


tomatosoft


營銷推廣傳播矩陣




妳是否也在找旅行的意義？

A family of four (mother, father, and two children) walking along a beach at sunset. The scene is silhouetted against a bright, orange and yellow sky. The sun is low on the horizon, creating a long, shimmering reflection on the wet sand. The family is walking from left to right, holding hands. The mother is on the far left, followed by a young girl, a young boy, and the father on the far right. The ocean waves are visible in the background, and the overall atmosphere is peaceful and scenic.


隨著全球化進程的不斷加速，旅遊業迎來飛速發展，
越來越多人利用假期出國旅行。

A stylized globe with a network of white lines and glowing nodes, set against a blue background with a keyboard visible at the bottom.

旅遊產品訂購平台，高效資源共享，為客戶提供出
遊最佳方案，提供整合旅行資源並創造價值。

A hiker with a large backpack is standing on a rocky mountain peak, looking out over a vast, scenic landscape. The hiker is wearing a dark long-sleeved shirt, shorts, and hiking boots. The backpack is black with a prominent yellow section. The landscape below is a mix of green hills, rocky terrain, and patches of snow. In the distance, there are more mountain ranges under a clear blue sky with a few wispy clouds. The overall scene is bright and clear, suggesting a sunny day.

你也可以成為旅行代言人

A woman with long blonde hair, wearing a red knit beanie and a black jacket, is shown in profile from the chest up. She is holding a silver and black vintage camera. The background is a soft-focus view of the Eiffel Tower in Paris, France, with the sun low in the sky, creating a warm, golden glow. Bare tree branches are visible in the foreground and background.

把你的旅行故事，
和全世界旅行達人一起分享～

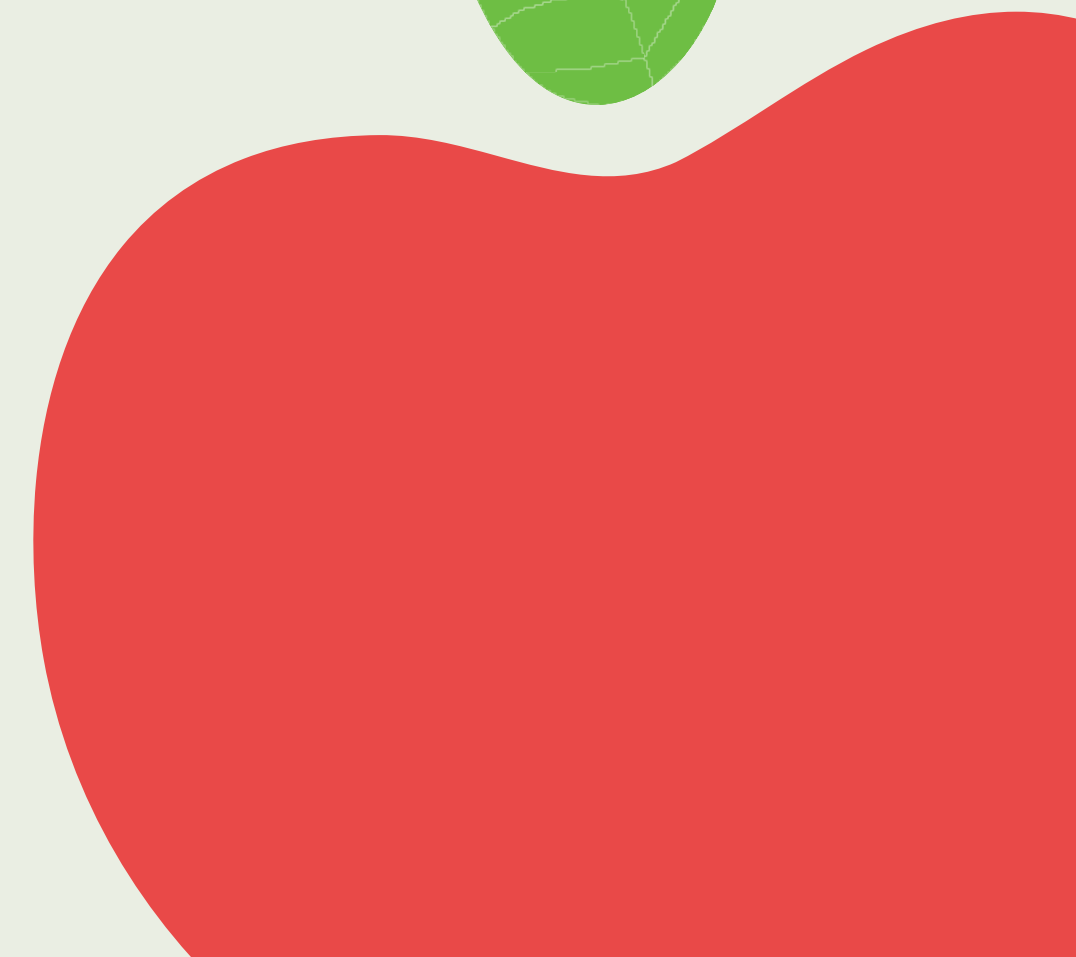
A woman with her hair in a bun is seen from behind, holding a camera to her eye. She is looking out over a landscape at sunset. In the background, a large, ornate pagoda is visible, silhouetted against the bright orange and yellow sky. The overall mood is peaceful and contemplative.

