

1-1 搜集线路资料（景点）

详案：

步骤一：情境模拟 时间（15 分钟）

情境：你们几个同学周末打算外出游玩，请你选择几个最有吸引力的日照旅游景点，并作简要介绍；

任务 1：日照市主要旅游景点资料搜集，并作简要介绍；

步骤二：案例分析 时间（15 分钟）

引入案例：我国旅行社线路产品的现状和存在的问题——低水平重复旅游线路

创新产品开发的欠缺一直是困扰我国旅行社业快速发展的重要原因之一。对于其中那些实力较弱的中小旅行社来讲，更乐于充当市场跟随者而不是市场领导者的角色，更舍不得投资开发新产品，大家互相“克隆”别人的旅游线路，一旦发现备受欢迎的旅游线路，许多旅行社都会争相模仿，在各自的领域内搞低水平的重复建设，产品没特色，只能在价格上做文章，而价格战的结果只会是多败俱伤。久而久之，形成了旅游线路单一、老化的普遍情况，无法满足游客的需求。同时也滋长了旅游市场中的许多不规范行为，恶性竞争加剧，消费陷阱、导游服务打折扣等将会严重影响旅游接待地产品的形象。

参考资料：王景平、陈万本，《论旅游产品知识产权的保护》，德州学院学报

思考：面对这样的困境旅行社应该怎么做？

提问：2 到 3 名同学

点评总结：创造属于旅行社自己的品牌

旅行社经营的旅游产品是一种服务，其无形性和生产与消费的同时性决定了消费者在购买旅游商品时，除了价格以外，难以比较产品之间的优劣。为了降低购买风险，消费者在选择旅游产品时往往依赖其对品牌的认知及旅游线路的创新程度。在这方面，一是要以准确定位和优质服务树立品牌；二是在扩大规模上做文章，将旅行社做大，扩大市场占有率，然后才能做优做强，三是要以市场需求为导向，不断开发新产品，以产品创新来延伸品牌。

必要理论知识补充

（一）旅游线路的概念

陈启跃：旅游线路是旅游产品的重要组成部分，是联结旅游者、旅游企业及相关部门、旅游目的地的重要纽带，对区域旅游开发、旅游企业的生存与发展、旅游者的旅游体验等都有重要意义。

百度百科：旅游线路是指为了使旅游者能够以最短的时间获得最大的观赏效果，由旅游经营部门利用交通线串联若干旅游点或旅游城市（镇）所形成的具有

一定特色的合理走向。

空间上：旅游线路是指在一定地域空间，旅游经营者针对旅游客源市场的需求，凭借交通路线和交通工具，遵循一定原则，将若干旅游地的旅游吸引物、旅游设施和旅游服务等合理地贯穿起来，专为旅游者开展旅游活动而设计的游览路线。旅游线路是旅游供给和旅游需求联结的纽带，是实现旅游者旅游欲望的重要手段。

时间上：旅游线路，在时间上是从旅游者接受旅游经营者提供的服务开始，直至脱离这种服务为止，在内容上包括旅游过程中旅游者利用和享用的一切因素，涉及行、食、住、游、购、娱等诸要素。从旅游服务贯穿于整个旅游过程这一角度看，旅游线路又是旅游产品销售的实际形式。

