



旅行 心态洞察报告

消费者面临的新时代旅行趋势

2022年12月



目录

引言	4
了解旅行者的心态: 关键点	5
趋势之一: 对更高灵活性的需求	7
趋势之二: “随处可办公”的兴起和新的工作方式	9
趋势之三: 可持续旅行的前景	11
结论: 迈向无缝衔接的旅行体验	13



引言

旅游业的美丽新世界

过去的三年里，旅游业遭遇了史无前例的境况。在2020年和2021年期间，许多国家的国际旅行和国内旅行几乎都处于停顿状态。即使现在，某些限制措施在世界上一些地区仍未解除，而跨越国界变得越来越困难，并且越来越耗费时日。众多旅游企业陷入巨大困境，那些以旅游业为生的人们无论在经济上还是情绪上都受到了难以估量的影响。

期盼已久的国际旅行重启后，与之相伴而来的挑战从重新组建流失严重的从业团队并对其进行再培训，到帮助旅行者应对新的制度和规程，再到确保旅行目的地从这样一个艰难的时期中恢复过来，不一而足。唯一可以确定的是，可能会有更多的不确定的事情发生。



了解旅行者的心理状态: 关键点

在这样一个瞬息变幻莫测的环境当中，旅游行业人员必须掌握顾客的心态变化以及他们的旅行体验。旅行者的期望、需求和担忧不断发生着变化，而业界必须迅速适应以满足这些期待。与此同时，该行业还必须为未来发展及其长期可持续性做出规划。本报告陈述了三大主要趋势，它们将决定着行业的未来走向：

趋势之一：对更高灵活性的需求

旅行者通过寻求更高的灵活性和更安心的方式来应对日益上升的复杂性。预订和取消政策的灵活性是优先选项。安联世合的数据显示，在法国、德国、意大利、比利时和英国，购买旅行保险的意愿整体上从2019年的21%大幅上升至2022年的55%。

除了缓解摆在旅行者面前的一系列潜在问题外，对灵活性的需求某种程度上是由旅行性质的变化推动产生的，例如多代家庭旅行的兴起。

趋势之二：“随处可办公”的兴起和新的工作方式

COVID-19大流行加速了远程办公的兴起，但已有迹象表明这种趋势将持续存在下去。所有年龄段和人口统计组别的人们现在都需要远程工作设施，这不仅限于年轻的数字游民。能够随处办公也是集商务与休闲于一体的“商务休闲游”逐渐流行的背后原因。

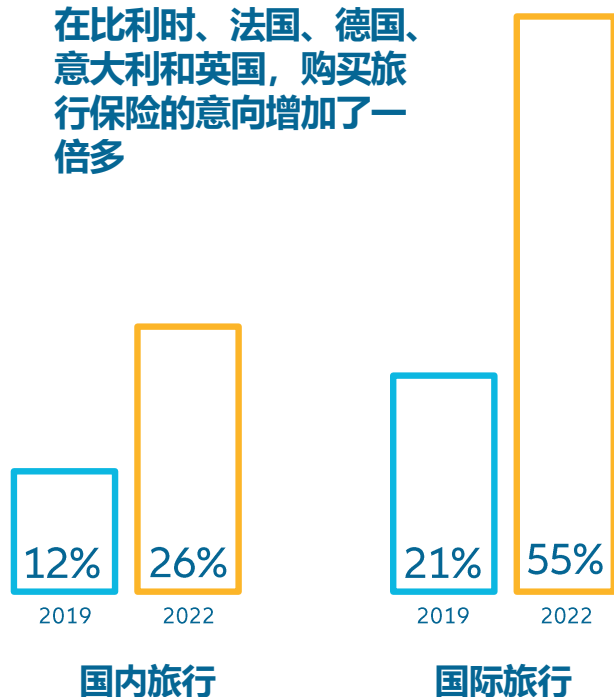
然而，一些国家过时且僵化的规管阻碍了这一趋势的发展。即使纯粹的商务旅行仍需时日才能恢复到大流行前的水平，旅游业仍须与时俱进以适应旅行者的各种需求。

