



当前位置: 首页 > 借鉴世界 > 旅行社经营管理 > 正文

国家旅游局DMS将旅游信息化进行到底（上）

文章来源: 中国旅游报 文章作者: 陈静 发布时间: 2006-10-27 字体: [大 中 小]

DMS是国家金旅工程的重要组成部分,通过该平台,旅游目的地城市改进了促销方式,用现代技术手段取代部分外出促销,为广大旅游爱好者提供了方便、快捷的资讯及商务服务。

在如今的网络社会,越来越多打算出游的人会在出发前上网查询旅游目的地情况、旅游线路及旅游行程中所需吃、住、行、游、购、娱的信息。随着携程、e龙等依靠旅游网络平台赢利企业的逐渐壮大,表明旅游信息化需求日益凸显且要求在不断增强,“网上订房、网上订餐、网上订机票、网上自助游”等以前不可能的事情现在成为时尚,各旅游目的地城市及酒店、旅行社等旅游企业的网络营销亦被提上日程。中国目的地营销系统DMS这个旅游信息化进程中的重要项目一直被旅游界所关注,继2003年其开始正式向全国推广后,它的发展是否顺利?其现在进展如何?让我们再次聚焦。

时代对DMS的要求提高了DMS是国家金旅工程的重要组成部分,它基于现代信息技术,以互联网技术为核心,统一平台发布多终端联动的、集信息运营、营销宣传、电子商务、行业管理、媒体服务等于一体的旅游电子商务平台。通过这个平台,旅游主管部门可以实现网络化办公,发展电子政务提高工作效率;通过这个平台,旅游企业可以自由地在网上时时发布产品信息,扩充销售渠道并大大降低销售成本;通过这个平台,旅游目的地城市可以将现代化信息技术与传统营销方式相结合,在节省时间和节约经费的同时,取得信息传播更广、更深入、宣传时间更长的促销效果。更重要的是,这个平台为广大旅游爱好者提供了方便、快捷的资讯及商务服务。

DMS是地方旅游信息化加入国家金旅工程的主要形式。据国家旅游局信息中心介绍,自2003年正式向全国推广旅游目的地营销系统起,到目前为止已经有粤港澳地区和南海、广东、大连、厦门、三亚、佛山、珠海、深圳、苏州、桂林、广州、天津等城市建设了旅游目的地营销系统,进入旅游信息化事业的国家梯队,并成功实现对接。

2004年7月,旅游目的地营销系统的国家标准通过专家评定,并正式提交国家标准委员会审批;2005年中国旅游目的地营销系统总平台正式通过验收,并获得了科技进步奖。经过近几年的建设和运营,旅游目的地营销系统取得了长足的发展,为各地旅游信息化事业注入了新的动力。鉴于对旅游业发展的助推作用,国家旅游局局长邵琪伟在2005年全国旅游工作座谈会上的报告中提出了更高的要求:利用现代技术手段改进促销方式,扩大中国目的地营销系统(DMS)的覆盖面和宣传力;联合有关部门改善对全球分销系统(GDS)的利用,紧跟全球化、信息化发展趋势;整合分散的网络营销、网络预订,建设市场面广、信息充分的营销预订系统。

各地平台运行已初见成效近年来,旅游目的地营销系统获得长足发展,DMS的建设使得各地拥有了强大的旅游营销平台,但建成平台只是旅游信息化应用的基础,平台的运营效果才是考核DMS的最终指标。据国家旅游局信息中心介绍,旅游目的地营销系统在国家旅游局信息中心的指导和各地旅游局和运营商的积极运作下已初见成效。

“活力广东”DMS平台非常注重网络信息及时更新,对旅游局的活动信息、新闻等要求实施网络发布,并对基于DMS系统承建的“活力广东”2004旅游网上博览会进行了实时直播报道。活力广东旅游信息化的另一大特色是区域互动,与粤港澳、珠三角、9+2地区进行了多方合作,对消除信息孤岛,达成信息共享做出了积极的尝试。目前,尝到旅游信息化甜头的广东省旅游局正积极准备粤港澳信息化平台二期的项目,据悉,二期项目将在旅游安全、诚信、旅游电子商务等几个层面上重点研发。

