

学校编码: 10384  
学号: X2004330029

分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_  
UDC \_\_\_\_\_

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

学生春秋游产品策划研究

The Research on Product Planning of  
Student Field Trip in Spring and Autumn

曾健允

指导教师姓名: 颜亚玉教授

专 业 名 称: 旅游管理

论文提交日期: 2008 年 4 月

论文答辩时间: 2008 年

学位授予日期: 2008 年

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2008 年 4 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：曾健允

2008年6月6日

厦门大学博硕士论文摘要库

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1. 保密 (    )，在    年解密后适用本授权书。
2. 不保密 (  )

(请在以上相应括号内打“√”)

作者签名：曾健允      日期：2008 年 6 月 6 日

导师签名：颜亚玉      日期：2008 年 6 月 6 日

## 摘要

绝大部分的学校都组织春秋游活动，学生春秋游产品是旅行社经营的产品谱中亟待深开发的重要产品，研究和探讨学生春秋游产品策划，为企业提供策略建议，不仅具有理论意义，而且具有现实价值。从目前国内外研究来看，学生春秋游产品如何区别一般旅游产品，如何进行系统策划，在理论上和实践上还有待进一步完善。

在文献分析中，本文首先分析当前旅游产品策划、学生旅游产品研究现状、讨论危机管理和顾客满意度在旅游产品策划中运用情况，接着，从理论研究和案例研究两个方面论述学生春秋游产品的策划。

在理论研究中，本文首先搭建理论的平台，对学生旅游产品策划的相关理论进行分析，界定学生春秋游产品的定义、特征。使用顾客感知价值理论、消费者行为理论、人力资源管理理论、危机管理理论和生产链管理理论，构成学生春秋游产品策划的理论基础，论证其在理论上的可行性。

在案例研究中，本文首先以广州市学生春秋游产品为例，对其使用者、决策者和组织者进行调查，通过调查结果分析，发现使用者和决策者的需求差异，广州市学生春秋游市场现状、产品策划的态势等问题。在此基础上，为经营学生春秋游产品的旅行社的策划提供依据，并对学生春秋游产品进行产品系列、人力资源管理、产品生产链拓展和危机管理的策划。

本文通过理论分析及实例研究，探索学生春秋游产品策划，对旅游产品策划理论体系的完善和发展有一定的促进作用。同时，本文认为在后续研究中，加上市场营销理论的指导与运用，能使学生春秋游产品策划更趋完善。

**关键词：**学生；春秋游；产品；策划

## Abstract

Most Guangzhou schools arrange Student Field Trip in Spring and Autumn (SFT in SA). The product of SFT in SA is the major product and probing the planning of the SFT product is to supply the strategic proposals, which not only delivers theoretical importance but also has the practical significance. From the current domestic and international research, it needs to have been further improved in theory and practice in order to distinguish the product of SFT in SA from the general travel product and make out the systematic planning.

At the beginning of this paper, I firstly analyze the travel product planning and present planning status of student travel product. And then, discuss the exertion of the crisis management and customer satisfaction in travel product planning. Finally, I discuss the planning of product of SFT in SA from two aspects: theoretical research and case study.

In theoretical research, it builds up a theoretical platform to analyze the theories and backgrounds of student travel product planning and identify the definitions and characteristics of product of the SFT in SA. The theoretical basis of product of SFT in SA can be build up on customer perceptive value theory, customer behavior theory, human resource management theory, crisis management theory and drawer-style management theory, which has been workable in theory.

In case study, I start to investigate the user, decision-maker and organizer of product of SFT in SA in Guangzhou. And then I analyze the demand differences of users and decision-makers, the market status of product of SFT in SA in Guangzhou and trend of product planning problems. On this basis, we can provide the talking points for travel agencies of product of SFT in SA in Guangzhou and have thematic series planning and crisis planning for product of SFT in SA.

There is certain positive significance for improving and developing of travel product planning theoretical system in this paper through theoretical analysis and case studies in order to explore the planning of product of SFT in SA.

