

中国年轻一代 高端旅游者洞察

中国奢华旅游白皮书 2016



strategic partner



胡润百富
HURUN REPORT

in association with



开篇

胡润 Rupert Hoogewerf

胡润百富董事长 / 首席调研员

去年一年，虽然中国经济增长放缓，但在高净值人群总体收入稳定增长的大环境下，2015 年中国出境游人次达到 1.2 亿，人数超过 7 千万人。国际旅游协会的统计数据显示，中国游客去年境外旅游消费额高达 2,150 亿美元，同比上涨 53%，在全球游客消费额中排名第一。

在国人出境游及境外消费高速增长的大背景下，胡润百富首次与万豪国际合作，聚焦 80 后年轻一代高端旅游者的旅游态度和需求，联合发布《2016 中国奢华旅游白皮书》。

此次白皮书数据来源于 525 位年均旅游消费在 20 万人民币以上的年轻一代高端旅游者。他们之中，超过一半的人群为富二代或家族企业接班人，财富丰厚，年轻活力，时间充裕，社交媒体活跃度高。在他们当中，还有一部分追求创新、资源和速度的年轻一代们。这群年轻活力的 80 后如何看待旅游在他们生活中扮演的角色？他们最青睐的旅游主题和目的地有哪些？他们在出境游的行为态度与消费习惯上有何特点？“被宠坏”的他们对酒店的服务、设施和高科技硬件有何独特要求？他们的旅游行为折射出了未来三年中国高端旅游的哪些趋势？《白皮书》将尝试探讨这些有趣的话题。

《2016 中国奢华旅游白皮书》是胡润百富对 80 后年轻一代旅游特征和未来旅游趋势的全面数据化呈现，在中国境外游旅游业创新高的同时，我们也希望通过此白皮书宣扬正确的价值观与消费观，引领中国旅游者“由富及贵”的格调，促进社会进步。我们希望您从中获取最有价值的信息，同时也欢迎您提供宝贵的建议。

祝您阅读愉快！

**2015 年中国出境游人次达到 1.2 亿，
人数超过 7 千万人，
中国游客去年境外旅游消费额高达
2,150 亿美元，同比上涨 53%，
在全球游客消费额中排名第一。**



欢迎词

若方国瑜

万豪国际集团亚太区首席市场营销官

作为全球酒店行业的领导者，万豪国际集团十分高兴与胡润研究院携手进行为期数年的市场研究合作计划。这是国际顶尖旅游及酒店企业和中国奢华旅游权威机构的破天荒合作。

自万豪国际于 1998 年首度进军中国市场，于当地开设丽思卡尔顿酒店以来，我们发现中国富裕消费市场高速发展。通过与胡润的战略合作关系，万豪国际能够根据在奢华酒店的领导地位，与胡润近 20 年在中国高净值人士的深入研究经验相结合，协助万豪国际时刻走在行业最前沿，获取更深入的观点，为我们在中国和全球的宾客提供与众不同的奢华体验。

今年的《中国奢华旅游白皮书》特别关注中国“80 后”的年轻高净值旅游者。这也是万豪国际重要的顾客群。我们不断紧贴新一代旅游者，致力提供胜人一筹的奢华服务，以满足他们的需要。集团旗下的奢华酒店品牌在中国不断发展，至今已在中国开设 20 多家奢华酒店，另有约 30 家正在规划中。其中，今年万豪国际将于海南岛开设亚洲首家奢华酒店品牌“EDITION”。BVLGARI 也将于 2017 年于上海登场，成为集团于中国市场发展的其中几个重要项目。

今年的调研结果显示，大比例的“青奢”旅游者偏好电子客户服务，而不是传统的电话礼宾服务，这令我们感到十分鼓舞。万豪国际致力利用宾客偏好的方式和渠道提供服务，“万豪手机应用程序”可让宾客使用他们的移动装置预订房间，同时向我们直接提出请求。而集团早前也和支付宝合作，为客户提供便捷的支付体验，并与客人利用微博及我们的旅游合作伙伴微信，带来无缝沟通。

中国和亚洲地区的酒店业充满活力，发展蓬勃。万豪国际期待与胡润研究院携手揭示推动新兴旅游前景的发展趋势，藉以提高我们的竞争优势，并继续为我们的客户和为你提供无与伦比的体验。



中国年轻一代 高端旅游调研 八大看点

① 消费能力强，旅行经历丰富

本次调研的中国年轻一代高端旅游者于1980年后出生，他们拥有较多财富，旅游消费能力强，其家庭年旅游消费42万元，其中购物消费平均22万元。服饰、手袋、钟表和珠宝是他们旅游购物的前四大项目。酒店花费上，平均每晚预算为3,100元。

他们旅行经历丰富，平均去过13个国家，过去一年平均出国3.3次，平均天数为25天，其中旅游占比69%。

② 欧洲、日本游受青睐

欧洲，尤其是法国，是吸引力最强的旅游目的地，它不仅是年轻一代去年去过的最多的旅游目的地，并且在未来三年的选择上排名第一。年轻一代高端旅游者2015年印象最深刻和2016年春节去过最多的地方都是日本。日本游因其路途短、购物方便、美食文化吸引人、人文素质高而明显受到年轻一代高端旅游者的青睐，在去年一年里表现强劲。

③ 最常不定时和十一出行， 春节是家庭旅游的高峰

对于未来一年的旅游时间，55%的年轻一代高端旅游者认为不定时均可出行。选

择十一游的排名第二，占比36%。有趣的是，由于年轻一代孩子尚小，旅游旺季暑假档的出行比例仅占两成。春节是家庭旅游的高峰，去年春节年轻一代高端旅游者的出国游比例为56%，其中高达90%的人是与家人或朋友同行，平均同行人数为4人，平均旅游天数为8.5天。

④ 未来旅游主题更加多样化

与2015年相比，年轻一代高端旅游者未来三年的旅游主题将更加多样化。休闲度假将来仍是最主要的旅游主题，此外，更具新意和挑战性的主题，如环游世界、轻度冒险、极地探索和自驾将明显更加受到年轻一代的青睐。

⑤ 选择酒店的考虑较多

年轻一代高端旅游者选择酒店时的考虑因素首先是房间状况，其次是服务人性化（37%）、地理位置好（26%）、设施高科技（22%）和喜欢的酒店风格（21%）。他们期望奢华酒店的房间能够在设施 and 设计的细节方面提供更高品质的住宿体验。他们喜欢管家式和电子化互动式服务，期待体贴入微的个性化服务，同时也不希望被过于殷勤的服务打扰。他们青睐酒店能



够提供高科技数字化设备，如无线 WiFi（73%）、智能电视（55%）等，不仅有新鲜有趣的入住体验，同时可以增加温馨感、个性化和便捷度。他们偏好有品牌特色和艺术设计的酒店风格，以增加旅途中“与众不同”和“趣味体验”的满足感。

6 国航、汉莎航空分别成为最青睐的国内、国外航空公司

在年轻一代高端旅游者常用的航空公司会员的选择上，国航以绝对优势排名第一（51%），其次是南航和东航。国外航空公司中，由于年轻一代高端旅游者的首要目的地是欧洲，汉莎航空因其拥有航线多、中转方便等优势排名第一（19%）。相比之下，年轻一代对酒店的会员计划关注度不高，其中香格里拉贵宾金环会的会员青睐度最高。

7 微信、第三方旅游 APP 成为主要旅游信息渠道

年轻一代高端旅游者获取旅游信息的主要来源是微信公众号（48%）、朋友圈微信分享（47%）和网站（42%）。微信成为首要消息来源，年轻旅游者通过微信公众号、朋友及旅行顾问在微信上分享等多个途径了解旅游资讯。第三方 APP 也成为重要信息源：如携程、去哪儿和途牛是常用软件。

8 热门旅游国家分析

日本：购物与美食受到年轻一代高端旅游者的青睐

美国：重要的商务旅行目的地

法国：欧洲游热门目的地，购物天堂

澳大利亚：热门国家休闲度假首选地

英国：探亲访友比例高

目录

01

开篇

02

欢迎词

03

中国年轻一代高端旅游调研 八大看点

30

万豪国际简介

31

关于胡润百富



旅游在年轻一代高端旅游者的
出国行程中占据着重要的地
位，欧洲、日本游受年轻一代
高端旅游者的显著青睐

(第8页)

08

第一章：中国年轻一代高端旅 游者的生活和旅游方式

12

第二章：中国年轻一代高端旅 游者专项调研

20

第三章：中国年轻一代高端旅 游消费分析

21

第四章：中国年轻一代高端旅 游酒店市场

28

第五章：2016 大中华地区 十二大最受欢迎的出境游奢华 旅行社

A full-page advertisement featuring actor Hugh Jackman. He is wearing a dark olive-green trench coat over a white shirt and a grey tie. On his left wrist, he wears a Montblanc watch with a white dial and a dark leather strap. He is holding a black leather briefcase with both hands. The background is a bright, slightly blurred outdoor setting with architectural elements.

万宝龙传承精密计时系列腕表与休·杰克曼

雕琢崭新高度

为致敬欧洲探险家瓦斯科·达·伽马对精准计时的追求，万宝龙特别推出传承精密计时系列全历腕表达伽马特别款。腕表配备完整的历法功能，月相周边以蓝漆饰有星群，正是达伽马1497年首次印度之旅时途经好望角上方所观测到的星空图案。敬请访问万宝龙官方网站了解更多。

www.montblanc.cn

贵宾热线：400 6088 588



**MONT
BLANC**



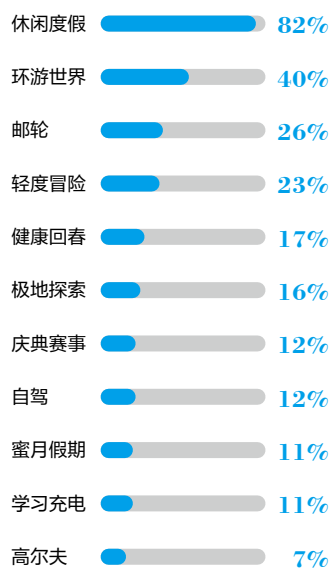
第一章：中国年轻一代高端旅游者的生活和旅游方式

此次调研的被访者为 18-36 岁年轻一代高端旅游者，他们的平均年龄为 28 岁，其中男性占比 55%，人均财富近 3,900 万元，主要的财富来源是投资回报 42%、工资 23%，和继承 20%。年轻一代高端旅游者中，已婚人群占比 77%，其中 75% 有一个孩子。平均在国外工作 / 学习过 1.6 年，去过 13 个国家。年轻一代高端旅游者有较强的消费能力，他们家庭年旅游消费平均 42 万元，其中购物消费平均 22 万元。

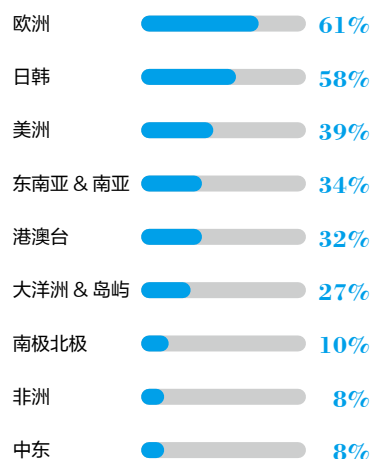
年轻一代高端旅游者人群描述



过去一年出国旅游主题



过去一年出国旅游目的地



欧洲、日本游受年轻一代高端旅游者的显著青睐

此次被调研的 525 位年轻一代高端旅游者平均到访过 13 个国家，过去一年平均出国 3.3 次，平均出国天数为 25 天，其中旅游占比 69%，为 17 天。旅游在中国年轻一代高端旅游者的出国行程中占据着重要的地位。

在出国旅游的主题上，年轻一代高端旅游者以休闲度假为主，占比 82%，其次是环游世界 40%。目的地的选择上，欧洲和日韩游明显受到年轻一代高端旅游者的青睐，是最主要的旅游目的地，分别占比 61% 和 58%。

