

中国在线旅游行业研究报告

2018年



01



旅游市场需求端增幅将呈现微跌状态

- 旅游低频高价的消费方式受经济环境影响较大
- 2018年用户端数据显示在线旅游市场暑运表现不佳

02



出行市场受政策影响较大

- “提直降代”的政策要求已基本完成
- 供给侧改革的大背景下，民航市场化改革有一定成效
- 铁路改革保持稳步进行

03



直销渠道建设是酒店集团在成本降低/服务优化等多因素考虑下的自主选择

- 建设会员体系、开拓直销渠道的方式，将分销费用转为用在直销渠道建设上，为酒店集团的长期可持续发展提供优质用户基础

04



乌镇模式异地复制，资本寻找景区开发运营的标准范本

- 基本模式为建设旅游生态圈，基于基础自然环境资源开发度假属性，并拓展文化/会展等其他领域

中国在线旅游行业概况	1
中国机票市场研究	2
中国火车票市场研究	3
中国住宿市场研究	4
中国度假市场研究	5

中国在线旅游行业定义

在线旅游定义及分类

[在线旅游]

在线旅游是通过互联网、移动互联网及电话呼叫中心等方式为消费者提供旅游相关信息、产品和服务的行业。其包括在线机票/火车票预订、在线住宿预订、在线度假预订和其他旅游产品和服务（如商旅、保险、WiFi等）。

