

中国在线出境游行业研究报告

2019年





发展现状

中国在线出境游市场保持稳定增长态势，行业集中度较高，头部效应明显

- 受经济增长和签证放宽、新增航线等因素的影响，中国在线出境游市场稳定增长，2018年中国在线出境游市场交易规模达**756.2亿元**，相较于2017年增长21.7%，未来仍会处于稳定增长发展态势。
- 2018年中国在线出境游市场集中度较高，**CR5达80.2%**，**行业头部效应明显**。未来随着自由行渗透率提升，头部OTA企业依靠其强大的流量资源和品牌影响力，依靠“机+酒”标准化产品实现流量变现，并且通过对海外目的地产品的深入布局，满足游客的长尾需求，艾瑞预计，**未来行业集中度将会进一步提升**。



市场结构

整体出境游市场出国游占比近半，在线出境游市场中自助游增长显著

- 整体出境游市场**港澳台游 VS 出国游**：超半数内地居民出境旅游目的地为港澳台，近年来，出国游与港澳台游人数差距渐缓，艾瑞预计未来一段时间内，中国出境游市场结构将呈现出出国游占比反超港澳台游的态势。
- 在线出境游市场**跟团游 VS 自助游**：2018年中国在线出境游市场中，自助游的交易规模占比42.5%，相较于2015年提升5.3%。



趋势展望

个性化及品质化需求凸显，目的地碎片化产品及定制化出境游将成为发展新机遇

- 随着旅游需求的日趋个性化和多元化，除“机票+酒店”等标品外，游客对景区门票、当地租车、境外WiFi等“吃喝玩乐购”方面的碎片化服务需求越来越广泛，自由行和目的地即时预订将是大势所趋。因此，围绕游客在目的地的碎片式服务需求，加强异地化生活服务整合将是未来出境旅游企业的发力点。
- 随着游客对旅游品质及服务的看重，从用户需求的角度出发对出境旅游行程进行量身定制的定制化出境游将成为出境旅游度假的热点。

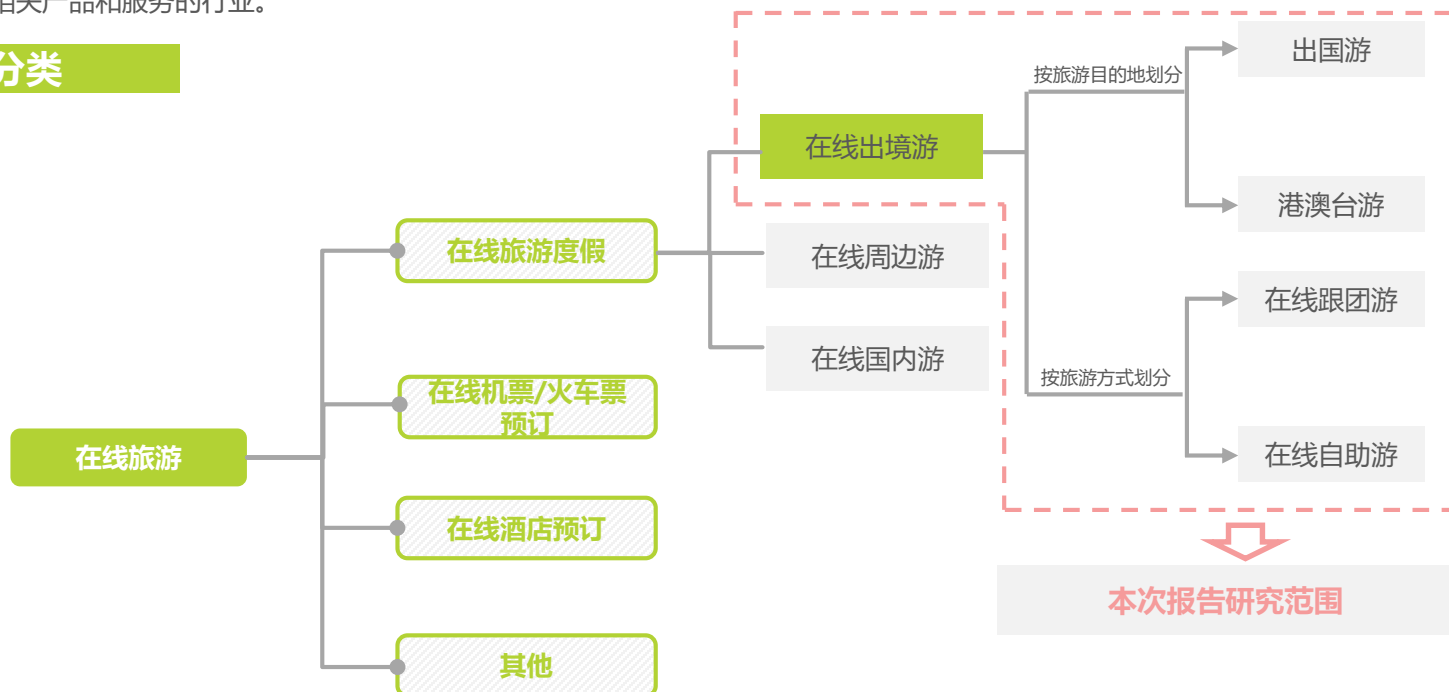
中国在线出境旅游市场定义

在线出境旅游定义及分类

定义

- **在线旅游**：是指通过互联网、移动互联网及电话呼叫中心等方式为消费者提供旅游相关信息、产品和服务的行业，其中包括在线机票预订、在线酒店预订、在线度假预订和其他旅游产品和服务。
- **在线旅游度假**：是指通过互联网、移动互联网及电话呼叫中心等方式为消费者提供旅游度假组合产品、单品门票及其他旅游出行相关产品和服务的行业。
- **在线出境旅游**：是指通过互联网、移动互联网及电话呼叫中心等方式为消费者提供**出境旅游**度假组合产品、单品门票及其他出境旅游出行相关产品和服务的行业。

分类



注释：“港澳台游”是指内地（大陆）居民去港澳台旅游，“出国游”指内地（大陆）居民去往除港澳台以外的国家/地区旅游。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国在线出境游行业发展背景及影响因素 1

中国在线出境游行业发展现状 2

中国出境游客出行消费行为洞察 3

中国在线出境游行业典型企业分析 4

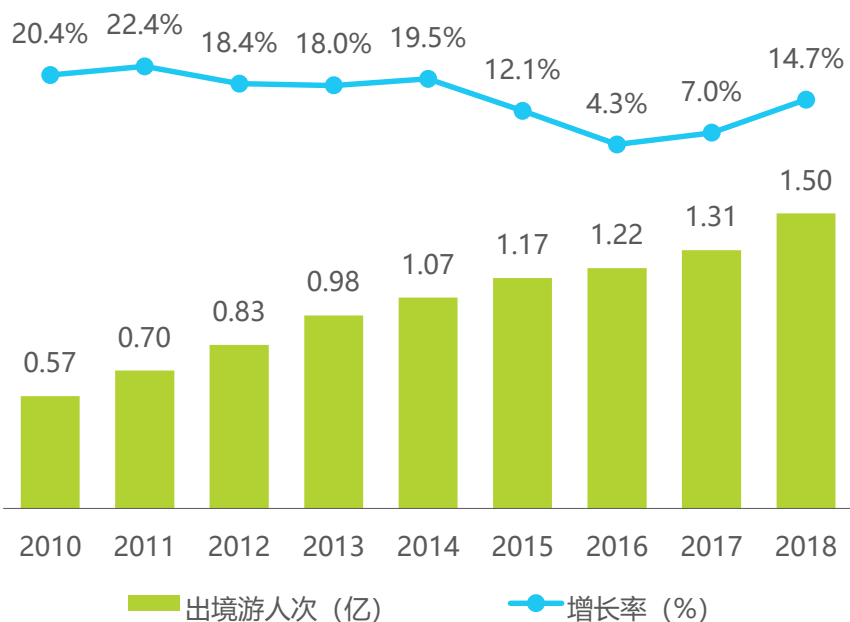
中国在线出境游行业发展趋势及建议 5

中国出境游市场规模

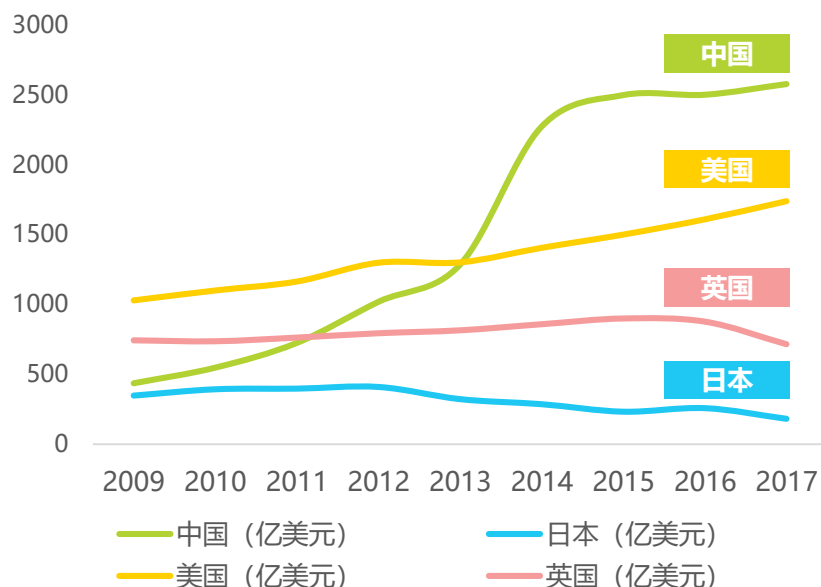
中国成全球最大出境游市场，出境游消费支出稳居世界首位

受人均收入增长、国际航线增加、中国护照“含金量”的提高等因素的影响，中国已连续多年保持世界第一大出境旅游客源国地位，出境游规模持续增长，2018年中国出境游人数达1.5亿人次，较上一年增长了14.7%。在出境游消费方面，近两年来中国游客境外消费愈发理性，出境旅游消费增速有所放缓，但中国仍旧为全球最大出境旅游支出国家。

2010-2018年中国出境旅游人数及增长率



2009-2017年全球部分国家出境游支出规模



来源：文化和旅游部，艾瑞咨询研究院绘制。

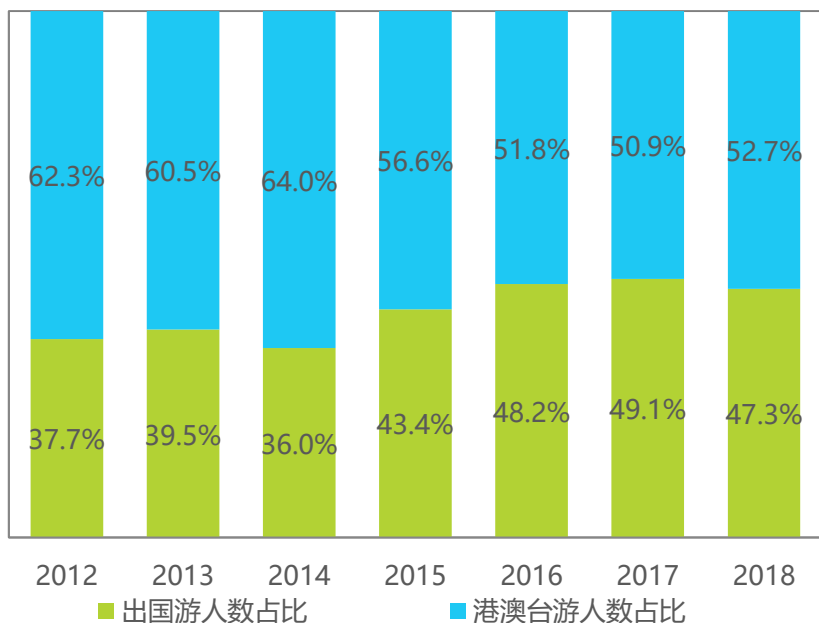
来源：世界银行，艾瑞咨询研究院绘制。

中国出境游市场结构

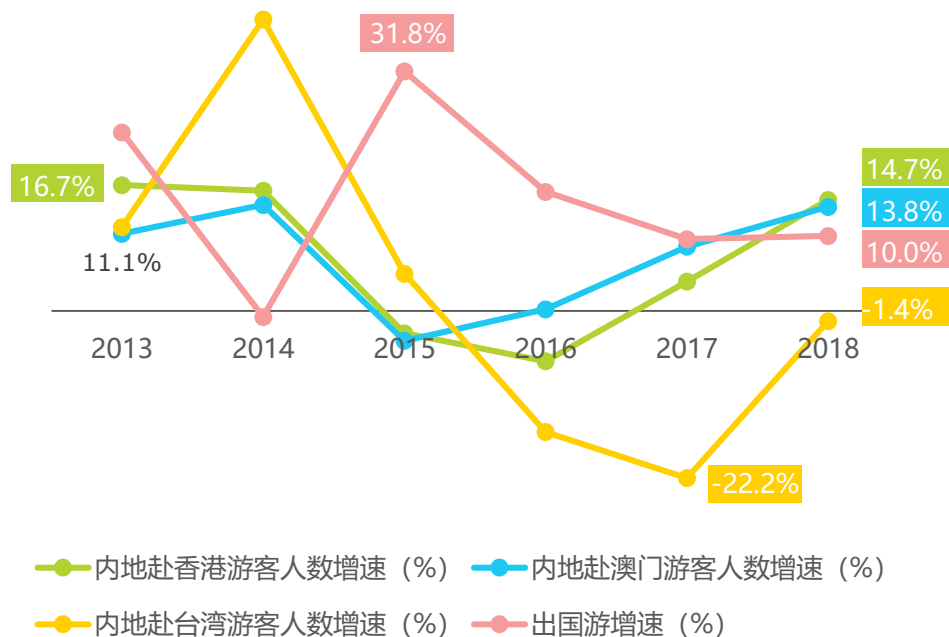
出国游占比近半，未来1-2年内将反超港澳台游

从出境游的市场结构来看，因港澳台游语言障碍小、部分商品具有价格优势等原因，目前港澳台游占比超半数。就增速而言，自2017年开始，港澳游触底反弹，内地居民赴香港、澳门游客大幅度增长，出国游的游客数量增速放缓。自2019年以来，受香港形势严峻、赴台个人游的取消等事件影响，内地居民赴香港和台湾的旅游人数将会大幅下降；同时，随着旅游线路多元化以及游客选择的多样化，出国游将会有大幅增长趋势。预计未来一段时间内，中国出境游市场结构将呈现出出国游占比反超港澳台游的态势。

2011-2018年中国出境旅游市场结构



2013-2018年内地居民赴港澳台旅游及出国旅游人数增速



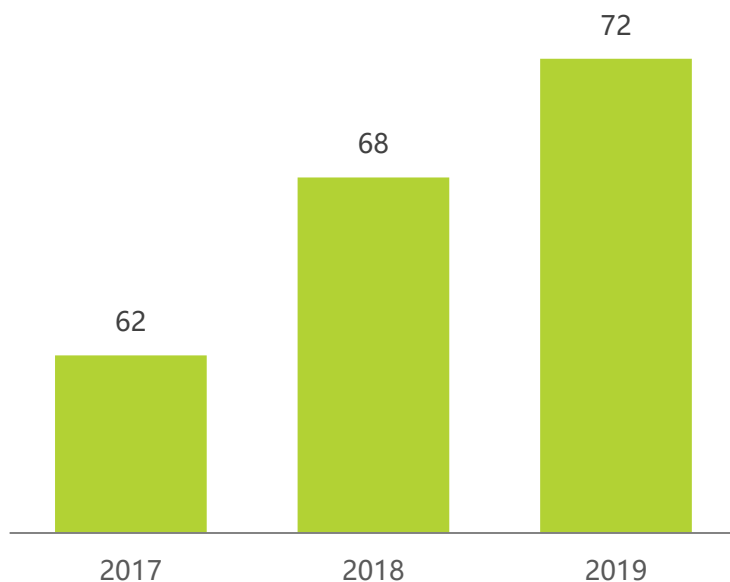
注释：“港澳台游”是指内地（大陆）居民去港澳台旅游，“出国游”指内地（大陆）居民去往除港澳台以外的国家/地区旅游。
来源：文化和旅游部，香港旅游发展局，澳门旅游发展局，台湾交通部观光局。

