

中国出境旅游交易会（COTTM）市场调研

旅游部/使领馆/旅游局（代表处）

调研人员：中国出境旅游交易会（COTTM）团队

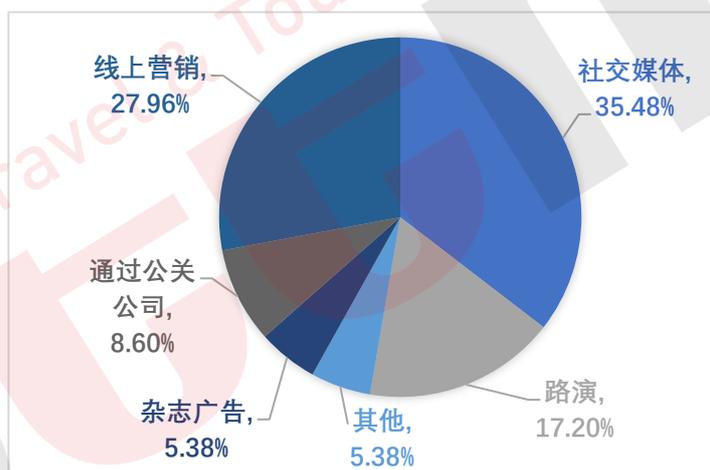
调研时间：2022年10月16日至11月25日

受访者：旅游部/使领馆/旅游局（代表处）

受访者人数：45

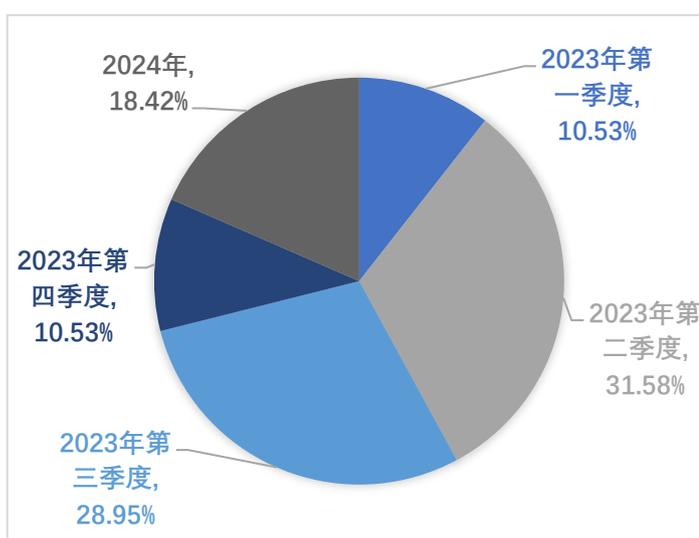
一、请问您目前在中国市场上如何推广您的目的地（或产品）？

选项	占比
社交媒体	35.48%
路演	17.20%
杂志广告	5.38%
通过公关公司	8.60%
线上营销	27.96%
其他	5.38%



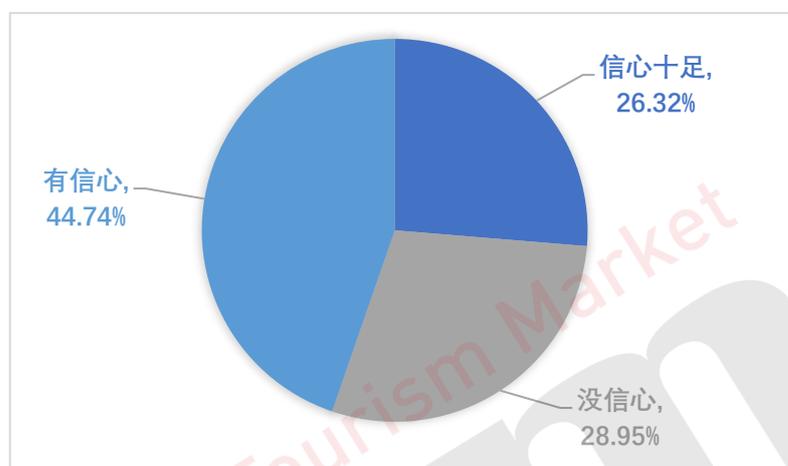
二、请问您预计中国旅行者何时可以去您代表的目的地国家进行旅游？

选项	占比
2023年第一季度	10.53%
2023年第二季度	31.58%
2023年第三季度	28.95%
2023年第四季度	10.53%
2024年	18.42%



