

中国景区旅游消费研究报告

2018年



摘要



近年来我国国内旅游市场的游客人数一直保持着稳定增长的趋势，大众旅游时代，旅游休闲已成为百姓的生活常态，2017年，国内旅游市场游客人数已经达到**50亿**人次。



景区门票在线销售方面，在2013年到2017年间中国高星景区在线门票市场规模不断扩大，门票销售的整体在线渗透率也在逐年增长，2017年国内高星景区在线门票交易额已经超过了**188亿元**，在线渗透率达到**14.3%**。



2017年高星景区门票销售趋势方面，高星景区门票直销比例有所上升，线上销售比例增加，高星景区开始重视门票的官网、电商旗舰店、微信等**线上直销渠道**。



在中国旅游用户未来倾向的门票预订方式上，线上订票越来越受到欢迎，**74.3%**的用户首选**在线旅游网站**作为景区门票订票平台。对于未来门票产品的偏好，用户较为偏爱一站式服务的打包产品，省去用户多次预订的麻烦。



景区IP的发掘和重塑、景区硬件、软件配套设施的**智能化升级**将成为未来景区发展的两大趋势。

中国景区旅游市场发展现状

1

中国高星景区门票销售渠道

2

中国景区旅游用户洞察

3

中国景区旅游发展趋势及案例分析

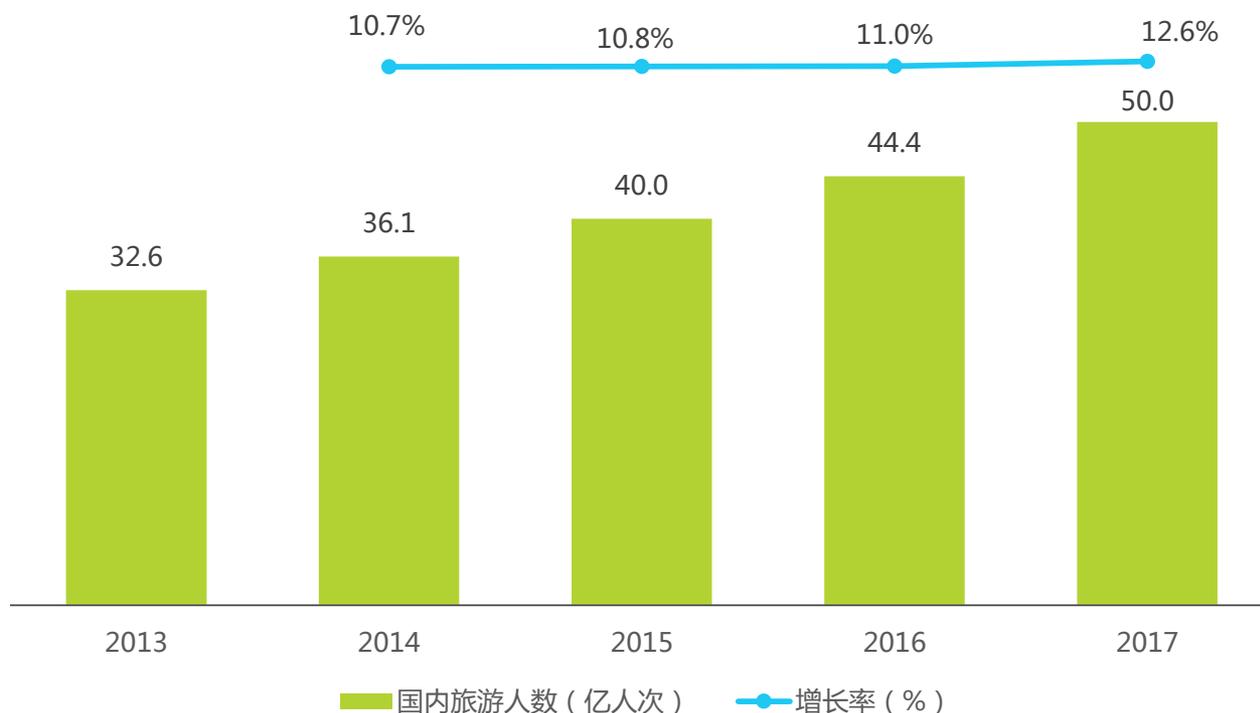
4

中国旅游市场游客规模

国内游客数量稳定增长

国家统计局有关数据显示，近年来我国国内旅游市场的游客人数一直保持着稳定增长的趋势，增长率在10%以上，大众旅游时代，旅游休闲已成为百姓的生活常态，2017年，国内旅游市场游客人数已经达到50亿人次。

