



驴妈妈旅游网
www.lvmama.com

iResearch

艾瑞咨询

2016年

中国暑期亲子游 白皮书



亲子游市场增速快

1

爸妈宝贝总动员

2

大千世界嗨起来

3

自助出游顺心玩

4

2016暑期游哪里

5

中国在线亲子游市场起步晚，发展迅速

本篇报告基于驴妈妈旅游网的亲子游数据，双方联合发布，旨在对2015-2016年的亲子游市场进行研究和趋势预测。

自1998年游学兴起，旅游+研学、亲子互动、寓教于乐理念逐渐深入人心，亲子游产品发展迅速。在线旅游网站不断挖掘亲子游市场，单独开设亲子游频道或打造亲子游品牌，促进亲子游的进一步发展。

2016年中国在线亲子游发展历程

1998	游学兴起	旅行社与院校合作的以英语学习等为主的游学活动
2005	资源导向	主题公园兴建，亲子游初见规模，在线旅游网站以门票等产品销售为主
2013	产品成型	亲子类综艺节目引发亲子游热潮，旅游网站推出亲子游主题产品
2014	品牌打造	各在线旅游网站增开亲子游频道；专注于亲子游领域的网站上线

来源：根据行业公开资料及专家访谈整合获得。

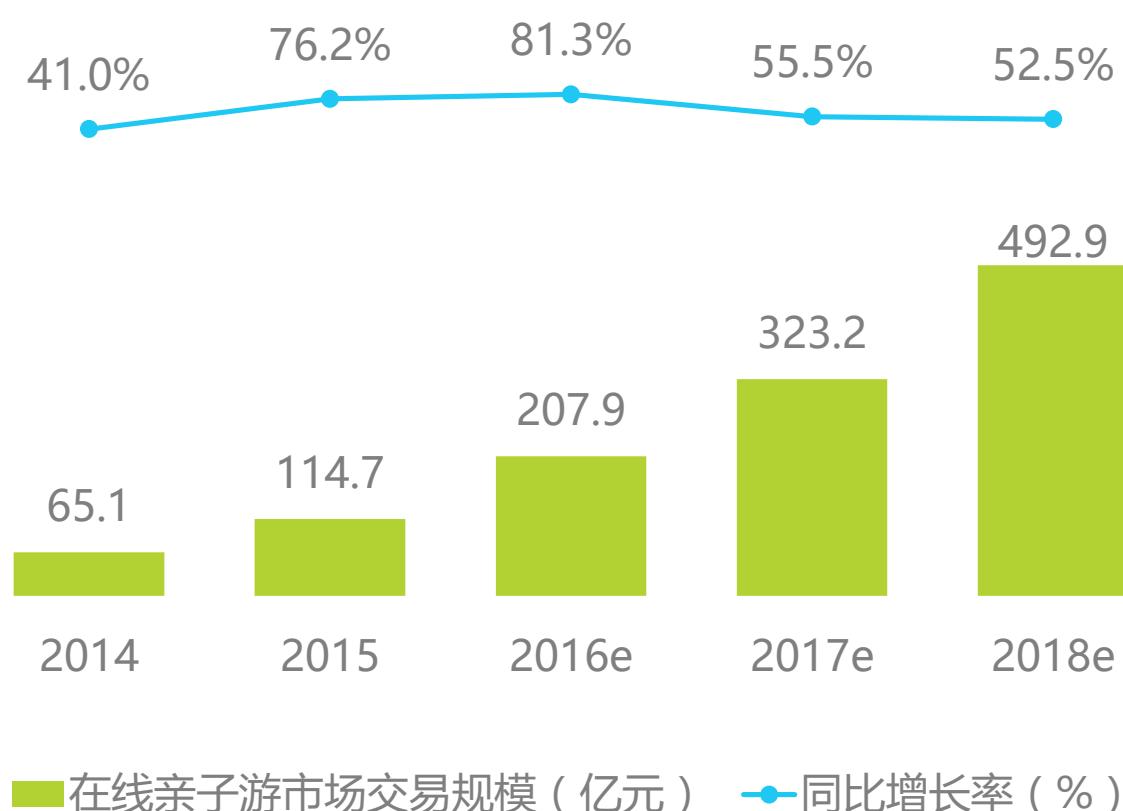
©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

中国在线亲子游市场处于高速发展阶

中国的亲子游市场起步以“学”为主，随后才逐渐发展为以“玩”为主，寓教于乐。亲子游市场自2013年亲子类综艺节目出现之后成为备受瞩目的一个主题游，2014年亲子游节目的大规模爆发激发了用户的亲子游热情，创新能力高的旅游企业纷纷推出节目同款线路产品或对目的地资源深度挖掘，推出更多有吸引力的新产品，推动了亲子游市场的快速增长。市场将对这一影响作出长期的积极反应。而创新能力不足的传统中小型旅行社“换汤不换药”式的产品在用户需求导向型的市场阶段逐渐被淘汰。

2014-2018年中国在线亲子游市场交易规模



来源：根据企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

品牌打造期案例：驴悦亲子游

各旅游企业在进军亲子游市场时，除推出同款线路产品外，还采用打造专属品牌、冠名热门节目等措施。2014年驴妈妈旅游网正式推出“驴悦亲子游”品牌，针对不同年龄儿童的产品设计，让参与者乐在其中。目前，“驴悦亲子游”已推出八大主题系列活动，在产品创新设计方面具有一定优势。



