

【信息经济与管理】

江苏旅游电商发展问题与推进对策^①

姚国章,莫秀平,范梦迪,吴思锐

(南京邮电大学 管理学院,江苏 南京 210023)

摘要:旅游业正逐步成为国民经济的战略性支柱产业,加快建设旅游强省,打造全国一流、国际知名的旅游目的地是江苏旅游业发展所面临的重大任务。旅游电商作为旅游业转型升级、做大做强的重要手段,已成为江苏旅游业发展的有力抓手。江苏旅游电商发展既面临着不可多得的发展机遇,也会遭遇多方面的问题。基于对全省旅游电商发展的专题调查以及多方的意见征询,发现当前江苏旅游电商发展存在着“对发展旅游电子商务的认识不够深入”“缺乏对发展旅游电子商务的统筹规划和统一指导”等十二个方面的问题,建议采取“进一步提高对发展旅游电商的认识”“加强对旅游电商的领导和顶层设计”等十个方面的对策措施。

关键词:旅游业;电子商务;旅游电商;现代服务业;在线旅游业

中图分类号:F590.3;F490.5

文章编号:1673-5420(2016)04-0037-12

众所周知,旅游业不仅是促进国民精神文化享受、文明素质提升的重要行业,而且是促进人的全面发展的重要事业。作为一种在国民经济中地位越来越重要的综合性产业,旅游业具有关联度大、涉及面广、带动作用强、贡献度高等特点,对稳增长、调结构、惠民生、促转型、增活力意义重大。在新形势下,加快旅游业的发展,是适应人民群众消费升级和产业结构调整的必要要求,对拉动就业、增加收入、提高生活质量、增进国际交流、促进经济平稳增长和生态环境改善,以及增强国家与地区综合实力等方面都有着巨大的作用。进一步加快旅游业的健康、快速发展,已成为全国各地、各级政府共同面临的一项战略性任务,而旅游电商作为旅游业发展的基本内容,在引领旅游业转型升级中发挥着突出作用。

江苏作为全国旅游大省,正在大力推进旅游电子商务健康和快速发展。为了更好地掌握全省旅游电商的发展现状,分析存在的问题,寻求相应的推进对策,江苏省旅游局委托南京邮电大学开展了专门的调查,调查形式主要包括调查问卷、专题座谈和专家访谈等。课题组调查历时近半年,获取了

收稿日期:2016-07-08 本刊网址:<http://nysk.njupt.edu.cn>

作者简介:姚国章,教授,研究方向:电子商务与电子政务。

基金项目:江苏省旅游局委托研究项目“江苏省旅游电子商务发展研究”(HF216011)

① 参与本文调查的还有余星、黄志玮、曹亚丽、章煜、孙沁。

较为翔实的调查数据,为分析相关问题提供了重要的支撑。本文以本次调查为依据,经过相应的加工分析和处理,旨在明确江苏旅游电商发展存在的主要问题,并从政府的角度就如何更好地推进旅游电商的发展提供相应的对策建议。

一、江苏省旅游电商发展的形势分析

旅游电商既是电子商务发展的重要领域,也是旅游业自身发展的强大动力,在我国正焕发出蓬勃的生命力。江苏旅游电商的发展面临着新的形势,需要认清形势,把握机遇。

(一)我国旅游电子商务发展总体情况

经过20多年的快速发展,我国电子商务已进入较为成熟和稳定的时期,呈现出各行各业与电子商务深度融合的势头。旅游业作为现代服务业的重点行业,近年来取得了快速的发展。中国旅游研究院发布的中国旅游经济蓝皮书《2015年中国旅游经济运行分析和2016年发展预测》数据显示,2015年全年接待国内外旅游人数超过41亿人次,旅游总收入突破4万亿元,同比2014年分别增长10%和12%,呈现出快速发展的增长势头,开启了旅游发展的新时代^[1]。与此相对应,旅游电商也呈现出了蓬勃的生机。根据艾瑞咨询所发布的《中国在线旅游行业年度监测报告2016》显示,2015年中国在线旅游市场交易规模达4326.3亿元,同比增长39.9%,预计2016年中国在线旅游市场交易规模可达5420.9亿。该报告还显示,2015年全年,我国在线度假市场占比达16.2%,较2014年上升1.4个百分点;2015年在线机票占比58.3%,增速相对放缓;在线住宿市场规模约901.8亿元,占在线旅游市场总体份额的20.8%^[2]。总体而言,我国旅游电子商务发展正处在一个非常重要的时期,已成为旅游业转型升级的强大动力。

