Deloitte.
Insights

2023 年德勤假日旅游调查

冬季旅行欲望表明美国人仍然高度重视旅行



目录

3
Authors

4
执行摘要

5
主要发现

6
假日旅游行为

16
旅游产品

23
人口统计

32
远程工作和旅行

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

Authors



Michael Daher
副主席兼美国运输、酒店和服务部门负责人德勤 LLP



艾琳·克劳利
副主席和美国运输， 酒店与服务证明了领导者德勤和 Touche LLP ecrowley @ deloitte. com



马特·索德伯格
校长和美国航空公司负责人德勤咨询公司 msoderberg @ deloitte. com



马特·乌斯丁
校长和美国酒店业负责人德勤咨询 LLP musdin @ deloitte. com



Maggie Rauch
运输、酒店和服务研究主管德勤服务 LP magrauch @ deloitte. com



Upasana Naik
高级分析师， 交通运输，酒店与服务德勤支持服务印度 Pvt. Ltd. upnaik @ deloitte. com

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

执行摘要

2023 年的假日季节似乎将是机场和酒店的繁忙季节， 因为近一半的美国人计划旅行。对健康和财务状况的担忧阻止了今年的旅行。对航班延误和取消的担忧在一些人中持续存在， 但很少有人将其作为避免旅行的理由。

在所有年龄段和收入群体中， 感恩节和 1 月中旬之间旅行的意愿都有所增加。虽然与朋友和家人重新联系对于假期旅行仍然至关重要， 但越来越少的美国人将旅行限制为探望亲人。计划入住酒店的旅行者比例激增至 56% 。

酒店，航空公司和其他旅行供应商将很高兴欢迎今年的婴儿潮一代回来。自 2020 年以来，这一群体通常比年轻旅行者表现出更多的犹豫，但婴儿潮一代又回来了，占 2023 年假日旅行季节旅行公众的三分之一左右。Z 世代所占的份额较小，因为许多人仍在 18 岁以下，但这一代年轻一代正在引领着社交媒体和社交旅行意识的转变。

最后， “复仇旅行 ” 可能正在消退， 但取而代之的是， 最近的限制年似乎留下了对探索的热情。在计划国际旅行的 5 % 的美国人中， 有更多的人打算访问南美和亚洲， 尽管加勒比海， 墨西哥和欧洲仍然是最受欢迎的目的地。

随着旅游业为繁忙的假期做准备， 现在是时候提供美好的体验 - 并按时将旅行者送到目的地了。许多人表示， 他们将在来年考虑更多的旅行。一如既往， 帮助他们留下最美好回忆的旅行品牌将被人们记住和信任， 因为美国人问自己：“下一步该去哪里？ ”

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

主要发现

明确起飞的旅行计划

48 % 的美国人打算在假期旅行， 2022 年增长超过 31 %， 并继续在 2023 年夏季观察到的增加旅行意图的模式。

旅行的两个主要障碍显着下降： 2022 年， 五分之一的非旅行者将健康担忧或对延误和取消的担忧作为他们待在家里的原因。今年， 这一数字下降到十分之一。

旅行的意图全面上升， 但酒店尤其会感受到这一点， 因为 56% 的旅行者计划在这个季节的某个时候住在一家酒店。与 2022 年相比， 坐飞机的意图也上升了， 国内旅行也更多。

婴儿潮一代回来了很多时间

婴儿潮一代为本赛季的旅行带来了巨大的推动。在 2022 年的假期中， 他们仅占旅行公众的五分之一； 今年， 这将接近三分之一。
婴儿潮一代的计划支出和旅行次数表明了一种保守的方法， 但他们正在接受旅行。

此外（ 而且是有希望的）， 许多婴儿潮一代表示， 他们在假期期间保留了支出， 以便他们可以在不同的时间旅行。
总体而言， 他们似乎准备在假期及以后热情旅行。

Z 世代引领购物和社会意识的转变

尽管 Z 世代仍然只占旅行的一小部分（ 2023 年假日旅行者中有 8 % 是 Z 世代）， 但其对旅行趋势的影响正在增加。

Z 世代旅行者平均计划
2.1 次假期旅行， 仅次于千禧一代的 2.2 次。四分之一的人表示， 与 2022 年相比， 他们的预算将大幅增加， 这是任何一代人中最高的比例。

