

2015 年度

中国公民出境（城市） 旅游消费 市场调查报告

文 | 益普索 (Ipsos)

继 2014 年 9 月北京香山旅游峰会成功发布《2014 年度中国公民出境（城市）旅游消费市场调查报告》后，2015 年，世界旅游城市联合会全面主导设计了新的调查项目和问卷内容、设定了更大范围调查面，并有效组织中国国际旅行社总社、中青旅集团、凯撒国旅、众信国旅等 WTCF 机构成员的共同参与，再次委托世界三大市场研究机构之一的益普索，历时半年在中国全国范围内开展了此项调研和社会问卷调查。按照旅游产业的最新发展特点，社会公众对出境旅游消费关注点的变化，根据会员普遍的关注度和关注要点，力图更加全面地反映当前的市场情况，最终完成了《2015 年度中国公民出境（城市）旅游消费市场调查报告》。



调研显示，超过三分之一的中国游客认为旅游在生活中与恋爱婚姻、家庭财富、事业发展、学习教育、健康保障、子女成长，具有同等重要的地位，是生活质量和幸福指数提升的重要内容之一。

通过本次调查，我们看到中国游客对旅游的由衷热情。随着国民平均收入的持续增长，随着中国经济逐渐步入后工业化时代，步入科技创新、经营模式创新和互联网+的时代，旅游业已成为中国社会经济的支柱型产业。同时中国社会公众日益重视旅游的多重受益，势必使越来越多的人们选择出门旅游。中国国内旅游和出境旅游在未来长期保持高位增长的趋势和需求，是不可逆转的。它给旅游产业在中国的发展带来新的兴盛期，同时也为旅游业广度和深度发展带来新的机遇和挑战。

中国游客出境旅游热门目的地城市

2014至2015年期间，中国出境游客的足迹遍布世界各个角落。亚洲城市依然是中国出境游客选择最多的旅游目的地（77.67%），其次为欧洲城市（32.07%）和美洲城市（20.29%）。

亚洲城市以韩国、日本城市为主，其次是东南亚各国城市。欧洲城市以法国、英国和意大利城市为主，美洲城市以美国城市为主。调查显示，凡可直航的旅游城市，选择的中国出境游客均较多；同时也与在中国的知名度有直接的关系。

随着收入的增长，中国游客出境旅游目的地逐渐从亚洲走向世界。

亚洲是中国出境游客的优先选择，当收入提高后，中国游客逐步选择中途和长途境外旅游，首先是欧洲，其次是美洲、大洋洲和非洲。调查显示，前往非洲的绝对人次较少，但增长幅度较大。

