花筑
FLORAL HOTEL

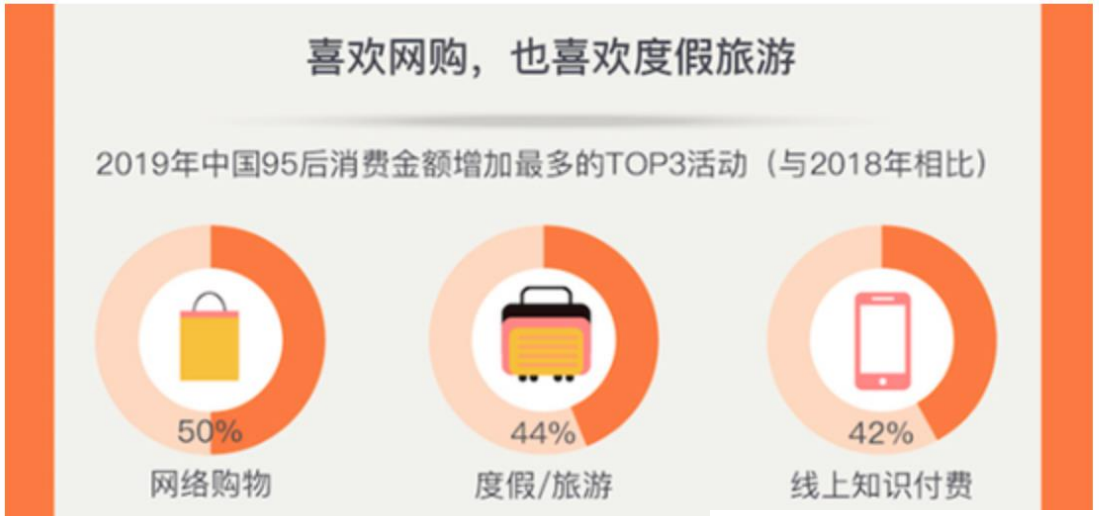
借力数字渠道，拓宽流量来源
用内容营销助推订单增长

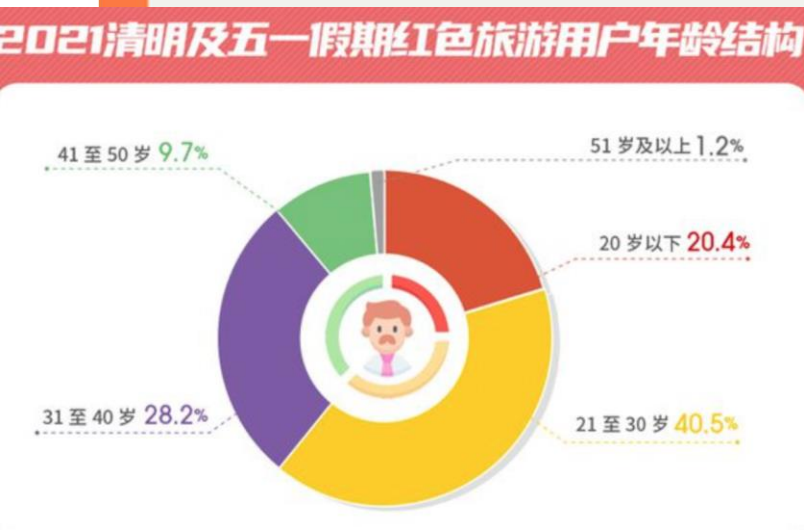
旅悦集团内容营销合作手册

你知道吗

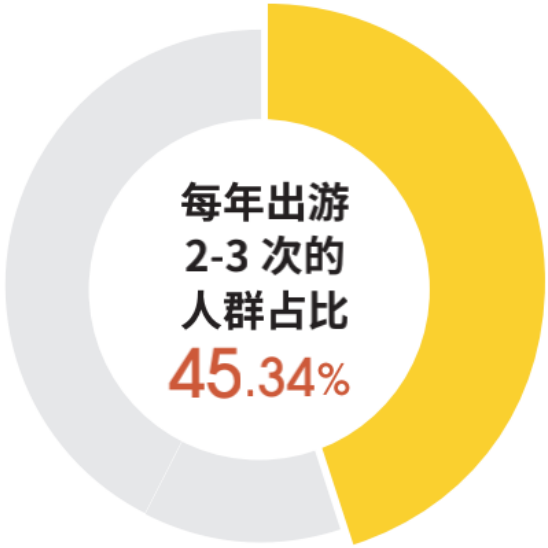
后浪奔涌，未来已来 是时候做些什么了

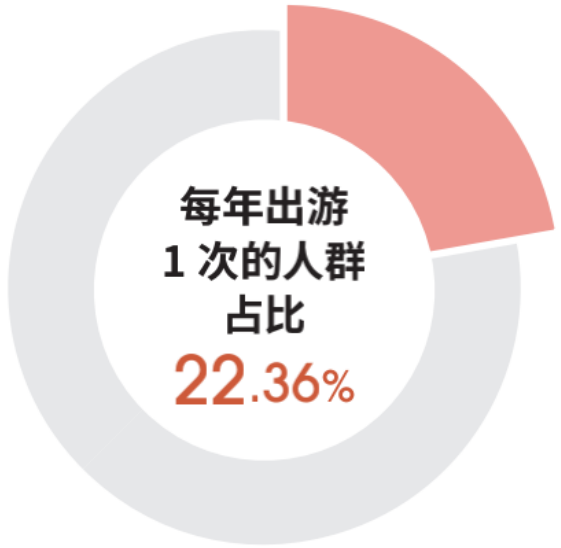
据国家文化和旅游部公开数据显示，2018年国内旅游人次数达55.4亿人次，出境游达1.5亿人次，2020年预计将有65.7亿人次的国内旅游数及1.8亿人次的出境游数。其中，千禧一代（1981—1996）和Z世代（1997—2012）基本占到了线上旅游人群的78%。特别是Z世代们，旅行成为了他们业余兴趣爱好的Top3，占比达57%；此外，2019年他们在度假、旅游领域的消费金额也占到了44%左右。





数据显示，Z世代群体中，每年出游2-3次的人群占比45.34%，每年出游4次及以上的人群占比12.42%，远高于其他群体。





Z世代正在成为消费升级的主力军

