



普通高等教育“十五”国家级规划教材
教育部高职高专规划教材

旅行社经营管理

LUXINGSHEJINGYINGGUANLI

(第2版)

主编 杜江 李宏

93-Z
D00498845



中国财经经济出版社

普通高等教育“十五”国家级规划教材

教育部高职高专规划教材

旅行社经营管理

(第2版)

杜江 李宏 主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营管理/杜江, 李宏主编. —2 版. —北京: 中国财政经济出版社, 2007.4

普通高等教育“十五”国家级规划教材. 教育部高职高专规划教材

ISBN 978-7-5005-9002-6

I. 旅… II. ①杜…②李… III. 旅行社-企业管理-高等学校: 技术学校-教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 027576 号

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: jiaoyu@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 88190616 88190655 (传真)

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×960 毫米 16 开 13.25 印张 212 000 字

2006 年 6 月第 2 版 2007 年 4 月北京第 2 次印刷

定价: 18.00 元

ISBN 978-7-5005-9002-6/F·7837

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

出版说明

教材建设工作是整个高职高专教育教学工作的重要组成部分。改革开放以来，在各级教育行政部门、学校和有关出版社的共同努力下，各地已出版了一批高职高专教育教材。但从整体上看，具有高职高专教育特色的教材极其匮乏，不少院校尚在借用本科或中专教材，教材建设仍落后于高职高专教育的发展需要。为此，1999年教育部组织制定了《高职高专教育基础课程教学基本要求》（以下简称《基本要求》）和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》（以下简称《培养规格》），通过推荐、招标及遴选，组织了一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师，成立了“教育部高职高专规划教材”编写队伍，并在有关出版社的积极配合下，推出一批“教育部高职高专规划教材”。

“教育部高职高专规划教材”计划出版500种，用5年左右时间完成。出版后的教材将覆盖高职高专教育的基础课程和专业主干课程。计划先用2~3年的时间，在继承原有高职、高专和成人高等学校教材建设成果的基础上，充分汲取近几年来各类学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验，解决好新形势下高职高专教育教材的有无问题；然后再用2~3年的时间，

在《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》立项研究的基础上,通过研究、改革和建设,推出一大批教育部高职高专规划教材,从而形成优化配套的高职高专教育教材体系。

“教育部高职高专规划教材”是按照《基本要求》和《培养规格》的要求,充分汲取高职、高专和成人高等学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验和教学成果编写而成的,适合高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校使用。

教育部高等教育司

再版说明

《旅行社经营管理》一书是专门为高职高专的学生编写的教材。

近年来，随着经济的发展，我国的旅游市场发生了很大的变化，国内旅游市场和出境旅游市场的兴起为旅行社提供了新的发展空间。经济全球化的影响对旅行社行业也有所冲击，我国为了兑现加入世界贸易组织的承诺，对外资进入我国旅行社业的政策进行了相应的调整。以上的变化在修订教材时都进行了相应的考虑。

本书的编写坚持从实际出发、学以致用为原则，选择了旅行社的主要业务作为本书的主要内容，从旅行社业的发展概况入手，以旅行社企业的业务运作为线索，分别论述了旅行社产品的设计、定价、促销和销售等营销活动和旅行社的接待业务、服务质量管理、财务管理和协作网络的建设等内容，以对旅行社业发展前景的预测作为全书结尾。本书的特点在于内容与实际结合紧密、简明易懂，应用的材料比较新颖，对实业界发生的新现象有所描述，并吸收了理论界的一些最新科研成果，其中，信息技术在旅行社的应用和旅行社的服务质量管理等内容在同类教材中具有一定的先进性。

第1版于2001年3月出版，由杜江教授担任

主编, 李宏、陈霁、李莉、陈瑶、肖焰、朱蕴波等参与编写。杜江教授负责全书写作提纲的制定和全部书稿的修改与最终审定。本次修订由杜江教授和李宏共同完成。

2006年3月

目

录

第一章 导论	(1)
第一节 旅行社的产生与发展	(1)
第二节 旅行社的性质与职能	(6)
第三节 旅行社的基本业务	(10)
第四节 旅行社的组织结构	(13)
思考与练习	(16)
第二章 旅行社的设立	(17)
第一节 旅行社的设立条件	(17)
第二节 设立旅行社的基本程序	(21)
第三节 旅行社的行业组织	(24)
思考与练习	(27)
第三章 旅行社产品的设计与开发	(28)
第一节 旅行社产品的特征与类别	(28)
第二节 旅行社产品设计与开发的原则	(34)
第三节 旅行社产品设计与开发的过程	(38)
第四节 旅行社产品设计实例分析	(43)
思考与练习	(46)
第四章 旅行社产品的定价	(48)
第一节 旅行社产品的价格	(48)
第二节 旅行社产品的定价决策	(54)
第三节 旅行社产品价格的变更	(60)
思考与练习	(64)

