



2025年 入境旅游平台行业词条报告

国标分类/租赁和商务服务业/商务服务业/其他商务服务业/旅行社及相关服务、头豹分类/租赁和商务服务/商务服务/其他商务服务业

入境旅游平台：入境旅游复苏提速，平台抢占“国际客流入口” 头豹 词条报告系列

饶立杰、饶立杰

2025-07-11  未经平台授权，禁止转载

行业分类：

租赁和商务服务业/旅行社及相关服务

租赁和商务服务/其他商务服务业

摘要 入境旅游平台行业通过数字化手段为境外游客提供全链路服务，正处于快速复苏增长阶段。政策驱动与市场复苏深度联动，免签政策扩大直接推动游客量增长。行业客源市场分化，新兴市场崛起。AI、VR/AR技术加速服务升级与行业重构，提升游客满意度。2024年行业市场规模爆发式增长，源于政策红利释放与市场需求复苏。未来，垂直AI服务平台将驱动产业链数字化重构，优化游客体验，提升国际曝光及用户粘性，刺激入境需求，推动市场规模持续增长。

行业定义

入境旅游平台行业是指通过数字化手段为境外游客提供来华旅游全链路服务的产业生态，涵盖签证办理、行程规划、交通住宿预订、在地接送、导游服务及文化体验等核心环节。当前，该行业正处于快速复苏与增长阶段，受益于签证、支付、住宿等便利化政策的实施，以及免签政策范围的持续扩大，入境旅游市场活力显著提升。未来，入境旅游平台行业将迎来全面复苏与持续增长，AI等技术的深度融合将推动行业服务模式创新，个性化、多元化服务将成为主流。此外，随着政策环境的持续优化，以及新兴市场开发的深入，该行业有望迎来更加广阔的发展空间。

行业分类

按照平台类型的分类方式，入境旅游平台行业可以分为如下类别：

基于平台类型的分类

品牌平台型旅行服务商

品牌平台型旅行服务商是以标准化包价旅游产品为核心业务，通过资源整合与数字化运营构建一站式旅行服务生态的商业主体。这种模式既保持了规模化产品运营的效率优势，又通过柔性供应链响应个性化需求，形成标准化与定制化服务有机融合的商业形态。

电商平台型旅行服务商

电商平台型旅行服务企业通过整合全球旅游供应商资源，为全球目的地城市提供机票、酒店等标准化预订服务，同时拓展跟团游、主题定制游及单项体验服务等多元化旅行产品体系。

内容平台型旅行服务商

内容平台型旅行服务商通过构建UGC（用户生成内容）与PGC（专业生产内容）协同的旅行内容生态获取流量，并在平台内聚合第三方供应商提供的住宿、交通等标准化资源产品及组合类/体验类旅行服务。

行业特征

入境旅游平台的行业特征包括政策驱动与市场复苏的深度联动、客源市场分化与新兴市场潜力并存、数字化转型加速服务升级与行业重构。

1 政策驱动与市场复苏的深度联动

中国入境旅游市场的复苏与政策调整密切相关。2023年以来，中国逐步扩大免签国家范围，截至2024年底，已有63个国家（含38个单方面免签和25个互免签证国家）的公民可免签入境。这一政策直接推动了入境游客量的增长。此外，政府联合多部门发布通知，优化外卡受理环境、提升住宿服务便利性，进一步降低了入境旅游的门槛。

2 客源市场分化与新兴市场潜力并存

行业客源结构正呈现“传统市场分化与新兴市场崛起”的双重特征。一方面，欧美等传统客源市场因经济波动、消费习惯变迁等因素，需求层次逐渐细分，高端定制游与主题体验类产品需求增长显著；另一方面，东南亚、中东、拉美等新兴市场凭借人口红利、中产阶层扩容及出境游政策开放，展现出强劲的增长潜力。