如果说被称为“TheNet Generation”（网络一代）的“千禧一代”（1982-2000 间出生的人，在 21 世纪初[illegible]互联网的诞生和发展，那么 Z 世代早已[illegible]的“空气”中。他们通常不畏权威、追[illegible]为知识以及喜欢的一切付费。相应地，[illegible]以决定商业社会中的品牌命运，这个群[illegible]众多业态的变化和发展。

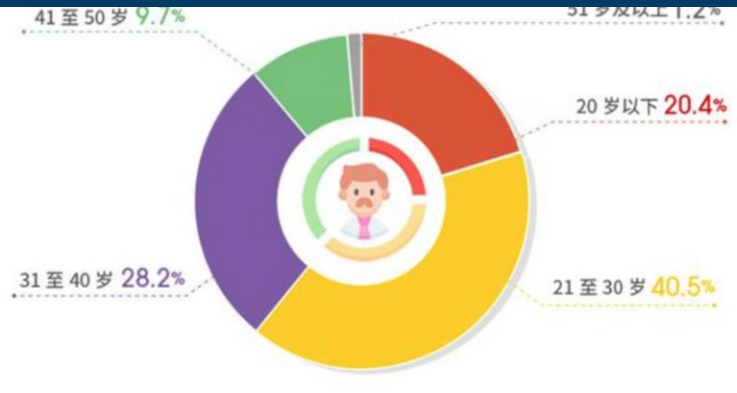
Z世代的崛起，是新的消费需求和群体文化的迭代更新，也带来[illegible]新的经济趋势。2020 年，对经历过新冠肺炎疫情阵痛的旅游业来说[illegible]抓住 Z 世代，就是掌握了后疫情时代新旅游消费的增量市场。[illegible]能否[illegible]准捕捉 Z 世代的旅游消费偏好，是后疫情时代旅业的制胜关键。

据国家文化和旅游部公开数据显示，2018年国内旅游人次数达55.4亿人次，出境游达1.5亿人次，2020年预计将有65.7亿人次的国内旅游数及1.8亿人次的出境游数。其中，千禧一代（1981—1996）和Z世代（1997—2012）基本占到了线上旅游人群的78%。特别是Z世代们，旅行成为了他们业余兴趣爱好的Top3，占比达57%；此外，2019年他们在度假、旅游领域的消费金额也占到了44%左右。

