

[Holoscene] 需求分析报告

AR, 给你不一样的自由行体验

Your Personal Travel Assistant

从众团队

指导老师：辛向阳

01

选题方向

研究目的
发现问题
目标人群

02

桌面调研

背景趋势
竞品分析

03

用户研究

用户访谈
洞察卡片
焦点小组

04

综合分析

用户角色
旅程设计
接触点设计

05

概念转化

痛点分析&功能转化
用户阶段性需求分析
方案定位

CONTENTS

Your Personal Travel Assistant



01

选题方向

- 研究目的
- 发现问题
- 目标人群

研究目的

自由行是旅游的一种特殊形式，其流程具有更高的自主性和多样性，在提供更高的自由度和趣味性的同时也对用户本身提出了更高的要求，而智能手机性能的提升，以及可穿戴设备，尤其是Google Glass的出现，让AR（扩增现实）技术再次升温，目前的自由行人群多为年轻人，倾向于使用网络解决旅行中的问题和提升乐趣，因此，研究目的定为一款基于AR功能的、针对自由行旅游人群的旅游APP。

选题方向

Research Purpose

目标人群

- 喜欢旅游，喜欢追求新鲜事，乐于选择自由行的旅游人群。

发现问题

- 旅游中线路太过繁杂，不好规划。
- 店铺太多，难以选择。
- 博物馆等地方人潮拥挤，难以浏览到展品信息。
- 旅游中分享交流不够，无法与他人分享快乐。



02

桌面调研

- 背景趋势
- 竞品分析

桌面调研

Desktop Research

背景趋势

Background 01

政治 Political

- 国家发文要求建设旅游资源，推动旅游业发展
- 带薪休假制度的落实保证了旅行时间的充足

Background 02

经济 Economic

- 收入水平的提高促进了人们旅游、消费的冲动

Background 03

社会 Social

- 旅游团问题频出，难以享受自由旅行的乐趣，人们越来越热衷于自由行

Background 04

技术 Technology

- 大数据的发展使得智能推荐、规划功能得以实现
- 智能手机性能提升以及可穿戴设备让AR技术升温

桌面调研

Desktop Research

竞品分析

- 选择原则：从研究方向出发，横向寻求周边同类产品增加广度，纵向深入行业分析比较

旅行规划类

- 穷游
- 百度旅游
- 蚂蜂窝自由行
- 景典游
- 侠侣周边游
- 爱自驾

游记类

- 蝉游记
- 游记大全
- 微游记
- 趣驾
- 面包旅行
- 旅行家游记

服务类

- 自驾助手
- 租租车
- 自驾管家
- 携程
- 去哪儿
- 高德地图

结伴类

- 乐车圈
- 携游自驾游
- 有伴啦
- 结伴去旅行
- 行者

选题方向

Research Purpose

竞品分析



香港AR旅游导览



基本信息

运用AR技术，给游客
随时随地的
信息获取体验

目标用户

来港游客

主要功能

1. 旅游资讯: 包括景点、亲子游、郊游及文化古蹟的主题旅游介绍, 以及最新盛事活动
2. 购物资讯: 介绍商店
3. 美食资讯: 介绍200家餐厅, 体验香港美食文化

