

旅游 B2B 平台开发漫谈（二）

（发表在《中国旅游报》2014 年 12 月 8 日第 11 版）

蔡经川

四川省中国国际旅行社有限责任公司

目录

目录.....	1
平台基本功能.....	2
平台辅助功能.....	2
大数据与统计分析.....	3
平台成员注册及城信体系.....	4
分级分类管理设定.....	4
角色及其功能的设置.....	5
栏目 频道导航.....	6
展示规范排序.....	6
平台内部搜索查询.....	7
与供应商端口对接 实时交换数据.....	7
与管理平台端口对接.....	7
实时价格 动态库存.....	8
定制产品.....	8
B2B 向 C 站推送信息.....	9
成员之间相互授权开放.....	9
金融与融资服务.....	10
建立争端处理机制.....	10
问题及注意事项.....	11
开发主体的问题.....	11
平台策划与统筹的问题.....	12
标准化问题.....	12

接《旅游 B2B 平台开发漫谈之一》

平台基本功能

平台基本功能要全面，术语通用，易学易懂易用，导向明确，操作方便，流程简单。多数平台应该拥有以下基本功能：产品发布、库存设置、浏览、查询、意向、对比、预订、确认、授信/借贷、支付（可能多次支付）、担保、诚信评价、售后、投诉等。

同时要求，实现这些功能的逻辑关系要处理的顺畅、流程清晰，操作简单、便捷，效率高，不误解、不误导、不繁琐、无歧义。

平台辅助功能

平台辅助功能要有助于各个成员对各自业务的管理、监督、统计、分析、开发等需要。

最初级的辅助功能就是基本管理功能，如旅游组团合同的分配、查询、管理、核销，发票或收据的分配、查询、管理、核销，处理好订单号与结算支付单据号、合同号、发票/收据号的匹配关系，方便查找、发现问题。尤其是在企业内部平台，旅游组团合同、订单号、收据/发票是三个重要的管控点，对于整个公司的内部经营与业务管理起着至关重要的作用。

各个平台参与成员要对各自的经营、产品交易、售后服务等实行监督管理，包括产品价格、产品质量控制、服务内容、服务标准进行有效的监督和指导，就需要平台相对应的功能设计。

基本统计功能，包括各个成员、各个成员之间、不同产品、不同时

间段的交易情况统计，流量统计、订单统计、交易金额统计、现金统计、借贷/授信统计、应收帐款统计、投诉统计、交易失败及原因统计等。可以提取任何一个时间段的统计数据，包括日、周、月、季度、年份等时间段，并可以自动生成报表，方便成员调用、查看。

其他平台辅助功能，如融资服务、供应链服务、会计服务、客户管理服务、商情咨询、订单提醒、导游管理、车辆调度、行程安排、自动报价、经验交流学习、技术技能培训等，平台开发方可以根据平台类别、性质、规模、以及市场竞争、成员需要等因数决定是否开发辅助功能、如何开发、开发到什么程度。

大数据与统计分析

大数据来自于平台大量而复杂的参数设计，及其及时交易所取得的原始数据。这些参数和数据包括旅游者基本信息、背景信息、交易信息、支付信息、售后服务信息等，也包括平台成员的基本信息、反应信息、处理信息、服务信息等，更包括其他同业供应商在平台的一些数据。成员越丰富、参数越多、数据越大，就越接近真实，就越容易寻找规律、寻找机会，也越利于分析和预测。

来自于平台的各种统计数据，以及平台专业人员收集的全国旅游业、其他行业、甚至国家基本宏观经济数据、世界旅游及世界宏观经济数据等，共同组成统计分析的基础数据，这些数据可以根据平台设计的分析报告参数自动生成年度、月份报告，供成员参考。同时，也可以考虑直接提供基础数据，或为不同的成员提供不同的基础数据或不同级别的分析报告等。

只有在对这些数据进行严谨、科学的分析基础之上，成员才可以据此开发新的客户、新的产品，制定新的战略规划。平台开发方也才可能据此调整平台交易规则，优化交易流程，提高平台服务水平，丰富平台功能，增加平台栏目，增加售后服务内容等。

