

2018中秋/十一假期旅游市场图鉴

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



分析定义与分析方法



分析定义及分析范畴

- 本分析内容定义中秋/国庆假期旅游市场指发生在中秋/国庆期间的，包含食住行游购娱在内的碎片化或打包旅游产品的消费行为以及旅游关联行为。



分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 分析内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。
- 部分数据根据厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

目录

CONTENTS

01



中秋/国庆假期旅游市场概况

02



中秋/国庆假期旅游细分市场

03



中秋/国庆假期旅游市场厂商

04



中秋/国庆假期旅游市场用户

05



中秋/国庆假期旅游市场趋势

PART 1

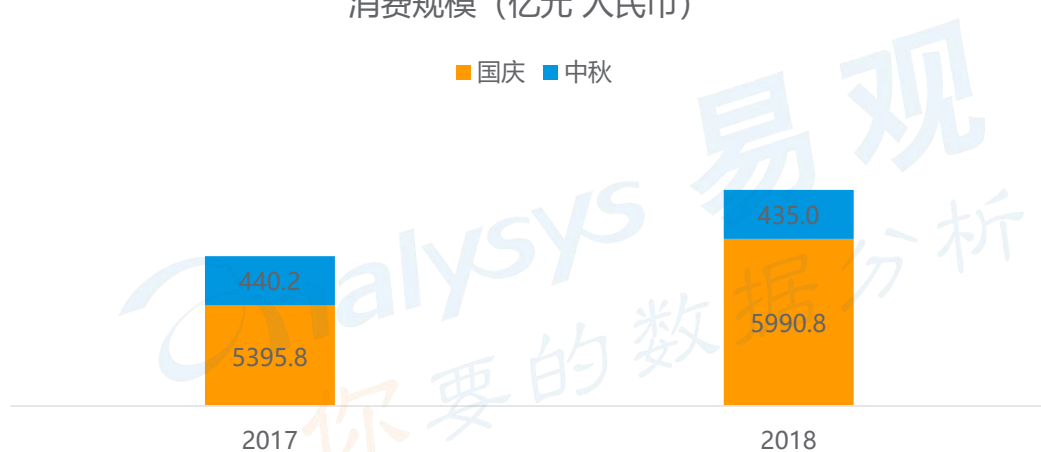


中秋/国庆假期旅游市场概况

全国中秋/国庆假期旅游市场情况

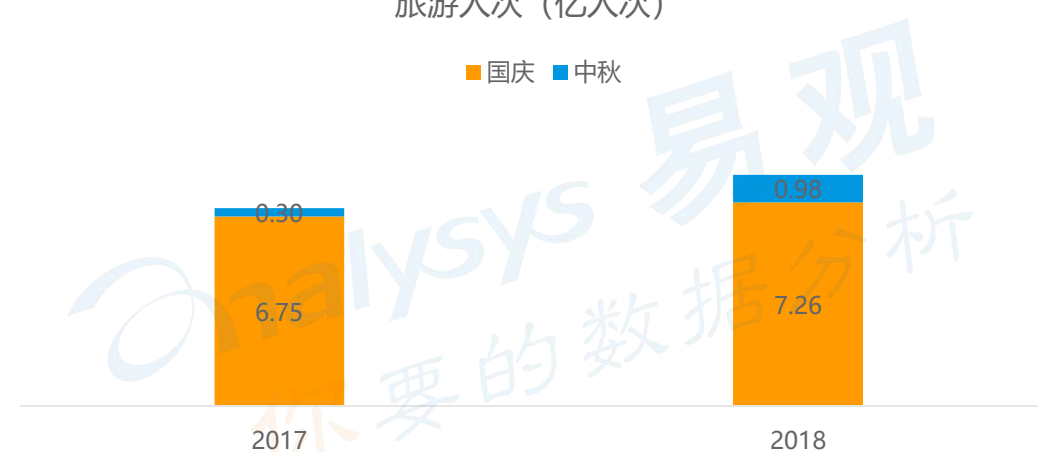
消费规模（亿元 人民币）

■ 国庆 ■ 中秋



旅游人次（亿人次）

■ 国庆 ■ 中秋



数据说明：2017年由于中秋与国庆假期重合，可比口径为前七天定义为国庆。

© Analysys 易观 · 中华人民共和国文化和旅游部 · 易观整理

www.analysys.cn

2018年中秋/国庆旅游需求旺盛，保持同比增长的趋势

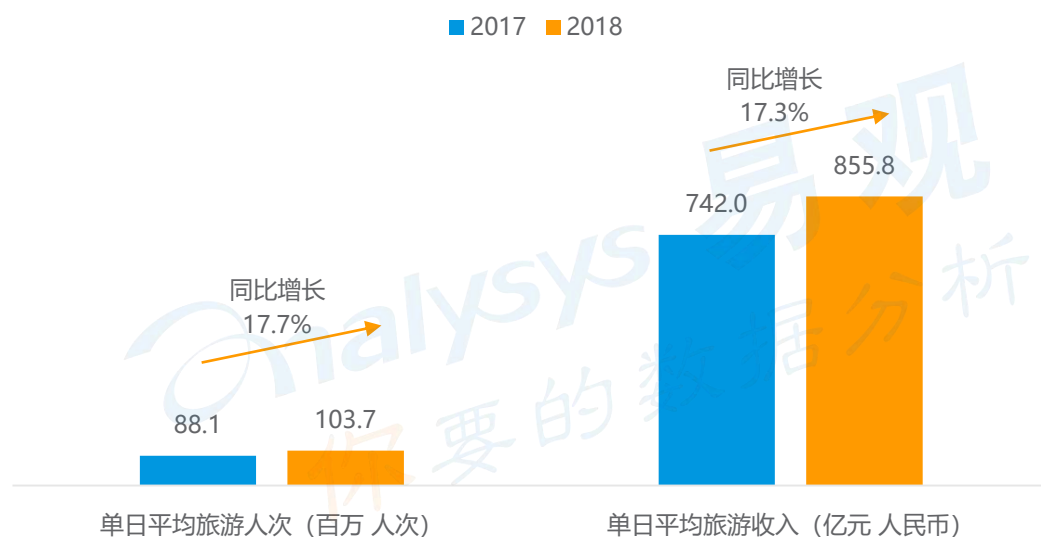
从旅游消费规模来看，2018年国庆假期累计收入5990.8亿元人民币，按可比口径计算，同比增长11.0%，约为中秋消费规模的13.8倍。

