

服务运营管理

主编：舒伯阳

目录

- | | | | |
|----|------------------|----|----------------|
| 01 | 服务经济时代的旅游业 | 07 | 服务运营与服务体系设计 |
| 02 | 旅游服务产品与服务质量概述 | 08 | 服务需求与服务供给能力管理 |
| 03 | 旅游服务期望与顾客感知 | 09 | 现代旅游服务的精益化管理 |
| 04 | 顾客满意度管理与旅游服务质量提升 | 10 | 旅游企业服务营销与关系营销 |
| 05 | 旅游服务与顾客忠诚管理 | 11 | 旅游企业的竞争策略与服务创新 |
| 06 | 服务失误与服务补救 | 12 | 现代旅游服务管理中的信息技术 |



第一章

服务经济时代的旅游业

学习目标

掌握服务经济的概念及其重要特征

了解服务经济时代下的旅游业发展状况

认识休闲体验与旅游服务在现代服务业中的重要性

服务业——中国经济增长新引擎

2015年3月5日，李克强总理在2015年政府工作报告中指出，打造大众创业、万众创新和增加公共产品、公共服务成为推动中国经济发展、实现中国经济提质增效升级“**双引擎**”。服务创业成为国家鼎力支持的一项事业。服务业是创业者的热门选择，并且创业成功概率平均高于其他行业。例如餐饮、酒店、快递、旅游等服务行业，这些行业服务相关性高，卖产品的同时也是卖服务，哪家服务做得好，有独特创新的地方，哪家的客源就多，口碑越好，因而创业也更容易成功。餐饮中比较成功的案例是“海底捞”火锅，其以**细致入微、人性化**的服务闻名全国；旅游中以蚂蜂窝、途牛等旅游网站为代表；

华住酒店集团创始人、董事长季琦认为，服务行业最适合创业，服务创业是块大蛋糕，宽松有利的国家政策和全球化趋势叠

服务业——中国经济增长新引擎

案例导入 课本P1

加在一起，带动了中国的创业潮，创业是我们这个时代的主旋律。季琦认为，另一个优势条件是“人口红利”。它不仅滋养出“中国制造”的盛况，而且会孕育出“**中国服务**”的奇观。因此，随着“中国制造”将广大中国人民从“温饱”带向“小康”，服务业的巨大空间显现出来。目前城市化人口超过3亿，跟美国整个国家的人口差不多。未来中国城市化将达到50%以上，城市人口将会超过6亿。这些人口基数形成了全球最大的消费大国。这群人的消费将会带动世界上最大的**服务业产业链**。

“中国服务”的**从业主体**将会更加多元：有酒店服务员，也有写字楼里西装革履的律师；有开网店、开餐馆的小企业主，也会有创业公司CEO和投资人。“中国服务”将会带来多层次的充分就业，也会给社会各阶层带来相应的收入，中产阶级的形成主要依赖服务业的发展壮大。

“中国制造”已经走到了一个低增长、缓增长的拐点，未来在服务业有更多机会、更多空间，而且从事服务业的企业有机会成长为世界级的企业、世界级的品牌。

服务业——中国经济增长新引擎

案例分析：中国经济的发展离不开服务业，服务业给中国不仅贡献了经济增长，吸纳了社会就业，还为创业发展提供了契机，并且提高了中国创业企业的成功率，为中国经济注入源源不断的活力，服务业的企业有机会成长为世界级的企业、世界级的品牌，成为中国服务经济的代表。

