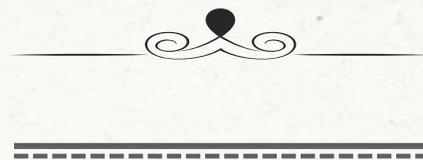




JOURNEY

春天来了
我们出去走走吧



旅行规划师 周玥彤



旅行规划师 徐振宇



场景搭建师 朱杰颖



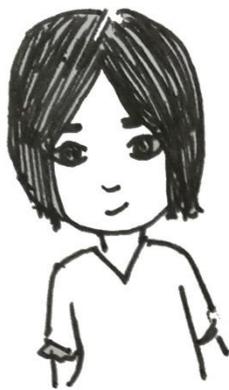
视觉传达师 吴梦涵



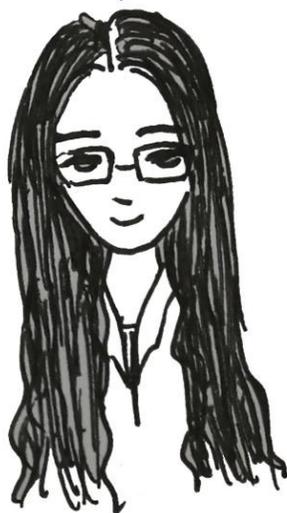
运营管理者 叶子



管理人 戴雨 (组长说他
自己是总清洁工)



视觉传达师 徐晗



场景搭建师 袁云鹏



海外工作部 王露



海外工作部 徐齐宏





课题理解



什么是旅行？旅行又是什么？

决定目的地 、时间 、预定机票酒店 

收拾行李  和心情  上路，

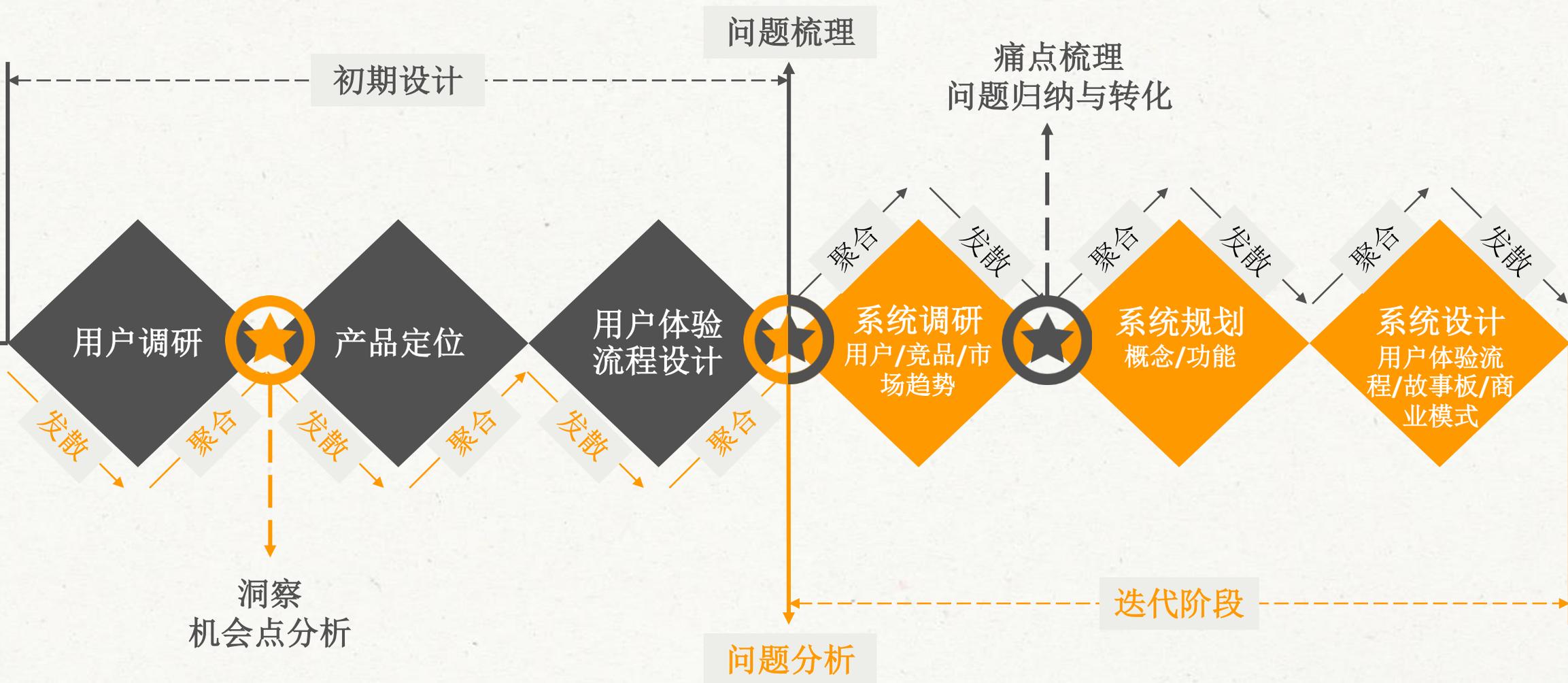
从景点A到餐厅A，景点B到餐厅B，

.....

如果在你的眼中旅行还是个样子，

那么是时候让我们来为你打破了！

工作流程





课堂访谈



用户分类





穷游爱好者

“旅行是我与这个世界沟通的方式，我要用自己独立的精神和自由的思想去拥抱这个未知世界。”

个人信息

姓名：王乐宇

性别：男

职业：某大学本科生

年龄：90后

喜欢的旅游方式：背包客，骑行，一个人

最喜爱目的地：中国西部，东南亚

核心需求

- 喜欢一个人旅行
- 想要在旅途结交各式各样的朋友
- 追求独一无二的旅行体验
- 愿意打工来获得一定的经济支持
- 想把自己的旅行经历分享给别人

用户特点

王乐宇是一个经济型和独立型的90后旅行者。喜欢利用大学空闲时间旅行，因为他要“读万卷书，行万里路”。他总是能花少量的钱玩很多的地方，乐宇喜欢自由、崇尚自我，体验未知让他感到莫名的兴奋。他的足迹已经走遍中国的大部分省份，现在正在探索国外的世界。他在线下线上“结交”其他的旅行者，一起探讨，一起分享，成为好朋友。他喜欢摄影，旅行结束以后，会写网站上写下图文并茂的游记。

关键词：独行侠，爱社交，经济型



生活美学家

“就算是身体疲惫也要‘净化心灵’，旅行可以让我得到物质和精神的双重享受。”

个人信息

姓名：韩莉莉（Lily）

性别：女

年龄：90后

职业：某外企白领

喜欢的旅游方式：小众，跟闺蜜或男友

最喜爱目的地：厦门，日韩，瑞士，法国

核心需求

- 喜欢有同伴一起旅行
- 跟亲密的人建立更好关系
- 追求有美感的旅行体验
- 得到物质和精神的双重享受
- 需要随时分享旅行体验

用户特点

莉莉是一个热爱生活、喜欢社交活动的90后白领女性。她有自己的生活方式，就算是工作日再累，她也会在周末的时候放松身心，爱惜自己。常常叫上闺蜜，或者男朋友一起去赏花、戏水、登山、购物或者参加一些音乐会等文艺活动。她独立爱自由，如果有长假的话，会去国外自助游。在旅途中莉莉喜欢晒定位、晒照片，她觉得这都是对目前自我生活品质及能力的一种证明。

关键词：审美，放松，热爱生活



个人信息

姓名：徐凯文 (Kevin)

性别：男

年龄：80后

职业：某互联网公司产品经理

喜欢的旅游方式：私人精品团，跟朋友

最喜爱目的地：欧洲，北非，美国，日本

核心需求

- 喜欢跟志同道合的圈内人旅行
- 跟亲密的人建立更好关系
- 追求高端，刺激的旅行体验
- 希望可以丰富人生的可能性
- 缓解压力，放松身心，幸福感

用户特点

Kevin是一个在事业上小有成就的80后有为青年，体育和电影爱好者，目前的工作，爱情都处于一个稳定期。他不再喜欢“穷游”式旅行，而是更加关注一些“高端”的玩法，例如：如商务旅游、轻度冒险、极地探索、自驾游和各种高品质的主题游。同时，他希望通过旅行满足情感需求，提升人生阅历，增加生活情趣，留下美好回忆。Kevin常和女朋友或者志同道合的哥们一起出游，他很享受这样的旅行时光。

品质探险家

“忙碌的工作生活中，旅行是我犒赏自己的最佳方式。
一旦去旅行，我要尽情地放松和享受。”

关键词：高品质，情感需求，理想主义



家庭旅游者

“对我而言，旅行的目的地并不重要，重要的是能够和家人在一起。”

