

# 中国旅游饭店业应用 Internet 现状评估

林璧属<sup>1</sup>, 王赞强<sup>2</sup>

(1. 厦门大学管理学院, 厦门 361005; 2. 福建闽西大学旅游系, 福建 龙岩 364000)

[摘要] 在网络化发展过程中, 中国旅游饭店业能够积极运用 Internet 参与市场竞争, 并已取得初步成效, 但在建设与经营中也存在一些问题。本文拟从旅游饭店网络化的意义分析入手, 评析现状, 提出一些可供选择的方案与措施。

[关键词] 国际互联网(Internet); 旅游饭店; 网络

[中图分类号] F590 [文献标识码] A [文章编号] 1002-5006(2000)06-0024-06

## An Evaluation on Internet Adopted in Hotels in China

LIN Bi-shu<sup>1</sup>, WANG Zan-qiang<sup>2</sup>

(1. Department of tourism, Xiamen University, Xiamen 361005, China; 2. Fujian Minxi College, Longyan 364000, China)

[Abstract] As a new message industry, Internet has been wildly adopted in the hotels in China. Hotels have great competition in market by using Internet efficiently. However, there are still numerous problems both in Internet use and construction. The paper summarizes and analyses Internet used in the hotel enterprises as well as hotel management. It expounds some projects and measures by using Internet.

[Key words] internet; tourist hotel; net

通过 Internet 帮助实现交易、以收取手续费赚钱的网络公司迅速崛起, 中国旅游饭店运用 Internet 技术以实现饭店低成本营销的越来越多, 并已取得了相当好的效益, 但在发展过程中也存在相当多的缺陷与不足。本文拟对中国旅游饭店运用 Internet 的现状进行评估, 以期有利于中国旅游饭店业的进一步发展。

### 一、Internet 对中国旅游饭店业的影响

随着网络经济时代的到来和信息网络的迅速发展, 中国大陆 2000 多家和旅游相关的网站纷纷出台, 为成千上万的顾客实现网上饭店客房预订、机票订购、旅游线路安排和旅游商品订购提供了便捷途径。中国旅游饭店业可以通过 Internet 这一虚拟的社会直接面对顾客营销, 以电子信息技术为代表的现代科技给饭店业带来了巨大的发展机遇。

中国旅游饭店经过 20 多年的扩张性供给增长, 现阶段基本处于自发需求拉动增长的后期, 增幅缓慢, 大部分地区的饭店供给已超过需求, 行业内部的资源利用率不高, 加上饭店业受到淡旺季的影响, 经营面临着很大的困难。电子商务的发展, 给旅游饭店业带来新的发展机遇, 只要略微了解 Internet 的人, 都会研究如何采取措施, 降低成本, 积极通过网上直销, 增加客源, 启动新的增长。广泛运用 Internet 已是大势所趋, 对旅游饭店业的长远发展尤为重要, 其意义大抵可以归纳为如下八个方面:

[收稿日期] 2000-08-14

[作者简介] 林璧属(1963-), 男, 厦门大学管理学院旅游系副教授, 研究方向: 旅游市场、饭店管理; 王赞强(1978-), 男, 海南人, 福建闽西大学旅游系教师, 研究方向: 旅游学、酒店管理。

第一,应用 Internet 直接面对顾客营销,降低了饭店最为关键的成本。饭店客源包括直接与饭店联系的客人和通过旅行社、预订机构等中介联系的客人。Internet 技术的广泛运用,使所有顾客都可以通过 Internet 直接与饭店联系,饭店也可通过网络直接面对顾客,双方都节约了时间,饭店还节省了电讯、营销与让利等成本支出。对一个技术发展相当完善和市场相对饱和的旅游饭店来说,成本已成为竞争中最为关键的因素。

第二,应用 Internet 是饭店业发展的新动力。饭店要保持全行业的高速健康发展,就必须依靠高科技的力量。饭店经营需要大量的信息资源,饭店对信息获取手段的倚重决定了运用高科技的必要性和紧迫性。Internet 提供的资讯和交易手段,有力地促进了饭店的高速发展和可持续发展。

