

深耕国内,心怀全球,打破营销边界,开启纵横生态…… 后疫情时代危中见机,更有趣的携程即将呈现

10月29日,二十一周岁的携程集团在成都召开了2020全球合作伙伴大会。作为全球疫情之年携程的首场全球合作伙伴大会,这场对话承载了旅游行业远超以往的期待。

旅游业如何在疫后重启增长路径?大会当天,携程联合创始人、董事局主席梁建章在会上宣布了“深耕国内、心怀全球”总体战略,并提出了“从内容、产品、供应链和质量四个方向深耕国内旅游市场”等发展目标,指出了携程未来一年的发展方向。



紧抓中国旅游 迭代新机遇

受全球疫情影响,中国出境游用户正在回流国内市场,这就倒逼国内目的地住宿、景区、当地玩乐等产品进行升级,才能有效承载新增的中高端旅游度假消费需求。而这,正是携程深耕国内的新机遇。

“携程明年会从内容、产品、供应链和质量四个方向深耕国内旅游市场,并以深耕国内为基础,实现全球战略的布局。”梁建章在全球供应商大会上说道。携程集团CEO孙洁也表示,后疫情时代危中有机,携程或许能更快问鼎全球第一在线旅游平台。

携程国内业绩 全面复苏

孙洁介绍,携程在今年“十一”期间创造了多项同比增长的业绩:国内酒店间夜量恢复超100%;机票预订同比恢复超100%;私家团的游客量同比去年增长达100%;门票预订量同比增长超100%。

在供应链方面,携程大住宿的表现亮眼。携程集团高级副总裁、

大住宿事业群CEO陈瑞亮表示,2020年至今,优享会酒店数量同比提升60%+,20万+酒店参与了这一项目。在用户端,据易观报告相关数据显示,携程二季度的用户活跃度开始稳步提升。这意味着携程在各个方面都已经做好准备,去承接深耕国内战略转型。

打破营销边界 开启纵横生态3.0

疫情使消费者生活重心加速向线上转移,用户消费习惯与心理更加多元,品牌营销新的想象空间也随之放大。其中最典型的案例,就是行业现象级IP“携程BOSS直播”。

短短几个月,24亿GMV,观看人次破亿,全新的形式将优质产品更精准地送达消费者同时,也体现了强大的营销能量。不久前,在夜游经济热度的带动下,vivo牵手携程打造夜游中国三地联播,收获曝光量1.2亿,产品在旅行场景下的夜拍功能也随之被数百万旅行者记住。

在新“赛道”上,硬核选手如何将新场景与用户新需求结合,是需要探索的关键。“随着营销边界的突破,携程平台的转型开放,营销合作方式也变得更多元,覆盖从线上到线下。”携程集团CMO孙波介绍,“携程BOSS直播”只是今年携程营销代表性的案例之一,“目的地整合营销、IP合作

和跨界联合也是其中重要内容”。

目的地整合营销,让很多消费者印象最深刻的,莫过于各地大额消费补贴,迅速带动当地旅游消费。在刚过去的国庆假期,携程全新上线了“古建巡礼,匠心传承”项目,联合全国5地旅游局发起保护古建筑公益计划,多渠道的话题造势,内容输出更大声量。

“在2.0阶段,我们看到营销边界正在被打破、营销的作用上升,而我们即将开启的3.0阶段,携程将以更开放的姿态和全面的能力,去构建纵横生态。”孙波说,“全新的纵横生态将以流量、内容、场景三个维度为核心营销场,打破流量壁垒、深耕内容价值、激发场景触达,多维度整合帮助合作伙伴赢得目标。”

“全新升级的携程纵横平台,将打通头部媒体API数据对接,构建旅游业最大营销媒体圈,实现真正意义的全域流量联接。”孙波介绍,此外,内容商业化将成为携程下一

阶段重要的增长策略,三大内容生产引擎——旅拍、直播平台 and IP内容栏目——为品牌合作提供完善的内容生态链,帮助品牌构建旅行者从出发到回家的全场景触点,实现在旅途中沉浸式体验品牌产品力。

更有趣的携程 更具赋能能力

深耕内容,将成为携程未来的重要布局。在大会上,携程发布了全新的“星河计划”。携程集团CMO孙波表示,携程将建设一个内容生产的“大脑”,以及侧重运营的“工厂”,通过全新的模式赋能全行业合作伙伴,实现共同进化。“我们希望携程不再只是预订工具,也能成为用户发现旅行灵感、发现特价,以及互动交流的平台。”

更有趣的携程即将呈现。携程

内容平台和社区产品,也将在几周内迎来全面升级。“我们扩展出更多内容产品类型和轻社交功能,引入70%的头部旅行行业的创作者,同时设立更多激励政策,培养更多会玩的达人。”孙波介绍,“同时,我们鼓励更多平台合作伙伴参与进来,把优质图文、视频、直播等都放到携程社区和各个产品里,为用户提供更新颖前卫的旅行内容,成为用户在寻找灵感和种草产品的首选。”

大数据表明,已经参与内容开放计划的酒店和供应商,平均可以获得42%的流量增幅。以无锡融创为例,9月23日,融创通过携程内容平台上传优质内容参与内容开放计划,在25号一天的订单周同比就提升了1000%。

“携程会以更好的算法,将高品质产品更精准地推向用户,为新的内容产品频道开辟更大的流量池,让商户可以通过高质量有吸引力的内容直接链接用户。”孙波说,“合作共赢不论是现在还是未来,都会是我们业务的中心。”

“心怀全球”憋大招 携程蓄势待发

携程联合创始人、董事局主席梁建章表示,携程的全球化征程依然继续,眼前“深耕国内”的携程更像是在“憋大招”。携程目前在国内市场积累的技术、管理、模式等的优势,在国际旅游市场开放之后将逐步推广至全球。

国际旅游市场重开之日,一个蓄势待发的携程会出现在全球用户的面前。而这将为全球旅游市场带来怎样的变化?让我们拭目以待。



新民周刊 2020年11月2日新刊预告

Editorial 新民一周

03 消逝的港龙

Cover Story 封面报道

06 科学致胜

08 科学之光照亮前路

12 新药首发,从未停止的创新脚步

16 荣光15年,辉瑞中国

研发中心故事

18 开放合作,播撒科学精神的种子

22 进博会“最红馆”,展现携手抗疫的命运与共时刻

Sci & Tech 科技

38 当全球最强大脑“云”集上海

40 为了人类共同的命运,全球合作开启科技密码

2020全年订阅优惠价¥408

订阅电话:021-62793310 订阅代号:4-658

42 崇拜之余,期待更多激励与收获

46 诺奖得主有话要说

50 培养一个顶尖科学家,为什么要从娃娃抓起?

54 全球前沿技术,十大热点趋势

56 2020理想之城

58 存储“绿色技术”让地球更美好