

2016年 春节出境游分析

TalkingData数据研究中心 2016年2月



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

目录

CONTENTS

Part 01

春节出境游用户旅游目的地

Part 02

春节出境游用户消费特征分析

Part 03

春节出境游用户应用使用分析

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

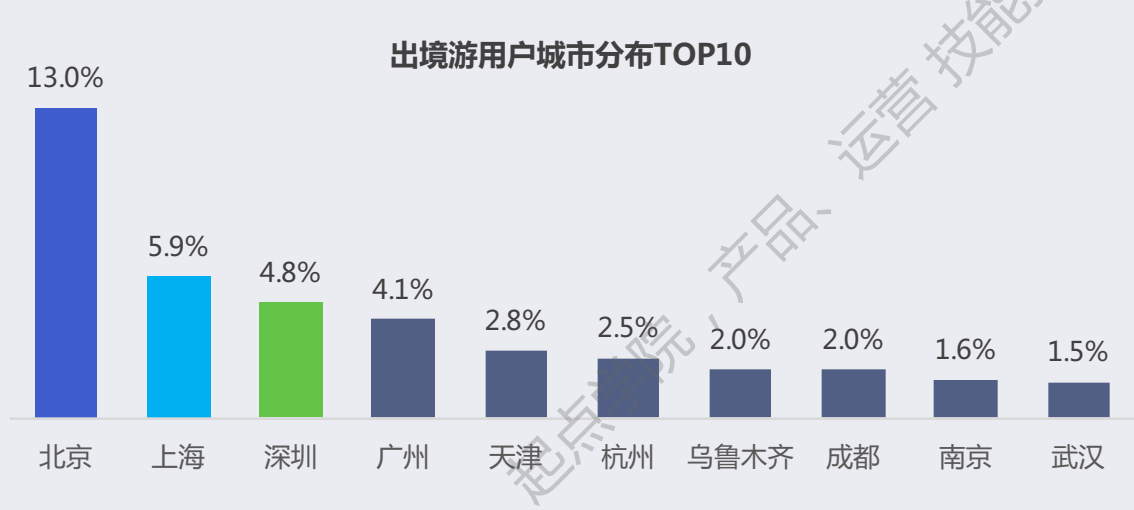
Part 01

春节出境游用户旅游目的地