个人信息

姓名：李天明

性别：男

年龄：70后

职业：某机关公务员

喜欢的旅游方式：跟家人和老同学旅游

最喜爱目的地：沿海城市，新加坡，日韩

核心需求

- 喜欢家人旅行
- 跟亲密的人（妻子，孩子）建立更好关系
- 追求安全，舒适的旅行体验
- 有教育意义的亲子游

用户特点

李天明是某机关的70后公务员，结婚已经十年了。他有一双可爱的儿女，孩子每当放寒暑假的时候，都会跟妻子一起陪孩子去旅游。一家四口出去旅行，是他觉得最幸福和快乐的事情了。他觉得让小孩子经常去看看外面的世界，对他们的成长是非常有帮助的。亲子游是他的首选的旅行方式，当然有的时候，他也会跟以前的老同学，朋友还有同事一起出去自由行。

关键词：家庭之上，保守主义，舒适



旅游银发族

“忙碌的工作生活中，旅行是我犒赏自己的最佳方式。
一旦去旅行，我要尽情地放松和享受。”

个人信息

姓名：张建国

性别：男

年龄：50后

职业：某单位退休老干部

喜欢的旅游方式：跟团游，和老伴旅游

最喜爱目的地：三亚，佛教胜地，欧洲

核心需求

- 喜欢跟老伴，老年朋友旅行
- 对安全和舒适的要求很高
- 减少孤独感，获得归属感
- 气候好，更加健康和养生
- 弥补年轻时候的遗憾

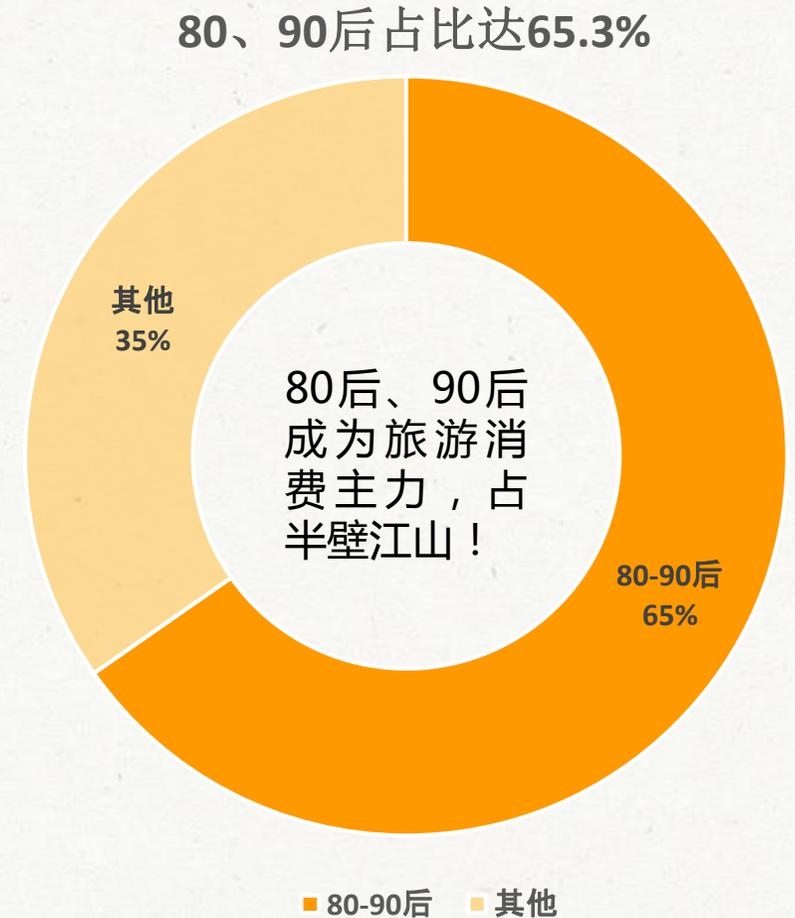
用户特点

建国爷爷，退休在家有很多空闲的时间，他的两个孩子都在外地，也不用帮忙带孙子，所以他跟老伴爱华奶奶常常出去旅游。建国的孩子非常孝顺，他们在网上帮两位老人家报名参加4-6人的精品老人团，建国爷爷就会叫上小区里面的老年朋友或者以前的同事，同学一起去。他们觉得晚年的生活一样可以很精彩，建国爷爷会在学习摄影技术，就是为了给同行的老伴，好朋友拍出好看的照片，留下美好的回忆。

关键词：安全至上，老年社交，健康养生

✓ 确定目标用户

- ✓ “2016中国互联网+旅游高峰论坛”发布的旅游大数据报告显示，**80后、90后成为旅游消费主力**，他们最重视个性化的旅游体验。
- ✓ 根据芒果网旅游数据显示，在2015年出游人群结构中，**80后、90后占比达65.3%**，一年平均出游次数为3次，是所有人均出游次数中最高的。
- ✓ 途牛旅游网发布《2016上半年中国在线出境游旅游报告》。从消费群体看，**80后是出境游的消费主力军**，此外，90后客群同比增长近400%。
- ✓ 途牛旅游网发布了《2016-2017年度“撒野”报告》，报告显示，最“野”不过**中青年**，出游人次占比超过76%，游客最远“野”到南北极。



确定目标用户



“品质探险家”是一群旅游经验多，消费能力又高的人群。所以我们选择这类群人作为最终核心用户。

Basic Information



- Kevin, 28岁, 互联网新贵
- 月收入 2w/月
- 喜好: 新鲜事物, 生活品质, 潮流
- 新郎

VALUES

- 高品质的生活
- 理想主义
- 向往自由
- 愿意投入较多消费提高生活质量
- 热爱艺术



我热爱大自然, 其次就是艺术

NEEDS & EXPECTATIONS

- 旅行休闲之余渴望情感寄托
- 渴望见面, 留下美好回忆
- 缓解工作压力, 增加生活情趣
- 感受山水意境, 回归大自然
- "身体和灵魂, 总有一个在路上"

小众
小资

风土人情



跟全世界的人交朋友

Behaviors



自驾游
摄影
探险

深入当地体验



确定用户画像



品质探险家

忙碌的工作生活中，旅行是我犒赏自己的最佳方式。一旦去旅行，我要尽情地放松和享受。

个人信息

姓名：徐凯文 (Kevin)

性别：男

年龄：80后

职业：某互联网公司产品经理

喜欢的旅游方式：私人精品团，跟朋友

最喜爱目的地：欧洲，北非，日本，美国

核心需求

- 喜欢跟志同道合的圈内人旅行
- 跟亲密的人建立更好关系
- 追求高端，刺激的旅行体验
- 希望可以丰富人生的可能性
- 缓解压力，放松身心

用户特点

Kevin是一个在事业上小有成就的80后有为青年，体育和电影爱好者，目前的工作，爱情都处于一个稳定期。他不再喜欢“穷游”式旅行，而是更加关注一些“高端”的玩法，例如：如商务旅游、轻度冒险、极地探索、自驾游和各种高品质的主题游。同时，他希望通过旅行满足情感需求，提升人生阅历，增加生活情趣，留下美好回忆。Kevin常和女朋友或者志同道合的哥们一起出游，他很享受这样的旅行时光。

关键词：高品质，情感需求，理想主义



围绕目标用户编写故事板

故事板 1	故事板 2	故事板 3
描述用户场景和痛点	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

故事板 4	故事板 5	故事板 6
描述用户行为和决策	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

Handwritten notes on the left edge of the board, including a small diagram and text.

