

普通高等教育旅游管理“十一五”规划教材

# 旅游信息管理 与信息系统

贾鸿雁 编 喻学才 审



化学工业出版社

普通高等教育旅游管理“十一五”规划教材

# 旅游信息管理 与信息系统

贾鸿雁 编 喻学才 审

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元



化学工业出版社

北京

ISBN 7-122-01221-2

定价：25.00元

本书是旅游管理专业旅游信息管理与信息系统教材。它采用信息学的视点与研究方法,按照信息管理过程的内在规律,系统阐述旅游信息的概念与特征、旅游信息源、旅游信息组织与检索、旅游信息服务等相关概念和方法;立足于社会信息化大环境,介绍国家旅游信息系统、旅游企业管理信息系统及旅游电子商务等的开发和应用。全书采用诸多来自于旅游行业内的现实材料,贴近实际,从信息管理的理论高度,解析当前旅游信息化建设的实践,并力图能提供理论的指导。本书也适于各级旅游主管部门、各类旅游企业的管理与从业人员,职业院校旅游类专业师生等参考使用。

### 图书在版编目(CIP)数据

旅游信息管理与信息系统/贾鸿雁编. —北京:化学工业出版社, 2007. 8

(普通高等教育旅游管理“十一五”规划教材)

ISBN 978-7-122-01001-8

I. 旅… II. 贾… III. ①旅游业-信息管理-高等学校-教材②旅游业-管理信息系统-高等学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 129260 号

---

责任编辑:唐旭华

文字编辑:张 婷

责任校对:陈 静

装帧设计:尹琳琳

---

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 刷:北京云浩印刷有限责任公司

装 订:三河市宇新装订厂

720mm×1000mm 1/16 印张13% 字数275千字 2007年9月北京第1版第1次印刷

---

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址:<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

---

定 价:22.00元

版权所有 违者必究

# 前 言

信息与物质和能源一同构成了现代社会的三大支柱资源。近年来,各种信息工程项目(如电子政务项目、企业信息化项目等)层出不穷,社会信息化进程正在加速进行。以全球互联网、通信技术为核心的信息技术正在引发整个旅游业的一场革命,深刻地改变着旅游业的经营、管理和运作模式,对旅游业的发展和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。旅游业是信息密集型和信息敏感型行业,旅游信息化建设是旅游业发展的内在要求与必然趋势。我国已加入WTO,外国旅游公司将携其资金、技术、优质服务等优势长驱而入,必然激发我国旅游市场空前的激烈竞争,而所引发的竞争从信息的角度理解,实质上是按信息化程度重新切分旅游市场蛋糕。我国旅游业面临着前所未有的机遇和挑战,只有大力推进信息化建设,才能占据主动,争取市场,实现我国由旅游大国向旅游强国的质的飞跃。

由于旅游业仍缺乏对信息管理重要性的深刻认识,缺乏对信息管理原理和应用策略的全面了解,亦即对信息管理理论与方法的重视和认识程度仍有欠缺,真正卓有成效的信息工程项目成功案例并不多见。信息管理是围绕信息资源的形成与开发利用,以信息技术为手段,对信息资源实施计划、组织、指挥、协调和控制的社会活动。它纵向包括信息生命周期的全过程,横向涉及技术、经济、人文社会三个层面<sup>①</sup>。随着人类进入信息时代,信息管理从早期主要是针对图书、资料、档案等文献信息的管理,深入到社会和经济活动的各个方面,涉及信息科学、计算机科学、管理学、经济学等多门学科领域的信息管理学的理论与方法体系也在不断完善中。

我国旅游信息管理教育始于20世纪90年代,1995年中国旅游出版社出版的《旅游信息管理》(马润洪著)作为中国旅游管理干部学院的培训教材,此后旅游管理信息系统、旅游电子商务等课程在高校旅游管理专业中的开设越来越普遍,也出现了邸德海主编的《旅游管理信息系统》(南开大学出版社2000年出版),杜文才主编的《旅游电子商务》(清华大学出版社2006年出版),巫宁、杨路明合著的《旅游电子商务理论与实务》(中国旅游出版社2003年出版)等一些较好的教材和著作。不过,总体上说,现有教材多是将管理信息系统的技术与方法简单移植过来,缺少学科间的有机结合。信息学、信息技术与旅游学科、旅游业管理尚需进一步整合。

---

① 何斌,张立厚. 信息管理原理与方法. 北京:清华大学出版社,2006.

