



# 旅行社 经营管理与 法律问题实务全书

李群 欧海燕 赵欣 编著

中国法制出版社  
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

# 旅行社 经营管理与 法律问题实务全书

李群 欧海燕 赵欣 编著

中国法制出版社  
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营管理与法律问题实务全书 / 李群, 欧海燕, 赵欣编著. —北京: 中国法制出版社, 2013. 12

ISBN 978 - 7 - 5093 - 5070 - 6

I. ①旅… II. ①李…②欧…③赵… III. ①旅行社 - 企业经营管理 - 法规 - 基本知识 - 中国 IV. ①D922. 296

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 003595 号

策划编辑: 郑黍未

责任编辑: 郑黍未

封面设计: 周黎明

---

## 旅行社经营管理与法律问题实务全书

LÜXINGSHE JINGYING GUANLI YU FALÜ WENTI SHIWU QUANSHU

编著/李群, 欧海燕, 赵欣

经销/新华书店

印刷/三河市紫恒印装有限公司

开本/787×1092 毫米 16

版次/2014 年 3 月第 1 版

印张/22 字数/368 千

2014 年 3 月第 1 次印刷

---

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 5070 - 6

定价: 48.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

网址: <http://www.zgfs.com>

市场营销部电话: 66033393

传真: 66031119

编辑部电话: 66073673

邮购部电话: 66033288

## 前 言

旅游业被称为是“无烟产业”和“永远的朝阳产业”，时至今日，它已经和石油业、汽车业并列为世界三大产业，并成为很多国家和地区实现经济快速和可持续发展的支柱产业。

改革开放以来，随着我国经济的迅速发展和人民生活水平的不断提高，我国的旅游业发展迅速，出行人数和来华旅游人数大幅攀升，从业人数不断增长，在国民经济、社会发展及对外交流中的地位日益重要。旅游业已经成为拉动我国经济增长、扩大就业渠道的重要服务行业之一。

但是，与我国旅游业的迅猛发展相比，涉及旅游管理的相关法律纠纷也层出不穷，尤其是近几年，旅游争议不仅成为消费者投诉的重要领域，也是旅游质量监管的重点，旅游企业管理的难点。这不仅不利于保护消费者的合法权益，也不利于旅游业在法治轨道上健康、可持续发展。

2013年，我国颁布了新的《旅游法》，对于旅游经营者，法律明确了旅行社许可条件、业务范围、经营规则，规定旅行社不得虚假宣传，不得安排违法和违反社会公德的项目，不得以不合理的低价组织旅游活动，不得指定具体购物场所等。同时，导游、领队不得擅自变更旅游行程或者中止服务活动，不得向旅游者索取小费，不得诱导、欺骗、强迫旅游者购物或者参加另行付费项目等。这些规定不但规范了旅游企业经营者的经营活动，也为旅游消费者提供了可供参考的法律指导。

本书的编写旨在以新《旅游法》为依据，解决旅行社管理的基本理念以及在经营活动中遇到的常见疑难法律问题，并依法提供了最有效的处理方法和最安全的预防措施。

本书共分为八个部分，前七个部分分别为：旅行社的设立和变更、旅行社产品设计和采购、旅行社接待和服务质量管理、旅行社的营销和信息化建设、旅行社风险防范与危机管理、旅行社的品牌管理和企业文化建设、旅行

社财务管理，第八部分对我国近几年有关旅行社经营管理常见疑难及热点法律进行了解释。每一部分除了对涉及的概念、工作标准和流程进行详细的讲述外，还列举了一些经典案例，并结合相关法律进行了专业的分析和点评。旅游企业管理者和工作人员可以通过借鉴本书中丰富的案例反映的问题及提供的经验教训，合理调整业务经营活动，规避不必要的法律风险。

总之，本书既是旅行社经理、总经理的实用工具书，也是旅行社一般员工的培训手册，具有很强的实用性和操作性。无论是旅游企业的管理者还是工作人员，本书都是案头必备的工具书。另外，由于本书具有大量的实证案例，也为旅游院校师生的案例教学提供了丰富的资料。

