

2020年是全面建成小康社会目标实现之年，也是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。

随着“宏伟目标”的持续推进，旅游已经成为人民群众日常生活的重要组成部分，旅游业也已成为国民经济发展的战略性支柱产业。

当流量和红利渐近尾声，旅游行业市场完成整合，亟需新兴技术来刺激需求。大数据、云计算、金融科技、5G等新兴技术的风起云涌，无疑给在线旅游市场增添了源源不断动力，正逢“花好月圆”之时的旅游行业迎来数字化时代。

### 在线交通成主角

据数据统计，我国旅游收入总体呈逐年增长态势，2019年旅游收入近6.52万亿元，其中在线旅游市场规模为10866.5亿元。2019年国内旅游人次为60.1亿人次，出境旅游人次为1.7亿人次。在中国宏观经济增长放缓的背景下，中国旅游业进入中速稳步发展阶段。

在互联网的红利驱动下，在线旅游由于方便、快捷、性价比高等特点逐渐成为旅游行业的主要模式，预计2024年，我国在线旅游产业市场规模将会超过1.8万亿元。而以携程、飞猪、去哪儿为首的OTA成为了拉动在线旅游市场的中坚力量。

目前，随着移动互联网的快速发展，在线旅游产业已经进入快速发展期，一二线城市在线旅游渗透率逐渐进入稳态，而三四线城市处于渗透率提升、用户增长的高成长阶段。据悉，

我国在线旅游的渗透率已经达到了19.30%，但是相较于发达国家差距还较大，渗透率最高的国家为英国，渗透率可以达到64%。

专业人士预估，在未来很长一段时间，在线旅游市场一二线城市依然是中流砥柱，三四线城市会成为“潜力股”除此之外，在线旅游产业也将呈现年轻化、本地化和多样化的特征，85后-95后会成为在线旅游的主力军。

从业务场景来看，在线旅游大致可以分为在线住宿、在线交通、在线度假三大模块，其中在线交通占比最大。按照出行方式，在线交通也可以划分为在线机票、在线火车票、在线船票、在线汽车票等。其中，在线旅游交通市场中机票预订市场占主要部分，且在线机票市场标准化程度较高，发展的也最为成熟。

数据统计，2019年在线交通预定市场交易规模达到7628.68亿元人民币，同比增长

11.8%，在线火车票市场同比增长24%，拉高整体交通市场增速，在线交通预定市场占在线旅游比重70.2，同比增加0.3个百分点。

经历了2018年机票市场波动与提直降代监管严格影响，在上一年低基数基础上2019年出现增速回暖，主要是因为航空公司预定服务渠道数字化进程加快，国内航线进一步扩充国内旅游市场需求随之升高，在线交通预定任然是在线旅游预定市场最主要的流量入口。

高质量、高服务、高效率越来越成为用户的核心需求，精细化的运营、数字化的精准服务则成为了各服务大航旅产业企业的核心命脉。

“通过航旅大数据，将信用与航空产业链链接起来，借助AI、云计算等新兴的人工智能技术，赋能航旅场景生态圈，可以帮助信用高的人获得更高效、更优质的航旅服务。以信用飞为例，其是一家立足航旅场景的金融科技公司，在航旅数字化消费场景处于领先地位，为数百万用户提供航旅数字消费科技服务。在信飞数据云的基础上，信用飞让年轻人可以享受‘先飞后付’的机票数字化消费服务，真正契合年轻客户群体的消费理念和需求，并且信用飞提供多种消费数字化支付选择，让年轻人轻松出行。”信用飞相关负责人表示。

