

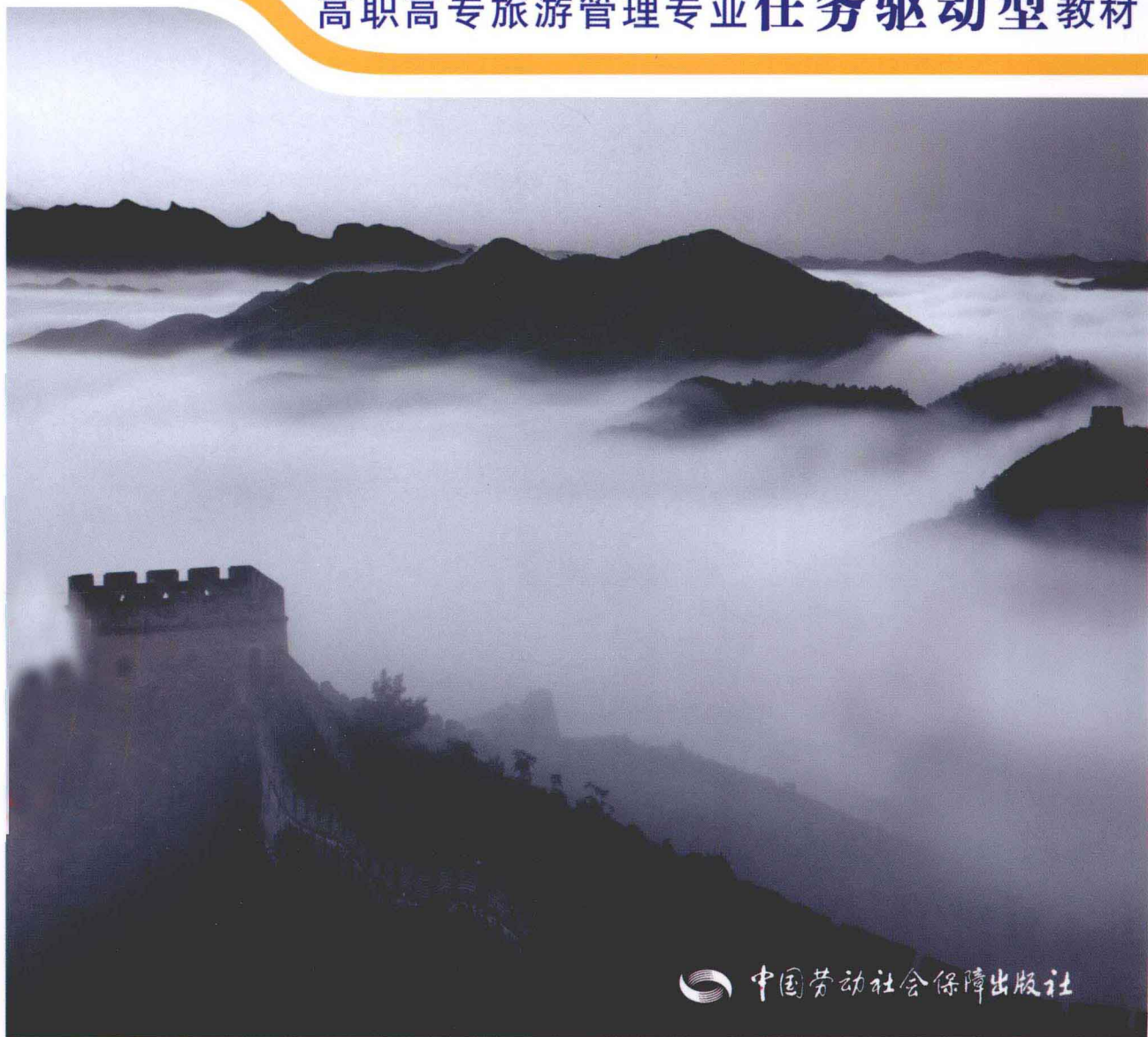


国家级职业教育规划教材
人力资源和社会保障部职业能力建设司推荐

人力资源和社会保障部教材办公室组织编写

旅游企业电子商务

高职高专旅游管理专业任务驱动型教材



中国劳动社会保障出版社



国家级职业教育规划教材
人力资源和社会保障部职业能力建设司推荐

旅游企业电子商务

高职高专旅游管理专业任务驱动型教材

舒伯阳 编著



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游企业电子商务/舒伯阳主编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2009
高职高专旅游管理专业任务驱动型教材

ISBN 978-7-5045-8086-3

I. 旅… II. 舒… III. 旅游业-企业管理-电子商务 IV. F590.6-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 235716 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街1号 邮政编码: 100029)

