

异业联盟电商系统源码，，什么是旅游产业链,旅游业异业联盟包括哪些?

产品名称	异业联盟电商系统源码，，什么是旅游产业链,旅游业异业联盟包括哪些?
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	15006688653 15006688653

产品详情

什么是旅游产业链,旅游业异业联盟包括哪些?

向大伙儿们问好，我是的门门（陈景尧）这期门门给大伙儿讲讲大家一直非常感兴趣的商业模式——旅游业产业链联盟一、旅游的核心价值是什么？旅游活动的消费过程是什么？

众所周知，作为消费者,我们购买任何一件产品,都是取其具有特定的消费价值。买西服，是取其装饰仪表的消费价值;买彩电,是取其观看电视节目的消费价值。消费价值是通过一件完整的产品来提供的。把西服分割成衣领、衣袖、衣襟和内衬,就不能再提供装饰仪表的消费价值了,我们也就不会去买。也正因为如此,作为生产或销售企业，也不会把一堆布片投放到西服消费市场,或者把一堆元器件投放到彩电消费市场。这是一个很浅显的道理。

作为旅游消费者,我们购买旅游产品也是取其特定的消费价值。旅游产品是什么呢?它是给旅游消费者提供“一次旅游经历”这样一种特定消费价值的无形产品，一件旅游产品可以定义为“一个旅游者从出发到游完全程回家”的全部旅游活动过程，是一系列服务的综合。旅游者购买旅游产品,是买一次完整的旅游活动,从中获得一次独特的旅游经历。他绝不会只买一个飞机座位飞到桂林又飞转来,也不会只买一家饭店的床位住个晚上就打道回府。有人会说，散客例外,他们的购买过程是零散的。其实不然，一个有趣的现象是,不管是散客还是团队旅游者,如果他们对旅游活动中的某个环节感到不满意,就会对整个旅游过程不满意。这充分说明他们都把旅游活动全程看作是一个完整的消费过程。

二、那么旅游企业和景点能否像西服生产企业那样向市场提供完整的旅游产品呢?

实际上,供给这一整套服务的,是着干个跨地区甚至跨部门的企业,由他们在分工合作中来完成旅游产品的“组装”。旅游服务就像一副八抬大轿,面对每一个旅游者,都要用这个轿子去抬。要抬好轿,轿夫要步调一致,如果各走各的,再大的力气轿子也会抬得东倒西歪。旅游业的“八个轿夫”也就是一系列相关服务企业和景点,如果他们各有各的一套经营理念互不配合,甚至互相拆台,旅游业这顶轿子抬起来就会别别扭扭。所谓“散、小弱、差”就是指这种状态。

旅游产业是由一连串横向联系的企业构成的产业链。这种横向产业链和其他产业的纵向产业链意义完全不同,纵向产业链只有其头部生产成品,直接面对消费者,产业链条的其它部分则隐蔽在生产者之间的市场关系中,生产者之间可以随时调整合作伙伴和合作内容,有次品可以退货,发生违约可以通过追究违约责任来弥补损失,企业之间不必一起“抬轿”,完全可以各抬各的轿;而横向产业链则是整个产业链条直接面对消费市场,一起组装一件“产品”,必须合力来抬这顶轿子。旅游产业这个巨人,就是因为产业界不了解这种产业特殊的生存水土,各地区、各企业没有认识到大家同处于一条横向产业链之中,而是以自我为核心进行经营,做不到协同配合而染上的“散、小、弱、差”症。;二、旅游产业链的一荣俱荣、一损俱损

旅游业的产业链实际上就是一条产出链、利益链。经营同一条旅游线路的各旅游区(或景点)、各企业就是一副八抬大轿,通过分工协作共同打造同一旅游产品,形成一条旅游产出链,也可说是一个利益共同体。以长江三峡为例,经营这条线路的各景点、企业,其生存和发展都离不开这条线路的销路和声誉,在利益,上互相关联、互相依存。

旅行社生意好,饭店、车船交通、餐饮、景点的销售也就好;反过来也是如此。即使是同一类企业,或者同是景点,这种利益关系也同样存在,线路销路好,旅行社生意都火爆,各景点的销售也都会被带动起来。反过来,一条线路名声很糟,大家的生意都会很萧条。这就是旅游产业链的一损俱损、一荣俱荣。当然,拴在同一条产业链上的景点、企业之间利益的依存性并不能掩盖其利益的矛盾性,也就是企业之间还存在激烈的业内竞争。同在一个大灶吃饭,你吃得多,别人就吃得少。旅行社的收入分配多些,其它企业分配就会相对少些;你的旅行社客源争取得多,别的旅行社接待的客源可能就相对少些。

三、异业联盟的好处它是一种创新的商业运行模式,是一种利用平台利用模式进行的资源运作,主要体现在以下几点

- 1、让各结盟商业主体之间实现资源共享，信息共享;
- 2、各结盟企业之间的业务紧密相关,相互支援,创建一个支持共赢的成功系统;
- 3、联盟间大量的信息使各商业主体的度和品牌也得以相互反复的传播，广告的效应非常突出;
- 4、联盟使得联盟者的影响在更大的范围扩大，其经营成本会有所下降;
- 5、信息量增加使经营有更大得市场发展空间。
- 6、这样的联盟使消费方的利益也得到大化;将异业的商业主体整合在一起的实质是将分散的各大利益主体共置在一个公共的平台上，消费的一方和产出的一方在这个平台上,均能实现自己的利益。形成自己的生态！
- 7、提升进店人数，加大促销活动力度、提升销售业绩，降低运营成本

企业都是有独立经济利益的经济体,追求自身利益的大化。旅游企业也不例外。这使旅游企业易于把眼光都盯在怎么去多分享旅游市场这个“大饼”上面,注重强化其在业内的竞争能力,而对旅游产业的特殊性视而不见,忽略利益的依存性，不去管如何做大这个“饼”，让这个“饼”的口感好些。旅游企业的自我中心经营观造成了一系列的误区。