



گزارش رفتار سفر ایرانیان، در ۱۴۰۴ پربحران

به روایت علی بابا، همسفر هر سفر مردم ایران

این گزارش بر اساس داستان‌های واقعی‌ست

کنارهم گذاشتن این حجم از داده، روایتی دقیق از رفتار سفر ایرانیان را نمایش می‌دهد؛

روایتی که تنها با دراختیارداشتن این مقیاس از داده، ممکن می‌شود.

این گزارش، حاصل بررسی داده‌های استخراج‌شده از تمامی محصولات علی‌بابا، در طول یک سال کامل و از دل میلیون‌ها تصمیم واقعی است.

هر عددی که در گزارش می‌بینید، از دل رفتار واقعی مسافران بیرون آمده، نه از یک نظرسنجی یا حدس و گمان.

علی‌بابا در طول سال ۱۴۰۴، شاهد میلیون‌ها جستجو، خرید و رزرو خدمات گردشگری توسط همسفرانش بوده؛ حجمی از رفتار سفر که در اکوسیستم گردشگری ایران، در جای دیگری پیدا نمی‌شود.

سفر در میانه‌های بحران

۱۴۰۴ سالی بود که آسمان ایران برای روزهای پیاپی بسته شد و مسیرهای همیشگی سفر از دسترس خارج شدند. جنگ دوازده‌روزه که از خرداد آغاز شد، صنعت گردشگری کشور را با بحرانی بزرگ روبه‌رو کرد.

۱۴۰۴ فقط سال بحران نبود؛ سال واکنش‌های سریع هم بود. وقتی مسیرهای آشنا بسته شدند، مردم ایران به جای توقف، مسیرشان را عوض کردند. داده‌های ما نشان می‌دهند سفر متوقف نشد؛ فقط شکلش تغییر کرد.

سفر هوایی در ماه‌هایی از سال جایش را موقتاً به سفر زمینی داد و مقصدهای دور، جای خود را به مقصدهای نزدیک‌تر دادند. وقتی پرواز ممکن نبود، قطار و اتوبوس جایگزین شدند و مقصدهای داخلی جای مقصدهای خارجی را گرفتند. این پایداری تصادفی نیست. سفر برای ایرانی‌ها فقط تفریح

نیست؛ نیازی است برای رسیدگی به کارهای مهم، دیدار با خانواده و دوستان و گاهی فاصله‌گرفتن از فضاهای ملتهب. در سالی که همه‌چیز حول محور بحران تعریف می‌شد، انتخاب مردم برای سفرکردن یک پیام مهم داشت: زندگی، حتی در دل بحران، ادامه دارد.

ما معتقدیم داده‌های سفر تصویر دقیقی از جامعه ارائه می‌دهند، چون سفر رفتاری آگاهانه است، نه از سر اجبار. این داده‌ها آینه تصمیم‌هایی هستند که مردم واقعاً به آن‌ها عمل می‌کنند، نه آن‌چه فقط می‌گویند.

وقتی میلیون‌ها جستجو، رزرو و تصمیم سفر یک سال را کنار هم می‌گذاریم، تصویری زنده از واکنش جامعه به بحران به دست می‌آید؛ چیزی که از دل نظرسنجی‌های مرسوم بیرون نمی‌آید.

این گزارش تلاشی است برای روایت همین تصویر؛ نه از زبان یک کسب‌وکار پیش‌رو، بلکه از زبان داده‌هایی که میلیون‌ها ایرانی با هر تصمیم سفرشان رقم زده‌اند.



توحید علی‌اشرفی
مدیرعامل علی‌بابا

آنچه در این گزارش می‌خوانید

- علی‌بابا در ۱۴۰۴ چه مسیری را طی کرد؟ ۴
- سفر و گردشگری در سال بحران چگونه پیش رفت؟ ۸
- علی‌بابا چگونه سفر را در سال بحران تسهیل کرد؟ ۱۳
- کدام مقصدها پرتعدادتر بودند؟ ۲۴
- چه آمارهای جالبِ توجهی ثبت شد؟ ۲۹

علی بابا در ۱۴۰۴
چه مسیری را طی کرد؟

یک سال همسفری به روایت اعداد

ایرلاین همکار داخلی و خارجی	۶۳	نقطه پوشش در سراسر دنیا	۱,۰۸۲	خدمت گردشگری عرضه شده	۱۲,۴۷۲,۹۷۱
پاسخ به درخواست‌های پشتیبانی	۲,۰۹۱,۰۱۹	رشد سالانه فروش نسبت به سال قبل	۲۸%	هتل داخلی و خارجی	۴,۷۷۱
		بازدید مجله گردشگری علی بابا	۳۱,۷۷۳,۰۱۶	بازدید از وبسایت و اپلیکیشن	۲۷۰,۵۷۳,۹۰۱

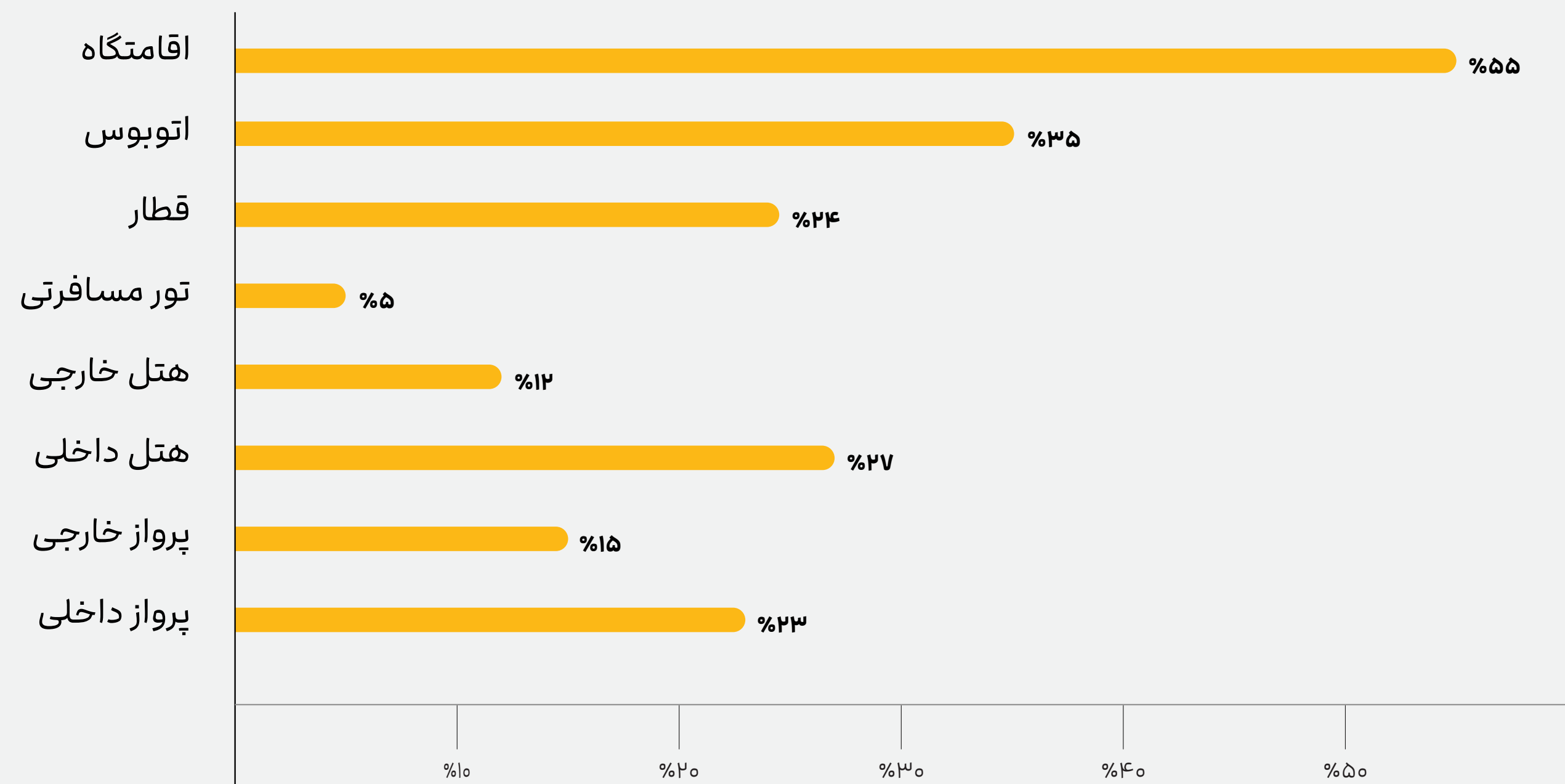
رکورد تعداد سفرهای خریداری شده در یک ثانیه