本书更多地采用信息学的视点与研究方法（而非仅仅局限于管理信息系统），以旅游信息管理为核心，依照“概念—方法—手段”的内在逻辑联系建立本书体系。同时尽可能采用近年的新材料，采用来自于旅游行业内的现实材料，以信息管理的原理为指导，结合旅游业信息管理与信息系统开发和电子商务应用的实际，从信息管理的理论高度，解析当前旅游信息化建设的实践，并力图能提供理论的指导。

本书的主要内容如下。

(1) 旅游信息管理的基础知识与原理。信息管理学是信息科学与技术和管理学交叉的交叉学科，以现代管理科学原理为基础，信息科学理论和方法为根据，“信息生命周期”和“信息管理”为主线，针对管理过程的信息学本质和特征，按照信息管理过程的内在规律，研究信息的收集、组织、存储、检索、利用的基本原理与方法。旅游信息管理应建立在信息管理学的基础之上，同时又有突出的个性特征。本书将系统阐述旅游信息的概念与特征、旅游信息源、旅游信息组织与检索、旅游信息服务等相关概念和方法。

(2) 旅游信息系统的基础知识、方法与案例。信息系统是管理科学与计算机科学的交叉学科，是实现现代信息管理的重要手段。本书立足于国家网络基础设施建设、社会信息化环境的发展变化，全面介绍旅游信息化条件下旅游信息系统的开发、应用现状和发展趋势等内容，对旅游企业、旅游资源、旅游目的地、旅游电子商务等信息系统的需求分析、系统设计与实现进行阐述，并结合具体应用给出这些信息系统的实例。

本书内容已制作成用于多媒体教学的电子课件，并将免费提供给采用本书作为教材的相关院校使用。如有需要可联系：txh@cip.com.cn。

本书的编写，借鉴了诸多信息理论及旅游研究领域专家、学者的研究成果，参考了相关文献并引用了一些资料，谨向被引文献的著（作）者表示真挚的谢意。喻学才教授为本书审稿，提供了宝贵的意见，使笔者获益匪浅；本书作为东南大学“十五”规划教材，得到东南大学教务处的支持以及东南大学人文学院教学院长张天来博士、旅游学系主任周武忠教授等领导们的关心，在此表示衷心的感谢。

限于笔者学识，本书难免疏漏与不当之处，还望业界、学界的同仁不吝赐教。

编者  
2007年7月

# 目 录

<b>1 旅游信息与信息管理</b> .....	1
1.1 旅游信息的概念 .....	1
1.1.1 信息的定义 .....	1
1.1.2 信息与其他相关概念的关系 .....	2
1.1.3 旅游信息的定义 .....	4
1.2 旅游信息的特征、内容和类型 .....	5
1.2.1 旅游信息的特征 .....	5
1.2.2 旅游信息的内容 .....	8
1.2.3 旅游信息的类型 .....	9
1.3 旅游信息管理 .....	10
1.3.1 旅游信息管理的概念 .....	10
1.3.2 旅游信息管理的基本原理 .....	10
1.3.3 旅游信息与决策 .....	11
思考与练习 .....	13
<b>2 旅游信息源</b> .....	14
2.1 旅游文献信息源 .....	14
2.1.1 旅游文献的定义和内容范围 .....	14
2.1.2 旅游文献的特点 .....	15
2.1.3 旅游文献的类型 .....	16
2.2 非旅游文献信息源 .....	20
2.2.1 广播电视旅游信息源 .....	20
2.2.2 会议旅游信息源 .....	20
2.2.3 实物旅游信息源 .....	21
2.3 网络旅游信息源 .....	21
2.3.1 旅游网站 .....	21
2.3.2 国内外重要的联机信息系统 .....	21
2.3.3 网上电子图书 .....	24
2.3.4 网上电子期刊 .....	27
2.3.5 网上的电子报纸和其他传媒 .....	28
思考与练习 .....	29

