



Fastdata极数

研究报告

2020年中国在线旅游行业
95后用户数据报告

2020-06

数据说明

- **移动端数据**：通过SDK的形式获取用户移动端APP使用数据。包括但不限于频次、时长、浏览路径、订单、移动支付等维度数据的收集、上报、存储及统计分析。
- **PC端数据**：针对特定类型平台进行不同维度及口径的数据抓取、数据结构化处理、存储及统计分析。
- **宏观数据**：来源渠道主要包括Wind、choice、彭博、各国相关统计机构、国际组织、第三方数据机构等。
- **统计周期**：报告重点数据截止日期为2020年5月31日。
- **免责声明**：本报告基于独立、客观、实事求是的分析研究，不对任何机构及个人构成投资及其他决策建议，不分享相关收益，也不承担相关责任。

目录

● 报告内容

- 中国在线旅游行业发展现状
- 中国在线旅游行业用户画像
- 主要在线旅游平台用户画像与消费趋势

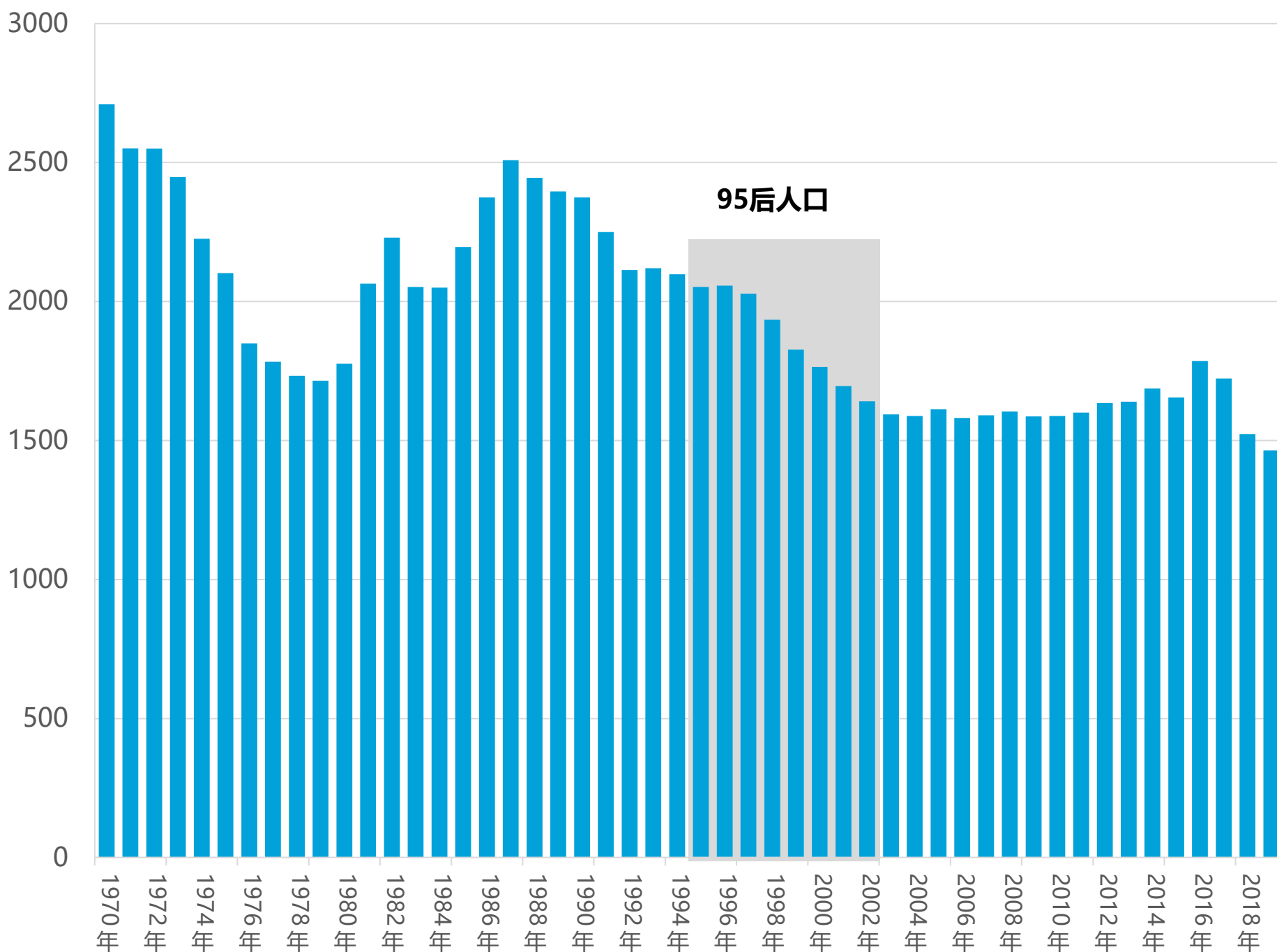
● 特别说明

- 95后：泛指截至2020年6月31日，25岁及以下的所有成年人

中国在线旅游行业发展现状

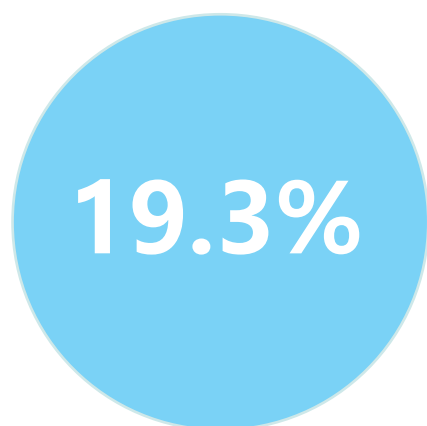
人口超1.5亿的95后，正在影响互联网行业发展

1970-2019年中国出生人口数量（万）



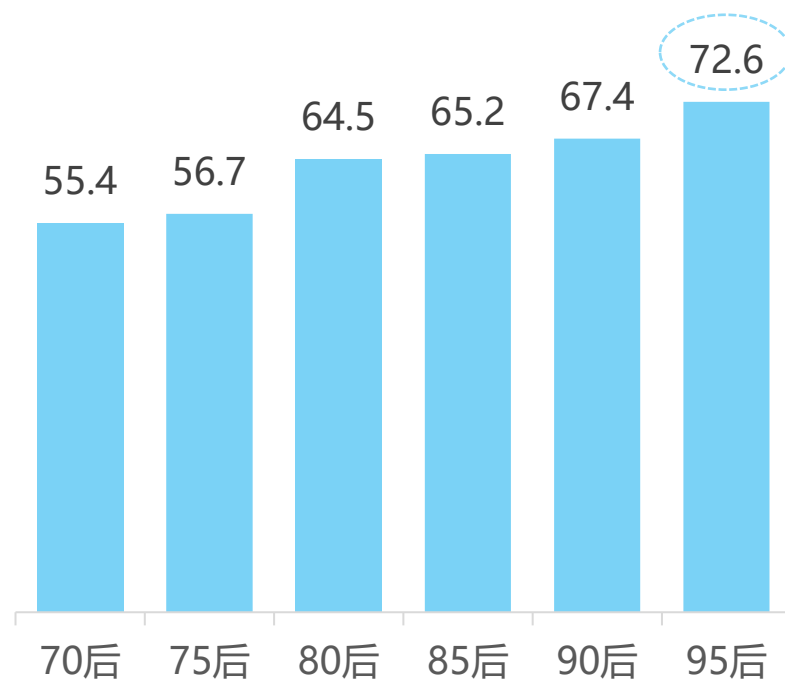
95后已成为互联网最活跃的群体

2020年5月95后互联网用户占比

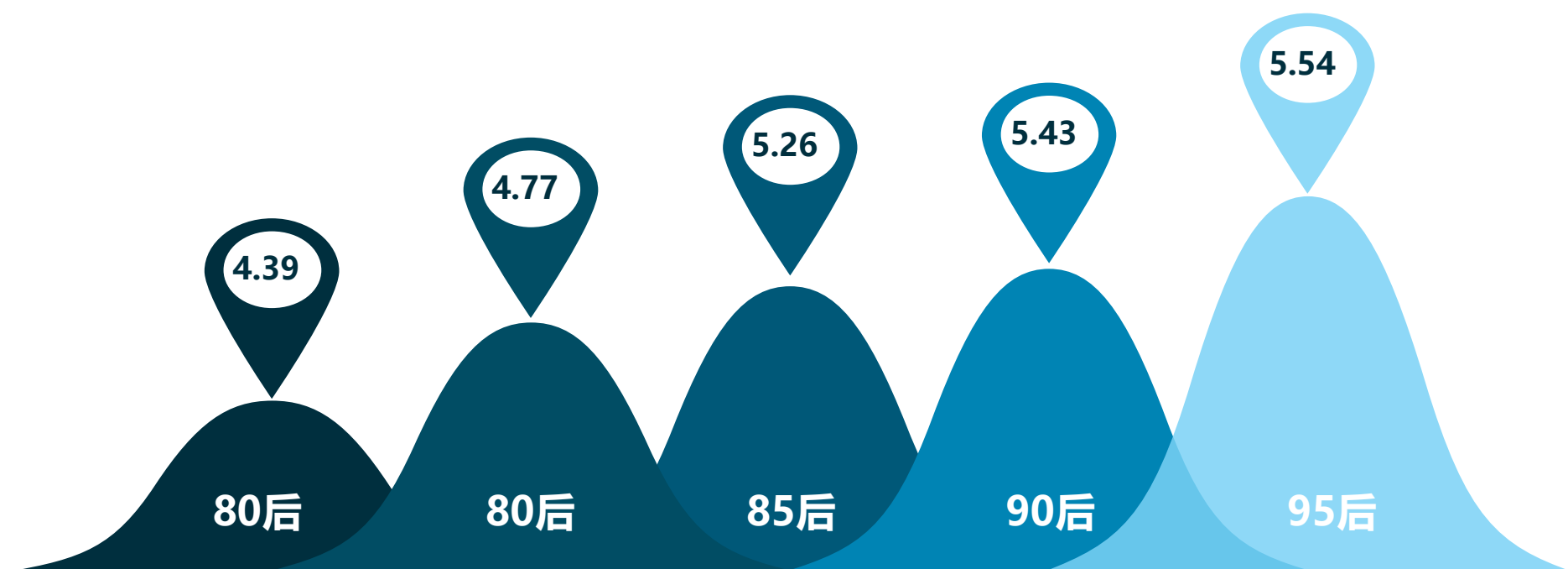


95后互联网用户占比

互联网用户日均解锁手机次数 (次)

