

中国游客偏好境内旅行

■
彭显伦 (Jacques Penhirin)

董事合伙人、大中华区零售及消费品业务主管

岑纪汶 (Katie Sham)

副董事合伙人, 零售及消费品业务

疫情让更多中国游客转向境内旅行

新冠疫情对中国消费者旅行行为影响调研

始于庚子年初的新型冠状病毒肺炎疫情，目前在国内已经得到有效控制，公众生活逐渐回到正轨。作为受到疫情冲击最为明显的行业之一，旅游业也将逐步迎来恢复期。奥纬咨询于2020年3月进行了一项针对中国游客旅游行为偏好的调研，试图揭示一系列消费者旅游行为的动向与变化。

新冠疫情的不确定性对受访者的旅行安排造成的影响十分明显，大部分受访者均持谨慎态度：有多达六成的受访者表示要在大陆现存确诊病例清零并保持一个月后才会开始下一次旅行；同时还有7%的受访者表示整个2020年都不会考虑外出旅游。

图1：疫情的不确定性让大多数受访者对他们下一次旅游出行的时间持谨慎态度

新冠疫情之后何时开始下一次旅行

问卷数量，N=1,000



- 中国大陆现存确诊病例清零并保持1个月后
- 中国大陆现存确诊病例清零后(所有病人均治愈)
- 当中国大陆新增确诊病例为0时
- 整个2020年我都因疫情的原因不考虑旅游
- 现在就可以旅行

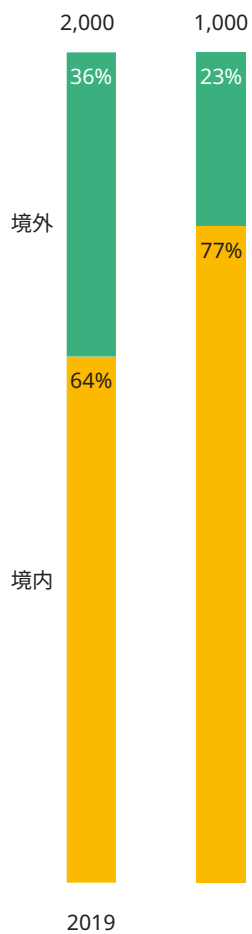
问题：您认为什么时候疫情已经无碍、可以开始您的下一次旅行了呢？

数据来源：新冠病毒对中国消费者旅行行为的影响问卷调查（2020年3月），奥纬咨询内部分析

在疫情后首次旅行目的地的选择上，我们发现有近八成的受访者倾向选择境内目的地。奥纬曾在2019年11月进行中国游客年度调研，数据显示有多达64%的受访者表示其在2019年的境内游次数多于上一年，显示出中国游客向境内回流的趋势。结合最新的调研数据，我们相信受到疫情影响，这一趋势将在2020年延续。近七成的受访者仍然对境外疫情表示担忧，同时旅游时间/预算变少、支持境内旅游业、外国政府/外国人在疫情期间对中国不甚友好等，均是大家提及较多的首选境内旅行的理由。