交互方式

点击为主

界面风格

黑色为主，略显
陈旧

选题方向

Research Purpose

竞品分析



城市博物馆



基本信息

基于文化遗产的深度导览工具，基于实境的多元文化消费入口

目标用户

怀旧游客

主要功能

- 1.基于实境重现关于城市的个人和集体记忆
- 2.地图、实境双重导览
- 3.详尽有趣的图文、语音和影像等富媒体资料
- 4.和已经消逝的历史人物、建筑合影

交互方式

点击、扫描

界面风格

黑白色调符合APP主题，风格简约

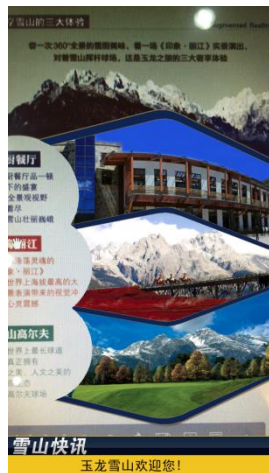
选题方向

Research Purpose

竞品分析



AR玉龙雪山



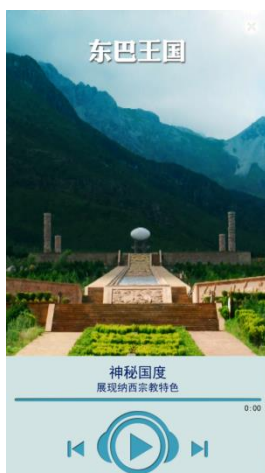
基本信息

获取吃喝玩乐、线路攻略、旅游特色等丰富信息



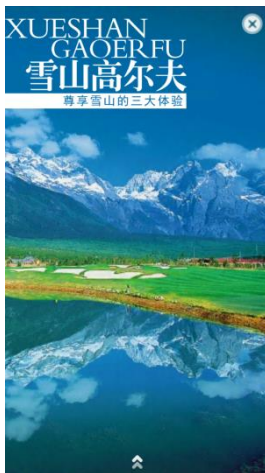
目标用户

玉龙雪山游客



主要功能

- 1.查看旅游信息
- 2.实时天气
- 3.语音讲解景点



交互方式

点击、扫描



界面风格

蓝色为主，卡通与现代结合，色彩略显陈旧

选题方向

Research Purpose

竞品分析



日光街步行导航



基本信息

提供日光各地观光区的详尽导航服务



目标用户

日光区游客



主要功能

- 1.地图
- 2.推荐路线
- 3.AR相机



交互方式

点击、扫描、侧滑



界面风格

颜色丰富，油画风格

选题方向

Research Purpose

	基本信息	主要功能	使用驱动力	商业模式及推广	优势	劣势
 香港	应用增强现实 (AR) 功能的智能手机旅游程序	1. 旅游资讯 2. 购物资讯 3. 美食资讯 4. 旅游锦囊	1. 资料预载 2. 无需联网使用 3. 齐全的旅游信息	在线购买线下的商品和服务, 线下实体店消费	1. 各种功能叠加 2. 适合虚拟景区的建设需要	1. 功能过多导致应用臃肿, 响应较慢 2. 景点介绍过于简单 3. 推荐无序
 城市博物馆	进行基于实景的历史重现	1. 重现历史 2. 导览 3. 媒体资料 4. 合影	1. 实地体验历史 2. 找回遗失的记忆 3. 体验穿越之旅	众筹的资金支持	1. 将文化记忆与地缘关系融合 2. 故事性	1. 包含的实景区域有限 2. 多媒体资料的版权问题
 AR玉	地图类移动旅游应用	1. 实时资讯 2. 语音讲解 3. 影像视频	1. 免费使用海量信息 2. 自助旅游	支持酒店、门票预订、支付	1. 传统地图与移动互联网技术结合 2. 信息丰富	不能扫描除地图以外的东西
 日光街步行导航	提供详尽导航服务的官方旅游应用	1. 推荐路线 2. AR地图 3. 自动语音 4. 避难所引导	1. 景点排行榜 2. 推算震度引导至避难所 3. 所有服务支持多种语言	酒店、景点门票等的预订	1. 多种语言 2. 避难提醒	1. 界面色彩过于丰富 2. 页面排列图标数量过多

