

旅游门票分销系统 广东游小云 临翔区旅游门票分销

产品名称	旅游门票分销系统 广东游小云 临翔区旅游门票分销
公司名称	广东游小云信息技术有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	广东省广州市海珠区琶洲大道东8号广州国际采购中心1215室
联系电话	18922358791

产品详情

互联网SAAS云时代，旅游营销7大趋势（上篇）

互联网大世界构建了5个小时代的发展趋势：信息时代、商品时代、服务时代、智能时代、数字时代，懂得了这些趋势就能看懂很多企业的玩法，迎合趋势的企业能应运发展，不能紧随趋势的企业逐渐没落。旅游市场有特殊性，却也不能置身事外，互联网推平过去单一供应链优势后，旅游市场呈现出个性游与大众游共存，理性消费与感性消费共存，旅游体验与服务品质共存的多种业态。面对如此变化无端的生态趋势，旅游企业必须强化竞争优势，挖掘核心资源，并大力整合具备品牌独特性的体验价值，以确保生态竞争下的可持续发展。

以便捷高效定位应运而生的SaaS云营销应用，2019年将作为旅游营销应用元年如下7大趋势：

趋势一 由产品营销向品牌营销发展

其实世界旅游经济发展已经从“产品经营”时代进入“品牌化经营”时代。以迪斯尼乐园为代表，

旅游企业需要在注重品牌文化内涵打造上下功夫，形成优质的旅游品牌，以品牌感化游客，以品牌级的整体影响来带动市场。没有品牌沉淀的旅游产品，不但项目生命周期短，项目增值空间小，甚至最后只能沦落成建筑垃圾。中国旅游市场已然步入品牌消费的理性市场，所以，打造品牌核心优势才是旅游业发展大的优势，品牌旅游才是发展中国全域旅游的核心竞争力。

趋势二：由行业营销向场景营销过渡

旅游的行业有极强的圈层特殊性，在过去一个地区旅游发展情况主要看游客接待量为核心的业务关联，当今全域旅游时代，除了游客接待量、旅游收入外，信息透明趋势发展下越来越多的组织、机构开始将旅游对社会整体经济带动发展纳入衡量范围。因此，旅游的营销活动也不再是局限在行业圈层内，也不

是单纯的营销传播，而是发挥旅游生态场景的聚合效应，发动与之相关联的餐饮、住宿、交通、休闲、购物、商业等企业、团体，甚至政府主动参与，形成一个规模庞大的全域旅游场景“复合体”，将旅游场景营销行为上升到整个生态层面，以此带动城市形象提升、旅游产业升级、旅游品牌转型，推动整个社会高度繁荣的消费场景发展。

旅游的行业财务分析旅游门票分销

当前国内旅游正处于大众消费加速增长期，这一时期需求的显著特点是散客游比重的大幅增长，及以休闲度假会务为主的消费的高速增长，对旅游供给提出了新的要求，促进旅游的行业的升级和发展。GDP增长是旅游业发展的直接推动力。我国正处于旅游兴旺期，而一线城市和地区已处于出境游快速增长期，旅游已成为人们生活必需品。随着人均可支配收入的增长，预计国内旅游这种加速增长的势头将更趋明显。

旅游公司发展较为平稳

基本财务比率分析——获利能力分析。

国旅可能由于11年日本地震和国际的影响比较大，因此低于中青旅的指标。中青旅的营业利润率则是平稳中微落。总体来说，中青旅主营业务获利的水平不错，追究其原因可能是市场环境因素所致。

中青旅的成本费用率09年到11年有缓慢下降的趋势，进一步分析收入成本变化可以得知，有所下降是因为利润总额有所下降，营业成本增加所致。对比国旅来看，虽然中青旅开始低于保利，但是总体趋势是走勢好的，而国旅却是在10年陡然下降，可见中青旅在成本费用管理方面要优于国旅。

营业利润率

成本费用利润率基本财务比率分析——发展能力分析

09年中青旅主营业务收入增长率很大，而10年降到负增长，11年增长率又陡增。而国旅主营业务收入增长率从09年到11年增长速度都是急速下降。总体来看，中青旅的主营业务收入增长率远远高于国旅，即中青旅产品处于成长期，发展空间很大。

总资产增长率是企业本年总资产增长额同年初资产总额的比率，反映企业本期资产规模的增长情况。09-11年中青旅的总资产增长率始终高于国旅，并在10年出现较大增长，可是10年以后又有一定幅度下滑，表明中青旅还有待于提高其经营实力，扩大发展以增强其竞争实力。

总资产增长率

黄山旅游发展股份有限公司创立于1996年11月18日，由黄山旅游集团有限公司（原黄山旅游发展总公司）以其所属十家企业的经营性资产作为出资发起，向境内外投资者募集股份而设立，先后发行8000万B股和4000万A股，是一家既发A股又发B股的旅游上市公司，业务范围涵盖了景区开发管理、酒店、索道、旅行社等旅游领域，被誉为“中国第一只完整意义的概念股”。

