



新旅游，新体验

百度营销中心

2020年5月



Part I 百度旅游行业需求洞察

- 百度旅游行业整体需求增长趋势
- 游：短半径强体验，点燃旅游新热情
- 行：分级分区恢复，释放旅游新潜力
- 住：安心有品，激发旅游新活力

Part II 百度旅游行业营销建议

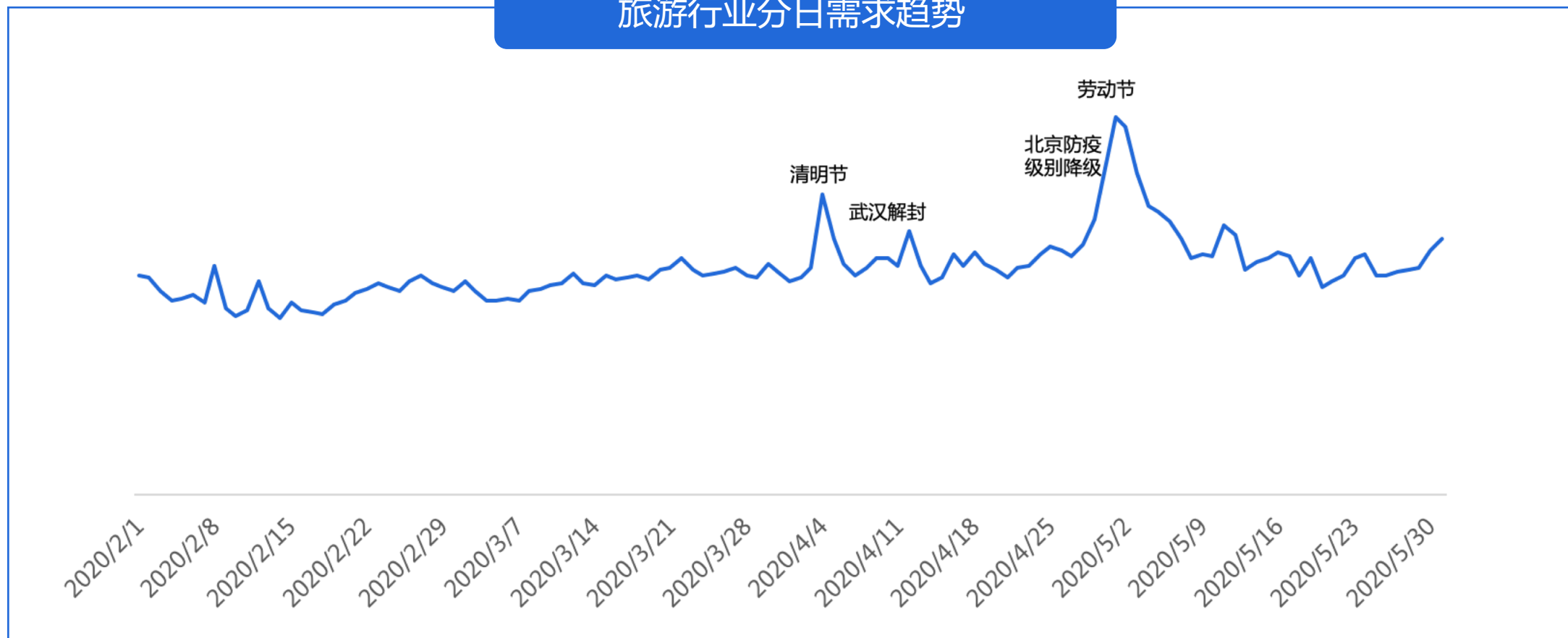
- 百度商业全景，助力旅游行业全链营销
- 企业百家号，建立旅游行业新私域阵地

旅游行业需求稳步恢复



- 从2月开始，旅游行业需求开始恢复，月均增长率为11%；
- 节假日、城市解封及疫情降级等因素带动旅游需求快速增长。

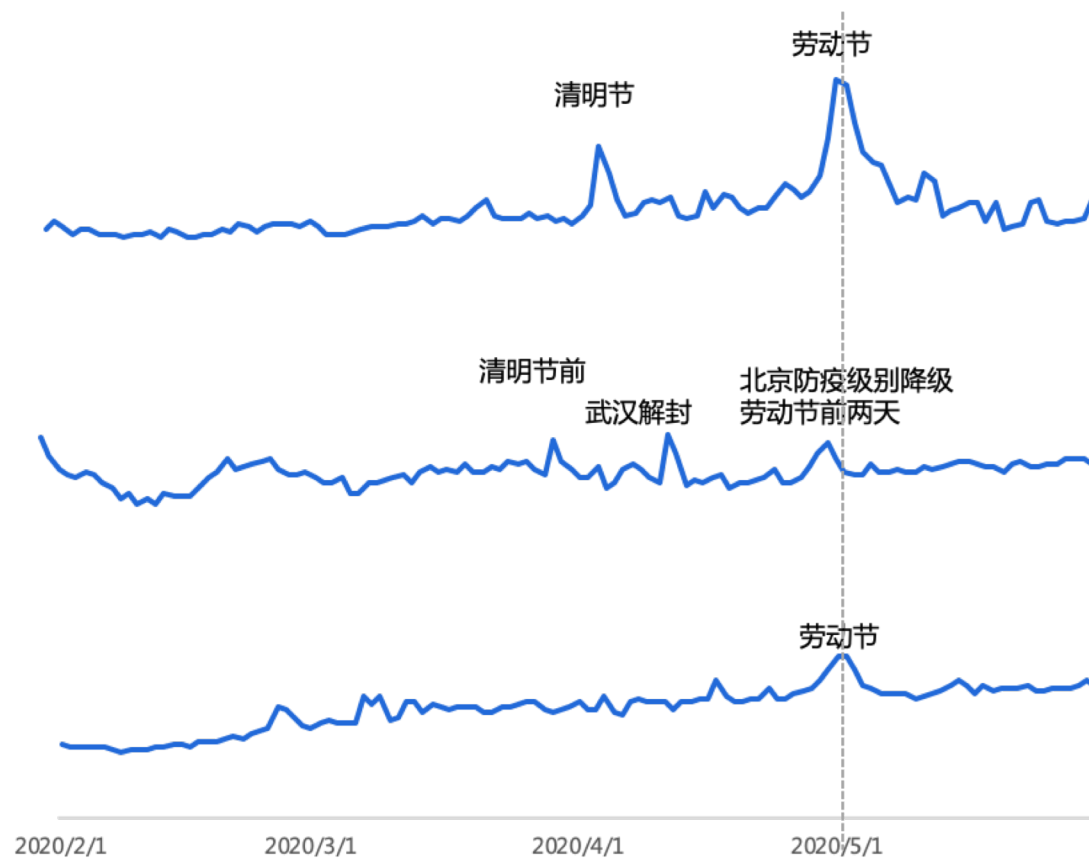
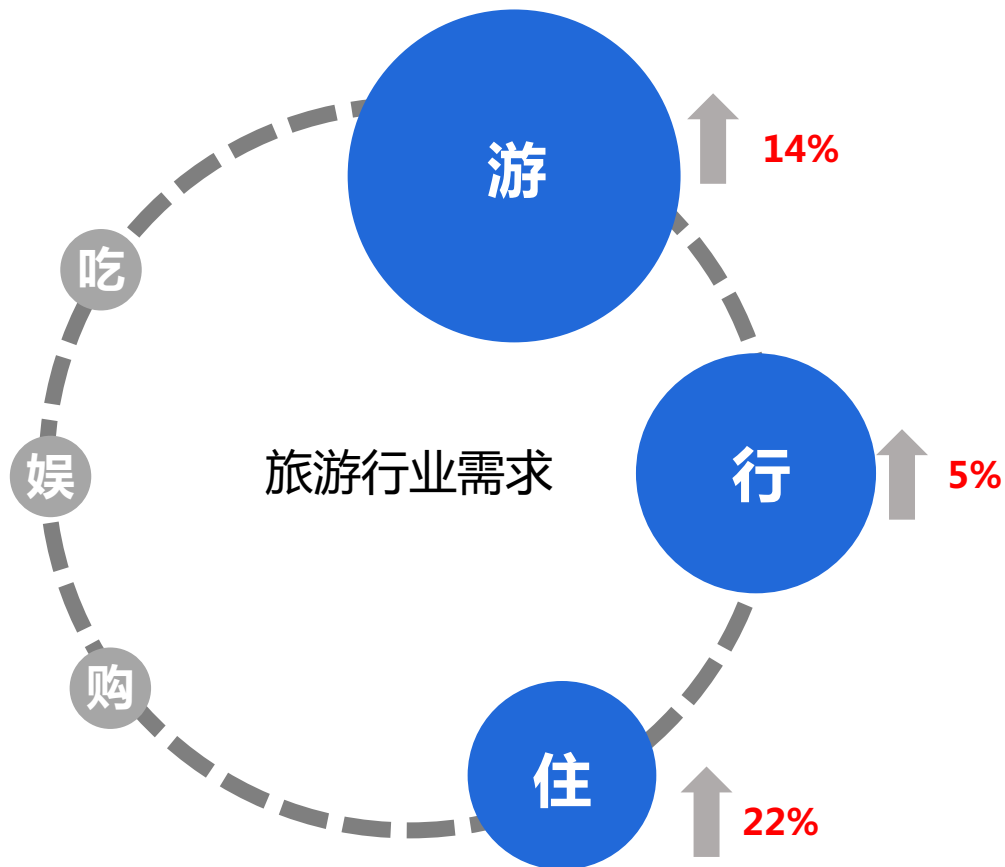
旅游行业分日需求趋势

