



DTA产品创新奖

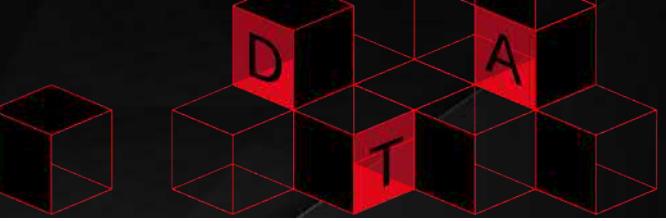


全域通

同程网络科技股份有限公司



目录



- 1、产品概述**
- 2、创新点概述**
- 3、产品定位**
- 4、目标用户市场**
- 5、应用场景**
- 6、商业模式**
- 7、未来商业潜力**



产品概述



同程全域通是以“**全域旅游+智慧出行+超值优惠**”为宗旨的平台，解决游客**行前、行中、行后**各环节痛点。将区域内的**景区、酒店、交通、美食、民俗、人文**等内容整合在平台内，通过全新的展现如：**景点通、酒店通、机场通、火车通**。里面包含包含**自动导览、智慧地图、VR预订、3D 展品、AI智能客服、网红直播、自定义攻略、定制游戏、大数据后台**等功能，更智能、更全面、更便捷地将区域旅游资源变得更有趣。

同程全域通通过深入挖掘区域人文历史,整合当地经典的**吃、住、行、游、购、娱**等要素,为游客提供一站式优质旅游服务。“**让本地人有归属感、让外地人有安全感**”为服务宗旨,传承弘扬当地历史人文；展示推介地方特色美食；推进乡村振兴战略的深入实施。还可以结合线下摄像头直播、景区闸机、智慧停车场、人流量监控等硬件设施，更好的体现区域智能化、数字化的全域旅游。

全域旅游打造：

旅游+科普

旅游+文化

旅游+民俗

旅游+扶贫

旅游+生态



创新点概述



旅游各业务环节全新的展现形式



景点通
TOUCH THE WORLD



酒店通
TOUCH THE WORLD



机场通
TOUCH THE WORLD



铁路通
TOUCH THE WORLD



展馆通
TOUCH THE WORLD



创新点概述



内容创新

听城市



以声音的方式深挖当地的特色人文，让游客更全面的了解当地的一人一物、一草一木

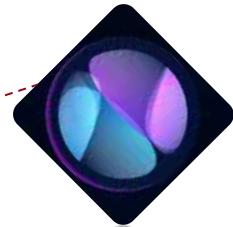


实地实践素材

专业编辑创作



生动展示



 **数字旅游奖**
DIGITAL TRAVEL AWARDS



创新点概述



内容创新

读城市



每个城市都是一本书，每个事物都有自己的故事。全域通将城市的冷知识、奇趣异迷、当地风俗等，通过图文+漫画的方式展示出来，让游客、让孩子、让外国友人在趣味阅读中了解这个城市。



创新点概述



内容创新

通过网红效益将当地具有特色的内容如热门推荐，必打卡景点，舌尖美食，网红同款，四季风情用视频方式记录下来，视频的整体形象定位为：生态自然美&人文底蕴美

短视频版块



多元化KOL团队

专业编辑团队



明星验客



网红直播



手绘验客



常规验客



抖音验客



航拍验客

更多知名KOL (如作家、专家、音乐家等)



