



高等院校“十一五”精品规划教材

全国高校素质教育教材研究编审委员会审定

旅游电子商务

LVYOU DIANZI SHANGWU

章牧主编



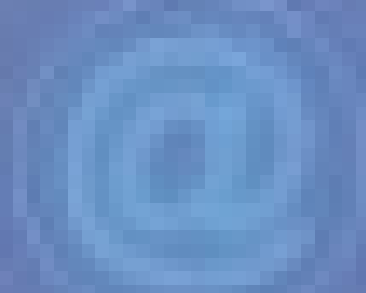
中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn



教育部推荐教材
教育部职业教育与成人教育司
教育部职业教育研究所组织编写

电子商务

教育部职业教育与成人教育司组织编写



教育部职业教育与成人教育司



中国石化出版社



高等院校“十一五”精品规划教材
全国高校素质教育教材研究编审委员会审定

旅游电子商务

章 牧 主编



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 摘 要

自从 2000 年我国推行金旅工程建设以来,旅游信息化浪潮席卷了各种游客群体,各类信息技术尤其是互联网技术渗透到旅游行业的方方面面。本书从信息技术应用的角度,讨论了旅游行业不断变化的环境及其对信息技术的需求;重点叙述了旅游电子商务的需求特征及技术适应性,描述了旅游电子商务的基本技术与方法;同时还讲述了信息技术在酒店、旅行社、景区、餐饮、航空公司等行业中的具体应用,总结了旅游电子商务的运营特征,提出了电子商务战略的规划思路与设计方法。

本书可用作高等院校电子商务、旅游管理和企业管理等专业高年级本科生的教材;也可作为从事旅游电子商务研究、应用与技术开发的专业人员和高等学校教师、研究生的研修参考书;同时还可供从事各类经济管理、企业管理的专业人员学习使用。

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游电子商务/章牧主编. —北京:中国水利水电出版社, 2008

高等院校“十一五”精品规划教材

ISBN 978 - 7 - 5084 - 5760 - 4

I. 旅… II. 章… III. 旅游业—电子商务—高等学校—教材 IV. F590.6 - 39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 123799 号

书 名	高等院校“十一五”精品规划教材 旅游电子商务
作 者	章牧 主编
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市三里河路 6 号 100044) 网址: www. waterpub. com. cn E-mail: sales@waterpub. com. cn
经 售	电话: (010) 63202266 (总机)、68367658 (营销中心) 北京科水图书销售中心 (零售) 电话: (010) 88383994、63202643 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	中国水利水电出版社微机排版中心
印 刷	北京纪元彩艺印刷有限公司
规 格	184mm×260mm 16 开本 16.25 印张 395 千字
版 次	2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月第 1 次印刷
印 数	0001—4000 册
定 价	35.00 元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换
版权所有·侵权必究

旅游电子商务编写人员名单

主 编：章 牧

参 编：白 华 黄美东 赖俊勇

 李世涛 莫旭球 戎 玫

 阮华君 赵新建 郑天翔

前言

进入 21 世纪以来，高新技术的发展和应用使世界经济进入信息与知识经济时代。各行各业对信息技术的应用日益深入和广泛，各国经济结构都在信息化趋势下发生了深刻的变化。我国的第三产业发展之速，亦得益于信息化的推动，许多行业领域正在实践着从资源与劳力密集型向信息资源集成和知识密集型方向的同步转变，虽然各行各业实践的程度不同，但是方向一致，表明了信息技术应用已经成为融入国际社会、参与社会化分工的新门槛。

信息技术和网络化世界从来也没有像今天这样以其巨大的魅力深刻地改变着人们的生活、工作、思维和生产方式，影响和推动着当代社会和经济的发展。在这样一个信息经济的新时代，信息资源及网络知识资源的占有、配置、生产、流通和使用已成为这个时代前进的基本要素，计算机的网络化或互联网与通信技术则是新经济时代的生产力基础。各行业的信息化作为国民经济的重要组成部分，已成为世界各国社会生产力的主导，它们的发展水平是衡量各国经济实力和参与全球经济竞争能力的重要标准，同时也决定着各国在世界经济全球化中的地位 and 占有份额。在这场史无前例和势不可挡的全球信息化经济洪流中，旅游业作为我国最早也是最需要与国际接轨的行业，是很早实施信息化建设的行业。我国对旅游信息化的规划与建设给予了高度的重视，2000 年开始实施的金旅工程是国内 18 个金字工程之一，是我国旅游业参与国际市场竞争的重要手段，是国家信息化工作在旅游部门的具体体现，是国家信息网络系统的一个组成部分。

