

# 《2023年旅行者：革新旅行体验的新兴趋势》

## 希尔顿集团报告

如果说2022是旅行者出行习惯变革的一年，那么2023年将是旅行的演变年。报告结果由希尔顿集团委托Material公司通过全球数千位旅行者的调研，结合定性和定量的数据研究方法而得出。该报告揭示了世界各地经历了旅游业强劲稳健复苏的一年后，消费者对于旅行的新期待。



2023年旅行次数上，全球84%的旅行者希望与2022年持平，甚至更多。当他们旅游时，他们对旅游的期望都落在以下四个主题：



### 人们将转为寻求更深层次、更具互动性、更人性化及更深情感联结的体验

- 49%的受访者期望沉浸在本地文化和产品中
- 40%的受访者希望沉浸在具有个性化的独特体验或活动项目中，如文娱演出、主题活动、水疗或课程等。
- 超过30%的受访者期望了解本地文化并回馈给社区
- 50%的受访者期望个性化体验和活动



### 人们认可纯正的旅行体验是健康生活的不可或缺的一部分

- 50%的受访者认为2023年的旅行有助于他们的身心健康且十分重要
- 33%的受访者将会优先考虑身体健康，26%的受访者将依靠健身房或者健身房以外的康养活动
- 35%的受访者会优先解决或提升心理健康，49%的在职受访者期望在2023年通过旅行远离工作
- 超过40%的受访者期待更健康的餐饮选择
  - 32%的受访者将优先考虑本地选材的餐饮选择
  - 54%的受访者期待个性化的餐饮选择



### 旅行者比以前更希望得到周全的照顾

- 53%的受访者在明年出行时，更在意可靠且友好的服务
- 93%的旅客认为酒店的住宿体验决定旅程成败
- 在有不太理想的租房或民宿体验的旅行者中，84%受访者表示下次旅程他们更倾向于入住酒店
- 42%受访者表示会员相关积分兑换及礼遇对他们2023年的旅行至关重要



### 旅行者期待科技创新，获得顺畅旅行

- 有56%的受访者认为2023年，他们最关心的是拥有更便捷的出行体验
  - 有孩子的夫妻（58%）比无孩子的夫妻（54%）更关心这一点
- 86%的受访者期望在出行期间享有个性化的体验和互动
- 25%的受访者期望旅行社及酒店满足他们的个性化需求

欲获取更多信息，请访问 [Stories.Hilton.com/2023Trends](https://Stories.Hilton.com/2023Trends) 或联系 Alexandra Kula: [Alexandra.Kula@Hilton.com](mailto:Alexandra.Kula@Hilton.com)

希尔顿集团委托Material公司于2022年8月针对18岁以上普通消费者开展在线综合调查。具体调研对象涉及：n=1,002于澳大利亚，n=1,002于中国，n=1,002于德国，n=1,002于日本，n=1,002于墨西哥，n=1,002于英国和n=1,018于美国。此外，在2022年8月23日至8月30日期间，利用电邮邀请和在线问卷调查，Wakefield Research机构(www.wakefieldresearch.com)在1,000名美国成年旅行者中开展希尔顿集团相关调研。数据加权以确保准确地代表美国旅行者。这里“旅行者”的定义为过去24个月有过一晚住宿的旅行者。