

# 中国在线旅游行业年度监测报告

## 2015年

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)



海量行研报告免费读



1

中国在线旅游市场发展概况

2

中国在线机票市场发展现状及趋势

3

中国在线酒店市场发展现状及趋势

4

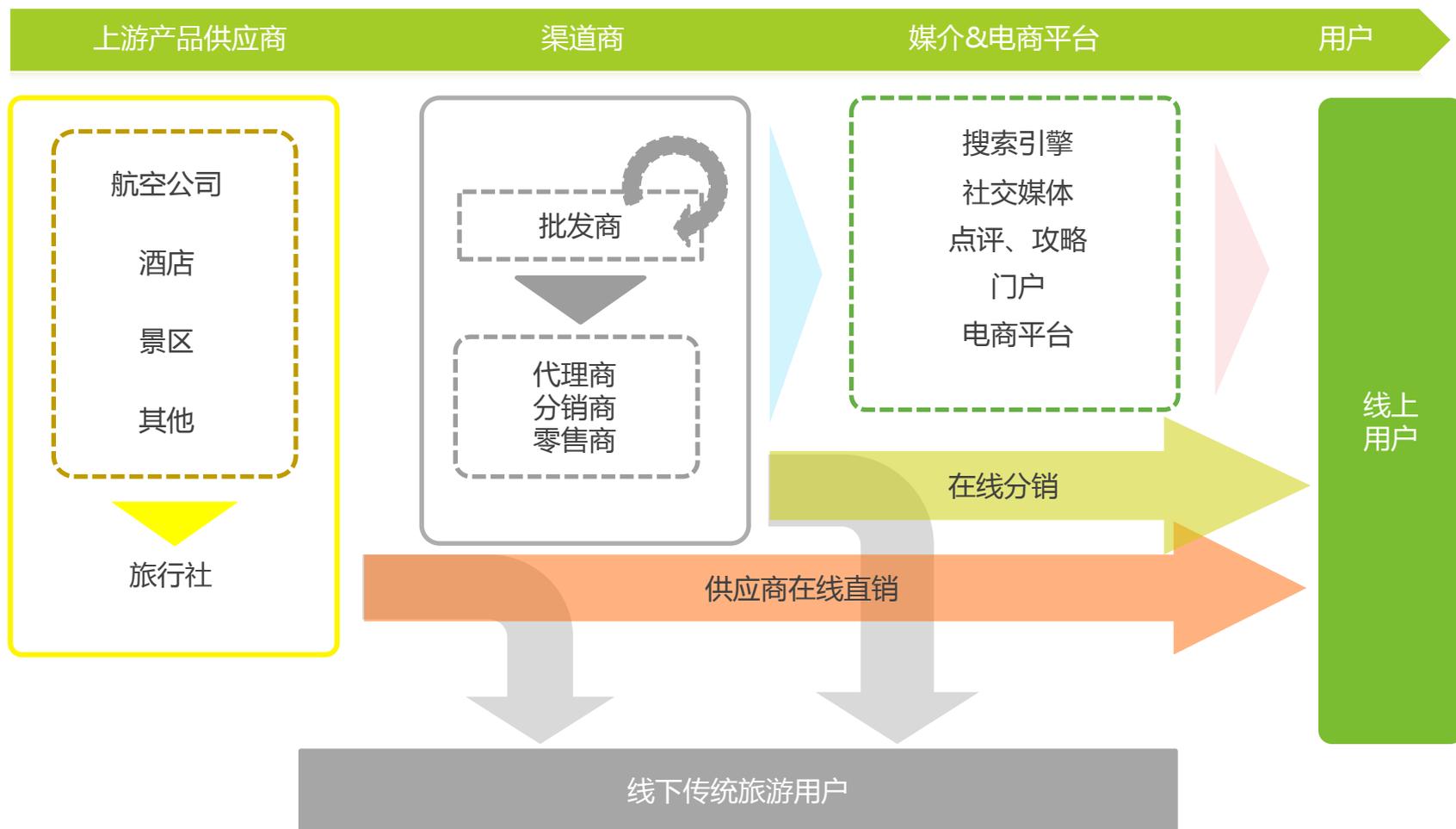
中国在线度假市场发展现状及趋势

5

案例研究

# 中国在线旅游市场发展概况

## 在线旅游市场产业链图



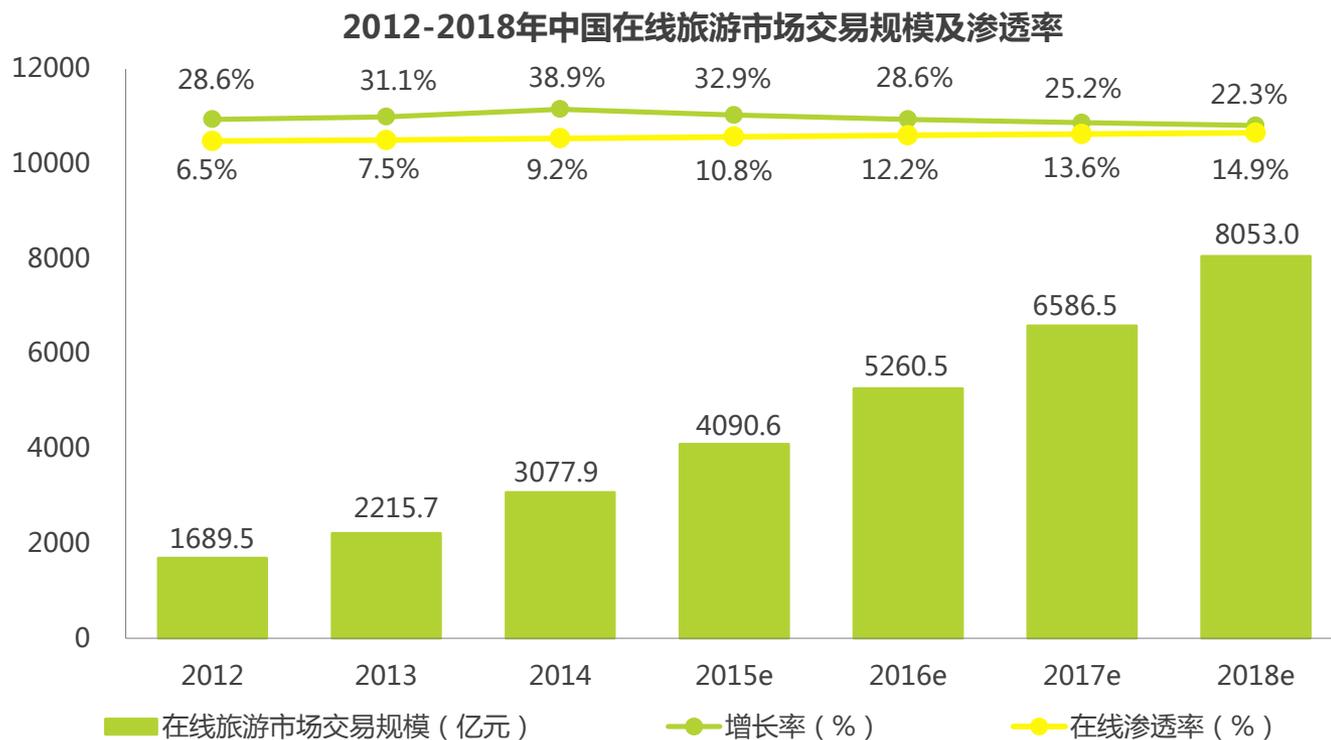
来源：艾瑞咨询。

# 中国在线旅游市场发展概况

## 2014年中国在线旅游市场交易规模突破3000亿元

根据艾瑞监测数据，2014年中国在线旅游市场交易规模达3077.9亿元，同比增长38.9%；在线渗透率达9.2%，较上一年增长1.7个百分点。

艾瑞咨询认为，在线旅游市场的高速发展主要受在线机票、在线酒店及在线度假等细分市场的利好发展所驱动。其中，在线机票是在线旅游市场中发展最成熟，渗透率最高的细分市场；在线度假是最具发展潜力的细分市场，在线渗透率也在逐年提升。另外，随着公寓、客栈等非标准化住宿业的兴起，未来在线酒店预订市场也将持续保持较高速度增长。