出版人: 张梦欣

*

新华书店经销

北京印刷集团有限责任公司印刷二厂印刷 北京密云青云装订厂装订

787 毫米×1092 毫米 16 开本 9.5 印张 214 千字

2009 年 12 月第 1 版 2011 年 12 月第 2 次印刷

定价: 18.00 元

读者服务部电话: 010-64929211/64921644/84643933

发行部电话: 010-64961894

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64954652

如有印装差错, 请与本社联系调换: 010-80497374

前 言

为了满足高职高专教学改革的需要，人力资源和社会保障部教材办公室组织一批教学经验丰富、实践能力强的教师与行业、企业的专家，在充分研究专业设置和课程教学方案的基础上，编写了国内首套任务驱动型的高职高专旅游管理专业教材：《旅游概论》《旅游营销实务》《模拟导游实训》《旅行社运营实务》《旅游资源》《旅游心理服务与技巧》《旅游企业电子商务》。

这套教材紧紧围绕旅游企业导游部、计调部、外联部、门市部等高职高专毕业生的就业岗位要求，将教学目标确定为培养学生的四大能力，即导游带团服务能力、外联公关营销能力、旅游计调能力、门市接待服务能力。

导游带团服务能力主要通过《模拟导游实训》《旅游心理服务与技巧》《旅游资源》的教学，使学生具备带团组织、资源讲解、业务实操、沟通协调、事故处理等能力，能够胜任地陪、全陪、领队工作。

外联公关营销能力主要通过《旅游营销实务》的教学，使学生具备外联推广、需求反馈、产品销售、客户渠道开发维护等能力，能够制定出有针对性的营销策略及实施方案，促进旅游产品的顺利销售。

旅游计调能力和门市接待服务能力主要通过《旅行社运营实务》《旅游企业电子商务》的教学，使学生具备线路设计、市场调查和采购、客户服务、产品推介、业务咨询和票务处理等能力，并能熟练利用电子商务平台完成相关工作。

本套教材的编写贯彻了任务驱动的编写思路。在教材的每一单元，首先提出具体的学习任务，然后讲解完成任务所需要的相关知识，接着介绍完成任务的步骤和注意事项，结构环环相扣，内容实用有用。在教材的表现形式上，尽量采用以图代文、以表代文的表达方式，增强了直观性和可读性。

在本套教材的编写过程中，得到有关省市教育部门、人力资源和社会保障部门以及一批高职院校的大力支持，教材的主编、参编、主审等做了大量的工作，在此，我们表示衷心的感谢！同时，恳切希望广大读者对教材提出宝贵的意见和建议，以便修订时加以完善。

人力资源和社会保障部教材办公室

2008年3月

内 容 简 介

本书是根据高职高专旅游管理专业的教学实际，由人力资源和社会保障部教材办公室组织编写的任务驱动型教材。本书通过设置旅游企业经营中的典型旅游电子商务工作任务，使学生能够掌握基本电子商务信息工具的使用，构建旅行社、旅游目的地网站的内容框架，并利用现有的旅游电子商务平台完成旅游产品的发布、产品报价、产品采购等工作。主要包括：旅游业电子商务入门、旅行社电子商务应用、旅游目的地电子商务应用和旅游业电子商务应用等。

本书由舒伯阳主编，吕建东、叶鹏为副主编。

目 录

模块一 旅游业电子商务入门	(1)
任务 1 认识旅游电子商务	(1)
任务 2 旅游电子商务的信息技术基础	(11)
模块二 旅行社电子商务应用	(21)
任务 1 分析旅行社网站的功能	(21)
任务 2 旅行社网站框架和功能模块设计	(31)
任务 3 旅行社内部信息化应用	(42)
任务 4 电子机票预订服务	(50)
模块三 旅游目的地电子商务应用	(55)
任务 1 分析旅游目的地网站的功能和框架	(55)
任务 2 旅游目的地网站的营销推广	(75)
模块四 旅游业电子商务应用	(91)
任务 1 了解常用的旅游电子商务平台	(91)
任务 2 旅游电子商务平台的应用	(105)
任务 3 旅游电子商务的支付	(117)

模块一

旅游业电子商务入门

任务1 认识旅游电子商务

学习情景导入

如图 1—1—1 所示为旅游者购买旅游产品的两种方式，图 1—1—1a 所示为通过旅行社门店购买旅游产品，图 1—1—1b 所示为通过网络购买旅游产品，请分析比较两种方式各自的特点和优势，并了解常见的旅游企业电子商务类型。

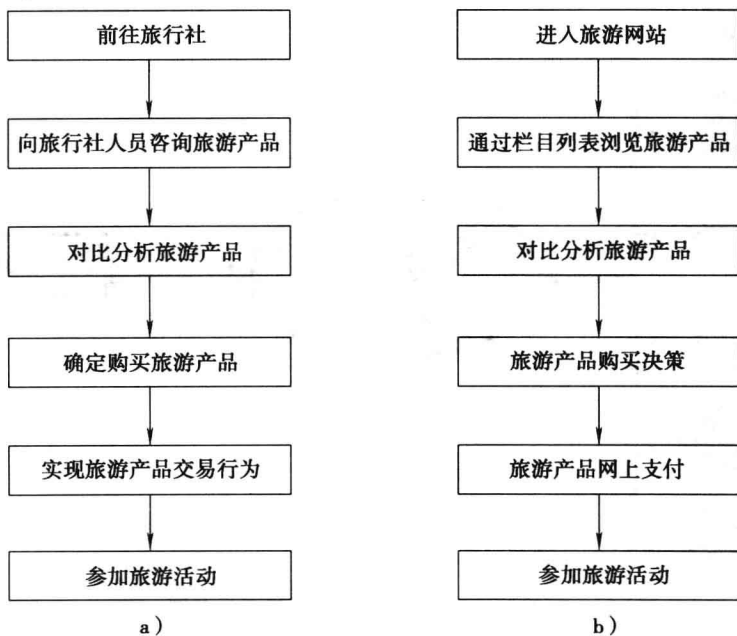


图 1—1—1 购买旅游产品的两种方式

a) 通过旅行社门店购买旅游产品 b) 通过网络购买旅游产品



学习情景分析

要想分析出两种购买方式各自的特点和优势，首先要了解传统旅游交易模式，然后要认识旅游电子商务交易运作模式，为此应首先学习以下相关知识。



相关知识

一、了解传统旅游交易模式

我国旅游业的传统交易模式基本上是由旅行社作为信息交换中心，整合各种旅游线路和产品后再销售给旅游者（见图 1—1—2），因而旅行社在旅游产业链中起着重要的作用，其工作效率决定了整个旅游产业的运作效率。在旅游产业发展的初级阶段，旅游规模比较小、消费者的旅游观念不够成熟，旅行社可以发挥自身的优势来调节淡季旅游产品设计，协调旅游住宿、旅游交通和旅游景点之间的关系，但随着旅游市场规模的急剧增长和旅游消费者自主意识的日益成熟，旅行社采用的传统旅游交易模式诸如电话咨询、店面定购、团体旅游等交易方式已不再适应当今旅游市场的需要，同时也正在成为阻碍旅游业向更深更远方向发展的瓶颈。总体而言，传统旅游交易模式既不能满足消费者个性化、多样化的旅游需求，也不能够提高消费者的主体地位，还不能够减少消费者的旅游成本。这些问题导致了传统旅游产业运作模式效率低下、消费者满意度不高，从而降低了整个旅游业的运行效率和服务效果。

