

中国在线旅游行业 发展报告

(2019 年上半年)

美团研究院 中国市场学会

2019 年 11 月 6 日

内容提要：2019 年上半年，中国在线旅游行业呈现出下述发展特征：行业保持快速增长势头；头部企业的业绩总体良好；个性化、品质型旅游消费持续升温；夜间旅游成为旅游消费新热点；三线及三线以下城市成为在线旅游的重要客源地；出境游平稳较快增长。同时，我国在线旅游行业发展也面对一些新的挑战：我国旅游行业的在线化率有待进一步提高；高端酒店的入住率和平均房价出现下滑；消费者投诉仍居高不下。建议重视下述方面的工作，推动我国在线旅游行业健康可持续发展：充分发挥在线旅游服务平台的作用，推动我国旅游行业的转型升级和创新发展；推广“景区+X”“酒店+X”模式，促进跨场景旅游消费；丰富夜间经济业态和品类，大力发展夜间旅游；继续深化“放管服”改革，不断优化我国在线旅游行业的发展环境；借助美团等在线旅游服务平台，提升我国旅游服务质量。

2019 年上半年,我国在线旅游行业保持快速增长势头,个性化、品质型旅游消费升温,夜间旅游成为旅游消费新热点。同时,我国在线旅游行业发展也面对一些新的挑战。今后要推广“景区+X”“酒店+X”模式,促进跨场景旅游消费,提升旅游业在线化率,同时要丰富夜间经济业态和品类,大力发展夜间旅游,推动我国旅游行业的转型升级和创新发展。

一、2019 年上半年中国在线旅游行业发展的主要特征

(一) 中国在线旅游行业保持快速增长势头

2019 年上半年,我国在线旅游行业保持快速增长势头。互联网大数据监测平台 Trustdata 发布的《2019 年上半年中国在线酒店预订行业发展分析报告》显示,2019 年上半年,中国在线酒店预订用户持续增长,上半年酒店预订间夜量同比增长 20%,总规模接近 4 亿间。从各平台订单量来看,美团平台酒店订单量¹占行业总订单量的 50.6%,位居第一位,携程的占比为 21.3%,去哪儿的占比为 10.3%,同城艺龙的占比为 9.8%,飞猪的占比为 5.4%,其他平台合计占 2.6%。从 2019 年上半年酒店预订间夜量的分布来看,美团平台酒店预订间夜量的占比达到 47.3%,高于携程、去哪儿、同程艺龙的总和;从 2019 年上半年新增用户看,美团酒店新增用户的占比达到 51.2%,去哪儿、携程分列第二和第三位。

¹ 为中国大陆用户在境内酒店的预订统计,不包含港澳台及海外,此处订单量指交付订单量。

旅游消费的持续增长和消费线上化率的不断提升是在线旅游服务平台订单量快速增长的重要原因。2019 年上半年，美团平台酒店预订间夜量超过 1.7 亿，同比增长 29%。节日期间美团等在线旅游服务平台推出了系列促销优惠，拉动了在线旅游消费的强劲增长。美团平台数据显示，2019 年“五一”假日期间国内消费者的旅游热情明显高于清明假期，美团酒店住宿预订和景区门票业务双双迎来了单日最高峰，也创造了中国酒店及旅游行业的新纪录。2019 年 5 月 1 日当天，美团酒店的单日入住间夜量超过 280 万，比清明假期单日峰值提高了 40%。美团景区门票则于 2019 年 5 月 2 日创下单日入园人次突破 300 万的行业新纪录，比清明假期单日峰值提高了 50%。2019 年“五一”假期，美团榛果民宿间夜量创历史新高，比 2018 年同期增长 563%，前十民宿出游目的地分别是成都、重庆、西安、北京、广州、武汉、上海、长沙、南京、厦门，西南地区成为国内民宿住客最爱的旅游目的地。美团平台的数据还显示，2019 年 5 月 1 日当天，大众点评“必住榜”上榜酒店的浏览量比 2018 年同期增长逾 80%，入住间夜量增长逾 105%；5 月 2 日当天，大众点评“必玩榜”上榜景区的浏览量、门票销量分别增长逾 60%和逾 70%，大众点评“必系列”榜单逐渐成为覆盖本地生活以及外出游玩全场景的综合性品质生活游住指南。