或許這才是旅行的意義！



為旅行者和旅行社之間搭建橋樑

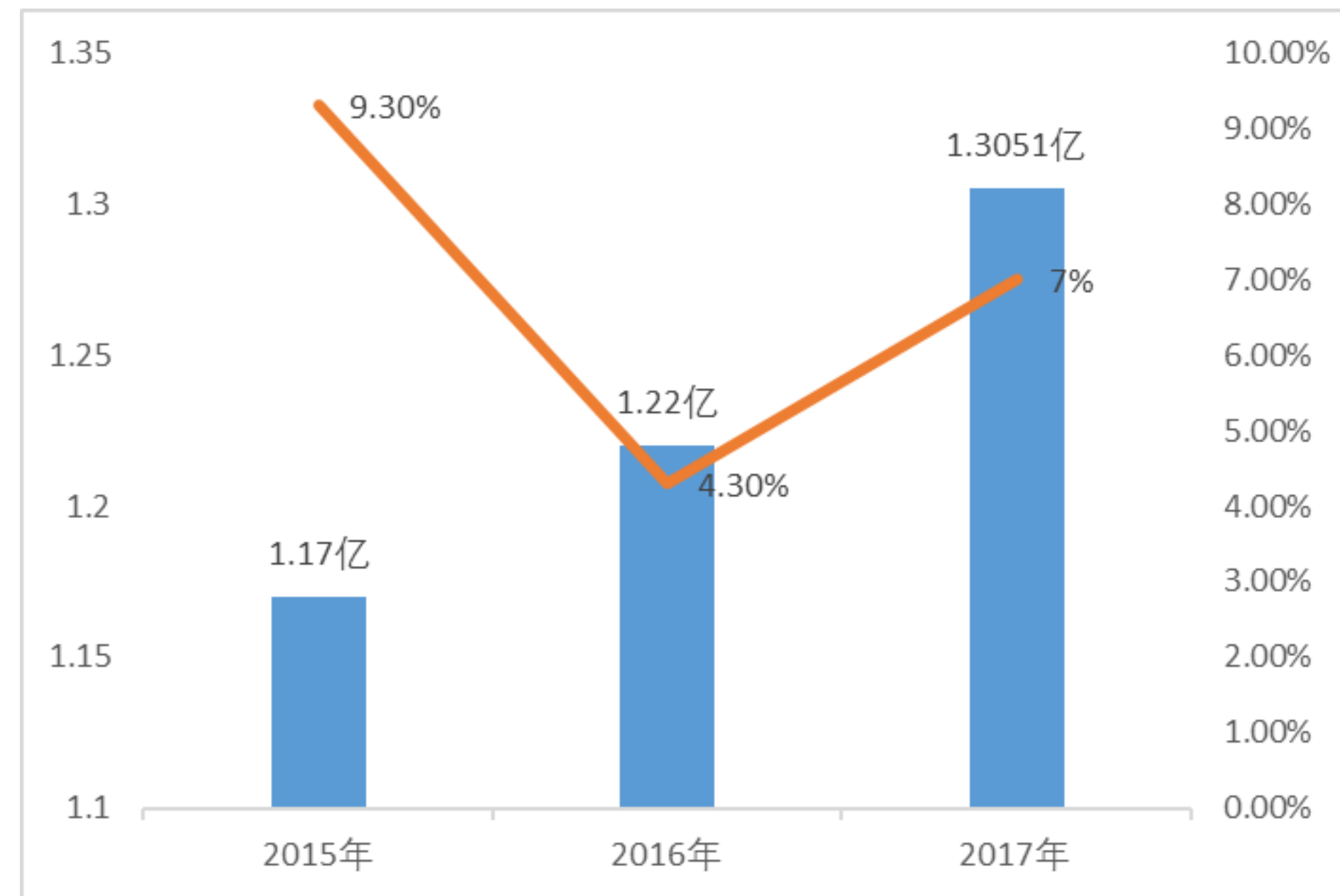
Part 1: 產品定位



初期定位：澳洲華人、中國赴澳遊客、澳洲本地旅行社、中國出入境旅行社

中期定位：澳洲和中國的遊客和旅行社、澳洲本土遊客和企業

▲ 市場分析：



数据来源：中国旅游研究院、国家旅游局数据中心

数据显示，2017年中国公民出境旅游突破1.3亿人次，花费达1152.9亿美元，比2012年增长了4580多万人次，年均增长达9.17%。保持世界第一大出境旅游客源国地位。出境旅游呈现“消费升级、品质旅游”的特征与趋势。选择升级型、个性化的旅游产品，深度体验目的地的游客占比提升。出国目的也从观光购物转向享受海外优质生活环境和服務。



