本电子商务网站主要服务两类用户：

* 游客。
  + 愿望：对自己想要去的景点有所了解，知道自己的目标；
  + 消费观念：物美价廉、最好能买到与众不同、彰显特色的纪念品；
  + 经济能力：有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费潜力大，尤其是价格不多的小商品；
  + 计算机能力：熟练上网和网购，笔记本电脑和手机上网的普及度也相当高；
  + 其它：有较多的购物特性，例如：给家人或者朋友的礼物，照片，纪念品；
* 景区管理人员。
  + 痛处：传统的销售渠道已饱和、竞争激烈、受新兴电子商务冲击大，景区特点突出不明显；
  + 优势：对己方景点十分了解，拥有丰富成熟的宣传渠道，能够提供绝对性价比高的纪念品，对景区状态的更新程度都有保障；