

# 风口起舞，中国出境自由行加速产业布局

## 中国出境自由行市场专题研究报告2016

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



# 目录

1

中国出境游市场分析

2

中国出境自由行细分领域分析

3

中国出境自由行市场厂商分析

4

中国出境自由行市场用户分析

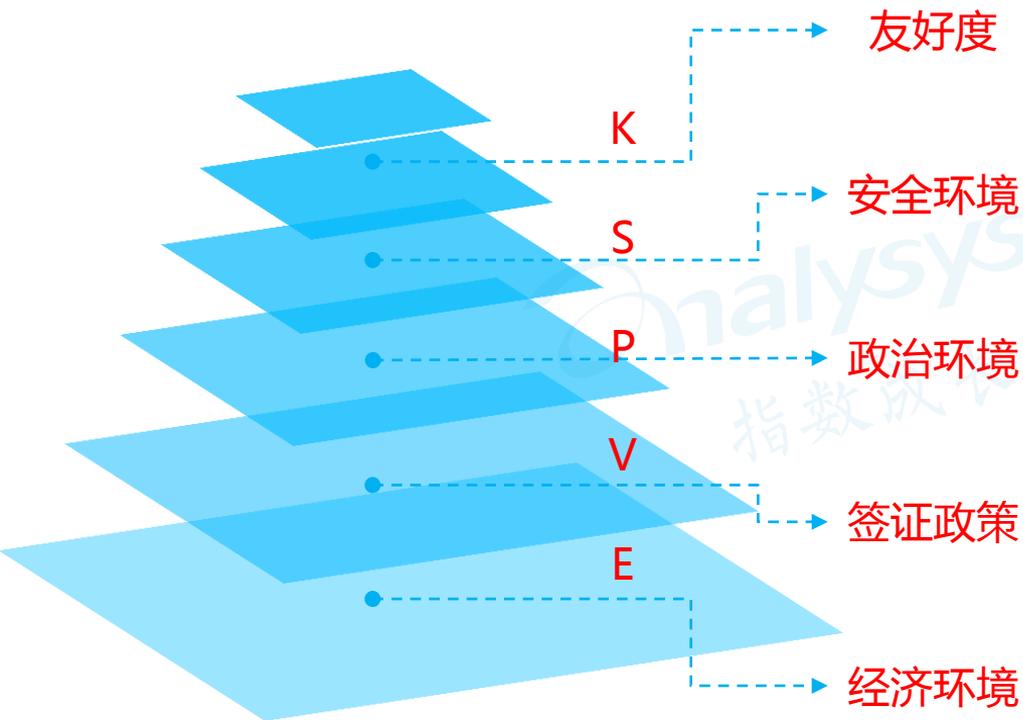
5

中国出境自由行市场发展趋势



# 2015年中国出境游市场宏观环境整体向好，推动出境游热度进一步提升

## 出境游市场热度影响因素KSPVE模型



## 2015年各指标表现

**中文接待能力**：欧洲国家、日、韩、泰国等增加中文服务人员和中文标识，提升中国游客接待能力；

**居民友善度**：整体友善度提高，菲律宾、香港等部分地区出现小规模抵制情绪。

安全指数略低于2014年，但整体维持安全评级

**公共卫生**：韩国MERS疫情，东南亚和台湾登革热疫情；

**治安情况**：法国、泰国等出现恐怖袭击。

**政府关系**：总体向好，大部分国家政府及旅游相关部门对中国游客持欢迎态度，并积极开展政府间旅游工作。

中国护照含金量大幅度提升

**免签**：对中国普通护照免签国家增加至18个；

**落地签**：对中国普通护照落地签国家增加至35个；

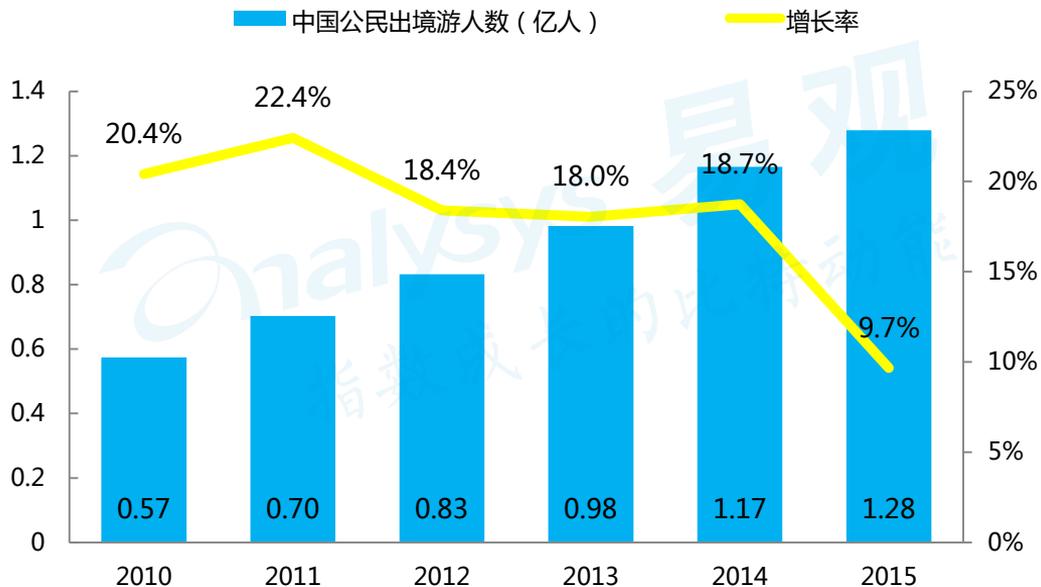
**签证宽松**：美国、日本、韩国和多数欧洲国家宣布缩短签证办理时间和延长有效期限。

**收入**：2015年人均GDP达8280.1美元，同比增长9.4%。

**汇率**：2015年人民币总体升值0.94%。

# 2015年中国出境游人数达到1.28亿人次，连续两年蝉联世界第一

## 2010-2015年中国出境游人次



© Analysys 易观 · 国家统计局

www.analysys.cn

2015年

平均每天出境人次

35.1万



近年来，中国出境游市场发展迅速。根据国家旅游局数据，2015年中国出境游人次达到1.28亿人次，平均每天35.1万人出境；从世界范围来看，中国已成为全球最大客源国。

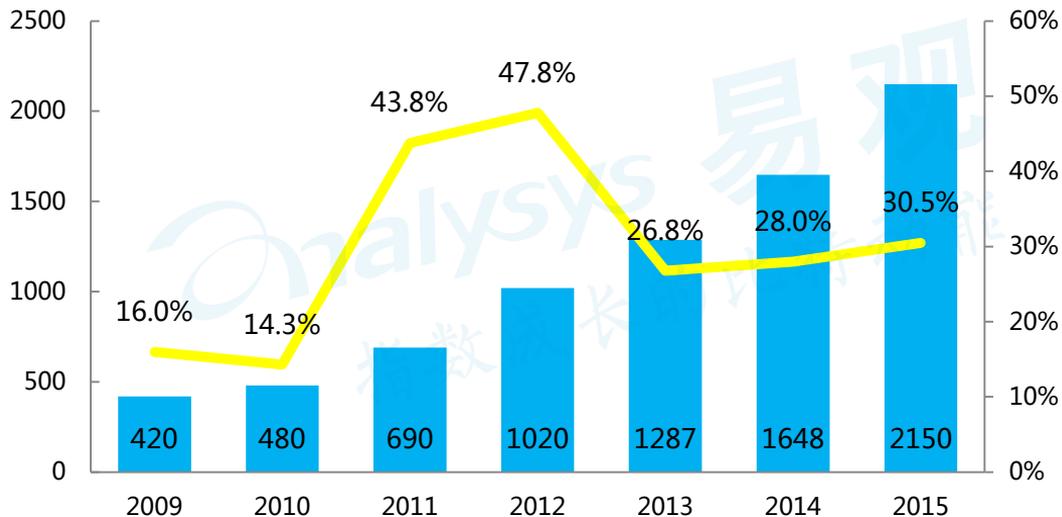
2015年其他主要客源国家出境游人次



# 2015年中国出境游客境外消费金额世界第一，其中购物占比一半左右

## 2009-2015年中国出境游游客消费总额

■ 中国公民出境游消费 (亿美元)      ▲ 增长率 (%)



