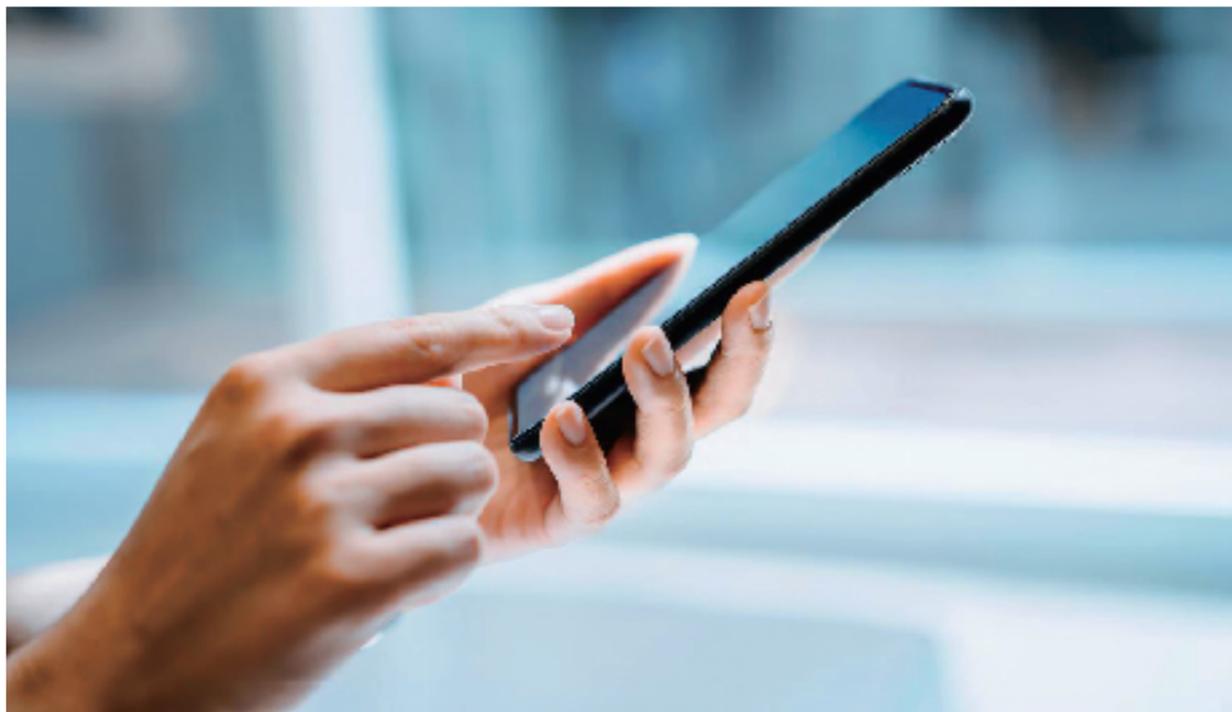


# 直播间里“囤”山海 “618”邂逅暑期档,OTA新老玩家激战正酣

◎ 记者 刘青 通讯员 金小童



▲图源 东方IC

刚过去不久的“618”电商大促撞上暑期旅游旺季,文旅消费市场正迸发别样活力。“所有美眉们,上海乐高乐园亲子票开抢!”某头部主播的直播间里,不到半小时便售出近3000张门票,单日成交额突破500万元。这样的场景并非个例,上海迪士尼、北京环球影城等乐园IP纷纷推出“618专属套餐”,海南、云南等热门目的地的机票次卡、酒店套餐在直播间成为“爆款”。

飞猪数据显示,5月13日大促开启

以来,机票次卡、乐园门票、邮轮游等“先囤后约”商品销量同比激增,其中海南、广东、浙江为国内游囤货TOP3目的地,日本、马尔代夫、韩国则成为出境游热门选择。消费者的预订需求呈现明显分层:毕业生群体青睐内蒙古、重庆等跨省长线游,家长们则忙着规划“带娃路线”,“住宿+水世界门票”“酒店+民族服装旅拍”等组合商品备受00后追捧。

“‘618’囤货已成为游客规划暑期

出行的主流方式。”北京第二外国语学院教授唐承财指出,旅游商品在性价比、使用便利性上的优化,叠加“不约可退”的灵活机制,大幅降低了消费决策门槛。以飞猪为例,其推出的“全国亲子玩乐榜”覆盖呼伦贝尔私家团、上海迪士尼亲子套票等产品,精准击中家庭客群需求,而“赛事+旅游”“演出+旅游”的跨场景融合,更让苏州中超比赛周边酒店销量同比增长47%。

