

21

世纪高职高专规划教材★旅游与酒店管理系列

LÜYOU DIANZI SHANGWU JICHU
YU YINGYONG



旅游电子商务基础与应用

主 编 ◎ 任欣颖

副主编 ◎ 黄丽英 方文超 黄继华

 中国人民大学出版社

21 世纪高职高专规划教材·旅游与酒店管理系列

旅游电子商务基础与应用

主 编 任欣颖

副主编 黄丽英 方文超 黄继华

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游电子商务基础与应用/任欣颖主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 9
21 世纪高职高专规划教材. 旅游与酒店管理系列
ISBN 978-7-300-16084-9

I. ①旅… II. ①任… III. ①旅游业-电子商务-高等职业教育-教材 IV. ①F590.6-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 206024 号

21 世纪高职高专规划教材·旅游与酒店管理系列
旅游电子商务基础与应用
主编 任欣颖

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	中煤涿州制图印刷厂		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2012 年 11 月第 1 版
印 张	15	印 次	2012 年 11 月第 1 次印刷
字 数	347 000	定 价	28.00 元

前 言

电子商务是通过公共计算机网络进行商务活动的方式,是网络应用和商务活动的发展方向。它不仅会改变人们的生活和生活方式,而且会带来人们思维方式和行为准则的变化,其影响远远超过技术和商务本身。

具有信息密集和对信息敏感特征的旅游业极其适于基于互联网的电子交易方式。互联网技术使旅游企业能以相对低廉的成本直接向消费者提供旅游产品和服务,还能与消费者和其他旅游生产商、经销商互动。旅游电子商务的发展带来了旅游企业、旅游市场和旅游者行为的变化,全球旅游经济和旅游企业无一例外地受到旅游电子商务的冲击或影响。

在整个旅游行业迅速向旅游电子商务经济发展的过程中,要想在今后 10 年里成为一个成功的旅游企业管理者,对于旅游管理专业的学生来说,无论其专业背景如何,都要了解推动旅游电子商务发展的基本因素,打下扎实的旅游电子商务知识基础。

目前,全面而深入地探讨“旅游电子商务”这一主题的图书并不多,针对高职高专的专用教材更少;电子商务本身又是更新特别快的行业。因此,本书立足于最新的电子商务发展状况,帮助读者了解、掌握旅游电子商务的基本理论、最新动态及方法与技能。

本教材的编写,力求突出以下几个特色:

1. 以素质培养为基础,以能力培养为核心

本教材的编写从旅游行业、旅游电子商务企业的需求出发,紧扣旅游专业人才的培养目标和旅游电子商务的相关理念,基于对学生应用所学知识 with 技能分析实际问题的能力培养,紧密联系在线商旅工作发展前沿,构建“工学结合”的课程教学体系;以旅游电子商务工作职能的完成为载体,按照“教、学、做”一体化的教学模式来设计教学模块;同时,注重对学生自学能力的培养及提高学生的应用素质,突出对学生实践能力的培养与创新意识的塑造,旨在培养应用型人才。

2. 以理论基础坚实、贴近专业应用为目的

本书分为理论篇和实践篇。理论篇从电子商务的发展历程及基本概念介绍入手,分析了电子商务的技术基础,提供了理解旅游电子商务所必需的理论基础知识;实践篇主要探讨了酒店、旅行社、旅游目的地、景区等旅游业电子商务的应用。每个教学模块都配有大量的最新案例、任务实操与习题,力求通俗易懂,融理论于实践操作,体现学生自主学习的精神与能力,帮助学生提高分析问题、解决问题的能力。

3. 讨论话题贴近当前形势

本书收录的旅游电子商务话题、案例及拓展资料都是近 5 年的资料。对于讨论的一些话题,如基于互联网的旅游营销、微博营销、移动旅游商务、虚拟旅游等,都从理论和应用两方面进行了阐述,力求反映最新的技术动态,使本书具有新颖性和前瞻性。

