



电子商务“十三五”系列

Theory and Applications of Electronic Tourism

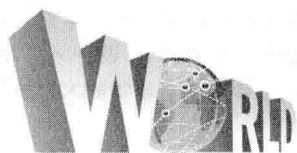
旅游电子商务 理论及应用

杨路明 等编著

互联网+旅游



化学工业出版社



电子商务“十三五”系列

Theory and Applications of Electronic Tourism

旅游电子商务 理论及应用

杨路明 陈昱 刘明 等编著



化学工业出版社

·北京·

互联网+旅游，当传统旅游业遇到互联网思维，会产生怎样的化学反应？12306火车票官网、携程、途牛、同程旅游、驴妈妈、淘宝旅行/去啊、去哪儿、艺龙网、穷游网、遨游网、悠哉网……他们改写了中国传统旅游市场的格局。居民旅游意愿的大幅提升、国内旅游政策的大力扶持、产业资本的热情追捧给旅游市场带来机会无限。

《旅游电子商务理论及应用》系统介绍了旅游电子商务的基本知识、相关技术、实际应用及发展概况；通过对理论的讨论与概念的界定，针对性提供实际的企业案例，使读者了解并熟悉旅游电子商务相关理论，掌握一定的实际应用技能，本书是学习旅游电子商务的基础性与应用性读物。

《旅游电子商务理论及应用》适合作为高等院校电子商务、旅游管理专业的本科生、研究生以及开发者的学习用书；适合从事旅游电子商务开发、旅游管理、旅游规划、旅游经营管理的单位及个人学习及参考。

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游电子商务理论及应用/杨路明等编著. —北京：
化学工业出版社，2015.9
ISBN 978-7-122-24704-9

I. ①旅… II. ①杨… III. ①旅游业-电子商务-高等学校-教材 IV. ①F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 167622 号

责任编辑：宋湘玲

责任校对：边涛

装帧设计：尹琳琳

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）

印装：大厂聚鑫印刷有限责任公司

787mm×1092mm 1/16 印张18 字数450千字 2015年9月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：49.80 元

版权所有 违者必究

电子商务“十三五”系列 编审委员会名单

主 任 陈 进
副 主 任 祁 明 汤兵勇 贺盛瑜 张润彤
委 员 (按拼音排序)

曹 杰 (南京财经大学)
陈 进 (对外经济贸易大学)
郭卫东 (首都经济贸易大学)
贺盛瑜 (成都信息工程学院)
胡 桃 (北京邮电大学)
华 迎 (对外经济贸易大学)
琚春华 (浙江工商大学)
劳帼龄 (上海财经大学)
李 明 (重庆师范大学)
倪 明 (华东交通大学)
祁 明 (华南理工大学)
瞿彭志 (上海大学)
帅青红 (西南财经大学)
孙宝文 (中央财经大学)
孙建红 (宁波大学)
孙细明 (武汉工程大学)
汤兵勇 (东华大学)
闫相斌 (哈尔滨工业大学)
杨路明 (云南大学)
叶琼伟 (云南财经大学)
张李义 (武汉大学)
张润彤 (北京交通大学)
张玉林 (东南大学)

编写说明



近年来国家有关部委发布了《电子商务发展“十二五”规划》、《“十二五”电子商务发展指导意见》等文件，为电子商务的发展制定了宏伟蓝图。并从国家层面开展了电子商务示范城市创建工作、电子商务示范基地创建工作及电子商务示范企业评选工作等。电子商务的发展进入了快车道。2015年“互联网+”行动计划的提出，为电子商务的快速发展提供了助推器。

电子商务的飞速发展，使得各行各业对电子商务人才的要求越来越高。我国高等教育承担着为国家培养和输送懂技术、能实干的电子商务活动的策划、开发和管理的专门人才。目前，我国300多所高校开设了电子商务本科专业，每年约有5万多电子商务的高等学校毕业生走向电子商务相关行业。为了更好地培养电子商务专业人才，我们经过多次调研、反复研讨、认真组织，与化学工业出版社合作出版了本套电子商务系列教材。

