

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



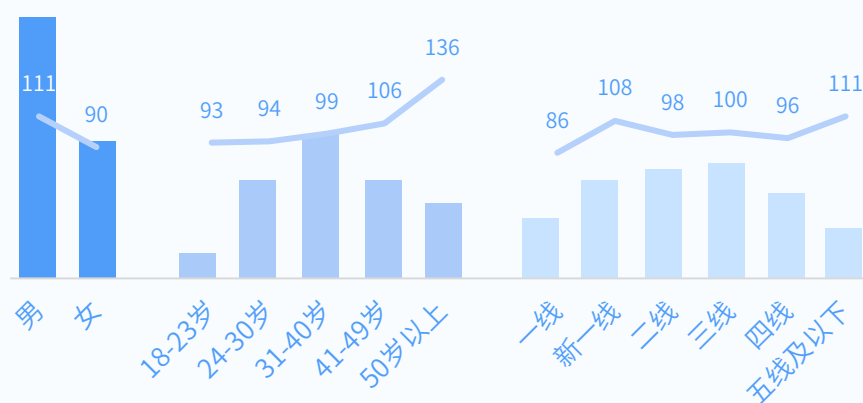
1.7亿+
旅游爱好者

双端旅游爱好者
均占比过半

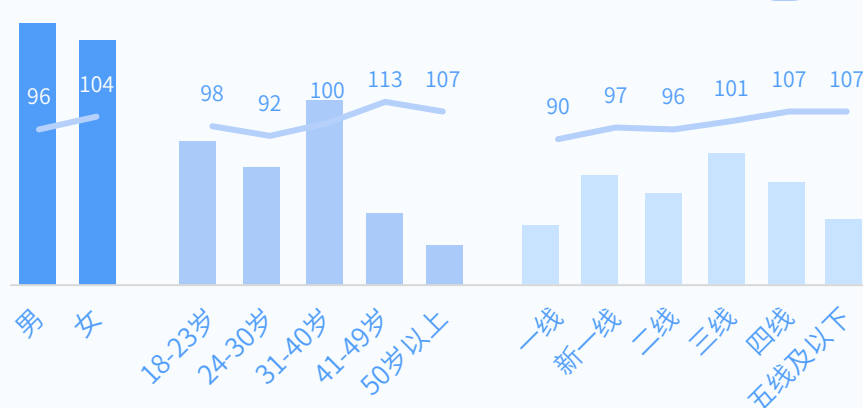


2亿+
旅游爱好者

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

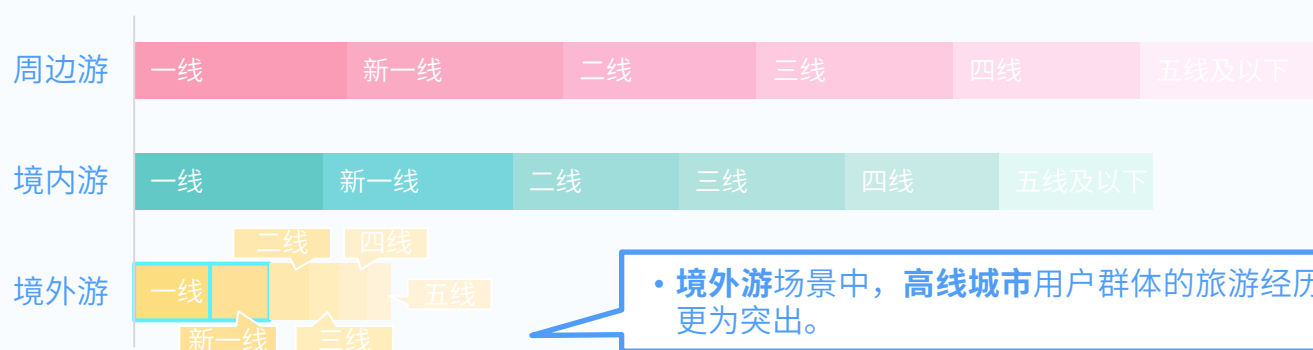
选择就近目的地更容易出发

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

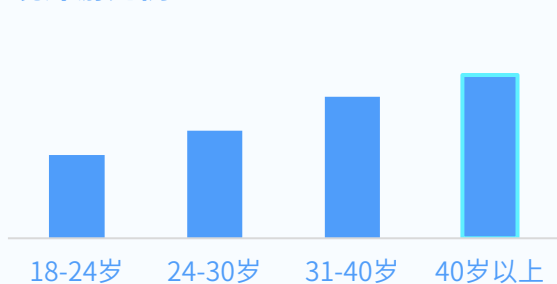
近两年有旅游经历的各城市级别用户群体比例



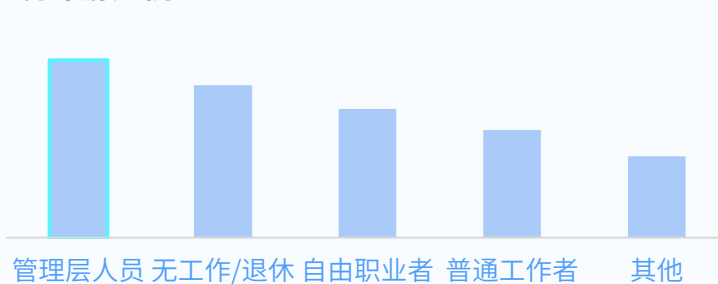
境外游经历体现出明显的群体差异

*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



* 数据来源：巨量引擎用户旅游行为线上问卷调查，2020年6月



从心动到行动 用户旅游大致经历四个关键环节

旅游全周期内的四大关键环节

环节1 兴趣
日常种草



环节2 决策
目的地决策



环节3 准备
制定攻略



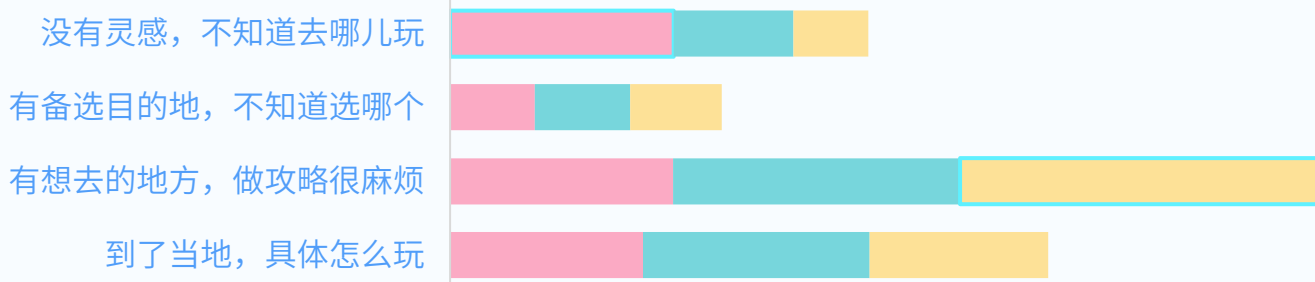
环节4 行动
旅行途中



最难的不是做出行动 而是行动前如何准备

旅游四大关键环节的用户群体痛点程度

■ 周边游 ■ 境内游 ■ 境外游



- 旅游四大关键环节用户群体痛点程度排名：**制定攻略 > 旅行途中 > 日常种草 > 目的地决策**。痛点程度越高，代表用户在这一环节遇到的问题和困难越多，需求越需要被满足，有待广告主营销和发挥的空间也就越大。
- 如何在**舒适圈范围内玩出花样**，是**周边游**的明显痛点。
- 随着旅行距离变远、复杂程度加深，**境外游**受困于**攻略环节**的用户占比逐渐提升。

年轻人虽选择困难 但下了决定就有了行动力

各年龄阶段用户群体的旅游关键环节痛点程度（部分）



- 对比其他年龄段，**18-24岁**的年轻人没有心仪旅行目的地的比例更高，但只要下了决定就更容易安排行程即时出发。
- **40岁以上**的人**做攻略**比年轻人更费精力。