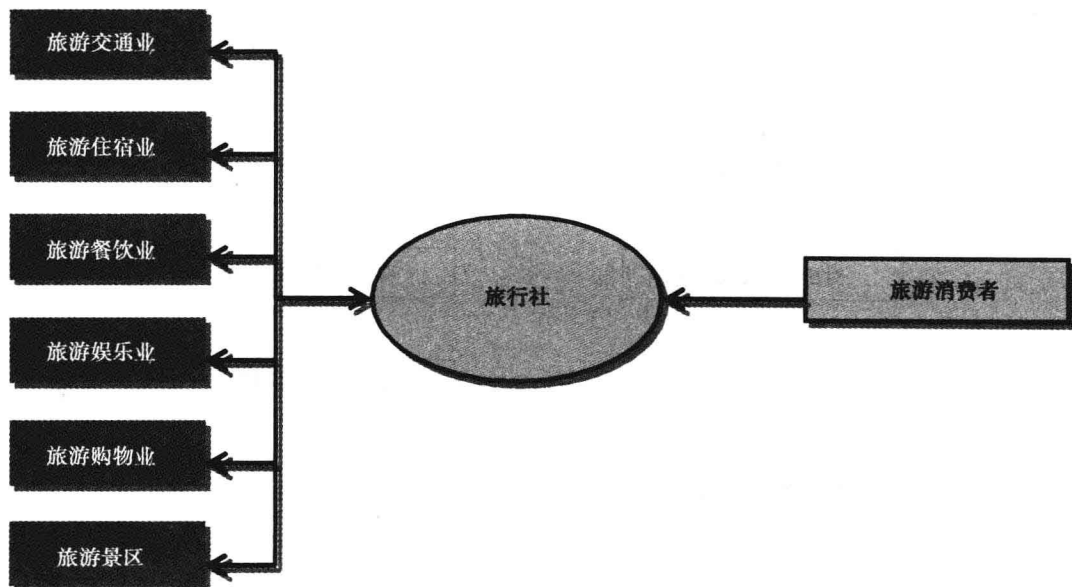


图 1—1—2 传统旅游交易模式示意图

二、认识旅游企业电子商务

首先登录一个旅游电子商务网站（见图 1—1—3），可以看到在这个网站上不仅有旅游

出发地和旅游目的地的产品查询功能,而且还有旅游线路产品的分类介绍。

The screenshot shows the homepage of Tongren.com, a travel website. At the top, there's a navigation bar with '武汉' (Wuhan) selected. Below it, there's a main content area with several sections: '取消五一长假引爆春节游' (Cancellation of the May Day holiday triggers the Spring Festival travel), '武汉市海外旅游有限责任公司' (Wuhan Overseas Travel Co., Ltd.), and '热门目的地' (Popular Destinations). The page also includes a sidebar with '热门目的地' (Popular Destinations) and a bottom section with '加入会员' (Join Membership).

图 1—1—3 同程网主页

可以从中选择感兴趣的旅游信息进行浏览、对比和分析,最终确定一项旅游产品,如图 1—1—4 所示。

接着,可以对这项选中的旅游产品下订单,如图 1—1—5 所示。

下订单后,可以看到相关的确认页面(见图 1—1—6)。

通过上面对旅游商务网站的初步体验,可以看出,旅游电子商务正是旅游企业基于 Internet,使用网络技术、数据库技术、电子通信技术,将企业购销网络系统整合而形成的一种新型商业活动,包括旅游信息的网上传递与接收、旅游产品的网上销售和付款,以及旅游

武汉 ~ 网站动态: 暂无内容!

长江三峡四日游

第 1 天行程 途经: 宜昌

住宿标准: 二星级用餐: 自理

武汉中午13:00左右古琴台乘车赴宜昌, 下午抵达水电之都宜昌, 入住酒店

第 2 天行程 途经: 宜昌

住宿标准: 二星级用餐: 自理

长江三峡大坝 葛洲坝 三峡人家风景区

早8:00宜昌出发过葛洲坝船闸, 11:00游《三峡人家》, 游龙进溪、水上人家、溪边人家、黄龙潭、船峡泉、欣赏峡江歌舞表演, 游观石令牌、灯影石、避风亭等景点, 游或山上人家民俗风情, 13:30开船, 16:30游《黄陵庙》、《三峡大坝》三峡大坝制高点-坛子岭、82平台和84平台等景点, (20:00根据天气情况赠送观看大型情景剧《盛世峡江》)

第 3 天行程 途经: 宜昌 重庆

住宿标准: 二星级用餐: 自理

白帝城 巫峡 西陵峡

早7:00游《白帝城》景区: 三国遗址-刘备托孤堂、东西碑林、古巴人悬棺陈列室等景点, 10:00游船瞿塘峡、巫峡风光, 15:00自费游览神农溪150元/人。

第 4 天行程 途经: 宜昌

住宿标准: 用餐: 自理

湖北屈原祠

早7:00游《屈原祠》, 11:30抵游坪或太平溪游。船过大坝坝线五级船闸, 18:00左右抵宜昌, 乘车返汉, 结束愉快旅程。

☒ 本线路
☐ 长江三峡金秋四日游
☐ 长江三峡往返四日游
☐ 长江三峡豪华涉外船
☐ 长江三峡阳光四日游天天特价
☐ 长江三峡阳光四日游天天特价
☐ 长江三峡精品三日游快速行程
☐ 长江三峡四日游
☐ 长江三峡单程四日游行程天天出团
☐ 长江三峡阳光四日游
☐ 对比选择线路

该两店线路更新时间2007年12月18日, 共有周边组团线路2条, 国内组团线路1条, 出境组团线路0条, 散客地接线路2条。

经理人名片:

武汉市海外旅游有限公司
 证书: [图标]
 信用: 145分
 电话: 027-51519515 027-867
 传真: 027-86717802
 手机: 13397109156
 MSN: zhou10000@hotmail.com
 网址: www.whotc.cn
 电邮: zhou10000@hotmail.com

预定线路

4天行程
 费用 ¥ 580.00
 同程会员价 ¥ 0.00
 交通: 往: 汽车 返: 汽车
 预订这条线路 我要留言

出发线路

发团周期	价格	有效期间
天天发团	¥ 580.00	2007-12-18 到 2007-12-31

最后更新于: 2007-12-18 15:22:57

费用包括

交通: 往返空调旅游车、等船船舱
 门票: 以上所列景点首道大门票(自理除外)
 住宿: 二星或同级别单间(含卫、热水、空调、电视)、等船船舱
 导游: 优秀导游服务
 保险: 旅行社责任险、旅游个人意外险

