



高等院校
新概念
旅游教材

主编 辛建荣 毕华 陈扬乐

旅行社经营管理

邵小慧 李治 编著



主编：辛建荣 毕华 陈扬乐

旅行社经营管理

邵小慧 李治 编著

 哈尔滨工程大学出版社
Harbin Engineering University Press

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营管理 / 邵小慧, 李治编著. — 哈尔滨:
哈尔滨工程大学出版社, 2011.8
ISBN 978-7-5661-0142-6

I. 旅… II. ①邵… ②李… III. 旅行社—企业
经营管理 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 155989 号

出版发行 哈尔滨工程大学出版社
地 址 哈尔滨市南岗区东大直街 124 号
邮政编码 150001
发行电话 0451-82519328
022-60266518
传 真 0451-82519699
022-60266517
经 销 新华书店
印 刷 北京市文林印务有限公司印刷
开 本 787 mm × 1 092 mm 1/16
印 张 16.25
字 数 299 千字
版 次 2012 年 1 月第 1 版
印 次 2012 年 1 月第 1 次印刷
定 价 32.00 元
<http://press.hrbeu.edu.cn>
E-mail: heupress@hrbeu.edu.cn

序 言

有许多人，包括我和我的同仁，总想对旅游说点什么——对旅游的认识、感悟、理解，总想为旅游做点什么——探索旅游学科体系的建设、完善和科学化。旅游已经成为人类生活密不可分的一部分，是社会、经济发展的必然产物，是社会生产力发展的新的需求方式，即现代人类社会、经济、文化发展到一定历史阶段的特定生活现象。

旅游是“行万里路，读万卷书”。我们把自然、人生、社会作为万卷百科全书，通过旅游真正认识、了解博大精深的天、地、生、人。

旅游活动在经历了漫长的历史演进后，直到近代旅游的兴起，人们才真正对旅游开展学术性的研究，所以她是年轻的。由此为旅游业和旅游学科的发展提供了平台和空间。尤其是现代旅游活动与旅游业的发展，其参与的广泛和发展的迅速是空前的，这说明旅游活动已经成为人类社会不可或缺的生活方式。

旅游学是一门不成熟的学科，关于旅游学科的许多概念、内涵和学科体系的建设等，不同的学者有着不同的见地，由此带来了争论和发展的契机。现代旅游的兴起与快速发展，促使更多的学者探索旅游学科的内涵。旅游界学者们各自从不同的视角、视野发表观点，大有“百家争鸣、百花齐放”之势。

旅游学科还需要在未来的发展中进一步深化认识，因为旅游活动关联到人类社会的方方面面，几乎涉猎我们周围的整个世界和人类文化。但是作为旅游科学，我们要从中理出自己的一套严谨的、完善的学科体系，这不是一件容易的事情，而是一项巨大而浩繁的系统工程。

参与旅游活动是人类的爱好，发展旅游产业是企业家的追求，探索旅游学科的建设与发展是从事旅游研究者的使命。有志于旅游学科的研究者凭借自己的睿智，使旅游学科更加臻于完善，趋于完美，最终达到成熟，这是我们永恒的职责，也是我们编写新概念旅游教材的初衷。

新概念旅游教材问世了，首先必须说明，我们的工作仅仅是一种探索和尝试，旅游学科毕竟是一株稚嫩的幼苗，还需要精心浇灌、护理，使其茁壮成长，枝繁叶茂；其次，在学科的认识方面若与其他学者的观点不完全相同，请告诉

我们，我们会谦虚谨慎，真诚与您商榷；同时，著书期间必然要查阅和采用大量的著作成果与资料，在这里我们真诚地向相关作者表示衷心的感谢，若有遗漏和不到之处，恳请谅解。

我们总是有一种满足，那就是与旅游活动结缘；我们总是有一种责任，那就是更加透彻地探索旅游的科学内涵；我们总是有一种欣慰，那就是在旅游学科建设方面能够徜徉于旅游的海洋里享受其中的愉悦和美感。

