

广东游小云 微信小程序 旅游景点 子长旅游小程序

产品名称	广东游小云 微信小程序 旅游景点 子长旅游小程序
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

国内2017年旅游出行研究报告

随着人均可支配收入的不断增长，国内居民旅游需求爆发，截止到2016年交易额达到3.94万亿元，同比增长15.2。旅游市场规模也逐年增长，16年国内旅游出行人次达到44.4亿，同比增长11%。截至2017年全国A景区近万家。其中5A景区共249个，17年新增22个。

中国旅游星际酒店规模

2016年旅游总投资接近1.3万亿，其中景区项目投资规模大，文化旅游投资比重继续领跑其他业态。文化旅游、生态旅游、乡村旅游等新型业态将进一步成为进一步成为全域旅游、旅游投资发展的重点。

国内旅游需求持续释放潜能，观光游和自助休闲游初步显现出并重的态势，散客化、自由行趋势明显，国民收入不断提高，国民多样化旅游需求的增强，未来在观光+自助游基础上，将进一步衍生出更多细分线路和产品，包括各种形式的特色游、网络定制游等，深度体验将是未来旅游出行的主旋律，当前在经济发达地区这趋势已经逐渐明显。

2017年的热门旅行人群中，25-34岁是出游主力军，18-34岁占比基本的达七成。随着越来越多游客选择在线预定旅游出行，OTA企业近年来快速发展壮大，同质化明显，差异性亦有之。全域旅游被写入政府工作报告，借政策东风将持续火热。全域旅游已成为当下最为热门的旅游词汇，当下无论是在线旅游龙头企业还是传统景点景区，都在积极探索和实践旅游的各种发展模式。

编者注：本文内容来自游小云旅游SAAS云系统采集，如有侵权请联系删除!

有赞入驻商家收费商家是否考虑自搭旅游小程序

近日，有赞入驻商家收费举措正式推行，虽然此举只是针对新的入驻商户，但是对于有赞来说是一种新的革新，毕竟以前是以免费平台著称的。那么对于中小企业来说，是否会考虑自搭旅游小程序，掌控自主权。

有赞入驻商家收费标准

有赞对新商家的收费政策分为三档：半年期(标准价3800，付费2600)、一年期(标准价6800，付费4800)、两年期(标准价12800，付费8800)。同时进行奖励机制，通过邀请奖励、付费奖励、受邀奖励和成交达标奖励四种模式进行返还佣金，刺激更多的商家入驻或者发展朋友企业入驻到有赞。

有赞之所以加高门槛，原因在于在过去的三年多里，每天有上万新商家涌入有赞，让有赞多少有些“不堪重负”，对于商家无法提供快速有效的支持。对新商家收费，主要是想“用少量的费用作为筛选条件，聚焦真正有需求的客户。而低门槛虽然能快速获得市场规模，但带来的也是良莠不齐的商户质量。因此，有商家认为，收费是一个筛选商家的过程，同时可以提高商家活跃度，这才有赞收费新入驻商家的真正原因。

面对免费微店平台不再免费，开店成本也不再是零，那么对于小企业商家来说如何才能充分节约成本来获得利润就成为了关键的问题了。小编认为很多的入驻平台，虽然打着免费的旗号，但是在维护支持力度方面根本赶不上付费平台，更加赶不上自己搭建的分销商城系统。

自己搭建的旅游小程序具备以下优势：

1、自主性更强。无论是商城页面设计还是功能方面，不再通用化，而是真正根据自己的需求和意愿进行搭建和开发，微信小程序 旅游景点，根据自主性。

2、功能个性化

现在的入驻分销平台的功能都是通用版的，所谓众口难调，所以做的很具统一性。但是自行搭建分销系统的话，可根据自身产品特点进行开发，更符合自身产品客户的需求。

3、收费更合理

自己搭建旅游小程序，眉县旅游小程序，根据功能的多少进行收费，而入驻分销平台，功能都是统一的，收费也是统一的，像上述一样按年收费。

有赞针对新入驻商家进行收费，表面上是对为了更好的服务客户，实质是一种盈利方式的转变，印证一点天下没有免费的午餐，免费终究会变成收费。还不如一开始就搭建自己的分销系统商城，利用像游小云SaaS云分销这样的分销系统软件自主搭建，在保证质量的同时独具个性化，实现利润的增长。

企业的信息化建设覆盖从底层基础设施到上层应用软件，具备即用即用、按需付费特点的云服务正在给企业信息化带来很大的变革。根据企业自身建设预算、IT能力、业务复杂性、安全性要求等方面的差异，企业会选择不同层级的云服务。SaaS对应于应用软件的云化，从企业信息化的阶段来看，传统软件诞生于业务数字化时期，强调将传统业务模式交由IT系统来完成，而SaaS更加侧重于企业的数字化转型，强调对管理流程和商业模式的变革，提升运营管理效率、推动业务模式创新是企业数字化转型的核心目标。

