



普通高等学校旅游管理教材

旅游管理信息系统

宫小全 裴劲松 王 壹 等编著



清华大学出版社 • 北京交通大学出版社



普通高等学校旅游管理教材

旅游管理信息系统

宫小全 裴劲松 王 壹 等编著

清华大学出版社
北京交通大学出版社

·北京·

内容简介

本书以利用统一建模语言 (Unified Modeling Language, UML) 进行旅游管理信息系统的分析与设计为主线, 介绍面向对象环境下旅游管理信息系统建设的相关概念、方法、技术和工具。本书从信息管理的理论视角, 深入解析旅游信息化建设的背景、需求与实践, 全面介绍各类旅游管理信息系统 (酒店管理信息系统、旅行社管理信息系统、旅游交通信息系统、旅游目的地营销系统、旅游资源管理信息系统、旅游规划信息系统、旅游汽车公司管理信息系统、旅游电子商务系统、旅游电子政务系统) 的规划、分析、设计与实现。

本书按照教育部关于旅游管理专业的培养目标、培养计划的要求, 由浅入深, 循序渐进, 既注重基础理论知识的传授, 又面向实际应用, 内容充实。本书既可以作为高等院校旅游管理、地理信息系统专业的高年级本科生及研究生的教材, 也可以作为旅游从业人员的培训教材, 并可供各级旅游主管部门、各类旅游企业管理人员、职业院校旅游类专业师生参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游管理信息系统/宫小全等编著. —北京: 清华大学出版社; 北京交通大学出版社, 2010.11

(普通高等学校旅游管理教材)

ISBN 978-7-81123-250-9

I. ①旅… II. ①宫… III. ①旅游业-管理信息系统-高等学校-教材 IV. ①F590.6

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第206463号

责任编辑: 郭东青

出版发行: 清华大学出版社

邮编: 100084

电话: 010-62776969

<http://www.tup.com.cn>

北京交通大学出版社

邮编: 100044

电话: 010-51686414

<http://press.bjtu.edu.cn>

印刷者: 北京交大印刷厂

经销: 全国新华书店

开本: 185×260 印张: 27.75 字数: 690千字

版次: 2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷

书号: ISBN 978-7-81123-250-9/F·752

印数: 1~4000册 定价: 39.00元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。

投诉电话: 010-51686043, 51686008; 传真: 010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

前 言

以互联网为核心的信息技术深刻改变着旅游业的经营、管理和运作模式,对旅游业的发展与繁荣起着越来越重要的作用,成为推动旅游经济发展的重要力量。我国的旅游信息管理教育始于20世纪90年代,进入21世纪以后,“旅游管理信息系统”、“旅游信息系统分析与设计”等课程在高校旅游管理、地理信息系统等相关专业本科生及研究生中的开设日益普遍。“旅游管理信息系统”课程是旅游管理、地理信息系统等相关专业本科生的必修或选修专业课程之一,“旅游信息系统分析与设计”课程是旅游管理专业研究生的选修课。本课程是一门培养学生旅游管理信息系统规划、分析、设计、开发能力的理论课程,同时强调培养较强的实践能力,在教学内容方面着重讲解旅游管理信息系统基本理论、基本知识和基本方法,在实践能力方面着重加强旅游管理信息系统规划、分析、设计和实现能力的培养和训练。该课程涉及的知识点很多,内容非常丰富,授课内容涵盖了旅游管理信息系统分析与设计的思想、方法及与此密切相关的技术、开发工具等多方面的内容,是一门综合性很强的课程。

近几年来,本书主编先后为北京交通大学经济管理学院旅游管理专业本科生讲授“计算机综合设计”课程,为研究生讲授“旅游信息系统分析与设计”课程,在教学实践中切身体会到该课程虽有一些较好的教材,但从总体而言,现有教材多是将管理信息系统的方法与技术简单移植过来,缺乏信息科学、旅游管理等学科的有效整合。该课程的教学难点是课程内容覆盖面宽,课程学时相对较少,要在有限的学时中让学生掌握课程学习内容,有必要在借鉴现有教材优点的基础上,结合当前旅游管理信息系统开发的实践,尽快编写并出版一本起点高、内容丰富、全面的教材,满足教学的迫切需求。

本书在编写上既重视基本理论、基本知识和基本方法的系统介绍,又着眼于对学生实践能力的科学训练。本书全面介绍基于UML的旅游管理信息系统分析与设计方法,突出实践特色,以酒店管理信息系统、旅行社管理信息系统、旅游目的地营销系统、旅游规划信息系统、旅游资源管理信息系统、旅游汽车公司管理信息系统、旅游电子商务系统、旅游电子政务系统为研究对象,系统介绍旅游管理信息系统开发的整个生命周期,包括系统的规划、分析、设计、实现与维护等内容,贴近实际。通过本书的学习,学生可了解旅游管理信息系统产生的背景、需求与实践,了解旅游管理信息系统开发的技术基础,理解基于结构化方法的旅游管理信息系统分析与设计的方法,掌握基于UML的旅游管理信息系统分析与设计的方法,了解旅游管理信息系统的建设方式与技术选择。