(二)江苏省旅游电子商务发展总体情况

江苏作为一个历史底蕴丰厚、自然山水资源独特的旅游大省,全省各地市都拥有得天独厚的旅游发展条件,从20世纪70年代末的白手起家,快速发展到目前已经拥有2000多家旅行社、上千家旅游星级饭店,1000多个旅游景区景点和数万个上规模的乡村旅游点,再加上不断出现的新业态、新项目,江苏旅游业已经发展成为直接从业人员超过50万、年接待旅游者5亿多人次和旅游总收入突破6000亿元的重要产业,对全省国民经济和社会发展起着举足轻重的作用。在此形势下,江苏提出了“把旅游业发展为国民经济的战略性支柱产业,同时发展成能更加满足广大人民需求的服务性行业,将江苏建设为国内一流、国际知名的旅游目的地,在全国率先建成旅游强省”的战略目标。当前,江苏正在大力推进“智慧江苏”“畅游江苏”和“健康江苏”的建设,全省各地紧紧围绕这三大增长点,力促“三骏齐奔”^[3]。为打造“畅游江苏”品牌,全省将通过完善公共服务、提升产品品质、加强品牌建设、优化消费环境等综合举措,把“顺畅、舒畅、欢畅”的目标愿景真正变成每一位游客的切身体验,真正提升江苏旅游的发展力、服务力、影响力和竞争力。

电子商务作为旅游业发展的重要运作模式,已成为推动旅游业转型升级、跨越发展的必然选择。近年来,江苏省委、省政府先后出台了《关于加快电子商务发展的意见》《关于推进智慧江苏建设的实施意见》等政策文件,提出了一系列促进江苏省电子商务发展的政策举措,进一步加大

了对网络经济的扶持力度。全省各地市也先后出台了相应的具体措施,例如培育互联网相关产业园区,形成产业集群,相互联动,共同致力于旅游电子商务产业的发展。大力推进旅游电子商务更好更快的发展既是我省旅游业自身发展的需要,也是推进全省电子商务更高层次、更快发展的有力抓手。

经过多年的努力,江苏在旅游电子商务发展方面取得了可喜的成绩,不仅涌现出了途牛、同程等一系列国内一流的旅游电子商务运营企业,而且还拥有“有客网络”等一批为旅游电子商务发展提供咨询服务的企业,总体发展水平在国内处于领先地位。在新的形势下,如何进一步发挥电子商务在旅游业更好、更快发展中的突出作用,是全省旅游业发展所面临的共同挑战。可以说,大力推进旅游电商的快速发展已成为全省旅游业提质增效的当务之急。

二、江苏省旅游电商发展存在的主要问题

经过多年的快速发展,江苏旅游电子商务取得了多方面的业绩,为江苏旅游强省的建设作出了重要的贡献,但从全省发展现状以及未来发展需求来看,江苏旅游电商的发展存在着不少现实问题。从全省旅游电商调查所获取的数据,结合专家和有关领导的意见征询,我们认为,当前全省旅游电商发展存在的主要问题表现在以下十二个方面:

(一)对发展旅游电子商务的认识不够深入

在“互联网+”的大时代背景下,各地方政府已经开始意识到发展旅游电子商务的必要性,但各地方企业以及旅游相关消费者在这方面的认识还不够。一方面,从企业角度看,仅有28.82%的企业拥有自己的电子商务平台,部分旅游网站信息资源更新缓慢,功能单一,多数只是发布信息,缺乏与访客的互动功能等,总体发展水平比较落后,而其中42.99%的企业没有自己独立的网站,主要依靠第三方网站来进行电子商务的运营,仅仅是增加了一个业务渠道,不能真正做到电子商务运营;另一方面,从旅游消费者角度看,旅游电子商务涉及网络消费意识以及网络支付安全问题,大多数是网络消费意识较高的人群使用PC计算机或移动端进行旅游服务消费,稍年长的人群很多都表现出对网络不认识、不了解、不信任的特征,这也成为影响江苏省旅游电子商务健康、快速发展的原因之一。

(二)缺乏对发展旅游电子商务的统筹规划和统一指导

各地的发展经验表明,政府在旅游业和电子商务产业发展过程中的主导作用主要体现在以下方面:对旅游电商发展的统筹规划和统一指导;旅游相关政策和体制的优化;项目资金的合理规划;企业电商专业人才的培养;公共服务与基础保障等。我国旅游电商虽然经过十多年的发展,取得的成效也较为明显,但总体来说,当前还基本处于自发的状态,各级政府以及旅游主管部门很少单独对其进行统筹规划,也缺乏对其统一的指导。尽管我省于2014年4月出台了《关于全省智慧旅游建设的实施意见》^[4],但涉及旅游电商的内容较少,2015年初发布的江苏省地方标准《旅游企业智慧旅游建设与应用规范》^[5]虽填补了相关规范的空白,但主要作为省内旅游区、旅游饭店和旅行社等智慧旅游服务提供商的工作规范,聚焦于其基础设施和智能化环境条

