

# 数据驱动的旅行新时代

郭文亮  
航旅&媒体事业部总经理



## *Part 01*

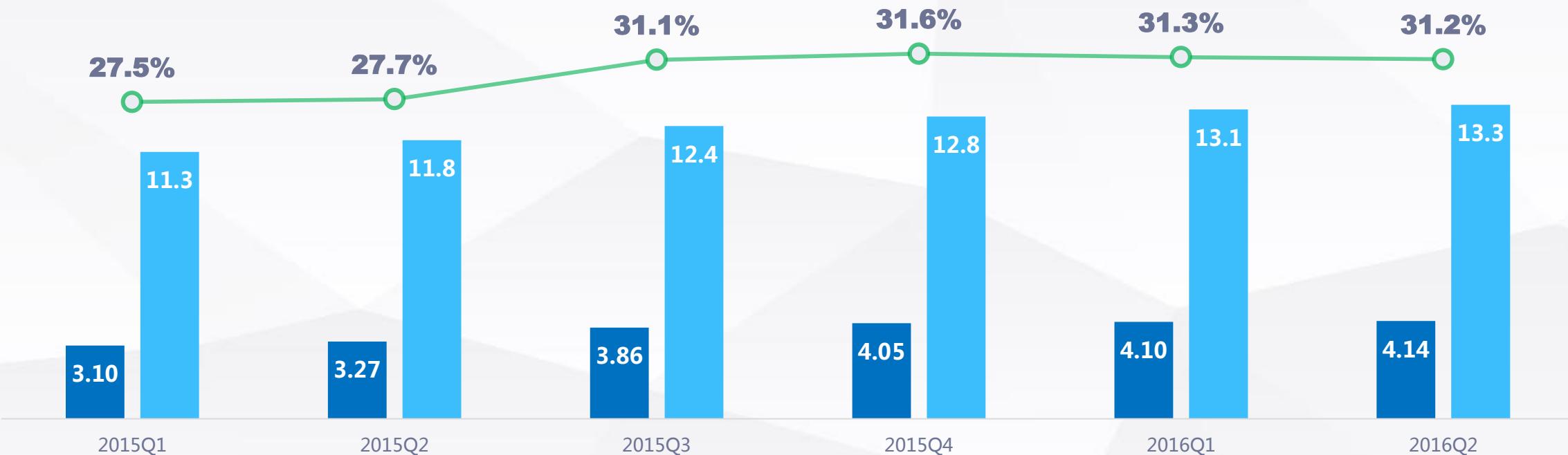
# 移动旅游应用行业概况

# 行业终端规模

截止2016年Q2，旅游应用用户规模达4.14亿，较2015年Q2的3.27亿增长27%，同时，旅游应用在移动互联网用户中的渗透率为31.2%，接近移动互联网用户整体的1/3，移动旅游逐步受到更多用户接触和认可，行业前景看好

## 2015Q1-2016Q2 旅游应用&移动互联网用户规模

■ 旅游应用用户规模（亿台） ■ 移动互联网用户规模（亿台） ■ 旅游应用渗透率

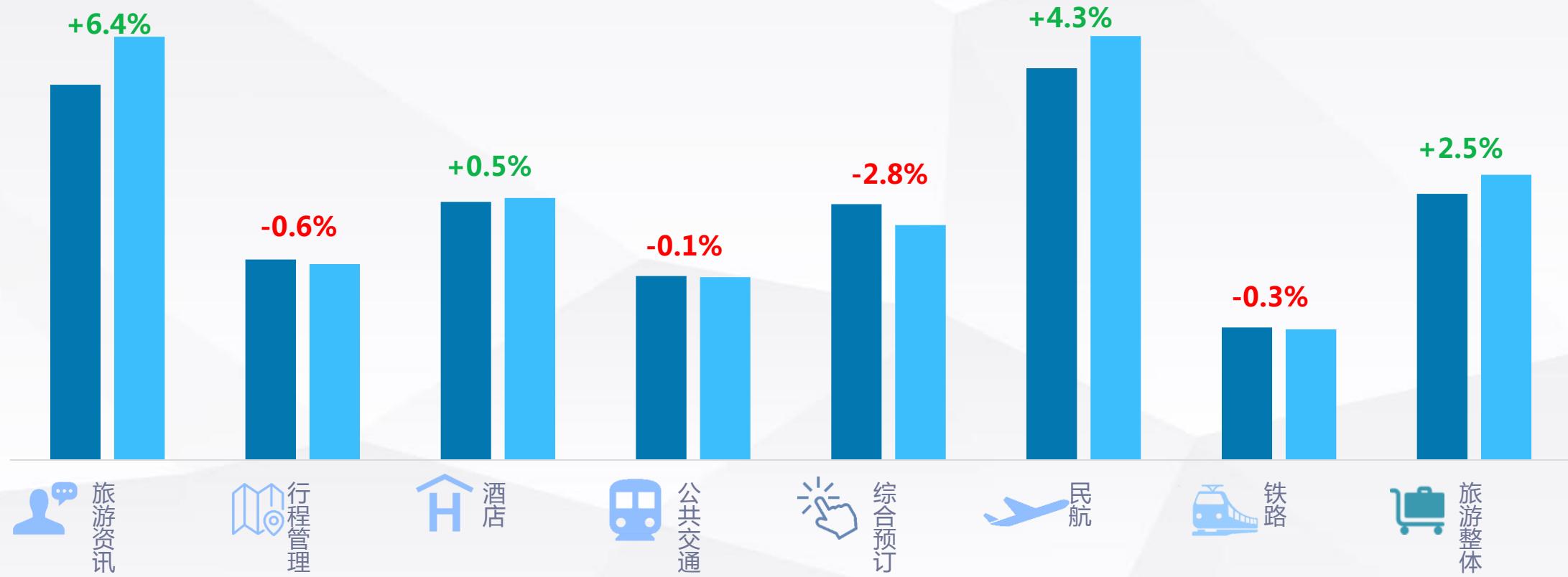


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年Q1-2016年Q2，移动互联网用户规模  
指移动端累计活跃设备总数

# 分类应用活跃度

在不同类型旅游应用的活跃度方面，旅游资讯、民航类高于旅游应用整体，其中民航类应用的活跃度最高，达到56.7%，受航空公司发力直销及暑期旺季影响明显

2016年6月到7月 各类旅游应用活跃度变化

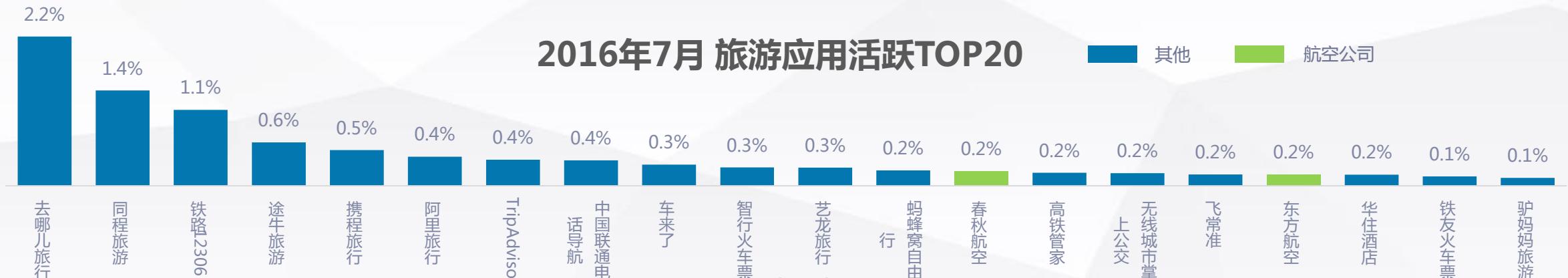


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年7月 Android平台

应用活跃度：应用活跃度=某应用当月的活跃量/某应用当月的覆盖量\*100%

# 行业应用覆盖和活跃TOP20

覆盖方面，旅游应用覆盖TOP20中主要以综合预订和铁路类应用为主，两类应用分别有7款和4款应用上榜，成为大部分用户旅游及出行的首要选择，其中去哪儿旅行和铁路12306的覆盖率分别达到5.75%和5.27%；活跃方面，综合预定和铁路等类应用较为活跃，去哪儿旅行和同程旅游位居前两位，值得注意的是，春秋航空、东方航空的应用覆盖率未上榜而活跃率进入了TOP 20，说明暑运高峰期对航空公司APP活跃率的刺激作用



