

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！  
个性化导游预约与  
共创旅行社社交平台

团队名称：志锐创业小分队  
核心成员：高瑞翔、何青鸾、黄潇潇、  
曾洁霖、刘意娆  
指导老师：莫雷、黎冬梅

谢谢合作

# 仅供课程内部学习交流之用

保密承诺

本商业计划书涉及相关商业机密，仅对已签署投资意向的投资者使用。收到本计划书后，收件人应即刻确认，并遵守以下的

**切记请勿对外传播**

规定：

妥善保管本商业计划书，未经同意，不得将本计划书全部或部分地予以复制、影印、传递、泄露或散布给他人，不得向第三方公开本计划书涉及的商业机密。

**如发现侵权，后果自负！**

## 谢谢合作







# 目录

仅供课程内部学习交流之用

## 1. 项目摘要

- 1.1 项目目标
- 1.2 市场背景
- 1.3 产品服务
- 1.4 营销计划
- 1.5 团队风貌

## 2. 创始人团队

- 2.1 企业组织架构
- 2.2 核心成员介绍

## 3. 行业与市场分析

- 3.1 宏观行业分析
- 3.2 竞争对手与市场可行性分析
- 3.3 本产品的差异化竞争路径

## 4. 产品与服务介绍

- 4.1 服务流程简介
- 4.2 个性化匹配技术
- 4.3 “旅鸟日记” & “飞鸟浪迹” 社区
- 4.4 “比翼心愿” 共创圆梦之旅计划
- 4.5 导游个性化技能开发与提升服务
- 4.6 自由执业导游信息管理与综合评价机制

## 5. 商业模式与营销策略

- 5.1 目标用户
- 5.2 盈利模式
- 5.3 营销策略

## 6. 财务预算与风险应对

- 6.1 资金来源与投融资方案
- 6.2 成本费用预测
- 6.3 销售收入预测
- 6.4 利润预测
- 6.5 现金流量预测
- 6.6 资产回报率测算
- 6.7 风险应对

## 7. 专家顾问阵容

## 附录

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作



## 1. 项目摘要

### 1.1 项目目标

本项目“‘旅鸟’个性化导游预约与共创旅行社交平台”致力于：

(1) 打造国内首个自由执业导游与自由行游客双向智能**个性化匹配**的线上精准预约平台，**用差异化的导游特色服务满足游客多元化的旅行需求**；

(2) 创造导游深度参与、与游客深度联接的“**共创旅行**”新模式，并努力将平台建设成为中国最新潮、最有温度的旅行网络社交平台。

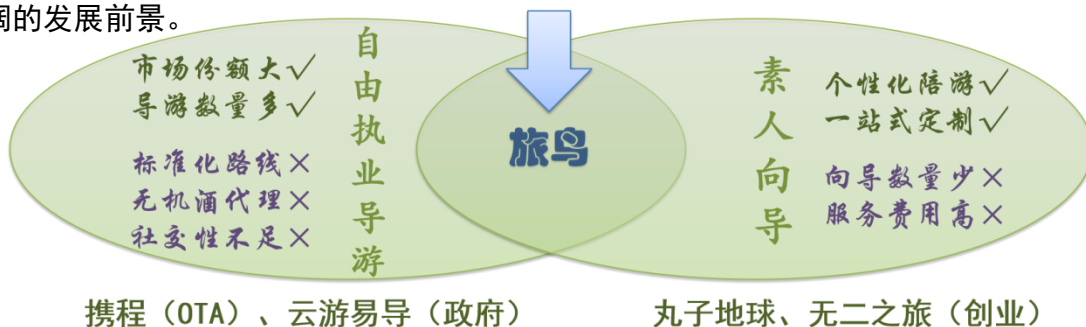
(3) 构建去中心化、多点接入的导游职信档案生态链，为市场主体提供导游自由执业资格认证和**评价体系**标准，助推旅游服务业规范化发展。

### 1.2 市场前景

本项目顺应国家“导游自由执业”的政策趋势，力图帮助导游打造个性化的特色服务能力，并为其提供与游客差异化匹配和深度联接的线上平台，进而以求能够满足游客趋向多元化的旅行需求。

导游自由执业试点政策的推行，其实是游客散客化趋势下的必然产物，旨在改变导游服务**供给侧**结构性矛盾，更好地满足游客日益多元化的需求。然而，目前全国导游自由执业试点平台仅十家，并且这些平台均存在明显不足：以携程为代表的老牌OTA和以云游易导为代表的政府主导第三方平台，虽然上线网约导游产品，但是他们所提供的仍是过去跟团导游式的标准化线路陪游和讲解服务，不能很好地满足新时代游客尤其是自由行游客的个性化需求，并且不能提供大多数游客希望的“机酒+接送+陪游”一站式规划服务；而以丸子地球等为代表的创业平台，主打网约素人向导和定制游服务，能较好地满足游客的个性化需求，却面临向导开发业务进展缓慢、平台向导数量少、服务费用高居不下等一系列弊病，**无法将自由伴游服务普及大众平民。**

市场**亟待出现真正服务于自由执业导游和有陪游服务需求的自由行游客的平台**，本平台有望填补这一**市场空缺**。并且，随着导游自由执业政策的全面推行，将会吸引更多的人加入导游队伍、选择从业网约导游，社会将会需要涌现更多能够帮助他们实现差异化竞争的服务平台；随着整个旅游市场的逐年壮大和旅游行业的消费升级，本创业项目有着极为广阔的发展前景。





## 1.3 产品服务

本项目立足于服务自由执业导游的**特色服务能力**的打造，通过帮助导游完成从跟团导游向自由执业导游的身份转变，以便更好地服务于自由行游客多元化的旅行需求；并通过个性化匹配技术的研发与“共创旅行”社交平台的建设，实现双方的深度对接与联结。

为此，本项目提出着力发展六大核心业务：



# 切记请勿对外传播

## 1.4 营销计划

本企业采用 C2C 电商社交平台模式，收入获得的主要形式包括：平台抽佣、增值服务费、会员费、代理与定制费用、广告收入及其它收入分成等等。其中，将平台建设成为能满足旅行者实时互动心理需求的**社交型平台**，有利于提高用户粘性，帮助流量变现，是平台实现商业盈利的重要方式。

目前，本项目仍处于前期筹备阶段。本项目计划在项目实施初期，通过开展免费线下培训、提供佣金减免优惠等方式，吸引一定数量的试点地区的自由执业导游加入本平台；并通过建设和完善导游职业成长发展通道与导游自由执业信息管理与综合评价体系，走政企合作路线，形成长效发展机制。作为初创企业，本公司在充分考虑来自市场、资金等方面的风险因素后，提出“结硬寨，打呆仗”的发展战略，分阶段、有计划地**平稳推进**。经财务预算，本项目在未来有望实现巨额收益。

# 谢谢合作

## 1.5 团队风貌

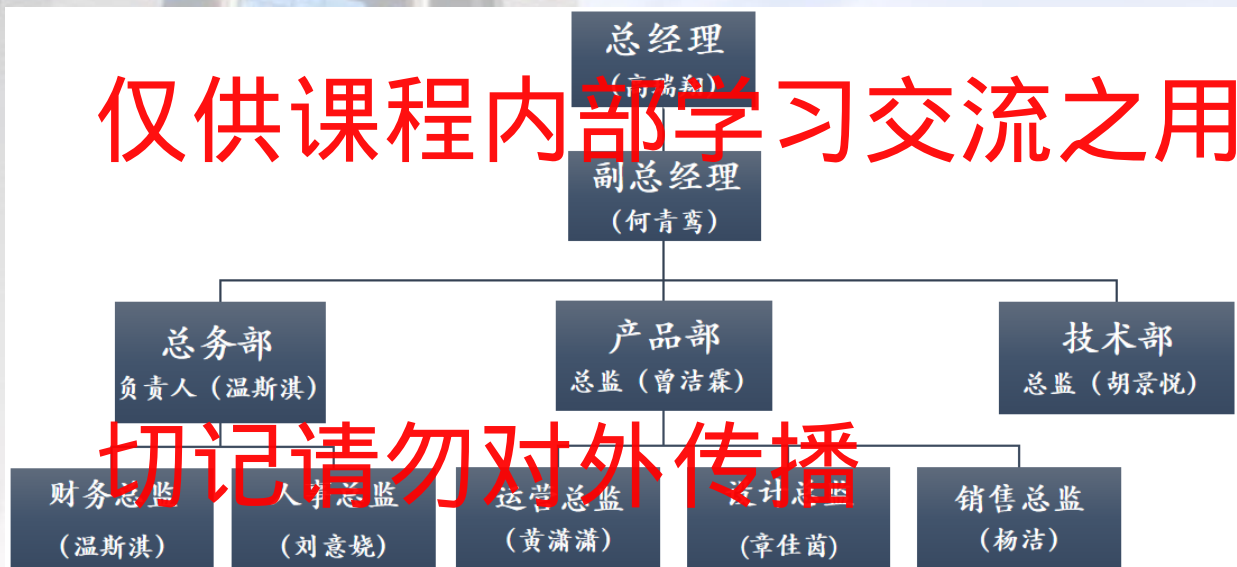
本项目创始人团队是一群毕业于韶关市广东北江中学的同乡**校友**，“恰同学少年，风华正茂”，曾一起参与科研项目并获得“挑战杯”课外学术科技作品竞赛特等奖等多项佳绩。此次涉足创业活动是缘于团队中的一员有旅游方面的创意想法，我们团队全员决定携手努力共同帮助其实现创业心愿——平台名称“旅鸟”便取自该成员的芳名。本项目团队“济济群英，鸾翔凤集”，有来自旅游管理、心理学、财务管理、人文地理、计算机及物理电信等各个专业的杰出俊才。目前本项目已得到校内外强大导师阵容的指导和帮助，并已广泛获得北中广州校友会和华师韶关同乡会的大力支持。





