

旅游业运营管理 与实务分析

隋丽娜 辛 健 编著
王晓华 王莉霞

高等教育出版社

旅游业运营管理与实务分析

Lüyouye Yunying Guanli yu Shiwu Fenxi

隋丽娜 辛 健
王晓华 王莉霞
编著

高等教育出版社·北京

内容提要

本书探讨了当今旅游业运营管理的基础理论与现实问题,从旅游功能系统角度,分别对供给系统(旅游目的地管理)、需求系统(游客管理)、支持系统(旅游企业管理、旅游伦理与权利救济)进行了深入研究。

本书注重内容与编排体例的科学性、国际化,既选编了“实用、够用”的理论内容,又反映了现代旅游业发展中遇到的现实问题;既确定所需的专业理论知识构建并注重扩展知识内涵,又注意加强应用能力的培养;既吸收国内外最新研究成果与前沿理论,又以大量案例佐证,激发读者自主学习的兴趣。充分体现了理论与实务并重、学术与教学结合、深度与易读兼顾的基本特点。

本书面向普通高校旅游管理专业高年级的本科生、研究生,也可作为旅游从业人员和研究人员了解及研究旅游业运营管理的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游业运营管理与实务分析/隋丽娜等编著. --北京:高等教育出版社,2014.7

ISBN 978-7-04-040198-1

I. ①旅… II. ①隋… III. ①旅游业-运营管理-研究生-教材 IV. ①F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 122617 号

策划编辑 梅咏

责任编辑 梅咏

封面设计 赵阳

版式设计 王艳红

插图绘制 杜晓丹

责任校对 陈杨

责任印制 韩刚

出版发行 高等教育出版社

社址 北京市西城区德外大街4号

邮政编码 100120

印刷 北京汇林印务有限公司

开本 787mm×960mm 1/16

印张 33.25

字数 620千字

购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

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

网上订购 <http://www.landaco.com>

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

版次 2014年7月第1版

印次 2014年7月第1次印刷

定价 49.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 40198-00

作者简介

隋丽娜,1979年生,博士。西安外国语大学旅游学院旅游管理教研室主任、酒店管理教研室主任。在《旅游学刊》《旅游科学》等报刊发表学术论文10余篇,主持或参与各类横向、纵向课题20余项。

辛健,1981年生,硕士。西安外国语大学旅游学院酒店管理方向教师,西安香格里拉酒店、西安万达希尔顿酒店人力资源部部长顾问。长期从事酒店运营管理、酒店战略管理理论研究,并发表相关论文数篇。

王晓华,1976年生,旅游管理专业博士,副教授,硕士研究生导师。在《旅游学刊》《人文地理》等期刊发表学术论文多篇,主持或参与各类横向、纵向课题10余项。

王莉霞,1962年生,法学教授,旅游管理专业硕士生导师。国家“旅游管理专业”建设点负责人,国家“十一五”“十二五”规划旅游法教材主编,陕西省“旅游法理论与实务”团队带头人,陕西旅游教育“旅游法规学科组”组长。近年致力于旅游法基本理论体系、旅游产业政策、旅游行业法规以及旅游人力资源管理问题的研究,出版专著、教材23部,发表论文60余篇。

前 言

随着现代旅游业的发展,具有较强创新精神的实践性人才的培养和开发成为旅游教育亟待解决的问题,推动着高等旅游院校重新审视教育理念、发展战略、专业定位、人才培养目标、培养规格、课程体系、教学内容、教学方法和手段,探索适应旅游市场需求的人才培养模式。为此,作者曾尝试对旅游业运营管理中的实际问题进行研究,并取得了一定的成果。《旅游业运营管理与实务分析》是作者在总结以往研究成果,借鉴国外同类院校旅游专业相关优秀成果的基础上,从旅游专业教育的应用性特点出发,结合现代服务业发展的新形势撰写而成的。

