

LÜYOUXUE

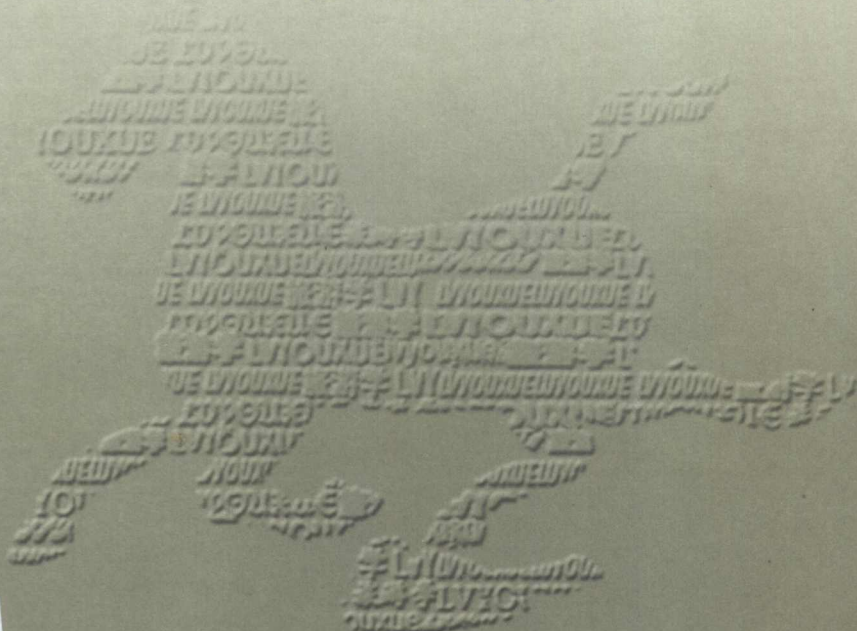
高等院校
旅游专业系列教材

LÜYOUXUE



旅行社经营与管理

杜 江 编著



南开大学出版社

52

I-5f0.63
D77a1

高等院校旅游专业系列教材

旅行社经营与管理

杜江 编著

南开大学出版社

2001年6月

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营与管理/杜江编著. —天津:南开大学出版社,2001.11(2002.9重印)
高等院校旅游专业系列教材
ISBN 7-310-01636-X

I.旅... II.杜... III.旅行社—企业管理—高等学校—教材 IV.F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第057670号

出版发行 南开大学出版社

地址:天津市南开区卫津路94号

邮编:300071 电话:(022)23508542

出版人 肖占鹏

承印 天津宝坻第二印刷厂印刷

经销 全国各地新华书店

版次 2001年11月第1版

印次 2002年9月第2次印刷

开本 880mm×1230mm 1/32

印张 9.75

字数 275千字

印数 5001—10000

定价 16.00元

出版说明

随着我国改革开放和社会主义市场经济的发展,旅游业以不断增长的势头迅速发展,已经被正式列入国民经济序列。与此同时,高等院校的旅游教育与研究也在长足发展,并且为旅游业的各个部门输送了大量的专业人才。目前设置旅游专业的高等院校已达160多所。

旅游形势的发展要求旅游教育从理论上跟踪、总结旅游业的成就得失,并及时反映到教学理论中来,目前极需要有一批适应形势发展、反映旅游学最新思想与动态的教材,服务于旅游学科建设,这是我们组织编写高等院校旅游专业系列教材的宗旨。

我社的旅游教材起步早,品种多,并且以理论基础扎实、实用性强,早已得到国内广大高校师生的认同。应许多高校旅游专业师生的要求,我社重新策划出版这套系列教材。我们以教育部指定的旅游管理专业的主干课程作为依据确定选题,以各高校旅游专业中有影响、有研究的教师、学者作为作者主体,以反映旅游学科的新观点、新材料、新成果作为教材编写内容的指导原则。新编旅游专业系列教材有如下特点:理论性较强,起点较高,既注重同国际旅游学术接轨,又反映我国旅游发展与研究的实际;注重实务性,可以直接服务于旅游业的不同部门;使用新鲜资料和例证,能反映旅游业的最新动态。

这次出版的新版教材,与我们原有的30余种教材,基本上涵盖了高等院校旅游专业教学的课程设置,而且我们将根据旅游业、旅游教育形势的需要,不断地修订原有教材,增加新选题,使之日臻完善,更好地为广大高等院校旅游专业的师生服务。