电子商务代表着旅游业未来贸易方式的发展方向，旅游业的生产和消费特点决定了旅游业最能够体现电子信息网络的优越性，也是最适合开展电子商务的产业之一。电子商务是我国旅游业参与国际市场竞争的重要手段，构架我国旅游电子商务工程基本框架和应用环境，是我国旅游业持续、健康发展的重要战略任务。虽然旅游电子商务的概念和应用体系尚不明朗，国内外对此存在不同的看法和意见，但是现在的旅游电子商务实践依然有着应用先于理论的特色，即使没有理论与方法的指导，企业在这个问题上都有着自己的认识，这也成就了现在层出不穷的旅游电子商务业务模式，并在行业实践中取得了成功与失败的经验，这对于我国旅游业的持续健康发展有益。同样对于学术界来说，旅游电子商务的理论与实践问题，是一个值得深入研究的话题。

在互联网大行其道的今天,借助于网络旅游企业可以很方便地推进传统业务格局的改造和新业务模式的实施,旅游电子商务不再是遥不可及的技术壁垒。很多人认为,只要设计和开发一个网站,电子商务也就差不多了。这种误解在旅游业中可以通过各行业的具体应用就可以发现。所以从教学角度出发,旅游电子商务主要涉及到信息技术在旅游行业的应用,教学目的是满足学生对旅游电子商务运行和管理的知识需求。因而,教材应包括4个层次的主要知识内容:①当代计算机技术对旅游业发展的影响;②旅游电子商务的驱动机制;③旅游电子商务实务;④旅游电子商务运营与管理。

从旅游业目前应用的范围和深度看,前两个部分比较容易实现。而第三部分内容则需要花相当的时间和精力,才能够掌握和了解旅游企业对电子商务的需求。第四部分显然属于理论研究范畴,它是旅游企业实际应用电子商务的决策支持工具。

以上内容对于广大从事旅游信息化、旅游电子商务和企业管理研究的技术人员和管理人员来说是十分重要的。与国内有关介绍信息系统和管理信息系统的图书相比较,本书具有如下特点:

(1) 本书以系统工程的思路与方法为指导,更多地从信息技术应用角度来关注旅游电子商务系统的实际应用,并重点对旅游业电子商务的供需关系,信息技术应用的可行性等方面展开系统和深入的介绍,教材中涉及微观层面的硬件配置、软件开发、网络组装等方面的知识不多。

(2) 为使读者对旅游电子商务的理论和方法能做到逐步消化与理解,本书尽可能在各章内容中穿插了一些较为简单而易于说明问题的小型应用案例,教材编写注重有所为,有所不为。因为随着计算机技术的广泛应用、硬件技术的发展和软件版本的升级,不可能也不应该引导学生不分轻重缓急地掌握所谓的全面技能。而应该紧紧围绕旅游企业中所涉及到必要、常用、重要的知识和技能逐步深入,同时给学生提供独立思考、探索和自我开拓的余地。由于信息技术发展迅速,因此本书除对上述背景知识及其发展趋势做出一些必要的介绍外,对于其他一些限于篇幅不能详述的内容也给出了有关的参考文献,以供读者作进一步阅读之用。

(3) 由于旅游电子商务在国外应用的广度和深度都高于国内水平,尤其是涉及电子商务方面的有关理论、方法和技术,多数是目前国外十分活跃而又发展最为迅速的学科分支。但是我国国情与国外不同,所以很多信息技术的应用需要遵循因地制宜的原则,在各行业关键技术上主次关系和轻重缓急各有侧重。不能用较多篇幅详细描述和说明的国外旅游电子商务应用资料,在各章节中都提供了相应的国外网站地址和参考文献,以弥补这方面的不足。