从旅游人次来看，2018年国庆假期全国共接待游客7.26亿人次，按可比口径计算，同比增长7.6%，约为中秋旅游人次的7.4倍。

这些增长的数据显示出了国庆假期旺盛的旅游需求。同时，在与2017年同期数据对比中发现，2018年国庆7天的收入和游客规模都超过2017年国庆中秋8天超长假期的表现。说明假期越长，旅游市场表现越好；分散的假期有利于旅游规模的扩大。

国庆假期延长并不会提升消费水平

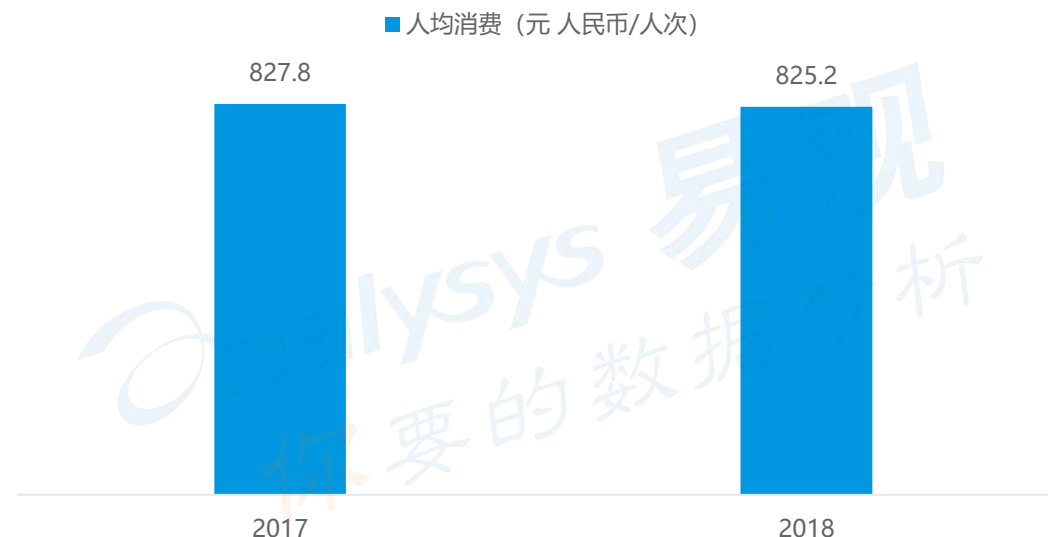
国庆假期平均旅游人次和旅游收入情况



数据说明：2017年由于中秋与国庆重合，故2017年国庆假期延长为8天。

© Analysys 易观 · 中华人民共和国文化和旅游部 · 易观整理

国庆假期按可比口径计算人均消费情况



www.analysys.cn

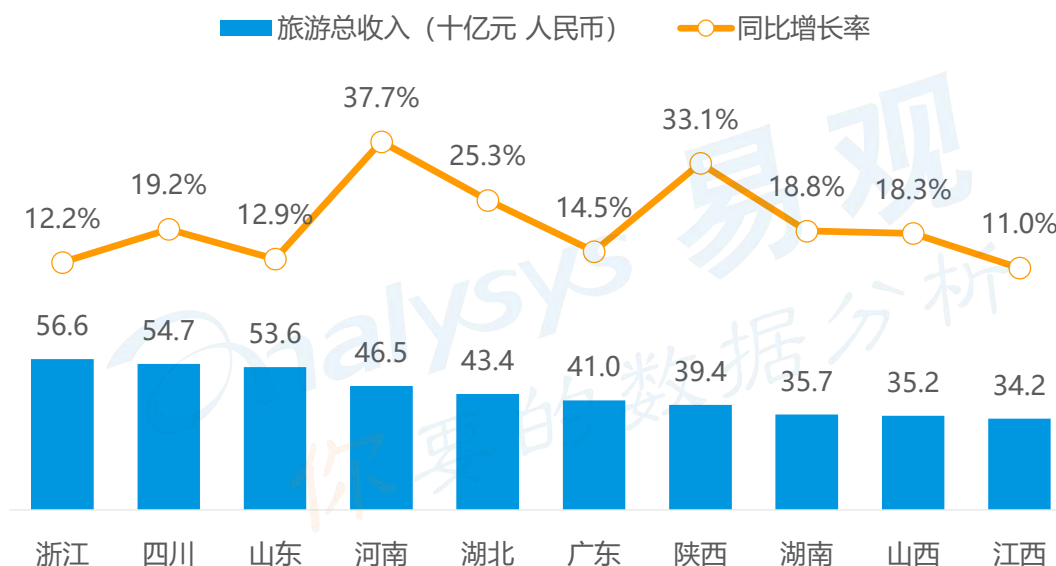
2018年国庆每日收入和接待人次高速增长，但人均消费并未增长

即使2017年国庆中秋假期为8天，2018年每日平均旅游收入和接待人次仍然分别同比增长17.3%、17.7%。而从人均消费来看，2018年比2017年甚至还降低了2.6元 人民币/人次。

