



# 智慧旅游导论

张建春 主编  
陈亮 副主编



浙江工商大学

浙江工商大学  
旅游管理学院

浙江工商大学  
旅游管理学院



# 智慧旅游导论

张建春 主 编

陈 亮 副主编



浙江工商大学出版社  
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

智慧旅游导论 / 张建春主编. —杭州: 浙江工商大学出版社, 2015. 12(2016. 9 重印)

ISBN 978-7-5178-1492-4

I. ①智… II. ①张… III. ①旅游业发展—研究  
IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 322384 号

智慧旅游导论

张建春主编

陈亮副主编

## 智慧旅游导论

张建春 主 编 陈 亮 副主编

责任编辑 张婷婷

责任校对 张春琴

责任印制 包建辉

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州恒力通印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 13.5

字 数 290 千

版 次 2015 年 12 月第 1 版 2016 年 9 月第 2 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5178-1492-4

定 价 39.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88904970

# 前 言

由于信息技术,特别是互联网的飞速发展,传统的旅游产业以时不我待的气势迅速进入智慧旅游时代。智慧旅游依靠现代技术进步与信息传播手段的创新,彻底改变了传统旅游产业的运行模式,极大地提高了旅游产业的运营与旅游管理效率与效益,改善了旅游供求关系,增加了旅游消费者的效用,增强了旅游企业的核心竞争力。

智慧旅游的发展,既符合国家将旅游产业定位为国民经济的战略性支柱产业与人民群众更加满意的现代服务业的发展要求,也是旅游业实现自身产业转型升级的迫切需要,更是旅游消费者个性化与智慧旅行发展的内在需求。随着“互联网+”、物联网、“大数据”、“云计算”等现代技术手段的日新月异以及“虚拟实景”“智慧体验店”“智慧旅行”“智慧营销”等智慧旅游产品和智慧旅游服务手段的不断创新,可以预见,智慧旅游将显著地改变我们的旅游休闲方式,让我们的生活变得更加美好。

要让智慧旅游惠及全人类,智慧旅游教育与智慧旅游人才培养是根本。培养多样化复合型人才,继承与创新旅游行业技能,促进大学生的创新创业是旅游管理等应用型专业的基本培养目标。旅游管理专业的教育工作者有责任和义务去推进智慧旅游教育与培训的发展。本书正是为了在旅游管理专业的大学生中普及和宣传智慧旅游的理念、方法与手段而编写的一部教材,目的是改进高校旅游管理专业传统教育的教学方法与教学手段,通过网络平台和移动终端,将学习者与智慧旅游市场有机结合起来,实现应用型旅游专业教学源于应用、教学高于应用的教学理念,壮大智慧旅游市场服务人员队伍,从而更加有力地促进我国智慧旅游的蓬勃发展。

本教材在编写过程中得到了浙江航大科技开发有限公司授权提供的实训案例“浙科酒店管理模拟教学软件与实训手册及相关系统操作资料”、杭州卡米信息技术有限公司授权提供的实训案例“景区导游虚拟实训系统软件与实训手册及相关系统操作资料”、宁波君瀚电子科技有限公司和上海金棕榈企业机构授权提供的实训案例“金棕榈智慧旅游系统软件相关系统操作资料”、北京中长石基信息技术股份有限公司开发的实训案例“ShijiPMS 酒店管理系统软件”,以及深圳市中视典数字科技有限公司开发的实训案例“三维虚拟酒店实训系统软件”等教材案例资料,在此一并致谢!

限于编者的水平、单位财力,再加上当今智慧旅游的迅速成长,本教材只是一部学习智慧旅游的实训与启蒙教材,今后还需要不断更新软硬件内容以实现与时俱进。书中存在的不足和错误还望广大读者批评指正,共同开创我国智慧旅游新篇章。

## 目 录

<b>第 1 章 智慧旅游概述</b> .....	001
1.1 智慧旅游兴起 .....	001
1.2 智慧旅游内涵 .....	004
1.3 智慧旅游开发意义 .....	006
1.4 实训案例:金棕榈智慧旅游业务流程管理系统 .....	009
<b>第 2 章 智慧旅游基础产业</b> .....	012
2.1 互联网与智慧旅游 .....	012
2.2 大数据与智慧旅游 .....	014
2.3 云计算与智慧旅游 .....	020
2.4 智慧城市与智慧旅游 .....	023
2.5 实训案例:金棕榈智慧旅游大数据平台 .....	026
<b>第 3 章 智慧旅行社</b> .....	044
3.1 概述 .....	044
3.2 意义 .....	045
3.3 服务 .....	047
3.4 实训案例:金棕榈智慧旅游核心系统 .....	048
<b>第 4 章 智慧景区</b> .....	054
4.1 概述 .....	054
4.2 意义 .....	055
4.3 服务 .....	057
4.4 实训案例:智慧景区导游模拟实训系统 .....	059

