

TOURISM

旅游管理专业考研参考书

旅游管理

LU YOU GUAN LI ZHI SHI TI JIE

知识题解

袁国宏 张月芳 ● 著

中国旅游出版社

旅游管理专业考研参考书

旅游管理知识题解

袁国宏 张月芳 著

中国旅游出版社

责任编辑：谭 燕

责任印制：李崇宝

封面设计：吴 涛

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游管理知识题解/袁国宏, 张月芳著. —北京: 中国旅游出版社, 2003.4

ISBN 7-5032-2166-6

I. 旅… II. ①袁…②张… III. 旅游经济-经济管理-研究生-入学考试-解题 IV. F590-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 026104 号

书 名：旅游管理知识题解

著 者：袁国宏 张月芳

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)

印 刷：北京冶金大业印刷有限公司

版 次：2003 年 4 月第 1 版 2003 年 4 月第 1 次印刷

开 本：850 毫米×1168 毫米 1/32

印 张：16.375

字 数：400 千字

印 数：1-5000 册

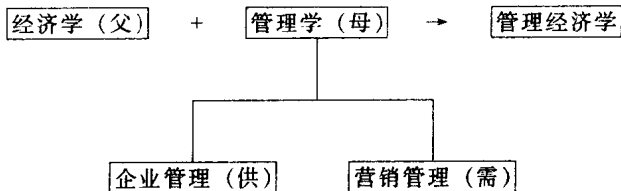
定 价：30.00 元

版权所有 翻印必究

前言

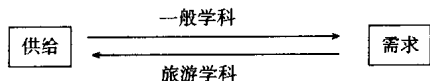
先用一个故事来阐述旅游管理学科与其他学科的关系，作为本书选题的依据。

大约在 19 世纪中期，有一位追求卓越和效率的妈妈名叫“管理学”，先后生了两个女儿，大女儿起名叫“企业管理学”，其职业是调节和管理供给；小女儿起名叫“营销管理学”，其职业是调节和管理需求。那么她们的爸爸是谁呢？美国西北大学明星教授菲利普·科特勒经考证后说：“经济学是营销学的父亲”，营销是“一种社会和管理过程”。

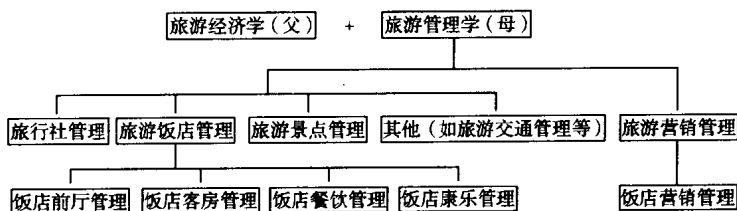


“旅游学”是多情的第三者，她姗姗来迟、复杂多变、魅力四射。其他家族都是从“供给”的领域中走出来的，而她是从“需求”的领域中走出来的，所以她的出生就注定了她天然与众不同，有的人称她为“永不衰落的朝阳”，正是根据“人的基本需要是永恒的”而做出的论断。有的人甚至预言：“未来 20 年，世界经济将从服务性经济向经历性经济转变，服务行业的重心向能够提供消费者直接参与的独特经历转变”。

她的出生与其他族系的迥异，也引起了业内外人士的不解和误解，多少年来人们一直对此争论不休。她与经济学融合就是旅游经济学，她与管理学融合就是旅游管理学，她与心理学融合就是旅游心理学，她与地理学融合就是旅游地理学，等等。



旅游管理学现在已经儿孙满堂了，大女儿“旅游企业管理”已派生了旅游饭店管理学、旅行社管理学、旅游景点管理学等，甚至孙辈都有了，如饭店餐饮管理、饭店前厅管理、饭店客房管理；小女儿“旅游营销管理”也派生了旅游饭店市场营销学等。