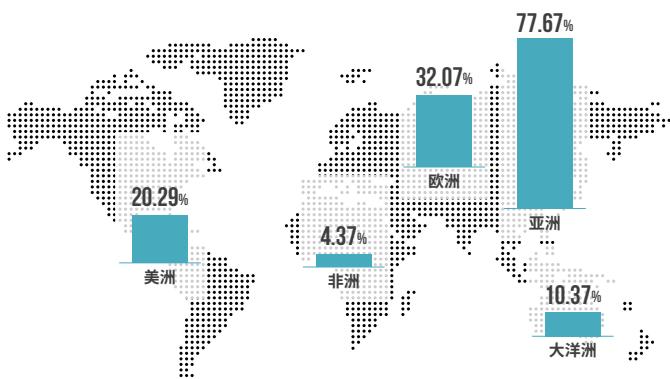
短线旅游中，日韩和东南亚城市最热门。

过去一年，中国出境游客短线旅游中选择最多的10个城市为：首尔、曼谷、东京、大阪、名古屋、济州岛、新加坡、仁川、神户和奈良。

长线旅游中，欧洲、美国、澳大利亚“三分天下”。

过去一年，中国出境游客长线旅游中选择最多的10个城市为：巴黎、伦敦、悉尼、洛杉矶、罗马、纽约、华盛顿、旧金山、墨尔本和威尼斯。

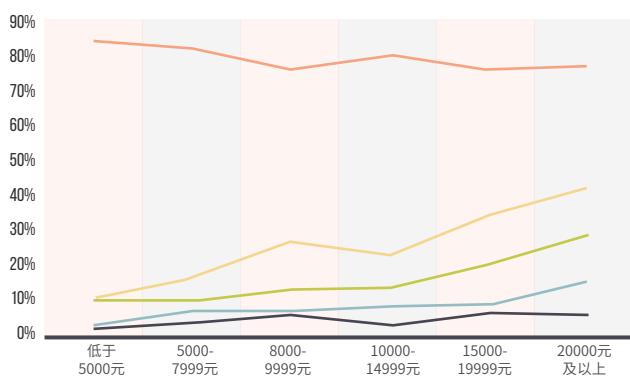
中国出境游客目的地洲别分布



数据来源：益普索 (Ipsos)

中国出境游客在不同收入下的目的地偏好

■ 亚洲 ■ 欧洲 ■ 美洲 ■ 非洲 ■ 大洋洲



数据来源：益普索 (Ipsos)

中国出境游客再次境外旅游时，短线旅游中，首尔、东京和马尔代夫最为热门；长线旅游中，伦敦、巴黎和悉尼最为热门。

中国出境游客过去一年热门目的地城市

序号	短线游 - 城市	序号	长线游 - 城市
1	首尔（韩国）	1	巴黎（法国）
2	曼谷（泰国）	2	伦敦（英国）
3	东京（日本）	3	悉尼（澳大利亚）
4	大阪（日本）	4	洛杉矶（美国）
5	名古屋（日本）	5	罗马（意大利）
6	济州岛（韩国）	6	纽约（美国）
7	新加坡（新加坡）	7	华盛顿（美国）
8	仁川（韩国）	8	旧金山（美国）
9	神户（日本）	9	墨尔本（澳大利亚）
10	奈良（日本）	10	威尼斯（意大利）

中国出境游客再次旅游热门目的地城市

序号	短线游 - 城市	序号	长线游 - 城市
1	首尔（韩国）	1	伦敦（英国）
2	东京（日本）	2	巴黎（法国）
3	马尔代夫	3	悉尼（澳大利亚）
4	济州岛（韩国）	4	洛杉矶（美国）
5	大阪（日本）	5	罗马（意大利）
6	新加坡（新加坡）	6	夏威夷（美国）
7	名古屋（日本）	7	纽约（美国）
8	曼谷（泰国）	8	米兰（意大利）
9	釜山（韩国）	9	迪拜（阿联酋）
10	清迈（泰国）	10	墨尔本（澳大利亚）

本次调查未包含过去一年仅有港澳台旅游经历的游客，也未包含港澳台数据。

数据来源：益普索 (Ipsos)

“口碑”传播对出境游旅游决策的影响

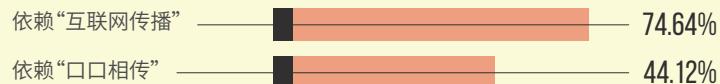
“口碑”在中国出境游客选择境外旅游城市过程中起着十分重要的作用。

中国游客在境外旅游前，74.64%的会加入相关微信群、QQ群和论坛获取相关旅游信息，44.12%的会向亲朋好友咨询。

“传播”已成为中国出境游客结束境外旅游后的常态行为，随着互联网、特别是移动互联网在中国出境游客中的极大普及（分别有90.52%和84.40%的游客通过电脑、移动设备使用互联网），传播形式也愈加多样。