起点学院  www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

春节出境游用户城市分布以一线城市为主，TOP10城市占据四成

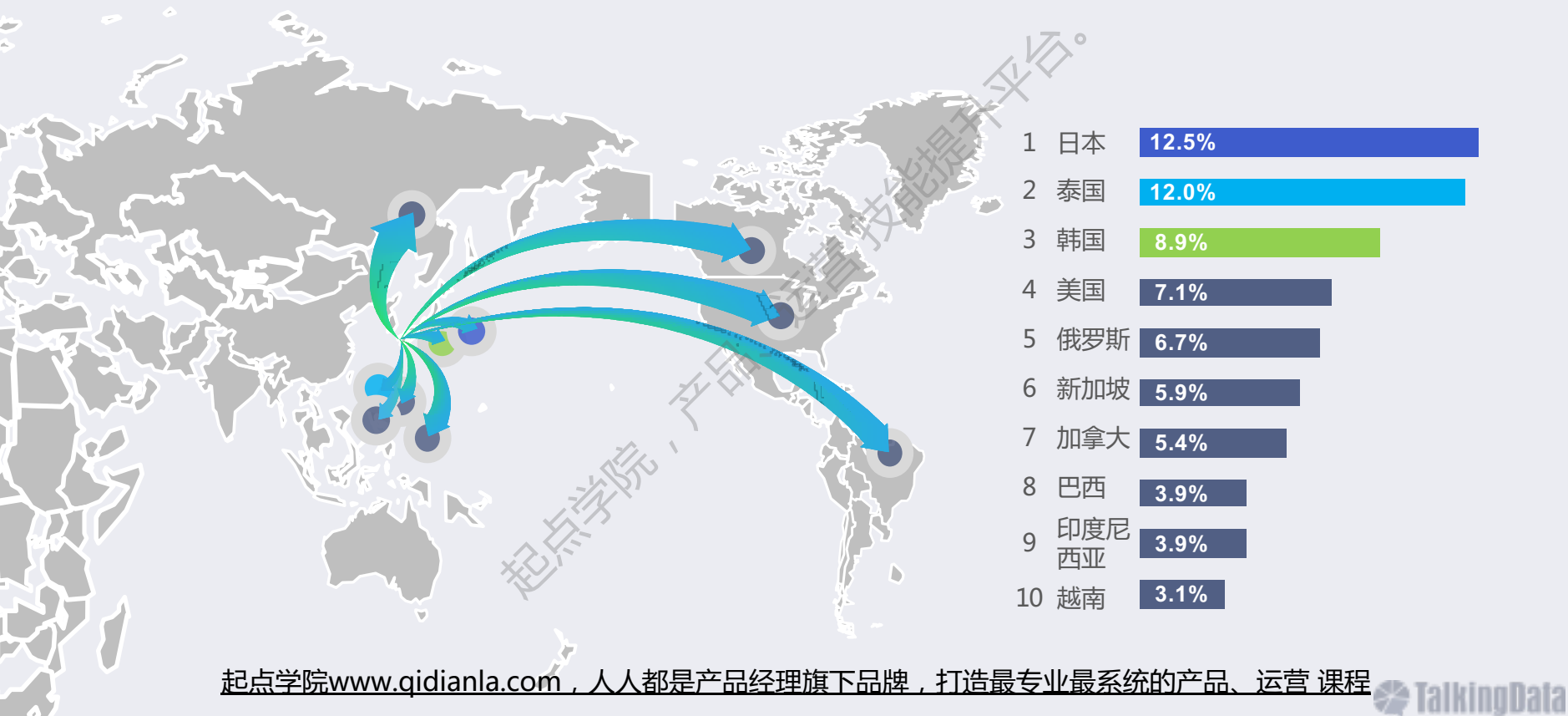
2016年春节整体出境游用户城市分布



Top10城市占比 **40.2%**

2016年春节期间，出境游用户整体中，TOP10城市用户占整体出境游用户的40.2%，北京出境游用户最多，达到13%

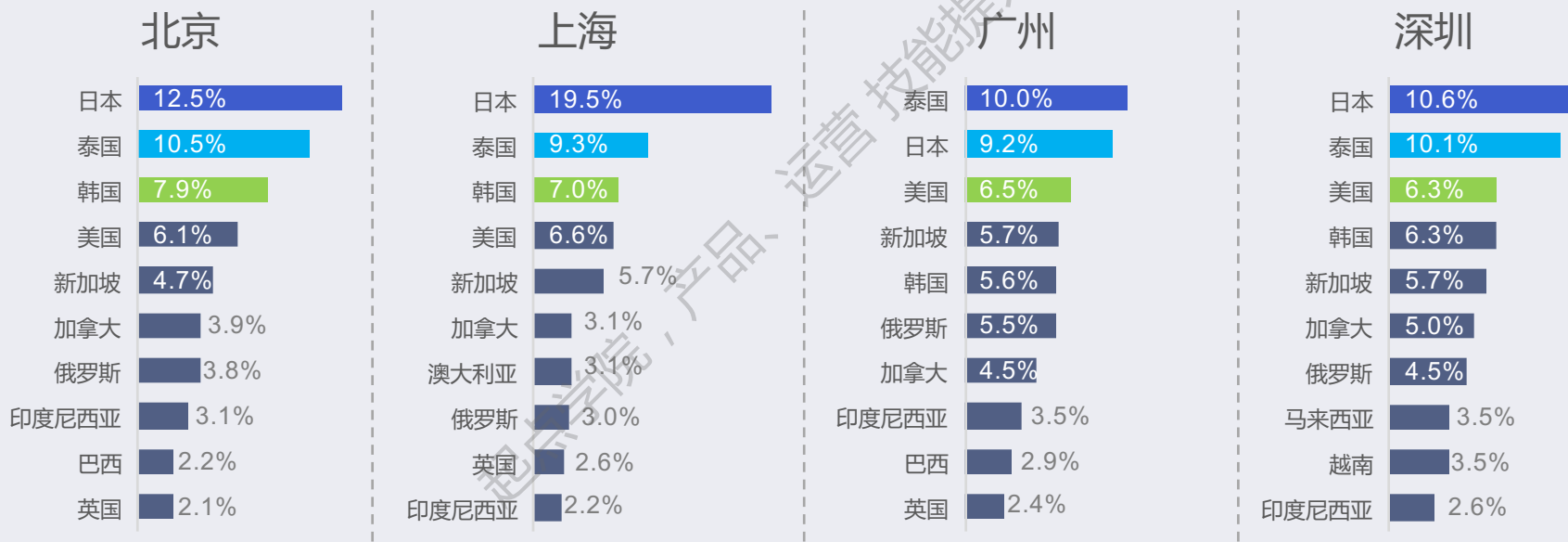
备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

