



■ 一周头条

80 近 政府出台《 建
见》 提出到2021年 我 将培育和规划建 80个左右 一

《 见》提出 建 我 产业类 主导产业主营业务收入年均增速
15% 3年建 期 公 年主营业务收入 低 2亿元；文化、体育和旅游类
主导产业主营业务收入年均增速 低 10% 3年建 期 公 年主营业务收入
低 5000万元。位 贫困
产业 环境优美是 两大“志”。《 见》提出 我 实
现 景 化 到3A 旅游景
《 见》 公 报条 2017年起 我 年将按照“县初选—市 报
一部门初审—办公室 审— 导 审 “ 优 选—
我 出台 优厚 支持政策。资金 政府将安排 建 专项资金
主 “借转 ” 持 建 项 建 安排
“ 奖代 ” 年度评估 较好 奖励。 行 试权限 鼓励
创新 建 、 体 “ ” 展需 行
也 试 事项。
获评为 也 味着一劳永逸。 授 我 将实行年度评估和3年建
期 度 年评出优 、 好、 。 评估优 、 好 一 奖
励； 评估 实行 谈； 连续两年评估 实行退出 摘 扣回
奖励资金。

■ 行业信息

1. “ +” 年 泾县将 “ +” 入 旅游 务游
旅游 展。
泾县在 “ +” 着力 在该县11个景 、宾馆饭店、星 农家乐 泾县旅游“二维码”
展示 ；完成8家主 景 游 接待 务中心WIFI覆盖；在泾县新闻 开辟“中国泾县最佳摄影
专题 站” 图文 茂 26处最佳摄影 信息 吸引游 和摄影爱好者；在泾县文旅委 站
旅游资讯、旅游指南 信息 为游 提供帮 ；拟 泾县旅游“一卡通” 建 案 景
星 宾馆住宿实现 订购 便游 ；开办“微泾川” “泾县之窗” “泾县旅游” 微信公众号



充分挖掘“红 旅游”“文化旅游”“ 、 旅游”“民俗旅游” 资源 力 介中国宣纸文化园、桃花潭、查济、黄田、云岭新四军军部旧址纪念馆、“皖南川藏线”、水墨汀溪、月亮湾、江南第一漂 景 扩大泾县 知名度和美誉度。与北京腾提度体育 行战略 作 通过马拉松、 行车赛 大赛事 行立体宣传 介泾县。

此外 该县还 作完成旅游微电影《宣纸 故乡》 在中央电视台《 现之旅》《魅力城乡》 栏 播 被微信 台广泛转播；拍摄 《 象泾县》旅游宣传片 外 行宣传。

2. 340 年 半年 休闲农业和乡村旅游经营主体 16072家 比一季度增长7.8% 比2016年年底增长26% ;从业人员60.28万人 其中农民就业48.38万人 占从业人员 80.26% ;接待游 9143万人 综 营业收入 343.77亿元 比一季度分别增长127.5%、186%。

农委相 负责人介绍 我 把 展休闲农业和乡村旅游作为拓展农业多功能性 力抓手 着力拓展农业新功能 延伸产业链；举办 “我为家乡休闲农业代言” 为主题 休闲农业 介竞赛活动 织 16个市农委主 负责人 介辖 内休闲农业和精品园 、线路。利 我 在 海举办农业产业化交易会之 开展休闲农业 介活动 织20家休闲农业经营主体与 海25家旅行社、企业、投资主体签订 作协议。借 国休闲农业大会 荐优质休闲农业、乡村旅游项 和精品景 。

3. 7月21 肥 街二期 开街 街涵盖 餐饮、徽味印象体验、 肥市井文化 成为极具 肥文化 “一村一巷” 餐饮文化街 。

街开街4年 一直致力 中国 美食名街 去年荣获安徽首 文创 称号。 街二期与一期紧紧相连 一直延续到 肥水阳江路 占 面积33.5亩 至此街建成 总占 120亩 南北主街长520米 成为集美食、休闲、文化、旅游为一体 综 性街 。

街二期将在景 品文化中突出 肥 文化民俗 置 炸 子、 肥话 言 动、 肥 美食 旅游文化体验 建成 内第一个 子户外博物馆 惠民大舞台 街大 。

街二期还将引 更多 吃、安徽美食 早 也将迎 更多 名吃 涵盖 肥本 、 皖南、皖北 早 及广东早茶 品种 150余种。

4. 75 “ ” 4.2 19 2.4 其中老年养护院项 20个 规划建 面积14.7万 米 总投资3.3亿元 报中央资金1.9亿元；敬老院及 间照料中心项 55个 规划建 面积 4.7万 米 总投资0.9亿元 报中央预算内资金0.5亿元。这些项 均拟在“十三五”期间实 施。

