携程旅行旅游板块产品体验报告

1　体验环境

- 产品体验：携程旅行
- 软件版本：8.28.0
- 体验设备：MI 8
- 操作系统：Android 9
- 体验时间：2020.9.1

2　产品体验

战略层

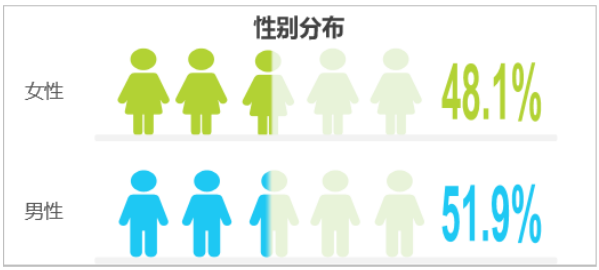
1. 用户需求

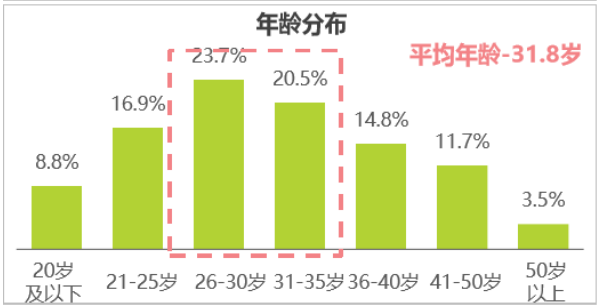
用户出行旅游前了解目的地景点、参照推荐攻略安排行程、综合选取并以较低的价格预定酒店及出行火车票机票等实现出行的妥善安排。

2. 产品定位

- 产品概述：携程是一个在线票务服务公司，创立于 1999 年，总部设在中国上海。携程旅行网拥有国内外六十余万家会员酒店可供预订，是中国领先的酒店预订服务中心。
- Slogan：携程在手，说走就走！
- 定位：OTA+平台
- 功能：三大功能：酒店预定，交通预定，旅游度假预定
- 拓展功能：景点攻略，门票预定，美食购物，包车租车，旅拍分享，外币兑换，签证保险等

3. 用户分析



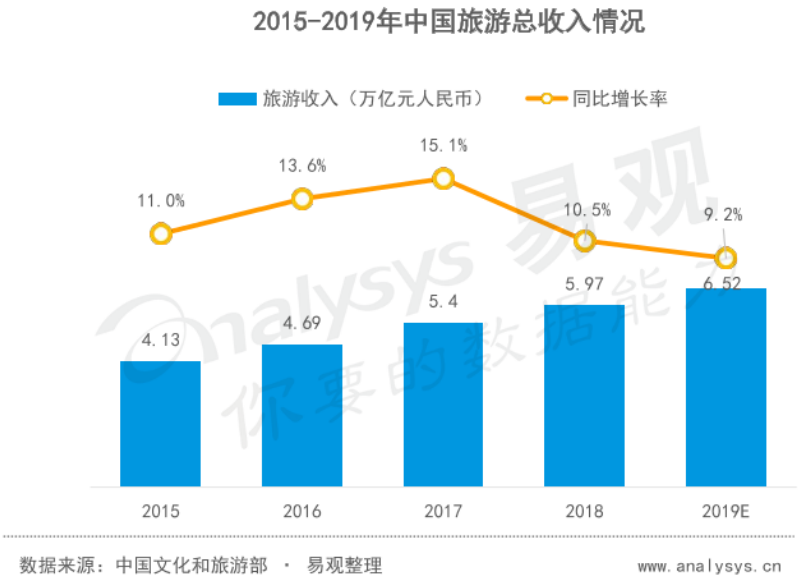


由艾瑞所提供的数据来看，用户性别分布均衡，男性稍多；用户群体主要集中在 20 至 40 岁的中青年，26 岁至 35 之间用户占比接近半数，用户平均年龄 31.8 岁，以 80/90 后为主，这些人群开始形成稳定的生活态度和习惯，有提高生活品质的强烈需求。

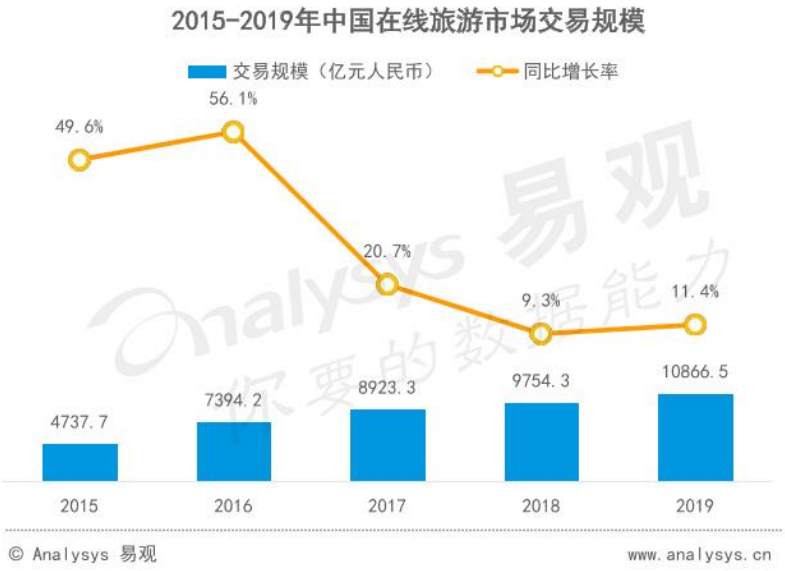
4. 市场分析

在线旅游市场分析

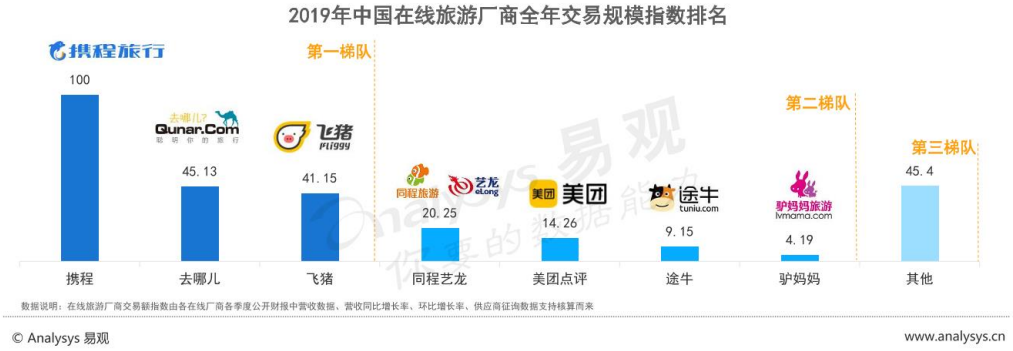
近五年，中国居民收入逐步提高，对旅游休闲的重视程度大幅增加，居民对旅游出行的需求迅速增长。近五年，中国旅游总收入稳步增长，2019 年，中国旅游业总收入月 6.52 万亿元，同比增长 9.2%，增速较去年有所收缩。在中国宏观经济增长放缓的背景下，中国的旅游业进入中速稳步发展阶段。