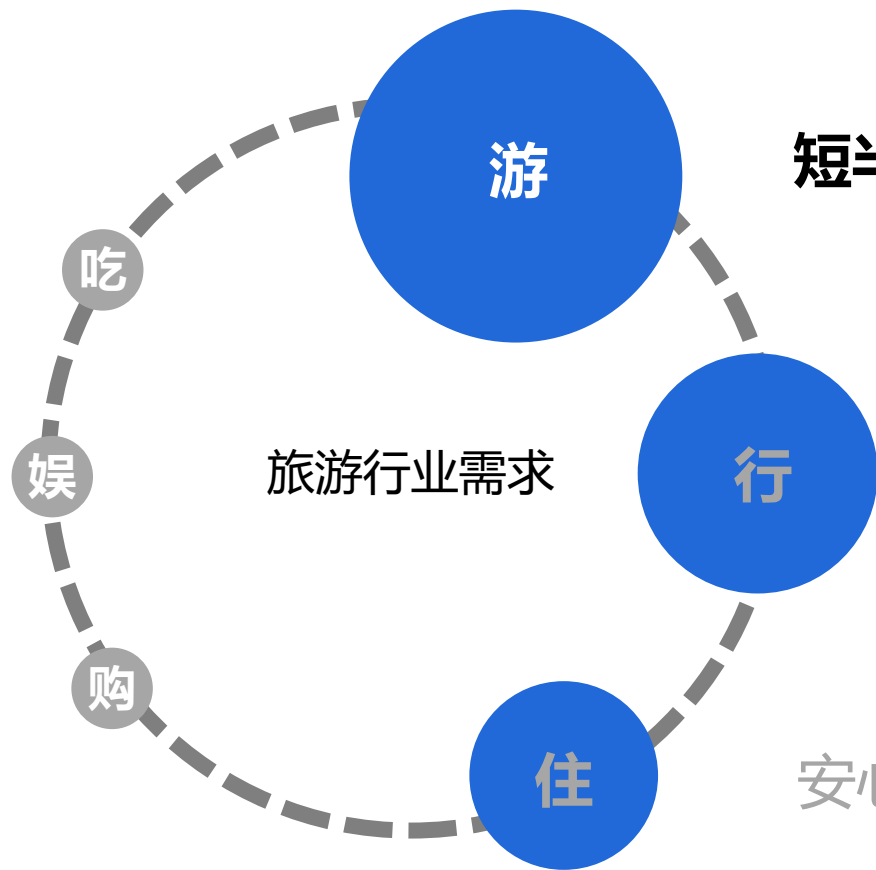


旅游是关于异地生活的综合体验，目前游、行和住需求先行回暖



- 游行住需求先行回暖，近4个月游的复合增速为14%，住的复合增速为22%；
- 行前用户先安排出行，再确定景点和酒店。





短半径强体验，点燃旅游新热情

分级分区恢复，释放旅游新潜力

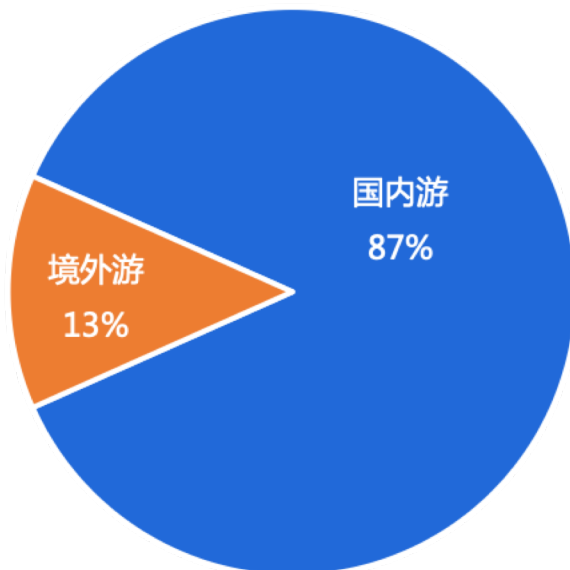
安心有品，激发旅游新活力

当前旅游需求以国内游为主



- 当前旅游需求以国内游需求为主，占比达到87%。

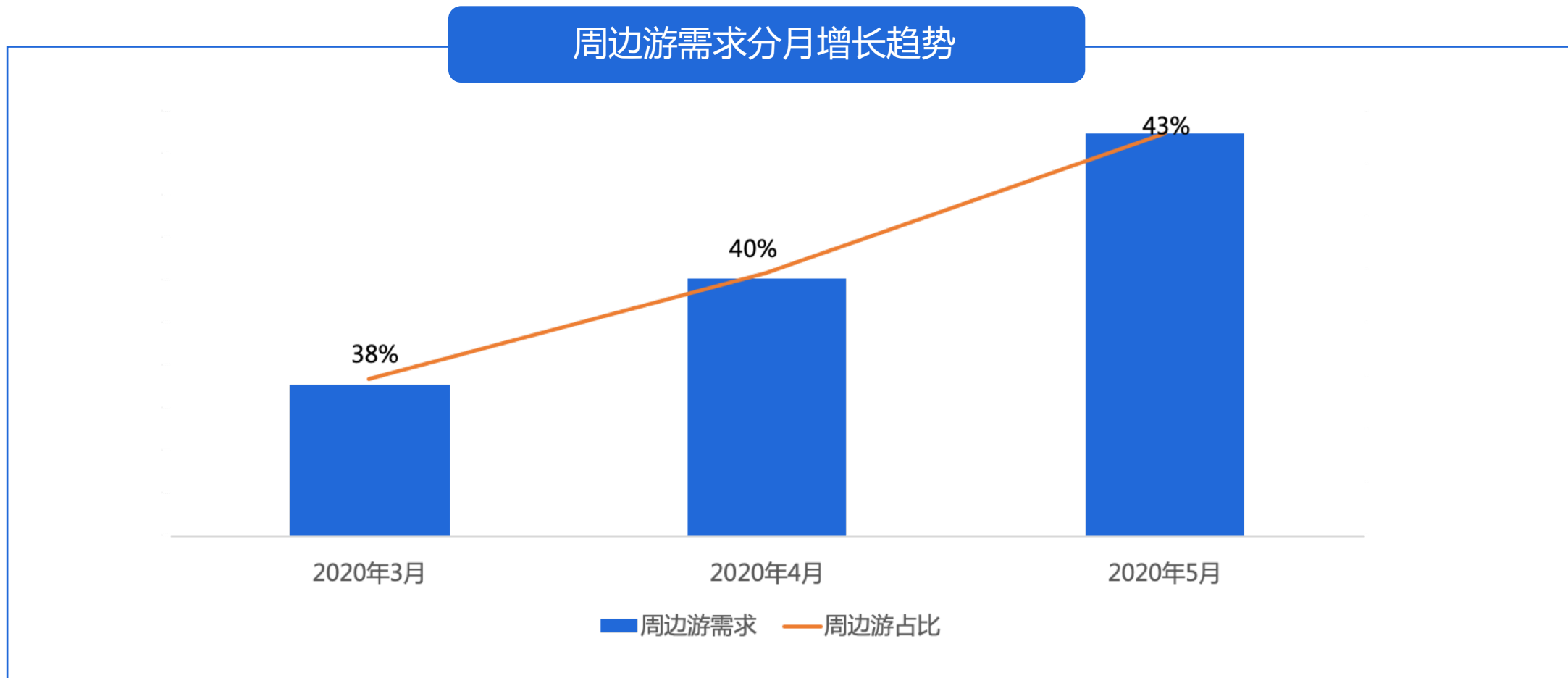
国内游VS出境游需求分布



周边游需求快速增长，成为国内游新的主流旅游方式



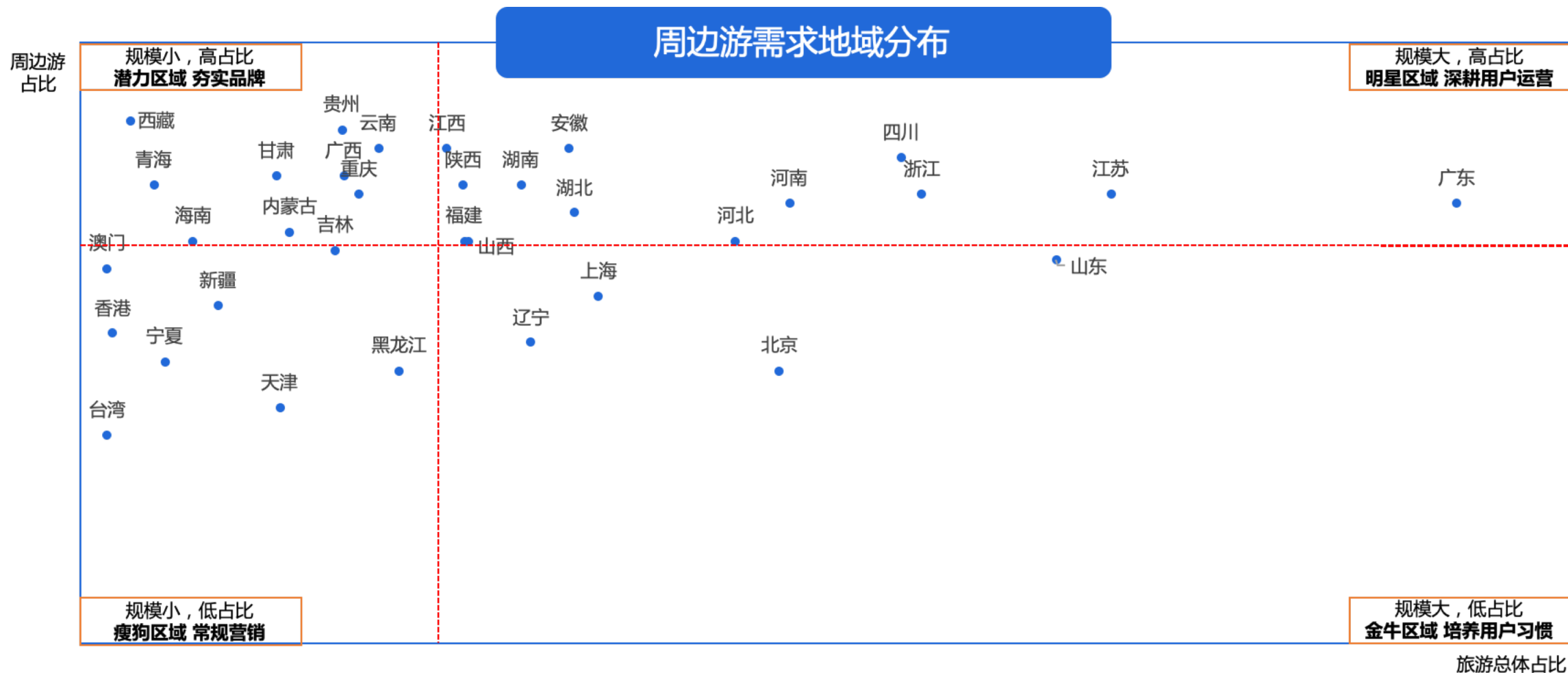
- 周边游需求快速提升，到5月周边游占比达到43%，成为国内游的主流旅游方式。



广东、江苏、浙江和四川等旅游大省周边游需求更旺盛



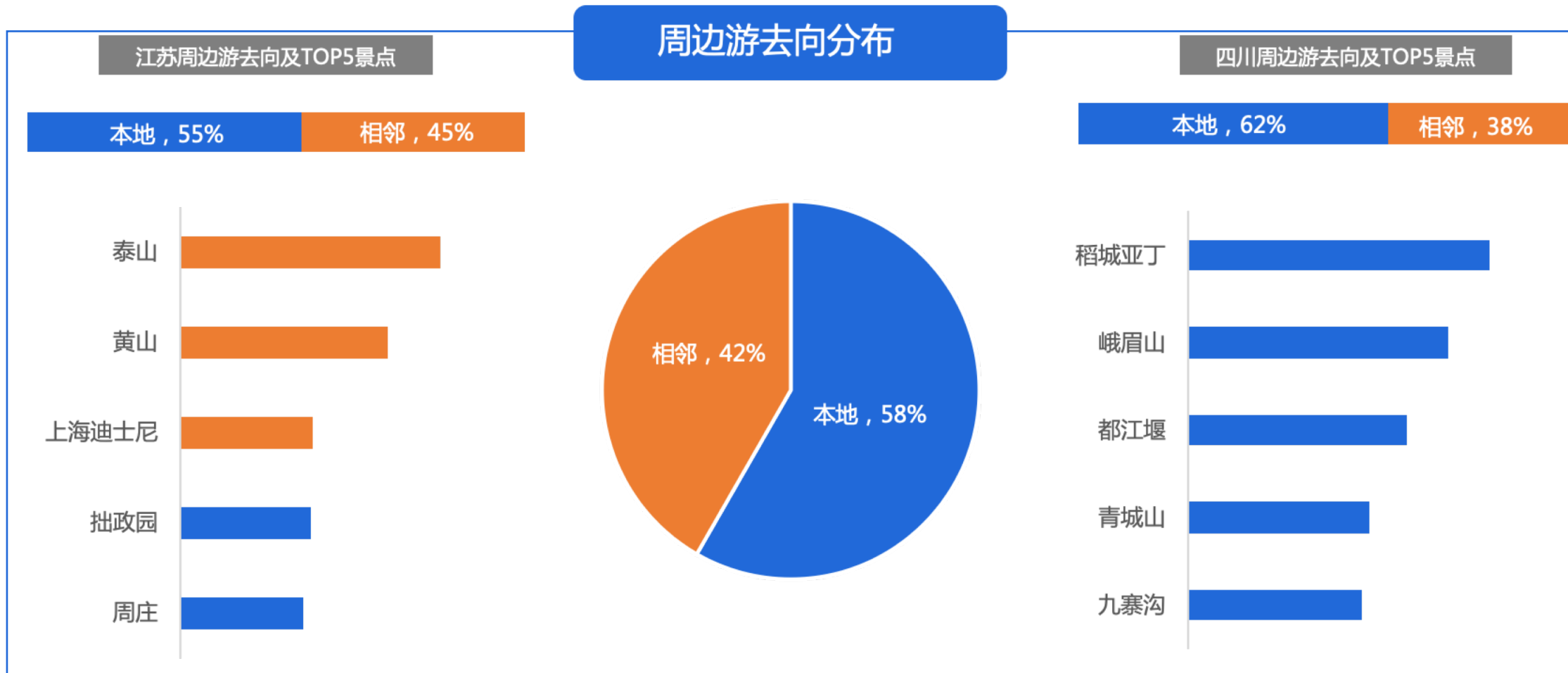
➤ 旅游资源丰富的沿海及内陆大省周边游需求旺盛，如广东、江苏、浙江、四川和河南等省份。



本地旅游在周边游中更受关注，不同省份目的地景点差异明显



- 在周边游中，用户更关注本地游，需求占比为58%；
- 不同省份目的地景点差异明显，江苏TOP5景点以相邻省景点为主，而四川以本地景点为主。



周边游用户更喜欢在周五&周六以及每天的早/晚高峰表达需求



- 周边游需求在周五和周六达到高峰；
- 分时需求存在两个高峰：早高峰（8-10点）和晚高峰（21-22点），早高峰需求达到顶点。

周边游需求分日趋势



周边游需求分时趋势

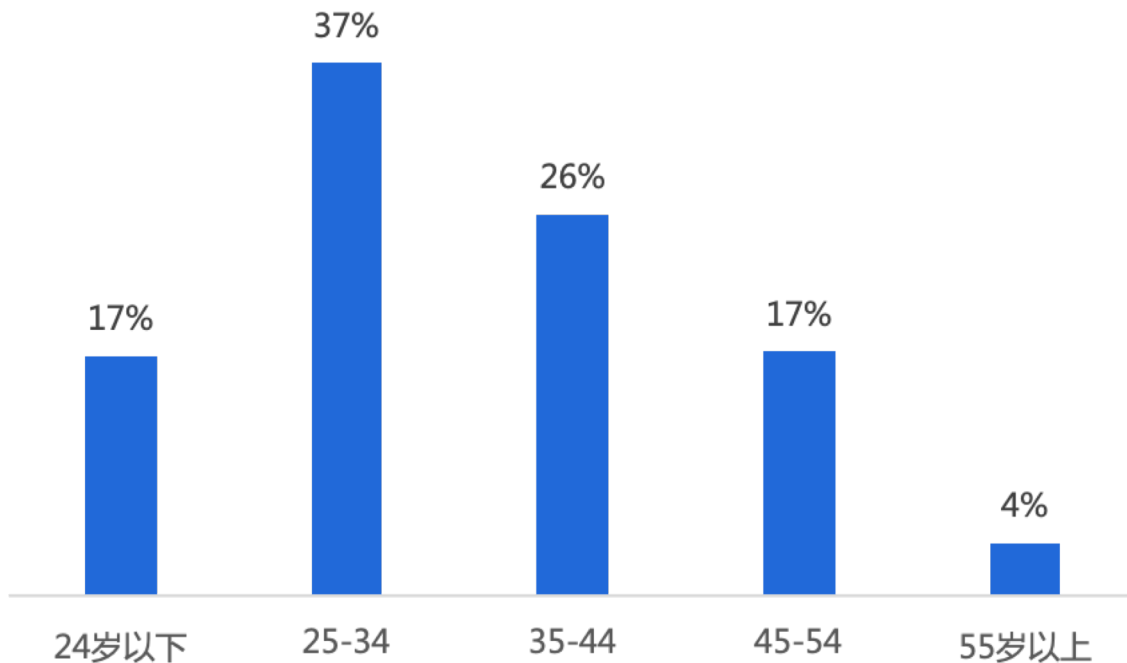
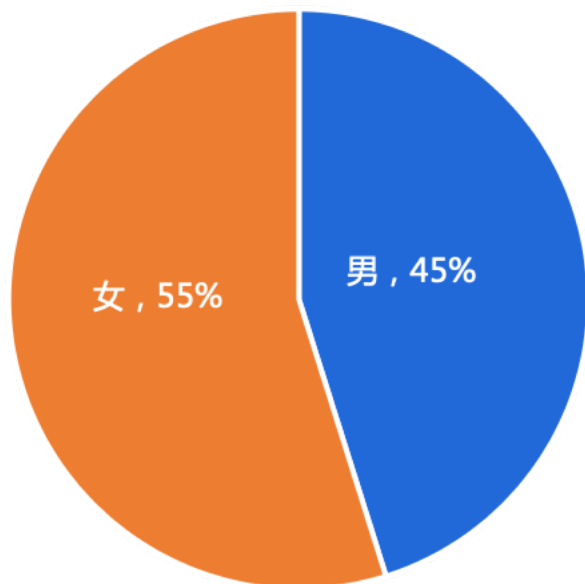


