

新编

新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

LÜXINGSHE JINGYING YU GUANLI

旅行社经营与管理

刘晓杰 常永翔 主 编



YZLI0890169091



旅游教育出版社



新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

LÜXINGSHE JINGYING YU GUANLI

旅行社经营与管理

刘晓杰 常永翔 主 编



YZLI0890169091

北京·旅游教育出版社

责任编辑:陈志

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营与管理/刘晓杰,常永翔主编. —北京:
旅游教育出版社,2013.1

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2488 - 8

I. ①旅… II. ①刘… ②常… III. ①旅行社—企业
经营管理—高等职业教育—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 216142 号

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

旅行社经营与管理

刘晓杰 常永翔 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@163. com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787mm × 960mm 1/16
印 张	17.5
字 数	261 千字
版 次	2013 年 1 月第 1 版
印 次	2013 年 1 月第 1 次印刷
定 价	33.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

新编高职高专旅游管理类专业 规划教材编委会

主 任
委 员

谢彦君

(按音序排列)

狄保荣

韩玉灵

计金标

姜文宏

罗兹柏

王昆欣

张广海

张新南

朱承强



经过将近三年的策划与组织,旅游教育出版社的“新编高职高专旅游管理类专业规划教材”终于要整体付梓印行了。本套丛书不管是在编写宗旨的确立还是在撰著者的遴选方面,都经历了一个较为严谨而细致的过程,这也为保证丛书的质量奠定了一个良好的基础。

中国的高等旅游教育和旅游产业发展,已经度过了三十多个春秋。从20世纪70年代末的筚路蓝缕到今天已蔚为大观的局面,这当中包含了几代学人和业者共同努力、共同创业的艰辛。在今天看来,尽管在这个知识和行业共同体中曾经并依然存在着观点、思想和认识上的碰撞和摩擦,但一路前行的步伐却始终没有停止过。这也是中国旅游教育界、旅游产业界呈现于世人的最令人鼓舞的风貌和景观。

在整个高等旅游教育体系中,职业教育的发展,只是在最近的十几年中才真正被政府纳入到大力发展的战略框架当中,并在今天形成了占据旅游高等教育半壁江山的势头。如果站在整个旅游高等教育的视野来审视旅游职业教育和普通教育在整个旅游高等教育中的局面,大家会有一个基本的共识:旅游高等职业教育在人才培养方面,无疑更加体现了专业细分、供需对接、学为所用的人才培养效率和效果,并不像旅游本科教育那样,每年的毕业生有70%以上流入其他行业或领域,而造成社会教育资源的极大浪费。这个问题学界多有认识、阐述和呼吁,并一致认为,其根源在一定程度上是由本科专业目录管理过于僵化的行政机制所造成。值得欣慰的是,最新的本科专业目录调整方案中,已经增设了饭店管理专业,这一举措借鉴了旅游专业高等职业教育按照旅游大类进行专业细化的成功方面,昭示了旅游大类下设专业(二级学科)进一步有限度细化的趋势。

不过,尽管旅游专业的高等职业教育有其成功的地方,但也不是没有问题。在专业格局有了科学摆布的前提下,人才培养的质量就取决于具体的人才培养方案了。在这当中,各个学校所拥有的教学资源、师资队伍、教材、教学法等方面的准备,就成为关键的教育因素。如果仔细盘点目前我国旅游专业高等职业教育在这一方面的家底,其实还很不容乐观。在我看来,由于我们对职业教育在认识上还不够成熟,准备上还不够充分,操作上还有待完善,加之旅游职业教育向来多以接待服务为教育的主体内容,缺乏硬技术、高门槛,因此,中国的旅游职业教育,依然显得离岗位培训距离不远、差异不大。在知识体系和职业技能的衔接方面,始终没有找到最好的途径和策略。因此,旅游职业教育在培养人的职业深度发展空间方面,始终有浅薄无力的缺欠。这是一个需要警觉,同时也是一个需要时间才能加以解决的问题。

