

現代經濟・管理叢書

現代 旅游飯店 管理

王玉海
程清祥 編著

海大出版社

现代旅游饭店管理

庄玉海 编著
程清祥

海天出版社
中国·深圳

责任编辑 杨作魁
李 桥
装帧设计 谢 鸿

书 名 现代旅游饭店管理
编 者 著 庄玉海 程清祥
出 版 者 海天出版社
发 行 者 海天出版社发行 广东省新华书店经销
印 刷 者 广东韶关新华印刷厂
版 次 1987年7月第1版 1987年7月第1次印刷
开 本 850mm×1168mm1/32
印 张 10 1/8
插 页 3
字 数 320,000
印 数 1—20,000册
ISBN 7—80542—008—4/F·1
统一书号 4382·004
定 价 (简装精装)5.80元

旅游饭店

大力發展旅業事業

必須認真學習飯店的
科學管理，努力做到服
務第一、質量第一、信
譽第一。為促進祖國
和世界各地國人民的友好
交往作出貢獻！

乙丑年秋

王德安



前言

在历经了18年的英语教学生涯之后，我于1980年远涉重洋踏上美国的国土，进入美国康奈尔大学饭店管理学院，开始了对另一知识领域——旅游经济与饭店管理学科的学习和研究。

虽然“旅游业”这个名称似乎已是人人皆知，但是这个名称所代表的真正意义却常常被人误解，因而也常使初学旅游业的人感到扑朔迷离，莫可名状。

那么，什么是旅游业呢？旅游业就是为国内和国际旅游者提供综合服务的一系列相互有关的行业，又称友谊、好客工业。

随着时代的发展，人们已经清楚地认识到，旅游业是世界上最大的“无形贸易出口业”，它能直接而迅速地获取外汇，支援国家的经济建设和提高人民的生活水平。

据世界旅游组织报道，1985年将近有3.25亿国际旅游者出国旅游，其旅游消费为1050亿美元，来亚太地区的国际旅游者为2300万，旅游消费为90亿美元，预计到2000年，国际旅游人数将要达到10亿，其旅游花费要超过5000亿美元。这对国际贸易来讲，就意味着世界上的每一个国家，特别是那些把旅游业作为国民经济收入的一个重要组成部分的国家，必须对旅游业的迅速发展给以高度重视。

另外，旅游业又富于创造性，它能加强各国人民之间的友谊，并能促进一个国家、一个地区经济和文化的发展。同时，高度发展的旅游业，能够促进国家与国家之间的友好往来和经济协作。

要大力发展我国旅游业，就要高度地重视并研究旅游业的“三大体”及其作用，即旅游饭店，航空公司，旅游社；因为它们三者的并存及其相互依赖的关系直接影响我国旅游业的发展。

无可置疑地讲，旅游饭店是旅游业“三大体”中的第一大势力和经济实体。旅游饭店向旅游者提供住、食、行、乐和购买旅游礼品等方面的综合服务；旅游饭店是度假旅游者的安适之家和康乐中心，是商业旅游者和商社集团的贸易活动场所和洽谈中心，同时也是一个国家旅游业经济收入的重要源泉，是发展一个国家旅游业的主体和核心。

当然，要保证饭店的服务质量，管理水平和训练有素的服务人员；保证我国的各类旅游饭店在激烈的世界旅游饭店酒店业的竞争中盛而不衰，就要研究和寻求一种先进的科学管理方法和经营方式。这就是编写这本《现代旅游饭店管理》的基本出发点和目的。

为了迎接我国旅游业发展高潮的到来，为了占据2000年巨额的旅游贸易市场，我国不仅要大力兴建各类等级的饭店，同时更重要的是要握紧拳头，以其饭店联号的组织形式迅速地进入国际旅游市场，实行饭店联号内部的客源流向控制，这样就可以保证充足的客源。

在缩短我国与国际饭店联号的管理差距方面，要尽快实现饭店的科学管理与电脑预定系统相结合的现代科学管理体系，并根据旅游者是向着太阳旅行和快步调的活动规律，建立饭店的“暖”、“快”、“物其所值”的经营方针及饭店各部门之间的高效率服务协调网络，以便满足游客付出的旅游花费所应获得的旅行价值。