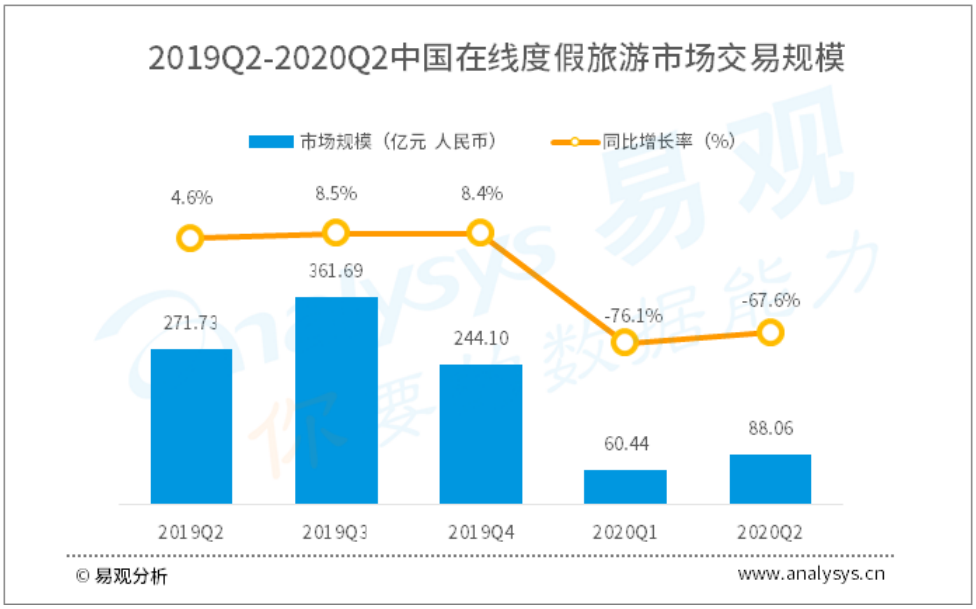
2019 年，中国在线旅游交易市场规模达到 10866.5 亿元人民币，线上渗透率预计达到 16.7%，成功突破万亿级。同比增长 11.4%，增幅较去年提升 2.1 个百分点。整体来看，中国在线旅游交易市场在行业加速进入标准化、品质化建设，提升产品和服务质量，对存量市场投入精细化运营，增长有所回升，在线旅游行业的精细服务与运营初见成效。



2019 年，以携程和去哪儿为代表的携程系继续保持高位运行，Top3 与其他厂商出现断层式差距，领先优势显著，在线旅游市场仍保持高度集中，第一梯队中携程旅游以高指数排名位居榜首。



2020 年，全球旅游业均受疫情影响，2020 年第 2 季度，中国在线度假旅游市场交易规模达到 88.06 亿元人民币，同比下降 67.6%，环比增长 45.7%。第二季度，疫情形势稳定向好，在小长假带动作用下，本季度在线度假旅游市场交易规模较一季度大幅上涨。



范围层

1. 三大核心功能

- 酒店预定：携程的产品定位即酒店预订服务中心，用户可选择位置、入住时间进行检索，包括酒店、民宿客栈和特价爆款的酒店查询与预定。
- 交通预定：通过选定出行时间，出发地与目的地位置预定机票、火车票、汽车票、船票及接送包车和租车。
- 旅游度假预定：旅游地点查询功能，包括周边景点推荐，旅游地图选择和私人订制旅游。

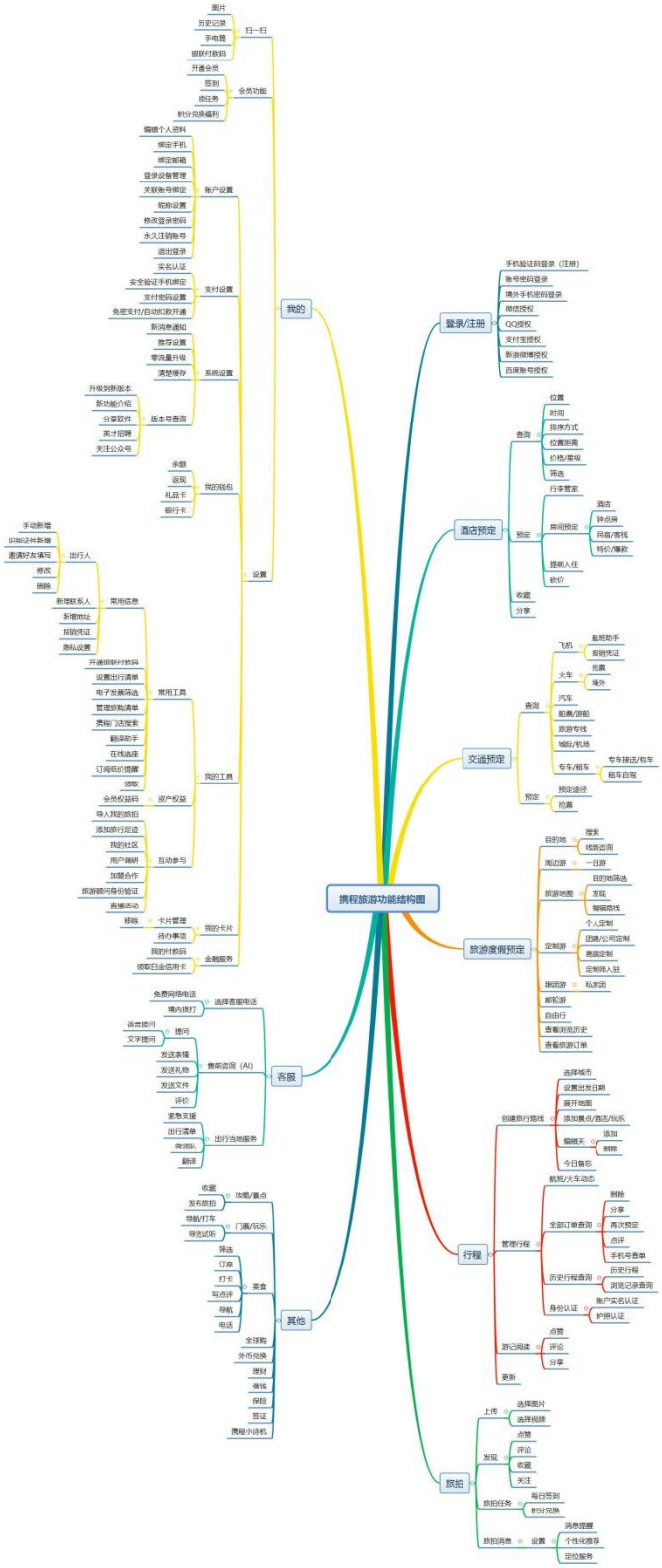
2. 众多附属功能

- 旅游出行前准备功能：签证办理、外币兑换，理财、借钱和保险购买。
- 旅游行程中的附增功能：景点攻略、门票预定，景点当地美食查询预定、向导包车雇佣，全球购物。
- 行程：添加查看已编辑行程，阅读他人行程攻略分享。