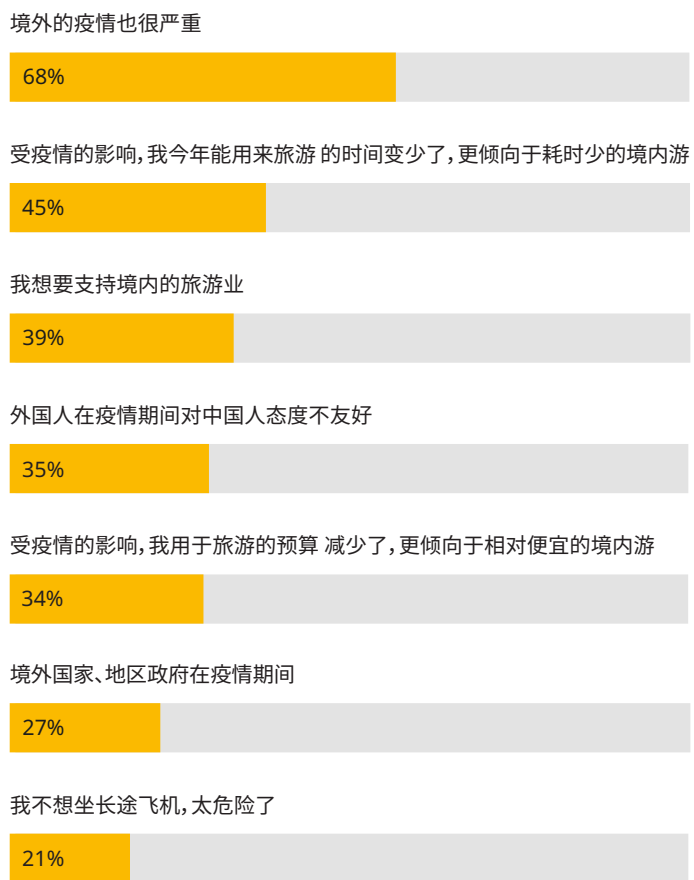
图2：近八成受访者表示，疫情后首次出游将选择国内旅游目的地

疫情后的首次旅行 – 境内 vs. 境外
 问卷数量，
 2019 N=2,000；2020 N = 1,000



2019年境内和境外出游占比

更倾向于境内游的原因
 问卷数量，N=579



问题：今年疫情后，您的下一次旅行打算去哪里呢？/ 您为何疫情后更倾向于境内游？

数据来源：新冠病毒对中国消费者旅行行为的影响问卷调查（2020年3月），奥纬咨询内部分析

在旅游目的地的排行中，云南、北京和重庆位列境内游三甲。在境外游部分，高达57%的受访者选择亚洲作为目的地，远远高于欧洲和大洋洲国家。在这样的选择背后，除了已经计划安排好这一因素以外，受访者主要考虑的因素还包括要接近自然、安全和方便灵活。

