

LÜYOUXUE

LÜYOUXUE

高等院校
旅游专业系列教材



旅游商业研究

师守祥 编著



南开大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

旅游商业研究

师守祥 编著

南开大学出版社
天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游商业研究 / 师守祥编著. —天津: 南开大学出版社, 2010.4
(高等院校旅游专业系列教材)
ISBN 978-7-310-03397-3

I. ①旅… II. ①师… III. ①旅游经济: 商业经济—高等学校—教材 IV. ①F59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 054884 号

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 20 印张 365 千字

定价: 34.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

内容简介

本书在总结我国旅游商业研究的相关经验和吸收国际上较为成熟的商业研究理论的基础上，全面系统地论述了旅游商业研究的理论、方法与技术。

全书共分五篇，十六章。五篇包括旅游商业研究总论、旅游商业计划书、旅游项目可行性研究、旅游项目财务评价、旅游市场研究。十六章包括旅游商业研究、旅游商业研究常用的方法与工具、旅游商业研究信息收集、旅游商业研究过程与组织、旅游商业计划书组成、旅行社商业计划书大纲、酒店企业商业计划书大纲、互联网旅游企业商业计划书大纲、项目可行性研究、旅游项目可行性研究特征、旅游项目可行性研究的内容、财务评价与投资估算、旅游企业贷款、借款需求分析、旅游市场研究、顾客满意度调查等。

本书结构完整、内容丰富、方法具体。特点是系统性、实用性、操作性强。适合旅游高等院校教师、研究生与高年级本科生、旅游企业管理人员、旅游咨询机构从业人员使用。

前 言

—

中国旅游业的发展自起步起就是在自上而下的制度框架中寻求经济利益的最大化。1985 年底，国务院常务会议原则上批准了《全国旅游事业发展规划（1986~2000 年）》。会议认为，发展旅游事业投资周转快，创汇比较多，所需设备和钢材等原材料少，不消耗资源，不污染环境，可以安排大量人员就业，还能把交通、民航、机场等基础设施带起来，把地方一大批手工业、轻纺工业、食品工业带起来，并促进精神文明建设。1991 年在《关于国民经济和社会发展十年规划和第八个五年计划纲要》中，把旅游业明确为产业；1992 年中共中央、国务院发布了《关于加快发展第三产业的决定》，将旅游业定为第三产业的发展重点。随后，在一些地方，旅游业迅速提升为第三产业的支柱产业、地方国民经济的支柱产业。

1995 年，《中共中央关于制定国民经济和社会发展“九五”计划和 2010 年远景目标的建议》中把旅游业摆在第三产业中“积极发展”的新兴产业的首位，社会各界对旅游业的发展更加重视。1997 年 3 月 30 日《人民日报》发表了题为“要加快发展旅游业”的评论员文章。1998 年，中央经济工作会议确定了“旅游是经济发展增长点”的角色定位。之后，全国大部分省、自治区开始把旅游业看做是重要的经济产业。

整个二十世纪九十年代，中国经济发展中旅游业得到特别的关注。从 1992 年起，先后有二十多个省、自治区人民政府颁布了《加快发展旅游业的决定》，大陆有二十七个省、自治区、直辖市把旅游业定位为支柱产业、重点产业和先导产业。大力发展国内旅游被看做是扩大内需、刺激经济发展的主要手段，各级政府也通过“黄金周”制度等行政手段来推动旅游业的发展。

在我国，旅游业已等同于旅游产业，全国旅游业“十一五”规划的指导思想、发展目标表述为“促进旅游产业体系建设，全面提升旅游产业素质，综合

发挥旅游产业功能，把旅游业培育成国民经济的重要产业”。“十一五”期间旅游行业需要重点推进的十项工作全部涉及旅游经济。

旅游业被赋予扶贫致富、缩小地区发展差距、调整产业结构、刺激消费、扩大内需、增加就业等诸多经济功能。

二

旅游业尽管被看做产业，但旅游研究，不论是理论领域，还是实践层面都与其不匹配。

我国的旅游研究可笼统地归纳为两个大类：一是解释性政策研究，二是模仿西方的旅游社会学研究（限于主题本书不讨论）。解释性政策研究主要为各级政府的旅游政策服务，为此开展的理论研究主要有旅游业关联度、旅游业乘数、旅游业经济贡献（创汇、扩大内需、增加就业、产业结构优化……）等研究，目的在于证明旅游业具有“一业旺、百业兴”的优点，应该大力发展，甚至实施“政府主导战略”下的“超常规发展模式”、“跨越式发展模式”等。

