

携程网的市场分析与营销策略研究（精品）

北京邮电大学世纪学院

毕业设计(论文)

题 目 “携程旅行网”的市场分析
与营销策略研究

学 号 08130226 学生姓名 刘卫 专业名称 电子商务 所在系(院) 经济管理系

指导教师 刘 英 华

2012 年 6 月 1 日

北京邮电大学世纪学院毕业设计(论文)任务书 姓名 刘卫 学号 08130226 专
业 电子商务 系(院) 经济管理系

设计(论文)题目 “携程旅行网”的市场分析与营销策略研究

? 工程设计;? 工程技术研究;?软件工程(如 CAI 课题等); , 专题研究;?艺术设
计;?题目分类

其他

? 自然科学基金与部、省、市级以上科研课题; ? 企、事业单位委托课题;?

院级课题; 题目来源

, 自拟课题 ? 其他

指导教师(指导教师组

职 称 工作单位 备注

组长及成员姓名)

刘英华 讲师 中国青年政治学院 指导教师/组员

刘冰 讲师 北京邮电大学世纪学院 组员

徐菊凤 教授 北京联合大学 组员

蒋丽 副教授 北京邮电大学世纪学院 组长

徐飞彪 副研究员 现代国际关系研究院 组员

刘兰芬 讲师 北京航空航天大学 组员 毕业设计(论文)的内容和要求:

毕业论文的内容:

1(通过实习或问卷调查、网上查阅资料、访谈等多种方式深入了解“携程旅行网”的现状,分析旅游业与电子商务的关系,存在的问题,以及问题造成的影响。

2(重点针对“携程旅行网”,进行细致全面的商业模式分析、商业模式 SWOT 分析、案例分析。

3(研究国内、外其他旅行类网站的商业模式,总结其目前存在的不足之处,进而针对“携程旅行网”的分析结果,总结“携程旅行网”所面临的挑战和存在的问题。

4(综合运用所学电子商务知识及管理学、经济学方面的知识,针对“携程旅行网”面临的挑战和存在的问题,剖析其问题出现的原因,并在此基础上为其提供合理的创新建议,给出具体对策。 毕业论文的要求:

1. 原始数据:设计调查问卷,让更多的人填写该问卷,对问卷数据进行深入分析;具体的调查问卷的内容及调查问卷的分析情况附在论文的附录中。

2. 本选题要求以电子商务和管理学、经济学的相关理论为基础,运用多种方法进行研究,如文

献资料检索方法、问卷调查法、对比分析方法和案例分析法等。

3. 二手资料:大量阅读前人的成果、文献和论文,在此基础上形成对研究有用的文献资料,以支撑论文的后续研究。

4. 图表要求:将原始数据分类用图表表示,适当地以图表、综述、公式或者模型的形式将研究成果和结论进行展示。

5. 工作要求:

(1) 要求数据准确、真实，及时记录调查情况，虚心接受教师指导，按时完成毕业论文，独立完成规定的工作任务，不弄虚作假，不抄袭他人成果或请人代做毕业论文；

(2) 立论要科学，观点要创新；

(3) 论据要翔实。毕业论文中引用的材料和数据，必须正确可靠，应尽量多引用自己的实践数据、调查结果等作为佐证；

(4) 论证要严密。要使论证严密，富有逻辑性，概念判断准确，要有层次、有条理的阐明对客观事物的认识过程。

应完成的工作和提交材料要求：

1. 进入所研究企业实习或调研时间不少于 30 天，资料来源于一手调查，查阅并综述相关研究，分析过程运用所学理论。

2(论文总体不少于 15000 字，论文格式符合毕业设计相关文件要求，论文中应包含中英文摘要、目录、前言、正文、结论、参考文献、致谢和附录等部分。论文写作期间，要求查阅相关文献资料 10 篇以上，其中至少有 2 篇外文资料。论文的内容和格式详细要求参照《毕业设计(论文)工作管理规定》。

3(独立完成 1500 汉字以上的专业文献翻译工作，要求翻译文献尽量与研究题目结合，译文格式与论文正文格式要求相同，译文与原文装订在一起，原文在前，译文在后。

4(除以上需提交的材料外，论文写作期间还需完成一份开题报告以及每两周提交一次论文指导记录表。

5(学生课题完成之后，需要提交的材料有：开题报告 1 份、指导记录表 1 份、论文 2 本，要求整齐、清洁；论文材料的电子文档 1 份。

主要参考文献：

[1]施志君. 电子商务案例分析 主编[M]. 北京:化学工业出版社, 2010, 73-76.