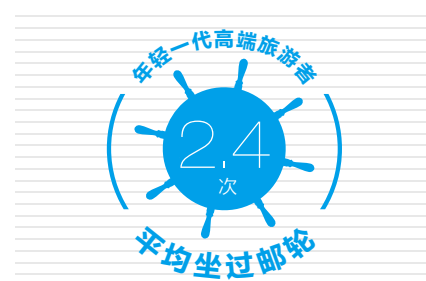
常用的航空公司会员



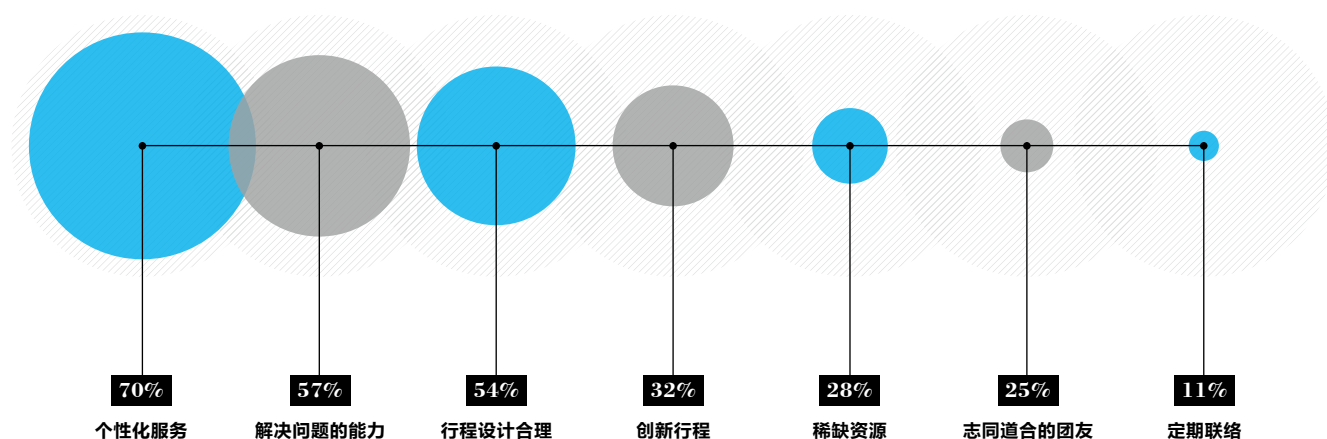
国航、汉莎航空分别成为年轻一代高端旅游者最青睐的国内、国外航空公司

在年轻一代高端旅游者常用的航空公司会员的选择上，国航以绝对优势排名第一，其次是南航和东航。国外航空公司中，由于年轻一代高端旅游者的首要目的地是欧洲，汉莎航空因其拥有航线多、中转方便等优势排名第一。

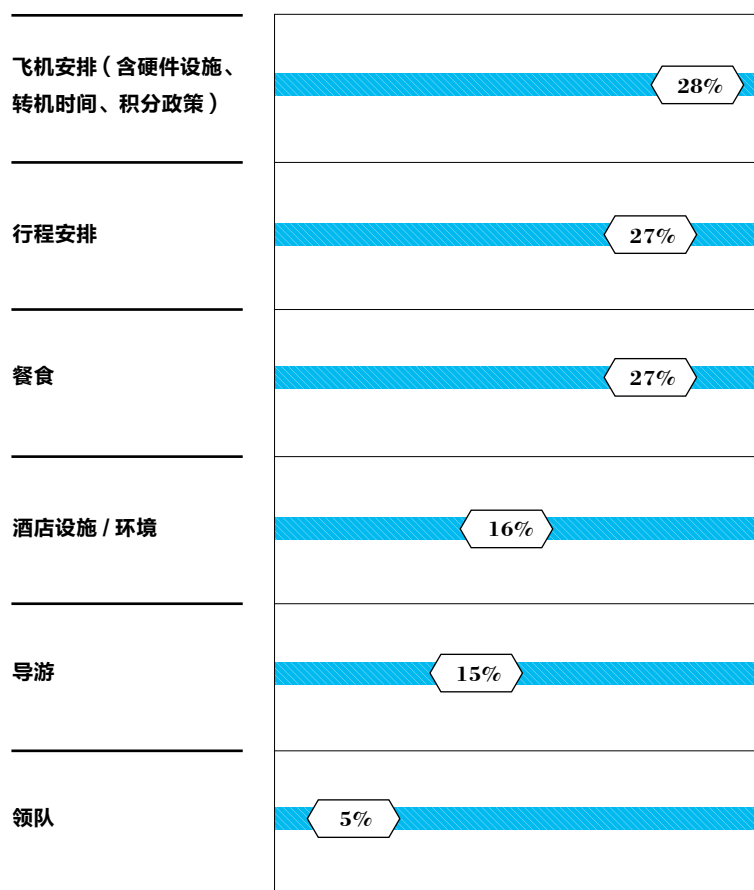
年轻一代高端旅游者平均坐过邮轮 2.4 次，仅 15% 的人没有坐过邮轮。



青睐某旅行机构的原因



旅行社最令你感到不满意的方面



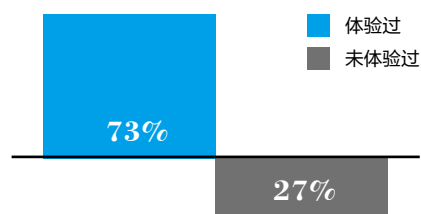
高端旅行社的年轻一代客户最关注其提供的个性化服务

在旅行社的选择上，年轻一代高端旅游者非常注重个性化服务、解决问题的能力 and 行程设计合理，这三项的选择比例均超过 5 成。

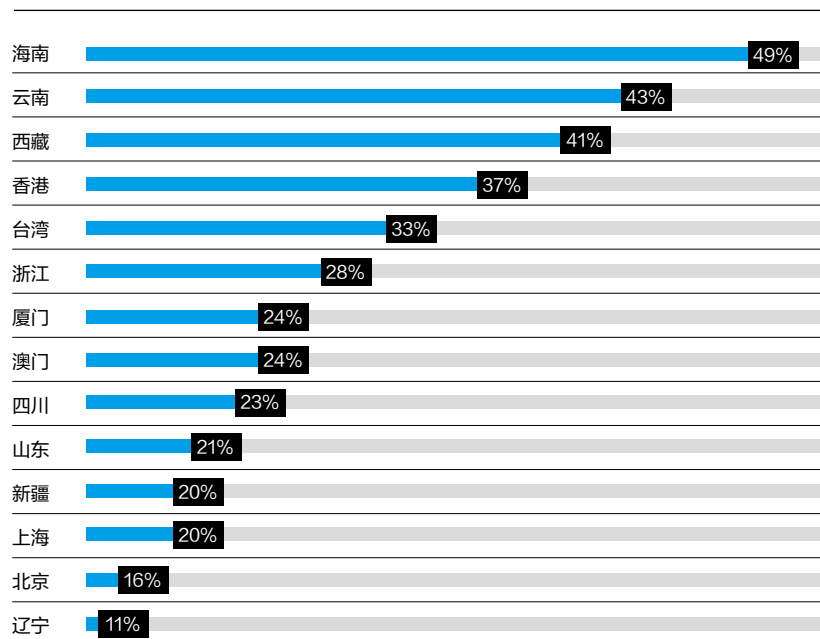
飞机安排是年轻一代高端旅游者对旅行社服务最不满意的方面，占比 28%。其次是行程安排 27% 和餐食 27%。

年轻旅行者对定制化旅行服务的接受度较高，73% 的年轻一代高端旅游者表示曾体验过旅行社提供的私人定制服务。

是否体验过私人定制旅行服务



青睐的国内旅游目的地

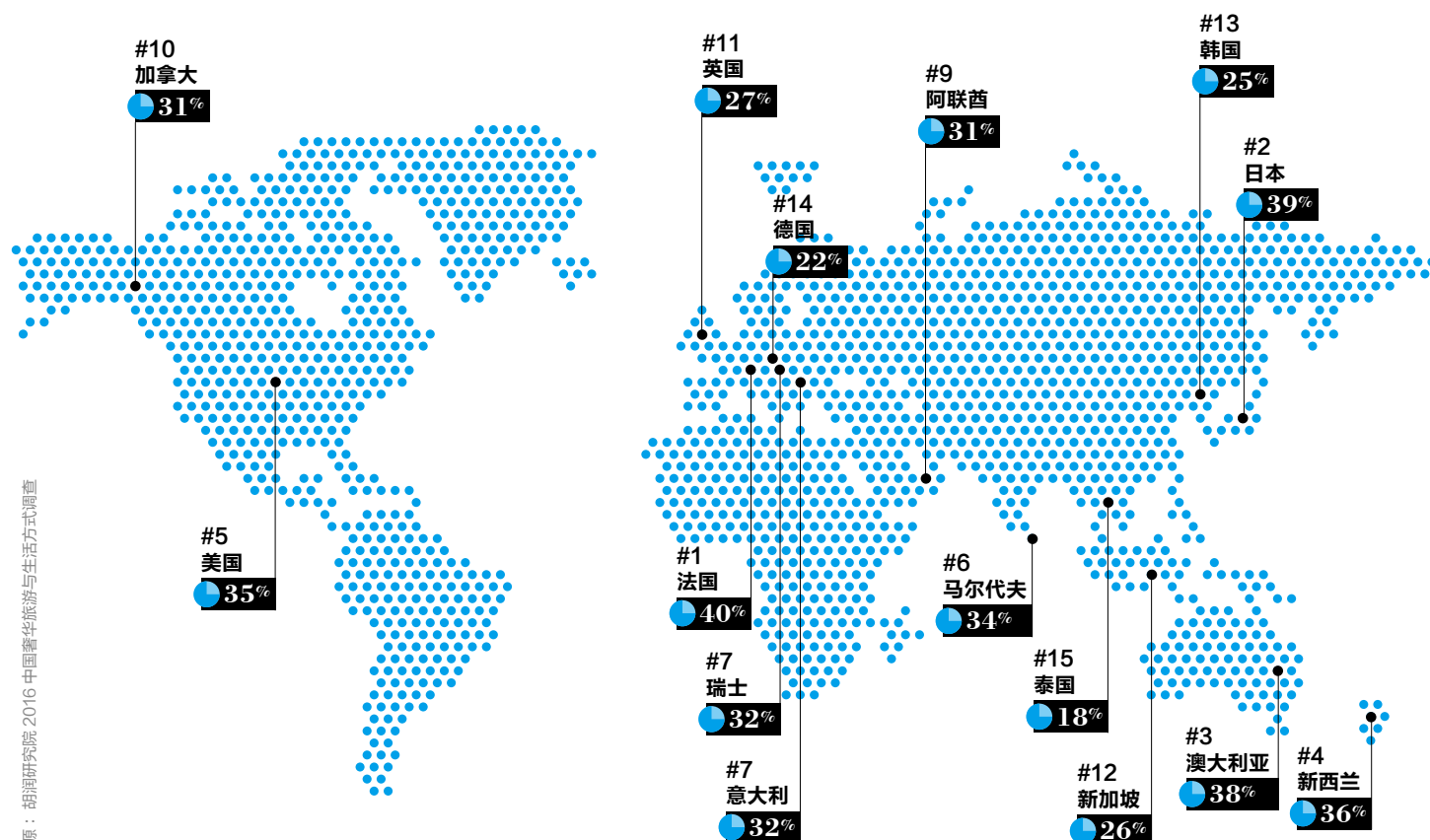


海南和法国分别成为年轻一代高端旅游者最青睐的国内、国外旅游目的地

海南以 49% 的选择率位列青睐的国内旅游目的地首位，旅游环境完善、以三亚为代表的独特的海岛景致和沙滩风景是其排名第一的主要原因。其次是云南 43% 及西藏 41%。云南以其境内丰富的自然资源、多样的民族风情和便捷的交通尤其吸引年轻一代高端旅游者。

