



中国旅游院校五星联盟教材编写出版项目

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

China Tourism

旅游管理专业模块 | 模块主编 黄国良 陈增红

旅游市场营销实务

Tourism Marketing Practice

主编 张念萍

中国旅游出版社



中国旅游院校五星联盟教材编写出版项目

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

旅游管理专业模块

模块主编

黄国良

陈增红

旅游市场营销实务

Tourism Marketing Practice

主编 张念萍

副主编 邓飞虎 谢 新

参 编 单妮娜 吴 琳

张文菊 杨慧敏

中国旅游出版社

项目策划与统筹：付 蓉

责任编辑：付 蓉

封面设计：鲁 筱

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游市场营销实务/张念萍主编. -- 北京：中国

旅游出版社, 2011. 8

“中国旅游院校五星联盟”中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

ISBN 978 - 7 - 5032 - 4249 - 6

I. ①旅… II. ①张… III. ①旅游市场 - 市场营销学 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①F590. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 175704 号

书 名：旅游市场营销实务

主 编：张念萍

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166503

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2011 年 8 月第 1 版 2011 年 9 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：18.75

印 数：1 - 5000 册

字 数：339 千

定 价：29.80 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4249 - 6

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

编辑出版工作指导委员会

- 魏洪涛 国家旅游局人事司 司长
刘桐茂 国家旅游局人事司 副司长
段建国 中国旅游协会 副会长
中国旅游协会旅游教育分会 会长
刘志江 中国旅游协会 秘书长
郑向敏 华侨大学旅游学院 院长
教育部高职高专旅游管理类专业教学指导委员会 主任
杨卫武 上海旅游高等专科学校 校长
王昆欣 浙江旅游职业学院 院长
贾玉成 桂林旅游高等专科学校 校长
张新南 南京旅游职业学院 院长
狄保荣 山东旅游职业学院 党委书记
谢彦君 东北财经大学旅游与酒店管理学院 院长
李志庄 中国旅游出版社 社长
黄金山 中国旅游出版社 总编辑

编辑委员会

(按拼音首字母的音序排序)

陈安萍	陈为新	陈增红	戴桂宝	邓德智	狄保荣	冯翔
付蓉	高元衡	黄国良	黄立萍	江涛	匡家庆	郎富平
梁赫	刘嘉龙	刘晓琳	芦爱英	任鸣	邵万宽	孙育红
覃江华	唐志国	王晞	王德成	王昆欣	王培来	韦夏婵
魏凯	温卫宁	吴云	徐云松	张浩宇	张念萍	张润生
赵建民	钟泓	周春林	周国忠	周延文	朱承强	

特邀模块主编

朱承强	王昆欣	黄国良	狄保荣
徐云松	陈增红	邵万宽	钟泓

出版说明

把中国旅游业建设成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，实现由世界旅游大国向世界旅游强国的跨越，是中国旅游界的光荣使命和艰巨任务。要达成这一宏伟目标，关键靠人才。人才的培养，关键看教育。教育质量的高低，关键在师资与教材。

经过20多年的发展，我国高等旅游职业教育已逐步形成了比较成熟的基础课程教学体系、专业模块课程体系以及学生行业实习制度，形成了紧密跟踪旅游行业动态发展和培养满足饭店、旅行社、旅游景区、旅游交通、会展、购物、娱乐等行业需求的人才的开放式办学理念，逐渐摸索出了一套有中国特色的应用型旅游人才培养模式。在肯定成绩的同时，旅游教育界也清醒地看到，目前的旅游高等职业教育教材建设和出版还存在着严重的不足，体现在教材反映出的专业教学理念滞后，学科体系不健全，内容更新慢，理论与旅游业实际发展部分脱节等，阻碍了旅游高等职业教育的健康发展。因此，必须对教材体系和教学内容进行改革，以适应飞速发展的中国旅游业对人才的需求。

上海旅游高等专科学校、浙江旅游职业学院、桂林旅游高等专科学校、南京旅游职业学院、山东旅游职业学院等中国最早从事旅游职业教育的骨干旅游职业院校，在学科课程设置、专业教材开发、实训实习教学、旅游产学研一体化研究、旅游专业人才标准化体系建设等方面走在全国前列，成为全国旅游教育的排头兵、旅游教学科研改革的试验田、旅游职业教育创新发展的先行者。它们不仅是全国旅游职业教育的旗帜，也是国家旅游局非常关注的旅游教育人才培养示范单位，培养出众多高素质的应用型、复合型、技能型的旅游专业人才，为旅游业发展作出了贡献。中国旅游出版社作为旅游教材与教辅、旅游学术与理论研究、旅游资讯等