- [2]吴国清,李文苗. 旅游信息咨询服务体系的网络化发展[J]. 商业研究, 2009, (07) : 55-62 .
- [3]刘泉. 旅游电子商务赢利策略研究[D]. 扬州大学, 2010
- [4]耿健美. 携程旅行服务公司商业模式研究[D]. 青岛大学, 2008, (02)
- [5]巴佳慧. 携程旅行网赢利模式研究[D]. 南京师范大学, 2007, (04)
- [6]Qinghua Zhang. Study on E-commerce Pattern of China's Tourism[C]. 2008 - The 4th International Conference on Wireless Communications, Networking and Mobile Computing.
- [7]Lan Anh Tran. Evaluation Of Community Web Sites: A Case Study Of The Community Social Planning Council Of Toronto Web Site[J]. Online Information Review, 2009 : 201-204. 毕业设计(论文)进度计划:

第七学期

第十六周:论文选题, 师生见面, 向学生下达任务。

第十七周:查阅与论文选题相关的文献资料, 准备开题报告。

第十八周:第一次上交开题报告。

第八学期

第一周:继续查阅文献、收集第一手及第二手的相关资料, 并提交。

第二周:在一手及二手资料的支撑及分析基础上, 形成论文的三级提纲。

(第一次开题报告不合格者, 参加开题答辩)

第三周:在三级提纲指导下, 论文文献综述部分的写作。

第四周:在三级提纲指导下, 论文主体内容的写作。

第五周:在三级提纲指导下, 论文主体内容的写作。

第六周:在三级提纲指导下，论文主体内容的写作。

第七周:中期检查。

第八周:根据中期检查教师的指导意见，调整论文写作的相应内容，并继续深化。

第九周:论文写作进入尾声，对于论文的细节以及格式问题进行调整。

第十周:提交论文初稿。

第十一周:根据指导教师的审阅意见对论文进行修改。

第十二周:论文定稿并装订成册，进入答辩程序。

第十三周:论文答辩。

指导教师签字：日期：年 月 日

教

学学

单院

位意

意 见

见 审核人签字：

系(院)(盖章) 审核专家签字：

年 月 日 年 月 日

北京邮电大学世纪学院

毕业设计(论文)诚信声明

本人声明所呈交的毕业设计(论文)，题目《“携程旅行网”的市场分析与营销策略研究》是本人在指导教师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果，除了文中特别加以标注和致谢中所罗列的内容以外，毕业设计(论文)中不包含其他人已经

发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得北京邮电大学或其他教育机构的学位或证书而使用过的材料。

申请学位论文与资料若有不实之处，本人承担一切相关责任。

本人签名：日期：

毕业设计(论文)使用权的说明

本人完全了解北京邮电大学世纪学院有关保管、使用论文的规定，其中包括：?学校有权保管、并向有关部门送交学位论文的原件与复印件；?学校可以采用影印、缩印或其它复制手段复制并保存论文；?学校可允许论文被查阅或借阅；?学校可以学术交流为目的，复制赠送和交换学位论文；?学校可以公布学位论文的全部或部分内容。

本人签名：日期：

指导教师签名：日期：

题目 “携程旅行网”的市场分析与营销策略研究

摘要：

随着社会的发展，旅游业对城市经济的拉动、社会就业的带动力、以及对文化与环境的促进作用日益显现。但现阶段，传统的旅行行业已逐渐不能满足消费者的需求，人们往往通过网络了解更多的信息和选择更好的服务，当中以携程网作为其中的代表。本论文主要由四部分组成。第一部分概述了旅游电子商务的概念，以及旅游电子商务的发展情况。第二部分应用 SWOT 分析以及案例分析具体剖析了携程旅行网及介绍了携程旅行网的基本情况。第三部分通过发布调查问卷，对携程旅行网营销策略进行市场调研，最终分析得出现阶段携程的营销策略现状。最后个人提出对携程旅行网营销策略的建议。

关键词 旅游业 旅游电子商务 携程旅行网 营销策略

Title “Ctrip” Markect Analysis And Makecting Strategy

Abstract

With the development of society, stimulating the tourism industry to the economy of the city, the driving force of social employment, as well as cultural and environmental role in promoting increasingly apparent. But at this stage, the traditional travel industry has been gradually can not meet consumer demand, people tend to learn more about the information and choose a better service through the network, Ctrip as one of the representatives. This thesis consists of four parts. The first part provides an overview of the concept of tourism e-commerce, and tourism e-commerce development. The second part of the application of SWOT analysis and case analysis of the specific analysis of Ctrip Ctrip. The third part through the issuance of questionnaires, on Ctrip marketing strategy, market research, the final analysis obtained at this stage Ctrip marketing strategy for the status quo. The last individual marketing strategy of Ctrip recommendations.