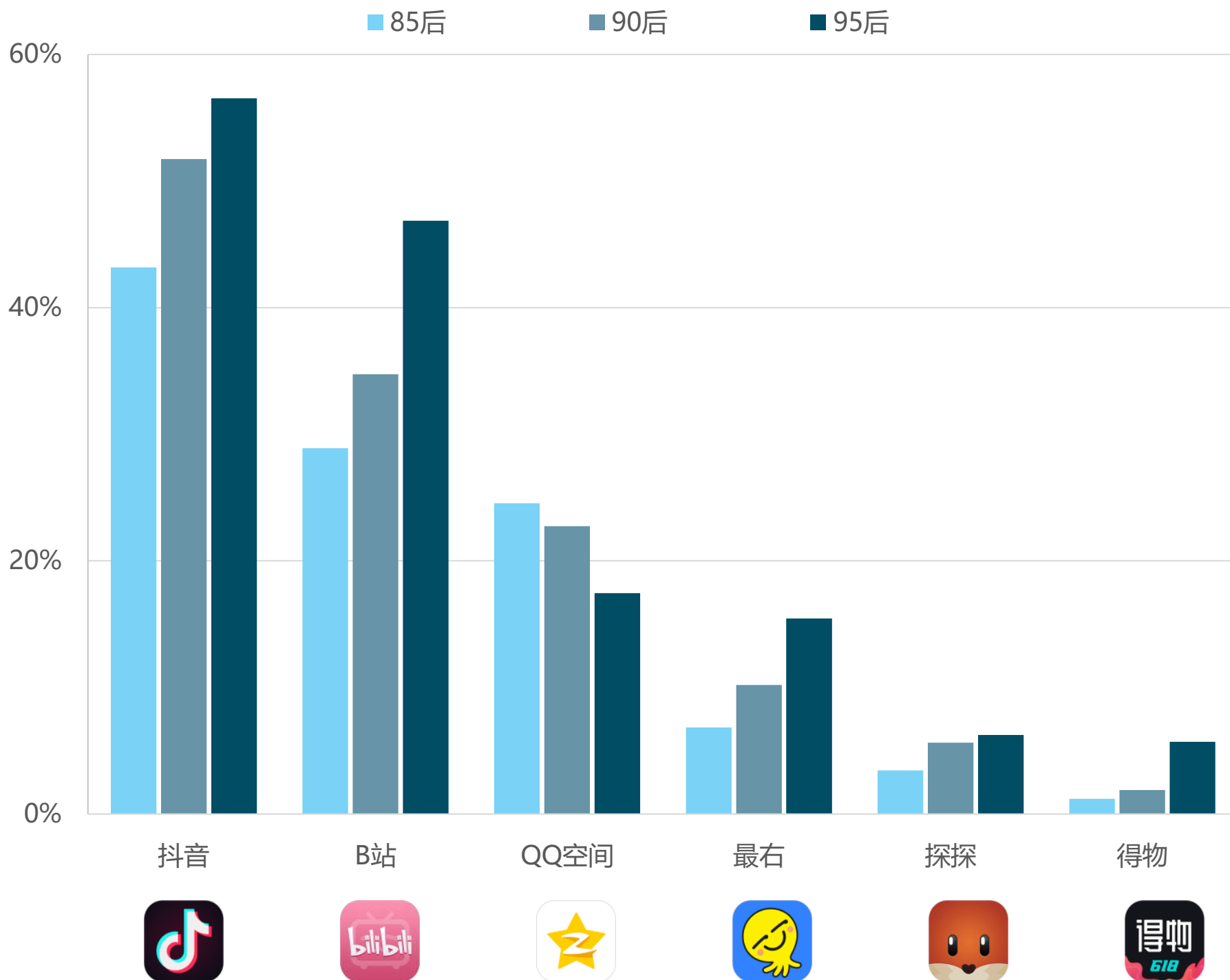


互联网用户日均手机使用时长 (小时)



95后热门APP渗透率显著高于其他群体

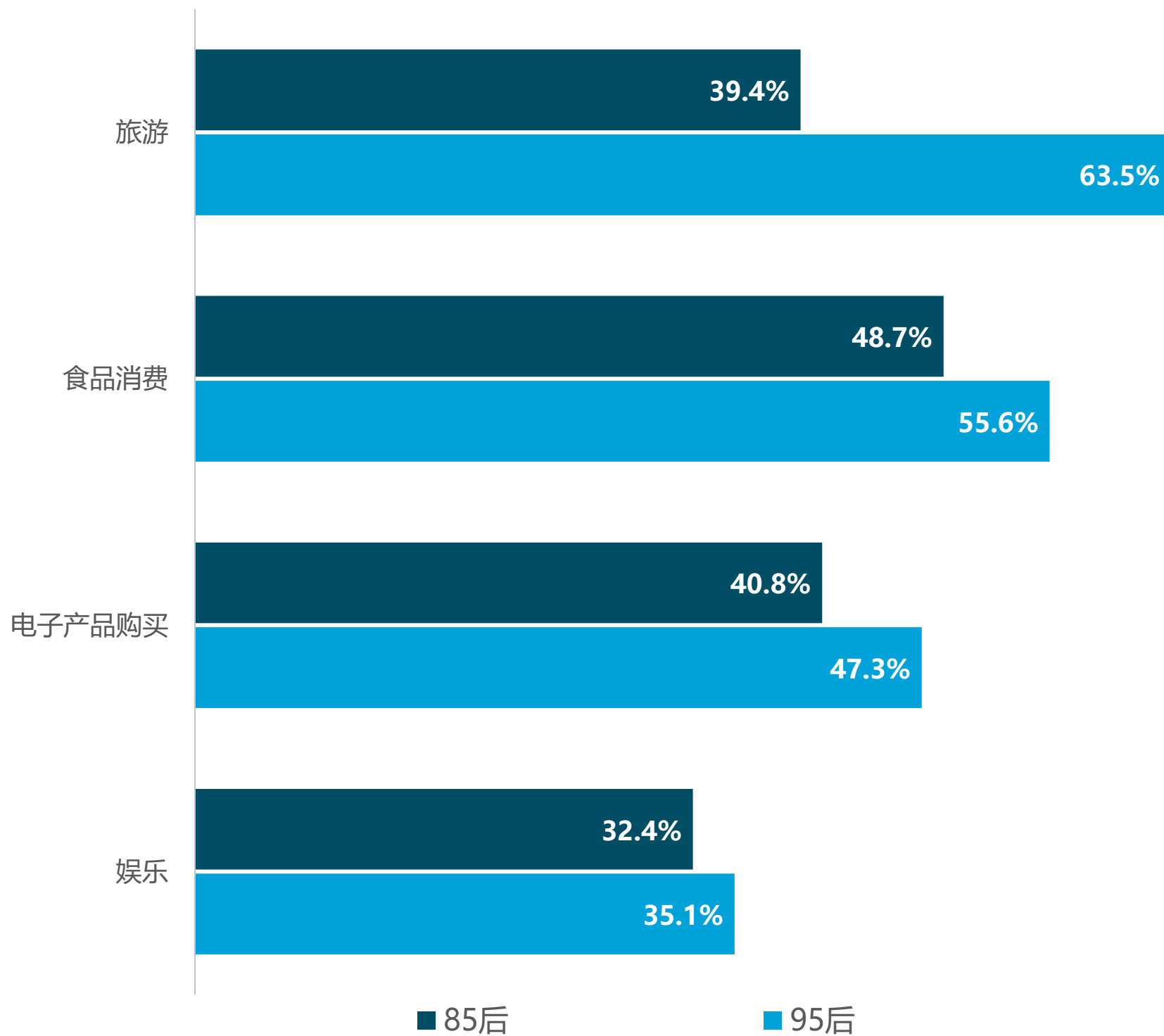
不同年龄热门APP渗透率 (%)



注：此数据为在线旅游用户相关App的渗透率，而非全网

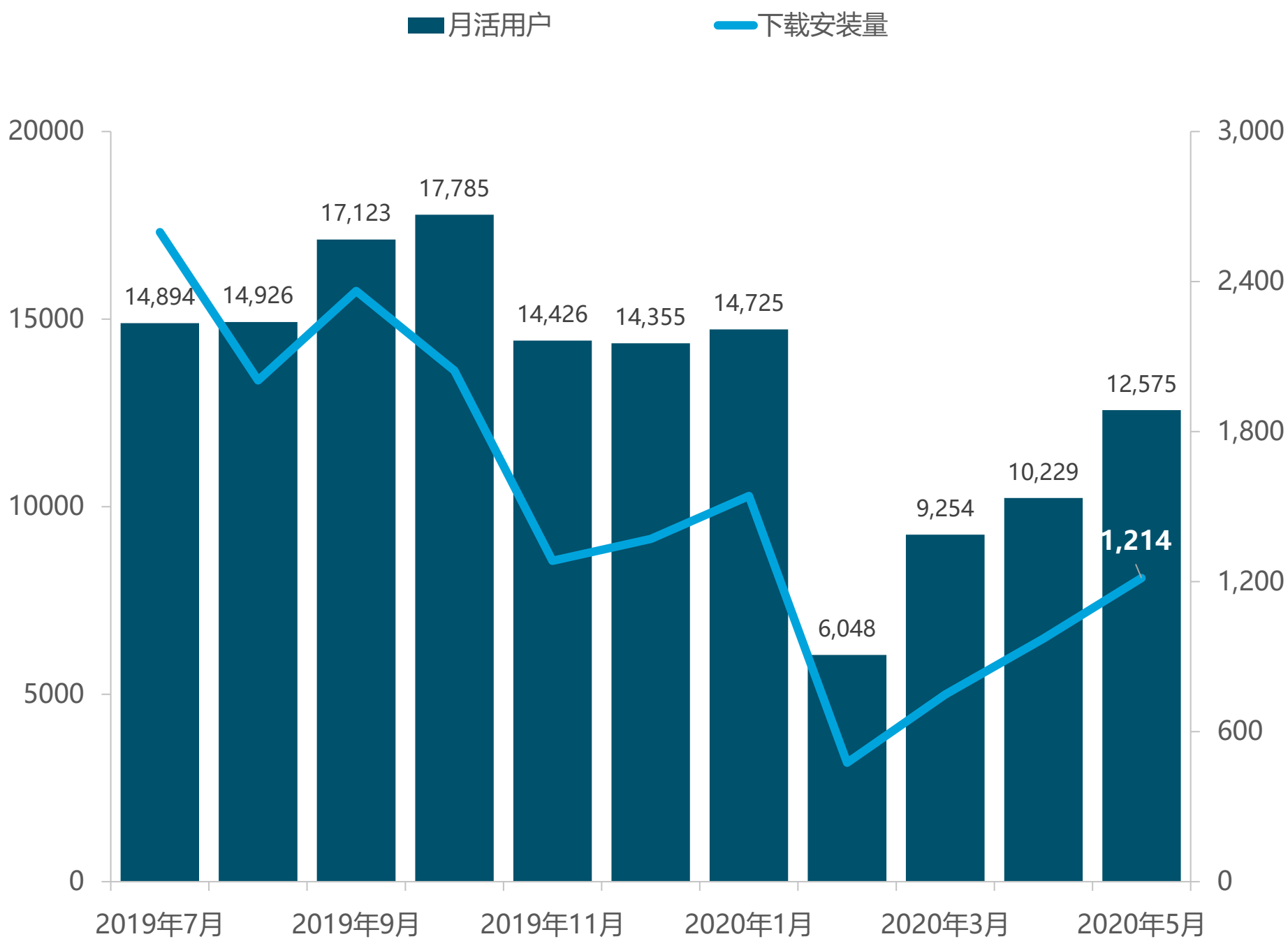
95后对家庭休闲娱乐消费有决定性影响

85后及95后对家庭消费决策的影响 (%)



