

中国在线旅游度假用户研究报告

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读



用户调研说明

01研究目的及内容

《2014年中国在线旅游度假市场用户研究》是通过艾瑞iClick在线调研社区，利用定量研究方法，对在线旅游度假市场企业品牌、用户满意度及用户消费习惯进行在线调查及研究。以期为关注在线旅游度假市场的企业及从业者提供行业用户行为洞察和有价值的参考依据。

02调研样本说明

调研概况	描述
样本来源	艾瑞iClick在线调研社区
调研时间	2014.12
覆盖地区	全国
样本甄别条件	最近1年内通过互联网购买过旅游度假产品的用户
有效样本数量	803

1

中国在线旅游度假网站品牌研究

2

中国在线旅游度假网站满意度

3

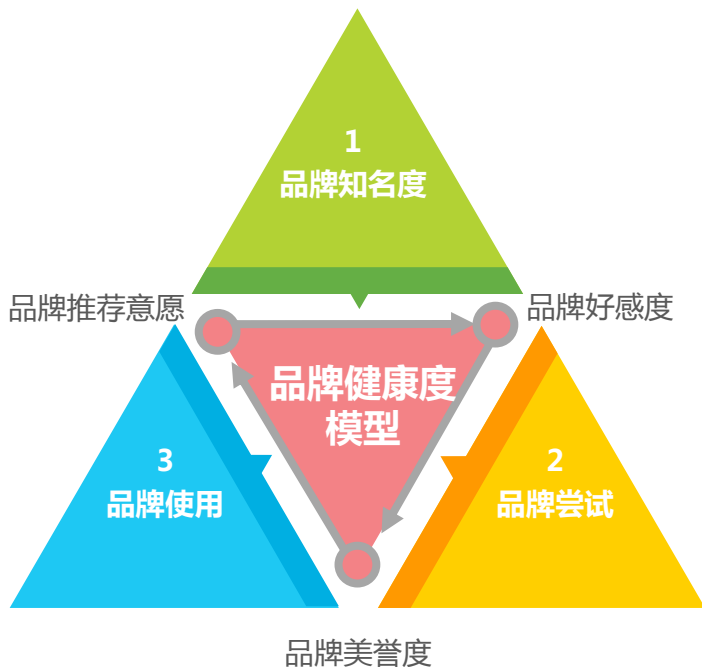
中国在线旅游度假用户消费行为

4

中国在线旅游度假用户属性

品牌综合健康度模型

品牌健康度模型 Brand Health Model



● 品牌健康度模型是对指标的全面性考虑，从用户对品牌的认知和行为、品牌形象和情感进行综合测量。

品牌知名度

指品牌被用户知晓、了解的程度，反应了品牌和用户关系的广度

品牌尝试

指某用户对品牌的产品产生兴趣，曾经使用过

品牌使用

反应了用户决策过程中的品牌倾向，倾向于在有多选择的情况下，频繁的选择某品牌的行为

品牌好感度

是用户对品牌产生好感的程度

品牌美誉度

品牌获得用户赞誉和良好口碑，是品牌长期积累形成的

(测量角度：专业权威、值得信赖、大众化、创新等指标)