رکورد تعداد خدمت خریداری شده در یک ثانیه		
قطار		۴۴
پرواز داخلی		۵
پرواز خارجی		۴
هتل داخلی		۴
اتوبوس		۴
تور		۳
هتل خارجی		۲
اقامتگاه		۲

میانگین قیمت محصولات (مقایسه ۱۴۰۳ با ۱۴۰۴)

تغییر	۱۴۰۴ (تومان)	۱۴۰۳ (تومان)	محصول
۴۳/۶ %	۱۹,۳۲۶,۴۵۲	۱۳,۴۵۲,۸۴۴	پرواز خارجی
۶۹ %	۳,۹۲۴,۸۲۲	۲,۳۲۱,۶۷۸	پرواز داخلی
۴۷/۵ %	۳۷,۱۲۴,۰۰۴	۲۵,۱۷۱,۵۶۷	هتل خارجی
۴۱/۲ %	۳,۸۵۶,۳۸۹	۲,۷۲۹,۷۶۴	هتل داخلی
۲۷/۴ %	۴۶,۶۸۵,۹۹۲	۳۶,۶۳۱,۱۷۵	تور
۳۵/۷ %	۳,۴۲۹,۱۴۴	۲,۵۲۶,۸۸۷	اقامتگاه
۴۸/۷ %	۶۷۲,۷۵۴	۴۵۲,۲۷۹	قطار
۸۷/۴ %	۶۵۲,۶۷۴	۳۴۸,۲۲۸	اتوبوس

رشد سالانه تعداد سفارش‌ها در ۱۴۰۴ به تفکیک محصولات



سفر و گردشگری

در سال بحران چگونه پیش رفت؟

اتفاق‌های بسیار مهمی در سال ۱۴۰۴ رخ داده که همه ما از آن‌ها آگاه هستیم، اما در این بخش صرفاً به رویدادهایی پرداخته‌ایم که منطبق با موضوع این گزارش هستند و روی رفتار سفر ایرانی‌ها تأثیر گذاشته‌اند.



نوروز ۱۴۰۴

شروع فستیوال سفرهای عیدانه

سال ۱۴۰۴ با نوروزی آغاز شد که ادامه همان الگوی همیشگی سفرهای شروع سال بود. مردم برای دیدار خانواده، گذراندن تعطیلات یا رفع خستگی یک سال کاری، مسیرهای آشنا را انتخاب کردند. هیچ نشانه‌ای از آنچه در ماه‌های بعد رخ داد، در این آغاز دیده نمی‌شد؛ سفر در روزهای نخست سال، هنوز رفتاری قابل پیش‌بینی بود.



سفرهای بهاری

تداوم یک الگوی آشنا

با رسیدن فصل خوش‌آب‌وهوای سال یعنی بهار، تقاضای سفر همان مسیر همیشگی خودش را طی کرد. مقصدهای پرطرفدار، همچنان محل تجمع بخش بزرگی از مسافران بودند و انتخاب خانوارها، بیشتر حول محور سفرهای برنامه‌ریزی‌شده می‌چرخید. این دوره را می‌توان آخرین مرحله «سفر عادی» پیش از تغییرات بزرگ دانست.



جنگ دوازده روزه خرداد

بسته شدن آسمان و نقطه تغییر تقاضای سفر

آغاز جنگ و بسته شدن کامل آسمان ایران، رفتار سفر ایرانیان را عمیقا تغییر داد. سفر هوایی، ستون اصلی جابه جایی مسافران، ناگهان از دسترس خارج شد و مسیرهای زمینی (قطار، اتوبوس، خودروی شخصی) جایگزین اصلی آن شدند. خرید بلیط قطار در خرداد ۱۴۰۴ نسبت به سال قبل ۲۱ درصد و در تیر ۲۶ درصد رشد کرد؛ اتوبوس هم ۳۰ و ۳۱ درصد رشد داشت. همزمان، برنامه ریزی بلندمدت جای خود را به تصمیم های آنی داد و فاصله بین خرید بلیط و شروع سفر حدود ۵۰ درصد کاهش یافت.



بازگشایی آسمان در مرداد

بازگشتی سریع تر از انتظار

با پایان بحران و بازگشایی آسمان، تقاضای سفر هوایی احیا شد و نرخ استرداد پرواز که در ماه های قبلی به اوج رسیده بود دوباره به وضعیت عادی برگشت. سفر پس از بحران، سریع تر از انتظار به جریان افتاد، اما بخشی از مسافرانی که در بسته بودن آسمان به مقصدهای نزدیک تر عادت کرده بودند، همان رفتار را ادامه دادند.



سفرهای اربعین در مرداد

سفری با ویژگی های منحصر به خود

سفر اربعین تابع شرایط عمومی بازار نیست. این سفر، انگیزه متفاوتی دارد و معمولا حتی در شرایط بحران هم به مسیر خودش ادامه می دهد. میزان جستجوی پرواز برای سفر اربعین نسبت به سال قبل ۳۸ درصد رشد کرد، در حالی که سایر مقصدهای خارجی در همان بازه با افت تقاضا روبه رو بودند.

در مرداد ماه، تقاضای مردم ایران برای سفر تقریباً به روند گذشته برگشته بود و فقط ۴ درصد کمتر از روند طبیعی بود؛ اما اتفاقات بزرگ و قابل توجهی مثل بحران دی ماه، مسائل اقتصادی، افزایش تورم، کاهش قدرت خرید مردم، تنش های بین المللی و حضور سایه جنگ، رفتار سفر ایرانیان را هم تحت تاثیر قرار داد؛ تا جایی که در بهمن، تقاضای سفر به ۳۸ درصد کمتر از روند نرمال رسید.



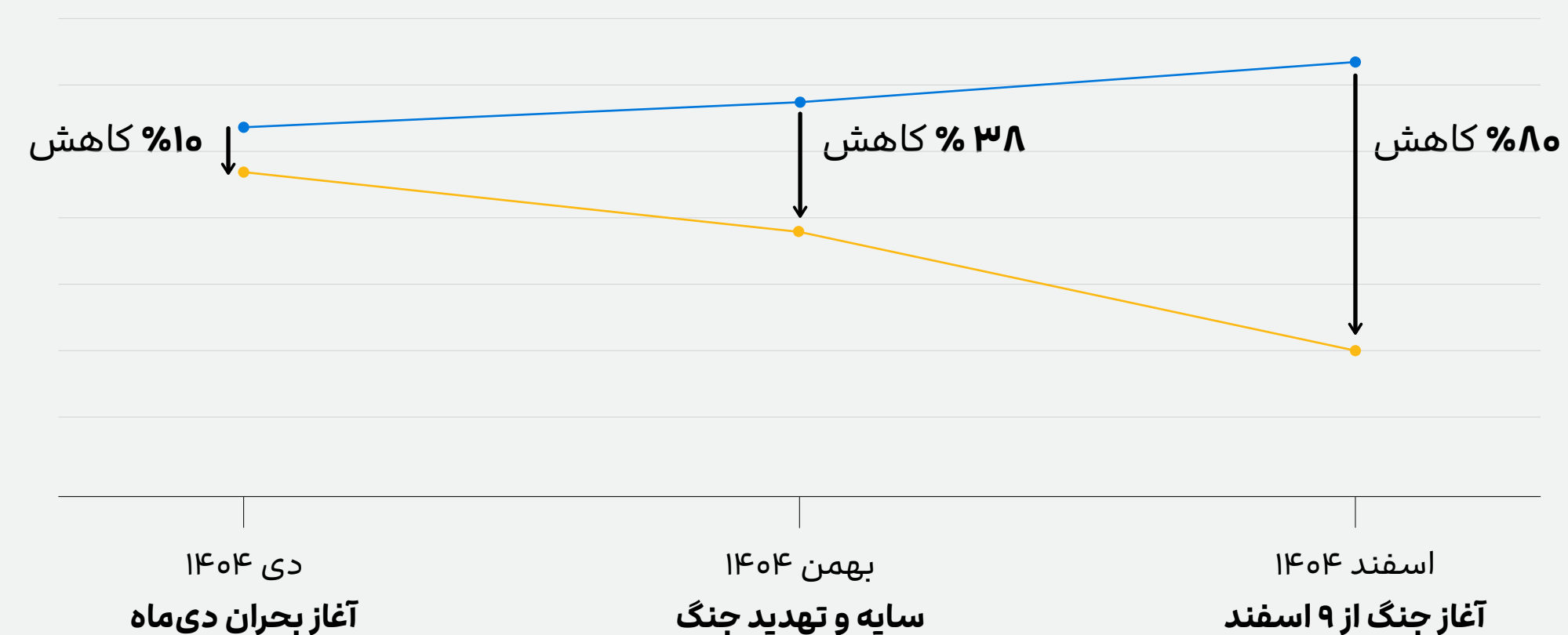
شروع جنگ چهل روزه در اسفند شروع بحرانی تازه

