

A wooden signpost stands on a sandy beach with palm trees and a clear blue sky in the background. The signpost has several directional signs pointing in different directions, each with a city name and a distance in kilometers. The visible signs are: Berlin-8850 Km, Moscow-9950 Km, London-8200 Km, and Roma-9000 Km. There are also signs for Hawaii-7200 Km and Mexico-2265 Km, though they are partially obscured. The text "Hawaii-7200 Km" is written in red, while the others are in black.

出行旅游行业数据报告

360数字营销-2018年9月

CONTENTS

1

行业综述

2

细分洞察

3

人群聚焦



报告导读

01

人群定义及数据来源：

- ① 全网人群：360全部人群
- ② 旅游行业人群：关注与旅游相关内容的人群
- ③ 覆盖OTA及其他旅游网站、酒店住宿、交通票务、景点等内容

02

词性示例：

景点词	长城、白宫等	OTA词	携程、elong等	国家词	泰国旅游、日本等
目的地词	大理旅游、敦煌等	通用词	旅游攻略、旅行、自驾游等	酒店词	民宿、酒店预订、四季酒店等
交通词	机票、国航、火车票等	省份词	西藏旅游、台湾旅游等	线路词	欧洲游、出境游等

03

数据范围定义：

- ① 趋势数据：2016年1月-2018年7月
- ② 阶段数据：2018年Q2

壹

行业综述

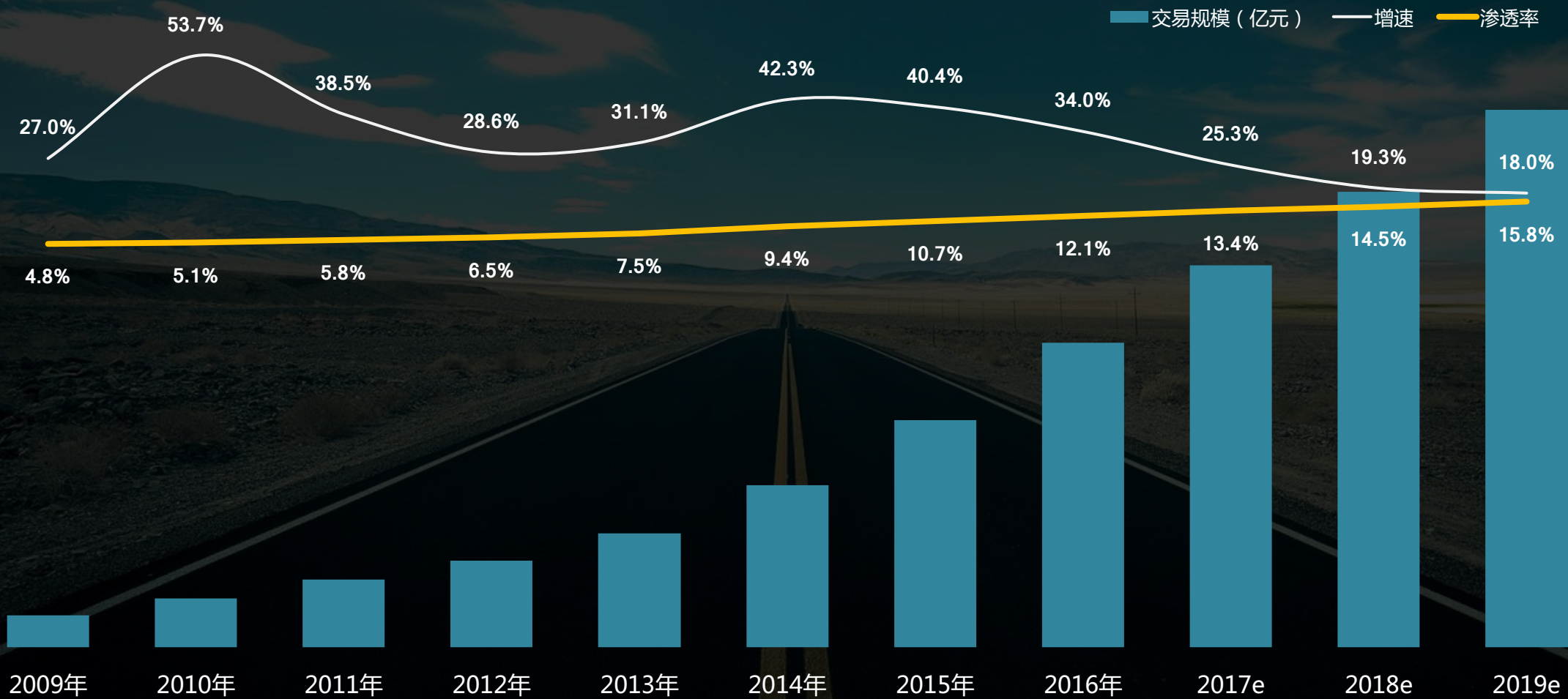
我国在线旅游产业链概览

在线旅游行业产业链图谱示例

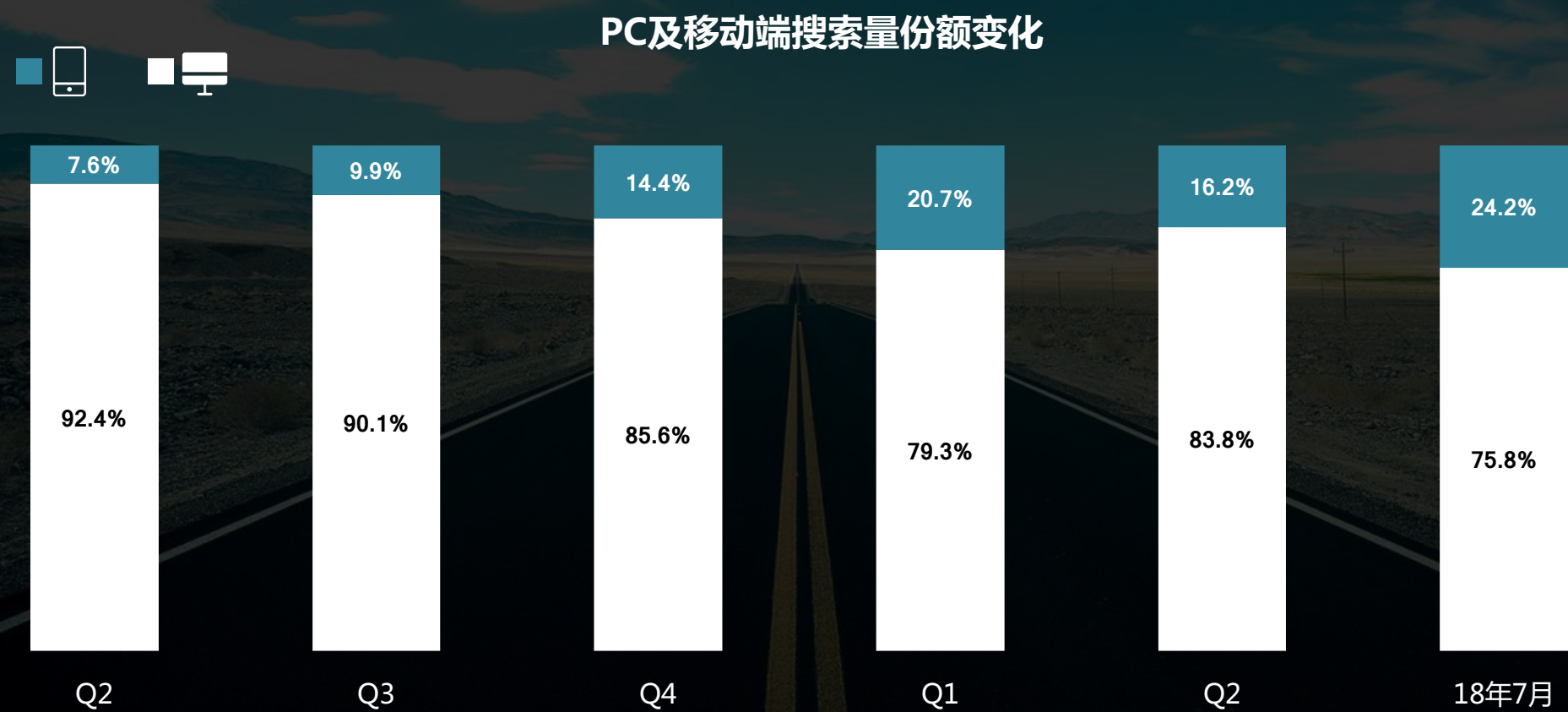


我国在线旅游持续渗透，市场规模稳定增长

中国在线旅游市场交易规模



移动端搜索份额提升快，PC端仍主流



移动端搜索高速增长

■ 2-7月移动端搜索量同比增速130%以上

移动端搜索量走势



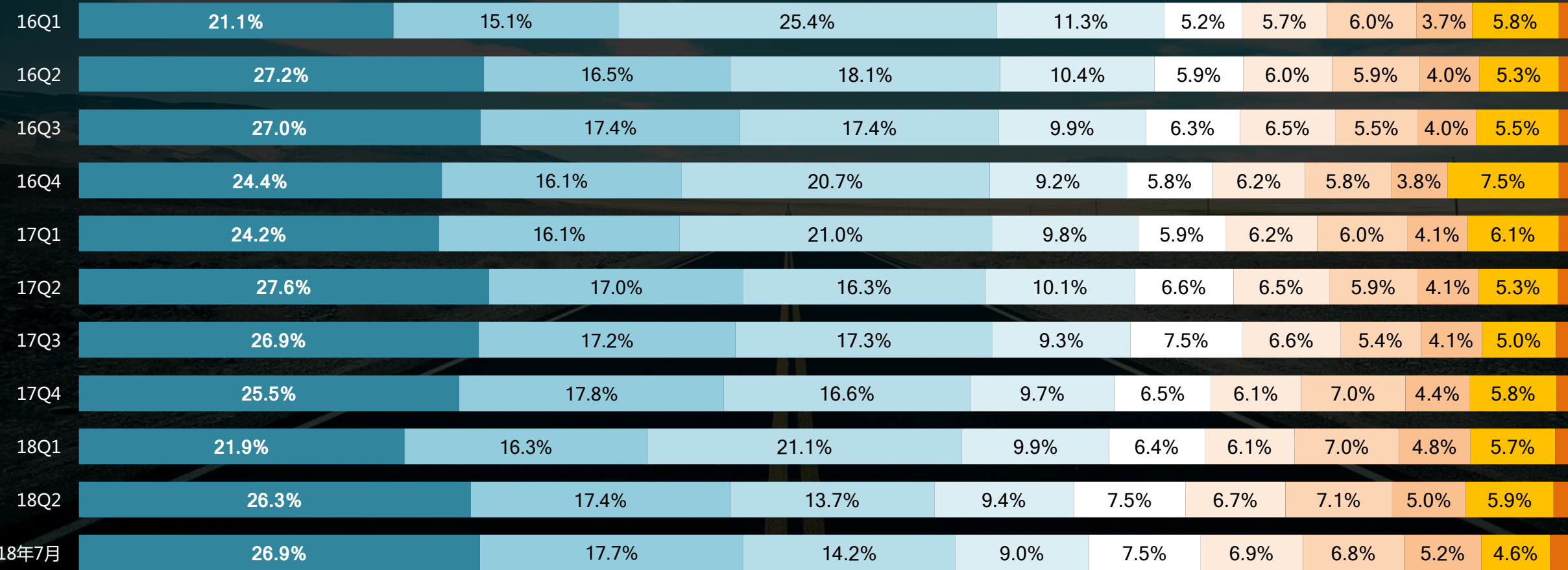
PC端旅游目标明确，景点词搜索份额最大



PC端

PC端旅游行业的搜索词情况

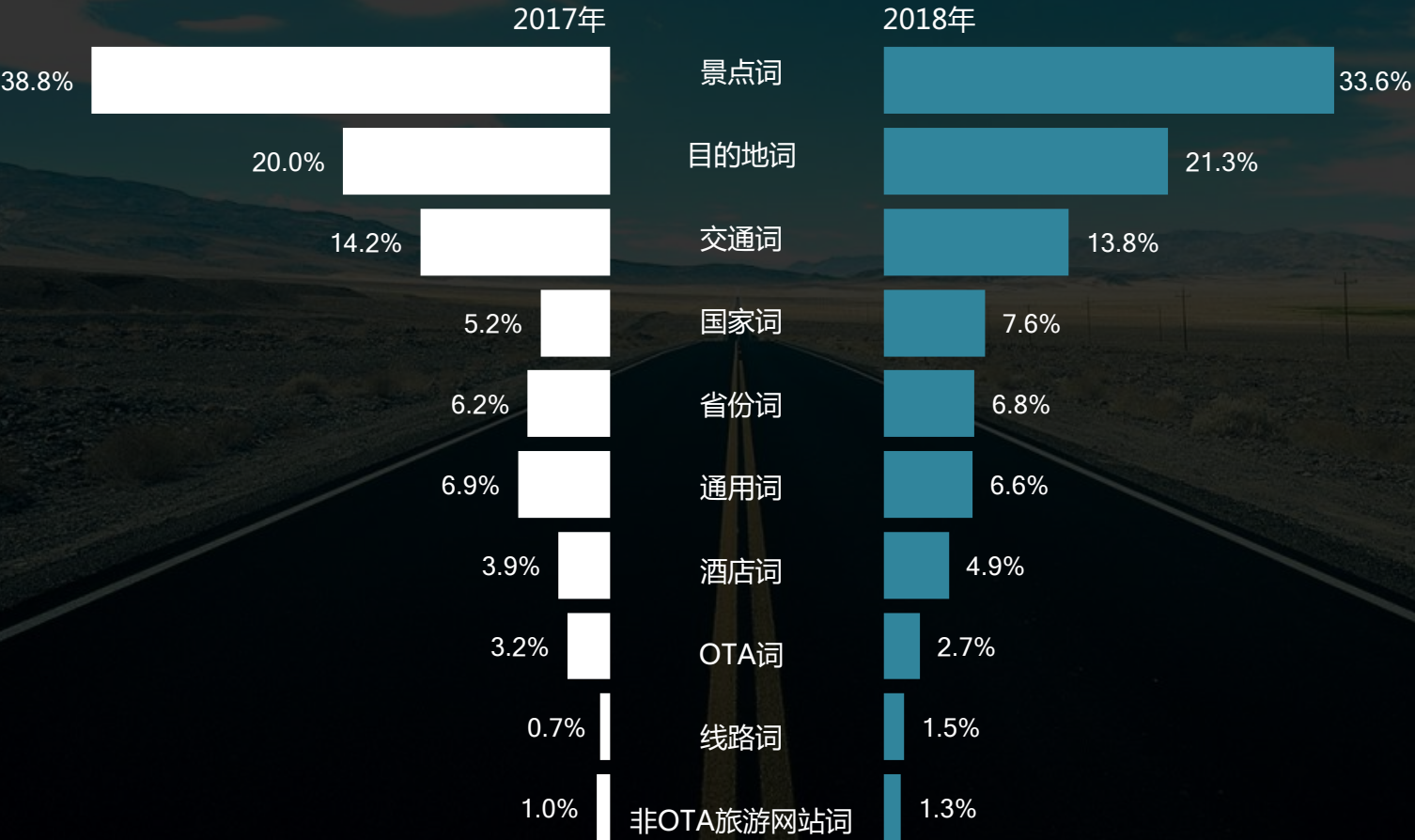
■ 景点词 ■ 目的地词 ■ 交通词 ■ OTA词 ■ 通用词 ■ 省份词 ■ 国家词 ■ 非OTA旅游网站词 ■ 酒店词 ■ 线路词



