

全国旅游管理专业  
应用型本科规划教材

陈小春 马 昕◎主编

# 旅行社经营管理

TRAVEL AGENCY OPERATION AND MANAGEMENT

国家质量工程项目：旅游管理人才培养与行业互动创新实验区教材  
中国旅游协会旅游教育分会推荐教材



旅游教育出版社

全国旅游管理专业应用型本科规划教材

# 旅行社经营管理

陈小春 马 昕 主编



旅游教育出版社

· 北 京 ·

策划编辑:孙延旭

责任编辑:张 毅

### 图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理/陈小春,马昕主编. —北京:旅游教育出版社,2011.1

全国旅游管理专业应用型本科规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2025 - 5

I. ①旅… II. ①陈… ②马… III. ①旅行社—企业管理—高等学校—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 152349 号

全国旅游管理专业应用型本科规划教材

国家质量工程项目:旅游管理人才培养与行业互动创新实验区教材

### 旅行社经营管理

陈小春 马 昕 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 | tepfx@163. com                      |
| 印刷单位     | 北京京师印务有限公司                          |
| 经销单位     | 新华书店                                |
| 开 本      | 880 × 1230 1/32                     |
| 印 张      | 9.75                                |
| 字 数      | 250 千字                              |
| 版 次      | 2011 年 1 月第 1 版                     |
| 印 次      | 2011 年 1 月第 1 次印刷                   |
| 定 价      | 20.00 元                             |

(图书如有装订差错请与发行部联系)

## 出版说明

改革开放三十多年来,我国旅游高等教育已经建立了较为完善的教育体系,旅游院校数量也相当可观,旅游教育实现了从精英化教育阶段向大众化教育阶段的转变。伴随着旅游教育的理念、模式及层次类型多样化的发展趋势,旅游管理专业“应用型”本科教育应运而生。

为适应全国旅游管理专业应用型本科教育的教学需要,在中国旅游协会旅游教育分会的主持下,我们邀请国内旅游高等院校的专家学者编写了这套“全国旅游管理专业应用型本科规划教材”。

在培养规格上,应用本科教育是培养适应旅游行业生产、管理、服务第一线需要的高等技术应用型人才;在培养模式上,应用本科教育以适应社会需要为目标,以培养技术应用能力为主线设计学生的知识、能力、素质结构和培养方案,以“应用”为主旨和特征构建课程和教学内容体系,重视学生的技术应用能力的培养。因此,在教材编写过程中,我们在坚持教材应有的学术规范性的基础上,特别强调两个加强:一是加强理论内容的概括和提炼,以理论知识的适度、够用为原则来进行理论知识部分的编写;二是加强实践环节在教材中的渗透和体现,以应用性为导向。

作为国内唯一一家旅游教育专业出版社,我们始终与中国旅游教育事业共同成长。我们希望能够始终站在学科研究与行业发展的前沿,随时反映旅游教育最新发展动态,引领与服务旅游教育实践。我们期待着教材使用者的意见和建议,更期待着潜在作者的新思路、新理念,以不断提升教材的专业品质,更好地为行业发展服务。

旅游教育出版社

2009年7月

# 前 言

旅行社是旅游业的三大支柱产业之一。中国加入 WTO(世界贸易组织)以后,国外大型旅行社的大量进入,国内新型旅游代理商的迅速崛起,信息技术在旅行社业的广泛应用,以及 2009 年 5 月 1 日《旅行社条例》的正式出台,促使中国旅行社业呈现出许多新的特征:一是旅行社业面临更多的机会与挑战,旅行社的业务运营更加多样化;二是旅行社的规模将继续扩大,企业之间的竞争日趋激烈,对从业人员的素质要求不断提高;三是学术界对旅行社业的研究空间和视野更加广阔,为行业培养亟需人才提供了坚实的基础。在这个背景下,更基于湖南商学院旅游管理学院“旅游管理人才培养与行业互动创新实验区”关于“培养受社会欢迎的应用型旅游管理高级人才”培养目标的要求,我们与旅行社的企业家一起探讨了本教材的编写大纲,并共同完成了本书的编写。在编写过程中,我们参考、借鉴了大量国内外同行的有关旅行社经营管理的观点与研究成果,具体文献已在本书最后注明。在此,我们向相关文献的著作者表示真诚的感谢。我们还要感谢旅游教育出版社和有关编辑,由于他们的敬业精神和职业能力,我们才得以集中精力于专业研究与写作,并使本书得以尽早面世。