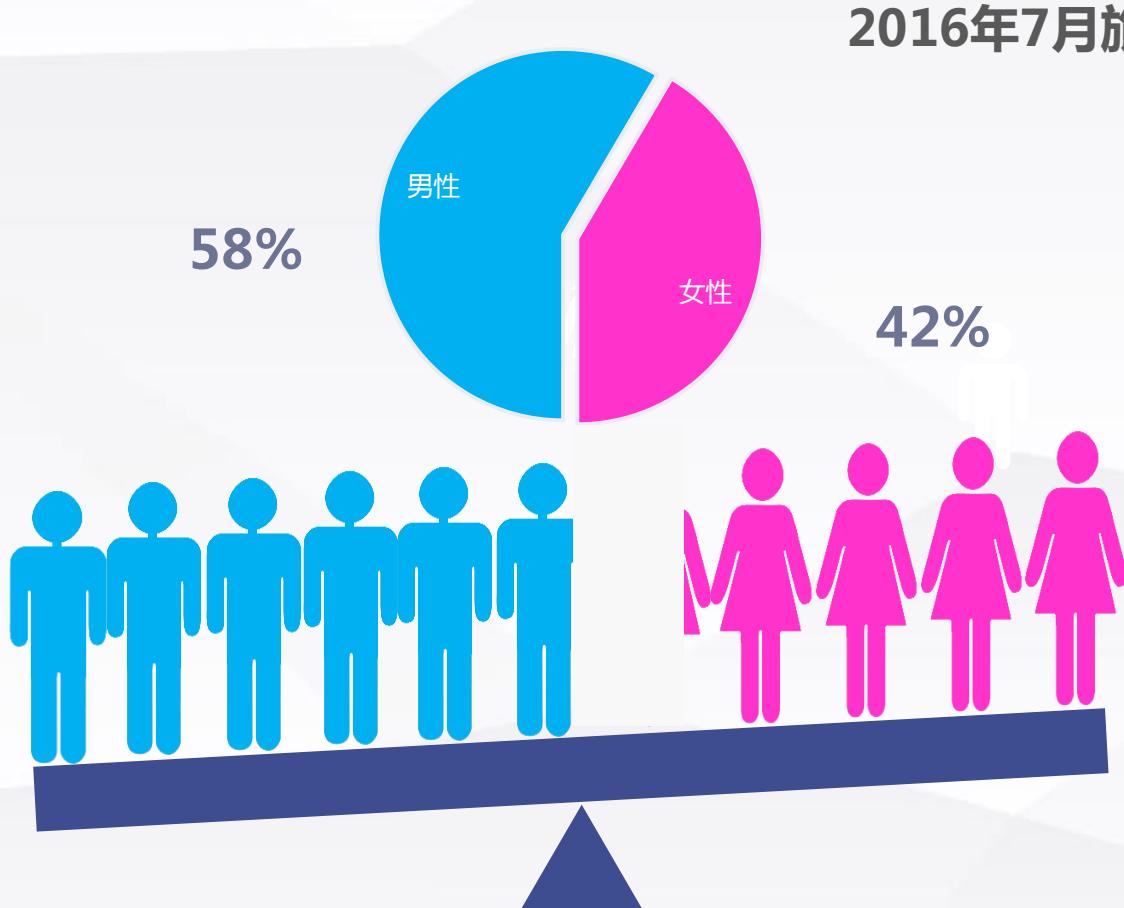


## *Part 02*

# 移动旅游应用人群画像

# 人群画像：性别比例

在安装使用旅游应用的用户中，男性占比58%，高于女性的42%；旅游资讯和酒店类应用中的女性用户占比最少，这说明男性用户更加关注旅游资讯及品牌酒店预订

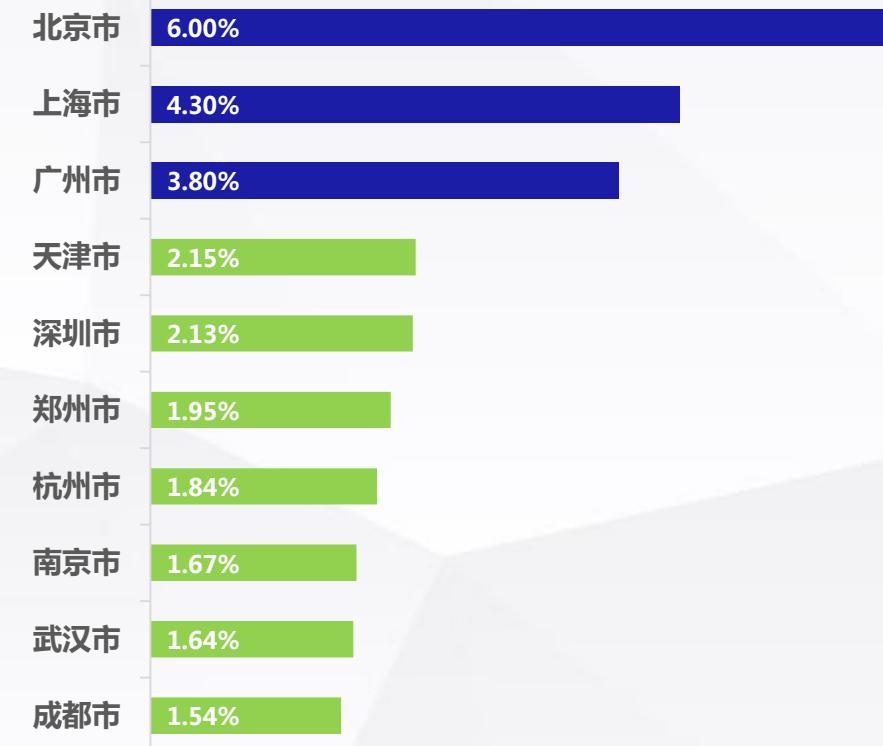
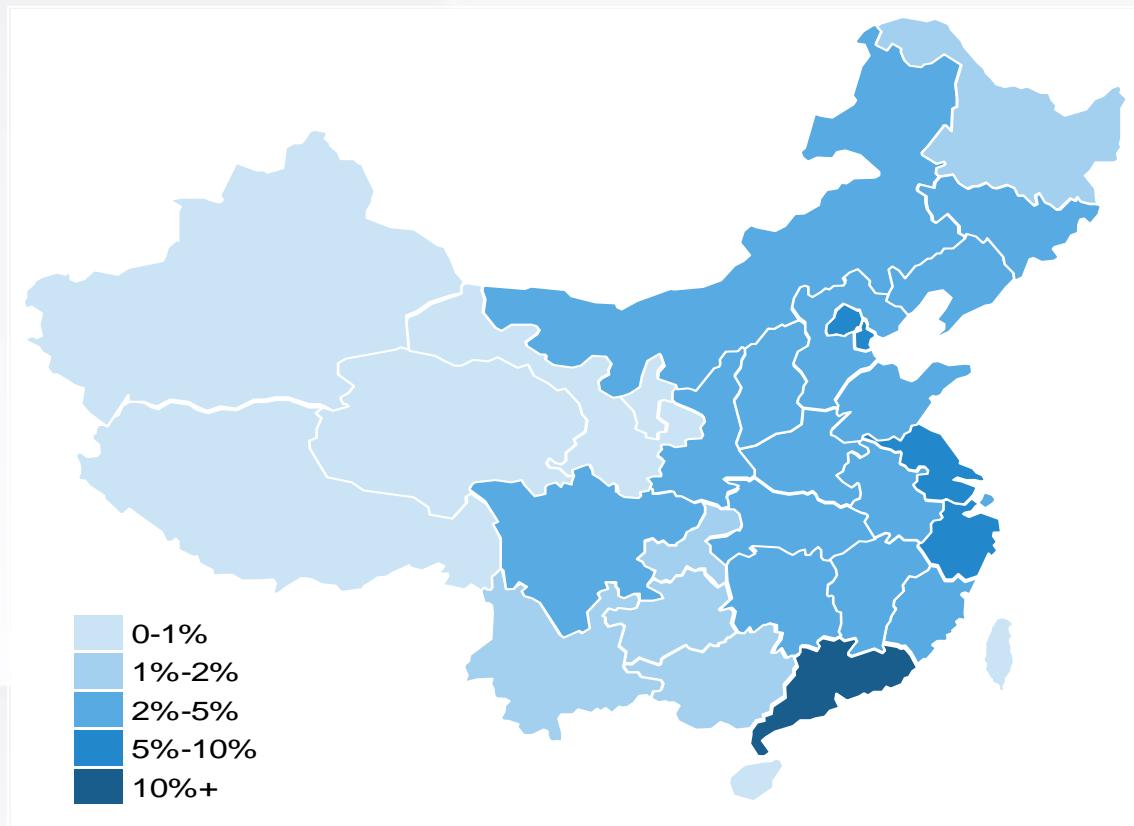