目标客户

3-12岁儿童的家庭群体。

品牌理念

注重孩子在旅游中的学习与体验，让“寓教于乐”真正成为亲子游活动的核心。

八大系列活动

夜宿、Running Family、自然课堂、中国传统文化、博物馆、科学探索、亲子教育、角色扮演。



主题展览
蔬果采摘 DIY 博物馆
体育运动 探秘
探索自然
儿童剧演出



来源：企业访谈及公开资料。

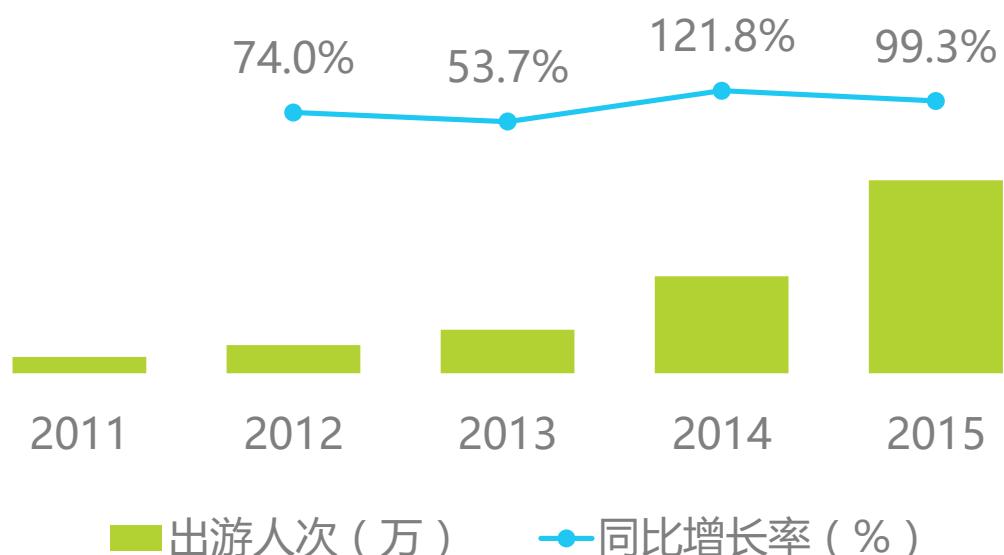
©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

驴妈妈旅游网数据洞察

2011-2015年，驴妈妈亲子游出游人次和交易规模均保持高速增长。受亲子游市场热潮的推动及“驴悦亲子游”品牌推出的积极影响，2014年驴妈妈亲子游人次和交易规模迅速上升，增速超过120%。

2011-2015年驴妈妈亲子游出游人次

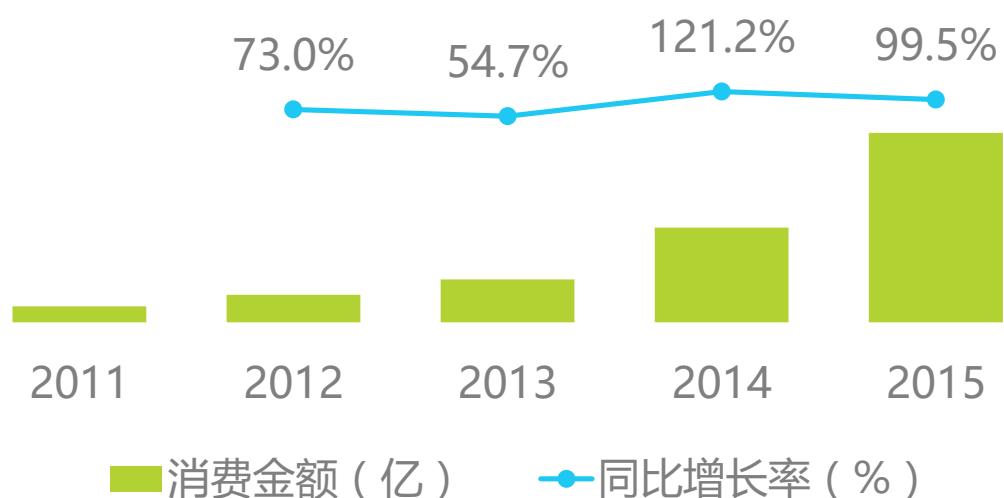


来源：根据驴妈妈旅游网2011-2015年亲子游数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2011-2015年驴妈妈亲子游交易规模



来源：根据驴妈妈旅游网2011-2015年亲子游数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

亲子游市场增速快

1

爸妈宝贝总动员

2

大千世界嗨起来

3

自助出游顺心玩

4

2016暑期游哪里

5

宝贝high玩 不分年龄

2015年暑期亲子游用户同行仅有1个儿童的比例高达79.8%。按年龄划分4-9岁儿童占比达67.2%。艾瑞分析认为，4-9岁儿童有一定个人意愿并能参与出游决策过程，父母在选择亲子游产品时会最大程度上考虑孩子的需求。

2015年暑期亲子游同行儿童数量

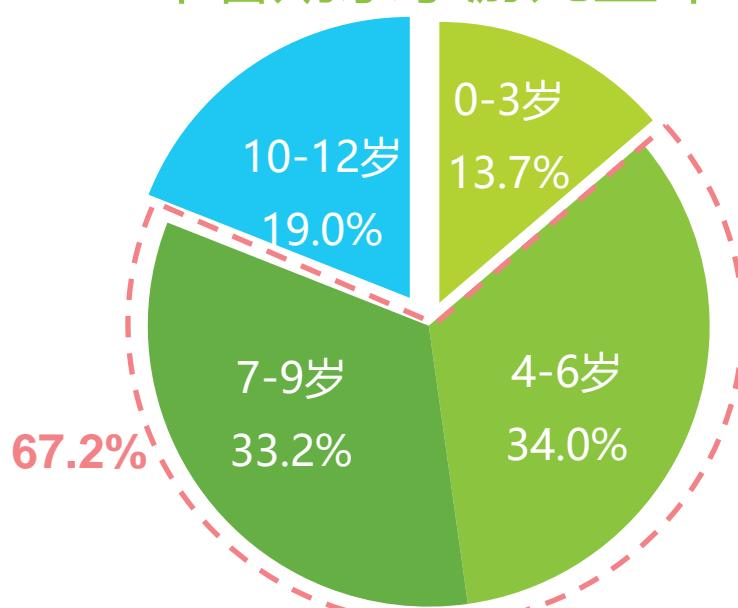


来源：根据驴妈妈旅游网2015年7-8月亲子游数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2015年暑期亲子游儿童年龄分布