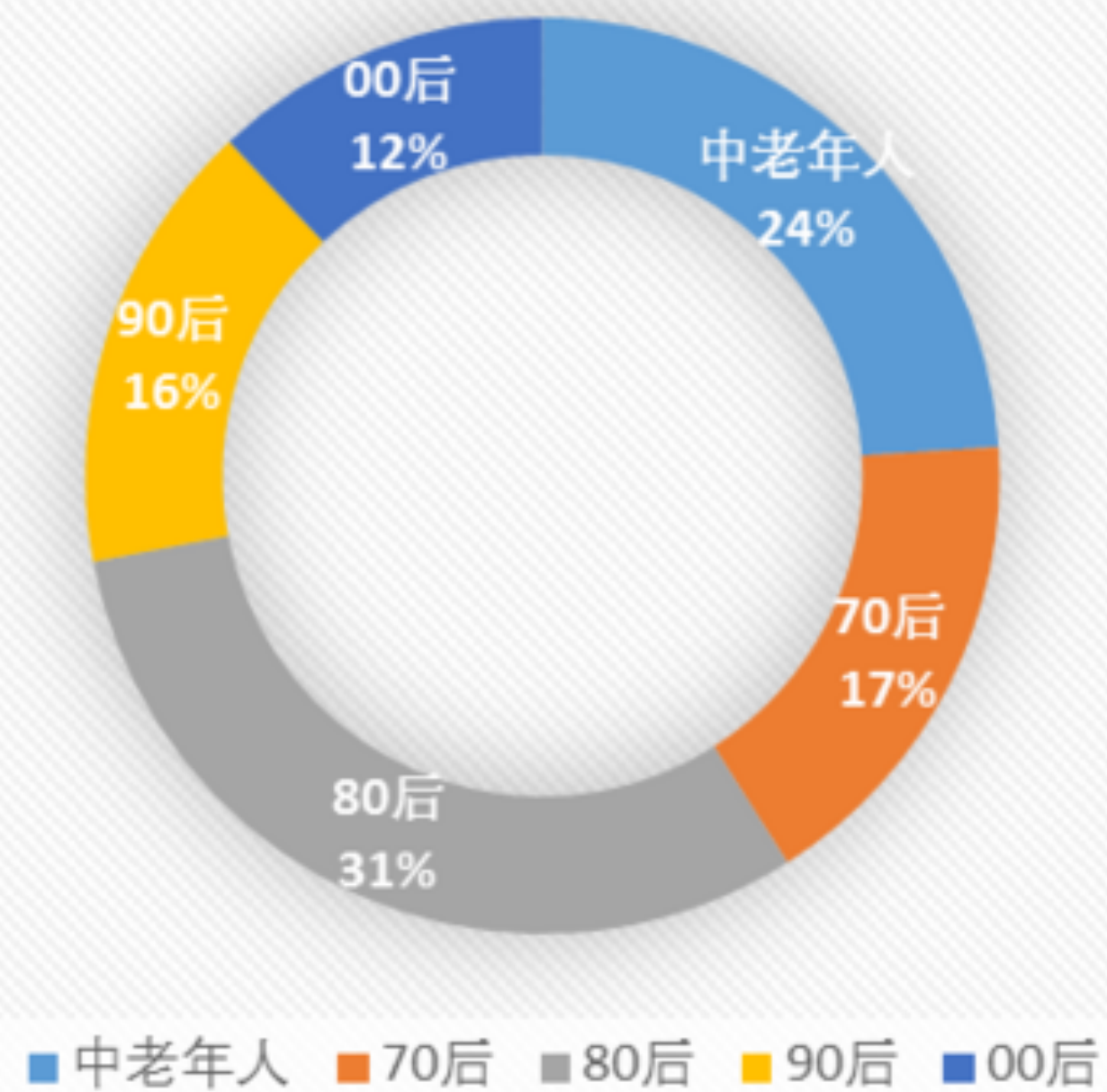
目前，周边游、碎片化、当地游已然成为游客行为的重要特征。大部分游客更倾向于到目的地用手机查攻略、看点评、做选择、定出行，越来越多的人可以投入到“一场说走就走的旅行”当中。在出游人群中，职场新人出游动力和需求最强;而该人群更喜欢参与水上**娱乐**、户外**探险**、**海岛**温泉、**自然**风光相关的活动。

未來的旅遊市場將受到IP影響



旅游产品打造成影视作品、真人秀或者其它形式的综艺IP，抑或是互聯網新媒體平台（罔紅效應）的推廣，将进一步开拓旅游市场。如今的旅游市场主导人群更为年轻化，时间也更为碎片化，传统的多天的旅程可能不再适合大众口味，多样化、重短期体验、重感官刺激可能更为重要。