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年7月 Android平台

# 人群画像：城市分布

从用户地域分布看，北京、上海、广州分居旅游应用活跃城市前三位，江苏、浙江等经济发达省份移动旅游应用用户相对更加集中，整体上移动旅游应用用户向经济发达省份、大型城市集中化特征明显

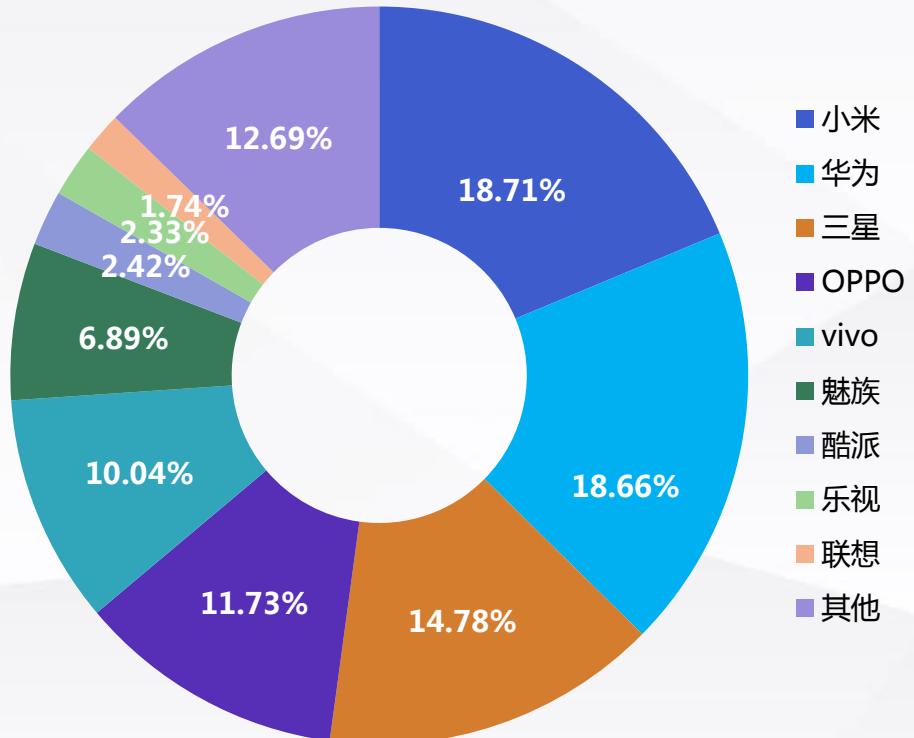
2016年7月移动旅游应用用户地域分布



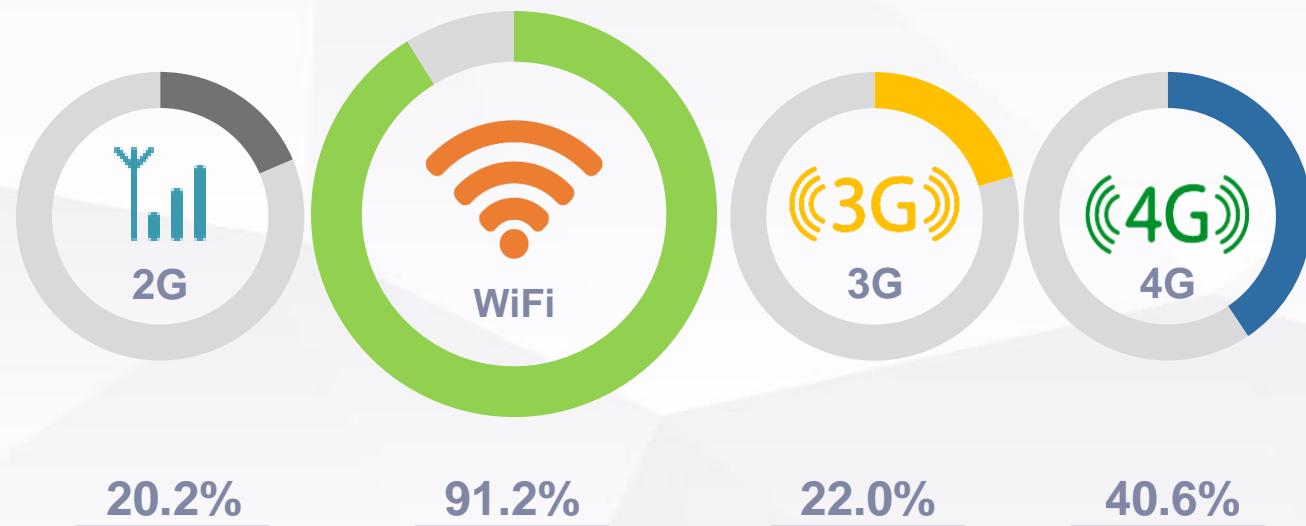
# 人群画像：品牌和联网分布

移动旅游应用用户所使用设备的品牌主要为小米、华为、三星、OPPO和vivo，五个品牌的合计占比超过70%；WiFi是移动旅游应用用户最常使用的联网方式，有91.2%的设备会在WiFi环境下使用移动旅游应用；随着4G智能终端普及和基站环境改善，旅游应用用户通过4G联网的比例超过3G，成为了移动旅游应用第二重要的联网方式