# 目 录

前言 .....	1
----------	---

## 第一部分 旅行社的设立和变更

<b>第一章 旅行社的组织结构</b> .....	3
一、旅行社的概念和业务范围 .....	3
二、旅行社组织设计原则 .....	3
三、旅行社的组织结构形式 .....	4
四、旅行社的部门及岗位职责 .....	6
五、旅行社的法律特征 .....	10
典型案例：A 旅行社与苗某有关旅行社承包的纠纷 .....	11
<b>第二章 旅行社设立、变更和行政执法管理</b> .....	14
一、设立旅行社的准备条件 .....	14
二、设立旅行社的基本程序 .....	15
三、旅行社的变更和注销管理 .....	17
四、旅行社管理行政执法依据、职责及程序 .....	20
典型案例：西安某旅行社分社名称变更违法案件 .....	24

## 第二部分 旅行社产品设计和采购

<b>第一章 旅行社产品概述</b> .....	29
一、旅行社产品的概念 .....	29
二、旅行社产品的类型 .....	29
三、旅行社产品的基本特征 .....	36
四、红色旅游产品的特点 .....	39
五、自驾游产品的特点 .....	40
典型案例：天津黄土地旅行社淡季产品设计的新思路 .....	42
<b>第二章 旅行社产品设计市场调研</b> .....	44
一、产品开发市场调研的途径 .....	44
二、市场调研管理工作流程和标准 .....	44
三、信息收集工作的主要内容 .....	45
四、产品策划工作流程和标准 .....	46
典型案例：北京春秋国旅设计产品能力弱错失 F1 商机 .....	47
<b>第三章 旅行社产品的设计</b> .....	50
一、旅行社产品设计的原则 .....	50
二、设计特色产品应考虑的问题 .....	52
三、产品设计程序的工作流程和标准 .....	53
四、旅行社产品的定价策略 .....	53
五、制订促销计划工作流程和标准 .....	54
六、旅行社产品的物质质量要求 .....	55
七、红色旅游产品的设计原则 .....	56
典型案例：某旅行社观光农业旅游产品的设计 .....	57
<b>第四章 旅行社计划和采购</b> .....	59
一、旅行社计划管理及其作用 .....	59
二、旅行社计划管理的过程 .....	60

三、旅行社计划管理的方法 .....	61
四、旅行社经营目标体系的建立 .....	62
五、旅行社采购及其作用 .....	63
六、旅游服务采购的主要原则 .....	64
七、旅行社旅游服务采购的方法 .....	65
八、旅行社采购的主要内容 .....	66
九、旅游服务采购常见的问题 .....	68
十、旅行社服务采购的发展策略 .....	69
典型案例：大连中国国旅采购模式的调整与创新 .....	71

## 第三部分 旅行社接待和服务质量管理

<b>第一章 旅行社计调与外联管理 .....</b>	<b>75</b>
一、旅行社计调的概念和业务分类 .....	75
二、旅行社计调业务的特点和作用 .....	76
三、计调人员的职业素质和职业守则 .....	77
四、旅行社外联业务和作用 .....	78
五、旅行社外联业务的特点 .....	79
六、旅行社外联人员岗位职责 .....	79
七、地接社计调人员工作流程 .....	80
八、旅行社接待业务的特点 .....	82
九、旅行社接待服务工作流程和标准 .....	83
十、旅行社考察中间商的主要因素 .....	84
十一、旅行社散客接待工作流程和标准 .....	85
十二、旅行社选择中间商的工作流程和标准 .....	86
十三、中间商管理的主要内容 .....	87
十四、中间商的管理工作流程和标准 .....	88
典型案例：某旅行社擅自改变旅游行程的违法案件 .....	90