本书的编写建立在管理学理论及旅行社业务运作模式的基础之上,将经济学、市场营销学、人力资源管理、风险管理、管理信息系统、信用管理等学科的基础理论和方法与旅行社的相关经营与管理紧密结合,具有较强的综合性特点。在内容的编写过程中坚持理论与实践相结合、学界与行业互动的原则,除着重基本概念与基础理论的分析外,还融入了对当今国内外旅行社业热点问题及旅行社经营管理过程中遇到的实际问题的探讨,并以案例、图表、补充材料、延伸阅读等形式展示,培养学生坚持理论与实践互融、学业与行业互通的专业素养。

本书是集体创作的结果,由陈小春任第一主编,马昕任第二主编,由湖南商学院的陈小春、陈天啸、李婉琼及湖南省委党校的陈志辉、长沙中国国际旅行社马昕共同完成。全书共分为十章,各章具体分工为:陈小春第七章、第九章;陈天啸第二章、第八章;李婉琼第一章、第六章;陈志辉第三章、第五章;马昕第四章、第十章。全书由陈小春负责统稿定稿。

由于水平有限,对于本书的体系、观点及其论述过程中可能存在的失误,诚挚地期待广大读者能够提出中肯的批评指正。

编者

2010.7

# 目 录

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| <b>第一章 中外旅行社业概述 .....</b> | <b>1</b>  |
| 学习目标 .....                | 1         |
| 第一节 中外旅行社发展历程 .....       | 2         |
| 一、国外旅行社的产生与发展 .....       | 2         |
| 二、中国旅行社的产生与发展 .....       | 4         |
| 第二节 旅行社的定义与性质 .....       | 6         |
| 一、旅行社的定义 .....            | 6         |
| 二、旅行社的性质 .....            | 8         |
| 第三节 旅行社的职能与分工体系 .....     | 8         |
| 一、旅行社的职能 .....            | 8         |
| 二、旅行社的分工体系 .....          | 10        |
| 第四节 旅行社的设立 .....          | 16        |
| 一、影响旅行社设立的因素 .....        | 16        |
| 二、旅行社设立的基本条件 .....        | 17        |
| 三、旅行社设立的基本程序 .....        | 18        |
| 四、旅行社的组织设计 .....          | 23        |
| 思考与练习 .....               | 27        |
| <b>第二章 旅行社管理理论 .....</b>  | <b>29</b> |
| 学习目标 .....                | 29        |
| 第一节 管理理论发展概述 .....        | 30        |
| 一、经典管理理论概述 .....          | 30        |
| 二、行为科学的由来与发展 .....        | 31        |
| 三、现代管理理论的主要内容 .....       | 32        |

|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| 四、当代管理思想的新发展 .....       | 34        |
| 第二节 旅行社管理的职能与对象 .....    | 37        |
| 一、旅行社管理的职能 .....         | 37        |
| 二、旅行社管理的对象 .....         | 40        |
| 第三节 旅行社的制度管理 .....       | 46        |
| 一、政府对旅行社实行的管理制度 .....    | 46        |
| 二、各地方政府创新管理的有益探索 .....   | 50        |
| 三、旅行社企业管理制度建设 .....      | 51        |
| 四、外资旅行社准入制度安排变迁轨迹 .....  | 55        |
| 第四节 旅行社的文化管理 .....       | 56        |
| 一、企业文化概述 .....           | 56        |
| 二、旅行社企业文化的内容 .....       | 58        |
| 三、旅行社的企业文化管理 .....       | 59        |
| 思考与练习 .....              | 64        |
| <b>第三章 旅行社营销策略 .....</b> | <b>65</b> |
| 学习目标 .....               | 65        |
| 第一节 旅行社的产品策略 .....       | 68        |
| 一、旅行社产品概述 .....          | 68        |
| 二、旅行社产品策略 .....          | 71        |
| 第二节 旅行社的价格策略 .....       | 78        |
| 一、旅行社产品价格概述 .....        | 78        |
| 二、旅行社定价策略 .....          | 81        |
| 第三节 旅行社的销售渠道策略 .....     | 84        |
| 一、旅行社销售渠道概述 .....        | 84        |
| 二、旅行社销售渠道策略 .....        | 90        |
| 第四节 旅行社的促销策略 .....       | 93        |
| 一、旅行社促销概述 .....          | 93        |
| 二、旅行社促销策略 .....          | 95        |
| 思考与练习 .....              | 99        |