旅游全周期内 用户群体行为动机

环节1

1

日常种草

2

目的地决策

3

制定攻略

4

旅游途中





种草是「日久生情」也是「一见钟情」

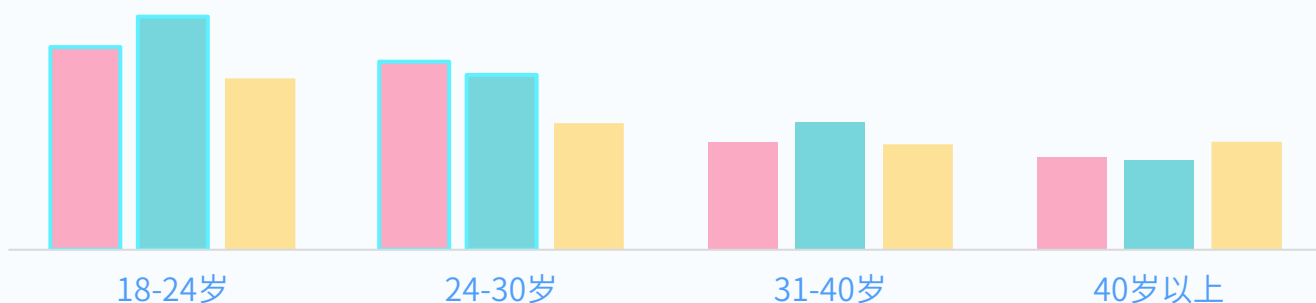
种草是潜移默化中的「关注&订阅」

约**68%**的人在头条和抖音上
已关注旅游达人或已订阅旅游频道

其中**80%**以上的人
在无出行计划时也会浏览旅游内容

无出行计划也会浏览旅游内容的各年龄阶段用户群体比例

■ 周边游 ■ 境内游 ■ 境外游



- 30岁以下的年轻人无出行计划日常浏览行为比例更高，且浏览**周边游**和**境内游**的内容较多。

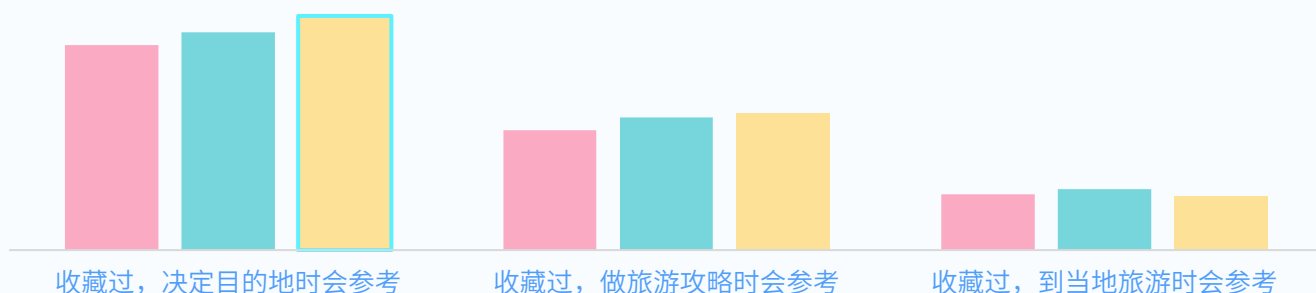
种草是电光火石间的「点赞&收藏」

约**80%**的人被旅游内容种草
会通过点赞及收藏一键mark

其中**90%**以上的人认为
提前收藏对之后旅游参考作用很大

被种草时的收藏行为对其他环节旅游行动的参考作用

■ 周边游 ■ 境内游 ■ 境外游



- 点赞收藏的最大作用是帮助下一步**目的地决策**，且对于**境外游的中高频旅游者、高线城市用户**作用更大。



环节1 日常种草



生动、丰富、吸引眼球的内容 更容易让人种草

种草环节整体用户群体内容类型偏好TOP 3



摄影图片作品

47.20%

Top1



旅游视频直播

45.03%

Top2



网友游记动态

41.83%

Top3

种草环节三大旅游场景用户群体内容类型偏好TOP 3

周边游TOP3

摄影图片作品

旅游视频直播

网友游记动态

境内游TOP3

摄影图片作品

旅游视频直播

权威旅游榜单

境外游TOP3

旅游视频直播

权威旅游榜单

摄影图片作品

种草环节双平台用户群体内容类型偏好对比

网友游记动态

旅游图文攻略

旅游用户问答



真实且深入

VS



丰富且直观

摄影图片作品

旅游视频直播

权威旅游榜单

种草环节各年龄阶段用户群体内容类型偏好对比

各年龄阶段用户的旅游种草内容偏好（部分）

旅行视频直播

18-24岁

24-30岁

31-40岁

40岁以上

权威榜单排名

18-24岁

24-30岁

31-40岁

40岁以上

限时机酒优惠