旅游业的技术含量低，对创新、人力资源和管理要求不高的产业特性，使其不符合成为区域主导（支柱）产业的要求。但旅游是一个公众广泛参与的时尚活动，旅游经济是典型的“注意力经济”。在旅游学界有关“旅游业是世界第一大产业”，“旅游业投资少、见效快、效益高”，“旅游业是天然可持续产业”等一系列不实言论的误导和鼓动下，加之媒体断章取义的报道，旅游业被不恰当地炒作为无所不包、无所不能的“万能产业”。我国几乎所有的省、自治区、直辖市都以不同的形式提出将旅游业列为其主导产业。在提高地区知名度的诱惑下，旅游开发也常常成为“形象工程”、“政绩工程”。

在实践层面主要是为地方政府编制旅游发展（开发）规划。30年来产生了难计其数的规划成果。全国层面从1979年始，配合“国家社会经济五年计划”编制旅游事业发展规划，至今已有六部“旅游事业（产业）五年规划”。地方性旅游规划有省、市（地）、县（市）三级旅游规划。地方性旅游规划除与各地五年计划协调的部门规划外，大多还邀请专家进行专门的研究规划，目前已基本完成。

数量最多的是旅游区规划，我国的旅游区有风景名胜区、森林公园、地质公园、遗产地、度假区、自然保护区……，类型复杂、数量庞大、不计其数。仅以森林公园为例，从1982年我国第一个国家森林公园——“张家界国家森林公园”建立始，现已发展到拥有各级森林公园1200多处，其中国家级森林公园439处。按规定设立森林公园都应有规划。

我国专项旅游规划数量也很可观，如 2005 年的红色旅游年、2006 年的乡村旅游年等促生了大量规划文件。

三

从产业健康、持续发展的要求考虑，旅游研究应重点关注其“商业研究”。旅游商业研究是指为旅游经营决策提供信息服务的系统性旅游研究。

商业研究的作用，简单地讲，就是在复杂化的经济环境下降低商业决策的风险。在开发、投资之前能够获得比较可靠的商业情报，不被错误的信息所误导；在经营效益良好时能够提高企业的核心竞争力，把握未来发展的方向；储备、开发新的利润源；在经营出现危机时知道问题之所在，并且提出解决问题的办法。其目标可概括为解决管理困境，评估商业机会，提供市场信息，为市场营销和促销服务，为项目投资服务，为企业识别新的利润来源服务。

旅游业是个很特殊的产业，不仅其组成广泛，结构复杂，而且其商业研究本身也面临缺乏基础理论指导、顾客难以清晰界定、旅游业的边界模糊不清、难以获得可靠数据、测量理论与技术不可靠、企业多样性明显、内部缺乏联系、研究环境不可控等的挑战。

《旅游商业研究》一书，是一次尝试。内容按逻辑关系概括为五篇，其中第一篇是旅游商业研究总论，其他四篇依次为旅游商业计划书、旅游项目可行性研究、旅游项目财务评价、旅游市场研究。这些命题包括了企业经营活动过程中可能遇到的主要研究领域。写作中注重理论与应用结合，既有理论探讨，又有工作方法、技术工具的介绍。