创新点概述



内容创新



一张全域地图包含地区所有的吃住行游购及各个公共设施

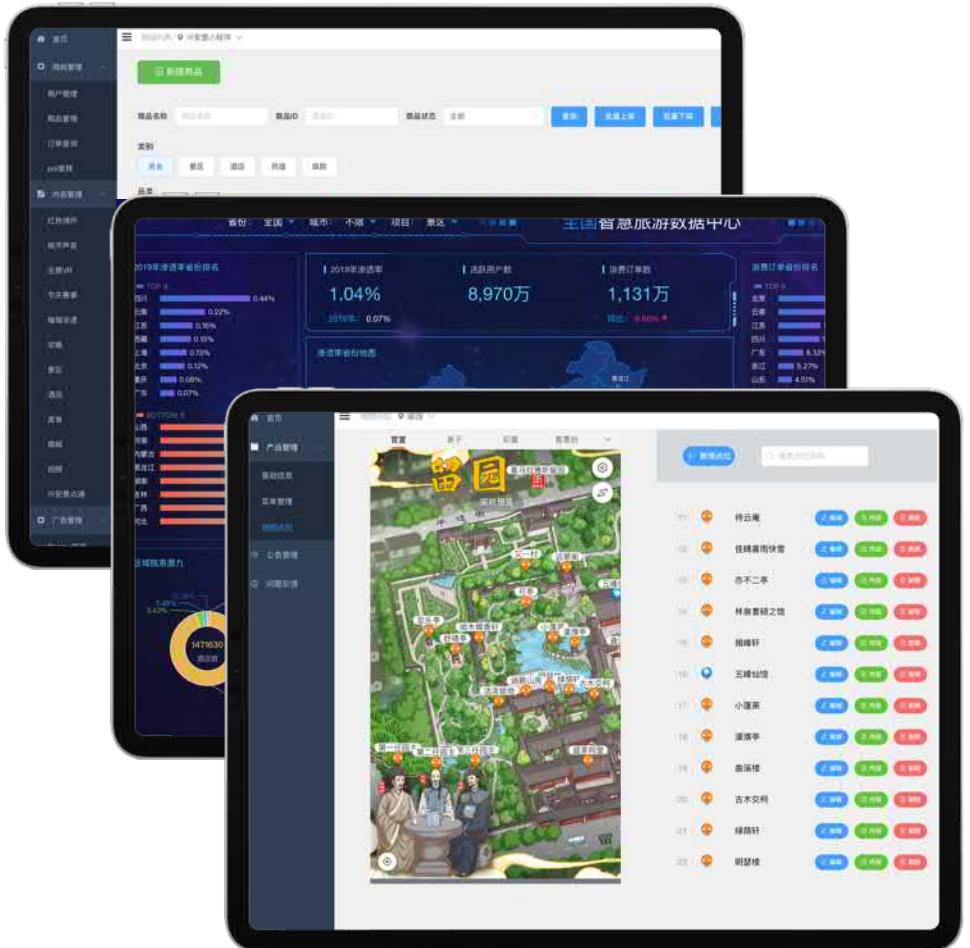
- 1、将当地所有景区、酒店、美食、土特产、娱乐、各个商圈整合到地图里，用户可以切换完成各个功能点的选择。
- 2、选择具体的功能点后，进入详细的景点讲解介绍。（景点通：定位讲解、线路规划、VR看景；酒店：VR订房、酒店内吃喝玩乐预订等）
- 3、根据用户购买的产品，会实时显示订单状态（如：商圈优惠券、酒店位置、景点红包等）
- 4、选择要去的景点或者酒店，自动生成线路规划，和交通导航。
- 5、可以随意配置各种优惠活动，景点+酒店+商场等优惠政策
- 6、景区文创产品土特产等商户入驻，游客无需到达商店就可以买到正宗的土特产并快递送达。
- 7、各种小功能如：天气、交通信息、人力流量等工具
- 8、配置全域通后台，可以随时随地修改全域通内所有信息



创新点概述



开放智慧后台



- 1、该系统支持一个城市一个景区一个账号，可以实现手机端/pc端登录；
 - 2、支持上传图片、文字、音频、VR、预订链接等；
 - 3、支持实地定位打点自动定位讲解功能；
 - 4、文字自动转换语音播放，支持多语种；
 - 5、自定义公告栏，投放游客注意事项；
 - 6、独立的大数据系统，可以查看游客使用情况和关注的讲解区域；
 - 7、独立的商品管理和订单后台，实时监控市场和营收数据；
 - 8、后台上传修改，前端实时更新；
-