18-24岁

24-30岁

31-40岁

40岁以上

• 对比其他年龄段，18-24岁的年轻人被旅游视频、榜单种草的更多，并且会为价格优惠而心动。

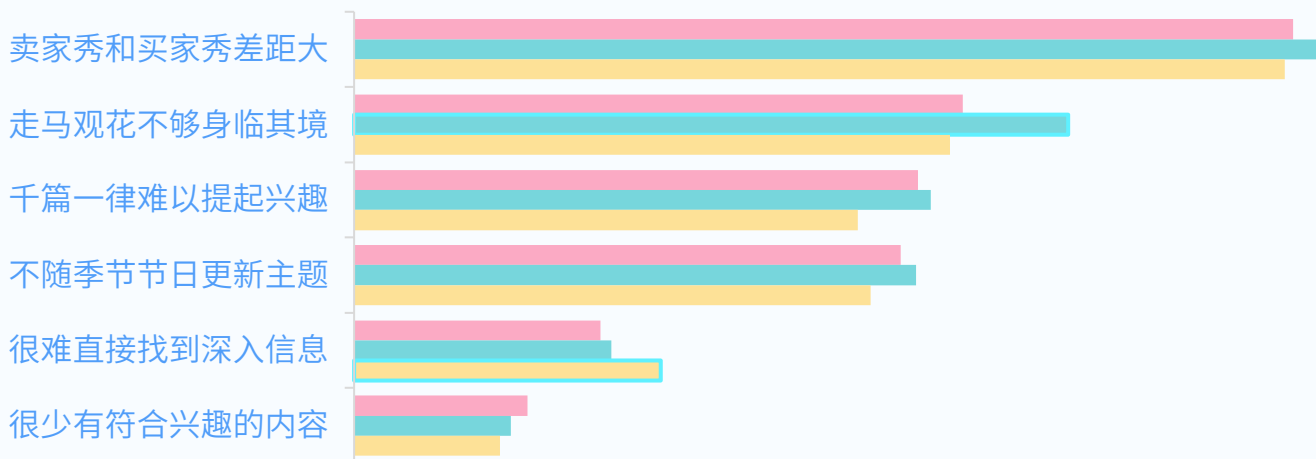


不够真实和直观 是日常种草环节的主要痛点

种草环节三大旅游场景用户群体痛点对比

日常种草环节的用户群体痛点分布

周边游 境内游 境外游



- 用户在种草阶段的最大痛点是**内容不真实**，到了当地难以达到预期；其次是**内容不够直观**。
- 相比周边游和境外游，**内容不够直观和身临其境**是**境内游**场景下较为突出的痛点。
- **很难直接找到深入信息**是**境外游**场景下的显著痛点。

网友说

内容真实性	•视频里好看，到现场就感觉一般 •内容不亲民，广告痕迹太明显的不想看 •太多都是网红推荐，去了就踩坑
不够身临其境	•不专业，都是表面的内容，没有深层次我需要的东西 •有的只有絮絮叨叨的走马观花，没有人文内容和详细的生活感觉
难以提起兴趣	•各种网红，各种拍照，毫无新意
难以找到深入信息	•视频和攻略往往脱节，视频游记不具体或者片面 •小众景点介绍不多

种草环节各年龄阶段用户群体痛点对比

各年龄阶段用户群体的旅游种草痛点（部分）

卖家秀和买家秀差距大	18-24岁	24-30岁	31-40岁	40岁以上
------------	--------	--------	--------	-------

- 对于**周边游**和**境内游**的内容，**年轻人**在**内容真实性**方面未被满足的比例相对其它年龄段更高。

环节2

1

日常种草

2

目的地决策

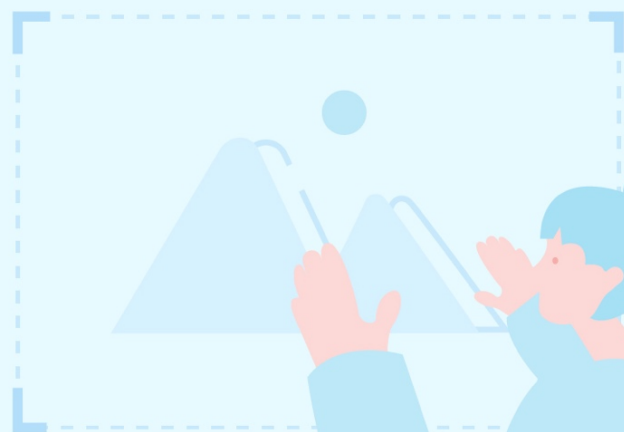
3

制定攻略



4

旅游途中





环节2 目的地决策

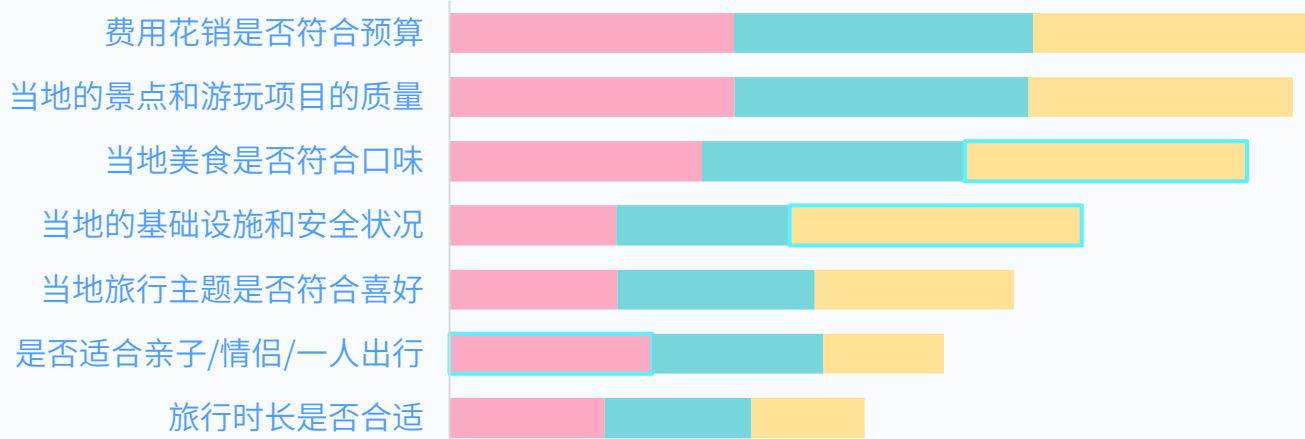


既要基于当前预算 也要考虑当地体验

三大旅游场景用户群体目的地决策的参考点对比

影响用户群体目的地决策的参考点

周边游 境内游 境外游



- 预算匹配情况、景点游玩的质量、美食，对于目的地决策的影响最大。
- 选择境外游目的地时，当地的基础设施和安全状况、美食口味是用户更为关注的。
- 周边游场景下，用户更看重旅游陪伴者。