这个年龄段正在引领旅行计划的重大转变 - 42 % 的人表示他们将使用简短的社交视频应用程序来帮助计划旅行， 而老一辈的旅行者中只有 14 %。

一些大流行趋势消退， 但另一些则显示出持久力

随着旅行受到 COVID - 19 担忧的影响较小， 2020 年流行的哪些模式正在持续存在， 哪些模式正在消退？

“复仇旅行 ” 似乎正在消退， 因为越来越少的美国人将“ 弥补因大流行而失去的旅行 ” 作为旅行动力。但是， 一些信号也表明， 经过三年的限制， 人们对旅行的热情有所提高。入住酒店的意图增加了， 国际目的地也有望进一步扩大。

持续存在的趋势是笔记本电脑拖着 - 大约三分之一的旅行者计划在旅途中至少部分工作。这些旅行者扭曲了年轻和高收入。他们远没有工作， 他们表达了与目的地互动的强烈意愿。

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

假日旅游行为

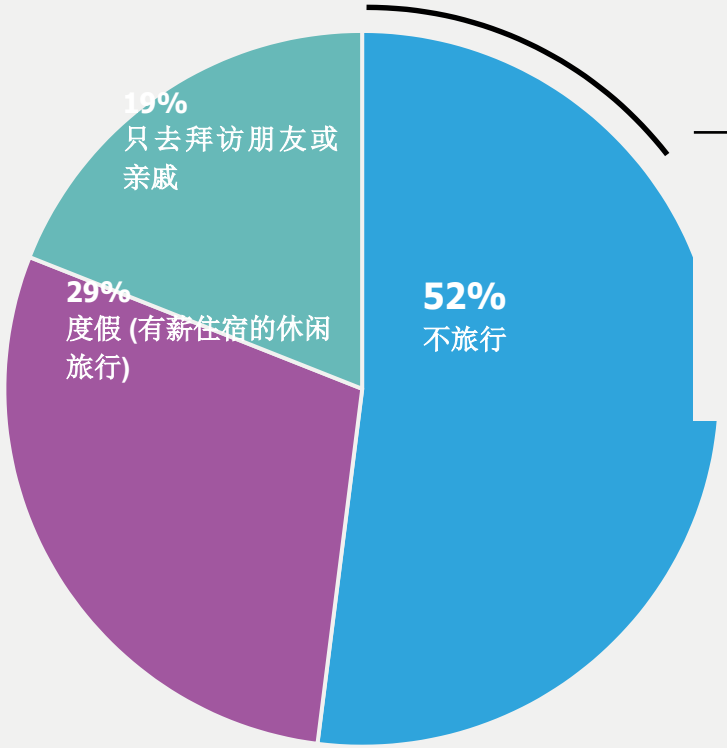
今年冬天， 美国人正在拥抱他们的旅行欲望， 因为近一半的人计划旅行。
虽然与家人重新联系是一个强有力的驱动力，但更多的美国人计划度假， 包括住在酒店或私人租赁中， 而不仅仅是拜访亲人。



版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

近一半的美国人计划在 2023 年假期期间至少进行一次旅行

对健康和旅行中断的担忧 - 2022 年的主要旅行威慑 - 已经显着下降， 使更多的美国人对这个假期预订旅行充满信心。



2023 年假日旅游计划

不旅行的主要原因	2023	2022	2021
买不起	38%	37%	24%
现在旅行太贵了	32%	NA	NA
宁愿花在其他事情上	23%	30%	12%
关注旅行中断	**11%**	**18%**	**NA**
关注健康风险	**11%**	**18%**	**45%**