选题方向

Research Purpose

竞品分析



穷游



基本信息

一款针对出国自助旅行者的实用旅行应用，提供原创旅行指南和攻略、旅行社区和问答交流平台



目标用户

出国自助旅行者



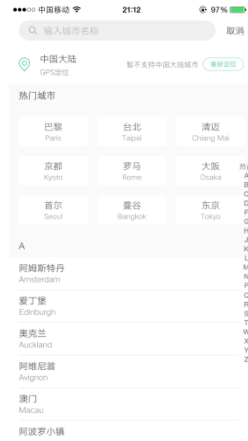
主要功能

目的地精选
游记推荐
特价折扣
行程随时看



交互方式

以点击为主，还有自动滑动板块。



界面风格

整体以绿色为背景，清新自然。扁平化图标设计。

选题方向

Research Purpose

竞品分析



携程旅行



基本信息

畅享旅游攻略、保险，特惠出行的旅游应用程序



目标用户

自助旅行者



主要功能

预订
团购
攻略
用车



交互方式

点击、滑动



界面风格

蓝白为主，卡通
元素点缀其中

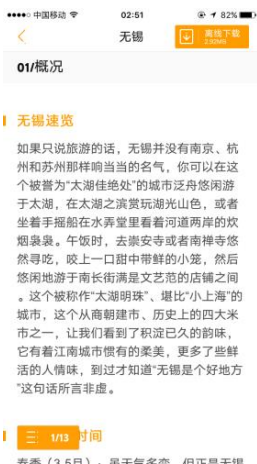
选题方向

Research Purpose

竞品分析

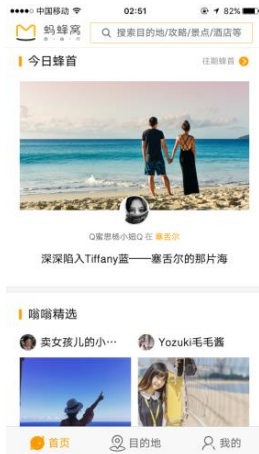


蚂蜂窝自由行



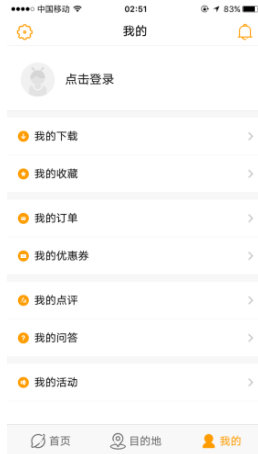
基本信息

自由行产品一
应俱全的自由
行服务平台



目标用户

自助旅行者



主要功能

攻略
特卖
真实点评
雷达搜索



交互方式

点击、滑动



界面风格

橙白为主，图标
色彩丰富

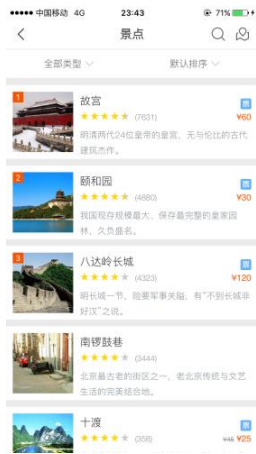
选题方向

Research Purpose

竞品分析



百度旅游



基本信息

提供旅行攻略指南
、行程定制、
周边游地点推荐
的应用

目标用户

自助旅行者

主要功能

智能行程
现场直播
旅行特惠
精编攻略
旅行成就

交互方式





点击、滑动

界面风格

蓝白为主，清爽简
约，页面模块较多

选题方向

Research Purpose

	基本信息	主要功能	使用驱动力	商业模式及推广	优势	劣势
 穷游	针对出国自助旅行者的实用旅行应用	1.目的地精选 2.游记推荐 3.特价折扣 4.行程随时看	1、特价提醒 2、问答、结伴 3、可记录足迹 4、里程抽奖兑换	与多种旅游网站对接	1.攻略齐全 2.打折信息 3.里程抽奖	1.无版块内关键字搜索 2.预定酒店后无英文订单 3.无离线提示
 百度旅游	一站式预订的旅游应用程序	1.旅行攻略 2.行程定制 3.旅行特惠 4.现场直播	1.无需登录 2.综合搜索 3.个性定制	与百度其他产品相连，且提供旅行产品预订等服务	1.明确的公交信息 2.标记以前的行程	景区针对性较差
 携程旅行	一站式旅行服务的应用程序	1.票务预订 2.旅游攻略 3.团购优惠 4.商城	1.积分返利 2.优惠	在线旅游代理机票、酒店等，旅行产品的打包和供应商模式	1.模块分区明确 2.抢票迅速 3.行程提醒	1.没有详细返现说明 2.搜索酒店必须开启定位
 蚂蜂窝自由行	自由行服务平台	1.旅游攻略 2.真实点评 3.游记分享 4.在线回答	1.旅行直播 2.周边地图 3.极速预订 4.优惠券	支持酒店、门票预订、支付	1.显示景区人流量 2.全面的信息	1.无法手机编写游记 2.冷门的旅游景点信息相对较少 3.特色吃、住介绍较少

竞品分析总结

形式

- 现有自驾游APP大多没有AR（扩增现实）功能，但是有丰富的图文信息。

内容

- 无法直接在地图上查阅地点实况，无法查看别人对店铺的评论。
- 无法对景点进行扫描获得景点信息。

体验

- 由于缺少推荐服务，旅游过程中对饭店、酒店等的选择，获得的体验并不佳；
- 群体出游无法建立小组分享实时位置，导致群体旅游不方便；
- 不提供当地正在发生的活动等实时资讯

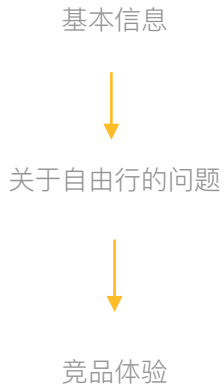


03

用户研究

- 用户访谈
- 洞察卡片
- 焦点小组

访谈提纲



姓名、年龄、职业、空闲时间

A: 喜欢自由行的人

- 1、一年的旅游频率?
- 2、一般在什么时候会选择自由行?
- 3、喜欢独自出行还是结伴而行?
- 4、是否有规划行程的习惯?
- 5、自由行中是否有遇到找不到满意的酒店等问题?
- 6、是否希望能提前得知途径地可能或正在发生的活动?
- 7、在自由行过程中遇到过什么问题?
- 8、是否希望通过扩增现实功能提升旅游乐趣?
- 9、在自由行过程中用过什么APP? 体验如何?

B: 不选择自由行的人

- 1、为何不喜欢自由行?
- 2、你觉得自由行过程中可能会出现哪些问题?

问题大纲

旅游爱好者：

A：喜欢自由行的人

- 1、一年的旅游频率？
- 2、一般在什么时候会选择自由行？
- 3、喜欢独自出行还是结伴而行？
- 4、是否有规划行程的习惯？
- 5、自由行中有无遇到找不到满意的酒店等问题？
- 6、是否希望能提前得知途径地可能或正在发生的活动？
- 7、在自由行过程中遇到过什么问题？
- 8、是否希望通过扩增现实功能提升旅游乐趣？
- 9、在自由行过程中用过什么APP？ 体验如何？

.....

B：不选择自由行的人

- 1、为何不喜欢自由行？
- 2、你觉得自由行过程中可能会出现哪些问题？

.....

导游及工作人员：

导游：

- 1、游客那些没被满足的需求？
- 2、游客不喜欢跟团的原因？
- 3、跟团游的弊端？
- 4、游客心理的变化？
- 5、是否能够照顾到每一位旅客的需求？
- 6、是否因为旅行社安排给旅客带来不必要得麻烦？
- 7、旅行社气氛主要靠什么带动？
- 8、导游和旅客间发生过那些冲突？
- 9、是否有旅客半途而废？

.....

景区工作人员：

- 1、游客咨询过最频繁的问题？
- 2、有哪些景区引导的问题？
- 3、可提升的地方、双赢的措施？

.....

用户研究

User Research

洞察卡片

INSIGHT CARD

1

TITLE

“家所在的城市附近就有很多旅游景点，短短的周末两天就可以来一次旅行。”

THEME

经常短途周边游，但是不太好找停车位，有时候去了以后发现景点爆满，而且由于排队耽误了吃饭。

FACT

短途旅游的好处是花费时间少，规划简单，说走就走。
正因考虑较少，所以到了景区以后得四处寻找停车位，有时吃饭还得排队。
有时候希望能找个同伴一起游览，一个人有点无聊。跟团又很不尽兴。

SOURCE

短途旅游、停车、吃饭、同伴

CHALLENGE RELATED TO THE THEME

能否快速约到同伴来一场说走就走的短途旅游？
能否解决景点爆满，停车吃饭排队问题？

INSIGHT CARD

2

TITLE

“喜欢摄影。喜欢旅游。希望能边走边拍边分享。”