在发扬和传授我国名点、名菜、名厨的技艺方面，应该改变过去只是“传宗接代，近亲繁殖”的局面，而是朝着具有理论指导的中国名菜系列配方、食疗以及食品美学等方向进行理论研究和突破。

总之，我国的旅游饭店酒店业要迅速地从初级的经验管理体系过渡到高级阶段的科学管理体系。同时，要在我国对外开放，对内搞活经济的总方针指引下，迅速地引进和吸收一些先进的科学管理方法，使我国旅游业，特别是旅游饭店酒店业真正成为我国“对外非贸易出口”的最大拳头工业，为社会主义建设积累资金，创收外汇，为实现“四化”贡献力量。

《现代旅游饭店管理》一书是在考察了美国及国内几百家饭店的实际管理并参阅了美国饭店管理有关资料的基础上编写成的。此书是根据饭店的功能性管理程序编排的，文字通俗易懂，内容丰富，实用，既有饭店的科学管理理论阐述，又有实际服务程序、服务标准和服务技能的介绍。

同时，作者也得到国内外有关饭店管理专家、学者、教授的指导，此书经北京饭店总经理程清祥审阅修改，程清祥总经理具有数十年饭店管理的实际经验，并多次去日本、法国、美国、西德、香港等地考察，访问。因此，本书又是有显著的理论与实践相结合的特点。它是饭店总经理、部门经理、领班，直至一般服务员的有益指导书目，也是旅游饭店管理学院、旅游院校师生不可多得的实用教科书。

由于作者知识浅薄，水平有限，有些理论的论述和提法可能不合乎

法度，希望读者，特别是旅游饭店酒店业的专家、学者多多批评指正。
在编写整理文稿中，曾得到北京第二外国语学院英语讲师孙怀玉同志的
很多帮助，在此表示感谢。

庄玉海

目 录

第一章 旅游业的基本概念	1
第一节 旅游业的“三大体”及其相互关系.....	1
第二节 发展旅游业的经济价值及社会意义.....	8
第三节 饭店的特性, 商品及服务标准.....	17
第二章 饭店的分类、等级及其设施	29
第一节 饭店类型与旅游客源市场的关系.....	29
第二节 饭店的分类.....	31
第三节 饭店的等级及其设施.....	40
第四节 饭店的属性及营业结构.....	42
第五节 确定最佳饭店的十条标准.....	52
第三章 企业计划与市场预测	57
第一节 企业计划的性质及重要性.....	57
第二节 制定企业计划的程序及其六个步骤.....	58
第三节 旅游市场预测及其通常采用的三种预测方法.....	71
第四章 饭店的组织机构与科学管理	81
第一节 饭店的组织机构与游客在饭店内的活动周期.....	81
第二节 饭店的四级管理体制和垂直领导.....	86
第三节 饭店服务人员的素质和职责.....	97
第四节 饭店管理的基本原理.....	104
第五章 中国旅游市场剖析	117
第一节 探测旅游市场.....	117
第二节 剖析夏威夷旅游业, 分析日本和美国游客, 扩大中国旅游市场.....	122
第三节 我国的客源市场与旅游吸引力.....	131
第四节 未来的旅游者与未来旅游市场的变化.....	136
第六章 饭店的经营管理数据和公式	138
第一节 国际旅游饭店的计价方式.....	138
第二节 国际饭店的利润、成本、费用标准.....	143
第三节 饭店经营管理的基本数据和公式.....	151
第七章 饭店的功能性管理	161

