

在线旅游Q2交易规模1759.9 亿元，增长放缓

2017Q2

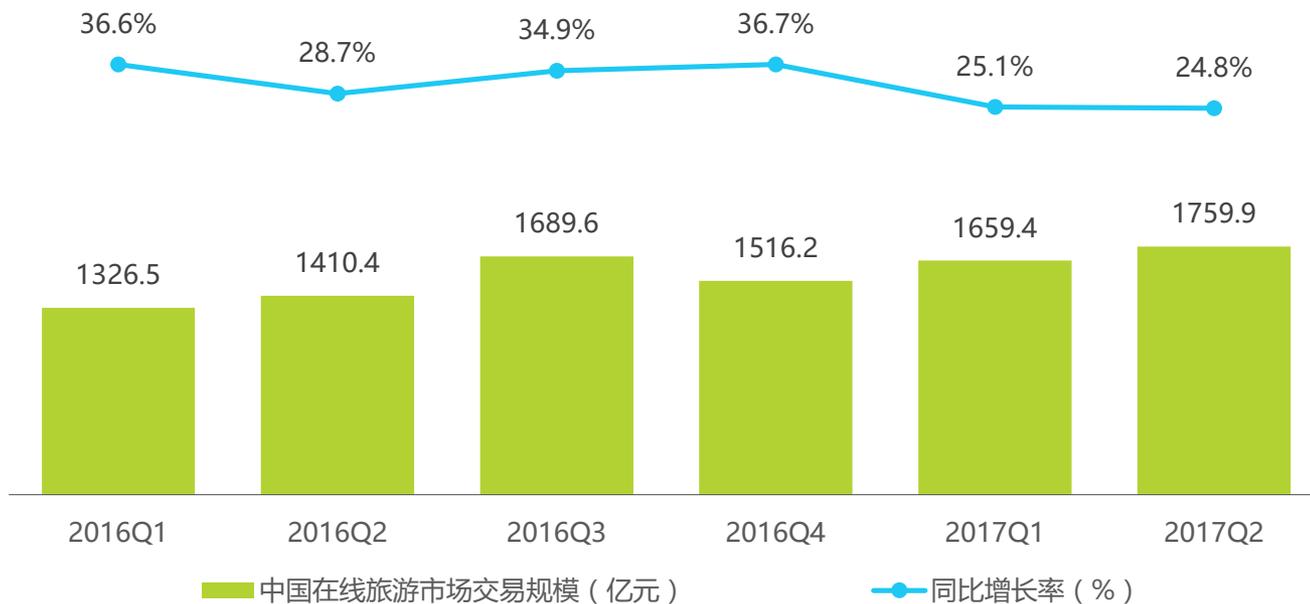


中国在线旅游市场规模

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，线上的获客成本不断提升，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



