

旅游电子商务助推牛年市场开门红电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/546/2021_2022__E6_97_85_E6_B8_B8_E7_94_B5_E5_c40_546188.htm

自多年前首次进入中国市场以来，旅游电子商务获得了长足发展并日渐成熟。以携程旅行网为代表的机票、酒店预订网站为航空业和酒店业营收开辟了崭新渠道，作为旅游产业链重要一环的景区票务直销也随着驴妈妈等票务预订网站的横空出世而蓬勃兴起。从春节旅游市场的火爆程度可以看出，电子商务将成为旅游业未来发展的重要平台，势必将在拉动内需和振兴产业方面发挥更大作用。电子商务助力春节长假旅游业开门红 去年在金融海啸的冲击下，全球旅游业都陷入“寒冬”。因此，今年的春节长假在一定程度上已成为国内旅游市场的重要风向标。令业界感到欣慰的是，今年国内旅游业迎来开门红，全国主要旅游省市游客数量和经济收入均同比增长20%以上。这主要归功于政府政策的正确引导，而旅游电子商务对此也功不可没。一个颇具意味的现象是，今年春节旅游市场出现短途低价游火爆的罕见一幕：先是杭州宣布2月底前把总计4000万元的旅游券发放到周边各地，以启动“暖春之旅”，这引发长三角赴杭短途游的升温；紧接着，山东也启动5万张景区门票和1000张星级饭店住宿券大派送；在上海，春节期间的“百元游上海”活动以低价吸引了众多国内外游人同样是低价策略，航空业和酒店业的“价格战”更是如火如荼，在电子商务的助力下着实在春节前后“火”了一把。目前，已有越来越多的游客通过网上预定，比较筛选出最经济实惠的机票。来自携程网的消息显示，1月25日该网出售的东航

福州至长沙航线机票，提前预订的特惠最低价格只要3.5折，报250元；年后，携程更推出了多个三折票价的网上机票线路。与此同时，各家航空公司也在各自网站上打出折扣计划，抢夺旅客市场。在2月2日至2月9日期间，国航针对海口、三亚等旅游热线推出最低5折起的特价机票。民营航空公司吉祥航空在春节期间推出了特价票，如福州至上海航线，1月20日至23日提供3折机票，1月25日至27日更低至2折。海航则在全国推出了“飞程无绕、团团圆圆”的特惠机票活动，优惠航线遍布北京、西安、广州、深圳、海口等30多个城市，180多条航线，最低折扣可达2折。值得注意的是，这些折扣信息大多通过互联网的途径发布。至于受金融危机冲击更大的酒店也不得不以低价策略吸引散客。与往年相比，今年以来各地星级酒店价格均出现不同程度的让利。著名的国际连锁酒店希尔顿联手携程旅行网推出免房抽奖、消费红包、折扣住宿等多项优惠活动；北京的一家外资品牌酒店甚至打出300多元的客房标价。考试/大如此激烈的竞争，最终受益者是广大游客。在景区方面，热点景区和当季游产品备受热捧。温暖的三亚，冰雪天地哈尔滨仍是当季旅游市场的“宠儿”；滑雪、温泉则是出游线路中不可或缺的游玩内容。据驴妈妈网站的统计数据显示，春节黄金周期间该网站浏览量超过了20万，而景区票务预定更是超出平时两倍。其中滑雪和温泉线路的景区门票占到预定总数的四成。考试/大由此可见，景区门票的电子商务化销售也正受到越来越多的“驴友”重视，其在旅游预定市场的影响力将日渐凸显。电子商务近年来表现不俗过去的一年，国内旅游业虽然饱受自然灾害、金融危机等因素的影响，增速有所放缓，但成绩依然不俗。国民的旅

游热情并未因此减弱，人们开始依托互联网的便捷，寻求更加经济实惠的旅游出行模式。调查数据显示，2008年中国网上旅行预订市场规模为27.89亿元，同比增长22.7%；网上旅行预订用户的规模达到600万，同比增长33.3%。其中，度假产品以及其他旅游收入为2.68亿元，占到总营收比重的百分之十，逐步呈现上升趋势。由此可见，消费者预订旅游产品的方式正从线下向线上转移。这其中，率先崛起的携程、艺龙等渠道商已成为酒店业所依赖的主要销售途径。一项中国网络用户使用的网上旅行预订方式调查显示，通过在线旅行预订网站方式预订的比例高达73.9%。而旅游景区门票作为旅游业发展的最核心要素，是旅游消费活动的基本载体，同样迎来电子商务化的变革。考试/大随着越来越多的景区管理者意识到这一重要性，不少知名景区纷纷选择与驴妈妈进行合作以加强自身的电子商务水平。到目前为止，驴妈妈已签约景区1000家以上，近期驴妈妈所属景域旅游运营机构还与包括绍兴古城在内的一批景区签署了升5A规划协议，以帮助加盟景区步入旅游电子商务时代。业内人士指出，网上旅行预定市场在过去一年里能保持较高增长率，一方面是运营商对在线预订优势的大力宣传，包括不必顾及时间的限制、价格更加透明，且可以借助互联网工具进行便捷的比较等，以此来吸引新晋用户；另一方面要归功于运营商对自身服务的升级，包括与下游旅游资源的整合更加紧密、改进网站功能提升用户体验、提供更方便的支付方式等，以此来增加老用户的依赖性。旅游电子商务未来旅游市场的中流砥柱事实上，旅游电子商务的发展潜力早已得到众多业内权威人士的公认。由于互联网技术可以降低经营管理成本、便利与客户沟通，

业内预期电子商务今后还将在旅游产业链的各个环节发挥更大作用。据驴妈妈景区票务直销网所属景域旅游集团负责人介绍，该网站创新营销模式的做法之一就是结合集团另一分支奇创旅游咨询运营机构在旅游市场分析，景区规划方面的多年经验积累，景区提供一系列精准营销方案：先是创新旅游产品结构，配合景区研发产品，并依托驴妈妈为主体的旅游网络营销联盟实施推广，这种一站式服务模式目前已经得到全国多家目的地和景区的认同，并业已展开全方位深度合作。除了为景区和目的地创造更多价值之外，这种电子商务解决方案给游客带来了诸多实惠，包括资讯信息的全面性和分享性，价格信息的透明性和可比较性，以及预定服务的便捷性和零成本性，而为“驴友”带来的经济性则是最根本的利益诉求。来自业内的一份研究报告表明，到2011年中国网络旅游服务商收入规模将达到75.7亿元，从2003年到2011年网络旅游市场规模的年均复合增长率将达到43.63%。考试/大网络旅游产业链逐渐成熟以及电子客票的普及已成为推动网络旅游市场增长的最大动力。Mapservice、搜索引擎、3G移动互联网以及各种支付手段等新技术的不断突破，将进一步完善整体服务质量。可以预见，在不久的将来，旅游电子商务将真正成为旅游市场的中流砥柱，为行业振兴和健康发展带来福音。F8F8" 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