移动端旅游搜索更聚焦，同时目的地/国家词份额提升相对较多



移动端旅游行业的搜索词情况



数据来源：360大数据，2018年1-7月及同期

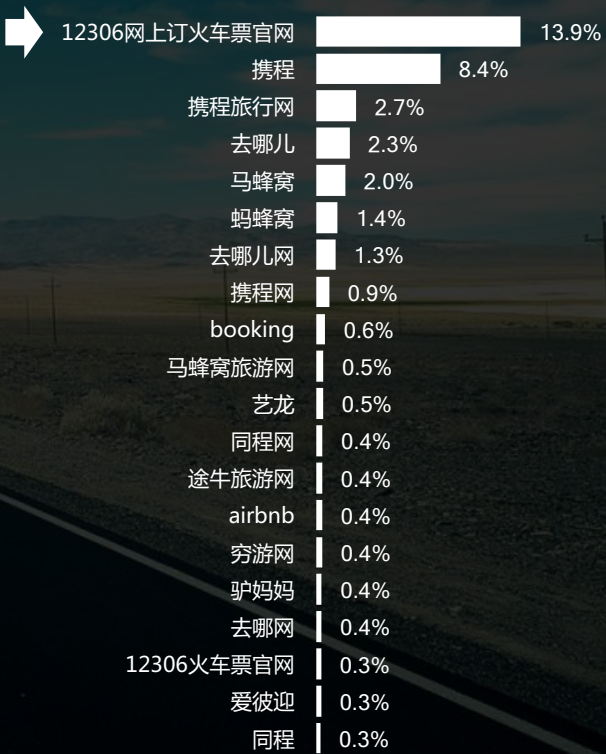
旅游相关网站是旅游行业整体最关注的内容

■ 游记攻略/航空也是关注重点

旅游行业的核心关注内容



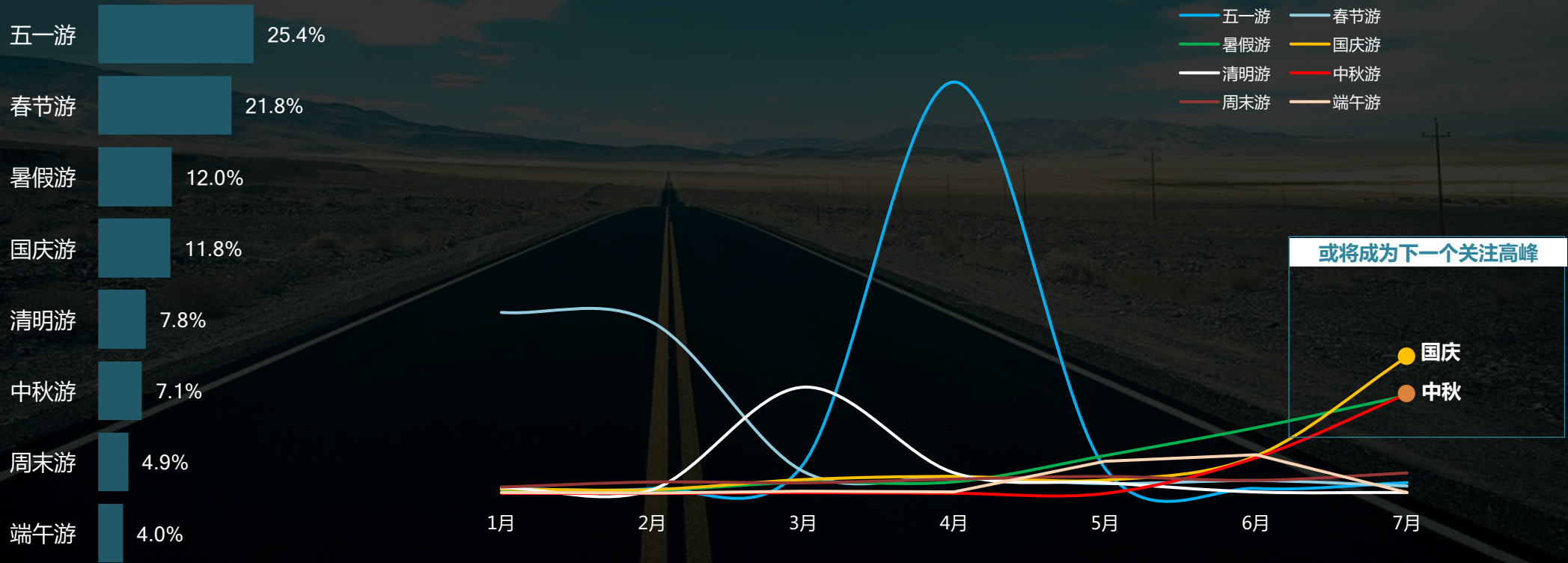
网站词搜索词TOP示例



国庆/中秋游或将成为下一阶段关注高峰

■ 前7月中关注五一/春节游较多，随着国庆/中秋节临近，关注点将转移

旅游节点关注分布



贰

细分洞察



旅游网站



线路及景点



交通及票务



酒店及住宿

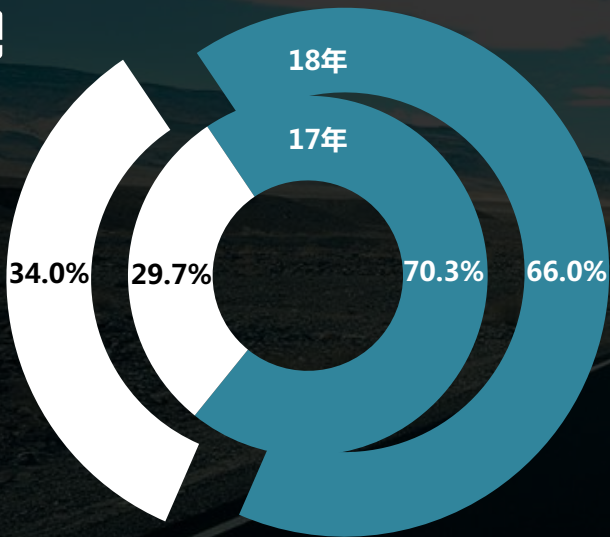
OTA网站关注份额大，非OTA网站占比在提升

旅游网站关注份额

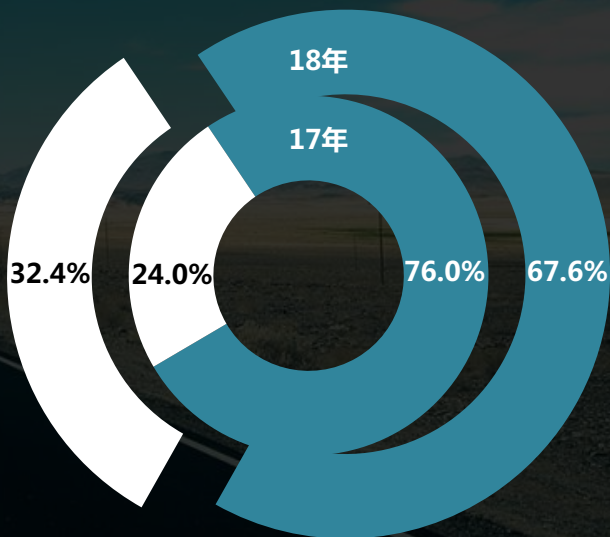
OTA 非OTA旅游相关网站



PC端



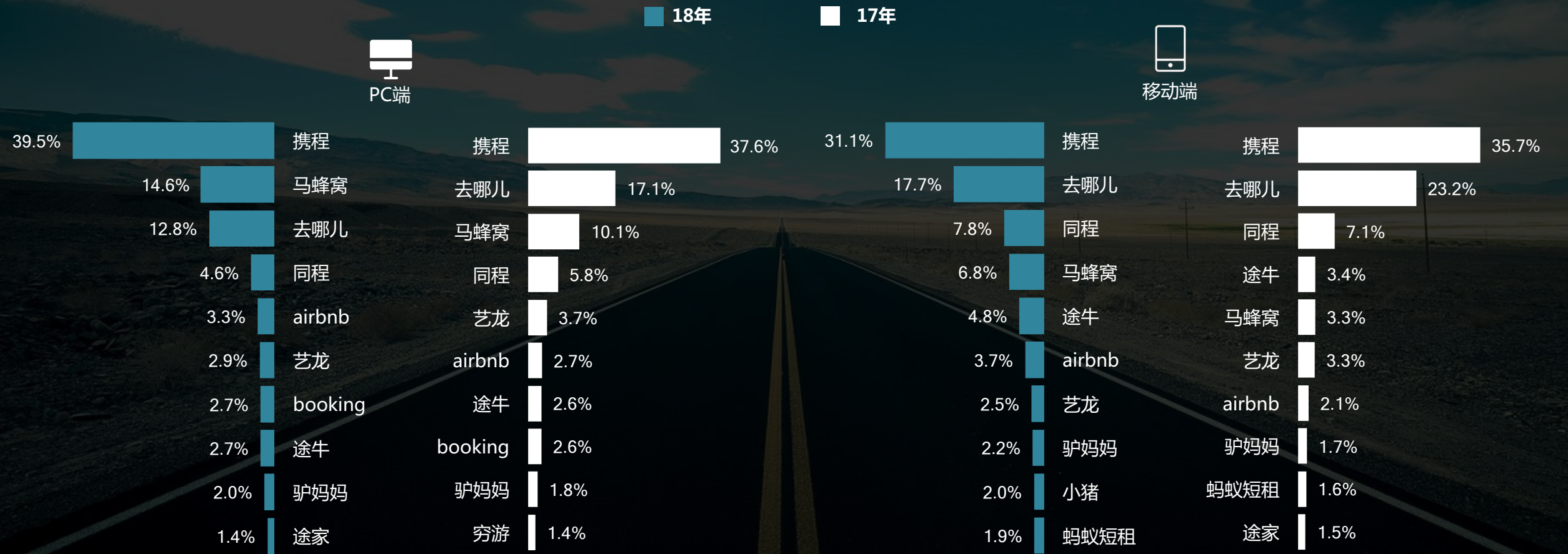
移动端



携程领跑行业，PC端马蜂窝份额上涨较多紧随其后

■ 移动端去哪儿和同程紧随携程后分列二三位

旅游网站TOP份额及变化



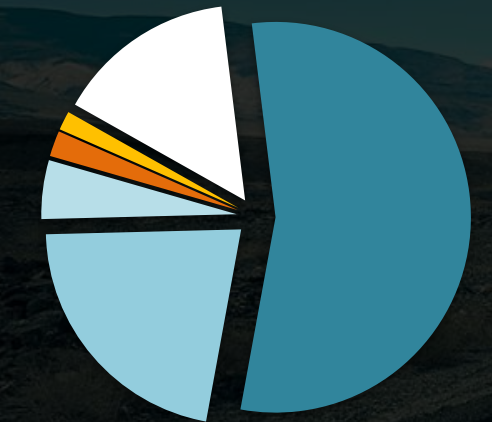
数据来源：360大数据；旅游网站选取市场主流网站，2018年1-7月及同期

携程/去哪儿中机票关注份额最大，马蜂窝的游记攻略是网友的心头好

- 酒店住宿也是携程和去哪儿高关注内容
- 网友对马蜂窝自助游相关内容很有兴趣

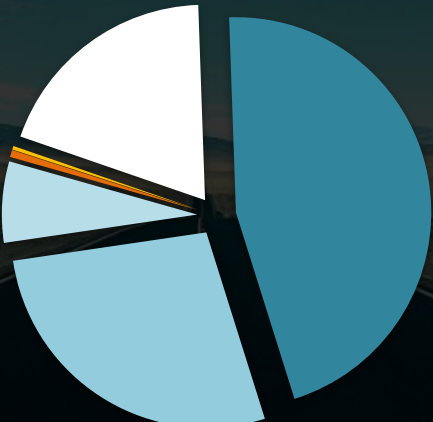
部分旅游网站关注内容分布

携程



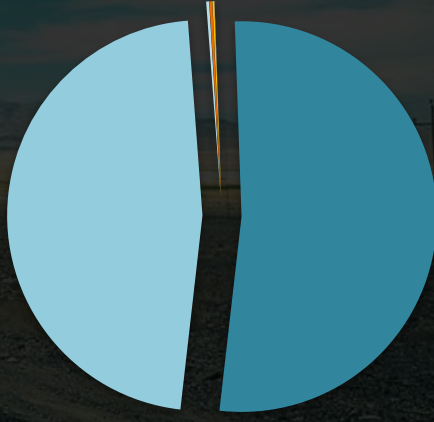
■ 机票54.8%
■ 酒店住宿26.7%
■ 游记攻略4.9%
■ 自驾游2.1%
■ 邮轮1.6
■ 其他14.9%

去哪儿



■ 机票45.7%
■ 酒店住宿27.5%
■ 火车票6.7%
■ 游记攻略0.6%
■ 跟团游0.3%
■ 其他19.2%

马蜂窝



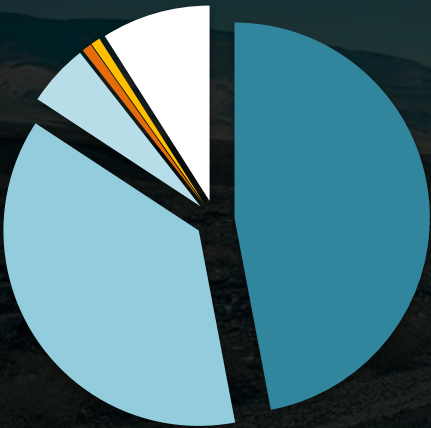
■ 游记攻略52.4%
