

# 稳中求变 向阳而生

浅谈疫情下中国旅游企业现状

凯撒晟和

2021年10月27日

# Withコロナにおける 中国旅行業界現状

凯撒晟和

2021年10月27日

## 四轮驱动 融合发展

凯撒集团

凯撒旅业  
(000796)

旅游  
(凯撒晟和)

新零售

食品

目的地



依托集团平台优势  
打造旅游战略规划

旅游

- I. 香港康泰旅行社有限公司
- II. 凯撒同盛旅行社
- III. 北京凯撒国际旅行社有限责任公司
- IV. 北京凯撒晟和国际旅行社有限公司
- V. 北京环球真享出入境服务有限公司
- VI. 北京凯撒航空服务有限公司

## 四つの事業ドメイン

CAISSA Group

凯撒旅业  
(000796)

旅行  
(凯撒晟和)

ニューリテール

食品

目的地



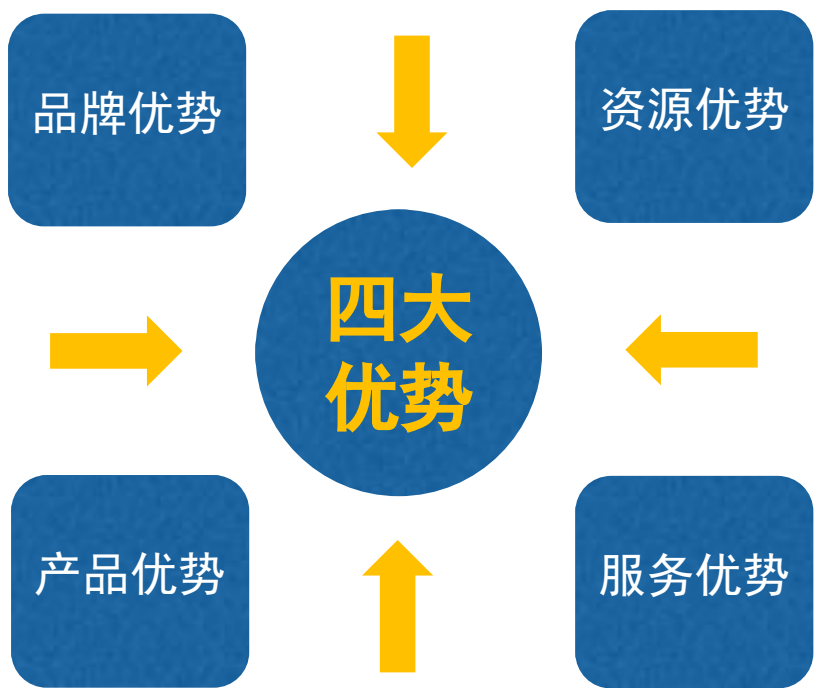
旅行市場戦略づくり

旅游

- I. 香港康泰旅行社有限公司
- II. 凯撒同盛旅行社
- III. 北京凯撒国际旅行社有限责任公司
- IV. 北京凯撒晟和国际旅行社有限公司
- V. 北京环球真享出入境服务有限公司
- VI. 北京凯撒航空服务有限公司