来源：根据驴妈妈旅游网2015年7-8月亲子游数据统计。

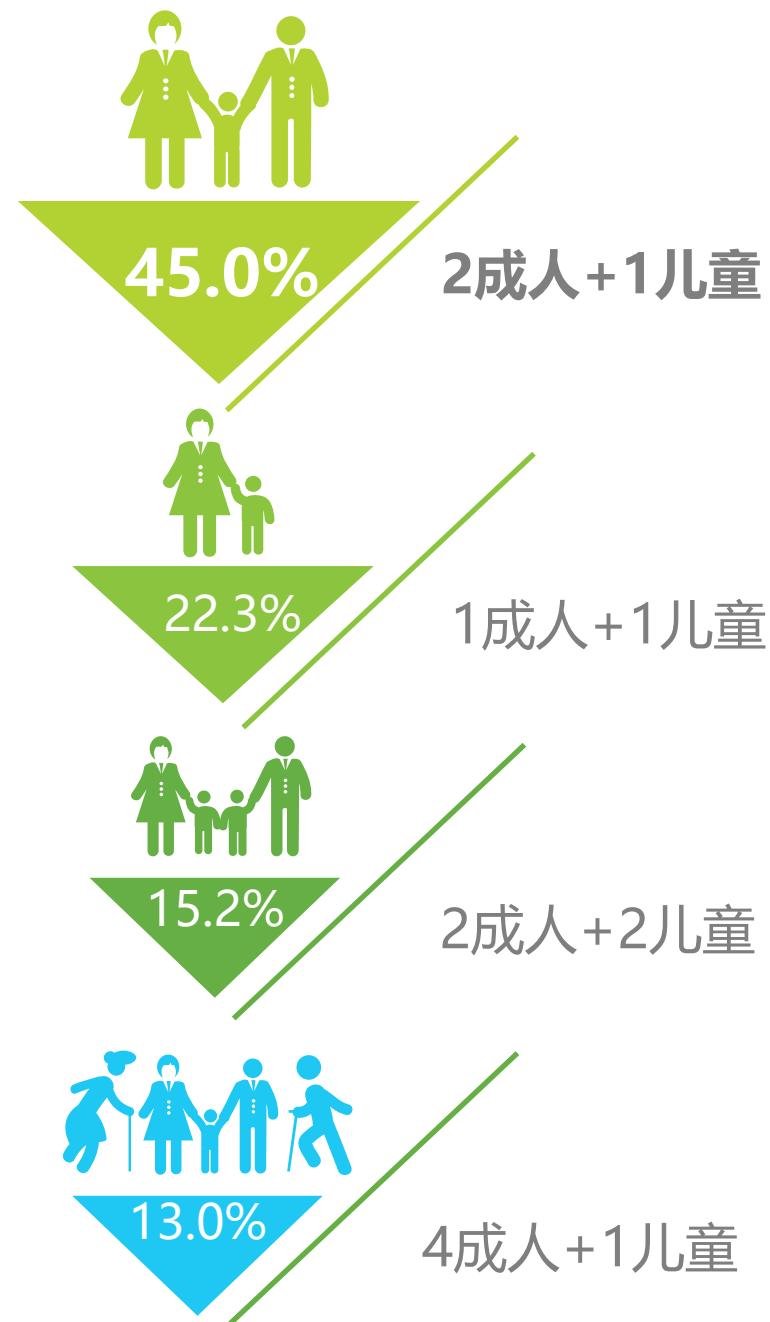
©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

大手小手 幸福相携

2015年暑期亲子游用户中以“2成人+1儿童”居多，占比45.0%。艾瑞分析认为，受独生子女政策的影响，00后和10后儿童的家庭结构以“2成人+1儿童”居多，随着二胎政策的开放，“2成人+2儿童”的占比将有所增加。

2015暑期亲子游用户主要人员构成



来源：根据驴妈妈旅游网2015年7-8月亲子游数据统计。

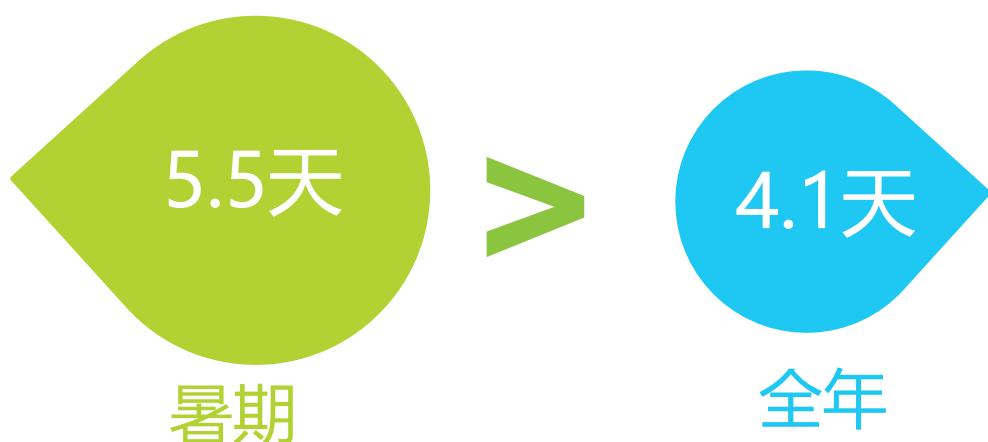
©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

