

2024中国消费者生活方式演进趋势
系列洞察报告

时空位移 寻心而动

① 出行篇



消费产业研究院
ZHI-TECH RESEARCH

GIMC 省广集团



前言

2024年，是中国改革开放46周年和国民经济五年计划承上启下之年。在过往的十余年中，受到经济周期和技术更新的影响，中国消费者的生活方式呈现了多样化、多维度、多圈层的演进变化，在这些现象背后，隐含着技术驱动下的创新与变革。

面对消费产业提振的宏观局势和消费品牌更新的必然趋势，作为国内领先的大消费营销科技集团和国内顶级的营销服务集团，值得买科技集团和省广集团强强联合以“衣、食、住、行”四个典型的大消费生活方式场景为基础，进行系列化的专业分析和演进趋势的研判，并形成4份成果报告。希望通过对于中国消费者生活方式演进的梳理洞察，寻找出一些具有纵深价值和可借鉴性的参考结论，与产、学、研、商的大消费同仁们，共同应对中国消费市场更加美好的前景和不确定性的挑战。

目录

01

出行场景趋势全景图

02

出行内容演进趋势

03

出行交易演进趋势

04

出行工具演进趋势

05

出行装备演进趋势

06

出行坐标演进趋势

出行场景消费技术趋势全景图

出行场景



出行内容



出行交易



出行工具



出行装备



出行坐标

核心技术

信息通信技术

地理信息技术

传感技术

算法技术

材料技术

人工智能技术

云计算技术

出行技术应用

智能投放和个性化算法推荐

信息流广告 | 定向投放 | 搜索智能推荐 | 热搜榜单 | 视频加热

地理信息系统和LBS

吃喝玩乐推荐 | 周边导航服务 | 同城热点讨论 | 线下圈层活动

信息通讯技术

5G通讯技术 | 移动互联网 | APP开发 | 大数据与云计算

出行产品智能推送技术

地理信息系统 (GIS) 和LBS定位技术 | 推送与推荐算法

人工智能技术

自然语言处理 | 大数据分析 | 多模态交互技术 | 智能决策支持系统

出行用户管理系统

CRM | 订单管理系统 | 多渠道支持

第三方支付系统

云计算 | 支付技术集成

智能出行技术

车联网技术 | 智能交通系统 | 实时交通信息 | 智能路线推荐 | GPS位置服务 | 车载&机载娱乐系统

公共调度系统

列车控制调度系统 | 车辆监控管理 | 智能锁技术 | 自动车辆追踪调度系统

绿色出行材料

轻量化材料 | 新能源电池

轻量化材料

轻薄隔热技术 | 内框架轻便技术 | 轻量化外壳材料 | 大容量高速内存

隔热透气材料

轻薄隔热材料 | 热反射技术 | 防水透气材料 | 炎热防护技术 | 寒冷防护技术

智能传感技术

血氧检测 | 睡眠监测 | 光学追踪 | 环境监测 | 生物监测

通信技术

无线通信 | 无线静音 | 主被动降噪 | 通话清晰

绿色生态系统

空气净化系统 | 环境感知系统 | 节水装置 | 太阳能技术 | 绿色建筑材料技术 | 节能设计

智能体验与交互技术

智慧导航GPS技术 | 二维码语音讲解技术 | 全息数字影像技术 | AR实景导航技术 | VR全景展示技术 | 语音识别技术 | 人脸识别技术 | 智慧交互游览系统

智能传感技术

光电传感技术 | 声音传感技术 | 温度、湿度传感技术 | 模拟传感器 | 数字传感器

出行消费特点

圈层认同

音乐圈层 | 户外圈层 | 二次元圈层

本地化需求

吃喝玩乐推荐 | 周边导航服务 | 交通出行解决 | 线下圈层活动 | 同城热点讨论

社交需求

陌生人社交 | 好友社交 | 亲子出游

热点追随

追区域特色 | 追热门活动

内容触达

预订软件 | 行程应用 | 交易平台 | 内容平台等

即时性需求

24小时客服回复 | 出行方案快速生成 | 即时出行 | 快速接单 | 随时退 | 秒入园

简化性需求

预订服务简化 | 售后咨询简化 | 产品介绍简化

实用性需求

酒店选择实用 | 车型选择实用 | 车费报销实用

长途出行

跨省游 | 出境游 | 长途商旅

长途关注: 加强服务丰富度

中途出行

家庭出游 | 近郊游/露营 | 商旅出行

中途关注: 强化产品功能配置

短途出行

日常通勤 | 市内游 | 代步

短途关注: 降低使用负担

适应场景

更好的人与自然连接

关注个体

更细的需求特点挖掘

进阶科技

更准的功能技术匹配

玩乐户外装备需求

跑步 | 瑜伽/普拉提 | 徒步/登山 | 骑行 | 露营 | 滑雪装备

商务装备需求

便捷智慧装备 | 时尚与科技潮流数码

场景革新型

生态式|策展式

户外游憩型

公园式|田园式

周边游玩性

社区集合式|烟火街坊式

民俗再造性

地标更新式|民俗互动式

城市智慧型

科技体验式|旧貌新模式

交通潜能型

交通枢纽|移动体验

效率型旅游

特种兵式旅游

治愈型旅游

寺庙上香热

沉浸式旅游

既是观众也是参与者

轻量化旅游

Citywalk

家庭式旅游

亲子游 | 研学游

追星式旅游

演唱会 | 音乐节出游

出行场景消费需求趋势全景图

出行
内容

出行
交易

出行
工具

出行
装备

出行
坐标

演进趋势

演进趋势

演进趋势

演进趋势

演进趋势

权威

拼接

安心

舒心

赶路

随享

基础功能

进阶科技

寻风景

觅心境



出行内容

出行内容是指通过多媒体手段，如文字、图像、视频和直播等，全方位、多层次地影响出行者从规划到实现的决策过程。出行品牌通过利用线上线下的多触点、跨平台、跨渠道地提供信息，旨在塑造用户对出行产品与出行服务的认知，引导其偏好和消费决策，从而促成出行服务的最终消费。

过去

权威

从被动的、较为单一的出行信息内容获取方式

现在

拼接

到主动的、自主拼接的出行内容多元组合

出行内容 演进趋势

多触点内容精细构建与 用户内容拼接决策引导

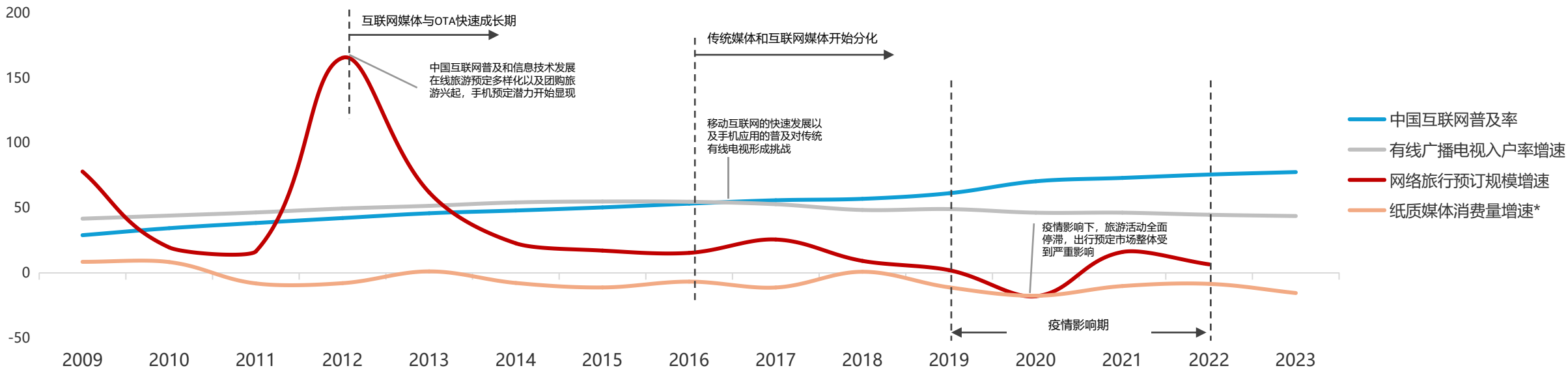
技术驱动用户出行内容需求的演变

出行内容类平台发展迅猛并协同竞争，导致出行内容和服务场景扩展丰富，社交平台 and OTA平台逐渐成为出行内容获取的主流渠道

出行内容载体的演进态势与技术应用平台的发展特点

官方媒体是出行信息主要来源

社交内容和OTA平台成为主流出行内容渠道



信息通讯技术

5G通讯技术 | 移动互联网 | APP开发 | 大数据与云计算

智能投放和个性化算法推荐

信息流广告 | 定向投放 | 搜索智能推荐 | 热搜榜单 | 视频加热

地理信息系统和LBS

吃喝玩乐推荐 | 周边导航服务 | 同城热点讨论 | 线下圈层活动

OTA平台



- 1999年成立
- 2019-2023年复合增长率**4.5%**
- 2004年成立
- 2019-2023年复合增长率**10%**
- 2005年成立
- 2023年，热门城市酒店预订量较2019年增长**1.1倍**
- 2011年成立
- 2023年，热门城市预订量较2019年增长**1.2倍**
- 2014年成立
- 2023年3月飞猪国内酒店预订价值较2019年同期增长超**70%**

内容平台



- 2009年成立
- 2019-2023年复合增长率**-0.1%**
- 2009年成立
- 2019-2023年复合增长率**27.1%**
- 2011年成立
- 2019-2023年复合增长率**17%**
- 2013年成立
- 2021-2023年复合增长率**25.8%**
- 2016年成立
- 2021-2023年复合增长率**23.8%**

多平台触点驱动出行内容立体接收

信息通讯技术推动出行内容的中心触点发生深刻演变，用户从单一官方媒体依赖，逐渐过渡到多元渠道拼接融合，决策路径焕新升级

出行用户的触点变化

中心触点延伸扩展

5G通信技术 | 数字显示屏技术 | 多媒体信息技术 | 触屏交互式技术

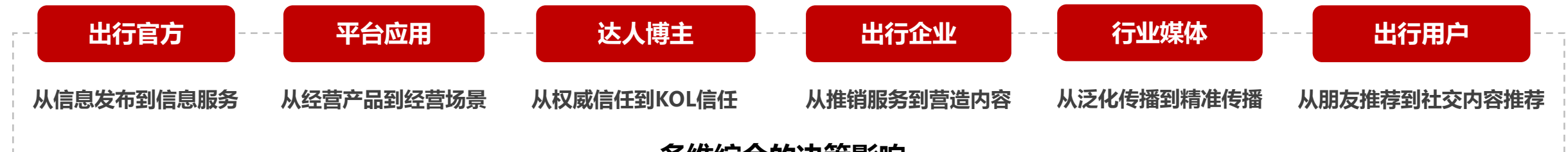


出行用户的触点变化

移动互联网技术 | 应用程序开发技术 | 大数据与云计算 | 人工智能技术



出行内容的接收变化



多维综合的决策影响

数据来源：公开资料，值得买科技消费产业研究院绘制

触达效率精准洞察出行用户的内容偏好

智能投放与个性化推荐技术革新了社交内容平台的分发机制，确保多样化的出行内容能够精准匹配并有效触达目标受众

平台特征	 泛娱乐内容属性，信息表达层级丰富，传播力度强	 内容以生活化与泛娱乐化为主，日常休闲需求用户多	 商品内容分享属性强，寻求商品推荐指导需求用户多	 视频弹幕沟通氛围强，圈层文化较深，泛娱乐高知年轻用户多	 视频号 基于微信熟人社交属性，链接公众号、朋友圈等产品	 以科学消费、认真生活为主张的科学消费指南和兴趣内容社区
用户特点	泛用户	下沉用户	女性用户	年轻用户	泛用户	高线用户
智能投放形式	信息流广告 Feedslive DOU+定向投放	信息流广告 品牌助推 开屏eyemax	人群定向投放 蒲公英加热 搜索智能推荐	效果搜索广告 播放场景搜搜 热搜榜单	人群定向广告 视频号原生广告	信息流广告 搜索sug广告
创作者类型	内容营销型 商品转化型	内容生产型 商品转化型	内容生产型 商品转化型	内容生产型	内容生产型 商品转化型	内容生产型 商品转化型
博主增长情况 ▲	4%	8%	30%	61%	67%	13% 户外旅行类兴趣目录占比
内容增长情况 ▲	58%	42%	25%	64%	229%	57% 2023旅游行业GMV增速
典型文旅出行内容	以美景分享 旅行vlog为主	以户外记录 展现风土人情为主	以精致打卡 景区攻略为主	以新奇体验 花式旅游、知识分享为主	热门内容多由导游 或认证博主产出	以出行游玩攻略 出行交易指南为主
平台典型扶持动作	“山里DOU是好风光” 系列活动	“每座城都有一手” 百城联动文旅项目	“Red City城市计划”	“青年新旅行、港风新体验” 专题创作活动	“旅创101” 视频号增长计划	开设旅游频道和 户外运动兴趣广场

本地化的出行需求内容实时供给

地理信息与LBS位置服务的融合，赋能平台实时推送周边信息与服务，持续延展本地服务的边界，提升实时性、满足用户体验需求


生活服务平台：本地生活推荐及服务解决


「吃喝玩乐推荐」

「周边导航服务」

「交通出行解决」

 **大众点评-附近服务**
涵盖当地美食、打卡、生活服务

 **高德地图-周边游**
涵盖酒店、景点等信息

 **哈啰出行-共享单车**
涵盖单车、顺风车中短途出行



典型平台    

内容平台：同城社交资讯和本地服务推送


「附近店铺推送」

「线下圈层活动」

「同城热点讨论」

 **抖音-附近服务**
根据地理位置精准推送店铺

 **小红书-同城活动**
寻找周边的兴趣搭子

 **微博-同城热搜**
本地热门时事、区域互动指南



典型平台   

出行内容形式的创新形式裂变

在技术应用不断创新与用户需求日益精细化的共同驱动下，出行内容的呈现方式与热门题材变得更加创新和生动多彩

官方创意内容创造

各地文旅创意宣传片



官方账号“听劝”更新



明星喊话为家乡代言



谐音梗魔性土味视频



技术流视频互卷

文旅局局长花式整活



哈尔滨文旅局局长景点跳舞



潍坊文旅局局长剧情恶搞



甘孜文旅局局长古风变装



湖北文旅局局长才艺展示

平台多维活动指引

出行营销事件打造

快手：2023年「春日花游记」主题活动

4亿

内容播放量

14场

主题直播

Keep：开展“热量守恒”Citywalk活动

231万

小红书话题浏览量

平台政策扶持

2023小红书「小游记，大世界」文旅峰会



巨量算数定期发布城市及文旅白皮书

创作者深度参与

达人推动出行优质内容生产

小红书

2023年旅游出行笔记数发布同比上涨

273%▲

微博

2023旅游出行相关博文数同比上涨

33%▲

私域社群同好“热火朝天”

