



2023年度中国在线旅游 行业简报

更新时间：2023年6月

【洞见趋势 研判未来】

扫码关注公众号，解锁百篇免费报告



APP (安卓&IOS)



微信公众号



- **国民旅游出行热情高涨：**五一期间全国国内旅游出游人次共计2.7亿次，同比增长70.8%，按照可比口径恢复至2019年同期的119.1%。此外，在面向暑期旅游旺季的618开售首日，飞猪平台酒店活动商品成交额同比增长超过98%。“先囤后约”的机票次卡累计销售已经超过10万件，许多爆款单品上线不久便已售罄。
- **在线旅游行业消费潜力正在加速释放：**中国在线旅游市场在2019年已达到万亿元规模，市场表现良好。然而，由于疫情的影响，2020-2022年在线旅游行业整体呈现波动态势。预计随着2023年疫情管控政策的放宽，市场将迎来一轮强劲复苏。
- **在线旅游行业发展特色化、内容化、数字化：**随着Z世代比重增加，消费能力快速释放，对在线旅游业影响深远。未来在线旅游平台营销策略应侧重体现旅游项目/地点的特色和特点，以满足用户偏好。用户获取旅游信息方式变化大，短视频平台预定率快速上升。数字技术应用促进在线旅游产品服务升级，是行业发展趋势之一。

行业 发展 背景

01

行业 现状 分析

02

未来 发展 趋势

03

- 在线旅游是一种依托互联网和呼叫中心，以PC端、移动端等多种方式为旅游消费者提供信息查询、咨询、产品预订和服务评价等全方位旅游服务的产业形态。通过在线旅游，消费者可以更加便捷、快速地获取旅游资源和服务，从而获得更为舒适、愉悦的旅游体验。
- 在线旅游可根据出行计划制定者的不同，分为个人计划出行和第三方协助计划出行。



在线旅游

个人计划出行

第三方协助计划出行



个人在线景区门票预订



个人在线交通预订

- 用户通过互联网、移动互联网及电话呼叫中心等方式为消费者提供旅游交通出行相关信息、产品和服务的行业。

飞机票

火车/高铁票

汽车/大巴票

船/游艇票

接送服务预订



个人在线住宿预订

- 用户通过在线旅游厂商的互联网平台直接预订或先通过互联网平台查询再通过呼叫中心预订住宿产品的市场。

国内酒店

国际酒店

度假公寓

房车

特色民宿



旅行服务预订

- 用户通过在线旅游厂商的互联网平台直接预订，或通过互联网平台查询后再从呼叫中心预订服务社旅行服务的市场。

跟团游

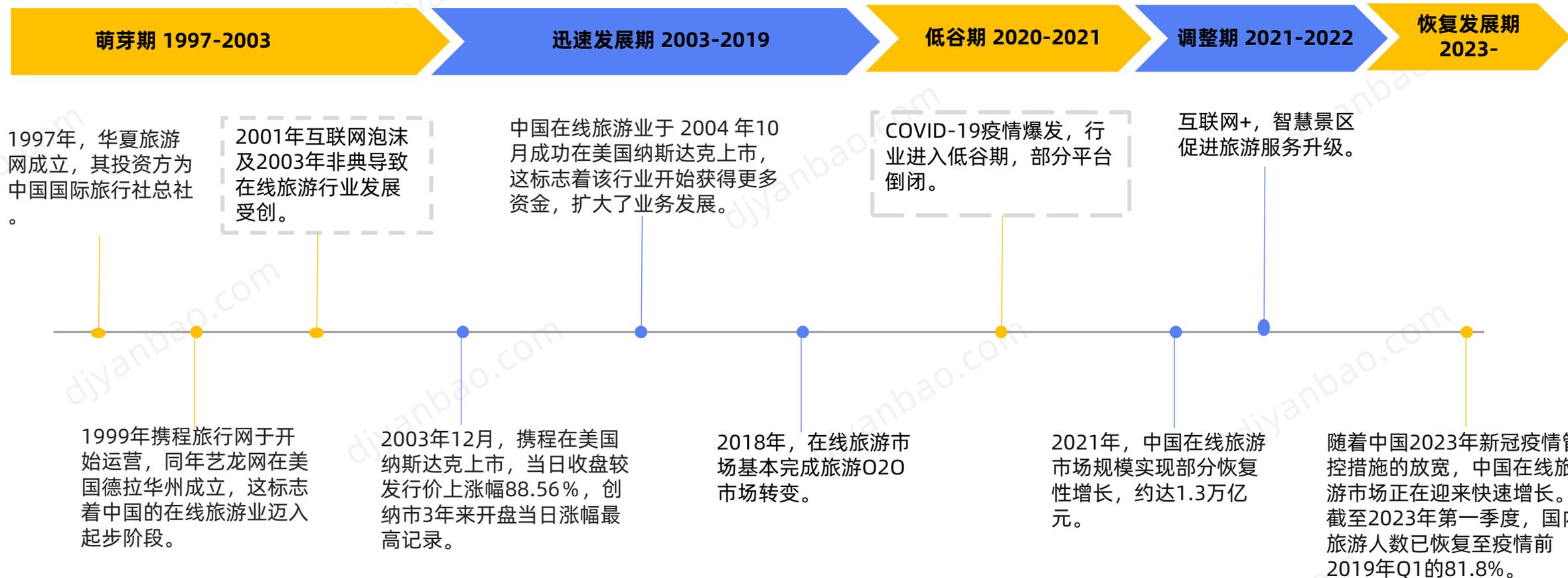
私家团

定制游

出境游

自由团体游

- 尽管在线旅游行业在萌芽期曾经历过互联网泡沫以及非典疫情的冲击，但随着人民生活水平的提高和互联网科技的不断进步，在线旅游需求逐渐增加，行业得到快速发展。然而，在2020年全球新冠病毒的影响下，旅游行业几乎陷入停滞状态，进入低谷期。2023年疫情管控放松伴随科技进步及政策辅助，未来在线旅游行业将进入新的发展阶段。



1 中国在线旅游产业图谱

- 中国在线旅游行业产业链发展已经较为成熟。除了旅游产品销售平台，中游还涵盖了各种围绕在消费者与旅游之间的在线配套服务，如金融、签证和保险等服务。



- 在线旅游平台运营模式主要包括代理模式、批发模式、平台模式以及媒体模式。传统在线旅游平台主要采用代理模式和批发模式，但随着互联网技术的发展，媒体模式和平台模式成为在线旅游运营的新趋势和新选择。