双平台用户群体目的地决策的参考点对比

当地的景点和
游玩项目的质量



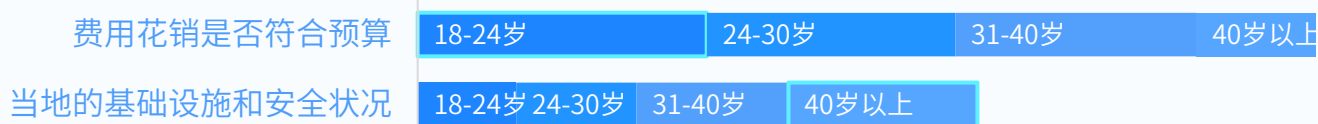
VS



费用花销
是否符合预算

各年龄阶段用户群体目的地决策的参考点对比

各年龄阶段用户群体的目的地决策参考点（部分）



- 年轻人更关注预算，年龄越大越关注当地基础设施和安全状况。



环节2 目的地决策



权威、真实、深入的内容 更能帮助目的地决策

决策环节整体用户群体内容类型偏好TOP 3



权威旅游榜单

46.89%

Top1



网友游记动态

45.03%

Top2



旅游图文攻略

41.80%

Top3

决策环节三大旅游场景用户群体内容类型偏好TOP 3

周边游TOP3

摄影图片作品



权威旅游榜单



网友游记动态



境内游TOP3

权威旅游榜单



旅游图文攻略



网友游记动态



境外游TOP3

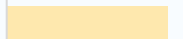
权威旅游榜单



网友游记动态



旅游图文攻略



决策环节双平台用户群体内容类型偏好对比

网友游记动态

旅游图文攻略

旅游用户问答



反复深入对比

VS



简单直接果断

摄影图片作品

权威旅游榜单

限时机酒优惠

决策环节各年龄阶段用户群体内容类型偏好对比

各年龄阶段用户群体的旅游目的地内容偏好（部分） ■ 18-24岁 ■ 24-30岁 ■ 31-40岁 ■ 40岁以上

旅游图文攻略

18-24岁

24-30岁

31-40岁

40岁以上

权威旅游榜单

18-24岁

24-30岁

31-40岁

40岁以上

网友游记动态

18-24岁

24-30岁

31-40岁

40岁以上

旅游视频直播

18-24岁

24-30岁

31-40岁

40岁以上

• 决策环节，年轻人参考旅行视频和榜单的比例更高，中老年用户更多参考图文攻略和游记。



环节2 目的地决策



不够真实和深入 是目的地决策环节的主要痛点

决策环节三大旅游场景用户群体痛点对比

目的地决策环节的用户群体痛点分布

周边游 境内游 境外游



- 用户在决策阶段普遍对**内容真实性、深度性以及无法了解预算**不够满意。
- 三大旅游场景整体对比来看，**境内游**范围内用户目的地决策的痛点更高。
- **境外游**场景下，**缺乏交通安全等注意事项**信息是较大问题。

网友说

内容真实性	• 有时介绍得夸张了，去到才知道又是被炒出来的一个地方 • 水军太多 • 虚假宣传，比如“去某地只要999就能玩遍所有”这种类似的话题
缺乏深度介绍	• 缺乏风土人情的相关描述，只有风景，缺乏文化内涵 • 缺乏设施不足的介绍

决策环节各年龄阶段用户群体痛点对比

各年龄阶段用户群体的旅游目的地决策痛点（部分）



- **年轻人**更容易面临**无法直接了解预算**的问题，也更容易感觉到**看到的内容不够真实**。
- **中老年群体**决策环节面临的**最大问题**则是**找不到深度介绍**。

