

旅游度假商品中心架构演进

美团高级技术专家 徐泼

1

旅游电商 vs 实物电商

2

旅游电商商品特点

3

商品中心演进过程

4

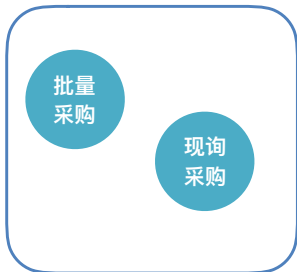
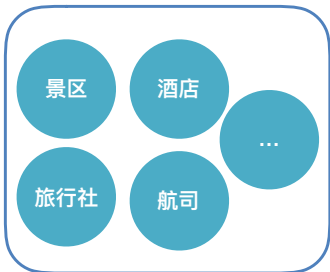
Q&A

旅游电商 vs 实物电商

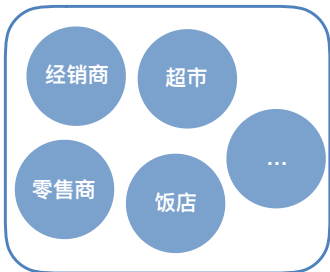


旅游电商

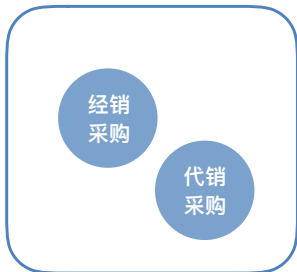
供给环节



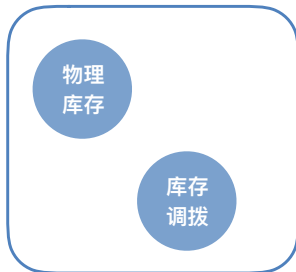
商家对接



供应商采购



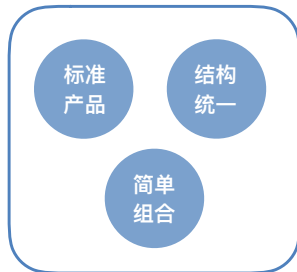
库存管理



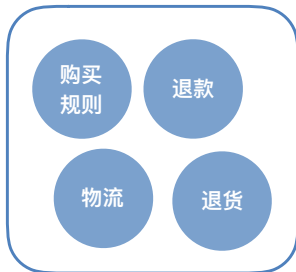
售卖环节



商品呈现



商品售卖



实物电商

1

旅游电商 vs 实物电商

2

旅游电商商品特点

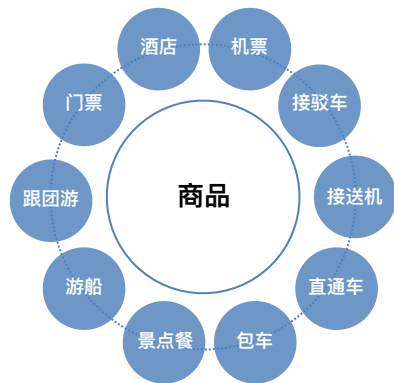
3

商品中心演进过程

4

Q&A

维度	特点
商品形态	单品和组合品
组成元素	酒店、机票、门票、餐饮、演出等单资源产品的或多资源的组合
组合方式	预打包组合套餐、用户可替换元素的组合套餐、用户自由组合商品
商品描述	单品基于标准产品单元的描述，组合产品基于行程结点的描述，组合产品基于多元素的特定描述
价格计算	基于固定价格的计算，按照组合规则计算的实时价格
售卖单元	每份、每成人、每儿童、套餐、场次席位等



