

“互联网+”与文化发展研究系列丛书

# 互联网时代 旅游的新玩法

文化部“十三五”时期文化改革发展规划重大课题

朱敏 熊海峰 著

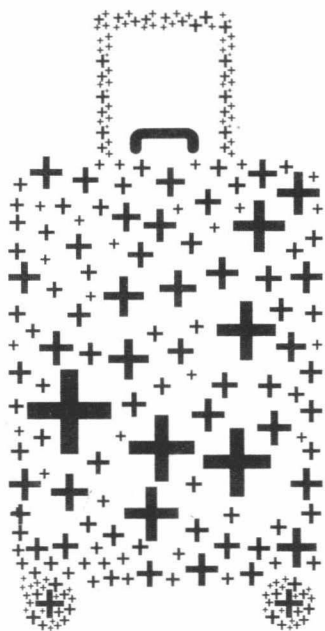


知识产权出版社

全国百佳图书出版单位



国家出版基金项目  
NATIONAL PUBLICATION FOUNDATION



“互联网+”与文化发展研究系列丛书

# 互联网时代 旅游的新玩法

文化部“十三五”时期文化改革发展规划重大课题

朱敏 熊海峰 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

互联网时代旅游的新玩法 / 朱敏, 熊海峰著. -- 北京: 知识产权出版社, 2016.1  
(“互联网+”与文化发展研究系列丛书 / 范周主编)

ISBN 978-7-5130-3920-8

I . ①互… II . ①朱… ②熊… III . ①互联网络-应用-旅游业发展-研究-中国  
IV . ① F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 275171 号

### 内容提要

在风起云涌的互联网时代,“互联网+”为旅游业带来了前所未有的发展契机,也让人性化、个性化、自由化的旅游服务成为可企及的现实。遽然进入一个斑斓多彩、充满无限可能的旅游新世界,在新的技术基础、新的消费人群、新的发展业态的面前,我们的旅游业该何去何从?该如何才能适应和引领这种新趋势?这正是本书关注的核心之所在。

责任编辑:田姝

责任出版:孙婷婷

## 互联网时代旅游的新玩法

HULIANWANG SHIDAI LVYOU DE XINWANFA

朱敏 熊海峰 著

---

出版发行: <b>知识产权出版社</b> 有限责任公司	网 址: <a href="http://www.ipph.cn">http://www.ipph.cn</a>
电 话: 010-82004826	<a href="http://www.laichushu.com">http://www.laichushu.com</a>
社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号	邮 编: 100088
责编电话: 010-82000860转8594	责编邮箱: <a href="mailto:tianshu@cnipr.com">tianshu@cnipr.com</a>
发行电话: 010-82000860转8101/8029	发行传真: 010-82000893/82003279
印 刷: 保定市中画美凯印刷有限公司	经 销: 各大网上书店、新华书店及相关书店
开 本: 720mm × 1000mm 1/16	印 张: 22
版 次: 2016年1月第1版	印 次: 2016年1月第1次印刷
字 数: 300千字	定 价: 45.00元

ISBN 978-7-5130-3920-8

---

版权专有 侵权必究  
如有印装质量问题,本社负责调换。

# 序 言

2015年3月,李克强总理在政府工作报告中提出了“互联网+”概念,意即利用互联网的技术和思维,提升实体经济的创新力和生产力,在新的领域创造一种新的生态。在这个概念里,互联网从传统的工具摇身一变,摆脱原有独立行业的概念,成为底层基础设施和重要的生产要素去和实体经济结合。这种结合又不是单纯的“A+B=AB”的关系,而是像科幻片中生物进化一样,互联网密切结合实体经济的每一个细胞然后发生质变,比如“互联网+商店=淘宝”,“互联网+出租车=滴滴打车”,“互联网+电话短信=微信”。这种渗透和变化绝对不是对原有产业的颠覆,而是对原有产业的换代升级,从而为所有的行业都带来了全新的机会。

