

21

世纪高职高专规划教材★旅游与酒店管理系列

LÜYOU DIANZI SHANGWU
JIAOCHENG

旅游电子商务教程



葛晓滨 ◎ 编 著

 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

旅游电子商务教程

葛晓滨 编著

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游电子商务教程/葛晓滨编著. —北京: 中国人民大学出版社, 2011. 6
21 世纪高职高专规划教材. 旅游与酒店管理系列
ISBN 978-7-300-13869-5

I. ①旅… II. ①葛… 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 (2011) 第 118905 号

21 世纪高职高专规划教材·旅游与酒店管理系列

旅游电子商务教程

葛晓滨 编著

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	秦皇岛市昌黎文苑印刷有限公司	
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次 2011 年 8 月第 1 版
印 张	13.25	印 次 2011 年 8 月第 1 次印刷
字 数	309 000	定 价 25.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

前 言

在这个被信息技术和互联网高度渗透的时代，每一个旅游者都是信息化手段的应用者，每一个旅游企业和每一个旅游目的地都是信息化手段的受益者。旅游电子商务用现代信息技术服务于旅游业，推动着整个旅游业的经济的发展。旅游电子商务与旅游个性化的发展潮流互动，是我国旅游业参与国际市场竞争的重要手段。在这个大的背景下，本教材立足于高职高专教学层次，从旅游专业学生今后从事的工作所需要的能力出发，以培养学生专业能力、应用能力、思考能力的综合行动能力为目标，打破传统的教材体系编写的一部新型的旅游电子商务综合性专业教材。

本教材全面体现了任务驱动的思想，主要环节为本章目标、任务导入、任务分析、任务实施、任务评估、思考、拓展阅读、习题、实验与实训和超级链接等。介绍了旅游电子商务基础、旅游电子商务模式、旅游电子商务网络和数据库技术、旅游电子商务网站技术、旅游电子商务支付、旅游电子商务网络营销、旅游电子商务安全、旅游电子商务客户关系管理、旅游电子商务的新发展等内容，由浅入深，层层深入，环环相扣，涵盖了旅游电子商务专业要求的主要知识和基本技能。

本书突破性地采用体验式情景模式，以欧阳逍遥同学在大学一年级暑假准备旅游的场景开始，以逐层深入的任务为线索，讲述了欧阳逍遥从对旅游电子商务略知一二的普通学生到旅游电子商务应用高手的学习经历，使教材具有故事性，并与学生认知和学习经历相吻合，突破了传统教材片面讲概念、讲案例，形式不活泼，内容不贴近学生等局限，真正体现以学生为中心的教学观点和理念。

本教材具有以下几个鲜明的特点：

1. 采用“任务驱动、体验式学习”的编写方式，全面介绍了旅游电子商务综合实用技能。

2. 体现了“新、奇、土、特”四个特点。新：形式新、内容新、资料新，所有资讯均是近两年发生的，并且突出了上海世博会等案例，贴近日事；奇：编排方式奇、故事奇；土：和学生的日常认知方式相吻合，贴近生活；特：具有鲜明的特点，突出了任务驱动的特征。

3. 从旅游等专业学生今后主要从事的工作岗位的技能要求出发，以实际应用所需的能力为主线，准确定位，整合出典型的工作流程，按照“工学结合”的理念编排全书内容。

4. 注重“教、学、做”一体化，寓教于做，寓学于做，让学生“做中学、学中做”，让理论知识具备可操作性，充分体现任务导向、行动导向的教学理念。

5. 突出重点、结构合理、内容新颖，反映新知识、新技术，循序渐进，语言简洁流畅，生动形象。

本书适合作为高职院校旅游专业、电子商务专业、市场营销专业、工商管理专业、国



际贸易专业等相关专业的教材，也可作为自学参考书及企业培训教材。

本教材由安徽财贸职业学院葛晓滨编著，安徽财贸职业学院陈小芳参与编写第 8、9 章的内容。本教材是在安徽财贸职业学院的校本教材基础上进行的一种创新性的探索和尝试，在本书的编写过程中，得到席清才副教授的悉心指导，在此表示衷心的感谢！同时编者还参考和引用了相关图书、杂志以及网站的资料，由于涉及者多，不能一一列举，在此一并向有关的作者表达我们诚挚的感谢！