暑期畅游 无法停歇

2015年亲子游暑期出行平均天数5.5天，大于全年平均出行天数。暑期亲子游用户出行时间集中在1-3天，占比53.6%。10天以上比例增加1.3%，艾瑞分析认为，两个月左右时间的暑假让更多家庭偏向选择长线出游，给孩子更多体验机会，同时也增加家庭相处机会，增进彼此之间的亲情。

2015全年/暑期亲子游平均出行天数

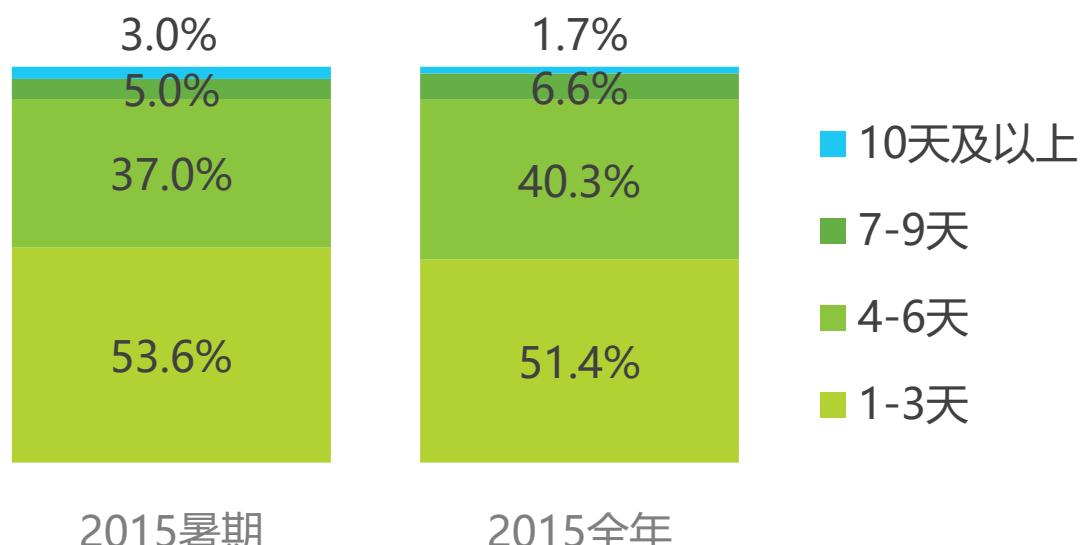


来源：根据驴妈妈旅游网2015年1-12月、7-8月亲子游数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2015年全年/暑期亲子游出行时间对比



来源：根据驴妈妈旅游网2015年1-12月、7-8月数据统计。

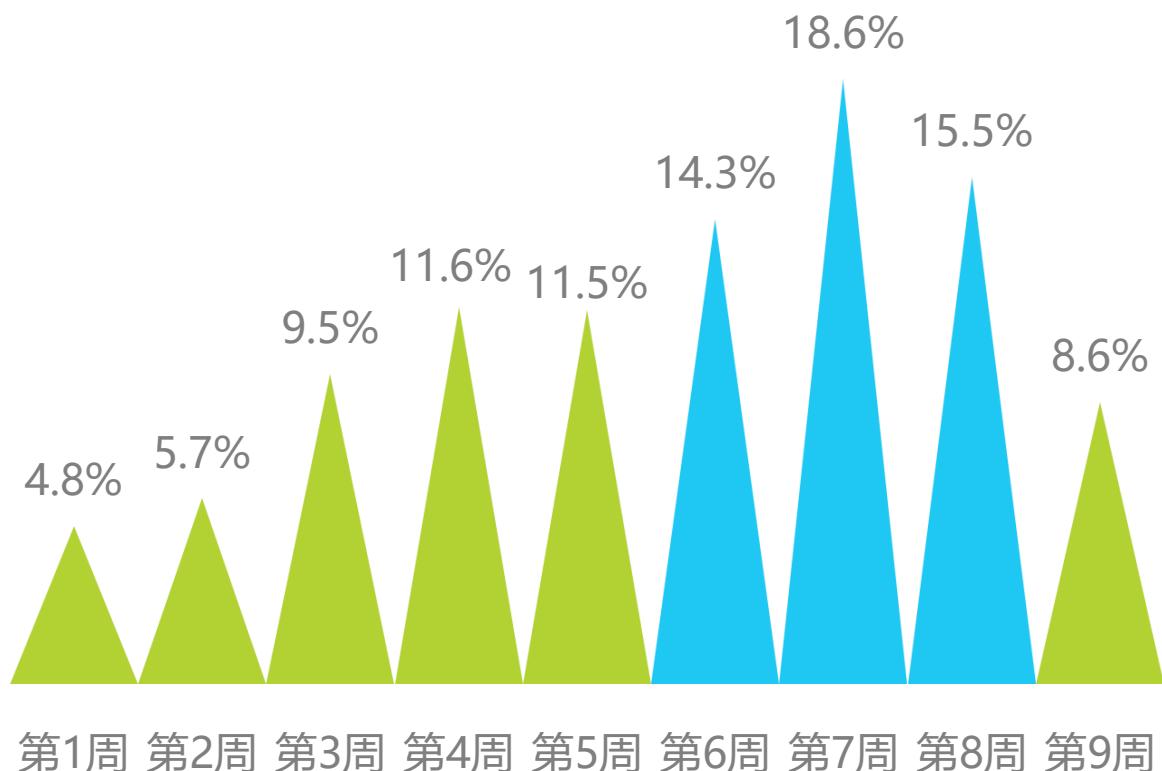
©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