图3：受欢迎的旅行目的地

境外前10大出游地点

问卷数量，N=230

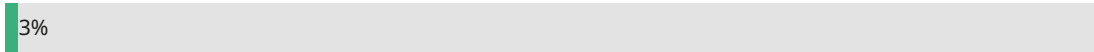
亚洲



欧洲

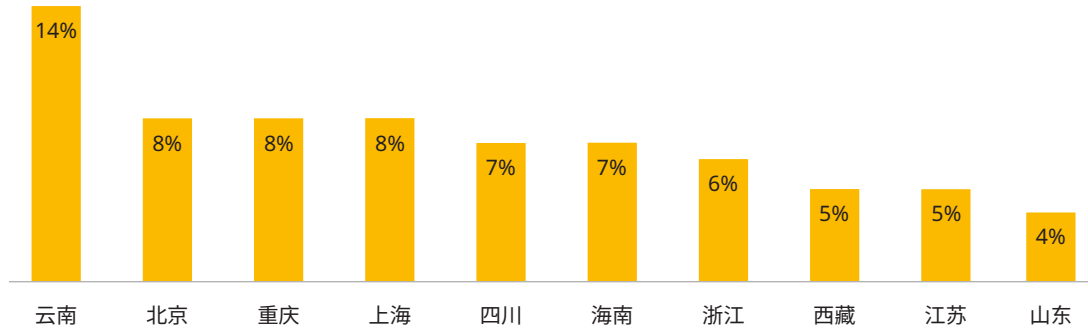


大洋洲



境内前10大出游地点

问卷数量，N=770



问题：今年疫情后，您的下一次旅行打算去哪里呢？

数据来源：新冠病毒对中国消费者旅行行为的影响问卷调查（2020年3月），奥纬咨询内部分析

图4：坚持原出行计划、接近自然和安全是选择旅行目的地的三个主要考量因素

选择某个地方作为下一次出行目的地的原因

问卷数量，N=1,000

是疫情爆发之前我计划去的地点



我想去更接近自然的地方



当地的疫情不严重, 我比较放心



较疫情前我倾向于短途游, 因为短途旅游比较灵活, 疫情缓解了就可以走



较疫情前我倾向于短途游, 因为没有合适的长假



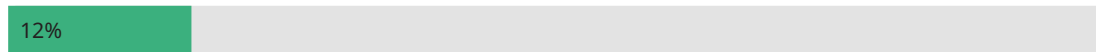
较疫情前我倾向于短途游, 因为可以自驾/减少坐公共交通工具



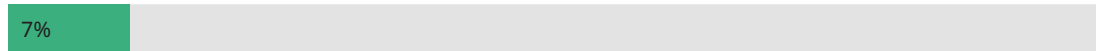
我想去探亲访友



我想支持当地的旅游业



我想去能锻炼身体的地方



其他(请说明)