件,框架和功能较单一,难以有力实现对智慧旅游从无到有、从薄弱到壮大的引导,对旅游电商发展的作用还比较有限。

(三)缺少必要的政策导向和适当的管理体制

2013年年底《中华人民共和国旅游法》虽已颁布实施,但是由于缺乏实施细则加以引导,在很多问题上处理方法不够明朗,因而督促落实不足。很多地方旅游业的管理机构设置与产业发展需求不相匹配,造成旅游管理体制出现一些问题。江苏旅游整体水平的提高仅靠部分地市的发展是远远不够的,只有形成各市之间的联动发展,才能提升江苏旅游甚至中国旅游发展的总体水平。而旅游电商的整体建设本身就容易产生地方政府间的利益分歧,需要地方政府之间相互协商,共同制定旅游电子商务发展规划。当前一个地区旅游项目的开发会牵涉不同行政部门,在实际工作中容易出现权职不统一,工作任务归属不明确,办事步骤冗繁、无规范、效率低下等问题。要整体推进全省13个省辖市旅游电商的发展,就必须完善相关管理体制,促进各地方政府开展旅游合作。

(四)专业人才匮乏和专职队伍建设滞后

旅游电子商务发展是一项涉及面广的系统工程,需要有相应的专业人才和专职队伍作支撑。目前在人才队伍建设上面临两大难题:第一,在旅游电子商务指导、规划和建设层面,需要有一批既懂现代信息技术又精通旅游业务的专业人才,而这样的复合型人才在社会上十分稀缺,即使有也往往因为待遇要求高而不愿意到传统旅游企业发展。第二,在政府各级旅游部门,需要有一大批专业技术管理和运行保障人员制定政策措施,督促指导工作,促进旅游电子商务的发展。江苏省的调查数据显示,江苏省旅游相关企业中仅有31.93%的企业拥有独立的电子商务部门,其中负责电子商务业务的人员3人以下的占比78.05%,10人以上的仅占4.34%;40.06%的企业认为最缺乏网络营销人才;14.70%的企业认为最缺产品开发经理;29.11%的企业认为最缺电商运营人才;11.53%的企业认为最缺技术与安全人才。由此可见,旅游电子商务相关人才的匮乏是阻碍旅游业发展的重要因素,政府在推动旅游电子商务发展过程中需要更加重视电子商务相关人才的培养。第三,传统旅游服务企业在电子商务培养和专业团队打造方面,由于资金、技术等多方面的原因,存在着很多现实困难,无法满足业务发展的需要。从长远来看,高素质旅游电商人才匮乏、人力资源保障能力薄弱是制约江苏省旅游电商更好、更快发展的主要因素之一。

(五)全省范围内发展不平衡现象明显

经过数年的建设和发展,江苏省各市在旅游电子商务发展方面所取得的进步有目共睹,但从全省范围来看发展还不平衡,具体表现如下:一是苏南、苏中、苏北的区域不平衡,总体是苏南优势非常明显,总体水平在国内领先;苏中发展基础良好,势头良好;苏北相对发展较慢,基础较弱。二是企业之间的不平衡,有的旅行社、景区、饭店的网站非常实用、电子商务功能较为完善,有的仅仅是有个网址,数据陈旧,根本不具备电子商务的相关功能,与社会期望和快速发展的旅游形势不匹配。三是旅游各大要素之间发展的不平衡,在“吃、住、行、游、购、娱”六大要素中,“住”“行”和“游”的电子商务应用相对较为成熟,比如网上预订酒店、机票以及火车票、旅游线路等目前已较为普遍,而“吃”“购”和“娱”旅游电商所占比例分别为16%、10%和4%,还存在较大差距。

(六)行业监管不够到位

随着旅游电子商务的快速发展,电商平台的旅游产品或服务销售渠道日趋多元化,但网络运营商、经销商之间恶性竞争,为争抢客源,大多采用低价策略,尤其是酒店行业,价格一路走低。此外,旅游从业人员素质也是参差不齐,常常出现一些令游客诟病之处,比如旅游过程中游客经常遭遇“被购物”的问题等。出现这些问题的主要原因还是前期对价格、旅游从业人员等管理不到位,后期相应的监管力度不足,从而产生一系列阻碍旅游电商发展的问题,一定程度上损害了当地旅游发展的整体形象。

(七)旅游电商专项经费严重不足

长期以来,政府对旅游电商的投入十分有限,不少地方基本是零投入,留下的“欠账”较多。调查数据显示,目前政府对旅游电商资金投入的缺口还比较大,56.56%的地方政府对电商的资金投入不超过5%。从省局层面来看,由于过去对旅游电商的投入没有到位,投入资金有限,在当前大力推进旅游电商发展的环境下,资金矛盾更为突出。在过去,全省各市县对旅游信息化的预算都比较少,与旅游电商的发展需求差距较大。据调查,12.50%的企业反映资金投入无法保证是发展中的最大困难,建议政府对好的旅游项目予以支持并尽可能给予资金上面的扶持,例如通过项目申报、“以奖代补”或购买服务等方式予以支持。因此,省、市、县三级财政都应加大对旅游电商的资金支持,确保旅游电商顺利发展。