2013-2017年中国国内旅游市场游客规模

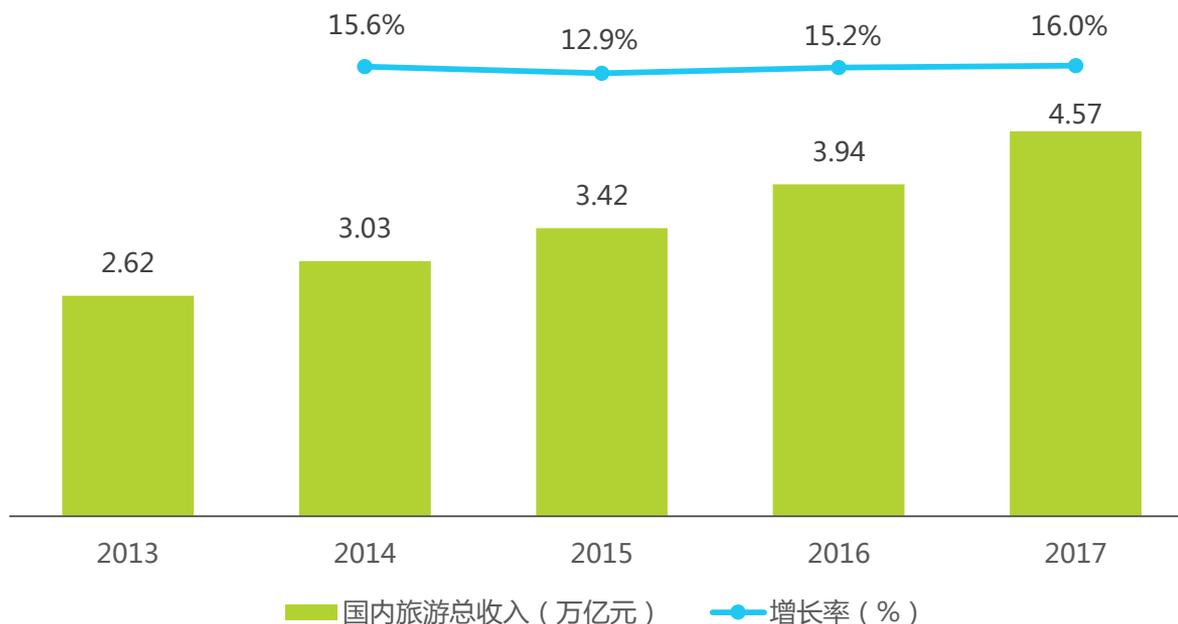


中国旅游市场收入现状

国内旅游总收入逐年增加

国家旅游局相关数据显示，2013-2017年间，国内旅游总收入也在逐年增加，2017年中国国内旅游总收入已经达到4.57万亿元，随着旅游用户的不断增加，用户自身经济水平的不断提高，旅游业收入也呈现喜人的增长趋势，旅游产业欣欣向荣。

