

从心动到行动

2020巨量引擎用户群体
旅游全周期行为动机调研报告



前言 FOREWORD

本报告通过调研并梳理今日头条和抖音双端的用户群体旅游行为数据，理解其在**周边游、境内游、境外游三大旅游场景**下的行为特征，并归纳出旅游全周期内的**四大关键环节：日常种草、目的地决策、制定攻略、旅游途中**，整合用户群体在四大旅游环节的信息需求、获取途径、形式偏好、痛点等，意在为用户旅游出行和广告主旅游营销激发灵感。

基于此次调研报告，我们预期达到如下目标：

- 一是充分理解用户群体在三大旅游场景和四大旅游关键环节下，获取信息的形式偏好、痛点等，更好地满足用户群体在旅游全周期的内容需求；
- 二是引导旅游行业广告主更前置地判断和匹配用户的旅游需求，为广告主进行策略定位及开展营销提供参考。

目录

CONTENT

1

巨量引擎用户群体旅游行为概览

2

旅游全周期内用户群体行为动机

环节1 日常种草

环节2 目的地决策

环节3 制定攻略

环节4 旅游途中

3

核心结论及相关建议

数据说明

数据来源

- 1、巨量引擎云图平台
- 2、巨量引擎指数平台
- 3、线上问卷调研：今日头条用户旅游行为调查、抖音用户旅游行为调查

	今日头条端	抖音端
投放目标	今日头条普通用户	抖音普通用户
投放时间	2020.6.12	2020.6.12&15
有效样本	过滤后有效样本3394份，各旅游场景： 周边游965份 境内游1556份 境外游260份	过滤后有效样本4560份，各旅游场景： 周边游708份 境内游1630份 境外游471份