Keywords Tourism travel e-commerce the Ctrip marketing strategy

II

目录

一、绪论	1
(一)研究背景	1 (二)
研究意义	2

(三)研究方法	2
二、文献综述	4 (一)
旅游业电子商务概述	4
1(旅游业电子商务的涵义	4
(旅游业电子商务发展情况	4 2
(二)旅游电子商务现有研究综述	5
三、携程旅行网的介绍和分析	7 (一)
携程旅行网的介绍和公司现阶段的运营情况	7
(二)现阶段携程旅行网的市场分析	8
(三)携程旅行网的 SWOT 分析	9
四、携程旅行网营销策略的市场调研	14 (一)
调研目的	14 (二)调
研方法	14 (三)调研
实施	14 (四)调研结
果分析	15 (五)总
结	23 五、携程
旅行网的营销策略的现状与发展建议	28
(一)现阶段携程旅行网的营销策略	28
1(合作营销策略	28
2(搜索引擎营销策略	30
3(服务营销策略	31
4(数据库营销策略	33
(二)个人对携程旅行网营销策略的建议	33
1(现阶段携程旅行网营销存在的问题	33

2(个人对携程旅行网营销策略的建议	34
III	
六、结论	36
(一)研究结论	36
(二)研究局限	36
参考文献	37
致 谢	38
附 录	39

IV

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文,

一、绪论

(一)研究背景

随着社会的发展,旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。旅游业在城市经济发展中的产业地位、经济作用逐步增强,旅游业对城市经济的拉动型、社会就业的带动力、以及对文化与环境的促进作用日益显现,精神文明得到建设。旅游业是中国经济发展的支柱产业之一。

2011 年上半年,我国旅游总收入突破一万亿元,比上年同期增长 18%。其中国内旅游人数约 13.3 亿人次,同比增长 13%;国内旅游收入约 9200 亿元,同比增长 22%。入境旅游人数约为 6627 万人次,同比增长 1%;旅游外汇收入约为 225.5 亿美元,同比增长 1.6%。截止到 2010 年底,全国旅行社总数为 22784 家,同比增长了 5.24%,其中山东和江苏均超过 1800 家,增幅最大的为海南;全国旅行社总资产 666.14 亿元,同比增长 13.68%;直接从业人员为 277262 人,同比减少 18.67%,其中大专以上学历为 170872 人。

但传统的旅行行业已经逐渐不能满足消费者的需求，无论是通过旅行报团的方式或者自助游，人们往往通过网络了解更多的信息和选择更好的服务。在生活中常见我的朋友、同学在选择和旅游方式时，他们都将互联网作为第一选择，他们借助这些网站订票、订酒店、团购等等，当中以携程旅行网、同程网、艺龙网作为其中的代表。

2007 年到现在，多种模式的旅游预订网站并存，在线旅游服务的企业服务呈现综合化，旅游网站正在逐步实现资源整合多方互助合作共同发展。尽管携程旅行网曾一度遥居国内旅游网站的首要位置，并在 2003 年 12 月 8 日在纳斯达克上市，但在携程旅行网上市的第一天，国内门户网站巨头新浪便收购了上海财富之旅订房网，老牌竞争对手艺龙旅行网也期将以传统手段运作的金色世纪订房中心网站收归门下，旨扩大规模和忠实的会员群。而一些传统的旅行社如国旅、中青旅也在积极的发展电子商务，而“携程旅行网”在国内的旅游市场还面临着外资旅行社的竞争，在新一轮白热化竞争的阶段，“携程旅行网”要想继续保持领头羊地位，则要好好地对携程旅行网的营销模式进行详尽的分析与研究，这样才能使“携程旅行网”在面对网络经济的冲击和国内外旅游业的强烈竞争下能占得先机，在新阶段中探索更适合“携程旅行网”发展的营销

1

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文， 模式则显得尤为必要，本论文也就是在这样的一个背景下进行深刻的分析与探讨的。

(二)研究意义

本研究通过研读当前有关旅游电子商务的文献，了解现阶段研究现状以及对“携程旅行网”的营销策略进行深入分析，期望能够达到以下目的：

1. 首先，在国内，网络旅游公司作为一种新生事物，学界和业界还很少人对其进行市场分析和营销策略进行全面的研究和总结，本文以行业的领先者—携程旅行

网为例，对该公司的商业模式进行系统的提炼、总结和提升，希望会对同行业的其它企业有个别的启示。

2. 在今日益竞争激烈的中国旅游电子商务市场，随着国内人力资源价格上涨，导致携程旅行网净利率增速放缓甚至下降，旅游业内人士普遍认为，随着竞争加剧，这将是行业的必然趋势。根据携程旅行网公布的财报可以了解到，携程 2011 年净营业收入为 35 亿人民币，同比增长 21%；艾瑞统计数据显示，2011 年中国旅行预订市场第三方在线代理商营收份额显示，携程以 41.1% 的占比处于绝对领先地位。作为在旅游市场一直以来的领先者，本文以“携程旅行网”为例，了解中国近几年在线旅游市场的发展，对“携程旅行网”的市场进行分析，研究它的营销模式，探索适合现阶段在线旅游网站的营销方式，为正逐渐变为薄利行业的在线旅游业营销水平的提高提供一定的借鉴和参考。（三）研究方法