美国CRM SaaS公司Salesforce一直以来被作为全球SaaS行业的标杆。2018年，Salesforce市值突破千亿大关，从市值500亿美元到1000亿美元，它仅用了不到三年时间。具有打造“中国版Salesforce”野心的中国SaaS厂商不在少数，但至今尚未出现任何一家能够望其项背。事实上，不仅仅是在SaaS行业，即使是放大到

整个企业服务市场，中国厂商的市值都远远落后于欧美市场，和消费级服务相比有极大的成长空间。公司的价值评估取决于资产的盈利能力，SaaS厂商以客户订阅为核心商业模式，客户的付费意愿和能力直接决定了其市值。相比Salesforce订阅收入占比超过90%、毛利率近80%，过去几年中国SaaS厂商普遍存在的痛点是，中小企业更倾向于免费产品，付费意愿有待激励，中大型企业习惯于定制化项目的服务模式，对标准化SaaS产品的积极性有限。

站在全球视角下，中国企业信息化投入与整体经济发展水平的关系极不平衡。2018年，中国GDP占全球的比例达到15.8%，但中国企业的IT支出占比仅为3.7%，在过去以粗放式增长为主导的模式下，中国经济总量的快速增长在很大程度上没有反应到企业的信息化投入当中。企业信息化整体水平的滞后造成了SaaS市场的预期偏差，在将美国SaaS市场作为对标对象的同时，应当意识到中国企业IT应用的成熟度与个人消费者之间的差异。Salesforce在美国市场打出了“软件终结者”的口号，旅游景点小程序，而在中国，SaaS厂商面临的市场环境中依然有大量企业的信息化停留在纸质资料电子化的浅层水平，ERP、SCM、CRM等软件应用并不非常广泛，智能旅游小程序，即在业务数字化尚未完全普及的情况下就需要直接进入数字化转型阶段。

2018年中国公有云市场规模达到479.1亿元，占全球市场的比例由2015年的2.9%上升到4.0%，超过中国IT支出占全球的3.7%。相比于传统IT产业，云计算产业表现出后来居上的势头。在技术和产业的双重驱动下，企业对云计算的接受程度进一步增加，根据中国信通院数据，2017年中国企业云计算的使用率达到54.7%，上云已经成为当下企业信息化发展的大趋势。考虑到云计算是企业信息化进入到新阶段的技术基础和关键推动力，中国云计算产业的欣欣向荣将有望拉动企业信息化整体水平的提高。

中国企业级SaaS发展环境，过度依赖人口红利的粗放式增长，亟需转向精细化管理。中国企业级SaaS发展驱动力：1、需求端，信息化建设持续推进，SaaS相比传统软件的优势愈发凸显；2、供给端，传统软件厂商以云服务作为增长引擎，存量市场，2C互联网巨头的“B计划”，多维度刺激SaaS行业加速发展。

中国企业级SaaS投融资情况，B轮及以后融资比重增加，资本趋向理性，市场逐步成熟。中国企业级SaaS市场规模，整体规模约250亿元，预计未来三年复合增长率近40%，增速持续跑赢全球平均水平，加速缩小与发达国家差距。中国企业级SaaS市场细分结构：CRM、客服与呼叫中心、ERP和通信占业务垂直型市场六成。中国企业级SaaS的客群结构，小微企业需求标准化，中型企业行业化，大型企业定制化。

中国企业级SaaS的平台化策略：入口级产品降维打击，垂直型产品宜遵循平台到生态的路径。中国企业级SaaS产业链：PaaS层能力提供有效支撑，渠道商角色出现分化。

中国企业级SaaS整体市场趋势：软件SaaS化大势所趋，信息化演进背景下潜在市场空间巨大。企业服务难出现爆发式增长，差距的追赶不在一朝一夕。

中国企业级SaaS应用优先级，小微企业市场先刺激，大中型企业创新型业务有利可图。中国企业级SaaS细分市场机会：明星赛道带领厂商突围，新兴赛道变数下暗藏机会。

中国企业级SaaS竞争格局展望：业务垂直型与行业垂直型各自拓宽边界，做深行业解决方案。

中国企业级SaaS竞争格局展望，通过投资并购和开放平台，形成通用+垂直的多强生态格局。中国企业级SaaS玩家策略，挖掘产品网络效应，延伸上下游增值服务，“钱景”更可观。

中国SaaS玩家策略 编者注：本文内容来自游小云旅游SAAS云系统采集，如有侵权请联系删除！

广东游小云(图)-微信小程序 旅游景点-子长旅游小程序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) 实力雄厚，信誉可靠，在广东 广州 的旅游服务等行业积累了大批忠诚的客户。公司精益求精的工作态度和不断的完善创新理念将引领广东游小云和您携手步入辉煌，共创美好未来！