第五章 旅行社产品的促销	(65)
第一节 促销目标与促销预算的确定	(65)
第二节 促销方式	(68)
第三节 促销效果的评估与促销改进	(75)
思考与练习	(78)
第六章 旅行社产品的销售	(79)
第一节 旅行社产品的销售方式	(79)
第二节 旅行社产品的销售手段	(81)
第三节 旅行社产品的销售渠道	(83)
思考与练习	(89)
第七章 旅行社的协作网络	(90)
第一节 旅行社协作网络的构成	(90)
第二节 旅行社协作网络的建立	(95)
第三节 旅行社协作网络的维护与变更	(96)
思考与练习	(98)
第八章 旅行社的接待业务	(99)
第一节 接待计划的制定与落实	(99)
第二节 旅行社的接待业务流程	(102)
第三节 导游业务	(103)
第四节 售后服务	(112)
思考与练习	(114)
第九章 旅行社的服务质量管理	(115)
第一节 旅行社的服务质量及其实现	(115)
第二节 旅行社服务质量的评估	(119)
第三节 旅行社服务质量的控制与改进	(122)
思考与练习	(127)
第十章 旅行社的财务管理	(128)
第一节 旅行社的资金管理	(128)
第二节 旅行社成本费用的管理	(134)
第三节 旅行社营业收入与利润的管理	(138)
第四节 旅行社的财务分析	(140)
第五节 旅行社的结算管理	(148)

思考与练习·····	(153)
第十一章 我国旅行社业的发展趋势·····	(154)
第一节 中国加入 WTO 对旅行社业的影响·····	(154)
第二节 市场需求变化对旅行社业的影响·····	(157)
第三节 信息技术的发展对旅行社业的影响·····	(163)
思考与练习·····	(166)
附 录·····	(167)
一、旅行社管理条例·····	(167)
二、旅行社管理条例实施细则·····	(174)
三、设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定·····	(184)
四、旅行社质量保证金暂行规定·····	(185)
五、旅行社质量保证金暂行规定实施细则·····	(187)
六、导游人员管理条例·····	(191)
七、导游证管理办法·····	(195)
八、出境旅游领队人员管理办法·····	(197)
参考文献·····	(200)

第一章

导 论

内容提示

旅行社是为人们旅行提供服务的专门机构，旅游活动的发展是旅行社得以产生和发展的前提条件。在我国，旅行社是指有营利目的、从事旅游业务的企业，旅行社围绕旅游者的出游开展业务。

第一节

旅行社的产生与发展

一、旅行社的产生

旅行社最早产生于产业革命后的英国。发生在 17、18 世纪的产业革命促进了近代旅游活动的发展，为旅行社的产生提供了条件。

首先，产业革命极大地提高了生产效率，带来了社会经济的繁荣，增加了人们的支付能力；首次，产业革命加速了城市化进程，改变了人们的生产和生活方式，使人们产生了逃避节奏紧张的城市生活的度假动机；火车、蒸汽轮船是产业革命中技术进步的产物，这些“先进”的交通工具为人们的出游带来了方便，使大规模、远距离的旅行成为可能。

在 19 世纪初的英国，人们支付能力的增强、度假动机的产生和交通工具的进步等因素共同促进了旅游活动的开展，出游的人数大量增加。但是，当时绝大多数人没有旅行的经验和习惯，不了解异国他乡的情况和有关的

旅行手续,语言及货币方面的障碍也是人们计划外出旅游时所担心的问题,人们出游需要有人提供这些方面的帮助。英国人托马斯·库克及时地认识到了这种需要,创办了世界上第一家专职旅行社——托马斯·库克旅行社。

托马斯·库克 1808 年出生于英格兰,笃信宗教,支持禁欲。1841 年,库克先生包租了一列火车,组织 540 人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会,往返 24 英里,每人收费 1 先令,完成了一次有组织的日间短途旅行。库克先生本人并未从此次活动中获利,但是他已经注意到了其中潜在的巨大商机。之后,库克又组织了数次类似的活动,积累了丰富的经验。1845 年,库克在莱斯特成立了托马斯·库克旅行社,专门从事旅游业务。