2011年较2010年资产总额、负债总额、股东权益总额均有较大的增长，流动资产方面主要来自于存货的增长，固定资产方面主要来自于在建工程的增长，而负债方面主要来自于预款的增长。

公司的流动资产比重逐年小幅下降，相应非流动资产逐年小幅上升，和企业2010年巨额投资新建固定资产有关，与此同时企业资产总额不断增加。说明企业规模逐步扩大，旅游门票分销分析，资产结构比

较稳定，且非流动资产所占比重较大，这是由于企业的性质决定的，旅游门票分销系统，总体而言，企业的资本结构较为合理。黄山旅游近5年的营业利润率有轻微波动，但仍处在较高的水平，说明公司的销售收入的活力水平很好。这主要是因为黄山旅游是旅游公司，营业利润主要来源于销售收入。

公司在2010年2011年和2014年均取得较大幅度的增长，而2012年和2013年则出现了大幅的下跌，主要是受经济下行、天气、政策等因素的影响。年报中反映2013年公司主营业务收入减少12%，主要是由于游客人数下降8.68%(274.6万)；同时销售费用增加30.74%，其中主要是广告费用。

要改善我国旅游景区上市公司的财务状况应从以下几个方面入手：

1、加强对应收取账款的管理、利用财务杠杆系数的正面作用吸引更多资金、以获得更多的利润，注意控制负债增长速度、使之与资产按一定比率增长、以保证较强的偿债能力；

2、增加流动资产和应收取账款的变现速度，增加主营业务收入，或者扩大总资产，进而提高总资产的管理能力和管理水平；

编者注：本文内容来自游小云旅游SAAS云系统采集，如有侵权请联系删除!

2019年旅游的行业SaaS应用愈演愈烈

自办发〔2018〕15号关于促进全域旅游发展的指导意见后，结合互联网技术的高速发展催动时代的飞速变革，5G的发布、宽带服务的普及，云计算的覆盖都为企业级SaaS发展提供了基础条件。旅游企业纷纷向信息化和数字化靠近，而旅游企业想要提高信息化和网络化的程度，就得借助企业级SaaS服务。全球调研机构Gartner分析师预测，2019年SaaS市场将继续繁荣发展，增长率为17.8%，市场规模为851亿美元。旅游SaaS应用是云计算市场的大细分市场，2019年将有更多旅游企业将其应用内容平台转移到SaaS方向。

旅游企业选择SaaS云平台应用的动机有很多，旅游企业用户越来越接受团队已经使用的工具能便捷集成在一套系统。旅游企业选择SaaS云平台应用首先来自对内部运营管理效率的动机，SaaS应用程序可以更便捷的在浏览器中使用工具，允许旅游用户从任何地方访问核心业务应用程序。因此，旅游用户对旅游企业应用程序的看法发生了积极的变化。在2019年及以后，智能应用程序将通过减少企业和用户必须克服的障碍来测试他们可能使用的旅游产品及旅游服务，既简单又便捷，从而实现高效能的运营管理。

面对互联网旅游新兴业态，其实，越来越多的旅游企业将在SaaS云营销模式进行营销升级，相比于无需安装、快速交互、操作简单、数据安全的云营销服务，过往营销工具颓势渐显，旅游营销云服务是一个必然趋势。旅游企业数字化转型依旧是旅游企业云营销最强大的驱动因素，SaaS云营销更加注重企业个性化的需求，将旅游资源沉淀转化为数字资产，将原有用户实现以老带新的裂变，通过SAAS云营销建立核心的品牌资产，并能将市场份额占比持续扩大。

以“ ”旅游营销数字化服务平台“作为品牌发展愿景的游小云旅游Saas云，作为旅游营销SaaS云服务生态的开创者，旅游门票分销模式，从旅游SaaS云产品操作简便、易用开始，为旅游的行业打造互联网全网营销系统的赋能，帮助旅游企业将互联网运营管理以“积木式”应用一样简单、快捷，即便非互联网专业的人也能3分钟实现后台创建，1小时完成整个业务推广布局，临翔区旅游门票分销，游小云旅游营销SaaS云服务定位全域旅游全网营销，借助SAAS应用趋势，与旅游企业创新驱动，互助共赢！。

旅游门票分销系统-广东游小云-临翔区旅游门票分销由广东游小云信息技术有限公司提供。广东游小云信息技术有限公司（www.yuoun.com）在旅游服务这一领域倾注了无限的热忱和热情，广东游小云一直以客户为中心、为客户创造价值的理念、以品质、服务来赢得市场，衷心希望能与社会各界合作，共创成功，共创辉煌。相关业务欢迎垂询，联系人：周伟锋。

