

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

## “厦门短途周边游信息平台”的研究和建设 Research and Construction of “Xiamen Short-distance Peripheral Tour Information Platform”

杨清云<sup>1\*</sup>  
Qing-Yun Yang

### 摘要

随着互联网的蓬勃发展,电子商务在旅游领域得到了广泛的应用,建设“厦门短途周边游信息平台”,满足短途旅游产品的网络营销和信息化管理的需求,对提升当地周边游服务水平和区域旅游品牌形象,增加当地居民的经济收入有着积极的意义。

**关键词:** 周边游、信息平台、电子商务、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

在互联网时代下,从日常的柴米油盐酱醋茶到大件家用电器,以及出门车船飞机票,电子商务日渐渗透于人们的日常生活中。电子商务成为时下大众与社会交流产生经济交易的主要手段与方式。旅游,是最受人们欢迎的假期娱乐方式,其主要的业务方式,也正在经历着从线下实体到线上线下结合 O2O 模式的转变。

厦门是中国东南沿海一座美丽的海滨城市,位于福建东南部,西部与漳州毗邻,北接泉州,东南与金门岛隔海相望。厦门被称为“海上花园”,它风姿绰约,气候宜人,是全国环境最好的城市之一;它将异国的建筑、闽台的民风习俗和海滨的美食融为一体,形成了独特的旅游资源。

“短途周边游”指的是路程比较短、到自身所在城市的周边景点的旅游度假。“短途周边游”的好处在于时间短、费用低;人们在忙完了一周的工作以后,利用周末一两天就可以玩的很好,消费低,最多花费一些油钱。旅途时间短,周一可以马上回到工作的状态,不像远方游回来好几天,还留恋着远方的景色,并且“短途周边游”旅游

<sup>1</sup> 厦门大学嘉庚学院管理学院副教授 yangqyun@163.com\*通讯作者

体验好，没有人山人海的拥挤，没有景区的宰客消费，所以大众越来越喜爱“短途周边游”。

本文研究建立的“厦门短途周边游信息平台”，是一家专营周末短期 DIY 旅游线路方案的新型旅游信息平台，以厦门附近、福建省内的短途 DIY 线路为主，为大众周末出行，提供最多样化最个性化的服务。

## 2. “厦门短途周边游信息平台”构建的意义

经济发展代表了物质的丰富。城市作为文明的标志，大都市在物质上更是极大丰富；但对于工作生活在这些高度繁荣的城市里的大众而言，他们要长期忍受着的则是高强度、快节奏的生活，因此，他们需要一个合宜的宣泄压力、舒缓身心的休闲娱乐方式。每周的双休日，或者是一些较短的中秋、清明节的假期，大多数人都期望着能够出门旅游放松一下；但可惜的是，目前国内旅行社对于这种超短期的旅游线路普遍不甚关心，线路的选择非常的固化老旧，掺杂其中的硬性购物的消费项目也是层出不穷，使得大多数经历过这种旅游的人们都不再愿意参与其中。

“厦门短途周边游信息平台”正是瞄准了这部分对短期出游需求旺盛的人群，特意推出了短期 DIY 旅游线路方案的推送服务。“厦门短途周边游信息平台”是一个基于旅程分享的线上旅游中介企业，采用独创的 Website+BBS 运营模式，对于受大众欢迎的 DIY 旅游线路，企业予以更高层次的优化和推送宣传。而对于每个人的个性独特需求，企业也是给予百分百的尊重，提供专业的中介服务，如推荐地接陪，酒店车票的预定等，让顾客一方面能够享受到称心如意的服务，另一方面，平台致力于打造全国最具影响力的 DIY 旅游 BBS，让每一位享受过企业服务的客人有一种文化上的归属感，最终形成一个成熟的线上旅游 O2O 体系，填补国内相应行业的服务空白（杨坚争，2010）。

“厦门短途周边游信息平台”的成功推出，将为社会和大众带来如下的意义：

第一，“厦门短途周边游信息平台”使得短途 DIY 旅游成为现实，周末出行的理念进一步进入公众的视野，获得公众对相关产品的信任；

第二，“厦门短途周边游信息平台”将填补业内空白，满足消费群体的消费需求，并且根据消费者的进一步反馈，不断革新，使产品和服务更加人性化；

第三，“厦门短途周边游信息平台”致力于发展旅游分享 BBS，争取将其打造成国内最具影响力的旅游分享类 BBS，配合自身提供的中介服务，牢牢把握住国内 DIY 旅游市场的风向；

