



胡润百富  
HURUN REPORT

# 高定游 新风尚

## 2017

### 中国奢华 旅游白皮书



## 开篇

胡润 Rupert Hoogewerf

胡润百富董事长 / 首席调研员

根据携程旅游和中国旅游研究院联合发布《2016 年中国出境旅游者大数据》显示，去年我国出境游人数达到了 1.22 亿人次，对比两年前的 1.17 亿人次增长了 4.3%，中国继续成为世界上出境旅游人数最多的国家。在如此惊人的出境旅游人次数据的带动下，中国旅游者们的旅游花费也毫无悬念地突破 1,000 亿美元大关，达到了 1,098 亿美元。尽管世界和中国经济的增长速度都在逐年减缓，但是中国富豪的成长速度却逆风上涨，截止 2016 年 5 月，中国大陆地区千万高净值人群数量约 134 万，比去年增加 13 万人，增长率达到 10.7%；亿万高净值人群人数约 8.9 万，比去年增加 1.1 万人，增长率高达 14.1%。在这样两组强劲的增长数据的带动下，中国高端旅游行业的市场自然也是蓬勃发展，本次调查显示，去年有 58% 的高端旅游者使用过高端旅行社提供的定制旅游服务，而 40% 的高端旅游者表示未来三年他们会使用高端定制旅游产品。

在高端旅游市场欣欣向荣的大背景下，胡润百富和 ILTM 再次联合发布《2017 中国奢华旅游白皮书》，聚焦中国高端旅游者的行为习惯和选择需求，解读高端旅行市场未来发展趋势。

此次白皮书数据来源于 334 位平均年旅游消费在 38 万人民币的中国高端旅游者。这些高端旅游者在旅游购物上的花费平均在 22 万元人民币。对于未来三年的旅行计划，中国高端旅游者不仅只是关注度假休闲，而是更希望能去环游世界，极地探索和轻度冒险。年轻的 80 后高端旅游者则是更倾向于去海滨海岛度假以及全球美食的体验。同时不时出游成为更加多的高端旅游者的第一选择，但是五一、国庆和暑假也依然是出游的热门时间段。

为什么我要花如此多的笔墨讲中国高端旅游者对未来三年的计划？因为这些高端旅游者往往拥有高度的经济自由，可以在面对旅游消费时不受价格因素的牵制，做出最符合自己心意的选择，而这种自由选择的权利往往具有高度的代表性和预测能力。这些高端旅游者们的选择往往在几年后

会成为整个奢华旅游的热门选项，可以说高端旅游者们的选择一直是引领潮流的风向标。最好的例子就是马尔代夫，在多年前的胡润调研中我已经看到了当时还是不为中国人所熟知的马尔代夫已经成为财富人士心中最向往的旅行目的地 Top5，而几年后马尔代夫不出所料成为了中国最火热的旅行目的地之一。

很高兴胡润百富能和 ILTM 再次合作，这已经是胡润百富和 ILTM 连续第 7 次发布中国奢华旅游白皮书了。希望大家能在今年的奢华旅游白皮书中找到未来高端旅游市场的趋势和潮流。

祝您阅读愉快！



# 目录

01

开篇

03

摘要：中国高端旅游调研的主要看点

25

关于胡润百富

26

调研方法及版权声明

“

此次调查的高端旅游者  
拥有较多的家庭财富，  
他们的年度家庭消费能力突出，  
平均家庭总消费为 173 万元

”



05

第一章：中国高端旅游者的生活和旅游方式

09

第二章：中国高端旅游者专项调研

16

第三章：中国高净值人群消费分析

18

第四章：中国高端旅游住宿及餐饮市场

23

第五章：2017 大中华地区十二大最受欢迎的出境游奢华旅行社

# 中国高端旅游 调研的主要看点

## 一、32% 高端旅游者住宿预算超过 5,000 元 / 晚，精品酒店受到高端旅游者青睐

中国高端旅游者在去年有着充足的住宿预算，平均每晚在 3,800 元左右，而相比去年，80 后年轻一代中国高端旅游者的住宿预算上升了 7%，每晚从 3,113 元涨到了 3,325 元。其中，超过 5,000 元预算的人群比例首次超过 30%。奢华酒店依然是中国高端旅游者住宿的首选。丽思卡尔顿和四季酒店分别位居最青睐的酒店第一和第三名；精品酒店越来越受到中国高端人士的青睐和肯定，悦榕庄从去年的第六名跃升 4 位排名第二，安缦以第七的排名首次进入 Top10。

## 二、出境游奢华旅行社发展快速

出境游奢华旅行社近两年发展快速，私人定制高端旅游产品在中国高端旅游者中受青睐度连年增高，72% 的年轻高端旅游者表示 2016 年使用过奢华旅行社提供的私人定制旅游产品，对比 2015 年上升 7.5%。

## 三、旅游零售近两年内增加近六成，海外旅游市场热度持续

本年度调研的中国高端旅游者平均拥有近 2,200 万财富。相较于两年前，中国高端旅游者们依旧保持着近 38 万元的年均旅游花费。近两年，随着中国高端人群的财富的增加，以及反贪污反腐败政策带来的谨慎消费局面的缓解，中国高端旅游者在旅游购物方面的花费也大幅增长，家庭旅游购物消费从 14 万元上涨

到 22 万元，涨幅高达 57%，其中，化妆品、土特产、箱包和服装配饰是他们旅行中最喜欢购买的物品。同时，中国高端旅游者对出国旅游的热情持续增加。去年中国高端旅游者平均出国旅游与出国总时间占比上，相比于两年前增加了 5%，上升到 70%。过去一年经济的放缓导致高端旅游者要花更多的时间在工作上，但是出国机会的减少并没有浇灭中国高端旅游者对海外游的热情，高达 70% 的旅游占比显示出高端旅游者把绝大部分出国的机会都用在了海外旅游上，海外旅游市场在过去一年更加火热。

## 四、季节对旅游地点选择影响明显

在规划未来旅行计划时，中国高端旅游者越来越抗拒在国定节假日出国旅游，选择五一、十一和春节出行的人数均跌破 20%。59% 的高端旅游者选择不定时出游以避开国定节假日的大量人流。

同时，出游时间与目的地有较大的相关性。为了逃离国内酷热的夏、秋两季，年轻高端旅游者夏秋旅行的热门目的地无所争议的均为国内外海岛。普吉岛（27%）、马尔代夫（18%）和斐济（16%）以及国内的三亚（16%）成为了最受欢迎的夏秋旅行目的地。清凉的海水成为高端旅游者最青睐的避暑手段。冬春的大雪和酷寒则让高端旅游者在选择旅行目的地上有了不同的结果。对于希望避寒的旅游者，反季节的澳大利亚（16%）和阳光明媚的普吉岛（18%）是他们首选，而热爱滑雪的旅游者则前往日本（32%）、加拿大（8%）和瑞士（7%）享受滑雪之旅。

## 五、高端旅游者青睐的酒店餐饮

22% 的年轻高端旅游者将“酒店餐厅齐全”、“菜式美味”列入选择旅游住宿酒店的考虑因素。酒店所在地菜系（56%）当仁不让成为高端旅游者最希望能在住宿处尝到的菜系，其次是日料（32%）和粤菜（31%），重口味的川湘菜（26%）排名第四。高端旅游者对餐饮也有着强烈的个性化需求。将近一半的受访者（47%）认为酒店拥有私人餐厅重要或者非常重要。

## 六、61% 的高端旅游者选择商务舱或头等舱出行

中国高端旅游者在选择航班舱位时表现出对舒适度的要求较高。61% 的高端旅游者在回忆过去一年印象最深刻的一次出行时表示选择了商务舱或头等舱出行。在选择航空公司会员方面，国航以绝对优势（54%）成为中国高端旅游者最青睐的常用航空公司会员，国航的统治地位无论是在年轻一代的高端旅游者中还是更加年迈的高端旅游者中都是绝对的，连续 3 年超过 50% 的占比显示出国航在中国高端旅游者中良好的口碑和超高的忠诚度。国外航空公司中，阿联酋航空以及新加坡航空以 23% 和 22% 排名第一、第二位。两家航空公司均以提供最人性快捷的服务和最舒适先进的客机选择作为市场卖点。而迪拜和新加坡城作为国际旅行航线最大的两座中转站，也为高端旅游者选择这两家航空公司做出了不可低估的贡献。

## 七、80 后年轻一代高端旅游者的选择——海岛和美食

中国 80 后年轻一代高端旅游者显示出对海岛旅行的高度热情，相比于其他年龄段的 23%，有 46% 的年轻高端旅游者在去年选择了海岛海滨作为旅游主题。同样，让年轻人热衷的还有美食美酒，24% 的选择比例也远远高于其他年龄段，显示出年轻高端旅游者对异国他乡各类美味食物和酒品的喜爱。

日韩受到年轻高端旅游者的青睐，过去一年的出行目的地中，年轻高端旅游者有 33% 的人选择了去日韩旅游，比年长的高端旅游者多出了 10%。年轻一代高端旅游者对旅游目的地的基础配套设施也更加关注，57% 的年轻一代高端旅游者强调基础设施的完备对他们选择旅游目的地很重要，年长人群对此关注度仅占 46%。

## 八、未来三年高端旅游趋势：探险精神的崛起

环游世界、极地探索、轻度冒险将成为中国高端旅游者未来三年的旅游主题。相比于过去几年中休闲度假的一枝独秀，中国高端旅游者们的探险精神正在逐步崛起。体验不一样的经历，挑战自我带来的快乐是推动中国高端旅游者去环游世界探索未知的动力源泉。值得注意的是 80 后年轻一代旅游者对于非洲和极地的渴望在逐步增加，相比于去年的 23% 和 17%，今年调查显示 80 后年轻一代旅游者计划未来三年去非洲和极地的比例上升到了 36% 和 32%。

## 九、持续增长的富豪数量 & 越来越有经验的 中国高端旅游者

① 截止 2016 年 5 月，中国大陆地区千万高净值人群数量约 134 万，比去年增加 13 万人，增长率达到 10.7%；亿万高净值人群人数约 8.9 万，比去年增加 1.1 万人，增长率高达 14.1%。

② 45% 的中国高端旅游者表示他们去过超过 20 个海外国家。10% 的高端旅游者表示他们去过超过 40 个海外国家。同时有 20% 的高端旅游者表示他们一年在出国旅行上的花费超过了 50 万元人民币。接近四分之一的高端旅游者表示他们在过去几年去过自己喜爱的海外旅游目的地 5~10 次。这些数据都表明了中国高端旅游者对于海外旅游已经积累了丰富的经验。中国高端旅游者已经由以前的盲目跟风进入到了自主选择阶段。

“

值得注意的是 80 后年轻一代旅游者对于非洲和极地的渴望在逐步增加，相比于去年的 23% 和 17%，今年调查发现 80 后年轻一代旅游者计划未来三年去非洲和极地的比例上升到了 36% 和 32%

”

# 第一章：中国高端旅游者的生活和旅游方式

## 2017 年中国高端旅游者样本数据



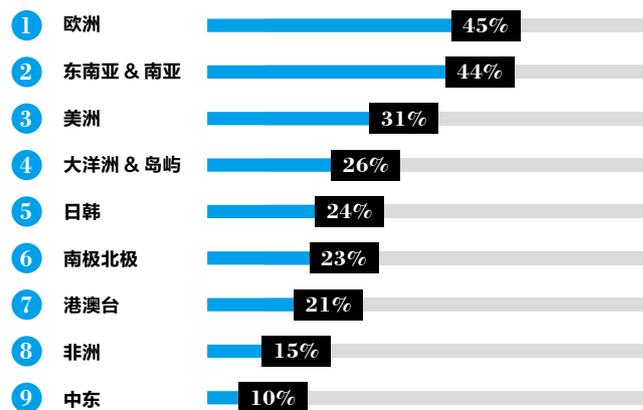
此次调研的被访者为中国高端旅游者，他们的平均年龄为 42 岁，其中男性占比 41%，人均财富近 2,200 万元，主要的财富来源是投资回报 49%、工资 37%，和企业所有权 21%。高端旅游者中，已婚人群占比 70%，其中 50% 有一个孩子，27% 有两个孩子。平均在国外工作 / 学习过 1.4 年。中国高端旅游者比起 2015 年在旅游消费上更加热衷，他们家庭年旅游消费平均 38 万元，其中购物消费平均 22 万元，对比 2015 年的 14 万元增幅达到 57%。

