

中国在线旅游度假行业 研究报告

2019年





2018年中国在线旅游市场交易规模为**15122.4**亿元，较2017年增长了**29.0%**。下沉市场用户基数较大，旅游产品的平均客单价格较高，大部分低线城市游客更倾向于通过线下渠道购买旅游产品，中国在线旅游市场仍有较大增长空间。



2018年中国在线度假市场全自营类交易规模为**846.7**亿元，较2017年增长**19.3%**。其中，途牛份额占据市场第一的位置，达**31.9%**，携程位列第二，占比25.0%，驴妈妈为第三，市场份额为15.4%。



艾瑞数据显示，2018年中国在线旅游度假市场中，出境游占比继续提升至**53.9%**，受到高客单价以及出境游客持续增长的因素影响，出境游占比将保持稳定提升态势。其中，途牛为市场第一，份额为**39.9%**，第二和第三是携程和同程。



艾瑞监测数据显示，2018年中国在线旅游度假行业头部企业占据**63.7%**的用户使用时长，中等企业占比达21.3%。相比较2017年情况，2018年用户流量逐渐由头部企业分流向中等企业，中等企业发展势头向好。



低线城市消费能力逐渐提升，其不再满足于单纯的衣食需求，以旅游为代表的体验型需求开始增长。需求满足初期倾向于景点观光旅游，后随认知提升会更加注重行中的体验感。且现下的移动互联网时代能够更优地解决**旅游信息不对称**问题。

中国在线旅游市场发展态势总论 1

中国在线旅游度假市场分析 2

中国在线旅游度假市场运营指标分析 3

中国在线旅游度假市场案例分析 4

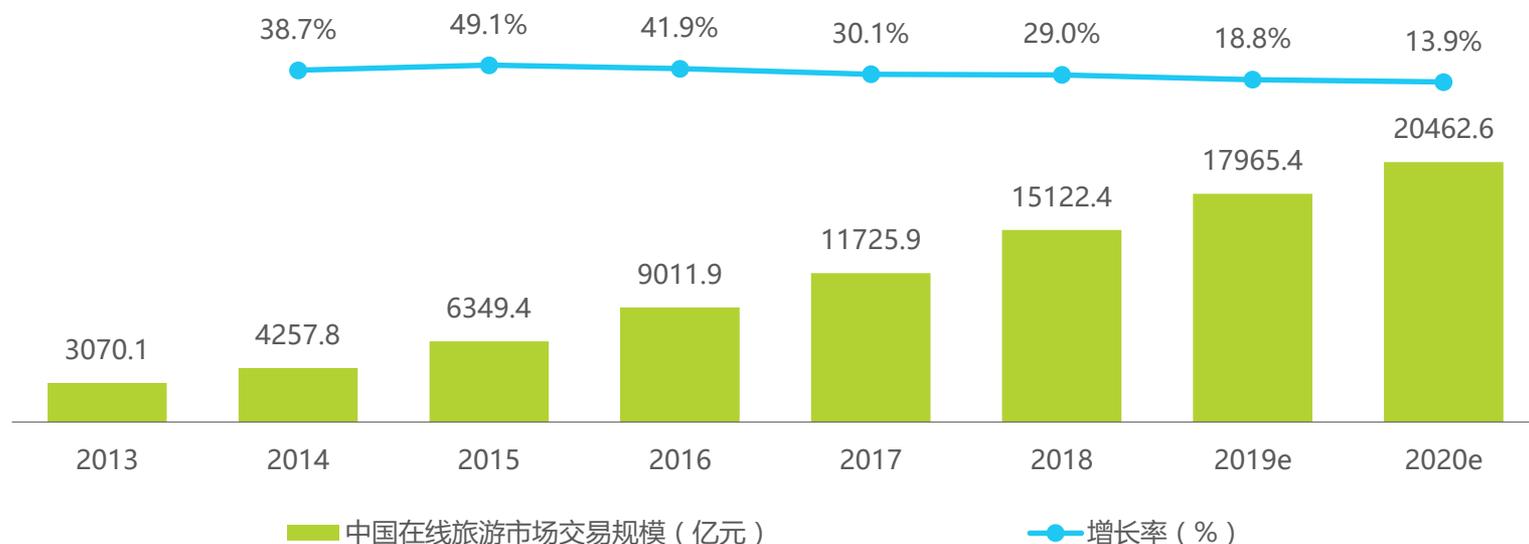
中国在线旅游度假市场趋势分析 5

中国在线旅游市场规模

低线城市潜在用户基数显著，下沉市场成为新发力点

2018年中国在线旅游市场交易规模为15122.4亿元，较2017年增长了29.0%。艾瑞分析，随着在线旅游市场用户流量增长的稳定，在线渗透率的提高将会逐年缩小幅度。但由于下沉市场用户基数较大，旅游产品的平均客单价格较一般电商商品高，因此目前大部分低线城市游客更倾向于通过线下渠道如线下旅行社等来购买旅游产品，中国在线旅游市场仍有较大增长空间。

