



# 境外游 心愿瓶

25号团队

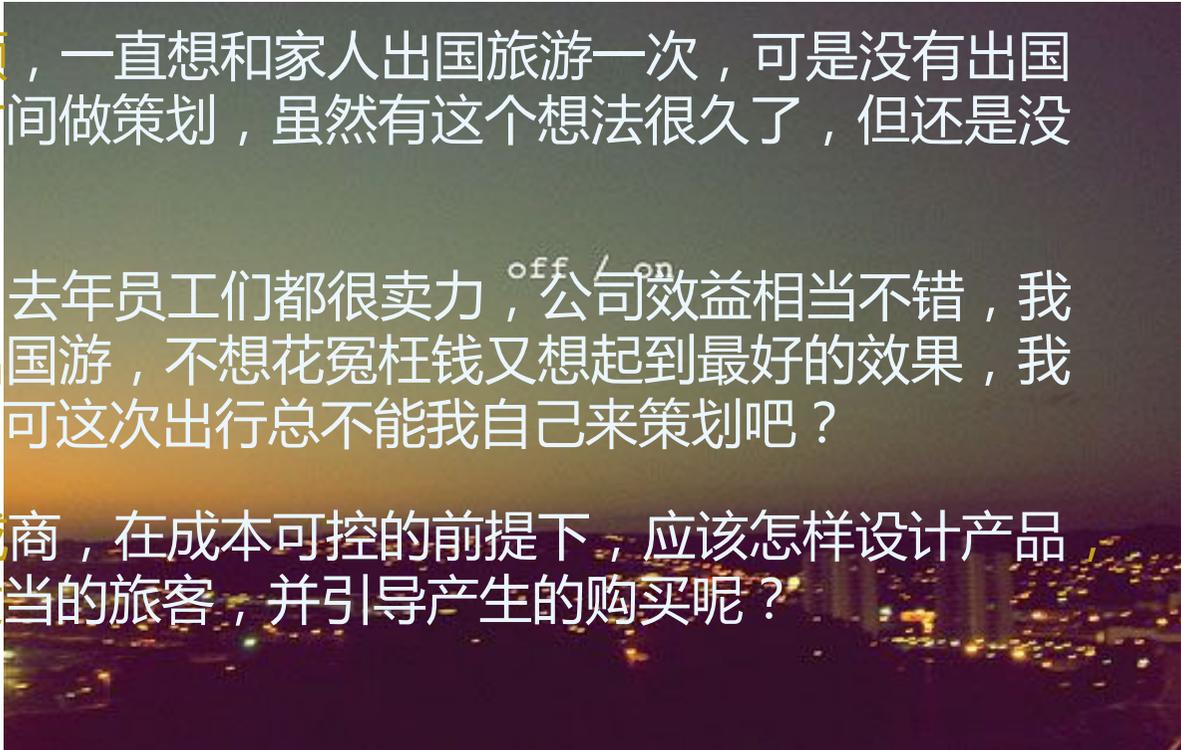


## 我们的团队

- ✿ 我们来自中国航信 上海分公司
- ✿ 解开颜，具有丰富的航旅行业经验和IT经验，擅长产品设计及运营
- ✿ 管虎，对机器学习、数据挖掘有丰富理论和实战经验
- ✿ 戴浩洋，对航空分销及旅游服务有深刻的理解
- ✿ 汤志强，准极客，热爱互联网，热爱编程.
- ✿ 蒙强，有志于投身航空旅游领域，专注后端开发



## 我们的切入点

- ✿ 有意向、有假期、有预算的旅客，但没时间做旅行策划，怎么办？
  - ✿ 没有时间规划交通、机票、酒店、租车、游轮、签证、景点、美食、娱乐、购物、保险，怎么办？
  - ✿ 集成商怎么精准营销，产品组合那么多，让我怎么办？
  - ✿ 我是一名成功的白领，一直想和家人出国旅游一次，可是没有出国的经验，也没有很多时间做策划，虽然有这个想法很久了，但还是没能成行。
  - ✿ 我是一名小企业主，去年员工们都很卖力，公司效益相当不错，我想奖励骨干员工一次出国游，不想花冤枉钱又想到最好的效果，我自己有出国游的经验，可这次出行总不能我自己来策划吧？
  - ✿ 我是旅游产品的集成商，在成本可控的前提下，应该怎样设计产品，怎么把产品信息推给适当的旅客，并引导产生的购买呢？
- 

