

2026旅游出行行业流量分析报告

CONTENTS

目录

01 旅游行业宏观情况

02 旅游行业流量大盘

03 渠道流量分析：APP/小程序

04 内容种草重塑旅行用户心智

05 榜单

用户变化

01

- ✓ 行业全面进入存量竞争，线上旅游出行设备规模增速显著放缓，用户从增量拉新转向存量精细化运营；2026年5月行业独立设备达11.41亿台，增长天花板显现。
- ✓ 用户行为大幅简化：单机单日使用时长持续收缩、打开频次平稳，决策链路缩短，“快速浏览、即时下单”成为主流，深度长浏览行为减少。
- ✓ 人群结构清晰：25-35岁中青年为核心客群，已婚家庭用户占比65.3%，下沉三线及以下城市是流量基本盘；全行业男性用户占比更高，不同赛道人群偏好分化明显。

行业变化

02

- ✓ 市场从“量的复苏”转向“质的增长”：2025出游人次、旅游总消费双双突破2019年高点，消费增速持续高于出游人次增速，品质游、高客单产品增长潜力更强。
- ✓ 细分赛道增长两极分化：车票、酒店预订保持高速增长；导航地图为流量底盘平稳运行；用车、航司自营、综合出行信息赛道流量持续萎缩。
- ✓ 赛道寡头格局固化：导航、OTA、车票服务CR3高度集中，中小平台难以依靠公域流量突围，只能深耕垂直细分场景。

APP/小程序变化

03

- ✓ 导航地图是行业第一大流量入口，高德、百度长期稳居用户规模前两位，用户体量远超OTA、用车、票务平台。本地生活、演出票务、景区赛道增速亮眼：抖音来客本地生活同比大涨74.7%，阿那亚景区APP爆发式增长，传统民宿平台流量普遍下滑。
- ✓ 小程序流量持续走高，2026年5月月独立设备达2.97亿台，但流量极度分散：全行业1503个小程序，人均使用1.27个。小程序流量具备强节假日脉冲属性，春节、五一等长假会形成短期日活高峰；用车服务小程序单赛道日活规模领跑全小程序细分。

内容平台种草

04

- ✓ 内容平台成为旅游用户核心决策入口，抖音、微博、快手、小红书旅游用户渗透率均接近80%，短视频用户停留时长远超图文平台。
- ✓ 种草形成标准化三级转化链路：短视频直接下单，跳转微信小程序，长线种草后下载OTA APP；平台形成差异化种草定位：抖音打造县域短途文旅爆款、微博依靠热搜制造跟风打卡、小红书沉淀长线攻略带动机票酒店高客单成交、快手依托下沉银发市场做跟团套餐转化。

01 / 旅游行业宏观情况

Macro situation

旅游行业监管政策环境

相关部门持续扩容，从文旅主管单位扩展至多部委联合发文，后续入境游、跨境旅行服务将迎来政策红利



2023年 旅游市场复苏 激活国内旅游市场

- 2023.9.27国务院办公厅印发《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》的通知，疫后复苏顶层纲领30条。
- 2023.11.13文化和旅游部印发《国内旅游提升计划（2023—2025年）》围绕加强国内旅游宣传推广、丰富优质旅游供给、改善旅游消费体验等方面

2024年 数字化转型 布局智慧旅游基础设施

- 2024.05文化和旅游部办公厅、中央网信办秘书局、国家发展改革委办公厅、工业和信息化部办公厅、国家数据局综合司联合印发《智慧旅游创新发展行动计划》，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游创新发展

2025年 文旅消费扩容 培育亲子、银发、低空、冰雪新业态

- 2025.01.09国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》，强调深化“文旅+百业”、“百业+文旅”，提升产品供给能力，丰富消费业态和场景；
- 2025.04文化和旅游部、外交部、公安部、海关总署令印发《边境旅游管理办法》放宽边境旅游经营限制，支持边境特色文旅开发

2026年 双向开放， 对内旅居提质、对外提振入境旅游

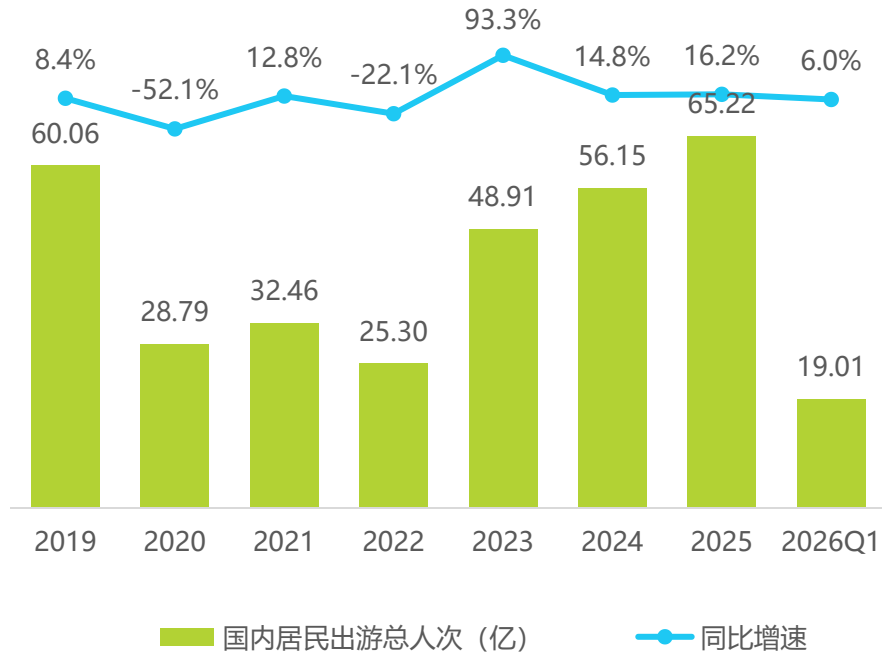
- 2026.01.25国务院办公厅关于印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》，聚焦重点领域、潜力领域，加快培育服务消费新增长点；
- 2026.03.16商务部等9部门联合印发《关于促进旅行服务出口扩大入境消费的政策措施》促进旅行服务出口，扩大入境消费，推动服务贸易和服务消费联动发展

旅游市场宏观情况

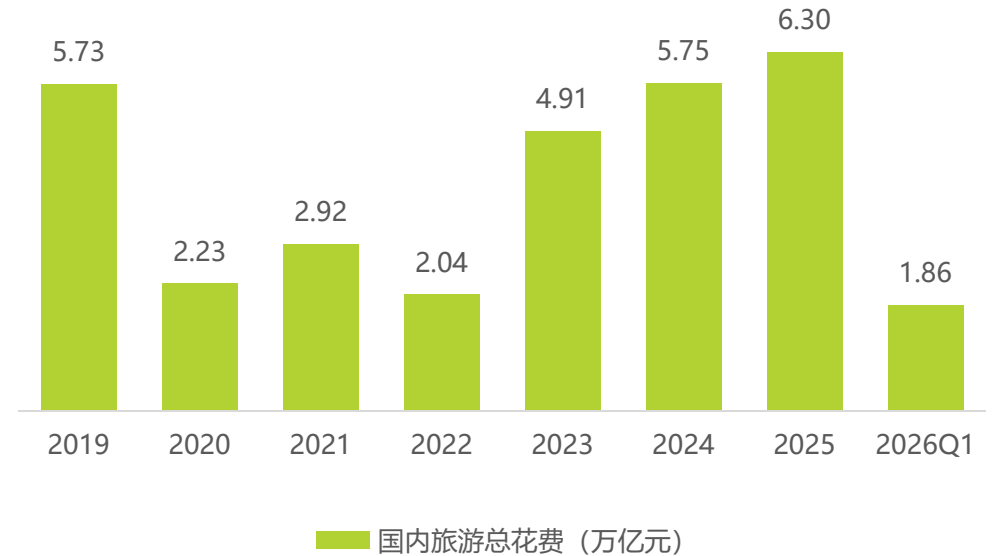
国内旅游市场出游人次快速反弹后增速逐步回落，总量超越疫情前水平；旅游消费总额稳步攀升，人均消费持续提升，行业从“量的复苏”转向“质的增长”。

2025年出游总人次达到65.22亿，已经显著高于2019年的60.06亿。2026年一季度同比增速放缓至6.0%，行业进入平稳增长阶段。消费方面，2025年升至6.30万亿元，大幅超过2019年5.73万亿的历史高点。2026年一季度总花费1.86万亿元，延续消费走强趋势。消费总额的增长幅度高于出游人次的增幅，代表游客人均单次旅游支出在上涨，消费升级逻辑成立，品质游、高客单产品更具备增长空间。

国内居民出游人次趋势



国内居民旅游总花费



节假日出游情况

2026年春节9天长假创下5.96亿人次的历史峰值，较常规春节增长显著，反映“长假效应”对出游人次的强力拉动；五一假期以3.25亿人次位居次席，显示多日连续假期对文旅消费的放大作用远超普通小长假。整体呈现长假>中假>短假的阶梯式分布特征。