数据显示，Z世代群体中，每年出游2-3次的人群占比45.34%，每年出游4次及以上的人群占比12.42%，远高于其他群体。



- **Z世代消费群体正在成为消费市场的主力军**
- **消费群体年轻化已成为文旅大住宿业内公认趋势**
- **在旅悦集团注册会员中，50%以上为Z世代用户**



如果说被称为“TheNet Generation”（网络一代）的“千禧一代”（1982-2000 间出生的人，在 21 世纪初
互联网的诞生和发展，那么 Z 世代早已
的“空气”中。他们通常不畏权威、追
为知识以及喜欢的一切付费。相应地，
以决定商业社会中的品牌命运，这个群
众多业态的变化和发展。

Z世代的崛起，是新的消费需求和群体文化的迭代更新，也带来
新的经济趋势。2020 年，对经历过新冠肺炎疫情阵痛的旅游业来说
抓住 Z 世代，就是掌握了后疫情时代新旅游消费的增量市场。能否
准捕捉 Z 世代的旅游消费偏好，是后疫情时代旅业的制胜关键。

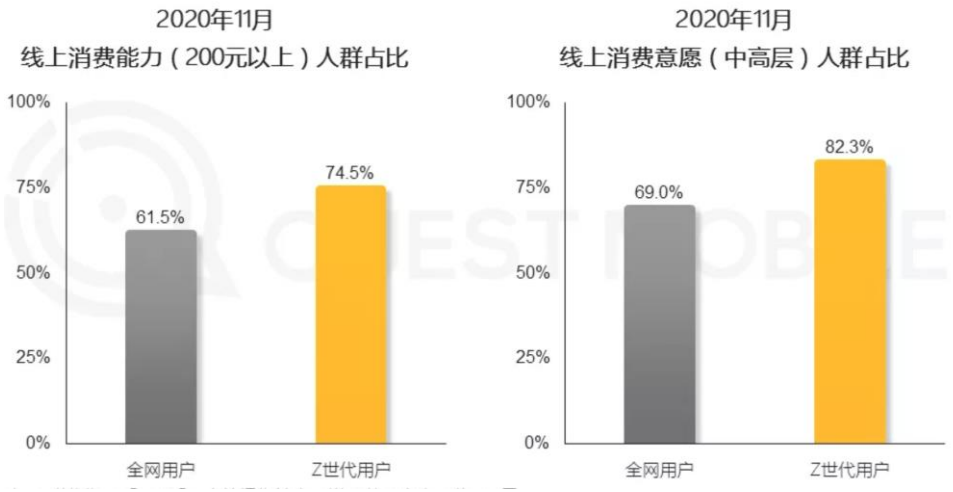
Z时代，用户在变

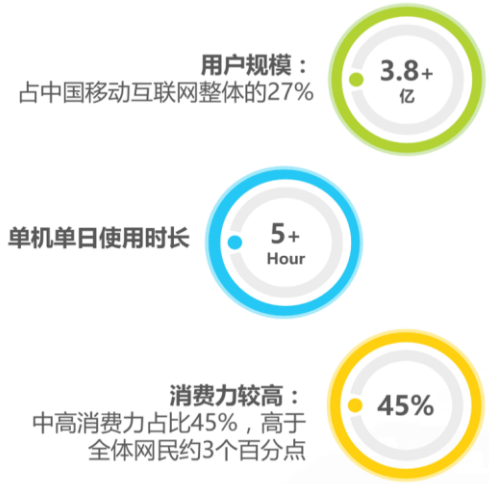
Z世代，也称互联网世代，是1990-2009年出生的群体，人口规模大，高达3.8亿+