对健康风险的担忧在 2021 年是一个巨大的旅行威慑。在 2022 年， 尽管健康由于担心延误和取消， 许多人选择呆在家里。

到 2023 年， 人们对健康和旅行中断的担忧已经减少了一半。

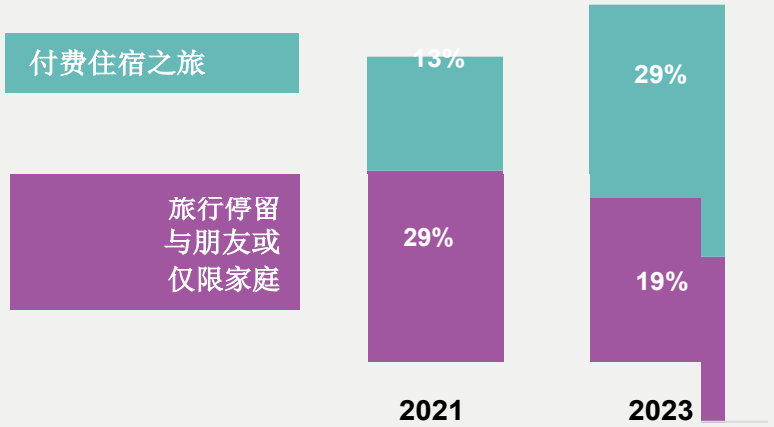
问题： （1） 您计划在 2023 年假期期间 '（ 在 2023 年感恩节和 2024 年 1 月之间 ） 参加哪些活动？ （2） 为什么您不太可能在这个假期旅行？
注： N = 5, 281 。

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

大多数旅行者计划旅行， 包括付费住宿， 而不是只与朋友或家人住在一起

旅行的意图继续攀升， 因为美国人在经历了多年的疫情限制旅行后， 对体验的高度重视。与 2021 年相比， 计划入住酒店和私人租赁的美国人比例增加了一倍多， 当时许多人限制与陌生人接触。

与仅与朋友和家人住在一起的美国人



谁计划在假期期间住在酒店和租赁 ？

	2021	2023
世代		
Z 世代	**21%**	**28%**
千禧一代	**28%**	**34%**
X 世代	25%	30%
婴儿潮一代	21%	24%
收入群体		
较高的收入	**34%**	**41%**
中等收入	**27%**	**33%**
收入较低	15%	18%

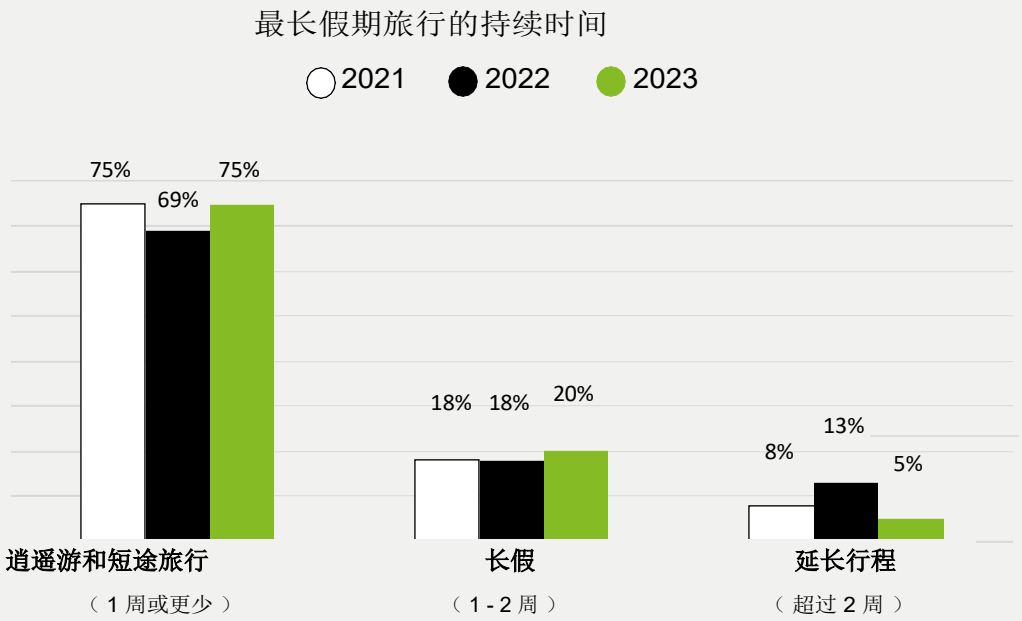
付费住宿意向在几代人和收入群体中都有所增加， 特别是在 Z 世代和千禧一代旅行者中， 以及在高收入和中等收入群体中。