在线旅游行业分类

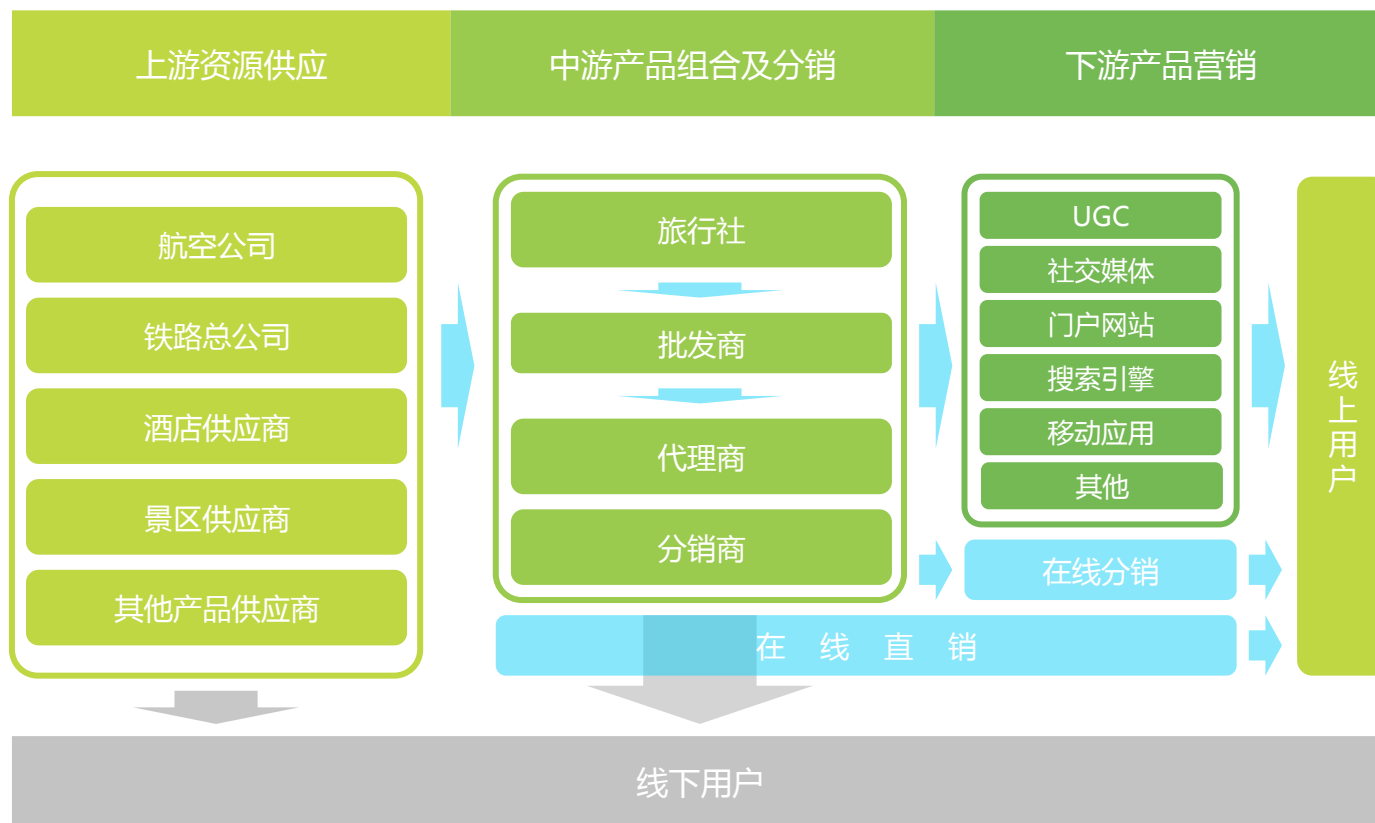


来源：综合公开信息、企业及专家访谈分析整理。

中国在线旅游产业链

在线旅游产业链

2018年中国在线旅游产业链条



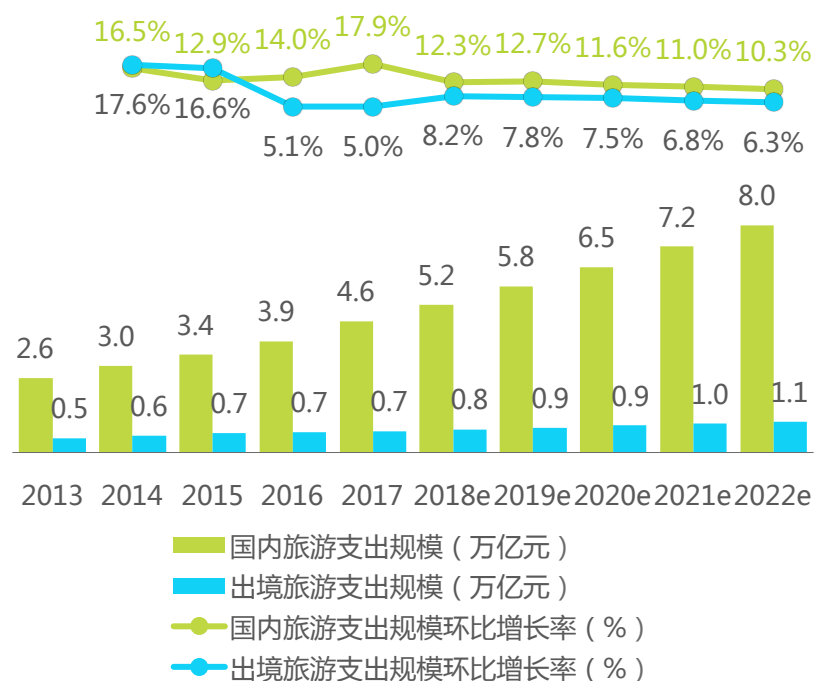
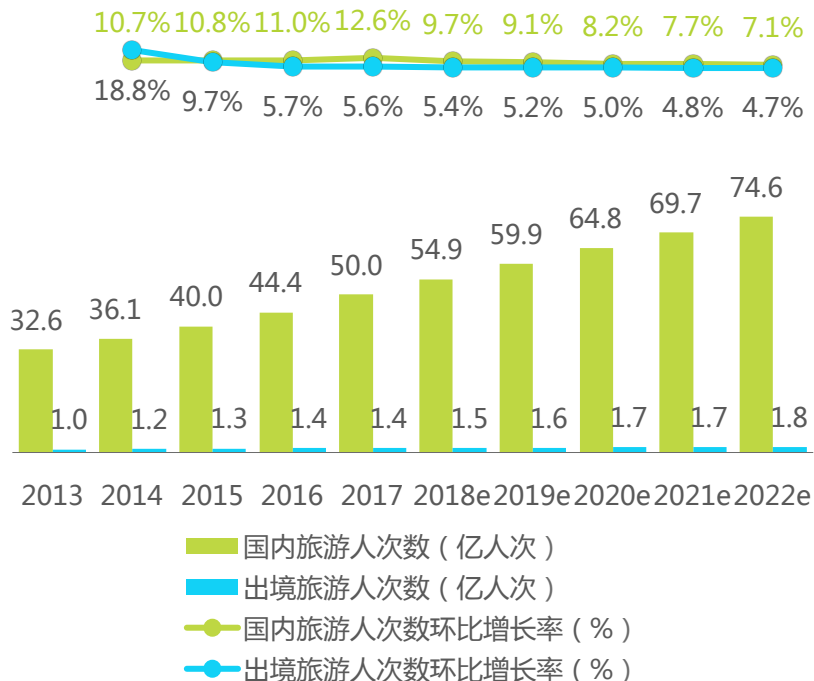
来源：综合公开信息、企业及专家访谈分析整理。

需求端增幅微跌状态将促使供给端探寻更多市场激励手段

一方面，中国国内下沉市场旅游消费意愿逐渐增强带来的观光旅游市场增长，以及碎片化假期和休闲体验观念普及所带来的周边游市场增长均对国内旅游市场的快速扩张产生有效影响，预计此正向影响将会在近几年保持；另一方面，近几年的出境游红利期将在未来两年逐渐消退，市场或将以推广营销等其他方式培养新消费力量并维持已存在的优质消费力量。总体来看，在经济下行的宏观环境下，旅游作为低频高价消费方式将会受到较大影响。