前

言

“忽如一夜春风来，千树万树梨花开。”1992年，“旅游管理”家族茁壮成长，成为世界上最大的家族。她的旺盛生命力引起了人们的广泛好奇和关注，有人惊叹，有人疑惑，有人忧心忡忡，有人欢喜雀跃。人们开始为他们编写族谱，为她们寻根溯源。世界各国因为水土不同、文化各异，编出来的族谱也不尽相同。

在中国，出于旅游发展的需要，人们一直称其为“旅游经济”，属于“经济学”家族。1998年人们才开始为其正式编写族谱，人们意识到父系氏族制不利于家族成长，采用母系氏族制，“旅游经济”正式更名为“旅游管理”。据“管理学”族谱上记

载,第一代是工商管理,第二代是旅游管理。这样一来,“旅游管理”族系的辈分就偏低了,激起了一些人士的不满。

1994年,我在杭州以“业余导游”的身份,成为“旅游”大家族中的一员。出于对她的热爱和好奇,1996年我用了整整一年的时间自学了专业基础课“管理经济学”和专业课“旅游学原理”(《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游市场营销学》三门专业课;中国人民大学复印报刊资料《旅游管理》;近一年的《中国旅游报》),以总分第一名的成绩,正式入读浙江大学旅游学院九七级硕士研究生。令我回味的是,除了三门公共课外,只须自学四本书,就能让我从“化学化工系金属腐蚀与防护专业”转变为“旅游学院旅游管理专业”,从“工程学学士”跃迁为“管理学硕士”。在惊喜的同时,我希望与大家分享我的经验,希望为有意进入“旅游管理”家族的学子们提供一本“考研”专业参考书。

改革开放之初,邓小平同志发表的关于发展旅游业的五篇谈话,是促进我国旅游业实现产业化和大发展的第一个里程碑。中国旅游业经过短短20多年的历程,已在国际上形成了亚洲旅游大国的鲜明形象,在国内确立了国民经济新的增长点产业地位,是在邓小平理论及其旅游经济思想指导下取得的。邓小平旅游经济思想是邓小平理论的重要组成部分,是中国旅游业的立业之本和发展之纲。正是在此基础上,国家旅游局提出“培育新兴支柱产业,建设世界旅游强国”的宏伟战略目标。

在千年更替、世纪更新的历史时刻,在我国社会主义现代化建设胜利实现第二步战略目标,进入“彻底摆脱贫困,全面建设小康社会重要战略机遇期”,当中国旅游业带着20世纪写就的辉煌成就,肩负着未来20年内实现世界旅游强国的历史重任跨入新世纪大门之际,2001年1月8日,一件载入中国旅游业发展史册的历史盛事——全国旅游发展工作会议,在北京隆重召开,

奏响了中国旅游业新时代发展的新乐章，揭开了中国旅游业新世纪发展的新篇章。这次会议是国务院对全国旅游工作的最高肯定，它进一步明确了旅游业在国民经济和社会发展中的战略地位和巨大作用，它是新形势下落实政府主导型发展方针最有力的体现，它是加快实现旅游“十五”计划和世界旅游强国目标强有力的保证，它是促进我国旅游业在新世纪更快更好发展的动员会议，是我国旅游业发展史上的第二个里程碑。

2002年11月8日，中国共产党第十六次全国代表大会在北京召开。大会的主题是：高举邓小平理论伟大旗帜，全面贯彻“三个代表”重要思想，继往开来，与时俱进，全面建设小康社会，加快推进社会主义现代化，为开创中国特色社会主义事业新局面而奋斗。根据旅游发达国家的经验，人均国民生产总值达到800~1000美元，不仅是小康社会的主要标志，也是旅游消费和旅游业发展上台阶的时期。这一时期，旅游的大众化、普遍化开始迅猛发展，旅游逐步成为人民生活的基本要素之一，从我国的情况看，国内旅游消费发展势头迅猛。十六大报告中指出：“我国正处于并将长期处于社会主义初级阶段，现在达到的小康还是低水平的、不全面的、发展很不平衡的小康，人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾仍然是我国社会的主要矛盾。”可以预见，全面建设小康社会的奋斗目标，必将促进我国旅游的进一步大众化。

