

<https://doi.org/10.52288/mice.27069273.2021.03.02>

“廈門短途周邊遊資訊平臺”的研究和建設 Research and Construction of “Xiamen Short-distance Peripheral Tour Information Platform”

楊清雲^{1*}
Qing-Yun Yang

摘要

隨著互聯網的蓬勃發展，電子商務在旅遊領域得到了廣泛的應用，建設“廈門短途周邊遊資訊平臺”，滿足短途旅遊產品的網路行銷和資訊化管理的需求，對提升當地周邊游服務水準和區域旅遊品牌形象，增加當地居民的經濟收入有著積極的意義。

關鍵字：周邊遊、資訊平臺、電子商務、自助式

Abstract

With the vigorous development of the Internet, E-commerce has been widely used in the field of tour. The establishment of “Xiamen Short-distance Peripheral Tour Information Platform” can meet the needs of network marketing and information management of short-distance tour products, which is of positive significance to improve the service level of local peripheral tour and regional tour brand image, and increase the economic income of local residents.

Keywords: Peripheral Travel, Information Platform, E-commerce, DIY

1. 概述

在互聯網時代下，從日常的柴米油鹽醬醋茶到大件家用電器，以及出門車船飛機票，電子商務日漸滲透於人們的日常生活中。電子商務成為時下大眾與社會交流產生經濟交易的主要手段與方式。旅遊，是最受人們歡迎的假期娛樂方式，其主要的業務方式，也正在經歷著從線下實體到線上線下結合 O2O 模式的轉變。

廈門是中國東南沿一座美麗的海濱城市，位於福建東南部，西部與漳州毗鄰，北接泉州，東南與金門島隔海相望。廈門被稱為“海上花園”，它風姿綽約，氣候宜人，是全國環境最好的城市之一；它將異國的建築、閩台的民風習俗和海濱的美食融為一體，形成了獨特的旅遊資源。

“短途周邊遊”指的是路程比較短、到自身所在城市的周邊景點的旅遊度假。“短途周邊遊”的好處在於時間短、費用低；人們在忙完了一周的工作以後，利用週末一兩天就可以玩的很好，消費低，最多花費一些油錢。旅途時間短，週一可以馬上回到工作的狀態，不像遠方遊回來好幾天，還留戀著遠方的景色，並且“短途周邊遊”旅遊

¹ 廈門大學嘉庚學院管理學院副教授 yangqyun@163.com*通訊作者

體驗好，沒有人山人海的擁擠，沒有景區的宰客消費，所以大眾越來越喜愛“短途周邊遊”。

本文研究建立的“廈門短途周邊遊資訊平臺”，是一家專營週末短期 DIY 旅遊線路方案的新型旅遊資訊平臺，以廈門附近、福建省內的短途 DIY 線路為主，為大眾週末出行，提供最多樣化最個性化的服務。

2. “廈門短途周邊遊資訊平臺”構建的意義

經濟發展代表了物質的豐富。城市作為文明的標誌，大都市在物質上更是極大豐富；但對於工作生活在這些高度繁榮的城市裡的大眾而言，他們要長期忍受著的則是高強度、快節奏的生活，因此，他們需要一個合宜的宣洩壓力、舒緩身心的休閒娛樂方式。每週的雙休日，或者是一些較短的中秋、清明節的假期，大多數人都期望著能夠出門旅遊放鬆一下；但可惜的是，目前國內旅行社對於這種超短期的旅遊線路普遍不甚關心，線路的選擇非常的固化老舊，摻雜其中的硬性購物的消費專案也是層出不窮，使得大多數經歷過這種旅遊的人們都不再願意參與其中。

“廈門短途周邊遊資訊平臺”正是瞄準了這部分對短期出遊需求旺盛的人群，特意推出了短期 DIY 旅遊線路方案的推送服務。“廈門短途周邊遊資訊平臺”是一個基於旅程分享的線上旅遊仲介企業，採用獨創的 Website+BBS 運營模式，對於受大眾歡迎的 DIY 旅遊線路，企業予以更高層次的優化和推送宣傳。而對於每個人的個性獨特需求，企業也是給予百分百的尊重，提供專業的仲介服務，如推薦地接陪，酒店車票的預定等，讓顧客一方面能夠享受到稱心如意的服務，另一方面，平臺致力於打造全國最具影響力的 DIY 旅遊 BBS，讓每一位元享受過企業服務的客人有一種文化上的歸屬感，最終形成一個成熟的線上旅遊 O2O 體系，填補國內相應行業的服務空白（楊堅爭，2010）。