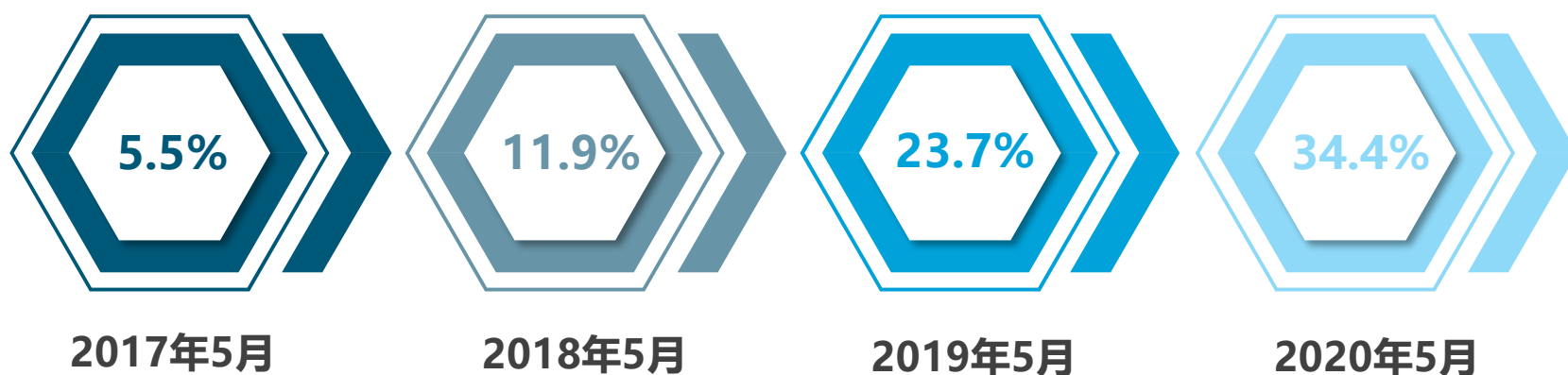
2020年5月，在线旅游活跃用户超1.2亿

在线旅游平台APP活跃用户规模及下载安装量（万）

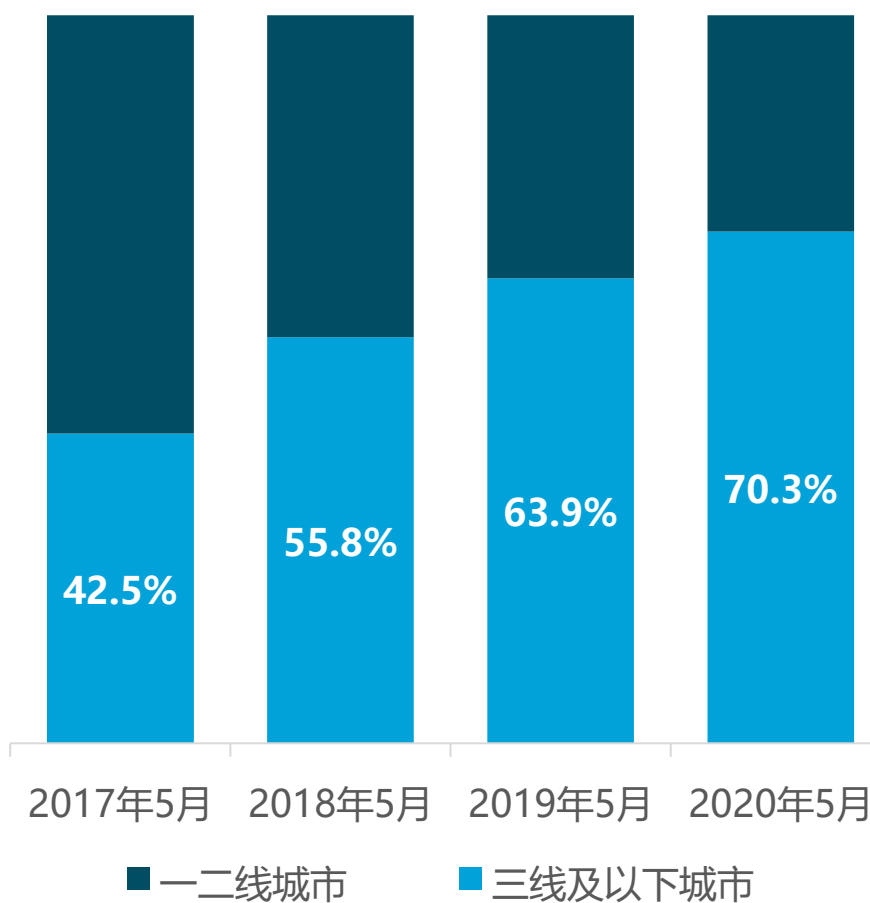


逾三成在线旅游新增用户为95后

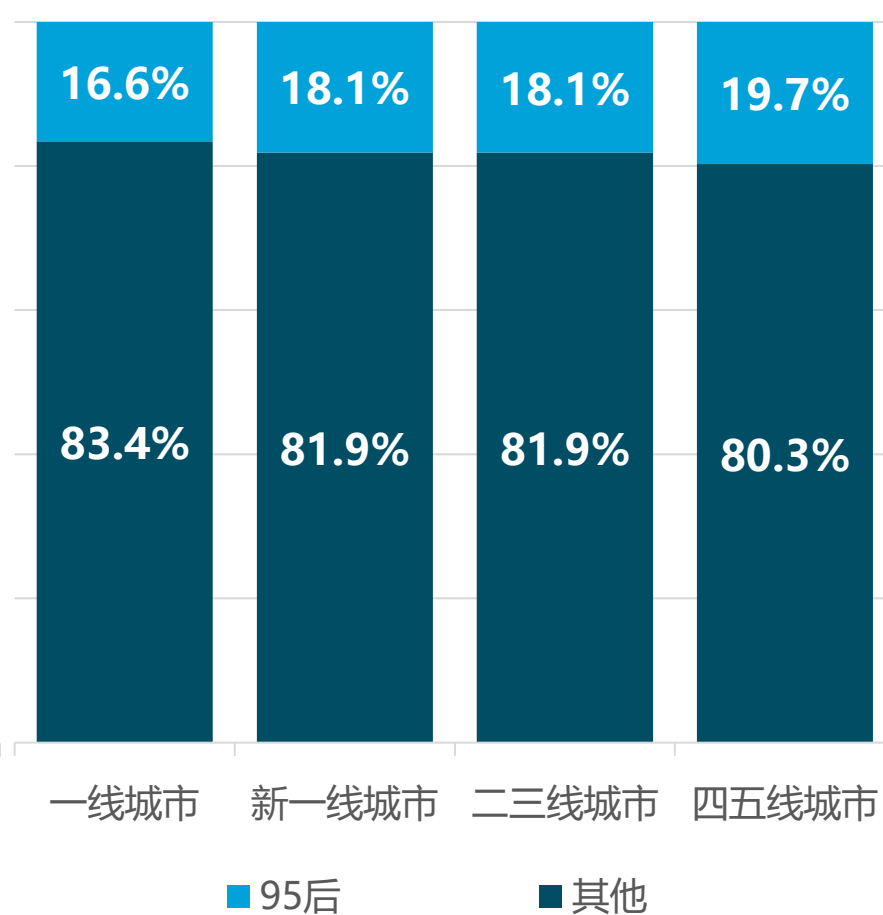
在线旅游新增用户中95后占比 (%)



新增在线旅游用户来源城市等级分布 (%)



不同等级城市95后订单占比 (%)