(八)旅游电商开发项目不足

互联网给旅游电商带来很多发展机会,但在资金运作选择方式上,旅游电子商务相关企业可选择的空间并不大,仍然需要凭借自身的经营状况和条件来争取融资。而要能获得融资支持,必须要引进或开发具有发展潜力的旅游项目,如开发乡村自助游、地方文化游等特色发展项目,或者区域联合发展、强强联合、大小帮扶等联合发展项目,或公共服务设施、电商发展平台建设项目等,从而促进集群发展。但江苏省政府相关部门在这方面引进或主导开发的项目还不多,还没有形成较好的融资环境,大企业可通过自身开发或申请项目获取融资,但小企业却只能观望,导致大企业越做越大,小企业只能勉强生存的局面。

(九)旅游电子商务公共服务支撑较为薄弱

公共服务配套体系是旅游电子商务健康运营的基础,只有打好地基,旅游电商这座大楼才能平地而起,巍峨高耸。旅游行业面广量大,全省集聚着数以十万计的相关企业,参与旅游业务运营的人员更是数以百万计,是吸纳就业人数最多的行业之一,对经济社会发展的影响十分巨大。江苏虽然拥有途牛、同程等国内一流旅游电子商务服务企业,但对旅游行业绝大多数参与主体来说,仅仅依靠途牛、同程等OTA旅游服务商是远远满足不了不同层次业务发展的需要的,因为OTA服务商最多只能为旅游服务企业提供相关旅游服务产品的线上营销,而无法为旅游企业提供系统的电子商务技术支撑和服务支撑,况且在大数据越来越显出独特价值的今天,单纯依靠OTA开展线上业务,必然会越来越被动。与此同时,社会上面向旅游企业提供其他各类基础性电子商务支持的公共服务平台还很少见,较大程度上落后于旅游电子商务快速发展的需要。

(十) 旅游电商的发展模式和业务功能无法满足需要

在大数据、智能化、移动化和云计算(简称为“大智移云”)为主要技术表现形式的“互联网+”时代到来之际,社会对旅游服务提出了新的要求,怎样使旅游服务高效、便捷并更好地满足游客个性化、专业化和多样化的需要,是旅游行业普遍面临的一项挑战。当前,在开展旅游电子商务的企业中,除了一些有实力和技术条件的企业发展比较好之外,不少企业电商的发展层次还比较低,基本还停留在PC端网站的层面,业务功能比较单一,移动端的系统开发和应用较为落后。此外,在更深入的旅游企业电商部署方面,很多企业尚未开始部署大数据以及云计算等方面的应用,对进一步做大做强旅游电商十分不利。

(十一) 旅游电子商务相关配套服务行业规范引导不够

旅游电商的发展涉及各行各业,只有吸引数量众多的配套服务商的参与,才能形成相应的生态体系,产生聚合效应。根据调研反馈,旅游电商行业各网络服务商众多(如携程、途牛、同程、去哪儿、艺龙、驴妈妈、美团、阿里巴巴、大众点评、百度糯米等),各自为营,低价竞争严重。同时由于政府对旅游电子商务相关配套行业的规划和引导不够,完全依靠市场机制的作用,在旅游淡季出现供求关系严重不平衡,各旅游服务商只能通过降价提价控制供求关系,既不利于旅游电商行业各网络服务商的长期健康发展,也不利于整体旅游市场的正常运营。

(十二) 信息传递机制以及网络安全问题有待改善

首先,从政府角度出发,据调查反馈,各级政府相关部门信息独立、管理独立,各部门之间不统一,多头发力,让企业有些无所适从。从旅游企业角度,江苏省部分旅游网站信息量不足而且更新也比较缓慢,游客要获取及时、准确、详细的信息比较困难。此外,由于受不良经营风气或恶性竞争等因素影响,经常出现网站发布虚假旅游信息等现象,导致旅游消费者认为网络信息不可靠,无法实现信息及时反馈以及信息的有效双向交流。

其次,随着信息化的深入,电子商务的安全问题日益凸显。消费者的个人隐私信息经常会被网站获取,部分经营者又具有操作商家信息的权限,导致不可靠信息较多,再加上计算机病毒、黑客入侵、暗箱操作、客户信息被贩卖等,导致旅游消费者对网上支付的安全性仍有所顾虑。除此之外,人们在支付观念上对数字化货币在网络上传输和周转这类无形的电子支付形式存在误解,消费者的个人信誉和商家信誉在网上还没完善,这是制约江苏省乃至全国旅游电商行业发展的的重要因素。

三、政府推动旅游电子商务发展的对策

在新形势下,如何积极有效地推动旅游电子商务健康、快速和可持续发展,是江苏省当前和今后比较长的时间内所面临的一项重大任务。毋庸置疑,旅游电商的发展是一项涉及范围广、影响因素多、实施难度大的系统工程,而政府作为旅游电商发展的主导力量,发挥着重要作用。根据全省旅游电商调查所反映出的问题,结合国内外的经验,从政府旅游主管部门的角度,我们认为以下一系列对策建议可供决策参考。

