Tour 产品构思

# 问题描述

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；

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为想要外出旅游的人提供享受便利、贴心、实惠的旅游服务的电子商务平台，使游客们的旅程变得更加充实；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于有足够消费水平且有旅游倾向的群体，消费群体足够大；
  + 利用团购票的价格优势，为游客们提供低于其它购票渠道的票价；
  + 为游客们提供更好的旅游景点介绍，定时更新旅游景点图片，展现最近旅游景点风景情况；
  + 根据地域推荐附近的旅游景点，并提供相似景点的介绍，让游客通过对比自行选择；
  + 针对目前国内旅游热点趋势及消费特点，提供高效、及时的旅游景点推荐，快速选择旅游套餐等服务；

**商业模式**

* 票价差价；
* 景点推广广告及附近酒店推荐；

# 用户分析

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；
* 景区人员（包括导游）。
  + 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；

# 技术分析

**采用的技术架构**

以基于智能手机操作系统用原生程序编写运营的App。开发Android App需要的开发语言主要是是java语言，利用Eclipse、Android studio进行开发。IOS是利用Objective-C 和Xcode进行开发。服务器端使用SpringMVC框架；app和服务器端的交互，使用APP较为成熟的框架：Afinal；协议采用HTTP协议。

**平台**

初步计划采用亚马逊的云服务平台支撑应用软件，早期可以使用一年的免费体验，业务成熟后转向收费（价格不贵）；

**软硬件、网络支持**

原生APP开发需要根据不同的手机操作系统采用不同的语言和框架进行开发。

**技术难点**

1、UI的设计，如何设计UI可以让用户有更好地体验。

2、以Android来说，对于集成各种SDK需要考虑各种版本问题；需要考虑不同的SDK是否存在冲突问题，有所取舍。

3、开发时间周期较长，同时需要针对不同的版本进行支持。

4、架构的可用性,便于后续项目开发

5、安全性：获取请求的安全性、用户输入安全性、评论防刷问题等

# 资源需求估计

人员

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有的旅游APP的成熟经验，结合当地旅游景点的特色以及游客期望的旅游住宿方式，设计符合年轻人旅行的产品。

IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对未来快速增长交易量及灵活变化的商品展示的支持。

游客代表：有较多旅行经历的游客代表，帮助分析游客群体旅行的目标地，住宿酒店或者民俗，以及相应的旅行消费特征；

商家代表：当地的旅游景点的商家以及酒店民俗代表，帮助解决商家的入住和消费渠道问题；

资金

产品验证阶段前暂无需要。完成产品验证后，需要资金集中快速完成商家扩充和宣传推广，同时需要联系相应的酒店及大规模民宿进行住所确定；

设备

一台本地PC服务器；

设施

50-80平米的固定工作室；

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 游客认可度不高 | 没有足够区别于已有旅行相关的APP的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 商家参与度不高 | 商家对我们项目产品的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R3 | 无法实现对旅行目标地点及周围商家住所进行统一判定 | 每一个旅客目标旅行地，周围的相应商家以及酒店民宿相应情况很难做到即使更新，以及处理游客信息 | 流程风险 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |