的目的就是娱乐和休闲。

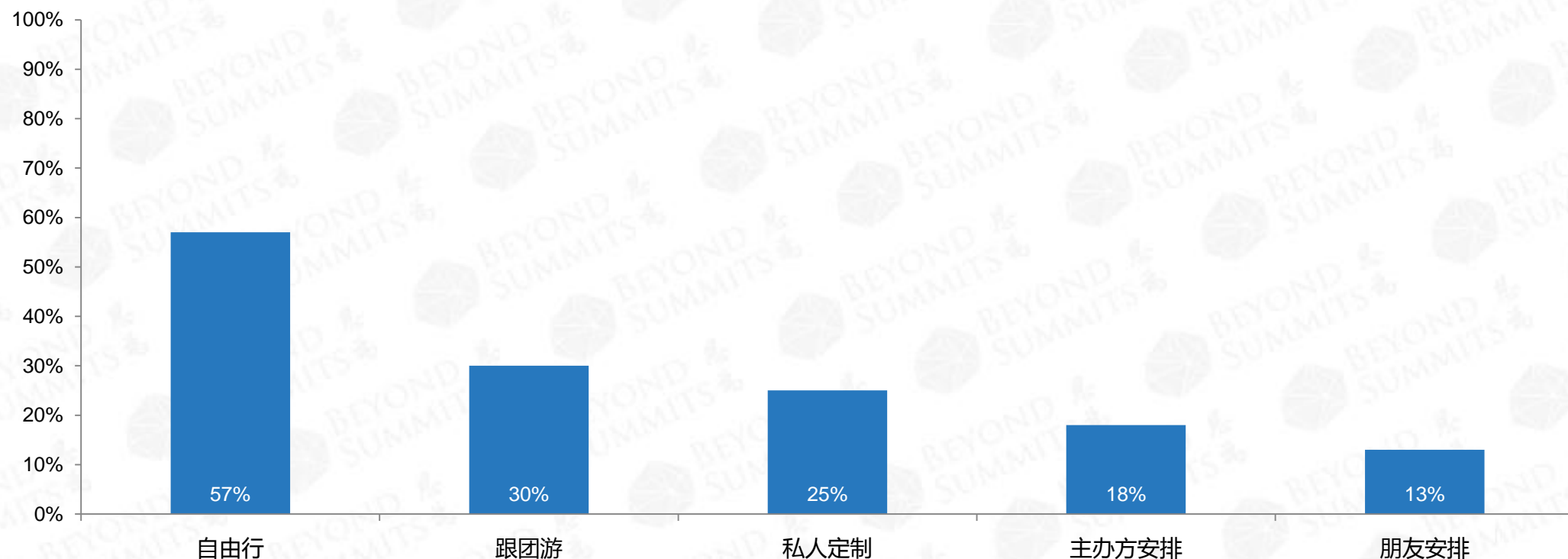
2015年来华游客目的&目标



Source : Google & Millward Brown, 《中国入境游海外游客行为与态度研究报告》

六成入境来华的外国游客会选择自由行的方式来中国。近年来，通过私人定制方式来华的老外慢慢增多。

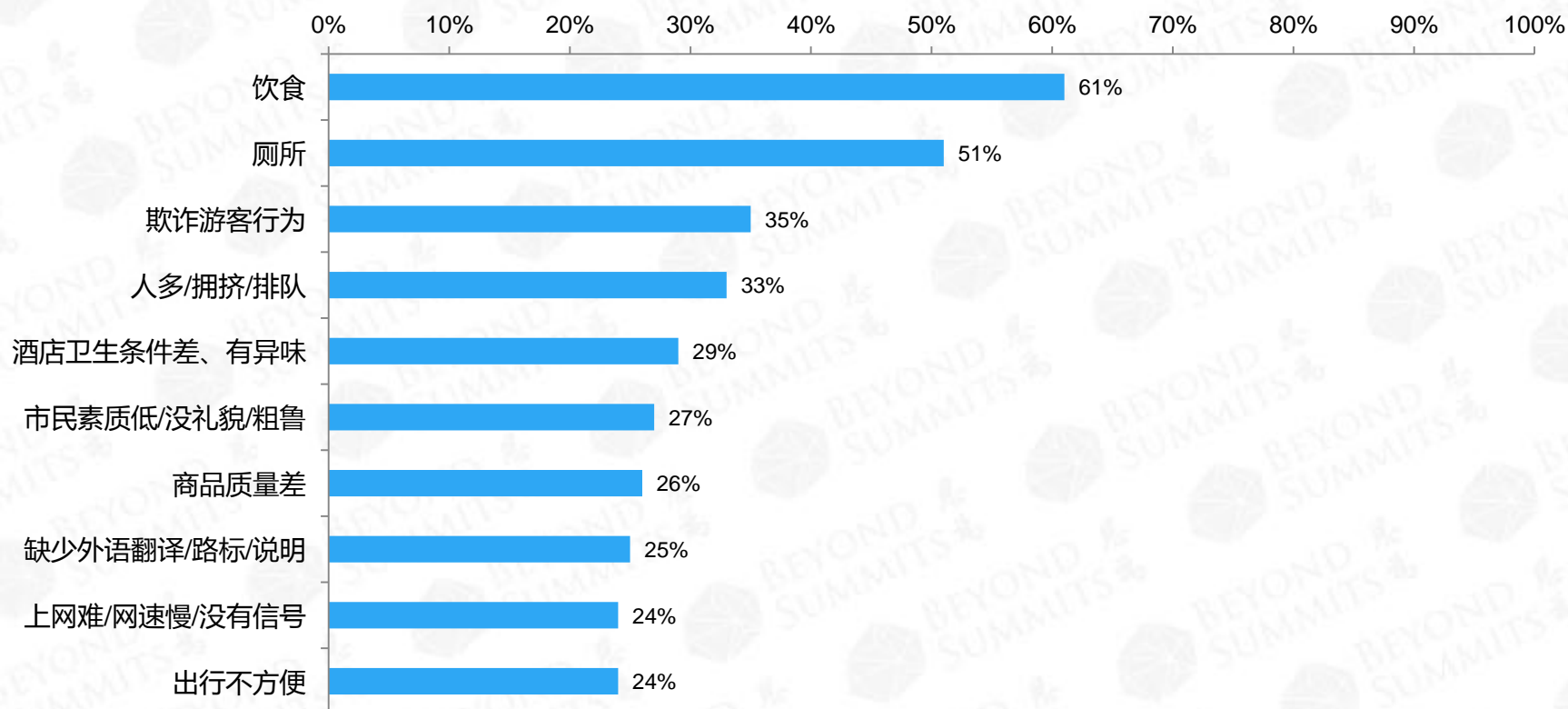
2015年入境来华游客旅游方式



Source : Google & Millward Brown, 《中国入境游海外游客行为与态度研究报告》

食宿的卫生状况和陌生的生活条件是外国人来华的主要顾虑。

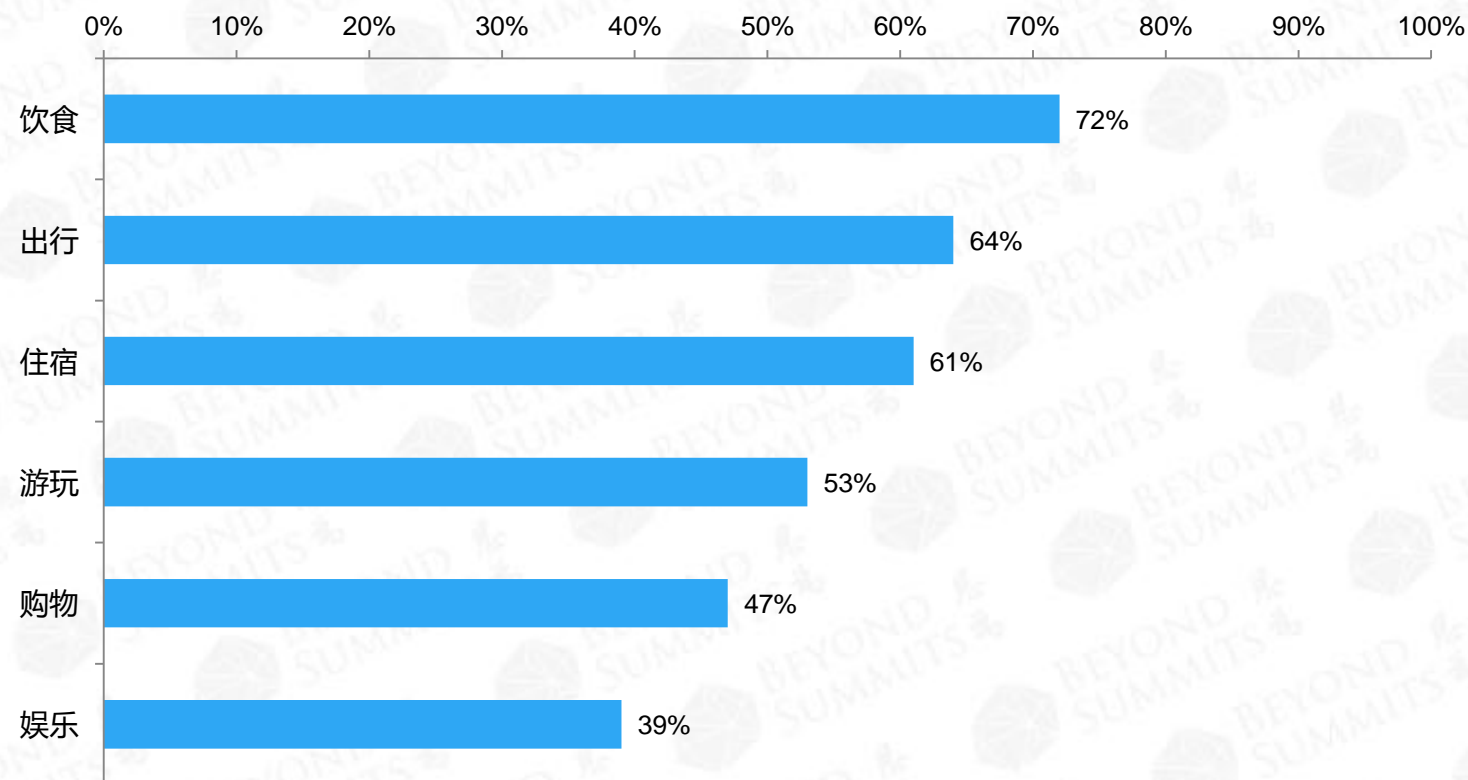
2015年入境来华游客主要顾虑



Source : Google & Millward Brown, 《中国入境游海外游客行为与态度研究报告》

不同于之前的顾虑，经过一段在华旅游体验，外国游客大多对中国的饮食、出行和住宿较为满意。

2015年入境来华游客在华体验满意度



Source : Google 《2015中国入境游海外游客大调查》

## Facebook 上被提及最多的10大中国城市：

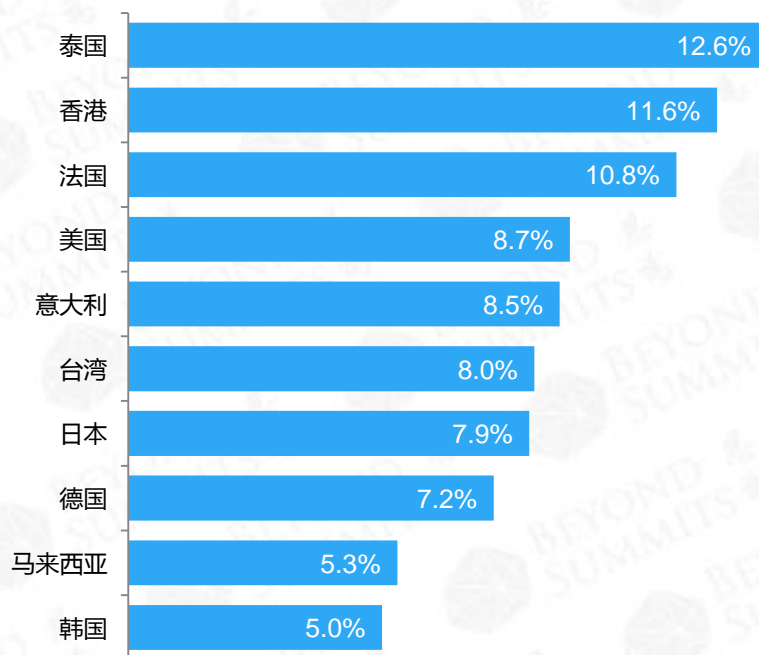
北京  
上海  
杭州  
成都  
深圳  
南京  
青岛  
西安  
重庆  
武汉

## Facebook 用户最终前往的10大中国景点：

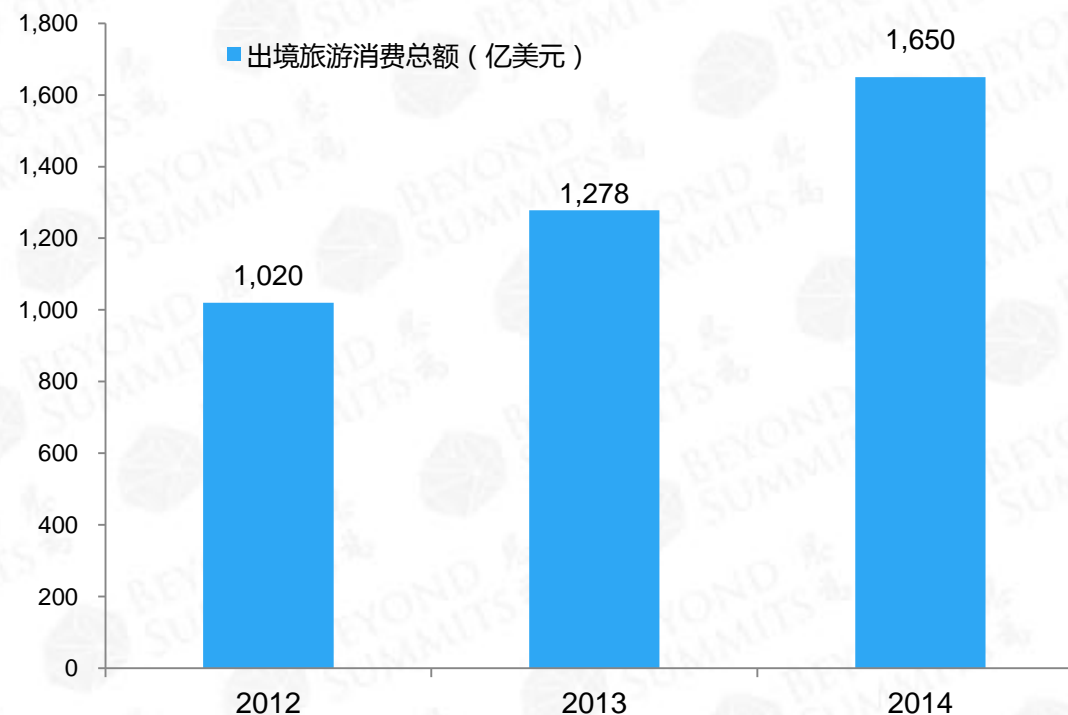
张家界  
丽江  
九寨沟  
峨眉山  
三峡  
长隆  
华山  
西湖  
长城  
少林