环节3

1

日常种草

2

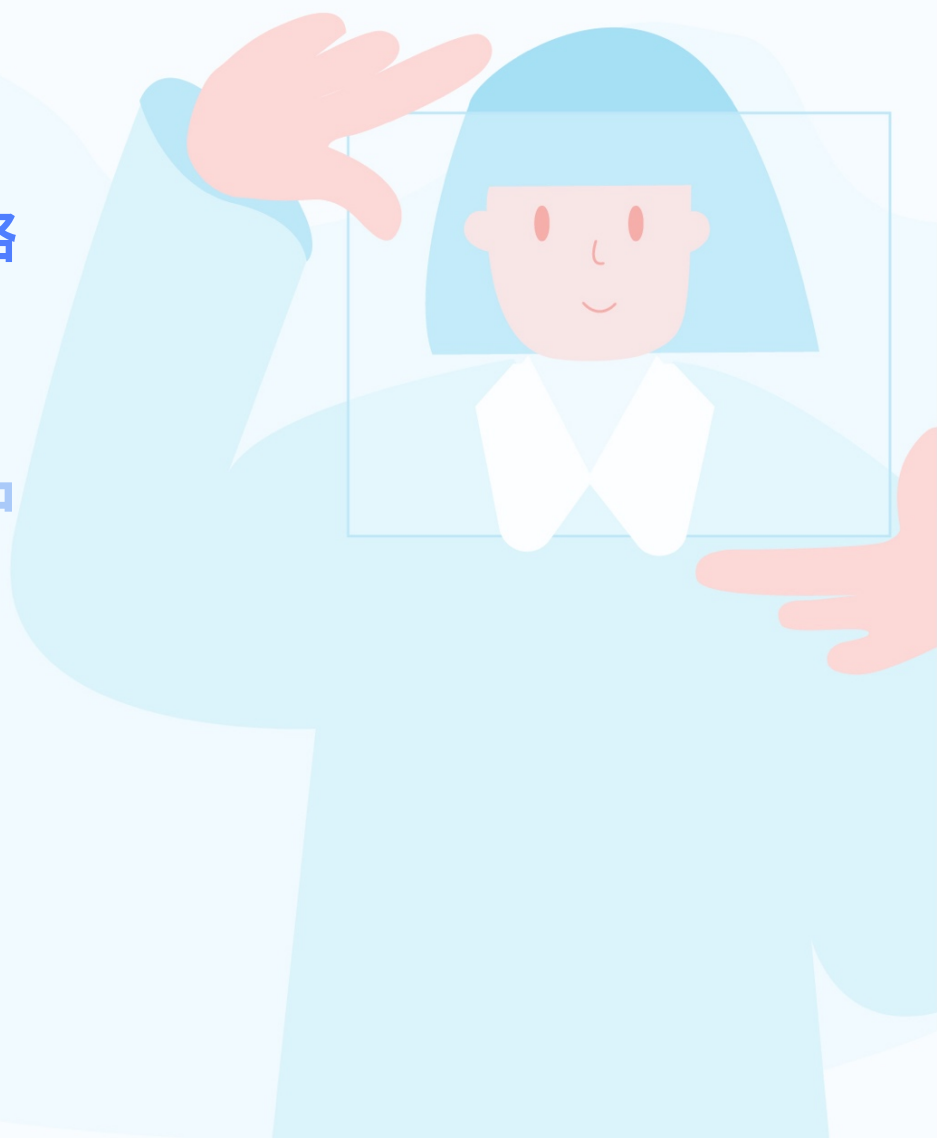
目的地决策

3

制定攻略

4

旅游途中



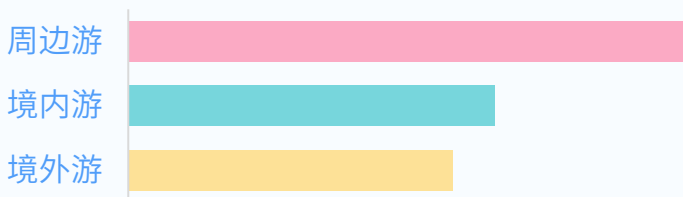


旅游攻略要做好 出发之前少不了

明确规划是为了更好地出发

90% 以上的用户旅游之前会做攻略

我一般不做攻略，去就行了

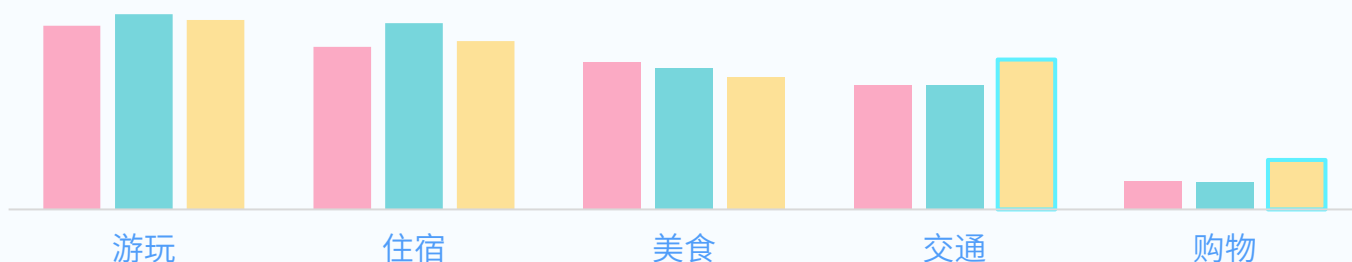


在**周边游**场景中，用户更加享受「攻略自由」。

方方面面都要安排得明明白白

不同旅行场景下的各类型攻略难度

■ 周边游 ■ 境内游 ■ 境外游

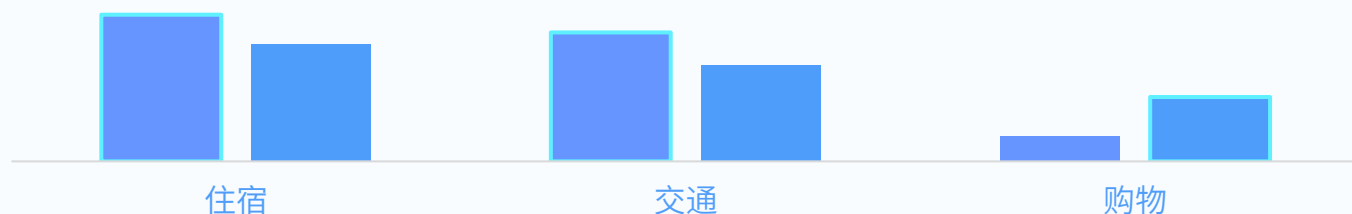


- **游玩、住宿和美食**是攻略环节花费精力最多的方面。
- 在**境外游**场景中，在**交通和购物**方面的攻略精力花费明显提升。

自助游和跟团游 攻略制定各有所难

不同旅行方式下的各类型攻略难度（部分）

■ 自助游 ■ 跟团游



- **自助游**用户在**交通和住宿**方面制定攻略的难度更高，普遍关注便捷性、舒适性、安全性。
- **跟团游**用户依旧需要做攻略，理性**购物**避免强制消费。



