

中国在线旅游度假行业 研究报告

2017上半年



摘要



- 2017上半年在线旅游市场增长放缓，市场交易规模**3419.3**亿元，同比增长**24.9%**。



- 2017上半年在线旅游市场结构稳定，受季节影响略有波动，机票交易额占比**58.9%**，住宿占比**20.2%**，度假占比**16.5%**。



- 2017上半年在线度假游市场稳定前行，交易规模**548.7**亿元，同比增长**35.8%**。



- 2017上半年在线度假游市场交易规模，**途牛**市场份额占比**20.3%**，位居首位，品牌投入见成效。



- OTA加大交通资源布局，主要通过**战略合作**、**资本入股**和**投资自建**等方式进行布局，如同程旅游4月10亿元注册资金成立航空公司。

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

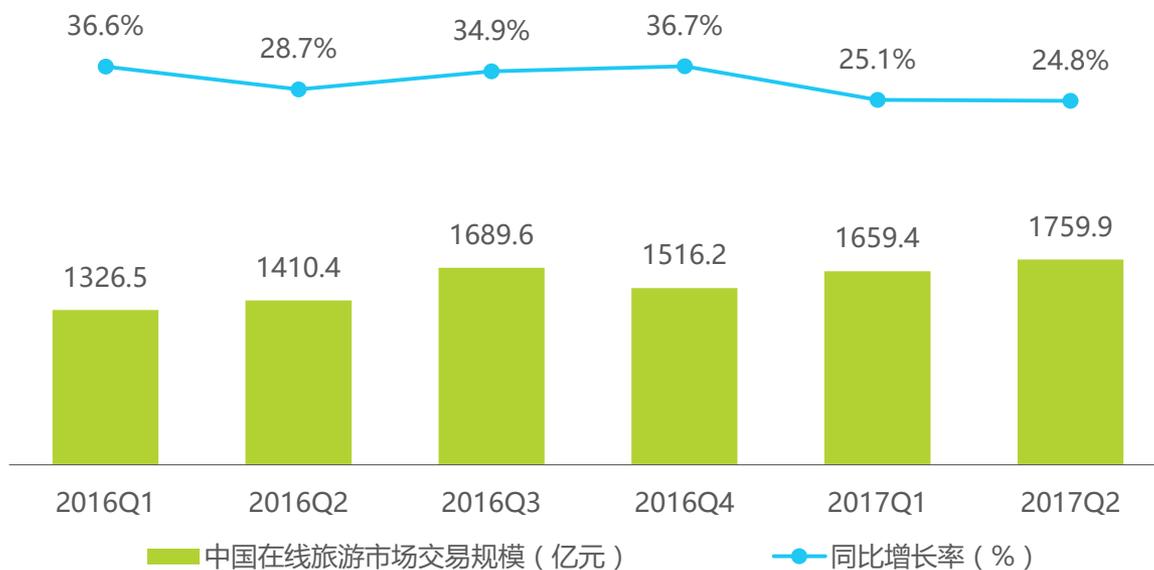
中国在线旅游度假热点事件及案例分析 4

中国在线旅游市场规模

互联网人口红利消退，在线旅游市场增长放缓

2017Q2在线旅游市场交易规模1759.9亿元，同比增长24.8%，相较2016Q2增长率下降3.9个百分点。艾瑞咨询认为，随着互联网人口红利逐步消失，线上获客成本不断提升，行业巨头纷纷在线下开设门店，线上市场交易规模将受到影响，增长逐步放缓。

2016Q1-2017Q2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。

中国在线旅游行业市场结构

在线度假市场结构稳定，受季节影响略有波动

● 在线度假市场占比持续上升

中国在线旅游市场当中，度假交易额占比持续上升，2017Q2占比为16.5%，较Q1上升0.8个百分点。主要原因为，Q2短假期增多，以度假旅游为目的出行人数增多，因此度假产品交易额提升。