(4) 本书在写作过程中力求做到思路清晰,内容层次分明,概念准确无

误，同时考虑到本书读者的管理学科背景，因此有关的案例分析力求通俗，不纠缠过多的概念或定义，紧紧围绕旅游行业对电子商务的应用为中心，解决的是行业应用的实践问题，而不追求理论方面的论证过程。

本书共分十章。其中第一章由李世涛完成，第二章由戎玫、赵新建、章牧完成，第三章由白华、赵新建、章牧完成，第四章由阮华君完成，第五章由莫旭球完成，第六章由黄美东完成，第七章由郑天翔完成，第八章由赖俊勇完成，第九章、第十章由章牧完成。全书的修改、补充和定稿由章牧负责。

此外，龙举洲、余静、张立平、胡霜、刘静、石秋林、江琳琳、梁丁予、张淇梅、陈鑫、金银芳、韦玮、徐敏等为本书做了大量资料整理和收集工作；暨南大学深圳旅游学院电子商务实验室、GIS与旅游信息技术实验室为教材编写提供了工作条件；在研究工作中参阅、引用了国内学者的许多专著、教材和论文，限于篇幅所限，本书在“参考文献”中只列出了主要部分。在此，我们一并谨向他们表示诚挚的感谢。

由于作者的水平与时间所限，书中肯定会有不少疏漏或错误之处，敬请专家和广大读者不吝批评指正。

章 牧

2008年6月

于燕晗山麓

目 录

前言

第一章 电子旅游——IT 技术与旅游业的无缝连接	1
第一节 IT 技术对旅游业的影响	1
第二节 IT 技术与旅游电子商务	8
第二章 旅游电子商务技术与方法	21
第一节 数据库技术	21
第二节 网络技术	25
第三节 多媒体技术	34
第四节 3S 技术与旅游电子商务	38
第三章 旅游业电子商务需求与驱动	51
第一节 旅游业需求的增长	51
第二节 旅游业传统业务模式的改变	59
第三节 旅游企业的电子商务发展思路	65
第四章 电子酒店	70
第一节 酒店业的 IT 技术应用	70
第二节 电脑预订系统	78
第三节 酒店行业的电子商务应用	82
第五章 电子旅行社	90
第一节 旅行社 IT 技术应用概况	90
第二节 旅行社业务的流程重组	94
第三节 电子商务背景下旅行社新型产业链模式的构建	99
第四节 旅行社网络营销的手段与模式	102
第六章 电子景区	112
第一节 电子景区概况	112
第二节 旅游目的地营销系统	118
第三节 电子景区管理模式	124
第四节 景区数字化工程	125
第七章 电子餐饮	134
第一节 餐饮业概述	134

第二节	餐饮业经营与管理信息化	136
第三节	餐饮管理信息系统	142
第八章	电子航空公司	164
第一节	航空公司 GDS 的历史与发展	164
第二节	GDS 实务	172
第三节	常旅客网络营销	193
第九章	旅游电子商务运营模式与特征	199
第一节	电子旅游运营模式	199
第二节	旅游电子商务运行特征	215
第十章	旅游电子商务战略管理	224
第一节	旅游电子商务战略概述	224
第二节	旅游企业编制电子商务战略的意义	232
第三节	旅游电子商务战略规划内容与编制方法	238

第一章 电子旅游——IT 技术与旅游业的无缝连接



学习提示

一、主要内容

- ◇ IT 技术对旅游业营运模式转变的影响
- ◇ IT 技术对旅游业价值链的影响
- ◇ IT 技术在旅游业中的实际应用情况
- ◇ 电脑预订系统的发展概况
- ◇ IT 技术与旅游目的地情况的多重结合
- ◇ 旅游电子商务的概念及特点

二、学习重点

- ◇ 了解 IT 技术对旅游业经营模式的影响以及旅游业中的通讯与网络技术的应用情况
- ◇ 知道旅游业中软硬件的应用
- ◇ 学会在旅游业中应用 IT 技术
- ◇ 掌握 IT 技术与旅游目的地多重结合的内在机制以及旅游电子商务的概念