第三,应用 Internet 是饭店参与国际竞争的必要手段。在加入 WTO 的市场背景下,饭店业要尽可能减少外来冲击,唯有直接参与国际竞争。市场中出现的复杂局面已经不再是简单的管理哲学和单调的管理手段所能左右的,需要更多的新方法和新思路。Internet 及电子商务成为一种逐渐为人所认同的好方法,可以使饭店真正面向国际市场,从而实现直接参与国际竞争。

第四,Internet 可以满足宾客消费心理发展的需要。在全球化的信息社会中,顾客要求以电子方式进行通信,旅游饭店和饭店各部门也需要用电子方式与相关的客户、供应商以及其它组织交换数据和信息。Internet 能使住在饭店的顾客顺利地执行业务活动,及时交流信息,能在当今快速变化的全球经济中获得竞争优势。

第五,Internet 技术方便了顾客垂询,有利于企业信息的及时发布。旅游饭店利用 Internet 进行信息服务将为行业的发展带来新的竞争优势。上网不可能立刻给企业带来经济效益,但不上网却意味着企业将失去竞争优势。上网将意味着直接面对全球的客户,所有 Internet 的网民都将成为潜在客户,可以方便、快捷地向人们提供客房、机票、旅游线路的查询、预订与确认服务。

第六,通过 Internet,旅游饭店可以用较低的成本进行广告宣传,扩大知名度,提高自身影响力,把好的服务、好的服务项目直接推荐给潜在消费者,促进旅游饭店的宣传与销售,降低广告成本。旅游饭店一般规模较小,经济实力有限,很难在传统广告媒体上大做宣传,而通过 Internet,无论饭店规模大小,都可以实现广告促销。

第七,Internet 作为一种新媒体,其重要特征之一就是面向全球的开放性。若旅游饭店与互联网联系,对游客而言,可以实现与饭店的直接交易;旅游饭店内部通过网络信息管理可以提高工作效率;还可通过加盟的服务单位的质量评价,促进旅游饭店服务质量的改进和提高。

第八,Internet 技术为争取商务客人奠定了坚实的基础。频繁往来的商务人员逐渐成为饭店高利润的客源。游客和商务人员对 Internet 的需求是不同的:游客偏爱于行程中旅游内容的了解以及行程策划;商务客人侧重于到达目的地后对 Internet 的依赖,如通过网络同总部取得联系、汇报工作等,能够顺利接入 Internet 是商务客人的基本要求。饭店业运用网络蕴藏着巨大的市场潜力,也是企业一个很好的卖点。

Internet 技术对饭店业的冲击是不言而喻的,其应用前景远远不止上述八个方面,但仅此就足以掀起一场旅游饭店业的革命。

## 二、中国旅游饭店应用 Internet 存在的问题

中国国内旅游网站涉足旅游饭店业的可分为三大类:

政府系统的旅游网站 如国家旅游局拨款建立了中国旅游网(CN TA),并建立了全面、标准、统一的旅游信息库。各省、市、自治区旅游局也大多已建有自己的旅游网站,开通网上预订功能,使国内外旅客足不出户就可预订中国的饭店。

独立的大型旅游网站 如中国旅游资讯网([www.chinaholiday.com](http://www.chinaholiday.com))、中国通([www.map960.com](http://www.map960.com))、

中华万游网(www.chinatravel10k.com)等,纷纷涉足旅游饭店的预订与商业运作。

旅游饭店本身创建的主页和站点 据不完全统计,目前上网的有独立域名的旅游饭店近 100 家。例如,广州白天鹅宾馆(<http://www.white-swan-hotel.com>)、北京昆仑饭店(<http://www.kunlunhotel.com>)、广州花园酒店(<http://www.gradenhotel-guangzhou.com>)、厦门马可波罗东方大酒店(<http://www.marcopolohotels.com>)、大连万达国际饭店(<http://www.wdih.com>)、成都锦江宾馆(<http://www.chengdujinjianghotel.com>)、武汉亚洲大酒店(<http://www.wuhasianhotel.com>)等都是 Internet 上的知名户头。自建网站以来,每年为其带来大量的浏览和预订、咨询,不仅有助于提高饭店的知名度,而且的确产生了经济效益。