真诚祝愿我们这支年轻的团队能够通过共同努力，在旅游科学的大潮中，留下一点闪光的纪念。

辛建荣

2011年6月

前 言

作为旅游业的支柱产业之一，我国的旅行社在改革开放之后获得了极大的发展。随着旅行社行业的迅速发展，急需大批的旅行社经营管理人才，以适应旅游行业的发展需求。为此，我们在对旅行社进行深入调研的基础上，根据自身多年的教学和实践，参阅大量的国内外书籍和学术论文等资料编写了本教材。

本书在编写过程中力求体现以下几个特点。第一，内容丰富。《旅行社经营管理》是高校旅游管理专业的核心专业课程，本书从旅行社的基础知识说起，融入了较多的国内外旅行社业的热点问题，结构编排合理，内容充实。第二，综合性强。本书将经济学、市场营销学、人力资源管理、财务管理等基础理论与旅行社的经营和管理紧密结合，普及性与学术性兼顾，综合性强。第三，实践突出。本书所选的案例资料比较新，具有代表性和时代性。另外，本书的作者几乎都有过旅行社从业经历，又有多年的旅行社经营管理课程的授课经验，能够将理论和实践相结合，突出对学生能力的培养。

全书内容共有十章，系统地对旅行社的发展历史、旅行社组织管理、旅行社产品管理、旅行社营销管理、旅行社采购管理、旅行社组团与接待管理、旅行社质量管理、旅行社人力资源管理、旅行社财务管理、旅行社行业的发展趋势等方面的内容进行了探讨和论述，努力地将国内外旅行社的发展业态以及国内外学者的最新研究成果纳入其中。

本书由海口经济学院邵小慧负责设计框构，五位作者参与了本书的编写工作，具体分工是：邵小慧负责第一章、第二章、第八章；李治负责第三章、第六章；邓卓鹏负责第四章、第十章；苏英负责第五章、第七章；蒋莉负责第九章。书稿完成后由邵小慧进行总撰和定稿。

另外，在本书的策划、编写过程中，参考借鉴了旅游界诸多同行和专家的研究成果，在此表示感谢。

由于编者水平有限，书中定有疏漏和不当之处，恳请各界朋友和读者批评指正。

编著者

2011年5月

目 录

第一章 旅行社概述	1
第一节 旅行社与近代旅游业	1
一、近代旅游业的发展与旅行社的诞生	1
二、中国旅行社的诞生与发展	4
第二节 旅行社的性质和职能	9
一、旅行社的性质	9
二、旅行社的职能	11
第三节 旅行社的类别和业务	12
一、旅行社的类别	12
二、旅行社的业务	15
第四节 旅行社的地位和作用	16
一、旅行社在人类旅游活动中的地位和作用	16
二、旅行社在旅游业中的地位和作用	17
三、旅行社在国民经济中的地位和作用	17
四、旅行社在社会文化发展中的地位和作用	18
第二章 旅行社组织结构及行业管理	20
第一节 旅行社的进入及退出	20
一、旅行社的进入	20
二、旅行社的退出	24
第二节 旅行社的组织结构	26
一、我国旅行社组织结构的设计	26
二、旅行社的组织管理	31
第三节 旅行社的业务流程再造	33
一、旅行社的业务流程再造的内涵	33

二、旅行社的战略管理.....	35
第四节 旅行社的行业组织.....	38
一、旅行社行业组织概述.....	38
二、旅行社行业组织形式.....	39
三、国内和国际的旅行社行业组织.....	39
第三章 旅行社产品管理	45
第一节 旅行社产品的概念和分类.....	45
一、旅行社产品的概念.....	45
二、旅行社产品的特点.....	46
三、旅行社产品的分类.....	47
第二节 旅行社产品的设计与开发.....	55
一、旅行社产品设计与开发的原则.....	55
二、旅行社产品开发的过程.....	57
第三节 旅行社产品的品牌管理.....	63
一、品牌的概念和作用.....	63
二、中国旅行社品牌建设的现状及问题.....	64
三、旅行社品牌建设策略.....	66
第四章 旅行社营销管理	70
第一节 旅行社市场概述	70
一、旅行社市场调研	70
二、旅行社市场细分	72
三、旅行社市场定位	77
第二节 旅行社的价格策略.....	79
一、旅行社的价格概述.....	79
二、旅行社产品的定价方法和策略.....	80
第三节 旅行社的销售策略.....	83
一、旅行社销售渠道概述.....	83
二、分销渠道的选择标准.....	84
三、旅行社的销售渠道策略.....	85
四、旅游中间商的管理.....	86