OTA平台-携程旅行

40个

热门推荐出行小组

8.4万

TOP1出行小组发帖量

内容平台-什么值得买

64万

关注人数

4万

热门出行话题专区内容量

出行内容用户需求的核心理念聚焦

出行内容多样化趋势下，用户需求呈现出追热点即时行动、寻同好圈层认同、求深度社交共鸣的特点

热点追随

追「区域特色」

美食特色



天水麻辣烫

民俗特色



泉州簪花

天水接待游客人次

662万

(2024.3.1-4.9)

83%

泉州接待游客量同比增长

(2024年五一期间)

追「热门活动」

共享出行



2023.10 云南&海南还车
#9.9元租2天超值套餐#



2023.9 #骑行狂欢月#
滴滴青桔卡,「骑」进秋天

OTA平台

城市随心选盲盒



特价机票



出行套餐



圈层认同

音乐圈层 身份认同



大型演唱会

146亿

2023年票房创历史新高

户外圈层 兴趣认同

小红书

100%

2023年1-10月

「户外用户」日活环比增长

二次元圈层 文化认同

Quark 夸克

445%

2024年一季度

「漫展」搜索量同比涨幅

社交需求

旅行搭子文化 寻新出行



好友旅行笔记 友情向往



亲子出游攻略 寓教于乐



Keep「拼接式」驱动营销案例

多元内容+多维触点拼接，促使平台用户从「体育健身」小众领域向「全民运动」人群扩展，实现出行内容与社交需求的全面破圈

内容拼接

「圈层+」破圈吸粉

运动圈+剧粉圈



Keep x「甄嬛传」系列课

运动圈+游戏圈



Keep x「和平精英」剧情跑

运动圈+动漫圈



Keep x「名侦探柯南」行走挑战

「热点+」抓住流量

跑步+地域文旅



Keep「城市漫游跑」系列

跑步+华流复兴



Keep「时令节气跑」系列

「社交+」引爆网络

Keep奖牌=社交货币



Keep 联名奖牌

触点拼接

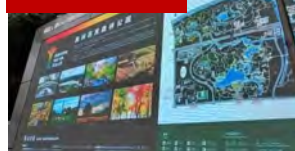
线上「矩阵传播」

Keep官方新媒体矩阵



线下「垂直切口」

公园跑道



Keep奥森「科技智慧跑道」



潮流运动派对



Keep潮流运动厂牌「酷运动实验室」

运动空间



「Keepland」运动空间



2023营业收入

+93.1%

相比2020增长

2023会员及付费内容收入

+11.4%

同比增长

“ 国民健身第一平台
中国运动科技第一股 ”

核心
驱动
技术

信息技术

5G通信技术 | 数字显示屏技术 | 多媒体信息技术 | 触屏交互技术
...

智能投放和个性化算法推荐

信息流广告 | 定向投放 | 搜索智能推荐 | 热搜榜单 | 视频加热
...

地理信息系统和LBS位置服务

吃喝玩乐推荐 | 周边导航服务 | 同城热点讨论 | 线下圈层活动
...

内容
影响
角色

出行官方

平台应用

达人博主

出行企业

行业媒体

出行用户

中心触点

飞机媒体

火车媒体

汽车媒体

地铁媒体

车站媒体

延伸多元触点

预订软件

内容平台

社交平台

OTA平台

交易平台

垂类媒体

精准媒介

内容
触点

用户
行为

Touch触达

Seek探索

Taste体验

Enjoy钟情

用户
需求
演进

内容触达

个性化推荐 | 信息流广告 | LBS广告推送

出行内容触达
兴趣种草

热点追随

追区域特色 | 追热门活动

从热点追随
到同好出行

圈层认同

音乐圈层 | 户外圈层 | 二次元圈层

出行群体
寻归属感

社交需求

陌生人社交 | 好友社交 | 亲子出游

内容
需求
演进

官方内容创意

各地文旅创意宣传片 | 文旅局局长整活

官方创意引发
平台扶持

平台活动指引

营销事件打造 | 官方政策扶持 | 官方活动

平台活动带动
创作热潮

创作者深度参与

达人优质内容生产 | 私域社群交互

专业内容感染
全民分享

用户自发分享

内容平台分享 | 朋友圈分享

“

科技的发展重塑了信息的分发渠道，也为消费者的内容触点带来变革。平台与内容创作者的角色已经从简单的「信息聚合者」，转向为兼具兴趣引导、情绪沟通需求的「服务提供方」。供给方的角色综合化带来了出行内容、出行服务的井喷，而多触点、碎片化的内容一方面抬高了用户的信息选择权利，一方面降低了信息组合的门槛。可以预见，放大社交性、圈层性优势，深度吸引消费者、圈粉潜在用户将成为出行内容未来竞争的重点，而高效夺取记忆点、引导用户内容拼接的能力，则将成为出行行业差异化竞争的关键。

点评专家：36氪 合伙人/副总裁/营销服务事业部总经理 李政

”

出行交易

A hand holding a smartphone over a payment terminal with a Visa card being processed.

出行交易指的是用户在出行消费中，通过线下实体店铺和线上数字平台完成的各类交易活动。随着科技的进步，确保交易安全已成为用户的基本要求。在此基础上，进一步优化支付流程、提升操作的简洁化和用户舒适度，从而创造卓越的用户体验，成为出行交易平台服务升级的新趋势。

过去

安心

从为出行过程中对交易安全而顾虑的状态

现在

舒心

到更关注出行交易背后的细节舒适

出行交易 演进趋势

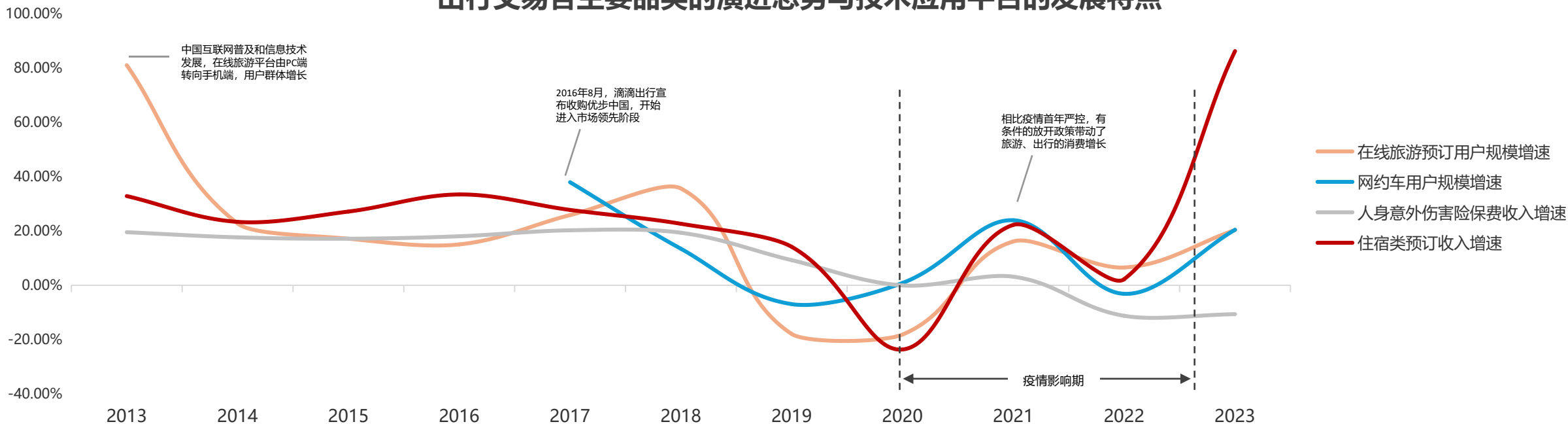
出行营销逻辑的精简化

出行服务体验的实用化

技术推动用户出行交易需求演变

交易技术的发展推动用户出行交易需求更加便捷安全，引领出行服务市场迈向更高成熟度和集成化的发展新阶段

出行交易各主要品类的演进态势与技术应用平台的发展特点



AI智能交互技术

自然语言处理 | 语音识别技术 | 大数据分析技术 | 多模态交互技术 | 智能决策支持系统

出行产品智能推送技术

地理信息系统 (GIS) 和LBS定位技术 | 个性化推荐算法 | 大数据技术 | 用户画像构建

API接口与第三方集成技术

内容管理系统 | 论坛社区技术 | 云计算与分布式系统 | 支付系统集成 | 会员权益管理

出行用户管理系统

CRM | 订单管理系统 | 数据库管理 | 自动化脚本和机器人 | 多渠道支持 | 支付网关集成

酒店集团



华住

- 2005年成立
- 2023年，华住集团酒店营业收入同比增长**62.1%**



亚朵

- 2013年成立
- 2023年，亚朵集团营业收入同比增长**106.2%**



锦江

- 1993年成立
- 2023年，锦江酒店营业收入同比增长**29.53%**



滴滴

- 2012年成立
- 2023年，滴滴的营业收入同比增长**36.6%**



高德

- 2002年成立
- 2023年三季度，高德地图营业收入增长**32.6%**



曹操

- 2015年成立
- 2023年，曹操出行的营业收入增长**39.8%**



支付宝

- 1999年成立
- 2023年11月活跃用户数**10亿+**



微信支付

- 2011年上线
- 2023年用户规模**5亿+**



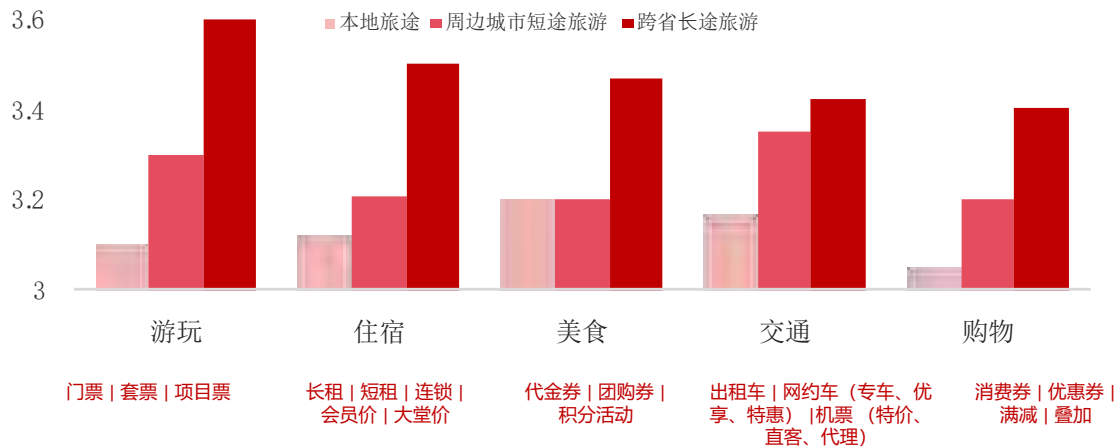
微信

- 2013年上线
- 2024年一季度用户规模**13亿+**

交易场景扩展驱动服务要求提升

随着各类支付基础和场景需求的不断扩展，出行交易的决策难度和安全顾虑普遍降低，但对于交易全链路的服务体验要求普遍提升

各场景制定攻略的难度



游玩：门票 | 套票 | 项目票
住宿：长租 | 短租 | 连锁 | 会员价 | 大堂价
美食：代金券 | 团购券 | 积分活动
交通：出租车 | 网约车 (专车、优享、特惠) | 机票 (特价、直客、代理)
购物：消费券 | 优惠券 | 满减 | 叠加

2023年消费者出行各场景占比
订购需求



TOP 1	游玩	住宿	美食	交通	购物
在线旅游平台	在线旅游平台	美食推荐类 APP	在线旅游平台	社交媒体平台	
社交媒体平台	地图类应用	搜索引擎	社交媒体平台	短视频平台	
搜索引擎	酒店官方网站	社交媒体平台	航空公司/12306 官网	在线旅游平台	

订购需求TOP3场景用户反馈

	住宿	游玩	交易
服务满意	积分兑房快捷	预定错全额退	游玩方案个性定制
	旅游路线一键生成	票务方案有效	空车收费合理
有待提升	房型与预定有偏差	代理预定风险	退款制度反锁
	门票收费不合理	售后对接不及时	价格太贵

出行交易服务的全流程控制增强

在技术的推动下，各类平台不断增强对用户交易服务的全面性，尤其注重满足用户的多样化和延伸需求

出行方案制定

出行产品智能推送技术

地理信息系统 (GIS) 和LBS定位技术 | 个性化推荐算法 | 大数据技术 | 用户画像构建

出行关联延伸

API接口与支付管理集成技术

内容管理系统 | 论坛社区技术 | 云计算与分布式系统 | 支付系统集成 | 会员权益管理

出行用户服务

出行用户管理系统

CRM | 订单管理系统 | 数据库管理 | 自动化脚本和机器人 | 多渠道支持 | 支付网关集成

出行售后处理

出行AI智能交互技术

自然语言处理 | 语音识别技术 | 大数据分析技术 | 多模态交互技术 | 智能决策支持系统

住宿类平台

华住会

- 逛逛-旅行线路推荐
- 酒店品牌推荐
- 精选酒店推荐

- 安心订贵即赔
- 积分兑房
- 积分抢观演门票
- 在线商城

- 酒店服务预约
- 智能客房服务
- 退房服务 (0秒退房 | 开发票)

- 官方客服

马蜂窝

- 推荐攻略交流群
- 在线地陪
- 精选酒店榜
- 主题游推荐
- 住宿微攻略 (选位置/选特色)

