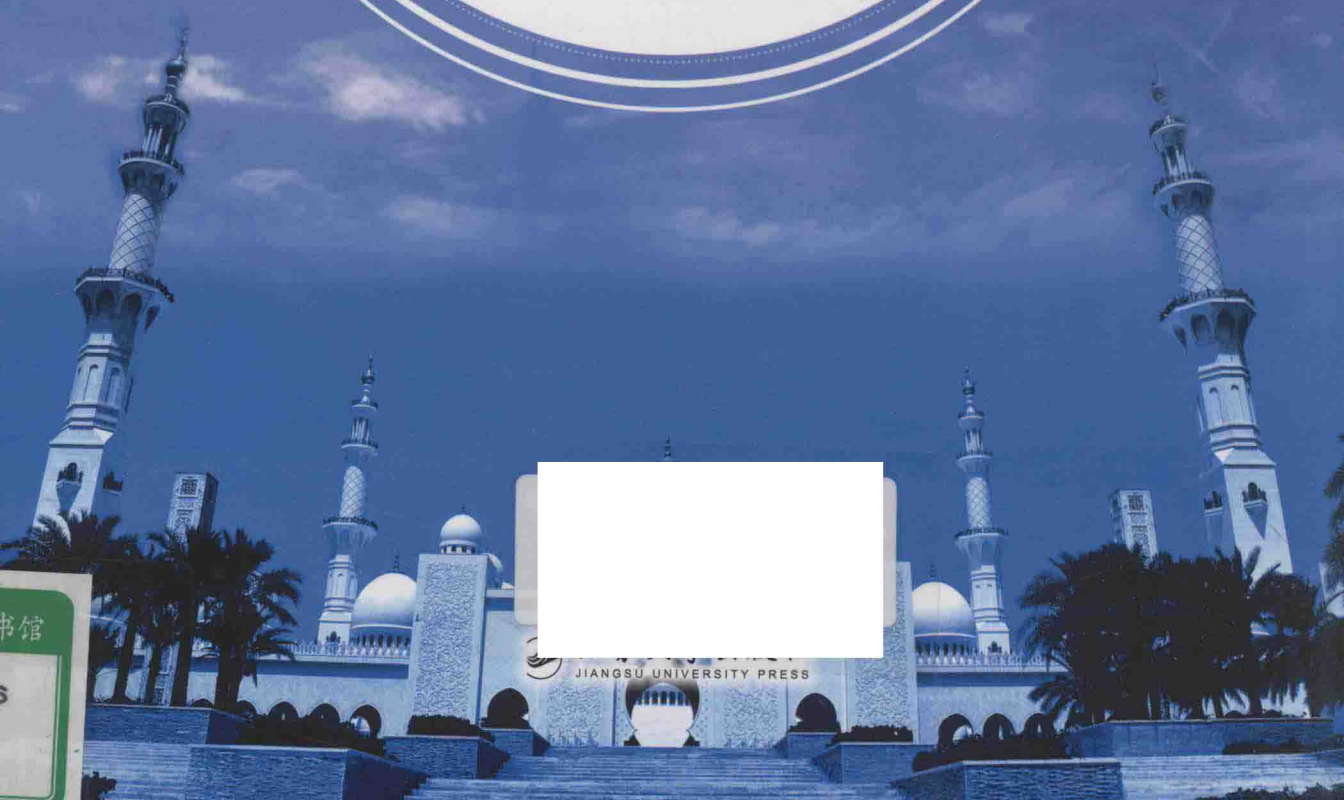




旅游专业“十二五”规划教材

旅行社 运营与管理

主编 孙江虹 马宏丽



书馆

JIANGSU UNIVERSITY PRESS

旅游专业“十二五”规划教材

旅行社运营与管理

主 编 孙江虹 马宏丽

副主编 张文瑞



江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

镇 江

内 容 提 要

本书结合旅行社运行流程和工作过程,将旅行社的运营与管理分为9个教学模块,具体内容包括:旅行社概述、旅行社设立、旅行社的产品开发、旅行社的营销管理、旅行社的计调管理、旅行社接待业务的管理、旅行社财务管理、旅行社内部职能管理和旅行社行业的发展趋势。每个模块都设置了项目并对应设计了若干个具体的专业任务课程条理清晰,业务流程一目了然,职业针对性强,有利于更好地培养学生的职业能力和综合素质。