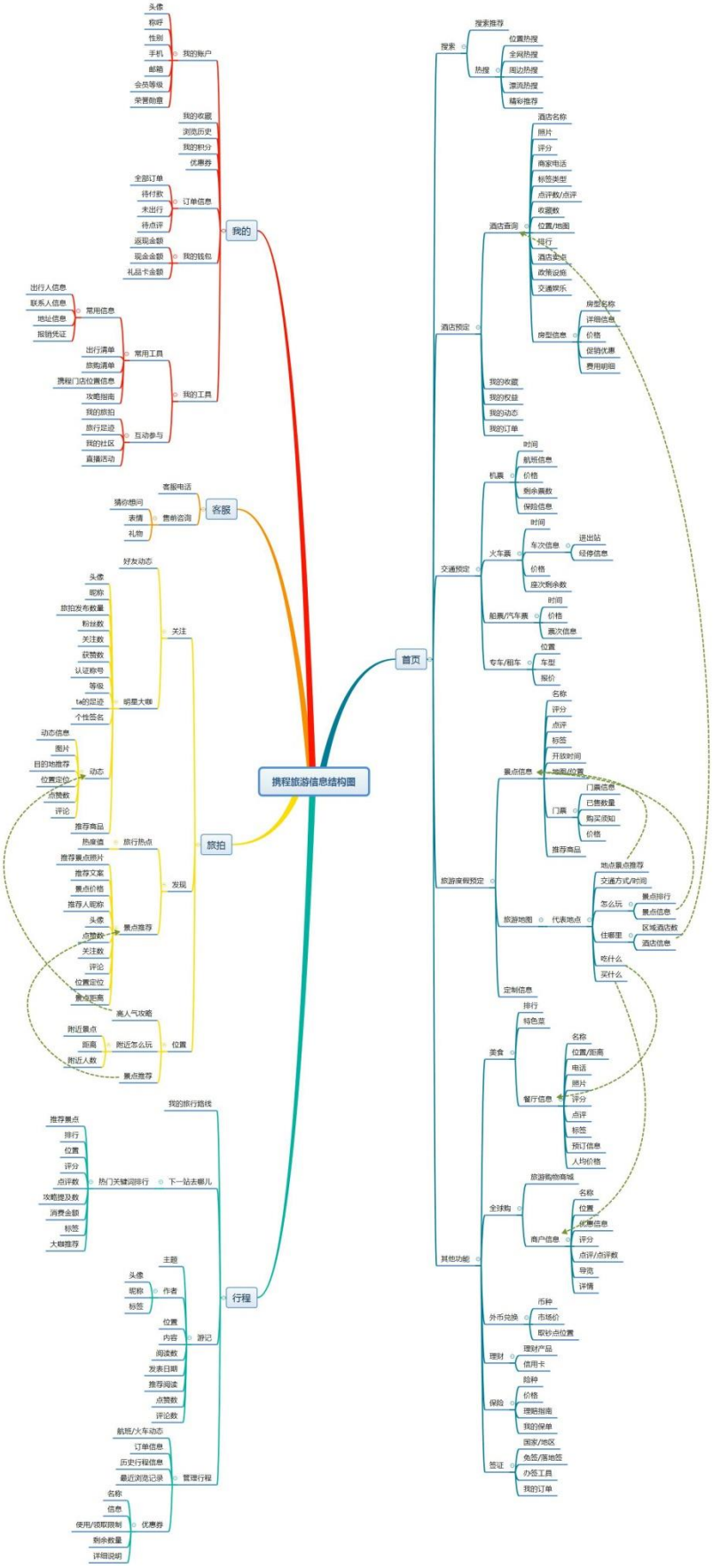
- 旅拍：旅行途中视频、照片分享与浏览，网红、影视剧打卡地。
- 客服：各功能问题咨询，出行当地服务。

结构层

1. 产品功能结构图

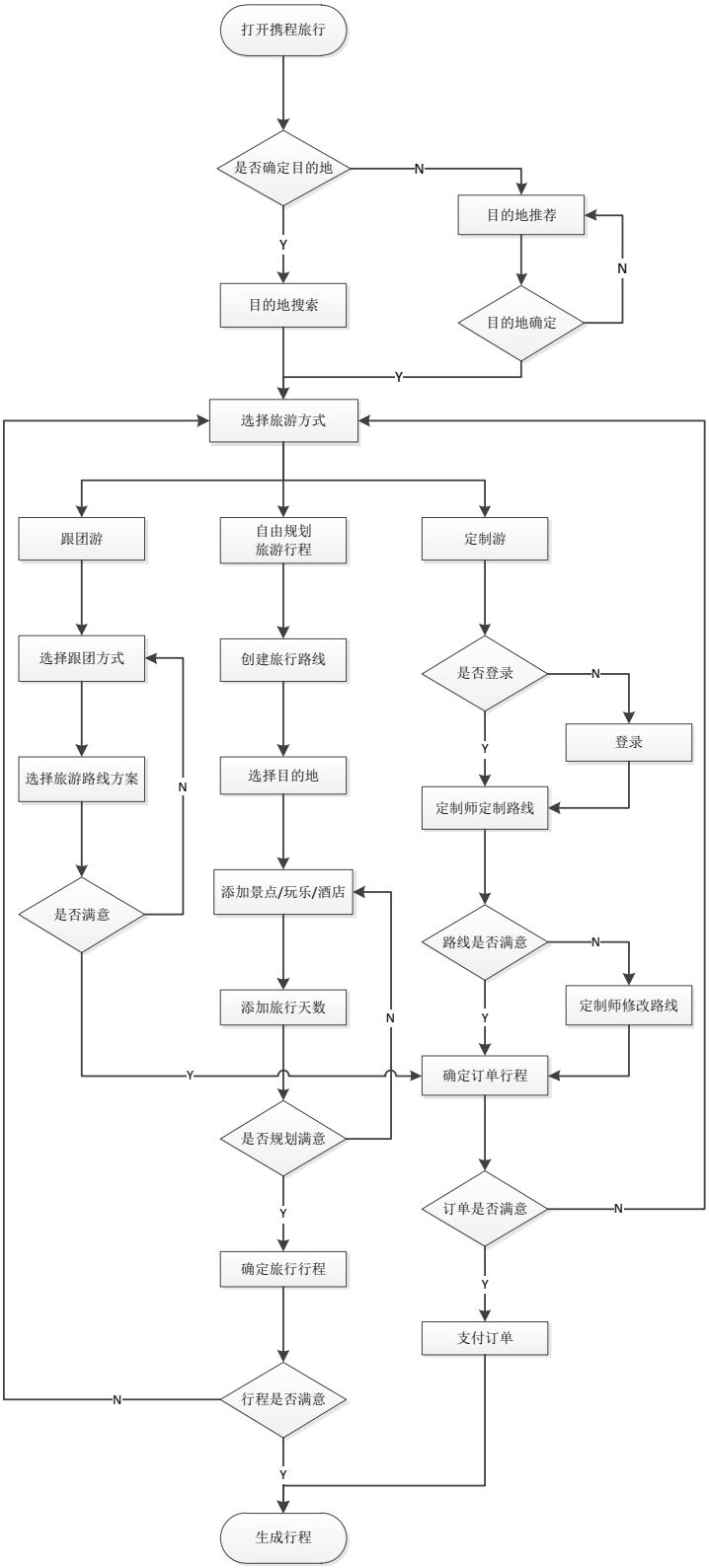


2. 产品信息结构图


携程旅游信息结构图
首页
搜索
搜索推荐
热搜
位置热搜
全网热搜
周边热搜
漂流热搜
精彩推荐
酒店预定
酒店查询
酒店名称
照片
评分
商家电话
标签类型
点评数/点评
收藏数
位置/地图
排行
酒店卖点
政策设施
交通娱乐
房型信息
房型名称
详细信息
价格
促销优惠
费用明细
我的收藏
我的权益
我的动态
我的订单
交通预定
机票
时间
航班信息
价格
剩余票数
保险信息
火车票
时间
车次信息
进出站
经停信息
价格
座次剩余数
船票/汽车票
时间
价格
票次信息
专车/租车
位置
车型
报价
旅游度假预定
景点信息
名称
评分
点评
标签
开放时间
地图/位置
门票
门票信息
已售数量
购买须知
价格
推荐商品
旅游地图
代表地点
地点景点推荐
交通方式/时间
怎么玩
景点排行
景点信息
往哪里
区域酒店数
酒店信息
吃什么
买什么
定制信息
美食
排行
特色菜
餐厅信息
名称
位置/距离
电话
照片
评分
点评
标签
预订信息
人均价格
其他功能
全球购
旅游购物商城
商户信息
名称
位置
优惠信息
评分
点评/点评数
导览
详情
外币兑换
币种
市场价
取钞点位置
理财
理财产品
信用卡
保险
险种
价格
理赔指南
我的保单
签证
国家/地区
免签/落地签
办签工具
我的订单
我的
我的账户
头像
称呼
性别
手机
邮箱
会员等级
荣誉勋章
我的收藏
浏览历史
我的积分
优惠券
订单信息
全部订单
待付款
未出行
待点评
我的钱包
返现金额
现金金额
礼品卡金额
我的工具
常用信息
出行人信息
联系人信息
地址信息
报销凭证
常用工具
出行清单
旅购清单
携程门店位置信息
攻略指南
互动参与
我的旅拍
旅行足迹
我的社区
直播活动
客服
客服电话
售前咨询
猜你想问
表情
礼物
旅拍
关注
好友动态
明星大咖
头像
昵称
旅拍发布数量
粉丝数
关注数
获赞数
认证称号
等级
ta的足迹
个性签名
动态
动态信息
图片
目的地推荐
位置定位
点赞数
评论
推荐商品
发现
旅行热点
热度值
景点推荐
推荐景点照片
推荐文案
景点价格
推荐人昵称
头像
点赞数
关注数
评论
位置定位
景点距离
离人气攻略
位置
附近怎么玩
附近景点
距离
附近人数
景点推荐
行程
我的旅行路线
下一站去哪儿
热门关键词排行
推荐景点
排行
位置
评分
点评数
攻略提及数
消费金额
标签
大咖推荐
游记
主题
作者
头像
昵称
标签
位置
内容
阅读数
发表日期
推荐阅读
点赞数
评论数
管理行程
航班/火车动态
订单信息
历史行程信息
最近浏览记录
优惠券
名称
信息
使用/领取限制
剩余数量
详细说明