影响因素1：签证政策

签证福利再度升级，多国再添便利助力中国游客出境游

近年来随着我们国家综合国力的增强和中国游客消费水平越来越高，中国护照的含金量也随之不断提高，主要体现在两方面：首先，免签国家数量提高，根据外交部领事司数据，截止到2019年5月份，中国与14个国家实现全面互免签证，15个国家和地区单方面给予中国公民免签入境待遇，43个国家和地区单方面给予中国公民落地签证便利，持普通护照的中国公民可免签或落地签前往72个国家和地区；其次，多个国家加大了签证优惠力度，对中国游客实施电子签证、简化签证材料等优惠政策，愈发便利中国游客出境旅游。

2017-2019年中国免签国家数量



注释：2017年数据为截至2017年2月的数据；2018年数据为截至2018年1月的数据，2019年数据为截至2019年5月的数据。

来源：中国领事服务网，艾瑞咨询研究院绘制。

2019年部分国家对中国公民再度放宽的签证政策

国家	便利政策概要	签证便利政策
日本	3年签证材料简化	自2019年1月1日起，实施针对中国学生或过去3年多次赴日的中国游客进一步放宽政策
泰国	免除落地签费用/电子签证	对包含中国在内的21个国家和地区的游客暂时免除落地签费用，并将免签证费用期限从2019年4月30日延长至10月31日
新加坡	96小时内免签过境	自2019年1月28日起，新加坡给予符合条件的中国公民往返第三国过境新加坡96小时免签证入境待遇
乌克兰	电子签证	自2019年1月1日起，对以下事由入境乌克兰的中国公民实施使用电子签证：商务目的/因私目的/旅游目的/医疗目的/以开展文化、科学、教育和体育领域的活动为目的/外国媒体代表履行公务。
智利，阿根廷	申根签	2019年1月起，智利和阿根廷将对中国公民签发带有“阿智”标签的旅游签证，也叫“单一签证”（即中国公民只需向起申请旅游签证，便可赴两国旅游）
哈萨克斯坦	电子签/连续72小时免签过境	自2019年1月1日起，中国大陆公民可申请单次旅游电子签证；哈萨克斯坦政府对中国公民实行连续72小时免签入境政策，有效期至2019年12月31日23时59分。
马来西亚	放宽落地签政策	自2019年7月15日起在6个入境处为中国游客增设落地签服务，并放宽落地签的多项政策

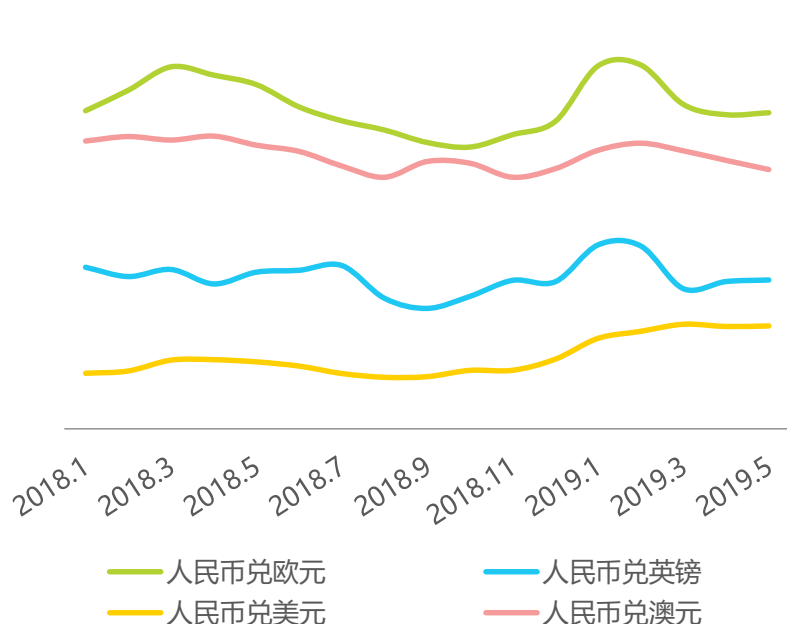
来源：公开资料，艾瑞咨询研究院绘制。

影响因素2：人民币汇率

人民币汇率波动一定程度影响出境消费意愿

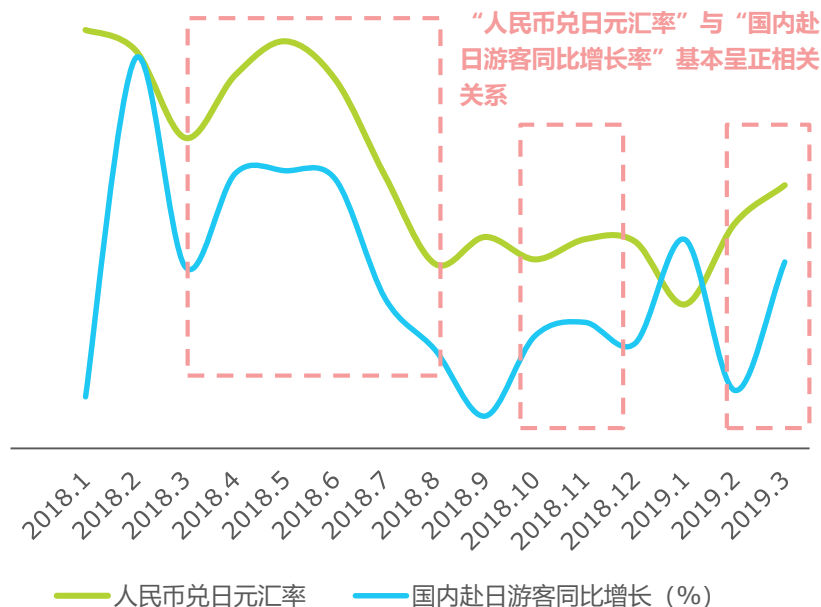
人民币汇率的变动，对外币兑换带来影响，在一定程度上影响中国游客出境消费意愿。从人民币汇率与国内赴日游客数量的变化情况来看，“人民币兑日元汇率”与“国内赴日游客同比增长率”基本呈正相关关系。近期，人民币双边震荡明显，2019年年初时人民币呈现升值态势；5月份以后，人民币汇率出现了一定程度的贬值，导致部分出境旅游目的地出行成本增加，影响部分游客出境旅游意愿。

2018.1-2019.6人民币汇率波动情况



注释：人民币汇率为人民币汇率中间价。
来源：中国货币网，艾瑞咨询研究院绘制。

人民币兑日元汇率与国内赴日游客数量变化情况



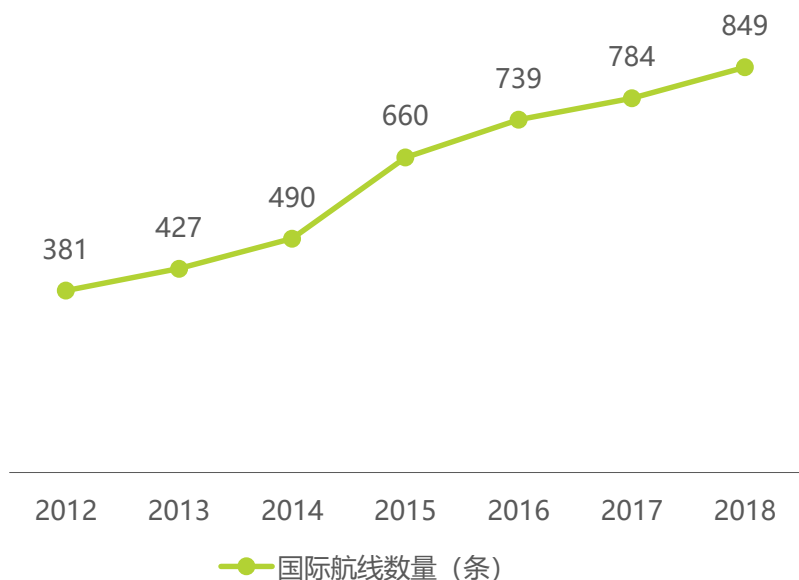
注释：人民币汇率为人民币汇率中间价。
来源：中国货币网，日本观光厅，艾瑞咨询研究院绘制。

影响因素3：国际航线布局

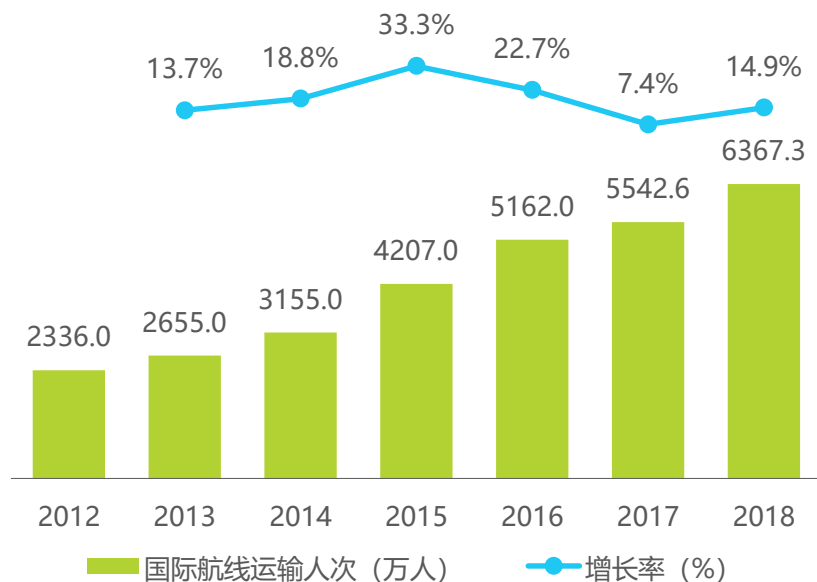
愈发完善的国际航线网络为游客出境提供便利

出境游发展初期，国内仅有几十个国际航线，随着民航规模的扩大，截止2018年底，我国航空公司国际定期航班通行65个国家的165个城市，国际航线增至849个，国际航线运输人次也增长至5543万人。出境游受交通因素制约很大，国际直飞航线的开通，大大缩短了游客前往世界各地的时间，出境游更加便利。

2012-2018年中国国际航线数量



2012-2018年中国国际航线旅客运输量



来源：中国民用航空局，艾瑞咨询研究院绘制。

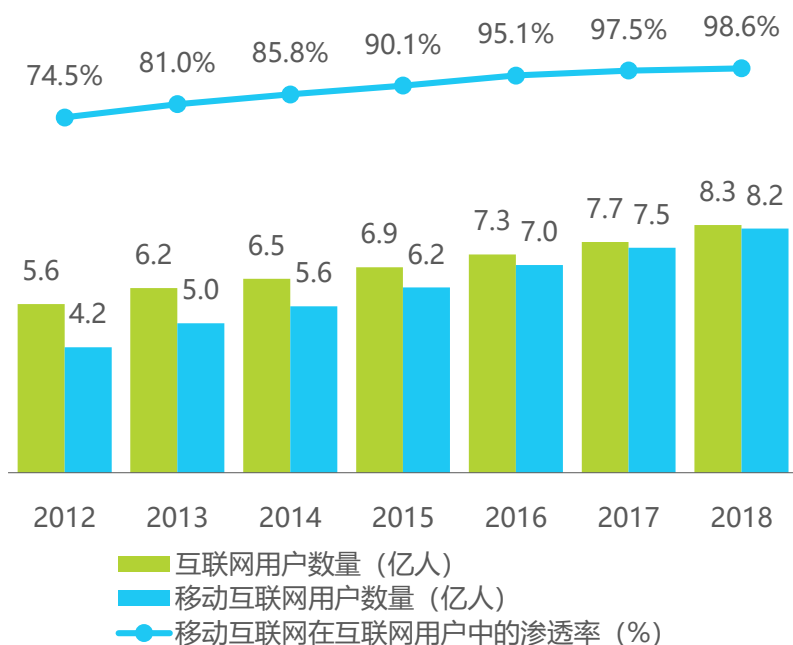
来源：中国民用航空局，艾瑞咨询研究院绘制。

影响因素4：互联网技术发展

互联网技术及移动终端功能高速发展，打破时间和地域限制

随着中国互联网及移动互联网用户规模的不断扩大，中国移动互联网市场已入高速发展阶段。互联网技术及移动终端功能的高速发展，中国在线旅游平台、移动支付等企业纷纷加速拓展海外市场，当下，我国移动互联网终端已覆盖用户出境旅游全场景，移动支付、智能翻译机、智能语音导航等技术的提升，提高游客海外旅游体验。