1.42亿人次

元旦假期（3天）

跨年夜出行需求集中释放，
短途周边游为主

5.96亿人次

春节假期（9天）

历史春节峰值，探亲+旅
游双轮驱动，返乡潮叠加
文旅热

1.35亿人次

清明假期（3天）

踏青扫墓主题，近郊微度
假为主力消费形态

3.25亿人次

五一假期（5天）

中长距离深度游需求强劲，
交通枢纽与热门目的地接
待承载力面临阶段性考验。

旅游出行行业流量生态

公域超级流量入口

第一层

高德/百度地图:
导航刚需, 主动出行动作的原生流量

微信:
社交生态+小程序+支付链路

支付宝:
支付工具+出行频道/生活号

反向获取行程/票务数据完善本地生活服务

向下分发泛出行流量至垂直交易平台

旅游垂直交易平台: 核心转化层

第二层

携程

去哪儿

飞猪

种草引流跳转携程/去哪儿等平台下单

承接上层公域流量+内容种草意向

交通票务订单下发至
第四层官方渠道完成履约

内容决策: 种草与心智影响

第三层

小红书: 图文攻略、真实探店种草, 强调决策参考属性

抖音: 上线独立旅行入口
短视频种草, 团购/短途游引流优势

微博: 热搜话题+明星/KOL出行打卡驱动型种草
文旅官方账号矩阵运营主阵地

快手: 老铁信任经济+本地生活深耕
下沉市场短途周边游种草转化效率高

大交通: 出行履约终端

第四层

铁路12306: 火车票官方出票渠道
携程/去哪儿等平台火车票业务底层对接此渠道

仅承接上层垂直平台下发票务订单完成履约交付, 无反向流量分发

航旅纵横: 民航官方行程管理工具
统一航班动态、值机、退票履约数据

02 / 旅游行业流量大盘

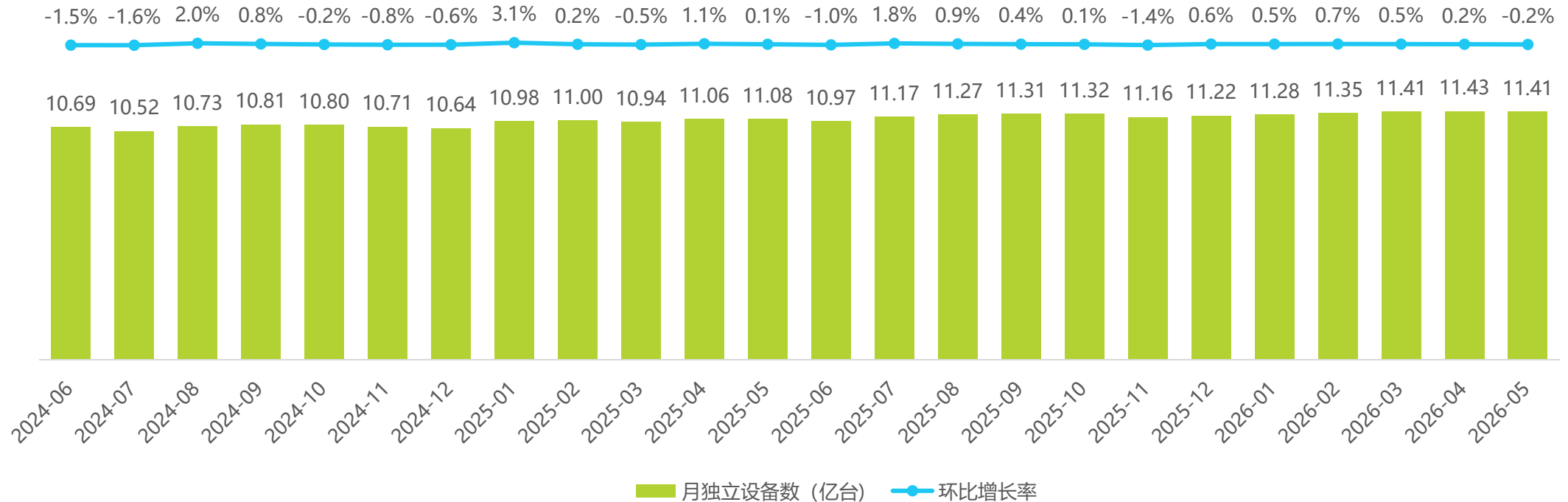
Traffic volume

行业整体-流量趋势

线上旅游出行用户已经进入存量市场，整体设备总量天花板临近

20246月行业独立设备为10.69亿台，中途仅短期小幅回落，整体持续抬升；到2026年5月，规模增长至11.41亿台，两年间用户规模稳步扩容，但增长幅度有限。

mUserTracker-2024.6-2026.5
旅游出行行业月独立设备数



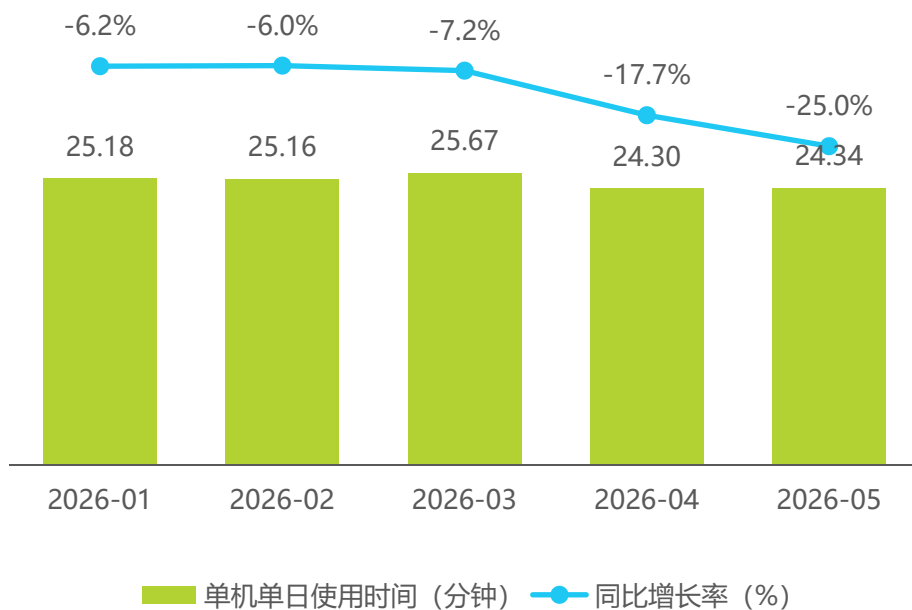
来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

行业整体-用户使用行为

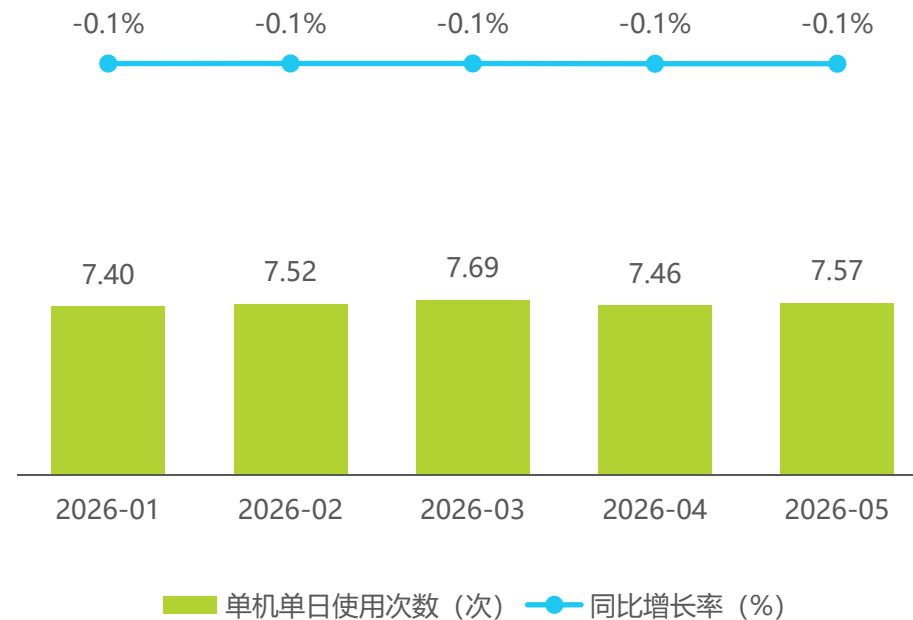
从长时间深度浏览，变成快速打开、快速下单，决策链路缩短

2026年1-5月，旅游出行行业用户活跃度呈现分化态势，单机单日使用次数保持平稳，但单机单日有效使用时长持续收缩，同比降幅逐月扩大，用户深度留存有所走弱

mUserTracker-2026年1-5月
旅游出行行业单机单日有效时间



mUserTracker-2026年1-5月
旅游出行行业单机单日使用次数



行业整体-用户画像

已婚人群占比高达65.3%，家庭出游是主流需求。

2026年5月旅游出行线上用户以已婚中青年男性为主，25-35岁人群占比最高，达到32.9%；城市分布上，一线用户占比偏低，三线及以下的城市用户占比过半，下沉市场是核心流量来源。

mUserTracker-2026年5月中国移动互联网旅游出行用户画像

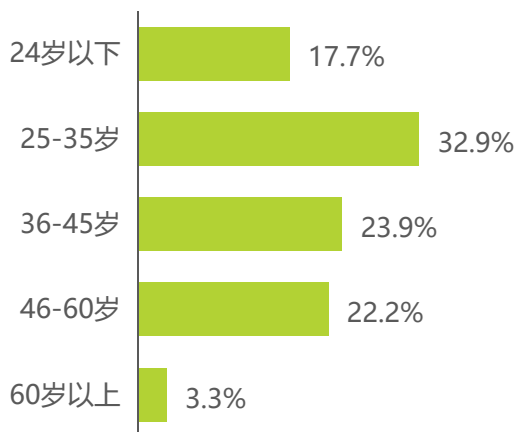
性别分布



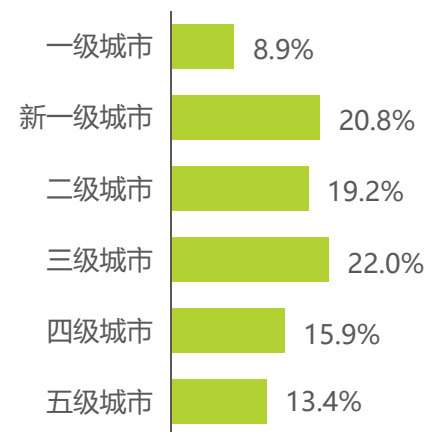
婚姻状况



年龄分布



城市级分布

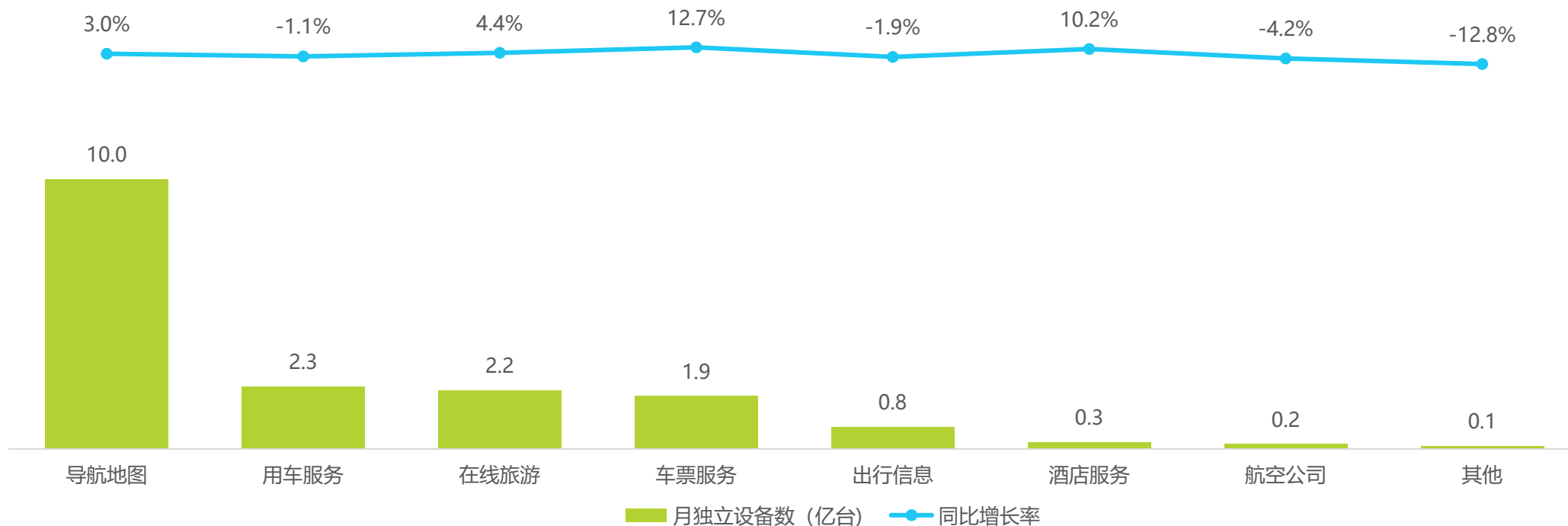


细分行业-流量情况

旅游出行细分行业用户规模两极分化，导航地图稳居绝对流量底盘

导航地图是旅游出行领域最大流量入口，体量远超其他细分赛道；车票、酒店在线预订业务用户保持高速增长；用车、出行信息、航司自营及其他细分赛道用户规模同比下滑，行业增量集中在票务与住宿预订板块。

