


全国经济专业技术资格考试指定用书

旅游

经济专业知识与实务

(初级)

再版本



国家旅游局人事劳动教育司 组织编写
人事部人事考试中心

中国人事出版社

95
15 30
18
21

全国经济专业技术资格考试指定用书

旅游经济专业知识与实务

(初 级) 再版本

国家旅游局人事劳动教育司 组织编写
人事部人事考试中心

X410017



3 0108 1064 0



中国人事出版社

C

212200

(京)新登字099号

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济专业知识与实务:初级/国家旅游局人事劳动教育司,人事部人事考试中心编. -北京:中国人事出版社, 1995.1

ISBN 7-80076-641-1

I. 旅…Ⅱ. ①国…②人…Ⅲ. 旅游经济-概论IV. F59

中国版本图书馆CIP数据字(94)第16264号

中国人事出版社出版

(100028北京朝阳区西坝河南里17号楼)

新华书店经销

北京平谷华光印刷厂印刷

1995年1月第2版 1995年1月第1次印刷

开本:787×1092毫米1/32 印张:14

字数:290千字 印数:1-6000

定价:10.00元



编 审 人 员 名 单

主 编：陶汉军
副 主 编：林南枝、朱歧新、杨凤征
编 审 人 员：王洪滨、朱承强、陈 刚、
王 湘、姚宝荣、颜 平、
狄保荣、郑瑞英、包伟英、
杨文丽、张 帆、林青云、
尤迎彤、欧阳令海、金虎儿

前 言

根据人事部颁布的《经济专业技术资格考试暂行规定》，在1993—1994年考试基础上，第二次全国经济专业技术资格考试即将在1995年6月18日举行，为了提高广大经济专业人员的业务素质 and 应考有力，并使命题工作有所遵循，在去年指定用书的基础上，我们会同中国工业经济协会、农业部、国内贸易部、财政部、税务总局、中国人民银行、中国人民保险公司、交通部、铁道部、民航总局、劳动部、邮电部、建设部、旅游局、工商行政管理局组织有关专家，根据国家有关制度改革情况，对去年的指定用书分别进行了重新编写、修订和勘误。

现将本套指定用书改动情况说明如下：

第一类：财政（财政类、税务类）专业和劳动专业中、初级考试用书，根据国家新近颁布的有关法规、条例和政策，重新进行了编写。

第二类：经济基础、商业、保险、邮电、房地产专业中、初级考试用书，因仅涉及到部分章节内容同现行法规不相适应，因此仅对原书部分内容作了修改。

第三类：工业、农业、物资、金融、旅游、工商管理 and 运输（公路、水路、铁路、民航类）中、初级考试用书，结构、内容基本无变化，因此仅对原书中错误之处作了勘

误。

本套指定用书旨在使考生全面了解和掌握经济基础知识和各经济专业知识与技能。为了方便复考考生继续使用原版指定用书，在第二类指定用书范围内还出版了增订本，在第三类指定用书范围内出版了勘误表。考生可根据实际情况，选择相应级别不同的经济基础和各专业考试用书版本。

由于1993-1994年经济专业技术资格考试大纲不再出版，部分调整内容已反映在指定用书中，请考生备考以本套书内容为准。

在组织编写这套指定用书时，我们力求在编写工作中反映我国改革开放和社会主义市场经济的要求与内容。然而我国社会主义市场经济有一个逐步完善的过程，也由于我们组织的水平能力有限，我们热切希望广大考生及从事经济研究工作和从事实际经济工作的各界人士对这套教材的不足之处给予批评和指正。