趋势之三：可持续旅行的前景

虽然消费者日益意识到国际旅行可能对环境带来影响，但是他们尚未将碳足迹视为旅行决策过程中的主要考虑因素。为了更好地解决环境可持续性问题，需要在国家和国际层面采取跨行业跨部门的方略——着重为旅游业公司提供支持性监管框架，以减少对环境产生的影响。

解决社会问题也很关键。关注的重点在于确保旅行可以为居住和工作在热门旅游地区的人们以及当地的社区带去积极的影响。

在比利时、法国、德国、意大利和英国，购买旅行保险的意向增加了一倍多



关于这份 报告

上述趋势是在综合安联世合专有的顾客实验室研究、安联世合夏季度假信心指数、内部消费者行为洞察以及来自范围更广泛的旅行生态系统数据这一基础上得出的，它们是这份报告引用的资料来源。报告还采用了两位权威旅游业专家的意见与分析：

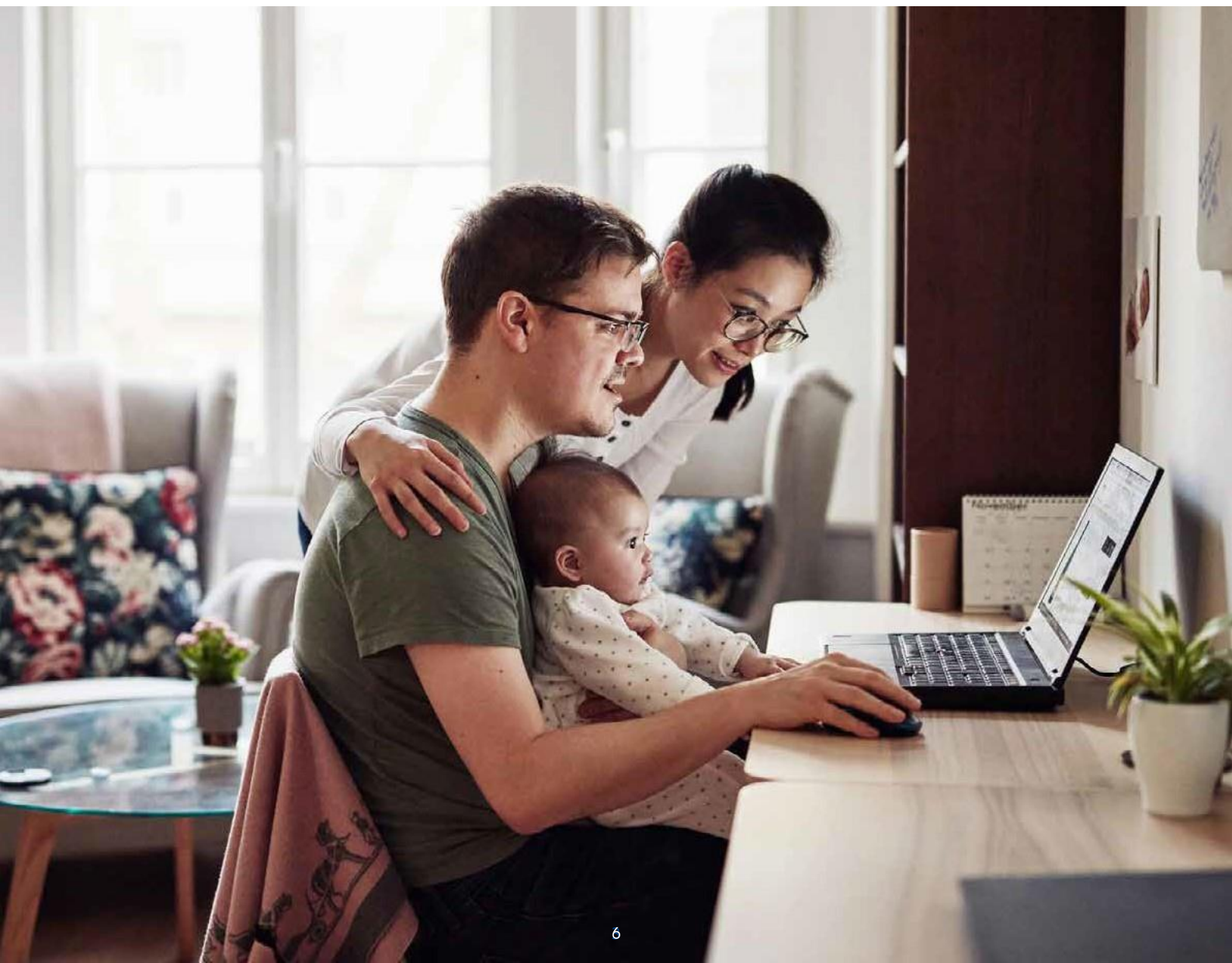
安联世合集团旅行业务首席市场官**Joe Mason**在旅行、保险和金融服务方面拥有20多年的国际经验。自2015年以来，Joe一直主持安联世合的旅行营销活动，负责整个业务的消费者洞察、产品管理与创新。

