



创新发展中国邮政网上旅游业务

◇范鹏飞 [南京邮电学院 邮政系,江苏 南京 210003]

摘要:随着互联网时代的到来和网上旅游的流行,为中国邮政发展网上旅游业务提供了很好的机遇。着重分析了中国邮政发展网上寄信业务的发展前景和商业模式,同时指出了中国邮政发展网上旅游业务的优势和发展途径。

关键词:中国邮政;网上旅游;商业模式;优势

中图分类号:F618.3

文献标识码:A

文章编号:1009-1289(2003)06-0033-03

一、引言

随着互联网时代的到来,在线旅游飞速发展,旅游专业网站相继涌现,游客在家中就可以办理在线旅游手续,“网上旅游”的便捷服务吸引着游客,网上旅游市场潜力巨大。在这种大背景下,中国邮政应当利用自己已有的网络和其他资源优势来大力开发属于邮政的网上旅游业务。中国邮政的网上旅游可以为消费者营造网上旅游的良好市场环境,为旅游消费者提供全面的目的地资讯、提供目的地预览、提供旅游决策参考信息、提供全天候跨地域的服务和安全的旅游费用的在线支付。中国邮政网上旅游的一流服务,必将吸引越来越多的游客,其发展的前景是光明的。

二、发展邮政网上旅游业务的意义

中国邮政发展网上旅游业务的意义是深远的。

1. 发展邮政网上旅游是邮政部门实现大发展的重要途径

邮政网上旅游作为中国邮政为紧跟网络时代的要求而推出的一种全新的业务项目,它不仅是一种适应时代潮流的商业模式,而且也能为中国邮政带来丰厚的商业利润;不仅可以直接获取可观的盈利,还可间接带动其他邮政业务的增长。例如,网上旅游消费者会有很多旅游日用品和旅游购物需要邮寄;邮递类的业务量会有较大的增长;还能为邮政部门带来许多潜在的消费群体。这在市场经济中至关重要,因为谁拥有了最多、最忠实的消费群体,谁就拥有了最大的财富,拥有了未来竞争的优势。

推出网上旅游业务的中国邮政与现存的诸多网络公司的不同点在于,它并不是一个纯粹提供信息服务的公司,相反,信息服务仅仅是中国邮政整个业务的一部分,而邮政网上旅游则是将信息服务和传统的业务

完美地结合在一起的电子邮政中一项重要业务。因此,电子邮政的发展是邮政部门独具的优势和实现大发展的重要途径。

2. 发展邮政网上旅游是提高邮政相关部门劳动生产率的催化剂

在现代社会生活中,人们的生活节奏越来越快,同时消费群体的时间观念也越来越强,对工作效率的要求也越来越高。在整个邮政网上旅游的运作过程中,效率一直是贯穿始终的生命线,而且整个邮政网上旅游过程的效率是由这个过程之中的每一个邮政相关部门的工作效率所决定的。因此,必须保证整个邮政网上旅游渠道的通畅和高效才能满足绝大多数消费者的需求。而这一切必须在邮政部门的严格监督和参与该业务的各部门的紧密配合下才能获得成功,这在客观上使得邮政相关部门必须提高自己的工作效率。此外,中国加入世贸组织之后,许多国外的大公司将直接参与到国内市场的竞争之中,在这些具有雄厚实力的大公司里,不少已经建立了一整套完备的信息服务网络和物流配送体系(如戴尔、思科等),从而在网上旅游市场中形成与邮政部门激烈竞争的格局。所以,邮政部门和国内其他参与这项业务的部门必须保证自己提供的业务的高效性,从而促使他们提高劳动生产率。因此,发展邮政网上旅游是提高邮政相关部门劳动生产率的催化剂。