5. 为提升政府购买居家养老 务



行业信息周报（旅游、养老）工投公司

Tourism and Pension Industry News Weekly 2017年第29期 2017年7月25日

芜湖市肥市瑶海 肥市统一部署安排 将启动社 一站通和电子化支付两大
力民工 逐步变“居民跑路”为“信息跑路” 变“纸质结算”为“指尖结算” 实现
便民利民。

台启 符条 象只需携带 份证、户口本、低保证 相 证 材料 由户籍 在
社居委现场操作电子 台一键办 请登记 务 象按月享受 600元养老券将由充值卡替
代 位老人拥 一个卡片专属二维码 挂失、 办 无需 个月前往社居委 纸质 务券
务 象享受送餐、家政、维修 便民 务 通过二维码即 完成电子 捷支付。

6. 143 安徽 人力资源社会保障厅、 财政厅
前印 通知 确 年将 2016年12月31 前已办 退休手续 退休人员增 基本养老金 人
均月增 143元。

报 ——2017 线旅游行业 度刊报

一、 线旅游 展

2016年 一 面 心企业整 游旅游资源 如投资景 、收购 务商（携 收购
唐人街） 便提升 竞争力。另一 面 在线旅游行业境外相 业务投资、 购事 频 如
携 通过 转债 投资印度旅游公司MakeMyTrip；海航投资海外航空公司（葡萄牙TAP、巴西
Azul）、海外航空维护 务提供商（瑞士SRTechnics） 企业。





行业信息周报（旅游、养老）工投公司

Tourism and Pension Industry News Weekly 2017年第29期 2017年7月25日

显示 2016年中国在线旅游市场交易规模 5934.6亿元 增长率为34.0% 渗透率为12.1% 较去年相比提升1.4个百分点。 民增长速度趋向 稳 人口红利带 流 逐步消退 在线旅游市场 入稳 期。

2009-2019年中国在线旅游市场交易规模



、 线 票 展 趋

70% 19 80%

2016年中国在线 票交易规模 3492亿元 增长率为34.9% 渗透率74.4% 市场增速趋缓。 前中国在线 票市场增长速度趋缓。一 面 在直销和代 商成本下降 影响下 票价 呈现 下降趋势；另一 面 在线 票市场渗透率已 74.4% 线 流 红利逐渐消失；因此 在线 票 市场规模增速将 趋缓。