因此，国庆假期延长并不会提升人均消费水平。

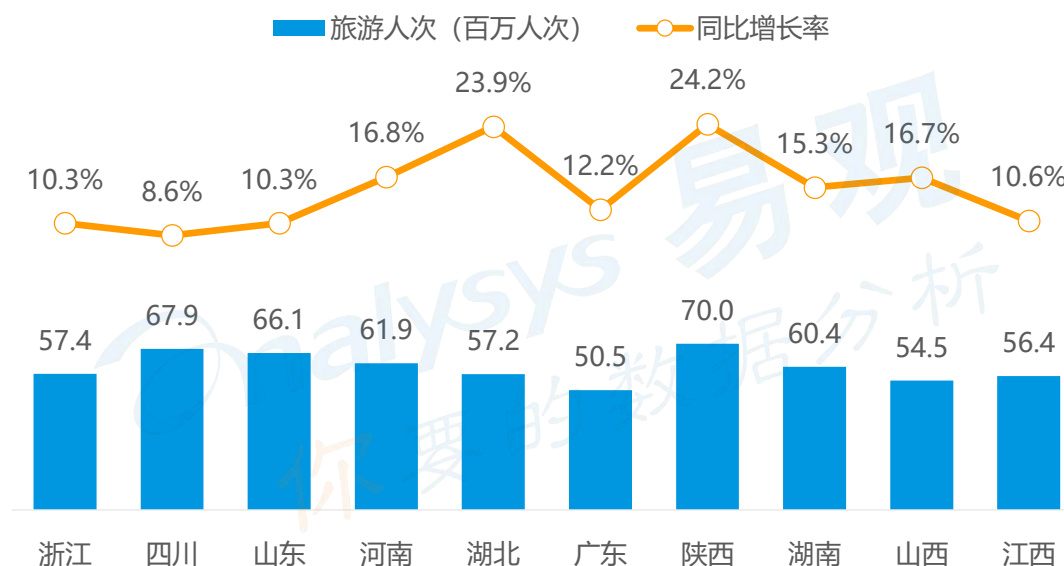
2018年国庆省域“成绩单” - 西部增长迅速

2018年国庆假期旅游总收入省域排名TOP10



数据说明：数据按可比口径统计。另，截至2018年10月12日，江苏省因未公布旅游收入未纳入统计范围。

© Analysys 易观 · 各省市旅游委员会 · 易观整理



www.analysys.cn

从省域旅游收入来看，西部旅游增长迅速

根据全国已公布国庆假期旅游收入的省、市、自治区，按旅游总收入排名的TOP10省域中，东部仍然表现最好，但四川、陕西为西部的崛起做了背书。2018年国庆假期，四川总收入547亿人民币，同比增长啊19.2%，超越山东位居第二；陕西则是凭借超过7000万的旅游人次，同比增长24.2%的“双领先”显示出西部旅游的强大吸引力。