平台成员注册及诚信体系

成员注册所需要的信息，是由这个平台设计时所面向的市场决定的。一般而言，封闭的平台根据名单和协议直接给所有成员开户即可，但开放的第三方旅游 B2B 平台面向所有旅游企业及其从业人员，包括旅行社、饭店宾馆、餐厅、景区门票、车船航空、导游公司、保险公司、演艺公司、其他辅助机构等，他们往往采用的是自己注册，平台方审核的办法来完成注册体系。

这些基本的成员注册资料，就是平台方计划建立诚信体系的基础。尤其是第三方平台，最让成员担心的就是诚信问题，具体表现在产品质量、售后服务及厂商信用等得不到保障，安全性得不到保障以及网上提供的信息不可靠等。那么平台方就要依据以后的平台交易记录、评价记录等建立起一套完整的信用评价体系，并根据行政机关的信息，为每个成员给予信用打分。在诚信体系建立后，平台方可以根据自身或成员需要开发信用担保系统，并进而形成融资、相互借贷的平台辅助增值服务。

分级分类管理设定

在与供应商往来时有分类分级的要求，在与分销商也即销售终端往来时也应该有分级分类的管理要求。分类方面，销售终端可能是旅行社

门市网点，也可能是个体销售代理人；可能是实体的临街落地的旅行社网点，也可能是互联网收客的虚拟网点；可能是独立网站收客代理，也可能是如淘宝/天猫等大型电商里面的店铺收客代理；既可能是同业代理，也可能是跨业代理；有的销售代理可以代理销售全部产品，有的销售代理只能销售部分产品；有的产品可以全地区销售，有的产品只能面向部分地区销售。分级方面，可能是一个旅行社作为一级销售代理，其销售终端（法定网点）可能是另一级销售代理，其部分员工也可能成为次一级独立销售代理。还有就是大型旅行社作为总代理，再委托其有契约关系的中小旅行社作为次级代理。在平台设计时就要考虑到，分类分级管理的需要，包括产品特定销售条件和市场差异、利益分配的关系，方便各个参与者能够根据自身的需要独立设定或勾选这些参数。

角色及其功能的设置

这里的角色概念主要是指平台应用方面的角色设计和功能赋予。最常用的一些主要角色（岗位）和功能有：业务网管、账户管理、总经理、总会计师、供应商管理、销售终端管理、产品商管理、产品审核、合同管理、订单管理、发票管理、现金管理、财务管理、财务结算、质量管理、信用管理、投诉管理、部门经理、产品经理、线路计调、线路销售、客户管理、签证支持、多平台协调、信息管理等。

更重要的是，要清楚界定好他们各自的功能，处理好他们之间的关系和层级，以便所有角色能够协调有序的运行。

根据不同的角色及其功能分别给予相应的平台权限。

栏目 频道导航

栏目、频道分类设置合理，导航清晰、准确，重点突出，覆盖旅游业的方方面面，排序有主次，引导要有序，这样就可以让成员方便、快速的找到自己所需要的内容和功能模块！

具体的栏目、频道内容安排，要根据平台的规划宗旨、平台达成的目的、成员的需要等来安排。多数平台具备这些栏目：宾馆住房、景点门票、交通票据、演艺、邮轮、签证、国内旅游、出境旅游、台湾旅游、自由人等业务栏目，以及一些管理类栏目如报表、统计、财务、授信、综合管理等栏目。同时也分一级栏目和二级栏目。

依据栏目特性和成员需要设计平台的导航功能，导航栏是平台网站最主要的入口。在内容设置上，应该一目了然地把网站的主要内容体现在导航栏上。无论是成员用户、还是搜索引擎蜘蛛访问时，都可以非常方便地顺着导航目录，一层层地访问收录网站的各级网页。

展示规范排序

在平台设计与开发阶段，就要根据频道、栏目、导航，以及平台功能、平台内部结构、成员习惯、各种可能的需求等来设计好供需信息的展示规范、排序规则。

比如以供求信息、成员信息、产品信息、价格信息、报名截止信息、出团日期信息、目的地信息、旅游类型（参团、自助、独立团）等因素来设立展示规范，按照高低、先后、多少、远近、数字、字母等来设立排序规则。

