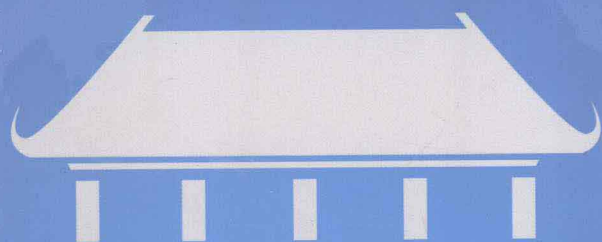


21 世纪大学旅游教材

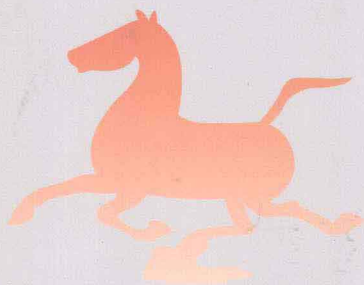
沈祖祥 主编



LUYOU DIANZI
SHANGWU

旅游电子商务

邱洁威 编著

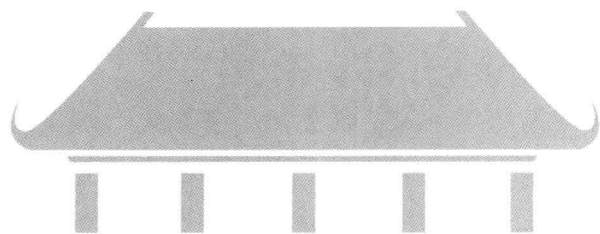


海峡出版发行集团
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

福建人民出版社
FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

21 世纪大学旅游教材

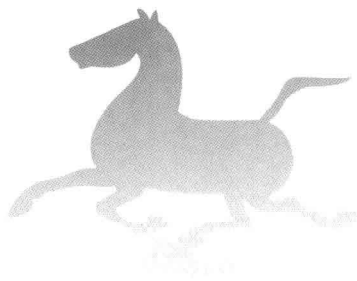
沈祖祥 主编



LUYOU DIANZI
SHANGWU

旅游电子商务

常州大学图书馆
邱清威 编著
藏书



海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游电子商务/邱洁威编著. —福州: 福建人民出版社, 2010. 6

21 世纪大学旅游教材

ISBN 978-7-211-06195-2

I. ①旅... II. ①邱... III. ①旅游业—电子商务—高等学校—教材
IV. ①F590. 6—39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 171135 号

旅游电子商务

LUYOU DIANZI SHANGWU

编 著: 邱洁威

责任编辑: 史霄鸿

出版发行: 海峡出版发行集团

福建人民出版社

电 话: 0591—87533169 (发行部)

网 址: <http://www.fjpph.com>

电子邮箱: 211@fjpph.com

地 址: 福州市东水路 76 号

邮政编码: 350001

经 销: 福建新华发行 (集团) 有限责任公司

印 刷: 福州凯达印务有限公司

地 址: 福州市工业路祥坂台西科技园三区 2 号楼 邮政编码: 350002

开 本: 730 毫米×990 毫米 1/16

印 张: 22

插 页: 2

字 数: 377 千字

版 次: 2010 年 6 月第 1 版

印 次: 2010 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 1—2000

书 号: ISBN 978-7-211-06195-2

定 价: 35.00 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换

版权所有, 翻印必究

“21 世纪大学旅游教材”编辑委员会

主 任：俞金树

主 编：沈祖祥

委 员：（以姓氏拼音字母为序）

巴兆祥	陈建勤	陈宗海	储九志	董观志	郭英之
何海勤	后智钢	李 萌	林 彬	刘亚忠	楼嘉军
罗兹柏	吴 本	吴国清	沈祖祥	史霄鸿	魏向东
肖江南	徐德宽	俞金树	袁书琪	张 帆	张 捷
张 璟	张文建	章尚正	周作明		