中国在线旅游行业用户画像



本科以上学历用户，仍是旅游消费的中坚力量

在线旅游用户性别分布



52.8%

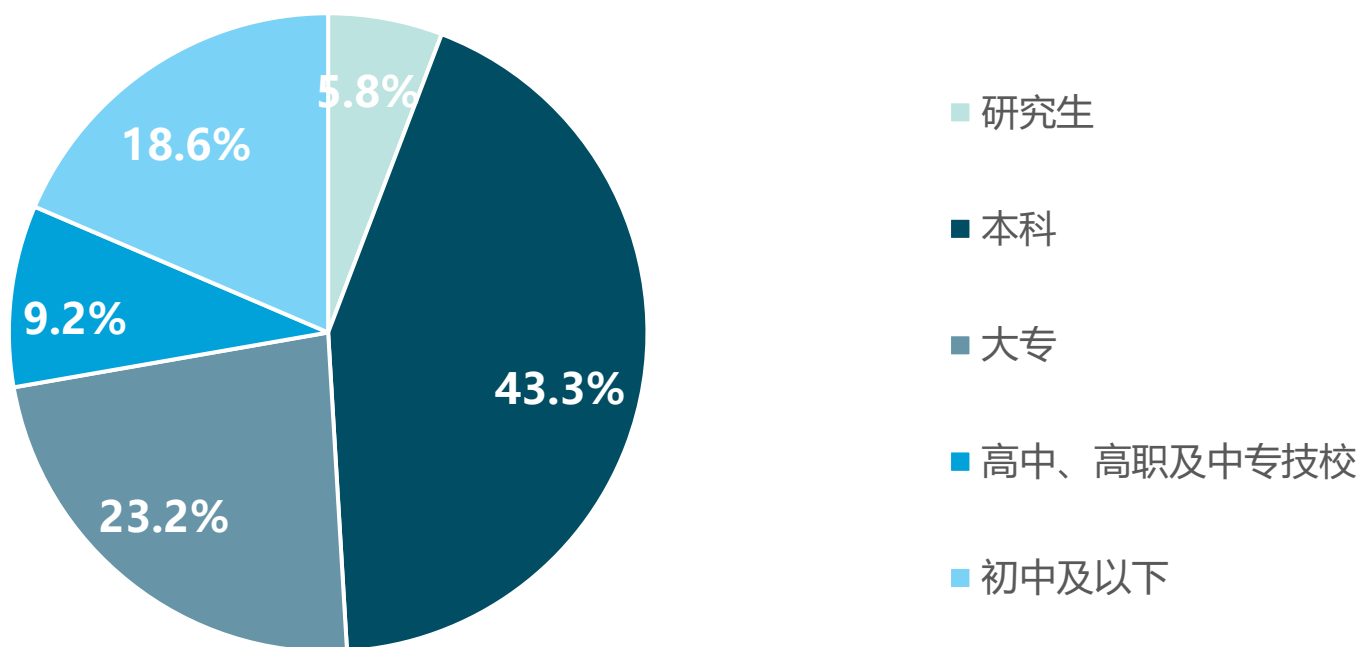
Male

47.2%

Female



2020年5月在线旅游活跃用户学历分析



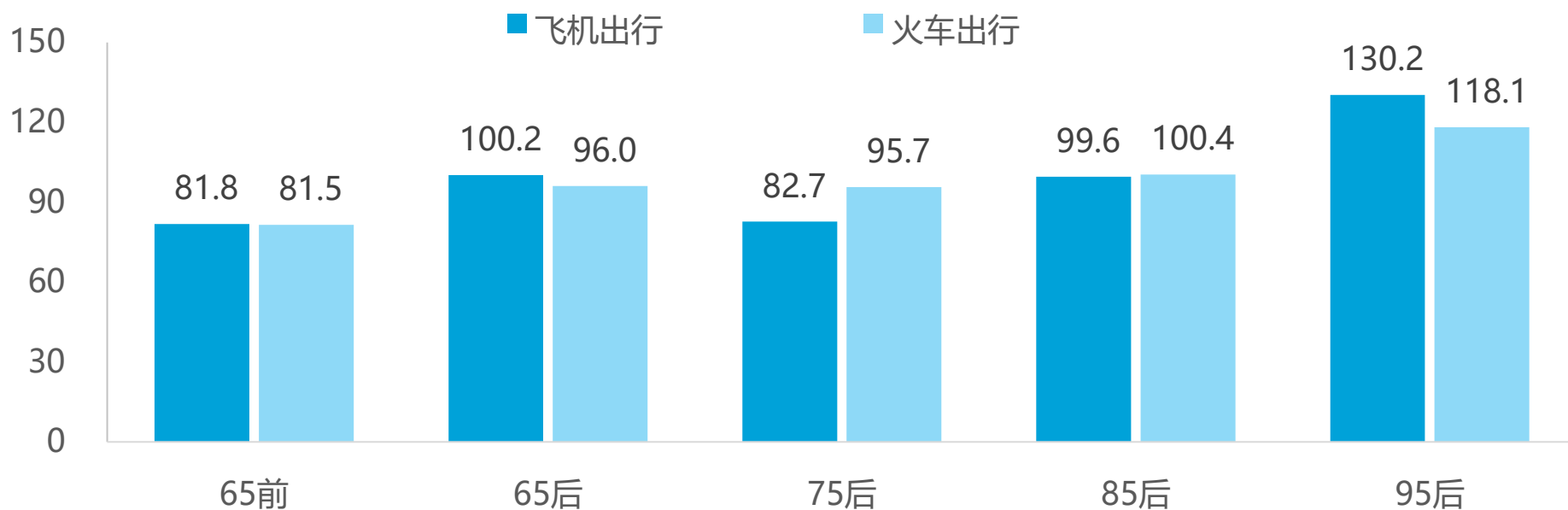
注：1.学历统计为最高学历口径

2.数据包括在校生，在校生学历认定以当下就读学历统计

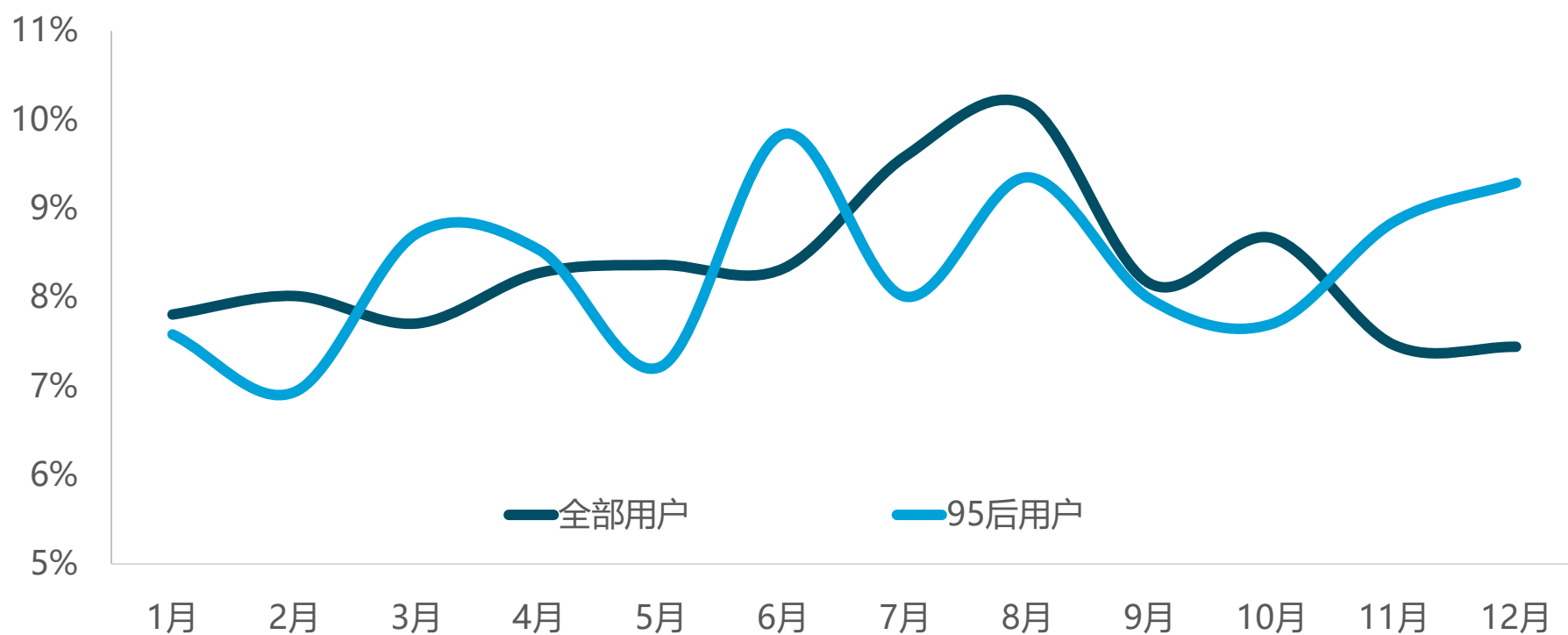
3.数据包括自考、成人教育及网络授课获得的学历

95后更享受独自旅行，偏好错峰出游

不同年龄旅游用户独自出行TGI指数



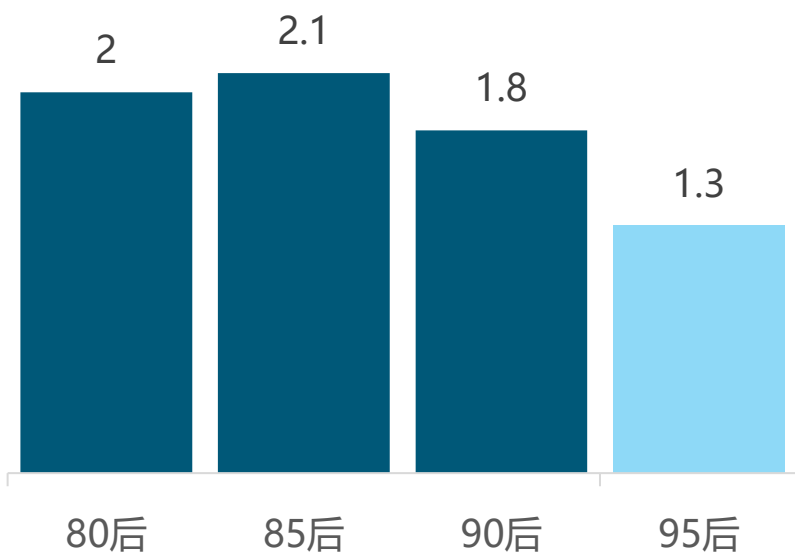
不同年龄旅游用户出行时间分布 (%)



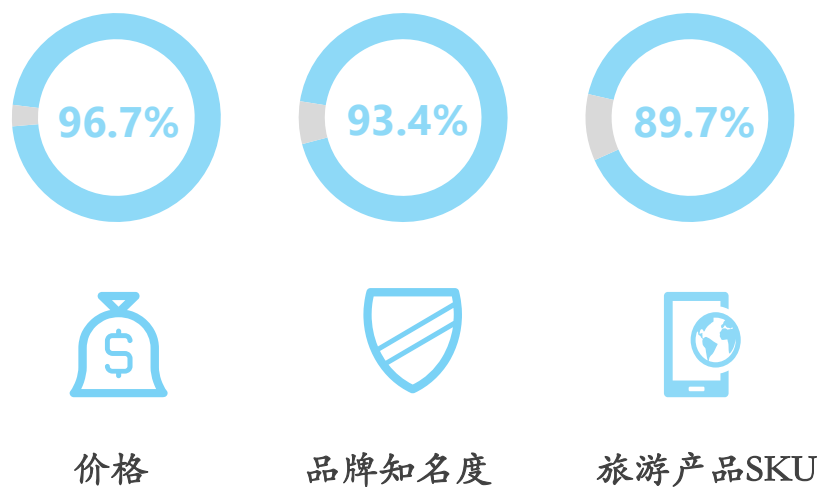
注：独自出行TGI指数=独自出行比例/订单占比*100

95后选择在线旅游平台时最关注价格

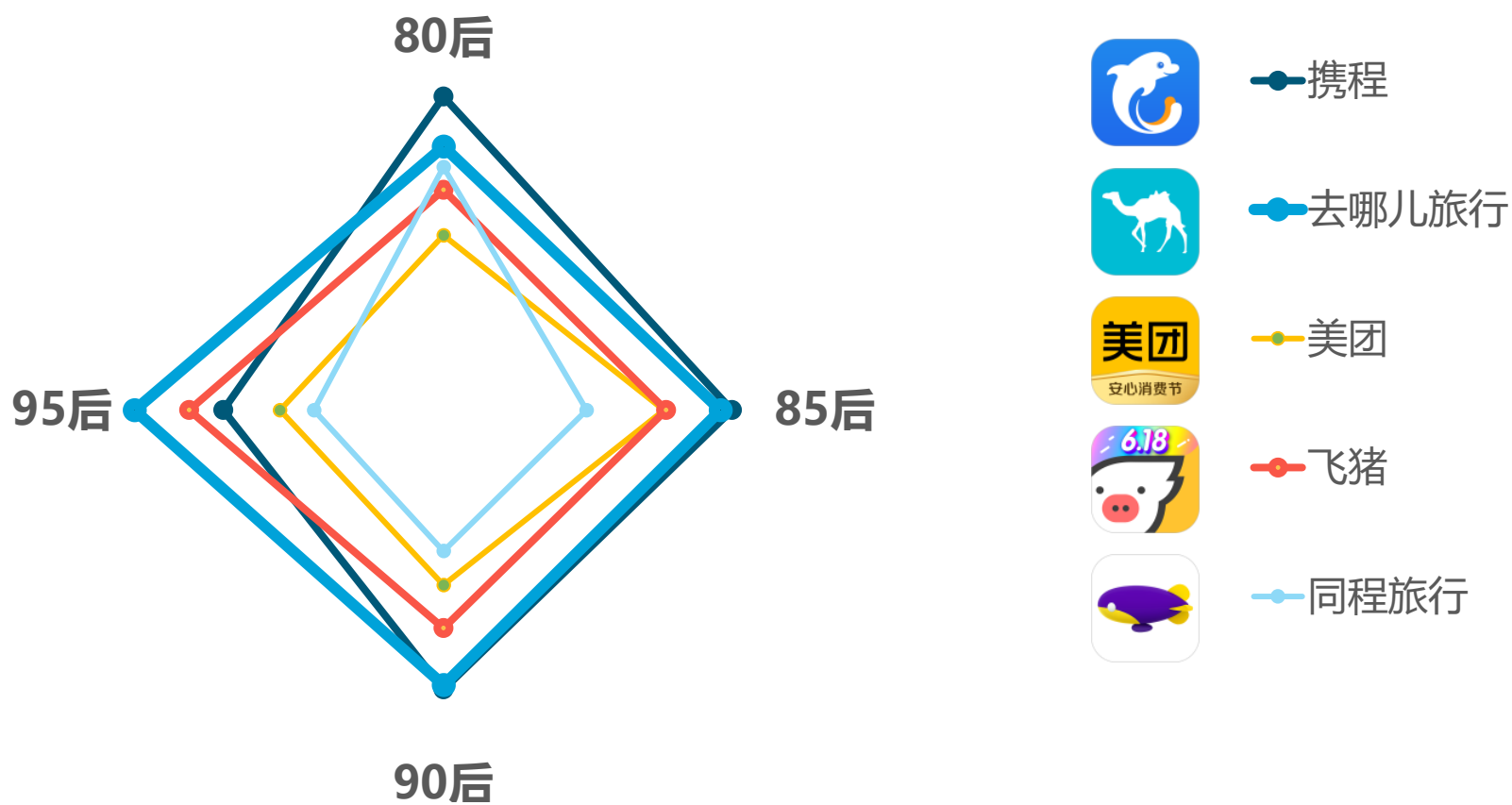
用户在线旅游APP安装数量 (款)