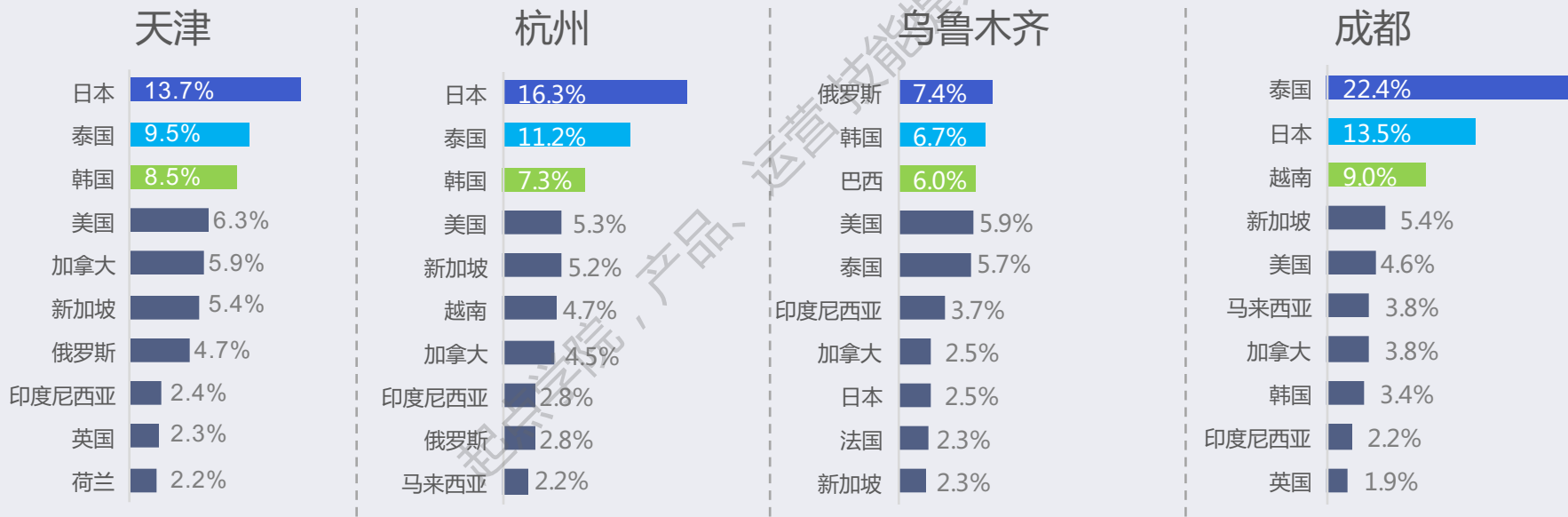
一线城市春节出境游用户旅游目的地集中在日本、泰国和韩国等，周边国家区位优势明显，吸引了较多用户前往