总 序

沈祖祥

改革开放三十年来，中国旅游业一路高歌，取得了举世瞩目的成就，步入持续发展的快车道。与之相伴随的是，中国的旅游教材也从孕育到繁荣，不仅门类齐全，而且成果丰硕。但是当用“特色”和“水平”这两个坐标体系来衡量定位时，我们不得不坦承，中国旅游教材总体仍处于“摸着石头过河”的初始阶段，大多属于“简单累积”，存在很多问题。目前，教材技术标准好像很完善，编制也很容易，但本质的、决定教材发展的不是教材编写规则，而是旅游发展自身，或者说是社会需求。由于旅游发展总是充满着不确定性，没有太多的规范和标准可以依据，因此，旅游教材的编写，面临着诸多的难题和困惑。

难题之一：中国的旅游学术研究与旅游教材编写大体上同步。总体来说，中国的旅游学术研究理论性不强，深度不够，学术水平不高，这就使得中国的旅游教材编写缺乏应有的厚实基础，许多理论问题本身还在不断探索和形成之中。

难题之二：旅游涉及多学科多领域的知识，既要求有较深厚的学术功底、广博的历史文化知识，同时又要求有旅游学、经济学等相关学科的理论知识融入其中，这对于作者的综合学术素养是极大的考验。

难题之三：编教材易，写教材难。教材不同于学术著作，不能仅仅是阐述理论和观点，成一家之言，更不能天马行空，有感就发。教材有教材的特点和要求，编写一套特色鲜明的、适合学生学习的旅游教材实为不易。

困惑则主要表现在以下三个方面：

- (1) 旅游教材要不要创新，能不能创新，如何创新？
- (2) 旅游教材编写要不要一定的理论体系、理论水平和学术高度？
- (3) 旅游教材到底是旅游各学科的知识构建，还是整体学科构建？

面对上述这些问题和困惑，我们对“21 世纪大学旅游教材”整套丛书的规划控制和体系做了以下思考：

首先是对丛书定位做了方方面面的研讨：目前国内有哪几种不同类型和层次的旅游院校或旅游专业？学生各有哪些特点和需求？不同类型和层次的旅游院校是否需要编制不同的旅游教材？不同类型的旅游教材是否存在共同点？它们之间的差异有哪些？核心差异是什么？怎样的旅游教材比较适合我国当前的现状和实际？旅游教材如何体现学术深度和理论高度？怎样的旅游教材模块更适合未来发展的要求？现有各种旅游教材改进的方向在哪里？什么样的旅游教材可以称得上是一套好教材？我们在深入调查和分析、评价的基础上，对这些问题进行多方思考和比较后，对本系列教材明确做出了以高校本科旅游管理专业为主要对象的定位选择。

其次是对教材组成体系有的放矢，做了“精益求精”的调整。在原先“大学旅游教材”这套书的基础上，一方面继续发扬光大和强化“文化”优势与特色，另一方面，由点及线及面，不断强化教材选题的广度和亮点。

第三，对作者队伍进行了重组和扩容，多学科、多学校、多专业整合作者队伍，以期使本教材有更广泛和坚实的“基石”。

通过对教材规划控制体系的构建，我们着力从以下两个方面去着手解决上述的难题和困惑。

一是努力体现“教材特征”，二是努力体现“学术水平”。

努力体现教材特征，是本教材系列的中心思想、突出特色和努力方向。本教材系列明确于教材定位，并且将最大限度地按照教材的要求构建框架体系。

本教材系列的教材特征具体从以下六个方面体现：

(1) 注重信息量。本教材系列有计划、有目的、有系统地收集、记录、整理、分析和总结各相关学科的各种信息，以尽可能减少和规避因旅游基础知识相对不足给学生带来的学习困难。

(2) 注重知识面。本教材系列注重将旅游作为一种知识节点进行学习、传播和推广。

(3) 注重思考力。本教材系列在立足于传递信息和传播知识的基础上，特别注重学生独立思考能力的培养，而不是死读书、读死书式的灌输。

(4) 注重方法论。旅游课学习归根结底是方法的学习，而不全是知识和理论的学习。本教材立论的核心在于提供一个观察、了解和研判旅游各相关学科事象的方法。

(5) 注重整体性。系统性和完整性是本教材系列的又一显著特征，不仅注重旅游作为一种知识和理论的完整性和系统性，而且还特别注重旅游作为一门学科以及作为一个独立的系统的完整性和系统性。