- 旅行资讯
- 走路得金币
- 出行专栏
- 好玩社区

- 免费取消

- 马蜂窝问答君
- 马蜂窝管家

交通类平台

神州租车

- 月租套餐推荐
- 短租/长租用车方案
- 车型推荐

- 押金可免
- 单单整备
- 不限里程
- 江浙沪异地还免费活动

- 还车指引

- 小智智能客服
- 租车新手指引

滴滴出行

- 打车
- 顺风车
- 青桔骑行
- 滴滴租车
- 出游订车票

- 车内录像
- 省钱套餐
- 会员权益
- 会员行程意外险

- 行程订单投诉
- 失物寻找

- 机器人客服小滴

携程旅行

- 猜你喜欢
- 机酒一起订
- 包车游
- 定制旅行
- 行程建议
- 城市攻略

- 承担差价
- 航班监控
- 接送机
- 搜全国低价
- 低价提醒
- 在线选座

- 退改签自助查询
- 随时退、过期退
- 全球紧急支援服务

- 携程问道AI大模型
- AI旅行助手TripGenie

支付保险类平台

支付宝

- **境内旅行险 22种**
交通 | 航班延误 | 意外 | 个人行李 | 运动装备损失
- **境外旅行险 26种**
签证险 | 商旅险 | 意外 | 航班延误 | 个人行李

- 保险小词典
- 保险社区

- 人工核保
- 理赔医院查询
- 疾病查询

- 支小宝智能保险助理
- 蚂蚁保金选测评
- 品牌直播讲解

平安保险

- **意外险 5种**
交通 | 运动 | 境内旅游 | 意外伤残等

- 保险名词解释
- 保险百科
- 社保知识
- 投保指南

- 材料专区

- 1v1专属管家顾问
- 智能客服暖暖

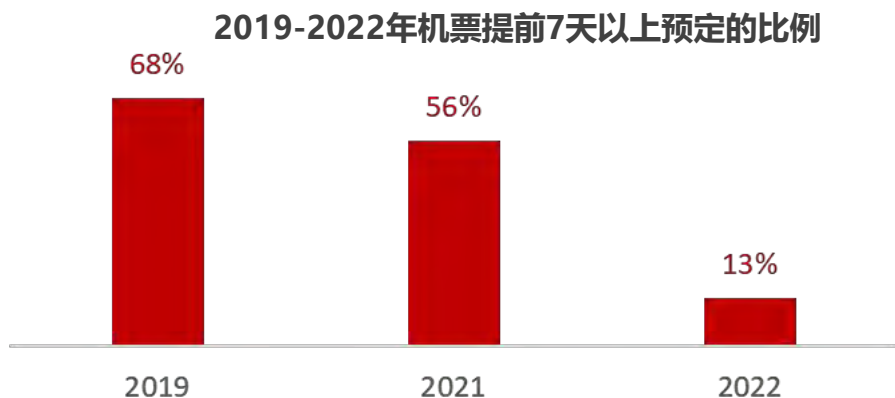
智能服务驱动用户即时性需求提高

面对用户越来越「不确定性」的出行需求，平台需要数据智能技术以提供更即时、精准的服务响应和个性化匹配

基础需求演变：即时性

用户决策「不确定性」提高

用户出行灵活性增加，更少的提前预订，增加本地即时服务的需求

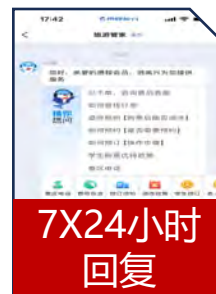


65% 消费者不做全程的旅行规划

63% 消费者不愿意每天行程安排满满当当

本地「食住行」需求全方位即时化

用户出行交易类型丰富，涵盖食、住、行及本地文娱服务等



智能技术推动平台简化性和有效性供给升级

平台通过智能化技术升级和附加功能创新，实现交易流程的极大简化，确保用户享受实用便捷的极致体验

简化性

附加需求演变：

实用性

AI加持下的平台功能简约化，缩短用户决策和交易体验流程

平台功能贴近用户实际需求，保证用户交易权益的便捷

「预订服务简化」

机票酒店一起订：更优惠快捷



交通类平台

「售后咨询简化」

客服机器人：常见问题一键了解



住宿类平台

「产品介绍简化」

新手指引：平台产品及功能科普



保险类平台

「酒店选择实用」

酒店榜单：综合上榜酒店推荐



住宿类平台

「车型选择实用」

预估车费：根据预算选择车型



交通类平台

「车费报销实用」

电子发票：选择行程实时开具电子



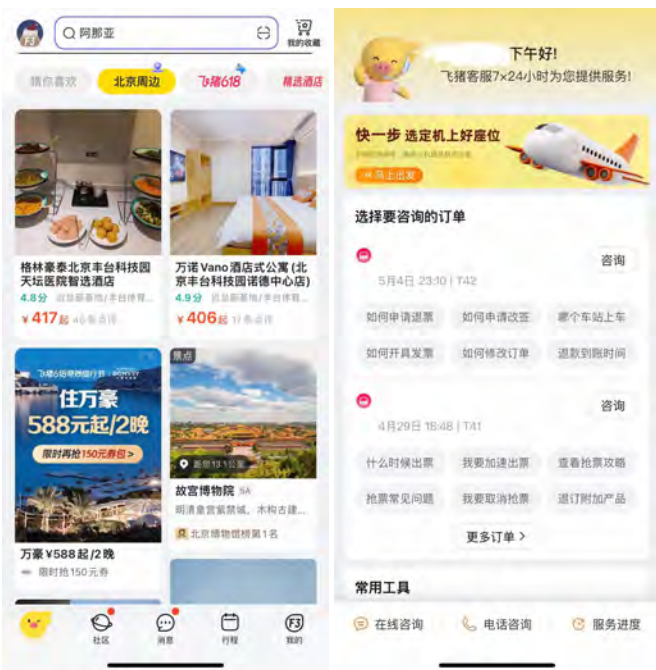
交通类平台

飞猪APP「精简实用」服务升级案例

为迎合年轻群体需求，通过即时性、简化性、实用性功能升级，量身定制出行服务新体验

即时性

用户需求随时响应，想法即时变成现实



目的地周边特色酒店景点推荐

7*24小时订单咨询

简化性

直观界面设计和操作流程，减轻用户搜索成本



酒店「买贵赔」权益服务兑换

预设问题简化咨询流程

实用性

多样化旅行资源，满足用户多变需求



旅行上榜产品口碑推荐

自定义行程规划
自助调整



2023年「十一」假期

+6倍

国内游产品预
定量同比增长

+20倍

出境游产品预
定量同比增长

核心驱动技术

出行产品智能推送技术

地理信息系统 (GIS) 和LBS定位技术 | 个性化推荐算法 | 大数据技术 | 用户画像构建

API接口与第三方集成技术

内容管理系统 | 论坛社区技术 | 云计算与分布式系统 | 支付系统集成 | 会员权益管理

出行用户管理系统

CRM | 订单管理系统 | 数据库管理 | 自动化脚本和机器人 | 多渠道支持 | 支付网关集成

AI智能交互技术

自然语言处理 | 语音识别技术 | 大数据分析技术 | 多模态交互技术 | 智能决策支持系统

触点类型

出行方案制定

综合平台

携程旅行 | 去哪儿旅行 | 飞猪旅行 | 马蜂窝 | 同程旅行 | 途家等

出行关联延伸

产品平台

华住会 | 神州租车 | 滴滴出行 | 支付宝 | 平安保险 | 自如等

出行用户服务

出行售后处理

内容平台

抖音 | 快手 | B站 | 小红书 | 视频号 | 什么值得买等

用户行为

Touch触达

Seek探索

Taste体验

Enjoy钟情

用户需求演进

即时性

简化性

实用性

- 逛逛-旅行线路推荐 · 酒店品牌推荐
- 精选酒店推荐 · 在线地陪 · 主题游推荐
- 推荐攻略交流群 · 精选酒店榜

住宿偏好预估

- 安心订贵即赔 · 积分兑房 · 在线商城
- 积分抢观演门票 · 旅行资讯 · 好玩社区
- 出行专栏 · 走路得金币

结合出行线路选择住宿

- 酒店服务预约 · 智能客房服务 · 免费取消
- 退房服务 (0秒退房 | 开发票)

住宿服务的预订与体验

- 官方客服
- 小智智能客服
- 马蜂窝问答君

- 月租套餐推荐 · 短租/长租用方案
- 车型推荐 · 打车 · 顺风车 · 青桔骑行
- 滴滴租车 · 出游订车票 · 猜你喜欢
- 机酒一起订 · 定制旅行 · 行程建议

出行方式评估

- 押金可免 · 单单整備 · 不限里程
- 江浙沪异地还免费活动 · 会员权益
- 车内录像 · 省钱套餐 · 承担差价
- 会员行程意外险 · 航班监控 · 接送机
- 低价提醒

根据推荐选择性价比方式

- 行程订单投诉 · 失物寻找 · 还车指引
- 退改签自助查询 · 随时退、过期退
- 全球紧急支援服务

出行方式更改与体验评价

- 机器人客服小滴
- 携程问道AI大模型
- AI旅行助手TripGenie

- 境内旅行险
交通 | 航班延误 | 意外 | 个人行李 | 运动装备损失
- 境外旅行险
签证险 | 商旅险 | 意外 | 航班延误 | 个人行李

保险类型了解

- 保险小词典 · 保险社区 · 保险百科
- 保险名词解释 · 投保指南 · 社保知识

结合出行场景和人群购买

- 人工核保 · 理赔医院查询
- 疾病查询 · 材料专区

出行保险的理赔与查询

- 支小宝智能保险助理
- 蚂蚁保金选测评
- 1v1专属管家顾问
- 智能客服暖暖

典型产品

“ 出行交易领域正经历科技主导的深刻变革，交易安全与便利性的显著提升，凸显了科技对行业的重塑。支付创新与智能服务的兴起优化了交易流程，丰富了用户体验。然而，追求极致体验的道路上，行业面临用户对即时、简化、实用服务的高期望，从而折射出平台在效率与个性化上的局限的挑战。为此，平台需借助数据智能，提升响应速度与服务精准度，实现用户中心化。同时，技术迭代带来的复杂性与安全隐忧，要求行业在保障隐私与安全的前提下，探索服务的人性化与便捷性，考验着平台的技术实力与市场洞察力。未来，出行交易领域的发展需在技术进步与用户需求间寻得平衡，既是机遇，亦是挑战。唯有持续创新，深入理解用户需求，方能在满足期待与促进行业健康发展中，开辟稳健前行的道路。

点评专家：中国传媒大学广告学院教授/肇雅品牌研究院院长
国家广告研究院副院长/中国视协广告艺委会会长

何海明

”



出行 工具

出行工具是根据用户对于不同空间移动需求，所产生的一系列帮助人们实现移动的工具和设备。随着技术进步，出行工具种类也日益丰富，如自行车、汽车、高铁、飞机和邮轮等，它们各自适应不同的出行需求和场景。用户在选择出行工具时，会权衡时间成本和经济成本，以寻求最符合个人需求和预算的出行方式。

过去

赶路

在出行工具上的过程是等待、是焦急、是赶路

现在

随享

出行工具可以是承载舒适、享受生活的第三空间

出行工具 演进趋势

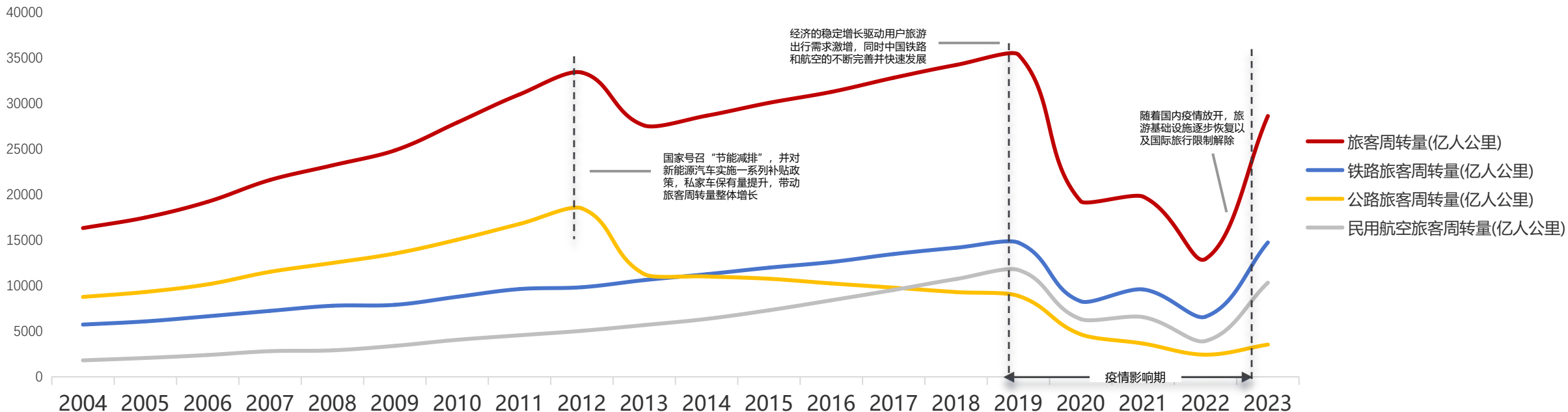
重新理解出行生活场景

全效能价值的服务再造

技术推动用户出行工具需求演变

技术赋能短、中、长途交通全面的效率与体验升级，助推多类型交通周转量呈现并发型增长

出行工具各主要品类的演进态势与技术应用平台的发展特点



公共调度

GPS位置服务 | 列车控制调度系统 | 车辆监控管理 | 自动驾驶追踪调度系统

速度提升

高速车轮技术 | 高铁列车控制系统 | 气动性能优化设计

智能出行

车联网技术 | 智能交通系统 | 实时交通信息 | 智能路线推荐

绿色出行

轻量化材料 | 新能源技术 | 电池管理系统 | 电动驱动技术

体验优化

循环气流技术 | 车载&机载娱乐系统 | 人体工学设计

短途



- 2012年成立
- 2023年营业收入增长**36.6%**



- 2016年成立
- 2023年10月，平台单日 GTV同比增速超**7成**



- 2018年成立
- 2024年，获得超过**10亿美元**融资

中途



- 2018年成立
- 2023年全年累计交付量同比增长**160%**



- 2008年成立
- 2019-2023年复合增长率**21.4%**



- 2007年成立
- 2023年春节期间，神州租车的收入同比增长近**50%**

长途



- 2013年由原铁道部改组成立
- 是全球最大的铁路运输企业之一



- 1988年成立
- 2023年营业收入同比增长**167%**



- 2018年成立
- 2023年，旗下的首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”正式发布

多维技术演进拓宽用户出行工具的选择方式

摆脱单一工具的限制，用户的出行工具选择成为了「时间成本」与「经济成本」综合抉择下的产物



出行工具的差异化、舒适度和体验感场景细化提升

短途出行以便捷代步、目的地为导向；中途出行更寻求舒适自由的第三空间；长途出行则注重出行工具带来的体验与高效率

舒适度 | 体验感 | 效率需求

低

高

技术使用

短途：降低使用负担

公共调度

绿色出行

GPS位置服务 | 车辆追踪调度系统
轻量化材料 | 新能源技术.....