旅游教育出版社在策划本套丛书的初期,就曾意识到这个问题,并有努力解决这一问题的想法。在本套丛书的书目确定、作者遴选、写作宗旨的厘定等方面,都试图对上述问题作出回应。从各位作者所做的努力来看,本套丛书还是在一定程度上解决了这个问题。整套丛书中,不乏在这方面做得很好的,也有在其他方面展现了充分特色的著作。因此,希望本套丛书的面世能够给旅游职业教育提供一套比较适用的教材资源。

本套丛书的作者都来自职业教育工作的教学与科研第一线,他们在各自所长的学科领域也都多有建树。作为本丛书的主编,我十分感谢他们在编写过程中所作出的巨大努力以及展现出来的合作与奉献精神。

由于水平所限,加之本人对旅游职业教育的理解缺乏深度,因此,本套丛书还是会存在总体架构、基本思想和具体编写工作方面的诸多不足甚至错谬。希望广大读者和其他人士对本书的缺欠不吝赐教,以图再版时予以修正,避免贻误学生。

是为序。

谢彦君

2011年7月22日于灵水湖畔

前言

旅游业已经成为全球经济中规模最大和最有发展后劲的产业,在我国政府高度重视下,旅游业作为我国国民经济的重要产业和新的经济增长点,在“十二五”期间将迎来高速发展阶段,预计2012年我国国内旅游入次数将达到25.5亿人次,同比增长9%,国内旅游收入将达到1.42万亿元,同比增长11%;到2015年,我国国内旅游收入将达到1.94万亿元。为了适应旅游业发展和新型旅游管理人才学习的需要,根据旅游高职高专人才培养目标,广泛征集、听取了大量旅游企业的建议,我们编写了《旅行社经营与管理》这本教材。

《旅行社经营与管理》以旅行社的工作流程为主线,主要介绍了旅行社经营管理的基本概念、旅行社的设立、基本业务以及旅行社的产品开发设计、销售管理、计调业务、组团业务流程、接团业务流程、综合管理、电子商务等内容。在教材编写上,《旅行社经营与管理》突出理论与实践相结合,注重学生灵活运用知识能力的提高、职业技能和职业能力的培养,教材中涵盖的大量信息与丰富的案例,对于读者及时把握旅行社经营管理的最新动态,具有较强的针对性、实用性和时效性。本教材适用于高职旅游管理专业教学需要,也可作为旅游企业培训教材。

本教材由刘晓杰、常永翔任主编,孙悦、赵甲申任副主编。袁琳、李明月参与了编写工作。具体分工如下:刘晓杰撰写第一、七章;孙悦撰写第五、六章;赵甲申撰写第二、四章;袁琳撰写第三章;李明月撰写第八章。刘晓杰、常永翔设计编写大纲及目录,并与杜娟最终修改统稿。姜明新审阅了全稿,并提出了宝贵意见,在此表示感谢!

编写过程中,我们参考和借鉴了许多专家学者的相关著作和研究成果,在此对各位专家学者表示衷心的感谢。

本书编写还得到旅游相关行业、旅游企业的大力支持,在此一并致谢!

由于时间仓促,水平有限,加之旅行社的发展在理论和实践方面不断有新的突破,书中疏漏之处在所难免,恳请读者和专家批评指正。

编者
2012年7月

目 录

第一章 旅行社概述	1
第一节 旅行社的产生与发展	2
一、旅行社的产生	2
二、我国旅行社的发展	7
第二节 旅行社的性质与职能	10
一、我国旅行社的概念	10
二、旅行社的性质	10
三、旅行社的职能	11
第三节 旅行社的类型与业务	14
一、旅行社的类型	14
二、旅行社的业务	17
第四节 旅行社的设立及组织机构	18
一、旅行社的设立条件	18
二、旅行社组织机构设立原则	21
三、旅行社的基本部门	22
四、旅行社的组织机构	23
第五节 旅行社经营管理概述	25
一、旅行社经营	25
二、旅行社管理	30
案例分析与思考	33
本章闯关测试	34
第二章 旅行社产品设计与开发	35
第一节 旅行社产品的内涵与形态	37
一、旅行社产品的内涵	37