(6) 注重案例法。在具体的体例中,我们采用了一部分综合性的案例,试图找到规范学习与启发引导的理想结合点。

没有规矩不成方圆,但是,如果为了规矩而使教材变得没有学术价值或降低学术价值,那是对规矩的曲解和误解。我们按照教学发展规律和学生对象特征,制定出主要是基于掌握和理解的控制图则,为教师和学生留下了相当的余地,但某些基础性知识节点却又很具体、带有强制性。在我们的观念中,这可能更是一种“底线”。

中国的旅游教材编写和出版再也不能“摸着石头过河”,是到了该总结、该提升的时候了。为我国旅游业的腾飞,为中国旅游教育的发展,编写有特色的、适合我国旅游院校学生学习的好教材,是我们的努力方向。为此,我们这些参与“21 世纪大学旅游教材”编写的作者,愿担负起一名教师、一个作者应尽的一点义务和责任。同时,我们愿与全国各旅游院校的同仁加强交流、学习与合作,共同努力。我们期待着更多高质量的大学旅游教材面世。

2010 年 5 月

前 言

在所有产业中，旅游业被公认为是对互联网敏感度最强的产业之一。20世纪90年代以来，信息技术和互联网的飞速发展对传统旅游业产生了深刻影响，当前，世界旅游发达国家在资源整合、设施建设、项目开发、市场开拓、企业管理、营销模式、咨询服务、电子交易等领域已广泛应用信息技术，从而引发了旅游发展战略、经营理念和产业格局的创新，从产业链上根本改变了旅游产业的发展方式。而当前我国的旅游业也迈入了产业转型升级的转折期。2007年，中国国家旅游局副局长杜江在全国旅游信息化工作会议上指出：“在我国由旅游大国向旅游强国迈进的过程中，在促进旅游业成为国民经济的重要产业的过程中，旅游信息化已经成为重要的发展手段，这是我国旅游业发展的战略要求，也是我国旅游业与国际接轨、参与国际竞争的需要。”可以说，在旅游信息化和旅游电子商务的推动下，全球电子旅游时代业已来临。

从2003年国内第一部系统探讨旅游电子商务的专著——《旅游电子商务理论与实务》出版面世，已走过七个春秋。这七年里，旅游电子商务服务于旅游业各领域的创新，在全球网络经济浪潮的拉动下，继续着快速前进的步伐：更多的旅游企业越来越依赖互联网生存并参与市场角逐，更多数量及创新商业模式的专业旅游电子商务平台诞生，更多的信息技术被应用到旅游电子商务实践，更多的旅游者借助Internet完成他们的旅游决策，并得以与全球的网友们分享着各自的旅游心路历程……与此同时，成千上万的在线旅游企业每天又在经历着此消彼长的残酷更迭。也正因为如此，旅游电子商务才会在痛并快乐中茁壮成长，并成为现代旅游产业迈向未来的有力支撑。

七年来，旅游电子商务日益受到国内学界的关注，理论研究的内容和方法在广度和深度上都有所发展，旅游电子商务教材也相继面世。同时，旅游电子商务作为一门新课程，逐渐走入了高等院校的课堂。本书的编写目的是尝试性地向读者展示认识旅游电子商务系统性的一种方法、一个角度，力图借此拓宽

旅游电子商务的研究领域,为今后对旅游电子商务的深入、全面和系统的研究抛砖引玉。

本书的内容框架逻辑是:首先梳理现代旅游产业与电子商务的关系,阐述电子商务对现代旅游产业优化的重要作用。在界定旅游电子商务的概念、特征、功能的基础上,尝试架构一个完整的旅游电子商务系统。对旅游电子商务系统进行解构,以应用系统和保障系统为两条主线,分别详细阐释两个子系统如何开展电子商务实践。最后,选取具体案例,分析和总结旅游电子商务如何在实践中发展壮大。

本书的特点是框架结构简明、清晰,且有大量的学界和业界最新资料作支撑,不仅适用于高等院校旅游管理专业及相近专业的本科学生学习使用,还适用于旅游业界管理人员的培训和旅游高职院校的学生使用。

全书由邱洁威设计框架、确定大纲,各章的编写者如下:第一、二、三章邱洁威、张跃华;第四、五章查爱苹;第六章邱洁威、查爱苹;第七、八、九章邱洁威、张跃华;第十、十一章:邱洁威、吕梁;案例部分邱洁威、薛康。全书由邱洁威统稿。