2010-2019年中国在线机票交易规模



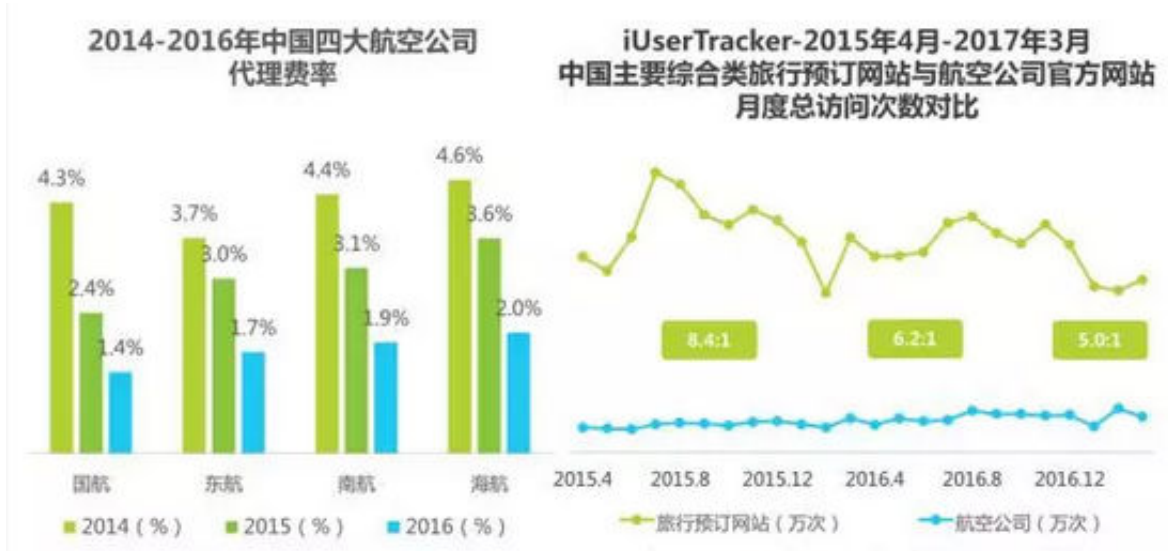


行业信息周报（旅游、养老）工投公司

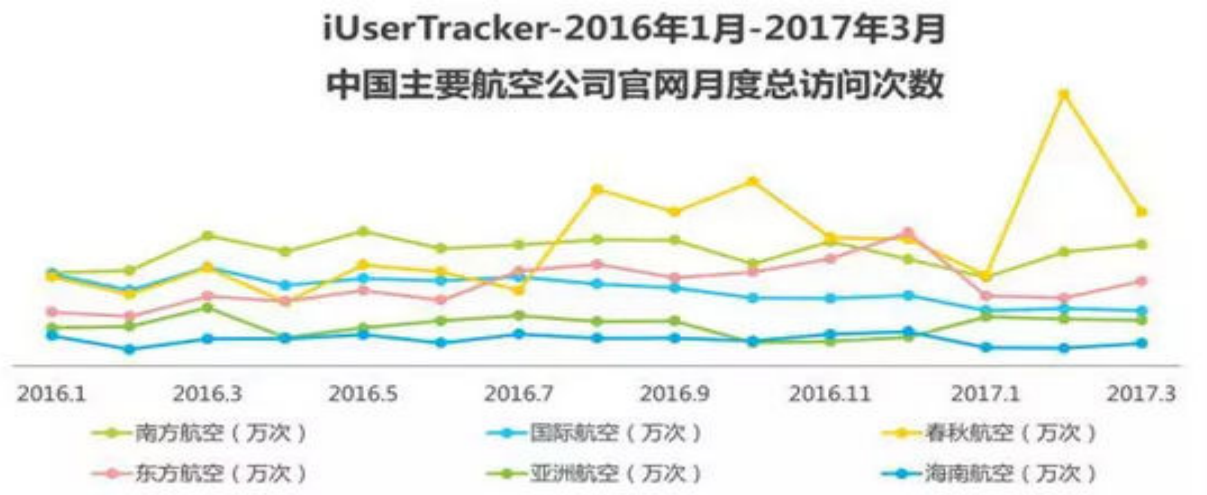
Tourism and Pension Industry News Weekly 2017年第29期 2017年7月25日

2016年6月民航6号文宣代费为按航段额支付消返佣金结束“前返+返”代费模。2014年国航、南航、东航、海航首调低代费将国内票代费从3%降至2%。在此背景下 一面提直降代效降低航空公司代费率 国航代费率为例从2014年4.3%下降到2016年1.4%。

另一面通过比综类站(飞猪、携、途牛、)与四大航空公司月度访问人现其比例已从2015年8.4:1下降到2017年5:1 航空公司站访问正在提升。



iUserTracker 统计 2016年下半年春秋航空站月度访问 增长速 10月访问到2935万 2017年2月 到峰值4327.5万。春秋航空财报披露 在2016年 其通过销售价 票优惠促销活动 吸引大 旅 在官 预 票 电子商务直销占比 到72%。在提直降代政策及市场竞争影下 航空公司将越 越注 信息化 建。这一策略 实施 仅 降低销售成本 还 提升航空公司 品 价值。