本书由宫小全编写提纲及统稿,并撰写了第7~12章,第13章由裴劲松撰写,第1章由王壹撰写,第2章由蔡凡撰写,第3章由窦娟撰写,第4章由李凤莲撰写,第5章由辜涛撰写,第6章由王英撰写。北京交通大学经济管理学院蔡国栋、孙晓琛、泽丽娜、曾林海、杜昱、陈天宇、余俊强、陈松虎、朱静雯、周军容等同学先后参与了第4~12章的资料收集和文字整理工作。郭东青编辑在本书的规划和撰写过程中提出了很多宝贵建议。郭启兴、宫肖明、宫络英、夏冬、郭芳荣、郭京晖也先后参与、支持了本书的写作。此外,本书在编著

过程中参考并引用了众多文献，在此一并致以衷心的感谢！

本书在面向对象环境下旅游信息系统分析与设计的方法上作了一些初步的探索，但由于旅游管理信息系统的理论与技术处在快速发展之中，由于作者学识有限，书中不足之处在所难免，在此竭诚希望广大读者提出宝贵意见，敬请有关专家学者批评指正，以期不断改进。

编 者

2011年1月

目 录

第 1 章 概 论1	1.5.2 计算机网络技术.....36
1.1 旅游信息与信息管理1	1.5.3 数据资源管理技术.....40
1.1.1 旅游信息的概念.....1	1.5.4 多媒体技术.....46
1.1.2 旅游信息的特征、内容和类型.....4	1.5.5 计算机虚拟现实技术.....46
1.1.3 旅游信息管理界定.....6	1.5.6 地理信息系统.....48
1.2 旅游信息的组织与服务8	第 2 章 基于结构化方法的旅游管
1.2.1 旅游信息源.....8	理信息系统的分析与设计 ...54
1.2.2 旅游信息组织.....14	2.1 结构化方法概述54
1.2.3 旅游信息服务.....18	2.1.1 生命期模型.....54
1.3 旅游信息化发展及其对旅游业	2.1.2 结构化方法的特点.....55
的影响22	2.2 旅游管理信息系统的总体规划 ...56
1.3.1 旅游信息化的概念.....22	2.2.1 现行系统初步调查.....56
1.3.2 旅游信息化的内容.....23	2.2.2 新系统目标与新系统方案.....57
1.3.3 旅游信息化对旅游业的影响.....26	2.2.3 可行性研究.....57
1.4 旅游管理信息系统概述29	2.3 旅游管理信息系统的系统分析 ...58
1.4.1 旅游管理信息系统的概念.....29	2.3.1 系统分析概述.....58
1.4.2 旅游管理信息系统的功能.....30	2.3.2 组织结构与业务功能的调查.....60
1.4.3 旅游管理信息系统的结构.....30	2.3.3 业务流程的调查与分析.....61
1.4.4 旅游管理信息系统的开发策略...32	2.3.4 数据流程的调查与分析.....63
1.4.5 旅游管理信息系统的开发方式...32	2.3.5 数据字典的编制.....66
1.5 旅游管理信息系统开发技术基础 ...33	2.3.6 基本加工的描述.....67
1.5.1 支持旅游管理信息系统开发的	2.4 旅游管理信息系统的系统设计 ...70
软、硬件平台.....33	2.4.1 系统设计概述.....70