2016年7月旅游应用设备品牌分布



2016年7月移动旅游应用设备联网方式





*Part 03*

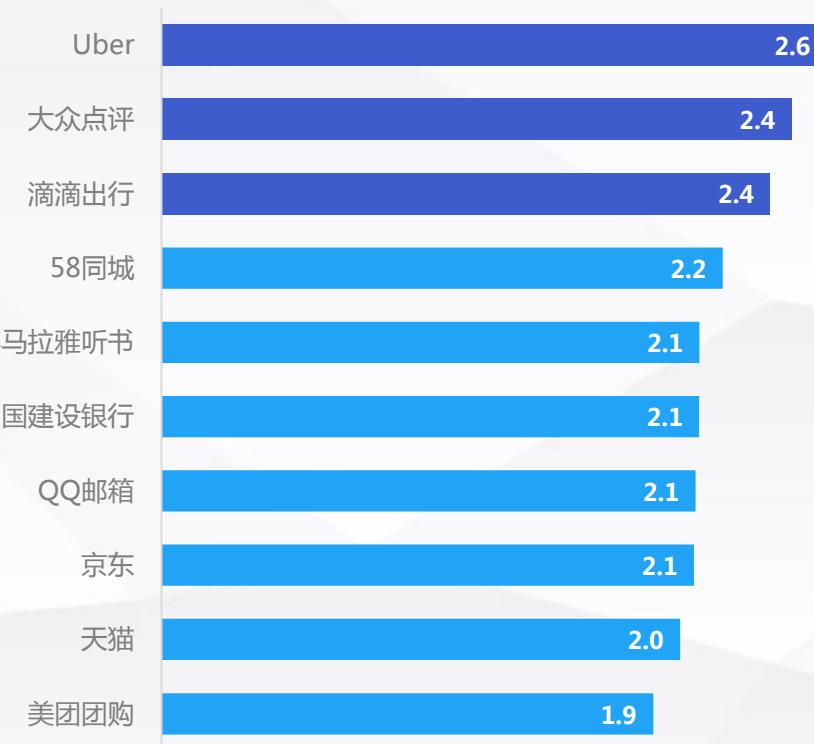
## 移动旅游应用关联APP



# 移动旅游应用关联APP排名

移动旅游应用用户相对偏好医疗、母婴、汽车服务以及出行类应用，而Uber、大众点评以及滴滴出行是最受移动旅游用户关注的APP

2016年7月移动旅游应用关联APP TOP10



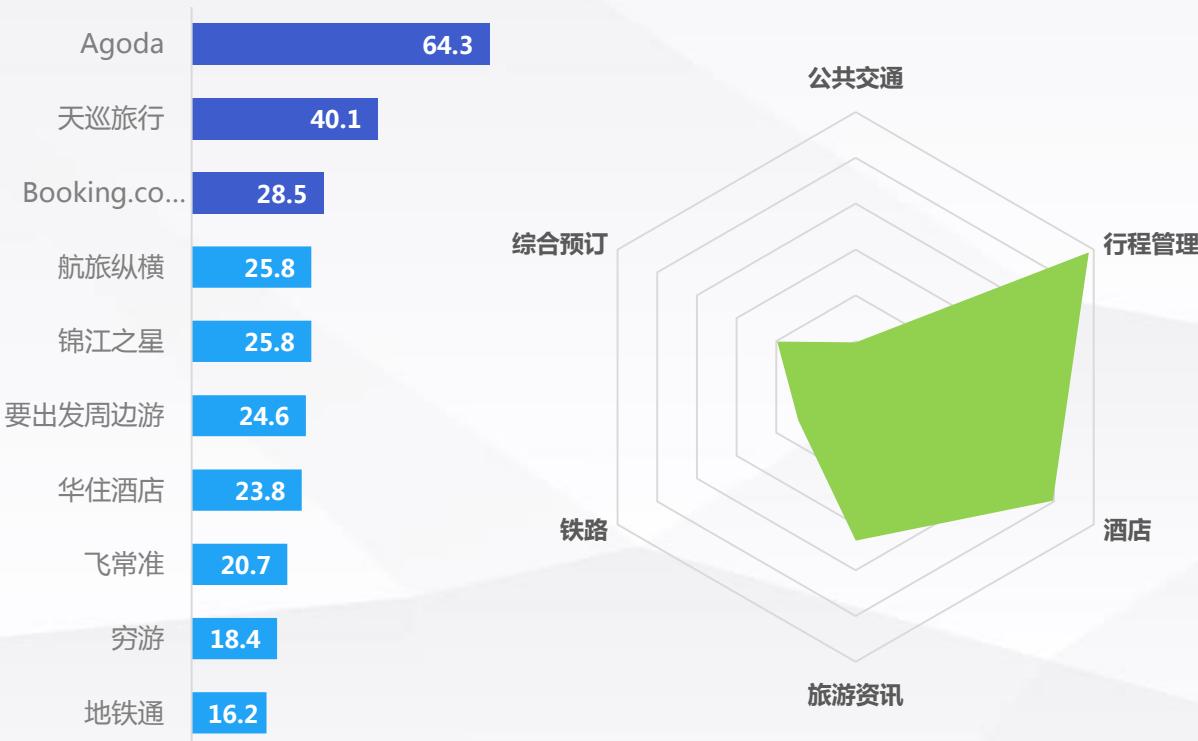
2016年7月移动旅游应用类别关联TGI



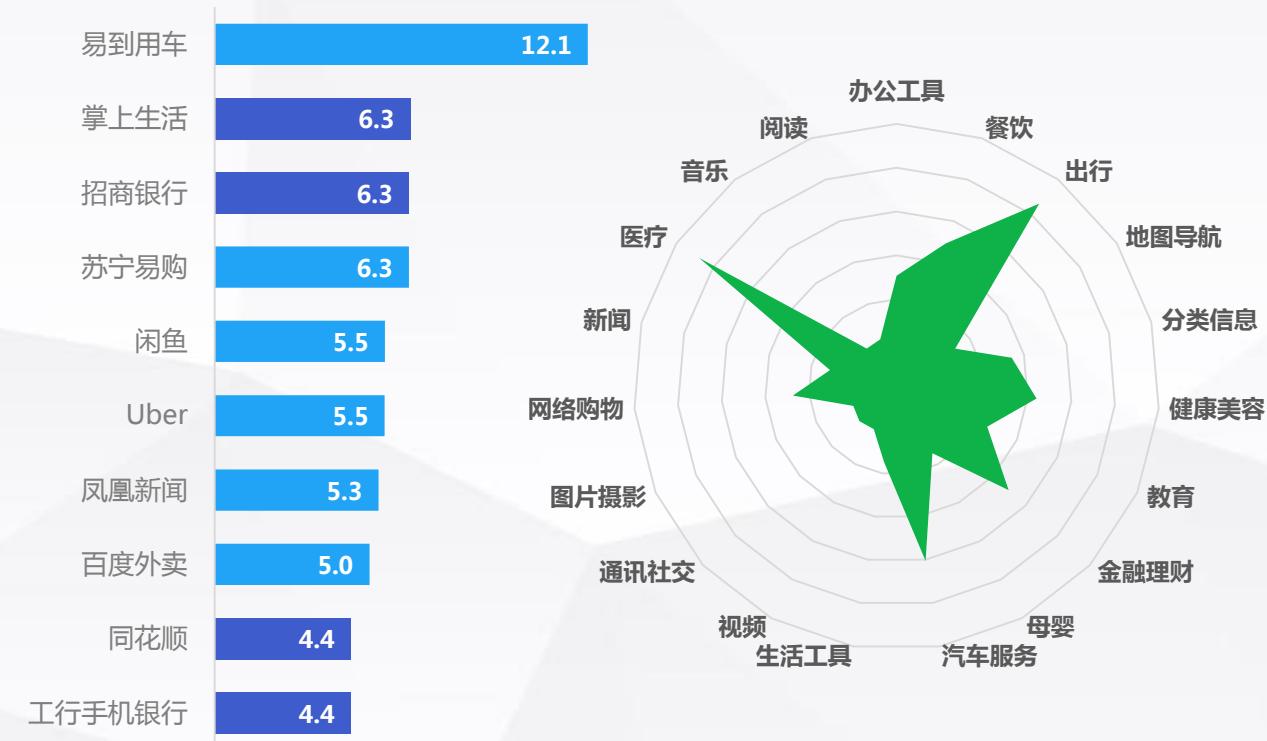
# 民航应用关联APP排名

同业App方面，民航应用用户主要关注行程管理、酒店、旅游资讯等类别应用，同业关联TOP榜单中Agoda、天巡旅行、Booking.com分居前三位，说明民航应用用户相比于其他人群更加偏爱出境游；异业App方面，民航应用用户相对偏好医疗、出行、金融理财以及汽车服务等类别APP，在最受民航应用用户偏爱的10大APP中，金融理财类独占4款，招行两款应用上榜，堪称最受民航应用用户欢迎的银行

