

君诗妙处吾能识，正在山程水驿中

中国出境游用户分析图鉴专题分析2018

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





分析定义及分析范畴

- 本专题分析中定义的出境游指出发地为中国大陆，目的地为或其他国家的度假旅游（包括港澳台地区）。
- 本分析主要针对2018年度中国出境游市场发展情况进行分析，并解读出境游用户的画像及需求态势。
- 涉及的关键字为：出境游、自由行、跟团游、出境游用户、出境游产品。
- 分析的国家 and 区域主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。



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、用户分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，用户人口学特征及行为特征。
- 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。



数据说明

- 易观干帆“A3”算法升级说明：易观干帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观干帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：
 - 1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”；
 - 2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等；
 - 3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

目录

CONTENTS

- 01  | 中国出境游市场概况分析
- 02  | 中国出境游用户画像
- 03  | 中国出境游用户驱动的产品升级
- 04  | 中国出境游市场发展趋势预测

PART 1



中国出境游市场概况分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

国际接受度提升、经济增长和技术创新多重利好促进出境游发展

中国护照含金量持续提升，国际社会对华签证政策友好

- 2017年中国内地居民有效因私普通护照持有量已达1.29亿本
- 2019年最新的亨氏护照指数显示中国护照的免签落地签国家数量达到74个，排名从85名上升到69名，护照含金量持续提升。
- 外交环境：中国与欧洲外交环境良好，2018共建“中欧旅游年”增进与俄罗斯友好往来、与东欧多国加强合作，签证政策趋于简化和宽松。
- “一带一路”持续带动中国与经济带国家多边合作，发展步伐已延伸至北非、南非中部国家。

国民收入水平提高，旅游业促进宏观经济发展

- 居民收入水平提高：2018年上半年，国家统计局公布全国居民人均可支配收入达到14063元，较上年同期名义增长8.7%
- 旅游业对GDP贡献度持续上涨：2017年中国旅游业在GDP中占比达到11.04%，对关联产业的拉动效应显著。
- 旅游产业有效拉动就业：截至2017年，旅游产业已实现直接就业2825万人，旅游直接和间接就业7990万人，占全国就业总人口的10.28%。

消费主力人群向80，90后迁移，消费意愿提升

- 80、90后成消费主力：80、90后成为主要劳动人口和消费人群，其消费观念具有跨代际的带动作用。
- 旅游消费频次增加：旅游消费成为重要日常消费，消费者旅游频次和花费金额均有快速增长。
- 新旅游方式接受度高：个性化、趣味性、体验感、新鲜感、消费升级促进出境游发展。
- 全球和平指数显示中国主要出境目的地国家和平指数均在较高水平。

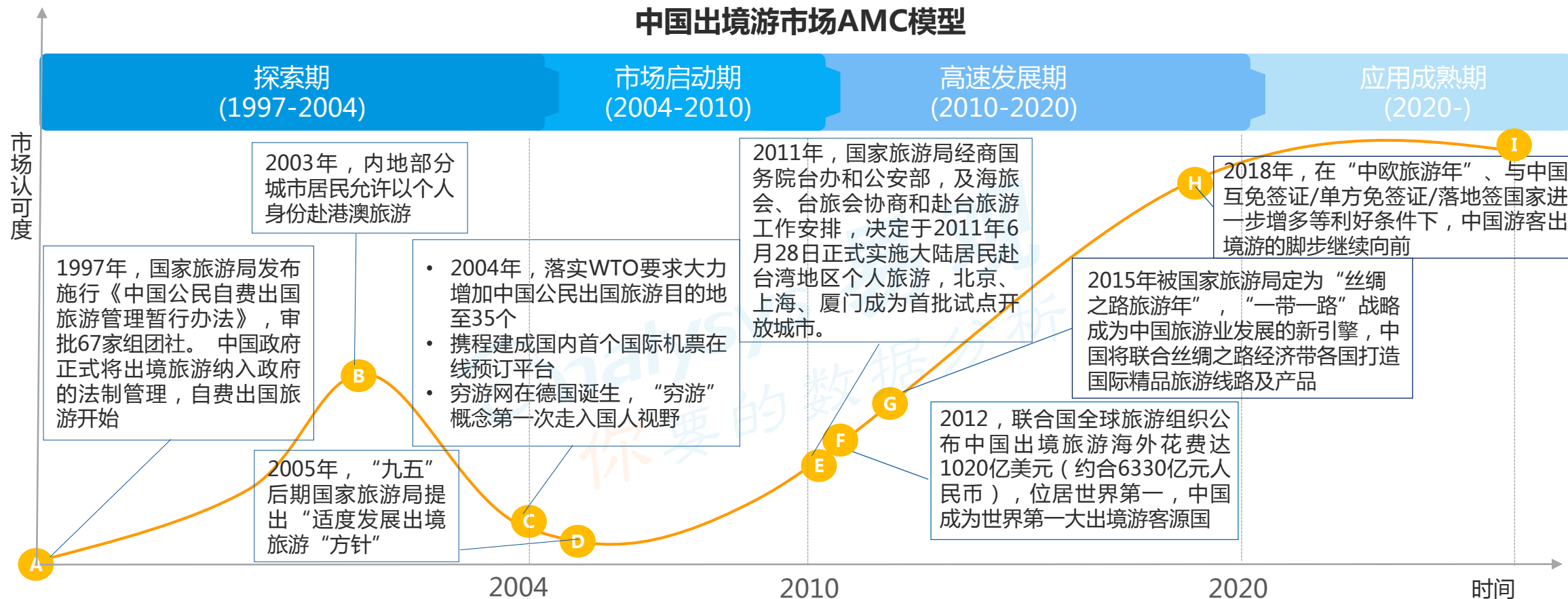
新技术打破地域限制，提升出境便利

- 移动端的使用率提升加速信息传播和流动，打破地域限制增强异地联通。
- 移动支付国际化：以支付宝、微信支付为代表的移动支付走向海外，与东南亚多国目的地商家达成合作；芝麻信用的信用体系开始应用在境外租车等消费场景。
- 语音助手、语音翻译、智能行程助手等多重科技提升出境旅游目的地游玩体验。