在线旅游运营模式

代理模式

批发模式

平台模式

媒体模式

收入来源

- 旅游相关交易所产生的预定佣金

- 收取消费者与旅行服务商之间金额差额的费用

- 软件平台使用费

- 流量变现

运营模式

- 旅游资源代理商/B2B的线上代理中介

- 在收取佣金的基础上，批量买断部分上游资源

- 仅为商家、消费者提供比价，交易媒介

- 通过内容、社区吸引目标客户，以广告营销方式进行流量变现

优势

- 以佣金率为核心，盈利能力较为稳定

- 以销量和差价为核心，回报率高

- 商业模式简洁明了，产品品控标准宽松，或者依赖于良好的营销口碑

- 旅游垂直领域的UGC社区和泛社交内容平台均拥有大量用户基础

难点

- 难点在于竞争供应链议价能力和产品、客服质量

- 风险较大，取决于平台运营和产品分销能力

- 难点在于获取流量

- 短期供应链具有一定局限性

- 自2021年起，国家出台了大量相关政策，促进旅游业与数字化相结合，推动在线旅游发展。同时，还制定了相关规范旅游市场秩序的政策，以规范旅游行业，为旅客提供保障，促进旅游行业整体健康发展。

时间	颁布主体	政策文件名称	主要内容
2023.4.11	工信部	《两部委关于加强5G+智慧旅游协同创新发展的通知》	持续加强5G网络建设，逐步丰富 5G+智慧旅游 应用场景，推动智慧旅游产业生态环境形成。
2023.3.24	文化和旅游部	《文化和旅游部关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》	加强 在线旅游 的枢纽和引领作用，积极推进 智慧旅游 发展，促进新技术应用和创新迭代，成为旅游行业升级和消费激发的新引擎，提高行业管理数字化水平，推动 中国在线旅游行业 处于国际领先地位。
2023.1.10	文化和旅游部	《文化和旅游部办公厅关于开展“旅游中国·美好生活”2023年国内旅游宣传推广活动的通知》	根据党中央的统筹要求， 旅游宣传推广 被视为促进旅游市场恢复和助力国内大循环的重要举措。消费和供给之间的适配对接将得到加强，以推广之力聚集市场之势，为我国旅游业恢复发展注入动力。
2022.8.10	文化和旅游部	《文化和旅游部办公厅关于加强行业监管进一步规范旅游市场秩序的通知》	为提供旅客保障并 促进旅游业的健康发展 ，需要以提升服务质量为根本并规范导游执业行为。重点整治“不合理低价游”，加强综合执法力度，以确保市场秩序良好。在疫情防控方面，基于旅行社疫情防控指南，加强疫情防控和安全管理工作，为旅客创造安全、有保障的旅游环境。
2022.1.20	国务院	《国务院关于印发“十四五”旅游业发展规划的通知》	加强自主创新，整合优势资源，结合疫情防控需求并加速推动智慧旅游发展，以数字化、网络化和智能化为特征，深化“ 互联网+旅游 ”的融合，并扩大新技术场景的应用。
2021.5.21	文化和旅游部	《文化和旅游部关于加强旅游服务质量监管提升旅游服务质量的指导意见》	强化 旅游服务质量监管 ，综合运用市场监管和综合执法手段，规范旅游市场秩序，净化旅游消费环境，推动旅游服务质量整体提升。

1 疫情管控松绑，旅游消费热情高

- 随着疫情管控放松，我国旅游业迎来了一波报复性旅游潮。截至2023年第一季度，国内旅游收入已达1.3万亿元，国内旅游人数也恢复到了疫前的81.8%。在五一放假期间，人均旅游消费支出恢复至2019年89.8%的水平。

疫情管控放开前：

- 进出公共场所需要有效时段内的核酸检测结果
- 个人行程轨迹记录
- 严格执行的封控措施

旅游影响工作怎么办...



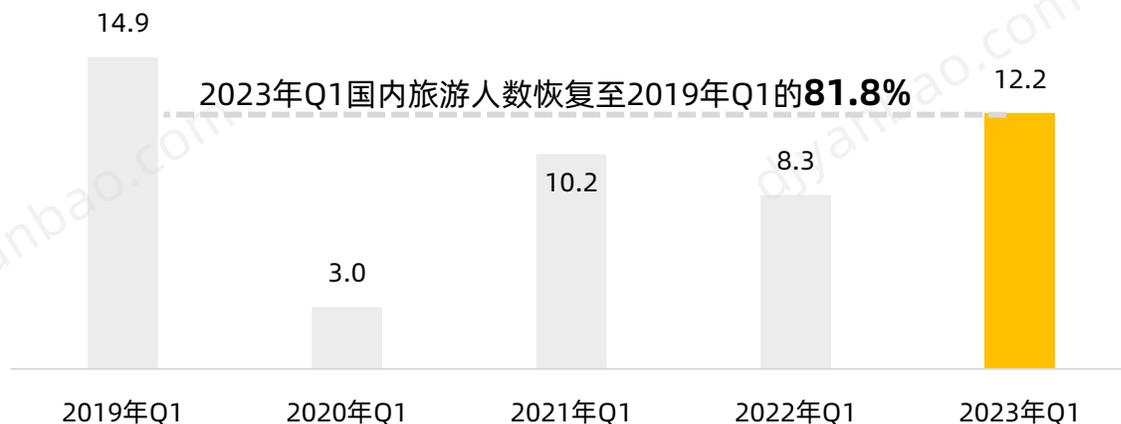
疫情管控放开后：

- 出入境不再需要核酸检测证明
- 健康码小程序下线
- 不再对核酸阳性患者实行严格管控措施

我要放肆玩！



2019年Q1-2023年Q1中国国内旅游人数（单位：亿人）



2019年-2023年五一期间人均旅游消费支出（单位：元/人次）



1 Y世代稳坐消费主导地位，未来Z世代助力在线旅游向“新”发展

- 全球Z世代人口已经达到24.7亿，占据了世界总人口的三分之一，成为了人口数量最多的一个群体。随着Z世代步入社会的比重增加，他们的消费能力也在快速释放。作为移动数字原生代的Z世代，主要通过在线综合旅游平台（OTA）进行旅游预订。Z世代庞大的用户群，以及个性化的旅游消费偏好，正在对在线旅游业的发展产生影响。

