

旅游类APP开发解决方案

产品名称	旅游类APP开发解决方案
公司名称	深圳漫云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	漫云科技:源码交付 app开发:小程序开发 定制服务:现成案例
公司地址	深圳市南山区粤海街道麻岭社区科研路9号比克科技大厦1701D
联系电话	18638029017 18638029017

产品详情

短短十几年间，互联网改变了许许多多行业的发展模式，旅游作为一个比较年轻的行业，接受新鲜事物的能力自然很强，于是很多旅游企业都选择开发旅游APP。旅游APP能给人们的旅行提供了便利，使得游客外出游玩变得更加轻松，用户只需要动一动手指，从各种旅游APP上就可以了解到*新的旅游资讯、攻略以及景点门票信息等。

为什么要开发旅游APP？

时代大势所趋：在当今这个日新月异的时代，任何企业想要长期发展就必须求新、求变，旅游行业也不例外，要想在众多同行企业中脱颖而出就必须做出用户体验更好的产品和服务，而开发旅游APP便是**的途径。

提升景区服务：对于景区而言，旅游APP还能起到信息化建设、提升服务质量和提升形象的作用，能为游客打造出行、游览、讲解一站式旅游服务，

助力企业发展：对于对于旅游类企业而言，开发旅游APP首先能节省企业宣传成本，提高企业竞争力；其次，旅游APP能有效占领移动互联网入口，拓展营销渠道，塑造旅游业专业形象，起到业务拓展和品牌推广双重效果。

对用户来说，用户通过旅游APP软件可以清楚的了解到旅游景点、旅游公司，旅游线路等等。避免了去实体旅游公司沟通或电话沟通的成本和时间，也免去了沟通障碍。在旅行途中，游客可以从旅游APP软件上获取到*新的旅游攻略、在线预约线路、预订酒店、了解当地美食、美食及天气预报等内容，可以实现个性化自定义出行路线设计，让用户在旅行中体现无限畅快的旅程。旅途结束后，也可以给此次旅途进行打分评价，指出旅游公司做的好的地方，不好的地方，有任何投诉建议都可以反映出来，给旅游公司服务质量的提升提供依据。

对旅游公司而言，通过旅游APP软件可展示该公司的实力，如介绍旅游景点、旅游线路、在线客服

、旅游资讯、消息推送宣传等栏目。用户在旅行途中，可以更自助的游玩，可以为企业省去了很多成本。另外，通过对市场的洞察，和APP软件用户使用数据，企业可以更加精准的定位潜在用户，开发出更加精准的旅游方案和发展方向，以此来吸引更多的用户，获取到更多的利润，促进企业在市场的占领份额。

旅游电子商务的发展概况：

中国旅游电子商务网站出现于1996年，据网络流传数据，目前具有一定旅游资讯能力的旅游网站高达5,000多家，其中专业旅游网站300余家。虽然，电子商务运用于旅游业仅有数年的时间，但其发展势头十分强劲，得益于中国居民收入正逐步提高，以及对旅游休闲的重视程度大幅增加，居民对旅游出行的需求也随之迅速增长。

中国在线旅游市场持续升温的背后动力，来源于移动互联网市场的快速增长，旅游电子商务网站的企业纷纷选择建设移动电子商务，同时还受到资本玩家的热情青睐，就在2015年在线旅游移动端市场成功超越PC端，中国在线旅游行业被整体带动发展了起来。

运营模式分析：

1.攻略类

攻略类APP一般通过App群进行推广，从而获得大量的下载量，现阶段盈利模式主要是两部分，一个是付费下载，另一个是引导用户的线下消费，但*终的盈利模式想来和大众点评类似，做景点，酒店，饭馆，的推荐排名。

优劣势：门槛不高，但是竞争激烈，蚂蜂窝，穷游，携程都有类似App，并且单个目的地的App开发会影响用户的重复使用率。一锤子买卖显然不是长久之计，如果想发展成大众点评这需要很强的运营能力，且目前看来变现能力会更弱一些。

2.资源类

该模式下，主要用户群体为传统旅游人士。用户通过APP可以将自己手上积累的旅游资源进行出售，获得收益，可以是机票，酒店或景点门票等等。优劣势：具有先天不可多得的竞争优势，通过资源优势很快获得市场切入点。具有很强的变现能力，是长期发展的保障，只要能迅速打开市场，应该还是不错的。

盈利模式：

1.旅游广告

作为一种分类广告，旅游广告具有一般商业广告的各种特点，如有偿性、目的性、时效性、指向性与内容广泛、形式多样等特点。此外，由于旅游产品的在生产、销售、推广及消费中的特点，又决定了旅游广告还具有有别于一般商业广告的其他特点，如旅游广告传播的高互动性、旅游广告信息高度的立体化、旅游广告表现形式的多元化、旅游广告信息鲜明的个性化等。

2.用户付费

对于大多数旅行APP来说，用户付费的道路似乎在短期内很难走通，一是国内用户付费的消费习惯没有形成;二是在大多数旅行APP功能和内容非常同质化的情况下，让用户为一款旅游APP付费似乎没有太过硬的理由。

3.旅游预订模式

传统的机票和酒店预订竞争已经高度白热化，APP创业公司在这一领域已经基本没有生存空间。移动旅行类APP的旅游预订的机会将更多集中在餐饮、门票、酒店、目的地活动和地面交通等领域，结合LBS的广告推送及预订具有相当大的想象空间。