2016年春节一线城市用户出境游目的地TOP10



二线城市春节出境游用户旅游目的地依然以日本、泰国等为主，其中杭州更偏爱日本，乌鲁木齐去俄罗斯旅游的较多，成都用户更爱去泰国

2016年春节二线城市用户出境游目的地TOP10



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

Part 02

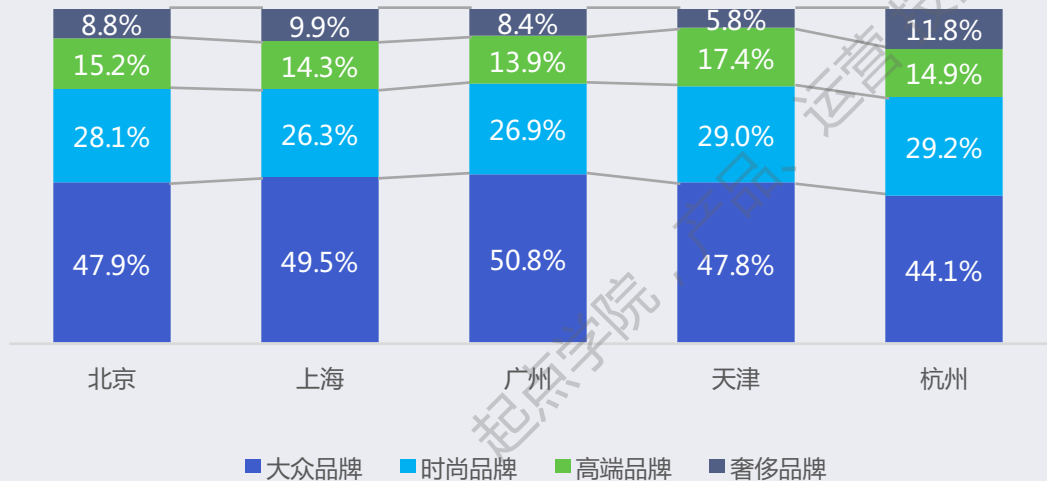
春节出境游用户消费特征分析

起点学院  www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

春节出境游用户线下消费定位以大众品牌为主，不同城市消费定位存在差异

2016年春节不同城市出境游用户线下消费定位对比



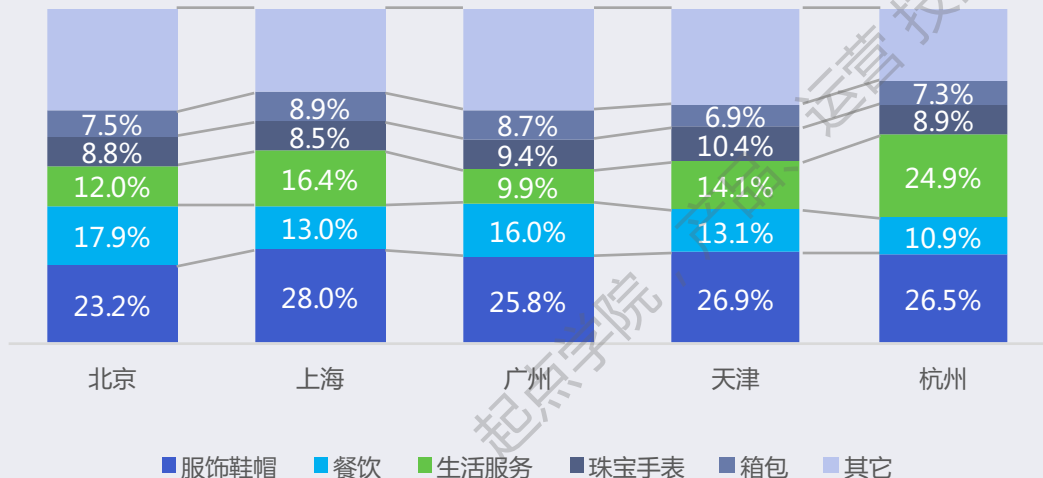
