

多平台数据显示国人春节游遍及全球1372个目的地 国内游人均消费杭州居全国第四



杭州火车东站,旅客陆续返回。 实习记者 方成吉摄

春节出境游一年比一年火,尽管长假后半程遭遇了较大范围雨雪天气,但这个黄金周旅游消费依然创下了新高。近日,携程、同程艺龙、途牛、马蜂窝等国内大型在线旅行社结合平台度假产品大数据,对2019春节出游消费和人气排行榜进行盘点和分析。

□时报记者 李娅

春节网络红包大战升级 多家巨头入场,数亿人参与 网络红包式营销更高效

□时报记者 李娅

今年春节网络红包大战再度升级,红包玩法也越来越多,除BAT外,今日头条、新浪微博、银联云闪付、抖音、口碑、京东、小红书等相继跟进,红包金额累计超30亿元。而据支付宝官方数据显示,支付宝集五福活动自1月25日启动至除夕的11天里,得到全国超过4.5亿人参与,和去年同比增长了40%,最终共有3.28亿用户集齐五福分5亿现金。

传递情感的同时 网络红包式营销更高效

现下,“抢红包”已成为春节不可或缺的社交活动。网经社-电子商务研究中心生活服务电商分析师陈礼腾接受记者采访时表示,移动互联网的出现和移动支付的不普及,春节网络红包将成为新兴的春节新风俗。支付宝、微信的平台利用春节发红包“造势”,在渲染节日气氛的同时也扩大了公司的宣传,而用户则通过发网络红包进行春节的庆祝以及社交关系的维持。

可以说,网络红包是最为体现互联网思维精髓的营销产品。”网经社-电子商务研究中心主任曹磊解释道。各大平台通过网络红包的方式进行粗放式“撒网”,从点至面获取大量的流量,再通过各种组合方式进行细分将用户引流到自家的其他产品服务商,进而一步一步获取用户价值最终实现流量的价值变现。而这种直接将钱投入到用户身上的广告营销方式相比于传统的广告形式更加高效,成本也更低廉。

支付宝五福产品经理冠华表示,集齐五福像吃饺子、看春晚一样,已经成为越来越多人的过年小仪式,这更像是一种和用户的情感连接,这是最珍贵的,是无法用营销数字来量化和支撑的。”

网络红包 伴随不可忽视的潜在法律风险

虚拟网络在提高人们生活幸福指数的同时也植入了欺诈的法律风险。北京亿达(上海)律师事务所董毅智律师提醒道,植有木马程序的红包因更具有技术与隐蔽性而令人猝不及防,如需要输入收款人信息的红包、AA红包、需输密码的红包、分享链接的红包等。

网络红包的使用除了在上平台直接消费,还有就是与银行卡绑定之后实现其应有的功能,但是一旦与用户的银行卡绑定就不再只是社交游戏了,而包含了个人手机号、银行卡号、密码等敏感信息。若被一些不法分子利用,将造成不必要的财产损失。

欺诈是通过掩盖事实或捏造事实的方式使被欺诈者在行为的判断上发生错误认识。我国《民法总则》列举的无效民事行为即包括欺诈,《合同法》则将该行为的结果一分为二:损害国家利益者,为无效行为;非国家利益者,则为可撤销行为。虽然在法理上,因钓鱼所取得的网络红包不受法律保护,但是善后性的救济仍不可避免地会增加被钓鱼者的维权成本。

大年初二出行人数最多 杭州国内游人均消费3031元

据携程春节全国旅游市场情况和产品数据显示,春节长假期间我国游客从1296个海内外城市出发,到达全球97个国家和地区、1372个国内外城市。国家数量从去年的82个增加到了97个,涨幅18%。

大年初二是出行高峰,有最多的游客选择在这一天出行,多

数游客会选择在家中完成跨年,然后开启自己的假期。

此外,游客选择了7天以下行程的占比最高,达到了77%,大多游客会在假期时间内规划自己的旅程。而选择7天以上行程的游客也不少,占比达23%,拼假出行也成为了游客的重要方式。

从春节国内跟团游、自由行的单次人均花费看,“消费力前十强城市”依次为上海、北京、广州、杭州、成都、南京、西安、重庆、天津和深圳。这些城市春节旅游单次国内游人均花费超过2700元,其中,杭州单次国内游人均消费达3031元。

出境游东南亚人气高 “玩雪”“泡汤”冰火两重天

春节期间,不少游客选择出境过大年。途牛旅游网相关负责人告诉记者,出境短线游仍是游客的主要选择,泰国、日本、越南、新加坡、印度尼西亚、马来西亚、马尔代夫、菲律宾、柬埔寨、缅甸等目的地排名靠前。泰国再次夺冠,这与泰国宣布落地签免费政策延长至今年4月30日,加上已经实施的落地电子签证双重利好不无关系,芭提雅、曼谷、清迈等城市迎来如织的游人。

主题游方面,出境“玩雪”继

续走热。除了赏雪、滑雪等传统冰雪项目之外,搭配温泉、美食、极光等个性化体验的行程更受欢迎。

寒冷的冬季怎能少了一池濯濯温汤?打飞的出境“泡汤”继续保持十足人气。日本、德国、法国、意大利、瑞士等温泉游目的地人气火爆。

轻松舒适、一价全包的优势,使得“海上过大年”的邮轮游也同样受到众多游客的青睐。当然也有不少父母为孩子订购了以游学

为主题的出境游产品。位于南半球的澳大利亚、新西兰等地正值盛夏,吸引了众多学子前往。

出行智慧化是春节出行消费升级的一个全新领域。同程艺龙春节出行大数据显示,大数据、人工智能、小程序、AR(VR)等创新科技的大量应用正在全面提升人们的春节出行体验。围绕飞机出行场景,同程艺龙上线了VR机场服务,通过先进的VR服务为用户提供智慧化的机场消费及候机服务。

“00后”占比达22% 偶像团体入驻成旅行新玩法

什么年龄段的中国人更偏爱在春节出行?据携程跟团游和自由行订单数据,“80后”已经成为春节出游的绝对主力人群,占出行总人数超四分之一。而“00后”春节正值寒假,能够有充足的时间选择和父母朋友出游,占比达22%。

为了更贴合当下年轻人的口

味和玩法,马蜂窝旅游网邀请了人气偶像团体“ONER”的4位成员——岳岳、木子洋、卜凡和灵超入驻站内,分享他们的旅行故事。偶像们的旅行故事,更能代表年轻人的旅行方式,也与马蜂窝年轻化的品牌形象和用户群体相匹配。”马蜂窝旅游研究中心负责人冯饶介绍道。

数据显示,ONER空降马蜂窝当天,新西兰旅游热度上涨80%,出现在旅行故事中的高空跳伞、面朝大海的荒野民宿,都成为粉丝搜索的热门关键词。冯饶认为,从观看偶像的旅行视频到主动搜索目的地信息,关注相关旅行产品,正是年轻旅行者从“种草”到“拔草”的过程。