### 海外游持续火热，欧洲和东南亚备受青睐

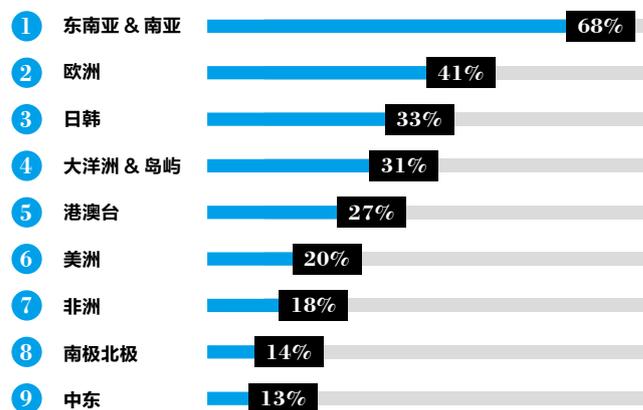
此次被调研的 334 位中国高端旅游者平均去过 18 个国家，过去一年平均出国 3.3 次，平均天数为 27 天，其中旅游占比 69%。对比两年前的数据，高端旅游者出国天数下降，但是旅游比例上升了 5%，显示出旅游在中国高端旅游者的出国行程中依旧占据着重要的地位。

目的地的选择上，欧洲和东南亚游明显受到中国高端旅游者的青睐，是最主要的旅游目的地，分别占比 45% 和 44%。欧洲作为老牌旅游目的地因其异域特色的文化和自然风貌继续吸引着中国高端旅游者；东南亚在短短 2 年内成功超越美洲成为中国高端旅游者们的宠儿，东南亚的吸引力在 80 后年轻一代的中国高端旅游者中更加显著，从去年第四一跃变成了今年最受欢迎的出国旅游目的地，涨幅达到了惊人的 34%。东南亚诸国依靠其得天独厚的地理位置和气候优势招揽一波又一波中国高端旅游者去其星罗密布的海洋小岛上观光旅游。

### 过去一年出国旅游目的地 - 所有年龄段旅游者



### 过去一年出国旅游目的地 - 80 后年轻一代旅游者

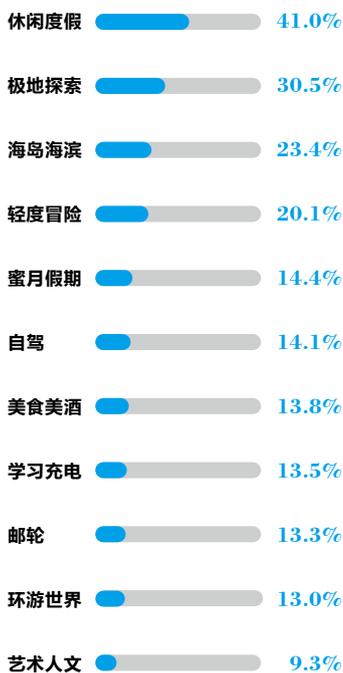


## 海岛海滨成为 2016 年中国高端旅游者出国旅游的最大黑马

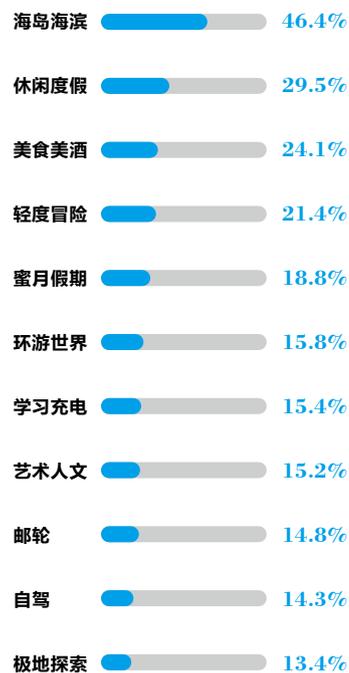
在出国旅游的主题上，休闲度假依然是中国高端旅游者最主要的目的，占41%。极地探索和轻度冒险延续了2015年强劲的势头，位列第二（31%）和第四（20%）。海滨海岛作为今年调查的新选项成为中国高端旅游者2016年出国旅游目的地的大黑马，以23%的占比超越了邮轮（13%）和自驾（14%）等传统旅行项目位列第三。而在80后年轻一代的高端旅游者中，海岛海滨度假更是成为最热主题，以接近一半的比例（46%）排名第一。

总体而言，探索自我、勇于挑战依然是中国高端旅游者最喜爱的旅行主题，极地游的持续火热印证了这点。同时中国高端旅游者，尤其是80后年轻一代的高端旅游者，钟情于海岛的魅力。其舒适温暖的气候、清澈广阔的海洋和细腻美丽的沙滩都是高端旅游者所向往的。海岛上可以让年轻的高端旅游者尽情地体验海洋运动如冲浪和潜水，也可以让全家出游的高端旅游者享受不被打扰的属于自我的私密空间。

### 过去一年出国旅游主题 - 所有年龄段旅游者



### 过去一年出国旅游主题 - 80后年轻一代旅游者



## 常用的航空公司会员



## 国航、阿联酋航空分别成为中国高端旅游者最青睐的国内、国外航空公司

在中国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（53.9%）排名第一，其次是南航（22.4%）和国泰（21.9%）。对比2015年和2016年两份报告我们可以看到，国航的统治地位无论是在年轻一代的高端旅游者中还是更加年迈的高端旅游者中都是绝对的，连续3年超过50%的占比显示出国航在中国高端旅游者中良好的口碑和超高的忠诚度。国外航空公司中，主打高端奢华旅行体验的阿联酋航空以及新加坡航空开始在高端旅行市场中展示出他们雄厚的实力，以23%和22%甩开其他竞争对手一大截。两家航空公司均以提供最人性快捷的服务和最舒适先进的客机选择作为市场卖点。而迪拜和新加坡作为国际旅行航



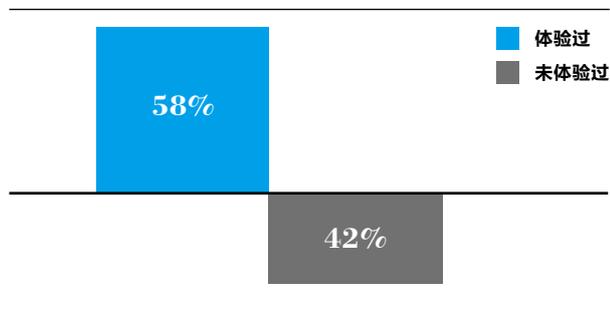
线最大的两座中转站，也为高端旅游者选择这两家航空公司做出了不可低估的贡献。

中国高端旅游者平均坐过邮轮 1.7 次，约 66% 的人表示坐过邮轮。

## 私人定制旅行服务开始在中国高端旅游者中普及

超过半数的高端旅游者（58%）表示他们体验过私人定制旅行服务。同样，55% 的高端旅游者表示个性化服务是他们继续成为一家旅行社顾客的原因。两组数据都证明中国高端旅游者有着巨大的对私人定制旅行服务的渴求，私人定制旅行服务作为旅行社的高端项目已经在中国站稳了脚并开始普及。

### 是否体验过私人定制旅行服务



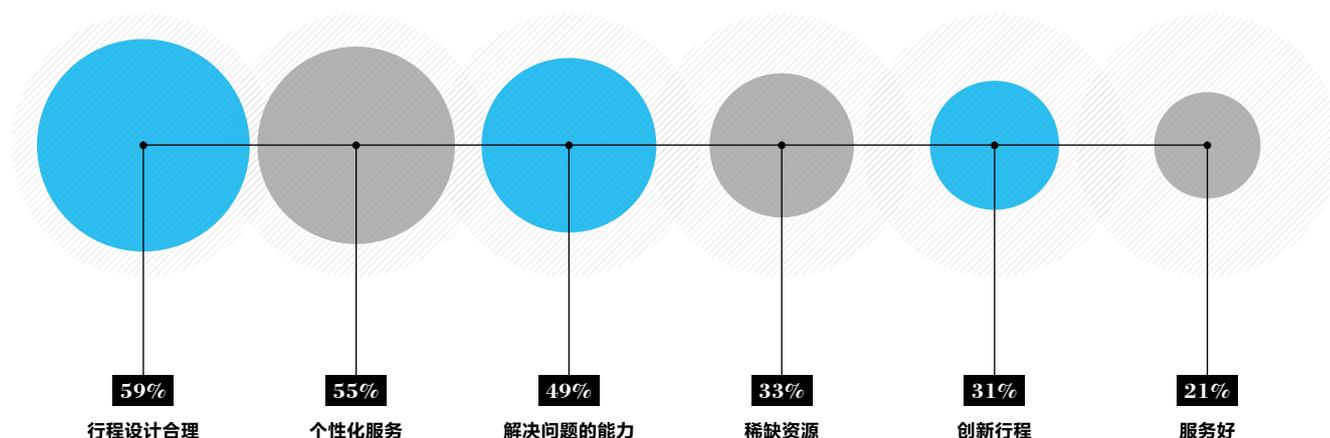
数据来源：胡润研究院 2016 中国奢华旅游与生活方式调查（旅行社调研数据）

## 行程设计的合理性成为旅行社能否留住高端客户的杀手锏

在旅行社表现方面，中国高端旅游者非常青睐行程设计合理、能提供个性化服务和能解决遇到的问题的旅行社。这三项的比重为 59%、55% 和 49%。相比于 2015 年，中国高端旅游者越来越看重旅行社能否高效解决旅途中问题的能力，比重增长了 11%。

相反的中国高端旅游者非常厌恶旅行社的行程安排不合理、餐食不美味和导游不符合预期。这三项的比重为

### 青睐某旅行机构的原因



数据来源：胡润研究院 2017 中国奢华旅游与生活方式调查（旅行社调研数据）

29%、24% 和 21%。

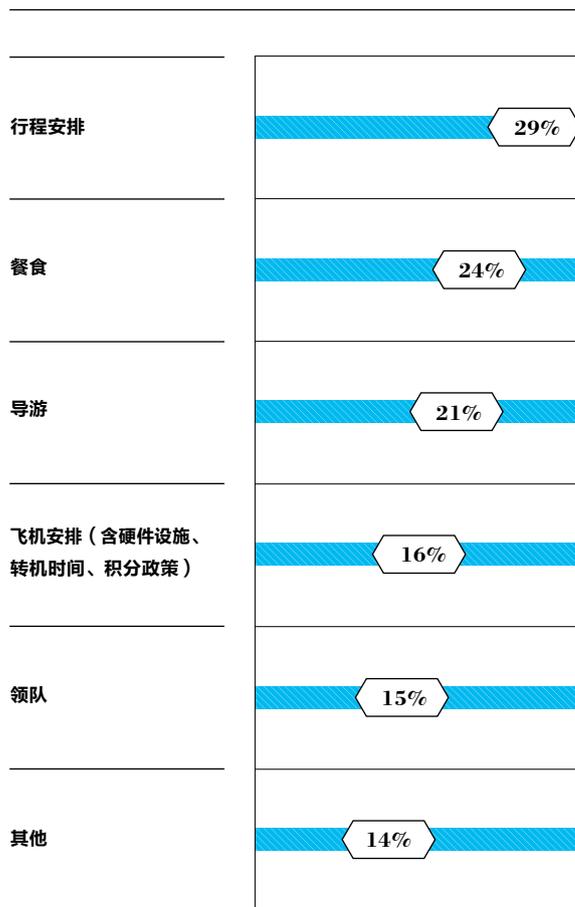
综合来看，行程安排设计的合理与否可以直接决定高端旅游者是否会再次光顾一家旅行社。一趟合理布局的旅行让人神清气爽精神奕奕地收获美好的回忆；而一次东拼西凑奔波忙碌的行程只会让高端旅游者怒火满腹，给旅行社留下不好的口碑。

