

您的位置: 首页>报告>

《中国旅行服务业发展报告（2023—2024）》：旅游产业互联网助企实现“双效”提升

时间：2024-02-06 来源：中国旅游新闻网 作者：记者 李志刚 编辑：王诗培 史晓宇

2月1日，中国旅游研究院发布《中国旅行服务业发展报告（2023—2024）》。报告认为，旅游产业互联网的发展让企业从内部管理到对外营销，从生产环节到售后服务技术等维度实现效率和效果的“双效”提升。

对于旅游产业互联网的作用，报告中举例说，趣游吧旅行（贵州）通过使用马蜂窝游云系统，可代替平时80%的常规工作，极大地降低了用工成本，人效比相较之前提升2—3倍；Room Price Genie基于大数据开发出了面向小型运营用户的自动化定价工具，让130多家用户明显获益，部分还实现了年度收入翻倍；途牛旗下的B2B平台笛风云可以帮助用户实现酒店、机票、火车票、门票、租车等在内的全品类要素的动态打包。

报告提出，与消费互联网着力于营销端不同的是，产业互联网的作用在于旅游产品的生产环节。传统的旅行社B2B平台帮助旅游企业迅速触达客户，提升销售效率，但是却难以解决资源归集、玩法留存、线路设计等生产环节的痛点问题。而这，正是产业互联网发力的焦点。

报告提出，旅行服务业需要从劳动密集型走向兼具“技术锐度”“人文温度”。旅游业是服务业，但服务业并不意味着只能是劳动密集型。在产业数字化的推进中，旅游业从“劳动密集”到“劳动稀疏”的进程正在提速，数字化在解放人、服务人、发展人、成就人方面功不可没。未来行业竞争力的核心在于吸纳培养跨界型人才，旅游业如何吸引新型人力资本进入行业，旅游企业如何跳出传统雇佣模式，探索更灵活的人才吸纳与使用机制，是亟须思考的问题。如何从传统的人力作业方式进化到现代旅游业生产运营与管理的模式，是旅游业能否完成升级转型的关键。

报告认为，当前，走出国门的中国旅游企业正在参与搭建全球旅游产业互联网的“底层器件”。以石基、订单来了等为代表的B2B企业已经开启了国际化进程，海外市场份额稳步增加，我国旅企“出海”正在加速。未来，旅游产业的竞争力将在很大程度上取决于产业互联网的发展程度，取决于企业产品和服务的市场占有率。

DNA 3CIFA2XM

商业授权

本文经「[原本](#)」原创认证，作者中国旅游报社，访问[yuanben.io](#)查询【3CIFA2XM】获取授权信息。

文化和旅游部

部直属单位网站

各省区市文化和旅游厅（局）

旅游协会及相关组织网站

国际旅游组织

《中国旅游报》社有限公司简介

中国旅游报 中国旅游新闻网版权所有 未经许可不得转载

京公网安备 11010102002887号 京ICP备05019093号-4

中华人民共和国互联网新闻信息发 布许可证：1012006032

违法和不良信息举报电话：010-85168056