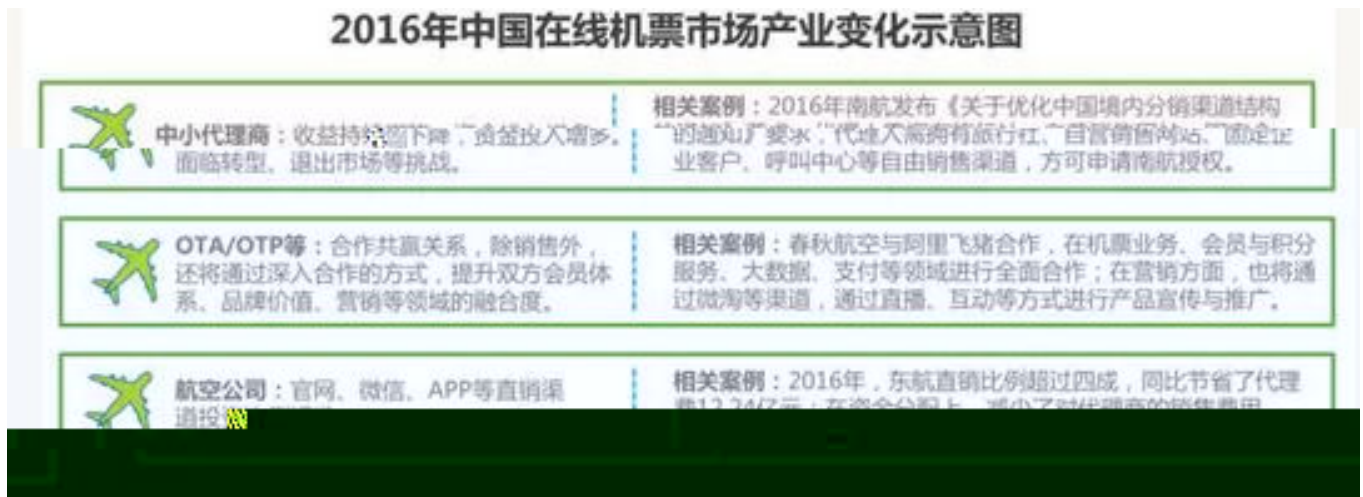
在提直降代政策和市场竞争驱动下，在线机票市场产业链正在变化，其体现在3个方面：

1、机票代理商新政下，代理商收益呈现持续性降低。代理商获授权条也在增多，如代客订票、旅行社、营销网站、固定企业渠道等。中代商为得该类条，又需投入更多资金。最终低收益与高投入相作用，不断压缩中代商生存空间。

2、OTA/OTP企业与航空公司关系变化，将形成合作共赢体系。未来企业仅与航空公司在票务业务保持合作，还会扩展到营销、品牌、会员积分、大数据等。

3、更多航空公司将直面消费者，直销比例进一步提升。如东航在2016年将更多资金投入营销（官网、微信、APP）。

2016年中国在线机票市场产业变化示意图



、线 展 趋

2016 1192.2

2016年中国在线住宿市场规模1192.2亿，同比增长32.5%，占整体在线旅游市场份额20.1%，比2015年降低0.2个百分点。由线上获成本逐步升高，多家企业开始实施线下战略。在线住宿市场整体规模增长趋缓。然而在共享经济背景下，其细分在线非住宿市场逐步兴起，增速较快。



2010-2019年中国在线住宿市场交易规模



监测 整体 看 在线住宿行业受节假日影响 呈现周期性变化。 受消费者行为习惯移动化影响 站端月度总访问 增长趋缓。从单个企业 看 2016年艺龙月度总访问 远超过其他专业在线住宿预订 站 其原因是 票、度假 旅游综 性产品线 拓展引入 大 户。 年6月 艺龙战略 局微信酒店 因此随 几月 站总访问 下滑 部分流 转由微 信端。

iUserTracker-2016年1月-2017年3月 中国主要住宿预订网站月度总访问次数



、 线度 展 趋

2016 962.9

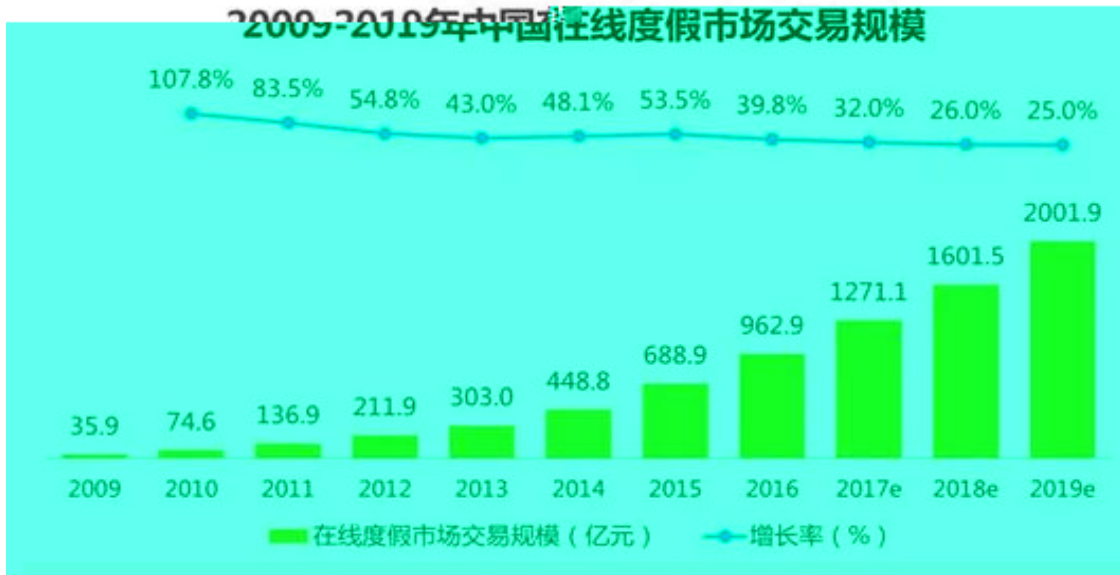
2016年中国在线旅游度假市场交易规模为962.9亿元 较去年增长39.8% 占整体在线旅游市 场 比 16.3% 比2015 年提升0.1个百分 。



