

中国海外出行市场白皮书2018

Analysys易观&惠租车联合发布

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



海外出行

分析定义

- 当前中国海外出行市场已经进入高速发展期，海外出行行业以海外租车和海外专车服务为中心，并不断拓展周边及增值服务，通过系列服务及产品升级便捷境外自由行用户。互联网海外出行平台得到越来越多的中国海外自助游游客的认可。
- 易观与惠租车联合发布2018年中国互联网海外出行行业白皮书，解读当下中国海外出行市场。



分析范畴

- 本分析对中国海外出行行业发展背景、行业发展现状及行业发展趋势进行研究，对海外出行用户兴趣偏好及用户画像进行分析。
- 本分析涉及的海外出行用户指前往不包括港澳台的出国游用户，并接受中国海外出行平台提供的租车或者专车服务的中国出国游公民。



数据说明

- 易观干帆“A3”算法升级说明：易观干帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观干帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

目录

CONTENTS

01



中国海外出行市场发展现状分析

02



中国海外出行用户自驾行为分析

03



中国海外出行市场发展趋势分析

PART 1



中国海外出行市场发展现状分析

© Analysys 易观

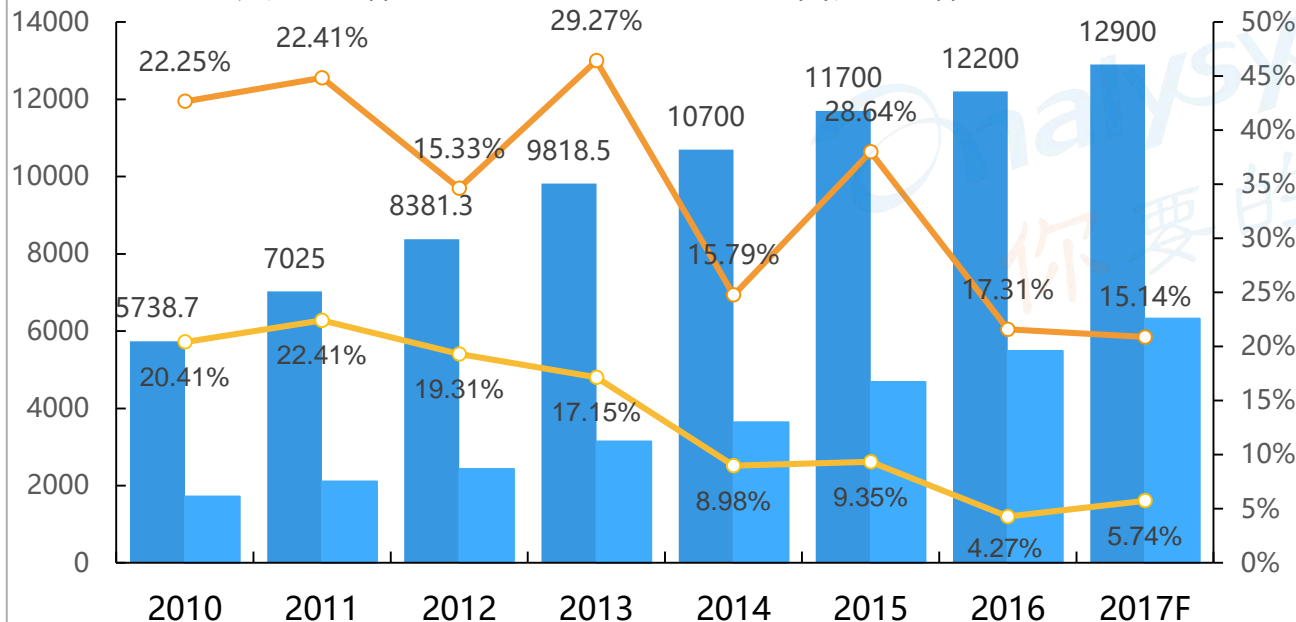
www.analysys.cn

中国公民出国旅游人次高速增长，带动海外出行市场增长

- ▶ 中国出境游人次持续稳定增长，2017年中国出境旅游人数达1.29亿人次，2010-2017年之间出境游人次的复合增长率达到12.27%。剔除占比超过50%的赴港澳台人次，2017年出国旅游的人次超过6000万人次，10-17年间复合增长率超过20%，未来更多的公民会选择出国旅行。
- ▶ 出境游主要分为自由行和跟团游两种，2017年中国公民出境自助游人数约为7482万人次，同比增长达到15.59%。2010-2017年之间出境自由行人次的复合增长率为9.07%。中国出境自由行人次的增长，能够带动海外出行市场健康稳定发展。

2010-2017年中国公民出境和出国游人次

■ 中国公民出境旅游人次 (万人次) ■ 中国公民出国游人次 (万人次)
○ 出境游同比增长率 ○ 出国游同比增长率

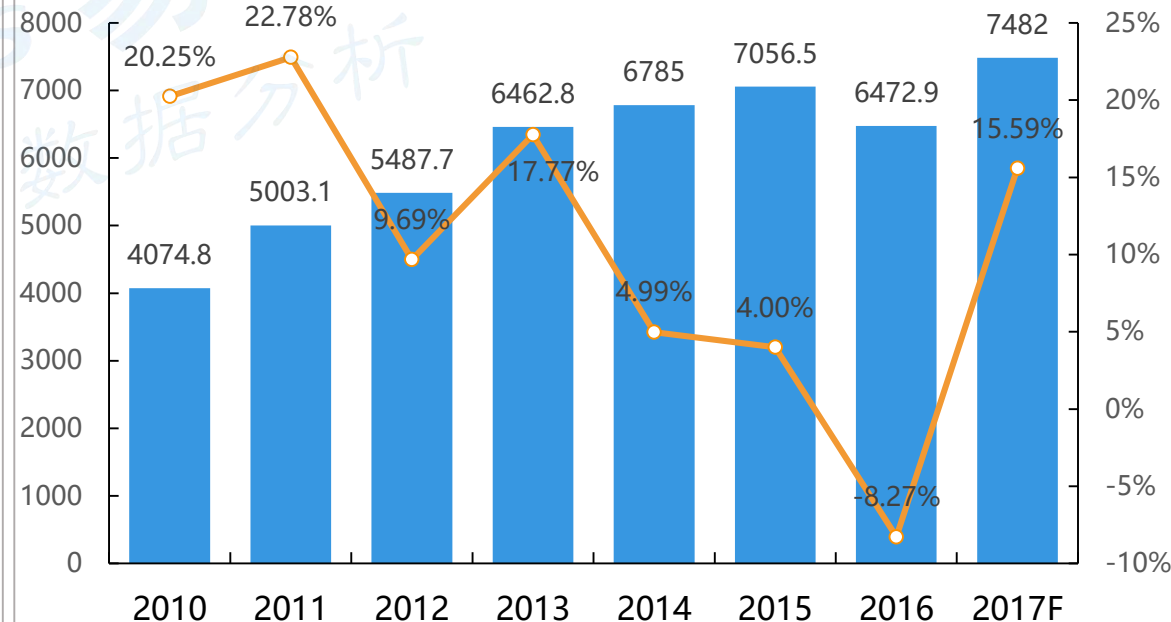


© Analysys 易观 · 国家旅游局

www.analysys.cn

2010-2017年中国公民出境自由行人次

■ 出境自助游人次 (万人次) ○ 同比增长率



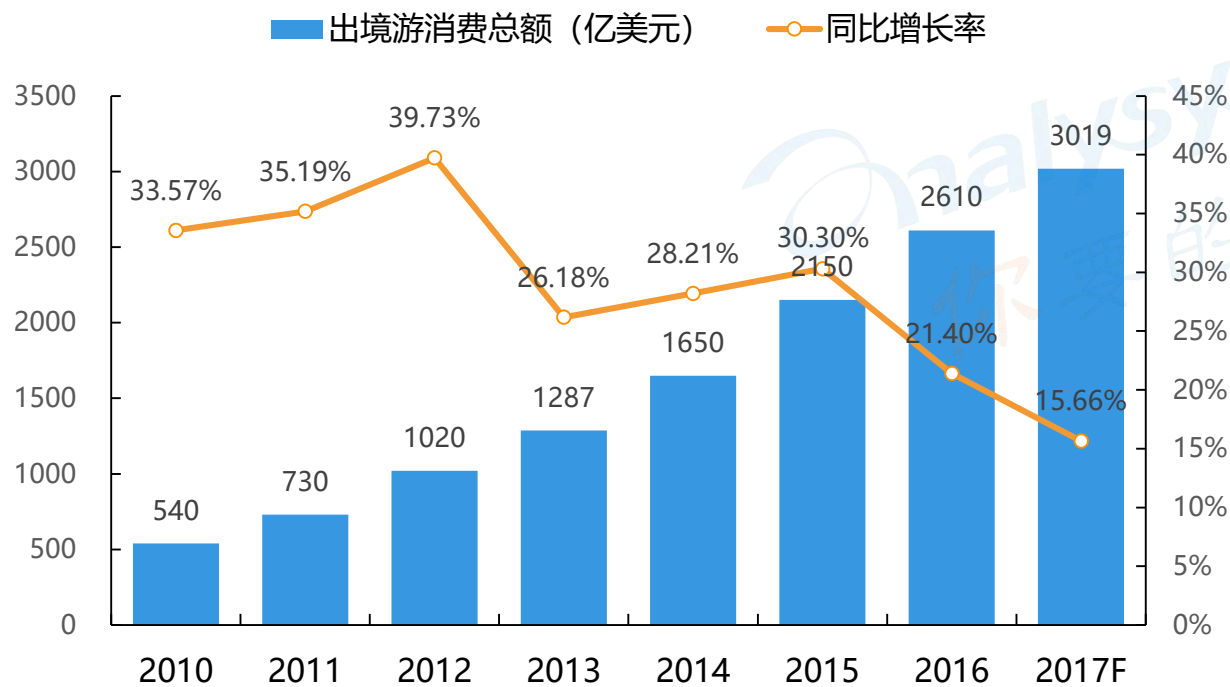
© Analysys 易观 · 国家旅游局

www.analysys.cn

出境旅游消费总额持续增长，出境消费结构发生重大变化

- ▶ 中国出境游消费总额持续增长，2010-2017年之间出境游消费总额的复合增长率达到27.87%，从2012年开始中国始终是世界第一大出境旅游消费市场，出境旅游的人均消费也在不断增长，预计未来随着人均GDP突破1万美元，境外旅游消费将继续攀升。
- ▶ 购物是出境旅游的第一大消费支出项。根据中国银联最新公布的数据，2017年中国公民境外购物消费额同比下降了37.2%，而用于文化娱乐项目上的消费支出则同比增长83.6%。因此境外旅游的趋势已经从“买买买”转向“游游游”，目的地景点的服务体验将成为未来出境消费的主要增长点。