平台内部搜索查询

通过频道、栏目、导航，如果能够容易地查询到自己所要的信息，那当然最好，但在一个大型旅游平台，往往需要内部搜索功能来辅助频道、栏目和导航的不足，同时也因为业务、管理、统计与分析等方面的需要，也会用到平台内部搜索查询功能。

搜索查询可以按照分类、关键词、产品性质、日期、时间段、供应商、交易情况等来进行设计，也可以基于全文检索来开发。平台搜索查询功能最好能够支持对任意字段的复杂组合检索、支持智能化模糊检索查询。

同时要制定好搜索结果的展示规范与排序规则。

与供应商端口对接 实时交换数据

一个大型的旅游 B2B，势必会与许多产品供应商发生业务往来关系，为了保证平台库存与预订的实时和准确，就必须采用技术手段接入其他如酒店、航空公司、景区门票、游船、演艺票、汽车租赁、保险等即时预定系统，进行实时数据交换，以保证其他供应商产品的实时、有效和准确。在开发时，就要设计好各个单项产品的分类，还要根据批发层级关系设定分级管理与处理规则，以保证各个供应商的利益，确保根据合同实时配送到指定的分销商。

与管理平台端口对接

随着智慧旅游的普及，各级政府开发了不少相关管理平台，在设计

旅游业务 B2B 时，就要考虑到与各种政府管理平台端口对接的问题，比如企业业务 B2B 就应该考虑与金棕榈开发的、国家旅游局推行的“全国旅游团队管理系统”的自动对接，自动推送团队信息到“团队管理系统”，以减少多次录入、重复劳动。

同时，很多企业或企业集团，还有内部的财务系统、OA 系统、独立的地接系统等，旅游 B2B 也要考虑在授权范围内如何自动对接、推送相关信息的问题。

如果是第三方平台，还要考虑到各个企业之间的信息隔离、保密、安全等问题。

实时价格 动态库存

一方面，平台要与其他上游产品商保持实时端口对接，获取实时价格数据，根据规则自动调整部分平台内产品价格；另一方面，平台成员也要根据市场的情况随时调整自己的价格。以保证平台价格的精准性、及时性。

随着价格变动、产品销售情况，各个成员要么人工变动库存数据，要么根据规则自动调整库存数量，确保库存动态变化的实时性。

定制产品

现在的旅游者对差异化要求越来越高，其旅游需求越来越细化、越来越小众了，这个“小众”却越来越普遍化了，这就需要平台设计时考虑到定制产品的功能。国旅总社的 B2B 平台很好的开发了定制产品功能，他们是采用“意向”以及指定“意向”区域、附加条件等方式

来实现这个功能的。有些平台是采用“寻价”的方式来实现这个功能的，但与平台交易结合得不够紧密。

B2B 向 C 站推送信息

良好的旅游 B2B 设计，应该能够通过 B2B 后台管理与设置，根据拟定的相应规则（比如产品加价到 C 站），能够实现从 B2B 到企业公众网站（C 站）、网店（如在天猫、阿里平台开的店铺）的自动、即时交流与信息推送功能，一旦 C 站有询问、意向和订单等信息，能够自动反馈到 B2B 后台管理窗口方便供应商进行实时处理。

设计时，要考虑到三种匹配情况，一是向 B2B 公司自行开发的统一的或唯一的 C 站（两种情况：统一 C 站，无独立空间，无域名；统一 C 站，有独立空间，有二级域名）推送。二是向各个 B2B 成员自行独立开发的 C 站（独立域名、独立空间）推送。三是向旅游企业在其他平台如天猫、阿里等开设的店铺推送。

同时，需要考虑开发部分或指定信息可以向微信、微店、微薄、手机平台推送功能。

成员之间相互授权开放

无论是大型企业内部旅游 B2B 平台，还是第三方旅游 B2B 平台，甚至是联合体（联盟性质）旅游 B2B 平台，在设计时都要考虑到各个参与成员之间的互通互开的问题，也即互为代理。但这个是有条件的，必须是经过授权才可以实施的。这种开放，也必须考虑到分级分类的问题。