中国出境游市场高速发展，行业整体进入深耕细作阶段

中国出境游市场AMC模型



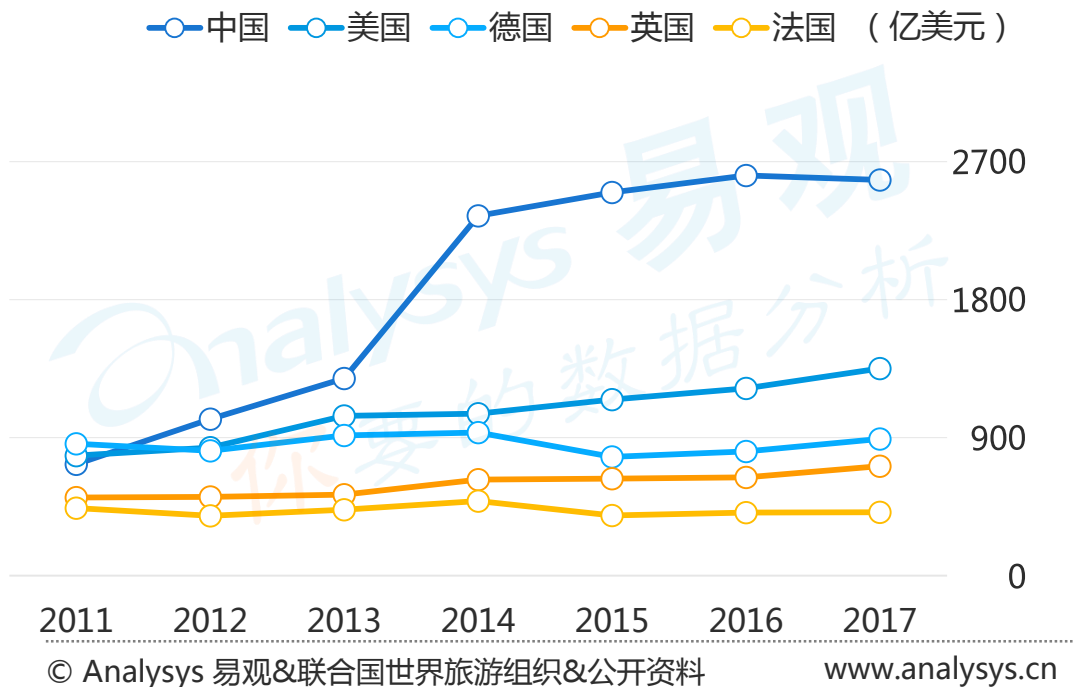
© Analysys 易观

www.analysys.cn

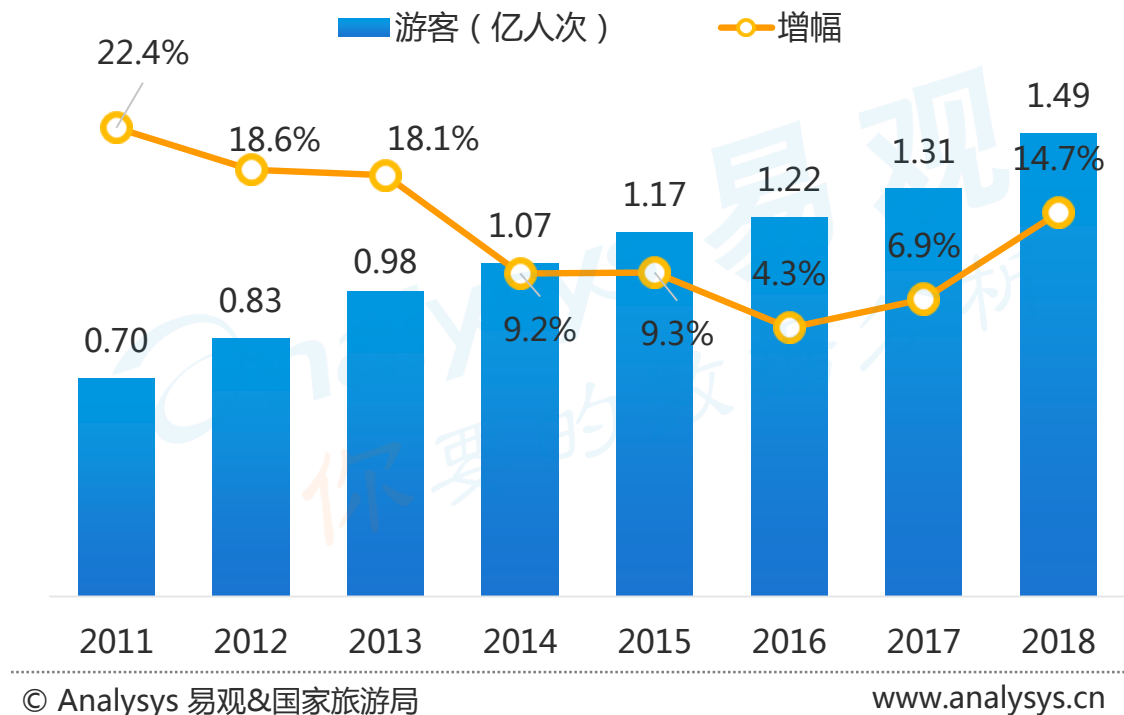
- Analysys易观分析认为，当前中国出境游市场正处于高速发展阶段且仍有极大成长空间。旅游政策鼓励、用户消费能力升级和出游需求趋于个性化、多样化等多方因素影响，致使出境游厂商加强精细化产品开发、细分市场运作、内容深度化、差异化运营，行业整体进入深耕细作阶段。

中国出境游市场增幅稳定，境外消费趋于回归理性

2011-2017全球主要出境游国家旅游支出情况



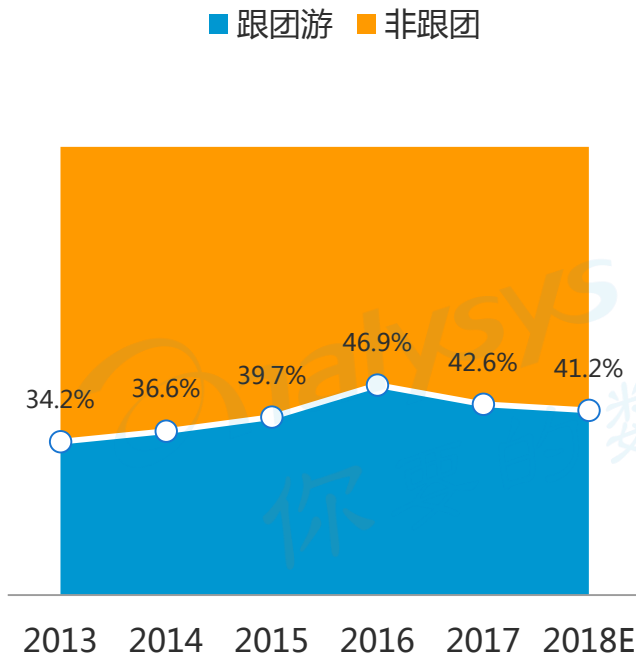
2011-2018中国出境旅游人数统计



- 中国经济、政治、社会等方面的全面发展带动了出境游的发展。据联合国世界旅游组织统计，2017年中国出境游支出约2580亿美元，占全球市场份额达19.2%，中国已连续6年成为全球出境游支出最多的国家；同时中国出境人次持续增长，2018年全年出境人次超过1.49亿，比去年增长14.7%。Analysys易观分析认为，中国出境游市场将继续呈稳定增长态势，境外花销保持全球领先但增势已现回落，显示出中国出境游用户仍具相当可观的消费能力，但购买欲开始回归理性。

中国出境游市场散客占比过半，海外自由行发展向好

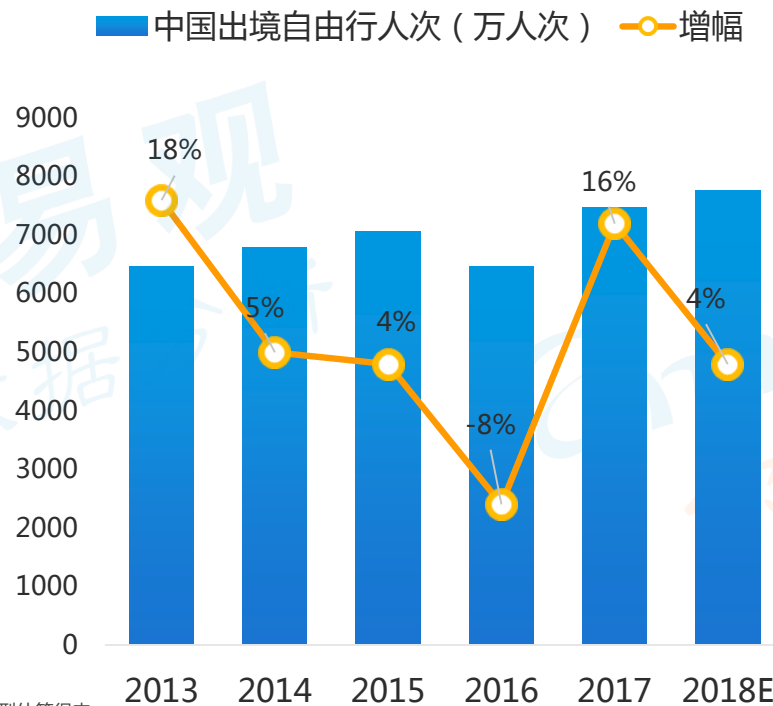
2013-2018中国出境游方式（按人次计）



注：2018年数据根据国家旅游局历年统计数据、旅游企业公示数据和易观自有模型估算得来。

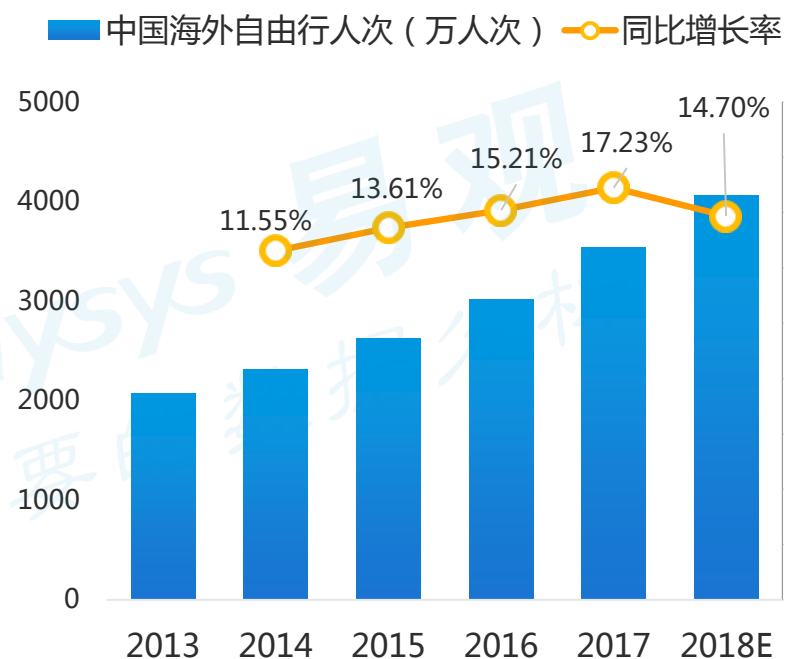
© Analysys 易观&国家旅游局

2013-2018中国出境自由行人次变化



www.analysys.cn

2013-2018中国海外自由行人次变化



注：海外自由行指不包括港、澳、台和跟团出国游的自由行游客人次，根据国家旅游局历年统计数据、旅游厂商公示数据和易观自有模型估算得来。

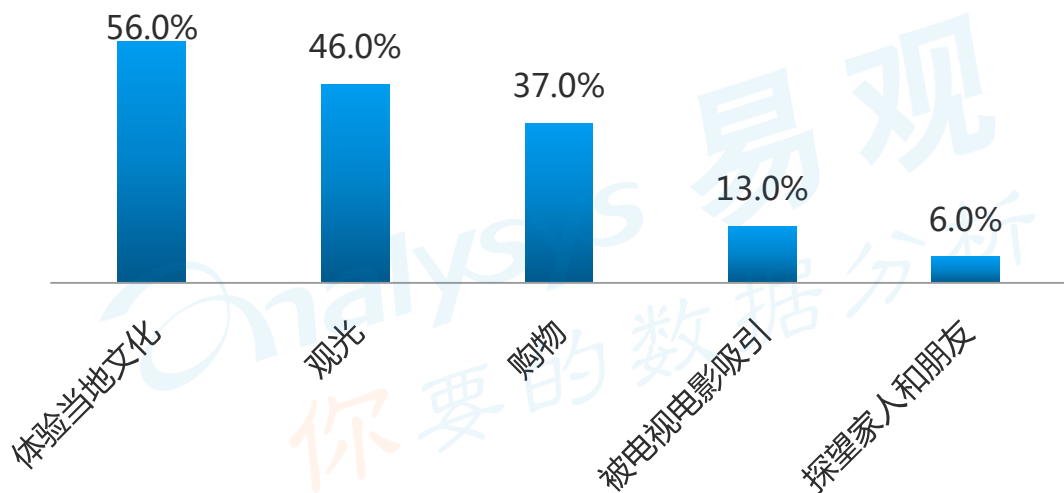
© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 在出境游方式选择方面，中国游客在以散客为主的基调下，跟团游占比小幅增长直至2016年达到46.9%后再次回落，显示出出境游自主意愿再度增强和个人出境可成行度的提升；整体出境自由行市场中，港澳台地区人数占优但比例逐年下降，而海外自由行人次增势明朗，显示出我国居民的高消费意识、跨出国门的意愿和个性化游玩需求的共同提升。Analysys易观分析认为，出国游市场发展将继续保持上升态势，国人的境外自主游玩需求会更加强烈。