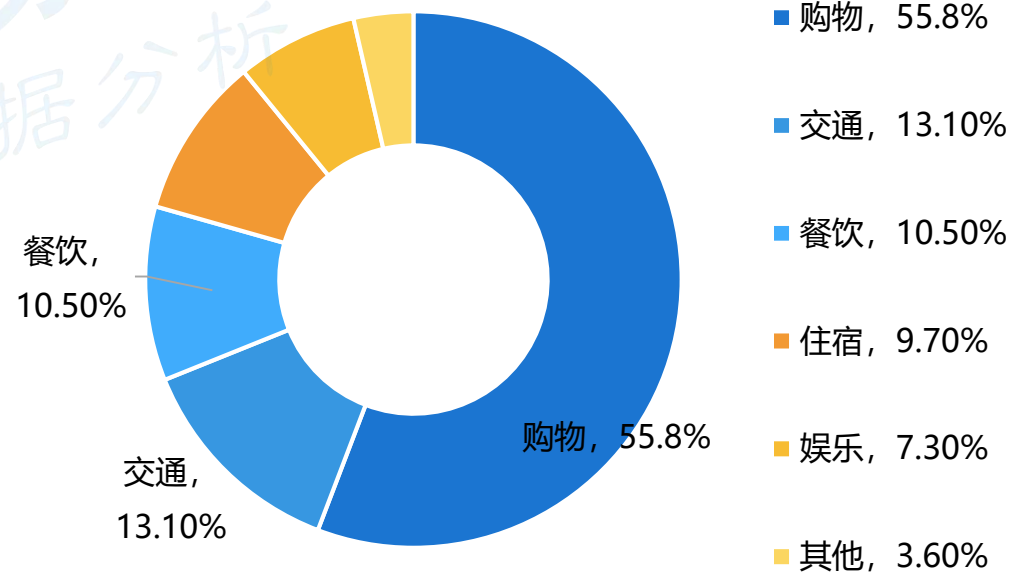
2010-2017年中国出境游消费总额



© Analysys 易观 · 商务部 · 世界旅游组织 (UNWTO)

www.analysys.cn

2015年中国出境游客各项花费占比



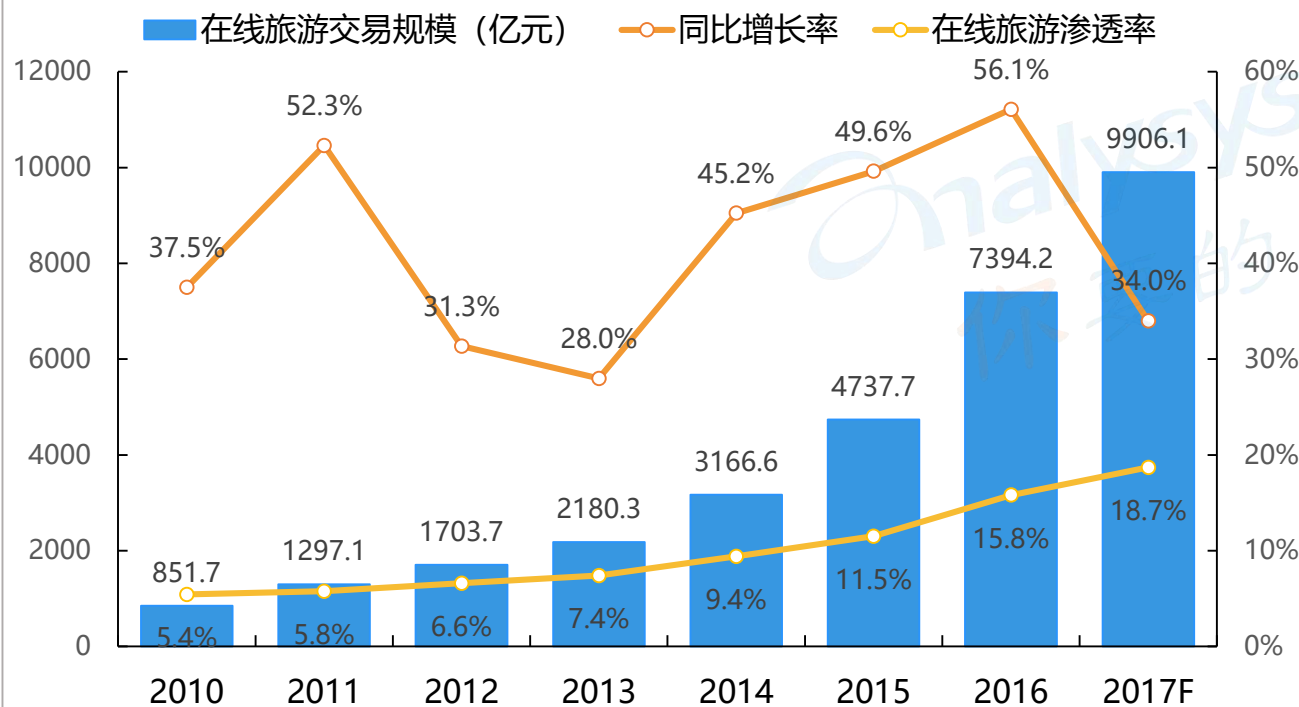
© Analysys 易观 · 蚂蜂窝

www.analysys.cn

中国在线旅游渗透率快速提升，在线交通花费占比提升

- ▶ 在线旅游规模增长迅速，从2010-2017年中国在线旅游交易规模复合增长率达到了41.98%，2016年在线旅游渗透率为15.8%，Analysys易观预测2017年这一比例会提升到18.7%。在线旅游规模和渗透率的快速提升，有利于提升互联网海外出行平台的知名度和接受度。
- ▶ 在线旅游可以分为在线交通、在线住宿和在线度假旅游三大块，由于游客用在往返和目的地交通出行的开支高，而且主要通过网络平台进行预订，因此在线交通市场占总体的比例超过70%。从2015年到2016年在线交通花费占比的继续提升也说明了游客在交通出行方面对互联网平台的依赖不断加深。因此从用户消费习惯上看，Analysys易观认为互联网海外出行平台未来市场空间巨大。

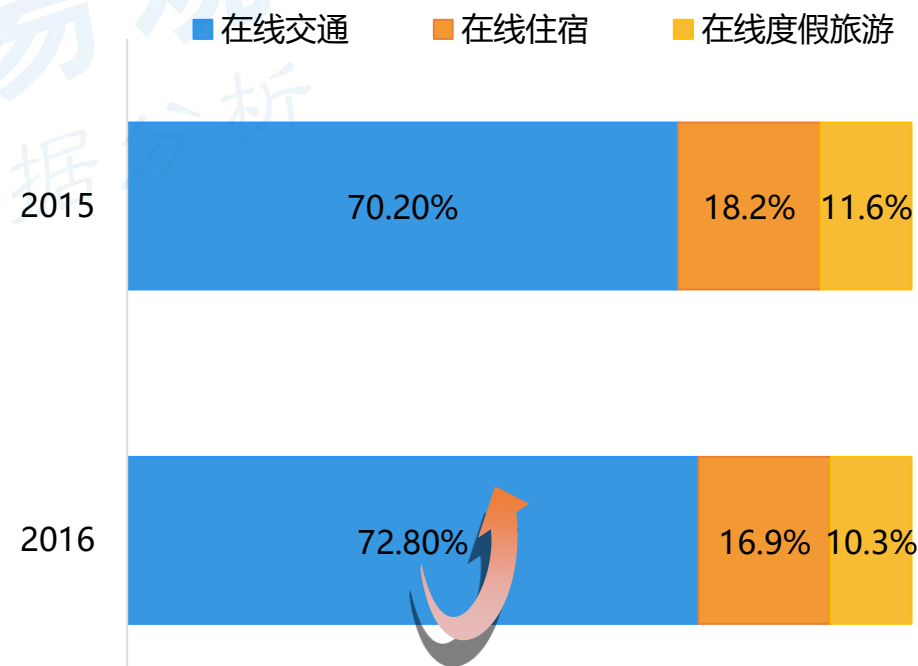
2010-2017年在线旅游交易规模及渗透率



© Analysys 易观 · 国家旅游局

www.analysys.cn

2015-2016年中国在线旅游细分市场结构



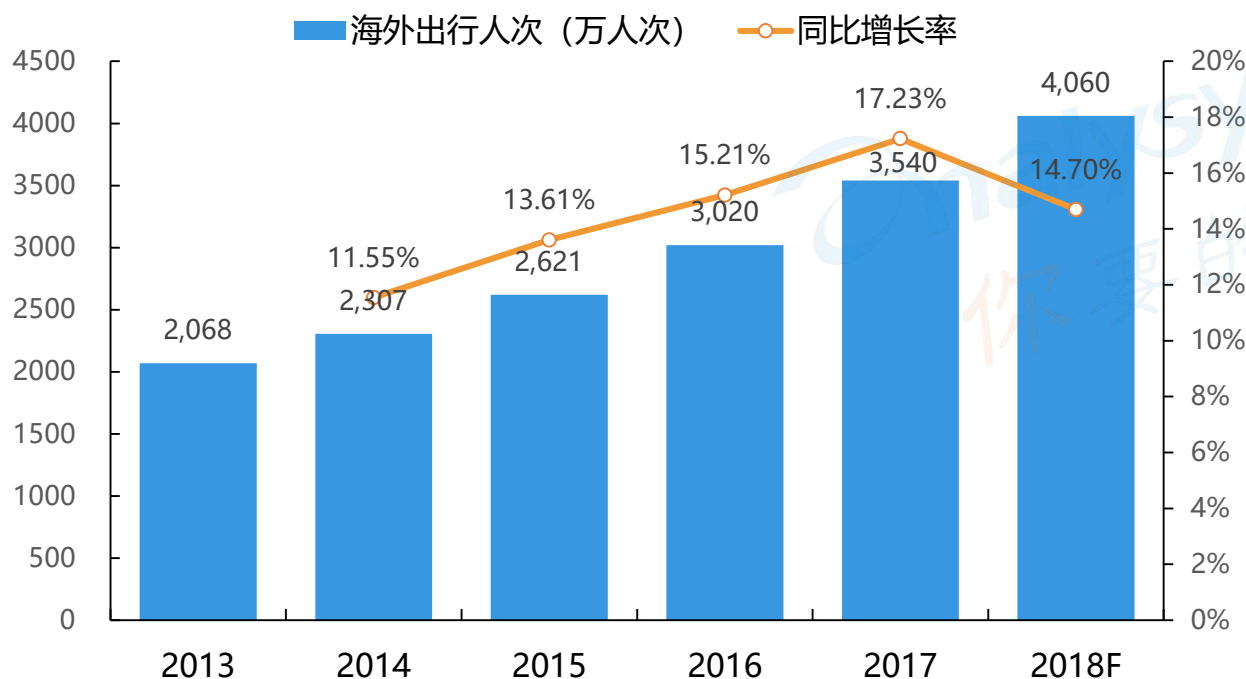
© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国海外出行人次和交易规模高速增长

