

国家自然科学基金青年项目 (编号41401604)

中央高校基金项目 (编号2015SYB04)

资助出版

四川省旅游业青年专家项目 (编号SCTYETP2015L13)

旅游管理及信息化建设 方法和技术研究

——以西南地区为例

沈兴菊 著



科学出版社

国家自然科学基金青年项目(编号 41401604)

中央高校基金项目(编号 2015SYB04)

资助出版

四川省旅游业青年专家项目(编号 SCTYETP2015L13)

旅游管理及信息化建设 方法和技术研究

——以西南地区为例

沈兴菊 著

科学出版社

北京

内 容 简 介

旅游信息化是近年来研究的热点,旅游管理信息化符合旅游业发展理念和时代发展要求,加强旅游管理信息化有利于政府和相关企业降低管理成本、提高管理水平和经济效益。西南地区旅游资源丰富,旅游发展速度快,但旅游信息化仍处于建设阶段。本书以西南地区为例,分析和总结我国及西南地区旅游管理及信息化的现状及问题,阐述了旅游管理及信息化的建设目标、建设重点、建设方法等。本书共分7章,内容包括旅游管理基础理论、西南地区旅游管理及信息化现状、西南地区旅游景区安全管理、西南地区旅游管理信息化建设等。

本书可供高等院校旅游管理专业的本科生、旅游行业在职培训人员和旅游行政管理人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

旅游管理及信息化建设方法和技术研究:以西南地区为例 / 沈兴菊著.
—北京:科学出版社, 2017.11
ISBN 978-7-03-054652-4

I. ①旅… II. ①沈… III. ①地方旅游业—行业管理—信息化—研究—西南地区 IV. ①F592.77-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 237771 号

责任编辑:张 展 杨悦蕾 / 责任校对:熊倩莹

责任印制:罗 科 / 封面设计:墨创文化

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

成都锦瑞印刷有限责任公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2017年11月第 一 版 开本:B5 (720×1000)

2017年11月第一次印刷 印张:10 3/4

字数:222千字

定价:80.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换)



前言

经过三十多年的快速发展,我国旅游业各要素都取得了长足的进步。目前,我国已有旅行社 2 万多家,各类旅游景区 2 万多个,旅游餐饮店、社会旅馆、旅游购物商店、旅游娱乐场所、农家乐、旅游交通企业等几十万家旅游企业和单位作为旅游市场的经营主体,共同形成了我国巨大的旅游供给市场。旅游业是综合性产业,旅游活动各环节涉及 20 多个部门,110 多个行业,对社会贡献很大。据联合国世界旅游组织测算,2016 年,中国旅游业对国民经济综合贡献已达 11%,对社会就业综合贡献超过 10.26%,与世界平均水平基本持平。目前,我国已进入大众旅游时代,旅游综合效应已经凸显,旅游业极大地促进了大众创业,推动了万众创新,旅游扶贫也取得了明显的效果。旅游业也已融入经济社会发展全局,成为国民经济战略性支柱产业。

2017 年 3 月 7 日,国家旅游局发布《“十三五”全国旅游信息化规划》(以下简称《规划》),《规划》指出,“十三五”时期是实现我国全面建成小康社会的决胜阶段,也是我国从粗放型旅游大国向比较集约型旅游大国发展的关键时期,旅游信息化面临重大发展机遇。第一,从世界大背景来看,当今世界信息技术日新月异,全球信息化已进入全面渗透、融合发展和加速创新阶段,信息化已成为全球经济社会发展的显著特征;从发展现状来看,我国信息化产业体系已逐步完善,信息技术应用不断深化,“互联网+”异军突起,经济社会数字化、网络化转型步伐不断加快,信息化在现代化建设全局中的引领作用日益凸显,可以说“没有信息化就没有现代化”。第二,我国旅游业将迎来新一轮黄金发展期。自改革开放以来,我国旅游业全面融入国家战略体系,已成为国民经济战略性支柱产业,“十三五”期间,我国旅游业面临重大发展机遇,呈现消费大众化、需求品质化、竞争国际化和旅游业全域发展的新趋势,新趋势需要用信息技术推进旅游生产方式、管理模式和消费形态的转变,全面提升旅游产业质量效益和核心竞争力,实现旅游经济稳步增长。第三,目前我国旅游信息化加快发展的基础已经形成。近年来,我国旅游信息化取得长足进展,旅游信息化管理初见成效,旅游公共信息服务设施建设取得阶段性成果,旅游在线市场初具规模,全覆盖式旅游宣传营销格局基本形成,旅游电子政务稳步推进,旅游信息化对旅游业的支撑保障作用明显增强,为“十三五”时期旅游信息化加快发展奠定了良好的基础。