## 数字化是未来趋势

在业内看来，数字化，必定成为了在线旅游的未来趋势之一。

首先，我国旅游业进入多元化、个性化、自助化的新阶段，市场需要更加便捷的智能化、个性化、信息化旅游产品和服务；

其次，传统旅游运营及盈利模式趋于饱和，需要游、娱、住、购、行等场景的一站式服务来为用户提供更有价值、便捷、高效的服务；

最后，随着大数据、人工智能、云计算等技术的成熟，智慧旅游可以说已经成为了现实。

一场旅游业的数字化变革早已拉开了帷幕。它不仅仅是为游客带来了方便，也让整个旅游业的模式发生了“巨变”。

在移动互联网、智能手机逐渐渗入大众生活的方方面面，为数字化旅游市场夯实了坚实的基础。智慧旅游概念也开始在旅游行业展现了强大的生命力，各家机构都在以不同方式宣称自己已经开始布局数字化，似乎谁不做数字化，谁就被市场抛弃了一般。

在线订票、在线值机、定制化旅游推介、信息查询、即时通讯、实时定位.....除了该百年原有传统的旅游生态外，越来越多的“黑科技”产品和技术正在悄无声息的优化全产业链的面貌。

比如，智能机器人(行情300024,诊股)景区指导、VR虚拟现实旅游、人脸识别信息确认、景区直播、数字化消费金融服务、信用消费权益兑换等，从营销、获客、服务、反馈全流程数字化运营都已经具备了较为成熟的模式。

品质化成为了未来旅游的核心需求，企业和行业的标准化、品质化建设、产品及服务质量直接关系到企业的生死存亡，数字化的精耕细作也成为了各家服务航旅市场唯一的选择。

“未来品质化旅游需求深化，对在线旅游平台的产品服务质量要求亦会随之提升，真个行业在数字化技术的驱动，必将开启‘技术创新+品质建设+数字运营’的全产业链智能化服务进程。”信用飞上述负责人表示。

## 信用飞携科技赋能

在航旅市场的数字化进程中，金融科技的赋能也不应被忽视。

据悉，金融科技服务已经深入到旅游行业生态链的各个环节，如会员注册、线上充值、消费支付、会员管理、资金清算、数据服务等，已经布局航旅场景的机构包括工商银行(行情601398,诊股)、信用飞、携程等数百家机构。

信用飞作为一家垂直航旅场景的金融科技平台，主要通过输出信用支付SDK产品与航空公司和在线旅游平台达成合作为用户提供金融科技服务。自2016年起，信用飞与东方航空(行情600115,诊股)、中国国际航空、山东航空等超过20家航空公司和在线旅游平台达成了深度合作，用户在这些平台提交订单后在收银台选择信用飞支付，对用户的出行选择也提供了更多的帮助了。

具体而言，信用飞根据人们的消费习惯，创新性地提出“每个人的空中钱包”的概念，推出航旅数字化消费服务，上线“信用取现”服务，打造一站式金融科技服务，缓解人们的出行压力。

经过5年时间的发展，信用飞已经服务了近亿的航旅人群，通过自己的三大核心优势，为航旅人群提供优质的、便捷的服务。

首先，数据优势，信用飞通过服务近亿航旅人士，深度挖掘需求数据，并结合合作的航旅公司及战略投资方京东数科的数据资源，形成亿级数字资源库，能够为航旅

人士提供更专业的、更契合市场的金融科技服务；

其次，风控优势，对于金融科技服务来说，安全性是最核心的部分，因而服务的风控模型及质量就相当重要，通过自主研发的风控系统，能够进行精准的反欺诈识别，将市场风险降至最低；

最后，产品优势，在数据和风控的保障上，信用飞通过信飞数据云、机票数字化服务等产品，将银行或持牌金融机构的优质资源赋能在航旅产业链上，实现航旅场景的数字化、智能化。

“信用飞致力于用科技优化航旅场景，让更多人在航旅场景数字化消费过程中享受更好的权益和服务。信用飞会继续深耕航旅场景，会一直坚持以AI驱动航空产业的优化升级为己任，通过科技赋能整个行业生态链，助力整个市场实现互联网化、数字化和智能化。”信用飞上述负责人表示。