# 凯撒晟和 核心优势

中国卓越综合旅游服务商+创新产品模式+全球战略合作关系+旅游服务标准化



## 强大的研发实力



### 研发实力

拥有业内首创的产品研发中心，专注全球旅游产品研发



### 研发队伍

研发队伍105人，其中资深研发人员约60人

### 多元主题

拥有多品牌发展战略，多元化产品类型，多点式出境口岸



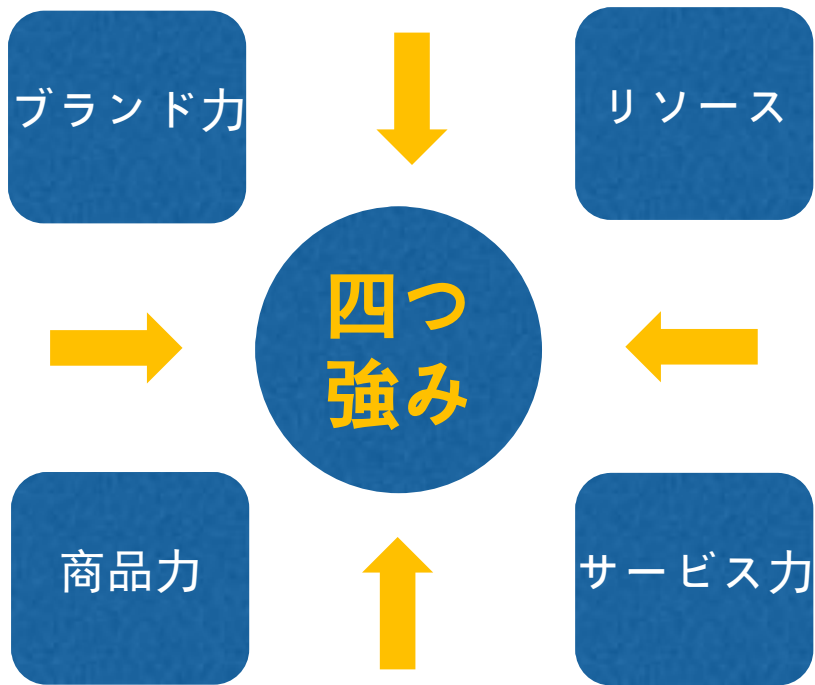
### 创新实力

我们重视产品的独特性和创新力，推出覆盖全球100多个国家和地区超过20000种的高端旅游产品



# 凯撒晟和の強み

旅行業を中心に事業を営むとともに、グループ全体で以下の事業を営んでおります。



## 研究開発力



### 開発センター

商品研究開発センター

グローバル視野入れた旅行商品の開発造成



### 105人研究チーム

研究チーム105人

専門家約60人

### テーマ多様

多種多様なブランド育成

世界各国との連携・関係構築



### 2万点海外旅行商品

創造力重視した商品づくり

世界中100ヵ国/地域

2万点海外旅行商品



## 凯撒旅游日本业务概况

- 日本是凯撒旅游核心战略目的地。于东京设置分公司。
- 日本产品覆盖日本全境，及中国主要出境口岸。
- 日本小众及高端产品的引领者之一。
- 在邮轮、团队游、自由行均有涉及。
- 东京奥运会中国奥委会辖区独家票务代理。



## CAISSA Travel Japanについて

- 日本は重要な戦略的目的地(東京にオフィスを設置)
- 中国主要都市発の日本全国目的地の商品が取扱中。
- 小衆旅行、ラグジュアリー旅行
- クルーズ、団体旅行、FITなど
- 東京五輪入場券の中国大陸独占販売代理権利







# 冲绳へ中国人誘致成功

・冲绳は年間来訪100万人。

・4時間フライト冲绳直行便チャーター便開発

・コンセプトづくり: 中国から最も近い日本式高級アイランドリゾート・冲绳

※中国文化、日本文化、琉球文化の融合

<商材イメージ>

青い魅力—冲绳4日サンシャインの旅

青い魅力—冲绳5日リラクゼーショの旅

## 不可错过的冲绳美食

**海葡萄**  
向“绿色金子”命名的海葡萄含有丰富冲绳最新的食物，它是法国及品种项目，具有葡萄酒质元素，具有美丽优雅的香味。

**海豆腐**  
冲绳特产，是日本本土一般的水豆腐不太一样，海豆腐更嫩滑，海豆腐比平常豆腐软。比一般豆腐的口感更嫩滑一些，而且嫩滑。

**马肉刺身**  
马肉刺身是日本最特别的一种，肉质鲜美。

**红薯蛋糕**  
冲绳特色产品红薯是当地特产，达100%以冲绳特产的红芋为材料用美国进口红薯和蛋糕师傅的经典之作。甜、软、香、脆、让你过口不忘，这款点心更有添加独特的澳洲草莓酱，小孩子也可以放心食用，地享旅行路程也是值得制作，是冲绳旅行的附加礼品送给孩子一起享受制作小心、非常值得伴手礼送给亲朋好友，既美味，又有心意!

**石斑牛肉**  
盛产于冲绳石斑鱼肉和人鱼肉，是冲绳本地特产的优质牛肉，和牛肉吃起来一样，煎吃和炖煮的均为美味，也是冲绳特产白胡椒，油压出来的，肉质鲜美。

## 不可错过的冲绳美景

**美济美丽乡村**  
一个融合文化历史景观，美丽乡村的田园风光景观和美丽的大自然，美丽的美丽田园风光和热带风光的美丽景色，千个美丽的地区如：特色中心，传统民居，无边际，艺术区，特色中心，港口和自然风光。

**海洋博物馆**  
建于1976年，是世界首座海洋博物馆的扩展版，是日本的海洋博物馆之一，现在也是游客冲绳必游之地，是冲绳13个博物馆之一，馆内有二个博物馆的海洋馆，拥有丰富的海洋知识、展览、海洋工业史、多士打、博物馆、热带研究中心、热带、热带地区的海洋博物馆也提供广泛服务。博物馆也是通过增加的知识!