（二）旅游线路的类型

根据不同的分类标准，可以将旅游线路划分为多种不同的类型。

1、按旅游线路的距离，可分为短程旅游线路、中程旅游线路、远程旅游线路。

（1）短程旅游线路

短程旅游线路游览距离较短，活动范围较小，一般多为区内旅游或到附近周边的城镇、远郊旅游。这类旅游线路与一日游线路经常是重合的。

（2）中程旅游线路

中程旅游线路游览距离较远，活动范围一般在一个省级旅游区内或跨省级旅游区的周边区域。如山东省的“一山一水一圣人”旅游线路即属此类。

（3）远程旅游线路

远程旅游线路游览距离长，旅游者活动范围大，一般指跨省级旅游区范围以上，或者是跨国甚至跨洲际的旅游区域。可包括海外旅游线路、边境旅游线路和国内长距离旅游线路。

2、按旅游线路的全程计算旅游时间，可分为一日游线路、二日游线路、三日游线路和多日游线路。

3、按旅游线路的性质，可分为游览观光型旅游线路、休闲度假型旅游线路和专题旅游线路。

（1）游览观光型旅游线路

该类旅游线路是为一般五特殊要求的观光旅游者设计的，常以内容丰富多彩的自然风光和民族风情为主来满足旅游者观光游览的需要，属于旅游线路的基本层次和主要类型。相对而言，此种旅游线路要求所包含的旅游景点多，而在景点停留的时间较短。

（2）休闲度假型旅游线路

休闲度假型旅游线路多用于满足游客休闲、度假、放松身心等需要，此类旅游线路串联的旅游景点少，游客在旅游景点停留的时间长，对休闲度假设施要求高，对旅游环境的要求也较严格。

（3）专题型旅游线路

专题型旅游线路是一种以某一主题内容为基本思路串联各景点而形成的旅游线路。全线各景点的内容或活动有同属性，因而具有较强的文化性、知识性和趣味性。由于各条旅游线路的主题多种多样，因而受到不同兴趣爱好者的欢迎。

4、按旅游线路对游客吸引范薇的大小，可分为国际旅游线路、国家级旅游线路和区内旅游线路；

5、按旅游线路的空间布局形态，可分为两点往返式旅游线路、单通道式（单

线贯通式)旅游线路、环通道式(环形贯通式)旅游线路、单枢纽式(单点轴辐式)旅游线路、多枢纽式(多点轴辐式)旅游线路和网络分布式旅游线路。

(1) 两点往返式旅游线路

两点往返式在远距离旅游时主要表现为乘坐飞机往返于两个旅游城市之间,若在旅游城市内则表现住地与景点的单线连接,此种线路易使旅游者感到乏味。

(2) 单通道式(单线贯通式)旅游线路

此类旅游线路远距离以乘火车进行旅游为典型,在旅游城市中则表现为若干景点被一条旅游线路串联,旅游者一路上可以观赏不同的旅游项目。

(3) 环通道式(环形贯通式)旅游线路

此类线路是上述单通道式旅游线路的变化形式,由于此种线路没有重复道路,基本不走回头路,接触的景点也较多,旅游者会感觉到游览行程最划算。

(4) 单枢纽式(单点轴辐式)旅游线路

此类旅游线路以一个旅游城市为核心,其他所有旅游目的地都与之连接,形成一个发射系统,其特点是有明显的集散地,便于服务设施的集中和发挥规模效益。旅游者选择一个中心城市为“节点”,然后以此为中心向四周旅游点作往返性的短途旅游。

(5) 多枢纽式(多点轴辐式)旅游线路

此类旅游线路以若干个重要的旅游城市为枢纽连接其他旅游目的地,几个枢纽城市间有线路直接相连,该线型一般运用于旅游大区,这种分散客流聚集点的方式有利于缓解某一枢纽城市在旅游高峰时的承载压力。

(6) 网络分布式旅游线路

此类线路通过公路将区域内各景点覆盖其中,可供旅游者任选景点与道路,是比较理想的旅游线路。

(三) 旅游线路的特点

1. 综合性

旅游线路的综合性首先表现在它是由多种旅游吸引物、交通设施、住宿餐饮设施、娱乐场地、各项活动以及相关服务构成的复合型产品,能够同时满足旅游者在“食、住、行、游、购、娱”等方面的综合需求,它既是物质产品和服务产品的综合,又是旅游资源、基础设施和接待设施的结合。其次,旅游线路的综合性还表现在旅游线路的设计涉及众多行业和部门,其中既有直接为旅游者服务的饭店业、餐饮业、娱乐业、交通运输业以及旅行社业等,又有间接为其服务的农副业、商业、建筑业、制造业等行业和海关、邮电、通讯、公安、银行、保险、医疗卫生等部门。美国工业标准分类(SIC)系统的一项调查表明,有30多种主要工业部门为旅游者服务,其中涉及旅游业的其他行业和部门多达270多个。