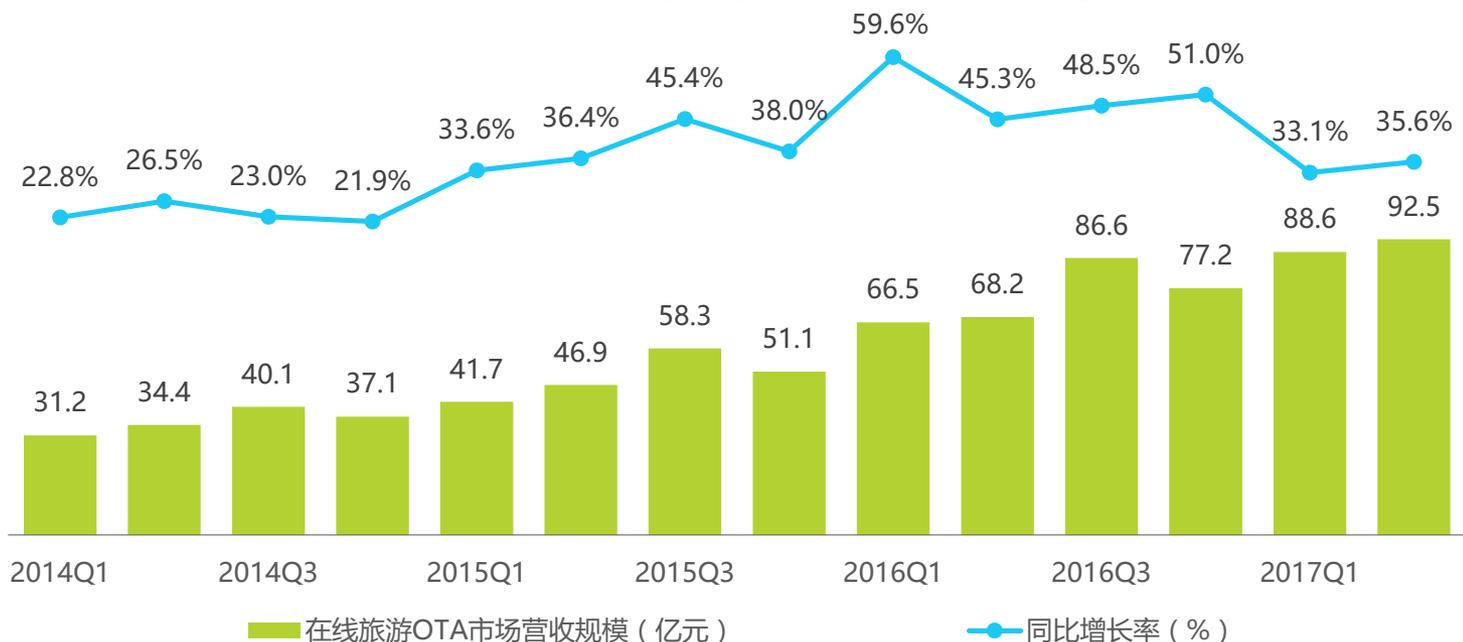
来源：综合上市公司财报、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国在线旅游OTA市场营收规模

2017Q2在线旅游OTA营收规模92.5亿元

艾瑞统计数据显示，2017Q2在线旅游OTA营收规模92.5亿元，同比增长35.6%。相比2016年，OTA市场增速趋缓。艾瑞分析认为，在流量红利逐步消退的背景下，各大OTA纷纷布局线下，在三四线城市建立门店，将战火转为线下，因此，在线旅游OTA市场进入稳定期。