三、请问您对中国游客在 2023 年能够到访您所代表的目的地旅游有多大信心？

选项	占比
信心十足	26.32%
有信心	44.74%
没信心	28.95%

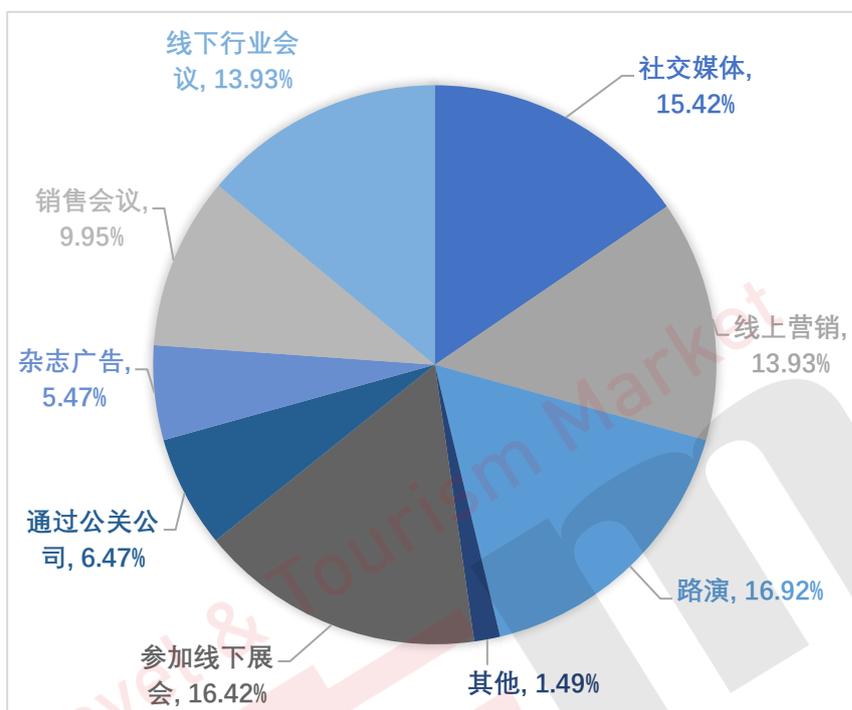


请详细说明：

- 1、基于目前中国政府对于新冠病毒实行的“清零政策”。
- 2、受疫情影响的因素大。
- 3、很难预计何时开放出境。
- 4、卡塔尔欢迎全球的游客赴卡旅游，中国是卡塔尔旅游局着重要开拓深耕的市场，不论是休闲，商务，会展，文化，或是体育板块，都蕴藏着巨大的发展潜力。
- 5、受中国疫情政策影响。
- 6、短途旅行应该比长途旅行更早恢复。
- 7、目前的中美关系和现有的疫情防控政策。
- 8、中欧关系很微妙。
- 9、出境社依然具备的热情和坚持，粉丝们对我们的公众号推广的极高关注度，通过线下线上推广展现出的中国游客对西班牙的兴趣和喜爱。
- 10、美中关系不可预测。
- 11、由于中国目前严格的“清零政策”，信心不断下降。
- 12、旅行已经是现代人生活方式的一环，等太久了。
- 13、受中国疫情政策影响。
- 14、等待局势正常化。
- 15、疫情影响、可支配收入和国际安全环境。
- 16、期待明年秋季开放。