由于编者水平有限，时间仓促，肯定还有诸多不足之处，恳切希望读者对错误之处批评指正。

编者

2011 年 4 月

目 录

第 1 章 旅游电子商务基础	1
第 2 章 旅游电子商务模式	19
第 3 章 旅游电子商务网络和数据库技术	37
第 4 章 旅游电子商务网站技术	66
第 5 章 旅游电子商务支付	92
第 6 章 旅游电子商务网络营销	114
第 7 章 旅游电子商务安全	139
第 8 章 旅游电子商务客户关系管理	164
第 9 章 旅游电子商务的新发展	184
参考文献	202

第1章 旅游电子商务基础

本章目标

课程目标

理解旅游电子商务的概念

了解旅游电子商务的功能

实践目标

学会搜索符合自己需要的旅游电子商务网站

能自己动手在旅游电子商务网站完成需要的操作

任务导入

欧阳逍遥是旅游专业的大一学生，即将放暑假了，他和同学们想借此机会出去游览一下祖国的大好河山。但是因为景点繁多，费用不等，而他们的经济能力有限，如何迅速找到合适的旅游景点，并安排好相关的行程和路线，解决住宿和吃饭的问题呢？于是他们想到了旅游网站，但是旅游网站众多，各有特色，他们到底能不能获得中意的方案呢？

任务分析

欧阳逍遥的想法是利用互联网去实现旅游计划和安排，这是旅游电子商务的一个典型的应用，那么到底该如何实施这个任务呢？国内的旅游网站众多，比较知名的有携程旅行网、艺龙旅行网、易网通、遨游网、芒果网、同程网、9588 旅行网、快乐 e 行网、易休网等，旅游网站各具特点，风格不一，又该如何选择呢？俗话说，货比三家不吃亏。欧阳逍遥可以选择几家有特点的旅游网站进行比较，看看每个网站推荐的方案和价格，不仅如此，很多网站还有景区的三维动画和视频，非常直观。另外，很多“驴友”的旅游评价对做好旅游前的功课有一定帮助。欧阳逍遥开始在网上搜索合适的旅游网站。

小贴士

驴友：“驴”是“旅游”的“旅”的谐音，驴友泛指参加旅游、自助游的朋友。

任务实施

经过认真地思考和研究后，欧阳逍遥开始上网亲自体验旅游电子商务的实际功能，实现他和同学们旅游的愿望。

第一步：确定旅游网站

要找就找最好的网站，欧阳逍遥在百度（www.baidu.com）输入搜索关键字“旅游网排行榜”，在《中国旅游网站竞争力排行榜 TOP15》这篇文章中，发现了很多有用的信息，见表 1—1。

表 1—1 中国旅游网站竞争力排行榜 TOP15

网站	网址	网站传播度	用户体验度	平台综合服务度	总分
携程旅行网	www.ctrip.com	37.8	29.1	28.7	95.6
艺龙旅行网	www.elong.com	30.6	28.9	28.7	88.2
乐途旅游网	www.lotour.com	29.8	28.1	28.4	86.3
同程网	www.17u.com	32.1	27.3	26.8	86.2
搜狐旅游	www.travel.sohu.com	34.5	26.4	25.2	86.1
火车票网	www.huochepiao.com	31.7	26.1	25.3	83.1
到到网	www.daodao.com	26.8	26.1	26.2	79.1
火车网	www.huochet.com.cn	28.9	25.1	24.6	78.6
51766 旅游网	www.51766.com	27.5	25.6	25.1	78.2
中国南方航空	www.cs-air.com	25.1	25.2	25.3	75.6
九游网	www.9tour.cn	27.1	24.8	23.2	75.1
游多多旅行网	www.yododo.com	25.7	24.6	23.5	73.8
信天游	www.travelsky.com	25.5	23.9	24.1	73.5
旅游联盟	www.tourunion.com	25.4	24.1	23.7	73.2
图行天下	www.go2map.com	25.3	23.6	24.2	73.1

