

*编辑导语：去哪儿旅行为消费者提供机票、酒店、会场、度假产品的实时搜索，并提供旅游产品团购以及其他旅游信息服务，为旅游行业合作伙伴提供在线技术、移动技术解决方案。本文作者从用户的支付流程出发，对去哪儿的用户需求进行了分析。*



## 一、前言

本人不喜欢闲扯一些有的没的，也不会像某些八股文打着产品体验报告和竞品分析报告一样去“介绍”一款产品，在思考层面浅尝辄止。

我认为分析一个产品重在产品逻辑的思考，思考的点是用户真正的需求有哪些、解决需求的做法本质是什么（我知道自己还不能更好地掌握这项能力，但我会不断地分析产品去提升）。

本文是从用户的支付流程出发，对去哪儿的用户需求进行分析，文末会总结出问题的本质。

## 二、产品介绍

Slogan：总有你要的低价；产品定位：在线旅游搜索平台，用户可以搜索到全球航空公司的超低价机票、覆盖到三线城市的特价客房；产品目标市场：价格敏感度高、需要搜索比价的用户（学生、旅游人士、工薪阶层等）；差异化战略：用户支付之后通过邀请好友砍价活动，可以返现最高 100 元，去哪儿的机票价格在近几年失去价格优势之后，又重新选择了另一路重新出发。

### 三、查找-支付流程

#### 1. 各支付页面如下

5:30

HD 4G+ 92

成都

成都飞青岛低至410

送6000东航里程

立即领取 可免费兑机票

兴业银行 信用卡  
INDUSTRIAL BANK CO., LTD. Credit Card



酒店

特价酒店

民宿·客栈

错峰游

海外酒店

酒店预售

机票

低价机票

火车票

汽车·船票

专车·租车

旅游

跟团/自由行

景点·门票

亲子游

攻略·游记

旅游·团购



低价机票



PLUS会员



一日游



拿去花



借钱



自由行·定制



自驾·租车



接送机·站



借钱分期



更多

收藏

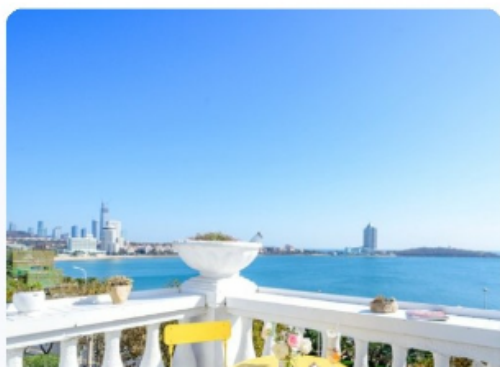
成都周边

推荐

青岛

自驾

三



5:30

HD 4G+ 92



Q 宁波东部新城云睿酒店

搜索

### 最近搜索



成都到青岛的飞机票

成都到广州

成都到重庆的火车票

宁波到桂林的飞机票



### 猜你喜欢

换一换

成都飞青岛低至410

宁波东部新城云睿酒店

✈ 宁波到桂林的飞机票

🏔 成都的景点

🚄 成都到青岛的火车票

🏔 上海迪士尼乐园

### 低价机票

查看更多 >

TOP 1 上海 - 深圳

10月10日 周五

¥477

TOP 1 安心住酒

成都酒店



,

1 分词

2 ABC

3 DEF



。

4

GHI

5

JKL

6

MNO

清空

?

7

PQRS

8

TUV

9

WXYZ

!