<b>3</b>	<b>旅游信息组织</b> .....	30
3.1	旅游信息采集 .....	30
3.1.1	旅游信息采集的来源和范围 .....	30
3.1.2	旅游信息采集的原则 .....	30
3.1.3	旅游信息采集的方法 .....	31
3.1.4	旅游信息采集的程序 .....	33
3.2	旅游信息组织 .....	34
3.2.1	旅游信息组织的分类法 .....	35
3.2.2	旅游信息组织的主题法 .....	49
3.3	旅游信息存储 .....	51
3.3.1	旅游信息存储的载体 .....	51
3.3.2	图书馆的旅游信息存储 .....	52
	思考与练习 .....	55
<b>4</b>	<b>旅游信息检索</b> .....	56
4.1	旅游信息检索概述 .....	56
4.1.1	旅游信息检索的概念和原理 .....	56
4.1.2	旅游信息检索的类型 .....	57
4.1.3	旅游信息检索的方法 .....	57
4.1.4	旅游信息检索的途径 .....	58
4.1.5	旅游信息检索的步骤 .....	59
4.1.6	检索效果评价 .....	60
4.2	旅游信息的手工检索系统 .....	61
4.2.1	旅游检索工具书——书目、索引、文摘 .....	62
4.2.2	旅游参考工具书——词典、百科全书 .....	67
4.2.3	旅游参考工具书——年鉴、手册、名录 .....	69
4.2.4	旅游参考工具书——表谱、图录 .....	71
4.2.5	旅游参考工具书——类书、政书 .....	72
4.2.6	边缘性工具书——丛集汇编 .....	74
4.3	旅游信息的计算机检索系统 .....	76
4.3.1	计算机检索的相关概念 .....	76
4.3.2	计算机检索的基本方法 .....	77
4.3.3	计算机检索的技巧 .....	79
	思考与练习 .....	80
<b>5</b>	<b>旅游信息服务</b> .....	82
5.1	旅游信息需求分析 .....	82

5.1.1	旅游信息用户	82
5.1.2	用户的旅游信息需求	83
5.2	旅游信息服务的方式	85
5.2.1	信息报道服务	85
5.2.2	信息检索服务	86
5.2.3	信息咨询服	86
5.2.4	定题服务	87
5.3	我国旅游信息服务概况	87
5.3.1	我国的旅游信息服务体系	87
5.3.2	旅游咨询中心的信息服	90
5.3.3	各地旅游信息咨询业概况	91
	案例 5-1 北京旅游咨询服务中心发展模式探讨	96
	案例 5-2 澳大利亚的旅游信息服务	100
	案例 5-3 美国游客信息中心的免费信息	101
	思考与练习	103
<b>6</b>	<b>旅游管理信息系统</b>	104
6.1	相关概念与技术基础	104
6.1.1	系统的概念	104
6.1.2	管理信息系统的概念	106
6.1.3	旅游信息系统的概念与技术基础	109
6.2	旅游信息系统的总体规划	115
6.2.1	旅游信息系统的生命周期	115
6.2.2	旅游信息系统的开发步骤	116
6.2.3	旅游信息系统的总体规划	117
6.3	旅游信息系统的分析与设计	119
6.3.1	系统分析	119
6.3.2	系统设计	122
6.4	旅游信息系统的实施与维护	124
6.4.1	系统实施	124
6.4.2	系统维护	124
6.4.3	系统安全	125
6.4.4	系统评价	125
	案例 6-1 基于 GIS 的北京旅游信息系统的设计与开发	126
	思考与练习	128
<b>7</b>	<b>国家旅游信息系统</b>	129
7.1	中国旅游信息化建设	129