## 2. 创始人团队

### 2.1 企业组织架构



### 2.2 核心成员介绍



# 如发现侵权，后果自负！

高瑞翔：总经理（联合创始人）

华南师范大学心理学基地班本科三年级在读

- 领导能力极强，在团队中富有威望，善于统筹和协调各成员合作完成任务，并能够有效调动和整合校友会与同乡会等内外部资源解决项目执行过程中遇到的种种问题。

# 谢谢合作

- 思维敏捷，眼界辽阔，善于洞察时代趋势，能敏锐地捕捉社会热点中的关键问题，把握市场发展机遇。
- 语言表达能力突出，擅长写作、演讲与辩论，获华南师范大学“外研社杯”英语演讲比赛非专业组第二名，有长达 9 年的英语培训辅导经验，“高大班英语”社团创始人。
- 专业技能扎实，获“挑战杯”课外学术科技作品竞赛特等奖（负责人）。
- 科研经历丰富，参与国家级课题研究两项，并曾以第一完成人身份完成 96000 余字的研究报告的撰写并被教育部采纳；参与著作撰写一部，总贡献达 5 万余字；从高中时候起至今已在各级各类刊物发表论文近 10 篇。



## 何青鸾：副总经理兼秘书（创始人）

华南师范大学旅游管理专业本科三年级在读、法学双学位辅修

**仅供课程内部学习交流之用**

- 具有扎实的旅游管理专业知识与技能，熟悉国家各项旅游政策和与企业相关的法律法规，对行业动态敏感性高。参与多次旅游规划见习、实习与社会实践活动，积累了丰富的旅游活动策划与管理方面的实践经验。
- 现任旅游管理学院团委副书记，曾担任旅游管理学院团委/学生会副主席、韶关市大学生联合会干事等多项校内外社团职务，获得华南师范大学综合奖学金三等奖及社会实践与创业类单项奖奖学金各一项。



## 切记请勿对外传播

### 温斯淇：总务部负责人兼财务总监

华南师范大学财务管理专业本科三年级在读

**如发现侵权，后果自负！**

- 具有扎实的财务管理基础理论知识，能熟练运用计算机及各种报表工具进行财务分析，善于从数据中发现问题、预测风险、控制风险，对国家经济政策及金融市场环境变化具有敏锐的嗅觉和理性的分析判断能力。
- 现任经管团委科技部部长，曾任年级副级长、班级团支书，获华南师范大学入学奖学金、二等奖学金、三等奖学金各一项，连续三年被评为校级优秀共青团干，获暑期三下乡社会实践校级先进个人奖励。



## 曾洁霖：产品部总监

**谢谢合作**

华南师范大学人文地理与城乡规划专业本科二年级在读、经济学专业辅修

- 具有地理地质学、经济学、管理学、城乡规划学等跨学科的专业背景，熟悉旅游与开发等相关领域，多次地理野外考察经历。
- 具有强大的统筹规划能力与执行能力，思虑周全，善于团队建设。
- 现任华南师范大学学生会信宣部副部长，擅长各类新媒体工具的使用，有着丰富的图册、海报、视频等的艺术设计经验，曾作为班长带领班集体获得班级联谊风采秀“最佳视觉奖”等多个奖项。
- “挑战杯”课外学术科技作品竞赛特等奖获得者。



## 章佳茵：产品部设计总监

华南师范大学自然地理与资源环境专业本科二年级在读

● 深厚的平面设计 with 手绘功底，色彩敏感性高，品味前沿，对创意设计具有整体的把控能力，对互联网产品设计有着独到深入的见解。

● 现任校书画协会学术部副部长，获校级、院级三笔字书法比赛一等奖。

● 获校一等奖奖学金，华南师范大学“优秀共青团员”称号，地理科学学院“优秀班长”奖等。

● 主持及参与校级、院级等多个课题立项，“挑战杯”课外学术科技作品竞赛特等奖获得者。

仅供课程内部学习交流之用  
切记请勿对外传播



## 黄潇潇：产品部运营总监

华南师范大学金融数学专业本科二年级在读

● 具备专业的数理统计知识与技能，有着严谨的数学思维及良好的商业思维与市场意识，能够全面兼顾各项事务有条不紊地组织和进行。

● 现任共青团华南师范大学数学科学学院学生会应用数学部副部长。

● 获 2017-2018 学年华南师范大学优秀学生奖学金“道德风尚奖”，2018 学年华南师范大学大学生暑期社会实践活动“先进个人”，2017-2018 学年华南师范大学数学科学学院“优秀团委干部”等多个奖项。

● “挑战杯”课外学术科技作品竞赛特等奖获得者。



## 杨静：产品部销售总监

华南师范大学人文地理与城乡规划专业本科二年级在读

● 具有丰富的学生工作经验和卓越的公关、外联能力，掌握高效的沟通交流技巧，曾研习人际心理学与营销心理学等相关课程。现任华南师范大学地理探索学社外联部部长。

● “寻找 2018 全国大学生百强暑假实践团队”活动“百强实践团队”成员，广东省“灯塔实践团队”、校级“优秀团队”、院级“最具影响力团队”成员；获 2017—2018 年度国家励志奖学金与学校综合奖学金二等奖。

● “挑战杯”课外学术科技作品竞赛特等奖获得者。





## 刘意娆：总务部人事总监

华南师范大学物理与电信专业本科二年级在读

● 有着丰富的人员招聘、培训和人事组织实践经验，善于团队建设、塑造和维护团队文化，曾研习人力资源管理方面的专业课程。

● 现任物理与电信工程学院师范能力培养协会外联部副部长。

● 担任 2018 年物理与电信工程学院班主任技能大赛决赛主持；2017 年物理与电信工程学院“焰之杯”演讲比赛初赛主持；物理与电信工程学院第八届教具设计制作大赛负责人。

● 获 2019 年美国大学生数学建模大赛 S 奖

切记请勿对外传播



## 胡景悦：技术部总监

华南师范大学计算机科学与技术专业本科二年级在读

● 具备良好的逻辑思维与学习能力，熟练掌握计算机各种数据结构与常用算法的实现，擅长 Java 语言和移动程序开发。

如发现侵权，后果自负！

● 思维敏捷，做事严谨负责，具备强烈的责任心与突出的执行力。

● 华南师范大学文本分析与挖掘实验室(TAM Lab)团队成员；获 2019 年蓝桥杯软件设计大赛广东赛区三等奖，2018 年华南师范大学 ACM 程序设计竞赛二等奖，及 2018 年“外研社杯”英语阅读大赛校赛一等奖等多个奖项。

● 2018 年华南师范大学优秀共青团员，获校二等奖学金。

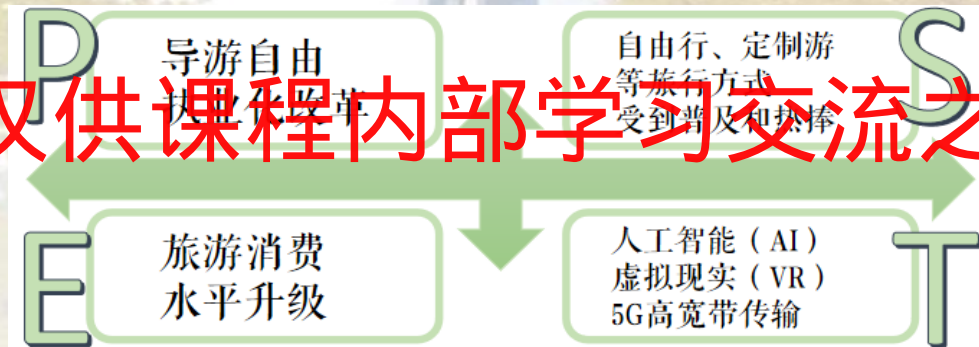
● “挑战杯”课外学术科技作品竞赛特等奖获得者。

谢谢合作



## 3. 行业与市场分析

### 3.1 宏观行业分析



仅供课程内部学习交流之用

随着我国社会经济的发展和“消费升级”浪潮的不断加剧，人民对美好生活尤其是美好精神文化生活向往的新时代需求正推动着旅游行业迎来创业的**黄金时期**。当前，旅游市场火热程度逐年递升。中国旅游消费者需求正经历从观光旅游向生活方式的过渡，追求差异化、个性化、人文化、休闲化的深度学习和娱乐体验正成为潮流，过去属于高端旅游市场的自由行、定制游等旅行方式迅速普及大众，逐渐取代传统“走马观花式”的跟团游而成为人们的主流选择。但即使是散客游仍然对导游服务有较大需求。

切记请勿对外传播

国家的导游**自由执业**改革就是顺应游客散客化趋势下做出的导游服务供给侧结构性调整，以让更多有导游服务需求的自由行游客能方便地找到合适的导游。在这一时代背景下，导游须要完成自身服务角色定位的转变，打造个性化、差异化的服务竞争力。社会也亟待建立健全与之相适应的导游公共服务监管平台以及导游自由执业服务规范行业标准和综合评价体系。目前，试点政策仅在全国 9 个省市施行，市场上的相关服务平台企业不过十余所，且相关设施建设很不完善，市场空缺巨大，当下正是创业团队进入市场的绝佳时间。可以想见，随着自由执业政策的**全面铺开**，越来越多的导游选择线上多渠道自主择业，社会将会涌现更多的服务平台。谁能帮助导游实现差异化竞争，谁更能满足游客多元化的个性需求，谁就能在市场竞争中脱颖而出！

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

此外，新技术革命赋能旅游产业，也给创新者带来了崭新机遇。当前，以携程、去哪儿为代表的主打旅游服务效率提升的“互联网+旅游”模式，已成为完成时；以 Airbnb、无二之旅为代表的主打旅游个性化和内容品味提升的“社交网络+旅游”模式，恰是现在进行时；在未来，由人工智能（AI）、**虚拟现实**（VR）/增强现实（AR）和 5G 高宽带传输支持的“虚实结合与实时互动+旅游”模式正在到来，旅游社交的个性化需求将会被进一步满足。同时，新兴的以去中心化和分布式存储为底层逻辑的区块链技术也在不断成熟，其应用将为导游职业信用评价和管理难题提供了全新的解决思路。





## 3.2 竞争对手与市场可行性分析

目前，市场上已有的同类旅游平台主要可分为两种：一种是主打网约持证导游的平台，包括老牌在线旅行社（OTA）如携程、途牛、同程等和以成都的云游易导为代表的政府主导构建的导游执业公共服务平台；另一种是试水网约素人向导和定制游服务的创业团队，其中的代表是丸子地球、Airbnb、无二之旅等，目前这些平台均专攻境外市场。这两类平台都存在着严重的**短板**：

导游自由执业化改革的初衷，是希望更多的导游能够服务于自由行游客，顺应当下游客散客化和需求多元化的发展趋势。然而，目前无论是携程们，还是云游易导们，提供的仍是传统面向旅游团的**标准化**线路陪游和讲解服务，没有切合新时代旅行消费者的真正需求，此为其一，也是至关重要的一点。