本书整体框架结构与内容分为旅游目的地管理、游客管理、旅游企业管理、旅游伦理与权利救济四部分,各部分相对独立又相互依存。考虑到受众群体的特点及旅游市场对人才的需求,我们以国内外旅游业运营管理实证案例为导引,将特定的旅游管理情景展现在读者面前,其中部分案例为西安外国语大学旅游专业学生在国内外实习时对实际案例进行典型性、导向性精加工,并根据读者的学习需要设计了问题和针对性的分析。本书注重内容与编排体例的科学性、国际化,具有如下特点:

(1) 理论与实务并重:既选编了“实用、够用”的理论内容,又反映了现代旅游业发展中遇到的现实问题;

(2) 学术与教学结合:既确定所需的专业理论知识构建并注重扩展知识内涵,又注意加强应用能力的培养;

(3) 深度与易读兼顾:既吸收国内外最新研究成果与前沿理论,又以大量案例佐证,激发读者自主学习的兴趣。

《旅游业运营管理与实务分析》由西安外国语大学“旅游业运营管理”教学团队成员共同完成,具体分工如下:隋丽娜撰写第一、二、三、四章;辛健撰写第八、九、十、十一章;王晓华撰写第五、六、七、十二章;王莉霞撰写第十三章。王莉霞、隋丽娜承担全书的策划组织、统稿、审定任务。书中的部分内容是国家自然科学基金项目“快速城市化背景下大城市社会空间分异与公正空间体系研究——以西安大都市为例”成果(编号:41271179),以及教育部、国家社会科学基金项目的前期成果。在书稿写作过程中,我们借鉴了国内外专家、学者的相关研究成果,在此表示衷心感谢。

作 者

2014年3月于西安

目 录

第一编 旅游目的地管理

第一章 旅游目的地竞争力管理	3
【学习目标和要求】	3
【案例导入】	3
【理论探讨】	6
第一节 旅游目的地竞争力环境	11
一、宏观环境因素	12
二、微观环境因素	15
第二节 旅游目的地地的资源管理	19
一、自然旅游资源及其管理	19
二、文化旅游资源及其管理	22
三、文化节事活动及其管理	28
四、其他资源及其管理	30
第三节 旅游目的地竞争力管理创新	30
一、全面质量管理与标准化	31
二、标杆管理	35
三、目的地知识管理	38
第四节 旅游目的地竞争力管理与旅游可持续发展	42
一、旅游目的地竞争力与旅游可持续发展的关系	42
二、旅游可持续发展的目标及实现途径	43
【内容小结】	45
【实务分析】	45
第二章 旅游目的地文化旅游产业管理	47
【学习目标和要求】	47
【案例导入】	47
【理论探讨】	50
第一节 文化旅游产业及其发展模式	54

一、文化旅游产业的内涵及特征	54
二、文化旅游产业的构成要素与发展机制	56
三、文化旅游产业的发展模式	63
第二节 旅游目的地文化旅游产业管理与协调	68
一、法制管理:产业规制	68
二、行政管理:产业政策	73
三、社会管理:行业协会	76
第三节 文化旅游产业相关问题探讨	78
一、文化旅游产业与文化遗产保护	78
二、文化旅游产业与城市发展	80
三、文化旅游创意产业	81
【内容小结】	84
【实务分析】	84
第三章 旅游目的地风险管理	87
【学习目标和要求】	87
【案例导入】	87
【理论探讨】	91
第一节 旅游目的地风险管理基础	95
一、风险管理组织结构	95
二、媒体管理	96
三、风险沟通	99
第二节 旅游目的地日常风险管理	101
一、风险意识	101
二、风险识别	102
三、风险衡量	108
四、风险处理	109
五、风险管理评估	111
六、风险预警机制	112
第三节 旅游目的地危机事件管理	115
一、危机反应管理	116
二、危机恢复管理	119
三、危机管理评估	124
【内容小结】	127
【实务分析】	127
第四章 旅游目的地社区参与管理	129