3. 发展网上旅游是带动相关产业发展和新业务诞生的重要手段

中国邮政在开办网上旅游业务的过程中,要注重实行联合战略。联合战略将中国邮政的命运和社会其他部门的命运联系在一起,使发展邮政网上旅游业务的成败与每一个加入的部门息息相关。在这种团结、双赢的商业模式中,每一个部门都将充分地发挥自己的潜在优势,使整个网络在高效、有序、稳定的环境下运

* 收稿日期:2003-05-12

作者简介:范鹏飞(1950-),男,江西高安人,教授,主要从事企业管理、邮政通信、市场营销和决策的理论教学和科研工作。

行。不仅如此,发展网上旅游还可带动相关产业的发展和许多新兴产业的诞生。例如,由于邮政网上旅游的推出使旅游变得异常方便,这就使不少原本忙碌于自己工作的消费者很乐意出门一游,从中能真正享受到旅游的闲暇和舒适,从而带动旅游业、宾馆餐饮业的繁荣。同时还会带动新兴产业的诞生,如房屋租赁业、汽车租赁业等。此外,消费者出门旅游或多或少会带一些当地的特产或工艺品回去作为纪念,这就带动了当地手工业的发展。

三、中国邮政网上旅游运作的商业模式

网络经济的发展、互联网的广泛使用对经济和生活方式的影响毫无疑问是巨大和深远的,由此而产生的众多前所未有的崭新的商业模式也是革命性和划时代的。也许正是因为互联网在技术创新和商业模式革命等方面所展现的魅力太难以抵挡了,网上旅游才曾经有过“风风火火”的昨天,也一定将有“辉煌”的明天。在这样的背景之下,中国邮政必须努力探索和科学地利用互联网,创建网上旅游的最佳商业模式,为客户创造更多的使用价值,使中国邮政可以从中获取更多的财富。

1. 就商业模式而言,网上旅游可以大致分为旅游企业自建的商务网站、B2C、B2B、C2C、C2B等。中国邮政就是属于自建的商务网站,并且它基本上可以实现宣传自我和发布信息的职能。为了防止信息孤岛现象的出现,中国邮政应力求以更多的关键字将自己的网站加入更多的搜索引擎和行业电子商务平台,包括简体中文、繁体中文、英文及主要目标市场国的母语搜索引擎,以提高网站被访问的可能性和扩大网站被访问的范围。

2. B2C模式是目前旅游商务网站舞台上的主角,网上订房、订票和销售线路仍然是目前最明确的获取收入的商业模式。当然,近期出现的旅游网站派营销人员通过陌生拜访进行产品销售的做法还是应该引起中国邮政相关部门的特别关注。另外,中国邮政的网上旅游网站应在专注于提供网络平台和网络服务的同时,向网络旅行社的方向发展。网络旅行社作为新型的代理销售商,可利用互联网的网络优势消除中间层代理商。不管怎样,B2C模式的发展和变化应该特别引起中国邮政的密切关注。B2C模式的前景依然是美好的,如果将“鼠标”+“水泥”理解为互联网与传统的中国邮政的广泛和深入的合作,而不是互联网自己去制造“水泥”,则这种前景将更加光明。

3. 曾经被寄予厚望,但目前发现难度极大的B2B模式仍将是网上旅游业务最具吸引力的商业模式。中国邮政在开展网上旅游业务时要注意的是把握好B2B发展的节奏,避免网上模式与网下应用相互脱节,避免在中国邮政信息化基础建设尚很薄弱的时候,勉为其难地超前发展。也就是说,在现阶段中国邮政要做好商务信息服务,使刚触网不久的网民能够快速和直接地

感受到网络带来的巨大进步。中国邮政应重点发展商务信息门户和商务信息交互平台,为需要旅游商务的人士提供更加全面和专业化的旅游商务信息服务。

4. 与B2C和B2B都是网络在传统商业模式基础上的应用不同,C2C和C2B则是因网络而产生的崭新的商业模式。互联网将为自助旅游提供巨大的帮助,也就是说,C2B将帮助中国邮政更加准确、及时地了解客户的需求,而这些恰恰是传统商业模式中最薄弱的方面。未来一些新的旅游模式将会因此而产生,对传统旅游业经营模式的最有威胁的影响也将出现在这两种模式之中。但是,目前中国邮政还没有能力关注C2C和C2B的发展,其原因就是这两种模式根本没有对应的实施条件,其运作的难度就更大了。