第一节	总服务台的职责范围和工作程序	161
第二节	餐务管理及餐厅服务程序	174
第三节	客房管理、客房主管职责及客房服务标准	184
第八章	决策理论在饭店经营管理中的实际运用	197
第一节	决策理论与B-G饭店的案例分析	197
第二节	饭店的经营、成本、销售额、利润计算公式与决策理论	201
第三节	CVP公式的实际运用与案例分析	203
第四节	制定中餐和西餐菜单的依据	208
第九章	激励手段	221
第一节	饭店人事管理的几点措施及其理论根据	221
第二节	岗位责任制及饭店的制度管理和质量管理	226
第三节	福利待遇及奖惩办法	241
第十章	饭店经营管理与成本控制	247
第一节	食品成本控制	247
第二节	劳务成本控制	255
第三节	销售成本控制	263
第十一章	饭店服务质量管理措施	267
第一节	制定饭店服务质量标准	267
第二节	建立部门之间的协调网络	280
第三节	实行饭店职工的培训制度	284
第十二章	引进先进的科学管理方法	288
第一节	饭店联号的产生及其必要性	288
第二节	假日饭店联号管理体系	292
第三节	希尔顿饭店联号管理体系	296
第四节	马里奥特饭店联号的发展及其管理手段	302
第五节	喜来登饭店联号的发展及其管理手段	306
第六节	世界快餐联号麦克唐纳的经营战略与管理手段	309
	后记	314

第一章 旅游业的基本概念

第一节 旅游业的“三大体”及其相互关系

旅游业是一项富于创造性的、现代化的新兴行业。它是加强各国人民之间的友谊，促进国家与国家之间的友好往来和经济合作的重要纽带。

发展我国旅游业，要从实际情况出发走出一条适合国情，日益兴旺发达，名利双收的中国式旅游道路。

在发展旅游事业的过程中，要始终不渝地坚持宣传自己，了解别人。同时要把发展旅游业和城市建设结合起来，把友谊、好客、热情相助等方面的最佳服务与发展旅游业的经济效益结合起来。总之，旅游业应该成为加快实现我国社会主义“四化”建设进程的重要支柱。

为了实现名利双收的中国式旅游道路，首先让我们从旅游业的基本定义出发，然后从旅游业的“三大体”及其相互关系等诸因素，建立起发展我国旅游业的基本战略和方针。

旅游业是一门伞形工业，它涉及的知识领域十分广泛，其间包括经济、管理、市场销售、交通运输、金融、财务、建筑、法律、艺术、心理学、美学、食品学以及历史、地理和风土人情等方面的知识。它的主体构成包括旅游饭店，旅行社和航空公司。但是，到目前为止，旅游业尚未形成一门独立的学科。

那么，什么是旅游业呢？旅游业就是为国内和国际旅游者提供综合服务的一系列相互有关的行业，又称友谊、好客工业。

要大力发展我国旅游业，一定要高度重视，并研究旅游业的“三大体”及其相互作用。无论是旅游饭店、旅行社还是航空公司，他们都是以服务为中心，服务是他们共同出售的主要“商品”，而这种向旅游者出售的“服务商品”，又必需有其联系性。因此重点研究旅游饭店，旅行社

和航空公司他们三者的并存及其相互依赖的关系是建立中国式旅游道路的基本出发点。

1. 旅游饭店

在旅游业的“三大体”中，我们首先要谈到的便是旅游饭店。它是一个国家发展旅游业，获得旅游经济收入的重要源泉，同时它也是一个国家旅游业的主体和核心。

旅游饭店是为国内和国际旅游者提供住、食、行、乐和旅游礼品等方面的综合服务；旅游饭店是度假旅游者的安适之家和康乐中心，是商业旅游者和商社集团的贸易活动场所和洽谈中心。

鉴于旅游饭店是以服务为中心，以出售有形设施 and 无形服务为主要“商品”之特点，饭店的服务设施和服务质量是它的生命。没有高质量的服务，就意味着没有顾客，即没有旅游者；没有积极的旅游市场调研和销售，就没有客源。而高质量的服务和大量的客源又来自旅游饭店、旅行社和航空公司三者之间的密切协作和饭店本身的科学管理。

目前，我国的旅游业，特别是饭店酒店业的发展是十分可观的，但与世界饭店酒店业相比，仍处于刚刚起步的阶段。我们必须实行“外引内联”和加强横向之间的协作。

在发展我国的旅游饭店酒店业中，我们引进外资，引进一些大型国际饭店联号的管理体系，如北京长城喜来登饭店、北京丽都假日饭店、北京建国饭店香港半岛集团、广州中国大酒店香港新世界集团以及西安金花饭店瑞典隆拉集团等都是十分必要的。到1988年，我国将建设68所合资饭店，引进几十家国际饭店联号。但是，这仅仅是振兴和发展我国饭店业的一个方面。更重要的一个方面，是我国同类饭店的内部联合，即建立我国的各大饭店联号，这是振兴和发展我国饭店酒店业的重要的一步。