旅游管理信息化建设已成为当今时代必需。西南地区因其丰富的旅游资源和多样的民族风情,吸引了众多的旅游者,是我国的旅游大区。近年来,西南地区

在国内旅游市场蓬勃发展的大环境下扮演着举足轻重的角色。以 2016 年春节为例, 从对全国各省区市旅游收入情况进行的统计数据来看, 西南地区的四川省是接待游客总数最多的省份, 达 5793.22 万人次。从 2016 年全年的情况来看, 四川省实现旅游总收入 7705.54 亿元, 同比增长 24.1%; 接待入境游客 308.79 万人次, 同比增长 13%; 实现旅游外汇收入 15.82 亿美元, 同比增长 33.9%; 接待游客 6.3 亿人次, 同比增长 7.7%, 增长率高于东中部的诸多省市。同年, 旅游收入同比增长位列全国前两位的省份分别是西南地区的云南和贵州, 其中云南的旅游收入同比增长达 44.1%, 紧随其后的贵州同比增长达 43%, 增长率远远高于全国平均水平。尽管如此, 由于自然环境的脆弱性及人文历史的复杂性, 西南地区在旅游市场管理方面出现的问题也表现得比较明显和突出, 这些问题一方面直接影响了旅游者的安全及旅游体验, 另一方面也严重影响了当地政府的形象。究其发生原因, 一是管理与市场脱节, 二是信息化交流不畅。反映出西南地区改善旅游管理方式和建设旅游信息化的迫切性和现实性。

旅游业是综合性很强的行业, 其管理和信息化涉及多个部门, 需要形成合力才能取得好的效果, 而信息是目前旅游业发展的基础和“互联网+”背景下的核心, 旅游管理信息化建设不仅是时代的要求, 也是提高旅游管理效率、保障良好旅游环境和保证游客旅游品质的关键环节。本书通过分析总结我国及西南地区旅游管理及信息化的现状及问题, 研究西南地区旅游管理及信息化建设的重点和信息化建设的总体结构、系统架构、网络结构、数据库结构、数据仓库、数据交互、对外共享、技术路线、新技术应用、在线监测、软硬件环境等问题, 促进数据资源互联互通和开放共享, 实现旅游信息便于对游客服务、旅游企业、旅游景区、旅游目的地等的监管; 导游、游客、车辆等信息管理全程化, 为西南地区乃至全国旅游管理行业提供保障、依据和建议。全书共分为 7 章。第 1 章, 概述; 第 2 章, 旅游管理基础理论; 第 3 章, 旅游管理信息化; 第 4 章, 西南地区旅游管理及信息化现状与问题; 第 5 章, 西南旅游景区安全管理; 第 6 章, 西南地区旅游管理信息化建设; 第 7 章, 总结与展望。

感谢中国科学院·水利部成都山地灾害与环境研究所、四川省金科成地理信息技术有限公司等单位 and 张金山、魏军林、温敏等同志为本书提供的相关技术资料和数据支持, 以及提出的宝贵意见和建议。

由于时间仓促, 加之作者水平有限, 书中难免存在不足和问题, 敬请广大读者批评指正。

目 录

第1章 概述	1
1.1 引言	1
1.2 目的及意义	2
1.3 国家政策和保证	3
第2章 旅游管理基础理论	5
2.1 旅游业概念	5
2.2 旅游业特征	5
2.3 旅游管理体系	7
2.3.1 旅游行政管理	7
2.3.2 旅游企业管理	8
2.3.3 旅游目的地管理	11
2.3.4 旅游支撑体系管理	12
第3章 旅游管理信息化	13
3.1 旅游管理与信息化	13
3.1.1 旅游管理信息化背景	13
3.1.2 旅游管理信息化的必要性	13
3.2 我国旅游管理及信息化规划	15
3.2.1 旅游管理及其信息化概念	15
3.2.2 旅游管理信息化的应用内容	15
3.2.3 我国旅游管理信息化规划内容及重点	17
第4章 西南地区旅游管理及信息化现状与问题	19
4.1 西南地区旅游及管理信息化现状	19
4.1.1 西南地区旅游发展及管理现状	19
4.1.2 西南地区旅游管理中出现的问题	20
4.1.3 西南地区旅游管理存在问题原因分析	23
4.2 西南地区旅游管理及信息化建设重点	24
4.2.1 加强旅游景区、旅游目的地的开发规划和选址的安全评估及交通 条件分析	24