Z世代，具有更强的消费意识，优越的生活条件造就了他们更高的消费实力和消费意愿

Z世代，也是移动互联网的重度用户，无论是使用深度还是使用广度上均高于全网平均水平

Z世代，是当之无愧的消费新势力





数据来自QuestMobile 、凯度、东方财富证券研究所

Z时代，大环境在变

互联网与数字经济全面加速——用户都在数字渠道看内容

40万亿
数字化经济整体体量

7.6亿+
2021移动端搜索规模

8.5亿+
2020短视频用户规模

泛娱乐商业化内容营销时代来临——企业都在数字渠道做内容

- 最好获取用户的方式就是快速与用户产生联系，并让用户真正融入、有效感知与真实反馈
- 对用户需求精准或主动推送，提供定制内容，对用户的转化和粘性提升都有帮助
- 精准的内容营销，才能制胜泛娱乐商业化时代

*数据来自《中国数字经济发展白皮书》《第47次中国互联网发展报告统计》《红杉00后泛娱乐发展研究报告》等

Z时代，我们的赛场

小红书1亿月度活跃用户

90%用户在小红书搜索消费资讯

- **用户旅游决策影响，小红书排名首位**
- **小红书直播间交易量转化率领跑民宿行业**

抖音2.5亿日活跃用户

日均视频搜索量5亿+

- **超过1.8亿用户在抖音记录旅行生活**
- **文旅营销主阵地，激活民宿用户源动力**

微信视频号2亿日活跃用户

基于微信社交关系链

- **以社交为核心赋能文旅行业**
- **视频号+小程序，一站转化提升销售**

数据来源《2020上半年度中国旅游行业发展分析报告》与各平台官方

Z时代，我们的赛场



OTA行业领头羊

GMV连续3年稳居全球在线旅游行业第一

- 泛旅游行业营销枢纽构建者
- 携程社区&直播：短视频与直播成影响旅行决策的重要媒介，携程发力对应垂类，提升用户活跃及转化
- 携程“星球号”：聚合流量、内容、商品三大核心板块，叠加丰富的旅行场景，打造开放的营销生态循环系统