|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| <b>第四章 旅行社业务管理</b> .....        | 100 |
| 学习目标 .....                      | 100 |
| <b>第一节 旅行社外联业务</b> .....        | 101 |
| 一、外联业务的特点 .....                 | 101 |
| 二、外联人员的职责 .....                 | 102 |
| 三、信息的来源和利用 .....                | 103 |
| 四、业务洽谈 .....                    | 104 |
| 五、签订合同 .....                    | 104 |
| <b>第二节 旅行社计调业务</b> .....        | 107 |
| 一、计调部的机构设置 .....                | 107 |
| 二、计调业务的特点 .....                 | 107 |
| 三、计调部经理的岗位职责和权限 .....           | 108 |
| 四、计调人员的职责 .....                 | 111 |
| 五、旅行社计调工作流程 .....               | 112 |
| 六、旅游服务采购 .....                  | 115 |
| <b>第三节 旅行社接待业务</b> .....        | 117 |
| 一、旅行社接待业务的特点 .....              | 117 |
| 二、旅行社接待业务的构成要件 .....            | 118 |
| 三、旅行社的接待管理 .....                | 119 |
| <b>第四节 旅行社航空票务</b> .....        | 124 |
| 一、航空客运销售代理人的设立 .....            | 124 |
| 二、航空销售操作程序 .....                | 126 |
| 三、销售结算 .....                    | 128 |
| 四、旅行社航空票务管理 .....               | 128 |
| 思考与练习 .....                     | 129 |
| <b>第五章 旅行社信息管理</b> .....        | 131 |
| 学习目标 .....                      | 131 |
| <b>第一节 信息技术的应用对旅行社的影响</b> ..... | 131 |
| 一、信息技术在旅行社业务领域的应用 .....         | 132 |
| 二、信息技术为旅行社带来的挑战和发展机遇 .....      | 133 |