© Analysys 易观 · 国家旅游局

www.analysys.cn

## 2015年中国游客境外消费中

购物占比 **47~53%**

来源：中华人民共和国商务部



## 2015年其他主要客源国家境外消费金额



来源：UNWTO

# 2015年中国出境游客主要目的地以亚洲周边国家/地区为主

## 2015年中国主要出境旅游目的地TOP10

单位：人次



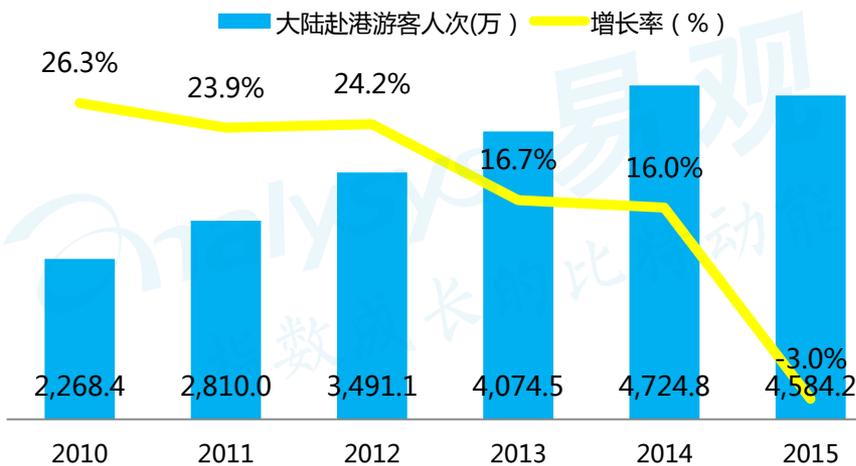
➢ 在目的地方面，港、澳游客数量排名领先。境外国家中，亚洲国家吸引了大多数中国游客，中国已成为日本、韩国等国家最大客源国；在美国和欧洲等其他目的地，中国也成为主要客源国，同时具备较强的消费能力。

# 香港：中国游客主要出境目的地和中转地，自由行比例超六成

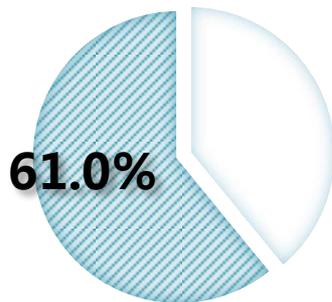


- 2015年中国内地赴港游客达到4,584.2万人次，其中，自由行占比达到61.0%。
- 中国内地是香港第一大客源地，占赴港旅客总数的七成以上。中国内地赴港便利性较高，通过港澳通行证可以自助通关；同时，香港作为国际航空枢纽，是内地游客境外旅游主要中转地。

### 2010-2015年中国赴港旅游人次



### 2015年中国赴港旅游自由行比例



来源：香港旅游发展局

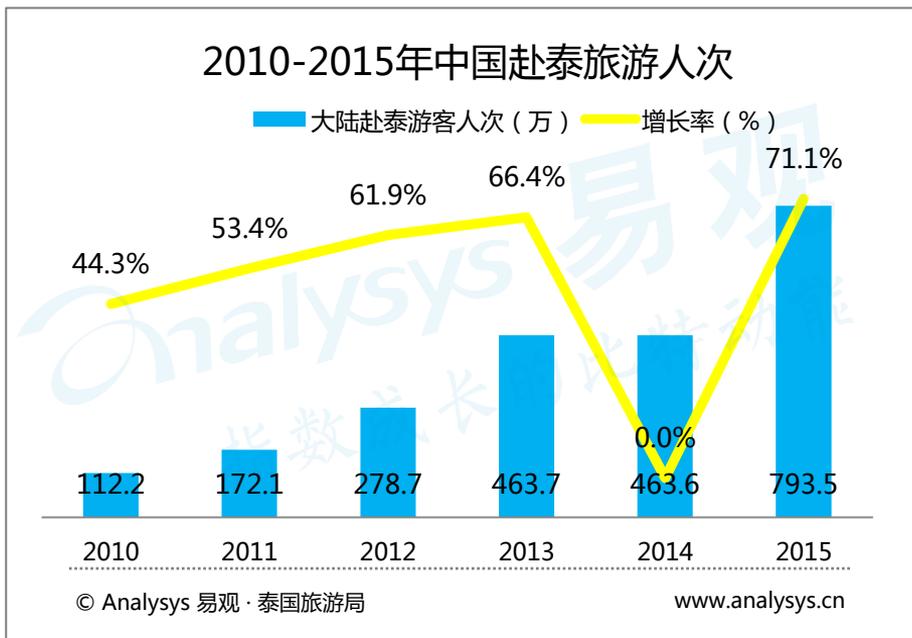
© Analysys 易观 · 香港旅游发展局

www.analysys.cn

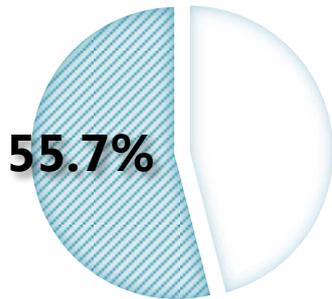
# 泰国：2015年中国连续4年蝉联泰国最大客源国，自由行业市场成熟



- 2015年中国赴泰游客达到793.5万人次，连续4年蝉联最大客源地。
- 泰国是中国最早开放的出境游市场，中国游客具备丰富的赴泰旅游经验，同时，泰国旅游接待能力较强，当地旅游产品开发程度较高，在线预订便利；2015年上半年数据来看，中国赴泰自由行人次占比已达55.7%。



### 2015H1中国赴泰旅游自由行比例



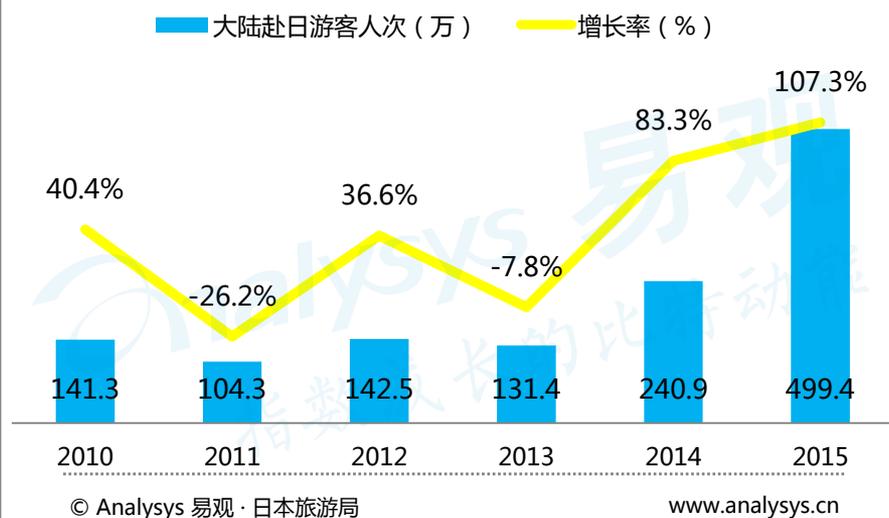
来源：泰国旅游和体育部

# 日本：2015年中国成为日本第一大客源国，2016年自由行游客数量将超过跟团游

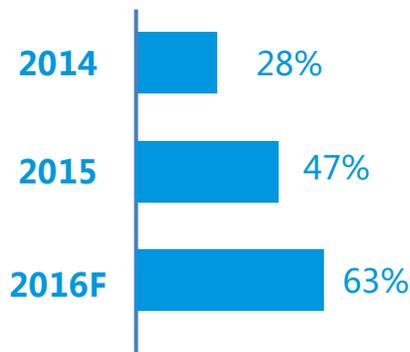


- 2015年中国赴日游客达到499.4万人次，超过台湾和韩国，成为日本最大客源地
- 签证：2015年日本政府简化3年多次往返签证办理条件，并开放5年多次往返签证；2016年预计将对中国游客实行免签政策；近两年，中国赴日自由行便利性大大提升，预计2016年超过跟团游，占比将达63%。