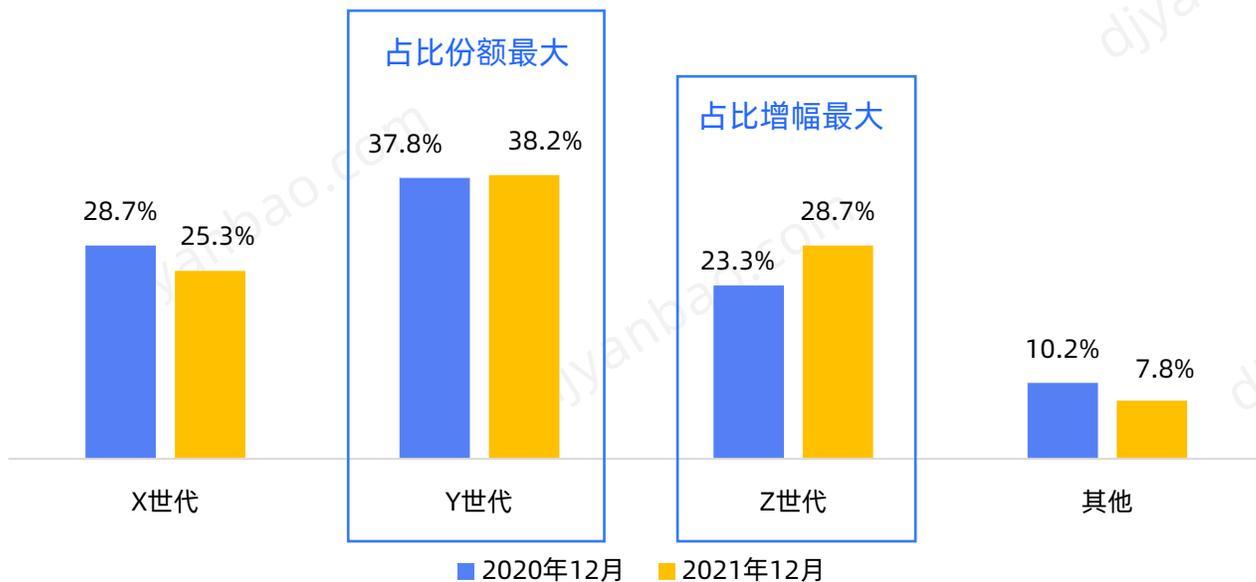


世代定义

X世代	Y世代	Z世代
1965-1979	1980-1994	1995-2009



2020年12月与2021年12月在线旅游用户年龄分布

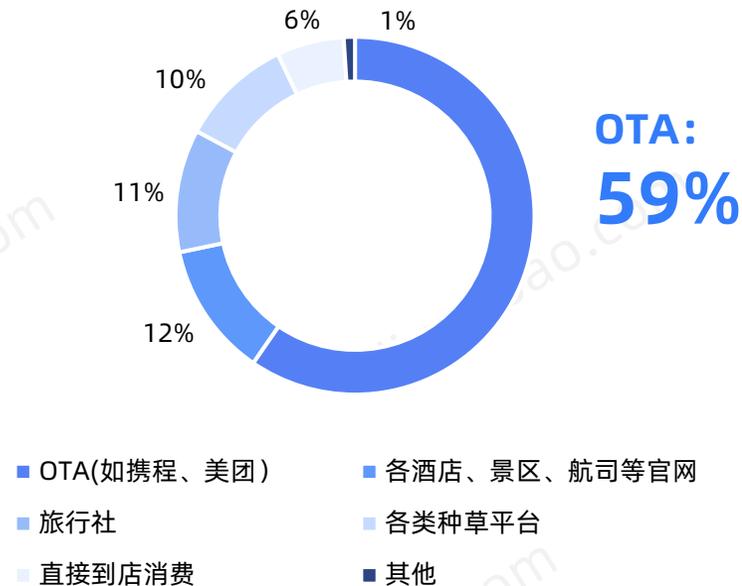


旅游新需求

特色化 内容化 数字化



Z世代旅游预订渠道分布



行业发展背景 01

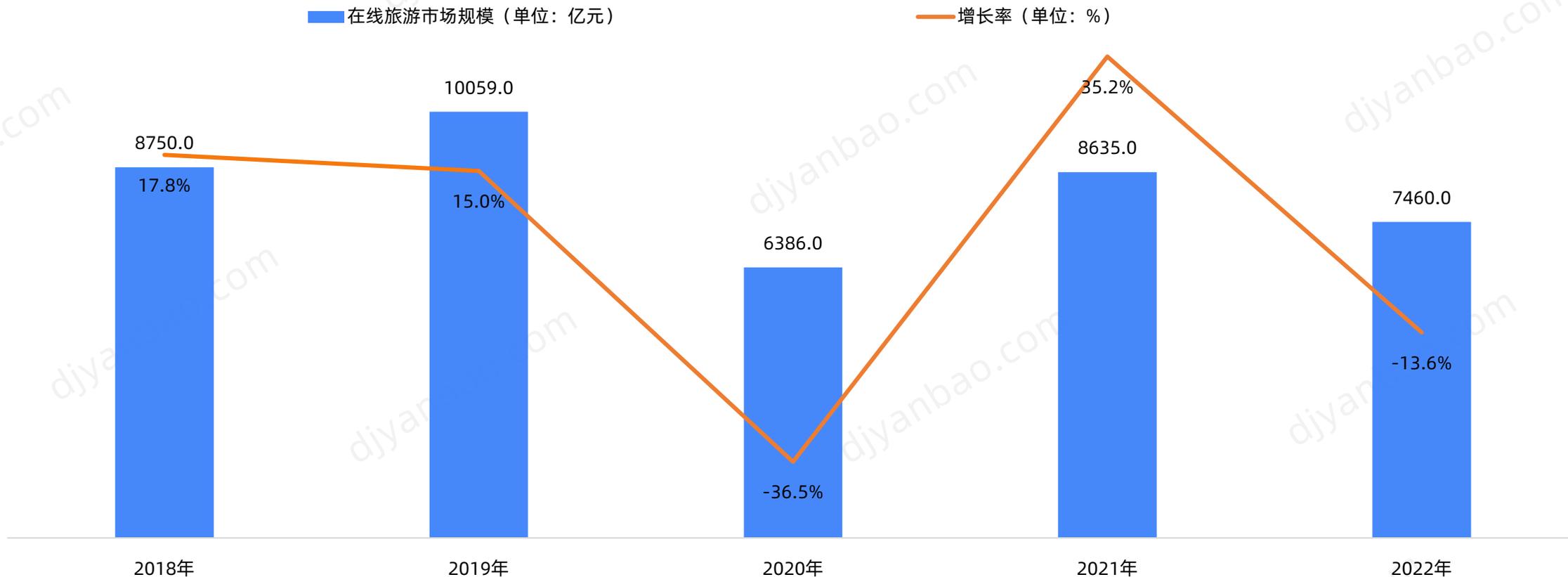
行业现状分析 02

未来发展趋势 03

- 中国在线旅游市场在2019年已达到万亿元规模，市场表现良好。然而，由于疫情封控的影响，2020-2022年在线旅游行业整体呈现波动态势。



2018年-2022年中国在线旅游市场规模及增速