3 数字化转型加速服务升级与行业重构

AI、VR/AR技术融入旅游服务，如智能导览、个性化路线规划，提升游客满意度。例如，入境旅行服务商正利用AI优化产品推荐和客户服务。入境旅游平台需重新链接境内外合作供应商，部分企业通过数字工具维系客户，探索“国内游转入境游”产品，如将国内深度体验项目转向服务入境游客。

| 发展历程

入境旅游平台行业可以分为四个阶段，萌芽期（1978-1991年），中国入境旅游平台以政务接待为主，功能单一，主要服务港澳台同胞及华侨，技术落后且依赖人工操作，由政府主导而缺乏市场化参与；启动期（1992-2007年），平台逐步拓展机票酒店预订、电子地图及紧急救援等功能，技术升级引入携程等民企，但政策限制仍严格；高速发展期（2008-2019年），政策红利与技术赋能推动行业智慧化转型，通过跨境支付创新和政务数字化加速生态化发展；成熟期（2020年至今），平台借免签政策及“数字游民签证”吸引远程办公群体，依托AI与物联网普及智能服务，整合全产业链构建生态闭环。

萌芽期 · 1978-01-01~1991-01-01

1978年，改革开放政策实施，中共中央批转《关于发展旅游事业的请示报告》，明确将入境旅游作为“创汇工具”和“外事接待补充”，开启平台化服务探索。1982年8月，中国旅行游览事业管理局正更名为中华人民共和国国家旅游局。1985年，国务院旅游行政部门设立旅游法制工作机构。1986年1月，中国旅游协会正式成立。

中国入境旅游平台以政务接待为主，功能单一且主要面向港澳台同胞及华侨，技术落后依赖人工操作，并完全由政府主导而缺乏市场主体参与。

启动期 · 1992-01-01~2007-01-01

1999年，携程成立，推出英文版预订服务，成为首个入境旅游在线平台。2001年，国家旅游局启动“金旅工程”，推动旅游信息化，包括多语种网站、电子签证申请系统。2004年，支付宝上线，部分平台试点接入外卡支付，解决入境游客消费难题。

中国入境旅游平台在功能多元化，如新增机票酒店预订、电子地图及紧急救援服务和技术升级的同时，虽有携程等民营企业参与，但仍面临严格的政策限制。

高速发展期 · 2008-01-01~2019-01-01

2013年，中国提出建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的合作倡议。2015年，微信支付宣布向境外商户全面开放支付能力，实现“人民币收款，向境外商家结算外币”，支持用户跨境购物无需兑换外币。2017年，支付宝推出香港版“支付宝HK”，以港币计价并提供线下付款服务。2019年，国家移民管理局政务服务平台正式上线。

中国入境旅游平台行业在政策红利与技术赋能下，通过跨境支付创新与政务服务数字化，加速向智慧化、生态化转型。

成熟期 · 2020-01-01~至今

2023年，中国对法、德等6国实施单方面免签，携程等平台加强入境游服务宣传。2024年，144小时过境免签政策扩展至37个口岸城市，同程旅行推出“空铁联运”等产品。2025年，北京入境旅游发展大会发布《入境旅游服务专项行动方案》，平台推出AI生成式旅行规划功能。

中国入境旅游平台通过免签政策与“数字游民签证”试点吸引远程办公入境者，并依托AI与物联网技术普及智能服务，最终整合“吃住行游购娱”全链条形成生态闭环。

| 产业链分析

入境旅游平台产业链的发展现状

入境旅游平台行业产业链上游为资源与技术供应环节，主要包括景区、酒店、航空公司、餐饮企业、地接社、云计算服务商、大数据分析公司、支付解决方案提供商等；产业链中游为平台运营与资源整合环节；产业链下游为终端消费者环节，主要消费群体包括入境游客（散客、团体游客）和企业客户。

入境旅游平台行业产业链主要有以下核心研究观点：

在2023年市场重启及政策红利与区域热潮的推动下，传统旅游企业与在线旅游平台企业正加速数字化升级与资源整合，以文化体验为核心构建新型竞争优势。

中国入境旅游平台产业链中游由传统旅行社与在线旅游平台（OTA）构成，前者如中国国旅依托线下资源网络提供深度定制服务，在文化体验与主题旅游领域形成差异化优势；后者如携程、同程通过技术中台实现规模化运营，以大数据算法构建智能推荐与动态定价体系，并形成高黏性生态闭环。2023年市场重启后，政策红利（如免签政策覆盖63国、支付便利化措施）与区域热潮（如粤港澳大湾区“跨城消费”带动港澳台居民赴内地旅游人次达1.05亿）叠加，推动入境游流量激增，倒逼入境旅游平台企业加速数字化服务升级、跨境资源整合及特色产品开发，以文化体验为核心、数字服务为支撑构建新型竞争优势，抓住窗口期实现规模化增长。