2013-2020年中国在线旅游市场交易规模



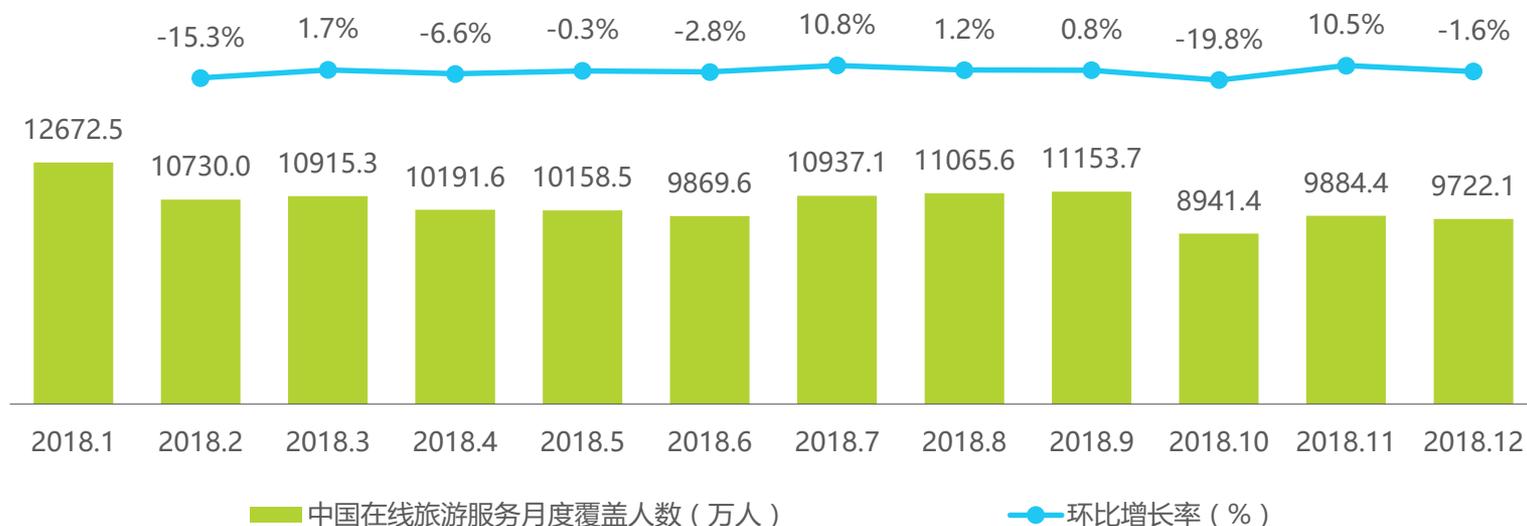
注释：其中在线机票市场交易规模以及在线住宿市场交易规模的核算口径不包括增值产品及服务以及未实际消费的退订部分交易额。
来源：综合上市公司财报、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国在线旅游PC端流量数据分析

PC用户群体稳定，全年流量波动幅度小

艾瑞监测数据显示，2018年中国在线旅游行业PC端月度覆盖人数波动仍呈淡旺季分布。其中，1月为全年峰值，近1.3亿人，其后回落至6月的约1亿人，7-9月维持平稳，约为1.1亿人。艾瑞分析认为，由于用户基数较稳定，PC端流量全年波动幅度较小，呈现平稳态势。

iUserTracker-2018年1-12月中国在线旅游服务月度覆盖人数



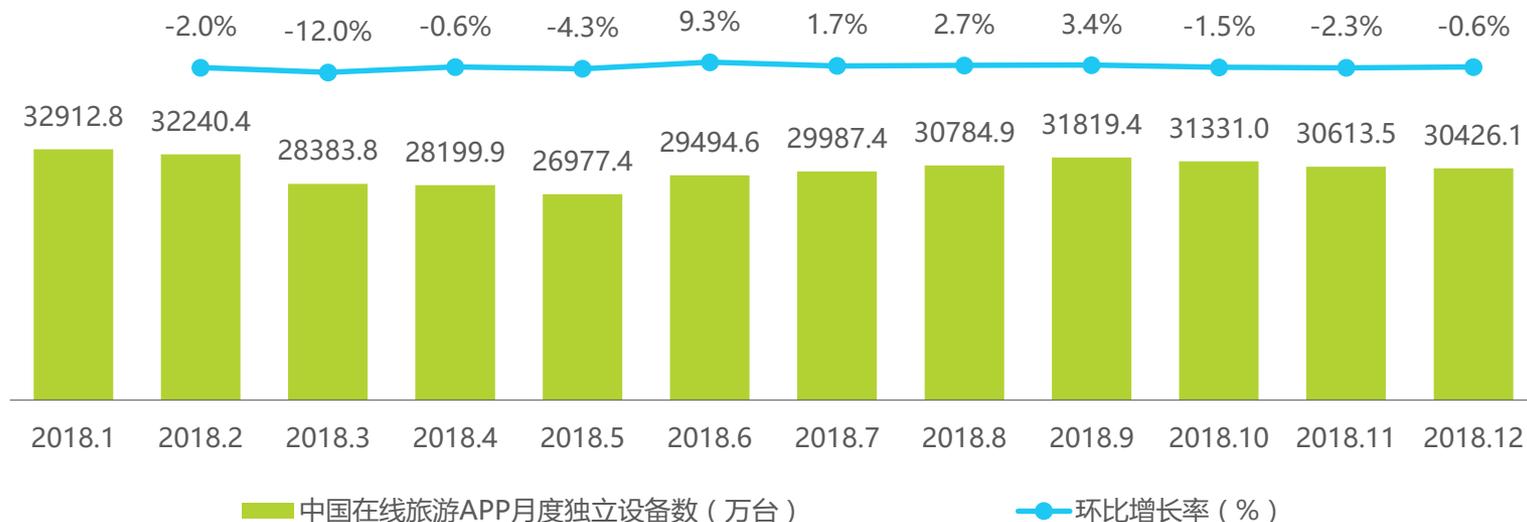
来源：艾瑞数据监测产品iUserTracker，数据监测时间为2018年1-12月。