故事板 7	故事板 8	故事板 9
描述用户行为和决策	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

故事板 10	故事板 11	故事板 12
描述用户行为和决策	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

故事板 13	故事板 14	故事板 15
描述用户行为和决策	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

故事板 16	故事板 17	故事板 18
描述用户行为和决策	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

故事板 19	故事板 20	故事板 21
描述用户行为和决策	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

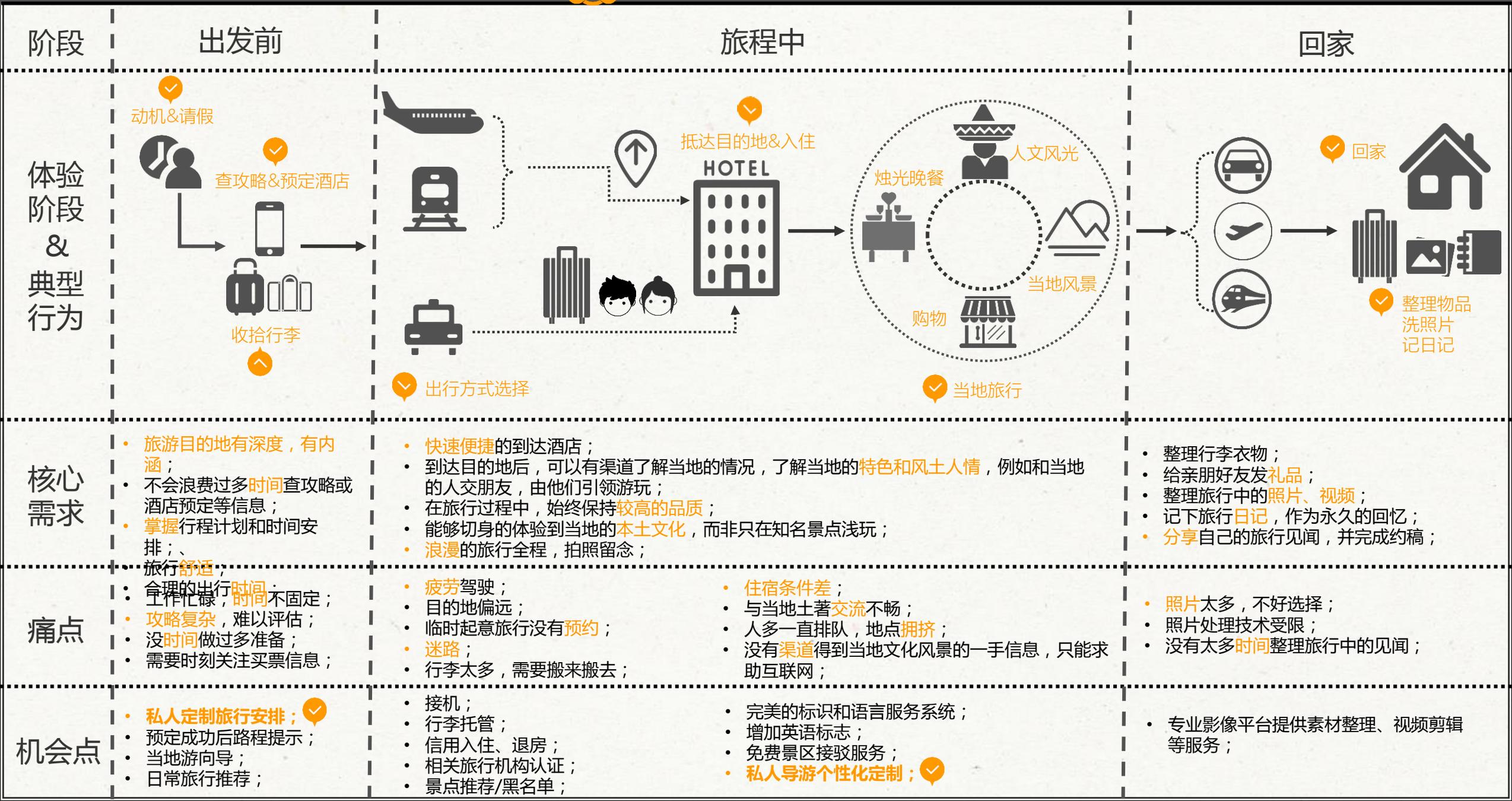
故事板 22	故事板 23	故事板 24
描述用户行为和决策	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

故事板 25	故事板 26	故事板 27
描述用户行为和决策	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

故事板 28	故事板 29	故事板 30
描述用户行为和决策	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