二、旅行社产品的构成要素	39
三、旅行社产品的特点	39
四、旅行社产品的类型	42
第二节 旅游线路设计	45
一、旅游线路特征	45
二、旅游者对旅游线路的选择	46
三、旅游线路设计的原则	49
四、我国旅行社产品的现状	54
第三节 我国旅游线路生产设计流程	57
一、旅行社进行旅游线路设计的着眼点	57
二、旅游线路设计流程	59
三、旅游线路设计实践	63
第四节 旅行社产品品牌建设	67
一、我国旅行社品牌建设的现状	67
二、旅行社的品牌创立	69
三、旅行社品牌资产的培育	69
案例分析与思考	70
本章闯关测试	71
 第三章 外联销售业务与实务	 74
第一节 外联部概述	75
一、外联的含义	75
二、外联的工作特点	76
第二节 外联部销售业务	76
一、旅行社产品销售渠道的类型	77
二、旅行社销售渠道的选择	78
三、旅游中间商的管理	80
第三节 外联部工作实务	83
一、旅行社产品价格的制定	83
二、旅行社产品的报价	93
三、旅行社产品的促销方法	95
第四节 旅行社外联函电	101
一、电话与传真	101
二、函电往来	102

案例分析与思考	106
本章闯关测试	107
第四章 旅行社的计调管理	109
第一节 计调概述	110
一、旅行社计调定义及分类	110
二、计调的业务范围	111
三、计调的职业意识	113
四、计调人员的素质要求	114
第二节 计调的作用及其职能	115
一、计调在旅行社中的角色及所起作用	115
二、计调部	118
三、计调部的机构和设置	120
第三节 计调的工作原理和内容	121
一、计调的工作计划制订	121
二、计调的采购方法	126
第四节 计调的采购原则和原理	131
一、采购原则	131
二、采购原理	135
案例分析与思考	140
本章闯关测试	141
第五章 旅行社组团业务流程	142
第一节 组团业务概述	143
第二节 组团业务流程的规范操作	144
一、客户接待	144
二、与地接社确认合作	156
三、选派优秀的全陪、领队	161
四、出行前注意事项	165
五、组团业务的实时监控	168
第三节 组团业务的财务结算	169
一、归团报账	169
二、核算付款	170
第四节 后续事宜的处理	170

一、客户回访	170
二、处理投诉与表扬	171
案例分析与思考	174
本章闯关测试	175
第六章 旅行社接团业务流程	177
第一节 接团业务概述	178
第二节 接团业务流程的规范操作	179
一、客户接待	179
二、确认并制订接待计划	183
三、计划落实	185
四、选派优秀地陪导游	186
五、团队与散客的接待操作	190
六、出行前的注意事项	199
七、接团业务的实时监控	201
第三节 接团业务的财务结算	203
一、归团报账	203
二、核算付款	203
第四节 后续事宜的处理	203
一、处理遗留问题	203
二、总结工作	203
三、归档	204
案例分析与思考	204
本章闯关测试	205
第七章 旅行社综合管理	207
第一节 旅行社人力资源管理	208
一、旅行社员工的选聘	208
二、旅行社员工的培训	214
三、旅行社薪酬的构成	216
四、旅行社企业文化建设	218
第二节 旅行社质量管理	220
一、旅行社质量管理的概念	221
二、旅行社质量管理的实施	223