4.2.2	加强政府部门和企业的管理, 突出旅游灾害风险的评估、监测、治理、救援, 并加强游客教育	25
4.2.3	做好游客管理及教育工作	25
第5章	西南旅游景区安全管理	26
5.1	地质灾害对旅游景区的影响	26
5.1.1	地质灾害直接破坏景点风景	26
5.1.2	地质灾害危害旅游服务设施和交通	27
5.2	旅游景区地质灾害危险性评价	27
5.2.1	藏东南区域及旅游资源分布概况	28
5.2.2	地质灾害危险性区划模型与指标	29
5.2.3	藏东南地质灾害危险性分区	31
5.2.4	藏东南区域旅游景点受地质灾害威胁和危害情况	36
5.3	旅游景点地质灾害工程治理	37
5.3.1	旅游景点地质灾害工程治理的原则	37
5.3.2	旅游景点地质灾害治理工程的建设要求	38
5.4	旅游景点泥石流灾害监测预警	40
5.4.1	总体思路	40
5.4.2	系统设计	42
5.4.3	监测方案	49
第6章	西南地区旅游管理信息化建设	52
6.1	概述	52
6.1.1	建设背景	52
6.1.2	建设目标	52
6.1.3	建设主要内容	53
6.1.4	建设过程	54
6.1.5	实现技术及特点	56
6.2	主要技术	56
6.2.1	workflow 技术	56
6.2.2	3S 技术	58
6.3	信息化建设探索和实践	63
6.3.1	旅游执法信息化	63
6.3.2	旅游景区信息管理、监控、发布	71
6.3.3	景区地理信息系统	90

6.3.4 数字区域和智慧旅游	116
6.4 旅游移动执法通信平台	137
6.4.1 移动执法平台整体解决方案	137
6.4.2 核心机房部署说明	138
6.4.3 指挥中心部署说明	138
6.4.4 执法车部署说明	140
6.4.5 执法单兵部署说明	140
6.4.6 移动执法平台功能描述	140
6.4.7 移动执法平台指挥流程	144
6.4.8 整体系统实现功能	145
6.4.9 各类系统的接入	155
第7章 总结与展望	159
参考文献	161
索引	163

第1章 概述

1.1 引言

旅游业是以旅游资源为凭借,以旅游设施为条件,以旅游者对象,为其提供所需商品和服务的综合性产业^[1]。从内容上看,旅游业由旅游资源、旅游设施、旅游服务三大要素组成;从国家或地区的旅游发展角度来看,旅游业主要由五大部分组成:旅行业务组织部门、住宿接待部门、交通运输部门、游览场所经营部门和各级旅游管理组织。

随着社会和经济的发展,旅游业已成长为世界经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。据世界旅游理事会(WTTC)预计,到2020年,全球国际旅游消费收入将达到2万亿美元。另据世界旅游协会预测,2010~2020年,国际旅游业人数和国际旅游收入将分别以年均4.3%和6.7%的速度增长,高于同期世界财富年均3%的增长率;到2020年,旅游产业收入将增至16万亿美元,相当于全球GDP的10%;所提供的工作岗位达3亿个,占全球就业总量的9.2%,从而进一步巩固其作为世界第一大产业的地位。

2016年3月5日,李克强总理在做政府工作报告时提出,落实带薪休假制度,加强旅游交通、景区景点、自驾车营地等设施建设,规范旅游市场秩序,迎接正在兴起的大众旅游时代。进入大众旅游时代的我国旅游业,近年来的表现令人瞩目。数据显示,2016年我国旅游市场供需两旺,旅游服务贸易顺差扩大。全年实现旅游总收入4.69万亿元,同比增长13.6%;全国国内旅游44.4亿人次,同比增长11%;入境旅游人数1.38亿人次,同比增长3.8%,其中外国人入境2814.2万人次,同比增长8.3%;国际旅游收入1200亿美元,同比增长5.6%;出境旅游人数1.22亿人次,同比增长4.3%;旅游服务贸易顺差102亿美元,较2015年扩大11.5%。