2016年7月民航应用同业关联APP TOP10和关联TGI



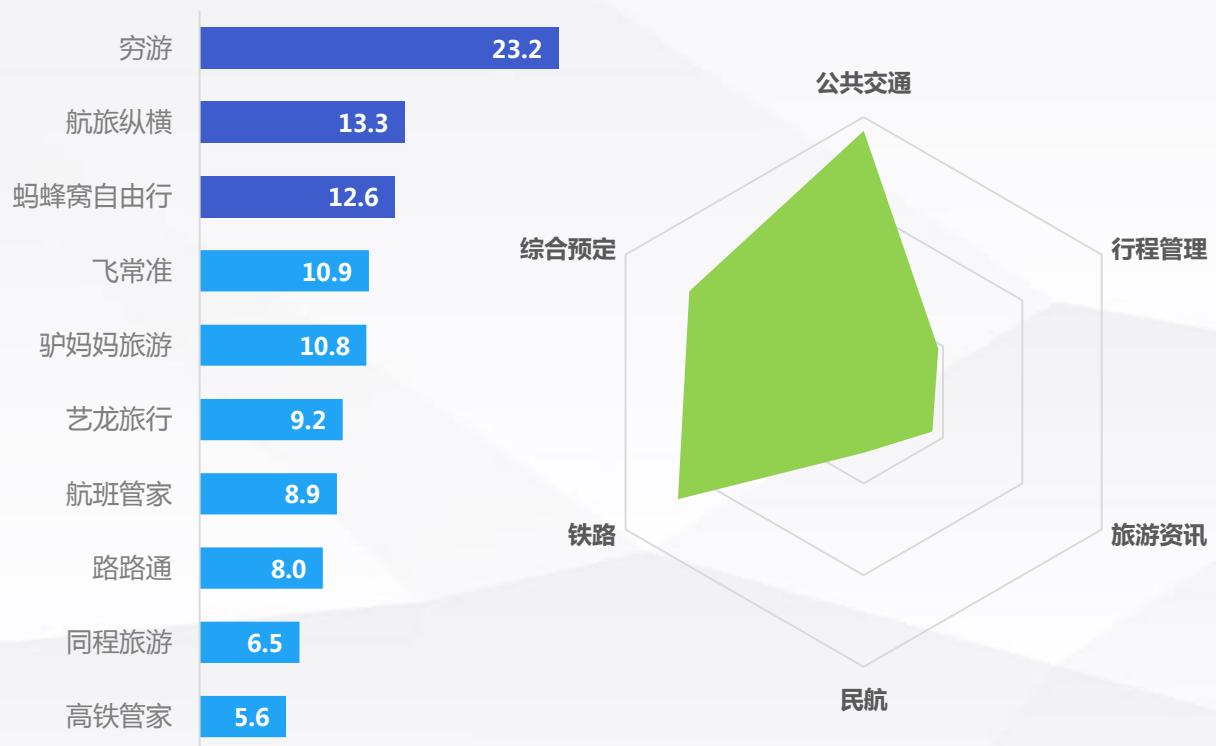
2016年7月民航应用异业关联APP TOP10和关联TGI



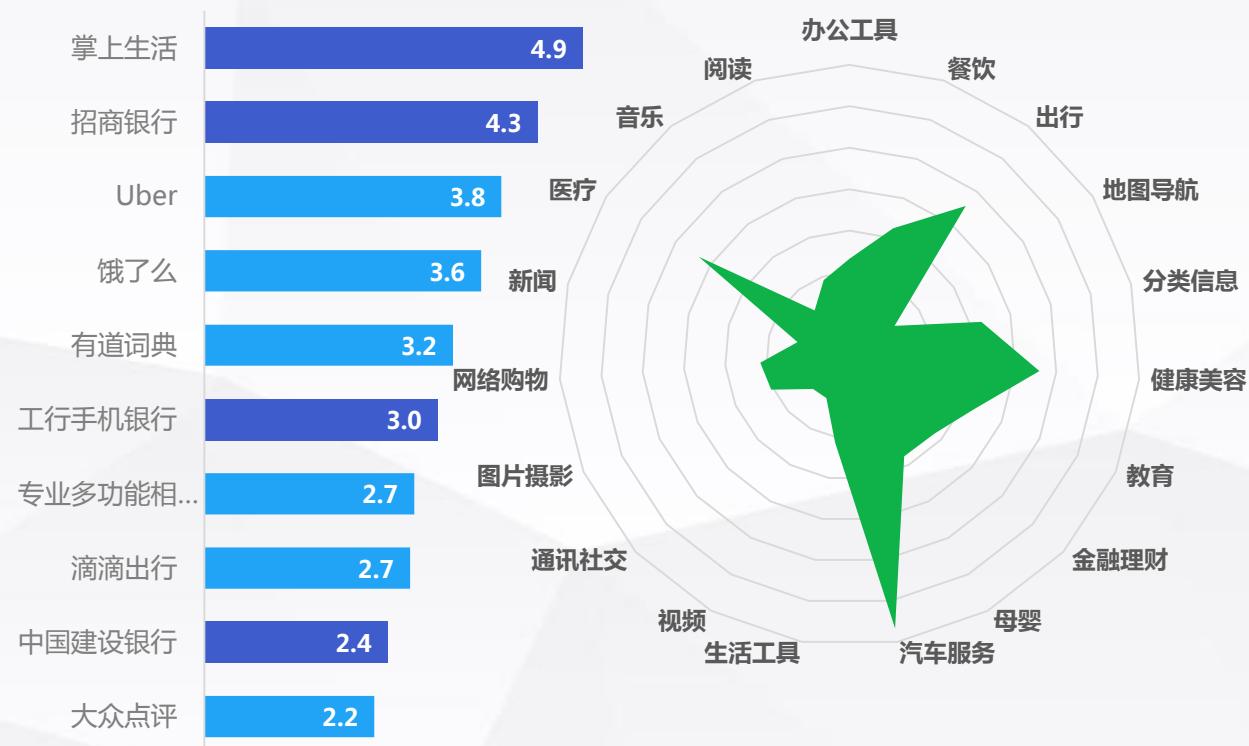
# 酒店应用关联APP排名

同业App方面，酒店应用用户主要关注公共交通、综合预定、铁路等类别应用，同业关联TOP榜单中穷游、航旅纵横、蚂蜂窝位居前三位，说明酒店应用用户在出行前喜欢做更多的攻略准备工作；异业App方面，酒店应用用户相对偏好汽车服务、健康美容、出行及医疗等类别APP，在关联APP榜单中，银行系应用表现依旧抢眼，有4款应用上榜