本书根据高职教育特点,打破传统的学科体系,坚持校企合作、工学结合,符合学生的认知规律和教师的教学规律,有利于提高教学质量。

本书为旅游管理专业核心课程教材,也可作为旅行社、旅游企业职业经理人的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

旅行社运营与管理 / 孙江虹, 马宏丽主编. -- 镇江:
江苏大学出版社, 2014.9
ISBN 978-7-81130-790-0

I. ①旅… II. ①孙… ②马… III. ①旅行社—企业管理—高等教育—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第206449号

旅行社运营与管理

Lüxingshe Yunying yu Guan

主 编 / 孙江虹 马宏丽

责任编辑 / 吴昌兴 郑晨晖

出版发行 / 江苏大学出版社

地 址 / 江苏省镇江市梦溪园巷30号(邮编:212003)

电 话 / 0511-84446464(传真)

网 址 / <http://press.ujs.edu.cn>

排 版 / 北京金企鹅文化发展中心

印 刷 / 北京忠信印刷有限责任公司

经 销 / 江苏省新华书店

开 本 / 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张 / 17.75

字 数 / 410千字

版 次 / 2014年9月第1版 2014年9月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-81130-790-0

定 价 / 36.00元

如有印装质量问题请与本社营销部联系(电话:0511-84440882)

编者的话

旅行社作为旅游业三大支柱产业的龙头,是刺激旅游消费的主力军,它串联起旅游活动中“食、宿、行、游、购、娱”六大要素,联系着旅游饭店、旅游景点、旅游交通、旅游商店等大量的旅游业相关企业,在整个旅游业中起着媒介与桥梁的作用。

蓬勃发展的旅行社对高素质旅游人才的需求更加迫切,这为旅游高等教育带来了新的发展契机。为了适应旅行社业的发展和新型旅游服务与管理人才的学习需要,使课程体系及教学模式更好地服务于社会,我们组织编写了这本教材。

本教材着重于应用型教学内容,具有鲜明的职业导向性,强调教、学、做一体化。本教材的编写人员均来自相关院校的专业教师,他们身处旅游教学第一线,不但拥有丰富的教学、教材编写经验,而且还有从事旅游行业的实践经验;他们既掌握高校教育规律,熟悉学生特点,同时也能够及时了解旅游行业动态和最新的旅游信息。

本教材本着够用、实用、致用的原则,紧扣当前教学改革的需要,对传统教材进行了大胆的取舍,吸收了旅行社管理实践中的最新成果,力图体现好用、创新的特点。本教材适用于高职旅游专业教学需要,也可作为相关院校旅游专业的培训教材。

本教材由中州大学的孙江虹、河南工业大学的马宏丽任主编,负责框架与大纲设计以及统纂工作;中州大学张文瑞任副主编;郭松涛、刘亚飞参与了编写工作。编写分工如下:孙江虹编写模块四、模块六及模块三的项目一,马宏丽编写模块二、模块五及模块七,张文瑞编写模块八、模块九,郭松涛编写模块一,刘亚飞编写模块三的项目二至项目五。

在教材的编写过程中,我们参考和借鉴了大量旅游企业的经典案例、诸多旅游界人士和专家学者们的相关著作和研究成果,同时,也得到了中国旅行社总社河南有限公司入境旅游中心李胜江总经理、河南中信国际旅行社有限公司陈兢总经理、河南中信国际旅行社有限公司倪乐、河南旅游集团有限公司马凯、河南中原国际旅游集团有限公司陈亚坤的支持,在此一并表示衷心的感谢。

