

2019

暑期旅游搜索用户行为 和行业保障报告

目录

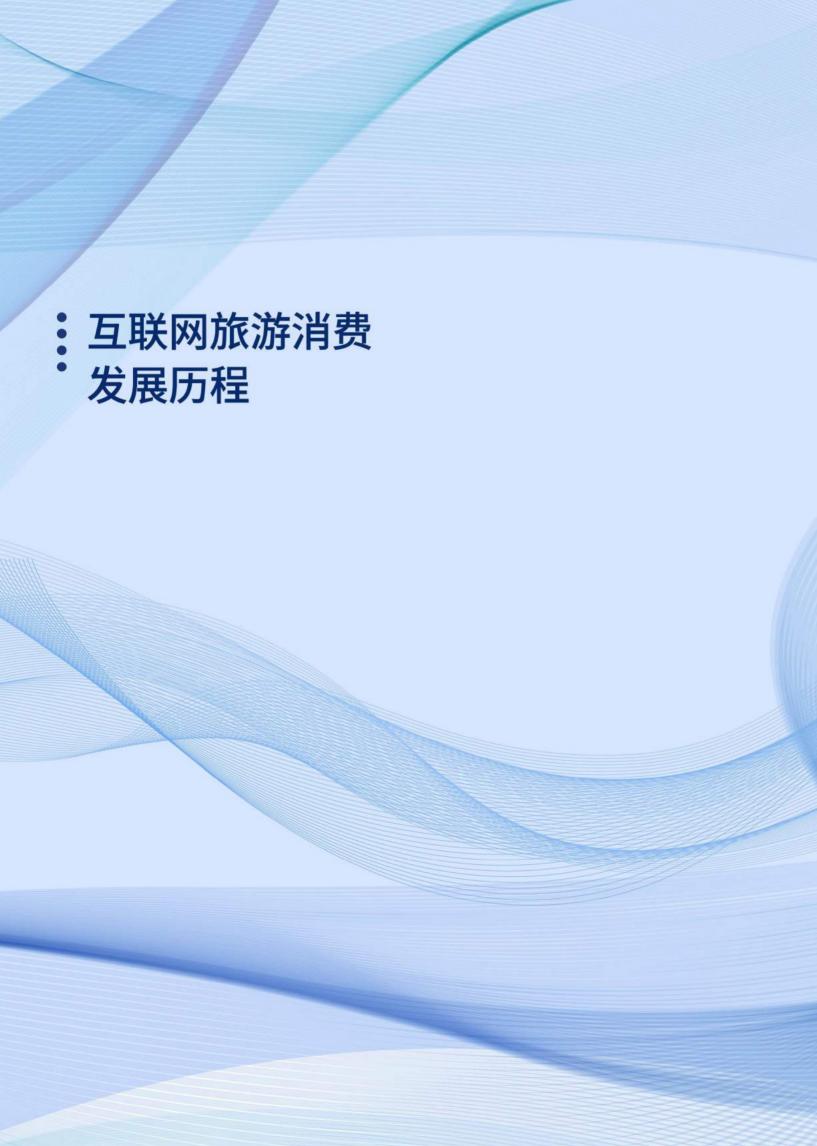
引言	3
互联网旅游消费发展历程	5
暑期互联网旅游消费变化趋势	8
暑期互联网旅游热门景点	13
消费者旅游期间关注热点	20
互联网旅游消费常见问题	24
互联网旅游平台保障	26
互联网旅游消费保障未来展望	29
结语	32

引言

互联网时代,消费者通过网络获得旅游相关的产品、服务、信息的行为日渐成熟,并发展迅速。在流量红利日趋枯竭的情况下,下沉市场的挖掘带来了互联网旅游的新一轮增长,伴随着互联网成长起来的 Z 世代逐渐成为消费的主力军,互联网旅游焕发出强劲的生机。