资料来源：http://www.cips.cn/default.aspx? g=postmessage&m=3413。

看来携程旅行网是目前行业内竞争力最强的网站，于是欧阳逍遥选择了携程旅行网。

第二步：登录旅游网站并注册成为会员

欧阳逍遥登录到携程旅行网，携程旅行网主界面如图 1—1 所示。



图 1—1 携程旅行网

1. 注册成为会员

(1) 进入新用户注册页面。

单击携程旅行网页右上方的“注册”按钮,如图1—2所示。



图1—2 携程旅行网“注册”按钮

(2) 填写注册信息。

在新用户注册页面填写基本信息,包括用户名、密码、验证码、手机号码、电子邮件等,如图1—3所示。

The screenshot shows the '新用户注册' (New User Registration) form. It includes fields for '用户名' (Username), '密码' (Password), '确认密码' (Confirm Password), '验证码' (Verification Code), '手机号码' (Mobile Number), and '电子邮件' (Email). There are also checkboxes for '同意服务条款' (I agree to the terms of service) and '同意隐私政策' (I agree to the privacy policy). The form is titled '新用户注册' and has a '注册' (Register) button at the bottom.

图1—3 携程旅行网注册页面(1)

填写完注册信息后,仔细阅读服务条款并单击“同意服务条款,提交注册信息”按钮,如图1—4所示。

The screenshot shows the '新用户注册' (New User Registration) form, specifically the '同意服务条款' (I agree to the terms of service) section. It includes a checkbox for '同意服务条款' and a '注册' (Register) button. The form is titled '新用户注册' and has a '注册' (Register) button at the bottom.

图1—4 携程旅行网注册页面(2)



(3) 完成注册。

完成注册之后将会进入携程旅行网的欢迎界面,如图 1—5 所示。

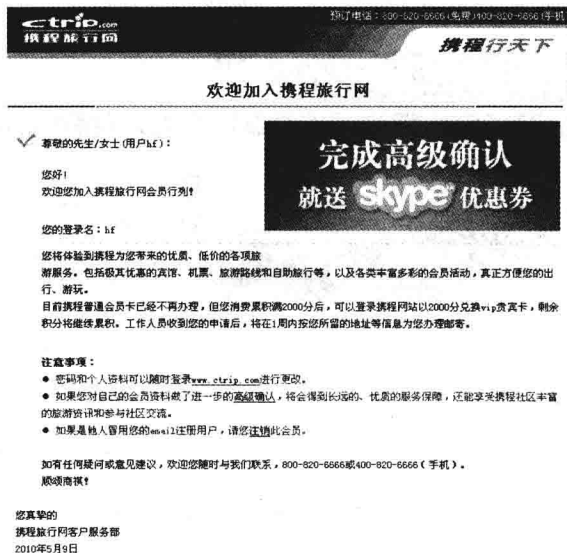


图 1—5 携程旅行网的欢迎界面

2. 携程旅行网注册用户名的要求

(1) 如果已经拥有携程会员卡,请直接使用卡号登录,无须重新注册用户名。

(2) 携程的用户名一经注册不能更改,请选择喜欢并能牢记的用户名。用户名由英文字母(不区分大小写)、数字或下划线组成,并以英文字母开头,例如 harrison168。

注册完成后,携程旅行网会给注册的邮箱发送一份确认的邮件。

第三步: 查询目的地

经过一番熟悉,欧阳逍遥选择了“目的地探索”这个栏目(见图 1—6),去寻找自己的旅游理想目的地。



图 1—6 携程旅行网“目的地探索”