<b>第 5 章 智慧旅游酒店</b> .....	113
5.1 概述 .....	113
5.2 意义 .....	115
5.3 服务 .....	116
5.4 实训案例:智慧酒店管理交互式实训系统平台 .....	117
5.5 实训案例:三维虚拟酒店实训系统 .....	120
<b>第 6 章 智慧旅游教育</b> .....	123
6.1 概述 .....	123
6.2 智慧旅游基础课程 .....	125
6.3 目标 .....	127
6.4 实训案例:浙科酒店管理模拟教学软件 .....	129
6.5 实训案例:金棕榈智慧旅行社网站管理实训系统 .....	184
6.6 实训案例:智慧旅游综合实训室 .....	201
<b>参考文献</b> .....	204
<b>后 记</b> .....	207

# 第1章 智慧旅游概述

## 1.1 智慧旅游兴起

人类社会经历了原始社会、农业社会、工业社会与信息社会,目前正处在信息社会飞速发展期。随着智慧旅游、智慧城市、智慧交通、智慧家居、智慧电网、智慧医疗、智慧农业、智慧物流、智慧社区、智慧校园、智慧环保、智慧安防等“智慧+”的出现,以及互联网金融、互联网工业、互联网农业、互联网商业等“互联网+”的出现,现代社会已进入数字化、云平台、全息化的发展阶段,未来社会智慧化发展必将进入泛在化发展阶段。

随着我国经济发展方式转变和产业结构调整,移动互联网、云计算、大数据、物联网等新一代信息技术与现代生产和服务业的融合创新不断催生新的产业业态,互联网及其所覆盖的各行各业将成为推动世界经济发展的新引擎,为经济全球化创造无限的可能,互联网已完全植入社会生产、消费、流通、服务与管理等各领域。

2015年李克强总理在政府工作报告中首次提出,制定“互联网+”行动计划,“互联网+”随即成为全社会关注和讨论的热点。智慧是人类创造性的思维。互联网文明已取代工业文明。

国家旅游局将2014年定为“智慧旅游”主题年,阿里巴巴在美国上市,携程、途牛、驴妈妈、去哪儿、阿里旅行、艺龙、众信旅游等一大批互联网在线旅游平台企业利用“互联网+旅游”或“智慧+旅游”,在中国甚至在全世界率先抢占智慧旅游市场,从而引发新一轮旅游产业的大发展、大进步。

旅游业本身是一个综合性的产业,涉及面广,信息来源复杂多样,旅游消费者群体也十分庞大,旅游活动在时空上的供需矛盾始终约束着旅游产业的发展,而智慧旅游打破了传统旅游产业的枷锁,通过在线化、自动化、智能化、数字化、智慧化、泛在化、人性化、全息化、便捷化、平台化、个性化、社交化、移动化、大数据化等方法与手段开创了旅游产业发展的新时代。

中国有世界第一的人口资源,中国的固定宽带用户、移动手机用户、网络应用软件用户居全球首位。中国的网络公司,如阿里巴巴、腾讯、百度、京东以及华为、蚂蚁金服、小米等上市或非上市公司均已成为全球知名的互联网公司。随着旅游在线交易量的上

升,同程、驴妈妈、携程、去哪儿等 OTA 线上产品占整个旅游产品的比重在不断上升。智慧旅游正引领旅游产业的创新发展,必将以更低的成本、更快捷的服务、更智能化的产品、更人性化的关怀推动旅游产业的飞速发展。