其二，这些平台目前均无法提供游客**最为想要**的“机酒接送+陪游”一条龙的一站式规划服务，导游不负责安排远程交通和食宿，导致顾客还须自己另外做旅游攻略计划，非常不便捷；而美名其曰定制游服务的功能实质上形同虚设，目前仍只停留在对旅行路线的制定上，无法深入到对旅行个性化体验的定制。

其三，尽管从目前上看，携程等平台作为当前的行业巨头，在中国占有着最大的市场份额，但它们在新时代下也不可避免地暴露出致命的劣势。现代旅行者所需要的不再是一个简单的**交易中介平台**，而是一个能满足其实时互动心理需求的**社交网络**。由于携程等平台体量巨大，难以完成向旅游社交平台的转型升级，这在很大程度上制约了它提高用户黏着度的可能性，用户在没有出行需求时不会使用这些 APP 工具，绝大多数时间都闲置于人们的手机中，这就为其它新型创业平台留出了诞生和发展的空间。

最后，市场上所有平台均尚未构建出适宜、充分、有效的支持自由执业导游职业化发展的组织体系，受政府支持的云游易导也同样是，不能帮助导游充分展现出特色的服务能力，以接单量为主要排行依据的导游评价体系会对一些个体导游十分不友好。可以想见，随着导游自由执业政策的推行和推广，涌入 OTA 平台的导游数量将会急剧增长，面对同一旅行目的地同一时间有近千位导游在竞争接单，倘若不能发展出差异化的导游竞争模式，后来者的导游将不会愿意加入这些已经**饱和化**的平台。

而主攻境外旅游市场、发展素人向导的新生旅行社交平台丸子地球们，虽然能较好地满足消费者个性化的旅行需求，并且在向导筛选、培训、评价、对接、应急等方面有较好的做法值得我们**借鉴**，但同样面临着巨大的发展瓶颈：一是素人向导数量少，难以寻找和开发；二是定制游和向导陪游服务价格高，目前只适合于高端人群。总体而言，市场尚未打开，业务进展缓慢不顺利。



综合上述分析，我们提出本创业项目具有市场可行性的**四点理由**：

第一，导游自由执业政策是**大势所趋**，且刚刚开始实行不足三年，目前全国仅确定试点省市 9 个，国家批准的试点平台仅 10 家，且具有全国范围竞争实力的只有携程、途牛、同程三家，并均是刚刚开始初步试水网约导游产品，相关配套机制还未完全建立，市场尚未形成激烈的竞争态势，并不存在“红海”一说。

第二，随着导游自由执业政策的全面推行，网约导游市场将进一步打开，当前全国共有从业导游约 90 万人、线下旅行社约 3 万家，平均每个旅游目的地城市有导游 3000 人、线下旅行社 300 家，倘若在未来这 3000 位导游都不再挂靠线下旅行社而涌进线上旅游平台，全国将会**亟需建立**在线旅游平台至少 30 个才能满足导游之间差异化竞争的需求，并且导游队伍人数还有可能进一步增多，因为自由执业政策会将大量的目前非职业导游吸引进来。

第三，随着导游自由执业政策的铺开和推广，大量的导游服务供给将会使得定制游和陪游服务的**价格快速降低**，可以普及平民百姓，并且导游数量的保证也使得游客多元化的个性需求有机会能够被满足。

第四，大量导游与游客入驻线上平台，将会为旅行网络社区的建立**提供基础**，这将有利于平台扩大用户流量，通过广告和各种收入分成实现商业盈利。

### 3.3 本产品的差异化竞争路径

因此，本项目提出自己的差异化竞争发展路径，顺应导游自由执业政策，主打国内旅游市场，致力于将平台建设成导游与游客深度链接的旅行社区，致力于用差异化的导游服务满足多元化的游客需求。

(1) 对游客，提供可选择的“机酒+接送+陪游”一条龙**一站式**个性化定制服务。

(2) 对导游，提供导游职业化成长发展通道，帮助其发掘自身**独特**技能和资源优势，打造特色品牌的服务竞争力，完成从带团导游向自由执业导游的角色转变。

(3) 对双方，实现游客与导游基于个性和需求的差异化智能配对，主打游客与导游双方共同规划、合作旅行、彼此互动、相互认同的“共创旅游”新模式。在“共创旅行”模式下，自由执业导游的身份不再仅仅是陪游向导，更是与游客**深度链接**的“同程旅伴”。这不仅有利于更好地服务和满足游客的个性化需求，还能有助于提升导游自身的职业满足感和价值感。

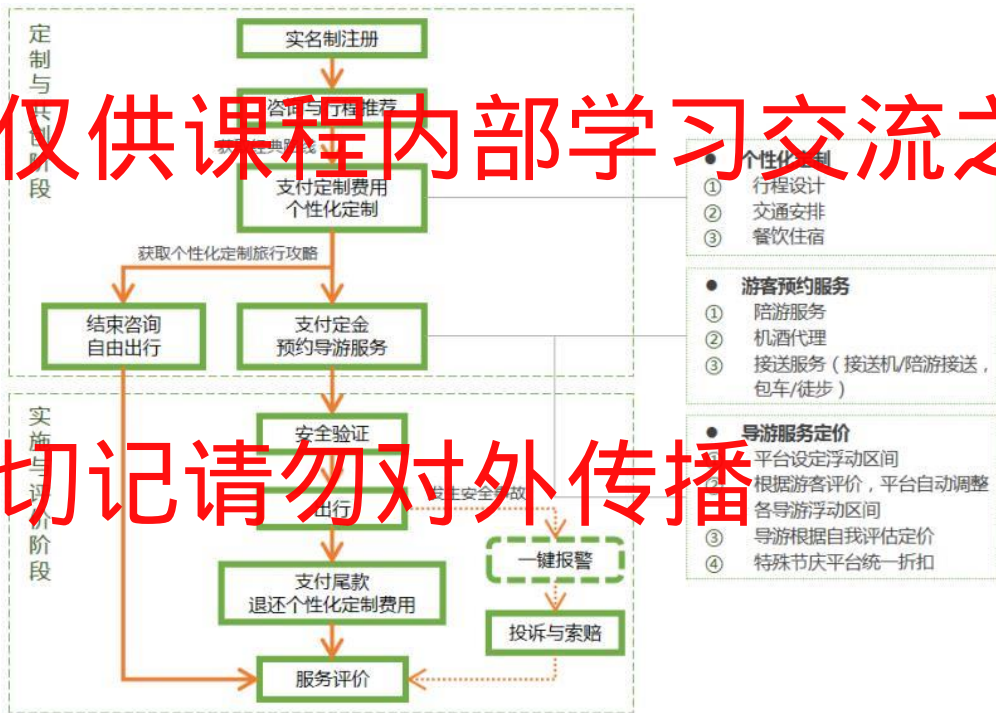
(4) 对平台，围绕“私人订制+共创旅行”设计开发能满足人们自我炫耀和被人认可心理需求“痒点”的实时互动社交功能板块，并尝试打造“虚拟旅行”体验，让远在他乡之人“足不出户行千里”、远程身临参与到他人的个性化旅游体验中。唯有将平台建设成社交型平台，才能提高用户的使用频率，增长**流量**规模，最终完成商业变现。





## 4. 产品与服务介绍

### 4.1 服务流程简介



仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

首先，游客加入本平台须要上传身份证信息完成实名制注册。在选择旅行目的地后，平台将会自动生成与游客个性化匹配的导游榜单，游客可根据个人喜好选择其中的导游进行免费的聊天咨询。导游将会根据游客的出行时长、经费预算等因素，为游客初步推荐目的地经典标准化线路。

如发现侵权，后果自负！

接着，有个性化定制服务需求的游客可购买定制服务，导游将会充分沟通游客的意愿偏好、旅行风格、特殊要求等意见，而后形成一份个性化旅行攻略。其中，游客可选择是否需要行程设计、交通安排、餐饮住宿，各选项可叠加购买。

获取攻略后，有导游陪游意向的游客可预约导游服务并支付总价的 50% 作为定金，陪游服务、机酒代理、接送服务等各选项可叠加。对于仅需要定制服务的游客可在获取旅行路书攻略后结束咨询，自由出行，并完成服务评价。

谢谢合作

而购买陪游服务的游客则与导游依攻略出行，每次出行开始前和结束后都须与导游合照并将照片上传至平台，平台会自动进行人脸识别核验身份，并实时通过游客和导游两端的手机记录下行程路径。途中如游客有合理请求或遇特殊情况可在双方协商后进行适当调整，并及时在平台完成相应的手续说明。途中如遇突发安全事故，游客和导游均可以单方面在平台一键报警。

游客行程结束后支付导游服务剩余的 50% 尾款，并完成服务评价，而后平台将原路退还个性化定制费用全款。对于在出行中遭遇侵权事故的，游客与导游双方用户均可在平台进行投诉与索赔，由平台进行验证并联系相关侵权主体，保险公司进行赔付工作。



## 4.2 个性化匹配技术

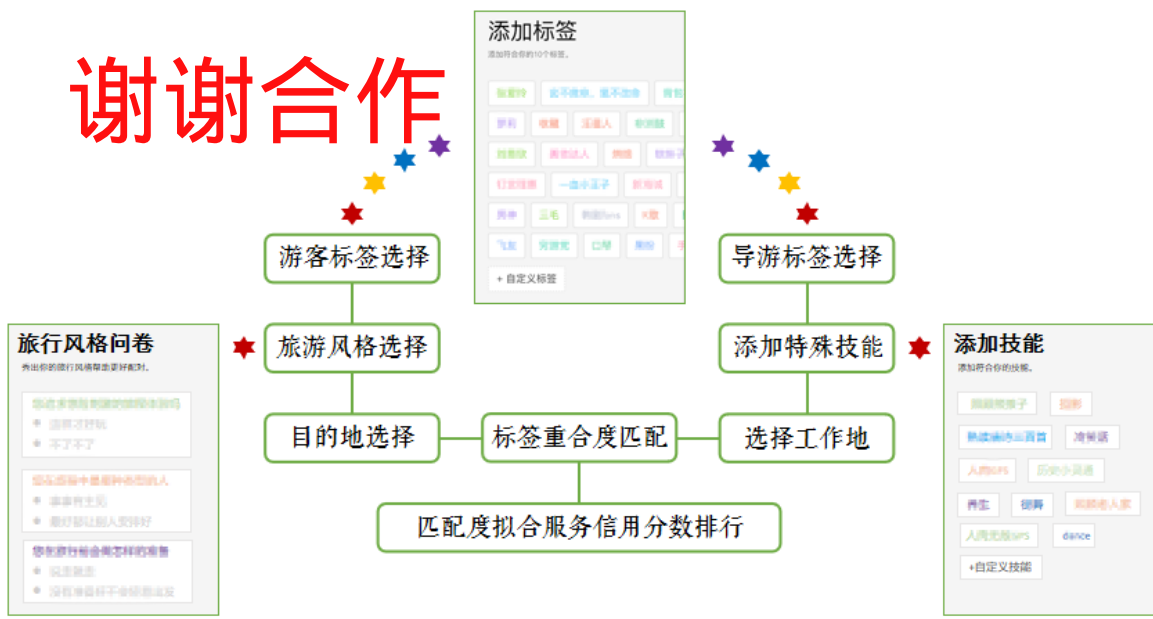
随着大量的导游涌入平台，构建差异化的导游排行方法和实现与游客的个性化匹配是平台建设不可或缺的一步。