三、旅行社质量管理趋势	226
第三节 旅行社经营风险管理	227
一、旅行社经营中面临的主要风险	227
二、旅行社风险管理的目标	229
三、旅行社风险管理的程序	230
四、旅行社风险管理的组织与控制	232
五、旅行社规避风险的主要措施	234
案例分析与思考	237
本章闯关测试	238
 第八章 旅行社电子商务	240
第一节 电子商务与旅游业的发展	241
一、电子商务的内涵	241
二、电子商务与旅游业发展的适应性	243
三、旅游业常用的电子商务利用模式	244
第二节 旅行社电子商务概述	245
一、旅行社电子商务的内涵	246
二、当前中国旅行社电子商务发展中的不足	249
三、中国发展旅行社电子商务应遵循的原则	251
第三节 旅行社电子商务发展模式	253
一、基于第三代旅游交易平台的合作模式	254
二、基于加盟旅行社电子商务平台的联合体模式	256
三、基于大型旅行社自建电子商务平台的发展模式	258
四、基于目的地公共旅游信息网的发展模式	259
案例分析与思考	260
本章闯关测试	263
 参考文献	264

引 言

旅行社是经济活动和旅游活动发展到一定阶段的产物。作为旅游业的重要支柱之一,旅行社在我国旅游业的发展中占有极其重要的位置。

学习目标

通过本章的学习,要求学生了解中外旅行社产生的社会历史背景,熟悉旅行社的性质和职能、类型和业务,掌握旅行社的设立条件及机构设置,为全面掌握旅行社经营与管理活动规律打下基础。

案例导读

河南正式开放美国游 旅行社报名情况火爆

2012年1月30日,第四阶段中国公民组团赴美旅游业务启动,河南、江西、贵州3省被纳入实施区域,自此,河南省居民可以通过有组织赴美旅游资质的国际旅行社以团队形式赴美旅游。

中国公民组团赴美旅游,始于2007年12月中美双方签署的两国政府间《关于便利中国旅游团队赴美利坚合众国旅游的谅解备忘录》。2008年6月,北京、天津、河北、湖北、湖南、上海、江苏、浙江、广东9省市成为第一批组团赴美旅游省市;一年后的10月1日,山西、辽宁、吉林、黑龙江、安徽、山东、广西、海南、重庆、四川、云南、陕西12省区市成为第二批;2011年1月30日,组团赴美旅游第三批省区正式启动,内蒙古、宁夏、福建3省区有幸入选。加上此次获批的河南、江西和贵州,全国获得组团赴美旅游资格的省区市达到了27个。

到美国旅游,再也不需要邀请函啦!

河南旅游集团总经理助理刘峰表示,以前河南人去美国大多走探亲或商务考察的途径,需要对方邀请、使馆审查等很多烦琐手续,而且签证率不高。“商务签证需要有邀请单位,就是需要美国方面有个单位发出邀请函,我们才能拿着这个邀请函等去办理签证;而旅游签证不需要这个,直接通过旅行社报名就行了。”刘峰说。此次河南成为新增赴美旅游省份后,省内有相关资质的国际旅行社,不用再跑去北京、上海等地找人家的旅行社,在省内就可以直接组团、名正言顺地赴美旅游了。因此,对河南省游客来说,最大的好处是去美国游玩更方便了。

(资料来源: <http://xs.cncn.com/62296-news-show-185267.html>)

第一节 旅行社的产生与发展

旅行社的产生是商品经济、科学技术及社会分工发展的结果,同时也是旅游活动长期发展的必然产物。

综观世界旅游业发展历史,不难发现,旅游业发展实际上是人类社会发展的一个侧面,它是社会生产发展到一定水平的产物,是在旅游活动日益商品化的基础上产生的。可以说,旅行社是人类活动发展到一定阶段的必然结果。旅行社的产生,与当时商品经济、科学技术和社会分工的发展有着直接、密切的关系。换言之,旅行社是世界产业革命的产物。