### 2010-2015年中国赴日旅游人次



### 2015-2016年中国赴日旅游自由行比例

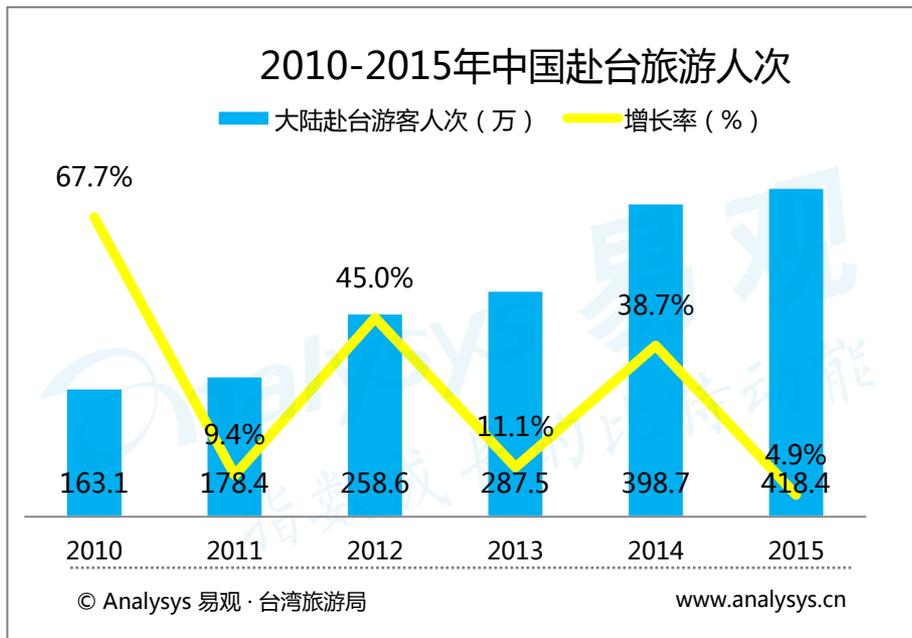


来源：日本旅游局

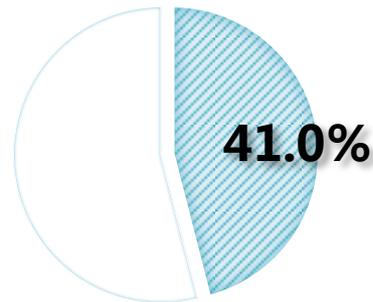
# 台湾：2015年中国内地赴台游客数量小幅增长， 政治环境改变降温台湾旅游热潮



- 2015年中国赴台游客达到418.4万人次，较2014年小幅增长；其中，自由行增长迅速，人次占比达到41.0%，目前已开放47个自由行城市。
- 由于政治环境改变，内地赴台旅游不安全因素增加，并存在情绪性抵制；2016年上半年赴台人数逐月下降，预计下半年这一趋势仍将持续。



### 2015年中国赴台旅游自由行比例

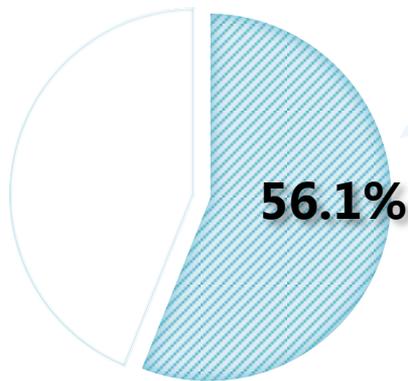


来源：台湾交通部观光局

# 2015年出境自由行游客占比过半，旅游企业加强“大交通+目的地”投入促进自由行产品体系成熟

- 2015年在线旅游企业加速“大交通+目的地”的自由行产品布局：
- 大交通产品方面，在线旅游企业通过对同类企业发起收购或战略合作加强渠道端覆盖；同时向上游加强渗透，与航空资源运营商展开战略合作，加强资源覆盖；
- 在目的地产品方面，在线旅游企业通过上线一站式本地玩乐平台，整合碎片化的旅游产品，为出境自由行用户提供服务保障，提升旅游体验。

## 2015年中国出境游客自由行比例



来源：中国国家旅游局

## 自由行产品体系



# 目录

- 1 中国出境游市场分析
- 2 中国出境自由行细分领域分析
- 3 中国出境自由行市场厂商分析
- 4 中国出境自由行市场用户分析
- 5 中国出境自由行市场发展趋势