行业图书的专业出版机构，充分认识到高质量的应用型、复合型、技能型人才对现阶段我国旅游行业发展的重要意义，认识到推广中国骨干旅游高等职业院校的基础课程、专业课程、实习制度对行业人才培养的重要性，由此发起并组织了“中国旅游院校五星联盟”教材编写出版项目暨中国骨干旅游高等职业院校教材编写出版项目，将五校的基础课程和专业课程的教材成系统精选出版。该项目得到了“五星联盟”院校的积极响应，得到了国家旅游局人事司、教育部高职高专旅游专业教学指导委员会、中国旅游协会旅游教育分会的大力支持。经过各方两年多的精心准备与辛勤编写，在国家“十二五”开局之年，这套教材终于推出面世了。

“中国旅游院校五星联盟”教材编写出版项目暨中国骨干旅游高等职业院校教材编写出版项目所含教材分为六个专业模块：“**旅游管理专业模块**”（《旅游概论》、《旅游经济学基础》、《旅游管理基础》、《旅游市场营销实务》、《旅游应用心理学》、《中国旅游资源概论》、《旅游电子商务》、《旅游职业英语》、《旅游职业道德》、《旅游礼宾礼仪》）；“**酒店服务与管理专业模块**”（《酒店概论》、《酒店前厅部服务与管理》、《酒店客房部服务与管理》、《酒店餐饮服务与管理》、《酒店财务管理》、《酒店英语》、《酒店市场营销》、《调酒与酒吧服务与管理》）；“**旅行社服务与管理专业模块**”（《旅行社经营管理》、《旅游政策与法规》、《导游业务》、《导游文化基础知识》、《旅行社门市业务》）；“**景区服务与管理专业模块**”（《景区规划原理与实务》、《景区服务与管理》、《旅游资源的调查与评价》）；“**会展服务与管理专业模块**”（《会展概论》、《会展策划与管理》、《会展设计与布置》、《实用会展英语》）；“**烹饪工艺与营养专业模块**”（《厨政管理》、《烹饪营养与食品安全》、《面点工艺学》、《烹饪原科学》），共计34本。本套教材实行模块主编审稿制，每一个专业模块均聘请了一至三位该学科领域的资深专家作为特邀主编，负责对本模块内每一位主编提交的编写大纲及书稿进行审阅，以确保本套教材的科学性、系统性和专业性。

“五星联盟”的资深专家及五校相关课程的骨干教师参与了本套教材的编写工作。他们融合多年的教学经验和行业实践的体会，吸收了最新的教学与科研成果，选择了最适合旅游职业教育教学的方式进行编写，从而使本套教材具有了鲜明的特点。

1. 定位于旅游高等职业教育教材的“精品”风格，着眼于应用型、复合型、技能型人才的培养，强调互动式教学，强调旅游职业氛围以及与行业动态发展的零距离接触。

2. 强调三个维度能力的综合,即专业能力(掌握知识、掌握技能)、方法能力(学会学习、学会工作)、社会能力(学会共处、学会做人)。

3. 注重应用性,强调行动理念。职业院校学生的直观形象思维强于抽象逻辑思维,更擅长感性认识和行动把握。因此,本套教材根据各门课程的特点,突出对行业中的实际问题和热点问题的分析研讨,并以案例、资料表述和图表的形式予以展现,同时将学生应该掌握的知识点(理论)融入具体的案例阐释中,使学生能较好地 将理论和职业要求、实际操作融合在一起。

4. 与相关的行业资格考试、职业考核相对应。目前,国家对于饭店、导游从业人员的资格考试制度已日渐完善,而会展、旅游规划等的从业资格考核也在很多旅游发达地区逐渐展开。有鉴于此,本教材在编写过程中尽可能参照最新的各项考试大纲,把考点融入教材当中,让学生通过实际操作而不是理论的硬背来掌握知识,帮助他们顺利通过相关的考试。