95后在线旅游预订关注三大关注因素

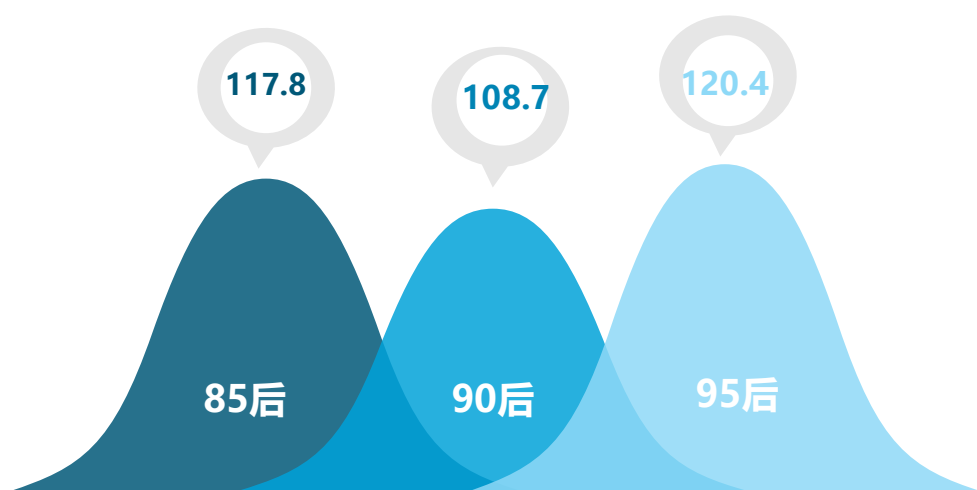


在线旅游平台品牌知名度 (%)

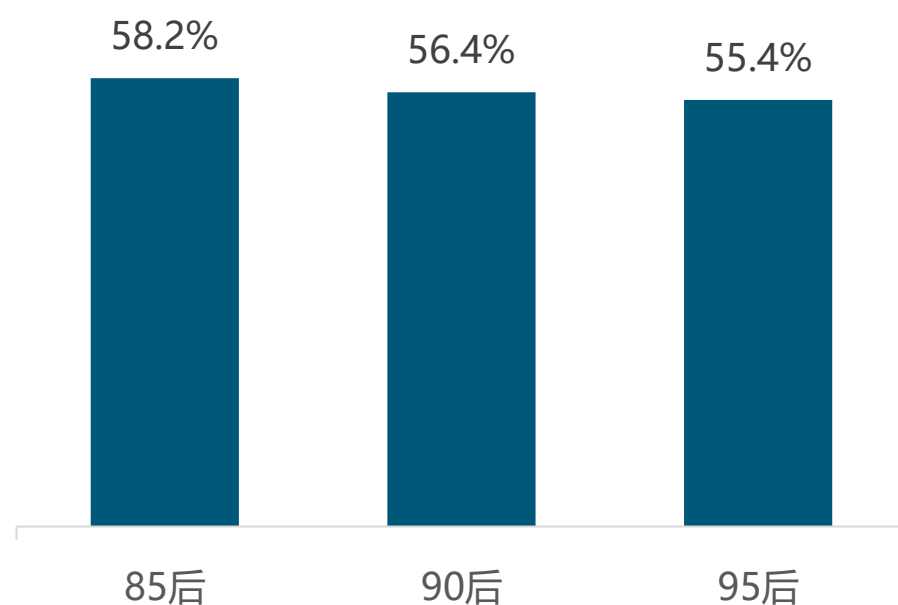


95后偏好飞机出行，住宿类型更多样

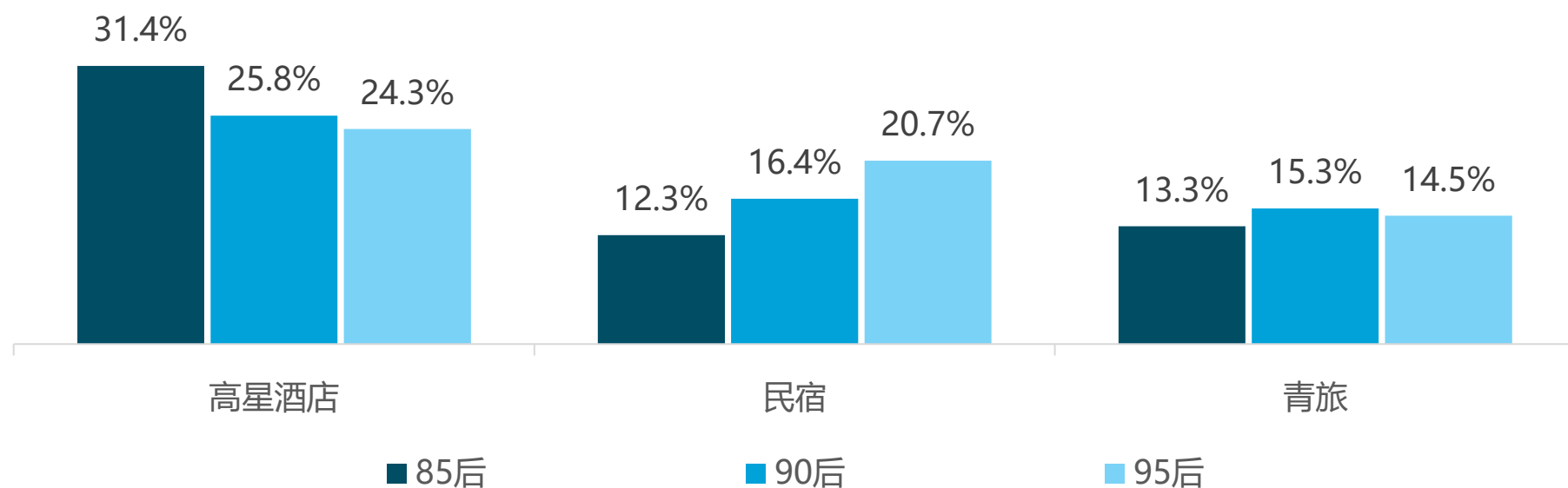
不同年龄在线旅游用户飞机出行偏好 (TGI)



2020年上半年在线旅游用户火车出行偏好 (%)



2020年上半年在线旅游用户旅行住宿偏好 (%)



注：1.2020上半年提交过订单的用户，火车与飞机不去重，因为一个用户在上半年既可以乘坐飞机也可以乘坐火车

2.飞机出行偏好TGI=各年龄段飞机预订人次/各年龄段用户占比*100

95后飞机出行需求正在快速上涨

不同在线旅游用户群体年飞机出行次数 (次)