住宿业和观光游览是旅游业两大重要业态。而从旅游消

费者角度看，住宿和游览是消费者最经常的需求。目前国内旅游业在住宿业和观光游览业协同发展上做得还不够。美团发挥综合性服务平台的优势，在推动住宿业和景区协同发展上取得了重要进展。目前，已有几千家国内景区上线美团门票“随买随用”“最快平均1秒出票”“无需换票扫码入园”等便民功能，让消费者避免长时间排队购票和候检入园，随时随地轻松开启休闲游玩。2019年上半年，美团酒店和门票业务的交叉销售比例已经达到两位数，两项业务之间产生了明显的协同效应。2019年“五一”假日期间，针对国内热门景区目的地和43个热门旅游城市中的热门打卡地，美团通过大数据等创新技术手段，为消费者精心筛选出景区附近的优质酒店。当消费者在美团平台上搜索心仪景区目的地的门票时，可以直接得到近距离的酒店推荐；同样，消费者在美团平台上预订酒店时，也能直接得到附近景区的推荐以及“酒店+门票”优惠组合产品的供应，减少了反复检索和筛选的步骤，让消费者把时间和精力聚焦在出行游玩本身上，尽享旅游休闲的乐趣。

（二）我国在线旅游行业头部企业的业绩总体良好

2019年上半年，我国在线旅游行业头部企业的业绩总体良好，大型在线旅游平台（以下简称“OTA”）主要营业指标同比增长19%以上，快于2018年我国在线旅游行业的增速（9.3%）。从美团点评、携程、同程艺龙等上市OTA公布的

2019 年上半年财务报告相关指标看，旅游相关营业收入的增速均超过了 16%（阿里巴巴集团公布的 2019 年第二季度财务报告中未披露阿里飞猪经营数据）。在大型 OTA 中，美团点评到店酒旅业务（包括酒店旅行和到店餐饮等业务）2019 年上半年营业收入达到 97.4 亿元，同比增长 43%。美团作为我国在线旅游行业的领军者，发展势头强劲。2019 年上半年，以酒店和旅行为核心业务的携程实现营业收入 169 亿元，同比增长 19.9%；实现净利润 42.1 亿元，同比增长 20.3%。同程艺龙 2019 年上半年实现营业收入 33.7 亿元，同比增长 19.1%；实现净利润 7.94 亿元，同比增长 26.3%。在酒店业务营业收入或间夜量等单项业务指标上，国内大型 OTA 实现了 21%以上的增长。由上述分析可见，2019 年上半年，我国在线旅游行业头部企业经营状况良好，对在线旅游行业的带动作用继续增强。不过，规模相对较小的部分上市 OTA 如途牛，依然没有摆脱经营困境，2019 年上半年的营业收入同比下降 2.5%，亏损额达到 3.2 亿元，与 2018 年同期相比亏损额扩大 3 倍。2019 年上半年，国内在线旅游行业头部企业的市场占有率有所上升，“强者更强”的竞争态势进一步凸显。

（三）个性化、品质型旅游消费持续升温

2019 年上半年，我国服务类消费需求旺盛，旅游消费、餐饮消费、文化娱乐消费、信息消费、健康消费、交通出行消费等服务类消费成为我国消费持续扩张的重要带动力量，

服务类消费由生存型、同质化的服务消费需求向多元化、个性化、差异化、品质型、享受型服务消费需求演进，消费结构日益升级。

在住宿消费方面，多元化、个性化、品质型的住宿需求已经成为消费者特别是年轻消费群体的消费诉求，主题酒店、海景酒店、亲子酒店等特色酒店需求旺盛。在特殊时间段如高考，满足特定场景的特色房需求明显增加。美团平台数据显示，2019 年高考前夕，多需求叠加促使考试前一天的酒店住宿预订火爆，学校周边的热门酒店预订情况明显高于非学校周边。美团酒店在 2019 年高考前夕推出了“考试房”，同时提高了房源甄选标准，交通便利、评分 4.5 分以上、环境安静的酒店才能入选。此外，美团酒店挖掘需求深耕服务，推出了大学开学季的“新生房”等主题房，满足了消费者的多元化、个性化需求。