THEME

因为喜欢摄影所以常常开车走一些有挑战的路线，例如川藏线。但有时也会遇到突发情况，例如车爆胎，错过加油站等。

FACT

自驾游选择一些有难度的线路本就是一次挑战，遇到突发情况也是难免的。
也许下一秒车就爆胎，也许错过一个加油站就要等很久才到下一个加油站。
如果是车队一起出游，有时会跟丢。

SOURCE

分享、突发情况、跟丢

CHALLENGE RELATED TO THE THEME

能否在上传照片文字的基础上上传声音或者视频？
能否建立一个小组，实时查看每辆车的动态？

用户研究

User Research

洞察卡片

INSIGHT CARD

3

TITLE

“如果有扩增现实的功能，
会让旅行变得更有趣。”

THEME

所使用的APP图文信息很丰富，
但是与人的互动形式感有点单一。

FACT

我喜欢追求新鲜的事物，喜欢尝试新的APP。
在旅游中如果能有提升乐趣的APP，我会更愿意使用。

SOURCE

扩增现实、互动形式、乐趣

CHALLENGE RELATED TO THE THEME

能否在互动形式上有所创新？
能通过怎样的方式使用户感到有趣？

INSIGHT CARD

4

TITLE

“喜欢精致细腻的旅游体验，
在新的景点摆脱无用的商业景点”

THEME

个性选择路线的能动性不够，缺乏
有个人定制的策略或者可选择项

FACT

我更喜欢一个人的旅途，可急可缓，整个节奏自己把控，
自由放心，在享受美景的同时身心无任务压力感。

SOURCE

定制、选择项、可修改、主观性。

CHALLENGE RELATED TO THE THEME

能否满足一般主观意见？
能否满足节奏感的主控权？

用户研究

User Research

洞察卡片

INSIGHT
CARD

TITLE

“喜欢纯粹的欣赏景点，不想浪费在等待和不必要的选择上，整个体验最重要了”

THEME

传统旅游花费很多时间用在研究景点，等待，查询一些基础信息。

FACT

享受旅行就要省去不必要的环节，需要的信息获取起来不那么难的话，会省很多心，不会因此分心、或者增加不必要的社交和信息。

SOURCE

自动获取信息，智能预读，沉浸式体验。

CHALLENGE RELATED TO THE THEME

是否有相应算法和技术支持自动化？
旅游体验连贯性是否符合人的习惯？

5

用户研究

User Research

问卷调研

旅游体验调查问卷

尊敬的女士/先生：

您好！我是江南大学的在校大学生，为了得到关于在旅游体验的信息，了解您在游览景区中所关心的问题，不满意的领域，提供解决方案，特拟定了该问卷，希望您能协助我们做好这次调查，您的回答对调查信息非常重要。请您在选定处打“√”。非常感谢您的合作！