7.1.1	中国旅游信息化发展概况 .....	129
7.1.2	国家旅游信息化工程——金旅工程 .....	130
7.1.3	中国旅游信息化建设的成就与发展对策 .....	141
7.2	国家旅游资源信息系统 .....	143
7.2.1	旅游资源信息系统的概念 .....	143
7.2.2	国家旅游资源信息系统的目标与功能 .....	143
7.2.3	国家旅游资源信息系统的框架结构 .....	144
7.2.4	旅游资源信息系统的应用 .....	145
7.3	假日旅游预报系统 .....	146
7.3.1	概述 .....	146
7.3.2	总体设计 .....	148
7.4	旅游统计信息管理系统 .....	150
7.4.1	旅游统计概述 .....	150
7.4.2	旅游统计信息管理系统总体设计 .....	152
	思考与练习 .....	156
<b>8</b>	<b>旅游企业管理信息系统 .....</b>	<b>157</b>
8.1	饭店管理信息系统 .....	157
8.1.1	饭店信息管理概述 .....	157
8.1.2	饭店管理信息系统分析 .....	159
8.1.3	饭店管理信息系统功能设计 .....	162
8.2	旅行社管理信息系统 .....	166
8.2.1	旅行社管理信息系统分析 .....	166
8.2.2	旅行社管理信息系统功能设计 .....	171
8.3	旅游汽车公司管理信息系统 .....	175
8.3.1	旅游汽车公司业务/system分析 .....	175
8.3.2	旅游汽车公司管理信息系统的功能设计 .....	176
	案例 8-1 浪潮通软酒店管理软件 .....	178
	案例 8-2 金棕榈旅行社业务流程重组信息管理系统 .....	182
	案例 8-3 旅行社全球在线办公系统 .....	183
	思考与练习 .....	186
<b>9</b>	<b>旅游电子商务 .....</b>	<b>187</b>
9.1	旅游电子商务概述 .....	187
9.1.1	旅游电子商务的概念 .....	187
9.1.2	旅游电子商务的运行模式 .....	189
9.1.3	旅游电子商务的发展 .....	191

9.2 旅游电子商务的构建 .....	194
9.2.1 旅游电子商务框架 .....	194
9.2.2 旅游电子商务系统构建流程 .....	195
9.2.3 旅游电子商务系统模型 .....	196
9.2.4 旅游电子商务的赢利模式 .....	197
9.3 旅游目的地营销系统 .....	198
9.3.1 旅游目的地管理/营销组织 (DMO) 及其电子商务 .....	198
9.3.2 旅游目的地营销系统的概念与功能 .....	198
9.3.3 旅游目的地营销系统的应用 .....	200
案例 9-1 中国旅游目的地营销系统总平台“中国旅游网 China. travel” .....	204
思考与练习 .....	205
<b>参考文献</b> .....	<b>206</b>

# 1

## 旅游信息与信息管理

当今时代,信息无时不在、无处不在,如同空气一样包围着我们。围绕着旅游这项广泛而复杂的社会活动也有着庞大而繁复的信息量和信息流,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 旅游信息的概念

#### 1.1.1 信息的定义

信息是现代社会的三大支柱资源之一,普遍存在于自然界、人类社会和人的思维之中。从微观世界到宏观世界,从无机界到有机界,从植物到动物,从机器到人,都能产生信息,也能接收信息,因此,信息成为许多学科的研究对象。不同领域的学者从不同的角度来研究信息,形成了信息的多种定义。

信息作为科学术语是由哈特莱(R. V. Hartley)于1928年在《信息传输》(Transmission of Information)一文中首次使用的。从通信的角度,他把信息理解为通信符号的方式,并用选择的自由度来计量信息。20世纪40年代后期,随着系统论、控制论和信息论的发展,“信息”成为一个科学概念,广泛应用于自然科学和社会科学的许多领域,然而其含义往往是不同的。信息论的创始人申农(C. E. Shannon)从研究通信理论出发,认为信息是关于环境事实的可通信的知识,通过各种形式,包括数据(字母、符号和数字)、代码、图形、报表、指令等反映出来的。在系统论中,信息被认为是系统内部联系的特殊形式。控制论的创始人维纳(Norbert Wiener)认为,信息是人们在适应外部世界并且使这种适应反作用于外部世界的过程中同外部世界进行交换的内容的名称。在经济学和管理学中,信息泛指一般的数据、资料、消息、情报、知识等,有组织内部的信息,如生产信息、财务信息、销售信息和资源信息;有组织外部的信息,即环境信息,包括市场价格信息、消费者信息、竞争对手信息和政策法规等<sup>①</sup>。

从各种对信息概念的文字阐述来看,信息不是事件或物体的本身,它和物质不同,没有物质那样的实体,而是一种抽象的又无所不在的东西。信息是客观事物存

<sup>①</sup> 何斌,张立厚. 信息管理原理与方法. 北京:清华大学出版社,2006.