在休闲度假方面，定制游、自由行、深度游、自驾游等个性化、品质型旅游热度不减，研学旅游、“旅游遛娃”、避暑旅游、全家“泡酒店”等旅游形式逐渐兴起。在 2019 年清明假期、“五一”小长假以及端午假期，越来越多的国人选择在假期里开启一段休闲旅途，满足对“美好生活”的向往。从 2019 年“五一”小长假来看，许多消费者不再选择走马观花的旅游方式，而是选择轻松悠闲、随走随逛、更加深度和自我的“休闲式旅游”，部分消费者选择“宅”在酒店

或在酒店步行可达范围内享受美景、享受假期。根据美团平台的数据,2019 年增至 4 天的“五一”小长假推动了超过 75% 的用户选择周边和异地游玩,海边、古镇和特色街区等成为“五一”小长假期间最具人气的出游场景。

“周边古镇游”“非遗文化游”也是 2019 年上半年旅游度假的热门主题。城市周边的古镇、古城不仅是消暑纳凉的好去处,还具有独特的历史文化底蕴,吸引了不少消费者尤其是年轻群体的关注。美团门票大数据显示,2019 年端午假期期间,“周边古镇游”非常受 90 后的欢迎。在美团门票端午假期全国古镇游热门城市排行 TOP10 中,拥有周庄、同里古镇等多个知名古镇的江苏苏州排在第一位,成为古镇游的最热门城市,浙江嘉兴、北京、山东枣庄、山西晋中分列榜单的第二至第五位。同时,非遗文化相关的历史名胜古迹、博物馆、展览馆也吸引了越来越多的游客。美团门票大数据显示,2019 年端午假期期间,博物馆、展览馆等文化旅游相关产品的热度持续升温,搜索量与去年同期相比增长 200%多。北京故宫领衔美团门票端午假期国内十大热门世界级文化遗产景区排行榜,苏州古典园林、沈阳故宫、北京长城、安徽古村落(西递、宏村)、陕西秦始皇陵及兵马俑、四川都江堰市青城山及都江堰、安徽黄山、大同云冈石窟、山西五台山均位居榜单前 10 名。

(四) 夜间旅游成为旅游消费新热点

夜间旅游是旅游的重要形态，不仅能够带动景区游览等消费增长，而且能够拉动夜间餐饮、文化娱乐、交通等多种消费需求，是促进夜间经济的重要抓手。近年来，包括夜间旅游在内的夜间消费成为消费热点。2019年6-7月，美团研究院依托美团平台数据对北京、上海、广州、重庆、天津、武汉、深圳、成都、西安、杭州、南京、济南、长沙、哈尔滨、兰州、贵阳等16个样本城市2017年1月-2019年5月的夜间消费走势进行了研究，研究结果显示，16个样本城市夜间线上服务消费额近年来呈较为明显的上升趋势，同时，夜间线上服务消费在夏季（7月和8月）和冬季（12月和1月）都会出现夜间消费高峰。春节假期，受部分居民到外地过年和生活服务供给下降等因素影响，北京、上海等城市的夜间消费在春节假期所在月份呈现出明显的波谷（由于2017年春节假期横跨1月和2月，所以这一现象并不明显）。哈尔滨、西安、重庆三个城市的夜间消费在春节假期所在月份也出现波谷，但不如其他城市显著（见图1）。