与传统旅游不同的是,互联网旅游通过网络让消费者和旅游服务商 无缝连接,摆脱线下旅游业务的限制,丰富了旅游产品种类,同时也让 消费者拥有更多获取产品、服务、信息的途径,激发了消费欲望。例如, 消费者可以通过百度等搜索引擎获取旅游相关的专业知识、经验分享、 旅游产品等多重信息,解答整个旅行闭环中可能出现的种种困惑,可以 通过携程、去哪儿预定机票、酒店等。当然,互联网旅游的发展也伴随 着一些新的问题。诸如消费者在线购买旅游产品时遭遇的价格欺诈、过 度宣传、捆绑消费等高发问题,不仅影响了消费者的旅游体验,而且也 阻碍了行业的健康发展。

《2019 暑期旅游搜索用户行为和行业保障报告》依托百度指数的数据能力,从互联网旅游消费发展历程、变化趋势、热门景点、关注热点、常见问题、平台保障、未来展望等方面,以暑期为例,为消费者还原互联网旅游消费的全貌,普及该行业现有保障情况,促进各旅游服务商提供更好的服务,打造更好的产品,产生更大的价值,为我国旅游产业的健康发展提供智慧动力。



互联网旅游消费发展历程

上个世纪 90 年代,互联网热潮席卷全球,也催生出中国第一批旅游网站,开启了中国互联网旅游的历程。在随后近 20 年的时间里,互联网旅游从无到有,从有到精,已经成为人们旅游出行最重要的途径之一。该领域的发展迅速,相关的行业规范、法律法规逐步完善,互联网旅游的网络参与者所推行的行业性保障措施也在不断推进。

1995年5月

第一家互联网旅游平台艺龙成立,互联网旅游时代 开启

2000年

北京尝试搭建网络订票系统,上线"首铁在线",提升 订票体验

2001年

百度推出独立搜索引擎,用户可以直接通过搜索引擎获取全网聚合的旅行信息

2003年

最大的互联网旅游平台携程上市

2010年7月1日

《旅游投诉处理办法》正式出台,维护旅游者和旅游经营者的合法权益,依法公正处理旅游投诉,为消费者旅游服务的投诉提供了可操作的依据

2011年5月18日

人民银行首次发放第三方支付牌照,互联网与金融服务开始结合,消费者开始通过网络进行购票行为

2011年6月1日

12306网站正式上线

2012年春运期间

12306网站全面推行互联网售票、电话订票、电子支付票款等新的售票方式。同期,网民使用百度搜索12306订票信息指数量突破36.8万

2013年4月25日

《中国人民共和国旅游法》出台,成为我国旅游业的基本法,中国旅游消费者权利保障在法律层面趋于完善

2013年12月8日

12306手机客户端正式上线,开启了票务消费的移动化时代

2016年2月5日

国家旅游局公布了首批共262个地区的"国家全域旅游示范区"名单

2016年7月1日

国内航空公司的机票代理费新政落地实施,此举进一步规范机票分销市场,推动机票代理人和机票 B2B平台发展更加规范

2018年7月17日

民航局发文,要求制定机票退改签收费"阶梯费率", 净化天价退改签的问题,规范互联旅游市场发展

2019年1月1日

《中华人民共和国电子商务法》出台,为互联网旅游业保障带来了另一重要法律依据

2019年5月22日

12306网站将铁路候补购票服务扩大到所有旅客列车,携程等抢票平台业务开始进一步优化提升用户 服务体验



暑期互联网旅游消费变化趋势

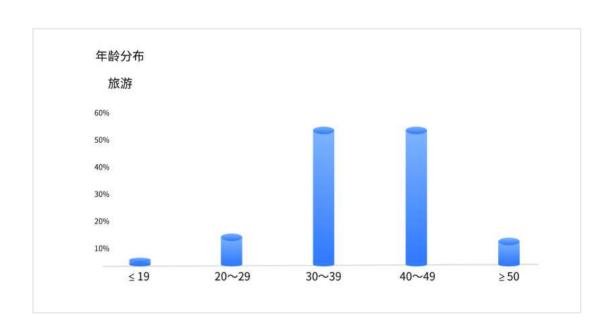
与传统旅游行业不同,互联网旅游呈现出鲜明的互联网特征,出游方式、目的地选择以及消费方式与线下旅行社相比都更为丰富多样,用户主动获取信息的行为也更为鲜明。百度指数显示,2018年1月-2019年6月,旅游消费者通过百度对旅游相关关键词搜索指数达2亿。

