

邵阳职业技术学院

毕 业 设 计

产品设计	工艺设计	方案设计
√		

设计题目： 醉美苏州休闲两日游 H5 页面设计与制作

学生姓名： 蒋 英 佳

学 号： 201810301273

系 部： 财会工商系

专 业： 旅游管理

班 级： 旅游 1181

指导老师： 杨 璐

二 〇 二 一 年 六 月 五 日

目录

一、产品市场需求分析

- 1.旅游市场现状
- 2.年轻人市场需求分析

二、产品线路设计和特点

- 1.概述
- 2.线路设计思路
- 3.线路设计特色
- 4.具体行程设计

三、产品 H5 制作与设计

- 1.H5 制作工具
- 2.设计思路
- 3.内容介绍
- 4.风格特点



作品二维码

醉美苏州休闲两日游 H5 页面制作与设计

一、产品市场需求分析

1. 旅游市场现状

2020年初，新冠肺炎疫情对中国旅游业产生重大影响。旅游业被迫按下暂停键，但随着国内疫情的有效控制，政府及线上线下各大旅游平台积极采取措施推动在线旅游发展，目前旅游业已经逐渐复苏。

据全国交通运输部数据显示，2021年“五一”假期期间预计将发送旅客2.67亿人次，日均5347.4万人次，比2020年同期日均增长122.2%，在有效防控新冠肺炎疫情的基础上，可以看到2021年“五一”假期中国国内出行的旅客人次等一系列数据亮点频现。这些数据展现了我国旅游蓬勃的生机和休闲娱乐消费活力，其中“90后”在出游人群中占比达37%，成为出游主力；“80后”位列第二，占比27%；“00后”在这个“五一”黄金周中表现不俗，占比21%，旅游消费直追“80后”。（数据来源携程旅行）

小结：被压抑了一年的旅游需求爆发，初出茅庐的年轻人们将是旅游消费的主力军。年轻消费群体的不断涌现，不仅带来了市场潜力，也带来了机遇和挑战。

2. 年轻人市场需求分析

随着中国经济的快速发展和居民收入水平的提高，疫情得到有效控制，旅游活动频繁发生，人们对旅游消费的认识也发生了变化。“走马观花”式旅游逐渐向深度旅游、文化旅游、定制旅游转变，游客更加注重旅游活动的体验和感受。近年来随着年轻游客对中国传统文化的认同感不断升级，文化体验已经成为旅游消费中的重要组成部分。报告显示，2020年国内文化类景区门票在国内景区门票中的订单占比同比提升11.3%。其中，以户外观光体验为主的古镇类景区门票订单占比上升21.4%，古墙、门、楼、塔类景区门票订单占比上升

9.6%。古城古镇是年轻游客最喜爱的文化旅游主题之一。（信息数据来源于马蜂窝旅游）

疫情后消费者出游形式与偏好也发生变化，比如自由行一定会更加盛行，出于安全与健康等方面因素的考虑，房车自驾、露营帐篷、小团定制等形式的产品会更受消费者青睐，而适合这些出游形式的目的地，也一定更受游客欢迎。

小结：1) 年轻人热爱自由和个性，出行方式偏好自由行，但也喜爱高质量的参团，高质量的跟团游同样受到年轻人的欢迎。

2) 年轻人消费观念上追求质感。

3) 旅行方式上热衷当地人视角的深入旅行。“像当地人一样生活”是年轻人旅行的一大爱好。比起走马观花，年轻人愿意尝试换个角色生活，体验式的旅行、寻找乐趣是一大特征。

二、产品线路设计

1. 概述

苏州位于江苏省东南部，是首批国家历史文化名城之一。它是世界上第一个“世界遗产模范城市”，它有近 2500 年的历史。自古以来学者称之为“人间天堂”，马可·波罗也称之为“东方威尼斯”。古城位于水网之中，街道依河而建，水与陆并行；楼房临水而建，前廊后河，形成了“小桥流水，人来人往”的独特风格。为什么需要隐居在山林中才能享受休闲呢？在这个城市，你可以逛上苏州几个园林古镇，便醉在这城市之中了。