**Key Words:** Student; Field Trip in Spring and Autumn (SFT in SA); Product; Planning

厦门大学博硕士学位论文摘要库

<b>第一章 绪论 .....</b>	<b>1</b>
<b>第一节 研究背景及意义.....</b>	<b>1</b>
一、研究背景.....	1
二、研究意义.....	2
<b>第二节 研究思路和创新点 .....</b>	<b>2</b>
一、研究思路.....	2
二、创新点.....	2
<b>第三节 相关概念界定与文献综述 .....</b>	<b>3</b>
一、相关概念界定.....	3
二、文献综述.....	6
三、外国学生旅游产品研究的现状.....	14
四、相关问题研究.....	16
五、研究状况评论.....	19
<b>第二章 学生春秋游产品策划原则与原理 .....</b>	<b>21</b>
<b>第一节 学生春秋游旅游产品概述 .....</b>	<b>21</b>
一、学生春秋游产品的内涵与类型及构成.....	21
二、学生春秋游产品的特点.....	22
三、与一般旅游产品的区别.....	24
<b>第二节 学生春秋游产品策划的原则 .....</b>	<b>25</b>
一、顾客满意原则.....	25
二、主题原则.....	25
三、创新原则.....	26
四、体验原则.....	26
五、效益原则.....	26
六、系统原则.....	27
七、可执行原则.....	27

<b>第三节 学生春秋游产品策划的原理 .....</b>	<b>27</b>
一、顾客感知价值理论是学生春秋游产品策划的理论依据.....	27
二、消费者行为研究是学生春秋游产品策划的基础.....	29
三、人力资源管理是学生春秋游产品服务质量的保证.....	32
四、生产链管理理论是学生春秋游产品策划的保障体系.....	33
五、危机管理贯穿学生春秋游产品策划的全过程.....	34
<b>第三章 学生春秋游市场调研与开发现状分析 .....</b>	<b>37</b>
<b>第一节 使用者调研 .....</b>	<b>37</b>
一、调查目的.....	37
二、问卷设计.....	37
三、确定调查对象.....	38
四、使用者对春秋游产品的需求与满意度的分析.....	38
五、问卷结果分析.....	41
<b>第二节 决策者调研 .....</b>	<b>42</b>
一、调查目的.....	42
二、问题设计.....	42
三、调查对象.....	43
四、调查分析.....	43
<b>第三节 组织者调研 .....</b>	<b>45</b>
一、访谈目的.....	45
二、访谈内容设计.....	45
三、访谈对象.....	45
四、访谈结果分析.....	46
<b>第四节 学生春秋游产品的问题及分析 .....</b>	<b>49</b>
一、学生春秋游产品的消费者和决策者的需求差异问题.....	49
二、产品单一和可替代性强的问题.....	49
三、产品的主题缺乏问题.....	49
四、人才危机问题.....	50
五、安全隐患问题.....	50



<b>第四章 学生春秋游产品策划 .....</b>	<b>51</b>
<b>第一节 开发学生春秋游产品系列 .....</b>	<b>51</b>
一、针对决策者与使用者的需求确定德育主题系列产品.....	51
二、核心产品——综合型学生春秋游产品策划.....	53
三、战略产品——资源脱离型学生春秋游产品策划.....	54
<b>第二节 学生春秋游产品策划的几个对策 .....</b>	<b>54</b>
一、加强人力资源管理和完善有关方面的策划.....	54
二、拓展完善学生春秋游产品生产链.....	57
三、建立预警机制和加强危机管理.....	60
<b>第五章 结 语 .....</b>	<b>62</b>
<b>附件 1 “学生春/秋游活动”参与者调查问卷.....</b>	<b>63</b>
<b>参考文献.....</b>	<b>65</b>
<b>致 谢.....</b>	<b>68</b>

