

# 问道出境游：修复供应链



利好消息的相继发布,也为接下来出境游复苏奠定了基础。虽然国际航线运力尚未完全恢复、目的地供应链修复仍需时间,但经历了三年“冰河世纪”的出境游市场也展现出了强大韧性。重启后的出境游市场也发生了诸多变化,高端、精品产品受青睐,C端市场占比提升,市场变化的同时也衍生出了新的机遇。接下来出境游市场将走向何方?下一个爆火的目的地在哪?深蓝媒体智库“中国出境游复苏和境外目的地发展趋势沙龙”也带给我们新的启发。

## 全球旅游业复苏水平取决于中国出境游

世界旅游城市联合会专家委员会副主任、北京交通大学现代旅游研究院院长 张辉

预计2023年全球旅游人数可恢复至2019年的  
**80%-95%**

近日,文旅部发布《关于试点恢复旅行社经营中国公民赴有关国家和地区(第三批)出境团队旅游业务的通知》,日、韩、英、美及澳大利亚等78个国家位列其中,至此出境团队恢复的国家和地区已增至138个。“中国出境游市场的有序复苏对世界旅游业的发展具有重要意义。”

张辉表示,在这样的情况下,世界旅游组织认为2023年全球旅游业可强劲恢复,预计2023年全球旅游人数可恢复至2019年的80%-95%;同时,世界旅游与旅行理事会也预测,2023年亚太地区旅游业的恢复可以达到84%。

“但究竟这两个预测数字能否成立,还是取决于中国的出境旅游恢复情况。”张辉分析指出,2019年中国出



境旅游人次达到1.55亿人次,对世界旅游的贡献率达到35%,如果中国的出境旅游市场无法恢复,这两大预测数据均会落空。“中国出境旅游市场的恢复是具有不确定性的,但可以确定的是2019年的数据是短期的高点,两三年之内无法触及。”

## 精致、高端、深度成为出境游新趋势

凯撒旅业助理总裁 葛牧

今年第一批出境游的游客是  
**高净值人群**



在利好消息发布后的一周内,凯撒旅业的诸多旅游产品的预订量节节攀升,这些产品的目的地包括日本、以色列、土耳其、英国等国家,以及德奥瑞、中东欧联线等,甚至有部分产品在两天之内就已经满团了。

葛牧介绍,过去三年,原来目的地为中国游客准备的包括餐厅、酒店、中文服务人员等均发生了很大的变化,一切都需要重新恢复。不过近期出境游产品预订量的快速增长,让旅游人重拾信心。

谈及今年出境游市场变化,葛牧表示,今年第一批出境游的游客是高净值人群,这些游客更愿意花更长的时间去深度体验目的地,对于服务品质、主题玩法要求更多、更高。

葛牧还谈到,凯撒旅游今年推出了“走遍世界花园——瑞士17天横贯之旅”,虽然只是十几人的精致小团,但游客的体验度和满意度却非常高。同时,凯撒还推出了新加坡、泰国全程五星的产品,且环球邮轮产品也受到消费者的青睐。葛牧认为,与2019年相比,高端、精致、深度成为今年出境游市场新的变化。

## 出境游供应链还在持续修复中

众信旅游新兴业务总经理、奇迹旅行总经理 喻慧

今年地接整体价格相较2019年增长了  
**30%左右**

针对暑期出境游市场情况,喻慧介绍,暑期的旅游市场十分火爆,无论是欧洲游,还是小众目的地南极、北极,甚至南北环线,各个线路都非常受消费者的欢迎。

“从今年旅游市场可以看出,消费者释放的需求十分庞大,对旅游从业者来说无疑是个好消息,但目前仍有尚未解决的困难。”喻慧表示,由于三年的停滞,出境游供应链还在持续修复中,其中,今年地接整体价格相较2019年增长了30%左右,酒店、机票等供应链价格持续攀升,由于不少产品都是年初做的定价,成本上涨给部分旅行社带来了巨大的损失。喻慧进一步分析,当前由于直飞航班较少,想要一次性满足几百人的团,就必须拉长轴,分航班抵达目的地,这也是目前旅行社出境游恢复面临的最大困难之一。