2012-2018年中国互联网用户及移动互联网用户规模



移动互联网终端覆盖用户出境游全场景



来源：CNNIC，艾瑞咨询研究院绘制。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院绘制。

中国在线出境游行业发展背景及影响因素 1

中国在线出境游行业发展现状 2

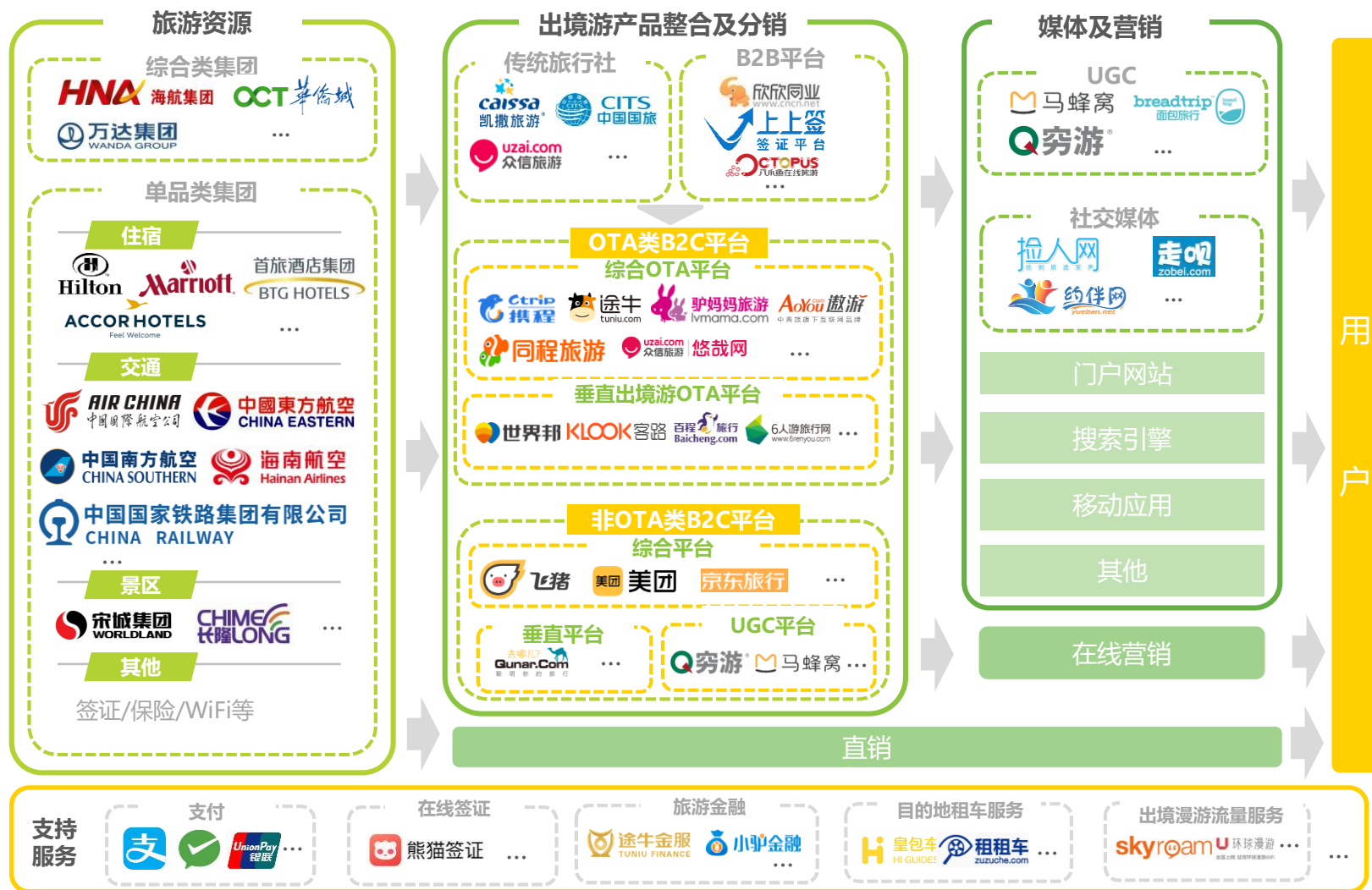
中国出境游客出行消费行为洞察 3

中国在线出境游行业典型企业分析 4

中国在线出境游行业发展趋势及建议 5

中国在线出境游行业产业链图谱

2019年中国在线出境游行业产业链图谱



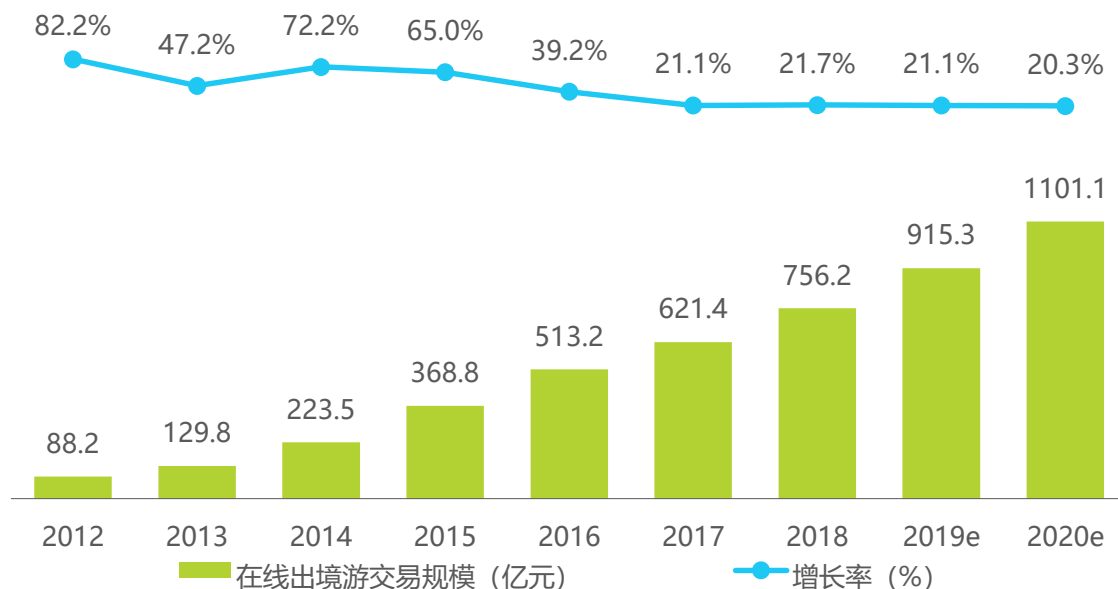
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国在线出境游行业规模

在线出境旅游规模保持稳定增长态势，未来发展空间广阔

2018年中国在线出境旅游行业交易规模达756.2亿元，相较于2017年增长21.7%。尽管目前部分出境旅游目的地受到阶段性政策的限制，但不会影响出境游市场稳定增长的整体形势，未来中国在线出境游市场仍会处于稳定增长发展态势。

2012-2020年中国在线出境游行业交易规模



注释：中国在线出境旅游市场指通过互联网、移动互联网及电话呼叫中心等方式在旅游平台上预订相应出境旅游度假产品出游的市场，行业交易规模包含跟团游、自助游、单品门票、WiFi等旅游产品的交易额。

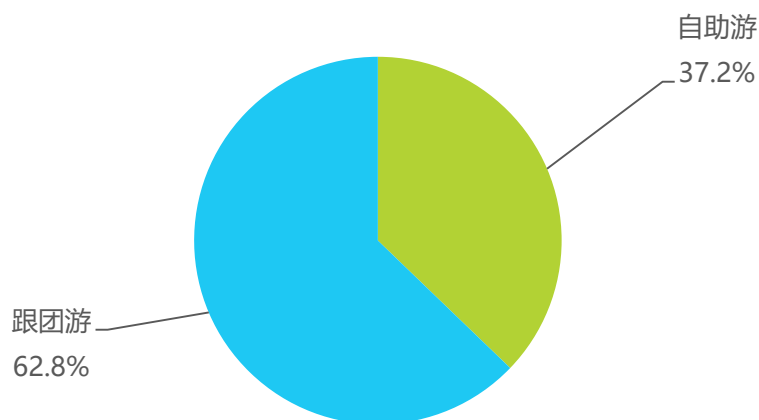
来源：综合上市公司财报，企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国在线出境游市场结构

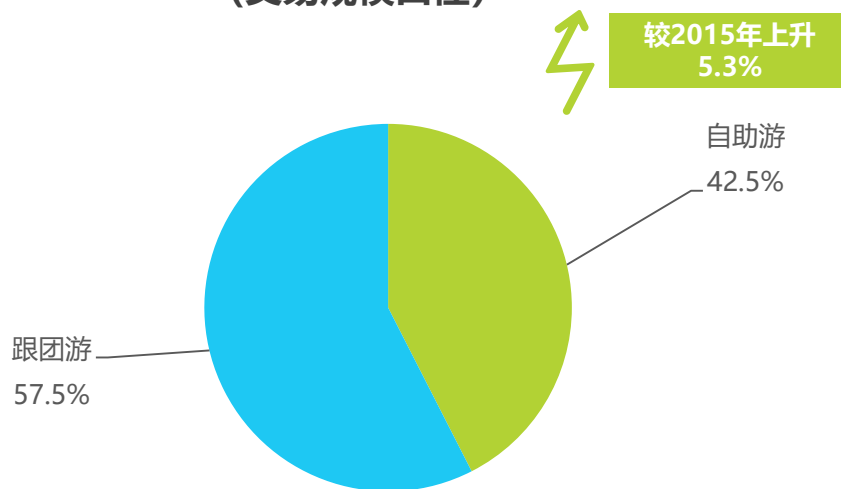
在线出境自助游市场增长显著

2018年中国在线出境游市场中，自助游的交易规模占比42.5%，相较于2015年提升了5.3%。现阶段，80、90后成为出境旅游的中坚力量，他们更注重出游体验，愈发追求个性化的旅行方式，艾瑞分析，未来以“机+酒”为切入点，结合目的地一日游、景区门票等碎片化的目的地商品将会愈发受到消费者欢迎。

2015年中国在线出境游市场结构 (交易规模口径)



2018年中国在线出境游市场结构 (交易规模口径)



注释：在线跟团游主要指游客通过在线方式向旅行社报名签约参加固定团期的旅行团，并必须参与到旅行社安排的旅游行程中的全部过程，食住行游娱购全部由旅行社安排，并且全程有领队及导游陪同，跟团游期间游客不能擅自脱团，旅行社应对跟团游行程中游客的整个过程中的安全问题负责。自助游包含自由行、半自助游、自驾游。

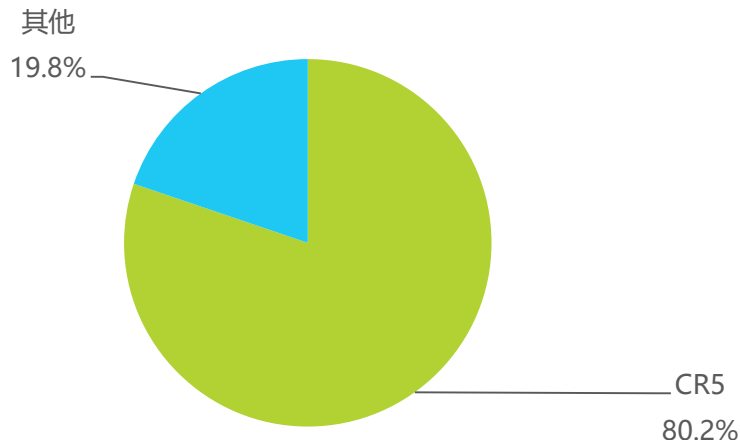
来源：综合上市公司财报，企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国在线出境游市场集中度

CR5达80.2%，行业头部效应明显

从市场集中度来看，2018年中国在线出境游市场集中度较高，TOP5在线出境旅游企业交易规模占比达80.2%，行业头部效应明显。未来随着自由行渗透率提升，头部OTA企业依靠其强大的流量资源和品牌影响力，依靠“机+酒”标准化产品实现流量变现，并且通过对海外目的地产品的深入布局，满足游客的长尾需求，行业集中度将会进一步提升。

2018年中国在线出境游市场集中度



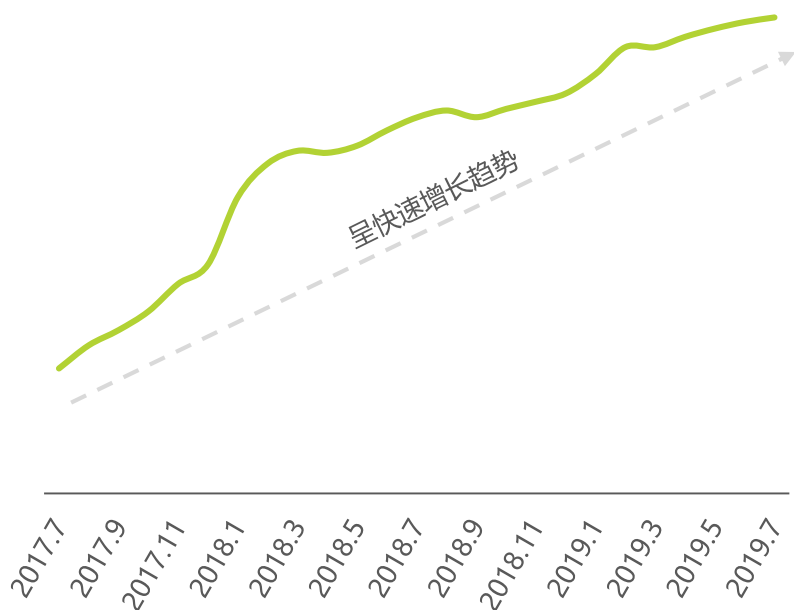
来源：综合上市公司财报，企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国在线出境游市场发展新变化

获客渠道多元化，短视频成旅游营销新方式

近两年，短视频用户数量呈现持续爆发式增长，短视频一跃成为众多内容形态中的“宠儿”。在短视频的广泛传播下，催生出众多热门旅游景点，“去网红城市打卡”成为当下旅游的新风向。随着互联网用户短视频使用习惯的逐渐养成以及旅游方式日趋多元，加之获客成本高企，一些在线旅游平台也抓住短视频的风口，拓展短视频内容形态的布局，旨在通过新渠道将流量直接引入自己的平台之上。相较于服装、日化等领域来说，旅游行业的短视频尚处于发展初期，未来随着短视频对旅游市场越来越强的影响力，短视频将成为旅游市场上强有力的营销手段。

2017年7月-2019年7月中国短视频APP月活变化情况



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

2019年中国部分在线旅游企业短视频布局

在线旅游企业	短视频布局	功能
携程	推出携程“旅拍”频道	鼓励用户产出优质内容，完成从流量渠道到内容驱动的转变
马蜂窝	增加短视频发布的“嗡嗡”功能	促进内容生态升级，进一步提高“内容+交易”闭环的效率
穷游网	全面升级旅行兴趣社交产品“Biu!”	满足旅行爱好者对于碎片化优质内容的需求，帮助供给侧获取用户需求从而更好地促达目标客群

来源：根据公开资料整理，艾瑞咨询研究院绘制。

中国在线出境游市场发展新变化

技术升级，游客出行场景数字化

在互联网+的时代背景下，科技进步和产业升级的速度不断加快。人工智能、云通信、大数据等技术在出境游领域不断的应用，改变了游客体验、消费和共享信息的方式；智能翻译机、随身WiFi境外服务产品更是解决了游客境外出行的痛点。现阶段，数字化服务已逐渐渗透到餐饮、住宿、交通、景点游览等各个环节中，并覆盖了游客出境游过程中的行前、行中、行后全场景。愈发便捷、智能的出境旅游服务，会为游客带来更为优质的旅游体验。

游客境外出行场景数字化



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

典型案例：支付宝智慧机场

数字化机场服务，极大优化中国游客出境游的起点和终点体验

对于出境游客来说，机场是一个特殊的出境游消费场景。一方面，这里是旅行的起点和终点；另一方面，这里也是集结免税购物、退税买单的“最后一公路”。作为全球领先的独立第三方支付平台，支付宝实现了在机场场景的数字化覆盖：至今已有35个国家和地区的85个境外机场，可实时退税到支付宝，同时可以用支付宝来解决从购物到就餐，从退税到交通等全方位消费。支付宝的智慧机场服务为游客和商户都提供了巨大的便利。

对于中国游客来说，在国内熟悉的生活方式被延展到境外。用支付宝出境落地后，也能不带钱包扫码支付（支持花呗和余额宝）、实时退税，甚至在境外一个APP就能实现一站式中文打车，在便利的同时也大大提高了出境游的信心；对于机场及商家来说，接入支付宝不仅可以提高结算效率让买单更快，也能通过支付宝上的「惠出境」平台发放电子优惠券，从行前到行中甚至行后多环节建立起用户黏性，一个APP上实现的数字化营销，让境外商家和中国游客实现了更精准的连接。

支付宝「智慧机场」便利中国游客境外消费



支付宝「智慧机场」优化境外商户更好服务

提高结算效率，激发中国游客的消费意愿

- 全日本几十个机场（如关西、成田等国际机场；佐贺、熊本等本地机场），几乎全都已经接入了支付宝。接入后，机场方面感受到了中国式移动支付带来的变化：一是大大缩短了收银结算的时间；二是通过无现金/无签字的收银方式，改善了收银工作的流程；三通过支付宝APP上的惠出境平台，可就近发线上电子优惠券和锦囊红包，大大提高了中国游客的到店率和客单价。
- 加拿大温哥华机场全面覆盖了蓝色二维码，支付宝成为这个“北美最佳机场”里唯一的中国移动支付方式。这里**90%**的店铺销售额，都来自于**支付宝**；其中Dufry免税店预计2019年的全年销售额**比去年有望提升1.5倍**。

管理行前、行中、行后用户画像，让服务更精准

- 支付宝「惠出境」平台，还可以帮助机场商户，在中国游客到来前，提前告知和触达。对于用户的行前、行中、行后建立消费画像，从而一起来制定对于来客的未来促销活动方案及专属优惠。
- 支付宝还有小程序方便中国人的出境游，其中境外热门商家小程序定向准确。比如泰国的王权免税店小程序，就能方便中国游客提前领优惠券+预订抢手货。泰国王权免税店自2016年就接入了支付宝，其中仅机场的王权免税店交易额就**提高10%**。

来源：根据公开资料整理，艾瑞咨询研究院绘制。

中国在线出境游行业发展背景及影响因素 1

中国在线出境游行业发展现状 2

中国出境游客出行消费行为洞察 3

中国在线出境游行业典型企业分析 4

中国在线出境游行业发展趋势及建议 5

研究内容

Part 1 典型出境旅游人群刻画

基于年龄、性别、职业等自然属性和出游行为进行交叉分析，对出境旅游人群进行分类，并针对典型人群的出境旅游偏好及消费行为进行进一步分析，总结典型人群的出境旅游特点。

Part 2 出境游客消费行为洞察

主要从行前规划、行中消费、行后评价三个部分，分析游客出境旅游前的出游信息查询预订、办理签证、出游方式等，境外旅行途中的食住行游娱购六大消费行为以及旅游后对行程的评价及推荐程度。