在的方式或运动状态，以及关于客观事物存在方式或运动状态的陈述。信息可以通过多种方式传递。

### 1.1.2 信息与其他相关概念的关系

#### (1) 数据、信息和知识的关系

信息和数据经常被混用，但在一些特定的范畴（如管理信息系统）中，二者是有区别的。数据是一组表示数量、行动和目标的非随机的可鉴别的物理符号，可以是数字、字母或其他符号（如\$）或图像、声音、味道等，具有客观性和符号性。所谓客观性是指数据是对客观事实的描述，它反映了某一客观事实的属性；符号性是指数据对客观事实的记录必然要通过一些特定的符号，符号是数据的具体表现形式。

信息是数据荷载的内容，在管理信息系统的应用中，信息是有一定含义的数据；是经过加工后的数据；是对决策有价值的信息；是人们对数据进行解释所得到的某种意义。对于同一信息，其数据表现形式可以多种多样。

总之，信息和数据是既相联系又有区别的两个概念，可以将数据比喻成原料，而信息是产品，信息是经过加工、处理了的数据。数据是客观的，反映某一客观事实，而不能说明这一事实与人们采取的行动是否有关；信息取决于人们的主观要求，对人们的决策或行动产生某种影响。两者的区分又是相对的，正如一个系统的产品可能是另一个系统的原料，一个系统的信息可能成为另一个系统的数据。

知识是信息接收者通过对信息的提炼和推理而获得的认识，是人类通过对事物运动规律的把握。知识借助于一定的语言形式，或物化为某种劳动产品的形式，可以交流和传递给下一代，成为人类共同的精神财富。知识随着社会实践、科学技术的发展而发展。人类接受了来自人类社会及自然界的大量信息，通过实践活动和大脑的思维活动，将这些信息结合实践活动进行分析与综合，形成新的认识，这种经过加工、孕育后的信息就成为知识。可以说，知识是同类信息的深化、积累，是优化了的信息的总汇和结晶。从外延上来看，知识包含在信息之中。

将信息转化为知识，再将知识转化为智慧，是一种动态的过程、开拓的过程。反过来，智慧又常会转化为新的知识，新的知识又常会转化为新的信息，通过一定的手段和社会传递过程，借助于某些媒体传递给特定的使用者。

概言之，数据是信息的原材料，而信息则是知识的原材料；数据涵盖范围最广，信息次之，知识最小。三者关系如图 1-1 所示。

#### (2) 信息与文献的关系

什么是文献？在不同的时期，对其有不同的理解。“文献”一词最早见于《论语·八佾》。元代学者马端临最早以“文献”来命名他的著述，即著名的政书《文献通考》。他认为“文”是书籍的记载，“献”为学士名流的言论。因此，在古代，所谓文献包括历史上的图书、档案和当时贤者的言论，有两层含义。到了现代，人们对文献的性质有了进一步的认识，例如《辞海》的不同版本对“文献”一词曾先后加以不同的解释。随着近几十年科学技术的发展，新的文献载体相继出现，如磁盘、缩微平片、幻灯片、录音带、录像带、光盘等，人们对文献做出了新的定义。

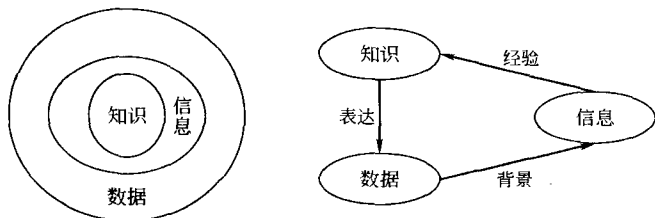


图 1-1 数据、信息和知识的相互关系

国际标准化组织《文献情报术语国家标准》(ISO/DIS5217)对文献的解释是：“在存储、检索、利用或传递记录信息的过程中，可作为一个单元处理的，在载体内、载体上或依附载体而存储有信息或数据的载体。”另据《国际标准书目著录(总则)》[ISBD(G)]定义：“文献是指以任何实体形式出现的，作为标准书目著录的书目文献实体。”我国颁布的《中华人民共和国国家标准·文献著录总则》(GB 3792·1—83)对文献定义为：“文献是记录有知识的一切载体。”所谓“一切载体”，就不仅包括传统的常见的纸质印刷品，还包括有实物形态的各种材料。可见，文献的范围非常广泛，图书是文献，报纸、期刊是文献，录音带、录像带、光盘、电影片也是文献，随着现代科学技术的发展，出现了各种各样的记录信息和知识的方式，多媒体的发明就是这种方式的较为集中的体现。文献是记录信息或知识的物质形式，也是实现信息或知识交流的重要工具。