2014年国人更热衷亚太游，很多国内游客选择去泰国、香港、台湾旅游。同时，国人出国旅游时越发愿意花钱和消费。

2014年中国自助出境旅游目的地排名



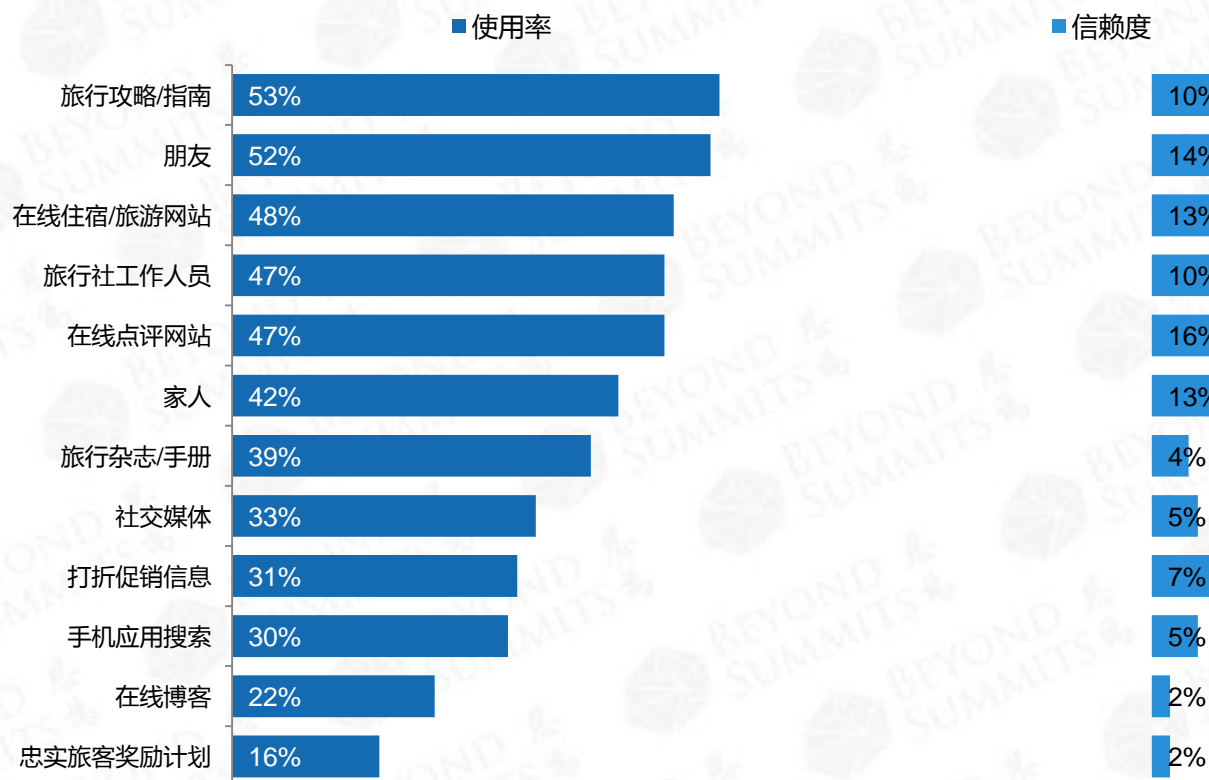
国人出境旅游消费总额



Source : 穷游网 《2014出境自助游行业报告》、世界旅游城市联合会 《中国公民出境（城市）旅游消费市场调查报告》

国人更愿意通过攻略和朋友来获取出境旅游的信息，但是在诸多信息渠道中，国人更相信在线点评网站和亲朋好友的口碑建议。

### 2014年中国人出境旅游的信息来源

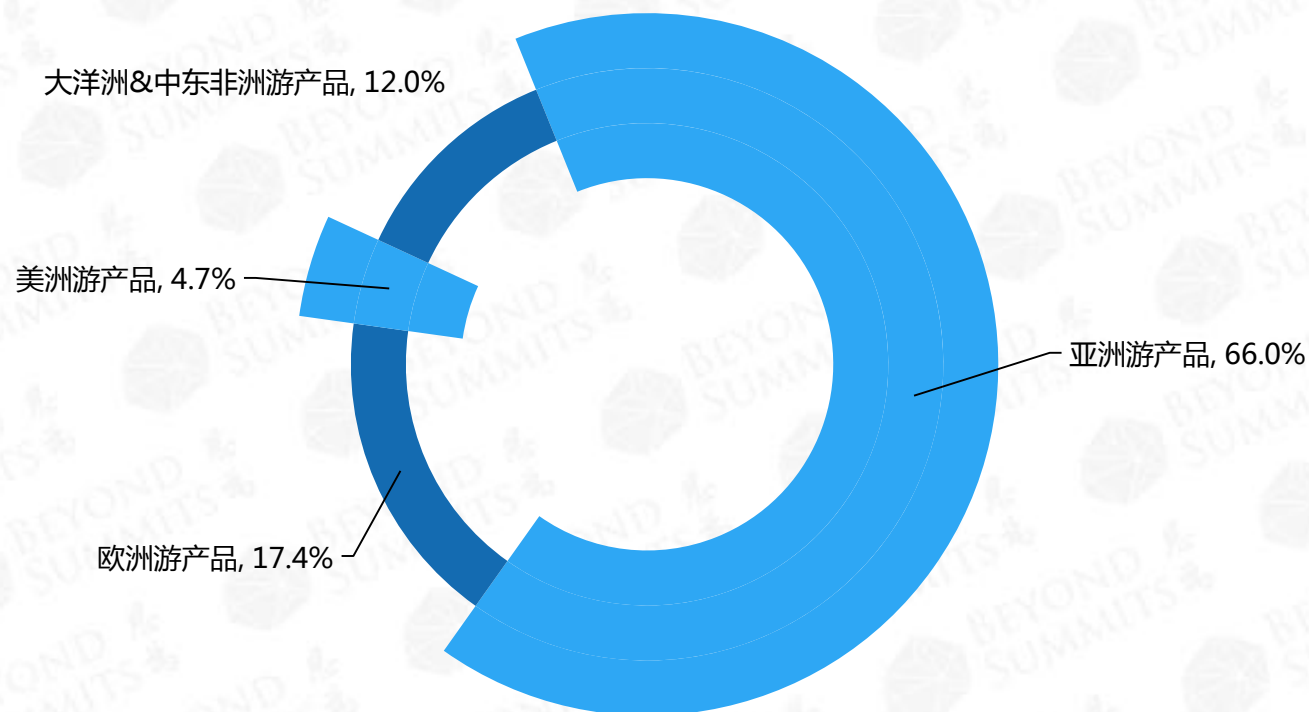


Source : Hotel.com中国国际旅游监测



随着暑期旺季的到来，2015年三季度市场上的出境游产品愈加丰富。在7月份监控的22万条出境旅游产品中，亚洲游产品数量最多。

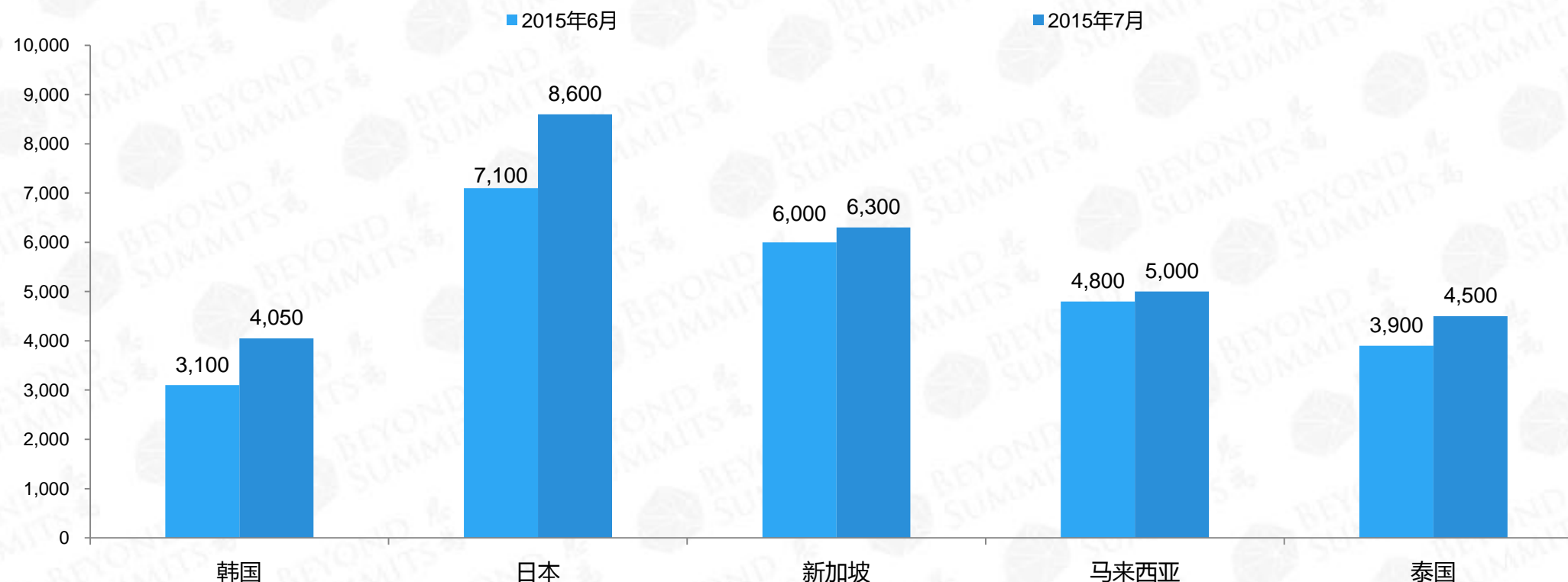
2015年出境游市场Q3各目的地旅游产品数量结构



Source : 艾威《2015Q3中国出境旅游季度报告》