**万福亭**  
在热带海岛度假胜地，这里的海滩出现了特别的景观，热带海洋和山间和平和大自然的宁静。

**蓝色海水浴场**  
海水浴场有17个40米长的海水浴场，水质清澈“蓝礁之滨”获得了水质第一、二等奖，是世界上最大规模的海岸浴场。水质清澈，海水浴场面积达1.6公里，宽0.6米，深0.6米，可以游泳和冲浪长达1.5公里世界上最大规模的蓝色海水浴场度假胜地。

**caissa 凯撒旅游®**

# 北京冲绳 蓝礁之滨 Okinawa

**蓝色魅力 冲绳岛4日跟团之旅**  
4日跟团 1-4月 每日往返 参考价 **¥5999起**  
5日跟团 1-4月 每日往返 参考价 **¥7199起**

**蓝色魅力 冲绳岛4.5日跟团之旅**  
4.5日跟团 1-4月 每日往返 参考价 **¥5999起**  
5日跟团 1-4月 每日往返 参考价 **¥7199起**

**推荐理由**  
1. 日本冲绳直飞航班，全程往返机票、酒店、餐饮  
**推荐理由**  
1. 日本冲绳直飞航班，全程往返机票、酒店、餐饮

**推荐理由**  
1. 日本冲绳直飞航班，全程往返机票、酒店、餐饮

**推荐理由**  
1. 日本冲绳直飞航班，全程往返机票、酒店、餐饮

股票代码 000796 caissa.com.cn 400 606 6666



# 提纲梗概

1

2021年十一假期中国旅游数据

2

“稳中求变”的中国旅游企业

3

“向阳而生”未来趋势分析

# 目次

1

2021年国慶節中国市場データ

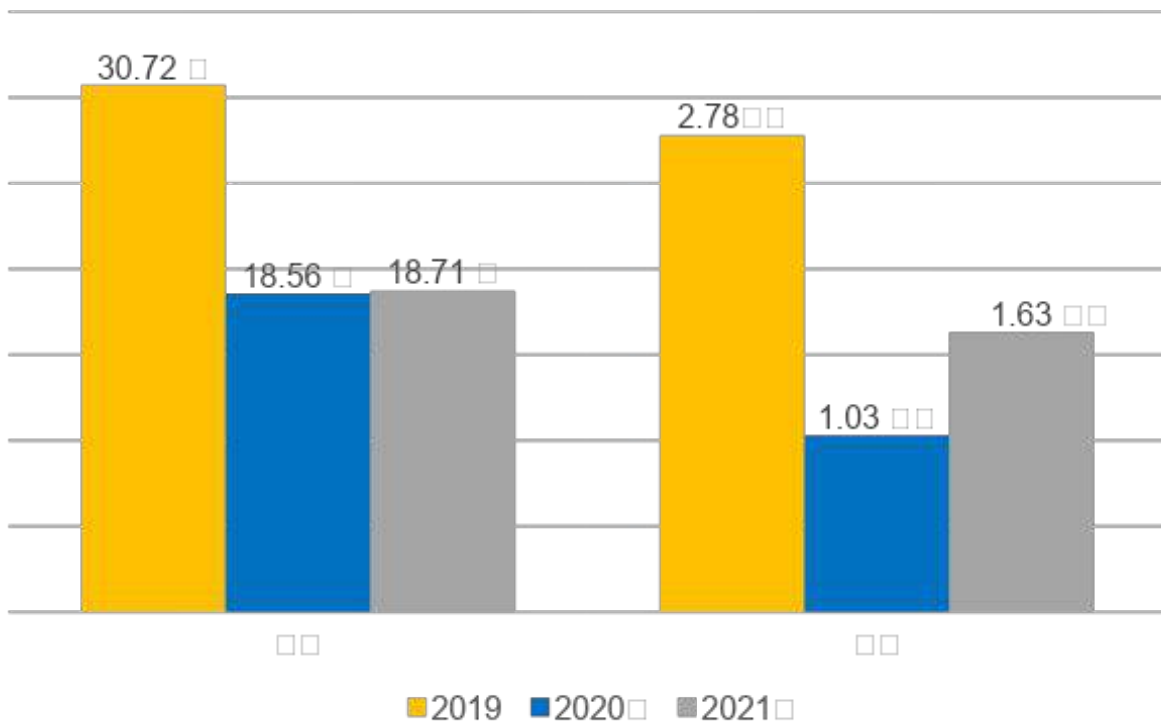
2

“変革と挑戦” 中国旅行業界

3

“前向き”：今後の予測・トレンド分析

2021

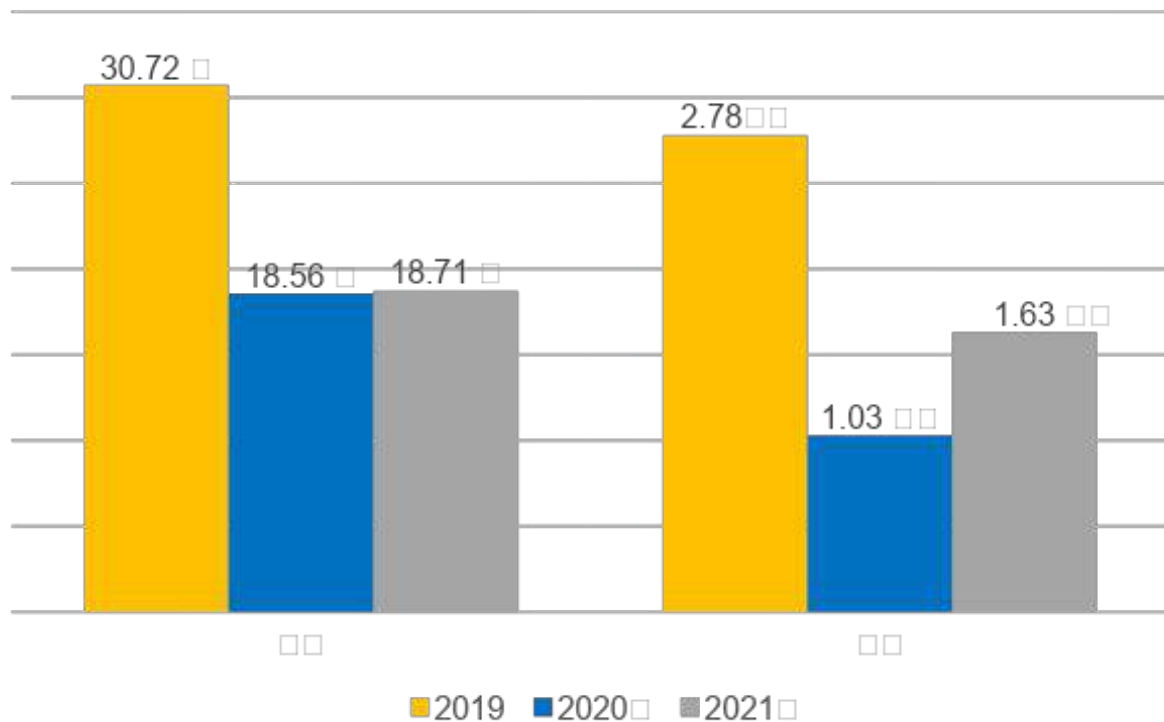


## 2021年上半年中国国内旅游市场情况

中国国内旅游总人次18.71亿，比上年同期增长100.8%，恢复到2019年同期的60.9%。

