

中国在线出行住宿行业 研究报告-简版

2018年



海量行研报告免费读



2017年，中国**在线机票市场**交易规模达**4809.0亿元**，较2016年增长27.1%；中国**在线火车票市场**交易规模达**3299.4亿元**，较2016年呈现30.0%的增长。整体在线出行市场呈现为票务预订的多元化以及线上发展趋于成熟的态势。



2017年，中国**在线住宿市场**交易规模达**1819.4亿元**，较2016年增长27.3%，**在线渗透率达31.6%**。消费者预订渠道的转变等原因，在线预订的比例将逐渐提高，预计到2022年这一比例将增长至44.3%。



非标住宿兴起对OTA而言既是机遇也是挑战。机遇在于OTA能够通过与非标住宿企业的合作，实现**综合产品服务能力的提升**；而挑战则在于非标住宿**挤压传统酒店**的市场份额，因此如何平衡住宿预订市场至关重要。



“超级APP+小程序”的生态，代表着互联网巨头实现了中心式入口的流量再分配，在涵盖社交、电商、生活服务、自媒体、搜索和支付等多种功能的基础上，完善了整体的闭环生态链。对于OTA而言，嵌入各互联网巨头的闭环生态体系中，即可以**低成本获取高转化的用户流量**。



通过大数据，OTA将不仅为用户提供丰富的旅游信息，还可预测用户的需求，提前制定定制化的出行解决方案并实现产品的配套，最大化提高出行的效率和便利性，综合平台OTA将逐渐转变为**智能出行管家ITA**。

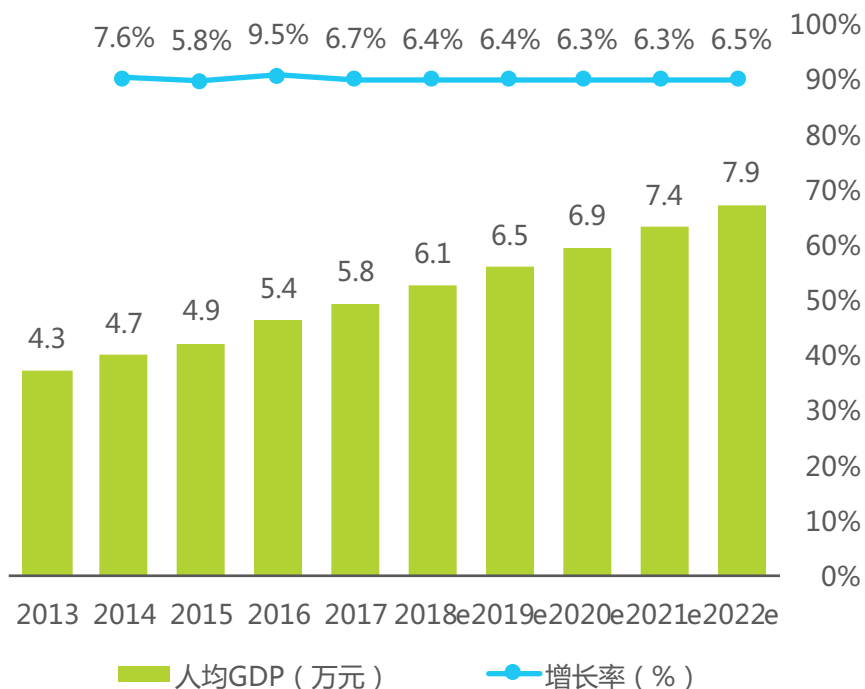
中国在线出行住宿行业分析	1
中国在线出行市场分析	2
中国在线住宿市场分析	3
中国在线出行住宿行业竞争格局	4
中国在线出行住宿行业未来趋势	5