2017年出境游游客各年龄段占比

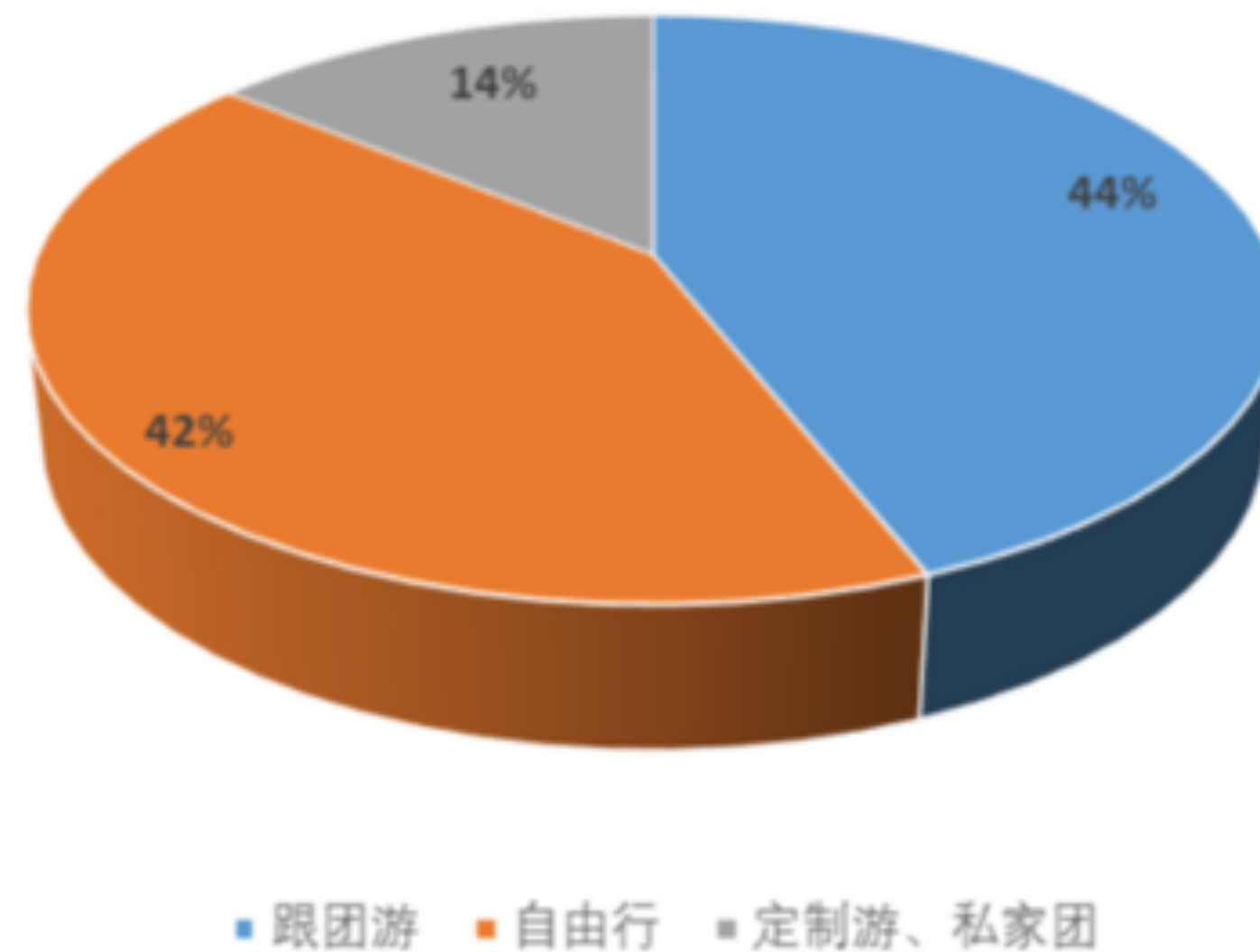


數據來源於攜程

数据表明，**女性**比男性更爱走出国门。报告根据携程出境游订单的统计，2019年出境旅游者中，59%是女性，41%是男性，女性比例高18个百分点。

与其财富、体力相匹配，**70**、**80**后依然是出境游的中坚力量，80后占比31%，70后占比17%。70前的中老年人占比24%。但越来越多的90、00后加入出境游的队伍，占比分别为16%、13%。

2017年国人出境游方式



數據來源於攜程

出境游，跟团还是自由行？我国游客依然热衷跟团游，特别在是二三四线城市和地区。以携程组织的数百万出境游客为例，跟团与自由行约各占一半。但出境**自由行**增长是大势所趋。除了跟团游和自由行以外，定制旅行、私家团或者通过旅游平台预订一位当地向导，成为中国游客新选择，2017年携程定制旅游增长达到220%。



數據來源於攜程

出行游伴方面，**亲子游**依旧比重最高，占比30%。带爸妈出游逐渐成为孝亲礼，占比10%，出游时间集中在节假日。携程数据显示，2017年独自出游的占比为8%，旅游成为单身男女最热衷的休闲和消费方式之一。

少数派说走就走



随着90、00后逐渐成为旅游主力军，“说走就走的旅行”不再是口号而转为一代人的出游习惯。携程行中服务平台“微领队”的调查数据显示，从自由行年轻人的统计看，“说走就走”的比例明显增长，一周内出发的人群比例高达29%。