十六大报告还指出：“综观全局，21世纪头20年，对我国来说，是一个必须紧紧抓住并且可以大有作为的重要战略机遇期。”而世界旅游组织预测，到2020年，我国将成为世界第一位最大的旅游目的地，接待旅游人数将达到1.37亿人次，同时也将成为第四大客源输出国，出境旅游人数将达到1亿人次。为此，国家旅游局于新千年初始就提出了今后20年发展的宏伟目标，即要在前20年实现从旅游资源大国向世界旅游强国的历史

性跨越的基础上,继续开拓奋进,实现从亚洲旅游大国向世界旅游强国的历史性跨越。

“认识是行动的基础,理论是实践的指南”。产业的成熟与理论的成熟是紧密结合在一起的,产业的创新更需要理论的超前创新,旅游理论的创新是旅游知识创新的基础。在历史责任感的驱动下,我在当年背过两遍的四本笔记基础上,以邓小平旅游经济思想、“三个代表”重要思想为指导,结合21世纪开局世界和中国旅游业发展的新形势,运用最新的理论成果,撰写了这本反映时代特点的著作。

本书是适应中国旅游发展史上第二个里程碑后的新形势撰写的,它与以往出版的旅游类教材或著作有两点不同之处:一是以邓小平旅游经济思想为指导,适应了社会主义市场经济的发展要求,适应了中国旅游发展史上第二个里程碑后的新形势,反映了“解放思想、实事求是、与时俱进”的时代精神;二是做到理论与实际相结合,反映了旅游学科是指导“基于实物经济和服务经济的经历经济”、“应用经济”的科学理论。

可以说,这本书是用七年时间写成的。它是“先由厚到薄,再由薄到厚”的产物,有助于读者用系统论的观点看待旅游管理专业的学科建设和教材编排问题,也有助于今后旅游方面的书籍多一些模型和数量分析,不只局限于文字性的描述。

本书不追求包罗万象,只求把基本的原理、概念、公式、模型阐述清楚。本书中的问题原则上选自浙江大学旅游学院“考研”专业课指定用书。选题的标准是书中例题、课后习题、重点难点问题。该书主要供报考旅游管理专业硕士研究生、专升本学生、自考生和旅游院校在校学生使用,它对于提高旅游业内人士的专业水平也有很大帮助。

袁国宏于海南大学旅游学院

2002年9月

目 录

前言	1
第一章 旅游学知识	1
第一节 旅游学研究对象和任务	1
第二节 旅游的产生与发展	7
第三节 旅游者	28
第四节 旅游资源	34
第五节 旅游业	43
第六节 旅游设施与交通	52
第七节 住宿业	57
第八节 旅游市场	62
第九节 旅游业的经济影响	72
第十节 旅游的社会文化影响	80
第十一节 旅游组织和旅游政策	86
第十二节 旅游发展的途径和趋势	99
第二章 旅游经济学知识	111
第一节 旅游经济学的研究对象	111
第二节 旅游经济活动	118
第三节 旅游产品	123
第四节 旅游需求与供给	135

第五节	旅游市场·····	152
第六节	旅游价格·····	167
第七节	旅游消费·····	174
第八节	旅游收入与分配·····	187
第九节	旅游经济效益·····	199
第十节	旅游投资决策·····	220
第十一节	旅游经济结构·····	233
第十二节	旅游发展战略·····	241
第三章	旅游营销管理学知识·····	250
第一节	绪论·····	250
第二节	旅游市场营销环境·····	260
第三节	旅游者的消费需求·····	267
第四节	旅游市场调研和预测·····	269
第五节	旅游目标市场的选择·····	273
第六节	旅游市场营销决策与计划·····	278
第七节	旅游产品策略·····	293
第八节	旅游定价策略·····	302
第九节	旅游分销渠道策略·····	305
第十节	旅游促销策略·····	313
第十一节	服务市场营销管理·····	320
第十二节	旅游市场的发展趋势和开发·····	333
第四章	管理经济学知识·····	343
第一节	绪论·····	343
第二节	供需法则和需求—供给分析·····	347
第三节	需求分析和需求估计·····	351