问题： 您计划在 2023 年假期期间 （ 从 2023 年感恩节到 2024 年 1 月中旬 ） 参加哪些活动？
注： N = 2, 531 。

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

假日旅行预算是健康的， 尽管旅行时间和频率略有下降

虽然更多的美国人打算旅行， 但与 2022 年相比， 他们的旅行将更少， 更短。



1.88

平均旅行， 2023 年假期
与 2022 年的 2.01 次旅行相比

$2,725

平均假日旅行预算*

15%

与 2022 年假期相比， 美国旅行者的休闲旅行支出意图更高**

问题： （ 1 ） 您在感恩节到一月中旬之间的旅行总预算是多少？ （ 2 ） 这个假期你最长的旅行时间是多长时间？
(3) 这个假期你将参加多少次休闲旅行？
注： * 计划入住付费住宿和 / 或飞往目的地的旅行者的平均预算， 季节性旅行预算在 150 美元至 15, 000 美元之间； * * 根据德勤消费者信号。

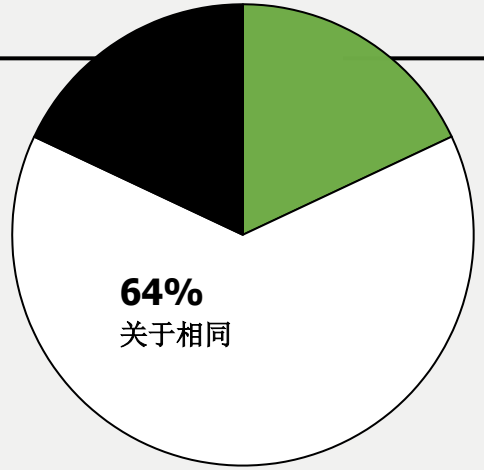
版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

大约五分之一的旅行者正在削减开支， 类似的份额正在增加预算

您的 2023 年旅行预算与 2022 年的预算相比如何 ？

18%
显著减少

18%
显着更多



为什么少 ？

财务问题是对旅行支出的最大拖累， 三分之二的支出下降。

大约 20 % 的人表示， 他们将自己的支出分散在全年较短的旅行中， 或者正在为更大的旅行储蓄。

为什么更多 ？

更高的旅行价格是推动预算大幅上升的最大因素。

大约四分之一的受访者花费更多， 因为他们正在进行 “遗愿清单 ” 旅行， 他们的需求已经改变， 或者他们在财务上更加舒适。

20% 的人表示他们对 COVID - 19 后的旅行给予了更高的重视。

问题： （ 1 ） 您这次旅行的预算与您在 2022 年假期中最长旅行的预算相比如何 ？ （ 2 ） 什么最能说明为什么您在这次旅行中比在最长假期中花费更多 / 更少 2022 年旅行 ？ (3) 与去年的旅行相比， 你做了什么调整， 让它变得更便宜 ？
注： N = 2, 531 。

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

当旅行者想要削减或增加预算时， 他们有很多选择

旅行者如何削减开支？ 旅行者如何升级？

18 % 的旅行者表示他们的预算明显较小。以下是他们与 2022 年相比所做的变化：

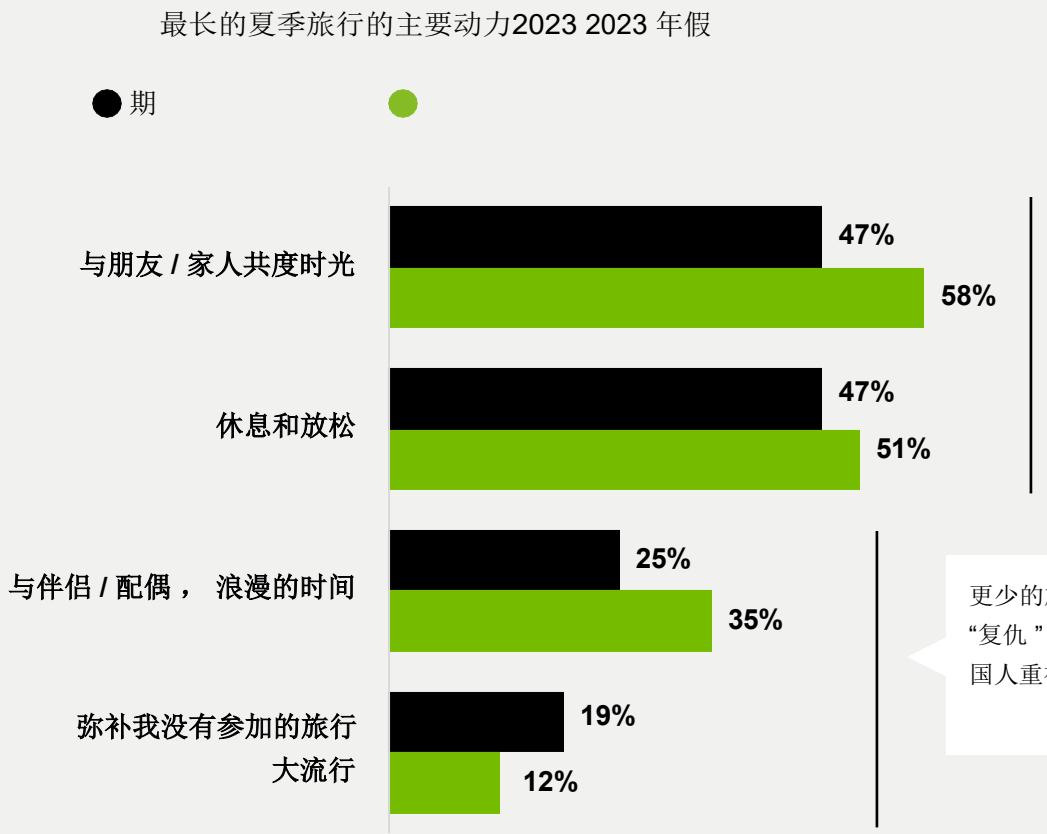
18 % 的旅行者表示他们的预算要大得多。以下是他们与 2022 年相比所做的变化：