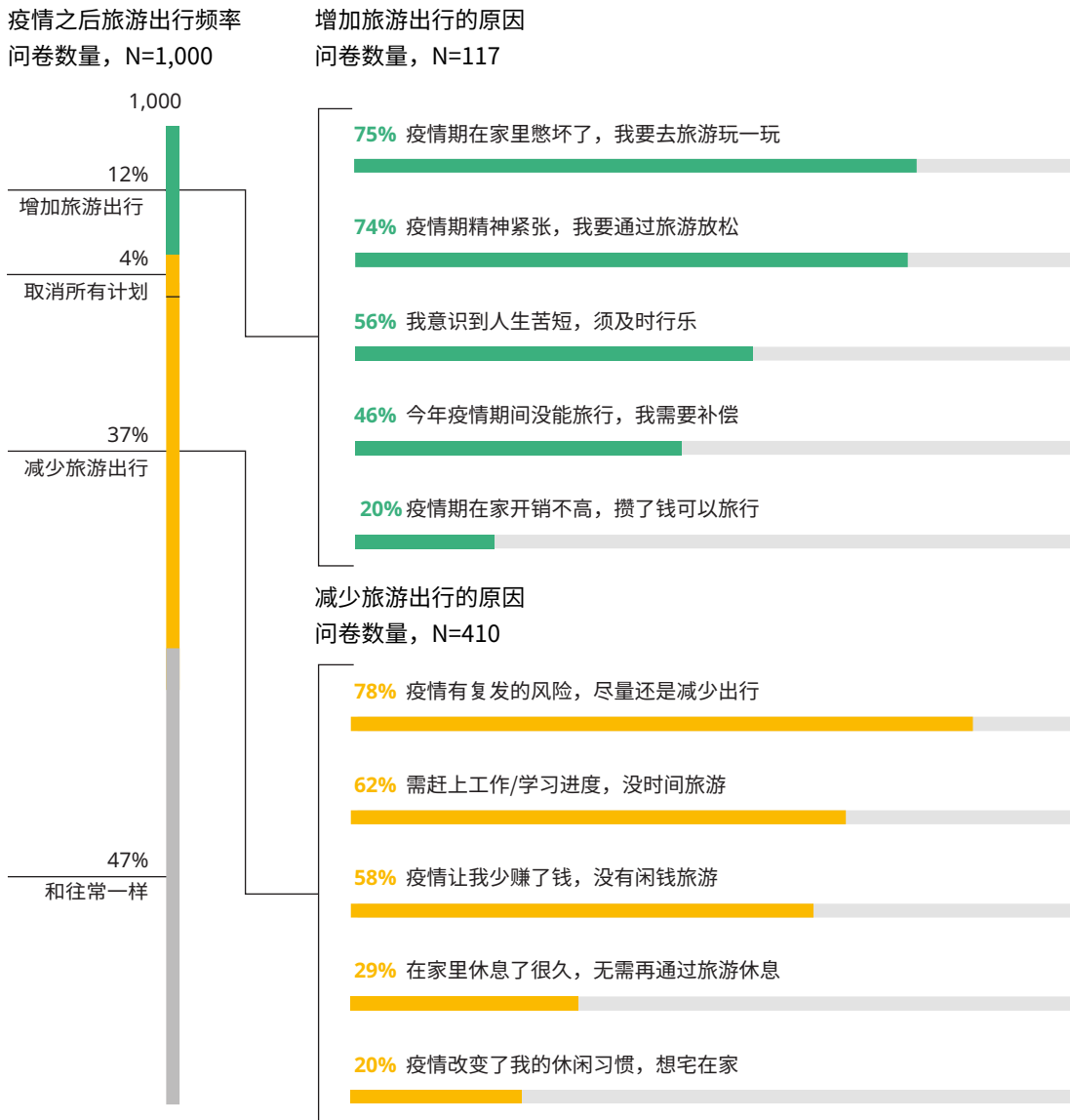


问题：您为什么选择这个地方作为您下一次出行的目的地呢？

数据来源：新冠病毒对中国消费者旅行行为的影响问卷调查（2020年3月），奥纬咨询内部分析

当问及未来的出游频率时，有近一半的受访者表示不会改变今年的出游频率，四成受访者由