# 出境自由行之交通

大交通：跨境航空客运

小交通：当地交通接驳

# 大交通方面：中国跨境航空客运市场发展迅速，产业链上下游企业均面临国外同行激烈竞争

- 中国在线预订平台国际机票覆盖不全面，技术及服务水平不足，用户专享境外在线预订平台获取预订服务。



- 国内航空公司国际航线布局较晚，部分航段，尤其是洲际航段中，国际航空公司占据较高份额。

- 国际GDS在2014年底获准进入中国市场，将提升中国机票代理行业信息化水平，使信息源进一步丰富。

# 在资源端，2015年中国航企加速国际航线布局

## 一、一线航企提升整体运力，在中国跨境客运中取得主导地位



新增**10**条国际航线  
已成为中美、中欧、  
中非航线第一承运人



新增**10**条国际航线  
在中澳航线居于领  
先地位

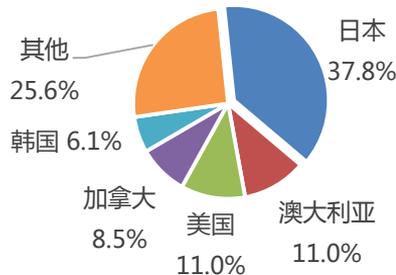


新增**12**条国际航线  
重点增强亚洲主要旅  
游国家覆盖



新增**10**条国际航线  
中澳和中美航线承运  
能力提升

2015年中国航企新增航线国家占比



## 二、三线航企加强周边航线覆盖，并开始运作洲际航线



新增**14**条国际航线  
包括10条中日航线，  
密集布局二线城市  
至日韩运力



新增**10**条国际航线  
主要集中于欧洲、  
美洲和澳洲等跨洲  
航线

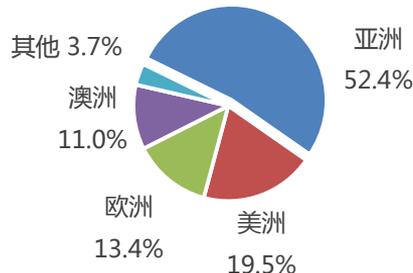


新增**6**条国际航线  
主要集中于澳洲和  
美洲等跨洲航线



地区性三线航企主要通  
过开通周边国家或重点投入  
加拿大、俄罗斯等非热门  
目的地航线开拓市场

2015年中国航企新增航线洲际占比



# 在渠道端，在线旅游企业加速布局国际机票预订业务 创业企业瞄准服务点

## 市场刺激因素

出境游市场增长，  
在线预订需求旺盛

国际航线快速增长，  
航司分销需求旺盛

代理商被中国航企压缩收益，  
通过国际机票稳固客源

GDS入华，为机票代理商/预  
订平台带来丰富票源

## 国际机票 分销端

### 在线预订平台

在线预订平台通过增加投入或资本合作等方式布局国际机票业务，  
如携程收购TransFusion

### 在线度假平台

在线度假平台通过向资源端渗透，布局“大交通+目的地”自由行体系，  
如途牛与海航战略合作

### 航司直销

中国航司通过提直降代加强在线直销业务，  
减少对代理商依赖

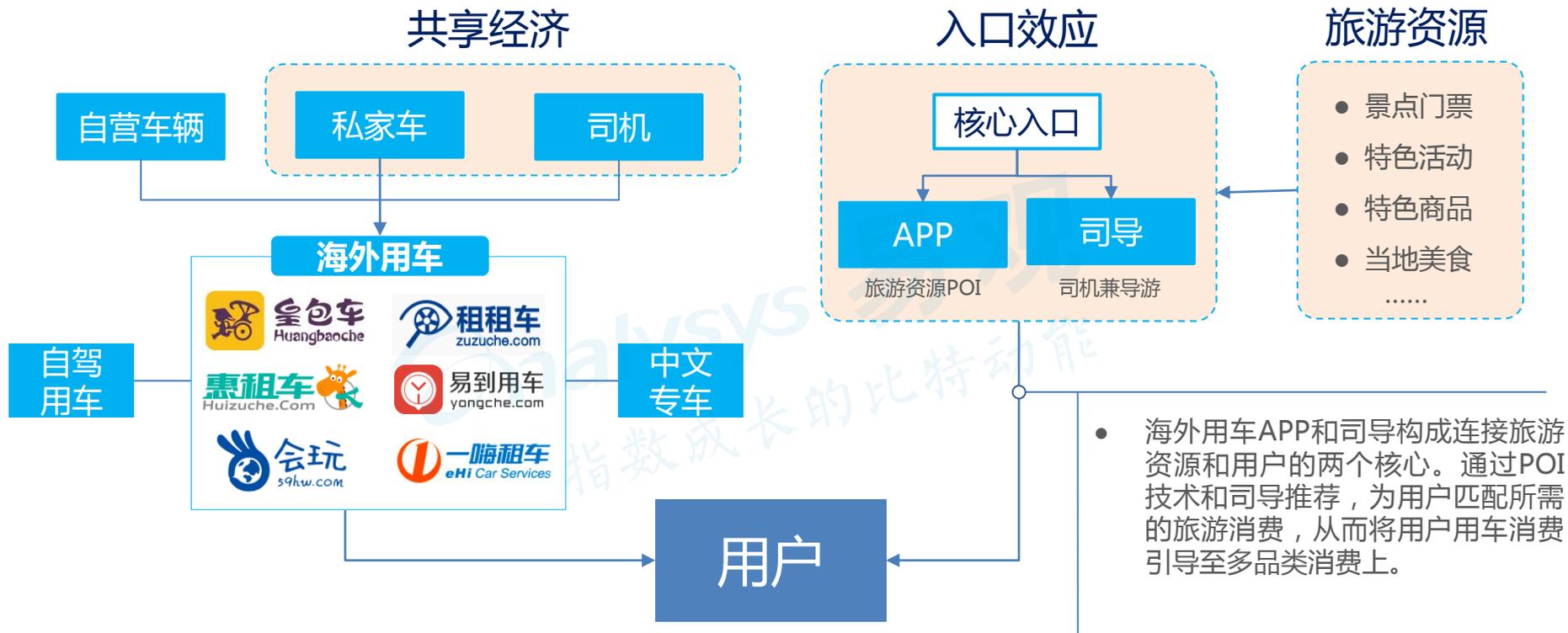
### 机票代理商

收益受航司提直降代影响，通过国际机票  
提升流量，挖掘利润空间

### 创业企业

通过大数据处理票源，提供高品质预订服务，  
如世界玖玖；  
通过抓取票源打造垂直搜索平台，如骑鹅旅行

# 小交通方面：海外用车通过共享经济提升出境目的地便利性，并形成入口效应



# 出境自由行之住宿

国际酒店在线预订

在线海外短租预订

# 2015年中国在线酒店预订平台加强海外酒店覆盖，并增强资源把控，提升用户体验



1 国内在线预订平台加强海外酒店直签和直连，提升资源把控力



2 国内在线预订平台通过技术和大数据整合库存，提升用户体验



3 国内在线预订平台加强战略合作，提升酒店覆盖



# 个性化住宿需求和多人出行提升非标住宿预订份额，海外短租市场创业厂商活跃

个性化住宿需求

深入体验当地生活

高性价比满足家庭或多人同住需求

家庭或多人度假娱乐需求

海外酒店预订占比下降，  
非标住宿份额持续提升



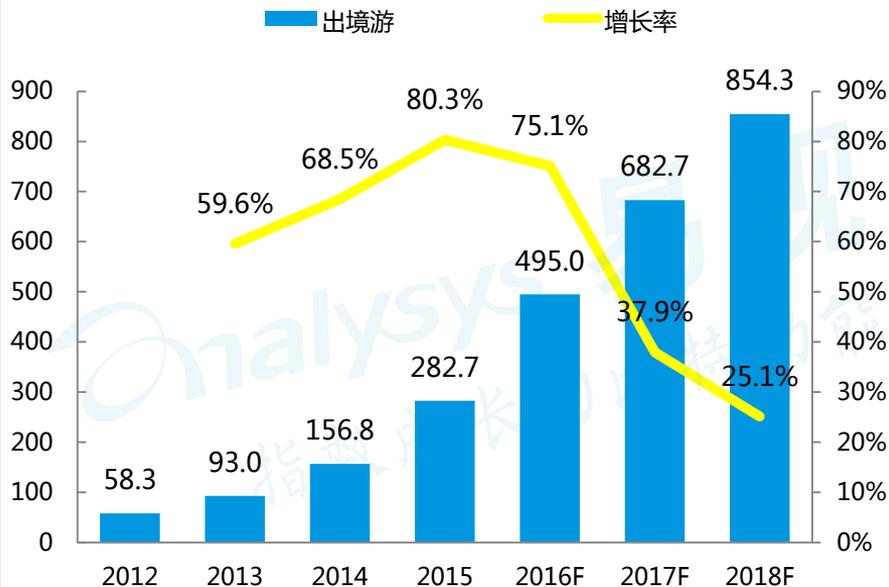
# 出境自由行之自助游

当地玩乐产品

套餐类产品

# 2015年在线出境游市场交易规模达到282.7亿元人民币，自助游占57.0%

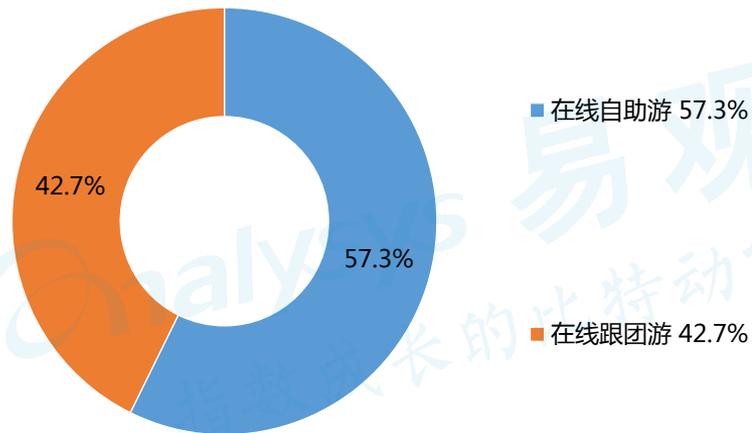
## 2016-2018年中国在线出境游市场交易规模预测



© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2015年中国在线出境游市场交易规模结构



© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 在线出境自助游产业链中，综合型平台在渠道端占主导地位

Analysys 易观

指数成长的比特动能

## 资源端

### 供应商



### 线下旅行社



## 渠道端

### 在线度假旅游平台



用户

- 渠道端在线出境自助游平台通过直采加强紫原敦控制力。

- 综合型平台在渠道端占主导地位，创业厂商通过聚焦于细分市场进行侧翼竞争。

# 在线出境自助游产品体系包含当地玩乐和套餐类 两大支线产品

当地玩乐

一日游、半日游等当地游产品  
潜水、跳伞等当地活动  
接送机、租车等交通产品  
交通卡、WiFi等旅游工具  
温泉、餐饮等生活服务产品

套餐类产品

交通 住宿 当地玩乐

两种及以上旅游元素  
打包形成套餐产品

出境自助游产品体系

# 当地玩乐：在线旅游平台布局当地玩乐，提升目的地体验

Analysys 易观

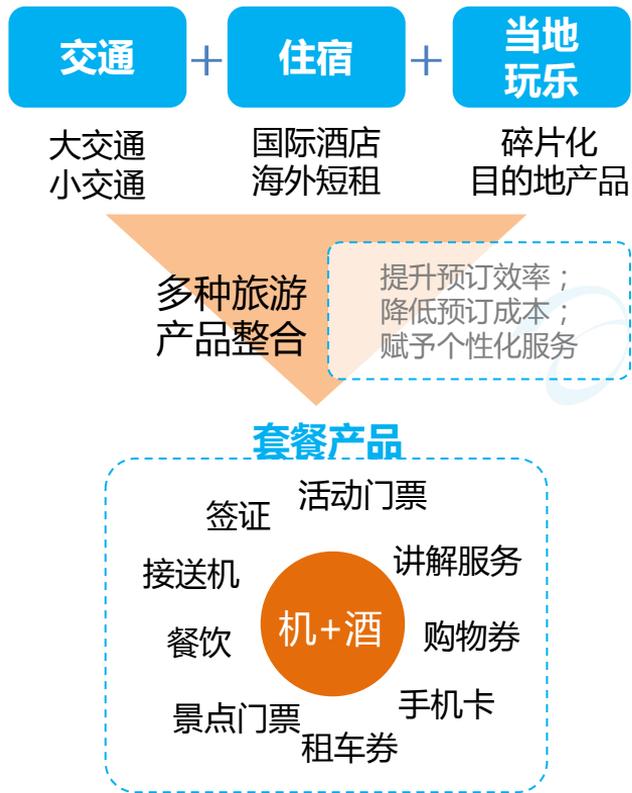
指数成长的比特动能

目的地市场产品极度分散，需要大型旅游厂商推进资源整合。2015年起途牛、携程、去哪儿等纷纷上线当地玩乐栏目；从大型旅游厂商合作模式来看，主要通过开放平台、直接采购和与地接社合作三种方式整合本地资源，同时通过平台服务架构保障消费者权益。