# 清晰梦想，成为现实

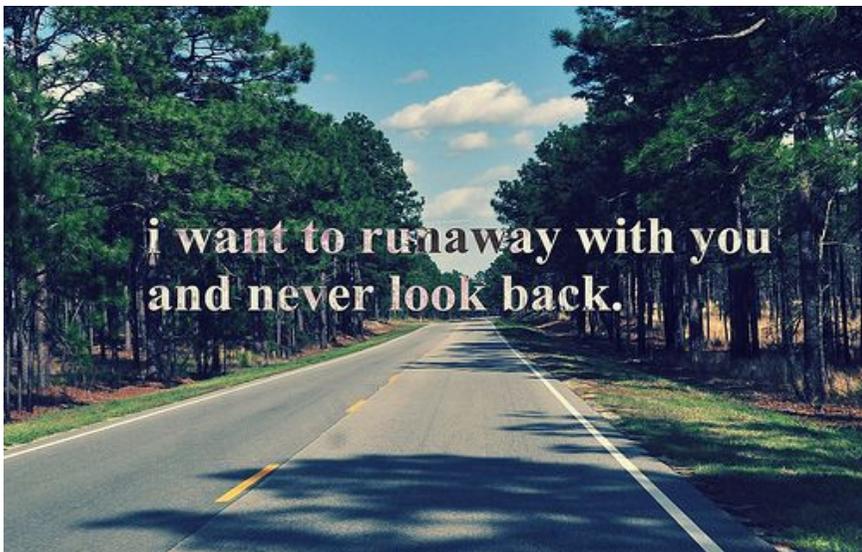
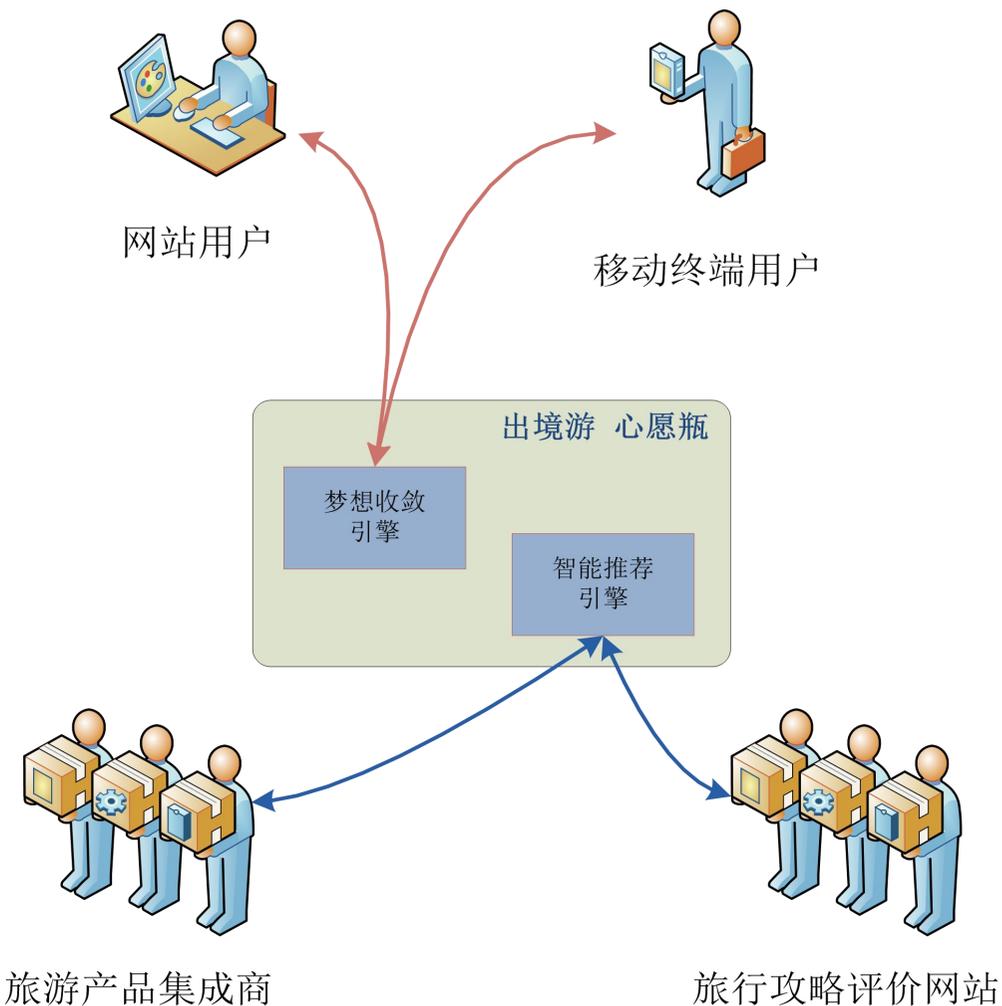
利用用户**碎片时间**，通过**线下**启发式交互，将旅客的**模糊**出游**意愿**逐步变成**购买**行为的**旅行规划**工具