第四节 旅行社的促销策略.....	87
一、广告促销策略.....	87
二、直接营销策略.....	88
三、营销公关策略.....	89
四、营业推广策略.....	90
五、互联网促销策略.....	90
第五章 旅行社采购管理.....	93
第一节 旅行社旅游服务的采购.....	93
一、旅行社旅游服务采购的内涵.....	93
二、旅行社旅游服务采购的任务.....	93
第二节 旅行社协作网络.....	95
一、旅行社协作网络概述.....	95
二、旅行社与各个部门的合作.....	96
第三节 旅行社旅游服务采购的原则和策略.....	99
一、旅行社旅游服务采购的原则.....	99
二、旅行社旅游服务采购的策略.....	101
第四节 旅行社采购人员的管理.....	102
一、旅行社采购人员的要求.....	102
二、旅行社采购人员的管理.....	102
第六章 旅行社发团与接待管理.....	106
第一节 旅行社的发团管理.....	106
一、旅行社的发团业务概述.....	106
二、旅行社发团作业流程及操作管理.....	107
第二节 旅行社接待业务.....	113
一、旅行社接待人员的管理.....	113
二、旅行社团队旅游业务接待.....	120
三、旅行社散客旅游业务接待.....	126
第三节 旅行社的其他业务管理.....	131
一、旅行社票务工作管理.....	131
二、旅行社行李业务的管理.....	143

第七章 旅行社质量管理	148
第一节 旅行社质量管理的内涵	148
一、旅行社服务质量	148
二、旅行社质量管理的内涵	150
第二节 旅行社的质量管理与质量保证金制度	152
一、旅行社质量管理的基本方法	152
二、旅行社质量管理的实施	154
三、质量保证金制度	158
第三节 旅行社的质量监控体系	159
一、旅行社的质量监控体系的构成	159
二、旅行社的质量监控体系的完善	161
第四节 旅行社的危机管理	163
一、旅行社危机管理的基本概念	163
二、旅行社危机的表现形式	164
三、旅行社危机管理体制的建立	166
四、旅行社处理危机的原则与措施	167
五、危机的阶段性管理	169
第八章 旅行社人力资源管理	175
第一节 旅行社人力资源管理概述	175
一、旅行社人力资源管理的概念	175
二、旅行社人力资源管理的作用	177
三、旅行社人力资源管理的内容	178
第二节 旅行社人力资源的开发	179
一、旅行社人员招聘	179
二、旅行社员工培训	181
第三节 旅行社的绩效考评与薪酬管理	183
一、旅行社绩效考评	183
二、旅行社薪酬管理	187
第四节 旅行社企业文化的建设	189
一、旅行社企业文化的构成	189
二、旅行社企业文化的构建	192

第九章 旅行社财务管理	197
第一节 旅行社财务管理概述	197
一、旅行社财务管理的概念	197
二、旅行社财务管理的目标和任务	198
三、旅行社财务管理的职能	200
第二节 旅行社资产管理	201
一、旅行社流动资产的管理	201
二、固定资产管理	206
第三节 旅行社成本及利润管理	208
一、旅行社成本费用管理	209
二、旅行社利润管理	212
第十章 旅行社行业的发展趋势	219
第一节 旅行社行业的发展趋势概述	219
一、国外旅行社行业发展趋势	219
二、国内旅行社行业发展趋势	221
第二节 旅行社行业的信息化	223
一、旅行社电子商务	223
二、中国旅行社行业信息化的对策	226
第三节 旅行社行业的集团化与虚拟化	229
一、旅行社行业集团化发展	229
二、旅行社行业虚拟化经营	234
第四节 旅行社品牌化与跨国经营	238
一、旅行社品牌化发展	238
二、旅行社行业跨国经营	241
参考文献	247