3. 旅游度假功能流程图

携程旅行包括酒店预订、交通预定和旅游度假预订板块三大核心功能，主要从旅游度假功能板块包括行程制定功能分析旅游板块功能流程。



功能流程以登录状态为例，app 进入不需要登记，可进行浏览，但设计自身行程或选择订单等生成用户个人数据的情况需要登录才能继续。

框架层

携程旅行 App 功能繁多，页面复杂，只对旅游板块进行深度体验，仅将旅游度假功能板块的重要页面进行展示分析。

（1） 首页

- 打开 App，首页可见有较多功能，最显眼的就是位于页面中间的三大核心功能，‘酒店’—酒店预定功能、‘机票’—交通预定功能和‘旅游’—旅游度假预定功能。
- 字体相较核心功能略小的为次要功能，在核心功能操作流程中均有使用涉及到，此处可直接跳转。
- 页面下滑可浏览定位所在位置的景点、美食和酒店等相关推荐分享。
- 首页上方有搜索栏，可搜索关键字及搜索推荐和各类热搜，通过热搜等形式可以了解人气高的景点或目的地，为没有确定出行地点的人群提供参考。

（2） 旅游功能页

- 对于确定旅游目的地的用户，可以直接搜索目的地，可选填天数和出发日期进行旅游行程规划的搜索。

- 页面占较大篇幅的各类型功能罗列给用户的体验较差，功能繁多杂乱，且存在功能交叉，用户需要不断点击了解各功能子块下的内容，一定程度上增长了用户的产品使用程度和商品购买可能，同时也降低了用户体验，增加因产品使用麻烦导致的用户流失。
- 对于未确定旅游目的地的用户，下滑有目的地推荐，用户可根据不同需求和出现想法对比选择。

根据大数据统计，目的地推荐功能有针对性的推荐了精选、周边、亲子和海岛的推荐类别。据携程 8 月中旬发布的《2020 暑假亲子游人气报告》分析得到亲子游仍占据出游首位，暑假期间亲子游用户人数环比跨省游恢复前增长了 400%。南国智库联合携程发布的《2020 海南暑期旅游趋势洞察报告》，研究了海南地区的旅游趋势，海岛特色更加受到追捧。因此目的地推荐以行业大数据为依托，更贴近用户需求。

- 确定目的地，点击搜索后，显示各类跟团游的行程方案订单，可根据参团地点为出发地或目的地，参团形式为自由行或多人团，路线、价格等进行行程订单筛选。

根据《2020 暑假亲子游人气报告》的市场占比情况，60%的游客选择跟团游，

20%选择自由行，设置搜索默认显示跟团游行程订单，大数据驱动，迎合用户需求。

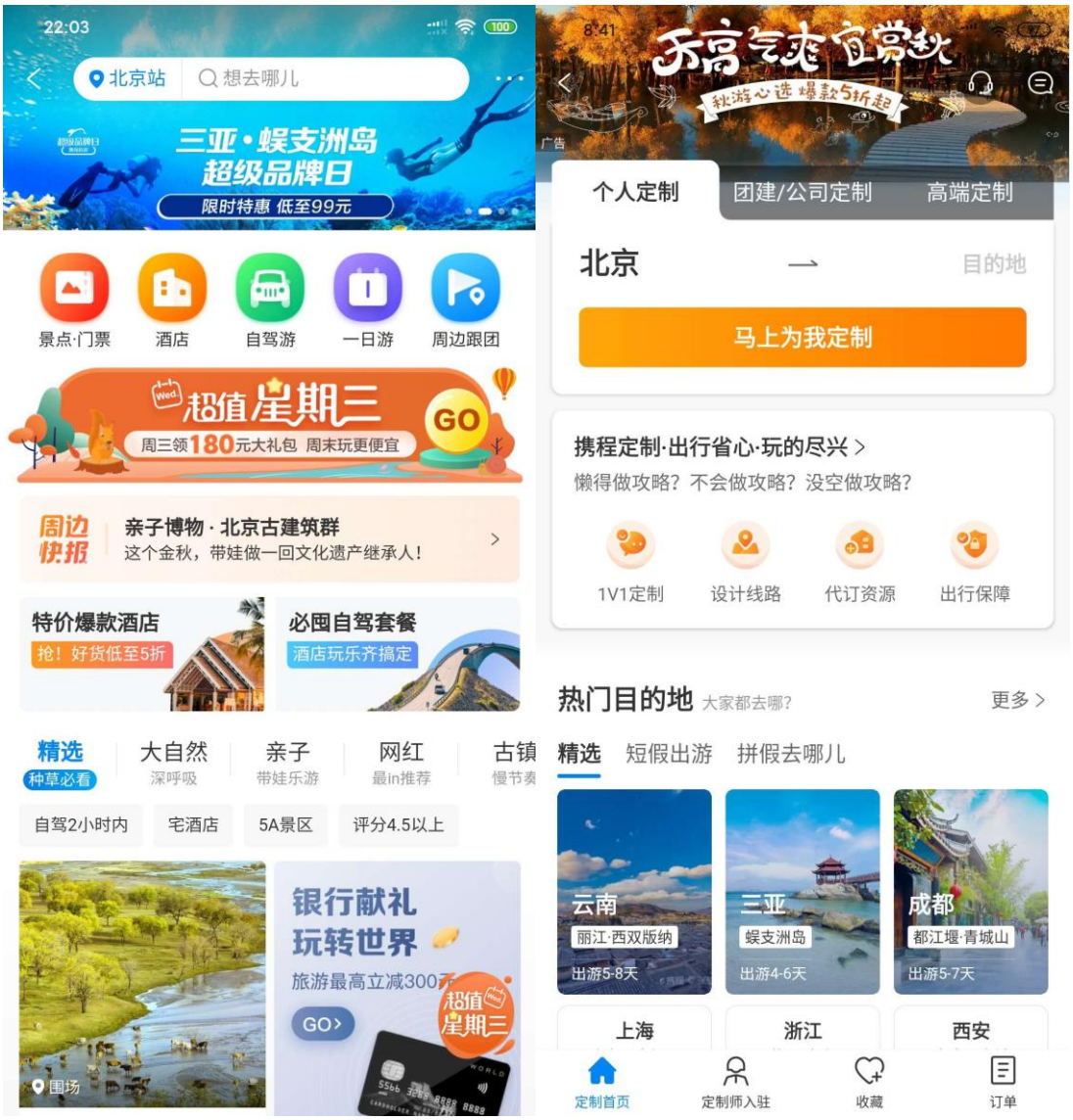
对比跟团游与自由行的价格，自由行价格高出较多，为一单一团模式，更倾向于类似路线确定的私人订制行程，价格也介于跟团游与定制游之间，根据携程App 数据显示，8 月近一个月定制游用户环比增长超过 200%，一对一的服务模式，能够更加满足客户的出行需求，也是未来旅游度假趋势。

