



滁州学院
CHUZHOU UNIVERSITY

滁州学院首届金融创客“向日葵杯”大 赛项目计划书

项目名称：_____ 一人导游 _____

项目类型：_____ 金融产品买卖 app _____

团队成员：_____ 李敏 张廷 陈洁 _____

指导教师：_____ 董春丽 _____

申报日期：_____ 2017 年 5 月 _____

目录

目录

一、项目概述

1.1 项目概括

1.2 运营模式

1.3 项目的新颖性，独特性，先进性

1.4 项目优势

二、市场分析

2.1 市场细分

2.2 目标市场选择

2.3 目标市场规模

三、SWOT 分析

3.1 优势 (Strength)

3.2 劣势 (Weak)

3.3 机会 (Opportunity)

3.4 威胁 (Theat)

四、市场营销策略

4.1 目标市场占有率及销售预测分析

4.2 市场定位

4.3 产品策略

4.4 促销及推广策略

五、盈利模式

六、风险因素

6.1 资产风险及规避方案

6.2 技术风险及规避方案

6.3 市场风险及规避方案

6.4 环境风险及规避方案

6.5 管理风险及规避方案

附录

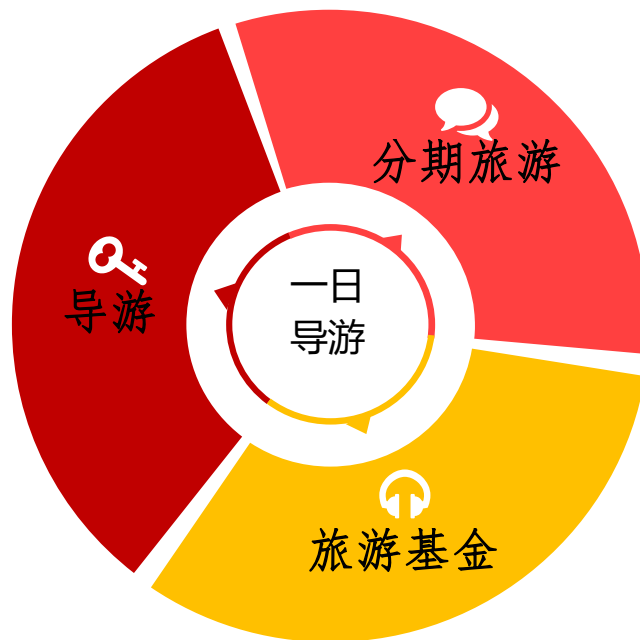
7.1 调查问卷

一项目概括

(一)项目概括

随着社会经济的发展，人们对旅游的需求也越来越大。旅游市场蓬勃发展，众多旅游相关的 app 横空出世。一日导游是一个多方面，立体化，人性化的金融产品。一日导游顾名思义，给我一个机会当你的一日导游。在陌生的城市旅游时，只需一个电话就可以预约一个本地人，给你提供一天的服务，避免了外地人对路线，美食，语言不通带来的尴尬，让你真真切切的享受到旅游的放松。这也仅仅只是此产品的特色，旅游基金与借贷产品是主打。你去旅游，我来买单，分期付款，畅游全世界是服务宗旨。

(二).运营模式



用户可在网页上下载一日游 APP，根据需要选择导游，导游事先填好资料完成注册，成为一日游导游一员，并缴纳相应的保证金，及注册资金，暂定为每人 200 元，在旅游基金模块我们可以实现自动收益，把存入的旅游资金进行短期的投资以获得收益，分期付款模式中，自主选择时间，金额，到期按时还款。以一日导游这个特色吸引更多的人下载此 APP，分期付款旅行

和旅行基金才是首要。

.(三)项目的新颖性，独特性，先进性

此项目的优势在于不同于市场上的旅游 APP，内容单一毫无新意。一日游在内容，形式，主题上更加新颖，以当地人为导游，带你领略不一样的风景。旅游基金，分期付款更加便利，让你旅游无忧，来一场说走就走的旅行。