数据显示：2017年出境游消费最多和出境旅游出发最多的城市分别为北京和上海，说明大城市更具有消费实力、更愿意选择出国度假旅行。

2017排名 前20位出境游旅游出发城市

TOP 1 上海

TOP2	北京
TOP3	成都
TOP4	广州
TOP5	深圳
TOP6	杭州
TOP7	南京
TOP8	武汉
TOP9	天津
TOP10	西安
TOP11	长沙
TOP12	重庆
TOP13	厦门
TOP14	昆明
TOP15	无锡
TOP16	哈尔滨
TOP17	沈阳
TOP18	合肥
TOP19	福州
TOP20	郑州

數據來源於攜程

2017年排名 最受我国游客欢迎的目的地国家

TOP 1 泰国

TOP2	日本
TOP3	新加坡
TOP4	越南
TOP5	印尼
TOP6	马来西亚
TOP7	菲律宾
TOP8	美国
TOP9	韩国
TOP10	马尔代夫
TOP11	柬埔寨
TOP12	俄罗斯
TOP13	阿联酋
TOP14	意大利
TOP15	法国
TOP16	澳大利亚
TOP17	西班牙
TOP18	德国
TOP19	英国
TOP20	斯里兰卡

空气清新，阳光灿烂的海岛成为越来越中国游客的选择。赴海岛的游客约占到出国总人数的三分之一。

澳大利亚位列Top16

2017十大出境游热门景点

TOP 1 香港迪士尼乐园

TOP2	新加坡环球影城
TOP3	法国卢浮宫
TOP4	日本环球影城
TOP5	阿联酋哈利法塔
TOP6	台北101
TOP7	好莱坞环球影城
TOP8	澳门塔
TOP9	西班牙圣家族大教堂
TOP10	悉尼水族馆

带小朋友去乐园亲子游也是出境游的一大选择。报告还根据携程海外玩乐和门票预订数据，发布了中国人最爱的全球十大热门景区，香港迪士尼乐园、新加坡环球影城、悉尼水族馆等上榜。

2017年出境游十大新玩法

TOP 1 去香港打HPV疫苗

TOP2	芬兰极光之旅
TOP3	南非狂野狩猎
TOP4	唐顿庄园里的欧洲贵族游
TOP5	新西兰举行中土世界浪漫婚礼
TOP6	冰岛感受冰与火之歌
TOP7	俄罗斯开坦克
TOP8	美国一号公路骑行
TOP9	澳洲乌鲁鲁徒步观星看日出
TOP10	纳帕谷品地道葡萄酒

數據來源於攜程

出境游新姿势：个性化时代，中国游客出境游不再只是上车睡觉、下车拍照、免税店买买买，传统产品和旅游方式越来越不能满足需求，他们更希望去异地的城市住上几天，体验当地人的生活。

根据携程主题游、定制游、海外玩乐平台等查询、预订的大数据，报告发布了“2017年出境游十大新玩法”，包括去香港打HPV疫苗、去芬兰赏极光、在美国一号公路上骑行、去非洲打猎、在新西兰举行中土世界浪漫婚礼、体验唐顿庄园里的欧洲贵族生活等，澳洲乌鲁鲁世界中心徒步看日出位列第九。

序号	关键词	指数
1	海岛	100
2	美食	96
3	自然探索	95
4	户外运动	95
5	家庭亲子	90
6	五星酒店	81
7	避寒/避暑	79
8	城市休闲	78
9	度假体验	71
10	疗休养	70

數據來源於攜程

根据网上数以亿计的海量搜索关键词，报告发布了2017年出境休闲旅游十大主题关键词和指数，排名前五的有：**海岛**（100）、**美食**（96）、**自然探索**（95）、户外运动（95）、家庭亲子（90）。