新版旅游专业系列教材与作者分别为：

- | | |
|---------------|-------------------|
| 旅游学概论(修订版) | 李天元编著(南开大学) |
| 旅游市场学(修订版) | 林南枝主编(南开大学) |
| 旅游经济学(修订版) | 林南枝 陶汉军主编(南开大学) |
| 旅游心理学 | 刘 纯编著(上海大学) |
| 旅游心理学(修订版) | 甘朝有编著(南开大学) |
| 旅游企业人力资源管理 | 赵西萍编著(西安交通大学) |
| 饭店经营管理原理 | 丁 力编著(浙江大学) |
| 餐饮经营管理 | 吴克祥编著(暨南大学) |
| 饭店前厅与客房管理 | 余炳炎 朱承强编著(上海旅专) |
| 旅游资源与开发 | 甘枝茂 马耀峰主编(陕西师大) |
| 旅行社经营与管理(修订版) | 杜 江编著(北京第二外国语学院) |
| 旅游法原理与实务(修订版) | 王 健编著(南开大学) |
| 旅游饭店财务管理(修订版) | 徐 虹编著(南开大学) |
| 旅游美学(修订版) | 乔修业主编(南开大学) |
| 旅游管理信息系统 | 邸德海主编(西安交通大学) |
| 新编中国旅游地理 | 刘振礼 王 兵编著(北京旅游学院) |

这套教材除了适用于高等院校的旅游专业外,还可作为高职教育、自学考试的专业教材,以及旅游业高级人员的培训教材。

欢迎使用这套教材的师生与专业人员,提出宝贵意见,帮助我们改正其中的疏漏与不当之处。

南开大学出版社
2000年6月

再版前言

《旅行社管理》一书自1997年6月出版发行以来,先后被国家旅游局确定为高等旅游院校推荐教材和全国旅行社总经理资格考试指定教材,并为广大读者所认可,在学界和业界有较好的声誉。但是,随着我国旅游业的迅速发展和旅游学术研究水平的不断提高,书中有些内容和观点已经过时。因此,修订工作便成为必然的和理性的选择。

鉴于我国旅行社的发展依然处于一个相对幼稚的时期,旅行社的经营思想、经营策略以及经营模式等方面尚处于探索阶段,而且又面临市场开放以及与国际接轨的严峻现实,本书在修订过程中注意将旅行社的经营与管理有机地结合起来,并将新版教材更名为《旅行社经营与管理》。事实上,原先的《旅行社管理》一书也包含了大量经营方面的内容,只是由于当时有关旅行社方面的著作(包括我自己早期的著作)皆以旅行社经营管理冠名,这迫使我在当时做出了一个次优的选择,主要目的在于方便读者检索和识别。

我国旅行社的发展和相关研究的实践证明,《旅行社管理》一书的编写体例是合理的和经得住实践检验的。因此,此次修改,在体例上没有太大的变化,依然是以旅行社的基本业务为线索构建全书,只是将原先的第六章旅行社的采购管理并入了现在的第三章旅行社的产品开发,并将原先的第九章发展中的中国旅行社业改变为现在的第八章我国旅行社业的发展趋势。至于这种修改是否合理,还有待于读者的检验。

在内容方面,新书根据我国旅行社发展的实际和旅游研究的最新成果进行了较大的修改,并补充了许多新的内容和观点,如旅行社的分工体系与分类制度、旅行社的组建形式、旅行社的品牌管理、旅行社的服务质量管理、旅行社的财务分析和旅行社的跨国经营等。希望这些修

改和补充能够弥补原书的不足和缺憾。

在本书的修订过程中,广大读者以及众多的学界和业界友人给予了许多帮助和指导。在此我无法一一列举他们的名字,只能把新版著作奉献给他们,以此表达我深深的谢意!