1

旅游电商 vs 实物电商

2

旅游电商商品特点

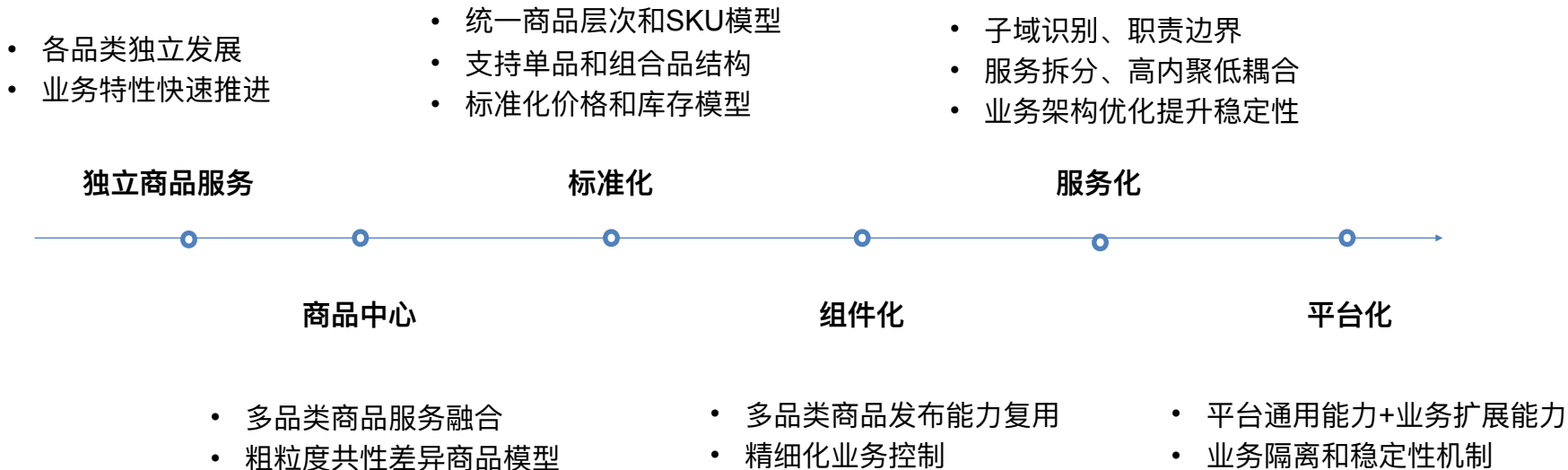
3

商品中心演进过程

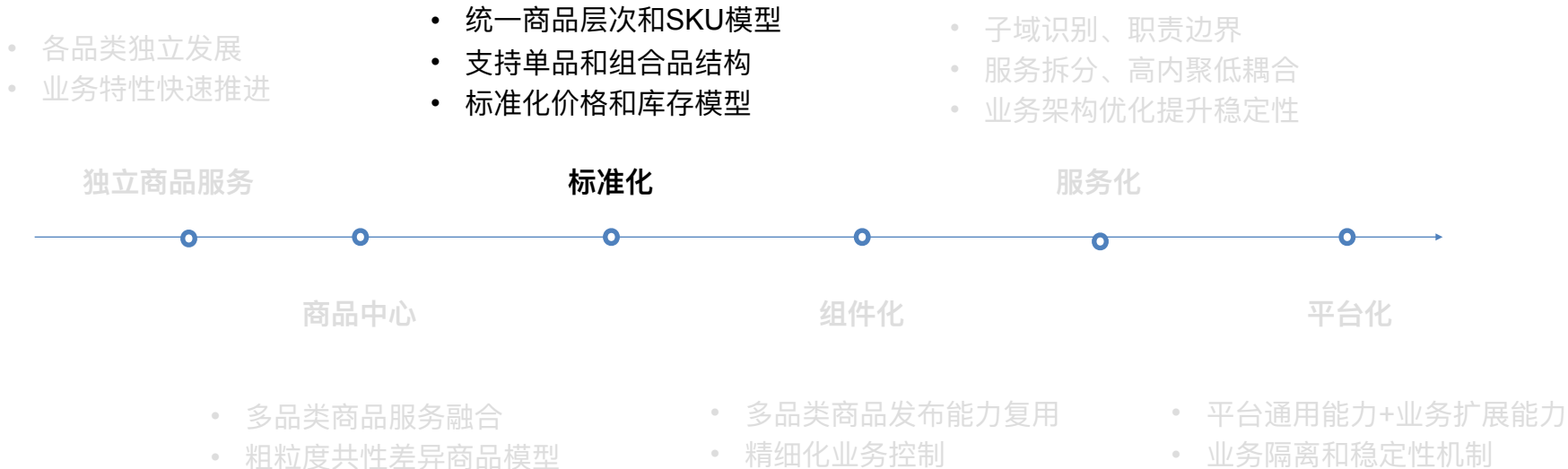
4

Q&A

演进过程



演进过程



架构演进 - 标准化



中国移动 下午11:10

景点详情 ☆ 分享 ...

门票 景区直通车 门票+酒店 跟团游

故宫上午场门票

成人票 **¥60起**
¥60

故宫博物院上午场 (成人票)
当前最早可订7月3日票
[官方] [有条件退票] [天海换乘]
已售138042 | 购买须知 >

立即预订

学生票 **¥20起**
¥20

老人票 **¥30起**
¥30

成人票+人工讲解+无线耳麦 **¥86起**
¥86

查看其他1个故宫上午场门票 >

故宫下午场门票

中国移动 下午11:19

套餐详情 ☆ 分享 ...

★★★★★ 4.8分 > 查看地图
91492条评价 酒店距景点10.2km >

推荐理由

- 景酒套餐行程更便利, 故宫门票无需排队, 刷身...
- 酒店配备各式情调高雅柔和商务客房, 地理位置...