表 1-1 智慧旅游兴起

序号	内容	注释及参考文献
1	智慧旅游源于“智慧地球(Smarter Planet)”以及在中国实践的“智慧城市(Smarter Cities)”理念。2008年国际商用机器公司(IBM)首席执行官彭明盛(Sam Palmisano)首先提出了“智慧地球”的概念,指出智慧地球的核心是以一种更智慧的方法通过利用新一代信息技术来改变政府、公司和人们相互交互的方式,以便提高交互的明确性、效率、灵活性和响应速度。而“智慧城市”是“智慧地球”从概念到实际,把设想落地到城市的举措。	李云鹏:《智慧旅游规划与行业实践》,旅游教育出版社2014年版,第2页。
2	2000年12月5日,加拿大旅游业协会的菲利普斯(Phillips)在他的演讲中将智慧旅游定义为,“简单地采取全面的、长期的、可持续的方式来进行规划、开发、营销旅游产品和经营旅游业务”。	Phillips S G. The tourism industry association of Canada. www. slideshare. com, 2000-12-05.
3	国外将信息技术应用于旅游业的研究和实践开展得比国内早,如欧盟早在2001年的“创建用户友好的个性化移动旅游服务”项目、韩国旅游局的“移动旅游信息服务项目”。	王宏星:《移动互联网技术在旅游业中的应用研究》,浙江大学硕士论文,2004年。
4	2009年1月28日,在西班牙马德里举行的联合国世界旅游组织旅游委员会第一次会议上,助理秘书长李普曼(Lipman)号召会员国和旅游业部门努力实现“智慧旅游”,而他的定义是把智慧旅游作为旅游服务链的各个环节清洁、绿色、道德和质量4个层面。	UNWTO. Tourism resilience ommittee tresses need for“Smart Tourism”. www. slideshare. com, 2012-03-11.
5	2011年,英国的“智慧旅游组织”给出了智慧旅游的定义:在旅游部门使用和应用技术称为“数字”或“智慧”旅游。	The use and application of technology in the tourism sector has been called“digital” or “smart” tourism. www. smarttourism. org, 2012-03-11.
6	2012年3月,美国圣十字学院助理教授莫兹(Molz)在她出版的一本书中把智慧旅游定义为使用移动数字连接技术创造更智慧、有意义和可持续的游客与城市之间的关联。她认为,智慧旅游代表更广泛的公民深度参与旅游的形式,而不仅是一种消费形式。	Molz J G. Travel Connections: Tourism, Technology and Togetherness in a Mobile World. London, New York:Routledge, 2012.
7	2009年《国务院关于加快发展旅游业的意见》提出,要把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业,发展智慧旅游是实现旅游业两大战略目标的客观要求。2011年国家旅游局提出:我国将争取用10年左右时间,使旅游企业经营活动全面信息化,基本发展成高信息含量、知识密集的现代服务业,初步实现基于信息技术的“智慧旅游”。	李云鹏:《智慧旅游规划与行业实践》,旅游教育出版社2014年版,第3页。
8	2013年11月5日,国家旅游局正式公布“美丽中国之旅——2014智慧旅游年”。	国家旅游局



续表

序号	内容	注释及参考文献
9	2007年上海世博会,智慧旅游初步体验。国家旅游局在南京试点“智慧旅游”城市。全市四星级以上酒店、旅游咨询中心等处有100多台旅游信息屏。在“总导航”主页面,南京所有景点等信息全部呈现。	王辉,等:《智慧旅游》,清华大学出版社2012年版,第8页。
10	2010年江苏省镇江市在全国率先提出“智慧旅游”概念,2011年6月镇江市建设了国家智慧旅游服务中心。	郑耀星、叶颖:《智慧旅游:未来旅游业发展新趋势——基于4G技术支撑下的景区转型升级》,《资源开发与市场》2014年第30卷第5期,第607页。
11	智慧旅游的研究内容分为基础理论研究、智慧旅游发展实践研究、支撑技术、智慧旅游教育、智慧旅游评价指标及游客体验六个方面。	暴莹:《国内智慧旅游研究回顾与展望》,《生产力研究》2016年第6期,第157页。
12	智慧旅游产生于以云计算为基础的大数据时,以其独有的“智慧”处在旅游信息化的高级阶段。	周倩:《基于旅游消费市场的智慧旅游本质探析》,《消费经济》2014年第10期,第128页。
13	“一心、两端、三网”的智慧旅游系统。“一心”主要指建立旅游超大数据库或者云计算中心。“两端”是指服务端和使用端。“三网”是指物联网、互联网和移动通讯网。	刘军林、范云峰:《智慧旅游的构成、价值与发展趋势》,《重庆社会科学》2011年第10期,第121—124。
14	张凌云等学者首次提出智慧旅游的CAA框架系,即由智慧旅游的能力(Capabilities)、属性(Attributes)、应用(Applications)三个层面构成的智慧旅游研究体系。	张凌云:《智慧旅游:个性化定制和智能化公共服务时代的来临》,《旅游学刊》2012年第2期,第3—5页。
15	智慧景区、城市智慧旅游、虚拟旅游社区、智慧旅游服务中心、智慧旅行社、智慧饭店、智能导游、智慧旅游乡村、旅游APP、旅游电子政务。	资料汇总
16	实现“智慧旅游”就是要在旅游信息化的基础上,通过更全面的数据共享、交换、互联,为旅游者提供更加富有人性,体现个性和更加智能的服务,使我们旅游业的发展实现第二次腾飞。	李梦:《“智慧旅游”与旅游信息化的内涵、发展及互动关系》,选自中国旅游研究院:《2012中国旅游科学年会论文集》,第21—27页。
17	根据Pho Cus Wright的数据统计,2015年欧洲已成为全球最大的在线旅行区域,亚太地区也占据全球旅游市场的20%左右。智慧旅游才是旅游业的未来,适合作为对未来旅游业展望的基础,其组成部分可以重新定义为:智能航空、智能酒店、智能旅游目的地、智能旅行社和智能旅游组织者。	唐亮:《“互联网+”背景下智慧旅游带动旅游产业发展分析》,《吉林工商学院学报》2016年第6期,第13页。
18	欧盟于2001年就把“建立消费者友好的个性移动旅游服务”项目作为旅游发展的目标。伦敦在3G网络通信系统的基础上,推出了专门针对游客的智能导游系统。在2005年位于美国科罗拉多州的Steamboat滑雪场,为了给游客提供更进一步安全便捷的服务,该滑雪场推出了为游客量身打造的RFID定位装置反馈系统。	唐晨铭、李少游:《基于智慧旅游的智慧景区打造研究——以柳州白莲洞遗址公园为例》,《桂林师范高等专科学校学报》2014年第4期,第70页。