三种接入方式

网站注册用户（邮箱，电话，QQ等）

微信公众帐号，移动终端APP

两个规则引擎





## 调用Sandbox API实现

- 1、心愿瓶提供的信息：出发点、大致的旅行日期范围、预算、人数，自驾；第一次交互
  - a) 按照机票、酒店、租车/门票/饮食各占预算三分之一的方式开始搜索
  - b) 以预算三分之一、出发点、人数为参数，调用 **Flight inspiration Search API**，得到目的地列表；
  - c) 以目的地列表，大致的旅行时间范围为输入，调用 **Extensive Flight Search API**，得到指定旅行时间范围内可能的目的地；
  - d) 将结果推送给用户
- 2、依据用户的喜好挑选租车地；第二次交互
  - a) 请用户勾选喜爱的目的地（推送 20 条，用户最多勾选 10 条）
  - b) 根据用户喜爱的目的地，调用 **Car rental shopping API**，以预算的九分之一，停留日期范围为输入，搜索合适的租车选项；
  - c) 将结果推送给用户
- 3、依据用户的喜好挑选酒店；第三次交互
  - a) 请用户勾选喜爱的目的地和租车组合（推送 10 条，用户最多勾选 5 条）
  - b) 根据用户喜爱的目的地和租车，调用 **Hotel Geo-search API**，以预算的三分之一，停留日期范围，以目的地机场为正方形一条边的中点，500 公里为长边长向四个方向搜索酒店；结合攻略分析结果选择主要城市和景点（城市控制在 4 个以内）；
  - d) 将结果推送给用户
- 4、完成精确行程计划；第四次交互
  - a) 请用户勾选喜欢的方向（推送 5 条，用户最多勾选 2 条）
  - b) 调用 **Flight low fare Search API**、**Car-rental shopping API**、**hotel Geo-search API**，完成精确的行程计划组合，供用户选择。
- 5、用户可以直接在结果上选择“预订”完成购买行为。

