



四川天一开放学院

统编系列教材(10)

国际旅游业发展与管理

国外经济专家的摇篮

成都科技大学出版社

国际旅游业发展与管理

王大悟 主 编

王 星 副主编

成都科技大学出版社

(川)新登字 015 号

责任编辑

蔡源众

版式设计

国际旅游业发展与管理

王大悟 主编

成都科技大学出版社出版发行

四川省新华书店经销

中科院光电研究所印刷厂印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:8.5

1993年3月第1版 1993年3月第1次印刷

字数:200千字 印数:1—1,000

ISBN7—5616—1850—6/F·160

定价:5.70元

四川天一开放学院外向型经济管理 统编系列教材编委会

名誉主任：刘诗白

主任：林 凌

第一副主任：蔡文彬

副主任：赵锡琤 王新奎

委员：（按姓氏笔划排列）：

马 宾 王林生 王新奎

刘诗白 杜肯堂 何家声

陈琦伟 林 凌 张元元

张泽荣 赵锡琤 赵国良

徐宗钰 曾康霖 蔡文彬

内 容 提 要

《国际旅游业发展与管理》是根据我国发展社会主义市场经济的需要而编写的。

全书贯穿了两条主线。一条是系统介绍世界上和我国旅游业、特别是国际旅游的发展、建设和经营的情况。另一条是介绍国际旅游业经营管理的知识、方法和技巧，具有较强的实践性。其中对旅行社和旅游饭店的经营、管理和服务专辟章节重点阐述。

为了加快与国际市场的接轨，本书对我国旅游业如何与运用国际通用的法规和惯例，以及发达国家旅游业的跨国经营方法也作了一定的介绍。

主 编 简 介

王大悟，1947年生，教授，先后获得中国经济学硕士和美国密苏里——圣路易斯大学管理硕士学位。现任上海社会科学院旅游研究中心主任。曾先后参加过国际和国家的多次重点旅游科研项目，其中包括《西藏旅游规划》、《中国旅游发展战略》等。已出版十余本旅游专著，主要有《旅游经济学》、《中国旅游必读》、《北京和沿海省市旅游经营管理》、《酒店实用营销学》等。

总 序

奉献在读者面前的这一套丛书,是四川天一开放学院聘请全国知名专家教授,为培养我国对外开放人才而编写的教材。

对外开放是党的十一届三中全会以来我国实行的一项基本国策。对外开放,从经济领域来说,就是要制定和实施一系列优惠政策和法规,创造优越的软硬投资环境,开辟对外开放的地区和领域,以吸引国际资本、国际资源、国际技术、国际人才,借助国际市场和国际先进管理经验,加速我国社会主义现代化进程,并通过这一基本国策的实施,使我国经济参与到国际分工和国际竞争中去,为全世界经济的不断发展和国际经济一体化作出自己的贡献。

改革开放十四年来,我们坚定不移地推行这一国策,对外开放迈出重大步伐,形成了经济特区、沿海、沿边、沿江(长江)、沿线(第二欧亚大陆桥)开放城市和开放地区到内地省会城市的对外开放格局,以及从加工工业到交通运输业、金融业、零售商业、房地产业等对外开放领域;利用外资达到上千亿美元的规模,大型三资企业数万家,进出口贸易在世界贸易总额的地位迅速上升,贸易伙伴几乎遍及世界所有国家和地区。我国经济已经摆脱了原来封闭、半封闭状态,大踏步地走上世界舞台,我国的对外经济交往比历史上任何时候都广泛、活跃,人们的开放意识和国际竞争的危机感比任何时候都强烈。

对外开放,我们所面对的是具有数百年历史的国际市场。国际市场不管你承认与否,就是资本主义市场经济条件下发展起来的国际性资本主义市场。斯大林所说的资本主义和社会主义平行的两种国际市场并不存在。而且这种国际市场已非十九世纪、二十世纪初那种初级的国际市场,而是现代国际市场了。进入国际市场,不但会遇到每个国家和地区不同的经贸环境、政策、法规,而且要遇到国际通行的经贸惯例和规则。这是我们许多人从来没有接触过的,非常复杂而生疏的问题。如国际贸易、国际金融、国际经济法规、关税和贸易总协