■ 自助游47.0%
■ 酒店住宿0.2%
■ 结伴游0.2%
■ 机票0.1%
■ 其他0.1%

艺龙的“酒+机”最受关注，途牛/驴妈妈的机票是网友关注重点

- 途牛的团购也是网友关注重点之一
- 网友对驴妈妈的邮轮内容也较关注

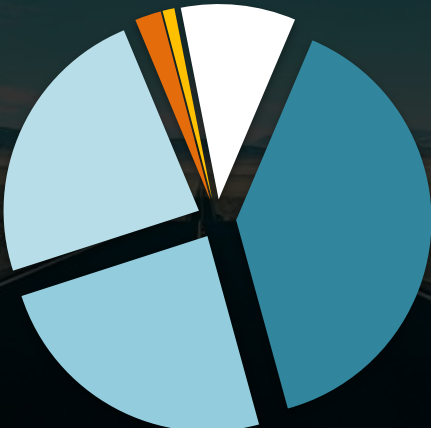
部分旅游网站关注内容分布

艺龙



■ 酒店住宿47.0% ■ 机票37.2%
■ 价格5.2% ■ 票务0.8%
■ 客服0.8% ■ 其他9.0%

途牛



■ 机票39.3% ■ 团购24.3%
■ 酒店住宿23.7% ■ 口碑评价2.2%
■ 客服1.0 ■ 其他9.5%

驴妈妈



■ 机票26.6% ■ 邮轮25.7%
■ 酒店住宿25.1% ■ 票务9.6%
■ 口碑评价6.0% ■ 其他7.0%

携程/去哪儿中机票关注占比更高

部分网站针对机票及流量关注情况



数据来源：360大数据；旅游网站选取市场主流网站，2018年1-7月

网友对旅游垂直网站的关注点更聚焦，OTA则相对离散

部分网站针对酒店住宿及流量关注情况



数据来源：360大数据；旅游网站选取市场主流网站，2018年1-7月



旅游网站



线路及景点



交通及票务



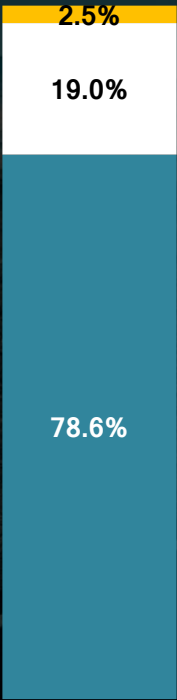
酒店及住宿

境外游越来越受关注，境内游仍是主力

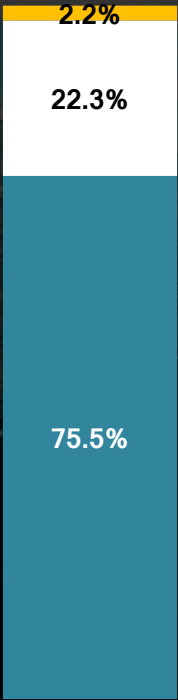
国内外游关注份额

境内游 境外游 港澳台游

PC端

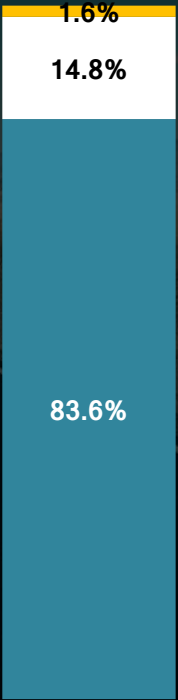


17年

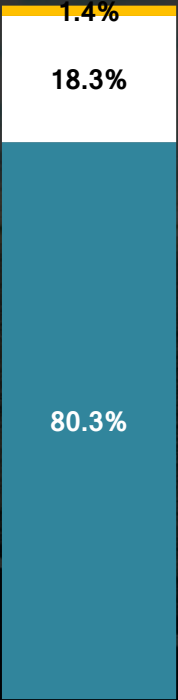


18年

移动端



17年

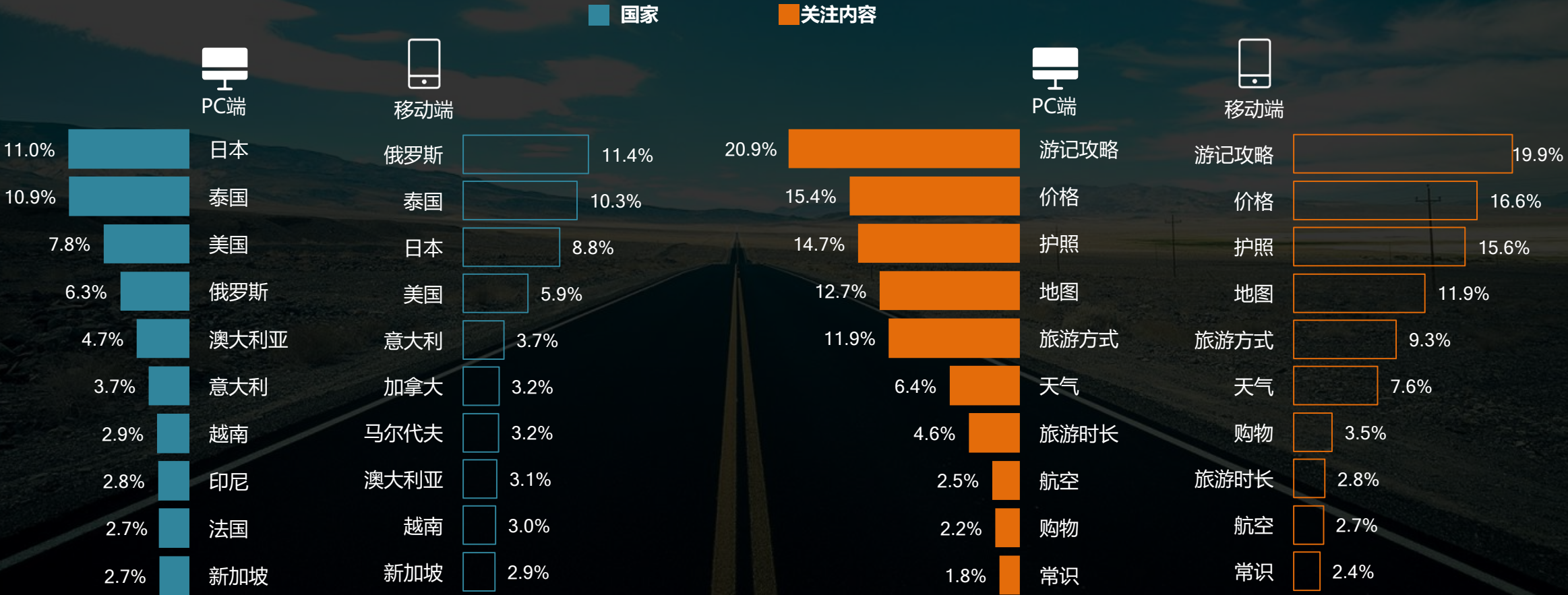


18年

数据来源：360大数据，1-7月数据

境外游中PC端日本热度最高，移动端更倾向俄罗斯，最关注游记攻略和价格

境外游TOP国家及关注内容份额



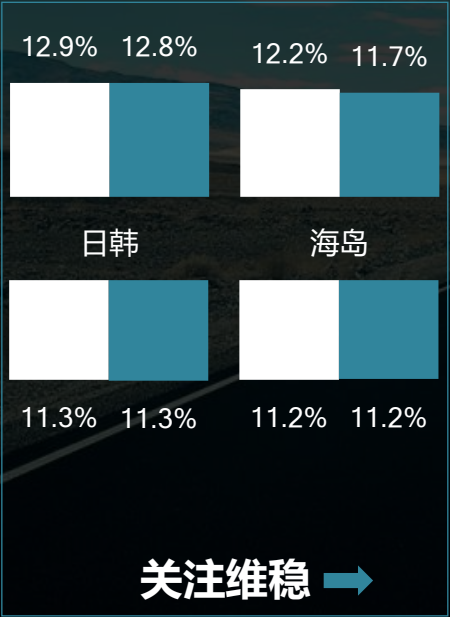
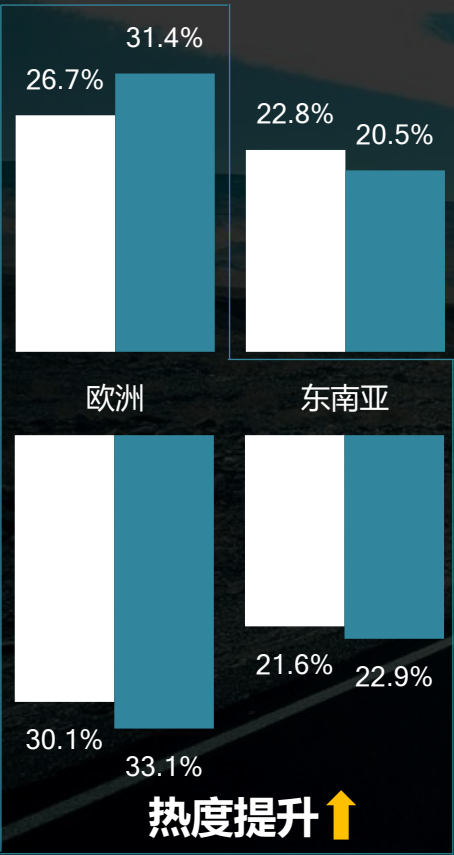
数据来源：360大数据，2018年1-7月