با نزدیک شدن به پایان سال، در حالی که ایرانی ها در تدارک سفرهای نوروزی بودند، جنگ تازه ای آغاز شد و آسمان ایران بار دیگر بسته شد. این بحران جدید، رفتار سفر ایرانیان را یک بار دیگر محتاطانه تر کرد و تقاضای سفر در اسفند به ۸۰ درصد کمتر از روند نرمال پیش بینی شده رسید؛ شدیدترین افتی که در طول سال ۱۴۰۴ ثبت شد.

بحران دی ماه و سایه جنگ

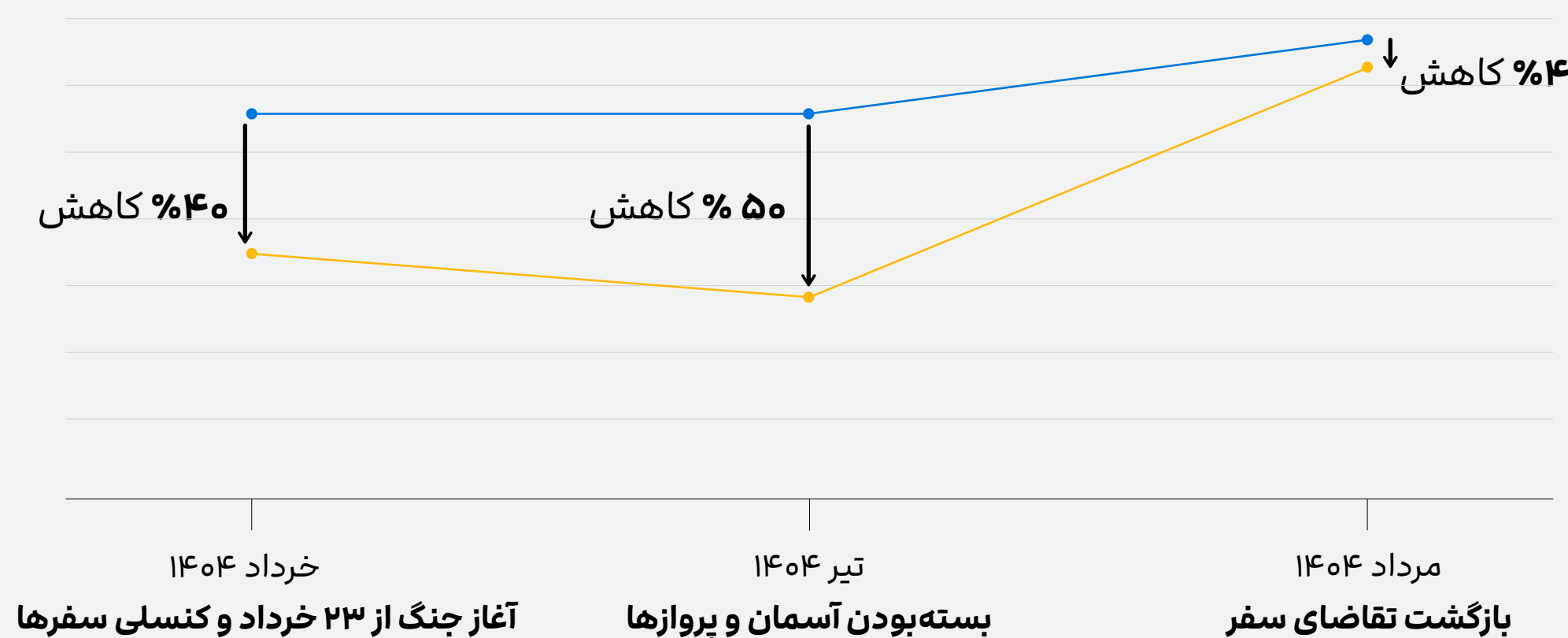


تاثیر جنگ چهل روزه و سایه جنگ بر بازار گردشگری ایران



روند محقق‌شده ———— روند نرمال پیش‌بینی‌شده

تاثیر جنگ دوازده روزه بر بازار گردشگری ایران



روند محقق‌شده ———— روند نرمال پیش‌بینی‌شده

**علی بابا چگونه سفر را
در سال بحران تسهیل کرد؟**

در سالی که سفر مدام مسیرش را عوض می‌کرد، علی‌بابا هم همراه با این تغییرات، مسیر را برای خلق تجربه شایسته‌تر همسفرانش هموار کرد. از مرکز پشتیبانی که در سخت‌ترین روزهای سال، همچنان پاسخگوی مشتریان ماند، تا ایجاد بستری برای ماندن در کنار سازمان‌ها و کارکنانشان برای انتقال به مناطق کم‌ریسک‌تر در بحران‌ها.

این همراهی به مشتریان و سازمان‌ها محدود نماند. علی‌بابا با کمک سیمرغ، بال مسئولیت اجتماعی‌اش، حتی در دل بحران هم مسیر سفرهای درمانی کودکان بیمار را باز نگه داشت.

همچنین وب‌سایت و اپلیکیشن علی‌بابا هم چند امکان (فیچر) تازه رونمایی کردند تا رزرو سفر، آسان‌تر و شفاف‌تر از قبل شود؛ از خرید اقساطی و نقشه تعاملی رزرو هتل، تا شخصی‌سازی تجربه کاربران با هوش مصنوعی و یادگیری ماشین.

مرکز پشتیبانی مشتریان علی بابا در سال ۱۴۰۴ به روایت اعداد

هر بار که آسمان بسته شد، تیم‌های فروش تلفنی تمام محصولات، فعالیت‌هایشان را متوقف کردند و بلافاصله به پشتیبانی پس از فروش پیوستند. این ساختار منعطف، امکان پاسخگویی شایسته به مشتریان را در موقعیت‌های بحرانی فراهم می‌کند.

علی بابا در کنار پاسخگویی تلفنی، مسیر پشتیبانی آنلاین را هم در طول سال گسترش داد. سه‌چهارم از تیکت‌های ثبت‌شده در کمتر از یک ساعت پاسخ گرفتند؛ نشانه‌ای از رشد این کانال به عنوان جایگزین تماس تلفنی.