旅游行业的蓬勃发展在创造巨大经济效益和社会效益的同时,也给各级旅游主管部门带来巨大的管理挑战。旅游业的范围特征是无明显边界,是集食、宿、行、游、购、娱等服务于一体的综合性产业,因为它们涉及的主管部门并不一致,所以其行业信息化管理相对来说比较复杂^[2]。传统的业务管理由于缺乏信息技术的支持,效率低下,信息不通,不利于抓住当前旅游大发展的机遇,其管理远不能满足旅游发展的需要。

信息化是当今世界经济社会发展的强大动力,且已经覆盖了国民经济的所有行业。随着科学技术的发展,信息化成为衡量一个国家、一个地区、一个行业现代化水平的重要标志,信息化也因此变成旅游业发展的内在要求与必然趋势。我们已迈入信息时代,信息化建设也已被提升至国家发展战略的高度,成为推进国民经济和社会发展的助力器^[3]。党的十八大明确提出,要坚持走中国特色新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化道路,推动信息化和工业化深度融合、工业化和城镇化良性互动、城镇化和农业现代化相互协调,促进工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展。

随着电子商务和移动互联网的迅猛发展,普通游客的旅游消费越来越多的转移到互联网和手机客户端上,游客与信息化的关系、旅游企业与信息化的关系、旅游管理部门与信息化的关系越来越紧密。旅游业的信息密集性决定了旅游信息化已不再只是一种手段,而成为政府的管理方式、旅游企业的生产方式和游客的生活方式^[4]。旅游管理信息化符合旅游业发展理念和时代发展要求,加强旅游管理信息化有利于政府和相关企业降低管理成本、提高管理水平和经济效益。由于旅游业具有较强的市场自主性,市场的发展状况在很大程度上将直接影响旅游业,旅游管理信息化有利于相关单位和部门顺应市场发展趋势并及时迅捷地应变和作出调整,有利于提高企业的核心竞争力^[5]。

1.2 目的及意义

携程旅游报告引用艾瑞咨询的数据显示,2016年,国内游客在线旅游预订的花费达6026亿元,同比增长34%,通过在线旅行社预订消费的规模,已经远远超过通过传统旅行社门店消费。国内游客在携程APP和网站预订跟团游、自由行等度假产品的花费超过200亿元,创历史新高。从人均消费指数看,2016年国内游客在携程网上报名旅游,每次人均消费超过3000元。与此同时,消费者的在线预订习惯也发生了很大的变化,从跟团游、自由行等打包产品的在线订单看,游客中60%以上通过手机APP预订支付,而门票、玩乐等产品,90%以上通过手机端下单。

旅游业的发展对信息化提出了越来越高的要求,然而,我国旅游业管理及信息化发展滞后于旅游业的整体发展需要。近年来,由于旅游管理行业存在的问题及旅游信息化建设的滞后,全国旅游市场出现了许多问题,这些问题严重制约了旅游市场的健康发展和广大游客的旅游体验。据有关部门统计,2016年各级旅游警察机构共处理投诉纠纷2970件,刑事处罚158件,行政处罚544件,处理违法人员680人,处罚违法企业691家;各级旅游工商分局共处理投诉举报1466件,处罚违法企业73家;各级旅游巡回法庭共立案177件,审理138件,结案136件,调解437件,接受咨询100件,挽回损失237.7万元。分析这些数据背后的原因,

大多是旅游管理不完善及旅游信息交流不畅而引起的,诸如政府对旅游企业的监管不够,旅游企业违规现象严重;旅游业就业门槛低,导游素质参差不齐,游客被宰及利益被损害的情况时有发生;节假日景区人满为患,景区没有顺畅的信息通知渠道,游客正常的旅游活动受阻,旅游体验很差;旅游市场行为不规范,诚信体系不完善,旅行社提供虚假合同,游客投诉率高等。