于担心疫情复发及工作忙碌/收入降低等客观限制表示会减少甚至取消出行计划，但同时仍有12%的受访者提出会反其道而行之，增加出游的频率以放松心情。

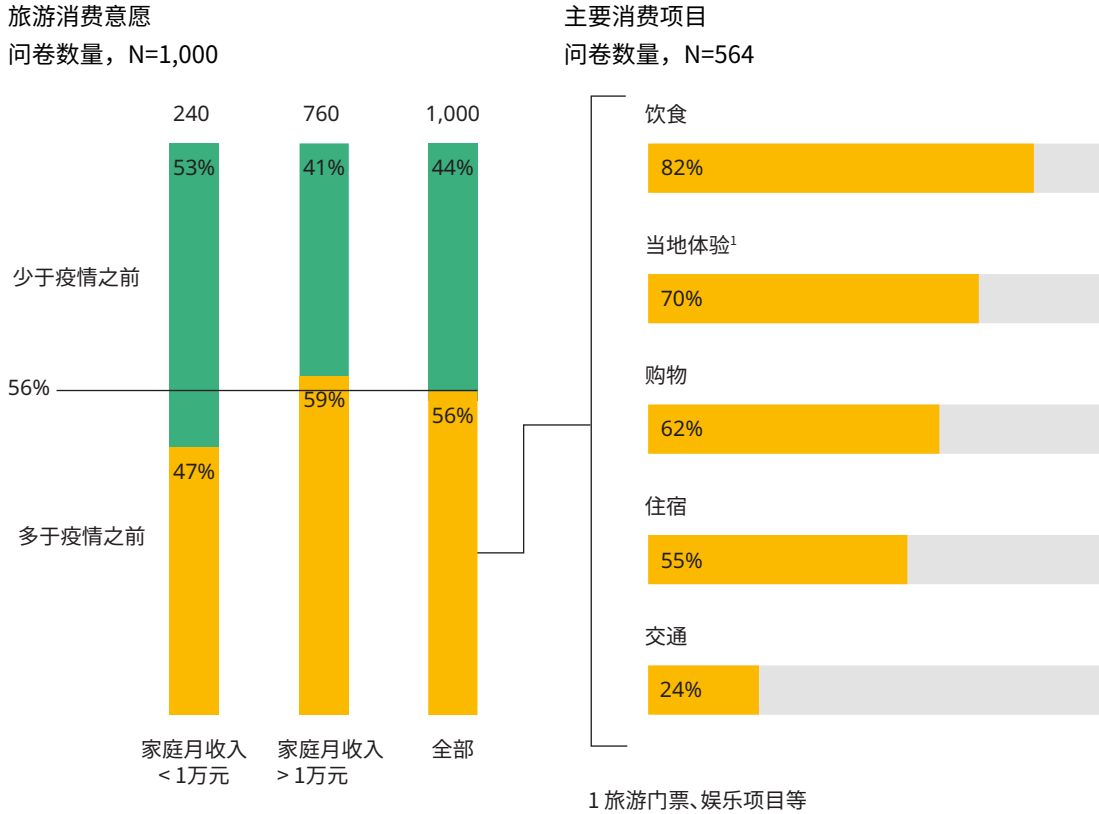
图5：近一半受访者表示不会改变今年的出游频率，而四成受访者表示会减少或取消出行计划