2016年7月酒店应用同业关联APP TOP10和关联TGI



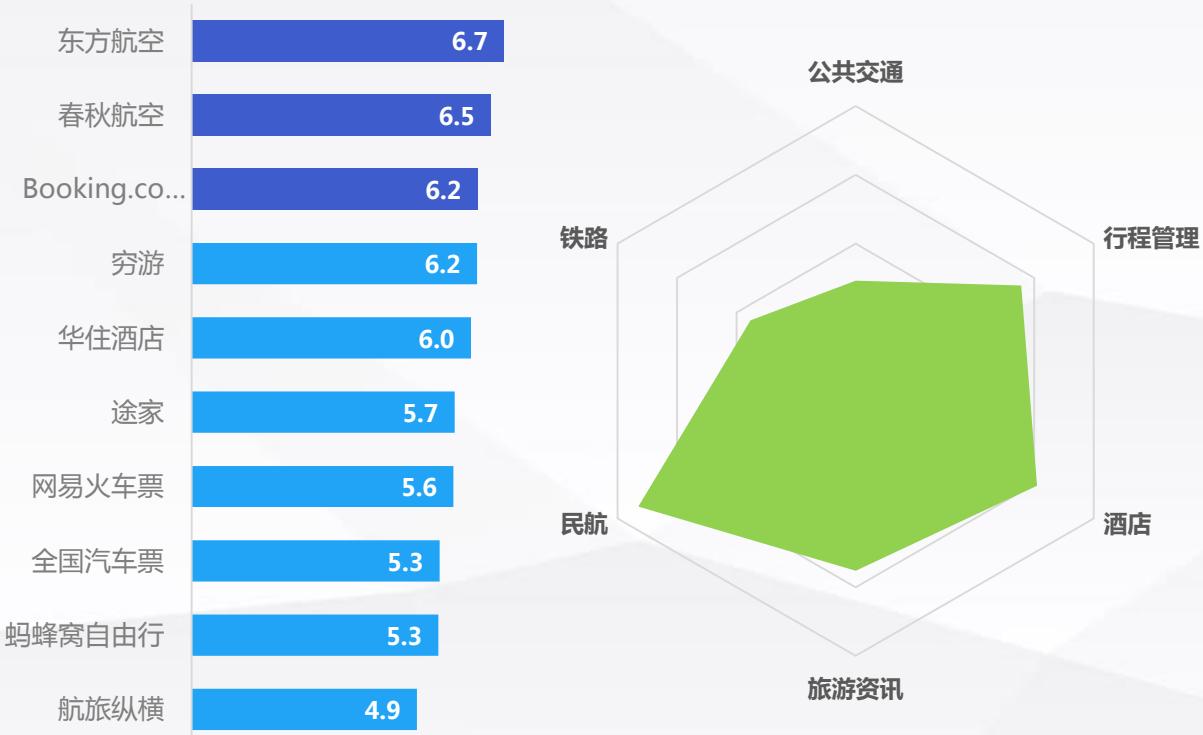
2016年7月酒店应用异业关联APP TOP10和关联TGI



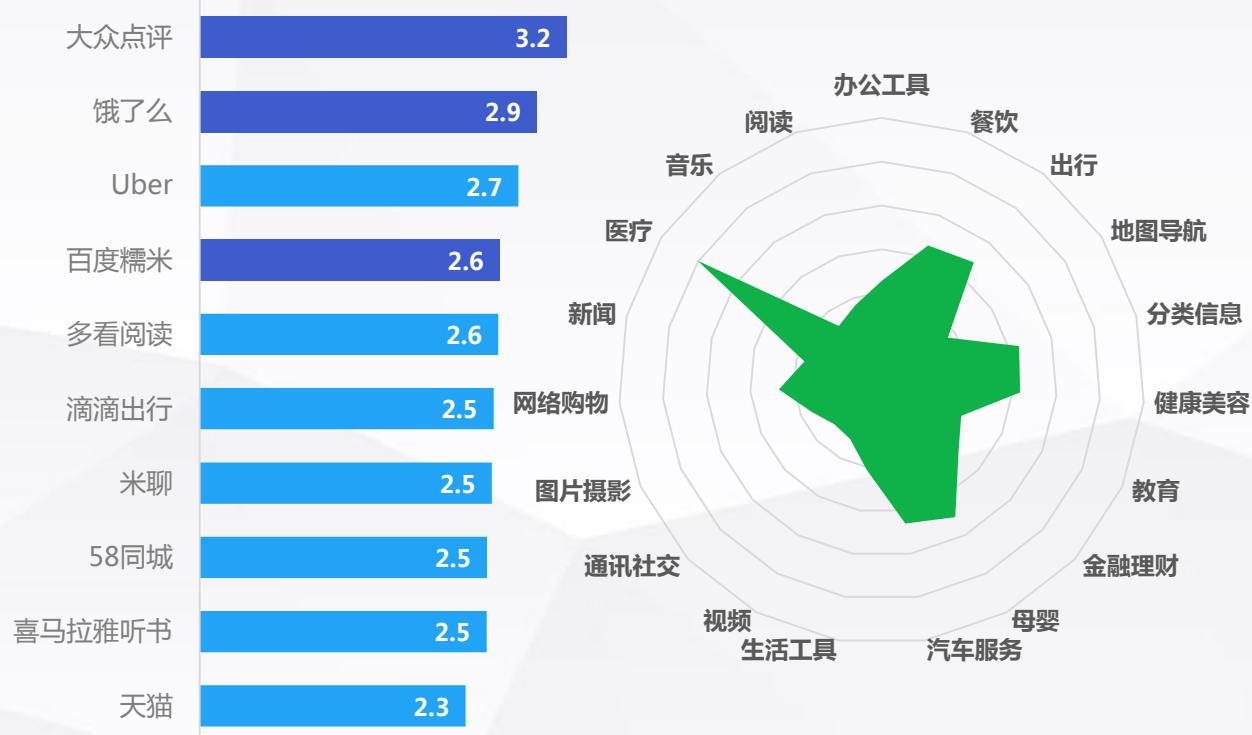
# 综合预定应用同关联APP排名

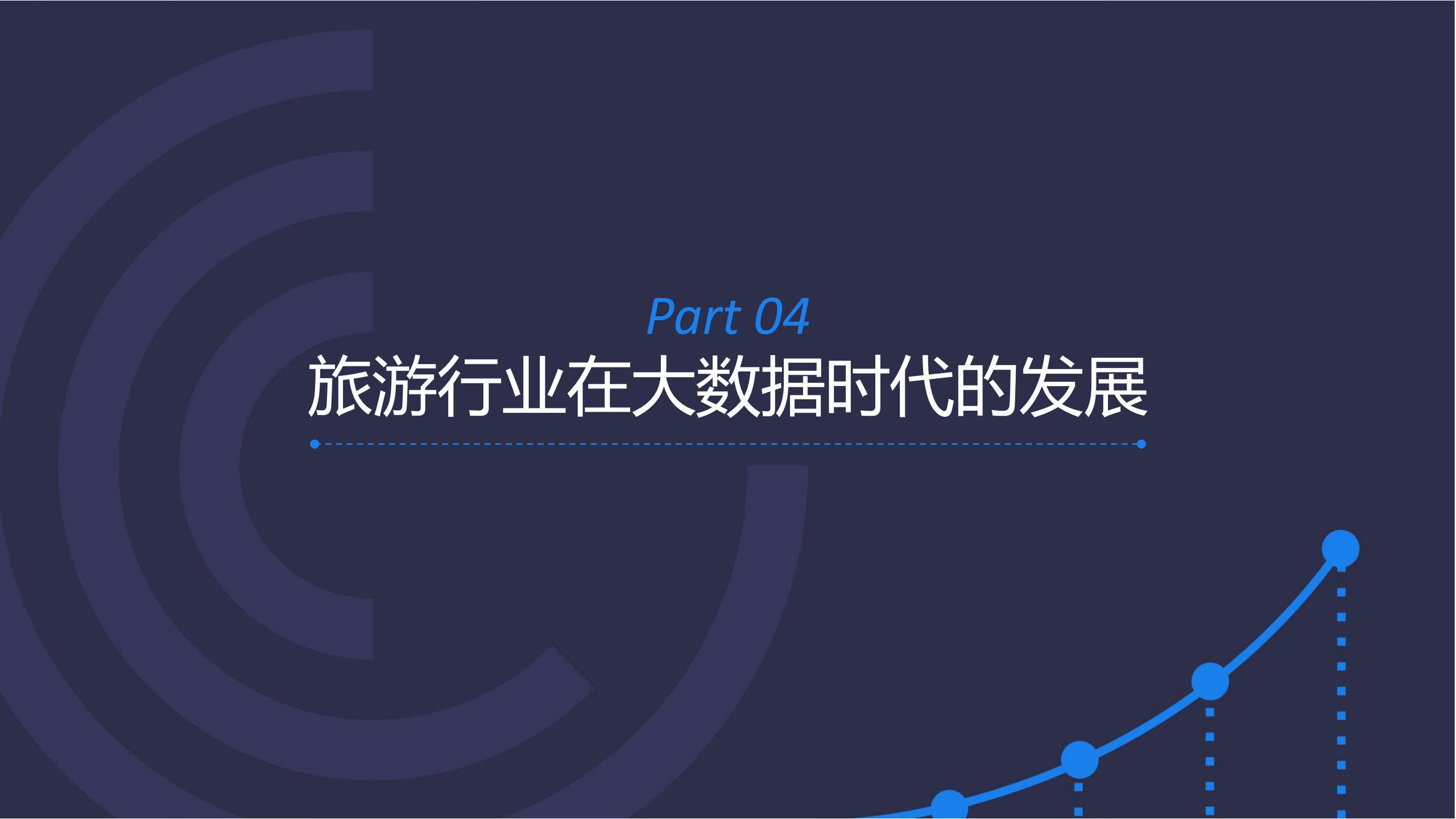
同业App方面，综合预定应用用户主要关注民航、酒店、旅游资讯、行程管理等类别应用，可见目前综合预定仍然是围绕机票+酒店+旅游信息的预定服务；异业App方面，综合预定应用用户相对偏好医疗、出行、母婴以及汽车服务等类别APP，在最受综合预定应用用户偏爱的10大APP中，有三款餐饮外卖类应用进入前五，可见综合预定应用用户对于外卖服务的热情

2016年7月综合预定应用同业关联APP TOP10和关联TGI



2016年7月综合预定应用异业关联APP TOP10和关联TGI





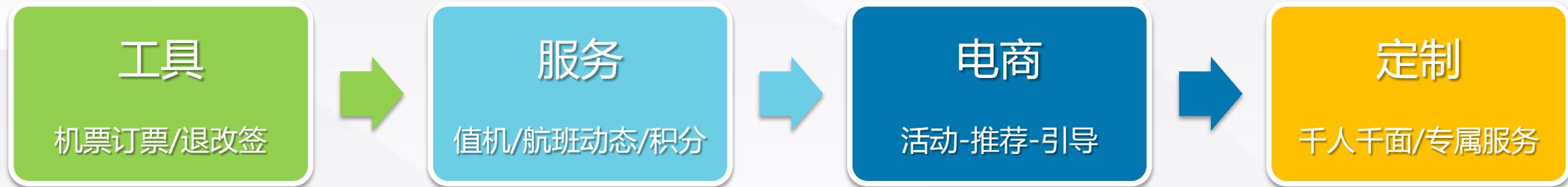
*Part 04*

## 旅游行业在大数据时代的发展

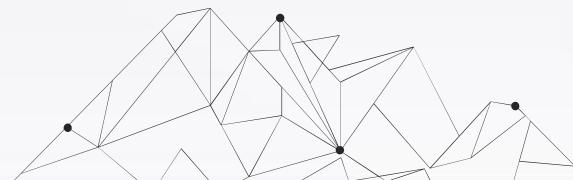




# 航空公司移动端的发展方向



类型	人群受众	运营目标	产品目标	所需数据
服务类	有明确预期	提升体验	满足用户预期	用户的内外部线上行为
电商类	有&没有明确预期	提升体验&引导转化	附加增值服务	用户的近期意向、内外部特征和偏好





