

旅游电子商务研究进展与前瞻

覃建雄

(成都理工大学, 成都 610059)

摘 要: 通过近 10 年的发展, 旅游电子商务研究取得了重大进展, 主要表现在: 旅游基础设施的现代化、旅游网络技术现代化、旅游网络市场规模化、旅游信息内容系统化、旅游服务功能个性化、旅游企业竞争品牌化、旅游电子支付规范化、旅游运营机制多样化、旅游网络管理法律化等。预计随着电子商务的发展以及下一代网络(NGN) 和网格(Grid) 问世, 旅游电子商务将得到前所未有的大发展, 主要包括不断完善的旅游电子商务理论体系、全新的旅游电子商务应用模式、不断整合的旅游电子商务格局、旅游移动电子商务。

关键词: 网络经济; 进展与前瞻; 旅游电子商务

中图分类号: F590.3 文献标识码: A 文章编号: 1672- 0539(2004) 01- 066- 05

Development and Expectation of Tourism E-Commerce

QIN Jian-xiong

(Chengdu University of Technology, Chengdu 610059)

Abstract: After 10 years' development, tourism e-commerce has advanced rapidly in following aspects: the modernization of tourism base establishment and tourism network technology, scalization of tourism network marketing, systematization of tourism information, individuation of tourism service foundation, brandization of tourism corporation competition, standardization of tourism e-payment system, diversification of tourism management mechanism, and legalization of tourism network management etc. With the coming out of NGN and Grid, tourism e-commerce will advanced unprecedented, mainly including perfect ETC theory system, new ETC application model, and tourism mobile e-commerce.

Key words: network economics; development; forecast; tourism e-commerce

20 世纪 90 年代以来, 以数字化、网络化为特征的信息浪潮把人类带进了一个崭新的网络经济时代(新经济时代), 而电子商务是网络经济的基础和主要表现形式。旅游业自身的性质、特点以及社会信息化、经济网络化, 决定了旅游业具有发展电子商务得天独厚的优势。随着电子商务在旅游科学中应用的不断广泛和深入, 旅游电子商务的概念应运而生(Ravi Kalakota, 1993), 并随着旅游、信息技术和商

务的不断交叉和渗透, 旅游电子商务理论不断得到充实和完善(John Hagel, 1997)。旅游电子商务系指通过电子手段进行的旅游商业、贸易等商务活动, 是指旅游商务活动的电子技术、工具、设备及系统, 包括最早的电话、电报、电视、传真、电子函件、电子数据交换、电子计算机、通信网络, 以及现今的信用卡、电子货币和 Internet, 是现代信息技术、商务、旅游三个子集的交集(图 1)。

收稿日期: 2003- 02- 23

作者简介: 覃建雄(1967-), 男, 成都理工大学商学院教授。

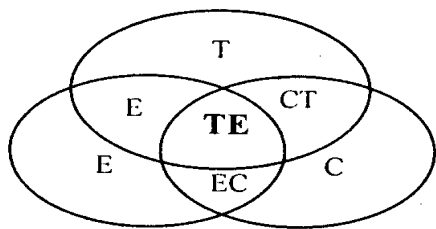


图 1 旅游电子商务是信息技术、旅游、商务三个子集的交集
(注: T-旅游, C-商务, E-电子技术, CT-商务旅游,
ET-电子(网络)旅游, EC-电子商务, TEC-旅游电子商务)

一、旅游电子商务的发展现状

旅游电子商务概念最初由 Ravi Kalakota(1993)提出。然而,真正的旅游电子商务出现于 20 世纪 90 年代晚期(John Hagel, 1997)。自旅游电子商务概念诞生以来,国外与旅游相关的大小网站有 1500 多个。其中,著名的专业旅游商务网站有美国的遨游网(1993)、阿波罗(1996)、旅游城(1996)、价航网(1997)、微软旅游(1998),瑞典的加利略(1996)、日本的全日旅(1996),法国的旅行者(1997),挪威的海盗(1998),南非的雷尼斯(1999)等,这些网站每年产生的旅游营销市值超过 15 亿美元。