由于水平有限,加之时间仓促,书中疏漏之处在所难免,恳请读者和专家批评指正。

编者

2014年8月

目 录

模块一 旅行社概述

项目一 旅行社的产生与发展	2
一、旅行社业的产生与发展简述	2
二、旅行社业的发展	5
三、旅行社在旅游业中的地位与作用	9
项目二 旅行社的性质与职能	11
一、旅行社概述	12
二、旅行社的职能	13
项目三 旅行社的基本业务和类型	15
一、旅行社的基本业务	16
二、中国旅行社具体经营的业务	17
三、旅行社的分类	17
复习思考题	20
实训题	21
推荐的学习参考书目	21

模块二 旅行社的设立

项目一 旅行社的设立条件	24
一、影响旅行社设立的外部 and 内部因素	26
二、中国关于旅行社设立的法律规定	28
项目二 旅行社设立的基本程序	30
一、申请营业许可	31
二、办理注册登记	33
三、办理税务登记	33
四、设立分支机构	33

项目三 旅行社的组织设计与组织管理35

 一、旅行社组织设计的原则 35

 二、影响旅行社组织设计的因素 36

 三、旅行社的组织机构设计 38

 四、旅行社的组织管理 40

项目四 旅行社的行业管理42

 一、旅行社的行业特点 43

 二、旅行社行业从业人员素质要求 44

 三、旅行社的行业组织 46

复习思考题48

推荐的学习参考书目48

模块三 旅行社的产品开发

项目一 旅行社产品的概念与特性50

 一、旅行社产品的概念 51

 二、旅行社产品的特性 52

 三、旅行社产品的形态 53

 四、旅行社产品的生命周期 54

项目二 影响旅行社产品开发的因素57

 一、影响旅行社产品开发的外部因素 58

 二、影响旅行社产品开发的内部因素 59

项目三 旅行社产品设计的基本原则60

 一、市场原则 61

 二、经济原则 62

 三、旅游点结构合理原则 62

 四、交通安排合理原则 63

 五、服务设施确有保障原则 63

 六、内容丰富多彩原则 63

项目四 旅行社产品设计开发的流程64

 一、市场调研 65

 二、现有产品的筛选 66

 三、新产品方案的拟订与选择 68

 四、新产品的研制与试销 70

五、投放市场的商业化阶段	71
六、检查与评价	71
项目五 旅游线路的设计	72
一、旅游线路的类型	73
二、旅游线路设计的程序	74
三、旅游线路设计案例展示	75
复习思考题	76
技能练习	76
推荐的学习参考书目和网站	76
模块四 旅行社的营销管理	
项目一 旅行社市场营销概述	78
一、旅行社的营销组合	79
二、旅行社目标市场营销	80
项目二 旅行社产品的价格策略	85
一、影响旅行社产品价格的因素	86
二、旅行社产品的定价依据	87
三、旅行社产品的定价方法与价格策略	88
项目三 旅行社产品的销售渠道	93
一、旅行社产品销售渠道概述	94
二、旅行社产品销售渠道策略	95
三、旅游中间商的选择与管理	96
项目四 旅行社产品的促销方法	99
一、旅行社促销的概念	100
二、旅行社促销策略的制定	100
三、旅行社的促销要素组合	100
项目五 旅行社产品品牌化	103
一、品牌的基本概念	104
二、旅行社品牌化的作用	105
三、旅行社品牌建设策略	105
复习思考题	107
操作性练习	107

推荐的学习参考书目	107
-----------------	-----

模块五 旅行社的计调管理

项目一 旅行社计调业务的特点与要求	110
一、旅行社计调业务的发展过程	111
二、旅行社计调业务	112
三、旅行社计调业务的特点	113
四、旅行社计调的角色及作用	114
五、旅游计调师岗位的两大核心	116
六、旅行社计调工作的职能特点	116
七、计调人员的岗位职能	118
八、计调人员的素质要求	119
九、计调人员的职业意识	121
项目二 旅行社计调工作的内容与操作程序	123
一、旅行社计调工作的内容	125
二、计调部的工作流程	128
三、与旅行社相关部门的沟通	131
项目三 计调采购业务	133
一、旅游服务采购网络的建立	134
二、计调采购业务的原则	141
三、服务采购的管理	141
复习思考题	145
实训练习	145