问题： （ 1 ） 与去年的旅行相比， 您进行了哪些调整， 从而降低了成本？ 与 2022 年相比， N = 420 位旅行者的支出明显减少。 （ 2 ） 与去年相比， 您进行了哪些调整 （ 如果有的话 ） 。
旅行会让它变得更昂贵吗？ N = 412 名旅行者的支出比 2022 年明显更多。
注： 削减和升级的数据分别显示为旅客支出明显减少和增加的百分比.

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

与夏季旅行相比， 假期旅行的动机截然不同； 最近的变化可能表明， 在大流行之后， 美国人仍在适应生活



在假期里， 总是有很大的旅行动力， 与亲人在一起的时间， 放松和舒适是最重要的。传统招手， 对许多人来说， 工作中短暂的安静时间提供了放松的机会。

另一方面， 夏季旅行可能更倾向于冒险和探索。

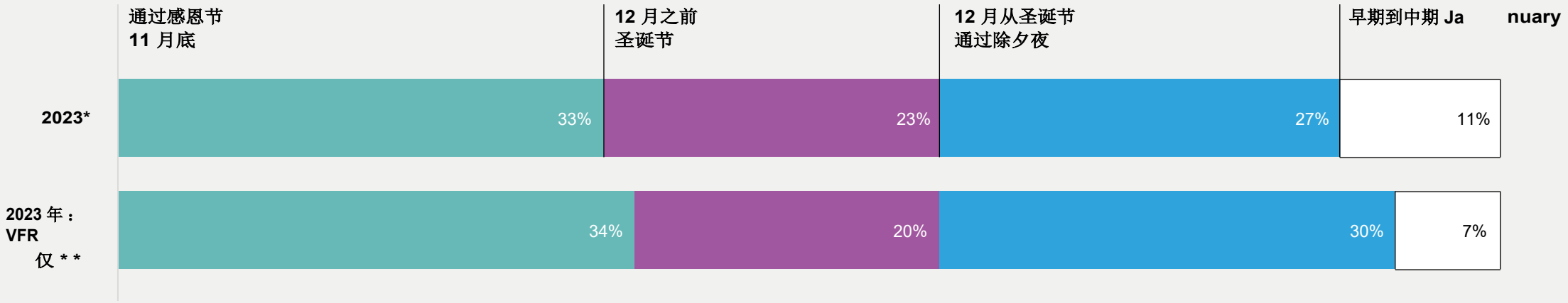
更少的旅行者说他们直接受到
“复仇 ” 旅行。浪漫作为旅行动机显示出越来越强大的力量， 这表明美国人重视旅行支持社会纽带的能力。