|                                                |     |
|------------------------------------------------|-----|
| 第二节 信息技术在旅行社业的应用 .....                         | 136 |
| 一、信息管理系统与旅行社管理 .....                           | 137 |
| 二、全球分销系统(GDS)与旅行社经营 .....                      | 142 |
| 三、旅游电子商务与中国旅行社的发展 .....                        | 144 |
| 思考与练习 .....                                    | 153 |
| <br>                                           |     |
| 第六章 旅行社客户关系管理 .....                            | 154 |
| 学习目标 .....                                     | 154 |
| 第一节 旅行社客户理论 .....                              | 155 |
| 一、客户关系管理的含义 .....                              | 155 |
| 二、旅行社 CRM 模型 .....                             | 157 |
| 三、旅行社 CRM 系统的构成 .....                          | 157 |
| 第二节 我国旅行社客户关系管理的现状 .....                       | 160 |
| 一、我国旅行社客户关系管理存在的问题 .....                       | 160 |
| 二、旅行社客户关系管理的特点 .....                           | 162 |
| 第三节 旅行社客户价值分析与客户细分 .....                       | 164 |
| 一、客户终生价值理论(Customer Lifetime Value, CLV) ..... | 164 |
| 二、客户分类理论 .....                                 | 165 |
| 第四节 旅行社客户维护策略 .....                            | 169 |
| 一、客户亲近 .....                                   | 169 |
| 二、网络建设 .....                                   | 170 |
| 三、价值交流 .....                                   | 170 |
| 四、维持双赢 .....                                   | 171 |
| 第五节 旅行社客户价值深度开发与客户管理 .....                     | 171 |
| 一、客户关系管理实施方案 .....                             | 171 |
| 二、客户关系管理方案在旅行社经营管理中的<br>具体运用 .....             | 173 |
| 思考与练习 .....                                    | 178 |
| <br>                                           |     |
| 第七章 旅行社人力资源管理 .....                            | 181 |
| 学习目标 .....                                     | 181 |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第一节 旅行社人力资源概述 .....       | 182 |
| 一、旅行社人力资源的构成 .....        | 182 |
| 二、旅行社人力资源的特点 .....        | 183 |
| 三、旅行社人力资源管理的过程 .....      | 184 |
| 四、旅行社人力资源管理现状及原因分析 .....  | 185 |
| 第二节 旅行社经营管理者激励机制 .....    | 187 |
| 一、经营者激励机制的理论基础 .....      | 187 |
| 二、我国旅行社经营管理者激励机制现状 .....  | 188 |
| 三、国外经营者激励机制模式 .....       | 190 |
| 四、我国旅行社经营者激励机制体系的构建 ..... | 193 |
| 第三节 我国旅行社员工激励机制 .....     | 195 |
| 一、我国旅行社员工激励机制的现状 .....    | 195 |
| 二、国外旅行社员工激励机制及其启示 .....   | 197 |
| 三、我国旅行社员工激励机制的完善 .....    | 199 |
| 思考与练习 .....               | 207 |
| <br>第八章 旅行社风险防范与控制 .....  | 209 |
| 学习目标 .....                | 209 |
| 第一节 风险管理基本理论 .....        | 210 |
| 一、风险的含义及其构成要素 .....       | 210 |
| 二、风险的属性和特征 .....          | 212 |
| 三、风险的基本类型 .....           | 212 |
| 四、风险管理概述 .....            | 213 |
| 第二节 旅行社企业面临的主要风险 .....    | 216 |
| 一、旅行社风险的概念与内容 .....       | 216 |
| 二、加强旅行社风险管理研究的必要性 .....   | 217 |
| 三、旅行社面临的主要风险 .....        | 219 |
| 第三节 旅行社风险的防范与规避 .....     | 223 |
| 一、旅行社风险防范与规避的原则 .....     | 223 |
| 二、旅行社风险防范与规避的管理步骤 .....   | 223 |
| 三、旅行社风险防范与规避的主要措施 .....   | 225 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 四、旅行社风险管理与规避的具体建议 .....        | 227 |
| 五、旅行社责任险与旅游意外险的区别 .....        | 231 |
| 第四节 旅行社风险管理体系的构建 .....         | 233 |
| 一、国家规制层面:推进旅游行业风险管理的法制建设 ..... | 234 |
| 二、行业管理层面:健全旅游行业风险管理的制度体系 ..... | 234 |
| 三、企业自身层面:完善旅行社风险管理的具体措施 .....  | 235 |
| 思考与练习 .....                    | 239 |
| <br>                           |     |
| 第九章 旅行社诚信管理 .....              | 240 |
| 学习目标 .....                     | 240 |
| 第一节 旅行社诚信管理的重要性 .....          | 241 |
| 一、旅行社诚信缺失的表现 .....             | 241 |
| 二、旅行社诚信的重要性 .....              | 242 |
| 三、旅行社诚信缺失的主要原因 .....           | 247 |
| 第二节 旅行社诚信体系的构建 .....           | 255 |
| 一、完善社会诚信制度 .....               | 255 |
| 二、确立旅行社诚信管理机制 .....            | 257 |
| 三、构建旅行社诚信信息交换中心 .....          | 259 |
| 四、健全旅行社诚信激励机制 .....            | 261 |
| 五、加强旅行社诚信监督机制 .....            | 262 |
| 思考与练习 .....                    | 264 |
| <br>                           |     |
| 第十章 旅行社战略管理 .....              | 265 |
| 学习目标 .....                     | 265 |
| 第一节 旅游企业战略概述 .....             | 266 |
| 一、旅游企业战略的概念 .....              | 266 |
| 二、旅行社战略管理的层次 .....             | 268 |
| 第二节 旅行社战略管理的程序 .....           | 269 |
| 一、旅行社战略管理的基本程序 .....           | 269 |
| 二、影响旅行社经营战略的因素 .....           | 273 |
| 第三节 西方国家旅行社的战略管理 .....         | 275 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 一、西方国家旅行社的战略选择 .....   | 275 |
| 二、美国运通公司的发展战略 .....    | 277 |
| 第四节 我国大型旅行社的战略管理 ..... | 280 |
| 一、我国大型旅行社的基本情况 .....   | 280 |
| 二、我国大型旅行社的战略选择 .....   | 283 |
| 第五节 我国中小旅行社的战略管理 ..... | 286 |
| 一、中小旅行社的优劣势分析 .....    | 287 |
| 二、中小旅行社的战略选择 .....     | 289 |
| 思考与练习 .....            | 294 |
| 参考文献 .....             | 295 |