背景：宏观经济态势良好

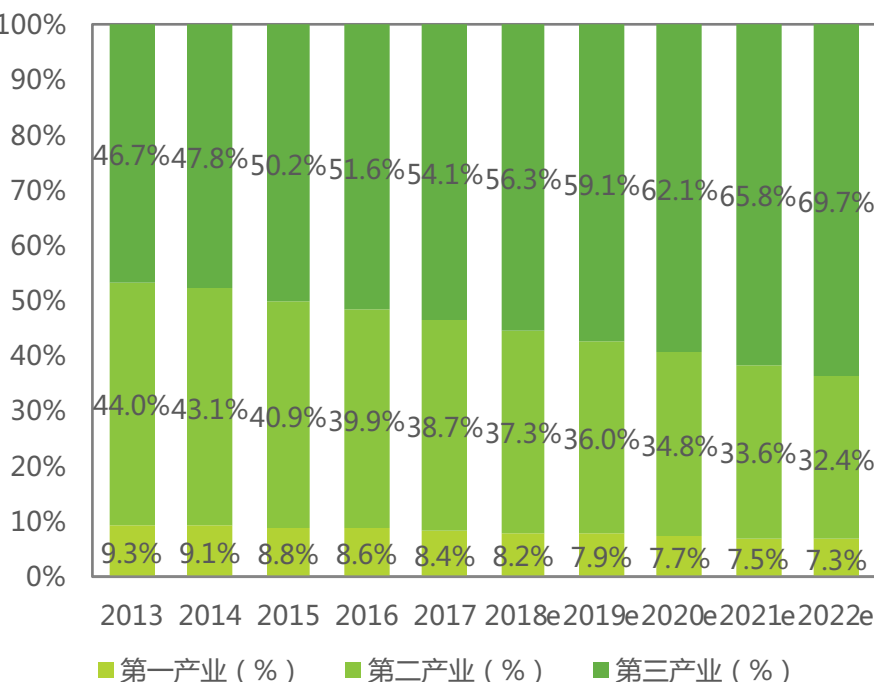
人均经济产值增长和经济结构转型推动休闲度假旅游趋势

根据统计数据，中国人均GDP从2013年到2017年大幅增长，这一趋势表明，以服务业为主导的消费行业在中国越来越重要。另一方面数据显示，第三产业在中国经济结构中占比越来越高，且已超过第一产业和第二产业，这说明中国经济正在由原来的工业主导型经济向服务主导型经济转变，因此就业弹性趋于提高，从而有利于促进收入的分配，这则为中国休闲度假旅游趋势的发展提供了基础。

