

方案》 《“商旅通”

河北创巨圆科技发展有限公司

2011年12月

目录

第一章 概述

.....

..... **2** 第二章 目的

.....

..... **4** 第三章 项目需求分析

.....

..... **6** 3.1项目需求

.....

..... **6** 3.2项目分析

.....

..... **8**

3.2.1商旅通管理中心.....

..... **8**

..... **9**

3.2.2商家电子商务

第四章 系统组成和结构功能

.....

10 4.1系统组成

.....

..... **10** 4.2系统结构功能

.....

. **11**

..... **12**

4.2.1网络终端系统:

| | |
|---------------------|----|
| 4.2.2商家电子商务系统: | 12 |
| 4.2.3商旅通管理中心: | 14 |
| 第五章 系统业务流程 | |
| 16 5.1系统运营简述 | |
| ... 16 | |
| 5.2用户注册流程简述..... | |
| 17 5.3系统业务流程 | |
| ... 18 | |
| 5.3.1网络终端用户 | 18 |
| 5.3.2商家电子商务用户 | 21 |
| 5.3.3商旅通管理中心..... | |
| 23 第六章 测试验收 | |
| 26 第七章 项目管理方案 | |
| 28 | |
| 7.1组织结构..... | |
| 28 7.2职责分工 | |
| 28 | |

1

第一章 概述

当手机上网包月的用户超过总用户的30%的时候，整个无线互联网的商业价值会出现爆炸性的增长，中国手机上网流量包月用户已经超过30%，这背后是4亿人口的市场。届时手机作为‘第五媒体’将迎来爆炸性的增长。

据有关调查表明，现代都市人如果出门，99%的人身上携带的物品中一定有手机，所以手机就是在第五媒体爆炸增长中一种适合促销的媒体，而将各种优惠券、二维码、彩信报、等集中到手机中，并通过配套的终端机在消费场所下载使用，将极大提高商场促销信息的到达率和顾客的使用率，这便是“商旅通”建立初衷。

“商旅通”项目是中国移动联合旅游局开发的为旅游上游商家和下游用户实现信息化服务，“商旅通”系统平台结合旅游“吃、住、行、游、购、娱”六大类行业的商家整合平台、并结合手机会员系统、结算统计系统、建立的综合旅游信息平台，为用户提供最新信息服务，以及消费服务。

2008年以前美国每年的餐饮、娱乐、购物等各种行业共向社会派发了3千亿张优惠券，而最后真正使用并形成消费购买行为的只有26亿张，使用率大约只有1%。不仅如此，其间所涉及的纸张印刷、人员派发、环境污染等成本都不少，没有人能从传统的、撒网式的纸质优惠券中得到盈利和优惠。移动生活圈的目标，不仅是为商家与消费者间搭建高效沟通的平台，让商家找到目标客户，还要让消费者得到

2

所需要的信息和实实在在的优惠。

商家们在布局市场的同时，也在积极使用电子优惠券产品，以吸引消费者。网站一般都提供优惠券的打印功能，消费者凭借自己打印的优惠券即可前往目的地消费，但大部分消费者都没有私人打印机，因此

“商旅通”开发了优惠券(二维码)下载到手机的功能，消费者凭借短信二维码的优惠券同样可以享受到打折服务。

2010年后美国，电子优惠券已经成人们生活中不可或缺的组成部分，除了日常百货外，高额的房产、汽车领域，也随处可见电子优惠券的身影。目前，电子优惠券在美国已具有占主流人群90%的消费者使用比例，可见爆发式增长速度多么惊人。

美国电子优惠券市场的繁荣让中国商家看到了新的促销方式、美国CouponMountain网站也积极进军电子优惠券市场。此外，在中国一种以精准营销思想为指导，为企业提供以电子优惠券为核心的营销解决方案“商旅通”诞生，借助电子优惠券平台为其提供服务，企业付费的电子优惠券服务提供商，作为一种全新的电子优惠券行业的商业模式在快速发展。

3

第二章 目的

用手机终端发送消费券来与消费者建立“一对一”的互动营销模式，把用户原来的被动接受广告的行为改为自主下载电子优惠券，主动接受广告优惠信息，让电子优惠券的广告信息价值达到最大化。电子优惠券是不仅精确投放广告到个人用户，而且直接促进了广告商产品的销售。同时为每一个下载电子优惠券的消费者建立各自的消费数据库，通过对消费数据进行研究，分析出用户的消费习惯，并把电子优惠券投放给指定用户。这样的广告效果是传统广告效果的几十倍。我们做的不仅仅是电子优惠券的发布，同样也是定制营销和“一对一”互动营销的典范。从另一个层面讲，我们是为广大中小服务商提供一个互联网营销推广的平台，帮助服务商与消费者建立更紧密的联系。依托平台的技术优势以及市场推广上面的资源整合，在河北地区引导消费者使用电子优惠券进行消费。着眼于利用手机短信来发布电子消费券，从而打破河北地区会员卡式优惠模式以及传统印刷或打印优惠券消费模式，力争成为河北乃至华北地区最专业的电子优惠券互动整合平台。