产品定位



大背景：2016年7月，习近平指出：“发展全域旅游，路子是对的，要坚持走下去。”李克强总理在2017年政府工作报告中提出，“大力发展全域旅游”，全域旅游上升为国家战略。2018年3月，国务院办公厅印发了《关于促进全域旅游发展的指导意见》，提出了发展全域旅游要落实好的八个方面的重点任务，这八项重点任务深入全面的解析了全域旅游发展的指导思想、基本原则和主要目标。2019年9月25日，国家文化和旅游部官网公布首批国家全域旅游示范区名单。

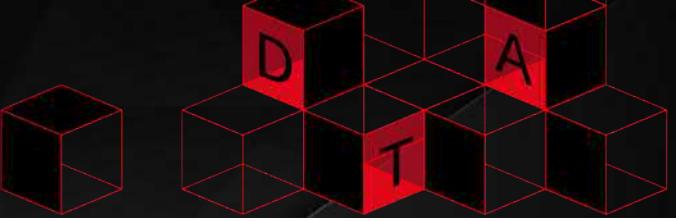
全域旅游在全域旅游战略落地的过程中，帮助各地政府解决实施痛点。例如，更低成本打造更高效的产能；结合地方特色，打造地方品牌IP；突破传统的门票经济，深挖当地特色旅游资源，打造新业态，向全域旅游发展；打造一款智慧型旅行平台，提升用户对当地的智能化体验，同时提升当地文化的传播力建设等。