## 目的地类型和行程时间：中国高端旅游者选择旅游目的地最主要因素

旅行目的地类型和行程时间以 58% 和 57% 的选择率位列高端旅游者选择旅游目的地最主要因素的第一第二位。80 后年轻一代高端旅游者在这个问题上显示出了和其他年龄段旅游者同样的思考结果。

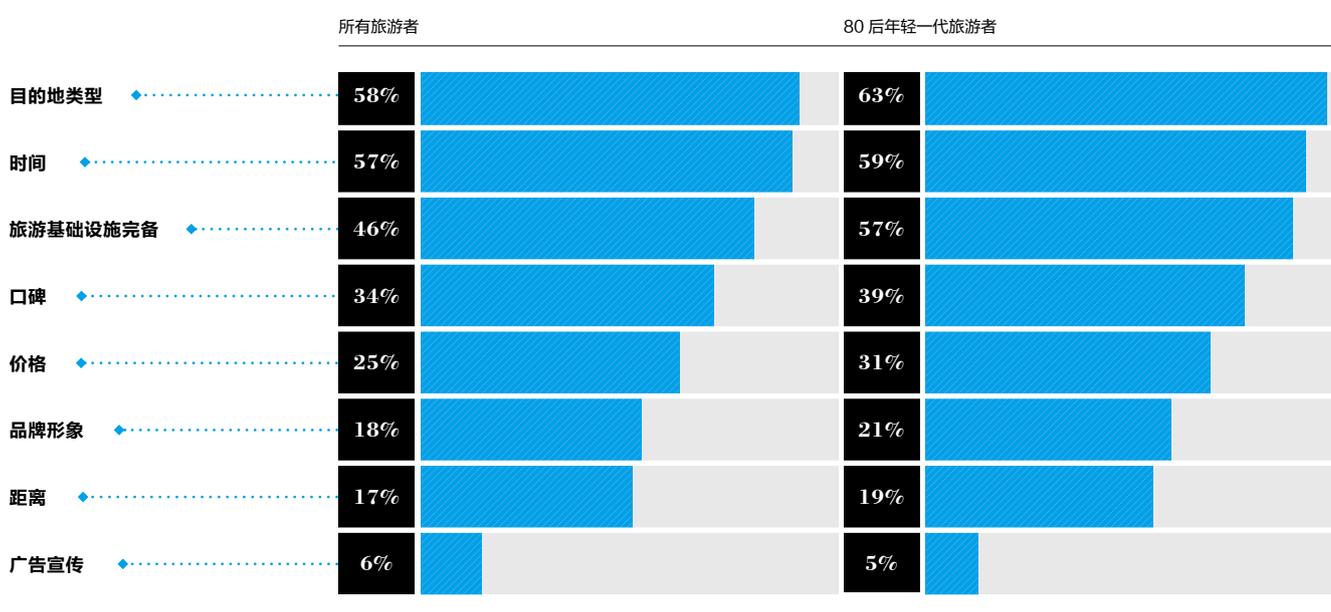
随着出国游的路线越来越多，出团频次越来越频繁，目的地类型理所当然的成为高端旅游者筛选旅行目的地的最主要因素。要滑雪可以去欧洲美洲，尝美食可以去日本，晒太阳去大洋洲加勒比，不同的出行目的为旅游者指明了可选择的国家地区。同样重要的还有行程时间，拥有长假或者自己支配工作时间的中高端人群可以选择较远的旅行目的地比如美洲甚至南极；而如果只是节假日出行则东南亚目的地就更加合理方便。当然目的地的基础设施完备与否也是高端旅游者看重的因素（46%），因为休闲度假依然是目前旅游者最主要的旅行目的。

## 旅行社最令你感到不满意的方面



数据来源：胡润研究院 2017 中国奢华旅游与生活方式调查（旅行社调研数据）

## 影响您选择旅游目的地的主要因素



数据来源：胡润研究院 2017 中国奢华旅游与生活方式调查

## 第二章： 中国高端旅游者专项调研

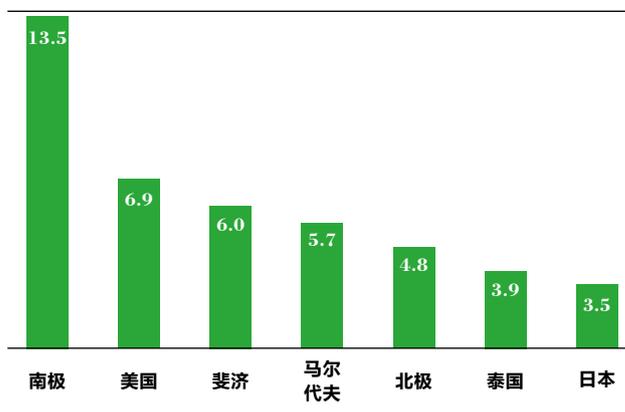
### 专题一：中国高端旅游者 2016 年印象最深刻的一次出国旅行

在 2016 年印象最深刻的旅游经历中，南极游以 13.5% 的高比例居于首位，其次是美国（6.9%）和斐济（6.0%）。相比于 2015 年，南极依然给中国高端旅游者留下了难以磨灭的印象，继续排名第一；斐济则首次上榜，显示出中国高端旅游者对海岛的热爱。

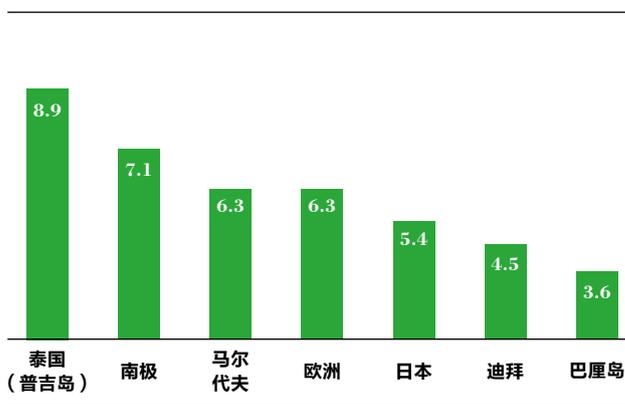
南极作为世界上人类最少的地方之一保留了酷寒为当地留下的瑰丽的自然风貌，几百米高的冰川和绵延数千公里不绝的雪原都是旅游者一辈子有幸一睹的风光。同时南极还有可爱的企鹅和海豹等只有南极才能看到的动物，更加深了独此一家的体验。美国作为世界最发达的国家，其风土人情却又如此众多，从彪悍狂野的西部荒漠到鳞次栉比的东海岸大城市，美国总能留给游客一些不同的回忆；斐济作为太平洋上的明珠，其常年温暖的气候和一望无际的大海都令高端旅游者向往。

值得一提的是年轻一代高端旅游者对泰国的热爱。泰国超越了 2016 年的日本、法国成为今年年轻人中印象最深刻的一次旅行目的地。泰国古老奇妙的文化和优秀的旅游服务在今年调查中大放异彩。而 2016 年的热门日本、韩国、欧洲则纷纷大幅下滑，显示出年轻一代高端旅游者不再满足于传统旅游目的地，纷纷开始探索未曾去过的旅行地。

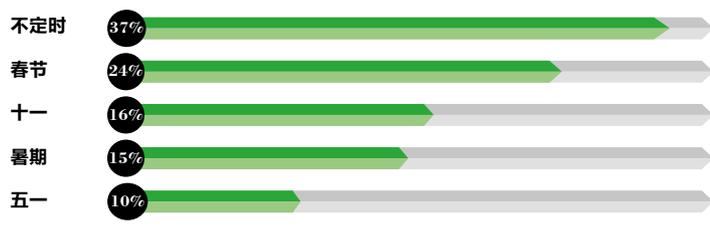
印象最深刻的出国旅游目的地 - 所有年龄段旅游者



印象最深刻的出国旅游目的地 - 80 后年轻一代旅游者



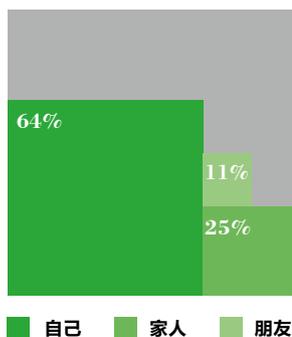
### 旅行时间



超过 1/3 (37%) 的高端旅游者们认为自己印象最深刻的旅行经历是不定时旅行时留下的，避开国定节假日带来的大量出行人群无论是交通顺畅程度还是旅游景点的参观体验都让他们得到较好的回忆。春节、十一、暑假等节假日排名其后。

在这次印象深刻的旅行中，所有的受访者

### 谁决定去目的地



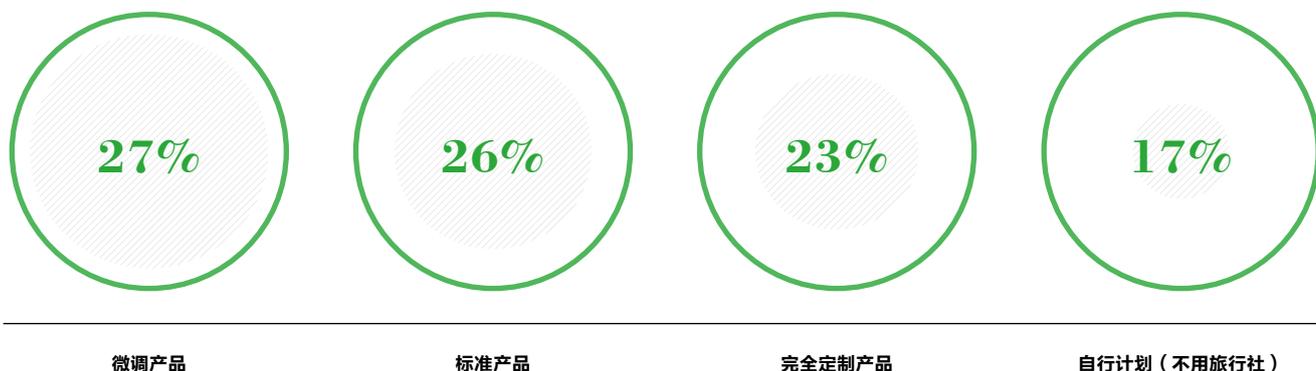
都是与家人或朋友同行的。平均同行人数 3 人，同行人数在 1~2 人的占比 39%，3~6 人的占比 46%。平均旅游天数为 10 天。

在选择行程安排方面，旅行社的微调产品（27%）和完全定制产品（23%）成为一半高端旅游者的选择。标准产品在 2015 年还是 37% 高端旅游者的选择，今年已经下跌 11%，标