模块六 旅行社接待业务的管理

项目一 团体旅游接待服务的管理	148
一、旅行社接待业务的性质和特点	149
二、团体旅游和团体旅游接待的含义	150
三、团体旅游接待业务的共性	150
四、团体旅游接待的个性	151
五、团体旅游接待的原则	153
项目二 散客旅游接待服务的管理	158
一、散客旅游接待业务的特点	159

二、散客旅游接待业务的类型	160
三、散客旅游人员接待业务的管理	162
项目三 大型和特种旅游团接待服务管理	164
一、大型旅游团接待服务的特点与操作	165
二、特种旅游团接待服务的特点与操作	167
项目四 旅行社门市接待业务与管理	170
一、门市部业务人员的选用	171
二、门市接待服务的流程	172
项目五 旅行社产品的售后服务	175
一、旅行社产品售后服务的内涵和作用	175
二、旅行社产品的售后服务的方式	175
复习思考题	176
实训题	176

模块七 旅行社财务管理

项目一 旅行社的财务管理工作	178
一、旅行社财务管理的概述	179
二、旅行社财务管理的目标	180
三、旅行社财务管理的方法	181
项目二 旅行社会计核算的内容与方法	183
一、旅行社业务核算	184
二、旅行社业务结算	186
项目三 旅行社的成本费用管理	190
一、旅行社成本费用的构成	191
二、旅行社成本费用管理	192
项目四 旅行社的收入管理与利润管理	197
一、旅行社收入管理	198
二、旅行社利润管理	199
项目五 旅行社的资产管理	201
一、旅行社流动资产的管理	202
二、旅行社固定资产的管理	207

旅行社运营与管理

项目六 旅行社财务报表与财务分析	209
一、旅行社财务报表	209
二、旅行社财务分析	215
复习思考题	216
实训练习	216

模块八 旅行社内部职能管理

项目一 旅行社的人力资源管理	220
一、旅行社员工的选聘	221
二、旅行社员工的培训	223
三、旅行社的工资制度	224
四、旅行社企业文化建设	227
项目二 旅行社服务质量管理	232
一、旅行社服务质量管理概述	232
二、旅行社服务质量的评估	234
三、旅行社服务质量的控制与改进	236
项目三 旅游者投诉的管理	239
一、旅游投诉产生的原因	240
二、旅游投诉的处理	240
项目四 旅游服务中的安全管理	242
一、旅游安全管理的内容	242
二、导游带团过程中主要安全事故的处理	243
三、旅行社责任保险	245
项目五 旅行社经营风险的管理	248
一、旅行社经营风险的类型	248
二、旅行社经营风险的识别	249
三、旅行社避免风险的主要措施	249
复习思考题	251

模块九 旅行社行业的发展趋势

项目一 旅行社未来的发展趋势	254
一、知识经济在旅行社发展中的作用日益增长	255
二、集团化趋势	255

三、专业化趋势	255
四、网络化趋势	256
五、品牌化趋势	256
六、旅行社行业的虚拟经营趋势	256
项目二 旅行社业的信息化管理	259
一、信息技术在旅行社经营管理中的应用	259
二、利用信息技术加强旅行社的经营管理	262
三、旅游电子商务与旅行社的发展	266
复习思考题	270
实训题	271

模块一

旅行社概述

教学目标

知识目标

- 了解旅行社的产生与发展
- 明确旅行社的性质和职能
- 了解旅行社的类型和基本业务

能力目标

- 对旅行社有基本的了解

项目一 旅行社的产生与发展

【项目阅读】

托马斯·库克的旅游活动

1841年7月5日，身为传教士的托马斯·库克利用人们面对机器化大生产产生的心理危机，以参加禁酒大会为号召，创造性地组织了世界上第一次团体包价旅游。他包租了一列往返火车，运载570人从英国莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会。他第一次采用了集体折扣付费的方式，让每人先交一先令，用于支付交通、乐队演奏赞歌、一次野外午餐和午后茶点的费用。这次活动历史上被认为是近代旅游活动的开端，具有重要的意义。