国内旅游收入（旅游总消费）1.63万亿元，比上年同期增长157.9%，恢复到2019年同期的58.6%。

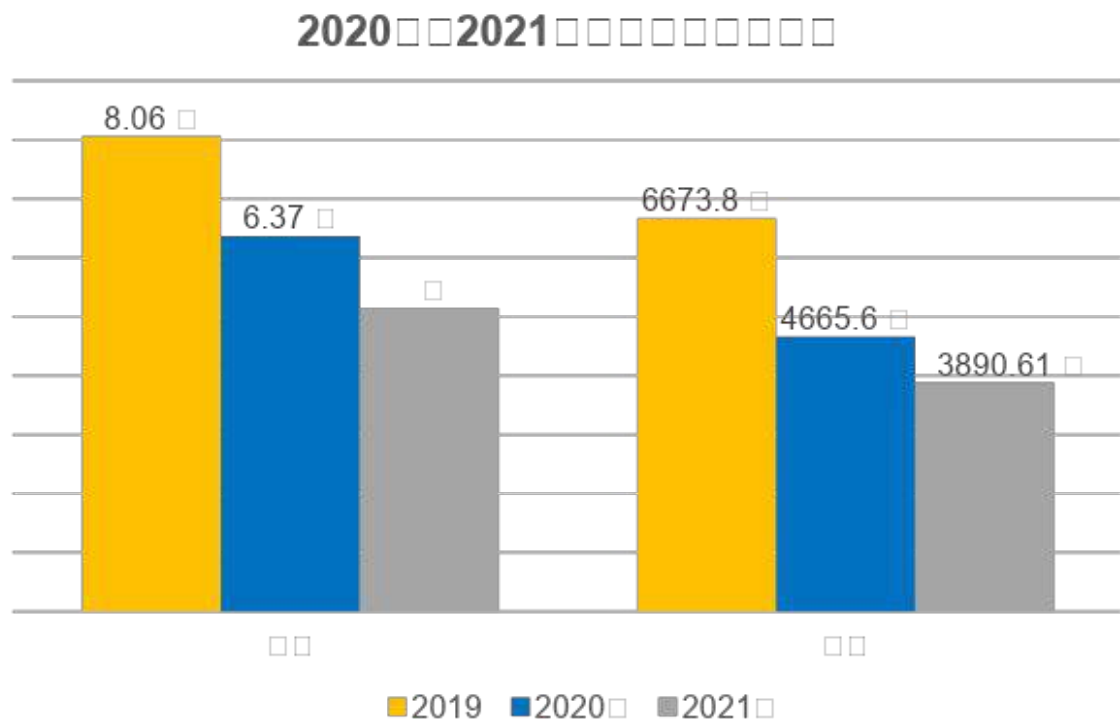
2021 □□□□□□□□□□□□□□□□



## 2021年前半期 中国国内旅行市場

中国国内観光総人数は18.71億人で、前年同期比100.8%増加し、2019年同期比60.9%に回復した。

国内観光収入(総観光消費)は1.63兆円で、前年同期比157.9%増、2019年同期比58.6%に回復した。



### 2020年国庆中秋假期

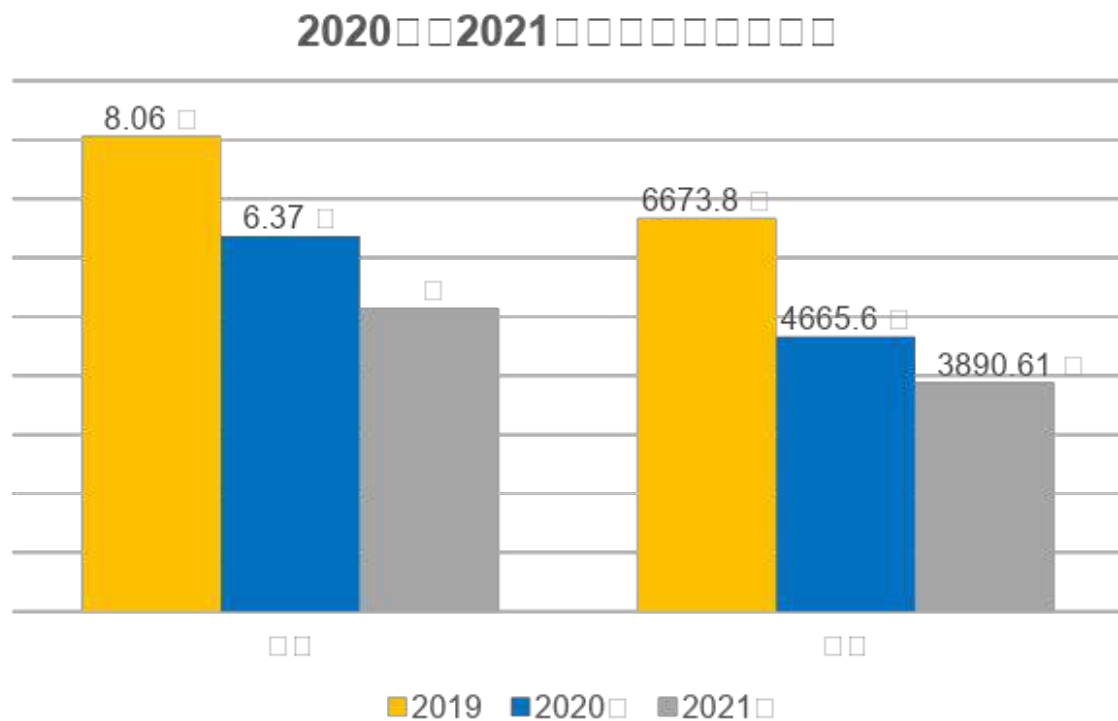
中国全国共接待国内游客 6.37 亿人次，按可比口径同比恢复 79.0%。

实现国内旅游收入4665.6亿元，按可比口径同比恢复69.9%。

### 2021年国庆中秋假期

中国全国共接待国内游客 5.15亿人次，按可比口径同比减少1.5%，按可比口径恢复至疫前同期的70.1%。