在以亚洲游为主的近程目的地国家，日本游均价较高。作为热门目的地的韩国游，产品价格比较有优势。而以新马泰为代表的东南亚旅游产品，由于传统旅游线路占主导，产品较成熟，市场竞争激烈，价格波动不大。

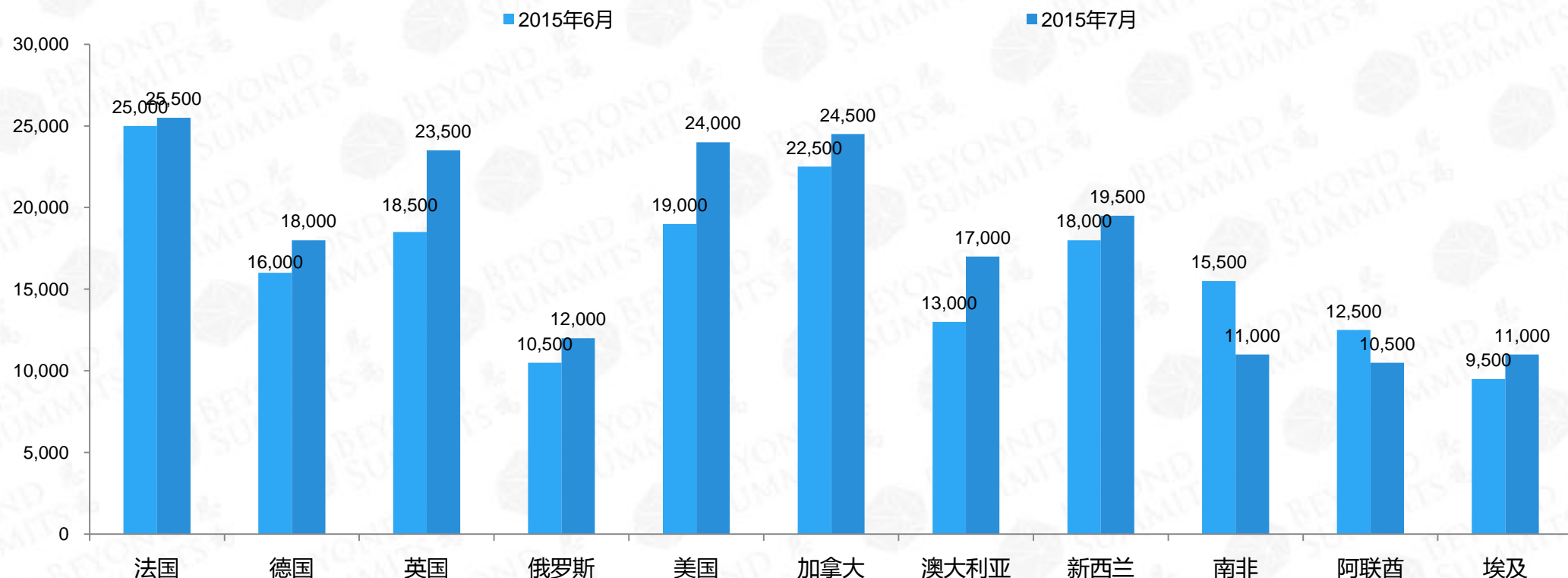
### 2015年近程主要目的地团队游产品均价



Source : 艾威《2015Q3中国出境旅游季度报告》

以欧洲、美洲、大洋洲、中东非洲为主的中远程目的地的7月旅游产品均价都在10000元以上。其中，法国团队游产品均价最高，美、加、英产品均价也都为20000元以上；南非、阿联酋、埃及团队游产品均价相对较低。

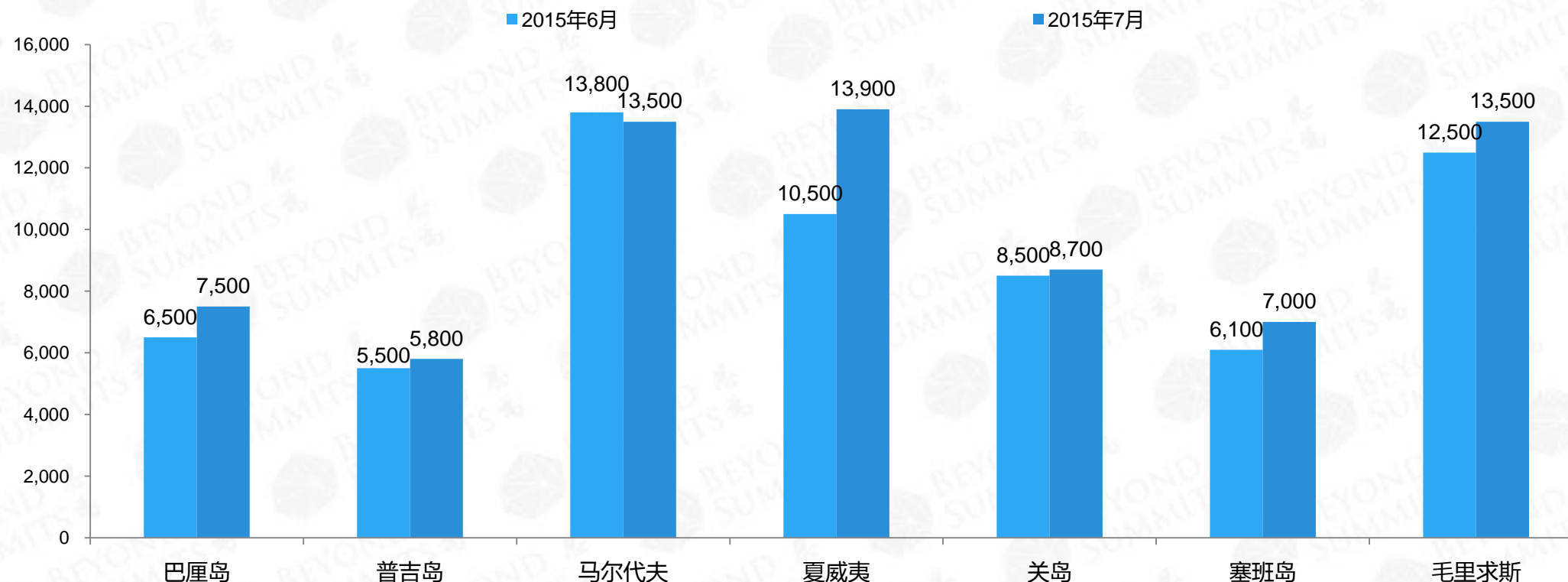
2015年中远程主要目的地团队游产品均价



Source : 艾威《2015Q3中国出境旅游季度报告》

随着暑期旺季到来，海岛游产品价格都有所上涨。7月份海岛游产品价格显示，亚洲周边近程海岛团队游价格涨幅明显，比6月份增长15%，远程海岛价格略有上升，增幅最大的是夏威夷团队游产品价格，达到30%以上。