欧洲游热度提升，日韩及海岛游维稳

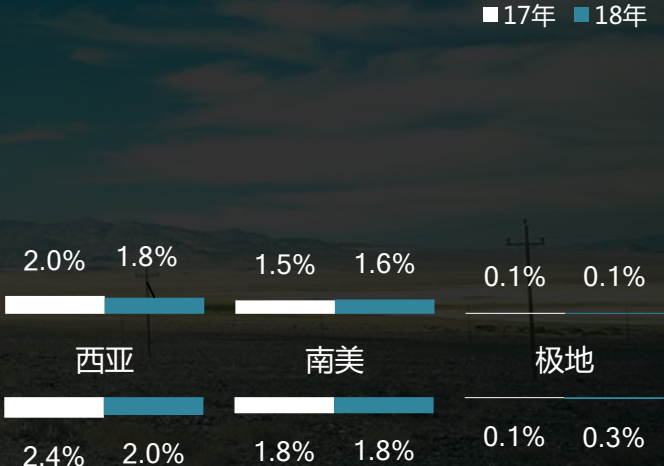
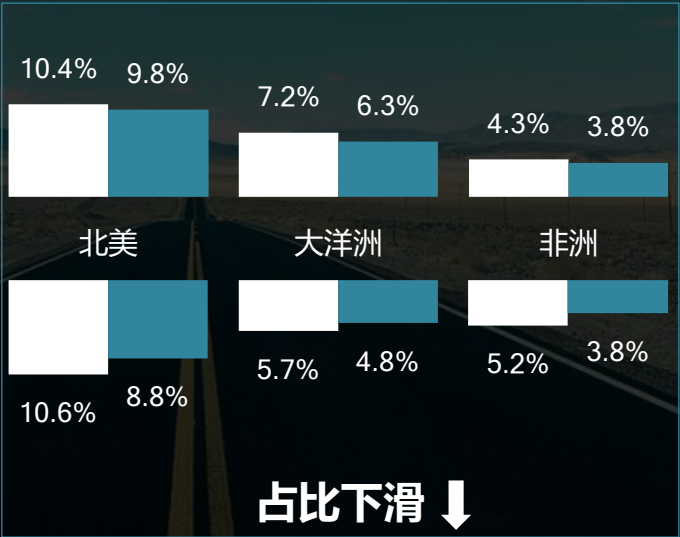
■ 北美/大洋/非洲游热度有所下降