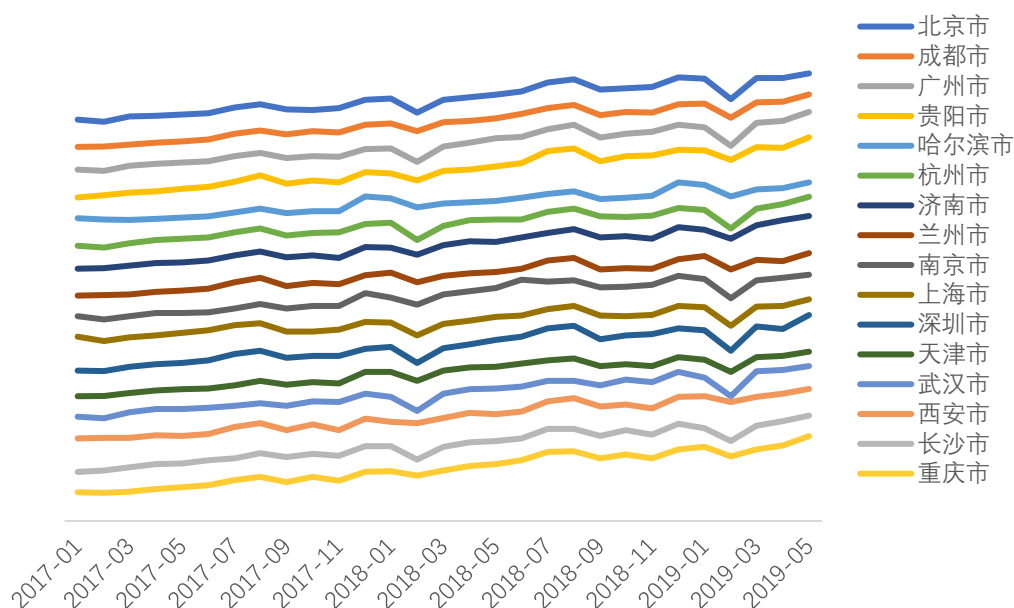


图1 2017年1月-2019年5月16个样本城市夜间消费趋势对比

数据来源：美团研究院

数据说明：各城市的夜间消费额上下位置不代表消费额的多少，仅对比趋势变化特征。

从夜间线上旅游消费在全天线上旅游消费的占比来看，深圳、上海、广州 2018 年的占比分别达到了 39.4%、39.3% 和 38.9%，占比最低的贵阳市也达到 21.3%（见图 2）。由此可见，夜间旅游消费在我国旅游业发展中的重要性越来越凸显。美团景区门票数据显示，2019 年“五一”假日期间，主题乐园、动植物园等亲子类主题景区产品走俏，主题乐园类景区夜场产品销量同比增长 53%，夜间消费热度持续升温，尤其受到 90 后、00 后等年轻群体的青睐，在摩天轮上仰望星空成为夜游爱好者的热门选择。在 2019 年端午假期，美团平台数据显示，国内一线城市北京、上海、广州、深圳以及天津、成都等新一线城市既是夜间旅游的热门城市目的地，

同时也是主要客源地。端午假期夜间旅游的主体是 30 岁以下的年轻群体，这一群体占端午假期夜间旅游人数的比重高达 62%。各地的欢乐谷颇受夜间旅游爱好者的欢迎。在美团门票端午假期全国热门夜间打卡景点 TOP10 排行中，一半都是欢乐谷景区，北京欢乐谷名列榜首。

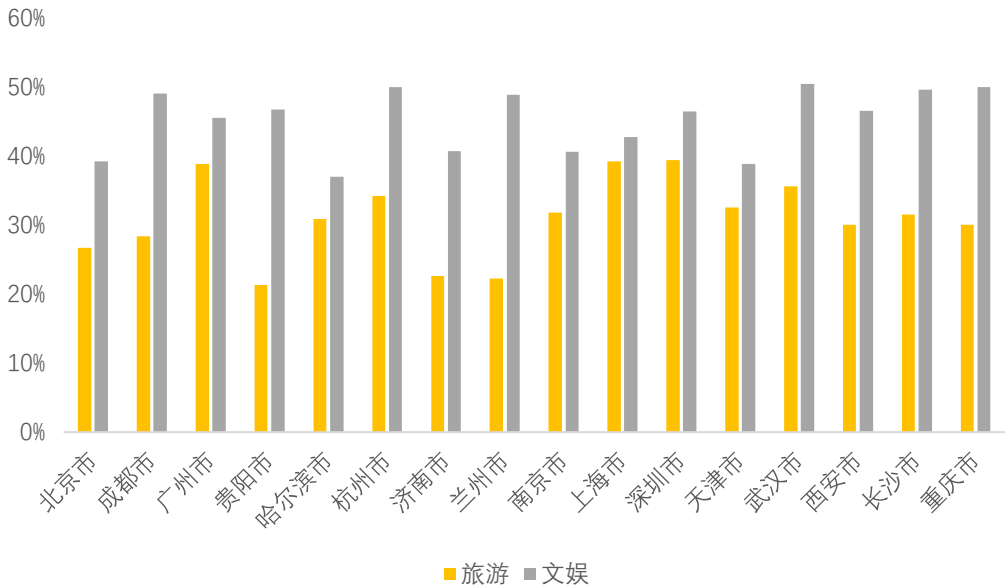


图 2 2018 年旅游、文化娱乐夜间消费额占全天消费额的比重

数据来源：美团研究院

（五）三线及三线以下城市成为在线旅游的重要客源地

随着消费结构的升级和服务消费的下沉，2019 年上半年，国内三线及三线以下城市居民在旅游消费方面的潜力继续迸发。同城艺龙 2019 年第二季度财报显示，2019 年上半年，同城艺龙在中国非一线城市的注册用户数占总注册用户数的比例约为 85.5%；2019 年第二季度，约有 61.5%的同城艺龙新付费微信用户来自三线及三线以下城市，较 2018 年同