中国出境游朝“体验型”发展，旅游体验成为影响用户决策的关键因素

中国游客的出国游原因排序

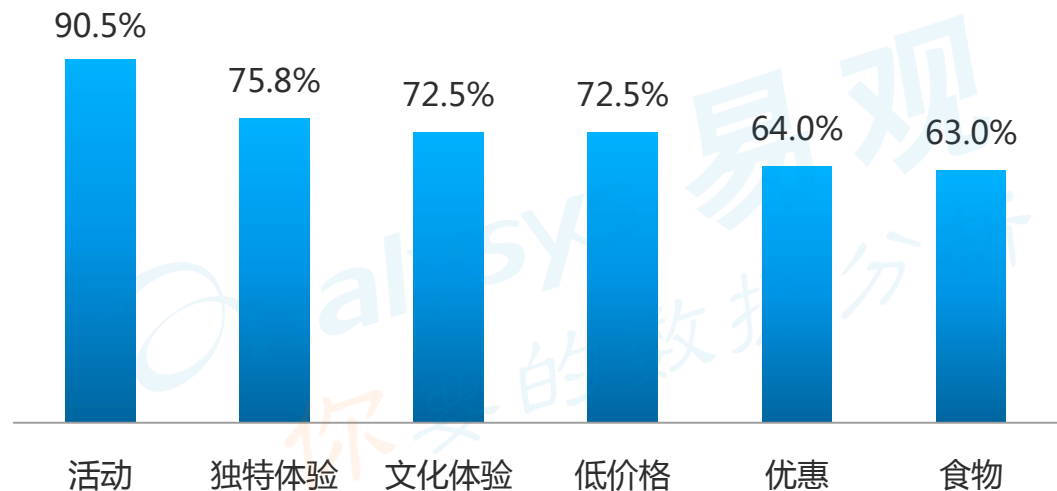


数据说明：样本量=2299；样本属性：居住在中国1-3线城市，年龄超过18岁。

© Analysys 易观 · TNS · 易观整理

www.analysys.cn

95后旅游决策的重要性排序



数据说明：样本量=211。

© Analysys 易观 · Expedia Media Solution · 易观整理

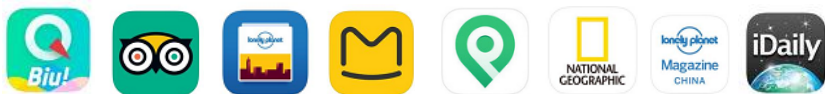
www.analysys.cn

- 从中国游客出国游原因来看，以前的观光、购物导向型出国游方式已经逐渐被追求目的地体验所取代；而95后作为正在崛起的新一批出境游生力军，对于旅行中的活动内容、游玩体验的独特性和人文性尤为关注。Analysys易观分析认为，游玩体验已经成为出境游用户决策的关键因素，用户的消费重心也从原来的境外购物转向行中玩乐产品消费和差异化、个性化体验服务上。

出境游厂商依托互联网渗透多线布局，覆盖用户行前-行中-行后全场景

行前规划

资讯vs攻略



在线综合旅游度假预订平台



旅行社

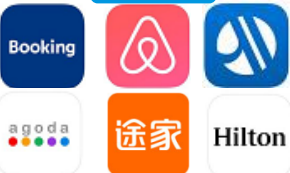


旅游资源运营商

航司



住宿



游玩项目



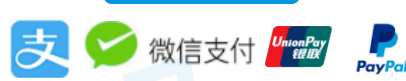
行中使用

目的地多服务场景覆盖

地图



境外支付



语言翻译



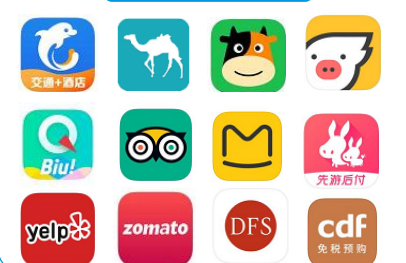
问询/求助



通信



综合消费



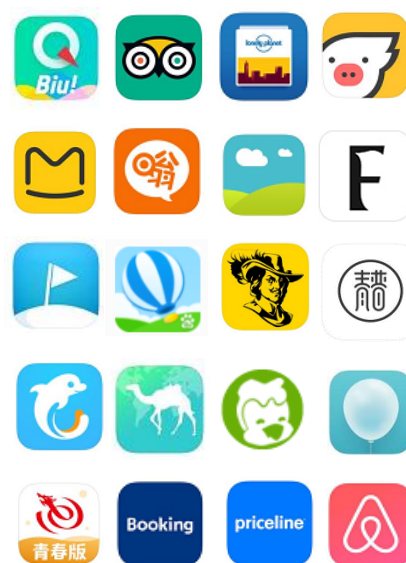
境外用车



行后沉淀

旅行体验反哺

用户自主产生内容



支撑层

云计算服务



数据服务平台



网络运营商





中国出境游市场特征变化

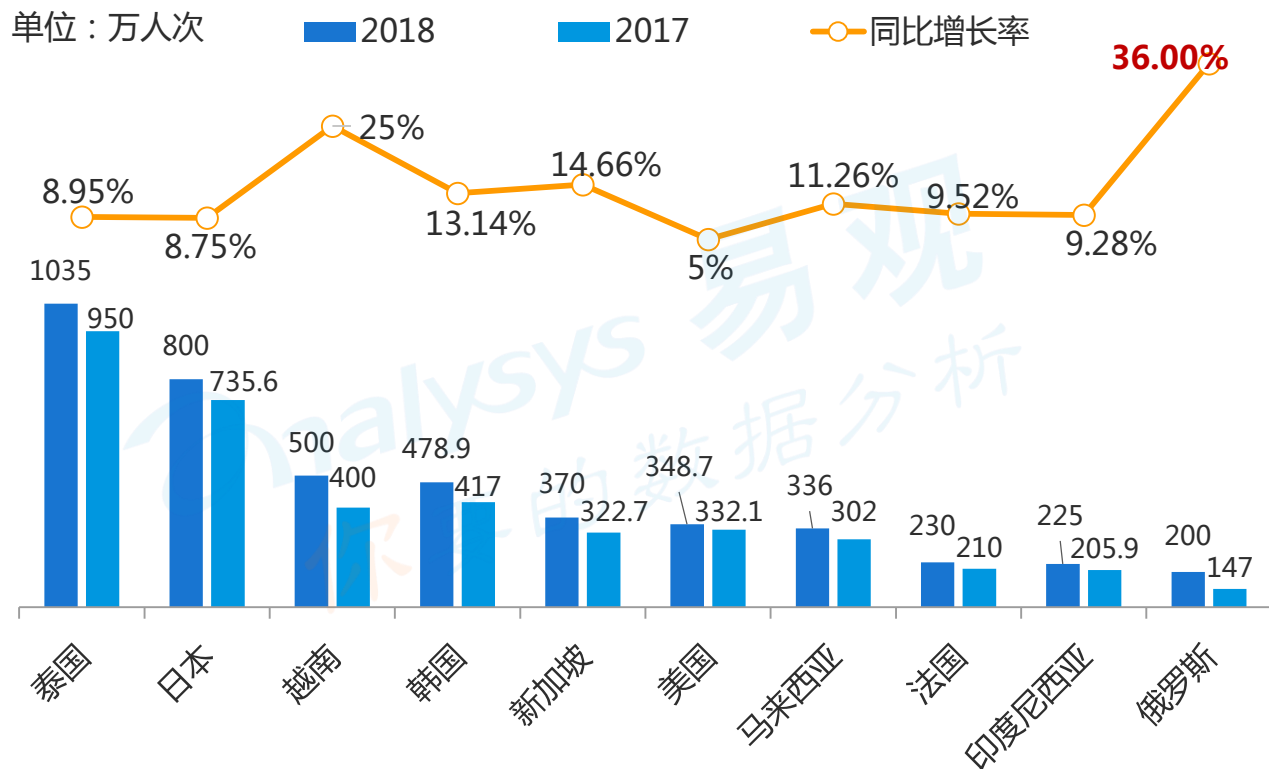
目的地变化

产品变化

主题变化

目的地变化：目的地多点开花，新兴小众目的地不断诞生

2018中国海外出游Top10国家到地人次及变化



2018中国海外出游新兴目的地



注：热门目的地根据国家旅游局、各国旅游管理机构、中国国家旅游局、各在线旅游企业公示热门目的地数据估算得来。

© Analysys 易观·各国家旅游局&各国旅游管理机构·易观整理

www.analysys.cn

- 从目的地来看，亚洲国家仍然保持着市场优势，泰国、日本、越南等周边国家成为出国游热门选择；俄罗斯、塞尔维亚、克罗地亚等国在“中欧旅游年”、2018俄罗斯世界杯、东欧多国签证优化的推动下，成为国人想要探寻的新晋热门目的地；更有墨西哥、阿根廷、格鲁吉亚等国，成为新生代年轻出境游用户趋之若鹜的个性化小众目的地。Analysys易观分析认为，目的地距离渐渐不再是出国游用户考量的首因，对于在互联网大环境浸染下的国人而言，具有新奇感、话题度、个性化、花样玩法的目的地更能吸引眼球。

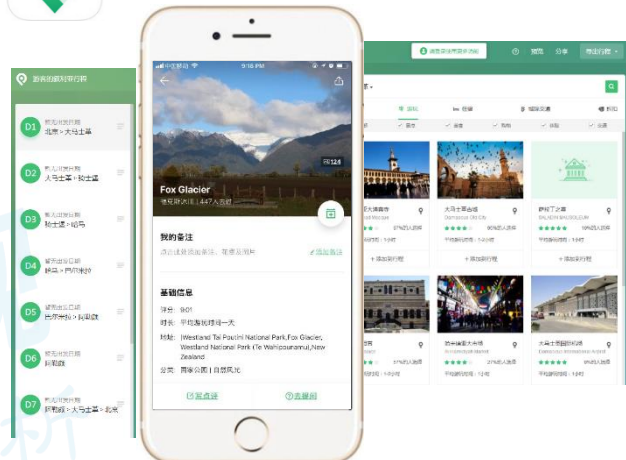
产品变化：全行程产品逐渐成为市场新宠

规划需求

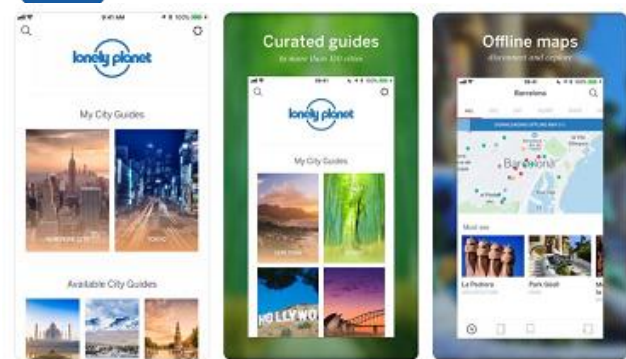
- 景点信息&旅行攻略、游记
- 兼顾目的地特色与个人偏好
- 缩减个人规划时间
- 寻找高可信度旅游产品
- 偏好达人推荐路线
- 一站式预订服务