پاسخ به درخواست‌های پشتیبانی	۲,۰۹۱,۰۱۹	
پاسخ تلفنی به تماس‌های پشتیبانی	۷۳۹,۰۵۷	
میانگین امتیاز کاربران به کیفیت پاسخگویی	۵ از ۴/۸۱	
ساعت مکالمه تلفنی	۳۱,۵۹۴	
استرداد سفارش‌های خریداری شده	۸۸۱,۸۴۹	

شلوغ‌ترین روزهای مرکز پشتیبانی در سال ۱۴۰۴

تاریخ	تعداد درخواست پشتیبانی	علت اصلی
۲۵ خرداد	۱۹,۱۲۳	اوج موج استرداد جنگ دوازده‌روزه
۲۳ خرداد	۱۸,۱۸۱	آغاز جنگ و بسته‌شدن آسمان
۲۶ خرداد	۱۷,۸۲۸	ادامه موج استرداد جنگ دوازده‌روزه
۲۴ خرداد	۱۷,۴۵۲	ادامه موج استرداد جنگ دوازده‌روزه
۹ اسفند	۱۳,۴۲۲	آغاز جنگ چهل‌روزه

حجم عملیات استرداد در جنگ های ۱۴۰۴

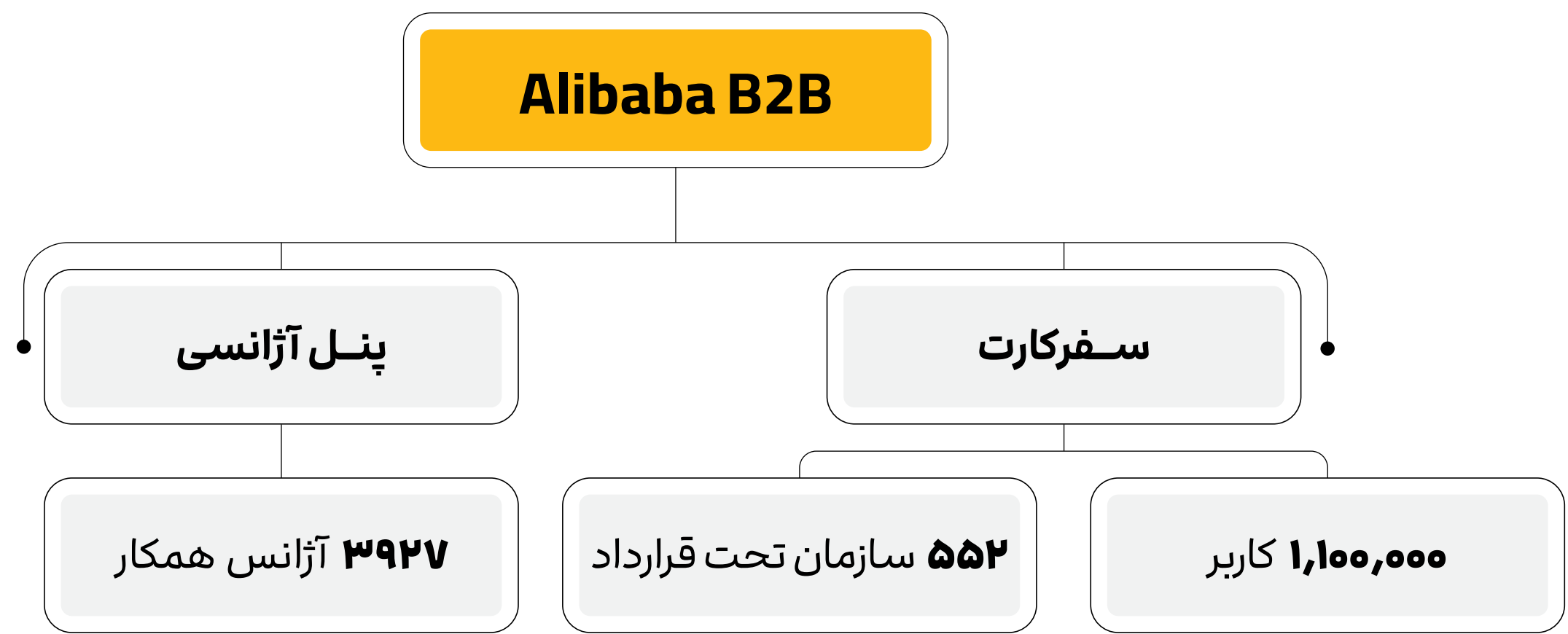
جنگ چهل روزه	جنگ دوازده روزه
-----------------	--------------------

۱۷۶,۹۱۳	۱۶۰,۵۶۷	تعداد استرداد خدمات
۱,۰۴۲	۵۷۲	مبلغ استردادها (میلیارد تومان)

تاریخ بیشترین استردادها

۱۳,۱۲۰ درخواست استرداد در یک روز	۲۵ خرداد
۱۲,۹۹۷ درخواست استرداد در یک روز	۲۶ خرداد

Alibaba B2B ، در کنار آژانس ها و سازمان ها



«پنل آژانسی» یکی از سرویس های علی باباست که به هزاران آژانس مسافرتی، خدمات سفر ارائه می دهد و محصولات مورد نیازشان را تامین می کند. در سال ۱۴۰۴، تعداد آژانس های همکار علی بابا به عدد ۳۹۲۷ رسید که از این تعداد، ۲۵۰۰ آژانس فعال بودند.

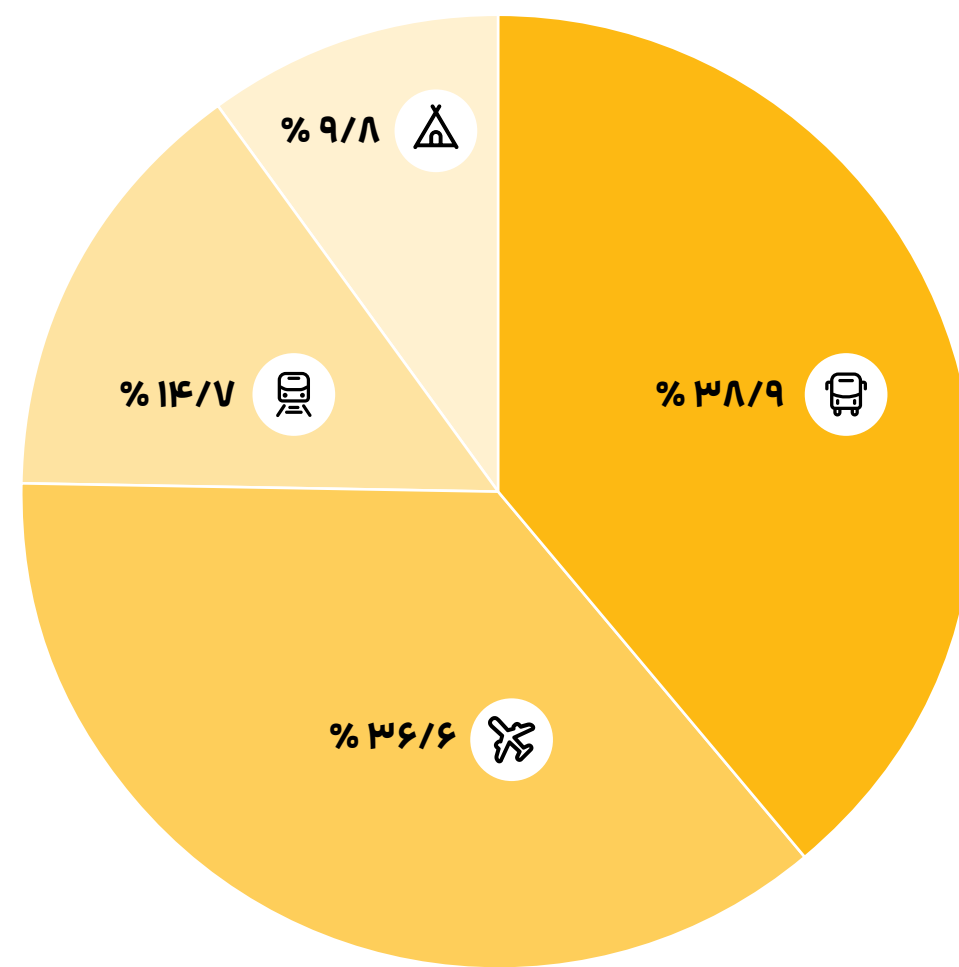
علاوه بر سرویس دهی به آژانس ها، سفرکارت های علی بابا که پیش از جنگ با هدف ارائه «حال خوش سفر» و قدردانی به پرسنل، مشتریان و شرکای تجاری سازمان ها ارائه می شد، در این برهه زمانی با هدف دیگری در اختیار افراد گرفت: جابه جایی و نقل مکان به مناطق امن تر.