不留遗憾 赶快出发

暑期亲子游出行高峰集中在假期的第6-8周。艾瑞分析认为，8月中下旬临近暑期结束，还未出游或想多次出游的家庭会选择这一时间段出游。

2015年7-8月亲子游出行时间段



注释：按周计算的日期从2015年7月1日开始计算至9月1日。

来源：根据驴妈妈旅游网2015年7-8月亲子游数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

亲子游市场增速快

1

爸妈宝贝总动员

2

大千世界嗨起来

3

自助出游顺心玩

4

2016暑期游哪里

5

国内游玩 首选南方

2015年暑期亲子游热门目的地Top10集中于长江流域及华南地区。

2015年暑期亲子游国内热门目的地Top10



来源：根据驴妈妈旅游网2015年7-8月亲子游数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

出境游玩 东南亚最热门

2015年暑期亲子游出境热门目的地Top10

No.1

香港



No.2

菲律宾



No.3

泰国



No.4

日本



No.5

韩国



No.6

印度尼西亚



No.7

中国澳门



No.8

中国台湾



No.9

马来西亚



No.10

越南



来源：根据驴妈妈旅游网2015年7-8月亲子游数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

性别不同 需求一致

2015年暑期亲子游热门产品按性别划分，无明显差异。无论男生女生，游乐园均位列榜首。艾瑞分析认为，家长在亲子游产品类型选择方面并不因儿童性别而产生明显差异，而是综合考虑家长与儿童双方需求来最终决定购买产品。据此，“驴悦亲子游”推出的“古北水镇童时趣游”、“青岛错峰浪漫出游”等榜单产品均可同时满足家长和儿童的需求，为用户打造美好出行体验。

2015暑期亲子游热门产品Top5 按性别划分



来源：根据驴妈妈旅游网2015年7-8月亲子游数据统计。

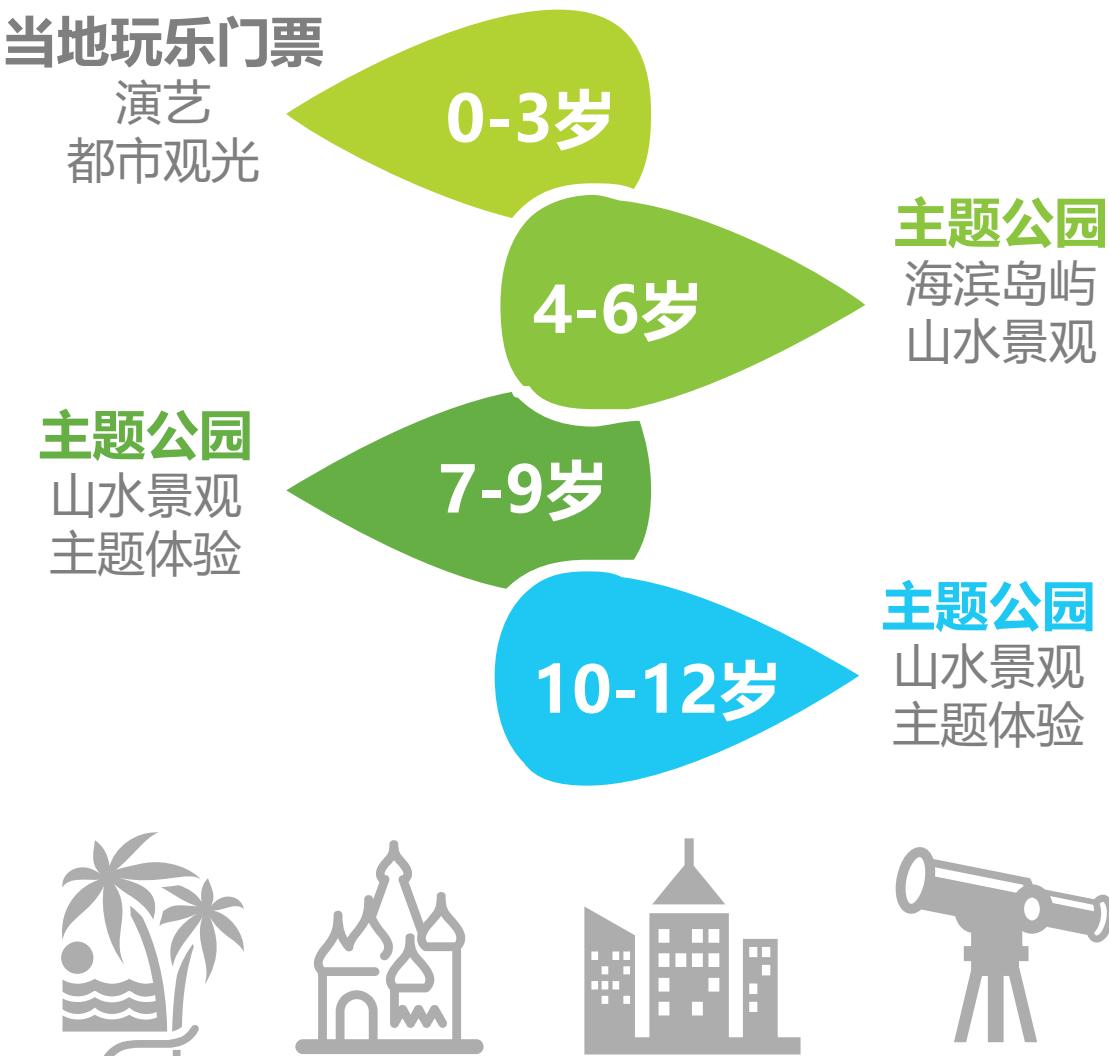
©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

年龄有差 偏好各异

0-3岁儿童以游览观光类产品为主；4-12岁儿童以娱乐体验类产品为主。艾瑞分析认为，0-3岁儿童由于认知能力和独立行动能力有限，父母在选择“驴悦”亲子游产品时更多考虑个人需求与偏好；而儿童年龄成长到4岁以上时，父母会偏向选择适合儿童的娱乐体验类项目，以增强儿童参与感。

2015年暑期亲子游热门产品Top3 (按年龄维度划分)