在“逛逛中国”栏目下的地图中选择了“安徽”，如图1—7所示。

逛逛中国 | 逛逛世界

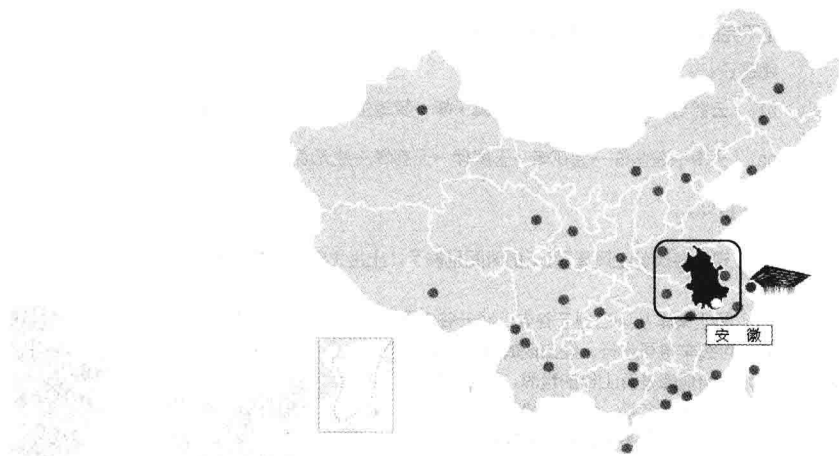


图1—7 携程旅行网目的地探索的区域选择

单击“安徽”后，出现如图1—8所示的界面。

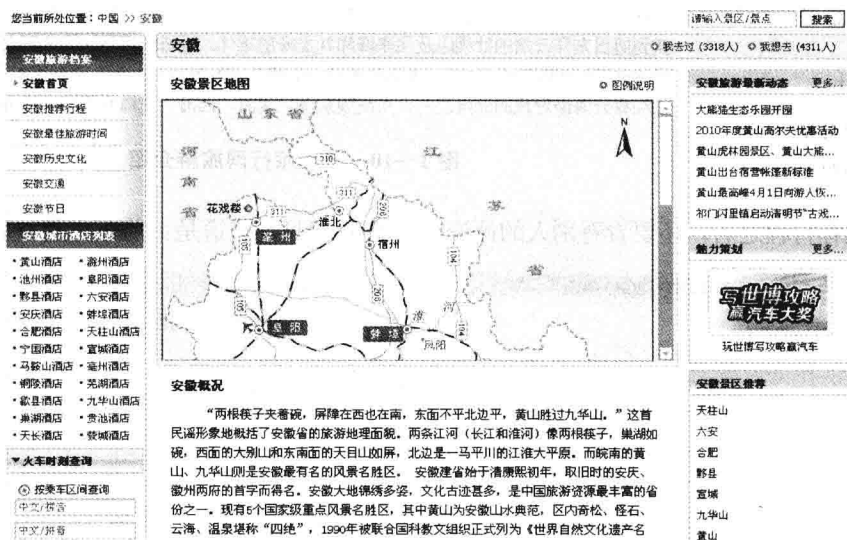


图1—8 携程旅行网目的地探索的区域介绍

通过“安徽概况”可以发现安徽的最好景点就是黄山。多数同学没有去过黄山，而且黄山在安徽省境内，离同学们的家都不算远，交通费用不高，于是同学们一致同意去黄山旅游。接下来，欧阳逍遥和同学们通过携程旅行网对黄山这个景点进行了一番全面的考察。

第四步：目的地的网上旅游考察

单击“黄山旅游档案”出现下拉列表框（见图1—9），单击“黄山推荐行程”就会出现“黄山二日游”的介绍，如图1—10所示。



黄山旅游档案

黄山首页

黄山推荐行程

黄山地图集

黄山景点

黄山住宿

黄山交通

黄山购物

黄山美食

黄山娱乐

黄山最佳旅游时间

黄山当地特色

黄山历史文化

黄山节日

黄山旅行贴士

图 1—9 携程旅行网“黄山旅游档案”

黄山二日游

线路特色:

走不完的山川湖泊, 看不尽的黄山美景

线路设计:

D1 云谷寺→白鹅岭→始信峰→狮子峰→梦笔生花→排云亭→飞来石→光明顶

D2 天海→鳌鱼峰→莲花峰→玉屏楼→天都峰→慈光阁

线路指导:

现在游玩黄山风景区2天的时间足够了, 出发之前最好先了解一下登黄山贴士。

D1: 早上乘车从汤口到云谷寺, 经云谷寺到达白鹅岭, 可缆车也可步行。经白鹅岭到达始信峰景区(1公里)。始信峰是黄山松的世界, 可观赏卧龙、龙爪、黑虎、连理等名松。经始信峰到达北海景区(1.5公里)。北海景区是黄山景区的腹地, 精华集中, 奇景荟萃。北海宾馆位于狮子峰旁, 海拔有1630米高, 北海宾馆是后山的接待中心。在北海曙光亭, 可以欣赏到始信峰和石笋峰等优美风景, 在北海散花坞可观赏“梦笔生花”。经北海宾馆到西海景区排云亭(0.5公里)。西海景区是观黄山云海、落日的极佳地点。排云亭可眺望西海群峰, 晚霞落日。飞来石矗立峰顶。排云亭后面是高1712米的丹霞峰, 站在峰上可以观赏到旭日东升云端的壮观以及飞来峰和九龙峰的雄伟。经排云亭到达飞来石(0.5公里)。经飞来石到光明顶(1公里)。光明顶是黄山的第二高峰海拔1860米, 顶部高旷平坦, 为黄山观看云海最理想的地点之一, 可统观东海、南海、西海、北海和天海, 五海烟云尽收



图 1—10 携程旅行网旅游介绍

看完推荐行程之后, 还要看看别人的评论(见图 1—11), 有道是: 前车之鉴, 后事之师。

黄山推荐行程网友热评

[我来说两句](#)
[推荐给好友](#)

hjj231546 2010-04-28

4月10日我们这次找的是黄山中国旅行社的经理吴灶水, 感觉很好, 玩得很尽兴, 服务热情、周到、态度和蔼, 得到我们的一致好评! 内蒙古王先生

sddleez 2010-03-29

明天3月31号要去爬黄山 大家给点建议

dftuy 2010-03-24

自助游黄山的提示。我们上海一行8人刚从黄山旅游回来, 有些经验和信息转达给要去黄山的朋友, 黄山两日游为佳, 可以把黄山最精华景点游玩, 这次旅游我们非常感谢驴友们的游记和攻略, 为我们的出行提供很大的帮助, 经过慎重考虑选择驴友推荐的安徽省中国旅行社黄山分社的经理吴灶水, 通过QQ选择好路线谈好了价格, 两天一晚310元每人, 自助游设计精华旅游线路。黄山二日游经310元每人, 标准团380元每人, 豪华团600元每人。费用包含黄山门票150元每人, (学生、老人、残疾人持有效证件, 门票优惠, 差价将在购票处退还本人,) 黄山往返交通山上一晚住宿, 导游服务费, 旅行社责任险签订旅游合同, 不走回头路, 以看景为主。黄山缆车费用自理(单程80元每人, 不含餐) 第一天: 黄山市区——黄山风景区宿山顶 早上黄山火车站或市区酒店接站(免费)后前往黄山风景区, 从慈光阁(缆车80元每人自理), 上山或步行到半山寺, 登天到峰后到达玉屏景区看迎客松、送客松、陪客松、青狮、白象、松萝跳天都众奇石, 莲花峰、孔雀戏莲花、百步云梯、鳌鱼洞、莲花峰、海心亭、炼丹峰、光明顶等景点宿山顶。第二天黄山景区——屯溪 清早可起来观日出, 东方美景, 观赏黄山奇石, 飞来石, 经回音壁, 排云亭看西海奇景, 石麒麟、曙光亭、清凉台、石笋观海, 狮子峰、笔架峰、梦笔生花、黑虎松、始信峰、石笋峰、观音峰、竖琴峰、白鹅峰, 最后白鹅...

shishijun 2010-02-16

图 1—11 携程旅行网网友热评

第五步：目的地的住宿安排

欧阳逍遥通过“国内酒店”这个栏目（见图1—12）选择合适的酒店。



图1—12 携程旅行网酒店选择

在酒店“快速查询”对话框中（见图1—13），填入入住日期、离店日期、酒店名称等内容，单击“查询”按钮即可找到符合条件的酒店，如图1—14所示。

图1—13 携程旅行网酒店快速查询

房型	门市价	前台现付价	早餐	床型	宽带	前台现付
单床间 (无窗)	RMB 480	RMB 180	单早		免费	预订
国 豪华标准间	RMB 580	RMB 220	双早	双床	免费	预订
国 豪华三人间	RMB 680	RMB 300	三早		免费	预订