1、简单方便快捷

对商家来说:可随时制作不同价格及类型的电子券，快捷方便，节省时间及人力等成本;

对客户来说:客户手机即可扫描、下载二位码自动连接网站接收电子券，消费时只需出示手机里的电子券即可，持有人也可赠送电子券给

4

他人，只需转发电子彩信和二维码即可。

2、安全

二维码电子券具有安全、易识别、多重加密功能，还可提供密码保护，相对纸质票具有更高级别的安全防伪功能。

3、新颖、时尚

电子优惠券以手机作为获取方式，可转发，无形中扩大了商家的客户群，可随时向客户发放，客户也可随时转发赠送电子优惠券。客户在消费时，只需调出手机中的电子券扫描验证通过后即可领取商品。由于手机属于用户必备的随身携带物品，因而使用起来非常方便。

4、销售数据统计

电子券业务平台提供准确的业务统计数据，用客观数据帮助商家能够更加具体、准确地把握活动的整体情况，使商家随时掌握产品销售领取数据。



5

第三章 项目需求分析

河北创巨圆科技发展有限公司根据市场需求结合手机与二维码技术自主开发出的一套“商旅通”系统，商家通过本系统向消费者手机发送二维码电子优惠券，客户消费时只需调出手机中收到的二维码电子券，验证通过即可享受优惠，整个发放领取过程无纸化低碳环保、高效便捷、安全新颖、省时省力。我们可以很清楚的看出，从信息开始发送时，我们后台就开始对每一个手机号码进行二维码一对一的配置，当消费者接收到信息以后，只要他通过手机直接登录或者通过电脑登录网站，我们系统就会全程对消费者的行为进行追踪，并进行实时的统计和分析，方便营销策划人员进行实时的效果评估并针对意向客户进行二次营销。

券种类:优惠券、代金券、折扣券、提货券、积分兑换券、赠券、特价券、电子欢唱券、贵宾卡、体验券、买赠券、促销单、DM等。 3.1项目需求

1、

从根本上解决商家向消费者直接传递促销信息的瓶颈。商家可以自行控制优惠券的数量、时间、优惠幅度等，达到信息自主发布、实时传递、精准传递，真正享受效果付费营销的精髓。

2、

从根本上改变消费者获取促销信息的方式，让人们无论任何时间、任何地点，都可以通过手机、客户端等移动终端获得

6

商家优惠信息。

3、

针对纸制优惠券所带来的资源浪费和环境污染等问题，从环保意义上电子优惠券具有极大优势。

4、 移动电子券不仅可以帮助商家节约印刷及派送传统优惠券的成本，还能获得每张优惠券被主动点击、下载和使用的数量，数字化衡量促销效果。

5、

可节约商户投资成本，并可利用所在网页进行很好的宣传。而对于消费者来说，使用电子优惠券可更便捷的享受优惠及会员服务。

6、

移动电子券节约传播时间，同时，也节约了大量的印刷费用，以及派送人员。纸质优惠券由于进行街头派送，有着地理方面的限制，传播时间不得不延长，手机上网传播的即时特性，使得信息传送更为快捷。

7、

消费者节约成本的需求。受到物价水平不断波动的影响，不少白领在荷包不断缩水之后，不得不调整自身的消费习惯，然而年轻人热衷消费的习惯却难根除，因此各类优惠券正好

迎合消费者节约开支、降低成本的需求，而移动电子券以其相对其他优惠券更便利的优势，更容易获得消费者的偏好。

8、

商家控制营销成本，精细化营销的需求。商家为了获得竞争优势，控制营销成本、达到精细化营销的目的，会使其有效寻找更可靠的电子优惠券发行管理渠道，提高电子优惠券的浏览、下载、使用率。

7

9、

消费者消费心理的变化。平民文化正在逐渐扩散，以前，优惠券被看成是家庭主妇的战利品，而今，更多的知名人士都可以落落大方地使用优惠券，讨价还价不仅给消费者节省了成本，还带来了精神满足，“省钱比拼”也成为一种时尚生活态度。

10、

技术的不断完善。RFID技术的推动和发展极大地带动了移动互联网的发展，同时为移动电子券等生活信息服务提供了市场基础、技术基础和产品应用基础。此外，二维条码技术的不断完善，也为移动电子券的发展提供了一个很好的解决方

案。

11、

生活信息服务行业向纵深化发展的趋势。一个行业随着市场的发展，必然走向市场细分的道路，专业分工的优势将更加突出，像口碑网这种定位于生活信息服务行业大而全的服务定位，在电子优惠券市场将不具备资源集中的优势，商旅通系统具备了全部优势。

3.2项目分析

3.2.1商旅通管理中心

会员管理

实现“商旅通”所有会员信息的管理，实现对会员在所有商家的活动记录，包括咨询、消费等，同时支持所有商家会员对商旅通会员的信息共享与信息查询等功能。

8

商旅资讯中心

建设“商旅通”信息资讯中心，汇集旅游业所包含的“吃、住、行、游、购、娱”的信息与资讯，整理所有商家的商业活动及优惠打折信息。

3.2.2商家电子商务

会员管理

为商家建立会员管理系统，实现商家对自己会员信息的管理与维护，同时商家使用“商旅通”统一的会员共享功能，可以实现“商家会员管理系统”与“商旅通”系统信息共享。商家能对二期客户提供高效服务，提供内容包括“会员管理系统”、“会员识别系统”、“网络与客户端数据同步功能”、“建立接口平台功能”。