## 1.2 智慧旅游内涵

智慧旅游是一个综合概念,智慧旅游是以旅游消费者为中心而创立的,智慧旅游使一切都变得越来越快捷与方便。智慧(Wisdom)在《朗文高阶英汉双解词典》中被解释为“有很好的判断及做出明智决策的能力”;新英汉词典解释 Smart 为轻快、敏捷、精明。这表明智慧旅游与传统旅游相比,旅游决策更加精准,旅游出行更加便捷,旅游服务更加智能,旅游体验更加全面,旅游过程更加满意。

近年来,互联网旅游已经成为旅游经济发展的新动力与新引擎。随着新一代信息与通信技术(ICTs)的发展,我们的社会正在经历着翻天覆地的变化。互联网、物联网使大数据与云计算得到应用。互联网加入社会基础设施的行列,不仅大大方便了人类的生产生活,更重要的是提高了人类社会的智慧,延伸了人类的各种感官认知,流量、跨界、平台、教育、社会化等新思维大大提高了人类思维的广度与深度。互联网以大数据作为新生产要素,以云、网、端作为基础设施,以去中介化、定制化、协同化作为新业态,以实现连通一切、融合一切为发展目标。利用互联网旅游产业可以提升传统旅游产业的服务质量,整合各类旅游资源,进行更加科学的旅游规划、营销、服务、管理与运营。

智慧旅游主要是通过互联网以及数字技术将信息、通信技术与传统的旅游配套服务设施融合,使旅游的食、住、行、游、娱、购等传统功能与文化、资讯、信息、环境、教育、制度、秩序等新功能更加有效地融合在一起,并向旅游者提供服务的一种理念与方法。智慧旅游主要包括三个阶段与九个层面:三个阶段指旅行前、旅行中与旅行后的旅游产品生产、消费与服务的智能化;九个层面指智慧旅游餐饮、智慧旅游酒店、智慧旅游交通、智慧旅游景区、智慧旅游文娱生活、智慧旅游通讯、智慧旅游金融、智慧旅游环境与智慧旅游监管。智慧旅游从满足游客价值的角度出发,充分发挥智能导游、导航、导购、导服等功能,提升旅游者体验和旅游活动的品质。智慧旅游使旅游管理更加动态、主动,由事后管理向事中实时与提前预测管理转变。智慧旅游通过旅游大数据分析,发掘旅游热点,为游客定制策划个性化的旅游产品,并进行精准营销,提高旅游服务的科学技术水平,改变传统的以经验、感觉、案例分析判断为主的旅游产品生产服务模式,智慧旅游推动旅游产品策划与设计向精细化、科学化、定制化方向发展。智慧旅游的目的就是尽可能实现让旅游消费者在任何时空条件下与旅游相关联的事物高效便捷地连接起来,以满足旅游消费者在旅游过程中的各种旅游需求,实现旅游企业、政府和消费者无缝对接与共享共赢。

Baggio 和 Del Chiappa (2014)认为:智慧旅游是旅游企业应用技术设施,向消费者提供的网络系统,以便达到创造一个合作共赢、知识共享与开放创新的数字环境。由此可见,旅游不仅仅是一个劳动力密集型产业,也是一个信息密集型产业。智慧旅游的核心就是旅游信息高效与高收益的传播与交流、分享与开发的过程。智慧旅游的在线即