2. 线路设计思路

选择苏州是因为得天独厚的地理位置和丰富多元的旅游资源，能够很大程度上满足年轻人旅游需求。作为大学生深切感受到青年旅游市场的巨大潜力，其显著特点是对旅游体验的感知和对品质及自由的追求。疫去春来，而作为苏州这样气候宜人，江南水乡的人间天堂、神仙享受是非常合适的。其中园林建筑，风情古镇等景点的文化体验，没有快节奏的观赏能让年轻人们从当地人视角深入旅游。在这种背景下，针对青年的旅游特点设计适合他们的旅游产品就显得尤为重要。从青年旅游的需求和特点出发，结合当下疫情后时期他们的旅游行为的变化设计了以年轻人为市场的醉美苏州休闲两日游旅游产品。

3. 线路设计特色

结合苏州的自然、文化、美食、景点的特点，打造慢节奏、慢生活的旅行享受，热门景点、小众路线兼容并包，每天不必起大早赶行程，是针对年轻市场的精致小团低密度游。

是一种以突出姑苏文化、体验民俗、了解园林建筑、休闲观光为主要功能的特色休闲度假旅游。小团体低密度旅游，让游客享受美好时光，慢生活。

4. 具体行程设计

日程	行程简述	用餐			住宿
		早	中	晚	

D1	<p>早上九点左右我们的导游会上门接您,接客区域覆盖了苏州的老城区,预定酒店尽量定在我们接客范围内可咨询导游推荐,下单时请务必备注您的酒店地址哦,然后与同行小伙伴一同出发开始新的一天旅程,首先我们去到【同里古镇】(车程 1h),十点乘船到达【罗星洲】,罗星洲是位于同里东口的一个小岛,以烟雨相间的景色而闻名。其“罗里听雨”已被列为同里历史上 20 个景区之一(游览 1h)。十一点步行到【退思园】,是同里古镇最著名的私家园林,具有晚清江南园林的建筑风格,也是同里游客必游的景点之一。漫步其中,心旷神怡(游览 0.5h)。十一点半步行去【穿心弄】,穿心弄很窄,但依旧是铺着整齐的石板,石板之下便是流水,你走过时可以听到流水声,因此穿心弄又称之为“响板弄”(游览 20min)。十一点五十用午餐,餐费自理在同里古镇里寻美味,可让导游推荐(用餐 1h)。十二点五十步行到【崇本堂】,本堂最吸引人的,是它园中的各种雕刻。门楼的字牌两侧各有一幅人物山水画,端庄挺括,写着“崇德思本”四个字(游览 0.5h)。下午一点二十过【三桥景区】,在同里古镇的古桥中,同里三桥最具代表性,是同里桥的瑰宝。据说在同里古镇同里人有生孩子、结婚、做寿时,就要走三桥的习俗。它们通常遵循长庆桥、吉利桥和太平桥的顺序绕行一圈不能走回头路(游览 10min)。一点半步行到【嘉荫堂】,嘉荫堂主建筑系仿明代结构,俗称“纱帽厅”(游览 0.5h)。两点乘车去【七里山塘】(车程 1h),七里山塘堪称“老苏州的缩影,吴文化的窗口”,集吃喝玩乐于一体更是它的精华之所在,傍晚的美景也不容错过(游览 2h)。随后结束一天的行程自由活动或自行回酒店,可让导游推荐特色小吃或正餐。若当晚入住酒店地址与报名时填写有变请提前告知导游,好安排接您。</p> <p style="text-align: right;">夜宿苏州</p>	不舍	不舍	不舍	不舍
----	--	----	----	----	----