金融与融资服务

常规旅游 B2B 平台，首先要解决与金融服务商如银行的端口实时对接问题，允许成员之间的交易实现及时支付，支付手段可以采取银行系统实时支付手段，也可以采用平台电子钱包实时交流方案，更可以采用第三方支付手段（往往会产生手续费），但最终都要与实体银行发生关系。在支付结果中，一定要处理好与交易订单的匹配关系，方便查找。

作为平台延伸服务之一，可以提供融资服务。根据产品情况，以及相关契约关系，对于一些急需资金的项目或成员，平台可以提供资金支持与贷款服务。资金提供主体，可以是平台内的成员，也可以是银行，甚至是平台或平台引进的其他主体。平台可以根据历史交易记录、交易评介等数据参数建立起来的诚信系统，以及实际项目资金需要情况，来确认申请融资的身份和融资额度，以保证资金安全、资本的获利能力。

建立争端处理机制

只要有交易，就必有争端，旅游 B2B 平台也不例外。争端处理的基础，首先是国家法规，然后主要就是平台制定的相关规定和制度。这些规定和制度必须说明规范的平台操作流程、供需双方的权责利、完备的评价体系和监督体系，明确争端的形成、争端的处理办法、争端处理流程、协调处理机构和成员构成、处罚办法等。

同时在平台设计与开发时，要最大限度的考虑到细节、考虑到买卖双方真实情形，尽量避免因为平台技术问题、细节问题二导致的争端。

旅游产品，即使是同时同团的同一旅游线路，每个旅游者的感觉都

可能不一样，那么平台如何量化这些产品、量化服务质量、量化服务标准，形成一套完善的质量服务标准、质量监督体系，尤其显得必要。

问题及注意事项

开发主体的问题

很多企业尤其是一些大型集团，多采用 B2B 平台外包开发的形式，似乎一包万事毕，事实上，很多外包，其结果是一包万事烦！

且不说乙方开发企业简单下载程序修改来应付甲方的事情，即使真正用心开发，也难免出现“隔行如隔山”的问题，乙方根本不了解甲方行业一些深沉的、过经过脉的东西，开发出来的平台根本就不是甲方业务部门所需要的东西。

最好是自己组建专业的开发小组，自己独立完成开发。在这里，首先强调的是，小组里面必须要有开发方的领导、统筹人员、旅游专家、旅游一线人员、开发设计人员、技术人员、编程人员、接口人员、财务金融人员、预定人员、售后人员、投诉质量人员等。这些人都还要具有各自岗位或领域的相当经验，有激情、有热情，精力旺盛、想象力丰富，勇于挑战。

如果是外包，最好也是在甲方办公场地统一办公，甲方直接介入开发的全部过程，方便甲方全程参与、全程监督。同时，对于乙方的主要几个参与人员，一定要深入了解，包括其个人品质、想象力、挑战精神等，必须具备相当的开发经验，否则不得进入开发小组。

平台策划与统筹的问题

旅游 B2B 平台的策划工作应该由专人负责，类似于传统产品开发总设计师，他应该懂得整个平台业务模式和企业原有模式的利弊，以及他们之间如何衔接、如何再造业务流程，对旅游行业有一定了解和深刻的认知，同时对互联网以及 B2B 平台的实质有独到的见解和理解，研究其他平台并知道其利弊，对技术包括编程语言有所知晓，从事过网站设计、开发与互联网营销工作。他能参与平台的决策，清楚互联网的发展方向，知道旅游业发展的脉络，能够指导具体的平台设计与开发工作，包括平台的频道、栏目类别的设置、功能的界定、模块的构成等。

他能够统筹各个开发部门的工作进度，善于与其他辅助单位合作，主持测试、调试工作，能够发现问题、提出解决问题的办法。

标准化问题

随着 B2B 平台的广泛使用，其标准化的要求也随即显现出来。只有 B2B 标准化了，才能更为广泛的被推广、普及、使用。其标准化包括常用术语的定义、交易流程的标准设计、产品分类标准设计、产品服务质量标准、使用规则的制定、与其他软件/平台接口的标准设计等等。

惟有解决了平台设计与开发中的标准化问题，才可能减少交易争端，实现各个子行业平台、各个管理平台、各个资源平台之间的互通互联、互相开放，达成真正电子商务高效、快捷的目的，提高全行业的生产效率、管理水平。