“中国旅游院校五星联盟”教材编写出版项目暨中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目是一个持续的出版工程,是以中国骨干旅游高职院校和中国旅游出版社为平台的可持续发展事业。我们对参与这一出版工程、为此书编写贡献出才华、智慧、经验以及辛勤劳动的所有特邀专家、学者及每一位主编、参编者和旅游企业界人士表示崇高的敬意和衷心的感谢。我们期望这套精品教材能在中国旅游高等职业教育教学 中发挥它应有的作用,作出它应有的贡献,这也是众多参与此项编写出版工作的同人们的共同希望。同时,我们更期盼旅游高等职业教育界和旅游行业的专家、学者、教师、企业界人士和学生在使用本套教材时,能对其中的不足之处提出宝贵意见和建议,我们将认真对待并吸纳合理意见和建议,不断对这套教材进行修改和完善,使之能够始终保持行业领先水平。这将是我们的不懈的追求。

中国旅游出版社

2011年3月

前 言

本套教材由中国旅游出版社组织中国骨干旅游高职院校编写。中国旅游出版社组织的国家旅游局中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目得到上海旅游高等专科学校、浙江旅游职业学院、桂林旅游高等专科学校、南京旅游职业学院、山东旅游职业学院的积极支持和积极参与。

《旅游市场营销实务》由桂林旅游高等专科学校旅游与休闲管理系张念萍主编，桂林旅游高等专科学校旅游与休闲管理系邓飞虎、单妮娜、吴琳、张文菊、杨慧敏，以及桂林乐满地度假酒店谢新参与编写。教材基于“工作过程及任务导向”思维，根据工作过程规划高职院校旅游管理专业课程体系，突出高等旅游职业教育人才实际操作能力的培养，并引导、激发学生的创新与发展能力，提升学生可持续发展的潜力。

本教材注重市场营销理论的编撰，具有深入浅出、简明扼要、系统性强的特点，以旅游管理知识系统与实践运用为教学内容框架，将旅游市场营销活动（包括旅游目的地与旅游企业和旅游产业的营销活动）置于旅游系统中进行学习、观察，并进行情景模拟和实际操作训练。各章节收集了大量案例，并总结、提炼了旅游市场调研与分析、旅游市场营销策划及旅游市场营销管理的运作流程。各章节间相互连接，具有承接关系，层次逻辑清楚、简明而实用，可操作性强。

《旅游市场营销实务》教材采用“案例驱动型”编写模式，即先给出一个案例，再分析案例中涉及的概念，最后详细解释概念。编写时避开艰涩难懂的公式、推导、证明等。各章之后配备复习与思考题，题目难度适中。

全书由五个模块组成，共12章，各模块间内容既相互独立，又相互联系。其中，前言、第一章、第二章、第五章、第十二章由张念萍编写；第三章、第四章由

谢新、金美兰编写；第六章、第七章、第八章、第九章由邓飞虎、田巧丽合作编写；第十章、第十一章由谢新、单妮娜合作编写。吴琳、张文菊、杨慧敏、梁琳为本书提供了部分案例和复习与思考题。邓飞虎、谢新在本教材的整个编写过程中，做了大量的统稿和校对工作。

中国旅游出版社、五星联盟各院校的同行、广西壮族自治区旅游局、桂林市旅游局，以及桂林乐满地度假酒店、桂林万福山庄、桂林春秋国际旅行社的同行朋友对教材的编写工作给予了很大的支持与帮助。

特别感谢中国旅游出版社付蓉女士，本书编写过程中始终得到她予以的极大关心！

教材编写过程中，专业主编黄国良教授对于教材体例设计、内容框架等给予了精心指导；得到桂林旅游高等专科学校旅游与休闲管理系王晞教授及全系教师的大力支持。同时，相关领导与专家也提出了宝贵意见和建议。

本书在编写过程中，参考和借鉴了营销界、旅游界诸多同行和专家的成果。在此，一并致以深深的谢意！

受时间与编者水平所限，本书难免有不足之处，敬请专家和广大读者批评指正。

张念萍
2011年6月28日
于桂林

目 录

CONTENTS

前 言	1
-----	---

模块1 入门篇：旅游市场营销导论

第一章	旅游市场营销的基本概念	1
第一节	市场营销与旅游市场营销	2
第二节	旅游市场营销观念	13
第三节	旅游市场营销理论及其内容体系	16
复习与思考		19