第一章 旅行社概述

【学习目标】

- 熟悉我国近代旅游业和旅行社的产生及发展背景
- 掌握旅行社的性质和职能
- 掌握旅行社的类别和基本业务
- 了解旅行社在旅游业中的地位和作用

【知识要点】

- 近代旅游业的诞生
- 旅行社的性质和职能
- 旅行社的业务

第一节 旅行社与近代旅游业

纵观世界旅游发展史得知，旅行活动自古就有。从原始社会人类的迁徙活动到奴隶制社会为了产品交换和经商贸易而旅行，经历了一个随社会生产力水平的提升而不断发展的过程，但这些不是真正的旅游活动，真正意义上的旅游是从 19 世纪初期开始的。旅游是人类社会发展到一定水平的产物。同样，旅行社的产生与当时的商品经济、科学技术和社会分工有着密切的关系。

一、近代旅游业的发展与旅行社的诞生

（一）产业革命对近代旅游的影响

产业革命（The Industrial Revolution），又称工业革命，始于 18 世纪 60 年代，首先在英国产生并扩展到其他国家，是资本主义机器大工业代替手工业的过程。产业革命是资本主义发展史上的一个重要阶段，它实现了从传统农业社会向现代工业社会的重要变革。产业革命既是生产技术的变革，也是一场深刻

的社会关系的变革。它促进了生产力的迅速发展,促使资本主义制度建立在机器大工业的物质技术基础上,并最终战胜封建制度而居于统治地位。

产业革命的出现和完成推动了当时旅游活动的发展,具体体现在下列几个方面。

(1) 产业革命加速了城市化的进程,在不断发展的城市化过程中,人们为了缓解身心压力而产生了回归自然的需求。

产业革命一个显著的结果是加速了城市化的形成,在城市化的过程中,原先以土地为生的农民变成了工业城市中的产业工人,工作和生活的地点也从安静的乡村转向了喧闹的城市,这种工作和生活地点的变化成为人们回归自然、参与旅游活动的刺激因素。

(2) 产业革命改变了人们的工作性质,在单调、重复的大机器工业劳动中,人们产生了暂时“逃离”这种工作环境,寻求一种得以喘息和调整的机会。

(3) 产业革命使社会明显地分裂为两大对立的阶级——工业资产阶级和工业无产阶级。

工业资产阶级是统治阶级,越来越多的社会生产财富源源不断地流向了工业资产阶级。这就使得在经济上有条件外出旅游消遣的人数有了明显的增加。产业革命不仅造就了工业资产阶级,还造就了以出卖劳动力为生的工人阶级。工人阶级从诞生起就与资产阶级展开了抗争,在工人阶级的不断抗争之下,在工资、更多地休假机会等方面迫使资产阶级做出让步,这样就使一部分工人阶级也有条件外出旅游。

(4) 产业革命带来的技术进步,特别是蒸汽机技术在交通运输中的应用,提高了运输能力、缩短了运输时间,使大规模人员流动成为可能。

1769年,瓦特发明的蒸汽机很快被用于水上交通工具的制造,18世纪末,蒸汽机轮船问世。1825年,被誉为“铁路之父”的英国人乔治·史蒂文森所建造的斯托克顿至达林顿的铁路正式投入运营。短短数年内,铁路支配了长途运输,能够以比在公路或运河上所可能有的更快的速度和更低廉的成本运送旅客和货物。

(二) 世界旅行社的诞生

1. 早期旅行社服务的萌芽

工业革命之前,在欧洲的意大利、法国等地区出现了许多商人群体,这些商人需要在不同的地区穿梭经商,于是一些行会和个人开始向这些商人提供一些有组织的食宿服务。另外,中世纪的马赛商人以及十四五世纪的威尼斯教会曾组织朝圣旅行;1839年,德国出版商卡尔·贝德克尔(Karl Baedeker)编写

《莱茵河之行》一书，该书记载了他沿欧洲著名河流莱茵河游历的所见所闻。此后不久，英国人托马斯·贝纳特（Thomas Bennet）组织了个人包价旅游。综上所述，这些已经出现的早期旅行社服务的萌芽，为以后专业旅行社的成立奠定了基础。