本研究为了系统地对研究课题进行研究，达到上述研究目的，采取了恰当的研究思路与研究方法，因而可以在研究思路的指导下，使用相应的研究方法，更好地分析校园电子商务模式。

本研究为了系统地对研究课题进行研究，达到上述研究目的，采取了恰当的研究思路与研究方法，使用相应的研究方法，更好地对“携程旅行网”进行市场分析和对它的营销策略进行研究。

1(综合归纳法。本文将分析携程旅行网的现阶段的运营情况，介绍公司的基本情况，就现阶段网站的市场进行分析，通过调查研究抽象归纳携程旅行网的营销策略。

2

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文,

2. 比较分析法。通过大量阅读参考文献、资料，在广泛地对国内外旅游网站的发展现状和存在的问题进行研究的基础上，对比携程旅行网的营销策略，分析网站的市场定位和品牌战略，提出网站发展的建议。

3(问卷调查法。本文通过对在校学生设计问卷、发放问卷、回收问卷的方法了解大家对携程旅行网的熟知度和分析网站的营销策略具体的实施效果，得出结论并就网站的发展前景有更全面、直观的看法。

3

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文,

二、文献综述

随着网络技术的不断发展，越来越多的人通过网络获取信息和进行商务交易，在线旅游业也借助了网络这个平台不断地进行电子商务行为，而携程旅行网作为行业的领头羊，它的营销策略和盈利模式、经营模式等等这些在学界、商界不断地被人们作为研究的例子，这部分主要就旅游业电子商务的涵义、发展情况和营销策略进行理论上的阐述，为研究携程旅行网提供理论的依据。（一）旅游业电子商务概述

1(旅游业电子商务的涵义

旅游电子商务是指通过先进的网络信息技术手段实现旅游商务活动各环节的电子化，包括通过网络发布、交流旅游基本信息和旅游商务信息，以电子手段进行旅游宣传促销、开展旅游售前售后服务；通过网络查询和预订旅游产品并进行支付；也包括旅游企业内部流程的电子化及管理信息系统的应用等。简单地说，旅游业电子商务以网络为主体，以旅游信息库、电子化商务银行为基础，利用最先进的电子手段运作旅游业及其分销系统的商务体系，旅游电子商务为广大旅游业同行提供一个互联网的平台。而“携程旅行网”则充分借助了互联网的这个平台实现了有效的营销，成功获得了一定的市场占有率，属于典型的旅游电子商务案例。

2(旅游业电子商务发展情况

中国旅游电子商务网站从 1996 年开始出现, 由国旅总社参与投资的华夏旅游网的创办拉开了中国旅游电子商务预定网兴起的序幕。目前, 具有一定旅游资讯能力的网站已有 5000 多家。其中专业旅游网站 300 余家, 主要包括地区性网站、专业网站和门户网站的旅游频道三大类。虽然电子商务运用于旅游业仅有数年的时间, 但是其发展势头十分强劲。电子商务已经成为信息时代旅游交易的新模式。李云鹏、乔红艳、吴晶晶、李珊在《中国旅游电子商务发展报告》中指出, 我国旅游电子商务起步较晚, 虽然在这些年取得了一定发展, 但是由于电子商务的基础薄弱, 各项配套设施和相关法律法规制度还不健全, 主要

[1]是在借鉴国外旅游电子商务发展的经验和模式, 在摸索中前进。现阶段我国旅游电子商务已形成了各类旅游企业(包括目的地旅游服务企业、旅游中间商)

4

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文, 网站和旅游目的地营销机构(DMO)网站、全球分销系统(GDS)和计算机预订系统(CRS)、专业旅游网站及旅游电子商务平台功能互补、相互竞争、共同发展的多元化格局。旅游电子商务的发展趋势为电子商务的理念从“以交易为中心”发展到“以服务为中心”, 而“携程旅行网”作为比较成功的专业旅游网站应当适时地顺应趋势, 不断地探索适合自己的经营模式, 改进服务, 更好地迎接挑战。

鉴于我国旅游业面对的种种问题, 欲寻求旅游电子商务更深入的发展, 结合在线旅游业的发展现状和不足进行详细的研究, 仔细分析后得到以下几点对策。

1(1)为了应对新技术如 3G 网络、基于 SOA 构架的旅游网站和旅游信息管理系统给整个在线旅游市场带来的变数, 网站更应该抓住技术带来的机遇完成网站功能的升级, 完善旅游信息搜索及预订功能, 在服务内容方面, 由单纯的信息发布、网