费用不包括

用餐: 散客不含餐

注意事项

备注

最近增加的线路

- 长江三峡四日游
- 三峡一日游
- 巫山一日游
- 武隆山一日游
- 桂林精华双卧五日游

图 1-1-4 浏览旅游信息

出行人数: 1

出发时间: 2007-12-20

联系人信息

姓名: 123 67118

手机: _____

电子邮箱: 123@123qwe.com

图 1-1-5 下订单

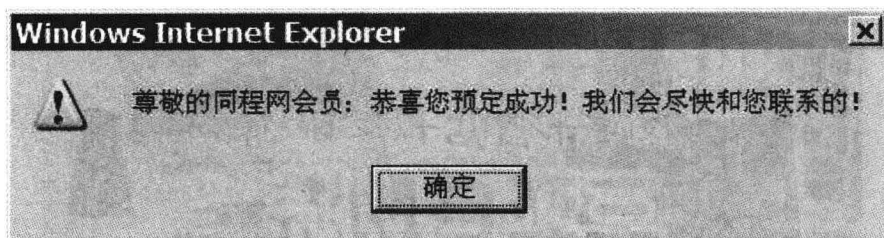


图 1—1—6 订单确认

产品的网上前期推介和售后服务；利用互联网开展旅游市场调查分析、财务核算等多种旅游活动内容。旅游电子商务是基于信息网络技术的信息流程与商务运作程序的结合，其特点见表 1—1—1。

表 1—1—1

旅游电子商务的特点

特点	说明
普遍性	旅游电子商务作为一种新型的旅游交易方式，将涵盖旅游业六大要素的各旅游企业与消费者组成了一个数字化信息交换平台，让旅游产品的销售和提供不再是跨领域、跨部门的难题
方便性	在旅游电子商务环境中，旅游消费者不再受地域的限制，能以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的旅游商务活动，如旅游网络支付能够全天候地为旅游消费者服务，而旅游信息管理系统则可以为潜在旅游消费者随时提供旅游信息查询，同时它还能使旅游企业的服务质量与服务速度大为提高
整体性	旅游电子商务能够规范事务处理的工作流程，将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体，这样不仅能提高人力和物力的利用，也可以提高整个旅游电子商务系统的运行严密性
安全性	在旅游电子商务活动中，交易的安全性是一个至关重要的核心问题。旅游电子商务能够利用互联网提供端到端的安全解决方案，如利用加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙、防病毒保护等手段来保护旅游消费者的交易安全，这与传统的旅游商务活动有着很大的不同
协调性	旅游商务活动本身是一种协调过程，它需要旅游者与旅游生产商、旅游批发商和旅游零售商之间进行协调，而在旅游电子商务环境中，它更要求银行、网络部门、通信服务等多个部门的通力协作

三、常见旅游电子商务的功能

旅游电子商务可提供标准的全程旅游服务，它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、意见征询等功能。

1. 广告宣传

旅游电子商务可借助互联网发布各类旅游广告信息，不仅潜在旅游消费者可以利用旅游专业搜索引擎迅速找到所需的信息，而且旅游商家还可利用主页（Home Page）和电子邮件（E-mail）等互联网工具，在全球范围进行旅游产品广告宣传，与以往各类传统广告相比其广告成本极为低廉，而给顾客的信息量和自由度却最大，图 1—1—7 所示为两个出现在旅游网站上的图片广告。



图 1—1—7 旅游广告

2. 咨询洽谈

旅游电子商务可借助非实时的电子邮件 (E-mail)、新闻组 (News Group) 和实时的网络聊天 (Chat) 来了解旅游市场和商品信息, 洽谈交易事务。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制, 提供多种方便的异地交谈形式, 如图 1—1—8 所示为某旅游网站提供的在线客服功能。

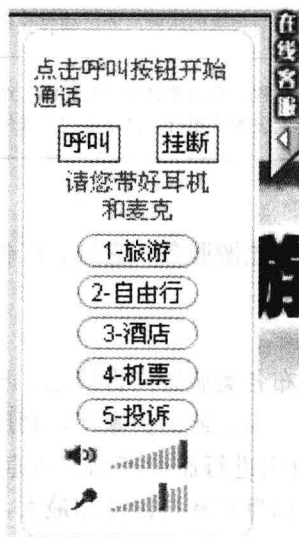


图 1—1—8 在线客服

3. 网上订购

旅游电子商务可以借助多种互联网信息传递方式来相互传送商务信息,从而实现旅游产品的网上订购。旅游产品的网上订购通常都是在旅游产品网页上进行的,首先它会提供一个十分友好的订购提示信息和订购交互格式框,然后当客户填完订购单后,系统会回复确认信息单来保证订购信息的收悉,最后再由后台服务器进行集中处理并完成订购过程,例如前面讲到的利用同程网订购旅游产品。旅游网上订购过程中的各种信息因为采用了多种加密格式,因而旅游消费者和旅游企业的个人与商业信息都不会被泄露。