为了推进旅游业发展和改革,提高旅游业服务和管理水平,要充分运用现代科技技术,特别是要运用信息化技术,解决旅游业发展中的问题。信息化是在现代网络技术、通信技术、数据库技术的基础上,以信息技术为依托,充分运用信息资源,服务于产业运行和发展,其中信息化的目的和核心就是信息运用。目前,我国旅游业管理及信息化过程普遍存在的问题是:旅游信息资源零散、共享差、流通不畅;信息技术应用程度低;重硬件建设、轻软件开发和管理等。旅游企业和管理部门离真正的信息化还有很大的距离^[6]。

旅游管理信息化符合旅游业发展的理念和要求,促进了现代社会发展^[7]。加强旅游管理信息化有利于降低管理成本、提高管理水平和经济效益,同时可以提高我国旅游业的竞争力,缩短与发达国家之间的差距。但目前我国旅游行业信息化水平不高,虽然我国的旅游信息技术已经应用了近二十年,但是信息管理与应用还处于相对较低的阶段,资源共享度很低,同时,网络信息的更新较慢,导致数据库资料很不完整,缺少专业化的人才,信息化管理与服务量十分有限,各个企业之间缺乏沟通与交流,旅游信息没有做到共享,于是变得没有价值。近年来,全国和各地区都开始重视并加强旅游管理现代化和信息化建设,但拥有丰富旅游资源的西南地区的旅游信息化还处于建设阶段。为了有效提高西南地区的旅游管理水平,建立和完善信息交流和传递渠道,促进旅游经济效益,科学合理地配置各项旅游资源,综合利用信息网络技术来科学规划旅游景区,收集旅客信息,提高政府管理效率,增强旅游企业核心竞争力,适应现代旅游市场的需要,走旅游管理信息化道路是西南地区旅游发展的必然选择。

1.3 国家政策和保证

为了保障旅游管理和旅游服务的水平及质量,近年来,政府出台了许多制度和文件,不断推进旅游行业发展。

2007年3月,国务院下发的《国务院关于加快发展服务业的若干意见》(国发〔2007〕7号)提出:“到2020年,基本实现经济结构向以服务经济为主的转变,服务业增加值占国内生产总值的比重超过50%”,“围绕小康社会建设目标和消费结构转型升级的要求,大力发展旅游、文化、体育和休闲娱乐等服务业”。

2008年8月,国家发展和改革委员会、国家旅游局、人力资源和社会保障部、

商务部、财政部、中国人民银行联合发布的《关于大力发展旅游业促进就业的指导意见》(发改就业〔2008〕2215号)提出:“在国家产业政策和就业政策指导下,到2015年,建立健全与就业形势相协调的旅游产业体系和政策支撑体系;……;旅游就业规模不断扩大,从目前的6000万人增加到1亿人左右”。

2009年12月,国务院下发的《国务院关于加强发展旅游业的意见》(国发〔2009〕41号)明确提出:“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代化服务业”,“促进区域旅游协调发展。中西部和边疆民族地区要利用自然、人文旅游资源,培育特色优势产业。有序推进香格里拉、丝绸之路、长江三峡、青藏铁路沿线和东北老工业基地、环渤海地区、长江中下游地区等区域旅游业发展,完善旅游交通、信息和服务网络”。

2015年9月,国家旅游局下发《关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》(以下简称《通知》),《通知》指出,旅游业是国民经济的综合性产业,是拉动经济增长的重要动力。以互联网为代表的全球新一轮科技革命正在深刻地改变着世界经济发展和人们的生产生活,为全球旅游业发展带来全新变革,旅游与互联网的深度融合已经成为不可阻挡的时代潮流^[8]。2016年我国旅游总人次达47亿,旅游总收入4.69万亿元。受一系列利好政策及居民消费提升驱动,我国旅游产业发展继续保持较高增速。

2017年3月,国家旅游局公布《规划》,指出要推进移动互联网应用、旅游电子支付运用、旅游大数据运用等信息化建设的主攻方向,我国在线旅游目的地信息服务建设将在这一背景下快速发展;《规划》还明确提出,在新时代要以旅游信息化引领旅游业转型升级,提高旅游品质。

这些国家政策的出台从制度上保证了旅游业管理及旅游信息化的顺利进行。

第2章 旅游管理基础理论

2.1 旅游业概念

旅游业是以旅游资源为凭借，以旅游设施为条件，以旅游者对象，为其提供所需商品和服务的综合性产业。旅游业主要由五大部分组成：旅行社业务组织部门、住宿接待部门、交通运输部门、游览场所经营部门和各级旅游管理组织。