问题：今年疫情过后，您会比原计划更多地旅游吗？/为什么您打算疫情结束后增加旅游呢？/为什么您打算疫情结束后减少旅游呢？
数据来源：新冠病毒对中国消费者旅行行为的影响问卷调查（2020年3月），奥纬咨询内部分析

尽管旅行的意愿和频率因疫情受到一定影响，但一旦出游，大家的旅行预算却没有减少的迹象。在调研中有近六成的消费者表示愿意较疫情爆发前增加旅行预算（家庭收入越高，意愿越高），尤其是在餐饮、当地体验（主要包括旅游门票、娱乐项目等）和购物等项目上。

图6：近六成消费者表示会增加旅行预算，尤其在餐饮、当地体验和购物方面



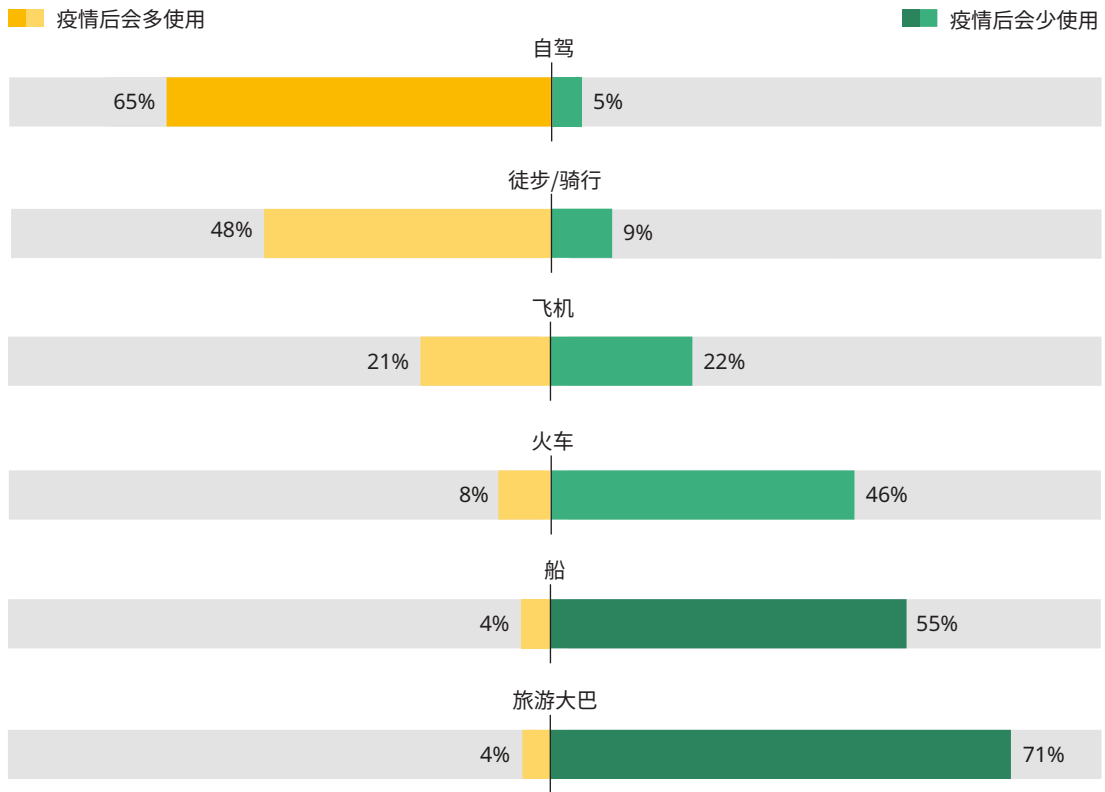
问题：您会在您的下一次旅行里适当放松预算、比通常多花些钱吗？/下一次旅行里，您会在哪些项目上多花钱？您打算比往常多花多少钱？