上 产业链上游环节分析

生产制造端

资源与技术供应

上游厂商

- 中国东方航空集团有限公司
- 中国南方航空集团有限公司
- 上海国际主题乐园有限公司
- 维也纳酒店有限公司
- 华住酒店管理有限公司
- 北京首旅酒店（集团）股份有限公司
- 中国国家铁路集团有限公司
- 中国铁路广州局集团有限公司
- 支付宝（中国）网络技术有限公司
- 深圳市腾讯计算机系统有限公司

上游分析

中国国际航线网络加速拓展，“一带一路”航线量占比超七成且增速领跑，战略通道地位凸显，推动航空运输合作深化。

截至2024年末，中国国际航空网络已覆盖全球76个国家及地区189个城市，开通定期客运航线623条。其中，与63个共建“一带一路”国家及地区建立直航网络，周均航班量达5,100架次，该航线群增速持续领跑整体国际航线布局。截至2025年5月中旬，中外航空公司执行国际客运定期航班周均量已攀升至6,428架次，同比提升25.4%。值得注意的是，“一带一路”共建国家航线周航班量占比达72%，凸显该战略通道在航空运输领域的核心地位。**国际航线网络扩张，尤其是“一带一路”航线占比超七成及航班量激增，为入境旅游平台带来客源增长机遇，同时促推服务升级与竞争加剧。**

中 产业链中游环节分析

品牌端

平台运营与资源整合

中游厂商

- 上海携程商务有限公司
- 同程旅行控股有限公司
- 浙江飞猪网络技术有限公司
- 北京趣拿信息技术有限公司
- 北京三快在线科技有限公司
- 南京途牛国际旅行社有限公司
- 凯撒同盛发展股份有限公司
- 北京蚂蜂窝网络科技有限公司
- 北京宏博未来信息技术有限公司
- 北京寰宇飞扬国际旅行社有限公司

中游分析

入境旅游平台行业呈现传统旅游服务商与科技平台协同发展的格局，前者以定制化服务深耕体验经济，后者凭技术中台驱动产业效率升级。

入境旅游平台产业链中游汇聚多元服务主体。传统旅行社如中国国旅依托线下资源网络与行业经验，通过整合景区、酒店及交通要素，为入境游客提供深度定制服务，在文化体验与主题旅游等非标产品领域形成差异化优势，其线下服务能力与应急处理机制成为保障旅行品质的关键。在线旅游平台（OTA）如携程、同程等，则凭借技术中台实现规模化运营，通过构建机票、酒店、门票等标准化产品库，结合大数据算法实现智能推荐与动态定价，同时以双边市场效应聚合海量供应商与用户，形成高黏性生态闭环。截至2024年底，在线旅行预订用户规模达5.48亿人，较2023年12月增加3,935万人。**中国入境旅游平台企业正处于转型关键期，需在政策红利窗口期内，通过资源整合、技术赋能和人才战略实现差异化突围，同时加强国际合作以应对全球竞争，最终构建以文化体验为核心、数字服务为支撑的新型竞争优势。**

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

终端消费者

渠道端



下游分析

在政策放宽与区域消费联动双重驱动下，中国入境旅游市场呈现爆发式增长。

2023年中国入境旅游市场全面重启，潜在入境旅游需求呈现强劲复苏态势。截至2024年末，中国已对38个国家实施单方面免签入境政策，并与25国实现全面互免签证安排。2024年，通过免签渠道入境的外籍人士达2,012万人次，同比增幅达112.3%；当年全国接待入境外国游客总量2,694万人次，同比增长96%。伴随粤港澳大湾区"跨城消费"热潮持续升温，港澳居民赴内地旅游热情持续高涨。2024年港澳台地区居民赴内地/大陆旅游人次达1.05亿，同比增长54%，占据入境旅游市场八成份额。**入境旅游市场重启与政策红利（如免签扩容、支付便利化、文旅消费创新）叠加区域热潮（如粤港澳跨城消费），为入境旅游平台企业带来流量激增与场景拓展机遇，倒逼企业加速数字化服务升级、跨境资源整合及特色产品开发，以抓住窗口期实现规模化增长。**