建立我国同类饭店联号 可以在饭店联号内部所属的各个饭店推广统一服务标准、服务风格，实行统一管理。这样就可以有力量跻身于国际旅游市场，进行客源竞争。否则只是搞合资饭店或是依靠一个饭店，不搞同类饭店的联合，其结果是我国饭店永远摆脱不了受人制约的困境，同时单纯依靠一个饭店就不可能，也没有能力同巨大的各个国际饭店联号进行客源竞争。这样使得一些零散的饭店失去客源市场的稳定性，因此饭店的经营和发展也就自然失去活力。

通过经济体制改革而建立起来的上海锦江联营公司是原上海市机管局所属的12家大饭店的同类饭店联合，它是我国第一家饭店联号，或称

做是我国第一家饭店联号的初步萌芽。无论是现在还是将来，上海锦江联营公司都将成为上海市旅游业发展的主体和核心。目前它又加入上海航空公司，实际上它是上海航空公司的最大经济支柱。上海锦江联营公司会逐步使上海市旅游饭店、旅行社、航空公司三者发展成横向协作。旅行社组织客源，引进客源，航空公司输送客源，而旅游饭店做好住、食、行、乐等方面的接待服务。

如果我国的12个旅游热线城市，4个经济特区和14个对外开放的沿海港口城市中的所有旅游饭店，都能象上海锦江联营公司一样，组成同类饭店联号，这样就为我国饭店酒店业的发展奠定了良好的组织形式；也为2000年实现我国旅游业的宏伟目标，即接待1000万——1200万国际旅游者，创旅游收入80亿美元——100亿美元。创造了良好条件。

据《国际饭店酒店业》1984年8月刊统计，目前世界上有200家饭店联号。其中为首的是美国的假日饭店联号(Holiday Inn, Inc. USA)，最小的为巴拿马的里安迪饭店联号(Riande Hotels, Panama)。他们当中，绝大多数都有自己的信息系统，电脑预定中心。随时了解旅游市场动态，旅游者要求，以便及时调整经营战略。同时又通过自己饭店联号的电脑预定中心，向旅游者提供免费预定客房服务，以此吸引客源，稳定客源市场并控制客源在本饭店联号所属的饭店内定向流动。如假日饭店联号采用了先进的IBM3600电脑系统，建立了假日饭店联号电脑预定中心，向旅游者提供预定客房业务，使该饭店联号分布在53个国家里的1707家饭店联结为有机网络，只要客人住进该联号的一家饭店，他就可以在该饭店联号的所有饭店内得到下榻的方便。这是目前各个国际饭店联号控制客源流向，垄断客源市场所采取的最有效经营手段。

目前，我国旅游饭店酒店业的发展既没有建立起同类饭店联号或联营公司，也没有建立起饭店联号所属的电脑预定系统和中心，只是出现了全国性的建造“饭店热”。只建造饭店，而缺乏引进客源，控制客源的必要组织方式、措施和手段，那么饭店的经济效益和它未来的发展都是很困难的，同时，也具有冒险性和危险性。

我国旅游饭店酒店业的发展，一是要在经济体制改革方针的推动下，尽快实现同类饭店的联合，即在全国范围内建成十几家甚至几十家大型饭店联号，为建立统一管理体系，统一服务标准，统一服务风格奠定基础。二是要在建立饭店联号的基础上，尽快建立统一的电脑预定中心，使全国各大旅游饭店，宾馆结成有机预定网络，这样既可以引进客源，向国际、国内旅游者提供方便的预定手续，又可以在国际旅游市场

上进行客源竞争,达到稳定我国旅游客源市场的目的,为全国旅游饭店的有计划经营、接待、管理打下良好的基础。三是要尽快地建立培训基地,建立饭店管理学院和饭店联号管理大学。

近年来,国际旅游业一直持续地向前发展。特别是由于饭店酒店业是一种高收入、高盈利的行业,因此曾出现过多次的世界性“饭店热”。同时,饭店酒店业的竞争也越来越激烈。如服务质量的竞争、管理水平的竞争、价格的竞争、客源市场的竞争、饭店设施和服务项目的竞争以及服务和管理人员素质方面的竞争。但是归根到底是人才的竞争,饭店人员素质的竞争。

