

Criteo 发布 2014 在线旅游趋势快报

移动端旅游预订增势强劲

- 2014 年上半年，通过移动端的旅游预订增长率超过 20%；
- APP 预订占移动端旅游预订的 12%，表明移动旅游 APP 变得更加流行。

近日，效果展示广告厂商 Criteo（纳斯达克代码：CRTO）发布了《旅游快报》，并指出全球越来越多的消费者在旅游计划和交易中使用移动设备。这份报告针对旅游网站（包括航空公司、酒店、汽车租赁、游轮和公寓预订网站）在移动端所产生的订单份额和金额，以及其对市场营销人员的广告投放的影响发表了观点。

这份《旅游快报》总结了全球 1000 多家旅游网站在 2014 年上半年的情况，重要的发现如下：

全球性发现：

- 移动端预订增长速度比桌面端更快：二者在 2014 年上半年的增长率分别为 **20%和 2%**；
- 在酒店预订方面，通过智能手机和平板电脑产生的预订量占到了 **21%**；
- P2P（个人对个人）房屋租赁是移动预订中占有率最高的类别（**全球占到 34%**）；
- 除住宿预订以外，旅游移动端预订额在各方面都有所增长。相比桌面端预订，移动端平均预订额在航空旅游和汽车租赁方面分别比前者高出 **21%和 13%**；而在酒店预订方面则低 **30%**。
- APP 预订占移动端预订总量的 **12%**。

- 不同设备在不同预订类别的交易额分布情况各异：在 iPad 上预订旅游套餐所花的费用比在任何安卓设备上的要**平均高出 600 美元**；但是，在安卓设备上的航班预订额比其他任何移动设备都要高。

地区性发现：

- **亚太地区**以超过 20%的移动端旅游预订率领先全球，而巴西和德国的该比率不到 10%；
- **拉美地区**旅游网站的在线预订季节性增长最为显著，增长率达到 42%；这是由于巴西在 2014 年举办国际足联世界杯拉动的。
- **欧洲和美国**的在线旅游社的预订单量增长了 50%，但其平均预订额度下降了 19%。对于酒店经营者而言，2014 年上半年的预订量保持稳定，并在 2 月和 6 月出现高峰。

Criteo 移动产品部副总裁 Jason Morse 表示：“在线旅游预订和交易呈指数型趋势增长，移动性是其背后的推动力。并且这一趋势将在今年下半年和之后的时间里一直持续。当下，几乎每位消费者都有智能手机或平板电脑。因此，旅游业的营销人员需要进行战略性思考，并推出高效的全渠道的营销体验。这意味着要保证所有消费者的良好体验，不仅要从广告到购物车都为移动端进行优化，并且必须保证桌面端和移动端的预算审核是完全流畅的。因为消费者做决定是实时的，这要求预订体验流畅，并集成简便易用的移动支付系统，让交易的各个重要流程变得轻松。”

###

关于 CRITEO

Criteo 为广告主提供大规模、一对一的效果类广告。通过衡量点击后的销售转化率，Criteo 让 ROI 更加透明且易于评估。Criteo 在美国、欧洲和亚洲拥有超过 1000 名员工，在 50 多个国家

服务于 6000 多家广告主。除了与众多实时竞价平台进行合作外，Criteo 还与全球超过 7,000 家发布商建立起直接合作关系。欲了解更多信息，请访问 www.CRITEO.com/cn。

媒体联络：

尹静

励尚公关

电话：(010) 8852 6883

邮件：Tracy.yin@Allisonpr.com