

旅行社管理

旅行社产品设计原则

主讲：曾艳

旅行社产品 设计原则



1

旅行社产品开发的设计原则

2

影响旅行社产品开发的因素

3

旅行社产品的开发策略和市场定位

1 旅行社产品设计的基本原则

1.1 市场原则

市场原则就是要求旅行社在开发新产品前，要对市场进行充分的调研，预测市场需求的趋势和需求的数量，分析旅游者的旅游动机，针对不同目标市场旅游者的需求，设计出适销对路的产品，最大限度地满足旅游者的要求，提高产品的使用价值。**旅行社产品开发的市場原则具体体现在以下3个方面：**



(一) 根据市场需求开发产品

旅游者的需求是千差万别的，同时又是不断变化的。要根据旅游者相对稳定并具有代表性的需求特点，结合不同时期的时代风尚和潮流，设计出适合市场需求的旅游产品。



(二) 根据旅游者或中间商的要求开发产品

旅行社直接根据旅游者和客源产生地中间商的要求，设计专门的旅游产品，开拓自己的市场。



(三) 创造性地引导旅游消费

旅行社审时度势，创新产品，引导旅游消费，也是市场原则的实际应用。

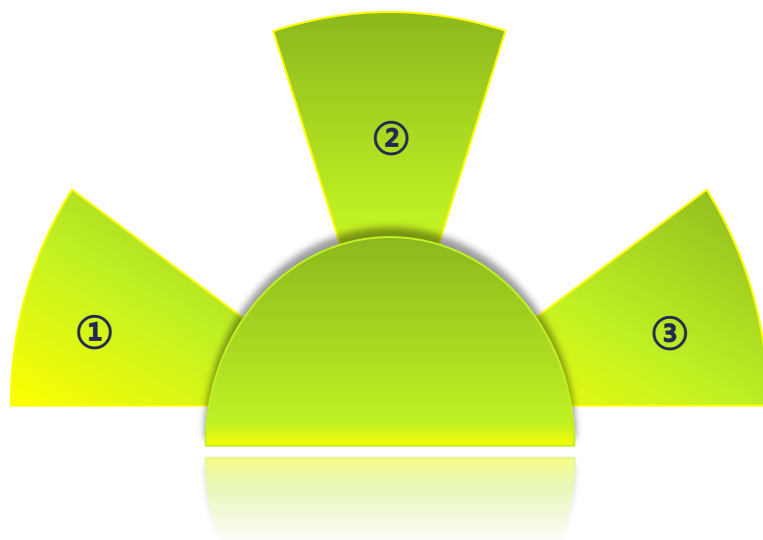
1 旅行社产品设计的基本原则

1.2 经济原则

经济原则是指以同等数量的消耗，获得相对较高的效益；或以相对低的消耗，获得同等的效益。经济原则主要体现在以下3个方面：

加强成本控制，降低各种消耗。

在设计旅游线路时，只要可能，应优先选择费用最低的线路，迂回曲折的线路只能使价格增高。



产品的总体结构应尽可能保证旅行社的接待能力与实际接待量之间的均衡，减少因接待能力闲置而造成经济损失。

1 旅行社产品设计的基本原则

1.3 旅游点结构合理原则

旅游点结构合理原则是指科学的优化组合构成旅游线路的各个旅游点。具体操作时，应注意以下几点：

1. 尽量避免重复

根据效应递减规律，重复会影响旅游者的兴趣。在条件许可的情况下，一条旅游线路应该尽量避免重复经过同一旅游点。

2. 点间距离适中

同一旅游线路各旅游点间的距离不宜太远，以避免大量时间和金钱耗费在旅途中。一般来讲，旅游点间交通耗费的时间应小于旅途全程时间的 $\frac{1}{3}$ 。

4. 游览顺序科学

在交通安排合理的前提下，同一线路旅游点的游览顺序应从一般的旅游点逐步过渡到吸引力较大的旅游点，使旅游者感到高潮迭起，保持整个旅途的兴奋度。

3. 择点数量适量

在时间一定的情况下（目前游客的旅游时间一般在1~2周），过多地安排旅游点，容易使旅游者紧张疲劳，达不到休息和娱乐的目的，也不利于旅游者深入细致地了解旅游地

5. 景点特色各异

一般说来，同一线路上的各个旅游点应各有特色。除专业考察旅游外，应避免将性质相同、景色相近的旅游点编排在同一线路上，否则会影响旅游线路的吸引力。

1 旅行社产品设计的基本原则



1.4 交通安排合理原则

交通工具的选择应以快捷、舒适、安全、方便为基本原则。选择的交通工具应与旅程主题相结合；要保证交通安排的衔接，减少等候时间；进入旅游景区，要尽量做到“**进得去、散得开、出得来**”，避免出现交通拥堵，延误旅程。