旅游商业研究的理论与方法正在不断的探索中，可借鉴的成果很少，受作者学识、实践积累所限，著作尚有诸多缺陷，请读者不吝指教，甚为感谢！

联系邮箱：qzgy65@tom.com

师守祥 青岛大学浮山寓所
2009 年 7 月

目 录

第一篇 旅游商业研究总论

第一章 旅游商业研究	3
为什么要开展旅游商业研究	3
旅游商业研究及类型	6
旅游商业研究的一般方法	7
旅游商业研究的作用	12
旅游商业研究的目标	16
旅游产业的特殊性及其对商业研究的影响	18
旅游投资误区与陷阱	25
旅游商业研究面临的挑战	26
第二章 旅游商业研究常用的方法与工具	39
层次分析法	39
方案比较法	47
资金时间价值	50
SWOT 分析法	54
有无比较法	56
时间序列分析法	58
因果预测法	62
不确定性分析	67
区位分析	78
国民经济评价	82
社会评价	91
第三章 旅游商业研究信息收集	97
资料收集的渠道	97
数据的类型与水平	99
信息收集的一般方法	104

宏观数据的收集	113
地区数据的收集	114
企业自身信息的收集	115
竞争对手情报收集	115
旅游者数据收集	120
旅游产品数据收集	121
第四章 旅游商业研究过程与组织	126
获得研究项目	126
研究过程设计	127
研究团队组建	132
资源分配与经费预算	133
旅游商业研究伦理	134
附件 4-1 中国市场研究行业规则	136

第二篇 旅游商业计划书

第五章 旅游商业计划书组成	145
概 要	146
项目介绍	147
公司概况	148
公司业务	150
行业和市场分析	151
营销策略	154
管理和关键人物	156
五年计划	156
风险	157
资本需求与投资	158
财务分析	160
投资报酬与退出	160
结论	160
附件	161
第六章 旅行社商业计划书大纲	162
第七章 酒店企业商业计划书大纲	164
第八章 互联网旅游企业商业计划书大纲	170

第三篇 旅游项目可行性研究

第九章 项目可行性研究	177
项目生命周期管理	177
一般机会研究	180
项目机会研究	182
方案策划	184
初步可行性研究	184
详细可行性研究	185
第十章 旅游项目可行性研究特征	188
旅游项目可行性研究的特征	189
旅游项目可行性研究中的常见问题	192
旅游项目可行性研究质量差的原因	195
第十一章 旅游项目可行性研究的内容	197
项目总论	197
项目背景和发展概况	200
市场分析与建设规模	201
选址与土地	203
项目技术方案	208
环境保护	208
企业组织和人力资源	209
项目实施进度安排	210
投资估算与资金筹措	212
财务与敏感性分析	215
可行性研究结论与建议	218
可行性研究报告附件	218

第四篇 旅游项目财务评价

第十二章 财务评价与投资估算	223
财务评价	223
建设投资估算内容	240
建设投资估算方法	240
第十三章 旅游企业贷款	249
旅游企业贷款种类	249

旅游企业贷款申请	251
访问面谈	253
贷款申请书	254
借款人需提交的材料	254
个人贷款	255
第十四章 借款需求分析	257
借款需求分析的意义	257
借款需求分析工具	258
借款需求分析的内容	259
资金需要量分析	261

第五篇 旅游市场研究

第十五章 旅游市场研究	267
旅游市场分析	267
旅游供给调查	270
旅游需求调查	277
旅游市场预测方法	278
第十六章 顾客满意度调查	280
概念体系	282
顾客满意度的影响因素	285
服务差距理论与服务质量差距模型	286
顾客满意度调查的手段	288
开展顾客满意度调查的步骤	289
我国旅游行业顾客满意度研究评论	290
旅游接待企业顾客满意度测评方法研究	294
旅游目的地满意度调查	299
旅行社服务质量顾客调查	303
度假区健身会所顾客满意度测评问卷	306
旅客满意度调查的关注点	307

第一篇

旅游商业研究总论

第一章 旅游商业研究

- 为什么要开展旅游商业研究
- 旅游商业研究及类型
- 旅游商业研究的一般方法
- 旅游商业研究的作用
- 旅游商业研究的目标
- 旅游产业的特殊性对商业研究的影响
- 旅游投资误区与陷阱
- 旅游商业研究面临的挑战