明天 07-02 **¥278起** 后天 07-03 **¥278起** 周三 07-04 **¥278起** 更多日期 >

豪华双床房 28m²单人床2张

豪华双床房1晚+早餐 **¥278**
2天1晚 详情 > 立即预订

豪华大床房 28m²大床1张

豪华大床房1晚+早餐 **¥278**
2天1晚 详情 > 立即预订

购买须知

商品详情

评价(91492)

中国移动 下午11:22

选择日期和场次

【可在线选座】百老汇《美女与野...

入园保障 不可退 购买须知 >

请选择游玩日期

周三 07-04 **¥190起** 周四 07-05 **¥190起** 周五 07-06 **¥190起** 更多日期 >

选择场次

13:00 19:00 17:00

16:00 18:30

选择票档 [查看座位图 >](#)

CB席位 **¥190** CA席位 **¥290** BA席位 **¥390**

AB席位 ... AA席位

单价: **¥390**

去选座

商品结构



挑战

- 多品类商品结构各不相同
- 一套模型支持单品和组合品



方案

- 统一商品结构，标准化产品单元
- 套餐+SKU+价格/库存 模型支持组合品和单品

SKU结构



挑战

- 实物电商SKU无法描述旅游电商的最小售卖单元
- 不同品类商品的最小商品层级不一致
- 如何统一演出场次席位等不定层级商品售卖单元描述



方案

- 定义旅游电商SKU：除日期因素外，定位一个商品的最小售卖单元
- 构建多品类售卖单元结构树，支持多品类售卖单元描述
- 售卖单元结构树支持动态层级，支持演出等不定层级商品

价格/库存模型



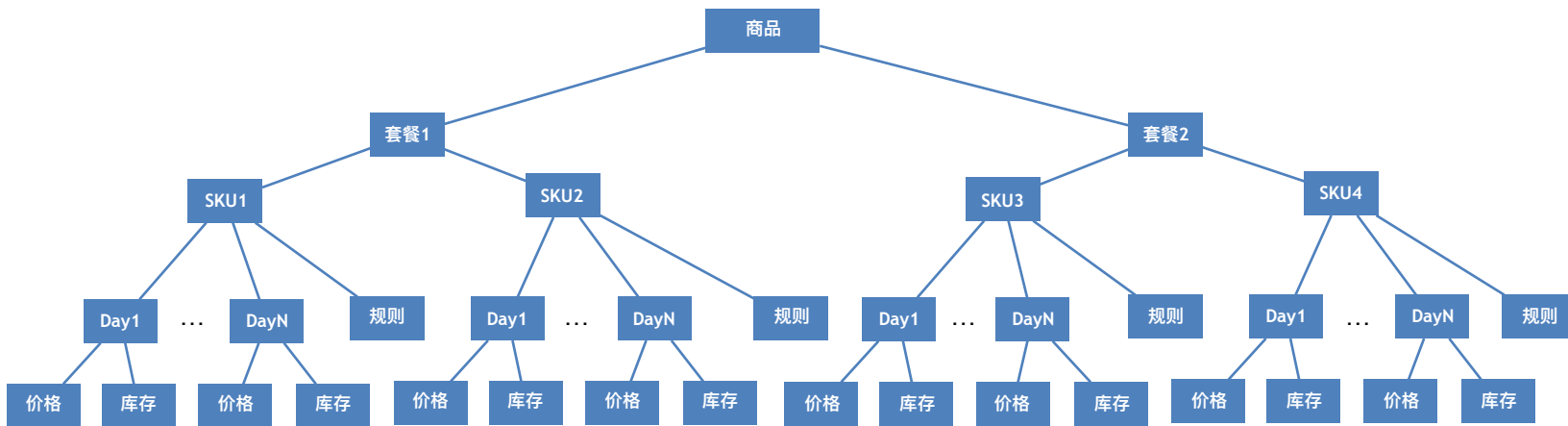
- 标准化库存领域通用语言，建模价格模式、库存模式、共享规则、分级规则、扣减策略
- 抽象价格查找单元PLU，负责价格查询和计算
- 构建库存富领域模型，抽象库存操作单元和库存单元

