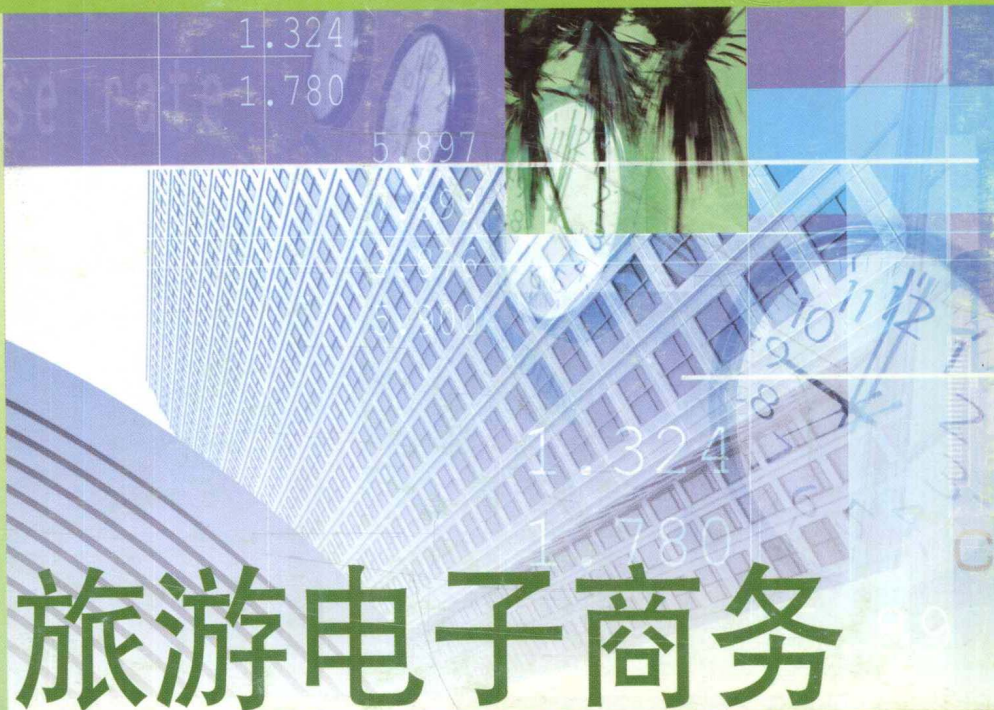




教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等教育旅游服务与管理专业教学用书



旅游电子商务

E-Commerce and Information
Technology in Hospitality
and Tourism

引进版

[美] ZONGQING ZHOU 著
李 山 主译



高等教育出版社
Higher Education Press

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用 ..

旅游电子商务

**E-Commerce and Information Technology in
Hospitality and Tourism**

[美] ZONGQING ZHOU 著

李 山 主译

杨荫稚 戴聚岭 主审

高等教育出版社

图字:01-2004-1236号

Zongqing Zhou

E-Commerce and Information Technology in Hospitality and Tourism, First Edition

ISBN:0-7668-4140-5

Copyright ©2004 by Delmar, a division of Thomson Learning

Original language published by Thomson Learning (a division of Thomson Learning Asia Pte Ltd). All Rights reserved. 本书原版由汤姆森学习出版集团出版。版权所有,盗印必究。

Higher Education Press is authorized by Thomson Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由汤姆森学习出版集团授权高等教育出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

981-265-155-1

图书在版编目(CIP)数据

旅游电子商务/(美)周宗庆著;李山译. —北京:高等教育出版社,2005.7

书名原文:E-Commerce and Information Technology in Hospitality and Tourism

ISBN 7-04-017045-0

I.旅… II.①周…②李… III.旅游业-电子商务-高等学校:技术学校-教材 IV.F590.6-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第051738号