品牌推荐意愿

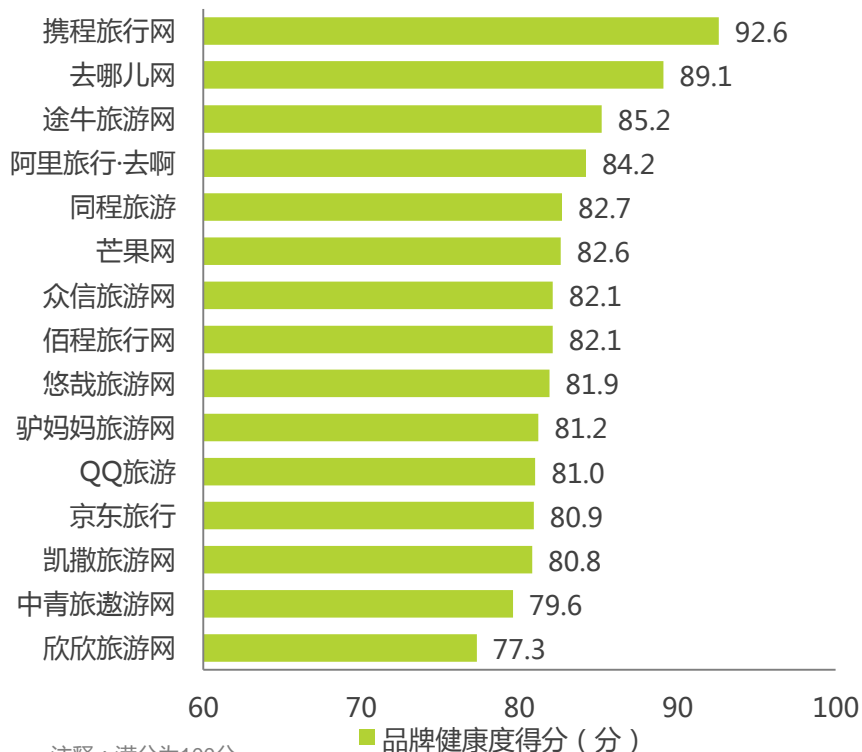
是用户忠于品牌的行为

品牌综合健康度得分

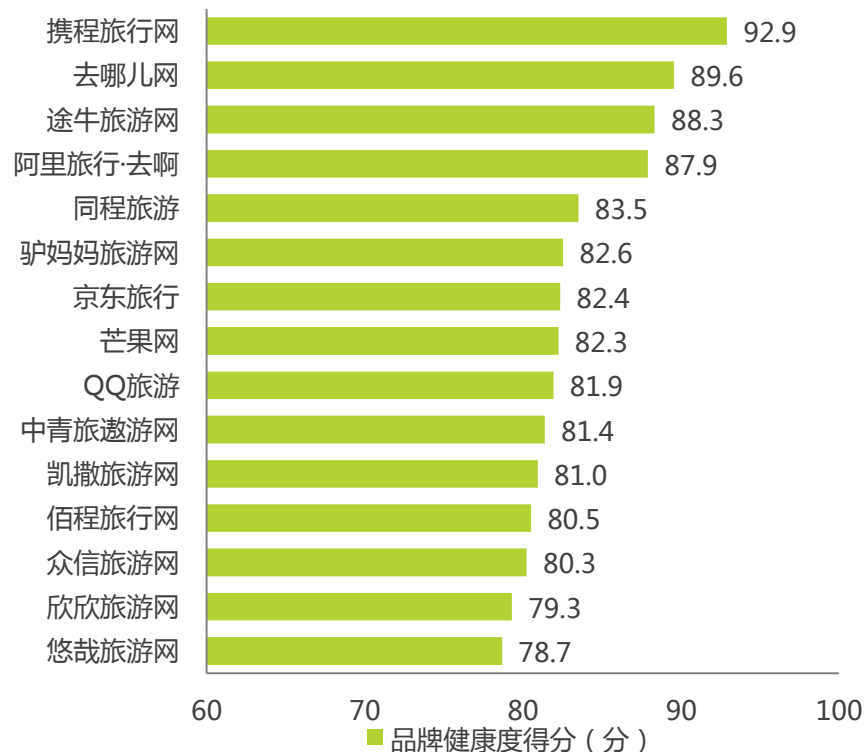
途牛旅游网、阿里旅行·去啊品牌综合健康度提升显著

2014年中国在线旅游度假网站品牌健康程度Top5网站表现稳定，途牛旅游网和阿里旅行·去啊品牌健康有显著提升，驴妈妈旅游网、京东旅行在排名上有明显上升。

2013年中国在线度假网站品牌健康度综合得分



2014年中国在线度假网站品牌健康度综合得分



注释：满分为100分。

来源：根据艾瑞品牌健康度模型测算。

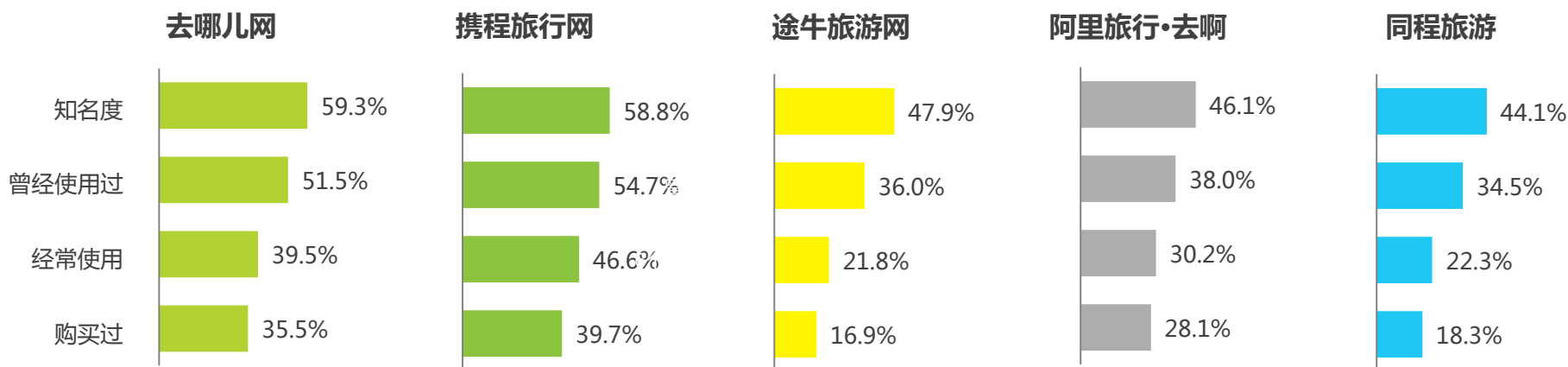
样本：2013年 N=881，于2013年通过艾瑞iClick社区在线调查获得；2014年 N=803，于2014年12月通过艾瑞iClick社区在线调查获得。