杭州奢侈品消费较多

2016年春节期间，出境游用户线下消费定位中，大众品牌消费占比最高；相对来看，广州大众品牌消费占比达到一半、天津高端品牌消费较多、杭州奢侈品牌消费较多

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

春节出境游用户线下消费品类以服饰鞋帽为主，不同城市消费侧重不同

2016年春节不同城市出境游用户线下消费品类对比



北京爱吃、杭州爱生活

2016年春节期间，出境游用户线下消费品类以服饰鞋帽为主，不同城市消费侧重有所差异：北京的餐饮消费高于其它城市、杭州的生活服务消费最高

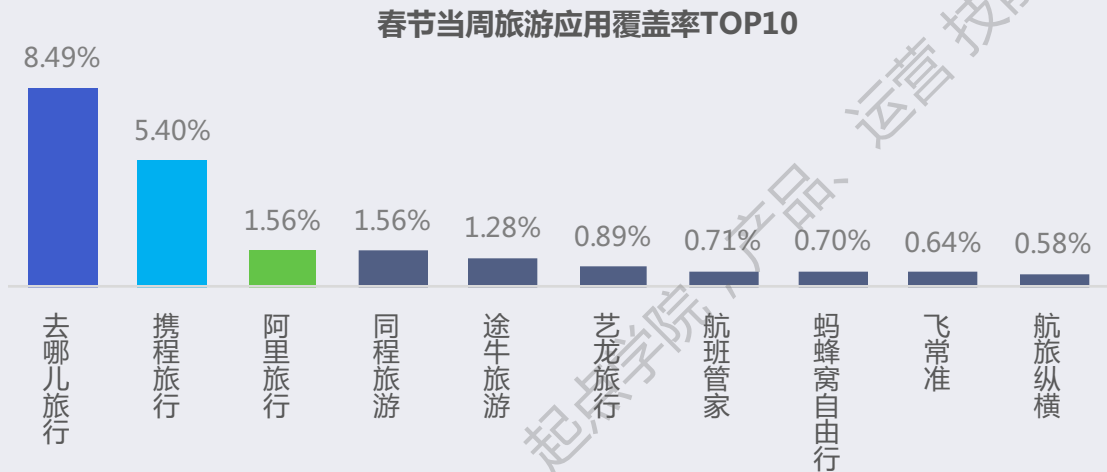
备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