1. 您的年龄？

☐ 20岁以下 ☐ 20岁-23岁 ☐ 24岁-30岁 ☐ 31岁-40岁
☐ 41岁以上

2. 您的文化程度？

☐ 高中以下 ☐ 高中 ☐ 中专 ☐ 大专 ☐ 本科 ☐ 本科以上

3. 居住地点区域？

☐ 城市 ☐ 县城 ☐ 乡镇 ☐ 农村

4. 您最近一次旅游：

☐ 1个月 ☐ 3个月 ☐ 半年内 ☐ 很少出游

5. 您是做哪种交通工具到景区旅游的？

☐ 做高铁 ☐ 骑自行车 ☐ 骑摩托车 ☐ 小轿车 ☐ 其他

6. 你知道景区的历史背景及文化？

☐ 了解 ☐ 知道一点 ☐ 完成不知道

7. 您的职业是？

☐ 企业 ☐ 事业单位 ☐ 学生 ☐ 教师 ☐ 个体 ☐ 退休

8. 你去旅游最要提前了解的是什么地方？

☐ 景点门票 ☐ 景点攻略 ☐ 景区酒店 ☐ 景区交通

9. 您对景区的导视系统满意吗？

☐ 非常满意 ☐ 满意 ☐ 不满意 ☐ 非常不满意

10. 您是从哪种渠道获得景区的旅游资讯？

☐ 朋友家人同事的介绍 ☐ 旅行社的介绍
☐ 互联网的广告，电视广告 ☐ 其他

11. 您旅游的主要目的是：

☐ 休闲/度假 ☐ 学习/体验 ☐ 观光/购物 ☐ 访亲/交友 ☐ 亲近自然 ☐ 寻求刺激

☐ 其他

12. 您在结束了旅游有没有感到物有所值？

☐ 有 ☐ 一般 ☐ 没有

13. 您到旅游团对哪个感觉比较满意？（多选）

☐ 景点 ☐ 导游服务 ☐ 餐饮 ☐ 交通 ☐ 娱乐
☐ 购物 ☐ 其他

14. 你旅游时想和其他游客有互动吗？

☐ 很想 ☐ 随便 ☐ 不想

15. 个人旅游的困扰是什么？

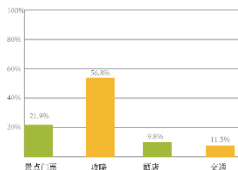
16. 跟团旅游的困扰是什么？

17. 您对导游的景区介绍满意吗？

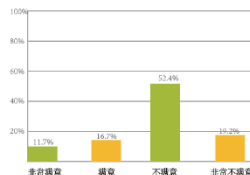
☐ 非常满意 ☐ 满意 ☐ 不满意 ☐ 非常不满意

再次感谢您能填写该调查问卷，我们将认真仔细的记录您所填写的信息。祝您有愉快的一天！

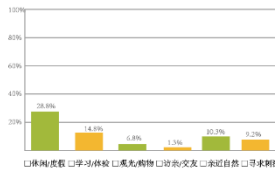
关键数据



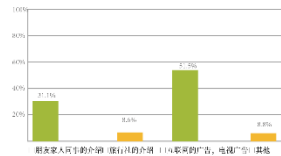
8. 你去旅游最要提前了解的是什么地方？



9. 您对景区的导视系统满意吗？



11. 您旅游的主要目的是：



您是从哪种渠道获得景区的旅游资讯？

#我们共在朋友圈，实体填写等途径共分发问卷312份，有效问卷263份，通过分析我们发现旅游业这个行业近年发展增长快，个性化，体验会成为新的增长点。

UXD Award 2016作品



江南大学设计学院
School of Design
Jiangnan University



User Experience
DESIGN ANALYSIS

问卷调查

- 大众旅游频率及品位在提高，尤其是年轻人
- 旅游个性需求变多
- “一个人的旅行”价值观被广泛接受
- 旅游业跨界融合效率提高
- 旅游过程透明化呼声越来越高，人们越来越追求高质量的旅游体验
- 旅游过程中的传统交流方式和现代生活节奏的不契合
- 旅游APP很少提供实时旅游指导

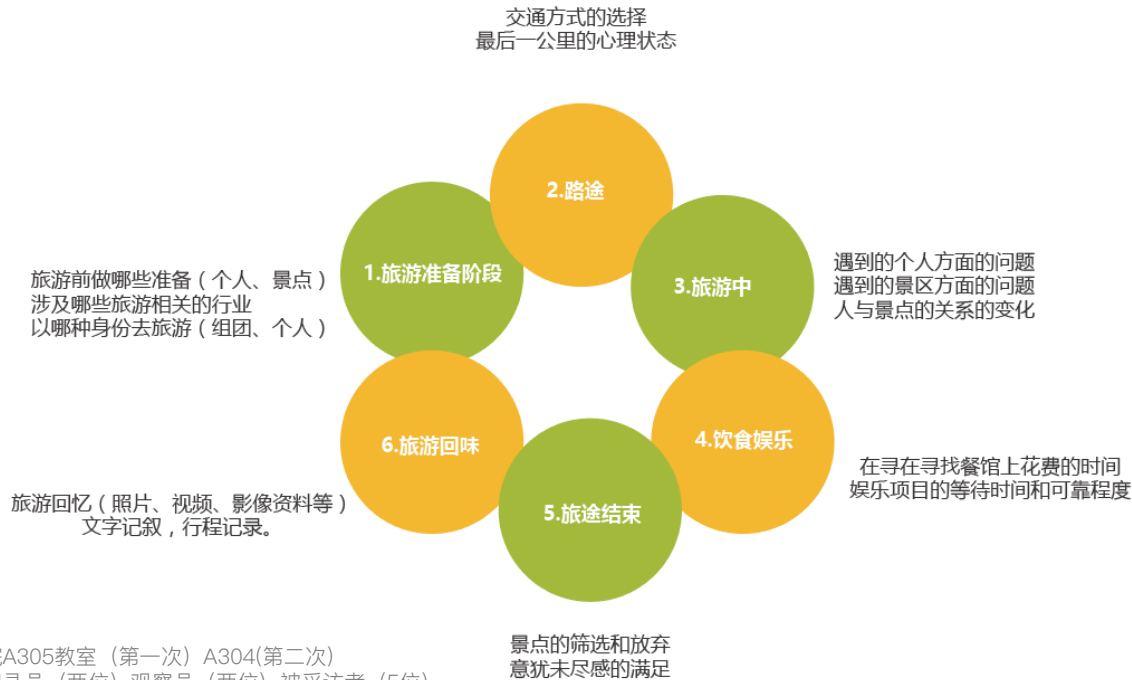
分析小结

- VR技术的跨界应用
- 手机普及度高，使用操作无障碍
- 6成人对导游印象不佳
- 景区导视系统不够完善
- 在传统大景区需要一直找景点
- 景区轻量社交建设缺乏，市场空大
- 趣味性旅游成新方向

用户研究

User Research

焦点小组



- 时间：2016年6月7日
 - 地点：江南大学设计学院A305教室（第一次）A304(第二次)
 - 人员：主持人（一位）记录员（两位）观察员（两位）被采访者（5位）
-
- 流程：介绍焦点小组——目的介绍——自我介绍——引导提问——自由时间
 - 目的：深度访谈挖掘用户潜在需求、验证方案接受程度