时综合旅游服务是其重要的核心。

表 1-2 智慧旅游定义

序号	内容	注释及参考文献
1	智慧旅游是指利用云计算、物联网等新技术,通过互联网(或移动互联网),借助便携的终端上网设备,主动感知旅游资源、旅游经济、旅游活动、旅游者等方面的信息并及时发布,让人们能够及时了解这些信息,及时安排和调整工作与旅游计划,从而达到对各类旅游信息的智能感知、方便利用的效果。	王辉等:《智慧旅游》,清华大学出版社 2012 年版,第 9 页。
2	智慧旅游依托智能旅游的技术基础,凭借先进的智能化手段,将以物联网、云计算、射频技术等最新科技信息革命的成果注入为旅游者服务中去,通过超级计算机和云计算将“物联网”整合起来,实现人与旅游资源、旅游信息的整合,以更加精细和动态的方式管理旅游景区,从而达到“智慧”状态。	李云鹏等:《智慧旅游:从旅游信息化到旅游智慧化》,中国旅游出版社 2013 年版,第 45—46 页。
3	智慧旅游是旅游者个体在旅游活动过程中所接受的泛在化的旅游信息服务。泛在化的旅游信息服务导致了旅游信息流重构、旅游业务重组、旅游组织优化,也引起了旅游信息组织方式、旅游管理方式、旅游营销方式、旅游者接待服务方式发生了根本性改变。	李云鹏:《智慧旅游规划与行业实践》,旅游教育出版社 2014 年版,第 10 页。
4	智慧旅游是通过运用相关智慧技术,促进旅游政务和涉旅企业管理变革,满足游客个性化体验,并最终实现各方利益相关者的价值增值的旅游运行新模式。	暴莹:《国内智慧旅游研究回顾与展望》,《生产力研究》2016 年第 6 期,第 157 页。
5	智慧旅游是一种新的旅游信息交互方式。	周倩:《基于旅游消费市场的智慧旅游本质探析》,《消费经济》2014 年第 10 期,第 129 页。
6	智慧旅游的根本在于旅游业本身特别是旅游者,由于旅游者行为模式和需求变化而引发的新技术应用是智慧旅游的原动力,同时最新技术应用也引导旅游者行为模式和需求变化。	李云鹏、胡中州等:《旅游信息服务视阈下的智慧旅游概念探讨》,《旅游学刊》2014 年第 5 期,第 109 页。
7	智慧旅游是一种融合最新科技成果,以旅游者自主体验为核心,以全方位、一体化的旅游行业信息管理服务活动为基础,服务于旅游者、旅游企业、目的地政府的全新零售发展理念与运营方式。	付业勤、郑向敏:《我国智慧旅游的发展现状及对策研究》,《开发研究》2013 年第 4 期,第 62—65 页。
8	智慧旅游是依托云计算、移动通信技术,通过物联网实现信息交换,以移动智能终端为操作和体验平台的新兴旅游;智慧旅游发展的最终目的是以消耗最低成本来实现资源共享、利益共赢、环境共建、社会共发展的正趋势。	郑耀星、叶颖:《智慧旅游:未来旅游业发展新趋势——基于 4G 技术支撑下的景区转型升级》,《资源开发与市场》2014 年第 30 卷第 5 期,第 608 页。

续 表

序号	内容	注释及参考文献
9	旅游信息化狭义上讲是旅游信息的数字化,即把旅游信息通过信息技术进行采集、处理、转换,能够用文字、数字、图形、声音、动画等来存储、传输、应用的内容或特征;广义上讲是指充分利用信息技术,对旅游产业链进行深层次重构,即对旅游产业链的组成要素进行重新分配、组合、加工、传播、销售,以促进传统旅游业向现代旅游业的转化,加快旅游业的发展速度。	张凌云、黎嘎、刘敏:《智慧旅游的基本概念与理论体系》,《旅游学刊》2012年第5期,第68页。
10	智慧旅游又称智能旅游,是近年来互联网快速发展的产物,其主要从旅游者互动体验角度出发,以物联网、信息数据处理、云计算、4G通信等技术在旅游服务、旅游管理、旅游营销等方面加以应用,有效地将旅游资源进行系统和深度整合,保证旅游者得到最好的服务,旅游企业则获取最大价值的全新的一种旅游形态。	唐亮:《“互联网+”背景下智慧旅游带动旅游产业发展分析》,《吉林工商学院学报》2016年第6期,第12页。
11	将物联网、互联网、移动通信等高科技手段广泛运用于旅游业,旨在全面提升旅游体验,以实现“吃、住、行、游、购、娱”等要素的重新整合。	蔡蓉蓉、张维亚:《基于结构方程的智慧旅游满意度实证研究》,《资源开发与市场》2015年第31卷第3期,第378页。

### 1.3 智慧旅游开发意义

旅游产品具有综合性、服务性以及不可移动和不可存储的特点,旅游产品的生产和销售需要在旅游消费与旅游服务的过程中完成。而且旅游产品包含食、住、行、游、购、娱等大量的有形与无形的产品信息,旅游产品受实物物流的制约较少,旅游销售与购买存在一定的时空差距,因此,旅游销售与宣传在旅游产业中占据重要的地位。智慧旅游引导和规划旅游产业要素的合理配置和融合,构建诚信、规范、健康、和谐的旅游产业环境以及多层次、多业态旅游产业集群,促进旅游营销手段的现代化,推动旅游产业转型升级与在更大和更广阔的领域合作创新。