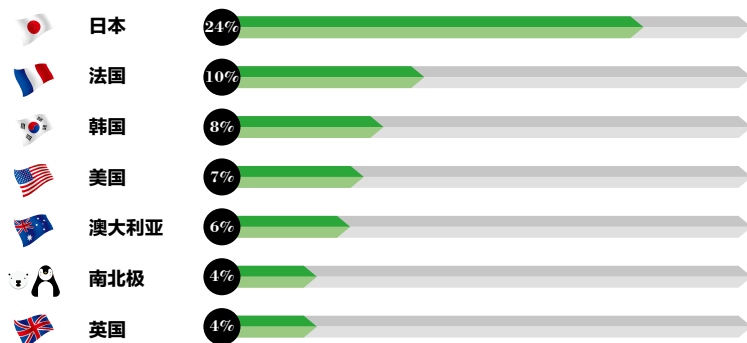
法国以其免税的购物体验、丰富的历史建筑景观和浪漫小资的休闲格调，排名年轻旅游者最青睐的国外旅游目的地之首，日本、澳大利亚紧随其后。

青睐的国际旅游目的地

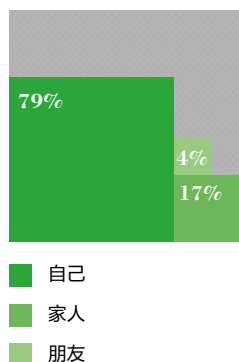


第二章： 年轻一代 高端旅游者 专项调研

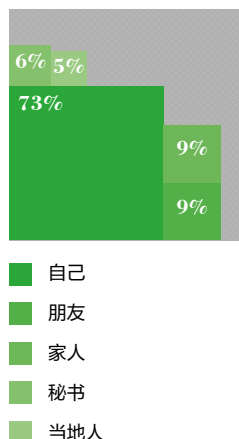
2015 年印象最深刻的出国旅游目的地



谁决定去目的地



谁预订酒店



专题一：年轻一代高端旅游者 2015 年印象最深刻的一次出国旅行

在 2015 年印象最深刻的旅游目的地中，日本以 24% 的高比例居于首位，其次是法国（10%）和韩国（8%）。

日韩吸引中国年轻一代高端旅游者的原因主要是地理位置方便、环境整洁、购物便利便宜、景区风景优美以及未过度商业化。法国在欧洲国家中排名第一，其浪漫的城市风景、有历史的建筑和美食及购物环境对年轻旅游者吸引力较强。

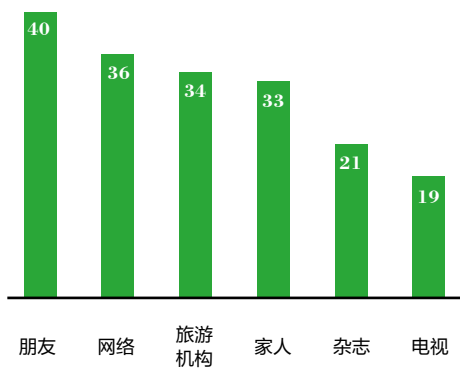
在这次印象深刻的旅行中，有 89% 的

受访者是与家人或朋友同行的。平均同行人数 3 人，同行人数在 1-2 人的占比 48%，3-6 人的占比 44%。平均旅游天数为 9 天。

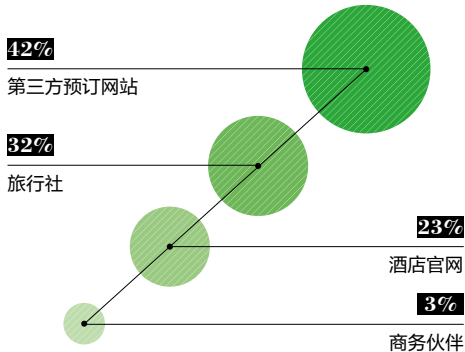
提及旅游的灵感来源，年轻一代高端旅游者们的渠道较广，朋友（40%）是占比最多的因素，同时他们对网络等新媒体渠道的信息接受度也较高，占比 36%，其次旅游机构（34%）、家人（33%）等均是启发旅游的因素。年轻一代在目的地的选择上更有主见，79% 的人认为自己是最主要的目的地决策者。

年轻一代旅游者在酒店预订方式上较为自主化，自己预订酒店的比例高达 73%。预订方式上，第三方预订网站是首选，占比 42%。其次是旅行社 32%、酒店官网 23%。

旅游灵感来源



预订酒店的方式



召唤全球购物达人

ROLEX

TOD'S

BVLGARI

Salvatore Ferragamo

JIMMY CHOO

MIU MIU

BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

TAG
HEUER

TAGHeuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

BURBERRY®

TIFFANY & Co.

JAEGE-LECOULTRE

LONGCHAMP
PARIS

GUCCI

IWC
SCHAFFHAUSEN

LOEWE

Cartier

HERMÈS
PARIS

Ermenegildo Zegna

BOTTEGA VENETA

LOUIS VUITTON

OFFICINE
PANERAI
LABORATORIO DI IDEE.

Ω
OMEGA

Dior

PRADA

CÉLINE



邀您尽享热情飞扬的西班牙

马德里卡斯蒂利亚店/巴塞罗那对角线店

尊享英格列斯百货特选礼遇



+ 退税

SHOP
TAX
FREE

Global Blue

75th

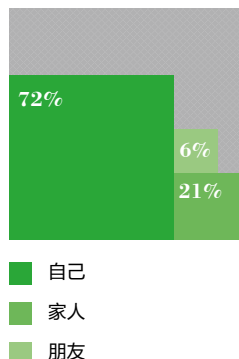
Anniversary



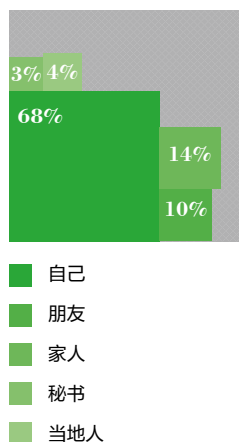
英格列斯百货公司
西班牙与葡萄牙

活动针对非定居外国游客。
请咨询参加本活动的部门和活动的完整条件。

谁决定去目的地

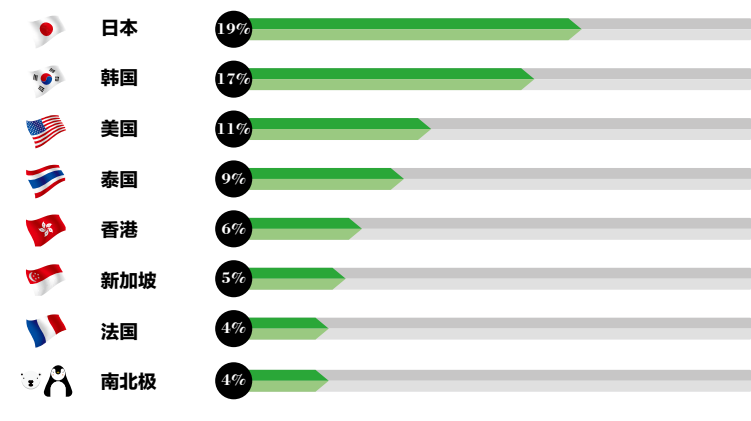


谁预订酒店



春节是家庭旅游高峰期。90% 的年轻旅游者是与家人或朋友同行旅游，平均旅游人数 4 人，平均旅游天数 8.5 天。

2016 年春节出游的目的地



专题二：年轻一代高端旅游者春节出国旅游情况

今年春节，年轻一代高端旅游者的出国旅游比例为 56%。其中高达 90% 的人是与家人或朋友同行，平均同行人数为 4 人。3-6 人同行的占比最高为 57%。平均旅游天数为 8.5 天。春节旅游目的地以周边国家的短途游为主，日本以 19% 占据首位，其次是韩国 17%，美国 11%。

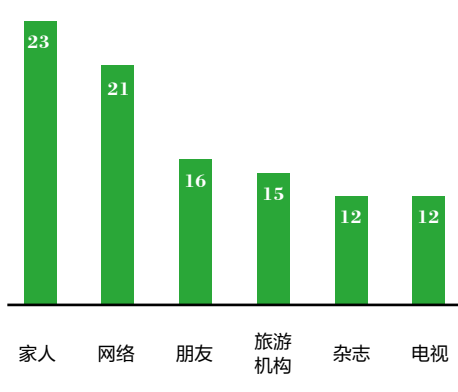
虽然家人意见（23%）是年轻一代最主

要的启发出行因素，但年轻一代高端旅游者对网络、电视、杂志等媒体渠道的信息接受度也较高，其中网络排启发因素的第二名，占比 21%。

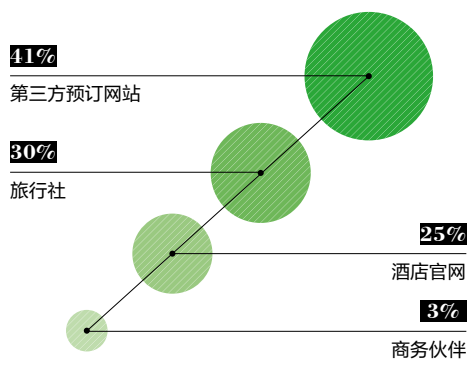
年轻一代在春节旅游目的地选择上也显得很有主见，72% 的人认为自己是最主要的目的地决策者。

年轻旅行者大多数由自己（68%）预订春节出国旅游的酒店。第三方预订网站是最主要的预订酒店方式，其选择率超过 4 成。

旅游灵感来源



预订酒店的方式

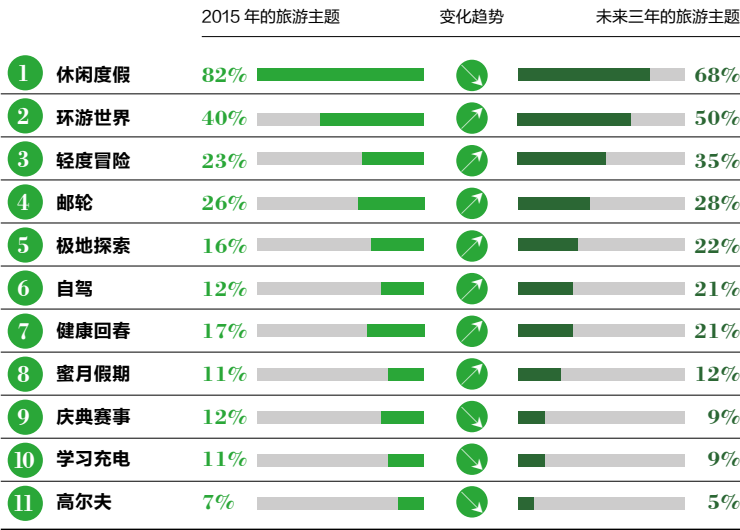


专题三：年轻一代高端旅游者未来三年旅游趋势

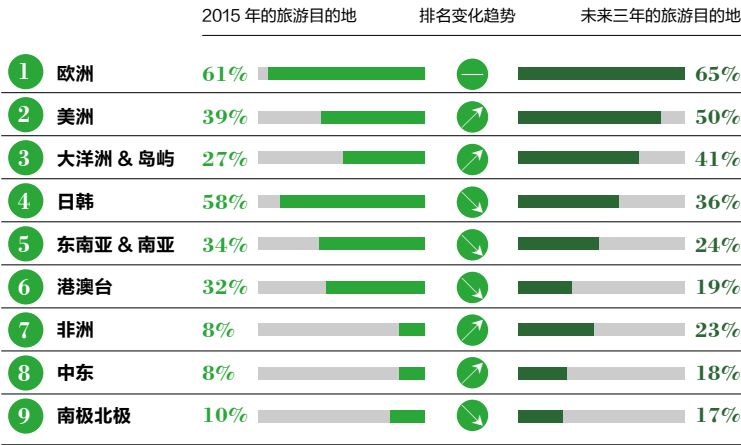
休闲度假和环游世界是年轻一代高端旅游者未来三年最期望的旅游主题，分别占比 68% 和 50%，其次是深受年轻人喜欢的轻度冒险（35%）和邮轮（28%）。

相比 2015 年的旅游主题，年轻一代高端旅游者未来三年的旅游主题将更加多样化：休闲度假将来仍是最主要的旅游主题，但其重要性显著下降（比例降低了 17%）；而更具新意和挑战