本项目坚持“只有适合的才是最好的”原则，探索游客与导游个性化匹配程度的计算方法，根据每个游客的性格、爱好、需要等多个方面，为其找到彼此性情契合、有共同话语、能提供其所需增值服务的导游，并按照匹配程度与服务信用的综合评价分数从高到低向不同的游客进行**差异化**智能推介，同时也构建个性化标签搜索引擎可供游客自行筛选。该技术实现的具体方法如下：

首先，游客和导游在注册平台时需要完成基本信息的填写，其中一个重要的环节即是设置反映自身兴趣爱好的个性化标签 3~25 个，既可以在平台界面所呈现的核心标签库中直接选择符合自己的标签，也可以自定义添加其它标签（类似于 QQ 个性标签）。

其次，游客还需填写花费不超过 10 秒钟的**有趣**小问卷，用以反映自身的旅行风格，问卷结果将会以“温馨提示”的方式在导游与游客对接时发送给导游，同时平台也会根据问卷结果向游客用户推介潜在的社交旅伴；而导游则须在平台的说明指引下，另外精心设计反映自身特殊（旅游方面以外的）增值技能的标签 2~5 个，这些标签将会在游客搜索和筛选导游的界面中直接显示出来。

最后，平台会根据游客与导游个性化标签的重合程度进行智能匹配，并结合游客的旅行风格和导游的信用评价，折算成一定分数按由高到低的顺序向游客进行推介。



# 谢谢合作





## 4.3 “旅鸟日记” & “飞鸟浪迹” 社区

为了最大限度地满足用户旅游社交的个性化需求，本产品致力于帮助游客打造独一无二的电子游记“旅鸟日记”，可供分享至“飞鸟浪迹”社区、微信朋友圈、微博等社交平台。区别于传统的全手动写作编辑（如在马蜂窝撰写旅游攻略）耗时费力，本产品所开发的特色功能模块提供一系列便捷、创新的智能化服务。

仅供课程内部学习交流之用

首先，利用导航定位系统记录下游客的行程路线，绘制电子**足迹地图**；

其次，根据游客在每个地点停留的时长及其周边特色，在地图上智能生成若干个兴趣地标节点，涉及吃、喝、玩乐等等各个方面；

而后，游客可对兴趣地标节点进行编辑，包括添加**心情**、备注小 tips、上传美照等等，亦可自行添加或删减节点；

切记请勿对外传播

最后，自定义风格等元素，**一键生成**形式多样的个性化游记，包括博文、长图、vlog 短视频、VR 全景漫游相册等等，让天涯之人也能实时参与其中。

同时，旅程结束以后，我们还会为游客提供一份私人专属的旅行报告，并与导游合作定制成精美的**实体纪念册**，**免费邮寄**给游客。

如发现侵权，后果自负！





## 4.4 “比翼心愿” 共创圆梦之旅计划

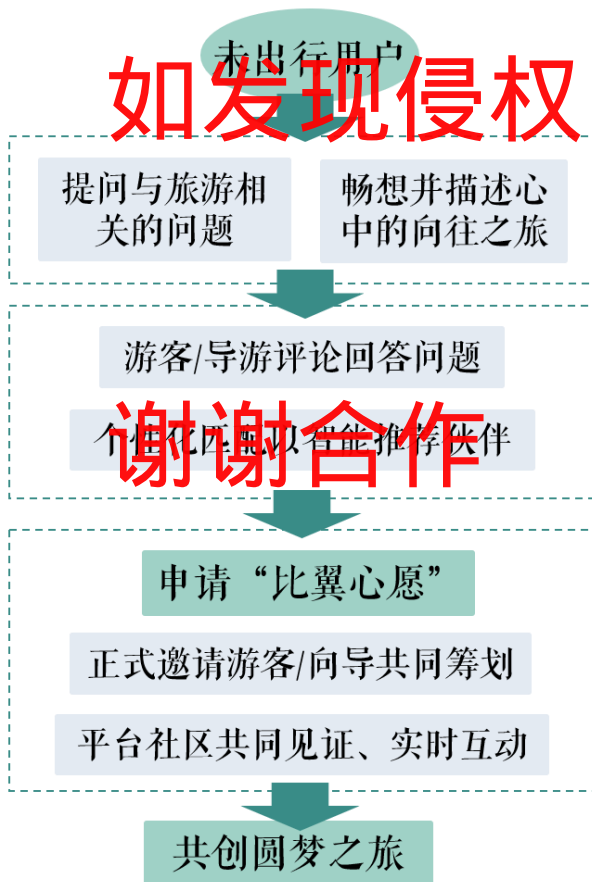
本产品想要为每一个平凡的人提供一次实现他/她梦想中非凡旅行的机会,因此特意打造“比翼心愿”计划:

首先,本平台所构建的旅行社区不仅欢迎游客在上面分享旅行经历、体验和攻略,也欢迎尚未有旅行计划的用户在上面提问跟旅游相关的问题(类似于知乎的功能)或畅想描述自己心中所**向往**的旅行;

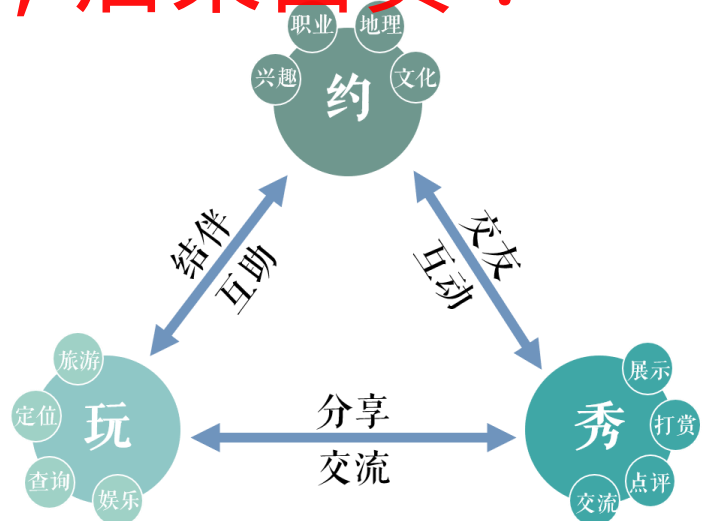
然后,其他有着丰富旅行经验的游客或导游可以对其所述进行回答和评论,平台也会通过个性化匹配技术将其所述进行智能推介,为其找到和结实潜在的志趣相投、热心相助的**有缘之人**(类似“微博的功能”);

最后,待时机成熟时,用户可将其所描述的问题或梦想之旅申请成为“比翼心愿”,正式邀请与其**结缘**的游客或导游加入其中,在平台和社区众人的共同见证、共同筹划与共同助力下完成旅行,共创实现圆梦之旅。

# 如发现侵权，后果自负！



# 谢谢合作





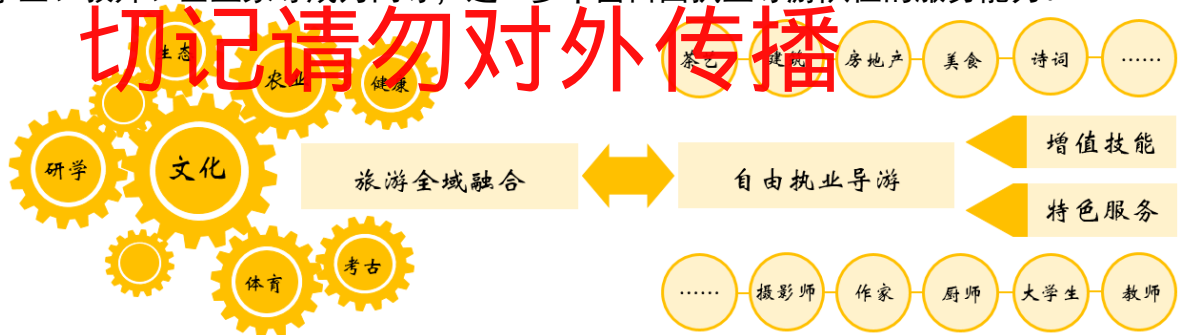


## 4.5 导游个性化技能开发与提升服务

本企业效仿 Airbnb 为房东的客房进行高水准拍摄包装的做法，提出建立专业团队赋能自由执业导游，帮助其发掘和打造个性化、差异化的增值技能和特色体验服务竞争力。

随着 2018 年被确定为“中国旅游 4.0 元年”，我国旅游业迈入全域融合、跨界发展的新历史阶段，形成“旅游+”文化、健康、农业、体育、生态、考古、研学等多元化的新兴产业。

在这一历史时期下，自由执业导游的服务技能应不再局限于旅游方面，而是将自身的兴趣爱好、优势特长、独特资源等进行全方位的整合。同时，在项目的推进过程中，我们也计划像丸子地球那样纳入**各行各业**人士如摄影家、作家、厨师、设计师、大学生、教师、企业家等成为向导，进一步丰富自由执业导游队伍的服务能力。



仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

## 4.6 自由执业导游信息管理与综合评价机制

如发现侵权，后果自负！

无论是自由执业导游的监管和职业化发展，还是非职业向导的资格审查和考核认证等，都离不开需要构建出一套导游服务信息管理与综合评价体系机制。为此，本项目借鉴区块链技术**去中心化**和分布式存储的先进理念，首次创新性地提出“导游职业信用生态链”，把与导游有执业接触合作关系的游客、旅行社、在线平台、酒店、餐厅、景区、机场、文旅部门等各方都接入进来，每次交易完成后他们可以对导游的行为进行评价，所有评价转换成折合分数可供所有人访问查看，数据一旦记录便会永久存在，不可销毁、修改或伪造，构建全方位、多维度、市场化运行、智能化合约的导游职业信用档案。而“旅鸟”平台将基于“导游职业信用生态链”帮助每个优秀的导游完成职业变现，让每位导游的职业变得更具价值。

谢谢合作





## 5. 商业模式与营销策略

### 5.1 目标用户

**导游端：**面向国内所有导游，尤其是导游自由执业试点地区的个体导游，并在项目推进过程中逐步纳入具有丰富旅行经验和游客接待经验的各行各业人士成为非职业向导。随着导游自由执业政策的推行和逐步放开，将会有越来越多的导游选择摆

个性化推介



素人向导  
平等竞争

自由执业  
初来乍到

脱线下旅行社的束缚而通过“互联网+”旅游平台“多渠道自主择业”。然而，这些初来乍到的个体自由职业者们由于缺乏线上接单量的前期积累，如果加入像携程等以接单量作为主要排名依据的老牌 OTA 的话，将会处于十分不利的竞争地位。而本平台以个性化匹配和服务信用作为排名依据，向游客用户进行差异化智能推介，将能很好地解决这一问题。对于未来计划纳入的来自各行各业的“素人”向导，本平台同样能够为其提供平等的竞争基础和畅通的发展渠道。

**如发现侵权，后果自负！**

**游客端：**所有人都有可能成为本产品旅游社区的用户，所有人都是本平台的潜在旅游消费者。调查显示，半数左右的受访游客明确地表示，即使在自由行旅游中仍需要导游服务；这种需求主要分为两个方面：一是希望导游能提供讲解、住宿、用餐、目的地交通等一站式服务，二是希望导游能提供个性化的行程设计和深度的体

小康？

富裕？

小孩？

亲子游？  
城市小资？

老人？

一站式定制？

亲子游？

深度体验游？

同事游？

Your customers can be... **ANYONE !!**

**ANYONE !!**

验性活动以及特殊游客（老人、小孩等）服务要求。这与我们的市场调研所得出的结论相一致。并且，有需求的受访者在年龄、性别、喜好、收入、消费习惯、地理文化、出游类型和旅伴选择等方面均无表现出明显特征，这说明任何人在任何情况下都有可能诞生自由行需要向导陪游或定制服务的需求，且需求呈现多样化。这给我们的平台带来了巨大市场的**机遇**的同时，也意味着不小的挑战——需要在平台上纳入足够数量的导游以提供差异化的个性服务。





## 5.2 盈利模式

● 本企业采用 C2C 电商社交平台模式，收入获得的主要形式包括：

(1) **平台抽佣**：导游与游客每笔交易完成以后，平台自动从中抽取一定比例的中介佣金；

(2) **增值服务费**：用户购买增值服务功能所需要缴纳的费用；

(3) **会员费用**：用户可选择一次性缴纳一定费用升级成为不同级别的会员，此后使用某些增值服务可免交费用，或有机会享受平台的各种优惠折扣；

(4) **定制与代理费用**：对于无需向导接送、陪游服务的游客用户仍可通过本平台获得个性化旅程一站式定制与“机酒”代理的服务，但需要向平台支付一笔定制与代理费用，若用户后续选择继续需要向导接送、陪游服务，这笔费用将会退还（即包含在游客支付给导游的费用中，无需额外重复支付）；

(5) **广告收入**：采用 CPM、CPC 和 CPA 为主要计费形式向广告主进行收取；

(6) **其它**：同第三方网站分享流量以及与其它应用开发商、移动运营商和内容提供商收入分成等。

● **如发现侵权，后果自负！**

(1) 将产品建设成能满足旅行者实时互动心理需求的社交型平台，提高用户粘性，形成网络效应，最终完成流量变现；

(2) 打造各色的付费增值服务功能，如制作 VR 全景漫游相册、“虚拟旅行”等；

(3) 在项目启动初期，采用闪电战迅速抢占导游自由执业试点地区市场，获得第一批基础数量的导游在平台注册；

(4) 为自由执业导游提供特色技能开发服务与职业成长发展通道，并以此为基础推进构建导游自由执业资格认证与服务信用评价体系标准，走政企合作路线，打造竞争壁垒，形成长效发展机制。





## 5.3 营销策略

**导游引流策略：**在项目实施初期，抢占导游自由执业试点地区市场，纳入一定数量的导游为平台的推广打下基础是关键性的一步。目前国家已确定在江苏、浙江、广东、上海、四川成都、海南三亚、湖南长沙、张家界、吉林长白山等9个省市开展导游自由执业试点工作，这些地区均有着丰富的旅游资源和广阔的市场，而除了桂林、成都等少数地市在试点工作上取得初步成效外，其余地区的工作开展仍存在大量空白。并且，目前由国家批准的十家自由执业试点平台除携程、途牛、同程三者外，其它的实力均不雄厚，且只提供领队（向导+讲解）服务，与游客需求的导游服务产品差距甚远。因此，我们计划：

首先，寻求与文旅部门开展合作项目，为政府提供创新导游自由执业管理与评价机制课题**研究**与实践指导的同时，为我们平台的推广打通各个关卡；

其次，开展免费的线下导游自由执业特色技能开发与**培训**服务项目，吸引更多的导游加入我们的平台，并率先完成从带团导游向自由执业导游的角色转变；

第三，对最先加入平台的首批导游提供佣金**减免**等各项优惠，并着力将他们打造成平台的首批**王牌**导游；

第四，对于已经加入携程、云游易等旅游平台的自由执业导游仍有**争取**的机会，在自主自由择业的大背景下，导游为获取更多的客流一般不会拒绝同时加入多个平台，只要我们的平台在个性化匹配推介的关键技术上以及导游职业生涯发展服务体系等方面做得足够好，就有办法通过与其它平台实现差异化竞争留住这些导游；

第五，逐步**进军**非导游自由执业试点地区市场，并吸收丸子地球与Airbnb的做法，有计划地开发吸纳**非职业**向导加入我们的平台，进一步丰富平台导游队伍的特色服务能力。

**平台宣传策略：**服务好平台的第一批游客用户，为其提供优质服务和各种免费会员福利，以此建立良好的口碑；大力建设“飞鸟浪迹”旅游社区，通过社交平台的推广不断扩大用户流量规模，让这些用户成为平台的潜在消费者，并探寻平台流量变现的方式；在有一定的用户沉淀基础后，充分利用“比翼心愿”计划模块下诞生的各种有情怀的共创圆满之旅的故事，拍摄成微电影纪录片（效仿《无二之旅》）为企业做宣传。





## 6. 财务预算与风险应对

### 6.1 资金来源与投融资方案

本项目计划分三年获得融资 600 万元，以自有资金、私人借款、风险投资等为主要筹资渠道。其中，第一年主要通过自有资金（60%）与私人借款（40%）筹得 75.63 万元支撑第一年成本费用。

### 6.2 成本费用预测

未来五年的成本费用预测如下：

成本费用预测表（单位：元）					
项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
固定成本：					
经营场所租赁费	36,000	36,000	36,000	38,000	38,000
水电费	7,600	7,600	8,000	8,600	8,600
办公设备	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
应付职工薪酬	336,000	336,000	516,000	516,000	516,000
推广宣传费	25,000	30,000	36,000	36,000	34,000
APP 开发费用	150,000	0	0	0	0
APP 运营、维护费用	80,000	80,000	60,000	30,000	30,000
折旧：	38,100	38,100	38,100	38,100	38,100
小计：	692,700	547,700	714,100	686,700	684,700
变动成本：					
APP 升级费用	8,000	10,000	20,000	50,000	70,000
研发支出	20,000	20,000	35,000	45,000	45,000
小计：	28,000	30,000	55,000	95,000	115,000
合计：	720,700	577,700	769,100	781,700	799,700

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作



## 6.3 销售收入预测

本项目盈利方式主要分为平台抽佣、会员及增值服务费、定制服务费、广告合作四个方面，以下围绕这四个方面进行销售收入预测。

仅供课程内部学习交流之用

平台抽佣收入预测表 (单位: 元)

细分服务种类	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
导游吸纳数量	500	1300	1950	2600	3600
平均接单数量	4	4	5	7	7
平均接单价格	2,000	2,050	2,150	2,250	2,300
导游接单总收入	4,000,000	10,660,000	20,962,500	40,950,000	57,960,000
平台抽佣比例	0.08	0.08	0.1	0.1	0.12
平台抽佣利润	320,000	852,800	2,096,250	4,095,000	6,955,200

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

会员年费与非会员增值服务收入预测表 (单位: 元)

细分服务种类	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	
会员年费收入	会员数量	150	500	1500	3000	4200
	会费年费	25	25	25	25	25
	会员年费总收入	3750	12,500	37,500	75,000	105,000
非会员增值服务收入	非会员数值	850	2100	6300	10,000	13,800
	增值服务平均次数	0.5	0.5	0.8	0.8	0.9

谢谢合作





增值服务平均价格	10	10	10	10	10
增值服务费总收入	4250	10,500	73,400	122,300	188,500
增值服务利润比例	0.1	0.1	0.12	0.12	0.13
增值服务总利润	425	1050	8808	14,676	24,505
合计	4175	13,550	46,308	89,676	129,505

仅供课程内部学习交流之用

定制服务收入预测表 (单位: 元)

切记请勿对外传播

细分服务种类	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
游客吸纳数量	1,000	2,600	7,800	13,000	18,000
定制平均次数	0.01	0.01	0.01	0.02	0.02
定制平均单价	360	360	360	412	432
定制服务总收入	288,000	345,600	414,720	746,496	895,795

如发现侵权，后果自负！

广告合作收入预测表 (单位: 元)

谢谢合作

细分服务种类	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
页面焦点图	0	200,000	550,000	1,000,000	1,800,000
栏目焦点页面	0	300,000	750,000	1,500,000	2,200,000
广告合作总收入	0	500,000	1,300,000	2,500,000	4,000,000