25-44岁女性是周边游的核心人群



- 从性别分布看，女性更偏好周边游；
- 从年龄段分布看，核心人群集中在25-44岁，占比达到63%。

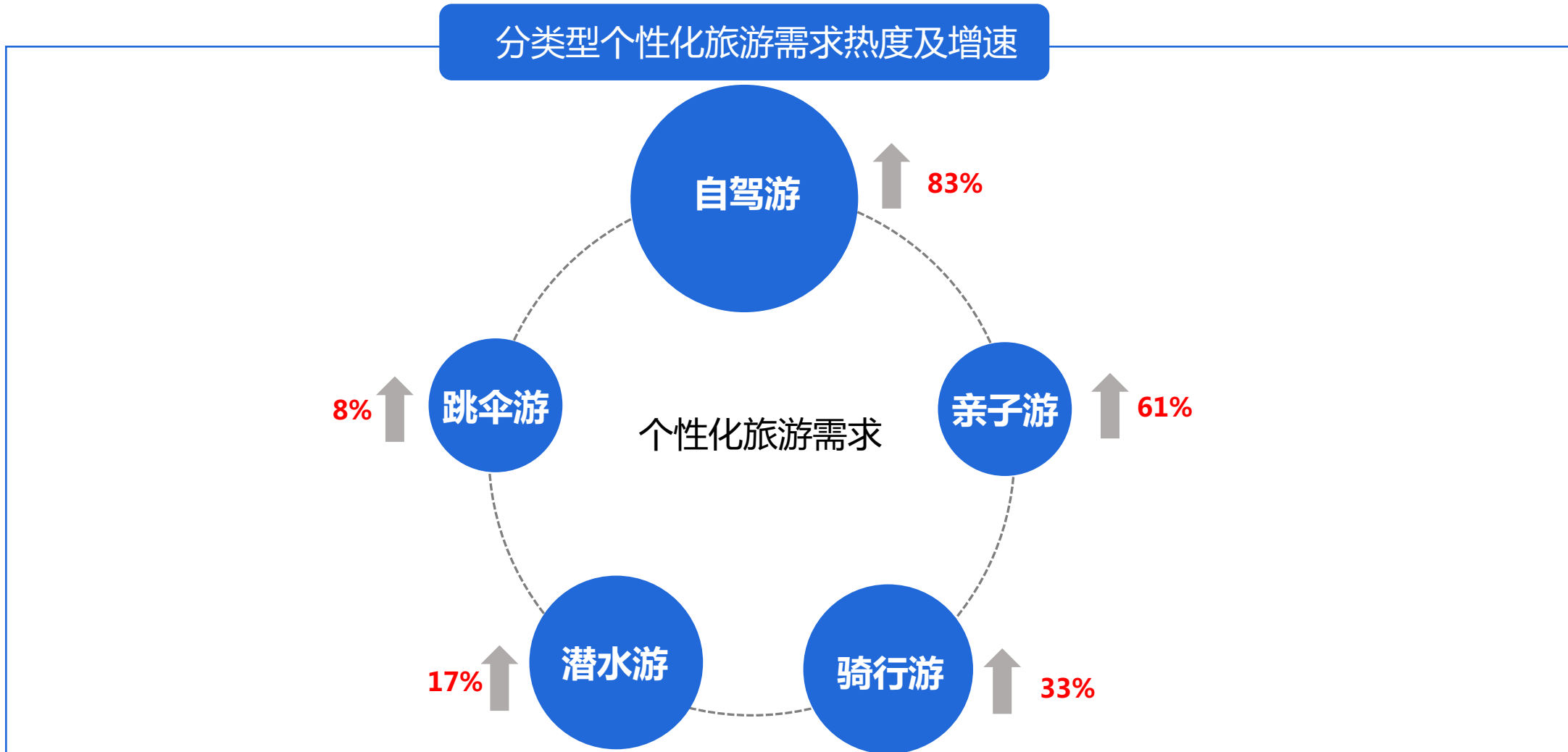
周边游用户画像（性别及年龄段）



个性化旅游需求依然强势，自驾游和亲子游增长最快



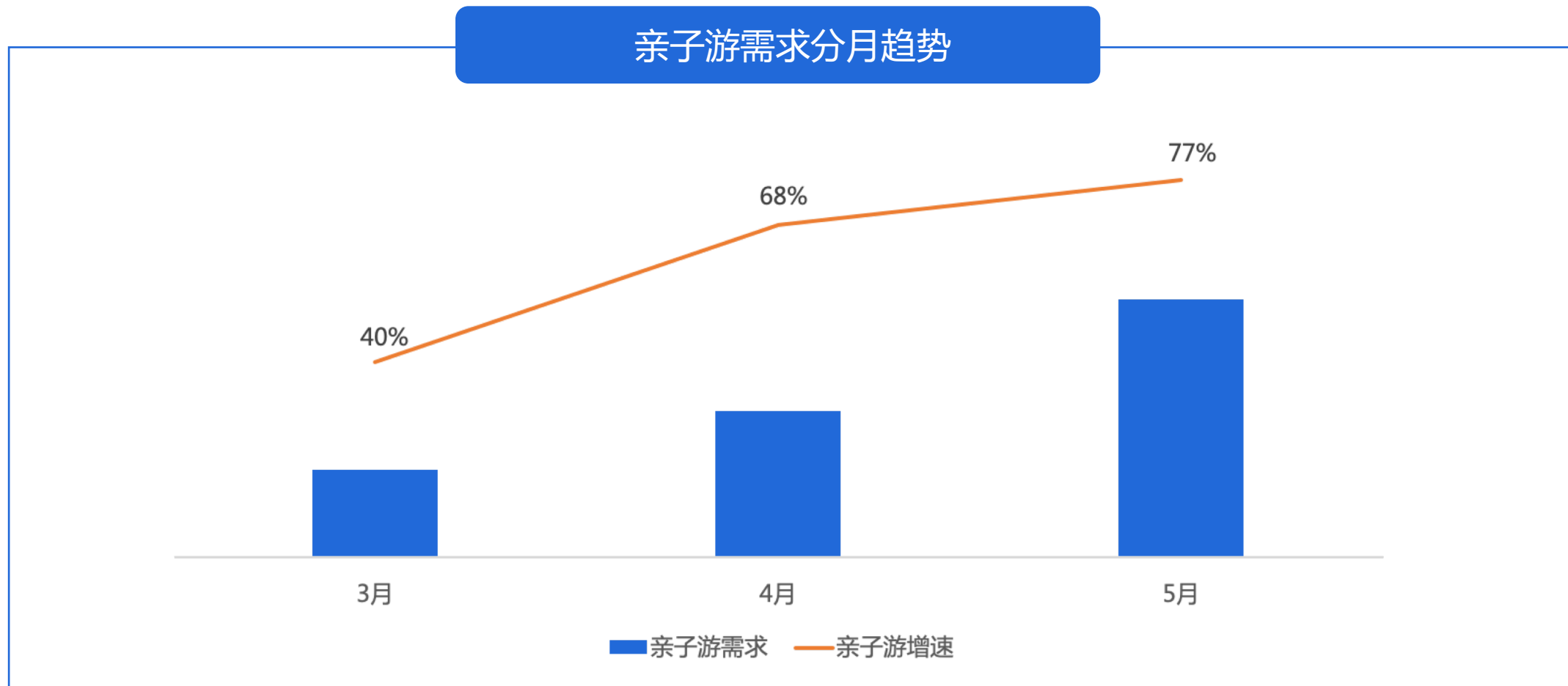
- 个性化旅游需求不断增长，近4个月自驾游复合增长83%，亲子游复合增长61%。
- 自驾游更能满足健康安全的出行诉求；亲子互动相对刚需。



亲子游 | 亲子游需求逐月加速增长



➤ 亲子游需求逐月加速增长，至今年5月，较4月环比增长77%。

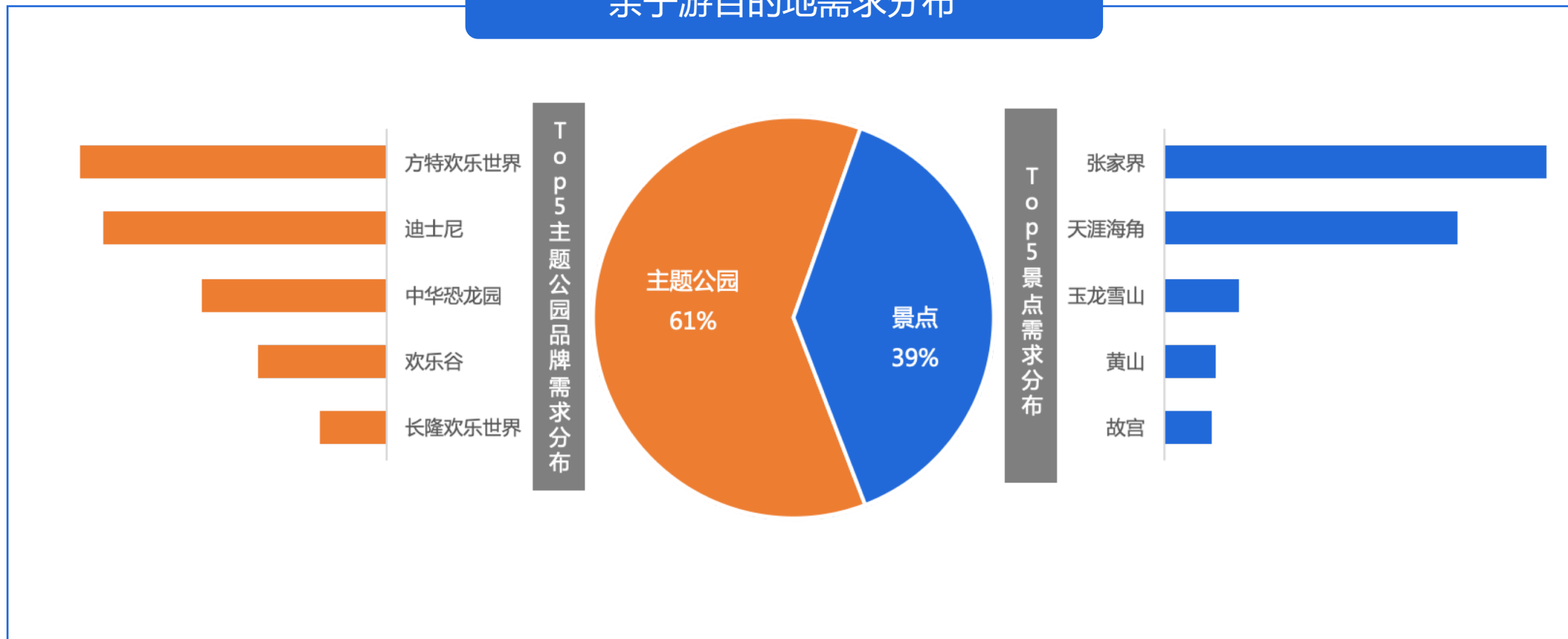


亲子游 | 主题公园依然是亲子游最向往的目的地



- 从亲子游目的地需求分布看，主题公园需求占比达到61%，是核心旅游目的地；
- TOP5亲子主题公园品牌分别是方特、迪士尼、中华恐龙园、欢乐谷和长隆。

亲子游目的地需求分布

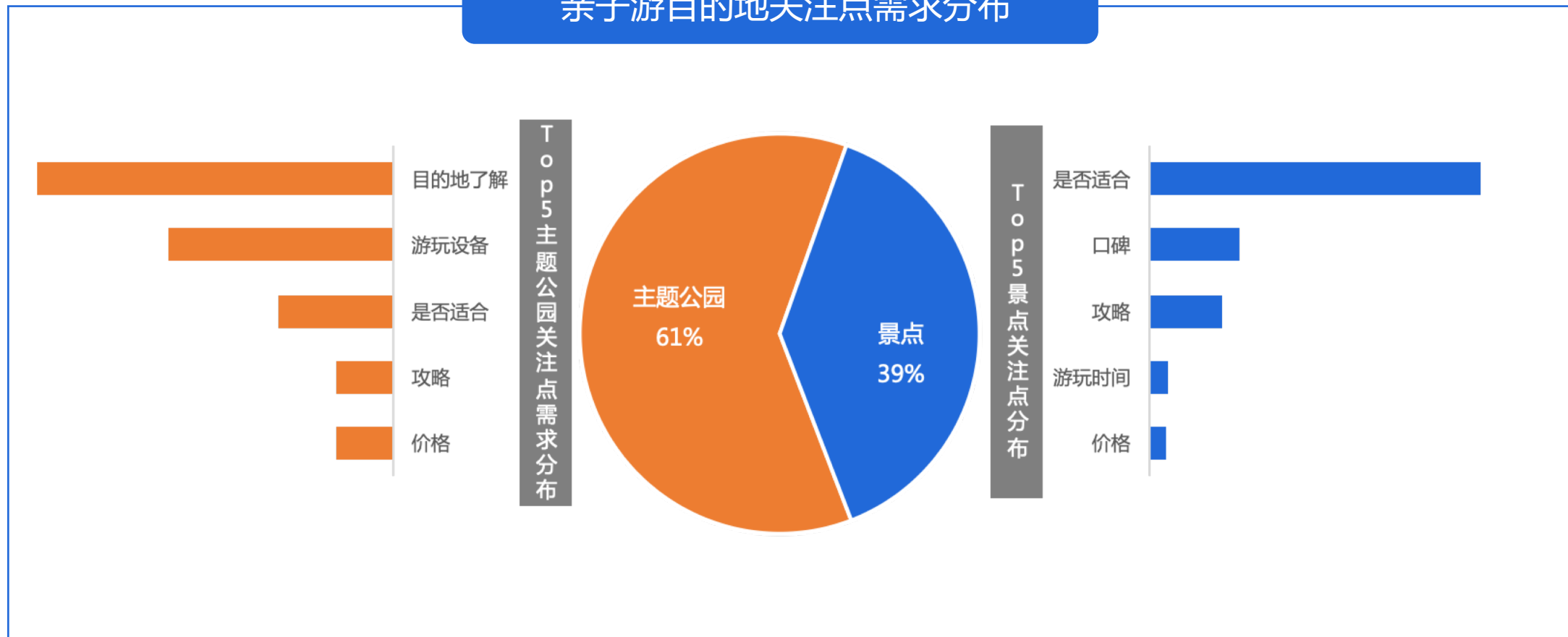


亲子游 | 用户选择主题公园最关注了解目的地，用户最关注景点是否适合亲子游



- 目的地了解、游玩设备和是否适合是用户选择亲子乐园的TOP3决策关注点；
- 是否适合、口碑和攻略是用户选择亲子游景点的TOP3决策关注点。

亲子游目的地关注点需求分布

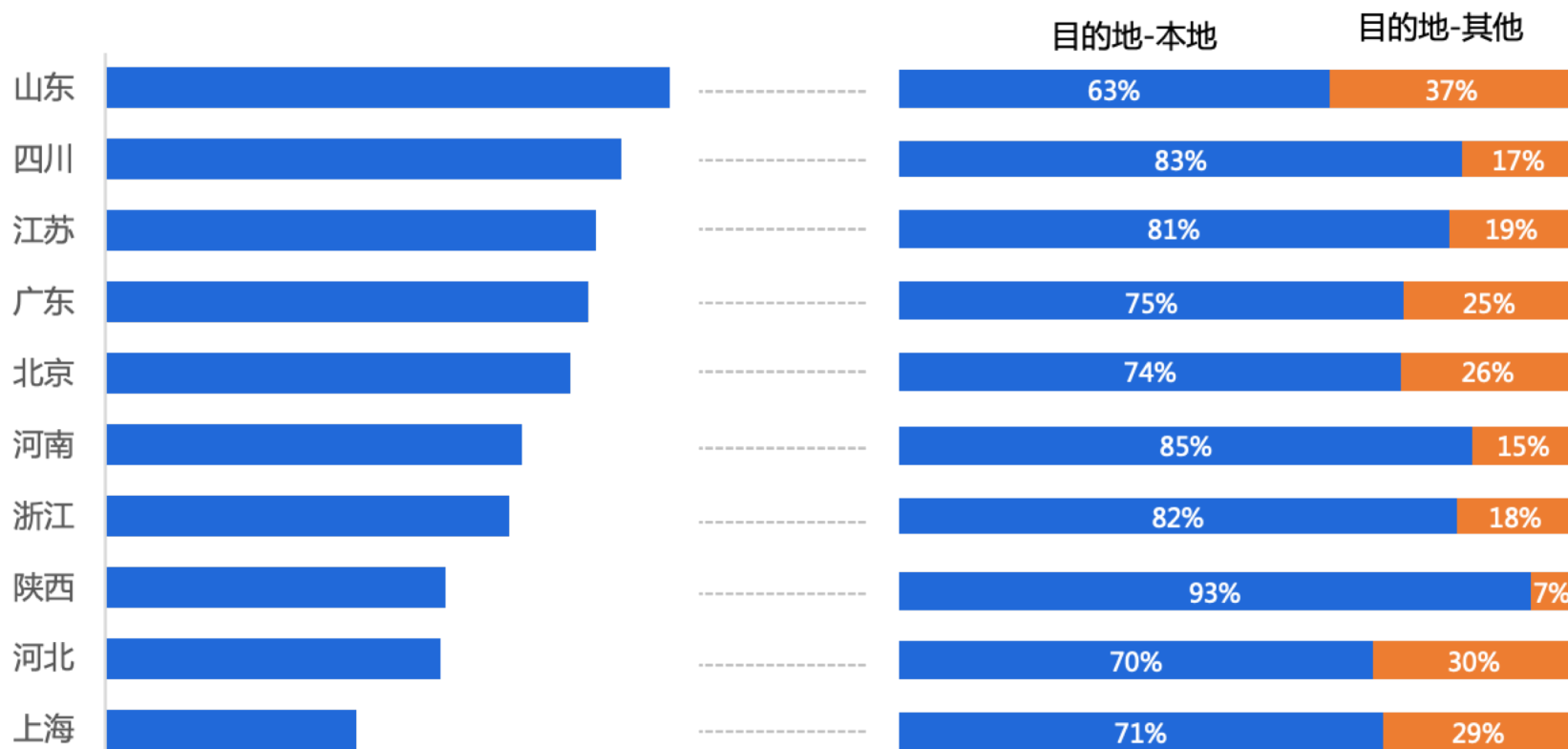


亲子游 | 山东、四川和江苏父母最亲子



- TOP10亲子游出发地的大部分需求均被本地亲子旅游满足。
- 山东、四川和江苏是亲子游需求TOP3出发地。

亲子游TOP10出发地及对应目的地需求分布

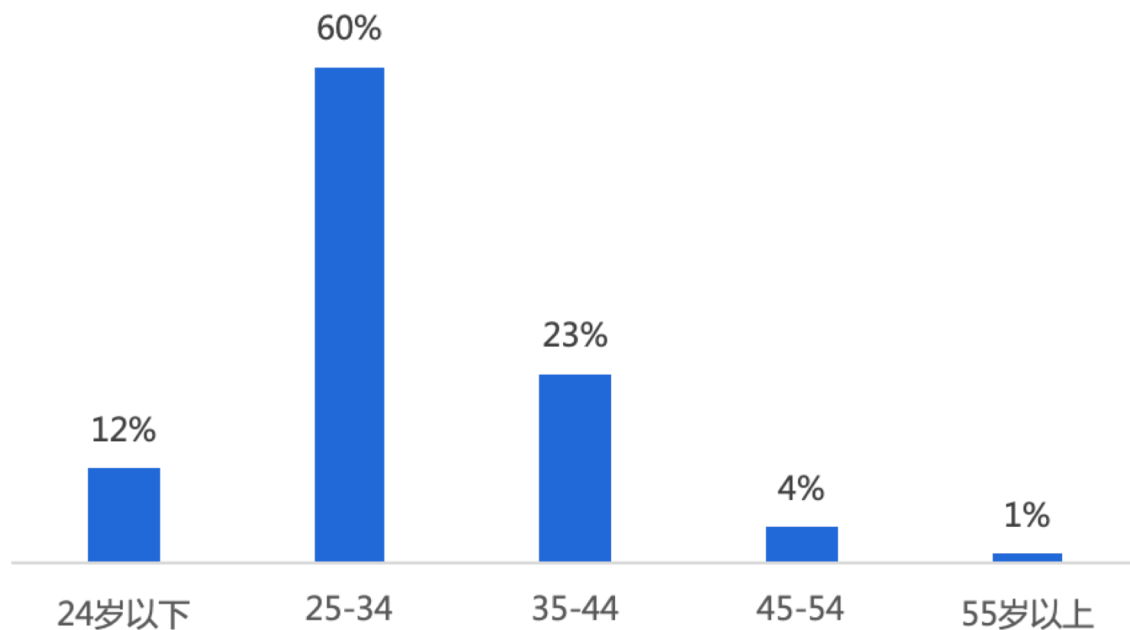
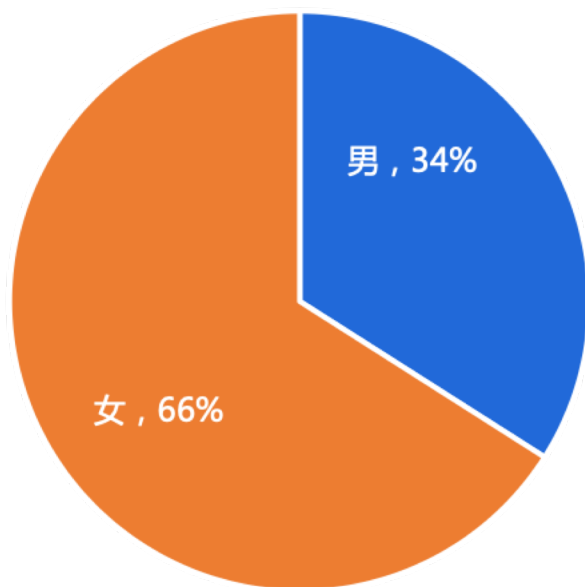