中途：强化产品功能配置

公共调度

速度提升

智能出行

绿色出行

GPS位置服务 | 车辆控制调度系统 | 高速车轮技术 | 车联网技术 | 实时交通信息 | 智能路线推荐 | 新能源技术.....

长途：加强服务丰富度

公共调度

速度提升

智能出行

绿色出行

体验优化

GPS位置服务 | 车辆追踪调度系统 | 高速车轮技术 | 车联网技术 | 实时交通信息 | 智能路线推荐 | 新能源技术 | 车载&机载娱乐系统.....

用户需求

日常通勤

市内游

代步接送



- 一键用车
- 准时到达
- 经济环保

- 路线便利
- 经济环保

- 避免拥堵
- 按时到达

家庭出游

近郊游/露营

商旅出行



- 车是移动的家
- 大空间刚需
- 乘坐舒适
- 精准导航

- 乘坐舒适
- 导航推荐
- 装备全收纳
- 享受风景

- 舒适快捷
- 减少路上时间

跨省游

出境游

长途商旅



- 乘坐舒适
- 配备娱乐设备

- 空间宽阔
- 配备娱乐设备
- 吃喝玩乐全包

- 工作空间分区
- 电源/网络无忧
- 定制化服务

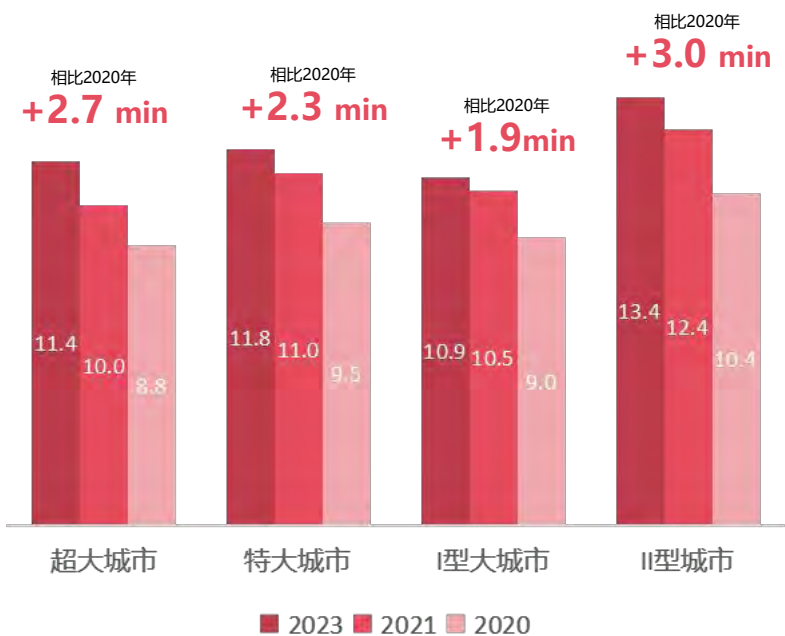
用户短途出行聚焦绿色升级

发达城市交通基建促使出行的便捷化发展，以共享经济模式全地域渗透为核心，与传统出行方式组合满足用户绿色便捷需求

经济型的共享单车依赖度提升

主要城市共享单车活跃用户单次骑行时长变化

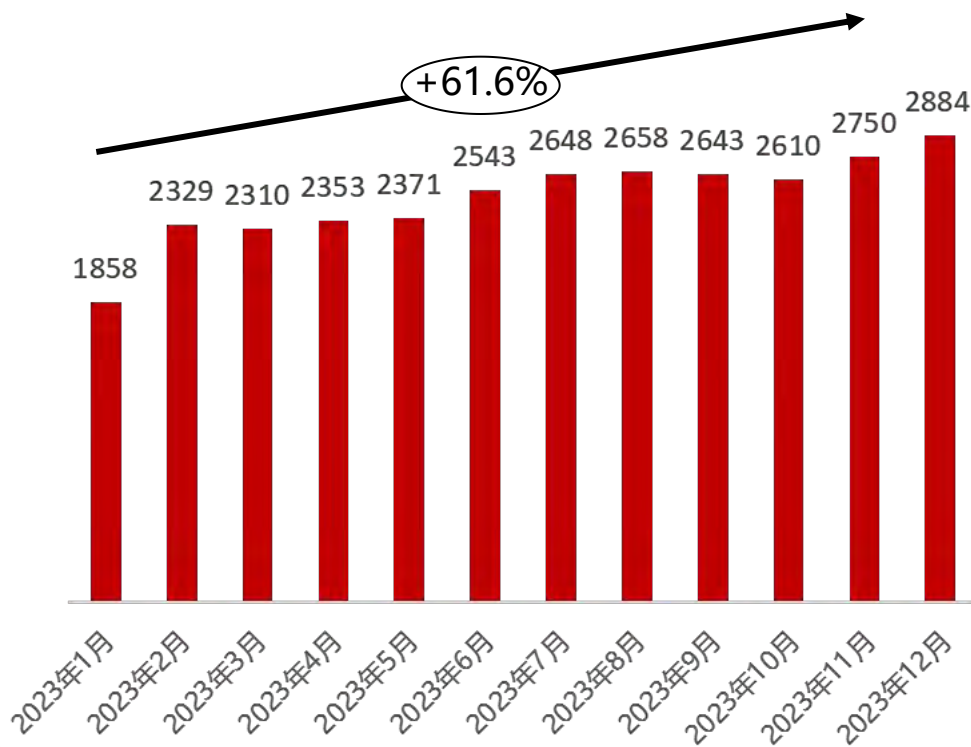
(单位：分钟)



网约车普及带动新能源车快速渗透，绿色出行成为主流

全国网约车月度日均订单量

(单位：万单)



210万台
2023年新能源网约车

74.1%
2023年网约车保有量中
新能源占比

85%
2023年新能网约中纯电动车
占比

*超大城市包含北京、深圳、广州、上海、天津、成都
特大城市包含昆明、济南、沈阳、西安、郑州、杭州、武汉、南京
I型城市包含太原、石家庄、厦门、福州、合肥；II型城市包含兰州

数据来源：《2023年度中国主要城市共享单车/电单车骑行报告》中国城市规划设计研究院，中国城市公共交通协会网约车分会，中国汽车流通协会，值得买科技消费产业研究院整理分析

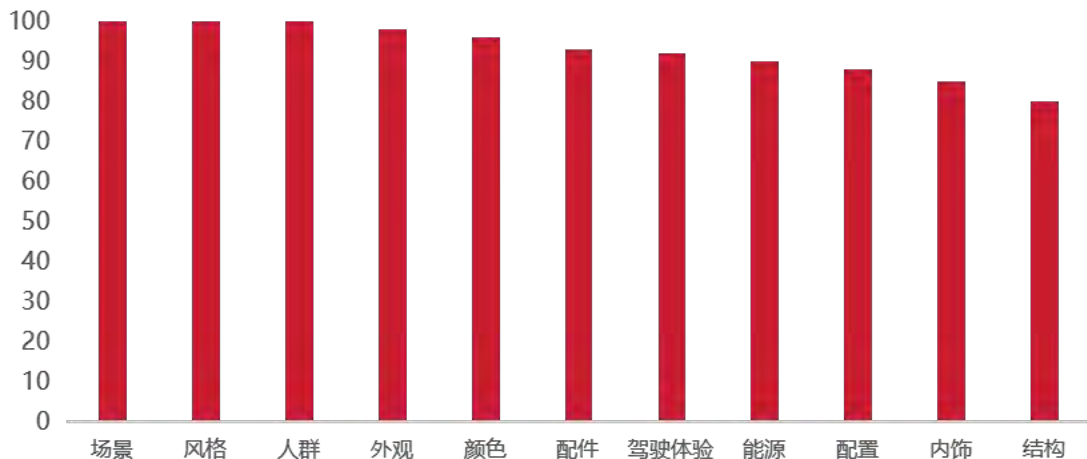
用户中途出行场景感受与过程体验并存

在智能、体验和风格等多技术驱动下，汽车在中途出行的应用场景在不断拓宽，同时用户呈现出融合性的高效体验追求

用户对于选买汽车的关注因素

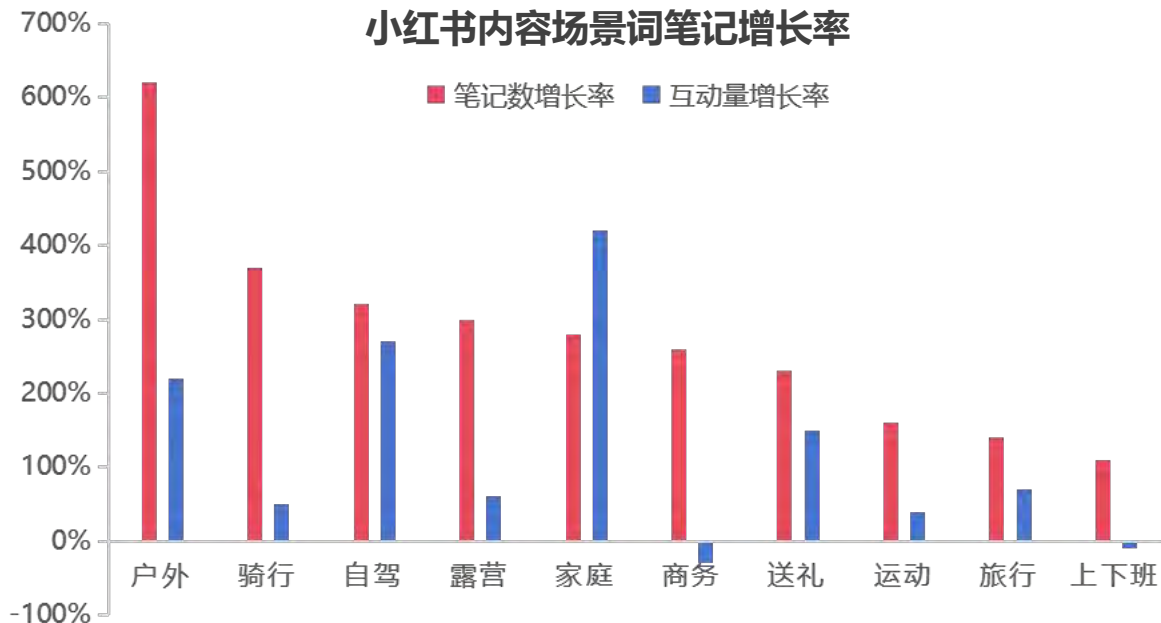
人们不仅关注汽车的硬件本身，也会从生活方式的角度出发，关注汽车的使用场景、车型设计风格等更细致、更个性化的需求。

小红书汽车选买推荐因子 (NPS卖点排名)



「车+生活」用户十大热门出行场景类型

小红书内容场景词笔记增长率



移动筑巢家

“家庭成员增加，所以选择MPV方便出行”

对车的需求：空间容量刚需，出行安全便利，适娃适老
出行场景需求：

大家庭出游



二胎/三胎家庭舒适出行



都市漫游家

“自己开车更方便周末出去自驾散心”

对车的需求：自在独处、车内个性空间、百变设计
出行场景需求：

户外出行



移动休憩室



精奢新贵党

“差旅中拥有汽车更符合职业需要”

对车的需求：品牌定位、车内材质和质感并存
出行场景需求：

商务出行



保姆车



用户长途出行过程享乐与服务标准诉求跃升

在创新技术的影响下，长途出行工具在舒适性、娱乐性、体验感和定制化形成了全面进化，帮助用户悦享旅途每一刻

提升出行享乐体验

「空间拓展与人性化设计」



- 深圳航空增加「舒适经济舱」座椅腿部空间宽度提升48%
- 东航C919经济舱「中间座最宽」，三联排中间座位比两边宽1.5cm
- 座椅采用**摇篮式设计**，靠背可根据乘客上半身高度调节，头枕可弯曲

「提升娱乐智能体验」



- 2019年1月，中国铁路官方掌上高铁App开放使用，为旅客提供免费流畅的「车上WiFi」服务



- 法国航空配备「VR头显」，乘客可以通过头显播放影视剧，实现沉浸式观影



- 高端汽车娱乐与智能体验体系配置

驾驶辅助

自适应巡航 | 实时导航 | 自动泊车

智能座舱

多屏幕互动 | 语音识别 | 手势控制

工作空间

无线充电 | 远程工作软件

休闲空间

音乐游戏功能 | 高端音响设备

直觉操控

触控按键 | 线控换挡 | 自适应巡航

精准导航

实时交通信息 | 高清地图数据

偏好管理

座椅位置 | 空调温度 | 常用目的地

.....