雨果说:“尽可能少犯错误,这是人的准则;不犯错误,那是天使的梦想。”敬请广大读者不吝赐教。

杜 江

2001年6月29日

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 旅行社的产生与发展.....	(2)
第二节 旅行社的性质与职能	(13)
第三节 旅行社的业务范围和基本业务	(17)
第四节 旅行社的分工体系与分类制度	(19)
第五节 旅行社在现代旅游业发展中的作用	(25)
第二章 旅行社的设立	(32)
第一节 旅行社的职业要求	(33)
第二节 影响旅行社设立的因素	(37)
第三节 设立旅行社的基本程序	(40)
第四节 旅行社的组建形式	(44)
第五节 旅行社的组织设计与组织管理	(48)
第六节 旅行社的行业组织	(57)
第三章 旅行社的产品开发	(62)
第一节 旅行社产品的内涵与形态	(62)
第二节 影响旅行社产品开发的因素	(70)
第三节 旅行社产品设计的基本原则	(71)
第四节 旅行社产品开发的过程	(75)
第五节 旅行社旅游服务的采购	(84)
第四章 旅行社的销售管理	(94)
第一节 旅行社目标市场的选择	(95)
第二节 旅行社产品销售价格的管理	(97)
第三节 旅行社销售渠道的管理.....	(104)
第四节 旅行社产品销售过程的管理.....	(112)
第五节 旅行社的售后服务.....	(116)

第五章 旅行社的促销管理	(121)
第一节 旅行社促销策略的制定.....	(122)
第二节 旅行社促销目标的确定与促销预算.....	(123)
第三节 旅行社的促销要素组合与促销效果评价.....	(128)
第四节 旅行社的品牌管理.....	(132)
第六章 旅行社的接待管理	(139)
第一节 旅行社接待人员的管理.....	(140)
第二节 旅行社接待过程的管理.....	(144)
第三节 旅行社的服务质量管理.....	(147)
第四节 旅游投诉的产生与处理.....	(159)
第七章 旅行社的财务管理	(162)
第一节 旅行社的资产管理.....	(163)
第二节 旅行社的成本费用管理.....	(168)
第三节 旅行社的营业收入管理与利润管理.....	(172)
第四节 旅行社的结算管理.....	(177)
第五节 旅行社的财务分析.....	(181)
第八章 我国旅行社业的发展趋势	(194)
第一节 旅行社市场的开放.....	(195)
第二节 信息技术的应用.....	(198)
第三节 行业分工体系的调整.....	(216)
第四节 旅行社的跨国经营.....	(224)
附 录	
1.《旅行社质量保证金暂行规定》.....	(239)
2.《旅行社质量保证金暂行规定实施细则》.....	(241)
3.《旅行社质量保证金赔偿暂行办法》.....	(246)
4.《旅行社质量保证金赔偿试行标准》.....	(250)
5.《旅行社管理条例》.....	(253)
6.《旅行社管理条例实施细则》.....	(260)
7.《旅行社经理资格认证管理规定》.....	(272)
8.《中外合资旅行社试点暂行办法》.....	(276)

9. 《导游人员管理条例》·····	(279)
10. 中华人民共和国旅游行业标准《旅行社国内旅游服务质量要求》·····	(283)
11. 中华人民共和国国家标准《导游服务质量》·····	(288)
参考文献 ·····	(298)

第一章 导论

学习目的

通过本章的学习,全面了解旅行社的性质、职能、基本业务、分工体系和分类制度等有关旅行社的基本问题,并对旅行社在现代旅游业发展中的作用具有明确的认识,从而为本课程的学习奠定坚实的理论基础。

主要内容

- 旅行社的产生与发展
旅行社的产生 旅行社的发展
- 旅行社的性质与职能
旅行社的性质 旅行社的职能
- 旅行社的基本业务
旅游决策及消费过程 旅行社的基本业务
- 旅行社的分工体系与分类制度
旅行社的分工体系 旅行社的分类制度
- 旅行社在现代旅游业发展中的作用
旅游业与世界经济 旅行社在旅游业发展中的作用

第一节 旅行社的产生与发展

一、旅行社的产生

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

18世纪中叶发生在英国的工业革命,使整个世界的经济和社会结构发生了巨大的变化,同时也改变了世界范围内旅行和旅游的发展方向。工业革命对旅行发展的影响集中表现在以下四个方面:

(1)随着生产力的迅速发展和社会财富的急剧增加,有产阶级的规模日趋扩大,他们具备了外出旅游的经济条件。工业革命以前,只有地主和贵族才有金钱从事非经济目的的消遣旅游活动。工业革命使得财富大量流向新兴的工业资产阶级,使他们也具有了从事旅游的经济条件,从而扩大了外出旅游的人数。