亲子游 | 25-34岁女性是亲子游的核心人群



- 从性别分布看，亲子游中女性占比更高达到66%；
- 从年龄段分布看，核心人群集中在25-34岁，占比达到60%。

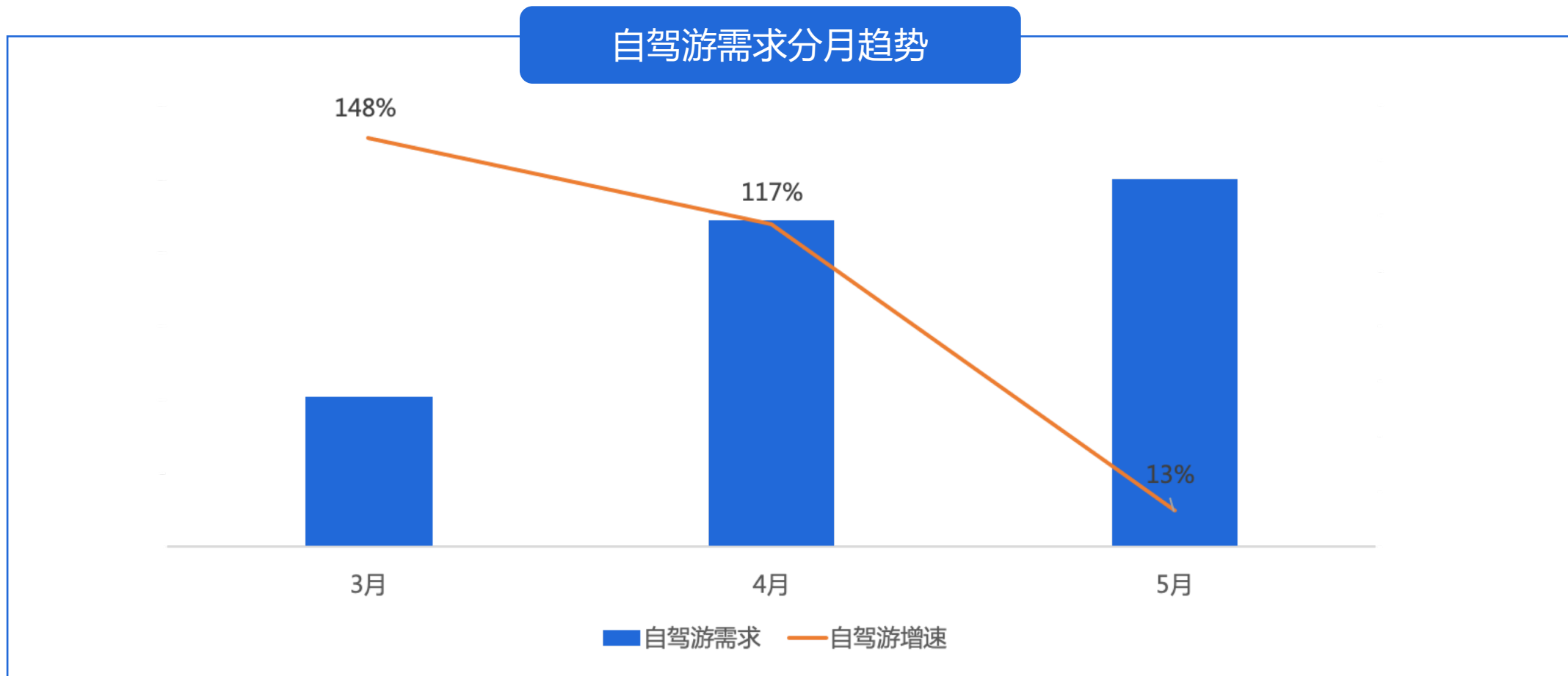
亲子游用户画像（性别及年龄段）



自驾游 | 自驾游需求快速增长，随着公共交通正常化，自驾游需求平稳化



- 自驾游需求快速增长，复合增速达到83%，但随着公共交通正常化，5月自驾游需求增幅平稳化。

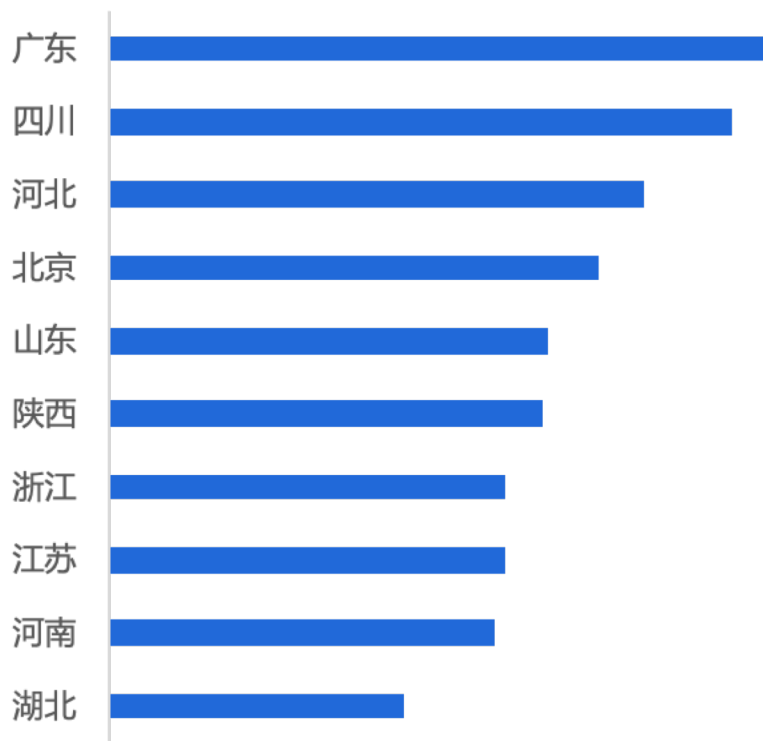


自驾游 | 最热爱自驾游省份当属广东、四川和河北，川藏自驾游线路经久不衰

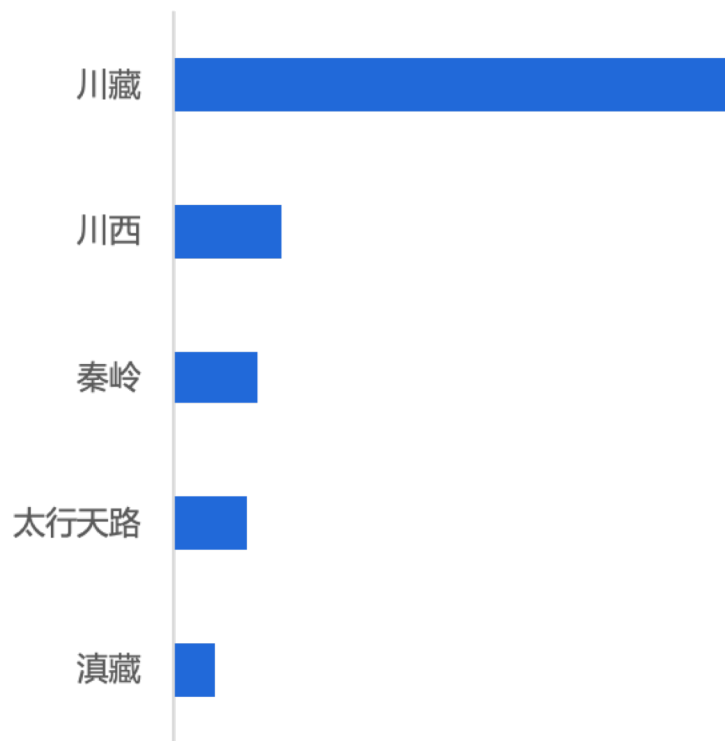


- 从出发地需求分布看，广东、四川和河北是TOP3自驾游需求出发地；
- 从自驾线路需求分布看，川藏自驾游线路需求最旺盛，占比达到65%。

自驾游TOP10出发地需求分布



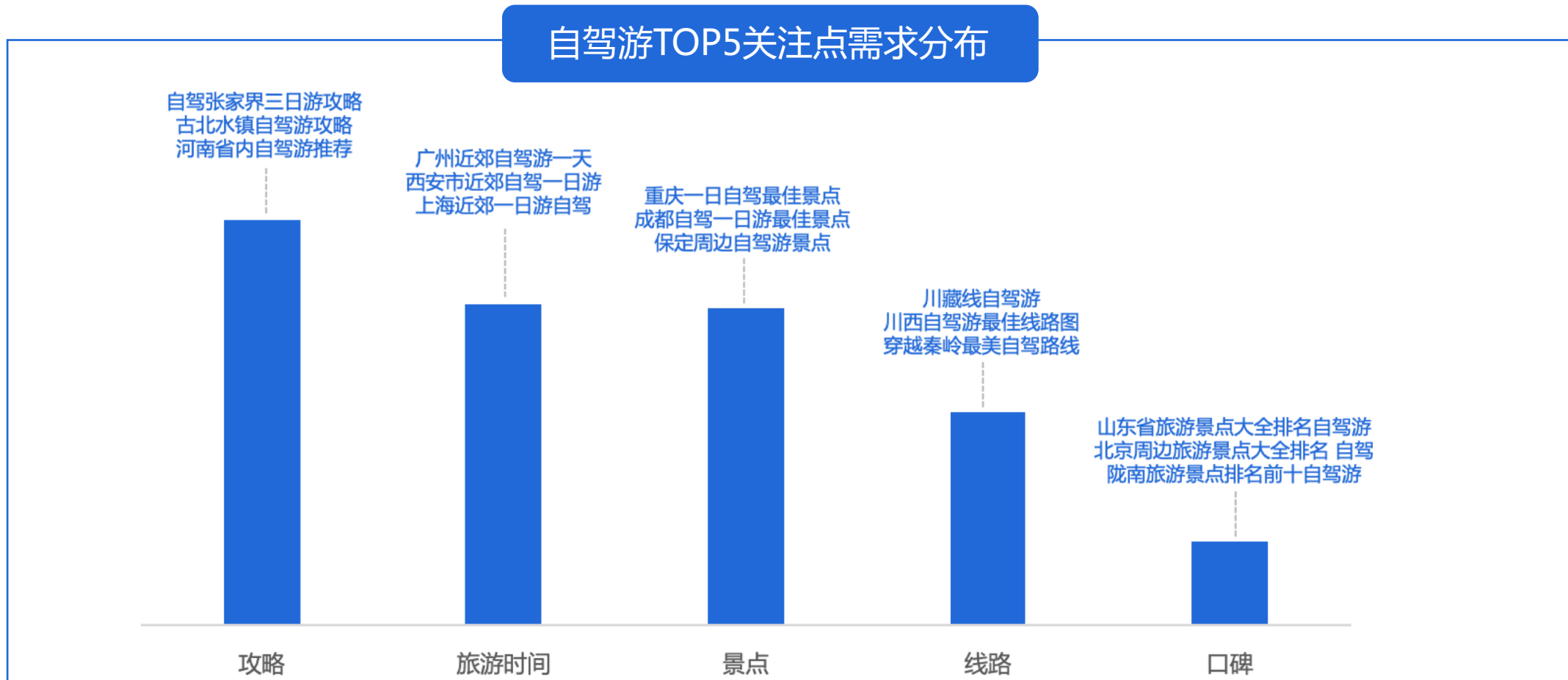
自驾游TOP5线路需求分布



自驾游 | 找攻略和线路、定时间和景点是自驾游决策最关键四要素



➤ 从用户关注点需求看，找攻略和线路、定时间和景点是自驾游决策的TOP4关注点。

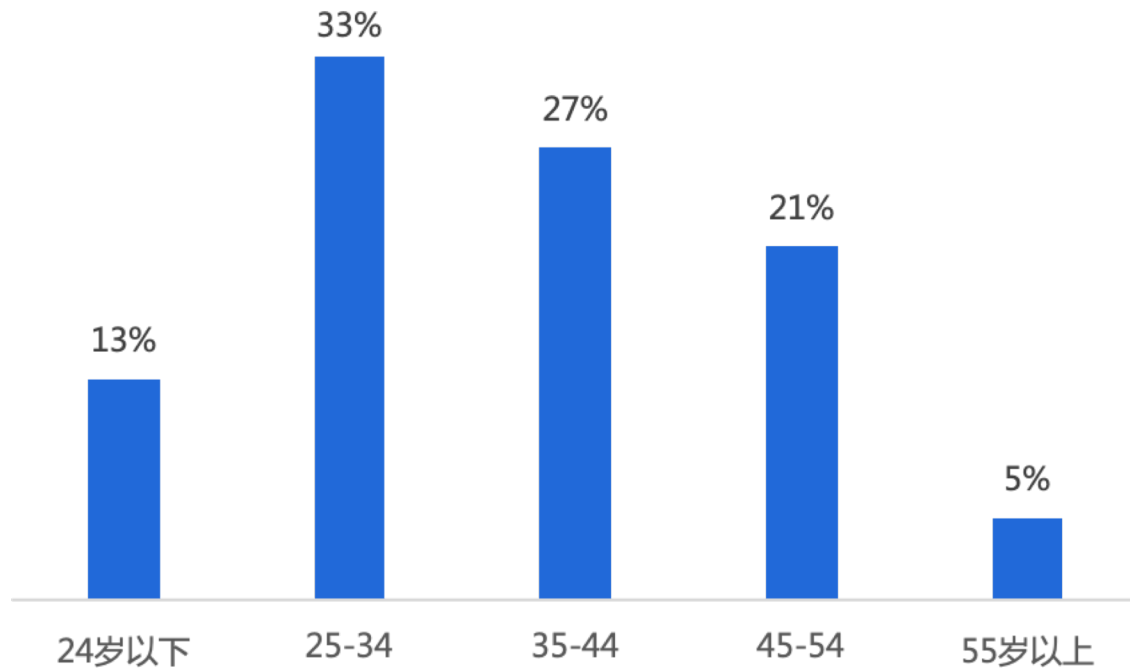
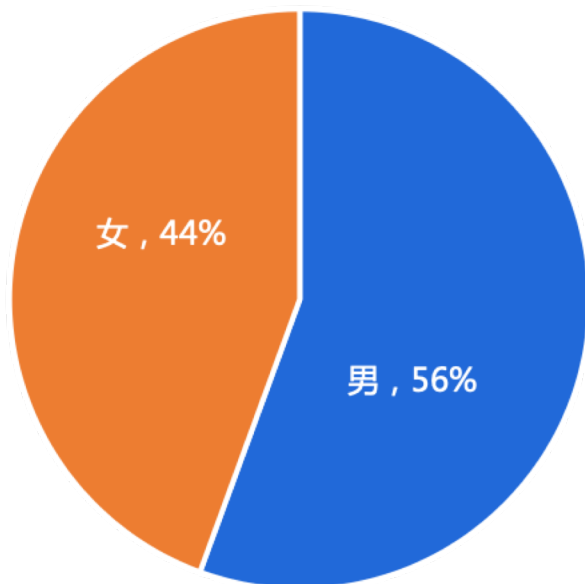