图1—14 携程旅行网酒店推荐

在众多的推荐酒店中，选择价位合适并且在景点附近的旅游酒店。单击“预订”按钮，就进入会员登录的界面（见图1—15），输入自己的用户名和密码，单击“登录”按钮。

图1—15 携程旅行网会员登录界面



登录后, 进入如图 1—16 所示的界面, 填写预订单。

填写 黄山老街口客栈 预订单

入住日期: 2010-7-16 ~ 离店日期: 2010-7-17 共1天 付款方式: 前台现付 [预订须知]

查询 选择 预订 核对 担保 完成

酒店特别提示

- [2009/01/08 ~ 2010/12/31] 此期间, 客栈提供免费接机服务(最晚接机时间为22:30), 请客人提供航班号、到达时间、具体人数及有效联系方式, 需提前2小时预订。
- 因近期酒店房间紧张, 入住此房型须提供信用卡担保。——在点击“下一步”后操作。
- 对于担保订单, 如需取消或修改, 需在2010-7-14中午12:00前通知携程。

房型信息 (红色表示价格或早餐发生变动)

预订间数	房型	床型	宽带	面积	周五	周六	周日	周一	周二	周三	周四
1	单人间 (无窗)	单人房	有免费宽带	18m ²	第一周	RMB 220					
						单早					

备注: 楼层: 3~4层; 自助早餐价: RMB 25; 该房型不可加床; 无窗; 该房型能无租处理

共0间 总金额: 0 (单间总价: 220)

入住信息

请在上方房型信息中选择预订的房间数

* 最早到店时间 14:00 * 最晚到店时间 最早到店时间9小时内

联系人信息

* 联系人

* 确认方式

* 手机号码

联系电话 区号 电话号码 分机号

传真号码 区号 传真号码 分机号

此处手机号码、联系电话至少选填一项

图 1—16 携程旅行网酒店预订单

填写好预订单的信息后, 单击“下一步”按钮进入核对预订单信息的界面, 如图 1—17 所示。

核对预订单信息

查询 选择 预订 核对 担保 完成

预订信息 - 订单号: 69189485

酒店名称	住店日期	预订间数	房型	付款方式	每日均价
[黄山]黄山老街口客栈	2010-07-16 至 2010-07-17	1间	单人间 (无窗)	前台现付	RMB 220/间

入住人: 小王
联系人: 小王
确认方式: 电话 (018956006666)

总金额: RMB 220 (共1人)

担保说明

因近期酒店房间紧张, 入住此房型须提供信用卡担保。

在线纠错

上一步 下一步

图 1—17 携程旅行网酒店信息核对

经过核对信息无误后, 需要提供信用卡担保, 如图 1—18 所示。按要求填好相关的内容后, 单击“提交”按钮就可以了。

您需要提供信用卡担保, 请详细填写以下信息:

酒店名称	黄山老街口客栈
房型	单床间(无窗)
住店日期	2010-07-16 至 2010-07-17
每日均价	约 RMB 220 /间
预订间数	1间
如未入住将扣除房费 RMB 220 (首日房费)	

信用卡担保须知

请仔细阅读以下条款, 全部同意后填写信用卡信息:

担保预订的操作过程: 您提交信用卡担保订单后, 携程将审核您的信用卡信息是否真实有效, 并向酒店进行“担保预订”, 酒店确认预订后携程将给您确认。如果您提供的信用卡信息错误, 通不过系统审核, 您的担保将不能生效, 酒店也不能为您保留房间。

担保预订的入住: 得到携程酒店预订成功的确认后, 房间将为您保留到次日中午12:00。

担保预订的责任:

1 **no-show扣除房费:** 信用卡担保预订经携程确认后房间即给您保留。如果您到期未入住, 携程将在信用卡内扣除您第一天的全部房费(RMB 220元)。

2 **修改/取消扣除房费:** 本订单的最晚取消和修改时间为2010-07-14 中午12:00, 超过此时间携程将不接受您的取消或修改的要求。如果客人没有入住, 将按照上条no-show条款扣除房费。

☐ 我同意用信用卡担保我的预订, 如未入住将在信用卡内扣除房费。

卡种	
卡号	
有效期限	月 年
持卡人姓名	
持卡人证件类型	身份证
持卡人证件号码	
信用卡验证码	验证码说明
下次使用	☒ 只需要提供最后四位卡号

图 1—18 携程旅行网酒店信用卡担保

至此, 欧阳逍遥完成了旅游路线和酒店的预订, he 可以和同学们在即将到来的暑假中, 到美丽的黄山去放松心情, 感受大自然的美好了!