行业规模

入境旅游平台行业规模的概况

2019年—2024年，入境旅游平台行业市场规模由242.85亿人民币元增长至269.67亿人民币元，期间年复合增长率2.12%。预计2025年—2029年，入境旅游平台行业市场规模由339.02亿人民币元增长至846.76亿人民币元，期间年复合增长率25.71%。

入境旅游平台行业市场规模历史变化的原因如下：

2024年中国入境旅游平台行业市场规模实现爆发式增长，核心驱动力源于政策红利的深度释放与市场需求的强劲复苏。

签证便利化政策成为关键突破口，截至2024年底，中国对63个国家实施免签政策，覆盖大部分近程客源市场，免签入境外国人达2,012万人次，同比增长112.3%。过境免签政策延长至240小时并允许跨省旅行，显著提升了游客活动半径。值得一提的是，消费升级趋势明显，入境游客人均花费超700美元，文化体验类产品（如非遗工坊、民俗演艺）预订量飙升300%，成为消费新引擎。2024年，中国入境旅游市场呈现强劲复苏态势，全年入境游客总量达1.32亿人次，较上年增长60.8%。入境旅游平台通过整合旅游产业链资源，为入境游客提供覆盖行前、行中、行后的全流程服务。此外，平台还通过“城市退税地图”“入境通”等创新工具，以及文化体验活动如非遗手作、民俗节庆参与等，深度融合文旅服务，构建“旅游+”生态，全方位提升入境游客的便利度、体验感与满意度。**得益于签证便利化政策、过境免签政策延长及消费升级趋势的推动，以及入境游客总量强劲复苏的支撑，中国入境旅游平台行业市场规模实现爆发式增长。**