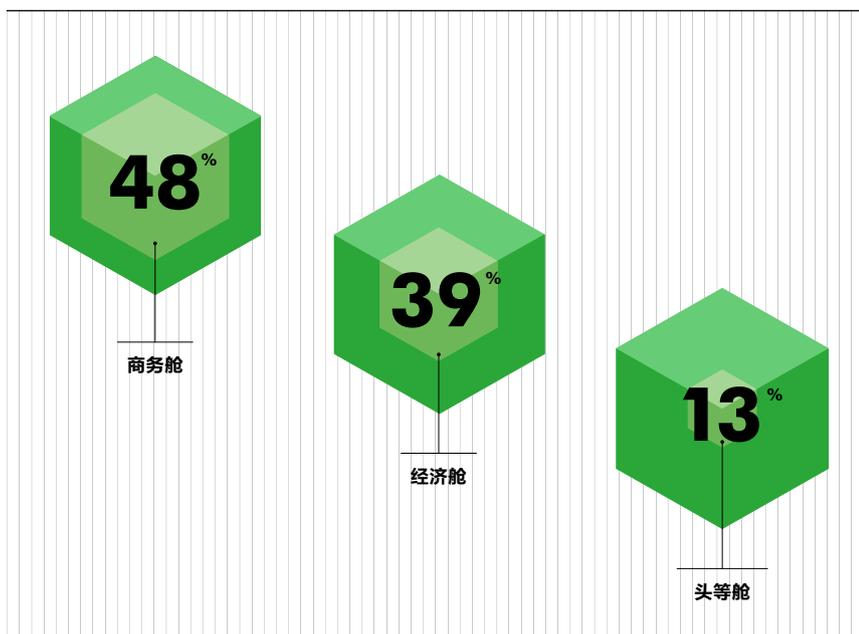
准的旅行产品在短短两年内已经无法满足高端旅游者的旅游需求，定制产品将是未来旅行社吸引高端用户的王牌。高端旅游者在目的地的选择上更有主见，64% 的人认为自己是最主要的目的地决策者。

高端旅游者在出行飞机舱位选择上选择舒适，在面对长途旅行带来的乘坐舒适需求和票价性价比选择时选择了商

### 行程选择



### 出行乘坐飞机舱位选择



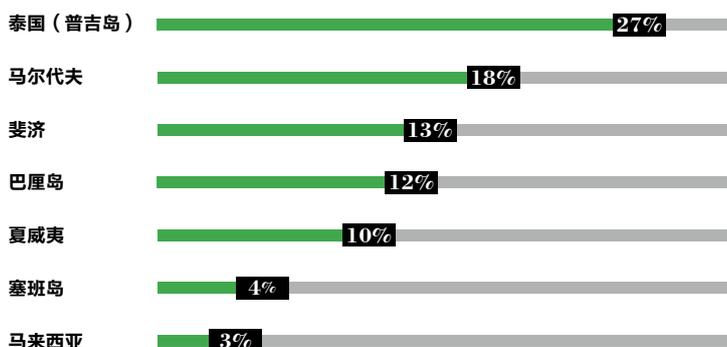
“

高端旅游者在目的地的选择上更有主见，64% 的人认为自己是最主要的目的地决策者。

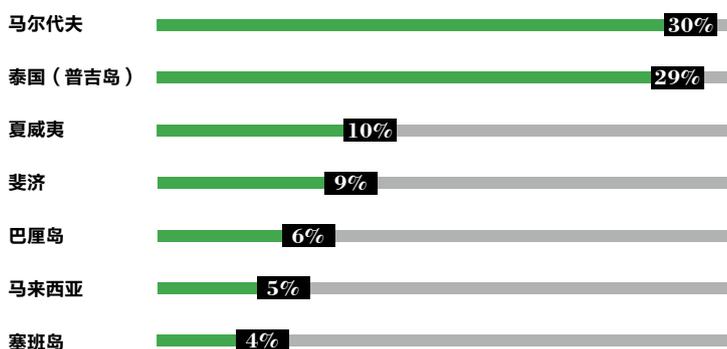
”

务舱（48%）作为主要座位选择。比经济舱显著提升的乘坐舒适度和比头等舱显著低廉的票价是高端旅游者选择商务舱的理由。

## 夏秋时节最常去的热门旅游地（国际）- 所有年龄段旅游者



## 夏秋时节最常去的热门旅游地（国际）- 80后年轻一代旅游者



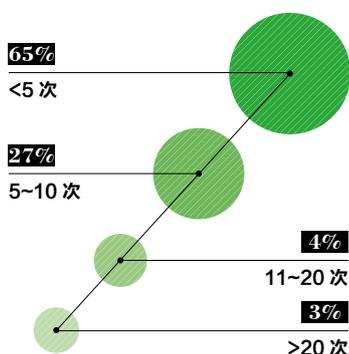
## 专题二：中国高端旅游者夏秋季节旅游趋势分析

酷热难耐的夏秋季节，中国高端旅游者纷纷选择各大洲的海岛作为自己避暑休假的去处。他们去心中理想的目的地度假的次数平均为6次，并且未来三年中还有约2次计划再度光临这些旅行目的地。中国年轻一代的高端旅游者也有着同样的旅行计划，所有7个上榜的旅行目的地均为海岛，同样以马尔代夫和泰国的普吉岛排名第一第二。

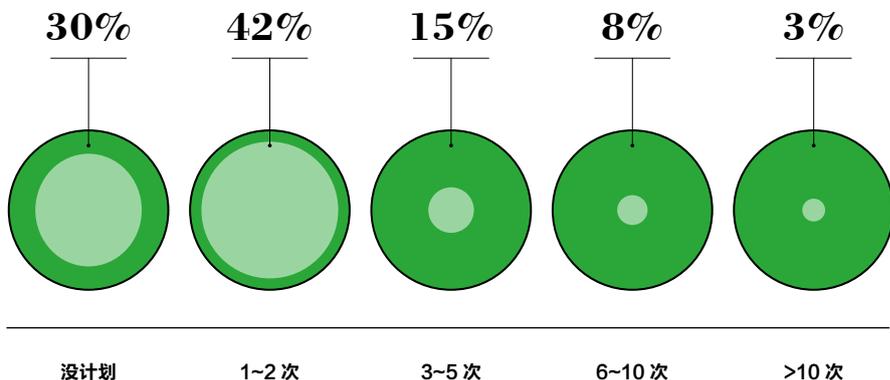
无论是亚洲的普吉岛（27%）、马尔代夫（18%），巴厘岛（12%）还是大洋洲的斐济（13%）、美国的夏威夷（10%）以及国内的三亚（16%），均离不开那一望无际的碧蓝大海和金光灿灿的海滩。酷热的白天陪着自己的家人或者朋友泡在温暖的海水中欣赏美丽的自然美景；夕阳西下，吹着凉爽宜人的海风坐在篝火边唱唱歌吃吃烧烤，如梦似幻。富有挑战精神的高端人士还可以尝试冲浪潜水等水中运动。同时，海岛旅游提供私密的个人空间，免除了和其他旅客互相干扰的麻烦。

家人或朋友同行是所有高端旅游者的选择，平均同行人数为3人。3~6人同行的占比最高为47%。在出行乘坐飞机的舱位选择上经济舱（48%）和商务舱（45%）不相上下。短途的目的地让出行的旅游者将价格摆在了更重要的位置。

## 已经去过几次



## 未来三年打算去

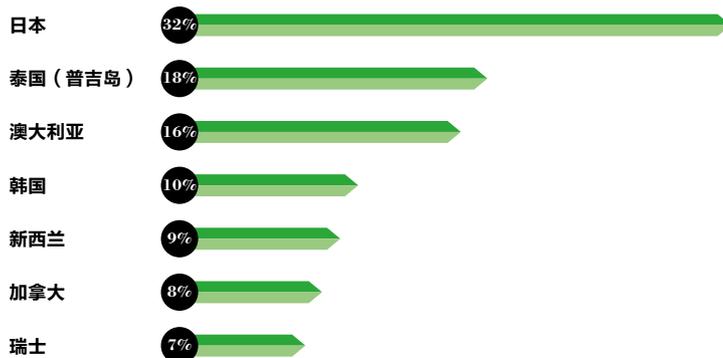


### 专题三：中国高端旅游者冬春季节旅游趋势分析

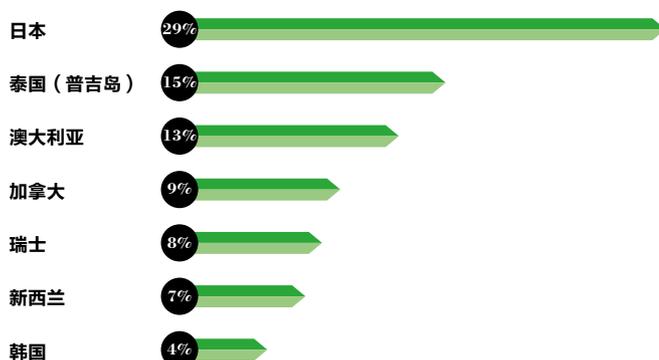
寒冷干燥的冬春季节，无论是年轻的还是年迈的中国高端旅游者的旅游目的地选择相比夏秋季节有了明显的变化。和夏秋旅行目的地的选择类似，年轻一代高端旅游者和其他年龄层的高端旅游者在选择上出奇的一致。日本，泰国和澳大利亚成为了所有人的前三大选择。随着近几年高端人群对体育运动以及探险冒险的热衷，滑雪成为高端人群中炙手可热的冬季贵族运动。日本（32%）、韩国（10%）、加拿大（8%）和瑞士（7%）均有着世界级的雪场。其中日本以绝对优势成为中国高端旅游者冬春最喜爱的旅行目的地。除了北海道地区世界顶级雪场的号召力外，其独特的历史文化，让人垂涎三尺的美食以及运动后放松身心的温泉资源都是高端旅游者不想错过的体验。

对于不那么热衷于极限运动的高端旅游者，避寒依然是冬春季旅行的不变主题。地处亚热带并拥有众多海岛的泰国（18%）、低纬度的三亚（12%）、处于南半球季节颠倒的澳大利亚（16%）和新西兰（9%）依然是高端旅游者理想的逃离国内酷寒的好去处。泰国的普吉岛成为唯一一个同时登上夏秋和冬春两个榜单的旅行目的地，足以证明普吉岛的沙滩大海俘获了大批中国高端旅游者的心。

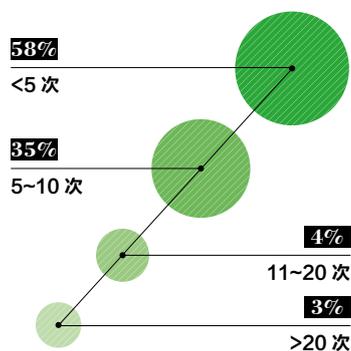
#### 冬春时节最常去的热门旅游地（国际）- 所有年龄段旅游者



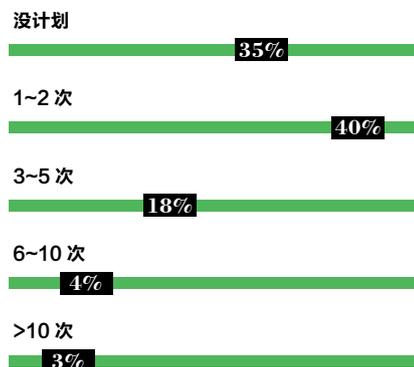
#### 冬春时节最常去的热门旅游地（国际）- 80后年轻一代旅游者



#### 已经去过几次



#### 未来三年打算去



过去一年高端旅游者去心中理想的目的地度假的次数平均为6次，并且未来三年中还有约2次计划再度光临这些旅行目的地。

家人或朋友同行是所有高端旅游者的选择，平均同行人数为3人。3~6人同行的占比最高为47%。在出行乘坐飞机的舱位选择上经济舱（40%）和商务舱（40%）持平。但是头等舱的选择占比（20%）明显高于旅游者夏秋出行时。主要原因是冬春旅行的目的地很多时候为欧洲，美洲或者大洋洲国家，飞行时间长，乘客对舒适度要求会更高。