人类信息交流有两种最基本的方式——直接交流和间接交流，如图 1-2 所示。直接交流，或称非正式交流，如交谈、演讲、授课等，其过程带有明显的个性，无需通过专门的文献系统，不能由专职信息人员代劳，只能由当事人自己完成。信息的直接交流有着重要的意义，具备敏锐的信息意识的人，会随时留意捕捉、网罗对自己有用的信息，消化并分析这些信息，以触发新思想的产生。对于科学研究而言，资料表明，全部科学信息大约有 1/3 是通过非正式渠道（如代表会议、讨论会、报告会等）传递的。文献学家 D·普赖斯(Derek John De Solla Price)认为，那些激励着每位科学家并使其研究成为可能的信息中，80%左右是在那些资料正式报道之前通过非正式渠道从其他研究人员那里得到的。



图 1-2 信息交流的两种形式及其与文献的关系

不过，直接交流的信息有时稍纵即逝，存在明显弱点，如：接触的人有限，往往只有少数人有机会参加直接交流，对于多数人来说，这种机会很少；缺乏有效的社会监督，没有经过权威人士或机构评价的信息缺乏可信度；不便于以后的加工整理、存储和积累。

信息交流的另一种形式，是借助于文献系统的正式交流，或曰间接交流过程，这是知识信息交流的主要方式。如果没有文献，没有构成所谓正式渠道的整个文献传播系统，也就没有人与人之间的文明交流，没有现代科学和现代生活，没有人类社会的进步，而文献系统的构建与利用则离不开信息工作。

#### (3) 信息与能量、物质的关系

物质、能量和信息是构成现代社会发展的三大要素。正如维纳所说：“信息就是信息，既不是物质也不是能量”。首先，信息不同于物质。信息是物质的普遍属性而不是物质本身，它所表现出来的是物质运动的表征，是物质之间的联系与相互作用。其次，信息也不同于能量。信息是物质运动的表征，而能量是物质运动的度量。能量转换遵循能量守恒定律，而信息转换不存在守恒现象；能量不能共享而信息可以共享。信息与能量的功能也不同，能量为人类提供动力，而信息为人类提供知识和智慧。

不过三者之间也存在密切联系。首先，三者都统一于物质，物质是第一性的，能量和信息都源于物质。其次，物质是信息的源泉。任何物质的运动过程同时也是信息运动的过程，而任何信息运动的过程都离不开物质的运动过程。换言之，信息不能脱离物质而单独存在。第三，信息与能量密不可分。信息的获取和传递离不开能量，能量的转换与驾驭也离不开信息。最后，信息与物质、能量可以相互转化。信息虽然既不是物质也不是能量，但在一定条件下，信息可以转化为物质和能量，“知识就是力量”、“知识就是生产力”等名言正是这种转化关系的形象表述。

#### (4) 信息的生命周期

信息是有生命周期的。信息的生命周期可分为要求、获得、服务、退出四个阶段。

① 要求：信息的孕育和构思阶段。人们根据所发生的问题，根据要达到的目标，根据设想可能采取的方法，构思所需要的信息类型和结构。

② 获得：得到信息的阶段。包括信息的收集、传输及转换成合用的形式，达到使用的要求。

③ 服务：信息利用的阶段。信息随时准备为用户使用，以支持各种管理活动和决策。

④ 退出。信息已经老化，失去了价值，没有再保存的必要，将其更新或销毁。

信息生命周期的每个阶段又包括一些过程，这些过程支持每个阶段的实现。各阶段可能有相同的过程，而且可能不止一次。这些过程包括信息的收集、传输、加工、存储、维护、使用6种。

### 1.1.3 旅游信息的定义

关于旅游信息的定义尚无统一的定论，一方面是因为对旅游信息的专门研究时间不长，另一方面则与旅游业高度的综合性和极强的关联性有关。刘晓虹、陈耀从信息和旅游业的概念出发，对旅游信息进行探讨与研究。他们认为：“广义的信息指的是事物存在方式和运动状态的反映以及事物之间的相互联系。狭义的信息指的是经过加工处理后对于接受者具有某种使用价值的那些数据、消息、情报的总称。信息有自然信息和社会信息之分，且具有时效性、传递性和量度性的基本特征。旅