(2)科学技术的进步,特别是交通运输的大力发展,提高了运输能力,缩短了运输时间,使大规模的人员流动成为可能。1769年瓦特发明的蒸汽机技术很快应用于新的交通工具的制造,至18世纪末,蒸汽机轮船就已问世。但对于近代旅游的诞生影响最大和最直接的还是铁路运输技术的发展。1825年,在英国享有“铁路之父”之称的乔治·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。此后各地的铁路开始建设起来,并向更远的地区延伸。

(3)工业革命加速了城市化的进程,并且使人们工作和生活的重心从农村转移到城市。这一变化最终导致人们需要适时逃避节奏紧张的城市生活和拥挤嘈杂的环境压力,产生了回归自由、回归大自然的追求。

(4)工业革命改变了人们的工作性质。随着大量人口拥入城市,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、重复的单一性大机器工业劳动所取代,致使人们产生了强烈的度假要求。当

然,工人阶级带薪假日的获得并非一蹴而就的,而是经过一个多世纪的艰苦奋斗才最终取得的。

正是在这种历史背景下,托马斯·库克(Thomas Cook)作为世界上第一位专职的旅行代理商登上了历史舞台。

当然,我们应当承认,在托马斯·库克以前,为别人安排旅行的组织和个人已经存在,如中世纪的马赛商人以及14世纪和15世纪威尼斯的教会组织了朝圣旅行;德国出版商卡尔·贝德克尔(Karl Baedeker)编写并出版了旅行指南;英国人托马斯·贝纳特(Thomas Bennett)组织了个人包价旅游。但是,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、颂经人和木匠等。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人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会,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力巨大的商业机会。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》,并为此设立专门的旅游向导;1855年,库克以包价的形式组织了赴法国的旅行;1865年,库克与儿子约翰·梅森·库克(John Mason Cook)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·库克也成为旅游的代名词而在欧美地区广为人知。

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,促进了旅游业的迅速发展。

我国的旅行社最早产生于 20 世纪 20 年代。1923 年,爱国人士陈光浦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。中华人民共和国成立以后,于 1949 年 12 月在厦门成立华侨旅行社,这便是中国旅行社的前身。此后,我国又先后于 1954 年在北京成立中国国际旅行社,于 1979 年在北京创办中国青年旅行社。我国旅行社的大发展是在 1978 年国家实施对外开放政策之后的事情,对此我们将在后面详细论述。

二、旅行社的发展

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。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、德国都于 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 世纪初叶,旅行社得到了更大的发展,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。第二次世界大战以后,世界范围内旅游业的发展与繁荣更为旅行社行业的发展提供了前所未有的机遇,旅行社行业进入了一个高速发展时期。今天,全世界已形成由数万家旅行社组成的庞大的世界性旅游服务网络。

毫无疑问,旅行社行业的发展离不开全球旅游业的发展与繁荣,但与此同时,旅行社在全球范围的发展和普及又为人们的旅游提供了诸多方便,进而极大地促进了世界旅游业的发展。第二次世界大战以后,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十年便增长一倍(参见表 1-1),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。据世界旅游组织(WTO)的估算,在每年全世界旅游总人次中,国内旅游人次约占 90%以上,世界旅游业的发展规模由此可见一斑,其中旅行社的积极促进作用是不可低估的。

表 1-1 二战后国际旅游发展情况

年份	旅游人数 (亿人次)	增长率 (%)	旅游收入 (亿美元)	增长率 (%)
1950	0.25	—	21	—
1960	0.73	183	68	224
1970	1.59	121	179	163
1980	2.80	76	949	430
1990	4.15	48	2300	142
2000	6.98	68	4760	107

资料来源：世界旅游组织(WTO)

如前所述,我国的旅行社起步于 20 世纪 20 年代。关于我国旅行社发展阶段的划分,目前国内尚无定论。但旅行社成为一个具有一定规模的经济行业,却是 1978 年我国实行对外开放之后的事情。1978 年以前我国仅有两家以政治接待为主的旅行社——中国国际旅行社和中国旅行社,它们既不足以构成一个行业,也不具备经济的性质。本书在综合考虑各种因素的基础上,将我国旅行社业的发展划分为初成、增长和调整三个阶段。

