



黄山风景区旅游全景大数据 分析报告

2018年3月

目录

CONTENTS

- ① 他们是谁?—黄山风景区游客全景画像
- ② 可以为他们做什么? --黄山风景区旅游提升建议

旅游前

■ 搜索分析

- 搜索关注点 搜索趋势 搜索路径 搜索后的预订渠道

■ 定位分析

- 景区热力图 国内游客来源 国外游客来源

■ 偏好分析

- 酒店偏好 餐饮偏好 景点偏好 移动App偏好

■ 用户画像

- 性别 年龄 学历 收入 有无孩 有无车

旅游中

■ 评价分析

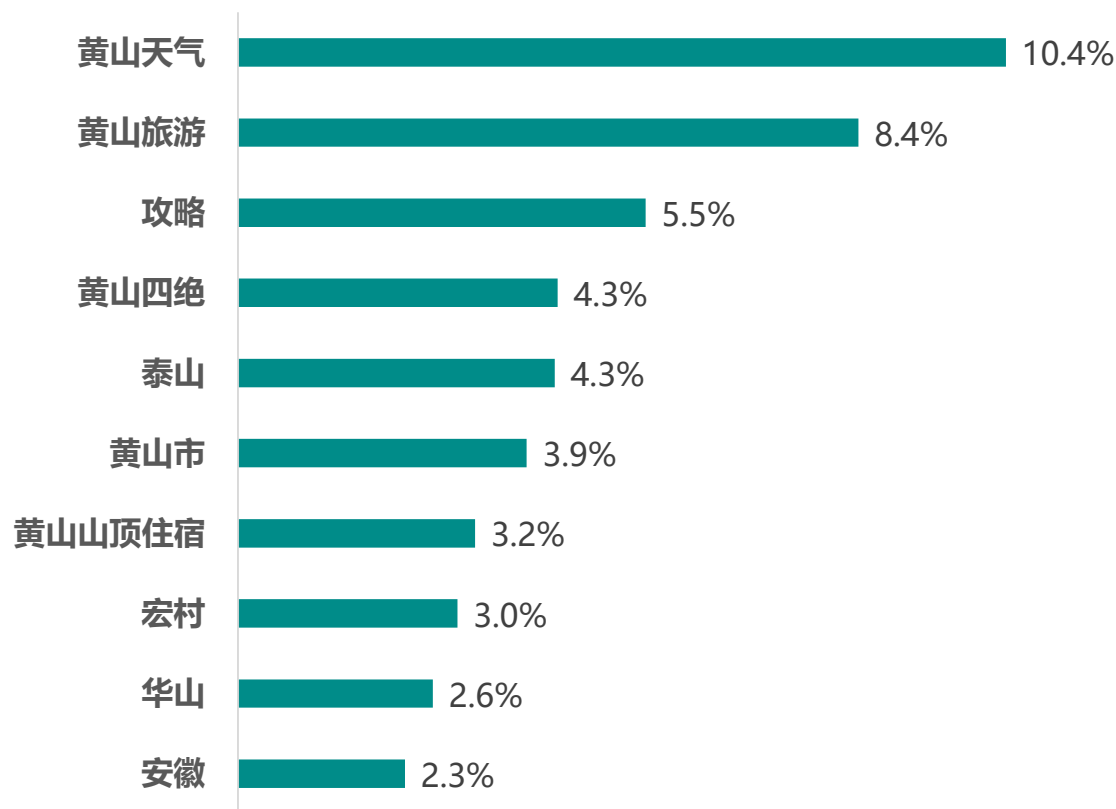
- 景区评价 餐饮评价 住宿评价

旅游后