20 世纪 90 年代中晚期,全球旅游电子商务网站超过 2500 个,全球旅游电子商务销售额 1999 年为 270 亿美元、2000 年为 670 亿美元、2001 年为 1080 亿美元,分别占当年全球电子商务销售总额的 20%、25% 和 31% 以上,年增长率超过 25%。就网上开展各种特色服务的旅游企业数量而言,1999 年全球超过 19 万家,2000 年超过 35 万家,2001 年超过 56 万家,平均年递增率超过 32.5%,估计 2002 年超过 80 万家;1999 年、2000 年、2001 年全球分别有超过 8,500 万人次、2.5 亿人次和 4.1 亿人次享受过旅游网站服务,全球旅游电子商务连续 5 年以超过 35% 以上的速度发展,2002 年人数超过 4.5 亿人次。

2000 年 5 月,世界最大的五大航空公司中,联合航空公司、三角洲航空公司、西北航空公司和大陆航空公司四大航空公司,已成功合作成立全球最大的航空专业旅游联合网站,一方面,大大推动了全球旅游电子商务的发展。另一方面,明显增强了旅游企业的竞争力。

中国旅游电子商务起步较晚,20 世纪 90 年代初,主要是综合性网站(如新浪网、搜狐、网易、中华

网等)的发展时期,旅游服务仅仅作网站的一部分。由于决策部门对信息技术的迟钝和受传统旅游市场机制的影响,绝大部分是旅游企业信息和查询,并停留在专业门户阶段(北京恒中数网科技有限公司,1997),缺少技术商务含量,缺乏竞争力。严格来说,未能进入真正的旅游电子商务。

20 世纪 90 年代末,由于旅游业巨大的市场空间和电子商务强大的生命力,以个性化享受、自订行程、自助价格为特色的虚拟旅游(Virtual Travel)、网络旅游(Network travel)、自选旅游或自助旅游(Travel on demand)等应运而生,中国旅游电子商务突飞猛进,旅游电子商务网站如雨后春笋般涌现,较著名的有中国旅游资讯网、中国旅游综合信息网、中国旅游咨询网、环球旅游网、华夏旅游网、大陆旅游信息网、中国旅游业电子商务网、旅游企业全国联网系统等,尤其是自 1999 年,中国第一家可以进行国际支付结算的电子支付系统——华晨国际旅游电子商务交易支付网,以及由因特集团、首都信息发展有限公司、中国银行和美国花旗银行合作建立的跨国经营的旅游电子商务系统——中国旅游电子商务系统正式运营以来,中国旅游业发生了翻天覆地的变化,从此揭开了中国旅游电子商务发展的新篇章。

二、旅游电子商务的研究进展

随着电子商务在旅游科学研究中应用的广泛和深入,旅游电子商务研究突飞猛进,并取得了重要进展,主要表现在如下几个方面。

1. 旅游网络基础设施集成化

计算机社会拥有量呈直线上升,平均年递增率 45%,Internet 用户呈几何级数增长,新的消费观念逐步形成,信息基础建设初具规模。目前,已具有国际联网、电子邮件、网上新闻、网上交易、网上银行、网上订票、网上教育、网络文娱等多种功能,以信息网络为基础的各种网络应用、宽带多媒体应用、多种数据通信应用,为旅游电子商务的发展奠定了良好的基础。

2. 旅游网络技术现代化

旅游电子商务是建立在信息化、网络化基础上,依托 Internet 的新兴商务操作模式。没有网络化、信息化,就没有旅游电子商务,旅游电子商务随着网络技术的进步而不断发展,与网络技术发展相对应,旅游电子商务发展经历了 5 个阶段,即电子邮件、主页发布、提供动态查询数据条件的主页、旅游电子商务

应用系统、广泛旅游电子商务 5 个发展阶段。

随着移动电子商务、移动通信网络、三网合一技术、宽带城域网、光 Internet 技术、下一代支撑技术等移动互联技术和无线数据通信技术的发展,旅游电子商务将得到前所未有的发展,而相应的旅游移动电子商务和无线旅游电子商务将是以后旅游电子商务发展的重要方向之一。

3. 旅游网络市场规模化

(1) 收入与人数规模化 20 世纪 90 年代中晚期,全球旅游电子商务网站超过 2500 个,全球旅游电子商务销售额 1999 年为 270 亿美元、2000 年为 670 亿美元,分别占当年全球电子商务销售总额的 20% 和 25% 以上,年增长率 25%;就网上开展人数达各种特色服务的旅游企业数量而言,1999 年全球超过 19 万家,2000 年超过 35 万家,平均年递增率超过 31.5%,估计 2001 年超过 46 万家;1999 年、2000 年全球分别有超过 8,500 万人次和 2.5 亿人次享受过旅游网站服务,全球旅游电子商务连续 5 年以 35% 以上的速度发展(北京恒中数网科技有限公司,1997),2001 年人数超过 3.4 亿人次,预计 2002 年达 5 亿人次。