旅游主题



旅游目的地

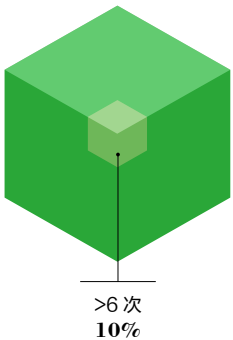
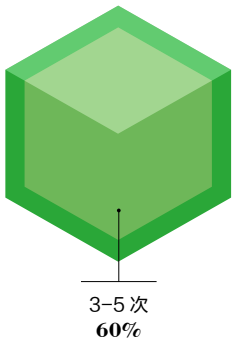
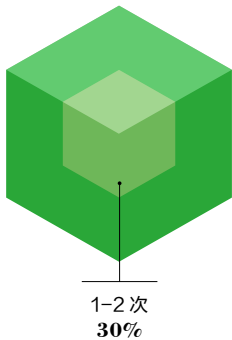


性的主题，如环游世界、轻度冒险、极地探索和自驾将明显更加受到年轻一代的青睐，其占比较 2015 年分别提升了 25%，52%，38% 和 75%。

欧洲和美洲是年轻一代高端旅游者未来三年内最想去旅游目的地，分别占比 65% 和 50%。其次是大洋洲 & 岛屿 41%，日韩 36%。

与 2015 年相比，年轻一代旅行者将期望探索更加广泛的旅游目的地。周

计划旅游次数



与 2015 年相比，年轻一代旅行者将期望探索更加广泛的旅游目的地，更远的国家如美洲、大洋洲 & 岛屿、非洲、中东和南北极的选择比例则提升明显。

边国家如日韩、东南亚 & 南亚及港澳台在未来三年最想去的地目的地的选择比例明显下降，而更远的国家如美洲、大洋洲 & 岛屿、非洲、中东和南北极的选择比例则提升明显，提

升比例分别为 27%，49%，179%，129% 和 73%。

对于未来一年的旅游时间，55% 的年轻一代高端旅游者认为不定时均可出行。其次选择十一游的占比 36%，暑期和春节均有超过 2 成的选择率。

在 2016 年，年轻一代高端旅游者计划的旅游的热情依旧不减，他们的平均期望未来一年旅游次数是 3.4 次。选择分布上，期望出游 3-5 次人群较多，为 60%。





专题四：热门国家的旅游习惯分析

日本：购物与美食受到年轻一代高端旅游者的青睐

日本已成为年轻一代高端旅游者们的热门旅游目的地。35% 的年轻一代高端旅游者表示日本是他们最常去的国家。人均计划未来三年内再去 2.6 次，其中打算再去 1-2 次的人群为 49%，不计划再去的仅 12%。休闲度假是去日本旅游的首要因素，占比 84%。购物占比 68%，日本的购物目的排名五大热门国家之首。为了品尝美食而去日本的比例为 47%，商务游占比 23%。

美国：重要的商务旅行目的地

16% 的年轻一代高端旅游者表示美国是他

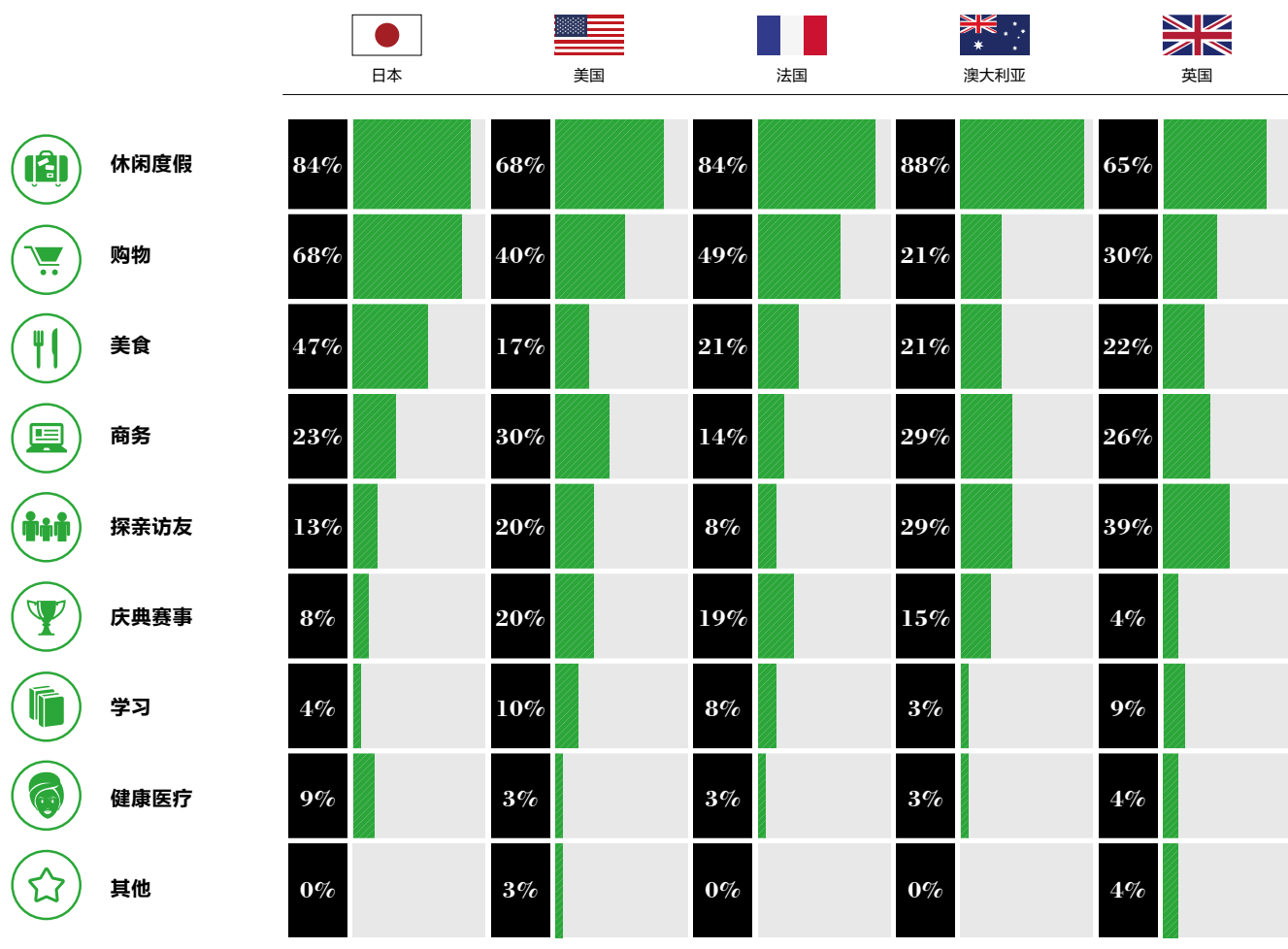
们去过最多的旅游目的地。平均每人已去过次数较多。人均未来三年内计划再去的次数为 3 次，计划去 1-2 次的人群占比 31%，3-5 次计划出行人群有 23% 的占比，同时不计划再去美国的人群也达到了 29%。休闲度假是未来打算去美国的最主要的出行因素，占比 68%，其次是购物 40%，商务出行的比例是所有热门国家中最高的，达到 3 成。

法国：欧洲游热门目的地，购物天堂

年轻一代高端旅游者去过的次数最多的国家中，法国以 10% 的占比排名第三。未来三年内，人均再计划出行次数为 2.2 次。计划去 1-2 次的为 39%，没计划出行占比 29%。休

日本已成为年轻一代高端旅游者们的热门旅游目的地。35% 的年轻一代高端旅游者表示日本是他们最常去的国家。

热门国家旅游目的分析



英国是五大热门旅游目的地之一，在年轻一代高端旅游者去过的次数最多的国家中，英国占比5.6%。

闲度假是未来再次去法国最主要的出行目的，占比84%。购物目的的比例上，法国以49%的高占比排名五大热门国家的第二名。其次是美食21%，赛事庆典19%。

澳大利亚：热门国家休闲度假首选地

年轻一代高端旅游者去过的次数最多的国家中，澳大利亚占比8%。已去过次数上，澳大利亚在几大热门国家中的次数第二。人均未来计划出行次数也是几大热门国家中最多的，为3.3次。未来三年打算去澳大利亚的原因中，休闲度假以88%排名第一，探亲访友、商务、美食、购物等原因均以高达

两成的比例成为未来三年内再去澳大利亚的主要原因。

英国：探亲访友比例最高

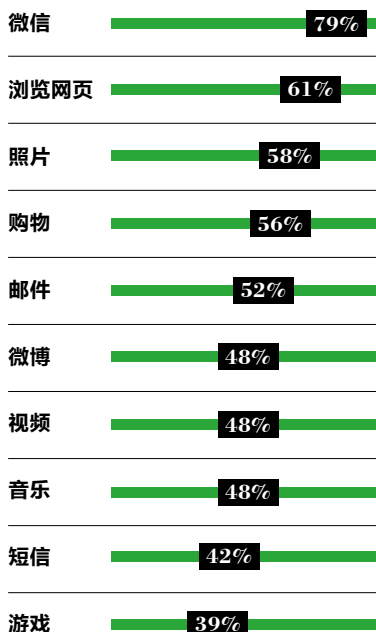
英国是五大热门旅游目的地之一，在年轻一代高端旅游者去过的次数最多的国家中，英国占比5.6%。平均未来三年打算去2.9次，超过一半的人未来三年打算去3-5次。在未来三年打算去英国的旅游目的上，休闲度假以65%占比排名第一。去英国探亲访友的目的是几大热门国家中最高的，占比高达39%，购物（30%）、商务（26%）、美食（22%）均有一定的占比。

专题五：媒体和旅游信息来源

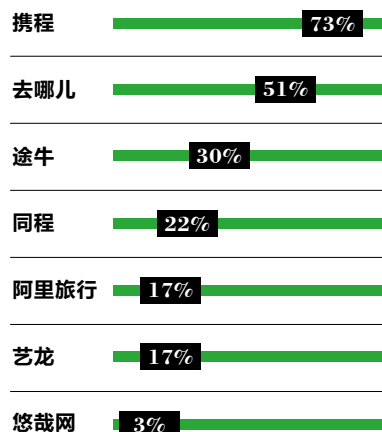
手机在年轻一代高端旅游者生活中扮演着重要角色，他们使用手机来看微信（79%）、浏览网页（61%）、拍摄照片（58%）和手机购物（56%）。

随着网络时代信息来源的多元化和便捷化，年轻一代在旅游信息的获取上更为丰富、多样，通过手机端直接获取信息在年轻一代高端旅游者中趋势明显。微信公众号、朋友圈分享已经成为主要的旅游信息来源途径，分别占比 48% 和 47%。其次是网站（42%）、APP 推送消息（37%）、旅行顾问微信分享（35%）。性别差异上，男性直接从网站获取信息的比例更高，而女性更青睐从朋友圈分享、朋友推荐等获取信息。第三方 APP 也成为重要信息源，携程、去哪儿和途牛是手机端最常用的 APP。