实现国内旅游收入3890.61亿元，同比减少4.7%。恢复至疫前同期的59.9%。



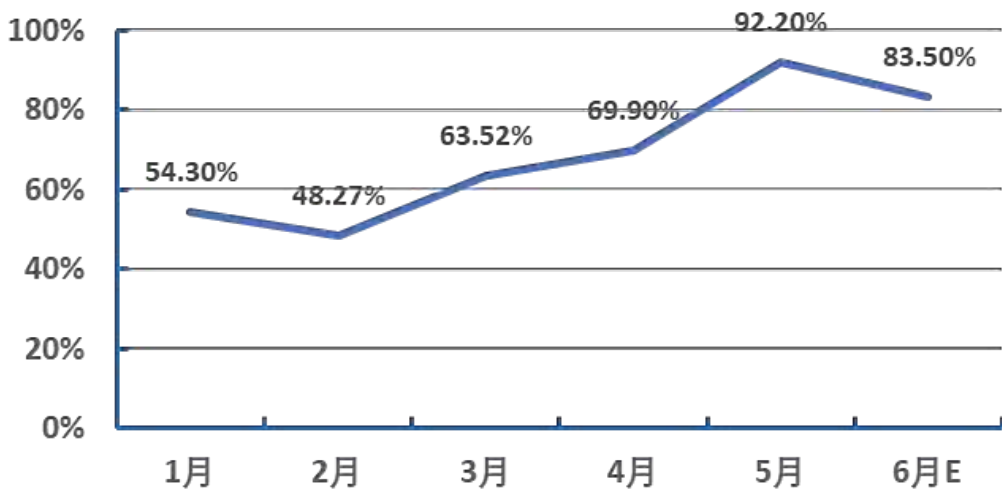
### 2020年国慶節中秋連休

中国国内観光合計6億3700万人となり、前年比79.0%まで回復し、国内観光収入は4,665億6000万元で、前年比69.9%まで回復。

### 2021年国慶節中秋連休

中国国内観光合計5億1500万人、前年比1.5%減少し、コロナ流行前の同時期の70.1%に戻った。国内観光収入は3,890億6,100万元で、前年比4.7%減となった。コロナ流行前の同時期の59.9%までに回復。





## 2021年上半年

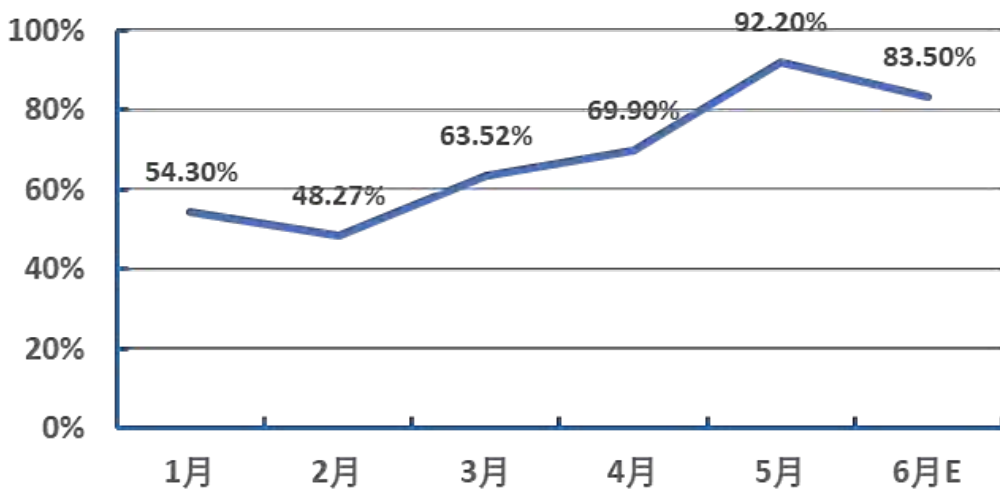
都市游市场稳步恢复，节假日对都市休闲带动作用显著。2021年上半年1至5月全国都市游出游人次较2019年恢复程度逐步提高。