通过网址的浏览和调查,可以发现旅游饭店运用 Internet 处于蓬勃发展之中,但 Internet 的应用对我国旅游饭店而言毕竟还是一个新生事物,存在某些问题在所难免,具体表现为:

第一,对独立域名重视不够。域名(Domain Name)是网络用户申请获得的在 Internet 上的一个合法地址。有了这个地址,用户才可以利用 Internet 进行活动,它与旅游饭店的名称与产品、服务的商标有着同样的意义,是饭店利用 Internet 进行宣传、交流、营销活动的窗口,是饭店形象展示的舞台。有了域名,旅游饭店可以建立属于自己的网上主页(homepage),通过 Internet 接受信息,成为饭店的无限活动空间。截至 2000 年 7 月 27 日,笔者从雅虎(www.Yahoo.com.cn)和搜狐(www.sohu.com.cn)中文站点搜索,据不完全统计,我国大陆地区在 www 站点有独立域名的旅游饭店不足百家,不足涉外饭店总量的 3%。大多数旅游饭店在 Internet 上都没有独立域名,而是挂在某个网站域名的后面,如([http://www.\\*\\*\\*com/travel/hotel/beijing/\\*\\*\\*.htm](http://www.***com/travel/hotel/beijing/***.htm)…),饭店缺乏独立域名,既不利于品牌的树立和饭店无形资产的升值,又存在机会损失的可能,即该赚的钱没有赚。

第二,选择 ISP(网络服务商)存在盲目性。许多上网的旅游饭店对应用 Internet 的认识较为肤浅,尚未意识到好的 ISP 的作用和价值,单纯以是否免费或廉价为选择标准,而不考虑性能比。好的 ISP 在网上有比较好的服务和比较大的影响力,加入其中的饭店自然会有更多的机会。由于网络服务对大多数人来说还是非常陌生的领域,对 ISP 的服务方式、资信状况和其所提供的服务也缺乏足够的了解,何况网络公司本身也处于岌岌可危的发展之中。于是,不少饭店建网时被一些 ISP 钻了空子,产生网络注册域名权、所有权不清、网页信息简单等缺陷,影响饭店的 Internet 销售效果和声誉,从长远来说,饭店得不偿失。

第三,已经上网的旅游饭店在电子商务的功能上利用率不高。国内许多旅游饭店,计算机技术仍然停留在初级应用阶段,基本上只能做一些简单的文字处理和最普通的数据报表处理,远远没有发挥出应有的优势。我国旅游饭店的计算机网络工程建设,大都处于各饭店自行规划、封闭建设、低水平重复的情况,行业缺乏统一的计算机网络协议标准和规范,造成网络技术落后,互联困难,资源无法共享。而已经上网的旅游饭店,目前大多停留于建网页或网站,为旅游饭店本身做宣传和广告,销售预订功能尚未在网上大规模展开,未能实现旅游饭店服务项目与顾客需求的全天候、自动化对接,未能实现饭店服务与电子商务的彻底整合,未能建立“一对一”、“一条龙”式的自动化服务模式。在旅游饭店内部设施上,传统的通讯方式是采用总机加分机的通讯模式,在网络时代,这种通讯模式无法让客人顺利地与 Internet 链接,客房内的电话上网非常难,也就是说,即使客人入住了,因通讯障碍,Internet 使用率也很低。饭店可通过设置 ISDN 线加强网络通讯力度,或通过建可直接上网的客房,提高必要的信息化、网络化水平。

第四,在线付款的信用消费不可靠,欠发达,制约了旅游饭店网络的运用。旅游饭店 Internet 应用的目的就是进行实时交易,付款是交易过程的最后阶段,也是衡量交易是否最终实现的主要标志,对交易双方产生约束力。但我国旅游饭店在 Internet 应用过程中,遇到的最大难题就是无法顺

利实现在线付款。目前国内旅游饭店通常采用的做法是:旅游预订用网络,付款交易用传统方式。这种做法等于说网络本身的虚拟色彩使网络上信息在某种程度上具有不可靠性,许多真正的生意难以成功。利用 Internet 本该节省的时间和资信没有了。当然,问题在于银行系统和有关法律法规的不健全。所以,对大多数饭店而言,运用 Internet 只是试试,尚未能形成规模。