“廈門短途周邊遊資訊平臺”的成功推出，將為社會和大眾帶來如下的意義：

第一，“廈門短途周邊遊資訊平臺”使得短途 DIY 旅遊成為現實，週末出行的理念進一步進入公眾的視野，獲得公眾對相關產品的信任；

第二，“廈門短途周邊遊資訊平臺”將填補業內空白，滿足消費群體的消費需求，並且根據消費者的進一步回饋，不斷革新，使產品和服務更加人性化；

第三，“廈門短途周邊遊資訊平臺”致力於發展旅遊分享 BBS，爭取將其打造成國內最具影響力的旅遊分享類 BBS，配合自身提供的仲介服務，牢牢把握住國內 DIY 旅遊市場的風向；

第四，“廈門短途周邊遊資訊平臺”的推出，將形成成熟的線上旅遊 O2O 模式，開創短途旅遊行業電子商務化運營的先例。

3. “廈門短途周邊遊資訊平臺”的規劃與設計

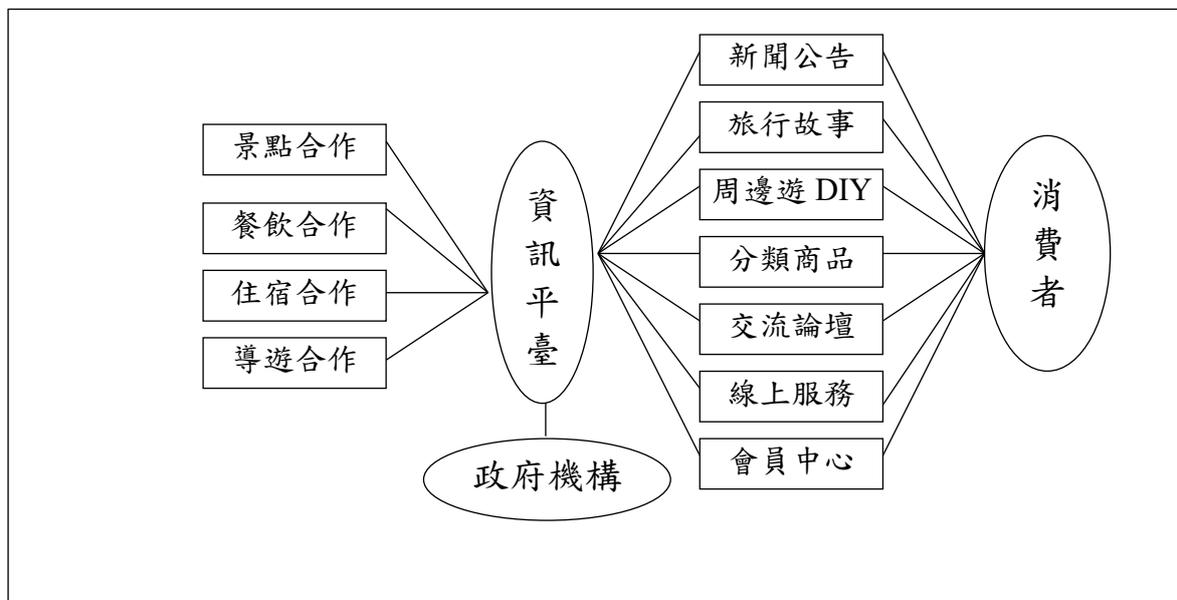
3.1 平臺的建設思路

平臺建設是以資訊化管理和旅遊推廣為核心，集資訊、服務、網路行銷、電子商務、資訊化管理等功能於一體的資訊化管理平臺，為周邊遊的經營者、遊客和管理人員構建一個良好的溝通平臺，實現三贏的局面。該資訊平臺採用圖片、文字、flash 動畫、視頻等方式的結合，給人們帶來視覺上的享受，並且提供線上諮詢和資訊服務體系，建立客戶交流平臺，如論壇、資訊諮詢等（寧滔，2014），把周邊旅遊資訊全面、詳細、準確地展示給遊客，通過該平臺能夠滿足周邊遊經營者的行銷推廣、遊客查詢和管理部門的管理需求。