穷游行程助手



Guides by Lonely Planet



出行需求

- 机票、酒店预订
- 旅游保险
- 签证&送签文件
- 目的地国重要提示
(时政/民族/文化等)

行前

行后

游玩需求

- 当日行程安排
- 景点、餐厅、购物等推荐
- 实时地图导航
- 到地交通讯息查询
- 专车出行/自驾租车
- 当地特色活动/节庆/市集等

行中

- 随着中国出境游用户的个性化需求增多和旅游产业的互联网化程度加深，出境自由行的可成行性明显提升，也越发成为用户出境游玩的极佳选择。如依托《孤独星球》庞大全球旅行内容建立的城市深度游玩App Guides，覆盖超过全球200+城市本土特色玩法，为游人展示异国目的地最真实的风情面貌；而以穷游行程助手为代表的全行程类产品，以用户需求为核心进行行前信息聚合、路线精选、住行预订，按照用户所选出行日期和目的地构建行程；行中提供多样玩法推荐、地图导航及交通信息，更有“问路卡”在游玩过程中随时解决目的地问询；行后用户基于个人游玩体验产出新行程，扩充内容库存形成反哺，最终构成完整的行前+行中+行后的用户导向型自由行产品体系。

主题变化：“兴趣旅行”成为旅游企业发力点，个性化、重体验游玩主题持续推出



- 互联网的蓬勃发展和海量信息涌入为出境游用户在信息服务的获取、评论、共享等方面提供了极大帮助，用户一方面可以根据个人偏好做出选择，另一方面也更容易在他人的内容展示和推荐下产生兴趣和旅行灵感。因此，从“兴趣”出发已经成为用户出游的重要考量因素，也成为各旅游厂商不断优化和推新差异化主题产品的发力点。Analysys易观分析认为，持续发掘用户兴趣、刺激和匹配用户兴趣点，在主题类型和体验深度上加大差异化服务力度，会继续成为未来旅游企业及供应商的运营重点。

PART 2



中国出境游用户画像

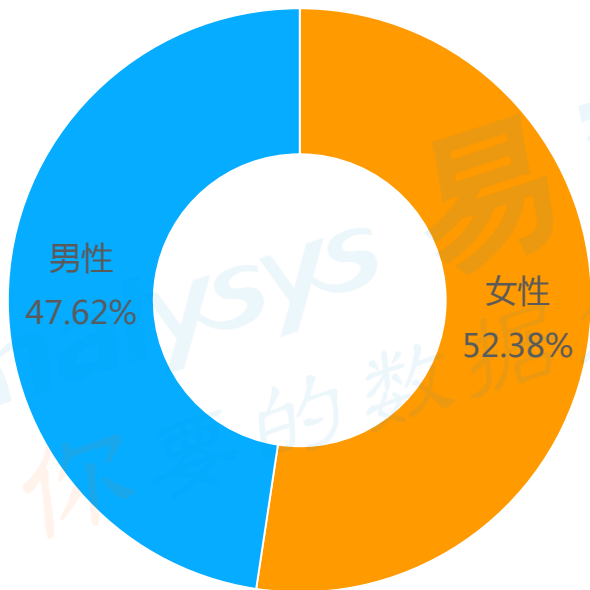
© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国出境游用户性别均衡，女性略多；年轻用户占比达到五成

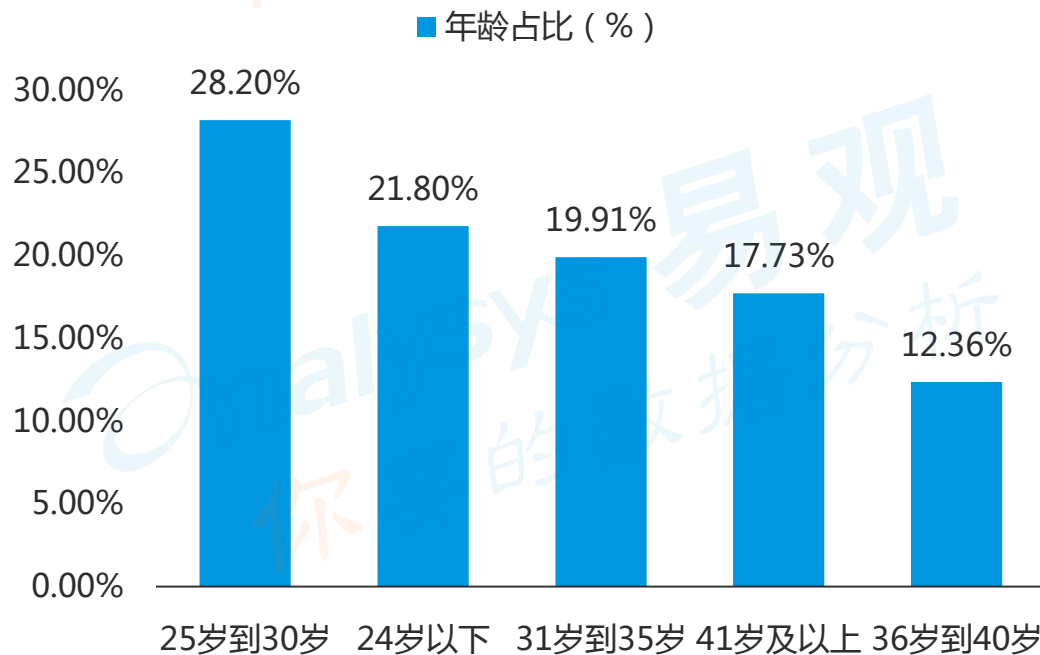
- 中国出境游用户性别分布均衡，女性占比略高，超过五成；在年龄方面，年轻用户是主要群体，其中25-30岁用户占比最高，达到28.2%；24岁以下用户占比达到21.8%，30岁以下用户整体占比达到50%。

中国出境游用户性别比例



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第四季度易观千帆基于对23.8亿累计装机覆盖及6.04亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

中国出境游人群年龄结构

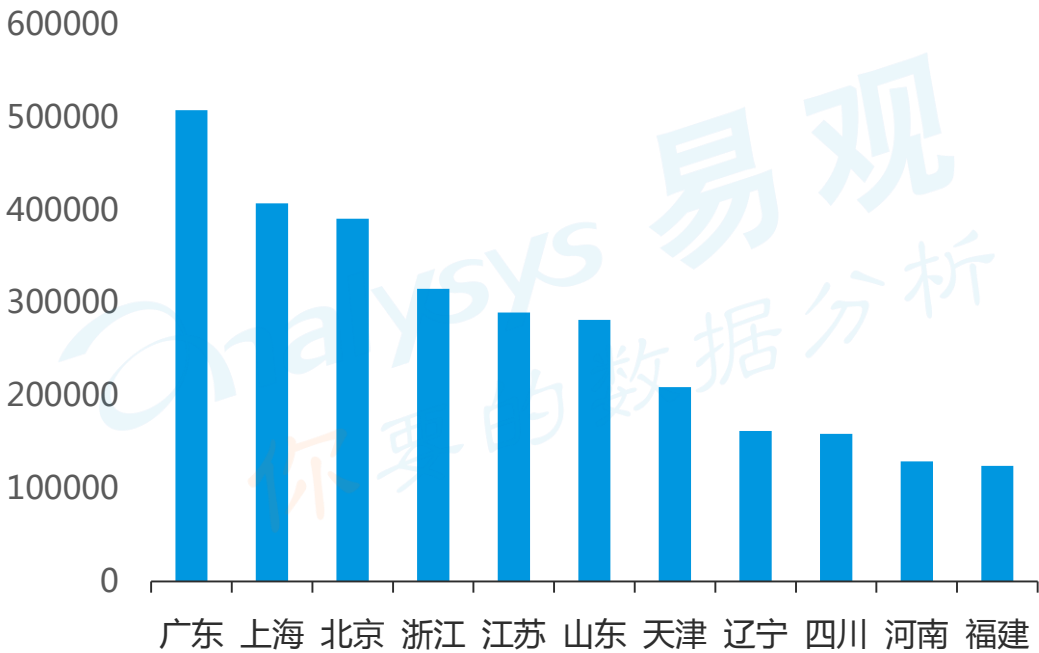


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第四季度易观千帆基于对23.8亿累计装机覆盖及6.04亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

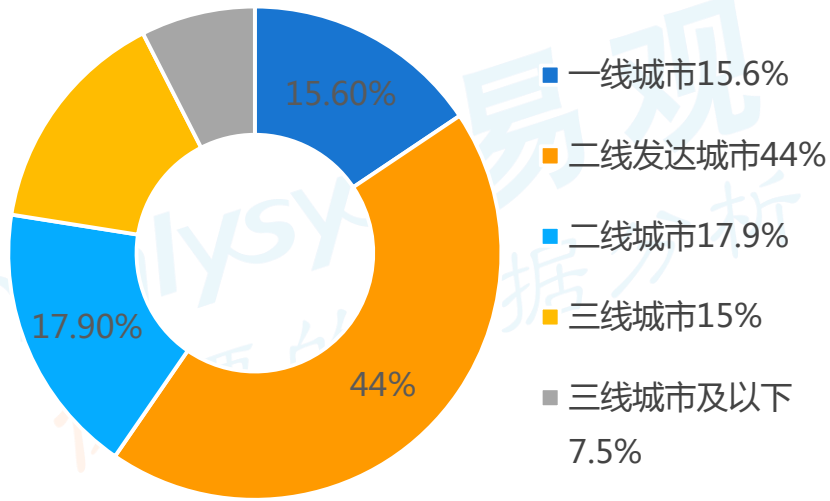
中国出境游用户主要分布在沿海发达省份及超一线、一线城市

- 由于目前以沿海省份为代表的东部地区是国内经济最发达的部分，用户收入较高，在地理分布上，出境游用户主要居住在沿海发达省份，广东、北京、上海、浙江、江苏、山东等省份用户较多；在城市分布上，同样主要分布在人均收入较高的一线、二线发达城市。