本套教材是依据电子商务专业最新专业规范的培养要求，组织电子商务研究领域中颇有建树的学者教授、行业专家共同编写。主编老师大多为教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会委员及业内公认专家学者。

本套教材定位于为企业培养开展电子商务活动的策划、开发和管理的专门人才。

本套教材具有如下特色：

(1) 行业特色：融入电器、服装、制造、化工、钢铁、粮食、小商品；金融、电信移动、新材料、网络信息等行业特点；重视制造业与服务



即学即练

务业的融合。

(2) 案例特色：以传统行业开展电子商务活动的典型案例为主，注重案例分析及拓展。

(3) 校企合作：教材面向社会需求和应用，与企业结合、与企业共同编写，将企业实战观点渗入教材。

本套教材配套有电子资源（电子课件、习题解答），为选用教材的任课老师免费提供，如有需要请登录化学工业出版社教学资源网 www.cipedu.com.cn 下载或者联系 1172741428@qq.com。

编写时虽力求精益求精，但疏漏在所难免，还请广大专家读者批评指正。

电子商务“十三五”系列
编审委员会
2015年7月

前言

Preface



从1969年互联网的问世至今,网络技术及信息技术的快速发展推动了商务的发展,而且互联网的种种创新有效改变了传统商务的模式。人们通过网络进行信息交流,营销沟通,提供各种客户支持;利用各种网络设备实现个性化的沟通与交流;把在线与离线的数据进行有效结合,并进行相应的整合来促进各类商务的运营与发展;形成了具有独特性的商务模式——电子商务。电子商务作为最新的先进生产力,推动着现代商务的发展,甚至作用于各个行业:生产、科研及创新。

随着电子商务应用的普及,电子商务已经对工业、农业的原材料采购、产成品销售、企业的营销及商业的零售、国际贸易以及各类服务业产生了巨大的影响。电子商务正在从微观到中观到宏观对企业、行业、区域的经济的发展产生巨大的作用,已经直接影响到国家经济的发展环境。

随着互联网的快速发展以及信息技术的进一步发展,特别是网络技术、信息技术、通信技术的发展,使得电子商务更能有效呈现出广泛性、虚拟性、个人性、社会性及数据海量性等特征,电子商务已经从深入各行各业,到真正改变着各行各业的现状。

旅游电子商务就是把电子商务与旅游进行结合的一种应用,是互联网+旅游的一种展现形式。旅游企业及各种旅游组织机构在电子商务的支撑下,管理模型、运营模式、营销模式已经开始发生巨大的变化。速度、知识、网络正在改变着市场竞争规则。旅游企业之间、旅游组织之间、甚至于国家之间的竞争已经从过去的质量、价格、管理为中心的竞争,转变为以信息为基础的管理方式的竞争。电子商务环境下的旅游业发展必然要通过信息技术的支撑与管理模式的改变来提升旅游企业的竞争能力。旅游电子商务已经不是单纯的企业运作问题,而是一种从传统走向新的管理方式的转变。它将把旅游企业、旅游组织有效实现数据集成、管理集成、运营集成作为竞争手段,对旅游业的发展起到更大的促进作用。



《旅游电子商务理论及应用》是笔者近 20 年旅游电子商务研究与教学的最新成果,也是旅游电子商务的理论研究、应用及实施的最新、最全面总结。《旅游电子商务理论及应用》最突出的特点,是把互联网与旅游业进行紧密结合,用互联网思维突破传统旅游业发展的思考与应用。为提高学习效果,本书增加了理论方面的讨论、实战的分析、网络的应用练习。以期望通过学习本书后,能对旅游电子商务的理论及其应用有一个新的突破,使得读者能结合实际来解决旅游电子商务方面的问题。

本书内容的总体设计:第 1 章,旅游电子商务概述及发展趋势;第 2 章,电子商务环境下的旅游市场;第 3 章,旅游电子商务的技术基础;第 4 章,旅游电子商务网站建设与管理;第 5 章,旅游电子商务体系;第 6 章,旅游移动电子商务;第 7 章,旅游服务的电子商务;第 8 章,旅游产品网上中间商电子商务;第 9 章,旅游电子商务管理;第 10 章,智慧旅游。