# 航空公司电商与常客会员体系



无论移动端是服务类和还是电商类都**需要内外部数据结合的旅客画像**，但航空公司电商目前存在以下数据挑战：

- **无法有效接触和使用常客数据；**
- 以姓名、身份证号等常用ID用于外部数据交换存在**隐私风险**；





# 酒店从流量经营到客户经营



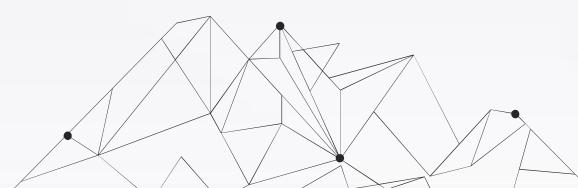
通过客户服务全流程系统化、数据化，实现：

- 降低获客和渠道成本
- 降低产品开发成本



通过客户沉淀数据化、服务个性化，实现：

- 提升RevPAR
- 提升复住率
- 提升IDS



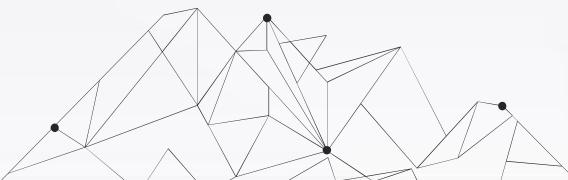


# 酒店的抱“团”取“暖”



**跨界成为常态**，除了常规的机加酒，酒加车、酒加游，基于数据的跨行业抱“团”已有大量的实际应用案例

**流量变现的时代到了**，在不侵犯客户隐私的前提下，酒店数以千万的用户数据可以通过跨行业合作变现





# 酒店移动端的平台化发展



1. 整合用户入口渠道，引流获客，增强用户体验，提升IDS



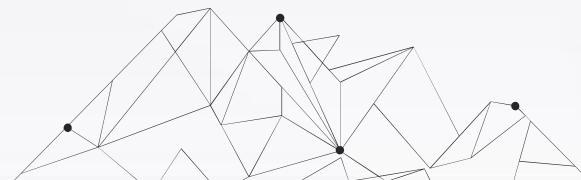
2. 跨界整合，提供全流程服务，提升RevPAR



移动



数据





# 改变旅游企业线上与线下数据割裂的现状

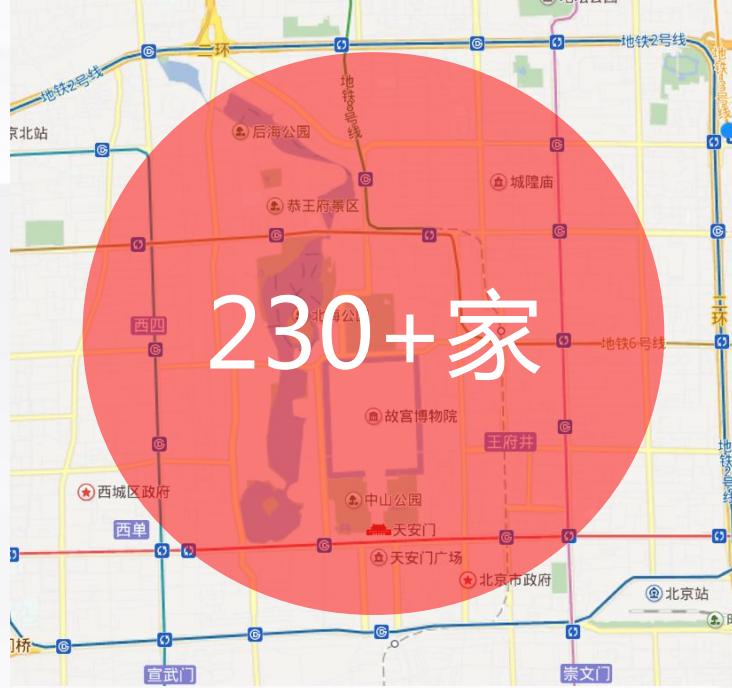


核心是到访客户的感知和数据采集，以及与客户线上、旅游企业内部数据的融合





# 旅行社线下门店的发展

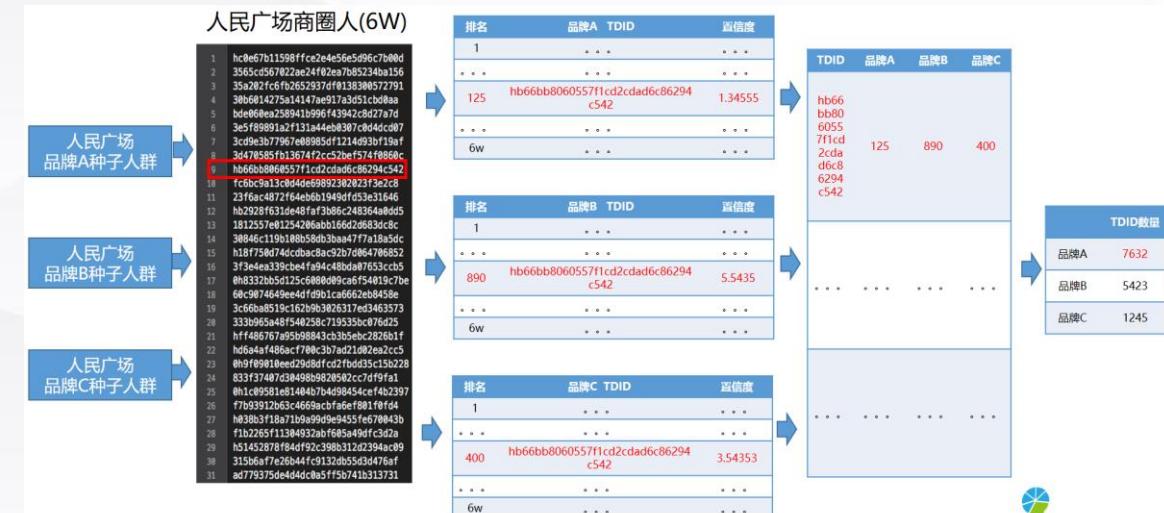


借助大数据可以解决以下问题：

- 哪些区域目标客群聚集，可以新开门店？
- 门店的经营状况如何？
- 哪些门店需要进行调整？

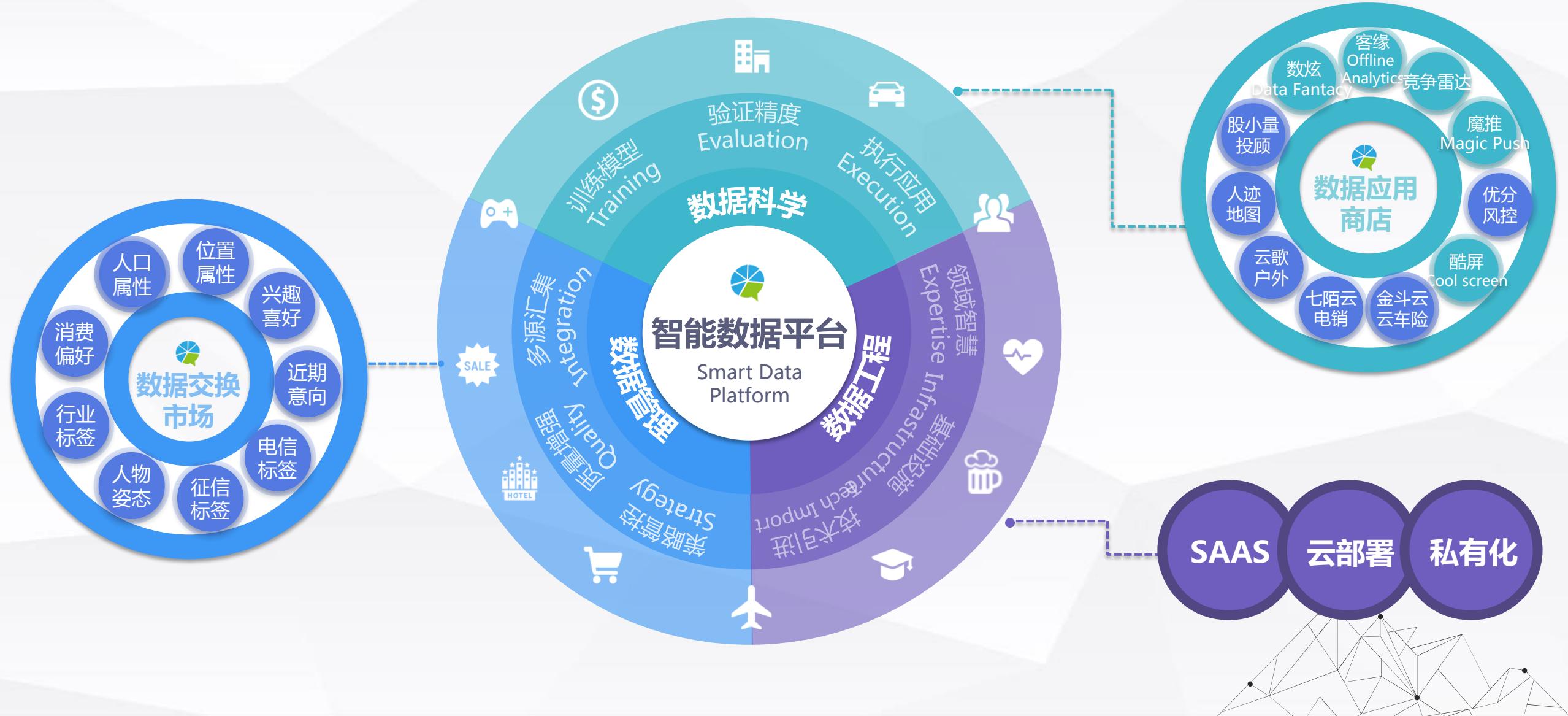
随着游客的旅游产品购买习惯由“展厅现象”逐步转为“反展厅现象”，门店的作用无法替代，但现有的门店大多存在以下问题：