问题： 是什么促使您进行这次旅行 ？ （ 选择所有适用的内容 ） 注意：
N = 2, 531 。

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

由于计划的旅行减少， 旅行的时间集中在重大假期

在假期的每个时段开始的旅行百分比 （ 旅行时间 ）



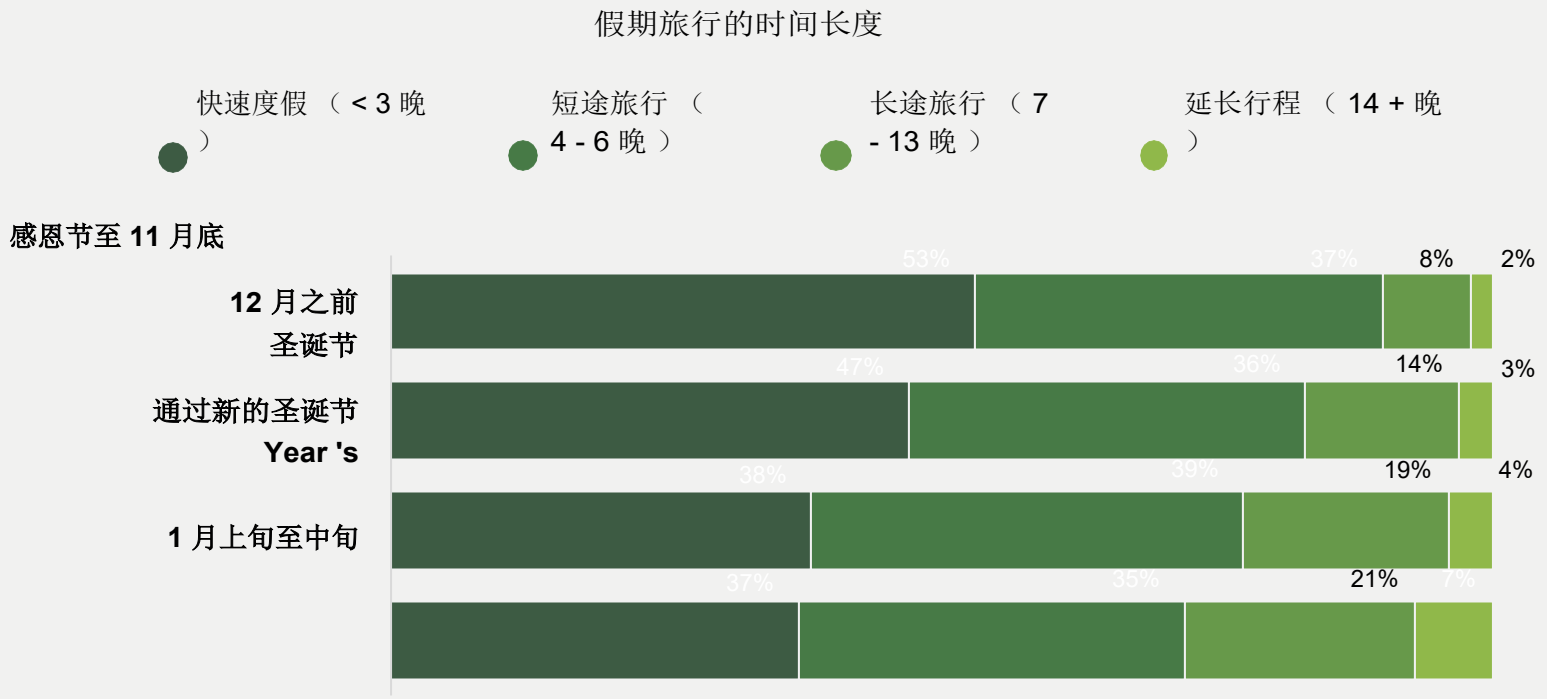
接近重大假期的旅行更有可能与朋友或亲戚住在一起
。

问题： 请选择您的假期旅行在每个时间段开始的次数。
注： N = 2, 531； * 6 %： 2023 年未定； * * VFR = 拜访亲朋好友 （ 与住在有偿住宿 ）； 8 % 未定 （ 仅限 VFR ）。

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

随着我们进一步进入假期， 旅行将变得更长

在大多数假期期间， 快速度假和短途旅行都很受欢迎， 但在圣诞节前的 12 月和 1 月初至 1 月中旬， 人们的偏好转向更长的假期。与本赛季初相比，1 月份的长途旅行在整体旅行中的份额翻了一番。