<b>第二章 旅行社组团与接团业务</b> .....	92
一、旅行社组团和接团业务概述 .....	92
二、旅行社团体旅游的分类 .....	92
三、组团社计调人员工作流程 .....	93
四、旅行社团队接待工作流程和标准 .....	95
五、团队接待行李处理工作流程和标准 .....	96
六、旅行社地接团服务工作流程和标准 .....	96
七、选择地接社时考虑的因素 .....	97
典型案例：某旅行社组团遗漏游客引起的纠纷 .....	98
<b>第三章 出入境旅游管理</b> .....	100
一、出入境旅游需要携带的主要证件 .....	100
二、中华人民共和国出入境旅游检查制度 .....	100
三、入境手续办理工作流程和标准 .....	101
四、出境旅游服务工作流程和标准 .....	102
五、旅游签证管理工作流程和标准 .....	103
六、商务签证管理工作流程和标准 .....	104
典型案例：某导游购买外国旅游者的物品受处罚 .....	105
<b>第四章 旅行社的服务质量管理</b> .....	106
一、旅游服务及其特点 .....	106
二、旅行社服务质量管理的意义 .....	108
三、旅游服务质量管理模式 .....	109
四、旅行社接待服务要注意的问题 .....	110
五、旅行社服务质量管理的流程 .....	111
六、客户服务工作流程和标准 .....	112
七、票务预订工作流程和标准 .....	113
八、酒店预订工作流程和标准 .....	114
九、旅行社服务质量管理的方法 .....	115
典型案例：某旅行社服务质量存在问题引投诉 .....	118

## 第四部分 旅行社的营销和信息化建设

<b>第一章 旅行社的营销和电子商务</b> .....	123
一、旅行社产品的直接和间接销售方式 .....	123
二、旅行社产品营销工作流程和标准 .....	125
三、旅行社产品媒体广告销售方式比较 .....	126
四、旅行社产品的销售推广方式 .....	127
五、产品推广工作流程和标准 .....	128
六、旅行社产品营销公关策略 .....	129
七、旅行社销售业务的基本流程 .....	129
八、旅行社网络营销的作用 .....	130
九、旅行社产品的售后服务要求 .....	131
十、旅行社电子商务的发展模式 .....	132
十一、旅游电子商务涉及的法律难题及应对 .....	136
十二、旅行社市场管理 .....	138
典型案例：康辉旅行社短信营销促发展 .....	140
<b>第二章 旅行社信息化建设</b> .....	142
一、信息技术在旅行社的应用范围 .....	142
二、旅行社进行信息管理的意义 .....	143
三、旅行社推进信息化建设的方法 .....	144
四、旅行社信息化管理的方法 .....	145
五、旅行社信息管理系统 .....	146
六、旅行社信息管理系统内容 .....	147
七、信息管理系统开发的问题及解决方法 .....	148
八、旅行社协作网络的建立 .....	150
九、旅行社网站发展的策略 .....	152
典型案例：上海春秋旅行社的网络经营模式 .....	153

## 第五部分 旅行社风险防范与危机管理

<b>第一章 旅行社风险的防范</b> .....	159
一、旅行社风险的类型 .....	159
二、旅行社风险的特点 .....	160
三、旅行社风险防范的原则 .....	162
四、旅行社风险防范的目标 .....	162
五、旅行社风险防范的程序 .....	164
六、完善旅行社风险防范的措施 .....	165
七、在各种事故中保障人身安全的办法 .....	168
八、旅行中应对自然灾害的办法 .....	170
典型案例：甲旅行社与保险公司旅行社责任险的纠纷 .....	171
<b>第二章 旅行社危机管理</b> .....	174
一、旅行社危机的表现特征 .....	174
二、旅行社危机的类型 .....	175
三、旅行社危机的表现形式 .....	176
四、重大危机发生时的紧急应对管理 .....	177
五、重大危机处理时的沟通管理 .....	178
六、旅游危机的善后处理方式 .....	179
七、旅行社危机的科学管理途径 .....	180
典型案例：北京某旅行社员工吕某涉嫌旅游诈骗案 .....	185

## 第六部分 旅行社的品牌管理和企业文化建设

<b>第一章 旅行社的品牌管理</b> .....	189
一、旅行社品牌管理概述 .....	189

二、旅行社品牌经营管理现状分析 .....	190
三、旅行社品牌的特征 .....	190
四、旅行社品牌定位的原则 .....	191
五、旅行社品牌定位的方法 .....	192
六、提升旅行社品牌价值的途径 .....	193
七、旅行社品牌宣传的要素 .....	193
八、旅行社的品牌创立 .....	194
九、旅行社品牌资产的培育 .....	195
典型案例：锦江旅游国际集团品牌建设之路 .....	196
<b>第二章 旅行社企业文化建设 .....</b>	<b>198</b>
一、旅行社企业文化的构成要素 .....	198
二、旅行社企业文化建设的目的 .....	200
三、旅行社企业文化构建的重点 .....	200
四、旅行社企业文化建设的途径 .....	201
典型案例：海南康泰国际旅行社的企业文化建设 .....	205