第一节 IT 技术对旅游业的影响

IT (Information Technology, 简写 IT, 意为“信息技术”) 技术的蓬勃发展与广泛应用对人类的社会生活和经济生活产生了巨大的影响, 使人类社会进入到了“数字化”的信息时代。IT 技术也促进了旅游业信息化的发展, 具体表现为旅游电子商务的出现和旅游业结构的再造。传统意义上的旅游业是劳动密集型产业, 而 IT 技术与旅游业的结合正在改变这一特征。IT 技术的运用增加了旅游业的科技含量, 促进并且提高了旅游业对从业人员素质的要求, 提高了旅游企业的竞争力和旅游劳动生产率。

一、旅游业经营模式的变化

企业的营运模式是一种关于企业制定企业的产品（服务）流、资金流、信息流及其价值创造过程的运作机制，是企业为了获得利润而规划的一系列商业活动。在 IT 技术支持下的旅游业体现了传统产业与新兴产业、传统经济与网络经济、IT 技术与商务运作的结合，其营运模式发生了很大变化。

(一) 传统的旅游业经营模式

在旅游业，旅游产品和服务是一个由“食住行游娱购”6个要素组成的实体，如以旅



行线路、旅游商品为代表的产品和以预订酒店、票务为代表的服务，都可被纳入旅游产品和服务的范畴。传统的旅游企业很多是中小型企业，主要以传统的旅游营运模式为主，即通过报纸、电视、杂志等媒体宣传产品，多数采用现金交易的方式完成旅游商品和服务的交易，联系和接待方式以电话、电报、传真等方式为主。传统的旅游营运模式使信息在旅游产品消费者和旅游企业之间的传递存在着时间和空间的局限，导致旅游产品消费者和旅游企业之间产生信息不对称的现象，并使旅游消费者的期望与结果产生严重的偏差，影响到旅游产品和服务的价值体现。

（二）IT 技术对旅游业经营模式的影响

1. 旅游企业与 IT 技术的主动融合

现代旅游企业必须面对来自全球的竞争，一些旅游企业意识到了这一点，利用 IT 技术建立了一些旅游网站，与旅行社、酒店预订中心、机票销售公司等传统企业展开竞争，直接接近消费者并抢占市场份额。其中，一些在线旅游服务商已经找到了利用新工具改良业务流程，提高企业市场竞争力的方式。美国的霍夫曼（2003）认为，促使旅游业与信息通讯技术结合的因素主要有以下几个方面：

（1）经济上的需要，竞争的全球化要求企业在全世界范围内提高效率。

（2）快速发展的技术，特别是迅速普及的互联网、第三代手机和数字电视的发展。

（3）信息通讯技术领域性价比情况的改善使在这方面投入的资金能产生更大的生产力。

（4）提高了消费者的预期，由于消费者已逐渐习惯使用先进技术，因此也希望企业能提供相应的服务，并能通过新技术与企业进行互动。

因此，将旅游作为一种信息贸易是由其产品和服务的特性决定的。这种特性决定了旅游业是最适合开展电子商务的产业之一。

2. IT 技术使旅游企业突破了时空的限制

IT 技术的发展对旅游业营运模式产生了巨大的影响，使旅游企业可以突破时间、空间的限制，实现跨地域、跨市场、全天 24 小时的运作。旅游企业可以充分利用 IT 技术发展旅游电子商务，以互联网为平台，以信息技术为手段，将众多的旅游产品供应商、旅游产品中间商与旅游消费者联系在一起，实现生产消费同步化、产品服务预约化、物流管理简单化、支付手段多元化和经营线上线下结合化。一方面，游客通过网络预先获知旅游企业及其产品和服务的信息，突破了时空限制，降低了信息搜集成本，方便了旅游出行，使游客对服务和产品的满意度得以增强；另一方面，旅游企业通过整合信息资源能够降低旅游企业的交易成本，扩大市场，提高交易效率，实现收入来源的多样化。在信息技术手段的支持下，旅游电子商务具有信息流处理的天然优势，而物流处理的简单化、资金流处理的多元化都为旅游业实施电子商务创造了有利条件。