(四).项目优势

更好的服务于旅游者，以当地人当导游这个特色吸引别人，不仅节省了旅行者的旅游成本，还能更好的享受到不一样的旅行时光。分期付款旅行手续跟方便，最快时间放款。当你存钱旅行时可以直接选择购买旅游基金，为今后的出行买单。

二、市场分析

(一) 市场细分

(1) 按旅游者人文因素进行市场细分

1、按年龄细分，消费者在不同的年龄段由于性格及爱好的不同，对旅游市场的需求也有很大的差别，比如小孩子喜欢去游乐场或动画主题的乐园，年轻人喜欢去大城市闯一闯，老年人则比较偏向于安静风景优美的地区。

2、按性别细分不同性别的人在对产品的需求、购买行为、爱好等方面有着千差万别，如参加探险旅游、公务旅游的多为男性，相比较而言，女性更加注重人身财产安全，她们大多会选择去一个商场购物。在购买旅游产品时，男性通常对价格反应迟钝，而女性较为敏感。

3、按收入细分，人们收入水平的不同，不仅决定其购买旅游产品的性质，还会影响其购买行为和购买习惯。如收入较高的人更加追求生活品质的优越，他们在搭乘飞机时会选择商务座，而收入较低的人则会选择经济舱。

(2) 按旅游者行为因素进行市场细分

- 1、按购买目的细分，分为度假市场、商务旅游、会议旅游、探亲访友、外出购物旅游、探险旅游等。
- 2、按购买时机细分，可分为旺季旅游市场、淡季旅游市场、平季旅游市场。
- 3、按购买方式细分，可分为经济团队旅游，以及散客旅游

（二）目标市场选择

任何一个旅游产品都不可能满足所有旅游者的需求，所以应该综合分析我国旅游产品特性和旅游市场这两个因素，我们以滁州市的旅游者作为目标人群为例。

（1）国内市场

- 1、一级市场——以合肥、南京为区域的中、短程市场。特点是本省及周边省区，距离较近。
- 2、二级市场——北京、上海、广州等国内主要旅游市场，这些地区的特点是经济发达，因此客运来往量高。
- 3、三级市场——以山东、浙江为主的周边市场。