## 第七部分 旅行社财务管理

<b>第一章 旅行社的资产管理 .....</b>	<b>209</b>
一、旅行社流动资产资产管理 .....	209
二、旅行社固定资产管理 .....	210
三、旅行社无形资产管理 .....	211
四、旅行社递延资产的管理 .....	212
典型案例：某旅行社遭遇短信财务诈骗 .....	212
<b>第二章 旅行社预算和结算 .....</b>	<b>214</b>
一、旅行社财务预算的编制方法 .....	214
二、旅行社成本费用控制的方法 .....	215
三、旅行社营业收入管理 .....	216

四、旅行社利润分析与管理 .....	217
五、旅行社组团业务结算管理 .....	220
六、旅行社接团业务结算管理 .....	222
七、旅行社财务分析原则 .....	222
八、旅行社财务分析方法 .....	223
典型案例：旅行社委托他社招待旅游团拖欠团款遭起诉 .....	224

## 第八部分 旅行社经营管理常见疑难及热点法律问题解释

一、中国旅行社协会对新颁布的《旅游法》的解读 .....	229
二、国家旅游局对新旅游法购物和自费项目的解读 .....	236
三、旅游消费者权益保护与法律解释 .....	237
四、旅游消费者法律地位的司法解释 .....	239
五、团队旅游中组团旅行社的法律地位及法律解释 .....	241
六、风景名胜区的保护与管理法律解释 .....	242
七、自然保护区的保护与管理法律解释 .....	245
八、旅游住宿饮食及娱乐管理法律解释 .....	248
九、旅游饭店星级的划分与评定 .....	249
十、旅游区（点）质量等级的划分与评定 .....	251
十一、接待旅行社法律责任的相关法律依据 .....	253
十二、组团旅行社与旅游者签订旅游合同时的法律依据 .....	255
十三、组团旅行社履行旅游合同中的法律依据 .....	257

## 附录：旅游业相关法律法规

中华人民共和国旅游法 .....	261
旅行社条例 .....	277
旅行社条例实施细则 .....	288
国家旅游局行政许可实施暂行办法 .....	299

导游人员管理条例 .....	309
中国公民出国旅游管理办法 .....	312
中华人民共和国消费者权益保护法 .....	317
大陆居民赴台湾地区旅游管理办法 .....	328
旅游服务质量保证金存取管理办法 .....	330
旅行社责任保险管理办法 .....	332
旅游发展规划管理办法 .....	336

## 第一部分

# 旅行社的设立和变更





## 第一章 旅行社的组织结构

### 一、旅行社的概念和业务范围

旅行社是指零售代理机构向公众提供关于旅行、居住和相关服务，包括服务酬金和条件的信息，旅行组织者或制作批发商在旅游需求提出前，以组织交通运输，预订不同的住宿和提供所有其他服务为旅行和旅居做准备的行业机构。

旅行社的营运项目通常包括各种交通运输票券（例如机票、巴士票与船票），旅行社的业务包括的范围很广泛，主要的有票券类、套装行程、旅行保险、旅行书籍等的销售，与国际旅行所需的证照（例如护照、签证）的咨询代办。

旅行社的规模可大可小，涉及的业务范围也就各不相同。从旅行社衍生的职业有：领队、导游、票务员、签证专员、计调员（旅游操作）等。经营旅行社必须要持有当局发出的有效牌照，并且必须是某指定旅行社商会的会员才能经营旅行团，进行带团旅行。

### 二、旅行社组织设计原则

旅行社在组织设计时，要遵循以下基本原则：

#### 1. 命令统一原则

一个好的机构，应该要具备严格的管理制度以及优秀的管理者。旅行社作为一个机构存在，要求旅行社在管理工作中实行统一领导，建立起严格的责任制，坚决实行责任落实到个人的原则，消除多头指挥和无人负责的现象，这也是保证旅行社各项经营活动有序进行的重要手段。

#### 2. 目标任务原则

成立一家旅行社，要明确主要的目标任务是什么，旅行社的主要任务是吸引