全域旅游不仅仅是B端项目，更多的是为C端打造的一款行前做攻略，行中做工具，行后做商城的一个综合平台。





目标用户/目标市场

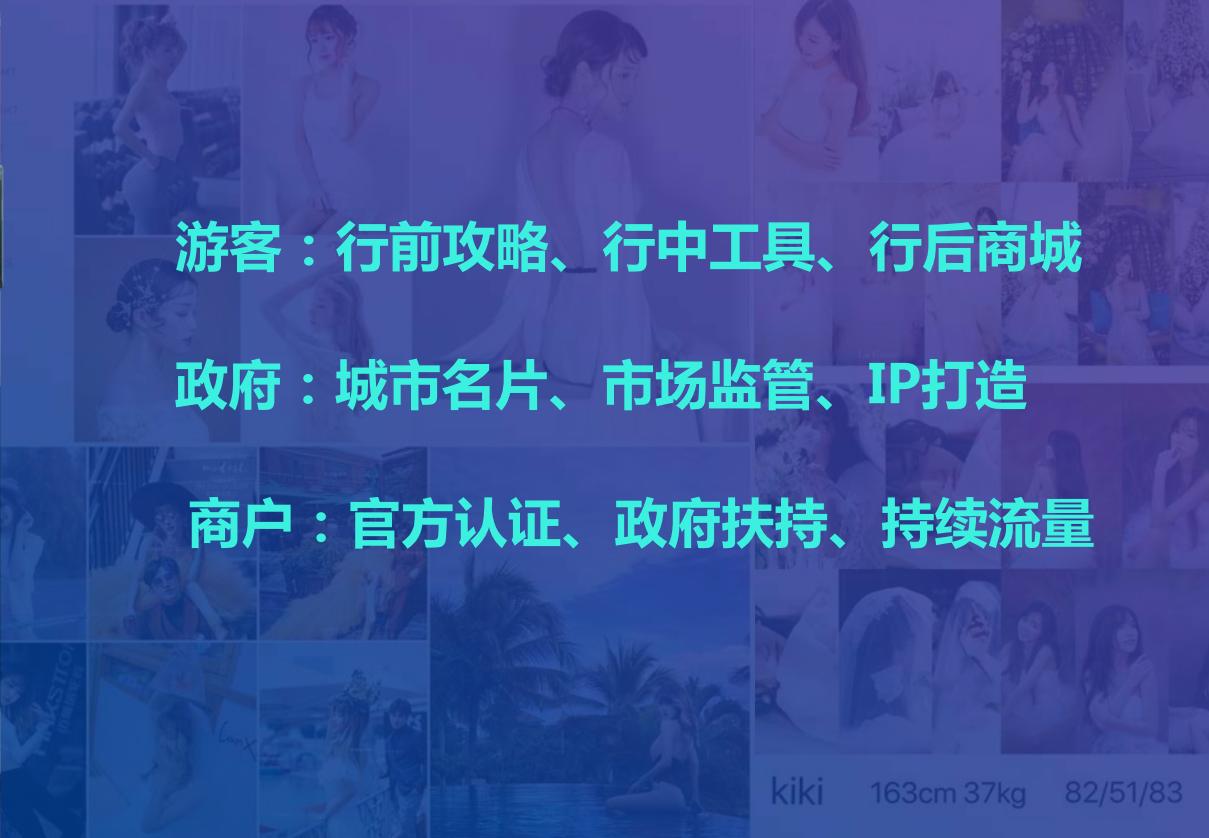


目标用户：全国各地政府和各地游客

目标市场：全域旅游市场



应用场景



游客：行前攻略、行中工具、行后商城

政府：城市名片、市场监管、IP打造

商户：官方认证、政府扶持、持续流量



游
奖

DIGITAL TRAVEL AWARDS



商业模式



G to B to C



策划

根据当地旅游市场、竞争态势、游客需求等的调查，挖掘当地的旅游资源，策划全域旅游内容运营、业务拓展和产品销售的综合推广措施，推动全域旅游平台商业模式的形成；

运营

与当地的旅游资源、运营商、各个商户企业建立良好的业务合作关系，发展与培养合作伙伴，协调平台与客户之间的资源，开展运营项目的推广工作，提高用户量，保证全域旅游运营项目的顺利执行与业务目标的达成；

数据

根据用户画像、经营数据、市场反馈等对平台运营项目进行监督、控制和数据分析评估，及时调整策略与内容，保证平台运营目标的持续达成；



未来商业潜力



三个100商业布局

100个城市全域通

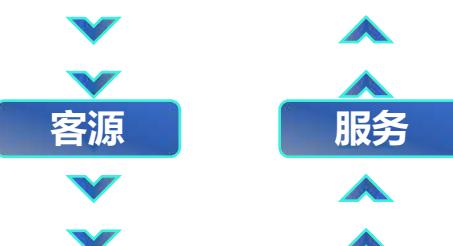
100条个爆款产品

100亿的GMV

产品曝光 积聚平台流量



用户运营 增加平台粘性



商户运营 打造城市货架

产品曝光：利用线上线下的流量入口和曝光渠道进行产品推广以及各地政府背书，形成平台自身的流量；

用户运营：通过产品推广，用户开始使用产品，通过多元化的用户运营方式可以将客户沉淀在平台，完成从用户到消费者的转化，从而反哺平台。

商户运营：有了平台+流量+用户，需要一套完善的商户入驻逻辑和商品售卖运营模式，来为用户提供服务，形成平台预订，盘活整个平台。

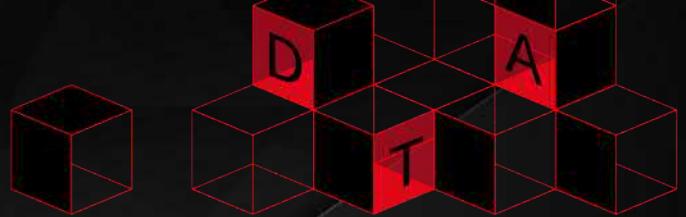
收益模型：针对平台本身，以及平台内的流量资源、用户资源、产品资源、商户资源、内容资源等各项资源，需要一套完善的收益模型来形成闭环逻辑，赋能全平台。



数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS



DTA产品创新奖



产品体验