【学习目标和要求】	129
【案例导入】	129
【理论探讨】	131
第一节 旅游社区的主要利益相关者	135
一、社区居民及其利益诉求	136
二、旅游者及其利益诉求	139
三、政府及其利益诉求	141
四、旅游企业及其利益诉求	141
第二节 旅游目的地的社区参与管理	142
一、社区参与内容	142
二、社区参与模式	153
三、社区参与管理	159
【内容小结】	161
【实务分析】	162
 第二编 游客管理 	
第五章 旅游前形象树立与沟通管理	167
【学习目标和要求】	167
【案例导入】	167
【理论探讨】	169
第一节 旅游者的感知形成与注意力唤起	171
一、旅游者感知的影响因素	171
二、利用感知规律吸引游客注意力	175
三、旅游者感知中的误区及其管理应用	180
第二节 旅游动机的诱发与旅游者认同的获取	183
一、旅游动机的诱发	183
二、旅游者认同的获取	195
第三节 旅游者的态度与旅游偏好的形成	198
一、旅游者态度的形成及转变	198
二、旅游偏好的形成	204
【内容小结】	207
【实务分析】	207
第六章 旅游过程中的体验管理	209
【学习目标和要求】	209

【案例导入】	209
【理论探讨】	212
第一节 旅游体验管理	214
一、旅游体验管理内涵界定	214
二、旅游者的参与性及其管理	217
三、旅游者体验的关系管理	219
四、游客旅游体验管理的方法和途径	221
第二节 游客行为管理	231
一、游客行为管理的迫切性	231
二、游客行为管理的方法和途径	233
【内容小结】	239
【实务分析】	239
第七章 旅游后关系的建立与维护	243
【学习目标和要求】	243
【案例导入】	243
【理论探讨】	245
第一节 旅游者游后的顾客满意	247
一、游客体验中的满意与顾客忠诚的培养	247
二、顾客信息管理与精准营销	250
三、对旅游者不满与投诉的处理	254
第二节 游后沟通与顾客的重复购买	257
一、用持续不断的创意营销吸引顾客参与	257
二、通过常客计划获得品牌忠诚	261
第三节 旅游者游后传播与新顾客的吸引	264
一、为旅游者提供分享和交流的平台	264
二、通过全员营销加强与游客的联系	269
【内容小结】	271
【实务分析】	271

第三编 旅游企业管理

第八章 旅游企业经营管理	277
【学习目标和要求】	277
【案例导入】	277
【理论探讨】	280

第一节 旅游企业经营管理基础	282
一、旅游企业经营管理内涵	282
二、旅游企业经营管理特点	283
三、旅游企业经营管理理念	285
第二节 旅游企业组织结构构建	290
一、旅游企业组织结构设计原则	290
二、旅游企业组织的类型	291
第三节 旅游企业经营战略管理	298
一、旅游企业经营战略管理的概念	298
二、旅游企业经营战略管理原则	299
三、旅游企业经营战略管理的基本过程	300
四、旅游企业总体经营战略	302
第四节 旅游企业投资管理	308
一、旅游企业投资分类	308
二、旅游企业投资预测	309
三、旅游企业投资风险	312
【内容小结】	313
【实务分析】	313
第九章 旅游企业营销管理	316
【学习目标和要求】	316
【案例导入】	316
【理论探讨】	319
第一节 旅游企业营销战略	322
一、中国旅游市场的特点	325
二、旅游企业营销战略模式	326
三、旅游企业营销战略的制定	327
第二节 旅游企业关系营销管理	329
一、关系营销对传统营销理论的变革	329
二、旅游企业实施关系营销的策略	331
第三节 旅游企业营销渠道管理	332
一、旅游企业营销渠道	332
二、旅游企业营销渠道新旧模式比照	333
三、旅游企业在新渠道模式下的精准营销	335
第四节 电子商务背景下旅游企业营销的转变	337
一、旅游电子商务的优势	338