搜索



5:30

4G+ 91



成都 → 青岛



【山东航空乘机提醒】为做好疫情防控工作，保障广大旅客的身... >

直飞

10-17 周六 成都-青岛 3h



21:45

双流机场 T2

10-18

00:45

流亭机场 T1

山航SC4714  
波音738(中)  
准点率-- 点心  
以下价格不含机建燃油

机票酒店套餐 ¥524 已省65元

马上订 >

与降落机场周边酒店一起订，早休息，更舒适

惊喜专享价

¥498 + ¥38 疫情保障  
8项权益

预订

支付后可砍至¥348

经济舱2.3折 | 退改¥250起 >

20万新冠保障 ¥50接送机券 爱奇艺会员 查看权益 >

惊喜专享价

¥498

选购

支付后可砍至¥398

经济舱2.3折 | 退改¥250起 >

注意:不显示  
供应商、详情  
页面也无供应  
商信息

¥500 山东航空  
SHANDONG  
AIRLINES

选购

支付后可砍至¥400

经济舱2.3折 | 直营 | 退改¥250起 >

钻石PLUS会员价

¥483 会员专享  
去哪儿会员

预订

会员已减¥15 支付后可砍至¥383

经济舱2.2折 | 退改¥250起 >

5:30

HD 4G+ 91



成都 — 青岛



【山东航空乘机提醒】为做好疫情防控工作，保障广大旅客的身... >

直飞 10-17 周六 成都-青岛 3h



降价提醒

¥498



已选

机票

### 套餐选择

服务说明

价值 ¥70



接送机套餐

延误免费等

旅途不无聊

¥29/份

包含：50元送机券 + 喜马拉雅VIP月卡



保险

多份保障，让家人更安心

服务说明

赠20万新冠疫情保障



组合险

¥40/份

100万意外+延误

含45万新冠疫情保障



航空意外险

¥30/份

320万意外保障



延误险

¥30/份

延误3小时赔¥300

### 出行必备

服务说明



接送机券 (抵¥60)

购票专享

舒适出行

¥35/份



降价补贴

购票专享



5:30

4G+

91

<

成都 — 青岛

客服

直飞

10-17 周六 21:45 经济舱

▼

成人票 ¥498 + 机建燃油 ¥50

退改¥250起 婴儿不可购买 免费托运20KG >

乘机人 (已选择1成人)

XX

XX

+ 新增

⊖

XX [成人]

>

身份证

1234567891011121314

境内手机 +86

12345678910

👤

✈️ 多份保障, 让家人更安心

航意航延组合险 ⓘ

¥40/份 ☐

含20万新冠疫情保障

保额 100万意外保障, 延误赔¥300

航空意外综合险 ⓘ

¥30/份 ☐

含320万意外保障, 最高45万特定传染病保障

退票无忧 ⓘ

¥39/份 ☐

随心退 退票即补贴手续费

高补贴 最高补70%

航班延误险 ⓘ

¥30/份 ☐

支付后可再砍¥100

¥548

明细 ▲

提交订单

走低价路线, 与携程差异化







首页点击上方搜索栏，直接跳转到搜索界面，输入搜索的机票信息，显示日期与机票：

#### 1) 日期

去哪儿显示日期和今天、明天、后天、周几；而携程则是完全显示日期和周几。

考虑原因：

去哪儿用户更偏重于旅游需求，大概率会购买明后天的机票，显示今、明、后天，减少了用户去查看今天是几号的操作，减少了符合用户行为轨迹上的用户操作成本；携程用户偏重于商务出差，出差用户应收到出差日期是周几的信息而不是今明后天的信息，因此显示日期和周几更符合商务出差用户的需求。