目前,旅游消费领域中的中高端、深度游与延展小包团旅游、自由行、主题游已成为时尚,而旅游信息化、智慧化则可以24小时全天候地开展信息化服务,更有效地将各类旅游信息推介给消费者,最终实现旅游信息流、资金流、人流的互联互通与协调整合,使旅游消费者获得前所未有的流畅体验,大大促进了旅游企业、旅游者与政府之间的信息沟通与交流。

智慧旅游通过“互联网+”等信息化手段,大大推进了旅游产业与关联产业的互联互通、交叉、渗透、融合、集群与一体化进程,创新了旅游业态,催生了智慧旅游休闲、智慧旅游文化、智慧旅游经济、智慧旅游工业、智慧旅游农业等新业态,拓展了旅游产业链与产品链,促进了旅游产业的规模经济、范围经济与集群经济效益。智慧旅游依托新一

代互联网、云计算、大数据分析等信息技术,采用智慧的方式,将旅游资源、旅游需求者与旅游供应商以及旅游管理部门各系统融合整合到云平台上,为旅游市场服务。智慧旅游应该为实现旅游产业的技术创新、产业支撑和促进经济社会发展做出应有的贡献。智慧旅游更是一种观念,即对及时的、可实施的、高价值的产品与思想的追求。

智慧旅游必然改变传统旅游业的运行模式、企业流程及产业联动方式。智慧旅游有利于缓解与解决旅游产业固有的矛盾,即旅游者不断增长的个性化与对价廉物美的旅游产品的需求和相对固定与相对滞后的旅游资源供应企业之间的矛盾。消费者希望降低成本、旅短游长、旅游服务高效快捷,在旅游计划、决策、预订、行程、支付与评估中维护个人利益,达到最佳收益。企业则希望更加有针对性地进行营销、促销,增加旅游产品供应与销售,扩大旅游总体效益。政府旅游管理部门希望尽可能全面、实时、实地地掌握游客的数量、收入、旅游行为,防范不必要的风险。智慧旅游大大促进了旅游产业的重组整合、变革发展与做大做强,较好地解决了旅游产业要素之间的矛盾。具体而言,智慧旅游开发的意义主要表现在以下几方面:

从旅游企业角度来看,互联网思维呈现出多种模式,如跨界思维、平台思维、大数据思维、社会化思维、流量思维、迭代思维、极致思维、简约思维、用户思维。旅游企业的互联网思维是重网络、重规模经营、重锁定客户,讲效率、轻资产。因此,依托大数据进行精准旅游广告投放,可以实现旅游信息的可视化、大规模传播,使得旅游信息的受众范围更大,旅游信息发布更加及时。旅游消费者的智能感知,使得旅游潜在市场开发的价值更高。旅游企业推出更多的定制化的旅游产品和服务,使得景区旅游内容更加丰富,更加贴近生活与娱乐休闲发展。如携程、艺龙、去哪儿、去啊(淘宝旅行)等直接提供服务,而客户可通过网络、App、微信甚至门店直接进行预订。旅游企业的网络化管理,可以对旅游预订、流程、服务、支付系统实行统一的代码体系、核算标准、权限控制、销售及用户管理,能够支持不同时空下所有客户端各项综合需求的管理,使会员、客户、供应商、OTA、淘宝、微信、App、官网、官微、微店等所有渠道系统直连,实现查询、咨询、预订、活动、支付、反馈等手段的多样化,而信息管理数据中心可实现实时对预订、客源、经营、销售渠道等资源的统筹管理。

越来越多的旅游企业利用媒体作为自身的销售平台,如搜索引擎排名、关键词的流行程度、相关性的搜索引擎、在页面取得较高的排名等,广告互换、流量互换、信息发布推广、病毒营销、快捷网址推广等均成为互联网与智慧旅游时代商家重要的营销手段。由此可见,智慧旅游使得各类旅游经营企业可以直接面对市场,进行各类资源的整合与使用,减少传统的旅游中间商的佣金,降低经营成本。智慧旅游使得旅游企业运营、推送手段更加多样化,电子商务交易、手机移动端消费、微信等“四微”宣传、虚拟全景漫游等线上线下创意宣传成为旅游宣传营销的主动力量,有利于旅游企业自媒体营销和在线直销的开展,降低管理、服务、营销的成本,增加电子商务的份额,实现旅游企业的转型升级与业绩提升。智慧旅游使得旅游企业绩效提升空间更大,大大提升了旅游服务的质量,如与消费者的沟通更加高效,信息更加安全可靠,面对市场变化的响应与接触力

