

景区门票分销平台制作 景区门票分销平台 广东游小云

产品名称	景区门票分销平台制作 景区门票分销平台 广东游小云
公司名称	广东游小云信息技术有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	广东省广州市海珠区琶洲大道东8号广州国际采购中心1215室
联系电话	18922358791

产品详情

世界旅游业和中国入境旅游市场分析

世界旅游业的发展概况：2015年10月，入境旅游人数1182万人次，景区门票分销平台统计，同比增长4.4%；外国人258万人次，增长1.6%；香港同胞674万人次，同比增长3.2%；澳同胞197万人次，同比增长12.5%；台湾同胞53万人次，同比增长5.5%。其中入境过夜旅游人数520万人次，同比增长2.8%。1-10月累计，入境旅游人数1.11亿人次，比去年同期增长4.4%。今年以来，入境旅游人数已连续10个月实现增长。前10个月外国人入境人数排名前十位的国家分别是韩国、日本、越南、美国、俄罗斯、蒙古、马来西亚、新加坡和印度。

世界上出国包价旅游的开端：1841年7月5日，库克利用包租火车的方式，组织了一次团体旅游。1845年，他开办了旅行代理业务，成立了世界上一家旅行社。1855年，组织了由伦敦前往巴黎的一次跨国旅游，全程采用了一次性包价。

世界旅游业发展特点

2014年，我国入境旅游市场态势平稳，入境游客超1.2亿

2014年，中国入境旅游市场保持平稳发展态势，综合效益持续提升。2014年我国接待入境游客12849.83万人次，同比下降0.45%。2014年我国接待入境过夜的游客5562.20万人次，同比下降0.11%，市场规模总量位居世界第四，仅次于法国、美国和西班牙。

国际旅游需求及其入境旅游者多以投资、贸易、经商为目的，而且发展缓慢。建国后：1949～1963年来

自原苏联和东欧各国家的占其总数的80%左右；1963年后，来自西欧、美国等国家和地区的旅游者占80%以上。

中国入境旅游市场的基本状况，主要集中在亚洲随着苏联的社会变化，俄罗斯也从过去的潜在市场转变为来华的现实市场。

景区门票分销平台体系中渠道发展是根本

互联网带领时代潮流，游小云旗下的分销产品更是受人追捧，市场竞争激烈，导致渠道发展趋势也有所改变，以线性发展为主的主流渠道模式正逐步像以客户为中心的渠道模式改变。这让更多的商家意识到渠道发展的重要性，所以才会出现网络分销系统市场火热局面。

1、分销渠道扁平化

经销商纷纷缩减中间流通环节与渠道，代理层次、流通环节逐步减少，直销力度加大。根本目的在于减少中间环节、节省成本、提高效率、扩大市场，更为直观的掌控市场。实现分销渠道扁平化的方式有：建立网络分销系统、减少中间层次经销商、发展专卖店和直营店、建立直销队伍、开发OEM销售等。

2、产品经营多品牌化

产品经营多品牌化已是市面上很普遍现象。品牌的多元化经营降低了经销商与渠道商的风险，还可让渠道商自主进行合理的产品组合，针对不同的目标市场选择不同的品牌，给商家提供了机会进一步做大做强。

3、增值渠道发展

互联网在发展，用户需求也在不断变化和改善，愈来愈多的个性化需求逐步显现。经销商、渠道商应该提前树立自身的核心优势，抢占增值服务价值高点，专注于某个或某几个优势行业，提高竞争力、扩展业务范围、抢占市场。增值渠道发展的主要方法：改善产品分类、产品供应、订单状态跟踪等来改进产品的制造、获取和运输，另外就是提供售后服务支持，此块的高利润空间值得试水。

4、向网络渠道商进化

细数热门电子商务品牌，美特斯邦威、百丽、七匹狼、达芙妮.....你就会发现，我们传统经销商、渠道商必须先人一步部署自己的网络市场，建立自身的市场优势地位，否则就会被市场所淘汰、所抛弃。电子商务怎样拯救线下传统企业，就是抢占先机、抢占市场。

5、向细分化渠道进阶

市场竞争激烈，渠道商也面临着同质性的困境，厂家、市场、自身各方面都面临着巨大的挑战和压力。所以必须像细分化渠道进阶，才能提高资源利用率、节约成本、增加效益。主要的方式有：

(1)根据市场环境，构建成多元化分销渠道;

(2)逐步像规模化、系统的分销渠道靠拢;

