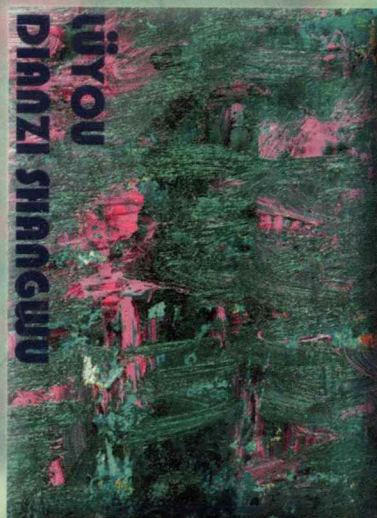




教育部高职高专规划教材
Jiaoyubu Gaozhi Gaozhuan Guihua Jiaocai

马润洪 戴聚岭 主编

旅游 电子商务



中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游电子商务/马润洪、戴聚岭主编. — 北京: 中国财政经济出版社, 2001.1

教育部高职高专规划教材

ISBN 7-5005-4954-7

I. 旅… II. ①马… ②戴… III. 旅游经济—电子—商务—高等学校: 技术学校—教材 IV. F59

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 87120 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph@dtc.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

发行电话: 010-64003349(传真) 64013338-293、294

涿州新华印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开 11 印张 257 000 字

2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月涿州第 1 次印刷

印数: 1—5 060 定价: 18.00 元

ISBN 7-5005-4954-7/F·4437

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

出版说明

教材建设工作是整个高职高专教育教学工作的重要组成部分。改革开放以来,在各级教育行政部门、学校和有关出版社的共同努力下,各地已出版了一批高职高专教育教材。但从整体上看,具有高职高专教育特色的教材极其匮乏,不少院校尚在借用本科或中专教材,教材建设仍落后于高职高专教育的发展需要。为此,1999年教育部组织制定了《高职高专教育基础课程教学基本要求》(以下简称《基本要求》)和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》(以下简称《培养规格》),通过推荐、招标及遴选,组织了一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师,成立了“教育部高职高专规划教材”编写队伍,并在有关出版社的积极配合下,推出一批“教育部高职高专规划教材”。

“教育部高职高专规划教材”计划出版500种,用5年左右时间完成。出版后的教材将覆盖高职高专教育的基础课程和专业主干课程。计划先用2~3年的时间,在继承原有高

职、高专和成人高等学校教材建设成果的基础上,充分汲取近几年来各类学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验,解决好新形势下高职高专教育教材的有无问题;然后再用2~3年的时间,在《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》立项研究的基础上,通过研究、改革和建设,推出一大批教育部高职高专规划教材,从而形成优化配套的高职高专教育教材体系。

“教育部高职高专规划教材”是按照《基本要求》和《培养规格》的要求,充分汲取高职、高专和成人高等学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验和教学成果编写而成的,适合高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校使用。

教育部高等教育司

2000年12月

前 言

顾名思义地简单描述：旅游电子商务=旅游+电子+商务，这门课程应该是旅游业经营管理、网络信息技术应用和市场商品交易的相关知识综合。由于本书是国内第一部讲授旅游电子商务课程的高校教材，所以在我们着手创编这本教材时，首先就必须把握它的教学定位：

一、本书是一本经济管理类的商务课程教材，不是计算机应用类的网络技术教材。在《电子商务要加快人才培养》（参阅2000年7月6日中国计算机报《网络时代》第25页）一文中，国家信息产业部信息化推进司宋玲司长提出“在深入系统的学习中，电子商务逐渐体现出它的学科性——以经济管理为主。”我们的认识和她的感受相一致。

本书力图从信息流的角度来讨论旅游服务业的营销和商品交易，使读者理解基于信息网络的旅游电子商务的实质，理解电子商务和传统商务的联系和区别，进一步理解新世纪旅游经营和销售管理的科学规律。书中当然要

讨论旅游网站，但是讨论的目的却在于讨论旅游销售，因此和一些主要讨论网络应用的电子商务书籍不同，授课中心内容不是网站，而是网上的商品销售和市场交易。

二、旅游电子商务的发展离不开旅游商务的发展和互联网应用的发展，所以我们希望学生在学习这门课程之前曾经学习过旅游管理或饭店管理方面的相关知识，例如旅游概论、市场营销，同时也曾经接受过计算机基础知识和互联网基础知识的授课及上机操作培训。