(一) 进一步提高对发展旅游电商的认识

加快旅游电商的发展不仅是促进江苏省旅游业转型升级的有力措施,更是江苏省旅游业做大做强的重要保障。在行业发展不断提速的今天,传统的营销模式和旅游公共服务单单依靠传统经验与手段已经远远不能适应产业发展需求,特别是随着电子商务在各行各业的不断普及,广大游客对发展旅游电子商务的需求也逐渐强烈起来,如果不能顺应这一需求,无疑将错失发展良机。

对游客而言,旅游电子商务让他们在旅游前可以足不出户,全面了解目的地旅游信息,预订产品和进行消费结算;在旅游中能够动态了解旅游信息并获得帮助,同时还能实时跟踪各类服务的履行情况;在旅游后能够通过该系统进行有效的信息反馈,并能根据实际情况作出相应的评价。对旅游企业而言,旅游电子商务是企业充分展示自身形象和提供产品的有效载体,同时企业通过网络进行营销也可降低经营成本,实现经营模式转型升级。对旅游管理部门而言,通过与旅游企业、游客建立有效的连接,实现统计、管理、安全以及执法等业务的电子化和智能化,能够提升政府对旅游行业的管理和服务水平,进一步发挥政府对旅游业的指导、统筹和协调作用。因此,让企业认识到电子商务的优越性以及电子商务基本的经营模式,是发展旅游电子商务的基础,只有全面提高对发展旅游电商的认识,才能消除观念上的障碍,形成基本的共识,促进其更好地发展。

(二) 加强对旅游电商的领导和顶层设计

旅游电子商务的发展是一项复杂的系统工程,只有审慎规划、务实行动,才能逐步取得成效。在全省旅游系统加强对旅游电商的组织领导,是确保发展成效的重要条件。全省各级旅游主管部门要加强领导,积极稳妥推进旅游电子商务。省市两级旅游主管部门应根据需要成立“旅游电商推进工作领导小组”,主要负责旅游电子商务建设的总体指导和监督实施,指导国家有关技术标准规范的贯彻实施,全省各区县应结合实际建立旅游电子商务推进机构,统筹协调本地区旅游电子商务基础建设、技术应用和示范推广等。建议由省旅游局牵头组建“全省旅游发展专家委员会”,其中设立“旅游电子商务专业组”(或统称“智慧旅游专业组”),邀请全省相关高等院校、旅游企业以及财政、发改、经信等相关政府部门的领导加入,共同探讨旅游电商发展大计,为全省旅游电商健康、科学、有序、可持续的发展提供战略性和专业性的指导。

顶层设计是运用系统论的方法,从全局的角度,对旅游电子商务发展的各个方面、各个层次、各种要素进行统筹规划,以集中有效资源,高标准、高水平地实现各项目标^[6]。我省旅游电子商务的顶层设计必须从江苏旅游电子商务发展的现实需求出发,充分吸收和借鉴国际国内旅游电子商务发展的先进经验,总结过去多年所取得的成就和得失,为全省旅游电子商务做出全局性、前瞻性和系统性设计,明确今后五到十年全省旅游电子商务发展的基本目标、发展路径、主要任务以及重点实施项目等,力求着眼长远、布局科学、部署合理、推进有力。

(三) 强化对旅游电商行业的监管和考核

政府旅游主管部门作为推动旅游电商发展的重要力量,应着重发挥监管和指导作用。一要充分发挥协会的桥梁和纽带作用,维护会员合法权益,支持协会组织开展应用宣传、培训交流、主

题沙龙、产学研对接等活动,引导会员企业在国内外知名的第三方旅游电子商务平台开设特色展馆、专区,对接国内外知名电子商务平台开展网络营销专题活动;二要引导旅游服务企业加强品牌建设,提升线上业务的品牌影响力;三要发挥旅游电子商务客户的传播效应,放大旅游电商的辐射效应,通过统一外包装、印制二维码、制作专门 LOGO 等方式,进一步提升江苏旅游电商的知名度、美誉度和信誉度;四要通过建立“江苏旅游电商合作同盟”等方式建立行业自律机制,竭力防范竞相压价等不良情况的出现。

为了正确把握旅游电子商务未来发展的科学方向,确保应有的成效,必须加强对旅游电商建设的评价和考核。具体措施如下:一要根据国家以及省局的相关要求,并结合旅游电商的发展实际,尽快研拟相关的评价与考核体系;二要建立起由来自政府部门、高等院校、科研机构以及旅游企业相关专家共同组成的评价考核小组,承担相应的评价和考核任务;三要建立旅游电商工作目标责任制,将旅游电子商务建设工作纳入各级旅游部门年度考评目标,引导科学的发展方向;四要积极引入第三方评价机制,对旅游电子商务项目和成果进行投入、产出、综合效益、推广价值等方面的综合评价,在综合评估基础上不断加以提升改进^[7]。