- 海外出行市场是指采用自由行方式出国（不包括港澳台）的人群，根据Analysys易观的测算，这一市场的人次规模从2013年到2017年的复合增长率为14%，因此预计未来出国自由行人次会继续保持稳定增长，海外出行这一市场前景广阔。
- 在出国自由行的游客中，主要的出行用车方式分为专车和租车两大类。在出国目的地中，东南亚和日韩占比达到8成左右，这一人群主要出行方式是专车，但这一比例在下降。而欧美澳新等目的地的占比在增长，而这些目的地的主要出行方式为租车。Analysys易观预测海外出行用车的交易规模会继续高速增长，专车和租车市场都保持增长，其中租车市场交易规模的增速会更高。

2013-2018年中国海外出行市场人次增长情况

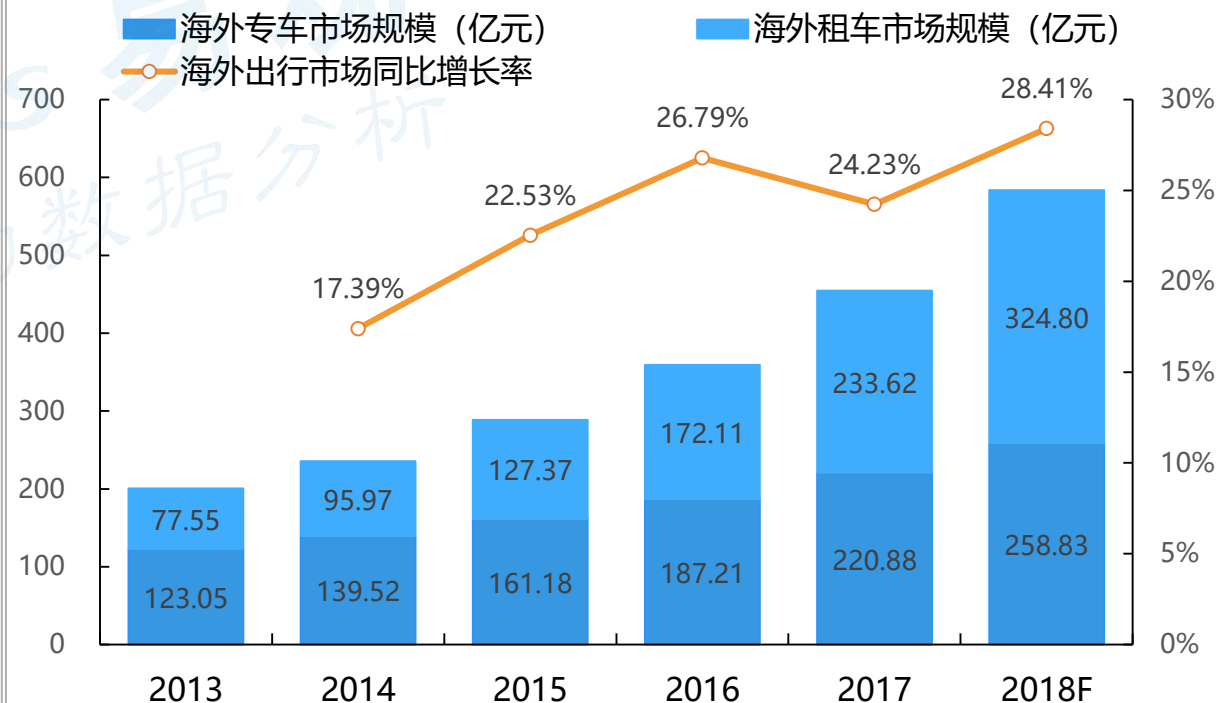


数据说明：海外出行市场是指不包含港、澳、台和跟团游的出国自由行人次，根据国家旅游局数据和易观自有模型测算得来。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2013-2018年中国海外出行用车市场交易规模变化情况



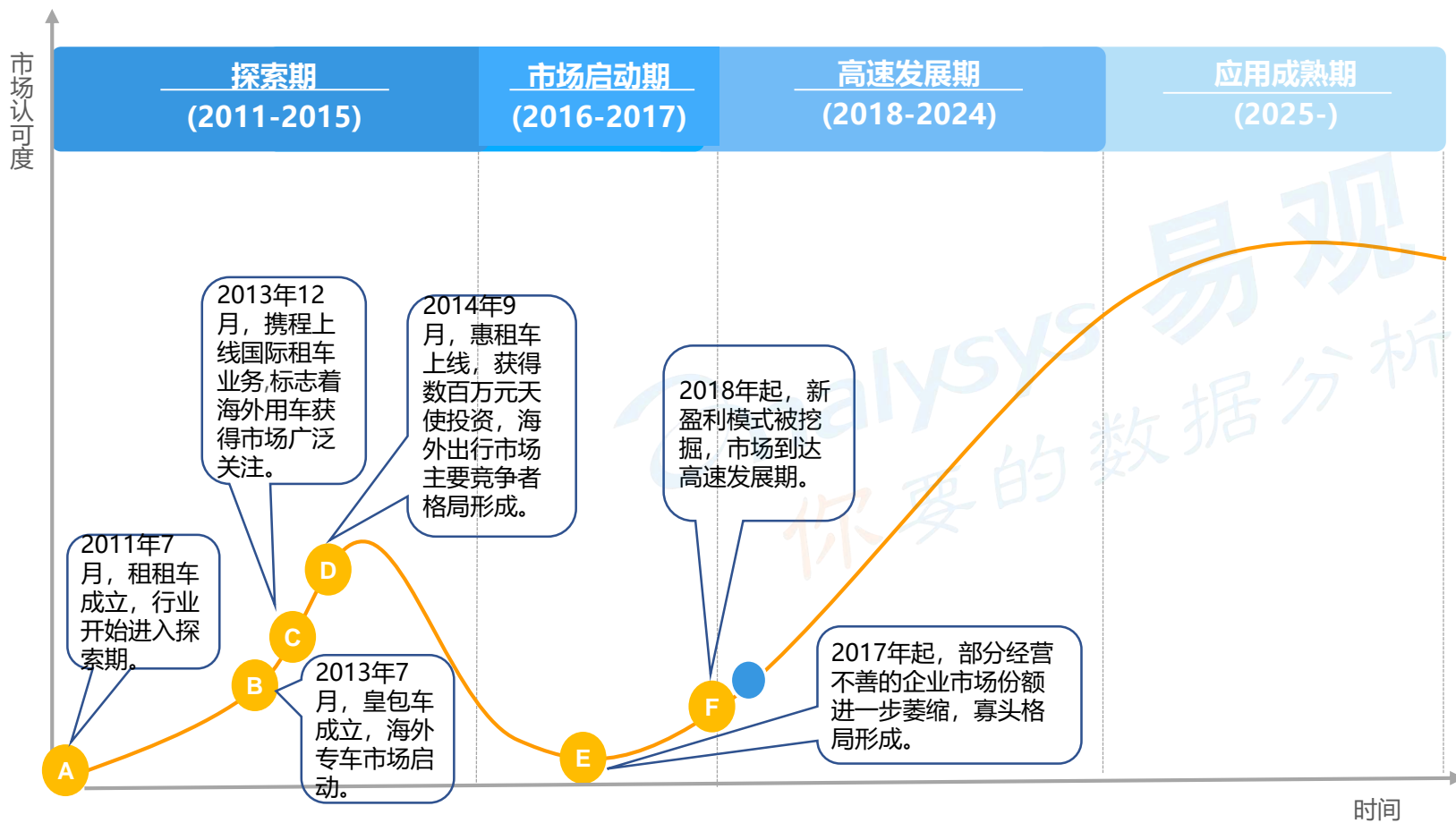
数据说明：易观将海外出行用车市场交易分为海外专车和海外租车服务，根据行业访谈数据和易观自有模型测算得来。

© Analysys 易观 ·

www.analysys.cn

中国海外出行市场开始进入高速发展期

中国海外出行市场AMC模型



©Analysys 易观

www.analysys.cn

- 经过市场启动期的洗牌，海外出行市场行业格局逐渐明显，龙头企业开始体现出在资源和服务上的规模优势。行业经过优胜劣汰，各家出行公司将更加走向精细化运营，将提供优质出行服务作为发展的根本。
- 2018年中国海外出行开始进入高速发展阶段，各家都在探索更多的商业模式，以及用户在用车业务以外更多需求，预计未来目的地门票、购物等商业延展方式将成为重要盈利方式。同时经过几年数据的积累，各家将开发出更加多元化和智能化的产品和服务。

多项利好因素促进海外出行市场的发展

2017年中国海外出行市场PEST分析

多项政策实施促进市场发展

- **更多国家开放免签：**截止2017年底，共有66个国家对中国开放免签/落地签，其中2017年新增国家10个，包括伊朗、卡塔尔、突尼斯等国。
- **新增国际航线：**2017年，经过民航局的审批，各大航空公司新增多条国际航线。
- **“一带一路”政策：**国家旅游局表示，推动“一带”旅游向特色旅游转型，推动“一路”旅游向休闲度假升级。

经济因素推动消费者海外出行

- **人均可支配收入增长：**2017年人均可支配收入达到了25974万元，同比名义增长9.0%。
- **人民币汇率持续走高：**2017年人民币汇率升值超6%，增强了出境旅客的消费能力。
- **国际油价：**国际油价保持在较低的位置，对于出国租车游客来说，美加等地的低油价会吸引因更多人租车出行。

技术进步不断解决海外出行中的问题

- **平台和服务智能化：**海外出行平台的信息化管理能力不断提升能够保证车源的调度和供应，同时各家大力投入技术研发，为自驾游客提供定制化导航和语音服务。
- **目的地景点智能化：**人工智能、大数据为国际旅游产业带来了变革，主要景点、酒店、机场等增加了大量智能化服务，并且许多地方开始接受中国的移动支付方式。