## 第一章

# 中外旅行社业概述

### 学习目标

- 了解中外旅行社产生的历史背景,熟悉中外旅行社的发展历程。
- 掌握旅行社的定义、性质、职能。
- 掌握旅行社设立的基本条件,熟悉旅行社设立的基本程序。

当现代的人们享受旅行社提供的各种服务,在世界各地畅享旅行的便捷和快乐时,我们不应该忘记对于世界近代旅游史和中国近代旅游史有着开创意义的两位先人。世界上最早和中国最早的旅行社都是如何创办起来的呢?世界发达国家和中国旅行社的发展现状又是怎样的呢?下面就请大家跟着本书内容来了解旅行社行业的开创和发展历程吧!



世界上第一位专职的旅行社  
代理商托马斯·库克



中国第一家旅行社  
创办人陈光甫先生

### 【相关阅读】

托马斯·库克(1808~1892年)

1841年7月,英国人托马斯·库克包租了一列火车,运送了540人(一说是570人)从莱斯特前往拉夫伯勒参加禁酒大会,往返行程22英里,团体收费每人1先令,免费提供带火腿肉的午餐及小吃,还有一个唱赞美诗的乐队跟随,成为公认近代旅游的开端。1845年创办了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社,是世界近代旅游业的创始人。创办世界上第一本旅游指南《利物浦之行手册》,名为《观光者》的月刊杂志。创造性地发行一种供旅游者在旅游地领取当地货币的“流通券”和供旅游者支付旅馆费用的“旅馆券”。

陈光甫(1881~1976年)

中国银行家。原名辉祖,后易名辉德,字光甫,以字行世。江苏镇江人。1909年毕业于宾夕法尼亚大学,同年回国。1911年辛亥革命后,任江苏省银行监督。1914年转任中国银行顾问。翌年6月,创办上海商业储蓄银行。同年创办中国旅行社。在大陆存在的30余年间,中国旅行社一直执中国旅游业的牛耳,最多时,在国内外的分支机构达200余处,并与英国的通济隆旅行社、美国的运通公司、日本的国际观光局、苏联的国营旅行社等都签订了互相代理业务和约,将服务范围扩展到了世界各地。经营范围除代售海陆空客票、经办货运业务、开办招待所、组织旅游团体外,还代办出国留学手续、发行旅游刊物、经营邮政和保险业务等,是旧中国规模最大、信用最好的旅行代理机构。

## 第一节 中外旅行社发展历程

### 一、国外旅行社的产生与发展

#### (一) 国外旅行社的产生

工业革命开始之后,欧洲零星地出现了一些组织提供旅游服务的商人。1839年,德国人卡尔·贝德克尔编写出版了《莱茵河之行》(*A Trip*

to the Rhine)一书,成为世界上第一本专业化的旅游指南类书籍。此后不久,英国人托马斯·贝纳特组织了一次参与者提前预缴费用的旅行活动。但是他们与托马斯·库克不同。他们都没有将组织旅行活动作为自己的正式职业,只有托马斯·库克才是世界上第一位专职的旅行代理商。