用户研究

User Research

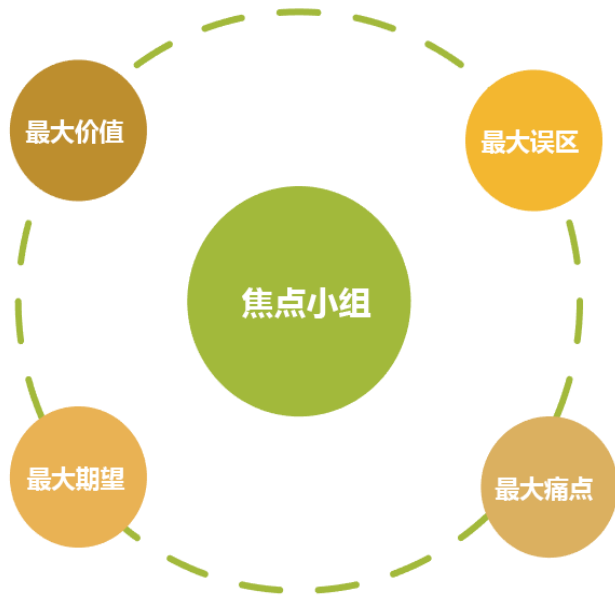
焦点小组

在结合VR的增强现实旅游方面，利用VR的长处来解决现在旅游中的一系列问题。除了增强现实本身能提供的体验更佳可视化外，提高的还有以下几点：

更加便捷：APP构架分工简单清晰，对应三种用户状态，（旅游前、旅游中、旅游后）整体构架减少不必要的判断，提高侠侣；同时还有VR技术的可视化，在操作上减少判断。

自动化：提升旅游质量一定是伴随着不必要的操作而产生的，并且不被外界打扰或是旅游欣赏过程不被打断，有问题能够自我修复，做决定能够根据用户的习惯和信息作出合理的判断，减少用户不必要的操作。

在个人情况下能够达到私人导游的效果，即自定义程度高，操作简单，使用无障碍，能够自己做出判断，智能判断用户的想法，真正的达到一个知道用户想法、简单事件替用户判断替用户判断的导游的存在。



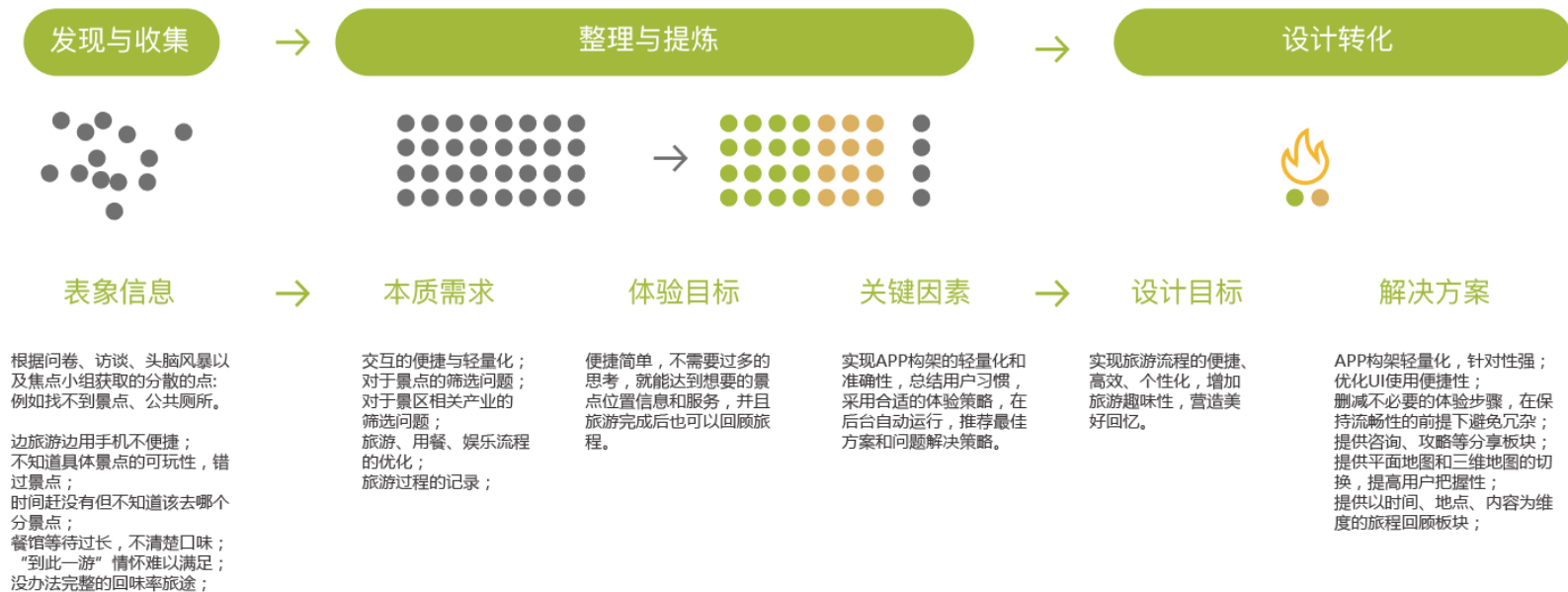
社会上一致认为导游的是对旅游的坏影响，然而实际上优秀的导游是一个非常重要的存在，在于导游的质量和导游的存在的优化，我们想通过私人导游这个概念矫正错误的观点。

在头脑风暴和验证之后，我们了解到：传统的导游难以满足个人需求的丰富个性化旅游体验，自由度不高是最大的痛点。

用户研究

User Research

焦点小组



用户研究

User Research

需求列表

前期需求

- 1.了解景点基础信息、获取攻略和体会的需求
- 2.获取附近地点酒店、交通等信息的需求
- 3.预览景点信息、票价、美食信息

中期需求

- 1.根据大众评价进行景点筛选，了解预计用时
- 2.了解不同景点位置和线路
- 3.查找附件公共场所
- 4.详细了解经典历史故事等信息
- 5.进行旅游社交的需求
- 6.筛选餐馆，并进行筛选的需求
- 7.一种提高体验流畅度的策略需求
- 8.拍照记录旅程的需求
- 9.满足“到此一游”情节的需求
- 10.自定义旅游路线的需求
- 11.听取景点详细介绍的需求
-