虽然在市场回归正常前依旧有各种难点存在,但喻慧仍对出境游复苏抱有信心,各个板块在恢复的过程中都有自己的速度,旅行社企业虽然只能起到连接作用,但却可以聚焦特色产品的研发、宣传的投入以及服务的升级,与业内一起期待出境游市场的持续升温。

## 疫后旅企需在B端与C端之间找平衡

康辉旅游集团总裁助理 康凯

预计明年旅行社资源能够  
**恢复**到2019年的水平



疫情前,大型旅行社更多与B端的企业进行对接,但经历了疫情,市场发生了巨大改变。康凯提到,康辉集团现在更多的是面对C端市场,而且是高净值客户。同时,C端的体量比较大,抓住这些客户很不容易。

三年的停滞,也让重启的市场焕发出了新的亮点。康凯指出,消费者对于小众化、高品质的产品更加青睐,并且更偏重于以住宿高品质为主的纯玩法。针对新的市场特点,康辉推出了适合于当前市场的出境游产品,例如南极游产品,提前几个月开始收客,到目前为止市场上的反响非常不错。随着各方资源的逐步恢复,旅行社企业也将在B端与C端寻找平衡。

康凯表示,对于旅行社来说,过去三年非常不容易,旅游人在坚守。虽然也有部分旅游人在这三年选择转型,但随着市场的逐步回暖,大家的信心开始逐步恢复。当前,各旅行社仍面临人员紧张、缺乏境外地接资源、航司运力尚未恢复等难题,康辉也在根据资源恢复情况来调整相应的产品,乐观预计明年能够恢复到2019年的水平。

## “十一”前供给端复苏节奏将加快

携程研究院战略研究中心主任 彭涵

“十一”出境游产品订单量环比上月同期增长了  
**3.5倍**

出境团队游目的地名单再度扩容后,游客对于出境游迸发出更加强烈的出境游热情,各旅游平台出境游方面的数据在不断攀升。

彭涵谈道,在宣布第三批出境团队游名单之后,携程平台的出境游咨询量、搜索量热度攀升速度非常快,同时,“十一”期间的出境游产品预订情况成为另一大新亮点。近一周,携程平台上预订“十一”期间出境游产品的订单量环比上月同期增长了大约3.5倍,其中,私家团产品增长了3倍。

“目前来看,航班运力和签证等还存在资源恢复分布不均、供小于需的情况,但随着出境旅游相关政策的进一步优化,供给端的复苏节奏有望加快。”在彭涵看来,“十一”假期是出境游市场复苏的重要节点,通过这个节点可以判断出出境游市场现在究竟能够吸纳多少



旅游消费。同样,彭涵依旧对出境游市场复苏抱有很高的期待,当前,距离“十一”假期还有1个多月的时间,对于旅游企业来说刚好有一个缓冲期,在旅游订单量攀升的时刻,企业可以根据游客的反映来做更加充分的准备。

## 下一航季国际机票价格有望持续回落

飞猪旅行境外航司运营副总监 徐杰

近一周国际机票交易额同比增长超  
**10倍**



在第三批出境跟团游目的地名单发布后,飞猪平台一小时内的搜索量同比增长超20倍,环比前一周增长超6-7倍。同时,从近一周国际机票交易数据来看,同比增长超过10倍。“这些亮眼的数据带给从业者巨大的信心。”徐杰指出,消费者出境旅游的意愿是

显而易见的。谈及目前部分航线票价高的原因,徐杰分析道,据OAG(Overseas Airline Guide,海外航空指南)发布的8月运力数据来看,8月航班量尚未恢复至2019年同期水平,这可能是国际航班票价居高不下的最主要原因。如果航司运力持续增加,供给增多后相应的价格就会呈现下调。此外,10月底民航业将迎来新一轮的换季。随着航司运力的进一步调整,在冬春航季时刻,国际航班票价将会有一定回落。

徐杰还表示,随着国际机票价格的回落,出境游人数会持续攀升。同时,飞猪在8月会启动今年“双11”玩法的策划,今年仍然会延续推出二次预约“机票宝贝”的玩法,在出境游重启后的第一个“双11”实现快速复苏。  
北京商报记者 吴其芸