而暑期作为旅游的黄金时段,也受到消费者更多的关注。以百度指数 2018 年 1 月-12 月数据为例,暑期 (6-8 月) 网民通过百度对旅游相关的关键词进行搜索指数高于全年均值。

2018-02-17 2018-04-05 2018-05-22 2018-07-06 2018-08-24 2018-10-10 2018-11-26 2018-12-31

百度指数"旅游"全年关注热度

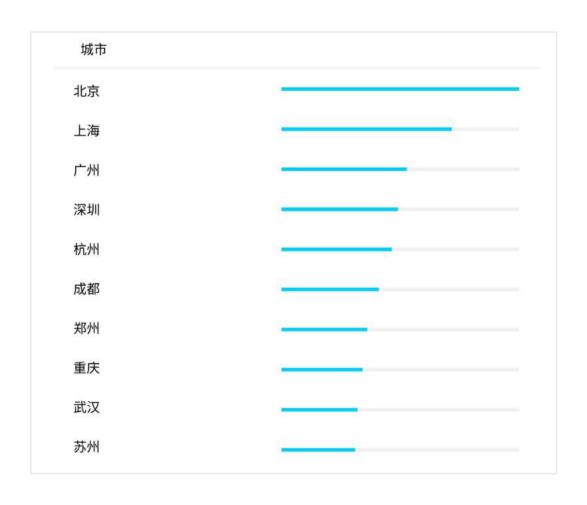
从年龄维度上来看,30至49岁人群是关注旅游的主力人群,作为社会中坚力量,他们的收入有保障,可支配时间较宽裕,体力充沛,消费方式多元,有更强的意愿增进家庭关系,他们成为拉动互联网旅游市场的中坚力量,对于生活质量有着更高需求。有趣的一点是,0-19岁的"小鲜肉"和50岁以上的中老年人也有另他们倾心的旅游目的地。以国外游为例,百度数据显示"小鲜肉"们在暑期最关注日韩国家旅游信息,而50岁以上的"大妈"们最关注的是俄罗斯旅游信息。



搜索"旅游"消费者年龄分布情况

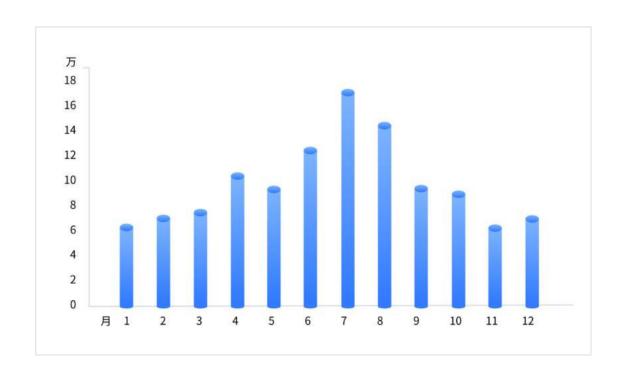
同时,"北、上、广、深"等一线城市消费者使用互联网进行旅游信息的搜索行为最为广泛,这也表明城市居民的人均收入水平是旅游消费水平的重要标志。

各地消费者对"旅游"关注热度



值得关注的是, 六、七、八月成为"亲子游"最受关注的月份。 "带娃旅游"成为众多家长在暑假的消费选择之一。研学游成为近年来 热门出行方式, 助推了亲子游市场的火爆。在亲子游受到消费者追捧的 同时, 互联网旅游产品、服务以及保障措施也应随之倾斜。