络营销向全方位交易服务发展，实现集预订、组团、缴费、服务监控、投诉管理于一体的“一站式”服务。

(2) 建立旅游电子商务准入制度，近几年旅游市场的信息不对称导致市场失灵从而政府的介入成为必要并提出了政府解决这一问题的各项政策措施，建立旅游电子商务准入制度则能有效地解决信息不对称这一问题。

(3) 大型电子商务平台应建立相关的呼叫中心。

(4) 在网站上提供个性旅游产品服务。

综上所述，旅游业与电子商务相融合可以进一步推动旅游业的发展，作为朝阳产业的旅游业，发展旅游电子商务势在必行，但现阶段我国的旅游电子商务还属于“摸着石头过河”的阶段，仍有很多有待改善的地方，机遇与挑战并存。

(二) 旅游电子商务现有研究综述

丑幸荣在《电子商务应用与案例》一书中提到携程以高科技的运作手段、精细化的管理模式、先进的服务理念为旅游服务企业的超常规发展拓展了新路子。而公司的经营理念是以客户为中心，以团队紧密无缝的合作机制，以一丝

1 SOA: SOA 即面向服务的体系结构，是一个组件模型，它将应用程序的不同功能单元(称为服务)通过这些服务之间定义的良好接口和契约联系起来。

5

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文, 不苟的精神、真实诚信的合作理念，创一套“多赢”的伙伴式的合作体系，从

[2] 而创造最大的价值。

狄健美在《携程旅行服务公司商业模式研究》中分析了“携程旅行网”的营销模式，在营销系统方面，“携程旅行网”已从主要面对商务散客的“直户”销售方式向多层次、全方位的复合式营销系统发展。在营销方式上，携程最初依靠在机场等公共场合免费发放会员卡和会员手册，扩大知名度并增加客户使用的可能性。当

携程发展到有一定知名度的时候，合作营销则成为中期的主要营销方式。除了合作营销之外，携程还结合其公司的网络特征开展搜索引擎营

[3]销和会员制营销。李红伟在《携程旅行网经营模式》一文中指出“携程旅行网”的整合营销沟通战略会给公司带来竞争的优势，以客户的需求出发，市场为导向，并将这种思想贯穿到每一个携程人的日常工作中，很好地进行网络营

[4] 销以扩大品牌的影响力。

6

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文,

三、携程旅行网的介绍和分析

(一)携程旅行网的介绍和公司现阶段的运营情况

携程旅行网创立于 1999 年，总部设在中国上海，目前已在北京、广州、深圳、成都、杭州、厦门、青岛、南京、武汉、沈阳等 10 个城市设立分公司，员工 7000 余人。作为中国领先的在线旅行服务公司，携程旅行网成功整合了高科技产业与传统旅行业，向超过 1900 万会员提供集酒店预订、机票预订、度假预订、商旅管理、特约商户及旅游资讯在内的全方位旅行服务，被誉为互联网和传统旅游无缝结合的典范。凭借稳定的业务发展和优异的盈利能力，CTIP 于 2003 年 12 月在美国纳斯达克成功上市。截止到 2005 年九月，注册人数突破 1000 万人，目前携程旅行网在国内已与多家机票代理点签约；在中国大陆及港澳地区已有超过 2000 多家多种星级的签约酒店，还有逾 5000 家酒店信息可供查询；各地排名前十的旅行社都为携程旅行网的会员提供了精美的旅游路线及完善的地接导游等服务；用户还可以根据自己的喜好设计旅游路线、预定机票等，实现轻松自助旅行，网站还为大中型企业提供专业的商务旅行管理服务，个性化定制承办各类企业会议及海内外旅游，为中小企业开发了专属的差旅管理软件。为方便用户出行，携程旅行网上提供了各种可选的支付方式。通过利用高效的互联网技术和先进的电子资讯手段，为会

员提供快捷灵活、优质优惠、体贴周到又充满个性化的旅行服务，携程旅行网从而成为优秀的商务及自助旅行服务机构。

携程旅行网的业务组成结构由四部分组成，分别是酒店预订、机票预订、打折商品、休闲度假，现在网站的功能板块包括了国内酒店、国际酒店、惠选酒店、国内机票、国际机票、旅游度假、团购特卖汇、高铁动车、美食订餐、企业商旅、目的地搜索，用户可以根据自己的需求选取哪一种服务，根据携程旅行网 2011 年发布的财报显示，截至 2011 年 12 月 31 日，2011 年全年总营业收入为 37 亿元人民币(5 亿 9200 万美元)，相比 2010 年增长 22%;2011 年全年宾馆预订营业收入总计 15 亿元人民币(2 亿 3600 万美元)，相比 2010 年增长 16%;宾馆预订营业收入占 2011 年总营业收入 40%，相比 2010 年为 42%;2011 年全年机票预订营业收入为 14 亿元人民币(2 亿 2800 万美元)，相比 2010 年增长 19%。机票预订营业收入占 2011 年总营业收入 39%，相比 2010 年保持