第一节 服务经济时代及其特点

- 一、服务经济的概念内涵
- 二、服务经济的特点



第二节 休闲体验与旅游服务

- 一、休闲体验的概念
- 二、旅游服务的概念
- 三、旅游服务系统



第一节 服务经济时代及其特点



一、服务经济的概念内涵



服务经济的形成

01

服务经济的定义

02

服务经济的发展

03

(一) 服务经济的形成



分工深化

服务经济的发展不是靠建立很多新的产业部门，而主要是依靠经济形态内部分工的不断深化。随着生产专业化和规模化的程度不断扩大，社会分工程度不断加深。



业态变化

随着市场竞争的不断加剧，农业、制造业的很多企业转化为服务企业。



产业转化

信息化改造了传统产业，促进了产业融合，产生了很多新的产业。这些新产业与传统产业密切相关。



服务的规模化和制造化

随着信息技术的发展，服务产品也可以储存和标准化，促成了服务在地域和时间上的分离，使服务的规模化、制造化成为可能，大大拓展了服务提供的范围及可交易性。

(二) 服务经济的定义

01

规模定义法

一般认为，服务业GDP占比50%以上，且服务业就业占比50%以上的为服务经济。而根据IMF和ECB标准，服务经济是指服务经济产值在GDP中的相对比重超过60%的一种经济状态。或者说，服务经济是指服务经济中的就业人数在整个国民经济就业人数中的相对比重超过60%的一种经济态势。

02

对比定义法

与工业经济、农业经济形成对比，有特殊性质的经济形态为服务经济。

03

阶段定义法

农业经济、工业经济的顺序发展以后的经济阶段为服务经济阶段。服务经济是经济社会发展到高阶阶段的产物。



（二）服务经济的定义

学者们综合以上三种定义方法，将服务经济定义为：以知识、信息和智力要素的生产、扩散及应用为经济增长的主要推动力，以科学技术和人力资本的投入为其核心生产方式，以法治和市场经济为其制度基础，经济社会发展主要是以服务产品的生产和配置为基础的经济形态。



（三）服务经济的发展

现代服务经济产生于工业化高度发展的阶段，是依托信息技术和现代管理理念而发展起来的，现代服务经济的发达程度已经成为衡量区域现代化、国防化和竞争力的重要标志之一，是区域经济新的极具潜力的增长点。

服务经济世界 发展格局

服务经济在发达国家与发展中国家有着明显的差距。

服务经济发 展趋势

从初级向高级发展；
从传统向现代发展；
体验经济可能成为
服务经济发展的高级形态。



第一节 服务经济时代及其特点



二、服务经济的特点

01 服务经济活动引领全球经济发展、成为财富主要创造者

▶ 进入21世纪以来，随着全球经济由工业经济向服务经济转型趋势进一步加快，发达国家已完全确立了服务经济的产业结构。在经济合作与发展组织（OECD，Organization for Economic Co-operation and Development）的30个成员国中，其服务业占GDP的比重均达到了70%以上，即使是发展中国家也纷纷向服务经济的产业结构转型。



第一节 服务经济时代及其特点

02

服务业推动社会就业、就业人数大幅增加

佩蒂-克拉克定理指出：随着经济的发展和人均国民收入水平的提高，劳动力首先由第一产业向第二产业移动，当人均国民收入水平进一步提高时，劳动力便向第三产业移动。自20世纪80年代以来服务业就业比重就一直在稳步上升。服务业创造了大量就业机会，对就业的吸纳能力非常强。从世界平均水平来看，21世纪初，服务业就业比重已占到就业结构的3/4左右。而我国服务业就业人数呈逐年持续增长的态势。在2011年，服务业就业人数首次超过第二产业总人数。之后，服务业就业人数占全社会就业人数比重连年增长。



二、服务经济的特点



第一节 服务经济时代及其特点



二、服务经济的特点

03

服务贸易在国际贸易中地位急速上升

▶ 随着各国服务业的不断发展，全球服务贸易在国际贸易中的地位不断上升。全球GDP的一半以上来自服务业，服务贸易在国际贸易中的比重不断扩大。过去10年，国际贸易中增长最快的不是有形商品贸易而是无形的服务贸易。我国服务贸易将在今后20—30年进入高速发展时期。