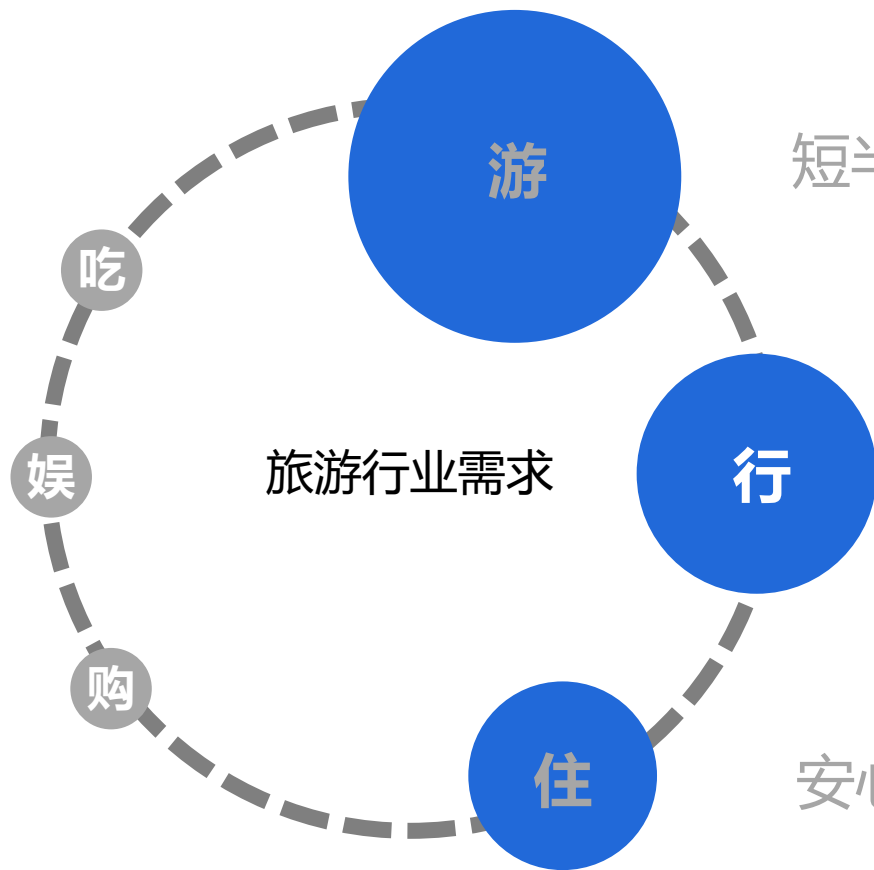
自驾游 | 25-54岁男性是自驾游的核心人群



- 从性别分布看，男性更偏好自驾游；
- 从年龄段分布看，核心人群集中在25-54岁，占比达到81%。

自驾游用户画像（性别及年龄段）





旅游行业需求

游

行

住

吃

娱

购

短半径强体验，点燃旅游新热情

分级分区恢复，释放旅游新潜力

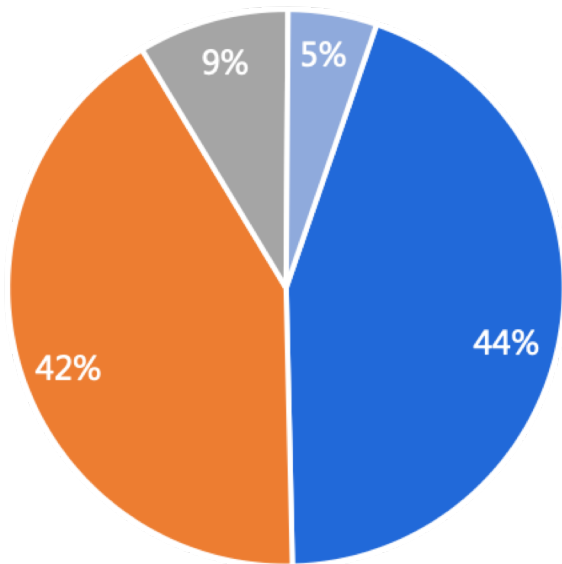
安心有品，激发旅游新活力

用户更依赖火车和飞机出行，城市解禁和疫情降级释放旅游新需求



- 在用户旅游出行方式的选择中，火车和飞机是用户最重要的出行工具；
- 随着城市解禁和疫情降级，快速释放旅游出行需求。

交通出行方式需求占比



■ 火车 ■ 飞机 ■ 汽车 ■ 租车

武汉用户出行需求图-飞机

武汉解禁



北京用户出行需求图-飞机

北京防疫级别降级



武汉用户出行需求图-火车

武汉解禁



北京用户出行需求图-火车

北京防疫级别降级

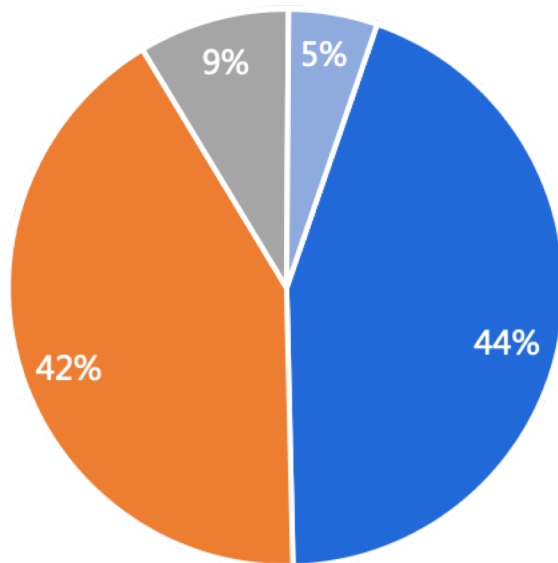
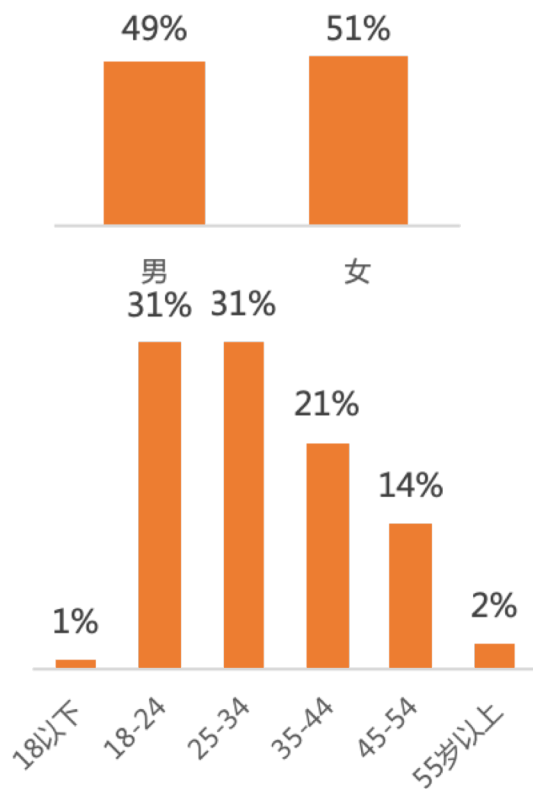


男性交通出行更偏好选择火车，交通出行选择飞机的年轻人群更多

- 从性别分布看，飞机用户男女相当，火车男性用户需求更旺盛；
- 从年龄段需求分布看，选择飞机的年轻人群更多占比达到62%，火车用户年龄段分布相对均匀。

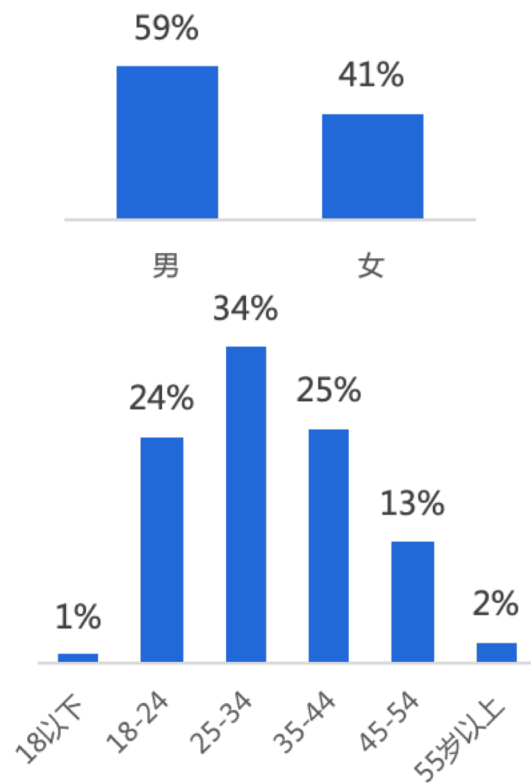
火车&飞机需求人口特征

飞机需求人口特征



■ 火车 ■ 飞机 ■ 汽车 ■ 租车

火车需求人口特征

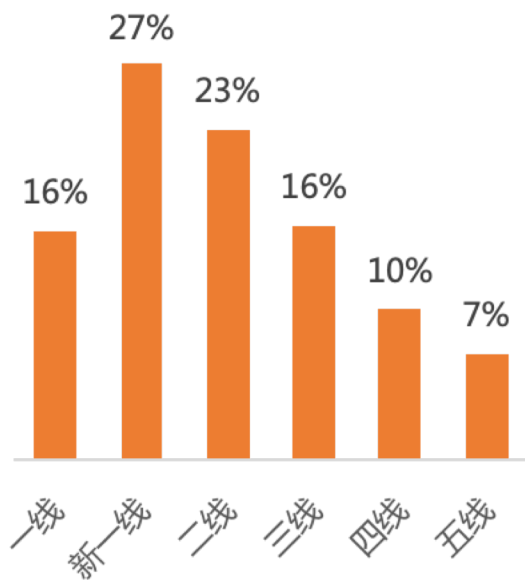


选择飞机出行的一线用户更多，火车用户相较飞机更下沉

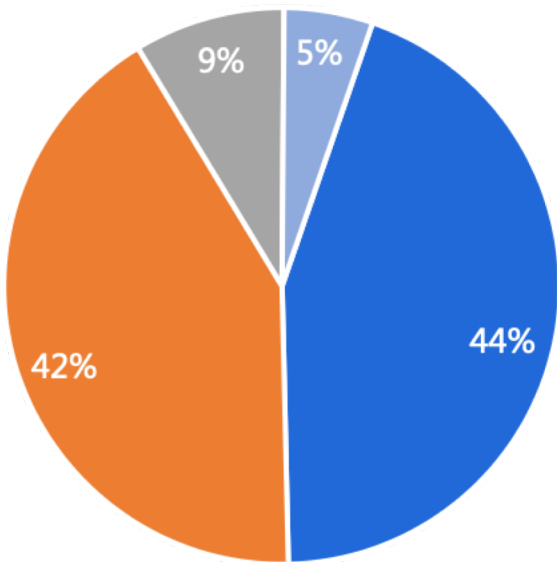
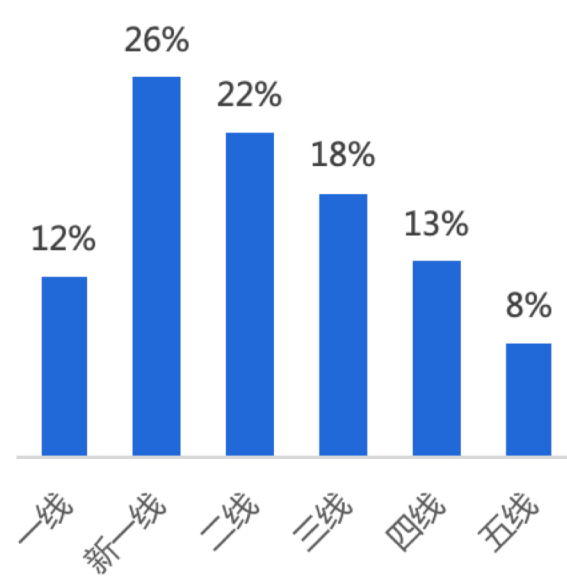
- 从分城市级别用户需求分布看，相较火车选择飞机出行的一线用户更多；而火车用户相较飞机更下沉，占比达到39%。