第六步: 对旅游电子商务概念的探索

经过在携程旅行网的一番操作, 欧阳逍遥对旅游电子商务产生了浓厚的兴趣, 于是他主动找来一些旅游电子商务专业书籍阅读, 并上网查阅有关的资料, 了解旅游电子商务的有关概念。

1. 旅游电子商务的概念

要搞清楚旅游电子商务的概念, 首先要理解电子商务的概念。欧阳逍遥在著名的搜索引擎“百度”中查找到的电子商务定义有很多, 又在图书馆查阅很多电子商务的教科书, 他发现电子商务至今没有统一的定义, 国内外不同的书籍、机构等对于电子商务的定义都有差异。简单一点的定义是: 电子商务指的是利用简单、快捷、低成本的电子通信方式, 买卖双方不谋面地进行各种商贸活动。复杂一点的定义是: 电子商务是指在全球各地广泛的商业贸易活动中, 在互联网开放的网络环境下, 基于浏览器/服务器应用方式, 买卖双方不谋面地进行各种商贸活动, 实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付等商务活动的一种新型的商业运营模式。经过认真的梳理, 从不同角度解析的电子商务概念如下:



(1) 从通信的角度看,电子商务是在互联网上传递信息、产品/服务或进行支付。

(2) 从服务的角度看,电子商务是一个工具,它能满足企业、消费者等各方面的需求,即在提高产品质量和加快产品/服务交付的速度的同时降低服务成本。

(3) 从企业经营的角度看,电子商务是通过互联网支持企业的交易活动,即产品或服务的买卖。

(4) 从电子商务内涵的角度看,电子商务内容包含两方面,一是电子方式,二是商贸活动。一般来讲,电子商务是指利用电子信息网络等电子化手段进行的商务活动,是商务活动的电子化、网络化。广义来讲,电子商务还包括政府机构、企事业单位内部各种业务的电子化。

(5) 从著名企业的角度看,IBM 公司对电子商务的定义是:一种在互联网上展开的相互关联的动态商务活动,有广义和狭义之分;惠普(HP)公司对电子商务的定义是:通过电子化手段来完成商业贸易活动的一种方式。

(6) 从国际组织的角度看,联合国国际贸易程序简化工作组对电子商务的定义是:采用电子形式开展商务活动,包括在供应商、客户、政府及其参与方之间通过任何电子工具如 EDI、Web 技术、电子邮件共享非结构化或结构化商务信息,并管理和完成在商务活动、管理活动和消费活动中的各种交易。

综合上面的各种定义,通俗地说,电子商务就是商务的电子化。

既然电子商务是商务的电子化,那么旅游电子商务是不是就是旅游商务的电子化呢?欧阳逍遥经过查询,找到比较专业的定义是:旅游电子商务是指以网络为主体,以旅游信息库、电子化商务为基础,利用先进的电子手段运作旅游业及其分销系统的商务体系。旅游电子商务为旅游业(包括旅游者和经营者等)提供了一个互联网交互的平台。

旅游电子商务平台是专业的旅游买卖电子交易市场,汇集了大量的旅游者、旅游企业及旅游相关行业企业。这个平台将旅游行业进行细分、精致打造,为旅游者和旅游企业提供专业的旅游服务。强大的资源数据库为旅游者出游提供必备的查询功能;按期发布旅游咨询、询价信息、线路报价信息、寻找合作伙伴等,是旅游企业在网上展示、宣传及销售的最佳平台。

与旅游电子商务概念相对应的概念是旅游信息化。旅游信息化就是通过对信息技术的运用,对旅游有关的实体资源、信息资源、生产要素资源进行深层次的分配、组合、加工、传销、销售。旅游信息化改变了传统的旅游消费机制,改变了旅游产业的生产方式、管理模式、营销模式,也改变了旅游信息的传播模式,优化了旅游经济的运作,促进了传统旅游业向现代旅游业的转变。

