

项目名称		密级
畅游		仅供收件方查阅
项目编号	版本	文档编号
V6.3550.992.3	V1.0	1.0

畅游
 可行性分析报告

拟制	陈志轩	拟制日期	2012-03-14
评审人		评审日期	
批准		批准日期	

Revision Record

修订记录

日期	修订版本	修改章节	修改描述	作者
2018-09-3			创建初稿	陈志轩

目录

1 概述 4

1.1 项目背景 4

1.2 项目目标 4

1.3 项目范围 4

2 市场可行性分析 5

2.1 旅游行业 5

2.2 国家政策 5

2.3 行业竞争结构 5

2.4 消费者分析 6

4 风险评估 7

5 可行性研究结论 8

1 概述

1.1 项目背景

旅游市场营销的一个重要发展趋向就是人本化、信息化和高效化，旅游网站作为信息技术与旅游业高度结合的产物，无疑就是这一发展趋势的集中体现。在线旅游行业是依托互联网，以满足旅游消费者信息查询、产品预定及服务评价为核心目的，囊括了包括航空公司、酒店、景区、租车公司、海内外旅游局等旅游服务供应商及搜索引擎、OTA、电信运营商、旅游资讯及社区网站等在线旅游平台的新产业。互联网的交互性、实时性、丰富性和便捷性等优势促使传统旅游业迅速融入网络经济的浪潮之中。现在全球电子商务交易总额中，旅游电子商务已占到 1/5 份额，成为全球电子商务的第一行业。本项目将对旅游类电子商务模式进行实现，在经典旅游网站的功能基础上，力求实现自身产品的价值与特色。

1.2 项目目标

本系统基于 B/S 框架构建而成，实现基本的 O2O 理念，为用户提供良好的用户体验，个性展示，其系统达到易于扩展，安全健壮，能够运用开放 API 进行数据处理和分析，提供拓展功能。本项目将对旅游类电子商务模式进行实现，在经典旅游网站的功能基础上，力求实现自身产品的价值与特色。

1.3 项目范围

本系统用户包括三类用户：游客，注册用户（会员），系统管理员。

针对游客：浏览、搜索已有旅游路线、攻略资讯；

针对团购用户：注册登录模块，个人中心，浏览模块，游记模块，购票模块等。

针对管理用户：会员管理模块，旅游路线类型管理与修改模块，审核模块，在线咨询模块等。

本系统的购票只是模拟线上交易，并不涉及外部网银接口。

本系统采用外部地图 API 实现地图功能，允许采用外部社交网站账户 API 作为登录账户。

2 市场可行性分析

2.1 旅游行业

进入 21 世纪以后，我国旅游业得到了长足的发展，2008 年全国旅游业总收入仅为 1.16 万亿元，而到 2015 年，我国国内旅游突破 40 亿人次，旅游收入超过 4 万亿元人民币。2017 年国内旅游人数 48.8 亿人次，同比增长 10%；国际旅游收入 1260 亿美元，同比增长 5%。2017 年旅游直接投资达到万亿元规模，同比增长 15%。

在旅游信息的获取上，传统的旅行社、大型在线旅游平台（OTA）以及消费者原创内容（UGC）仍是消费者最常用的三大获取渠道。其中在线旅游近几年势头猛进，在整个旅游市场占据重要地位。近四年在线交通、而移动互联网的迅速普及，旅游用户消费习惯也在发生改变，位置化、个性化、移动化成为新趋势，也衍生出新的产品形态：如基于位置的导航服务、信息发布以及旅游产品的推荐服务等。

按行业分析，旅游工具/社区类创业公司最多，工具社交类产品获取流量相对容易，信息聚合、攻略助手类、问答类产品都是很好的流量入口，适合没有太多旅游资源的创业团队切入。但由于旅游的低频特点决定其变现能力较难，最终都可能向交易平台转变，同时此类产品积累期较长。

2.2 国家政策

宏观政策背景上，国家近些年来出台了许多政策来支持和鼓励互联网+旅游的快速发展，例如在 2016 年出台的《旅游 互联网行动计划》中提出要积极推动互联网与旅游业的深度融合和创新发展，积极运用互联网推动旅游业产品业态创新、发展模式变革、服务效能提高，提升实体经济创新力和生产力，促进旅游业转型升级、提质增效。同时，预计到 2020 年，旅游业各领域与互联网达到全面融合，互联网成为我国旅游业创新发展的主要动力和重要支撑，网络化、智能化、协同化国家智慧旅游公平服务平台基本形成；在线旅游投资占全国旅游直接投资的 15%，在线旅游消费支出占国民旅游消费支出的 20%。国家大力支持“旅游+互联网”，实行旅游行业互联网准入零负面清单制度，允许各类互联网主体依法平等进入旅游行业；鼓励构建以企业为主导、产学研用合作的“旅游+互联网”产业技术创新联盟，支持中国“互联网+旅游目的地”联盟建设。

2.3 行业竞争结构

目前我国互联网旅游行业呈现的主要特征是：携程网一家独大（携程网占据了在线预定市场的 50%左右）；去哪儿网、Expedia 中国（包括艺龙网、酷讯网、到到网）等处于第二梯队。总体来说，目前我国互联网旅游市场整体呈现寡头垄断特征。

携程网拥有将近一半的航空客运与酒店预订渠道，因此携程网对上游供应商具有极强的“控制力”，在成本控制与佣金控制方面都具有极大的谈判优势。

总体来说，我国互联网旅游行业的消费者结构出一种完全竞争的状况，整个市场中并不存在具有决定力量的消费者组织。但是却呈现出结构性失衡的态势，互联网旅游行业消费者结构失衡主要体现在三个角度：第一，城乡角度的失衡；第二，年龄角度的失衡；第三，收入角度的失衡。