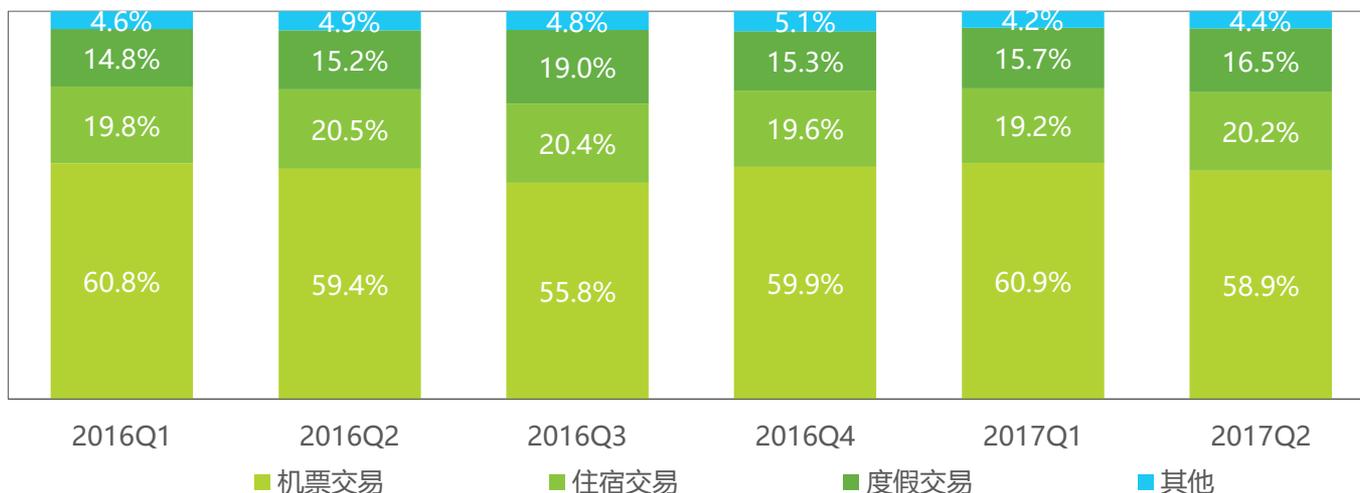
● 机票市场仍占据半壁江山，但整体呈下降趋势

2017Q2机票占比58.9%，相较Q1下降2个百分点。Q1受春节期间返乡热潮影响，以探亲为目的的出行人数激增，因此机票交易占比略有提升。Q2出行目的主要以度假、商旅为主，因此机票市场份额降低。