中国出境游人群省级地区分布TOP 10



中国出境游人群城市线级分布



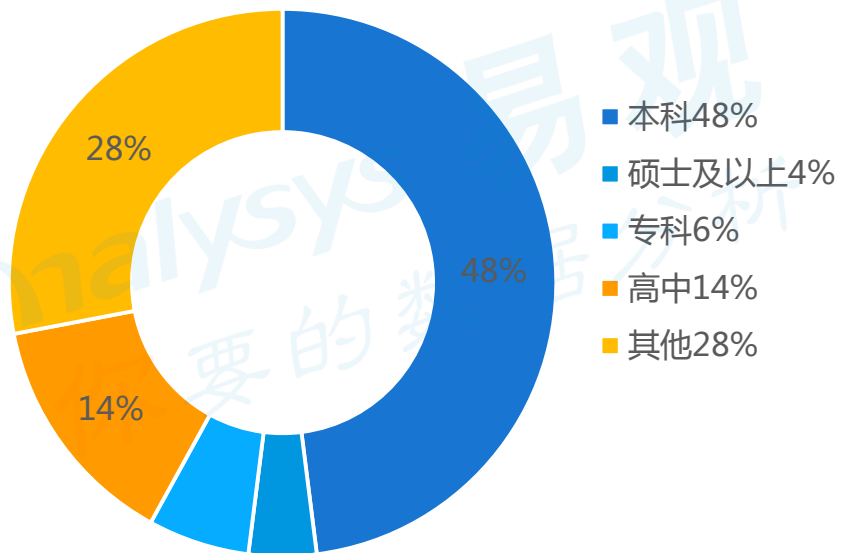
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第四季度易观千帆基于对23.8亿累计装机覆盖及6.04亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第四季度易观千帆基于对23.8亿累计装机覆盖及6.04亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

中国出境游用户本科学历以上人群超过一半；以已婚家庭为主

- 中国出境游用户整体学历文化水平较高，48%人群学历为本科；4%人群为硕士、博士，本科学历以上人群达到52%。在婚姻状况方面显示，37%为单身状态，50%用户已婚，其中25%的用户已育儿。

中国出境游人群学历分布



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第四季度易观千帆基于对23.8亿累计装机覆盖及6.04亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

中国出境游人群婚姻状况



育儿用户
25%

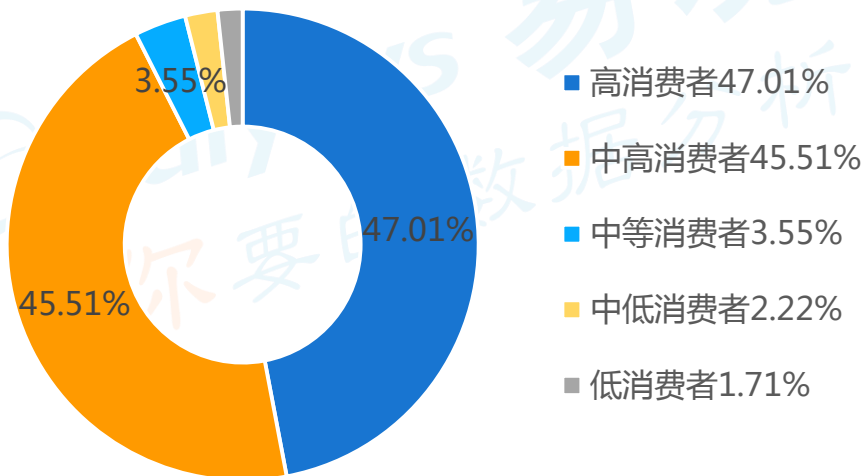
注：另外13%用户未显示明确婚姻状况

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第四季度易观千帆基于对23.8亿累计装机覆盖及6.04亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

中国出境游用户整体消费能力强，多样化、个性化消费需求显著

- 在消费方面，出境游用户整体消费能力较高，中高消费能力用户占比45.51%；高消费能力用户占比达到47.01%，低消费能力用户仅占1.71%。在消费偏好领域方面，出境游用户的商业兴趣偏好呈现多样化、个性化分布，有明显的娱乐享受型倾向；对电子产品、城市用车、娱乐休闲、美食、金融、游戏等多个领域偏好均有较强关注。
- Analysys易观分析认为：出境游用户整体消费能力可观，高消费意愿较强且有明确指向性，是极具发掘价值的高净值用户。根据用户的商业领域偏好，未来出境游内容和产品运营方向可朝旅行跨界多元化发展，如旅途电子产品的场景营销、旅行+游戏IP主题游、旅行+时尚穿搭、文旅结合的旅行产品等，均是旅游厂商可规划布局的方向。

中国出境游人群消费能力分布

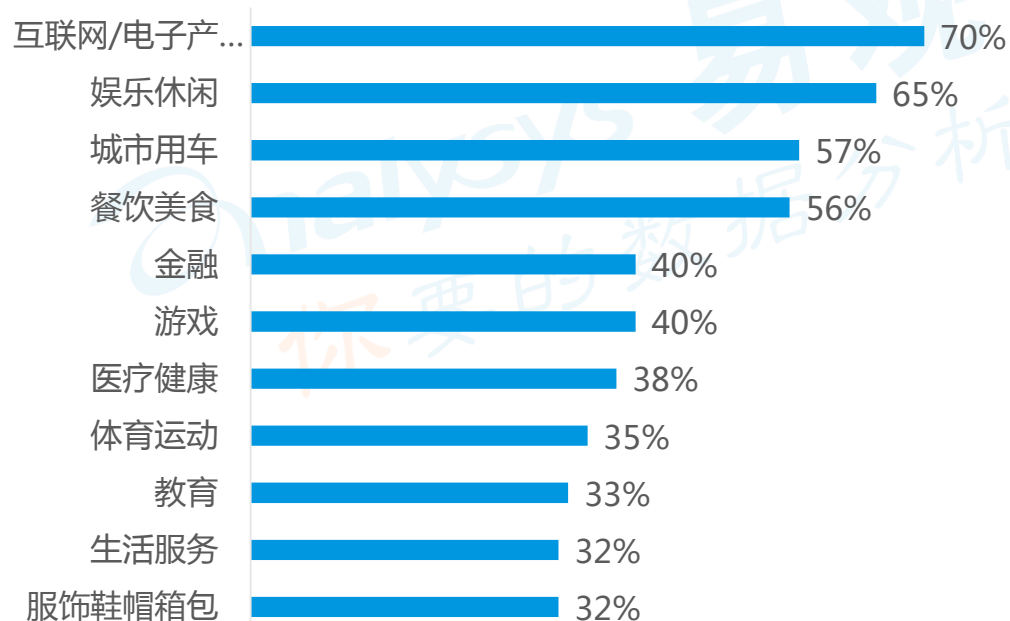


数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第4季度易观千帆基于对23.8亿累计装机覆盖及6.04亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

中国出境游用户商业兴趣偏好



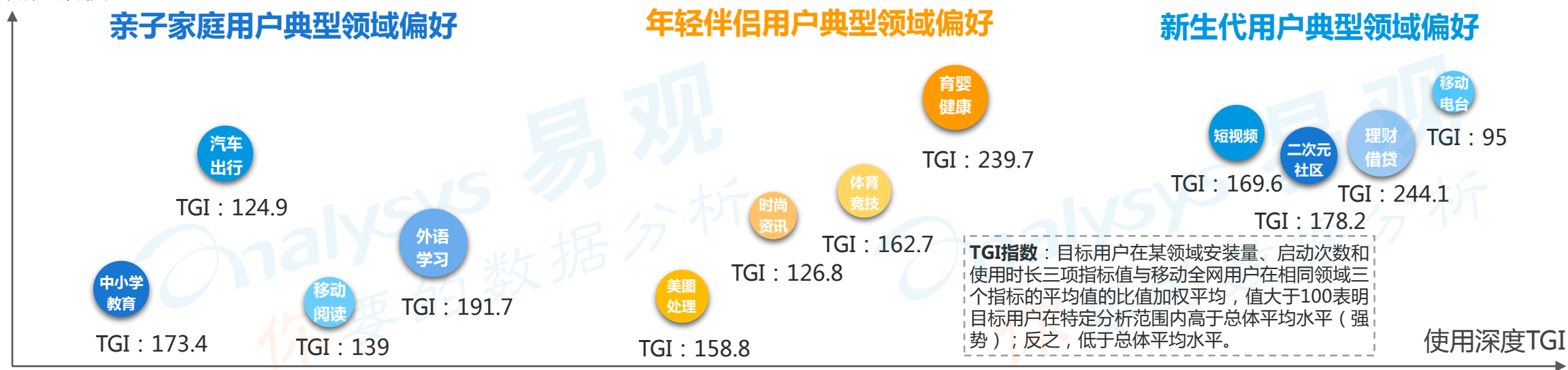
数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第4季度易观千帆基于对23.8亿累计装机覆盖及6.04亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

细分人群需求差异化明显，美拍、短视频、移动学习等轻内容整体需求增多

用户规模



数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第四季度易观万像基于对23.8亿累计装机覆盖及6.04亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观万像

www.analysys.cn

- 亲子家庭型用户在出境游上注重旅途人文内涵追求自我提升，并愿意给予下一代更多开拓视野的学习机会。
- 该类用户整体以度假需求导向为主，乐于尝试节奏较慢、可自主安排的海外自驾游；另外，具有教育性或寓教于乐的研学旅游产品也是为此类用户可挖掘的兴趣点。