更快更强;智慧旅游使得旅游产品质量有了更大的提升,旅游服务更加及时、准确与可信赖;旅游的成本更低、质量更好,旅游消费者的满意度更高。

从旅游者角度来看,旅游者是智慧旅游建设受益的主体,旅游消费者通过云计算和移动手机得到更好的旅游体验,获取信息更加便利,服务支付成本更低。“互联网+”的含义就是连接一切,跨界融合,通过智慧网络与大数据使得旅游产品、旅游线路、旅游要素与旅游信息整合成为可能,更加方便旅游消费者的选择。消费者通过智慧旅游网络与平台消费,旅游成本更低,使用产品更加便利,与旅游企业的互联互通更加畅通。如旅游消费者通过线上搜索和比价,最后实现线上预订、支付和分享。同时,旅游消费者通过网络与移动终端主动感知与智能化利用各类旅游信息,并对获得的旅游信息进行更加便捷的咨询、签约与支付,使得旅游者在旅前、旅中与旅后均能享受诸如预订、交易手段的瞬间快捷,使得游客个性化、情感需求以及主动参与产品的设计与制造的愿望得到更好的满足。

从旅游管理角度来看,智慧旅游为旅游行业跨界化管理,进行传统产业与旅游产业融合,在旅游范围和旅游要素不断增加的情况下,使智慧化的旅游管理更加便利高效。如对游客行为追踪,实施电子政务管理;对旅游产品不可控性和多变性进行管控,对旅游路线、旅游产品包装、旅游服务质量、游客反馈意见等各方面进行在线管理。实现了旅游管理,上控资源、中控技术和大数据、下控客源的目的。实施智慧旅游还便于管理者实时统计分析旅游产业的运行态势和变化趋势,通过游客手机来开展定位、消费抽样调查,旅游满意度调查等活动。

智慧旅游政务是指利用物联网、云计算、移动互联网、人工智能、大数据分析、知识管理等技术与手段,提高政府办公、监管、服务、决策的智能化水平,形成高效、敏捷、便民的新型政务方式。智慧旅游时代下的公共服务体系将面对更多散客,用信息与网络将旅游者、旅游供应商、旅游监管部门有机地串联起来是智慧旅游管控系统的基本功能,最终将旅游交通、无障碍旅游、旅游安全、旅游环境、旅游教育培训、旅游政务、旅游救助、旅游志愿者服务等工作快速智慧地组织起来,提高各项工作的时效性和针对性,共同为旅游市场提供服务。

智慧旅游使得政府能够更好地进行旅游信息资讯服务和旅游公共管理服务,更有利于政府通过政策、标准、示范来引导市场建设参与大数据的开发、配套和衔接工作。智慧旅游远比以往任何传统旅游所创造的产品与服务复杂。旅游管理者还可以针对线上线下获取的各类信息进行交互式的动态管理,并且由事后补救管理向事先预防管理转变,利用互联网根治旅游企业各种虚假、欺诈与不良行为等顽症。

未来,国家应该尽快出台智慧旅游行业标准,提升智慧旅游信息化综合服务平台的服务水平,加强旅行社、景区与酒店有机整合,强化区域旅游综合体与旅游集团信息化规划与建设。智慧旅游信息化平台一般需要具备云平台、网络化的管理,实现旅游资源整合共享与一体化管理。

从旅游其他相关利益者角度来看,互联网使得旅游在国际贸易平衡与国内消费潜

力增长中发挥更大的作用。智慧旅游可以使旅游产业部门与农业、商贸、文化等部门实现跨界合作,推进区域内旅游企业的智能化。基于大数据的旅游产业监管服务平台可以更畅通地接入公安、边防、高速、民航、航运、公路、移动通信、商贸、文化、教育、健康、医疗、气象、海洋、环保等涉及旅游行业的大数据,从而更好地带动旅游相关产业与部门的发展,促进国家与区域经济及社会的可持续发展。

表 1-3 智慧旅游开发意义

序号	内容	注释及参考文献
1	宏观层面——有助于促进旅游产业转型升级。 中观层面——有助于提升旅游行业的整体竞争力。 微观层面——有助于提高旅游业各要素和环节的服务质量和水平。	陈琳:《智能旅游浅析》,《中国旅游报》2011年4月25日。
2	智慧旅游使旅游管理和旅游服务在手段上进一步提升。 智慧旅游是旅游业真正迈向现代服务业的重要依托。智慧旅游使旅游产业融合有了更广阔的可落实空间。	李云鹏等:《智慧旅游:从旅游信息化到旅游智慧化》,《中国旅游出版社》2013年版,第69—70页。
3	智慧旅游是基于高科技的基础设施,通过数据统计与智能分析有效配置资源,实现旅游管理的科学决策,为旅游者提供任何时间、地点和人的泛在化服务,提高旅游产业链效率,促进旅游产业结构向资源节约型和环境友好型转变。	康宇航:《基于可视化的三阶段技术跟踪模型及实证研究》,《科学学研究》2009年第2期。
4	智慧旅游是以移动互联网、物联网、云计算、地理信息系统、人工智能等先进技术为基础,主动感知、全面整合、高效开发旅游信息资源,在很大程度上改变旅游的消费方式、经营方式和管理方式;提高旅游服务质量,满足游客的个性化需求,提升旅游体验;促进旅游产业的转型升级。	纪祖宁:《智慧旅游下烟台旅行社的发展研究》,《旅游管理研究》2014年1月下半月刊,第45页。
5	智慧旅游依托物联网、大数据、互联网、移动通信技术等,优化旅游活动、提升游客体验,同时帮助旅游企业和行业管理部门实现旅游管理、旅游服务和旅游营销智慧化。	周波、周玲强:《国外智慧旅游商业模式研究及对国内的启示》,《旅游学刊》2016年第6期,第8页。
6	2013年蚂蚁短租、途家、面包旅行、在路上、蚂蜂窝、高德、快捷酒店管家、爱周游、千夜旅游网、穷游网、酒店控、丸子地球、去哪儿、途牛旅游网等先后获得了资本市场的投入。	金准、廖斌:《我国智慧景区的变革与创新》,《北京第二外国语学院学报》2015年第1期,第74页。