2.4 消费者分析

国家旅游局数据中心对全国 60 个样本城市开展的《中国大陆居民出游意愿调查》显示, 2017 年一季度我国居民出游意愿为 82%, 接近半数居民选择春节期间出游, 出游意愿高。随着经济水平和生活观念的提升, 中国已连续四年成为世界第一大出境旅游消费国。出境旅游已经成为居民普遍认可的一种休闲生活方式, 自由行、定制游增长更快。

通过对中国游客境外旅游行为与习惯的分析, 出游前中国游客平均使用 2-3 个渠道查询相关信息, 旅行社门市或网站是中国游客获取信息最多的渠道, 也是被认为最有渠道。此外, 中国游客选择线下或线上渠道预定旅行团的机会几乎不相上下。

出游后, 约九成中国出境游客会在旅游过程中或旅游结束后分享其旅行经历, “旅游达人”、“旅游专家”在一定程度上影响普通游客的出游选择, 因为旅游达人们热衷于分享传播旅游经验, 普通游客喜欢关注达人们发布的游记、攻略, 并跟随他们的脚步。

在了解国内旅游景区途径方面, 旅游攻略网站的推荐以 54.5% 的占比位于第一; 其次是亲朋推荐, 占比 44.2%; 再次是在线旅游预订网站推荐, 占比 42.9%。旅游攻略网站及在线旅游网站的推荐更为专业和丰富, 亲朋推荐更为真实, 因此成为用户的主要信息来源。

2017 年中国旅游用户通过在线旅游网站购买景区门票的首要原因是价格优势 (44.3%); 其次是省去排队买票的麻烦 (38.9%)。用户可以花更低的价格, 通过更简单的预订方式购买自己喜爱的门票产品, 是用户选择在线旅游网站购票的原因所在。

资料来源:

1. 国家旅游局: 关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知(全文)
https://mp.weixin.qq.com/s?biz=MjM5ODc1NDI4MA==&mid=208151917&idx=2&sn=6b2cc521505b99689fb0cedf2226b6bd&scene=21#wechat_redirect
2. 关于《旅游 互联网行动计划》文件解读
http://www.360doc.com/content/16/0630/13/30490411_571912119.shtml
3. 互联网+旅游行业分析
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1594543961299370641&wfr=spider&for=pc>
4. 【产业】互联网旅游行业研究报告
http://www.360doc.com/content/16/0409/10/32297295_549157977.shtml
5. 近年来国家关于促进旅游行业发展的政策汇总
<https://wenku.baidu.com/view/c0975c1bfe00bed5b9f3f90f76c66137ee064f1c.html>
6. 如何做市场可行性分析
<https://zhidao.baidu.com/question/81559242.html>

3 技术可行性分析

3.1 产品体系架构

本产品采用 SSM 框架, 采用 MyBatis 进行数据持久化处理。产品在体系机构上分为模型层 (M)、视图层 (V)、控制层 (C)、数据处理层、数据持久层、数据层。

视图层: 实现页面显示;

模型层: 收集页面数据;

控制层: 分发业务请求;

数据库处理层：完成数据操作；
数据持久层：数据持久化模型；
数据层：数据库进行数据存储；

3.2 关键技术

- <1> B/S 架构
- <2> 信息管理平台
- <3> J2ee 平台：MyEclipse+Tomcat+SSM 开发框架（核心）
- <4> 多种数据库支持：MySQL、SQL、Server、Oracle 数据库等
- <5> 多平台接口支持：百度开发平台、新浪微博 API、百度地图 API 等
- <6> HTML5、JS、Ajax 技术的使用
- <7> 基于大数据的用户行为分析（难点）
- <8> 数据交换平台接口规范

3.3 公司现有技术的利用

1. 就项目而言，公司采用敏捷开发模式，可根据用户需求快速做出应变。且公司拥有此类项目的开发经验，可快速适应产品开发过程可能出现的用户需求的转变。
2. 项目外部提供大量高效 API 接口，如百度地图 API、新浪微博 API 等。可实现方便、有效的外部接口调用。

4 风险评估

序号	风险描述	风险类别	发生概率	风险等级	缓解措施	责任人
1	对框架的使用不熟悉	技术风险	高	高	准备充足的技术预研时间，保证预研质量； 提供学习资料，供开发人员提高自身研发水平；	陈志轩
2	项目组开发人员项目经验少	技术风险	高	高	多查看 GitHub 上的优秀项目源码并且分析； 多召开小组会议分析项目状况和对策；	黄凯
3	对各个功能的整合可能会出现错误	技术风险	低	高	在每个项目模块开之前进行项目代码的规范，每个人的代码需要严格执行并且多谢注释；	每个小组成员
4	对旅游方面的业务不熟悉，可能会有专业短板	业务风险	低	中	多观摩相关方面的优质网站（app），并且学习	张恺庭
5	对于其中的一些功能所拓展出的隐性需求不能及	项目风险	中	中	多次测试网站	王鹭星

	时发现					
6	整体项目推进较慢	项目风险	高	中	督促每人负责的功能模块进度，必要时召开小组会议	廖智勇

5 可行性研究结论

- 1、本项目符合国家相关法律法规，在如今众多的旅行门户网站中采用独特的运营方式，以小而精的方式区别于其他的旅游网站
- 2、本项目基于 SSM 框架技术，具有一定的技术难度，但小组成员有过一定的 SSM 开发经验，并且网上相关资源较多便于借鉴参考，所以项目整体实现可行。
- 3、自驾游地图导向功能有一定的技术难度，但网络上有相关的免费 api(百度地图)可以进行调用，所以实现难度不大。