【项目导入】

托马斯·库克的旅游活动具有若干重要特征：其一，采用了集体折扣付费的方式；其二，具有团体包价的雏形；其三，将吃、行、娱等要素集中在旅游活动中；其四，初步体现了旅行社全陪的导游功能。这些特征对于后来的旅行社经营都具有重要的借鉴作用与影响。

【相关知识】

一、旅行社业的产生与发展简述

旅行社是为人们的旅游活动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。随着世界范围内旅游活动的发展与繁荣，旅行社已经发展成为世界旅游业的三大支柱之一。

旅行社的产生是经济、科技和社会分工发展的直接结果，也是旅游活动长期发展的必然产物。

（一）世界旅行社业的产生与初期发展

1. 世界旅行社业产生的背景

18 世纪中叶发生在英国的工业革命，使全世界的经济和社会结构发生了巨大的改变，也使世界范围内旅游活动的发展受到了显著的影响，主要表现在以下 4 个方面：

（1）工业革命为旅游活动的产生奠定了物质基础

首先，全球范围内生产力水平的不断提高和迅速发展、社会财富的急剧增加带来了阶级关系的新变化。有产阶级的出现使得越来越多的人具备了外出旅游的经济条件，从而扩大了外出旅游的队伍。

其次，科学技术的进步使交通工具得到改善。从瓦特发明蒸汽机技术（1769 年）到蒸汽机轮船的问世（18 世纪末）再到后来史蒂文森发明蒸汽机车（1814 年），交通运输能力的提高，运输时间的缩短，运输网络的扩建，使得大规模的人员流动成为可能。

（2）旅游需求的普遍化为旅游服务机构的产生提供了现实的可能性

工业革命加快了城市化的进程，改变了人们原有的工作和生活方式，使人们产生了回归自由和宁静的大自然的需求，主观上产生了旅游动机。由于人们对旅游经验的缺乏，如民俗禁忌、旅游常识、货币兑换等，使许多人急切希望有一个专业化的旅游服务机构为其提供便利。

（3）市场经济的发展为旅游活动的产生创造了必要的社会条件

市场经济加速了城市化的进程，使人们工作和生活的重心从农村转移到城市，随着大量人口涌入城市，原先那种随农时变化而忙闲有致的多样性农业劳动开始为枯燥、重复的单一性工业劳动所取代，致使人们产生了强烈的度假要求。在此背景下，一批具有敏锐信息捕获能力的先行者首先捕捉到了市场信息，专职旅行代理商开始登上历史舞台。

2. 世界旅行社业的产生

1845 年，英国的托马斯·库克正式开办商业性的旅行代理业务，组织了世界上第一次团体观光消遣旅游活动，这次活动是从莱斯特到利物浦，参加人数为 350 人，它成为近代旅行社业务正式开始的标志。为组织好这次活动，托马斯·库克在活动之前做了大量的考察和准备工作，专门编写出版了《利物浦之行手册》，并为此设立了全程陪同和地方导游引导，为后来的团体旅行代理业务确立了基本模式。

1855 年，托马斯·库克以包价的形式组织了赴法国的旅行。到 1864 年，经托马斯·库克组织的参加旅游的人数已累计达到 100 多万，他的名字也成为旅游的代名词，在欧美地区家喻户晓。1865 年，托马斯·库克正式在伦敦开设自己的旅游办事处——“托马斯·库克父子公司”，该旅行社后来发展成为当时世界上最大的旅行社。此后，他又相继在美洲、非洲和亚洲地区建立了分公司，旅游业务遍布全球，他本人也被后人尊称为“世界旅行社之父”。