服务贸易

国内学者赵桂芝(赵桂芝, 1996)认为, **服务贸易**是相对于实物贸易的概念范畴, 它是指银行、保险、广告、法律、旅游、工程建筑、交通运输和技术服务等领域的国际间投资和服务。

《美国和加拿大自由贸易协定》认为, **服务贸易**是指“由其他缔约方或代表缔约方的一个人, 在其境内或进入缔约方提供所指定的一项服务”。

《服务贸易总协定》将**服务贸易**定义为: ①从一缔约方境内向任何其他缔约方境内提供服务, 如金融服务; ②在一缔约方境内向任何其他缔约方的服务消费者提供服务, 如国际旅游; ③一缔约方通过服务提供实体(法人)向任何其他缔约国境内的人与物提供服务, 如工程建筑服务; ④一缔约方的自然人在其他任何缔约方境内提供服务, 如劳务服务。



第一节 服务经济时代及其特点



二、服务经济的特点

04

服务业与第一、二产业融合日益紧密

▶ 产业融合是在服务经济时代产业边界日趋模糊、不同产业发生聚合和创新的现象。服务业与第一、二产业之间的融合越来越紧密，且在旅游业中有很多体现。例如，十分火热的乡村旅游、农业旅游，将第一产业的生产物作为旅游吸引物，吸引了大批游客前往参观和体验。这样类型的结合不仅丰富了旅游服务的内容和形式，同时拉动了第一产业和第二产业的二次革新发展。



第一节 服务经济时代及其特点



二、服务经济的特点

05

服务业内部结构升级转型明显

- 在服务经济形成与发展的过程中，服务业发展出现了明显结构性变化和升级趋势。一方面，传统的商品流通、个人消费服务行业在国民经济及服务业内部的地位出现了明显的下降；另一方面，服务业从劳动密集型转向知识密集型，知识、技术含量高的现代
- 服务业逐渐占据服务业的主导地位。服务业内部结构升级从本质上看是人力资本逐步取代物质资本主导经济增长的集中表现，
- ▶ 这种升级受经济发展、分工深化和技术进步的驱动。



上海，经济服务化的缩影

“经济服务化”概念之一

国内学者杨志(1985)把服务业在整个经济活动中居于首屈一指地位的现象称为**经济服务化**。殷作恒(1996)在《服务贸易及技术贸易》一书中提出，经济服务化是指各种非实物经济活动领域扩大的现象，它是整个社会生产力水平提高的必然结果。在**宏观层面**上经济服务化是指服务业成为国民经济的主要产业部门；在**微观层面**上是指工农业生产过程中服务的投入或比重加大。经济服务化除了指服务业在生产结构和就业结构中的比重超过工农业部门比重的量的变化，更重要的是服务生产与实物生产的互相渗透、彼此合作程度加深而提高整个国民经济的质量。李立勋(1997)认为，**经济服务化**是产品型经济向服务型经济的转变过程，是服务性经济活动的成长并成为经济活动主导方式的发展过程及其引发的经济和社会后果。



延伸阅读

上海，经济服务化的缩影

“经济服务化”概念之二

西方学者一般将经济服务化称为“**post-industrialism**”或“**de-industrialization**”，即“后工业化”。即：经济服务化是工业化高度发展以后产业结构的一种转变过程，表现为产业结构中服务业的比重超过工业，成为经济活动的中心。



延伸阅读

上海，经济服务化的缩影

综上所述，经济服务化就是经济活动中服务性要素逐渐增多并发挥主导作用的过程及造成的社会和经济结果，它以工业化的高度发展为前提，并最终导致产业结构的变化。对经济服务化的理解要注意以下几个方面：

1. 经济服务化是一个过程，不仅体现在产品型经济向服务型经济的转变，还体现在生产型产业也会逐步“服务化”，服务性要素成为经济主导要素。
2. 经济服务化还是由过程造成的结果，最明显的是引起国民经济产业结构的变化，服务业成为现代经济中的主导产业。
3. 经济服务化并不意味着与工业的隔离，相反，两者的联系更加紧密和频繁，相互渗透和彼此合作程度更加深化。
4. 经济服务化的根本原因是技术进步导致经济活动“信息化”。