游业是以旅游资源为凭借,以旅游设施为条件,为旅游者的旅行游览活动提供各种服务的一系列相互关联的特殊行业。”从这两个概念出发,旅游信息可理解为“包括各旅游景区、景点、各旅行社、旅游人数、旅游交通工具、餐饮住宿、气象等多种要素所构成的数据、消息和情报的总称。旅游信息从概念上看,可属于狭义的信息;从内容上看,是社会信息和自然信息的交叉结合。”<sup>①</sup>李天顺、张红在《旅游业管理》(陕西师范大学1998年出版)一书中把旅游信息定义为:旅游信息是指反映旅游活动及其发展变化情况的各种消息、情况、资料的总称。陈志辉、陈小春认为旅游信息“是对旅游活动运动、变化、发展的状况、特征、本质与规律的反映。简单地说,旅游信息就是旅游活动的再现。”<sup>②</sup>这些定义对旅游信息的构成进行了描述,并试图从本质上对旅游信息进行概括。结合前述对信息的理解,我们可以将旅游信息定义为:旅游信息是有关旅游活动状态与规律的客观陈述,包含以下三层意思。

#### (1) 旅游信息是对旅游活动状况的客观陈述

旅游活动的构成要素有旅游者、旅游资源、旅游业等。这些构成要素又分成很多种类,各构成要素之间的属性各异。不同属性的构成要素在旅游活动中所处的地位和所起的作用是各不相同的。旅游信息反映旅游活动各构成要素的状况。

#### (2) 旅游信息是对旅游活动运动、变化、发展的客观陈述

旅游信息对于旅游活动的运动、变化、发展进行客观陈述。从时间上说,有过去的、现在的、未来的旅游信息;从内容上讲,有旅游者、旅游资源、旅游业等各方面的旅游信息。

#### (3) 旅游信息是对旅游活动本质与规律的反映

旅游信息反映旅游活动的状况,而且反映其本质与规律。“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必然联系,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的必然发展趋势。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、发展的状况,还应揭示出旅游活动的本质与规律,这样,信息用户才能根据旅游信息做出科学的旅游决策,从而对旅游活动起到导向作用。

## 1.2 旅游信息的特征、内容和类型

### 1.2.1 旅游信息的特征

#### (1) 信息的特征

<sup>①</sup> 刘晓虹,陈耀.关于旅游业信息化管理的思考.地方政府管理,2001,(11):29-30.

<sup>②</sup> 陈志辉,陈小春.旅游信息学.北京:中国旅游出版社,2003

① 事实性。事实性是信息最基本的性质。事实是信息的价值，不符合事实的信息无益且有害，会危害人们的决策或行动。收集信息时，必须首先研究其事实性。维护信息的事实性，也就是维护信息的真实性、准确性、客观性，从而达到信息的可信性。

② 不完全性。有关某一客观事实的信息不可能完全地得到，而且也没有必要。这就要求在数据收集时做到主次分明，正确抽取有用信息，滤去不重要的失真的信息。

③ 滞后性。信息是数据加工后的结果，落后于数据，从数据到信息到决策到行动，各个阶段都要时间。要努力使信息的滞后性达到最小。

④ 共享性。信息只能共享，不能交换。信息分享不同于物质交换的得失零和，而会有多种情形，如我不失你得；你得我也得；你得我失；我不失你不得。信息共享性在旅游活动和旅游管理中会造成信息分享的复杂性。

⑤ 可压缩性。信息可以进行浓缩、概括和综合，而不至于丢失信息的本质。压缩过程中会丢失一些信息，但丢失的应当是无用的或不重要的信息。信息压缩在实际中是很有必要的，因为我们没有能力收集一个事物的全部信息，也没有能力和必要储存越来越多的信息，只有正确地舍弃信息，才能正确地使用信息。

⑥ 扩散性。信息的扩散是其本性，它总是力图冲破保密的非自然约束，通过各种渠道和手段向四面八方传播。信息的浓度越大，信息源和接收者之间的梯度越大，信息的扩散力度越强。越离奇的消息、越耸人听闻的新闻传播得越快，扩散的面越大。信息的扩散存在两面性。一方面有利于信息与知识的传播和共享，另一方面也可能造成信息的贬值，不利于保密，可能危害国家或企业的利益，不利于保护信息所有者的积极性，因此有时要人为筑起信息壁垒，以防止某些信息的扩散。