PC端

移动端

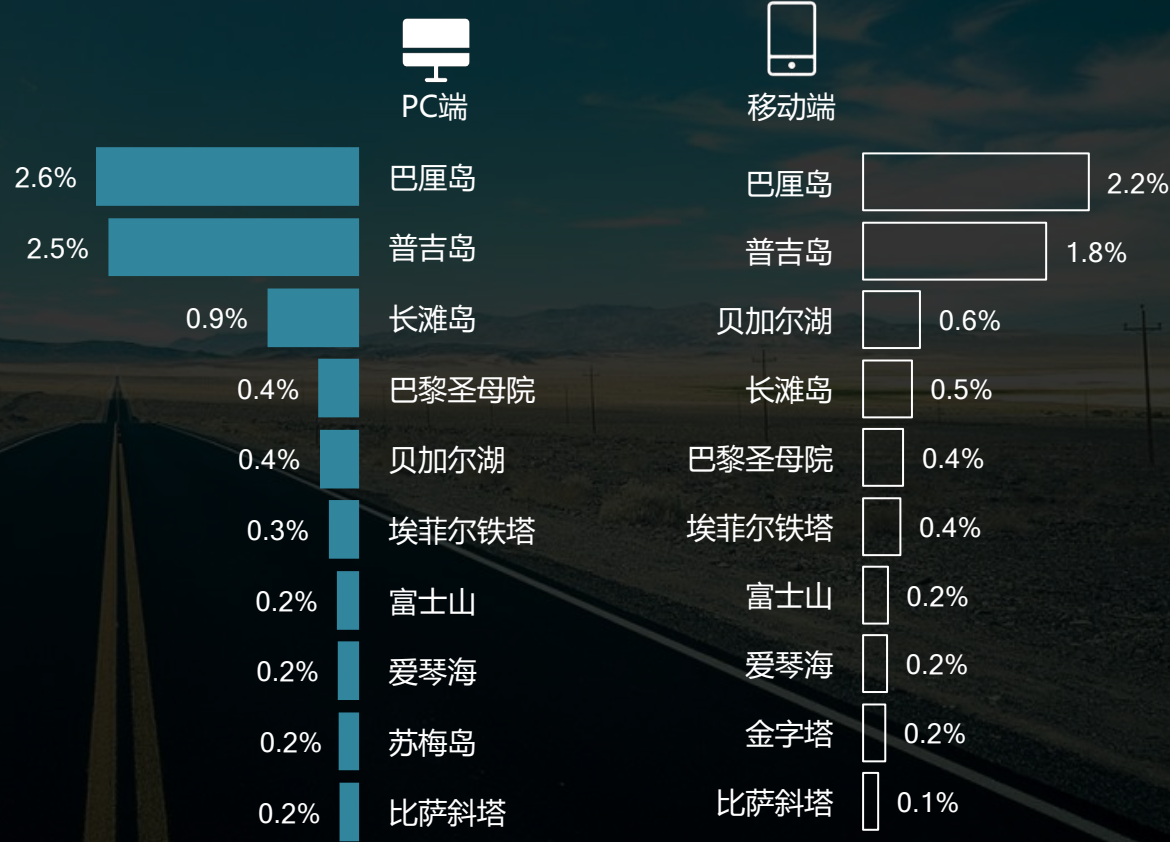


境外旅游分线路份额



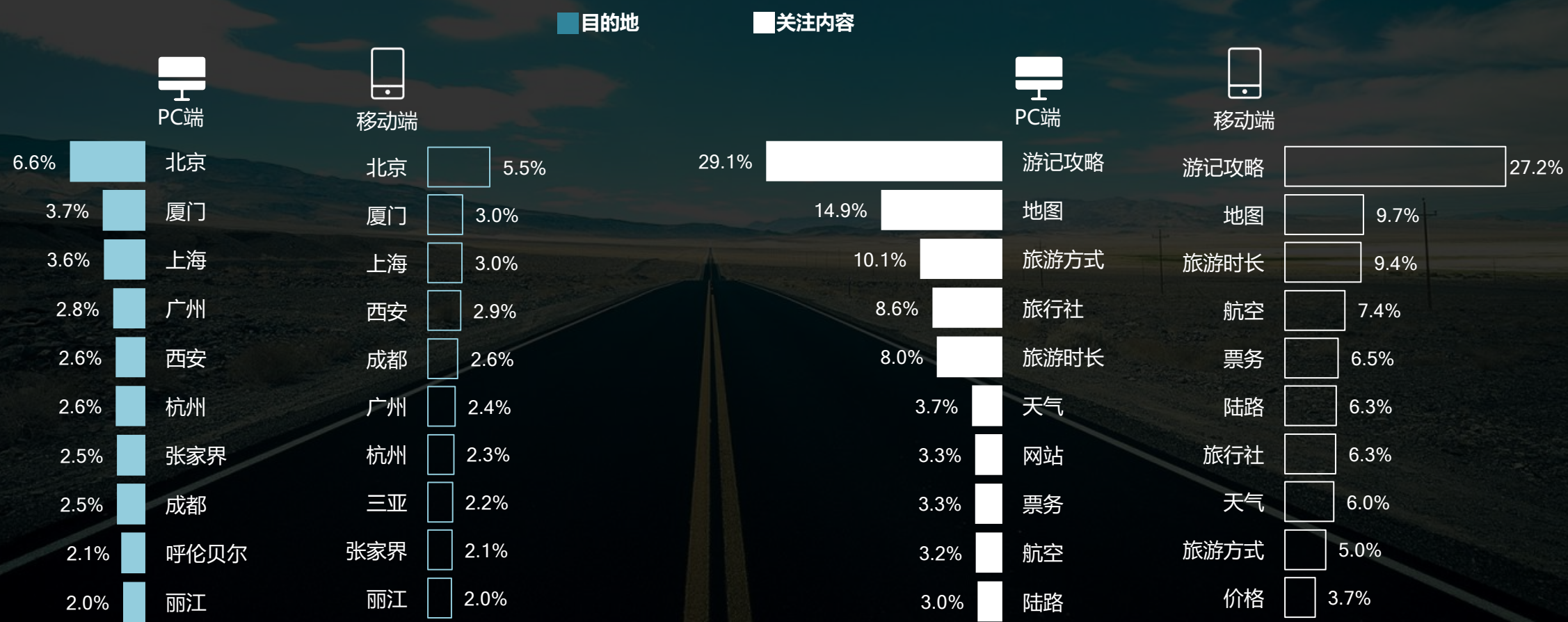
境外游中巴厘岛/普吉岛最受关注

境外游最关注的TOP景点



国内游中北京和厦门最热门，最关注游记攻略和地图

境内及港澳台游TOP目的地及关注内容份额



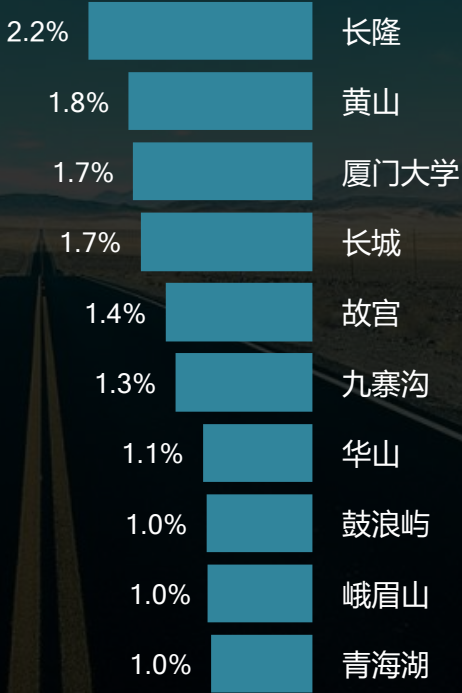
数据来源：360大数据，2018年1-7月

国内游PC爱长隆，移动爱九寨

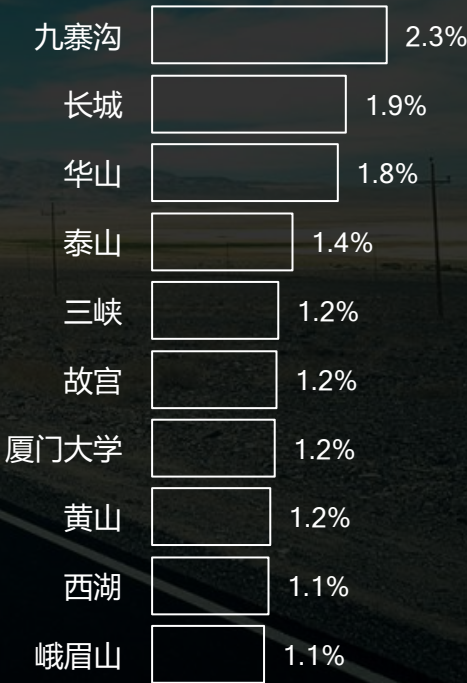
国内游最关注的TOP景点



PC端

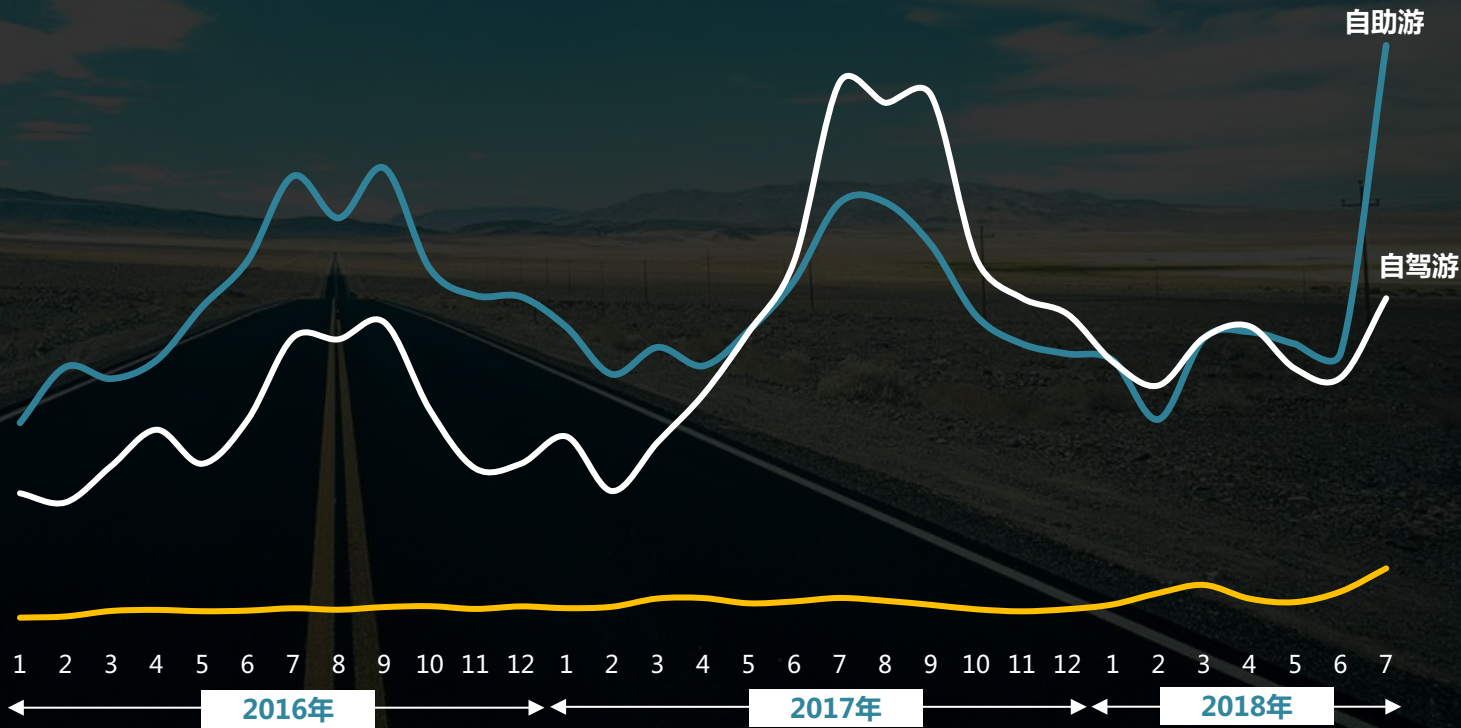
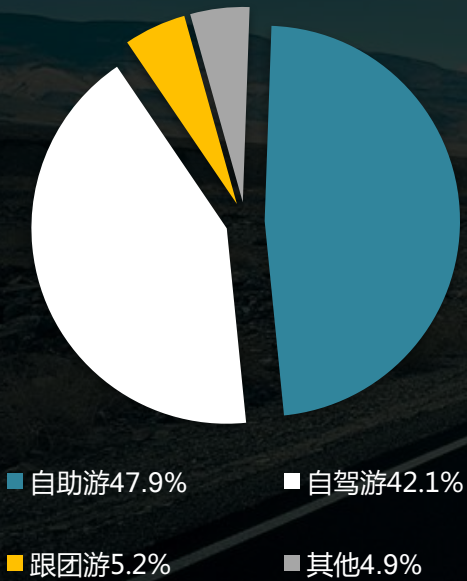