## 2) 价格

去哪儿显示机票顺序，从价格便宜到贵排序，更符合产品定位“总有你要的低价”；携程则按时间顺序显示，不过两产品都顶置机票酒店特价。

## 3) 降价提醒

携程与去哪儿都有，两款产品都重视价格敏感用户，用户群存在重叠。

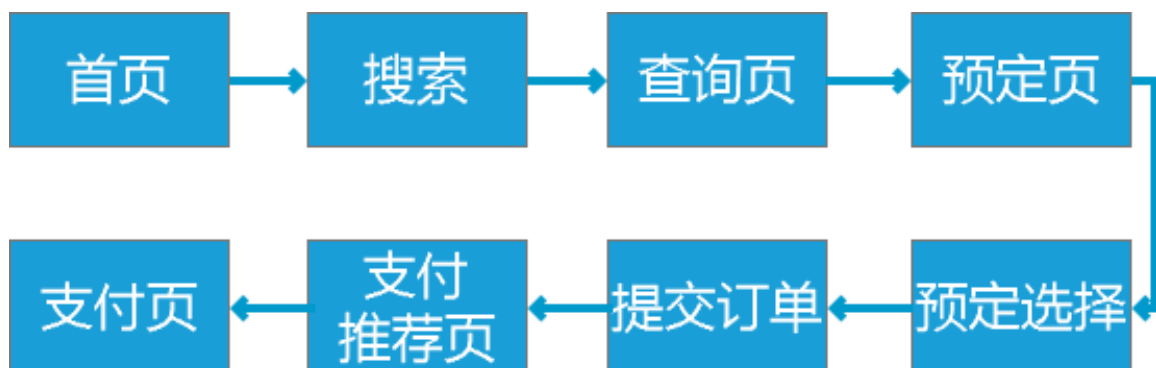
## 4) 价格预测

去哪儿价格预测和去年同期的折线图，更满足用户想要低价的需求；携程则是显示日期的价格走势，更直观地显示给用户，利于用户做出决策。

## 5) 预定页

去哪儿不显示供应商，详情页面也无供应商信息，推测是通过票代等资源的整合，可以获得低价的机票资源；但这种优势随着 OTA 的发展正在逐渐减弱，因此去哪儿通过支付后邀好友砍价活动，继续打造低价的优势。

## 2. 支付流程如下



用户支付流程分为八个步骤：首页-搜索-查询页-预定页-预定选择页-提交订单-支付推荐页-支付页，我推断用户流失率最高的在预定页和提交订单页，原因如下：

1) 用户在预定页可以看到所有机票的价格信息（再注意一下去哪儿的用户群体是价格敏感度高的用户），用户会和其他 APP，如飞猪、携程，对同一航班的价格进行对比，选择最便宜或最合适的机票进行预订。

去哪儿的价格优势在被携程收购后和其他旅游 APP 的强势崛起之后，差异化并不突出，因此在预定页会造成大量用户流失，转入到其他平台。

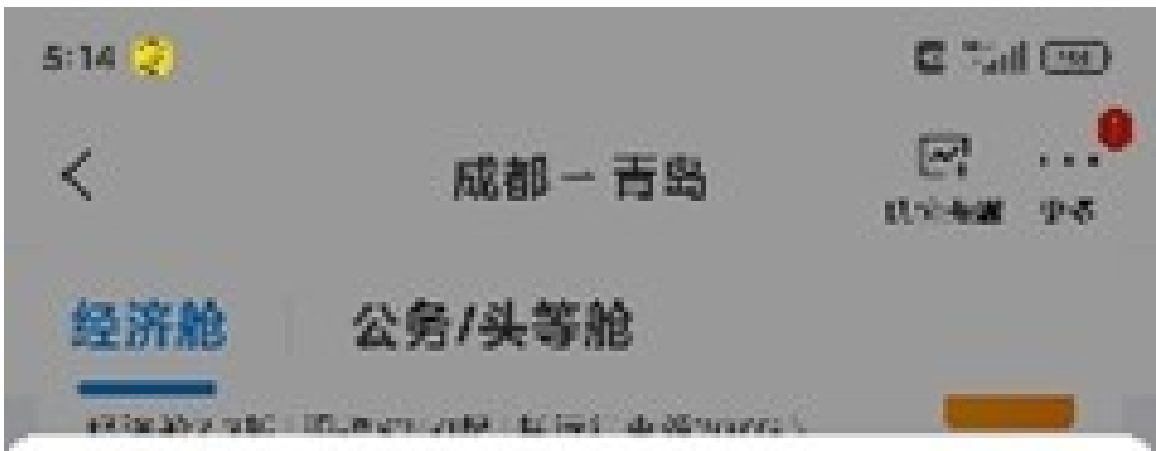
2) 提交订单页是用户流失率的又一高峰，用户在预订机票时要填写身份证信息和是否选择相关服务，处于页面的用户：

