

中国公民出境（城市） 旅游消费市场调查报告 (2015-2016)

世界旅游城市联合会
益普索

2016年9月

目录

Contents

前言	03
一、国际旅游和中国出境旅游发展概况	08
二、中国出境游客群体特征	10
三、中国游客境外旅游行为与习惯	25
四、中国游客境外旅游需求	49
五、如何吸引中国出境游客	59
六、中国出境游客对主题旅游的兴趣	68
七、对中国旅游业态发展变化的探索性研究	77
八、对境外旅游城市和相关旅游机构的建议	79
附录：本次调查使用的问卷	80

前言

本次调查报告的主旨和重点

世界旅游城市联合会（WTCF）和全球领先的市场研究机构——益普索（Ipsos）联合开展的中国公民出境（城市）旅游消费市场调查自 2014 年开始，每年按时发布市场调查报告，已历三载。每次报告在保持调查内容一贯性和连续性的基础上，不断增加调查项目、扩大调查覆盖人群，希望通过多视角、多维度的消费者调查，更好地把握中国出境旅游市场的发展趋势，系统全面地归纳和展现中国出境游客的消费习惯与行为以及发生的变化，为广大会员城市和机构会员提供有益于市场运作和服务改进、了解中国出境游客的相应参考。

本着“逐步了解市场的特点，激励中国游客的出境旅游爱好”的出发点，2016 年度调查，联合会和益普索共同对研究内容和指标体系进行了梳理优化，共设计 133 项调查项目，基于益普索固定样本库，并有效组织中国国际旅行社总社、中青旅集团、众信旅游、凯撒旅游等机构会员，结合线上线下的业务经营情况，面向过去一年有境外旅游经历的中国游客¹开展调查，获取 11,173 份有效问卷，共同完成了《2016 年度中国公民出境（城市）旅游消费市场调查报告》。本次报告呈现的结论均基于本次调查所获取的样本数据。

相较于以往的调查，2016 年度调查更加注重实用性和指导性，既关注中国游客境外旅游消费行为习惯正在发生的变化，也关注市场业态的变化，以及它们相互之间关系的契合。2016 年度调查从市场运作与发生效益的角度出发，探索中国游客在旅游信息获取、旅游产品预订、关注重点和消费行为习惯上的变化，突出中国公民出境旅游

¹ 未包含仅有港澳台旅游经历的游客。

的强劲市场和潜力，向会员城市和机构会员展示在当今市场和业态急剧发展的情况下，如何把握共享合作时机与机制，以更大的信心和能力开拓市场，保障旅游业的持续发展和广泛效益。

通过连续三年的跟踪调查，我们可喜地发现：

1、出境旅游已成为中国公民的生活习惯，全民旅游蔚然成风

本次调查显示，超过七成半的中国游客认为旅游是其生活质量和幸福指数提升的重要手段，更有三分之一的中国游客认为旅游与恋爱婚姻、家庭财富、事业发展、学习教育、健康保障、子女成长等同等重要。

接受本次调查的中国出境游客中，超过七成的游客每年至少安排一次出境旅游，人均出境游经历达 4.87 次，过去一年平均去过 3-4 个境外城市。客源地更加分散，目的地选择范围更加广泛，旅游产品的选择更加多样化。对于频繁出游的游客而言，旅游已成为一种习惯，成为必要的生活补充和调节。

2、出境旅游逐渐回归旅游的本源

本次调查显示，中国游客境外旅游不再只是走马观花式的游览和热衷于购物，随着出境次数的增加和旅游意识的提高，中国游客境外旅游逐渐回归旅游的本源，更加注重对目的地特有自然和人文的深度体验。

无论是在餐饮上，还是在游览上，甚至在娱乐上，中国出境游客的关注点不再局限于是否有中文标识、中文服务的提供，而是关注于是否可以切身感受到绚烂多彩的特色文化，他们希望更多体验当地的美食与服务，欣赏独特的自然风光和历史遗迹。再次旅游时，超过一半的中国游客均表示会增加旅游天数。

3、中国游客境外消费更加理性，更加注重旅游品质

本次调查显示，中国游客出境旅游前，会花较长的时间，通过多种渠道进行信息查询，提高对旅游目的地的了解，提升旅游体验度。他们在出发前会制定消费预算，

拟定购物清单，更加关注商品的性价比。中国游客在境外旅游时，普遍会选择自费项目，丰富旅行体验；自由行时，会考虑聘请伴游或向导，会选择旅游景点或交通枢纽附近的高档酒店，便捷舒适、服务有保障是他们主要的选择。