第四节	生产决策分析	
	——投入要素的最优组合问题·····	359
第五节	生产决策分析	
	——产品产量的最优组合问题·····	370
第六节	成本利润分析·····	374
第七节	市场结构与企业的价格和产量决策·····	386
第八节	定价实践·····	395
第九节	广告和推销决策分析·····	401
第十节	长期投资决策·····	407
第五章	管理经济学知识应用 ·····	419
第一节	绪论·····	419
第二节	供需法则和需求—供给分析·····	423
第三节	需求分析和需求估计·····	426
第四节	生产决策分析	
	——投入要素的最优组合问题·····	432
第五节	生产决策分析	
	——产品产量的最优组合问题·····	442
第六节	成本利润分析·····	445
第七节	市场结构与企业的价格和产量决策·····	463
第八节	定价实践·····	470
第九节	广告和推销决策分析·····	478
第十节	长期投资决策·····	481
附表 ·····		503
主要参考文献 ·····		507
后记 ·····		509

第一章 旅游学知识

第一节 旅游学研究的对象和任务

1. 怎样给旅游下定义？对旅游定义的不同表述中，人们已取得了哪些共识？

答：(1) 参照世界上现有的、具有代表性的各种旅游定义，依据旅游发展的客观实际，我们把旅游的定义归纳为：旅游是人们离开常住地到异国他乡访问的旅行和暂时停留所引起的各种现象和关系的总和。

(2) 对旅游定义的不同表述中，人们至少在以下三个方面已经取得了共识：①旅游是人们离开自己的定居地，去异国他乡访问的活动，这一点反映了旅游活动的异地性。②旅游是人们前往旅游目的地，并在那里作短期停留的访问活动。这种短期停留有别于移民性的永久居留。这一点反映了旅游活动的暂时性。③旅游是人们的旅行和暂时居留而引起的各种现象和关系的总和。它不仅包括旅游者的活动，而且涉及这些活动在客观上所产生的一切现象和关系。这一点反映了旅游活动的综合性。

2. 旅游的本质是什么？如何理解现代旅游的社会属性？

答：(1) 到了现代社会，旅游活动的主体发生了变化，人民

成为旅游活动的主要参与者，因此旅游活动的本质和社会意义与过去就有根本的不同。首先，旅游是一种高层次的消费活动，正在发展成为人们生活中的一种基本需要。其次，旅游是人类积极而健康的社会交往活动。再次，就构成现代旅游主要组成部分的消遣旅游而言，从本质上说，旅游是一种以审美为突出特征的消闲活动，是综合性的审美实践。

(2) 现代旅游的社会属性：①旅游与社会经济的关系。旅游的产生和发展是和社会经济发展水平相联系的、相适应的，它是社会经济发展到一定阶段的产物，社会生产力的发展水平决定了各个时代旅游的规模、内容和方式。②旅游与社会政治、文化的关系。旅游作为人民之间普遍性社会交往的一种活动，不仅有助于增加各国人民之间的相互了解和友谊，而且有助于加强国家之间的友好关系。旅游被人们称为“民间外交”，作为官方外交的补充，往往起到官方外交所起不到的作用。③旅游与日常生活的关系。随着社会生产力的发展、劳动条件的改善、人民生活水平的提高，旅游越来越成为广大人民群众物质生活和精神生活的一个基本组成部分，有的国家已经把旅游列为人们在满足食、住之后的第三大生活需要。在我国，旅游已经由少数人的活动发展为广泛的群众性活动。

3. 旅游学研究对象和任务是什么？

答：(1) 旅游学就是将旅游活动作为一种综合的社会现象，以世界范围为统一体，以旅游活动中的各种矛盾因素为研究对象，研究旅游的本质特点、社会作用、内外条件和发生发展活动规律的新兴学科。