模块2 分析篇：旅游市场营销调研预测与分析

第二章	旅游市场营销环境	21
第一节	旅游市场营销环境概述	23
第二节	旅游市场营销一般环境	25
第三节	旅游市场营销的任务环境	33
第四节	旅游市场营销内部环境	40
第五节	旅游市场营销环境综合分析方法	41
复习与思考		44

第三章	旅游市场营销调研与预测	46
第一节	旅游市场营销调研的含义	47
第二节	旅游市场营销调研技术与测定尺度	51
第三节	旅游市场调研的程序	56
第四节	旅游市场需求测量与预测	58
第五节	旅游市场营销信息与旅游市场营销信息系统	63
复习与思考		66

第四章	旅游消费者购买行为分析	68
第一节	旅游消费者购买行为概述	70
第二节	旅游消费者购买决策过程	74
第三节	旅游消费者调查	77
复习与思考		80

模块3 策划篇：旅游市场营销战略战术组合

第五章	旅游目标市场营销战略	82
第一节	目标市场营销战略概述	84
第二节	旅游市场细分	85
第三节	旅游目标市场选择	91
第四节	旅游市场定位	97
复习与思考		101

第六章	旅游产品策略	103
第一节	旅游产品的概念与特性	105
第二节	旅游产品的构成要素	113
第三节	旅游产品策略组合	118
第四节	旅游产品市场生命周期策略	122
第五节	旅游新产品的开发与营销	126
第六节	旅游产品品牌和营销文化的策划	129

复习与思考	136
第七章 旅游价格策略	138
第一节 旅游价格的含义	140
第二节 旅游价格的分类	141
第三节 旅游产品的定价方法	145
第四节 旅游产品的定价策略	150
第五节 专项旅游产品的定价策划	158
复习与思考	164
第八章 旅游营销渠道策略	166
第一节 旅游营销渠道概述	168
第二节 旅游营销渠道类型	171
第三节 旅游营销渠道的选择	174
第四节 旅游中间商策略	179
第五节 旅游营销渠道的未来发展趋势	185
复习与思考	192
第九章 旅游促销策略	194
第一节 旅游促销概述	196
第二节 旅游广告	200
第三节 旅游营业推广	211
第四节 旅游人员推销	216
第五节 旅游公共关系	222
复习与思考	225
 模块4 管理篇：旅游市场营销管理实务	
第十章 旅游市场营销计划与组织	227
第一节 旅游市场营销计划	229

第二节	旅游市场营销组织与部门.....	236
第三节	旅游市场营销组织类型.....	241
第四节	旅游市场营销组织设计程序.....	245
复习与思考		246
第十一章	旅游市场营销执行与控制.....	248
第一节	旅游市场营销计划执行.....	250
第二节	旅游市场营销控制.....	254
复习与思考		262
模块5 创新篇：旅游市场营销新理论		
第十二章	旅游市场营销新理论及其应用.....	264
第一节	旅游绿色营销.....	266
第二节	旅游关系营销.....	272
第三节	旅游网络营销.....	276
复习与思考		281
参考文献		283

旅游市场营销 的基本概念

《旅游市场营销实务》是旅游管理类专业一门主干基础课。课程以旅游营销系统作为教学内容框架，将旅游活动（包括旅游者和旅游产业的活动）置于旅游营销系统中进行观察和分析，构建完整的旅游市场营销理论教学与实践体系。

本章重点阐述旅游市场营销的含义、旅游市场营销的作用，以及旅游目的地与旅游企业营销管理任务。同时，通过旅游市场营销观念与市场营销理论的介绍，了解旅游市场与旅游市场营销理论研究和实践运用的内容体系。

学习目标



知识目标

- 了解市场与市场营销的基本含义。
- 明确旅游市场与旅游市场营销的含义与特点。
- 掌握旅游市场营销的主要作用和基本任务。

能力目标

- 能理解市场与市场营销的概念。
- 能运用旅游市场营销概念解释旅游行业的营销现象。

案例

出售快乐的地方——迪士尼乐园

迪士尼乐园是由美国沃尔特·迪士尼创立的。第一座迪士尼乐园于1955年7月17日在美国加利福尼亚州洛杉矶附近建成，开幕后大受欢迎，一时间国内外成千上万的游客涌向了迪士尼乐园。