2. 世界旅行社的诞生

托马斯·库克（Thomas Cook, 1808—1892）英国旅行商，出生于英格兰，被誉为近代旅游业的先驱者，世界旅游业之父。

1841年7月5日，托马斯·库克组织了世界上第一次商业性的旅游活动。他首次尝试包租了一列火车，组织了570人乘车从英格兰的莱斯特城前往拉夫巴勒参加一次禁酒大会。在本次活动中，他还为参加者安排了用餐、下午茶和游览附近的一座古城堡等活动。全程11英里，每人收费1先令。这次活动被公认为世界上首次具有商业性质的包价旅游，尽管库克本人并没有从这次活动中获利，但通过这次活动，让库克看到了新的商机。经过精心准备，1845年，库克在莱斯特正式成立了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社，开始专门从事旅行业务，他本人也成为了世界上第一位专职的旅行代理商。

1845年夏天，库克组织了350人从劳斯特到利物浦进行为期一周的团体消遣旅游。对这次活动，库克进行了精心的组织和安排，编写了《利物浦之行》手册发给每位游客，而且还沿途聘任了地方导游。这次活动被认为是托马斯·库克旅行社旅游业务的真正开端。1851年，托马斯·库克仅从约克郡一地就组织了16.5万人去伦敦参加大展览（Great Exhibition）。1855年，托马斯·库克以一揽子包价形式组团从莱斯特前往法国加莱，然后再赴巴黎参加世界万国博览会，全程5日往返，每人支付36先令。随着业务的不断发展，库克将公司的业务从英国扩展到欧洲大陆，之后又向美洲、亚洲等地拓展。

1865年，他又组织了去美国的旅游，并于同年与儿子约翰将营业地点迁到伦敦。此后，托马斯·库克相继在美洲、非洲、亚洲设立分公司，并于1872年成功地组织了9人、历经222天、途经十多个国家的环球旅游，从而使托马斯·库克旅行社声名远扬，托马斯·库克在欧美地区成为旅游的代名词。1874年，托马斯·库克公司首开发行旅游支票的先河，推出了流通券。这种流通券免除了旅游者在旅游中携带大量现金不方便也不安全的担忧，持券人既可以在指定的运输公司和饭店用于支付，也可以在银行兑换。这就是后来的旅行支票。

自托马斯·库克旅行社成立起，欧洲大陆及美洲等其他国家纷纷组建了类似的旅游企业。1850年，美国运通成立；1857年和1885年，英国先后成立了登山俱乐部和帐篷俱乐部；1893年，日本设立了喜宾会（该组织1926年更名

为东亚交通公社)。尽管这些组织在成立时经营范围不尽一致,但正是由于这样一批以旅行社为主的相关企业的存在,推进了旅游业的大众化、社会化,促进了旅游业及世界经济的发展。

二、中国旅行社的诞生与发展

(一) 中国旅行社的诞生

自世界上第一家旅行社托马斯·库克旅行社 1845 年在英国成立后,中国直到 1923 年才出现了第一家由中国人自己创办的旅行社。纵观中国旅行社的诞生历史,可以将其分为旧中国和新中国两个阶段。

1. 旧中国的旅行社

从 19 世纪晚期开始,为了满足西方一些冒险家、政客、传教士、商人等探索中国的好奇心,一些西方国家的旅行社开始将业务覆盖中国,先后组织了一些旅游团到中国旅行,并短期培训和雇佣了一些中国人从事接待工作。20 世纪初,外国的一些旅行社,如英国通济隆旅行社、日本国际观光局、美国运通旅行社等相继在上海、南京、北平(现北京)等地开办分社,经营外国人到中国旅游的业务。直到 1923 年,著名的爱国民族资本家陈光甫在上海创办了旅行社,这才结束了中国没有自己的旅行社的历史。