（3） 订单详情页

- 进入跟团游行程订单的详情页面，顶部可滑动导航产品、点评、行程和推荐，介绍了产品的简介和行程概要。
- 行程导航位置详细介绍了该产品的特色、AB 两线的异同和行程各天的详细行程，包括行程中时间初步规划，各项活动所需时间、参考费用，景点介绍和景点间路程及大概行驶时间。
- 方便用户详细评估行程规划是否合理满意并支付，同时用户对未来购买订单后将进行的行程有提前了解，订单预订后详细行程同步至‘我的行程’中。用户产品体验较好，了解各项行程规划，增加购买欲望。

（4） 周边游和定制游功能页

- 周边游功能页可根据不同关键字选择推荐不同景点，同时可浏览周边酒店、美食和一日游行程，与首页下滑的所在位置周边推荐功能部分重叠冗余，功能板块实用性差，页面的核心目标功能模糊不明确，未突出周边游功能页面特点，仅作为相关功能的页面跳转，用户使用频率较低。
- 定制游功能页，目的明确，用户可根据需求选择个人定制、团建/公司定制或高端定制，选择目的地后，点击‘马上为我定制’，系统及时分配 2 至 3 名定制师与用户联系，根据用户需求，提供定制方案供用户选择，服务反馈快速及时，增强了用户体验。



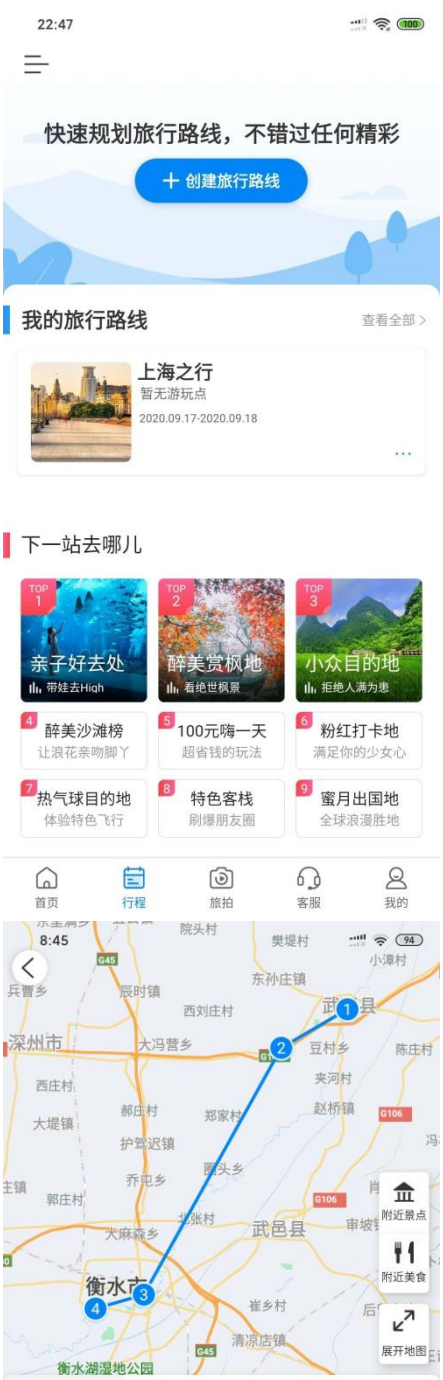
（5） 旅游地图

- 以当前定位位置为中心，地图上显示周围至全国的知名景点坐标与位置，右侧可拖动选择目的地距离定位位置的行程时长来浏览不同维度的景点，用户可以通过调节地图尺度，直观了解周围邻市、邻省至跨省的热门景点推荐，满足各类出行需求的用户。
- 页面下方的活页上拉，根据不同热门标签进行景点城市推荐，供未确定目的地的用户选择。
- 已有意向目的地，可直接点击旅游地图上的城市地标，展示城市简介活页，热门景点和酒店商圈推荐。以上拉展示，下拉收起的活页形式，用户交互方式简单易懂，可进行上下层信息的展示覆盖和流程的前后跳转。

（6） 个人行程路线规划

- 通过旅游地图的目的地城市标签点击详情，可了解该城市景点、酒店、美食和购物特产信息，有较多功能导航跳转，主页默认显示的为景玩、酒店、美食、游记和行程路线五大出游核心需求功能。
- 通过行程路线可以跳转至旅行路线规划界面，同样在首页页面的底部菜单栏 tab 可以选择‘行程’页面，创建旅行路线进行旅游目的地出行路线规划。
- 旅行路线规划，确定目的地后，设置出发日期，添加出行天数，选择每天可进行当天的景点、酒店、美食和玩乐的添加，添加成功的景点及酒店美食在地图上以坐标点显示，可参考位置距离，调整顺序和增删景点。
- 用户可直观从地图了解添加的各景点位置和路线，景点间出行可跳转至百度地图第三方软件，了解详细到达方式。此处跳转至百度地图后无法将选定的出行具体导航同步至旅行路线内，用户每次需点击跳转再选择地图导航，增加产品间捆绑和粘性，同时也增加了用户产品使用流程复杂度。

8:43
搜索景点/酒店/餐馆/游记等
衡水
河北
景玩
酒店
美食
游记
行程路线
怎么玩
住哪里
吃什么
买什么
景点人气榜
周边景点榜
NO.1
衡水湖 4A
4.4分 494条点评
漫步湖心小岛
¥178起
326
NO.2
衡水野生动物园
4.4分 125条点评
门口处的表演还可以
¥29起
91
NO.3
河北首届园林博览会
4.5分 86条点评
景色首特点
74
8:43
衡水
衡水市
衡水湖湿地公园
展开地图


22:47
快速规划旅行路线，不错过任何精彩
创建旅行路线
我的旅行路线
查看全部
上海之行
暂无游玩点
2020.09.17-2020.09.18
下一站去哪儿
TOP 1
亲子好去处
带娃去High
TOP 2
醉美赏枫地
看绝世枫景
TOP 3
小众目的地
拒绝人满为患
4 醉美沙滩榜
让浪花亲吻脚丫
5 100元嗨一天
超省钱的玩法
6 粉红打卡地
满足你的少女心
7 热气球目的地
体验特色飞行
8 特色客栈
刷爆朋友圈
9 蜜月出国地
全球浪漫胜地
首页
行程
旅拍
客服
我的

8:43
衡水
衡水市
衡水湖湿地公园
展开地图
设置出发日期
今日备忘
第1天
暂无游玩点
添加一天
您也可以尝试自己添加景点玩乐~
景点/玩乐/酒店
编辑天

8:45
深州市
武邑县
衡水市
衡水湖湿地公园
附近景点
附近美食
展开地图
设置出发日期
今日备忘
第1天
衡水
1 武强年画博物馆
14分钟·相距10.5km
第2天
衡水
2 周窝音乐小镇
1时8分·相距50.2km
3 老白干酒文化展览馆
23分钟·相距8.7km
4 宝云寺
添加一天
编辑天
景点/玩乐/酒店