mUserTracker-2026年5月
旅游出行细分行业月独立设备数

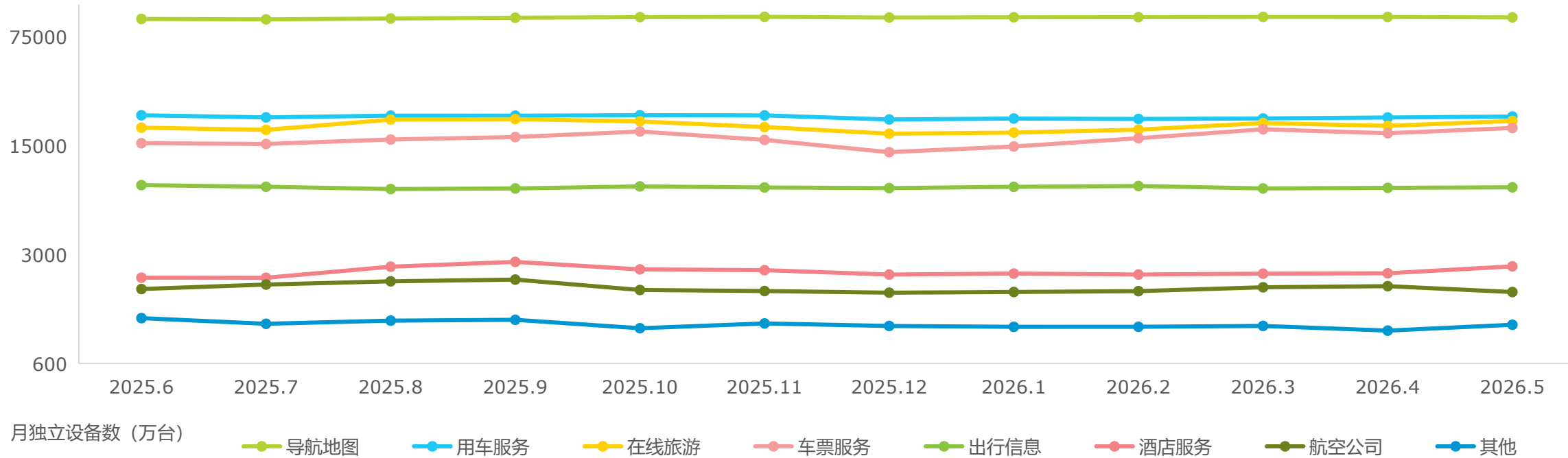


来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

细分行业-流量趋势

旅游出行各细分赛道用户规模整体趋于平稳，多数行业仅呈现季节性小幅波动；导航地图长期稳居流量第一，车票、酒店预订用户走出上行曲线，航司自营、其他细分赛道整体震荡走弱，行业增长分化持续拉大。

mUserTracker-2025.6-2026.5
旅游出行细分行业月独立设备数趋势



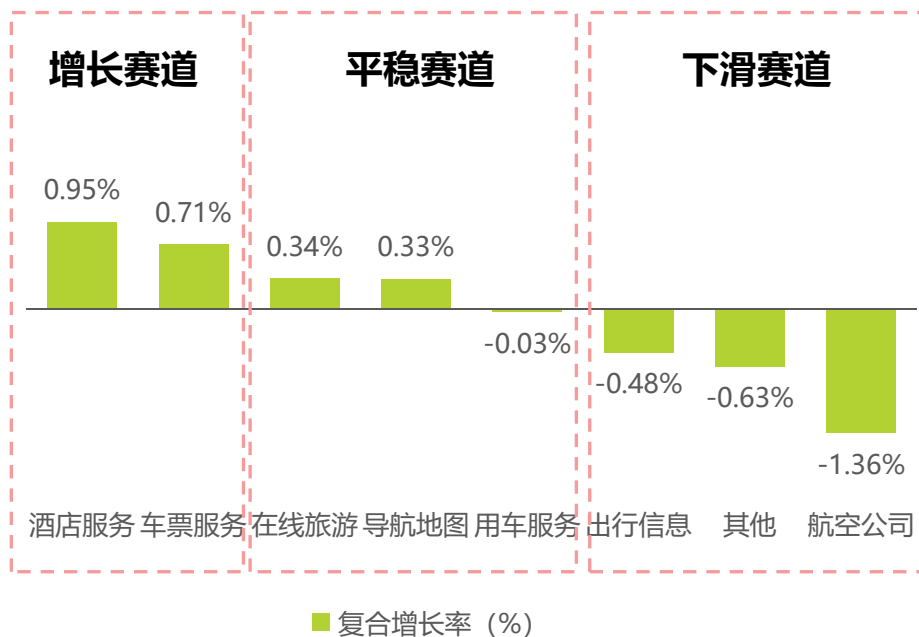
来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

细分行业-增速梯队

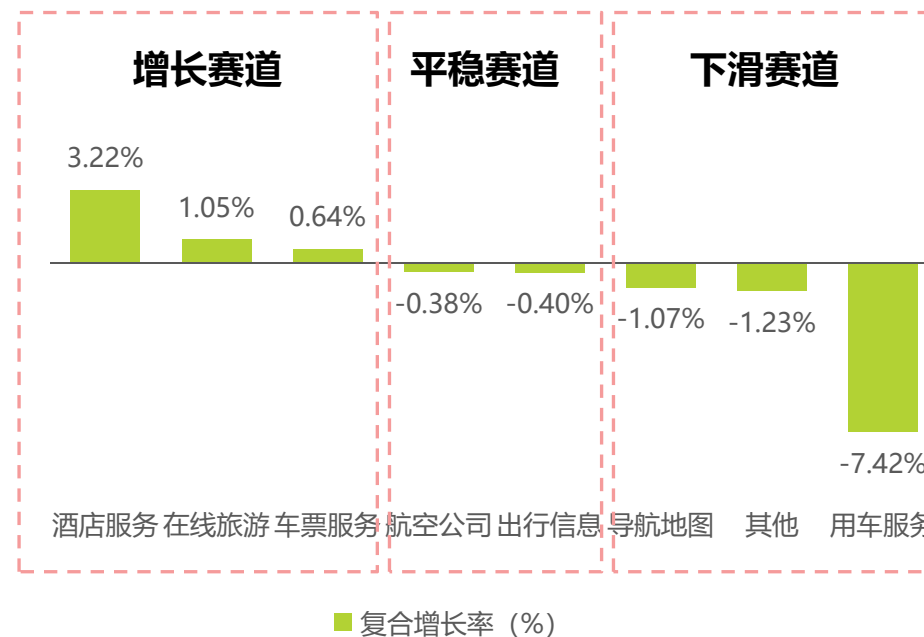
旅游出行细分赛道增长出现明显分化

2026年1-5月，酒店、车票两大预订业务在用户规模与使用时长双维度保持正向增长；在线旅游、导航地图维持平稳；用车、航司自营等赛道用户规模与总使用时长同步收缩，流量与用户活跃度双双走弱。

mUserTracker-2026年1-5月
旅游出行细分行业用户规模复合增长率



mUserTracker-2026年1-5月
旅游出行细分行业总使用时间复合增长率



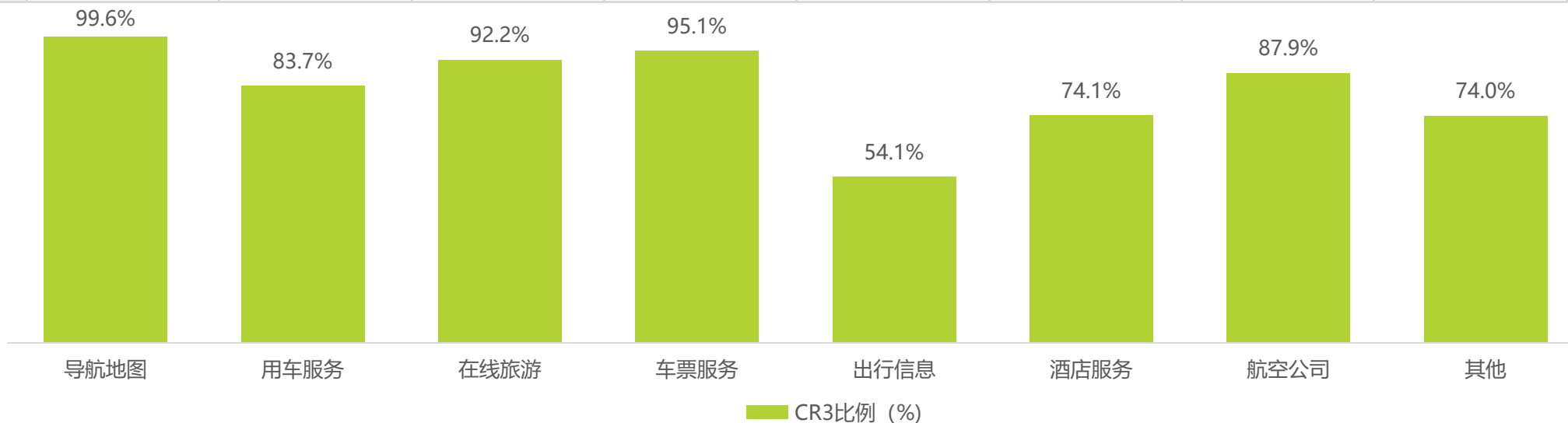
细分行业流量集中度

存量市场下，中小平台很难靠公域拉新取胜，只能深耕细分场景、做垂直用户运营

导航地图、车票服务、在线旅游赛道前三家企业垄断了绝大部分用户流量，行业已形成稳固寡头格局，新平台很难再通过流量竞争突围。用车、航司、住宿赛道形成稳定头部阵营，中小品牌只能争夺剩余存量市场。出行信息行业CR3仅为54.1%，是所有细分赛道里集中度最低的，中小玩家仍有生存空间。

mUserTracker-2026年5月
旅游出行细分行业CR3情况

| | | | | | | | | |
|------|------|------|-------|---------|------|------|------|--------|
| TOP1 | 高德地图 | 滴滴出行 | 携程旅行 | 铁路12306 | 车来了 | 华住会 | 南方航空 | 悦通行 |
| TOP2 | 百度地图 | 哈啰 | 去哪儿旅行 | 智行火车票 | 天府通 | 首旅如家 | 春秋航空 | 公务之家 |
| TOP3 | 腾讯地图 | 一嗨租车 | 飞猪旅行 | 高铁管家 | 航旅纵横 | 途家民宿 | 中国国航 | 迪士尼度假区 |



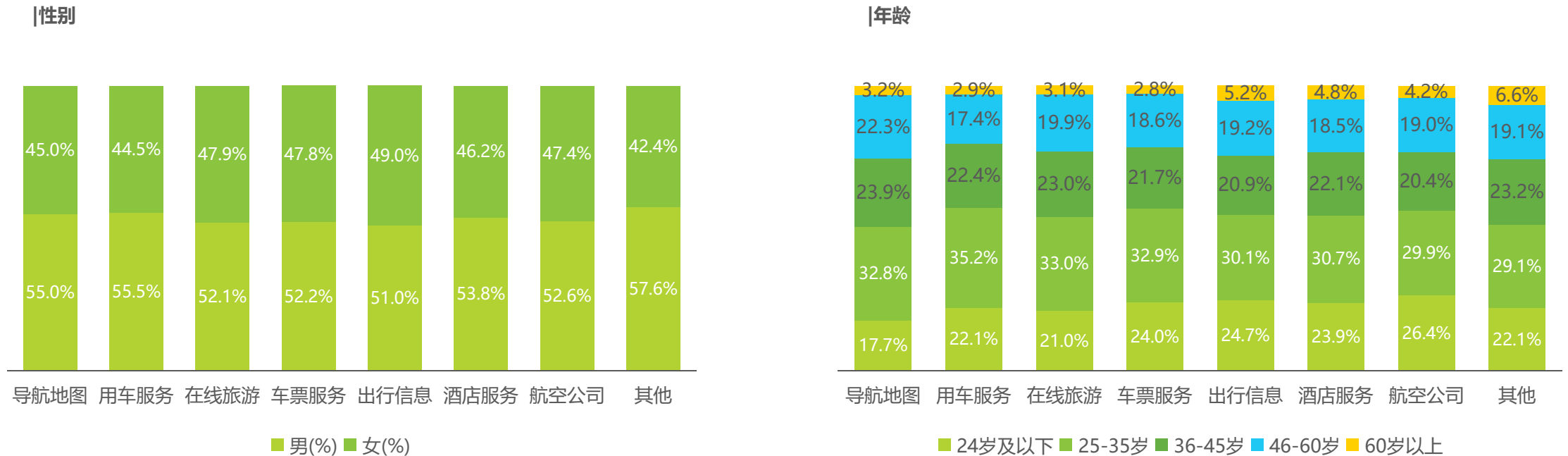
注释：CR3指行业前三家企业的市场份额总和，计算公式：行业TOP3 APP去重用户规模/所属行业总规模
来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