火车&飞机分城市级别需求分布

飞机用户分城市级别需求分布



火车用户分城市级别需求分布



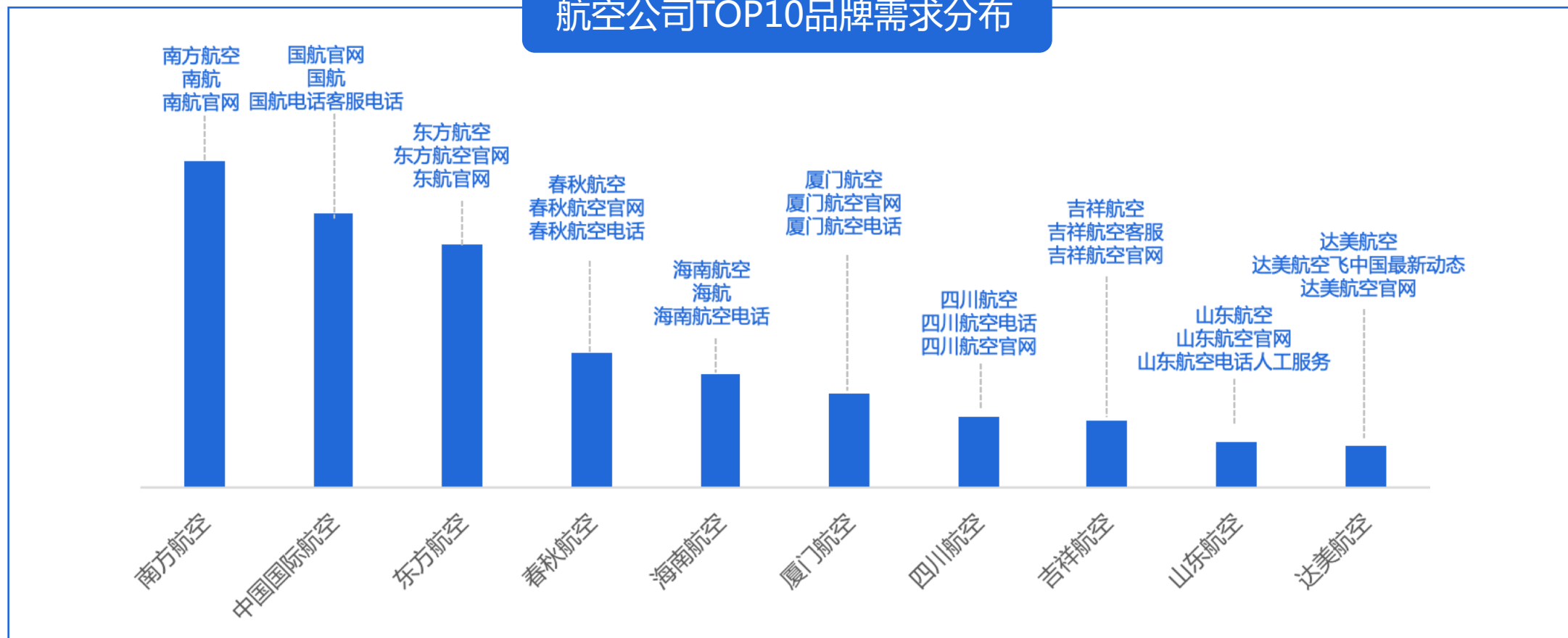
■ 火车 ■ 飞机 ■ 汽车 ■ 租车

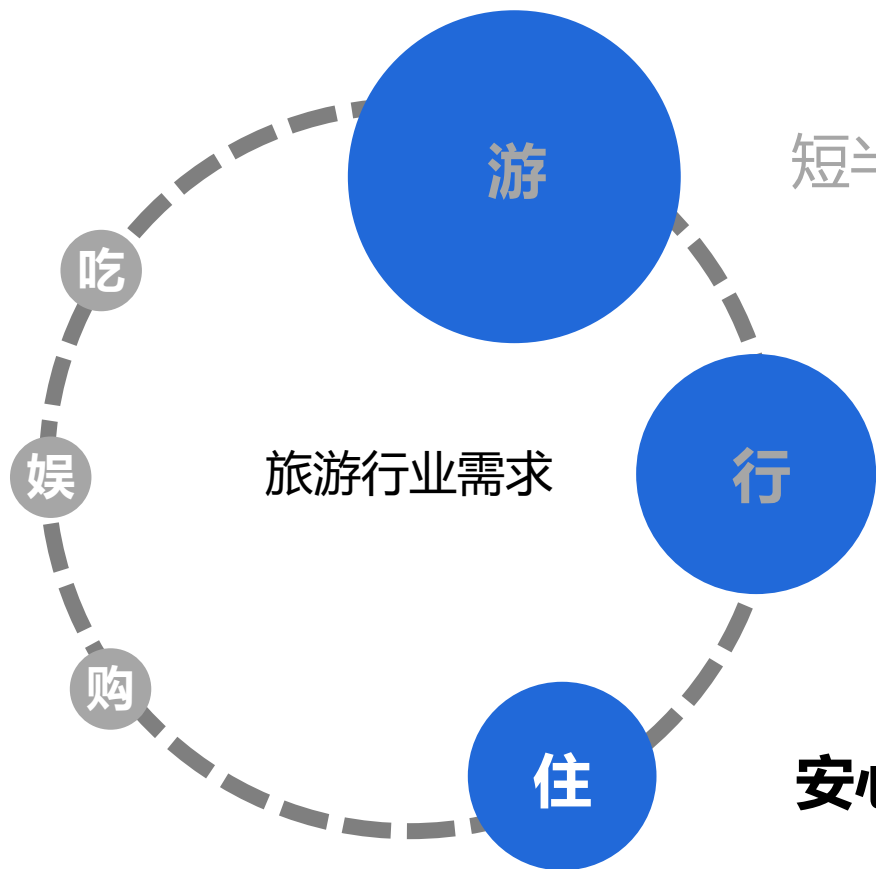
用户关注的TOP3航空品牌是南航、国航和东航，最核心的需求是获取官网和电话信息



- 南航、国航和东航是用户TOP3关注品牌，三家占据60%的需求份额；
- 从各品牌航空公司top需求query看，官网和电话是用户核心需求。

航空公司TOP10品牌需求分布





短半径，强体验，点燃旅游新热情

分级分区恢复，释放旅游新潜力

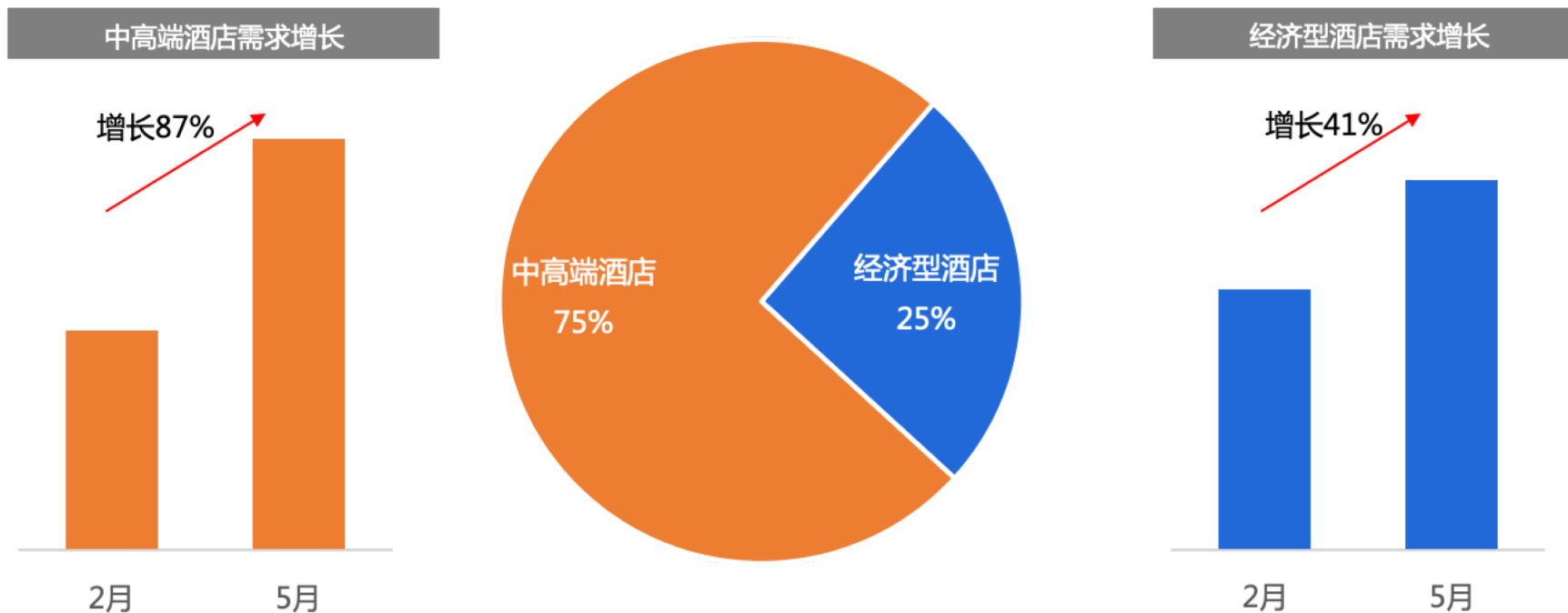
安心有品，激发旅游新活力

中高端酒店需求恢复更快，对中高端酒店安全放心的信赖度更高



- 从分类型酒店需求占比看，中高端酒店需求更旺盛，占比达到75%；
- 从分类型酒店需求增长看，中高端酒店需求增长更快，增速达87%。

分类型酒店需求占比及增长

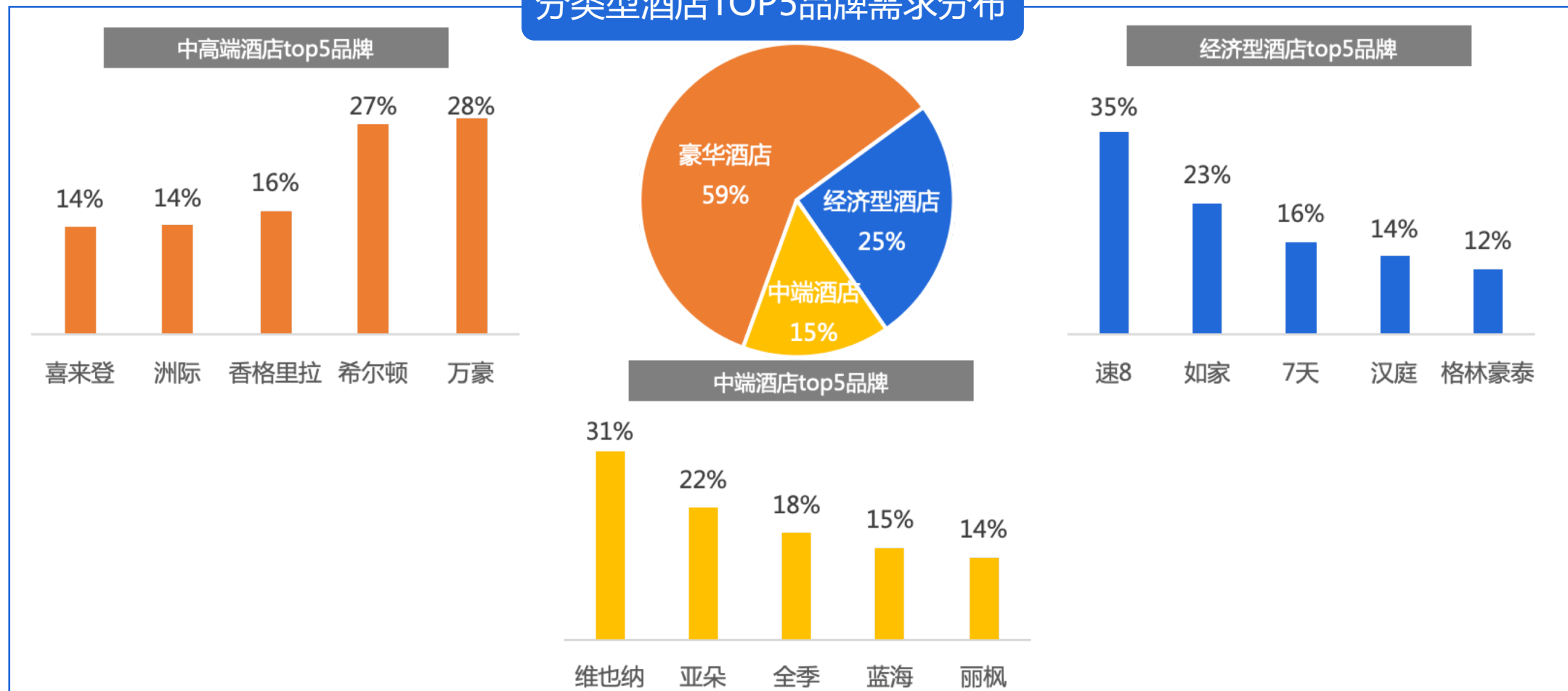


近期豪华酒店大幅度优惠预售，有效激发用户预订豪华酒店需求

- 近期豪华酒店大幅度优惠预售，激发用户预订需求，豪华酒店需求占比达到59%；
- 万豪、希尔顿和香格里拉是豪华酒店TOP3需求品牌。

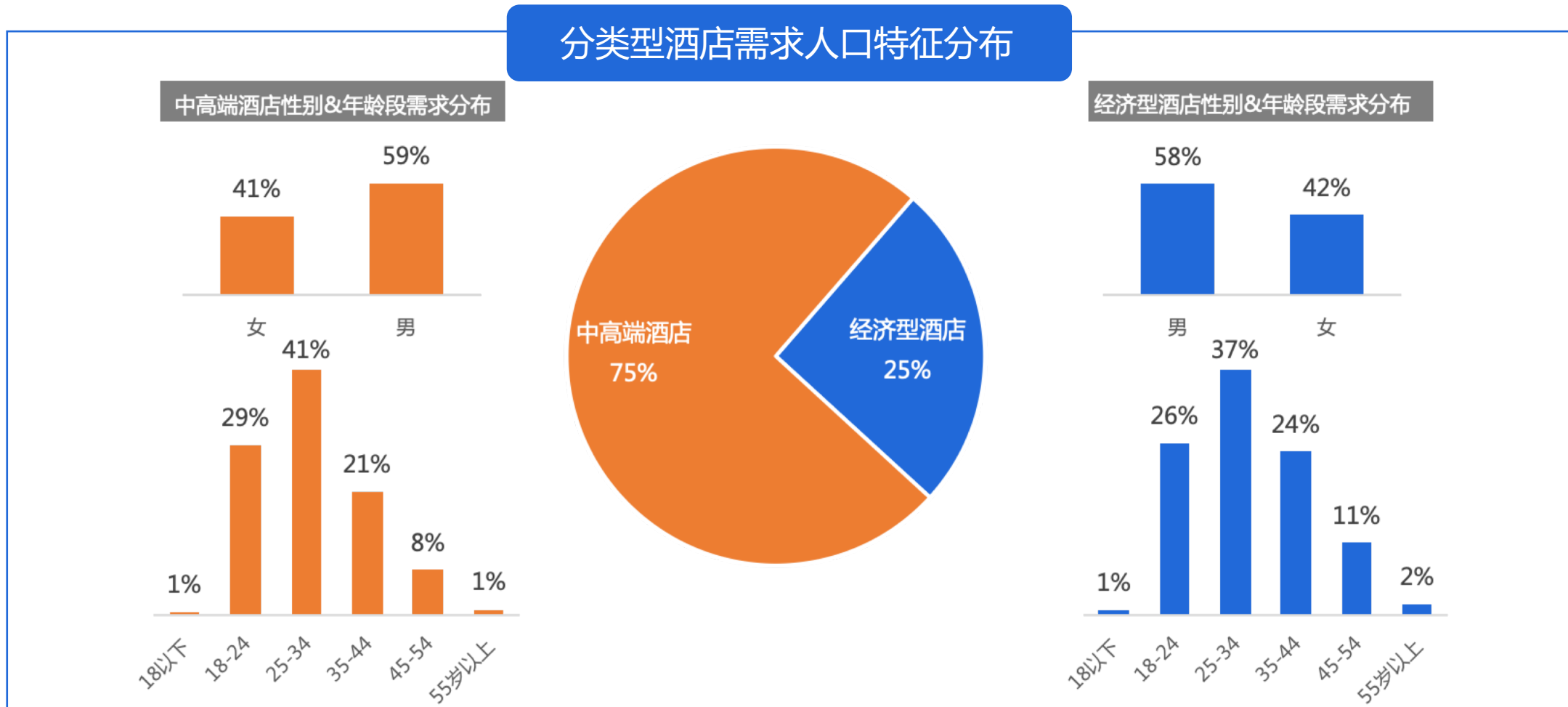


分类型酒店TOP5品牌需求分布



25-34岁男性是酒店的核心人群，中高端酒店更受年轻人偏好

- 从分类型酒店需求看，25-34岁男性是酒店的核心人群；
- 相较经济型酒店，中高端酒店更受年轻人偏好，34岁以下人群占比达到71%。



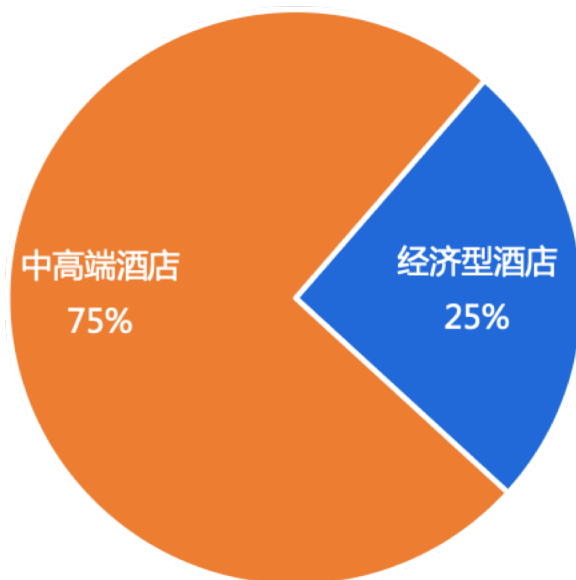
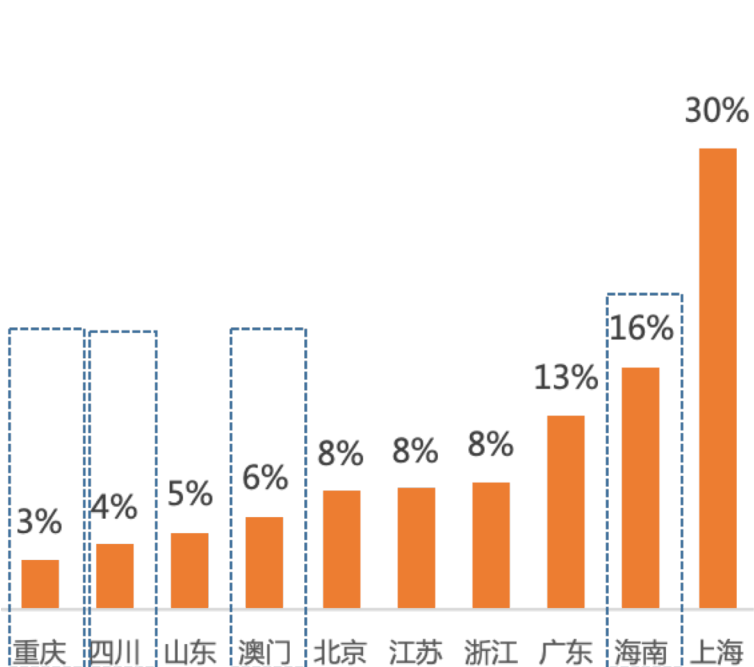
旅游大省酒店需求旺盛，上海酒店需求一枝独秀