故事板 31	故事板 32	故事板 33
描述用户行为和决策	描述用户需求和期望	描述用户行为和决策

用户旅程图

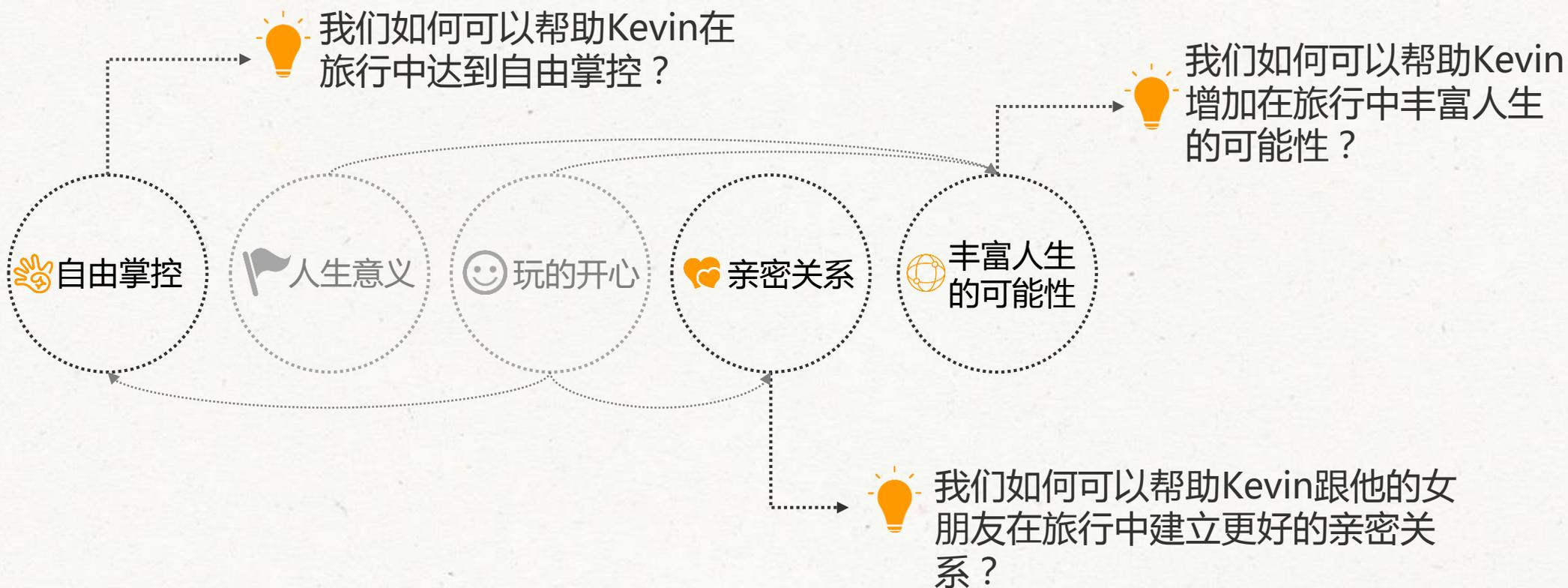


根据用户研究
转化痛点和需求
深入洞察，挖掘机会点



洞察

旅行的五种目的 > 三个机会点



 机会点



机会点发散

亲密关系

自由掌控

丰富人生

安全感

预定环境更好的酒店

行程助手随时规划

随时存在的助理

私人别墅

私密安全

冒险

做一些刺激的事情

见同城网友

开直升机

冒险项目

角色扮演

搭便车

艳遇

度假

社交

去吃当地的特色美食

旅行中的相互分享

去走前人走过的路

旅行中相互的分享

去农家小院

去找会玩的本地人

入住当地特色民宅

和当地人交朋友

民宿

青旅

心灵洗涤

帮助规划人文路线

宗教体验

修行体验

浪漫

互相制定有趣的目标

选择浪漫的景点

主题聊天

一起做饭

情趣用品

一起看星星

烛光晚餐

海边玩

求婚

记录回忆

找一个帮他拍照的人

旅行记录帮助回忆

合照摄影

随时拍照

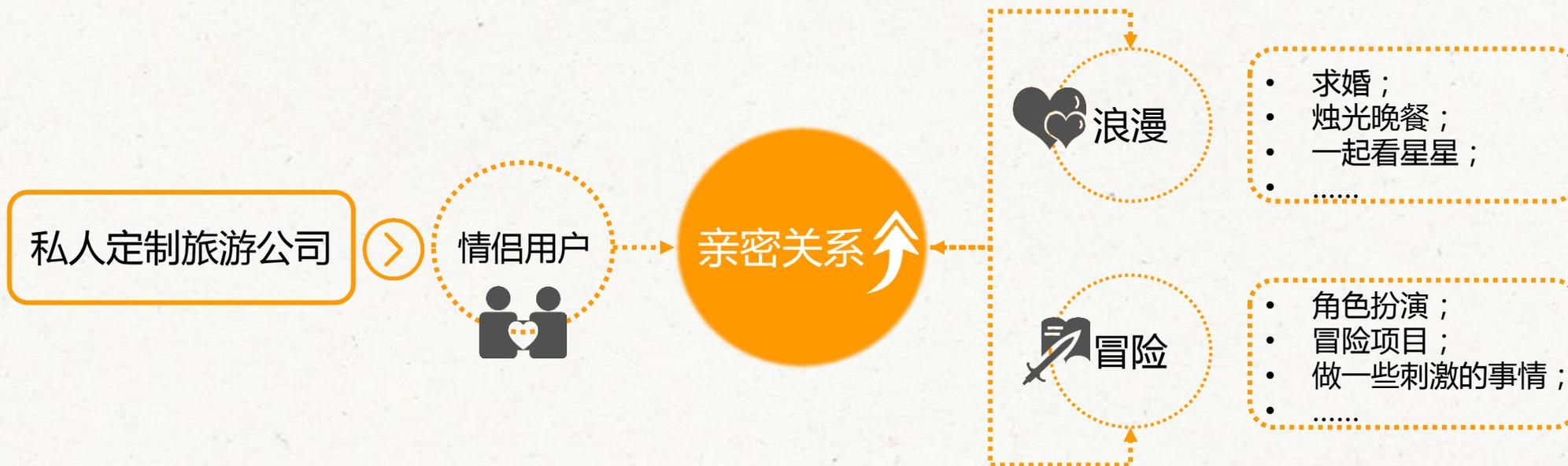
机会点发散



产品定位



以私人定制为主的旅行公司，以“浪漫”和“冒险”为核心，为用户量身定做旅行计划，增加情侣间的亲密关系。



①

Kevin 和韩meimei 为建立更亲密关系, 来到了一家私人定制旅行社, ~~男主人~~ 旅行为 Kevin 定制了一套浪漫冒险之旅, 要求男方按照剧本, 在旅行中接受挑战任务

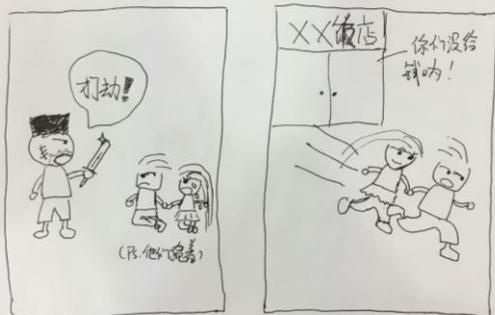


感受: 期待, 激动.

idea: 个性化私人定制 角色扮演
提供各种体验

②

第一个任务, Kevin 和 Han meimei 就迎来了 ^{旅行} 惊心动魄的挑战
在街上他们被人抢劫 (旅行社安排的), 一无所获,
二人进入餐厅烛光晚餐, 吃了单吃霸王餐. ~~然后~~
出逃时搭上便车 (假办) 飞车逃跑 (后有追赶), 入住民宿.



感受: 紧张刺激, 增强亲密感.

idea: 做一些有危险的事
烛光晚餐
搭便车
住当地民宿

③

民宿门口看到丢狗告示
民宿老板是黑社会老大, 男方帮他找到了狗, 老板
感谢他们请他们吃当地美食, 聊天交友, 晚上
发现住宿条件很美, 夜观星空, 听到狼叫.



感受: 惊喜.

idea: 尝试与不同的人聊天
吃当地美食
夜观星空
夜游

④

发现废弃火堆
点起火, 燃起了一圈“心”形, 亮起时天空烟火,
Kevin ^{求婚} 拿出求婚, 许多演员出现祝福. 合影留念.



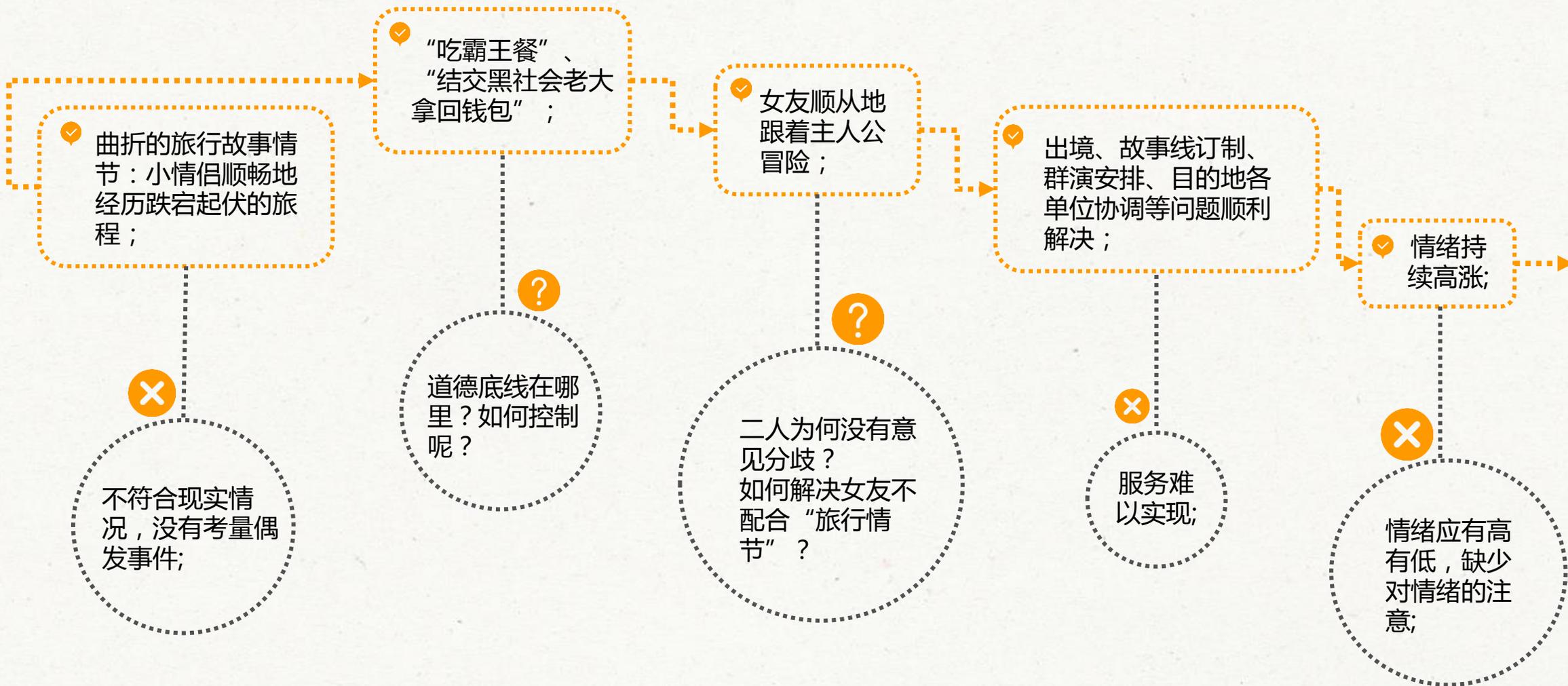
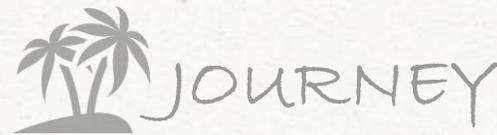
感受: 美妙, 感动, 浪漫.

idea: 求婚
制造惊喜





前一轮设计中存在的问题





桌面调研 — 行业现状



政策

- ✔ 国家对旅游业的发展比较重视，相关扶持政策会逐步实施，层层深入，外部环境有利。市场秩序趋向良好，旅游管理部门正在加强监管，有利于企业家的良性公平竞争。

旅行社

- ✔ 近30000家数量多，竞争压力大，小乱杂现象还比较严重，能提供高质量专业化的企业不多。

市场竞争

- ✔ 网上预订服务快速挤占市场，有车一族的自驾游逐渐兴起，游客选择旅行社的比重相对下降；大型的旅行网站，已经开始涉足高端旅行定制，而且谄举OTA厂商的资本雄厚、拥有与热门综艺节目的合作背景为其做大暑的宣传曝光。