(四) 全力打造全省旅游电商人才队伍

人才队伍建设是促进旅游电子商务更好更快发展的关键所在,要高度重视电子商务人才的培养和引进工作,不断提升人才资源保障能力。一要定期组织开展多层次的旅游电子商务人才培养,尤其要抓好推进旅游电子商务发展的领导干部和业务骨干的培训,做到电商发展“领导带头,骨干主导”;二要政府出资支持社会力量培养旅游电子商务人才,认定若干个政府授权的培训机构,形成多方培养旅游电子商务人才的良好局面;三要经常性邀请国内外高等院校、著名软件企业与全省相关部门合作办学或建立职业培训机构,加强对旅游电子商务人员的继续教育和岗位培训;四要完善人才政策,大力引进人才,创建一个有利于旅游电子商务人才发展和创业的良好环境,吸引各类人才在旅游电子商务领域进行创业;五要聘请国内外专家、学者和企业家组成旅游电子商务智囊团,参与全省旅游电子商务的发展战略制订、关键技术攻关和重点工程项目方案评审等工作,为旅游电子商务发展提供高标准的智力支撑;六要完善人才评价和激励机制,推进人才规范化、科学化、人性化管理;七要设立“旅游电商领军人才项目”,每年评选一批领军人才,形成人才辈出的良好氛围;八要建设全省旅游电商在线学堂,通过慕课等新型学习模式,为从业人员学习业务知识、提升专业技能提供支撑;九要建设旅游电商人才大数据,促进旅游电商人才合理、有序的流动;十要鼓励省内同程、途牛等旅游电商领军企业通过建设“研究生工作站”等,为培养高层次、创新型人才打造高端平台。

(五) 积极发挥示范引领作用,促进江苏旅游国际化发展

发挥政府示范引领作用应从多方面入手,建立旅游电子商务试点企业,牵头组建旅游电子商务合作联盟,为行业推广提供示范。一要形成优秀旅游电商企业评价体系,推选旅游电子商务的先进企业,推广其发展经验,实现旅游电子商务经验的有效共享,相互学习与借鉴,共同促进旅游电商的发展;二要建立旅游电子商务发展培训基地,选拔旅游电商发展中的优秀人才作为业务培训师,着重对企业各层次人员,尤其是企业“一把手”和高级管理人员的旅游电子商务知识与技

能进行培训;三要加强企业间电商发展经验的交流,鼓励企业根据地区人文特色,探索适合自身的旅游电商发展模式。

旅游业国际化程度低、入境游客数量减少以及旅游创汇水平下降,是我国各地旅游业发展所普遍面临的问题,江苏也不例外,最近几年,境外游客的到访量和旅游消费均有一定程度回落。究其原因,最根本的还是国内旅游服务的水准已无法满足日益提升的境外游客的需求。充分利用旅游电子商务的手段,推进旅游的国际化,是行之有效的措施。一要充分利用PC互联网和移动互联网等多种渠道设立面向不同国家的多语言电商服务平台,向境外游客提供及时、权威和可靠的信息指南,针对江苏旅游市场的特点,前期可以重点推出英语、日语、韩语等旅游服务信息,在取得成效的基础上,再逐步向更多语种发展;二要通过社交媒体以及其他手段加强与境外旅游服务商合作,共同开展江苏旅游资源的推介以及境外游客的组团等业务;三要开发基于微信、安卓系统和苹果IOS平台的多语种旅游电子商务应用,方便境外游客们随时查询、随时下单、随时支付;四要全面完善服务境外游客的各项线下基本设施,包括多语种的各类服务指南、景点或景区的消费手册以及自助语音服务终端等,尽可能为境外游客提供更多方便;五要利用大数据和云平台建立面向境外游客的旅游电商服务体系,开发有针对性、创新性的旅游产品和线路,进一步改善面向境外游客的服务。

(六)加大政府对旅游电商的资金投入

在此次调研中,大多数旅游相关企业都反馈资金问题是阻碍企业发展壮大的主要因素,尤其是一些小微企业。必须加大政府对旅游发展的资金投入,引导和扶持小微企业的成长壮大,从而形成区域效应,促进共同发展。针对旅游电商发展的资金瓶颈,要创新思路、多管齐下,力争有较大突破。具体措施如下:第一,全面贯彻落实国家、省、市政府关于加快电子商务发展的税费优惠、工商登记、金融服务等方面的各项政策,对旅游电子商务重点项目,要尽量争取政府资金支持;第二,探索建立“政府引导、市场运作、企业主体”的旅游电子商务建设运营模式,在符合政策和法规的前提下,对适合市场化运作的项目,按照“谁投资、谁受益”的原则,吸引社会资金投入旅游电子商务建设,发展多元投资主体和多种投融资渠道,为加快我省旅游电子商务建设步伐提供稳定可靠的资金保障;第三,构筑服务于旅游电子商务的多元投资环境,建立起以政府投入为引导、企业投入为主体、其他投入为补充的多元化旅游电子商务建设投融资机制;第四,将旅游电子商务发展资金列入政府投资管理体系,加强对投资的管理,强化旅游电子商务建设投入的激励、约束和评估机制;第五,要稳步增加政府对旅游电子商务的投入,重点和优先支持需求目标明确、管理责任清晰、服务效益显著和协同机制完善的旅游电子商务项目建设,加强对具有公益性、基础性、战略性的重大旅游电子商务工程项目的支持力度,大力推进包括旅游电子商务公共服务平台建设、大数据和云计算服务支持以及安全保障等基础设施项目的建设。