# Just enjoy your Vacation !



01 抛下  
心愿瓶

02 收到  
梦想的行  
程计划

04 再次收到  
优化的行  
程

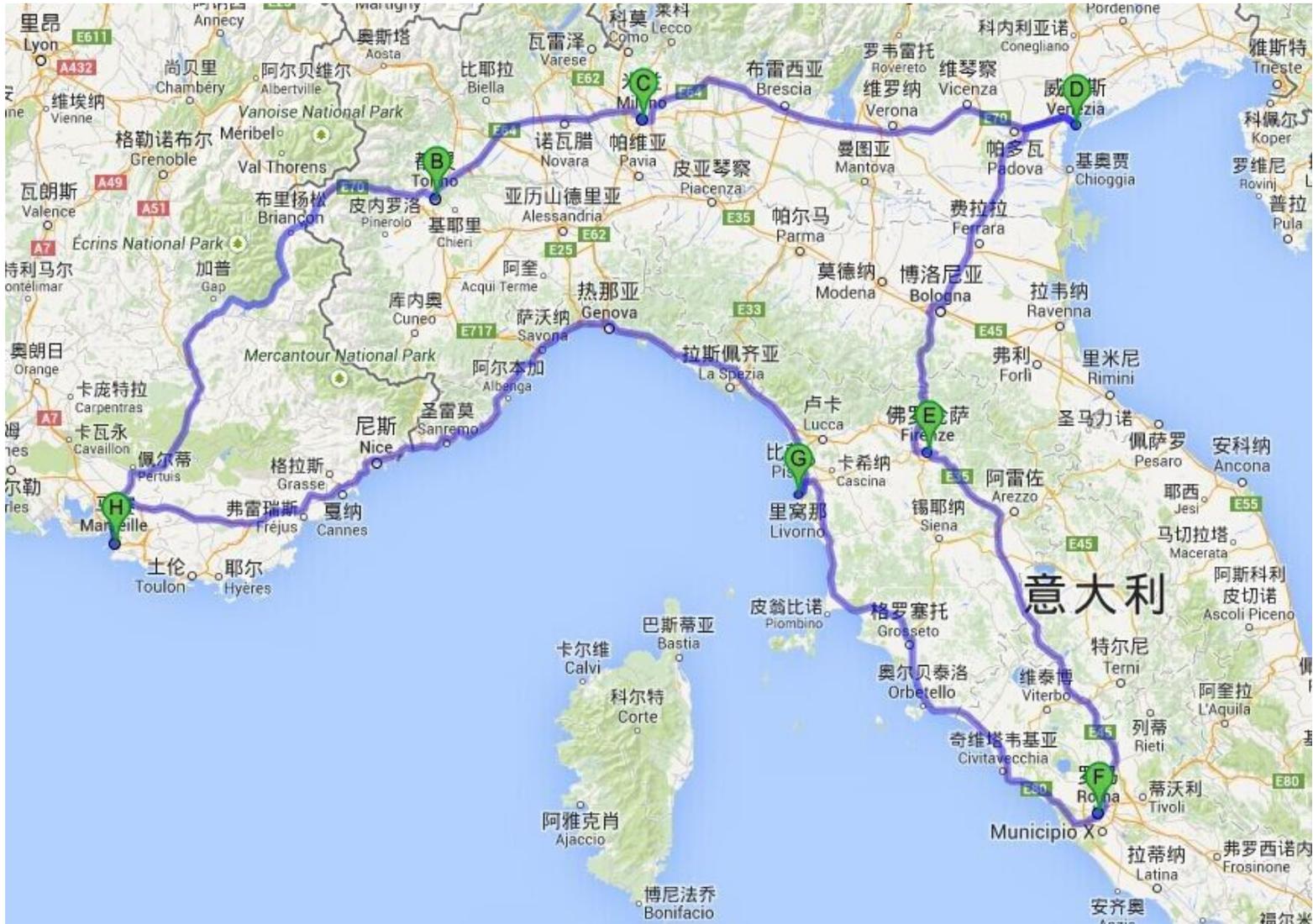
03 表达对行  
程计划的  
好恶

05 找到心仪  
的旅程，  
购买！

## 热身式 旅行策划

	完成日期	任务	景点推荐	酒店及费用	总费用 (估算)	备注
23:35	2014/9/20 9:40	LH733/LH1086 上海前往马赛 <a href="#">点击预订</a>	-	-	17,000	
	2014/9/20 0:00	机场租车并前往米兰 <a href="#">点击预订</a>			5,000	
	2014/9/24 0:00	米兰及周边	阿尔巴(葡萄酒、松茸)、阿维尼翁、嘉德水道桥、米兰大教堂	希尔顿 €100/间夜 <a href="#">点击预订</a>	5,000	4晚酒店、
	2014/9/28 0:00	威尼斯及周边	威尼斯、维罗纳(朱丽叶家)、佛罗伦萨圣母百花大教堂、乌菲兹美术馆	威尼斯人 €100/间夜 <a href="#">点击预订</a>	5,000	4晚酒店、
	2014/10/6 0:00	罗马及周边	罗马竞技场、万神殿、圣彼得大教堂、梵蒂冈	佩恩斐利别墅阿塔酒店 €110/间夜 <a href="#">点击预订</a>	15,000	8晚酒店、
	2014/10/10 0:00	马赛及周边	比萨斜塔、热那亚、格拉斯、夏纳、蔚蓝海岸、马赛老港、伊芙堡	马赛洲际酒店 €80/间夜 <a href="#">点击预订</a>	4,000	4晚酒店、
	2014/10/10 0:00	马赛机场还车				
0:15	2014/10/11 9:55	LH1087/LH728 马赛返回上海	-			
				合计	51,000	