定等,都需要我们从头学起,并尽快掌握。

对外开放,一个重要课题就是要利用国际资本,包括政府间和国际金融组织的贷款、国外投资者的直接投资,来弥补我们资金的不足,国际资本进入我国,目的是要赚钱,没有一个可以使外国投资者获利的投资环境(包括政策、法规环境),他们并不会把资金投进来的。而对我们来说不但要给他们创造获利的条件,而且要有产业政策的引导和对他们所办企业的管理。这对我们长期从事国有经济管理,仅具有计划经济管理知识的人们来说,无疑又是个复杂而又生疏的领域,强迫我们非学习不可。

对外开放,还有一个重要方面,就是走出国门,到国外去开工厂,搞贸易,办银行,承包工程项目,建立起自己的国际销售网络,办起自己的跨国公司,利用国际市场去发股票、发债券、融资金、搞期货和外汇交易等等。这些看起来是遥远的、难度很大的事,但这条路非走不可,不然就不可能在国际市场上站住脚。而办好这些,不但要有丰富的知识和技能,还要有长期的经验积累。

毛泽东在革命胜利后曾经号召人们虚心学习不懂的新东西,以适应革命到建设的转变,现在我们所面临的几乎是同样的情况。我们不能等着把人才培养出来再办这些事,只能是边干边学,边学边干,从中积累知识、积累经验,掌握技能,这就是我们开办这所开放学院和编辑这套丛书的目的和宗旨。

这套丛书的特点是理论与实务结合而以实务操作为主,我们的愿望是使正在从事或即将从事涉外经济实际工作的同志,通过这套教材的学习,掌握必要的实务知识和本领,如果还有志于掌握更深的理论,我们将向您介绍这方面的论著,向您推荐可以做您导师的这方面的专家教授。

由于时间仓促,这套书的编辑难免有不当和错误之处,务请读者指正,以便再版时补充修正。

林 凌

1992年12月

前 言

四川天一开放学院统编外向型经济管理系列教材，并开展函授教育，是适应深化改革、扩大对外开放形势的及时之举。

本书的书名是《国际旅游业发展与管理》，在我国旅游理论与实务中，“国际旅游业”有两种主要含义。一是指世界各地的旅游业，一是专指与“国内旅游”相区别的跨国界的旅游。本书在这两个方面均作了阐述。但考虑到学员和读者将来主要是从事我国对外开放的实务工作，因此，我们编写的重点在于“中国的国际旅游业”，并对其操作性的实务技巧也用一定篇幅作了精要的介绍。

由于本书的第一目的是作为函授教材，为减少函授教学过程中师生之间因直接见面机会少而造成的沟通障碍，这里需把学习的要领作一说明。

学习《国际旅游业发展与管理》这门课比之其他学科，知识性的难度并不大，而最重要的是要解决观念问题。国际旅游是百分之百的涉外业务，因此我们的思维要站在国际旅游者的角度来看问题，找方法。由于我国商品经济的不发达和长期的封闭，旅游业的崛起仅是近十年里的事，有些我们认为必要、可行、甚至觉得满不错的东西，却不受国际旅游者的欢迎。譬如象我国的团队纯观光旅游，对追求个性自由发展的西方年轻人就缺乏吸引力，因此本书在第四章中专门阐述了如何遵循国际惯例这一主导思想。随着改革开放的深化，我国旅游业的政策会有变化、有发展，但积极迅速与国际市场接轨这条思路是不变的。

教材中对旅行社和饭店的经营管理单独作了较详细的实务操作介绍。总体上说，旅游企业的管理工作应分为两大块。一块是标准化管理以及在标准化管理下形成的规范化服务。“标准化”不是“员