规则模型

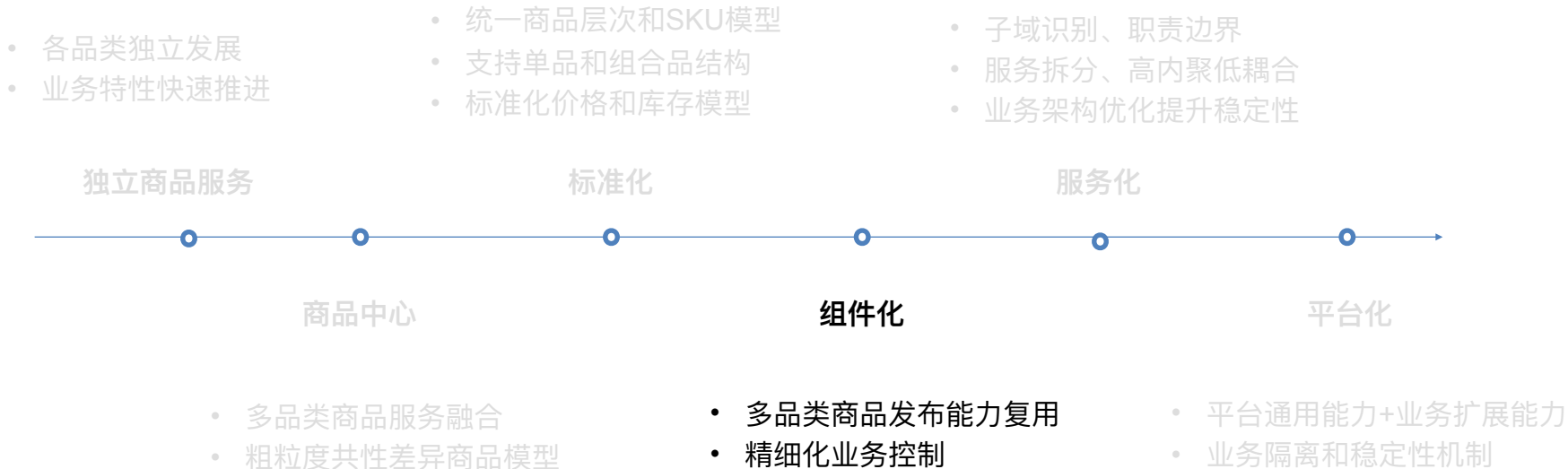


- 分维度归类，抽象统一规则结构：时间维度、数量维度
- 标准化信息项结构，统一填单规则和信息项维度规则限制

日历模式套餐商品模型示例



演进过程



架构演进 - 组件化

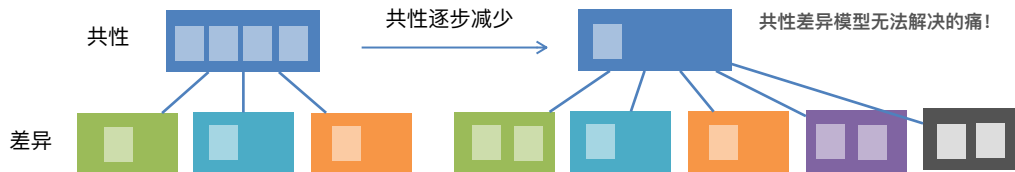
定位：多品类商品发布能力复用