一、旅行社的产生

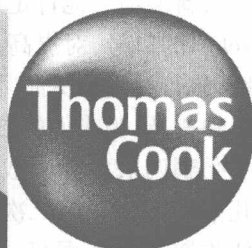
(一) 托马斯·库克旅行社

旅行社最早出现在 19 世纪中叶的西欧和北美地区。当时工业革命已经在这些地区获得了重大进展,经济结构和社会结构发生了巨大变化,这一切加速了城市化的进程,改变了一部分人的生活方式。由此旅游逐渐成为一部分人经常性的活动,从而为旅游业的发展提供了大量的客源。另外,工业革命促进了科学技术的进步,蒸汽机车和轮船的相继出现,提高了运输能力,使大规模的人员流动成为可能。在这种背景下,1845 年英国的托马斯·库克在英国莱斯特成立世界上第一家旅行社。托马斯·库克也成为世界上第一位专职的旅行代理商。

补充资料 1—1

托马斯·库克

托马斯·库克于 1808 年 11 月 22 日出生在英国英格兰,自幼家境贫寒,10 岁



便辍学从业,先后做过帮工、诵经人和木匠等。库克笃信宗教,热衷于禁欲。1841年,他创造性地包租了一列火车,载运540人从莱斯特到拉丝伯勒参加禁酒大会,全程11英里,每人收费1先令。此后,他又多次组织类似的铁路旅行,并逐步认识到其中潜伏着巨大的商业机会。1845年,库克在莱斯特正式成立了托马斯·库克旅行社,开始专门从事旅行代理业务,从而成为世界上第一位专职的旅行代理商。

此后,托马斯·库克的业务经营范围和影响不断扩大。1845年,为组织到利物浦的观光旅游,库克整理出版了《利物浦之行指南》的手册,并就此设立了专门的旅游向导。1855年,库克以包价的形式组织了赴法国的旅行;1865年,库克与儿子联合在原有公司的基础上创办了托马斯·库克父子公司,并将营业地点迁往伦敦。他们以后又相继在美洲、非洲和亚洲设立分公司,并于1872年成功地组织了9人环球旅游,从而使托马斯·库克父子公司成为世界上名声显赫的旅行社。托马斯·库克也成为旅行社的代名词而在欧美地区尽人皆知。

美国的黄石公园对公众开放后不久,托马斯·库克旅行社便在那里经营旅游业务。随着业务的不断增加和经验的逐步积累,托马斯·库克旅行社将其经营业务范围扩大到印度和亚洲其他地区。1874年,托马斯·库克旅行社首次发行旅行支票,用于旅馆、餐馆、商店和旅游景点,并可在银行兑换。

1931年,托马斯·库克旅行社与在欧洲大陆上经营卧车旅行业务的怀根-里特公司合并。合并后,该公司在世界各地设立越来越多的分公司,为入境旅游者提供旅行支票兑换服务、安排观光游览活动及组织所在地居民外出旅游。如今,托马斯·库克旅行社已经建立起遍布世界各地的分支机构网络,经营各种旅游业务和提供与旅游相关的服务。托马斯·库克旅行社被公认为是世界上最大的单纯经营旅游及其相关业务的公司。

托马斯·库克对于旅游业的贡献,不仅在于他开创了近代旅游业,而且还表现在他面向大众,薄利多销,推动了旅游的社会化,促进了旅游业的迅速发展。另外,他的旅游企业管理理念对后世也有深远影响,如他认为旅行事业的经营者应尽可能使客人方便舒适,尽可能地为客人省钱;组织旅游者去旅游不仅是去带旅游者游

山玩水,更是去探求新知识、新事物。他肯定旅游具有教育作用,并提出了“省钱旅游(Saving Money for Travel)”的口号,对提高人们的旅游意识做出了贡献。

在托马斯·库克之后,旅行社适应人们不断增长的旅游需求在世界各地迅速发展起来。旅行社的发展和普及,为人们的旅行提供了更多的方便,这又进一步促进了旅游业的发展。由于受到两次世界大战及世界性经济危机的影响,全球旅行社业的发展经历了几起几落的变化。第二次世界大战之后,相对稳定的世界局势和快速增长的世界经济使旅游业迅速崛起,旅行社得到空前的大发展。据不完全统计,目前,全世界旅行社总数约 70 000 家,它们为世界各地不同国家和地区的人们外出旅行提供着相关服务,一个遍布全球的庞大的国际性旅游服务销售网络已基本形成。国际旅游几乎每十年就增长 1 倍,远远高于同期世界经济的增长速度。