1 旅行社产品设计的基本原则

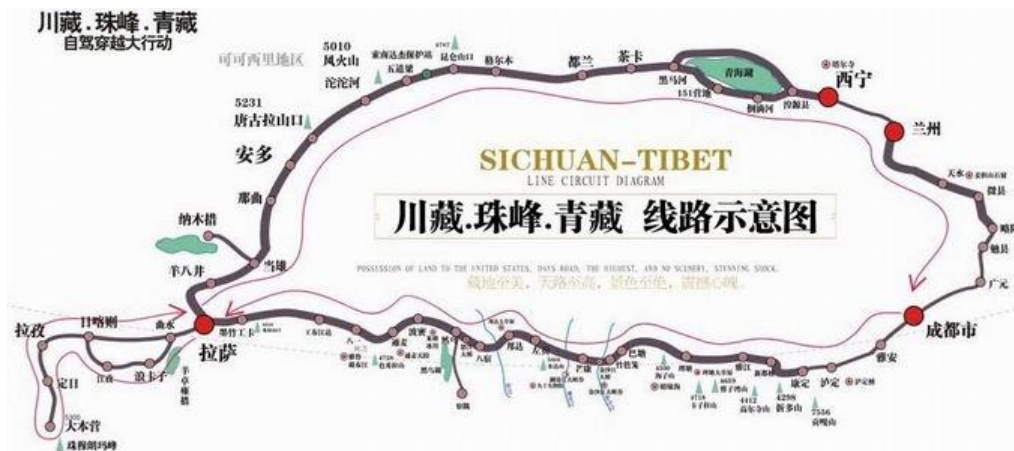
1.5 服务设施确有保障原则

旅游线路途经旅游点的各种服务设施必须确有保障，如交通、住宿、饮食等，这是旅行社向旅游者提供旅游服务的物质保证，缺少这种保证的旅游点一般不应该编入旅游线路。另外，应尽量选择安全设施有保障的旅游点，确保游客的人身和财产安全



1 旅行社产品设计的基本原则

1.6 内容丰富多彩原则



旅游线路一般应突出某个主题，且要针对不同性质的旅游团确定不同的主题，突出旅游活动的意义。旅行社应围绕主题，选择有代表性的旅游景点，安排丰富多彩旅游项目，让旅游者通过各种活动，从不同的侧面了解旅游目的地的文化和生活，领略美好的景色，满足旅游者休息、娱乐和求知的欲望。

2影响旅行社产品开发的因素



2.1外部因素

2.2内部因素

2影响旅行社产品开发的因素

2.1外部因素

(一) 资源禀赋

资源禀赋是指一个国家或地区拥有旅游资源的状况。与旅行社产品开发相关的资源因素主要包括：

1

自然资源

人文资源

2

3 社会资源

4 人力资源

5

资本资源

2影响旅行社产品开发的因素

2.1外部因素

(二) 设施配置

设施配置是指与旅游者旅游生活密切相关的服务设施和服务网络的配置状况，主要包括住宿、交通、餐饮和娱乐等，它们是旅游者实现旅游目的的中间媒介，而且本身也会增添旅游乐趣，构成旅游者旅游生活的重要组成部分。