## 1.4 实训案例:金棕榈智慧旅游业务流程管理系统

智慧旅游业务流程管理系统是以美国麻省理工学院教授迈克·哈默(M. Hammer)与詹姆斯·钱皮(J. Champy)提出的业务流程重组(Business Process

Reengineering, BPR)的理论为基础,结合中国旅行社行业的经营管理特点及实践,开发出的旅行社规范、标准的业务流程系统及相应的信息技术运行平台的总称。它涵盖了现代旅行社管理的主要业务内容,包括出境出国游、国内游、商务游等,也支持旅行社的各类业态,更顺应了旅行社行业批发、代理、零售的垂直分工的发展趋势。通过本教学软件,老师可以演示 20 余个业务流程系统,学生可以操作 180 多个功能模块和 600 多个按钮,从而全面了解旅行社实际业务运作。

该系统是模拟旅行社计调以及财务工作的整个业务流程,从开始策划线路到最后的财务结算,共有六个主要流程:策划线路——开设团队——团队控制——财务收款——团队结算——财务确认。旅行社业务流程管理系统还模拟了旅行社在工作中会吃力的一些其他问题,包括包团销售、报表统计等。

各模块简介如下:

产品策划模块主要是在旅行社中由计调操控、设计生成产品的模块,包含产品设计、产品生成、设计报价、生成团队等功能。



图 1-1 产品策划模块

团队控制模块主要是在旅行社中有团队操控,可根据已经形成的团队,进行团队跟踪、团队状态改变、修改团队及团队报账等操作。

财务结算模块主要包括单团结算和付款管理,不仅可以对团队进行结算操作,还可以生成并查看各类表单;财务人员可以根据单号查找订单进行付款确认,并可选择对象进行报送。发票管理就是对旅行社业务流程中因需产生的发票进行相应管理。本实验的目的是让同学们练习并熟悉如何在旅行社业务流程管理系统中进行财务结算操作。

标准题库模块让学生在学校的现代旅行社业务流程学习的同时,也让学校老师能更好地检验学生的学习效果,成功实现了无纸化考试,并在上海旅游培训中心的“旅行社咨询师资格认证”考试中得到了成功使用。



题库名称	题库类型	题库状态	题库来源	题库日期	题库数量	题库金额	题库单位	题库备注	题库操作				
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字题库	无	2014-04-23	1	1800.0	28	0	0	25	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字题库	无	2014-09-30	5	2340.0	10	0	2	8	1	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字题库	无	2014-09-30	5	9300.0	17	0	2	15	1	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字题库	无	2014-07-16	2	1000.0	11	0	1	10	1	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字题库	无	2014-07-31	11	8998.0	20	0	2	20	1	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-07-16	3	2100.0	100	0	0	100	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-07-01	1	2100.0	100	0	0	100	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-07-31	1	2100.0	100	0	0	100	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-05-31	1	2100.0	100	0	0	100	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-05-30	1	2100.0	100	0	0	100	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-07-11	2	1000.0	11	0	0	11	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-07-04	2	1000.0	11	0	0	11	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-05-29	1	2320.0	25	0	0	25	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-05-30	1	2320.0	25	0	0	25	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-07-25	2	1000.0	11	0	0	11	0	admin	已发布
【题库】北京京版/高转5天4晚之游	国内	数字代理	无	2014-04-30	1	2100.0	100	0	0	100	0	admin	已发布

图 1-2 标准题库模块

### 练习

1. 设计一条线路:上海—黄山,全程四天,7月1日—7月4日,线路名称为“黄山精品四日游”,往返交通为53人大巴,路程约5个小时,报价为1088元,项目包括游览黄山,观看日出,住宿条件为三星级酒店,不包含用餐,全程导游陪同,计划人数为60人,成团人数为50人。

2. 根据团队列表中“黄山精品四日游”这个团队,进行封团及团队报账,成本价为600元,完成后提交至财务。