

《2023年旅行者：創新式旅行體驗的新興趨勢》

希爾頓集團報告

如果2022是旅行者出行習慣改變的一年，那麼2023年將是旅行進化的一年。報告結果由希爾頓集團委託 Material 公司通過全球數千位旅行者的調研，結合定性和定量的資料研究方法而得出。該報告揭示了世界各地經歷了旅遊業強勁穩健復甦的一年後，消費者對於旅行的新期待。



全球84%的旅行者希望2023年的旅行次數可以與2022年持平，甚至更多。當他們旅遊時，他們對旅遊的期望都落在以下四個主題：



人們將轉為尋求更深層次、更具互動性、更人性化及更深情感聯結的體驗

- 49%的受訪者期望深入地體驗本地文化和產品
- 40%的受訪者希望參與到具有個性化的獨特體驗或活動項目中，如娛樂演出、主題活動、水療或課程等。
- 超過30%的受訪者期望瞭解本地文化並回饋社區
- 50%的受訪者期望個性化體驗和活動



人們認為純正的旅行體驗是健康生活不可或缺的一部分

- 50%的受訪者認為2023年的旅行有助於他們的身心健康且十分重要
- 33%的受訪者將會優先考慮身體健康，26%的受訪者將依靠健身房或者健身房以外的健康活動
- 35%的受訪者會優先解決或提升心理健康，49%的在職受訪者期望在2023年通過旅行遠離工作
- 超過40%的受訪者期待更健康的餐飲選擇
 - 32%的受訪者將優先考慮本地選材的餐飲選擇
 - 54%的受訪者期待個性化的餐飲選擇



旅行者相比以前更希望得到周全的照顧

- 53%的受訪者在明年出行時，更在意可靠且友好的服務
- 93%的旅客認為酒店的住宿體驗決定旅程成敗
- 在有過不太理想的租房或民宿體驗的旅客中，84%受訪者表示下次旅程他們更傾向於入住酒店
- 42%受訪者表示會員相關積分兌換及禮遇對他們2023年的旅行至關重要



旅行者期待科技創新，獲得舒適的旅行

- 56%的受訪者認為2023年，他們最關心的是擁有更便捷的出行體驗
 - 有孩子的夫妻（58%）比無孩子的夫妻（54%）更關心這一點
- 86%的受訪者期望在出行期間享有個性化的體驗和互動
- 25%的受訪者期望旅行社及酒店滿足他們的個性化需求

欲獲取更多資訊，請訪問 Stories.Hilton.com/2023Trends 或聯繫 Alexandra Kula：Alexandra.Kula@Hilton.com

希爾頓集團委託 Material 公司於2022年8月針對18歲以上普通消費者開展線上綜合調查。具體調查對象包括：澳大利亞 n=1,002，中國 n=1,002，德國 n=1,002，日本 墨西哥 n=1,002，n=1,002，英國 n=1,002和美國 n=1,018。此外，在2022年8月23日至8月30日期間，利用電郵邀請和線上問卷調查，Wakefield Research 機構(www.wakefieldresearch.com) 在1,000名美國成年旅行者中開展希爾頓集團相關調查。資料加權以確保準確地代表美國旅行者。這裡“旅行者”的定義為過去24個月有過一晚住宿的旅行者。