满足丰富服务升级诉求

「休闲+健康全方位服务」



- “12306”旅游专列配备「特色车厢」，提供餐吧、酒吧、休闲多媒体、洗浴等服务



- 皇家加勒比邮轮提供多种「健康服务」支持，包括多功能运动馆、水疗健康中心、微型高尔夫、海浪模拟器等

「出行辅助管家」



管家服务

日常维护 | 预约保养 | 紧急救援

一键响应

应对突发事件 | 紧急救援

无忧用车

里程质保服务 | 道路救援 | 定期保养

终身服务

终身免费保养 | 终身保修特定部件

社群场景

车友沙龙 | 主题活动 | 社群交流

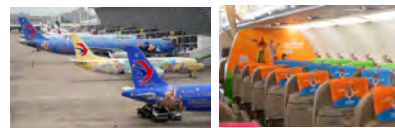
卡券通兑

品牌积分兑换 | 免费洗车券

「定制化主题选择」



「主题航线」



东航迪士尼主题航线



「特色专列」



中国铁路旅游专列

极狐考拉「细分人群」场景营销案例

从小众母婴人群触发大众亲子场景，满足垂直细分人群需求，创造场景化造车新高度

2023年考拉以“全球首款智能亲子车”定位杀入市场，开创消费新品类

母婴出行痛点因素分析

妈妈及家庭用户调研发声，「高质量育儿」「舒适、安全出行需求」需求突出



大空间 健康体验 贴心 便利空间 智能 亲子出行

复杂路况 急刹 时刻 安全守护 给宝宝 健康关爱

新品线上营销传播数据

躺赢式当妈攻略



2144万 浏览量 4亿+ 项目总曝光量 5.3万篇 优质用户笔记

极狐考拉「细分人群」场景营销案例

从目标人群情感需求和出行场景出发，打造更适配的功能体验

妈妈友好型体验优化

从母婴妈妈用户的生活场景出发，“极致友好、极致关爱、极致细节”创造智能贴心出行优选



元气外出旅行保鲜

【智能温控箱】

3-50°C智能冷暖箱

四档调节智能温控

出行母婴用品增多
保温冷藏食物手忙脚乱



抱娃轻松从容归家

【后排智慧眼】

左后专属监测摄像头

智能情绪识别

独自驾驶需时刻关注后排
开车频频回头太危险



抗菌消杀·安心省心

【三个99.99%】

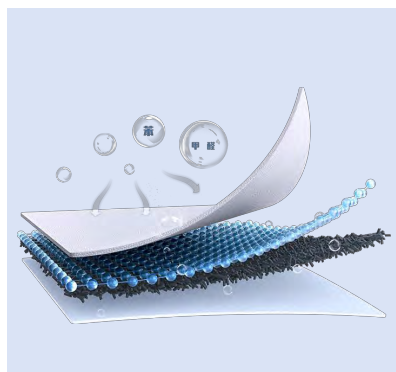
抗病毒空调、非银离子有机抗菌内饰抗、
远控无汞紫外线消杀灯

消杀率≥99.99%

抗菌消杀过于劳累复杂
无菌消杀全家放心接触

宝宝友好型体验优化

以宝宝亲子视觉理解新场景出行，“贴心保护、贴心童趣、贴心智能”创造新生移动出行方式



宝宝安稳独自乘坐

【Babycare】

Baby care驾驶模式

平缓舒适设计

宝宝坐车容易晕车、急刹
等不适，独自在后排哭闹



醛苯严控育儿温室花园

【无限接近0醛0苯】

苯类吸附降解有效达17年

醛类吸附降解有效达26年

新车甲醛影响胎儿生长发育
醛苯焦虑对孩子造成伤害



童趣亲子娱乐出行

【百变游乐园】

自带宝宝巴士APP

魔方茶几桌板

孩子出行太无聊哭闹
娱乐与游学车内难以实现

创造者/思考

极狐考拉智能汽车面临的挑战与问题是如何在母亲带孩子的驾驶场景中提供安全性和便利性需求。极狐考拉通过智能安全保护、声音互动、环保材料和AI识别等技术解决了这一挑战。例如，极狐考拉搭载了全球首款全电控儿童安全座椅，并设计了方便喂食的魔方茶几和便于换尿布的副驾工作台，极大地提升了母亲在驾驶时的便利性和安全感。营销者的思路是通过科技手段，全面提升母亲的驾驶体验，增强品牌的市场竞争力。科技将消费者需求转化为产品特性，提升满意度，彰显了科技推动产品和消费变革的必然趋势。

这启示我们，随着出行工具的演进，科技和创新在提升用户体验中的关键作用日益显现。未来的出行工具不仅要满足基本的交通需求，更要在安全、便利、环保等方面不断突破，创造出更加智能和人性化的产品。

——省广集团营销群总监 刘伟



核心驱动技术

公共调度

列车控制调度系统 | 云计算与大数据 | GPS 位置服务 | 车辆监控管理 | 智能锁技术 | 电子报站系统 | 自动车辆追踪调度系统

速度提升

高速车轮技术 | 高铁列车控制系统 | 车体空气动力学原理 | 气动性能优化设计

智能出行

车联网技术 | 智能交通系统 | 自动驾驶技术 | 实时交通信息 | 智能路线推荐

绿色出行

轻量化材料 | 新能源技术 | 电池管理系统 | 充电设施系统 | 电动驱动技术

体验优化

循环气流技术 | 热通风空调系统 | 磁悬浮技术 | 人体工学 | 车载娱乐系统

出行方式演进

时间成本评估

- 长途
 - 中途
 - 短途
- 长途客运
 - 火车
 - 共享单车/电单车

经济成本提升

过程场景理解

- 高铁/飞机
- 租车
- 市内公交

经济成本提升

经济合理选择

- 运输轮渡、观光游轮
- 高铁/飞机
- 地铁

经济成本提升

- 私人航空、定制航空
- 燃油车/新能源车自驾
- 网约车

用户行为

Touch触达

Seek探索

Taste体验

Enjoy钟情

用户需求演进

长途：加强服务丰富度

跨省游

乘坐舒适 | 配备娱乐设施

出境游

空间宽阔 | 配备娱乐设备 | 吃喝玩乐全包

长途商旅

工作空间分区 | 电源/网络无忧 | 定制化服务

中途：强化产品功能配置

家庭出游

车是移动的家 | 大空间刚需 | 乘坐舒适 | 精准导航

近郊游/露营

乘坐舒适 | 导航推荐 | 装备全收纳 | 享受风景

商旅出行

舒适快捷 | 减少路上时间

短途：降低使用负担

日常通勤

一键用车 | 准时到达 | 经济环保

市内游

路线便利 | 经济环保

代步接送

避免拥堵 | 按时到达

“

科技在出行工具中的应用正逐步改变人们的出行方式。随着AI、自动驾驶技术、物联网和大数据的进步，车辆和基础设施的智能化水平不断提高，为消费者提供了更为个性化的出行选择。过去，出行工具主要追求效率，如今则转向提供舒适和多功能的体验。例如，智能驾驶辅助技术提高了出行的安全性和便捷性，车辆内饰和功能设计也更加注重用户体验。此外，预测性维护和智能调度系统的应用，大幅减少了车辆的停运时间，提升了运营效率和用户满意度。这些技术驱动的变化要求品牌和营销者重新理解和定义出行场景，不再仅仅是交通工具的提供者，而是全方位价值服务的创造者。未来的市场竞争将不仅仅是产品性能的较量，更是全效能出行体验的竞争，品牌需要通过科技创新来满足和超越消费者的期望。

点评专家：小鹏汽车科技有限公司品牌高级经理 田桑

”

The image shows a person sitting on a bed in a room, packing a yellow suitcase. The room has a wooden floor, a desk with a lamp, and a window with blinds. The text '出行装备' is overlaid in large white characters on the left side of the image.

出行装备

出行装备是指用户在进行户外运动、旅游、商务出差等活动中所携带的各类所需产品。这些装备通常包括电子通讯设备、服饰、日化用品等，以满足不同出行场景的需求。

随着科技的发展和用户需求的多样化，出行装备不断升级，从单一的背包发展到多功能行李箱、各类功能配件等场景装备，融合更多高科技元素，以适应各种细分的出行需求，提供更加便捷和个性化的服务。

过去

基础
功能

从追求出行装备的基础功能和设计

现在

进阶
科技

到进阶性的出行科技和复合功能需求

出行装备 演进趋势

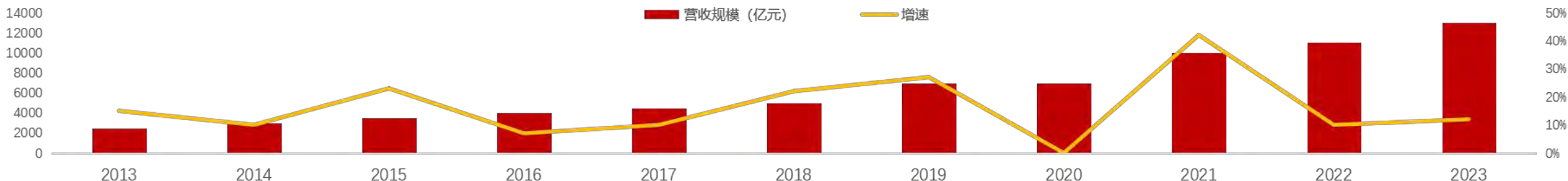
装备科技的持续进阶深化 革新场景社交和情绪表达

技术推动用户出行装备需求演变

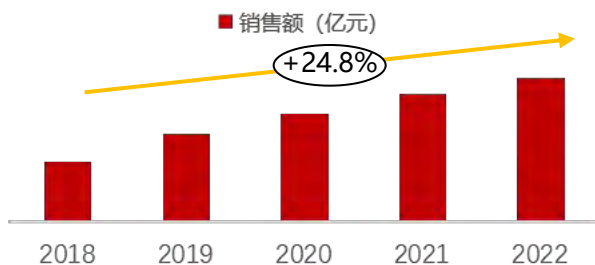
随着用户出行场景的多元化发展，服饰、智能穿戴、个护产品等出行装备行业不断升级且愈发细分

出行装备各主要品类的演进态势与技术应用平台的发展特点

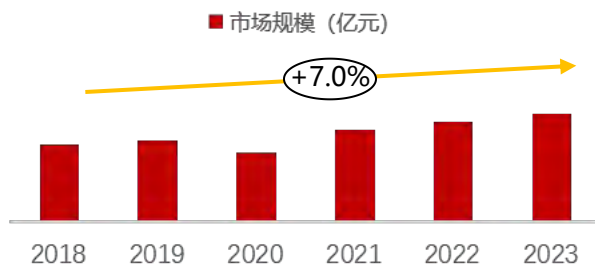
2013-2023户外及运动消费市场发展趋势



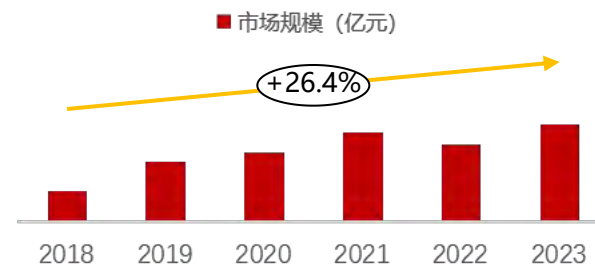
2018-2022年中国智能硬件市场规模



2018-2023年中国户外服饰市场规模



2018-2023年中国共享充电宝行业市场规模



轻量化

- Anti-burden 疲劳防护技术
- 金刚铝材料电池仓

通勤化

- 时尚设计、多彩配色
- 可穿戴设备
- 光能双效护养技术

融合化

- 户外+城市 跨场景融合
- 居家、外出、办公、运动 多元场景
- 防晒+养肤 融合功能

功能化

- Anti-UV 日晒防护、防水透气技术
- 智能导航
- 语音转文字技术

进阶化

- 50/50 Down高透气隔热羽绒
- 降噪技术
- 热感应防晒技术

重度化

- 保暖、透气等核心性能
- 研发水平的独特性和体验感
- 新增防敏、养肤等技术

智能穿戴代表公司



- 成立于1999年
- 2023年公司实现营业收入同比增长4.41%



- 成立于1998年
- 2023年的营业收入同比增长3.56%



- 成立于1981年
- 在2024财年第四季度的营业收入同比增长5.35%

户外服饰代表公司



- 成立于1991年
- 2023年营业收入同比增长16.2%



- 成立于1989年
- 2023年，其母公司亚玛芬体育的营业收入同比增长23%



- 成立于1935年
- 2023年实现零售总额为安踏集团的“其他所有品牌”板块贡献销售额近72%

日化品牌代表公司



- 成立于1992年
- 2023年3月的淘内平台防晒行业分析中，安耐晒（搜索词“安耐晒”）在品牌词搜索排行中排名第一



- 成立于1990年
- 2023年六神品牌所在的个护家清品类仍然是贡献营收的主力，该品类上半年营业收入为17.24亿元

场景融合+科技渗透是出行装备技术发展的特点

用户在商务出行中更关注轻量化、通勤化、融合化的产品功能；而玩乐出行中更倾向装备向功能性、进阶性和科技重度化发展

场景交融：商务出行

轻量化、通勤化、融合化



科技渗透：玩乐出行

功能化、进阶化、重度化

	户外服饰装备		出行电子装备		户外日化装备
	蕉下	北面	华为	科大讯飞	安热沙
轻量化	<ul style="list-style-type: none"> Anti-burden 疲劳防护技术 Jech LTShell0.35cm轻薄硬壳 Jech Clo+气绒2.0内胆 	<ul style="list-style-type: none"> FutureFleece 轻薄隔热技术 内框架轻便型背包 	<ul style="list-style-type: none"> 700MPa机翼铝机身 金刚铝材料电池仓 增强型聚合纤维材料手环 Ultramid® 材料智能眼镜 	<ul style="list-style-type: none"> 轻量化外壳材料 	
通勤化	<ul style="list-style-type: none"> 产品线布局通勤场景：防晒伞、防晒帽等 时尚设计、多彩配色 	<ul style="list-style-type: none"> 支线品牌布局城市机能：黑标Urban Exploration, 注重日常通勤穿着 时尚潮牌联名 	<ul style="list-style-type: none"> 聚合出行服务 商务化配色、视觉美学设计 可穿戴设备 	<ul style="list-style-type: none"> 可穿戴设备 人体工学设计 	<ul style="list-style-type: none"> Spf30-50多产品线，适应通勤需求 光能双效护养技术，转化紫外线为美肤光
融合化	户外+城市跨场景融合		居家、外出、办公、运动多元场景		防晒+养肤融合功能