《旅游电子商务理论及应用》的特色如下。

(1) 互联网的思维。论述与旅游电子商务相关的概念,分析与讨论互联网与这些概念的关系,利于融通互联网+旅游意识。

(2) 真实的案例。每一章结尾部分介绍一个真实的企业在旅游电子商务方面的运营及管理的案例,并提出了相应的分析内容。以期让读者通过学习及分析,由表及里探究旅游电子商务发展过程、成功要素、改进空间。

(3) 明确的目标。在每一章的开头,列出了本章的学习目标,希望读者在完成了一章的学习之后,能够达到预期的目标。读者按照目标去学习与复习,能够达到较佳效果。每章后小结内容可对照检验学习效果。

(4) 丰富的练习。在每章的结尾处,设计了至少 20 个问题,包括复习思考题(10 个),讨论题(6 个)和网络实践题(4 个)。这些问题,一方面有效帮助读者理解相应的概念和内容,利于通过讨论来实现思维的碰撞,完成对内容的掌握。通过网络实践题,解决读者的实际动手能力,真正知道相应的操作方式,并通过网络实践来了解或掌握更多的扩展内容。



《旅游电子商务理论及应用》由杨路明教授进行总体设计、内容选取、组织、写作、最后审核。具体参与本书写作的还有：刘明博士（第1、2章）；陈昱教授、博士（第3~5章）；王德彬、杨段羽、闻博、李宇庭、张钧彦（第6~10章）。2014级研究生武亚娜、单良参加了本书部分的写作、校对工作。本书配套有丰富服务资源，包括立体课件、习题参考答案等，可为选用本书作为教材或培训教程的老师提供，如有需要，请联系 1172741428@qq.com.

《旅游电子商务理论及应用》引用了大量的研究成果及研究资料，参阅了大量的学者及研究人员的成果，在此无法一一列出，对于未能列出成果的作者，如看到本书，敬请联系作者或责编。在此谨对所有的旅游电子商务的研究及开发人员、旅游工作者、旅游网站及我们所获得信息的网站表示最衷心的感谢。

感谢教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会及所有委员，由于你们的支持及建议，使得《旅游电子商务理论及应用》能够更加完善，更能体现旅游电子商务的理论与应用。

感谢阅读《旅游电子商务理论及应用》的读者，由于你们的阅读与学习，使得本书能真正发挥价值，在此希望各位读者对本书提出宝贵的意见，使得本书能更加完善，更有效地发挥作用。

杨路明

2015.08

于云南昆明云南大学龙泉苑

Lmyang@ynu.edu.cn



1

旅游电子商务概述及发展趋势

学前导读	1
学习目标	1
1.1 电子商务与旅游电子商务的概念	2
1.1.1 电子商务的定义与内涵	2
1.1.2 电子商务发展历程	5
1.1.3 旅游电子商务的定义和内涵	6
1.1.4 旅游电子商务的发展历程	7
1.1.5 电子商务与旅游业的适应性	9
1.2 旅游电子商务的特点与作用	11
1.2.1 旅游电子商务的特点	11
1.2.2 旅游电子商务的功能	12
1.2.3 旅游电子商务的分类	13
1.2.4 旅游电子商务的作用	15
1.3 旅游电子商务的发展现状	16
1.3.1 中国旅游电子商务的发展现状	16
1.3.2 旅游电子商务对社会经济的影响	17
1.4 旅游电子商务发展趋势	19
1.4.1 旅游物联网	19
1.4.2 旅游云计算	21
1.4.3 智慧旅游	22
1.4.4 旅游 O2O	24
1.4.5 移动旅游电子商务	24
本章案例 穷游网：定义穷游， 成立即盈利（节选）	26

