

传统旅行社电子商务平台营销整合策略

王保松 | 文

旅游业是我国社会经济发展过程中极为重要的组成部分，对国民经济的稳步增长与市场经济的转型有着重要的作用。近年来，物质生活越来越丰富的同时，人们开始追求精神层面的需求，市场需求不断扩大，使得旅游产业得到了进一步发展。同时，人们对于旅游业的综合需求也在不断提高。传统的旅行社业务已经无法满足当下的发展现状与人们的需求，尤其是电子商务的出现，对传统旅行社的发展造成了很大的冲击。因此传统旅行社想要在激烈的市场竞争环境中脱颖而出，就必须要积极整合电子商务平台，优化营销策略，为创造更大的经济效益、实现服务优化升级提供全方位的支持。

前言

近年来，经济不断增长的同时，人们的收入大幅度提高，越来越注重精神层面的需求，旅游逐渐成为人们日常生活中的一部分，其次，我国有着悠久的历史，在长期发展过程中，蕴含着丰富的旅游资源，这也为我国逐渐迈向旅游大国提供了有利条件。网络的普及，极大的改变了人们的生活方式，电子商务平台对我国旅游业的发展产生了一定的促进作用，也对传统旅行社的发展造成了很大的冲击。且旅游电子商务市场依然保持着稳步增长的趋势，因此，旅游电子商务和传统旅行社之间的发展与生存问题是当前的重点研究方向，只有针对结合当前现有的资源，整合营销策略，才能够不断提高传统旅行社的竞争力，在当前激烈的市场竞争环境下稳步向前发展。

1 传统旅行社在电子商务环境下发展的特点

1.1 旅游产品多样化

旅游市场进一步扩大的同时，自主出游成为了人们的首选，大量的散客出游环境对旅行社的发展与经营产生了一定的影响，近年来，新型旅行社越来越多，如携程网等，主要是以互联网为依托，和全国各地的酒店以及航空公司达成合作，为客户提供价格优惠的客房与机票，而旅游者结合自己的实际需求，浏览网页信息，自主选择旅行路线，能够满足消费者的个性化需求^[1]。

1.2 竞争环境激烈

旅游电子商务在我国起步较晚，发展的速度很迅速，就目前现状来看，国内具有一定旅游资源和综合能力的网站已经超过 5000 个，电子商务平台可以为客户提供旅游信息、产品以及预约服务，流程的简化为人们带来了极大

的便捷，同时也对传统旅行社的发展造成了一定的威胁。

1.3 网络的普及与营销

网络的普及和飞速发展，使得人们可以在网络中方便地进行沟通、交流以及体验各种服务，对开拓市场、销售产品有着极大的影响。传统营销过程中，旅行社与景点、酒店等洽谈取得低价，并整合加工旅游服务内容，通过价格方面的优势开展营销活动，电子商务平台与传统营销模式相比，节省了大量的时间与成本投入，可以建立客户信息数据库，针对不同的用户进行有针对性的宣传，推荐个性化的旅游服务和产品。

2 传统旅行社在旅游电子商务中的影响

2.1 网络营销模式对传统旅行社销售渠道产生巨大的冲击

旅行社通过固定的销售模式，将旅游产品与服务内容销售到客户手中，从而形成流通价值链，分销渠道具备销售、协调、分配以及提供相关信息的作用和功能。网络营销在信息整合与发布方面具有一定的优势，产品的价格、质量以及种类等都可以通过该渠道发布，使得服务环节更加的快捷简化。用户可以根据自身的需求选择和购买需要的产品，并通过线上支付完成交易。因此，网络营销基本上涵盖了传统销售渠道所具备的功能，而网络营销减简化了环节，可节约流通成本。

2.2 传统旅行社的职能弱化

逐渐弱化的旅行社生产与代理销售职能，是与旅游景点、酒店之间签订合同中，为旅游者提供相应的旅游服务项目，在合并到旅行社的服务内容当中，加工组装打造出具有一定特色的旅游产品。而旅行社通过销售产品，从中获取佣金，可以这样说，传统旅行社的代理职能被旅游电子商务极大的削弱了。

其次，弱化了旅行社提供信息服务的职能，旅行社涉及到的方面较多，包含着大量的信息资源，涵盖购物、衣食住行、娱乐等多个要素，在跨境旅游和个性化旅游中对信息的要求也比较高，因此，信息资源整合是旅行社经营与发展的重要要素，在整个经营中占据重要的地位。如网络旅游公司的出现，因其信息相对集中，且更新及时，操作简便，用户只需要查找自己感兴趣的页面，便能够有效获取自己需要的信息数据，不会受到旅行社产品的限制^[2]。