سفرکارت تا امروز توانسته به بیش از ۱ میلیون و ۱۰۰ هزار کاربر، خدمات سفر ارائه کند؛ لازم به ذکر است که ۷۲ درصد از سازمان های تحت قرارداد با سفرکارت بیش از ۲ سال است که همکاری شان را با علی بابا ادامه داده اند و ۷۱ درصد اعتبار سفرکارت ها توسط این کارکنان استفاده شده است.

تعداد سفرهای درمانی تامین شده



سهم خدمات مختلف گردشگری در سیمرغ



اتوبوس هواپیما قطار اقامتگاه

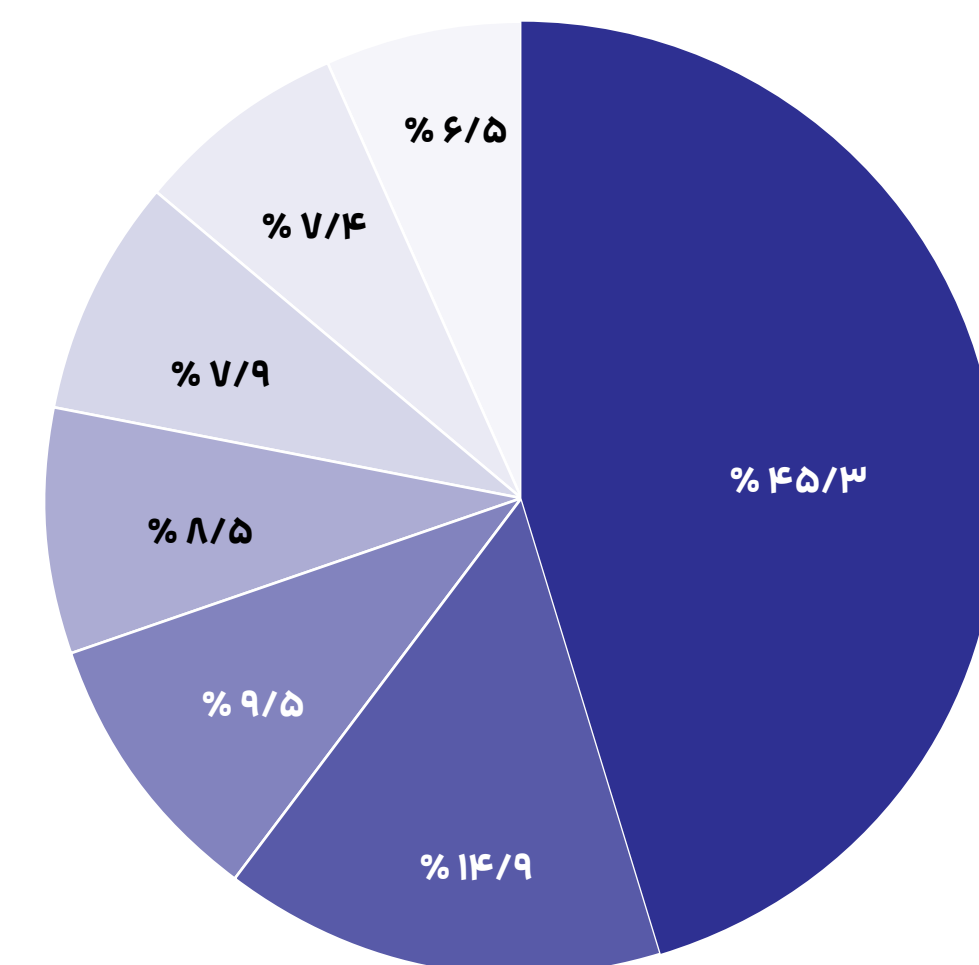
از دی ماه ۱۳۹۸، موسسه سیمرغ به عنوان بال مسئولیت اجتماعی علی بابا در کنار خانواده‌هایی ایستاده که کودکانشان برای درمان نیاز به سفر دارد. علی بابا این موسسه را با هدف تسهیل دسترسی کودکان بیمار و کم‌برخوردار به مراکز درمانی سراسر کشور تاسیس کرده است.

حتی در ۱۴۰۴ هم که بحران‌های پیایی صنعت گردشگری کشور را تحت‌تاثیر قرار داد، این همسفری ادامه یافت؛ چرا که مقصد این سفرها سلامتی فرزندان این خانواده‌های شریف بود. علی بابا و سیمرغ تلاش کردند این مسیر حتی در دل بحران هم باز و فعال بماند.

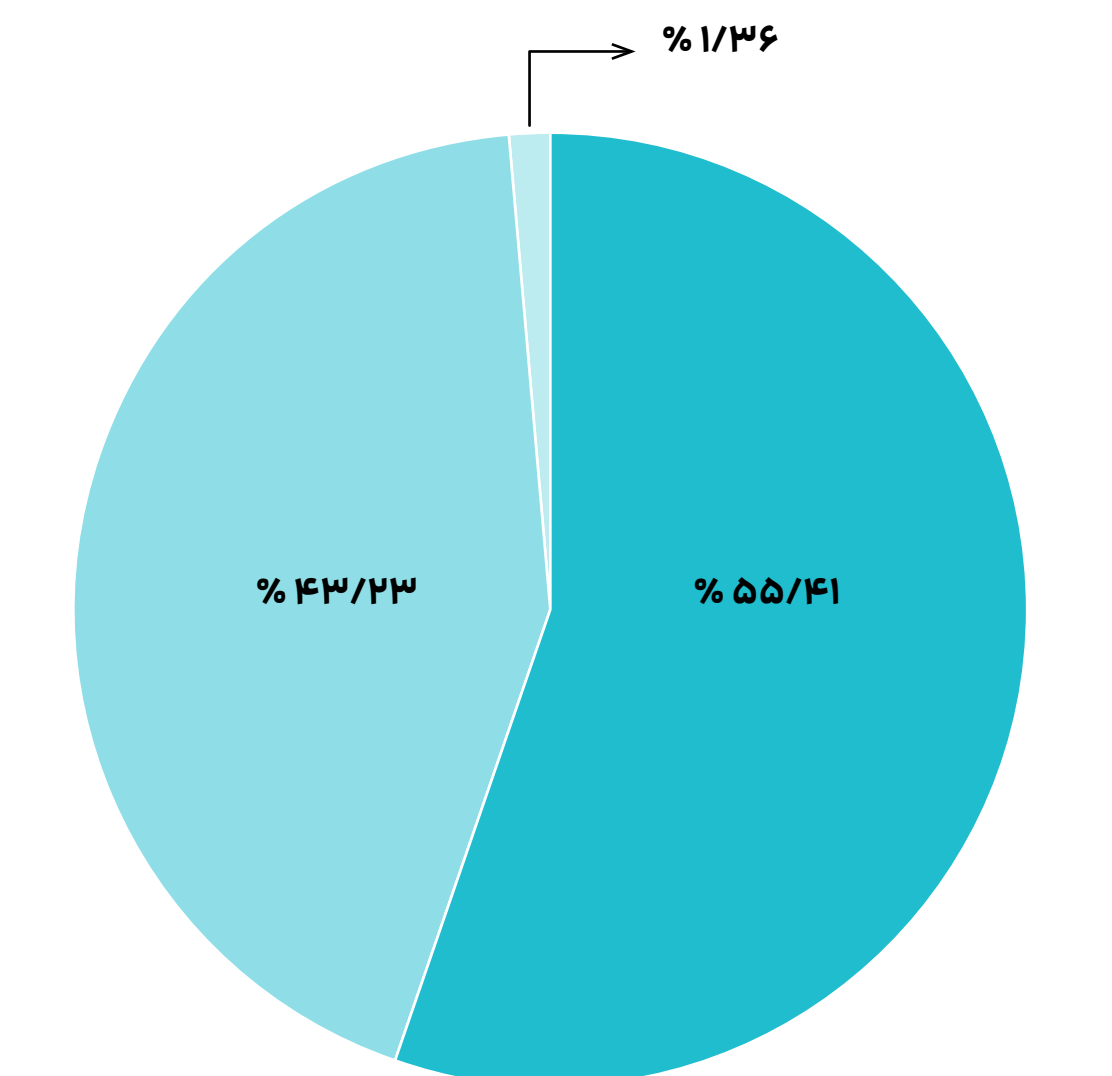
تا امروز ۲۶ هزار و ۳۱۶ سفر درمانی به کودکان بیمار مناطق کم‌برخوردار و خانواده‌هایشان ارائه شده است.

