

e龙大做旅游电子商务分吃宽带应用的蛋糕 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/270/2021_2022_e_E9_BE_99_E5_A4_A7_E5_81_9A_c67_270748.htm 宽带经历了快速发展的时期，到2004年下半年已经有了放缓的迹象。在这种情况下，一些大的网络企业，开始更加注重内容的建设。e龙就是一个很好的例子。据悉，在唐越率领e龙网于近日成功登陆纳斯达克股市之后首次接受公开采访。他表示，美国上市对e龙而言更多地是一个品牌性事件，在这之后，e龙将在国内旅游市场展开一系列收购。由种种迹象表明，其公司的发展战略已有所调整，它要向行业最强者的角色发起冲击，而加强内容建设是其主要的措施之一，通过收购进一步加强了它在旅游门户网站建设上的力度。近期传出城市门户网站西祠胡同要被e龙剥离等新闻，这些都从一个方面说明在宽带速度放慢的情况下，加强内容建设是巨龙发展的主要课题。宽带发展速度放缓内容贫乏，促使了e龙加紧瞄准市场猛攻新兴领域。首先，中国内地旅游电子商务的广阔前景，这便使e龙适时发力“内容”动力十足。传统的旅游模式是，旅行者只能亲自到营业厅或打电话询问旅游路线、服务等相关问题，然而，通过旅游电子商务，旅行者可以方便地查询旅游资料、预定酒店、预订机票乃至预订门票，旅行社可以更高效地安排导游，改善管理，旅游电子商务显著提升了整个旅游产业的效率。据世界旅游组织预计，中国有望成为未来全球最大的旅游市场。业内人士预测，3年以内，旅游市场将有10%的交易额来自网络支持，世界主要旅游客源地约1/4的旅游产品订购将通过互联网进行；而另一项调查表明，现在通过网站了解旅

游信息的游客已经上升到被调查人数三分之一。可见，旅游业开展电子商务具有巨大的发展空间，对投资者来说，其吸引力无以复加。其次，融资成功将使e龙在旅游电子商务市场更能的发展。毋庸置疑，成功登陆纳斯达克，将使e龙获得更多的资本支持，e龙将在旅游电子商务市场有更大作为，能更多地按照自己的意志发展，而不是跟着别人走。唐越已经透露，为了与主要对手携程竞争，e龙将在国内旅游市场展开一系列收购，收购对象首先将集中在预订机票和销售其他旅游产品的公司。据估算，e龙手中现在握有8000多万美元的现金。虽然唐越不愿透露心计，但通过他的片言只语，e龙下一步投资的大致方向还是很清晰的。唐越曾说过，“我们的钱都会用于公司日常运作，不会投资酒店等资产，e龙将继续保持一个‘轻资产’公司的特点。”目前，e龙已经开始利用其商业伙伴IAC在海外的产品和分销渠道，将自己的业务向中国以外的市场延伸。在北美和欧洲市场上，热衷旅游者大都知道IAC，而e龙在北京、上海各拥有250家酒店，e龙已经将这些资源搬到IAC国外的分销网络上，从目前每年涌入中国的外国游客数量上看，仅这一块就给e龙带来明显的收益。有统计数据显示，国内旅游业尽管保持了两位数的增长速度，但在线旅游业目前所占的市场份额很少，酒店、机票的销售量均不足市场总量的5%旅游业的无限前景和市场的发育不全，在此形成了醒目的对比。这都为e龙的发展提供了广阔的天地。最后，更加专注于内容的建设是e龙在宽带速度放慢的情况下求得生存做出的明智之举。在这方面e龙一方面是继续加强其在旅游内容方面的建设，包括制定了详细的收购计划；另一方面是加快剥离其非主营业务，这包括近期传来的e龙要剥

离西祠胡同的消息，作为e龙的一个非主打产品，西祠胡同是第一个赚钱的城市bbs论坛，但是尽管如此，在e龙专注化策略的车轮之下，它还是成为了一个牺牲品。IT业界一直以来流传的一句话，也许现在用在e龙身上再恰当不过了，“只有偏执狂才能生存”，这里的意思应该理解为，专著于某一领域深挖下去才能在宽带发展速度放慢的今天，在网络竞争日益激烈的时候，在一波又一波的网络浪潮中生存下来，e龙走专注化也许能成就它的未来。总之，e龙想成就一番霸业的意图很明显，但其即将面临的竞争也是巨大的。e龙希望通过收购与兼并，加强其在内容建设方面无可替代的地位，还将有助于确立其业界霸主地位 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com