2013-2022年中国人均GDP及增速



2013-2022年中国三大经济产业比例



来源：国家统计局。综合公开信息，根据艾瑞统计模型核算。

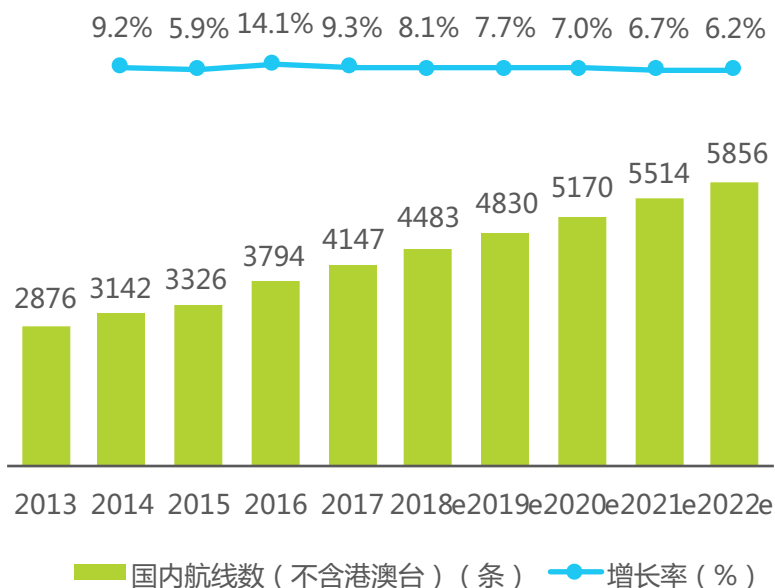
来源：国家统计局。综合公开信息，根据艾瑞统计模型核算。

背景：航空基建成熟

民航基建水平提升，为航线吞吐量的提高提供能力保障

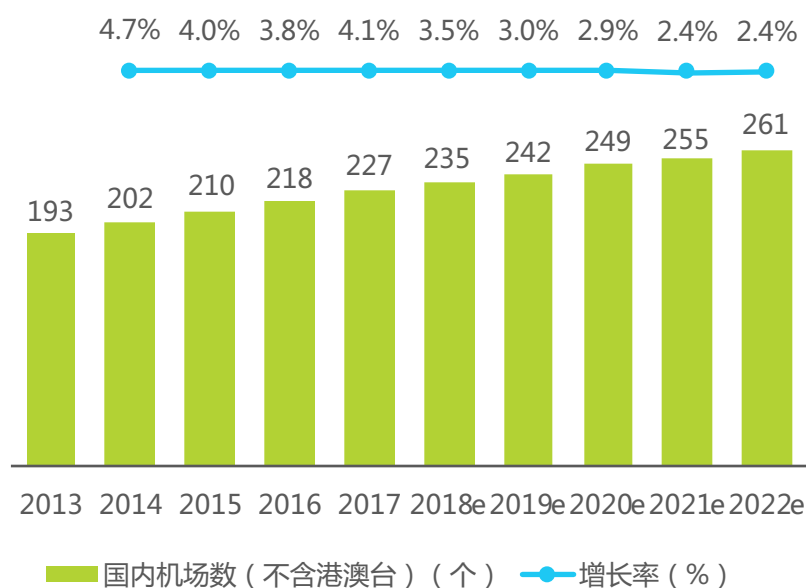
随着民航部门降低航空公司的进入门槛，中国国内民航航线数量从2013年的2876条猛增至2017年的4147条，预计到2022年将增长到5856条。与此同时，中国国内机场数量从2013年的193个稳步增长到2017年的227个，预计到2022年达到261个。民航基建水平的提高，为航线吞吐量的提升提供了基础能力的保障，有效改善了居民出行的便利性。