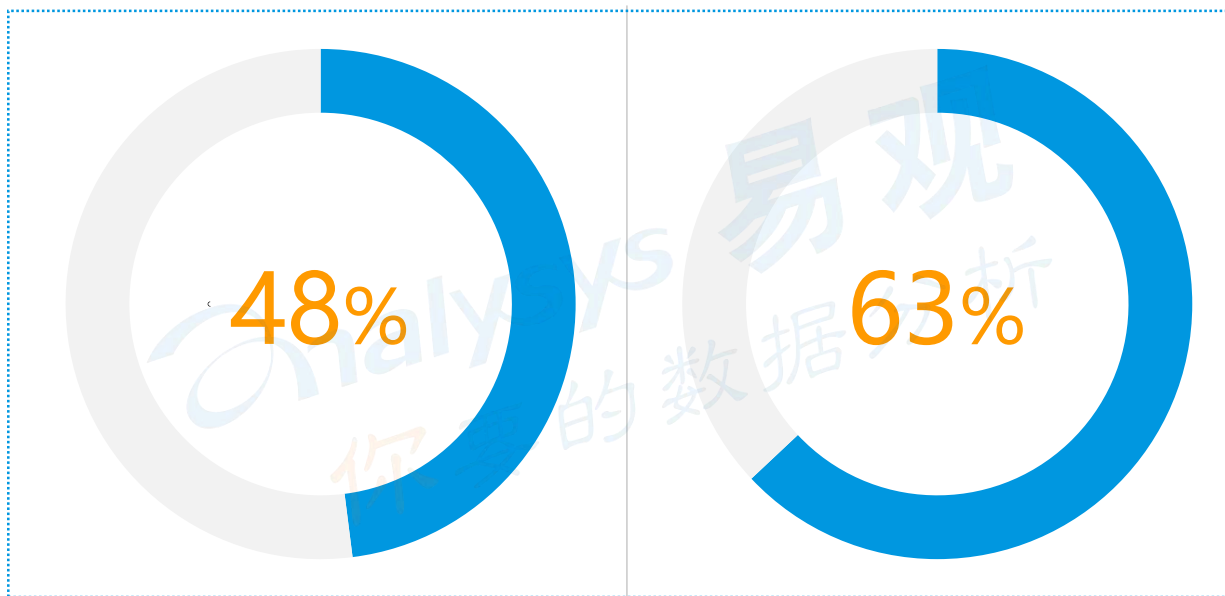
PART 2



中秋/国庆假期旅游细分市场

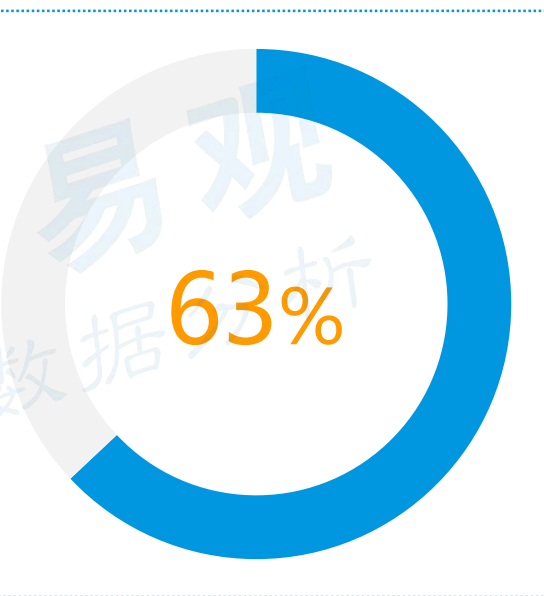
中秋假期周边游为主，享乐型消费增加

2018年中秋假期
途牛周边游用户比例



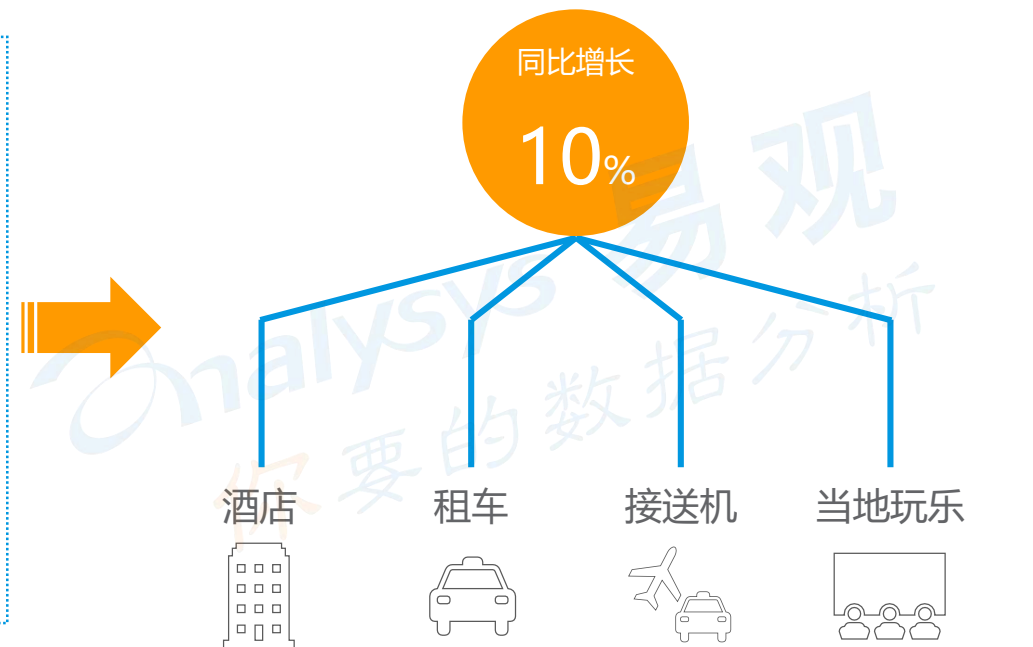
© Analysys 易观 · 途牛 · 易观整理 www.analysys.cn

2018年中秋假期
驴妈妈周边游用户比例



© Analysys 易观 · 驴妈妈 · 易观整理 www.analysys.cn

2018年中秋假期周边游人均消费



© Analysys 易观 · 途牛 · 易观整理

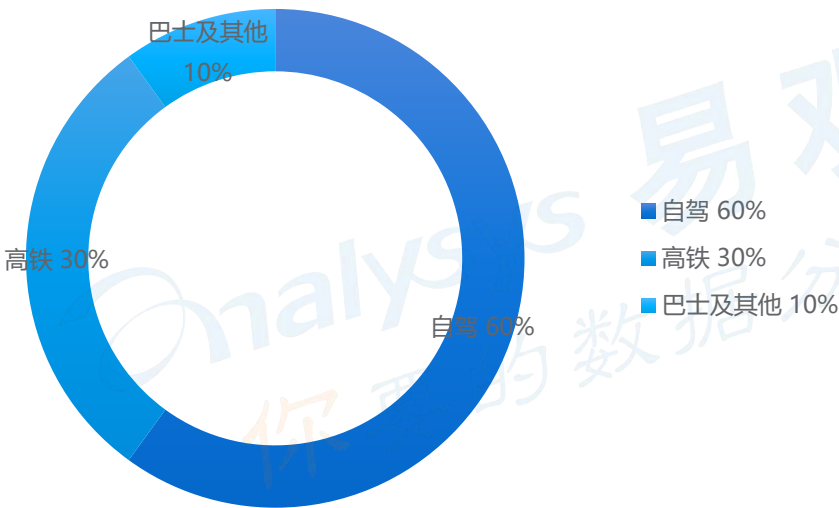
www.analysys.cn

中秋假期周边游为主，享乐型消费增加

2018年中秋假期，在用户旅游方式的选择方面，周边游用户占据主流。据驴妈妈和途牛数据显示，中秋周边游用户分别占比63%、48%。人均消费方面，同比增长10%。其中，酒店、租车、接送机和当地玩乐等享乐型产品为消费增长做出主要贡献。