来源：根据驴妈妈旅游网2015年7-8月亲子游数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

亲子游市场增速快

1

爸妈宝贝总动员

2

大千世界嗨起来

3

自助出游顺心玩

4

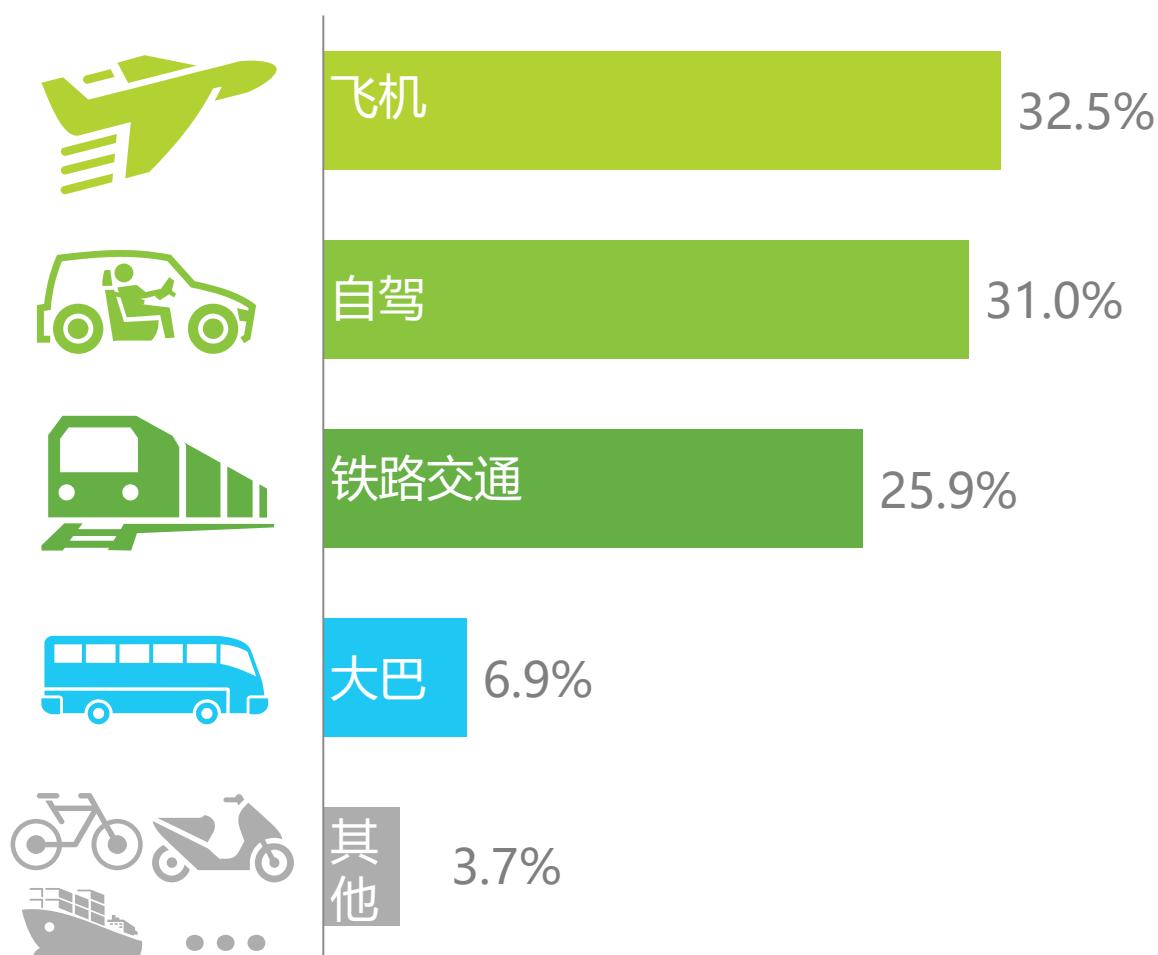
2016暑期游哪里

5

飞机出行 省时舒适

亲子游出行的首要方式是飞机出行，其次是自驾和铁路交通。艾瑞分析认为，由于目的地飞机可直达、飞机飞行时间短且舒适度较高等原因，亲子游用户偏好于飞机出行。但对于周边游和国内游的亲子游用户而言，自驾更为便利，而且行程更随意，可选择路线和目的地都更广泛。

2016年亲子游出行方式



样本：N=378，通过艾瑞iClick社区在线调查获得。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

房车自驾 新奇有趣

自驾游近年来热度上升，房车这一新兴自驾游形式被称作“车轮上的家”，房车出游让游客更加亲近大自然，同时也让用户更加享受家庭的氛围。随着房车文化的传播以及房车营地的不断建设和完善，这种在旅行中生活的方式将受到更多亲子游用户的欢迎。房车露营地Top1申江房车休闲园位于上海，是集房车、游艇、娱乐于一体的休闲度假乐园，受到亲子游用户的喜爱。

2015全年vs暑期亲子游热门房车露营地

2015全年	2015暑期
申江房车休闲园	申江房车休闲园
东平国家森林公园房车	深圳东部华侨城房车酒店
扬州国际露营地房车	东平国家森林公园房车
深圳东部华侨城房车酒店	中穗菲尼克斯庄园
北京龙湾国际露营公园	北京龙湾国际露营公园