3. 提高旅游企业竞争力

旅游企业利用 IT 技术对客户进行系统化管理，可以改变客户资源无序化的局面，回应消费者的要求变得更灵活、更有效和更快捷，提高了工作效率；旅游产品的信息公开化，透明度提高，可以提供有竞争力的价格、针对超细分市场提供专门的产品，从而占据更大的市场；旅游企业利用 IT 技术建立网上操作平台，并在这个平台上完成旅游产品的



设计和供应商的采购。同时对外进行宣传推广和在线销售,不但可以进行内部的业务交流与合作,保持旅游业务高效顺畅的运营,还能与其他相关企业进行沟通和业务往来,有助于减少企业的经营和沟通成本,提高旅游企业竞争力,具体表现在:

- (1) 建立了综合性营运系统。
- (2) 企业内部效率最大化。
- (3) 减少后台工作人员数量。
- (4) 减少面对面或电话交流的工作量。
- (5) 使消费者能接触到各种信息,而这些信息以往只能通过旅游机构派发。

IT 技术的发展直接影响了形成企业竞争优势的两个根源:差异和成本优势。一方面,旅游企业通过使用 IT 技术能进一步进行市场细分,针对每个消费者提供满足其需求的、特殊的、差别的产品,让消费者加入一切个人需求要素,能结合自己的需求重新组合产品;另一方面,IT 技术使旅游企业能有效地控制成本,特别是分销和促销的成本,如通过网上交易或电子中介减少了旅游产品的中介佣金成本,并压缩了人力成本,提高了效率。

总的来说,信息通讯技术的可靠性、速度和容量的快速提高,加上其成本费用的下降,促使了旅游企业对这种新工具的采用。

案例分析: 华胜天成助力广之旅推进新一代客户服务系统

作为全国旅行社中被国家信息产业部指定的“国家电子商务试点单位”,广之旅国际旅行社股份有限公司始终走在旅游行业信息化的前端。目前在广之旅,仅国内游就有 200 多条线路,加上省内游、出境游、代订机票、酒店、景点门票等,旅游产品和服务日益丰富,是华南地区规模最大,实力最强的旅行社,在国内获得“全国用户满意服务明星企业”、“2004~2005 年广东最佳客户服务单位”、“中国用户满意鼎”(中国旅游业第二鼎和广州企业第一鼎)等称号。

广之旅推行以客户为中心的服务宗旨。该社原有的客户服务系统只能被动的接受客户咨询,而且容量小,已经无法满足客户服务和业务拓展的需要。如何有效的实施以客户为核心的经营管理模式,提升旅游服务品质,成为广之旅亟待解决的问题。

现代客户服务中心是信息时代和数字化经济的一种创新技术,是一种集电话通信技术、数据库存储和分析技术、计算机通信技术、多媒体通信技术为一体的现代多功能综合性服务系统。

广之旅新一代客户服务系统由北京华胜天成科技股份有限公司承建,采用了以 Avaya 的 Contact Center Express (CCE) 为核心。在这个多媒体中心,客服人员可通过电话、电子邮件和网站等渠道为客户提供服务。这一系统的建成,推进了广之旅在国内的业务拓展,广之旅主页界面如图 1-1 所示。

二、旅游业中 IT 技术软硬件的应用

IT 技术对旅游业的影响,在运作层面上表现为企业采用基于信息技术的新生产运作方式、新管理工具和新营销工具,在管理层面上表现为组织结构的变化、管理过程的变化和经营理念的变化,在战略层面上表现为采用基于信息技术的新手段获得竞争优势。IT 技术在旅游中的应用主要体现在计算机的硬件、软件及其应用等方面。