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街4号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-58581000		http://www.hep.com.cn
经 销	北京蓝色畅想图书发行有限公司	网上订购	http://www.landaco.com
印 刷	北京北苑印刷有限责任公司		http://www.landaco.com.cn
开 本	787×960 1/16	版 次	2005年7月第1版
印 张	14.75	印 次	2005年7月第1次印刷
字 数	230 000	定 价	20.70元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

、版权所有 侵权必究
物料号 17045-00

内容提要

本书是从美国汤姆森学习出版集团(Thomson Learning)引进的旅游服务与管理专业教材之一,是教育部职业教育与成人教育司推荐教材。

本书共分十章。内容包括:概述,Internet 基础,连接到 Internet,电子商务基础,一种新的通信媒介,电子营销与信息发布,Internet 对旅游业的影响,案例研究:旅行社的过去、现在和未来,Internet 调查的新范式,旅游电子商务的未来等内容。

本书内容翔实,图文并茂,案例丰富,实践性强。

本书可作为职业院校旅游服务与管理专业的教学用书,也可作为旅游行业的岗位培训用书。

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail：dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118

策划编辑	王江华
责任编辑	曾飞华
封面设计	王凌波
版式设计	范晓红
责任校对	王效珍
责任印制	杨 明

译者前言

在一个追求个性化和市场导向的时代,这本书的视角——E-commerce and Information Technology in Hospitality and Tourism(我们根据中文习惯将之翻译为“旅游电子商务”)——无疑是独特和引人注目的。今天,互联网技术日新月异,并渗透到日常生活的方方面面;计算机成为一种文化,已根植在人们的内心深处。世界旅游业,尤其是中国的旅游业正蒸蒸日上、蓬勃发展。因此,以互联网(Internet)为代表的信息技术注定会在与旅游业的碰撞交融中闪现出璀璨光芒,一种新的商业模式——旅游电子商务也应运而生了。实际上,冠以“电子商务”为名的教材和专著在图书市场上可谓信手可得,但专注于“旅游”,全面而深入地探讨“旅游电子商务”这一主题的图书却是寥若晨星、难觅踪影。正如作者所言:“互联网在旅游信息技术和旅游贸易中的作用日益增强,多年来我一直在找寻一本能反映这一发展变化情况的书。”我的感受也正如此。由世界著名的出版商汤姆森学习出版集团(Thomson Learning)出版的这本尼亚加拉大学(Niagara University)ZONGQING ZHOU 博士的倾心之作,是作者多年研究和教学经验的结晶。我深信,读者可以通过该书“拨云见日”,从中窥探到旅游电子商务的魅力。

我硕士阶段师从吴必虎教授研究旅游地理,尔后留校任教于华东师范大学地理信息科学教育部重点实验室,并师从王铮教授攻读 GIS 博士,正是两位恩师的悉心教导和培养才使我具备了承担该书翻译的交叉学科专业素养,对此我满怀庆幸和感激。上海师范大学旅游学院(上海旅游高等专科学校)杨荫雅和戴聚岭老师担任本书的主审,他们以自己精深的学识和丰富的经验来审视文稿,严格把关,将误译降到最低程度,更科学和准确地传达出了作者的原意。

华东师范大学地理学国家理科人才培养基地的高年级本科生们提供了翻译的初稿。她(他)们理论基础扎实,热爱旅游地理,并对新技术充满热忱和敏感,为本书的中文内容勾勒出了大致的轮廓,使我的翻译有了初步的基础和可比较借鉴的样本。她(他)们是:张凌(前言、第一章、第四章),卢珊(第二章、第三章),汤淑昶(第五章),沈丹、王琼、唐秀聪(第六章),陈雯(第七章),蔡文婷(第八章),

程砾瑜(第九章),吴世佳(第十章)。当然,这些初稿的翻译是在王张华博士的精心组织下进行的,她高度的责任心是初译工作顺利完成的保障。

我努力追寻着翻译“信、达、雅”的真谛,力图向读者呈现一本“真实”的中文版著作。但理想和现实之间往往是关山万重,我虽竭力企及自己的理想,但恐怕仍免不了挂一漏万。文中如有不当或错译之处,皆是我的拙劣所至,欢迎读者批评指正,以便今后进一步的改进和校正。