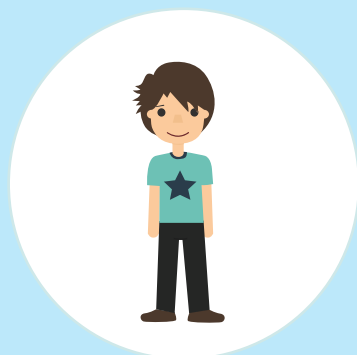
3.2次

75后飞机出行次数



3.5次

85后飞机出行次数



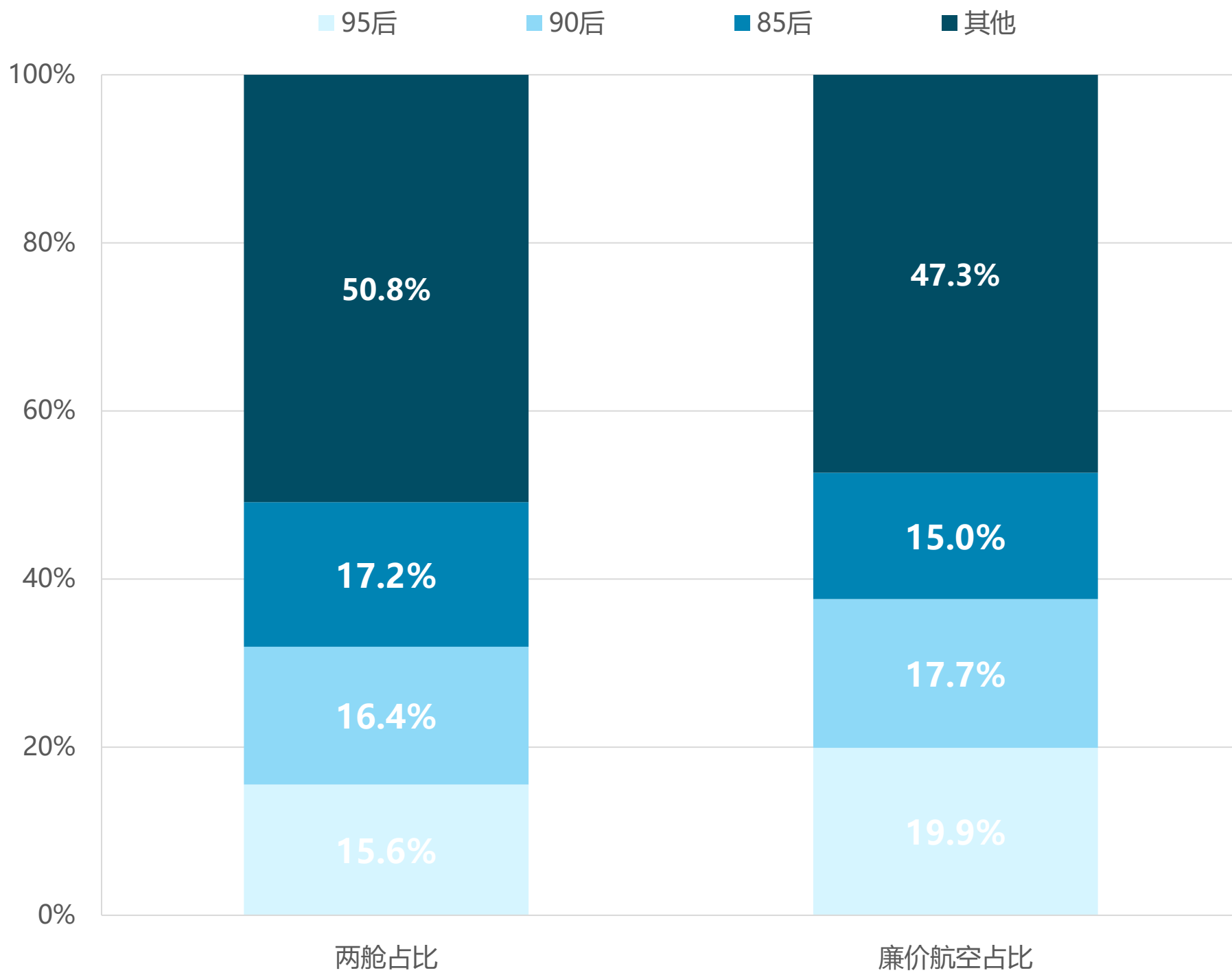
2.9次

95后飞机出行次数

注：统计周期为2019年全年

95后收入及消费力有巨大成长空间

不同年龄段机票选择分析

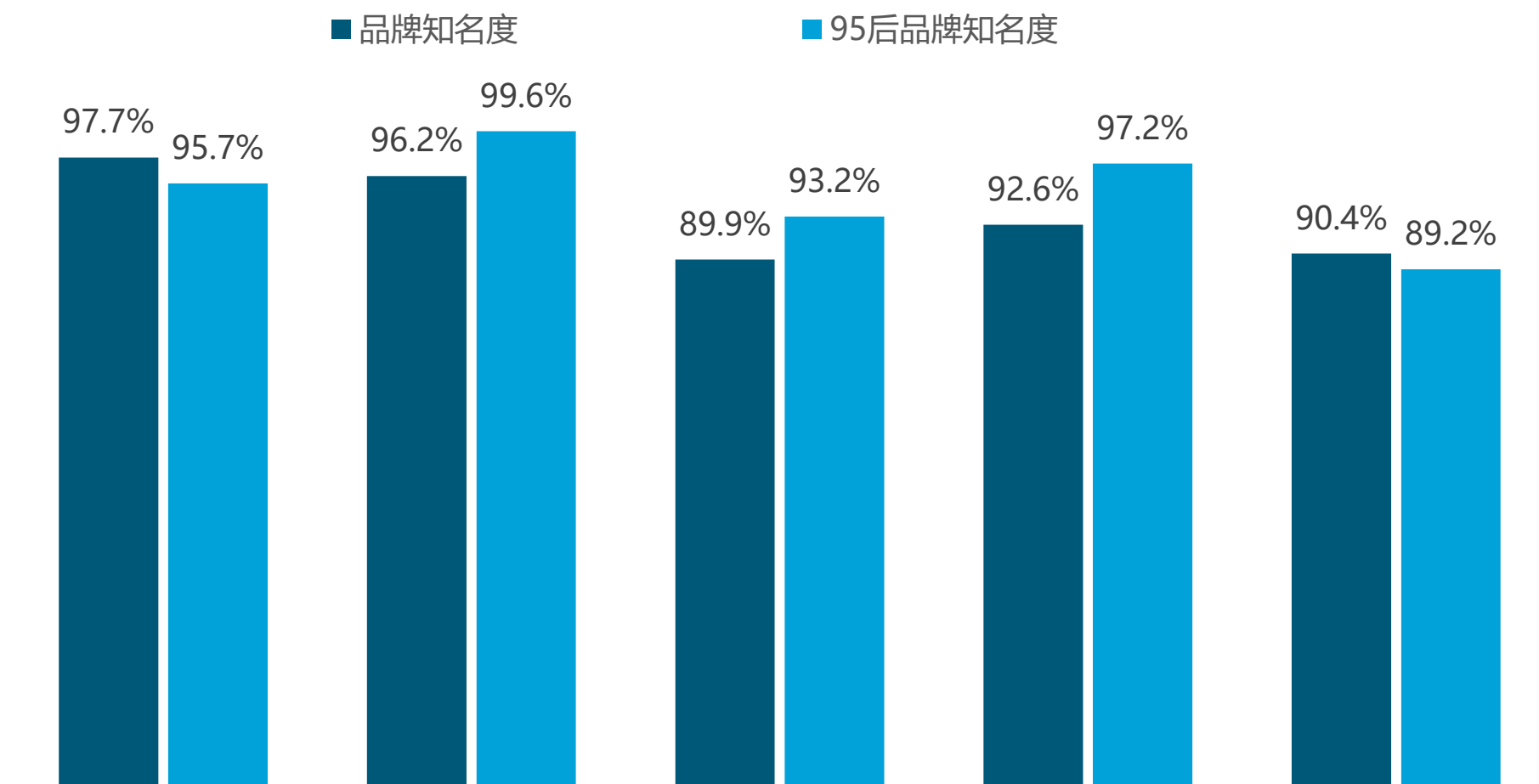


主要在线旅游平台用户画像 与消费趋势



携程品牌知名度排名榜首 95后用户中去哪儿旅行知名度最高

主要在线旅游平台用户品牌知名度 (%)