消费人群和需求向多元化发展

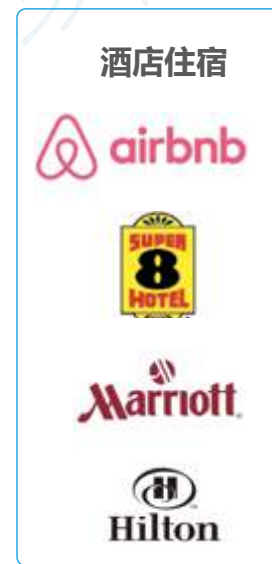
- **80、90后成消费主力：**80、90后成为出国游消费人群的主力，这部分人群拥有更强的自助游意愿和能力。同时中老年人群的出国旅游需求也在迅速增长。
- **体验式旅游成为主流：**中国游客出境的消费方式正在实现从“买买买”到“游游游”的理性转变。对于首次出境游客，游览观光和休闲度假是出境旅游的主要目的。

海外出行生态系统跨度广阔，资源整合能力是竞争关键

用车服务

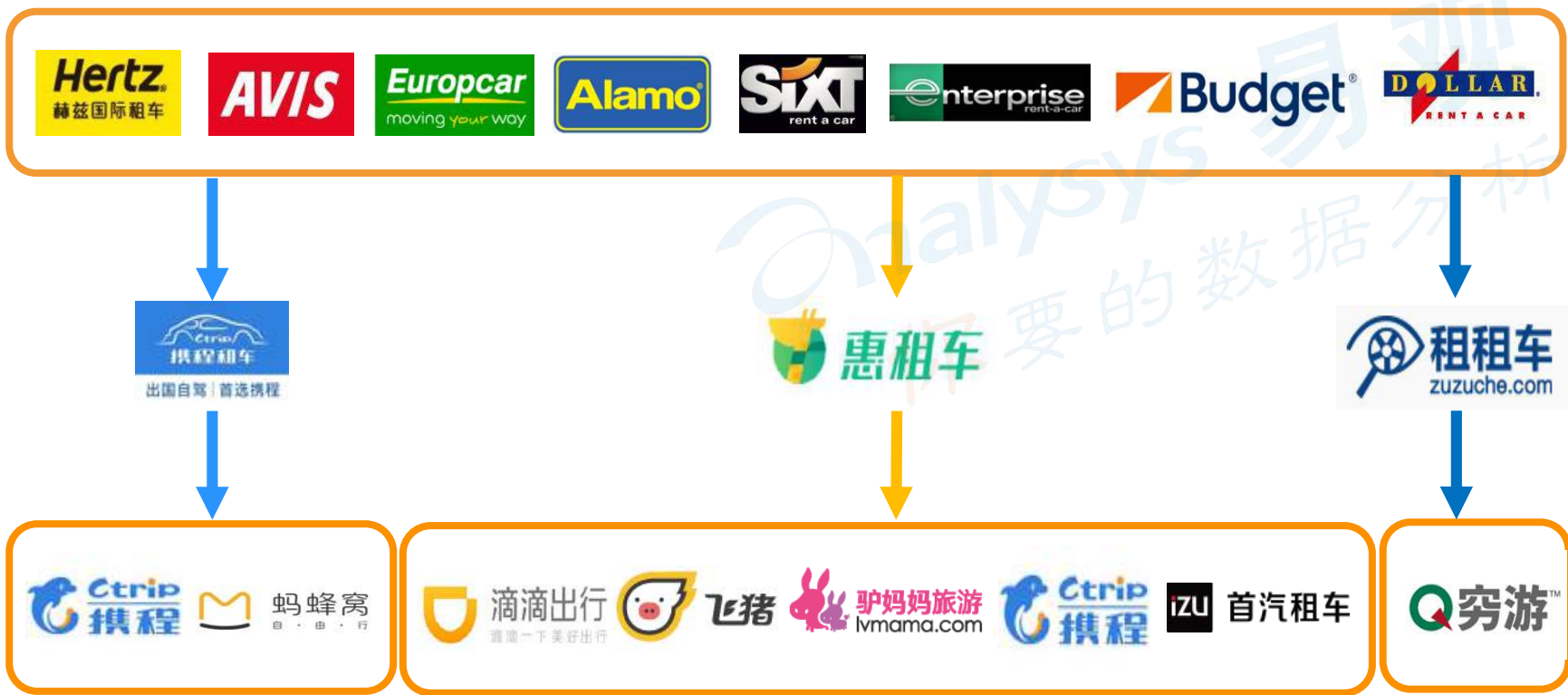


旅行和增值服务

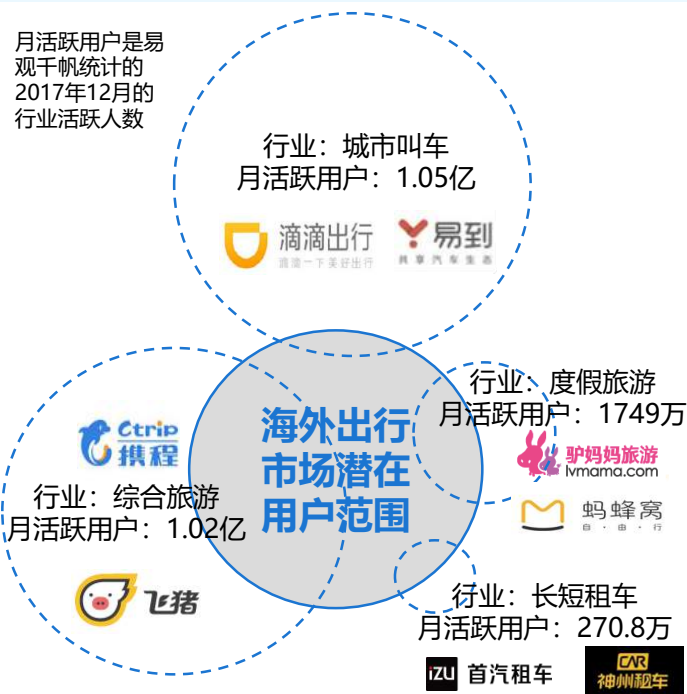


海外用车平台众多，整合车辆资源可以提供B端服务

- 各大在线旅游（综合旅游、度假旅游）和城市出行（城市叫车、长短租车）的服务商纷纷布局海外出行市场，2017年滴滴出行、飞猪、首汽租车和神州租车都进入了这一市场。根据易观千帆的数据显示，这些行业和企业月活跃用户规模巨大，因此海外出行服务的受众面将大大的被扩宽，更多用户有机会接触并使用到海外租车与专车服务。
- 目前海外出行市场仅惠租车、租租车、携程等少数几家平台拥有整合的车辆资源和完善的客户服务体系，这几家可以利用其资源优势为其他流量平台提供资源、技术与服务等多项支撑，同时提供B端的服务也能够大大扩充了这几家平台所服务的客户规模。



月活跃用户是易观千帆统计的2017年12月的行业活跃人数



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第四季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

PART 2



中国海外出行用户自驾行为分析

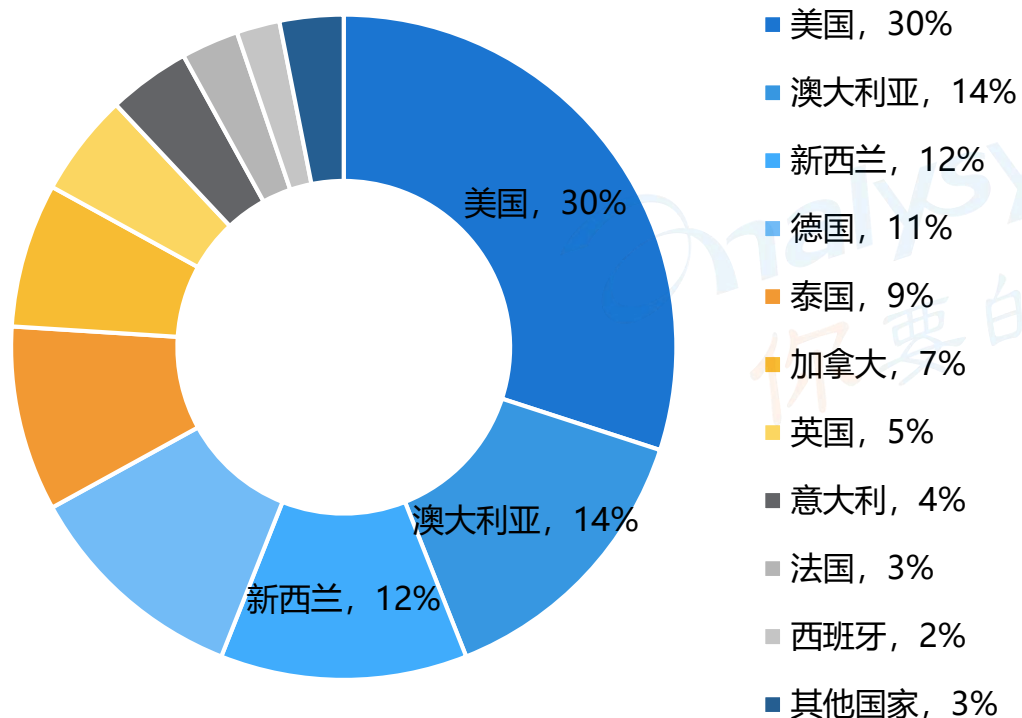
© Analysys 易观

www.analysys.cn

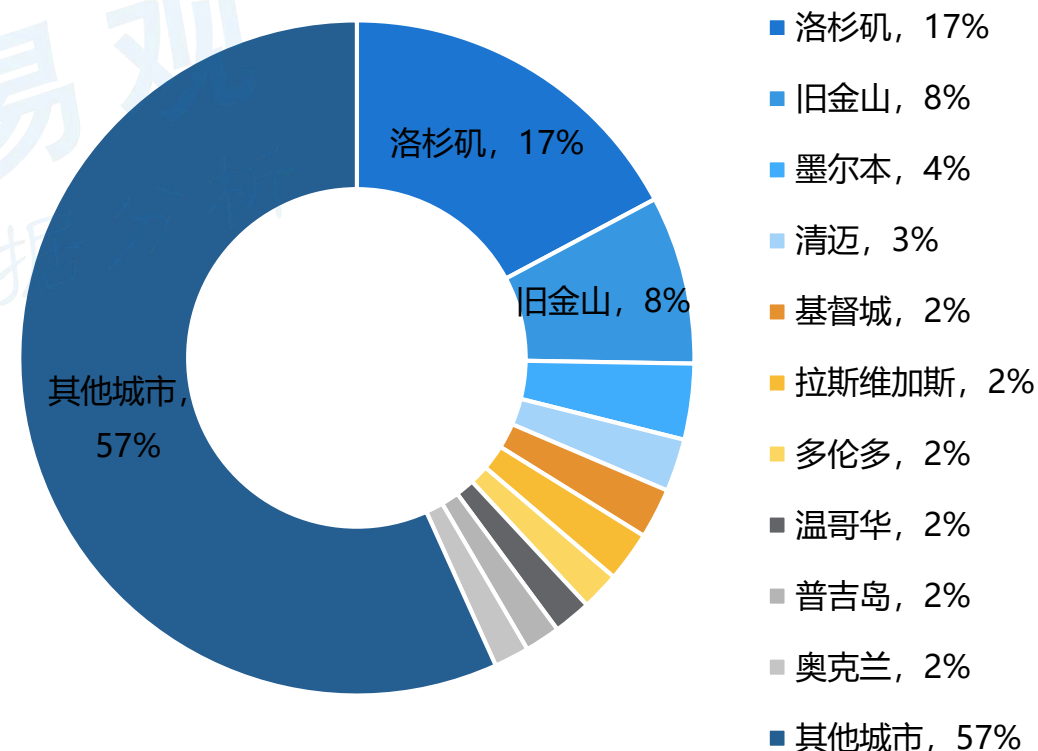
海外出行目的地国家集中度高，分散于不同城市

- 惠租车统计数据显示，海外租车自驾前十名的目的地国家订单量占了全部订单量的97%，因此海外租车的目的地国家集中度非常的高。其中欧美澳新和泰国是主要目的地，去往美国的比例达到了30%，远高于其他国家。
- 目的地城市的前十名占据了总体订单的43%，因此租车的目的地城市的集中度相对较低，北美西海岸是中国游客最常租车的城市。