（2）国际市场

入境旅游市场以港澳台、日本为主，港澳台的旅游者构成了我省入境旅游的主体；日本是我省最大的海外旅游客源国，对民族文化类旅游产品有很多的偏好。

（三）目标市场规模

中国经济正在由高速增长步入中高速增长的新常态，随着经济结构性改革和消费升级，符合产业升级趋势的旅游业正处于黄金发展周期。

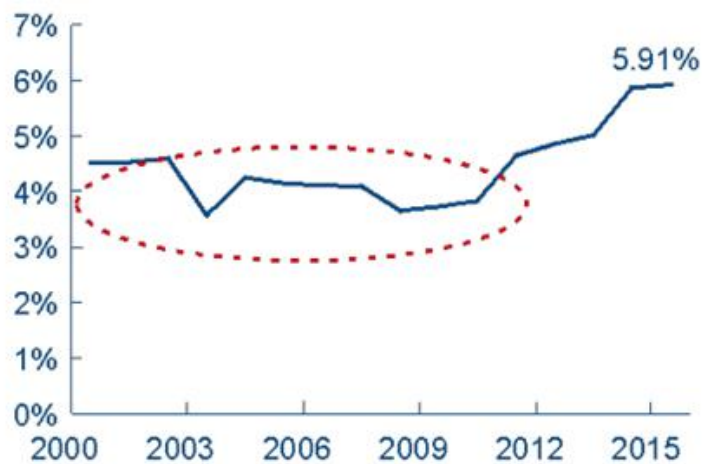
中国旅游业接待游客人次及其增速



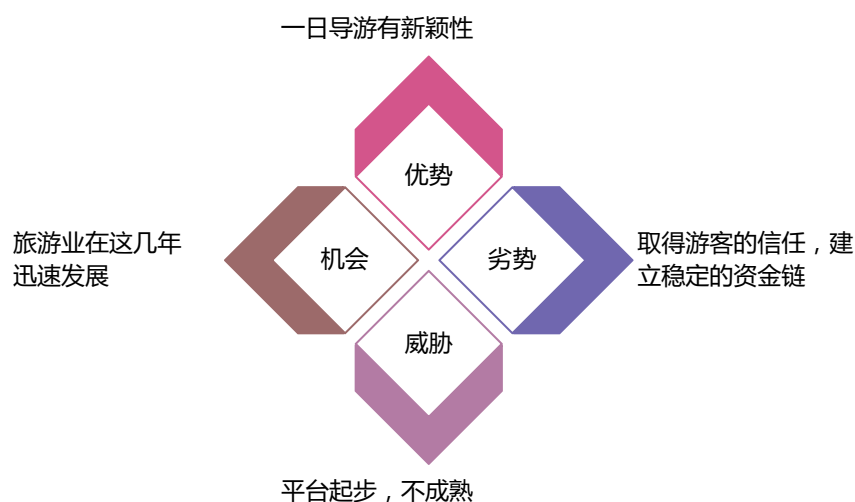
中国旅游业总收入及其增速



中国旅游业收入占 GDP 比重



三. SWOT 分析



分析方法:波特钻石理论模型

产业新进入的威胁

供货商的议价能力

替代品的威胁

现有 APP 的竞争

.(一)优势(Strength)

市场上旅游 APP 很多,多是介绍美食,路线,订机票等服务。像一日导游这样的贴近生活,真正的让你请得起导游,去陌生的城市少走弯路,旅途更加快乐和轻松的 APP 毕竟少见,而且平台不仅仅只是一日导游这一个功能,更有分期付款旅游,购买旅游基金这些其它 APP 不具备的功能,让你提前消费,实现旅行计划。

.(二)劣势(Weak)

APP 创建初期,会存在很多缺点造成很多的风险,如资金链的断裂,大量广告费用的投用,以及顾客的不信任。因为市场上分期旅游,旅游基金还不够成熟,APP 的推广面临着巨大的阻力和前所未有的挑战。

.(三)机会(Opportunity)

旅游业的快速发展，给旅游进入市场能够带了商机。

(四).威胁(Theat)

新的竞争者的进入，同行业中难免有相似的产品产生，如何突出重围，先入为主显得极为重要，一个优秀的广告策划，完备的风险分析以不变应万变。适时地进行市场调查。

四. 营销策略

(一).目标市场占有率即销售预测分析

随着时代的发展，手机运用成了生活必备，手机一定产业将是未来最具市场潜力和发展潜力得一大产业，网络成了人们跟外界交流的一条主要途径。随着亲子游的兴起，整个在线旅游市场规模不断壮大，根据前瞻产业研究院提供的的数据显示，近几年，中国在线旅游市场保持快速增长，市场交易规模从 2009 年 619 亿元增长至 2013 年的 2282 亿元，增长率保持在 25%以上。2015 年时，中国在线旅游市场交易规模达到 400 亿元。一日游 APP 不仅迎合了大多数旅游者的需求，更加促进了旅游经济的蓬勃发展，未来的发展前景一片光明。

(二).市场定位

市场上旅游 APP 层出不穷，携程，途牛等耳熟能详，但往往内容单一，毫无新意。一日导游 APP 的市场定位不再仅仅只是一款推荐旅游地点，买机票，火车票的工具箱。它是一款真正的旅游金融产品，大众可以通过 APP 进行旅游基金的购买，以及分期付款等更多的方式实现说走就走的旅行。主要针对那些对自由行有兴趣和暂时经济不允许又去旅游的人。