三、《教育部关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》中明确提出，高职高专教育应该以“应用”为主旨和特征构建课程和教学内容体系。这本书作为新编高职高专教材，我们希望全书的结构清楚，语言明确，既有论述，又有实例，并且建议在教学中尽可能安排提供上网实习条件。今天人们在经济管理类课程的教学比较看重案例教学，在电子商务课程教学中不仅要讲解案例，更可以利用互联网开放性的优势，在教学中如有实验条件，就应该帮助学生通过上网实际操作的亲身体验来理解和分析旅游电子商务的各种市场规律。

本教材的各位执笔人都有相关的跨学科研究基础、教学经验和实践经验，其中：中国旅游管理干部学院的马润洪教授，以前从事计算机软件（MIS、CAD）开发，后从事旅游管理和饭店管理专业教学，在旅游信息管理、饭店计算机管理和饭店财务管理方面已有多部论著或教材；上海旅游高等专科学校的戴聚岭副教授，以前从事计算机应用（硬件）研究，后从事计算机基础、饭店管理信息系统的教学和教材编写；福建华侨大学的颜醒华副教授，多年从事旅游管理和数据库的教学，也编写和主编过多部教材；桂林国际旅行社英语部的殷振华网络销售经理，以前是桂林电子信息工程学院教师，近两年专职从事旅行社电子商务的探索

性研究和实践。本教材全书共十章，马润洪负责编写第一、二、五、六、十章，戴聚岭负责编写第三、七章，颜醒华负责编写第八、九章，殷振华负责编写第四章。本教材由马润洪和戴聚岭主编，由马润洪负责全书的统稿修订。

无论是在高校的本科教学还是专科教学中，以往还没有使用过《旅游电子商务》教材，此次是首次编写，鉴于旅游电子商务的实践刚刚开始，理论探讨也刚刚起步，特别是囿于主编的学识有限，真诚欢迎读者们对教材中的不当之处给予指正，以便今后修改。

马润洪

2000年11月1日

目 录

第一章 电子商务将企业经营信息管理 带人新阶段.....	(1)
第一节 信息、信息流和信息管理	(2)
第二节 企业经营的信息流.....	(15)
第三节 产品销售的信息流.....	(29)
第二章 旅游企业的销售网络.....	(40)
第一节 信息网络.....	(40)
第二节 旅游销售网络.....	(48)
第三节 旅游信息服务业.....	(58)
第三章 互联网的商业应用.....	(70)
第一节 互联网应用基础.....	(70)
第二节 互联网的信息服务.....	(82)
第三节 电子商务.....	(91)
第四节 电子商务的解决方案.....	(103)
第四章 旅游企业的网站建设和网络营 销.....	(116)
第一节 旅游网站的规划与设计	(116)
第二节 旅游网站的上网发布.....	(126)
第三节 旅游网站的促销.....	(132)

第四节 在线旅游业务的运作·····	(139)
第五章 旅游电子商务的市场交易·····	(149)
第一节 美国旅游电子商务的启示·····	(149)
第二节 电子商务的交易规律·····	(157)
第三节 旅游产品的电子商务·····	(169)
第六章 旅游电子商务的企业营销·····	(193)
第一节 旅游企业网络营销策略·····	(193)
第二节 网络营销的市场调查和市场宣传·····	(204)
第七章 旅游电子商务的支付与安全·····	(222)
第一节 电子商务的支付·····	(222)
第二节 电子商务的安全·····	(237)
第八章 旅游电子商务的产业政策与法规管理·····	(253)
第一节 产业政策·····	(253)
第二节 安全及其责任问题·····	(259)
第三节 电子认证的法律地位·····	(267)
第四节 税收与税法·····	(271)
第五节 质量标准与质量认证·····	(277)
第六节 隐私权与保密问题·····	(281)
第九章 旅游电子商务的无形资产管理·····	(288)
第一节 旅游电子商务的无形资产·····	(288)
第二节 旅游电子商务无形资产的开发·····	(293)
第三节 旅游电子商务无形资产的经营管理·····	(297)
第四节 旅游电子商务的知识产权保护·····	(304)
第十章 旅游电子商务的发展·····	(310)
第一节 旅游电子商务的发展进程·····	(310)
第二节 国家级旅游电子商务的发展·····	(323)
参考资料·····	(338)