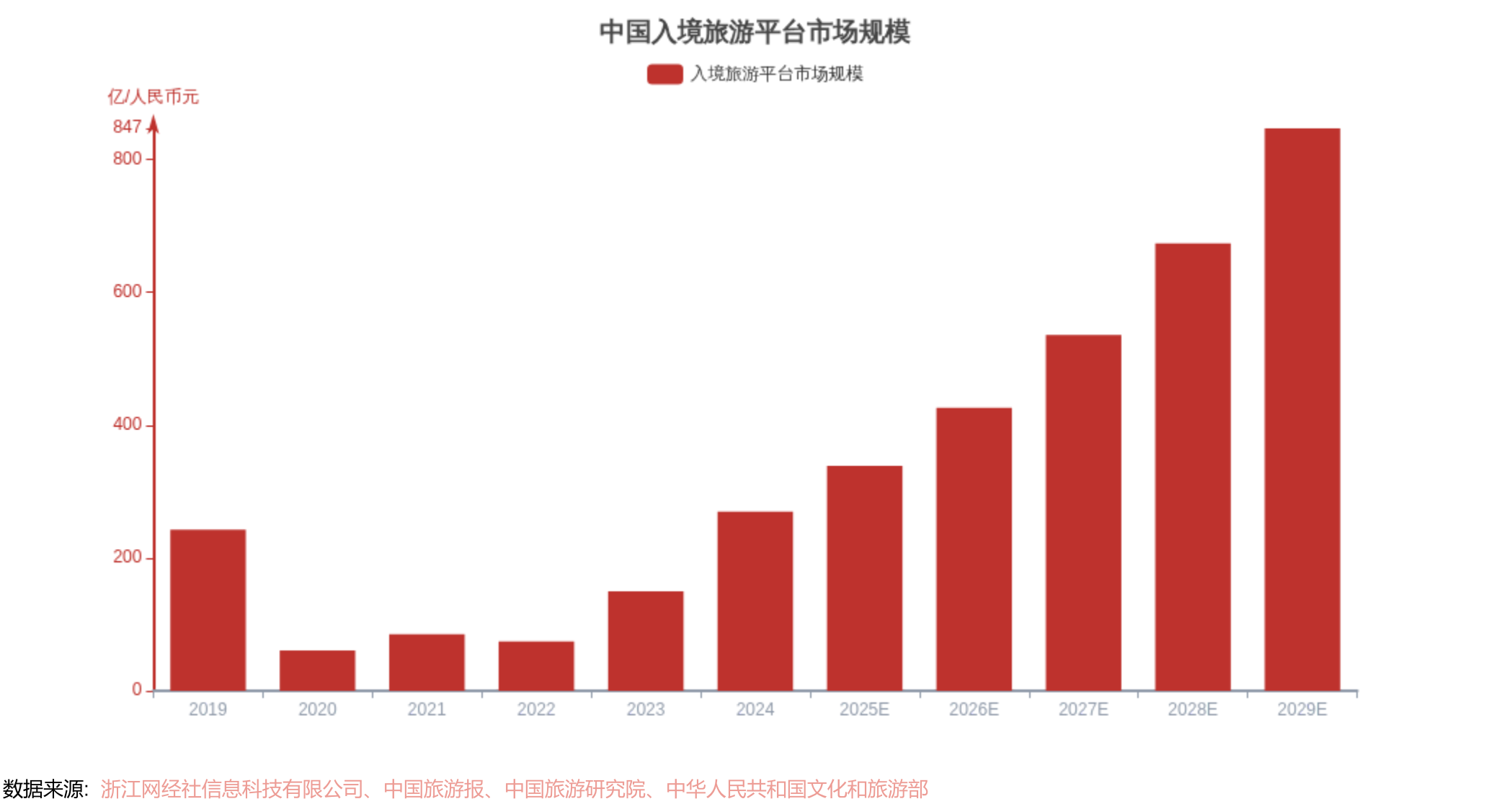
入境旅游平台行业市场规模未来变化的原因主要包括：

中国推出入境游垂直AI服务平台将驱动旅游产业链数字化重构，通过智能推荐算法优化体验、提升国际曝光及用户粘性，进而刺激入境需求并实现交易增量。

中国将推出面向入境游客的垂直领域AI服务平台，这一趋势将驱动旅游产业链数字化转型。随着该平台应用普及，境内旅游供应商（包括景区、住宿、餐饮、零售等业态）及面向C端的服务商需加速构建全球化数字资产，通过提升全球在线平台曝光率、积累高质量用户评价来优化AI推荐权重。值得注意的是，国际市场已涌现Mindtrip、Layla（原TripPlannerAI）、Wanderplan等成熟旅行规划AI工具，而中国上线GoChina.ai等专注服务来华国际游客的垂直平台。AI旅游平台作为数字化基础设施，通过智能推荐算法优化游客体验，降低国际游客信息获取成本与决策门槛，刺激入境旅游需求。此外，实施AI推荐权重优化，基于用户画像的个性化行程规划使平台用户粘性提升3倍，实时需求响应能力直接转化为交易增量。

规模预测

入境旅游平台行业规模



政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推进旅游公共服务高质量发展的指导意见》	文化和旅游部	2024-01-01	7
政策内容	推动实施智慧旅游公共服务平台建设工程。支持旅游目的地政府建设内容全面、信息准确、更新及时、便于查询的智慧旅游公共服务平台，鼓励在政府门户网站、官方公众号、小程序中设置旅游信息咨询专栏。推动各地充分运用人工智能技术，积极探索旅游公共信息智能问答服务。			
政策解读	该政策旨在，完善旅游信息咨询、应急服务等设施，入境平台需整合公共服务资源，提升实时翻译、安全预警等功能，增强游客信任度。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”文化发展规划》	国务院	2022-01-01	7
政策内容	深化旅游交流，实施“美丽中国”旅游全球推广计划，建设一批国际旅游枢纽城市和重点旅游城市，培育一批入境旅游品牌和国际旅游精品产品。			
政策解读	该政策旨在，强化文化遗产保护与活化利用，入境平台可联合景区推出“文化+旅游”深度线路，满足国际游客对中华文化的体验需求。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国内旅游提升计划（2023—2025年）》	文化和旅游部	2023-01-01	7
政策内容	引导旅行社结合行业发展和自身发展定位加快理念、技术、产品、服务和模式创新，因地制宜推进旅行社数字化转型、特色化和品牌化发展。推动旅行社加快跨界融合和线上线下融合，积极融入地方和有关领域数字化生态。			
政策解读	该政策旨在，提升旅游服务质量与数字化水平，入境平台需对接智慧旅游系统，优化多语言服务、行程规划功能，适应国内旅游升级需求。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》	国务院	2025-01-01	9
政策内容	有序扩大单方面免签国家范围，适当延长免签时间。加强宣传推介和服务保障，用足用好现有过境免签政策和区域性入境免签政策，并适时进一步优化完善。丰富入境旅游产品供给，开发与过境免签政策相匹配的特色旅游产品线路。开展“你好！中国”国家旅游形象推广活动。优化离境退税服务，推广“即买即退”措施。			
政策解读	该政策旨在，鼓励文旅消费创新，入境平台可开发特色文化体验产品，结合免税购物、夜间经济等政策红利，拓展高端定制化服务市场。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》	国务院	2024-01-01	8
政策内容	不断提升老年人、外籍来华人员等群体使用银行卡的便利性，支持公共事业缴费、医疗、旅游景区、商场等便民场景使用银行卡支付。同时银行、支付机构要按照重点商户名录，加快推进境外银行卡受理设备软硬件改造，统筹考虑推动非接触式支付发展。			
政策解读	该政策旨在，推动入境支付便利化，支持外卡受理、移动支付和现金兑换，降低支付门槛，吸引更多国际游客，助力平台完善多币种支付解决方案。			
政策性质	鼓励性政策			