3.2 資訊平臺建設

3.2.1 技術路線

基於對廈門周邊遊資訊平臺需求分析，平臺將採用三層架構模式，以 B/S（瀏覽器/伺服器）模式對外部系統提供 Web 服務，滿足各種不同使用者的訪問需求。對遊客而言，不管何時何地都可以利用現有的通訊工具（手機，iPad，電腦等）通過互聯網快速進行檢索，獲取所需資訊。功能結構如圖 1 所示：



資料來源：本文自行整理

圖 1. “廈門短途周邊遊資訊平臺”功能結構圖

3.2.2 功能描述

3.2.2.1 景點合作

該欄目提供廈門周邊各個景點的入駐服務。景點通過平臺的審核後，可以在這裡發佈景點的位址、介紹、圖片、VR、票價、開放時間等相關資訊，讓顧客可以更好的瞭解景點並被其吸引，從而選擇該景點進行旅行；景點合作採用免費的方式進行。

3.2.2.2 餐飲合作

該欄目提供各個景點附近的餐飲企業入駐服務，以景點為搜索關鍵字進行。餐飲企業通過平臺的審核後，可以在這裡發佈餐飲企業的介紹、地點、菜單、價格、開放時間等相關資訊，讓顧客可以提前瞭解景點附近餐飲的情況；同時，顧客還可以在資訊平臺上以 DIY 的方式，對餐飲進行組合選擇；餐飲合作採用年費的方式進行。

3.2.2.3 住宿合作

該欄目提供各個住宿企業入駐服務，以景點為搜索關鍵字進行。住宿企業也可以同時是餐飲企業，如果企業兩者都做，只需要通過一次認證即可。住宿企業通過平臺的審核後，可以在這裡發佈住宿企業的位址、介紹、房型、價格、開放時間等相關資訊，讓顧客可以提前瞭解景點附近的住宿情況；同時，顧客也以在資訊平臺上以 DIY 的方式對住宿進行組合選擇；住宿合作同樣也採用年費的方式進行。

3.2.2.4 導遊合作

該欄目提供各個導遊的入駐服務。導遊需要通過平臺的認證才可上傳自己的介紹、經歷、優點、經典案例等資訊，導遊也可以由顧客在平臺上進行 DIY 選擇；導遊合作也採用年費的方式進行。

3.2.2.5 政府機構

該欄目主要有平臺管理員對政府的政策、法規、公告等進行宣傳和發佈。

3.2.2.6 新聞公告

新聞公告欄目主要負責發佈站內重要事項的通告，如對具體線路的調整，或者是未來一定週期內，相關產品的變動。把它放在首頁邊上的第一位，也是希望流覽的顧客，能夠及時閱讀到相關的資訊，以免產生不必要的誤會和麻煩。

3.2.2.7 旅行故事

這一個子欄目，是網站建立初期，招攬人氣的關鍵所在。通過平臺內部工作人員在後臺進行發佈各種遊記，或者是旅遊達人的經驗分享，增強流覽用戶的粘度，使得網站內容能夠在側面充實起來，讓顧客感覺到網站所提供的服務並非是空中樓閣，而是實實在在地，有人走過的旅途。

3.2.2.8 周邊遊 DIY

顧客通過點擊該子欄目，即可進入到旅遊景點的分類列表當中。每個景點，在這裡就像是超市裡面排列整齊的貨物一樣，可以由顧客隨意挑選，自由搭配；點擊每個景點的圖片，都可以進入到該景點的詳情介紹頁面。顧客點擊選擇好景點後，點擊下一步，則進入到網站為該景點刷選後，所提供的相關出行方式以及住宿方式清單之中；顧客可以根據自己的喜好，選擇不同的出行方式，以及到達之後的住宿地點。由此，顧客可以對景點、住宿方式、出行方式甚至導遊，進行 DIY 自由組合。