سهم استان‌های مختلف از خدمات سیمرغ

(براساس تعداد کل مسافر)

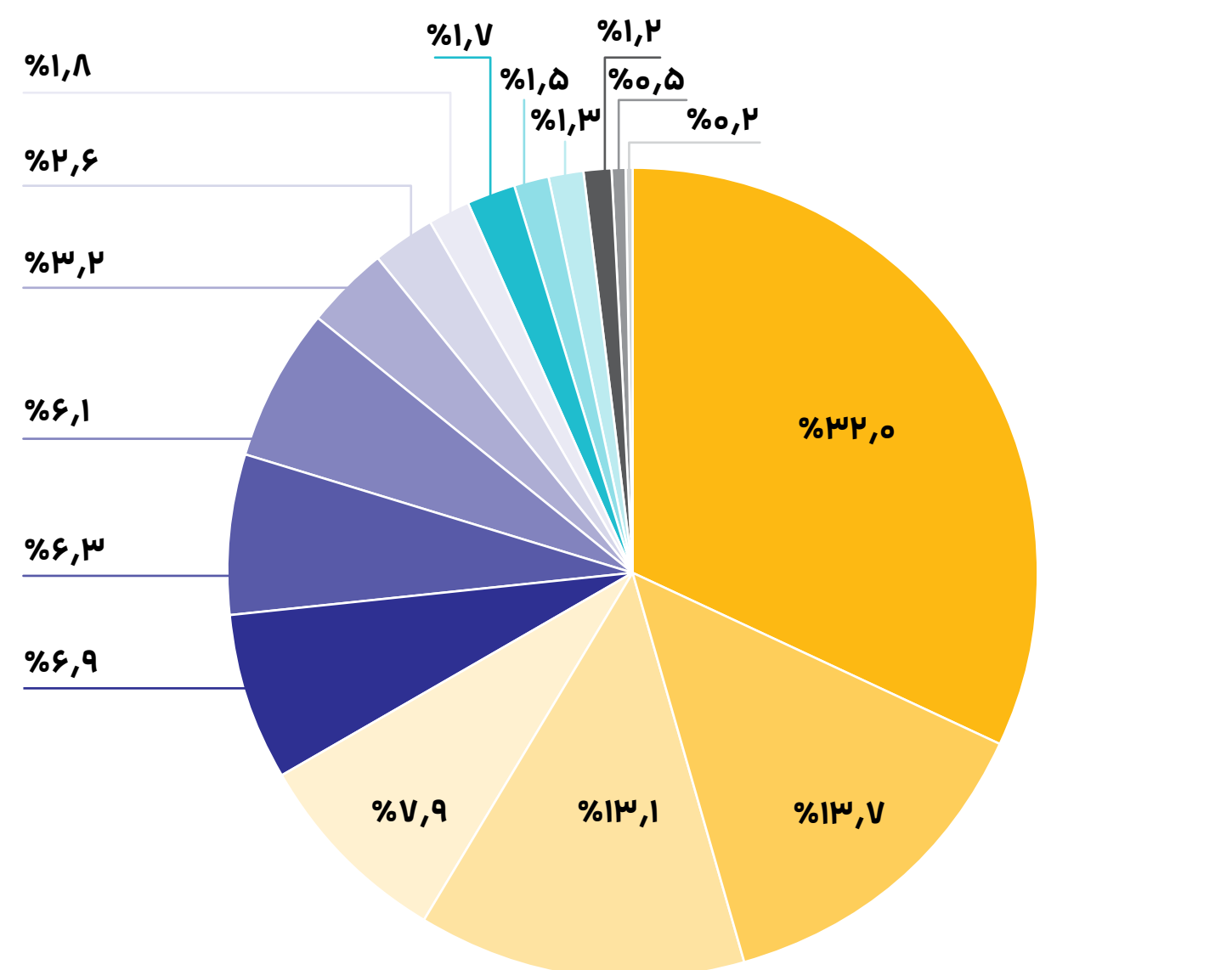


پراکندگی گروه سنی کودکان بیمار



دوازده سال به بالا دو تا دوازده سالگی بدو تولد تا دو سالگی

پراکندگی بیماری‌ها در سفر درمانی



بیماری‌های خونی و ایمنی بیماری‌های قلبی عروقی سرطان‌ها و تومورها
بیماری‌های چشمی بیماری‌های مادرزادی و ژنتیکی بیماری‌های عضلانی اسکلتی
بیماری‌های عصبی بیماری‌های گوارشی بیماری‌های پوستی
بیماری‌های گوش، حلق و بینی بیماری‌های کلیوی و مجاری بیماری‌های عفونی
بیماری‌های غدد و متابولیک بیماری‌های تنفسی سایر
بیماری‌های روان‌پزشکی

کدام خیریه‌ها بیشترین خدمات دریافتی را از سیمرغ داشته‌اند؟



مرکز اهدای عضو



جمعیت هلال احمر
جمهوری اسلامی ایران



روی وبسایت و اپلیکیشن علی بابا چه امکاناتی توسعه داده شد؟

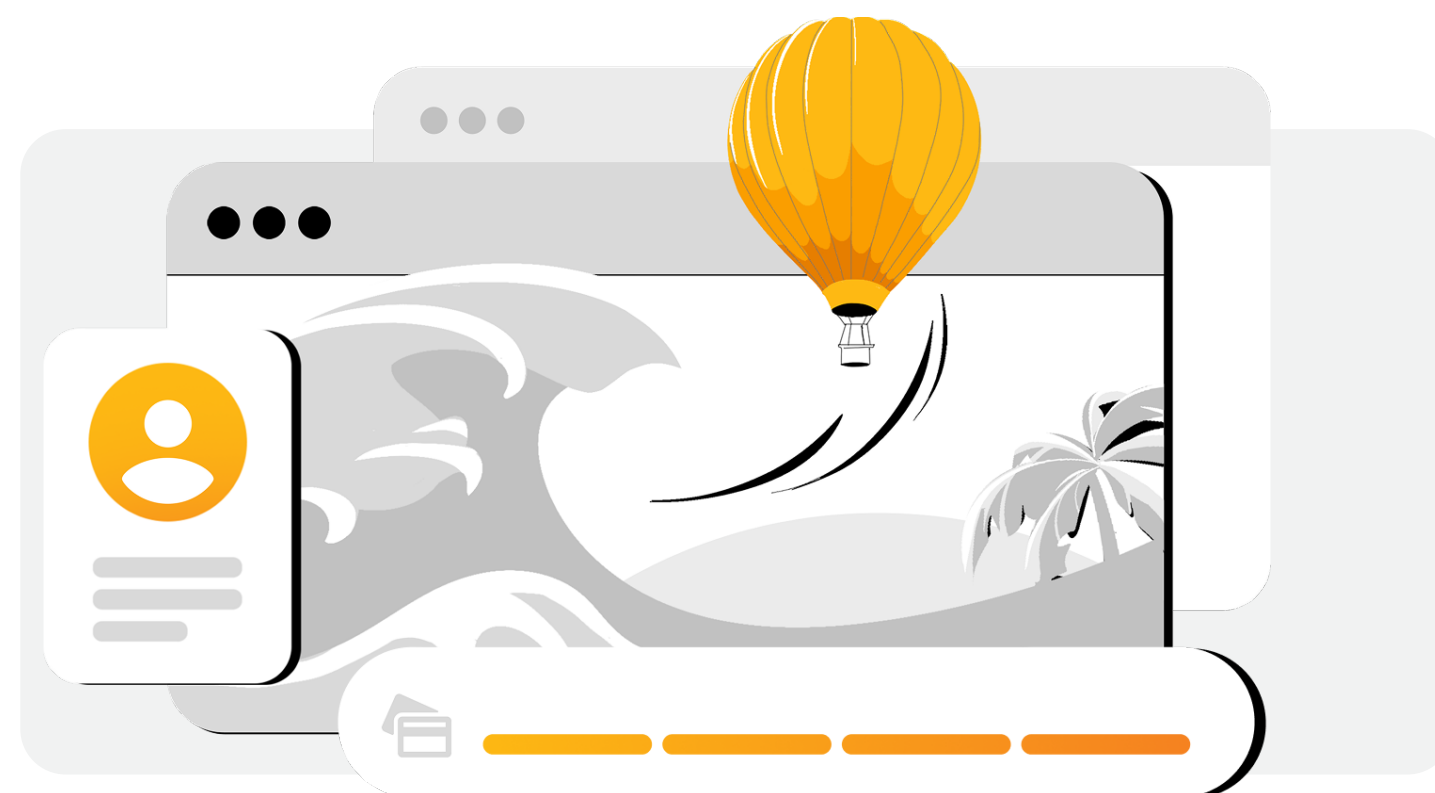
شخصی سازی تجربه کاربران با هوش مصنوعی و یادگیری ماشین ✨