4. 网上支付

旅游电子商务是一个完整的交易过程,而旅游网上支付是其中的一个重要环节。旅游消费者和旅游企业之间可以采用信用卡、第三方支付平台等方式进行安全高效的旅游网上支付活动,如图 1—1—9 所示。采用旅游网上支付的方法可以缩减很多中间交易环节,节省许多交易成本,但是,旅游网上支付也需要更为可靠的网络信息安全传输系统,从而防止网络诈骗、键盘窃听、冒用他人用户名等非法行为。

本次交易额 **2294.00** 元将直接支付给 pay@96123.com. (此功能不同于支付宝担保付款)

您购买的是: 200711182234
现在购物还可以获得支付宝积分

此商家已加入 支付宝信任商家。

使用支付宝余额付款 使用网上银行付款 “支付宝卡通”付款 使用邮政“网汇e”

应付总价:
2294.00 元

请输入您的支付宝账户:

请输入支付宝账户的支付密码: 找回密码

支付宝版权所有 2004-2007 ALIPAY.COM

图 1—1—9 旅游产品在线支付页面

5. 电子账户

旅游产品的网上预订和网上支付需要有互联网电子认证身份系统和电子金融系统来支持,其中电子账户是两者的基本组成部分(见图 1—1—10)。通过个人电子账户和银行账号的唯一性关联,银行就可以为旅游消费者和旅游企业之间提供安全、可信的电子金融服务。

此外,为了保证旅游网上交易的可信度,还要配以必要的技术措施来保证,如数字证书、数字签名等网络加密技术手段。

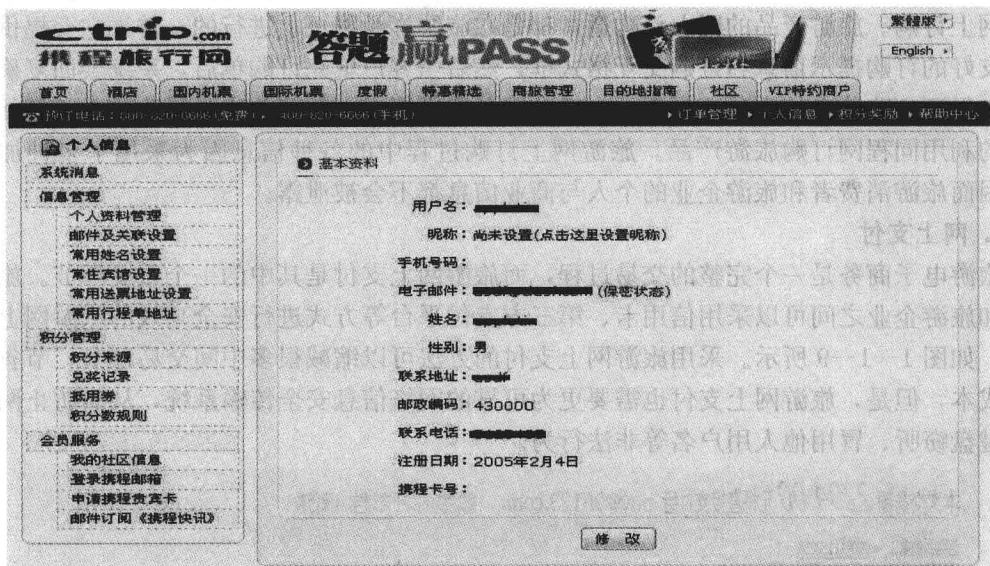


图 1—1—10 旅游电子账户页面

6. 意见征询

旅游电子商务能十分方便地运用意见征询网页上的“选择”与“填空”等方式来收集旅游消费者对旅游产品的反馈意见。这样使旅游企业的市场运营能形成一个回路,旅游消费者的反馈意见不仅能及时通过互联网得到响应,提高旅游企业在消费者心目中的地位,而且还能提高旅游产品售后服务的水平,更能让旅游企业获得更多改进旅游产品、发现市场的机会。