移动端



旅游更关注“自游”，自助游的热度持续升高

旅游方式关注分布



周边游/亲子游很受关注

■ 18年定制游/老年游/红色旅游关注份额有所提升

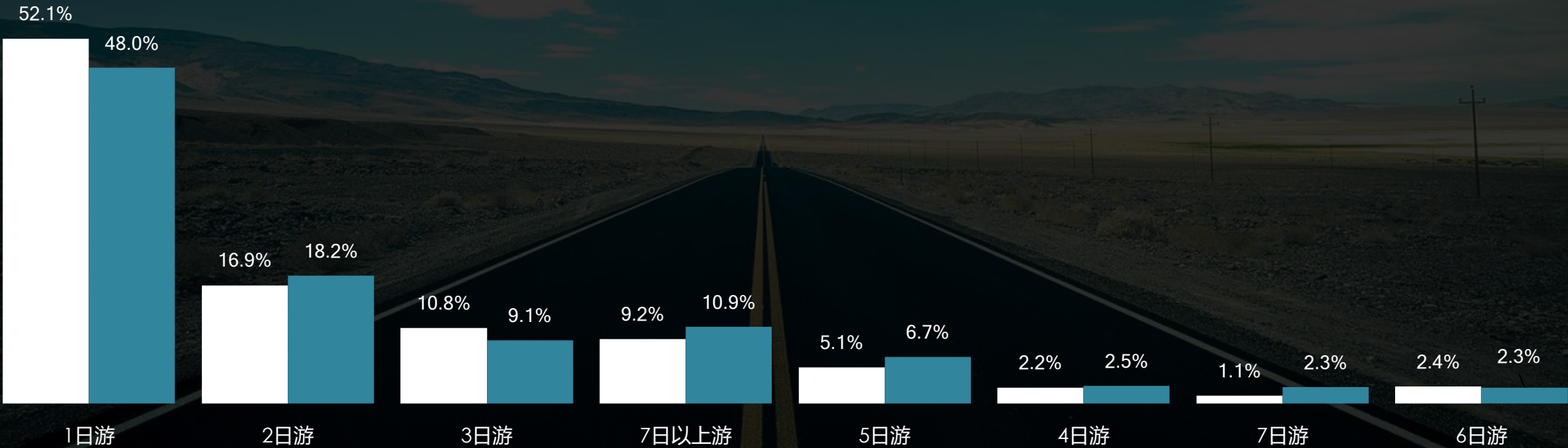


短线旅游更受青睐

■ 4日及以上游关注占比微涨，3日及以下游仍是主流

旅游时长关注分布

■ 17年 ■ 18年



数据来源：360大数据，1-7月数据



旅游网站



线路及景点



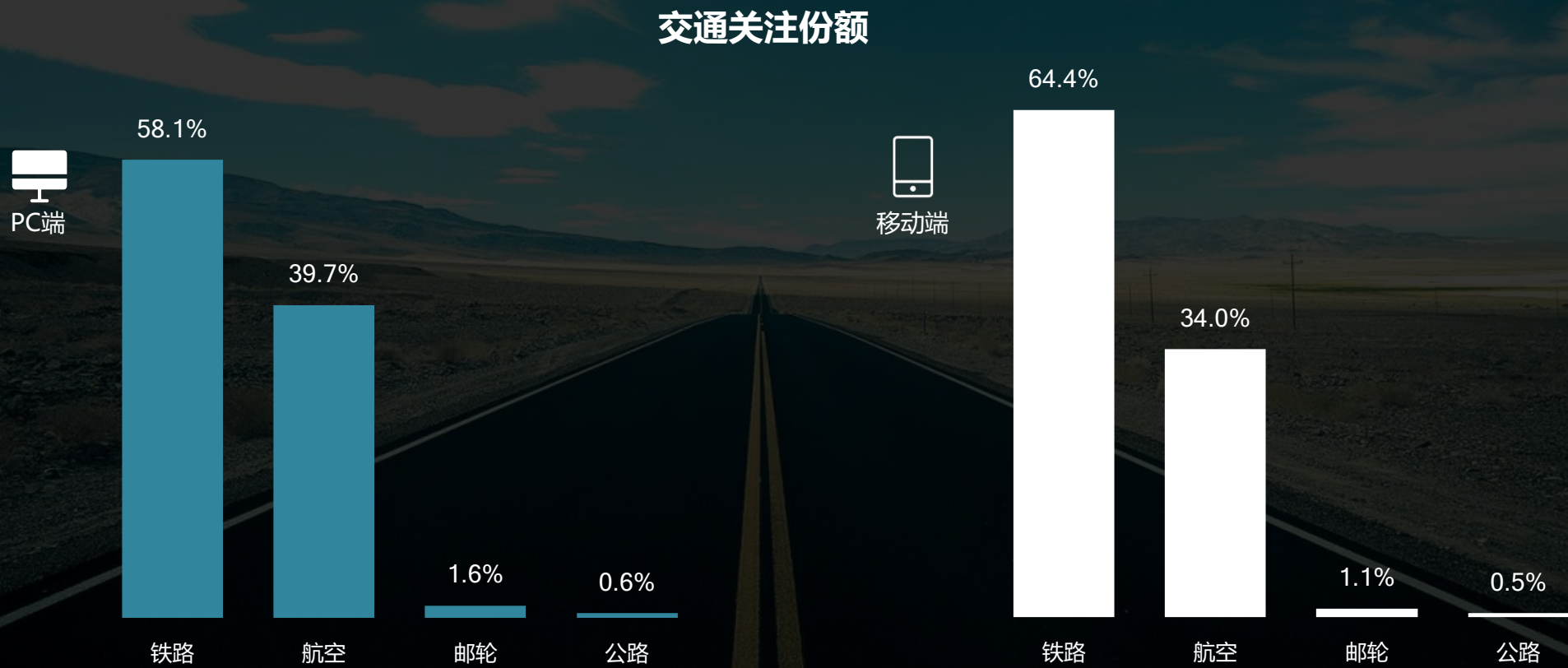
交通及票务



酒店及住宿

旅游出行更多关注的是铁路

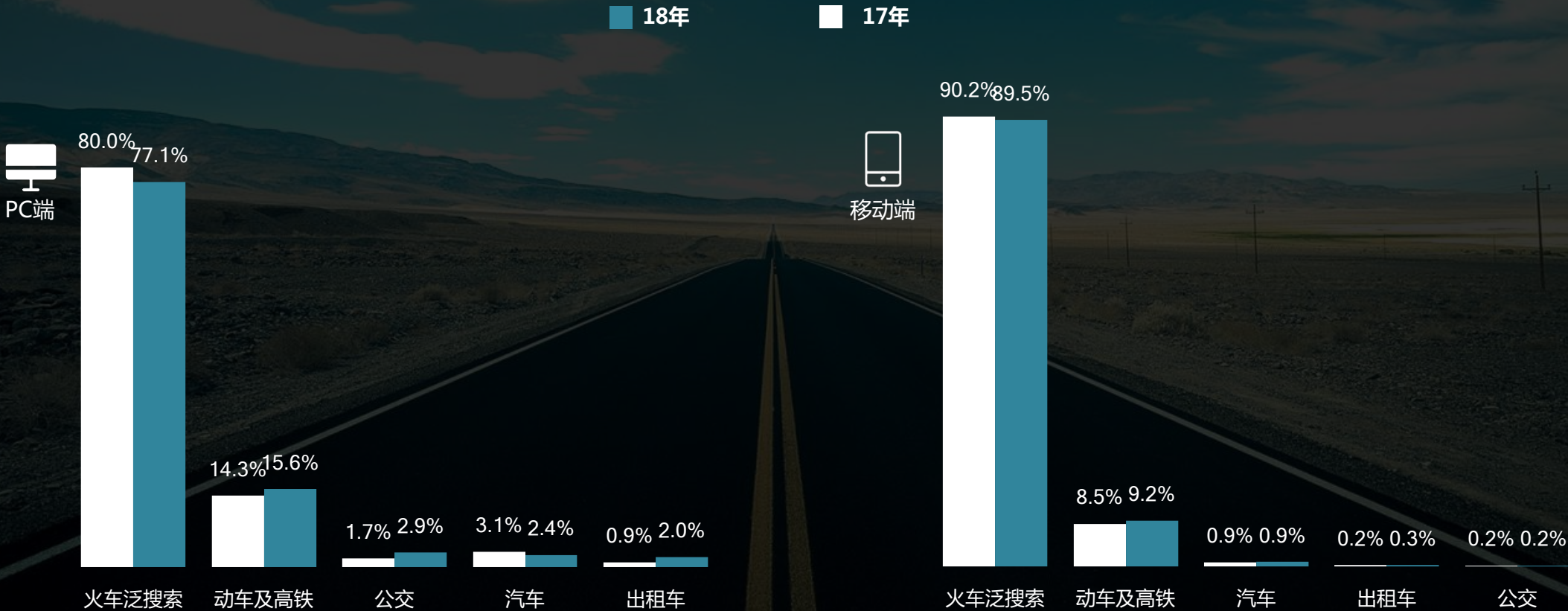
■ 移动端对铁路出行的关注更聚焦，PC端对航空的关注占比略大于移动端



旅游出行坐车的舒适性很重要

- 旅游出行坐车绝大多数是对火车的泛搜索
- 高铁/出租车较为舒适的旅游交通方式份额提升

陆路（铁路及公路）交通细分关注份额

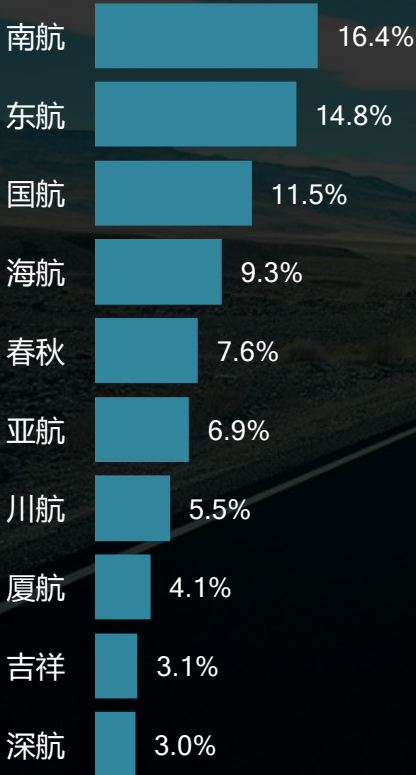


旅游出行选航空，南东国海四大航空不能少

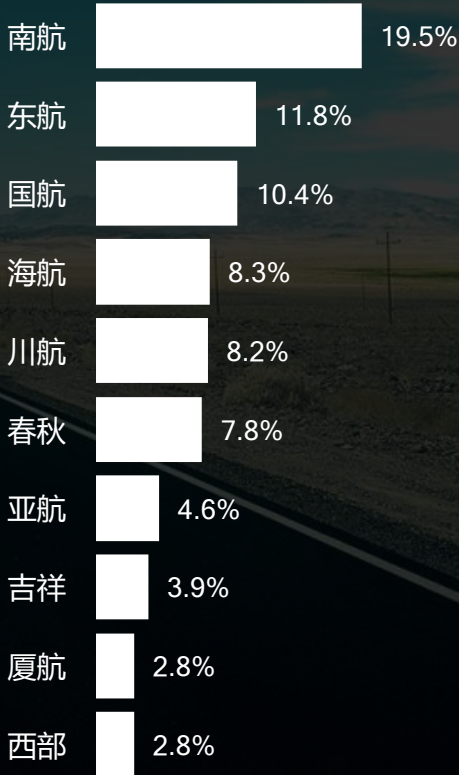
■ 关注份额TOP4航空公司的合计份额超50%

航空公司关注份额

PC端



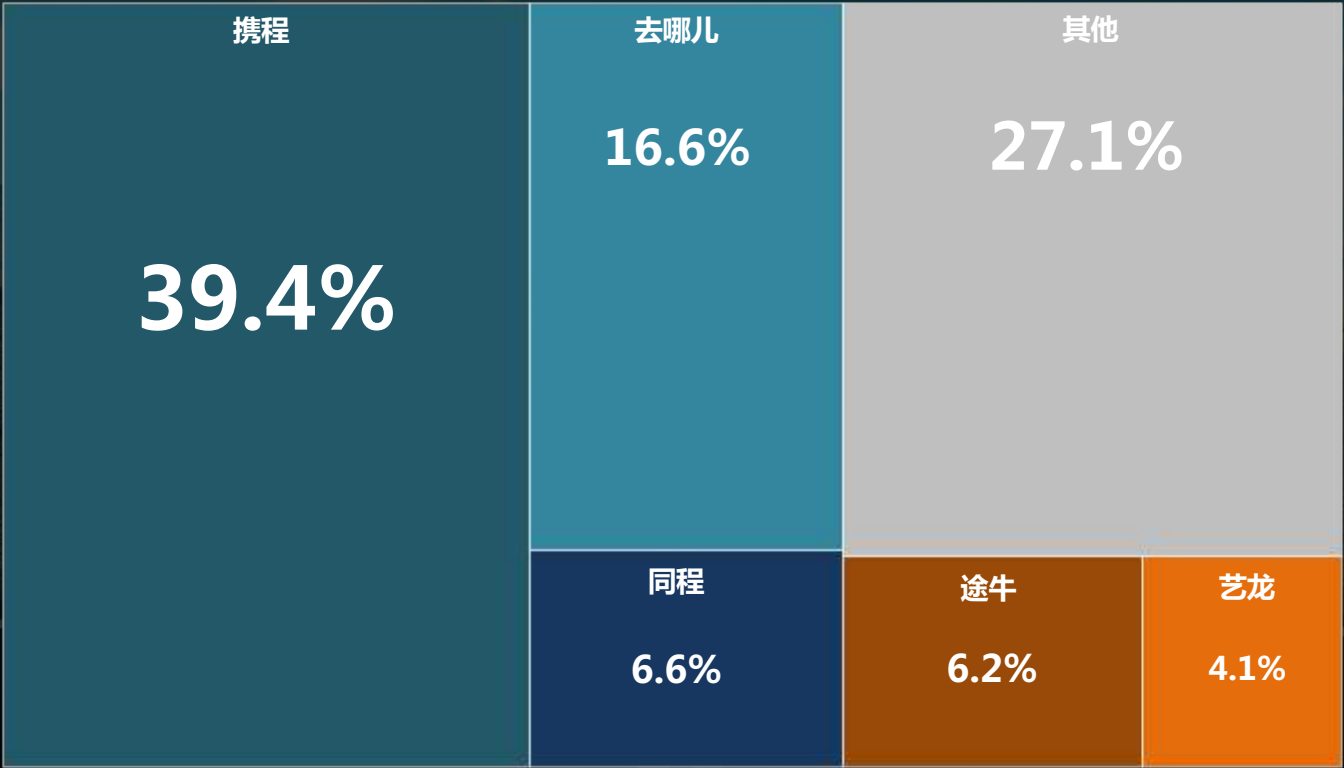
移动端



携程+去哪儿在机票的关注份额中遥遥领先

■ 携程/去哪儿的机票关注份额合计超50%

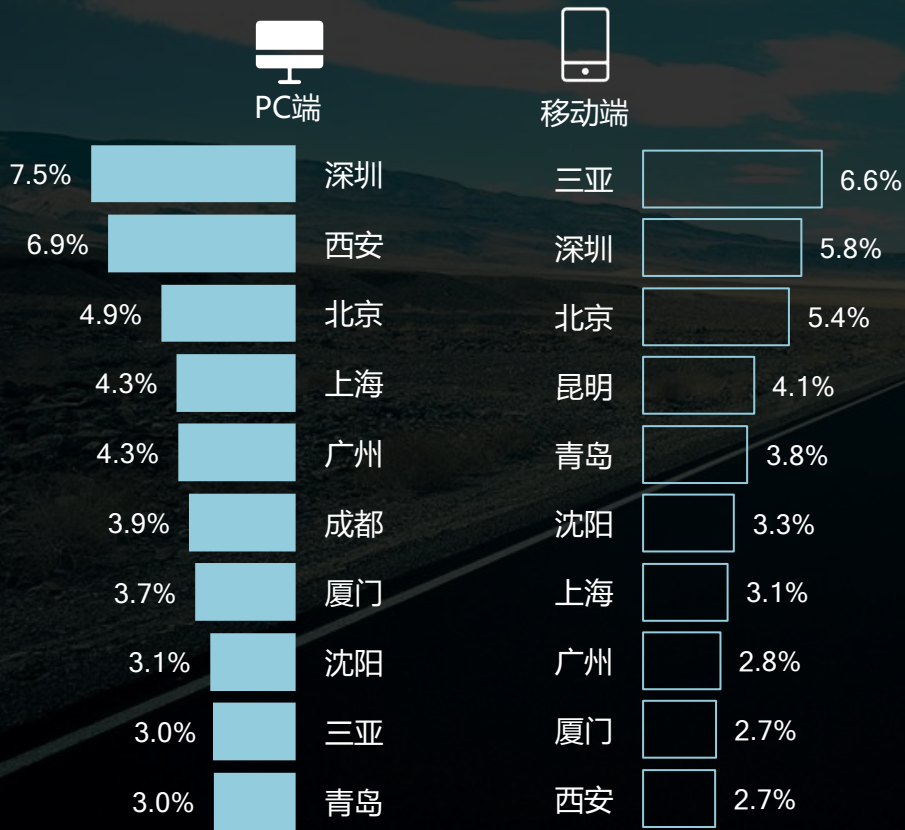
航空（机票）的旅游网站分布



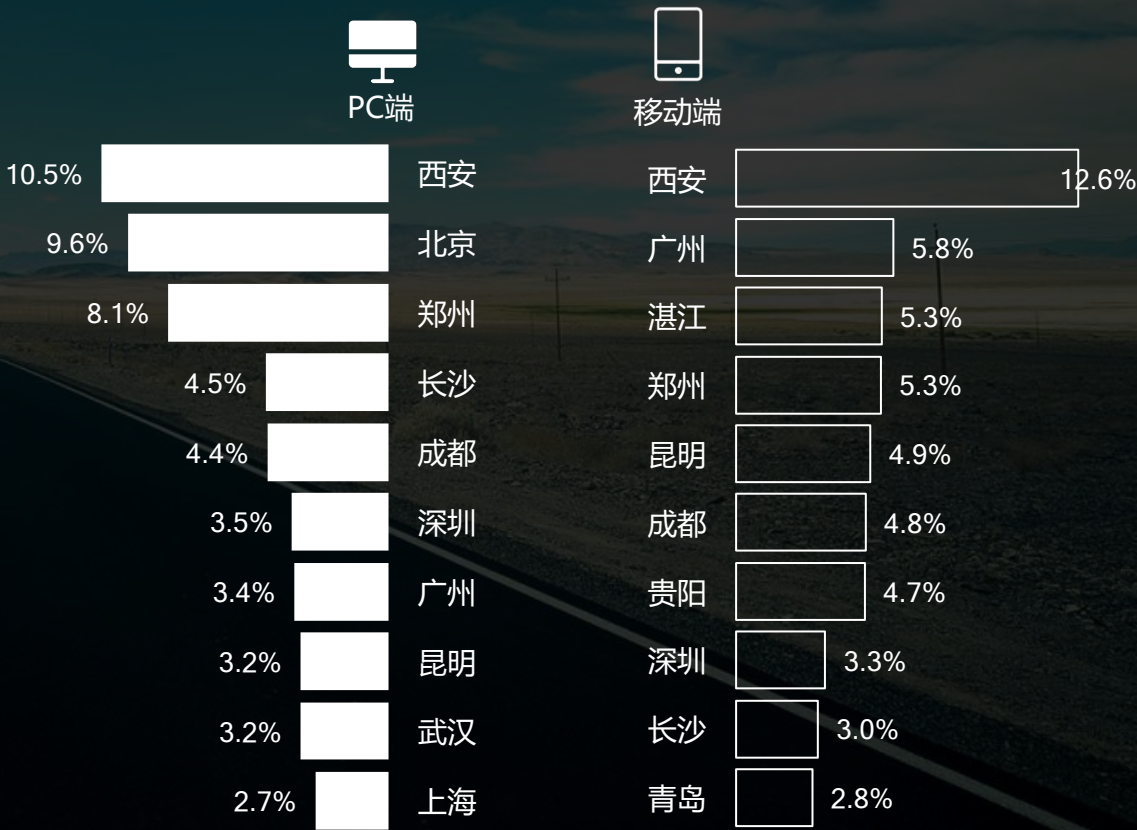
去北上广深请选飞机，坐火车去西安也是不错选择

■ 机票目的地中，北上广深占21%

机票目的地细分



火车票目的地细分





旅游网站