	户外服饰装备		出行电子装备		户外日化装备
	蕉下	北面	华为	科大讯飞	安热沙
功能化	<ul style="list-style-type: none"> Anti-UV 日晒防护 Anti-Hot 炎热防护 Anti-Cold 寒冷防护 Anti-Water 防水防污 	<ul style="list-style-type: none"> THERMOBALL聚热球科技 DryVent防水透气技术 FlashDry速干技术 XTRAFOAM极致缓震技术 	<ul style="list-style-type: none"> 智能导航 语音助手 健康监测 压力管理 血压检测 睡眠监测 心率监测 微体检功能 	<ul style="list-style-type: none"> FlashRecord™ 闪录技术 语音转文字技术 双侧耳独立存储空间 DNN通话降噪算法 	<ul style="list-style-type: none"> UV完全阻隔配方 防脱落效果 防水技术
进阶化		<ul style="list-style-type: none"> 羽绒技术进阶：Cloud Down羽绒；50/50 Down高透气隔热羽绒 防水透气进阶：FUTURELIGHT防水透气膜 	<ul style="list-style-type: none"> 设立运动健康科学实验室 成立高原血氧研究 优化动作姿态捕捉系统 	<ul style="list-style-type: none"> 语音转文字：进阶「红点录」功能，无需开机即可录制 降噪技术：进阶VPU骨声纹拾音麦克风 	<ul style="list-style-type: none"> Hermo booster热感应防晒技术，遇强烈光照，防晒膜的耐晒力更强 多重防晒α技术，强化紫外线A波防护
重度化	保暖、透气等核心性能追求突破 专利科技直接决定产品的性能表现		重视研发投入 研发水平即是品牌的独特性和体验感		功能持续升级 新增防敏、养肤等技术

商务出行需求衍生智能化和时尚情绪价值

商务出行场景融合，用户对于工作效率的个性追求，催动商旅出行装备的多层次智能化升级和时尚元素的潮流展现

游牧式工作模式成趋势，智慧装备助力打破地理界限



典型产品品类

轻薄笔记本

ThinkBook 14+ 为你而来

九大进阶表现

- 十大全能接口，大有用处。
- 处处用心，全面体验。

无线耳机

六大心动理由

- 智能化 AI 会议助理
- 会后整理，AI 职场提效
- 会后询问，AI 有问必答

多功能行李箱

铝合金拉杆 加厚3节顺滑

笔记本 随时办公

证件 快速收纳

小物件 便捷收纳

出行场景下的数码穿搭，科技与时尚跨界融合



典型产品品类

头戴式耳机

ULT WEAR 澎湃低频 共振入魂

AI降噪降噪 20级降噪可降噪

AI降噪降噪

智能手环

华为手环9 更智慧的便捷体验 贴心提醒，不容错过

智慧出行，抬腕即刷

全天舒适佩戴 8.99mm 14g

智能眼镜

air2 pro+ Beam AR 空间屏套装

创新 3DoF 悬停/云台/浮窗模式

智能降噪 全面适配

特色卖点

轻薄随身、高速大容量内存、超长续航、全能接口、智能体验

智能降噪、高清音质、续航久、智能操控、AI会议助手、即时翻译

商务收纳仓、充电接口、水杯架、手机支架

潮流配色、智能降噪、多场景适用、沉浸音效、长效续航

潮流配色、小巧轻便、睡眠质量监测、运动监测、续航久

潮流佩戴、高清画质、震撼音质、兼容性强、电致变色

数据来源：天猫2023年消费电子行业经营趋势白皮书，天猫2024年3C数码行业趋势报告，值得买科技消费产业研究院整理分析

玩乐出行需求的场景精细化和品牌小众化

玩乐项目不断细分且专业性要求较高，因此用户更偏向通过社交媒体内容进行装备和项目了解，对于个性化的品牌更加友好



跑步



瑜伽/普拉提



徒步/登山



骑行



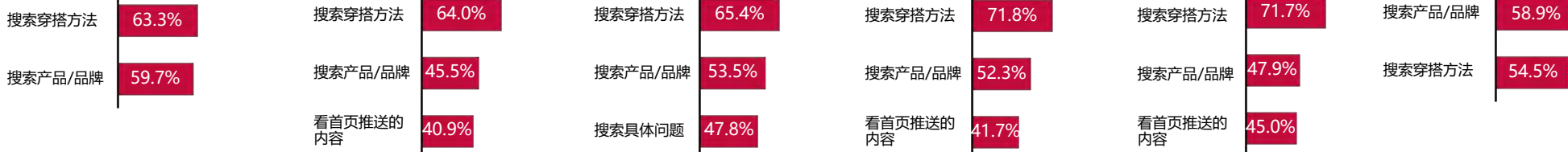
露营



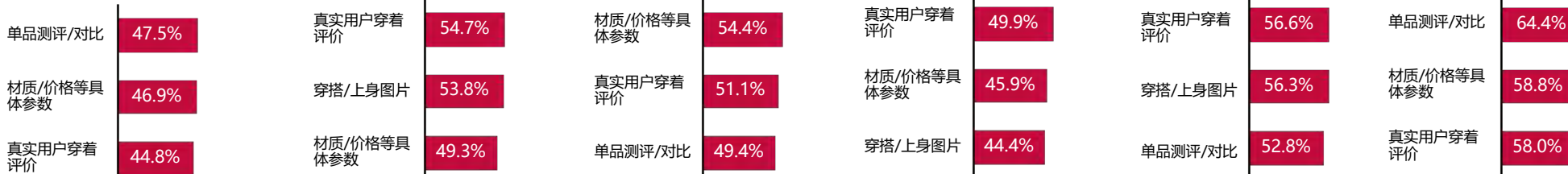
滑雪

服饰年开销中位数 (元)	623.9	742.6	833.1	849.6	1670.9	1818.4
有特定品牌偏好占比	56.2%	46.8	54.1%	39.8%	51.3%	58.6%

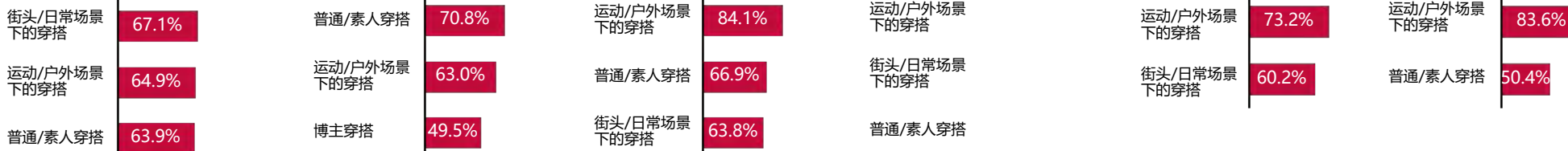
内容获取方式



内容偏好



穿搭图片偏好



玩乐出行装备的复合诉求引领产品体验升级

随着用户从基础玩乐到进阶项目的复合需求升级，户外、运动、健身赛道不断衍生细分品类，功能科技成为价格和品类升级的内核

基础类

进阶类

专业类



跑步



瑜伽/普拉提



徒步/登山



骑行



露营



滑雪

服饰品类

- 跑鞋
- 运动T恤
- 运动袜

- 瑜伽服
- 瑜伽裤
- 瑜伽内衣

- 冲锋衣/硬壳外套
- 抓绒衣/保暖层
- 快干衣裤
- 徒步/登山鞋

- 骑行服
- 骑行裤
- 骑行手套

- 冲锋衣裤
- 快干移库
- 保暖衣物

- 滑雪服
- 滑雪裤
- 保暖内衣

日化装备

- 防晒霜
- 止汗剂
- 舒缓乳液/凝胶

- 天然护肤
- 瑜伽香氛
- 防滑喷雾

- 防晒霜
- 防蚊虫叮咬产品
- 个人卫生用品
- 皮肤修复霜

- 防晒霜
- 补水喷雾
- 防蚊液

- 防晒霜
- 防蚊产品
- 便携洗漱包
- 急救药品

- 防晒霜
- 保湿霜
- 暖宝宝

电子装备

- 智能手表/手环
- 无线蓝牙耳机
- 运动相机

- 音乐播放器/耳机
- 智能穿戴设备

- GPS手表
- 头灯/手电筒
- 充电宝
- 防水手机袋

- 智能手表
- GPS
- 运动相机

- 头灯/手电筒
- 充电宝
- 太阳能充电板
- GPS定位器

- 运动摄像机
- 智能手表
- 手机防水套

辅助配件

- 水壶/水袋
- 反光装备
- 跑步腰包/臂包
- 压缩装备

- 瑜伽垫
- 瑜伽砖
- 瑜伽毯

- 背包
- 登山杖
- 多功能刀具
- 急救包

- 头盔
- 尾灯/前灯
- 水壶/水袋
- 防风面罩

- 帐篷
- 睡袋
- 防潮垫
- 炊具

- 滑雪板/滑雪靴
- 滑雪杖
- 头盔

生活方式转变驱动出行装备价值分化演进

商务出行和玩乐出行两大不同场景下的装备需求融合，从解决用户「生产力」功能价值，到连接满足用户「生活力」需求双向演变

适应场景

更好的人与自然连接

关注个体

更细的需求特点挖掘

进阶科技

更准的功能技术匹配



生产力

生活力

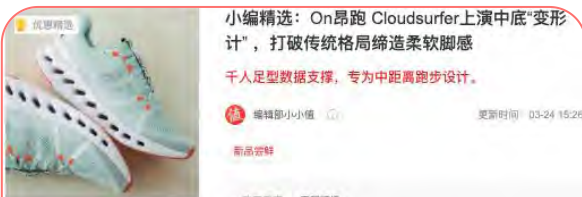
功能价值

昂跑「场景社交」营销案例

进阶跑鞋缓震科技升级，多场景社交化体验，激发用户出行运动个性化需求

硬核科技功能进阶

硬度重量



去购买 >



On昂跑对于值友来说已经是相对熟悉的品牌了，旗下的经典款Cloud X兼具稳健敏捷、功能多面，轻盈脚感和灵活反馈等优点，是健身爱好者最喜欢的鞋履产品之一。2022年首发的超厚底怪兽跑鞋Cloudmonster，加载最大的Cloudtec模块，柔软的缓震和强力的回弹体验，也让他一战成名，进入大体重运动爱好者与大众跑者的入门跑鞋心选名单。



缓震效果



司机杨然的小车车
这个鞋怎么这么小啊踩起来
就怕大体重效果不好
04-17 20:51 · 辽宁

fengpan584
看评测中底的减震效果很明显啊

羊羊杨bailey
这个专业，真的受过伤才知道穿对鞋子有多么重要！

跑步环境

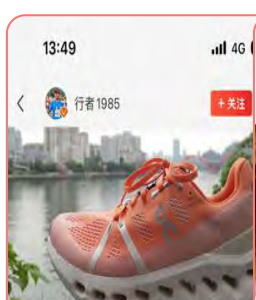


cctv凝
缓震和支撑都不错，大体重可以的

众多网友热议

多场景个性化体验

健身跑步



漫步云端，助力柳马——On昂跑 Cloudsurfer跑鞋深度测评

舒适乐趣跑，缓震、轻量我都有：On昂跑Cloudsurfer新一代跑步鞋



舒适乐趣跑，缓震、轻量我都有：On昂跑Cloudsurfer新一代跑步鞋

日常穿搭

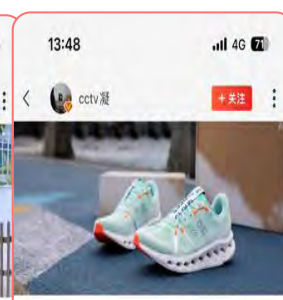


不负春光，全新科技助力On昂跑Cloudsurfer“浪”起来



舒适乐趣跑，缓震、轻量我都有：On昂跑Cloudsurfer新一代跑步鞋

专业比赛



舒适乐趣跑，缓震、轻量我都有：On昂跑 Cloudsurfer新一代跑步鞋



舒适乐趣跑，缓震、轻量我都有：On昂跑Cloudsurfer新一代跑步鞋



46.6%

2023年销售额增长

37.9%

净利润同比增长

46.6%

鞋履销售额同比增长

核心驱动技术

轻量化

轻薄隔热技术 | 内框架轻便技术 | 轻量化外壳材料 | 增强型聚合纤维材料

通勤化

城市机能 | 多彩配色 | 人体工学设计 | 视觉美学设计

融合化

跨场景融合 | 居家办公两穿 | 防晒养肤融合功能

功能化

炎热防护 | 寒冷防护 | 防水透气 | 缓震技术 | 智能导航 | 健康监测

进阶化

防水透气进阶 | 羽绒技术进阶 | 高原血氧研究 | 升级降噪功能

重度化

专利技术研发 | 新增防敏、养肤等技术 | 核心功能突破

出行需求类别

玩乐出行

跑步

瑜伽/普拉提

徒步/登山

骑行

露营

滑雪

商务出行

游牧式工作人群

数码潮穿搭人群

用户行为

Touch触达

Seek探索

Taste体验

Enjoy钟情

用户需求演进

适应场景

更好的人与自然连接

关注个体

更细的需求特点挖掘

进阶科技

更准的功能技术匹配

出行装备类型

户外服饰装备

- 跑鞋
- 运动T恤
- 运动袜
- 瑜伽服
- 瑜伽裤
- 瑜伽内衣
- 冲锋衣/硬壳外套
- 抓绒衣/保暖层
- 快干衣裤
- 徒步/登山鞋

户外日化装备

- 防晒霜
- 止汗剂
- 舒缓乳液/凝胶
- 运动香水
- 护肤产品
- 蛋白粉
- 天然护肤
- 瑜伽香氛
- 防滑喷雾

出行电子装备

- 轻薄笔记本 | 便捷鼠标 | 无线耳机
- 折叠屏手机 | 智能手环 | 智能眼镜
- 智能手表/手环
- 无线蓝牙耳机
- 运动相机
- GPS手表
- 头灯/手电筒
- 充电宝
- 防水手机袋
- 运动摄像机
- 智能手表
- 手机防水套

出行辅助配件

- 多功能行李箱 | 大容量充电宝
- 多收纳洗漱包 | 转换插头
- 头盔
- 尾灯/前灯
- 水壶/水袋
- 防风面罩
- 帐篷
- 睡袋
- 防潮垫
- 炊具
- 水壶/水袋
- 反光装备
- 跑步腰包/臂包
- 压缩装备

“

随着出行场景与目的的细分深化，“出行装备”的概念正日益丰富多元。一方面，许多日常用品正在演化出轻量便携的产品形态，最典型的要属各类收纳性能优异的户外装备，让都市人可以随时在自然中辟出自己的一隅天地；另一方面，衣物、背包等传统出行装备，被赋予更多功能性，正如近年来大行其道的科技面料，为消费者提供了“未必常用但不可或缺”的安全感。居家与出行、时尚与功能，设计与科技，在不断融合。原本传统的品类边界逐渐模糊，品牌竞相争夺着新品类的定义权，出行装备也和其他新消费领域一样空前繁盛。在这样的背景下，成为理智的消费者，似乎更容易，也更困难。