▲ 根据携程行中服务平台“微领队”大数据，
中国自由行用户咨询求助最集中的问题是：



交通15.9%



景点17.0%



美食18.7%



结伴聚会13.4%



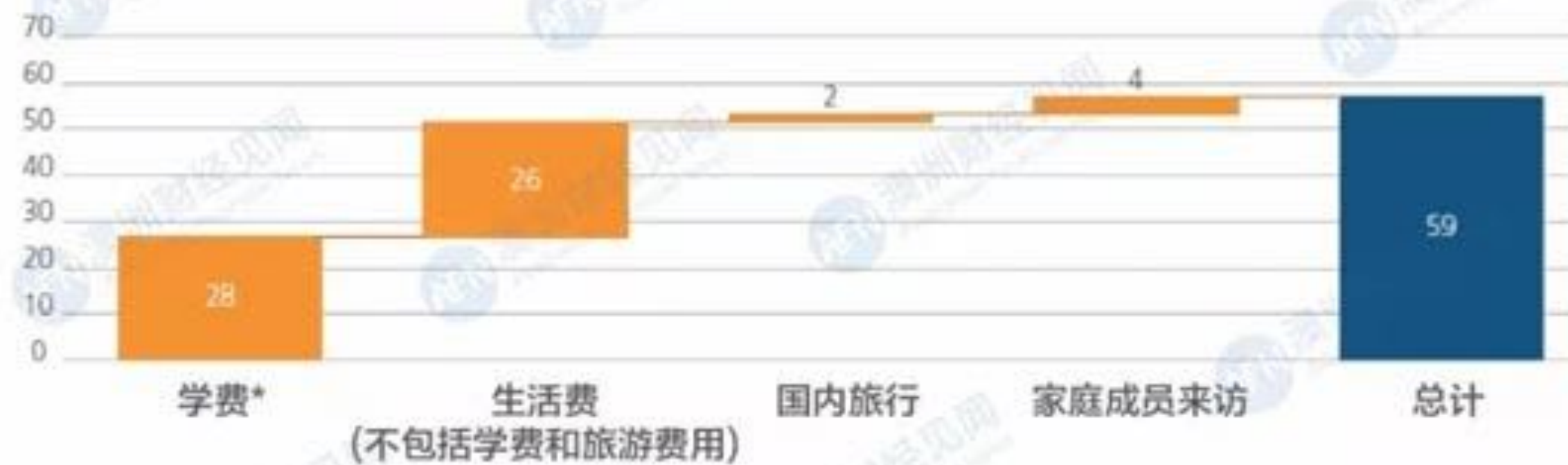
购物10.0%



其他热点问题还有：天气4.4%、出入境1.4%、外汇1.5%、行李额0.5%等。

每位中国留学生在澳年度消费统计 (2017年)

单位:千澳元



*学生学费、家庭成员来访数据差异较大,在此只显示平均值

来源: L.E.K. Chinese Student survey

中国游客目的地 (2011-2016)



来源: TRA International Visitor Survey; L.E.K. research and analysis

數據來源於網絡

留学生群体会对澳洲旅游业产生的积极影响: **10%**的留学生会选择在择校前考察其心仪学校的周边环境等; 在读期间, 每名留学生每年约花费**2000**澳元用于国内旅行, 而家庭成员带来的旅游收入更是高达每年**4000**澳元/人。

PEST ANALYSIS



POLICY

- 政策方面，澳洲對中國申請人開放十年“常旅客”訪客簽證。
- 2015年開始，澳洲每個財年向中國發放5000個打工度假名額。



ECONOMIC

- 經濟方面，在收入增長和旅遊消費升級推動，以及簽證、匯率、航班等便利因素影響下，中國出境旅遊熱持續升溫。
- 移动支付改变中国人旅游消费习惯。



SOCIAL

- 隨著國民收入的提高，人們對生活的態度也從生存需求提升到了精神需求。
- 年輕人以背包旅行、自由行等出境旅遊的方式看世界，提升視野、感受當地文化。
- 中國步入老齡化社會，有錢有閒中老年出境旅遊人數也不斷增加。



TECHNOLOGY

- 科技方面，B2B、B2C線上網絡平台、新媒體（社交、娛樂、視頻、直播等）平台的發展，將傳統旅遊業轉變為線上旅遊共享平台是大勢所趨。

SWOT ANALYSIS



STRENGTH

優勢：有澳洲當地供應商資源，瞭解澳洲旅遊市場，有年輕富有朝氣的團隊及it團隊，為技術提供保障。



WEAKNESS

劣勢：公司尚處起步階段，需人力、物力和資源，樹立品牌、公信力需要時間。



OPPORTUNITY

机会：2016/2017财年，访澳国际旅客数量达到创纪录的790万人次，且逐年增長，市场空间大。



THREAT

威胁：同行競爭中，優勢不明顯。

▲ 竞品分析:



任游网: <https://www.ruuu.com/>
任游国际旅行社(北京)有限公司
國內出境、自由行
英國、加拿大、澳大利亞、新西蘭、斐濟、
歐洲、英國及愛爾蘭