Part 03

春节出境游用户应用使用分析

春节当周旅游类应用整体排名中，去哪儿旅行覆盖率排名第一位

2016年春节期间旅游类应用覆盖率TOP10



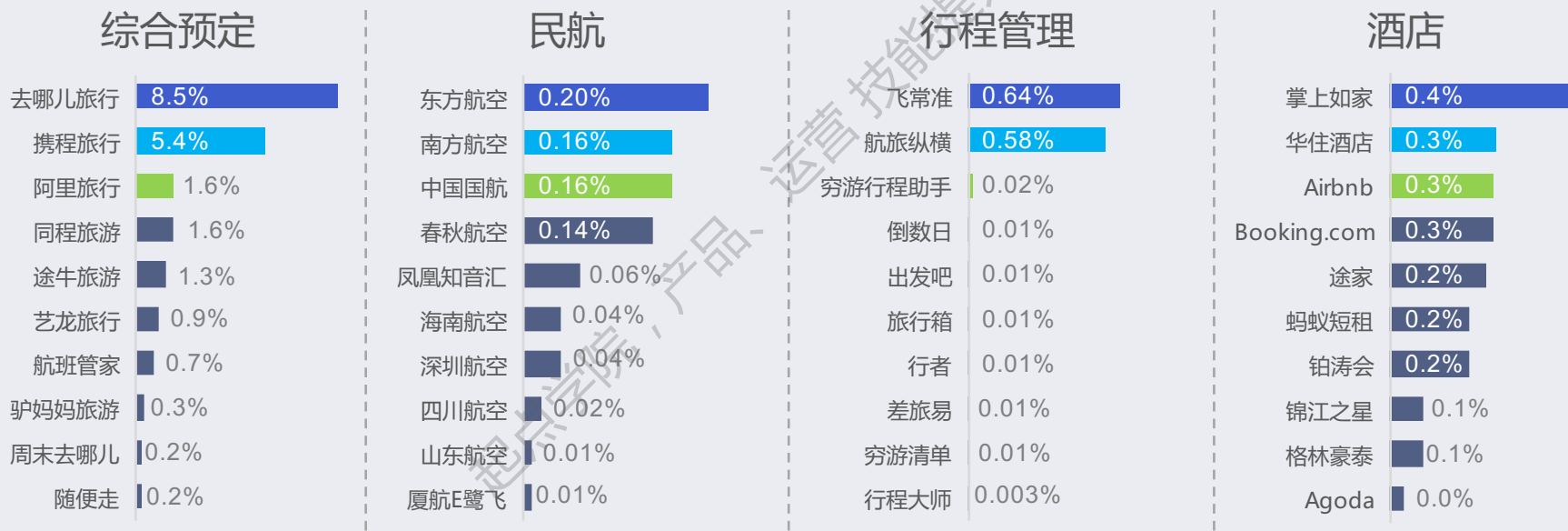
综合预定类应用为主

2016年春节当周，旅游类应用覆盖率TOP10中，去哪儿旅行和携程旅行分列第一、第二位；TOP10应用大部分是综合预定类应用

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

春节当周旅游类细分应用中，综合预定类应用覆盖率最高

2016年春节期间旅游类细分应用覆盖率TOP10

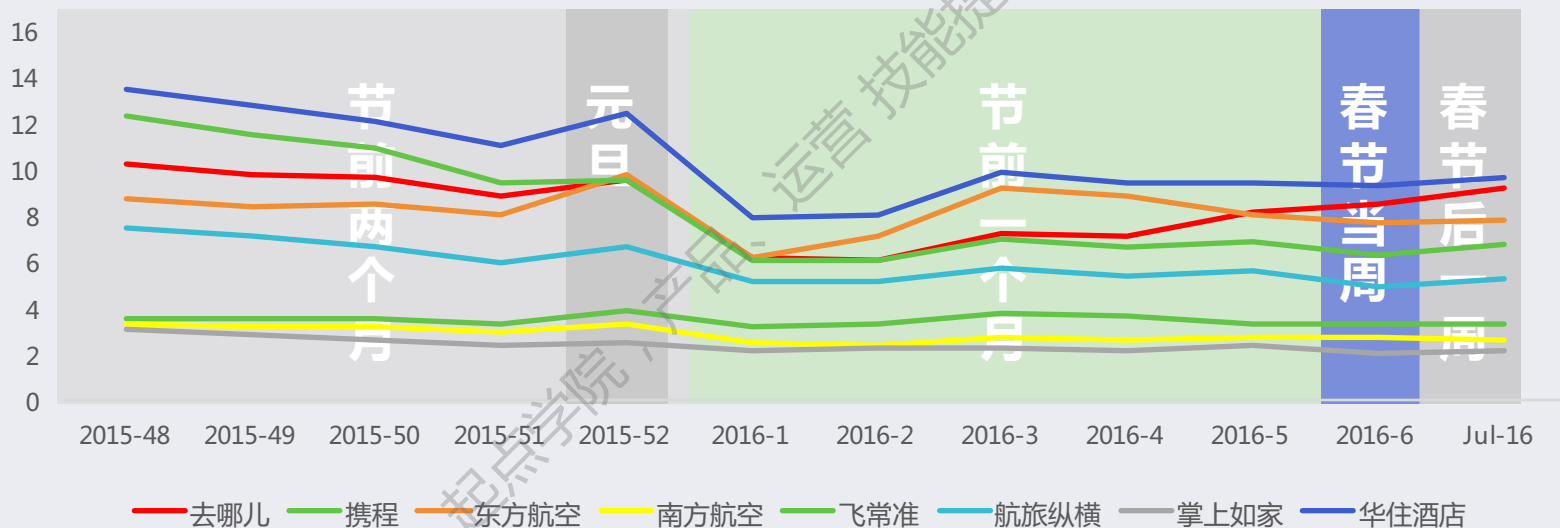


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程



春节期间旅游类细分应用中，周活跃次数在节前两个月开始有变化，各种预定都是从节前两个月开始规划

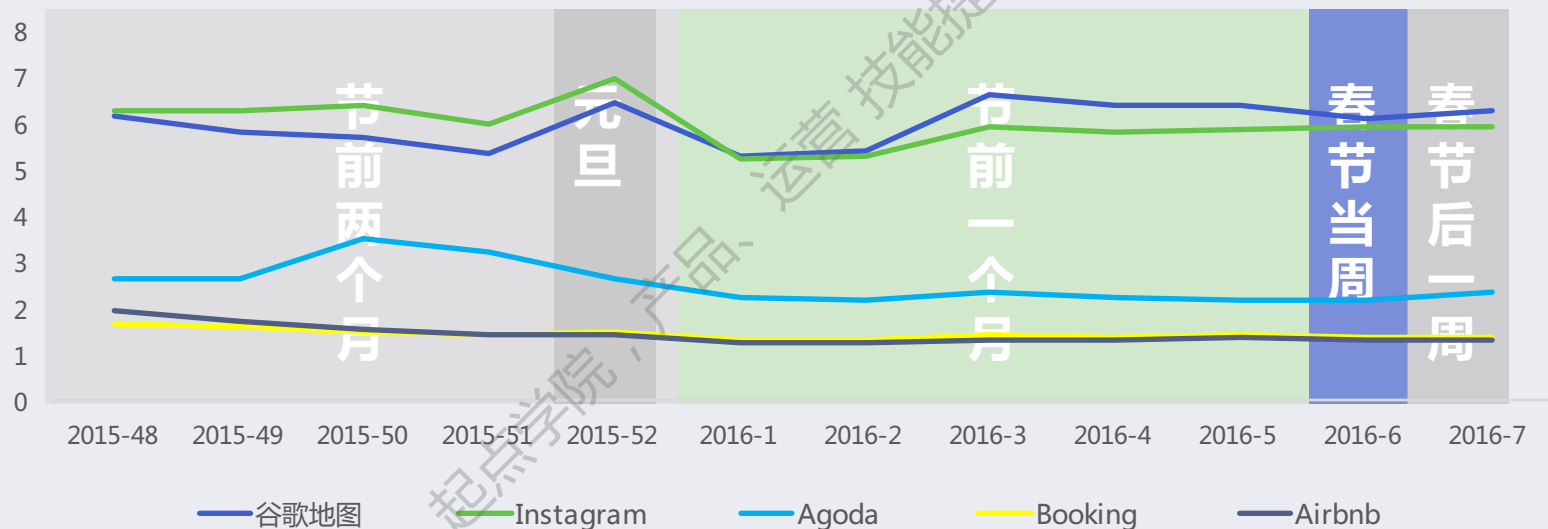
2016年春节期间旅游类细分TOP2应用周活跃次数变化趋势



备注: 起点学院 学员收集资料于网络, 版权为原作者所有。

典型应用中, Agoda、Instagram等在节前两个月活跃次数均有提高, 可见出境游的规划周期较长, 而实际游玩时应用活跃次数平稳

2016年春节期间旅游类典型应用周活跃次数变化趋势



春节期间出境游用户中，不同城市应用类型偏好不同，北京偏好教育阅读和电台；上海偏好生活服务和出行等