(三). 产品策略

一日导游带你吃喝玩乐
你旅游，我付款
旅游基金，带你实现环球梦想

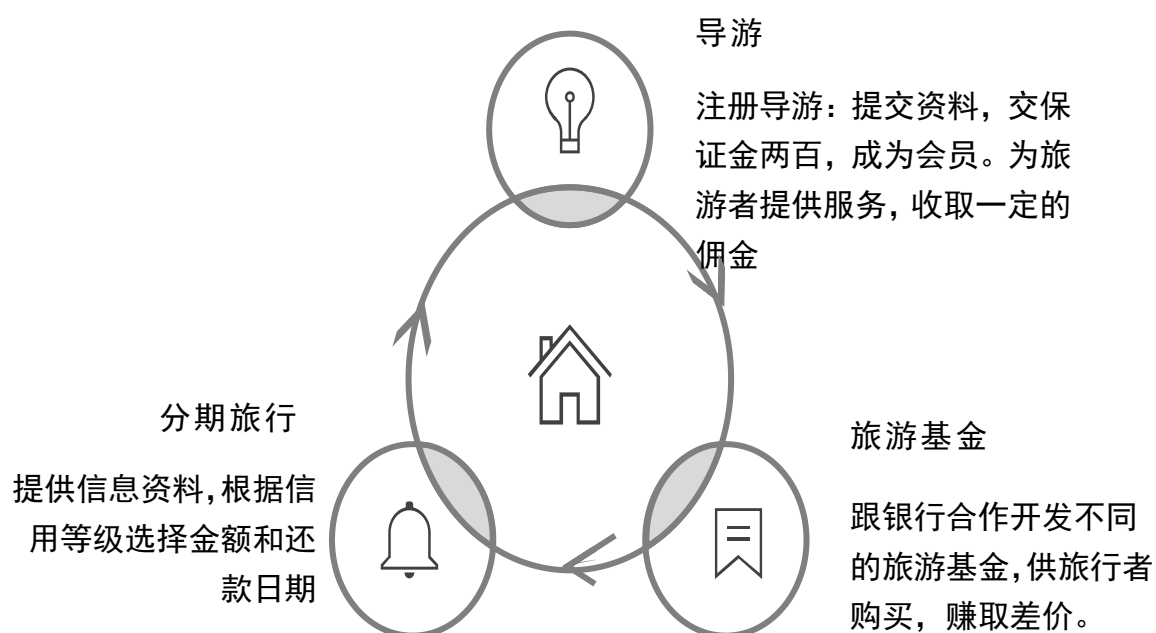
(四). 促销及推广策略

1. 在大视频网站进行广告宣传，实现 APP 的推广。

2. 在一些街头，大学，旅游机构周围进行宣传，鼓励更多的人下载此 APP。
3. 创建公众号，微博，以及寻找专门的 APP 推广商进行推广。

五. 盈利模式

一日导游 APP 软件的盈利模式是一个循环的经济流，一日导游不仅仅是一个噱头，还是资金的来源，很多顾客最初是奔着一个导游给他们带来的福利去的，但是一日导游的所有在线导游都需要进行注册，每一位注册人员均需要缴纳一定的会员费，形成了巨大的资金池，再运用这些资金池进行分期旅游产品的资金来源，赚取一定的利息，对于购买的金融产品也可以从中盈利，赚取差价。



六. 风险分析

(一). 资金风险及规避方案

前期会有一些的筹资风险，而且由于财务现金流不是很高，再加上收入减少和成本增加的风险存在，会导致在现金流平衡上存在一定风险。

规避方案：

(1)经常关注现金流的平衡。

(2)考虑收入、成本与预期值等等一些因素将会带来的重大变化，从而对财务现金流有准确安全的筹划，对可能出现现金流短缺的情况做出及早的准备。

(二). 技术风险及规避方案

由于现在的信息流通迅速，APP 的一些信息很容易掺入一些虚假的信息成分，从而会误导使用人员获取的一部分信息。

规避方案：

(1)用户登陆信息要经过审核程序，要求实施实名制，使用人员需要凭自己的有效身份证号才可以使用 APP。

(2)APP 里设立投诉受理窗口，用来及时与用户交流解决问题。

(3)时常保持资讯更新，完善 APP，软件升级，测试网络和系统的安全和稳定。

(三). 市场风险及规避方案

现在市场上虽然只有少量的导游方面的 APP，不过在旅游行业还是存在着不小的竞争。比如说旅游公司、校园旅游中介等。除此之外，还有很多人自己组织出游，而且有的人还不喜欢通过网络预订。