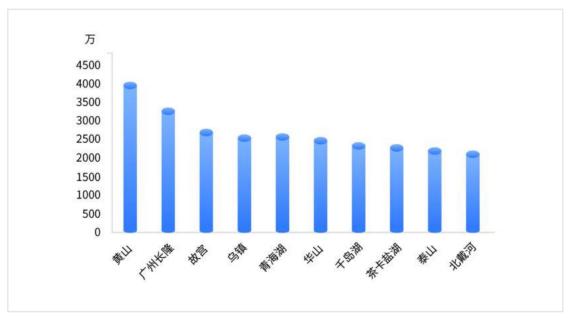
暑期互联网旅游热门景点

从旅行目的地来看,国内外需要景点在互联网的助推下焕发了新的活力。一些别具一格的小众景点也在短视频等新媒体传播浪潮下获得了前所未有的关注度。在新型旅游传播形式的催化下,各地旅游景区甚至普通地点一夜爆红的故事轮番上演,各类新型的传播手段也成为地区抢抓旅游经济的最新切入点。

暑期旅游国内最受关注的景点集中为国家 AAAAA 级别、AAAA 级别风景区,山水、人文、休闲等需求成为人们出行考虑的首要因素。

其中,黄山的观光缆车、长隆的野生动物园与水上乐园、茶卡盐湖的"天空之境"等均为近两年广受网民关注的景区创新特色;同时,在景点的关注度中也可以看出网民对于避暑、亲子游与周边游的偏好。

暑期旅游-国内最受关注的十大景点



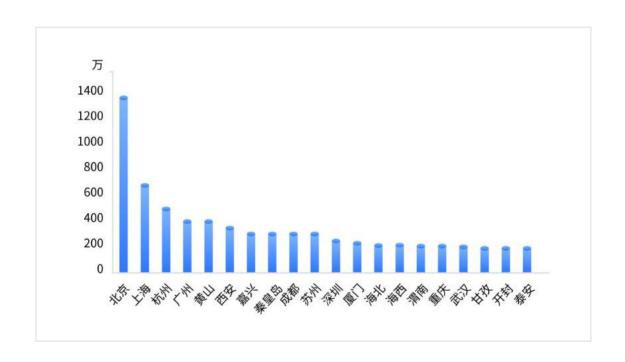
北京拥有7个5A级景区,众多4A级景区,旅游资源、交通位置得天独厚,成为暑期国内最受关注的省份Top1。浙江是全国乡村旅游、特色民宿最发达的地区,周末和周边游需求旺盛。广东长三角地区也一直是最热门的旅游省份之一。四川旅游资源丰富集中,成为休闲游的热门地区。





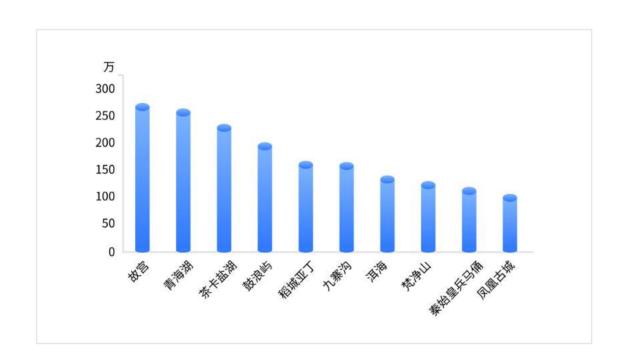
以城市为旅游目的地,最受关注的二十大城市中,北京、上海、广州、深圳四个一线城市悉数上榜;新一线城市中也有六大城市上榜,分别是:杭州、西安、成都、苏州、重庆与武汉;二线城市中只有嘉兴上榜;三线城市有秦皇岛、泰安位列榜单;四线城市黄山、渭南、开封入围;五线城市中的海北、海西、甘孜入围。从前二十名城市的属性来看,暑期消费者对于旅游的关注呈现了两级分化的趋势:一方面,出行需求集中在北京、上海、杭州、广州等旅游产业发达的地区;另一方面,即使经济状况一般,但只要拥有优质的自然风景,目的地就依然能得到游客的青睐。