2017年海外出行目的地Top10国家订单量占比



2017年海外出行目的地Top10城市订单量占比



环岛及知名公路沿线是热门的境外自驾游路线

年度Top5热门自驾路线

1. 美国一号公路



加州1号公路全长超过1000公里。国家地理杂志称它为一生必去的50个地方，是世界上陆地与海洋接触最美丽的览胜角度。

3. 新西兰南岛



新西兰南岛是新西兰最大的岛屿，海岸线长6900千米，有许多美丽的海滩，能够领略新西兰自然景观和人文景观。

5. 美国66号公路



66号公路从海滨城市圣塔莫尼卡一路横贯到内陆城市芝加哥，被美国人亲切地称为“母亲之路”，也称为“美国大街”。

2. 澳洲大洋路



澳洲大洋路全长276公里，这条路线蜿蜒经过饱受海风侵蚀的原始海滩、风景如画的小镇、史上著名金矿区和瑰丽的山脉、雨林和国家公园。

4. 德国浪漫之路



德国浪漫之路是德国南部的一条旅游路线，全长约350公里，沿途文化景观丰富多彩，一路穿越河谷、农田、森林、草地、山峦以及多个城堡宫殿。

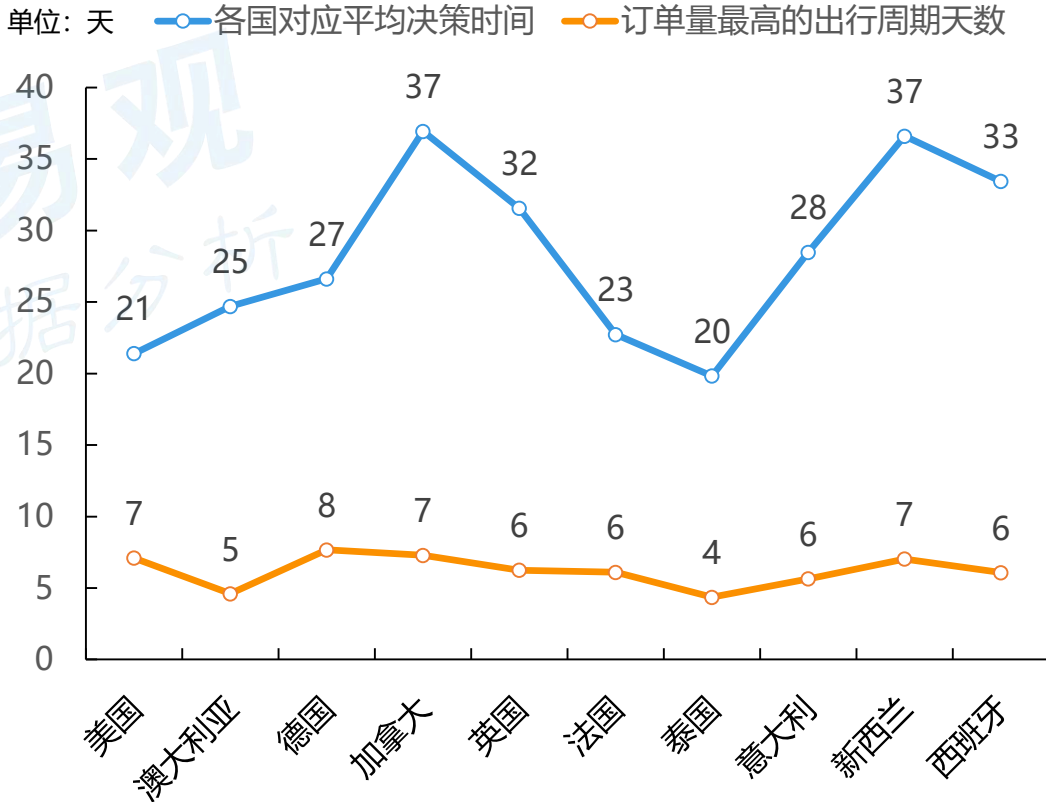
海外出行时间集中在假期，自驾游决策周期较长

- 海外出行的自驾用户的热门国家主要是欧美澳新以及泰国，出行时段集中在寒暑假及十一长假。
- 海外出行自驾游用户决策周期较长，一般集中在30天左右，而出行周期集中在4-8天。其中加拿大和新西兰由于游客年龄层相对较高，其平均决策周期更长，而去往美国和泰国的用户年龄层比较低，因此其用户平均决策周期较短。

热门时段	热门国家	选择理由
6-9月（暑期+国庆） 12月-1月（春节）	美国	美国拥有众多知名院校以及著名的景点例如1号公路及各主题公园。 泰国地理位置近，性价比高，适合暖冬出行，风景气候宜人。
	泰国	
10月-1月（暖冬）	澳大利亚	反季节优势，出国过暖冬，风景宜人。
	新西兰	
6-9月（暑期+国庆）	加拿大	英国、德国、法国最佳的自驾游时间； 在加拿大，游客可以感受到清爽的夏季。
	德国	
	英国	
	法国	
9-10月	西班牙	地中海沿岸国家，风光优美，国庆自驾首选。
	意大利	