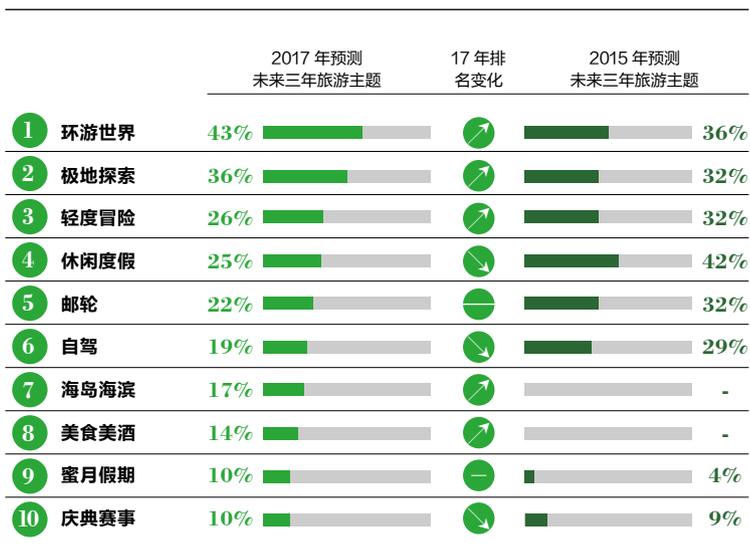
## 专题四：中国高端旅游者未来三年旅游趋势

环游世界和极地探索是中国高端旅游者未来三年最期望的旅游主题，分别占比43%和36%，轻度冒险（26%）紧随其后成为第三名。相比于两年前笼统地将所有出行均归类为休闲度假，中国高端旅游者开始更精细地为自己的旅行划分目的性，海岛海滨和美食美酒都进入高端旅游者未来期望的旅游主题前十。

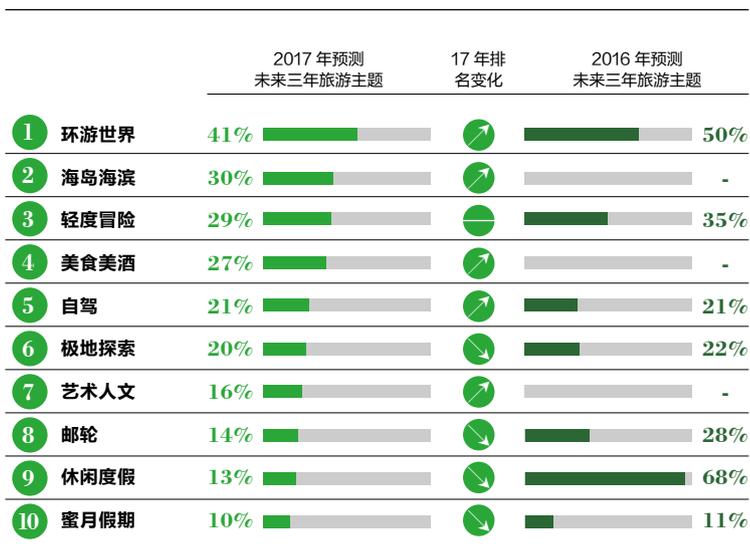
中国高端旅游者意识到了即使是放松自我，不同类型的休闲旅行也是需要分开计划的。而相比2015年，中国高端旅游者更加注重探索旅行能给自己带来的意义和目的，环游世界、极地探索和轻度冒险的排名均比2015年上升。冒险和探索作为西方主流文化中的核心价值开始受到中国高端旅游者的认可。环游世界、极地探索和轻度冒险三大主题揭示了未来中国高端旅游者最想体验的旅游内容：看不一样的风景，玩刺激的行程，收集难忘的回忆。

中国年轻一代的高端旅游者则延续着他们对海岛的热爱，30%的年轻高端旅游者表示未来3年内想去海岛海滨旅游。美食美酒和艺术人文作为今年的新加入选项也受到年轻高端旅游者的追捧，分列第4位（27%）和第7位（16%）。而去年热门的邮轮旅行则在今年失去了中国年轻高端旅游者的青睐，下降14%跌到第8。总体而言年轻高端旅游者和其他年龄层的高

### 所有旅游者未来三年旅游主题

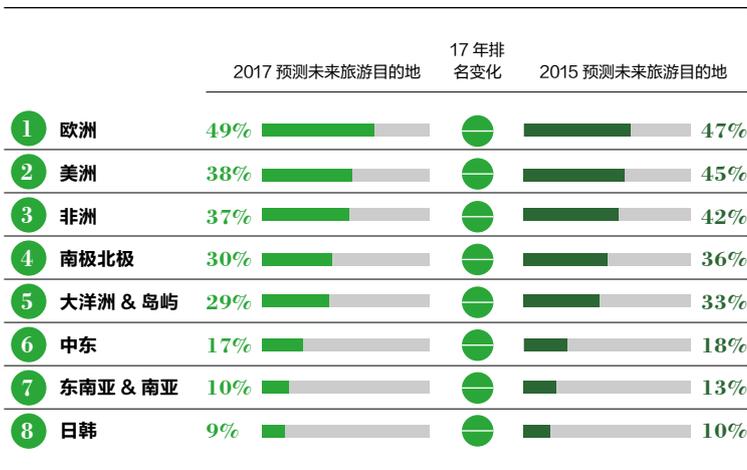


### 80后年轻一代旅游者未来三年旅游主题





### 所有旅游者未来三年旅游目的地



### 80 后年轻一代旅游者未来三年旅游目的地



“

对于年轻一代中国高端旅游者，欧洲也依然是他们未来最想去旅行目的地（46%）

”

端旅游者一样，对自己未来旅行的目的有了更精准的划分。

相比于 2015 年，中国高端旅游者对未来旅游目的地的选择在这两年基本无变化。老牌旅游目的地欧洲（49%）依然排名首位。美洲（38%）和非洲（37%）分列第二第三。

对于年轻一代中国高端旅游者，欧洲也依然是他们未来最想去旅行目的地（46%），但是相比于 2016 年的调查结果，想去欧洲的年轻旅游者下降了 19%。而非洲（36%）和极地（32%）则大幅上升至第三第四位，想去的年轻旅游者增加了 13% 和 15%。可以看出中国年轻高端旅游者未来的旅行目的地将以探索自然为主。

## 专题五：未来私人定制旅行的市场及看点

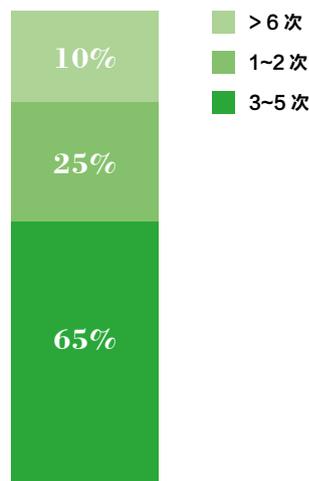
对于未来旅游计划的出行时间，59%的中国高端旅游者选择了不定时出行。十一（22%）、春节（17%）和暑假（18%）只占了少数人的出行计划。节假日出行越来越不受中国高端旅游者的欢迎。拥挤的人流无论对出行交通舒适度还是景点观光满意度都有着较大的影响。在2017年，年轻一代高端旅游者计划旅游的热情依旧不减，他们的平均期望未来一年旅游次数是3.2次。选择分布上，期望出游3~5次人群较多，为65%。而对于国内高端旅游者来说，目的地国家是否免签并不是他们考虑的重点，认为完全不在乎，较小影响和没有影响的人占了77%。有着足够的知识阅历的高端旅游者可以轻松完成必须的签证步骤。

松完成必须的签证步骤。

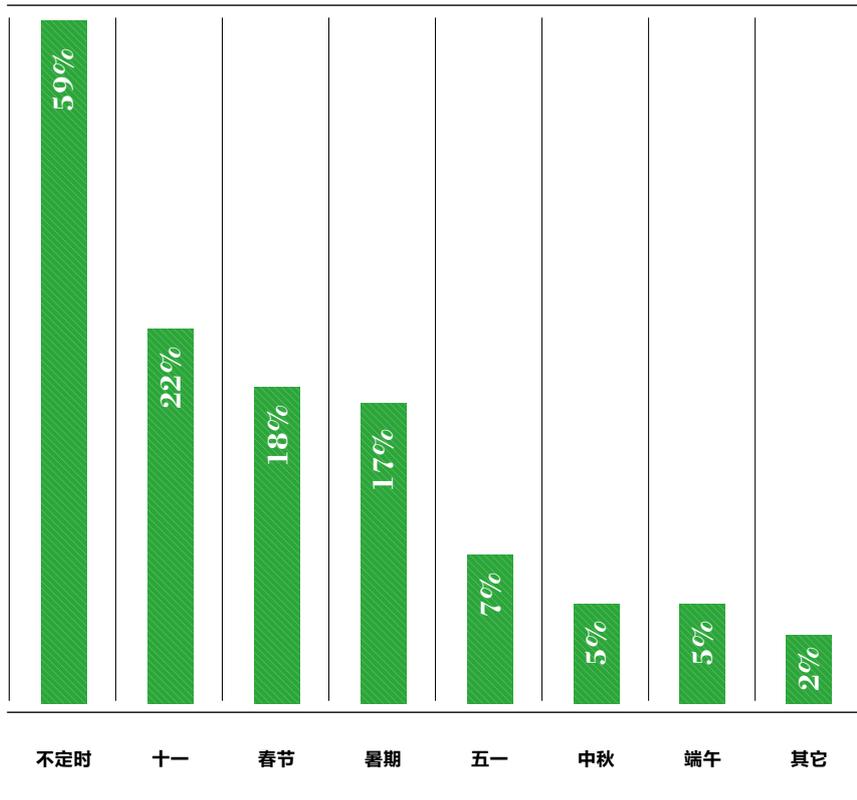
未来私人定制旅行的市场在中国高端旅游者中将越发广阔。40%的高端受访者表示未来旅游计划将使用私人定制服务，而传统的跟团游已经不再被中国高端旅游者接受，只有10%的受访者表示将以传统的跟团方式在未来出游。

从前几章专题中我们可以看出，中国高端旅游者已经从盲目跟风的旅游方式逐渐成长，开始考虑自己的需求，无论是出行时间，目的地挑选，旅游主题，行程安排，甚至住宿选择都不再满足于固定化的传统旅行团模式。高端旅游者开始越来越注重定制服务所带来的愉快体验，在一个适合的时间去一个独特的目的地和志同道合的旅游同伴进行一次轻松又刺激的探险成为中国高端旅游者一致的诉求。