■ 为什么要开展旅游商业研究

旅游商业研究属于应用研究，目的是将研究成果应用于实践，这些实践包括规划、开发、发现问题、提出解决问题的方案、改进服务、提高效益、比较价格政策等。

一、旅游业是客观存在的产业

尽管产业分类体系中没有独立的旅游业，但我们普遍把它看作是一种经济活动。旅游业这种服务型产业，在国内外都被视作经济发展的工具，对矿产资源贫乏、技术落后的国家和地区更是如此。

现代旅游是一种大规模、广范围的活动，涉及众多产业部门和企业。没有他们提供的支持与服务，旅游活动是难以开展的。产业部门和企业介入就必然催生经济功能。旅游的经济功能主要体现在旅游企业经营收入、目的地社区居民的收入、政府税收收入增加等方面。

旅游企业包括旅行社、住宿接待、旅游车船公司、旅游商店、景区景点等。上述旅游企业共同努力，致力于满足旅游者的旅游需求，在向旅游者提供旅游

资源、旅游设施和旅游服务的同时,也获得了经济效益,自身得以发展壮大。

旅游不仅表现为在国家和区域间收入的重新分配,同时因其劳动密集型服务业的特性,在提供大量就业机会、解决就业问题的同时,形成新的社会财富。

作为产业的旅游业,其开发、经营就必然需要进行商业研究。

二、旅游行业的投资环境发生了深刻的变化

我国旅游学界和管理部门,一直把旅游业描述为“投资少、见效快、效益高”的产业。如何看待旅游业“投资少、见效快、效益高”的产业性质?既要因地制宜,也要有历史观点。因地制宜是说不同的国家、地区旅游业投入产出比是不同的,一般来讲越是发达国家和地区,基础设施越完善,接待水平越高,旅游服务的附加值越高,相应地产出效益越高;而欠发达地区道路、宾馆、游乐设施等都需新增投资,投资规模很大。同时这类地区远离客源地,市场规模小,见效慢且效益低下。历史地看,我国改革开放之初,旅游目的地是条件较好的城市和传统风景名胜区,主要集中在北京、西安、桂林、杭州、苏州等少数几个基础条件较好的城市,在道路交通、宾馆住宿、景区景点等方面并不需要太多的新增投资就可以开展经营;而且当时旅游产品属于“卖方产品”,只要政策容许,景区景点不需大量新增投资就可开门营业搞旅游,游客又以消费能力强的外国人、港澳台同胞为主,这一时期基本称得上是投入少、见效快、效益高。

而现在旅游业发展的外部条件有了很大的变化,新发现的景区多数远离城镇和交通干线,开发首先需要大量投资以解决交通可进入性,解决大量游客的住宿接待。并且游客的要求也有了很大的提高,旅游交通要求快速、安全、舒适,旅游接待要求高档、豪华、个性。

现在,我国投资上亿、数十亿的旅游开发项目已属常态,投资过百亿的旅游项目也时有所闻。据报载,安徽2006年有统计的旅游投资高达543亿元,其中投资亿元以上项目105个,占27%(《中国旅游报》2007年2月7日第2版)。2006年河北邯郸市投资1680多万元旅游规划费,实施规划引导工程(《中国旅游报》2007年3月14日第3版)。我国旅游业已经是名副其实的资金密集性产业。

三、旅游业经营环境出现了新特点

我国旅游业因重复建设严重、过度竞争而效益低下。2006年全国旅游行业上缴税金139.94亿元,人均实现利税0.63万元,实现利润仅30.87亿元,人均实现利润0.11万元,利润率仅为0.84%。全国31个省级区域中15个省旅游业

利润额为负数。换句话说,全国一半的省旅游业亏损,河南亏损最严重,为3.82亿元;海南、云南以旅游业为主导产业,也是全行业亏损。

旅游业全员劳动生产率最高是河南(42.00万元/人),最低是西藏(3.52万元/人),全国有17个省在10万元/人以下。人均实现利税最高的是上海(4.28万元/人),最低的是河南(-5.54万元/人),西部多在0.5万元/人以下,云南、山西、湖南等为负值。人均实现利润项全国平均仅0.11万元,其中有15个省级区域为负值。人均实现利润最高的是上海(3.35万元/人),最低的是河南(-5.20万元/人),西部省区多为负值^①。