托马斯·库克是旅行社的创始人,他和他的继承人不断探索、不断创新,使旅行社的业务不断得到发展与完善,对后来旅行社业的发展产生了重要的影响。

托马斯·库克旅行社刚成立时是“专职的短途旅行代理商”,但是,由于铁路公司所支付的佣金不足以维持企业的运营,库克先生不得不在其他方面扩展业务。在旅行社成立的第一年,库克就组织了一次由莱斯特到利物浦的全包价旅游,库克渐渐转变为旅游活动的全面组织者,或者被称为旅游经营者。

1846 年,库克开始组织远程旅游活动,他组织 350 人乘火车和蒸汽轮船进行了一次苏格兰游。1855 年,库克将营业范围扩展到了欧洲大陆,为当年的巴黎博览会组织了一次全包价旅游。1865 年,托马斯·库克与其子联合在旅行社原有的基础上创办了托马斯·库克父子公司,将营业地点迁往伦敦。1866 年,在美国国内战争结束后不久,托马斯·库克之子约翰·梅森·库克带领一个旅游团访问了纽约、华盛顿等和战争有关的地方,从而将旅行社的业务扩展到了美洲大陆。1872 年,托马斯·库克父子公司成功地组织了 9 人环球旅游。1873 年,托马斯·库克父子公司发明了可以在银行、饭店、餐馆和商店中流通的“流通票据”,从而克服了欧洲大陆币种繁多为旅游者带来的不便。“流通票据”是今天旅行支票的前身。1878 年,约翰·梅森·库克继任旅行社的经理。1898 年,旅行社的经理由约翰的第三个儿子担任。他继续扩展旅行社的业务,在他 83 岁辞世的时候,库克企业的经营范围已经扩展到了旅游业务、银行业务和轮船运输等与旅游相关的三个方面。

二、旅行社的发展

托马斯·库克旅行社是英国旅行社业早期发展的代表,曾经一度居于垄

断地位，在欧美地区被理解为“旅游”的代名词。在19世纪后期，随着旅游业的发展，旅游活动的其他组织者们也先后建立了自己的机构。美国的经济发展与英国相比较在时间上相对滞后，但是发展的结果却是后来者居上。美国的第一家旅行社是美国运通公司的一个分支机构，其业务最早是发行旅行支票（1891年）。随着公司业务在欧洲的扩展，企业渐渐将一部分注意力转移到旅游服务上来，从1912年起开始发售火车票和船票，组织观光旅游，以及提供旅游者需要的其他服务。

在20世纪初期，由于受到旅游者数量的限制，旅行社的数量并不多，但是业务已经得到充分发展。英国的托马斯·库克父子旅行社、美国的运通公司和比利时的铁路卧车公司是当时世界旅行社业的三大巨头。

旅行社业真正意义上的大发展开始于20世纪60年代。二战结束后，世界经济迅速恢复并快速发展，在经济较为发达的国家分化出了中产阶级人群，具有购买能力的潜在旅游者人数迅速增加。同时，50年代航空运输技术取得了重大进步，喷气式飞机的发展使飞机成为大众交通工具，大大缩短了人们在旅途中耗费的时间，因此促进了“大众旅游”的兴起，世界旅游市场人数迅速增加，旅行社业随之蓬勃发展起来。

欧美地区的旅行社多数是由航空公司、铁路和轮船公司的分销代理起家，在产业链条中处于零售环节。随着旅游业的发展，旅行社的上游供应商逐渐从交通部门扩展为包括旅游者在旅游活动过程中所涉及到的食住行游等环节的众多部门。一些旅行社从零售环节独立出来，专门组合包价旅游线路，分化成为所谓的“旅游批发商”或者“旅游运营商”。

进入20世纪90年代以后，世界旅行社业发生了两项重大变化。其一，旅行社企业之间发生了大量的并购行为，欧美多数国家的旅行社企业出现了“巨型化”的趋势，即行业内为数不多的几个大旅行社集团占有全行业绝大部分的市场份额。其二，信息技术的迅速发展给旅行社业带来了冲击，在90年代中后期，信息技术是否会取代旅行社的中间商地位曾经一度成为旅行社从业人员的热门话题，绝大多数旅行社都在试图寻找应用信息技术的途径，以扭转在信息技术革命中所处的劣势。