2020-2025年中国国内旅游人数、旅游收入预测情况



## 2021年末—2022年

中国文旅市场将超越2019年。未来5年旅游收入或将近10万亿元。



## 2021年前半期

都市観光市場は着実に回復しており、週末休日旅行は、都市のレジャーを推進する重要な役割を果たしています。2021年1月から5月にかけて観光客数は徐々に増加した。

2020-2025年中国国内旅游人数、旅游收入预测情况



## 2021年末から2022年

中国の文化観光市場は2019年を超えるでしょう。今後5年間の観光収入は10兆元規模になる可能性があると予測。

# 提纲梗概

1

2021年十一假期中国旅游数据

2

“稳中求变” 疫情下的中国旅游企业

3

“向阳而生” 未来趋势分析

# 目次

1

2021年国慶節中国市場データ

2

“変革と挑戦” 中国旅行業界

3

“前向き” : 今後の予測・トレンド分析

## 深入原产地 增强安全信心

- 适应中国国内文旅市场的运作方式，由过去打包式采购，向分项资源直接采购做改变。
- 实地考察先行，亲身体验目的地细节，结合自身产品服务理念，创造产品差异化价值。
- 制定在疫情常态化下的应急机制及话术。

## 地元へ、より安心・安全に

- 中国国内文化観光市場の需要に合わせて、過去のパッケージ商品化から、直接目的地(地元)へ
- 目的地現地調査を行い、肌で体験し、コンセプトづくりから商品の差別化価値を創造します
- コロナ防疫通常化の下の緊急対応体制づくり



## 创新活动内容 激发员工创意

- 依托目的地的资源，研发活动内容，在游山玩水中设计活动体验。
- 孵化KOL，让每一位产品设计者成为自己产品的攻略达人。
- 目的地资源 + 活动设计 + 服务解决方案 + KOL = 产品价值



## 创新活动内容 激发员工创意

- 目的地の資源を利用し体験し、商品開発を行う
- KOL育成: 商品造成者一人一人が自分の商品のマスターになるように専門育成を行う。
- 目的地リソース+イベント設計+サービスソリューション + KOL = 商品価値





## 提升员工适应多元的工作模式

- 旅游业务受疫情波及大，建设好员工的心理状态，锲而不舍。
- 走出办公室，多走、多动、多看。
- 提倡自我驱动式的工作方式，为员工提供更人性化的工作环境。

< × 国庆假期，我有话想对你说... >>>

国庆假期，我有话想对你说~

2021-09-26 09:07 培训部



本内容最后由 培训部 于 2021-09-30 13:38 编辑

说点什么吧

## 提升员工适应多元的工作模式

- 観光業界はコロナ大流行の影響で重大なダメージを受け、従業員の心境も築き上げられており、根気強く取り組んでいます。
- オフィスを出て、もっと歩き、もっと動き、そしてもっと見る。
- 働き改革を推進し、より良い職場づくり

### 国庆假期，我有话想对你说~

2021-09-26 09:07 培训部



本内容最后由 培训部 于 2021-09-30 13:38 编辑

说点什么吧

## 心怀全球 海外目的地温故知新

- 保持跟各海外目的地机构在中国国内办事处的联系。
- 鼓励全员参加海外目的地的培训和互动活动。（如：考取旅游专家等）

## 心怀全球 海外目的地温故知新

- 中国現地の日本観光事業者事務所との連携・コミュニケーション
- すべての従業員が海外目的地づくり活動に参加することを奨励します。  
(例: 観光関連の専門家資格の取得を推奨)

# 提纲梗概

1

2021年十一假期中国旅游数据

2

“稳中求变” 疫情下的中国旅游企业

3

“向阳而生” 未来趋势分析



# 目次

1

2021年国慶節中国市場データ

2

“変革と挑戦” 中国旅行業界

3

前向き : 今後の予測・トレンド分析

## 趋势：集团化与“多业态融合”支撑疫情常态化下的发展

- 转型进军多种业态，是疫情下文旅行业求生存的普遍手段。
- 集团化运作，为转型及多业态融合发展，提供资源互享，独立发展的空间。
- “聚多业态”之势能，形成坚不可摧的核心竞争力。