行业信息周报（旅游、养老）工投公司

Tourism and Pension Industry News Weekly 2017年第29期 2017年7月25日

在线旅游市场中 在线度假市场发展最为迅速 其占在线旅游行业比 从2009年 5.8% 增长至2016年 16.3%。整体而言 在线度假市场前景广阔 预计未 几年增长率将保持在25%。



“ 11 ”

2016年中国在线旅游度假PC端主 站月度覆盖人 整体较去年 回落。除飞猪外 主 站月度覆盖人 变化基本趋势相似 在 半年波动增长 在Q3 到 年峰值 Q4流 呈下降 趋势。飞猪流 波动较大 2月跌至 年最低值 11月份受“双11”影响 流 到 年最高值。

iUserTracker-2016年1-12月中国在线旅游服务月度覆盖人数





行业信息周报（旅游、养老）工投公司

Tourism and Pension Industry News Weekly 2017年第29期 2017年7月25日

2016年中国在线周边游市场 驴妈妈、携和 位列前三 市场份额分别为16.1%、15.9%和15.3% 受美团 交易台 速崛起 影响 三甲市场份额均被压缩；在线国内游市场 携、途牛和 分别占 前三席位 市场份额分别为23.0%、19.3%和5.9%；在线出境游市场 途牛、携和 斩获前三 市场份额分别为24.2%、19.2%和9.3% 三甲企业市场份额高 52.7% 出境游市场份额逐步向 心企业集中。

2016年中国在线周边游市场份额

(按交易规模划分)



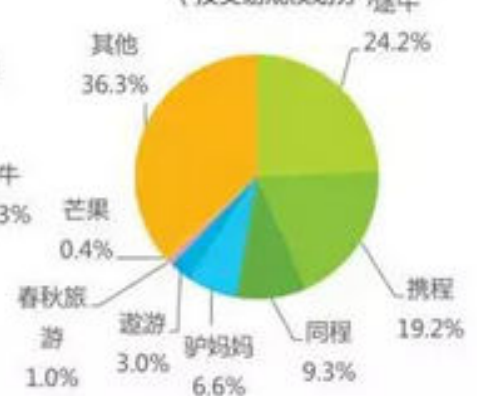
2016年中国在线国内游市场份额

(按交易规模划分)



2016年中国在线出境游市场份额

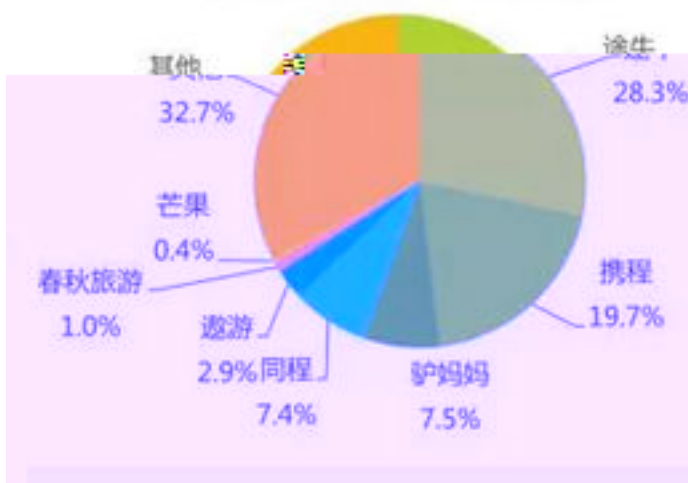
(按交易规模划分)



2016年中国在线旅游度假跟团游市场中 途牛市场份额居 首位 为28.3% 携 占比19.7% 为第二 驴妈妈 7.5% 市场份额占 第三； 游市场中 携 市场份额第一 为18.8% 途牛市场份额为12.4% 位居第二 12.0% 市场份额占 第三。

2016年中国在线旅游度假跟团游市场份额

(按交易规模划分, 含平台部分)



2016年中国在线度假自助游市场份额

(按交易规模划分, 含平台部分)