数据说明: Top10国家指的是按照订单量排名的目的地国家

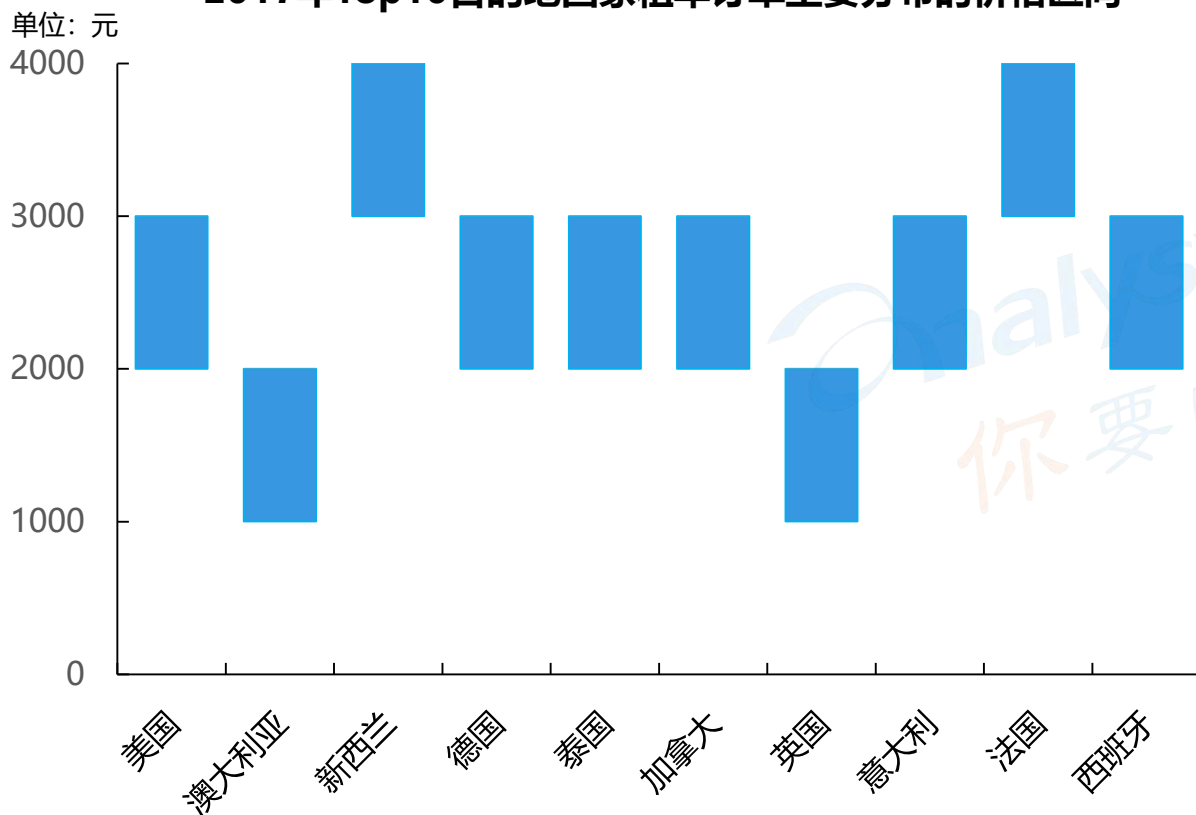
2017年Top10国家的用户决策周期和出行周期



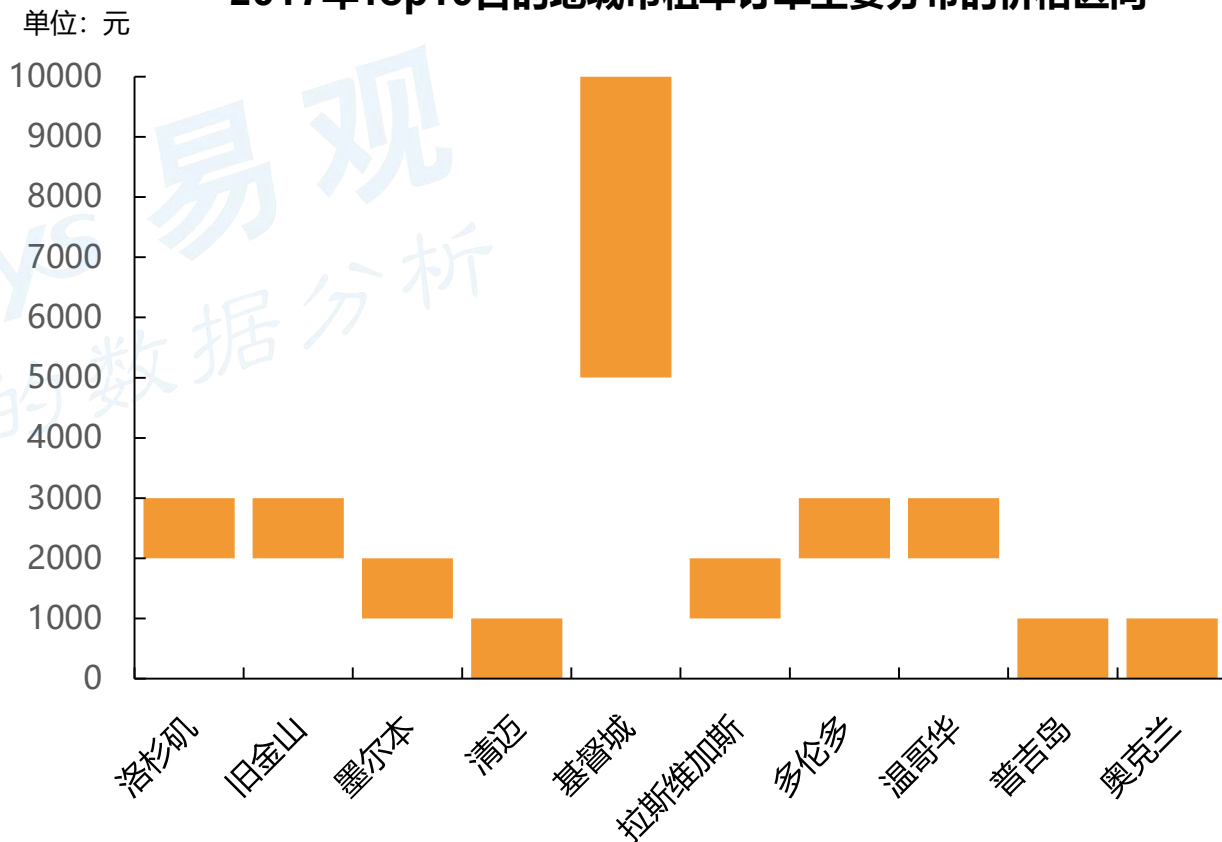
海外出行租车订单集中在2000-3000元区间

- 惠租车统计数据显示,在top10目的地国家中,大部分订单的价格在3000元以下,尤其是2000-3000元之间是最为普遍的订单价格。新西兰和法国的客单价最高,主要订单在3000-4000元之间。
- 在top10目的地城市中,大部分订单在3000元以下,泰国城市清迈和普吉岛以及新西兰的奥克兰在1000元以下,而同为新西兰的基督城的订单价格最高,达到了5000-10000元之间。

2017年Top10目的地国家租车订单主要分布的价格区间



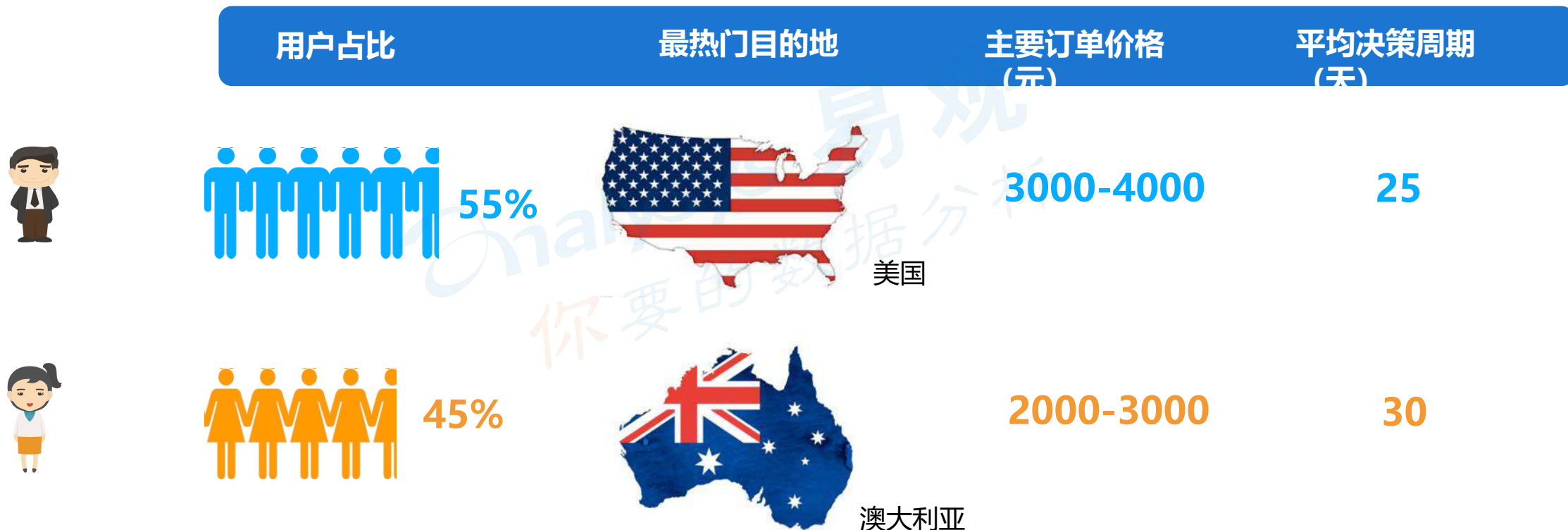
2017年Top10目的地城市租车订单主要分布的价格区间



数据说明: Top10国家和城市指的是按照订单量排名的目的地国家和城市

海外自驾男性用户居多，男女消费存在显著差异

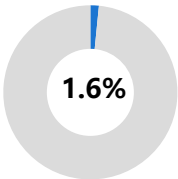
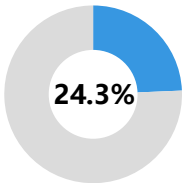
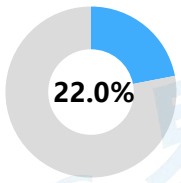
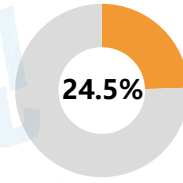
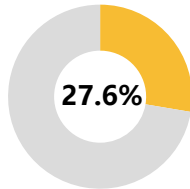





- 根据惠租车数据显示，2017年海外租车自驾用户群体中，男性用户占到55%，而女性用户比例呈现显著上升趋势，由16年的41%上涨到17年的45%。
- 不同性别用户租车行为存在显著差异，男性用户平均订单价格相比女性用户更高，同时平均决策周期更短。男性的目的地首选是美国，女性用户则更偏好于澳大利亚。



海外自驾用户以24-40岁为主，不同年龄段存在明显差异

- 根据惠租车数据显示，2017年海外租车自驾用户群体中，24-40岁之间用户占比超过70%，年轻群体境外自驾的能力和接受程度更强。其中31-40岁年龄群订单平均单价最高，同时数据显示用户年龄越高，其海外租车决策周期越长。

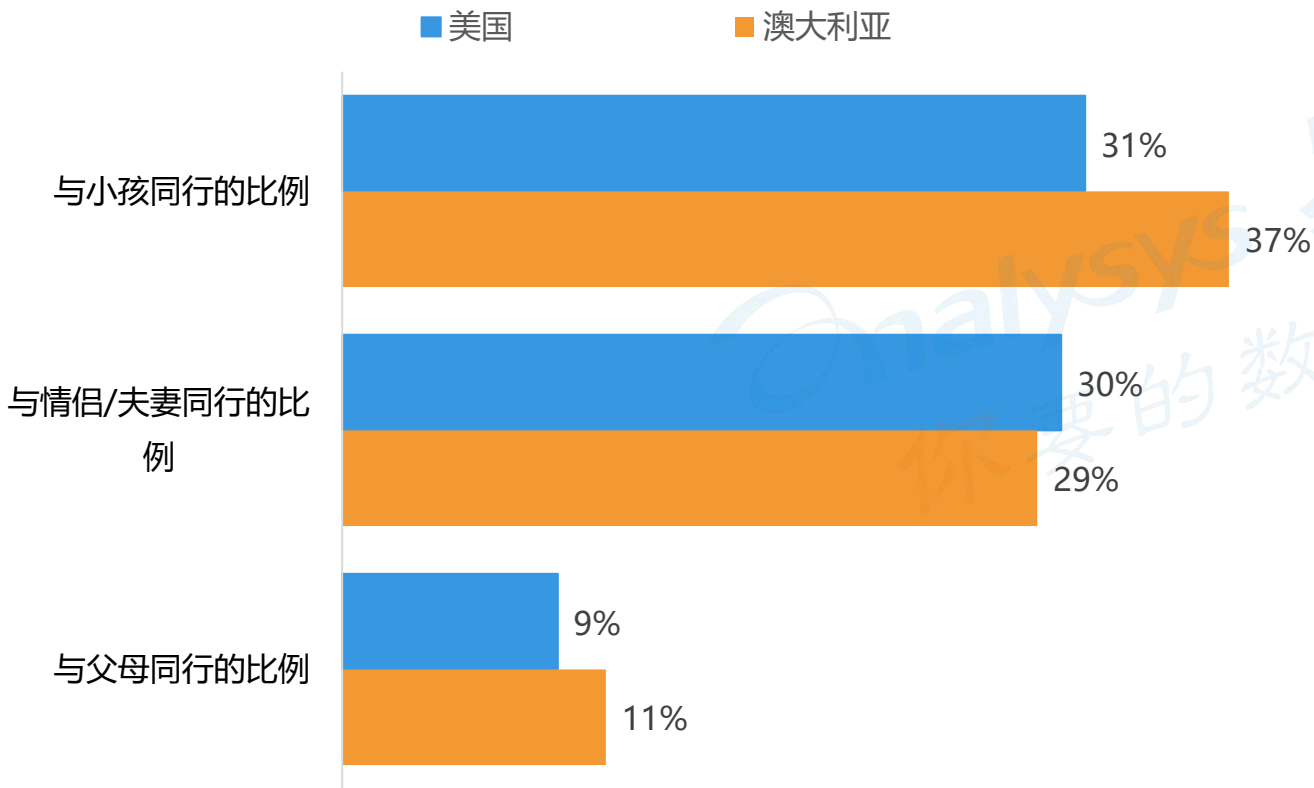
不同年龄层用户海外租车热门国家、订单价格和决策周期对比

	24岁以下	24-30岁	31-35岁	36-40岁	41岁以上
订单量占比	 1.6%	 24.3%	 22.0%	 24.5%	 27.6%
最热门目的地国家	 泰国	 美国	 德国	 新西兰	 美国
主要订单价格范围	1000-2000	2000-3000	3000-4000	3000-4000	2000-3000
平均决策周期	18	28	31	33	35