随着库克旅游公司的发展壮大，欧美诸国和日本纷纷效仿库克组织旅游活动的成功模

式，先后成立了旅行社或类似的旅游组织，招募陪同或导游，组团开展旅游活动。

小资料

托马斯·库克

托马斯·库克于 1808 年 11 月 22 日出生在英格兰德比郡的墨尔本镇。因自幼家境贫寒，迫于生计，托马斯·库克 10 岁时不得不辍学从业。他先在一家蔬菜花木店当帮工，每周的工钱仅为 6 个便士；后又当木工学徒；17 岁时进入拉特兰浸礼教会做诵经人。

1826 年，库克成为一名传教士，云游四方，散发浸礼教会的小册子，宣传教义。这使得托马斯·库克游历了英格兰的许多地方，对旅游产生兴趣。

托马斯·库克对于旅游业发展的贡献，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，促进了旅游业的发展。

3. 世界旅行社业的初期发展

继英国的托马斯·库克父子公司之后，欧美各国不断涌现出类似的旅行社组织。在欧洲，英国相继出现了登山俱乐部（1857 年）和帐篷俱乐部（1885 年）。德国和法国则成立了观光俱乐部（1890 年）。在北美，美国运通公司于 1850 年开始从事旅行代理业务，并在 1891 年发售了第一张旅行支票；1915 年，该公司正式设立了旅行部，翌年，旅行部组织了许多旅游团，其中包括分别前往远东地区和阿拉斯加的旅游客轮和前往尼亚加拉大瀑布和加拿大的包价旅游团；1922 年，美国运通公司开始经营通过巴拿马运河的环球客轮旅游。在日本，则相继成立了“喜宾会”（1893 年）和日本交通公社（1912 年）。

到 20 世纪初，旅行社为适应人们不断增长的旅游需求，进而在世界各地迅速发展起来，美国的运通公司、英国的托马斯·库克公司和以比利时为主的铁路卧车公司成为当时世界旅行社行业的“三大巨头”。

（二）中国旅行社业的产生与初期发展

1. 中国旅行社业的产生

中国旅行社的产生与世界旅行社产生的历史背景截然不同，它是在受到外来经济和文化入侵的影响下产生的。

20 世纪初期，英国的通济隆旅游公司（前身即托马斯·库克父子旅游公司）、美国的运通旅游公司等外国旅行社开始在上海等地设立旅游代办机构，总揽中国旅游业务，并雇佣中国人充当导游。1923 年，爱国人士陈光甫先生在上海商业储蓄银行设立旅行部，1927 年该部独立并更名为中国旅行社（现为香港中国旅行社股份有限公司）。

此后，中国又相继出现了一些旅行社及相似的旅游组织，如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜导游团、中国汽车旅行社、国际旅游协会、友声旅行团、精武体育会

旅行部、萍踪旅行团、现代旅行社等，它们作为中国旅行社业处于萌芽期的旅行社，承担了近代中国人旅游活动的主要组织工作。

2. 中国旅行社业的初期发展

新中国成立后，旅行社业开始逐步恢复和发展。1949年11月9日，厦门华侨服务社成立，成为新中国的第一家旅行社。1957年4月22日，华侨旅行服务社总社在北京成立，至1974年更名为中国旅行社（简称中旅 CTS），成为当时接待港澳台同胞、海外华侨及海外华人的专业旅行社。

由于新中国的成立，中国的国民经济迅速恢复和发展，国际地位不断提高，国际交流与合作日趋频繁，一些国家的自费旅游者也前来中国观光和度假。为了做好接待工作，经政务院批准，中国国际旅行社总社（简称国旅 CITS）于1954年4月15日在北京成立，同时在全国一些省会城市、直辖市和相关口岸城市成立了12家分（支）社，负责接待来华的外国自费旅游者。1979年11月16日，全国青联旅游部成立，在此基础上，中国青年旅行社（简称青旅 CYTS）于1980年6月27日成立，主要接待来华的海外青年旅游者。

根据国家旅游局的规定，此时全国只有国旅、中旅和青旅3家总社拥有旅游外联的权利，3家旅行社通过在全国各地建立各自的分（支）社，形成了3个相互独立的旅行社系统，并造成了当时中国旅行社业的寡头垄断局面。但当时中国旅行社基本是作为政治性接待机构，非经营性企业，并非完全意义上的现代旅行社。