期的比重（55.8%）提高了 5.7 个百分点。2019 年“五一”假日期间，根据途牛发布的《2019 五一小长假旅游消费盘点》，与往年相比，国内经济较为发达的三线和四线城市居民、非省会城市居民出游热情高，来自佛山、常州、扬州、嘉兴、金华、唐山、海口、绍兴、盐城、攀枝花等出发地的游客数量增幅较大。

（六）出境游平稳较快增长

2019 年上半年，出境游平稳较快增长。根据中国旅游研究院发布的数据，2019 年上半年，我国出境旅游人数约 8129 万人次，同比增长 14%。根据国家民航局公布的数据，2019 年上半年，国际化市场和大众化市场持续扩大，国际航线旅客运输量达到 3628.6 万人次，同比增长 16.5%，我国新增航空人口 2724 万人；新辟国际地区航线 102 条，扩充航权资源，大幅增加进入日本东京主流市场的运力额度，扩大与韩国、芬兰等国家航空运输市场准入。从 2019 年上半年出境游目的地来看，主要以短途周边的国家和地区为主。从 2019 年端午假期出境游情况看，美团酒店境外住宿数据显示，境外游热门目的地全部集中在亚洲四小时飞行圈内，日本、韩国、东南亚国家、港澳台地区是境外游的热门选择，国内年轻游客尤为青睐中国澳门和泰国普吉岛。

二、我国在线旅游行业发展面对的主要挑战

当前，我国在线旅游行业发展面对一些新挑战，主要

体现在下述方面：

（一）我国旅游行业的在线化率有待进一步提高

近年来，我国旅游行业的在线化率不断提高，但从 OTA 平台角度看，目前酒店预订线上化率约为 36%，而景区门票的线上化率只有 10%左右，有很大的提升空间。目前，我国网民规模和手机网民规模仍保持增长，但增速已放缓，我国互联网红利逐渐消退。在此背景下，在线旅游增量用户挖掘难度增大，这意味着在线旅游存量用户越来越重要，必须对存量用户进行细分，有差异地满足用户需求。同时，要积极吸引潜在用户特别是三四线以下城市和广大农村居民，培养在线旅游消费意识和习惯。

（二）部分酒店经营增长出现困难

2019 年上半年，尽管我国酒店住宿业整体呈现平稳较快增长态势，但受市场供给增加等因素的影响，高端酒店的入住率和平均房价都出现下滑，收益增长乏力。从酒店供给结构来看，我国酒店市场供给结构仍呈现金字塔型，经济型酒店依然保持主体地位。北京市统计局公布的数据显示，2019 年上半年北京市住宿业客源同比下降 2.9%，其中五星级酒店接待客人同比下降 13.2%。从华住集团公布的数据看，截至 2019 年 6 月 30 日，华住集团已开业中高端酒店共 1675 家，包括 261 家直营酒店、1414 家管理加盟和特许店。2019 年上半年，华住集团中高档成熟酒店的同店 RevPAR（平均每间

可供出租客房收入）为 272 元，同比下滑 2.4%；ADR（已售客房平均房价）为 323 元，同比下滑 0.7%；平均入住率为 84.1%，同比下滑 1.4 个百分点。金茂酒店公布的数据显示，公司房间数共计 3437 间，2019 年上半年平均房价约为 1204 元，较去年同期的平均房价（1304 元）下降 7.7%；每间房的收益约为 916 元，同比下降 6.4%。

（三）消费者权益保障仍有待进一步加强

根据中国消费者协会发布的《2019 年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》，上半年涉及旅游服务的投诉量为 4892 件，与 2018 年上半年相比降低 0.5 个百分点（见表 1）。