4. 案例选择力求最新最全

通过典型案例,联系实际介绍基本概念及理论,每章后配有相关习题。本书收录的案例来自全国乃至全球各地的大型旅游公司和中小型旅游企业。通过这些具体的案例,读者可以深入理解旅游电子商务的基本概念、作用及旅游电子商务的具体应用,还可以了解一些旅游公司如何创造性地将旅游电子商务运用到其日常运作中。

本书由广东农工商职业技术学院任欣颖统筹策划并担任主编,黄丽英、方文超、黄继华担任副主编,吴雅骊、王妙妙参与编写。本书在编写过程中引用了一些成果和参考了一些文献,在此谨向被引用文献的著(作)者表示真挚的谢意。由于作者的水平有限,加之时间较紧,书中谬误或不足之处在所难免,敬请学界同人、专家和使用者批评指正。

编 者

目 录

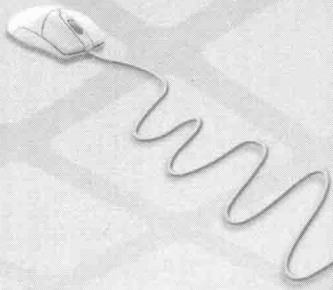
理论篇

模块一 旅游电子商务基本知识	3
教学项目一 电子商务概述	4
教学项目二 电子商务的应用模式	18
教学项目三 旅游电子商务的概念及发展	28
模块二 旅游电子商务的技术基础	39
教学项目一 计算机与互联网技术基础	40
教学项目二 电子商务硬件和软件基础	51
教学项目三 电子支付与安全	54
模块三 旅游电子商务网站的建立	67
教学项目一 电子商务网站概述	68
教学项目二 电子商务网站的硬件与软件平台	73
教学项目三 电子商务网站的开发	78
教学项目四 旅游电子商务网站的规划与运营	82
模块四 网络营销	89
教学项目一 网络营销概述	90
教学项目二 网络营销的工具	94
教学项目三 网络营销的策略	115

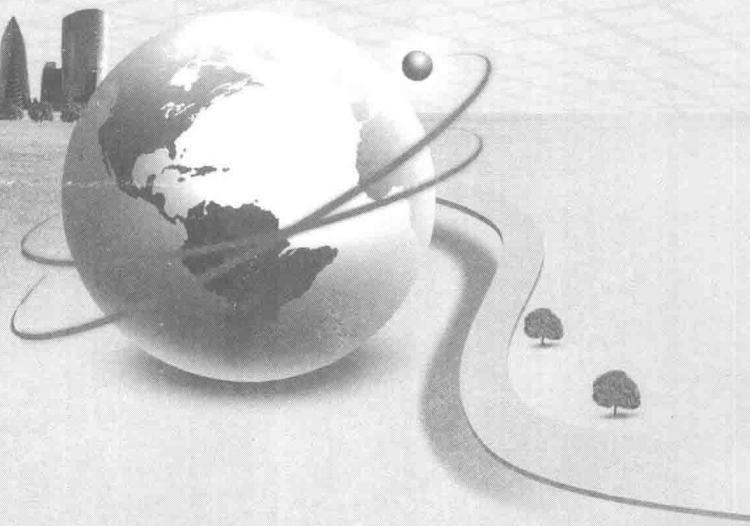
实践篇

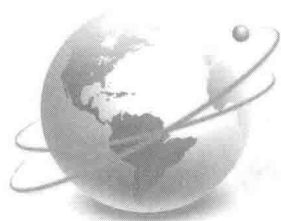
模块五 酒店电子商务	125
教学项目一 酒店电子商务概述	126
教学项目二 酒店网络预订	135
教学项目三 酒店 CRM 管理与实践	143

模块六 旅行社电子商务	150
教学项目一 旅行社电子商务概述	151
教学项目二 旅行社电子商务的战略发展	156
教学项目三 旅行社电子商务系统应用——以广之旅电子商务系统为例	165
模块七 旅游目的地电子商务	175
教学项目一 旅游目的地电子商务概述	176
教学项目二 旅游目的地营销系统	181
教学项目三 旅游目的地营销系统的营销功能——以活力广东网为例	188
模块八 景区电子商务	196
教学项目一 景区电子商务概述	197
教学项目二 景区电子门票系统	207
教学项目三 虚拟旅游景区	213
参考文献	230