细分行业-用户分布

旅游出行所有细分行业均呈现男性用户占比更高的特征，在年轻群体与中老年群体占比上出现明显差异

全行业男性用户占比普遍高于女性，男性占比区间在51.0%-57.6%。所有细分赛道里，25-35岁用户占比都是最高一档，是旅游出行行业的主力。各赛道在青年、中年、银发人群占比上形成明显分化，不同出行场景对应着差异化的年龄客群。用车、车票、航司业务青年用户更多，导航地图36-45岁的中青年用户达到23.9%，高于其他行业，其中对应家庭自驾与休闲出游需，出行信息类产品银发游客占比更高。

mUserTracker-2026年5月中国移动互联网旅游出行细分行业用户画像

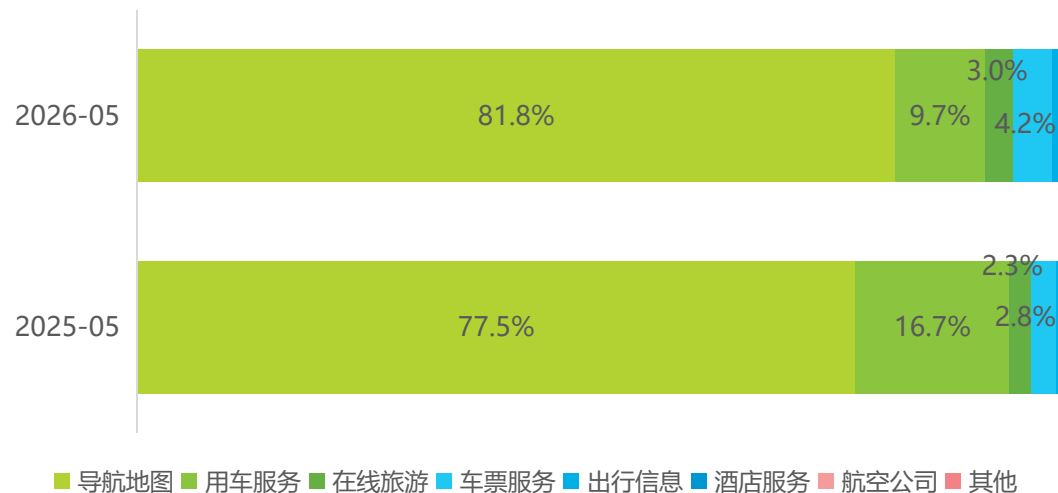


细分行业-用户使用

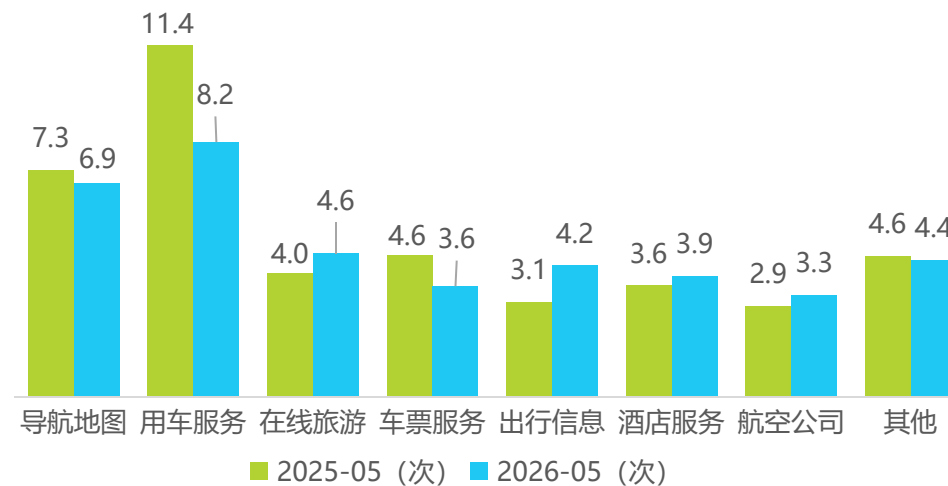
流量时长格局进一步集中，导航地图抢占更多用户停留时间，用车服务用户时长大幅缩水

2026年5月，导航地图占据全行业八成以上用户时长，时长占比持续提升；在使用频次上，用车服务打开次数大幅下滑，其余预订类应用使用频次稳中有升，用户行为向“低频刚需打开”转变。

mUserTracker-2026年5月中国移动互联网
旅游出行细分行业用户使用时间占比



mUserTracker-2026年5月中国移动互联网
旅游出行细分行业用户单机单日使用次数



03 / 渠道流量分析：APP/小程序

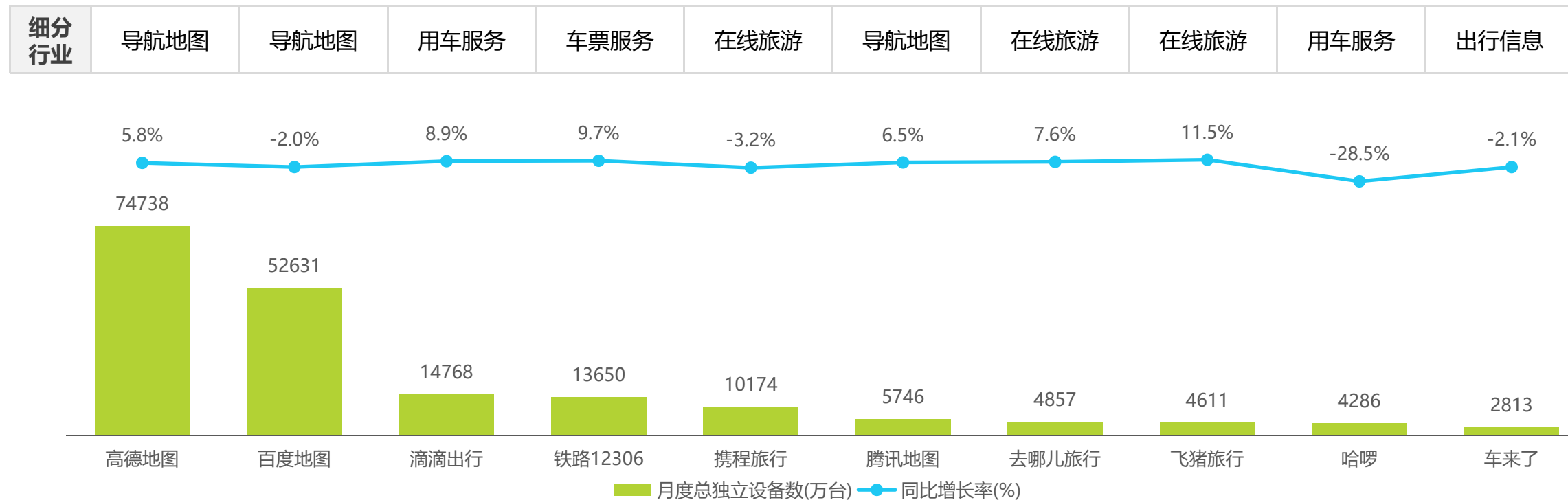
Channel Traffic

APP-流量排名

导航地图应用占据行业最大流量池，是旅游出行第一大入口。

2026年5月旅游出行行业TOP10应用中，导航地图类产品占据流量前两名，用户体量遥遥领先；车票服务与在线旅游平台保持稳健增长，用车赛道出现明显分化，哈啰用户规模大幅下滑。

mUserTracker-2026年5月中国移动互联网旅游出行行业用户规模TOP10应用



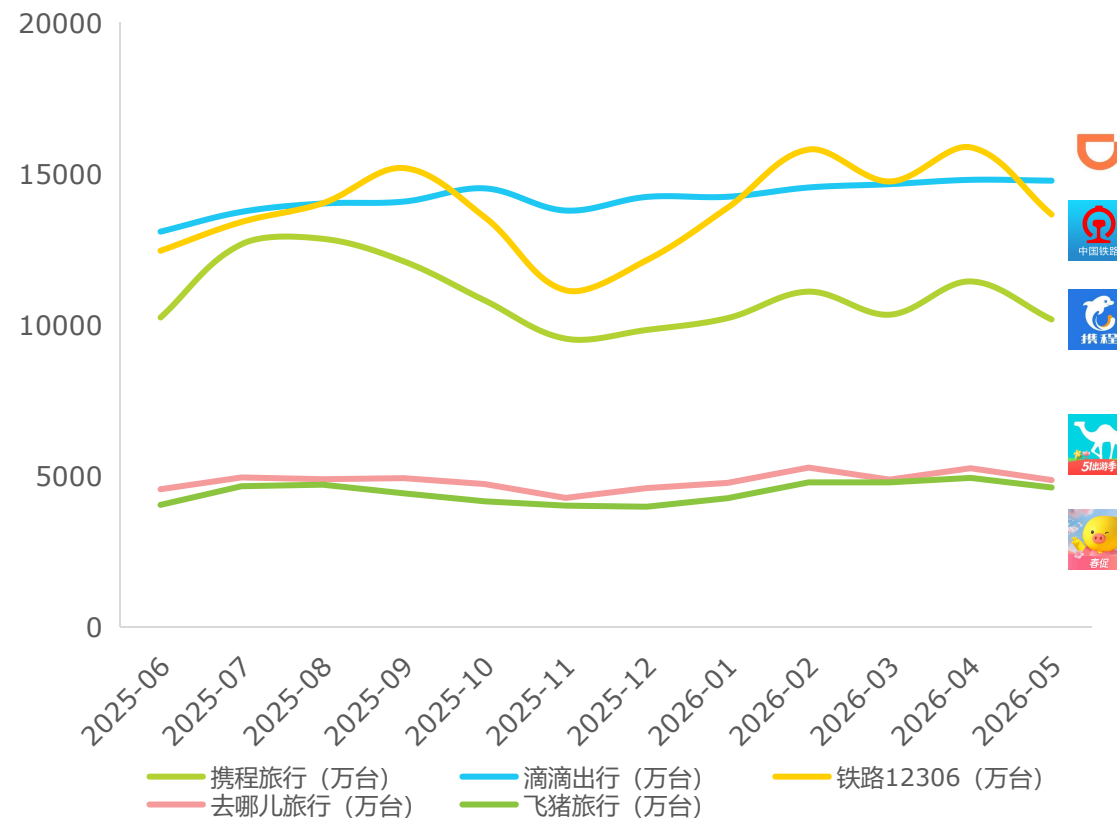
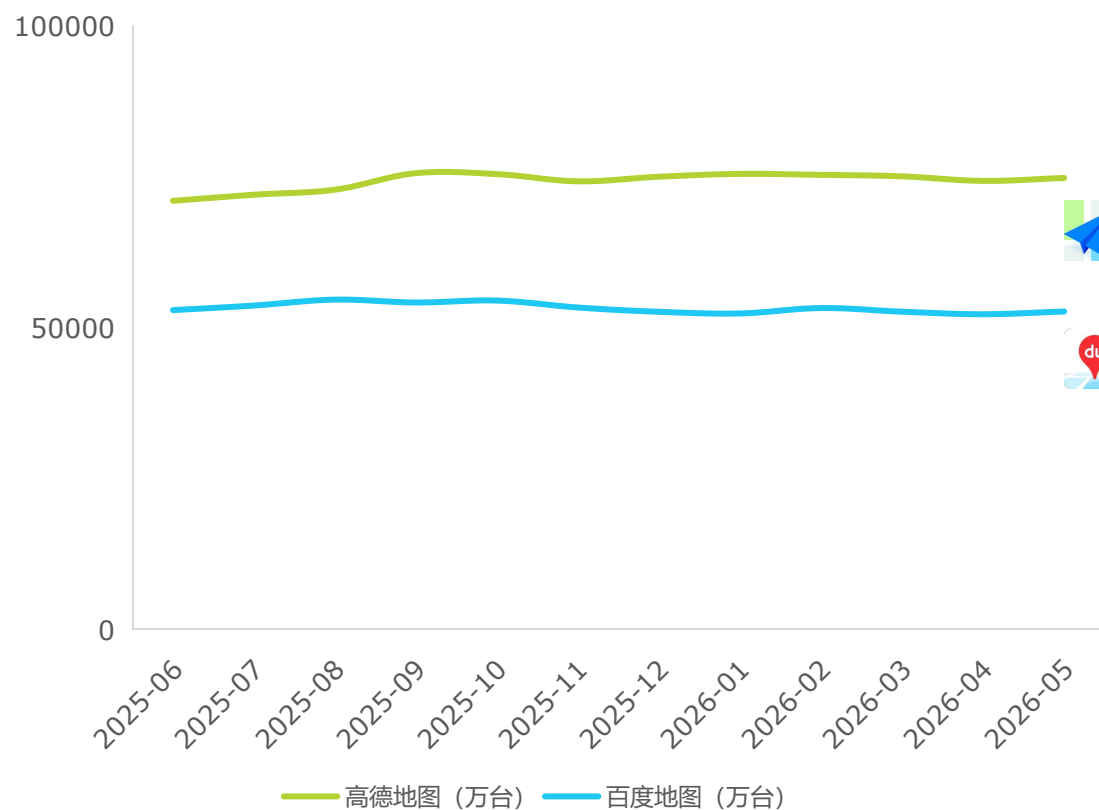
来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