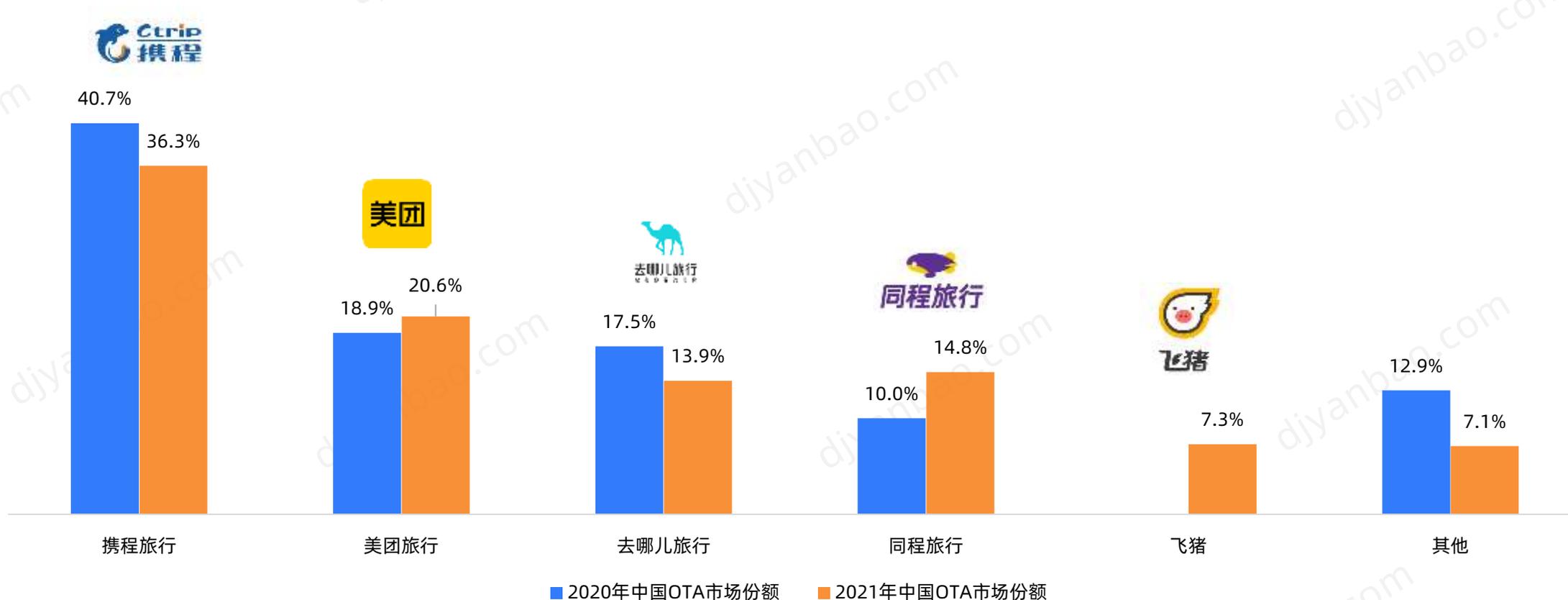


2 在线旅游市场份额较为集中，已进入头部公司垄断阶段

- 整个OTA市场集中度较高，仅五家头部公司就占据了我国OTA市场约93%的份额。在2020年至2021年期间，携程一直保持OTA行业的领先地位。然而，2021年阿里巴巴旗下的OTA平台“飞猪旅行”进入市场后，快速瓜分市场份额，成功跻身OTA头部企业之列。



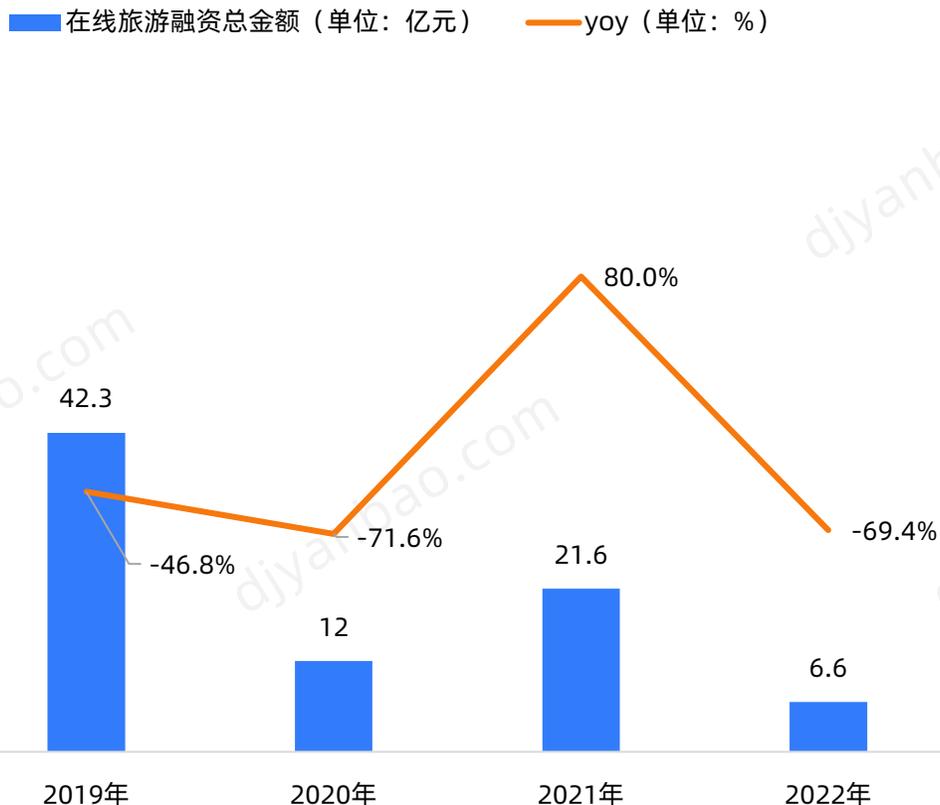
2020年-2021年中国OTA市场份额占比变化（单位：%）



- 疫情初期，在线旅游行业的投融资活动明显减少。根据数据显示，2022年在线旅游行业的融资总金额仅为6.6亿元。然而，随着市场逐渐向好，资本开始再次涌入该行业。截至2023年6月5日，已经发生了多起在线旅游行业的投融资事件。