2.4.2 系统总体结构设计·····	71	4.1.2 酒店管理信息系统建设的现实需求··	153
2.4.3 详细设计·····	74	4.1.3 酒店管理信息系统建设的意义··	153
2.5 旅游管理信息系统的系统实施··	82	4.1.4 酒店管理信息系统的应用·····	155
2.5.1 系统实施概述·····	82	4.1.5 酒店管理信息系统的发展趋势··	156
2.5.2 程序设计·····	82	4.2 酒店管理信息系统的规划·····	157
2.5.3 系统测试·····	83	4.2.1 酒店管理信息系统案例分析·····	157
2.5.4 系统转换·····	84	4.2.2 酒店管理信息系统建设的目标··	160
2.6 旅游管理信息系统的系统维 护、评价与运行管理·····	86	4.2.3 酒店管理信息系统的功能·····	161
2.6.1 系统维护·····	86	4.3 酒店管理信息系统的分析·····	164
2.6.2 系统评价·····	87	4.3.1 酒店管理信息系统需求模型的 建立·····	164
2.6.3 系统运行管理·····	90	4.3.2 酒店管理信息系统分析模型的 建立·····	167
第3章 基于UML的旅游管理 信息系统分析与设计·····	95	4.4 酒店管理信息系统的设计·····	168
3.1 统一建模语言(UML)简介·····	95	4.4.1 数据库及表的设计·····	168
3.1.1 UML概述·····	95	4.4.2 设计类图·····	176
3.1.2 UML关系·····	108	4.4.3 交互设计·····	180
3.2 旅游信息系统分析方法·····	114	4.5 酒店管理信息系统的实现·····	182
3.2.1 用例图·····	114	4.5.1 系统平台搭建·····	182
3.2.2 活动图·····	120	4.5.2 系统实现主要界面展示·····	182
3.2.3 对用例进行描述·····	127	4.5.3 系统测试·····	183
3.2.4 寻找分析类·····	129	第5章 旅行社管理信息系统·····	187
3.2.5 协作图·····	130	5.1 概 述·····	187
3.3 旅游信息系统设计方法·····	131	5.1.1 旅行社管理信息系统的基本概念··	187
3.3.1 设计类图·····	131	5.1.2 旅行社管理信息系统建设的现实 需求·····	189
3.3.2 顺序图·····	140	5.1.3 旅行社管理信息系统建设的意义··	190
3.4 Rational Rose 的安装与使用··	142	5.1.4 旅行社管理信息系统的应用·····	191
第4章 酒店管理信息系统·····	152	5.1.5 旅行社管理信息系统的发展趋势··	192
4.1 概 述·····	152	5.2 旅行社管理信息系统的规划·····	193
4.1.1 酒店管理信息系统的基本概念··	152	5.2.1 旅行社管理信息系统案例分析··	193
4.1.2 酒店管理信息系统建设的现实需求··	153	5.2.2 旅行社管理信息系统建设的目标··	201
4.1.3 酒店管理信息系统建设的意义··	153		
4.1.4 酒店管理信息系统的应用·····	155		
4.1.5 酒店管理信息系统的发展趋势··	156		
4.2 酒店管理信息系统的规划·····	157		
4.2.1 酒店管理信息系统案例分析·····	157		
4.2.2 酒店管理信息系统建设的目标··	160		
4.2.3 酒店管理信息系统的功能·····	161		
4.3 酒店管理信息系统的分析·····	164		
4.3.1 酒店管理信息系统需求模型的 建立·····	164		
4.3.2 酒店管理信息系统分析模型的 建立·····	167		
4.4 酒店管理信息系统的设计·····	168		
4.4.1 数据库及表的设计·····	168		
4.4.2 设计类图·····	176		
4.4.3 交互设计·····	180		
4.5 酒店管理信息系统的实现·····	182		
4.5.1 系统平台搭建·····	182		
4.5.2 系统实现主要界面展示·····	182		
4.5.3 系统测试·····	183		



5.2.3 旅行社管理信息系统的功能·····	201	6.4 旅游交通信息系统的设计·····	234
5.3 旅行社管理信息系统的分析·····	203	6.4.1 数据库及表的设计·····	234
5.3.1 旅行社管理信息系统需求模型的 建立·····	203	6.4.2 设计类图·····	236
5.3.2 旅行社管理信息系统分析模型的 建立·····	206	6.4.3 交互设计·····	237
5.4 旅行社管理信息系统的设计·····	207	6.5 旅游交通信息系统的实现·····	238
5.4.1 表的设计·····	207	6.5.1 系统平台搭建·····	238
5.4.2 设计类图·····	210	6.5.2 系统测试·····	239
5.4.3 交互设计·····	213		
5.5 旅行社管理信息系统的实现·····	214	第7章 旅游目的地营销系统·····	244
5.5.1 系统平台搭建·····	214	7.1 概 述·····	244
5.5.2 系统实现主要界面展示·····	214	7.1.1 旅游目的地营销系统的概念·····	244
5.5.3 系统测试·····	215	7.1.2 旅游目的地营销系统建设的现实 需求·····	245
		7.1.3 旅游目的地营销系统建设的意义·····	246
		7.1.4 旅游目的地营销系统的应用·····	247
		7.1.5 旅游目的地营销系统的发展趋势·····	250
第6章 旅游交通信息系统·····	220	7.2 旅游目的地营销系统的规划·····	252
6.1 概 述·····	220	7.2.1 旅游目的地营销系统案例分析·····	252
6.1.1 旅游交通信息系统的基本概念·····	220	7.2.2 旅游目的地营销系统建设的目标·····	258
6.1.2 旅游交通信息系统建设的现实 需求·····	221	7.2.3 旅游目的地营销系统的功能·····	258
6.1.3 旅游交通信息系统建设的意义·····	222	7.3 旅游目的地营销系统的分析·····	260
6.1.4 旅游交通信息系统的应用·····	222	7.3.1 旅游目的地营销系统需求模型的 建立·····	260
6.1.5 旅游交通信息系统的发展趋势·····	223	7.3.2 旅游目的地营销系统分析模型的 建立·····	263
6.2 旅游交通信息系统的规划·····	224	7.4 旅游目的地营销系统的设计·····	263
6.2.1 旅游交通信息系统案例分析·····	224	7.4.1 表的设计·····	264
6.2.2 旅游交通信息系统建设的目标·····	226	7.4.2 设计类图·····	266
6.2.3 旅游交通信息系统的功能·····	227	7.4.3 交互设计·····	267
6.3 旅游交通信息系统的分析·····	229	7.5 旅游目的地营销系统的实现·····	268
6.3.1 旅游交通信息系统需求模型的 建立·····	229	7.5.1 系统平台搭建·····	268
6.3.2 旅游交通信息系统分析模型的 建立·····	233	7.5.2 系统实现主要界面展示·····	268
		7.5.3 系统测试·····	269