后期需求

- 1.记录、分享、回忆旅程的需求
-



04

综合分析

- 用户角色
- 旅程设计
- 接触点设计

综合分析

Comprehensive Analysis

用户角色

典型人物一



姓名：乒乓

年龄：25

教育背景：大学

家庭背景：爸爸、妈妈、弟弟

爱好：读书、摄影、旅游

-自由行爱好者-

自我描述：

生活在丽江的我
大家好，我叫乒乓。我来自中国西部门户，大熊猫故乡的“天府之国”——四川。不过，我在丽江生活已经将近两年了。在丽江的这些日子里，跟很多来自五湖四海的朋友，几乎走遍了丽江的每一个角落，但丽江是一个充满惊喜的地方，每次行走都让我有不同的感觉...

大学毕业后，由于专业原因，我在外贸工作之后不久我接触了旅游，毅然辞去了工作，从此，和旅游结下了不解之缘。后来，我做过酒店试睡员，旅游行程规划师和摄影师，两年前，我来到了丽江，然后就再也没有离开过...我只有两个爱好，我喜欢旅游，喜欢摄影。

需求偏好

前期需求: ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

中期需求: ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

后期需求: ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

用户关键特征

爱自由：不喜欢跟团游，喜欢自己行走。

个性十足：喜欢自定义路线

时间少：只能去欣赏最重要的场景

接受能力强：对于科技、新事物充满兴趣，接受程度高

资金有限：需要详细了解当地的门票、酒店、餐饮花费

相关度：80%

综合分析

Comprehensive Analysis

用户角色

典型人物二



姓名：老王

年龄：45

教育背景：高中

家庭背景：女儿、女婿、

爱好：钓鱼、旅游

-自由行、跟团游爱好者-

自我描述：

中年大叔的丰富人生

我是做小商品生意的，平时也是全国上下到处跑，在这里谈生意之余，我会喜欢去旅游，去用眼睛看看大国河山，也喜欢去精致的小园林，小景点去玩。对虽然我40多了，但还是对科技非常感兴趣，新发行的摄影书籍、旅游攻略我都会看，新的有关于旅游的APP我都会认真的使用，比较之间的好坏，写评测。

我平常事情比较多，很多时候都在赶路，有些景点只是去二、三个小时，很希望能看到当地的经典代表景点，虽然我喜欢摄影但我还是偏爱用心去看风景，照片是给别人看的，自己当然要亲身体会。