(2) 网站数量规模化 20 世纪 80 年代末,全球与旅游相关的网站约 1780 家,90 年代末为 3450 家。中国旅游电子商务飞速发展,旅游电子商务网站如雨后春笋般涌现,较著名的有中国旅游资讯网、中国旅游综合信息网、中国旅游咨询网、环球旅游网、华夏旅游网、大陆旅游信息网、中国旅游业电子商务网、旅游企业全国联网系统等,尤其是自 1999 年,中国第一家可以进行国际支付结算的电子支付系统——华晨国际旅游电子商务交易支付网,以及由因特集团、首都信息发展有限公司、中国银行和美国花旗银行合作建立的跨国经营的旅游电子商务系统——中国旅游电子商务系统正式运营以来,中国旅游业发生了翻天覆地的变化,从此揭开了中国旅游电子商务发展的新篇章。

4. 旅游服务功能个性化

20 世纪 90 年代末,由于旅游业巨大的市场空间和电子商务强大的生命力,以个性化享受、自订行程、自助价格为特色的虚拟旅游(Virtual Travel)、网络旅游(Network travel)、自选旅游或自助旅游(Travel on demand)等应运而生。

这种个性化定制服务已成为大多数旅游网站,尤其是著名的在线预定服务网站必备的功能,如 Expeditis、Preview Travel、Travelocity 等网站都具有

该功能。

服务功能个性化主要包括:

旅游科研服务:旅游经济论坛、旅游科研、旅游教育、旅游规划与开发、网上科研汇报、行业交流等;

网上预订服务:包括酒店客房预订、机票预订、旅行社预订、旅游线路预订、旅行车队预订等。

网上特定服务:旅游会员俱乐部、旅游通讯、旅游要求(线路行程、报价、日程安排、旅游形式等)、环球虚拟旅游、旅游顾问、会议接待、旅游保险、海关、边检、散客撮合、出入境管理、网络拍卖、网络购物、团体服务、招商指南、广告指南等服务。

代理服务:旅游交通代理、旅游论坛、疑难解答、旅游中介资料、旅游知识讲座等。电子支付服务:智能卡、电子现金、电子钱包、电子支票等的处理。

旅游商务服务:旅游招商、旅游项目洽谈、旅游贸易、行业商讯等。

旅游管理服务:旅游组织网络管理、旅游会议精神传达、旅游产业政策导向、旅游企业管理等的旅游组织电子商务管理系统和旅游企业电子商务管理系统。

旅游监督服务:新闻攻关、服务监督、旅游纠纷、旅游投诉、网上奖惩等。

5. 旅游信息内容系统化

20 世纪 80 年代末的旅游电子商务,主要局限于被动的静态主页内容发布阶段,即通过 Web 技术建立主页,将有关旅游信息组成相互联系和层次分明的内容形式存储在互联网计算机上,以供其他用户查阅。20 世纪 90 年代,通过动态主页,连接后台数据库或互联网数据中心(IDC),从而提供动态数据条件查询服务。20 世纪 90 年代末,利用 Web 技术、Internet 和 Intranet 网络,有机组合构成用于交互处理的旅游商务系统,通过宣传发布平台,为相关旅游服务机构创建 Internet 在线站点以及旅游机构在线信息发布和长期市场宣传,进行实时的交互性服务,如产品推广(旅游资源、旅游产品、旅游环境、景区景点、旅游商品、风景名胜、旅游目的地、旅游企业宣传、企业推广、特色文化、旅游度假地、主题园、风景名胜、历史城镇、民俗风情等的宣传与推广),信息查询,以及网络营销活动等。

总之,服务内容不断多样化,网络信息不断系统化和规范化,构成旅游电子商务进展的重要内容。

6. 旅游运营机制多样化

早期,旅游网站运营商主要通过旅游信息的汇集、传播和交流,旅游信息的检索和导航,旅游产品

和服务的在线销售等服务获得利润,运营模式较为单一。随着需求的与日俱增和竞争的不断激烈化,旅游电子商务的运营机制明显多样化。主要表现在:

(1) 网站自身的服务优化 即通过大信息量、良好服务、功能完备等,获得高的点击率(或访问率),是一般网站实现收益的基本思路。

(2) 网站广告宣传促销活动。

(3) 品牌合作 走联合之路,是旅游网站今后发展的必由之路。如美国 6 个最大的在线旅游代理商均有其品牌合作计划,允许任何一个网站成为自己品牌的一部分,或者双方合作品牌。一些高访问率的旅游网站,会得到分销的回报,其他网站则会在交易中获得一定的提成。