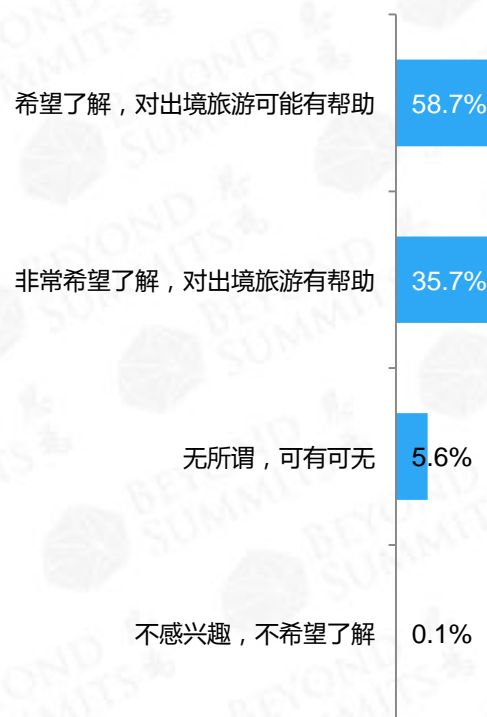
### 2015年海岛主要目的地团队游产品均价



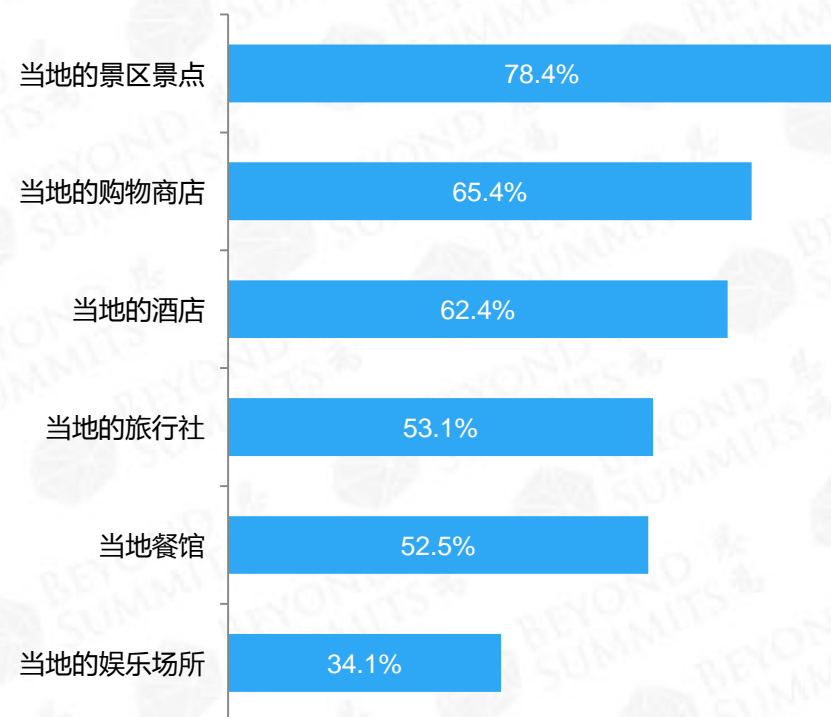
Source：艾威《2015Q3中国出境旅游季度报告》

针对行业专业机构（如行业协会）开展的境外旅游优质服务供应商（例如当地的旅行社、酒店、景点、餐馆等）的认证和测评,对于境外优质供应商的相关信息，有94%的受访者表示希望了解，认为会对他们出境旅游会有帮助。

2015年中国游客对出境旅游优质供应商的了解意愿



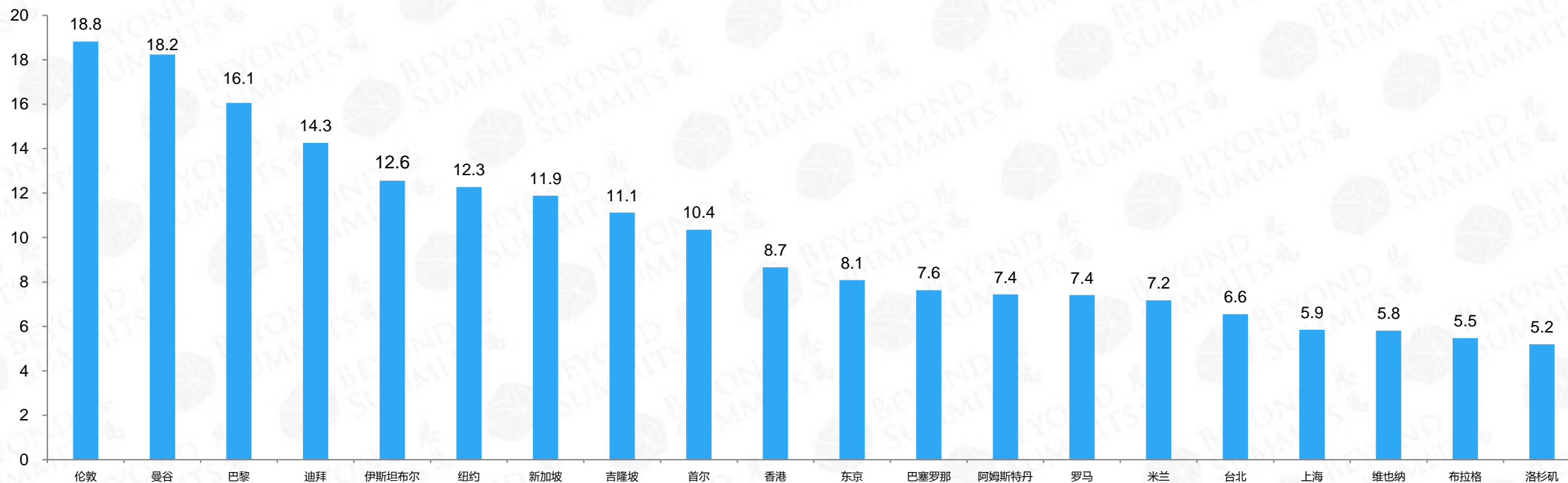
2015年中国游客出境旅游优质供应商的关注类型



Source : 艾威《2015Q3中国出境旅游季度报告》

2015年，全世界的旅行爱好者最爱去伦敦、曼谷、巴黎、迪拜等地，其中亚太地域的目的地非常受欢迎。

2015全球前20入境外国游客过夜人数目的地（百万人）

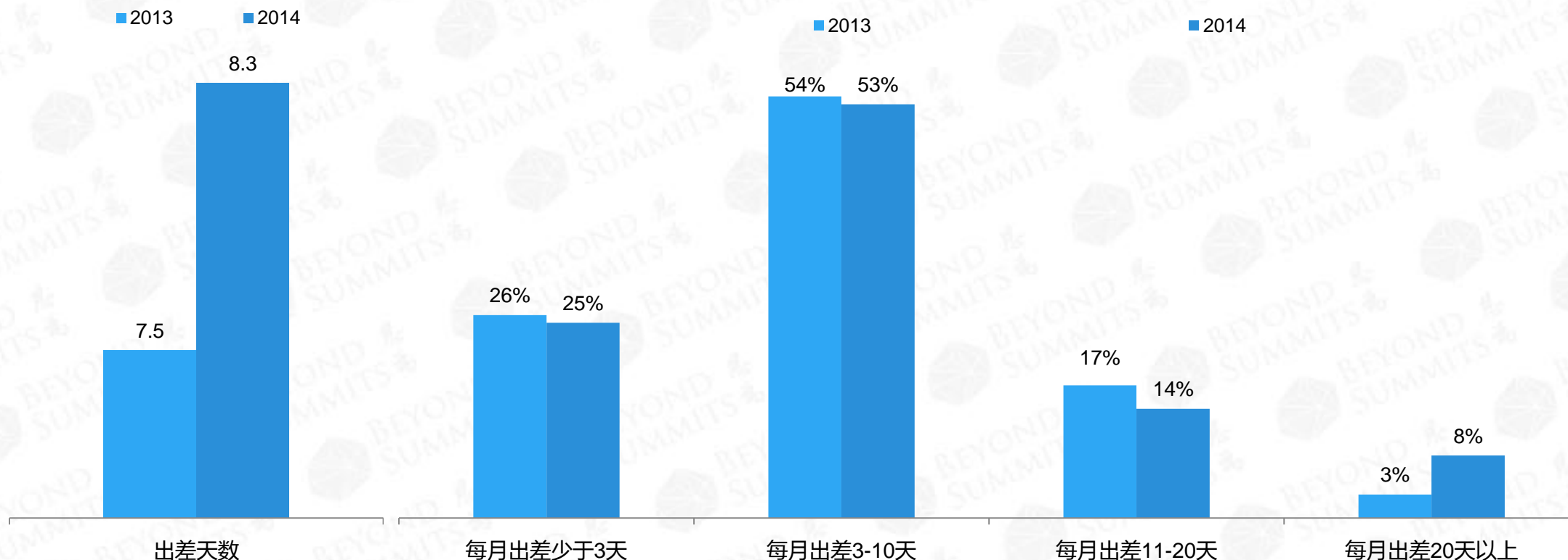


Source : MasterCard 《全球旅游目的地城市指数》

富豪的出差频率很高，14年每月平均出差8.3天，比去年增加了0.8天。特别需要指出的是，每月20天以上的长时出差比例从去年的3%提高到8%。富豪去年频繁光顾的城市是香港、上海、北京、三亚和杭州。