2013-2022年中国国内航线数量及增速



来源：国家交通运输部。综合公开信息，根据艾瑞统计模型核算。

2013-2022年中国国内机场数量 (不含港澳台) 及增速



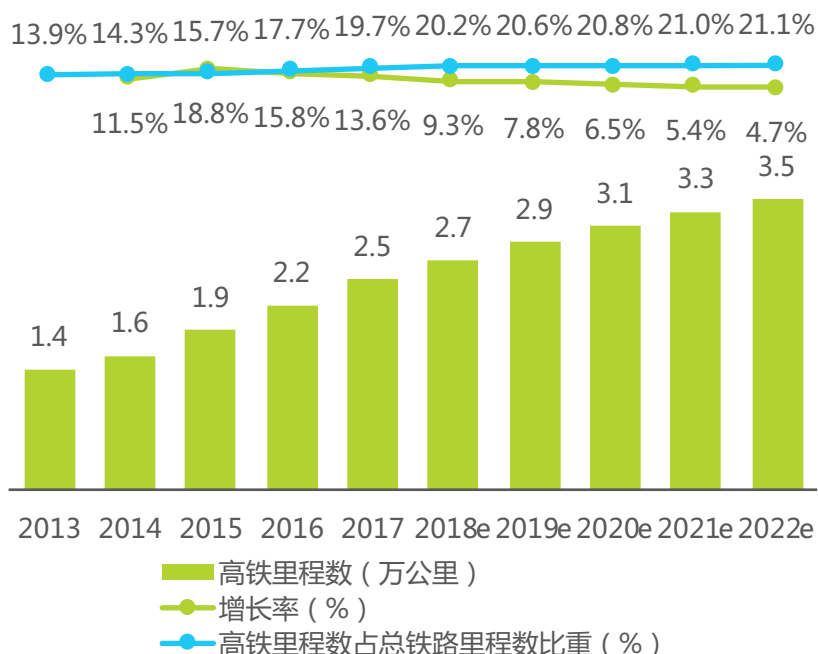
来源：国家交通运输部。综合公开信息，根据艾瑞统计模型核算。

背景：铁路及公路基建成熟

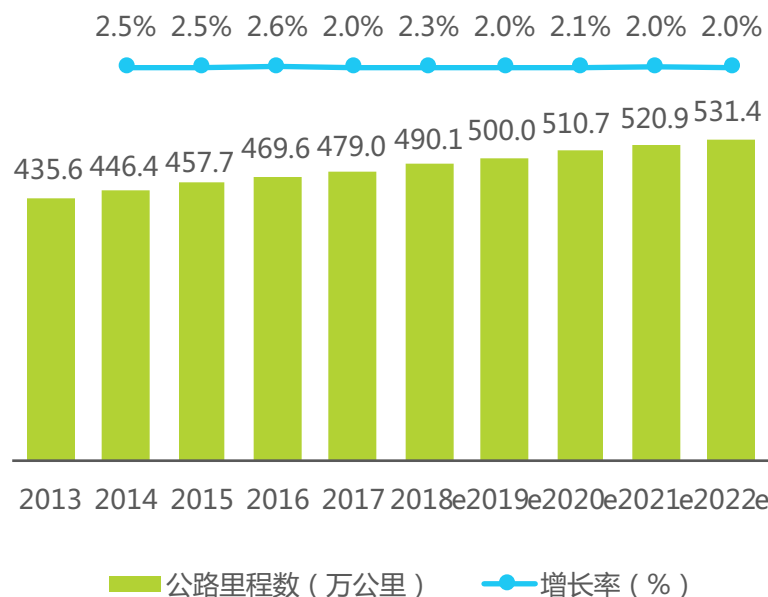
高铁出行优势日渐显著，基建比例随之升高

基础设施是运输业的基础，公路及火车里程数则是国家交通发展的重要指标之一。近年来，由于高速铁路的便捷性较普通铁路有较大优势，选择高铁出行的居民越来越多，高铁基建也越来越被看重，2017年高铁里程数占总铁路里程数比重达19.7%，较2013年的13.9%有大幅增长。而另一方面，公路里程数增长率则较低，2017年总公路里程数为479.0万公里，较2016年增长2.0%。