2013-2022年中国旅游人次

2013-2022年中国旅游支出规模



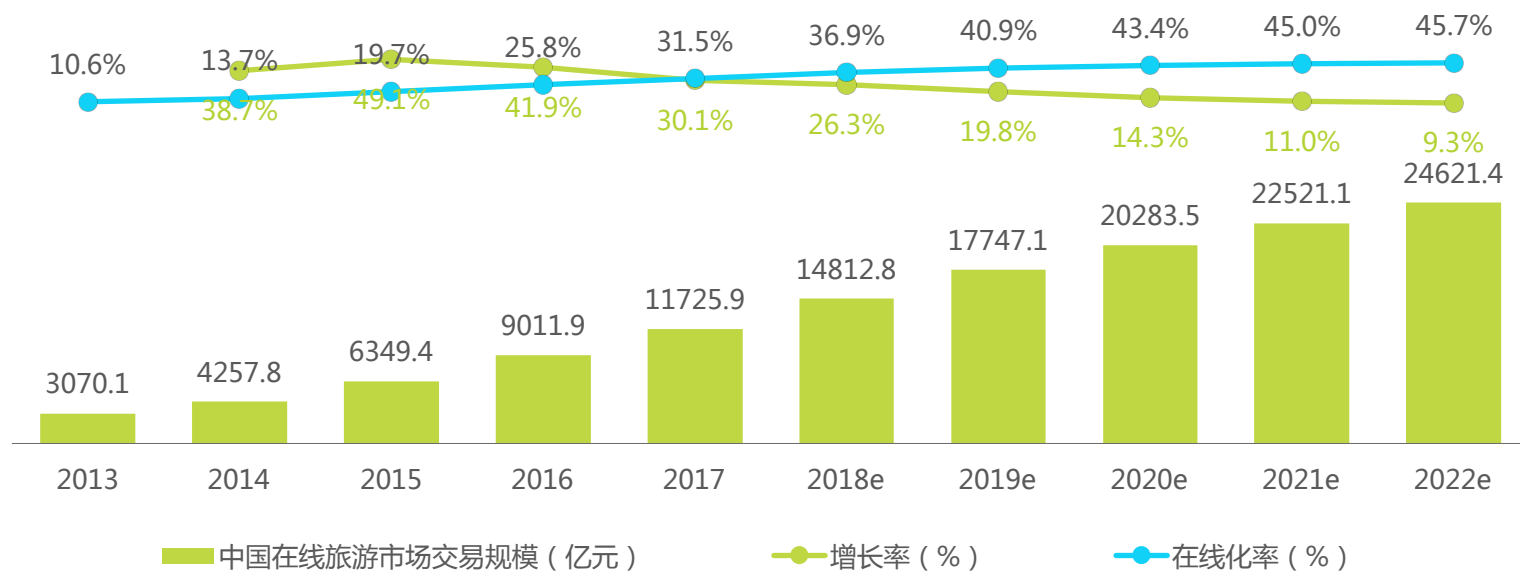
来源：国家文化和旅游部；综合公开信息，根据艾瑞统计模型核算。

来源：国家文化和旅游部；综合公开信息，根据艾瑞统计模型核算。

旅游行业在线化率迅速提升

中国整体旅游行业规模体量较大，已保持每年稳定增长，与此同时，随着供给需求两端的互联网化程度均迅速提升，旅游的在线化率将持续快速提升。在目前旅游各细分市场中，机票火车票市场的在线化程度已达到较高水平，住宿和度假仍有较大发展空间。

2013-2022年中国在线旅游市场交易规模

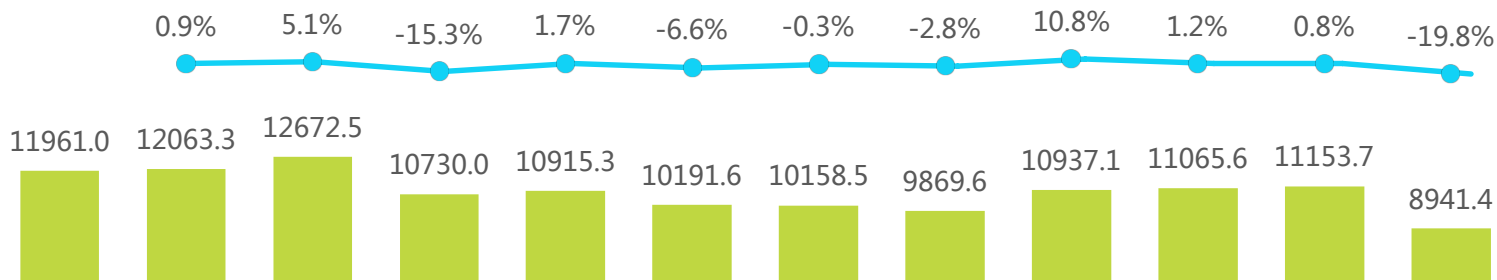


来源：综合上市公司财报、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

PC端流量整体波动仍呈淡旺季分布

艾瑞监测数据显示，2017年11月至2018年10月期间，中国在线旅游行业PC端月度覆盖人数的主要波动呈淡旺季分布，峰值表现为1月的春运阶段，而往年表现优异的暑运时期在2018年表现不佳。由于PC端覆盖人群较为固定，因此可以看出宏观经济环境对旅游市场有一定影响。

iUserTracker-2017年11月-2018年10月中国在线旅游服务月度覆盖人数及环比增长率



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_21176