在本套书出版之际，我们谨向参与组织、编写工作的有关部门和专家学者，表示诚挚的谢意！

人事部人事考试中心

1994年12月

目 录

第一部分 旅游经济基础知识

一、现代旅游的性质和特点

- (一) 旅游活动 1
- (二) 旅游的社会属性 5
- (三) 现代旅游的特点 8

二、旅游者

- (一) 旅游者定义 10
- (二) 旅游者产生的基本条件 13
- (三) 旅游的种类 23

三、旅游资源

- (一) 旅游资源及其在旅游业中的作用 29
- (二) 旅游资源的划分 31
- (三) 旅游资源的特点 38

四、旅游业

- (一) 旅游业的构成 42
- (二) 旅游服务 45

五、旅游市场

- (一) 旅游市场概念 51
- (二) 旅游者流动规律 53

(三) 旅游市场划分	58
(四) 中国旅游市场	64
六、旅游的经济和社会影响	
(一) 旅游业的经济意义	69
(二) 旅游对社会文化的积极作用	77
(三) 防止旅游消极影响, 加强管理措施	80
七、旅游组织	
(一) 旅游组织及其职能	84
(二) 我国的旅游组织及其职能	87
(三) 国际性旅游组织	90
八、职业道德和礼貌礼节	
(一) 社会主义旅游职业道德	96
(二) 宗教传统和海外习俗	100
(三) 礼貌、礼节一般规范	106

第二部分 旅游经济专业知识与实务

(下列两部分考试时可任选一部分)

旅行社经营与管理知识

一、旅行社概论

(一) 旅行社的性质和任务	124
---------------------	-----

(二) 旅行社的主要业务	128
(三) 旅行社业务人员应具备的条件	131
二、旅行社市场营销业务	
(一) 市场销售部的作用及机构设置	134
(二) 旅行社产品的分类	136
(三) 市场调查与分析	139
(四) 产品设计	147
(五) 产品的销售渠道	151
(六) 促销	156
(七) 地方外联	163
(八) 市场销售业务的基本程序	163
(九) 计划操作	169
三、旅行社计调业务	
(一) 计调部的作用及人员配置	182
(二) 计调部业务的范围	184
(三) 做好统计工作,健全业务档案	203
四、旅行社接待业务	
(一) 接待部的作用	209
(二) 接待工作程序	212
(三) 内勤工作	221
(四) 门市柜台业务	226
(五) 常见问题的处理	234
(六) 突发事件的处理	243

饭店经营与管理知识

一、饭店概述

- (一) 饭店的类型 253
- (二) 饭店的作用和特点 258
- (三) 饭店的组织机构 261

二、饭店前厅业务

- (一) 前厅概述 269
- (二) 客房预订 274
- (三) 前厅接待 286
- (四) 客帐管理 309

三、饭店客房业务

- (一) 客房概述 320
- (二) 客房接待服务 324
- (三) 客房清洁保养 341
- (四) 客房物资管理 348

四、饭店餐饮业务

- (一) 餐饮概说 355
- (二) 菜肴与酒水知识 360
- (三) 餐饮服务 368
- (四) 厨房业务 374
- (五) 管事部业务 376
- (六) 餐饮管理实务 378

第一部分

旅游经济基础知识

一、现代旅游的性质和特点

(一) 旅游活动

旅游是人类生活中一项重要的社会活动，各个时代的人们都想往旅游。但是，在古代漫长的历史时期中，由于社会生产力低下，交通工具不发达，参加旅游的人很少，除少数皇室、贵族、僧侣等特权阶层外，一般劳动者都在为生存而忙碌，他们没有条件参加这种愉快而美好的活动。只是在近代社会的产业革命之后，特别是第二次世界大战后至今的一段时间里，随着社会生产力的巨大发展，科学技术的创造及其在生产中的应用，旅游成为人们变换生活环境和生活方式，接触新鲜事物的一种有乐趣的活动，甚至成为人类生活的基本需求。

1. 旅游概念

随着旅游活动的广泛开展，人们对旅游的认识也更为全

面和深入,不少人都力求给旅游下一个科学的定义。这不仅只是理论研究的需要,而且对旅游的实践活动,对旅游市场的开拓和旅游业的经营管理都具有实际意义。

参照世界上现有的具有代表性的各种旅游定义,尽可能地反映现代旅游的本质和特点,我国将旅游的定义归纳为:“游旅是旅行和游览二者相结合的活动,是在一定的社会经济条件下产生的一种社会经济现象,是人们不从事盈利活动,而以游览、消遣、求知等为主要目的所进行非定居的旅行而引起的一切现象和关系的总和。”这一定义试图指出,现代旅游的表面象是一种社会经济活动,其特点是求新、求知和寻求娱乐消遣,其内容是由于旅行和暂时停留而引起的一切关系的总和。