环节3 制定攻略



权威、深入、直接的内容 对制定攻略更有帮助

攻略环节整体用户群体内容类型偏好TOP 3



攻略环节三大旅游场景用户群体内容类型偏好TOP 3

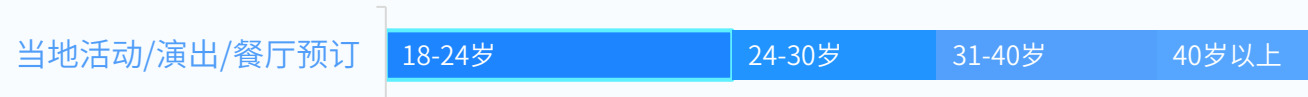


攻略环节双平台用户群体内容类型偏好对比



攻略环节各年龄阶段用户群体内容类型偏好对比

各年龄阶段用户群体的旅游攻略内容偏好（部分）



• 年轻用户在境外游场景下，制定攻略更多浏览当地活动/演出/餐厅信息。

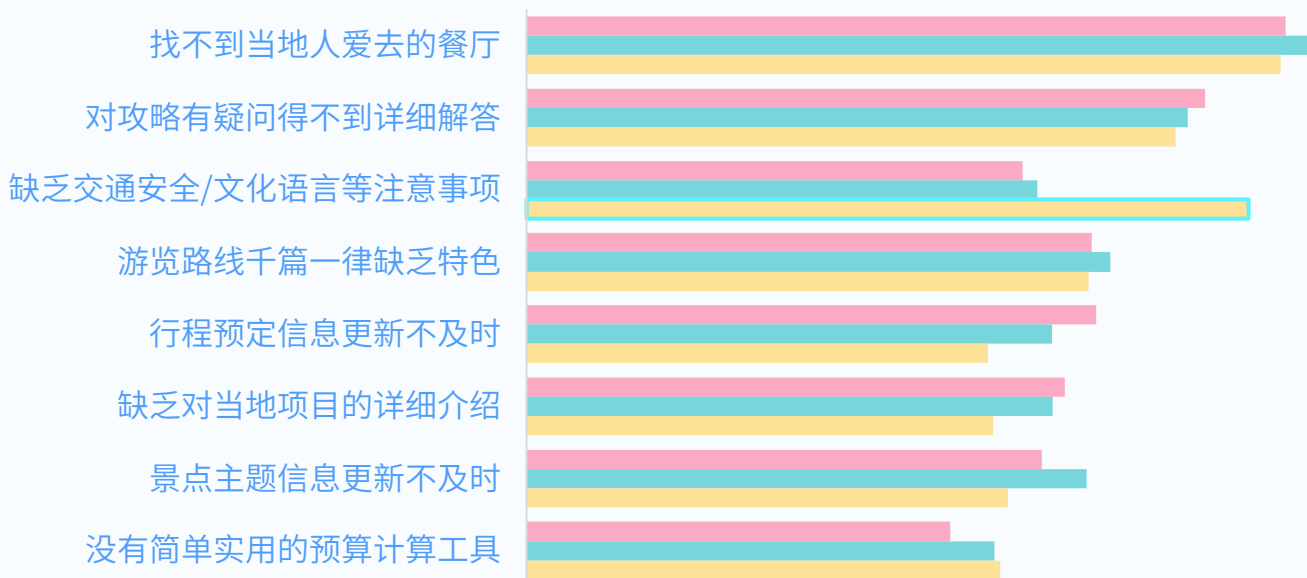


不够地道和缺少答疑 是制定攻略环节的主要痛点

攻略环节三大旅游场景用户群体痛点对比

制定攻略环节的用户群体痛点分布

周边游 境内游 境外游



- 攻略阶段的痛点主要集中在**找不到当地人爱去的餐厅**，以及**遇到疑问得不到解答**。
- 同目的地决策环节，**境外游**场景下**缺乏注意事项信息**是较大问题。

网友说

找不到地道餐厅	• 当地最有本地特色的苍蝇馆子
缺乏交通/文化等注意事项	• 历史人文介绍要丰富 • 没有针对性，提出遇到困难没有解决预案。比如，我不会开车，在不够发达的地方旅游困难比较多。
路线千篇一律	• 都是游客路线，本地人都不去