作为新兴的商务贸易形式，电子商务的迅速发展受人关注，而电子商务的基础在于互联网（Internet）的利用。正是由于互联网为人们提供了前所未有的更充分的信息共享，互联网的商业应用才可以改变原有市场交易的价值转移过程，电子商务才使得各家企业必须要变革自身的销售和经营方式，使得各国政府必须要调整对本国商贸的宏观支持和管理，也使得管理人员必须要学习和掌握电子商务知识。

第一章

电子商务将企业经营信息管理带入新阶段

内容提示

现在我们想深刻理解这种基于信息网络的电子商务，首先就需要对经济活动中的信息流及其网络管理拥有一些基本的知识，特别要理解信息流管理地位的提升和企业强化经营管理、开展商品营销的密切关系。

第一节

信息、信息流和信息管理

人们对信息并不陌生，称今天的社会已进入信息时代。1948年美国数学家申农（C.E.Shannon）发表了《通讯的数学理论》一文，被人们认为是信息论诞生的标志。这以后，信息论得到广泛研究，并可以分成三种类型：

狭义信息论：申农信息论，主要研究消息的信息量、信道容量及编码。

一般信息论：主要研究信息通讯、噪声、信号、滤波与预测、调解、信息处理。

广义信息论：包括前两项以及所有与信息有关的领域，即把信息论推广应用到物理学、化学、生物学、心理学、语言学、经济学、哲学等广泛的领域。

在学习现代管理理论时我们主要需要了解广义信息论的知识，所以在学习信息基本概念时，申农提出的数学表达式便可以不必深究，而深刻理解信息的基本特性则是很有必要的。

一、信息特性

对“信息”这个词汇虽然至今还没有一个统一的定义，但是众多的学者已经从各个角度对它有了很多的研究和描述。一般地讲，信息是消息的内容，而消息是信息的“外壳”（载体）。信息是由物理载体和语义构成的统一体。信息不同于物质和能量，物质、能量、信息构成了客观世界的三大要素。

科学不仅要定性，而且要定量。人们天生有冷热的感觉，只

是在提出温度概念并发明温度计之后，人们对冷热现象的研究才真正成为了一门科学。然而信息的度量，至今还是一个巨大的难题。申农避开了语义（即符号语言的含义）因素，仅从通讯技术的角度研究了信息的度量问题，假定你的朋友约定周六或周日来访，二者必居其一，这里存在着不确定性，即它们出现的机会（概率）各为 $1/2$ ，当你收到长途电话得知他确切到达的日期后，这时便消除了不确定性，就可以说你从电话中获得了信息。此后，如果你再次收到通知到达日期的电报，这封迟到的电报就不再向你提供任何信息了。

由前面举例可以看出，人们总是在由不知到知、对象由不确定到可确定的过程中得到了信息。信息量便成为对减少事物不确定性程度的度量。我们理解了这个概念，便可不去追究有关信息的一系列数学公式的本身。因为这些公式是在避开语义难题的条件下研究的，而我们在经济管理活动中是不可能离开语义的。然而，我们现在已经可以明确认识信息的一个基本特性：新知性。消息是信息的载体，而信息总是存在于新知道的消息中。

信息具有我用性，这里包括三个意义。信息是客观的，信息的使用价值是多样的，具有相对性，即不同的人得到同一个消息后却作出不同的理解。举一个许多人都知道的例子，一位英国诗人在其诗作中写道：“每分钟都有一个人在死亡，每分钟都有一个人在诞生……”于是，他收到一位数学家来信表示异义，数学家认为地球上人口是在不断增长的，生死比例为 $1.16749:1$ ，他建议将诗句改为“每分钟都有一人死亡，每分钟都有 $7/6$ 人在诞生……”同一个数字信息对不同人的使用价值有可能截然不同，在我们身边既有“言者无心，听者有意”，也有“对牛弹琴”、“左耳进，右耳出”，因此我们说信息具有我用性。

信息具有可加性。当你得到一个消息 A 时，如果联系到你

先前得到的另一个信息 B, 有可能会有更多的收获, 即得到的信息量 K (价值) 可能更大。相比之下, 你仅仅得到一个消息 A, 则只得到了一个较少的信息量 K。这里 K 便相当于 A 与 B 依某种形式的加和。