# 热身式 旅行策划

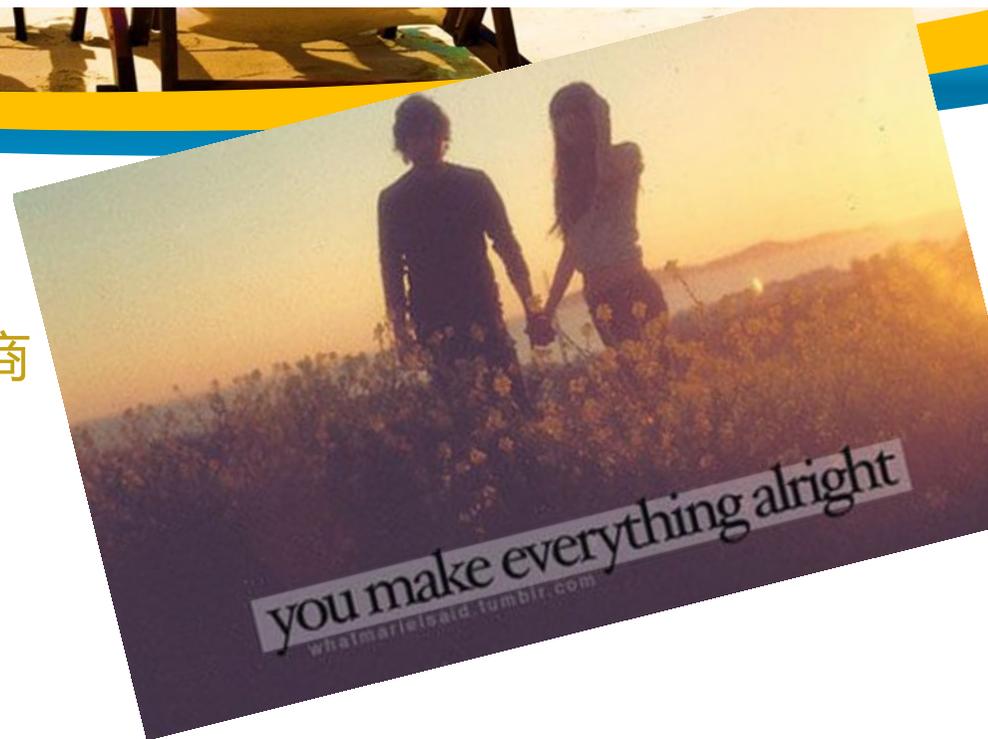


## 可能的用户

- ✿ 不知设计什么产品的旅游集成商
- ✿ 找不到目标客户的旅游集成商
- ✿ 有出国意愿、有钱又有闲的人

《福布斯》发布的数据显示，到2012年底，中国的大众富裕阶层人数已经达到1026万。大众富裕阶层是指个人可投资资产在10万美元(约63万元人民币)至100万美元(约630万元人民币)之间的中产群体。中国大众富裕阶层在近两年内迅速壮大。2010年这一群体人数为794万人，预计这一群体在2013年底将达到1202万人。

中国国家旅游局副局长吴文学表示，2013年中国公民出境总人数为9819万人次，比2012年增长18%。中国出境旅游市场持续快速增长，预计2014年中国出境旅游人数为1.1亿人次，增长13%左右。



## 方案特点

- ✦ **启发式的旅游策划能力**，利用**碎片时间**，提升**用户体验**
- ✦ 通过免费的、游戏式的心愿瓶**线下交互**方式 引导有**模糊出行意愿**的旅客 花最少的精力 **逐渐**找到最适合的旅行方案，并产生**购买行为**
- ✦ 引入专家系统、机器学习技术构建“梦想收敛引擎”和“智能推荐引擎”
- ✦ 依据旅游攻略/评价数据，社交媒体数据的分析结果，依据“梦想收敛引擎”的结论，对旅游产品集成商提供的行程选择做**启发**和**筛选**
- ✦ 心愿瓶可以**长期**有效，在交互过程中有机会**调整**和**改变**最初的梦想





## 同类产品?

- ✿ 部分OTA、旅游垂直搜索网站提供机票和酒店的**低价订阅**功能
- ✿ 专业TMC（差旅管理公司）只提供传统、高价值的**商务出行服务**
- ✿ 购物篮式的定制旅游服务仍处于起步阶段，打包价格计算问题尚未完全解决，如Expedia最多提供机+酒的精确搜索，Kayak主站提供package搜索只限于机+酒，Deal搜索只限于单一目的地的**产品打包**
- ✿ 淘宝旅游“私人定制”产品，基于拍卖的**平台型产品**
- ✿ Qunar网“10分钟，搞定行程计划”可以帮助旅客制定行程计划，但缺少智能辅助，需要在线阅读大量攻略、介绍，犹如大海捞针，没有解决核心问题
  
- ✿ 结论：市场上暂未出现完全相同的产品

## 收费，真的需要吗？

- ⊗ 当产生购买行为后，向集成商收取费用；
- ⊗ 当吸引到足够的用户，当建立很好的口碑后，对每个成功的心愿瓶收费；
- ⊗ 当积累了足够的心愿瓶数据后，可预测产品需求，启发旅游集成商设计产品，并提前订购；
- ⊗ . . .



- ⊗ 可是。。。如果有一亿注册用户，还需要费神考虑怎么收费吗？
- ⊗ So, let's develop it!



感谢聆听！

