

在线旅游市场规模预计9360亿元 网约车市场规模预计3420亿元 网经社电子商务研究中心发布 2022年上半年出行发展情况

◎ 记者 郑雪

近日,网经社电子商务研究中心发布《2022年(上)中国移动出行市场数据报告》(以下简称报告),通过数据解读2022年上半年移动出行发展情况。《报告》预计,2022年在线旅游市场规模约为9360亿元,同比增长8.39%。2022年网约车市场规模约为3420亿元,同比增长7.21%。

网约车出行上升明显

网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾表示,狭义移动出行是基于智能移动终端的出行服务,主要包括网约车、共享单车、租车、停车、地图导航、代驾等业态。

而广义上的移动出行还包括在线旅游(OTA),指消费者基于互联网进行旅游出行服务产品预订、购买的一种消费行为,其主要包括以车票(机票)、住宿、门票业务为主的综合性旅游平台。

通过大数据预计,2022年上半年网约车市场规模约为3420亿元,同比增长7.21%。此外,2018-2021年网约车市场交易规模分别为2865亿元(24.83%)、3058亿元(6.73%)、2691亿元(-12.01%)、3190亿元(18.54%)。从数据可以明显看出网约车出行市场呈逐年上升趋势。



在线旅游复苏乐观

“尽管2022年上半年旅游业受疫情波动影响较大,但对于下半年的旅游业复苏我们持乐观态度。”陈礼腾告诉记者,根据《报告》预计,2022年在线旅游市场规模约为9360亿元,同比增长8.39%。

陈礼腾表示,2022年上半年,各大在线旅游APP活跃用户数逐渐恢复,市场复苏势头向好。2022年下半年开始,一些在线旅游平台月活跃用户数恢复较快,特别是国内旅游市场呈现稳步复苏态势。

陈礼腾认为,2022年中国在线旅游市场虽未能实现迅速恢复,但国内疫情流行态势逐渐缓和、居民旅游需求逐步释放。与此同时,旅游群体的年轻化、旅游消费的本地化、旅游体验的数字化等趋势逐渐显现。



旅游复苏纠纷也增多

在旅游消费快速复苏的同时,由于疫情不确定性所带来的在线旅游消费投诉纠纷也明显增多。

受疫情影响,2022年上半年在线旅游退改纠纷问题最为突出。机票、酒店、度假团等旅游产品均出现了不少退改纠纷。在线旅游订单退改纠纷问题,暴露出平台、航司以及相关商家在遇到突发情况时,往往通过自身优势或有关霸王条款把突发风险甚至自身管理问题转嫁到消费者头上。有的消费者因行程改变提前很长时间退票,或者因身体不适等原因退改订单,被要求收取高额手续费;而航空公司临时取消航班或酒店,单方面取消订单,却不愿赔偿消费者相关损失。

据网络消费纠纷调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示,入选2022年上半年全国在线旅游投诉榜依次为联



周边游、走着瞧旅行、如程、青芒果旅行网、飞猪、同程旅行、旅划算、去哪儿、携程、骑驴游、马蜂窝、爱订不订、景程荟玩、123微旅行等。

在线旅游用户投诉问题类型排名前十的依次为:退款问题、商品质量、发货问题、售后服务、保证金问题、网络欺诈、网络售假、虚假促销、退换货难、其他。

报告选取十大典型投诉案例,涉及爱订不订、走着瞧旅行、智行、旅划算、如程、青芒果旅行、骑驴游、美团民宿、飞猪旅行、联联周边游。

其中,飞猪、去哪儿、携程、同程旅行获“建议下单”评级;联联周边游获“谨慎下单”

评级;走着瞧旅行、旅划算获“不建议下单”评级;如程、青芒果旅行、骑驴游获“不予评级”。

逆境中求存抢机遇

尽管受疫情影响,但旅游行业仍出现诸多亮点,给在线旅游市场发展带来新的希望。近期,国内外旅游经营商和目的地股票均有复苏迹象,旅游景区及目的地股票重新获得资本市场青睐。



据《报告》融资方面,2022上半年我国在线旅游行业有11家平台获得融资,分别为如祺出行、易能时代、租租车、派学车、枫叶出行、爱车掌门、车靓靓、天天车宝、途车科技、小呗出行、豌豆拼车,融资总额超15.6亿元人民币。

对此,网经社电子商务研究中心生活服务电商分析师陈礼腾表示,景区加速拥抱资本市场,是一个行业趋势。对于国企操盘的旅游景区,当地有比较强的动力推动上市。如果有一个上市平台,地方上也能更好整合、激活当地旅游资源价值,助力地方发展。对于民营景区而言,随着旅游市场竞争升级,企业也需要更多的资金投入,登陆资本市场是个解决办法。

“相信将有越来越多的文旅企业尝试拥抱资本市场,以助力文旅行业的发展。”陈礼腾说。