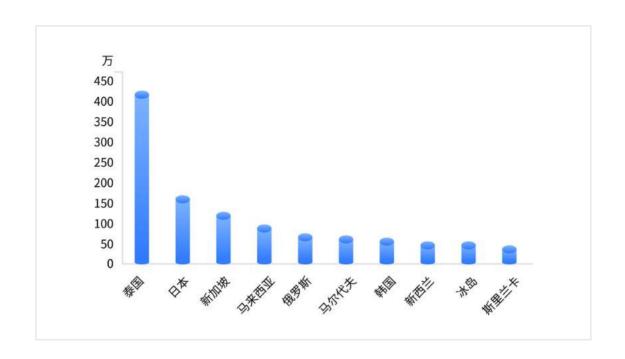
暑期旅行中,一些网红景点成为游客争相打卡的目标。在相关电视剧、文创产品大热的助推下,历史悠久、文化底蕴深厚的故宫、兵马俑等景点也在社交媒体中变身网红;与此同时,短视频等新媒体传播手段也让如"梵净山"等原本"养在深闺人未识"的景点瞬间走红,通过旅行博主们的分享与推广,引得大批游客慕名而至。

暑期旅游-国内最受关注的十大网红景点



目前国家受欢迎的排名情况,在一定程度上反映了国内游客出行考虑到的相关因素:价格、距离、口碑等性价比较高的泰国成为最受国内消费者关注的国家;日本、新加坡、马来西亚、俄罗斯、韩国等周边国家也成为国内消费者青睐的旅游目的地。





在性别维度上,女性较男性而言更为关注国内外旅行相关信息。十 大网红景点中,茶卡盐湖、凤凰古城、洱海更受女性游客的青睐,网红 景点往往通过各大短视频等社交平台风靡网络,深深吸引着喜好拍照的 年轻一代女性。稻城亚丁则更受男性游客的喜爱。部分旅游目的地作为 影视拍摄的取景地,导致影视作品对旅游消费影响较大。男性自驾游出 行偏好也是部分景点男性比例较高的原因之一。





: 消费者旅游期间 · 关注热点

消费者旅游期间关注热点

在旅游出行的准备过程当中, 预算、目的地环境(天气等)与景区特色等都是消费者关注的热点。在网络和现代交通工具的帮助下, 消费者面对的是海量的旅行选择。同时, 由于消费者各异的自身条件因素, 价格因素仍是影响消费者旅游选择的主要因素之一。

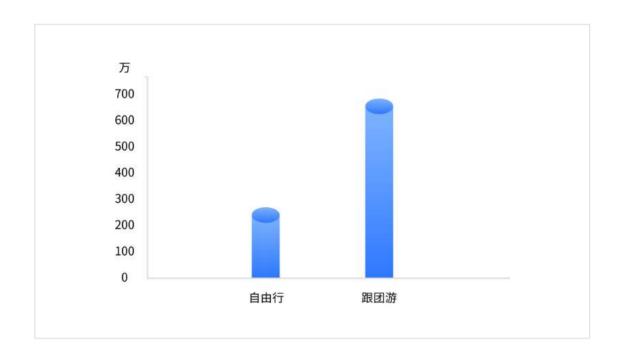
暑期旅行时,消费者更关注出游预算、目的地选择、错峰出游、避暑出游与消费保障问题。其中,出游预算为消费者是否决定出游的首要因素,而在众多的选择中选出适合自己的目的地在消费者关注度中居第二位。同时,由于暑期特性,避暑、错峰也成为消费者出行的重点考虑因素。值得关注的是,随着境外、小众目的地的发掘,消费者对旅游保障相应措施关注度也有所上升。

暑期消费者出游关注点



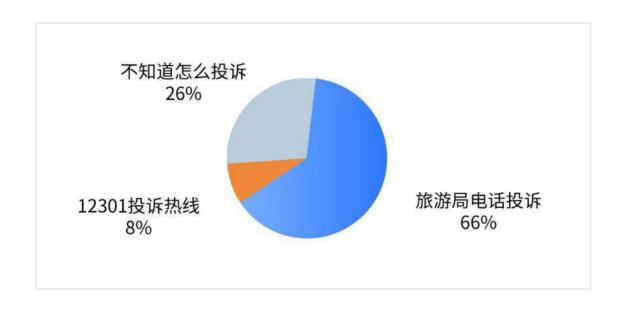
暑假期间,比起自由行,更多消费者关注跟团游。随着各互联网平台跟团游产品的丰富,定制旅游、私家团、游学团、亲子游等团队产品因灵活、新颖与便捷的特性,得到消费者的广泛关注。