愛去網: <https://www.itrip.com/>
北京九州人国际旅行社有限公司
海外自由行预订服务平台
澳洲、新西蘭&斐濟、歐洲、東南亞、美洲

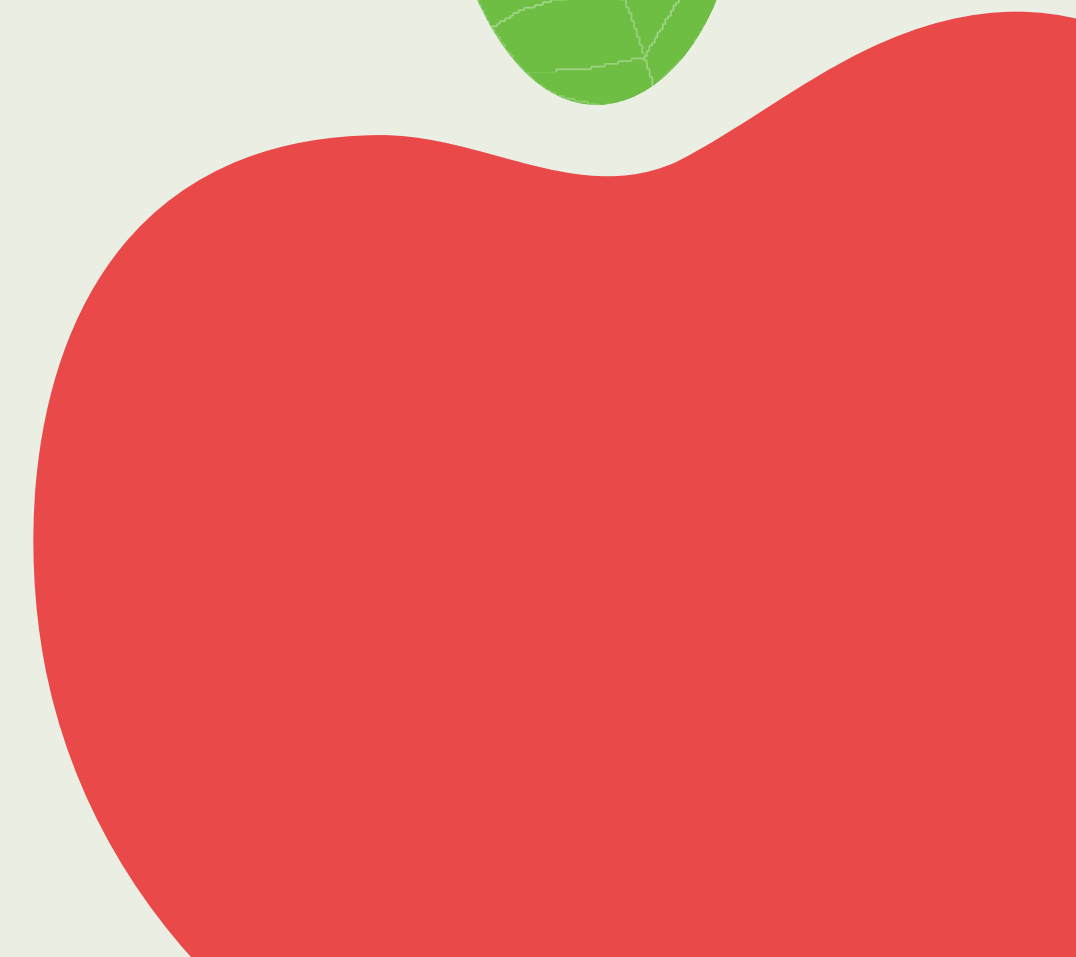


懶貓旅行: <http://www.lanmao.cn/>
湖南懶貓国际旅行社有限公司
國內出境, 自由行當地服務供應商
泰國、馬來西亞、美國、澳大利亞、新西
蘭、印度尼西亞、毛里求斯



百程旅行: <https://www.baicheng.com/>
北京百程国际旅游股份有限公司
专注“中国公民出境旅行”, 以“签证为跑
道”, 延展出目的地(接机、门票、日游)
服务、自由行套餐服务、国际机票和国际
酒店服务和以家庭、社会群体为主体的出
国定制旅行服务。