第五,较高的网络使用费制约着旅游饭店利用 Internet 开展网络营销的空间。与国外相比,我国的电讯费和网络使用费都较高,使得饭店网上经营成本偏高。因此,只有少数经济实力较强的饭店企业方能负担得起网络营销,其它企业只能望“网”兴叹。

第六,网络应用的实际与预期收益差异较大,使许多旅游饭店信心不足。尽管“信息技术”炒得火热,“网络”成为时髦词。但在目前阶段,网络带来的利益与传统营销方式相比份额仍然很小,与饭店预期差额较大。这使得许多旅游饭店对网络应用信心不足,持徘徊观望的态度。目前,我国上网人数在 1690 万人,上网费用偏高及带宽较窄等不利因素又使得通过网络消费的实际人数不多,与每年七、八亿人次数的巨大旅游人流量相差太大,不少饭店也就看不上网络,而将精力主要集中在传统的营销渠道中,对已经成熟的市场渠道,固定的客源群体的重视和满足远远高于对网络营销所可能带来的收益的期待。有的旅游饭店虽然已经开始利用网络进行营销,但由于观念上的轻视,价值认识、设备配备的不足,使网络营销仅停留在宣传阶段。

第七,网上交易保密性和网上交易法律关系方面的缺陷制约了旅游饭店网络发展空间。例如,恶意预订、无故取消、恶意登记错误的信用卡号码等,饭店对此几乎无计可施,无以为对。虽然许多网络预订网页上都郑重声明违约罚款条例,但实际上很难落实到,对客人的约束力不大。如果旅游饭店能实现网上信用卡的鉴别和划拨,将会有力地推动网络营销的发展。在 Internet 发展过程中,这是由于相关的法律和规定以及 Internet 网络本身发展不完善所造成的。这方面的问题已日益为全世界所关注,并在寻求有效的解决途径。

### 三、中国旅游饭店利用 Internet 的有效途径

国际互联网(Internet)给世界饭店业带来的既是机遇,也是挑战。Internet 给人们带来的不是黄金,而是信息。产业信息化、经济信息化、企业信息化、社会信息化已成为当今世界经济发展的主流。面对席卷全球的信息革命浪潮,中国旅游饭店既不能等待,也不能观潮,而应该积极主动地、有选择地参与世界经济信息网络化的发展潮流,尽早与世界饭店业及世界经济发展相接轨。为此,可供选择的有效途径有:

第一,从根本上说,旅游饭店内部局域网建设是实现与 Internet 链接的基础。旅游饭店的网络化是行业信息化及国家信息化建设的基础,也是建立饭店预订系统的前提和开展网上营销及各种网上活动的基础。饭店局域网的建设将会促进饭店内部管理信息系统(MIS)的建设,MIS 可以实现饭店内部成员之间的信息共享。饭店局域网络也是旅游饭店计算机与 Internet 链接的最好方式,等于把网上的每一台计算机都变成了以主机身份拨号入网的终端,接受终端的功能最完全,运行速度也最快,并可建立自己的 FTP(文件传输)、Gopher(以菜单为界面的信息查询服务)、www(全球信息网)服务器,从而使饭店通过计算机网络技术真正走向 Internet,实现旅游饭店的网上经营。

第二,从发展趋势看,旅游饭店应在 Internet 网络上注册自己的独立域名,它与饭店的商标一样重要。域名在 Internet 上都是惟一的,而且也是有限的。域名就是网址,它代表了饭店在信息社会中生存的位置,是饭店在 Internet 上保护自身权益的有效途径。域名注册有专门机构负责代理,按域名申请先后进行审批,只要所申请的域名尚未注册,一般申请者均可获准,获准后任何机构无权再注册相同的域名。在目前相关法律法规尚不健全的情况下,少数投机者在 Internet 网上用国内旅游饭店的名称抢先注册网上地址,在某种程度上成为商标抢注的最新翻版。上网访问 <http://>

www.Chinastarholdingltd 可看到,其注册了约 93 个域名,大都涉及到我国宾馆、饭店名称。所以,饭店应注重 Internet 网上独立域名的注册。如果域名已被抢注,补救的方法有:

1. 注册周边域名 对于旅游饭店而言,域名一般是采取饭店的英文译名,同时名称可用汉语拼音和英文等多种形式,一旦发现自己的域名被抢注,可立即围绕原名称添加前缀或后缀注册外国相关名称,如亚都公司的国际域名 Yadu.com 被抢注后,创联公司为其注册了 yadugroup.com 和 bjyadu.com(北京亚都)的周边域名。只要域名的可能注册形式没有全部被抢注,一般可以采用这种方法解决。注册周边域名后,旅游饭店必须加强网上、网下的宣传以达到广而告之的目的。

2. 注册国内域名 国际域名目前还没有得到强有力的保护,而国内域名注册一开始就采用专门机构(中科院网络中心)负责并实行域名所有权的审核制度,得到法律的有效保护。如果旅游饭店的主要客源、业务范围在国内,即可以免费(注册二级域名不收管理费)注册国内域名。国内外客户在网络上查询时,在中国域名内可以查询到。如王府井大饭店的域名,http://www.wfjgrandhotel.cn.net。

3. 赎回域名 麦当劳 http://www.Mcdonalds.com 的域名曾被一名叫奎特勒的电脑商注册,几经周折后,麦当劳最终以 800 万美元买回了该域名。

4. 以法律手段加以保护 虽然有关注册保护的法律法规还不完善,但利用现有的有关知识产权保护的法律法规,域名还是能够保护的。如顶级域名操作管理方,增加了 60 天的域名注册争议期,在争议期内,只要能够提供受侵害的有力证据,如本公司名称、商标最早合法拥有权的证明,即可捍卫自己不受侵犯的权利。

第三,从实际效益和发展前景看,旅游饭店应充分利用 Internet 开展经营活动,真正实现网络功能。

1. 通过 Internet,旅游饭店与客户(旅游者)真正建立起直接的联系。饭店要不断地细分市场,努力追寻、理解和满足顾客的需求,根据顾客的消费动向和趋势,开发并提高适销对路的饭店服务项目和产品。目前,我国多数旅游饭店与旅游市场的联系都是单向的,即饭店依靠各种各样的媒体广告来促进顾客对饭店服务项目和产品的认可和接受,以各种各样的调查研究方式了解宾客的需求,这两种过程在多数场合下不是有机地联系在一起,而是彼此分离的。Internet 可以提供一个饭店与消费者的即时的双向交流渠道。一方面,全球各地的消费者都可以了解饭店的服务项目或产品,获得基于信息基础上的服务,并提出反馈的意见以及发出订单、参与经营活动的出谋献策等;另一方面,饭店能及时了解到许多有关消费者的地点分布、偏好等有价值的信息。通过这种直接联系和互动沟通使饭店与消费者双方受益。

2. 通过 Internet,旅游饭店可以避免价值链上的其它参与者,降低成本。Internet 为旅游饭店提供了与顾客直接发生联系的极好机会,减少了中间商。因此,旅游饭店有可能避开传统的或是已存在的价值链上的其它企业。

3. 通过 Internet,旅游饭店可以创造新的数字化价值。Internet 是饭店创新的平台,借助数字化信息,旅游饭店可以在实际成本没怎么增加的条件下,充分利用它与旅游者之间的直接联系,为旅游者提供更多的服务。旅游者对饭店网站的每一次访问都是饭店额外服务或是接近旅游者的一次机会,是饭店开展宣传、促销的机会。随着电子商务技术的发展,饭店凭借它的能力也能在网上从事新的商业活动以攫取利益。

4. 通过 Internet,旅游饭店能够使合作竞争战略以及虚拟运作模式得以更便利地实施。连锁经营、联合经营、集团化经营是当今世界饭店业发展的主要组织形式。国外饭店正在试图用联合体的力量和资本共同体的规模优势向我国旅游饭店业发起挑战。随着中国入世步伐的加快,跨国资本以空前的速度和规模涌入中国市场,外资饭店拥有雄厚的资本、人才、技术、信息和管理优势,它们或有着深厚的财团背景,拥有价格抗衡力和无数关系企业的支撑,或拥有庞大的预订网络,有几