海外自驾用户主要以家庭出游为主

➤ 惠租车统计数据显示，家庭出游，与小孩、父母、情侣出游占自驾出行比重70%左右。以美国、澳大利亚为例，与小孩出游的比例最高，其次为与情侣/夫妻，第三是与父母一起出国。自驾游更适合家庭出游的需求，自驾行程的自由度和灵活度更高，同时旅行体验的舒适度和隐秘度也更高，能为家庭成员提供更好的游玩和相互交流的体验。

2017年海外自驾用户Top3出行方式



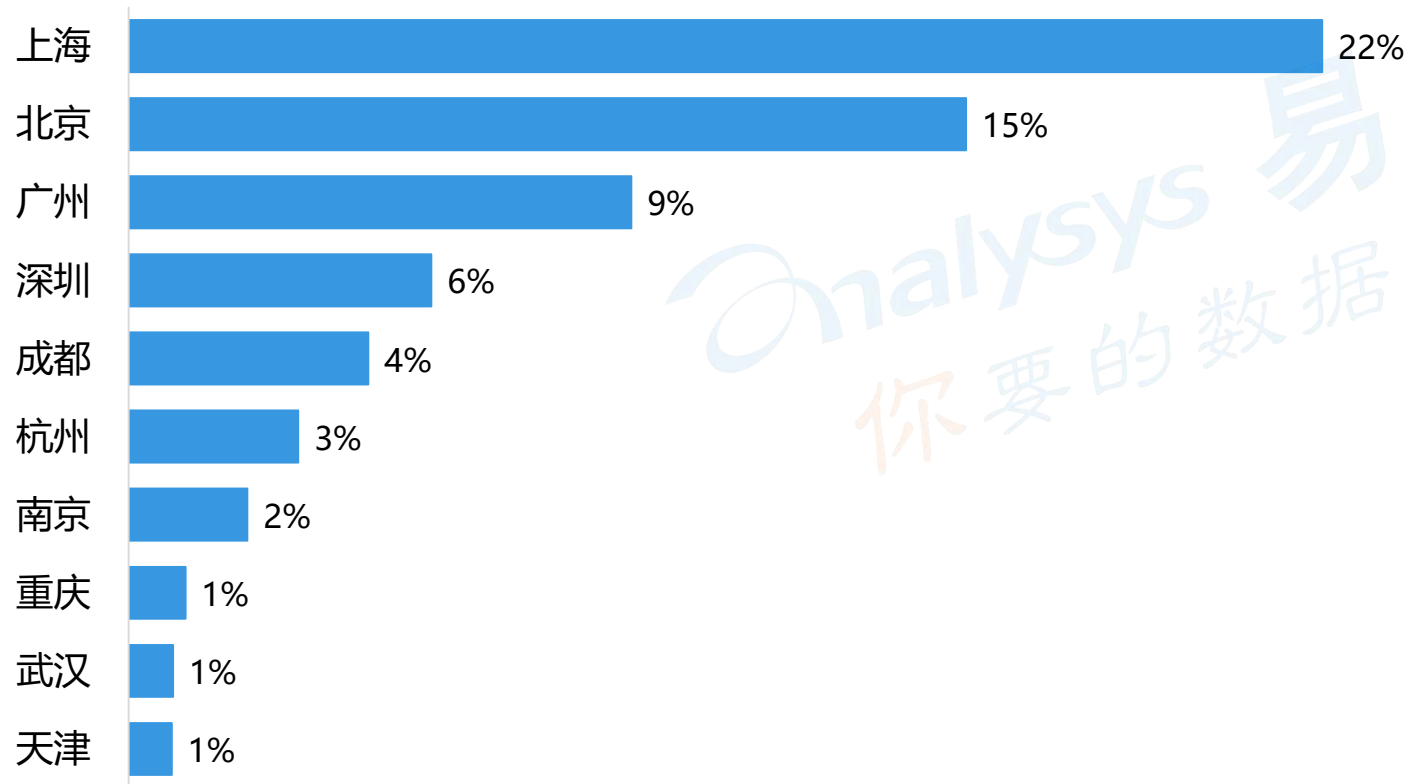
不同出行方式的用户的热门国家分布

分类	最热门目的地
情侣/夫妻	美国
与父母	新西兰
带小孩	泰国
与陌生旅友	德国
与同学/同事	澳大利亚
独自出游	意大利
其他	阿联酋

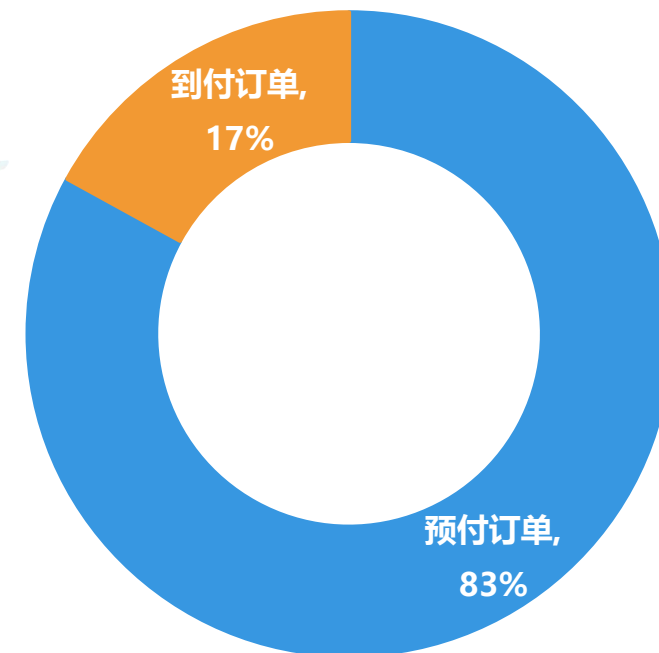
北上广深用户占比高达52%，在线付款为主要支付方式

- 惠租车数据显示，一线城市是主要客源地，北上广深占比客源占比达到52%，同时二三线城市用户呈快速增长趋势。
- 用户更愿意在线全额付款（预付订单），客户在线付款的比例已上升到83%，更多客户信赖在线付款，以避免实际用车时有其他不明费用。

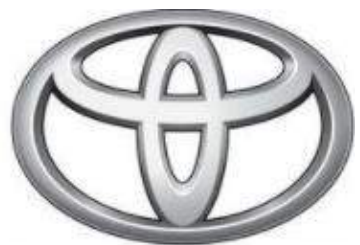
2017年海外自驾用户Top10客源地城市



2017年海外自驾用户支付方式占比



海外自驾用户常用汽车品牌



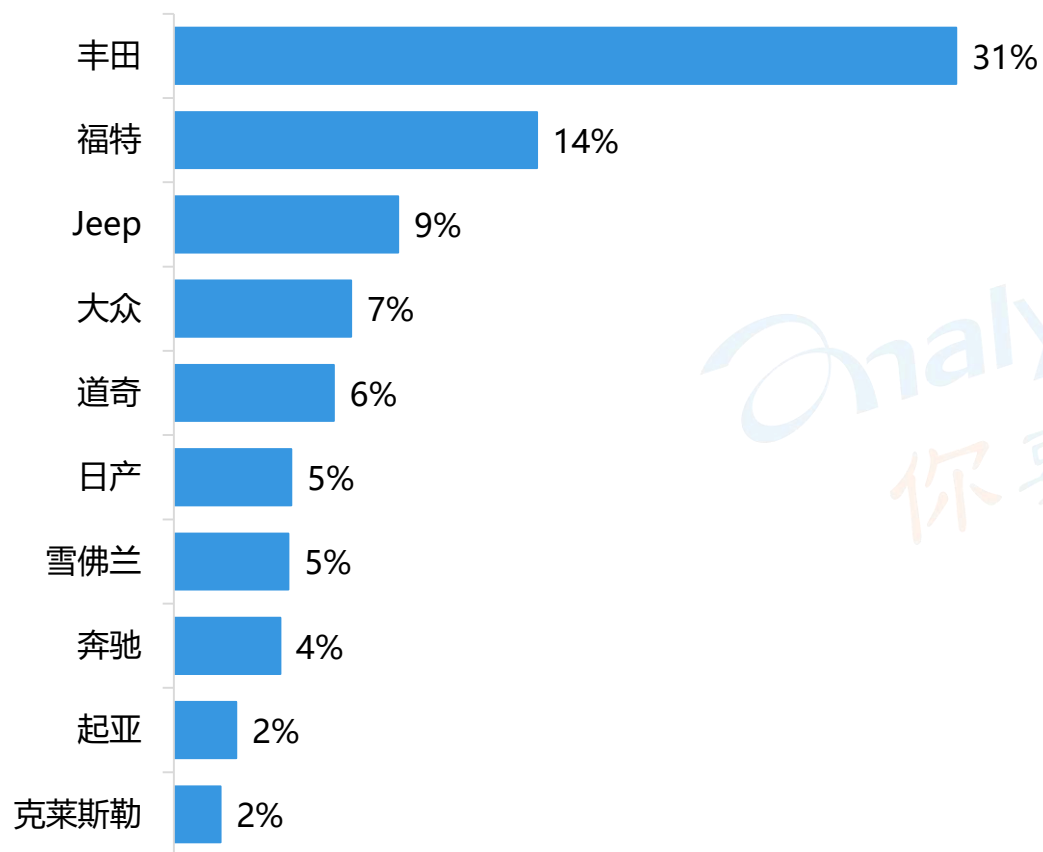
Jeep



海外自驾用户对车辆及相关服务关注度逐渐升高

- 惠租车数据显示，丰田和福特是最受欢迎的车型，其中男性用户更加偏好于丰田，女性用户更加偏好于福特。
- 车型、价格和用车平台是选择用车服务的前三考虑因素。男性更注重车辆的牌子，女性更注重车辆的舒适度及车型款式。