2018年-2022年中国在线旅游融资金额



资料来源：fastdata极数，洞见研报分析整理



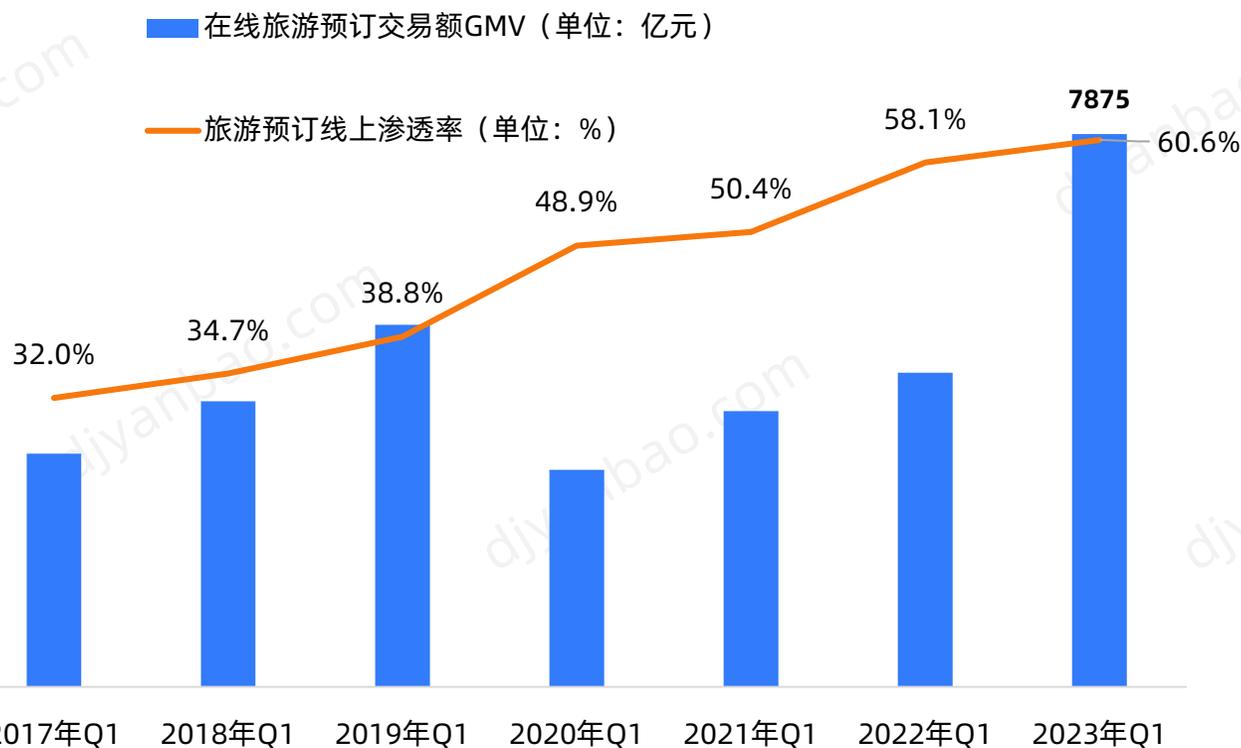
截止6月5日，2023年旅游OTA平台投融资事件

公司	融资日期	轮次	融资金额	投资方
Peakwork	2023-4	-	未透露	Constellation Software
Travelio	2023-4	C轮	未透露	KTB投资集团 appWorks之初创投 兰亭投资Pavilion Capital Orzon Ventures
马蜂窝	2023-2	F轮	未透露	贵阳创投 贵州省创新赋能大数据 投资基金 贵阳观山湖现代服务业 投资基金
Crisebound	2023-1	A轮	1000万美元	Plug and Play Jeff Boyd PAR Capital Ventures Steve Kaufer
小鹭旅行	2023-1	Pre-A轮	近千万人民币	工信资本

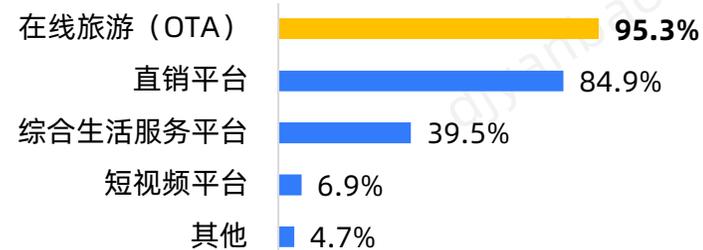
- 尽管疫情对在线旅游行业的市场交易额造成了影响，但同时也催化了消费者习惯转向线上交易。据统计，2020年在线旅游的渗透率增长了近10个百分点，截至2023年第一季度，旅游预订线上渗透率已经超过60%。这其中，OTA平台是消费者进行线上旅游预订的主要渠道，占比达到95.3%。2023年3月中国在线旅游预定平台月活用户规模约1.4亿人，同比增长106.1%，已恢复至疫前水平。