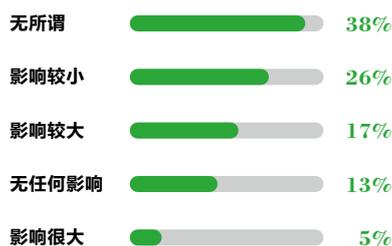
### 打算旅游几次



### 未来一年最想在哪些时间段出游



### 免签对于您的影响程度

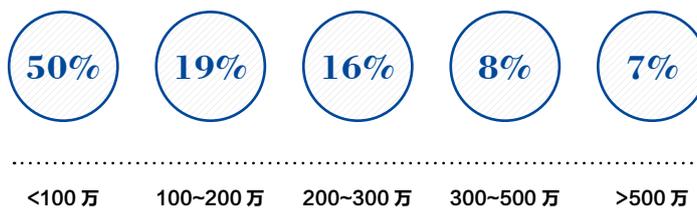


### 未来三年计划的旅游模式



# 第三章： 中国高净值人群 消费分析

中国高端旅游者全家 2016 年总共消费支出金额



此次调查的高端旅游者  
拥有较多的家庭财富，  
他们的年度家庭消费能力突出，  
平均家庭总消费为 173 万元

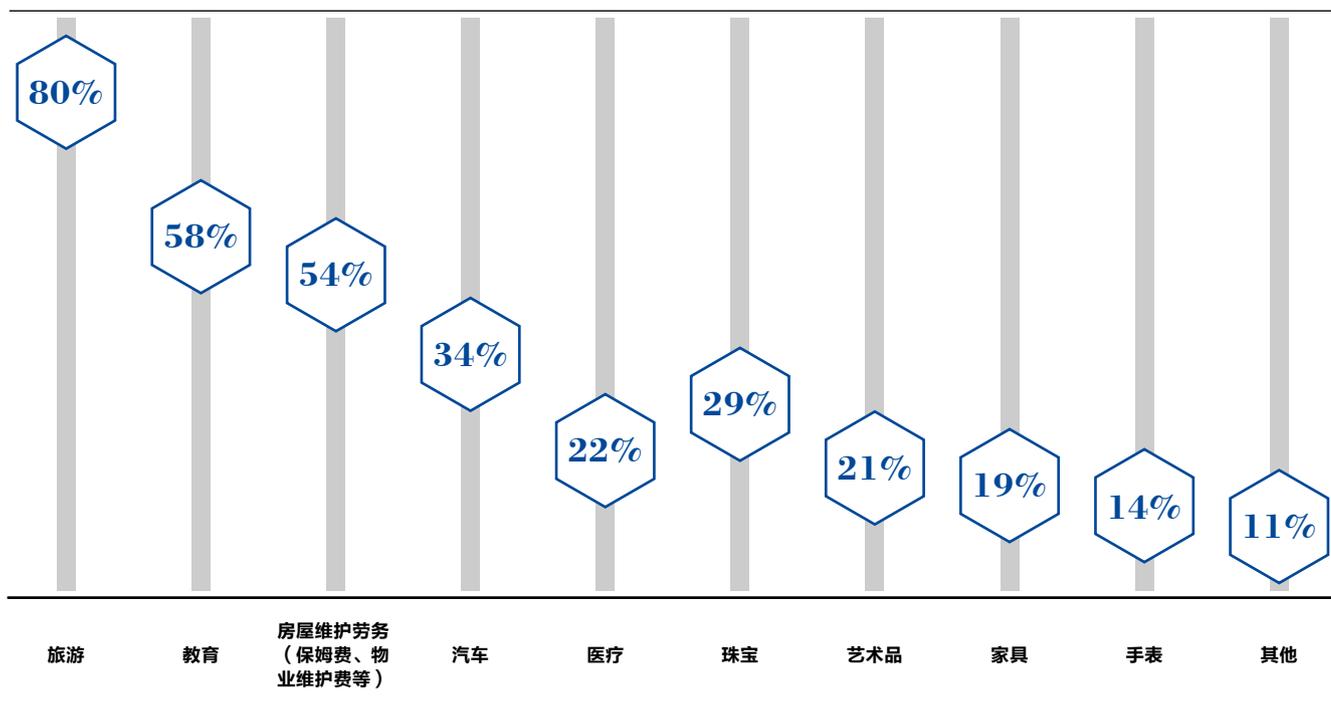


## 高端旅游在生活开支中的重要性提高， 日常化趋势明显

此次调查的高端旅游者拥有较多的家庭财富，他们的年度家庭消费能力突出，平均家庭总消费为 173 万元，其中超过 1/3 的家庭消费支出在 100~300 万元，显示出强劲的消费能力和积极开放的消费态度。16% 的高端旅游者家庭支出在 200~300 万元间，19% 的家庭支出在 100~200 万元间，另有 50% 的中国高端旅游者表示 2016 年家庭总消费支出少于 100 万元。

旅游已无疑成为高净值家庭年度支出中必不可少的一项，虽然旅游的花费总额低于传统的教育开支和家庭日常开支，但超过 80% 的高净值人群将旅游支出规划在家庭年消费构成中，足以显示出旅游在高净值家庭中的重要性，其日常化的趋势明显。

中国高端旅游者 2016 年消费支出领域



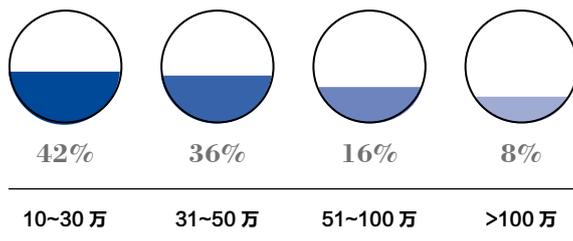
数据来源：胡润研究院 2017 中国奢华旅游与生活方式调查

## 高端旅游者青睐在旅行中为自己购买化妆品和土特产

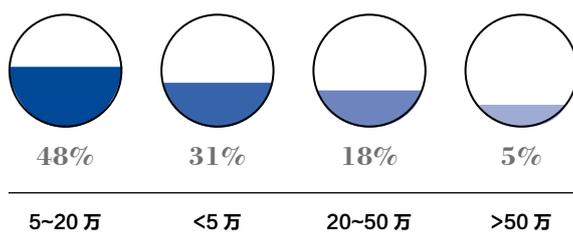
中国高端旅游者平均每年在旅行上的花费约为 38 万元，其中花费在 10~30 万元的家庭最多（42%），也有为数不少的家庭（36%）花费在 31~50 万元在旅游产品上。在超高端用户人数上，约有 8% 的高端旅游者会花费超过 100 万元在旅游上。总体而言中国高端旅游者对旅游的热情持续高涨，旅游预算依旧充足。

在旅游途中，中国高端旅游者会平均花费 22 万元进行购物，相比于 2015 年的平均花费 14 万元，高端旅游者的购买力增加了将近 57%。将近一半的高端旅游者（48%）会购买价值 5~20 万元的商品回家。有 5% 的超高端旅游者会花费超过 50 万元在购买商品上。近年来各大旅游国家均体会到了中国高端旅游者强大的消费能力，从此次调研结果上看，即使相比于 2015 年平均旅游花费略有下降（下降约 4 万元），高端旅游者在旅行时的消费热情依然没有任何下降。能否打动中国高端旅游者依然是各旅游景区的头等课题。

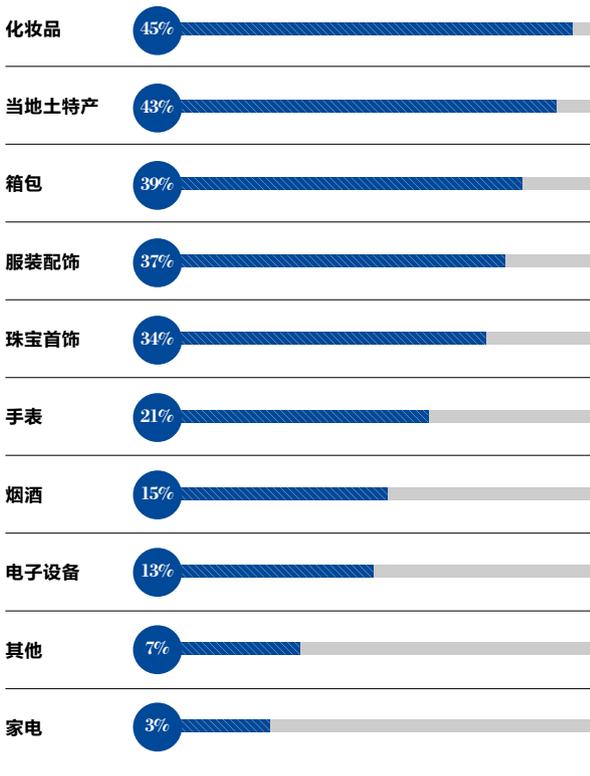
## 中国高端旅游者全家去年旅游消费



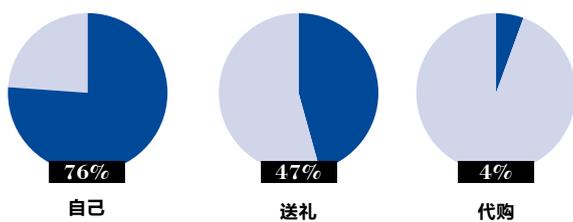
## 中国高端旅游者去年旅游中购物金额



## 中国高端旅游者旅游时购买什么



## 中国高端旅游者旅游时为谁购买



化妆品（45%）、土特产（43%）、箱包（39%）、服装配饰（37%）、珠宝首饰（34%）继续成为中国高端旅游者最喜欢的商品。国内高昂的关税和频频爆出的商品售假问题让海外旅游购物的热度高烧不退。除了土特产以外的四个最受欢迎的商品又清一色为女性主导的购物需求，显示出中国女性在旅游时对商品的旺盛购买欲望和实力。而这一点又被为谁购买的数据所佐证。76% 的中国高端旅游者表示会为了自己购买商品，只有不到一半的时候是考虑送礼（47%），而代购几乎不成为出行时的目的（4%）。

# 第四章：中国高端旅游住宿及餐饮市场

## 豪华酒店品牌排名

- |         |       |
|---------|-------|
| 1 丽思卡尔顿 | 6 半岛  |
| 2 悦榕庄   | 7 安缦  |
| 3 四季    | 8 朗廷  |
| 4 文华东方  | 9 柏悦  |
| 5 费尔蒙   | 10 瑞吉 |

数据来源：胡润研究院 2017 至尚优品品牌倾向报告

## 丽思卡尔顿成为中国高端旅游者最青睐的酒店以及最青睐的酒店会员

中国高端旅游者出行次数多，对旅行综合体验要求又与日俱增，游玩一天后入住一家满意的酒店自然成了高端旅游者出行时的关键一环。

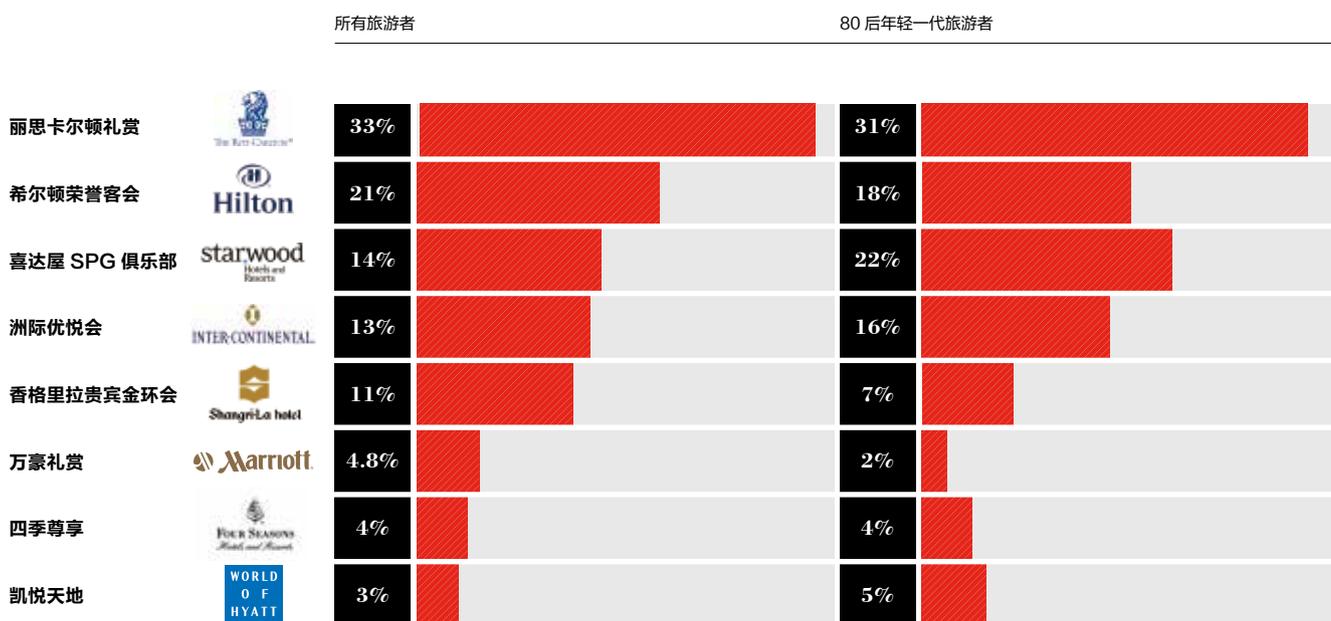
丽思卡尔顿成为 2016 年中国高端旅游者最青睐的酒店，悦榕庄、四季酒店、文华东方、费尔蒙和半岛酒店分列 2~6 名。

豪华酒店的会员青睐程度能非常好地

体现出高端旅游者对酒店各方面综合的满意程度。相比于两年前，丽思卡尔顿酒店的受青睐程度增加了 19%，从希尔顿手上夺过了最青睐豪华酒店会员的交椅。万豪酒店的名次则相较以前有所下降，位列第六。年轻旅游者在酒店会员的选择上和过去一年相比没有太大变化。