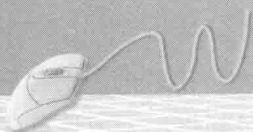
理论篇





模块一

旅游电子商务基本知识



教学目标

能力目标

- 学会搜索符合自己需要的旅游电子商务网站
- 能够分析电子商务网站的应用模式及赢利模式
- 能够分析旅游电子商务给企业、消费者和社会带来的利益

知识目标

- 了解电子商务的发展现状，掌握电子商务的概念
- 掌握电子商务的基本组成要素、类型及交易流程
- 掌握旅游电子商务的概念及发展现状



工作任务

- 在电子商务网站完成不同的电子商务模式的操作
- 浏览知名的旅游电子商务网站，分析、对比不同网站的异同及赢利模式

教学项目一 电子商务概述



导入案例

日常生活中的电子商务

实例一：中国南方航空公司的电子客票业务

需要到外地出差或节假日旅游，要搭乘中国南方航空公司航班的乘客早已不必亲自到航空售票处购票了。2000年3月28日，中国南方航空公司推出了内地首张电子客票，为旅客提供网上订票、网上支付和电子客票服务。乘客可以访问中国南方航空公司网站（见图1—1），按提示填表预订自己所要搭乘的航班，然后选择现金支付或用网上银行进行网上支付，最后凭有效证件在机场取票登机。

The screenshot shows the China Southern Airlines website interface. At the top, there's a header with the airline's logo and navigation links like '首页' (Home), '预订管理' (Booking Management), '优惠信息' (Promotional Information), '出行向导' (Travel Guide), '明珠会员' (Pearl Club), and '虚拟客服' (Virtual Customer Service). Below the header, there are several sections: a '提前购票更多优惠' (Advance booking more discounts) section listing various routes and fares; a '机票预订' (Flight Booking) section with fields for '出发城市' (Origin City), '出发日期' (Departure Date), '到达城市' (Destination City), and '返回日期' (Return Date); a '注册 | 忘记密码 | 企业用户' (Registration | Forgot Password | Corporate User) section with login fields for '会员号' (Member ID) and '密码' (Password); and a '选择南航' (Choose Southern) section with a large banner for 'A380航班热售中!' (A380 flights hot sale!) and '北京-香港 往返 ¥1740起' (Beijing-Hong Kong round trip starting at ¥1740). There are also links for '办理登机' (Check-in), '行李托运' (Baggage Check-in), and '航班动态' (Flight Status).

图 1—1 中国南方航空公司网站首页

实例二：京东商城网上购物业务

如今，工作繁忙的消费者足不出户就可以购买商品。消费者通过访问京东商城网站（见图1—2），申请注册会员，然后将选购的商品放入购物车，再用网上银行进行结算即可完成网上购物。



图 1—2 京东商城首页

实例三：当当网上的购书业务

全国各地的读者可以到当当网（见图 1—3）选购图书。读者只要将自己喜欢的图书放入购物车，然后下订单，就可以很快收到自己喜欢的图书。



图 1—3 当当网首页

实例四：平安保险的网上交易业务

保险、股票与普通消费者的关系越来越密切。需要购买各类保险的消费者现在可以访问中国平安保险公司的网站（见图 1—4），进行网上投保。消费者还可以通过平安证券频道办理股东账户的网上开户，在家中或办公室里就可以在网上进行股票交易。

我们从以上的实例可以看出，这些公司都是通过互联网进行交易活动的，这种交易活动打破了时间、空间的限制，为双方的交易带来了好处。



图 1—4 中国平安保险公司网站首页

【思考】

你经常使用的电子商务网站有哪些？

电子商务并不是一个新概念，可以说，在几十年前主机系统出现时就已经诞生了。但近年来，Internet（互联网）的出现给了电子商务新的活力，基于 Internet 的电子商务已经引起了全世界的关注。