Luís Araújo是欧洲旅游委员会主席兼葡萄牙旅游局主席，在欧洲和拉丁美洲的旅游部门拥有20年的工作经验。他于2020年当选欧洲旅游委员会主席，此前曾在葡萄牙最大的酒店集团董事会任职，并于2005-2007年担任葡萄牙旅游局秘书处负责人。

Joe和Luís参加了一场两小时的研讨，对旅行和旅游业的数据及近期趋势进行了详细探究。研讨内容的引文贯穿于本报告当中。

关于顾客实验室数据

安联世合的顾客实验室是一个基于消费者洞察的专有量化数据库。2022年的数据收集于2022年的春季，其中包括对澳大利亚、比利时、巴西、加拿大、中国、法国、德国、意大利、英国和美国等十个主要旅行市场中25,000多名消费者开展的调查。数据分析依据不同国家和年龄组别以及总样本级别。



趋势之一： 对更高灵活性的需求

呈指数式上升的复杂性

随着世界大部分地区的旅行需求在2022年出现激增，在旅行的方方面面，日益复杂的问题已经暴露无遗。其促成因素是多种多样的：各国的入境要求变得更加复杂，交通枢纽不堪大量的取消和延误的困扰。尽管与疫情相关的担忧和取消有所减少，但病毒造成的中断并未消失。

这些因素造成了计划不如变化快的局面，同时更多的文书工作和流程使顾客的旅行者体验在整个旅程中变得复杂化——无论在潜在目的地的研究还是返程计划的制定方面。

旅行者还必须要顾及日渐复杂的经济形式。这将于2023年对许多旅行者在目的地的选择过程中产生重大影响。对于年轻家庭来说尤其如此：他们通常有大量的固定开销，例如抵押贷款和养育子女的开销等。此外，新的经济环境正在对该行业产生一些意想不到的影响。例如，高昂的能源和食品成本可能会导致北欧人冬季更喜欢去南欧度假。

总体而言，度假的规划和实施需要消耗更多的时间与精力，并且对旅行者带来更大的潜在压力。复杂性、不确定性和变化不定性成为“新常态”。该行业面临的最大挑战是如何帮助旅行者渡过难关。

旅行者要求获得更高的灵活性

本着降低上述复杂性并可对其予以控制的愿望，消费者对灵活性有着更高的需求；同时该行业正在通过前瞻性和响应性的解决方案出手应对，以期进行预防和提供补救措施。该行业通过制定更广泛适用的取消政策和灵活的预订政策来满足公众需求，但仅仅这样做是不够的。业界现在认识到，还必须让他们能够快速解决随时出现的问题。

数据显示，顾客需要更多的保障和更大的灵活性。安联世合顾客实验室的研究表明，在比利时、法国、德国、意大利和英国这五个欧洲市场当中，为国际旅行购买旅行保险的意愿从2019年的21%大幅上升至2022年的55%，为国内旅行购买旅行保险的意愿则从12%上升至26%。2022年，安联世合的出发后保险金索赔创下最高纪录，这是需求上升的迹象。

顾客实验室的数据显示，在提高旅行计划灵活性方面，一半以上（58%）的年轻家庭现在计划采取灵活预订的方式，以便更轻松地更改旅行计划来应对不可预见的状况。

MoneySuperMarket在英国进行的研究表明，消费者现在不仅意识到旅行保险的必要性，而且他们也乐于为更高的保险金而投保。在面对三种旅行保险套餐（例如黄金、白银、青铜级别）时，自大流行以来选择白银和黄金套餐而非青铜套餐的受访者比例增加了5个百分点。