**自己在是否购买相关服务时犹豫，不知如何决定；用户在提交订单页会显示机票价格+燃油费价格，用户需要判断是否能够承受总价格；用户帮别人预订信息，一定会切换 APP 复制粘贴他人的信息，这个过程用户操作成本是相对较高的，因此完成操作的用户会减少一部分。**

### 3. 机票购买供应商分析（业务方向）

下图是去哪儿对比携程的机票信息详情页：





× 放心的服务 放心的价格

产品说明

行李规定

退改签说明

2020-10-10 21:45 前	¥122/人
2020-10-14 21:45 前	¥183/人
2020-10-17 17:45 前	¥305/人
2020-10-17 17:45 后	¥427/人

### ③ 签转他航条件 ②

成都-青岛
本航签转。

### ① 供应商

成都-青岛-上海华程西南国际旅行社有限公司  
IATA号:06309722

我们可以清楚的发现携程的供应商写着 XXX 旅行社而去哪儿则不显示供应商信息，说明携程作为中国老牌旅游业的巨头，其合作资源数量依旧很多。

这是携程用很长时间投入大量资金和人力沉淀出的竞争壁垒和行业门槛，在收购艺龙和去哪儿之后，其在国内几乎处于垄断，直到阿里巴巴的飞猪出现，从携程系的 OTA 中抢夺了一部分市场（也许会写写携程&去哪儿&飞猪的竞品分析报告）。

那么，前文已说，去哪儿不显示供应商信息，推测是去哪儿通过票代等资源的整合，获得的低价的机票资源。

从用户角度去说，很难发现两者的不同，用户会更加关注价格哪一家更低，而至于说是否是官方直营还是去哪儿旗舰店销售，用户不会关心；去哪儿产品通过支付后砍价依旧打造着低价的优势，即使用户并不打算支付之后邀请好友砍价。

但在看到支付后可砍价至 398 元（最高可砍 100 元，原价 498 元，携程价 500 元），会产生去哪儿旅行是全网最便宜的平台这一概念，无形之中不砍价用户就会认为去哪儿是全网最便宜的订票 APP。

而实际不砍价只比携程便宜了 2 元，这才是抓住用户想要低价机票的需求的顶级操作。

#### 四、问题的本质

分析了那么多，还是要回归至问题的本质。

去哪儿 APP 站在平台方和用户方的问题是如何使用户购买到低价机票和平台机票成本的平衡，去哪儿的解决方案是使用了一招障眼法，通过支付后砍价活动使用户认为自己购买到了最便宜的机票。

而平台提供的机票成本极低，甚至接近于无，即实现了用户满足了需求，又实现了平台成本控制和盈利。

最后再讲一讲去哪儿吧，去哪儿在被携程收购之后，其极具优势全球在线搜索机票的技术优势正在不断的减弱，后起之輩飞猪凭借阿里巴巴的资源正在急速发展。

携程系的优势在于高中低市场都具有较大的份额，携程负责中高端和商务人士的市场，去哪儿负责在低价市场持续扩大低价优势，且在酒店方面携程与去哪儿基本形成了垄断。



飞猪的突破点就在于如何获得青少年用户（年龄在 16-22 岁之间的用户），未来这一部分群体的消费能力会直线上升，且这一部分群体的选择会直接影响更年轻的用户（即年龄在 10-16 岁的用户）。

如何在青少年用户群体中树立品牌的力量是飞猪的最大突破点，而这一部分重要的用户群体被去哪儿旅行先入为主。

数据显示去哪儿旅行是 95 后用户最常用的和知名度最高软件，而去哪儿的发展势头很猛，又隐隐有要再次上市的趋势，使得未来 OTA 的竞争会更加的激烈和更加的精彩。

题图来自 Pexels，基于 CC0 协议