5. 与上述几种网上旅游的商业模式相比,基于ASP模式的应用软件系统将为中国邮政提供更大的帮助。当互联网网站和计算机软件日益融合的时候,当信息管理和信息交互更加方便的时候,网络酒店、网络酒店管理公司、网络旅行社、网上旅游学院等等全新模式的各类网上旅游企业将不断出现,网上旅游将全面融入每一个旅游企业的日常运营并开始发挥巨大的作用。中国邮政要以客户为中心,立足应用,把握节奏,用合作代替竞争,与传统旅游企业齐心协力地一起开拓旅游电子商务的广阔市场。这应该是中国邮政的网上旅游业务正确的发展之路。

四、全球网上旅游的发展

据太平洋亚洲旅游协会第49届年会传出的信息:风靡全球的电子商务正改变着旅游业务的传统运作模式,给旅游业带来新的商机;许多国家和地区正不失时机地开拓新的发展空间。一份权威的美国网络机构调查报告称,2000年全世界有1400万人使用互联网订购了总值为70亿美元的旅游服务产品,预计2002年通过互联网从事旅游商务活动的人数将达到7500万。

电子商务给旅游业带来新的发展契机,这促使旅游业界与互联网公司开始携起手来,共同拓展市场。通过互联网,旅游社可以为商务旅客和消费者提供最新的旅游资讯,通过网站专用频道可以随时推介大量的旅游产品,而消费者也可因此享受到物有所值的旅游服务。此外,旅行社还可以同多家网站协商,进行网络内容和资讯的交换业务,扩大了旅游产品的推广面。

随着全球通信技术的发展和水平的提高,人们对包括交通和旅游等即时信息的需求不断增长,更希望在自己的房间里,甚至通过手机来获取这些信息。而互动电视和无线应用协定技术的应用,可使这些愿望变为现实,并为旅游业拓展了网上交易的商机。在美国,这个全世界最大的网上消费群体,其38.5%的网上交易涉及旅游、交通和酒店预订业务。在法国,最受欢迎的网站中有一半是关于旅游和交通资讯的。

在解决了相关技术后,乘客可在飞机上打开自己的电脑上网,接收电子邮件,通过飞机上互联网连接系

统处理旅游信息,还可订购免税品、预定目的地城市的饭店房间等等。这些构想离人们并不遥远。香港最大的航空公司——国泰航空公司将在近期引入飞行中的互联网服务,这在亚洲航空公司中尚属首家。专家指出,飞行中的互联网服务不仅能为乘客及时提供资讯和娱乐,还为旅行者和旅游服务者之间架起一座新的桥梁。酒店、饭店等与旅游相关的部门为适应竞争,正不断提高服务质量,改善服务设施。在饭店集中的香港,专为饭店提供宽频上网服务的艾圭思公司成立不过4年多,已发展成业内全天候服务的佼佼者。它的服务特点在于,只需使用现有的电话线,便能同时输送语音及数据,为会议室、商务中心及客房提供高速宽频上网。

众所周知,投资电子商务代价不菲,但却是必须的投资。通过互联网,旅游业界可将其服务不断完善,旅游公司的业务触角也将由地区性扩展至全球。网上旅游商机无限,需要勇于开拓的人去发掘、探索。随着科技的飞速发展,人类的勇于创新,网上旅游将遍及全球,前途一片光明。同样它会给中国邮政发展网上旅游带来巨大的机遇。