携程



服务好、旅游产品种类多、品牌知名度高，在线旅游行业排名第一。

去哪儿旅行



旅游产品价格便宜，性价比高，最受95后用户欢迎。

美团



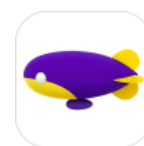
外卖及团购导流，三线及以下城市品牌知名度高。

飞猪



阿里系流量、账号体系等支持，用户入口多，拉新成本相对较低。

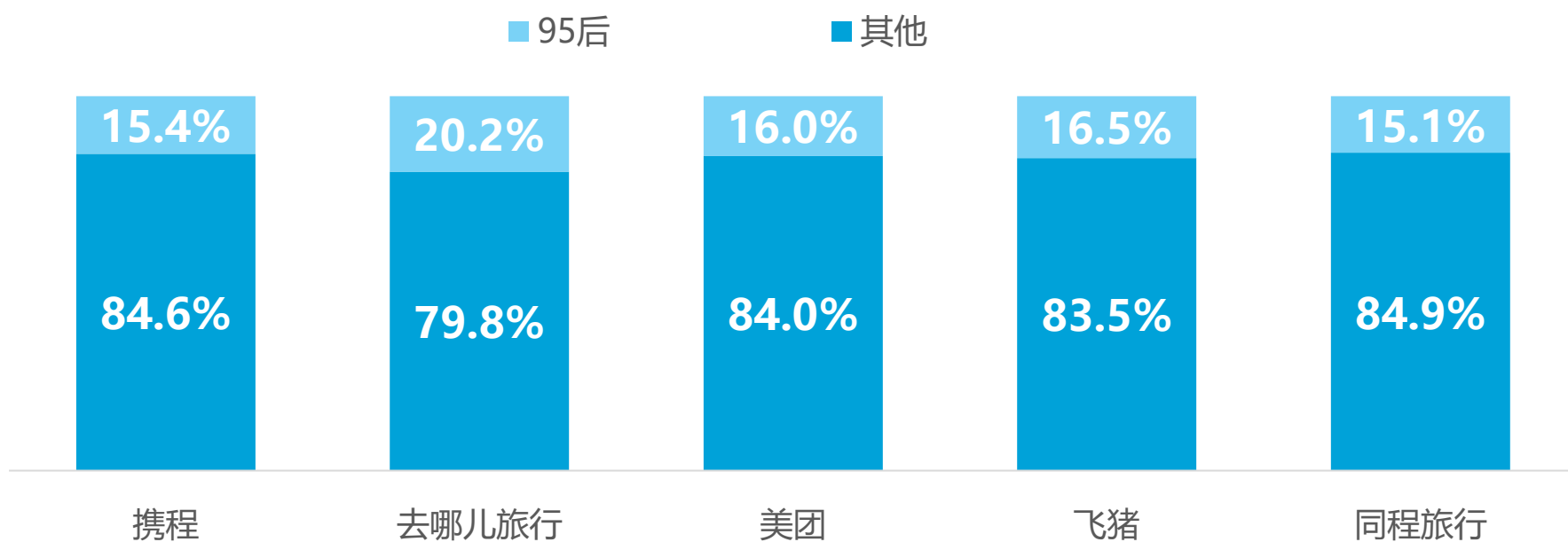
同程旅行



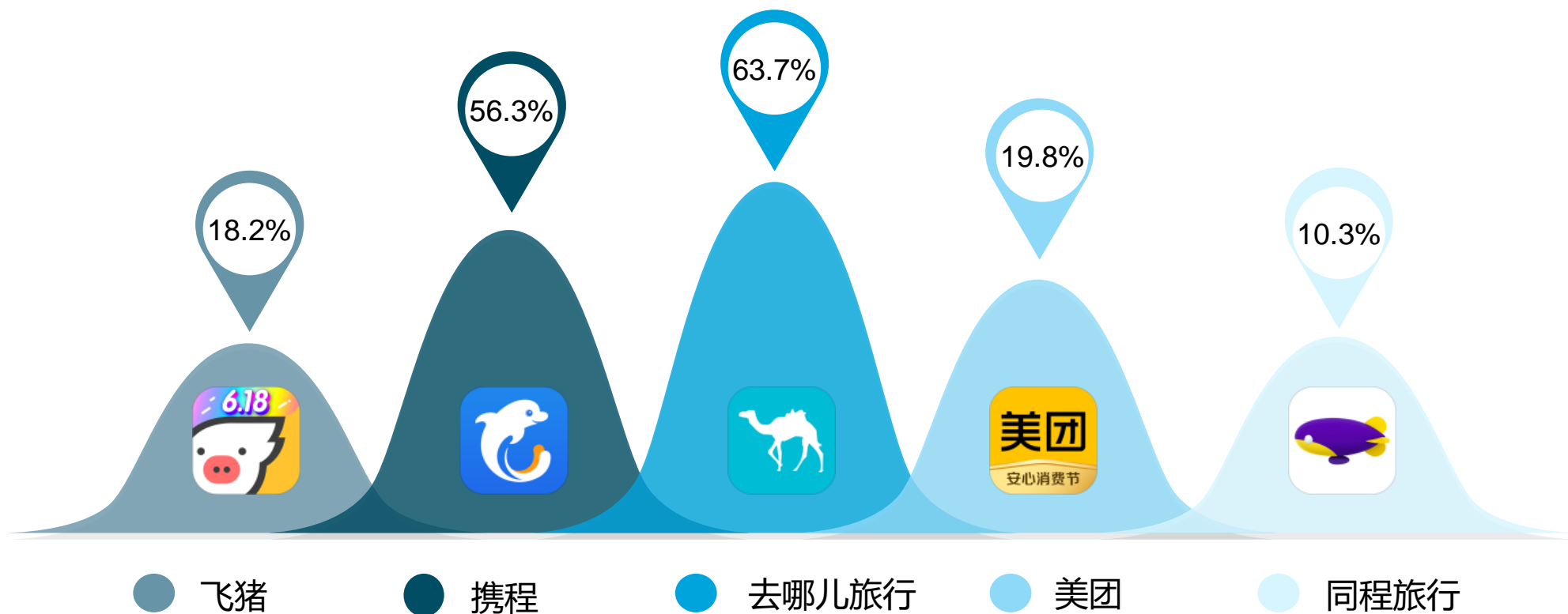
微信流量支持，同程艺龙在机票及酒店行业有多年沉淀，具有较强竞争力。

去哪儿旅行用户年轻化特征明显，在校学生安装率高

2020年5月主要在线旅游平台活跃用户年龄结构



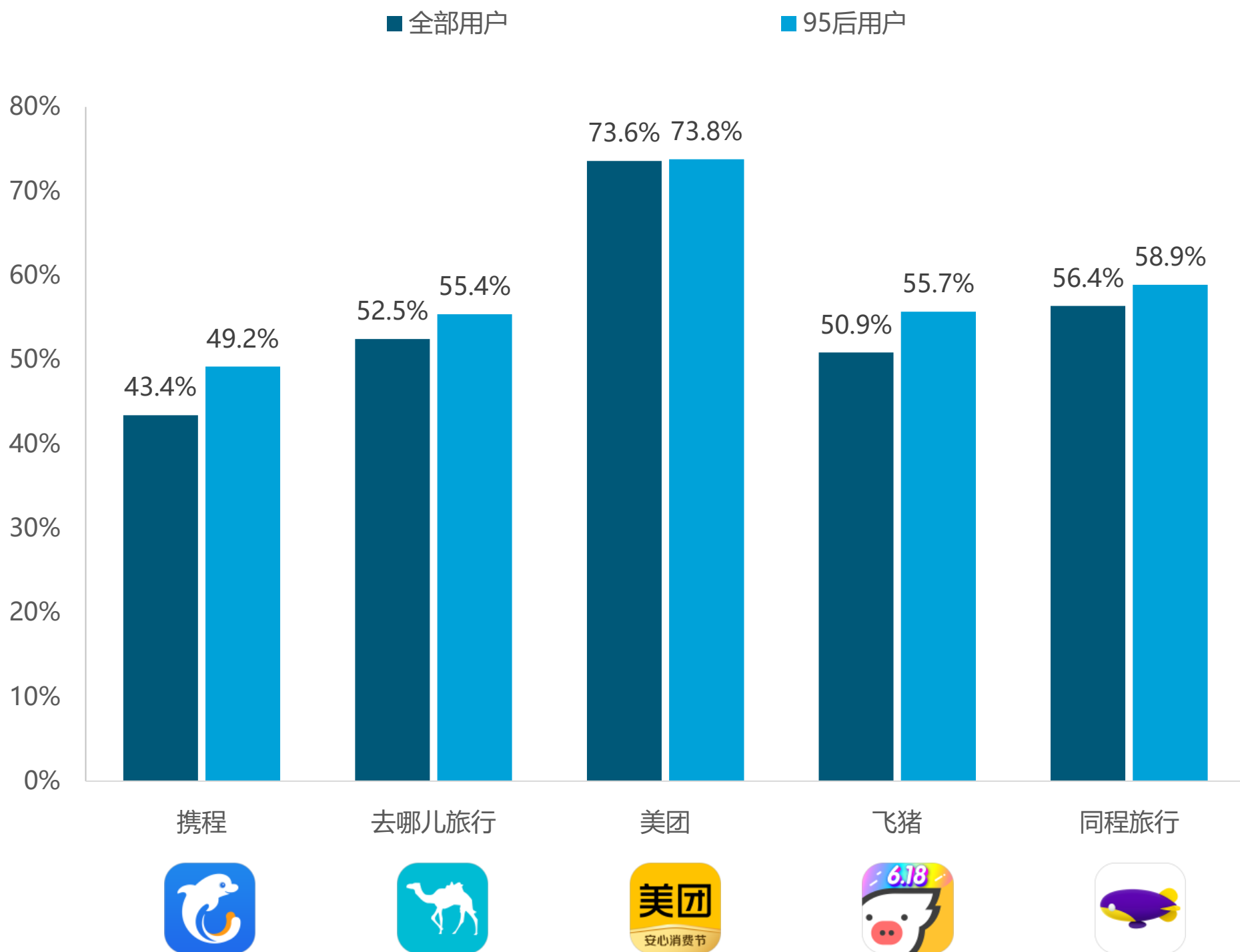
2020年5月在校学生在线旅游 App 安装覆盖率 (%)



注：美团数据统计口径为打开过在线旅游相关频道的数据进行计算

美团超七成用户来自三线及以下城市

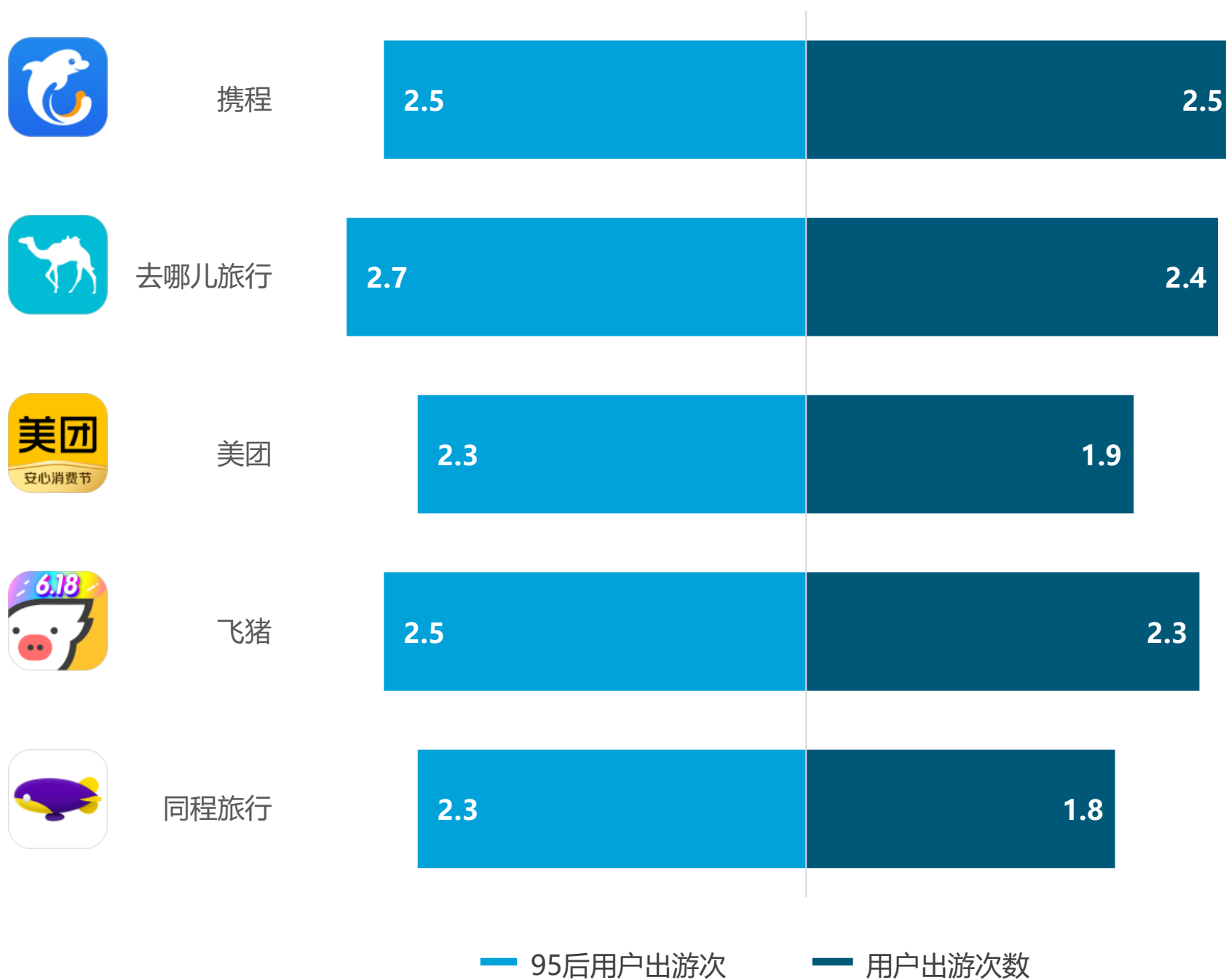
主要在线旅游平台三线及以下城市有效用户占比 (%)



注：有效用户：在截至2020年5月31日前六个月提交过订单的用户

相比其他年龄段用户，95后用户出游更加频繁

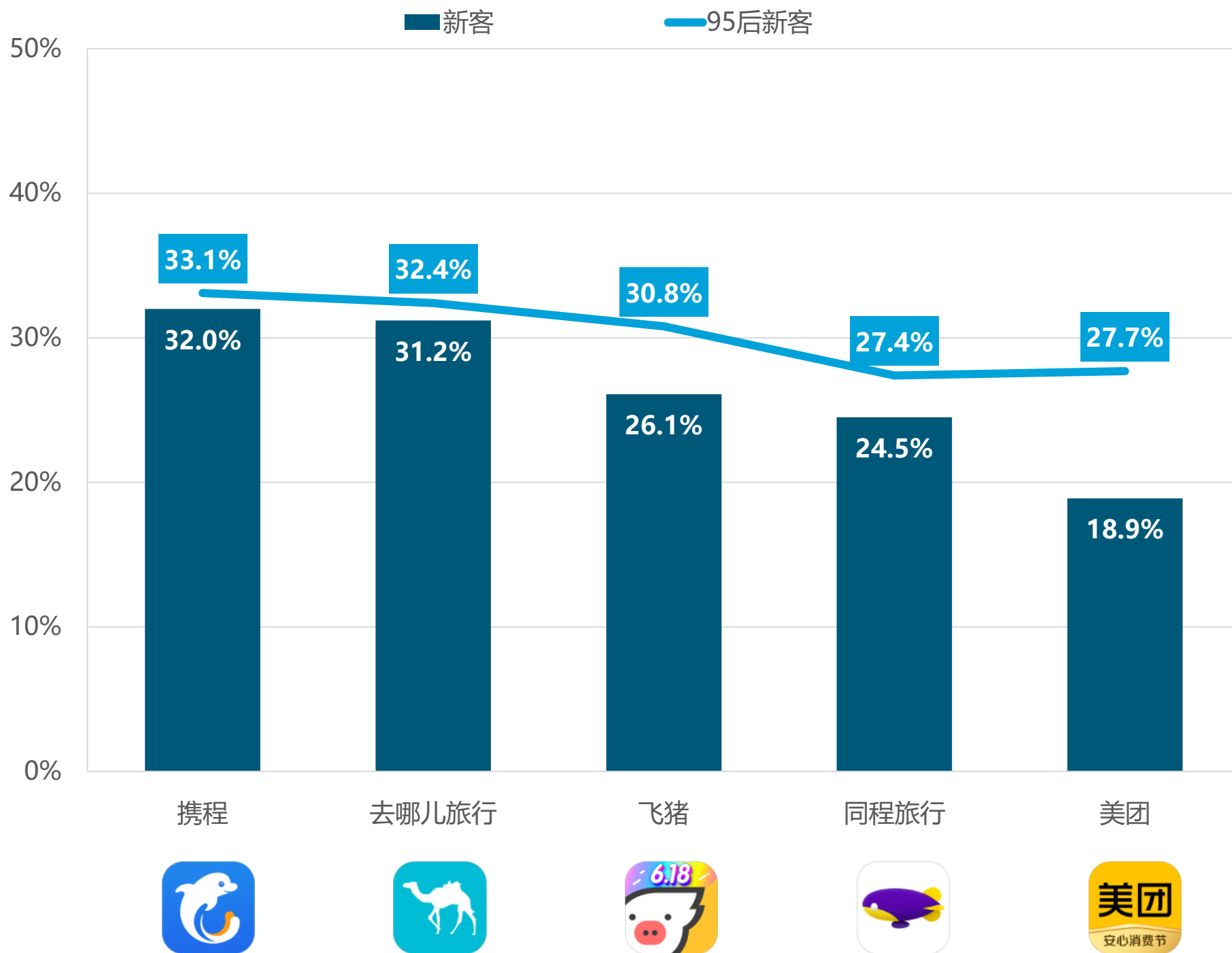
主要在线旅游平台用户季度出游次数（次）



- 注：1.统计周期为2019年全年，因2020年上半年受到疫情影响，数据会偏离正常情况用户需求
2.仅对统计周期内有预订行为的用户进行统计
3.如果用户有酒店、机票、火车票、门票、租车等任何预订行为，计用户出行一次

95后新增用户留存率更高 携程、去哪儿及飞猪排名前三

主要在线旅游平台新客90日复购率 (%)