三、我国的旅行社业

我国的第一家旅行社创建于20世纪20年代。1923年上海商业储蓄银行设立旅行部，1927年旅行部独立，并更名为中国旅行社，现变更为香港

中国旅行社股份有限公司。中华人民共和国成立以后,1949年12月在厦门成立华侨旅行社,1954年在北京成立中国国际旅行社,1980年在北京成立中国青年旅行社,其中华侨旅行社是现在中国旅行社的前身。国旅、中旅和青旅是新中国最早成立的三家旅行社,企业规模发展快,提供的服务比较全面,与国外同行建立了良好的合作关系,不断探索新的经营方式和经营理念,在经济改革与行业发展中一直处于排头兵的位置,在我国旅行社业的发展历史上占有重要地位。

我国旅行社业的形成和发展始于1978年,是改革开放的结果。在1978年以前,全国只有中国国际旅行社总社和中国旅行社总社两家旅行社及其在主要省会城市设立的分支机构。当时的旅行社是事业单位,主要承担对外政治接待任务。1978年以后,旅行社的主要任务转变为接待自费来华的旅游者。开始时,国旅、中旅和新成立的青旅是接待的主要力量,只有这三家旅行社具有在境外市场进行招徕的权力。为了更好地服务于我国不断增长的境外旅游市场,1984年国家旅游局下放旅游外联权,允许更多的单位经营国际旅游业务,并授予它们业务经营所必须的签证通知权。这一举措刺激了旅行社数量的增加,到1987年底,我国的旅行社已经增长到了1245家。

1985年,国务院颁布了《旅行社管理暂行条例》,将我国旅行社的性质确定为企业,并按照业务范围将我国的旅行社划分为三类:一类社、二类社和三类社。“一类社”指经营对外招徕并接待外国人来中国,华侨、港澳同胞、台湾同胞归国或回内地旅游业务的旅行社;“二类社”指不对外招徕,只经营接待第一类旅行社或其他涉外部门组织的外国人来中国,华侨、港澳同胞、台湾同胞归国或回内地旅游业务的旅行社;“三类社”指经营中国公民国内旅游业务的旅行社。由于当时我国出境旅游市场还没有形成规模,因此旅行社的分工中没有涉及到中国公民的出境旅游业务。

随着我国国民经济的发展,90年代以来我国公民国内旅游和出境旅游的兴起成为了旅游市场的亮点。为了使行政法规能够更好地发挥指导实践的作用,1996年10月国务院颁布了《旅行社管理条例》,对我国的旅行社业进行了重大的调整。《条例》将我国的旅行社按照经营的业务范围划分为“国际旅行社”和“国内旅行社”两种类型。“国际旅行社”的经营范围包括入境旅游业务、出境旅游业务和国内旅游业务;“国内旅行社”的经营范围仅限于国内旅游业务。对于国际旅行社来讲,经营出境旅游业务需要得到国

家旅游行政管理部门的授权批准。

旅游市场的繁荣促进了旅行社业的发展，表 1-1 反映了我国旅行社业在 1987 年以后的规模变化情况。

表 1-1 我国旅行社的行业规模 (1987—2003)

年 份	国际旅行社		国内旅行社 (1997 年以前的三类社)	总数
	一类社	二类社		
1987	17	677	551	1245
1988	44	811	718	1573
1989	61	834	722	1617
1990	68	834	701	1603
1991	73	738	750	1561
1992	136	701	1755	2592
1993	164	703	2371	3238
1994	267	716	3399	4382
1995	360	665	2801	3826
1996	359	618	3275	4252
1997	991		3995	4986
1998	1312		4910	6222
1999	1256		6070	7326
2000	1268		7725	8993
2001	1310		9222	10532
2002	1349		10203	11552
2003	1364		11997	13361

资料来源：国家旅游局《中国旅游年鉴》。

从表 1-1 可以看出，我国的旅行社数量增加很快，旅行社业已经具有了一定的行业规模。为了加强对旅行社的法制化管理，我国先后出台了一系列的行政法规。从 1995 年 1 月 1 日起，国家旅游局先后发布并实施了《旅行社质量保证金暂行规定》、《旅行社质量保证金暂行规定实施细则》、《旅行社质量保证金赔偿暂行办法》和《旅行社质量保证金赔偿试行标准》。制定旅行社质量保证金制度的目的主要在于保护旅游者的合法权益，并加强对旅行社业的经营秩序的整顿。1997 年国家旅游局发布了《旅行社经理资格认