阅读说明

对于今日头条和抖音双端数据，有差异则单独呈现，无差异则按样本量1:1加权呈现。

1



巨量引擎用户群体 旅游行为概览



心向美好与远方 巨量引擎汇聚上亿旅游心动派

从垂类兴趣到大众普及 旅游爱好者全民化全域化



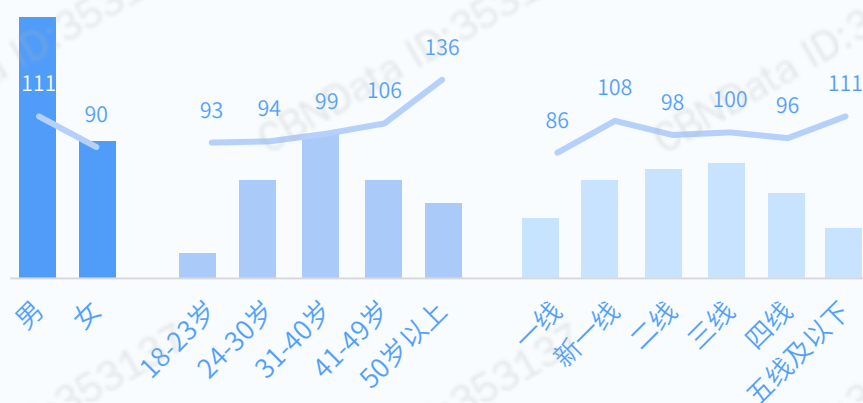
1.7亿+
旅游爱好者

双端旅游爱好者
均占比过半

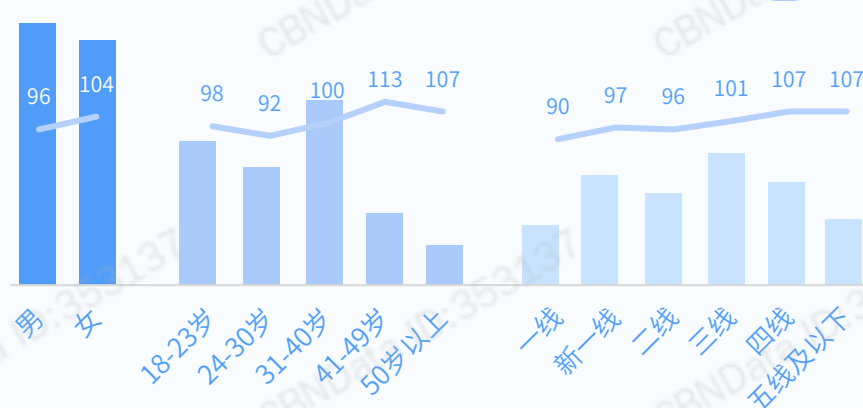


2亿+
旅游爱好者

今日头条旅游兴趣用户群体画像



抖音旅游兴趣用户群体画像



- 对比来看，今日头条的男性旅游爱好者较为突出，抖音的年轻旅游爱好者潜力更大，双端的旅游兴趣用户群体形成了优势互补。

国民级旅游内容记录平台 激发丰富内容创作及互动



深度攻略种草机

1043亿+

旅游内容阅读量

15亿+

旅游内容互动量



网红景区孵化器

7.2亿+

旅游内容发布量

384亿+

旅游内容点赞量

- 是见证者更是记录者，每一次发自内心的创作和互动，都体现了大家对美好之地的向往。



感兴趣更要走出去 绝大部分人是旅游行动派

选择就近目的地更容易出发

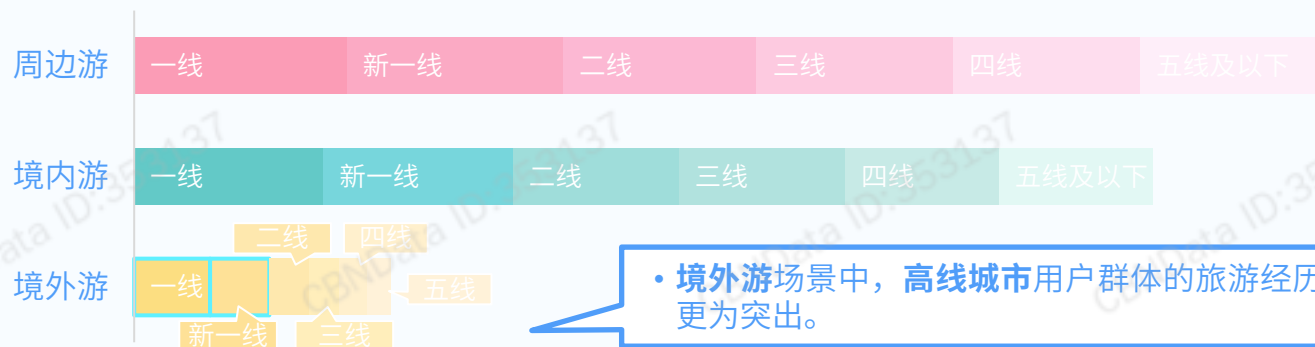
近两年有旅游经历的用户群体比例



城市级别越高 旅游经历越普遍

近两年有旅游经历的各城市级别用户群体比例

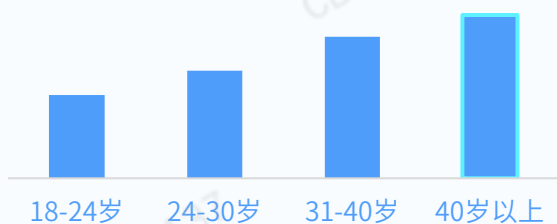
■ 一线 ■ 新一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线 ■ 五线及以下



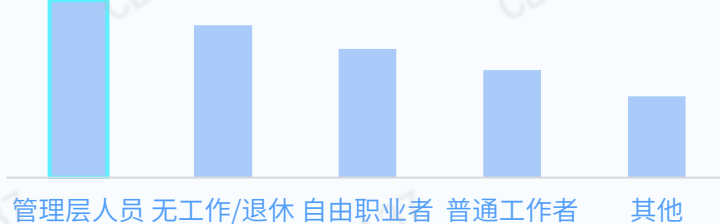
境外游经历体现出明显的群体差异

*部分详细用户群体数据此处未作披露

各年龄阶段用户群体的境外游比例



各职业类别用户群体的境外游比例



• 境外游场景中，有经济实力、工作稳定或生活自由的人出游机会更多。



三大旅游场景下 用户行程安排因地因时制宜

旅游范围越大 频次越少周期越长

	周边游	境内游	境外游
旅游频次	每年 1-4次	每年 1-2次	每年 1-2次
TICKET	1-2次 3-4次 5次及以上	1-2次 3-4次 5次及以上	1-2次 3-4次 5次及以上
旅游周期	每次出游1-3天	每次出游 2-7天	每次出游 4-14天
	当日来回 2-3天 4-7天 8-14天	2-3天 4-7天 8-14天 14天以上	4-7天 8-14天 2-3天 14天以上
旅游方式	自助游	自助游	自助游为主 跟团游为辅
	自助游 跟团游 两者差不多	自助游 跟团游 两者差不多	跟团游 自助游 两者差不多

- 在旅游方式的选择上，要省心更要随心。但随着旅游范围的扩大，跟团游的比例逐渐提升。

在境外游旅游方式的选择上 不同用户偏好不同

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16815