在这场新的产业革命中,不得不提的就是“互联网+旅游”的故事。从2014年国家旅游局提出“智慧旅游年”的口号起,各类信息技术与旅游产业交相融合的探讨和实践就层出不穷。“互联网+”概念一提出来,更是拨动旅游产业全行业变革的神经,将互联网信息技术与旅游业全面结合推向了一个新的高潮。我们作为研究者一直在密切关注着这股强劲高潮的蓬勃发展,现在已经可以看出几个主要的趋势。

第一,新兴业态涌现,互联网技术和思维的融入为旅游领域的大众创

业、万众创新创造条件。新兴创业力量的诞生及其背后狂热的资本巨头，催生一大批新产品、新业态，创新、并购、跨界以及突然闯出的黑马都在改变着旅游市场的格局，成为推动发展的新经济增长点。

第二，跨产业融合，产业链条进一步拉长。旅游行业的链条很长，和社会经济的其他产业部门，比如农业、制造业等都有密切的联系。通过“互联网+”的概念，旅游业进一步延长产业链条，和其他行业密切携手，比如“旅游+互联网+农业”，形成在线旅游特色商品，比如“旅游+互联网+金融”，形成旅游发展网络融资平台等。未来，围绕旅游的上下游及平行企业的资源、要素和技术进一步整合，形成旅游业新的全域生态圈。

第三，旅游产业智慧化的全速推进。随着互联网技术的渗入，智慧旅游将逐步从理论走向实践。旅游业互联网基础设施的软硬件建设，包括智慧旅游城市、智慧旅游景区、智慧住宿、智慧旅游交通、智慧餐饮、智慧旅行社等旅游核心要素的智能化和互联网化改造，将创造万亿以上的市场需求。游客将在智慧旅游时代体验到前所未有的旅游体验，而旅游主管部门和旅游企业将依托智慧旅游服务管理平台及各智能信息终端，及时准确地掌握游客的旅游活动信息和企业的运营情况。

总之，“互联网+”将把整个旅游行业带入一种全新的境界。国家旅游局副局长吴文学表示，未来5年，“旅游+互联网”将创造3万亿元红利，成为新常态下扩内需、稳增长、促发展的新动力。

在这样的高度下，“互联网+旅游”怎么玩，需求红利、市场红利和增值红利如何被创造出来，各种解读、各种探索、各种预言，都在探究新政策导向利好下“互联网+旅游”的各个构面问题。

今年5月的一个下午，与好邻居中国传媒大学文化发展研究院的朱敏老师约在学校门口喝茶，聊起“互联网+旅游”图书写作的事宜。我立刻感觉邻居这个题目抓得非常好，既合时机又合痛点。拿到大纲一看，邻居不仅速度快，而且从国家层面、文化战略等更大角度来看“互联网+旅游”的问题，非常新颖，亮点颇多。我感觉成书之后一定大有嚼头，果然，几

个月后看到成稿，欣喜万分。

书中首先将“互联网+旅游”的概念进行了深层次的解读，提出网络—数据—共享生态圈的三重发展境界；然后笔锋一转从理论探讨到实践案例，系统性地梳理了现有的“互联网+旅游”的各种玩法，把供应商、渠道商、消费者与管理者四个板块的各种产业形态和企业案例详细地梳理了一遍，基于此深刻分析了“互联网+旅游”的症与解，为未来的“互联网+旅游”发展开出了自己的药方；最后，对“互联网+”时代旅游业的发展进行了充分的展望和预测。能在那么短的时间吃透政策、解读行业，把玩法介绍得通透，是目前阶段对新政策反应最为敏锐，总结最为具体翔实的一本好书，这也是我想把这本书推荐给广大读者的一个初衷。

中国传媒大学文化发展研究院的团队能够迅速对中央新的政策做出反应，从大产业大文化的角度去解读“互联网+旅游”政策，并且出了这么好的成果，本身就是跨产业研究的一个标志。随着旅游产业的链条进一步伸长与交叉产业的边界模糊化，未来将有更多的研究者从不同的角度和领域去探讨旅游业的发展，我们作为旅游领域的研究者也应该跳出专业的局限，多多向交叉行业的同行学习以及深度融入他们的观点去看待这个行业，从更好、更高的角度去理解这个行业。

