

## 大数据成引领旅游发展核心

孟妮

“随着中国旅游业的高速发展，大数据已经成为指导整个行业发展的核心。”在近日以“大数据、旅游研究和旅游智库建设”为主题的 2016 中国旅游科学年会上，携程旅行网高级副总裁汤澜在发言中感慨道。

汤澜表示，过去的一年，中国旅游业保持着高速发展，在不断进步的过程中大数据起到了非常重要的作用，因此，对大数据的研究和实践是携程这两年一直在做并且会坚持去做的东西。

作为国内领先的旅游企业，携程对大数据的感知无疑是最敏锐的。从大数据的体量上来看，携程在行业中处于领先地位，2.5 亿的用户群体每天会为携程带来接近 4T 的浏览、预订的行为数据。当然，携程拥有的不仅是数据那么简单。

据汤澜介绍，通过庞大的智能数据库，携程自主研发并建立起了可视化订单展示系统及个性化推荐系统，这两个系统的诞生帮助携程更加了解用户，同时也促使携程的服务和产品更贴近用户的个性化需求。

不仅如此，借助可视化订单系统，携程能够实时了解出发地及目的地的热度情况、分析用户的出行趋势，在多次发布旅客群体、出行主题类的行业分析报告后，这套系统的实际应用效果远超携程和业内专家的预期。同时，个性化推荐系统主要针对用户的预订过程，通过对用户的地理位置、浏览行为和历史画像的分析，细化并猜测出行意图，同步推送合适的产品和线路，大量节省用户的预订耗时。

当然，这两个系统只是携程大数据应用中的冰山一角，在当天下午以“旅游大数据的商业实践与理论探索”为主题的圆桌讨论会上，携程客户营销部总经理蔡毅就分享了携程在数字营销方面的经验：通过大数据发现，营销行为不仅在行前有效，行中和行后的营销同样有很多可以挖掘的东西，也会有不输于行前营销的效果收益。

由此可见，大数据对于整个行业的影响力正越来越大。那么未来呢？汤澜认为，目的地资源、行程规划、包括用户本身依然具有非常多值得深入挖掘的资源内容，在大数据的帮助下，整个行业的产品与技术都将获得质的飞跃。携程将继续引领旅游大数据的发展潮流，为国内旅客提供更加优质的客户服务，更加幸福的旅行体验。