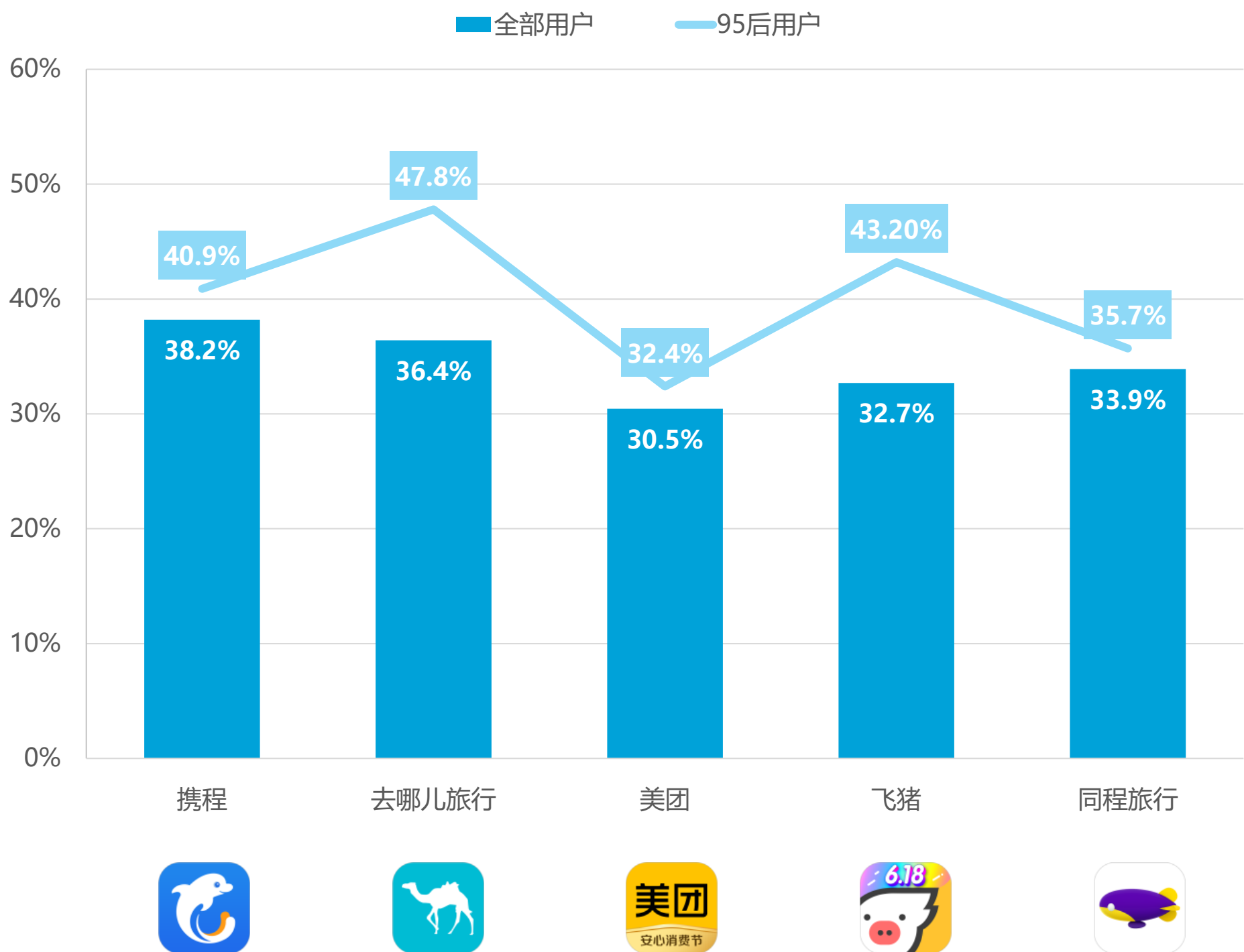


注：1.首次使用在线旅游平台并提交订单的用户为新客,首单后90天为新客期,在新客期的用户为新客

2.目前在线旅游行业发展阶段,新增95后多为先锋用户,年龄大于95后的新增用户,在相应年龄段均为长尾用户,所以现阶段95后的新客留存普遍好于行业整体

95后用户旅游预订决策更果断、更高效

主要在线旅游平台用户搜索转化率 (%)

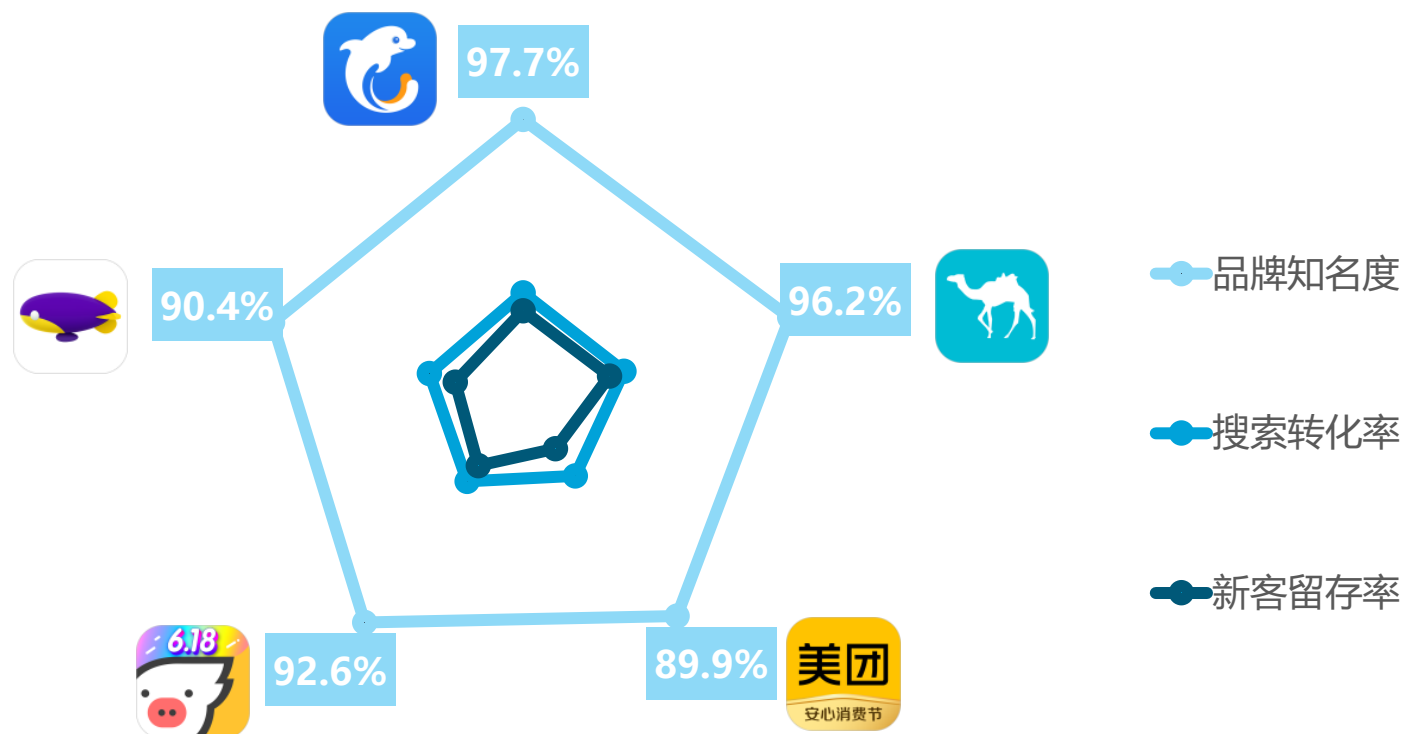


注：1.搜索用户：指打开App或web页面且点击酒店、机票、火车票等频道，或在搜索框内检索了自定义的旅游需求的用户

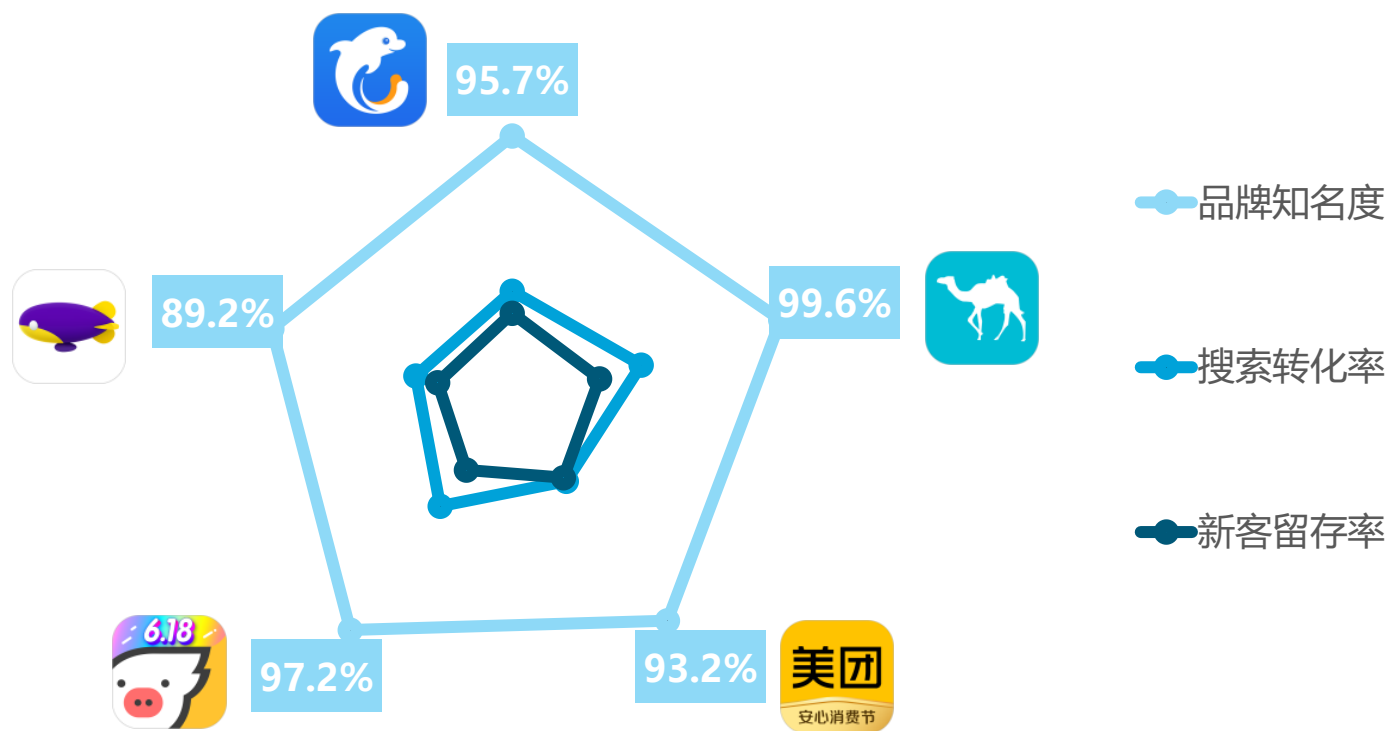
2.搜索转化率=下单用户数/搜索用户数*100%

不同年龄用户，旅游预订消费习惯差异性显著

2020年在线旅游市场竞争力评估模型



在线旅游市场95后用户竞争力评估模型



主要在线旅游平台竞争力评价

主要在线旅游平台竞争力评价表



携程

- ✓ 用户规模大、单个用户价值高、服务好、旅游产品SKU丰富，在线旅游行业竞争力排名榜首。



去哪儿旅行

- ✓ 流量成本低、旅游产品价格低、新客留存高、对95后用户品牌效应大，随着95后的消费潜能释放，竞争力将持续增强。



美团

- ✓ 借助团购App导流，用户增长迅速，聚焦下沉市场，经济型酒店预订、门票预订已经具备强劲实力，但新客留存低、客单价低，影响用户价值的提升。



飞猪

- ✓ 95后用户比例仅次于去哪儿，用户规模、新客留存、品牌知名度等较为均衡，竞争力提升潜力大。



同程旅行

- ✓ 老牌OTA平台同程及艺龙，在酒店及机票预订领域仍有较强竞争力。

-版权声明-

本报告版权归属Fastdata极数。

-免责声明-

本报告不代表云对接立场或观点，不构成投资或其他决策的建议。

报告承诺所采用数据及相关信息均来自合规渠道，并尽量保证数据的完整性、可靠性以及分析的准确性，报告中提出的观点仅代表该报告发布当日之前的判断。