7

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文, 一致;2011 年全年旅游度假业务营业收入为 5 亿 3500 万人民币(8500 万美元)，相比 2010 年增长 41%;2011 年全年商旅管理业务营业收入为 1 亿 6200 万人民币(2600 万美元)，相比 2010 年增长 25%。商旅管理业务营业收入占 2011 年总营业收入 4%，与 2010 年保持一致。2011 年全年管理费用为 4 亿零 100 万元人民币(6400 万美元)，相比 2010 年增长 36%。若不计股权报酬费用，管理费用占净营业额的 6%，相比 2010 年 5%有所增长;2011 年全年营业利润率为 30%，相比 2010 年为 37%。若不计股权报酬费用，2011 年全年营业利润率为 40%，相比 2010 年为 45%。

因而根据统计结果可以了解到：

一，携程的主营业务是酒店预订和机票预订；

二，商旅管理和度假业务也占一定比重；据了解，携程还有特惠商户业务，即携程给予VIP会员的增值服务。商品类型覆盖各地特色餐饮、酒吧、娱乐、健身、购物、生活等方方面面。携程的VIP会员可在这些特惠商户处享受最低至六折的消费优惠。携程还提供旅游资讯，它是为会员提供的附加服务。由此可以发现携程旅行网凭借其独特的经营模式，在中国的旅游电子商务市场保持良好的经营业绩，随着市场竞争的不断深化，携程整合了自身的资源，不断的拉开了与其它竞争者的距离。

（二）现阶段携程旅行网的市场分析

根据艾瑞网发布的《中国网上旅行预订行业发展报告》，2011年中国网上旅行预订市场规模达100.7亿元，相对2010年同比增长33.9%，从2003—2011年中国网上旅行预订市场规模逐年增长，可见人们的预订需求会持续增长。

随着网络的发展，旅游业进一步繁荣，游客对网上查询、网上预订的需求越来越大。中国在线旅游市场受网络普及、旅游产业规模猛增、中国用户旅游消费支出增长、国内电子商务环境改善等诸多因素影响，中国网上旅行预订市场强势增长。

另外，传统的旅游业为了更好地应对电子商务的发展给旅游业带来的冲击，满足人们不断增长的预订需求，大多都纷纷投入到旅游电子商务当中通过网络营销来发布信息，有些企业还通过自建网站和借助电子旅行社开拓网络销

8

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文, 售渠道。

2008年4月4日，在华远国旅麾下的佰程旅行网高调宣布，公司成功完成总金额达上千万美元的第一轮融资，积极酝酿加快上市步伐。就在此前一周，传统旅行社领域资本市场先行者中青旅的2007年度年报也新鲜出炉，在将之前一直单独运营的遨游旅行网与公司官方网站合二为一之后，遨游网持续亏损的窟窿终于堵上，2007年中青旅实现营业收入45.3亿元，净利润1.6亿元，同比增长66.7%。

可见随着越来越多的传统旅游企业涉足电子商务领域后，也认识到电子商务的重要性，因而旅游企业之间的合作会想纵深发展，旅游网站与传统旅游企

业之间的合作能使双方更好地进行资源整合、改善管理模式和方法，注重培养复合型的人才，形成了有利于旅游电子商务发展的市场环境。而携程旅行网也应该抓住机遇，对自己的酒店预订资源整合、机票预订资源整合、旅游度假资源整合、商旅服务资源整合，以更好地迎接挑战。

随着互联网的不断发展和网络环境的优化，旅游电子商务的经营环境也在不断向着有利于行业发展的方向变化。国家旅游局也正在酝酿推出一系列的相关标准，进一步规范行业发展，推动产业的进步，如《旅行社计算机管理系统技术规范》、《旅游电子商务技术规范》、《旅游饭店计算机管理系统技术规范》等。

由于越来越多的旅游企业认识到旅游电子商务的重要性，旅游企业之间的合作不断向纵深化方向发展，旅游网站与传统旅游企业的合作不断加深，形成了有利于旅游电子商务发展的市场环境。

(三)携程旅行网的 SWOT 分析

1. 优势

(1) 品牌优势

作为中国领先的在线旅行服务公司，携程旅行网成功整合了高科技产业和传统旅行行业，向超过 1900 万会员提供集酒店预订、机票预订、度假预订、商

2 资源整合:资源整合，是企业战略调整的手段，也是企业日常经营管理工作。整合就是要优化资源配置，就是要有进有退、有取有舍，就是要获得资源的最优。

9

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文, 旅管理、特约商户及旅游资讯在内的全方位旅行服务，被誉为互联网和传统旅游结合的典范。目前，大部分消费者选择

在线旅行服务公司时都把携程作为第一选择，说明了携程在综合性旅行服务公司这行的品牌知名度和美誉度也居领先地位。自携程成立以来，一直屡获殊荣，更是充分体现了它的品牌优势。