竞争格局

入境旅游平台竞争格局概况

中国入境旅游平台行业的市场竞争格局激烈，行业梯队情况如下：第一梯队公司有上海携程商务有限公司等；第二梯队公司有同程旅行控股有限公司、北京三快在线科技有限公司、浙江飞猪网络技术有限公司等；第三梯队有北京趣拿信息技术有限公司、南京途牛国际旅行社有限公司、凯撒同盛发展股份有限公司等。

入境旅游平台行业竞争格局的历史原因

头部凭借先发优势构建庞大全球旅游生态领跑行业，二梯队企业借特色模式与股东背景差异化追赶，三梯队则因规模和品牌受限处竞争劣势。

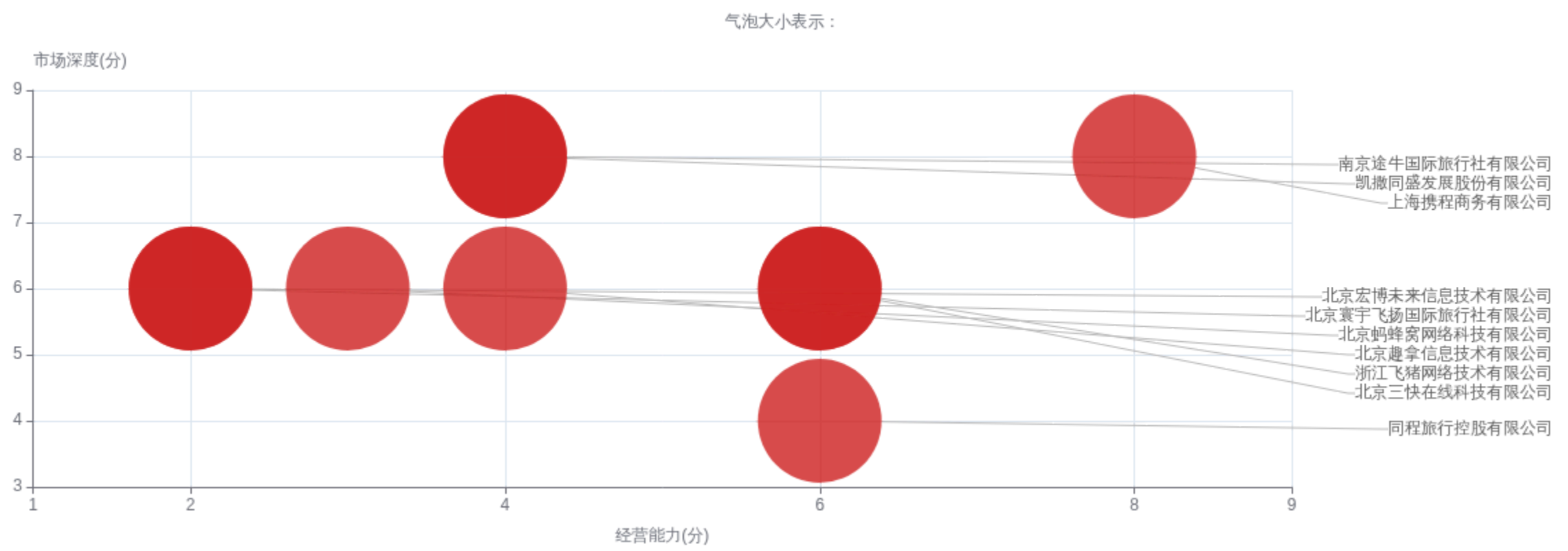
第一梯队的上海携程商务有限公司凭借先发优势，较早布局市场，积累了庞大且稳定的用户群体，同时拥有丰富的旅游资源和强大的供应链整合能力。值得一提的是，携程目前已在全球200个国家展开业务，拥有全球品牌矩阵，全球旅游供应链已覆盖170多万家酒店、600多家航空公司，建立起全球超90,000个旅行社、景区、汽车租赁服务商等合作伙伴在内的旅游生态网络。第二梯队公司如同程、飞猪等，依托特色业务模式，以及借助强大的股东背景，在细分市场或特定区域不断深耕，逐步扩大市场份额，形成与第一梯队差异化竞争追赶的态势。第三梯队公司受限于自身规模与品牌影响力等因素，在市场竞争中相对处于劣势。