(3)一边整合、一边改进，根据市场和消费者需求再次进行渠道细分;

(4)同一分销渠道内将产品进行多品类整合，提高资源利用率和利润空间。

6、向物流提供商转换

互联网渠道商向物流商转换的方式：

(1)将自身定位为为大企业配送的物流商这一方式，获取厂家的返利和利润;

(2)通过各种合作方式，发展地方分销商或零售连锁店，转移和积累自身经验、资金和渠道优势;

(3)组建自己的生产链，开始生产和销售自己的产品，形成自主经营品牌。

网络分销渠道发展是根本，从以上就可以看出，渠道的重要性是不可忽视的，那么怎么去开拓和选择优质渠道发展，就得选择好的网络分销系统。

旅游企业面对互联网，形成认知与实践上严重的两级分化：对互联网完全无感是一种极端，景区门票分销平台有多少个，互联网衍生的大量新兴旅游业态，正无声无影侵蚀传统旅游市场，而总有一批旅游企业完全无感互联网带来的生态竞争危机，依旧安逸。对互联网盲目应用是另一种极端，跟风式的简单粗暴运营互联网平台，不做可行性规划的互联网技术投入，让旅游企业对互联网形成另一种极端。

游小云以互联网旅游营销系统化角度，简单分析曾经被誉为旅游营销四大经典案例；

案例三：天台山“将私奔进行到底”

私奔体，被私奔，私奔宣言，私奔胜地，私奔测试等横空出世。私奔营销非常成功的一个案例——浙江天台山的私奔造句活动，关于私奔，有太多美好+恶的想法了，只是大部分人停留在想想，今天终于借攻权付诸实施，岂不快哉？攻权私奔去了哪里？和谁私奔？显然，景区、酒店、婚嫁类产品或者品牌关联度高。凑巧的是，适逢519中国旅游日和520天台山旅游日，作为中国旅游日发源地的天台山双节同庆，私奔营销的策划公司DM互动借机推出私奔胜地“私奔天台山宣言”，借势的同时突出天台山秀美的风光和深厚的文化底蕴。

如果天台山能借助互联网发展，尤其是社交网络的繁荣，景区门票分销平台制作，将中国旅游日发源地这一背书，以“私奔”话题再做拓展和延续，整合旅游的行业产业链资源与互联网旅游一体化，天台山旅游必将是另外一番局面。

案例四：大理联袂天龙八部影视城：逍遥江湖！

借天龙八部影视城及影视剧的拍摄，以之为杠杆，以之为契机，整合、创新大理旅游品牌形象，让大理旅游形象再上新台阶，在全国（甚至世界）范围掀起大理旅游继电影《五朵金花》之后的第二次高潮，撬动大理经济和文化板块。“逍遥、江湖”使“风花雪月”与《天龙八部》水乳般的交融，可以说“风花雪月”就是武侠小说要营造的主要氛围——这一借势，可以说精准恰当、力沉势大。

好景不长！单一话题和事件往往容易因为时间而淡化，旅游市场大量新IP和话题不断涌现，大理逍遥江湖也逐步被相望于江湖。大理旅游品牌同样在互联网旅游浪潮中失之交臂。

全域旅游概念兴起于落地，风起云涌之下，传统旅游品牌与模式，急需突破并转化成新的营销系统落地：1、老用户丢失严重；2、复购率难以增长；3、营销成本不可控；4、互联网旅游竞争加速；5、缺乏品牌化经营；6、新用户增长困难；7、用户获取成本越来越高。互联网旅游营销如何帮助旅游产业突破困

境，景区门票分销平台，建立系统性营销策略，落地品牌化经营思维显得尤为重要。游小云品牌愿景：旅游营销数字化服务平台，以旅游SaaS云营销平台为技术积淀，透过大数据分析与挖掘，不定期提供旅游品牌价值评估，旅游产业发展大数据报告，智慧旅游数字化分析报告等品牌资讯项目，力求科学客观为旅游产业发展提供源动力，打造数字化旅游营销服务平台。

景区门票分销平台制作-景区门票分销平台-广东游小云由广东游小云信息技术有限公司提供。广东游小云信息技术有限公司（www.yuoun.com）拥有很好的服务和产品，不断地受到新老用户及业内人士的肯定和信任。我们公司是全网商盟认证会员，点击页面的商盟客服图标，可以直接与我们客服人员对话，愿我们今后的合作愉快！