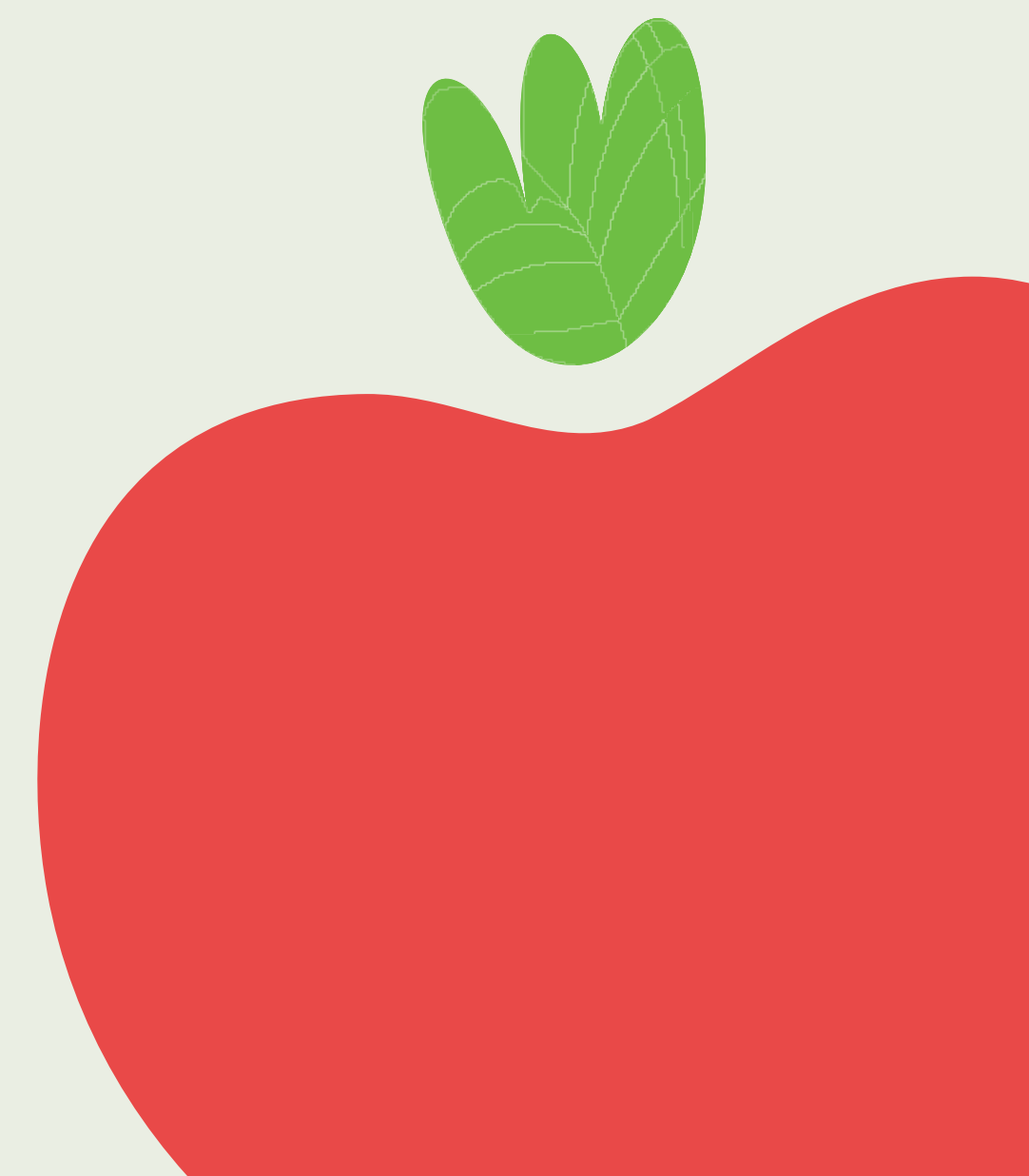
Part 2: 營銷策略



MARKETING STRATEGY



Part 3: 傳播方案





人人都是Agent

旅遊達人都是旅行代言人

旅遊達人成為我們的市場推廣人員，移動的活廣告（推薦集點免費遊）

1

B2C

2

對佣金收入的關注大於旅遊本身者，推特價拼圖打包旅遊（推薦賺取佣金）

▲ 初期推廣目標群體：
澳洲華人（Whver和留學生）

▲ 通過新媒體平台進行產品推廣



主推： 微信公眾號 qq、 微信群



社交媒體： 微博、 豆瓣、 知乎、 抖音、 facebook、 youtube、 亿忆网



新聞媒體： 今日悉尼、 大众点评悉尼站

MAIN SOLUTIONS



微信公眾號

每週一篇原創遊記攻略、行程推薦等軟文

旅遊達人

推廣加公眾號關注，發文或推薦朋友下單，
可獲得小禮品或優惠券

留學生群體

校園、大街掃碼關注，贈電子優惠券

社會招聘

招聘whver和在校生实习或兼职旅游顾问，
推薦朋友掃碼關注公眾號，用優惠券、返點
等優惠引流

OTHER SOLUTIONS

qq、微信群：tomatosoft旅遊顧問加入whv等華人旅遊群，定期發軟文把諮詢或下單的潛在客戶拉群，定期發布優惠行程推薦，需有專人負責

視頻分享網站，如：抖音、優酷、騰訊、YouTube等也可推廣



公眾號文章也可發在長微博、豆瓣、知乎等國內以及facebook、ins等國外熱門社交平台，擴大傳播量

其他社交媒體推薦方法類似，在第一階段微信公眾號維護到一定粉絲數量（1000）後可開始建立其他平台

▲ 開展線上、線下活動



5月雪山旅遊產品



6月Vivid Sydney



7月畢業旅行



国内单身青年相亲热 (eg: 网络一周情侣活动)
可推广私人定制游或结伴游 (从旅伴到伴侣)



旅拍蜜月



重陽節溫情老年遊、兒童節歡樂親子遊



線下活動：定期舉辦旅遊達人面基分享會、聚餐等活動



線下廣告：旅行社、學校社團、學生會、老鄉會、商貿會等

▲ 中期目標群體：赴澳旅遊的中國遊客、旅行社、供應商

以公眾號粉絲數量突破5000為時間節點

以tomato travel旅行社的名義入住國內各大平台網站，
旅遊類：攜程、去哪兒、飛豬、窮游網、馬蜂窩、天巡
點評類：大眾點評、支付寶
團購類：美團、拼多多

線下與國內知名旅行社合作（國內分公司）
跟團遊、自由行、私人訂製、商務旅行、遊學團



當粉絲和潛在客戶累積到一定數量後，可為旅行社免費實行產品和公司推廣服務

1

B2B

2

進一步推薦，邀請供應商加入tomatosoft，為其提供it服務，實現旅遊資源共享帶來的快捷與便利

▲ 中期推廣目標群體：
旅行社、供應商

PUBLICATION TIMELINE



Thank you!