实践活动
课本P6

记录你一天内接触的**服务人员**和**服务活动**，
挖掘你所生活的城市的服务经济带来的**社会经
济综合效益**，和给城市市民生活和就业带来的
改变和进步。

第二节 休闲体验与旅游服务

一、休闲体验的概念

休闲是现代社会的产物，它发端于欧美，19世纪中叶初露端倪。它是在科学技术的不断发展，人们对生活质量要求不断提高的背景下适时而生的。尽管它还是一个年轻的词汇，但已经显示出强有力的生命力和极大的发展空间。休闲一诞生，就注定与服务业有诸多关联。


现代服务业越来越以消费者的需求为导向，而休闲体验、旅游观光正是21世纪需求增长最快的领域。

国务院颁发的《国民旅游休闲纲要（2013-2020年）》提出国民旅游休闲发展目标：到2020年，职工带薪休假制度基本得到落实，城乡居民旅游休闲消费水平大幅增长，国民休闲质量显著提高，与小康社会相适应的现代国民旅游休闲体系基本形成。纲要的颁布，以及带薪休假制度的落实和国民休闲意识的进一步提升，休闲体验在国民生活中的地位将日益重要。

第二节 休闲体验与旅游服务

一、休闲体验的概念

英文“Leisure”一词来源于法语，法语来源于希腊语和拉丁语。在希腊语中“休闲”为“Skole”，拉丁语为“Scola”，意为休闲和教育，认为发展娱乐，从中得益，并与文化水平的提高相辅相成。亚里士多德在他的《政治学》一书中曾提出这样一个命题：“休闲才是一切事物环绕的中心。在马克思眼中：“休闲”一是指“用于娱乐和休息的余暇时间”；二是指“发展智力，在精神上掌握自由的时间”；是“非劳动时间”和“不被生产劳动所吸收的时间”，它包括“个人受教育的时间、发展智力的时间、履行社会职能的时间、进行社交活动的时间、自由运用体力和智力的时间。”




第二节 休闲体验与旅游服务

一、休闲体验的概念

休闲是现代社会的产物，它发端于欧美，十九世纪中叶初露端倪。它是在科学技术的不断发展，人们对生活质量要求不断提高的背景下适时而生的。尽管它还是一个年轻的词汇，但已经显示出强有力的生命力和极大的发展空间。休闲一诞生，就注定与服务业有诸多关联。

现代服务业越来越以消费者的需求为导向，而休闲体验、旅游观光正是二十一世纪需求增长最快的领域，旅游业是各国经济发展中一个至关重要的组成部分，在增加区域收入和扩大就业机会等方面有着巨大的潜力，甚至可以说旅游服务占据了现代服务业的主导地位。



第二节 休闲体验与旅游服务

一、休闲体验的概念

休闲是现代社会的产物，它发端于欧美，十九世纪中叶初露端倪。它是在科学技术的不断发展，人们对生活质量要求不断提高的背景下适时而生的。尽管它还是一个年轻的词汇，但已经显示出强有力的生命力和极大的发展空间。休闲一诞生，就注定与服务业有诸多关联。

现代服务业越来越以消费者的需求为导向，而休闲体验、旅游观光正是二十一世纪需求增长最快的领域，旅游业是各国经济发展中一个至关重要的组成部分，在增加区域收入和扩大就业机会等方面有着巨大的潜力，甚至可以说旅游服务占据了现代服务业的主导地位。