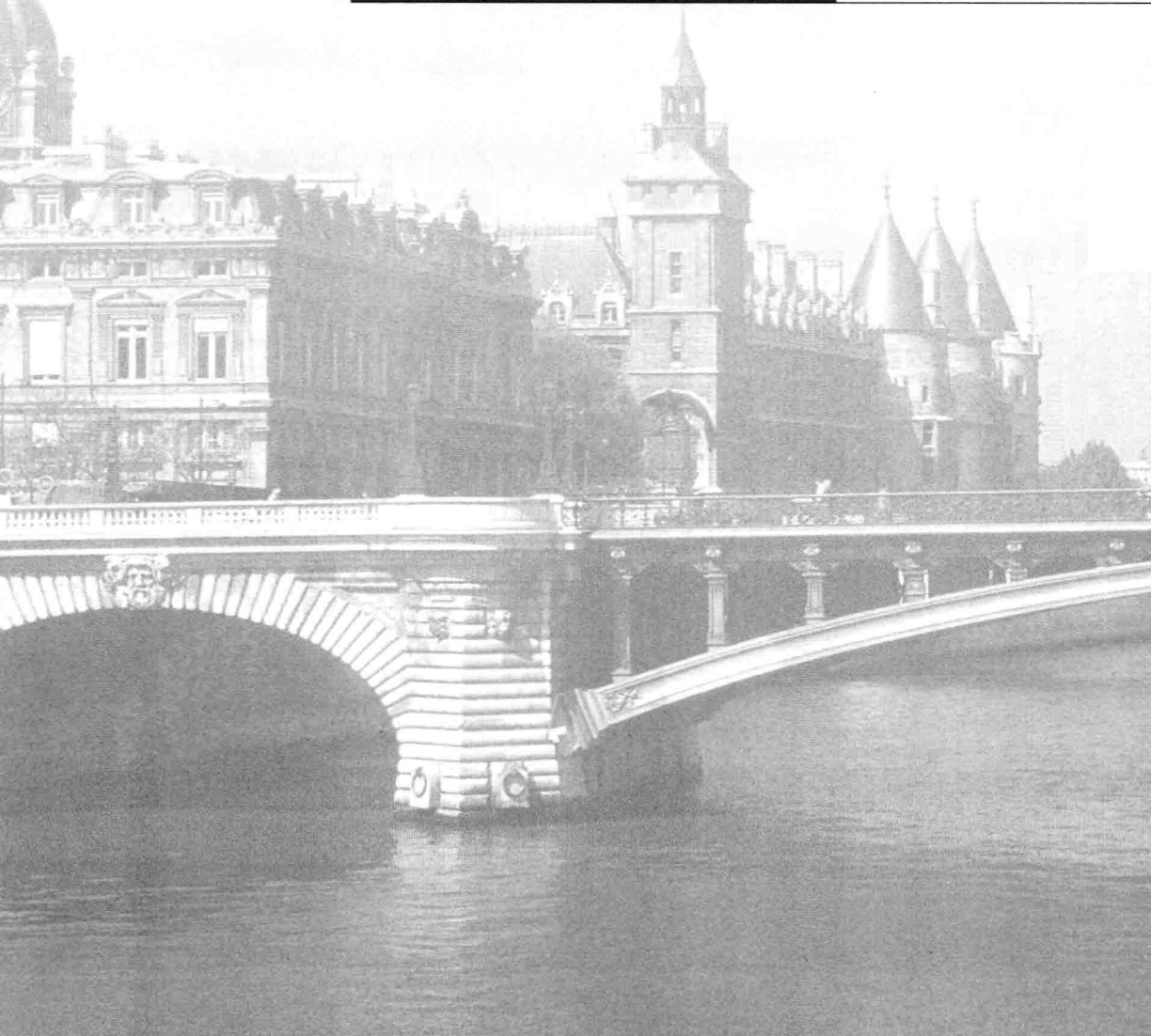
二、旅游电子商务的类型	339
三、旅游企业在线旅游电子商务发展策略	343
四、旅游企业电子商务营销模式	344
【内容小结】	347
【实务分析】	347
第十章 旅游企业服务管理	350
【学习目标和要求】	350
【案例导入】	350
【理论探讨】	352
第一节 旅游企业服务顾客期望管理	354
一、顾客期望的管理要素	354
二、旅游企业服务顾客期望管理手段	356
第二节 旅游企业服务接触管理	359
一、服务接触概述	359
二、服务接触对顾客体验的影响	360
三、旅游企业服务接触管理重点	362
第三节 旅游企业服务补救管理	364
一、服务补救管理的策略	364
二、服务补救管理体系的结构	366
三、建立有效的服务补救管理体系	368
【内容小结】	370
【实务分析】	371
第十一章 旅游企业人力资源管理	373
【学习目标和要求】	373
【案例导入】	373
【理论探讨】	375
第一节 旅游企业人力资源规划	380
一、旅游企业人力资源规划的内涵分析	382
二、旅游企业人力资源规划的作用	384
三、旅游企业人力资源规划的程序	385
第二节 旅游企业员工培训与职业发展	388
一、旅游企业员工培训的含义	388
二、旅游企业员工培训的意义	388
三、旅游企业员工培训体系的建立	391
四、旅游企业员工培训的方法	393