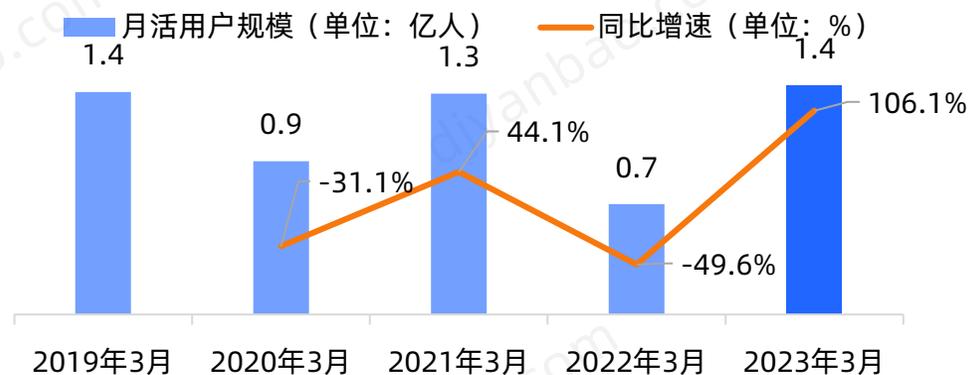
2017年Q1-2023年Q1中国在线旅游交易额及渗透率（单位：%）



2023年3月用户旅游预订渠道分析（单位：%）



2019年3月-2023年3月中国在线旅游预订平台月活用户规模



2 高线级、26-35岁、女性为主——在线旅游用户主要特征

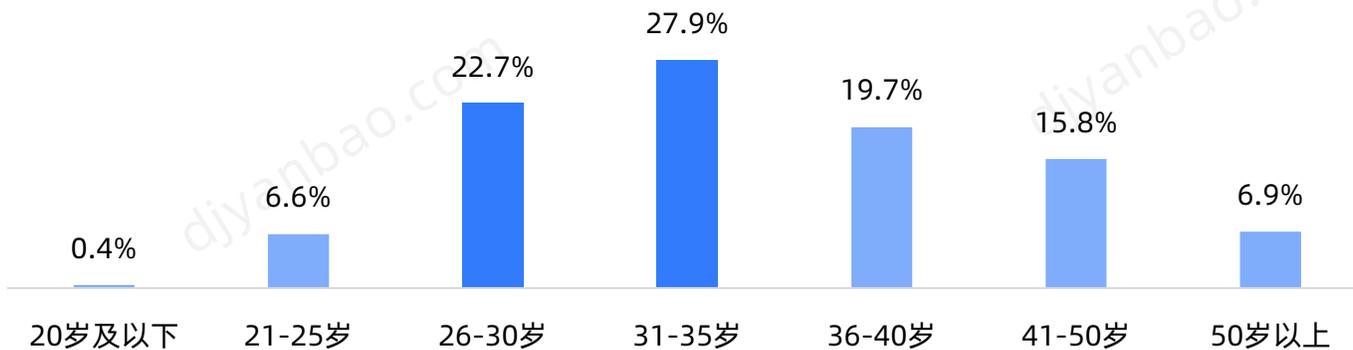
- 在线旅游女性用户占比略高于男性，约占总用户数的57%。年龄主要分布在26-35岁，占比超过50%，其中31-35岁的群体占比最高，达到27.9%。在线旅游用户数量从高线级至低线级分布逐渐减少，大约60%的在线旅游用户来自一线及新一线城市。未来，在线旅游市场 还有望进一步下沉。



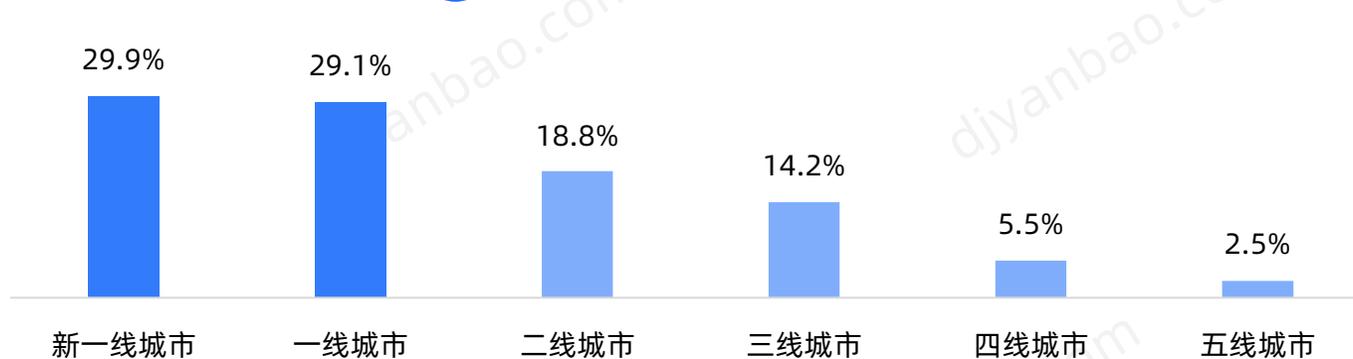
性别分布 (单位: %)



年龄分布 (单位: %)



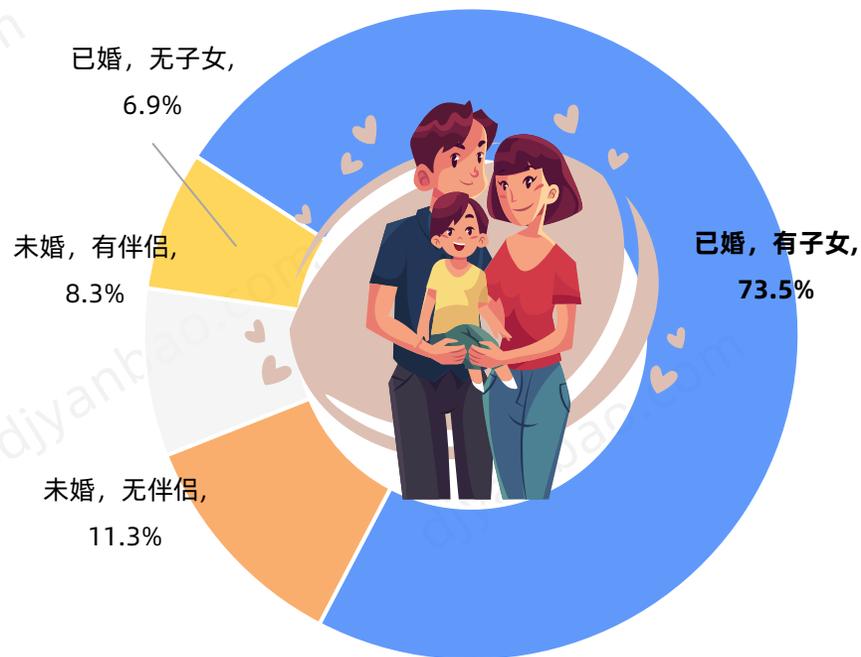
城市线级分布 (单位: %)



