

艾瑞咨询：2012 年中国在线旅游产业五大盘点

来源：艾瑞咨询 作者：分析师 王亭亭 2012-12-26 9:19:33

2012 年是中国在线旅游行业快速发展的一年，预计全年该市场交易规模将达 1700 亿元，较 2011 年增长约 30%。对行业本身而言，2012 年无疑是结构调整的关键一年。由于各自特征不同、发展成熟度不一、模式演变各异，在线机票、在线酒店、在线度假等不同领域发展呈现出不同的特点。艾瑞咨询对其 2012 年的表现进行一一总结和点评：在线机票预订稳中有变，用户体验得到显著提升；在线酒店市场在价格战中不断创新开拓；在线度假市场跳出传统思维，走出一条以要素为核心的在线之路；[移动互联网](#)深刻改造旅游预订业；旅游内容成为企业挖掘的金矿。

盘点一：在线机票预订稳中有变，用户体验得到显著提升

相关事件一：非常准、航旅纵横为用户提供实时的航班信息

近年，航班延误现象多发，给乘客和接送机人员的安排和出行带来极大不便。非常准、航旅纵横等航班信息实时查询和行程管理应用面世，迅速得到用户的广泛欢迎。

相关事件二：国际机票 GDS 获准入华

2012 年 10 月 1 日，中国正式向国际 GDS 开放，机票分销市场迎来多家 GDS 共同参与的新局面。

相关事件三：国内预订企业纷纷进入国际机票预订领域

2012 年 3 月，携程国际机票预订平台正式上线，新增近万条国际航线；艺龙、同程等 OTA 也纷纷上线国际机票预订业务；Trafree 等创业型技术公司也纷纷投身国际机票搜索预订市场。

艾瑞咨询点评：2012 年中国机票在线预订市场在往年的基础上继续渗透，在稳定的发展过程中，机票预订及消费环节中的用户体验在逐步提升，这些提升主要来自于：非常准、航旅纵横等应用的出现，在很大程度上缓解了航班延误、航班取消等事件给用户带来的信息不对称，使得用户能更合理的安排自己的出行；中国放宽对国际 GDS 的准入限制，标志着之前中航信在国内机票领域唯一的分销系统格局将打破，国际机票 GDS 可将其领先的技术、产品、解决方案带到中国；国内的 OTA、技术公司对海外机票业务的拓展，让国际机票的预订体验迎来前所未有的突破。

盘点二：在线酒店市场在价格战中不断创新开拓

相关事件一：核心 OTA 酒店在线预订价格战

2012 年第二季度，各大 OTA 宣布加大酒店预订业务促销力度，主要通过返现、返券等促进现付酒店产品预订，通过打折降价促进预付酒店（主要为酒店[团购](#)）产品预订。如芒果提出将投入 8000 万元现金补贴酒店预订，最高返现 50%；同程网提出“返现 9000 万，与客户共成长”活动“点评返奖金”；携程预授权 5 亿美金开展低价促销。

相关事件二：核心企业扩展酒店库存量

国内酒店方面，截止 2012 年 12 月，艺龙可预订酒店数量约 4 万家，携程可预订酒店数量近 4 万家；国际酒店方面，2012 年 8 月，携程与 Booking.com 达成合作实现系统直连，通过携程可预订 Booking.com 超过 20 万家的海外酒店，而艺龙也可通过母公司 Expedia 预订 16 万家海外酒店。

相关事件三：酒店分销丰富化

2012 年 12 月，携程和国内最大的团购网站美团达成酒店团购产品的合作，用户可在美团上预订携程相关的团购产品。艺龙最早开发开放的分销体系，为相关银行、电商网站、创业型 OTA、创新 App 等提供酒店库存，形成了庞大的分销系统，同时在酒店团购方面也与多家团购网站建立合作。

艾瑞咨询点评：2012 年中国在线酒店预订细分领域最大的关键词是价格战，在价格战的影响下，核心企业以牺牲利润为代价换取在线预订的市场份额，携程、艺龙、同程等的酒店在线预订率都有不同程度的提升。在竞争策略方面，除了价格战之外，核心企业在库存扩展和渠道拓展等供应链打造方面均有持续的动作。

盘点三：在线度假市场跳出传统思维，走出一条以要素为核心的在线之路

相关事件一：在线旅游企业开展以目的地为核心的在线度假业务

2012 年 5 月 23 日，[淘宝网](#)与丽江市人民政府共同签署了战略合作协议，双方将结合丽江旅游资源和淘宝网[电子商务](#)平台进行长期合作，将丽江的客栈、旅游线路和机票等产品作为推广重点。

2012 年底，同程旅游网与 8000 家景区实现合作，提供以景区目的地为核心的多种自助游打包产品预订，并开展百场景区“会员日”活动，为用户提供吃住行游购娱的综合预订服务。同时，与驴妈妈合作的景区数量达到 6000 家，途牛的门票预订业务获得快速发展。