发布能力：多品类差异发布模板数据到统一商品模型的转化

方案一：共性+差异（父子继承模型）

优点：技术实现容易

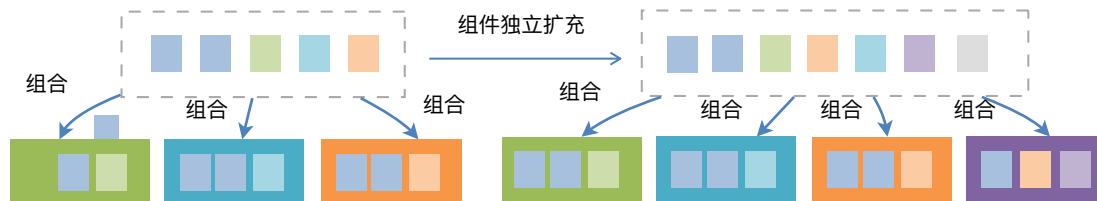
缺点：随着品类增加共性逐步减少



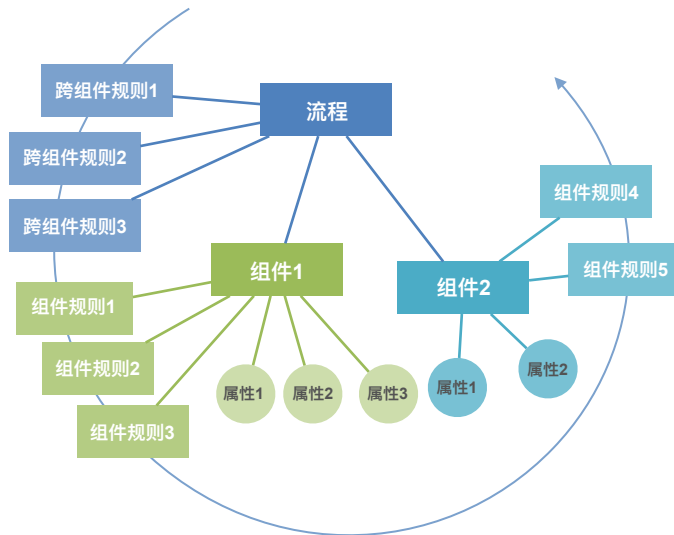
方案二：组件化（组合可复用的组件）

优点：复用度高

缺点：技术实现复杂