APP-流量趋势

导航类工具用户规模进入平台期，存量格局稳定，很难再实现用户扩容节假日情况

2025年6月至2026年5月，两大导航地图用户规模长期保持平稳，几乎无大幅波动；OTA、车票、用车类APP则呈现明显淡旺季周期性波动，铁路12306周期性增长最为突出。

mUserTracker-2026年1-5月旅游出行行业热门APP用户规模变化趋势



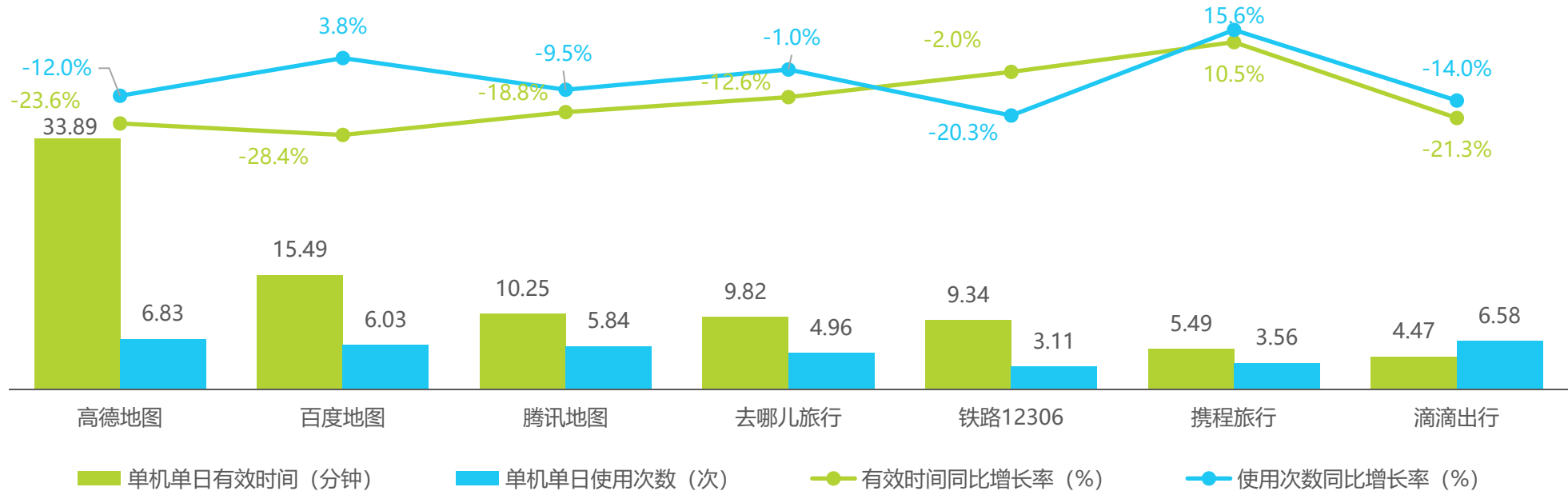
来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

APP-用户使用

导航类工具用户规模进入平台期，存量格局稳定，很难再实现用户扩容节假日情况

2026年5月，导航类APP单日使用时长依然稳居行业第一；绝大多数头部应用的打开频次同比下滑，仅携程旅行实现时长与打开次数双增长，多数产品出现时长与打开次数双下滑的情况，用户行为普遍转为“少打开、久停留”。

mUserTracker-2026.5
旅游出行行业头部APP用户粘性



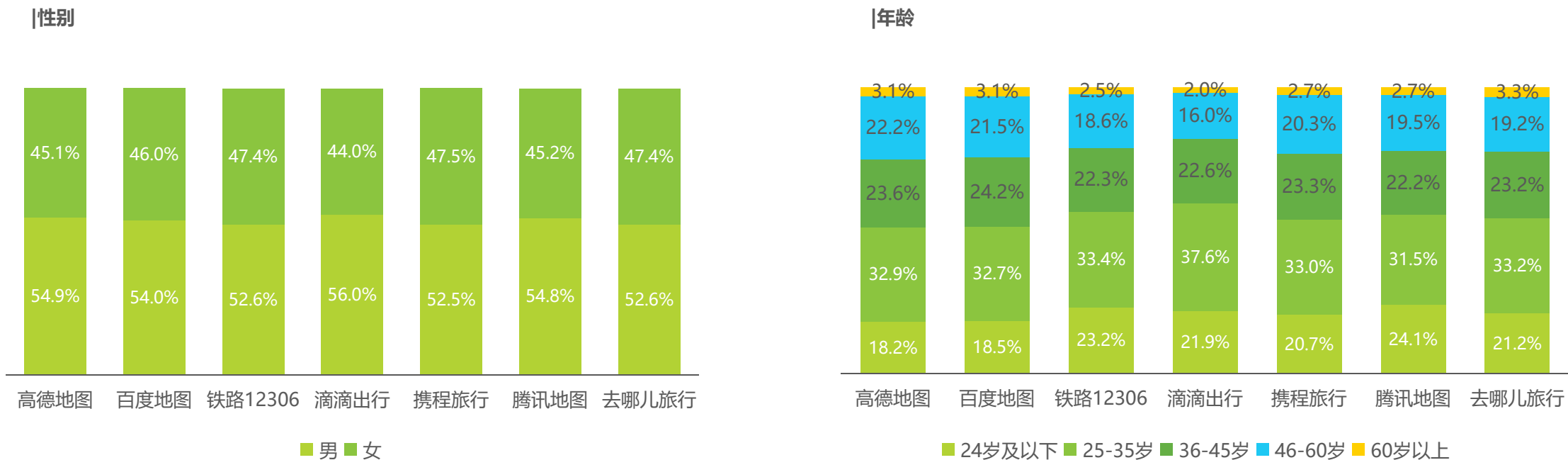
来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

APP-用户画像

整体用户以男性为主，网约车产品男性集中度最高，票务与OTA平台女性用户相对更多

2026年5月，所有头部出行APP男性用户占比都高于女性，滴滴出行男性占比最高，达到56.0%；年龄结构上，25-35岁人群是共同核心客群，其中滴滴出行占比37.6%，青年短途出行人群最为集中。铁路12306、腾讯地图中24岁以下的青年用户占比更高，学生长途出行需求旺盛。导航类软件年轻用户占比偏低。

mUserTracker-2026年5月中国移动互联网旅游出行细分行业用户画像

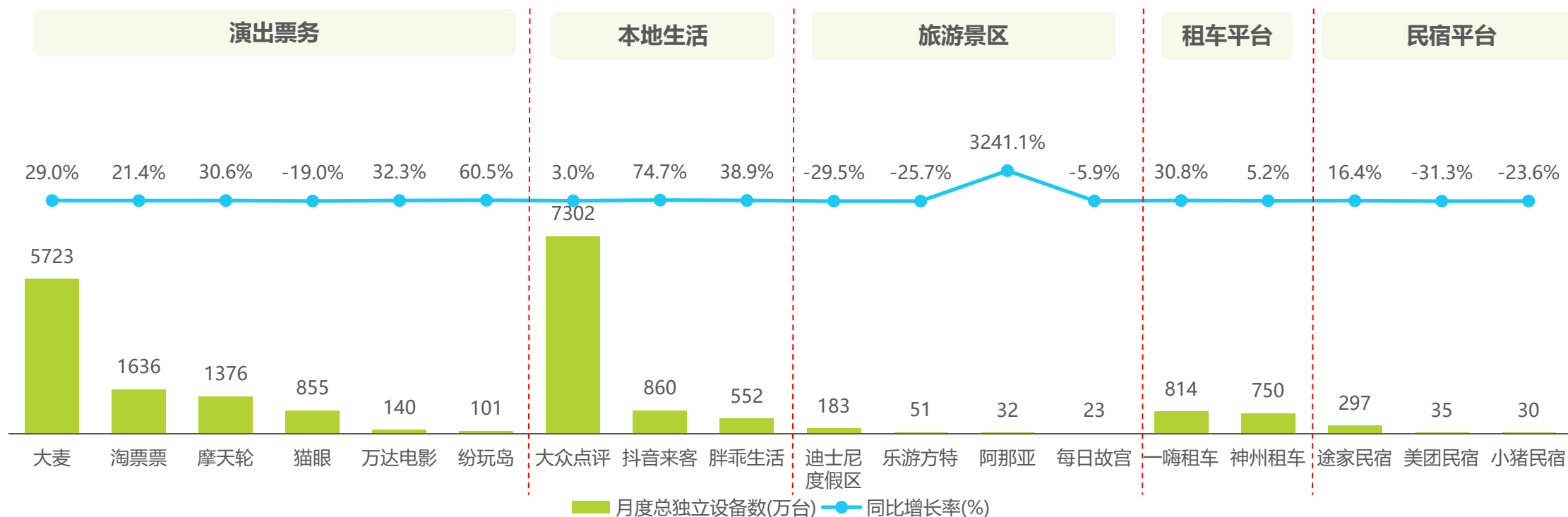


APP-其他细分赛道

演出票务与本地生活是细分赛道里流量大盘，大麦、大众点评稳居头部，短视频本地生活平台高速崛起

2026年5月旅游出行细分赛道分化明显，演出票务、本地生活用户体量领先且大多保持增长；景区类应用中，阿那亚实现爆发式增长；租车平台小幅上行；民宿赛道多数平台用户规模同比下滑。抖音来客同比大涨74.7%，增长势头强劲。

mUserTracker-2026.5中国移动互联网旅游出行相关赛道典型应用情况



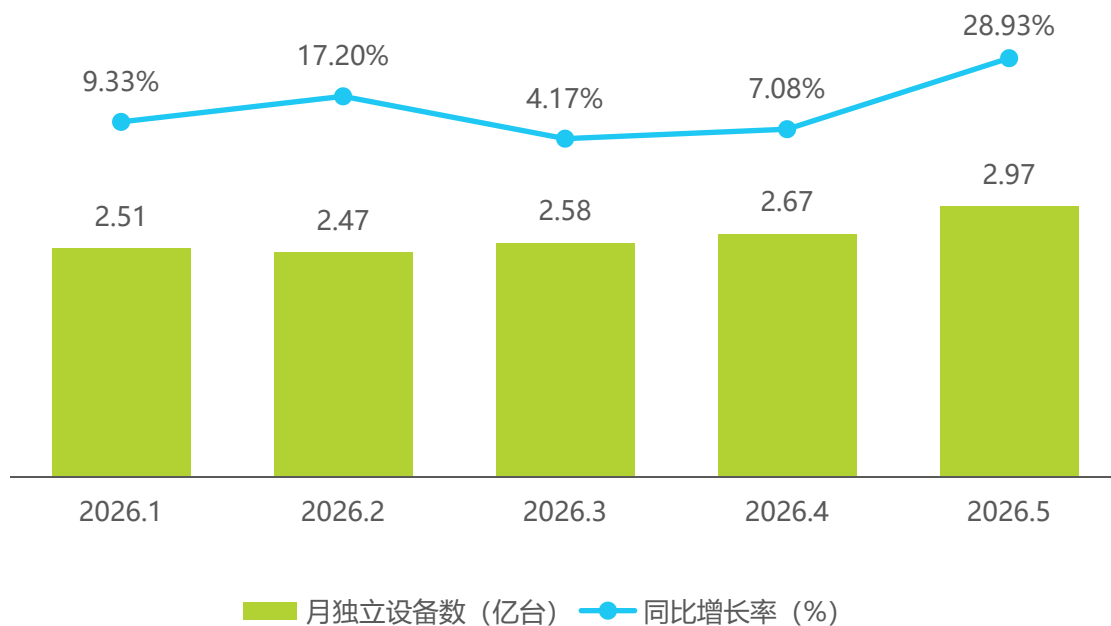
来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

