

中国在线定制旅游行业 研究报告

2018年



海量行研报告免费读



2017年中国在线定制旅游市场交易规模为68.0亿元，在线化率为7.9%。未来随着定制旅游消费意识的增强以及行业规范体系的成熟，其市场空间非常广阔，预计在线化率也将随之提高。



根据各地面服务商和产品供应商的服务能力标签搭建适合定制游企业广泛使用的供应链数据平台，是定制游行业需要长期共同努力得到的成果。



用户与定制师之间在线化的沟通方式帮助了效率的大幅度提升；而关键技术的开发也为定制游的规模化提供了可能性。



目前定制游市场由于模式的尚不成熟使得各场内玩家对于定制游的理解和实际操作方式都不一样，由此导致了各家定制程度以及定制方式的不同，同时引发的问题是各家对于定制师的培养目标都无法达成一致，因此行业内存在能力水平较低的从业者。



定制游作为介于跟团游及自助游之间的一种旅游模式，使得以跟团游或自助游产品为生存根本的企业开始认知到自身产品中存在的不足以及可改进的方向。半标品化则是值得业内思考和改进的一个方向。

定制旅游：根据用户需求生成的旅游产品组合

目前旅游市场中主要存在三种旅游形式，分别是：跟团游、自助游以及定制游。在中国大众旅游市场的发展过程中，跟团游的成熟引出了消费者对自助游的需求，而随着自助游的进一步发展，定制游开始呈现快速成长状态。而在中国高端旅游市场，定制游始终是高端消费者的首选之一。在具体服务层面，定制游主要提供的服务包括：行程前的需求沟通、方案策划、路线制定、路书制作以及酒店、机票等预定服务和签证保险协助服务；行程中的地接服务和突发情况处理服务；行程结束后的销签服务等。

自助游、跟团游及定制游的概念

自助游

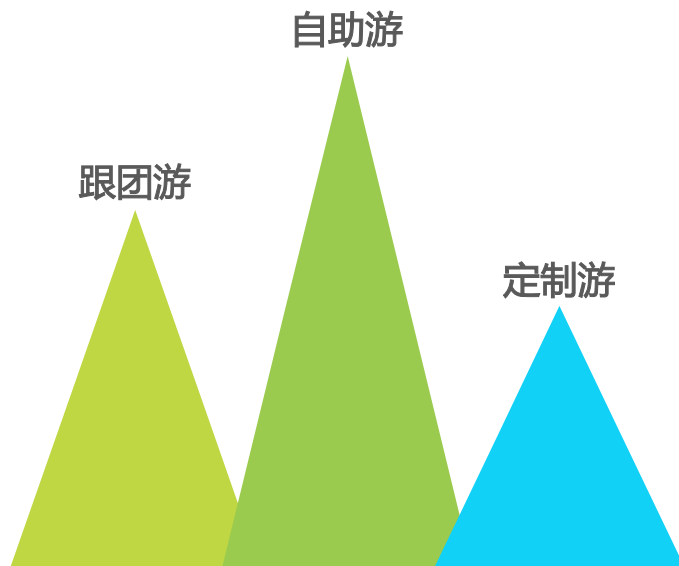
自助游是指通过旅行社、在线旅行社、产品分销商或代理商等方式，为个人消费者在自主安排行程的过程中，提供部分行程中的旅游度假产品和服务的行业。

跟团游

跟团游是指游客向旅行社或在线旅行社报名签约参加固定团期的旅行团（散客拼团或独立成团），并必须参与到旅行社安排的旅游行程中的全部过程，食住行购娱全部由旅行社安排，并且全程有领队及导游陪同，跟团游期间游客不得擅自脱团，旅行社应对跟团游行程中游客的整个过程中的安全问题负责。

定制游

广义的定制旅游是指市场中所有非标准的旅游产品，即需求导向型产品，用户先提出需求，服务商根据用户需求购买资源形成产品。狭义的定制旅游是指定制旅游企业或私人旅行顾问针对消费者的个性化需求和体验感受制定旅游方案并提供相关服务的一种旅游形式。