研究设计

- **调研时间**：2019年8月-2019年9月
- **样本来源**：艾瑞iClick在线调研社区
- **样本甄别条件**：最近一年有出境旅游的用户
- **有效样本数量**：2444

名词解释

- **TGI**：即Target Group Index（目标群体指数），可反映目标群体在特定研究范围(如地理区域、人口统计领域、媒体受众、产品消费者)内的强势或弱势。
- **计算方式**：TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100
- **TGI指数意义**：TGI指数表征不同特征用户关注问题的差异情况，其中TGI指数=100表示为平均水平；TGI指数 > 100，代表该类用户对某类问题的关注程度高于整体水平；TGI指数 ≥ 105时，表示该指标具有明显优势；TGI越高，优势越明显。



中国出境游典型人群刻画

- 高收入群体：有钱有闲，注重体验
- 旅游背包客：无拘无束，玩乐最重要
- Z世代青年：敢闯敢花，旅游生力军
- 出境女游客：爱买爱美，时尚达人

高收入群体：有钱有闲，注重体验

80后职场骨干，出游品质最重要，年均出游2.4次



人群属性：男性居多，已婚者为主，职场中坚力量

- 80后人群占比55.0%
- 男性占比69.0%
- 已婚用户占比84.1%，其中已婚有子女人群占比75.3%
- 中层及以上管理人员占比33.8%
- 家庭月平均收入30000元以上游客占比66.4%

出境消费行为：高消费，注重出游品质，爱买奢侈品，数码发烧友

- 出境旅游消费在2万元以上游客占比61.6%
- 选择米其林推荐餐厅就餐的游客占比39.2%，TGI=154.1
- 选择五星级酒店住宿的游客占比38.2%，TGI=160.1
- 63.9%的游客购物花费超1万元
- 29.1%的游客会购买奢侈品，TGI=148.3；25.0%的游客购买数码产品，TGI=120

出境旅游偏好：出游频次高、爱长线出境旅游、注重旅游体验

- 出境旅游一年两次以上占比61.6%
- 45%的游客以自由行方式出境旅游
- 去欧洲旅行的游客占比38.3%，TGI=137.3；去澳新旅行的游客占比30.9%，TGI=150.6
- 11.5%的游客选择定制游；出境旅游是为了休闲度假以及感受旅游目的地的文化和生活方式
- 喜欢自然风光和历史古迹
- 爱逛艺术馆和博物馆（人群占比44.9%，TGI=121.3）

样本：N=515，月收入 > 15000元，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

旅游背包客：无拘无束，玩乐最重要

自在洒脱无束缚，我的行程我做主，购物观光两不误

★ 人群属性：80、90后，中等收入，未婚/已婚无子女

- 80、90后人群占比78.7%
- 个人月收入5000-10000元人群占比46.5%
- 22.9%的游客为未婚人士，TGI=111.6
- 男性：女性=6：4

★ 出境旅游偏好：喜欢提前规划旅游路线，爱去港澳台以及周边国家，喜欢住民宿，偏爱都市观光景区及主题公园

- 51.1%的游客会提前至少1个月的时间规划旅游路线
- 出境喜欢去港澳台地区以及周边国家，欧洲也是他们较为偏爱的目的地
- 购物和风景气候是他们选择目的地着重关注的两个方面
- 出境旅游喜欢住在民宿/客栈（TGI=119.7）
- 喜欢都市观光及主题公园类景区
- 选择独自出游的自由行人群TGI=132.1



★ 出境消费行为：实用主义者，购物消费注重性价比

- 60.7%的游客出境花费在5000-20000元
- 喜欢购买化妆品（TGI=116.6）、日用品（TGI=110.6）、食品（TGI=107.5）
- 在住宿和交通出行上花费最多
- 在境外购物的原因主要为价格便宜以及质量有保障

Z世代青年：敢闯敢花，旅游生力军

“逛吃逛吃”的旅途，才是境外旅游的意义所在

人群属性：未婚人群，企业白领，女性居多

- 女性占比52%，TGI=126.2
- 未婚人群占比达42.7%，TGI=208.2
- 企业一般管理人员及普通员工占比61.6%
- 月收入在5000-10000元之间的游客占比49%



出境旅游偏好：说走就走，喜欢去“更远方”，易受新鲜事物影响，爱去境外名校打卡观光

- 1个星期内选定出境旅游目的地的人群TGI=108.8，其中提前4-7天选定目的地人群TGI=150.9
- 最常去亚洲地区，但澳洲（TGI=131.1）、美洲（TGI=139.0）、非洲（TGI=150.9）也是他们喜欢的旅游目的地
- 他们经常从短视频/直播、社交平台上获取旅游信息
- 影视剧和体育赛事也是影响他们选择旅游目的地的主要因素
- 除休闲观光和度假外，医疗美容和观看大型赛事也是他们出境旅游的主要目的
- 除观赏自然风光和都市景观以外，大学名校也是他们打卡的地点
- 爱参加户外探险活动

出境消费行为：敢花钱，爱购物，住在哪里不重要，吃好喝好最重要

- 出游花费超2万元的游客占比28.1%，购物花费超过1万元的游客占比36.5%
- 对出游住宿要求不高，经济型酒店、汽车旅馆、青年旅舍、民宿都可以接受
- 对于“吃”很重视，30.9%的游客会选择去米其林推荐的餐厅就餐
- 出游爱购买珠宝首饰、奢侈品和数码产品

样本：N=841，Z世代青年指1990-2009年出生的人，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

出境女游客：爱买爱美，时尚达人

缺少“买买买”的旅途是不完美的



主力人群：90后单身girl，80后宝妈

- 单身女孩中，90后占比69.1%
- 已婚有子女人群中，宝妈占比58.1%



出境旅游偏好：爱自由行，出游准备充分，喜欢去主题公园，喜欢分享出游经历

- 提前3个月选定旅游目的地的游客TGI=112.7
- 自由行人群占比41.3%，TGI=102.5
- 社交平台是影响她们选定旅游目的地的主要因素，57.9%的游客通过社交媒体获取境外旅游信息
- 45%的女性游客出境旅游是为了消费购物，医疗美容（TGI=108.8）也是她们出境旅游的重要目的。
- 她们喜欢去主题公园类的景区游玩
- 她们喜欢在微信、微博等社交平台分享美照和出游经历



出境消费行为：喜欢购物，爱买化妆品、服饰珠宝和奢侈品

- 她们比较喜欢体验住民宿或者客栈
- 37.3%的女游客表示购物是本次行程中花费最多的部分
- 她们出境旅游时最爱购买化妆品、服饰鞋包、珠宝首饰和奢侈品
- 除国外商品种类齐全、价格便宜以外，帮人代购是她们出境购物的另一个主要原因

样本：N=1006，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。



中国出境游客消费行为洞察

➤ 行前预订

行中消费

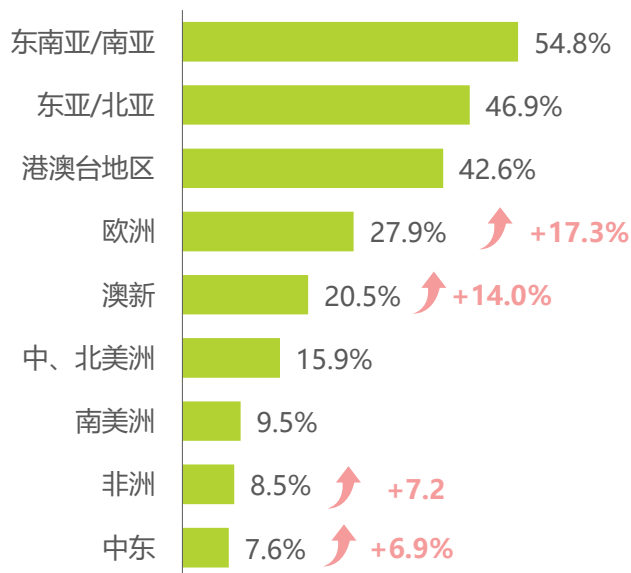
行后评价

出境旅游目的地选择

亚洲是出境旅游主要目的地，欧洲澳洲出境市场增速明显

艾瑞调研数据显示，日本、泰国、韩国等亚洲国家/地区是出境旅游主要目的地，随着消费不断升级，游客对出境旅游目的地选择愈发多元化，赴欧洲、澳洲旅游的用户有大幅的增长，同时非洲、中东等小众目的地开始崛起，成为中国出境游客的热门选择。

2019年中国出境游客旅游目的地所在区域



2019年中国游客出国旅游TOP10国家

TOP1	日本
TOP2	泰国
TOP3	韩国
TOP4	巴厘岛
TOP5	新加坡
TOP6	马来西亚
TOP7	澳大利亚
TOP8	英国
TOP9	新西兰
TOP10	马尔代夫

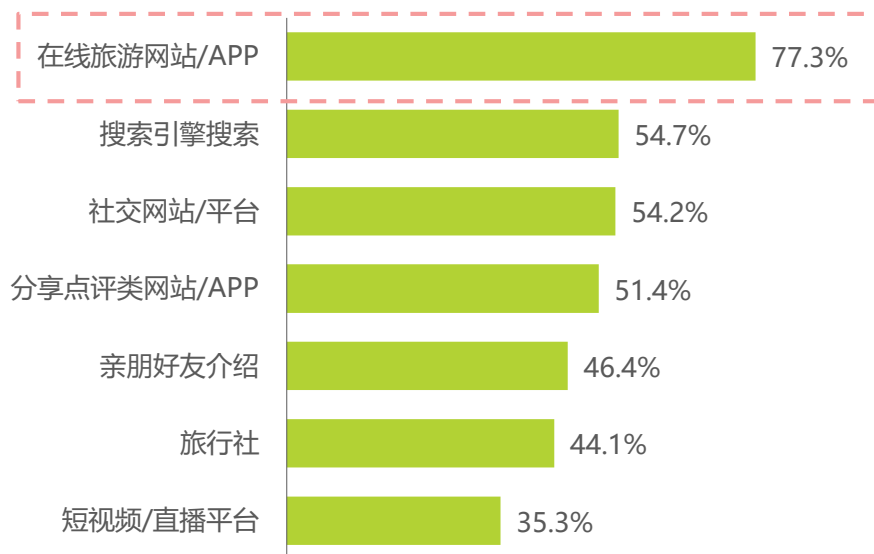
样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得；增幅数据根依据2018年5月艾瑞iClick调研数据计算而得。

出境旅游信息查询及旅游产品购买

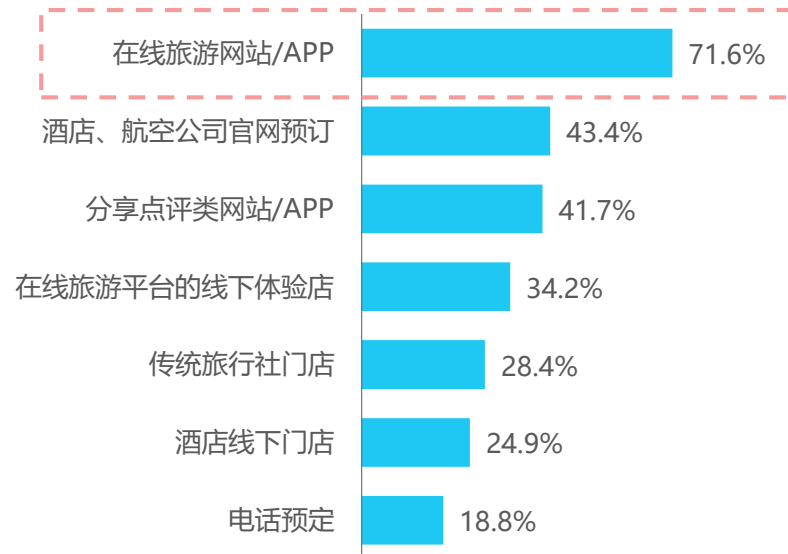
在线旅游平台是用户查询信息和购买产品的主要途径

在制定旅游计划时，用户最常通过在线旅游平台查询旅游相关信息，此外搜索引擎及社交平台也是他们获取信息的重要途径。在购买旅游产品时，线上是用户购买旅游产品的主要渠道，其中71.6%的用户会选择通过在线旅游平台购买。

2019年中国出境游客获取旅游信息途径



2019年中国出境游客购买旅游产品途径

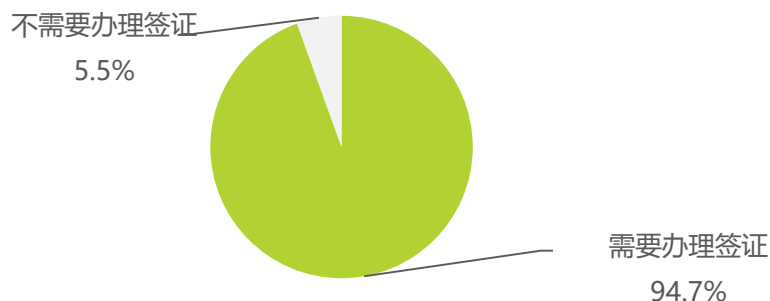


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

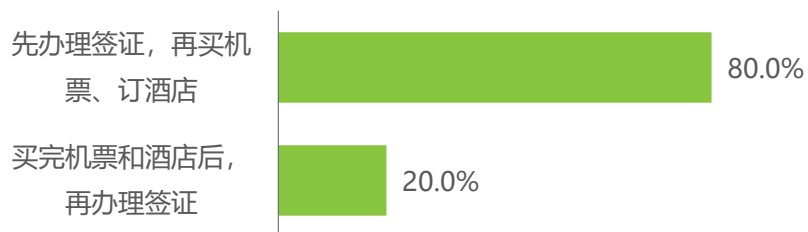
作为出境旅游第一步，近7成游客至少提前2个月办理签证

近年来，针对中国护照免签和落地签的国家和地区逐年增长，但大多数出境旅游目的地仍需要提交签证申请资料和受理程序。签证是出境旅游最基本也是最重要的第一步，八成游客表示在办理好签证以后，才会购买机票以及预订酒店。从办理签证的时间来看，由于办理签证需要经历提交证明材料、等待面试、领馆受理、出签配送等流程，办理时间较长，近七成的游客至少会在出发前2个月办理签证。