旅游饭店酒店业的经理,饭店联号的董事长越来越清楚地认识到,饭店的优质服务,有效管理,饭店的声誉以及饭店联号本身在国际旅游市场上的竞争能力,都是来自训练有素,旅游知识全面,服务技巧高超的服务员和管理人员。因此,各个国际饭店联号隶属的饭店不仅有一个庞大的培训部,以适应饭店本身服务风格,服务标准的要求,同时饭店联号本身又有自己独特的饭店管理学院或饭店管理大学。如被国际饭店酒店业推崇为鼻祖的施塔特勒先生(ELLSWORTH STATLER, 1863—1928)早在1921年就资助和创办了康奈尔大学饭店管理学院,并提出了最早的饭店管理理论,为美国旅游业的主体——饭店酒店业培养了人才,为美国饭店酒店业的迅速发展做出了贡献。

另外,象希尔顿先生(CONRAD HILTON, 187—1979),他认为要保证饭店经营旺而不衰,就要有一批训练有素的饭店管理人员、服务员。因此,他于1969年参加施塔特勒饭店基金会,并资助休斯顿大学饭店管理学院150万美元,以便培养他所需要的饭店管理人才。1977年,休斯顿大学饭店管理学院改名为休斯顿大学希尔顿饭店管理学院。

再有,凯蒙斯·威尔逊先生(KEMMONS WILSON, 1913—)于1968年创建了假日饭店联号自己独特的假日饭店大学,对假日饭店联号隶属的各饭店经理,部门经理,领班,服务员等进行数周,几个月,一年等规格和层次不等的经营管理和程序,服务技巧的训练,从而为建立假日饭店联号的统一管理体系,统一服务标准和统一服务风格奠定了理论基础。

如果说我国今天的旅游饭店酒店业管理水平低,服务质量差,其根本原因并不是饭店设施质量差,而是苦于或缺乏训练有素的饭店管理人员和服务人员。要振兴我国的旅游饭店酒店业,要赶上国际饭店联号的管理水平和服务质量标准,就必须尽快建立我国独特的饭店管理学院,

饭店联营公司大学,使我国目前的兴建“饭店热”与培养旅游人才和饭店管理人才同步进行。这样,我国的旅游业、特别是旅游饭店、酒店业,才能真正成为加快实现祖国社会主义“四化”建设进程的强大经济支柱。

2. 航空公司(包括地面交通)

航空公司,即我国的国际民航局,是发展我国旅游业的第二大经济实体。航空公司主要负责向旅游者提供交通方便,为旅游饭店输送客源。

在旅游业的发展史上,航空公司与旅游饭店一直结为姻缘关系,相依为命。航空公司依靠旅游饭店,城市风光,名胜古迹以及当地人民的风土人情吸引旅游者乘坐飞机前来旅游,而旅游饭店又依靠航空公司输送旅游者,两者是发展旅游业不可分割的协作伙伴。

航空公司经营管理中很重要的一个方面,便是提高国际航运能力,提高国际航班的运载率及每公里向乘客提供的座席率。

目前,国际航空公司正在计划投资900亿美元,到1990年研制出一种新型客机,可容纳500名乘客,使运载率提高40%,这就意味着1990年以后,世界各大航空公司将向旅游者提供廉价机票,廉价旅游。在这方面,我国应采取相适应的措施和管理手段,如建立电脑预定机票中心,保证旅游者预定和购买机票的方便、快捷;同时要购买新型客机,以保证乘客安全、舒适。另外要制订出具有竞争能力的机票价格,否则将失去客源市场。

为了迎接我国旅游业发展高潮的到来,中国民航总局不仅购进一批新型客机,而且引进了电脑预订机票软件,该电脑预订系统可以承担100万旅游者预订机票,到1990年我国民航总局的电脑预订系统可以为1000万至1300万旅游者办理预订机票业务。不仅如此,我国又增加和建立了“中国北京航空公司”,“上海航空公司”,“中国南方航空公司”等三个新航空公司,这就为旅游饭店输送客源,加强航空公司与旅游饭店之间的协作创造了条件。

根据未来各国际航空公司将向旅游者提供廉价旅游的发展趋势,我国必须制订一种有竞争能力的机票价格。在产品质量相同的情况下,价格是调节市场的唯一手段。

显而易见,如果机票昂贵,超出了旅游者可自由支配的收入能力,使一些渴望出国旅游的旅游者失去旅行的可能性,这不仅会影响航空公司本身的经济效益,同时也会大大地影响旅游饭店的发展,因为客源是饭店的“衣食父母”,是饭店的生命,没有客源也就失去了旅游饭店存在

的价值。

另一方面，航空公司要简化预订机票手续，保证航班时间和乘客安全，向国际旅游者提供可进入的方便条件。

保证航班时间和乘客安全是世界航空公司之间进行国际航运管理和客源竞争的主要方面。所以一些航空公司，如美国航空公司，环球航空公司，日本航空公司，新加坡航空公司，甚至我国的香港地区和台湾省都采用先进的波音767(Boeing 767)，做好保证旅游者航班时间和乘客安全的重要措施。

在航空公司与旅游饭店和旅行社三者之间的协作方面，中国民航总局，及我国新建的几个航空公司，要在各大旅游饭店设立办事处，办理预订机票业务，提供交通方便；同时要在我国开辟的22条国际航线所在的地区和国家，建立旅游综合服务处，其中有旅行社办事处，负责办理签证、外联，组织旅游团和旅游产品的推销、饭店的介绍和宣传广告等；饭店办事处，负责办理饭店住宿，城市之间旅游的饭店住宿联系和安排，负责安排地面交通等；中国民航总局及其他航空公司组成中国国际航运办事处，负责向旅游者提供交通方便，输送客源。这样就为千百万来华旅游者提供了各种旅游方便条件，构成了一条龙的服务系统，同时又可以避免一些国际旅行社在办理来华旅游时，从中提价得利。

3. 旅行社

旅行社是旅游业的第三大体，主要负责组织国内外的旅游市场，引进客源。它是国际旅游者来华旅游的媒介和桥梁，为旅游者与旅游饭店和航空公司之间进行搭桥服务。

旅行社的业务范围和工作重点集中在以下三个方面：

(1)负责旅游市场调研：掌握客源流向、变化及旅游者的旅行需求。

旅行社要通过旅游市场调研，掌握旅游市场的变化，发展趋势，旅游者的活动心理及旅行需求。要随时为旅游饭店和航空公司提供准确的市场情报，预测出今年来华旅游人数和明年的客源情况，以便使旅游饭店和航空公司的迎送接待和旅游者的住、食、行、乐提前做好准备。

就发展我国旅游业而言，旅行社要重点调查、研究、分析日本和美国游客，港澳游客，澳大利亚游客以及欧洲游客等的不同旅游需求，要探测出他们为什么要来中国旅游，旅行动机和需求是什么？他们来到中国以后，欢喜到哪些城市游览？然后又到哪些国家去旅行？

总之，要根据旅游市场调研的结果，掌握今年来华旅游者的需求，预测明年的客源情况及他们的旅行需求。旅行社要成为国际旅游者来华

旅游的媒介和桥梁，要为旅游饭店和航空公司进行搭桥服务。

(2) 加强旅游商品的宣传和推销

发展旅游业的社会意义，是了解别人，宣传自己。旅行社要通过各种形式，如电视广告、杂志专栏介绍、城市路面广告、旅游小册子、中国风光介绍等宣传栏目，广泛介绍我国的悠久历史、灿烂文化和艺术、民族风俗、工作方式、娱乐格调以及我国的名城、名山、名胜古迹和旅游设施、旅游饭店、旅游交通，包括航空公司和地面交通等，向旅游者展示我国丰富的旅游资源及旅游吸引力。特别要加强我国12大旅游热门城市和十四个新开放沿海城市和经济特区的宣传和介绍工作，以便吸引更多的旅游者来华旅游。