每月平均出差天数

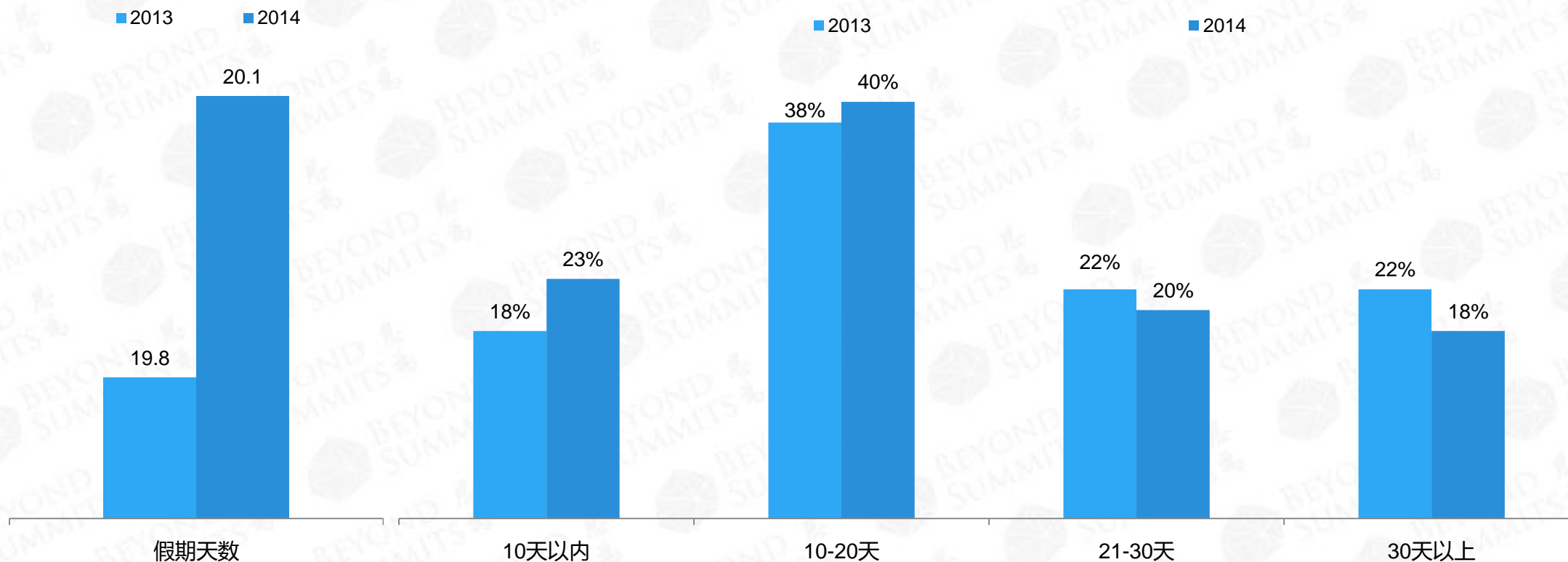
2014年富人阶层每月出差频率



Source : 胡润百富《2014至尚优品品牌倾向报告》

富豪年均假期2013年稳定在20天，比国家法定假期多出9天；但是，同期富豪平均出国频率下降至2.1次。富豪去年平均旅游4次（含一次出差），其中3次为国内游，1次为出境游。

一年平均假期



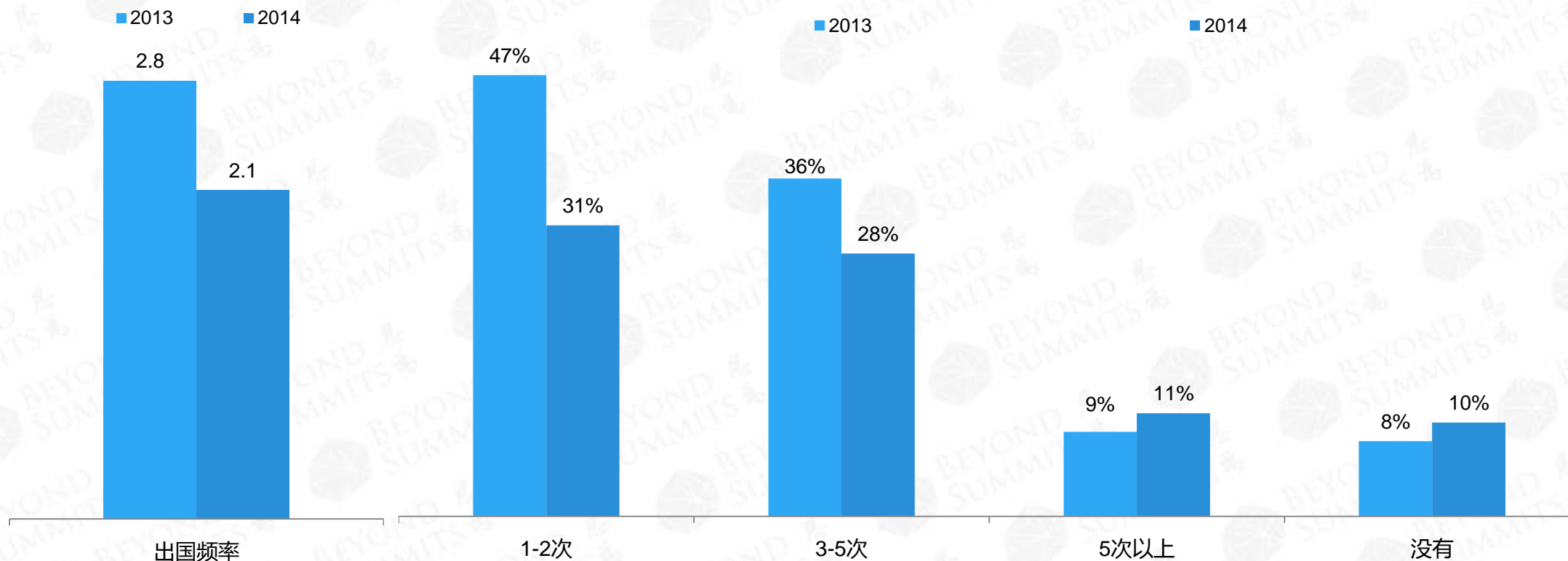
2014年富人阶层一年平均假期

Source : 胡润百富《2014至尚优品品牌倾向报告》

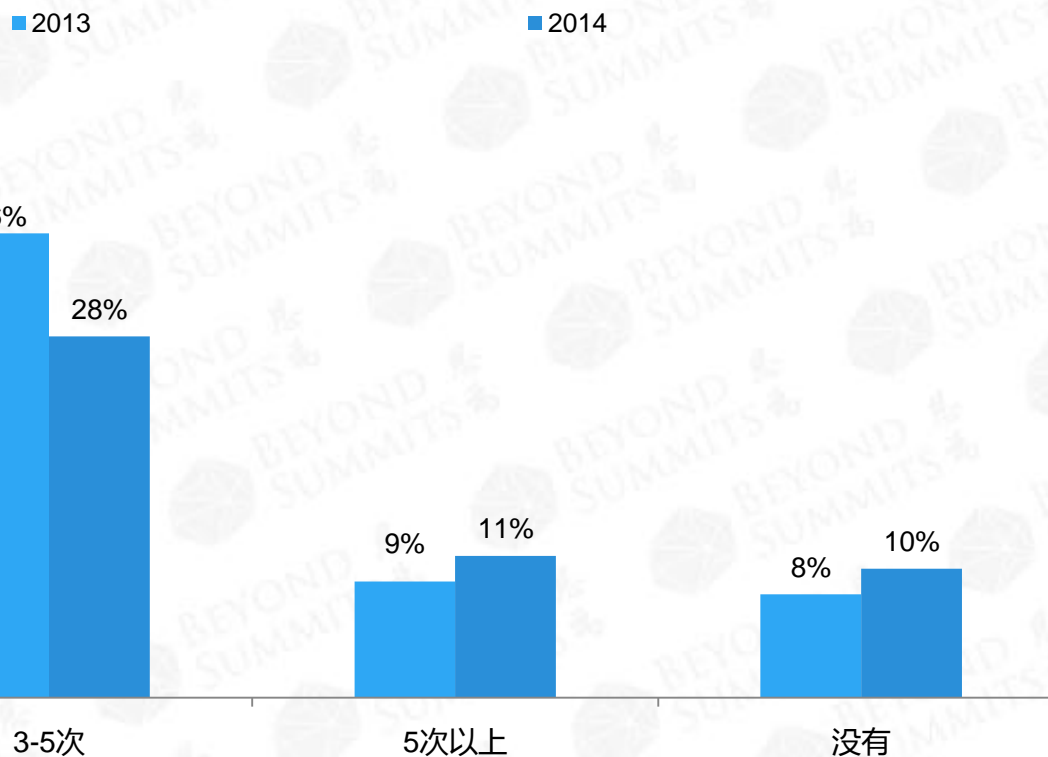


2014年，富人们平均一年出国的次数比13年少，以往每年出去1-2次的游客大幅减少。

一年出国频率



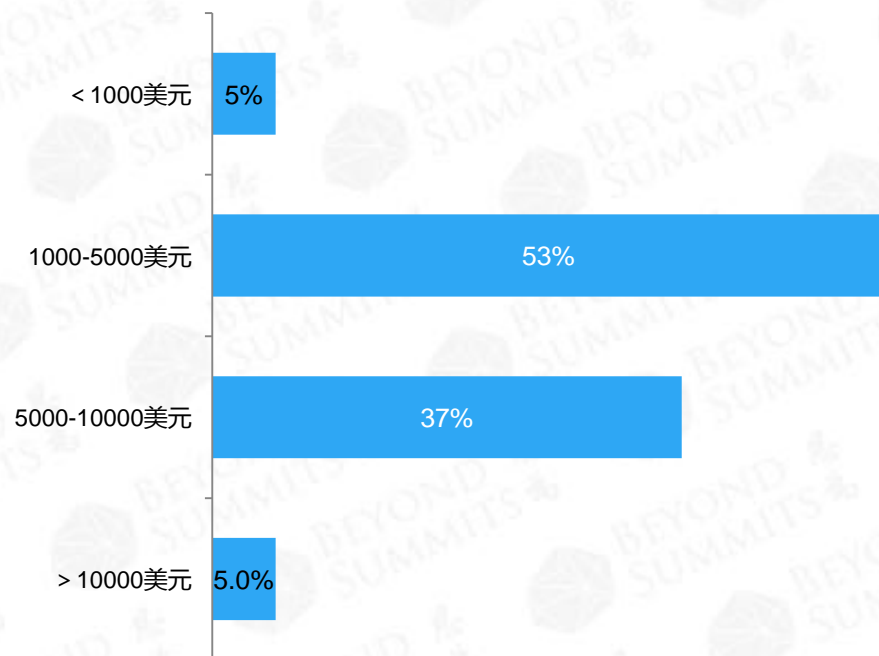
2014年富人阶层一年出国频率



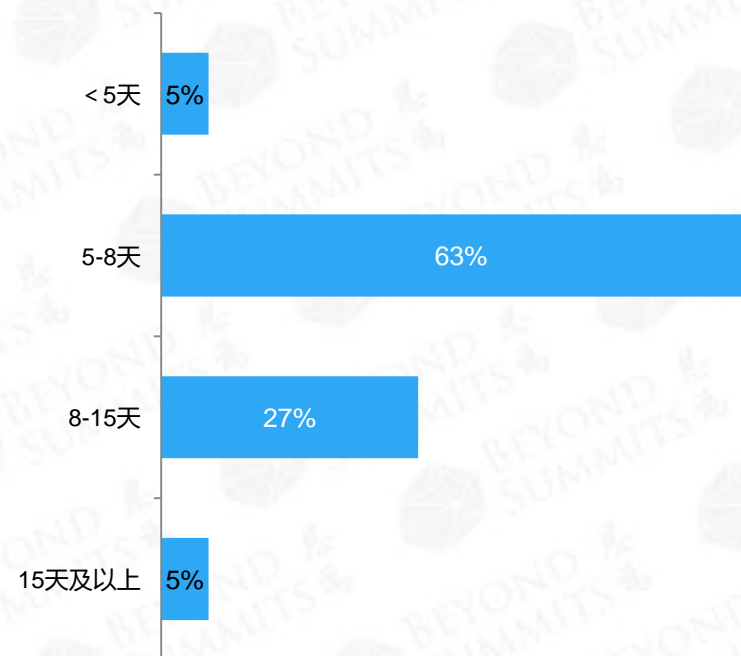
Source : 胡润百富《2014至尚优品品牌倾向报告》

2014年富人们平均每次出境旅行以5-8天居多，超过50%的富人出境游会花费5万美元以下。

2014年富人群体出境游人均花费  
(不含机票)