对旅游行业内部组成进行经济分析,结果显示,旅游业的核心部门,如旅行社已成微利行业。根据《2006年中国旅游统计年鉴(副本)》中的数据分析,2005年,旅行社总体利润率为0.11%,其中国内旅行社利润率为-0.41%;31个省级区域中,16个省整个旅行社行业亏损;国内旅行社亏损面更大,有26个省亏损,占83.87%,亏损额达到1.7亿元。从以上分析可以看出,将旅游产业看作是投入少、产出高、见效快的高效益产业,是与实际情况不符的。

2006年,星级饭店利润率为2.23%,其中内资饭店为0.51%。31个省级区域中,有24个省整个星级饭店亏损,湖南省亏损最大,为37545.8万元,云南、辽宁紧随其后。

传统观点认为旅游经营是一种极为特殊的现象,因为旅游业赖以吸引客源的多数旅游对象恰恰是原已客观存在的环境,旅游业与其仅是利用(甚至是无偿使用)的关系。也就是说,旅游资源的自身价值不是旅游业的成本。旅游业通过服务来促成旅游主体与客体的结合,这种媒介作用决定着旅游业的经营成本只是旅游企业提供专项服务的总成本,它包括企业必须购置的设施、设备以及管理费用等。

我国景区多数是无偿获得资源的使用经营权,景观资源的价值消耗、环境占用没有纳入旅游区经营成本进行核算,低估了实际成本占用,高算了产业利润,这一点是长期被忽略的。但是,随着我国绿色GDP核算体系的建立,环境占用、资源的价值消耗等均需记入成本,那么旅游产业经营的成本将会大大提高,相应的投资效益便会受到很大的影响。

四、市场细分化明显

旅游市场已经不是最初的大众化、单一化市场。个性化的人群要求旅游企业提供特色化、差异化产品与服务。企业必须应对日益细化的市场,需要商业

^① 河南省的该组数据相互不能逻辑审验,但《2007中国旅游统计年鉴》(副本)原文如此。

研究提供信息服务。

■ 旅游商业研究及类型

从研究的功能及其目标来衡量，旅游研究可以简单地分为纯理论研究和应用研究两种基本类型。

纯理论的研究常常被称为基础研究，它的目的可能是提出假设，构建模型、框架；也可能是检验已存在的理论，以便实证、修正甚至推翻它们。

应用研究的目的是解决旅游实践中的问题，譬如收集市场信息、规划编制、寻找问题、改进服务的措施等。旅游商业研究就是应用研究，其研究功能是为企业、行业服务，解决旅游经营、旅游管理中的现实问题。

一、旅游商业研究

旅游商业研究（tourism business research）是指为旅游业决策提供信息服务的系统性旅游研究。

二、旅游商业研究的类型

旅游商业研究的类型，因其标准与参照不同，会有不同的类型体系，同时类型的描述与研究的方法有关。我们把它分为报告型研究、描述型研究、解释型研究和预测型研究四种类型。

1. 报告型研究

报告型研究是一种基本的研究类型，它是用来解释、总结有关的数据，有时需要生成有关的数据。这类研究一般不要求推理和得出结论，而是把有关的信息资源清晰地列出。由于互联网的普及，信息获得比以往方便了，但是“海量”数据也使得获得有价值的数据更为困难了，这对研究人员“甄别”数据的知识和技能提出了更高的要求。

2. 描述型研究

研究者着重描述所研究的旅游商业现象，试图找出有关时间、地点、人物、事件及过程等问题的答案，并不试图解释这些现象的原因。描述型研究对解决数量、成本、效率、效果等问题十分有效，所以成为商业研究中非常流行的方法。

3. 解释型研究

解释型研究的主要目标是通过研究来解释旅游商业现象是怎样发生的、为