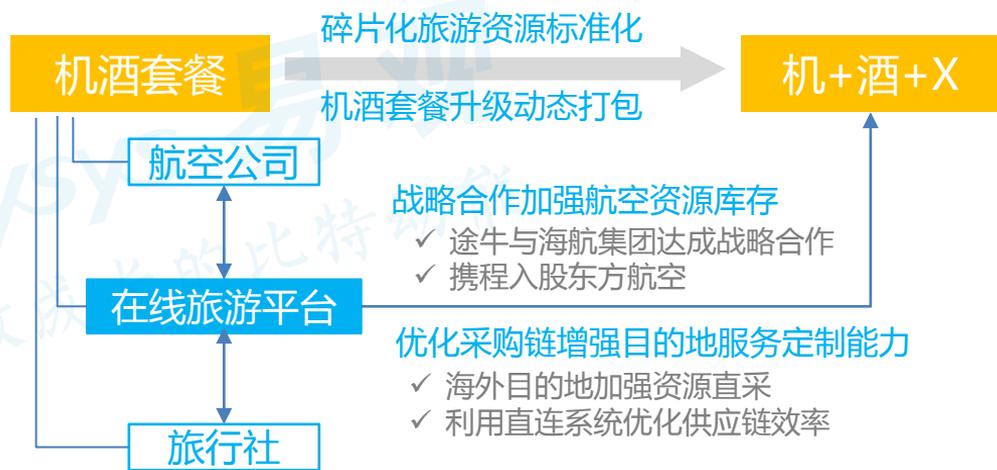
中国在线旅游平台通过一站式当地玩乐平台，整合碎片化的旅游产品，为出境自由行用户提供服务保障，提升旅游体验。



# 套餐类产品：机+酒是核心产品，在线旅游平台加码个性化动态打包，构建“机+酒+X”自由行体系



1 “机+酒”构成出境自由行主要套餐产品，未来向机+酒+X动态打包形态升级



2 其他旅游元素组成的套餐产品占比相对较小

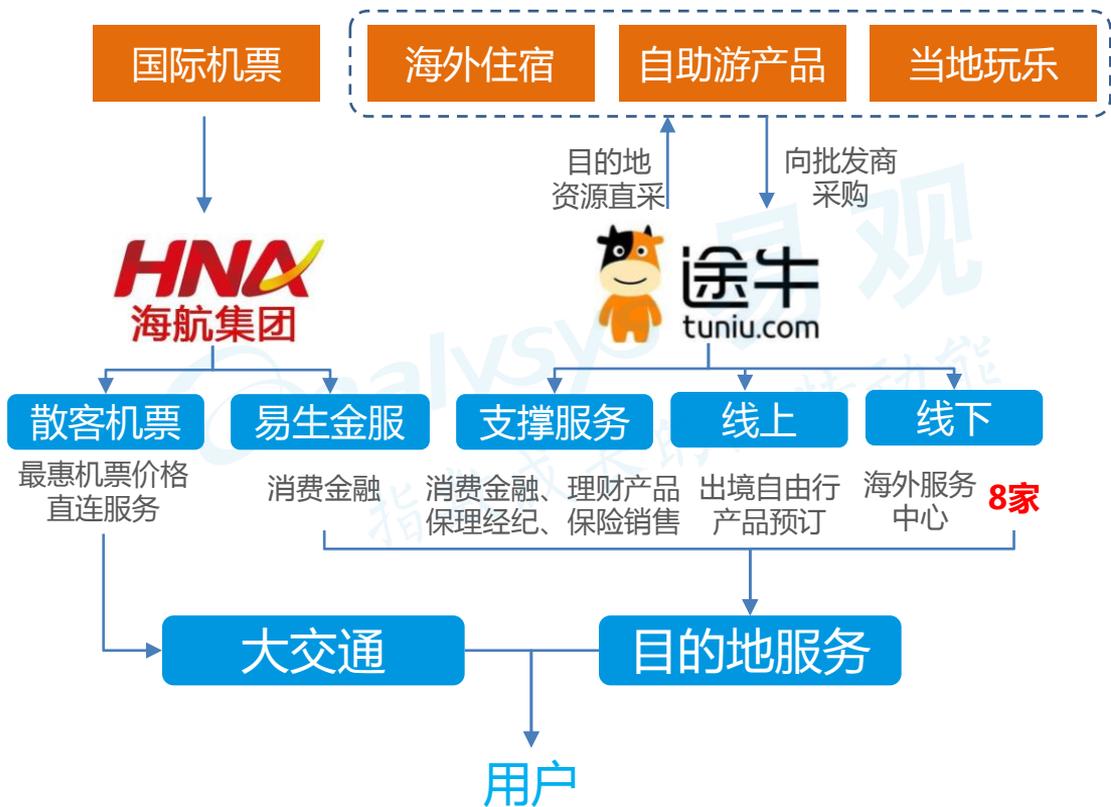
- ✓ 机票+欧铁、酒店+签证服务等其他产品组合

# 目录

- 1 中国出境游市场分析
- 2 中国出境自由行细分领域分析
- 3 中国出境自由行市场厂商分析**
- 4 中国出境自由行市场用户分析
- 5 中国出境自由行市场发展趋势



# 途牛：2015年与海航达成战略合作，整合航空资源与目的地服务发力出境自由行业务



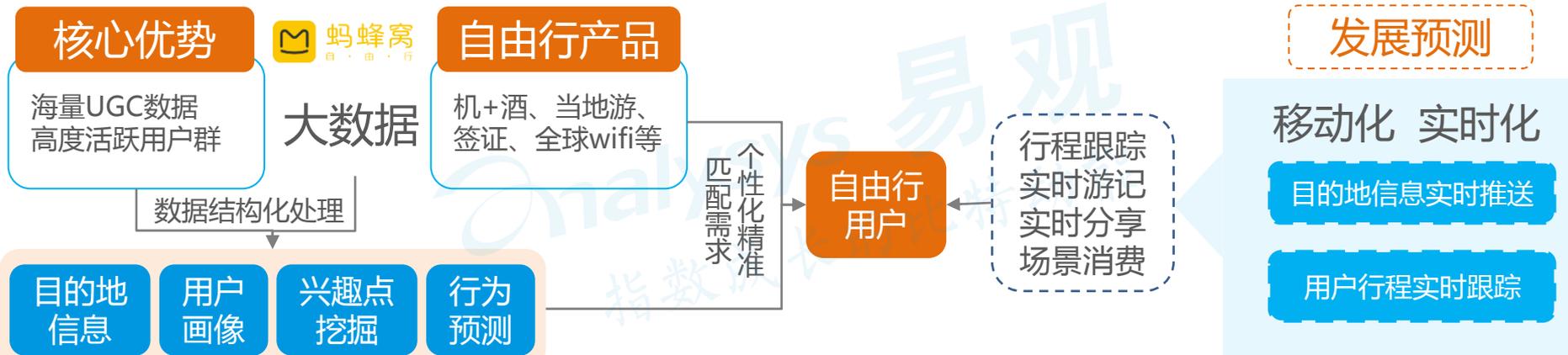
途牛成立于2006年，通过打造高效精简的旅游产品供应链，和广泛的用户覆盖，途牛在出境跟团游和自助游上均居于领先地位。

目前，途牛出境目的地已覆盖日本、韩国、美国等240多个国家和地区，服务出游人次持续增加。2016年，途牛将重点发力出境自由行业务，借助海航的大交通资源，并提升对目的地资源的覆盖及互联网化水平，以目的地为主要视角，解构旅游元素，实现“机+酒+X”的产品动态打包，以满足自由行用户的多样化需求。