2. 不可分割性

由于旅游线路是一种经过深度加工的高附加值产品,原来分散存在于各大行业的不同产品,经过旅游经营者的设计、开发,组合形成旅游线路并进行销售,大大提高了其原有的价值,所以决定了旅游线路的设计、开发和销售获利具有高度的一致性,即生产和消费的同—性。因此,旅游线路产品的销售与旅游者的旅游活动是同步的,一旦旅游者做出购买选择,他就同时拥有了旅游线路的使用权,当其消费行为结束后,这种使用权也就自然消失了。

3. 可替代性

旅游消费是建立在人类的基本生活需要之上的一种高层次的需求,会受到政治、经济、文化、环境状况等各方面复杂因素的影响而表现出较大的需求弹性和

可替代性。不同的旅游线路之间的替代性很强，日益增多的旅游线路的数量和类型使旅游者有了更多的选择余地，从而增加了其选择的随机性。实践证明，旅游线路的需求价格弹性、需求收入弹性和交叉弹性都比较高，因而使旅游线路的销售具有很大的风险，竞争也很激烈。

4. 脆弱性

首先，旅游线路中“食、宿、行、游、购、娱”各部分的构成比例关系会因旅游者的规模、需求不同而有不同的组合方式，如接待一定量的旅游者需要多少不同规模、档次的饭店、餐饮设施；多大的交通运载能力。什么样的运输方式；需要多大的游览娱乐空间，什么类型的吸引物；不同层次的旅游服务人员各需要多少等，都要有一个合理的数量结构。在旅游接待过程中，任何一部分的超前或滞后都会影响旅游活动的正常运转，进而影响到旅游线路整体效能的发挥。

其次，旅游线路往往受到季节和节假日等外部因素的制约，表现出明显的季节性特点。

第三，旅游活动必然涉及人与自然、人与社会、人与人之间的多层次关系，因此诸如战争、社会动乱、安全事故、自然灾害和国际关系、政府政策、经济状况、汇率等许多因素都会引起旅游者需求的变化，继而影响旅游线路的销售状况。例如，2004年年底东南亚地区的海啸，使得各旅行社推出的东南亚旅游线路受到惨重打击。

5. 周期性

旅游线路的生命周期是指旅游线路开发出来之后，从正式推向市场开始，直到最后被市场淘汰、退出市场为止的全部过程。包括投入期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。与一般的工业产品相比，旅游线路产品的生命周期明显要短。一般来说，以资源级别较高的观光型经典旅游线路的生命周期较长，例如九寨沟、黄山、故宫、泰山等目的地旅游线路。而大多数旅游线路的生命周期则很短，主要表现在：一方面是利润明显下降，获得高额利润的时间不长；另一方面是有些旅游线路从推出到退出市场的时间很短，特别是一些以节庆活动为主要内容的旅游线路和季节性很强的旅游线路，生命周期短的特性表现的尤为突出。

步骤三：任务实施 时间（40分钟）

创设情境：海峡旅行社要设计一条“亲子游”旅游线路，请你根据孩子的游玩特点，选择旅游景区，形成咨询单提交。

任务 3：“亲子游”线路策划所需要的景点相关资料搜集；

任务 4：线路策划景点咨询单编制（包括景点位置、电话、门票等，要求对景点作简要、有吸引力的介绍）。

模板：日照市主要景区资讯单

景点类型	景点名称	地址	门票价格	主要项目	景点简介
海	万平口景区	海曲东路东首	免费	海滨生态园、世帆赛基地、灯塔	日照人民的会客厅
	刘家湾赶海园	日照市东港区南沿海路	60元	太阳塔、渔家民俗馆、海洋生物馆、赶海拾贝	“亚洲最大金沙滩、中国第