相关事件二：途牛、悠哉淡化出发城市数量概念

2012 年，途牛、悠哉等旅游网站的出发城市数量均有回落。截止年底，悠哉网站显示国内出发城市为 4 座，途牛出发城市为 14 座，均较往年有所下降。

相关事件三：度假公寓、度假酒店预订火热

2011 年 12 月成立的途家网，在 2012 年业务得到高速发展；截止年底，途家可提供国内多个度假热门城市或景点的公寓预订，成为用户度假住宿的新选择。青芒果、松果网等度假型住宿单位预订网站也开始为更多的用户所熟知和使用。

相关事件四：高铁网络进一步扩大

2012 年 12 月 26 日，京广高铁北京西-郑州东段将开通运营，届时京广高铁也将全线贯通，京穗之间的最快铁路运行时间将缩短到 8 小时以内。哈尔滨到大连的哈大高铁也于 12 月 1 日通车。

艾瑞咨询点评：中国传统旅行社行业的发展以“组团+地接”的打包产品为核心，在线度假业务最初虽然以该模式为起点，但发展到 2012 年，在线度假开辟出了一条以“目的地”为核心的多元化产品之路，这种从整体打包产品到要素产品组合的转变迎合了用户个性化、多样化的选择，成为新的发展趋势。相关的在线旅游企业满足和顺应新需求的方式也不尽相同，携程网拥有机票、酒店方面的优势，艺龙向游客提供有竞争力的酒店预订服务为切入点，同程、驴妈妈围绕目的地景区门票为核心展开，途牛、悠哉则以周边游为突破口。随着机票、火车、自驾车等相关基础设施进一步完善，以要素为核心的预订服务将迎来更长足的发展。

盘点四：移动互联网深刻改造旅游预订业

相关事件一：核心旅游企业不断巩固自身 App 体验

机票、酒店的预订标准化程度相对较高，核心在线旅游企业不断更新和升级自身手机 App 应用，其中携程、艺龙、去哪儿提供 iPad 版 App，抢占用户平板预订桌面。米途订酒店、酒店管家、酒店达人、今夜酒店特价等优秀酒店预订 App 逐渐被用户认可和使用。

相关事件二：扫码认证逐渐被市场认可

二维码为景区门票、滑雪、温泉等预订的流行提供了有力的认证保障，保证交易安全性的同时，提升了用户与商家或景区的交易便捷性。

相关事件三：Passbook、微信会员卡提升机票预订消费便捷性

2012年6月，苹果公司在全球开发者大会上宣布 iOS 6 系统将提供操作一个全新的应用——Passbook，这款应用可以整合来自各类服务的票据，包括电影票、登机牌、积分卡和礼品卡等。

微信会员卡是微信的平台级应用，其与用户航空公司会员信息的绑定，开创了用户手机预订机票的新模式，同时也让航空公司找到一条扩大直销规模的新渠道。

艾瑞咨询点评：旅游度假天生的移动、位置属性使得其与移动互联网拥有强烈的结合性，如 LBS 与酒店预订的结合，而旅游度假预订行为与消费行为的分离也使得移动技术有广阔的应用场景，移动支付、移动认证的推广也将使得用户的体验极大提升，如苹果的 Passbook、支付宝的移动支付、微信的会员卡等都将极大促进旅游度假服务便捷性的提升。

盘点五：旅游内容成为企业挖掘的金矿

相关事件：旅游计划、媒体、社区大量涌现

2012年，在线旅游的内容成为创业企业涌现和风投关注的一大板块，如规模已经较大的蚂蜂窝、游多多等，关注出境的穷游网、途客圈、自在客等，专注于旅游社交媒体的途秀网、面包旅行等，专注移动客户端的在路上等，都在与内容相关的旅行计划、社交媒体等领域跃跃欲试。

艾瑞咨询点评：中国在线预订市场的预订、交易环节发展相对成熟，相关企业发展偏重资产运营，而在内容方面一直未能有海外旅游市场 TripAdvisor 级的成功旅游媒体产生，加之内容的处理、聚合相比于预订而言，资源门槛低，这使得国内旅游内容成为众多创业企业掘金的首选，相信随着经验的积累、技术的突破，散布在互联网上无规则无标准的内容能够被有效的挖掘和整合，以此实现内容的巨大商业价值，推动国内旅游服务闭环的实现。

结语

总而言之，在线机票预订在稳定增长中持续优化各个产业链环节；在线酒店预订成核心企业竞争焦点；在线度假市场仅在各个企业谋篇布局而蓄势待发的阶段；支付、移动互联网、数据挖掘等技术的应用则将推动在线旅游行业的巨大发展。艾瑞咨询认为，这些变化或趋势在 2013 年必将进一步深化，在线旅游整体行业的渗透率和成熟度也必将持续而快速的提升。