# 蚂蜂窝：大数据技术充分发挥UGC和高活跃用户等核心优势，打造沉浸式线上旅游体验

蚂蜂窝2010年开始公司化运营，2012年已成长为拥有海量UGC数据和高度活跃的忠实用户群的知名旅游社区，在此基础上，2013年开始商业化实践，现已发展成为业内优秀的自由行决策与交易平台。蚂蜂窝通过大数据技术对UGC数据进行结构化处理，挖掘用户兴趣点和旅游需求，以精准匹配用户个性化预订需求，提高用户体验。

未来发展方向上，Analysys易观分析认为，移动化和实时化将充分挖掘蚂蜂窝用户高活跃性的价值，通过移动端旅游攻略信息流、行程即时决策，并结合自由行实时在线预订，蚂蜂窝可以为用户提供实时攻略决策、分享、信息提示、产品推荐等线上线下一体化体验与购买，进一步提升用户黏着度，并提升交易频次。



# 住百家：共享经济撬动出境游，打造在线短租+度假生活

Analysys 易观

指数成长的比特动能

住百家  
分享世界

2012年成立，打造海外在线度假租赁平台

2014年，完成A轮数百万美元融资

2014年，房源覆盖全球60个城市

2015年，完成B轮及C轮融资

2016年，国内新三板挂牌，共享经济第一股

2016年5月，房源覆盖70国家，729城市

## 服务国内用户的海外在线度假租赁平台

海外房源：海量房源+特色民居

- PES筛选房源和线下团队验真
- 评价体系筛选友好房东 

服务：华人管家+当地增值服务

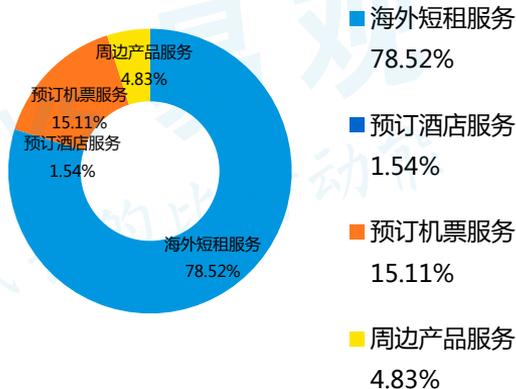
- 华人管家为用户提供母语服务
- 提供吃、行、游、娱等增值服务

营销：名人效应+达人社群

- 以Angelababy代表的名人效应
- 通过达人建立起来的社群，提升订单转化

## 在线短租+度假生活

2015年住百家各类产品收入占比(%)



© Analysys 易观

www.analysys.cn

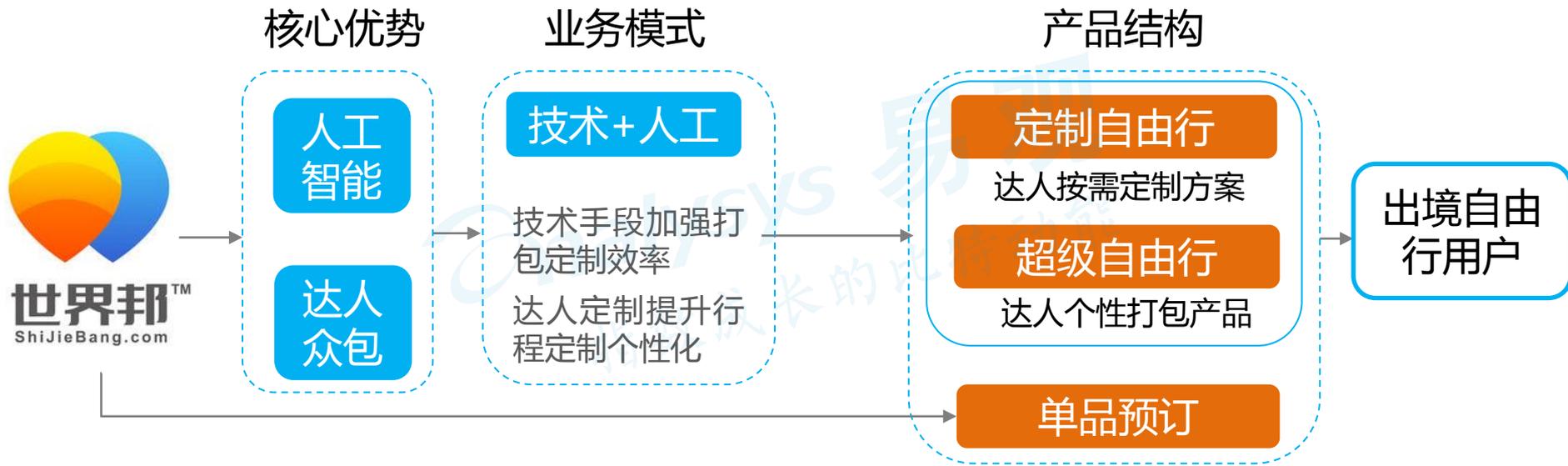
Analysys易观分析认为，

- 住百家通过在线短租入口，为出境游客提供除住宿外的出行、7\*24中文客服和本地玩乐等多项服务，形成在线短租+度假生活的产品结构，构建出境游生态体系。
- 通过共享经济撬动市场，在线短租市场的发展极大地满足深度自由行市场。
- 境外旅游市场细分程度加深，家庭海外自由行即将快速发展。

# 世界邦：技术+人工打造个性化出境自由行产品

世界邦旅行网2013年上线，率属于走遍世界国际旅行社(北京)有限公司。上线以来获得杨致远、新浪等投资，并于2014年收购社交旅游网站途客圈。

世界邦主要为出境自由行用户提供行程定制和在线旅游产品预订服务，通过打造“人工智能+达人众包”的核心优势，专注于研发定制游的规模化和打包定制效率的提升，形成平价化、规模化、个性化的业务特征。



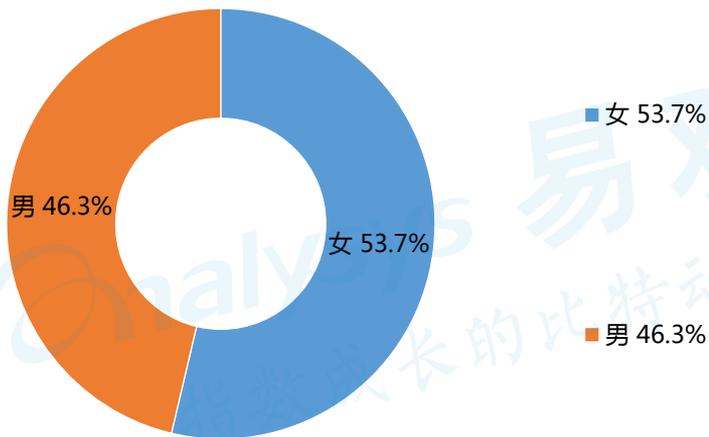
# 目录

- 1 中国出境游市场分析
- 2 中国出境自由行细分领域分析
- 3 中国出境自由行市场厂商分析
- 4 中国出境自由行市场用户分析**
- 5 中国出境自由行市场发展趋势