● 住宿市场占比较为稳定，受季节性影响较明显

2017Q2中国在线住宿占比为20.2%，相较Q1上升1个百分点，其原因来自第二季度短假期较多，出行住宿需求比例提升。

2016Q1-2017Q2中国在线旅游行业市场结构

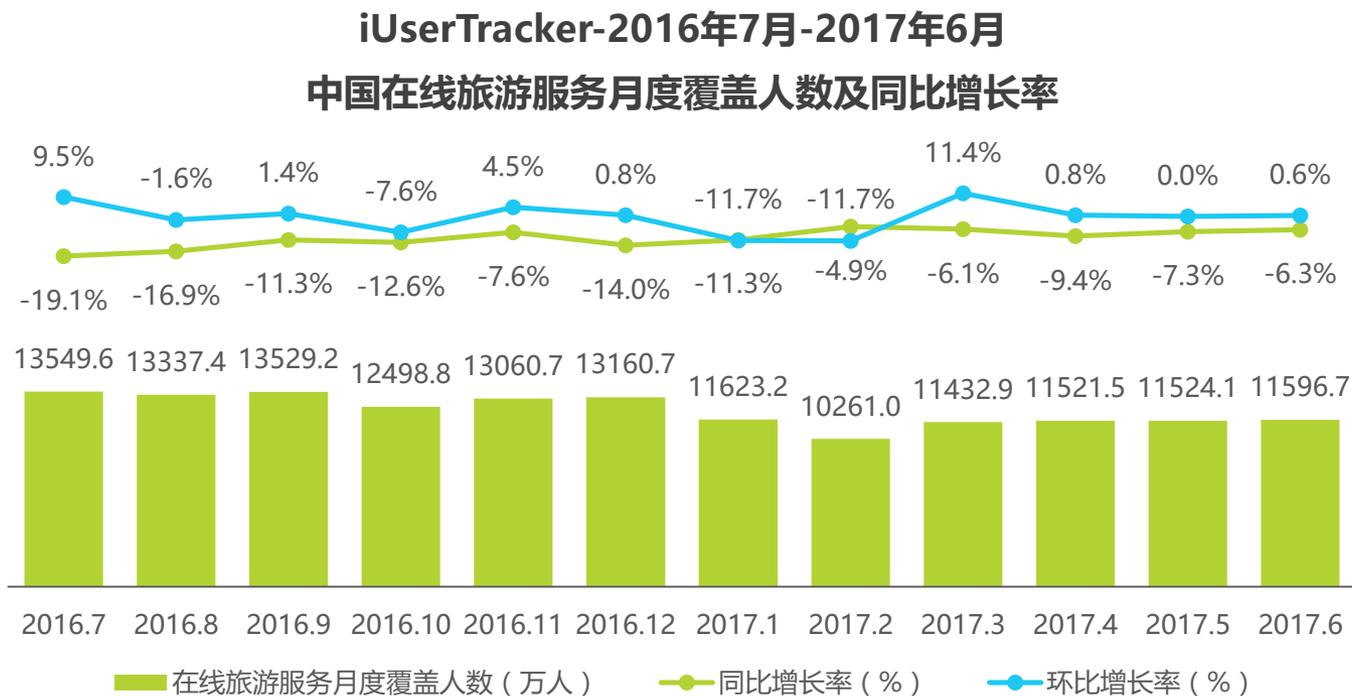


来源：综合上市公司财报、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国在线旅游PC端流量数据分析

PC端流量下滑趋缓

艾瑞监测数据显示，整体来看，PC端流量呈持续下滑趋势，同比增长率持续为负。艾瑞认为，在用户习惯移动化的影响下，企业将增大对移动端的资本及技术投入，从而将吸取更多PC端流量。然由于度假旅行内容多以图片展示，用户攻略查询的PC端浏览体验好于移动端；因此，PC端流量下滑比例逐渐减小，且最终达到平衡。