第四，“厦门短途周边游信息平台”的推出，将形成成熟的线上旅游 O2O 模式，开创短途旅游行业电子商务化运营的先例。

## 3. “厦门短途周边游信息平台”的规划与设计

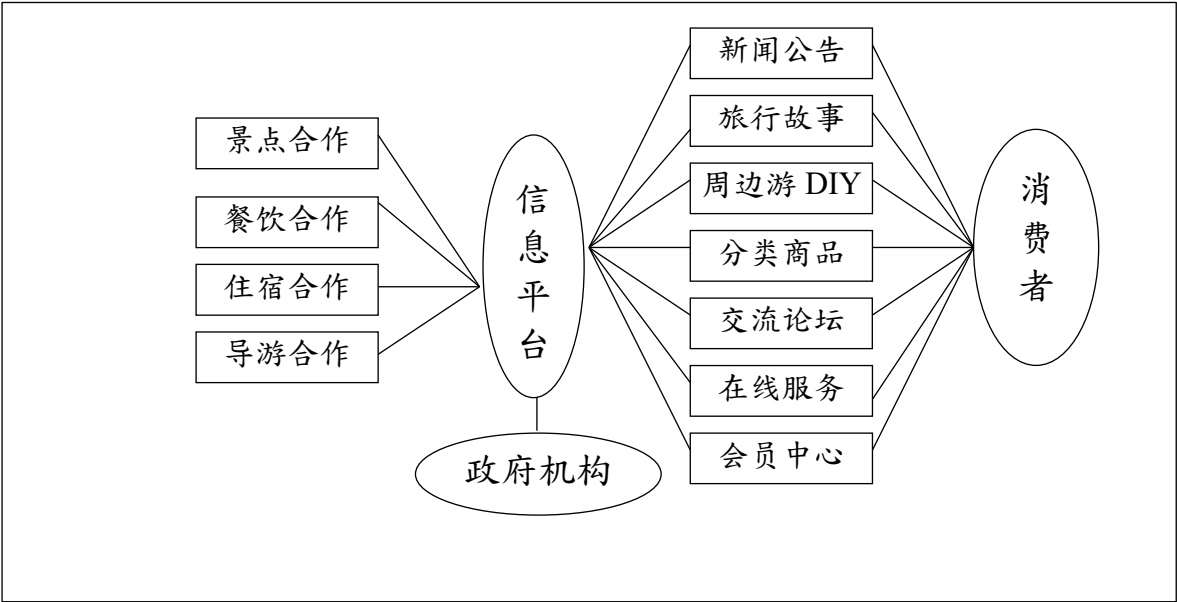
### 3.1 平台的建设思路

平台建设是以信息化管理和旅游推广为核心，集信息、服务、网络营销、电子商务、信息化管理等功能于一体的信息化管理平台，为周边游的经营者、游客和管理人员构建一个良好的沟通平台，实现三赢的局面。该平台采用图片、文字、flash 动画、视频等方式的结合，给人们带来视觉上的享受，并且提供在线咨询和信息服务体系，建立客户交流平台，如论坛、信息咨询等（宁滔，2014），把周边旅游信息全面、详细、准确地展示给游客，通过该平台能够满足周边游经营者的营销推广、游客查询和管理部门的管理需求。

3.2 信息平台建设

3.2.1 技术路线

基于对厦门周边游信息平台需求分析，平台将采用三层架构模式，以 B/S（浏览器/服务器）模式对外部系统提供 Web 服务，满足各种不同用户的访问需求。对游客而言，不管何时何地都可以利用现有的通讯工具（手机，iPad，电脑等）通过互联网快速进行检索，获取所需信息。功能结构如图 1 所示：



资料来源：本文自行整理

图 1. “厦门短途周边游信息平台”功能结构图

3.2.2 功能描述

3.2.2.1 景点合作

该栏目提供厦门周边各个景点的入驻服务。景点通过平台的审核后，可以在这里发布景点的地址、介绍、图片、VR、票价、开放时间等相关信息，让顾客可以更好的了解景点并被其吸引，从而选择该景点进行旅行；景点合作采用免费的方式进行。

3.2.2.2 餐饮合作

该栏目提供各个景点附近的餐饮企业入驻服务，以景点为搜索关键字进行。餐饮企业通过平台的审核后，可以在这里发布餐饮企业的介绍、地点、菜单、价格、开放时间等相关信息，让顾客可以提前了解景点附近餐饮的情况；同时，顾客还可以在信息平台上以 DIY 的方式，对餐饮进行组合选择；餐饮合作采用年费的方式进行。

3.2.2.3 住宿合作

该栏目提供各个住宿企业入驻服务，以景点为搜索关键字进行。住宿企业也可以同时是餐饮企业，如果企业两者都做，只需要通过一次认证即可。住宿企业通过平台的审核后，可以在这里发布住宿企业的地址、介绍、房型、价格、开放时间等相关信息，让顾客可以提前了解景点附近的住宿情况；同时，顾客也以在信息平台上以 DIY 的方式对住宿进行组合选择；住宿合作同样也采用年费的方式进行。

#### 3.2.2.4 导游合作

该栏目提供各个导游的入驻服务。导游需要通过平台的认证才可上传自己的介绍、经历、优点、经典案例等信息，导游也可以由顾客在平台上进行 DIY 选择；导游合作也采用年费的方式进行。