4、中国游客旅游安全意识愈发提高，注重防范旅游风险

本次调查显示，随着中国游客境外旅游经历的丰富，中国游客越来越注重防范旅游过程中可能遇到的风险，旅游安全意识进一步提高。超过九成的中国出境游客会购买境外旅游保险，特别值得关注的是，中国游客自行购买意外赔付险、旅行意外健康和医疗救助险种的比例大幅提高，分别由 38.7% 提高至 49.81%，11.53% 提高至 22.57%。

5、渠道信息优势凸显，线上旅游已成为中国游客境外旅游的重要组成部分

互联网对中国出境游客的旅游行为产生深刻的影响，体现在境外旅游的方方面面。本次调查显示，中国游客习惯通过搜索引擎进入旅行社官网、旅游网站获取相关旅游资讯；通过线上渠道预订旅行团；通过互联网搜索引擎、旅游网站获取餐饮信息，通过旅行社 / 旅游网站官网、旅行社 / 旅游网站 APP 预订系统、电商网站预订酒店、机票和购买景点和娱乐场所的门票；通过微信朋友圈分享传播旅游经历。

通过三年的连续调查，联合会积累了丰富的中国游客境外旅游消费行为与习惯的数据。联合会愿意在会员城市和机构会员提出需求的情况下，给予分享和使用。

中国公民出境旅游的增长趋势将长期不会减弱

中国出境旅游是否会长期保持强劲的增长趋势，是全球旅游业另一个关注的焦点。本次调查，联合会和益普索运用了大数据搜寻系统和相关方面的研究，并根据问卷有关栏目的数据，希望从多方面更好地加以诠释，给业内提供参考。

中华人民共和国自 1949 年成立以来，经过 60 多年的和平建设，长期致力于高积

累高投入的经济发展。一轮又一轮的工业化和基础设施的建设，特别是改革开放以来，已经建立门类齐全的设备制造和数量庞大的产品生产供应体系，已然成为世界工厂，生产能力到达饱和状态，社会逐渐进入后工业化阶段，消费成为拉动市场的主力。

尽管部分地区还存在贫困人口，但无可置疑的是，社会财富出现大量沉淀。如何将剩余财富和资产转变为资本，保持增值与增量，成为社会新的普遍关注点。这些新的关注点不可避免地转移到资产类、教育类、生命与健康保障类等社会新兴的服务类产业中，其中资产类产业通过各种市场手段，表现最为强劲。但房地产类的高额超能支出投入成为广大人群的无奈时，财富积累向旅游消费、生命健康保障转移终将是人们的另一选择。世界旅游业的各项研究表明，资产类的价格上扬与旅游人数的大幅度增量是密切有关的，是同步增量的。

对于交流广泛而见多识广，缺乏交流而懵懂闭塞，两者之间的差别显而易见，中国人也有着深切的体会。中国公民通过旅游增知广闻和求学受教，永远是一代接一代的不息追求。中国公民旅游消费行为与习惯会发生各种变化，但旅游规模化的增长却有着不可逆转的趋势。

当今世界，人们普遍关注全球范围内的和平与可持续发展，关注人与自然的和谐共生，关注生活质量和身心健康，关注历史的一脉传承和人文品质的永续。旅游正是一项关乎人们生活质量和人与人之间和平友谊的事业，必然成为国民经济持续发展的支柱型产业。

旅游业的定义和规模化发展模式已经远远不同于我们以往的固有认知。旅游业已经发展成为经营模式变化快、与市场结合广、跨界潜能效应大的大产业。世界各国纷纷强调自然资源的充分利用与开发、社会基础建设的配套与完善，将旅游业发展定位为社会化、生态化、环保化、大众化与品质化，这充分迎合了人们的期许，符合人们旅游和生活的潮流。旅游业向纵深的规模发展已经成为经济可持续性发展的有效增长



点。

互联网与移动互联网技术快速更新与推广使用，大大加速了旅游产业的资源整合和规模化发展。业态的变化与发展是不会停顿止息的。我们期待，世界旅游业在全球和平与发展的大趋势下持续有序的发展。

本次报告我们将调查问卷的样表继续登载在附录上，以资参考和佐证。

最后，再次向协助 2016 年度调查工作开展的所有人们，致以崇高的敬意和诚挚的感谢！