D2	<p>早上九点导游会根据您报名时提供的酒店地址上门接您与同行小伙伴一同乘车前往阊门西街（车程 0.5h）。九点半到达【阊门西街】吃苏州地道的早餐（游览 0.5h），考虑到每个人口味不一，该项费用自理。十点乘车到达【吴趋坊】（车程 5min），吴趋坊是苏州百味巷子，为苏州古坊之一，小巷子里各式各样的美食、园林等着你来探寻（游览 1h）。十一点五分步行前往【艺圃】（步行 10min），隐隐于市大概说的就是艺圃吧，深藏在吴趋坊附近的御弄弄里的精致小园林，是苏州私家园林之一，保存了明代园林风格（游览 1h）。十二点一十五乘车前往【平江路景区】（车程 15min），自费用午餐可让导游推荐地道美食（用餐 1h）。下午一点半出发乘车前往【拙政园】（车程 20min），拙政园被誉为“天下园林之典范”，园内各式各样的建筑风格听导游娓娓道来（游览 2h）。下午三点五十乘车前往【金鸡湖】（车程 15min），金鸡湖是中国最大的内城湖泊，也是摄影爱好者的打卡地，夜幕下环湖的惬意不容错过（游览 1.5h）。最后在金鸡湖入口散团，从古镇园林穿越到现代苏州这两天就要结束了，您还可以顺路去打卡诚品书店，也可以随心安排接下来的时光。在回程的路上注意安全保管好自己的行李物品。</p> <p style="text-align: right;">夜宿苏州</p>	不含	不含	不含	不含
线路标价(RMB)： <u>488</u> 元/人					
报价已含	<p>交通:商务车。(600 元/6 人=100 元/人 共 2 天, 合计 200 元)。</p> <p>门票:行程中所列景点同里古镇(100 元/人), 罗星洲船票 (10 元/人), (共计 110 元/人)。</p> <p>导游服务:地陪。(200 元/天, 单人为 33 元每天, 共计 66 元。)</p> <p>费用不包含:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 一切个人消费及费用包含中未提及的任何费用; 2. 该行程中不含餐, 餐费推荐 AA 制, 导游会推荐美食; 3. 因不可抗力因素所导致的额外费用; 4. 因旅游者违约、自身过错、自身疾病导致的人身财产损失而额外支付的费用。 				
线路说明	<ol style="list-style-type: none"> 1. 我社保留在不减少行程景点的前提下, 有权调整行程顺序的权力; 2. 游客意见以接受委托地接社发放的游客 (或代表) 填写的《宾客意见表》为准, 有服务不满意的地方, 敬请在当地提出其合理要求, 以便在现场核实、及时处理, 				

	否则视为满意。回程后再变相投诉不予受理！感谢理解！
友情提示	1. 本社未购买旅游意外保险，需要者可自行购买。 2. 苏州本地饮食清淡，好甜口，请自行备好个人调味品。 3. 疫情还未过去，请大家保持个人卫生，在出发前备好口罩，提前注册好健康码。

三、产品 H5 制作

1. H5 制作工具

通过易企秀制作软件编辑完成。

2. 设计思路

移动互联网的快速发展人们每天都要接受各种各样的信息，快是这个时代的标志，除了工作学习之外人们已经没有耐心满足去接受冗长繁杂的信息，可能每个人对于一些长篇的文章都会有一种感觉，就是没有多大的耐心看完，针对我们的目标人群，H5 营销正好可以满足这些需求，这是因为 H5 是图+文+多媒体的组合，不仅流量显示成本低，而且效果好。也适合随时随地阅读，利用碎片化的时间，让网络营销可以达到营销效果。

3. 内容介绍

总共 13 页，分为快闪，封面总体介绍，关于它，景点介绍，美食推荐，线路安排，行程亮点，限定特惠，出游提示，在线报名，地址详情共十一个板块。

4. 风格特点

这支旅游营销 H5 以“快闪”特效紧扣观看者的双眸，随着一首舒缓的琵琶曲快速把人们带入了江南烟雨意境中。以水墨江南画作为所有板块背景图，同里古镇的屏墙边框为原型制作成棕黄色画框，选用棕黄色代表着水镇的古老静谧，画框两旁用两枝桃花作为点缀，正描绘竹外桃花三两枝，春江水暖鸭先知的魅力动图。背景音乐采用琵琶版本的离人愁，乐曲的加持似缓缓描绘出诗情画意的景象，封面主题采用毛笔字映出醉美苏州四个大字，字的上方是江南水镇的风光图。

整体采用平面风格，去除了冗余和复杂的装饰效果，由纯色图形插图组成，画面简单干净。将主要的旅游产品作为核心的突出点，同时在设计元素强调简单性和符号化性。