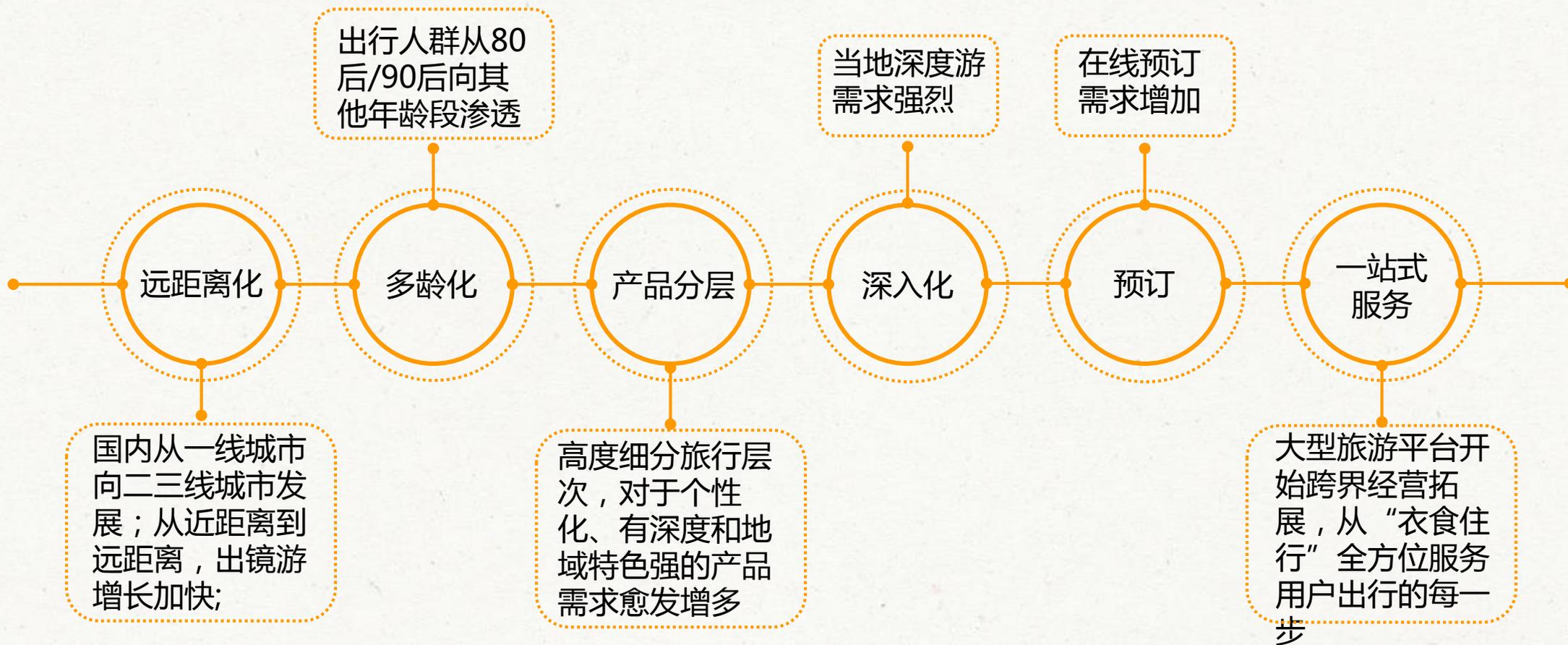
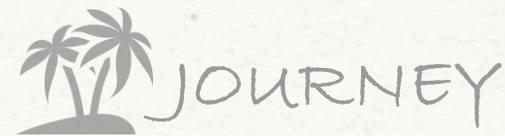
桌面调研 — 竞品分析

产品	产品定位	用户群体	优势	劣势
品行之旅	私属旅行定制专家	高素质、高品味、高收入的精英阶层	<ol style="list-style-type: none">1. 私密性深刻性好2. 借助新媒体宣传	没有手机app
大眼睛旅行	私人管家式服务	想完全按照自己的想法和需求设计只属于自己的行程的深入玩家	<ol style="list-style-type: none">1. 定制独一无二的行程2. 拥有超过80个境外目的地旅行资源3. 产品分级制度	价格高
无二之旅	让旅行变的省心、精彩，让旅行拥有温度	中高档用户，希望获得精彩、深入、省心又兼具性价比的国外旅行。	<ol style="list-style-type: none">1. 经典自由行&定制旅行2. 提供精选案例3. “隐形导游”每人一本路书4. 收费方式：旅费+旅行定制	灵活性差