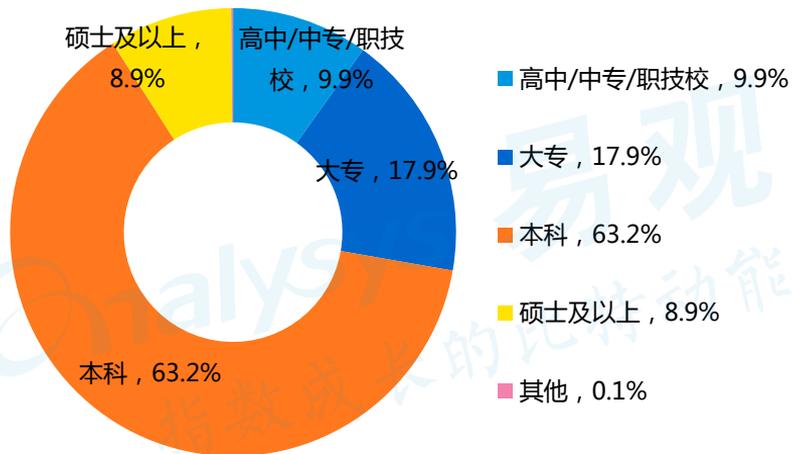
# 2015年中国出境自由行用户女性略高于男性，过半用户学历在本科及以上

## 2015年中国出境自由行人群性别结构



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

## 2015年中国出境自由行人群学历结构



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

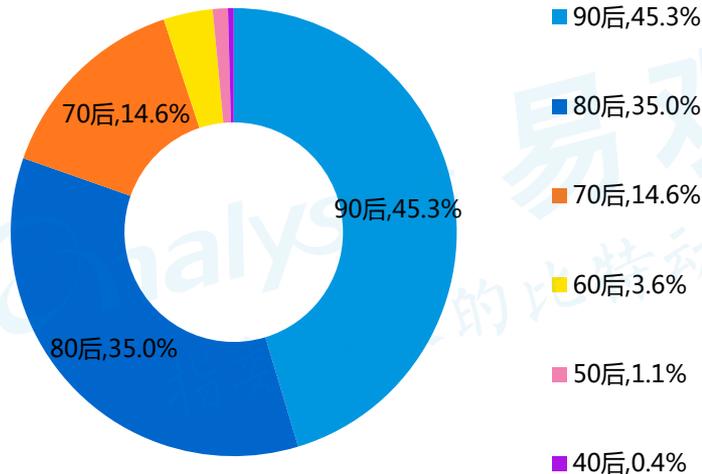
# 80、90占出境自由行近八成用户，热爱美食、电影，文青是他们最鲜明属性

## 国外自由行人群爱好云标签



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

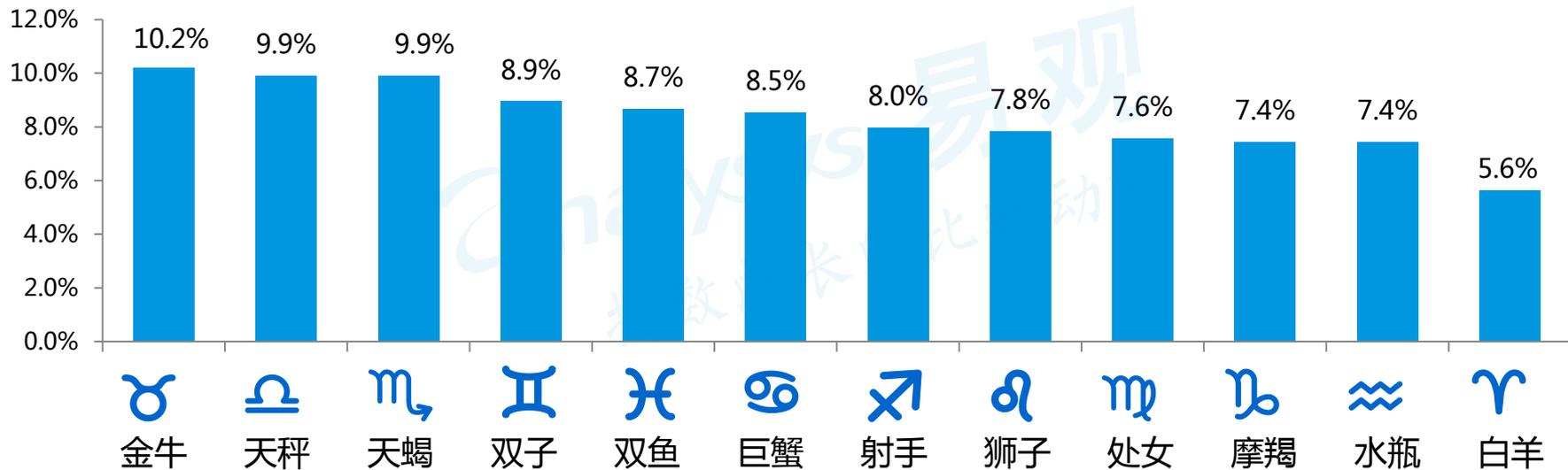
## 2015年中国出境自由行人群年龄结构



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

# 金牛、天秤和天蝎是2015年中国最活跃的出境自由行星座

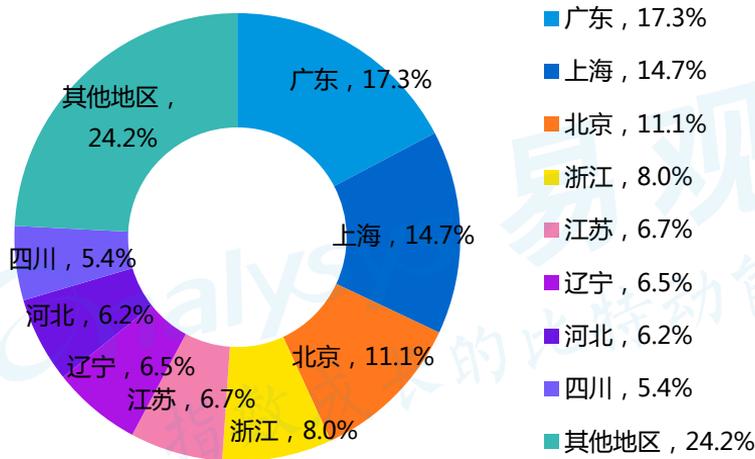
## 2015年中国出境自由行人群星座结构



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

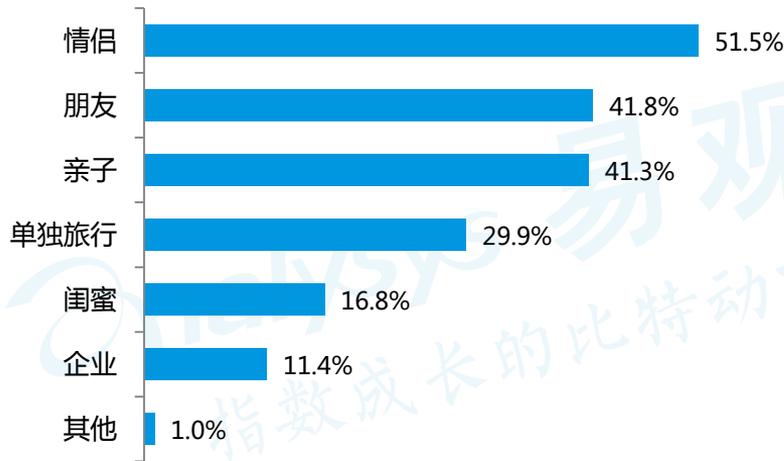
# 广州、上海和北京为中国出境自由行市场输送了近半数用户，情侣出行超过半数

## 2015年中国出境自由行人群分布地区



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

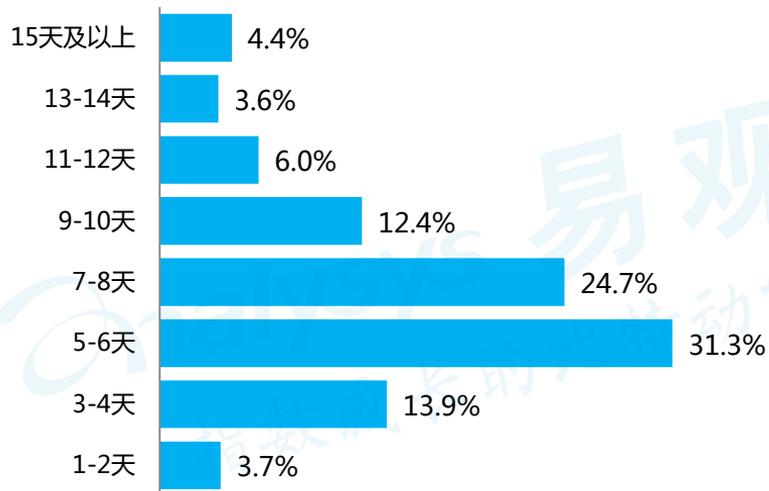
## 2015年中国出境自由行人群同行伴侣情况



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

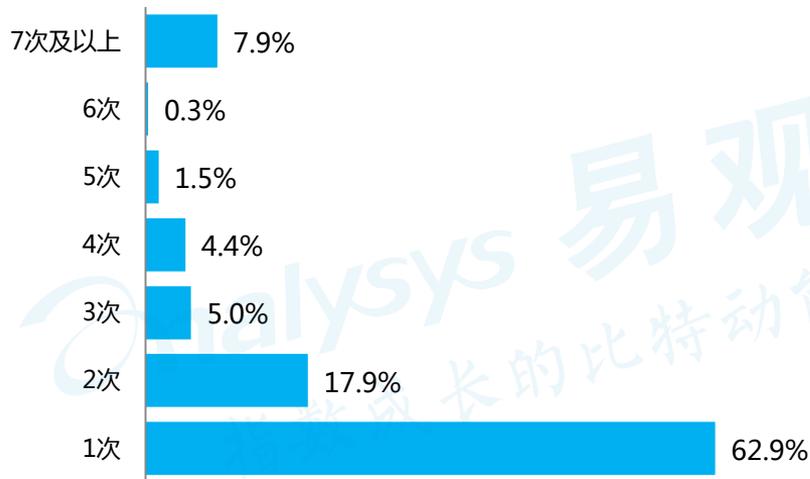
# 近九成出境自由行用户出行3-10天，过半用户一年内出境1次

## 2015年中国出境自由行人群行程天数分布



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

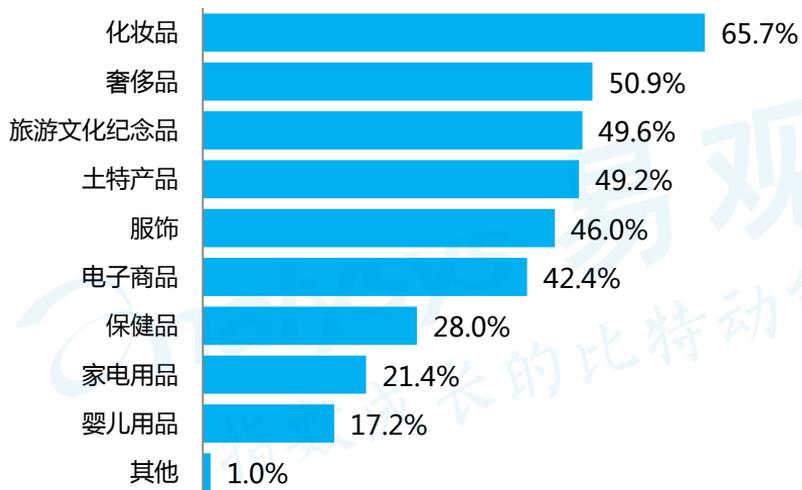
## 2015年中国出境自由行人群一年内出境次数分布



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

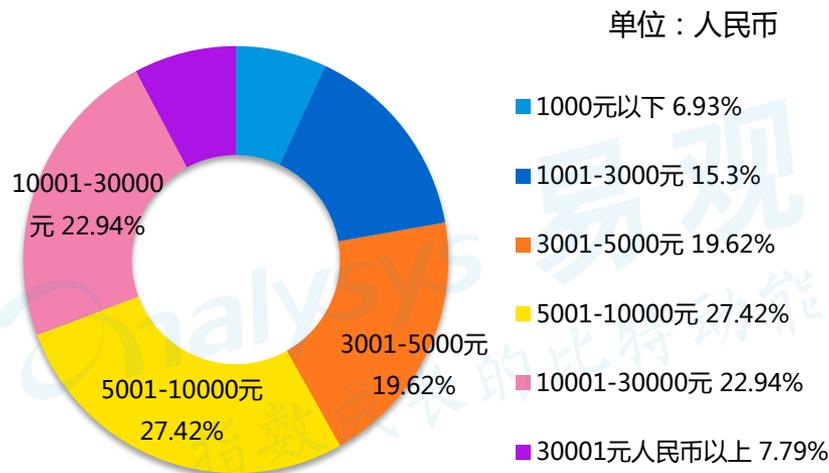
# 2015年中国出境自由行人群海外首要购物品类是化妆品，购物金额多集中于3千至3万元人民币

## 2015年中国出境自由行游客购物偏好



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

## 2015年中国出境自由行用户购物金额结构



数据说明：2015年11月易观发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集出境自由行用户样本728份。

# 目录

- 1 中国出境游市场分析
- 2 中国出境自由行细分领域分析
- 3 中国出境自由行市场厂商分析
- 4 中国出境自由行市场用户分析
- 5 中国出境自由行市场发展趋势**



# 中国旅游企业将加大海外资源分销端上游参与力度，提升产业链渗透力

Analysys 易观

指数成长的比特动能

## 中国出境自由行市场产业链

### 海外资源端

### 资源分销批发端

### 资源分销零售端

交通