李 山

2005年3月12日

于华东师范大学丽娃河畔

前 言

晚上十一点的钟声刚刚敲过,76岁的迈克·琼斯先生接到一个朋友的电话,让他第二天坐飞机去邻近的城市参加一个第二次世界大战老兵们的聚会。他打开计算机,上了Internet(互联网),登录到自己最喜欢的航空公司的网站。轻轻松松的几次点击,他就用信用卡买好了电子机票,并在同一个网站登记,确定了座位。大功告成!他心满意足地上床睡觉去了。

迈克·琼斯刚才订票的这个过程其实就是一项简单的电子商务。这是一百多年来信息技术进步累积的结果,它导致了一种新的现象——Internet的出现。自从美国建成第一条横贯大陆的铁路以来,无论交通还是商业都革命性地扩展到了原先根本无法到达的国内市场。电话——这一信息技术史上最具有突破性的发明——给美国人提供了与任何人进行即时交流的机会。20世纪20年代早期发展起来的高速公路系统,使原本看来不可思议的长途旅行成为现实。航空运输的出现,使得人的旅行和信息的传播更快速、更便捷。一个全球化的新时代到来了。

这本书是在本人多年来对信息技术和网络电子商务领域的研究和教学的基础上编写的。Internet在旅游信息技术和旅游贸易中的作用日益增强,多年来我一直在找寻一本能反映这一发展变化情况的书。本书系统陈述了在信息技术和网络的影响下,旅游企业如何做出商务决策,才能既满足消费者需求又能实现公司目标。

读者群

本书适合社区大学、技术学校、大学本科等不同层次的学生,即使学习者对信息技术和网络的认识仅来自个人经验和/或相关课程的学习,缺乏系统了解,也同样可以从本书中受益。本书紧紧围绕旅游业展开,特别适合于作为各类开设旅游信息技术和旅游电子商务课程的教材。此外,本书对旅游从业人员也不无裨益,它能帮助人们更深刻地理解信息技术和Internet在沟通和商业贸易中所扮演的不断变化的角色。

写作风格

在读原稿时,我的学生告诉我,他们很喜欢这本书,因为它用普通的词汇来解释复杂的专业术语。我写这本书的目的就是用最简单易懂的英语传递丰富的信息。学生的反馈也表明,本书适合各个级别的学习者使用,因为它不仅包含了必要的专业术语,还提供了简明、生动的解释。这种写作风格益于学生阅读,节省了解释复杂理论的时间,从而使得课堂讨论更为充裕。因此,无论是教师还是学生都能从中获益。

主要特色

正如前面所说,这本书是在我多年的教学和研究的基础上写成的。因此所有的材料都严格按照逻辑顺序编排,词汇和术语初次出现时都附有解释,先给出例子,然后进行详细的讨论。学习本书以后,学生会对这门学科有一个清楚的了解。

本书直指主题,理论和术语都用清晰简明的语言解释,所有的例子、注解和案例分析都是来源于现实生活,充分展示了 Internet 对旅游电子商务和旅游信息技术的影响。学生们可以从中了解到 Internet 是如何运作并对旅游业产生影响的。

随着 Internet 的出现,旅游信息的发布已经发生了很大的变化。我用了一章的篇幅来讨论这一变化。旅行代理和信息发布专业两年制大专的学生应该会对这一话题有特别的兴趣。

贯穿本书的主线之一是“客户服务和营销沟通是推动 Internet 在旅游业中发挥重要作用的原动力”。本书所提及的概念、观点、技术都倾向于探讨如何更好地为顾客提供服务以及促进市场沟通。因此,本书还可作为教材或补充读物,用于网络市场营销课程的教学。