表 1 2019 年上半年中国服务类消费投诉量变化

服务大类	2019 年上半年	投诉比重 (%)	2018 年上半年	投诉比重 (%)	比重变化
生活、社会服务类	53897	12.8	44787	12.6	↑ 0.2
互联网服务	44465	10.6	32619	9.2	↑ 1.4
销售服务	33967	8.1	38583	10.9	↓ 2.8
电信服务	18115	4.3	16100	4.5	↓ 0.2
教育培训服务	16507	3.9	7362	2.1	↑ 1.8
文化、娱乐、体育服务	14596	3.5	8821	2.5	↑ 1.0
房屋装修及物业服务	8473	2.0	9163	2.6	↓ 0.6
邮政业服务	7039	1.7	8927	2.5	↓ 0.8
公共设施服务	6604	1.6	8225	2.3	↓ 0.7
旅游服务	4892	1.2	5948	1.7	↓ 0.5
金融服务	3188	0.8	1352	0.4	↑ 0.4
卫生保健服务	1560	0.4	956	0.3	↑ 0.1

保险服务	927	0.2	491	0.1	↑0.1
------	-----	-----	-----	-----	------

资料来源：中国消费者协会《2019年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》。

从人民网旅游 3·15 投诉平台（以下简称“投诉平台”）公布的 2019 年上半年旅游投诉数据，投诉平台共收到有效投诉 462 条，2019 年上半年的回复率为 84%。2019 年上半年，涉及在线旅游平台的投诉共 365 条，其中，去哪儿网 234 条，携程 40 条，其他投诉较多的企业依次有飞猪、同程旅游、途牛、马蜂窝等，投诉主要集中在航空购票和旅游报团方面。2019 年上半年，各在线旅游平台针对消费者的投诉均进行了回复，去哪儿网、携程、同程旅游、途牛、马蜂窝、驴妈妈、美团旅行的回复率达到了 100%。从在线旅游服务平台的投诉处理机制看，个别平台的机制不完善，游客进行投诉时得不到及时有效的回复，影响了游客的消费体验。

三、促进我国在线旅游行业发展的政策建议

建议重视下述方面的工作，推动我国在线旅游行业健康可持续发展：

（一）充分发挥在线旅游服务平台的作用，推动我国旅游行业的转型升级和创新发展

发展“互联网+旅游”是旅游业提质增效、实现高质量发展的重要路径。在景区门票购买、酒店住宿等方面推进电子化、线上化，可以提高旅游便利度、优化游览体验、提升景

区管理水平。与西方发达国家相比，目前我国旅游行业的在线化、平台化发育不足。今后要充分发挥在线旅游服务平台的作用，推动我国旅游行业的转型升级和创新发展：一是进一步提升旅游消费线上化水平，特别是要提高低线城市酒店的在线化水平和国有景区的在线化水平，提高旅游消费的便利度。今后，在 5A 景区等 A 级景区评估工作中，可将景区线上化和门票预约作为重要评估指标，引导各类景区分阶段实现门票预约和销售在线化；二是依托在线旅游服务平台提升旅游行业的供给侧数字化水平。通过平台的力量，充分挖掘大数据的价值，研判旅游行业发展趋势，帮助旅游企业和酒店进行经营分析和策略调整，助推行业高质量发展。政府有关部门在制订酒店和景区行业服务管理规范 and 标准中，可以与美团等在线旅游服务平台合作，发挥在线旅游服务平台的优势，以科学的标准体系引导在线旅游行业提高发展质量；三是通过与在线旅游服务平台的融合发展提升旅游企业和酒店的运营效率。目前，我国一些旅游企业和酒店运营效率较低，借助美团等在线旅游服务平台在科技、电子商务、营销、大数据分析等方面的优势，通过物联网与互联网的有机结合，能够有效提升整个行业的运营效率，提升消费者的用户体验。今后要积极推动旅游企业、酒店与美团等在线旅游服务平台融合发展。