中秋出游交通自驾、高铁为主，主题化旅游产品丰富

2018年中秋出游交通方式情况



© Analysys 易观 · 驴妈妈 · 易观整理

www.analysys.cn

2018年中秋出游主题情况

 品蟹	螃蟹养殖分布地区客流较大					
	江苏	安徽	浙江	湖北		
 登山	旅游人次排名	1	2	3	4	5
	名称	黄山	泰山	峨眉山	长白山	天门山
 赏月	旅游人次排名	6	7	8	9	10
	名称	武夷山	庐山	五台山	华山	四姑娘山

© Analysys 易观 · 途牛 · 易观整理

www.analysys.cn

中秋出游多自驾、高铁，品蟹、登山赏月主题带动相关地区旅游

从交通方式看，2018年中秋假期，60%的游客选择自驾出行、30%游客选择高铁出行。

从旅游主题来看，品蟹带动螃蟹养殖分布地区客流增长，登山赏月则带动山岳景区客流的爆发。

2018年中秋假期
途牛国外热门目的地TOP5

序号	国家
1	日本
2	马来西亚
3	泰国
4	印度尼西亚
5	新加坡

© Analysys 易观 · 途牛 · 易观整理

www.analysys.cn

2018年中秋假期
驴妈妈国外热门目的地TOP5

序号	国家
1	日本
2	泰国
3	新加坡
4	毛里求斯
5	俄罗斯

© Analysys 易观 · 驴妈妈 · 易观整理

www.analysys.cn

中秋拼假助推出境旅游

近年来，拼假旅游已成趋势。由于中秋为3天假期，拼假5天可以进行中长线旅游，同时由于也具有与国庆旅游错峰的优势。中长线旅游中周边出境旅游也一直凭借高性价比一直是我国出境热门目的地。其中，得益于世界杯的“种草”，俄罗斯上榜国外热门目的地TOP5。

国庆假期景区门票降价推升国内游热情

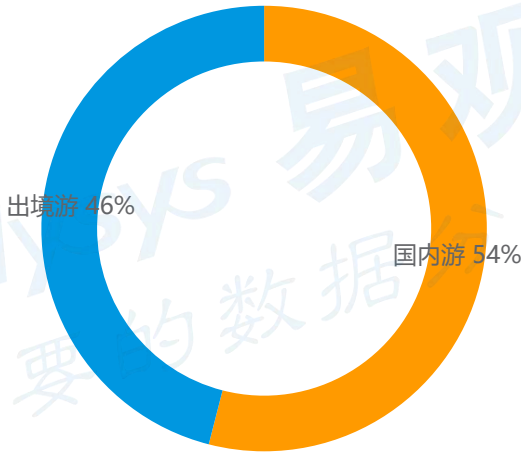
2018年国庆假期景区门票优惠情况

景区范围	实行门票优惠政策景区数量（个）/范围	门票价格优惠政策
国有景区	981	免费开放或降价
云南省	121	-30%
安徽省	6（5A级）	>-10%
宁夏	全区重点景区	>-20% 另：特殊群体半价

© Analysys 易观 · 中华人民共和国文化和旅游部 · 易观整理

www.analysys.cn

2018年国庆假期旅游方式



© Analysys 易观 · 途牛 · 易观整理

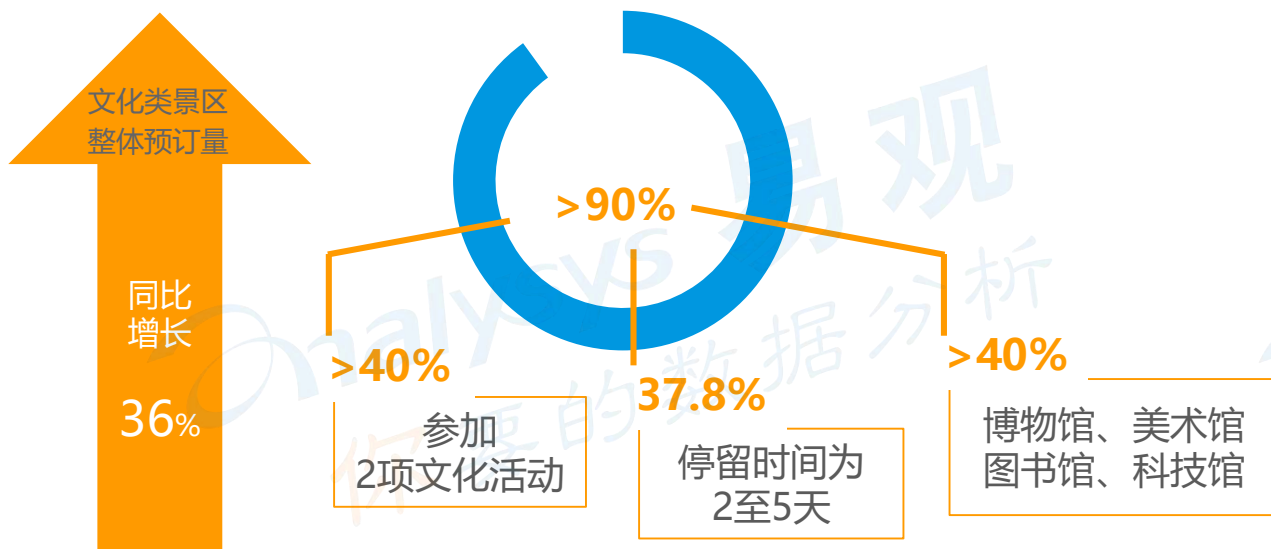
www.analysys.cn

国庆假期景区门票降价进一步推升国内旅游热情

国庆假期由于充足的时间历来是国内中长线、出境旅游的热门时段。2018年国庆假期全国981个国有景区实行了免费开放或降价优惠措施，进一步推升了国内旅游的热情。54%的游客选择了国内游，超过出境游8个百分点。