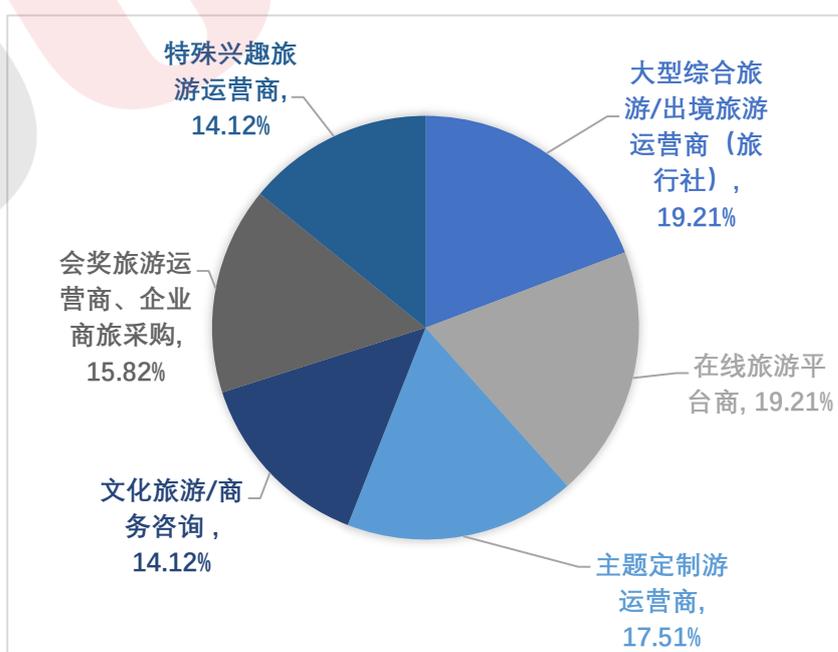
四、若中国开放出入境，您计划如何推广您代表的目的地？

选项	占比
社交媒体	15.42%
线上营销	13.93%
路演	16.92%
参加线下展会	16.42%
通过公关公司	6.47%
杂志广告	5.47%
销售会议	9.95%
线下行业会议	13.93%
其他	1.49%



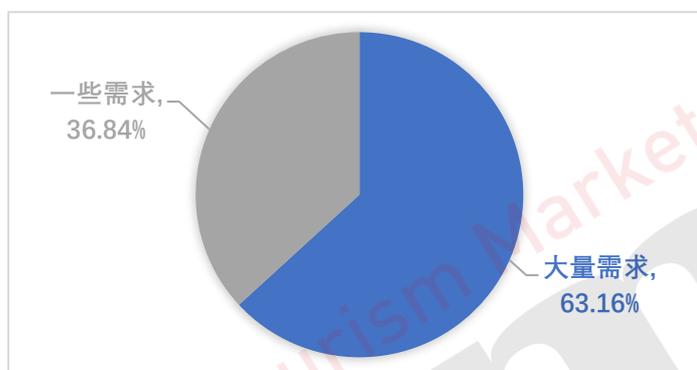
五、当中国开放出境旅游时，您期待与什么类型的中国旅游业内买家合作？

选项	占比
大型综合旅游/出境旅游运营商（旅行社）	19.21%
在线旅游平台商	19.21%
主题定制游运营商	17.51%
文化旅游/商务咨询	14.12%
会奖旅游运营商、企业商旅采购	15.82%
特殊兴趣旅游运营商	14.12%



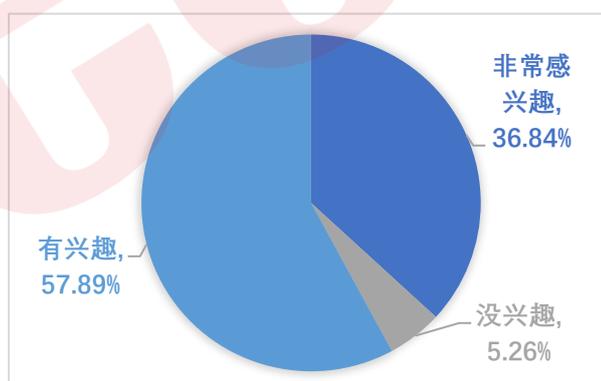
六、若中国放开一切出入境限制，您认为来自您目的地国家的资源供应商和企业对中国市场会有怎样的兴趣 和需求？

选项	占比
大量需求	63.16%
一些需求	36.84%



七、中国出境旅游交易会(COTTM)计划将于 2023 年秋季回归北京，请问您是否有兴趣报名参加展？

选项	占比
非常感兴趣	36.84%
有兴趣	57.89%
没兴趣	5.26%



开放问题

八、您是否有推出新产品以吸引中国游客？请详细描述。

1. 健康生活方式、运动如马拉松、户外产品、沙漠产品。
2. 会推出一些适合小团的新玩法。
3. 佛教文化遗迹，巴基斯坦北部地区线路。
4. 中国
5. 由于沙特阿拉伯对于中国游客是一个全新的旅游目的地，所有的产品对于中国游客来说都崭新的。
6. 无
7. 暂无

8. 潜水探险游、游学游、定制游、会奖旅游。
9. 是的，目前建立了新的小程序来不断的推出新的内容和玩法。
10. 产品需具备可持续因素，游客需具责任感。
11. 我们将会在市场开放之际推出更加适应疫情后旅游目的地新产品，更加安全，绿色环保，可持续发展的旅游线路及目的地。
11. 高尔夫，公益旅游。
13. 瑞士旅游通票优惠，滑雪体验游。
14. 全新目的地。
15. 目前暂时没有。
16. 佛教，瑜伽，宝莱坞。
17. 新目的地，新细分市场，新方式。健康、豪华且安全的旅游产品。
18. 疫情三年，很多产品，线路和酒店都发生了变化，重启之后一定会有新的内容吸引中国游客。
19. 是的，有推出新产品。
20. 波兰户外健康旅游。