服务种类	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
平台抽佣	320,000	852,800	2,096,250	4,095,000	6,955,200
会员增值	4,715	13,550	46,308	89,676	129,505
定制服务	288,000	345,600	414,720	746,496	895,795
广告合作	0	500,000	1,300,000	2,500,000	4,000,000
总收入	612,175	1,711,950	3,857,278	7,431,172	11,980,500

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播



### 6.4 利润预测

本表格的相关数据来源于未来五年的销售收入预测表以及成本费用预测表。

利润预测表（单位：元）					
项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年





一、营业收入	612,175	1,711,950	3,857,278	7,431,172	11,980,500
减：营业成本	28,000	30,000	55,000	95,000	115,000
二、营业毛利	584,175	1,681,950	3,802,278	7,336,172	11,865,500
减：期间费用	692,700	547,700	714,100	686,700	684,700
三、营业利润	-108,525	1,134,250	3,088,178	6,649,472	11,180,800
减：所得税费用	-	-	-	831,184	1,397,600
四、净利润	-108,525	1,134,250	3,088,178	5,818,288	9,783,200

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

备注：

- 1、根据我国《企业所得税法实施条例》的规定，公司属于小型微利企业，应纳所得额小于30万，适用税率为20%，应纳所得额大于30万，使用税率为25%。
- 2、本公司属于软件类企业，根据大学生创业税收最新政策规定，大学生创业举办的境内新办软件生产企业经认定后，自获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。
- 3、公司利润表采用传统式利润表方式计算。

如发现侵权，后果自负！

### 6.5 现金流量预测

根据销售收入预测表、成本费用预测表和利润预测表的相关数据，来计算前五年的项目投资现金流量表如下：

现金流量预测表（单位：元）						
	初期	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一、初始现金流出	756,300					
固定资产投资	-190,500					
二、年营业现金流量						
1. 营业收入		612,175	1,711,950	3,857,278	7,431,172	11,980,500

谢谢合作



2. 成本费用		720,700	577,700	769,100	781,700	799,700
固定成本		692,700	547,700	714,100	686,700	684,700
变动成本		28,000	30,000	55,000	95,000	115,000
3. 税前利润		-108,525	1,134,250	3,088,178	6,649,472	11,180,800
减：所得税费用		-	-	-	831,184	1,397,600
4. 净利润		-108,525	1,134,250	3,088,178	5,818,288	9,783,200
5. 折旧与摊销		38,100	38,100	38,100	38,100	38,100
三、年现金净流量	-756,300	-70,425	1,172,350	3,126,278	5,856,388	9,821,300
四、累计现金流量	-756,300	-826,725	345,625	3,471,903	9,328,291	19,149,591

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

## 6.6 资产回报率测算 如发现侵权，后果自负！

### (1) 投资净现值

由未来五年的现金流预测，利用 Excel 函数计算 NPV 值。

$$NPV = npv(0.1, -70425, 1172350, 3126278, 5856388, 9821300) - 756,300$$

$$= ¥ 12,595,626 > 0$$

计算期内盈利能力很好，投资方案可行性高。

### (2) 内含报酬率

由未来五年的现金流预测，利用 Excel 函数计算 IRR 值。

$$IRR = IRR(-756300, -70425, 1172350, 3126278, 5856388, 9821300)$$

$$= 135\%$$

可见收益率较好，值得投资。

### (3) 投资回收期

由未来五年的现金流预测，计算投资回收期

$$= 1 + (756300 + 70425) / 1172350 \approx 1.71 \text{ 年}$$

投资方案可行。此项目需要 1.71 年回收投资，这与开始营业投入的研发较多有关。随后每年接近以高速增长增加现金流量，可见其投资前景是广阔的、可观的。





## 6.7 风险应对

主要从市场风险、财务风险、管理风险、安全风险、政策风险五个方面进行阐述，具体内容请见下表：

	风险概况	风险应对
市场风险	平台所面临的市场风险主要是旅游市场竞争日益激烈、领跑企业难以撼动和产品市场推广难以达到预期的风险。据有关数据统计，2018年，在移动端与PC端，携程均领跑行业，携程与去哪儿两大旅游网站市场份额总和约占50%，地位难以撼动。此外，马蜂窝、同程、艺龙等各大网站也占有较大的市场份额。本产品作为新产品，营销网络空白，推广效率得不到很好保障。	努力提高用户体验，保证产品和服务的质量，建立品牌口碑，分阶段有计划地进行市场推广，“结硬寨，打呆仗”、平稳推进，确保平台运营和产品服务能够顺利跟上，形成长效发展机制；大力加强旅游社区建设，通过社交宣传，拓宽营销网络；不断寻找强劲企业的边界与空白点，打造自己独特的竞争优势与壁垒；走政企合作路线，想方设法得到文旅部门的支持，为项目建设与推进提供坚实后盾。
财务风险	平台面临的财务风险主要是初始资金不足、平台运营的成本巨大的风险。在融资方面，平台前期考虑采用长期借款融资和风险投资融资两种融资方式融集资金。然而长期借款数额限制大、需要定期负担固定的利息并按期归还；风险投资会使得平台管理受到一定约束，因此需要把握融资量。此外，平台APP的建造、服务器的日常运营以及特色功能的开发等，都需要有足够的资金作为保证，这对于初创企业而言是一大挑战。	在融资方面，制定科学有效的融资、用资计划；积极寻求风险投资，为平台的良好运营提供资金保证。在用资方面，结合现有企业经验教训，建立资金的动态调控体系与健全资金管理制度，平衡好长期项目与短期项目之间、主要项目与次要项目之间、流动性项目与非流动性项目之间的资金分配；完善财务体系，提高资金管理人员素质。
管理风险	平台面临的管理风险主要是人力资源管理不当的风险。初创平台缺乏人力资源管理经验，组织架构也尚不成熟，容易造成企业编制定员不科学、员工队伍不稳定、员工工作的组织安排不合理等问题，这将会给项目的执行与推进带来诸多困难。	充分发挥企业创始人应用心理学方面的专业知识，制定合适的企业组织架构，根据项目各环节和具体职位要求，充分利用和合理安排与组织有限的人员；做好人力资源规划，确保组织在生存发展过程中对人力资源的需求得到满足；开展好人力资源培训与开发，提升和调动员工工作的效率和积极性。
安全风险	平台面临的安全风险主要是旅行过程中游客与导游的人身与财产安全。旅行活动具有跨时间与跨空间的特点，面临许多不确定的因素，企业有义务保障在各种自然环境威胁（包括极端天气、自然灾害等）、社会环境威胁（包括交通事故、治安混乱等）与其他威胁（包括导游与游客之间的恶意伤害等）下，游客与导游的人身与财产安全不受侵害。	加强旅游安全工作的监督管理，建立健全安全教育培训制度、突发事件应急预案制度与安全事故报告制度，同时构建规范的保险体系；对平台所关联的食宿、交通、餐饮等组织机构严格把关，消除安全隐患，同时对涉及导游与游客人身财产安全的问题作出真实说明与警示；规范导游队伍管理；完善平台交易功能确保资金安全；建立健全平台投诉管理制度，对导游和游客收到的投诉及时处理。
政策风险	平台面临的风险主要是导游自由职业政策的推行与放在时间上具有不确定性的风险。本项目的推进极大依赖于政府相关政策的实施进度与支持力度，要打好政策的“提前量”是一大重要挑战。	紧抓政策动向，及时调整企业发展战略；同时，应增强主动性，走在政策前面，创造市场机遇。

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作



## 7. 专家顾问阵容

### 心理学院



**曹雷** 华南师范大学原副校长  
教授、博士生导师、国家级教学名师、第二届中国青年科技

奖获得者。现任及历任国务院学位委员会学科评议组召集人，中国心理学会理事长，教育部社科委员，教育部人文社科项目评审专家，国家自然科学基金项目评审专家等多项学术职务。主持完成和在研国家级、省部级以上科研项目 30 多项，企事业单位及政府部门委托项目近 20 项，基础应用研究成果丰硕。在科技成果转化与创新创业方面有独到的深刻见解，指导本团队参加“挑战杯”课外学术科技作品竞赛获得特等奖。

仅供课程内部学习交流之用  
切记请勿对外传播



**叶苑秀** 心理学院党委副书记

主管心理学院学生文体宣传、学科竞赛、寒暑期社会实践等各项活动的开展，日常深入学生群体，了解学生所需，为学生提供有力支持，在项目的筹备过程中给予了我们无微不至的关心和帮助。

如发现侵权行为，后果自负！

## 谢谢合作

### 地理与科学学院



**吴祖兴** 地理科学学院党委副书记

经济与管理专业博士，现主管地理科学学院学生工作，曾多次指导学生参加“挑战杯·创青春”、“创拓杯”等创业计划书大赛获得优异成绩，并开设非正式课程《三创学堂》。对本创业团队的作风精神给予了很大肯定与鼓励。





## 旅游管理学院



### 刘俊 旅游管理学院院长

博士，教授、硕士生导师，中国地理学会旅游地理专业委员会委员，主要研究方向为滨海旅游与旅游规划。在旅游行业学习和工作超过20年，主持完成和在研国家级科研项目有6项，出版学术著作1部，发表学术论文30多篇，开设研究生课程《发展中国家旅游发展》及本科生课程《旅游休闲研究方法》、《旅游经济学》等。在指导学生参加各类学术竞赛上有着丰富的经验，入围2014年度华南师范大学“我最喜爱的老师”称号。

仅供课程内部学习交流之用

## 切记请勿对外传播



### 蔡晓梅 旅游管理学院副院长

博士，教授、硕士生导师，现任广州市酒店管理与服务技师分会副会长、中国地理学会文化地理专业委员会秘书长。目前开设研究生课程《旅游发展与文化政治》及本科生课程《旅游企业人力资源管理》等，对人力资源的调配与利用有很深见解。为人和蔼、热心，乐于帮助学生，曾指导本科生项目获国家级大学生创新性实验计划支持，对本项目持有很高评价。

如发现侵权，后果自负！



### 谢谢合作 云平 旅游管理学院副院长、旅游管理系主任

博士，教授、硕士生导师，中国地理学会会员，广东省第三产业研究会理事，广州市越秀区咨询专家库成员，广州市经济学会理事，广东省财政厅采购评标专家，曾挂职海南省保亭黎族苗族自治县常务副县长。与政府及企业资源有着广泛的合作往来，对旅游服务业创新、旅游休闲有深入研究。目前为旅游管理学院大创工作小组组长，在本项目的答辩中给予了我们很高评价。