2影响旅行社产品开发的因素

2.1外部因素

(三) 旅游需求

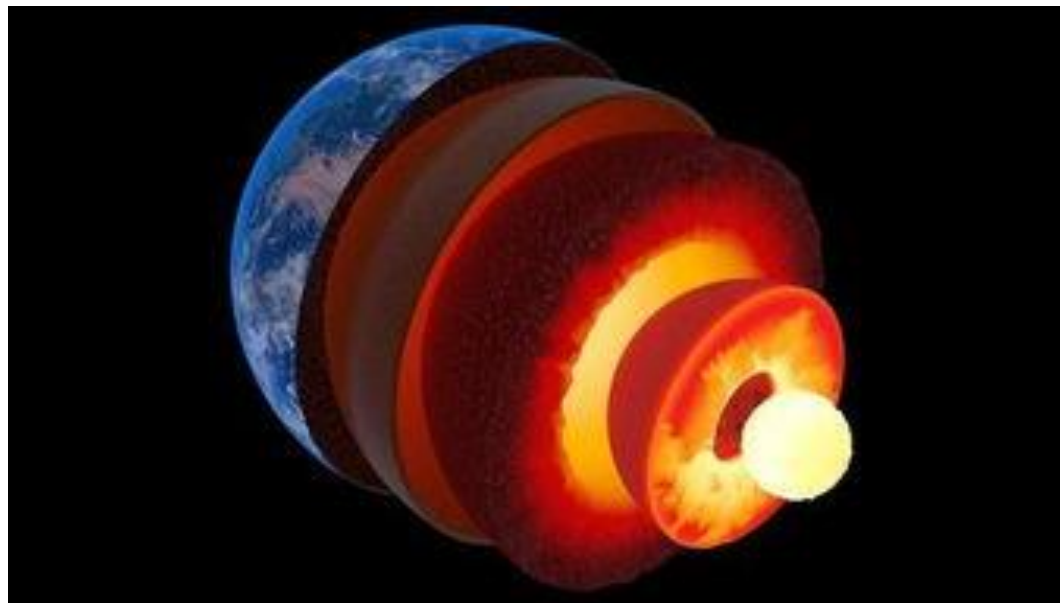


旅游需求是指具有一定支付能力和余暇时间的消费者在一定时间内愿意以一定价格购买的旅游产品的数量。旅游需求不仅与人们的消费水平有直接关系，而且也反映出旅游者的旅游兴趣。因此，从某种意义上讲，旅游需求决定着旅行社产品开发的方向。

2影响旅行社产品开发的因素

2.2内部因素

内部因素是指旅行社的综合竞争能力，包括旅行社的发展战略、市场定位、人力资源状况、财力状况、市场拓展能力、协作网络的广度与稳定程度、接待能力和商誉等。



3旅行社产品的开发策略

根据目标市场的多少和产品种类的不同，旅行社产品的开发策略可以分为全面型开发策略、密集型目标市场策略、无差异目标市场策略和差异性目标市场策略等

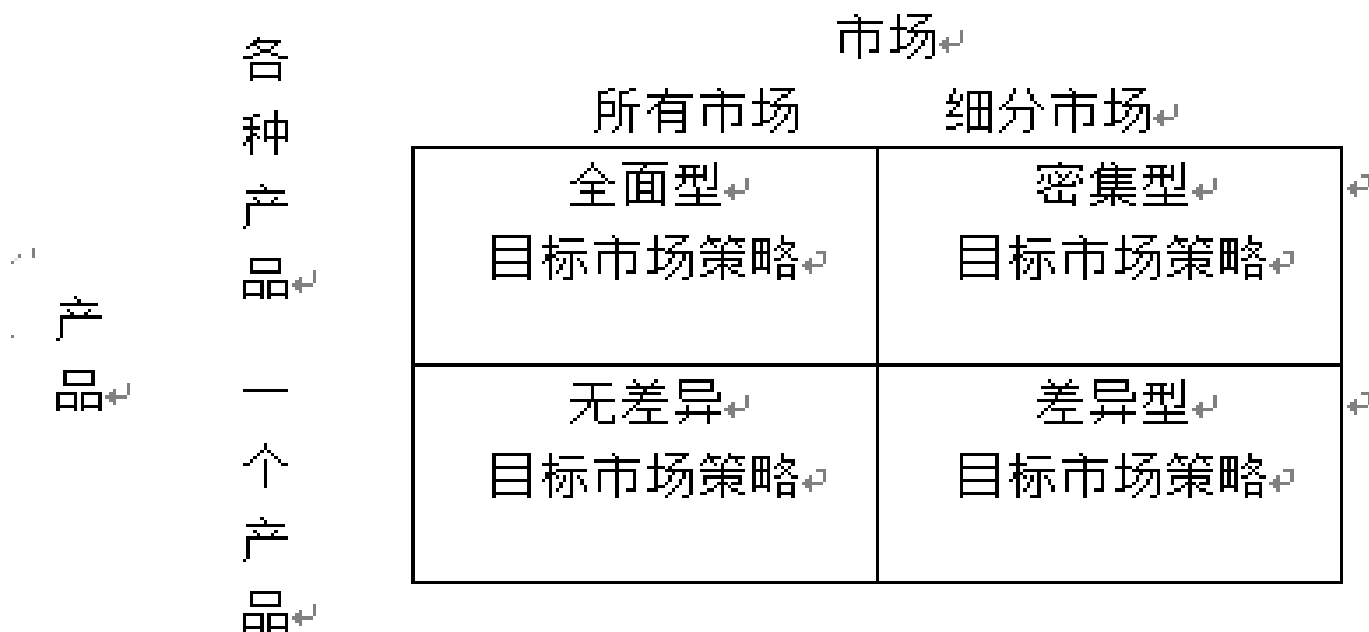


图 3~3 旅行社产品的开发策略

4 旅行社产品的定位

01

领先定位

02

逆向定位

03

比附定位

04

空隙定位



Thank You!