一、电子商务的发展

电子商务始于网络计算，网络计算是电子商务的基础。没有网络计算，就没有电子商务。电子商务的发展形式多种多样，从最初的电话、电报到电子邮件以及后来的电子数据交换（Electronic Data Interchange, EDI），都可以说是电子商务的某种发展形式。

电子商务的发展有其必然性和可能性。一方面，传统的商业以手工处理信息为主，通过纸上的文字交换信息，但随着处理和交换信息量的剧增，该过程变得越来越复杂。这不仅增加了重复劳动量和额外开支，而且也增加了出错机会。在这种情况下，需要一种更加便利和先进的方式来快速交流和处理商业往来业务。另一方面，计算机技术的发展及广泛应用，先进通信技术的不断使用及完善，导致 EDI 和 Internet 的出现和发展，全球迈入了信息自动化处理的新时代，这又使得电子商务的发展成为可能。详见图 1—5。

20 世纪 70 年代，美国银行家协会（American Bankers Association, ABA）提出的无纸金融信息传递的行业标准和美国运输数据协调委员会（Transportation Data Coordinating Committee, TDCC）发布的第一个电子数据交换标准，开始了美国信息的电子交换时代。

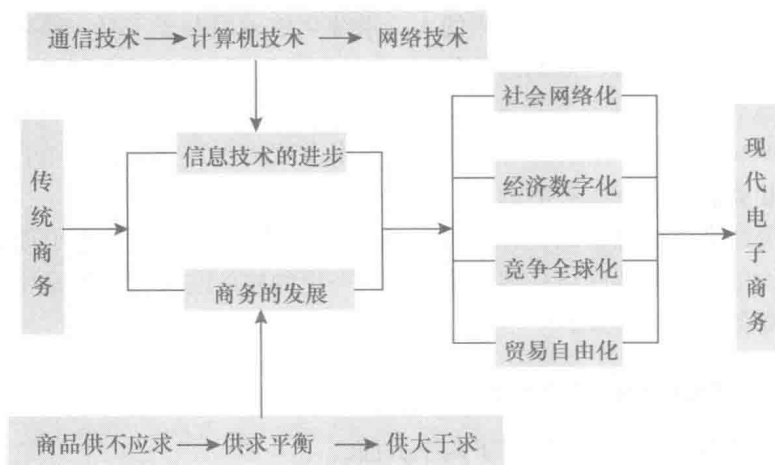


图 1-5 电子商务的产生

随着美国政府的参与和各行业的加入，美国全国性的 EDI 委员会——X12 委员会于 20 世纪 80 年代初出版了第一套全国性的 EDI 标准。20 世纪 80 年代末期，联合国公布了 EDI 运作标准 UN/EDIFACT (United Nations Rules for Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport)，并于 1990 年由国际标准化组织正式接受为国际标准 ISO9735。随着这一系列 EDI 标准的推出，人们开始通过网络进行产品交换、订购等活动，EDI 也得到了广泛的使用和认可。

不过，当时的 EDI 始终是一种为满足企业需要而发展起来的先进技术手段，必须遵照统一标准，与普通老百姓一直无缘。而且由于网络在那时还没有得到充分发展，这使得很多商务活动的电子化仅仅处于设想阶段。

直到 20 世纪 90 年代，随着基于 WWW 的 Internet 技术的飞速发展，这些想法逐步成熟。Internet 开始真正应用于商业交易，电子商务才日益蓬勃发展起来，并成为 20 世纪 90 年代初期美国、加拿大等发达国家的一种崭新的企业经营方式。



小知识

1946 年，宾夕法尼亚大学莫奇利和埃克特领导的研究小组，成功研制了世界上第一台电子计算机。

二、电子商务的概念

电子商务由两个单词组成：电子的 (electronic) 和贸易 (commerce)。《韦氏字典》给电子商务的定义是：在网络中，利用计算机技术进行商业通信和交易。

全球信息基础设施委员会 (Global Information Infrastructure Committee, GIIC) 电子商务工作委员会对电子商务的定义为：电子商务是运用信息技术作为通信手段的经济活动。通过这种方式，人们对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买、结算。