信息具有可减性。当你在短时间中得到大量的新消息, 你所得的信息由于种种因素的重叠抵消后有可能变得更少。人们常说读书要有选择, 不能滥读。当你得到一些相互关系不清, 甚至矛盾的消息, 此时你得到的信息是很复杂的, 这里既有迭加, 又有迭减。

信息具有共享性。我们不难理解, 物质、能量都是独享的 (在享用中被消耗), 而信息与它们不同。现在人们可以采用计算机来开发各种信息系统的基础就在于: 计算机具有很好的信息存贮能力, 而信息自身又具有共享性。

信息具有可传递性。信息传递的快慢、信息在传递中可能产生的破坏都是人们极为重视的, 尤其是在一般信息论中重点研究这些问题。

前面已经谈到了信息的新知性、我用性、可加性、可减性、共享性等, 这些特性已经属于众人的共识, 而不同人对信息的基本特性还有更多不同的叙述, 还处于广泛研讨、不强求统一的阶段。在后面的讨论中我们可以看到, 在经济活动管理中, 信息的共享性和信息的我用性常常表现出特别重要的意义。

二、信息流的作用

以往人们看到在经济活动中存在着人员流动、物资流动 (有人又称之为商品流动) 以及资金流动, 有效的经济管理就必须对三者实现综合管理, 进入七十年代后, 随着信息管理水平的提高, 人们开始强调在三种流之外还应重视信息流的管理, 因此,

在这里需要研究这四种流动方式及其相互的关系。

(一) 经济活动中存在的四种流动

重视经济活动中的四种流动已经成为人们从事企业经营和经济管理的重要基础。

1. 东亚的 3T 革命

80 年代初, 亚太经合组织的经济专家从分析人员流、物流、资金流和信息流这四种流动入手, 提出在未来几十年内东亚地区的运输 (Transportation)、通信 (Telecommunication) 和旅游 (Tourism) 将得到最迅速的发展, 并由此将带动和保证整个地区经济的高速发展, 即所谓“3T 革命”的理论。许多大企业根据这样的分析适时进入了东亚市场, 特别是中国的运输市场和通信市场, 如波音、摩托罗拉、爱立信、诺基亚、西门子、飞利浦在中国的经营部门被它们集团内部评估为业绩最佳的 (地区)。我们国内也很重视这种理论, 从 80 年代至今始终对 3T 产业的发展给予特别的重视, 同样取得了明显的成效。例如我国旅游外汇收入提前实现了国家的发展目标, 我国已成为世界旅游大国, 并正在努力成为世界旅游强国。另一方面, 中国和东亚地区在 20 世纪最后二十年中, 尽管在 1997 年出现了亚洲金融危机, 在 3T 优先发展的同时, 经济的确呈现出全面的高速发展。

2. 世界贸易组织的三个协议

进入 90 年代后, 人们为了推动全球贸易自由化, 加快全球范围内的四种流动, 提高全球的经济的发展速度, 通过世界贸易组织 (WTO) 谈判制定了一系列国际协议, 特别受到人们关注的就是 WTO 成员在 1997 年这同一年中通过的《全球基础电信协议》、《信息技术协议》和《开放全球金融市场协议》。

世界贸易组织的 68 个成员于 1997 年 2 月 15 日签署了《全球基础电信协议》, 其主要内容是敦促各成员方对外国公司开放

电信市场，并结束其国内电信市场上的垄断行为。协议将导致世界电信业的竞争更加激烈，迫使各国加快更新通信技术和提高服务质量，同时国际电信的费用会得到降低。

1997年3月26日世界贸易组织的40个成员达成了《信息技术协议》，决定在2000年前将二百多项信息技术产品的关税降低或取消，这涉及计算机、计算机软件、半导体、半导体制造设备、电讯设备及科学仪器六大类。此协议有利于加快高新技术的转化和全球的信息化过程。

在1997年12月13日凌晨世界贸易组织的70个成员终于达成《开放全球金融市场协议》，内容包括：允许外国在本国建立金融服务公司并按竞争原则运行，外国公司享受和国内公司同等的市场准入权利，取消跨边界金融服务限制，允许外国资本在投资项目中的比重超过50%。