根据各行业与旅游者关联度的不同，可将旅游产业的行业群体分为以下两大类：一类是旅游核心行业——专门或主要为旅游者提供旅游产品和劳务的行业，这些行业同旅游者的关联度最大，以旅游者为主要服务对象，满足他们最基本、最直接的旅游需求，依赖旅游者的存在而存在和发展，其发展水平最准确和直接地反映出一国或一地区旅游产业的发展状况和所处阶段；另一类是旅游依托行业——既为旅游者同时又为其他社会公众提供产品和劳务的行业，如餐饮业、娱乐业、商业、水电业等。

此外，支持旅游发展的各种旅游组织，虽然不是以直接营利为目的的企业，与旅游者的关联度较小，但它们在引导和规范旅游业发展方面起着重要的支持和干预作用，毫无疑问是旅游业构成的重要部分。

从旅游活动的过程来看，旅游业有三方面内容：①有关旅游“准备”的行业，如办理旅游问讯和预订业务的旅行社等；②有关旅游“移动”的行业，如交通运输业的铁路、航空、汽车、轮船运输等；③与旅游“逗留”有关的行业，如餐饮业、出租车业、旅游娱乐、旅游购物、旅游景点经营部门等。此外还涉及许多相关行业，如支持旅游发展的各种旅游组织，也是旅游业的组成部分。

从部门性质及行业管理方式来看，可分为旅游行业管理、旅游企业管理、旅游行政管理、旅游目的地管理及旅游支撑体系管理。其中，旅游企业管理主要包括旅行社管理、旅游饭店管理和旅游景区管理。

2.2 旅游业特征

旅游业主要具有以下5个特征：

(1) 综合性。旅游活动是人们以游览为核心，为了实现游览的目的而进行的吃、住、行、游、娱、购等方面的消费，所以旅游活动是一项综合性的活动。旅游业

作为旅游主体与客体之间的桥梁,要提供包括吃、住、行、游、购、娱等各个方面的一体化服务,并提供多种多样的旅游产品以满足旅游者多样化的旅游需要,这决定了旅游业的产品是众多企业共同作用的产物,这些不同类型的企业,按照传统的产业划分标准分别属于若干相对独立的行业,但为旅游者提供产品和服务的业务纽带将它们联系在一起,形成旅游业内部各企业间的综合性联系。就具体的旅游目的地而言,构成旅游业的各独立行业,虽然其产品的生产过程和特点各不相同,但是,它们都是该地总体旅游产品的组成部分,各行业之间相互依存和补充,必须相互协调,紧密协作;旅游业具有较强的关联带动作用,作为一个行业群体,旅游业发展必然会使直接为旅游者服务的旅游核心行业首先发展起来,而间接为旅游者服务的相关各行业也会受到旅游业发展的刺激而相应发展,因此,旅游业是“牵一发而动全身”、综合性极强的产业。随着旅游活动不断向深度、广度的进一步发展,旅游业综合性的特点会越来越显著。

(2)服务性。旅游服务是旅游业的核心和本质。旅游服务是旅游从业者借助旅游设施和一定手段向旅游者提供便利的一种劳务活动,因此通常把旅游业称为旅游服务业。可见旅游服务在旅游业中的重要作用和地位,它是旅游活动的软件媒体。旅游业的特点之一是出售劳务,它向旅游者提供的产品是固定有形的设施和无形的服务,在此过程中使游客得到物质享受和精神满足,旅游业的饭店、旅行社等各个企业分散在不同的地点,并分别以不同的方式,借助不同的服务载体向旅游者提供不同内容的服务。

(3)密集型。旅游业既是劳动密集型产业,也是信息密集型产业。由于旅游业的产品是以提供劳务为主的旅游服务,同其他行业相比,不存在销售成本或销售成本较少,从而使工资成本在全部营业成本中占据了较大比重,所以旅游业被称为劳动密集型产业,这是被国际公认的。一般情况下旅游部门每增加一名服务人员,社会上就要增加五名间接服务人员相配套,所以旅游业又成为各国吸纳劳动力的重要行业,基于该特点,旅游业一直被世界各国所支持。同时,旅游业也属于信息密集型产业,旅游产品交易通常是和消费者进行信息交流、沟通;旅游产业涉及的领域较多,如餐饮、住宿和交通部门,对信息依赖程度较高,信息作为旅游行业运转、生存的重要因素,是旅游企业的重要助力,是旅游管理发展的重要部分,也是旅游管理现代化的关键途径。