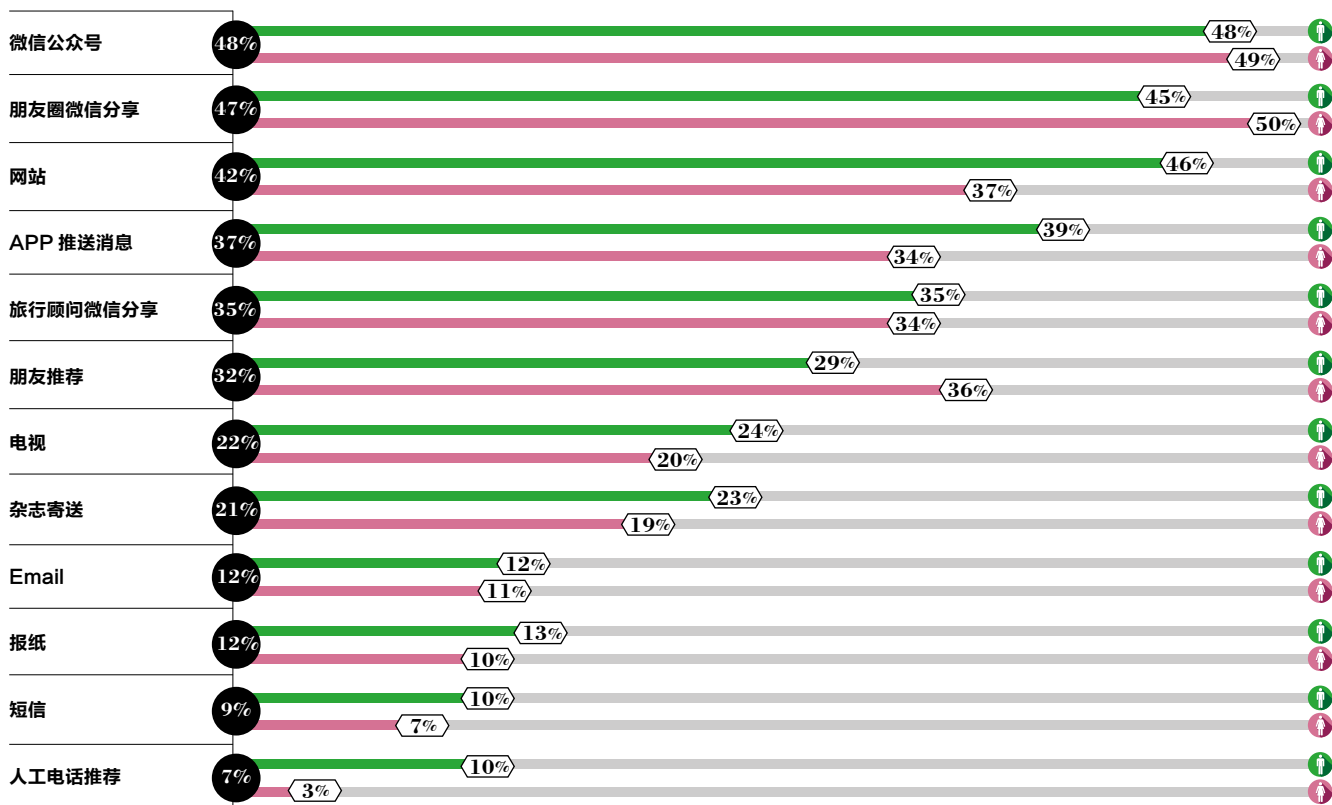
手机的主要用途



手机上与旅游相关 APP 的使用



旅游信息来源



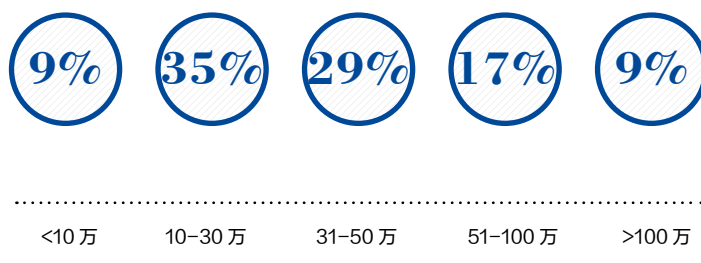
第三章：中国 年轻一代高端 旅游消费分析

在过去一年中，年轻一代高端旅游者的平均家庭年旅游消费 42 万元，其中购物消费平均 22 万元。年轻一代高端旅游者在旅游中表现出了很强的消费能力。

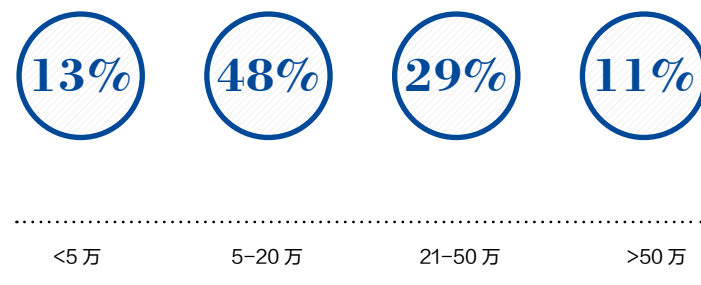
年轻一代高端旅游者对服饰、手袋、钟表和珠宝的购买意愿较强，而对购买当地特产、电子产品、酒类的兴趣度明显较低。服饰、手袋、钟表和珠宝是年轻一代高端旅游者的前四大购买项目，均有 6 成以上的占比。

年轻一代购物商品 96% 是买给自己，送礼的占比为 68%，代购 12%。

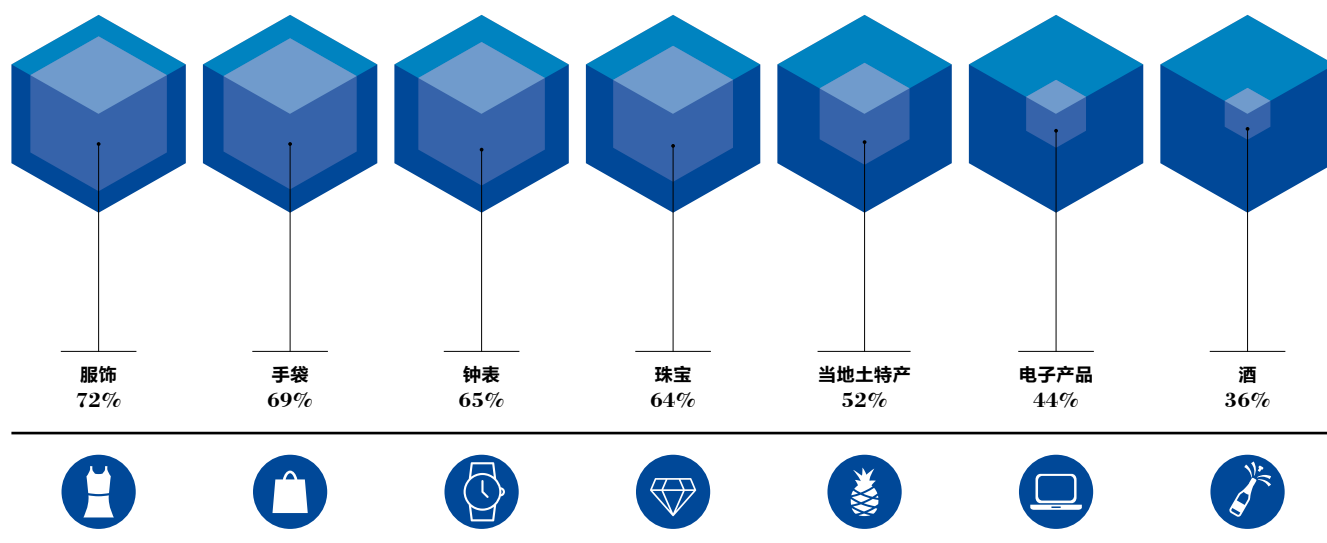
家庭年旅游总消费



旅游中购物消费



购买的具体商品



第四章： 中国年轻 一代高端 旅游酒店 市场

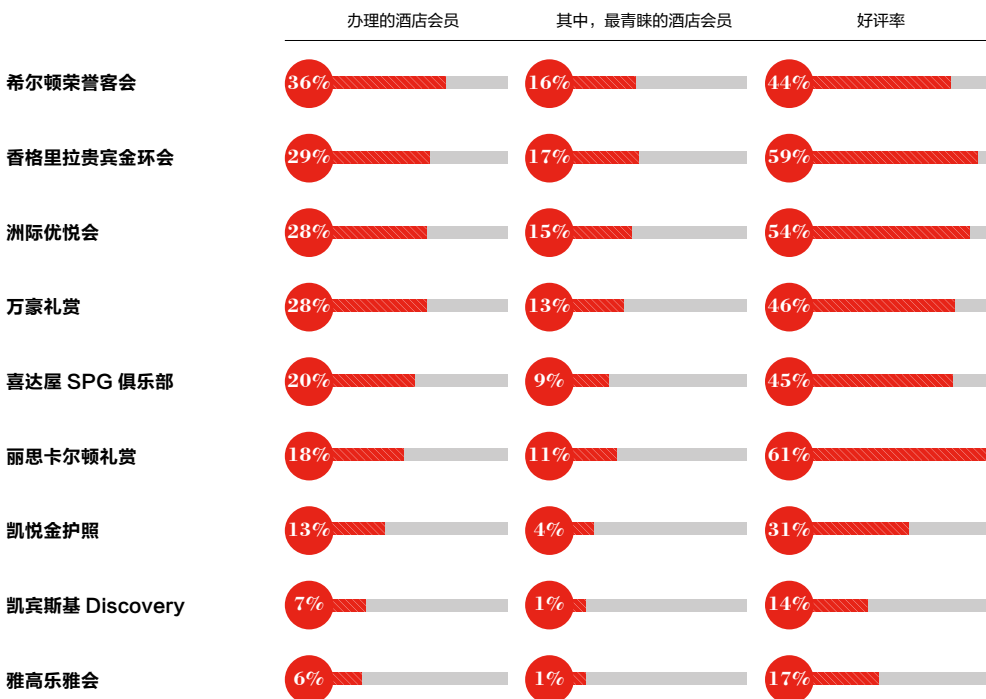
最青睐的 豪华酒店品牌

- 1 丽思卡尔顿
- 2 四季
- 3 半岛
- 4 文华东方
- 5 香格里拉
- 6 悦榕庄
- 7 瑞吉
- 8 柏悦

最青睐的 高端酒店品牌

- 1 希尔顿
- 2 万豪
- 3 凯宾斯基
- 4 喜来登
- 5 洲际
- 6 索菲特
- 7 万达

酒店会员计划



数据来源：胡润研究院 2016 中国奢华旅游与生活方式调查

丽思卡尔顿是年轻一代高端旅游者最青睐的豪华酒店

高端旅游者出游选择的酒店越来越多元化，在去年最青睐的酒店品牌评选中，丽思卡尔顿排名第一，其次是四季、半岛。文华东方、香格里拉、悦榕庄、瑞吉和柏悦分列第四到第八名。

希尔顿是年轻一代高端旅游者最青睐的高端酒店

在超高端酒店品牌中，年轻一代高端旅游者过去一年最青睐的酒店是希尔顿，万豪排名第二。其次是凯宾斯基、喜来登、洲际、索菲特。

希尔顿荣誉客会的使用比例最高，香格里拉贵宾金环会的青睐度最高，丽思卡尔顿礼赏的好评率最高

年轻一代高端旅游者办理酒店会员计划最多的为希尔顿荣誉客会，占比 36%。其

次是香格里拉贵宾金环会 29%、万豪礼赏 28%、洲际悦悦会 28%、喜达屋 SPG 俱乐部 20%。他们最青睐的酒店会员计划为香格里拉贵宾金环会 17%，其次是希尔顿荣誉客会和洲际悦悦会，分别占比 16% 和 15%。

在已经成为各自酒店会员的人群中，丽思卡尔顿礼赏的好评率最高，61% 的丽思卡尔顿礼赏会员将其列为最青睐的酒店会员计划。其次是香格里拉贵宾金环会 59%，洲际悦悦会 54%。中国年轻一代高端旅游者对酒店会员的主动办理意愿并不强，多是由于朋友或酒店工作人员的推荐而办理。在会员权益上的满意度也并不理想，他们认为不同品牌豪华酒店会员的内容差异性小，多以积分，赠送入住当地酒店，自助餐折扣券等活动为主，性价比不高，因此忠诚度不高。而对于中国年轻一代高端旅游者来说，他们更青睐“限量版”的会籍制度以体现身份地位，同时能够针对每个会员的特性和需求定制个性化的权益和服务内容，并通过会员管理制度将其入住偏好和习惯进行记录，以体现“与众不同”的尊贵感和服务体验。