迪士尼乐园千方百计让每位游客享受欢乐。即迪士尼乐园，地球上最快乐的地方（Disneyland The Happiest Place）。为此，只要有与快乐紧密相关的题材都被迪士尼乐园大胆采用，在乐园里你不仅可以感受小木偶从木偶变成人的有趣过程，还可以乘坐可爱的小飞象飞上天空。园内米老鼠、唐老鸭、白雪公主、睡美人等充满魔力的梦幻人物无不令人惊喜，迪士尼乐园让快乐成了现实中的真正产品。

截至2010年3月，美国加利福尼亚州、佛罗里达州，法国巴黎，日本东京和中国香港5处地方建有迪士尼乐园。迪士尼乐园不仅是个游乐场，同时还是一个旅游中心，每一座迪士尼乐园都带动了当地旅游业和文化市场的繁荣与发展，都取得了巨大的、令人瞩目的成就。



案例分析

1. 迪士尼乐园最吸引人的地方是什么？
2. 为什么说迪士尼乐园是个游乐场，同时又是一个旅游中心？

第一节 市场营销与旅游市场营销

“市场营销”一词是由英文“Marketing”一词翻译而来的，其原意一是指市场上的买卖活动；二是指一门学科。市场营销又称为市场营销学、市场学、市场行销或行销学。

一、市场与市场营销

(一) 什么是市场

我国古代社会进入农业时期,社会生产力有了一定发展以后,先民们开始有了少量剩余产品可以交换,因而产生了原始市场。《周易·系辞》写道:“神农日中为市,致天下之民,聚天下之货,交易而退,各得其所。”司马光在《资治通鉴》中也说:“神农日中为市,致天下之民,聚天下之货,交易而退,此立市始。”北宋画家张择端的《清明上河图》生动地记录了中国12世纪汴京城内及近郊在清明时节繁忙集市的生活景象。

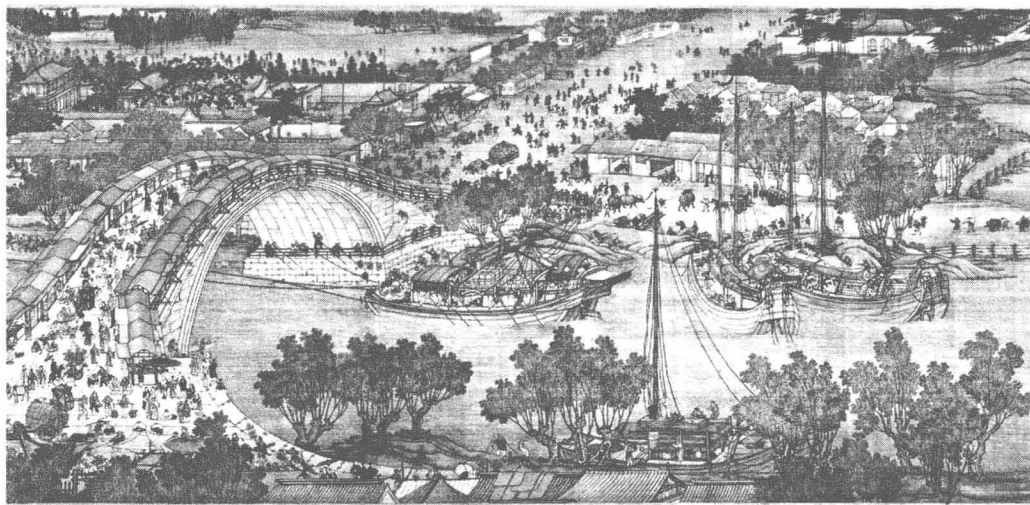


图1-1 《清明上河图》虹桥局部(张择端,北宋画家)

研究市场营销,必须首先对市场有所了解。市场营销学研究的是市场营销活动,而市场营销又与市场密切相关。因此,人们对市场的定义,因人们对其认识的角度不同而有所不同。

通常意义的市场是指买卖商品的场所,把货物的买主和卖主正式组织在一起进行交易的地方,如农贸市场、家具市场等。有时,则指商品行销的区域,如国内市