攻略环节各年龄阶段用户群体痛点对比

各年龄阶段用户群体的旅游攻略制定痛点（部分）

没有简单实用的预算计算工具

18-24岁

24-30岁

31-40岁

40岁以上

- 对于**境外游**的内容，**年轻用户**遇到**预算计算问题**的比例比其它年龄段较高。

环节4

1

日常种草

2

目的地决策

3

制定攻略

4

旅游途中





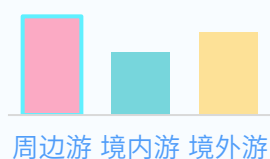
行在途中 仍离不开对「吃玩逛购」信息的获取

旅游途中的四类典型需求



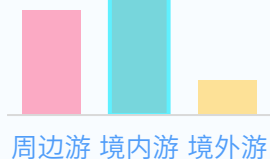
TOP 1 美食

吃是永恒的主题



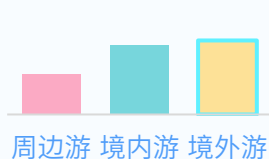
TOP 2 游玩

游遍大好河山



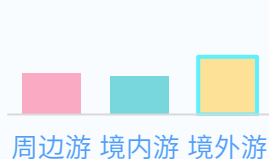
TOP 3 交通

哪条大路通罗马



TOP 4 购物

漂洋过海来买你



不同需求类型下用户群体内容偏好

*因用户对交通信息的获取基本来源于地图等工具类平台，故此处省略交通数据

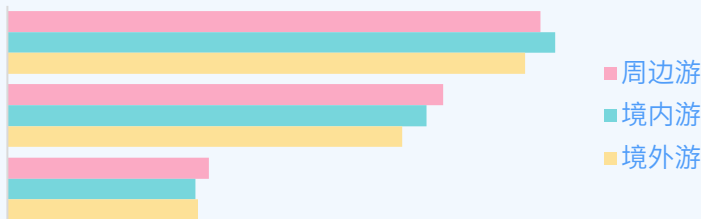


美食需求下的内容偏好

美食榜单

附近推荐

店铺评价



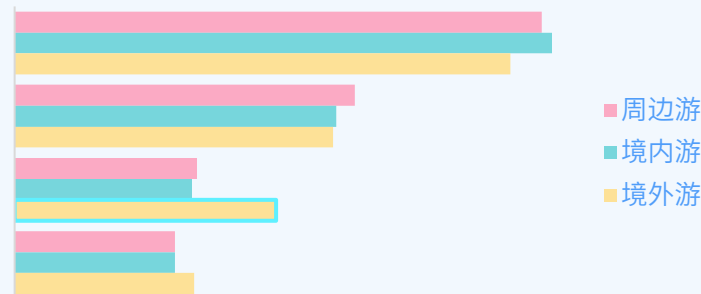
游玩需求下的内容偏好

热门景点名胜

特色体验项目

一日游参团体验

演出展览信息



- 在境外游中，用户浏览当地一日游参团体验的比例更高。



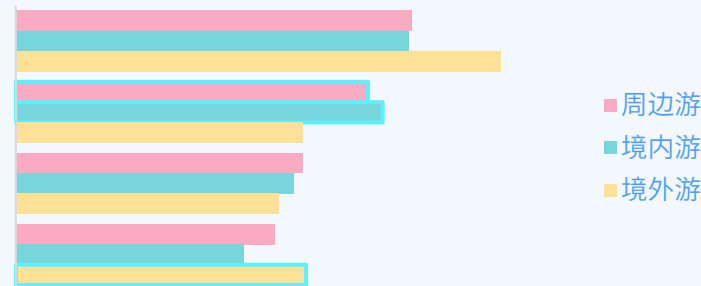
购物需求下的内容偏好

大型商场及免税店

特色店铺及纪念品

商家优惠折扣活动

种草过的产品比价



- 在周边游和境内游的旅程中，超过半数用户会查当地有特色的店铺或商品优惠。
- 在境外游中，用户查免税店并进行商品比价的情况比较常见。

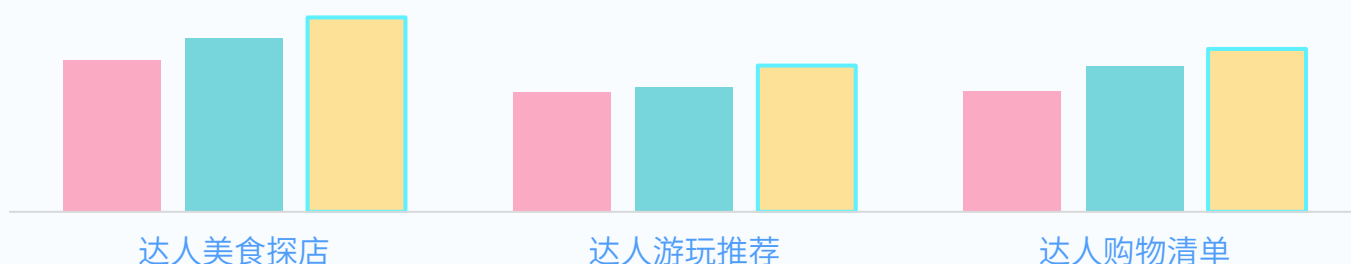


即使没有向导在旁 也有达人内容在手

跟着达人去旅行 吃玩购皆不愁

不同需求类型下达人内容的参考价值

■ 周边游 ■ 境内游 ■ 境外游

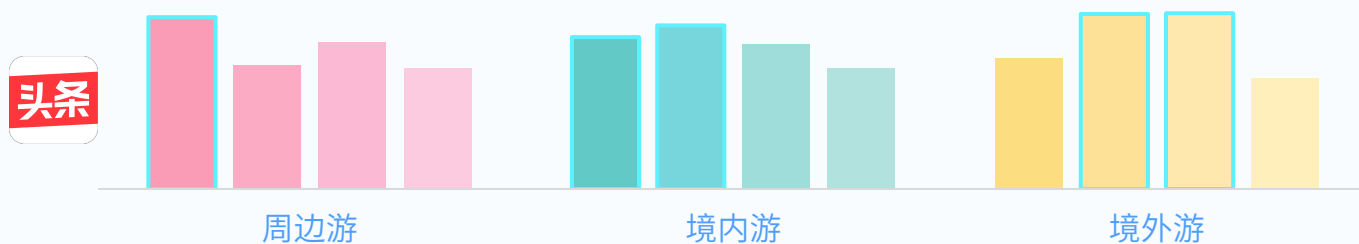


- 相比游玩和购物，用户最关注**达人美食探店**的相关内容。
- 相比周边游和境内游，在**境外游**场景中达人内容的参考价值更大。

关注美食达人的不同平台用户群体 年龄阶段有所差异

关注美食达人的各年龄阶段用户群体比例

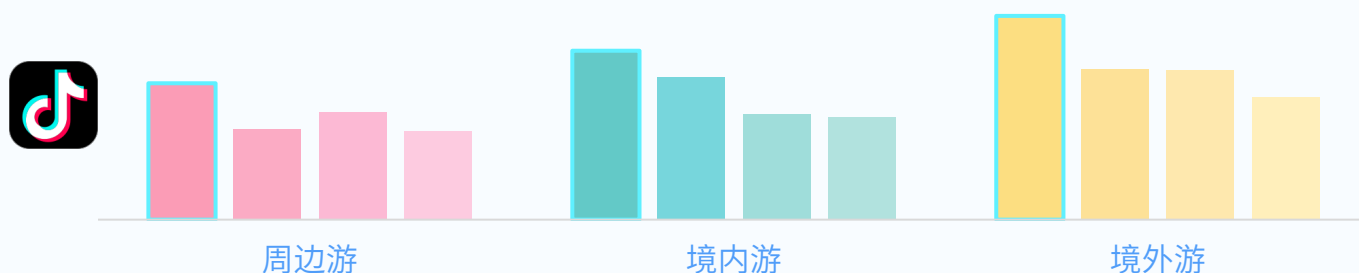
■ 18-24岁 ■ 24-30岁 ■ 31-40岁 ■ 40岁以上



- 旅游场景**范围越大**，旅游中依赖美食达人内容的用户**年龄越高**。

关注美食达人的各年龄阶段用户群体比例

■ 18-24岁 ■ 24-30岁 ■ 31-40岁 ■ 40岁以上



- 在普遍旅游场景下，**18-24岁**的用户在旅游中依赖美食达人内容的比例最高。

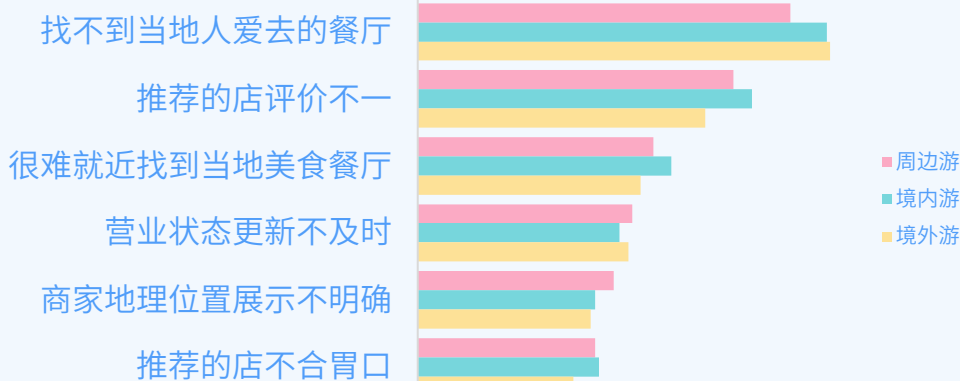


在旅游中的不同需求 仍有痛点需被满足

旅游途中三大旅游场景用户群体痛点对比



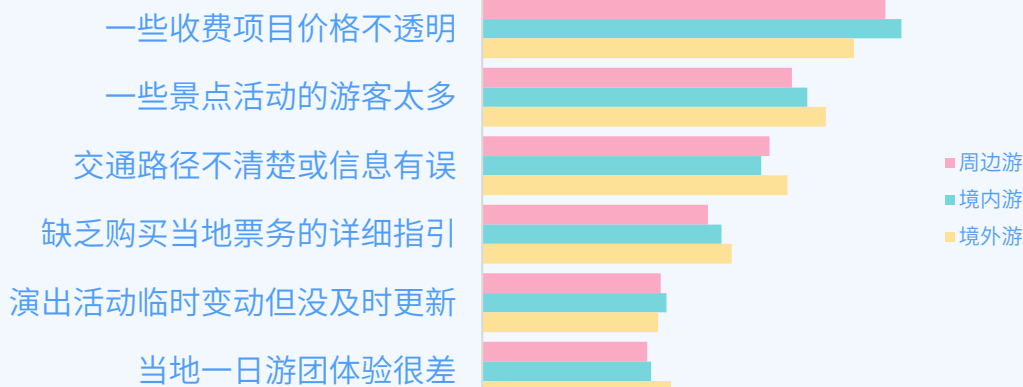
用户美食需求 痛点分布



- 超过半数的用户认为**难以找到当地人爱去的地道餐厅**；另外，用户在当地查**美食**时也会面临**评价不一难以抉择**的问题。



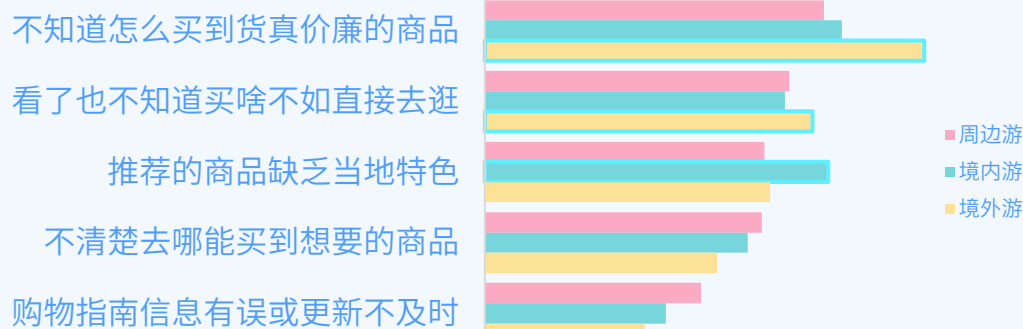
用户游玩需求 痛点分布



- 游玩项目**价格不透明或高于预期**、**游客多少难以预知**、**具体景点/活动地点的位置和到达路径不清楚或信息有误**，是用户在当地查游玩信息的主要痛点。