房间状况是选择酒店时最主要的考虑因素，其次是酒店提供的服务

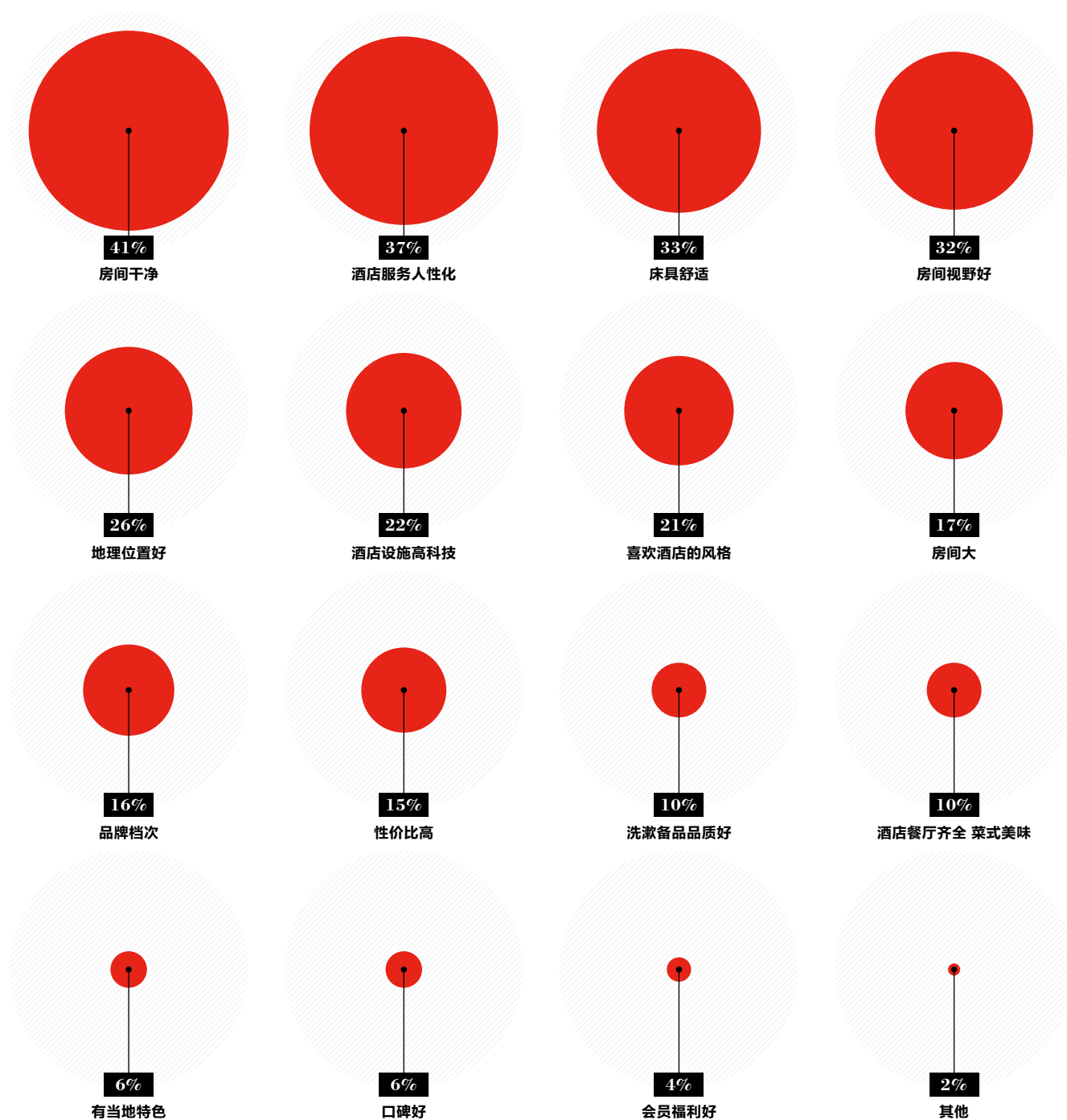
总体而言，房间干净（41%）、酒店服务人性化（37%）和床具舒适（33%）是三大最主要的考虑因素。在一亿以上家庭资产的年轻一代

他们更期望奢华酒店的房间能够提供高品质的入住体验。

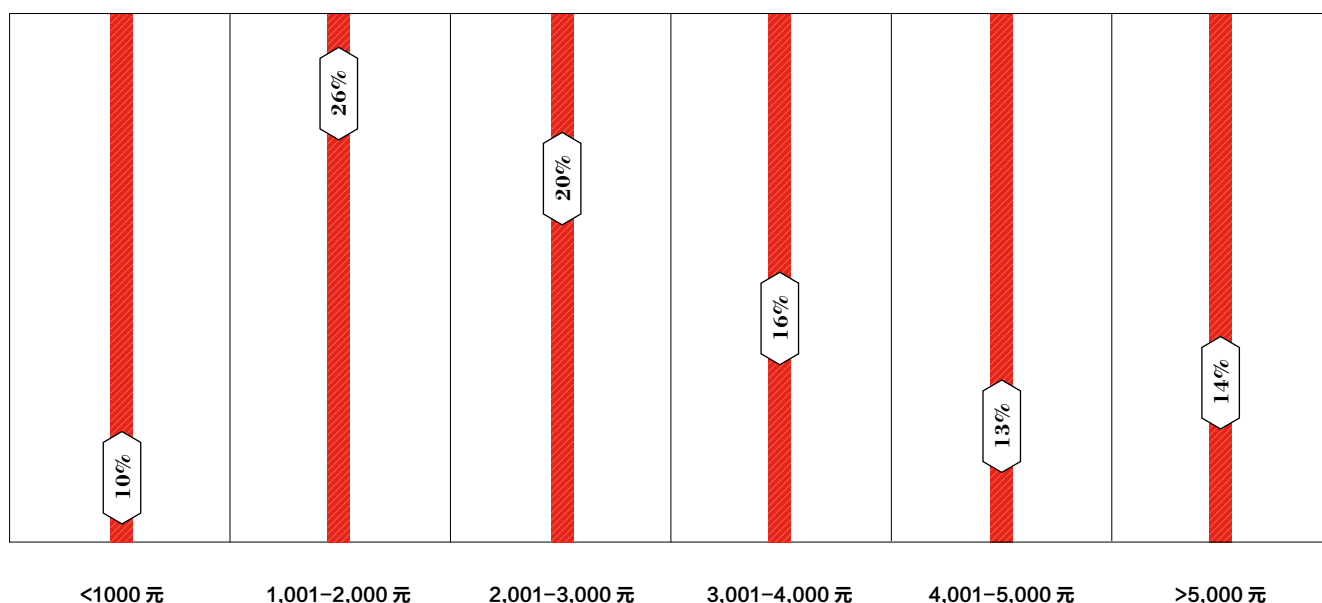
高端旅游者中，酒店服务人性化（42%）和房间视野好（40%）是排名前二位的考虑因素。

年轻一代高端旅游者对房间要求较高，他们更期望奢华酒店的房间能够提供高品质的入住体验，如房间内有清新淡雅的香薰调剂，优质崭新

选择酒店时考虑因素



每晚酒店预算



的设施，柔和温馨的灯光，帮助深度睡眠且软硬适中的床具，有不同功效和高低选择的枕头，有独特或开阔景色的房间视野，融入当地文化和特色的小设计和惊喜等等。

其次是服务人性化（37%）、地理位置好（26%）、设施高科技（22%）和有喜欢的酒店风格（21%）。年轻一代高端旅游者在酒店性价比和提供餐饮的考虑度较低。

年轻一代高端旅游者在酒店平均每晚预算为 3,113 元

年轻一代高端旅游者在酒店花费上，平

均每晚预算为 3,113 元，其中 1,001-2,000 元的最多为 26%，其次是 2,001-3,000 元为 20%。

喜欢管家式和电子化互动式服务，青睐高科技数字化设备

管家式服务（68%）和电子化互动服务（61%）是年轻一代高端旅游者最喜欢的酒店服务风格。年轻一代高端旅游者既期待人性化和个性化的服务体验，希望酒店服务人员以“朋友”的方式待客，能够事先站在顾客的角度提供解决措施，提供细致入微的贴

喜欢的酒店服务

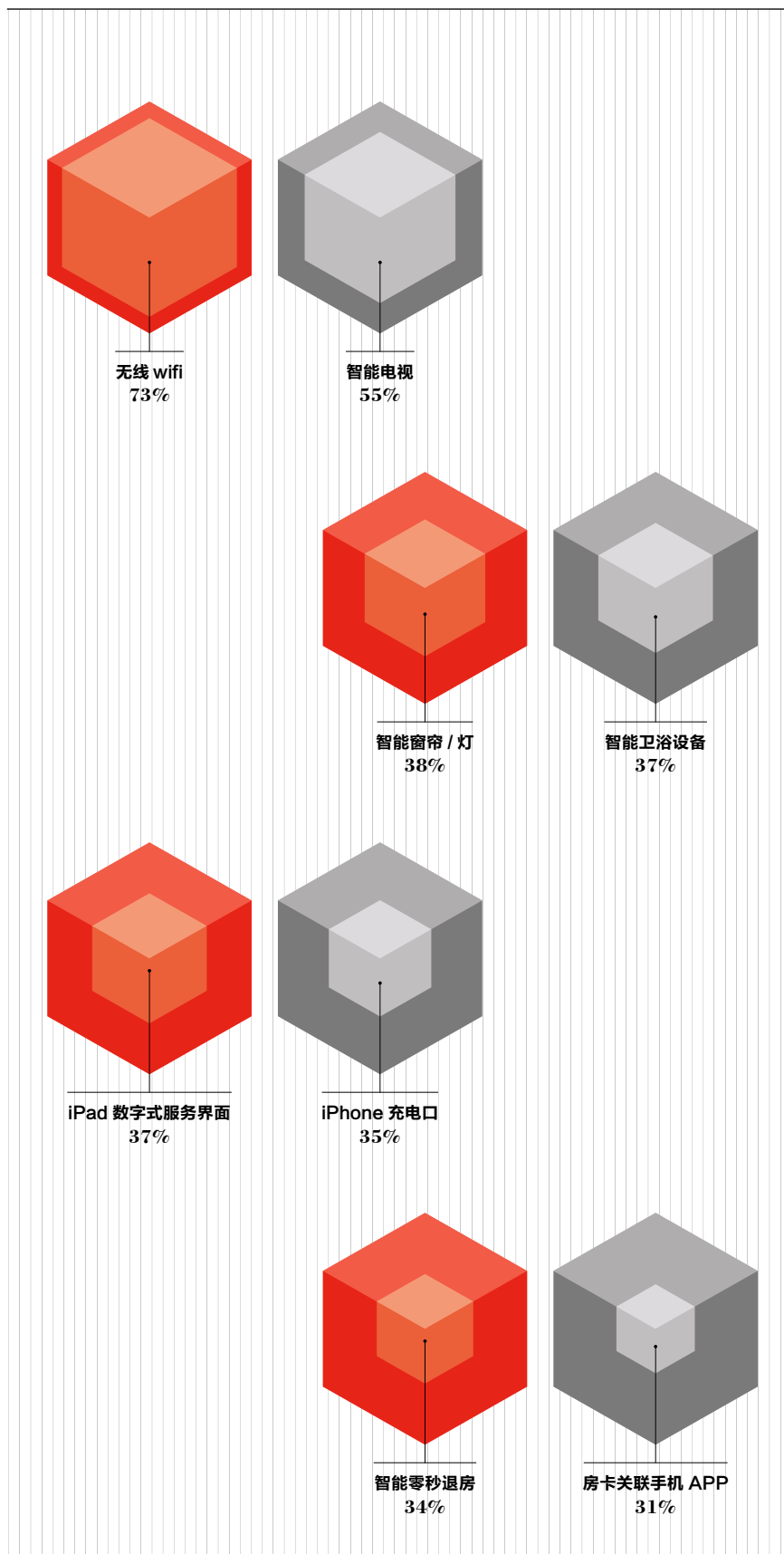


高科技数字化设备对年轻一代高端旅游者选择酒店也较为重要，如无线 WiFi (73%)、智能电视 (55%) 等。高科技数字化设备不仅提供了新鲜好玩的入住体验，同时可以增加温馨感、个性化和便捷度。