来源：根据驴妈妈旅游网2015年1-12月、7-8月亲子游数据统计。

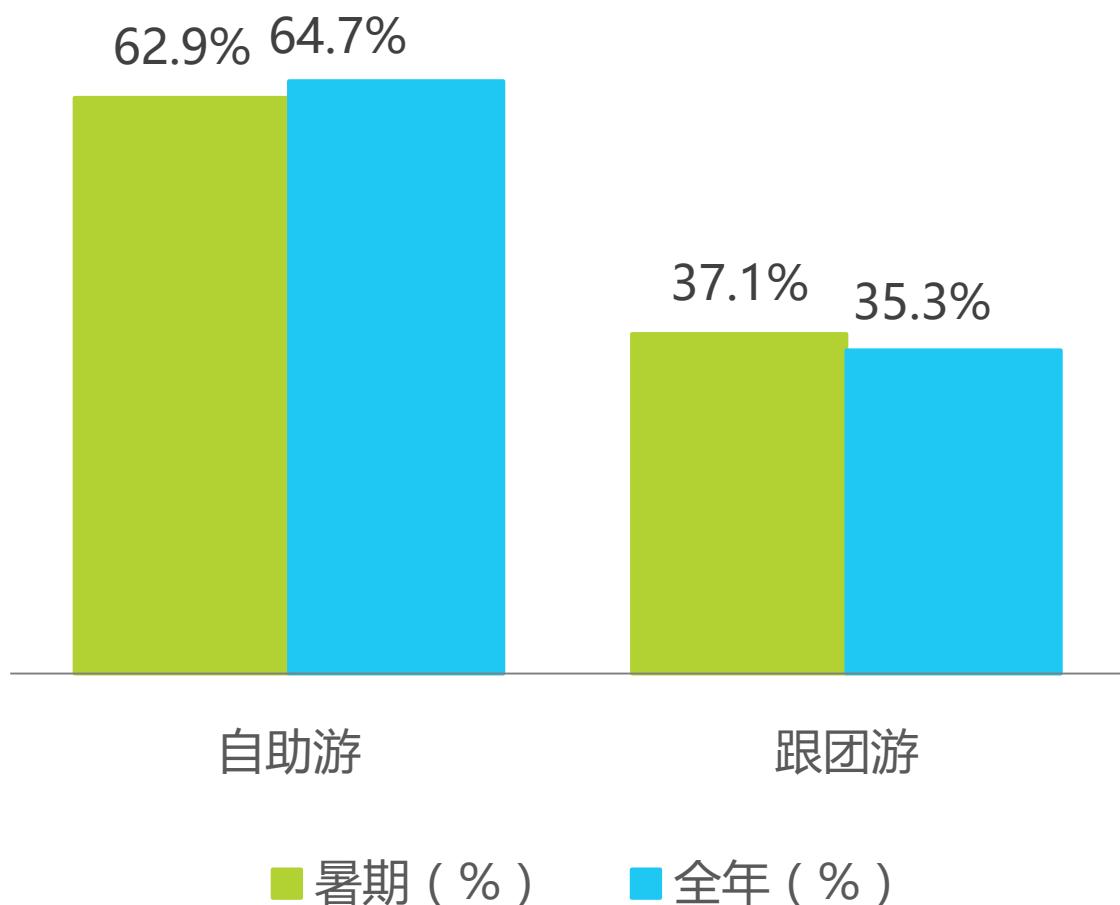
©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

自助出行 顺心游玩

自助游是暑期亲子游出行的主要方式。相比2015全年，2015暑期亲子游自助游比例下降1.8个百分点。艾瑞分析认为，在暑期选择国内游或出境游的家庭比例相对较高，且暑期亲子夏令营等跟团活动形式较多，因此自助游比例略微下降。

2015全年vs暑期亲子游出行结构比例



来源：根据驴妈妈旅游网2015年1-12月、7-8月数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

做足预算 放心出游

2015年亲子游人均消费中，出境游>国内游>周边游。艾瑞分析认为随着出游距离的增加，亲子游消费项目随之增加，如住宿、大交通、餐饮等，人均消费也逐渐上升。80后父母暑期人均消费在周边游和出境游方面高于85后父母。艾瑞分析认为，80后父母收入水平相对较高且80后父母的孩子平均年龄大，因此相应支出更多。

2015年全年vs暑期亲子游人均消费



2015年80后vs85后父母人均消费



注释：人均消费核算不含WiFi、签证等单品类项目。

来源：根据驴妈妈旅游网2015年1-12月、7-8月亲子游数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