（7） 旅行路线行程

- 通过旅游功能板块购买跟团游等订单生成的订单出行路线和旅游地图、创建旅行路线生成的行程路线均按出行时间排列展示在‘我的旅行路线’中，未出行路线以时间节点简要展示景点排列和开放时间，方便用户直观了解即将出行的下一景点、路程时间花费和景点关闭时间，合理把握行程。已出行路线可点击查看全部进行查看。

（8） 较差体验

- 在旅游度假预定的核心功能模块中，有较多方式可跳转至酒店预定和交通预定的核心功能，增加了各功能之间的联系交叉，但影响用户体验，建议旅游路线规划结束后，根据指定的景点路线综合推荐适合酒店和附近美食餐饮，或在较大的核心景点用户规划进行程时推荐酒店，而非每个景点均进行推荐。
- 主页面包括各类旅游附属功能，有外币兑换、签证、全球购等服务于境外游的旅游功能，但没有境外游的展示页面和功能导航，目的地推荐和旅游地图也仅包括国内热门景点，旅游地图扩展至境外无内容显示，为空白。
- 旅游地图页面顶部菜单栏形式给用户的感觉为左滑切换到‘发现’，右滑切换到‘所在地’，但并没有左右滑切换的功能，需要手动点击，且页面转换形式

为新页面跳转而非滑移，返回不能直接返回最初页面。

表现层

1. 视觉设计

从视觉设计四要素：结构清晰、美观、一致性、视觉和用户体验的统一。四个方向评价产品。

（1） 结构清晰

- 首页直观感觉杂乱，但三大核心功能以三种颜色背景和较大字体突出，能够让用户明确产品的主要功能和能提供的服务。
- 底部菜单栏设置不合理，位于中心位置的‘旅拍’，使用频率较少，‘客服’板块无需单独设置菜单，可归入‘我的’菜单较显眼位置或设置为页面悬浮窗，随时可进行客服咨询。
- 周边游页面结构杂乱，没有重点，且各功能图标颜色设置较多，色彩花哨，在杂乱的结构背景下更影响用户的体验。

（2） 美观

- 产品整体以白色为主色调，搭配部分蓝色底板，首页的三大核心功能分别通过橘色、蓝色和绿色为背景突出展示。橘色为酒店预定功能，暖色调给用户温暖舒适的感觉，贴合酒店预定。蓝色为交通预定，机票颜色着重且有云朵底纹，暗示用户蓝天的颜色，明了美观。绿色为旅游度假预定，配有山峰底纹，给用户放松休闲的感觉。
- 不同等级的图标字体按功能的重要程度设置为三种字体大小，层次分明，不同类别性质的功能设置不同颜色系图标，对比清晰。

（3） 一致性

- 各个功能板块下，功能与图标颜色一致，橘红色均为酒店相关，蓝色均为交通出现相关，绿色均为旅游景点相关。页面加载切换时均为蓝色圆圈转动并转为笑脸，始终一致且与产品整体风格一致。

（4） 视觉和用户体验的统一

- 视觉和用户体验的统一性较好。主要字体为黑色，次要和描述性文字为灰色，标签和优惠类字体为绿色，提醒和特别注意类字体为红色，符合用户体验。

3 用户评价

通过小米手机应用商店评论、知乎本产品相关话题和用户调研三个渠道获取用户评价。

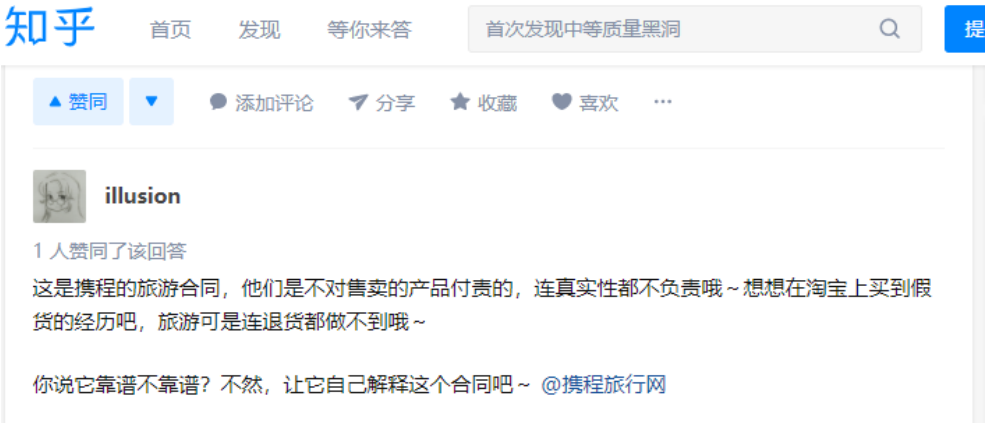
（1） 小米应用商店评论

- 综合评分 4.8 分，共 2.7 万条评价，2.5 万条好评，1626 条差评，产品整体用户评价不错，差评相对较少，排除无效差评，梳理差评产生问题主要集中在产品的交通预定抢票退票问题和酒店预定信息不对等问题，抢票功能服务差且收费高，退票流程复杂不明确。用户在软件显示剩余空房且预定成功酒店房间，电话咨询及到店消费后发现并无剩余空房的信息更新不及时问题。

（2） 知乎

- 知乎对产品的评价主要集中在跟团游订单是否合理靠谱，用户反响较多的问题是携程作为中间商，整合客户信息再报其他团，购买的跟团游订单无法保证是否真实和优质，且对售卖的产品不了解不承担责任。

产品目前搜索到的跟团游订单项目较多为携程自营，较大程度保证了订单的真实性，针对用户问题和需求做了改进。



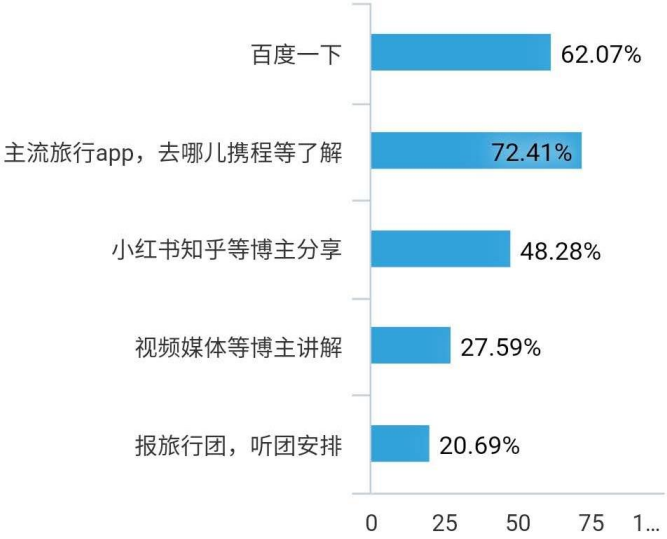
（3） 用户调研

- 通过问卷星调研了 29 名用户的意见与建议，用户年龄覆盖 18 至 60 岁，主要为 18-25 岁的年轻群体。
- 调研用户日常旅游出行的规划方式，72.41%的用户会使用携程等旅行 app，62.07%的用户使用百度进行搜索，接近半数的用户还会从社区平台进行了解，用户无法通过本产品及同类型产品获得足够的旅游信息和行程规划，需综合