四、旅游业电子商务网站的类型

经过多年的实践和积累,我国已经拥有了一套初具雏形的旅游电子商务体系,这个旅游电子商务体系涉及食、宿、行、游、购、娱等多方面的网上旅游商务服务。按照不同的侧重点可以将它们分为以下六种类型。

1. 直供型旅游电子商务网站

它是由旅游产品(服务)的直接供应商自己构建的旅游电子商务网站。如“北京中国国际旅行社网站”等就属于此类型。

2. 中介型旅游电子商务网站

中介型旅游电子商务网站由旅游中介服务提供商(即在线预订服务代理商)所建。大致又可分为两类,一类由传统的旅行社所建的网站,如“云南丽江南方之旅”“休闲中华”分别由丽江南方旅行社有限责任公司和广东省口岸旅行社推出;另一类是综合性旅游网站,如“中国旅游资讯网”“携程旅行网”等,它们一般有风险投资背景,以其良好的个性服务和强大的交互功能抢占网上旅游市场份额。

3. 地方型旅游电子商务网站

地方型旅游电子商务网站主要以介绍本地旅游风光和经营本地旅游服务产品为主,如

“金陵旅游专线”“广西华光旅游网”等。

4. 行政管理型旅游电子商务网站

行政管理型旅游电子商务网站是属于拥有政府或行业管理背景类网站,网站运营的主要目的是为了整体调控稳定旅游市场,如隶属于中国航空信息中心并依托于 GDS (Global Distribution System) 系统,以机票预订为主要服务内容的“信天游”网站。

5. 信息型旅游电子商务网站

信息型旅游电子商务网站为旅游潜在消费者提供大量丰富并专业的旅游信息资源,有时也提供少量的旅游预订中介服务,如“中华旅游报价网”等。

6. 门户型旅游电子商务网站

在我国各大门户网站中,几乎所有的网站都不同程度地涉及了旅游内容,如新浪网生活空间的旅游频道、搜狐和网易的旅游栏目等,显示出网上旅游的巨大生命力和市场空间。

从服务层面看,上述旅游网站的服务功能可以概括为以下三个方面:

➤ 旅游信息的汇集、传播、检索和导航功能。这些旅游信息一般都涉及景点、饭店、交通旅游线路等的介绍,旅游常识,旅游注意事项,旅游新闻,货币兑换,旅游目的地天气、环境、人文等信息以及旅游观感等。

➤ 旅游产品的在线销售功能。旅游电子商务网站为旅游消费者提供了购买旅游产品及其相关产品的选购平台和相关服务,比如旅游产品的优惠与折扣、航空和游船的票务服务、汽车租赁服务等。

➤ 个性化定制服务功能。从旅游电子商务网站上预订车票,预订酒店,查阅电子地图并在旅游电子商务网站的帮助下实现一系列观光购物活动,这种以自订行程、自助价格为主要特征的网络旅游在不久的将来会成为国人旅游的主导方式。因此,提供个性化定制服务已成为当今旅游电子商务网站,特别是在线预定服务网站必备的功能之一。

五、两种旅游交易模式的比较

采用传统的旅游产品购买方式,需要经历图 1—1—1a 所示的六个步骤。其优点是符合普通人的购买习惯;能够进行真正意义上的面对面交流,购买过程人性化;在购买过程中可以随时询问关于行程的任何问题。其缺点是一家旅行社的旅游产品本身或产品组合不丰富,不能对旅游潜在消费者产生足够吸引力;旅游产品交易过程较为复杂,需要旅游消费者多次前往现场进行旅游活动的预订、支付活动。

而采用电子商务的购买方式,其优点是足不出户就可以获得大量的旅游信息;旅游产品选择范围多,旅游价格折扣幅度大;旅游产品可以实现网上支付,不需要跑银行、拿票证;选择旅游产品的时间灵活自由,而且效率高。其缺点是需要有电子计算机设备和互联网接入,交易过程的人性化服务程度还需提高。

与传统的旅游交易模式相比,旅游电子商务交易模式是对旅游生产者经营方式和旅游消费者思维模式的变革,其优势不仅表现在提高旅游业经济效益和管理效率上,也表现为能全面改变人们传统的生活和工作方式,从而推动社会发展。仅从经济的角度讲,旅游电子商务表现出明显扩大旅游市场规模、拉近旅游交易各方空间距离、减少旅游交易中间环节、加快旅游交易速度、降低旅游交易成本等诸多优势。