陕西财经学院电子商务研究所李琪教授认为：从广义上讲，电子商务可定义为：电子工具在商务活动中的应用。从狭义上来说，电子商务可定义为：在技术、经济高度发达的

现代社会里,掌握信息技术和商务规则的人,系统化地运用电子工具,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。

IBM 公司认为,电子商务是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务的活动,是在 Internet 的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动。

总之,无论是全球信息基础设施委员会还是 IBM 公司,都认为电子商务是利用现有的计算机硬件设备、软件和网络基础设施,通过一定的协议连接起来的在电子网络环境中进行各种各样商务活动的方式。

三、电子商务的基本组成要素

电子商务的基本组成要素包括以下六个方面。

(一) 消费者

消费者包括个人和企业两类。近年来随着电子商务的普及,越来越多的个人参与到电子商务交易之中,这给电子商务的进一步发展和壮大提供了重要保证。例如,现在不少自助游旅客在出游前,都会在酒店或旅游网站上预订酒店、机票、火车票等,以提前做好相关的准备。

(二) 商家

在电子商务中,商家提供货物和服务以满足消费者的需求。从本质上看,旅游是一种服务,而在旅游当中,商家应该着眼于消费者的实际需求,设身处地地为消费者打造专业的旅游规划和保障。例如,商家应在相关网站上详细列出收费项目明细,提供相应的折扣优惠,更重要的是应该说明相关服务的投诉和索赔流程及相关的免责范围,这样可以大大减少消费者与商家之间的纠纷,提高商家的信誉。

(三) 银行

银行在电子商务交易中提供了必要的资金流通和安全保障。网上银行的开通使电子商务交易流程变得规范化和标准化。银行还提供诸如在线咨询、在线理财、资金监控等服务,并通过在线转账等服务使时空限制大大降低,进一步促进了电子商务的发展。从某种意义上说,如果缺乏银行的全面支持和有力监管,电子商务就会变得举步维艰。例如,网上银行在旅游类电子商务网站中提供全程的资金保障服务,使旅行者和商家的风险大大降低。但是,如果银行的监管出现缺位,资金交易将会出现巨大的风险。因此,银行应最大限度地保障消费者和商家的资金安全。

(四) 物流商

电子商务的货物流通必须由物流商提供保证,物流与电子商务是相辅相成、相互影响、相互作用的。一方面,没有物流的支持,电子商务不能实现货物的流通;另一方面,没有电子商务的发展,物流行业也不会取得近年来的辉煌。物流已经成为电子商务发展的一大瓶颈,物流质量的高低很大程度上影响着电子商务的进一步发展。

(五) 认证中心

认证中心主要负责相关数字证书的发放、验证和监管等工作。认证中心保证了交易过程中买卖双方的真实性,对双方进行有力的监管,最大限度地减少了买卖双方的身份虚假

性和资料伪造性。认证中心与银行合作,共同为电子商务的交易安全提供必要的安全保障。

(六) 政府部门

政府部门负责对电子商务交易的监管和协调。政府部门应着力营造电子商务交易的法律规范环境,为电子商务发展提供资金支持。例如,政府旅游部门可以围绕旅游业的电子商务制定相应的规划和政策,为电子商务企业提供减免税收等优惠政策及各种便利措施,为电子商务企业的发展保驾护航。

四、电子商务的分类

按照不同的标准,电子商务可划分为不同的类型。

(一) 按照商业活动的运作方式分类

按照商业活动的运作方式来分类,电子商务可分为完全电子商务和非完全电子商务。

1. 完全电子商务

完全电子商务是指完全可以通过电子商务方式实现和完成完整交易的交易行为和过程。换句话说,完全电子商务是指商品或服务的全过程是在网络上实现的电子商务。完全电子商务能使买卖双方超越地理空间的障碍进行电子交易,可以充分挖掘全球市场的潜力。