小程序-行业概览

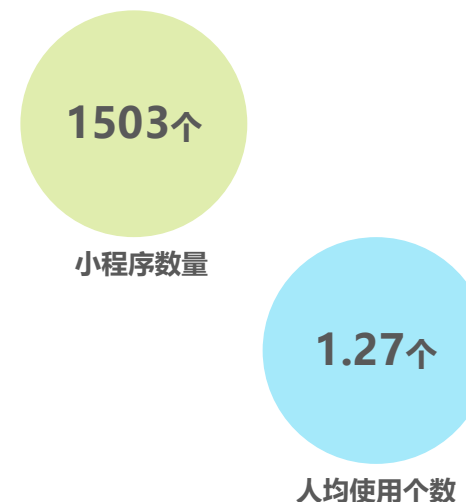
旅游出行小程序月度用户量连续走高，小程序供给充足但用户选择高度集中，人均仅使用1.27个。

2026年1-5月旅游出行小程序用户规模稳步走高，同比增速持续上行；行业小程序总量庞大，但用户人均只使用1.27个，流量高度集中。月独立设备数从2026年1月2.51亿台稳步增长，到5月达到2.97亿台，连续5个月同比抬升。

MiniTracker-2026年1-5月
旅游出行行业小程序月独立设备数

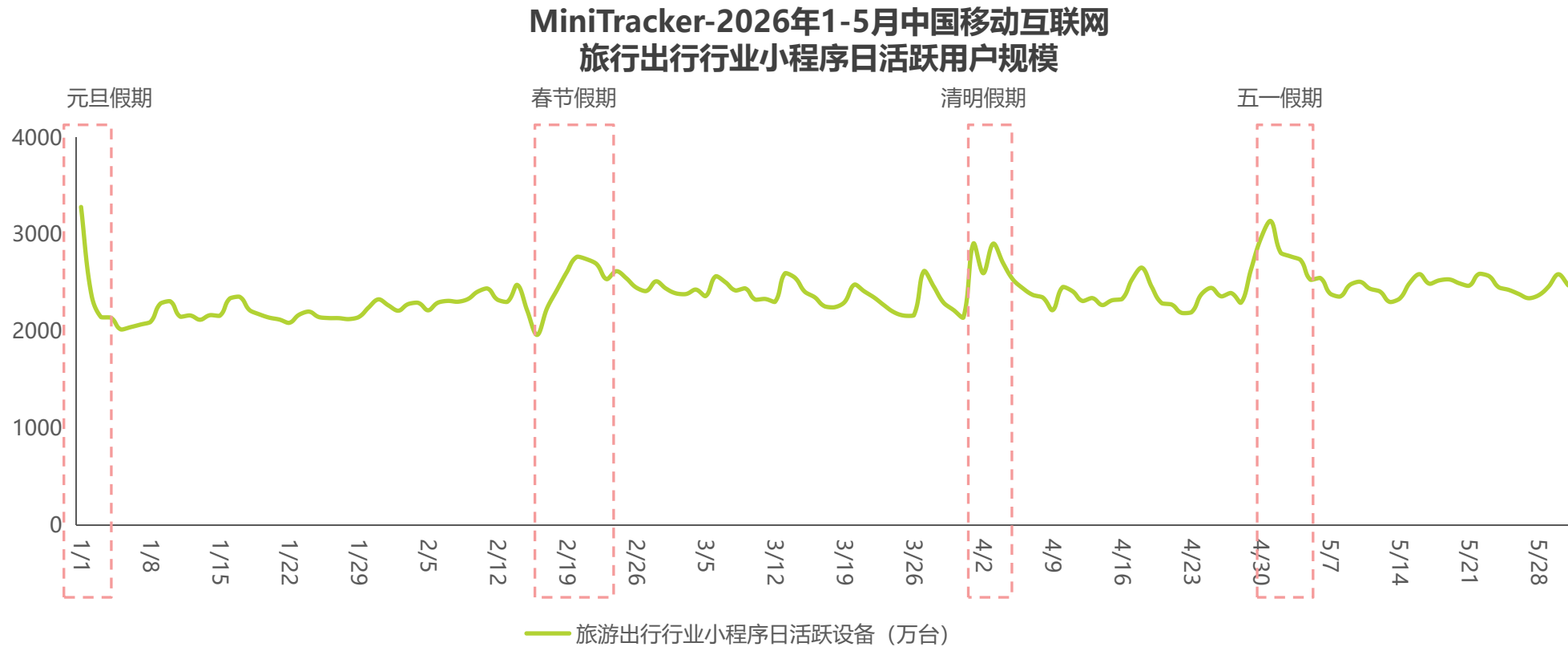


MiniTracker-2026年5月旅游出行行业小程序情况



小程序-流量趋势

2026年1-5月旅游出行小程序日活呈现明显的节假日脉冲行情，春节、清明、五一假期都会带来短期流量高峰，行业整体日活稳步抬升

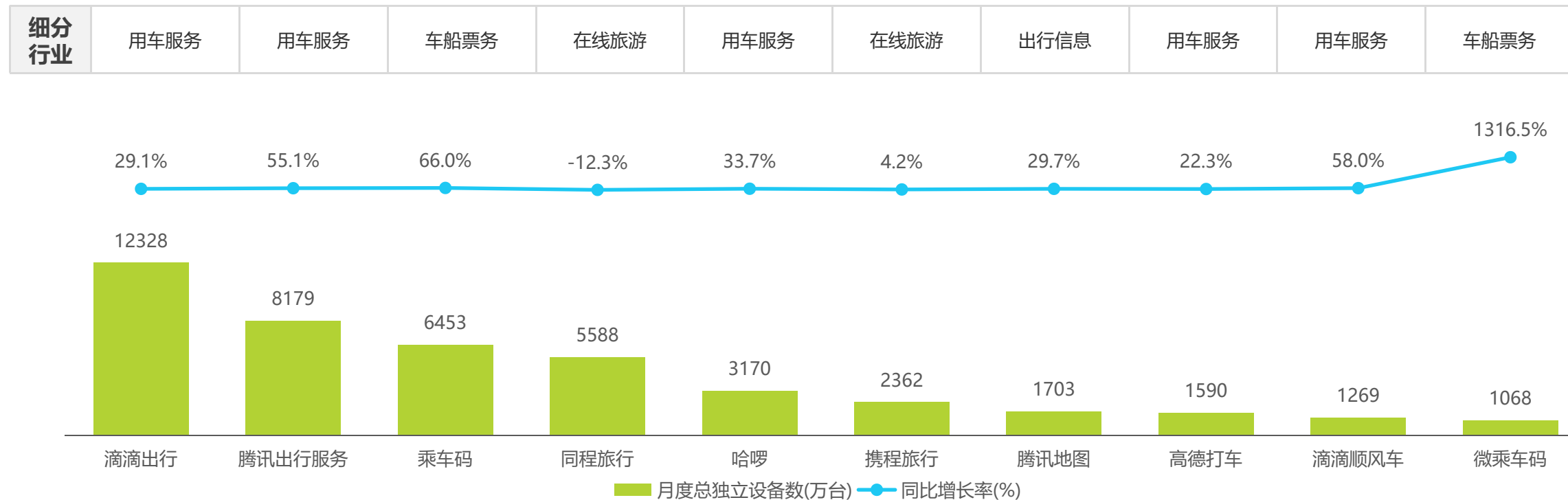


小程序-流量排名

出行小程序流量高度集中于用车打车场景，TOP10里六款产品属于用车服务

TOP10旅游出行小程序中，用车服务类占据6席；滴滴出行小程序以绝对体量排名第一，绝大多数小程序实现高速增长，仅同程旅行出现用户下滑，微乘车码迎来爆发式增长。

MiniTracker-2026.5中国移动互联网旅游出行行业用户规模TOP10小程序



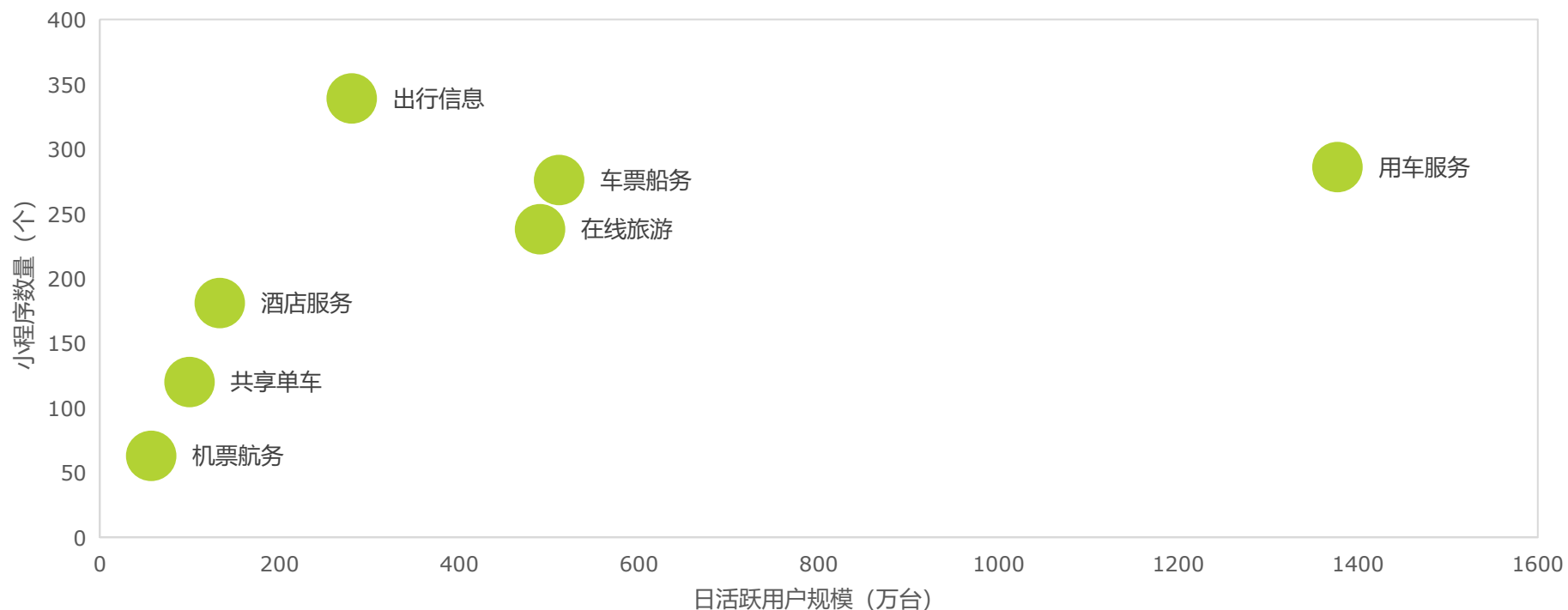
来源：艾瑞咨询MiniTracker小程序监测数据库。

小程序-细分赛道

行业两极分化显著：用车赛道用户体量领先，而机票航务、共享单车等赛道小程序数量少、日活规模偏低。

用车赛道日活接近1400万台，是所有细分赛道里用户规模最高；同时拥有280余个小程序。该赛道单产品平均流量差距极大，马太效应最强。出行形象小程序数量最多，接近340个，但日活仅280万台左右。从业者数量庞大，但整体流量偏小，单个小程序很难分到用户。机票航务、共享单车、酒店服务赛道无论产品数量还是活跃用户都处于低位，市场体量更小。