心感；同时希望酒店能够了解顾客的个人喜好，适时制造些小惊喜。但他们也强调私密的个人空间，不希望被过于殷勤的服务打扰。

高科技数字化设备对年轻一代高端旅游者选择酒店也较为重要，如无线 WiFi (73%)、智能电视 (55%) 等。高科技数字化设备不仅提供了新鲜好玩的入住体验，同时可以增加温馨感、个性化和便捷度（如在进入房间时，智能电视自动跳出入住者的名字及欢迎词；在电视等智能设备上完成点餐、退房、呼叫等客房服务）。对于年轻一代高端旅游者而言，高科技不仅仅可以体现在硬件设施上，更重要的是能够将自己的喜好和习惯进行自动化记录与管理（如偏好的房型、楼层、卧具 / 设施的使用习惯等个性化的需求），以便在下一次的入住时精准地满足要求，带来惊喜。

酒店内喜欢的数字化设备

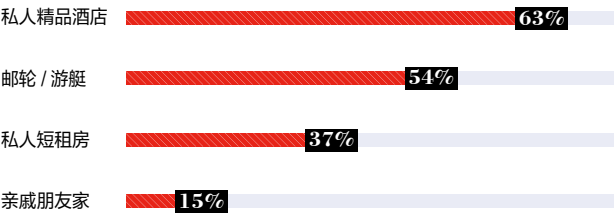


青睐有品牌特色和艺术设计的酒店风格

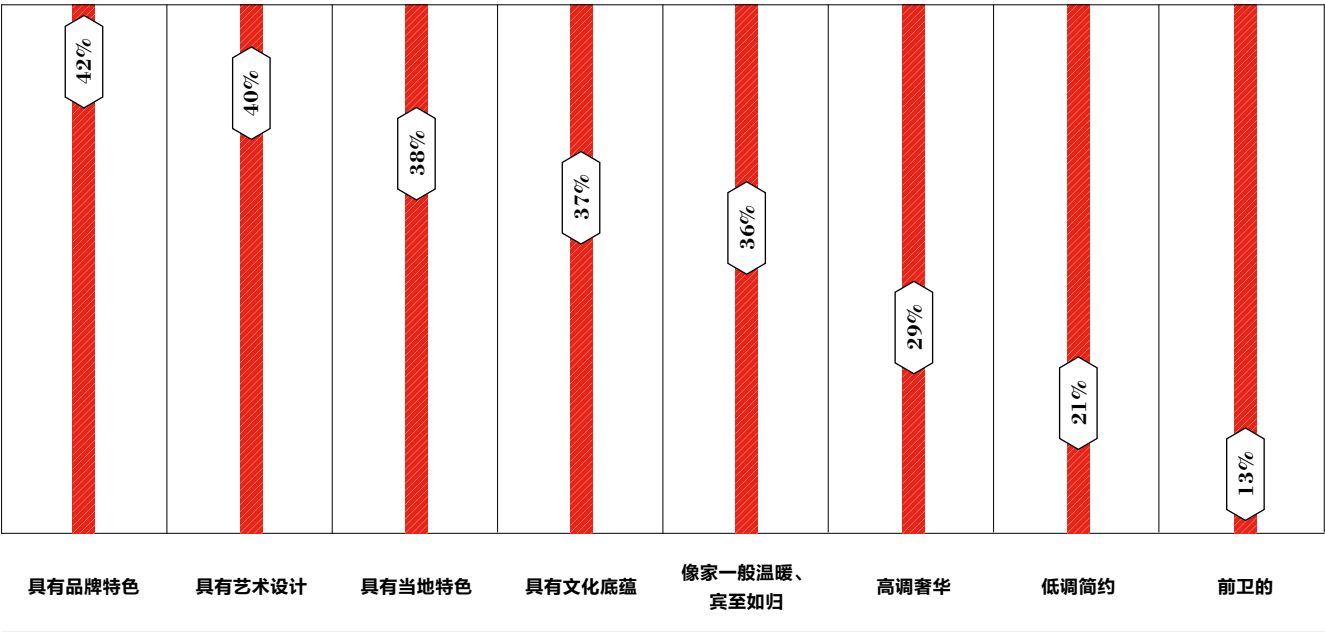
年轻一代高端旅游者青睐具有品牌特色（42%）、具有艺术设计（40%）的酒店风格，具有当地特色（38%）、具有文化底蕴（37%）等小资设计也受相当一部分年轻一代高端旅游者的喜爱。在年轻一代高端旅游者心目中，五星级酒店的的设计显得过于标准化，缺乏差异性，导致入住时新奇的体验不足。因此他们更偏好更有特色的酒店风格，以此来增加旅途中“与众不同”和“趣味体验”的满足感。

因此除传统星级酒店外，年轻一代高端旅游者也会更多会考虑其他住宿方式，如私人精品酒店（63%）、邮轮/游艇（54%）、私人短租房（37%）等。

考虑的其他住宿方式



喜欢的酒店风格



私人宴请是除住宿外使用酒店的最重要场合，中餐、西餐、当地特色菜都是青睐的菜系

酒店在奢华旅游的过程中不仅承担了提供住宿的角色，同时也为奢华旅游者们提供休闲娱乐服务。私人宴请（46%）、健身游泳（33%）、酒吧聚会（29%）等均是年轻一代高端旅游者使用酒店的重要场合。

年轻一代高端旅游者在美食的选择上显得多元化、在酒店菜系的选择上，中餐、西餐和当地特色菜等都是他们青睐的菜系，均超过 5 成的喜好度。在旅游中，他们更偏向于去酒店附近的特色餐厅或美食街就餐，对酒店内的餐饮主要是早餐、附近缺少餐饮场所时以及夜宵点餐等场合下使用，使用频率相对不高。

酒店内餐厅的包房的重要性较高，主要用途是私人宴请

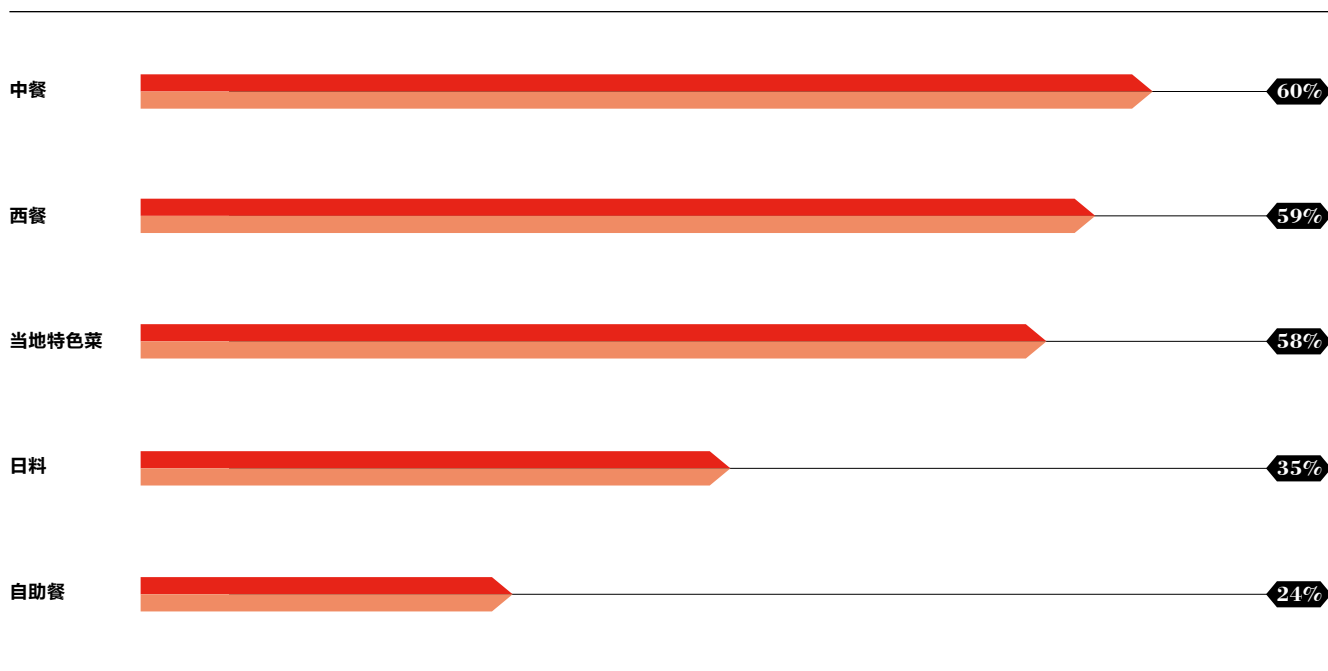
年轻一代高端旅游者对酒店餐厅内的包房的关注度较高，认为比较重要或非常重要的比例占

酒店在奢华旅游的过程中不仅承担了提供住宿的角色，同时也为奢华旅游者们提供休闲娱乐服务。

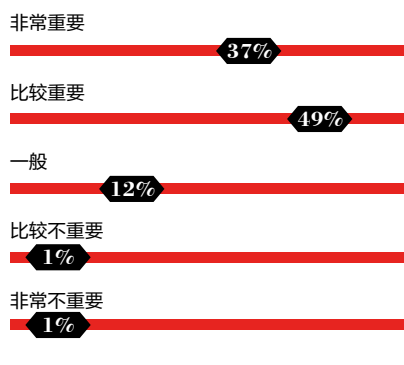
除住宿外，酒店的使用场合



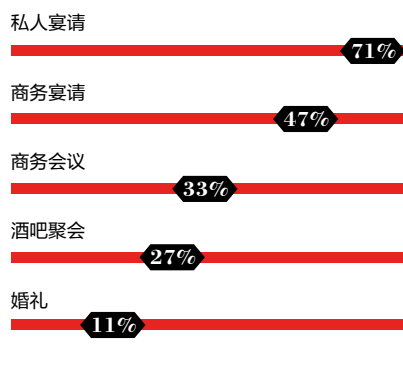
青睐的酒店菜系



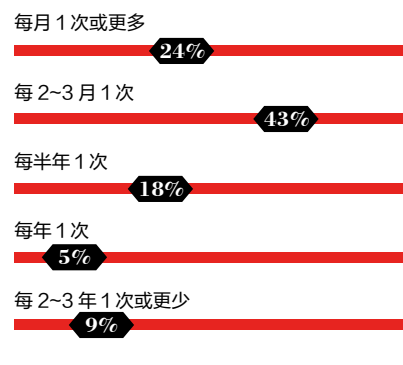
酒店内餐厅的“包房”的重要程度



酒店内餐厅的“包房”的使用场合



本地酒店的使用频次



到86%。包房的主要用途是私人宴请（71%）、商务宴请（47%）和商务会议（33%）。

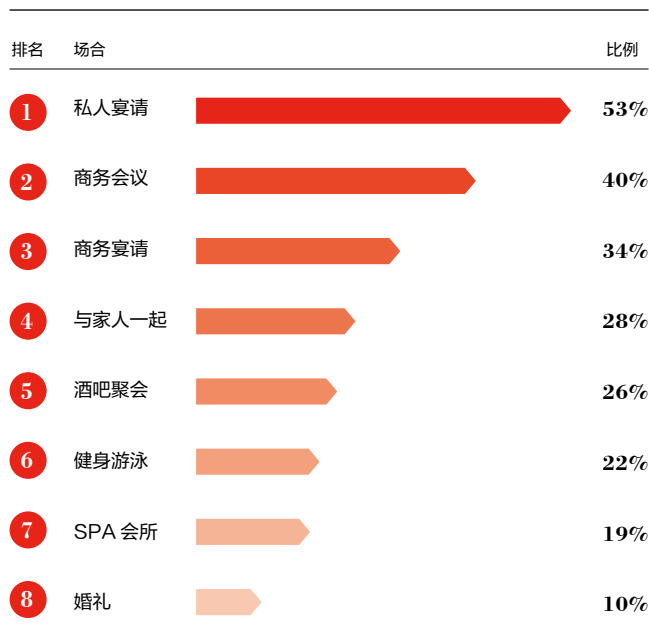
本地酒店的使用频次较高

年轻一代高端旅游者对酒店的使用不仅限于异地，24%的年轻一代至少每月使用本地酒店1次。使用的场合主要是私人宴请（53%）、商务会议（40%）及商务宴请（34%）。