再次感谢以朱敏老师为首的中国传媒大学文化发展研究院团队为我们创造了一个新的研究机会，也期望未来中国传媒大学和北京第二外国语学院不仅位置比邻，也在研究领域创造更多合作的机会。

北京第二外国语学院旅游管理学院旅游电子商务系主任

钟栋娜

2015年11月

# 目录

## 第一章 一场无法逃遁的旅游变革

引子：虽有智慧，不如乘势 /003

第一节 走进“互联网+”时代 /005

一、中国互联网 21 年：从量变到质变 /005

二、“互联网+”速度 /010

三、站在风口上的旅游 /012

第二节 互联网与旅游融合演进史 /017

一、演进的三大阶段 /017

二、演进的基本规律 /021

第三节 “互联网+”改变了旅游什么？ /024

一、“互联网+”三大特征 /024

二、互联网对旅游的改变 /026

三、旅游如何走出一条再造之路？ /033

## 第二章 “互联网 + 旅游” 的“新玩法”

引子：凡战者，以正合，以奇胜 /037

第一节 变化中的不变 /038

第二节 什么是“互联网 + 旅游” /040

一、“互联网 + 旅游”的内涵 /040

二、“互联网 + 旅游”的三重境界 /041

第三节 构筑旅游共享生态圈 /047

一、构建路径 /047

二、构建主体 /050

第四节 “互联网 + 旅游”四大法宝 /053

一、科技力 /053

二、文创力 /055

三、传播力 /056

四、极致力 /058

## 第三章 “互联网 + 旅游” 的全链探索

第一节 互联网 + 供应商 /063

一、吃——“互联网 +”时代的美食诱惑 /063

二、住——“不只是睡觉那么简单” /067

三、行——“一键通天下” /073

四、游——“一端走遍天下” /078

五、购——说买就买的“任性” /084

六、娱——“你不走过来，我就跨过去” /088

第二节 互联网 + 渠道商 /098

一、传统衍生型 /098

二、网络平台型 /109

三、网络原生型 /112



四、线上线下融合型 /127

### 第三节 “互联网+”时代的消费者：客从网上来 /140

一、UGC/140

二、众筹旅游 /152

三、私人定制 /157

### 第四节 “互联网+”时代的旅游管理 /162

一、智慧管理——让数据自己“说话” /162

二、政策调整 /163

## 第四章 “互联网+旅游”的“症”与“解”

### 第一节 “脆弱”的网络硬件 /175

一、撑不大的“网” /175

二、沉睡中的“金矿” /183

三、没有规矩，难成方圆 /185

四、对策：强本固基，夯实发展基石 /187

### 第二节 “失联”的数据孤岛 /193

一、断裂的数据链条 /194

二、内部的“孤岛” /197

三、外部的“失联” /199

四、对策：连接一切，共建共享 /202

### 第三节 线上线下的恩怨情仇 /212

一、“一元出游”的“必杀技” /214

二、“断供”变成“唯一技” /215

三、对策：相逢一笑泯恩仇 /216

### 第四节 难以消除的同质竞争 /220

一、千景一面、遍地开花 /221

二、线路简单、克隆任性 /222

三、“目录式”页面、满足率低 /223

四、对策：人无我有，人有我优，人优我变 /223

### 第五节 进退失据的旅游治理 /230

- 一、政府：传统体制、管理失效 /230
- 二、旅游企业：“自我蜕变”、路程遥远 /234
- 三、对策：一切都在流动着，一切都需变化着 /237

### 第六节 日益扩大的人才缺口 /247

- 一、导游的角色需转变 /247
- 二、管理者缺乏新素质 /248
- 三、新时代的创业者路在何方 /249