点评专家：什么值得买APP运动户外行业负责人 杨林

”



出行坐标

出行坐标是指用户在进行文化旅行或商务旅行时所设定的目的地。用户抵达这些预定位置后，会在该坐标下体验包括餐饮、娱乐等在内的各种生活服务。对用户来说，目的地不仅是一个简单的地点，更是一个释放情感、体验不同心境的平台。出行坐标不仅是物理空间的定位，更是用户情感体验和文化探索的起点。

过去

现在

寻风景 → 觅心境

是名山大川、是走马观花、是「看过的」风景

更想看到风景里的故事和心流里的自己

出行坐标 演进趋势

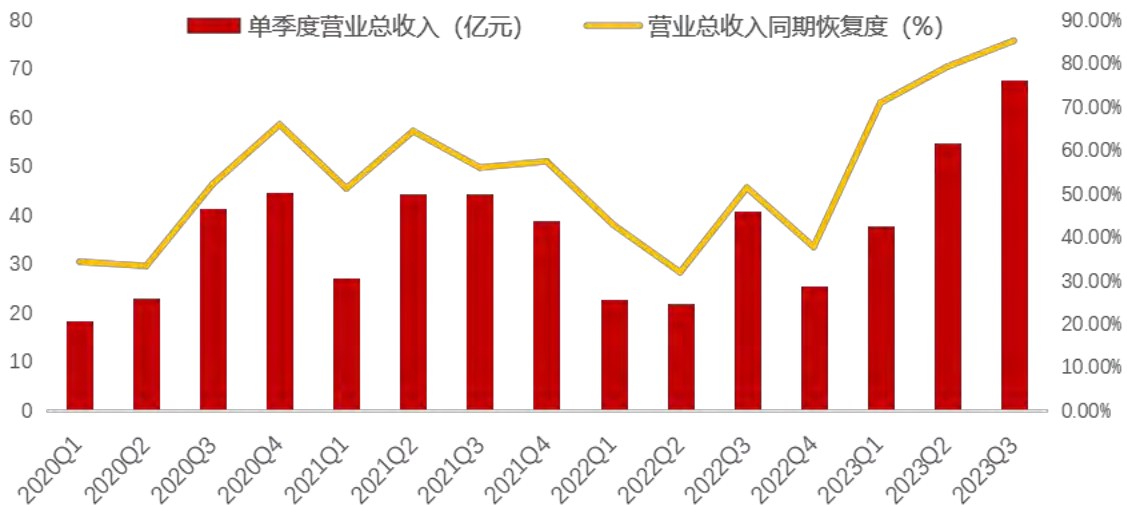
创新出行潮流的精准把控 娱乐情绪制造的多维承接

技术驱动各地目的地多维体验升级演进

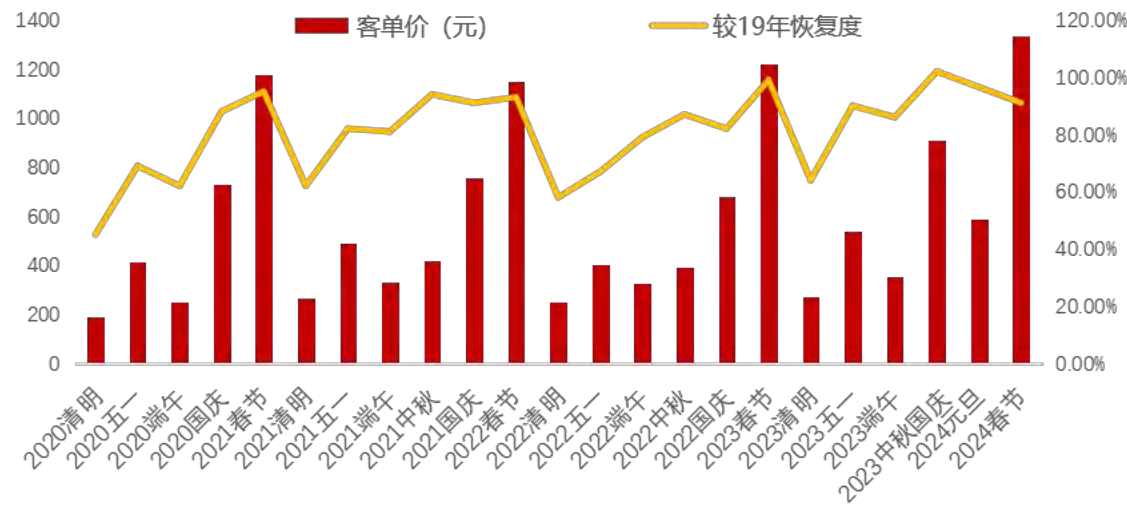
技术创新驱动旅行目的地转型升级回暖，生态创新、产品创新和体验创新对旅游目的地热度和游客满意度起到了决定性作用

出行坐标各主要指标的演进态势与技术应用平台的发展特点

2020-2023年上市景区板块营收恢复情况



2020-2024年节假日全国旅游客单价比较19年恢复情况



生态类技术

景区绿色生态技术 节能电器 | 绿色建筑材料 | 新能源交通工具...

酒店绿色生态技术 空气净化系统 | 环境感知系统 | 接水装置...

产品类技术

景区地域特色设计 文创产品设计 | 景区VI设计 | 数字化设计...

酒店品牌理念设计 装修装饰设计 | 视觉技术 | IP设计...

体验类技术

景区多空间沉浸式展演体验 声光电技术 | 全息数字影像 | AR/VR...

景区智慧交互游览 GPS技术 | 二维码语音讲解 | AR实景导航...

酒店客房智能体验 智能客房系统 | 物联网 | 语音识别...

2023年热门地区融资情况 (部分)



江苏

- 项目数: 44个
- 金额: 236.1亿元



北京

- 项目数: 19个
- 金额: 185亿元



湖北

- 项目数: 19个
- 金额: 110.5亿元



首旅集团

- 项目数: 19个
- 金额: 185亿元



湖北文旅集团

- 项目数: 11个
- 金额: 66亿元



山西文旅集团

- 项目数: 10个
- 金额: 58亿元

文旅集团融资规模TOP3

2023年文旅集团签约重大项目 (部分)