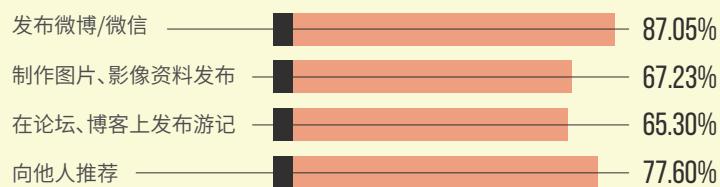
微信、微博等移动互联网媒体已成为中国游客传播旅游信息的最主要途径，其次为向他人的“口头推荐”。游记和博客也是推荐、传播旅游目的地必不可少的方式。

中国出境游客对“口碑”的依赖



数据来源：益普索（Ipsos）

中国出境游客境外旅游结束后的传播行为



数据来源：益普索（Ipsos）

中国游客境外旅游信息的查询与获取

超过一半的中国出境游客在出发前会查询与境外旅游城市相关的景点、餐饮、住宿和购物信息。在查询时，多以城市名称和景点名称为搜索关键词。

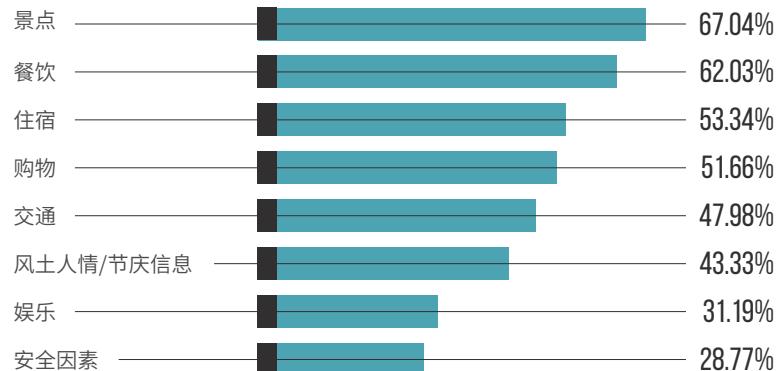
前往日韩城市的游客更多查询**购物信息**

前往**东南亚城市**的游客更多查询**餐饮信息**

前往**欧美城市**的游客更多查询**交通出行信息**

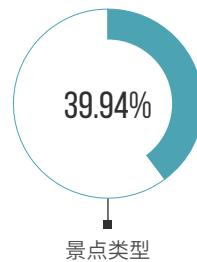
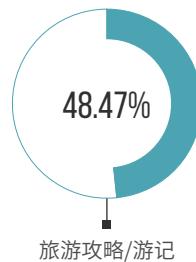
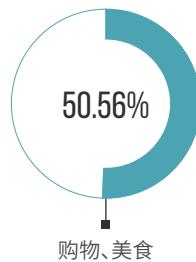
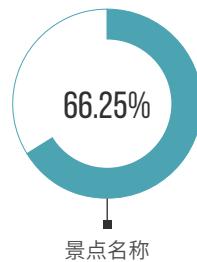
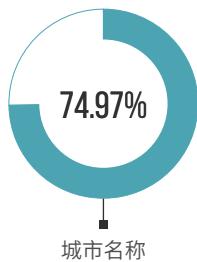
前往**非洲城市**的游客更多查询**安全信息**