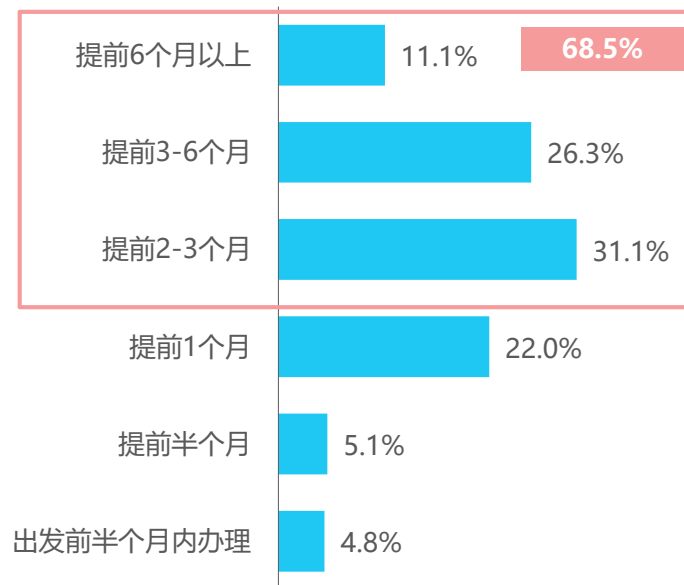
2019年中国出境游客签证办理情况



2019年中国出境游客办理签证及订票顺序



2019年中国出境游客办理签证的时间

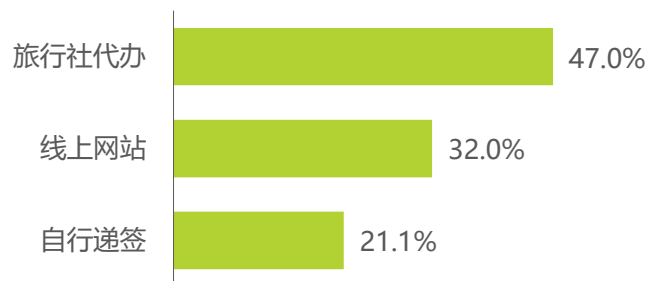


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

签证办理

找旅行社代办签证是主要的办签方式，可提供清晰明了的办签准备材料及流程是提高游客满意度的重要途径

2019年中国出境游客办理签证的方式



2019年中国出境游客办理签证的困难



2019年中国出境游客办理签证时担心的问题

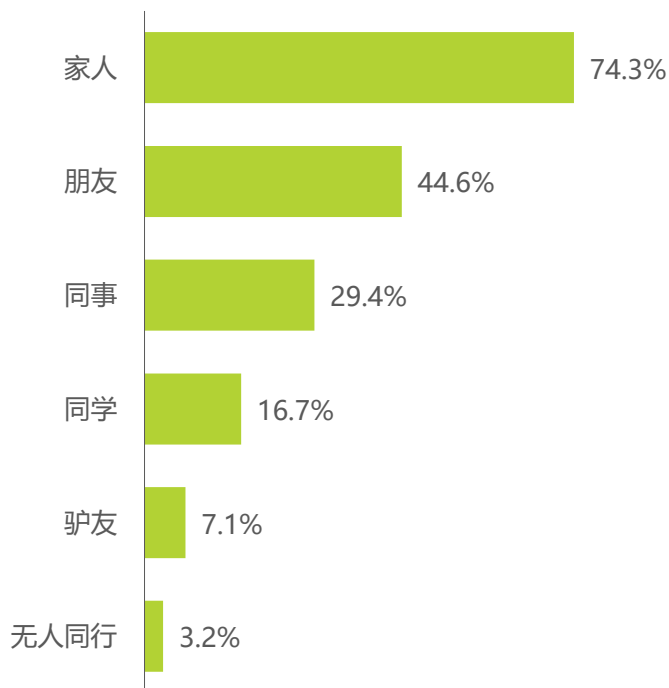


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

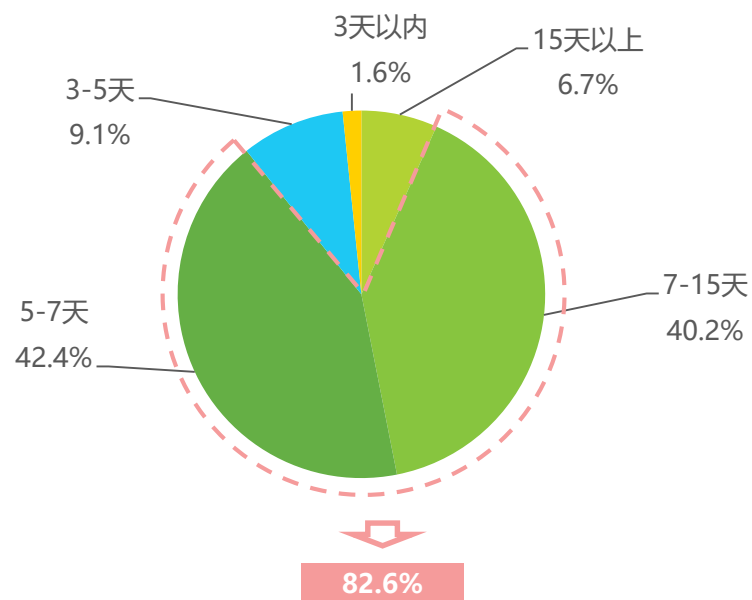
出游同伴及出游时长

最常跟家人一起境外出行，超八成游客出境旅游时长在5-15天之间

2019年中国出境游客出游同伴选择



2019年中国游客出境旅游形式

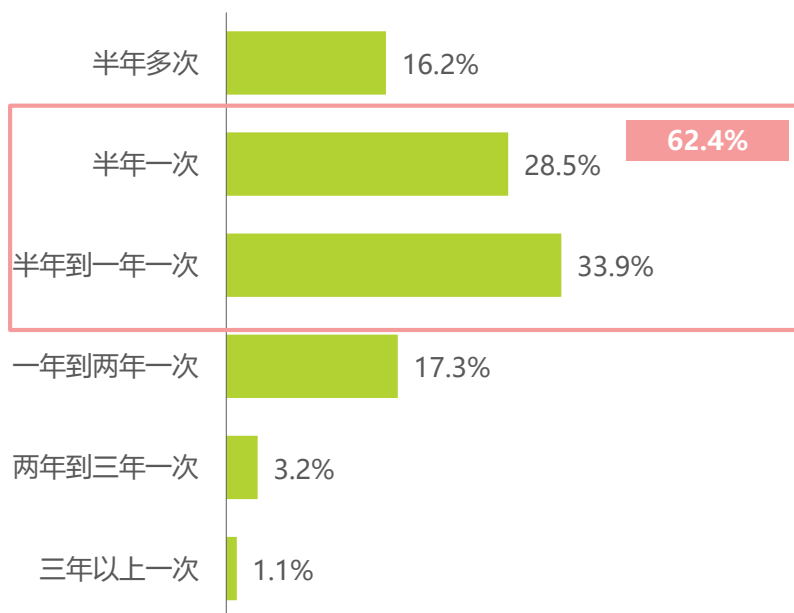


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

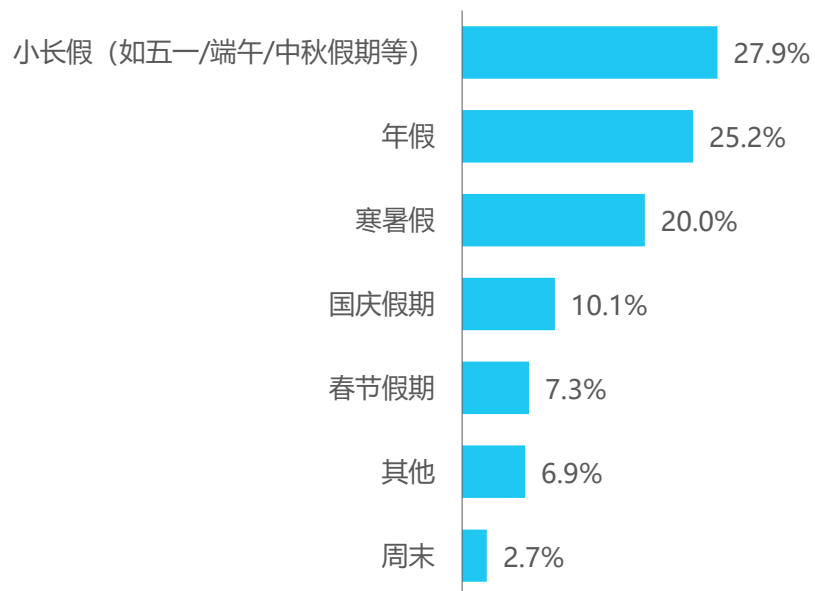
出游频次及出游时间

超六成游客年均出游1-2次，超半数游客选择在小长假或利用年假出境旅游

2019年中国游客出境旅游频次



2019年中国游客出境旅游时间

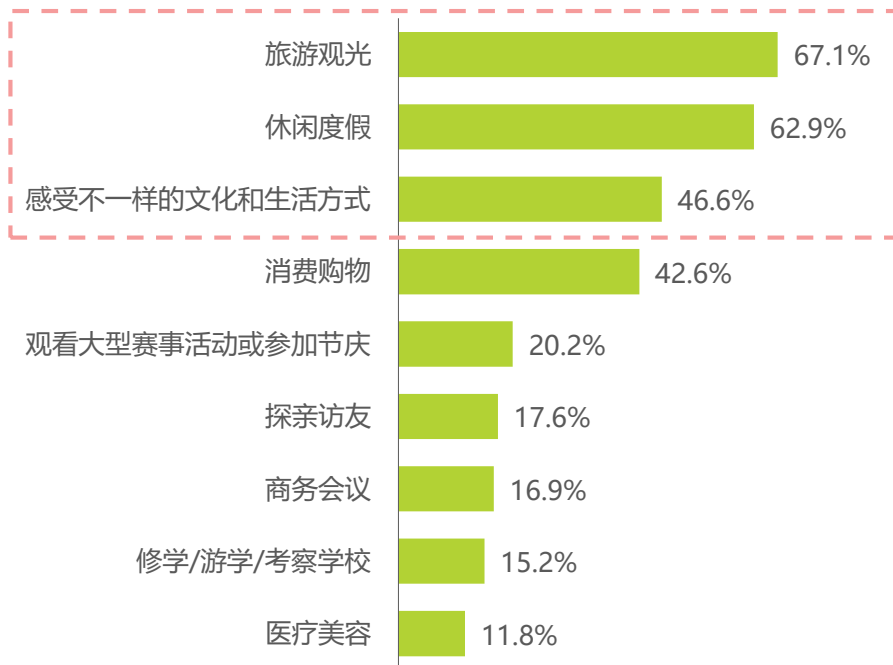


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

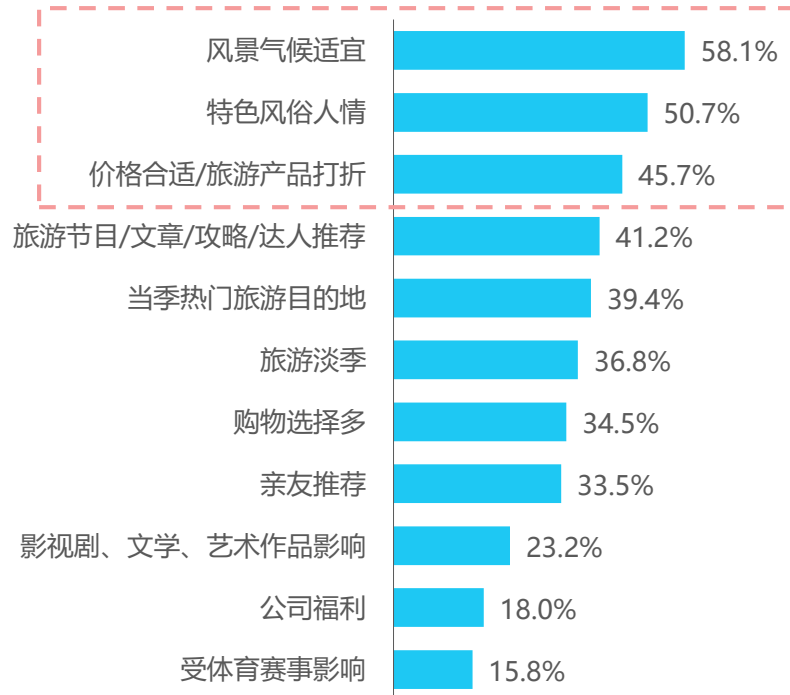
出境旅游目的及原因

观光和度假是游客出境旅游的主要目的，体验和感受境外目的地的风土人情成出境游“主旋律”