搜索关注点：主要关注黄山天气、旅游攻略以及住宿等信息

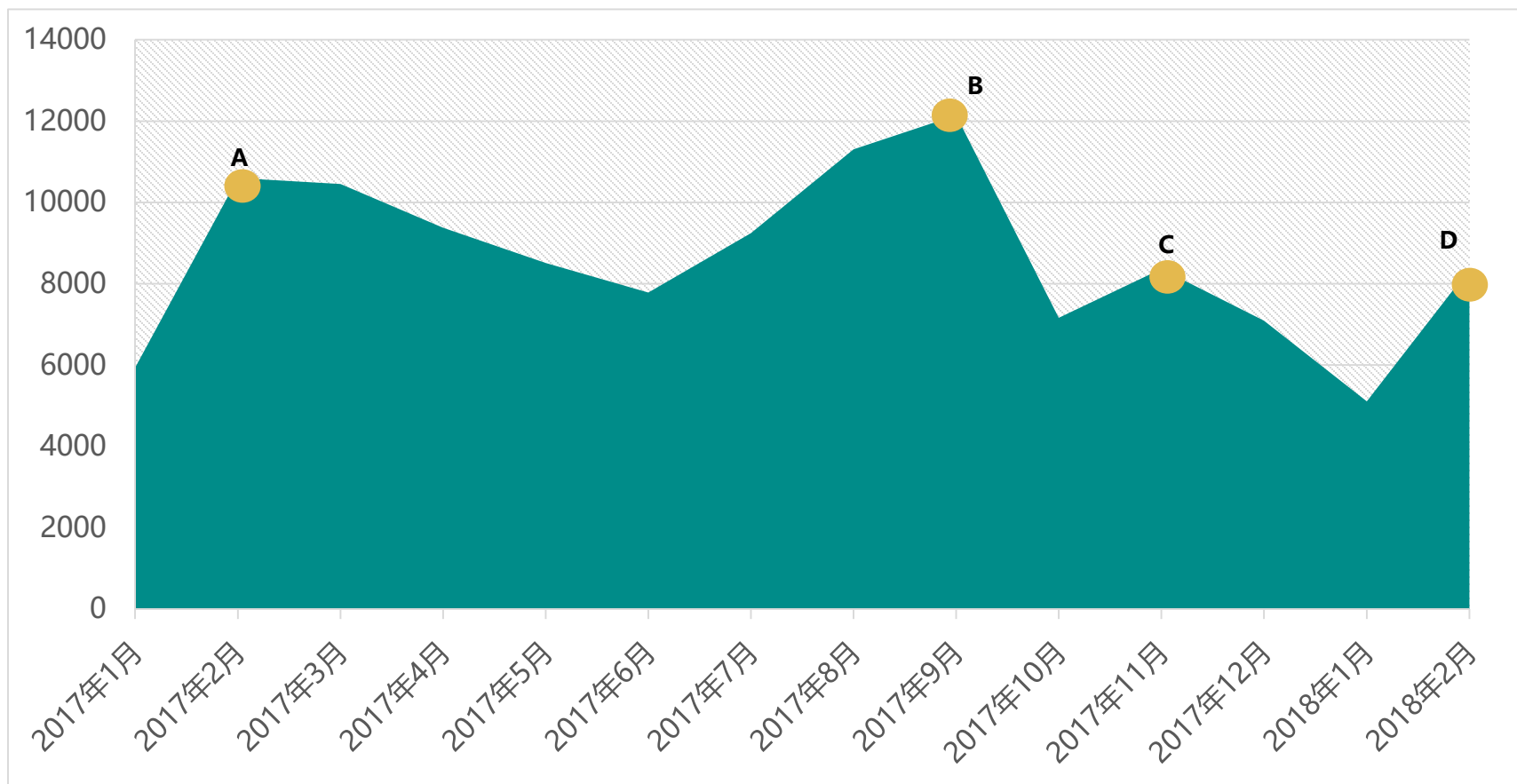
作为自然景区而言，天气因素是游客出行首要关注的因素，与此同时游览路线、攻略以及住宿等也成为前往游览前必做功课之一。



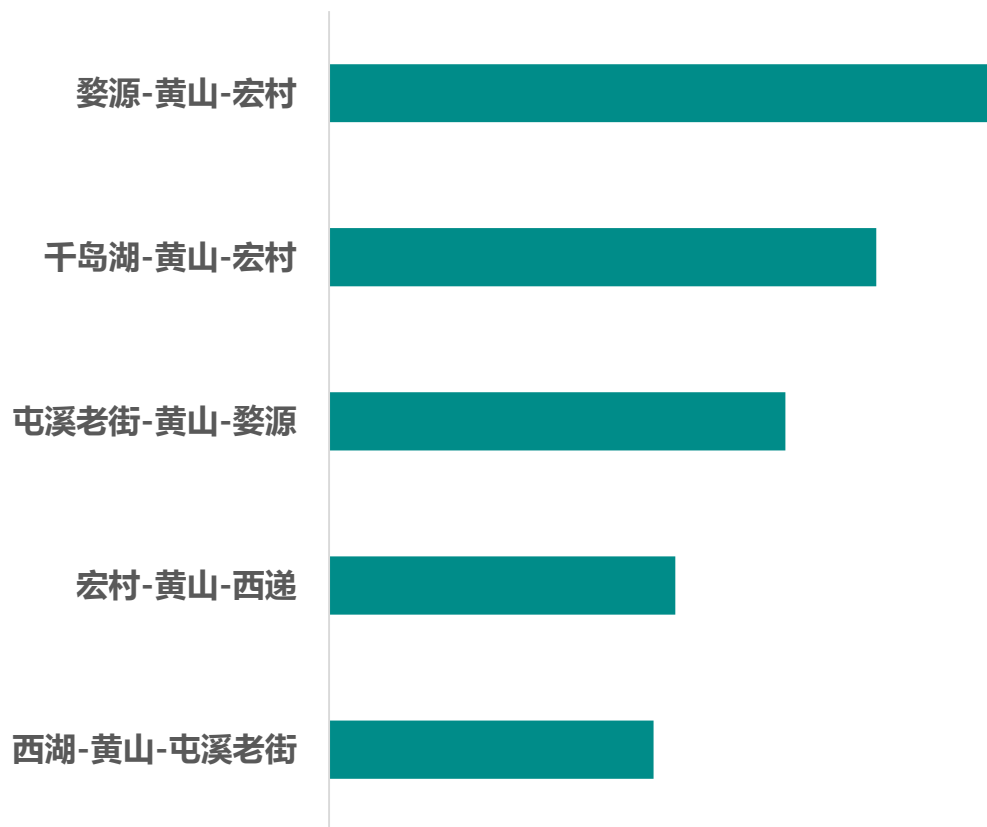
MobData分析师认为，搜索关注点除了黄山天气和旅游景点与攻略之外，对泰山和华山的搜索量也较高，可见游客在旅游前进行景点选择时，竞品中具有较强相似特征的泰山和华山成为主要竞争对手；目的地城市和相邻景区也上榜，说明当前越来越多游客不再只关注单一景点，目的地周边景区与城市吸引力也成为选择某一地点的重要考虑因素。