(4) 优惠战略;

(5) 与大导航台独家合作分销;

(6) 交易佣金方略;

(7) 提供网上交易功能;

7. 旅游企业竞争品牌化

旅游企业走集团化道路、提高企业竞争力,是旅游企业发展的总趋势。2000 年 5 月,世界最大的五大航空公司中,联合航空公司、三角洲航空公司、西北航空公司和大陆航空公司四大航空公司,已经成功合作成立全球最大的航空专业旅游联合网站,大大推动了全球旅游电子商务的发展,明显增强了旅游企业的竞争力。目前,全球旅游电子商务发展进入了“分水岭”时期,一方面,大型的专业旅游商务网站有美国的遨游网(1993)、阿波罗(1996)、旅游城(1996)、价航网(1997)、微软旅游(1998),瑞典的加利略(1996)、日本的全日旅(1996),法国的旅行者(1997),挪威的海盗(1998),南非的雷尼斯(1999)等,发展潜力大、竞争能力强,具有无限的生存空间,在国际竞争中占有明显的优势;另一方面,部分中小型网站由于体制不健全、管理不完善、结构不合理等,在经营方面存在许多困难,社会、经济效益持续下降,亏损较大,面临着被淘汰的处境。因此,电子商务的发展走集团化、国际化是必由之路。

8. 旅游电子支付规范化

随着正在开发和实施的网络银行服务系统和安全系统的完善,银行业务和服务在网络上的实现和延伸,正在导致一场深刻的银行业革命,它改变银行既有的传统结构,以及银行与客户间的关系,进而影响着整个现代社会的结构及关系。随着信息革命在金融电子化领域的渗透和应用,网络银行(或网上银行、电子银行、虚拟银行)应运而生。突破了银行传统

的业务操作模式,新形式的网络银行不断涌现,包括虚拟家庭银行、虚拟联机银行、虚拟银行金融业以及相关的虚拟金融世界等,几乎涉及现有银行金融业的所有业务,代表了未来银行金融业的发展方向。旅游交易中的支付方式由过去的现金、票据、信用卡等传统方式,发展到现在的智能卡(IC)、电子现金(E-Cash)、电子钱包(E-Purse)、电子支票(E-Check)等电子支付方式,国家间各种国际电子支付安全协议的实施和通行,如 SSL 安全协议和 SET 安全协议,使旅游网络市场的电子支付逐渐国际化、规范化。我国相关的网络银行主要有:中国银行、深圳招商银行、建设银行和交通银行等。

9. 旅游网络管理法律化

旅游电子商务是未来旅游商业发展的必然趋势。为了确保旅游电子商务的健康、快速发展,鼓励现代信息技术在旅游交易中的作用,并保护公平交易、平等竞争、消费者权益、知识产权及个人隐私、制定鼓励监督、有效打击电子犯罪等,电子支付立法、信息安全立法、网络交易立法、网络安全立法、网络市场准入制度、电子合同有效认证办法、有关电子支付过程、兑换、安全、权利、伪造、更改、涂销等的电子支付系统安全措施、信息保密防范办法、知识产权侵权行为处理规定、税收征收办法、网络广告管制、网络信息内容办法等不断涌现,旅游网络管理不断规范化和法律化。如新加坡的《全面电子商务法》、美国的《统一商业法规》、联合国贸易法委员会《电子商业示范法》、我国的《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》等。

三、旅游电子商务展望

1. 不断完善的旅游电子商务理论体系

“旅游电子商务的产生将挑战传统的知识体系、法律体系、价值体系、社会组织体系”。传统的旅游经济学理论和法律体系越来越难以揭示旅游电子商务环境下的旅游经济规律和法律问题。旅游电子商务理论随着电子商务的发展而不断充实和迅猛发展,旅游电子商务发展要求新的经济理论来指导,而旅游电子商务的发展又推动新的旅游经济理论的产生,并带来旅游经济学理论、法律理论的革命。不久的将来,建立一套全新的旅游电子商务理论体系,相应形成全新的旅游电子商务经济学、旅游电子商务法学、旅游电子商务管理学、旅游电子商务组织学等全新理论体系。