发展背景与需求分析

1

实现路径与供给分析

2

企业案例

3

关键节点与策略分析

4

趋势展望

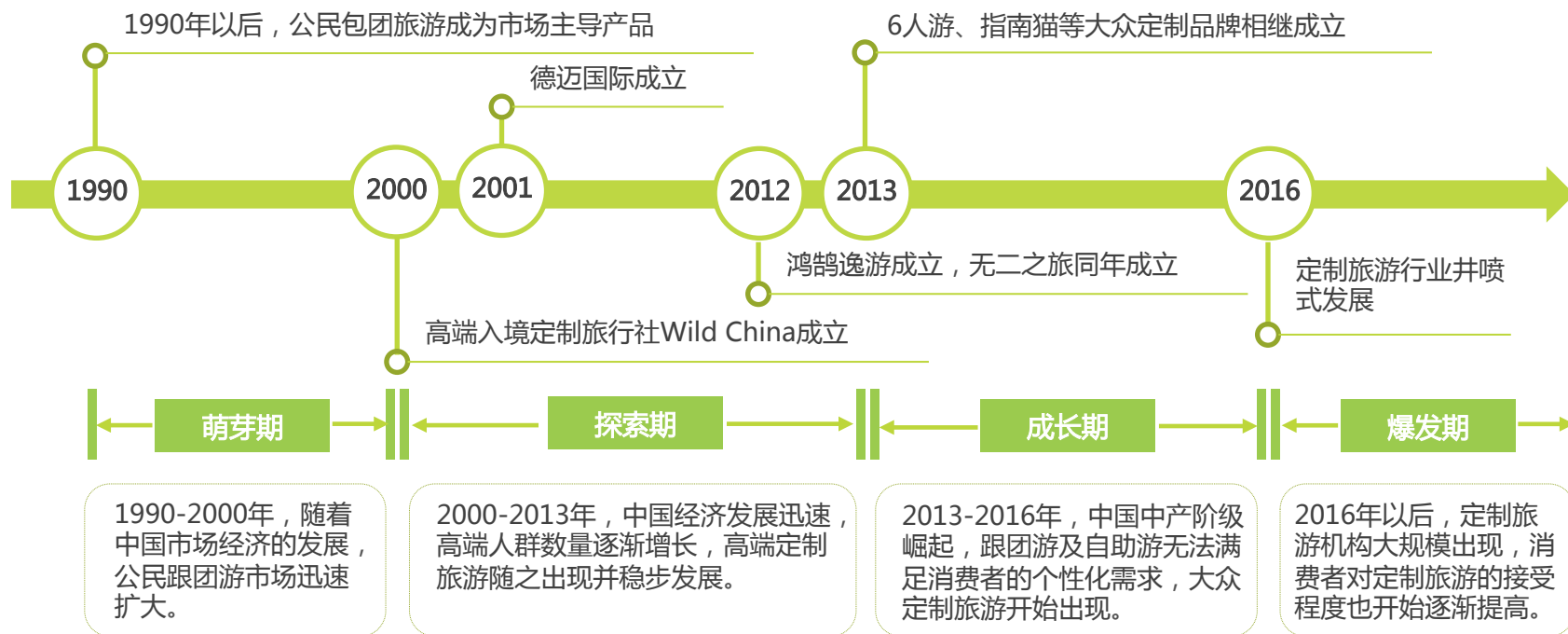
5

定制旅游发展历程

消费者需求个性化，推动定制旅游从高端走向大众

1990-2000年，居民旅游消费意愿增长，但旅游经验较为贫瘠，因此跟团游成为公民旅游的首选；2000年以后，随着国家对出境旅游配额管控的放松，越来越多的高端人士选择出境旅游这种消遣方式，而当时团队标品即跟团的方式在出境旅游这一领域还未成熟，因此部分旅游企业以定制的方式作为基点为这部分人群提供出境游服务，这段时期即为高端定制旅游机构的萌芽及发展期；2013年以后，一方面由于跟团游在过去多年中出现的恶性消费陷阱等问题，导致消费者对跟团游的信心下降，另一方面由于自助游对游客自己的自主规划能力要求较高，有个性化需求的这部分大众用户开始选择通过定制的方式来获取适合自己的行程。