2. 非完全电子商务

非完全电子商务是指不能完全依靠电子商务方式实现和完成完整交易的交易行为和过程。非完全电子商务要依靠一些外部因素,如运输系统的效率等。

(二) 按照开展电子交易的信息网络范围分类

按照开展电子交易的信息网络范围来分类,电子商务可分为三类:本地电子商务、远程国内电子商务和全球电子商务。

1. 本地电子商务

本地电子商务通常是指利用本城市或本地区的信息网络实现的电子商务活动,电子交易的范围较小。本地电子商务系统是开展国内电子商务和全球电子商务的基础系统。因此,建立和完善本地电子商务信息系统是厂家实现全球电子商务的关键。

2. 远程国内电子商务

远程国内电子商务是指在本国范围内进行的网上电子交易活动,其交易的地域范围较大,对硬件和技术的要求较高。远程国内电子商务要求在全国范围内实现商业电子化、自动化,实现金融电子化;交易各方具备一定的电子商务知识、经济能力和技术能力,并具有一定的管理水平和能力。

3. 全球电子商务

全球电子商务是指在全世界范围内进行的电子交易活动。它涉及交易各方的相关系统,如买卖方国家进出口公司系统、海关系统、银行金融系统、税务系统、保险系统等。全球电子商务业务内容繁杂、数据来往频繁,要求电子商务系统严格、准确、安全、可靠,应制定出世界统一的电子商务标准和电子商务协议,使电子商务得到顺利发展。

(三) 按照使用网络的类型分类

按照使用网络的类型来分类,电子商务目前主要分为:基于 EDI 网络的电子商务,基

于 Internet 网络的电子商务, 以及基于 Intranet 网络的电子商务。

1. 基于 EDI 网络的电子商务

基于 EDI 网络的电子商务就是利用 EDI 网络进行电子交易。EDI 是指将商业或行政事务按照一个公认的标准, 形成结构化的事务处理或文档数据格式以及从计算机到计算机的电子传输方法。简言之, 基于 EDI 网络的电子商务也就是按照商定的协议, 将商业文件标准化和格式化, 并通过计算机网络, 在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。

2. 基于 Internet 网络的电子商务

基于 Internet 网络的电子商务就是利用 Internet 网络进行电子交易。Internet 是一种采用 TCP/IP 协议组织起来的松散的、独立国际合作的国际互连网络。

3. 基于 Intranet 网络的电子商务

基于 Intranet 网络的电子商务就是利用企业内部网络进行电子交易。Intranet 是在 Internet 基础上发展起来的企业内部网, 是在原有局域网上附加一些特定的软件, 将局域网与 Internet 连接起来, 从而形成的企业内部的虚拟网络。

(四) 按照交易对象分类

按照交易对象来分类, 电子商务可以分为四类: 企业对企业的电子商务 (Business to Business, B2B), 企业对消费者的电子商务 (Business to Consumer, B2C), 消费者对消费者的电子商务 (Consumer to Consumer, C2C), 企业对政府的电子商务 (Business to Government, B2G)。其中, 最为典型的是 B2B、B2C 和 C2C。相关内容在本模块教学项目二将进行详细论述。



补充知识

- 中国目前的 B2B 电子商务企业: 阿里巴巴、慧聪网、中国制造网、生意宝、买麦网、中国商品网、我的钢铁网、敦煌网、环球市场、万国商业网等。
- 中国目前的 B2C 电子商务企业: 卓越亚马逊网、当当网、京东商城、VANCL、新蛋网、衣服网、乐淘网、苏宁易购、优衣库、携程旅行网、艺龙旅行网等。
- 中国目前的 C2C 电子商务企业: 淘宝网、易趣网、拍拍网等。

五、电子商务的交易流程

(一) 电子商务交易的一般流程

1. 交易前的准备

电子商务交易的前期阶段主要进行交易前的准备。从买方的角度看, 交易前的准备包括搜集市场信息、分析商家信息, 并根据自己的生产计划、销售计划和财务预算确定订货量。在网上交易前, 买方还需要提前做好网上交易的风险评估, 确定资金的结转方式及选购商品的标准。

从卖方的角度看, 交易前的准备包括搜索同行业产品的市场信息, 分析自己与竞争对手的优劣势, 评估国内外经济、政治、文化等环境因素, 掌握市场需求, 注册网上交易的