2. 全新的旅游电子商务应用模式

旅游电子商务模式的多样化是旅游电子商务发展的重要表现之一。

随着网络技术的发展和完善,以及传统旅游市场的不断e化,新兴旅游电子商务模式不断涌现,如eASP(e-commerce Application Service Provider)模式和X2X(exchange to exchange)模式。其中,ASP是透过Internet提供旅游企业所需的各种应用软件服务,如人事、薪资、财会、ERP,甚至是Intranet、E-mail服务等。ASP实际上是一种应用服务外包的概念,它强调以Internet为核心,为企业部署、主机服务及管理、维护以及企业发展提供企业应用软件服务。X2X模式是TB to TB旅游电子商务模式的发展和继续,是随着旅游网络市场(e-marketplace)的不断增长,导致不同的旅游交易市场之间需要实时动态传递和共享信息(即信息的Exchange),而产生的新兴旅游电子商务模式。如作为X2X的首倡提出者及全球最大的旅游电子商务网站之一,Commerce One主要提供网上采购解决方案和网上市场构建方案。

3. 不断整合的旅游电子商务格局

由于因特网跨越空间、超越时间的优势以及旅游业同时面向国际、国内市场的特点,使旅游电子商务能够有效地打破国家和地区之间各种有形和无形的壁垒,对于促进国家间、地区间的旅游商贸,具革命性作用,最终导致旅游电子商务必然走向全新融合之路。旅游电子商务网站的兼并融合,按区划可分为区域化融合和全球化融合两种类型,按功能和机理可分为个性化融合和纵深化融合两种类型,按性质可分为同类网站之间的兼并融合、不同类别网站之间互补性兼并融合以及不同类别网站之间的战略性协作融合三种类型。

4. 新一代旅游电子商务

新一代网络(NGN)系指一种开放式的、基于标准和数据包化的体系结构,它能有效地支持大量的应用和业务,同时有能提供满足明天IP业务和需求所需的扩展性和快速适应市场需求的灵活性(Terry Sweeney, 2002)。它通过结合两大全球网的优点,即互联网的适应性和电话网的可靠性和职能,为人类开辟通往新一代互联网铺平道路。新一代互联网具有增值、高效、灵活、开放、多用户、多媒体、低成本等

特点,新一代互联网的运营将比今天的网络更为经济和方便,对于旅游服务提供商和运营商来说,这意味着降低成本、增加盈利。旅游行业电子商务将成为下一代旅游电子商务的主流,新一代旅游电子商务将增值内容和商务平台紧密集成,充分发挥Internet在旅游信息服务方面的优势,使旅游电子商务真正进入实用阶段。

5. 全球网格(Great Global Grid)旅游

随着网络技术在电子商务中应用的不断广泛和深入,人们注意到在与高性能计算机有关的科学合作领域,正涌现出另一个具有划时代的新生事物——网格(Grid)(Ian Foster, 1998, 2001, 2002)。它的出现,将掀起互联网继传统互联网(Internet)、万维网(Web)之后的第三次浪潮,并将为信息产业带来无限生机。网格是构筑在互联网上的一组新兴技术,它将高速互联网、高性能计算机、大型数据库、传感器、远程设备等融为一体,即把整个互联网整合成一台巨大的超级计算机,实现计算资源、存储资源、通信资源、软件资源、信息资源、知识资源的全面共享,互联网第三次浪潮的实质,就是万维网升华为网格(Great Global Grid)。不难预测,与万维网一样,原来为科研服务的网格也会很快用于传媒、传统产业、电子商务、娱乐等各个领域,最终将推动旅游电子商务发展的新浪潮——全球网格旅游的诞生与发展。

参考文献

- [1] 刘爱荣,蔡建霞. 知识经济与旅游地理[J]. 地域研究与开发, 1999, (18).
- [2] 张捷. 知识经济与21世纪旅游、闲暇业[J]. 旅游学刊, 1998, (4).
- [3] 比尔·盖茨. 未来时速[M]. 北京: 北京大学出版社, 1997.
- [4] 杨坚争. 电子商务基础与应用[M]. 西安: 西安电子科技大学出版社, 2000.
- [5] 张福德. 虚拟银行: 未来银行的归宿[J]. 计算机世界, 1998, (7).
- [6] 杨坚争. 电子商务的世界趋势[J]. 中国软科学, 1997, (6).
- [7] 中国互联网络信息中心. 中国Internet发展状况统计报告[OL]. 因特网: http://www.cnnic.net.cn/jb/cnnic_64.html.

(本文责任编辑: 韩冬苗)