⑦ 传输性。信息是可以传输的，可以利用电话、电报进行国际、国内通信，也可以通过光缆卫星传遍全球；传输的形式也越来越完善，包括数字、文字、图形和图像、声音等。信息的传输既快又便宜，其传输成本远远低于传输物质和能源，因而我们应当尽可能用信息的传输代替物质的传输，利用信息流减少物质流。

⑧ 转换性。信息、物质和能源是人类现在利用的三项重要资源。三者有机联系、三位一体、互不可分，有物质存在，必有促使它运动的能量存在，也必有描述其运动状态和预测未来的信息存在。三者又是可以互相转化的。有能源、有物质能换取信息，这是不言而喻的。大量事实说明，有信息亦能转化为物质和能源，国际经营中“有了信息就有了一切”的说法就是对这种转化的一种艺术的概括。

## (2) 旅游信息的特征

旅游信息不仅具有信息的一般特征，而且具有其自身的特征。

① 时效性。旅游信息的时效性，一方面是由信息生命周期律决定的，另一方面是由旅游活动的暂时性决定的。生命周期律决定了旅游信息同其他信息一样，使用价值的大小受到时间的限制。同时由于旅游活动的暂时性特点，旅游信息对信息用户来说，具有很强的时效性。通常旅游者和旅游管理人员决策需要最新的旅游信



息，而滞后的旅游信息因受到各种因素的影响，容易导致信息失真的状况，从而影响决策。

旅游信息的时效性要求信息处理过程的时间间隔短，传递速度快，使用及时，这样就要求充分做好旅游信息的采集、鉴别、筛选、整序、传递等各个环节的工作，并抓住预兆性的信息，做出正确的分析和预测。

② 广泛性。由于旅游活动的构成广泛复杂，因而再现旅游活动的旅游信息也具有广泛复杂性。旅游信息包括旅游者、旅游资源、旅游业及其他相关信息。如旅游者的姓名、性别、年龄、职业、收入等，各种自然与人文旅游资源信息，各种直接、间接与旅游业相关信息等。

③ 动态性。旅游活动的各要素都处在不断变化、发展之中。旅游活动是暂时性行为，对整个旅游活动而言旅游者是不固定的，甚至旅游者群体也不固定。各种旅游资源也处在不断开发、完善之中，新的旅游资源不断被挖掘。而且旅游活动通常有明显的淡旺季，交通、住宿、餐饮等相关要素都在不断变动中。因此，反映旅游活动运动、变化、发展的状况、特征、本质与规律的旅游信息是动态的。

④ 规律性。尽管旅游信息广泛复杂，灵敏多变，但旅游信息量的增长及用户对旅游信息的需求却具有一定的规律性。一般而言，在旅游旺季，旅游信息量的增长比较大，对于旅游信息的需求量也比较大。旅游淡季则相反。

⑤ 价值性。旅游信息是旅游信息工作人员整理、加工而成的劳动产品，是用来交换的信息商品，具有价值和使用价值的双重属性。旅游信息的价值有两种衡量方法：

一是按所花的社会必要劳动量来计算，其方法和计算其他一般产品价值的方法一样。

$$V=C+P$$

式中  $V$ ——信息产品的价值；

$C$ ——生产该信息所花成本；

$P$ ——利润。

二是衡量使用效果的方法。该方法认为信息的价值是在决策过程中用了该信息所增加的收益减去获取信息所花费用。“收益”指：如果在设计选择方案时，由于用了信息进行方案比较，在多个方案中选出最优的，比不用信息随便选一个方案，两种方案所获经济效益的比较。

$$P=P_{\max}-P_i$$

式中  $P_{\max}$ ——最好方案的收益；

$P_i$ ——任选某个方案的收益。

第一种方法算出的可称为信息的内在价值，第二种算出的为信息的外延价值。生产信息产品的企业，应用内在价值确定信息的定价；使用信息的用户，应用外延价值衡量信息是否合用，值不值得去收集信息。

旅游信息同其他信息产品一样，可以进入信息商品流通领域，但与一般物质商