(2) 服务优势

服务优势即利用信息技术的规模做传统的服务，充分发挥公司在技术方面的优势，使公司在模式上、运作流程上比传统旅行社有异，然后在服务质量、态度等其它方面超越其它竞争对手。

(3) 市场合作优势

市场合作是携程蓬勃发展的重要方面。目前，携程已针对航空、金融、通讯、企业四大板块全面出击，与国内外众多知名企业建立了战略合作伙伴关系。与星级酒店及著名酒店管理集团、海内外知名旅行社成功合作，并与国航、东航、南航、上航等全国各大航空公司，中银、工行、建行、交行等全国各大银行，以及各地移动、电信、外服、中智和中国平安保险公司等知名企业建立了战略合作伙伴关系。品牌合作，强强联手，竞争实力不容置疑。携程的合作模式成为了跨行业合作的典范。

(4) 技术上的领先。携程一直将技术视为企业的活力源泉，在提升研发能力方面不遗余力。携程建立了一整套现代化服务系统，包括：客户管理系统、房屋管理系统、呼叫排队系统、订单处理系统、E-Booking 机票预订系统、服务质量监控系统等等。依靠这些先进的服务和管理系统，携程为客户和会员提供更方便快捷的服务。

(5) 规模化的经营手段。携程拥有全亚洲一级棒的呼叫中心，其坐席已超过 2000 个，同全球 134 个国家和地区的 28000 余家酒店建立了长期稳定的合作关系，其机票预订网络已覆盖国际国内绝大多数航线，送票网络覆盖国内 57 个主要城市。而在全球的商旅管理市场中，携程要跟美国的运通、英国 BTI 及国内的招商

国旅去争。运通在全球是老大，在商旅管理市场是先行者，但携程在中国市场有资源网络的优势，携程有更多的签约酒店和航空公司，完全有可能在一个高端的市场中争得更高的市场份额。

2. 劣势

(1) 服务问题

10

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文,

服务规模化和资源规模化是携程的核心优势之一，随着规模的不断扩大，携程要像传统的劳动密集型一样分工更加明细，产业链联系得更加紧密，携程必须从服务态度、回复速度、更新频率等方面着手，全面提高服务水平，但这就要求付出更多的时间、人力、物力、财力。

(2) 在携程旅行网目前的收益结构来看，机票预订、酒店预订还是核心业务，而度假产品作为携程旅行网一直着力研发的种子业务，有较高的增长速度但对营业额的贡献不是很多。

(3) 业务的传播媒介只限于互联网，业务对象则只为大部分会用互联网查询信息的人，对其它人群的市场印象力和吸引力小。尤其是现在 internet 越来越方便，外出旅游的人也越来越多，每家宾馆和酒店，旅行社或地区都有当地的旅游网页和信息，ctrip 的信息更新就比较慢，导致价格上的优势就不再明显。而且现在信用卡、英语的普及，论坛、人人网、微博等社交网络的兴起都给需要查询旅游资讯的人更多的空间。

(4) 产品和服务的同质化程度高，易被对手模仿和改进，因而给携程造成了很大的威胁。

(5) 电子商务公司在法律上存在的隐患。一，电子商务领域在用户信息的保密性、商品内容的安全性、网络交易的安全性、加密技术、在线交易主体及市场准入

问题、特殊形态的电子商务规范问题等方面的法律规定并不明确也缺乏相应的争端解决案例和经验，所以携程旅行网不得不面对相应问题所带来的风险。二，国内对于域名的保护问题仍处于研究状态，并没有明确的法律规定。一旦发权问题，将极大降低公司商标和其它无形资产的价值。携程旅行网需要及时关注国内的保护措施，防止无形资产流失。

3. 机遇

(1) 国家的经济大势

近年来，经济的不断发展刺激了人民不断日益增长的物质文化需求，其中国内旅游市场的不断扩大，使得携程旅行网在发展规模和空间上还有很大的发展前景。

(2) 人们对网络的依赖

随着信息技术水平的不断提高，人们越来越接受在网络上进行购买商品和服务的行为，逐渐的这会演变成一种消费习惯。

11

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文,

(3) 旅游业是一个朝阳产业

近十年来，旅游业规模不断扩大，从业人员不断增加，经营体制不断创新，经营环境不断改善，旅游业已经成为我国拉动经济增长、扩大就业渠道重要的服务行业之一。电子商务的发展更加为旅游业带来更大的契机，而做旅游网站从设计到配送、支付，非常适合电子商务，同时也促进了旅游业的发展。

