

《互联网时代旅游的新玩法》

图书基本信息

书名：《互联网时代旅游的新玩法》

13位ISBN编号：9787513039208

出版时间：2016-1-6

作者：朱敏 熊海峰

页数：352

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《互联网时代旅游的新玩法》

内容概要

互联网正以自己的逻辑改造和重塑着传统的旅游。一场无可逃遁旅游变革，正呼啸而来!无论是携程、艺龙“机票+酒店”的创新突破，还是中青旅等传统旅行社的网上布局，亦或万达携资本力量的强势进入，蚂蜂窝、世界邦、在路上等创新企业的异军突起，都代表着中国旅游业正进入空前转型期。

《互联网时代旅游的新玩法》

作者简介

朱敏 中国传媒大学文化发展研究院副教授，硕士生导师,博士学位。主要从事音乐、演艺产业的学术研究及教学工作。近年来曾主编《文化创意产业前沿》、《中国城市文化消费品调查》(长沙卷)等多部学术著作，撰写学术论文数十篇，主持或参与了包括《文化部国有艺术院团改制政策研究》《传媒娱乐产业化运营当中的策略研究》《徐州演艺集团文化发展规划》《中国音乐产业发展报告》《两岸创意经济研究报告》等课题十余项。

熊海峰 中国传媒大学区域文化产业研究方向博士研究生，先后在知名咨询公司担任项目经理、策划总监，在文化旅游、文化产业规划和乡镇文化建设等领域具有近十年的咨询策划经验。

书籍目录

第一章 一场无法逃遁的旅游变革

引子：虽有智慧，不如乘势

第一节 走进“互联网+”时代

一 中国互联网21年：量变到质变

二 “互联网+”速度

三 站在风口上的旅游

第二节 互联网与旅游融合演进史

一 演进的三大阶段

二 演进的基本规律

第三节 “互联网+”改变了旅游什么？

一 “互联网+”三大特征

二 互联网对旅游的改变

三 旅游如何走出一条再造之路？

第二章 互联网+旅游的“新玩法”

引子：凡战者，以正合，以奇胜

第一节：变化中的不变

第二节 什么是“互联网+旅游”？

一 “互联网+旅游”的内涵

二 “互联网+旅游”三重境界

第三节：构筑旅游共享生态圈

一 构建路径

二 构建主体

第四节 “互联网+旅游”四大法宝

一 科技力

二 文创力

三 传播力

四 极致力

第三章 互联网+旅游的全链探索

前言

第一节 互联网+供应商

一 吃——“互联网+时代的美食诱惑”

小结：互联网+时代，一场新的美食“革命”

二 住——“不只是睡觉那么简单”

小结：不再想象——智慧酒店全景智能化客户体验

三 行——“一键通天下”

小结：移动互联重新解构新的交通出行方式

四 游——“一端走遍天下”

小结：一场多方合作的长期战役

五 购——说买就买的“任性”

小结：资源整合，旅游购物智慧化

六 娱——“你不走过来，我就跨过去”

小结：新技术提升用户体验，布局泛产业的旅游娱乐休闲方式

第二节：互联网+渠道商

一 传统衍生型

二 网络平台型

三 网络原生型

四 线上线下融合型

小结：“冬天”来了?“春天”还会远吗?

第三节：互联网+时代的消费者：客从网上来

一 UGC

二 众筹旅游

三 私人定制

第四节：互联网+时代的旅游管理

一 智慧管理——让数据自己“说话”

二 政策调整

第四章 互联网+旅游的“症”与“解”

第一节“软弱”的网络硬件

一 撑不大的“网”

二 沉睡中的“金矿”

三 没有规矩难成方圆

四 对策：强本固基，夯实发展基石

第二节“失联”的数据孤岛

一 断裂的数据链条

二 内部的“孤岛”

三 外部的“失联”

四 对策：连接一切，共建共享

第三节 线上线下的恩怨情仇

一 “一元出游”的“必杀技”

二 “断供”变成“唯一技”

三 对策：相逢一笑泯恩仇

第四节 难以消除的同质竞争

一 千景一面、遍地开花

二 线路简单、克隆任性

三 “目录式”页面、满足率低

四 对策：人无我有，人有我优，人有我变

第五节 进退失据的旅游治理

一 政府：“传统父爱”、庇护失效

二 旅游企业：“自我蜕变”、路程遥远

三 对策：一切都在流动着，一切都需变化着

第六节 日益扩大的人才缺口

一 导游的角色需转变

二 管理者缺乏新素质

三 新时代的创业者路在何方

四 对策：多渠道缓解人才之急

第五章 畅游未来：互联网+旅游展望

第一节 大数据技术下的智慧旅游

一 智慧旅游

二 智慧旅游模式的未来展望

第二节 旅游生产新模式

一 走进众智、众创、众筹

二 网络社群驱动的旅游开发模式——旅游开发的小米模式

第三节 大旅游时代：连接一切、跨界融合

一 大旅游时代的特性

二 大旅游时代的实施路径

第四节 虚拟旅游：你的旅游平行世界了吗?

一 虚拟旅游的诞生

二 虚拟旅游的应用前景

第五节 决胜移动终端：LBS崛起

一 LBS旅游服务模式的特征

二 基于移动终端的LBS旅游服务模式

第六节 互联网+旅游 呼唤改变旅游世界的创业者

第六章 国外在线旅游公司案例分享

一 在线旅游C2B商业模式的开创者——Priceline

二 全球最大的在线旅游公司——Expedia

三 打造旅游O2O生态系统——Tripadvisor

四 全球最大的假日房屋租赁在线服务提供商——HomeAway

五 全球最大的旅行租房社区——Airbnb

六 全球最值得信赖的在线旅游精选特惠推荐平台——Travelzoo

《互联网时代旅游的新玩法》

精彩短评

- 1、一本跟得上时代的OTA百科
- 2、专门为了吐口水才又来到了久违的豆瓣读书，已经荒废了那么久。真是越来越讨厌那些拿着理论装逼的人，当时是看到有那么多案例才买的，拿到手一看，就是个案例展示，皮毛而已！

《互联网时代旅游的新玩法》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com