中国出境游客信息查询种类



数据来源：益普索（Ipsos）

中国出境游客信息查询关键词



数据来源：益普索（Ipsos）

中国出境游客信息获取渠道十分多样，国内旅游网站依然是选择最多的渠道。



日韩城市信息更多从旅行社或其官网获取



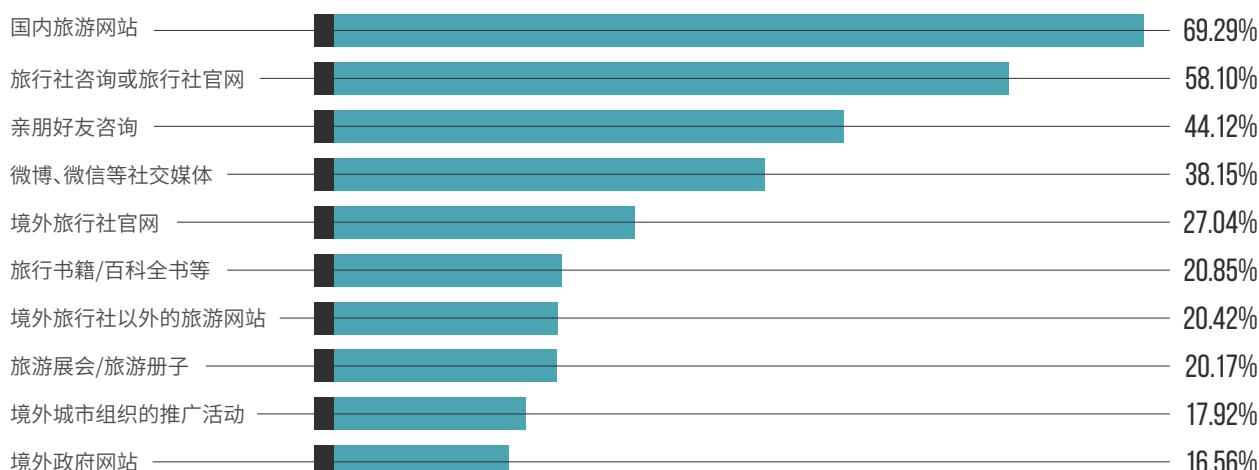
东南亚城市信息更多从国内旅游网站获取



欧美及非洲城市信息则更多从境外旅游城市举办的推广活动、境外旅游机构网站获取



中国出境游客信息查询渠道

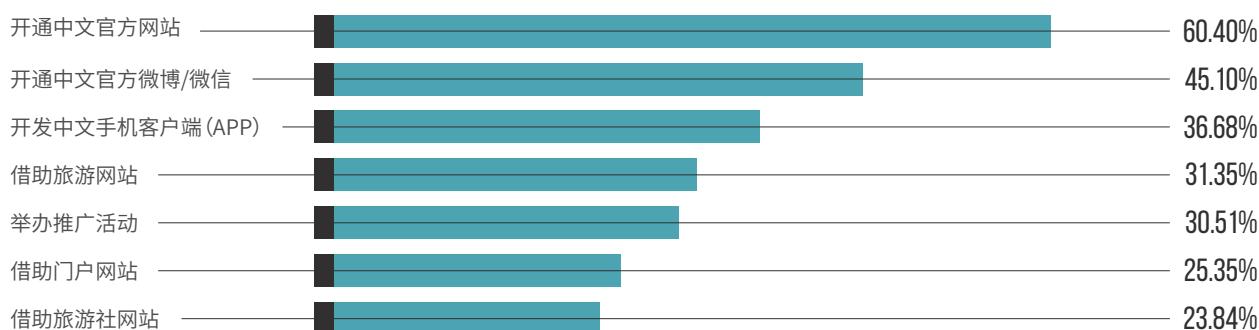


数据来源：益普索 (Ipsos)

境外旅游城市开通中文官方网站是中国出境游客最为期待的信息宣传方式，其次为开通中文官方微博 / 微信等自媒体建设。



中国出境游客对信息宣传渠道的建议



数据来源：益普索 (Ipsos)

中国出境游客对旅游保险的选择与偏好

调查显示，接近三分之一（32.36%）的中国出境游客担心在境外遇到人身财产安全问题，其次为生病医疗救助（19.17%）。

可喜的是，中国出境游客绝大多数已认同并接受旅游保险产品。

从购买原因看

多数出于防范旅游过程中的各类风险（72.11%）。

从购买渠道看

多由旅行社、旅游网站统一购买或赠送（66.68%），其次为通过保险公司购买（30.82%）。

从保险类型看

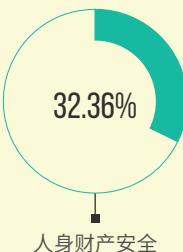
旅行社购买的责任险居多（64.88%），其次为游客自行购买的意外赔付险（38.70%）。