(七)积极扶持中小微型旅游电商以及配套服务企业的成长

采取有效措施,尽快建立中小微型企业旅游电子商务发展帮扶机制,为企业开展电子商务业务提供全方位支持。一要依托政府、企业、科研机构、旅游行业组织等多方力量,以市场化的运作

模式,加快建设重点面向中小微型旅游企业的创新技术平台,从政策、资金和技术上给予中小微型旅游企业支持;二要在旅游电子商务建设基金中设立中小微型企业旅游电子商务创新基金,着重关注旅游电子商务创新中成绩突出的中小微企业,对其给予一定的资金支持和精神鼓励;三要对中小微型企业旅游电商的发展加以专门引导,并积极争取政府的项目和资金支持;四要充分发挥“江苏省旅游协会信息化分会”在推进全省旅游电商发展中的突出作用,吸收相关专家、旅游企业负责人以及电子商务服务提供商等入会,建立起更加开放、合作、互利、共赢的旅游电商发展体系。

旅游电子商务的发展涉及面较为广泛,只有吸引数量众多的配套服务商的参与,才能形成相应的生态体系,产生聚合效应,达到预期效果。具体措施如下:一要营造良好的发展环境,全力促进金融及保险行业、会计行业、广告行业以及法律行业等服务性行业与旅游电子商务产业的融合发展,使其成为旅游电商市场体系的重要组成部分;二要推动旅游信息服务业企业联盟发展,建立第三方信息服务平台,提供旅游电子商务整体技术服务;三要大力发展旅游电商软件开发、网店建设、营销推广、售后服务和代运营等电子商务服务业,为各类旅游相关企业提供全方位旅游电商的服务支持。

(八) 竭力推进涉旅信息的共享,促进产业融合发展

旅游电商的发展涉及面广、影响面大,在全省范围内充分实现信息共享和资源整合是促进全省旅游电商健康、有序发展的重要条件,全省各级旅游主管部门要积极创造有利于旅游电子商务信息资源整合的良好环境。具体包括以下推进措施:第一,制定关于旅游电子商务信息方面的资源整合规划,以全省实际情况为基础,建立旅游电商信息资源开发利用框架,在旅游电商信息资源共享上,明确政府各部门与社会各相关单位之间的分工与协作,并确保该规划的切实可行性;第二,建立旅游电商信息资源共享机制,发挥政府的主导和示范作用,建立关于旅游电商信息资源的目录和交换体系,在业务协同、公共服务和辅助决策等方面为各级相关部门提供信息交换和信息共享服务;第三,根据国家《政府信息公开条例》,逐步完善政府对旅游相关信息的发布机制,切实保障旅游利益相关者的知情权,加大旅游相关行政活动的透明度,对政府机关行使职权进行严格的监督,以提供坚实的有效整合的信息资源基础;第四,在旅游电商信息资源整合的过程中,要按照要求来调整和改革目前的政府管理职能以及相关行政流程,为人民群众提供创新型的政府旅游服务。要高度重视旅游电商平台在促进旅游信息共享和资源整合中的突出作用,通过多种方式、多种途径做大做强旅游电商平台经济。一要鼓励各类服务型平台的建设和发展,包括旅游电商交易服务型平台、技术型服务平台以及中介服务型平台等,在进一步做大做强途牛、同程等省内平台的基础上培育若干家具有行业影响力,能提供各类专业服务的平台型企业;二要积极鼓励和支持我省中小微型旅游服务企业充分利用携程、艺龙等省外第三方旅游电商平台,实现借船出海,拓展更为广阔的市场空间;三要鼓励与社会其他产业电商平台的融合共生发展,做到相互引流,以取得“1+1>2”的互助合作效应;四要鼓励不同地区、不同业态的旅游企业“抱团作战”,促进全省旅游电商的集约化、创新化和联动化发展,以创造出更高水平的整合价值。

积极发挥电商在旅游产业融合中的独特作用。坚持旅游、文化、生态和科技“四位一体”,应用现代信息通信技术积极推进旅游与文化、生态和科技的深度融合。一要利用旅游电子商务的理念和技术开发建设一批特色鲜明、附加值高的旅游项目,进一步增强江苏旅游对游客的吸引力,不断提升江苏旅游的新优势;二要促进资源创新、创意创新和技术创新相结合,科学开发旅游资源,深度谋划旅游项目,大力促进历史文化旅游资源与现代科技相结合,提升江苏旅游产品的文化表现力和创意吸引力,进一步增强影响力、辐射力和发展力;三要树立“大旅游”的思想,充分运用“互联网+”的理念,实现旅游业与其他产业的融合,做到“你中有我、我中有你”,既使旅游产业借力发展,又能使旅游产业助力其他行业协同发展,形成融合联动的新机制。