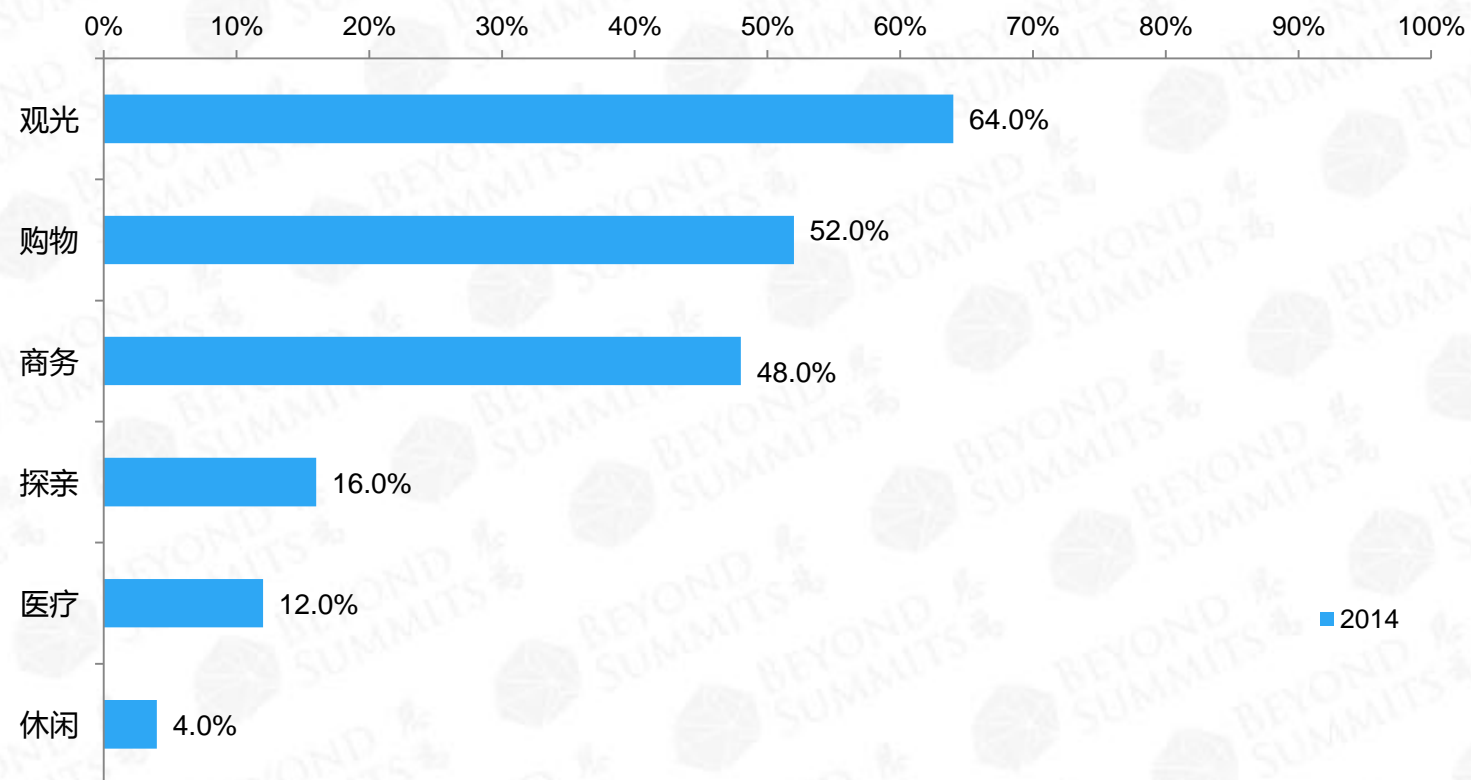
2014年富人群体出境游平均天数



Source : 胡润百富《2014至尚优品品牌倾向报告》

中国富豪出境游的主要目的是观光，其次为购物，韩国成为2014年新的富豪出境购物旅游目的地；商务游位居第三名，占到出行目的的48%。

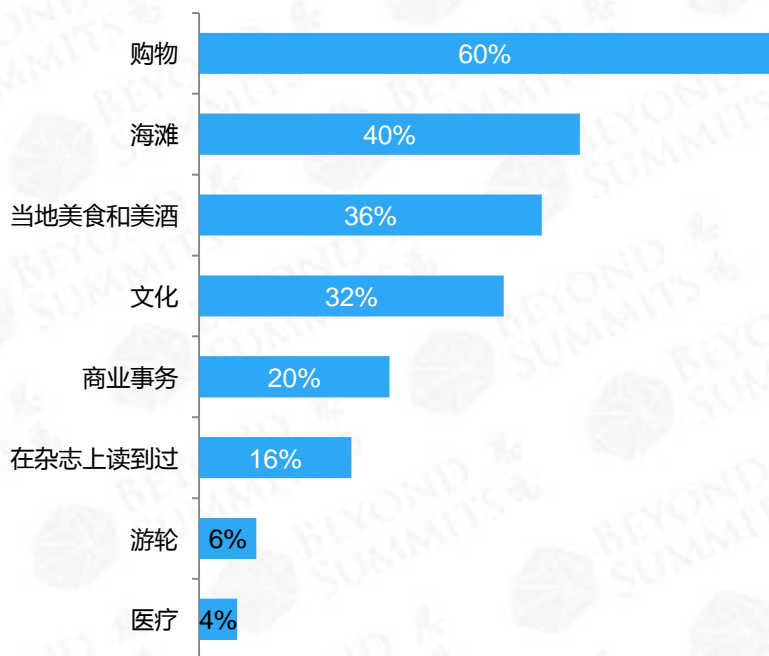
中国富人群体出境游旅游目的（%）



Source : 胡润百富 ILTM 2014中国出境游旅行社专项调研

2014年富人出境旅行时大多以购物、体验当地景色和文化为主。在预定酒店时比较注重地理位置和酒店的设施等因素。

2014年富人群体出境游行程安排的  
考虑因素



富人群体预定酒店**首先**考虑因素

1	2	3
地理位置	酒店品牌	价格

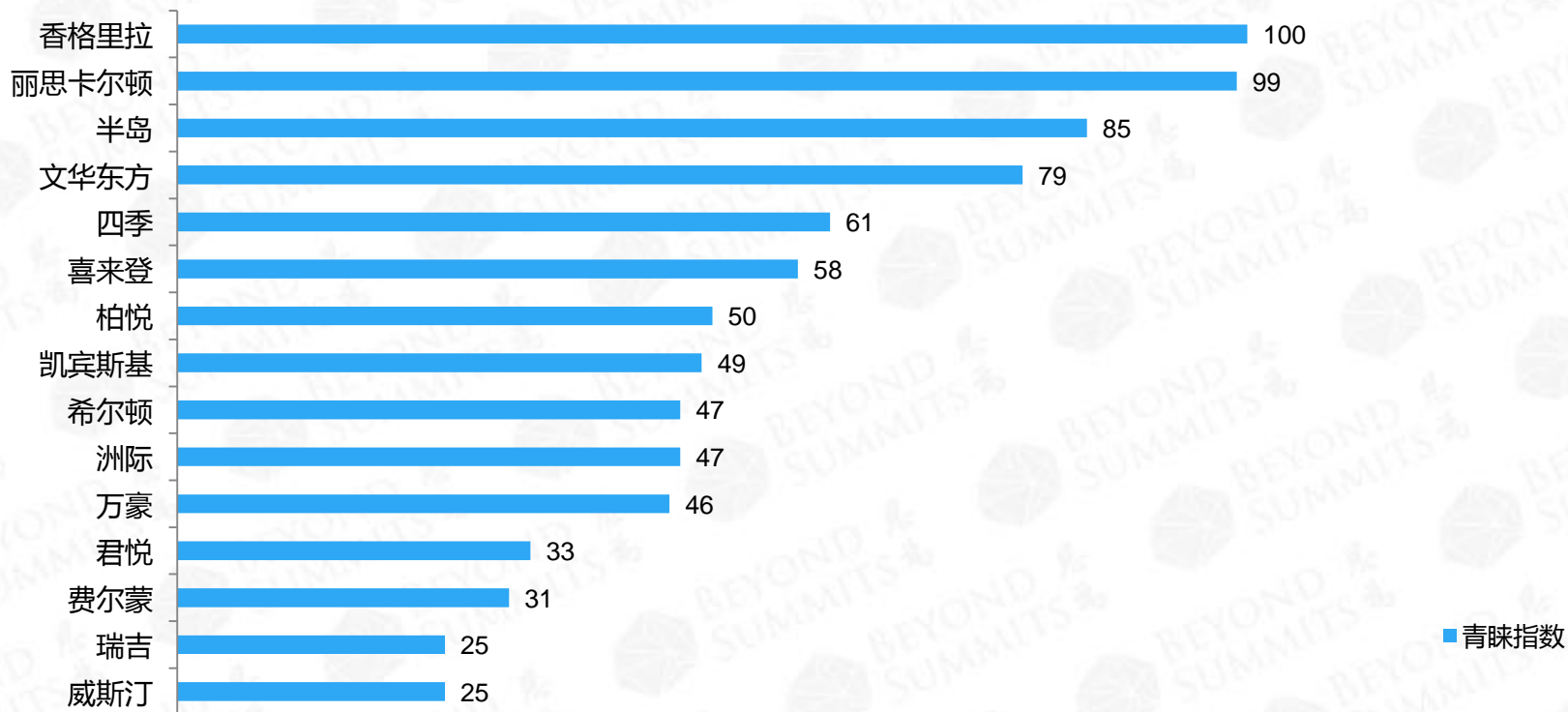
富人群体预定酒店**综合**考虑因素

A	B	C
设施	美食	服务

Source : 胡润百富《2014至尚优品品牌倾向报告》

2015年香格里拉、丽思卡尔顿酒店相比其他酒店，最受富豪们青睐和喜爱。

### 2014年最受富豪青睐的酒店品牌Top15

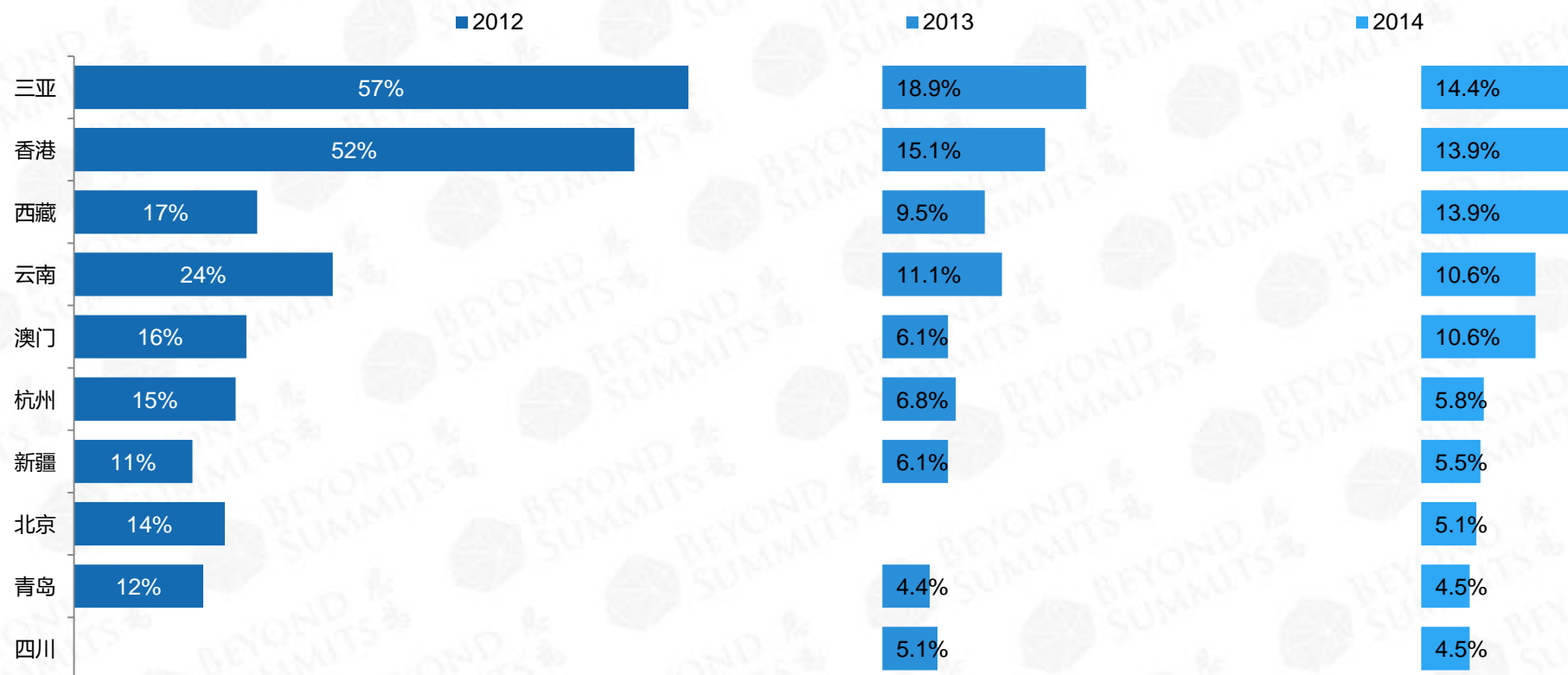


Source：胡润百富《2014至尚优品品牌倾向报告》

指数计算方法：根据选择的受青睐的酒店的百分比换算得出。满分为100，分数越高，受青睐程度就越高。

三亚、香港、滇藏线是近年中国富豪们国内旅行的首选目的地。

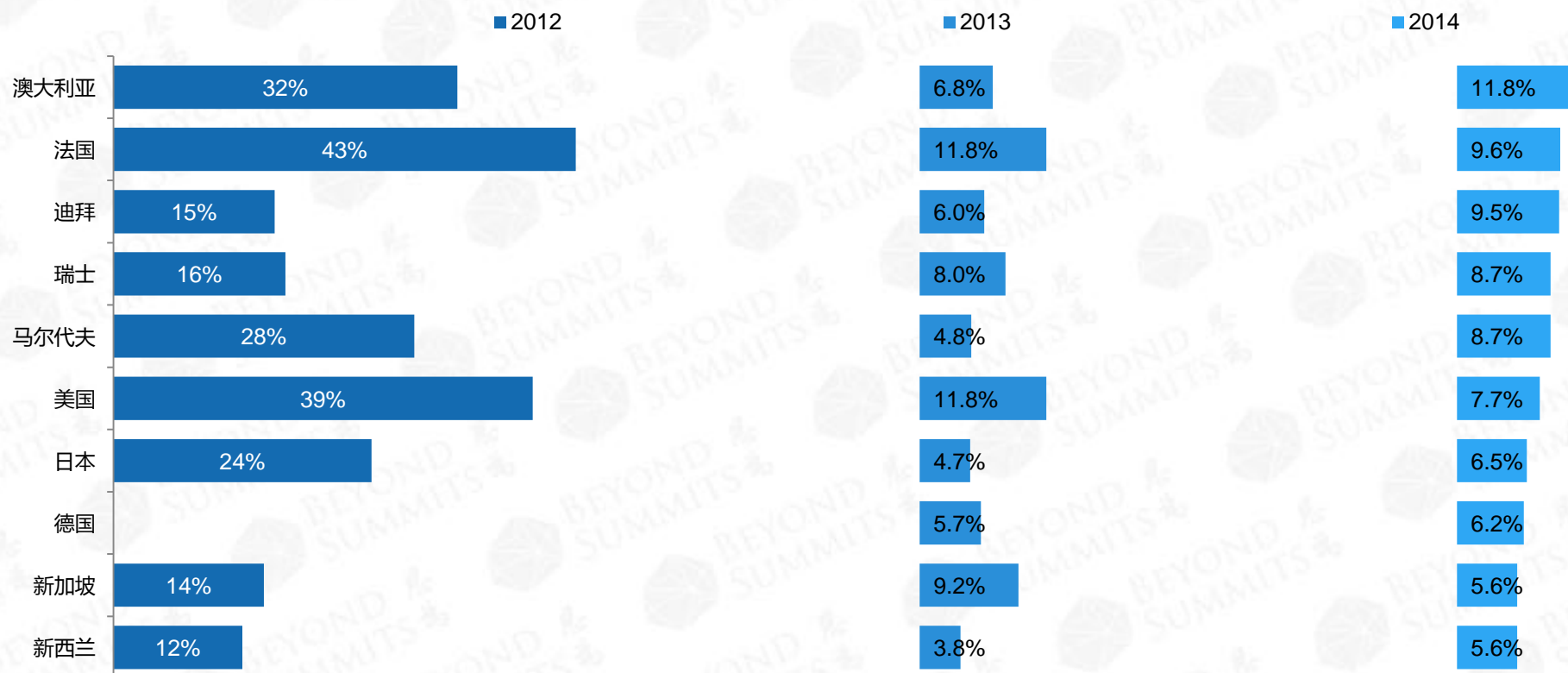
### 近三年富人群体最青睐的国内旅游目的地排行



Source : 胡润百富《2014中国奢华旅游白皮书》

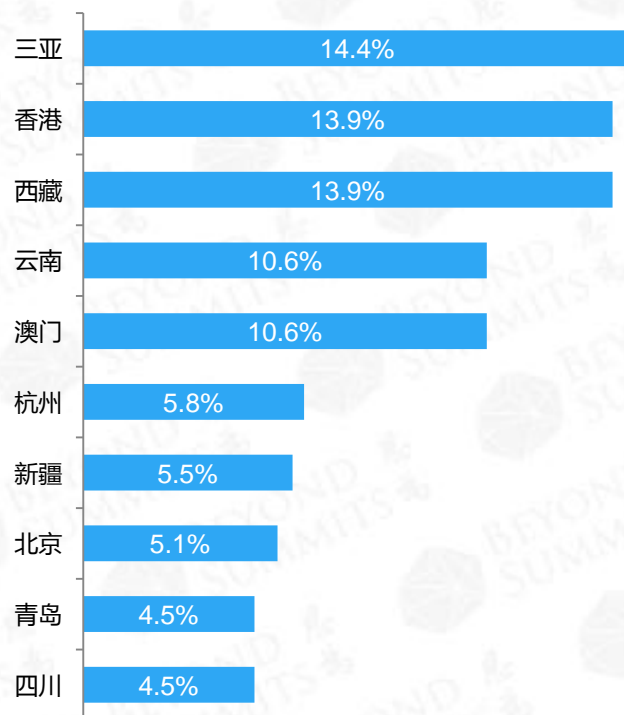