		中段			一赶海园
	桃花岛	日照市东港区秦楼街道桃花岛村	80 元	乘船观光、篝火晚会、赶海拾贝、休闲垂钓	尽享渔岛风情，渔港风情和渔家民俗风情
林	海滨国家森林公园	日照市北沿海路北首	旺季 60 元，淡季 40 元	森林景区、海滨旅游区、太公文化区	沙细浪缓，夏威夷所不及
	日照竹洞天风景区	海曲西路西将帅沟毛竹园	40 元	竹文化园、民族文化园、休憩园、将帅茶苑、原生毛竹林（紫竹林）和水上游乐区	江北第一毛竹林
	花仙子风景区	西湖镇北乐台村	40 元	长城、彩虹园、花海。	浪漫花海、婚庆圣地
山	五莲山风景区	日照五莲县文化路东首	60 元	杜鹃花海、五莲大佛、光明寺	奇秀不减雁荡
	龙门崮风景区	日照市东港区三庄镇龙门崮山	60 元	龙湖水上游览区、龙湖山庄度假区、神龙广场游览区、鸡鸣寺佛教文化游览区、龙凤塔观光区	怡人风光、动人传说
	浮来山风景区	日照市莒县城西 6 公里	65 元	天下银杏第一树、千年古刹定林寺	天下银杏第一树、东方福地
古	莒县博物馆	山东省日照市莒县振兴东路 208 号	免费	共有 13 个展厅，馆藏文物 12000 余件	了解齐文化历史的窗口
	太阳山景区	日照市东港区涛雒海	免费	太阳部落遗址、太阳神庙、太阳神石	远古太阳崇拜遗迹

以小组为单位，完成日照市主要旅游景点咨询单的制作，可以使用 word、excel 或者是 PowerPoint 来制作。要求咨询单制作格式完整、页面美观、内容丰富、使用方便。

问题：①部分学生小组存在不熟悉 office 软件的使用功能，不熟悉表格功能，甚至不会调整页边距、不会设置页眉页脚、不会调整字体字号等，需要教师进行个别指导；

②部分学生制作的咨询单内容不完善，有些缺少必要的项目，需要教师指导。

步骤四：成果答辩 时间（15 分钟）

考评项目		自我评估	小组互评	教师评估	备注
素质考评 20	课堂纪律 10	/	/		
	网德意识 5				

	协作精神 5				
课堂展示考评 30		/	/		
成果考 评 50	成果的完整性 10				
	成果的内容 20				
	成果的创新性 10				
	成果的应用价值 10				
合计 100					

展示：教师请学生小组将成果在全班进行展示；

点评：小组之间互评，教师对学生的成果进行点评，指出优点和存在的问题；

步骤五：总结提升 时间（5分钟）

总结：教师对本次课的任务进行总结提升

由于旅游线路具有综合性的特点，旅游线路的策划与营销涉及到众多的部门和行业。因此，对于在校学习的学生来说，要能够胜任旅行社产品研发的岗位工作，必须从点滴做起。在进行线路文本的策划之前，需要做大量的准备工作，特别是对于旅游线路策划所涉及到的景点的情况，需要有一个充分的了解和认识。此外，还必须熟悉旅游线路策划所涉及到的旅游酒店、旅游交通、旅游购物、旅游娱乐等方面的信息。因此，在进行文本线路的策划任务之前，本学习情境设计了熟悉线路景点和网络资讯搜索两个学习任务，为文本线路的策划做好充分的准备。

旅游景点是串联旅游线路最关键的因素，其他诸如旅游住宿、旅游购物、旅游交通、旅游娱乐等方面都属于派生性需求。对于游客来说，也是最为关注旅游线路上的景点情况，几乎没有哪个旅游者外出旅游是为了乘坐交通工具或为了住某个饭店。在一般情况下，也没有旅游者单纯为了饮食或娱乐外出旅游（“美食之旅”等主题旅游除外）。因此，旅行社线路策划人员对旅游线路上景点描述好坏，直接影响到线路的营销。熟悉旅游线路景点，并能够提炼、总结形成特色的景点介绍词，就成为旅游线路策划首先需要掌握的技能之一。因此，本学习单元对学生的信息筛选能力、文字组织能力等岗位工作能力的培养至关重要。