## 黎冬梅 旅游管理学院副研究员

新加坡南洋理工大学商学院市场营销专业博士，华南师范大学“青年英才项目”引进海归人才，目前担任 *Asian Journal of Social Psychology* 期刊编委，*Journal of Cross-Cultural Psychology* 和 *Asian Journal of Social Psychology* 等多个国际期刊的论文评审员。研究方向涉及文化与旅游消费者行为、服务管理与服务营销、国际营销。对本项目评价极高，抱有很大期待，曾多次深度参与本项目的研讨，提供细致入微的指导和帮助，热情、负责、用心，深受大家的喜爱。

仅供课程内部学习交流之用

### 切记请勿对外传播



## 宋一兵 旅游管理学院副教授

中国科学院广州地球化学研究所环境科学博士，美国中央华盛顿大学商学访问学者。开设本科生课程《旅行社经营管理》、《旅游目的地管理》、《旅游企业国际化经营战略与实践》、《导游概论与实务》等，对导游团队管理、旅行社管理有较深见解。多次指导学生参加创新创业类比赛，并担任学院各项比赛评委。

如发现侵权，后果自负！

## 教育信息技术学院 谢谢合作



## 王洪江 教育信息技术学院副研究员

在华南师范大学开设有选修课《移动互联网创业模式与实践》。作为创业导师多次指导学生团队参加创新创业计划与实践比赛斩获大奖，备赛指导经验十分丰富，思维开阔，对市场营销和商业模式有着深刻的见解。对本项目的商业计划书写作给予了很大赞许，并指出本项目有着极为广阔的市场空间。





## 校外顾问



### 李坚强 深圳大学计算机与软件学院副院长

广东北江中学校友会代表，博士，教授、硕士生导师，现任网络与信息安全研究所执行所长，广东省移动互联网应用中  
 间件技术工程实验室副主任。多年来一直从事人工智能、机器人、物联网、移动医疗的研究工作。主持国家级课题 2 项、省部级课题 4 项，参与各级重大课题多项。在移动医疗、物联网、混合系统、优化控制、机器人视觉和人工智能方向发表论文 40 余篇，有 30 多篇被三大索引收录。申请国家专利 10 项，软件著作权 8 项。注重成果应用，带领学生荣获全国创客大赛冠军、中国机器人大赛一等奖、挑战杯广东省特等奖等多项大奖。作为本项目的技术顾问给予本项目以极大支持，指出本项目市场空间很大，认为本项目从“自由执业导游差异化服务能力打造”进行切入的点选得很好，并对本团队的组织分工和精神面貌给予充分肯定。

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播



### 如发现侵权，后果自负！

广东韶关同乡人，中国招聘营销专家。曾服务于 P&G 宝洁公司，任职市场部大中华区品牌经理，管理过碧浪、护舒宝、佳洁士、欧乐 B 等品牌，被誉为中国“招聘营销”第一人；同时，创新性地将市场营销理论及实践经验应用到人才营销领域，开创了专注于中高端职业经理人求职的社会化招聘平台猎聘网——  
 目前国内最大最专业的高端人才招聘网站，被评为“中国人力资源最具影响力十大创新企业家”。对互联网平台创设、人才增值、品牌营销等均有极深的认识和实战体悟，乐意为本项目导游特色服务能力打造、商业模式构建与落地等方面提供支持帮助。

谢谢合作



## 附录:

### ▲旅游平台调研分析

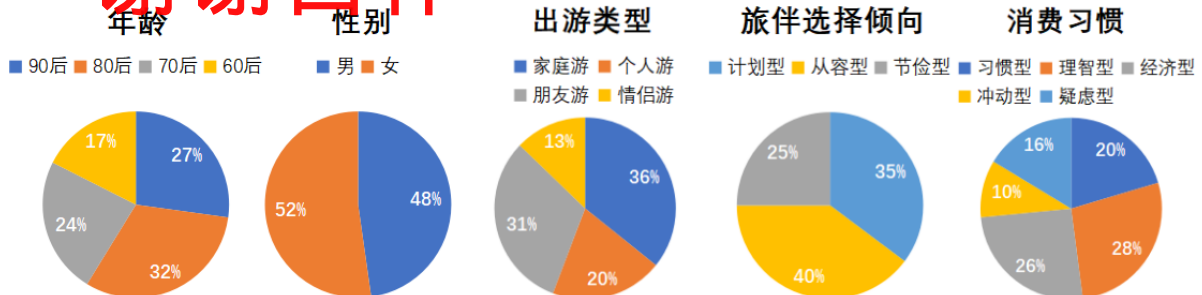
用系统随机抽样的方法，对国内现有的五个有一定影响力的线上旅游服务平台（携程、同程、途牛、丸子地球、无二之旅）上的“游客点评”进行质性分析，从中提炼出游客的年龄、性别、出游类型、旅伴选择等方面的特征信息，并进行分布统计。

以携程的调查数据为例（如下表所示），从中系统选取 5 个左右的旅游目的地城市，对购买过导游陪游服务的游客的点评信息进行分析。

目的地	游客编号	性别	年龄	出游类型	旅伴选择倾向	消费习惯	地理文化	景点类型偏好	收入水平	...
北京	1	男	23	个人游	从容型	理智型	广东	文博院馆	低等	...
北京	2	女	54	家庭游	从容型	冲动型	广东	寺庙观堂	中等	...
北京	3	女	39	朋友游	计划型	理智型	河北	自然保护区	高等	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
三亚	4	男	42	家庭游	计划型	经济型	天津	风景区	中等	...
三亚	5	男	45	家庭游	计划型	习惯型	湖南	旅游度假区	富裕	...
三亚	6	女	26	情侣游	从容型	经济型	上海	旅游度假区	中等	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
境外	8	女	23	朋友游	计划型	经济型	浙江	风景区	中等	...
境外	9	男	19	个人游	冲动型	理智型	北京	文博院馆	低等	...
境外	10	男	35	家庭游	计划型	经济型	上海	自然保护区	富裕	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

调研结果表明，有导游陪游需求的游客在年龄、性别、喜好、收入、消费习惯、地理文化、出游类型和旅伴选择等各方面均无表现出明显特征。游客需求总体上呈现出多元化的形势。

# 谢谢合作





▲游客调研问卷

一、选择题/排序题

1. 您的性别是

- A. 男 B. 女

2. 您的年龄是

- A. 20岁以下 B. 20-30岁 C. 31-45岁 D. 46-60岁 E. 60岁以上

3. 您的受教育程度

- A. 高中以下 B. 高中及中专 C. 大专 D. 本科 E. 硕士及硕士以上

4. 您一般一年旅游的频率是

- A. 每年1次及以下 B. 每年2-3次 C. 每年4次及以上

5. 您在旅行时更倾向于选择自由行/跟团游

- A. 自由行 B. 跟团游

6. 您在自由行中最看重的是(排序)

- A. 行程时间安排是否灵活  
B. 旅游路线是否满足需求  
C. 旅程是否有外人随同参与  
D. 消费价格是否合理

7. 您在跟团游中最看重的是(排序)

- A. 旅途安全是否有保障  
B. 食宿及行程安排是否妥当  
C. 导游讲解是否详细耐心  
D. 老人小孩是否能得到照顾

8. 您在过往自由行中遇到过哪些不便利的地方(多选)

- A. 需要花费大量时间进行行前准备及食住行预订工作  
B. 旅行中对同行伙伴,尤其是老人、孩子的照顾更为麻烦  
C. 出行人数较多时,需要花费精力协调大家的不同需求  
D. 需要自行解决各景点之间的交通问题,便利性较差  
E. 餐饮、住宿花费相对较高  
F. 距离较远、较不发达的地区,攻略制作更为麻烦  
G. 在外语语言环境下沟通出现困难  
H. 无跟团旅行

9. 您在过往跟团旅行中遇到过哪些不便利的地方(多选)

- A. 景点数量多,各点时间少,无法深入了解  
B. 行程固定,无法灵活进行变动  
C. 不能根据个人喜好进行景点的选择  
D. 饮食和住宿环境较为普通  
E. 旅行社/导游服务态度不佳  
F. 无跟团旅行

10. 您与谁出行时更倾向于选择自由行(排序)

- A. 家人亲戚 B. 同学(研学旅行)/同事(商务旅行) C. 朋友  
D. 情侣爱人 E. 独自一人

11. 您与谁出行时更倾向于选择导游(排序)

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权,后果自负!

感谢合作





- A. 家人亲戚    B. 同学（研学旅行）/同事（商务旅行）    C. 朋友  
D. 情侣爱人    E. 独自一人
12. 您是否希望在自由行中得到导游的帮助  
A. 是    B. 否
13. 您希望自由行时导游提供什么服务（多选）  
A. 食宿交通安排    B. 线路定制    C. 陪游    D. 驾车    E. 其他（可填空）
13. 您希望导游拥有什么爱好专长（多选）  
A. 摄影    B. 音乐    C. 运动    D. 阅读    E. 写作    F. 绘画    G. 其他（可填空）
14. 您是否接受导游的增值服务所带来的支出  
A. 接受    B. 不接受
15. 您出行前是否会使用于关于旅游 APP 进行线路、票务、机酒等相关产品的查询或预定  
A. 是    B. 否

仅供课程内部学习交流之用

## 二、问答题

1. 请你回想自己过往的自由行经历，思考你曾经某一位（群）旅伴身上具有的性格特点，并用简单的词语或词组的形式描述一下。

2. 请你回想这一位（群）旅伴与你共有的兴趣爱好，并用简短的词语或词组的形式描述一下。

3. 请回想一下曾经某一位带团导游身上具备哪些让你满意欣赏的品德特质，并用简短的词语或词组的形式描述一下。

4. 请你回想这位带团导游身上具备哪些让你惊喜心仪的特殊技能，并用简短的词语或词组的形式描述一下。

5. 如果以后在旅游的时候，有一个当地的导游可以提前根据你的需求规划好行程，并且会和你有共同的兴趣爱好，有话聊，全程根据你喜欢的方面来给你介绍各个景点，带你游玩。也就是既有自由行的个性设计，又有跟团团的省心省力，你觉得怎么样？在跟谁一起出去玩/在什么情况下会喜欢选择这样的导游呢？