2013-2022年中国高铁里程数及 占总铁路里程数比重



2013-2022年中国公路里程数及增速



来源：国家交通运输部。综合公开信息，根据艾瑞统计模型核算。

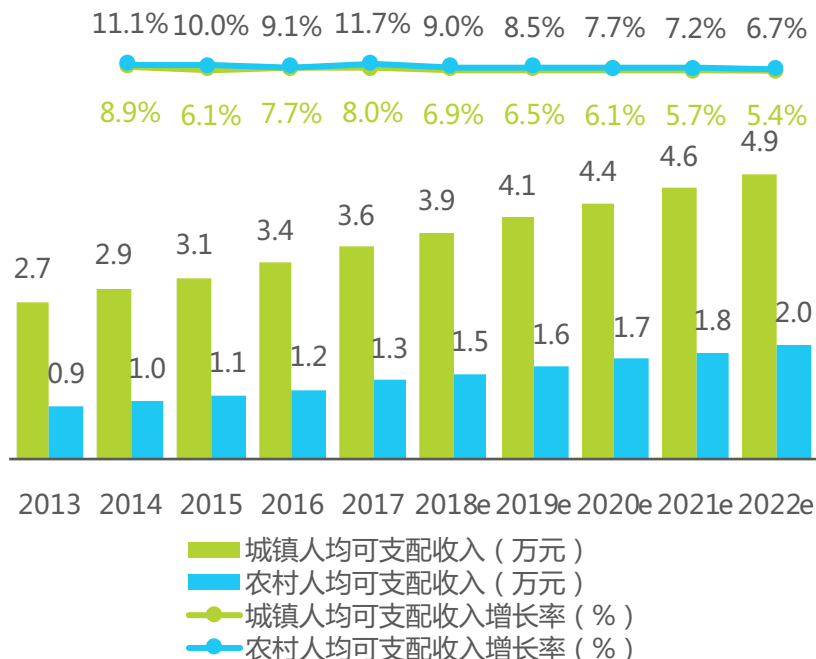
来源：国家交通运输部。综合公开信息，根据艾瑞统计模型核算。

背景：可支配收入增长

可支配收入增长推动优质旅游意愿提升

人均可支配收入的持续增长，有助于培养不断扩大的中产阶级消费能力的提升。从消费者的角度来看，旅游越来越成为日常生活中不可或缺的一部分，消费者愿意承担更高水平的支出以换取更优质的旅游体验。因此，中国旅游人次及旅游支出规模有明显增长。

2013-2022年中国人均可支配收入 及增速

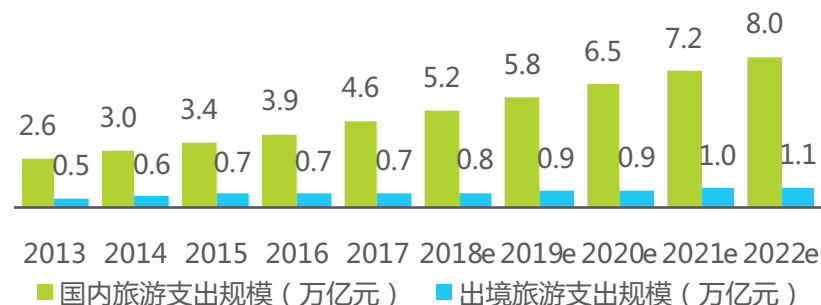


来源：国家统计局。综合公开信息，根据艾瑞统计模型核算。

2013-2022年中国旅游人次



2013-2022年中国旅游支出规模



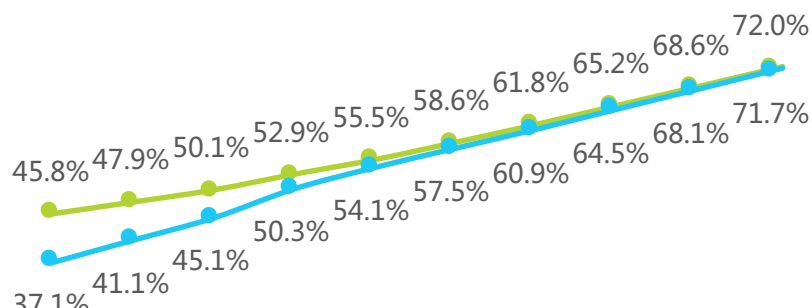
来源：国家文化和旅游部。综合公开信息，根据艾瑞统计模型核算。

背景：互联网经济持续发展

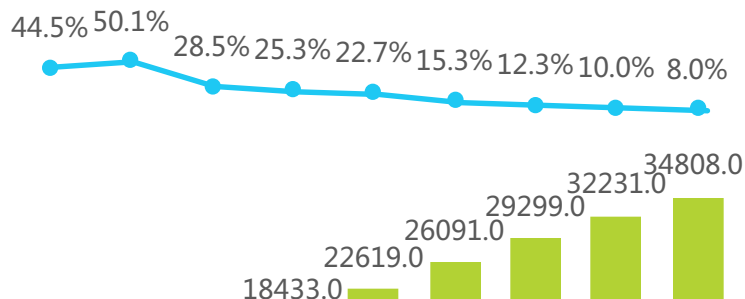
移动端是消费型互联网企业的发展重点

2017年，中国总体网民渗透率达55.5%，移动网民渗透率则达到54.1%。一方面凸显了中国网络经济的迅速发展，另一方面则暗示着中国消费端互联网企业需要对移动端持续投入，最大化移动端消费优势。对于服务于在线出行住宿预订的企业而言，移动互联网能够为用户提供更便捷的预订服务的基础。

2013-2022年中国总体网民渗透率
及移动网民渗透率



2013-2022年中国互联网经济规模
及增速



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_21202