- 年轻伴侣用户具有较高审美水平和要求，因此视觉冲击强烈、KOL引领的新兴目的地及玩法，旅行+穿搭、旅途美拍、特色体验项目，如海岛游、冰雪游、美途旅拍等均会成为他们的关注重点。
- 随着年轻伴侣的家庭规划愈发完整，未来几年这一类型用户将成长为新一批亲子家庭用户，他们会成为个性化家庭旅行内容的消费者，也可能直接成长为家庭旅行KOL。

- 95-00后新势力思想活跃，对旅行具有极大差异性和个性化需求。他们愿意为服务和体验溢价买单，达成目的获得个人满足感对于他们更有意义。
- 短视频、移动电台类应用的突出使用度显示出新生代用户的社交偏好产生重大迁移，也间接反映出该类用户已形成一定的碎片化信息处理能力，轻内容分享、陌生人社交是他们偏爱的社交方式。
- 新生代用户乐于将对二次元的热爱投射进三次元的旅行，朝圣旅游、IP打卡、get爱豆同款将是他们旅行中的重要环节乃至成为旅行的主题。

PART 3



中国出境游用户驱动的产品升级

© Analysys 易观

www.analysys.cn

一.旅行社区多维内容提升用户行前决策效率

UGC+源动力



国内旅行社区代表内容矩阵

穷游阵营

穷游攻略社区 穷游锦囊
穷游视频 穷游达人
穷游游记 穷游问答
穷游沙龙 最世界榜单

马蜂窝阵营

马蜂窝社区 攻略
旅行家专栏 问答
蜂首俱乐部 嗡嗡

面包旅行阵营

热门游记
目的地
达人

Feekr阵营

主题
分享会
景Show



信息流优势引导交易

获取旅行灵感
做出出游决策
制定行程安排
选择心仪产品



预订意愿

社区自营旅游商城
跳转至供应商预订页面
景点相关产品推荐
其他玩法推荐

- Analysys易观分析认为，互联网环境下成长起来的出境游用户，对于行前内容与信息收集持有极高重视程度和参考信任度。以穷游为代表的UGC旅游社区，通过挖掘用户游记、评论、问答等数据，充分整合目的地游玩及产品信息，为用户提供真实、直观的参考意见，精准匹配用户个人需求，有效提升用户行前预订决策效率；缩短个人比对和攻略周期后，帮助用户选择行中具体游玩项目。

二. 旅行产品多重覆盖，行中成为重要消费场景



- 产品供应→机+酒套餐
- 目的地用车→携程租车GO
- 目的地用餐→携程美食林
- 目的地向导→携程微领队
- 多样选择→玩转当地、全程X计划等



- 产品供应→目的地频道
覆盖当地玩乐25种项目
- 出游方式灵活变动→散客
目的地拼团

本地生活

美食、购物
交通出行/自驾

住宿

星级酒店
特色/主题酒店
本地民宿

景点

景点门票
景区游玩项目
景区内服务消费
纪念品购买

行中消费场景

目的地

当地玩乐

文娱活动/节日庆典
体育赛事

线路游

城市观光
田园/出海等日游
季节性产品

体验活动

运动/户外活动
当地生活特色体验
(如当地厨艺课程、农场劳作、动物喂养等)



- 产品供应→超值景点门票
- 创新出游模式→先游后付
重塑旅游信任体系，倒逼供应链各端品质改革，力图构建从“用户到行业”整体提升的旅游生态命运共同体



- 产品供应→穷游商城
- 一日游项目→独家日游
- 多日游项目→独家长线
- 线下体验→Q-Home

- Analysys易观分析认为，在消费升级趋势的影响下，出境游用户对旅游产品的品类、品质、体验要求逐渐增高。随着用户对旅游产品的感知力和体验感追求的提升，对价格的敏感性便相对降低，因此在线厂商愈发注重与有品牌效益和服务保障的实力海外供应商进行合作，并协助供应侧精准匹配中国出境游用户的消费需求。面对高品质服务，出境游用户愿意为体验溢价买单及增加消费频次；而伴随着出境自由行中用户需求的萌生愈发随机化、移动化、碎片化，各厂商应进一步通过目的地资源整合及技术升级，将目的地新玩法拓展至更多场景。

三. 个性化产品和小众目的地持续推出，迎合差异化需求增长态势



飞猪 孵化超级IP

- **超级旅游IP**:以芬兰“极光专线”、“南极专线”布局全球打造超级旅游IP，形成目的地吃、住、游玩一体化联盟。带动芬兰的中国入境游客600%增长；2000多名专线游客登上南极半岛。
- **产品内容创新**:延续宝贝详情页作为内容输出重要阵地，在原有PGC内容基础上加入视频直播，以差异化、强代入的新颖旅游产品内容吸引用户。



穷游® 培育KOL&小众目的地

- **KOL优势集群**:依托社区积累丰富UGC并形成旅行KOL集群，网罗资深旅行达人引领出境自由行新风向。
- **引爆小众目的地**:发掘并推火小众目的地，深挖目的地新奇玩法，形成区别于常规出境游产品的内容差异梯度优势；不断在世界版图上圈画出“穷游优选”的目的地标签，引发大批中国游客竞相游访。
- **“Q-Home”布局线下**:提供信息咨询、预订、行程规划、文化活动售卖等多重服务，将线上内容优势延伸至线下，高度联动构建线上线下一体化服务体系。已在泰国清迈、日本京都、新西兰皇后镇及日本大阪开设四家门店，将地方特色如泰式厨艺课、和服变装等融入游玩体验；另大阪Q-Home引入住宿功能，潜心打造高品质目的地深度生活体验场景。
- **“CityWalk”引领城市深度游**:探路全球城市深度体验游，于目的地配备专业讲解，以当地人文特色带动游客增长见闻，引领文旅结合新玩法。



uzai.com
众信旅游

精致线路设计

- **推新品牌线路**:2018年，众信旅游年度四大主题品牌设计师系列、一家一团系列、五天年假系列、达人带路系列上线，推新出境跟团游精致玩法。
- **非洲小众目的地合纵**:沿“一带一路”经济带非洲国家积极开拓并与多个当地旅游局展开合作，深入南非、北非中部小众国家，目的地从埃及、南非、肯尼亚、毛里求斯延伸至摩洛哥、突尼斯、赞比亚、坦桑尼亚、博兹瓦纳、津巴布韦等。



- Analysys易观分析认为，中国出境游用户对旅行的认知一直在改变，已经逐渐从观光游览上升为探索体验。以穷游为典型代表的小众目的地培育者，其大多数主体用户选择独特目的地出游和个性化旅游产品，不仅体现了用户具有较高的消费水平和承受力，更说明用户本身具有一定的旅行见闻和见解，看重游玩的体验和品质。而诸多新兴小众目的地往往兼具稀有自然和人文资源，恰好满足了用户对高质出境游的消费需求。因此，小众目的地资源的布局和游玩内容的深入开掘，将在出境游产品开发上占据越来越多的比重。

四. 智能化应用“贴心”投入，营造舒适出游体验

语言翻译



- 携程App翻译助手，支持英语、汉语、泰语、日语、法语、德语西班牙语、俄语等中文互译

- 百度OCR技术拥有整图文字检测和识别
- 整图文字行定位和单字图像识别
- 在图片文字清晰、小角度倾斜、无明显背光条件下，识别率高达90%

智能升级

中英文拍照翻译

手机拍摄内容即可识别

准确度高，省时、省力

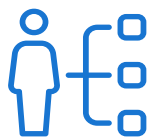
境外消费场景即时应用

规避手动输入失误

智能行程助手



穷游行程助手



目的地国家

出行日期
(确定或待定)