第二节 休闲体验与旅游服务



二、旅游服务的概念

001 旅游服务的对象是旅游者

002 旅游服务与旅游产品不可分离

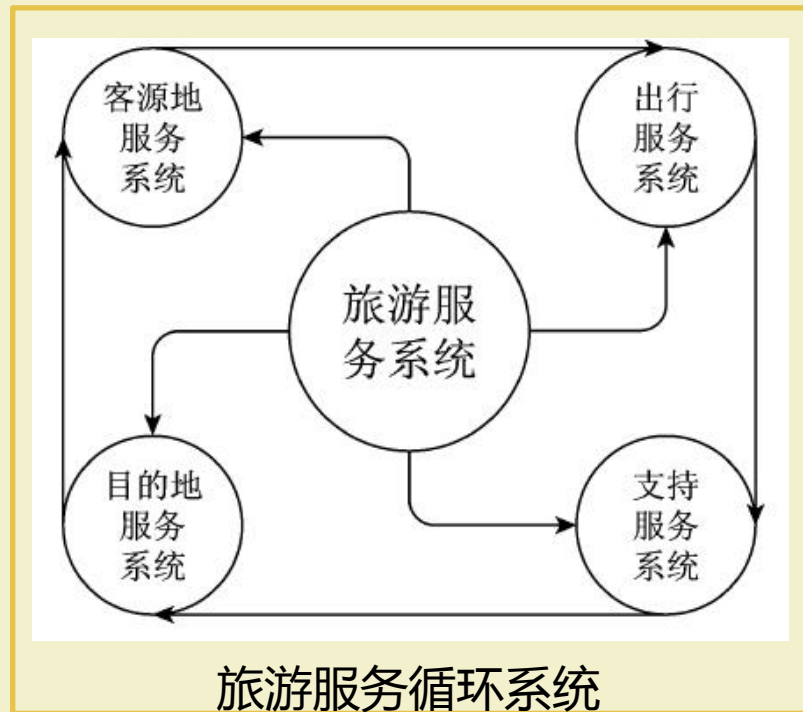
003 旅游服务内容涵盖极其广泛

第二节 休闲体验与旅游服务

三、旅游服务系统

旅游服务本身是一个错综复杂且无限循环的系统，用系统论的方法可以更好地理解旅游服务的本质以及内在构成要素。按照旅游活动的开展，旅游服务系统一般可分为客源地服务系统、出行服务系统、目的地服务系统和支持服务系统四大子系统。

宏观层面上的旅游服务系统建立在旅游者旅游活动的基础之上，是从横向上对旅游服务的分析。组成旅游服务系统的四大子系统相互联系，同时又各自包含不同的旅游服务内容，基本上涵盖了旅游者完成一次旅游活动所需要经历的旅游服务。





第二节 休闲体验与旅游服务

三、旅游服务系统



客源地服务系统

是指一个旅游客源地提供给旅游者出行前的一切旅游服务，为了确保旅游活动顺利进行所做的一切前期准备，以及旅游者结束旅游活动返回客源地时提供的一系列售后服务。客源地服务系统主要涵盖了预订服务、咨询服务、信息服务等。



出行服务系统

是指帮助游客实现从客源地到目的地的旅游服务，主要可以分为旅游交通服务和其他旅行服务两类。



目的地服务系统

目的地服务系统是指满足游客在目的地逗留期间的多种需求而提供的一系列旅游服务，主要包含吃、住、行、游、购、娱六大要素的服务。



支持服务系统

是指为游客开展旅游活动提供支持和保障的一系列基础性服务和其他支持性服务，大致包括城市市容美化和环境卫生治理、道路交通系统、城市安保系统、市民生活的水电热气供应等基础性服务，以及海关服务、银行服务、医疗保健服务等其他支持性服务。



第二节 休闲体验与旅游服务

【知识链接】在线旅游服务商（Online Travel Agency，OTA）

OTA主要指自己本身没有旅游资源，作为旅游服务提供商的代理，为消费者提供酒店、机票预订服务的在线企业。在线旅游服务已经成为全球电子商务发展最为红火的行业之一，中国网民越来越多把旅游在线服务商的产品作为自己度假休闲的选择，其中较著名的在线旅游服务商包括携程旅行网、艺龙旅行网、去哪儿、途牛旅游网、去啊旅行、驴妈妈、酷讯旅游、淘宝旅行、芒果网、快乐e行。