近年来，境外旅行时，澳洲、法国和迪拜越来越受到国内富豪的青睐。

### 近三年富人群体最青睐的国际旅游目的地排行

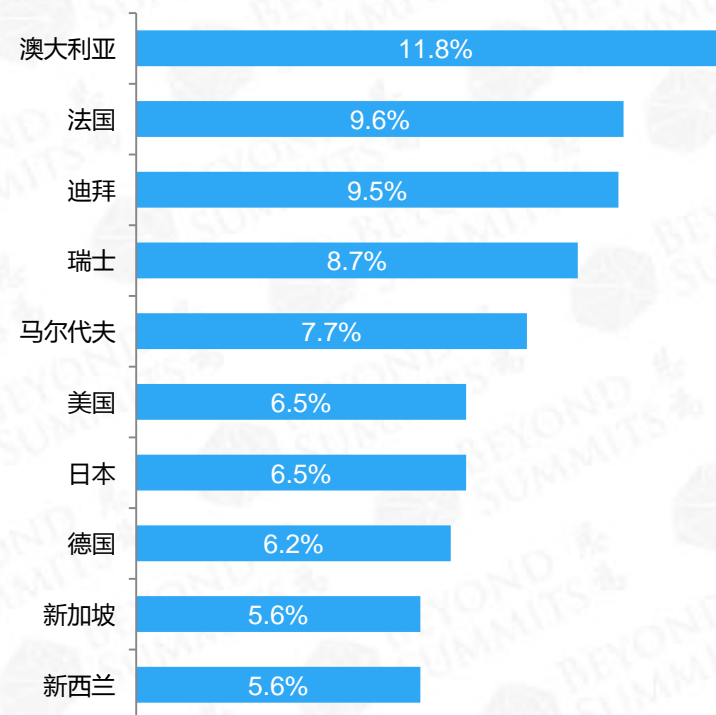


Source : 胡润百富《2014中国奢华旅游白皮书》

## 2014年千万富豪国内旅游目的地Top10



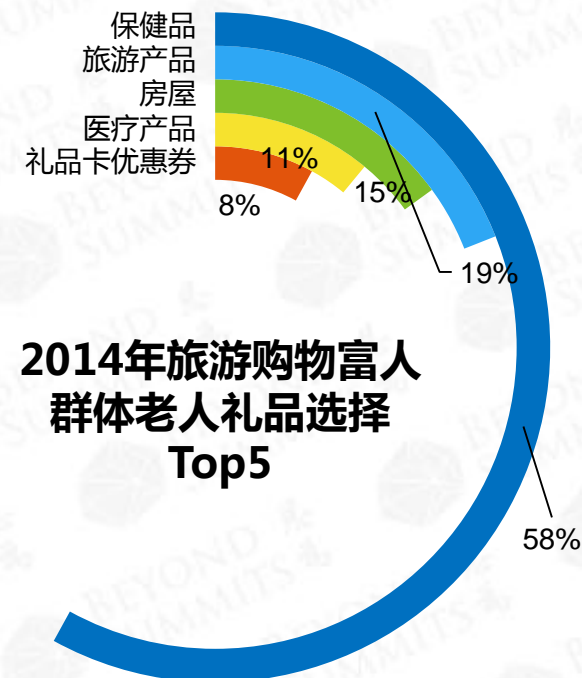
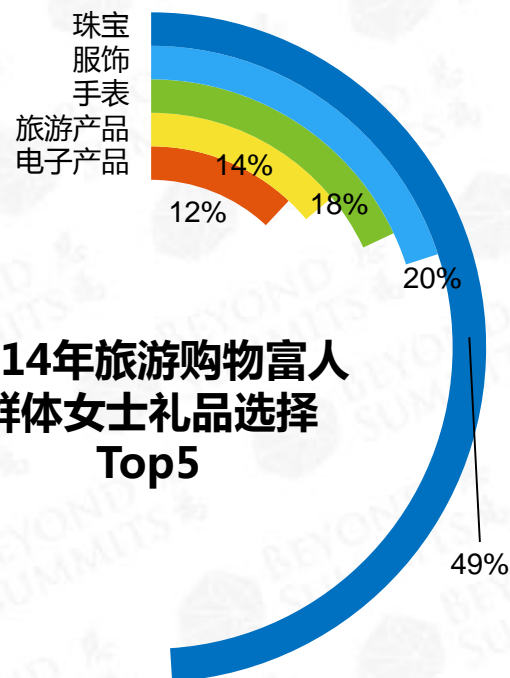
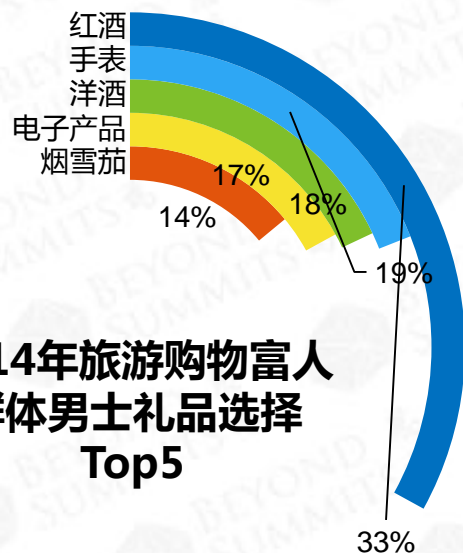
## 2014年千万富豪国际旅游目的地Top10



Source : 胡润百富《2014至尚优品品牌倾向报告》

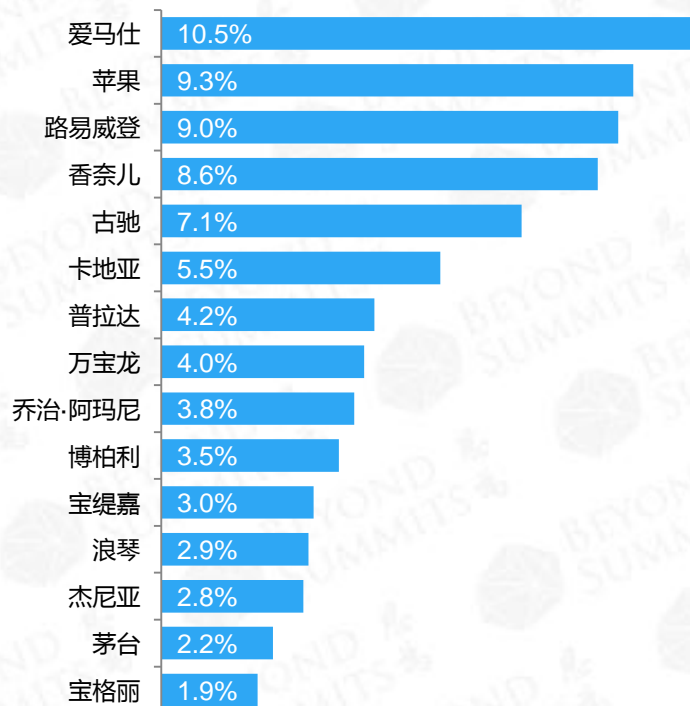


送男士礼品时，富豪们倾向选择高档红酒，对女生时富豪们则喜欢送珠宝。送老人，富豪们则大多选择保健品和旅游产品为主。

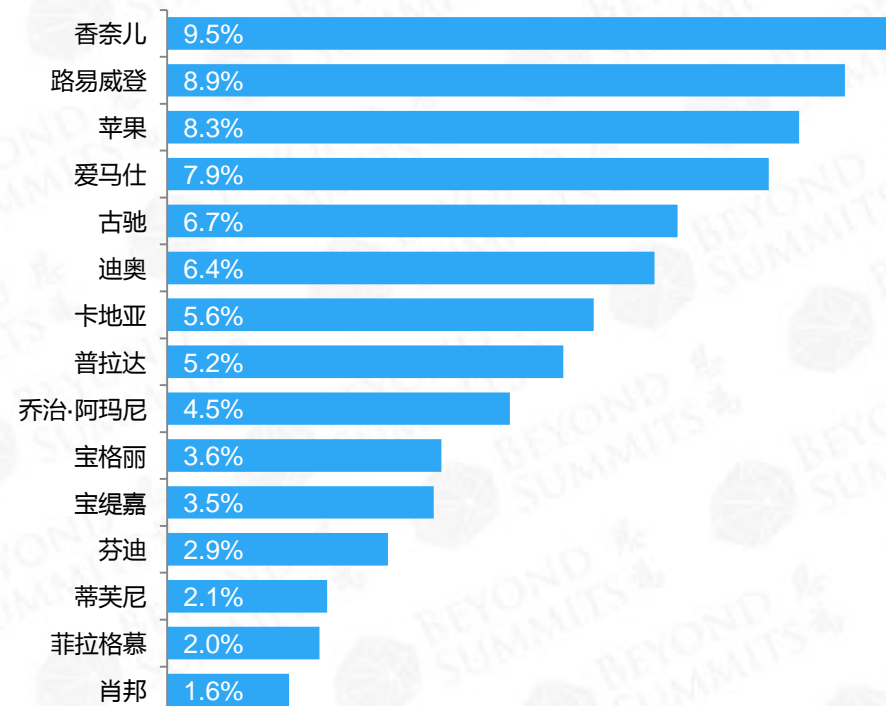


这些年，苹果开始不断击败老牌奢侈品品牌，成为国内富人们送礼的新品牌。

2014年男性富人最青睐的送礼品牌TOP15



2014年女性富人最青睐的送礼品牌TOP15



Source : 胡润百富《2014至尚优品品牌倾向报告》

上海思为文化传播有限公司是国内领先的跨境全媒体整合营销服务供应商，公司在媒体代理、跨境整合营销、全媒体营销、会展会奖服务、线下活动和市场咨询方面有着丰富的经验。

2015 China Overview 是上海思为文化传播有限公司推出的年度研究报告。整套研究报告提供了2014-2015中国宏观经济、中国媒体和中国市场三方面最新、最全、且最有价值的的数据、信息、知识、结论和洞察。整套研究报告涵盖的领域包括：经济、全媒体市场、互联网、移动互联网、社交媒体、电视、电台、杂志、报纸、户外媒体、电影、机场户外、城市研究、代际研究、富人市场、奢侈品市场、投资、旅游、汽车、跨境商业和移民及留学市场。

该报告是上海思为关于2014-2015中国旅游市场报告的完整版，更多报告可以通过上海思为获取。下载地址：[http://www.beyondsummits.com/reports\\_downloading](http://www.beyondsummits.com/reports_downloading)

## 思为联系方式

### 上海办公室

地址：上海市静安区昌平路68号静安现代产业大厦701室

电话：+86 021 - 6199 2660

传真：+86 021 - 3100 1328

邮箱：[info@beyondsummits.com](mailto:info@beyondsummits.com)

### 北京办公室

地址：北京市东城区安定门东滨河路乙1号航星工业园8号楼首层东侧

电话：+86 010 - 5619 2032

传真：+86 010 - 5166 7658

邮箱：[info@beyondsummits.com](mailto:info@beyondsummits.com)

## 公司微信号：BSL思为跨境营销



Your Global All-media Marketer



长按二维码识别关注



BEYOND 思  
SUMMITS 為

---

*Your Global All-media Marketer*

Visit our website to learn more: [www.beyonddsummits.com](http://www.beyonddsummits.com)

We have collaborating offices in

· SH · BJ · HK · TYO · SEL · SYD · MOS · BER · LON · PAR · ROM · NYC · SF ·