2017年海外自驾用户Top10租车车型



2017年不同性别偏好车型Top3



2017年用车服务Top5选择因素



PART 3



中国海外出行市场发展趋势分析

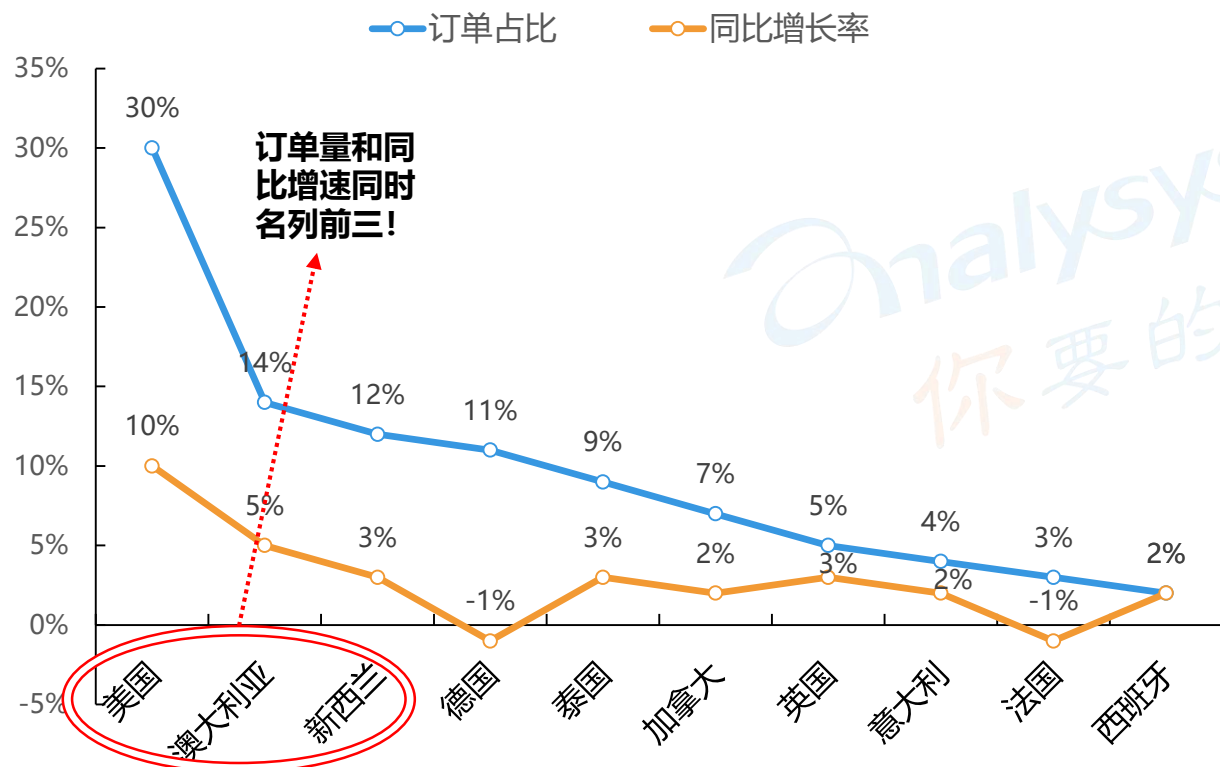
© Analysys 易观

www.analysys.cn

美澳新自驾游市场增长快速，“一带一路”成为新的机遇

- ▶ 根据惠租车的统计，2017年订单量排名和同比增速前三的目的地国家都是美国、澳大利亚和新西兰，而这三个国家的订单都主要为高客单价的租车自驾游。因此Analysys易观认为，无论从订单量还是利润来说，这三个国家都是海外出行平台的核心目的地市场。
- ▶ 根据国家旅游局预计，“十三五”期间，中国将为“一带一路”沿线国家输送1.5亿人次游客和超过2000亿美元的旅游消费。“一带一路”作为国家级战略，对境外商业和旅游目的地选择产生了巨大影响，海外出行平台在沿线各国的布局将带来巨大市场空间。

2017年中国海外出行Top10目的地国家订单量占比和变化



© Analysys 易观 · 惠租车

www.analysys.cn



丝绸之路经济带重点国家：

哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、伊朗、土耳其、罗马尼亚、保加利亚、乌克兰、俄罗斯、波兰、德国、荷兰、比利时。

“海上丝绸之路”沿线重点国家：

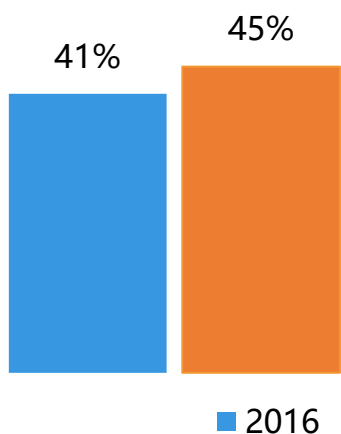
越南、菲律宾、柬埔寨、马来西亚、印尼、印度、斯里兰卡、马尔代夫、肯尼亚、埃塞俄比亚、埃及、希腊、意大利。

出境游人群更加多元化，内陆二三线城市潜力巨大

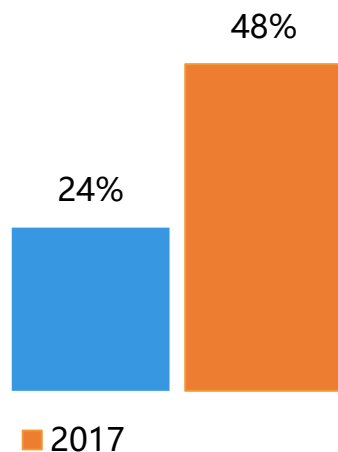


出行目的多样化：由单一游客群体向商务、置业、教育等出行目的群体以及海外留学生、华人华侨群体拓展。

女性用户订单量占比



二线及以下城市用户订单量占比



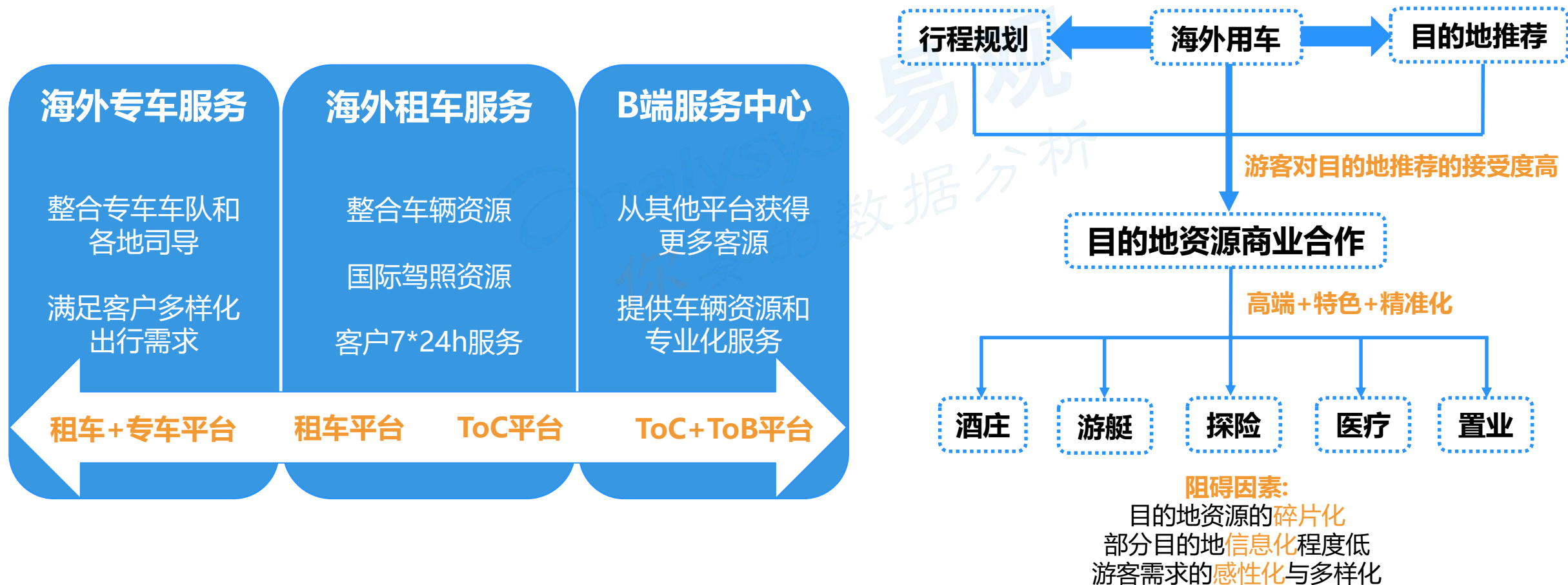
人口分布多样化：女性的自驾比例不断提升、中老龄人口的出国自由行人次不断上升。

地域分布多样化：客源地由一线城市向二三线城市渗透，由东部沿海城市向中西部城市拓展。

营销渠道多样化：客源的多样化趋势拉动海外出行平台和更多的机构进行营销合作，包括银行、航空公司、汽车平台、海外华人社区等，以精准触达不同类型客户。

业务模式不断拓展，目的地服务是新的商业机会

- 海外出行平台在业务模式上进行多元化拓展，一方面整合车队和司导为游客提供专车服务，另一方面利用其专业化优势承接其他平台的客户，并提供车辆资源和7*24h客服。Analysys易观认为，海外出行是一个低频需求，提供B端客户服务有利于拓展平台客源，提供专车服务可以挖掘客户多元化出行需求。
- 用户海外出行由购物导向向目的地深度游玩导向转型。海外出行平台拥有丰富的场景和数据可用于目的地推荐，因此与各目的地资源进行商业化合作有着广阔的前景。Analysys易观认为，如何高效整合目的地资源并实现游客偏好的精准化分析是海外出行平台需要解决的核心问题。



数据积累促进精细化运营，智慧旅游带动产业变革

数据来源

已有数据

- 客户个人信息 – 国际驾照办理档案
- 目的地行程数据 – GPS、司导行程记录
- 目的地场景数据 – 客户服务记录

可开发数据

- 车联网数据 – 车辆状况、驾驶与乘坐习惯、行程记录等
- 合作机构数据 – 航空公司、银行、电信运营商、景点等的数据积累

数据应用

应用场景

保险设计：将目的地场景数据用于频率分析与风险评估，从而设计定制化保险产品。

地图导航设计：对目的地行程数据进行分析，对于高频路线在GPS中加入智能导航。

目的地推荐系统：依照客户数据对其进行偏好度分析，并与目的地资源进行匹配。

智能化客服：对不同场景分类，建立智能化服务系统，高效解决客户出行中的问题。

服务质量管控：对目的地资源进行信息化管理，建立实时反馈体系以评估服务质量。

用户流量变现：与其他合作机构进行合作，建立数据共享体系，实现数据资产变现。

数据分析驱动业务升级

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用