第8章 旅游规划信息系统.....273

8.1 概 述.....273

- 8.1.1 旅游规划信息系统的基本概念.....273
- 8.1.2 旅游规划信息系统的技术支撑.....274
- 8.1.3 旅游规划信息系统建设的现实需求.....275
- 8.1.4 旅游规划信息系统建设的意义.....276
- 8.1.5 旅游规划信息系统的应用.....276
- 8.1.6 旅游规划信息系统的发展趋势.....277

8.2 旅游规划信息系统的规划.....278

- 8.2.1 旅游规划信息系统案例分析.....278
- 8.2.2 旅游规划信息系统建设的目标.....280
- 8.2.3 旅游规划信息系统的功能.....280

8.3 旅游规划信息系统的分析.....283

- 8.3.1 旅游规划信息系统需求模型的建立.....283
- 8.3.2 旅游规划信息系统分析模型的建立.....287

8.4 旅游规划信息系统的设计.....287

- 8.4.1 数据库及表的设计.....288
- 8.4.2 设计类图.....295
- 8.4.3 交互设计.....298

8.5 旅游规划信息系统的实现.....299

- 8.5.1 系统平台搭建.....299
- 8.5.2 系统实现主要界面展示.....300
- 8.5.3 系统测试.....301

第9章 旅游资源管理信息系统.....306

9.1 概 述.....306

- 9.1.1 旅游资源管理信息系统的基本概念.....306
- 9.1.2 旅游资源管理信息系统建设的现实需求.....307

- 9.1.3 旅游资源管理信息系统建设的意义.....308

- 9.1.4 旅游资源管理信息系统的应用.....310

- 9.1.5 旅游资源管理信息系统的发展趋势.....310

9.2 旅游资源管理信息系统的规划.....312

- 9.2.1 旅游资源管理信息系统案例分析.....312

- 9.2.2 旅游资源管理信息系统建设的目标.....313

- 9.2.3 旅游资源管理信息系统的功能.....313

9.3 旅游资源管理信息的分析.....315

- 9.3.1 旅游资源管理信息系统需求模型的建立.....315

- 9.3.2 旅游资源管理信息系统分析模型的建立.....317

9.4 旅游资源管理信息系统的设计.....319

- 9.4.1 表的设计.....319

- 9.4.2 设计类图.....321

- 9.4.3 交互设计.....323

9.5 旅游资源管理信息的实现.....325

- 9.5.1 系统平台搭建.....326

- 9.5.2 系统实现主要界面展示.....326

- 9.5.3 系统测试.....327

第10章 旅游汽车公司管理信息系统.....331

10.1 概 述.....331

- 10.1.1 旅游汽车公司管理信息系统的基本概念.....331

- 10.1.2 旅游汽车公司管理信息系统建设的现实需求.....331

- 10.1.3 旅游汽车公司管理信息系统建设的意义.....332

- 10.1.4 旅游汽车公司管理信息系统的应用.....332



10.1.5 旅游汽车公司管理信息系统的发展趋势	334	11.1.4 旅游电子商务系统的应用	361
10.2 旅游汽车公司管理信息系统的规划	334	11.1.5 旅游电子商务系统的发展趋势	362
10.2.1 旅游汽车公司管理信息系统案例分析	334	11.2 旅游电子商务系统的规划	362
10.2.2 旅游汽车公司管理信息系统建设的目标	336	11.2.1 旅游电子商务系统案例分析	362
10.2.3 旅游汽车公司管理信息系统的功能	337	11.2.2 旅游电子商务系统建设的目标	364
10.3 旅游汽车公司管理信息系统的分析	339	11.2.3 旅游电子商务系统的功能	364
10.3.1 旅游汽车公司管理信息系统需求模型的建立	339	11.3 旅游电子商务系统的分析	365
10.3.2 旅游汽车公司管理信息系统分析模型的建立	343	11.3.1 旅游电子商务系统需求模型的建立	365
10.4 旅游汽车公司管理信息系统的		11.3.2 旅游电子商务系统分析模型的建立	369
设计	344	11.4 旅游电子商务系统的设计	370
10.4.1 数据库及表的设计	344	11.4.1 数据库及表的设计	370
10.4.2 设计类图	347	11.4.2 设计类图	374
10.4.3 交互设计	352	11.4.3 交互设计	378
10.5 旅游汽车公司管理信息系统的实现	353	11.5 旅游电子商务系统的实现	379
10.5.1 系统平台搭建	353	11.5.1 系统平台搭建	379
10.5.2 系统实现主要界面展示	353	11.5.2 系统实现主要界面展示	380
10.5.3 系统测试	354	11.5.3 系统测试	381
第 11 章 旅游电子商务系统	359	第 12 章 旅游电子政务系统	386
11.1 概 述	359	12.1 概 述	386
11.1.1 旅游电子商务系统的基本概念	359	12.1.1 旅游电子政务系统的基本概念	386
11.1.2 旅游电子商务系统建设的现实需求	360	12.1.2 旅游电子政务系统建设的现实需求	386
11.1.3 旅游电子商务系统建设的意义	360	12.1.3 旅游电子政务系统建设的意义	387
		12.1.4 旅游电子政务系统的应用	387
		12.1.5 旅游电子政务系统的发展趋势	388
		12.2 旅游电子政务系统的规划	389
		12.2.1 旅游电子政务系统案例分析	389
		12.2.2 旅游电子政务系统建设的模式和目标	393
		12.2.3 旅游电子政务系统的功能	393



