

一下子火了,取代之前的随心飞

机票盲盒是营销噱头还是真实惠?

这两天,机票目的地盲盒一下子火了,取代之前的随心飞,成为旅游行业关注度最高的产品。目前,已有同程、飞猪、去哪儿、携程纷纷推出自己的盲盒产品,不论66元、88元还是98元,与市面上的机票价格相比都算得上是“白菜价”,但这种随机抽取的机票有多少是完全符合消费者“心意”,可以促成最终出行的?看似热热闹闹的机票盲盒是否只是一个营销的噱头?

【现象】

各大在线旅游平台推“机票盲盒”

机票盲盒有多火?从各大在线旅游(OTA)平台争先恐后上马盲盒产品的动作中可见一斑。

今年4月3日,同程旅行率先发起了“机票目的地盲盒”活动,吸引了超过1000万人参与抢购,“超千万人抢购98元机票盲盒”的话题还登上了微博热搜。借着这个热度,同程旅行继续推出新一轮的“机票盲盒”活动,抢购活动于4月22日10点启动,将持续至4月26日。

4月20日,飞猪推出66元机票盲盒,参与活动的消费者,在得到好友助力后可以66元的超低价,获得一个飞往全国随机任意目的地机票盲盒。同一天,去哪儿网透露将于4月21日同时上线88元的机票盲盒和66元的火车票盲盒。而在此之前,携程于4月19日推出了售价分别为699、999、1299的“酒+机”盲盒套餐。

【方法】

解锁方式各有不同 有些需好友助力

看上去差不多的在线旅游平台

的机票盲盒,背后都有哪些不同呢?

从价格来看,同程、飞猪、去哪儿网的机票盲盒都在百元以下,面向的是更加广泛的受众,而携程的盲盒套餐虽然包含的不只是机票,还打包了酒店产品,但最低699元的价格势必会让参与者更加谨慎。

同程新一轮盲盒活动的最大特点是:用户购买一次盲盒可以获得两次抽取机会——在同程旅行App和同程旅行小程序两大平台各抽取一次盲盒。

去哪儿网和飞猪的盲盒活动都需要好友助力来完成。飞猪盲盒助力中,用户须通过分享链接给3位好友方可获取盲盒抽取资格。去哪儿网的盲盒活动同样需要先请三人助力,才能低价购买盲盒。不同的是,消费者在去哪儿网买到盲盒后还可继续邀请好友助力,每邀3位好友助力可多解锁1条航线,最多可解锁10条备选线路,消费者最终可从中选1条心仪的航线。此外,去哪儿网盲盒还有一大亮点是可以自主选择出发日期,消费者拥有了更多的自主权。

飞猪盲盒活动有两大亮点:一是活动可以双人组队参与,抽取到的机票盲盒是同一航线的双人机票;二是飞猪盲盒中有两条航线供选择,比一般的盲盒多了一条航线。

值得一提的是,消费者购买盲盒后,如果没有选定机票可以获得全额退款。

【释疑】

产品有时效性 目的地、路线随机

对于机票盲盒,消费者普遍有几大疑问,这种方式到底是营销噱

头还是真实惠?解锁目的地、路线是否都是一些冷门航线?针对相关的问题,各大在线旅游平台的相关负责人也作出了相应回应。

对于盲盒推送是否有大数据算法支撑,飞猪副总裁李晨表示,盲盒目的地完全是随机的。

而去哪儿网公共事务总监徐光晔则表示,去哪儿的盲盒活动好友助力越多,可解锁的航线也就越多,这些线路完全都是随机的。

机票盲盒大多比较便宜,那么抽到的是否多是一些无人问津的冷门航线?对此,李晨表示,从目前开出的盲盒来看,北京、杭州、广州等五一假期的热门目的地都有覆盖。但是旺季航班座位有限,相对选择较少。而且盲盒覆盖的时间是未来三天到三十天,不局限于五一假期,非假期期间的热门航线会更多。

徐光晔表示,机票类产品是有时效性的,大部分在线旅游的盲盒活动出发日期是随机的,消费者无法自主选择,所以解决不了时效性的问题,这也就是业内所说的拿尾舱产品做销售。而去哪儿网的盲盒活动中消费者可以自主选择出发日期,所以线路覆盖得范围相对更广,热门目的地也更多些。

李晨表示,国内旅游市场正在逐步恢复中,航空公司和在线旅游这时候肯定有营销需求,至于是随心飞还是盲盒,哪种形式可能会千变万化。任何营销手段都有成长和衰退期,所以各家才不断推出新的玩法,这种营销手法能持续多久其实是由消费者来最终决定的。

徐光晔表示,任何一张机票都不可能那么便宜,这个价格肯定是贴钱的,所以这就是一个“拉新”

的工作,用这种方式来引流。对于引流的效果,双方都表示没有预期,而是希望借此能让用户有更好的体验。

【专家观点】

机票盲盒针对更年轻市场

北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋认为,机票盲盒这个玩法比较新颖,其出现有两大背景:第一,疫情期间航空公司运力不饱满,所以机票尾单和折扣机票出现的比例提升了,有大量的富余库存需要消耗。第二,同程艺龙这类的腾讯生态公司很适合做这种社交营销和社交分销。因为它自己的客户比较少,而在腾讯生态里有接近15个亿的人员,它需要通过社交分销触达更多的客户,而像盲盒这种机票营销恰好就能够触达这些更低线的,或者说那种比较有富余时间、对价格敏感的客户。从这个意义上来看,这种有盲盒需求的客户市场针对的是更低线的、更年轻的市场,对将来的市场占有率有一定培育作用。

每个航班每个航段上的折扣机票或尾舱机票是比较少的,通过这种创新的社交玩法能有效地消化这些库存,还可以累积一些有出行需求但对价格敏感的客户。这对于新航线的培育、航司收益管理都是比较有意义的。

杨彦锋认为,除非疫情得到极大地缓解,尾仓资源没那么多了,或者各家在线旅游平台的“拉新”竞争没那么激烈了,盲盒的玩法才可能会变少,否则这种营销方式会长期持续下去。

据《北京青年报》



中国福利彩票

喜报

—热烈祝贺—

4月20日我市34076018站点

喜中双色球一等奖**1注**, 二等奖**1注**

累计奖金**555**万元

安庆市福利彩票中心