（二）推广“景区+X”“酒店+X”模式，促进跨场景旅

游消费

在消费者需求更加多元和多样的新形势下，单一功能的旅游细分行业往往难以满足消费者的需求，这也是许多传统酒店或景区陷入经营困境的重要原因。比如，从旅游住宿业发展趋势看，酒店不仅可以作为提供住宿的场所，还可以成为高品质生活汇集的场所。高品质的酒店可以发展为一个综合体，除了满足住宿需求外，还满足餐饮、社交、娱乐、健身、SPA 等不同场景的消费需求，或者关联到周边游、景区门票等目的地旅游综合消费。酒店+餐饮、酒店+婚宴、酒店+景区门票等不同业务的交叉协同，可以更好地满足酒店消费者多样化、个性化需求。同时，“酒店+X”模式也可以让同一消费者体验到酒店商家尤其是高星酒店住宿之外的服务，从而获得更高的综合收益。景区的发展也同样如此，需要推广“景区+X”模式。像美团点评这样集餐饮、住宿、旅游、出行等各种生活服务于一体的综合性生活服务电子商务平台，在实现跨场景的交叉导流上具有无可比拟的优势。今后要推动各类酒店、景区和航空公司等市场主体与美团等综合性生活服务电子商务平台开展深度合作，积极为广大消费者提供跨场景的综合服务，不断增强对消费者需求的匹配能力。要结合国家正在推动的文化和旅游消费提升行动，以试点城市示范项目为引领，更好地发挥美团等生活服务电子商务平台的作用，加强大数据应用、文旅融合创新产品推介和

旅游新业态培育，进一步激发我国城乡居民的文化和旅游消费潜力。

（三）丰富夜间经济业态和品类，大力发展夜间旅游

发展夜间旅游是旅游业供给侧结构性改革的重要内容。增加夜间旅游供给可以刺激和扩大夜间旅游需求，进而促进夜间旅游消费，提升人民群众的生活品质。要重视下述方面的工作：通过文化与旅游融合、文化与科技融合，结合现代时尚元素，增加夜间文化休闲、演艺体验、博物馆文化馆活动的供给并提高供给质量；引导文化和旅游场所开放夜间旅游线路并开发夜间旅游体验项目，鼓励和支持博物馆、科技馆、展览馆、美术馆、音乐厅延长营业时间并组织开展特展或主题活动，带动夜间旅游发展；尊重历史和现状进行存量优化和增量培育，规划和打造夜间购物、演艺体验、文化休闲特色商圈，推出精品夜场活动，丰富夜间经济业态和品类，营造更多夜间消费场景，打造夜间经济集聚区；完善相关基础设施与公共服务，增加 22 点之后的夜间公共交通服务，开通更多的夜间公交线路，提高夜市、夜间商圈的通达性，方便本地居民和外地游客的夜间通勤和疏散。

（四）继续深化“放管服”改革，不断优化我国在线旅游行业的发展环境

要继续深化“放管服”改革，加强对在线旅游平台企业的扶持力度，贯彻落实减轻企业税费负担、营造公平竞争环

境等方面的政策措施。要按照“线上线下一致”的基本原则，取消对在线旅游平台和线下实体旅游企业政策上的差别待遇，在资金扶持、政策优惠、公共服务等方面对在线旅游平台和线下实体旅游企业一视同仁。实践中，有的地方还存在套用传统监管方式、要求在线旅游平台在本地设立分支机构才可在当地进行经营的现象。这种属地化的监管思维和做法与互联网平台“一地注册、服务全国”的行业特点不符，也加大了平台企业的运营成本。应当创新监管理念，允许互联网平台一地注册、多地经营。对民宿、客栈相关资质证照管理问题，按照对传统酒店的监管模式，民宿、客栈商家办理营业执照、特种行业许可证、卫生许可证、消防许可证等非常困难。要秉持包容审慎的监管方式，创新对线下民宿业等新业态的监管模式，既充分尊重民宿行业特点特别是城中村、城市民房现状，降低行业准入门槛，又要守住安全底线，逐步提升安全水平。

（五）借助美团等在线旅游服务平台，提升我国旅游服务质量

要牢固树立旅游者优先的行业发展理念，结合国家正在实施的旅游服务质量提升计划，引导在线旅游服务平台不断完善对用户的服务，同时借助美团等在线旅游服务平台的力量，推动线下旅游服务企业丰富产品形态并提升服务质量。比如，在解决热门景区长时间排队购票和候检入园这一行业

发展和消费者旅游体验的痛点上，美团已经有成熟的解决方案。2019 年上半年，已有全国 300 多个城市的 2700 多家景区和美团门票合作上线“闪入园”功能，游客购买带有“闪入园”标识的电子门票，可享有当天买票当天用、10 秒钟出票、无需换票直接扫码入园等三项便利，彻底消除游客长时间排队购票和候检入园之累。美团“闪入园”等创新产品和服务深受景区和游客的好评，今后可在更大的范围内加以推广和应用。同时，在旅游服务质量评级等工作中，也可以吸纳美团等具有数据和行业优势的企业和科研机构参与“第三方”评估，增强旅游服务质量评估结果的导向性。