12.3 旅游电子政务系统的分析	395	13.2.2 旅游管理信息系统建设项目的决策风险	418
12.3.1 旅游电子政务系统需求模型的建立	395	13.2.3 旅游管理信息系统建设项目的组织和外部风险	419
12.3.2 旅游电子政务系统分析模型的建立	398	13.3 旅游管理信息系统建设项目的风险评估	419
12.4 旅游电子政务系统的设计	399	13.3.1 旅游管理信息系统建设项目风险评估的定性分析	419
12.4.1 数据库及表的设计	399	13.3.2 旅游管理信息系统建设项目风险评估的定量分析	420
12.4.2 设计类图	403	13.4 旅游管理信息系统建设项目的风险应对与监控	421
12.4.3 交互设计	405	13.4.1 旅游管理信息系统建设项目风险应对的措施种类	421
12.5 旅游电子政务系统的实现	406	13.4.2 旅游管理信息系统建设项目的程序性风险措施	422
12.5.1 系统平台搭建	406	13.4.3 旅游管理信息系统建设项目的风险监控	422
12.5.2 系统实现主要界面展示	407	13.5 旅游管理信息系统建设项目风险管理的案例分析	423
12.5.3 系统测试	408	13.5.1 某旅游管理信息系统建设项目背景介绍	423
第 13 章 旅游管理信息系统建设项目的风险管理	413	13.5.2 某旅游管理信息系统建设项目风险量化的应用	424
13.1 旅游管理信息系统建设项目的风险管理概述	413	13.5.3 某旅游管理信息系统建设项目风险管理的主要活动	424
13.1.1 项目管理概述	413	参考文献	431
13.1.2 风险的定义、特点及分类	414		
13.1.3 风险管理的定义、产生和发展	415		
13.1.4 旅游管理信息系统建设项目风险管理的主要内容	416		
13.2 旅游管理信息系统建设项目的风险识别	417		
13.2.1 旅游管理信息系统建设项目的阶段性风险	417		

第1章 概 论

当今世界正在经历着有史以来最为激动人心的变革,各种各样的界限正在慢慢地消除。国家与国家,社会与社会,人民与人民,公司与公司之间,都在以种种前所未有的方式进行着交流沟通。各种国际贸易协定、全球商务活动、通信网络和文化交流正在把全世界越来越紧密地联系在一起。而这种全球一体化的重要推动力,则来源于目前发展最为快速的两大产业——旅游业与信息业。

1.1 旅游信息与信息管理

信息时代的到来,使得信息技术在旅游业及相关行业中应用的深度和广度都有较大的拓展。围绕着旅游这项广泛而复杂的社会活动也有着庞大而复杂的信息流和信息量,它们在现代旅游活动中发挥着重要作用。正确地把握旅游信息的含义是更好地获取、处理和利用旅游信息,对其实行有效管理的前提。

1.1.1 旅游信息的概念

1. 信息

1) 信息的定义

信息是经过加工的,能对接收者的行为和决策产生影响的数据。

数据是一组表示数量、行动和目标的非随机的可鉴别的符号。数据是根据检测给出的事实,是未经组织的数字、词语、声音、图像。如果将数据比喻为原料,那么信息就是数据经过加工而生产的产品,是有价值的信息。与原料和产品的概念相似,一个系统的产品可能是另一个系统的原料,那么一个系统的信息可能成为另一个系统的数据。

信息的定义包括以下几个要点。

(1) 信息是客观世界各种事物变化和特征的反映。客观世界中任何事物都在不停地运动,呈现出不同的状态和特征,即事物的状态和特征在不停地变化,因而,作为客观事物特征和变化的反映的信息,也总在不断地生成着和传递着。

(2) 信息是客观事物之间相互作用、相互联系的表征。客观世界中各种事物在一定条件下相互联系、相互作用,引起事物的物质结构和量度的变化,信息正是这种相互作用、相互联系的表征。

(3) 信息的范围极其广泛。万千世界,任何运动着的事物都生成着信息。

(4) 这里所说的信息是指人类能够接收和使用的那部分信息。由于科学技术发展水平等因素的限制,人类只能理解和接收无限丰富的信息中的一部分,还有许多信息至今尚未被人们认识。



(5)接受信息和利用信息是一个过程。研究信息的目的是为了利用它,而接收信息和利用信息的过程就是我们对外界环境偶然事件进行调节,并能在该环境中有效生活的过程。

2)信息的特点

(1)信息来源于物质,又不是物质本身;它从物质的运动中产生出来,又可以脱离源物质而相对独立地存在。例如,一个物体的运动状态和状态的改变方式可以被高速摄影机拍摄下来,经过一定的处理,就可以把它重现出来。产生这种运动状态和方式的那个物体(源物体)虽然已经离开了观察者,但它的信息却被记录并保留。当然,保留下来的仅仅是信息而不是源物质本身。信息来源于物质的运动,信息的产生、传输、存储、处理都离不开物质,没有物质也就没有信息。