本书结构

本书主要讨论 Internet 的发展对旅游业不同部门带来的影响。从概述 Internet 的影响开始,结束于探讨在信息技术和电子商务作用下,旅游业未来的方向和问题。以下就是各章节的主要内容:

第 1 章 学科概览,包括 Internet 发展的简史。引导学生了解 Internet 对旅游业的巨大影响,并就 Internet 对相关行业的作用形成初步概念。

第 2 章 讨论 Internet 的基础。引入 Internet 的一些基本术语,并进行解

释,为后面几章的详细分析做铺垫。

- 第3章 继续讨论 Internet 的一个特殊的方面:怎样接入 Internet,这也是第4章讨论电子商务基础的一个引子。
- 第4章 在第3章的基础上详细探讨电子商务的运作过程,另外还探讨了与电子商务相关的可靠性、隐私性和安全性问题。
- 第5章 介绍 Internet 通信的不同平台。内容包括 Internet 通信工具,比如内联网、外联网,还略述了四种电子商务模式:B2B, B2C, C2B 和 C2C。
- 第6章 审视了一整套网络营销和信息发布工具,探讨了市场营销中的推送营销和拉进营销的理论。本章致力于提供一个对旅游业不同部门可能的市场营销计划和战略的全面认识。
- 第7章 本章详细探讨了 Internet 对旅游业各部门的影响,包括航空公司、饭店、汽车租赁、巡游线路、旅馆、旅行社、印刷手册发送、在线旅游商店及其他相关企业。
- 第8章 本章讨论了旅游业中一个非常重要的部门——旅行社,指出了旅行社需要特别关注的原因。分析了最能影响旅行社的关键因素,并就其如何应对 Internet 提出一些战略建议。当然,对旅行社的发展也进行了历史回顾。
- 第9章 本章将 Internet 作为一种调查工具,用于市场营销、客户服务和其他商务决策,指导学生如何在 Internet 上进行调查,并陈述了一些决定市场营销效率的标准。
- 第10章 展望未来的旅游业在采用和管理信息技术中将要选择的方向和面临的问题,强调了传统信息技术与 Internet 技术愈加紧密的结合,这种技术集成将引领 21 世纪的潮流。

教学特点

为了使学生和教师都能更好地使用本书,我从教学上特别做了以下设计:

- 每章的开头都列出了该章节的学习目的,帮助学生了解自己要完成的任务。
- 每章的结尾都有案例分析,阐述该章节的理论和技術是如何在实战中使用的。案例后还附有問題,启发学生思考 Internet 是如何在现实世界中应用的。
- 每章中都提供了大量的相关链接,引导学生登录到这些网站,寻找最新的信息或者做进一步的调查。

- 每章后列出该章节中出现的关键词汇,方便学生查询该章节的主要概念和观点。
- 全书末附有完整的词汇表。

补充材料

在德尔玛学习中心(Delmar Learning),可以找到以下补充材料来辅助本书的学习和教学:

- 教师用书。这也是由本书的作者编写,用于辅助教师制定课程计划、校对练习答案、进行章节测试,还附有其他教学工具。
- 在线资源。访问我们的网站(www.hospitality-tourism.delmar.com),点击“在线资源”(Online Resource)按钮,以获取其他相关材料。

鸣 谢

Internet 和信息技术都是日新月异的,这给本书的写作增加了不小的难度。没有他人的帮助和付出,我是不可能完成这本书的。在此,我要感谢以下这些阅读过原稿并提出了宝贵意见和建议的人们:普渡大学(Purdue University)的 Liping A. Cai,詹姆斯·麦迪森大学(James Madison University)的 Ronald Cereola,特拉华大学(University of Delaware)的 Cihan Cobanoglu,约翰逊州立学院(Johson State College)的 Reed Fisher,沙斯塔学院(Shasta College)的 Roger Gerard,纽黑文大学(University of New Haven)的 Jin Murdy,中佛罗里达大学(University of Central Florida)的 Mary Jo Ross,斯特拉思克莱德大学(University of Strathclyde)的 Mairnna Sigala。