十年成功经营累积而成的品牌优势,其总体竞争能力是巨大的。在此背景下,中国旅游饭店业必须重新评估自己。Internet 及其在全世界范围内的迅速蔓延无疑给中国旅游饭店的联合协作、开展集团化经营战略提供了良好的信息交流的技术条件。

旅游饭店对 Internet 的利用,不仅仅是停留在营销方面,更应体现在对经营管理体制的革新。

#### 四、中国旅游饭店利用 Internet 应注意的问题

针对目前中国旅游饭店利用 Internet 的情况,笔者认为,应注意以下几个问题:

第一、旅游饭店及饭店全行业要从观念上接受 Internet,并积极加以利用。作为新事物,旅游饭店对应用 Internet 参与经营管理的认识需要一个过程。作为全新的经营管理工具或手段,旅游饭店及全行业首先应重视和利用好 Internet 所带来的发展机遇,其次是作为一种工具或手段,Internet 是发展的辅助方法,而非发展的目标。饭店管理人员应树立正确的经营管理理念,在饭店行业中充分发挥社会信息网络技术的优势,为饭店的发展注入新活力,逐步建立健全全行业的网络系统,特别是全行业的饭店预订网络系统,进而通过 Internet 网络实现与全球预订系统的链接。

第二、旅游饭店要加强网络人员的培训力度。饭店信息网络化建设不同于一般传统方式,其科技含量高,专业要求严格,设备维护、现场指导、人员培训、业务洽谈等工作都需要一定专业素质的人来承担。饭店网络人员及相关员工的培训实际上是一项连续性的工作,不可能一劳永逸。经过 Internet 网络应用培训的员工也必须在严格监督下和在良好的工作环境中才能发挥有效的作用,并需不断地在工作实践中提高和完善。饭店在员工使用 Internet 过程中,不能忽视必要的监督和指导。即使是训练良好的员工也有可能利用 Internet 进行一些私人活动和业务,从而影响到饭店经营管理成本,甚至影响对客人的服务。故而,饭店在进行技能操作培训的同时,更应加强职业道德教育。

第三、旅游饭店应根据自身情况,量力而行地应用 Internet 网络。旅游饭店的网络化是饭店发展必不可缺的因素,饭店的网络化应建立在现有的许可条件之下,选择适合饭店自身规模和经营发展状况的网络和有利于自身发展的 Internet 运作方式。旅游饭店在利用 Internet 过程中,必须考虑到现有饭店的自身规模及网络化程度、经济效益和饭店传统的主要客源聚居地及其市场特点,在不影响饭店正常经营管理的前提下,有计划、有步骤地建立健全饭店的内部网络,并实现与 Internet 的链接,为饭店的经营管理提供有效的服务。

第四、旅游饭店在发展 Internet 过程中,必须加强同网络商、银行、政府有关部门间的相互协调、相互支持。没有网络公司、银行和政府有关部门的支持与合作,饭店要实现利用 Internet 开展网络化经营是不可能的。在网上进行买卖双方的交易,必须通过银行的信用卡或其它方式来完成交易。直接用信用卡来支付应该是网上支付手段的发展方向。目前,国际间现行网络选用的平台不统一,信用卡标准不一样,不能通用。

第五、旅游饭店要加强网络安全的防范。目前,Internet 上有蠕虫(WORM)病毒,还有黑客(Hacker)常攻击有关网络。构成网络安全问题的还有虚假信息的传播和个人隐私的侵犯等。在商业网络上,大多使用防火墙(Fire wall)来防止外部侵入。但要对付虚假信息,只有靠饭店及网络操作管理人员的判断。旅游饭店也应充分利用现有的网络安全防范软件系统,如 Netpower 公司的网络安全扫描系统(Net Scanner)、网络入侵侦测预警系统(IDS)、系统安全扫描系统(System Scanner)、网络实时监控与恢复系统(Web Secure)等相关软件及其它方法,从而最大限度地防止网络黑客攻击而瘫痪或遭受不必要的损失。

[责任编辑:付 蓉;责任校对:王玉洁]