

# 品质游成春节出行主旋律

人均花费近万元



根据携程大数据显示,今年春节消费升级,家庭旅行的平均费用预计将超过万元,人均消费将超过3500元,环比1月平均上涨25%。另据马蜂窝发布《2018春节出游趋势报告》指出,春节期间境内外旅游产品较去年均有大幅上涨。其中境内旅游产品价格同比涨幅高达115%,产品均价达到7179元。境外产品均价9641元,同比增长63%。人均花费的增长也让旅游产品更加品质化。

据北京商报·高端旅游周刊联合《数据》杂志推出的调查数据显示,2018年春节出境游人均消费中,有近50%的人预计花费超万元。另据携程公布的大数据显示,到目前为止,预订春节出境跟团游、自由行产品的人均成交价达到9500元,国内游人均消费超过3500元,春节一个三口之家到海南三亚度假,花费就将近2万元。

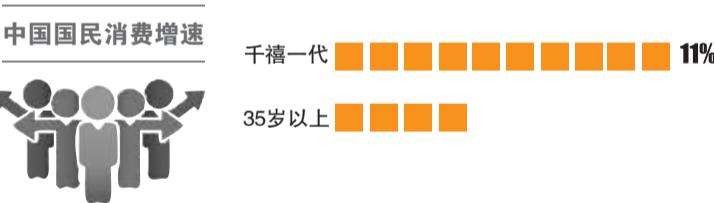


“80后”成旅游消费主力



据“千禧一代”消费行为报告》中指出,随着中国国民整体生活水平的提高和消费的不断升级,中国“千禧一代”的消费正以年均11%的速度高速增长,是35岁以上消费者增速的两倍,逐渐成为旅行消费的主力。

在美团点评平台上,“千禧一代”的用户占比高达71%,明显高于平均水平;同时“千禧一代”的用户消费能力高,平均消费金额是平台整体用户的1.8倍,尤其是30岁以上的用户消费能力最强。



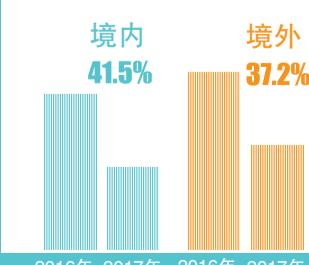
文娱消费更受喜爱



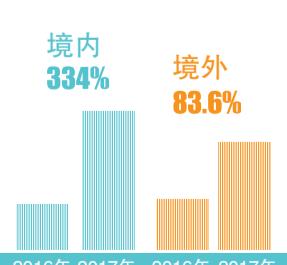
根据马蜂窝数据研究中心公布的数据显示,2016—2017年境内外体验消费正大幅提升。其中,境内外人均文化娱乐消费额变化显著,境内增长了334%,境外则增长了83.6%。另一方面,中国消费者在购物上的支出有所下降,其中境内方面,2017年同比2016年下滑41.5%。境外方面,2017年同比2016年下滑37.2%。由此推测,2018年游客的境内外体验消费仍将呈增长态势。

此外在北京商报·高端旅游周刊联合《数据》杂志的《2018春节旅游消费调查》中显示,相比往年,2018年春节,游客选择在购物上的花费有所下降,反而在文娱方面的花费越来越多。北京商报记者发现,在境外游上,游客更加注重旅游消费所带来的体验。比如在入住品质酒店、欣赏当地美景的同时,也会花费相当金额去观看地方特色文化表演、品尝当地美食、体验当地文化。

2016—2017年境内外购物  
消费额变化趋势



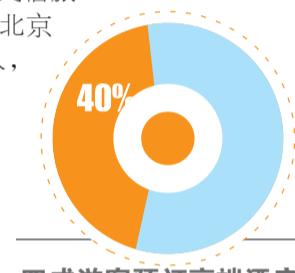
2016—2017年境内外  
体验消费增长变化趋势



四成游客青睐高品质住宿

与往年不同的是,今年春节出游中,游客对于住宿品质也有着更高的要求。此前据携程发布的《2017国民出游大数据》显示,2017年部分城市的消费者更愿意选择入住舒适的酒店。上海以人均1.2万元位居全国第一,北京、杭州、温州、西安紧随其后,人均花费则突破了1万元。据北京商报·高端旅游周刊联合《数据》杂志所推出的调查数据显示,超过四成的游客会选择国际五星级酒店和当地豪华酒店。

除了高端酒店以外,民宿占比也相比往年有所提升。仅据途家方面的订单量来看,今年春节订单量提升40%,订单间夜量提升近80%。此前据途家发布的民宿旅游数据显示,国内方面,成都、三亚、北京的民宿受欢迎,由于南方的气候宜人,旅游类型多样,民宿也成为去南方旅游住宿的最佳选择。而在境外,香港、大阪、东京民宿受欢迎,这几个城市由于居住资源紧张,酒店相对来说比较昂贵,因此适宜发展性价比比较高的民宿。

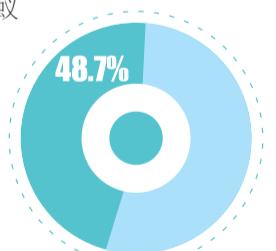


在线渐成主要渠道

随着经济的发展,预订渠道的多样化给消费者带来了更大的便利。据北京商报·高端旅游周刊联合《数据》杂志所推出的调查数据显示,63%的游客倾向在线预订旅游产品,其中包括机票、酒店等。而通过传统旅行社预订的只有18%。

据中国互联网络信息中心最新发布的第41次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2017年12月,在线旅行预订用户规模达到3.76亿,较2016年底增长7657万人,增长率为25.6%;在线旅行预订使用比例达到48.7%,较上年提升7.8个百分点。网上预订火车票、机票、酒店和旅游度假产品的网民比例分别为39.3%、23%、25.1%和11.5%。

此外,据易观发布的《中国在线民宿预订市场专题分析2017》报告显示,数据显示,21.7%的用户选择使用途家平台预订,小猪、蚂蚁短租平台的用户占比均为14.5%,而Airbnb中国只有7.7%的用户青睐。有业内人士还指出,大多数年轻消费者更倾向于使用携程、去哪儿、飞猪等旅游预订网站及App,根据旅游目的地以及追求个性化住宿体验,选择不同的酒店。



在线旅行预订用户占比