五、旅游企业员工职业发展	396
第三节 旅游企业绩效管理	397
一、绩效管理的内涵分析	398
二、绩效管理的地位与作用	399
三、旅游企业员工绩效评估的类别与方法	401
四、旅游企业绩效管理存在的误区	406
第四节 旅游企业薪酬管理	408
一、薪酬与薪酬管理的内涵分析	408
二、影响旅游企业薪酬设计的因素	409
三、旅游企业薪酬设计的原则	411
四、旅游企业薪酬管理的流程	412
【内容小结】	415
【实务分析】	415
 第四编 旅游伦理与权利救济 	
第十二章 旅游伦理	421
【学习目标和要求】	421
【案例导入】	421
【理论探讨】	424
第一节 旅游者伦理	430
一、旅游者伦理问题存在的原因	430
二、旅游者伦理中的环境伦理	432
三、旅游者伦理中的主客关系伦理	434
第二节 其他旅游利益相关者伦理	437
一、旅游地政府伦理问题	438
二、旅游企业伦理问题	440
三、当地社区伦理问题	446
第三节 旅游伦理问题的解决路径	450
一、加强旅游伦理教育	450
二、完善旅游法规制度	453
【内容小结】	454
【实务分析】	454
第十三章 旅游权利救济	457
【学习目标和要求】	457

【案例导入】	457
【理论探讨】	459
第一节 旅游权利救济制度设计	463
一、旅游权利救济的法理阐释	463
二、旅游权利救济的原则	469
第二节 “权利—义务”框架下旅游请求权基础	473
一、旅游权利的要素分析	473
二、旅游权利救济的价值追求	475
三、现行旅游法定权利与义务分析	482
第三节 旅游权利救济的机制与模式	488
一、旅游权利救济机制	488
二、旅游权利救济模式	499
三、旅游权益争议的解决	502
【内容小结】	504
【实务分析】	504
参考文献	508

第一编

旅游目的地管理



第一章 旅游目的地竞争力管理

学习目标和要求

- 熟悉旅游目的地竞争力的定义及内涵
- 了解旅游目的地竞争力的基础理论及其影响因素
- 掌握旅游目的地竞争力的资源管理
- 了解旅游目的地竞争力的管理创新
- 掌握旅游目的地竞争力管理与可持续发展的关系

案例导入

【宜居宜游,品质杭州】中国城市竞争力研究会于2011年12月在香港浸会大学发布“2011中国城市分类优势排行榜”,杭州分别以94.18分和90.83分位居“2011中国最具幸福感城市”及“2011中国十佳宜游城市”榜首。杭州,作为浙江省省会、长江三角洲南翼中心城市以及国家历史文化名城和国际风景旅游城市,自2004年起,年年位列“中国十大最具幸福感城市”(除2010年屈居第二,其他年度都蝉联第一)。近年来,先后荣膺国际花园城市、联合国人居奖、全国环保模范城市、全国绿化模范城市、中国(大陆)最具商业价值城市、中国最具幸福感城市等十多项桂冠。中国城市竞争力研究会认为,城市幸福感是指城市市民主体对所在城市的认同感、归属感、安定感、满足感,以及外界的向往度、赞誉度。其特征是,市民普遍感到宜居宜业,地域文化独特,空间舒适美丽等。