大连旅游局信息中心在DMS的资讯服务、企业服务、与传统旅游促销结合的网络营销上,进行了有价值的探索。大连市旅游局信息中心组织专业的信息采编队伍收集整理信息,同时进行企业服务,保证了大连DMS上资讯的丰富性和实时性。

大连DMS的网络营销与大连旅游局传统旅游促销相互结合,传统营销媒体上都打印网址,网络媒体对传统促销进行详细跟进报道。在商务运营的尝试上,信息中心设置了专业的客户服务人员处理DMS带来的预订、咨询以及旅游企业的业务合作,在DMS正式商务运营的第一年2004年4个月的旅游旺季里,共处理来自DMS的外地旅游咨询和预订(电话和网络)2000多个,处理各类业务200多例,成为旅游目的地营销系统商务运营的典型。

为了更好地发挥出DMS系统的效能,大连旅游局信息中心还计划将网络技术与通信技术结合,新技术的应用将为DMS的服务插上腾飞的翅膀。

厦门DMS建成后,专门组建了运营商——厦门亚太旅游发展中心,在将近一年多的时间内,厦门DMS根据自身特色进行了改版,并大力搜集整理旅游资讯,为消费者服务。厦门DMS还承担起了9·8中国国际投资贸易洽谈会2004年、2005年连续两届的酒店房态预告、预订业务;为第八、九届中国国际投资贸易洽谈会的顺利举行提供了很大的帮助,获得主办单位和参与客商的好评,同时借此良机对厦门的旅游企业进行了资源整合,取得了良好的营销效果。

♂ 推荐文章

♂ 热点文章

- 旅行社品牌建设的整合营销
- 特别推荐:网络时代我国旅游
- 从高端旅游产品特征及本质
- 怎样才能做好高端旅游产品
- 山东省韩语导游现状调研及
- 旅游文明与导游使命
- 特别推荐:中外旅行社制度
- 山东省韩语导游现状调研及

♂ 相关文章

- 各地旅行社积极参加政府公
- 旅游企业应借助旅游搜索引擎
- 大连市委市政府规定:公务
- 旅行社重新洗牌和新游戏规
- 从高端旅游产品特征及本质
- 旅行社的名牌战略
- 怎样才能做好高端旅游产品
- 特别推荐:中外旅行社制度

吸收研究员公告

到邮局订阅
《中国旅游报》
邮发代号: 1-40 全年228元

中国旅游报

海南旅游金牌榜

TOHainan.com
海南岛度假网

会长、副会长、秘书长

- 毕 华 (会长)
- 毕哲昆 (副会长)
- 蒙乐生 (副会长)
- 李澄怡 (副会长)
- 张 晖 (副会长)
- 代国夫 (副会长)
- 张会发 (副会长)
- 房新海 (副会长)
- 杨文博 (副会长)
- 王健生 (副会长兼秘书长)
- 苏 群 (副秘书长)

专题回顾

以“东方水城，天堂苏州”为品牌的苏州DMS则在网络品牌的建设上下大力气，注重地方特色，挖掘苏州旅游的内涵，旅游品牌形象对城市的旅游营销起到重要的作用。网络品牌的快速建立使互联网访问者对苏州旅游有了新的认知，通过视觉效果整合了品牌信息资源，通过设计语言与目标群体达成准确的对称信息沟通，进而建立印象价值，获得了品牌竞争优势。苏州市旅游局领导对DMS的下一步商务运营构想是，初步确立了建设“永不落幕的旅游网博会”的思路，目前正在加紧实施。

桂林、天津、三亚、深圳、广州、珠海、佛山等DMS分别在资讯服务、旅游促销、企业服务、商务运营、资源整合、网络品牌等方面，进行了探索并取得了良好的成绩。作为DMS总平台的金旅工程旅游商务网——金旅雅途网，在DMS平台的基础上成功举办了2003年至2005年三届国际旅游网上博览会，累计参展企业达到了67820家，访问量达到8992万。

[↑返回顶部](#) [打印本页](#) [关闭窗口↓](#)

用户名: ([新注册](#)) 密码: [匿名评论](#) [[所有评论](#)] [发表评论](#)

评论内容: (不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。)

§ 最新评论:

海南省旅游发展研究会 秘书处 [位置示意图](#)

地址: 海口市南海大道28号四季华庭5栋 B座首层 中国旅游报社海南记传真: 31653050

网址: www.hi898.com 邮箱: 66800778@163.com 邮编: 570216