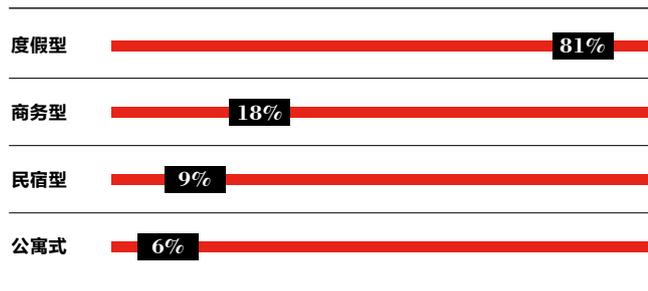
丽思卡尔顿作为豪华酒店界的巨头，以优质的服务、奢华的住宿体验和良好的口碑，在成为高端旅游者最受青睐的豪华酒店的同时，也成为了高端旅游者最青睐的酒店会员。

## 最青睐的豪华酒店会员



数据来源：胡润研究院 2017 中国奢华旅游与生活方式调查

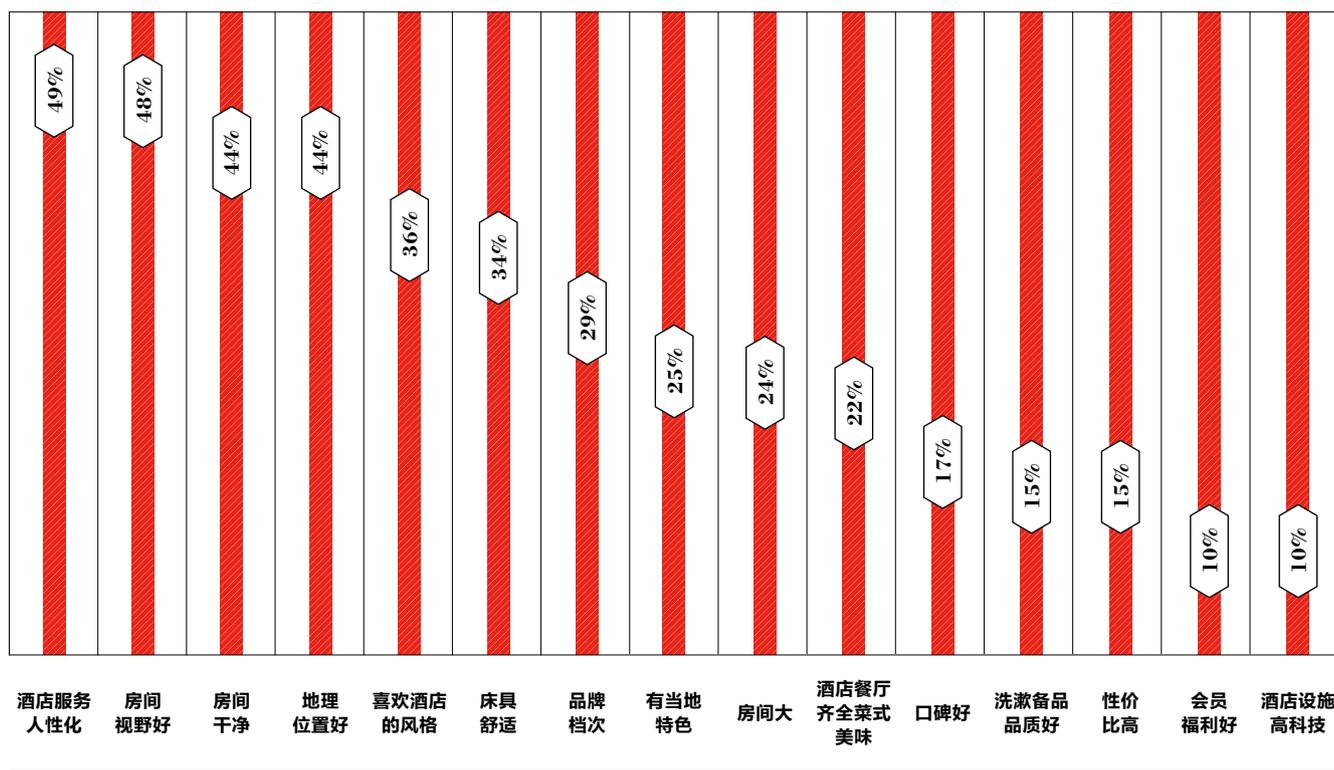
## 青睐的酒店形式



## 度假型酒店是高端旅游者最青睐的豪华酒店形式

度假型酒店以81%的选择率高居高端旅游者最青睐的豪华酒店形式第一位。商务型(18%)、民宿型(9%)和公寓型(6%)酒店也受到一小部分高端旅游者的喜好,但选择率远远低于度假型。在一天疲惫的旅行后中国高端旅游者依然更青睐度假型酒店轻松的氛围,奢华的内部装饰和各种高端服务项目。

## 选择酒店时考虑因素



## 酒店服务人性化是选择酒店时最主要的考虑因素,其次是房间视野好

和对私人定制旅游产品的热衷一致,中国高端旅游者越来越看重旅行时服务的质量。酒店能否提供人性化的服务成为近一半(49%)高端旅游者选择酒店时考虑的因素。排名二到六位的因素均为酒店硬件配置,主要分为对住宿房间的要求:房间视野好(48%),房间打扫干净(44%),床具舒适(34%);以及对酒店本身的要求:地理位置好(44%)和喜欢酒店风格(36%)。而口碑(17%)、性价比(15%)

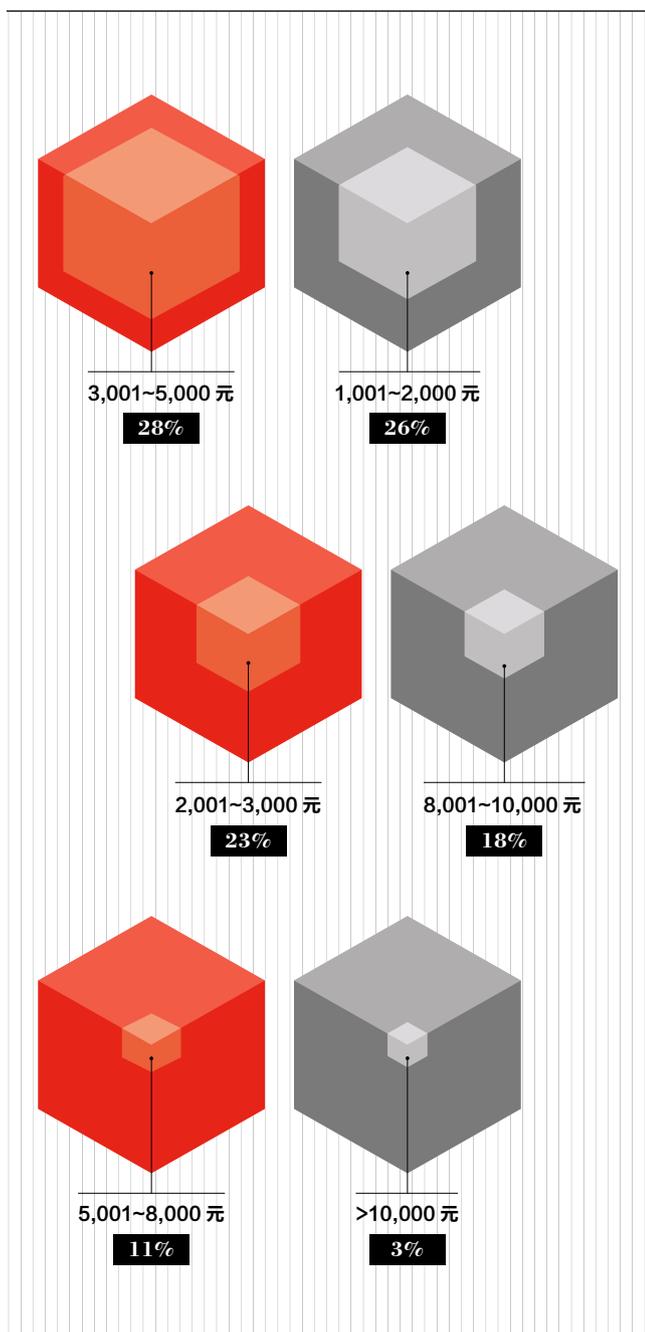
和会员福利(10%)不在绝大部分高端旅游者选择豪华酒店时的考虑因素之中。

综合来看,中国高端旅游者喜欢的豪华酒店能为他们提供人性化的服务,处在便捷优质的地理位置,房间干净,视野优秀并且有舒适的床具。中国高端旅游者不再盲目地追随固有的口碑或者被小利小惠所吸引,而是更相信自己对自己需求的选择。中国高端旅游者的需求已经从硬实力(口碑,酒店风格等)更多的转向了软实力(服务能力,景观视野等),这种转变也印证了中国高端旅游者对旅游需求的成长。

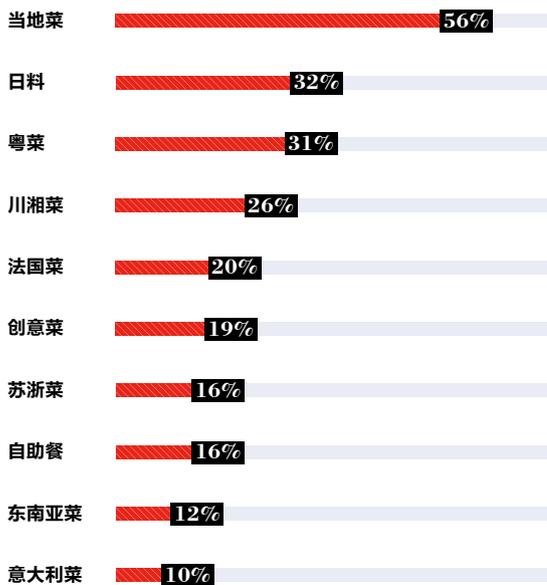
## 中国高端旅游者入住酒店平均每晚预算高

中国高端旅游者在酒店住宿花费上，平均每晚预算为近3,800元，其中3,001~5,000元的最多为28%，其次是1,001~2,000元为26%。中国年轻一代高端旅游者的住宿预算也相较2016年有了提升，达到了平均3,325元每晚，涨幅为7%。32%的高端旅游者每晚的住宿预算超过5,000元，住宿标准非常高端奢华。

### 旅游时平均每晚酒店预算



## 青睐的酒店餐厅菜系



## 当地菜是中国高端旅游者最青睐的酒店餐厅菜系

餐饮作为旅游中人们缓解饥饿并稍作休憩的环节一直是中国高端旅游者非常重视的一个方面。从对最印象深刻的旅行中不满点的统计可以看到，对餐食的不满一直是高端旅游者投诉的重灾区。能提供美味餐饮的豪华酒店自然可以吸引到更多的顾客，从上一个分析专题中也可以看到，22%的高端旅游者认为美味的餐饮是他们选择特定酒店的因素。

当地菜以56%的选择率成为中国高端旅游者最青睐的酒店餐厅菜系。日料和粤菜以32%和31%紧随其后。其他著名的菜系如法国菜，意大利菜和川菜都进入了前十。中国高端旅游者不想浪费旅游时顺便品尝当地特色美食的机会，非常明显地希望入住的豪华酒店可以有当地菜系的餐厅。民以食为天，饮食作为当地文化的重要组成部分，能足不出户就体验到，自然能让高端旅游者满意度大增。日料和粤菜都以清淡精致新鲜作为主要卖点，在一天忙碌的游玩后，能品尝到口味淡雅的生鱼片或者广式靓汤，可以快速舒缓一天兴奋的神经。而辛辣刺激重口味的火锅和韩国菜系均未进入前十的名单，不被高端旅游者所喜好。