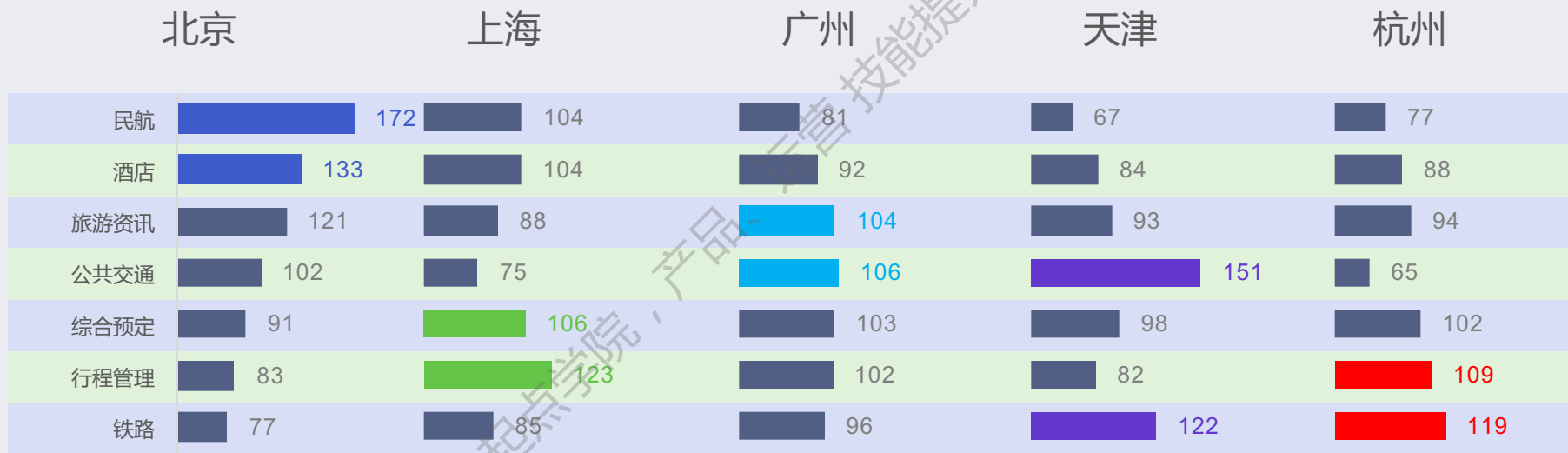
2016年春节期间不同城市出境游用户关联应用类型偏好对比



备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

春节期间出境游用户在不同城市旅游类应用偏好中，北京偏好民航和酒店类应用、上海偏好行程管理和综合预定应用等

2016年春节期间不同城市出境游用户旅游类应用偏好对比



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年2月，基于OS平台数据，其中选择关联应用类型是关联收入的应用做对比，数据为TCR得分，即不同应用类型的关联应用类型占比*整体的关联应用类型占比*100，100为基准值，高于100则表示高于整体。

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

● 数据来源

数据来源于TalkingData数据中心。TalkingData数据中心数据基于来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据，及来自诸多合作伙伴，如应用市场、渠道、运营商的数据，等多种不同来源复合而成。

● 数据周期

2016年2月7日-13日（春节）

● 概念定义

- ✓ 用户覆盖率=当月安装过某个移动应用的设备数量/当月监测移动设备数量*100%
- ✓ 用户活跃率=当月使用过某个移动应用的设备数量/当月监测移动设备数量*100%
- ✓ 用户活跃次数=当月某个移动应用的总使用次数/活跃量
- ✓ 春节出境游用户：在春节假期中出国旅游的用户，报告中统计的是设备，该设备在春节期间地理位置出现在某个境外国家即算一个出境游用户

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

ABOUT TD

关于TalkingData

- ▶ **TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，**TalkingData**逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过**20亿**独立智能设备，服务超过**10万**款移动应用，以及**8万**多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Orchirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

观数据星象 解移动风云

移动观象台



www.talkingdata.com

扫二维码立即访问



起点学院www.qidiania.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



Thanks!

关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com



起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程