中国定制旅游行业发展历程

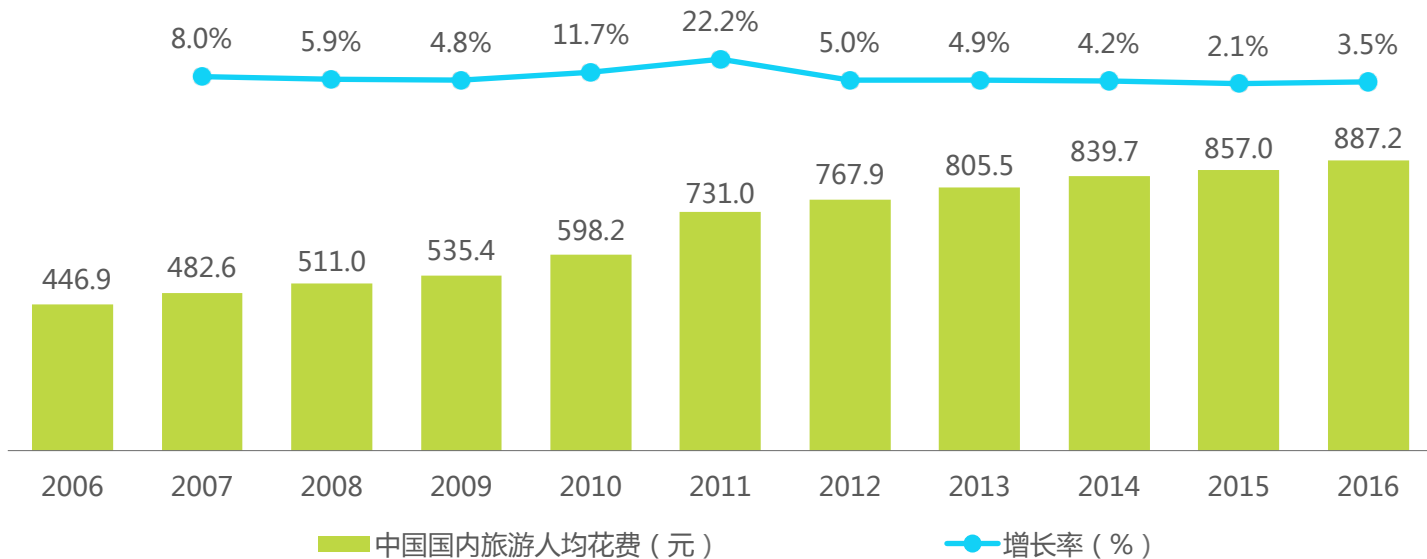


来源：综合公开信息、企业及专家访谈分析整理。

国内旅游人均花费增速回升，个性化旅游形式面临机遇

中国国内旅游人均花费在2010年较往年有大幅增长，增长率达11.7%，并在2011年增长达到22.2%。主要原因在于：一是自由行兴起，大众对于该种旅游形式的接受度迅速提高，并直接带动旅游意愿的提升以及旅游花费的增长；二是OTA等在线旅行社及其他旅游类网站的快速成长，为居民旅游的便捷性提供了非常大的支持。而在连续四年的增速下滑的情况下，2016年中国国内旅游人均花费的增长率开始回升。艾瑞分析，这次的回升主要是由于定制游这种个性化程度较高的旅游形式开始受到大众的关注及尝试。