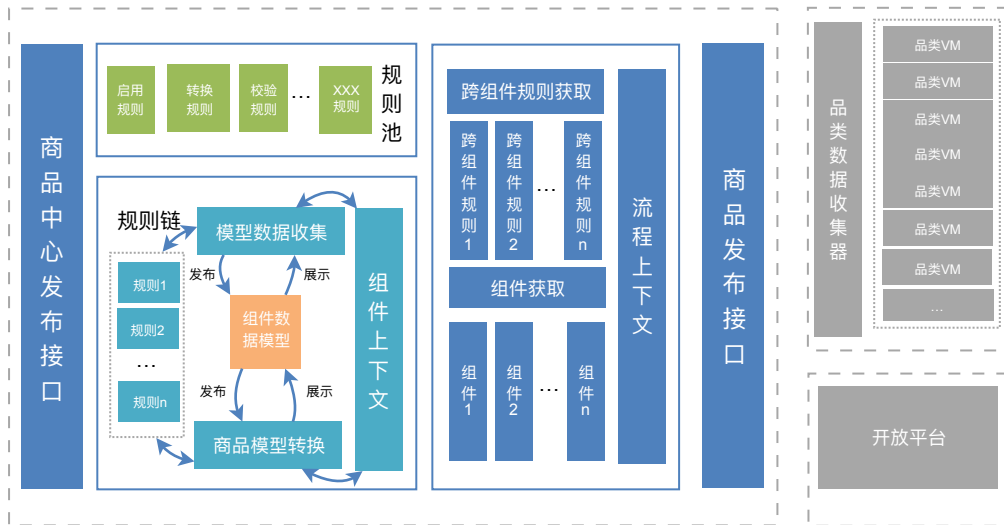
多品类差异发布模板数据到统一商品模型的转化



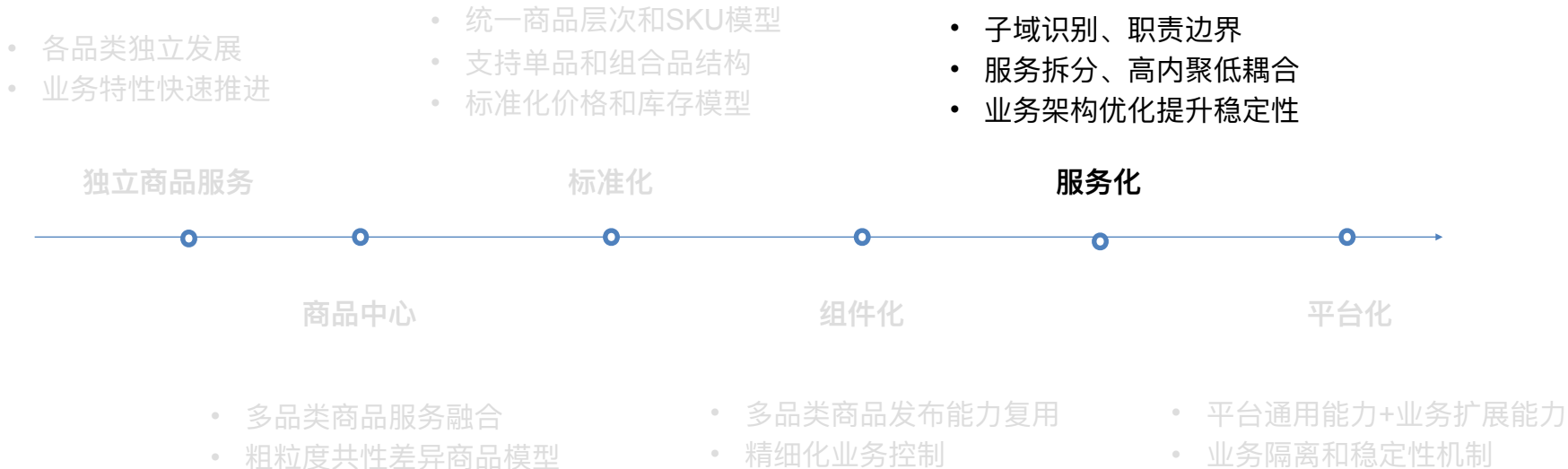
原则：关注行为，而不仅是数据，组件化是数据+行为的复用

商品发布流程

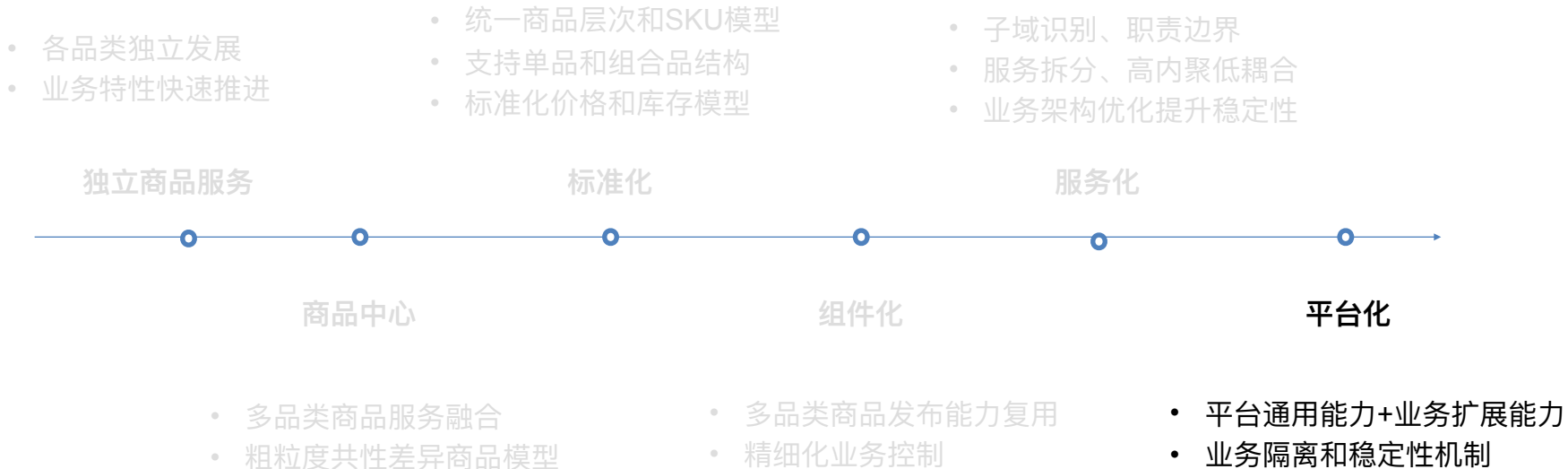
发布模板



演进过程

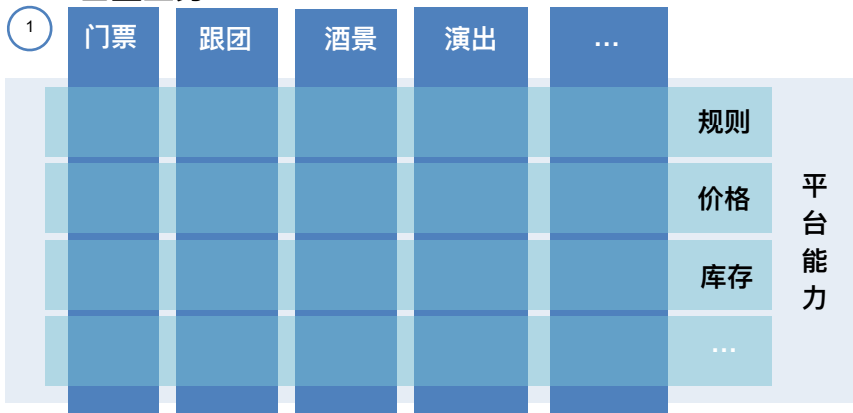