中国在线旅游移动端流量数据分析

移动端较往年相比，呈现继续增长态势

根据艾瑞监测数据，2018年中国移动在线旅游服务月度覆盖人数在1-2月、8-9月暑期以及10月国庆黄金周期间较为明显的旺季态势。艾瑞分析，移动端的整体流量表现较PC端而言，呈现出更强的稳中有升的势头，中国移动在线旅游市场未来增长将继续向好。

mUserTracker-2018年1-12月中国在线旅游APP月度独立设备数



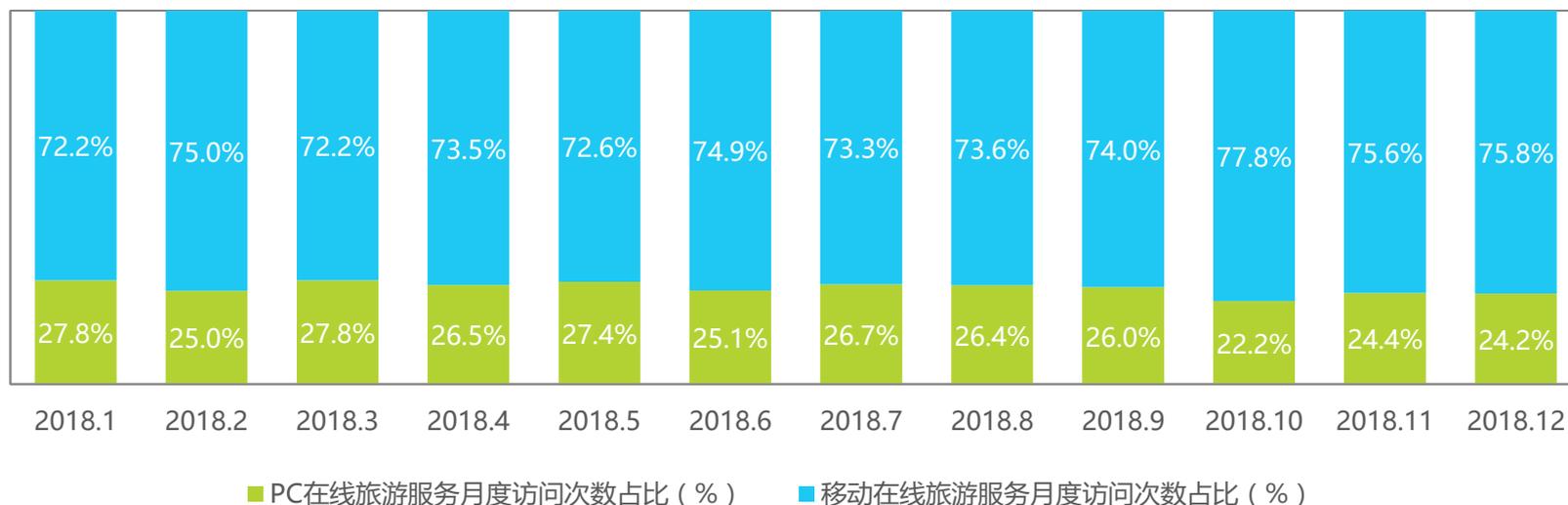
来源：艾瑞数据监测产品mUserTracker，数据监测时间为2018年1-12月。

中国在线旅游流量数据分析

移动端占比进一步提升，旅游信息获取移动化现状明显

艾瑞监测数据显示，2018年中国在线旅游行业移动端用户访问次数占总体超七成，较2017年有较显著的增长。艾瑞分析认为，移动互联网的发展直接带动了游客线下随时随地随想的旅游消费意愿，同时对于到达后的目的地玩乐消费有更强的推动作用。

iUserTracker&mUserTracker-2018年1-12月中国在线旅游服务访问次数结构
(PC/Mobile)



来源：艾瑞数据监测产品iUserTracker & mUserTracker，数据监测时间为2018年1-12月。

中国在线旅游市场发展态势总论

1

中国在线旅游度假市场分析

2

中国在线旅游度假市场运营指标分析

3

中国在线旅游度假市场案例分析

4

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21022