#### 3.2.2.5 政府机构

该栏目主要有平台管理员对政府的政策、法规、公告等进行宣传和发布。

#### 3.2.2.6 新闻公告

新闻公告栏目主要负责发布站内重要事项的通告，如对具体线路的调整，或者是未来一定周期内，相关产品的变动。把它放在首页边上的第一位，也是希望浏览的顾客，能够及时阅读到相关的信息，以免产生不必要的误会和麻烦。

#### 3.2.2.7 旅行故事

这一个子栏目，是网站建立初期，招揽人气的关键所在。通过平台内部工作人员在后台进行发布各种游记，或者是旅游达人的经验分享，增强浏览用户的粘度，使得网站内容能够在侧面充实起来，让顾客感觉到网站所提供的服务并非是空中楼阁，而是实实在在地，有人走过的旅途。

#### 3.2.2.8 周边游 DIY

顾客通过点击该子栏目，即可进入到旅游景点的分类列表当中。每个景点，在这里就像是超市里面排列整齐的货物一样，可以由顾客随意挑选，自由搭配；点击每个景点的图片，都可以进入到该景点的详情介绍页面。顾客点击选择好景点后，点击下一步，则进入到网站为该景点刷选后，所提供的相关出行方式以及住宿方式列表之中；顾客可以根据自己的喜好，选择不同的出行方式，以及到达之后的住宿地点。由此，顾客可以对景点、住宿方式、出行方式甚至导游，进行 DIY 自由组合。

系统可以查看顾客的 DIY 组合，如果顾客需要报价，后台管理员还可以根据顾客的组合对其进行报价；同时，后台管理员在审核分析以后，觉得该 DIY 方案很好，还可以把其放在推荐列表中。其他的顾客可以浏览该 DIY 方案，如果觉得好，可以直接采纳该方案进行旅游。随着网站的进一步发展，可供顾客选择的方式和地点必然越来越多，将会更加的人性化。

#### 3.2.2.9 分类商品

顾客通过点击该栏目，即可进入公司网站所有商品的展示列表；通过对所有商品的展示，顾客也可以最大程度地根据自身的需求进行选择。

#### 3.2.2.10 交流论坛

在线交流论坛允许顾客在此根据景点、酒店、城市等建立交流板块；大家对旅游经验可以畅所欲言，和旅友进行沟通交流，互相学习经验。

#### 3.2.2.11 在线服务

网站实时提供在线服务。网站有设置客服热线、在线客服，随时解决顾客在旅游前后遇到的所有问题。

### 3.2.2.12 会员中心

会员中心主要具有注册、会员信息修改管理等功能，同时可以查看自己发布的日记、旅游日志、论坛帖子，对其进行增加修改和删除操作。在会员中心，会员可以查看自己的订单、积分等情况。

总之，“厦门短途周边游信息平台”是一个第三方信息提供平台，它上游对接景点、酒店、出行工具、旅游，让这些商家在平台上发布自己的产品等相关信息。它在下游对接客户，让客户在平台上进行旅游元素自由组合，同时可以和朋友进行交流等，是一个集信息、产品、交易、服务、交流为一体的综合信息平台；同时在出游组合中，又提供给客户最大的自由度和方便性。

## 4. 结论

电子商务化是未来经济发展的大趋势。电子货币、网上商城、进行网上商务谈判和使用电子签名签合同等等，现在或许还很陌生的名词，将逐步充斥我们的生活。传统行业当中，新兴企业利用电子商务的模式，低成本地建设了店面，建立了销售模式。互联网时代的来袭带来了无限的商机，唯有置身于电子商务的方舟之中，才能把握风向，处于潮头。借助电子商务兴起的潮头，“厦门短途周边游信息平台”能够以低价、潮流以及随意的特色，符合学生和白领的消费习惯；在不断完善自身平台和营销方式的同时，致力于打造厦门乃至全国最具影响力的旅游 DIY 功能，让每一位享受过企业服务的客人有一种文化上的归属感。

“厦门短途周边游信息平台”的设计与实现，使上游商家用户可以通过开放的互联网环境，利用浏览器或者无线平台，实现跨平台的、开放式的产品信息的宣传和管理；其次，使厦门周边并不是很有名的小众旅游信息的宣传范围迅速扩大，使游客能够更加及时地了解周边游景点和酒店等相关信息，为游客节约了时间，也提高了资源的利用率；第三，推动当地信息化建设工作的发展，实现周边游、短途游产品的信息化网络管理，提升周边游产品的服务水平；第四，顾客对旅游元素进行 DIY 组合，增加了旅游的自由度，选择自己最适合的酒店、出行工具等，一站式的服务，使得旅游更加的自由、方便、舒适。旅游机构管理者也可以利用该平台收集游客的需求和旅游产品销售数据，并进行数据挖掘分析，从而做出科学合理的管理方法和经营决策，更好地服务于厦门周边的旅游事业。

## 参考文献

1. 杨坚争 (2010)。电子商务网站典型案例评析。西安：西安电子科技大学出版社。
2. 宁滔 (2014)。涠洲岛农家乐旅游信息平台的建设与研究。甘肃科技，24，8-10。

收稿时间：2020-09-30  
责任编辑、校对：杨佳华、潘清