演进过程



架构演进 - 平台化

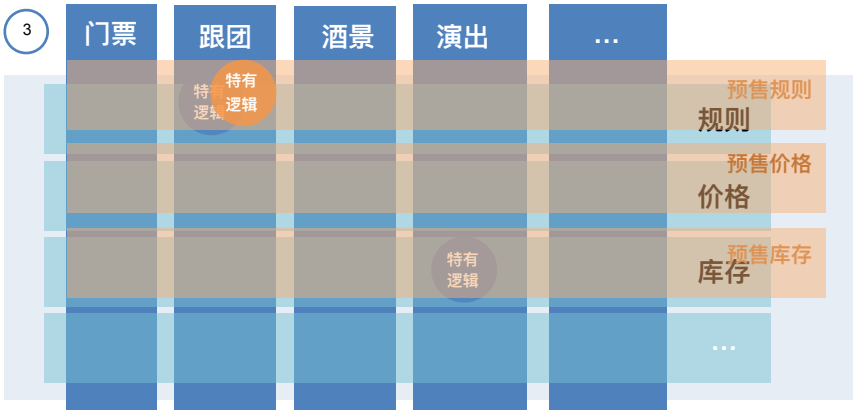
垂直业务



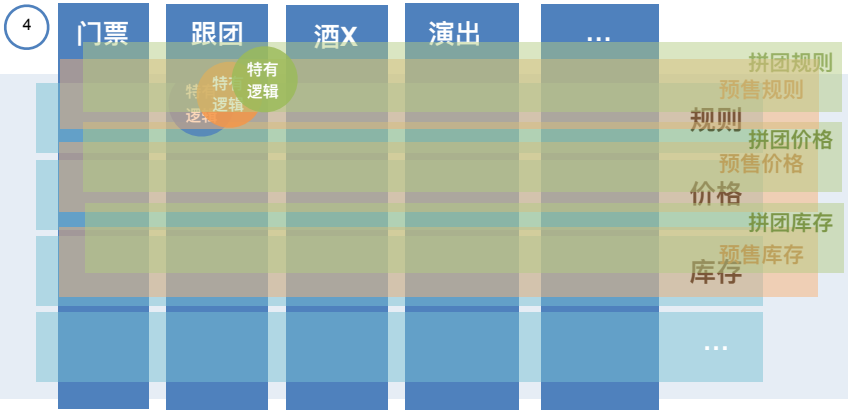
垂直业务扩展



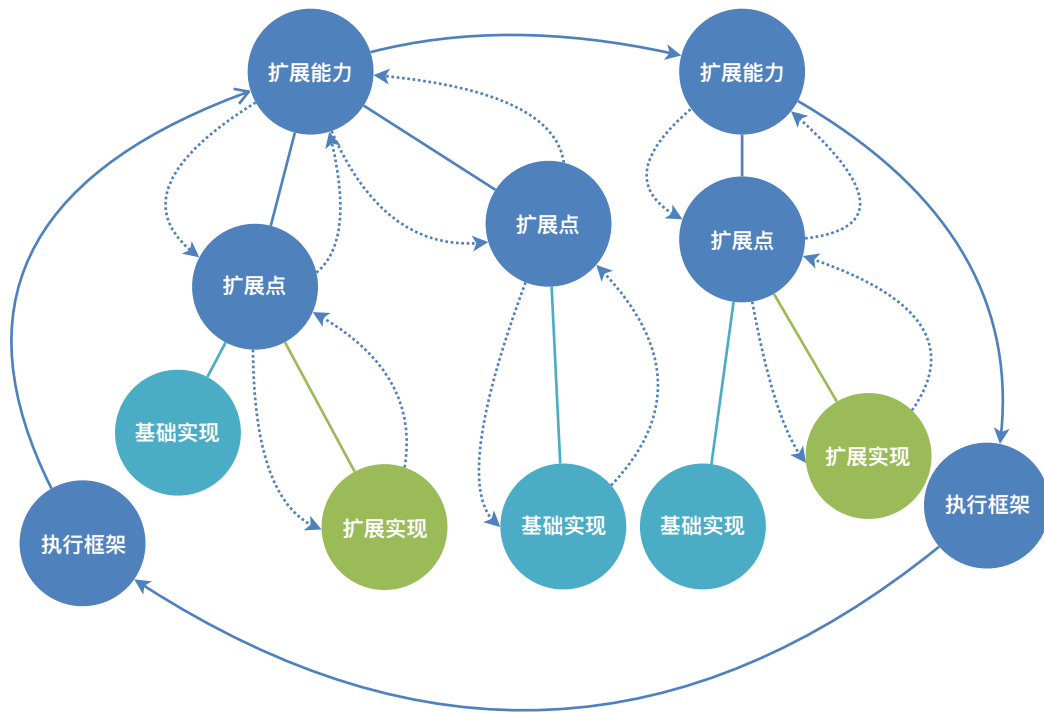
垂直业务+横向业务



垂直业务+横向业务+横向业务+...