未来入境旅游平台行业竞争将加剧，市场将趋于集中。

入境旅游平台行业竞争格局未来变化原因

行业头部企业上线AI功能，为入境游客打造智能翻译及个性化旅游方案，以此增强用户粘性、扩大市场份额。

2024年，同程旅行推出首款旅游专属生成式AI“程心”，并接入DeepSeek技术。目前，同程已落地AI驱动的客服体系，并依托AI技术为20余座城市打造智慧文旅解决方案。与此同时，携程融合大数据模型与AI技术，推出“携程问道”“TripGenie”等智能应用。其中，国际版“Trip.com”搭载的AI助手TripGenie已实现英语、日语、韩语、西班牙语等多语言交互，为全球200多个国家和地区的用户提供行程规划与实时服务支持。头部企业上线AI功能，为入境游客提供智能翻译及个性化旅游方案，精准满足了入境游客因语言不通、文化差异等产生的多样化需求，极大提升了用户体验，进而有效增强了用户粘性。**这些举措使得头部企业优势愈发凸显，在竞争中占据有利地位，进而会挤压中小平台生存空间，促使未来入境旅游平台行业竞争加剧，市场逐步向头部企业集中。**



上市公司速览

凯撒同盛发展股份有限公司（000796）				美团（03690）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.8亿元 >	69.3	22.4	3.8千亿 >	1.3千亿 >	30.2	-

同程旅行控股有限公司（00780）			
-------------------	--	--	--

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
201.4亿 >	173.4亿 >	45.8	64.1

| 企业分析

1 上海携程商务有限公司

公司信息			
企业状态	存续	注册资本	90000万人民币
企业总部	上海市	行业	商务服务业
法人	孙波	统一社会信用代码	9131010563178864XK
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	963849600000
品牌名称	上海携程商务有限公司	经营范围	许可项目：第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：会议及展览服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；广告设计、代理；数字广告设计、代理；广告制作；酒店管理；餐饮管理；广告发布；数字广告发布；信息技术咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；旅客票务代理；数字文化创意内容应用服务；数字内容制作服务（不含出版发行）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