和3T革命的价值相类似，预计这三个协议的推动作用必将加快社会经济活动中人员流、资金流、物资流、信息流的流动，进而提高全球经济一体化的发展速度和效益。现在WTO成员正在谈判进一步扩大《信息技术协议》的产品范围。

总之，要提高经济活动效益，人们就必须不断地努力去加快四种流的有序流动，一方面推动它们的流动，另一方面把握它们流动的合理有序。近年来由于短期国际游资的无序流动引发了亚洲金融危机，已经引起人们对有序控制的关注，而要把握四种流的有序流动，特别需要我们重视信息流的特殊作用。没有信息流知识就很难理解现代经济发展和现代企业经营的内涵。

（二）信息流是对人员流、资金流、物资流的反映和控制

在经济活动的四种流动当中，信息流和其他三种流动的地位不同，它是对人员流、资金流、物资流的反映和控制。

1. 超级市场的收款机是个好例子

以超级市场营业为例，无论大型超级市场（据说占地可超过数十个足球场），还是营业面积仅 20 平方米的小超级市场，顾客交款一律要使用收款机，或者更明确地讲：没有收款机就不可以经营超市。道理在哪里？难道是为了方便顾客吗？由于各种原因，常有在使用收款机收款时并不快捷的情况，但是超级市场要坚持使用收款机收款，甚至收款机发生小故障，营业员要先排除故障再收款后才允许顾客离开，即便顾客着急，营业员也不会先收下货款再排除故障。

在超级市场营业中要坚持使用收款机的道理很简单，因为超级市场的商品是随时上架，物流不断，加之在超级市场营业中又难免出现顾客不付款将商品偷带出店的现象，这样一来，对超级市场的物流就很难有准确的记录信息。销售过程中一般要求钱物核对，既然物流没有准数，那么货款又如何来核对呢？当营业结束时，通过收款机特定按键可以打印出收款的累计数，人们将所有的货款和此数核对，如果货款不足是要由收款员赔偿的。在普通的大型商场中，尽管品种多、销售额大，但是各个柜台是销售的基本单位，在结束营业后各柜台营业员将货款和本柜台的销售货物数额相核对，即钱物相核，因此不一定要使用收款机。然而在超级市场则不同，结束营业后人们无法钱物相核，因此必须使用收款机，否则对于应收到的货款心中无数，生意肯定要赔本。在这里，收款机所提供的这样一个累计数以及这个数对超级市场经济活动的重要意义，可以说是信息流作用的一个很好的例子。

2. 会计的内部控制体现着信息流的地位

再以饭店内部的会计控制为例，饭店会计分工必须执行不相容岗位分离原则，即：业务批准和业务执行、业务执行和业务记录、业务执行和业务审核、财产保管和财产记录，上述的相关岗位不可以由同一人兼职。

在现金收入的管理中有一系列制度，例如规定只允许指定人员收取现金和记录收款，在送银行之前，再次核对现金和记录，而核对人不能是收现金和记录现金收款的人，向银行送现金和编制现金账务的工作同样都不能由收现金和记录现金收款的人来进行，完成银行对账和银行存款余额调节工作的，则不能是掌管现金收入、记账或办理存款的人。

在现金支出的管理中也有系列制度，例如支票、账单和发票都要指定专人批准，支票由批准付款以外的专人来填写和登记，并由另一人负责签字支付或汇出，每月的银行对账中应由填写和登记支票以外的人来调节，编制会计账务的人不应该是签发支票或负责支票登记的人。

总之，无论是现金收入管理还是现金支出管理，各项制度始终体现着不相容岗位的分离原则，这些原则的核心就是保证信息流对其他三种流的反映和控制作用真实有效。

信息流的地位如此特殊，由此我们应该理解信息管理部门的地位也是比较特殊的。

（三）信息管理部门是要害部门

在经济发展比较快、计算机应用比较广泛的广东省，发生过相关案例。例如：

广东一家银行分理处的 12 台计算机在三天之内接连出现故障而不能使用，只有另外两台可以正常工作。人们在查不清原因之时，联想到这两台计算机使用时间不满一年，而恰好在一年前，办事处计算机部的一位副主任要求调到其他公司去工作，领导开始并不批准，事情闹得很不愉快。这 12 台计算机的故障和这位副主任的不满情绪是否有直接关系呢？最终查明设备故障的确是这位计算机技术高手人为制造的，当然故障的潜伏期是一年。