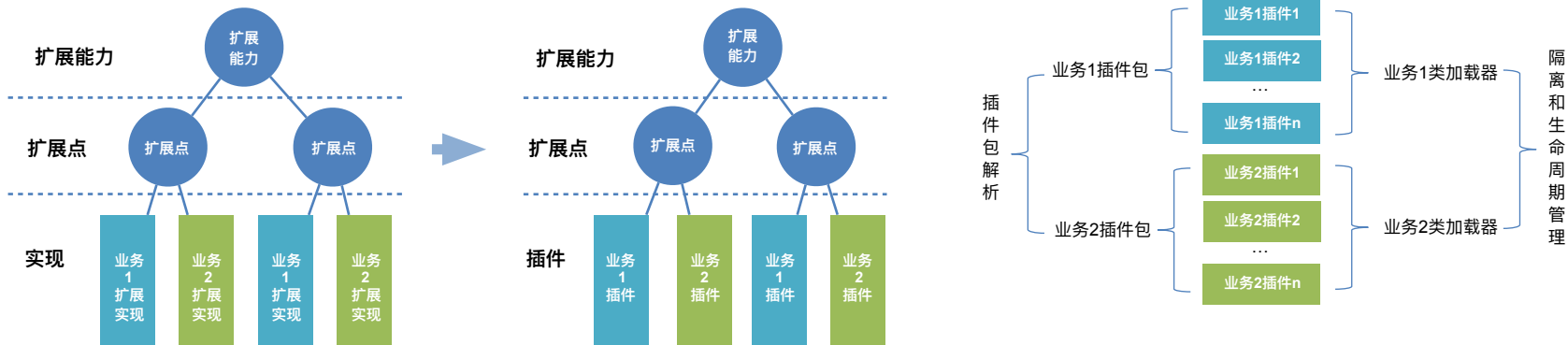


平台基础能力 + 业务基础能力扩展 + 业务运营能力扩展

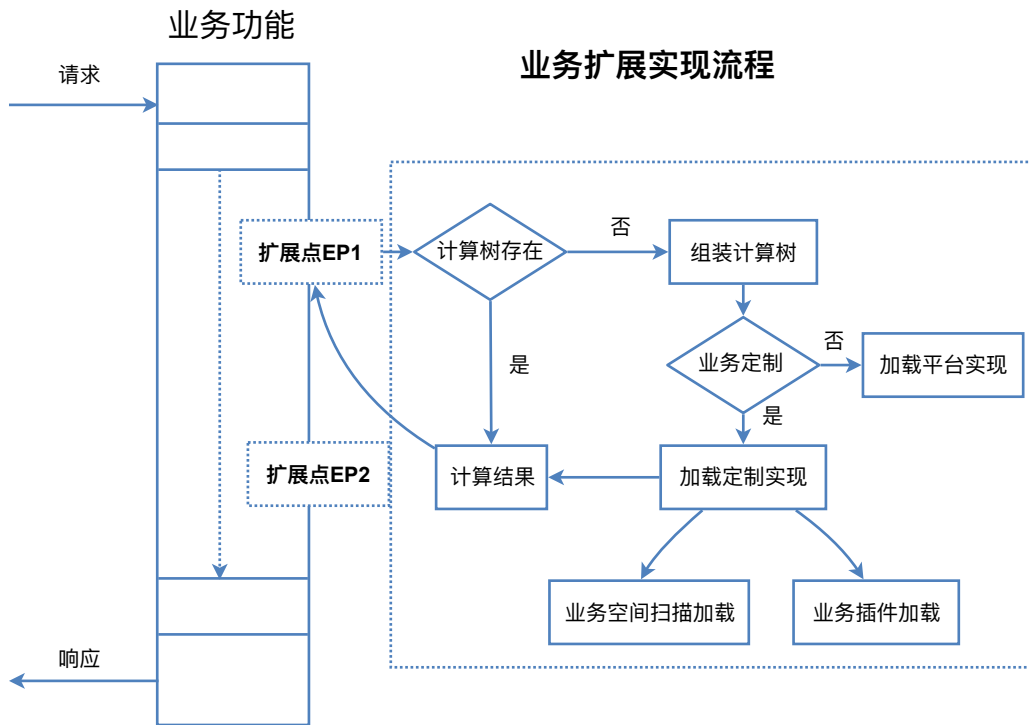


执行框架串联扩展能力和扩展点

架构演进 - 平台化

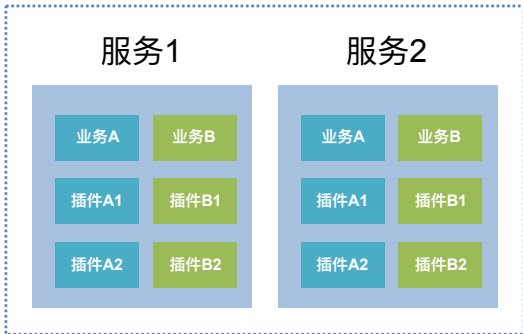


平台提供插件包解析、隔离和生命周期管理

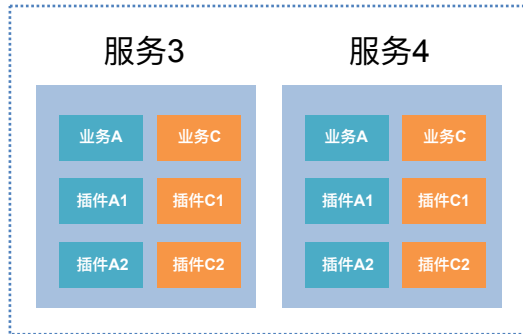


业务隔离

业务
集群
1



业务
集群
2





招聘：Java工程师、架构师、技术专家

邮箱：xupo@meituan.com