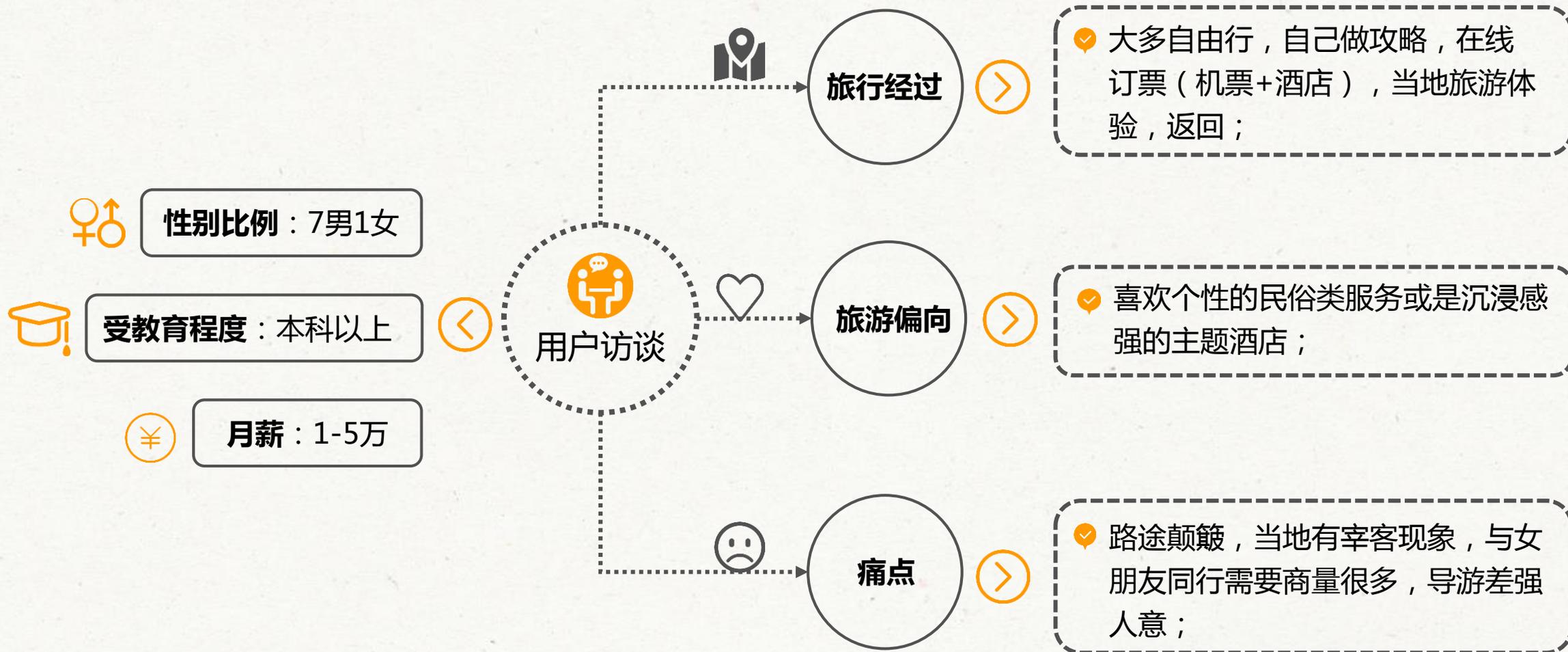




桌面调研 — 发展趋势



真实用户调研情况



☹️ 用户反馈痛点

旅行中不能承受之痛——同伴关系被破坏、手续行程不顺心、景点导游不给力



出行安排意见不一致，争吵伤感情



出国出境手续复杂，麻烦又费时



路途遥远，行程奔波，深感疲惫



道路不熟悉，找不到方向心急如焚



景点被破坏，无沉浸感



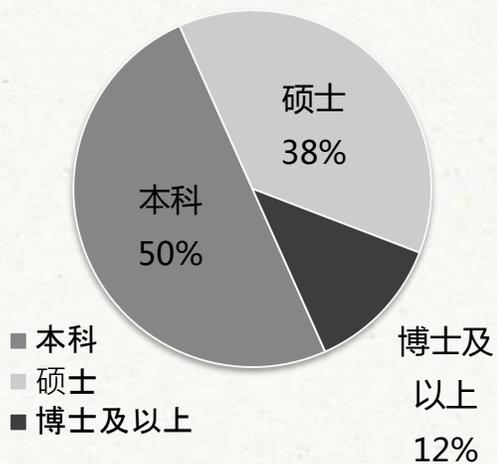
导游强制消费，心情郁闷



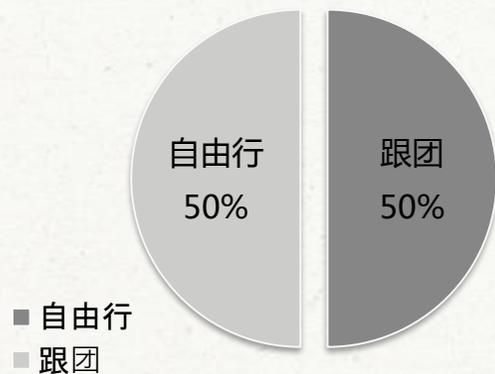
用户访谈分析



用户学历水平

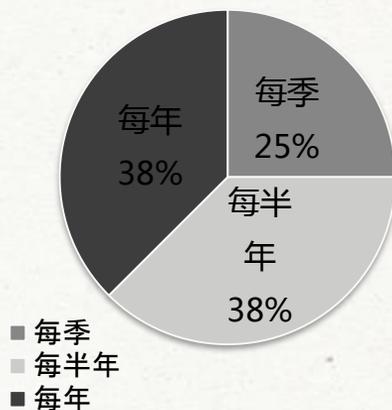


用户对自由行和跟团的选择倾向

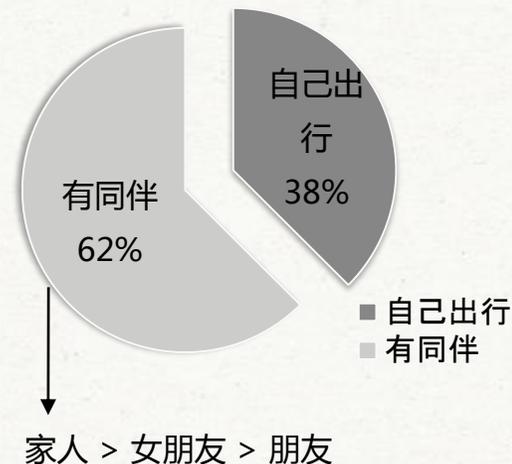


注：用户提到，境内游更多会选择自由行；出境游更多选择跟团（为寻求安全感，省心省事）

用户旅行频率分布



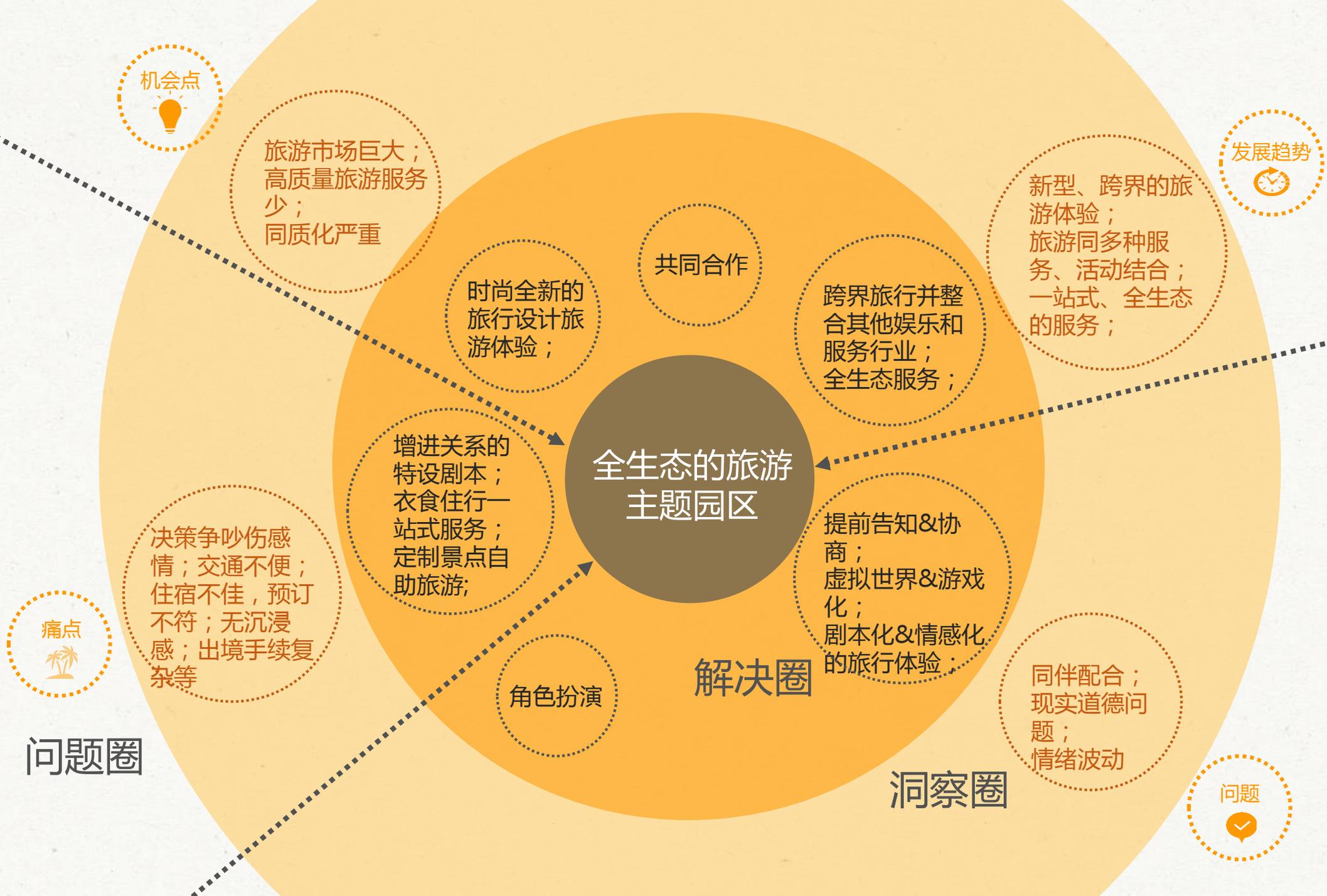
出行同伴选择情况



- 总结：**国内倾向自然风光，国外人文；出行同伴选择最信任的亲人；
- 设计思路：**用户提到最开心的经历，是在迪斯尼乐园的一天，这激发了我们的迭代方案设计；



问题归纳与转化



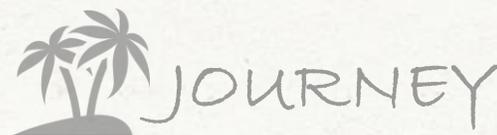


旅游重定义 — 什么是旅行？



新定义：旅行3.0 = 空间移动+时间穿越+主视角体验

- ✔ 我们定义的旅行，不再只是空间的移动，不再只通过游览和旁观去体验旅行当地的风景和文化。
- ✔ 在旅行3.0中，游客不仅穿越空间，还将穿越时间。去到任何一个你想去到的时间和地点，展开一场旅行。
- ✔ 在旅行3.0中，游客不再只能以旁观者的身份去观看游览，不再需要通过“印象山水”这样的观看表演歌舞的形式去体验旅行。而是通过主视角的方式去真正地体验旅行。
- ✔ 旅行3.0还将通过产业协同、行业协同来为游客提供更加丰富的出行体验。





从机会点到设计点



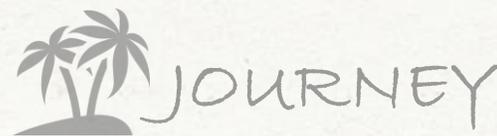
增强亲密关系

- **危桥效应**：心理学著名效应，指的是在情侣危险或刺激性情境可促进彼此感情。这是冒险主题能够增强情侣间亲密关系的理论基础。
- **共同目标**：情侣之间在一段相同的剧情中，进行不同的挑战，完成相同的任务，通过协作、配合的方式完成共同的目标，帮助两个人建立共同的目标感和相互认同。增进亲密关系。
- **私密经历**：情侣之间通过挑战完成了属于两个人专属的私密经历，这种共同的、外人无法体验的私密经历的回忆，将成为两个人对内对外记录展示彼此之间感情的重要节点。



丰富人生的可能性

- **感受穿越与现实的交错**：穿越空间与时间，在重新打造的时空中体验历史与文化。
- **体验不一样的人生**：不再囿于传统旅行的体验风土人情，而真正地将自己带入角色。体验扮演角色的处境、心境、和传统观光的表演剧不同，通过主视角解读剧情和体验。
- **感受改变历史走向的力量**：通过扮演角色的自主选择，改变剧情的结局和走向，制造完美结局。用自己喜欢的方式去描述历史。