(2)信息也来源于精神世界,但又不仅限于精神的领域。按照认识论层次的信息定义,信息是认识主体所感知或表述的事物运动的状态和方式,主体所表述的东西当然是精神领域的东西,如人的思想状态、情绪、意志、方针、政策、命令、指令等。同客观物体所产生的信息一样,精神世界的信息也具有相对独立性,可以被记录下来加以保存、复制或重现。

(3)信息与能量息息相关,但又有本质的区别。信息是事物运动的状态和方式,能量是事物做功的本领,因此,信息与能量都与事物的运动相关联。在一定意义上可以说,信息与能量有着不可分离的联系,一方面,信息的传递和存储要借助于物质和能量,信息的获取与传递也要消耗能量;另一方面,控制和驾驭能量,使它发挥高的效用也离不开信息。信息和能量的关系虽然非常密切,但二者之间有着本质的区别:作为事物做功的本领,能量提供的是动力;作为事物运动的状态和方式,信息提供的是知识和智慧。

(4)信息具有知识的本性,但它比知识的内涵更广泛。知识就是认识论层次的信息,但是信息不一定是知识。如学校上课铃声响了,它给出了一种信息:上课的时间到了。显然,这种信息只能看做一种常识,而不能叫做知识。然而,信息确实具有知识的秉性,它可以改变人们的知识状态,使人们由“不知”变为“知”,或由“知之较少”变为“知之较多”。

(5)信息是具体的,可以被(人或生物、机器等)所感知、提取、识别,也可以被传递、存储、处理、检索和利用。

(6)信息可以被众多用户所共享。由于信息可以脱离源事物相对独立地存在并负载于其他载体,因此,可以被无限制地进行复制、传播或分配给众多的用户,为大家所共享。信息的这一特性,使它对人类具有特别重要的意义。由于物质和能量不具有相对独立性,物质和能量就不能被共享,而信息资源确是人类可以共享的精神财富。

3)信息的性质

根据信息的基本定义、特征,可以导出信息的一些重要性质。

(1)普遍性。信息是事物运动和状态改变的方式,因此,只要有事物存在,只要有事物的运动,就存在着信息。无论在自然界、人类社会,还是在人的思维领域,绝对的“真空”是没有的,绝对不运动的事物也是没有的。因此,信息是普遍存在的。

(2)相对性。对于同一个事物,不同的观察者获得的信息量并不相同。正所谓横看成岭侧成峰,远近高低各不同。

(3)转移性。由于信息具有脱离事物而相对独立的特性,因而可以通过一定的方法使之



在时间上或空间上进行转移。在时间上的转移称为存储；在空间上的转移称为通信。

(4)变换性。信息是可变换的，它可以由不同的载体和不同的方法来载荷。

信息的转移和变换两个性质十分重要，这使得它可以用一种形式存储起来，用另一种形式再发出，从而对人类知识的积累、传播和交流发挥巨大的作用，并使人与其所处环境之间能够保持信息的联系，从而能够更好地改造环境。

(5)有序性。信息可以用来消除系统的不稳定性，增加系统的有序性。例如，我国的经济存在“一放就乱，一管就死”的问题。这实际主要是由于决策层得到的信息不全面、不及时，使控制的度不能符合实际情况。

(6)动态性。事物本身是在不断发展变化的，因此信息也会随之变化。信息也是有时效、有“寿命”的。例如，“种大蒜可以赚钱”这条信息就具有极强的实效性。

(7)可转化性。从潜在的含义上讲，信息在一定的条件下，可以转化为物质、能量、时间及其他，其中最主要的条件，就是信息被人们有效地利用。

了解信息的性质和特点，一方面有助于对信息概念的进一步理解，另一方面也有助于人们更有效地掌握和利用信息，为人类服务。

2. 旅游信息

1) 定义

旅游信息是对旅游活动运动、变化、发展状况、特征、本质与规律的反映。

(1)旅游信息是对旅游活动状况的一种客观的最新描绘。旅游活动的构成要素有旅游者、旅游资源、旅游业等，这些要素又分为很多种类，各构成要素的属性各异。不同属性的构成要素在旅游活动中所处的地位与所起的作用是各不相同的。旅游信息必须是旅游活动各构成要素状况的描述，而且，这种描述又必须是旅游活动的最新描述。只有如此，才能体现出其价值与功能。

(2)旅游信息是对旅游活动运动、变化、发展的客观描述。旅游信息对于旅游活动的运动、变化、发展进行客观描述，从时间上说，有过去的、现在的与未来的旅游信息；从内容上来讲，有旅游者、旅游资源、旅游业等各方面的旅游信息等。