5

已添加旅行天数

平均而言， 整个假期期间，由于旅行者能够远程工作

问题： 对于您在以下每个时期开始的旅行， 您要旅行多长时间？
注： N = 2, 531 。

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

大多数旅行者说， 他们计划直接通过供应商网站和应用程序预订航班和酒店。对于旅行计划， 口碑仍然是最重要的

不到十分之一的旅行者表示， 他们使用生成式 AI 工具来帮助计划旅行。该技术在旅行计划中最受欢迎的用途是寻找目的地活动和酒店选择， 并帮助选择目的地。

旅行者的规划资源



问题： （ 1 ） 您在计划旅行时使用了以下哪一项？ （ 2 ） 您如何在旅行发现或计划中使用生成式 AI 工具？
注： N = 2, 531 。

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

旅游产品

2023 年不断上升的旅行潮预计将提升各个类别的需求 - 从酒店到航班再到目的地活动。



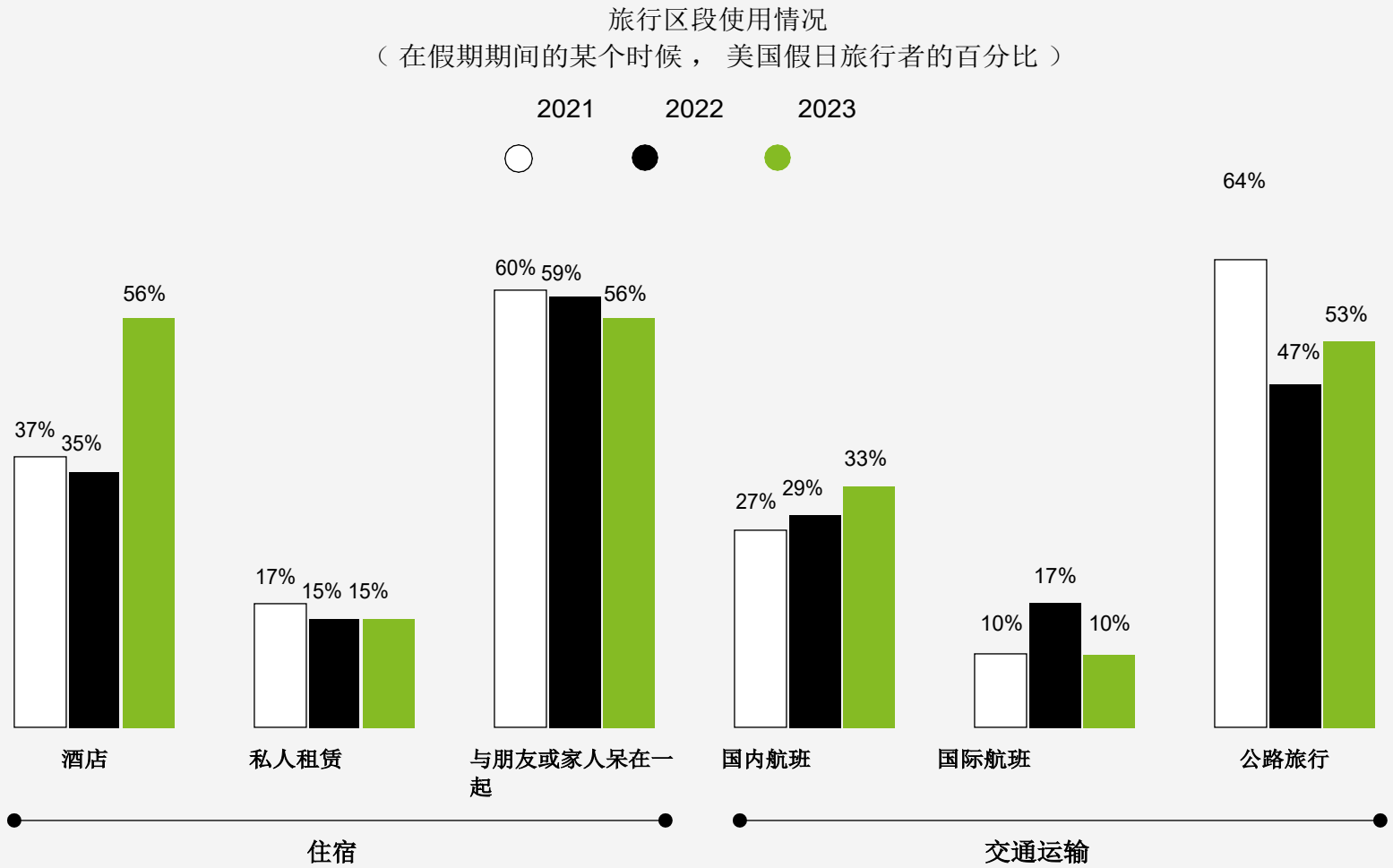
版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