2. 旅游活动的基本特征

旅游活动的形式和内容是多种多样的,有以寻求娱乐和消遣为主要目的的纯粹旅游,也有以公务、商务、教育、会议等为主要目的的特殊旅游。但是,不管是哪一种旅游,它们都具有以下几个基本特征:

(1) 旅游以求新、求知和娱乐消遣为目的,而主要不是为了赚钱或其它公务活动

现代旅游的真正目的,都是为了追求一种不同于日常生活的物质文化享受,或游览名胜古迹,欣赏自然风光;或了解异国他乡的风土人情和传统习俗;或改换生活环境,增进身心健康;或探亲访友,追怀故旧。这是古典旅游定义的真实含义。尽管近几十年来以商务和公务为目的的旅行活动大量增多,但它们之所以被称之为旅游,是因为在商务和公务活动中,也伴有游览和娱乐,其间住店、社交、宴请、游览的消费,构成了现代旅游经济收益的一个十分重要的组成部分。虽然现代旅

游已突破古典的旅游观念,将商务、会议、公务、教育等活动纳入旅游之内,但在本质上,求知、求新、求乐应是任何一种旅游活动的基本内容。

(2) 旅游是暂时的、短期的停留,与移居性的永久居留有所区别

虽然由于欧美国家的第二住宅的普遍出现,有些人的停留时间长达几天、几个月以至更长的时间,但毕竟与永久性居留有所不同。

(3) 旅游是离开常住地达24小时以上,到异国他乡的旅行,不同于在常住地附近的游览活动

这一时间的限定,是由于旅游者的需求在很大程度上决定着旅游的供给——饭店、交通、食品、游览点等,如果不超过24小时,即是说不过夜,就很少同这些旅游部门发生经济联系。

(4) 旅游是由人们的移动和暂时居留而引起的各种现象的总和

旅游不是单一的、孤立的现象,而是与周围的自然和社会环境发生广泛而复杂的联系。一方面旅游包括动态因素的旅游者和旅程,旅游者从产生地到达目的地,又从目的地返回产生地的运行路线和状态;另一方面,旅游活动必然涉及到许多方面,如旅游者、旅游企业、东道地区政府和居民等,这些方面所发生的复杂关系,都直接影响旅游的社会效益和经济效益,都会影响旅游业的发展。

3. 旅游活动三要素

开展旅游活动需要具备各种各样的条件,归纳起来,也就是旅游活动三个基本要素:旅游主体,即旅游者;旅游客体,即

旅游对象；旅游媒体，即旅游业。三个要素紧密联系，构成一个统一的旅游整体。

(1) 主体——旅游者

旅游者肯定是人，但不是任何人都可以成为旅游者，只有当他们具有一定的动机和客观条件才能成为旅游者。形成旅游者的三个条件是：A、可自由支配的收入，这是经济基础，它决定旅游者的目的地选择和消费水平；B、闲暇时间，实现旅游的必要条件，人们根据不同的闲暇时间进行不同类型的游览或旅游；C、旅游动机，推动人们去实现的内部原动力，也就是要求外出旅游的欲望、兴趣等，一个人的社会条件、个性特征、教育程度等因素都极大地影响旅游动机的形成。

(2) 客体——旅游对象

人们具有了强烈的旅游愿望和要求，还必须要有使这些欲望得以满足的客体，称之为旅游对象，也有人称之为旅游吸引物，通常指旅游资源和一部分旅游设施。旅游主体的积极性和旅游对象的联系非常密切，旅游对象的吸引力愈大，它激发旅游主体积极性就愈高，旅游对象的规划和开发，是旅游经营活动的重要课题，应该本着科学合理的原则进行，否则会降低旅游对象应有的价值。

(3) 媒体——旅游业

有了旅游主体和旅游对象，还必须要有使二者能够接近和结合的条件、信息和移动手段，我们称之为旅游媒体，亦即旅游业。旅游业包括的范围很广，但其中主要的是旅行社、交通和饭店。