文化活动成为国内旅游新热点

2018年国庆期间游客参加文化活动情况



© Analysys 易观 · 中华人民共和国文化和旅游部 · 易观整理

2018年国庆假期文化类热门目的地



www.analysys.cn

文化活动成为国内旅游的新热点

2018年国庆假期线上文化类景区整体预订量同比增长36%，显示出旅游消费中文化活动需求的高速增长。其中，超过90%的游客参加过文化活动，超过40%的游客参加了2项文化活动，花费2-5天时间在文化活动体验上的游客比例高达37.8%，超过40%游客去过博物馆、美术馆、图书馆、科技馆。

目的地方面，北京、南京、无锡、西安、杭州、宁波凭借深厚的文化底蕴成为国庆假期文化类热门目的地。

落地签助缅甸成出境目的地黑马，海岛依然为婚庆、蜜月首选

2018年国庆假期出境热点

落地签助缅甸成为出境目的地黑马



赴缅旅游人数

同比增长

166%

婚庆、蜜月助推海岛旅游



落地签助缅甸成出境目的地黑马，海岛依然为婚庆、蜜月首选

2018年国庆期间，缅甸对中国护照的落地签优惠政策让赴缅旅游的人数同比增长了166%，成为出境目的地的黑马。显示出签证优惠政策对出境游的增长的关键作用。

另外，10月也是婚庆的热门时间，因此作为婚庆、蜜月主题标配的海岛旅游吸引大量游客。

PART 3



中秋/国庆假期旅游市场厂商

厂商通过加强产品创新和线下服务能力来提升产品品质和用户体验

Analysys 易观

你要的数据分析

各厂商提升产品品质和用户体验情况

			
产品创新	牛跟班	超级会员事业群	微领队
线下服务能力	① 308家线下门店; ② 自营地接社: 22家国内+3家国外。	超千家门店	7000家线下门店 (包含去哪儿、旅游百事通)

© Analysys 易观 · 厂商访谈 · 各厂商官网 · 易观整理

www.analysys.cn

厂商加强服务能力，提升产品品质和用户体验

随着用户对于旅游品质的要求越来越高，在线厂商纷纷展开品质旅游建设。在产品创新方面，纷纷利用互联网技术提高服务和产品使用体验。比如途牛推出的牛跟班具有旅游攻略咨询、SOS紧急支援、产品预订、旅行社交等功能；驴妈妈的超级会员事业群提供健康品质旅游产品、定制旅游项目、1对1专属VIP服务、投诉绿色通道等服务；携程也推出微领队提供全球旅行SOS紧急救援、旅途结伴、全球聚会等服务。

在线下服务能力方面，各厂商纷纷加强以自营门店和线下门店构成的线下服务网络的建设。通过面对面的服务提供更好的体验和旅游品质。

PART 4



中秋/国庆假期旅游市场用户

一线城市出游力依然强劲，二三线城市出游增长迅速

2018年国庆假期途牛城市出游人次TOP10

序号	城市
1	北京
2	上海
3	南京
4	天津
5	深圳
6	广州
7	武汉
8	杭州
9	沈阳
10	成都

© Analysys 易观 · 途牛 · 易观整理

www.analysys.cn

2018年国庆假期银联商务城市出游人次TOP10

序号	城市
1	北京
2	上海
3	深圳
4	广州
5	武汉
6	南京
7	郑州
8	苏州
9	杭州
10	成都

© Analysys 易观 · 银联商务 · 易观整理

www.analysys.cn

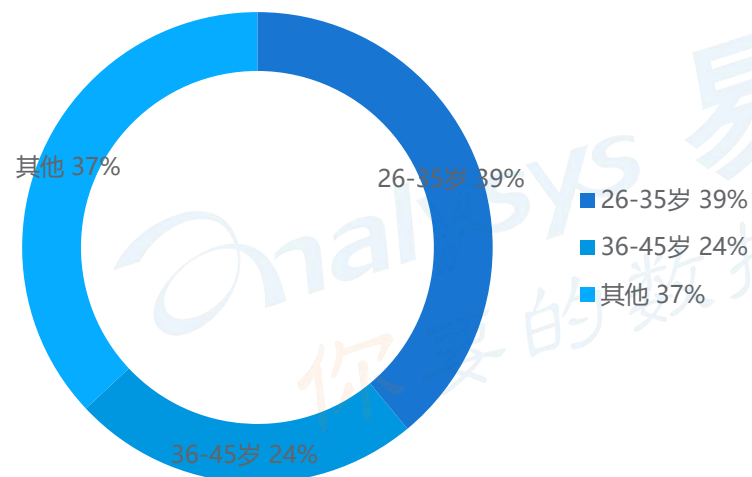
厂商加强服务能力，提升产品品质和用户体验

从出游人次方面来看，2018年国庆假期城市出游人次中除北京、上海、深圳、广州外，根据途牛公布数据，南京、天津超过了深圳、广州。根据银联商务数据，郑州超过了苏州、杭州、成都。