## 豪华酒店内的私人餐厅越来越受到中国高端旅游者的重视

中国高端旅游者对酒店内私人餐厅的需求越来越大，认为酒店内设有私人餐厅比较重要和非常重要的高端旅游者加起来已经超过了认为私人餐厅一般重要，比较不重要和非常不重要的人（53% vs. 47%）。私人餐厅的出现提供了众多中国高端人士希望得到解决的用餐问

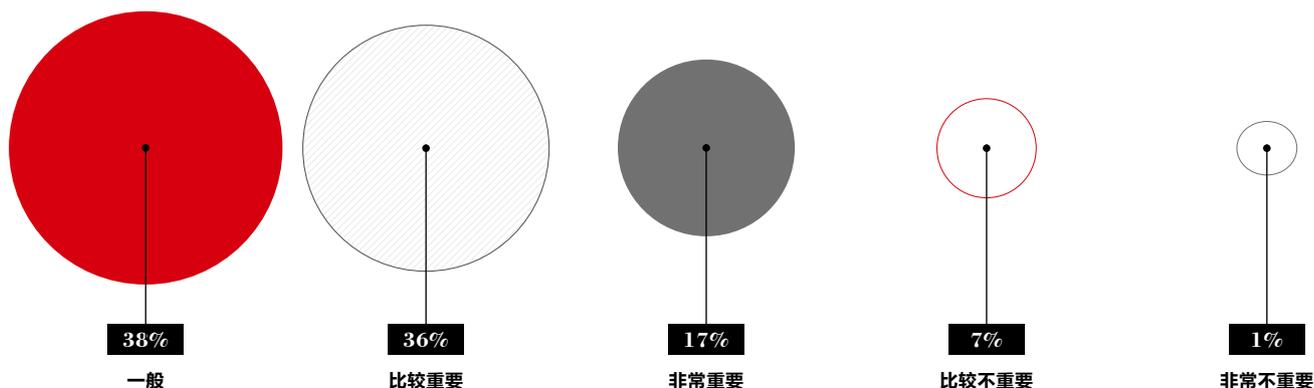
题，为高端旅游者提供了安静舒适的用餐环境，私密隐蔽的聊天场所，精致的装修格调，一对一的私人用餐服务，高端细腻的菜品，以及预约订座服务等。中国高端旅游者越来越看重自己旅游中享受到的服务体验，而这种对服务的关注当然也延伸到了用餐时间这个重要的旅游环节，私人餐厅以后会越来越受到中国高端旅游者的青睐。

“

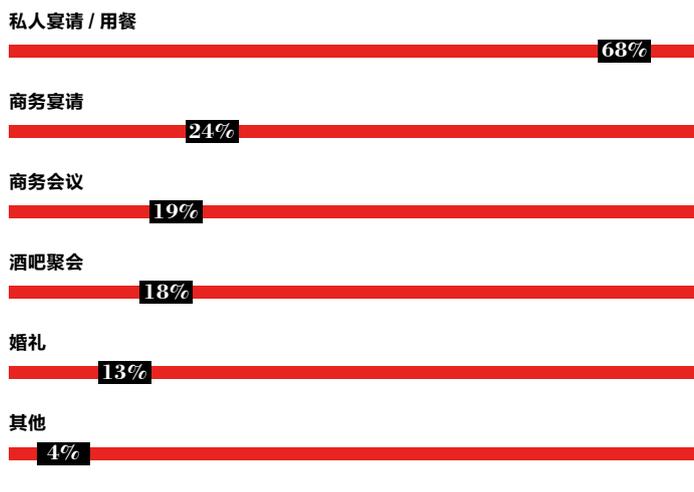
私人餐厅的出现  
提供了众多  
中国高端人士  
希望得到解决的  
用餐问题

”

### 酒店内“私人餐厅”的重要程度



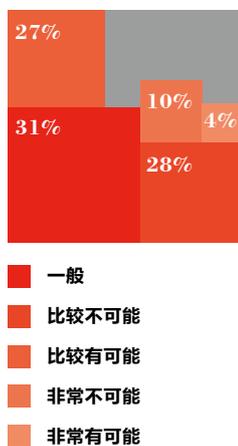
### 青睐的酒店餐厅菜系



### 中国高端旅游者主要在私人餐厅中进行私人宴请活动

中国高端旅游者对酒店内私人餐厅的主要需求是用于私人宴请及用餐，占到68%，商务宴请（24%）和商务用餐（19%）也是重要的使用目的。可以看出中国高端旅游者已经不再把私人餐厅这一高档酒店服务大量用作商务用途。高端旅游者开始更多地关注自身服务需求，把最好的服务留给自己的私人用途。无论是宴请朋友家人还是客人或者只是简单的个人家庭用餐，高端旅游者都不再满足于拥挤吵闹的酒店餐厅。私密的地点，单独的服务和精致的菜肴才是高端旅游者理想中符合自己身价地位的用餐环境。

### 未来三年考虑选择私人短租房，如 Airbnb 的可能性



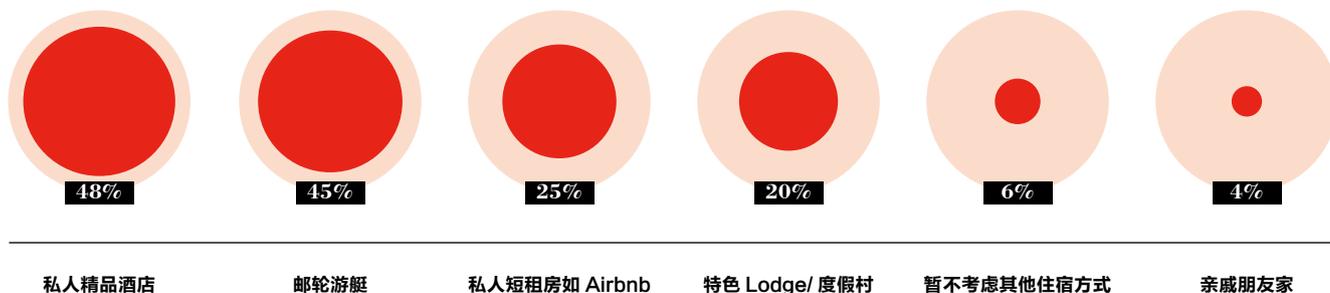
### 私人短租房如 Airbnb 等共享类住宿方式在高端市场还处于萌芽阶段

私人短租房如 Airbnb 等共享类住宿方式作为近年来大热的话题被认为会对传统酒店行业造成巨大的冲击。而高端的私人短租房也被认为会抢夺一部分豪华酒店的客源。然而从本次调研的数据来看，共享经济的热潮并没有触及到中国高端旅游者们对旅行住宿的选择。私人短租房如 Airbnb 仅以 25% 的选择率大幅度落后于私人精品酒店（48%）和邮轮游艇（45%）这两种更传统的非商务酒店类住宿方式。同样的，31% 的高端旅游者对以后会不会尝试私人短租房表示了中立态度，28% 的人明确表示比较不可能，10%

的人表示非常不可能。总共 69% 的受访者对私人短租房表达了中立或者拒绝的态度。

不同于普通旅游者，高端旅游者对旅程中受到的服务的关注已经多次在此次调研中显现出来。而服务正是私人短租房如 Airbnb 等模式的致命弱点。再好客的房主也只是一个未经过培训的普通人，而豪华酒店配置的是数十人的客服团队以及几十年累计的客服经验。类似的还有体验的一致性，豪华酒店可以通过集团化的方式保证客人在任何一家分店均能体验到几乎一致的硬件和软件配置。私人短租房如 Airbnb 等模式则无法做出类似的承诺。高端旅游者每年出行的次数也有限，对于旅行品质的高要求必然让这些旅游者选择豪华酒店而不是私人短租房。

### 除酒店外旅游住宿方式

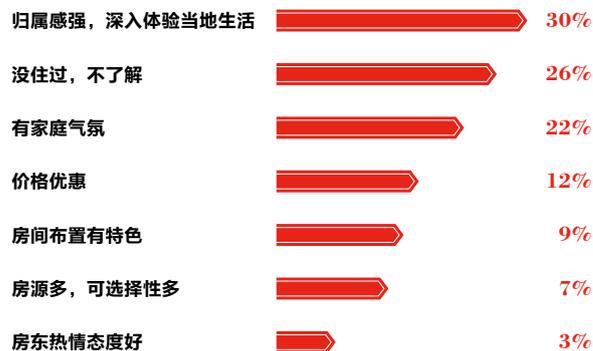


### 私人短租房如 Airbnb 等共享类住宿方式给中国高端旅游者的印象

相比于传统酒店，能深入体验当地生活（30%）是私人短租房如 Airbnb 等共享类住宿方式给中国高端旅游者最主要的印象，有些旅游者则认为私人短租有家庭气氛（22%）并且价格优惠（12%）。房间布置有特色（9%），房源多（7%）和房东热情（3%）不太受到中国高端旅游者的关注。

总体而言私人短租房如 Airbnb 等共享类住宿方式并未受到中国高端旅游者的重视，从 26% 的受访者拒绝提供意见就可以看出。私人短租房如 Airbnb 等共享类住宿方式在 2016 年还未能对传统的豪华酒店造成实质性的挑战。

### 私人短租房，如 Airbnb 的主要特点是



## 第五章：2017 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，八大洲旅游、国旅运通、中国国际旅行社、携程、中国旅行社、中国青年旅行社、德迈国际、谛珞轲、鸿鹄逸游、奇迹旅行、麦韬旅游、赞那度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。

美国运通、国泰假期、乐悠游、太古旅游、西敏旅游、安运满 Fun 游成为今年香港地区奢华旅行社排名 Top 6，其中乐悠游异军突起，成为香港奢华旅行社的新星。

美国运通、唯客乐旅行、乐子旅游、雄狮旅游、One Style Tour、Seascape Escape 则是台湾地区奢华旅行社排名前六位，乐子旅游和 One Style Tour 也是首次进入榜单前六，成为台湾地区颇具发展潜力的奢华旅行社。

本次统计涵盖了中国大陆以及港澳台地区，美国运通则在中国香港和台湾地区中做大做强，成为旅游行业最推荐的高端旅行社。

Top 12 中国大陆出境游奢华旅行社

八大洲旅游	8 Continents
国旅运通	CITS Amex
中国国际旅行社	CITS
携程	Ctrip
中国旅行社	CTS
中国青年旅行社	CYTS
德迈国际	Diadema
谛珞轲旅行	D-Lux Travel
鸿鹄逸游	HHtravel
奇迹旅行	Magic Travel
麦韬旅游	My Tour
赞那度	Zanadu





### Top 6 中国香港出境游奢华旅行社

美国运通	American Express	太古旅游	Swire Travel
国泰假期	Cathay Pacific Holidays	西敏旅游	Westminster Travel
乐悠游	Charlotte Travel	安运满 Fun 游	Wincastle

### 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	One Style Tour	One Style Tour
乐子旅游	Let's Travel	Seascape Escape	Seascape Escape

特别说明：2017年4月~5月，胡润百富与ILTM、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/港台出境游市场做得比较好的三大旅游公司是哪几家？

# 胡润百富

## 向上向善 · 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新型全媒体集团。旗下拥有调研与咨询、全媒体矩阵、圈层活动与公关、金融与投资以及胡润国际五大板块；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18年发布，2016年上榜人数2056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2188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。

### 全媒体矩阵

胡润百富全媒体平台包括11个微信公众号在内的胡润频道大号矩阵、胡润网、胡润微博、视频节目、在线直播、胡润超微APP，以及《胡润百富》、《胡润国际名校》等高端平面媒体，影响超过百万中国高净值群体。

### 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：  
胡润国际名校和胡润艺术，  
期待您的关注！

## 调研方法

《2017 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高端旅游者的旅游习惯与偏好的专项调研。

我们通过多样本量的定量访问形式广泛、深入地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邀请了德迈国际、八大洲旅游、鸿鹄逸游和奇迹旅行四家旅行社共计 334 个样本进行访问。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

《2017 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。