2019年中国游客出境旅游目的



2019年中国游客选择出境旅游目的地原因



样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。



中国出境游客消费行为洞察

行前预订

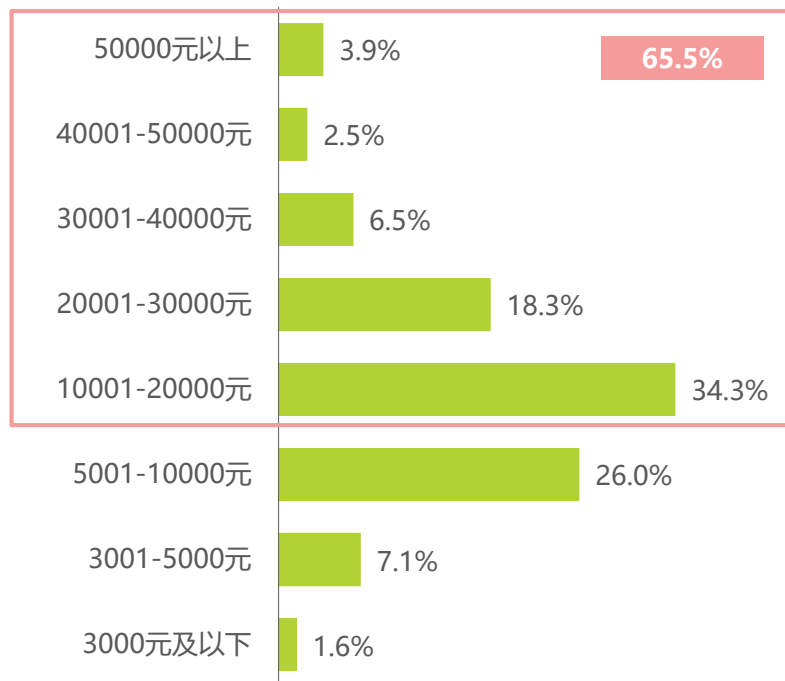
➤ 行中消费

行后评价

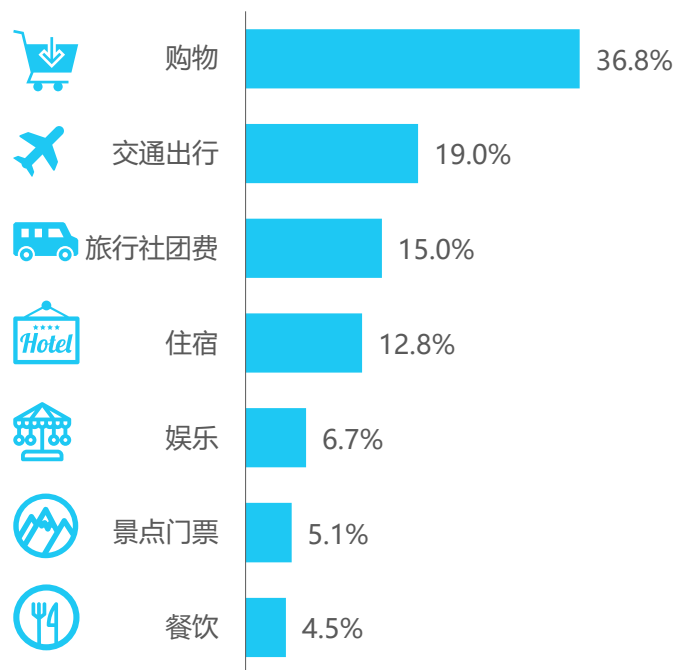
出游总花费

超六成游客出境花费在1万元以上，购物是出境旅游第一大消费支出

2019年中国游客出境旅游花费



2019年中国游客出境旅游花费最多的部分

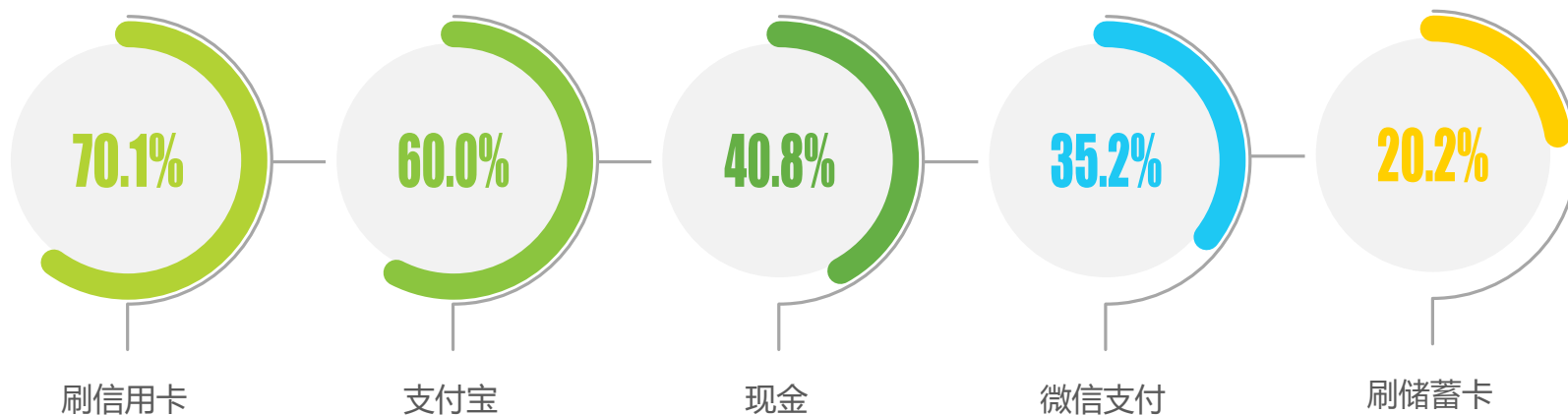


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

境外消费的支付方式

刷信用卡是游客境外消费时的主要支付方式，使用移动支付的游客多于现金支付

2019年中国游客出境旅游消费时的支付方式

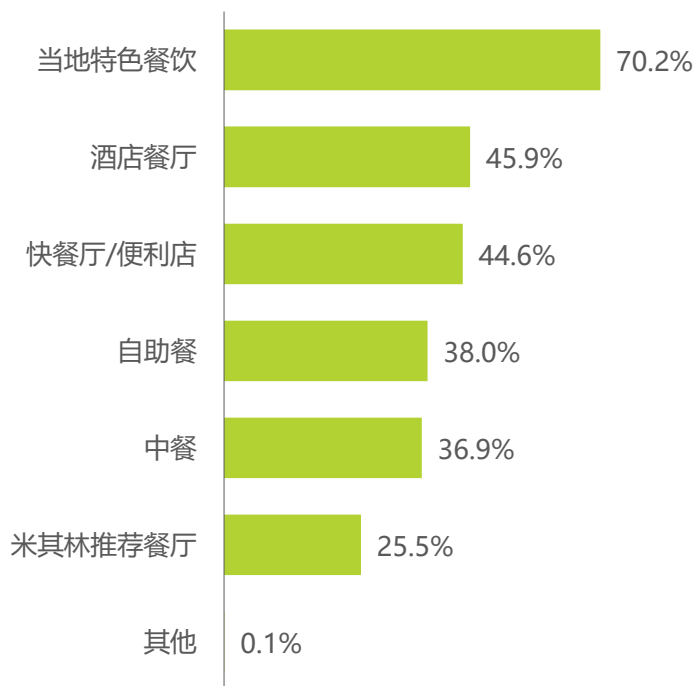


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

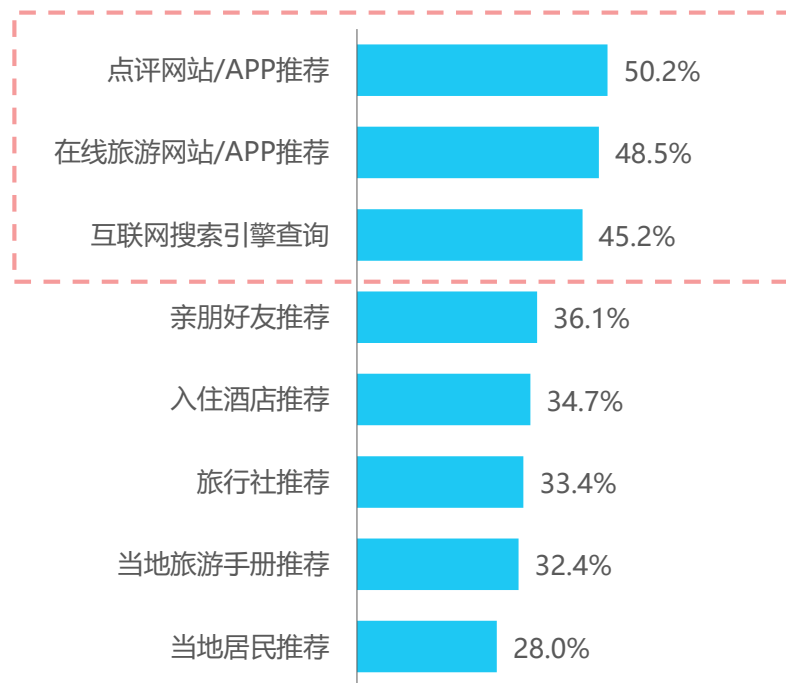
境外旅游时就餐类型

最为偏爱品尝当地特色餐饮，点评平台、在线旅游平台和搜索引擎是获取餐饮信息的主要方式

2019年中国游客出境旅游时选择的餐饮类型



2019年中国游客出境旅游时获取餐饮信息的方式

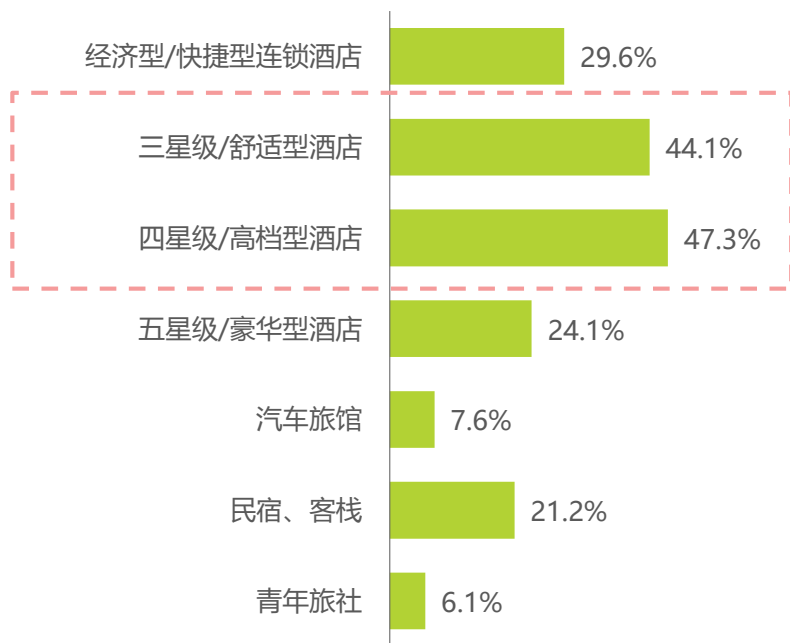


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

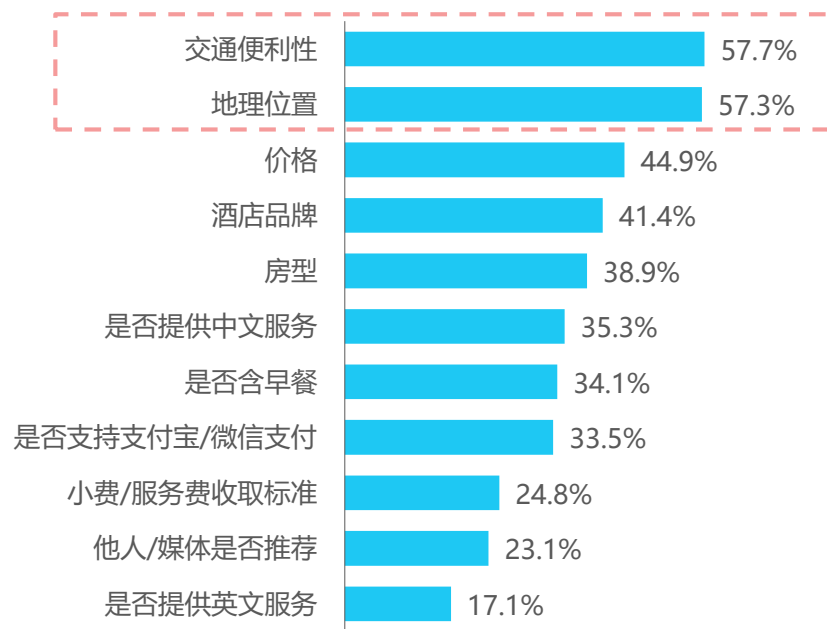
住宿偏好

出境游客最常住中高端酒店，选择酒店时最关注酒店的交通便利性及地理位置

2019年中国游客出境旅游时的住宿类型



2019年中国游客出境旅游选择酒店时的关注因素

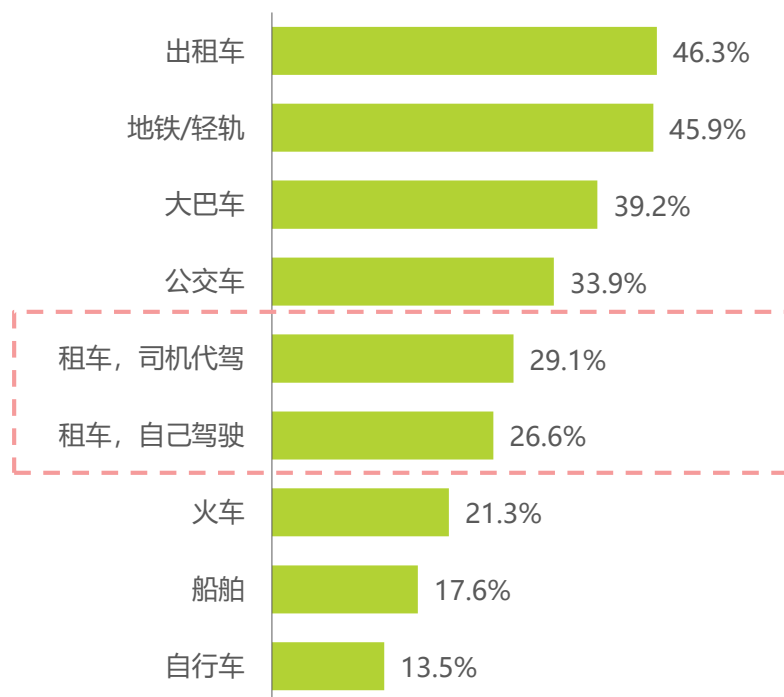


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

境外旅游目的地使用的交通方式

出租车等公共交通是游客最常用的交通方式，租车/自驾也比较受游客青睐

2019年中国游客在境外旅游目的地游览时使用的交通方式

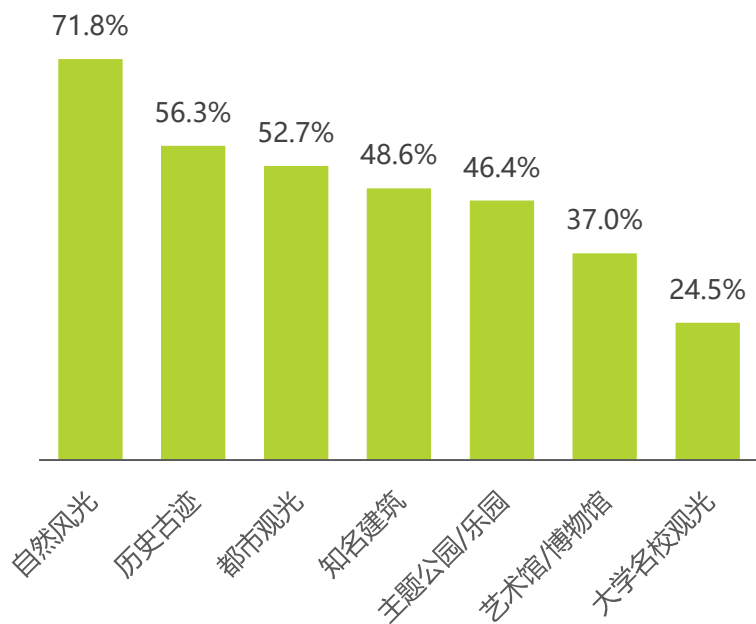


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

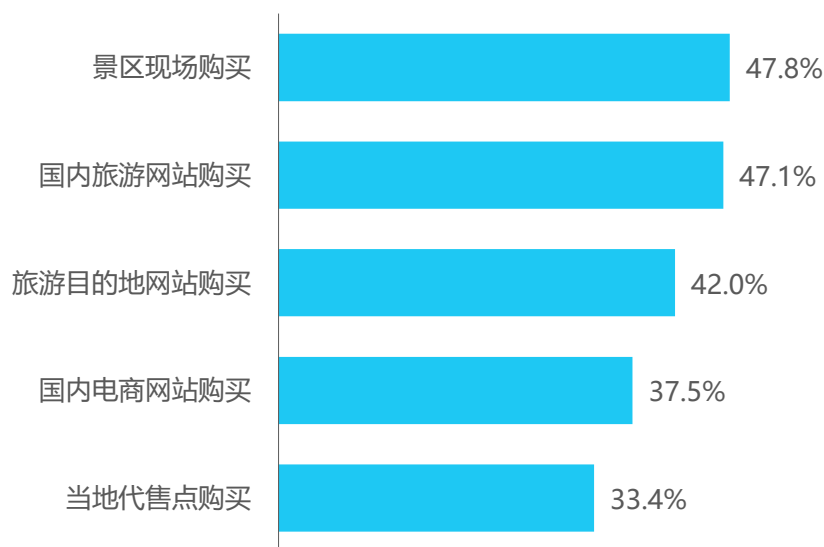
景区偏好

出境游客最为偏爱自然观光类景区；除线下购买景区门票以外，国内在线旅游平台也是其主要购票渠道

2019年中国游客境外景区游览偏好



2019年中国游客出境旅游时购买景区门票的渠道

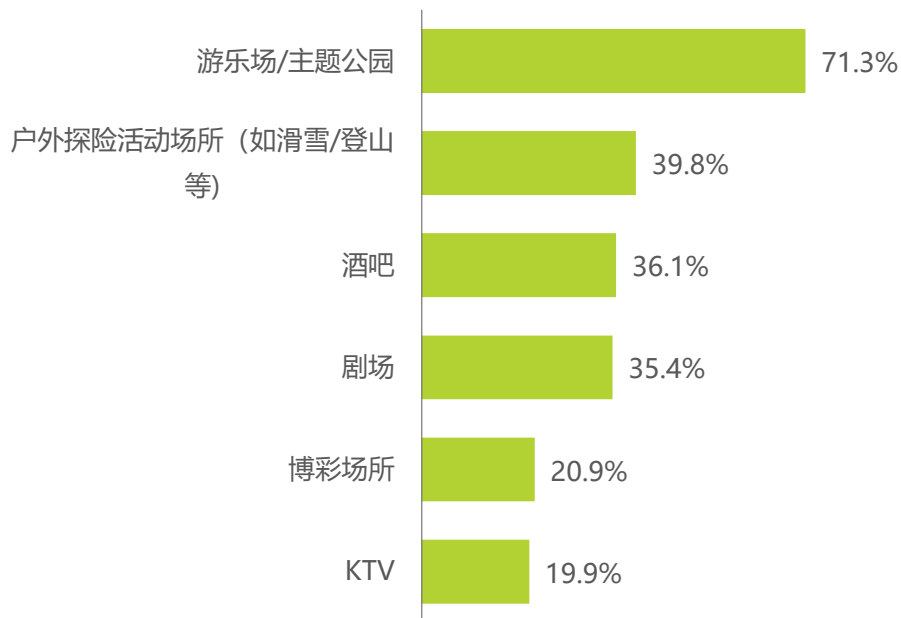


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

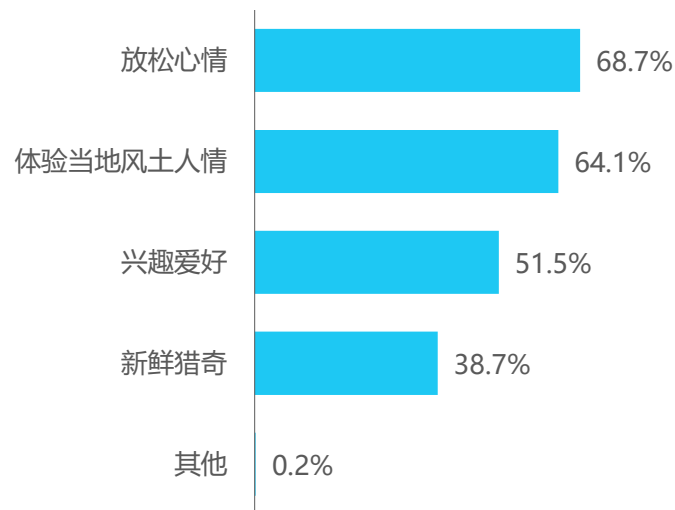
娱乐场所偏好及原因

游乐场及主题公园是出境游客最常去的娱乐场所，近七成游客参加娱乐活动是为了放松心情

2019年中国游客出境旅游时娱乐场所偏好



2019年中国出境游客参加娱乐活动的原因

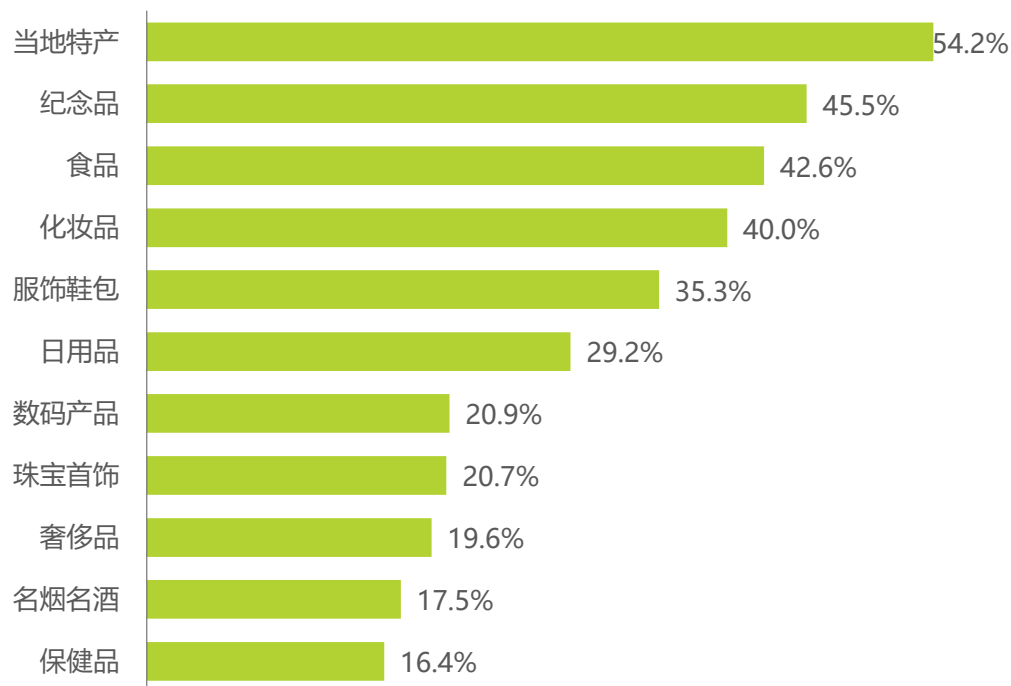


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

购物种类偏好

出境游客喜欢购买独具当地特色的商品

2019年中国出境游客境外购物品类

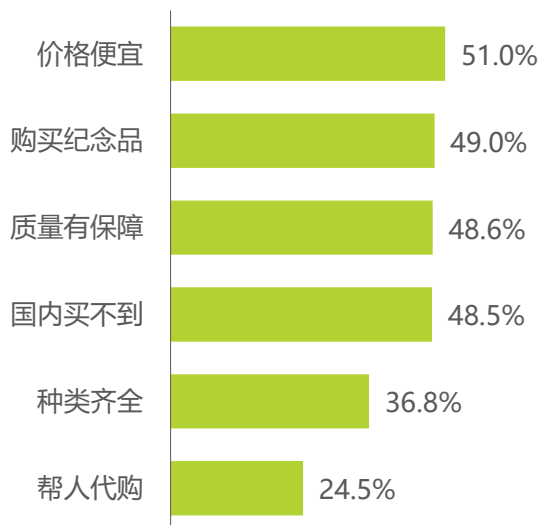


样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

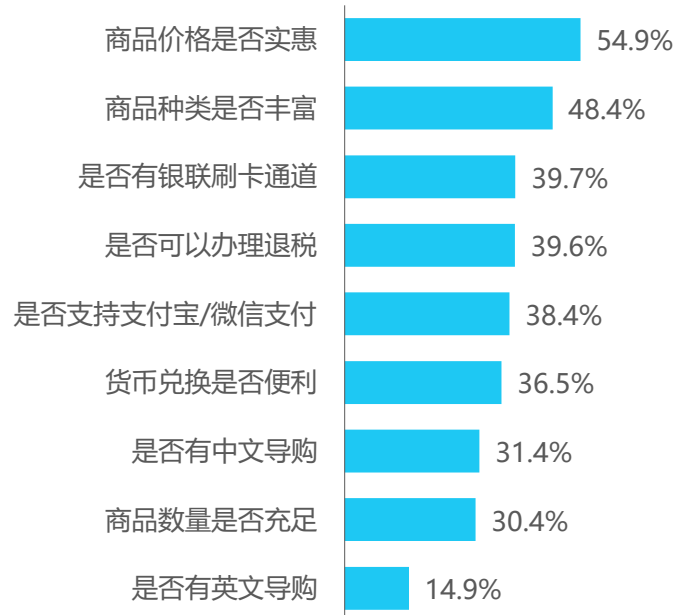
购物原因及关注因素

最为关注商品的价格和种类，支付方式和能否办理退税也是影响游客境外购物的重要因素

2019年中国出境游客境外购物的原因



2019年中国出境游客境外购物时关注的因素



样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。