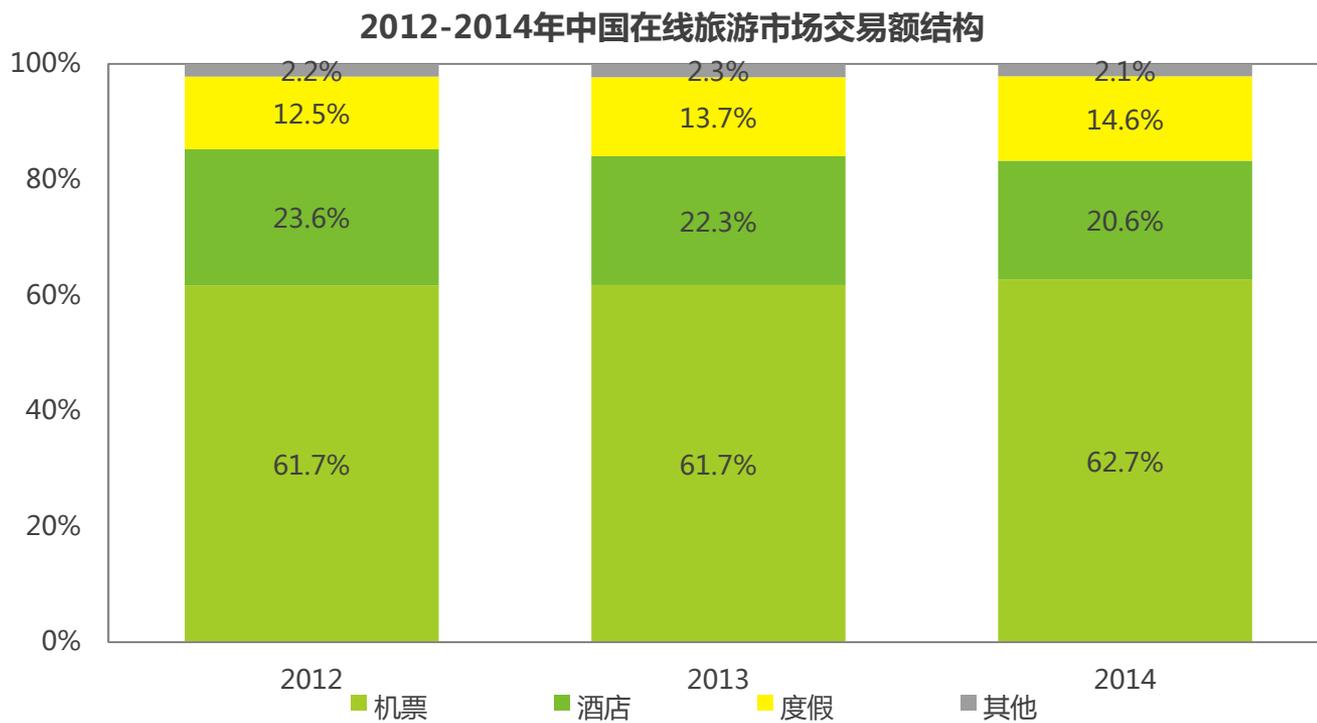


来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 中国在线旅游市场发展概况

## 在线机票稳居市场第一，度假占比持续上升

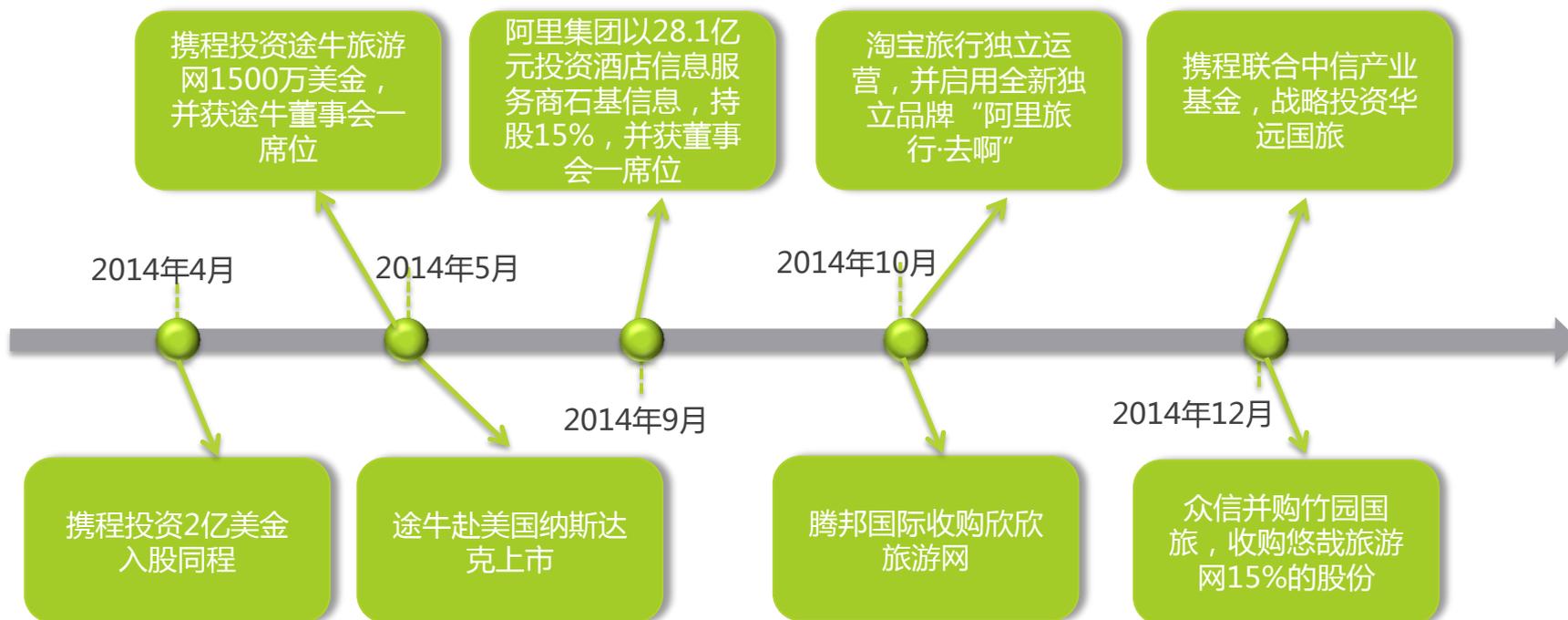
根据艾瑞监测数据，2014年在线机票市场占比达62.7%，比2013年增长1个百分点；度假占比达14.6%，占比持续上升。艾瑞咨询认为，2014年在线机票市场占比上升主要受两方面因素驱动，一方面是去哪儿、阿里旅行·去啊等平台类企业的高速发展，一方面是航空公司直销能力的逐渐提升。在线度假市场主要受益于出境游的持续火热，2014年仍保持40.0%以上的增速，市场占比持续升高。



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 中国在线旅游市场发展概况

## 2014年中国在线旅游热点事件盘点



来源：公开资料。

# 中国在线旅游市场发展概况

## 不同类型在线旅游企业服务差异化分析

以携程、艺龙、途牛为代表的OTA企业和以阿里旅行·去啊、去哪儿为代表的在线旅游平台在商业模式和服务上存在一定差异，OTA属于重模式，要建立强大的地推团队，维护产品渠道；相对而言，平台类企业模式较轻。