然而，尽管购买旅行保险的意愿越来越高，明年，对于愿意且有能力消费的旅行者以及将旅行视为一种挑战的旅行者，市场需要满足他们的不同需求。



的年轻家庭现在计划采取灵活预订的方式，以便更轻松地更改旅行计划来应对不可预见的状况

“虽然酒店和旅游部门意识到旅游业与时俱进的必要性，但现在这种意识需要推广至旅行生态系统的其他领域。景点、博物馆和节庆活动只是其中的一些例子，即需要开始考虑为那些担心临时中断造成希望落空或经济损失风险的旅行者提供更大的灵活性。”

Luís Araújo,
欧洲旅游委员会主席

行业亟需适应不断变化的家庭旅行需求

在经历了长期的国内和国际通行限制所导致的各种家庭离别之后，2022年将是与亲人重新团聚的一年，较大型的多代家庭旅行团成为国际旅行生态系统中一个独特的要素。

但相比小型旅行团，这些更具复杂性的旅行团面临着层出不穷且各种各样的风险。原因很简单，在于他们人数较多且需求各异。对于小型旅行团，诸如航班延误或住宿变更等问题可以相对容易地得到解决。但当幼儿、幼儿的父母和祖父母们一起旅行时，这些问题会被放大，从而使压力和焦虑程度加剧。

家庭度假的这种回归和增长之势正推动着旅游业发生变革。商务旅行需要更长的时间才能恢复到大流行前的水平，为之设计的住宿目前未必适合家庭旅行，而后者是当下蓬勃成长的市场。重要的是，规则和条例必须足够灵活，以使企业能够满足不断变化的需求。

旅行者的期望发生根本性变化

尽管许多旅行供应商在应对被压抑的需求方面遇到挑战，但相对而言，消费者在充满不确定性、甚至不时出现严重的旅行被中断的环境中保持着耐心。公众已经了解到业界面临的特殊情况，因为该行业正试图让飞机重新投入使用，确保机组人员训练有素，同时应对旅行生态系统的种种挑战，使其接近于大流行前的活跃水平。人们不言而喻地意识到，大流行发生之后在[整个欧洲失去大约360万个工作岗位](#)的旅游业需要时间才能完全恢复。

随着“以防不测”的思维方式深入人心，对灵活性的需求也很可能会持续存在。因此，在复苏的大环境下，任何有助于减少不确定性、进而增强信心的做法才是取胜之道。

然而，仅凭旅行供应商服务的灵活性将无法满足消费者设定的标准。他们还必须设定更明确的期望值，提供出色的体验并始终如一地做到这两点，以完全重建信任。

“旅游业正在为要求越来越多的消费者提供更多服务，这些消费者对好的服务和可能出现的问题有更高的认识。因此，旅行供应商在提供更灵活的解决方案方面面临着更大的压力与期待。”

Joe Mason,
安联世合集团旅行业务首席市场官

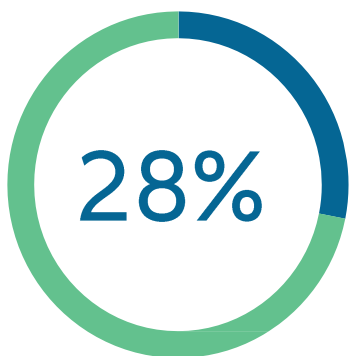


趋势之二：“随处可办公”的兴起和新的工作方式

混合工作模式将继续存在

全球远程办公的迅速兴起或许是由COVID-19大流行引起的，但它的普及在一定程度上要归功于视频会议服务和更好的宽带覆盖。雇主现在经常通过混合办公模式为员工提供更大的灵活性，这让许多人重新考虑他们目前的生活方式选择。

这种就业模式正在更大的范围内受到青睐，特别是那些热衷于在旅行的同时又能谋生的年轻人。安联世合为其顾客实验室报告开展的研究发现，28%的Z世代旅行者（年龄在18至25岁之间）预计将来会更频繁地在海外办公，或者在第二居所甚至是居家办公。