2013-2017年中国国内旅游总收入



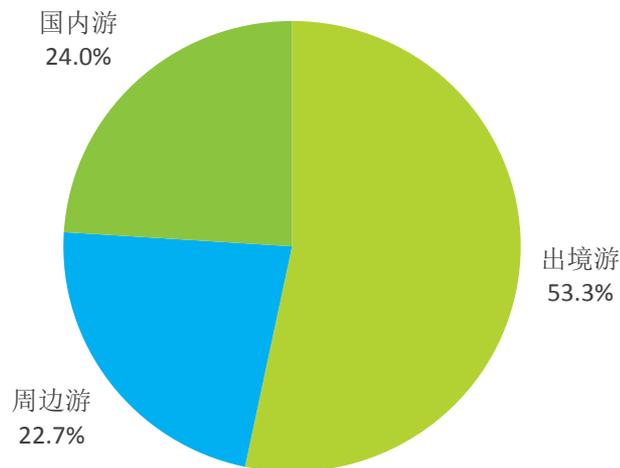
在线旅游度假市场结构（周边游/国内游/出境游）

出境游交易额贡献大，周边游市场交易规模有所增加

艾瑞数据显示，相较于2016年国内在线旅游度假市场，2017年的市场结构整体变化不大，出境游交易规模仍然贡献最大，周边游市场交易规模则有所增加。

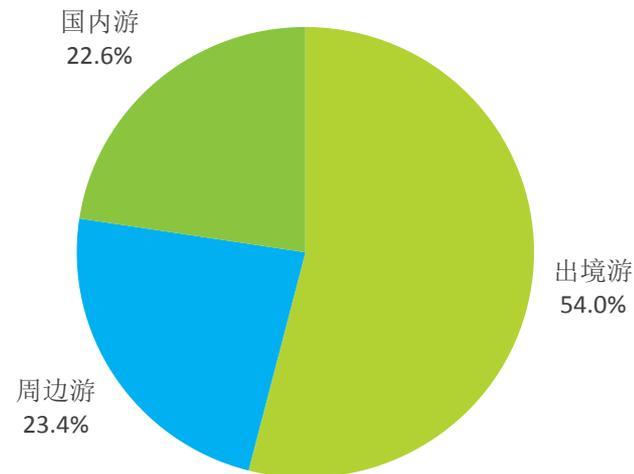
2016年中国在线旅游度假市场结构

（按交易规模，周边/国内/出境维度）



2017年中国在线旅游度假市场结构

（按交易规模，周边/国内/出境维度）



来源：艾瑞行业积累、行业公开资料、企业访谈、企业财报、企业电话会议资料及参考其他第三方机构公开发布数据等，根据艾瑞统计模型核算。

来源：艾瑞行业积累、行业公开资料、企业访谈、企业财报、企业电话会议资料及参考其他第三方机构公开发布数据等，根据艾瑞统计模型核算。

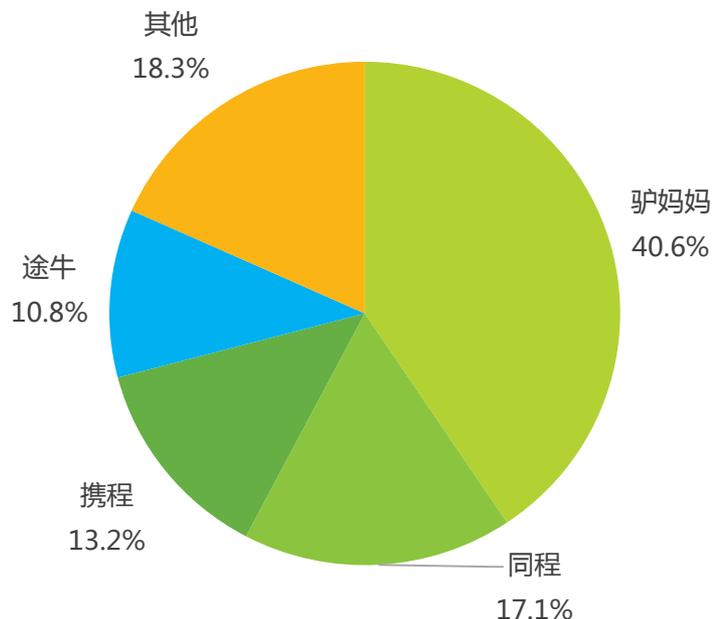
在线旅游周边游度假市场结构

周边游市场集中度高，驴妈妈市场份额占比达40.6%

随着中国假期制度的碎片化，越来越多的上班族选择在小长假或者周末出行游玩，周边游市场规模也因此不断增加。艾瑞数据显示，在2017年中国在线周边游市场中，驴妈妈以40.6%的份额位列市场第一，同程和携程分别以17.1%和13.2%的份额占据第二、第三的位置。

2017年中国在线周边游市场份额

(按交易规模划分)



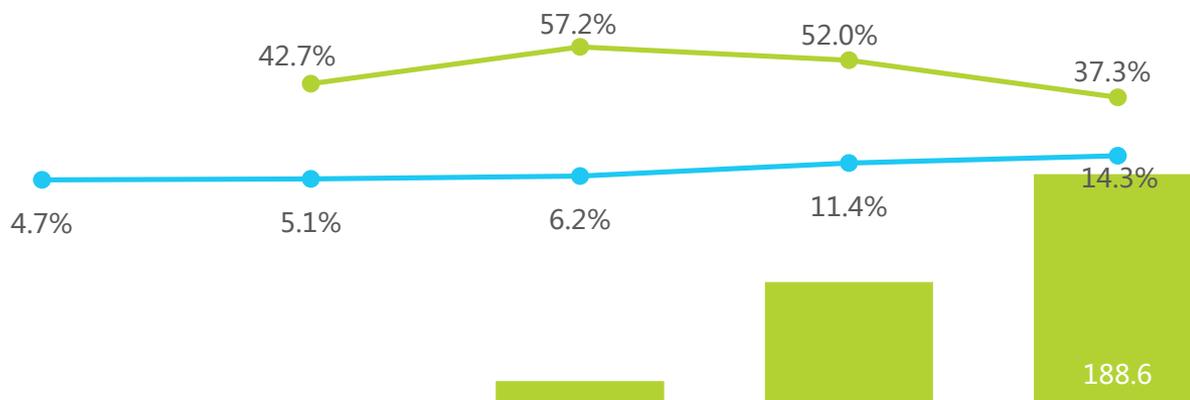
来源：艾瑞行业积累、行业公开资料、企业访谈、企业财报、企业电话会议资料及参考其他第三方机构公开发布数据等，根据艾瑞统计模型核算。

中国景区线上购票市场发展现状

2017年国内高星景区在线门票交易额超过188亿元

景区门票在线销售方面，在2013年到2017年间中国高星景区在线门票市场规模不断扩大，2017年国内高星景区在线门票交易额已经超过了188亿元；门票销售的整体在线渗透率也在逐年增长，随着越来越多景区开放网络购票渠道，加强与OTA合作进行门票分销，未来在线景区门票市场规模将持续增加。

2013-2017年中国高星景区在线门票市场规模及增长情况



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_21264