中国出境游客消费行为洞察

行前预订

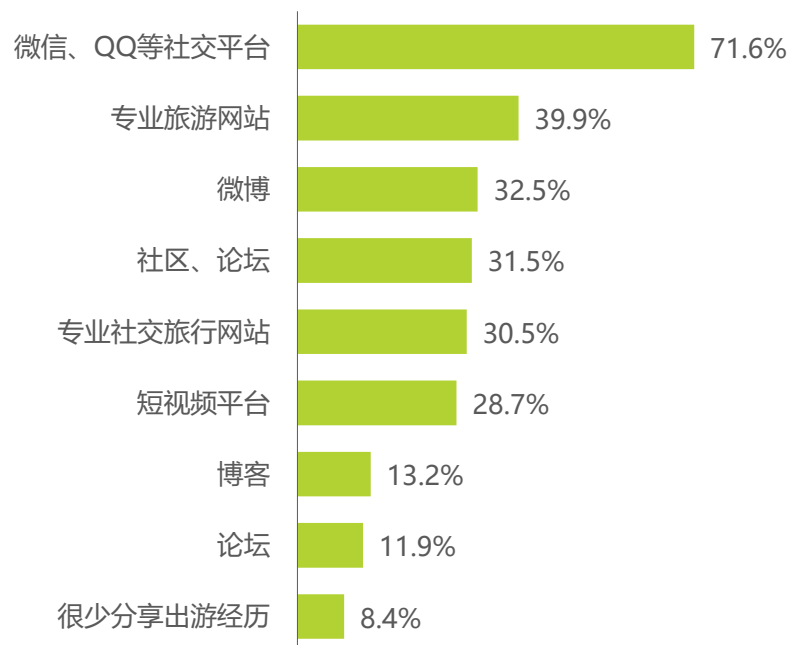
行中消费

➤ 行后评价

游后分享

绝大多数游客会分享出游经历，社交平台是他们最常用的分享渠道

2019年中国出境游客分享出游经历的渠道



样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

满意度及推荐度

游客对出境旅游的满意度较高，重游意向及向亲友推荐的意向较大

2019年中国出境游客的满意度、推荐度及重游意向



样本：N=2444，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

中国在线出境游行业发展背景及影响因素 1

中国在线出境游行业发展现状 2

中国出境游客出行消费行为洞察 3

中国在线出境游行业典型企业分析 4

中国在线出境游行业发展趋势及建议 5

综合在线旅游平台：携程

产业链纵横并购，整合全球资源，打造出境旅游服务生态圈

近年来，随着“全球化”战略的实施，携程通过并购和投资的方式，加大海外旅游资源的整合。横向上战略投资/收购途风、MakeMyTrip等旅游企业，建立起庞大的在线旅游网络体系；纵向则覆盖境外用车、旅行社、餐饮预订等多领域，并顺应旅游本地化、碎片化趋势，布局全球玩乐平台，为旅客提供门票、一日游、包车游等多种目的地玩乐服务，打造出境旅游服务生态圈。

携程的国际化布局



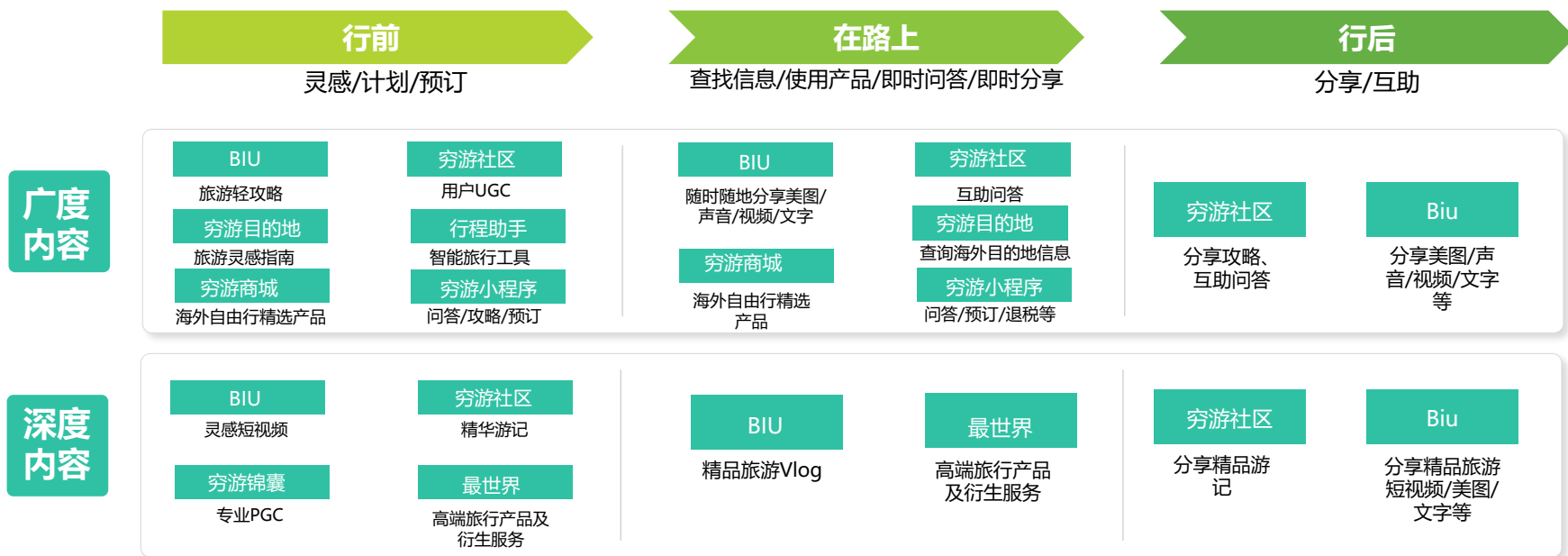
来源：根据公开资料整理，艾瑞咨询研究院绘制。

全球旅行生活分享平台：穷游网

发力自由行市场，“内容攻略+行程工具+产品交易”打通旅游消费决策闭环

穷游网是国内领先的出境旅游社区之一，专注出境自由行，以海量 UGC+PGC 旅行社区为基础，提供出境游旅行指南和旅游攻略、问答交流平台；并借助旅游社区的流量优势，提供签证、保险、机票、酒店、租车及旅游周边产品，同时基于用户需求，提供自营个性化产品。目前，穷游已推出穷游社区、穷游锦囊、Biu、行程助手、穷游目的地、最世界、穷游商城、穷游小程序等产品矩阵，以行前引导、行中推荐、商城促销、优惠机制等方式打通旅行者决策闭环，通过“内容攻略+行程工具+产品交易”，全方位满足用户旅行需求。

穷游网“内容+工具+交易”打通旅游消费闭环



来源：根据公开资料整理，艾瑞咨询研究院绘制。

中国移动支付名片：出境都用支付宝

五年内小目标：让中国人出境游也能不带钱包

伴随中国人出境游的脚步越走越远，中国游客也把中国的移动支付带到了全世界。作为最早做境外支付的中国移动支付名片，支付宝的境外线下支付，已覆盖超过55个中国人出境游的热门国家和地区，用数字化的解决方案，一部手机连接起了境外商户和中国游客。

支付宝蓝色二维码，接入了吃喝玩乐、交通出行等等全球数十万家各类境外商户，涵盖餐饮、超市、百货、便利店、免税店、主题乐园、海外机场、退税、打车等出境游全场景，还能用花呗先付后享。对于中国游客来说，无所不能、无所不在的支付宝，还能在超过35个国家的85个国际机场和3个国际码头实时退税，大大解决了以往出境游消费退税时间慢或到账不及时“老大难”。

除了让境外消费更简单，支付宝也让境外出行更便利。目前，支付宝接入了20个国家和地区的公共交通系统，还在10个国家的33个城市实现了用支付宝APP一站式中文打车，大大拓展了国人出境游的出行自由。把国人习惯的数字生活方式，充分带到了境外。

中国蓝色二维码的境外线下支付格局

境外线下支付
覆盖超过55个国家和地区 接入27种货币

- ◆ 作为最早做出境游的中国移动支付平台，支付宝的境外线下支付已覆盖超过55个国家和地区，接入27种货币。
- ◆ 支付宝最早做飞机上的移动支付，可在芬兰航空、国泰航空等三万英尺舱内，用手机买机上免税商品。

数十万家境外支付宝商户
覆盖衣食住行游购全消费场景

- ◆ 支付宝接入了吃喝玩乐、交通出行等等数十万家的境外各类商户门店，并支持花呗先享后付，还有锦囊红包等省钱优惠。
- ◆ 支付宝扫一扫涵盖到餐饮、超市、百货、便利店、免税店、主题乐园，海外机场、退税、打车等吃喝玩乐行的消费场景。

实时退税覆盖35个国家和地区
接入20个国家和地区公共交通系统

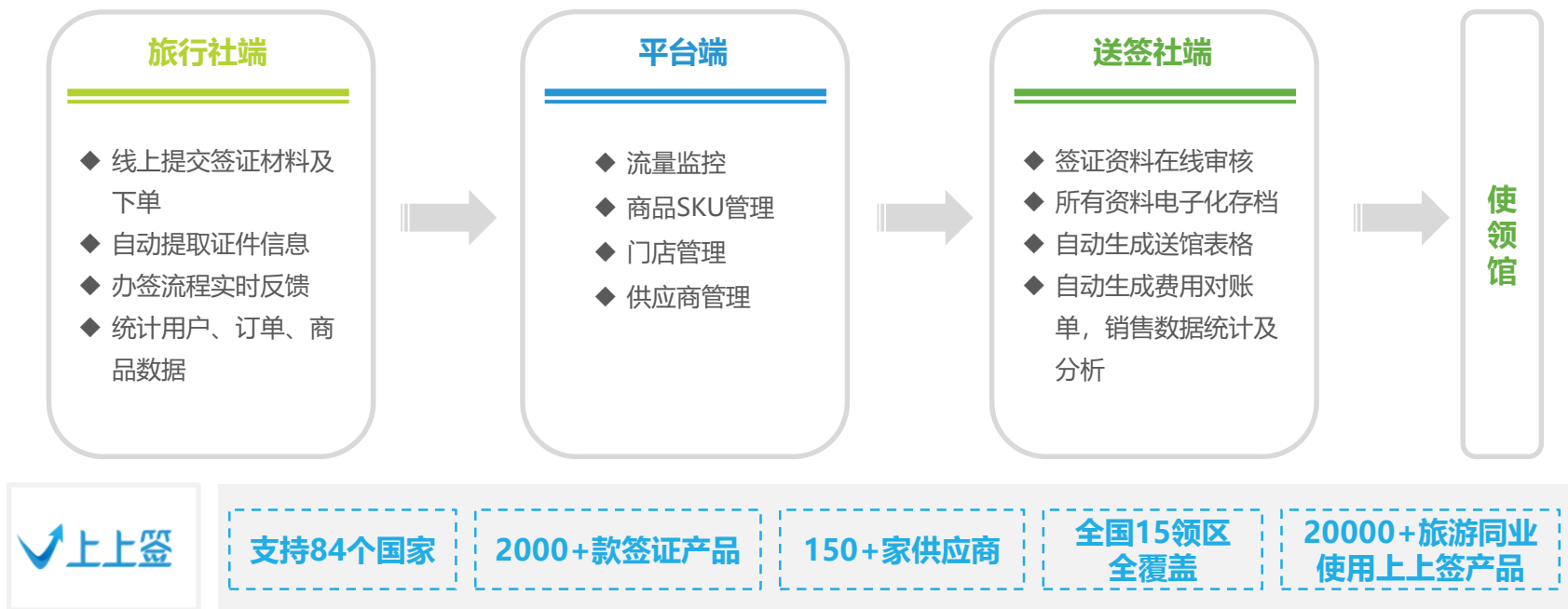
- ◆ 支付宝最早做手机上的境外退税，在超过35个国家的85个国际机场和3个国际码头，目前还能实时退税。
- ◆ 支付宝接入了20个国家和地区的公共交通系统。此外，支付宝上「境外打车」小程序还能一站式中文叫车，首批覆盖10个国家33个城市的5个主流打车平台。