证管理规定》，1999年国务院发布了《导游人员管理条例》，主要目的在于提高旅行社的人员素质和服务质量，提高旅行社的信誉。另外，为了保障旅游者和旅行社的合法权益，国家旅游局于2001年发布了《旅行社投保旅行社责任保险规定》，要求“旅行社从事旅游业务经营活动，必须投保旅行社责任保险。”

此外，为了适应全球服务贸易自由化的趋势，我国政府已经对旅行社的合资经营已经进行了相应的规定。1993年国家旅游局制定并发布了《关于在国家旅游度假区内开办中外合资经营的第一类旅行社的审批管理暂行办法》，1999年国家旅游局和对外经济贸易合作部联合发布了《中外合资旅行社试点暂行规定》，开始了我国旅行社市场对外开放的进程。

2001年我国加入了世界贸易组织，为了兑现入世前的承诺，国务院于2001年12月修订了《旅行社管理条例》，增加了有关“中外合资旅行社”和“中外合作旅行社”的内容。另外，国家旅游局和商务部于2003年6月联合发布了《设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定》。至此，外资进入我国旅行社业具备了相对完备的法律基础，旅行社业的国际化进程进入了实质化推进的阶段。之后，为了进一步兑现入世承诺、扩大旅游业对外开放，国家旅游局会同商务部研究修订了《设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定》，并于2005年2月17日公布实施，这标志着我国设立外商控股、外商独资旅行社条件进一步放宽，旅游业对外开放进一步加大。

第二节

旅行社的性质与职能

一、旅行社的性质

1996年国务院颁布的《旅行社管理条例》对我国旅行社的性质做出明确规定：“旅行社是指有营利目的，从事旅游业务的企业。”其中旅游业务是指“为旅游者代办出、入境和签证手续，招徕、接待旅游者旅游，为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动”。

从行业性质来看，旅行社属于服务业，主要的业务是为旅游者的出游提供服务。食、住、行、游、娱、购是旅游活动的六个组成要素。旅行社可以

帮助旅游者进行单项服务的预订,也可以将各项服务组合成包价旅游产品提供给旅游者。

从企业性质来看,旅行社面对上游服务供应企业和下游的旅游者时扮演着两种角色。对于饭店、餐馆、旅游景点、交通运输企业等部门来说,旅行社被看作为本部门所提供服务的销售中介机构,对于旅游者来说,由于旅行社已经对各项服务进行了整合,加入了计调的过程和旅游信息咨询、导游等服务项目,因此旅行社已经拥有了独立的产品,具有了提供独立服务产品的企业的性质。

从行业归属角度看,旅行社属于旅游业。旅行社所提供的产品涉及到旅游业中的其他部门和其他行业的相关部门。旅行社在旅游业中处于枢纽地位,起到了桥梁和纽带的作用,在旅游者和相关企业之间建立起联系,使旅游产品的生产和消费得以实现。

总之,旅行社是可以提供独立服务活动的服务企业,属于旅游业的范畴,提供的产品具有一定的综合性,是旅游业中的龙头企业。

二、旅行社的职能

旅行社是为旅游者出游提供服务的企业,对于相关部门和旅游者来讲,一般具有五种职能。

(一) 单项旅游产品销售的代理职能

饭店、餐馆、旅游景点、交通运输企业等部门都是服务企业,各部门提供的产品都具有不可移动性,并且不能储存,只有旅游者的到来才能使产品的生产和消费得以实现。如图 1-1 所示,未使用旅行社的航空公司等旅游服务企业要直接面对多位旅游者展开多次销售活动,而利用旅行社进行销售的企业只需要针对旅行社进行一次销售就可以满足多位旅游者的购买需要,另外,由于这些服务企业与旅游者的居住地之间具有一定的距离,因此旅游服务企业选择旅行社作为一条销售渠道不但可以提高本企业的销售量,并且能够节约销售成本。

对于旅游者而言,如图 1-2 所示,当旅游者自行订购单项旅游服务时,旅游者要向多家企业进行信息咨询,而当旅游者利用旅行社订购各种单项产品时,与一家旅行社打交道就可以获得多家上游企业的信息,节省了用于信息咨询的费用和时间。另外,旅游者利用旅行社订购服务还可以享受旅行社向上游企业批量购买带来的价格优势。