(2) 旅游学研究的任务是：从旅游和社会经济发展的关系出发，对旅游活动的产生发展、旅游活动的三要素（主体是旅游者；客体是旅游对象；媒介是旅游业）、旅游业的构成、旅游市

场、旅游的经济和社会影响等方面的问题,做出较科学系统的阐述。具体地讲:①阐明旅游的本质和社会性质,揭示旅游活动的产生、发展及其与社会经济发展的关系。②研究旅游活动的基本要素以及各要素之间的关系。旅游基本上是由旅游主体、旅游对象和旅游媒介三要素构成的。③研究旅游业的实质、结构和组织。④研究旅游活动及旅游业所产生的各种社会效果。⑤阐明旅游行业组织、旅游法规和旅游政策的重要意义。⑥研究旅游发展的规律和战略。

4. 对我国旅游学研究的状况,谈谈你的看法?

答:(1)在我国,旅游学是一门新兴的学科,1978年以前,我国没有真正意义上的现代旅游及旅游业。从1978年开始,随着我国现代旅游业的快速发展,旅游学科研究和旅游教育也蓬勃发展起来。①1978年,国家旅游局最早成立政策研究室,集中一些专家和实际工作者,潜心研究国际旅游市场的动向及其发展规律,结合中国旅游发展的实际,探讨具有中国特色的旅游业的方针政策,并出版了一些书刊、文章等。②旅游教育稳步发展。到2000年年末,全国共有高等旅游院校及开设旅游系(专业)的普通高校252所,中等职业学校943所,在校学生共32.79万人。这些高等院校既是培养人才的基地,又是旅游科研的中心。这期间,我国的旅游科学研究取得了重大成果,大量的专题论文和专著涉及我国旅游业发展的各种问题,对实际工作有一定的指导作用。在学科目录中,旅游科学属于经济学门类,一级学科是应用经济学,二级学科是旅游经济学,因此人们基本上是从经济的角度来研究旅游科学。而且,20世纪80年代,从国外引进的教材大多是来自南斯拉夫等前社会主义国家,因而旅游经济研究中很多是借鉴政治经济学,计划经济痕迹较明显。20世纪90年代后,适应建立社会主义市场经济的需要,人们开始借鉴西方经

济学的研究方法来研究旅游经济问题。③1998年年底,出于发展旅游业的需要,我国将旅游学科调整为管理学门类,一级学科是工商管理,二级学科是旅游管理。人们开始从管理的角度来研究旅游科学,极大地促进了旅游科学的发展。于是,旅游饭店管理学、旅行社管理学、旅游景区管理学等一大批学科获得了蓬勃发展。计量管理理论、行为科学理论、系统管理理论、权变管理理论也应用于旅游科学的基础理论研究和实证分析,极大地丰富和促进了旅游研究的发展。④20世纪末至21世纪初,我国从美、欧等西方国家引进了许多旅游类经典教材;“九五”期间是我国旅游业发展历史上的最好时期,旅游业在国民经济中的地位和作用日益增强,成为亚洲旅游大国;1998年中央经济工作会议首次将旅游业列为国民经济新的增长点;1999年,全国各地发展旅游业的积极性空前高涨,初步形成了党政主干线上手抓旅游、有关部门齐抓共促大旅游的格局;2000年1月国家旅游局提出“建设世界旅游强国,培育新兴支柱产业”的宏伟目标;2000年3月《邓小平论旅游》一书正式出版,全行业掀起了学习邓小平旅游经济思想的高潮;2001年1月国务院在北京召开全国旅游发展工作会议,这次会议是我国旅游业发展史上的重要里程碑;迄今为止,全国已有24个省、自治区、直辖市提出把旅游业作为“支柱产业”来发展。所有这些,必将掀起旅游理论研究的新高潮。