本章小结	29
复习思考题	30
讨论题	30
网络实践题	30

2

电子商务环境下的旅游市场

学前导读	31
学习目标	31
2.1 电子商务环境下的旅游市场供给和需求	32
2.1.1 电子商务环境下的旅游市场供给	32
2.1.2 电子商务环境下的旅游市场需求	32
2.2 电子商务环境下的旅游市场结构	33
2.2.1 旅游市场结构	33
2.2.2 电子商务对旅游市场结构的影响	34
2.3 电子商务环境下的旅游市场运行	36
2.3.1 电子商务对旅游市场运行的作用	36
2.3.2 电子商务对旅游市场运行的影响	37
2.4 电子商务环境下的旅游消费	38
2.4.1 电子商务对旅游消费方式的影响	39
2.4.2 电子商务对旅游消费行为的影响	40
2.5 电子商务环境下旅游产品与服务的营销	41
2.5.1 电子商务环境下旅游产品与服务的特点	42
2.5.2 电子商务对旅游产品与服务网络营销的影响	43
2.5.3 旅游产品与服务网络营销的策略	44
本章案例 携程和春秋旅游电子商务模式比较(节选)	46
本章小结	49
复习思考题	49
讨论题	49
网络实践题	50

3

旅游电子商务的技术基础

学前导读	51
学习目标	51
3.1 旅游电子商务的网络技术	52
3.1.1 网络基础	52
3.1.2 网络协议及技术	54
3.1.3 互联网的接入技术	55

3.1.4 移动互联网的技术	55
3.2 旅游电子商务的网络数据库技术	56
3.2.1 网络数据库结构	57
3.2.2 网络数据库的特点	58
3.2.3 数据库系统的选择	59
3.2.4 网络数据库备份	60
3.2.5 网络数据库在旅游电子商务中的应用	61
3.3 旅游电子商务的虚拟现实技术	63
3.3.1 虚拟现实技术简介	64
3.3.2 虚拟现实的关键技术	65
3.3.3 虚拟现实关键设备	65
3.3.4 虚拟现实技术在旅游业的应用	66
3.4 旅游电子商务的 GIS、GPS 技术	67
3.4.1 GIS 简介	67
3.4.2 GPS 简介	68
3.4.3 GIS、GPS 在旅游电子商务的应用	68
3.5 旅游电子商务的网络金融技术	69
3.5.1 网络金融	69
3.5.2 网络金融技术与电子支付	70
3.5.3 网络金融支付方式	70
3.5.4 网络金融支付在旅游电子商务的应用	72
3.6 旅游电子商务物联网技术	72
3.6.1 物联网定义及技术	72
3.6.2 物联网应用体系架构	74
3.6.3 物联网情景感知技术及应用	77
3.7 旅游电子商务的移动网络技术	79
3.7.1 移动网络技术	79
3.7.2 移动网络安全技术	80
3.7.3 移动网络技术在旅游电子商务的应用	81
本章案例 艺龙旅行网电子商务技术的应用	84
本章小结	86
复习思考题	86
讨论题	86
网络实践题	86

4

旅游电子商务网站建设与管理

学前导读	88
学习目标	88
4.1 旅游电子商务网站概述	89
4.1.1 旅游电子商务网站的特性及交易类型	89

4.1.2 旅游电子商务网站建设的基本问题	93
4.1.3 旅游电子商务网站建设的设计要素	94
4.2 旅游电子商务网站的规划	96
4.2.1 旅游电子商务网站的需求分析	96
4.2.2 旅游电子商务网站的定位及可行性分析	96
4.2.3 域名及 ISP 选择	99
4.3 旅游电子商务网站的设计与开发	100
4.3.1 Web 数据库技术	100
4.3.2 视频信息服务平台开发	101
4.3.3 Web-mail 信息服务平台	102
4.3.4 组建 ISP 信息服务平台	103
4.4 旅游电子商务网站的建设	105
4.4.1 旅游网站设计的基本内容	105
4.4.2 网页设计与制作方法	107
4.4.3 网站界面与功能设计	111
4.5 旅游电子商务网站的测试和维护	112
4.5.1 旅游电子商务网站测试重点	112
4.5.2 旅游电子商务网站测试流程	113
4.5.3 旅游电子商务网站测试大纲	114
4.5.4 旅游电子商务网站的维护	116
本章案例 携程网电子商务网站建设与管理	118
本章小结	119
复习思考题	119
讨论题	119
网络实践题	120

