

途牛“7·16会员日”销售额破4000万再创新高 度假单日GMV环比翻番同比增550%

7月16日，途牛“会员日”单日总销售额突破4000万，继“6·16会员日”后再创新高。暑期出游的热度持续上升，度假产品预订量不断攀升，“7·16会员日”度假GMV环比“6·16”增长109%，同比2020年“7·16”增长554%。

**“7·16会员日”单日总销售额超4000万
用户预订从上午10时起持续高峰**

作为暑期正式开始的第一个途牛会员日，本期会员日上线的产品丰富多样，类型涵盖轻松自驾游、省心跟团游、团队定制游、随心自由行等。根据游客出游的不同需求，产品日活动将目的地进行了更为“应季”的分类划分，有包含暑期热门目的地西北、云南等的“大咖”目的地，也有嵊泗岛、涠洲岛等适合远离人潮度过完美假期的宝藏小海岛。此外，“7·16会员日”还配备了精选单品资源的酒店频道与门票频道，能够为用户提供更全面的出游服务。

在为游客提供产品多样性与服务便利性的同时，途牛“7·16会员日”更有多重优惠，助力用户实现暑假放肆嗨。会员日活动期间，最低仅需99元，即可玩转暑期出游热门项目。



2021年7月16日，会员日当天用户预订量持续走高，迎来多轮预订小高峰，用户预订高峰自上午9点起开始呈现上升趋势，上午10点就达到了全天第一波高峰。上海、北京、南京、长春、杭州、广州、武汉、深圳、天津、西安上榜“用户预订出发城市TOP 10榜单”。出游人数TOP 10目的地分别为江浙沪、京津、西北、贵州、山东、川渝、海南、内蒙古、新疆、湖南，江浙沪地区依然位列出游热门目的地榜首。

**定制游预订占比达三成
国内长线西北草原游拔得头筹**

进入出游最佳季节的西北成为本期产品目的绝对“销冠”目的地，其次为内蒙古和贵州等方向。西北方向成为跟团游和定制游预订人次最多的目的地。除跟团游持续受宠以外，会员日当天定制游产品预订也同样喜人，占比达30%。

在销售最为火爆的产品方面，途牛自营高品质跟团游产品“牛人专线”推出的“青海湖-茶卡盐湖-塔尔寺-张掖丹霞-敦煌莫高窟-门源-达坂山双飞8日游”荣登销售榜TOP 1。

整个暑期，消费者的跨省游、长线游需求日益旺盛。途牛“7·16会员日”数据显示，暑期国内长线游以西北避暑、草原游等主题需求最为旺盛。根据途牛2021年6-7月出游预订数据，草原方向跟团游人数同比2020年增长近4倍。因大西北地区草原游，多包含在七天以上的旅游行程内，所以游客大部分选择跟团游。而1-2天就可以游玩的周边游目的地如张北草原、锡林郭勒

草原，选择自驾游的人则相对较多。

途牛出游预订数据显示，新疆-巴音布鲁克草原+那拉提草原、青海-祁连山草原、新疆-喀拉峻大草原、内蒙古-呼伦贝尔大草原、内蒙古-希拉穆仁草原上榜“西北草原游热门目的地TOP 5”。途牛自营产品“呼伦贝尔大草原-满洲里-阿尔山-海拉尔双飞双卧6日游”成为途牛“7·16会员日”团队定制游预订榜单TOP 1，该路线包含赏草原、蒙古袍拍照、马尔虎民俗体验等特色环节，同时可以在阿尔山天池感受岸边林木葱郁、山中水气郁结、山头云雾缭绕的人间仙境。暑期避暑、生态健康、民俗体验等丰富元素，是草原跟团游在暑期更受关注的几大产品特色。

从年龄方面看，2021年选择草原跟团游的用户中，中老年人群（45-75岁）占比近一半，其中60-75岁人群的出游需求逐年上升。年长者旅游市场一直是途牛非常重视的部分，途牛在2016年就开始打造“乐开花爸妈游”产品品牌，目前国内有100余条产品，该产品品牌和途牛“牛人专线”互为补充，能够为中老年客群提供更丰富的旅游产品。

广告

四九城里的

玩 溜 坑 北 京

带你避开旅游中的“坑”

吃喝老炮

您找我

好玩的好吃的有趣的

100%原创视频

扫描关注
乐开花视频号