随着公众维权意识的日益增长,越来越多的消费者在旅行期间关注 维权方式。值得注意的是,百度搜索结果显示,消费者仅自主搜索旅游 局(66%)及12301 投诉热线(8%)进行投诉,且仍有近三分之一的消费者不 知道如何采取具体维权措施,尚需搜索如何维权/投诉。

消费者关注的投诉方式



· 互联网旅游消费 常见问题

互联网旅游消费常见问题

互联网旅游因其便捷、高效的特征,受到了广大消费者的欢迎,然 而,也因其发展过快而蕴含着一些潜在的隐患,为消费者在旅游期间带 来了不必要的困扰。

2018年-2019年的旅游消费热点事件覆盖了旅游途中的交通、食宿、游乐设施等各环节,涉及包括旅游网站、旅游服务人员、游客等。旅游消费主要涉及产品评论造假、订票大数据杀熟、网站隐藏低价票、拒开发票、平台低价陷阱、消费者信息泄露遭诈骗、退改签需高额手续费、旅游产品虚假宣传、机票捆绑销售、高价游学等方面的问题。这些问题相关联的部分事件因负面影响极大而被公众广泛关注,成为一时的新闻热点。

当前互联网旅游行业消费问题





互联网旅游平台保障

目前互联网旅游保障可分为针对综合信息平台与旅游垂直网站的 保障。 综合信息平台一般不设置具体门类的旅游保障计划。而是对网 站制定整体的用户保障规则。用户使用平台的搜索引擎,点击广告产生 消费行为后,可获得一定的消费保障。一些平台也会专门为侧重的某些 行业和领域设定专项保障计划,如百度针对旅游行业加强了 前置风险 提示. 在用户用百度 APP 搜索一些旅游高频关键词如"自由行"时. 搜 索结果会出现消费提示。就旅游注意事项进行宣传教育。对消费者起到 良好的警示作用。同时、百度清理了相关不良信息及广告、截至今年8 月, 百度清查 1000+旅游行业账户, 对问题账户进行下线处理, 还清查 自然搜索结果,对"港澳游"、"出境游"、"一日游"等访问频次较 高的关键词进行排查、清理 167 家不良旅行社结果页面。此外,基于百 度全行业保障的成熟体系, 消费者在搜索旅游类关键词时, 搜索结果广 告受到 "保"字标保护,用户点击该标识后,页面内会弹出"网民权 益保障计划"的人口,消费者可由此进入网民权益保障计划申保页面进 行维权。第三方机构人民调解委员会也被引入百度的网民保障工作,协 同线上线下解决旅游纠纷,帮助百度更好地保障网民权益,提升用户体 验。

旅游垂直网站一般设有专门的用户保障页或条款,如携程、去哪儿、途牛、驴妈妈、飞猪等互联网旅游平台均对网站涉及的景点门票、飞机票、酒店住宿类和度假游产品进行专项保障。一些平台会设置旅游保障金,如飞猪旅游设亿元旅游保障基金,所有旅游产品均享有成行保障和

如实描述保障。一些平台已设有较完备的保障范围,如携程就拥有全面的重大自然灾害保障基金、旅行预警保障和应急援助保障。1

除了通过互联网旅游平台维权外,消费者权益受到侵害,还可以与旅行社协商解决。协商不成的,可到报名所在地的旅游质监部门投诉或是拨打全国统一的旅游咨询公益服务专用号码 12301,还可以在当地消费者协会投诉或者直接到人民法院起诉。