MiniTracker-2026.5.31旅游出行行业细分赛道小程序情况



小程序-典型小程序用户画像

滴滴出行小程序核心用户为中青年男性，以中等消费群体为主，用户主要集中在新一线与二线城市，成渝、北上广是用户规模最高的城市。

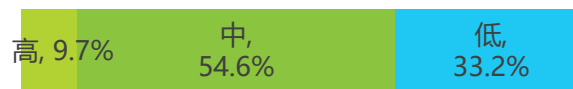
2026年5月，滴滴出行小程序的男性占比 61.7%，女性占比 38.3%，男性用户占比更高。25-35岁人群占比39.6%，24 岁以下人群占比 28.0%，两类人群合计接近七成，是绝对主力。新一线城市、二线城市合计占比超半数；一线城市占16.2%，三线及以下城市合计占29.1%，下沉市场覆盖充分。

MiniTracker-2026年5月用车服务赛道TOP1小程序-滴滴出行用户画像

性别分布



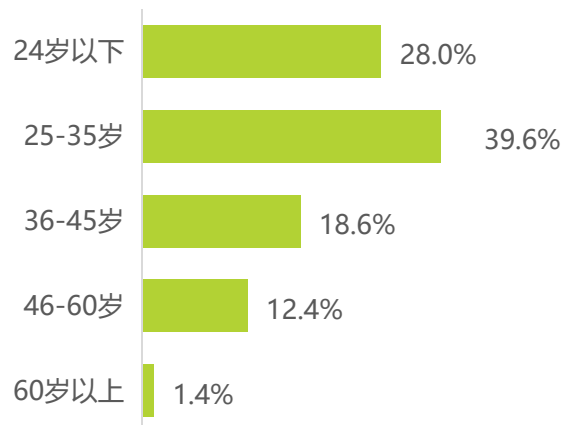
消费能力分布



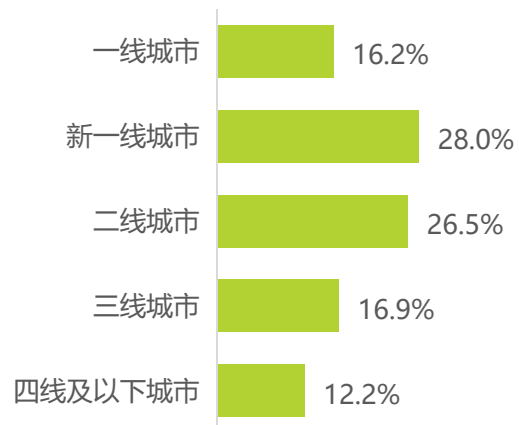
重点城市分布TOP10

| 城市名称 | 用户占比 |
|------|------|
| 成都市 | 4.0% |
| 重庆市 | 3.9% |
| 北京市 | 3.9% |
| 上海市 | 3.6% |
| 广州市 | 3.0% |
| 昆明市 | 2.8% |
| 天津市 | 2.6% |
| 苏州市 | 2.5% |
| 长沙市 | 2.0% |
| 西安市 | 1.9% |

年龄分布



城市级分布



小程序-典型小程序用户画像

同程旅行小程序用户以中青年男性为主，中等消费能力人群占比最高，用户集中在新一线与二线城市，西南、长三角城市用户占比领先。

2026年5月，同程旅行小程序的男性用户占比57.2%，是核心使用人群。24岁以下与25-35岁两大群体合计占比超74%，中青年年轻群体构成主力。新一线城市、二线城市用户合计过半，一线城市仅占15.5%。

MiniTracker-2026年5月在线旅游赛道TOP1小程序-同程旅行用户画像

性别分布



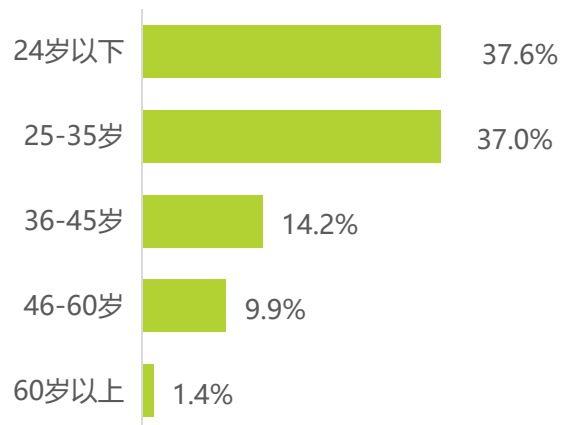
消费能力分布



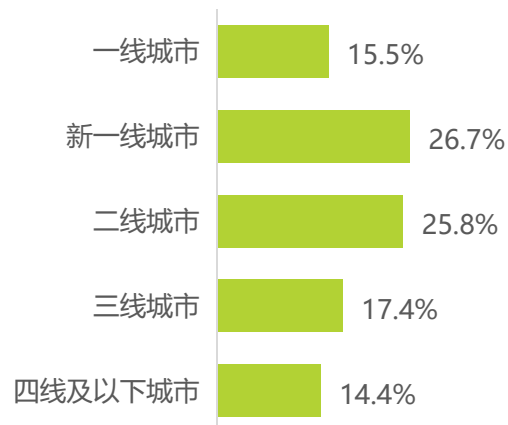
重点城市分布TOP10

| 城市名称 | 用户占比 |
|------|------|
| 重庆市 | 3.8% |
| 成都市 | 3.5% |
| 苏州市 | 3.1% |
| 上海市 | 3.0% |
| 广州市 | 2.6% |
| 北京市 | 2.6% |
| 昆明市 | 2.3% |
| 长沙市 | 2.0% |
| 深圳市 | 2.0% |
| 天津市 | 1.9% |

年龄分布



城市级分布



04 / 内容种草重塑旅行用户心智

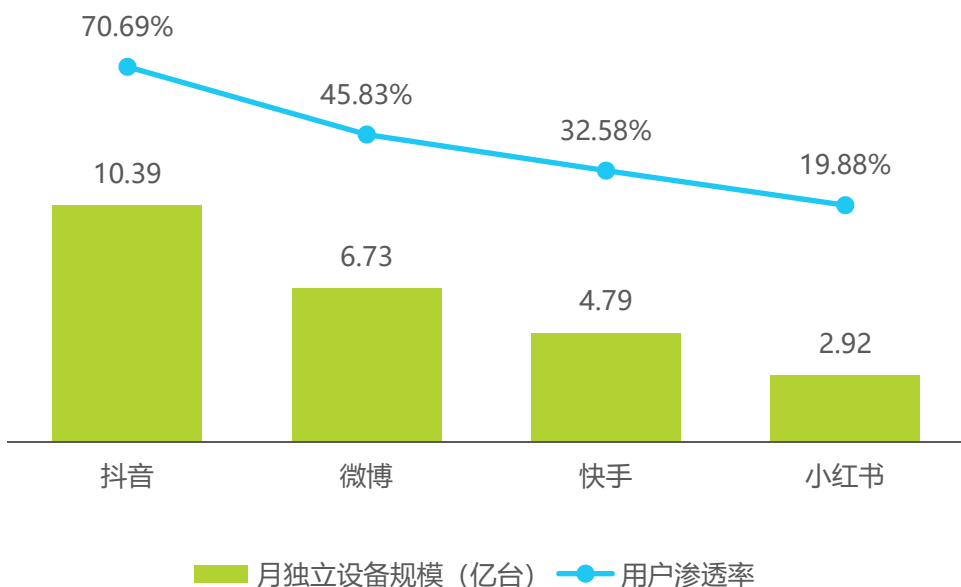
Content seeding

内容平台-整体流量

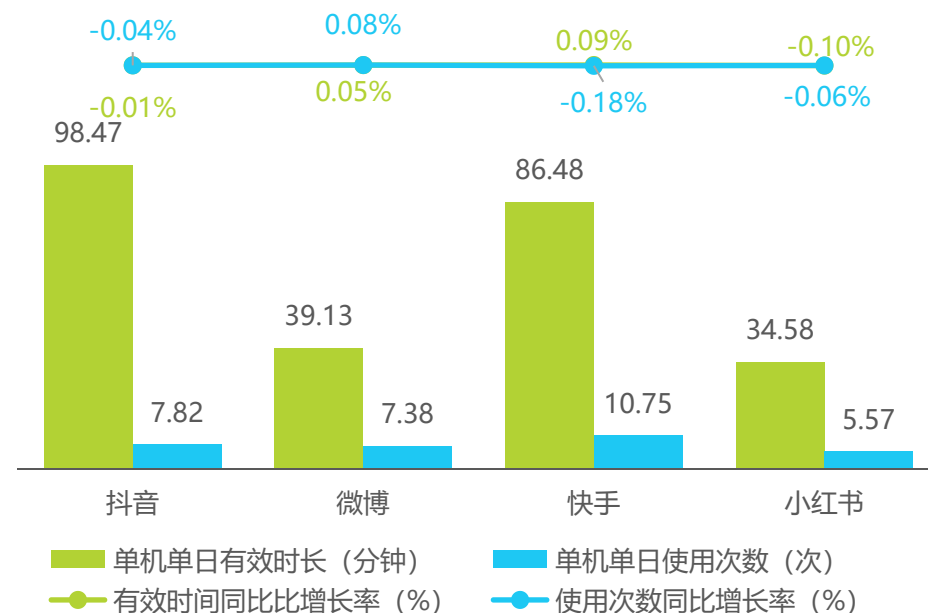
内容平台的用户时长与打开次数同比基本持平，行业红利见顶，全面进入存量竞争阶段。

用户规模方面，抖音10.39亿台，稳居第一；微博6.73亿台排第二；快手4.79亿台；小红书2.92亿台。抖音体量显著拉开差距。用户粘性方面，抖音单日单机有效时长98.47分钟，快手86.48分钟，短视频平台用户停留时长远高于社交图文平台。

mUserTracker-2026年5月中国移动互联网
典型内容平台月独立设备数



mUserTracker-2026年5月中国移动互联网
典型内容平台用户粘性



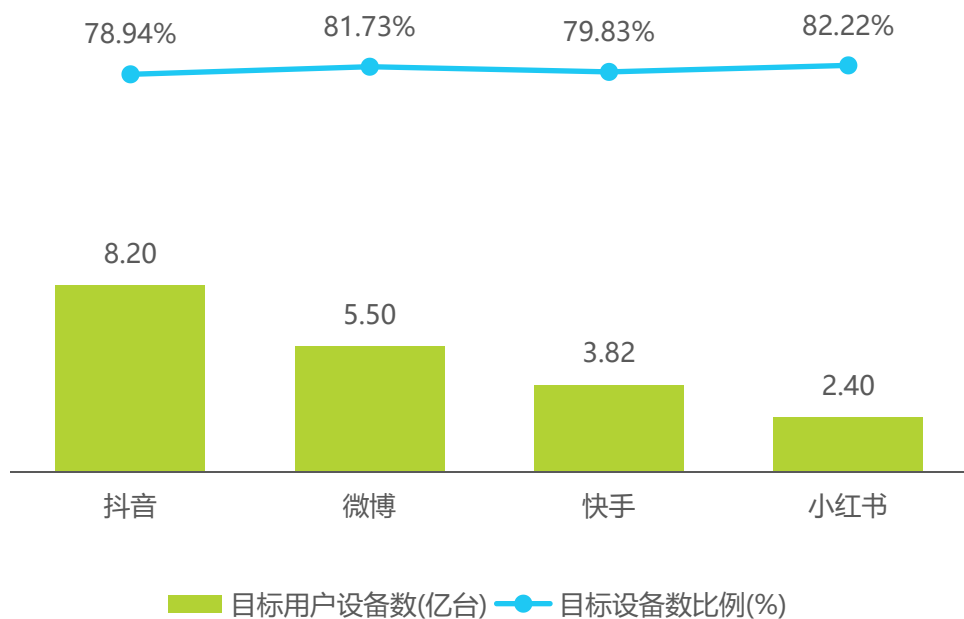
来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

