

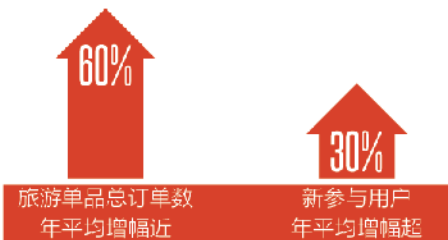
新消费吸引新人群！ 越来越多人把“诗和远方”装进了

双十一的余温还未退却，除了包裹塞爆小区快递柜的景象日上演，在双十一期间“买买买”的旅游产品也开始派上用场：趁着秋冬淡季满世界飞、不出城市也住酒店度假、特价乐园票走起来……最新数据显示：旅行，越来越趋向于“生活快消品”。新的消费行为、新的消费需求、新的消费人口都在爆炸式出现，这是近五年来，双十一旅行行业最显著的特征。

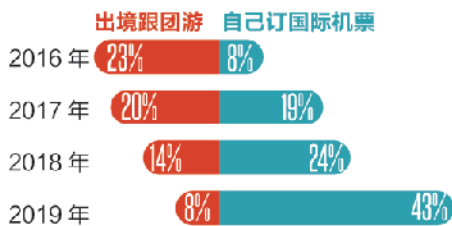
■策划：新快报记者 罗韵 ■统筹：新快报记者 梁彧 ■采写：新快报记者 李佳文 ■制图：廖木兴

全国人民购物车中越来越重的旅游产品

过去五年（2015年-2019年）的双十一，旅行行业新的消费行为、新的消费需求，新的消费人口都在爆炸式出现。



五年来，人们对待旅行的态度越来越自由，我的旅游我做主，跟团游占比逐年降低，自己订机票、订酒店、租车、玩乐、逛大街的占比越来越高。



旅行需求也愈加碎片化，在2015-2016年的双十一，最受欢迎的旅游商品还是机票+酒店的打包自由行，到了2017-2019年，最受欢迎的双十一旅游商品已经是酒店通兑券、乐园门票以及机票。



“诗和远方”的直径变得越来越大
从四小时飞行圈到全球放肆玩

一带一路政策利好小众黑马游

	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
2017年	亚美尼亚	乌兹别克斯坦	伊朗	卢森堡	爱沙尼亚
2018年	塞浦路斯	老挝	爱尔兰	黑山	斯洛文尼亚
2019年	列支敦士登	巴基斯坦	哈萨克斯坦	阿尔巴尼亚	巴西

双十一购物车中 旅游产品呈爆炸式增长

在双十一购物狂欢中，有越来越多的人把“诗和远方”装进了购物车。

飞猪数据显示，过去五年，双十一期间购买旅行商品的年均订单增幅近60%，新增购买用户年均超30%。今年双十一，飞猪出境游预订人次超过500万，签证件数超90万，高星级酒店成交超100万间/夜，全球主题乐园销售超52万张，出海活动预订超26万件。酒店9小时成交额超去年双十一全天，国际机票总成交同比增长50%。

携程的数据也显示，今年双十一当天，各类国内游、出境度假产品，整体销量再创新高。与去年双十一相比，销售额同比增长136%，订单量同比增长159%。其中，签证订单量同比增长328%；自由行产品订单同比增长129%。

品牌商家们在双十一后也陆续晒出战绩：万豪在预售期即迎来店铺粉丝破100万的纪录，长隆乐园售出了高达8万张的门票，新开业不久的莫干山开元森泊小木屋套餐狂卖2万多套……

五年间，人们旅游 越来越看重自我意识

五年来，人们对待旅行的消费行为也发生了不少的变化：越来越爱自由行，跟团游占比逐年降低，自己订机票、订酒店、租车、玩乐的占比越来越高。不出城市的周末度假经济一直在升温，亲子游持续走热。旅行，越来越趋向于“生活快消品”。

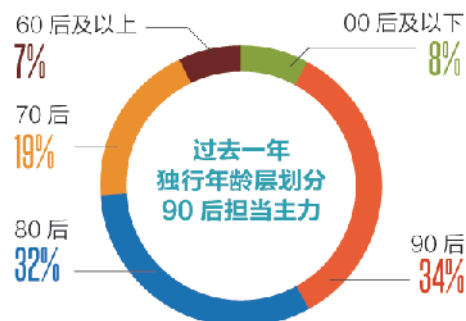
飞猪过去五年在双十一当天售出的旅行产品结构明显发生了变化：在2015-2016年的双十一，最受欢迎的旅游商品还是机票+酒店的打包自由行，到了2017-2019年，最受欢迎的双十一旅游商品已经是酒店通兑券、乐园门票以及机票。

携程方面的数据也显示，随着消费升级，新跟团产品增长更快，创新型产品成为主打，主要包括不跟陌生人拼团、家庭情侣2人起成团的私家团、完全根据游客需求私人定制的定制游、自由灵活的目的地参团越来越受欢迎。

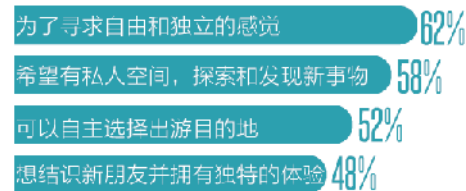
五年来，中国人“诗和远方”的直径也变得越来越大。虽然泰国、日本、马来西亚连续五年位列境外目的地前三名，但增幅却远不及爱尔兰、黑山、巴西、卢森堡等小众目的地的黑马速度。可以说，中国人的旅游圈已经从四小时飞行圈扩大到全球。

越来越壮大的独行侠队伍

在“一人经济”盛行并不断扩大的当下，选择“一个人旅游”的不在少数。90后独行侠群体不断扩大，人次同比增长12%。经济独立、旅游经验丰富、自我意识强烈的80、90后更享受一个人的旅程。



女性为何更青睐一个人出游？



在独自出游时，目的地安全系数是女性游客考虑的首要因素。



过去一年，独行侠选择跟团游和自由行的人次占比分别为58%、42%，跟团方式省心省力，而自由行可以让独行侠深度游览目的地。