数据来源：新冠病毒对中国消费者旅行行为的影响问卷调查（2020年3月），奥纬咨询内部分析

在出行交通方式的选择上，自驾和徒步/骑行愈发成为大众青睐的方式，而旅游大巴、火车和船等人口密度较高的出行方式则因为此次疫情的影响受到冷落。

图7：自驾游、徒步和骑行受到青睐

疫情之后对交通工具的偏好
问卷数量，N=1,000



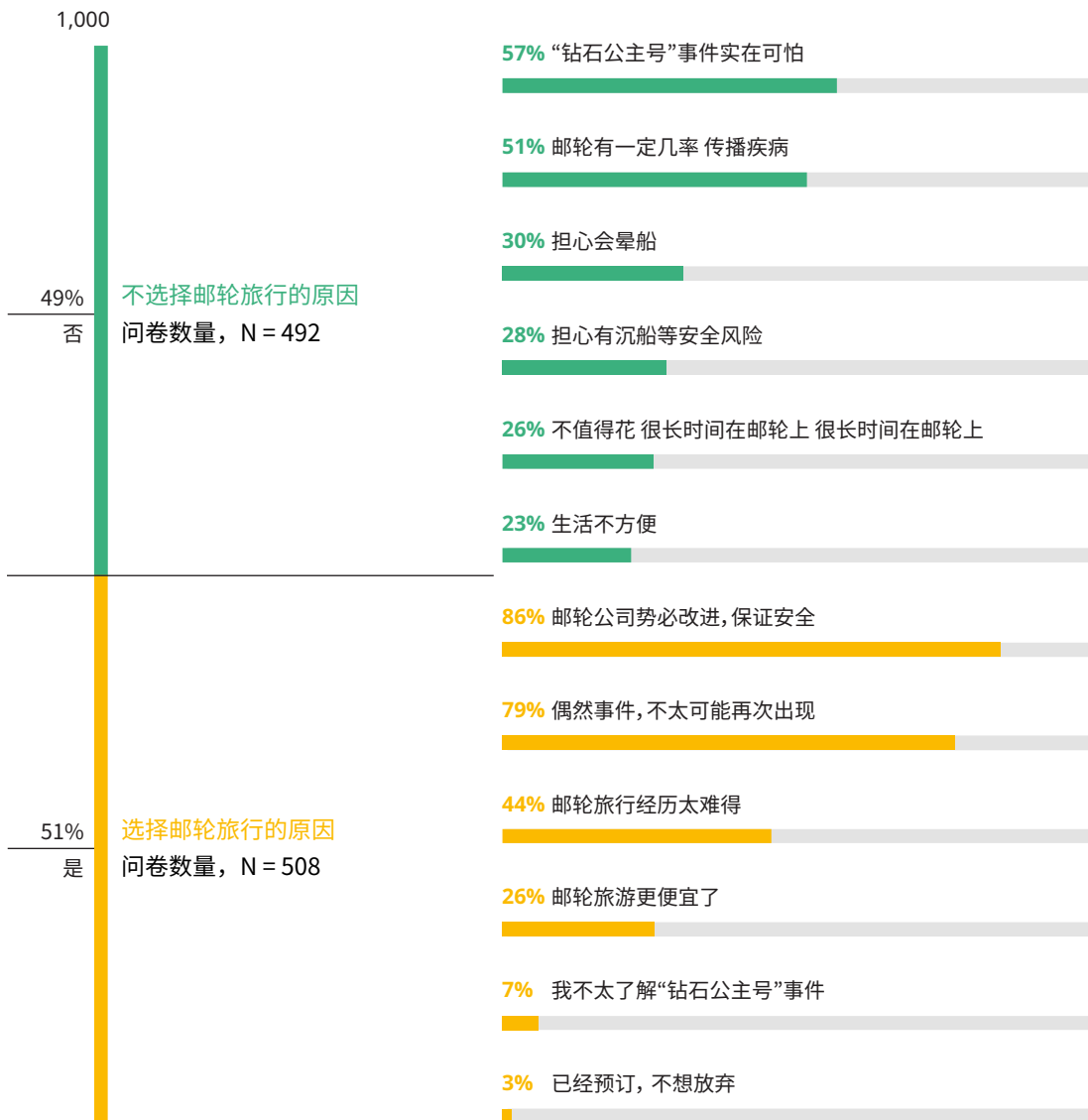
问题：今年疫情后旅游时，您对交通工具的偏好有何改变？

数据来源：新冠病毒对中国消费者旅行行为的影响问卷调查（2020年3月），奥纬咨询内部分析

前不久的“钻石公主号”事件令邮轮业面临重重压力。在调研中，我们发现受访者针对邮轮出行的意见较为分化：有近一半的受访者表示不会再考虑参与邮轮出行，其中绝大部分都对邮轮存在的健康安全风险表示担忧；但同时也有51%的受访者对此更加乐观，他们相信“钻石公主号”更多是偶然事件，同时邮轮公司势必会采取整改措施保证乘客的健康。

图8：约半数受访者表示未来几年都不会选择乘坐邮轮旅行

疫情之后对邮轮旅行的偏好
问卷数量，N = 1,000



问题：疫情结束后的未来几年里，您会参与邮轮出行吗？/为什么“钻石公主号”事件没有打消您邮轮旅行的念头？/您疫情后几年内为什么不选择邮轮旅行？

数据来源：新冠病毒对中国消费者旅行行为的影响问卷调查（2020年3月），奥纬咨询内部分析

结语

总体而言，调研结果超出了我们的预期。尽管目前在疫情影响下，大部分受访者选择暂缓旅行计划，但中长期来看，人们的旅行规划并未受到根本性的冲击，仍有近六成受访者表示不会改变今年的旅行计划，甚至可能会增加出游，并且也愿意增加旅行预算。我们认为这一方面反映出人们普遍对国内疫情得到控制抱有乐观心态，另一方面反映出消费者对于出游的渴望和需求仍然旺盛——这为旅游业的逐步复苏定下了积极的基调。

考虑到境外疫情目前日益严峻，而境内游相对灵活便捷，中国消费者对于国内旅游的偏好正在进一步升温。值得注意的是，不少受访者表示他们倾向于境内游的原因之一是希望支持在疫情中受到冲击的国内旅游业。

在疫情影响下，消费者们开始将健康因素纳入出行考量。我们在调研中发现，疫情后人们更多地希望亲近自然，并选择疫情风险较小、健康安全系数高的地方作为旅行目的地——拥有绚丽自然风光的云南成为了本次调研境内游的首选。与此同时，远离人群、享有相对独立空间的自驾游亦受到青睐，徒步和骑行也成为人们疫情后健康出行的热门选项。

我们认为，疫情使中国游客的出行变得更加谨慎，而消费者由此产生的新需求将为旅游业带来机遇。由此预计，围绕自然、健康、安全等主题的“生态游”将愈加受到中国游客的追捧，自驾游相关产业例如租车服务的需求将日益旺盛。越来越多的人乐于在旅途中通过徒步和骑行等方式更加亲近自然。