陈光甫先生于 1915 年在上海创办了以“服务社会,辅助工商业”为宗旨的上海商业储蓄银行。陈光甫先生曾在外国人开设的旅行社购买船票,但遭受外国职员的冷落和藐视,激发了陈光甫先生自办中国人自己旅行社的志气。另外,陈光甫先生也是一个酷爱旅游的人,但是在当时的中国,国内旅行反不如国外旅行方便和舒服,其中一个重要的原因是国内缺乏像西方国家那样为旅客服务的机构。正是基于爱国热忱,同时为了让外国人与中国人更好地了解中国的历史和文化,减少中国人在旅行中受洋人歧视的耻辱,也是为了给众多的旅行者提供方便,使他们免受旅途之苦。于是他经过周密地考察和论证,于 1923 年 4 月正式呈函北洋政府交通部,提请代售火车客票,办理旅行业务。呈函于 1923 年 5 月 30 日被交通部正式批准,1923 年 8 月 15 日,上海商业储蓄银行旅行部在上海正式成立,这标志着中国有了自己的第一家旅行社。

旅行社成立之初的业务较为简单,仅仅是代售火车票。中国航空公司成立后,也代售飞机票。旅行社成立的第二年,开始组织旅行游览业务,如组织杭州游览团,海宁观潮、惠山游湖等都深受欢迎。1926 年春,旅行社首次组织赴日 2 周的观樱团,参加者达 20 多人。除业务扩展之后,旅行社分支机构也发展很快,5 年之间,旅行社在杭州、南京、天津、济南、汉口等地建立了 11 个

分部。

随着旅行社业务的不断扩大,上海商业储蓄银行决定拨出专资,使旅行社从银行独立出来。1927年6月1日,旅行社与上海商业储蓄银行正式分离,更名为“中国旅行社”(China Travel Service),成为独立的旅游企业。旅行社确定了“发扬国光,阐扬名声,改进食宿,致力货运,推进文化”的经营宗旨,并在此后十余年间,一直是中国旅行社行业的魁首与代表。先后完成了多个大型团体的接待任务和上百万人次的国内旅游观光接待业务,还曾涉足旅游饭店、旅游交通及旅游景区等多个领域。

中国旅行社还在全国主要城市开设招待所,至1937年,已在全国建成饭店、旅馆20余个,深入到大学校园,为出国留学学生代购船票、代办护照、签证等手续。中国旅行社首创了国内第一本旅行类杂志《旅行杂志》,介绍各地的名胜风光。在此基础上,还出版了《游美手续辑要》《游川须知》等书籍20余种。

1937年,日本侵华战争全面爆发,中国旅行社在日寇铁蹄摧残之下遭受重创。抗日战争结束后,由于国民党发动内战,导致中国社会动荡,中国旅游业停滞不前。1949年,陈光甫移居香港,中国旅行社经营重点转移到海外。1953年,全新的香港中旅(集团)有限公司取代了中国旅行社,旧中国盛极一时的中国旅行社宣布撤销。

陈光甫以“人争近利,我图远功;人嫌细微,我宁繁琐”的服务态度服务于众多的旅客,在中国旅行社业历史上写下了光彩的一笔。中国旅行社的建立挽回中国权利上起到了一定的作用,更为重要的是,中国旅行社对中国近代旅游业起了巨大的推进作用。作为中国第一家正规的旅行社,它的创立标志着中国近代旅游业的产生和发展。中国旅行社在中国组织游览团,开发景区,设立招待所,创办旅游刊物等,为后来中国旅行社业的发展留下了宝贵的经验。

2. 新中国的旅行社

新中国成立之后设立的第一家旅行社是厦门华侨服务社,成立于1949年11月19日,它是现在中国旅行社的前身。继在厦门成立首家旅行社之后,又先后在福建、广东以及全国16个大中城市相继成立了华侨服务社。华侨服务社主要从事接待回大陆探亲旅游的海外华侨、港澳同胞和外籍华人。1957年,华侨服务社在社名上增加了“旅行”两个字,统一称为“华侨旅行服务社”,并在前面冠以省、市名城,如“北京华侨旅行服务社”。同年4月22日,华侨旅行服务总社成立,标志着全国华侨旅行服务网络的形成。

1952年10月,“亚洲及太平洋区域和平会议”在我国召开,我国因公务出差和旅游的外宾由此逐渐增多,我国政府注意到前苏联的外事接待经验,于是