不可否认的是,今天国内理论界对旅游电子商务的研究尚在蹒跚学步中,小到基本概念的阐释,大到旅游电子商务研究框架体系的构建,依然含混不清。在本书的编写过程中,我们深深体会到,仅靠旅游学科的知识无法支撑起对旅游电子商务的系统研究,需要借助大量其他学科的理论知识和研究方法。由于笔者初涉旅游电子商务领域研究,加之才疏学浅,书中“编”的内容占了较大比重。书中也尝试对一些新课题作了探索,但受教材体例所限,只能浅尝辄止。在今后的研究中,我们将继续深入探究,同时也期望理论界的同仁和业界的朋友批评指正,不吝赐教。让我们共同为旅游学科的新兴研究领域——旅游电子商务的健康成长尽一份绵薄之力!

邱洁威

2010年5月

目 录

第一编 旅游电子商务基础理论

第一章 电子商务概述	(3)
第一节 电子商务的基本概念	(4)
一、电子商务的起源与发展	(5)
二、电子商务的概念	(8)
第二节 透视电子商务	(14)
一、网络应用环境和结构层次	(14)
二、电子商务的分类	(17)
三、电子商务的特点与功能	(19)
第三节 电子商务对社会经济的影响及发展趋势	(22)
一、电子商务对社会经济的影响	(23)
二、电子商务的发展趋势	(26)
第二章 电子商务与现代旅游业	(30)
第一节 信息技术对现代旅游业的影响	(30)
一、信息与信息技术	(31)
二、信息与现代旅游业的关系	(32)
三、信息技术对现代旅游业的影响	(34)
第二节 电子商务与旅游产业优化	(41)
一、旅游产业价值链的重组与优化	(41)
二、旅游市场结构的演变	(47)
三、电子商务与旅游企业组织结构的变革	(51)

第三章 旅游电子商务基础理论	(59)
第一节 旅游电子商务概述	(60)
一、对旅游电子商务的认识和理解	(60)
二、旅游电子商务的定义及内涵	(63)
三、旅游电子商务的特点和功能	(64)
四、旅游电子商务系统的构成	(67)
第二节 旅游电子商务交易模式	(72)
一、B2C	(72)
二、B2B	(73)
三、C2B	(74)
四、C2C	(75)
第三节 旅游电子商务的发展现状及前景	(75)
一、旅游电子商务的发展历程	(75)
二、国际旅游电子商务的发展概况	(79)
三、国内旅游电子商务的发展状况及前景	(85)

第二编 旅游电子商务应用系统

第四章 旅行社电子商务	(99)
第一节 电子商务时代传统旅行社的生存	(100)
一、电子商务的发展对传统旅行社的冲击	(100)
二、传统旅行社存在的必然性	(102)
第二节 传统旅行社的战略转型	(107)
一、电子商务对于传统旅行社的应用价值	(107)
二、传统旅行社战略转型方向	(108)
三、传统旅行社的发展策略	(111)
第三节 旅行社电子商务系统	(114)
一、基于 Intranet 的旅行社内部管理平台	(114)
二、基于 Extranet 的旅行社对外联盟平台	(117)
三、基于 Internet 的旅行社全球开放平台	(119)
第五章 酒店业电子商务	(124)
第一节 电子商务对酒店业的作用	(124)
第二节 酒店电子商务系统	(128)