2006-2016年中国国内旅游人均花费情况



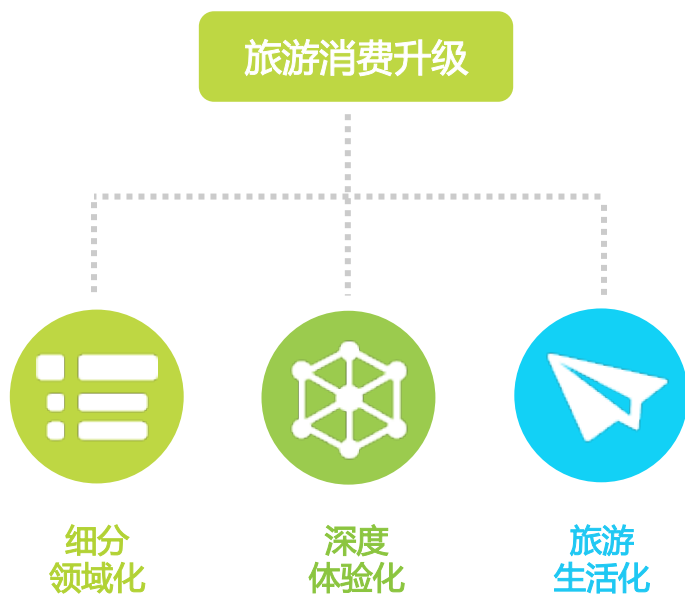
来源：国家统计局公开数据，计算方式为“中国国内旅游人均花费=中国国内旅游总花费/中国国内游客”。

出境游需求

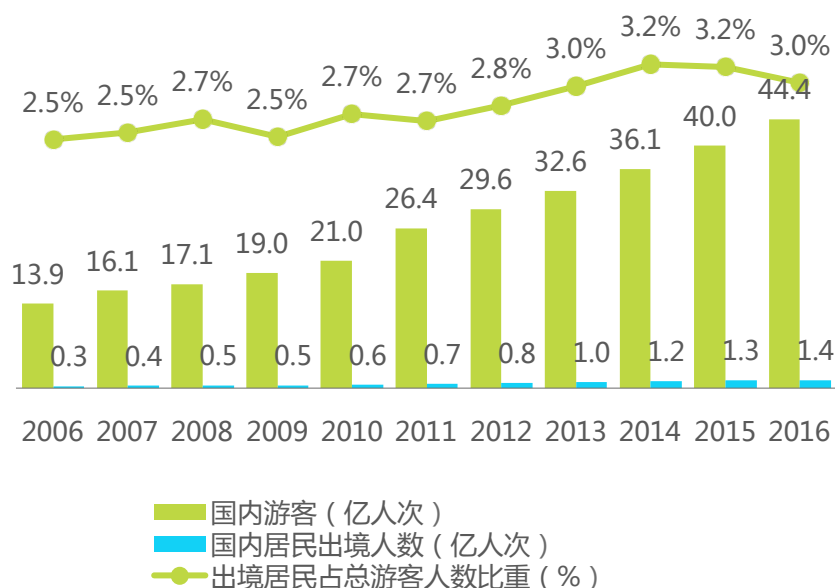
旅游消费意愿提升，出境游人次逐年增加

随着居民可支配收入的稳步增加，大众对于旅游消费的认知度逐渐提高，从旅游消费初期的跟团观光及购物型旅游方式转变为如今的个性化旅游方式。目前旅游消费升级主要有三种表现形式：细分领域化、深度体验化以及旅游生活化。细分领域化是指大众在旅游项目的选择上更加的多样化，例如游学、商旅等，而不是局限在观光休闲的项目上。深度体验化是指在旅游过程中，游客更加偏向于体验各国各地的风土人情和生活方式。而旅游生活化是指中国的旅游人次以及大众的人均旅游时间在逐年增加，旅游逐渐成为了大众生活的一部分。

中国旅游消费升级表现形式



2006-2016年中国游客总数及出境居民人数



来源：综合公开信息、企业及专家访谈分析整理。

来源：国家统计局公开数据。

用户侧需求产生点：高端定制旅游

独特体验及服务保障推动高端定制游扩张

从本质上说，高端定制旅游与大众定制旅游的根本区别在于服务上的深度与广度。高净值用户在选择高端定制旅游时考虑的因素主要有：服务是否到位和贴心、产品是否适合和喜爱以及自己所有的要求是否能够被满足。因此，高服务保障的定制机构的口碑也会在社群内传播，从而实现扩张。

高端定制旅游需求点



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_21278