旅游信息、旅游手段和旅游基础设施的存在及其作用的发挥，是现代旅游呈现国际性、群众性和普及性的重要原因。

旅游业的发展离不开各有关部门的配合协调,如园林、文物、城建、商业等,同时旅游业的发展也为众多其它行业的发展提供了有利的条件。

(二) 旅游的社会属性

1. 旅游与社会经济关系

旅游的产生和发展是和社会经济发展相联系的,它是社会经济发展到一定阶段上的产物,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,在原始社会,生产力十分低下,人们为生存到处奔波,从一地迁移到另一地的,那不是真正意义上的旅游。从私有制出现到十九世纪初,在几千年中,人类社会经历了几个不同的社会形态,每个时期的生产力都有不同程度的发展,但总的来说生产力还不十分发达,只有少数拥有特权的统治者才是富有的,而多数劳动者仍处于被压迫、被奴役的地位,因此在这一漫长的历史时期中,参加旅游的人数很少,多半是皇室、贵族、僧侣等特权阶层,旅游活动主要形式是宗教朝圣、经商和探险考察;交通不发达,都是依靠以自然力、人力、畜力为主的舟车。旅游的内容单一,旅游活动的范围很小。

十九世纪后半叶,由于工业革命的结果,社会财富迅速增加,都市化的形成极大地改变了人们的生活方式,使旅游活动产生了质的变化。参加的人数增多了,除了少数富有者之外,许多中产阶级也参加进来,火车和轮船已相当发达,使旅游的规模和范围发生了巨大变化;经营旅游活动开始成为一项经

济活动，出现了作为经济行业的旅游业。第二次世界大战以后，国际政治形势呈现相对的稳定状态，世界经济的迅速恢复和发展，进一步推动了旅游业的迅猛发展，社会生产力的迅速发展，个人收入的提高，工作时间的缩短，闲暇时间增多，使旅游成为群众性的活动；现代交通工具的发展和完善，加速了旅游发展的速度，使国际旅游具备了条件；现代化旅游设施的大量建设，为旅游者提供了物质基础，增添了旅游的魅力和色彩。所有这一切都说明了，旅游的产生和发展是社会经济发展的必然产物。

2. 旅游与政治、文化的关系

旅游不是纯粹的经济活动，而是包括着政治活动、文化交流、人民往来、商业贸易、体育比赛、学术讨论等多方面的内容，是一项涉及政治、经济、文化各个方面的社会活动。旅游有利于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。正如1980年世界旅游组织(WTO)在《马尼拉宣言》中所指出：“旅游的经济利益，不论是如何实际或重大，不是，也不能构成国家决定促进这一活动的唯一标准。”

旅游在国际关系和寻求和平方面，在促进各国人民之间的相互认识和了解中，是一个积极的现实的因素。旅游作为官方外交的补充和先导，往往起到官方外交所起不到的作用。正因为如此，各国政府都十分重视旅游的社会作用。从1980年开始，世界旅游组织每年都提出一个口号：

1980年：旅游为保存文化遗产，为和平及相互了解作贡献。

1981年：旅游促进生活质量的提高。

1982年：旅游的骄傲；做文明的客人、文明的主人。

1983年：旅游和度假是所有人的一种权利，也是一种责任。

1984年：旅游为国际谅解、和平与合作服务。

1985年：开展青年旅游、文化和历史遗产为和平与友谊服务。

1986年：旅游——世界和平的促进力量。

1987年：旅游促进发展。

1988年：旅游：教育所有人。

1989年：旅游者自由往来，创造团结的世界。

1990年：旅游，未获认知的产业，尚未开发的服务。

这些口号都十分鲜明地表现了旅游的社会作用，说明了旅游与社会政治和文化有着十分密切的关系。旅游业的迅速发展对社会政治、文化所产生的巨大影响，引起了许多国家的政府和学者的关注，在我们社会主义国家，更应该研究旅游与社会政治、文化的关系，考察旅游活动给社会文化带来的积极和消极的作用，提高对旅游业的全面认识，以促进我国旅游业健康发展。

3. 旅游与社会生活的关系

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，旅游这种新的消费形式，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的组成部分。人们外出旅游，或游山玩水、观赏自然风光，或游览名胜古迹、了解本国和异国文化，或改变一下生活环境、以求精神上的愉快等，都是寻求物质和精神上的享受。一些国家已经把旅游列为衣、食、住之后，成为日常生活的一项重要内容。在前西德人的生活中，旅游占什么地位呢？有关调查表明，旅游排在吃、住、喝之后，列