品牌认知与使用

去哪儿网品牌知名度最高、携程旅行网使用率最高

2014年在线度假旅游网站Top5各品牌认知度差异不大，在购买和使用率上携程旅行网和去哪儿网领先一步，其余品牌发展空间较大。

2014在线度假旅游网站品牌健康度Top5网站认知与使用情况



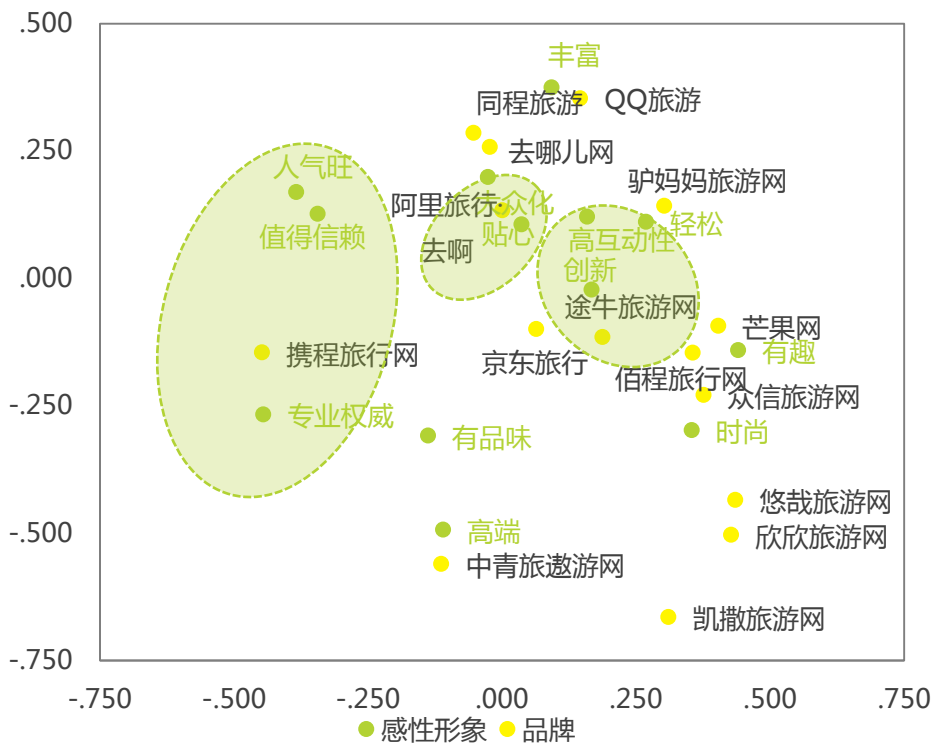
样本：N=803；于2014年12月通过艾瑞iClick社区在线调查获得。

品牌美誉度

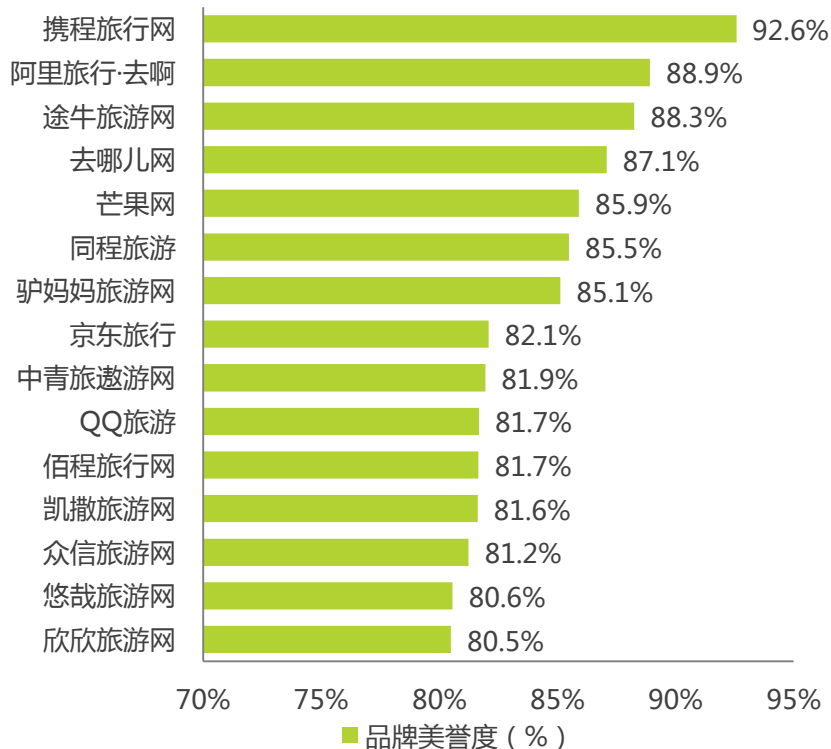
携程旅行网、阿里旅行·去啊和途牛旅游网美誉度评价较高

通过2014年中国在线旅游度假网站个性形象对应分析结果显示，携程旅行网在用户看来更符合“专业权威”、“值得信赖”、“人气旺”的特征；途牛旅游网“创新”、“高互动性”的形象更为用户认可；阿里旅行·去啊的“贴心”、“大众化”个性形象凸显。