规避方案：

对于市场的竞争，我们 APP 需要做出自己的特色。

(1)实时掌握住旅游风向，不断更新最新的旅游资讯，筛选出适合季节出游的景点。

(2)针对不同年龄阶段的人群，合理提供相应服务，站在消费人群的角度，给他们带来方便与快捷。

(3)多做宣传，加大宣传力度。

(四). 资金交易风险及规避方案

在具体用户使用的过程中，当面临金钱交易时，就有可能违反旅游法的相关规定，因而也会面临不小的法律风险。另外，在交易中，还有可能会存在顾客违约跑单、或者在旅游服务中产生纠纷等问题。

规避方案：

(1)APP 平台上面的导游需要严格审核才能通过。

(2)将导游证然后挂靠在地地方旅行社，这样可以规避法律风险。

(3)严格规范旅游时的收费行为。

(五). 临时性风险及规避方案

在顾客预订订单交易成功后，有可能会出现导游的临时缺工。

规避方案：

顾客预订订单交易成功后，相应的导游位置除了对应一名导游外，还应添加候补导游，以防不时之需。

(六).信任风险及规避方案

当旅客选择去一个新的地方去旅游，由于自我保护意识就会产生对一个陌生环境的危机感，而面对未知的网上预订导游则会选择不信任或者不敢信任。

规避方案：

(1)完善导游信息，并且公开公证透明导游信息。

(2)APP 设置导游联系方式，旅客可以提前和导游进行沟通。

附录:调查问卷

1. 您的性别: ()
A. 男 B. 女
2. 您的年龄: ()
A. 18 岁以下 B. 18~30 岁 C. 30~40 岁 D. 40~50 岁 E. 50 岁以上
3. 您喜欢旅游吗: ()
A. 喜欢 B. 不喜欢
4. 您喜欢和小伙伴分享旅行见闻吗: ()
A. 会 B. 不会 C. 有时会但不经常
5. 您在旅行中会用一些手机 app 查攻略吗: ()
6. A. 会 B. 不会 C. 有时会
7. 您希望在旅游 APP 中看到以下哪些功能: () [多选题]
A. 攻略 B. 行程推送 C. 目的信息推送 D. 好友社交互动 E. 其它
8. 您在旅游时会考虑什么: () [多选题]
A. 能够保证旅途安全 B. 能够一站式解决吃住行问题 C. 旅游费用是否划算
D. 能够解决语言障碍 E. 能够交到志趣相投的朋友 F. 能够无拘无束的旅游
9. G. 能够有限时间内玩更多 H. 其它
10. 您是否会尝试在网上预定私人导游服务: ()
A. 愿意 B. 不愿意 C. 无所谓
11. 如果有一个网上平台, 为你提供当当导游的机会, 你的态度是: ()
A. 没兴趣 B. 比较感兴趣 C. 很感兴趣 D. 无所谓
12. 您认为导游最重要的要求是什么: () [多选题]
A. 良好的外在形象 B. 得体的言行举止 C. 细心周到的服务 D. 丰富的知识 E.
良好的职业道德 F. 其他并注明_____
13. 您认为一日导游服务费用的合理定价区是: ()
A. 20-30/小时 B. 30-50/每小时 C. 200-300/天 (9 小时) D. 300-500/天 (9
小时) E. 其它
14. 关于私人导游服务, 您最在意的是: () [多选题]
A. 导游是否有导游资格证 B. 导游是否强制进店消费 C. 导游是否个性定制路

线 D. 导游费用是否明码标价 E. 导游服务是否细致体贴 F. 导游形象是否大方得体

15. 欢迎您提供更多的想法，比如导游服务的建议：