图 1-1 广之旅主页面

(一) 硬件技术及其应用

1. 基础硬件

输入设备、存储器、运算器、控制器和输出设备是常用的基础硬件。输入设备是计算机的重要组成部分，输入设备与输出设备合称为外部设备，简称外设，输入设备的作用是将程序、原始数据、文字、字符、控制命令或现场采集的数据等信息输入到电脑，常见的输入设备有键盘、鼠标器、触摸屏、光电输入机、磁带机、磁盘机、光盘机等；存储器的功能是存储程序、数据和各种信号、命令等信息，并在需要时提供这些信息，常见的存储设备有硬盘、光盘和磁盘等；运算器的功能是对数据进行各种算术运算和逻辑运算，即对数据进行加工处理；控制器是整个电脑的中枢神经，其功能是对程序规定的控制信息进行解释，根据其要求进行控制，调度程序、数据、地址，协调电脑各部分工作及内存与外设的访问等；输出设备与输入设备同样是电脑的重要组成部分，它把电脑的中间结果或最后结果、机内的各种数据符号及文字或各种控制信号等信息输出出来，常用的输出设备有显示终端 CRT、打印机、激光印字机、绘图仪及磁带、光盘机等。现今电脑的操作越来越简便，在旅游业中的应用非常重要，它们能使旅游业从业人员和消费者与电脑高效、便捷地沟通。

2. 其他硬件

现代 IT 技术的发展与时俱进，除了电脑在旅游业中的广泛应用外，其他硬件，如多媒体亭、移动设备等在旅游业中的应用也对旅游业的营销方式产生了深远的影响。

多媒体亭是指设置于公共场所，利用计算机信息技术、触摸屏技术、信息查询技术、多媒体技术为社会提供公益信息和增值服务的自助式终端设备。它们分布于城市的广场、街头、社区、政府机关、商场、酒店、写字楼、医院、展馆、餐厅等公共场所，可实现诸如飞机票、火车票、彩票、演出票、电影票等的票务销售，实现诸如政务信息、电子地图、交通信息、求职招聘、娱乐信息等公益信息的查询，还可以通过银联和服务商的紧密合作，实现公用事业收费、网上购物、有偿信息提供等服务。与互联网的连接使这种设备可以成为旅游企业提供信息和进行分销的有力工具，因为使用者可以通过这种设备接

入全球范围内的更多资源。在旅游目的地，这种设备通过与手机相连可以提供很多关于当地的信息、图片显示、地图打印、节目安排和票证等服务。它可以是一个单体设备亭，也可以与电脑预订系统连接，提供实时信息并支持预订。

移动设备是近 10 多年出现的新事物，一般包括手机、PDA 及掌上电脑等，现在已经在旅游业中得到广泛应用。在这些移动设备中，手机的应用最为普及，特别是智能手机的出现使移动通讯和“移动互联网”成为现实。智能手机除了具备手机的通话功能外，还能为用户个人信息管理以及基于无线数据通信的浏览器和电子邮件功能。智能手机采用了开放式操作系统，只要第三方软件开发者开发出能够满足用户需求的软件，那么游客就可以通过在智能手机上，安装相应软件来满足需要。这就为增值服务提供了广阔的舞台，如股票、新闻、天气、交通、商品、应用程序下载、音乐图片下载等。现在，3G 移动设备能快速接入 Internet，其永远在线的状态能让旅游者更方便地了解所需的信息。

(二) 软件技术及其应用

软件是指计算机程序以及解释和指导使用程序的文档的总和，它们可以在包括计算机在内的各种设备中运行，完成终端用户的各种任务要求。软件一般可以分为系统软件和应用软件两大类。系统软件是为了方便地使用机器及其输入输出设备，充分发挥计算机系统的效率，围绕计算机系统本身开发的程序系统，如常用的 DOS、Windows、Unix 等操作系统、语言编译程序、数据库管理软件等；应用软件是专门为了某种使用目的而编写的程序系统，常用的有诸如 WPS 和 Word 的文字处理软件，专用的财务软件、人事管理软件，计算机辅助软件 AutoCAD，绘图软件 3DS 等。表 1-1 介绍了 Werthner 和 Klein 对软件的详细分类。

表 1-1 软件的分类

软件类型	特 点
标准软件	操作系统，如 Windows 和 Unix，编程语言、图像处理工具
应用软件	支持人力和企业功能的商业应用程序，如饭店管理系统或电脑预订系统
软件程序	设计和执行软件的程序，如工作流程、电脑支持下的合作工作
系统和网络软件	可以远程接入世界范围内的分销系统，如 TCP/IP 协议下的互联网及其所支持的内部网和外部网
媒体	以复杂的方式处理文本、图像、音频和音频，并进行多媒体演示
用户界面	从文字终端发展到基于 Windows 的界面和图像用户界面