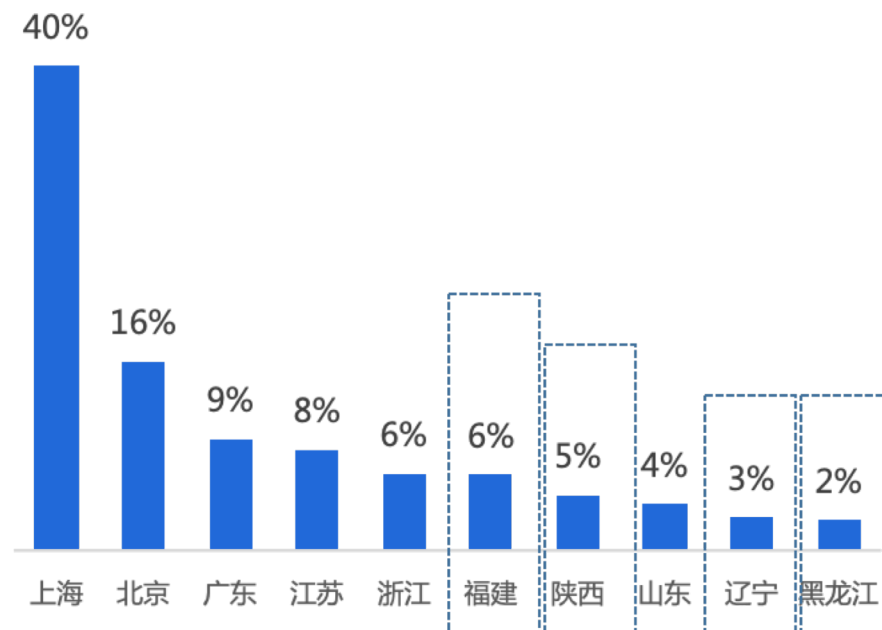
- 旅游大省的酒店需求旺盛，上海酒店需求最旺盛；
- 在TOP10省份中，中高端酒店和经济型酒店存在省份差异。

分类型酒店TOP10地域需求分布

中高端酒店TOP10地域需求分布



经济型酒店TOP10地域需求分布

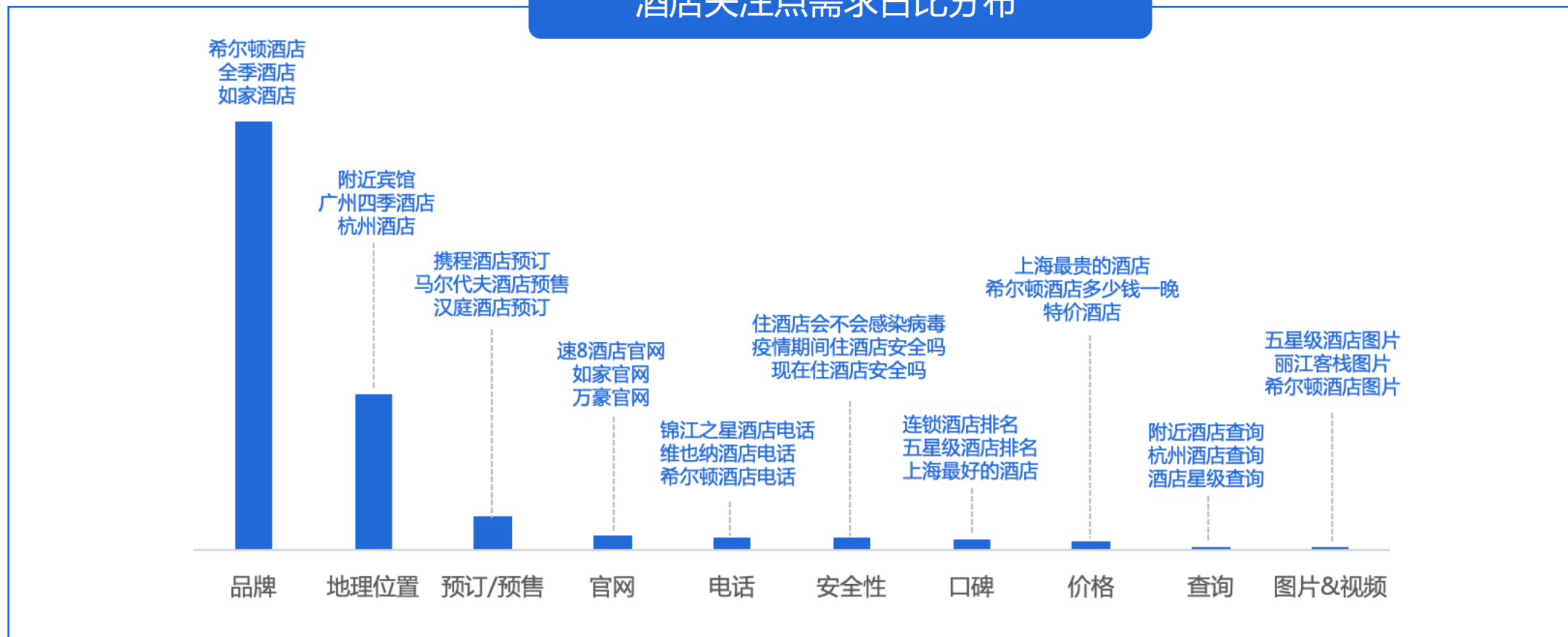


品牌是用户决策最重要的影响因素



- 品牌需求占比极高，品牌成为用户选择酒店的第一决策因素；
- 用户也关注酒店预订/预售，同时酒店安全问题也成为用户决策的重要因素。

酒店关注点需求占比分布



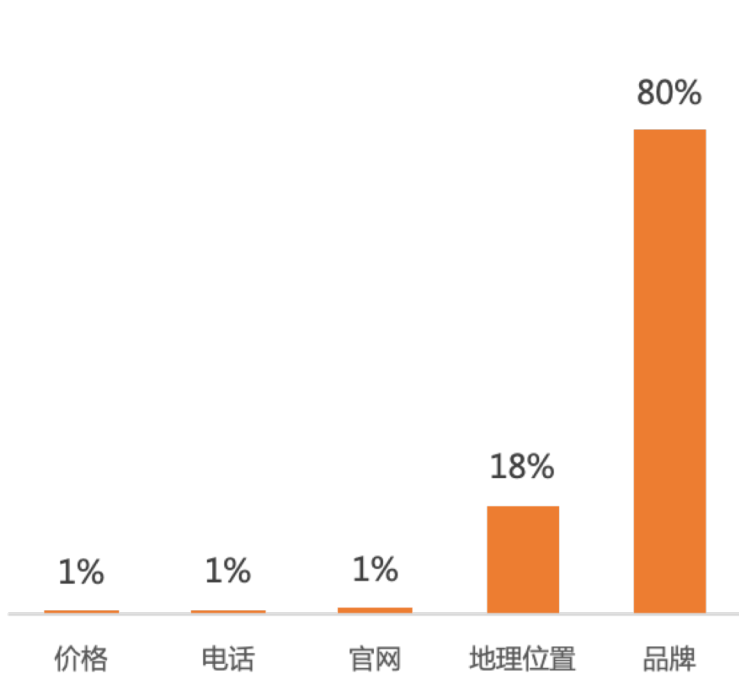
中高端酒店地理位置是第二决策因素，经济型酒店则关注官网、地理位置和电话



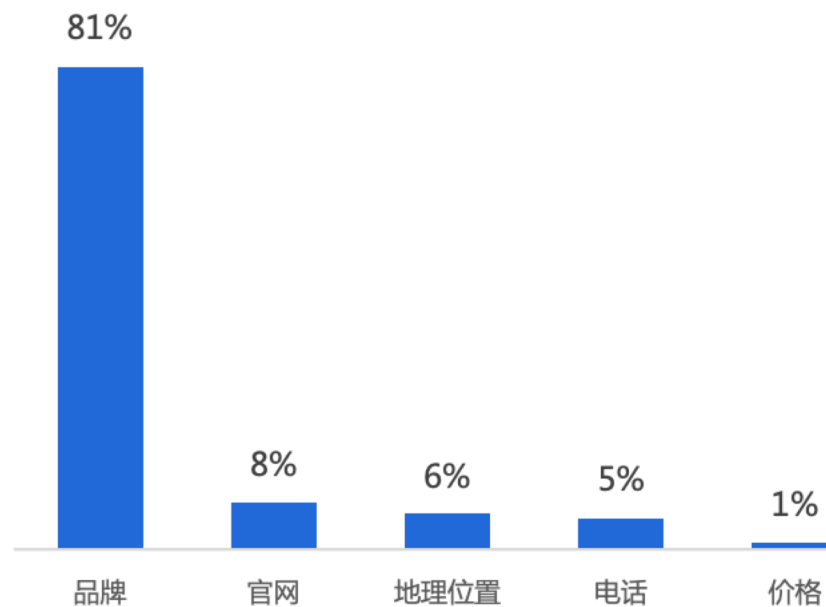
- 无论哪种类型酒店，品牌需求占比极高，品牌是用户选择酒店的第一因素；
- 相较经济型酒店，中高端酒店的用户更关注地理位置。

分类型酒店关注点需求分布

中高端酒店关注点需求分布



经济型酒店关注点需求分布



中高端酒店
75%

经济型酒店
25%

新旅游，新异地生活体验



游

总体

当前国内游为主；周边游、亲子游和自驾游等短半径强体验旅游需求快速恢复。

地域

本地出游需求旺盛，不同旅游方式热门出发地和目的地差异大

时间

周边游在周五/六及早晚高峰达到需求高峰。

画像

年轻人群和有娃一族是当前旅游出行主力，同时不同旅游方式存在人群差异。

关注

直接影响旅游体验的关注点最受用户关注，如亲子游的目的地了解以及自驾游的攻略和线路。

行

总体

节假日、城市解禁及疫情降级快速释放旅游出行需求；火车和飞机出行需求相当。

画像

用户更依赖火车和飞机出行，同时年轻人群更热衷旅游出行，相较火车选择飞机出行的年轻人群更多。

关注

航空TOP品牌南航、国航和东航依然最受用户关注，官网和电话对用户决策帮助大。

住

总体

当前中高端酒店需求更旺盛且相较经济型酒店恢复更快。

地域

旅游大省酒店需求旺盛，上海需求一枝独秀。

画像

年轻男性是酒店的核心人群，同时中高端酒店更受年轻人偏好。

关注

酒店选择越来越依赖品牌，中高端TOP3品牌是万豪、希尔顿和维也纳，经济型酒店TOP3品牌是速8、如家和7天。

抓准机会，积极应变，做好旅游新营销



游

总体

深耕国内本地及周边游，提升用户旅游体验满意度。

地域

差异化区域战略，围绕核心区域高效获客，打造高质量旅游目的地服务。

时间

把握关键时刻进入消费者备选。

画像

围绕核心人群，精准投放，获取用户。

关注

构建品牌私域，打造品牌阵地，通过高质量内容、品牌宣传和营销组件激发并转化用户，实现全链路用户沟通。

行

总体

关注节假日和分级分区恢复等重点时刻，通过节日营销和活动营销快速触达并转化用户。

画像

围绕火车和飞机出行重点人群重点投入，精准触达和高效转化用户。

关注

构建品牌私域，打造品牌阵地，通过高质量内容、品牌宣传和营销组件触达用户，全域知识转化用户，实现持续运营。

住

总体

打造品牌名片，构建品牌故事，让“物超所值享受中高端服务”理念占领用户心智，激活用户需求。

地域

差异化区域战略，围绕核心区域获取用户，打造高质量酒店服务。

画像

围绕酒店的核心人群，精准投放转化用户。

关注

构建品牌私域，打造品牌阵地，通过高质量内容、品牌宣传和营销组件运营用户，提升LTV。



Part I 百度旅游行业需求洞察

- 百度旅游行业整体需求增长趋势
- 游：短半径强体验，点燃旅游新热情
- 行：分级分区恢复，释放旅游新潜力
- 住：安心有品，激发旅游新活力

Part II 百度旅游行业营销建议

- 百度商业全景，助力旅游行业全链营销
- 企业百家号，建立旅游行业新私域阵地

在消费者决策路径的每一个环节发力，助力旅游全链营销



短视频助力，多维度、全方位、形象化展示景区目的地风貌，吸引游客



百度旗下创新的知识短视频平台
超**600万**家权威机构入驻

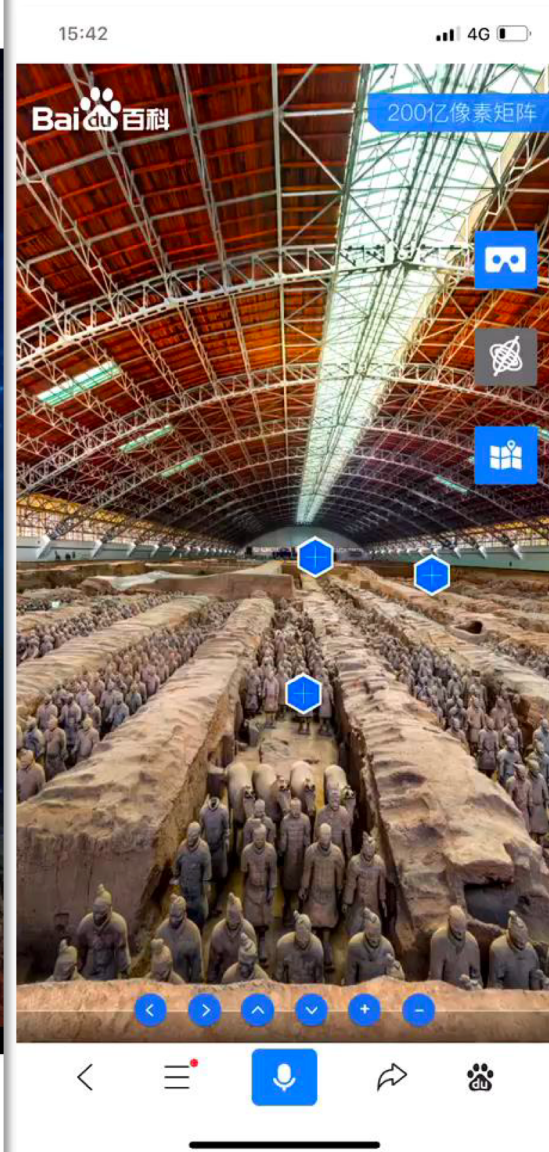
秒懂全视界

- 百科旗下旅游短视频栏目，目的地/景点实拍，多角度、全方位展示当地玩乐攻略
- 文旅企业可将辖区内景点/风景区特色视频上传，更形象化展示景区风貌



数字博物馆

- 全国最全面最系统最便捷最酷炫的博物馆互联网平台；
- 领先技术支持，音频讲解、实境模拟、3D全景展现等多种形式，让用户身临其境地观赏珍贵展品，更便捷的获取信息、了解知识；
- 博物馆类、有历史文化沉淀的景区可借助百度AI能力打造自己官方的线上展厅，给用户沉浸式体验。

