1. 随着生活物质水平的不断提高，人们越来越在意自己的精神世界，像外出旅游，欣赏美景等，而人们大多数都是选择去自己熟悉或者了解的景区，存在主要的问题包括：
   1. 全国各地景点丰富，应有尽有，大多数人对很多景区都是不了解，或者不知道；
   2. 很多人经常花费巨额费用去购买一些不必要的商品；
   3. 价格太高；
2. 某些城市拥有全国著名的旅游景区，物产丰富，旅游人数较多，价格合理；目前主要的宣传途径是通过网络途径，由于有很多游客没有去过，对此并不了解，所以很难突出景区与其他景区的优势，扩大景区门票销售额。
3. 目前大多数人已逐渐习惯网上买票，通过携程、驴妈妈、京东等团购网站享受到了电子商务带来的便利，具备了充足的网上购票意识和习惯；这些成熟网店服务尚存在如下不足：
   1. 没有办法突出景区之间的不同和优势；
   2. 很多图片都是很久以前的，不能体现现阶段景区特色；
   3. 本地化和用户群体针对性不足，已有电商网站没有特别针对地域特色；