在旅游业中使用的软件大部分是标准化软件和专门设计的软件的结合。软件开发商会开发一套可以适用于尽可能多用户的标准化软件，应用于某一职能领域及一般事务管理，如旅游和饭店企业使用的标准化软件 CAD（计算机辅助设计）、CAM（计算机辅助制造）、CAPP（计算机辅助工艺编制）、TPS（事务处理系统）、OAS（办公自动化系统）。专门设计的软件适用于企业内部综合性经营业务管理及高层决策的 IT/IS，包括 DW（数据仓库）、MIS（管理信息系统）、DSS（决策支持系统）、ES（专家系统）和 CIMS（计算机集成制造系统）等。其中，DW 把分布在企业网络中不同信息点上的数据集成到一个关系型数据库中，通过通畅、合理、全面的信息管理达到有效的决策支持的目的；MIS 支持企业



或组织的运行、管理功能，是服务于企业或组织中、下层管理人员的信息系统；CIMS 高度集成了产品设计、制造、控制、管理与决策。旅游和饭店企业使用的专门软件可以分为前台应用软件和后台应用软件。前台应用软件主要完成与顾客直接交互的功能，如预订、入住、退房、订购等，它的使用终端一般包括旅游代理商终端、航空公司登机终端和餐厅终端；后台应用软件用来支持企业的管理需求，一般包括制订计划、财务管理、人事、工资、供应、库存管理、保安、能源控制、餐饮管理和信息管理系统。

三、IT 技术与旅游价值链的延伸

IT 技术应用于旅游业使得传统的旅游价值链受到冲击，其每一个链接点都在向下游延伸，企业之间的竞争在更细微的层面上展开，产业链进一步复杂化。对于旅游企业而言，新型的旅游价值链将会对企业实现旅游者价值最大化，培育和发展价值链中核心环节的竞争优势产生重要的影响。

（一）价值链的概念

价值链的概念是 Michael E Porter 在其 1985 年出版的《竞争优势》一书中首次提出的。他将价值链描述成每个企业用来“进行设计、生产、营销、交货及维护其产品的各种活动的集合”。后来，Peter Hines 从价值实现的最终目标出发对价值链进行了重新定义。他认为价值链是“集成物质资价值的运输线”。接着，在 1995 年，Jeffrey F Rayport 和 John J Sviokla 提出了虚拟价值链的概念，认为当今每个企业都在两个世界中竞争，即管理者可感知的物质世界及由信息构成的虚拟世界，后者指电子商务这一新的价值增长点。所谓虚拟价值链，就是市场空间上利用信息创造顾客价值的各项活动。由于价值增加的过程是以信息形式完成的，因而它是无形的、虚拟的。随着互联网和电子商务技术的发展，Mercer 顾问公司的著名顾问 Adrian Slywotzky 在《利润区》中提出价值网的概念。随后，在《价值网：打破供应链、挖掘隐利润》一书中，David Bovet、Joseph Martha 和 R·Kirk Kramer 提出的价值网模型备受关注。

（二）传统的旅游价值链

1. 概念

旅游业价值链可以定义为旅游产品从供应到最终消费的一系列传递的过程。它一般由旅游产品供应商、传统旅游中间商以及旅游消费者组成。传统旅游中间商一般包括旅游产品批发商和旅游产品零售商。旅游价值链传递的过程也就是旅游产品被不断增值的过程。在这一条价值链中，不同层次的旅游企业通过其职能分化和专业优势为旅游产品注入价值，最终使旅游产品得以实现。不同的旅游产品供应商为旅游者提供了不同的个别产品，实际上属于旅游产品的中间产品。旅游中间产品经过旅游中间商的组合包装后形成旅游最终产品并传递给旅游消费者。在旅游中间商中，传统旅游批发商不仅为旅游产品进行整合与包装，还注入了接待与导游服务，而传统旅游零售商则提供了咨询与代理服务（传统旅游价值链模式如图 1-2 所示）。