علی بابا با استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، امکان شخصی سازی بخشی از تجربه کاربران را توسعه داد. بر این اساس، پیشنهادهای و خدمات پشتیبانی می توانند متناسب تر با نیازها، رفتار و سابقه هر کاربر ارائه شوند.



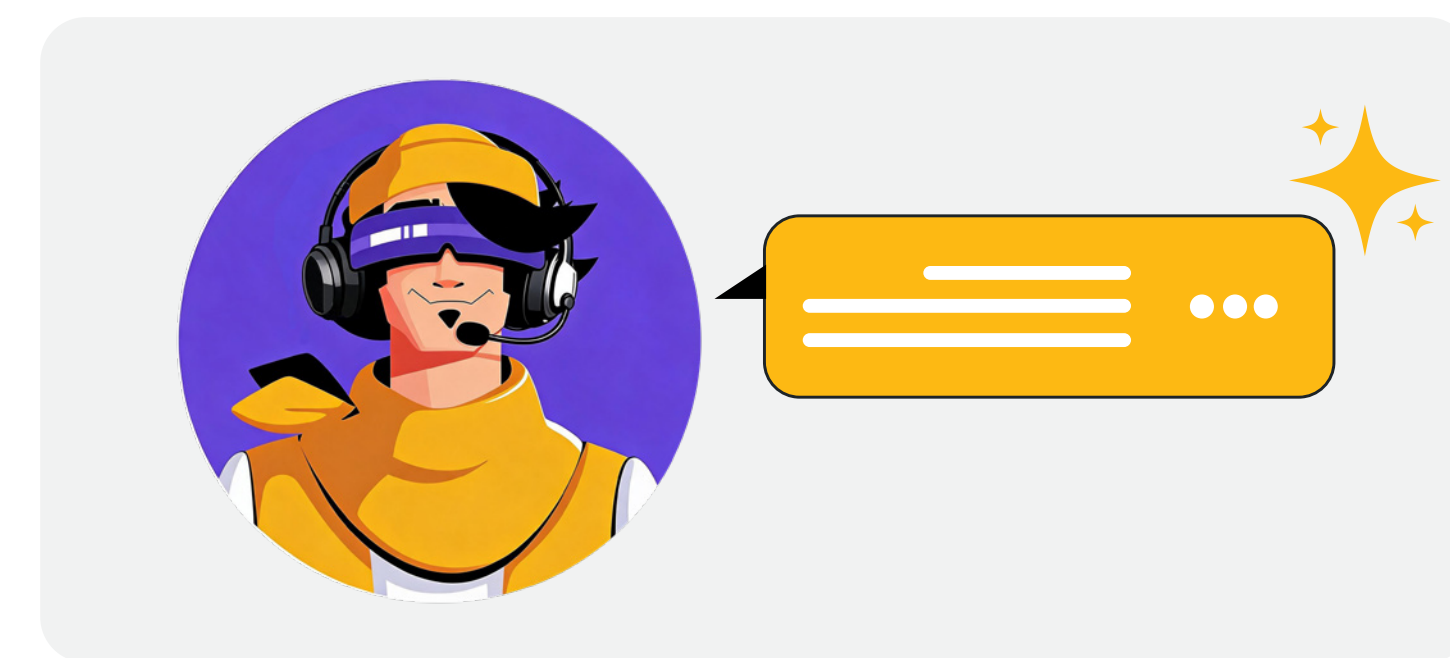
امکان «خرید اقساطی خدمات سفر» 🏠

علی بابا امکان خرید اقساطی را در سبد خدمات سفر خود توسعه داد. با این قابلیت، کاربران می توانند به جای پرداخت یکجای هزینه، بخشی از خدمات سفر را به صورت اقساطی (۴ قسطه) خریداری کنند و گزینه های متنوع تری برای پرداخت در اختیار داشته باشند.



هوشمند سازی عملیات پشتیبانی کاربران ✨

علی بابا با توسعه راهکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی، بخشی از عملیات های پشتیبانی کاربران را هوشمند کرد. این توسعه باعث شد درخواست های کاربران با سرعت بیشتری بررسی و پردازش شوند و کیفیت انجام عملیات هم افزایش پیدا کند.



روی وبسایت و اپلیکیشن علی بابا چه امکاناتی توسعه داده شد؟

امکان استفاده از «نقشه تعاملی» برای رزرو هتل

علی بابا نقشه تعاملی هتل ها را توسعه داد تا کاربران فاصله هر هتل تا نقطه های مهم شهر مثل فرودگاه، مراکز خرید و مکان های تاریخی را روی نقشه ببینند. با این امکان، انتخاب هتل نزدیک به محله یا مقصد مورد نظر آسان تر شد و نیازی به رفت و آمد و صرف هزینه های اضافه نیست.



امکان «اسکن اطلاعات پاسپورت» در رزرو سفرهای خارجی

علی بابا امکان اسکن اطلاعات پاسپورت را به فرایند خرید محصولات خارجی اضافه کرد. کاربران دیگر لازم نیست مشخصات پاسپورت را به صورت دستی تایپ کنند و می توانند با اسکن آن از طریق دوربین تلفن همراه، اطلاعات را سریع تر و بدون خطای تایپی ثبت کنند.



امکان «ارسال لینک پرداخت به دیگران» در رزرو سفرهای خارجی

این قابلیت برای مسافران خارج از کشور کاربرد دارد؛ چرا که در چنین مواقعی پرداخت ریالی معمولاً ممکن نیست یا با سختی های زیاد همراه است. کاربر پس از انتخاب این گزینه و ثبت شماره همراه فردی در داخل ایران، لینک پرداخت را برایش ارسال می کند تا از طرف او سفارش را نهایی کند.



**کدام مقصدها
پرطرفدارتر بودند؟**

پرطرفدارترین مقاصد پرواز خارجی

(پروازهای میان برد - Mid Haul)



..... • **ارجان (قبرس)** •.....

..... • **لندن** •.....

..... • **آمستردام** •.....

..... • **فرانکفورت** •.....

..... • **پاریس** •.....