(4)脆弱性。由于旅游业的发展受到多种内部和外部因素的影响和制约,如业内组成部分之间及有关的多种部门和行业之间的比例关系的协调,各种自然、政治、经济和社会的因素变化导致对旅游需求的影响等,不管是客源地的还是旅游目的地的各种变化,都会对旅游业的发展产生直接影响,从而使旅游经营具有很大的不稳定性 and 脆弱性。其中有些因素对旅游业的影响还可能是致命的,如气候的恶劣、疾病的流行、水灾的泛滥、地震的发生、世界性的经济危机、国际关系

的恶化、政府政策的变化、政局的不稳定、社会的动乱、恐怖事件、战争等,都会导致旅游产业的停滞和萧条。如“9·11”事件发生后,美国及西方的旅游业受到重创;历时八年的“两伊战争”,使伊朗和伊拉克的旅游业从此一蹶不振;汶川地震也使四川的旅游业受到很大的影响。

(5)连带性。旅游业通过满足旅游者在旅游活动过程中多方面、多层次的需要达到营利的目的,必须涉及许多相关的行业,这决定了旅游业的连带性。尤其是现代旅游业,关联度大、产业链长,已经极大地突破了传统旅游业的范围,广泛涉及并交叉渗透到许多相关产业和产业中,如工业、农业、教育、医疗、科技、生态、环境、建筑、海洋等领域,形成了一个泛旅游产业群。旅游在这一产业群中,带动其他产业发展,并延伸出了一些新的业态。据世界旅游组织统计,旅游业每收入1元,可带动相关产业收入增加4.3元。另据联合国统计署的具体测定:旅游业拉动的相关行业达110个,旅游业对各行各业的贡献率可以量化,对住宿业的贡献率超过90%,对民航和客运的贡献率超过80%,对文化娱乐产业的贡献率达50%,对餐饮业和商品零售业的贡献率超过40%。旅游业的连带性特点说明,若旅游业中任何一个相关环节脱节,旅游业经营活动就会难以正常运转,因此,通过旅游业的信息化,可以有效地将这些环节紧密结合在一起,提高效率。

2.3 旅游管理体系

旅游业发展涉及多个方面,旅游产业已成为国民经济中的一个重点培育产业。从管理的角度来看,传统旅游产业的环节主要包括旅游行业管理、旅游企业管理、旅游目的地管理、旅游支撑体系管理及旅游产业流程管理。

旅游行业管理的主体主要是政府的职能部门,涉及的信息化管理主要是电子政务。旅游目的地管理涉及旅游景区、旅游接待服务、目的地营销等管理体系,涉及的信息化管理主要是旅游目的地融合的信息系统和信息网站。旅游企业管理主要是包管管理、旅行社管理和旅游景区管理,涉及的信息化管理主要是企业信息系统和电子商务系统、旅游保障体系管理及旅游危机处理体系管理^[9]。

2.3.1 旅游行政管理

主要管理内容:办公自动化、档案管理、人事管理、财务管理。

主要管理业务:旅游统计、导游管理、旅游饭店管理、旅行社管理、旅游区管理、旅游车船管理、旅游促销信息、旅游规划等。

主要管理部门:各级政府机构和相关旅游管理机构。

2.3.2 旅游企业管理

旅游企业管理是旅游管理的重要内容和部分,其包括的类型主要有旅游饭店管理、旅行社管理和旅游景区管理。

2.3.2.1 旅行社管理

1. 旅行社的概念及性质特点

国务院于1996年颁布的《旅行社管理条例》指出,旅行社是指有营利目的、从事旅游业务的企业。包括从事旅游业务的旅游公司、旅游服务公司、旅行服务公司、旅游咨询公司和其他同类性质的企业。