线路及景点



交通及票务



酒店及住宿

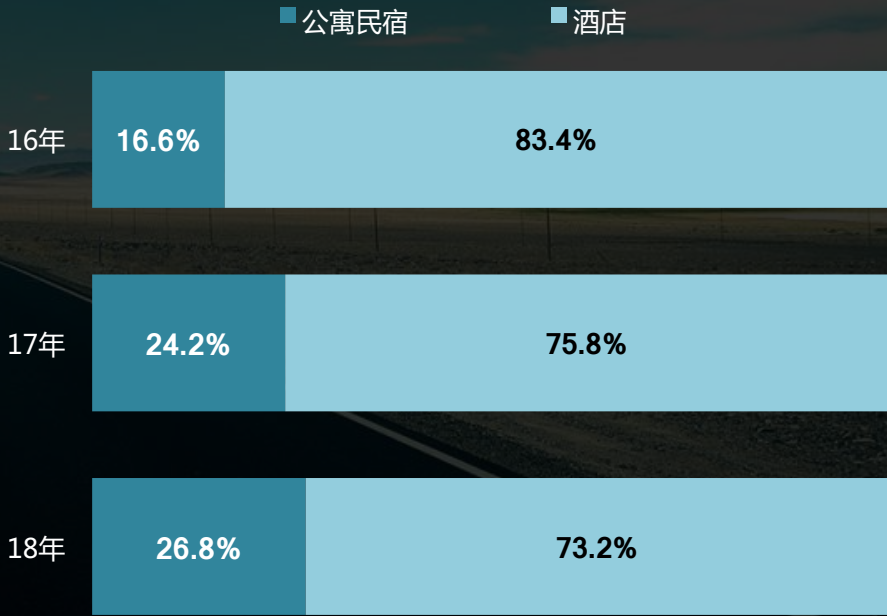
民宿愈加被喜爱，常规酒店仍是首选

■ 18年民宿关注份额接近30%

酒店住宿TOP热词示例



酒店与民宿份额变

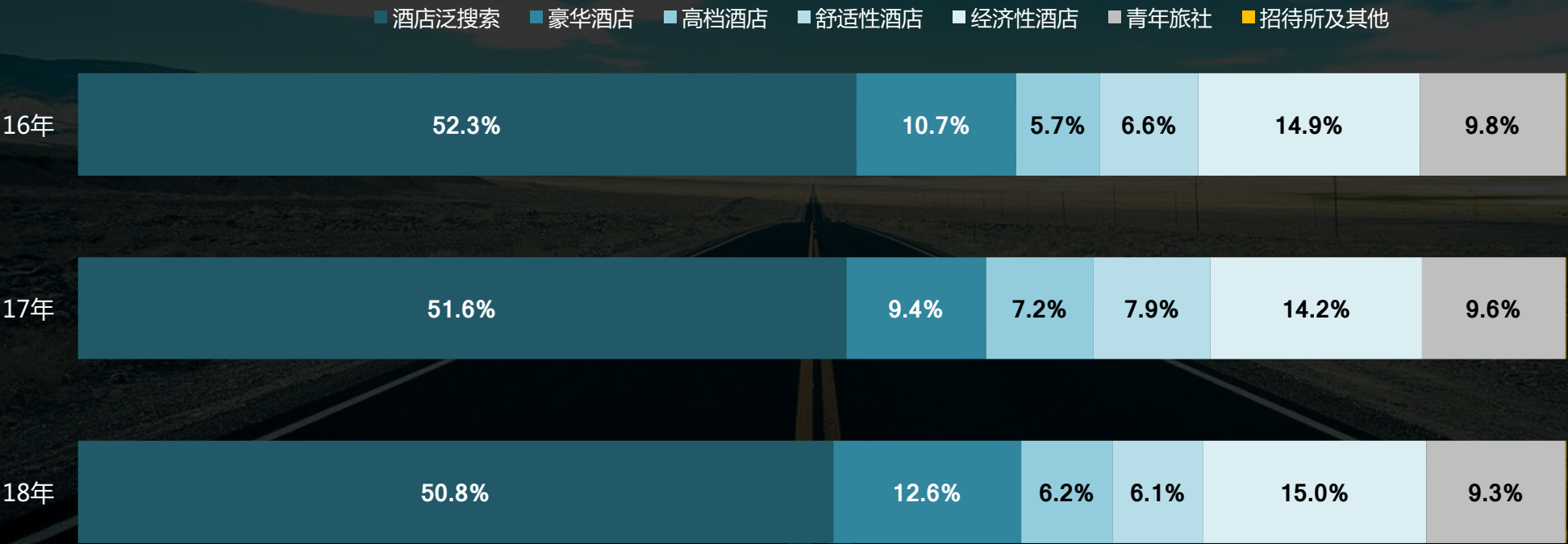


数据来源：360大数据；酒店网站选取市场主流品牌，2018年1-7月及同期

酒店等级的关注有两极分化趋势

■ 高档/豪华酒店和经济性酒店的关注份额呈上涨趋势

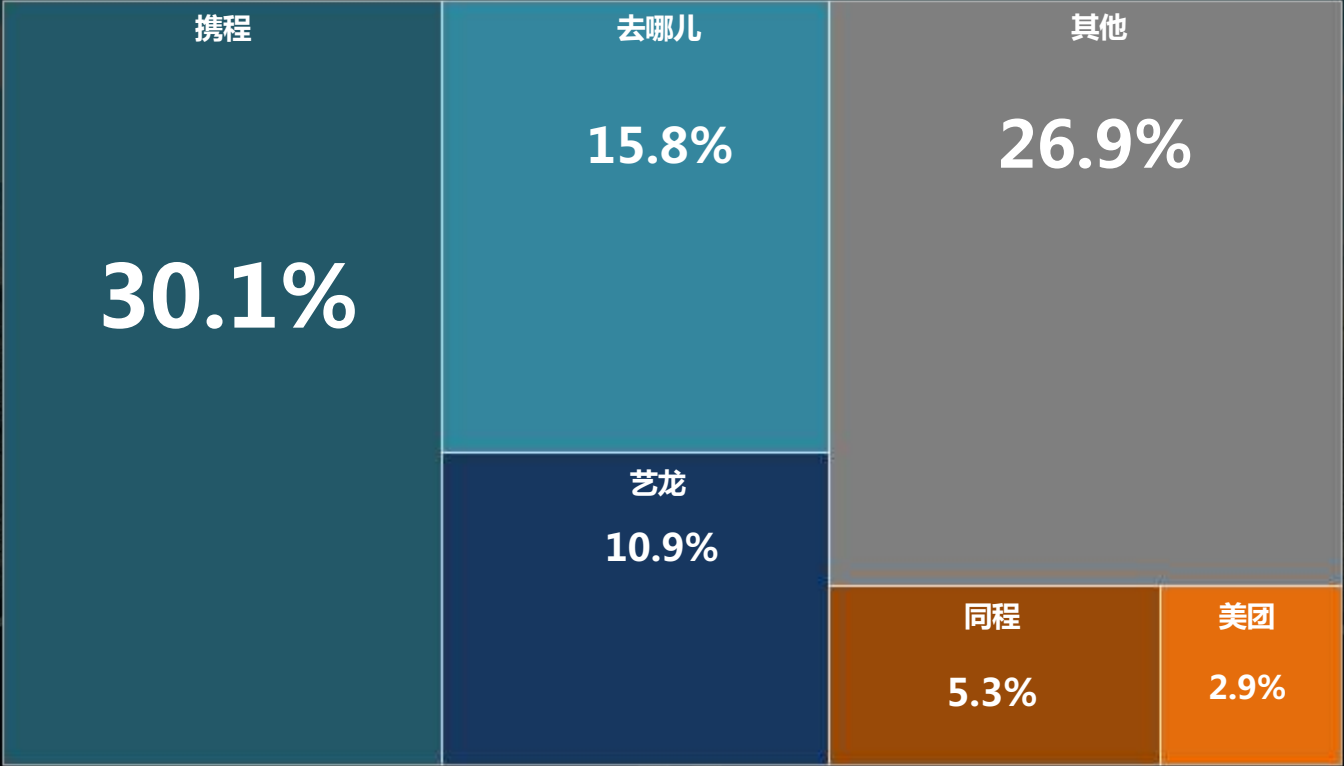
酒店等级变化情况



携程+去哪儿，艺龙+同程为在线酒店住宿的四大

■ 携程+去哪儿在酒店住宿的关注份额近五成，领先行业

酒店住宿的旅游网站分布

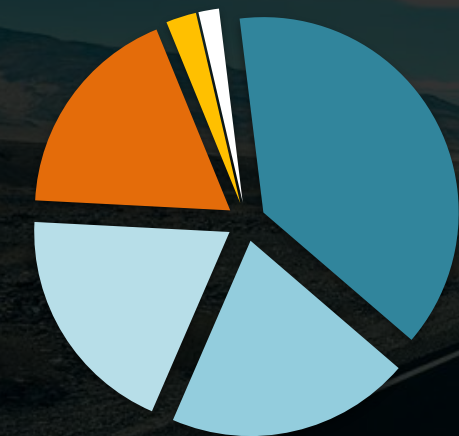


民宿中爱彼迎最被喜爱

■ 途家在PC端更有关注优势，小猪在移动端略有优势

部分民宿关注份额

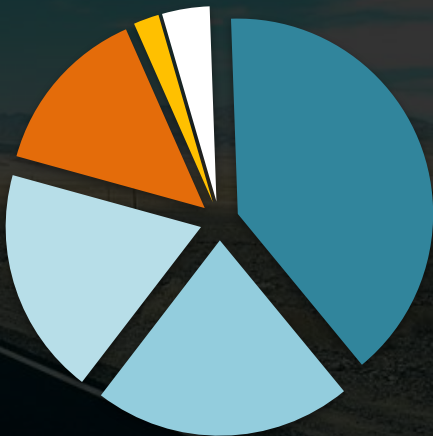
PC端



airbnb38.3%
途家20.2%
小猪19.3%
蚂蚁18.0%
自在客2.5%
其他1.7%



移动端



airbnb39.6%
小猪21.4%
途家14.1%
蚂蚁18.9%
自在客2.1%
其他3.9%

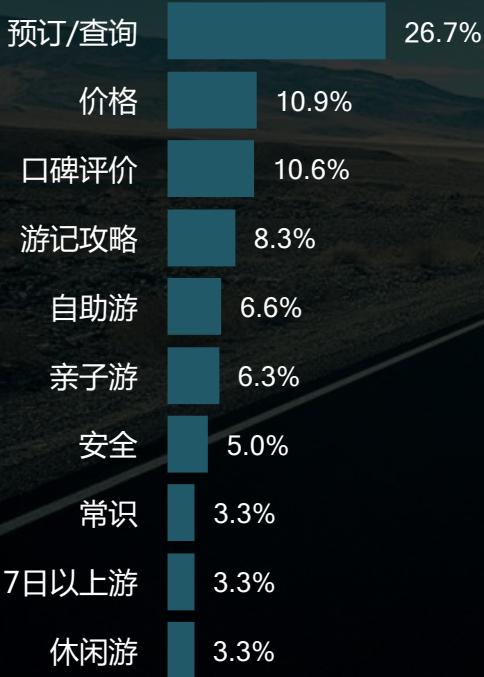
订单问题是酒店及民宿的头等大事

- 价格/攻略/评价也是关注重点
- 关注民宿时更倾向关注自助游、亲子游等内容，更显休闲；关注酒店时则更关注在机场、火车站附近，更图便捷

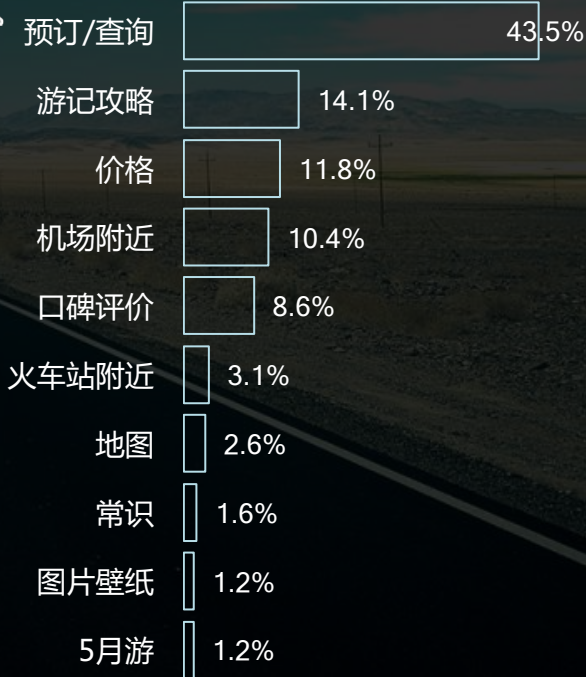
酒店/民宿Top关注点



民宿



酒店



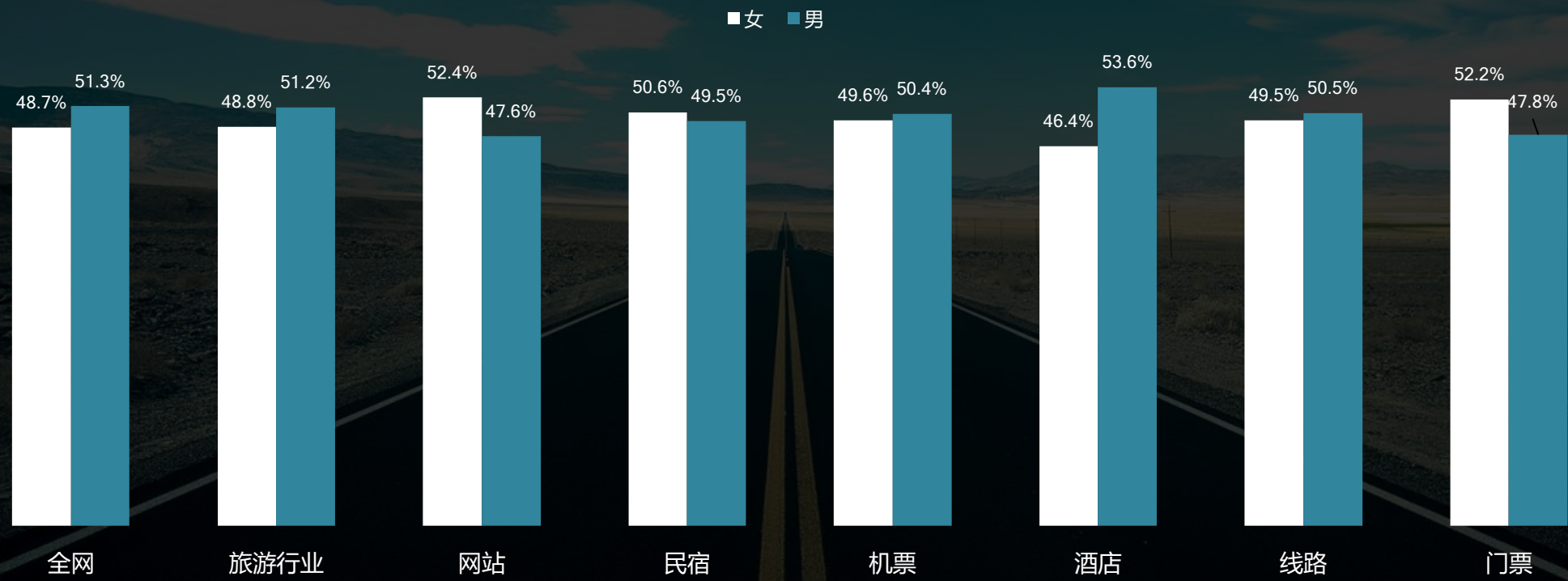
叁

人群聚焦