为了达到宣传和推销旅游商品的目的，就要通过国内和国外的旅行社。没有几百个为国际旅游者与旅游饭店和航空公司搭桥服务、引进客源的旅行社，要大力发展我国旅游业是不可能的。可是，我国目前真正能办理旅游业务的，有外联权的旅行社，也只是旅游总社和几个大城市的旅行分社及中旅社和青旅社。在国外，除了在我国的香港地区设立的中国国际旅行社和一些中旅社具有外联权外，而在纽约、东京、伦敦、巴黎的中国国际旅行社办事处只是负责旅游调研，收集资料，不负责办理旅游业务。因此，要大力发展我国旅游业、宣传和推销有旅游商品和引进大批客源，首要任务就是扩大我国旅行社和旅游代办处的数量。

目前，世界上已经有23000多家旅行社形成了方便世界，各国游客旅行的工作网络。仅在美国、加拿大有14000家旅行社负责办理预订机票，预订饭店房间，办理签证和兑换外币以及组织旅游团等服务；英国有7770家旅行社，5928家旅游代办处，近于30,000名旅行社工作人员和推销员；目前香港地区有500多家旅行社和旅游代办处；新加坡有118家旅行社；西德有正式旅行社1000多家，而私人经办的旅游代办处有20000家。（引自1984年国际旅游季刊第三期）

从以上简单的数字对比中不难看出，我国的旅行社数量远不能满足我国旅游业发展的要求，所以也就没有更多的余力进行市场调研，掌握旅游市场的变化和发展趋势以及旅游者的旅行需求。

旅行社的中心工作，就是组织客源市场，引进客源。旅行社的作用好比咽喉，如有不畅就将导致客源枯竭，使旅游饭店和航空公司失去生命力。另外，旅游局要在国内和国外设立数百个具有外联权、能办理国际旅游业务的旅行社。只有旅行社比比皆是，才能形成方便各国游客来我国旅行的工作网络，即快速敏捷的预订机票，预订饭店房间，快速办

理海关手续和签证,这样才能形成来华旅游者的可进出方便条件(入境签证,海关手续,旅游交通,饭店住宿),才能使我国的旅游业搞活,不断向前发展。

(3)负责城市旅游规划,增加旅游吸引力。

发展我国旅游业,不仅要兴建形式新颖和建筑宏伟的各类饭店,提供方便的航空和地面交通,同时还要有种类繁多的旅游项目以增强城市旅游的吸引力。如设立大型游乐场、度假村、高尔夫球场、浴场等等,同时要把单纯的风光旅游变为丰富多彩的知识旅游、技能旅游,如学习中国烹饪旅游、中国书法学习旅游、中国文化艺术讲习旅游、访问私人家庭旅游、了解和参观少数民族生活习俗旅游、海水浴疗旅游、温泉浴健身旅游、食疗配方学习旅游、东方艺术和历史宫廷舞蹈学习欣赏旅游、山间别墅度假旅游等等,都是旅行社应该推出的旅游项目。

总之,旅行社的工作就是要把参观、游览项目由死变活,要在行、吃、住、玩、卖等各方面统一规划,做到既丰富多彩,又富特色。这样,不仅会丰富国内和国际游客的旅行生活,同时也会扩大我国的客源市场。

第二节 发展旅游业的经济价值及社会意义

1. 发展旅游业的经济价值

从经济意义上来讲,旅游业的收入最高,来得最快,获取的旅游外汇能迅速地投入国家经济建设,繁荣经济,提高人民生活,所以人们又称旅游业是最大的无形贸易出口业。仅以日本游客为例,1983年每位日本旅游者出国旅游的最低平均消费(每位日本旅客去往欧洲旅行的平均花费为3300美元;去北美为2900美元;去夏威夷旅游花费为2300美元;去我国台湾省为1700美元;去香港旅游花费为1400美元;去南朝鲜或关岛为1200美元。(引自1984年国际旅游季刊第三期)

又据世界旅游组织报道,1983年将近3亿国际旅游者出国旅游,其旅游消费为1000亿美元。1985年全世界旅游人次已达3.25亿,旅游花费达1050亿美元。预计到2000年,国际旅游人数将达到10亿,旅游花费将超过5000亿美元。这对国际贸易来讲,意味着世界上的每一个国家,特别是那些把旅游业作为国民经济收入的一个重要组成部分的国