信息化是信息技术普遍应用并发挥积极作用的过程。信息化通常是指在经济和社会活动中,通过普遍采用信息技术和电子信息装备建设先进的信息基础设施,发展信息技术及产业,更有效地开发和利用信息资源的过程。

企业管理信息化是在企业管理的各个环节应用现代信息技术,加快企业管理信息的传递、加工和处理速度,使这些信息资源得到可靠的保存和有效的利用,及时为企业管理者提供决策依据,促进企业管理水平的提高。

信息技术、信息化、信息技术工具及电子商务这四个概念的关系如图 1—19 所示。信息技术在社会生活和经济生活中的广泛应用引出了信息化的概念,而信息化的核心内容在

于开展电子商务活动。信息技术工具是信息技术在企业管理中的具体应用形式。基于信息技术的信息技术工具是开展电子商务活动的物质保障。可以看出,信息技术的发展是电子商务概念产生的初始条件,而电子商务是信息技术应用的具体表现。

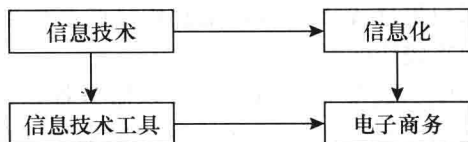


图 1—19 信息技术、信息化、信息技术工具及电子商务的关系

2. 旅游电子商务发展概况

随着现代科技和信息产业的发展,互联网的兴起给旅游业带来了新的商机,网络的交互性、实时性、丰富性和便捷性等促使传统旅游业迅速融入互联网的浪潮。通过网络查询信息,进行酒店、机票预订和购买支付旅游产品早已成为旅游者出行的首选方式。如美国,早在1998年,就有将近半数的旅游者在网上订票,有51%的长期旅游者通过互联网获得旅行目的地的信息及确认价格、时间。1999年,美国旅游业已有2%的收入来源于网上业务,70%的网友访问过旅游站点。1999年全球电子商务销售额突破1400亿美元,其中旅游业电子商务销售额突破270亿美元,占全球电子商务销售总额的20%;全球有超过17万家的旅游企业在网上开展综合、专业、特色的旅游服务;约有8500万人次以上享受过旅游网站的服务。

我国旅游网站的建设最早可以追溯到1996年。从2003年开始,旅游电子商务就一直呈现升温的状态,出现了很多大型的在线旅游企业。到2007年年底,很多在线旅游企业的经营异常火爆。例如携程旅行网,从2007年开始,度假业务就始终保持强劲的增长势头,已逐渐成为携程旅行网的转型支柱产品。而同程网、51766旅游网、新浪乐途等,都在2007年尝到了旅游电子商务的甜头,大量的旅行社、酒店和分销商们也开始加入旅游电子商务的队伍,在线旅游市场呈现强劲的发展势头。中青旅收回对遨游网的控制权后,对网站做了大幅的调整;芒果网在花费了巨额资金后,也比较务实地回到了传统的业务上来。在访问量上位居前茅的51766也在2007年推出了自己的网店,并进军旅游企业服务商的市场。其他类似途牛、九游这样的旅游门户网站,也开始了和旅行社及酒店等传统企业的合作,这种合作赋予了旅游门户网站新的市场前景,有与订房中心或酒店合作,提供网上宾馆客房分销的;有与机票、车票代理点合作,提供便捷客运服务支持的;有与旅行社合作,为客户提供特定的旅游线路、完善的旅游地安排及导游服务的等。经过几年的摸索和积累,国内已经有相当一批具有一定资讯服务实力的旅游网站。

相关数据显示,2010年,我国的在线机票、酒店和打包旅游产品预订收入同比增长27%,达到47.5亿元人民币,而这一数字预计在2013年将攀升到90.1亿元人民币。

中国互联网络信息中心发布的《第27次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2010年12月底,我国网民总数达到4.57亿,互联网普及率攀升至34.3%,较2009年年底提高5.4个百分点。全年新增网民7330万,年增幅19.1%。我国在线旅行预订用户规模为3613万人,在网民中的渗透率为7.9%;用户数比2009年年底增长了589万,年增长率为19.5%。2010年美国网民中在线旅行预订渗透率已高达66%,远高于我国,因此,