男性更关注旅游

- 旅游人群与全网人群高度一致
- 女性更关注旅游网站/民宿/门票，男性更关注“机+酒”和线路

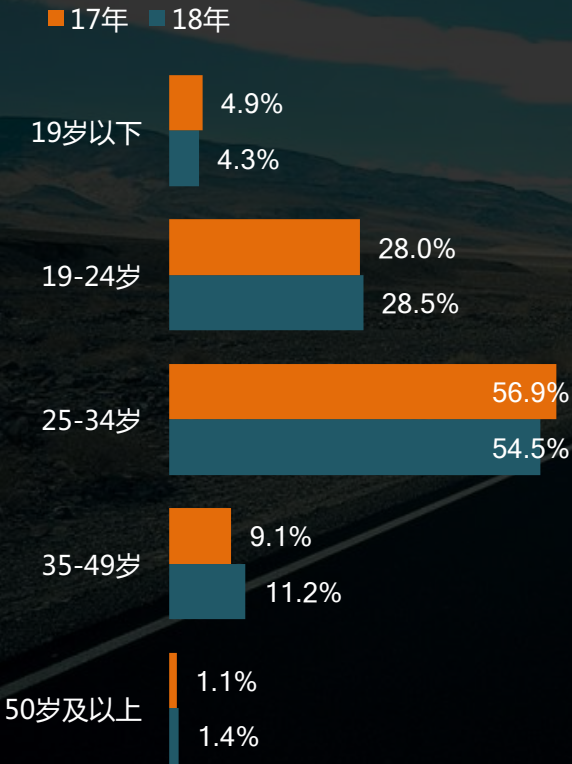
旅游人群性别分布



年轻人更爱旅游，年长者在爱旅游的路上

- 35岁以下人群更加关注旅游
- 年轻人相对更关注民宿，年长者相对更关注酒店，社会中坚群体更关注OTA/机票

旅游人群年龄分布



旅游人群对搜索网站的粘性极高

- 门户/电商/新闻类网站也是旅游关注者常浏览网站
- 移动端除了社交和系统类的装机必备APP很活跃外，很喜欢掌上阅读/听音乐/理财等

最爱的网站类别

网站覆盖情况



最活跃的APP类别

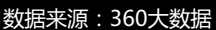
APP日均活跃度



数据来源：360大数据

- 数据来源：360大数据

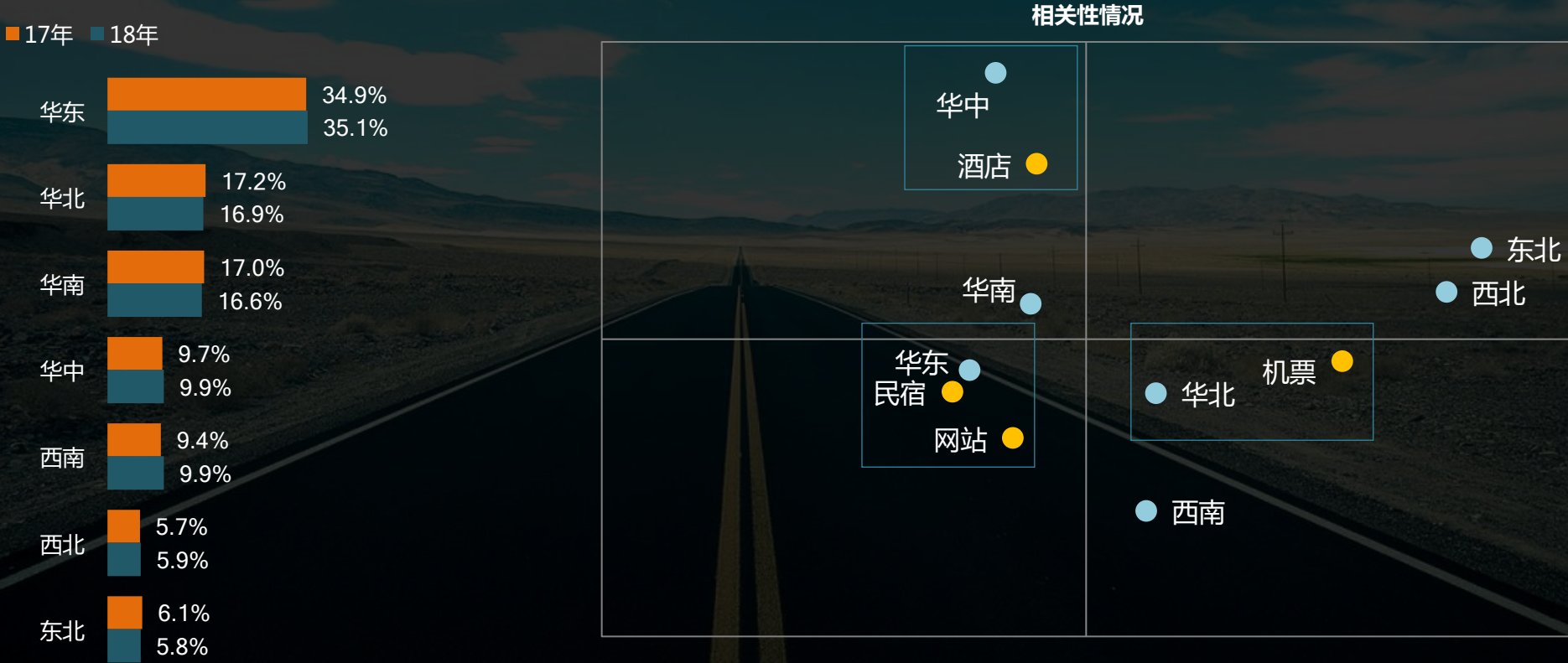
数据来源：360大数据



华东/华北人民爱旅游

- 华东份额最大且在提升，华中/西部份额微涨
- 华中相对更关注酒店，华东相对更关注民宿/网站，华北相对更关注机票

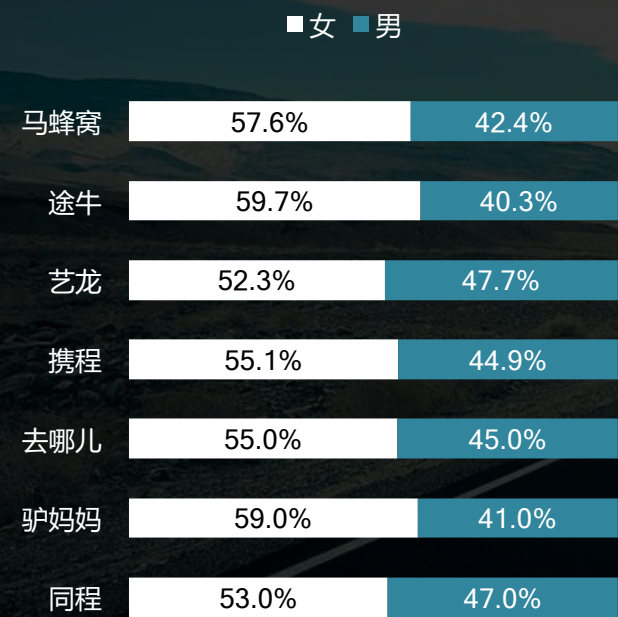
旅游人群区域分布



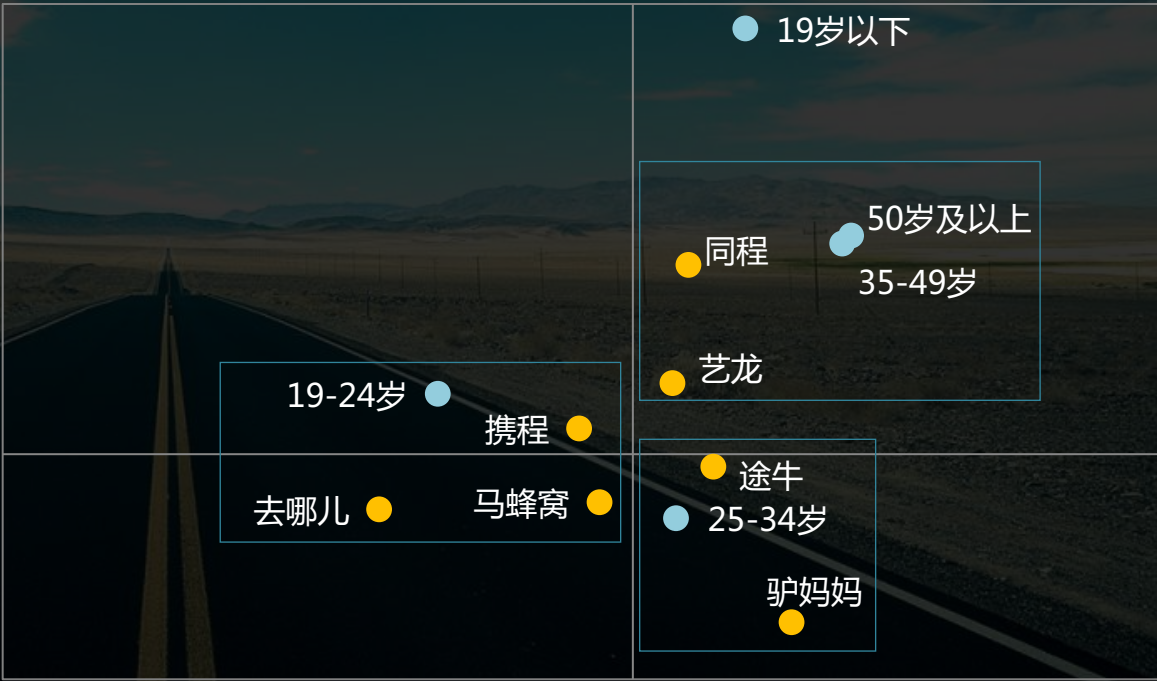
年轻人更关注携程/去哪儿，年长者则更关注同程/艺龙

■ 25-34岁人群相对更关注途牛/驴妈妈

人群对部分旅游网站关注情况



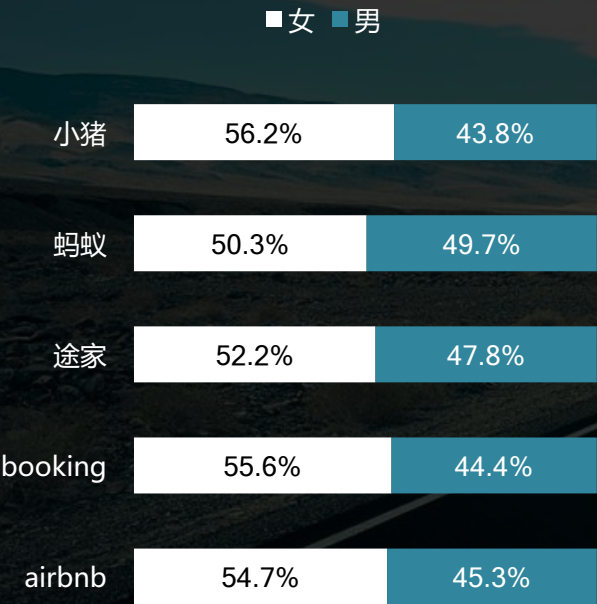
年龄相关性情况



年轻人爱用airbnb，年长者则更关注途家/蚂蚁短租

■ 25-34岁人群相对更关注booking

人群对部分酒店民宿网站关注情况



年龄相关性情况





若需获取360商业产品最新动态
请关注微信公众号:360营销学苑
或登录yingxiao.360.cn