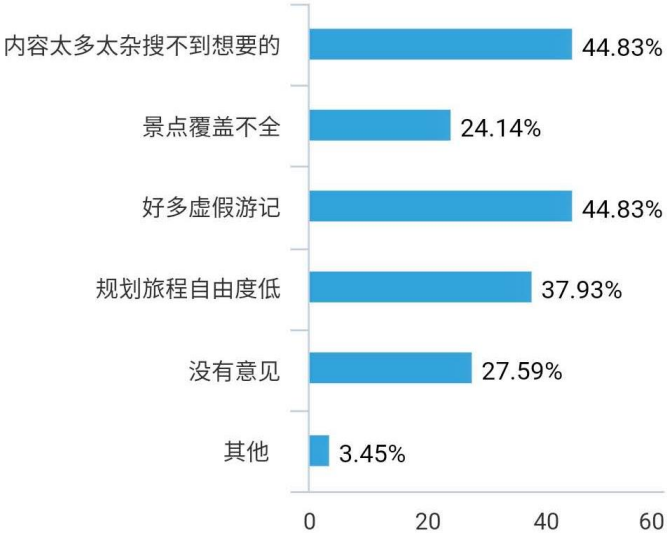
百度和社区搜索进行旅游规划。

- 对用户使用本产品的较差体验统计，44.83%接近半数的用户认为产品中内容太多太杂乱，难以搜索到需要的信息，同时发现较多虚假游记作为促销手段诱导用户消费，37.93%的用户认为产品的旅程规划自由度不够，无法制定满意的行程规划，受产品限制。

调研用户年龄分布



用户旅游规划方式



用户较差体验与产品意见

对产品的用户评价获取并不全面，仅展现了部分用户的评价及意见，综合获得的部分用户评价，产品单一功能模块未做到服务优质，如抢票退票费用流程不清晰，酒店预定空房信息更新不及时，行程规划自由度低等问题。同时产品逐渐向社区化产品发展，导致各功能板块交叉复杂，内容多而杂，用户获取不到有效筛选的信息。

4 产品规划&运营推广

产品功能迭代路径

携程旅行大型版本迭代

- 1.0 版本

以会员为依托的私人定制为主题的旅游俱乐部

- 2.0 版本

以“定制随心，服务随行”为主题，将定制旅行平台推向社会，发力定制旅游市场

- 3.0 版本

发布了全新的无线旅行服务平台，集旅行预订、资讯、全方位增值服务于一身的“旅行工具书”

- 4.0 版本

新增语音搜索与周边查找功能，开拓本地化服务

- 5.0 版本

推出动态打包式自由行套餐，并增加了攻略社区的微游记功能，行前、行中、行后打通，成型“指尖上的旅行社”

- 6.0 版本

以管理为核心，新增了行程管理、消息管理、用车管理、海外出行管理等功能，为用户提供更加全面的差旅管理服务；全新的企业用车平台上线

- 7.0 版本

以“舌尖旅程 创新无界”为主题，推出独立餐饮品牌“携程美食林”，进军旅行餐饮信息服务行业

- 8.0 版本

推出“旅拍”频道，正式涉足社交领域，打造“旅游业最大的内容生产平台”

携程旅行的每次大版本更新都向全新主流领域进军，从 4.0 开始推出语音功能，6.0 增加租车包车与差旅管理，7.0 新增旅行必不可少的美食餐饮信息以及目前 8.0 版本，自媒体短视频异军突起的背景下推出旅拍，涉足社交和内容生产，产品的每次重大迭代都牢牢把握并迎合用户需求，紧跟市场与用户发展趋势。

8.0 版本后中型版本更新迭代

8.2新功能介绍：
【机票】低价提醒，实时发现低价机票，降价立即通知~
【度假】每月11旅游会员日，饕餮盛宴，每满5000减150。

8.3新功能介绍：
【火车票】抢票成功还能赚现金，分享好友可得，支持提现！
【行程】我的心愿地，暖心开启！
【旅游】每月11会员日，福利好礼任你选，每满5000减150！
【理财】银行精选产品，随存随取，当日起息，收益稳健，助力您的旅行梦想！

8.5.0 新功能介绍：
【境外火车票】支持在线查询、购买日本火车票，可预订新干线！前往火车票-境外火车票购票，坐火车玩转日本。
【旅游】一年游季在于夏，快乐出发678，特惠一暑价！
【酒店】新地图上线，边选酒店边看位置，让你一目了然！

8.7 新功能介绍：
【门票】暑期去哪玩，夏日特惠一键筛选
【专车&打车】订单详情全新升级，支持实时地图跟踪，让出行了如指掌
【国内包车】费用统统线上付，让包车变简单，更省心
【汽车票】单单享权益，笔笔赢红包
【船票】支持在线查询、购买涠洲岛、鼓浪屿、长岛、普陀山、外伶仃岛的船票！
【旅游专线】暑期周边游，景区直达，支持往返！

8.9 新功能介绍：
【行程】添加行程，全新改版！
【携程打车】覆盖更多优质品牌车源，享受新客专属下单礼包
【旅游】一年游季在于夏，快乐出发678，特惠一暑价

8.17.0新功能介绍：
【一生旅行】更名“旅行足迹”，全新改版，记录你的精彩每一程！
【火车票】春运火车票即将开售，提前预约享双通道监控。
【租车】芝麻信用×携程租车，租车出行可享押金全免！

8.19.0新功能介绍：
【火车票】春运火车票热卖中，携程双通道抢票助力出行
【分期优选】春运购票 3期免息
【攻略】旅行清单上线，地图展现收藏地点，规划行程更方便。

8.23.0新功能介绍：
【机票】特价机票支持模糊时间查询，找到合适低价！
【旅行分期】酒店三期免息！
【借去花】出行无忧，借现金最高享80元免息！

8.25版本新功能描述：

【门票】开通拿去花全场3期免息
【程金币】下单抵现，商城兑好礼

- 8.0 版本后每次中型更新后，新功能都会体现在交通预定包括火车票抢票的功能优化、低价机票提醒通知等，火车票机票的预定抢购等保持为产品的核心竞争发展战略。
- 8.3 版本增加理财功能更新到 8.17 增加芝麻信用联合租车、8.19 购票分期优选、8.23 版本旅行酒店分期和借去化、8.25 版本的程金币，加大了金融领域的功能迭代，扩展了借贷分期等功能，刺激用户消费。
- 8.3 版本新增的‘行程’功能，8.9 进行改版，后续无对行程功能的重大更新，目前产品中行程功能简单，行程中具体出行导航信息、酒店与景点间智能协调、包车租车搭配服务等都未完善。

运营方案

- 目前产品运营定位为“随时随地预定酒店、机票、门票、租车”，应用商店的产品详情页，主要展示了大牌酒店钜惠和机票・火车票+酒店，主推交通和酒店的预定功能，减小了旅游定制、行程规划的运营强度，官方运营微博与旅游博主联合每日推送‘今日旅行灵感’，推广携程旅拍功能和景点分享与攻略。

推广策略

- 产品的品牌已经相对成熟，在线旅行行业占较大市场比重，用户有相关需求会第一时间想到该产品，已做出了较好的推广。线上运营主要推广产品新推出大力支持的旅拍和 BOSS 直播间带货、大牌酒店推荐功能，向社交领域和直播自媒体领域推广；同时开始发展线下门店，线上产品中增加了线下门店的位置检索，主推跟团游套餐和旅行定制服务，进行线下旅游业务推广。

5 竞品分析

竞品选择

竞品选择与携程旅游同在 2019 年旅游市场交易规模指数位于第一梯队的去哪儿旅行和飞猪旅行，去哪儿旅行是中国旅行类 App 下载量最多的产品，飞猪旅行是近年发展增速最快的同类型产品。

产品定位

- 去哪儿旅行—总有你要的低价！平台+OTA，去哪儿旅行主要定位低价，提供吃住行游购娱一站式解决方案，超过 80%的低价占比和全面丰富的旅行产品，帮助旅行者找到性价比高的产品和优质的信息，聪明的安排旅行。
- 飞猪旅行—享受大不同！平台+OTA，飞猪旅行定位用户服务，提供优惠、便捷、高性价比的出行服务，交通服务定位安心票，酒店服务定位信用住，定位个性化、年轻化的旅游社区。