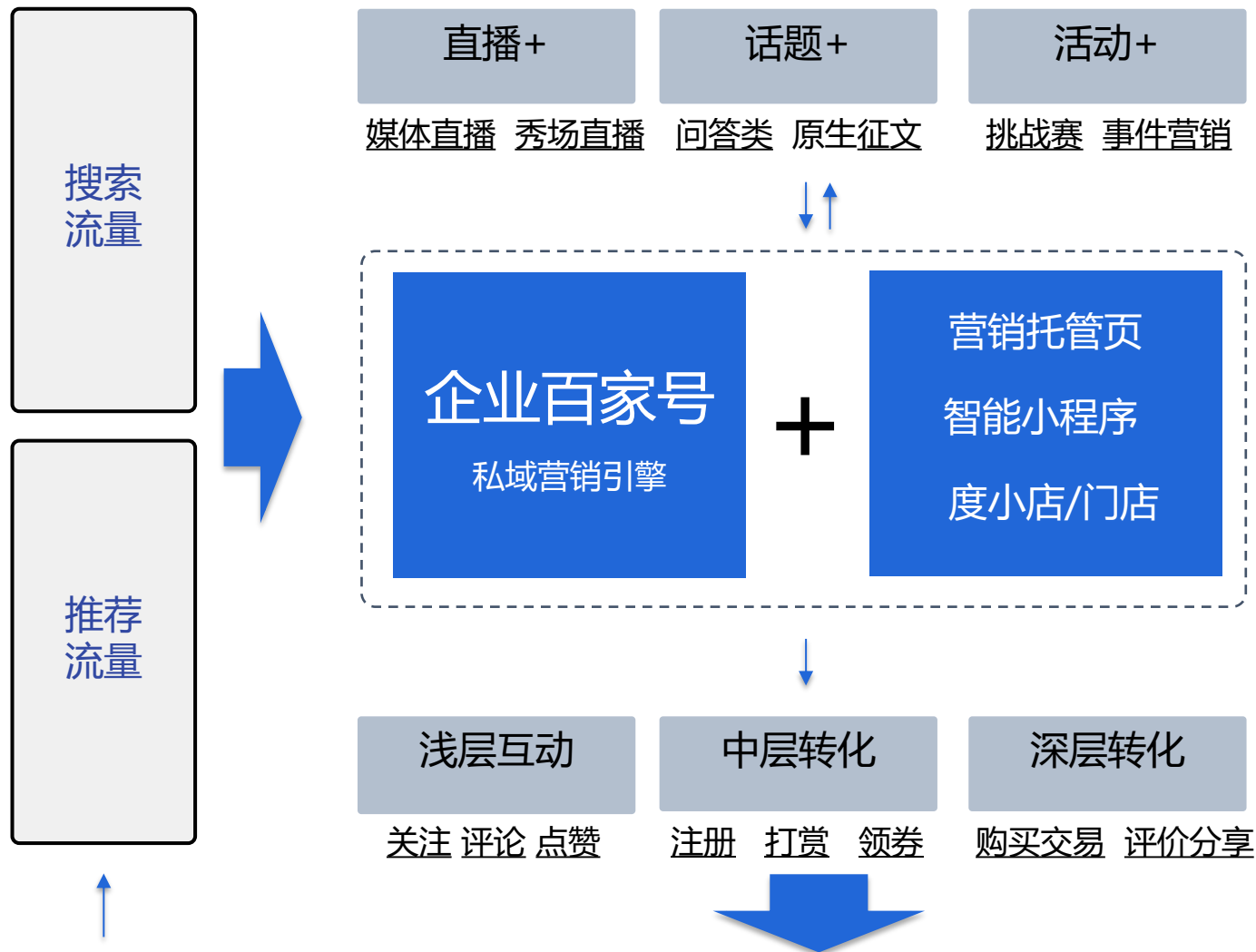




企业百家号

百度专为企业打造的，集品牌内容生产发布、用户运营沟通、销售转化促进为一体的私域运营新阵地。

新私域，打造旅游行业新阵地



观星盘+百度统计+爱番番：品牌资产沉淀 用户资产沉淀

企业百家号产品简介 (6大模块+4大能力+N项品牌扶持)



企业百家号

尚品宅配

1226 内容 2 关注 1万 粉丝

私信 已关注

个人简介: 尚品宅配, 可能是百家最值得关注的家居...
 百度认证: 尚品宅配官方帐号 >

粉丝福利大放送 16800搞定全屋家具 >

直播中

五一惊喜大奖 抽奖送家装豪礼

关联小程序

尚品宅... 尚品宅配 小尚秒...

动态 文章 视频 小视频 互动

凭良心说, 有横梁的房子至少要改成这样, 钱才...
208阅读 0评论 6小时前

二房一厅, 全屋爆装31个插座, 难道还不够用吗?
7阅读 0评论 6小时前

榻榻米真的容易受潮吗? 小黑屋光线差、主卫对...
0元设计 家居灵感

固定头部

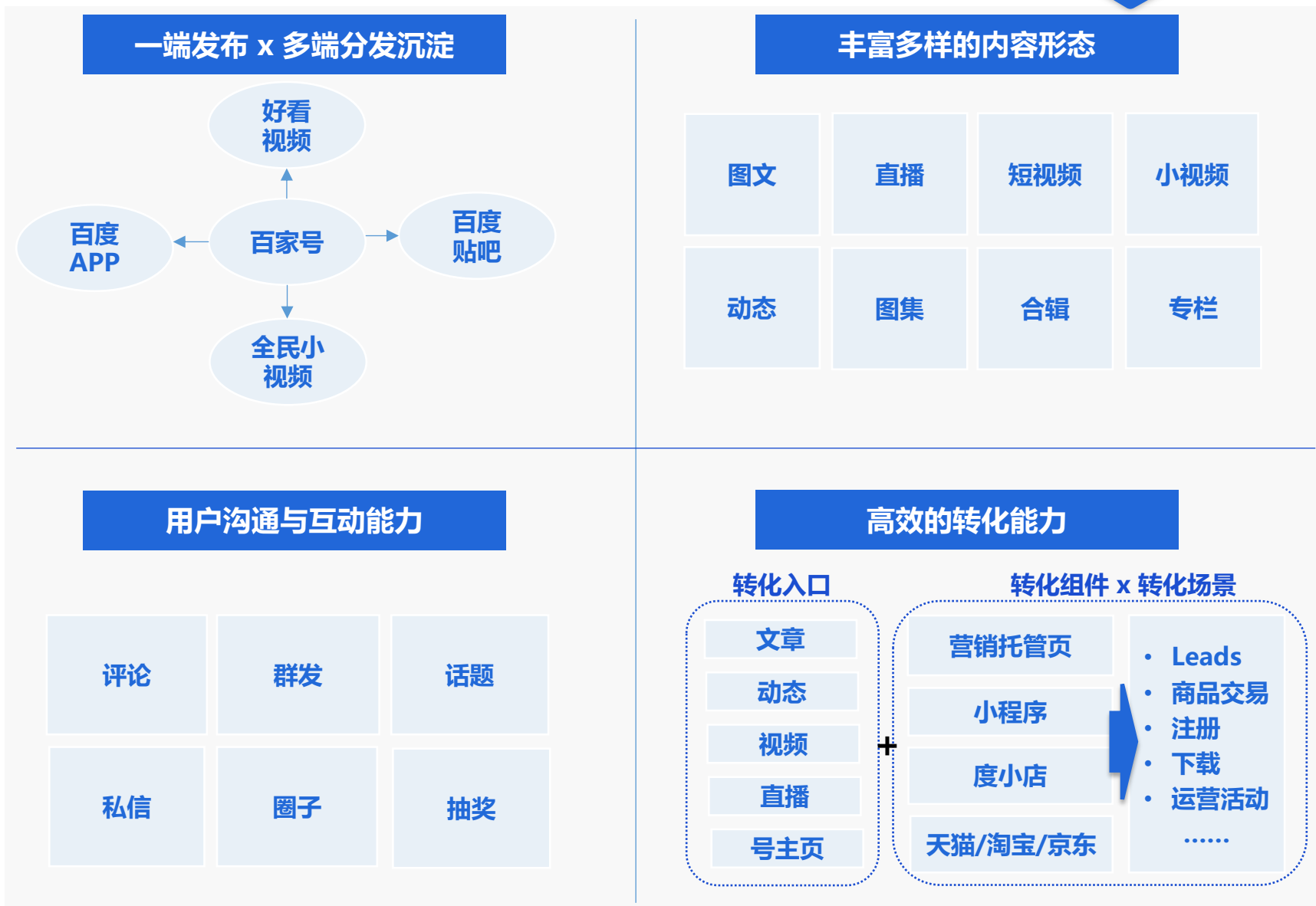
品宣区
文字或图片

直播区

小程序

多样内容

底部菜单



完成认证 + 满足号等级标准 给到品牌专项扶持

备注: 每项功能权益开通要求请见百家号后台【账号权益】【我的权益】

旅游平台都在企业百家号打造自己的官方阵地

企业百家号，助力旅游行业打造最强私域流量营销阵地



企业百家号能为旅游客户带来什么

助力企业打造一站式优质内容+效果转化的完整营销闭环

官方品宣阵地

丰富内容形态打造官方品宣阵地

图文 直播 短视频 小视频 动态 图集 合集 专栏

景区介绍/游玩攻略/线路展示/政策发布/风景视频/特色直播



商品交易转化

号+基本鱼/小程序/度小店实现360°营销闭环

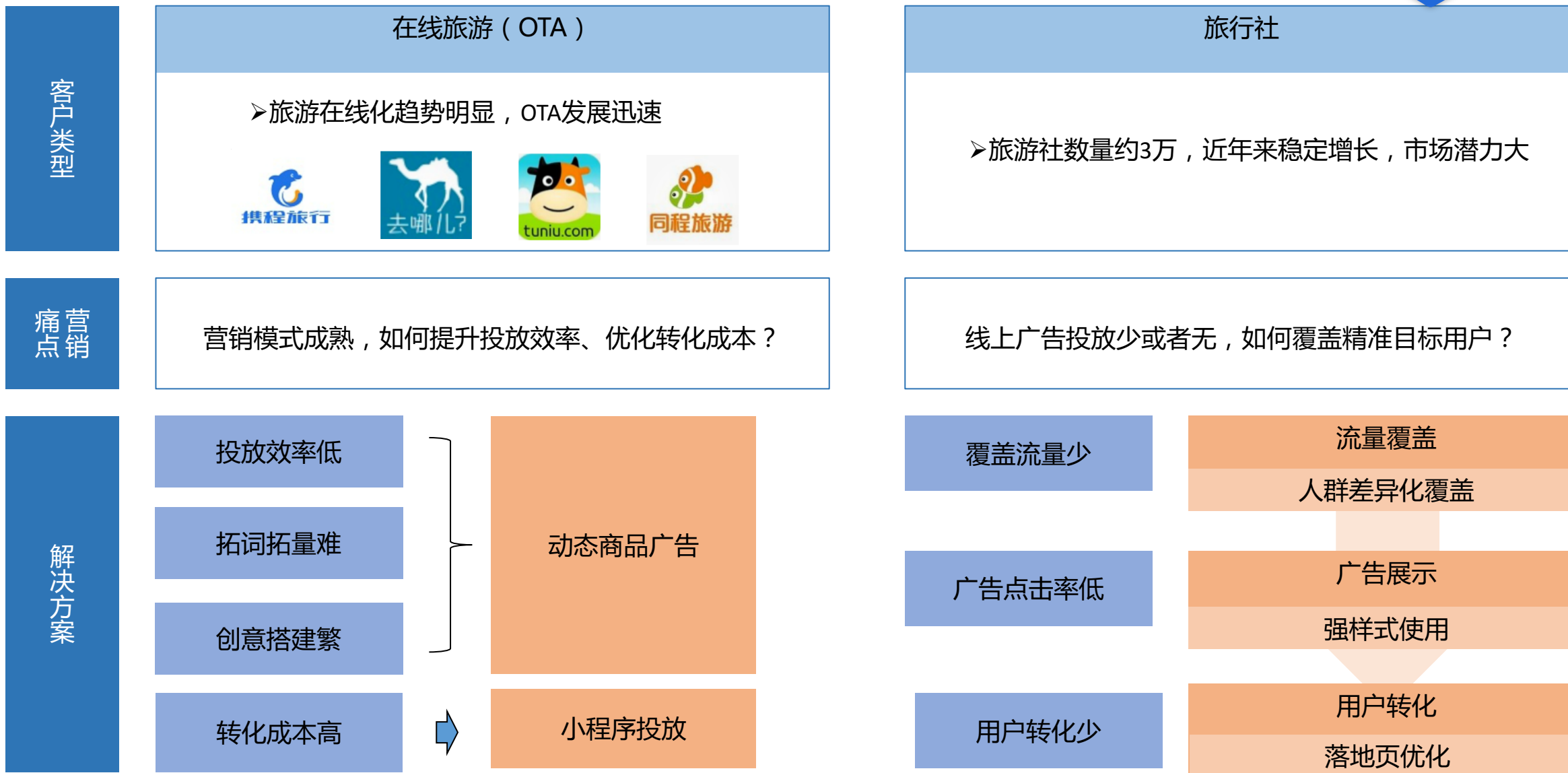


直播转化
流程示意

直播挂载购物车



效果优化：典型旅游行业营销痛点及优化方法



在线旅游：OTA动态商品广告投放提升效率，小程序承接转化



商品接入

酒店房源

航班车次

景区景点

旅行线路

流量覆盖

搜索

- ✓ 商品定向

搜索词-商品

只要商品与搜索词相关
广告就可被触发

信息流

- ✓ 模板词批量买词
- ✓ 商品重定向

创意设置

样式

全息系列 橱窗系列 列表系列



内容设置

- ✓ 文案、图片动态化

【重磅】十月在这里买**乌鲁木齐**飞**西安**
的机票简直便宜到哭！



立即下载

小程序承接

更快的加载速度

- 综合到达率+20%
- 用户平均使用时长+40%

更沉浸的体验

- 100%占屏，展示更多信息

更便捷的转化

- 直达用户所需
- 复用百度账户信息
- 聚合支付

更多入口

- 首页下拉二楼
- 个人中心历史露出
- 通知栏push
- 语音、扫码唤醒
- 服务消息

旅行社：合理圈定目标受众，通过攻略型创意及落地页促进客户留资



流量覆盖：基于用户需求，差异化投放

广告展示：高级样式引用户眼球

用户转化：攻略文章页宣传游客感受，吸引留资

精准

核心人群：搜索品牌词/到访网站
- 目标：目标品牌形象&服务保障
- 投放建议：搜索-核心词

目标人群：搜索产品相关词
- 目标：匹配旅游产品
- 投放建议：搜索-产品词

意向人群：关注出游相关
- 目标：吸引、刺激用户转化
- 投放建议：信息流-意图定向

潜在人群：旅游高潜人群
- 目标：品牌曝光
- 投放建议：信息流-年龄、兴趣

广泛

云南旅游

全部 视频 笔记 资讯 热议 图片

要去云南旅游_十大必去景点_旅游...

本月124人已申请相关服务

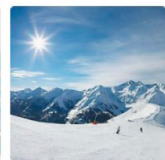
准备出发云南_要去云南旅游_怎么玩才能省心省钱?大约需要几天?要去云南旅游_告诉你玩转云南...



云南旅游



苍山洱海



玉龙雪山

南通豪韵旅游 广告



“同理心”创意，贴近用户：

- 以攻略分享为主要内容，与目标用、同一视角，引发用户共鸣

创意内容符合时节特性：

- 如针对端午“端午休闲游”“短途自驾旅行”

利用基木鱼建站能力，快速搭建与创意匹配的“攻略问答类型落地页”。

基木鱼建站

✓ 免费建站

✓ 文章页模版

✓ 各类组件
线索、电话、
咨询、微信

落地页tips：

- ✓ 攻略分享、游客问答，介绍行程并宣传服务，老客户现身说法，推荐服务，更具吸引力
- ✓ 多图美景更促进用户旅游意愿



百度营销中心官网



百度营销中心微信公众号

THANKS

百度营销中心

2020年5月