各服务商的旅游产品丰富度、用户体验、价格对比、用户评价、客服服务、特色亮点等六个指标是用户选择的主要依据。



第二节 休闲体验与旅游服务

【知识链接】智慧旅游

2014年作为国家旅游局确定的“**智慧旅游年**”。智慧旅游，也被称为**智能旅游**。就是利用云计算、物联网等新技术，通过互联网 / 移动互联网，借助便携的终端上网设备，主动感知旅游资源、旅游经济、旅游活动、旅游者等方面的信息，及时发布，让人们能够及时了解这些信息，及时安排和调整工作与旅游计划，从而达到对各类旅游信息的智能感知、方便利用的效果。智慧旅游的建设与发展最终将体现在**旅游管理、旅游服务和旅游营销**的三个层面。18个城市入选首批“国家智慧旅游试点城市”，这18个城市分别是：北京、武汉、福州、大连、厦门、洛阳、苏州、成都、南京、黄山、温州、烟台、无锡、常州、南通、扬州、镇江、武夷山。


第二节 休闲体验与旅游服务

【案例分析】

地中海俱乐部的特色服务

地中海俱乐部公司是世界上最大的旅游组织之一，在旅游度假行业中家喻户晓。其经营业绩一直不俗，每年的客户达160万人。这不仅因为它历史悠久，也因为它别出心裁的服务和给客户带来的独特度假体验。


1950年，Belgian Gerard Blitz成立地中海俱乐部小型旅游公司，目的是使人们有机会回归大自然。在遍布世界各地的地中海俱乐部度假村中，游客可以选择一处停留。地中海俱乐部所提供的服务与其他旅行社不同，它的目标是把人们带到一个天堂一般的地方，那儿没有日常生活的烦恼，人们可以尽情放松自己。在这些梦境一般的地方，社会差别消失，人们可以享受到充分的自由，可以挑选门类众多的活动、饮料和食品。另外，俱乐部还进行市场调研以摸清不同国家游客的特别需求。在这些市场信息基础上，每个度假村都制定了一个标准的发展规划。



第二节 休闲体验与旅游服务

一、休闲体验的概念

俱乐部还为不同年龄的孩子安排了一些专门的“迷你”型俱乐部活动。这样，父母就可以带着孩子一起来玩。另外，地中海俱乐部计划20年之内建立并完善一个记忆卡服务系统。记忆卡系统会记录下每一位顾客的喜好以及平时所需物品。通过这种方式，游客可以在家选择他所喜欢的旅游种类（如夏游或冬游），而旅游公司可以为游客选择一个旅游地。在这种旅游条件下，游客可以不带任何行李，全身心享受俱乐部带来的贴心服务。



第二节 休闲体验与旅游服务

一、休闲体验的概念

案例分析：地中海俱乐部以优质的**旅游体验**闻名，其独特的**旅游服务理念**是其成功的关键。俱乐部不断实行**旅游服务创新**，同时注重**服务品质提升**。其提出的记忆卡系统服务，为每位顾客量身定做了**旅游体验和生活服务**，使顾客对度假没有丝毫担心，非常放心地把自己和自己的**旅游**交给俱乐部。这样一种区别于其他竞争企业的**新服务理念**成为吸引众多顾客前往的原动力。而事实也证明，地中海俱乐部的经营是成功的，并且**利润日增**。现今服务经济中**旅游服务**所占比例越来越大，可以说是现代服务业的典型代表，**旅游企业**纷纷不遗余力地抢占这一块市场，在**旅游景观和旅游服务**日趋同质化的今天，进行**旅游服务创新**，提高**旅游服务质量**就显得非常重要。



THANKS