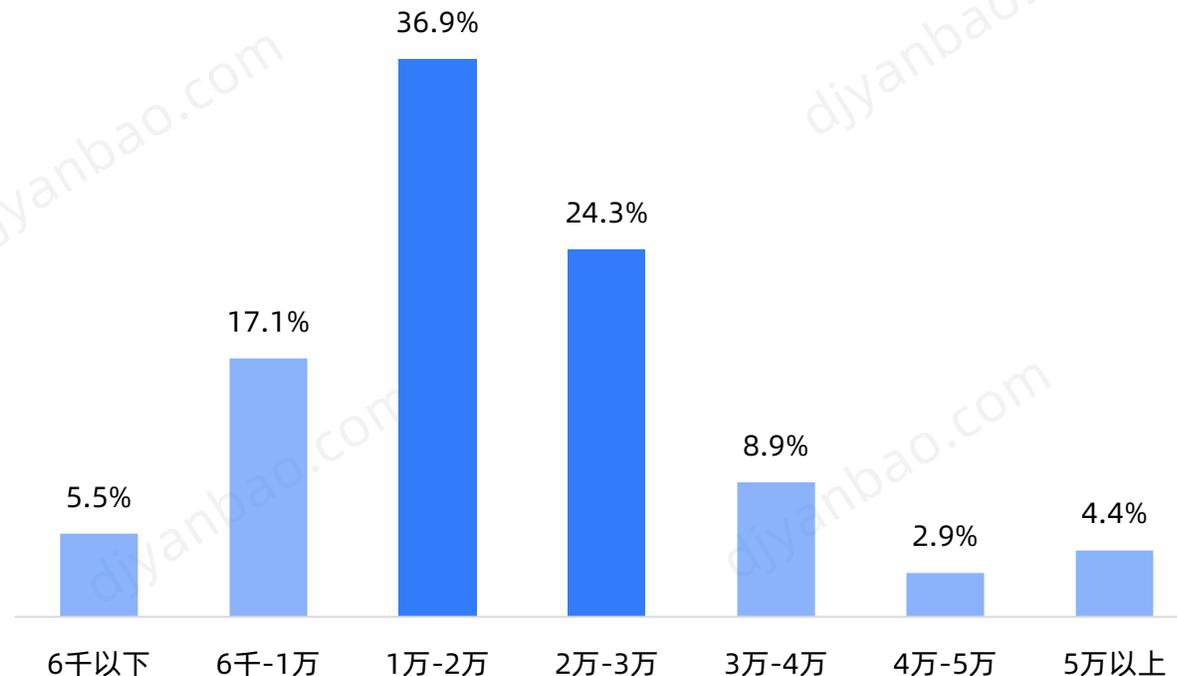
- 从家庭结构来看，亲子家庭占据了在线旅游消费用户的主导地位，超过七成。特别是，月收入为1万-3万区间的亲子家庭是在线旅游的主要消费群体，占比约61%。因此，旅游服务商和各种景点可以针对亲子主题进行开发和营销，吸引更多的旅游用户。



在线旅游用户婚姻状况分布（单位：%）



在线旅游用户家庭月收入分布（单位：%）



行业发展背景 01

行业现状分析 02

未来发展趋势 03

3 游客更重特色体验，OTA平台营销新趋势

- 未来在线旅游平台的营销策略应该注重体现旅游项目/地点的特色和特点，因为越来越多的旅游者希望获得独特、个性化的旅行体验，这些包括特殊的景观、场景、文化活动等，都可以成为一个城市或景区吸引游客的亮点。

以四川特色为背景打造的“熊猫列车”满员

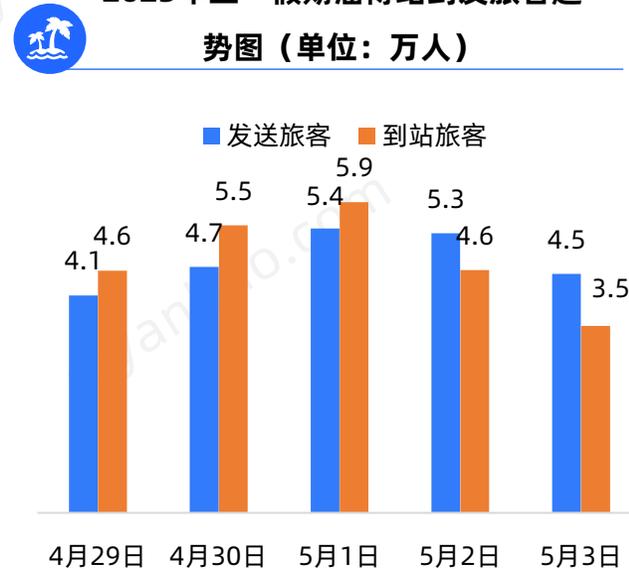
- “熊猫专列”整个列车的车身和内饰均按照熊猫主题设计，车上配备有浴室、KTV/酒吧和麻将室。此外，在车厢餐厅，乘客还可以品尝到四川特色美食，如冷锅串串、钵钵鸡等。
- 4月29日，成都至西昌、泸沽湖的“熊猫专列”上线12306平台1个小时内便售罄了250多个名额。

充满人情味的“淄博烧烤”爆火

- 淄博的爆火与政府措施的积极跟进密切相关，同时本地居民在抖音平台上以好客、热情为主的形象也得到了广泛认可。
- 今年五一假期期间，同程旅行平台上酒店预订最热门的城市是淄博，相比于2019年，该城市的预订量增长了800%。



2023年五一假期淄博站到发旅客趋势图（单位：万人）



抖音热门作品关键词

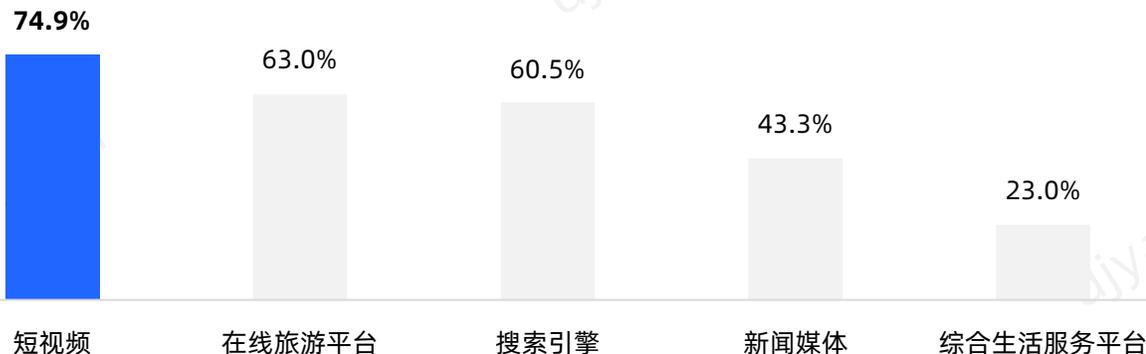
美食 攻略 老板 鸭头 打卡
小饼 旅游 文旅 烧烤店 赶烤
进淄 好客 山东 烧烤店 赶烤
旅行 太香 山东 文旅局 夜市
大学生 热情 特种兵
氛围 人间烟火