五、中国邮政网上旅游的发展

中国邮政这一古老而又年轻的产业走到了今天,遇到了网络时代带来的巨大机遇和挑战。电信业的重组导致通话费用的降低,互联网上免费电子邮件等新兴业务的流行,直接对邮政的信函业务带来了巨大的冲击。可想而知,在打一个电话与写一封信的选择中,当所用的花费相差不多时,消费者当然会选择速度快、实时交互性强的电话。但邮政经过几千年的发展,由最初的驿马送信到今天的航空邮件,可以说邮政业务在速度上已经取得了巨大的进步和发展,而且不难发现邮政业务的速度将随着交通运输业和通信业的发展而不断提高。

今天的邮政业与其他通信业相比显得落后的根本原因,主要表现在业务的创新上。尽管计算机网络的发展对邮政业产生了不可估量的冲击,但它同时也给邮政带来了巨大的机遇。因此,邮政部门只有紧紧抓住机遇,正确面对挑战,充分发挥自己的业务创新潜力,就能在瞬息万变的信息时代立于不败之地。正是由于这样的现实背景,中国邮政就应该从实际出发开发网上旅游业务。基于中国邮政在开展网上旅游业务上具有得天独厚的优势,邮政网上旅游的发展必将跟上全球旅游业飞速发展的前进步伐。

1. 遍布全国各地的网络是邮政网上旅游实现信息、资金、物资高效传递的坚实基础

消费者在享受网上旅游服务前,首先要通过计算机网络来了解有关旅游景点的相关信息,如主要景点的概况、消费层次、交通状况等;然后通过网络来选择要游玩的景点和提供该服务的旅行社,而旅行社也可以通过网络与消费者进行互动式对话,商讨旅行社提供的服务内容以及消费者享受这些服务时要支付的价格;最后,消费者可以根据商讨的结果,通过邮政点多、线长、面广的网络系统来完成资金转账和旅游所需物品的邮寄。很显然,这一系列操作的实现必须建立在一个强大的网络系统的基础之上。

2. 邮政长期积累的信用保障是邮政部门经办网上旅游的强大支撑

互联网上交易与传统交易之间一个很大的区别就在于网上交易的双方可能彼此见不到面,而是在不同的时间和空间中完成交易的。这与传统的“一手交钱,一手交货”和“眼见为实”的传统做法是截然不同的,从而带来了交易可信度的危机问题。也就是说,网上旅游这一新业务的开展必须建立在信用制度相对完善、交易双方彼此高度信任的基础之上。而中国邮政经过这些年的发展和壮大,已经在广大消费者心中建立起了坚实的信用基础,这对中国邮政来说是一笔不可估量的无形财富,对经办网上旅游业务给予了强大的支撑,为中国邮政开展网上旅游业务赢得了优势。

总之,网络时代的到来给中国邮政发展网上旅游带来了巨大的机遇。中国邮政只有不断进取和创新,充分发挥自己的优势,就一定办办好网上旅游业务,赢得更大的市场份额,从而促进我国邮政事业更广泛更快的大发展。

参 考 文 献

- [1] 范鹏飞,邢军主编.网络邮政[M].北京:中国科学技术出版社,2002.
- [2] 李景湧等编著.邮政综合计算机网[M].北京:北京邮电大学出版社,2001.
- [3] 范鹏飞,谭小为主编.邮政营销[M].北京:中国科学技术出版社,1998.
- [4] 范鹏飞主编.邮政经营[M].北京:科学技术文献出版社,1995.
- [5] 范鹏飞主编.邮政企业集约化经营及其仿真[M].北京:中国科学技术出版社,1999.

Inaugurate Internet Tourism of China Posts

FAN Peng-fei

(Nanjing University of Posts and Telecommunications)

Abstract: The coming of Internet age and the booming of Internet tourism have provided a good chance for China Posts to develop its Internet Tourism. The paper focuses on analyzing the prosperous future and commercial mode of the Internet Mail Service delivered by China Posts, in the meantime, pointing out the advantages and development ways for China Posts to inaugurate its Internet tourism.

Key words: China Posts; Internet tourism; commercial mode; advantage