(3)旅游信息是对旅游活动的本质和规律的真实反映。旅游信息不但要对旅游活动的状况进行真实的描述，而且要对其本质与规律进行真实的反映。“旅游活动本质”是指旅游活动本身所固有的、决定事物性质、面貌和发展的根本属性，“旅游活动规律”是指旅游活动各构成要素之间的内在联系，这种联系不断重复出现，在一定的条件下经常起作用，并且决定着旅游活动必然发展的趋势。旅游活动具有一定的规律性，如旅游淡季、旺季的时间，旅游交通工具的选取，旅游方式的需求，旅游目的地的客流量等都呈现出一定的规律性。旅游信息不仅要反映旅游活动运动、变化、发展的状态，还必须揭示出旅游活动的本质和规律，信息用户才能根据旅游信息作出正确的、科学的旅游决策，从而对旅游活动进行导向作用。

2) 构成要素

构成旅游信息的要素主要有：反映旅游活动运动、变化、发展的内容（包括其状况、特征、本质与规律等）、语言（包括自然语言、人工语言）、依附的载体、信息的传递、信息的反馈、用户的特定信息需求等。

旅游信息所具有的内容,是旅游信息能起导向作用的本质所在。它所反映的内容,要被人们感知、认识、传递与利用,就必须通过一定的语言表达出来。表达旅游信息的语言分为自然语言和人工语言。自然语言包括口头语言、文字、符号(如电码、手势、灯号、旗语等)等。人工语言包括数学上的各种符号、计算机语言等。语言的结构有文件结构和数据结构。旅游信息就是这种内容与形式的统一体。旅游信息要进行整理分工、存储、检索和传递,必须依附在一定的物质载体上,没有物质载体的旅游信息,是难以被人们所认识和利用的。旅游信息的载体多种多样,有印刷品、缩微品、光盘、声、光、电波、计算机等。旅游信息还要不断地产生反馈信息。反馈信息是人的行为作用于客观旅游信息的反映,是旅游信息不可分割的一个要素。没有旅游信息的反馈,就不会有旅游活动。旅游信息离不开人们的特定需求,如果没有了人们的特定需求,也就没有旅游信息工作,旅游信息也就失去了价值。

1.1.2 旅游信息的特征、内容和类型

1. 特征

(1)时效性。旅游信息的时效性一方面是由信息的生命周期所决定的,另一方面是由旅游活动的暂时性决定的。

(2)广泛性。由于旅游活动的构成广泛复杂,因而对旅游活动再现的旅游信息也具有广泛复杂性。

(3)动态性。旅游活动的各要素都处于不断变化、发展之中,因而反映旅游活动运动、变化、发展的状况、特性、本质与规律的旅游信息也是动态的。旅游活动的异地性特性也在很大程度上影响着旅游信息。

(4)规律性。一般而言,在旅游旺季,旅游信息量的增长比较大,因而对于旅游信息的需求量也很大。在旅游淡季,旅游信息量的增长与旅游信息的需求量相对要小一些。

(5)商品性。旅游信息是旅游工作人员整理、加工而成的劳动产品,是可以用来交换的信息商品。但是,旅游信息商品与一般物质商品具有诸多不同之处,主要表现在:利用的重复性、传递的便捷性、生产的一次性、存在的动态性、使用价值的不定性等方面。

(6)层次性。旅游信息的结构是有层次的,主要有语法信息、语义信息、语用信息。

(7)准确性。准确性要求旅游信息必须真实、准确,只有正确的信息才能指导出正确的决策。但旅游信息的准确性如何,信息接收者往往不易知道,这就要求信息系统的设计和管理者,必须尽量减少不正确信息发生的可能性。

(8)完整性。完整性是指信息应能尽量地满足接收者的需要。当然,要求十分完整的信息,几乎是不可能的。但信息系统设计者应广泛征求用户意见,尽量满足他们的要求,使其得到比较完整的信息。

(9)经济性。旅游信息的经济性,指的是得到该信息所花费的代价。经济性要求以尽可能小的代价取得信息。但是怎样的代价才算是经济的,这就需要确定信息的价值。然而,信息价值是很难予以准确估算的。所以,目前经济性的基本要求就是尽量减少搜集、处理和提供信息工作的成本,以保证旅游信息有较好的经济性。



2. 内容

旅游业是一个综合性极强的产业,涉及的信息纷繁复杂、范围很广,而旅游信息大致可分为旅游者信息、旅游目的地信息、旅游介体信息、旅游管理信息。在表现形式上,这些信息除了传统的文字形式、表格形式、图表形式外,还有图形形式,如旅游地图、行政图、交通图、景点分布图、商业网点图、导游图、餐饮饭店分布图等。

(1)旅游者信息。旅游者信息具体包括姓名、性别、年龄、职业、爱好、经济状况、旅游历史、旅游信息反馈等内容。

(2)旅游目的地信息。旅游目的地信息涉及旅游活动中“食、住、行、娱、购、游”六要素中的每个环节。具体包括:旅游景区(景点)信息、旅游饭店信息、旅游交通信息、休闲娱乐信息、旅游商品信息等。其中,旅游景区(景点)信息包括:旅游景区(景点)简介、旅游路线、旅游项目等;旅游饭店信息包括:饭店简介、餐饮、客房信息等;旅游交通信息包括:航空运输、铁路运输、公路运输、水路运输及特种方式运输的时间、线路、价格等信息;休闲娱乐信息包括:场所、项目、价格等信息;旅游商品信息包括:生产地、特色、商店等信息。