迭代后产品概念&功能

私人定制旅行1.0



主题旅行园区2.0





园区示意图



到火车站、市区

地铁出入口
公交接驳站

深南大道

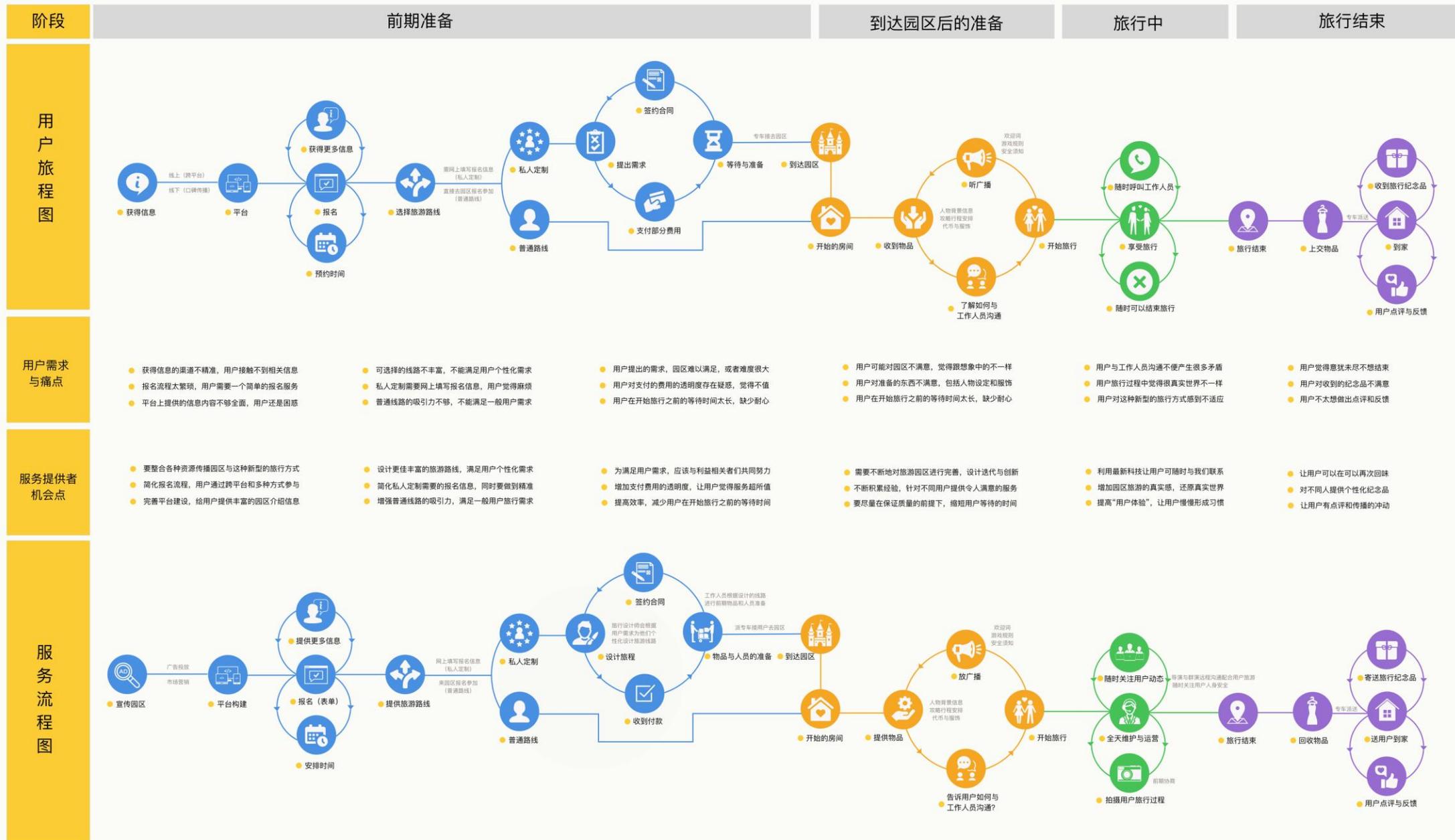
地铁出入口
公交接驳站

地铁出入口
公交接驳站

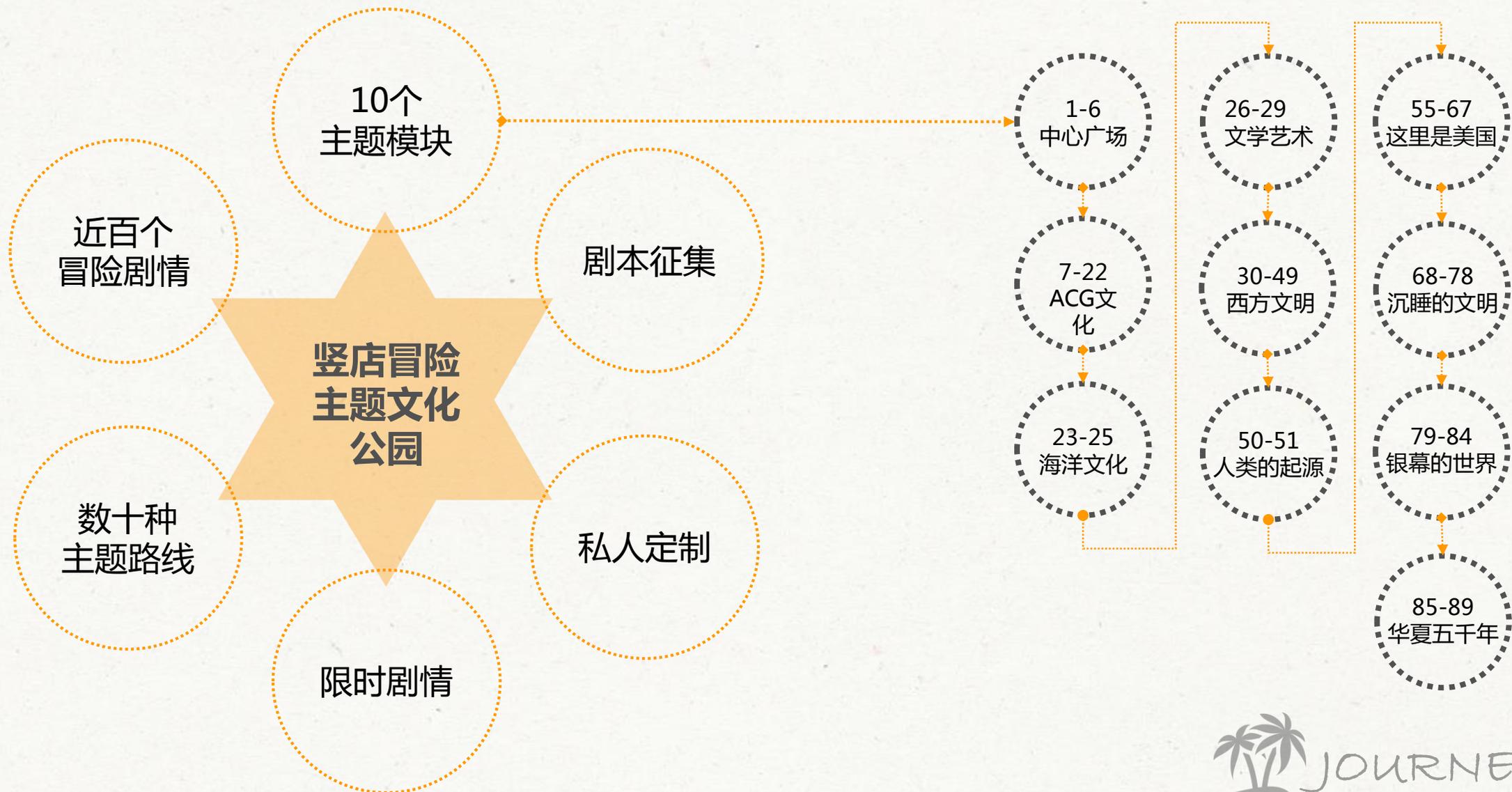
停车场

到机场、蛇口

竖店主题旅游乐园 用户旅程图&服务流程图



园区设计——竖店冒险主题文化公园



体验设计——情迷冒险岛

- ✔ 在这里，你将和你得另一半共同经历惊险浪漫的旅程，扮演一个又一个的角色，完成挑战；
- ✔ 在这里，你将穿越时间和空间，将身心交付给历史和文化，交付给哪些扣人心弦的传说，引人入胜的故事。你将担负起曾经熟悉的角色故事，用你的方式去谱写你心里的爱情传奇。





梦回唐朝——“安得世间双全法，不负如来不负卿”

☆ 故事发生在安史之乱中：

安氏叛军直抵京城，男主扮演的唐玄宗与女主扮演的杨贵妃仓皇逃至马嵬坡。

哀兵哗变，处死国舅杨国忠，众臣死谏，要求男主缢死杨贵妃，以平民愤。名为死谏，实为逼宫。男女主被困在行宫中再无生路。

此时一道人遁出，自称李淳风后人，依《推背图》之缘由，劝说玄宗处死贵妃，否则两人只能远离故土，绝无还乡可能。言谈之间泄露如果两人离去，需将传国玉玺毁去，方可将国运转为两人续命之法。

男主此时需将玉玺毁去，便在玉玺中得一锦书，上书“佛堂之中自有逃生之法。”

此时男主需要设计说服众大臣，（推脱命高力士在佛堂之中缢死杨贵妃），退至佛堂。并在一炷香的时间内触发机关，从蒲团下的秘道逃脱，行至驿外渡口，与遣唐使交涉，获得一艘小船，驶离大唐。