工守则”，不是“岗位责任制”，而是针对企业内部一切工作岗位的工作内容、程序和定量指标（或具体的定性指标），譬如说，客房送餐服务（Room Service）的订餐时间、送餐程序和时间规定等等。国际旅游团早已实行标准化，这是旅游业服务质量的最扎实、最基本的保证。我国旅游业最缺的就是这一块。没有这几十万字，乃至上百万字的企业内部行动准则，光提什么“微笑服务”、“热情周到”、“宾客至上”，则完全是空话。另一块是灵活服务、超常服务和体现中华民族文明的管理及其服务。即在“标准化”的基础上把中华民族热情、礼貌、好客、重友谊等优良传统发扬出来。两块的结合才能形成具有中国特色的现代化旅游管理和服务。由于篇幅关系，教材中只能作扼要的归纳和提供若干典型案例。更广而言之，这两块的结合在我国并没成型，一切尚在探索之中。因此，更重要的是学成之后在实践岗位上积极探索，总结经验，改进、发展、完善我国的旅游管理体系。

国家旅游局对本教材的编写给予了很大的支持。国家旅游局政策法规司魏小安副司长、市场开发司市场调研处徐汎处长亲自为教材撰写了部分章节，并提供了很有价值的案例。在此谨表谢忱。

本教材共分十一章，每章由授课内容、案例、思考题和参考答案（附书后）四部分组成。各章作者分别署名于篇后。

由于本书是一本教科书，因此有关当前旅游业演化改革中一些未定型和有争议的内容没有写进去。这有待于学员们在今后继续思索、开拓和创新。至于教材中欠妥之处，也切望大家提出意见，以利不断提高教材质量。

王大悟

1992年12月

目 录

前言

第一章 旅游业在国民经济中的地位和作用	(1)
第一节 在世界经济中崛起的旅游业	(1)
第二节 旅游业在我国国民经济中的地位和作用	(4)
第三节 旅游活动的政治社会影响	(10)
案例 1	(11)
第二章 改革开放与中国旅游业的发展	(14)
第一节 社会主义中国的旅游发展沿革	(14)
第二节 改革开放后的中国旅游业	(17)
第三节 中国旅游业发展的长期目标	(21)
案例 2	(25)
第三章 当代国际旅游市场发展趋势	(28)
第一节 80 年代的世界国际旅游	(28)
第二节 当代国际旅游市场供求特征	(33)
第三节 90 年代来华客源市场	(36)
第四节 挑战与对策	(39)
第五节 90 年代国际旅游市场中我国的地位评估	(43)
案例 3	(46)
案例 4	(52)
第四章 旅游发展与国际惯例	(55)
第一节 对国际惯例的若干认识	(55)
第二节 旅游业采用国际惯例的基础和条件	(57)
第三节 采用国际惯例的主要设想	(59)
第四节 我国旅游业的合资与合作	(68)

案例 5	(72)
案例 6	(76)
第五章 旅游业六大要素	(78)
第一节 旅游观光	(78)
第二节 旅游交通	(85)
第三节 餐饮	(91)
第四节 住宿	(95)
第五节 旅游娱乐活动	(99)
第六节 旅游购物	(104)
案例 7	(109)
案例 8	(111)
案例 9	(113)
案例 10	(115)
第六章 旅行社经营管理实务	(117)
第一节 旅行社的性质和任务	(117)
第二节 旅行社的计划管理	(119)
第三节 旅行社的外联销售	(123)
第四节 旅行社接待	(129)
第五节 旅行社的外汇管理	(133)
案例 11	(135)
案例 12	(137)
第七章 饭店经营管理实务	(140)
第一节 饭店管理的特点与现状	(140)
第二节 旅游饭店的国际连锁经营	(143)
第三节 饭店管理组织与岗位设置	(147)
第四节 饭店的前台管理	(151)
第五节 饭店的客房管理	(160)
第六节 饭店的餐饮管理	(163)
案例 13	(174)