去的地方多到记不清，也忘记哪一年去过哪些地方，这挺可惜的。

需求偏好

前期需求: ○○○○○○○○

中期需求: ○○○○○○○○

后期需求: ○○○○○○○○

用户关键特征

爱自由：喜欢自由行、但有时为省钱跟团游，但理念上仍然秉持自由行

热爱旅游：旅游频率高、数量多

时间少：只能去欣赏最重要的场景

接受能力强：对于科技、新事物充满兴趣，接受程度高

资金充裕：花费多少不在乎，追求快餐也要有营养

相关度：60%

综合分析

Comprehensive Analysis

用户旅程设计

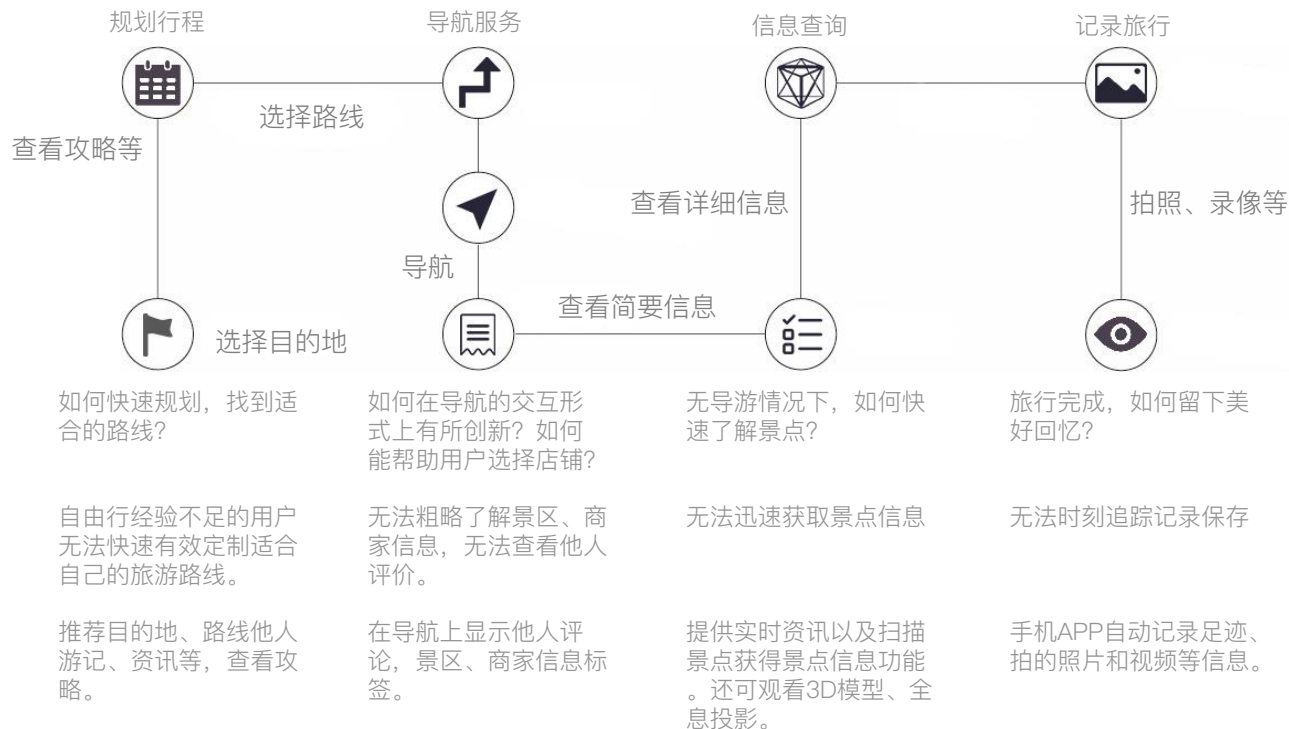
- 用户需求

- 行为

- 想法灵感

- 痛点

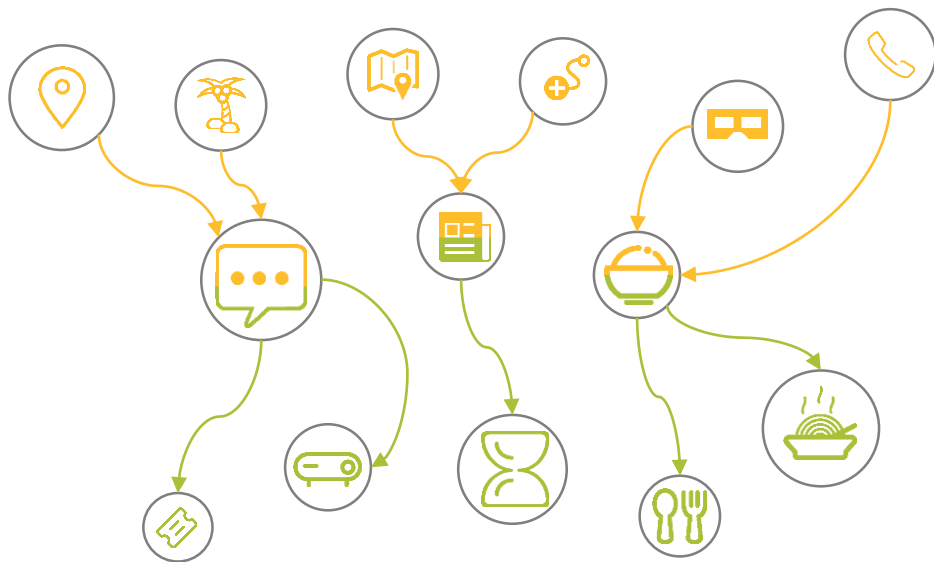
- 机会点



综合分析

Comprehensive Analysis

接触点设计



浏览旅游景点信息，通过增强现实了解相关信息

涂鸦留言功能，快速分享与交流旅游体验

通过绑定手机商家，实现游客的自助旅游服务，可自助购票，自助订餐等

景区自制地图包，下载浏览，实现景区路线导航功能

游客自主分享旅游体验，上传发布，获取阅读量，增强旅游间的交流与沟通



05

概念转化

- 痛点分析&功能转化
- 用户阶段性需求分析
- 方案定位

概念转化

Translate Concept

痛点分析与功能转化

所属阶段	出行准备阶段	行程规划阶段	信息查询阶段	游玩阶段	记录旅行阶段
痛点分析	知识储备不足，无法预料未知状况	经验较少的用户制定行程时存在困难	无法获得当地实时资讯（如当地特色活动等），没导游的情况下不能得知景点信息	<ul style="list-style-type: none">• 旅游信息可信度不足，难以选择店铺。• 互动性不强	自由行过程中无法及时记录行程中的趣闻
功能转化	提供各种热门旅游攻略及资讯，也可根据需求搜索	推荐目的地、路线、他人游记等，查看帖子。	提供实时资讯以及在AR功能里扫描景点获得景点信息功能。	<ul style="list-style-type: none">• AR功能上直接查看店铺分布及他人对店铺评价。• 涂鸦墙功能，增强人与景的互动	系统自动记录足迹，生成历史行程，用户日后可查看照片、录像等

概念转化

Translate Concept

用户阶段性需求分析

- 用户在旅游过程中不再仅仅追求实用功能，还对趣味性有一定要求，为了避免用户流失，在功能设置上要针对不同阶段用户增加一些趣味性，给用户带来使用的持续驱动。

用户阶段	追求实用性	追求实用性和趣味性
心理需求	1、易于规划 2、方便游览	1、互动性强 2、新颖的交互方式
关键特征	快速、易用	互动、创新
如何解决需求	1、AR扩增现实路线指引，景区信息介绍 2、推荐目的地、路线、他人游记等，提供攻略参考	1、AR功能提升交互趣味性 2、涂鸦墙功能 3、对景区展品进行推荐、点赞、评论

概念转化

Translate Concept

方案定位

主要功能

- 1、AR（扩增现实）功能（导航、推荐、景点信息、涂鸦墙）
- 2、发现（攻略、游记、资讯等）
- 3、我的（个人中心、历史行程等）

次要功能

- 1、下载缓存地图包
- 2、查看附近景区的最近活动

谢 谢

AR, 给你不一样的自由行体验

Your Personal Travel Assistant

从众团队