(2)我国旅游研究还存在着理论滞后于实践、定量分析不足和规范性分析不足的问题。一个成熟的产业需要成熟的理论来支撑,成熟理论的产生需要各方面的努力。现在旅游已成为一个大产业,但严格地说,旅游理论并不成熟,包括国际上,在理论上真正有突破的并不多,绝大部分是实证分析。旅游研究是多学科的交叉综合研究,形成一个完整的科学体系有一定的难度,今后应开拓研究范围,改进研究方法,逐步地加以完善和发展。

5. 试述国外旅游学研究概况。

答：国外旅游学研究的发展大致可以划分为三个阶段：

(1) 20 世纪 60 年代之前，人们主要是从经济学的角度去研究旅游经济问题。

(2) 20 世纪 60 年代中期至 80 年代末，随着大众旅游和旅游业的迅猛发展，旅游研究也进入全面发展阶段。现代旅游概念的形成，以及对旅游学科体系的探讨也都发生于这一时期。这一时期的旅游学研究有两个特点：一是实践性更加鲜明，旅游学研究的一切理论、问题和观念都来源于旅游活动的实践，又反过来为旅游发展服务。二是多学科性倾向加强，即旅游活动渗透到各个领域，各个学科都从不同的侧面研究旅游，组成一个完整的旅游学科体系。

(3) 进入 20 世纪 90 年代以后，在继续对旅游进行全面研究的同时，西方旅游研究的重点开始向非经济领域倾斜，其目的是如何使旅游和旅游业能够持续、健康发展下去。

6. 试述旅游学和其他学科的关系。

答：(1) 出现众多学科向旅游学领域渗透的现象，主要有两个方面原因：第一，20 世纪 50 年代以来，旅游活动大规模兴起和旅游业的蓬勃发展，向人们提出了一系列新的课题。旅游活动涉及各个领域，不能不引起其他学科研究者的重视，他们都借助于某一学科的理论和方法，从一个侧面来揭示旅游活动的规律。第二，当代科学的发展，常常使某一门学科有一种超越自己原有的视野，去拓宽研究领域的趋势。

(2) 由于旅游活动是一项涉及社会、政治、经济、文化等方面的综合活动，它的产生条件、实现条件及其效果要受到许多因素的制约。旅游活动本身又对社会生活的许多方面产生重大影

响,每一门学科和旅游的分支学科,都只不过是专门地担当了旅游活动某一方面或某一层次的研究,而这些方面和层次都同旅游学这一整体有着内在的联系。旅游学就是从旅游现象和其他具体旅游学科中抽象出来的,对其他旅游学科具有普遍指导意义的科学。

(3) 旅游学的学科体系的构成是通过横断学科、数学与统计学、带头学科等研究方法的渗透与融合,通过对“旅游活动”这个核心对象的研究而形成的。在这个结构中,有研究旅游需求活动、研究旅游供给活动、研究旅游供需关系的不同结构板块。

①研究旅游需求活动的学科有:旅游社会学、旅游心理学、旅游人类学、旅游行为学等。

②研究旅游供给活动的学科有:旅游企业管理学、旅游企业会计学、旅游规划学、旅游营销管理学等。

③研究供需关系的学科有:旅游经济学、旅游美学、旅游生态学、旅游史学、旅游地理学等。

7. 怎样学习和研究旅游学?

答:(1) 认真读书,学好基本理论。旅游活动是综合的社会经济现象,它的产生和发展与社会经济发展有着极其密切的联系。我们必须运用马克思主义的历史唯物主义观点和邓小平旅游经济思想,考察旅游的发展过程,分析旅游学各个范畴的内在矛盾,透过复杂的旅游现象把握其发展的规律性。

(2) 努力实践,锻炼和培养从事旅游工作的实际能力。旅游学是一门应用性、实践性很强的科学,只有理论,没有从事旅游工作的能力是不行的。在实践中,学会应用几种科学研究的方法:观察法、个案法、模式分析法、社会统计法。

(3) 在我国“全面建设小康社会”的新的历史时期,高举邓小平理论及其旅游经济思想的伟大旗帜,坚持科教兴旅战略,坚持以可持续发展和“依法治旅”为原则,坚持以“动力产业、质