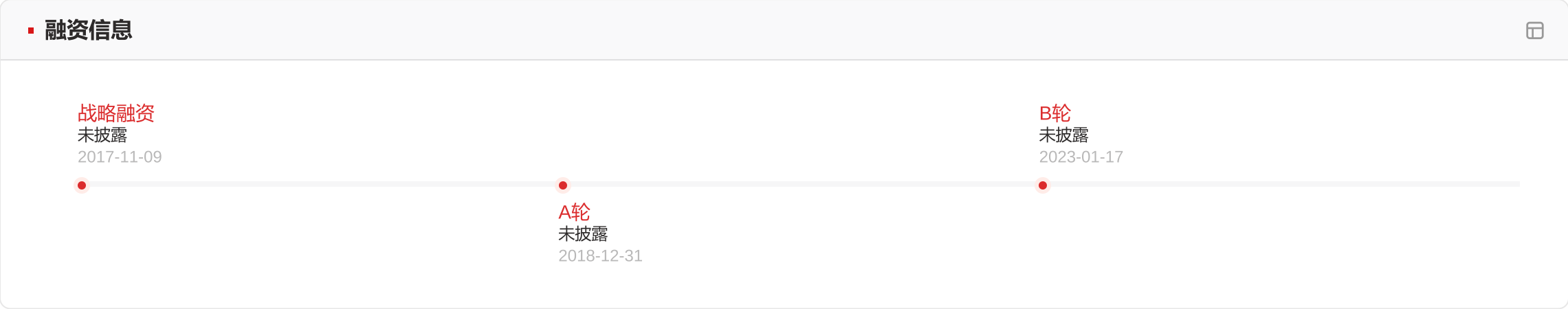
公司竞争优势

竞争优势
上海携程商务有限公司是中国领先的在线旅游服务提供商携程集团旗下核心企业，依托集团资源优势，深耕入境旅游市场。其入境旅游平台整合机票、酒店、签证、地接等全链路服务，为海外游客提供一站式中文预订解决方案，覆盖自由行、跟团游、定制游等多元场景。平台通过技术赋能，实现多语言界面、智能客服及本地化支付功能，并联合全球合作伙伴打造深度文化体验产品，助力中国旅游市场国际化发展，持续推动跨境旅游服务升级。

上海携程商务有限公司官网

2 同程控股集团股份有限公司

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	2272.3514万人民币
企业总部	苏州市	行业	商务服务业
法人	吴志祥	统一社会信用代码	91320000MA1NKK9F3A
企业类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	成立时间	1489680000000
品牌名称	同程控股集团股份有限公司	经营范围	一般项目：控股公司服务；企业总部管理；以自有资金从事投资活动；招投标代理服务；企业形象策划；项目策划与公关服务；市场营销策划；旅游开发项目策划咨询；礼仪服务；组织文化艺术交流活动；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；摄像及视频制作服务；电影摄制服务；数字内容制作服务（不含出版发行）；数字文化创意内容应用服务；数字文化创意软件开发；专业设计服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件外包服务；广告发布；票务代理服务；互联网数据服务；舆情信息服务；广告设计、代理；会议及展览服务；平面设计；广告制作；住房租赁；非居住房地产租赁；物业管理；物业服务评估；集中式快速充电站；机动车充电销售；电动汽车充电基础设施运营；商务代理代办服务；工程管理服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）



公司竞争优势

▪ 竞争优势
同程控股集团股份有限公司业务涵盖旅游开发、票务代理、酒店管理、市场营销策划等多领域。其入境旅游平台以同程旅行为核心，2024年第一季度国际机票票量同比增长超260%，国际酒店间夜量增长超150%。平台提供机票、酒店、景点门票、签证等一站式服务，整合用车、攻略等旅游生态，并通过大数据与人工智能实现个性化推荐，满足家庭游、商务出行及年轻背包客等多元需求，在国内在线旅游市场中占据重要地位。

同程控股集团股份有限公司官网

3 浙江飞猪网络技术有限公司

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	1539.840364万人民币
企业总部	杭州市	行业	软件和信息技术服务业
法人	庄卓然	统一社会信用代码	913301100947739005
企业类型	有限责任公司(外国法人独资)	成立时间	1394467200000
品牌名称	浙江飞猪网络技术有限公司	经营范围	技术研发、技术服务、技术咨询及技术成果转让：计算机、计算机软硬件、网络技术产品、多媒体产品、网络商城技术；系统集成的设计、调试及维护；电子商务平台技术支持；经济信息咨询（除证券期货）。

▪ 融资信息

C轮

8200万美元

2004-12-01

公司竞争优势

▪ 竞争优势

浙江飞猪网络技术有限公司是阿里巴巴集团旗下综合性旅游服务平台“飞猪”的运营主体，成立于2014年，总部位于杭州，专注旅游数字化升级与技术研发。其入境旅游平台整合机票、酒店、签证、度假线路及地接服务等资源，提供一站式预订解决方案，覆盖自由行、跟团游、定制游等多元场景。平台依托阿里技术优势，支持多语言界面、智能客服及跨境支付，并通过直播、个性化推荐等功能优化用户体验，已成为年轻消费者出境游的重要选择。

浙江飞猪网络技术有限公司官网

附录

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

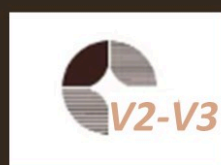
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588