(九)推进线上线下融合,促进我省旅游业转型升级

由于旅游活动与线下的体验密不可分,因此利用现代信息技术实现线上和线下的融合是旅游业发展的必然趋势。具体措施如下:一要支持景区、景点、酒店等通过互联网展示、销售商品和服务,提升线下体验、配送和售后等服务,加强线上线下互动,促进线上线下融合,不断优化消费路径、打破场景限制、提高服务水平;二要鼓励各类旅游服务参与主体通过互联网与消费者建立多渠道、全天候互动,增强体验功能,发展体验消费;三要鼓励游客通过互联网建立直接联系,开展合作消费,提高闲置资源配置和使用效率;四要鼓励涉旅服务企业通过互联网强化各行业内、行业间分工合作,提升社会化协作水平;五要支持大数据技术在旅游领域深入应用,利用旅游大数据开展游前、游中和游后全方位的服务方式创新;六要促进移动互联网、大数据、物联网、云计算、地理位置服务、生物识别等现代信息技术在旅游服务认证、交易、支付和旅游商品配送等商务环节的应用推广;七要鼓励涉旅企业转变经营方式,支持受线上模式冲击的实体店调整重组,提高自营商品比例,加大自主品牌、定制化商品比重,深入发展连锁经营;八要鼓励涉旅企业利用互联网技术推进数字化改造,增强场景化、立体化、智能化展示功能,开展全渠道营销;九要鼓励餐饮、酒店等大型实体店不断丰富消费体验,向智能化、多样化商业服务综合体转型,由单一的旅游服务向多功能、线上与线下融合服务的方向转变;十要利用智能终端和移动互联网等手段,为游客定制有针对性的旅游行程和专门服务,满足游客个性化需要。

(十)建立健全旅游电商网络与信息安全保障机制

网络和信息安全是旅游电商发展的基础,对旅游电商发展有着至关重要的影响,必须采取有力的措施予以相应的保障。具体措施如下:一要按照“谁主管谁负责,谁运营谁负责,谁使用谁负责”的原则,落实信息安全管理责任制;二要强化信息网络安全基础设施建设,信息安全保障系统与应用系统同步规划、同步建设、同步运行和同步发展;三要建设和完善信息安全监控体系,高度重视信息安全应急处置工作,制定应急预案,开展应急演练,各应用系统要普遍建立灾难备份体系,提高对信息安全事件的防范和应对能力;四要建设网络信任体系,在旅游网上营销等业务中加强 CA 认证等信息安全保障措施的运用。

参考文献:

- [1] 中国旅游研究院. 2015年中国旅游经济运行分析与2016年发展预测[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2016.
- [2] 艾瑞咨询. 2016年中国在线旅游行业监测报告[EB/OL]. [2016-05-10]. <http://report.iresearch.cn/report/201605/2585.shtml>.
- [3] 陆峰, 王颖. 把江苏建成国内一流世界知名的旅游目的地[N]. 新华日报, 2016-05-14(A2).
- [4] 江苏省旅游局. 关于全省智慧旅游建设的实施意见[R/OL]. [2016-05-10]. http://xxgk.jstour.gov.cn/art/2014/4/15/art_1421_7421.html.
- [5] 江苏省质量技术监督局. 智慧旅游企业建设规范[S]. 江苏, DB32/T 2727-2015.
- [6] 王谦, 蒋林艺. 建设智慧旅游城市的顶层设计与关键因素分析[J]. 旅游管理研究, 2014(12): 53-54.
- [7] 韩玲华, 姚国章. 智慧旅游公共服务平台评价研究——以江苏省为例[J]. 南京邮电大学学报(社会科学版), 2014(3): 72-80.

(责任编辑: 刘云)

On the development and promotion of tourism E-commerce of Jiangsu Province

YAO Guozhang, MO Xiuping, FAN Mengdi, WU Sirui

(School of Management, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing 210023, China)

Abstract: Tourism is growing into a strategic pillar industry of Chinese national economy. It is a major task for Jiangsu to accelerate the construction of a strong tourism province and to build a national first-class and internationally renowned tourist destination. As an important means to upgrade tourism and be bigger and stronger, tourism E-commerce has become a powerful approach in Jiangsu. Its development is facing both rare opportunities and many problems. Based on a survey of the tourism E-commerce in the whole province and a consultation with various parties, this paper sorts out twelve problems represented by a lack of awareness of tourism E-commerce and lack of overall planning. It further suggests ten solutions, especially to enhance the awareness of tourism E-commerce and to strengthen the leadership and top-level design in this aspect.

Key words: tourism; E-commerce; tourism E-commerce; modern service industry; online tourism industry