(3)旅游介体信息。旅游介体信息包括旅游企业状况、产品、价格信息,导游及其他信息。

(4)旅游管理信息。旅游管理信息包括宏观的旅游资源信息、各种统计信息、政策法规信息等。

3. 类型

1)从本身特征角度分

(1)从旅游信息的内容分,有直接旅游信息与间接旅游信息。直接旅游信息是指对旅游活动进行直接描述的信息,它包括旅游者信息、旅游目的地信息、旅行社信息等方面的旅游信息。间接旅游信息是指那些与旅游活动有密切联系的相关描述信息,如政治环境信息、经济环境信息、文化环境信息、法律环境信息、科技环境信息等,它们制约着旅游活动的发展。

(2)按旅游信息的时态分,有过去旅游信息、现在旅游信息与未来旅游信息。过去旅游信息是指表征已经发生的旅游活动的状况与过程的信息。常以资料库的形式进行存储,形成旅游档案信息等。现在旅游信息是指表征正在发生的旅游活动的状况与过程的信息,又称为即时性旅游信息。未来旅游信息是指揭示、预测未来旅游活动运动、变化、发展趋向的信息,又称预测性旅游信息。

(3)按旅游信息形式分,有有形旅游信息和无形旅游信息。有形旅游信息是指用文字图像记载与传递的旅游信息,又称文件式旅游信息。而无形旅游信息则是指用口头语言进行传递的旅游信息,又称非文件式旅游信息。

(4)按旅游信息的特征分,有定性旅游信息与定量旅游信息。定性旅游信息是以非计量的形式描述旅游活动的状况,分析旅游活动的过程与特征,揭示旅游活动的本质,总结旅游活动的规律的信息。而定量旅游信息是以计量的形式来描述旅游活动的信息。两者是相辅相成的。

2)从组织角度分

(1)按旅游信息加工的程度分,有一次旅游信息、二次旅游信息和三次旅游信息。一次



旅游信息又称原始旅游信息,是对旅游活动所作的最初直接记载。二次旅游信息是指在原始旅游信息整理加工后所形成的信息。三次旅游信息是在一次、二次旅游信息的基础上经过分析研究、核算产生的新的旅游信息。

(2)按旅游信息反映面分,有宏观旅游信息、微观旅游信息与中观旅游信息。宏观旅游信息是从全面的角度反映旅游活动的状况、特征、本质与规律的旅游信息。微观旅游信息是指从局部的角度反映,而中观旅游信息是介于宏观旅游信息与微观旅游信息之间的一类旅游信息。

(3)按旅游信息传递范围分,有公开旅游信息、内部旅游信息和保密旅游信息。公开旅游信息是指不受任何条件限制,只要具备技术上的可行性,可以任选传递工具向任何地方传递的旅游信息。内部旅游信息是指只在一定的范围内进行传递,不在范围外公布的旅游信息。保密旅游信息则是严格在明确的范围内进行传递,并且拒绝范围之外的信息用户。

(4)按旅游信息组织管理划分,有经常性旅游信息和偶发性旅游信息。经常性旅游信息是指按照各项规定、制度、方向、传递间隔或期限、制定形式所产生和传递的旅游信息。偶发性旅游信息是指那些完全地或部分地按照规定或模式产生或传递的旅游信息,随机性和可变性较大。

1.1.3 旅游信息管理界定

1. 旅游信息管理的概念

旅游信息管理是信息人员以信息技术为手段,对旅游信息资源实施计划、组织、指挥、协调和控制的过程,从微观上说,包括对旅游信息内容的管理;从宏观上说,包括对旅游信息机构和旅游信息系统的管理。

2. 旅游信息管理的基本原理

在旅游信息管理活动中包含着一些内在的、具有普通意义的规律,称之为旅游信息管理的基本原理。

(1)旅游信息的增值原理。通过对旅游信息的采集、整理、加工、存储、检索、传输、应用,可实现信息内容的增加或信息效率的提高。从零散的旅游信息或孤立的旅游信息系统中很难查找到需要的有用信息,但如果将这些信息有序化,集成为不同层次的信息资源体系,则不仅大大方便了查询和利用,而且也易于从中开发出新的信息与知识资源。

(2)旅游信息的增效原理。旅游信息管理通过信息提供和信息开发,充分发掘信息的使用价值,可以达到节约资源、提高效率、创造效益的社会效果。

(3)旅游信息的服务原理。较之一般的管理过程,旅游信息管理具有强烈的服务性。这是因为基于旅游信息自身的价值特性,旅游信息只有针对用户的特定需求才能实现它的使用价值,其价值体现取决于用户使用,也就是说旅游信息管理必须通过服务用户来发挥作用,因此其管理方法和手段的采用、信息系统的设计与开发等应以提高服务能力与水平为宗旨。

(4)旅游信息的市场调节原理。市场规律对旅游信息管理的调节作用一是表现在旅游信