(4) 市场的不断细分

市场的不断细分会促使产生一个新的市场，携程会获得更多的利益。

(5) 政府对网络的大力扶助与支持

近年来电子商务在金融危机中逆势而上，仍然保持着较高的增长率，成为当下最热门的行业之一。除了得益于各个电子商务企业和服务商的贡献外，还少不了国

家及各级政府的政府扶持。国家已经针对网络购物制定相关的产业发展指导意见，符合条件的电子商务企业会获得一定的财政支持和税务优惠。在“十二五”计划当中，我国已经将“信息化带动工业化”作为重要的实施战略，以适应时代进步和世界发展的新形势，从中国现代化建设全局和战略高度出发，全国上下已初步形成政府、企业、城市信息化的热潮。

4. 威胁

(1) 市场和行业竞争激烈

传统渠道也在加强对信息化的投入，增强对互联网的应用：同类电子商务公司也在摩拳擦掌。我们行业竞争力度也在加强。虽然他们经营模式和市场细分上和携程旅行网有所区别，但是这些旅游网站对携程旅行网的威胁显见，或多或少会对经营造成影响。

(2) 网络监管制度缺陷，企业的权益易受侵犯

(3) 人们个性化需求不断增加，而携程过于单一的服务模式一时会应接不暇。

(4) 由于产品的同质化和模仿，导致携程的核心竞争在逐渐削弱。

(5) 基础设施建设因素

1， 电子支付手段不健全

网络银行是电子商务的核心活动，缺乏网络银行提供的有效安全电子支付

12

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文,

3 系统电子商务则难以得到顺利的发展。我国的电子支付手段并不十分完善，商业银行的全行联网机制尚未建立起来。大多数消费者尚无使用信用卡的观念，电子支付还无从谈起因而很难保证携程旅行网电子商务过程的完整性。

2， 网络基础设施有待完善

我国属于发展中国家，网络经济刚刚起步，网络的基础设施尚不够完善，数据的传输能力离预期的水平还有很大的差距。完善的数据处理能力也很有限，网络数据流动度比较慢，浏览大型图片，计算机的播放速度有待提高，相对落后的网络物理设施必然阻碍携程旅行网的发展。

3 电子支付系统:网上支付系统是采用数字化电子化形式进行电子货币数据交换和结算的网络银行业务系统。

13

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文,

四、携程旅行网营销策略的市场调研 (一)调研目的

调查问卷开头是问候语，说明研究的目的和需要被调查者合作的内容。同时注明调查取得的数据仅供学术研究使用，绝不挪作他用。最后对被调查者的合作表示衷心的感谢。本调查问卷主要对携程旅行网的相关情况进行研究，针对携程旅行网的营销策略设计问题进行市场调研，最后希望提出一些对携程旅行网营销方面的建议，为在线旅游业的发展提供一些借鉴性的意见。

(二)调研方法

通过在线制作及发放、回收调查问卷得到调查结果，运用柱状图、表格、对调查结果进行统计分析，为研究提供数据支持。

(三)调研实施

第一，制作调查问卷

本调查问卷题目为携程旅行网的市场分析与营销策略研究，因而在设计问题时应当考虑到两个方面，一是研究消费者对携程旅行网的熟知程度和进行市场分析，这个问题主要通过第三题至第五题以及第七题来初步了解；二是有关于携程旅行网的产品方面以及营销策略，这主要通过第八、九题以及十四至十七题来考察。

第二，发放调查问卷

在问卷星制作好调查问卷之后，便将调查问卷发布在网上，让更多的人参与该次问卷调查，令样本更具代表性，我将调查问卷转发到人人网、微博、腾讯空间等社交网站上。

第三，回收调查问卷

从4月18日到5月20日一个多月的时间内，通过在网上发放问卷，共回收200份问卷，其中有效问卷为183份。这些问卷为研究分析提供了有力的数据支持。

14

北京邮电大学世纪学院毕业设计, 论文，（四）调研结果分析

在收集到研究所需的调查数据后，对调查结果进行详尽的分析，分析如下：1. 第一题“您是否喜欢旅游”调查结果分析，如图4-1所示。

选项	小计	比例	A 很喜欢	162	88.52%	B 一般	20	10.93%	C 不喜欢	1	0.55%
本题有效填写人次 183											



图4-1 爱好旅游程度调查

从表格中显示，很喜欢旅游的人占到样本总数的88.52%，证明旅游现在的确越来越被人接受，人们也把旅游当成一种时尚的休闲方式，而且旅游不仅具有较大的市场，还具有很好的发展前景。

2. 第二题“您是否有过旅游网站旅游经历”调查结果分析，如图4-2所示。

选项	小计	比例	A 是	58	31.69%	B 否	125	68.31%
本题有效填写人次 183								



图4-2 网购经历调查

从表格中可以看出占到68.31%的人没有通过旅游网站旅游的经历，这说明旅游电子商务还有很大的发展空间，对于旅游网站，如何通过整合资源、完善网站建设

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/638124052004006023>