亲子游市场增速快

1

爸妈宝贝总动员

2

大千世界嗨起来

3

自助出游顺心玩

4

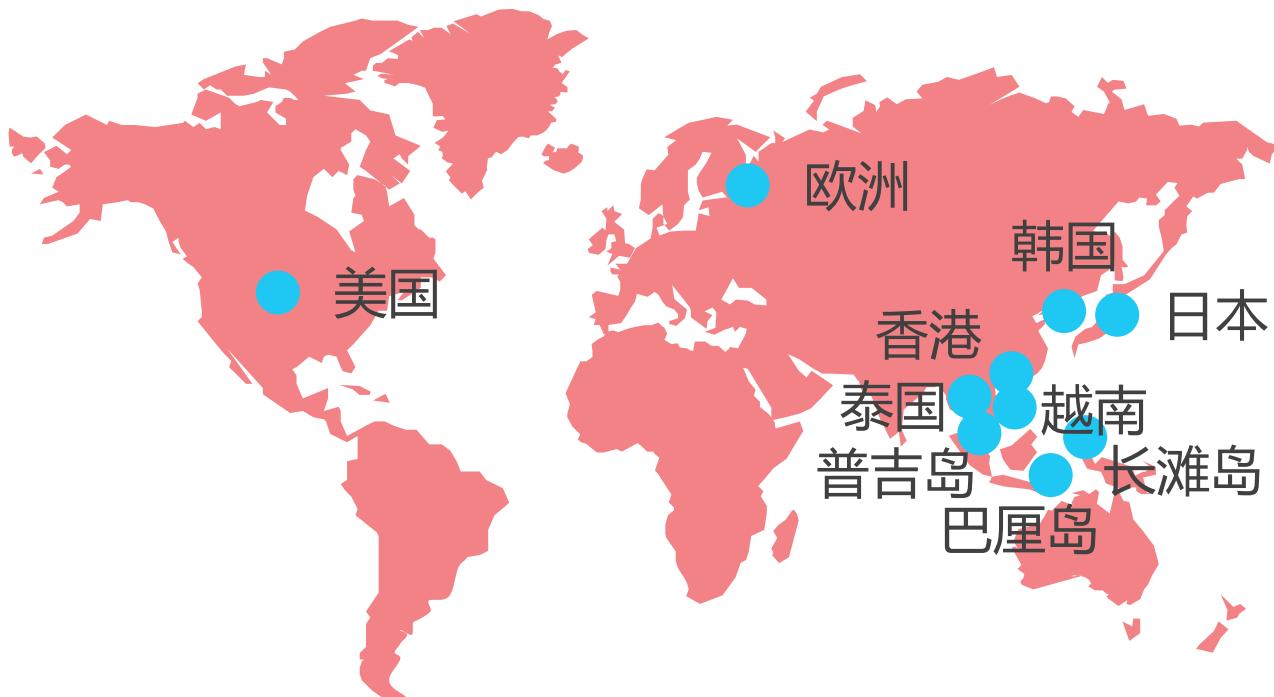
2016暑期游哪里

5

境外海岛享一夏

2016年暑期目前已预订亲子游境外热门目的地集中在东南亚地区。Top3目的地分别为泰国、日本和韩国。Top10目的地当中有三个为海岛类目的地。艾瑞分析认为，东南亚国家在地理位置上距离中国大陆较近，出行的时间成本和资金成本都更低。暑期天气炎热，海岛类目的地由于水上活动丰富受到游客欢迎。

2016年暑期亲子游境外热门目的地预测



来源：根据驴妈妈旅游网2016年4-5月亲子游预订数据估计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

南方水乡最怡情

2016年暑期目前已预订亲子游国内热门目的地Top10集中在华南地区，北方城市仅北京和西安上榜。艾瑞分析认为，南方城市夏季有山有水，景色宜人，而且与水相关的娱乐体验型项目更多，非常适合暑期出游。“驴悦亲子游”也适时推出如“亲近自然之旅”、“品味山与海”、“梦逐江南”等系列产品，以满足游客需求。

2016年暑期亲子游国内热门目的地预测

北京

上海

广州



南京

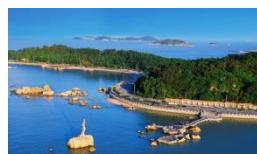
成都



珠海

深圳

黄山



西安

无锡



来源：根据驴妈妈旅游网2016年4-5月亲子游预订数据估计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

亲水景区招人爱

2016年暑期目前已预订国内景区Top10当中，除北京汽车博物馆外均位于江浙沪地区。其中有4个是和水有关的景区。艾瑞分析认为，江浙沪地区气候宜人风景秀丽，而且有深厚的吴越文化底蕴，深受游客喜爱，同时游览亲水景区或参与水上活动也让宝贝们在炎炎夏日里感到清爽。

2016年暑期亲子游热门景区预测



来源：根据驴妈妈旅游网2016年4-5月亲子游预订数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

主题公园受热捧

上海迪士尼刚刚开园，其门票预订目前已跃居首位。国内其他主题公园的热度也被带动。相比2015年同期门票预售情况，动物类主题公园上榜数量明显增加，并分布在上海、珠海、南京、西安、成都等个城市。不同类型、不同主题的主题公园让宝贝们增加了丰富的体验。

2015-2016年暑期主题公园预订Top10



北京欢乐谷	上海迪士尼
上海野生动物园	北京欢乐谷
上海欢乐谷	成都大熊猫繁育研究基地
长隆野生动物园	上海野生动物园
上海植物园	珠海长隆海洋王国
上海世纪公园	长隆野生动物园
珠海长隆海洋王国	成都欢乐谷
常州恐龙园	红山森林动物园
上海科技馆	上海欢乐谷
香港迪士尼乐园	秦岭野生动物园

来源：根据驴妈妈旅游网2015年4-5月、2016年4-5月亲子游预订数据统计。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

产品多样 需求个性

中国在线亲子游市场仍然有很大的发展空间。产品方面：在用户需求引导下，亲子游市场产业链的上游和下游应当联合发展，不断完善设施建设，扩充产品库存，提升产品质量。用户方面：用户出行产品选择逐渐两级分化，高频词周边游用户和高消费出境游用户群将不断扩大；在标准化产品选择之外，个性化的私人订制逐渐走入市场并被用户所接受。

2016-2018年在线亲子游用户行为发展趋势



来源：根据行业数据、专家访谈及热点事件预判。

©2016.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

附录

报告背景

《2016年中国暑期亲子游白皮书》报告由艾瑞与驴妈妈旅游网联合发布，报告基于驴妈妈旅游网的亲子游数据对中国2015全年及暑期亲子游市场的发展现状进行剖析，并对2016年暑期亲子游的发展趋势做出预判。

数据维度

《2016年中国暑期亲子游白皮书》报告通过对驴妈妈旅游网2015年全年及暑期的亲子游用户的决策行为、出游行为、消费行为、用户属性数据等进行对比分析，从而得出暑期亲子游市场的个性化特征；并通过2016年4-5月亲子游用户预订数据对2016年暑期亲子游趋势做出一定预测，部分维度上与2015年同期数据进行对比，从而得出用户行为及市场热点的变化趋势。

报告愿景

《2016年中国暑期亲子游白皮书》报告旨在：1.为行业内的旅游企业在调整发展策略时提供一些行业趋势参考；2.为亲子游用户2016年暑期出游提供一定的决策依据参考；3，为关注亲子游市场的用户提供一定的行业数据，从而更客观、更深入的研究亲子游市场。

公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于2002年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。2015年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

版权声明

本报告为艾瑞集团制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的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。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

微信公号：





艾 瑞 咨 询

生活梦想 科技承载
TECH DRIVES BIGGER DREAMS