资讯发布

为商家提供商家资讯发布系统，商家可以通过该系统发布商业活动信息、打折优惠信息。信息发布后自动与“商旅通”平台资讯系统同步，在项目实施后，可以通过“商旅通”定制研发的设备向会员进行信息广播服务。

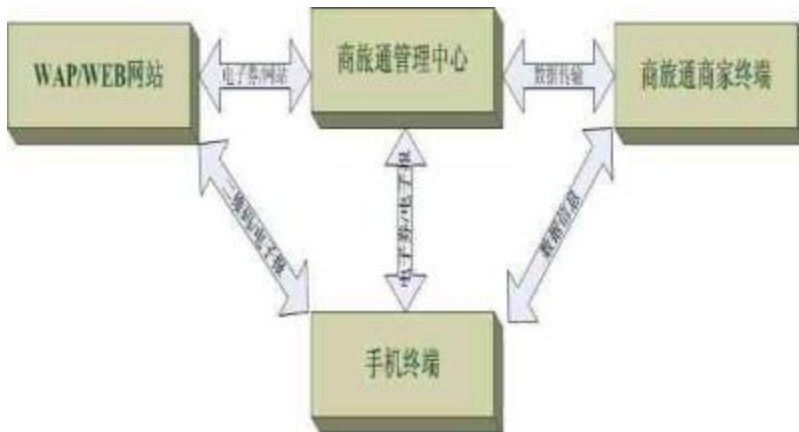
商家电子券发布

可以让商家通过平台自动发布电子优惠券、电子代金券等功能，商家自动发布并指定时效等，同时为商家提供电子券识别终端，商家不用在进行繁琐的解档、注销等操作，实现一体化的电子券流程管理。

9

第四章 系统组成和结构功能 4.1 系统组成

平台系统分成网站终端系统，商家电子商务系统，商旅通管理中心三部分组成；



，网站终端系统——

针对WAP/WEB网站开发和发布，针对智能手机

终端开发的二维码识别技术。

，商家电子商务系统——建于WINDOWS CE 4.0

系统平台上开发多

种应用功能，商户功能和咨询台功能里包括会员管理系统、资讯

发布系统、商家电子券发布系统。

，商旅通管理中心——

建于PHP开发与数据管理中心平台和数据库

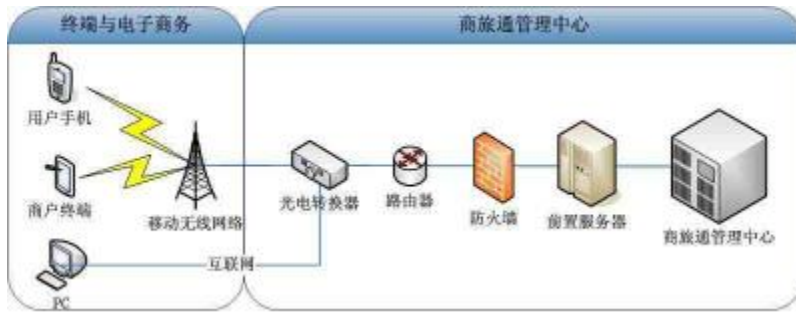
系统，其中有管理员后台包括商户管理、商户信息管理、商旅通

系统管理。

10

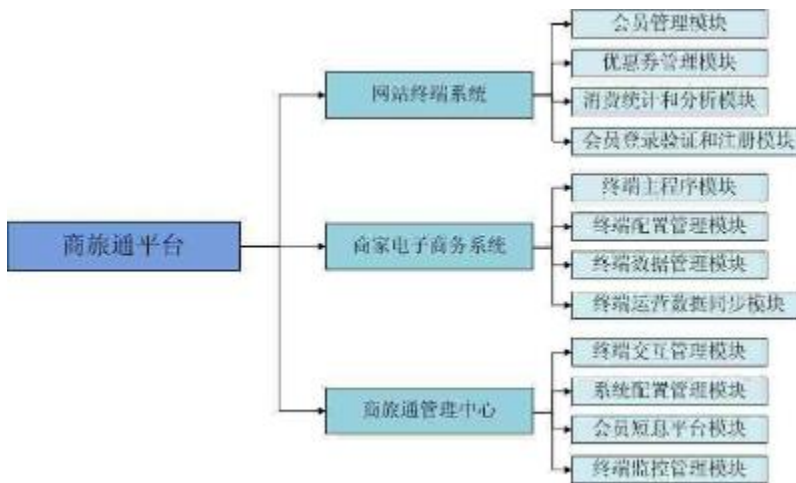
4.2系统结构功能

网络结构图:



网络结构简述:手机和商家通过无线网络链接服务器, PC通过互联网访问服务器网站。

系统功能图:



11

4.2.1 网络终端系统:

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/106222134125010150>