知识链接

旅游电子商务的交易模式

旅游电子商务的交易模式可以分为 B2B 旅游电子商务交易模式、B2C 旅游电子商务交易模式等。

B2B (Business to Business) 旅游电子商务交易模式指旅游商家之间的电子商务交易, 这种交易模式主要包括旅游电子信息公开、旅游网上谈判、旅游商品交易三个部分。旅游电子信息公开采用了网络信息检索方式向各旅游企业发布相关信息; 网上谈判一般采用网络可视电话和网络安全数据传输相结合的方式, 一旦签订旅游合同就可以进入旅游产品交易阶段, 旅游产品交易双方只需将交易信息传递到银行系统后就可以进行相关交易了。目前, “同程网” 就是典型的采用这一模式的网站。

B2C (Business to Consumer) 旅游电子商务交易模式指旅游商家与旅游消费者之间的电子商务交易, 这种交易模式可以让旅游者足不出户就能通过网站获得各种旅游信息和服务。B2C 电子商务模式首先要建立一个虚拟的旅客接待室——B2C 旅游电子商务网站主页。进入这个主页的旅游潜在消费者分为两类, 分别是普通的浏览者和已经注册的会员, 如果是经过服务器的认证和授权的会员在网站进行预订和消费, 那么其将能够享受到网站提供各种优惠和折扣。当旅游消费者使用主页中的各种资源, 最终确定购买自己中意的旅游产品之后, 旅游电子商务网站就先把订货信息通过网络发送到旅游公司, 然后接到预定信息的旅游公司将旅游消费者和旅游商品的相关信息发送到银行认证中心进行认证并登记, 最后再由旅游公司将各种票据和凭证送到旅游消费者手中, 同时通过旅游网上支付系统获得旅游消费者支付的款项。由于旅游产品具有无形性和不可储藏的特点, 其生产和销售的过程是在服务的过程中实现的, 因此旅游电子商务不需要目前复杂的物流配送环节, 此外交通票据的配送可以通过集中发送的方式解决。

影响我国旅游电子商务发展的障碍性因素

1. 消费习惯不符合

对于多数国人而言, 传统的旅游消费方式已经形成一种习惯, 人们习惯于面对面的讨价还价或面对实物进行商品的挑选。这种思维和行为方式的惯性使人们在短时间内很难适应以电子货币、电子机票为交换媒介的旅游电子商务模式。

2. 支付手段不健全

旅游网上支付是旅游电子商务的核心商务活动, 但如果缺乏网络银行提供安全有效的网上支付系统, 旅游电子商务就难以得到顺利的发展。由于现阶段我国的网上电子支付手段还不是十分完善, 商业银行的全国跨行联网机制尚未建立起来, 旅游网上支付只能主要依靠第三方支付平台进行。

3. 旅游信息量偏少

我国现阶段的一些旅游电子商务网站存在信息匮乏、与传统旅游业脱节、旅游信息更新

不及时、不能与市场紧密结合等问题。此外,网上旅游服务项目少也是我国现存旅游电子商务网站的一个软肋,大多数旅游网站为散客提供的服务多为订票和订房服务,而较少涉及旅游线路的设计、自助旅游安排等项目,不能满足消费者“个性化旅游”需求。

4. 网络设施有待完善

我国现有互联网基础设施同发达国家相比还有待完善,数据的传输能力相对旅游电子商务活动的预期水平还有很大的差距。比如,潜在旅游消费者在浏览大型的图片 and 摄影剪辑的时候,由于网络带宽的限制导致其播放速度十分缓慢。而旅行社、饭店、旅游景区的精美演示往往是广告信息的重头戏,失去了精美画面的网页既毫无特色可言,也更谈不上吸引潜在旅游者了。而且,如果一位潜在旅游者在首次登录网站没有获得满意的信息和刺激,那么其很可能不会再次浏览这个网站了,旅游电子商务企业也就失去了众多的潜在消费者。由此可见,落后的网络设施是严重阻碍我国旅游业电子商务发展的因素之一。

? 思考与练习

1. 简述传统旅游商务与旅游电子商务的区别。
2. 简述旅游电子商务的概念、特点及功能。
3. 登录携程网、同程网等网站,尝试完成旅游线路产品的订购。

任务2 旅游电子商务的信息技术基础

学习情景导入

在了解旅游电子商务基本知识后,还应该了解互联网的基础知识和掌握相关软件的使用方法,它们是进行旅游电子商务工作的基础。本任务要求学生能够掌握浏览器、搜索引擎、即时通信工具的使用方法。

相关知识

一、信息技术基础

1. 计算机网络

计算机网络是指将分布在不同的地理位置上的具有独立工作能力的计算机、终端及其附属设备用通信设备和通信线路连接起来,再配有网络软件以实现计算机资源共享和信息传递的系统。

2. 因特网(Internet)

因特网(Internet)是由许多小的网络(子网)互连而成的一个逻辑网,每个子网中连