目前局势分析：提供大型旅游的网站很多，而且很多以旅行社为核心。提供的资料呆板，所以旅游体验型网站，慢慢出来，他们注重的是用户，用户的旅游体验。以用户分享旅游攻略为核心，广告则穿插在无形中，即攻略中。

网站核心思想：为想来桂林旅游的用户，提供全面的，权威的吃喝玩乐介绍。

以旅游为主，提供旅游相关的吃喝玩乐

网站用户定位：外地人，想来桂林旅游，想了解桂林旅游各个旅游景点情况，想知道桂林哪里好玩，哪里有好吃的，哪里有好住的地方。用户以年轻的大学生为主！主体为80后。

网站运营规划：前期努力把网站推出去，让来桂林旅游的人，都会先到我们的网站来参考信息，了解情况，前期的盈利模式主打：线路广告。为那些真正想旅游的用户，提供线路指引，而线路是和旅行社合作形式，我们帮他们宣传和推广，从中拿分成。关于用户如何预定路线，前期条件不成熟下，以用户预定线路，提供资料，我们主动联系为主，因为网站没起来，一般用户不会主动付款预定的。

关于合作：用户预定后，旅行社可以看的，用户过去时，只需要提供预定资料，核对后即可以享受打折优惠，关于如何真实预定，一般正规的旅行社都有自己的预定点，用户只需要在规定的时间到旅行社预定就行。预定时提供个人信息，核对真实即可以优惠。这就是广告路线。

后期做大了之后，提供在线付款，优惠更多。

运营后期：当很多人会来你这里参考信息时，当然也会有酒店和一些景点代表会主动找上门来叫我们帮他们推广。我们的核心盈利模式是：以介绍性权威信息，从中穿插旅游线路，酒店，景点等推广性广告。

网站模块：

玩 -------景点介绍，提供景点介绍，门票信息

特色好玩点介绍，提供介绍那些不为人知的特色地点，主要为那些会旅游的人准备，喜欢冒险的人准备。

考虑建个票务中心，前期给出个景区的门票，可以做学生身份认证，学生可以预订到学生价，景区会查到相关优惠，给予优惠。后期火车票，飞机票都可以搞起来。

线路，为旅行社准备，以广告穿插整个玩模块。线路不仅仅要穿插在玩模块，用户分享的游玩日志也可以。

吃---------特产介绍，

特色小吃介绍

特色餐馆介绍

广告核心：以介绍为主，穿插广告，为用户提供信息，告知，这个东西在哪里可以吃到。哪 里吃的更加正宗。

住---------以资讯的形式提供酒店的介绍信息，穿插各个酒店发布的优惠信息。后期在票务中心建立住宿预订，线路预订也在票务中心

享---------用户自我分享模块，以旅行日志，心情分享，为后面的人提供来桂林参考

其中，准备提供一个桂林认证模块，就用户只需要提供一张个人照片，且拍摄地点在桂林，我们可以给照片盖个章，留个地方展示出来，表示我来过桂林，这是我的认证。

提供小微博分享和日志分享，图片分享收藏

评---------为用户提供评论功能，主要让整个网站活起来，别让信息是死，而要让信息活起来。

定---------为用户提供，预定服务，前期主要提供线路预定，其他的等以后成长了再说。

用户等级分类：

普通用户，从中按照分享的东西等分等级：初游，玩乐师，美食家等

用户身份认证：

游记达人，分享游记的数量达到一定数目，并且通过审核不是垃圾内容。

游记明星，提供高质量的分享内容，被一定数量的人收藏。

照片达人，分享一定数量的照片

照片明星，分享的照片被一定数量的人收藏。

美食达人，分享一定数量的美食资讯

美食明星，高质量的美食资讯，被一定数量的人收藏

旅行社代表：需要认证，并且提供详细资料，用户预定该旅行社的信息后，他可以查看的到，代表可以修改发表自己的线路，需要核对。

酒店代表：后期

贩票代表：后期

。。。。

目前任务：业务人员，需要收集各项资料，给出和旅行社合作的具体方案，开发人员抓紧开发上线。

最好强调一点：开始别总想着钱，想要钱的前提是网站慢慢起来，开始的主体思想是以信息吸引用户过来，以分享留住用户。核心思想是，在信息方面提供广告宣传服务，且前期的景点，好玩的地方，都以免费宣传为主，后期网站大了的话，必有人找你为他们宣传，而我们可以从中收取宣传费，可以理解为我们就是电视台的。