案例 14	(176)
案例 15	(178)
第八章 旅游资源开发	(182)
第一节 旅游资源的定义和分类	(182)
第二节 我国的旅游资源及其评价	(185)
第三节 旅游资源开发的原则和条件	(193)
第四节 旅游资源开发的形式和方法	(196)
案例 16	(198)
案例 17	(200)
第九章 旅游业的市场促销和销售	(203)
第一节 旅游市场促销概述	(203)
第二节 旅游市场促销的方式	(207)
第三节 旅游市场销售	(212)
案例 18	(216)
案例 19	(220)
第十章 旅游服务质量	(227)
第一节 旅游服务质量的概念	(227)
第二节 服务规范	(230)
第三节 服务质量保证体系	(233)
第四节 最佳旅游服务	(236)
案例 20	(242)
案例 21	(244)
思考习题参考答案	(248)

第一章 旅游业在国民经济中的地位和作用

第一节 在世界经济中崛起的旅游业

一、旅游与旅游业

旅游活动的产生有两个基本条件：闲暇时间与经济能力。在人们的生存尚不能得到保证的阶段，既不可能有充裕的闲暇也不可能有足够的多余钱财，所以也谈不上旅游。在人类迈入奴隶社会时，奴隶主具备了这两大条件，于是历史上便有了我国的周穆王游西王母国的传说，和埃及法老墓碑上记载王朝旅行游乐活动的雕刻。之后，各国历代帝王四处巡游，一方面有视察疆土的政治动机，另一方面又不乏消遣散心，观赏娱乐的意图，客观上推动了道路、交通车辆、食宿设施、景点保护、文化交流等方面的发展。

18 世纪末叶英国产业革命后，出现了火车、轮船等先进的交通工具。20 世纪又进一步出现了汽车、飞机等更迅速、更方便、更舒适的交通工具，为广大手头已有一些积蓄钱财，又有一定空闲时间的人们提供了较大规模旅游的可能性。因此，可以认为，旅游是人类社会发展到一定阶段的必然产物。随着旅游活动的普遍开展，一个为旅游者进行旅游消费活动提供多样化服务的新兴行业——旅游业便应运而生了，同时世界上也冒出了旅游市场这样的全新事物。

二、旅游业的性质

旅游业是为旅游者服务的，它向人们提供物质与文化两个方面

的享受，所以必然具有如下性质：

1. 消费性。旅游者经过旅游活动后，疲劳消除，精神焕发，体力与智力都得到了休息和发展，因此，旅游业具有劳动力再生产的特点。旅游业一方面销售旅游者所需要的各种消费资料，另一方面使生产这些消费资料的生产资料得以实现。旅游本身便是一种较高水平的消费活动。旅游业的发展有助于为生产创造新的动力，刺激生产进一步发展，例如，各种包价旅游线路都可被视为一种以服务形式存在的消费品。再如向旅游者供应的膳食，则可认为是通过服务的形式，使其价值物化或附加于原来的消费品之中。

2. 服务性。旅游业的根本任务就是在食、住、行、游、娱和购诸般活动中向旅游者提供服务，旅游业虽组成复杂，涉及范围不一，但它向在异国或异地试图享受物质生活与文化生活的旅游者提供形形色色的服务这一特性却是共同的。

3. 文化性。旅游活动与文化息息相关。购买旅游纪念品无疑包含着浓厚的文化性，每个国家、每个地方都有自己独特的文化特色，旅游纪念品往往就是本民族、本地区文化特色的典型反映。各个地区还有一些特色的菜肴、点心和小吃，具有当地风格的建筑、交通工具以及传统节日、传统戏剧与娱乐形式等。