系統可以查看顧客的 DIY 組合，如果顧客需要報價，後臺管理員還可以根據顧客的組合對其進行報價；同時，後臺管理員在審核分析以後，覺得該 DIY 方案很好，還可以把其放在推薦列表中。其他的顧客可以流覽該 DIY 方案，如果覺得好，可以直接採納該方案進行旅遊。隨著網站的進一步發展，可供顧客選擇的方式和地點必然越來越多，將會更加的人性化。

3.2.2.9 分類商品

顧客通過點擊該欄目，即可進入公司網站所有商品的展示列表；通過對所有商品的展示，顧客也可以最大程度地根據自身的需求進行選擇。

3.2.2.10 交流論壇

線上交流論壇允許顧客在此根據景點、酒店、城市等建立交流板塊；大家對旅遊經驗可以暢所欲言，和旅友進行溝通交流，互相學習經驗。

3.2.2.11 線上服務

網站即時提供線上服務。網站有設置客服熱線、線上客服，隨時解決顧客在旅遊前後遇到的所有問題。

3.2.2.12 會員中心

會員中心主要具有註冊、會員資訊修改管理等功能，同時可以查看自己發佈的日記、旅遊日誌、論壇帖子，對其進行增加修改和刪除操作。在會員中心，會員可以查看自己的訂單、積分等情況。

總之，“廈門短途周邊遊資訊平臺”是一個協力廠商資訊提供平臺，它上游對接景點、酒店、出行工具、旅遊，讓這些商家在平臺上發佈自己的產品等相關資訊。它在下游對接客戶，讓客戶在平臺上進行旅遊元素自由組合，同時可以和朋友進行交流等，是一個集資訊、產品、交易、服務、交流為一體的綜合資訊平臺；同時在出遊組合中，又提供給客戶最大的自由度和方便性。

4. 結論

電子商務化是未來經濟發展的大趨勢。電子錢、網上商城、進行網上商務談判和使用電子簽名簽合同等等，現在或許還很陌生的名詞，將逐步充斥我們的生活。傳統行業當中，新興企業利用電子商務的模式，低成本地建設了店面，建立了銷售模式。互聯網時代的來襲帶來了無限的商機，唯有置身於電子商務的方舟之中，才能把握風向，處於潮頭。借助電子商務興起的潮頭，“廈門短途周邊遊資訊平臺”能夠以低價、潮流以及隨意的特色，符合學生和白領的消費習慣；在不斷完善自身平臺和行銷方式的同時，致力於打造廈門乃至全國最具影響力的旅遊 DIY 功能，讓每一位元享受過企業服務的客人有一種文化上的歸屬感。

“廈門短途周邊遊資訊平臺”的設計與實現，使上游商家用戶可以通過開放的互聯網環境，利用瀏覽器或者無線平臺，實現跨平臺的、開放式的產品資訊的宣傳和管理；其次，使廈門周邊並不是很有名的小眾旅遊資訊的宣傳範圍迅速擴大，使遊客能夠更加及時地瞭解周邊遊景點和酒店等相關資訊，為遊客節約了時間，也提高了資源的利用率；第三，推動當地資訊化建設工作的發展，實現周邊游、短途遊產品的資訊化網路管理，提升周邊遊產品的服務水準；第四，顧客對旅遊元素進行 DIY 組合，增加了旅遊的自由度，選擇自己最適合的酒店、出行工具等，一站式的服務，使得旅遊更加的自由、方便、舒適。旅遊機構管理者也可以利用該平臺收集遊客的需求和旅遊產品銷售資料，並進行資料採擷分析，從而做出科學合理的管理方法和經營決策，更好地服務於廈門周邊的旅遊事業。

參考文獻

1. 楊堅爭 (2010)。電子商務網站典型案例評析。西安：西安電子科技大學出版社。
2. 寧滔 (2014)。瀾洲島農家樂旅遊資訊平臺的建設與研究。甘肅科技，24，8-10。

收稿時間：2020-09-30
責任編輯、校對：楊佳華、潘清