- 四、对策：多渠道缓解人才之急 /249

## 第五章 畅游未来：“互联网+旅游”展望

### 第一节 大数据技术下的智慧旅游 /257

- 一、智慧旅游 /257
- 二、智慧旅游模式的未来展望 /261

### 第二节 旅游生产新模式 /263

- 一、走进众智、众创、众筹 /263
- 二、网络社群驱动的旅游开发模式——旅游开发的小米模式 /265

### 第三节 大旅游时代：连接一切、跨界融合 /271

- 一、大旅游时代的特性 /272
- 二、大旅游时代的实施路径 /274

### 第四节 虚拟旅游：你的旅游与世界平行了吗？ /277

- 一、虚拟旅游的诞生 /278
- 二、虚拟旅游的应用前景 /280

### 第五节 决胜移动终端：LBS 崛起 /284

- 一、LBS 旅游服务模式的特征 /285
- 二、基于移动终端的 LBS 旅游服务模式 /286

### 第六节 “互联网+旅游”呼唤改变旅游世界的创业者 /289

## 第六章 国外在线旅游公司案例分享

### 第一节 在线旅游 C2B 商业模式的开创者——Priceline /295

一、发展历程 /296

二、发展模式 /297

三、中国业务 /302

### 第二节 全球最大的在线旅游公司——Expedia /304

一、发展历程 /304

二、发展模式 /305

三、中国业务 /309

### 第三节 打造旅游 O2O 生态系统——TripAdvisor /310

一、发展历程 /310

二、发展模式 /311

三、中国业务 /313

### 第四节 全球最大的假日房屋租赁在线服务提供商——HomeAway/315

一、发展历程 /315

二、发展模式 /316

三、中国业务 /318

### 第五节 全球最大的旅行租房社区——Airbnb /320

一、发展历程 /320

二、发展模式 /321

三、中国业务 /324

### 第六节 全球最值得信赖的在线旅游精选特惠推荐平台——Travelzoo/326

一、发展历程 /326

二、发展模式 /327

三、中国业务 /329

主要参考资料 /331

后 记 /339

## ● 第一章

# 一场无法逃遁的 旅游变革

《孙子兵法》有云：“故善战人之势，如转圆石于千仞之山者，势也。”孙中山先生也曾说：“天下大势，浩浩荡荡，顺之者昌，逆之者亡。”“势”就是趋势，就是潮流，就是今天所说的“风口”，乘势而为，方能随风上青云，演绎一段时代传奇。



## 引子：虽有智慧，不如乘势

《孙子兵法》有云：“故善战人之势，如转圆石于千仞之山者，势也。”孙中山先生也曾说：“天下大势，浩浩荡荡，顺之者昌，逆之者亡。”“势”就是趋势，就是潮流，就是今天所说的“风口”，乘势而为，方能随风上青云，演绎一段时代传奇。

跨入新世纪，科学技术的发展日新月异。新一代互联网信息、纳米、量子计算机、3D 打印机、智能机器人、基因科学等颠覆性技术发展势头迅猛，正在改变着我们曾经熟悉的世界和固有的思维方式。而其中最突出的大势，无疑是互联网。恰如农业时代的畜力，工业时代的电力一样，互联网正成为“改变世界的底层物质技术结构”，<sup>1</sup>将人类带入了一个陌生而又充满无限可能的信息时代。《失控》一书的作者凯文·凯利曾感叹：“互联网的历史才 5000 天，已经带来了巨大的变化；未来的 5000 天会发生什么，谁都难以预料。唯一可以肯定的是，互联网带来的改变才刚刚开始，我们才刚刚上路。”<sup>2</sup>

在这个从传统社会走向全面信息社会的大变革时代，一些曾经获得极大

1 霍学文. 新金融新生态 [M]. 北京: 中信出版集团, 2015.

2 吴兴杰. 鸟瞰移动互联网如何推动社会变革 [J]. 商业文化, 2015 (1).