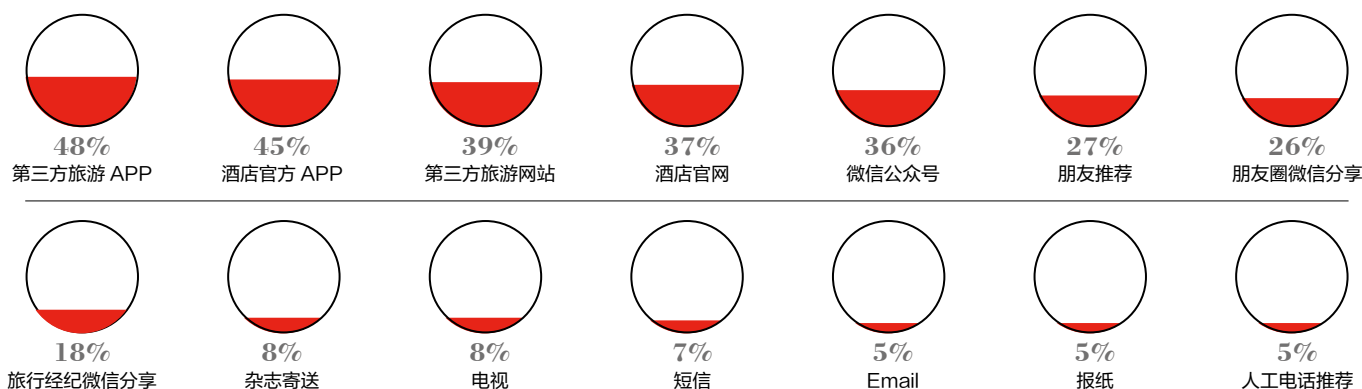
第三方和酒店官方的APP和网站是酒店信息的主要来源

年轻一代高端旅游者在酒店信息渠道来源上也非常多元化，手机端的APP渠道是目前主流信息来源。其中，第三方旅游APP以48%的高提及率排名第一，其次是酒店官方APP，第三方旅游网站以39%的比例排名第三。

本地酒店的使用场合



本地酒店的信息渠道



第五章： 2016 大中华地区十二大 最受欢迎的出境游奢华旅行社

根据 ILTM 和嘉希传讯的最新统计，麦韬旅行、携程、八大洲旅游、鸿鹄逸游、赞那度、皇家礼御、中国国际旅行社、国旅运通、德迈国际、中国青年旅行社、碧山旅行和中国旅行社是目前中国大陆地区最受欢迎的十二大出境游奢华旅行社。

本次统计涵盖了中国大陆以及港澳台地区。与去年相比皇家礼御和国旅运通进入中国大陆前十二位旅行社；中国香港地区安运满 Fun 游推荐度最高；而中国澳门和台湾地区，美国运通是目前出境游市场做得最好的旅游中介机构。

Top 12 中国大陆出境游奢华旅行社

麦韬旅行	My Tour
携程	Ctrip
八大洲旅游	8 Continents
鸿鹄逸游	HHtravel
赞那度	Zanadu
皇家礼御	Imperial Tours
中国国际旅行社	CITS
国旅运通	CITS Amex
德迈国际	Diadema
中国青年旅行社	CYTS
碧山旅行	Wild China
中国旅行社	CTS

Top12 中国大陆出境游奢华旅行社 logo





Top 5 中国香港出境游奢华旅行社

安运满 Fun 游	Wincastle
西敏旅游	Westminster Travel
美国运通	American Express

太古旅游	Swire Travel
国泰假期	Cathay Pacific Holidays

Top 5 中国澳门出境游奢华旅行社

美国运通	American Express
嘉信力旅运公司	Carlson Wagonlit Travel
澳门中国国际旅行社	CITS Macau

太古旅游	Swire Travel
西敏旅游	Westminster Travel

Top 5 中国台湾出境游奢华旅行社

美国运通	American Express
雄狮旅游	Lion Travel
唯客乐旅行	ITIS

Seascape Escape	Seascape Escape
皇家国际运通	Royal Jetway Express

特别说明：2016年4月~5月，胡润百富、ILTM与嘉希传讯合作，对56个全球高端酒店的高层管理人员进行了调研。

问题：您认为目前中国大陆/港澳台出境游市场做得比较好的三大旅游公司是哪几家？

万豪国际简介

万豪国际集团是全球首屈一指的国际酒店管理公司，在全球 87 个国家和地区管理近 4,500 家酒店。随着万豪国际不断发展，公司一直坚守集团核心价值——以人为本、追求卓越、拥抱变革、诚实守信及服务全球。

足迹遍及全球及地区

万豪国际以经营和特许经营方式，在接近 90 个国家管理 19 个酒店品牌，于全球最令人向往的旅游目的地运营顶级奢华酒店，同时致力实现宾客的期望。在亚太地区，万豪国际拥有 200 家酒店，并预计在未来数年酒店数目将会增加一倍，而集团目前在中国管理 91 家酒店，并有 140 多家正在规划中。

万豪国际的奢华酒店

万豪国际旗下拥有广为人熟知的奢华酒店品牌，其中 150 家奢华酒店品牌遍及全球，包括丽思卡尔顿、BVLGARI 酒店及度假村、“EDITION”酒店和 JW 万豪酒店及度假村。万豪国际于中国运营 20 多家奢华酒店，另外有约 30 家酒店正在发展中，当中包括于 2016 年，于海南岛开设亚洲首家奢华酒店品牌“EDITION”酒店。集团亦将于 2017 年于上海开设旗下奢华酒店品牌 BVLGARI。

万豪礼赏

“万豪礼赏”会员可于 17 个参与的酒店品牌全球超过 4,200 家酒店享受不同礼遇。会员可利用“万豪移动应用程序”办理登记入住和

退房手续，以及直接提出请求，同时获得与合作伙伴提供的贵宾级专属活动和体验，包括烹饪示范、音乐会和时尚走秀，以及诸如 NBA 于中国举办的国际系列赛。为了让会员称心满意，他们可于入住期间免费享用无线网络，并且通过万豪国际的平台直接预订酒店房间，获取最低房价保证。

灵活运用科技

万豪国际利用创新技术来改善旅游体验，通过顾客经常接触的重要渠道，与客户无缝联系进行沟通。“万豪礼赏”会员可利用“万豪移动应用程序”提供个性化服务，包括直接预订房间、移动办理入住和退房手续，以及利用移动方式提出请求，让宾客制定他们的体验，在入住及退房后享受互动礼宾服务。

就业与职业道德

自 1927 年以来，万豪国际一直以人为本的企业文化而广受认识。集团坚守其商业道德水平，一直被公认为最佳雇主。通过睿智和社会责任政策，不断提高顾客的忠诚度，并确保万豪国际保持其创始人对服务客户、员工、环境和社区的承诺。

如欲了解更多信息或预订酒店，请访问我们的网站 www.marriott.com.cn，如欲获取公司最新新闻，请访问 www.marriottnewscenter.com



关于胡润百富： 引领由富及贵的格调

总部位于上海的胡润百富，是一个拥有中国高净值人群垂直类大数据，充分利用移动互联网优势为高端品牌提供调研与顾问咨询服务的全新全媒体集团。旗下拥有媒体、公关与活动、调研与顾问咨询、金融投资四大板块；媒体平台拥有胡润百富、胡润国际名校、胡润马道、擎四大品牌。

权威榜单

1999年，胡润在中国打造第一张《胡润百富榜》，已连续17年发布，2015年上榜人数1,877人，财富门槛20亿元。2012年，创制《胡润全球富豪榜》，已连续5年发布，2016年上榜人数2,188人，财富门槛10亿美金。除《胡润百富榜》和《胡润全球富豪榜》外，还首创了数个权威性榜单，比如：《胡润慈善榜》《胡润艺术榜》《胡润品牌榜》《胡润少壮派富豪榜》《胡润女富豪榜》等。

市场调研

胡润百富还长期追踪记录高端人群的变化。携手泰康人寿发布《中国高净值人群医养白皮书》，携手民生银行发布《中国超高净值人群需求调研报告》，携手兴业银行发布《中国高净值人群心灵投资白皮书》、《另类投资白皮书》、《消费需求白皮书》，携手汇加移民发布《中国投资移民白皮书》，在亚洲国际豪华旅游博览会发布《中国奢华旅游白皮书》，与星河湾发布《第一居所趋势白皮书》，与中信银行发布《海外教育特别报告》，与民生金融租赁发布《中国公务机行业特别报告》。此外还有《至尚优品——中国千万富豪品牌倾向报告》、《中国豪华车品牌特性研究白皮书》、《中国高净值人群养生白皮书》等等。

高端活动

胡润百富每年定向举办上百场高端活动，圈子创造价值，精准强势影响有影响力的圈层。除北京、上海、深圳、三亚等国内城市之外，还带领中国企业家先后走访英国、美国、新加坡、澳大利亚、印度等国家，为领袖级企业家在国际舞台赢得话语权，共同成就中国原创企业家走向世界的梦想。

财经脱口秀

2015年10月，胡润百富与约珥传媒倾力打造的年度创新财经脱口秀节目——《马上胡》正式上线第一财经电视、爱奇艺和宁夏卫视，于每周六晚17:45首播。开播以来，平均每期获得40多万的点击量。

胡润国际

2012年，胡润百富走向印度。如今，胡润百富在当地已知名于《胡润印度富豪榜》、《胡润印度慈善榜》以及一系列为印度最受尊敬的企业家打造的高端活动。

金融投资

2015年下半年，胡润百富与80后领军企业家王麒诚夫妇成立胡润创富基金，支持年轻创业者实现创富梦想。



更多信息，请浏览胡润百富网站
www.hurun.net，关注胡润百富
新浪微博 @ 胡润百富，胡润百富
官方微信 HurunReport

胡润百富旗下微信号：胡润国际
名校、HurunEnglish 现已开通，
期待您的关注

研究方法

《2016 中国奢华旅游白皮书》的研究成果来源于胡润百富对中国大陆地区的 80 后年轻富豪旅游习惯与偏好的专项调研。

我们首先在北京、上海、广州、成都四地开展了 8 组定性小组座谈会，挖掘高端旅游者旅行的行为习惯与需求。之后，通过多样本量的定量访问形式更广泛、深入的分析高端旅游者的旅游偏好和未来趋势。

本次定量调研的访问人群，在胡润百富 360 个高净值人群数据库的基础上，我们还邀请了德迈国际、八大洲旅游、奇迹旅游和赞那度四家旅行社共计 165 个样本进行访问。总计样本量为 525 份，研究覆盖全国十二个城市，其中一线城市北京、上海、广州、深圳，二线城市天津、南京、杭州、成都、重庆、青岛、大连和福州。

此外，项目组充分挖掘胡润百富公司十余年研究成果，结合胡润研究院近年来发布的《至尚优品品牌倾向研究》等数据以及相关公开信息的整理，有效保证并提高了本报告的精淮度，了解中国年轻一代高端旅游者的旅游与酒店需求，从而创造巨大的品牌和媒体价值。

感谢以下旅行机构对本次调研的支持



版权声明

《2016 中国奢华旅游白皮书》所有文字内容、图表及表格的版权归胡润百富与万豪国际共同所有，受中国法律知识产权相关条例的版权保护。未经胡润百富与万豪国际的共同书面许可，任何组织和个人不得将本报告的部分或全部内容用于商业目的。如需转载请注明出处。

本报告所有使用的数据来源于专项调研及公开资料。本报告的观点及结论基于以上数据的客观洞察与分析。如有涉及版权纠纷问题，请及时联络胡润百富公司。

MONT
BLANC



先锋精神源自1906, 只为先锋的你

为了庆祝110年以来持续不懈的创新，万宝龙向其最早的安全墨水笔致敬，推出万宝龙传承系列红与黑书写工具，并装饰有标志性的灵蛇图案。

前往montblanc.com/pioneering
探索完整故事
贵宾热线：400 6088 588
雕琢崭新高度