酒店意图大幅上升； 空气也开始上升

与 2022 年相比， 美国人的财务前景略有改善，而健康问题已经消退。除了与亲人共度美好时光外， 还有更多的计划来体验休闲度假， 包括酒店住宿。

问题： 您计划参加哪些（ 如果有） 旅行产品 / 活动？
N = 2, 531 。

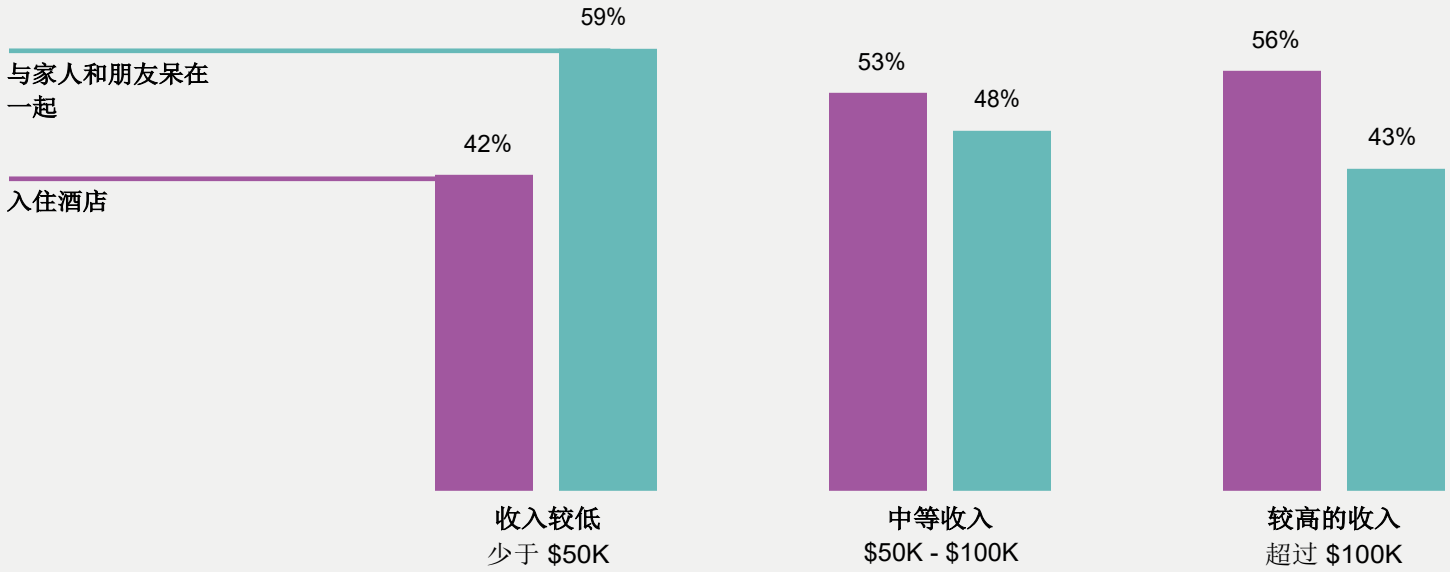
与 2021 年相比， 公路旅行意图下降， 当时人们仍在避免航空旅行， 而国内航班意图上升



版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

收入影响旅行优先事项 - 高收入旅行者的飞行可能性是低收入旅行者的两倍

在这个假期最长的旅行中， 您将做以下哪一项？



	收入较低 少于 $50K	中等收入 $50K - $100K	较高的收入 超过 $100K
留在出租	10%	14%	17%
乘坐航班	19%	28%	38%
驾驶自己的车辆	34%	31%	31%
租一辆车	15%	18%	21%

注： N = 2, 531 。

版权所有 © 2023 德勤发展有限责任公司。保留所有权利。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/358000011010006032