从保险公司看

选择中资保险公司的比例远多于选择外资保险公司的比例，分别为72.73%和20.66%。



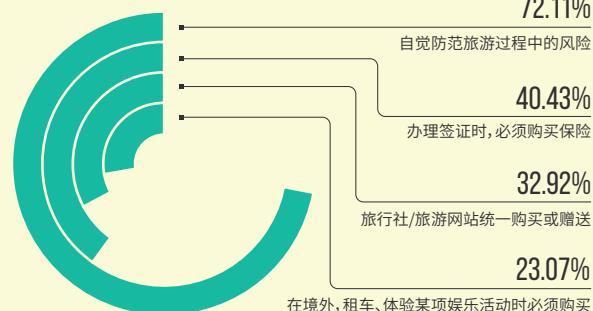
中国出境游客担心遇到的问题



数据来源：益普索（Ipsos）



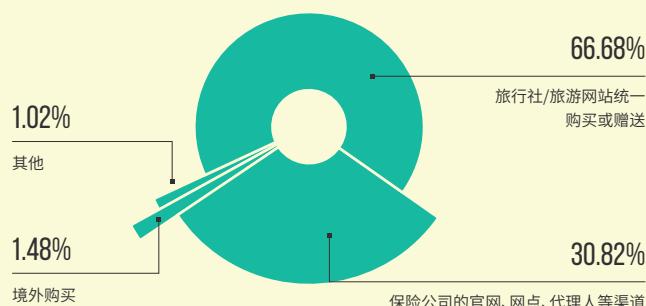
中国出境游客旅游保险购买原因



数据来源：益普索（Ipsos）



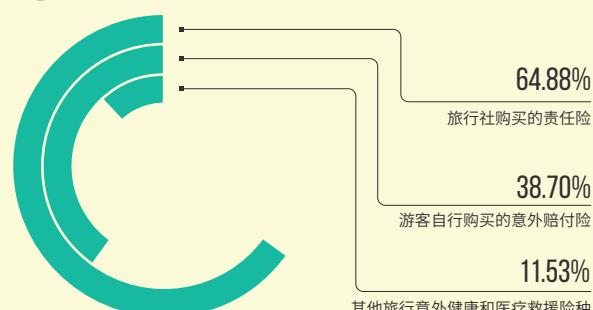
中国出境游客旅游保险购买渠道



数据来源：益普索（Ipsos）



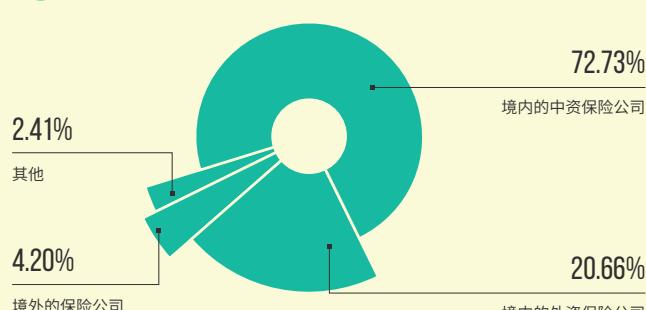
中国出境游客旅游保险购买类型



数据来源：益普索（Ipsos）



中国出境游客中外资保险公司选择情况



数据来源：益普索（Ipsos）

中国出境游客对旅行社的选择与偏好