پرطرفدارترین مسیرهای پرواز خارجی

(پروازهای کوتاه - Short Haul)



تهران ✈️ •..... • استانبول

استانبول ✈️ •..... • تهران

تهران ✈️ •..... • دبی

دبی ✈️ •..... • تهران

تهران ✈️ •..... • نجف

پرطرفدارترین مسیرهای پرواز داخلی



تهران ✈️ •..... • مشهد

مشهد ✈️ •..... • تهران

تهران ✈️ •..... • شیراز

تهران ✈️ •..... • اهواز

شیراز ✈️ •..... • تهران



پرطرفدارترین مقاصد پرواز خارجی

(پروازهای طولانی - Long Haul)

..... • **تورنتو** •

..... • **ونکوور** •

..... • **لس آنجلس** •

..... • **مونترال** •

..... • **واشنگتن** •



پرطرفدارترین مسیرهای ریلی

تهران •.....•  مشهد

مشهد •.....•  تهران

تهران •.....•  قم

قم •.....•  تهران

یزد •.....•  تهران



پرطرفدارترین مسیرهای اتوبوس

تهران •.....•  اصفهان

اصفهان •.....•  تهران

مشهد •.....•  تهران

شیراز •.....•  تهران

تهران •.....•  مشهد

پرطرفدارترین مقاصد رزرو هتل خارجی



..... استانبول

..... دبی

..... وان

..... مسقط

..... ایروان

پرطرفدارترین مقاصد رزرو هتل داخلی



..... مشهد

..... تهران

..... کیش

..... شیراز

..... اصفهان

پرطرفدارترین مقاصد تورهای داخلی



..... کیش

..... مشهد

..... قشم

علاوه بر این مقاصد، استقبال مسافران از تورهای گروهی به مقصد استان‌های **گیلان و مازندران**، این دو استان را در **رتبه چهارم و پنجم** قرار داد.

پرطرفدارترین مقاصد تورهای خارجی



..... استانبول

..... دبی

..... ایروان

..... تفلیس

..... وان

حضور وان در این لیست تصادفی نیست؛ این شهر در دوران بسته‌بودن آسمان، به یکی از مقصدهای جایگزین و در دسترس برای مسافران ایرانی تبدیل شد.

**چه آمارهای
جالبِ توجهی ثبت شد؟**

ماندگارترین سفرها

طولانی‌ترین اقامت در هتل (خارجی)	۳۰ روز در ۳ اقامت متوالی، دبی (هیوز بوتیک دبی؛ الخلیج پالاس دیره دبی؛ رامادا بای ویندهام دیره دبی)
طولانی‌ترین اقامت در هتل (داخلی)	۳۱ روز، جزیره کیش
طولانی‌ترین تور خارجی برگزارشده	۳۱روزه، دبی
طولانی‌ترین مسیر ریلی	مشهد-ارومیه ۱۷۰۰کیلومتر
کوتاه‌ترین مسیر ریلی	ورامین - پیشوا ۱۵کیلومتر
طولانی‌ترین مسیر اتوبوسی	مشهد-مهران ۱۶۶۰کیلومتر
کوتاه‌ترین مسیر اتوبوسی	کرمان-رفسنجان ۱۱۰کیلومتر

پرطرفدارترین سفرسازها

پرفروش‌ترین ایرلاین‌های داخلی	ماهان . ایران‌ایرتور . وارش . ایران‌ایر . زاگرس		
پرفروش‌ترین ایرلاین‌های خارجی (پروازهای کوتاه - Short Haul)	ماهان . ایران‌ایرتور . قشم‌ایر . فلای‌دبی . ترکیش		
پرفروش‌ترین ایرلاین‌های خارجی (پروازهای میان‌برد - Mid Haul)	ترکیش . پگاسوس . قشم‌ایر . ای جت . امارات . ماهان		
پرفروش‌ترین ایرلاین‌های خارجی (پروازهای طولانی - Long Haul)	ترکیش . امارات . قطر . لوفتهانزا . اتریشی		
پربازدیدترین هتل‌های خارجی	تاور پلازا (دبی) با ۱,۱۱۱,۸۴۶ جستجو	دورا (استانبول) با ۹۹۶,۶۳۱ جستجو	کوناک تکسیم (استانبول) با ۵۶۹,۵۷۶ جستجو
پرفروش‌ترین هتل‌های خارجی	دورا (استانبول)	الیت ورلد (استانبول)	تاور پلازا (دبی)
پربازدیدترین هتل‌های داخلی	هتل درویشی مشهد . هتل داریوش کیش . هتل گلدن پالاس مشهد		
پرفروش‌ترین هتل‌های داخلی	هتل میراژ کیش . هتل پارسیان آزادی تهران . هتل الماس ۲ مشهد		
پربازدیدترین اقامتگاه‌ها	اقامتگاه لوار در قشم . اقامتگاه استارسو در قائم‌شهر . اقامتگاه زانوس نوشهر		
پرفروش‌ترین قطارها	رجا . ریل‌ترابر سبا . جوپار . بن‌ریل . مهتاب		

«ترین» های سفر

پرسفرترین مسافر سفرهای خارجی

۶۳ سفر

کمترین مبلغ بلیط پرواز خارجی

استانبول - تهران | ۶۷۲,۰۰۰ تومان

لوکس ترین هتل داخلی (یک شب اقامت)

هتل آراز | نوشهر | ۹۹ میلیون تومان به ازای هر شب

اقتصادی ترین تور خارجی

تور وان (زمینی) | ۴,۲۱۲,۰۰۰ تومان

پرسفرترین مسافر سفرهای داخلی

۱۵۳ سفر

لوکس ترین هتل خارجی (یک شب اقامت)

Gran Hotel Barcino | بارسلونا | ۲۳۰,۲۶۴,۹۰۰ تومان

اقتصادی ترین رزرو هتل داخلی (یک شب اقامت)

اقامت در قشم | ۱۴۰ هزار تومان

لوکس ترین تور داخلی

کیش | ۳۶۰,۷۵۳,۱۰۰ تومان

بالا ترین مبلغ بلیط پرواز خارجی

تهران-بارسلونا-مونیک-تهران | ۲,۸۹۶,۳۰۹,۶۶۸ تومان

اقتصادی ترین رزرو هتل خارجی (یک شب اقامت)

هتل Milan And Guest House هند | ۳۸۶,۰۰۰ تومان

لوکس ترین تور خارجی

ژاپن | ۲,۱۱۰,۱۰۷,۰۰۰ تومان

اقتصادی ترین تور داخلی

تور مشهد (زمینی) | ۱,۰۱۸,۰۰۰ تومان

پرسفرترین روزها

محصول | روزهای پرفروش

پرواز داخلی | ۲۵ آبان، ۲ آذر، ۹ آذر

پرواز خارجی | ۸ مرداد، ۱۱ مرداد، ۲۰ دی

قطار | ۲۲ مرداد، ۲۶ فروردین، ۲۶ مهر

اتوبوس | ۱۰ اسفند، ۱۳ اسفند، ۲۴ خرداد

هتل داخلی | ۱۴ خرداد، ۱۹ شهریور، ۱ فروردین

هتل خارجی | ۲۸ مرداد، ۲ آذر، ۳۰ مرداد و ۵ شهریور (مشترک)

تور داخلی | ۱۳ خرداد، ۱۸ شهریور، ۲۵ مهر

تور خارجی | ۱۳ خرداد، ۱۲ خرداد، ۲۱ خرداد

اقامتگاه | ۱۸، ۱۹ و ۲۰ شهریور

۱۴۰۴ سالی بود که مسیر سفر ایرانی‌ها چندین بار تغییر کرد؛ اما آنچه از کنارهم گذاشتن داده‌های این گزارش به دست می‌آید، توقف نیست؛ جابه‌جایی است. هر بار که راهی بسته شد، راه دیگری جایش را گرفت.

علی‌بابا هم در طول این سال، همراه همین تغییرات حرکت کرد و در کنار همسفرانش ماند. آنچه در این گزارش دیدیم، تصویری از یک صنعت بزرگ و جذاب است که حتی در دل بحران هم راهی برای ادامه پیدا می‌کند.



علی بابا

رتبه یک همسفری