途经城市

1100w+用户创建的
2400w+真实中文行程库存

300w+全球景点信息

进行数十亿数据片段浏览

智能创建

行程安排

一键添加相关推荐景点

生成英文送签行程单

导出完整行程文件
可离线查看

行前

行中

接入Airbnb、Uber等
多重预订平台

地图功能查看周边交通、
景点、餐厅信息

问路卡—中英地址查阅

高自主性
出游体验

聊天机器人



Booking小助手

用户发起聊天

酒店发起聊天

智能人机对话服务

支持桌面、移动网络、iOS
及Android多渠道发送

常见入住问题
42种语言应答模板

用户可选择与招待方的
对话类型

对话可完整反映用户目的
地研究、预订、入住信息

提升

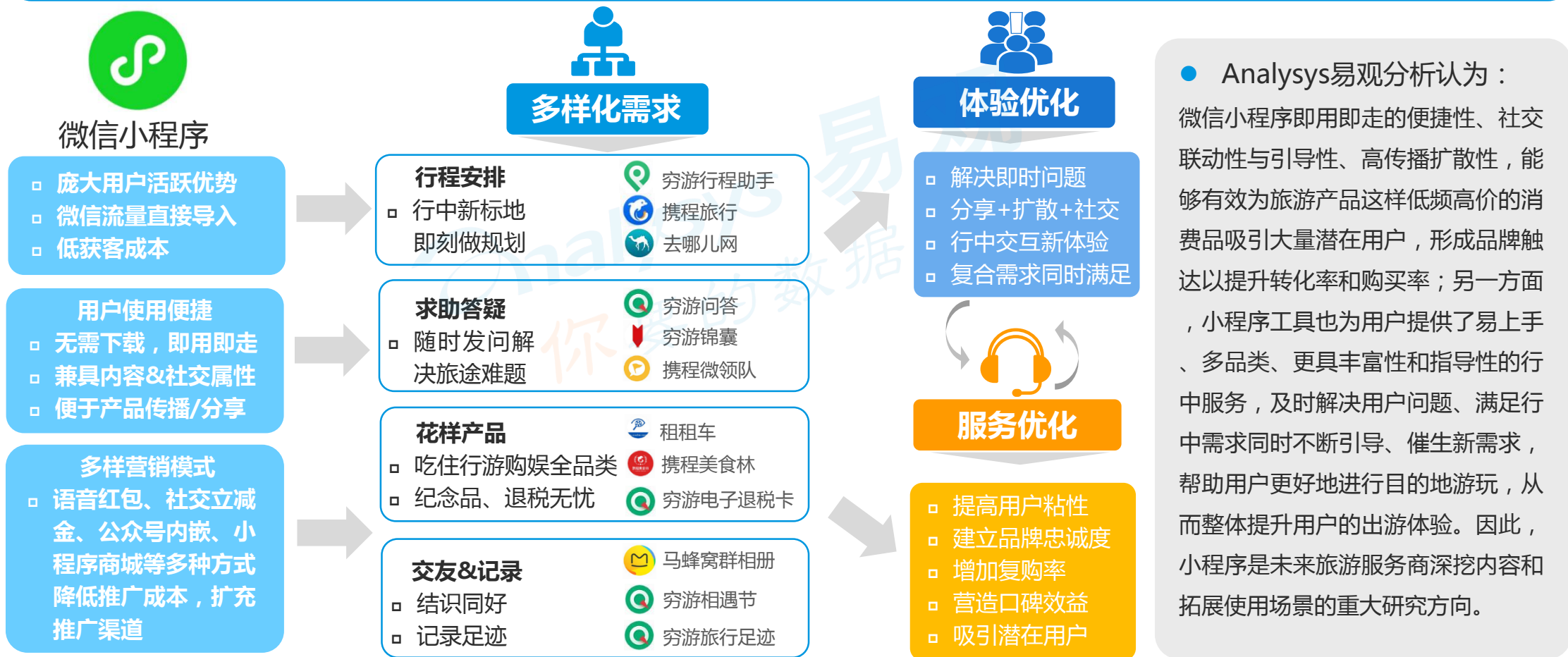
用户参与度及满意度

- Analysys易观分析认为，旅游产品中的智能化投入不断加大，正是旅游厂商从用户出游需求和旅途痛点为出发点，洞察和研究用户在游览、入住、出行、购物等过程中真正遇到的困难，提供有针对性和实效性的解决方案。因此，智能化应用当从“技术型”转变为“人性化”服务，切实读懂用户需求为用户带来更好的服务，从而增强用户的出游体验感。另一方面，未来智能化产品的竞争将集中体现在服务能力和解决效力两方面，亦将成为衡量旅游厂商创新力的重要指标。

五. 工具产品赋能个性化需求，满足用户多样游览体验

小程序

随着移动互联网的不断发展，微信作为巨大的流量入口无疑已经成为各个行业竞相投入的重要网络营销阵地。而自微信小程序正式上线起，这一依托腾讯科技支撑和微信9亿月活跃用户的新流量高地，无疑为旅游企业开辟了新的运营思路，更因其高度符合旅游这一低频行业向高频推进的发展需求，迅速成为各大厂商工具产品推新的重要平台。



Analysys易观分析认为：微信小程序即用即走的便捷性、社交联动性与引导性、高传播扩散性，能够有效为旅游产品这样低频高价的商品吸引大量潜在用户，形成品牌触达以提升转化率和购买率；另一方面，小程序工具也为用户提供了易上手、多品类、更具丰富性和指导性的行中服务，及时解决用户问题、满足行中需求同时不断引导、催生新需求，帮助用户更好地进行目的地游玩，从而整体提升用户的出游体验。因此，小程序是未来旅游服务商深挖内容和拓展使用场景的重大研究方向。

PART 4



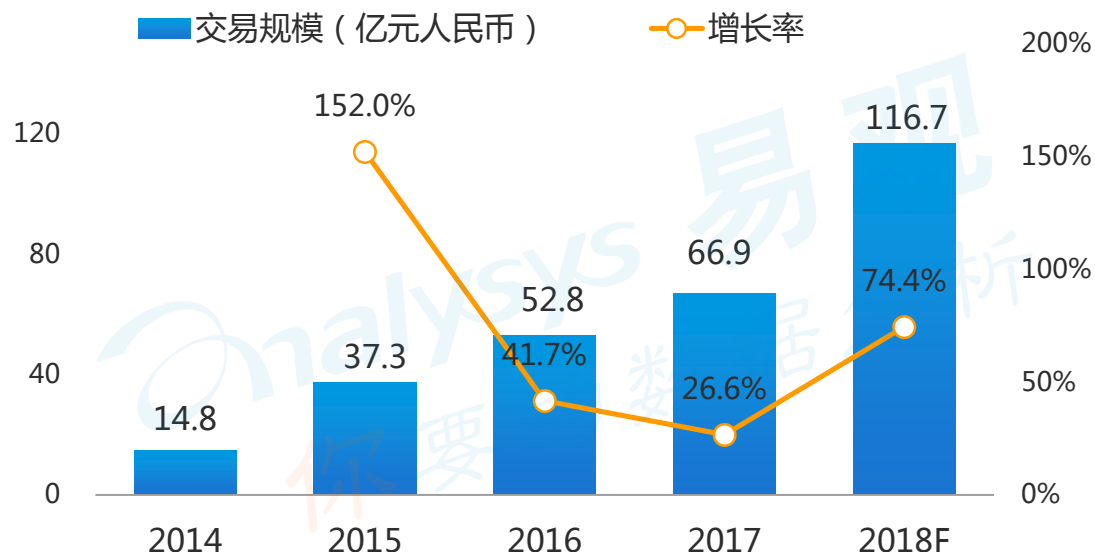
中国出境游市场发展趋势预测

© Analysys 易观

www.analysys.cn

趋势一：融入当地生活，深耕目的地特色体验

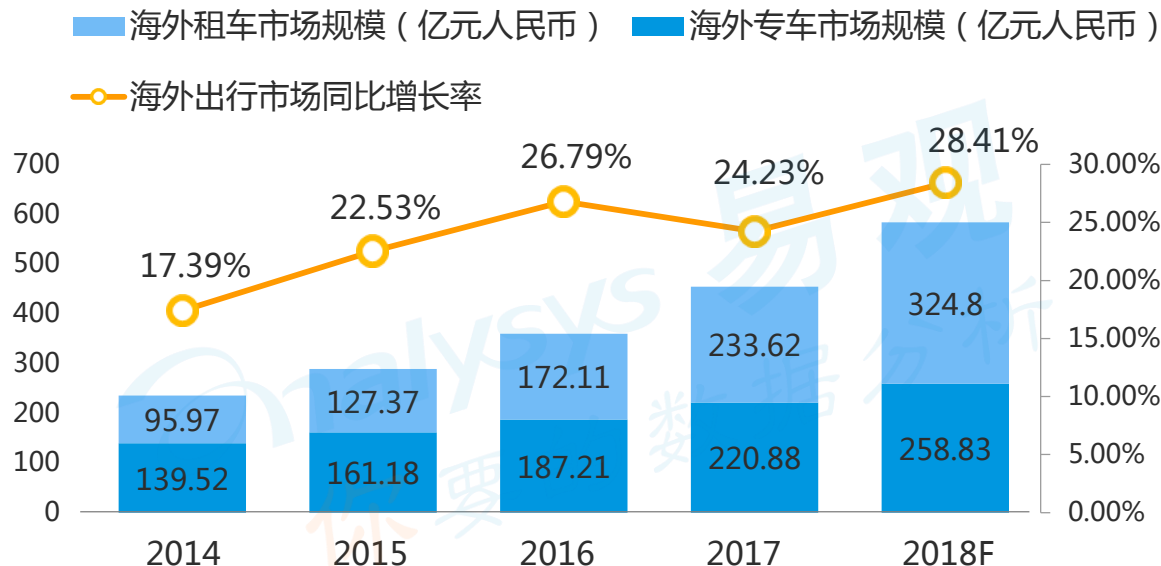
2014-2018中国在线民宿市场交易规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2014-2018中国海外出行用车市场规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn



海外特色民宿

观光游览

商业化景区

海外目的地之一

体验当地生活

真实本土特色



多人专车出行

常规线路

乘客体验

家庭/结伴自驾

目的地自主探寻

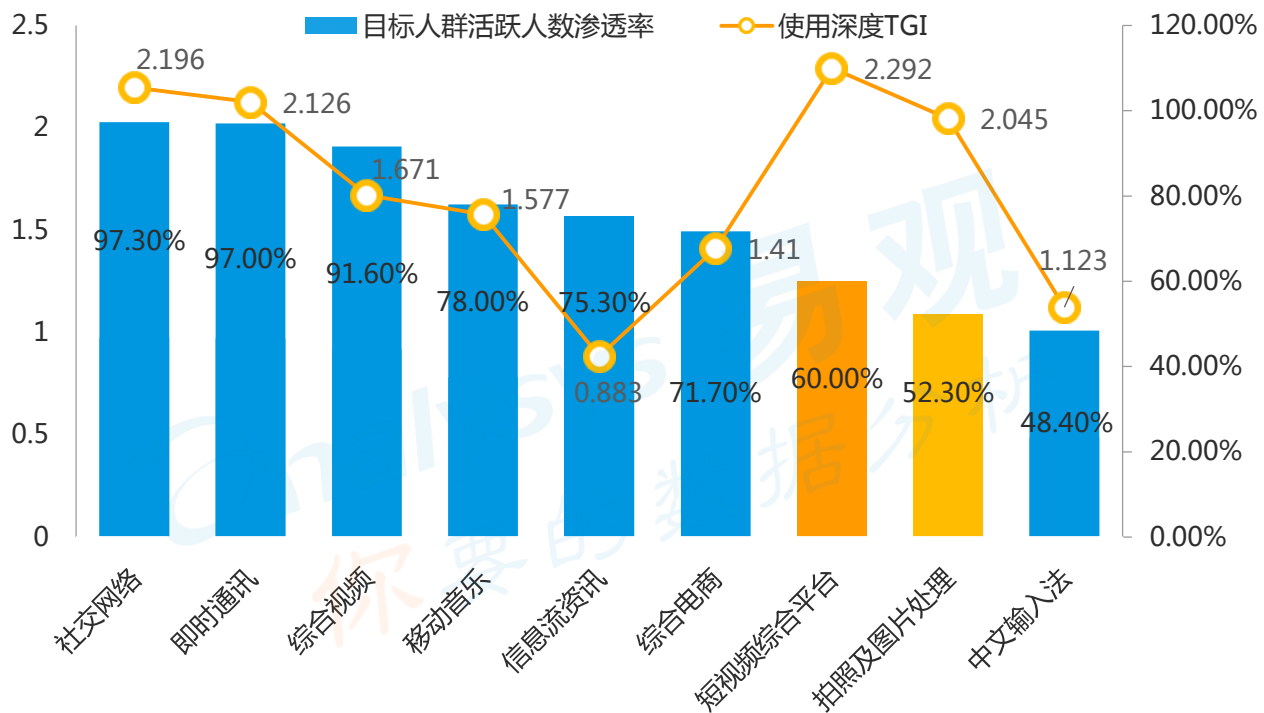
异国驾驶体验

- 中国在线民宿市场近年整体呈平稳增长态势，预计2018年市场规模将达到116.7亿人民币。从在线旅游厂商来看，途家扩充10万+海外新房源，布局对应中国出境游热门东南亚目的地；穷游Q-Home线下门店加入民宿功能，目的地生活场景从服饰、厨艺到住宿逐步丰富，开拓了从线上内容分享到线下体验打通的目的地特色玩法新思路。
- 2017年，海外租车市场规模达到233.62亿元人民币，超过专车市场规模且差距将进一步扩大。海外租车市场保持稳步增长显示出出境游用户对高自主性目的地出行方式的需求愈发强烈。领略异国驾驶体验、拥有深入目的地游玩的自主性，充分说明了出境游用户在海外游玩体验上更加注重目的地本土生活习惯、对地方特色有极大兴趣和探寻欲。
- Analysys易观分析认为，未来海外目的地资源的布局上应继续深挖地方特色、本土生活场景和游玩项目，注重真实性、自然性的呈现，为用户提供更好的有深度代入感的出游体验。

数据驱动精益成长

趋势二：轻内容降低游记分享门槛，或开辟旅行+社交的泛旅游新形态

24岁以下人群行业偏好情况



数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第4季度易观万像基于对23.8亿累计装机覆盖及6.04亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹

© Analysys 易观·易观万像

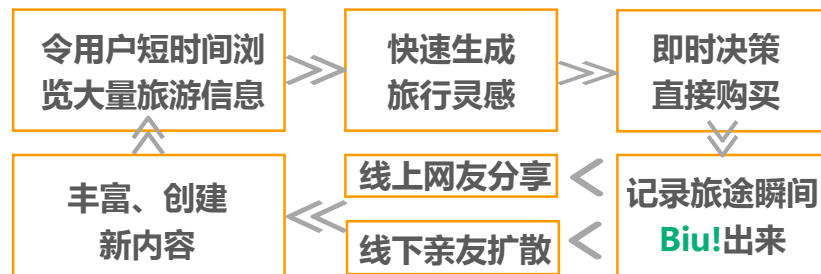
www.analysys.cn



开启新的旅行分享方式——Biu!

“Biu!”是一种轻松的旅行分享方式，在App首页，用户可以点击“+”，用图片、声音、短视频Biu出旅行中的任何美好瞬间

信息流首页	结合图片+语音形式，制造内容新亮点
声音旅行	用声音表达旅行心情
实时记录	随时记录身边旅行灵感，融合国内外出游边界



- Analysys易观分析认为，24岁以下群体用户作为新生代消费主力军，在行业偏好中对短视频综合平台和拍照及图片处理应用使用深度TGI突出，对碎片化、简洁型短内容有较高使用习惯和接受度。穷游的上新功能“Biu!”，以图片、音频、短视频形式实时记录身边的旅行灵感，让用户灵活将旅行融入生活场景，融合国内外旅游边界，内容精炼易于扩散，是迎合新生代年轻用户行为特征的旅行+社交的功能创新；同时，轻内容高度提炼旅行精华，降低原有长篇游记的上传、分享门槛，让更多境内、初阶及潜在旅游用户在传播过程中更易被他人内容吸引产生兴趣，线上与线下的社交gap有机融合，形成以用户为中心的高自主使用、记录、分享、回流的泛旅游新形态。

趋势三：技术+服务并行，解决目的地即时需求



到地租车

- 现存问题——车辆信息不详、预订确认低效、提车障碍、地面沟通不畅、用车体验不佳等。

OTA加强与海外目的地出行供应商直联合作，帮助商家端了解华人游客需求、提升服务。



小程序功能进阶

- 运营内容传播：分享旅行理念

以运营旅行事件、互动问答形式等传播出游知识，引导用户加入并分享扩散，帮助更多用户树立正确出游理念。

- 灵感获取+即刻预订

从长草到预订实时连接，用户在看到旅行图片、短内容产生兴趣后即可使用小程序购买，省去常规平台预订时间差，以提升用户决策效率和成行性。



目的地安全服务

- 建立境外安全应急机制

ex. 携程推出的“全球旅行SOS”，提供出境游紧急援助；穷游锦囊的旅行安全板块，包括新闻、旅行地区安全分级、驻外使领馆信息、安全指南等，为出游用户提供多重出游应急方案。



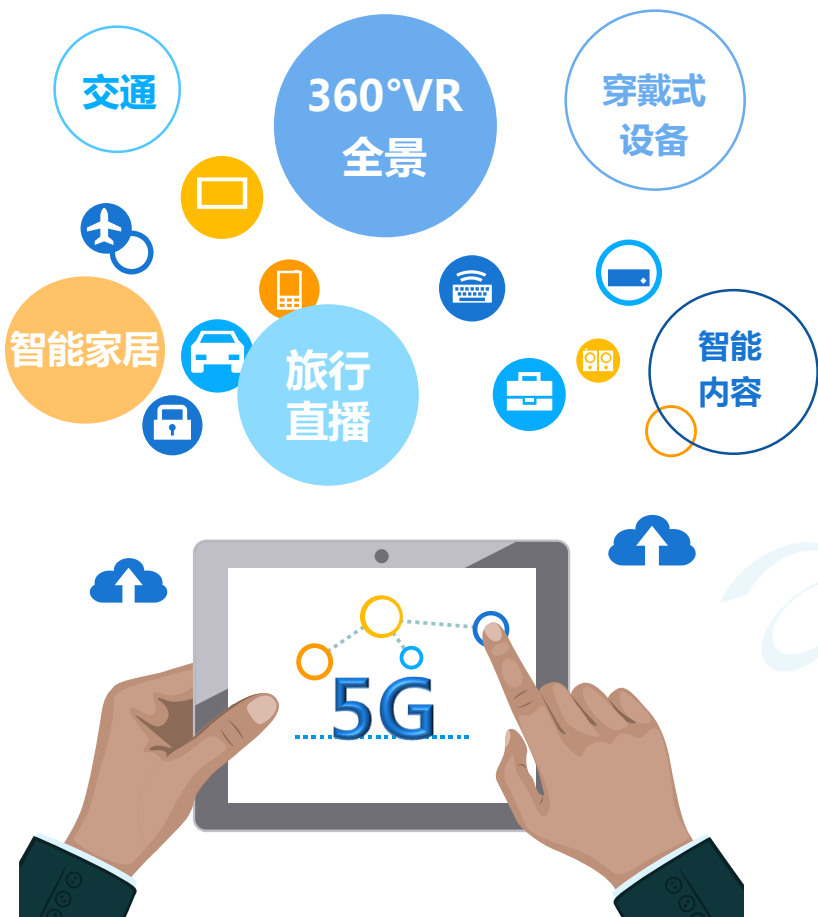
旅行语音助手

- 解决游玩疑问，旅途“陪聊”

语音助理科技迁移至旅行场景，中文会话，可回答游玩提问、目的地提示、以“对话”形式提升产品使用体验，减轻长途/公路旅行的单调性和疲惫感。

- Analysys易观分析认为：旅游和科技的发展相辅相成，科技改变人们的旅游方式带来更多互动式的体验，而体验中产生的差异化新需求也在催化着技术不断前行。从需求本质上来看，游客对技术的需求即是对解决能力的需求，因此，安全性、及时性和高效性的技术革新才是提升服务的有力辅助。

趋势四：5G的应用将为旅游市场带来创新机会



VR/AR内容展示



实景呈现

- 5G带动高质量的VR/AR内容处理可以满足远距离目的地产品、酒店设施展示，为用户提供更为直观、全面的内容陈设；也将为景点、展览馆等虚拟内容推广开辟新思路。

旅行vs极限活动直播



超高清直播

- 5G的应用将对视频直播业务带来直接利好，其一对多/多对多的直播通信会是旅行直播的重大突破方向，大大提升旅行的社交性和互动性；另外，5G对网络速率要求极高的极限运动传输也是极大提升，沉浸式视频和户外运动内容直播会受到更多旅行运动爱好者的青睐。

车联网vs公路旅行



自驾新玩法

- 5G将为汽车行业带来重大变革，自动驾驶、编队行驶、传感器数据众包等都将得到更为安全、低延迟和高带宽的连接；汽车本身更可升级为全新的多功能载体，全新的车内应用场景将为公路旅行增加更多新玩法。

AI使能的景区安全监控



大型景区监控

- 景区视频监控对游客密集型的景区及场所（如主题公园、活动中心等）提高安全性、提效管理和节约人力有极大价值。在成本可接受的前提下，升级视频监控也将带动景区数据收集和进阶游客行为分析。

- 5G是一项跨时代的技术，相较于前几代移动网络，5G的网络能力将为各个行业和领域带来飞跃性的发展。从技术层面来说，5G的超高数据速率将大大降低时延、提高整体网络效率，为“万物相融”的物联网打下了坚实的基础，更将和大数据、云计算、人工智能等一起创造信息通讯的新时代。Analysys易观分析认为，5G的应用投射到旅游行业将使更多场景连接到出游过程，增加与海外目的地和供应商联动，丰富目的地游玩体验品类、多重提升产品质量，亦会有更多创新型技术和产品加入到旅游服务中。

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