## After コロナトレンド①： 集団化と「経営の多角化」

- トラベル業務に限らず、経営の多角化展開
- 事業の運営管理方式の集団化&リソース共有： 経営の多角化展開のための環境づくり
- 「自社ならではの」強みの再発見



## 趋势：文旅产品消费主体和消费观念发生巨变

- 90后—00后的年轻一代逐渐成为消费主力。
- 线上及低接触消费模式增长，线下忠诚度受冲击，新品牌及平台迎来商机。
- “健康”及“高质量”的消费观念增强。
- 消费者对于文旅产品的价格承受力有所提高。
- 团队游及邮轮旅游的复苏悄然进行，在2021年底有望逐渐恢复。

## After コロナトレンド②：文化体験型コンテンツや商品に対する消費者の考え方の変化

- Z世代は消費の主役になりつつある。
- On-lineビジネスや無接触型ビジネスの台頭は、新しい可能性をもたらした
- 「健康」及び「ハイクオリティ」の需要増
- 価格勝負だけではなく、文化体験型コンテンツや商品に対する消費者の認知度&理解度の向上
- 団体旅行、クルーズ旅行需要は2021年末頃から回復と予測

## 趋势：文旅产品消费主体和消费观念发生巨变

- 出境游潜在意愿逐月上升。

您的下一次休闲度假之旅最想去哪里？受访者的加权百分比

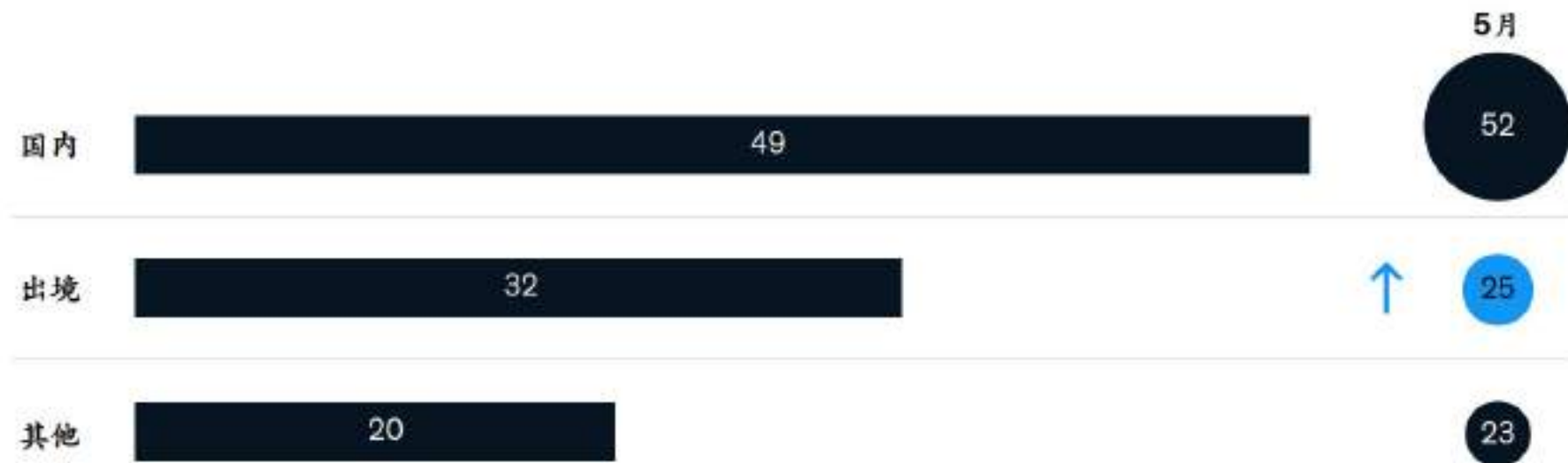


资料来源：麦肯锡中国游客旅游态度调研(2020年4,5,8月)

## After コロナトレンド②：文化体験型コンテンツや商品に対する消費者の考え方の変化

- 海外旅行の潜在ニーズの向上

您的下一次休闲度假之旅最想去哪里? 受访者的加权百分比



资料来源: 麦肯锡中国游客旅游态度调研 (2020年4,5,8月)

## 联系方式：

李荷玮 (MAGGIE LI)

微信号：lihewei003

手机：13701252228

邮件：lihewei@caissa.com.cn

**谢谢大家，期待再相见！**