市场分析

三个产品均在旅游市场中位居第一梯队，携程旅行以大占比位居第一，去哪儿旅行市场占比呈下降趋势，位居第二，飞猪旅行发展形势迅猛，以与去哪儿旅行较小的差距位居第三。从 2013 年至 2020 年，中国在线旅游市场的交易规模也不断增长，三个产品均带动市场扩大和激烈竞争。

在线旅游市场市场集中度显著，头部厂商继续高位运行

从应用商店的旅行交通类风云榜排行来看，飞猪旅行热度排在携程旅行之前，发展增速最快，除去交通类 App，去哪儿旅行排在两者之后第三位。

产品多维度对比

	携程旅游	去哪儿旅行	飞猪旅行
创立时间	1999	2005	2016
背景	携程	去哪儿网	阿里巴巴-淘宝
产品定位	OTA+平台	平台+OTA	平台+OTA
下载量	8.70 亿	13.21 亿	1.98 亿

- 携程旅游区别于去哪儿旅行和飞猪旅行的产品类型，属于 OTA 在线旅行社，自身就是各种旅游产品的代理商，通过于酒店或航空公司合作，利用信息差与资源优势赚取佣金和差价。
- 去哪儿旅行和飞猪旅行作为旅游平台，主要提供旅客信息搜索并整合，为顾客提供旅游代理商，帮助卖家做生意，赚取流量和广告费。
- 目前三家产品都向 OTA+平台模式定位发展，去哪儿和飞猪也推出自营酒店和自营度假，逐步向自营+平台的模式转变。

产品优势对比

- 携程旅游

发展早，资历深，市场地位稳固，市场资源充足，拥有呼叫中心和大量的会员，创立先进的管理模式和标准化的服务模式，每个业务分成不同模块，提高服务质量。

- 去哪儿旅行

定位准确专注低价，超过 80%的低价占比。全站搜索整合了全网旅游信息，用先进智能的搜索技术，随时随地全面精准满足旅游过程中不同场景的需求，实现实时搜索比价。逐一即时报价近 60 万条国内国际航线信息，随时随地预订低至一折机票。

- 飞猪旅行

依托阿里巴巴庞大的流量补给和大数据支持，对互联网用户消费特征深入分析，丰富平台店铺形式。赋能平台商家，通过商家端的粉丝机制，产品 AR、实景展示和会员权益协力商家积蓄私域流量；营销端的商家自主直播，带货达人和双十一大促活动提升商家营销效率；打通阿里巴巴自有会员，与航空公司、酒店等积分互通，扩大会员生态，加固优质用户留存。

产品劣势对比

- 携程旅行在同类产品中价格较高，用户群体较单一，目前已经拓展市场至中低端消费人群，目标区域扩展至三四线城市。
- 去哪儿旅行对下游供应商的控制弱，无法保证供应产品质量，导致发展逐渐缓慢的主要因素。而携程旅行近年通过完善管理机制和发展自营产品，对产品质量的把控得到改善，稳固占据市场。
- 飞猪的劣势主要在发展时间短，在行业内的资历不够，积累用户不足，需要阿里巴巴淘宝的用户分流，通过类似淘宝的产品形式进行发展，推动在线旅游平台数字化转型。

产品体验对比

- 携程旅行和去哪儿旅行的页面布局和底部菜单栏几乎相似，飞猪旅行的三大核心功能与携程旅行布局类似，但页面上方和右侧广告占位太多，导致用户体验较差。
- 对于登录和注册，去哪儿打开产品就需要登录注册才能体验产品，用户劝

退率高，体验较差；飞猪旅行打开消息、行程、我的菜单栏都需要登录才可查看，但支持支付宝和淘宝账号一键关联登录，体验良好，增加了兄弟产品的关联；而携程旅行在需要生成用户个人数据时才提示登录，服务更加贴近用户，体验最佳。

- 首页核心功能中，三款产品的酒店预定和交通预定分块相同，旅游预定分块存在部分差异，飞猪旅行将景点门票和出境玩乐设置了分块，比携程和去哪儿增加了出境游板块，去哪儿将景点门票、攻略游记和团购都设置在旅游预定功能分块，功能整合。

去哪儿旅行首页

飞猪旅行首页

- 去哪儿和飞猪的精选推荐均加入了短视频形式，携程只有图文形式，但包含景点详细信息、周边酒店美食信息；去哪儿旅行的推荐仅包含推荐信息，详细景点和提及内容需要点击跳转，功能深度较深；飞猪旅行的推荐类似于微信的朋友圈模式，只包括文字分享和评论及门票购买链接，且下滑自动浏览相近位置其他的分享推荐。
- 三款产品在旅游预定功能板块的交互流程大致相同，在行程制定流程中飞猪旅行和携程旅行存在细节差异和景点、酒店等添加方式的形式差异，去哪儿旅行没有自由设计规划行程路线的功能，路线设计功能直接跳转至私人定制页面，功能对于不匹配。

6 总结分析

据携程 8 月中旬发布的《2020 暑假亲子游人气报告》，总结分析旅游市场发展方向

1) 亲子游仍占据出游首位，市场占比 34%；
2) 跟团游仍是主要出行方式，市场占比 59%，但自由行和定制游同样吸引了较多用户，自由行占比增加至 20%；
3) 夜间出游成为大众新选择，夜间旅游热门主题以主题乐园 45.7%为主；
4) 民宿预订回升明显，自驾游成交通新趋势，自驾游车位咨询量 2020 年增长 2.5 倍；
5) 随住随定，当天入住用户占比最高 32%

- 根据未来市场发展方向和用户需求转变，未来用户的旅游出行需求会更倾向于“自由定制规划”，摆脱跟团游和自由行路线固定的限制，同时无需承担高额的私人订制费用，较高比重的年轻用户更倾向于自由设计路线，追求旅游的自由程度，而产品只需帮助用户推荐和优化路线规划方案并提供路线方案中包含的景点门票预定，酒店预定，交通预定，美食餐厅预订，出行前中后等一条龙整合服务。

对此提出建议：

产品功能建议

1.‘旅行路线创建’增大自由度和信息连接，在添加景点、美食和酒店到行程中时，增加点击可以预览景点、美食等详细信息的功能，目前只能先完成添加后，再查看详情，若不满意还要手动删除，重新选择新的景点，用户体验极差。

2.‘旅行路线创建’景点行程编辑完成后，增加自动根据景点分布距离排序的功能，并智能推荐用户选择偏好类型的酒店（商务型、舒适型、民宿等）。

3.‘我的旅行路线’展示路线安排时间线中，景点间距离和行程时间根据情况增加推荐出行方式（步行、骑行、公共交通具体线路和站点位置、打车费用、包车租车点等）。

4.增加已制定旅行路线内各项服务一条龙预定功能，用户只需自由规划路线行程，行程内的预定和消费由产品提供类似私人订制的一条龙服务，一次性完成车票、酒店、景点门票等的预定，不再逐一跳转预定。

5.增加夜间游推荐景点和攻略游记分享，增设夜间主题乐园游玩项目。

运营推广建议

1. 推行旅行路线高自由度制定，用户自由制定出满意的路线可一键分享至产品内社区和其他社交媒体，增加产品自由定制功能的吸引性和传播推广。
2. 用户同意的情况下，记录收集用户自由创建的旅行路线，形成旅行路线库，根据用户特性可智能从路线库推荐路线框架，简化用户从 0 开始创建新路线的流程。
3. 用户在认证身份的前提下，可以自选匹配相似行程的陌生用户，可在出行前中后进行经验交流或行程结伴，打造社交平台，增加用户之间联系和用户与产品之间的粘性。
4. 在抖音、快手、微博等自媒体平台，增加对优选美景、酒店实拍视频和精选用户旅拍分享的推送和发布，增加用户流量。