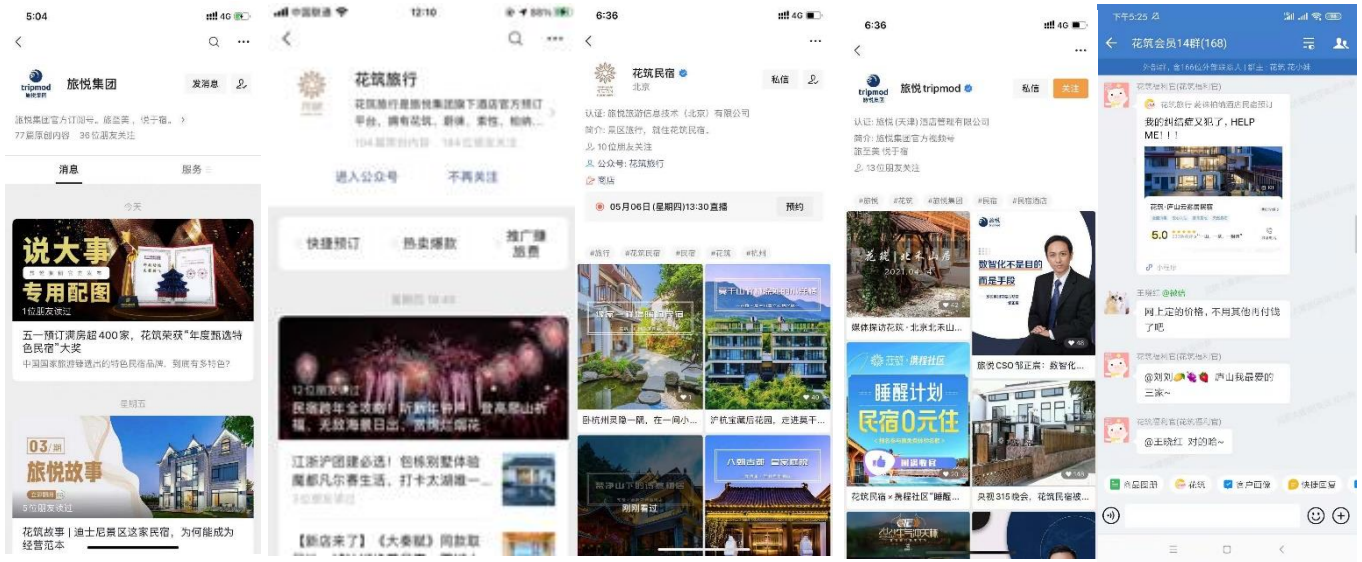
数据来源《2020上半年度中国旅游行业发展分析报告》与各平台官方

发力内容营销
激活消费新势力

这不是一个选择，我们所处的竞争环境，决定了我们必然这么做

打造自有新媒体矩阵

微信矩阵-公众号&视频号&社区



花筑微信公众号粉丝数80w&社区用户2w+

小红书



小红书粉丝数 3.8w

抖音



粉丝数23.6w

快手



粉丝数 1.4w

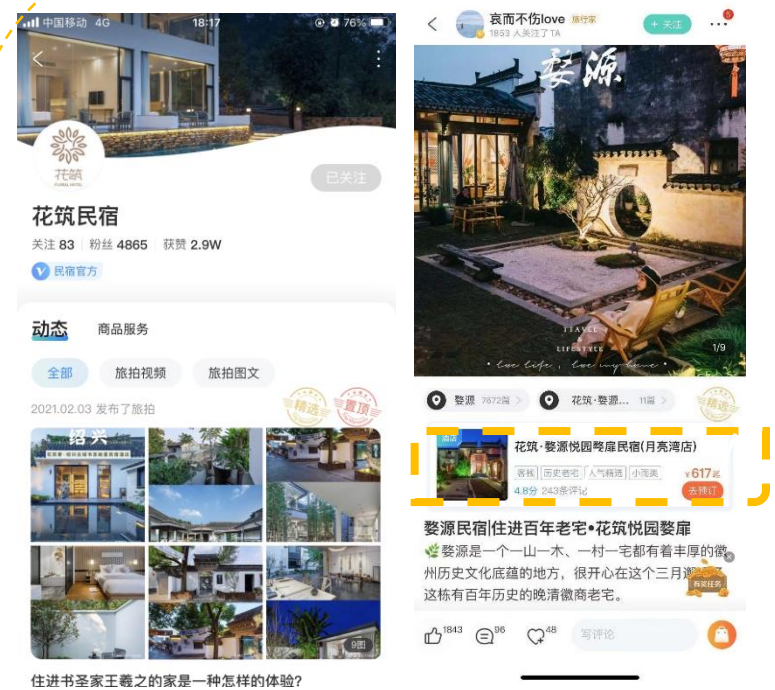
微博



粉丝数 30w

紧跟携程全新营销生态

携程社区



跳转酒店预订



携程社区用户量达3亿，内容覆盖200余万POI，超过2.4万个海内外目的地
通过优质内容工具、定制化私域运营工具触达精准用户，实现流量变现

星球号



借势携程平台的产品供给能力，
整合**吃、住、行、游、购**所有产品，
结合携程平台中个人用户**旅拍、游记和攻略**等内容，
打造专属于商家或个人的内容和营销阵地，
进行定制化私域运营和变现。