伟光汇通集团

- 龙池古镇文旅综合体
- 投资金额: 50亿元
- 项目地点: 湖北麻城



西安锦上添花文旅集团

- “宴海如梦”沉浸式文旅产业园
- 投资金额: 10亿元
- 项目地点: 河北沧州



景域驴妈妈集团

- 南昌·环球国际旅游度假区
- 投资金额: 100亿元
- 项目地点: 江西·南昌

技术多元催动出行坐标呈现发展新特征

生态技术、产品技术和体验技术融合，推动出行新消费呈现生态可持续、产品IP化、体验深层次的方向发展

生态类技术

景区绿色生态技术

湿地保护等生态修复技术 | LED灯具 | 节能电器 | 绿色建筑材料技术 | 低碳管理系统 | 绿色空间设计技术 | 新能源交通工具

酒店绿色生态技术

空气净化系统 | 环境感知系统 | 节水装置 | 环保清洁技术 | 太阳能技术 | 绿色建筑材料技术 | 节能设计

产品类技术

景区地域特色设计

文创产品设计技术 | 景点场景设计技术 | 景区VI及元素设计系统 | 数字化设计技术 | 文创活动设计

酒店品牌理念设计

酒店文创产品设计 | 宣传手册设计技术 | 装修风格及装饰设计 | 视觉技术 | 本土材料与工艺 | IP设计

体验类技术

景区多空间沉浸式展演体验

声光电技术 | 全息数字影像技术 | 装置投影技术 | AR/MR技术 | 环幕、天幕、纱幕电子屏技术 | 裸眼3D | 雾气/空气成像技术

景区智慧交互游览

智慧导航GPS技术 | 二维码语音讲解技术 | 智慧电子屏 | AR实景导航技术 | VR全景展示技术 | 读屏功能指引 | 智能AI导览助手 | 移动通信技术

酒店客房智能体验

物联网技术 | 语音识别技术 | 人脸识别技术 | 在线点单移动应用技术 | 蓝牙产品技术 | 大数据分析技术 | 客户CRM系统 | 智能AI客服

新技术驱动出行坐标典型特征

生态可持续

经济可持续

提升商品和服务的价值，提高生产与消费匹配度

生态可持续

创建生态绿色的体验场景与消费场景

产品IP化

地域特色IP

抓住本地独特的文化资源，挖掘文化+消费价值

跨界创新IP

结合传统文化与现代元素、地域特色与跨界资源的创新优势

体验深层次

一站式

消费渠道的深度融合，线上线下、业态场景，提供沉浸式、全流程的消费体验

交互式

提供社交化的空间，人与人、人与物交互，激发消费者、生产者、产品的互动

需求重塑使用户出行坐标选择凸显新趋势

出行坐标的创新呈现出场景革新、户外游憩、周边向往、民俗再造、城市智慧、交通潜能六大趋势方向

新技术驱动出行坐标典型特征

生态可持续

经济可持续

生态可持续

产品IP化

地域特色IP

跨界创新IP

体验深层次

一站式

交互式

01 场景革新

1.1 生态式消费场景

--从「购物盒子」到「城市森林」

- 共生交融的新奇体验
- 场景破界的多元营送

1.2 策展式消费场景

--从「老派商场」到「青年磁场」

- 大胆潮流的先锋定位
- 策展零售的空间体验

02 户外游憩

2.1 公园式消费场景

--城市公园场景的消费进化

- 商业空间融入城市绿地
- 公园消费场景艺术共融

2.2 田园式消费场景

--返璞自然郊野的消费图景

- 心态场景下的田园消费
- 政策端的多量利好

03 周边向往

3.1 社区集合式消费场景

--可居可游可玩，美好生活的引力

- 生活与社交场景的跨界
- 社群共建的「情绪交换」场地

3.2 烟火街坊式消费场景

--街景氛围营造，沉浸式的生活IP

- 延续老街烟火气息
- 熟悉但新奇的跨界体验

04 民俗再造

4.1 地标更新式消费场景

--民俗景观翻红经典

- 乐趣化的营销传播
- 情感化的在地体验

4.2 民俗互动式消费场景

--多方资源互动，本地出圈

- 惊喜化的场景挖掘
- 持续化的价值输出

05 城市智慧

5.1 科技体验式的消费场景

--「科技玩咖」尝鲜消费新赛道

- 科技进化的集成体验
- 调动五感的体验冲击

5.2 旧貌新颜式的消费场景

--成熟项目的体感再造

- 以游代学的场景交互
- 与时俱进的服务创新

06 交通潜能

6.1 交通枢纽消费场景

--城市新地标，交通站成融合全载体

- 巨大交通流量的消费转化
- 消费引力辐射的边界探索

6.2 移动体验消费场景

--公交新应用，移动式的超强体验感

- 新场景应用，城市漫游的极佳载体
- 新产品融合，空间载体的奇妙跨界

生态技术推动用户消费场景的革新，并形成户外休闲消费模式

生态革新驱动场景消费创新，引领用户绿色生态理念的发展，绿色交互体验成为新风尚

生态层面

生态可持续

经济可持续

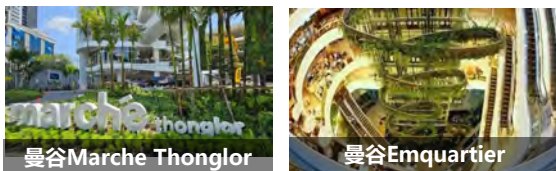
01 场景革新

1.1 生态式消费场景

--从「购物盒子」到「城市森林」

- 共生交融的新奇体验
- 场景破界的多元营送

森林系商场：人与自然共生的消费场



水系场域：人水和谐、户外跨界的商业业态

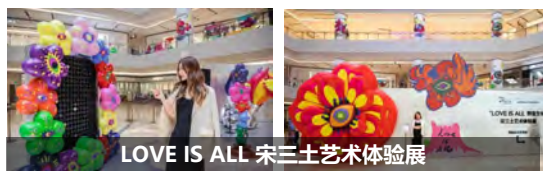


1.2 策展式消费场景

--从「老派商场」到「青年磁场」

- 大胆潮流的先锋定位
- 策展零售的空间体验

先锋艺术：勇立潮头的尝鲜感，是青年的态度



热门文化：是热点文化，也是出行目的地



02 户外游憩

2.1 公园式消费场景

--城市公园场景的消费进化

- 商业空间融入城市绿地
- 公园消费场景艺术共融

共生型商业：去商业化的体验高地，吸引用户的玩乐新坐标



「公园+」消费：装置艺术、自然景观与商业的融合体



2.2 田园式消费场景

--返璞自然郊野的消费图景

- 心态场景下的田园消费
- 政策端的多量利好

田野户外：广阔场域下的「心」选择



再造村里事：政策扶持下的爆点潜质



产品技术盘活地域经济，形成周边化、民俗化的出行消费模式

随着产品和品牌技术的升级，推动了各地以新经济模式为核心的创新消费场景和再包装的民俗特色IP

产品层面

地域特色IP

跨界创新IP

03

周边向往

3.1 社区集合式消费场景

--可居可游可玩，美好生活的引力

- 生活与社交场景的跨界
- 社群共建的「情绪交换」场地

城市会客厅：开放式公共空间，多功能的「社区大会」



上海「話梅坊」融合社区概念旗舰店 成打卡点

社群共建：居委会、社区、合作社是熟悉最治愈



合作社

在合作社
做共同的好事

社区店

依好
光明

东边野兽「东边绿洲合作社」成村民空间、旅客休憩地和品牌基站

光明社区店
城市厨房

路边摊最街景：老街烟火气与城市情感融合



小红书红薯摊 城市慢闪

菜市场经济：尝鲜体验x生活消费的优秀示范



上海「沫沫
生鲜」改造

大润发菜
场文学

北京三源里菜市场

北京公交便民驿栈

04

民俗再造

4.1 地标更新式消费场景

--民俗景观翻红经典

- 乐趣化的营销传播
- 情感化的在地体验

趣味互动：为游客提供充足的情绪价值



哈尔滨冰雪大世界&中央大街

美食体验：因美食而全网打卡的宝藏城市



甘肃天水麻辣烫爆火

4.2 民俗互动式消费场景

--多方资源互动，本地出圈

- 惊喜化的场景挖掘
- 持续化的价值输出

场景打造：乡村振兴，体育热爱燃爆家乡



2024年 贵州省台盘村“村BA”篮球赛

非遗体验：在鲜活中体验传统文化的魅力



泉州簪花火出圈

体验类技术植入，丰富出行消费场景的可玩性、延伸性

体验技术拓宽了日常出行场景新创意、新互动的可能性，让用户与城市的交互体验成为可能

体验层面

一站式

交互式

05

城市智慧

5.1 科技体验式的消费场景

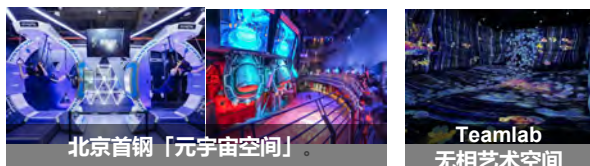
--「科技玩咖」尝鲜消费新赛道

- 科技进化的集成体验
- 调动五感的体验冲击

无人经济：探索智能化的场景消费极限



赛博朋克：吸引「头号玩家」的超体空间



5.2 旧貌新颜式的消费场景

--成熟项目的体感再造

- 以游代学的场景交互
- 与时俱进的服务创新

博物馆游学：交互科技架起文化桥梁



智慧游园：科技加持，「人性化服务」迭代出游体验



06

交通潜能

6.1 交通枢纽消费场景

--城市新地标，交通站成融合载体

- 巨大交通流量的消费转化
- 消费引力辐射的边界探索

新地标玩法：是交通枢纽，也是人文集散地



坐标辐射：到站即是特种兵，打卡全城吃喝玩乐



6.2 移动体验消费场景

--公交新应用，移动式的超强体验感

- 新场景应用，城市漫游的极佳载体
- 新产品融合，空间载体的奇妙跨界

研学融合：城市人文移动空间



美食融合：城市文旅的沉浸式、近距离接触



用户需求呈现「新、奇、特」的玩法大演变

出行目的地创新玩法，层出不穷地为用户创造新体验，刺激新消费



国内「新玩法」TOP10榜单

	省份	城市	POI	玩法
1	贵州	黔南	荔波酷玩森林	悬崖咖啡
2	吉林	延边	长白山	矿泉水雾凇漂流
3	贵州	黔东南	榕江	看一场热血沸腾的村超
4	广东	珠海	珠海长隆海洋王国	夜宿鲸鲨馆
5	福建	泉州	蚶埔村	非遗警花围体验
6	重庆	重庆	天眼洞	洞穴岩降与大佛同框
7	西藏	拉萨	—	乘直升机空中俯瞰藏地美景
8	海南	三亚	海昌梦幻海洋不夜城	小黄鱼馆美人鱼潜水体验
9	河北	廊坊	"只有红楼梦·戏剧幻城" 戏剧主题公园	红楼文化沉浸式体验
10	北京	北京	雍和宫	求香灰琉璃手串



国外「新玩法」TOP10榜单

	国家	地区	玩法
1	印度尼西亚	布罗莫	布罗莫火山看日出
2	泰国	帕岸岛	满月派对
3	韩国	济州岛	西归浦乘潜水艇游览海底世界
4	泰国	普吉岛	乘ins风双层网红长尾船跳岛游
5	马尔代夫	马尔代夫	住进豪华“海上漂浮酒店”
6	德国	赫尔科卢奇森林绳索公园	树袋露营
7	美国	夏威夷岛	科纳海岸夜潜与魔鬼鱼同游
8	俄罗斯	彼得罗巴甫洛夫斯克	近距离观看野生棕熊捕鱼
9	澳大利亚	悉尼生蚝农场	水中餐厅捕捞现吃
10	沙特阿拉伯	大象岩	享用极致出片的沙漠咖啡

情绪价值催动多维度坐标场景

从用户圈层来看，情感共鸣场景频现，体验迭代激发多元价值需求

核心用户人群及出行偏好



都市GenZ



都市白领



新手爸妈



都市中产



都市蓝领



都市银发



小镇青年



小镇中老年

效率型旅游

既满足了长线出行的需求，又实现了极致的性价比，体现了当代年轻人不断细分和个性化的旅游需求。

65亿

抖音话题累计播放量

4.6亿

小红书话题累计浏览量



特种兵式旅游——主打一个极限

沉浸式旅游

游客不再是被动地接受文化和景观展示，而是可以参与其中，深入体验目的地文化氛围与历史背景。

打破第四堵墙，既是观众也是参与者

数字艺术展“古籍活化” 光影夜游“现大唐不夜城” 互动文娱“又见系列演出”



轻量化旅游

为当下的人们提供了一种全新的城市休闲体验，在城市中满足人们对于人文和自然的探索，同时扩大社交圈。

Keep“热量守恒”Citywalk活动
231万话题浏览量

Citywalk——城市慢行

小红书2023年Citywalk话题热
370万篇笔记发布

户外周边游——去没有天花板的地方

户外出游成为城市居民拓展生活空间的重要方式，推动了户外徒步登山露营的火爆。

107万

微博户外露营话题讨论量

1.8万

什么值得买户外装备话题关注

Staycation——城市宅度假松弛感

通过宅在家里或城市附近景点，探寻周围美景和全新的生活方式，获得更安逸的出行体验。

3689万

抖音话题累计播放量

4695万

小红书话题累计浏览量

追星式旅游



消费者越来越愿意为优质的文化产品付费，同时在社交平台进行分享独特体验。

347%

2023年万人演唱会同比2019增长

演唱会音乐节出游

家庭式旅游

家庭出行更加注重参与度和互动性，核心是教育和体验，增强家庭成员的情感联系。

亲子游、研学游



热门博物馆、古镇
预订热度涨幅超4倍

2024年携程旅行五一假期总结报告

治愈型旅游

寺庙成为年轻人逃避现代都市压力和竞争、寻找自我认同和归属感的重要场所。

212万

小红书“寺庙”相关笔记

- 寺庙
- 景点
- 旅游
- 旅行
- 攻略
- 祈福

寺庙笔记评论热词

年轻人寺庙上香热

洛阳「情绪体验」城市文旅案例

科技为城市的深度体验创造环境支持，文旅创意充分挖掘游客与城市连接点，助力洛阳古城成为新兴网红打卡坐标



「洛阳」——千年帝都，牡丹花城

「沉浸式」体验

室内沉浸式演艺

利用AR/VR、裸眼3D、多维感官设计等，实现观众交互体验



大河荟《寻迹洛神赋》

洛阳正大
文化交流中心

老君山景区
《知道·老君山》

隋唐洛阳城应天门
《唐宫乐宴》《天门有道》

博物馆游学



牡丹博物馆
全息成像 触摸展柱



「夜探博物馆」
大型沉浸式讲解



大唐萌宫
元宇宙主题园

「松弛感」漫游

City walk 城市漫游



夜游

市集游

户外游

美食游

网红公交专线

多趟专线迎接打卡，文旅专线NPC角色扮演，推出着汉服迎乘车游客等礼仪体验



洛阳文旅专线

洛阳牡丹专线

「新娱乐」探索

城市剧本杀



打开支付宝，搜索「洛阳东风」
系统自动匹配距离最近的剧本杀店铺



洛阳博物馆加盟埋入「透雕龙纹玛瑙璧」
「晋归义胡王金印」「金狮串饰」三件
重要馆藏文物



洛阳博物馆×支付宝×小黑探
剧本杀《洛阳东风几时来》

海南「潮流户外」营销案例

环岛骑行挑战，揭秘目的地城市的全新玩法、深度探索和非凡体验

8天1000 km 海南环岛挑战



海口

文昌

兴隆

三亚

东方市

白马井

临高

海口

传统目的地的新潮玩法



长途骑行生存指南



户外折叠屏手机导航



运动耳机赋能骑行娱乐



丰富骑行运动装备

广东江门3.3精彩之旅「侨乡民俗再造」营销案例

从“地标性旅游目的地”延伸到“向往的旅行生活”，再到“随俗侨乡的文旅消费”

始于狂飙，但不止狂飙，要“网红”更要“长红”，丰富的在地化运营，推动江门内生影响力

引进来



停下来



留下来



广东江门3.3精彩之旅「侨乡民俗再造」营销案例：

旅客由观光游到归故里，在中国侨乡的普遍生活中察看“另一个自己”

#江门#行走故事里，用脚步读懂江门。走在江门街区，与众多有趣的灵魂相遇，引发共情，每走一步，不仅泪目，更是弹幕，激发游客对江门侨乡故事的深度再造，用治愈型的方式体验江门。



西方芝士配东方茶饮

【混搭中国胃】

侨都美食

融合了世界食材的中国胃

100道菜品，100个创新
在江门可以寻到榴莲河粉、藤椒咖啡等多样混搭美食

主理人一定要有故事

【睡在情怀里】

侨都民宿
碉楼里的春秋

这是淋过雨的侨胞回国后为
同胞们撑起的一片天



住



游

在异域的时空里

【用脚读懂城市故事】

2个世代家族的
百年爱恨情仇

江门赤坎古镇是两个世代家族的
聚集地，他们相互竞争同时也都对家乡有一片赤胆忠心

玩得能晒又能吹

【玩得要有文化】

玩物不会丧志
还可能会上热搜

驱邪避灾的中国式祝福让我的
新年祝福在朋友圈里出圈



购

拿的出手更讲得出口

【买的是天地灵气】

要么是天地灵气
要么是人间真气

千篇一律的旅游纪念品不是我的菜，
我买的一定礼物自带灵感



娱

创造者/思考

广东江门市面临的挑战在于侨乡文化旅游的内容传播力不足，难以吸引外地游客深入体验和参与。然而，江门市巧妙运用了光影技术和达人短视频制作，突破了这一瓶颈。通过现代化的多媒体展示和短视频的广泛传播，江门市将丰富的历史和非物质文化遗产生动地展现给游客，提供了独特的视觉盛宴，成功吸引了更多游客的关注和参与。线上线下的结合，使游客的参与感和互动性得到了极大的提升，文化旅游的吸引力和品牌形象也得以增强。

江门市的成功案例证明，科技驱动的内容制作和传播变革是大势所趋，不但有效提升了城市品牌形象，同时也满足了现代消费者的需求。同时启示在出行坐标地的现代营销中，科技与文化融合的重要性，这种融合不仅能使传统文化焕发新生，吸引更多年轻一代的游客，而且为其他城市提供了有益的经验。

——中国广告协会学术与教育委员会委员 沈晨



核心
驱动
技术

生态类技术

绿色生态制造技术 | 生态环保材料



理念层面

经济可持续

生态可持续

产品类技术

智能信息管理技术 | 文化产品运营技术



品牌层面

地域特色IP

跨界创新IP

体验类技术

沉浸式展演体验 | 智能交互技术



体验层面

一站式

交互式

产品
特点

用户
行为

Touch触达

Seek探索

Taste体验

Enjoy钟情

用户
需求
演进

场景革新型

户外游憩型

周边向往型

民俗再造型

城市智慧型

交通潜能型

用户
偏好

效率型旅游

轻量化旅游

沉浸式旅游

追星式旅游

家庭式旅游

治愈型旅游

技术的进步让人们出行目的地的体验已从传统的观光式旅游转变为沉浸式、个性化的全场景情感体验。用户抵达目的地后，不再仅以简单的参观景点为目标，而是通过集“吃、穿、住、购、娱”等多种生活服务类体验的综合消费来释放情感、感受不同地域的历史和文化。这一转变是科技带动产品和内容变革的结果。例如，LBMR (Location-based Mixed Reality) 技术的应用，使得用户能够在虚拟与现实的交互中“回到”历史现场，从而更加立体地感受当地的文化与特色。不仅满足了消费者高质量体验的需求，提升了用户的参与感和满意度，亦为中华优秀传统文化走进大众生活并进一步拉动地方经济开辟了新路径。因此，营销者和品牌方需重新理解出行目的地的营销场景，从单纯的景点推广转向全效能价值服务的创造，通过科技手段叠加价值融入将旅游目的地打造成一个情感和文化探索为一体的综合时空和开放舞台，为用户提供更加丰富多样的情感体验。这不仅符合当代消费者对“诗和远方”的美好向往，也为品牌建立了更深层次的用户连接。

点评专家：暨南大学 新闻传播学院广告系主任/教授 吴来安

出行
内容

出行
交易

出行
工具

出行
装备

出行
坐标

演进趋势

演进趋势

演进趋势

演进趋势

演进趋势

权威

拼接

安心

舒心

赶路

随享

基础
功能

进阶
科技

寻
风景

觅
心境

核心洞察提炼

出行内容

多触点内容精细构建与
用户内容拼接决策引导

出行交易

出行营销逻辑的精简化
出行服务体验的实用化

出行工具

重新理解出行生活场景
全效能价值的服务再造

出行装备

装备科技的持续进阶深化
革新场景社交和情绪表达

出行坐标

创新出行潮流的精准把控
娱乐情绪制造的多维承接

报告说明

编写组成员：

【值得买科技集团】

消费产业研究院 执行院长：张艾潮
高级研究经理与分析师：马文凤、王传超、张容嘉

【省广集团】

GIMC研究院 副院长：肖戈峰
第一事业群 营销群总监：刘伟

数据来源：

- 国家统计局及相关部门发布的官方数据。
- 值得买科技和省广集团的内部数据库。
- 市场调研公司和第三方研究机构提供的市场研究报告。
- 相关学术文献和公开行业资料。

免责声明：

本报告中的信息和数据均基于公开资料和内部研究，尽管我们力求准确和客观，但报告内容仅供参考，不代表任何立场的商业建议。值得买科技和省广集团不对因使用本报告内容而产生的任何直接或间接损失承担责任。报告中的观点和结论可能随时间和市场条件的变化而变化，建议读者结合最新的市场信息和个人判断进行理解评估。报告中引用的第三方数据，其版权与解释权归原作者所有。请读者在使用时尊重原作者的版权规定，引用时注明出处方，必要时直接向原出处方询问详情。

联系与反馈：

如有任何疑问、合作意向或反馈意见，请随时联系我们。

联系邮箱：zhanggaichao@zhidemai.com

敬请期待《2024中国消费者生活方式演进趋势系列洞察报告》后续篇章内容