旅行社义务:其代理旅游业务是指为旅游者代办出境、入境和签证手续,招徕、接待旅游者,为旅游者安排食宿、交通、导游等有偿服务的经营活动,主要业务内容包括:①安排交通服务;②安排住宿服务;③安排餐饮服务;④安排观光游览、休闲度假等服务;⑤安排导游、领队服务;⑥旅游咨询、旅游活动设计服务。

除此外,旅行社还可以接受委托,提供下列旅游服务:①接受旅游者的委托,代订交通客票、代订住宿和代办出境、入境、签证手续等;②接受机关、事业单位和社会团体的委托,为其差旅、考察、会议、展览等公务活动代办交通、住宿、餐饮、会务等事务;③接受企业委托,为其各类商务活动、奖励旅游等代办交通、住宿、餐饮、会务、观光游览、休闲度假等事务;④其他旅游服务。

旅行社分类:按业务类型划分,旅行社通常可分为以下两类:

(1)旅游批发经营商:指根据自己对市场需求的了解和预测,大批量地订购各类不同的旅游产品,如交通运输公司、饭店、旅游景点等产品和服务,然后对这些单项产品进行设计组合并融入自身的服务内容,如导游服务等,使之成为能满足旅游者整体性需要的包价旅游产品的旅行社。分为旅游批发商和旅游经营商两个亚类,每个亚类都有自己的业务及产品特点(表2-1)。

表 2-1 旅行社业务分类

	旅游批发商	旅游经营商
是否从事零售业务	在组成自己的包价旅游产品后一般不从事零售业务,而是通过独立的零售商向旅游大众零售	通过下属的零售机构兼营零售业务
产品的设计组合	多以现成产品为主	往往融入一些自身的服务内容
风险	经营风险较小	经营风险较大

(2)旅游零售商:指主要经营零售业务的旅行社,直接面对旅游者并向其推销

产品或为其购买旅游产品提供便利。

2. 旅行社管理办法及制度

旅行社业务管理：旅行社为许可经营，经营旅行社业务，应当报经有权审批的旅游行政管理部门批准，领取旅行社业务经营许可证，并依法办理工商登记注册手续。国家旅游局依据旅游业发展的状况，制订旅行社业务年检考核指标，统一组织全国旅行社业务年检工作，并由各级旅游行政管理部门负责实施。

旅行社管理办法：《旅行社条例》是为了加强对旅行社的管理，保障旅游者和旅行社的合法权益，维护旅游市场秩序，促进旅游业的健康发展而制定的法规。目前我国旅行社管理执行的是于2009年1月21日由国务院第47次常务会议通过，自2009年5月1日起施行的《旅行社条例》（2009年2月20日中华人民共和国国务院令 第550号公布，自2009年5月1日起施行。根据2016年2月6日中华人民共和国国务院令 第666号公布、自公布之日起施行的《国务院关于修改部分行政法规的决定》第一次修改，根据2017年3月1日中华人民共和国国务院令 第676号公布、自公布之日起施行的《国务院关于修改和废止部分行政法规的决定》第二次修改）。

旅行社管理部门：国务院旅游行政主管部门负责全国旅行社的监督管理工作。

县级以上地方人民政府管理旅游工作的部门按照职责负责本行政区域内旅行社的监督管理工作。

县级以上各级人民政府工商、价格、商务、外汇等有关部门，应当按照职责分工，依法对旅行社进行监督管理。

2.3.2.2 旅游饭店管理

1. 旅游饭店及旅游饭店管理

旅游饭店是以营利为目的，向社会公众提供住宿及其他综合性服务的企业^[10]。旅游饭店能够以夜为时间单位向旅游客人提供配有餐饮及相关服务的住宿设施，按不同习惯，它也被称为宾馆、酒店、旅馆、旅社、宾舍、度假村、俱乐部、大厦、中心等。饭店管理是饭店管理者为了有效地实现饭店的规定目标，遵循一定的原则，运用一定的方法，对饭店所拥有的人、财、物、时间、信息等资源进行计划、组织、指挥、协调、控制等一系列活动的总和^[11]。

旅游饭店分类：通常，按客源市场可分为商务型饭店、长住型饭店、会议型饭店、度假型饭店、汽车旅馆、青年旅社等^[12]。

2. 旅游饭店管理办法

关于饭店管理，我国出台了一系列法规、制度，如《旅馆业治安管理办法》《中国旅游饭店行业规范》等。此外，国家旅游行政管理部门还出台了一系列技