AI智能签证服务平台：上上签

智能签证服务赋能旅游同业实现共赢

在消费升级背景下，我国居民出境旅游的人次和频率都在大幅提升，办理签证是出国旅游的第一步，也是流程复杂、沟通成本高、信息化程度低的环节。上上签作为国内首创的专业同业签证办理服务平台，运用技术手段将线下办签业务全面线上化，具体模式为上上签免费提供一套完整的操作系统：同业侧对接旅行社，供应链侧对接有送签资质的供应商及多国使领馆系统，用信息化、结构化平台连接前段消费者和后段供应商，从而简化办签流程、提升办签效率，解决传统办签的种种弊端。截至目前，上上签在全国有150多家供应链服务商，有2万多家旅游同业使用上上签相关产品，业务范围已覆盖全球84个主流国家及地区。

上上签的业务模式



来源：根据企业访谈及公开资料整理，艾瑞咨询研究院绘制。

AI智能签证服务平台：上上签

科技手段优化办签流程，提高签证办理效率

传统签证办理流程复杂，有着沟通效率低、无法实时查看签证进度以及申请不同国家签证需重复提交材料等痛点。上上签通过电子化签证系统和科技化手段，在解决传统签证办理痛点的同时，为送签社、同业旅行社和最终用户三方都提供了较大的便利。首先，对于送签社而言，签证资料能够在线审核、存档，一键审核后旅行社就能即时得到反馈；对于旅行社来说，上上签的OCR技术可自动识别证件照片信息、自动填写签证申请表，降低申请人和旅游同业之间沟通的成本和错误率，旅行社工作人员可以使用上上签的微信小程序随时随地接单，一键发送签证资料和营销页面给申请人，提高沟通效率；最后对于最终用户，所有的办签流程都可以全程在线了解、及时掌握，避免了反复人工交涉的繁琐，可实时掌握办签进度，提高用户的满意度。

传统签证办理痛点及上上签解决痛点的途径



上上签通过科技化手段解决传统签证办理痛点

提交材料简单准确	出签快，出签率高	材料可重复利用	办签流程实时追踪	签证品类丰富/价格优势
<ul style="list-style-type: none">◆ 首创OCR文字识别技术，自动识别证件照片信息、自动填写签证申请表◆ 支持签证申请人手机拍照上传，自动按照签证照片要求进行技术处理	<ul style="list-style-type: none">◆ 自动生成全电子签证材料◆ 自动预审资料，避免复杂低效的人工审核◆ 全程电子流管理，操作效率可提升6倍	<ul style="list-style-type: none">◆ 系统一旦上传用户资料信息会自动云端保留，二次使用申请其他国家会自动导出◆ 采用AES加密技术，有力保障数据安全，无资料泄露风险	<ul style="list-style-type: none">◆ 电子物流实时跟踪办签进度，出签、发货、拒签等重要通知会以微信、短信同步推送◆ 接入顺丰系统，客户可以享受便捷的顺丰即时上门收件服务	<ul style="list-style-type: none">◆ 平台有2000多款签证产品◆ 所有产品全部对接一手送签社办理，服务标准严苛，避免中间商差价，让同业能获得更优惠的采购价格以及更优质的采购渠道

来源：根据企业访谈及公开资料整理，艾瑞咨询研究院绘制。

中国在线出境游行业发展背景及影响因素 1

中国在线出境游行业发展现状 2

中国出境游客出行消费行为洞察 3

中国在线出境游行业典型企业分析 4

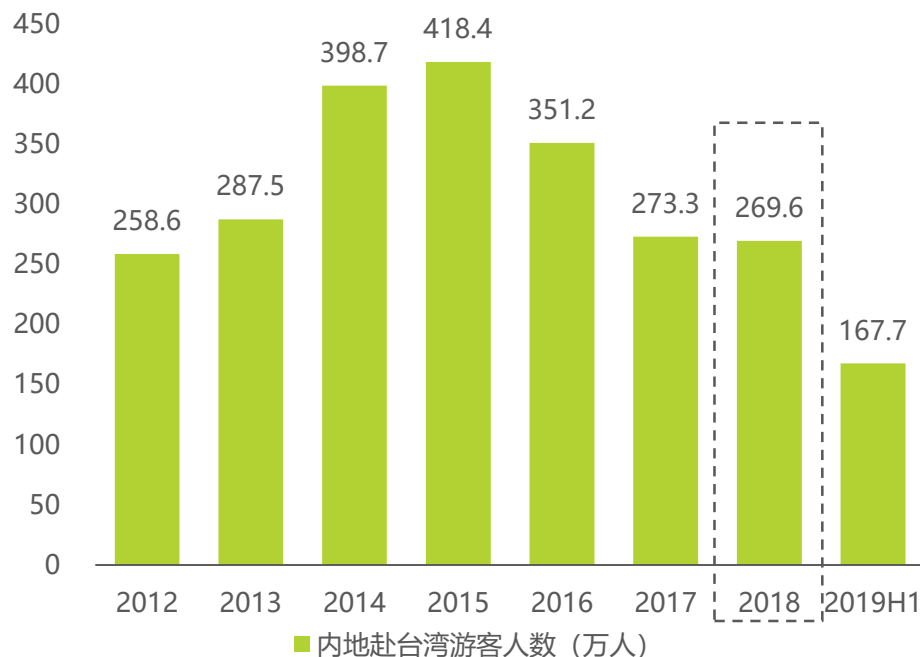
中国在线出境游行业发展趋势及建议 5

趋势1：境外旅游目的地

受取消个人赴台游影响，受限人群将会分流至日韩/东南亚地区

根据台湾交通部观光局数据，近年来内地赴台湾游客人数一直处于下降态势，2018年内地（大陆）赴台湾游客人数为269.6万人次，其中自由行游客人数占比达51.8%。2019年7月31日，国家根据两岸局势暂停了大陆台湾自由行个人签注，这将对台湾旅游观光业产生较大冲击。而原本计划前往台湾自由行的人群，一部分会转向国内旅游市场，一部分将会被分流至日韩、东南亚等旅游成本相近的周边国家，艾瑞预计未来一段时间内，日韩、东南亚等短线出境游市场将会大幅增长。

2012-2019H1内地（大陆）赴台湾游客人数



2018内地（大陆）赴台湾游客中 团客散客占比



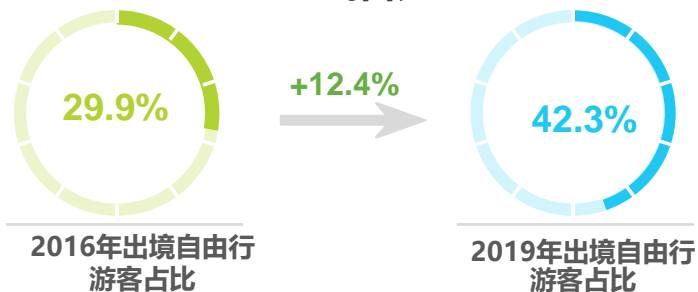
来源：台湾交通部观光局，艾瑞咨询研究院绘制。

趋势2：目的地服务

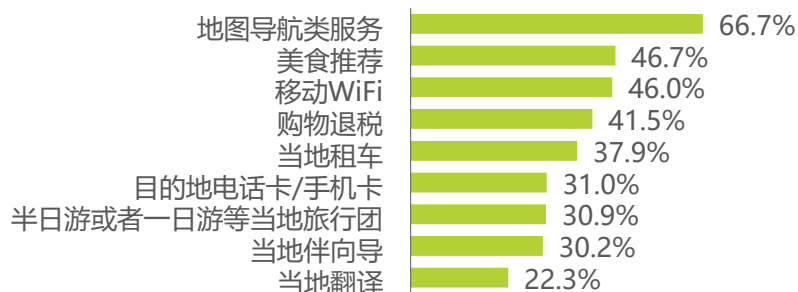
个性化需求凸显，目的地碎片化产品及服务将成为发展新机遇

随着旅游需求的日趋个性化和多元化，选择自由行出境旅游的人群日渐增多，旅游逐渐成为一种异地化的生活方式。除“机票+酒店”等标品外，游客对景区门票、当地租车、境外WiFi等“吃喝玩乐购”方面的碎片化服务需求越来越广泛，自由行和目的地即时预订将是大势所趋。因此，围绕游客在目的地的碎片式服务需求，加强异地化生活服务整合将是未来出境旅游企业的发力点。

2016年及2019年中国游客自由行出境旅游方式占比



2019年中国游客出境游目的地使用的产品/服务



来源：2016年：N=1003，于2016年2月通过艾瑞iClick调研平台获得；
2019年：N=2443，于2019年8月通过艾瑞iClick调研平台获得。

布局出境游目的地碎片化产品的优势

01

强化对目的地旅游供应链把控，扩大出境游产品品类

现阶段，出境游目的地碎片化旅游产品线上渗透率较低，目前尚为蓝海，布局目的地碎片化旅游产品可强化对目的地旅游供应链的把控，同时也可以有效地控制产品与服务的质量，降低旅游产品成本。

02

顺应自由行和即时预订趋势，满足游客“边走边订”的旅游需求

出境自由行旅游人群不断扩大，游客旅游过程中根据临时需求即订即用（如门票/酒店/境外WiFi等）的趋势增长显著，提供目的地碎片化服务可满足游客愈发增长的个性化需求。

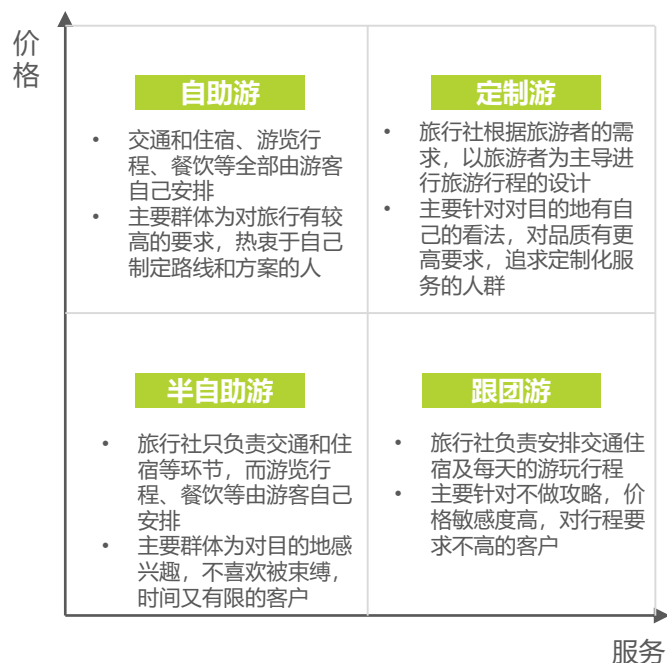
注释：旅游目的地碎片化产品指“机票+酒店”标准产品以外的吃喝玩乐购，包括景点门票、当地跟团一日游、当地租车、接送机、休闲娱乐、电话卡、WiFi等。
来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

趋势3：出境旅游产品

旅游消费升级将推动定制化出境游快速发展

随着生活水平的提高，国人出境旅游需求也在逐渐升级，游客在出境旅游支出上不断增加，对旅游品质及服务也愈发看重。常规的跟团游和自由行产品较难满足游客日益增长的高品质、个性化的出境旅游需求，定制游从用户需求的角度出发对出境旅游行程进行量身定制，既可以解决传统跟团游的行程固定、自由度低的痛点，又可以避免自由行中语言不通、规划路线耗时等问题，将成为出境旅游度假的热点。

定制游满足游客个性化及品质化需求，解决出境旅游痛点



➤ 满足游客个性化及品质化需求，解决出境旅游痛点

随着生活水平的提高及移动互联网的快速发展，游客对高品质、个性化出境游需求愈发明显；现下，80、90后已成为出境旅游的主要群体，爱自由、重体验已是他们的出游旅行的标签。定制游从用户需求的角度出发对出境旅游行程进行量身定制，既可以解决传统跟团游的行程固定、自由度低的痛点，又可以避免自由行中语言不通、规划路线耗时等问题。

强化境外旅游目的地资源整合及布局，重视长线出境游产品研发及内容营销

对在线出境旅游相关企业的运营建议

聚焦于境外旅游目的地产品，加强与境外目的地上游的资源供应商合作，扩充海外跟团游、自由行产品、当地玩乐产品线，满足年轻消费群体的碎片化产品需求。

深耕境外目的地上游资源供应链，强化目的地资源整合旅游产品布局

消费者出境旅游目的地距离在不断延长，在签证顺利、假期允许的情况下，消费者对长线出境游的诉求提高，长线出境游市场具有较大发展潜力，因此相关旅游企业应重视以欧洲为代表的长线出境旅游市场，加强相关产品布局。

长线出境游市场增长潜力大，建议加强长线出境游产品开发设计

- 出境旅游企业应洞察不同细分群体的出境旅游特点，营销时根据人群特点进行差异性营销（如针对高收入群体着重推荐定制旅游产品或高品质跟团游产品等）。
- 出境旅游群体趋于年轻化，年轻群体进行旅游决策时受线上化和新媒体影响较大，应着重加强短视频/直播营销及高质量KOL旅游攻略产出。

洞察细分人群出境旅游需求，重视内容引导游客出境消费

目的地资源链接与整合能力、服务能力是现阶段投资考量的重要因素

对在线出境旅游相关企业投资考量的重要指标

一级指标	二级指标	指标详解	指标意义	重要程度
所在市场	企业所在市场的规模	企业所在行业的营收规模、交易规模、用户数量	代表现有的市场容量	◆ ◆ ◆ ◆
	企业所在市场的增长空间	企业所在行业发展的驱动/影响因素	代表企业所在行业的发展潜力	◆ ◆ ◆ ◆
企业核心竞争力	企业背景/股东背景	资金及产业资源链接能力	代表企业可获得的资金支持及资源	◆ ◆ ◆
	团队（创始人及核心成员）	团队内成员的行业经验、人脉等	决定企业发展的长期稳定性	◆ ◆ ◆ ◆
	产业链上游资源的链接能力	企业对境外旅游目的地资源的链接及整合能力	影响企业的采购成本和毛利率水平	◆ ◆ ◆ ◆
	旅游产品的丰富程度	大交通、住宿、餐饮及当地玩乐的产品丰富程度	代表企业对消费者需求的满足能力	◆ ◆ ◆
	运营能力	企业的获客能力、用户活跃度等	代表企业对C端销售的稳定性	◆ ◆ ◆ ◆
	服务能力	企业对消费者的咨询、求助、投诉反馈等问题的解决	代表企业对现有客户的留存及潜在客户开发能力	◆ ◆ ◆ ◆
	资金优势/盈利能力	交易规模、营收规模、净利润等	代表企业的盈利能力及在行业中的地位	◆ ◆ ◆ ◆
其他	营销/信息传播	旅游攻略、短视频等内容的质量及KOL数量等	影响企业对旅游者行前和行后的覆盖程度及转化率	◆ ◆ ◆
	数据优势	积累和挖掘旅游者的行为、消费数据	帮助企业提高运营效率和营销准确度	◆ ◆ ◆

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好地为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