- 位置、产品同质化严重
- 门店绩效很难量化考核





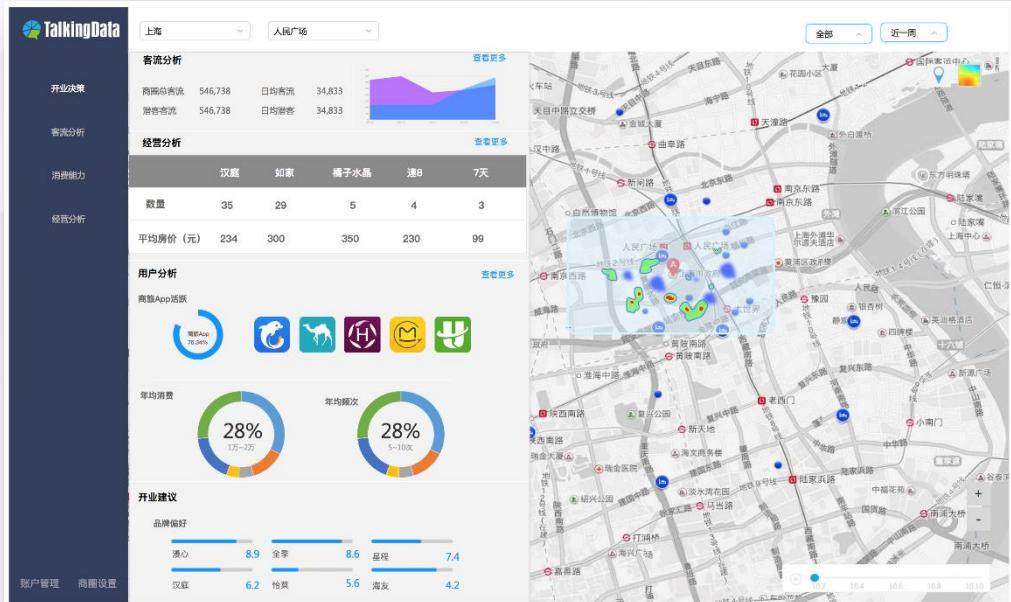
# SamrtDP 智能数据平台生态全景



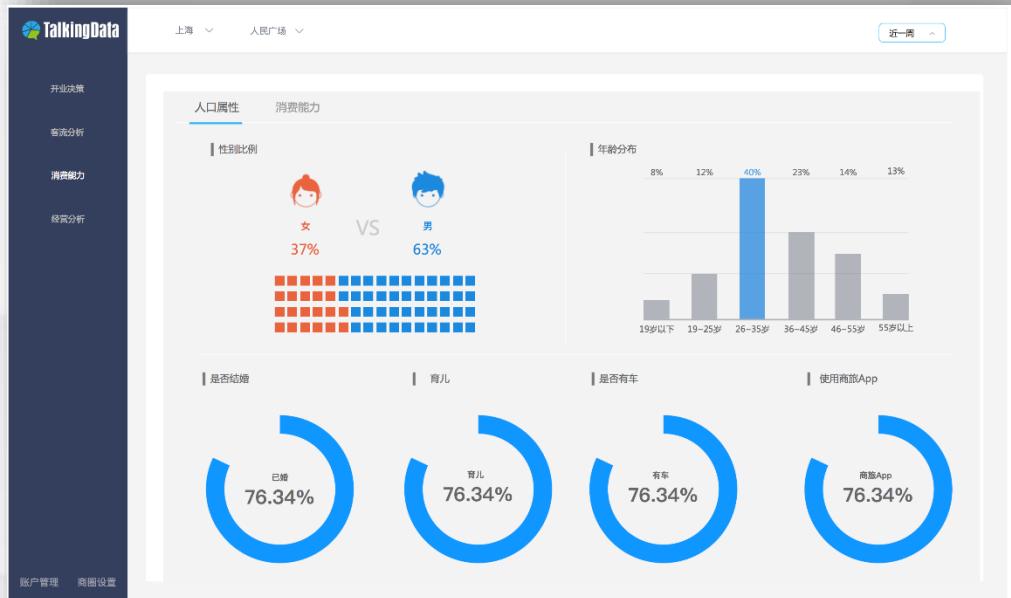


# 数据应用举例 – 门店选址

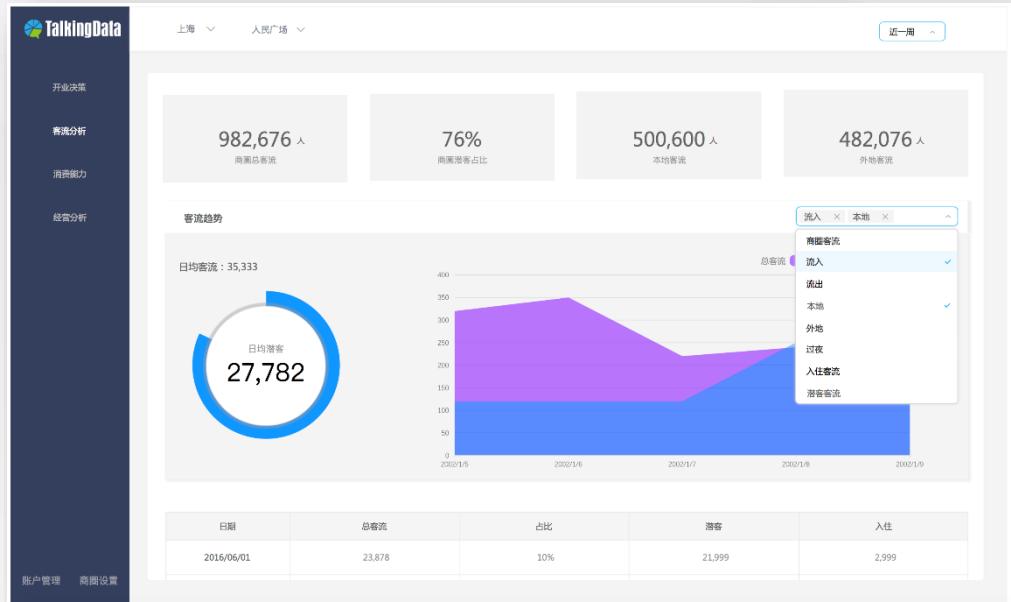
开业决策



潜客画像



客流分析



经营分析





# 使数据可以在行业内发挥更大的作用

将于2016年10月发布，敬请期待



移动 · 数据 · 价值

航空公司移动应用运营数据分析指标白皮书

Airline Apps Data Analysis White Paper





# THANKS