旅游活动还推动着国与国、地与地之间的文化交流与科研交流，并有利于信息的传播。

4. 综合性。旅游者在旅游过程中所获得的服务是综合的、多方面的。只有当构成旅游产品的各个因素综合成一体的时候才能创造出旅游者需要的使用价值。

5. 开放性。旅游业的重要任务之一是为国际旅游者服务。外国游客在某地进行旅游消费活动的同时，帮助该地增加了外汇收入，因此旅游业也是一个对外合作的行业。

三、旅游业的范围

如上所述，旅游业是一种具有文化性质的综合性服务行业，所

以它不可避免地涉及不同规模、类型、地点、性质、服务方式、和起不同作用的多种企业。

按照作用的大小，旅游业所包含的行业可以分为主体部门与相关部门两大部分。主体部门指旅馆或饭店、旅行社与交通运输部门。旅游是离开所在地到另地进行的一种活动，所以除了为数极少的徒步旅游外，都离不开海、陆、空交通工具。其次，旅游者在旅游过程中需要“食”和“住”，所以旅馆与饭店必然也是旅游业的支柱之一。最后，现代人的旅游讲究方便、舒服，并且很注重时间的紧凑，他们盼望有人帮助他们把游、行、宿、食、娱、购六大活动统筹安排，而这就是旅行社的服务内容。不仅如此，旅行社还提供导游、翻译等服务，使旅游者最大可能地享受旅游活动。

但是，旅游者的活动不可能仅限于此，他们需要参观名胜古迹、游览名山大川，还要办理各种手续、通信通话、使用信用卡、看病等。尽管不是每个旅游者都必须从事所有这些活动，然而，从宏观上看，数以万计的游客不可能都离开这些活动而达到物质与文化享受的满足。所以，旅游业的相关部门应包括：园林、文物、娱乐、公安、海关、邮电、银行、轻工、建筑、保险、出版、医疗卫生和旅游管理等行业。

四、旅游业的迅猛发展

现代旅游远非昔日以个人为单位的个体消费活动，而是同社会化大生产紧密地结合了起来。20世纪初，由于产生旅游的两大条件——闲暇与金钱——还不能为广大人民所拥有，因此参加旅游的只限于某些发达国家中的中上层人士，这样，旅游的经济作用甚微，在国民经济中的地位很不起眼。

二次大战后，特别在近30年里，人类社会生产力和生产关系发生了重大变化，劳动人民中有很大部分摆脱了食不果腹，衣不蔽体的极端贫困状态，并且有了带薪假日，他们具备了旅游的条件。此外，资本家为了加强经济联系，需要到世界各地寻求更好的投资环

境，开辟新的贸易渠道，这样，参加旅游的人数与日俱增。统计资料显示了近半个世纪以来，全世界国际旅游业的发展状况：

年 份	出国旅游人次	国际旅游收入
1950 年	2528 万人次	21. 0 亿美元
1960 年	6929 万人次	68. 7 亿美元
1970 年	1. 6 亿人次	179. 0 亿美元
1980 年	2. 85 亿人次	1023. 6 亿美元
1990 年	3. 92 亿人次	2650. 0 亿美元

据预测，到本世纪末全世界国际旅游人数可达 6 亿人次，国际旅游收入超过 3000 亿美元。届时旅游业将超过汽车和石油工业，成为全球第一大行业。

在过去的四十多年里，全世界出国旅游人次增加了 1700 多倍，国际旅游收入增加了 130 多倍，旅游业欣欣向荣，急速发展的趋势，使世界经济学家都对其予以极大的关注。人们估计，九十年代国际旅游的年增长速度为 3——5%。还有人持更加乐观的态度，认为年增长率将超过 10%。作为朝阳产业的旅游业方兴未艾、显示出美好的发展前景。

第二节 旅游业在我国国民经济中的地位和作用

一、旅游业在我国国民经济中的地位

旅游业的性质属第三产业，它不提供任何物质财富，它依靠的是提供劳务以取得收入。在商品经济社会里，旅游业提供的服务势必要商品化，同别的有形商品一样，也是一种赢利的手段。所以，纵然旅游业具有多种特性，经济性当属第一位。讨论旅游业在国民经济中的地位必须基于这一点。