用户购物需求 痛点分布



- 不方便比价和不知道买什么**，在**境外游**购物时的痛点更突出。
- 境内游**购物时，比较突出的问题是**难以找到具有当地特色的商品**。



3

核心结论 及相关建议



结论一 | 旅游全周期内不同内容类型的价值体现

从环节和场景上看：

- 图片和视频直播内容在种草环节的现有价值高，且境外游的中高频旅游者被旅游视频种草的比例更高。
- 权威旅游榜单对目的地决策环节的帮助最大。有时一组摄影照片即可让用户产生周边游“就去这儿了”的冲动，境内游则需要深度图文攻略。
- 除了榜单、图文攻略外，用户在制定攻略环节对当地交通住宿信息关注度同样很高。
- 旅游途中，周边游用户更关心美食；境内游更看重游玩；境外游比较在意购物方面的内容，用户查免税店并进行商品比价的情况比较常见。

从平台上看：

- 今日头条旅游用户群体偏好较为真实的游记、图文、问答类内容；
- 抖音旅游用户群体偏好的旅游内容类型更为丰富，以图片、视频、直播为主，除此之外也关注权威榜单、机酒优惠类内容。
- 今日头条和抖音平台现有的旅游内容生态，在日常种草环节的价值最高，在制定攻略环节的潜力较大，旅游途中美食达人内容对于用户的参考意义更大。

年轻人在内容获取上呈现更明显的特殊性：

- 无出游计划日常浏览旅游内容行为比例更高。
- 对具体信息的需求更加线上化，更多参考旅行视频和榜单，并且对APP上演出活动时间等信息的准确性要求较高。
- 找当地美食时的目的性更强，而非“就近择优”，会看博主的分享和达人探店等内容。



结论二 | 旅游全周期内用户群体的需求痛点

从环节和场景上看：

- 在日常种草环节和目的地决策环节，用户主要追求内容的真实性、深入性、直观性。如何在舒适圈范围内玩出花样，是周边游的明显痛点。很难直接找到深入信息是境外游场景下的显著痛点。
- 攻略环节是绝大部分用户最重视的环节，且信息需求更大、遇到的困难更多，因此有待广告主营销和发挥的空间也就越大。找不到地道的餐厅和疑问得不到解答，是制定攻略环节的主要痛点。随着旅行距离变远、复杂程度加深，境外游受困于攻略环节的用户占比逐渐提升。同目的地决策环节，缺乏交通安全、语言文化等注意事项信息是较大问题。
- 在旅游途中，用户的需求痛点主要来源于美食、游玩、购物三个方面。餐厅不够地道、评价不一难以抉择，是美食需求下的主要痛点；收费不透明、游客量未知、交通路线不清晰，是游玩需求下的主要痛点；在购物方面，不方便比价和不知道买什么在境外游场景中更突出，难以找到具有当地特色的商品在境内游场景中更突出。

年轻人在内容需求上的痛点更为突出：

- 很难挑选心仪的旅行目的地。
- 在内容真实性方面未被满足的比例相对其它年龄段更高。
- 对预算方面的信息需求较高，在选择目的地时希望能更直接的了解不同路线的预算，在制定攻略时更容易遇到预算计算问题。



营销建议 | 作为广告主 我们能够做些什么？

✓ 把握用户需求 最大化内容传播价值



紧密把握用户旅游全周期各环节内容获取偏好
以及不同旅游场景下的用户行为动机和习惯
通过匹配的内容类型 激发用户旅游从心动到行动



✓ 基于用户痛点 创造品牌营销抓手



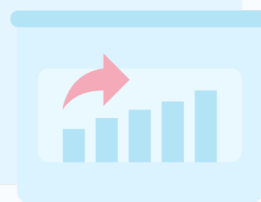
挖掘多场景需求下的用户旅游痛点
发现营销机遇并解决用户实质性问题
为用户创造美好旅游体验 从而提升品牌好感度



✓ 扎根用户生态 搭建品牌沟通阵地



依托巨量引擎丰富的旅游用户生态和内容生态
充分发挥旅游KOL在用户旅游途中的参考作用
建立品牌与用户长效沟通的渠道及阵地



创作团队

■ 巨量引擎商业设计中心用户研究（CUX-UXR）

刘彦韬 刘亚男

■ 巨量引擎商业产品战略与数据科学

刘玥

■ 巨量引擎商业产品行业运营

王硕 何轶蔚

■ 巨量引擎大客户销售中心行业策略

李洁卉 赵馨蕊

THANKS



巨量引擎