## OTA各造节:电商文旅战场的分化与博弈

与飞猪的高调相比,多数OTA对618保持谨慎。同程、去哪儿明确“不参与618”,转而主推“会员日”“暑期营销活动”;携程5月聚焦自家“5.5好物节”,6月推出“6.6畅邮节”,并悄悄筹备7月的“618旅行好价节”,以“盲盒+特价”狙击飞猪的出境游市场;美团虽设“618囤货节”页面,却主打“王牌爆品清单”,部分酒店套餐价格直逼飞猪补贴力度。

这种分化源于文旅促销的季节性规律。“双十一是全年最重要的旅游囤货节点,覆盖春节、五一等长假,而618



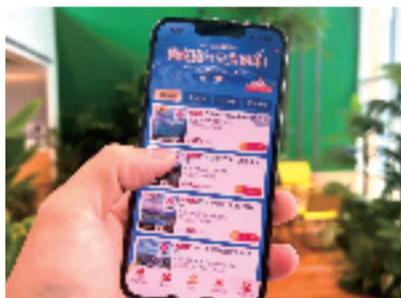
▲图源 视觉中国

更多服务暑期需求,且与飞猪(背靠淘宝)绑定较深。”旅游自媒体“旅行雷达”Leo分析,今年618文旅消费呈现两极分化,高端定制游、中西部小众目的地增

速显著,而传统跟团游客单价下降约7%。例如飞猪数据显示,山西、湖北、新疆等中西部目的地增长最快,斐济、瑞士等远途目的地预订量上扬,反映消费者对深度游、个性化体验的偏好。

酒店品牌的态度亦显分化。华住集团未参与飞猪618合作,而万达、万豪等则通过飞猪试水“异业联动”。“我们更看重平台能否带来增量客群。”某连锁酒店负责人坦言,飞猪通过淘宝流量互通(搜索“去海南”关键词优先展示飞猪产品),为商家带来超30%的新客,这是其他平台难以复制的优势。

## 飞猪25%增长背后:供应链整合与直播破局



▲图源 央广网

在多数OTA对618“冷处理”的背景下,飞猪成为文旅赛道的“独角戏”主角。数据显示,2025年飞猪618活动商

品成交额同比增长25%,交易用户规模增幅达30%,已预约商品成交额同比激增45%,超600万件旅行商品被消费者“囤”入购物车。

其中,供应链深度整合成为飞猪增长的核心动能。其联合万豪、希尔顿等国际品牌及万达、君澜等本土酒店推出“住宿+交通+玩乐”套餐,例如万达酒店首次联动航司、神州租车推广,触达用户超15万;机票端,国航330元单程机票卡、南航420元国际往返次卡覆盖新加坡、大阪等热门地,卡塔尔航空商务舱亦成爆款。在上海乐高乐园开园首秀中,

飞猪通过直播间独家发售门票,半小时售罄3000张,创下“开园即爆”的纪录。

直播矩阵的升级则为增长注入加速器。飞猪官方直播间拓展至多社交平台,带货坑位数同比增超100%,全渠道引导成交额同比增长130%,客单价接近5000元。消费者不再仅追求低价,而是与主播交流酒店特色、目的地攻略,为体验买单。此外,飞猪通过“明星+电竞+演唱会”组合营销破圈——签约虞书欣为代言人,联合成都AG超玩会推出粉丝专属机票次卡,甚至以“五月天演唱会包厢票”为诱饵,精准触达年轻客群。

## 服务消费升级: 暑期市场的潜力与变量

当“囤旅游”成为消费习惯,618不再仅是电商促销节点,更演变为文旅行业预判暑期趋势的“风向标”。“618的火爆预示着暑期旅游市场将延续去年的热度。”唐承财预测,避暑旅游、经典目的地仍将是主流,而“服务消费季”的启动(全国160余项促消费活动聚焦文旅、体育等领域)将进一步释放潜力。

商务部研究院副研究员李峰指出,服务消费已从“吃住行”向“育健康”延伸,文旅消费的增长不仅依赖促销,更需在体验创新上发力——如飞猪推出的“目的地小众玩法”“精致小团游”,正是对消费升级的回应。

不过,但市场仍存变量。一是极端天气可能影响部分目的地客流,二是出境游签证、航班运力等供应链稳定性待考。现下,飞猪已启动“618爆款返场”至6月30日,凯悦通兑套餐、迪士尼游轮新加坡航线等产品持续供应,而携程、美团等亦摩拳擦掌,准备在暑期档展开新一轮较量。

**暑期出游风向标  
先看飞猪618**

- 25% 同比增长
- 45% 同比增长
- 30% 同比增长
- 翻倍增长
- 600万+ 成交额
- 58% 同比增长
- 130% 同比增长
- 5000+ 新增用户

**爆款返场已开启  
大牌酒店闪促即将上线  
捡漏速来!**

飞猪·订酒店·订机票·订火车票

▲图源 飞猪旅行