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## Contents

<b>Chapter 1 A introduction</b> .....	<b>1</b>
<b>Subchapter 1 The Background and Significance</b> .....	<b>1</b>
Section 1 The Background .....	1
Section 2 The Significance .....	2
<b>Subchapter 2 The Research ideas and innovation</b> .....	<b>2</b>
Section 1 The Research ideas .....	2
Section 2 The innovation .....	2
<b>Subchapter 3 The Literature Review and theoretical foundation</b> .....	<b>3</b>
Section 1 The relevant theories and concepts defined .....	3
Section 2 The literature review .....	6
Section 3 The status study on foreign students tourism products .....	14
Section 4 The study on the related issues .....	16
Section 5 Analysis on the study .....	19
<b>Chapter 2 The planning principles and theories of SFT in SA</b> .....	<b>21</b>
<b>Subchapter 1 A introduction to the product of SFT in SA</b> .....	<b>21</b>
Section 1 The content types of the product .....	21
Section 2 The characteristics of the product .....	22
Section 3 The distinction between general tourism products and this product .....	24
<b>Subchapter 2 The planning principles of the SFT in SA product</b> .....	<b>25</b>
Section 1 The principle of customer satisfaction .....	25
Section 2 The principle of theme .....	25
Section 3 The principle of innovation .....	25
Section 4 The principle of experience .....	25
Section 5 The principle of efficiency .....	26
Section 6 The principle of system .....	26
Section 7 The Enforceable principle .....	26
<b>Subchapter 3 The theories of the SFT in SA product</b> .....	<b>26</b>
Section 1 Customer value is the SFT in SA products' theoretical foundation .....	26
Section 2 Customer behavior is the SFT in SA products' planning foundation .....	29
Section 3 Human resource is the SFT in SA products' quality guarantee .....	31

Section 4 Product chain is the SFT in SA products' ensurance system.....	32
Section 5 Crisis management is the SFT in SA products' planning whole process.....	33
<b>Chapter 3 A Analysis on the SFT in SA market research and development status .....</b>	<b>36</b>
<b>Subchapter 1 A Study on user .....</b>	<b>36</b>
Section 1 The purpose of the questionnaire.....	36
Section 2 The design of the questionnaire .....	36
Section 3 The identified survey .....	37
Section 4 The users of the SFT in SA on the needs and the satisfaction of the product....	37
Section 5 A Analysis on the results of the questionnaire .....	40
<b>Subchapter 2 A Study on the decision maker .....</b>	<b>41</b>
Section 1 The purpose of the interview .....	41
Section 2 The design of the question.....	41
Section 3 The interviewees.....	41
Section 4 A Analysis on the results of interviews .....	42
<b>Subchapter 3 A Study on organizers .....</b>	<b>43</b>
Section 1 The purpose of the interview .....	44
Section 2 The designed interview .....	44
Section 3 The interviewees.....	44
Section 4 A Study on the results of interviews .....	44
<b>Subchapter 4 Existing problems in the SFT in SA product .....</b>	<b>47</b>
Section 1 The need differences between user and the decision makers .....	48
Section 2 The problem of the lack of products .....	48
Section 3 The problem of the lack of theme .....	48
Section 4 The crisis of talents.....	48
Section 5 The issue of security risks.....	48
<b>Chapter 4 The SFT in SA product planning .....</b>	<b>49</b>
<b>Subchapter 1 The planning of the product series .....</b>	<b>50</b>
Section 1 Meeting the needs of decision makers and user to determine the moral theme series .....	50
Section 2 Core products – the integrated SFT in SA product planning.....	51
Section 3 Strategical products - non-relying on resources SFT in SA product planning...	51

<b>Subchapter 2 Some issue of the product planning</b> .....	<b>52</b>
Section 1 Strengthening human resource management and perfecting the related issue planning .....	52
Section 2 Expanding the product value chain .....	55
Section 3 Building up the Alarm System and strengthen crisis management .....	58
<b>Chapter 5 Conclusion</b> .....	<b>60</b>
<b>Appendix 1 Questionnaires</b> .....	<b>61</b>
<b>Reference</b> .....	<b>63</b>
<b>Acknowledgement</b> .....	<b>66</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 第一章 绪论