一、酒店电子商务系统构建目标·····	(128)
二、酒店电子商务系统的结构组成·····	(129)
三、酒店推行电子商务的阶段划分·····	(135)
第三节 酒店网络营销·····	(136)
一、酒店网络营销概述·····	(136)
二、酒店网络营销的途径·····	(137)
三、酒店网络营销的方法和过程·····	(140)
四、酒店网络营销策略·····	(141)
第六章 航空公司电子商务与全球分销系统·····	(146)
第一节 信息技术对航空公司的影响·····	(147)
第二节 航空公司电子商务策略·····	(149)
一、航空公司电子商务的内涵·····	(150)
二、构建航空公司电子商务平台·····	(151)
三、航空公司网络营销·····	(157)
四、电子客票·····	(160)
五、航空公司客户关系管理·····	(163)
第三节 全球分销系统·····	(166)
一、概述·····	(167)
二、GDS 的发展历程·····	(168)
三、GDS 发展趋势·····	(172)
第七章 旅游景区电子商务·····	(176)
第一节 信息技术在旅游景区的应用·····	(176)
第二节 旅游景区电子商务策略·····	(181)
一、建设旅游景区网站·····	(183)
二、旅游景区网络营销·····	(186)
三、旅游景区客户关系管理·····	(190)
四、旅游景区场地设施的信息化·····	(193)
第八章 旅游电子商务与旅游者·····	(200)
第一节 互联网背景下的旅游者·····	(201)
一、全球网民发展概况·····	(201)
二、全球网上旅行预订市场发展情况·····	(204)
三、互联网背景下的旅游者类型·····	(206)
四、互联网背景下的旅游者特征·····	(210)

第二节 互联网及电子商务对旅游者的影响·····	(213)
一、直接影响·····	(213)
二、间接影响·····	(215)
第三节 电子商务条件下的旅游者购买决策过程·····	(218)
一、影响购买决策的因素·····	(219)
二、旅游购买决策过程·····	(222)

第三编 旅游电子商务保障系统

第九章 旅游电子商务服务商·····	(231)
第一节 旅游电子商务服务商·····	(231)
一、概念·····	(231)
二、旅游电子商务服务商的类型·····	(232)
第二节 在线旅游服务提供商·····	(241)
一、在线旅游服务提供商的特点和作用·····	(241)
二、在线旅游服务提供商的服务内容·····	(244)
三、在线旅游服务提供商的发展趋势·····	(246)
第十章 旅游信息化及旅游信息化组织·····	(254)
第一节 旅游信息化·····	(255)
一、信息化和旅游信息化·····	(255)
二、旅游产业信息化·····	(257)
三、旅游目的地信息化·····	(261)
四、旅游企业信息化·····	(270)
第二节 旅游信息化组织·····	(275)
一、旅游信息化组织概述·····	(275)
二、国内外主要的旅游信息化组织·····	(276)
第十一章 旅游电子支付·····	(282)
第一节 电子支付概述·····	(282)
一、概念·····	(283)
二、电子支付的产生与发展·····	(283)
三、电子支付的特点和分类·····	(287)
四、电子支付方式和支付系统·····	(289)
第二节 网上支付·····	(291)

后 记..... (335)

第一编

旅游电子商务基础理论



电子商务概述

学习目的

- 掌握电子商务的基本概念及内涵
- 了解电子商务的起源及发展历程
- 熟悉电子商务的网络应用环境、结构、层次
- 掌握电子商务的分类、特点、功能、应用领域
- 了解电子商务对社会经济的影响
- 把握电子商务的发展趋势

核心内容提示

本章对电子商务的一些最基本理论进行梳理：首先，介绍了电子商务的起源与发展历程，并由电子商务的简单概念入手，分析了不同机构和研究者从不同角度对电子商务概念的理解。之后从网络应用环境、结构、层次、分类、特点、功能、应用领域等多角度分析电子商务，阐述电子商务对当今社会经济的影响。最后，就未来电子商务的发展趋势进行了探讨。

电子信息技术的应用和商务活动发展的需要相结合，产生了电子商务。随着电子信息网络的发明和应用，尤其是随着 Internet^① 的商业化应用，现代电子商务得到发展并在全球迅速推广。它直接作用于商贸流通领域，间接作用于生产、消费和社会经济的方方面面，以电子商务为标志的新经济时代已经来临，它必将以崭新的方式深刻地影响人类的生存和发展，成为潜在的全球

^① Internet 在中文文献中常被译为“互联网”或“因特网”，把这两个词当作同义词使用。本书作者认为，大写的“Internet”和小写的“internet”所指对象是有区别的。小写的“internet”指“互联网”，泛指由计算机网络（包括局域网、城域网、广域网等）组成的网络，其基本组成单元是网络，可以将互联网称为“连接网络的网络”。而大写的“Internet”指“因特网”，特指由 TCP/IP 协议构建的互联网，是互联网的一种。