的Z世代旅行者（年龄在18至25岁之间）预计将来会更频繁地在海外办公，或者在第二居所甚至是居家办公。

不只是数字游民的固定模式

尽管一提起随处办公，就会想起数字游民，但这一办公趋势并不仅仅局限于那些20出头、在热带海滩为某个科技公司工作的数字游民。它越来越吸引跨越各年龄段和人口统计组别的人们。对于某些人来说，随处办公是一种生活方式的选择，而对于其他人——尤其是那些处于职业生涯后期的人士——则可以将长期旅居生活与兼职远程办公结合在一起。

逐步得到提升的远程医疗和视频问诊等服务，有助于这一办公趋势在老一辈人当中的兴起。他们这一代人以前担心的或许是在长假期间无法获得他们所熟知的医疗机构的服务，从而造成不良的后果。住宿服务供应商也开始提供更多的长期选择，以满足那些长期逗留者的需求。

“随处都可办公这一趋势的普及，可能会蔓延到不同的年龄段和不同的受众——并会得到旅行生态系统之外新兴服务的助力。以远程医疗的兴起为例。它使旅行者能够更好地获得远程监护并远程解决任何医疗需求，即使在十分陌生的目的地也能确保后顾之忧。”

Joe Mason,
安联世合集团旅行业务首席市场官



日益灵活的工作安排还让“商务休闲游”趋势盛行起来，它是商务目的和休闲旅行的结合。对于一些员工来说，这一点或许是非常必要的，因为他们可能会在度假期间意外接到需要处理的工作。