### 第一节 研究背景及意义

#### 一、研究背景

在广州市大部分学校的德育计划里，学生春秋游活动已成为其中的一道“例牌菜”。学校意识到，作为具有研究性学习和社会实践性的旅游活动的开展，应当较好地与素质教育结合起来<sup>①</sup>。广州市绝大部分学生都参与过春秋游，学生春秋游活动出游呈现人数越来越多，起动年龄越来越小，频率越来越密的趋势。但与对一般旅游产品的研究相比，目前学界对于学生春秋游产品策划的却研究寥寥可数。虽然国家大张旗鼓地提倡对学生要进行素质教育，但对其如何实现素质教育认识不足。作为素质教育的一个实现途径，学生春秋游产品策划的研究，学界不太关心。而学生春秋游的实践也在呼唤着春秋游产品的研究，看一下学生当前春秋游的现状：

记者到学生秋游热门地点广州市小洲村的一家生态公园进行采访，发现学校组织的秋游活动，不但师生的出游满意度低，连大有生意可做的游乐场所也连连叫苦。不少同学表示，学校每年组织春、秋两次出游，选的地点都差不多，“太缺乏创意了”，他们宁可用一天秋游换一天假期，因为“在家睡大觉都比在这里挤来挤去好玩”。老师们说得最多的一句话是：“太挤了，怕学生会出事。”老师们都说：“秋游一天比上课一周还要累！”<sup>②</sup>

可见，中学生春秋游产品令人感到不满意。顾客满意度是旅游产品质量的表现<sup>③</sup>。顾客感到不满意，直接反映的是其消费产品的质量有问题。因此，如何提高学生春秋游产品质量，使学生和学校感到满意就成为需要解决的重要课题。

---

<sup>①</sup>李梅. 开辟学生旅游专线和开发校外课程资源的设想[J]. 广西教育, 2003(4)

<sup>②</sup>学生秋游“撞车” 挤爆生态公园[N]. 广州日报, 2006年11月9日

<sup>③</sup>贾建锡. 论旅游产品的顾客满意度[J]. 经济经纬, 2004(3)

## 二、研究意义

旅行社对学生春秋游产品的开发，是一项既有社会效益又有经济效益的活动。学生在旅游中产生的认知，有别于学校教育，它是一种非强制的自主、自愿的自我教育。通过旅游可让学生认识大自然、了解历史、接触社会，学到许多课本上没有的知识，这将是对学校教育的有益补充，是实施素质教育的有效手段。同时，广州绝大部分在校生都参与过春秋游活动，有的学校每年组织学生春秋游1~2次，有的甚至更多。教育部《基础教育课程改革纲要》中显示，中小学都开设了综合实践活动课，其主要内容有研究性学习、社会服务、社会实践等。作为具有研究性学习和社会实践性的旅游活动开展，就得较好地与素质教育结合起来，这无疑为旅行社策划学生春秋游产品提供了新的指导思想。而且，旅行社之间的竞争日益激烈，开发了学生旅游产品，同时也牵动学生旅游背后的教育部门这一广阔市场，大大拓展了新的市场领域。故此，学生春秋游产品的策划与研究亟待加强和深入，从而更好地指导实践操作，将理论研究转化为现实的生产力，推动学生春秋游进一步持续健康发展。

## 第二节 研究思路和创新点

### 一、研究思路

本文首先从学生旅游产品入手，在了解当前学生旅游产品及策划状况的基础上，结合学生春秋游产品的特点，采用顾客感知价值理论、消费者行为理论、人力资源管理理论、生产链管理理论和危机管理理论，指导学生春秋游产品策划。其次，分别对广州市学生春秋游产品的使用者、决策者和组织者进行市场调查，深入分析学生春秋游产品的市场需求和现状。然后，根据市场的需求，在学生春秋游产品策划的理论指导下，探讨学生春秋游产品策划，以促进学生春秋游产品策划的进一步发展。

### 二、创新点

1. 根据学生春秋游消费者行为的特点，自行设计了针对产品的使用者需求



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库