3 短视频平台增速迅猛，或将成为热门旅游预订渠道

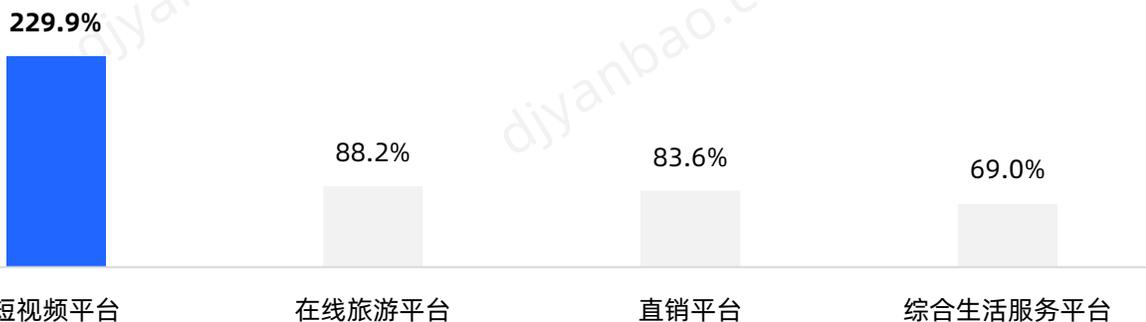
- 随着用户旅游信息获取方式的重大改变，短视频平台的选择率迅速增加。短视频平台不仅可以通过内容引流，还能将这些转化为线上预订订单，并最终实现到店消费，形成一个生态闭环。未来，短视频平台或许将成为更为重要的旅游信息获取入口和预订平台。



2023年3月用户旅游信息获取渠道（单位：%）



2023年3月不同旅游预订渠道预订用户同比增速（单位：%）



3 创新科技赋能，助在线旅游产业转型升级

- 数字技术的应用促进在线旅游产品的服务升级。大数据，5G等数字技术的应用为在线旅游的发展提供了技术支持，AI、AR、VR的场景应用引领在线旅游发展趋势。数字技术的发展为供给端了解游客需求和行为，进而提供定制化服务提供可能，帮助游客提前沉浸式预览风景，提高出游意愿。

大数据



- 通过分析用户行为数据，大数据可以了解用户的需求、兴趣和消费水平等信息。旅游企业可以利用这些信息提供**更精准的营销策略**，如**个性化旅游规划和特色推荐**。

5G



- 5G技术可以应用于**旅游信息的采集和传输**，使得用户能够更快地获取相关的旅游资讯。此外，利用5G网络还可以更稳定地进行在线预订，提供更加流畅和便捷的服务。



供给端

- 通过分析收集的数据，可以更准确地了解用户的偏好，从而不断改进和丰富在线旅游产品和服务，实现个性化、定制化、高质量的在线旅游体验。

需求端

- 技术场景化应用让用户可以在线上预览全球风景，做出个性化选择，并通过沉浸式体验提升出行意愿，从而刺激在线旅游需求的增长。

数字技术

人工智能



- AI技术可以应用于**智能客服、语音识别**等方面，帮助客户解决在线预订过程中遇到的问题，并提供更全面的**服务**。

AR & VR



- 旅游商家可以利用AR和VR技术为客户提供**更真实的预览和体验**。例如，利用虚拟现实技术为用户提供旅游景区的导览服务，或者使用增强现实技术来增强客户在酒店住宿期间的体验。



应用案例



- 利用AR完成的**景点修复增强体验示意图**
- Disney Movies VR，为用户提供**类似电影的主题公园沉浸体验**

专业免费的行业研究数据库，**3000000+**报告，覆盖各行业研究报告、行业报告、咨询报告、上市公司研报、招股书、蓝白皮书等，采用智能搜索引擎、自然语言处理等技术，并根据市场需求创建了web端和微信小程序端两种模式为金融投资人员、企业高管、咨询顾问、行业研究员、市场分析师提供便捷、全面、专业的信息检索服务！

智能收藏



标星等级



WORD/PPT下载



随手笔记



专项订阅



洞察行业机遇，适配企业发展

综合分析企业发展环境，洞察投资机遇
全面了解企业运营模式，筛选目标领域
密切关注市场行情动态，制定投资计划
研究竞争对手商业模式，协助战略决策



战略
咨询

共建
报告

挖掘行业信息，助力品牌推广

联合企业发布行业白皮书，研究行业前景
剖析行业发展现状与动态，探索潜力赛道
提供品牌推广路径与方案，夯实领先地位
立足公司特色业务产品，凸显品牌专业度



商业合作：发送邮件到 collaboration@djyanbao.com 简要描述您的需求

洞见研报致力于建立全球行业专家网络平台，通过线上线下会议、专家访谈等形式，快速灵活为各类基金公司和投资机构提供高价值、高定制化的行业知识服务，分享与传递专业意见，赋能客户决策。**洞见专家团持续招募中，有偿分享，高效联结！**填写问卷申请加入我们的专家网络，欢迎分享给您的好友、同事！

专业度 + 影响力

不限地区

不限行业

不限岗位

不限层级

加入洞见专家团，与我们一起
——洞见趋势，研判未来



扫码
报名



本报告为洞见研报制作，其版权归属洞见研报，任何机构和个人引用或转载本报告时需注明来源为洞见研报，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何未注明出处的引用、转载和其他相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。对任何有悖原意的曲解、恶意解读、删节和修改等行为所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任，并保留追究相关责任的权力。

本报告基于已公开的信息编制，但本公司对该信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测在出具日外无需通知即可随时更改。本公司将来可能根据不同假设、研究方法、即时动态信息和市场表现，发表与本报告不一致的意见、观点及预测，本公司没有义务向本报告所有接受者进行更新。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载观点、结论和建议仅供参考使用，不作为投资建议，对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。

洞见趋势 研判未来



APP (安卓&IOS)



微信小程序



微信公众号

——扫描二维码解锁百篇免费报告——