再次登陆已到了日本山口县久津，此时赶来一个老人，哀叹大唐开国一百余年，竟毁在一个贪恋后宫的君主手中。此时空中响起一句偈语：“安得世间双全法，不负如来不负卿”。



还魂牡丹亭 —— “情不知所起，一往而深”



万历二十六年：

男主柳梦梅赴京应试，手旁无伴手之物，唯有一幅凭记忆所绘的梦中佳人常伴身侧。

男主借宿在梅花庵观，一仙人陡至，告之柳梦梅：“你一世姻缘，便在此观中求”。男主终在太湖石下寻得一幅绘卷，与手中绘卷上之佳人偏生的一模一样。

男主在园中四下打听，终于得知佳人名唤杜丽娘，但奈何早已病故，且就葬在梅园之中。男主失魂落魄在梅园中寻遍，终于发现丽娘的坟冢。但坟茔已空，丽娘起死回生。两人在园中仆人的帮助下，结为夫妻。丽娘梦梅回娘家报还魂之喜，哪知梦梅此刻早已被告作盗墓贼，丽娘之父不认此婚事，将梦梅下狱，丽娘锁在闺阁之中。

女主只得向身旁下人求援，苦思之下终于想到飞鸽传讯，命下人准备一只信鸽，附求救书信放出。丽娘之父得知此事，欲将两人异地关押，转移途中两人合力逃脱，遇见巡幸江南的皇驾，皇帝正式为二人指婚，并且感叹到：“情不知所起，一往而深，生者可以死，死可以生，生而不能就死，死不可复生者，皆非情之至也。”



超越信仰的爱恋——“还没到明理的年龄，却已然坠入情网”

☆ 异国之恋：

阿菲理桐（男主）与阿斯达黛（女主）都是波斯古老的拜火教的后裔，拜火教规定了亲兄弟姐妹的通婚制度，却已不被当时伊斯兰教盛行的波斯社会所容。

故事一开始，男主远在异乡，女主被困守在皇宫之内，被皇后指婚给了以为掩人奴隶。男主触发多个机关走出迷宫，见到了此时早已嫁给阉人为妇，身着一身蒙面黑袍的女主。

男主为了不被人发现，只能按照字典上的拜火语和女主传信，并设法和女主一起逃走，他们找到年迈的拜火教祭司，为他们主持了婚礼。

在婚礼上，女主被犹太人掳走，男主为了赎回女主，到处筹措资金。祭司却哀叹，“恐怕只有卖身才能拿到这么多钱了，听说一个亚美尼亚奴隶主就在附近。”

男主只好找到亚美尼亚奴隶主，卖身并且用卖身的钱赎回了女主，同时也在女主的眼前消失了。重获自由身的女主找到祭司，搞清楚事情的真相，并且找到奴隶主，把自己也变卖为奴，和男主在一起。

奴隶主听说了事情的原委，答应一年之后还他们自由，并且感叹：“还没到明理的年龄，却已然坠入情网，只要你离开半步，总发现我泪水汪汪。”



身许家国亦许你——“革命者的爱情，分外浪漫”



革命年代的爱情：

男主是中共地下党总部派驻上海梅机关总部的特工，代号“冷剑”。女主小茹是上海申报的记者，也是冷剑的发报员。两人是一对情侣，也是搭档。

一日，男主拿到一份上海梅机关将对华东战场使用化学武器的绝密情报，他想尽办法复制了情报，带出梅机关，交给女主，并利用申报社的商业电台发报。女主需要根据密码本将情报发出。

此时梅机关突然紧急集合，特务总长伊藤下令抓捕在申报社中的共党分子，并排查在梅机关内部的共党特工。

女主被抓，男主需要应对审查，将线索栽赃给同办公室的特务，并且给狱中宪兵下毒，救出女主，从地道逃跑回到革命区，主持婚礼。

主婚人李处长在证婚词中说：“革命者的爱情，分外浪漫。”

不行，不能让
小若通过电台
出去！



上海梅机关将
对华东战场使
用化学武器。

梅机关
李处长



好的，我这就
派人去中统这
把东西好办
起来！

「梅机关总机」

「中报社」



把东西
子都给我
办起来！



①

②



「监狱」



「密道」

我们快把
通道挖吧

好！

③



我同意！

「最终，李若冷和
小若二人的不懈努力，成
功化解了这之危机，他
们也在李处长的见证下，
在地下完成了他们的
婚礼...」

你愿意
愿意跟我
结婚？

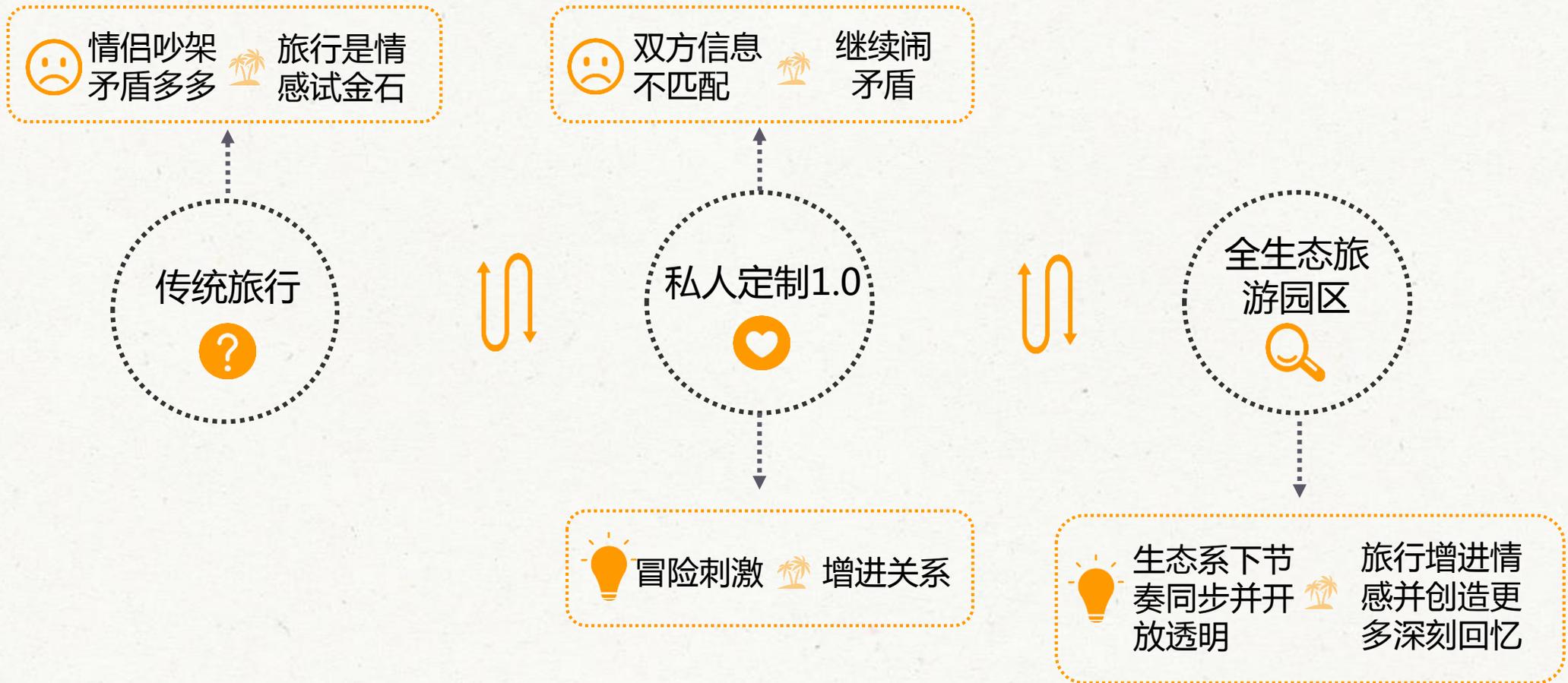
李的真情，
分外浪漫。



「地下党李处长」



迭代过程梳理





商业模式

✔ 摆脱单一的门票盈利模式，强调广告，拍片，租赁等多种收益形式的结合，形成良好的产业链；

✔ 增添了政府与私人企业的合作，达成了相互间合作关系的特许经营项目模式，保证了基础设施加快建设和有效运营；





video



竖店影视城



ROAD 304

Team Contact Info.



周玥彤

201622060019@mail.bnu.edu.cn



袁云鹏

201622060050@mail.bnu.edu.cn



戴雨

yu.dai@mail.bnu.edu.cn



王露

lu.wang@mail.bnu.edu.cn



叶子

deadiee@126.com



徐振宇

xzy999111@163.com



朱杰颖

jaychooo@yeah.net



徐齐宏

puhuai.fujian@gmail.com



吴梦涵

wumenghan@mail.bnu.edu.cn



徐晗

hanxu_ux@163.com