住宿

度假  
旅游

B2B  
平台

当地  
旅行社

批发商

垂直搜  
索平台

B2C  
平台

旅行社

用户

### 市场现状

- 中国旅游企业在海外布局较晚，与海外资源端直接签约成本较高，因此目前主要通过接入上游分销商库存开展预订业务，资源控制较弱；
- 中国旅游企业在海外旅游资源分销批发端影响力较弱，主要由海外企业主导。

### 发展趋势

#### 【资本整合型】



通过直接投资或股权投资等方式布局产业链上游资源，在短期内迅速提升企业规模，增强竞争力，主要被传统旅行社集团采用。

#### 【目的地拓展型】



通过增加目的地投入，以直采等方式直接整合上游资源，产业链拓展速度相对较慢，但资源控制能力更强，主要被在线旅游企业采用。

# 出境游人群覆盖进一步扩大，出境消费呈现两极化趋势

## 三四线城市扩张

- 三四线城市缺乏航空资源，居民整体收入水平略低，出境游市场培育未充分开展。

- 2015年中国航企大量开通二三线城市跨境航班
- 在线旅游平台在三四线城市布局线下体验店或分公司
- 护照申办及签证政策更加宽松

2015年中国拥有  
护照居民比例

6%

- 2015年在线旅游平台出境游产品快速多元化、需求精细化，形成涵盖多层次的产品体系
- 高频出境游消费者旅游经验丰富，追求个性化更强的旅游体验

## 出境消费两极化

- 高频出境消费者追求高品质旅游体验；低频出境消费者收低价促销影响较大。

# 主题游和深度游是2016年最受关注的出境自由行细分市场

## 旅游主要目的转变

观光游

购物游

- ✓ 收入持续增长
- ✓ 出境游经验增多
- ✓ 政策便利性提升
- ✓ 交通便利性提升

度假  
旅游

## 个性化深度旅游体验

主题游

结合季节特点、当地活动、民俗风情、地理环境等打造主题游

深度游

- 同一目的地延长旅游时间
- 目的地国家挖掘二三线城市旅游

其中，值得关注的主题游：

### ① 海外亲子游

- ✓ 用户基础大  
(二胎政策、重视教育、重视亲子关系)
- ✓ 出行不受季节限制
- ✓ 重复消费频率高
- ✓ 教育与旅游结合
- ✓ 产品主题外延广

### ② 海岛游

- (主要指东南亚海岛)
- ✓ 短程目的地，交通便利
  - ✓ 价格低廉
  - ✓ 大部分海岛免签
  - ✓ 满足度假休闲需要

# 短线出境游高速增长，欧、美、澳等长线出境游目的地平稳升温

## 经济环境

中国居民收入水平仍将保持增长趋势  
人民币汇率保持稳定

## 签证政策

签证政策趋于简化和宽松，欧洲及美国推出两年、甚至十年往返签证

## 交通便利

油价保持较低水平，跨洲航线大量开通，游客时间和资金成本减少

## 政府支持

欧洲主要国家、美国及澳大利亚加强中文接待能力，并加强旅游推广活动

门槛降低，出境游消费向长线转移

长线出境游市场升温



日本

**增长潜力最大的短线市场：**  
2016年地接数量将快速增长，服务容量得到提升  
中国赴日旅游将迈入品质游阶段，主题游和深度旅游产品成为主流；  
以日本为代表的东亚游仍将保持高速增长



美国

**最具增长潜力的长线出境游市场：**  
美国：2016年是中美旅游年，双方相关部门联合开展多种推广活动  
2014年底向中国开放十年有效签证，旅游便利性不断增强；  
澳大利亚：中线出境游市场，独特的南半球风情；2016年开放中国电子护照自助通关



澳大利亚



欧洲国家

欧洲：具备独特的人文景观；欧元持续贬值，提升欧洲旅游性价比；  
英国政府宣布推出面向中国游客的两年多次入境签证；法国政府加强中文接待能力  
欧洲市场整体将平稳增长



巴西及南美

巴西：2016年奥运会举办国，拥有独特南美风情；整体治安环境趋于恶化，奥运免签未对中国游客开放，南美国家签证审批严格，航线距离过长，市场增长不乐观

# 指数成长的比特动能



- 易观千帆
- 易观万象
- 易观方舟
- 易观博阅