托马斯·库克(Thomas Cook)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(一说是570人)从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会,往返22英里,每人收费1先令。这次活动标志着近代旅游业的产生。此后,他又多次组织类似的铁路旅行,并逐步认识到其中潜力巨大的商业机会。1845年,托马斯·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。这就是世界上最早的旅行社,并在当年夏季首次组织了团体消遣旅游。这次活动是从莱斯特前往利物浦,为期一周,参加人数为350人。这次活动的特点是:(1)这次旅行纯属商业行为。(2)这次旅行属于在外过夜数天的长途旅游。(3)组织活动前,托马斯·库克做了大量的先期考察,组织与安排线路,成为旅行社市场调研、服务、采购、产品设计的雏形。(4)编写并出版了世界上第一本旅游指南《利物浦之行手册》。(5)托马斯·库克本人担任全程陪同,并聘请了许多地方导游。这次活动标志着托马斯·库克旅行社旅游业务的开始。

## (二) 国外旅行社的发展

托马斯·库克之后,为适应人们不断增长的旅游需要,旅行社在世界各地迅速发展起来。19世纪下半叶,欧洲成立了许多类似的旅游组织。英国于1857年成立了登山俱乐部,1885年成立了帐篷俱乐部;法国、德国于1890年成立了观光俱乐部;美国运通公司于1850年起兼营旅行代理业务,并于1891年发售了与现代使用方法相同的旅行支票。到20世纪初,旅行社得到了更大的发展。美国运通公司、英国托马斯·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业的三大巨头。第二次世界大战以后,世界范围的旅游业出现了迅速发展的局面,为旅行社的发展提供了前所未有的机遇,旅行社进入了一个高速发



展的时期。

目前,世界上旅行社最多的地区是北美和欧洲。这两个地区旅行社合计约占世界旅行社总数的 80% 以上。可见,旅行社的数量和分布范围,与各地区经济、旅游业发达程度有直接关系。世界旅行社协会和世界旅行社协会联合会是具有广泛影响的两个旅行社组织。

## 二、中国旅行社的产生与发展

### (一) 中国旅行社的产生

进入 20 世纪不久,一些外国旅行代理机构纷纷进驻中国,对中国的旅行代理进行垄断,如英国的通济隆公司、美国的运通公司、日本的国际观光局等。但在当时通济隆及运通公司只在北京、天津、上海、武汉四大城市设有机构,因而,也为中国自己的旅行代理机构设置提供了机会。经济的发展、交通的进步、城市的近代化和人们旅游观念的变化等,都为我国旅游事业的发展提供了有利因素。由于其所处的特殊历史条件和中国旅行社的创办人——上海商业储蓄银行总经理陈光甫先生的独特人生观,中国旅行社的创办缘由与现代旅游企业有所不同,主要是基于以下两个方面的考虑:

首先,挽回国家利权。当时国人出游都需依靠外国驻华的旅行机构。那些旅行机构主要是为外国人服务的,对中国人不仅收费高昂,而且态度傲慢。因此希望通过创办自己国家的旅行社来“挽回中国之利权”。

其次,发扬国光,宣扬名胜。“一战”后,欧美各国大力提倡旅游事业,国际旅行蔚为风尚。因而希望通过中国人自己创办旅行社,训练一批善讲外语的高级导游人员向国外游客宣扬中国名胜。银行办旅行部,在当时的中国,一般人是不愿干的,认为其费时、费力、费财,而又获利不多。而陈光甫独具慧眼,认为旅行社业务与工商业者及中上层的民众多有联系,故上海银行欲往某地发展,则先在某地办旅行社,等旅行社熟悉当地的主要行业情况后,再筹设银行机构。那些得到过旅行社优质服务的人也往往能发展成为银行的重要客户。

综上所述,上海银行创办旅行部,既是出于一种爱国热情,也是来自服务社会的理念,同时还是推进业务的一种经营策略。