整体来看，一线城市出游力依旧强劲，而二三线城市出游力增长迅速。

| 80/90成为出游绝对主力，亲子出游比例高

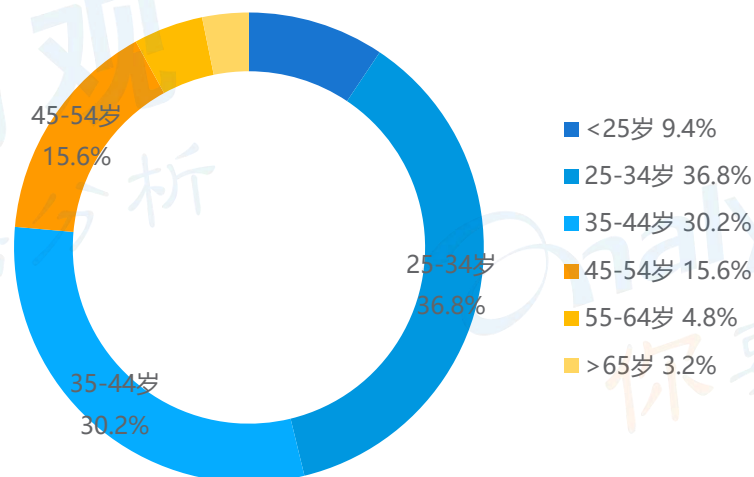
2018国庆假期 出游人群年龄情况



© Analysys 易观 · 途牛 · 易观整理

www.analysys.cn

2018国庆假期 旅游消费人群年龄分布



© Analysys 易观 · 银联商务 · 易观整理

www.analysys.cn

2018中秋假期 出游人群家庭情况



© Analysys 易观 · 途牛 · 易观整理

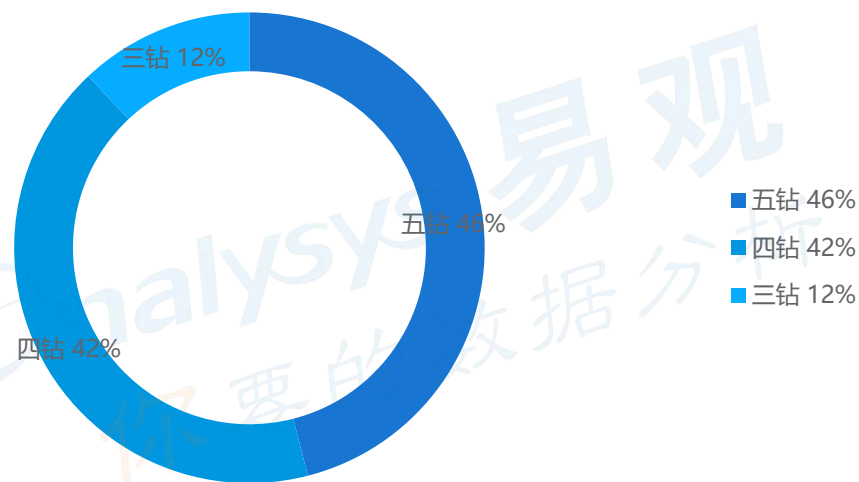
www.analysys.cn

80/90成为出游绝对主力，亲子出游比例高

2018年国庆假期出游人群中，26-45岁人群占比高达63%，消费人群占比约67%，说明80/90已经成为出游的绝对主力。从出游人群的家庭情况来看，高达39%的游客携孩子出游，显示出亲子出游已成趋势，将带动亲子产品的消费增长。