6. 在导游进行行程规划的时候，你希望怎么样参与到这个规划里面呢？比如行程设计、酒店餐饮选择？或者还是希望这个导游将所有都规划好？

7. 我们希望能够打造一个自由行游客与自由执业导游个性化匹配的“共创旅游”社交型平台，您对这种平台有什么样的看法？

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作



## ▲导游调研问卷

### 一、选择题/排序题

1. 请问您的性别是  
A. 男 B. 女
2. 请问您的年龄是  
A. 25岁及以下 B. 26-30岁 C. 31-40岁 D. 41-49岁 E. 50岁及以上
3. 请问您的学历水平是  
A. 中专 B. 高中 C. 大专 D. 本科及以上
4. 请问您是否学习导游相关专业  
A. 是 B. 否
5. 请问您目前的工作类型  
A. 全职 B. 兼职 C. 实习
6. 请问您从事导游工作的时间是  
A. 未满一年 B. 1-2年 C. 3-5年 D. 5年以上
7. 请问您的月收入是  
A. 1000-2000 B. 2000-3000 C. 3000-5000 D. 5000 以上
8. 请问您的收入主要来源于：  
A. 基本工资 B. 回扣收入 C. 奖金福利 D. 小费
9. 请问您在工作中遇到危险的情况是  
A. 没遇到过，很安全 B. 偶尔遇到，基本安全  
C. 经常遇到，很担心 D. 每天都有发生，非常不安全
10. 请问您在带团过程中能很好的处理突发事件和游客的关系吗  
A. 完全可以处理好事情和游客的关系  
B. 基本可以，偶尔有事情不能独立解决但可以处理好与游客的关系  
C. 不是很好，有时不能独立处理事情，偶尔和游客有摩擦
11. 请问您对现在的导游工作感觉不满意的是（排序）  
A. 带团次数少 B. 团队素质差 C. 收入较少不稳定  
D. 工作压力大 E. 缺少社会保障
12. 请问您最希望调整工作的哪方面（排序）  
A. 提升工资 B. 有自由的工作时间 C. 有高素质的游客  
D. 提高社会公众的认可度 E. 有维护导游权益的政策落实到位
13. 请问导游自由执业（导游可解除旅行社的限制，自由接团带团）对您有怎样的影响  
A. 有很大影响 B. 有较大影响 C. 有一点影响 D. 基本没影响
14. 请问您认为您目前的专业知识或爱好专长是否适应未来的工作  
A. 完全适应 B. 基本适应 C. 无法适应
15. 请问您是否愿意留下您的手机号码（如有需要，我们想进一步与您取得联系，我们会进行保密）（填空）\_\_\_\_\_

### 二、问答题

1. 我们了解到，现在全职导游不算特别多，中国的持证导游里面其实只有 25%左右的人是全职导游，还有很大一部分的人是兼职导游、会进行线路设计、攻略制作的工作，或是从事其他的



行业。那么您目前的工作是偏向哪一种呢？平时的工作模式是怎样的？

2. 我们了解到，目前导游必须挂靠旅行社或导游服务公司，导游接团必须由旅行社委派，否则私自接团属违法行为。这种限制性的规定给您的职业带来的影响是怎么样的？

3. 请问您现在是挂靠在哪一家旅行社呢？您所在的旅行社是怎样进行团队分配的？是否会根据每位导游擅长的方面或游客反馈来进行匹配？

4. 在带团的中途，由于不可抗力或旅行社、游客方、景区方等原因使您的利益受到损害后，旅行社的角色如何？谁来为损害负责？您是怎么解决利益受损或矛盾冲突的？

5. 请问游客一般会在什么时候进行旅行反馈？通常来说，游客的满意度评价真实性如何？

6. 在自由执业的政策下，导游就不再需要在挂靠旅行社里，不需要受限于旅行社了。您作为导游可以更加自由地、自主地去选择客人接单，但是可能也会出现一些安全性保障、导游权益方面的问题。如果是您的话，这两种方式更愿意选择哪一种方式呢？

7. 目前，国内已经有很多平台开始提供类似网络自主预约导游的服务。如携程、同程这些 APP 都开始提供向导预约的服务。在预约的时候，游客可以进行根据自己的喜好（导游性别、年龄、擅长方向）进行有针对性地选择导游。您是否会选择 OTA 来拓展自己的客源？

8. 除了企业外，政府也成立了相关的平台。成都旅游局建立“云游易导”平台，相比起 OTA，该平台更倾向于导游端，为导游提供各种团队信息供其选择，导游也可以在线进行“接单”甚至是“抢单”。与 OTA 相比，您更倾向于选择哪一种形式？

9. 如今有许多平台已经出现了由导游转向向导的形式，也就是说，除了导游自由执业后在 APP 进行接单，许多非持证、来自其他行业但是对某一方面或是某一城市熟悉的人注册成为向导，为游客提供导览服务。对于这种趋势，您有什么看法？您认为与他们相比，持证导游的优势和劣势对比如何？

10. 请问您在旅游带团以外，还有哪些独特的技能特长或资源优势，可以帮助您更好的职业化发展，并用简单的词语或词组的形式描述一下。

11. 我们希望能够打造一个面向所有的持证导游、提供线上预约、个性化旅行定制、游客反馈、导游胜任力评价等功能的平台。您对这种平台有什么样的看法？





## ▲参考文献

- [1] 蔡凤,王欣. 浅谈导游自由执业的监管问题[J]. 服务科学和管理, 2016, 5(5): 153-156.
- [2] 从大数据看冰雪旅游 中国冰雪旅游消费大数据报告(2019)新鲜出炉[J]. 中国会展(中国会议), 2019(06): 60-65.
- [3] 崔祥云,胡利敏. 基于导游自由执业的“网约导游”APP架构设计[J]. 旅游纵览(下半月), 2017(07): 37-38.
- [4] 邓德曾. 导游自由执业的生态环境建设研究[J]. 旅游研究, 2019, 10(04): 60-68.
- [5] 郭思舒. 团队旅游与自由行中单一性与多样性需要平衡的分析[J]. 劳动保障世界, 2016(09): 110.
- [6] 郭天琦,杨敏,嵇舒昕. 平价定制游电商平台的市场分析[J]. 技术与市场, 2014, 21(06): 409+411.
- [7] 何子文. 回应地方性压力: 政务导游产生及其角色定位的制度思考[J]. 中国集体经济, 2012(21): 37-38.
- [8] 何子文. 体制内的自由职业者: 政务导游角色定位刍议[J]. 特区经济, 2012(10): 154-156.
- [9] 结构化调整, 中国在线旅游市场转型升级——中国在线旅游市场年度综合分析 2017[A]. 易观国际, 2017(6): 1-49
- [10] 李崇,可娜. 基于共享经济的网约导游平台服务——以“FREEDOM 自驾游”网约导游APP构建为例[J]. 旅游纵览(下半月), 2018(09): 144.
- [11] 梁正. 网约导游服务模式现状及服务创新发展对策[J]. 旅游纵览(下半月), 2019(01): 20.
- [12] 龙敏飞. 审视“网约导游”应尊重市场规律[N]. 中国商报, 2016-11-08(P02).
- [13] 罗柳甜,吴林. 互联网+旅游背景下的导游自由执业探析[J]. 柳州职业技术学院学报, 2017, 17(03): 22-25.
- [14] 马秋玲,柴寿升. 基于波特五力模型的我国定制旅游企业发展现状分析[J]. 山东工会论坛, 2018, 24(03): 64-69.
- [15] 申杰. 跟团旅游被指落伍 自由行渐入佳境[J]. 中国质量万里行, 2018(11): 78-79.
- [16] 唐春艳. “导游自由执业”背景下高职旅游专业学生职业能力培养实践研究[J]. 旅游纵览(下半月), 2018(04): 175-176.
- [17] 汪昌莲. “网约导游”不能游离于监管之外[N]. 中国商报, 2018-07-27(P02).
- [18] 王煜翰,陈学军. 自由行导游服务市场发展现状及对策建议[J]. 对外经贸, 2016(02): 73-74+100.
- [19] 吴佳. 进入智慧旅游时代我国定制旅游发展探究[D]. 郑州大学, 2014.
- [20] 吴学安. 让“网约导游”叫好又叫座[N]. 中国旅游报, 2018-08-22(003).
- [21] 携程发布“改变中国人的十大旅游方式”[J]. 空运商务, 2019(01): 53-55.
- [22] 闫美妆,熊昭,杨显宽,李江华. 基于 O2O 模式下的未来导游职业的探索——以网约导游为例[J]. 旅游纵览(下半月), 2019(01): 71-74+76.
- [23] 余云建. 杭州市中小旅游企业导游离职的现状及其对策研究[D]. 江西师范大学, 2018.
- [24] 张晓霆,宋飞. 导游自由执业下“一人旅行社”的可行性分析[J]. 中国经贸导刊(理论版), 2017(32): 66-67.
- [25] 郑荷媛,柴寿升. 互联网新形势下我国“网约”导游新模式探索[J]. 现代商贸工业, 2019, 40(04): 62-63.
- [26] 中国景区旅游消费研究报告[A]. 艾瑞咨询系列研究报告(2018年第5期)[C]. 上海艾瑞市场咨询有限公司, 2018:57.
- [27] 中国在线定制旅游行业研究报告[A]. 艾瑞咨询系列研究报告(2018年第5期)[C]. 上海艾瑞市场咨询有限公司, 2018:42.
- [28] 中国在线旅游行业年度监测报告[A]. 艾瑞咨询系列研究报告(2017年第7期)[C]. 上海艾瑞市场咨询有限公司, 2017:45.
- [29] 中国在线旅游市场产业图谱 2017 [A]. 易观国际, 2017(11): 1-9
- [30] 周梦赢,陈丹红. 大学生网约导游平台设计开发研究[J]. 科学技术创新, 2018(01): 91-92.
- [31] 周梦赢,可娜. 论“网约导游”[J]. 旅游纵览(下半月), 2016(12): 54.
- [32] 朱晓晴. 基于供需理论视角下的出境旅游产品探析——以凯撒在线旅游为例[J]. 西安文理学院学报(自然科学版), 2018, 21(05): 95-99.
- [33] 祝捷,孙亮. 议私人定制旅游研究与存在问题[J]. 旅游纵览(下半月), 2016(03): 32.

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权, 后果自负!

谢谢合作

仅供课程内部学习交流之用



切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