二、旅行社业的发展

（一）世界旅行社业的发展

第二次世界大战以后，世界局势相对稳定，大型民用客机用于旅行活动，汽车进入家庭，世界经济的发展导致闲暇时间大幅度地增加，旅游业进入了“大众旅游”的时代，世界范围内旅游业的发展与繁荣为旅行社的发展提供了前所未有的机遇，旅行社业进入了高速发展时期。在第二次世界大战结束后至20世纪80年代初的40年里，世界旅游业取得了前所未有的发展，仅国际旅游收入一项每10年便增长一倍，远远高于同期世界经济的平均增长速度。

与此同时，全世界国内旅游的规模远远超过国际旅游的规模。旅行社的业务经营范围不断扩大，管理水平和服务质量明显提高，产业规模和营业额大幅度增长。全世界形成由数万家旅行社组成的庞大的世界性旅游服务网络，世界旅游业呈现出繁荣昌盛的景象。

进入20世纪80年代后期以来，以欧美地区经济发达国家的旅行社业为代表的国外旅行社业开始从成长阶段向成熟阶段过渡，其显著标志是旅行社业的集中化趋势不断加强。发达国家的旅行社行业正在从过去以私人企业为主体、以国家为界限的分散的市场，逐步向以少数大企业集团为主体的国际化大市场发展，并通过价值链进行纵向整合。同时，以

美国、德国、英国等国家的大型旅行社为主导的企业兼并、收购与战略联盟,使得发达国家旅行社的所有权发生了极大的变化,形成了一批能够对整个市场产生重要影响的旅行社行业巨头。

小资料

日本交通公社(JTB)

日本交通公社(JTB)是日本最大的旅行社。每年从日本向海外输送将近300万日本游客。其中,2002年度向中国输送了29.8万人。JTB还是最早在中国设立常驻机构的海外旅行社,1982年在北京饭店设立了北京事务所。两年后,在上海、广州设立了常驻事务所。JTB与中国众多的旅行社有着长久的伙伴关系,签约的旅行社最多时达到150多家外联社、200多家接待社,几乎与所有的中国大型旅行社都保持相当数量的业务关系。2000年,经国家旅游局批准,JTB与中信信托投资有限公司联合成立了新纪元国际旅行社,成为在华第一家中日合资旅游社,新纪元国旅于2001年、2002年连续两年被国家有关部门评为100强旅行社之一。(来源:百度百科)

(二) 中国旅行社业的发展

1. 中国旅行社业的初步成长阶段

改革开放以后,为了促进中国旅游业的发展,适应旅游市场上出现的旅游需求变化,政府在这一时期出台了一系列有利于旅行社行业发展的法规和政策,其中有两件对旅行社业产生重大意义的事件:一是1984年,国家旅游局决定将旅游外联权下放,授予一些地方的旅行社以业务经营所必需的签证通知权,并允许更多的企业经营国际旅游业务;二是1985年5月11日,国务院颁布《旅行社管理暂行条例》,将全国的旅行社划分为一类旅行社(经营对外招徕并接待外国人、华侨、港澳同胞、台湾同胞来中国、归国或回内地旅游业务)、二类旅行社(不对外招徕,只经营接待一类社或其他涉外部门组织的外国人、华侨、港澳同胞、台湾同胞来中国、归国或回内地旅游业务)和三类旅行社(只经营中国公民国内旅游业务)3大类型。前者有利于国际旅游业务的快速发展,后者标志着国家开始对旅行社实施相对独立的行业管理。

到20世纪80年代末期,随着旅行社数量的迅速增加,国旅、中旅、青旅3家旅行社的垄断地位开始动摇。一大批有实力、经营机制灵活的旅行社,如上海锦江、北京海外、中国华运、中国康辉、中信旅游、上海春秋、杭州梅苑以及各大省会城市的海外旅游公司得到发展。中国的旅行社业真正发展成为一个具有一定规模的经济行业,其在旅游业中的地位也得到广泛的认可。