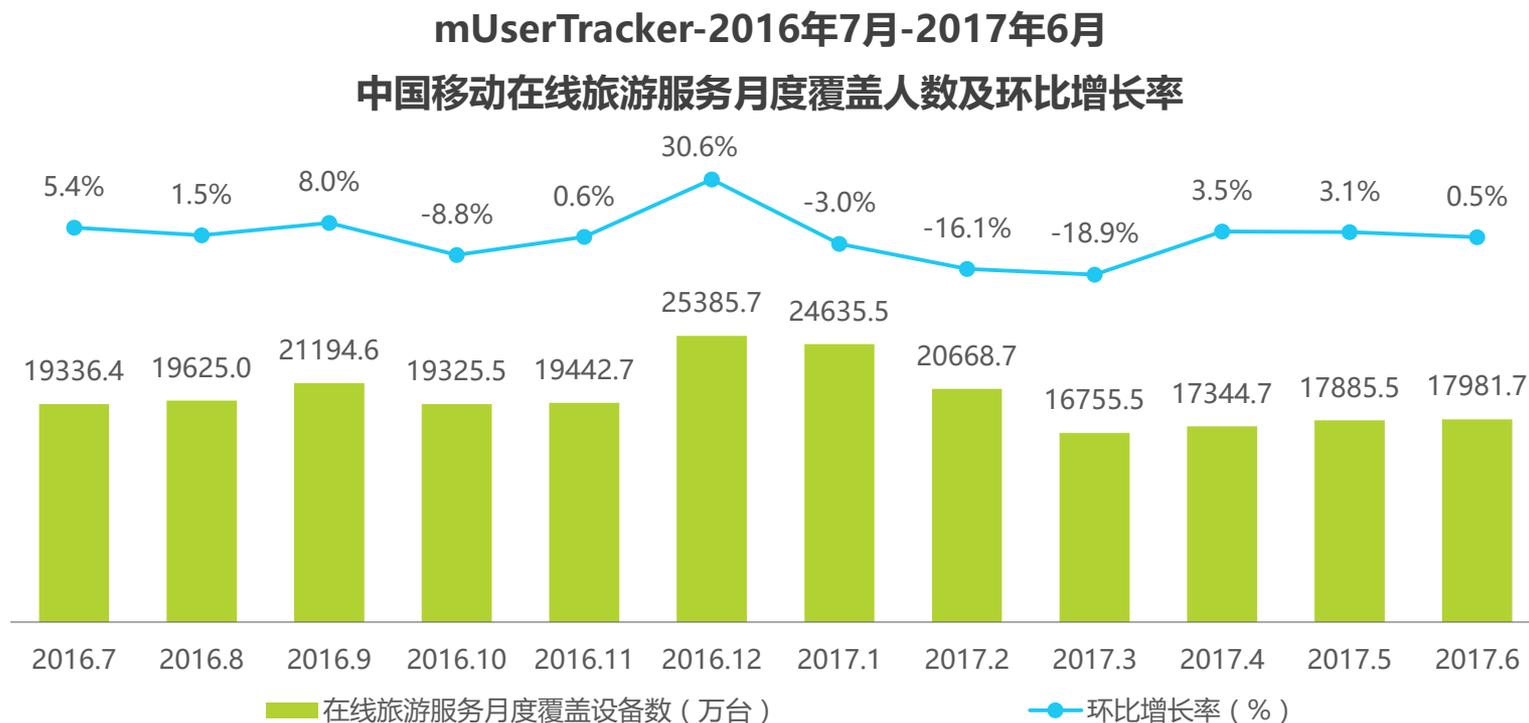


来源：艾瑞数据监测产品iUserTracker，数据监测时间为2016年7月-2017年6月。

中国在线旅游移动端流量数据分析

Q2短假期增多，移动端流量上半年缓慢回升

艾瑞监测数据显示，移动端月度覆盖人数在2016年12月达到顶峰25385.7万台，环比增长30.6%，主要受春节出行影响，铁路12306等交通预订浏览人次大幅提升。同时，受季节周期影响，上半年长假期较少且天气偏凉不利于长距离旅行，因此，移动端流量增长缓慢。艾瑞预计Q3将迎来出行高峰，移动端流量将大幅回升。



来源：艾瑞数据监测产品mUserTracker，数据监测时间为2016年7月-2017年6月。

中国在线旅游移动端流量数据分析

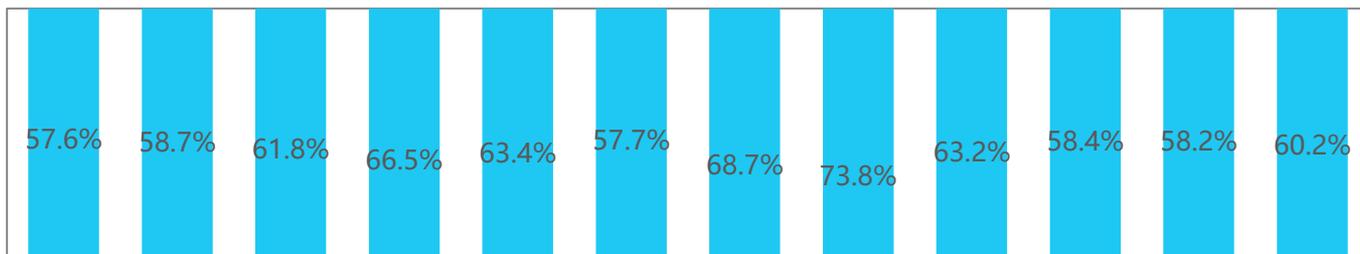
移动端便捷性强刷票易，春节访问次数达顶峰

艾瑞监测数据显示，PC与Mobile端访问次数结构在Q1变化最为明显。PC端的访问次数高峰为2016年12月，随后开始下滑，3月回升。而Mobile端的访问高峰在1月，2月，随后3月开始下滑。艾瑞分析认为，受春节返乡影响，短途火车与长途飞机预订集中爆发，移动端随时刷票的便捷性更符合人们春节出行需求，因此移动端流量爆发集中在Q1。

iUserTracker&mUserTracker-2016年7月-2017年6月

中国在线旅游服务访问次数结构

(PC/mobile)



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_21392