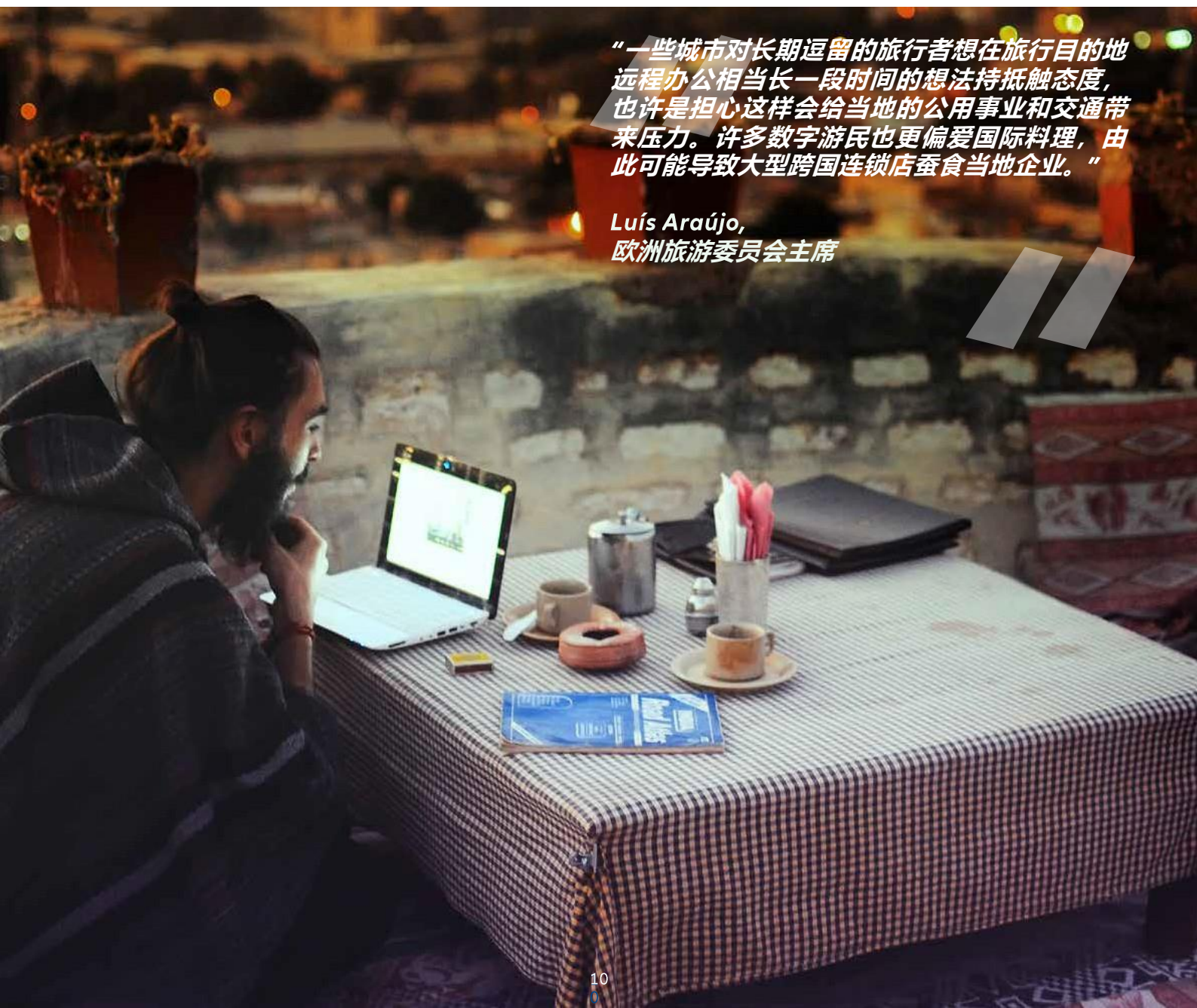
随处办公仍然面临障碍

尽管这一办公趋势获得人们的追捧，但仍存在一些阻挠其发展的障碍。比如在某些国家/地区，有条例规定在特定酒店停留的时间不得超过一定期限，例如葡萄牙规定的期限是30天。长期逗留也会给公司和个人带来税收居所方面的问题，因此应根据工作模式和国际流动性的变化对这些规定进行检视。

旅行者希望在热门目的地继续工作，但这些目的地或许也面临着挑战，大量人员长期涌入，导致有必要对可能并不是十分充裕的当地基础设施和公共服务额外进行投资。该行业必须与社区合作，以确保所有利益相关方都能从当地服务需求的增长中受益。

旅行和工作之间的关系悄然变化

就在几年前，随处办公的趋势似乎还遥不可及，但如今它似乎注定在未来几年持续演进，由此可见旅行的本质最近发生了多么大和多么快的变化。传统的商务旅行在大流行后需要时间来恢复。但是在过去三年当中，混合工作模式和远程工作模式的发展给工作与旅行之间的关系所带来的改变，可以说比过去三十年发生的变化还要大。这为那些愿意且能够与时俱进的企业带来新的机遇。



“一些城市对长期逗留的旅行者想在旅行目的地远程办公相当长一段时间的想法持抵触态度，也许是担心这样会给当地的公用事业和交通带来压力。许多数字游民也更偏爱国际料理，由此可能导致大型跨国连锁店蚕食当地企业。”

Luís Araújo,
欧洲旅游委员会主席

趋势之三： 可持续旅行的前景

关注旅行对环境和社会的影响

和许多行业一样，与旅游行业相关的企业都将可持续发展置于其议程的首位。这些企业希望他们是解决问题的一方，而不是带来问题的一方。许多企业正在设定严格的碳减排目标，而要实现此目标则需要对其运营方式做出重大改变。与此同时，在整个旅游行业采取影响深远的行动也意味着要正视一些极其艰巨的挑战，例如交通脱碳。这些问题需要多部门的以及国家和国际层面的解决方案。此外，还需要旅行生态系统自身采取行动。

人们越来越相信，无论是在当下还是在未来，以诚信可靠的方式实现正确的可持续发展对企业大有裨益。而更重要的一点是，它将造福整个人类。消费者日益意识到他们自身正在给全球环境带来的影响。在安联世合的顾客实验室调查中，41%的受访者对旅行给环境带来的影响表示关切。越来越多的人对国内度假的关注可能会带来一些变化，例如这些人对铁路等环境足迹较小的交通方式变得更感兴趣。

虽然很多旅行者——尤其是年轻一代，开始将可持续性这一问题纳入他们的考虑范围，但要使其成为可左右大多数旅行者做决策的一个决定性因素，还为时尚早。令旅游业饱受重创的大流行发生两年之后，许多旅行者们一心只想重新回到外面的世界。