补充资料 1—2

托马斯·库克 150 年的发展历史

- 1841 第 1 次组织旅游,从莱斯特到拉丝伯勒。
- 1845 组织到利物浦旅游,并将线路延伸到北威尔士。
- 1846 首次组织到苏格兰旅游。
- 1851 库克带领 165 000 人参加博览会。
- 1855 第 1 次组织欧洲大陆旅游。
- 1863 开始组织到瑞士旅游。
- 1865 托马斯·库克公司开设伦敦办事处。
- 1866 第 1 次组织到北美旅游。
- 1869 第 1 次组织到基督教圣地和埃及旅游。
- 1872 托马斯·库克公司首创环球旅游。
- 1874 以流通券形式推出旅游支票,开始出版托马斯·库克时刻表。
- 1884 托马斯·库克运送戈登将军退役远征。
- 1887 托马斯·库克安排第一次印度穆斯林朝圣旅游,并运送土邦主(maharajahs)参加维多利亚女王的金婚纪念日。
- 1892 托马斯·库克去世。
- 1898 托马斯·库克的儿子约翰·梅森·库克为德国皇室安排到耶路撒冷旅游。
- 1902 印制第一本冬季旅游小册子,组织第一次汽车旅游。
- 1919 托马斯·库克为乘飞机旅游做广告。
- 1927 第一次包机旅游,从纽约到芝加哥观看引人注目的拳王杰克·邓普西

与吉恩·滕尼的拳击比赛(Dempsey-Tunney fight)。

1939 第一次组织到法国南部的包价旅游。

1940 托马斯·库克公司参与儿童疏散和处理敌国邮件。

1959 英国旅游作家第一次会议在伯克利街(Berkeley Street)托马斯·库克办公室召开。

1966 安装第一个实时自动假日预订系统。

1972 托马斯·库克公司成为米兰银行集团(Midland Bank Group)的一部分。

1974 托马斯·库克公司推出24小时换汇服务。

1977 亚历山大公主(Princess Alexandra)为托马斯·库克位于彼得伯勒(Peterborough)的新总部开业剪彩。

1980 推出自动旅游信息银行。

1981 托马斯·库克公司于欧洲各银行达成协议推出欧洲旅行支票。

1983 托马斯·库克公司加入万事达卡旅行支票项目。

1985 推出ECU旅行支票。

1988 托马斯·库克假日公司退出短线旅游市场。

1989 公司投资3600万英镑,用于一项为期3年的计划,将所有托马斯·库克零售代理店都改为旅游超市。

1990 安装电脑预订系统的后台自动化系统,开始发展全球办公网络。

1991 托马斯·库克公司150年庆,为了庆祝这个日子,公司组织了一次包括参观7大奇迹在内的环球旅游。

1992 托马斯·库克被米兰银行卖给西德意志银行(WestLB)和LTU集团。

1994 托马斯·库克公司引入巴克利银行旅行支票部的交换支付业务,使托马斯·库克公司成为世界上万事达卡和维萨卡旅行支票的最大供应商。

1994 托马斯·库克公司将公司旅游管理业务和在美国的分支机构卖给美国运通公司。

(资料来源:A. V. Seaton, M. M. Bennett. 旅游产品营销——概念、问题与案例。张俐俐等译。北京:高等旅游教育出版社,2004.)

(二) 美国运通旅行社

美国运通旅行社是美国最大的旅行社。1850年,美国运通公司成立于纽约州包法罗市。该公司最早经营货物、贵重物品和现金的快递业务。这种业务在当时已有很大的吸引力,受到广大公众的热烈欢迎。随着美国人不断地涌向西部地区,人们对快递服务的需求与日俱增。美国运通公司逐渐向俄亥俄州、伊利诺伊州和艾奥瓦州扩展。