3 传统旅行社电子商务平台营销整合策略分析

3.1 积极顺应发展趋势，从传统经营逐渐朝着网络营销转变

网络的普及对传统旅游产业的发展产生的影响是两面性的，传统旅游与网络技术的整合优化是当前的发展趋势，旅行社是中间商，应当充分认识到自身的作用，全面熟悉相关业务技能，积极开展电子商务，以网络平台销售为主，实现虚拟化经营。如某旅行社通过互联网技术建立了网络平台，从而打造优质的旅游业务一体化平台，成功杀出一条血路。将网站的信息准确性、预定便捷性以及整体服务质量、预约成功率等作为主要的发展方向，完善网站的结构，为用户提供自助旅游产品以及优质优惠的预定业务，在短时间之内，实现了营收的快速增长以及良性循环，为企业创造了更大的经济效益^[3]。

3.2 建立虚拟网络与实体网络相融合的新型平台

随着人们对旅游业的综合需求不断提高，信息资源共享对旅游产业的发展有着重要的影响，因此，传统旅行社想要不断提高自身竞争实力，就必须要对线上线下相关信息资源进行有效整合，打造优质的一条龙旅游服务品牌，如某集团所推出的以公司总部为主，在网络技术的基础上，加强总部与青旅连锁之间的信息实时共享传递，对信息流、物流以及客流等相关信息资源进行有效整合，从而逐步实现对旅游资源进行科学合理的调配，并针对旅游者的实际需求提出最佳解决方案，实现内部运行效率及利益最大化的目标^[4]。

3.3 以联合经营为核心，选择恰当的合作伙伴

近年来，网络技术对市场环境的转型与改革也产生了很大的冲击和影响，网络营销手段也得到了进一步应用，覆盖范围也在不断扩大，如果旅行社依然不改变传统定位形象，只是孤军奋战的话，将会失去市场资源和自身原有的价值，被市场所淘汰。因此，就必须不断的丰富产品

知识以及销售经验，搭建 BtoB、BtoC 等模式的新型交易平台，对相关信息资源进行整合加工，不断提高咨询服务的价值与功能，塑造零售代理商电子商务品牌，能够在激烈的市场竞争环境中站稳脚跟，打造自己的一片天空。

3.4 优化服务内容，加强网站建设

旅行社建立电子商务网站之后，应当积极完善相应的软件系统与配置，要针对当前的发展趋势，要逐渐朝着细化的行业门户转变，将商务平台与增值内容紧密结合起来，最大程度上发挥互联网的优势，真正做到以用户需求为中心。对于客户的电子邮件和咨询应当第一时间回复，还可以建立网络推广宣传功能，对于宣传的景点，可以在网站中进行展示，对相关信息资源进行高效整合与分类，不断丰富网站的信息资源^[5]。

结束语

互联网的高速发展已经逐渐渗透进了人们生活中的方方面面，电子商务平台的快速发展对传统旅行社的发展产生了一定的冲击，也同时也面临着新的挑战和机遇，传统旅行社只有不断更新传统观念，结合用户的实际需求与互联网的特点，为游客提供更加优质的服务与营销，将线上、线下充分结合起来，能够在激烈的市场竞争环境中稳步向前发展。

[1] 鲍珊珊，杨成兵. 旅游目的地新媒体营销策略优化研究——基于芜湖市的实证分析 [J]. 安徽电气工程职业技术学院学报，2019(2):61-66.

[2] 赵唯. 智慧旅游背景下传统旅行社的发展策略研究——以大连旅行社为例 [J]. 改革与开放，2016(11):27-28.

[3] 郭海霞. 黑龙江省旅游电子商务发展策略研究 [J]. 黑龙江科学，2015(9):170-170.

[4] 孙岚，何泽华. 模糊综合评价法在广西旅行社网站体验质量调查中的应用研究——基于南宁市旅游者的调查 [J]. 江苏商论，2016(28):64-65.

[5] 鲍佳琪，孙煜，是丽娜(指导). 基于价值链的在线旅行社营销模式优化研究——以携程旅行网为例 [J]. 电子商务，2019(7):52-54.

作者简介：王保松（1983—），男，汉族，山东青岛人，硕士，讲师，青岛酒店管理职业技术学院，研究方向：旅游管理，旅游经济，旅游可持续发展。