内容平台-旅游用户使用

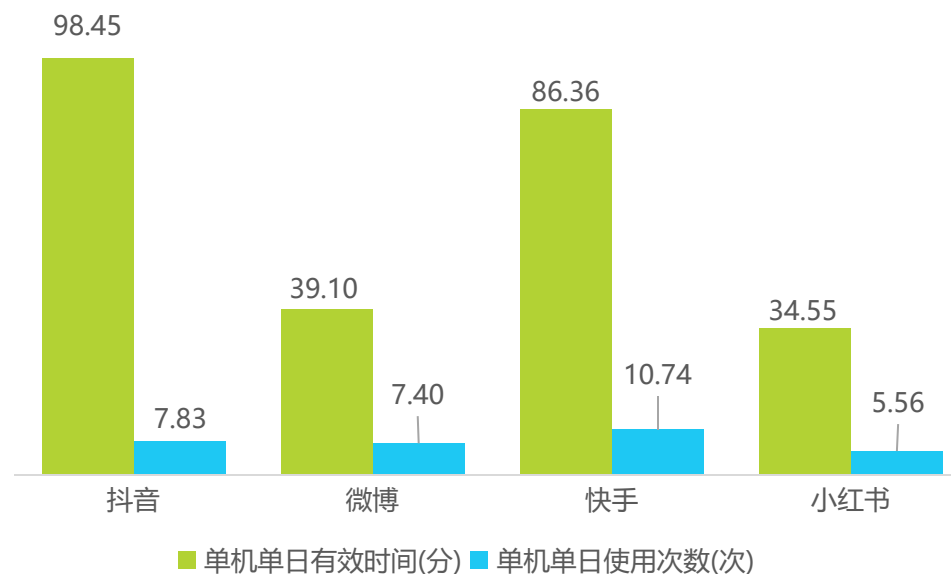
旅游出行人群在抖音、微博、快手、小红书的渗透率都接近八成，全平台覆盖面均衡

2026年5月，抖音旅游出行用户达到8.20亿台，大幅领先其他平台；微博5.50亿台位列第二。旅游出行用户在短视频平台沉浸度更高，使用时长更长；快手用户打开最频繁，小红书用户打开频次最低

mUserTracker-2026年5月中国移动互联网
旅游出行用户对内容平台使用规模情况



mUserTracker-2026年5月中国移动互联网
旅游出行用户对内容平台使用行为



内容平台-旅游行业转化分析

种草流量呈现“多源汇聚、三路分流”的转化结构

上游：种草流量来源

信任背书

UGC达人探店

KOL/KOC实地打卡
真实体验分享驱动决策

官方认证

官方文旅账号发布

文旅局/景区官方号矩阵
权威资讯+政策活动发布

流量杠杆

平台文旅扶持

平台补贴/话题挑战赛
算法加权+流量倾斜扶持

即时转化

直播专场

主播实时讲解+限时优惠
即时互动促单高转化率

精准捕获

搜索关键词推荐

SEO/SEM搜索卡位
主动检索意向用户

下游：转化链路分层

1.短视频挂载平台小程序

短平快路径

用户在观看短视频/直播时，
直接点击挂载的抖音/快手/
小红书等小程序完成下单

2.内容引导跳转三方小程序

私域沉淀路径

通过内容卡片/评论区引导，
跳转至品牌或OTA在微信生
态内的小程序完成预订

3.种草后主动下载OTA

跨渠道导流路径

被内容种草后，用户自行前
往应用商店下载携程/去哪儿
等APP完成长线行程预订

内容平台-分场景分析

抖音打造县域文旅爆款、微博发酵热搜话题、小红书沉淀长线出游攻略、快手精准触达下沉银发群体



目的地城市

抖音短视频、带火小众县域文旅，一次性导入百万级种草流量

- KOL/KOC探店打卡引爆话题
- 挑战赛/话题标签聚合曝光
- 小众县域从0到1破圈路径

爆款
驱动



热点话题种草

微博热搜+超话社区聚合文旅讨论，明星/KOL同款打卡引发跟风效应

- 文旅话题冲上热搜榜高位曝光
- 超话/粉丝群形成二次传播裂变
- 明星同款带动大规模用户跟风

热搜
刺激



长线规划种草

小红书攻略沉淀用户收藏，节假日集中爆发导流APP完成机票酒店预订

- 攻略/笔记收藏形成决策清单
- 节假日集中爆发释放需求
- 导流OTAAPP完成高客单预订

长线
沉淀



中老年/下沉市场

快手方言短视频+跟团套餐，精准承接下沉银发出行流量

- 方言内容建立信任亲近感
- 跟团套餐降低决策门槛
- 承接下沉市场银发群体

精准
下沉

05 / 旅游出行行业榜单

Ranking list

旅游出行行业用户增速榜

移动端用户规模超300万的TOP10增速榜

2026年5月中国移动互联网旅游出行行业TOP10增速APP榜
(用户规模≥300万)

| 序号 | APP名称 | 一级行业 | 二级行业 | 2025年9月独立设备数 | 近3个月复合增长率 |
|----|---------|------|------|--------------|-----------|
| | | | | (万台) | (%) |
| 1 | 小拉出行司机版 | 旅游出行 | 用车服务 | 360.8 | 19.8% |
| 2 | 奥维互动地图 | 旅游出行 | 导航地图 | 482.2 | 13.4% |
| 3 | 首旅如家 | 旅游出行 | 酒店服务 | 309.7 | 3.3% |
| 4 | 华住会 | 旅游出行 | 酒店服务 | 1177.2 | 1.5% |
| 5 | 曹操出行 | 旅游出行 | 用车服务 | 411.2 | 1.5% |
| 6 | 哈啰 | 旅游出行 | 用车服务 | 4286.3 | 1.4% |
| 7 | T3出行 | 旅游出行 | 出行信息 | 382.1 | 1.3% |
| 8 | 车来了 | 旅游出行 | 出行信息 | 2812.8 | 0.7% |
| 9 | 滴滴出行 | 旅游出行 | 用车服务 | 14768.1 | 0.5% |
| 10 | 天府通 | 旅游出行 | 出行信息 | 738.3 | 0.3% |

旅游出行行业男性用户偏好榜

移动端男性用户偏好TOP10

2026年5月中国移动互联网旅游出行行业TOP10男性用户偏好APP榜
(用户规模≥300万)

| 序号 | APP名称 | 一级行业 | 二级行业 | 2026年5月男性用户 TGI |
|----|-------|------|------|--------------------|
| 1 | 滴滴车主 | 旅游出行 | 用车服务 | 131.9 |
| 2 | 悦通行 | 旅游出行 | 其他 | 127.9 |
| 3 | 一嗨租车 | 旅游出行 | 用车服务 | 115.0 |
| 4 | 嘀嗒出行 | 旅游出行 | 用车服务 | 103.9 |
| 5 | 华住会 | 旅游出行 | 酒店服务 | 102.5 |
| 6 | 滴滴出行 | 旅游出行 | 用车服务 | 101.7 |
| 7 | 神州租车 | 旅游出行 | 用车服务 | 100.9 |
| 8 | 高德地图 | 旅游出行 | 导航地图 | 99.6 |
| 9 | 腾讯地图 | 旅游出行 | 导航地图 | 99.4 |
| 10 | 百度地图 | 旅游出行 | 导航地图 | 97.9 |

来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

旅游出行行业女性用户偏好榜

移动端女性用户偏好TOP10

2026年5月中国移动互联网旅游出行行业TOP10女性用户偏好APP榜
(用户规模≥300万)

| 序号 | APP名称 | 一级行业 | 二级行业 | 2026年5月女性用户 TGI |
|----|--------|------|------|--------------------|
| 1 | 掌上公交 | 旅游出行 | 出行信息 | 117.1 |
| 2 | 智行火车票 | 旅游出行 | 车票服务 | 115.0 |
| 3 | 飞猪旅行 | 旅游出行 | 在线旅游 | 113.9 |
| 4 | 车来了 | 旅游出行 | 出行信息 | 112.6 |
| 5 | 首旅如家 | 旅游出行 | 酒店服务 | 110.3 |
| 6 | T3出行 | 旅游出行 | 出行信息 | 109.7 |
| 7 | 高铁管家 | 旅游出行 | 车票服务 | 109.6 |
| 8 | 飞常准 | 旅游出行 | 出行信息 | 108.7 |
| 9 | 航旅纵横 | 旅游出行 | 出行信息 | 108.6 |
| 10 | 奥维互动地图 | 旅游出行 | 导航地图 | 108.0 |

来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

旅游出行行业银发用户偏好榜

移动端银发用户偏好TOP10

2026年5月中国移动互联网旅游出行行业TOP10银发用户（60岁以上）偏好APP榜
(用户规模≥300万)

| 序号 | APP名称 | 一级行业 | 二级行业 | 2026年5月银发用户 TGI |
|----|---------|------|------|--------------------|
| 1 | 悦通行 | 旅游出行 | 其他 | 219.4 |
| 2 | 奥维互动地图 | 旅游出行 | 导航地图 | 186.8 |
| 3 | 掌上公交 | 旅游出行 | 出行信息 | 178.7 |
| 4 | 航旅纵横 | 旅游出行 | 出行信息 | 160.4 |
| 5 | 曹操出行 | 旅游出行 | 用车服务 | 156.5 |
| 6 | 飞常准 | 旅游出行 | 出行信息 | 150.9 |
| 7 | T3出行 | 旅游出行 | 出行信息 | 149.8 |
| 8 | 滴滴车主 | 旅游出行 | 用车服务 | 147.7 |
| 9 | 神州租车 | 旅游出行 | 用车服务 | 147.2 |
| 10 | 小拉出行司机版 | 旅游出行 | 用车服务 | 134.8 |

PRODUCT
INTRODUCTION

产品介绍



UserTracker 第三方网民网络行为监测

- PC服务软件和APP行业市场地位排行
- PC服务软件和APP及公司用户行为分析
- 目标受众属性和用户特征分析
- 目标受众行为偏好及粘性分析

扫码申请免费试用



VideoTracker 第三方视频内容监测

- 移动视频及互联网竞争媒体分析
- 单视频不同媒体收视对比
- 视频不同时段收视分析
- 内容人群属性特征总结

扫码申请免费试用



AdTracker 第三方竞品广告投放监测

- PC和移动端广告分析
- 广告行业分析
- 媒体分析
- 广告主对比

扫码申请免费试用



MiniTracker 第三方小程序行为监测

- 监测小程序市场生态
- 分析小程序行业趋势
- 洞察小程序用户属性
- 探查竞品小程序动向

扫码申请免费试用



BUSINESS COOPERATION

业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

-  400-026-2099
-  ask@iresearch.com.cn
-  www.idigital.com.cn
www.iresearch.com.cn

LEGALSTATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。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，部分文字和数据采集于公开信息，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，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

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。

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能