2014至2015年期间，86.10%的中国游客在出境旅游时会选择旅行社提供的参团游、自由行等各类产品。

旅行社官网是中国游客选择最多的旅行团预订渠道，其次为营业部门市。

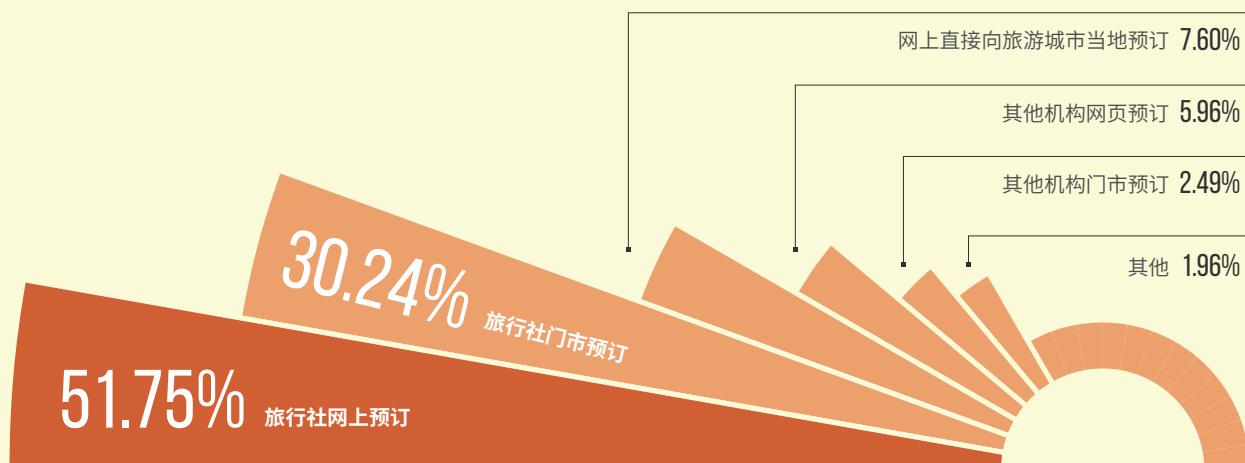
超过85%的中国游客未来出境旅游时，仍会选择旅行社提供的各类旅游产品。其中，自由行（含半自由行）类产品需求最大，其次为参团游产品。

在旅行社的选择上，中国国际旅行社和国旅在线、中青旅和遨游网、中国旅行社、凯撒旅游、

众信旅游、春秋旅游、广之旅、携程网等中国前十家旅游集团，中国出境游客选择最多。

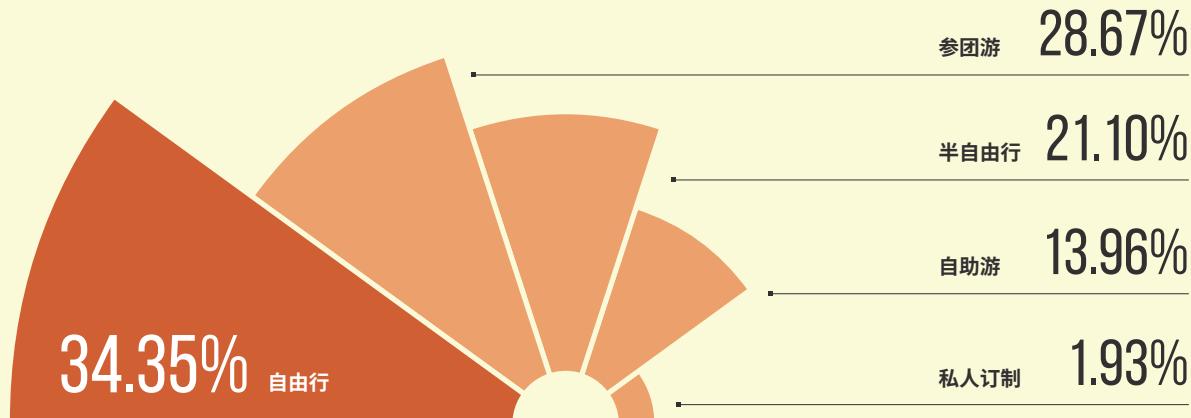
对于旅行社，中国出境游客的关注点依次为旅行社信誉、当地导游质量和水平、日程的合理安排和游览节目的品质。

中国出境游客旅行团预订渠道



数据来源：益普索（Ipsos）

中国出境游客未来旅游形式选择意向



数据来源：益普索（Ipsos）