在这里我要特别感谢我的女儿周娟(Juan Zhou),她是我见过的最负责任的校对者,在行文风格和措辞上给了我很大的帮助。她对本书的贡献是无法估量的。我还要感谢我的儿子,周威廉(William Zhou),他的聪慧、可爱和优异的成绩,缓解了我的压力并且每天都带给我写作的灵感。

我还要感谢尼亚加拉大学(Niagara University)旅游管理系的系主任 Gary Praetzel 教授,在这本书的出版过程中给了我莫大的帮助。

最后,我要感谢阅读过本书原稿并给予我积极反馈的学生们,特别是那些帮助调查本书中的部分案例的同学。

Z. Q. Zhou

2003 年 2 月 1 日

目 录

前言

鸣谢

第一章 概述	(1)
1.1 Internet 的发展	(1)
1.2 Internet 与旅游业	(2)
1.3 Internet 的特征	(3)
1.4 Internet 与电子商务	(5)
1.5 Internet 与沟通	(5)
1.6 Internet 市场营销和信息发布	(6)
1.7 Internet 对旅游业的影响	(7)
1.8 Internet 与旅游调查	(9)
1.9 21 世纪展望	(9)
第二章 Internet 基础	(15)
2.1 Internet 的定义	(15)
2.2 Internet 的历史	(16)
2.3 Internet 的相关概念	(18)
2.4 结论	(27)
第三章 连接到 Internet	(33)
3.1 建立一个标准连接	(33)
3.2 其他接入方式	(36)
3.3 构建网络:局域网和广域网	(44)
3.4 结论	(49)
第四章 电子商务基础	(53)
4.1 Internet 与电子商务	(53)
4.2 电子商务的概念	(53)

4.3	电子商务的构成	(54)
4.4	电子商务的分类	(55)
4.5	建立 Web 站点	(60)
4.6	结论	(68)
第五章	一种新的通信媒介	(72)
5.1	引言	(72)
5.2	Internet: 一种新的通信媒介	(72)
5.3	不同的 Internet 通信平台	(73)
5.4	内联网: 公司内部的网络	(74)
5.5	外联网: B2B 和 B2C 通信	(76)
5.6	Internet 通信工具	(77)
5.7	结论	(83)
第六章	电子营销与信息发布的	(89)
6.1	引言	(89)
6.2	电子营销计划	(90)
6.3	网络营销工具	(91)
6.4	市场营销推送	(104)
6.5	市场营销拉进	(110)
6.6	结论	(114)
第七章	Internet 对旅游业的影响	(123)
7.1	引言	(123)
7.2	对供应商的影响	(123)
7.3	对旅行社的影响	(133)
7.4	对传统印刷手册信息发布的影响	(134)
7.5	旅游电子商务市场	(135)
7.6	结论	(138)
第八章	案例研究: 旅行社的过去、现在和未来	(144)
8.1	引言	(144)
8.2	历史审视	(145)
8.3	技术与旅行社	(151)
8.4	旅行社与 Internet	(154)
8.5	网络时代旅行社的对策	(157)
8.6	未来展望	(159)
8.7	结论	(160)

第九章	Internet 调查的新范式	(167)
9.1	Internet 调查的定义	(167)
9.2	在 Internet 上搜索信息	(167)
9.3	采集 Internet 上的数据	(171)
9.4	分析 Internet 上的数据	(175)
9.5	电子营销与在线消费者行为的测度	(177)
9.6	结论	(179)
第十章	旅游电子商务的未来	(184)
10.1	新技术、新范式与新战略	(184)
10.2	新技术趋势	(184)
10.3	新范式	(188)
10.4	新战略	(190)
10.5	争议、问题及障碍	(193)
10.6	结论	(193)
词汇表		(201)

第一章 概述

学习目标

通过本章学习,你应该能够:

- 理解 Internet 的快速发展
- 阐释为什么说旅游业和游客站在了利用 Internet 的风口浪尖
- 阐释 Internet 怎样被用于不同的交流通信和商务目的之中
- 理解 Internet 对旅游业众多部门的影响
- 阐释为什么保持最新的 Internet 知识是如此之难

1.1 Internet 的发展

Internet 的发展可以说是迅猛异常、一路凯歌,近年来 Internet 用户的飙升就是最好的明证。1994 年的相关数据显示,美国当时只有

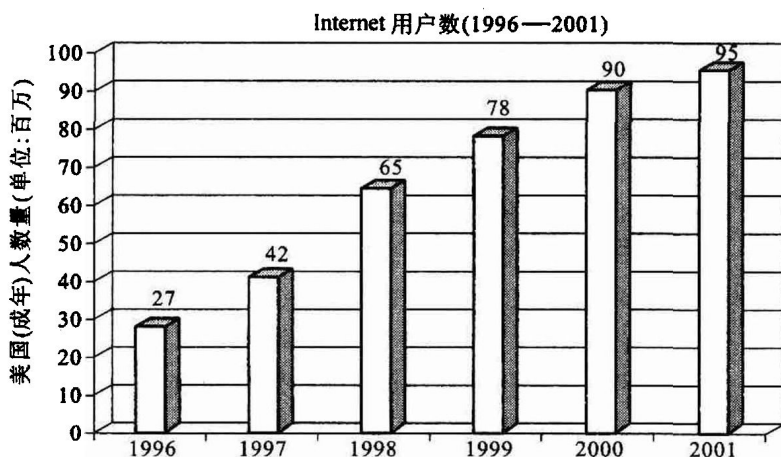


图 1.1 Internet 用户人数(1996—2001)

图表来源:美国旅游业协会,“旅行者对互联网的使用”,2001 年

2 500万 Internet 用户(Verity and Hof,1994),而至 1997 年增加到了 4 000万,2001 年时到了 9 500 万(图 1.1)。

通过 Internet,人们能够不受时间和地点的限制进行即时的交流,这吸引了全世界数千万的网络用户。2002 年全世界网民总数估计为 6.19 亿,且有望在 2004 年增加至 9.4 亿(Global Reach,2003)。这并不足为奇,因为世界上大大小小的国家都已认识到 Internet 不单纯是一种通信工具,而更是一个新的经济增长领域。例如,中国已投资几十亿美元用于发展 Internet 基础设施,以期在 2006 年拥有全世界最大的 Internet 用户群。表 1.1 按所用语言对网民进行了简要划分。

表 1.1 全世界使用不同语言的 Internet 用户

语 言	2002 年 Internet 用户 (每 1 000 人)	占世界网民 总数之比 (%)	2004 年预计的 Internet 用户 (每 1 000 人)
英 语	230	36.5	280
欧洲国家语言(除英语)	224	35.5	328
亚洲(包括汉语)	179	28.5	329
汉 语	68	10.8	170
总 计	619		940

资料来源:据“世界纵横”(Global Reach, www. glreach. com,2001)整理

1.2 Internet 与旅游业

旅游业是最先采用新技术的行业之一。一方面,它作为信息密集型产业,很大程度依靠寻求和发展新的手段来发布旅游产品和服务,向消费者推销相关信息,为旅游者提供舒适、便利的服务。另一方面,消费者在购买各种旅游服务前,为了做出更加满意的决定,也往往会在网上搜索最新的帮助信息。这就难怪在发展最快的四大行业中,旅游电子商务名列第二,仅次于金融和保险服务业。

上网制定旅行计划和预订旅游服务的旅游者人数保持着快速增长的势头。根据美国旅游业协会数据(TIA,2003),2002 年美国约有 6 400万旅游者上网搜索旅游目的地的信息,查看旅游价格及行程安排,3 年来增长了约 400%。1999 年到 2002 年的连续四年中,网上预