消费者的需求本身不足以推动旅游业的可持续发展

旅行者在可持续性这一问题上所表达的观点与他们愿意为减少碳足迹而付出的代价，这两者之间是有差距的。许多旅行者通常都很在意可持续性问题，但如果让他们选择可持续性的出行方式，他们或许并不愿意为此支付额外费用。例如，可持续航空燃料比通用燃料贵得多，而且它只占全球总消费量很少一部分。与此同时，MMGY在最近的一项调查中发现，只有21%的旅行者愿意每晚额外支付5美元，以资助目的地的环境与可持续发展计划。

随着对可持续性的敏感度与意识的不断提升，消费者或许会日渐习惯于将前往目的地的旅途视为他们旅行中不可或缺且令人愉快的组成部分，而不仅仅是旅行者们前往目的地的一个途径而已。随着这种思维方式日益普及，消费者逐渐将行程的起点视为假期的开始，而不是将到达目的地视为假期的起点；由此可能导致旅行者更多地将旅行计划安排得更加长久、更耗时日，而这比他们选择航空旅行的形式更具可持续性。

然而，不能就此错误地推断消费者不断变化的需求自然而然地会促使该行业实现其可持续发展目标。正确的监管框架和政府的支持举措，应当在帮助整个的与旅游相关的企业及其客户采用更具可持续性措施方面发挥其关键作用。



41%
的受访者对旅行给环境带来的影响表示关切

旅行对社会的影响同样是一个可持续性问题

目前，旅游业以及其他行业对可持续性发展中环境问题的重视是可以理解的。但该行业必须牢记，在社会问题上取得进步这一重要性与其长期可持续性的发展同等重要。旅行给人们以及社区带来的影响——无论是好的影响还是潜在的负面影响，都很容易被忽视。

例如，COVID-19大流行突显出许多目的地在创造就业和收入方面对国内外旅行者的依赖程度。近年来，这些社区遭受了重创；但随着世界各国边境的重新开放，整个旅游生态系统以及旅行者本身对当地企业源源不断的支持至关重要。如果没有欣欣向荣、充满活力的目的地吸引人们前往，旅游业就毫无意义。只有全面看待可持续性問題并全盘考虑企业责任，才能确保该行业在未来取得成功。

“可持续发展道路上的驱动力必须是行业本身。不能指望游客在这方面冲锋在前，因为即使有改变的愿望，但期望中的改变也不会从天而降。”

Luís Araújo,
欧洲旅游委员会主席



结论： 迈向无缝衔接的旅行体验

与社会上大多数的行业一样，旅游业在过去两年中得到了很多领悟，尽管要满足消费者不断变化的需求还有很多工作要做。最终目标必定是无缝衔接的旅行体验。在旅程中，可借助优化的制度、流程和技术到达目的地被人们视为与其所前往的目的地本身一样重要。旅游业的前景存在着越来越大的不确定性，而目前正是整个行业重新评估技术在满足消费者需求方面起到的作用，以及其潜力是否得到充分发挥的时候。

以航空旅行为例。在许多机场，通过安检仍然是一种耗时且令人紧张的经历，因为经常要对行李进行开箱检查，然后再重新打包行李。但一些机场已经实施了各项技术解决方案；旅行者无需在通过安检区时，取出行李中超过100毫升的液体物品，也无需将某些物品单独放入行李安检机。越来越多的机场采用了面部识别技术，以此确保登机过程的顺畅和无缝衔接。

保险业已欣然采纳了这一观念。他们的目标是通过一站式数字平台，为旅行者在旅行之前、旅行期间以及旅行结束之后带去让他们安心的额外服务，同时还可以为旅行者在整个旅程中提供24/7全天候的帮助。旅行过程充满了复杂的情形，而旅游业能够为消费者提供舒适灵活并让他们可以依赖的创新组合服务，将是该行业迈向2023年的首要目标。

“旅行好似冒险——你可以去体验一些呆在家里无法接触到的新奇的、不一样的东西。过去几年里，我们更加意识到这一点，因为它再次突显出除了最终目的地之外，旅途也很重要。旅行体验的好坏不仅仅关乎你最终落脚的目的地。如何到达那里也非常重要，这就是说，让旅途本身也成为旅行体验的一个积极的组成部分。”

Joe Mason,
安联世合集团旅行业务首席市场官