伴随着这一系列变化，不变的是大家依然强烈的出游和消费意愿。国内旅游市场有望在疫情过后逐步恢复元气，相关产业也应充分洞察疫情之后消费者出现的行为偏好上的变化，从而抓住机遇迎头赶上。我们认为能够提供精品短途旅行或定制化自由行路线、主打当地特色美食和独特玩乐体验的旅游产业链相关企业将在市场竞争中占得先机。

关于本调研

在线调查问卷于2020年2月在中国大陆地区投放。奥纬咨询调研了1000名消费者，了解新冠疫情对中国游客出行偏好产生的影响。受访者中55%为女性，45%为男性。61%的受访者每月收入在10000元至30000元人民币之间。

图9：一千名受访消费者的年龄、收入和城市分布

年龄分布

问卷数量，N=1,000



月收入分布1

问卷数量，N= 1,000，元



- 2,500-4,999
- 5,000-7,499
- 7,500-9,999
- 10,000-14,999
- 15,000-29,999
- 30,000-49,999
- 50,000-79,999
- 80,000+

城市分级分布

问卷数量，N=1,000



- Tier 1 city
- Tier 2 city
- Tier 3 city or below

税前家庭月收入

问题：您的年龄区间/您目前居住的省份和城市/您的家庭平均月收入（税前，包括工资、投资，租金等各种收入来源）

数据来源：新冠病毒对中国消费者旅行行为的影响问卷调查（2020年3月），奥纬咨询内部分析

奥纬咨询

奥纬咨询是一家国际领先的管理咨询公司，在战略、运营、风险管理、组织转型等管理领域拥有深厚的行业知识和专业优势。

奥纬咨询零售及消费品业务部凭借同业无可比拟的消费者及战略研究洞见和最先进的分析技术，致力于为我们的客户实现更好的成效。我们深谙零售行业竞争的取胜之道：即以服务客户为本、不断提高执行力、在经营能力上锐意进取。奥纬采用求真务实、通过参与实践推动变革发生的咨询方法，我们相信这一方法体现了奥纬真正的独特性——在过去二十年间，我们协助全球广大零售及消费品企业和公司培育和拓展业务，籍此奥纬咨询亦逐步成长和发展。

WWW.OLIVERWYMAN.CN

联系信息

JACQUES PENHIRIN

董事合伙人，大中华区零售及消费品业务主管
jackques.penhirin@oliverwyman.com

IMKE WOUTERS

董事合伙人
imke.wouters@oliverwyman.com

PEDRO YIP

董事合伙人，大中华区数据科技业务主管
pedro.yip@oliverwyman.com

JAMES YANG

董事合伙人
james.yang@oliverwyman.com

ALEX SHUTTER

董事合伙人
alex.shutter@oliverwyman.com

欢迎关注奥纬咨询微信公众号及小程序，获取更多报告资讯



版权所有 2020 奥纬咨询保留所有权利。

未经奥纬咨询书面准许不得复制或发布本报告全部或部分內容，奥纬咨询对第三方的上述行为不承担任何责任。

本报告中的信息和观点均来自奥纬咨询。本报告并非投资建议，不应依赖报告中的建议内容进行投资，也不应将本报告内容替代专业。

会计、税务、法律或金融顾问意见。奥纬已尽最大努力确保报告内容采用了真实、全面和最新的信息和研究结果，但是对所提供信息的准确性不承担任何明示的或者隐含的责任。奥纬亦不承担更新报告信息或结论的任何责任。奥纬咨询对于因本报告内容、引用此处信息的任何报告或资料来源采取或放弃的任何行为而产生的损失或者对任何后果性的、特殊的、相似的损害(即使得知该损害发生的可能性)不承担任何责任。本报告不构成买卖有价证券要约，亦不构成买卖有价证券要约邀请。未经奥纬咨询书面同意不得出售本报告。