艾瑞咨询认为，两种类型企业各具优势和挑战：1) OTA对渠道的把控能力较强，而且直接接触上游产品渠道商和终端用户；其挑战在于保证规模发展的同时提升议价能力和利润空间。2) 平台类企业在产品渠道方面的投入较小，因此能迅速扩充供应商和产品类型。平台企业的挑战在于对产品和服务质量的把控难度较大。

近两年，在线旅游两大企业发展模式变化微妙：携程逐步加大开放平台投入力度，引入第三方供应商产品，去哪儿在酒店方面朝OTA化发展。种种迹象表明两类企业正互相学习对方优势之处，优化自身业务发展，艾瑞咨询认为未来在线旅游行业OTA和平台类企业将趋向融合发展。

OTA类企业与旅游平台企业商业模式及服务差异化比较

类别	OTA类企业	平台类企业
代表企业	携程、艺龙、途牛	阿里旅行·去啊、去哪儿
特点	重模式	轻模式
营收模式	交易佣金	广告费 (CPC、CPS)、交易佣金
优势	产品和服务质量容易可控；渠道把控能力强；掌握核心用户数据	产品类型丰富；投入成本较小；使中小商户形成依赖性，直接获取用户核心信息
挑战	需要建立强大的地推团队；如何维持议价能力，提升利润空间	产品和服务质量把控难度大

来源：艾瑞咨询。

1

中国在线旅游市场发展概况

2

中国在线机票市场发展现状及趋势

3

中国在线酒店市场发展现状及趋势

4

中国在线度假市场发展现状及趋势

5

案例研究

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\\_21792](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21792)