游客更重视体验，消费多由男性买单

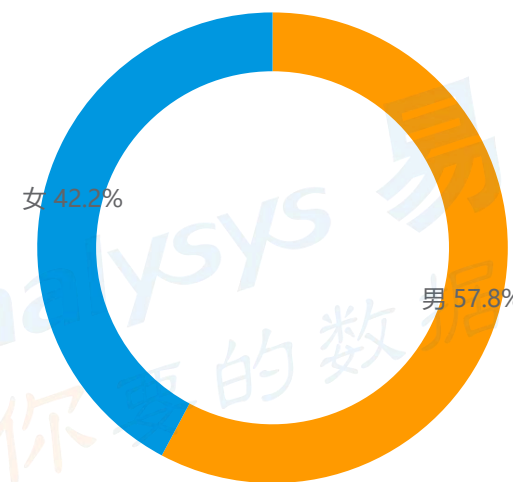
2018年国庆假期旅游产品等级偏好情况



© Analysys 易观 · 携程 · 易观整理

www.analysys.cn

2018年国庆假期消费人群性别特征



© Analysys 易观 · 银联商务 · 易观整理

www.analysys.cn

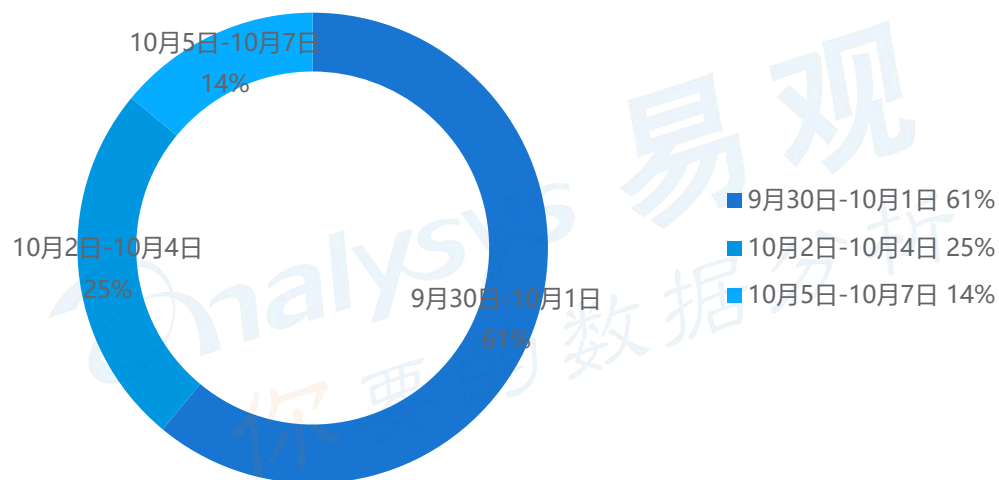
游客更重视体验，消费多由男性买单

从旅游产品选择来看，根据携程数据，选择五钻、四钻产品的用户分别为46%、42%，作为对比，选择三钻产品的用户仅为12%，显示出用户对于偏好高品质的产品。

从消费人群性别来看，买单的游客中，57.8%为男性。

出游高峰依然集中在假期开始，返程多在结束假期前一天

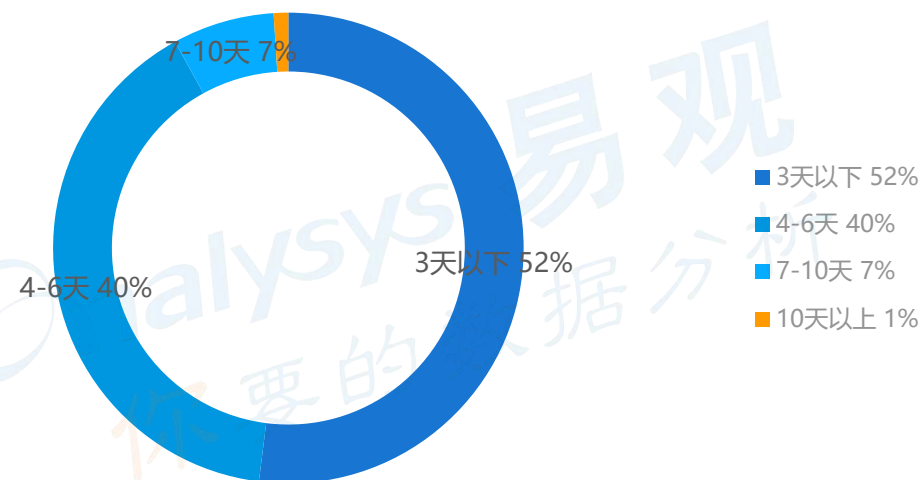
2018年国庆假期游客出游时间



© Analysys 易观 · 途牛 · 易观整理

www.analysys.cn

2018年国庆假期游客游玩天数



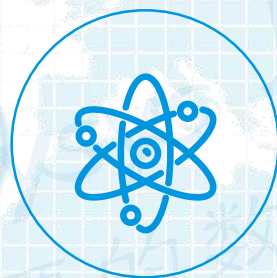
© Analysys 易观 · 携程 · 易观整理

www.analysys.cn

国庆假期开始依然是旅游出发高峰，返程多在结束假期前一天

从出游时间来看，9月30日-10月1日出发的游客占61%，说明假期出游高峰依然集中在假期开始，拼假行为让出游高峰提前一天。从游玩天数来看，6天以内的游客人数占比92%，其中3天以下的占比52%，4-6天的占比40%。而7-10天和10天以上的分别仅占7%、1%。说明游客都会提前一天返程以作休整，而拼假旅游超过7天的属于小众群体。

PART 5



中秋/国庆假期旅游市场趋势

旅游消费更关注体验，文化旅游意愿越来越强烈

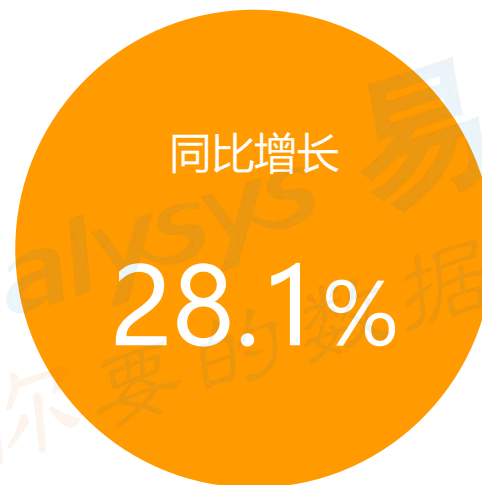
2018年国庆旅游关键词



© Analysys 易观 · 携程 · 易观整理

www.analysys.cn

2018年重点博物馆旅游消费人次



© Analysys 易观 · 银联商务 · 易观整理

www.analysys.cn

旅游消费更关注体验，文化旅游意愿越来越强烈

随着我国旅游消费的持续升级和旅游软硬件的不断改善，用户对于旅游有了更多、更深的认识。其中，国庆期间“纯玩无购物”、“精致小团”、“高星级酒店”、“专属导游”成为关键词显示出用户对体验的要求越来越高。而2018年重点博物馆旅游消费人次同比增长28.1%更是揭示出用户对于文化的追捧，将旅游的意义不仅局限在休闲度假。

未来，体验好、内涵丰富的旅游产品的消费将越来越多。

数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像
- 易观标签云



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号