

用户出行路径

一、指标内涵与计算逻辑

1. 出发地 - 目的地热力图

定义：通过颜色深浅展示游客来源地与目的地的流量分布

数据来源：机票 / 高铁订单、酒店预订、景区门票数据

示例：春节期间 “北京→三亚” 航线热力值达 9.5（满分 10），“上海→成都” 热力值 8.2

2. 中转率

定义：游客在旅途中经过中间城市的比例

公式：中转率 = (中转游客数 / 总游客数) × 100%

示例：某景区接待游客中，35% 通过西安中转到达，中转率 35%

3. 停留时长

定义：游客在目的地的平均停留天数

计算：停留时长 = Σ (离店日期 - 入住日期) / 游客数量

示例：丽江古城游客平均停留 3.8 天，商务酒店客人仅 1.2 天

二、核心应用场景

1. 联票产品设计

指标特征	产品组合策略	收益提升点
出发地集中 (如长三角)	推出 “高铁联票+景区套票”	降低游客决策成本， 提升客单价
高中转率 (如经停西安)	设计 “中转城市一日游” 联票	激活中转地消费， 延长产业链
停留时长>3 天	开发 “酒店+景区通票+交通卡” 套餐	提升二次消费， 增加粘性

2. 资源优化配置

交通调度：根据热力图增开热门线路班次（如北京大兴机场增开三亚航线）

酒店选址：在中转枢纽城市布局精品酒店（如郑州东站旁的亚朵酒店）

景区服务：针对长停留游客增加夜游项目（如敦煌莫高窟数字展示中心）

三、数据驱动决策案例

案例：某 OTA 平台联票套餐优化

数据发现：

广州→昆明机票预订中，65% 游客同时预订石林门票

中转昆明的游客平均停留 2.3 天，比直飞多 0.8 天

产品设计：

推出 “广州→昆明往返机票 + 石林 + 九乡联票”（比单买节省 18%）

赠送昆明中转酒店折扣券（入住率提升 25%）

成果：

联票销量同比增长 40%

游客在昆明消费额增加 22%

平台佣金率提高 3.5 个百分点

四、行业特殊考量

季节性路径特征：

冬季 “东北→三亚” 热力值激增（候鸟人群）

数据验证：三亚冬季机票预订中，东北三省占比达 38%

政策影响分析：

签证政策变化影响国际中转（如新加坡中转签证放宽后，中转率提升 15%）

节假日调休导致短途游激增（清明假期周边游停留时长缩短 0.5 天）

跨产业协同：

航空公司与景区合作：里程兑换门票（如国航里程兑换故宫门票）

铁路部门与酒店联动：高铁票 + 酒店套餐（如沪宁线推出“早鸟特惠”）

五、数字化工具支撑

热力图系统：

实时更新：每小时刷新各线路流量（基于脱敏订单数据）

异常预警：当某线路流量 3 小时内激增 50%，自动推送运力建议

路径分析模型：

机器学习算法：预测游客下一步行程（准确率 78%）

动态模拟：不同联票组合对停留时长的影响（如增加 1 天消费额提升 12%）

联票管理平台：

自动生成最优套餐（基于成本 + 竞品分析）

数据看板：实时监控各套餐销售进度（目标达成率、客单价）

六、行业实践标准

数据采集规范：

出发地 / 目的地精度到地级市（如“杭州市”而非“浙江省”）

停留时长计算需排除当天往返游客

隐私保护措施：

游客 ID 脱敏处理（如“GZ_001”代替真实姓名）

交通数据加密传输（加密等级 TLS 1.3）

效果评估指标：

联票套餐渗透率（目标值 \geq 25%）

产业链协同收益贡献率（目标值 \geq 15%）