成功的巨型企业和商业模式，却如同史前恐龙般，在白垩纪剧烈的气候变迁面前变得疲软无力。当企业付出惨重的生命代价时，他们悲情而迷茫，“我们并没做错什么，但不知为什么，我们输了”。<sup>1</sup>但正如电影《甲午海战》所言，这不是一个国家与一个国家的战争，而是一个时代与时代的战争。在这样一个“升维”的时代，与其依靠传统积累的智慧，倒不如抛弃执念，顺势而为，勇当时代的冲浪者。纵然失败，也是令人尊敬的先驱。

在如人类历史一样悠久的旅游领域，互联网也正以自己的逻辑改造和重塑着传统的旅游。无论是携程、艺龙“机票+酒店”的创新突破，还是中青旅等传统旅行社的网上布局，抑或万达携资本力量的强势进入，蚂蜂窝、世界邦、在路上等创新企业的异军突起，都代表着中国旅游业正进入空前转型期。

一场无可逃遁的旅游变革，正呼啸而来！

---

1 当诺基亚被微软收购时，其公司 CEO 在新闻发布会上说的一句话。

## 第一节 走进“互联网+”时代

2015年3月5日上午9时，人民大会堂，第十二届全国人民代表大会第三次会议隆重开幕。李克强总理在《政府工作报告》中提出要“制定‘互联网+’行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展”。<sup>1</sup>“互联网+”这个概念，尽管业内人士早已提出，但能出现在如此高级别的报告中，却有点出乎人们的意料，虽然只有短短一句话，六十余字，却无疑宣告着一个时代的到来。

### 一、中国互联网 21 年：从量变到质变

计算机科学家马克·韦泽有句名言：“最高深的技术是那些令人无法察觉的技术，这些技术不停地把它们自己编织进日常生活，直到你无从发现为止。而互联网正是这样的技术，它正潜移默化地渗透到我们的生活中来。”<sup>2</sup>今天，互联网正像空气与水一样，离开了它，人们就感觉与世界失去

1 洪芬.“互联网+”时代企业与媒体的互生共赢[J].学习月刊,2015(5).

2 林永青,黄少敏.“互联网+”,中国版工业4.0[J].金融博览,2015(4).



了连接。网上曾流传出“人生新四大悲剧”的段子：一是刚出门手机就没电；二是一上网速度就变慢；三是刚月初流量就用完；四是好不容易上传个照片，却没人来点赞。段子虽有些戏谑，可我们有多少人没有经历过这种“悲剧性”体验呢？

互联网，这项改变世界的伟大创意和技术，来自于一个具有无私奉献精神的人。他就是被称为“互联网之父”的英国科学家蒂姆·伯纳斯·李。1989年12月，他提出了“互联网”（World Wide Web，简称WWW）的名称。1991年8月6日，他和他的同事们在欧洲粒子物理研究所（简称CERN）的一部NeXT计算机上，架设了人类历史上的第一个互联网网站。他本可将这项技术申请为专利，获得难以估量的巨额财富，但是他却无偿地将这项成果贡献给世界。至于“互联网”之名，也可谓妙手偶得，他与同事们考虑过许多名字，如“Mine of Information”（信息矿场）、“Information Mesh”（信息网格）等，但都不如“WWW”这么简洁有力、寓意丰沛。从此，3个“W”也成为开启信息时代的“金钥匙”。时隔3年，1994年，中国也拿到了这把“时代之钥”。

1994年4月20日，随着一条64K的国际专线开通，中国正式成为了国际公认的第77个接入互联网的国家。经过21年的迅猛发展，如今，中国已经成为世界上互联网用户最多的国家。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）2015年《第35次中国互联网络发展状况统计报告》，2014年末中国互联网上网人数6.49亿人，互联网普及率达到47.9%，十年来实现了近6倍的增长（如图1-1所示）。手机上网人数5.57亿人，较2013年增加5672万人，手机网民占整体网民比例上升到85.8%。在这个数量的累积进程中，中国互联网也实现了深刻的质变。

### （一）从边缘到中心

从互联网在经济社会的功能和地位来看，互联网发展大体可分为三个演进阶段（如图1-2所示）：媒体阶段、应用工具阶段（+互联网阶段）