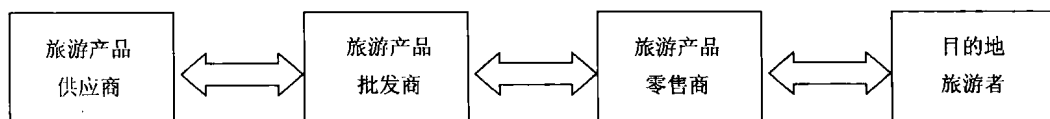


图 1-2 传统旅游价值链



2. 传统旅游价值链的局限性

这种传统的旅游价值链模式是在 IT 技术未融入旅游业之前而存在的，它存在着一些局限性：

(1) 整个价值链以旅游企业为中心，忽略了旅游企业的活动和价值应最终取决于旅游者需求的事实，造成旅游企业的产品有时候不能得到市场和旅游者的承认。

(2) 传统的旅游价值链是按照顺序链接的固定链，这使得价值链中的资源流动缓慢，灵活性差，一旦链中某个环节阻断，就会导致整个价值链的解体。

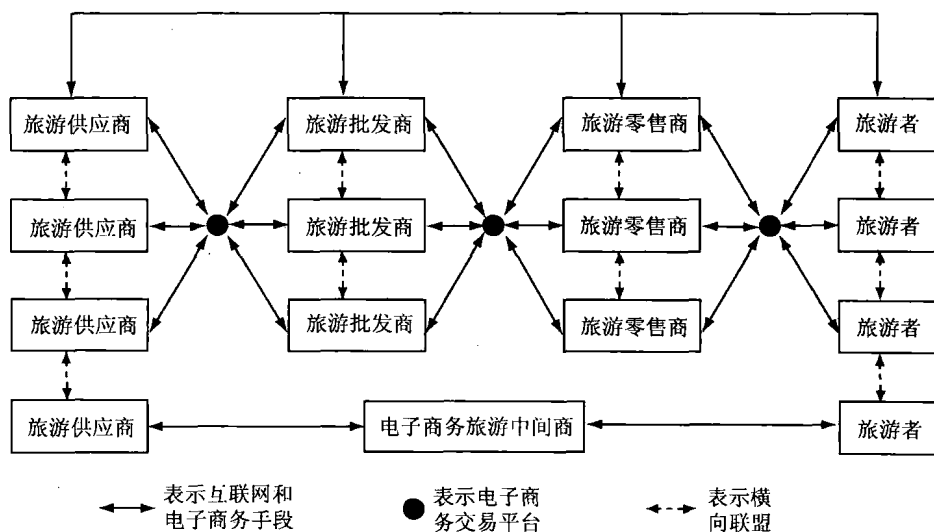
(3) 由于从旅游产品供应到旅游者需要经过旅游产品批发商和旅游产品零售商两个中间环节，跨度加大，因而整个价值链存在信息不对称和信息延误的问题。一方面，旅游者很难直接了解旅游产品供应商所提供的旅游产品和服务；另一方面，旅游产品供应商也不能直接了解旅游者的需求。这样往往会使价值链上各链节只注意自身的利益，而忽略价值链的整体价值和利益。

(4) 旅游中间商利用其分销渠道和信息中介的优势，截断了旅游产品供应商和旅游者之间的直接信息交流和沟通，因而传统旅游价值链很容易受到某些旅游中间商的恶意控制。

(三) 融入 IT 技术的旅游价值链

1. 新型旅游价值链

在 IT 技术运用于旅游业后，传统的旅游价值链发生了变化，增添了电子商务旅游中间商，使得传统的旅游价值链由“一对一”的模式向网状模式发展。此时，旅游业价值链是旅游企业处于 Internet 环境中，在虚拟市场空间从事以信息为主导的价值活动而形成的，因而表现为虚拟价值链体系形态。因而，可以结合虚拟价值链的一般模型和价值网的一般模型，对传统价值链进行重构，从而形成信息空间中的新旅游价值链系统。新的旅游业价值链如图 1-3 所示。



如图 1-3 所示，新的旅游价值链是传统价值链的延伸。信息技术应用于旅游业弥补了传统价值链中灵活性差、效率低下的不足，使价值链上的各环节间联系更加通畅，促进了