2014年中国在线旅游度假网站个性形象对应分析



2014年中国在线度假网站品牌美誉度



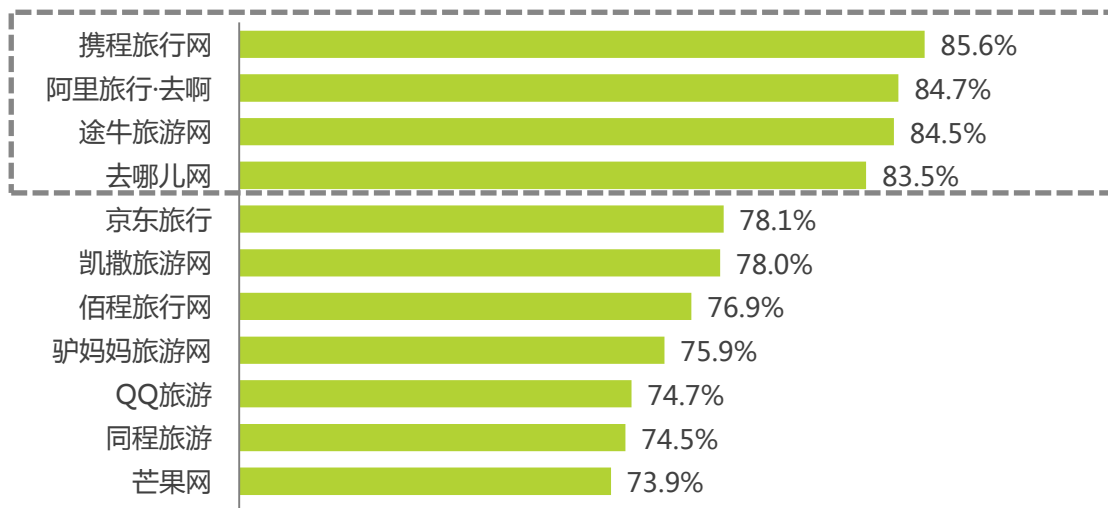
来源：品牌美誉度根据艾瑞品牌健康度模型测算。
样本：N=803；于2014年12月通过艾瑞iClick社区在线调查获得。

品牌好感度

中国在线旅游度假网站品牌好感度拉开差距

2014年中国在线旅游度假用户调研结果显示：携程旅游网、阿里旅行·去啊、途牛旅游网和去哪儿网四家企业为第一阶梯，用户对四家旅游网站的好感度评价最高，且与其他旅游网站拉开一定差距。

2014年中国在线度假网站品牌好感度



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_21795