5

旅游电子商务体系

学前导读	121
学习目标	121
5.1 旅游电子商务体系	122
5.1.1 旅游电子商务体系的内涵	122
5.1.2 旅游电子商务体系与旅游业	122
5.2 旅游电子商务体系的构成	124
5.2.1 网络信息系统	124
5.2.2 电子商务服务商	126
5.2.3 旅游目的地营销机构、旅游企业和旅游者	127
5.2.4 旅游信息化组织	130
5.2.5 支付、规范和物流配送体系	134
5.3 旅游电子商务体系的功能与特点	136
5.3.1 旅游电子商务体系的信息流功能	136

5.3.2 旅游电子商务体系与资金流、物流和旅游流	141
5.4 旅游电子商务网络支付与网络银行	143
5.4.1 旅游电子商务网络支付	143
5.4.2 电子支付在旅游电子商务中的应用现状	143
5.4.3 旅游电子商务网络银行	144
5.5 旅游电子商务安全体系	145
5.5.1 旅游电子商务网络访问控制的构建	145
5.5.2 旅游电子商务网站系统安全的构建	146
5.5.3 旅游电子商务安全体系的基本协议	147
5.5.4 旅游电子商务网络安全管理	147
本章案例 Agoda 酒店预订系统	148
本章小结	149
复习思考题	149
讨论题	150
网络实践题	150

6

旅游移动电子商务

学前导读	151
学习目标	151
6.1 旅游移动电子商务概况	152
6.1.1 移动电子商务与旅游的融合	152
6.1.2 国内外旅游移动电子商务的主要研究内容	154
6.1.3 旅游移动电子商务的国内外发展	155
6.1.4 传统旅游电子商务与旅游移动电子商务的比较	156
6.2 旅游移动电子商务的特点与优势	157
6.2.1 旅游移动电子商务中的旅游需求	157
6.2.2 移动电子商务与旅游的协同优势	157
6.2.3 旅游移动电子商务的特点	158
6.2.4 旅游移动电子商务的主要优势	159
6.3 旅游移动电子商务商业模式	159
6.3.1 旅游移动电子商务商业模式的定义	159
6.3.2 移动电子商务技术的演进	160
6.3.3 旅游移动电子商业模式的类别细分	161
6.4 旅游移动电子商务的组成	164
6.4.1 移动信息服务	164
6.4.2 移动定位服务	165
6.4.3 移动支付服务	166
6.4.4 移动营销服务	166
6.5 旅游移动电子商务服务与交易过程	167
6.5.1 旅游移动电子商务服务系统及其组成	167

6.5.2 旅游移动电子商务交易系统框架和流程	168
6.6 旅游移动电子商务支付与安全	171
6.6.1 移动支付的定义及分类	171
6.6.2 移动支付安全与游客隐私	171
6.6.3 移动支付可能带来的损失及其防范措施	172
6.6.4 移动支付安全问题来源	173
6.6.5 移动支付安全问题的解决策略	174
本章案例 张家界旅游信息港、去哪儿、艺龙	175
本章小结	176
复习思考题	176
讨论题	177
网络实践题	177