搜索趋势：一年中2月、9月、11月是搜索高峰期

从2017年全年的搜索量趋势图可以很明显看出，A、B、C、D四个峰值点中，A和D时段均出现在1月末2月初期间，说明该时段国人前往黄山旅游意愿明显增强；B点出现在9月，也是全年搜索的最高峰，想来想要趁着十一小长假前往黄山的游客不在少数；11月C点也出现了一个搜索的小高峰，说明冬季的黄山美景仍然具有一定吸引力。



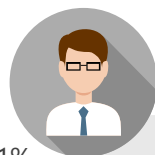
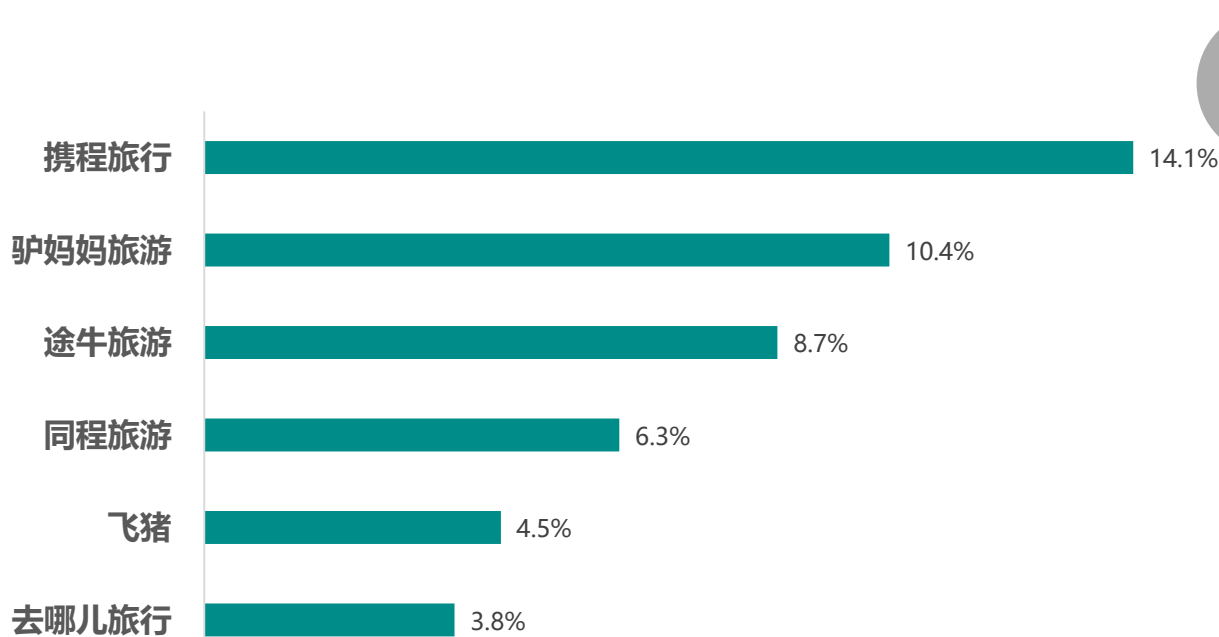
搜索路径：搜索路径上，婺源-黄山-宏村的搜索量居首



MobData分析师认为，到婺源赏完花之后，爬黄山感受三奇五绝的自然魅力，再到宏村体验一下以徽派建筑为特色的村落，这条旅游路线的搜索量最大。当前旅游出游的一大特色，即越来越多游客不再目标单一的选择某一景点，而是较多选择一日游、二日游或者多日游方式出行，即在前往某一主要游览地点时，顺带前往周边景区或城市。当前旅游市场上这类旅游产品与线路也越来越多，对于目的地城市而言，做好主体景区周边的旅游市场开发则变得尤为重要。

搜索分析

搜索后的出行预订渠道：使用携程、驴妈妈、途牛等在线OTA旅游网站的比例较高



MobData分析师认为，当前游客外出旅游时，普遍愿意选择在线旅游网站进行门票、酒店预订或者跟团游产品报名。目前市场上在线旅游市场基本被携程、途牛、驴妈妈、同程等几大OTA所雄踞，产品同质化严重，但几大OTA优势领域也略有不同，携程已逐渐发展为在线旅游巨无霸，尤其在酒店预订方面优势明显，驴妈妈以

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_38160