2014Q1-2017Q2中国在线旅游OTA市场营收规模



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。

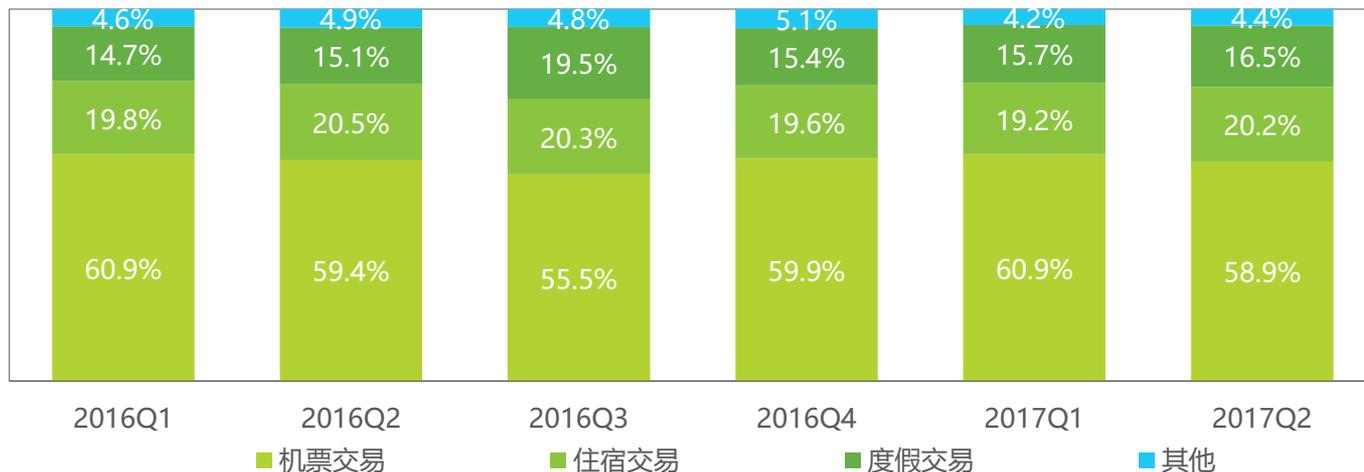
● 机票市场仍占据半壁江山，但整体呈下降趋势

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

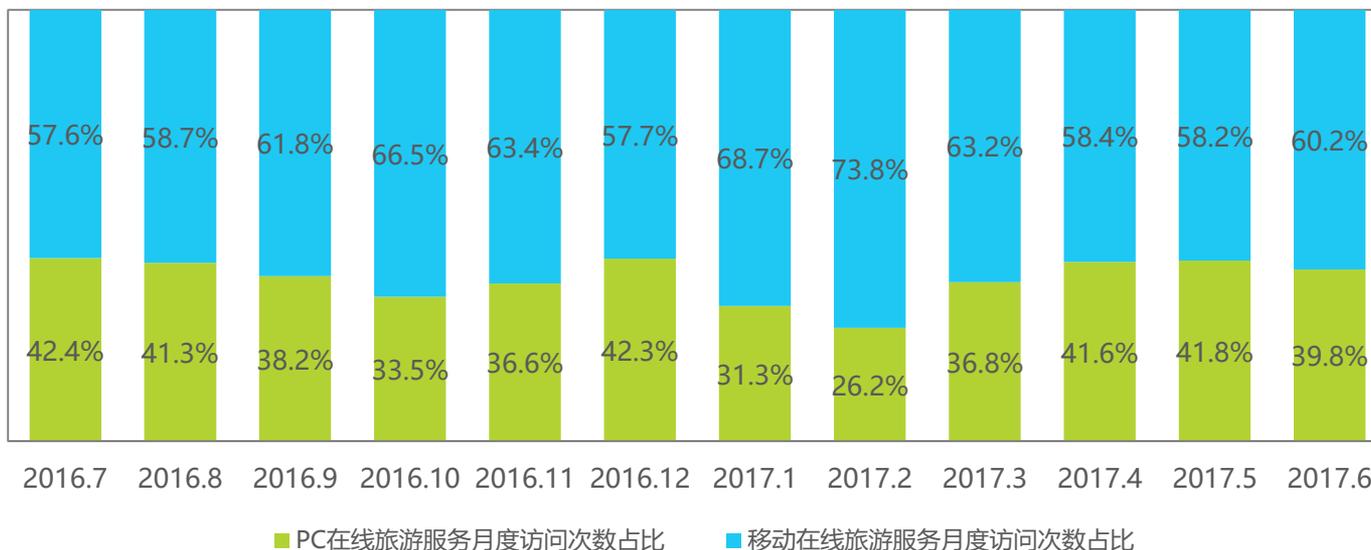
移动端便捷性强刷票易，春节访问次数达顶峰

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)



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

中国在线旅游度假市场流量分析

头部企业虹吸移动端流量，小企业生存空间趋窄

艾瑞监测数据显示，从用户使用时长占比来看，在线旅游度假行业移动端企业流量呈现倒金字塔结构，集中度进一步加强。与去年年末相比，头部企业流量占比上升1.1个百分点，至77.1%，小企业流量占比下降2个百分点，至6%，头部企业的移动端有效使用时间占比不断提升，小企业生存空间有限。

2017上半年在线旅游度假用户月平均有效使用时间 集中度示意图



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_21397