7

旅游服务的电子商务

学前导读	178
学习目标	178
7.1 旅游餐饮电子商务	179
7.1.1 餐饮企业电子商务概述	179
7.1.2 餐饮企业电子商务业务及功能	180
7.1.3 餐饮企业电子商务的应用	181
7.1.4 餐饮企业电子商务系统构建	182
7.2 饭店电子商务	183
7.2.1 饭店电子商务概念	184
7.2.2 饭店电子商务业务及功能	184
7.2.3 饭店电子商务应用模式	185
7.3 旅行社电子商务	186
7.3.1 旅行社电子商务概念	186
7.3.2 旅行社电子商务业务及功能	186
7.3.3 旅行社电子商务应用模式	188
7.3.4 旅行社电子商务系统构建	190
7.4 交通业电子商务	191
7.4.1 交通业电子商务的概念	191
7.4.2 航空电子商务	191
7.4.3 铁路电子商务	192
7.4.4 公路及水运电子商务	193
7.4.5 旅游业与交通业的整合与实现	194
7.5 旅游景区电子商务	195
7.5.1 旅游景区电子商务概述	195
7.5.2 旅游景区电子商务的业务与功能	195
7.5.3 旅游景区电子商务的应用	196

7.5.4 旅游目的地营销系统构建	197
7.6 旅游商品电子商务	199
7.6.1 旅游商品交易中的电子商务概述	199
7.6.2 旅游商品交易中的电子商务应用	200
7.6.3 旅游商品的电子商务推广策略	200
本章案例 驴妈妈: 个性化与低成本如何兼得?	203
本章小结	204
复习思考题	205
讨论题	205
网络实践题	205

8

旅游产品网上中间商电子商务

学前导读	207
学习目标	207
8.1 旅游产品中间商概述	208
8.1.1 传统旅游产品中间商的概念	208
8.1.2 旅游产品网上中间商电子商务的概念	208
8.1.3 旅游产品网上中间商的发展现状	208
8.1.4 传统旅游产品中间商的职能	209
8.1.5 传统旅游产品中间商的不足之处	209
8.1.6 旅游产品网上中间商的职能转变	210
8.2 旅游产品网上中间商电子商务模式	212
8.2.1 旅游产品网上中间商电子商务模式概述	212
8.2.2 国内典型旅游产品网上中间商电子商务模式分析	214
8.3 旅游产品网上中间商电子商务网站结构(OTA)	215
8.3.1 旅游电子商务网站的介绍	215
8.3.2 旅游产品网上中间商电子商务网站的结构	215
8.3.3 旅游产品网上中间商电子商务网站的功能	217
本章案例 上海春秋国旅开展旅游电子商务的成功案例	218
本章小结	219
复习思考题	220
讨论题	220
网络实践题	220

9

旅游电子商务管理

学前导读	221
学习目标	221
9.1 旅游电子商务流程管理	222

9.1.1 流程管理	222
9.1.2 旅游电子商务企业的业务流程	223
9.1.3 旅游电子商务的业务流程管理	225
9.2 旅游电子商务网络营销管理	225
9.2.1 旅游电子商务与网络营销	225
9.2.2 旅游电子商务的网络营销策略	226
9.2.3 旅游电子商务的网络营销手段	227
9.2.4 旅游电子商务网络营销的管理	228
9.3 旅游电子商务物流与供应链管理	229
9.3.1 传统旅游物流	229
9.3.2 旅游电子商务的供应链运营模式	231
9.3.3 旅游电子商务的物流与供应链管理	233
9.4 旅游电子商务客户关系管理	234
9.4.1 电子商务环境下的客户关系管理	234
9.4.2 旅游电子商务的客户关系管理	237
本章案例 携程旅行网(Ctrip.com)的客户关系管理	238
本章小结	240
复习思考题	241
讨论题	241
网络实践题	241

10

智慧旅游

学前导读	242
学习目标	242
10.1 智慧旅游产生发展的背景	243
10.2 智慧旅游的概念	244
10.2.1 智慧地球与智慧城市	244
10.2.2 智慧旅游的概念	245
10.2.3 智慧旅游的内涵	246
10.3 智慧旅游的体系构成	248
10.3.1 CAA 体系模型	248
10.3.2 智慧旅游技术体系	248
10.4 智慧旅游的典型应用	249
10.4.1 智慧旅游城市	249
10.4.2 智慧景区	252
10.4.3 智慧酒店	255
10.4.4 智慧旅游公共服务体系	256
本章案例 杭州市智慧旅游城市建设	259
本章小结	262
复习思考题	263