近十年来,杭州旅游发展态势迅猛,杭州是第一批中国优秀旅游城市,也是仅有的三个中国最佳旅游城市之一,杭州这个品质旅游城市每年都在发生着新的变化。

2002年是杭州现代旅游业发展国际化和产业转型进程中的一个关键年份。2001年年底成立的杭州市旅游委员会开始全面运转,强化职能,增加机构和编制,大幅度增加经费,每年用于国内外旅游促销的财政预算首次增加到不少于

4 000 万元,并建立了由市旅游委员会、市园林文物局、杭州之江国家旅游度假区管理委员会、西湖博览会组委会办公室、市贸易局、市商业资产经营公司及市旅游集团 7 部门组成的旅游商贸系统。同时,风景管理职能移交杭州市旅游委员会。“西湖环湖南线整合工程”恢复重建历史文化景观 18 处,形成沿湖开放式“十里文化景观长廊”,使得杭州旅游从此进入了一个全新的发展时期。2002 年 10 月起,杭州开始“还湖于民”,同时取消了所有西湖沿线公园的门票。全面实施“旅游西进”战略,通过整合以“三江两湖两址一山一河”为重点的大杭州旅游资源,形成大杭州、大旅游、大发展格局。

2003 年,杭州市成立了京杭运河(杭州段)综合整治与保护开发指挥部。2006 年,一期工程竣工,再现了以“一馆二带二场三园六埠十五桥”为重点的运河系列景观。2007 年,运河综合二期保护工程上马,保护工程计划从 2007 年到 2010 年共投资 219 亿元,实施水体治理。

2004 年,西湖再次推出 15 个旅游新景点并免费开放;成功举办中国国内旅游交易会;赴日本开展大型招商引资和旅游促销活动,启用“女子十二乐坊”为形象代言人;提出国际化发展方向和目标,形成旅游国际化发展战略,即旅游产品国际化、旅游品质国际化、旅游环境国际化,通过旅游国际化实践引领了城市国际化发展。杭州的做法,一是致力于市民与游客共享共建,营造好的环境;二是城市的有机更新与旅游产品构造的融合,以大拉小,以小促大;三是传统的城市风情与现代旅游服务紧密结合;四是城市与乡村统筹发展;五是构建复合型的产品体系与市场体系。此外,正式启动杭州旅游咨询服务中心建设及网络化布点;成功举办第六届西湖博览会,“西博之旅”形成城市会展旅游品牌;正式确立了“东方休闲之都”城市品牌,“和谐创业”成为杭州社会经济发展的新模式。

2005 年,杭州首创性地推出了 100 个社会资源国际旅游访问点,居民家庭、学校乃至法院、监狱等都纳入其中,在杭州入选“欧洲人最喜爱的中国旅游城市”活动中,农贸市场成为与西湖并列的喜爱理由之一。杭州荣获“中国茶都”称号。西溪湿地被命名为全国首个国家湿地公园,5 月 1 日开园。

2006 年,杭州举办世界休闲博览会,进一步推动休闲业发展,从此以崭新的面貌登上国际休闲经济的舞台。主要措施包括:建设休闲基地,特色街区项目推进,专项补贴和奖励,支持产业联盟,制定和推行休闲服务标准和培训,建立休闲生活体验点,建立良好的三江两岸景观休闲环境,建设绿道等。

2007 年,杭州成功举办“城市与旅游”国际论坛、国际足联女足世界杯、古典汽车中国之旅等活动。对境外旅游市场的开拓力度提升,实施杭州旅游欧洲旅行商合作伙伴计划。接轨奥运会和世博会,不断加大长江三角洲地区旅游产品整合包装和旅游市场营销推广力度。确定八大优先发展区的旅游休闲项目,继西湖风景名胜区、富阳市富春山居度假村成为首批“杭州市休闲基地”后,西溪