携程3亿旅行用户的精准流量池

多维度门店内容呈现

门店实纪



全面细致展示门店特色、周边风景、房间细节，在线看房体验

体验攻略



以门店作为展现目的地旅游场景的切入点，结合吃住行游购娱全方位的攻略型介绍，更生动紧密的表达出门店的特色与体验，让每一家门店都成为人们向往的生活场所

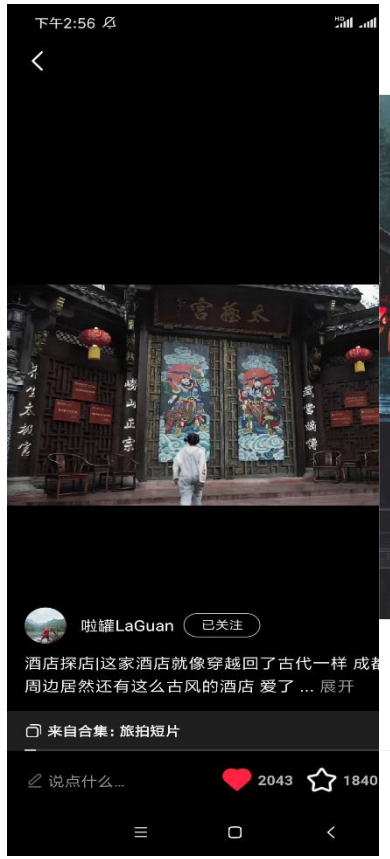
业主访谈



每一家门店都融合了业主的梦，当地的情，自然的景，从业主的角度，向用户传达出每一家门店背后的故事，创建的初衷以及对于生活的感悟真谛

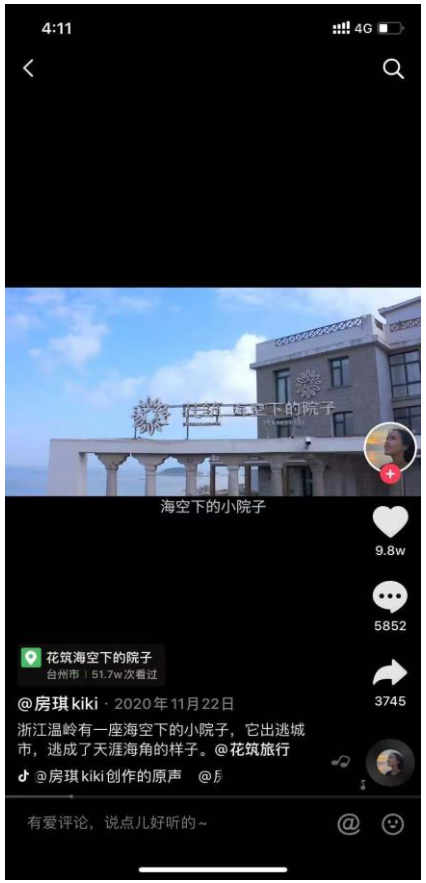
精选优质达人探店

1000+优质达人资源/小红书&抖音&携程社区多平台输出





小红书



抖音



携程社区

我能为你做什么

新店支持-基础包

获取方式

1、3个月内新开业门店且官网已上线（完成旅悦官方图片拍摄）
2、提交新店信息采集表
3、门店对接人：时慧杰

推广资源

花筑官方小程序
新店合辑推广1次



旅悦集团公众号月
度新店合辑1次



花筑旅行公众号
月度新店合辑1次



花筑微信社群推广
月度新店合辑1次



抖音视频推广
月度新店合辑1次



快手视频推广
月度新店合辑1次



视频号视频推广
月度新店合辑1次



新店支持-PLUS包

申请条件-优质门店标签≥4个：
1、酒店内可见知名景区 2、一线水景 3、特色庭院
4、泳池 5、手工DIY 6、亲子项目 7、古建筑
8、明星相关 9、地域文化 10、打卡拍照设施
门店对接人：时慧杰

推广资源

获取方式

花筑官方小程序新店合辑活动爆款位置1期



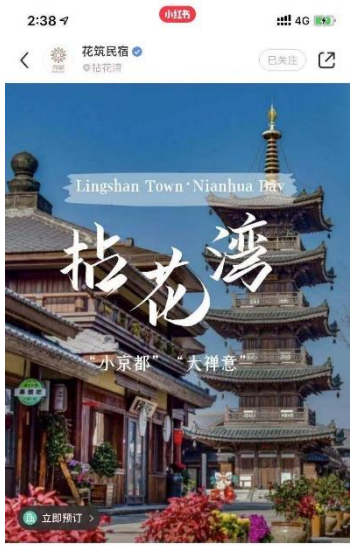
旅悦官方拍照：业主照至少1张，景区周边风景照、酒店细节图至少3张

新店尝鲜卡推广1次



底价80元特价房10间

小红书新店精品合辑1次



在门店小红书账号上发布1条合格笔记
（标准详见运营手册）

小红书单店推荐1次



提供非周末免房券（2间夜）

小红书或抖音达人探店1次
（发起达人招募，视达人位置和排期而定）



非周末免费房（1间夜/达人）

花筑旅行公众号抽奖形式曝光



提供非周末免房券（3间夜）

小红书精细规范运营指导手册1份
（账号搭建、内容指导、运营指导）

- 01-小红书注册及认证指导
- 02-内容发布及运营技巧
- 03-小红书上引导用户下单方法（部分功能需认证企业号）
- 04-企业号单篇笔记添加预定入口-操作流程
- 民宿企业号白皮书
- 用实际引流案例来说 小红书营销的实用方式与方法

完成门店小红书账号注册

THANKS

花筑
FLORAL HOTEL