_

¹ 数据来源:各互联网旅游平台公开信息整理



互联网旅游消费保障未来展望

当前互联网旅游消费市场上,虽然行业端各平台相继推出消费者保障计划,但随着消费升级背景下消费者需求的快速更迭,这些保障仍存在较大的提升空间。而在旅游消费当中,消费者的跨平台行为已成常态。这不仅提升了前期治理的难度,还大幅拉升了消费者维权的难度。在互联网旅游未来发展过程中,行业参与者通过相互协同合作,形成的行业共识和切实举措,将成为完善互联网旅游行业服务保障,提升行业服务质量的重要动力。

(一) 互联网旅游行业发展迅速,规模不断增大,服务保障随着旅游行业发展将更受消费者关注

旅游产业成为我国经济增长的重要力量,消费者权益保护日益受到重视。据中国文化和旅游部数据显示,2018年,中国在线旅行预订市场规模达到8600亿元人民币,同比增长16.5%;在线旅行预订网民规模达到4.1亿人次,同比增长9%。2018年,中国旅游的网络营销普及率、在线销售普及率、在线采购普及率都达到了50%左右。迅猛发展的行业背后是消费者对服务质量的精益求精,旅游保障完善程度越来越成为消费者的重要参考依据,互联网旅游公司也越来越重视提升服务保障能力。

(二) 国家对互联网旅游消费保障立法逐渐完善, 促进行业发展有法可依

立法机构在法律法规层面对规范旅游行业发展及消费者相关权益保护方面步伐在不断加快,2013年4月25日通过的旅游业基本法《中国人民共和国旅游法》,而2019年1月1日实施的《中华人民共和国电子商务法》中特别针对互联网旅游行业的多项条款,更是明确将侵害消费者权益的刷单、大数据杀熟、捆绑搭售、在线评论作假等互联网旅游乱象纳入法律监管范围。立法机构围绕我国旅游消费侵权事件主要涉及的消费者知情权、安全权、公平交易权等,多年来推动法律法规不断细化、完善,营造行业良性发展环境。旅游行业发展而不断出现的新问题也为监管部门带来了新变化,消费者权益保护体系也在逐渐转向"超前"。

(三)服务保障将成为互联网旅游平台竞争的重要因素

行业发展至今,互联网旅游用户数量进入存量时代,产品、服务和安全保障等比拼,旅游行业的各个环节进入提升效能的环节,互联网旅游产品和服务越来越趋于一致化,服务保障能力将成为平台竞争的关键因素之一。随着互联网对消费者权益侵害事件舆论危机的认识不断深化,各大旅游网站更加重视保障消费者权益。百度作为重要的旅游信息获取平台,将持续通过提供便捷的消费者维权途径,做好旅游安全信息提示,对优质的旅游网站进行认证,与旅游权威部门合作,对百科上的旅游相关词条进行认证,提升词条权威性,不断优化服务保障能力,提升品牌影响力和消费者口碑。

(四)新一代信息技术将应用于消费者服务保障

互联网、大数据、人工智能、区块链等为代表的新一代信息技术,通过科技进步造就新的商业形态。未来,百度将利用 AI 技术持续进行广告和自然搜索结果清查等多种措施,优化用户搜索体验,不断规范旅游行业线上线下发展。新一代技术在互联网旅游消费保障上面发挥了越来越重要的作用。依托大数据、人工智能等新兴技术,监管部门可以构建面向政府、旅游企业、游客等旅游大数据平台,可探索更多旅游消费保障的举措。

结语

区别于传统旅游业,互联网旅游凭借互联网的高速裂变发展,不断拓展自身的消费边界,随之产生的问题也时刻考验着整个行业。互联网旅游健康发展、消费者权益得到保护,是全行业共同关注也必须共同解决的历史命题。在消费下沉的趋势下,网络红利还将得到进一步开发和利用,这也意味着互联网旅游即将面临更大的机遇和挑战。互联网企业与旅游企业各司其职,协同合作,将是未来互联网旅游良性发展的重要解题思路之一。

本报告所有引用及制表数据均由百度指数支持,来自网民使用百度 搜索时积累的旅游类关键词及全网拓词。如旅游+攻略,旅游+安全,旅 游+去哪儿玩等。

数据范围: 2018年1月-2019年7月。