在 1990 年以前的初成阶段,我国旅行社业的发展中有两件具有重大意义的事情:其一是 1984 年旅游外联权的下放,它是我国旅行社行业迅速发展的重要原因;其二是 1985 年《旅行社管理暂行条例》的颁布,它标志着国家开始对旅行社实施相对独立的行业管理。这两件事本来都可以作为旅行社发展阶段划分的依据,但是,从旅行社发展的实际进程看,这两件事的影响具有一定的滞后性,其对旅行社业发展的促进作用直到 80 年代末才真正体现出来,加之此间我国的国际入境旅游和国内旅游的蓬勃发展,到 80 年代末期,我国的旅行社才真正发展成为一个具有一定规模的经济行业,在旅游业中的地位也才得到广泛的认可。

1989 年的“六四”风波使我国的旅游业受到巨大的冲击,国际旅游入境人数和旅游外汇收入大幅度减少,1990 年我国的旅行社行业也出现了自 1984 年以来的第一次负增长。在此情况下,我国旅行社的经营者们第一次强烈地意识到旅游产品的易受影响性和经营旅行社的风险性,我国的旅行社业也因此进入一个相对理性的增长阶段。

在增长阶段,由于市场的萧条和业主风险意识的增强,我国的旅行社业曾经历了一个短暂的衰退时期,但由于我国国际旅游市场因台湾地区和前苏联游客的适时涌入,国内旅游市场因经济发展而形成高涨之势,加之政府政策因素的推动,我国的旅行社业逐步进入了一个前所未有的大发展时期。

1995年,面对我国旅行社急剧发展的势头和当时出现的旅游市场的混乱情况,为适应保护旅游者合法权益的世界潮流,政府通过推行旅行社质量保证金制度,开始对旅行社行业进行全面调整,并在此基础上于1997年出台了新的《旅行社管理条例》。

基于以上原因,本书将1978年至1989年确定为我国旅行社业发展的初成阶段,而将1990年至1994年确定为旅行社业的增长时期,将1995年至今确定为我国旅行社业发展的调整阶段。

1. 初成阶段我国旅行社业的发展

众所周知,在经历了长期的闭关锁国之后,我国于1978年开始实施对外开放政策,我国的旅游业也随之发展起来。开放当年,来华旅游入境人数就达180万人次,旅游外汇收入2.6亿美元。在以后的十年中,来华旅游入境人数和旅游外汇收入都保持了较高的增长速度,年平均增长率分别为36%和25%(参见表1-2)。

表 1-2 1978—1988 年来华旅游入境人数与旅游收入

年份	旅游入境人数 (千人次)	年增长率 (%)	旅游收入 (百万美元)	年增长率 (%)
1978	1809.20	—	262.90	—
1979	4203.90	132.4	449.27	70.9
1980	5702.54	35.6	616.65	37.3
1981	7767.10	36.2	784.91	27.3
1982	7924.26	2.0	843.17	7.4
1983	9477.01	19.6	941.20	11.6
1984	12852.19	35.6	1131.34	20.2
1985	17833.10	38.8	1250.00	10.5
1986	22819.45	28.0	1530.85	22.5
1987	26902.27	17.9	1861.51	21.6
1988	31694.80	17.8	2246.83	20.7

资料来源:《中国旅游统计年鉴》1994年。

为满足急剧增长的国际旅游需求,我国新兴的旅游业在 20 世纪 80 年代相继经历了三个发展高峰,即以 80 年代初期大量进口豪华旅游汽车为代表的旅游交通业的发展高峰,以 80 年代中期众多旅游饭店建设为代表的旅游饭店业的发展高峰和以 80 年代末期以大量旅行社的成立为代表的旅行社业的发展高峰。这三个发展高峰,从不同方面缓解了我国旅游供给方面的短缺,大幅度提高了我国旅游业的综合接待能力,并为我国旅游业的进一步发展奠定了坚实的基础。

就旅行社而言,在 1978 年我国对外开放以前,全国只有中国国际旅行社总社、中国旅行社总社以及它们在主要省会城市设立的分支机构。这些旅行社从成立之日起就一直从事以政治目的为主的对外接待工作,基本不具备企业的性质。我国实行对外开放政策以后,国旅和中旅的主要任务转变为接待自费来华的旅游者,但直到 1985 年《旅行社管理暂行条例》颁布以前,我国的旅行社仍然具有很强的事业单位性质。1980 年,中国青年旅行社总社在北京成立,从此开始了我国旅行社行业寡头垄断的局面。根据国家旅游局有关规定,全国只有国旅、中旅和青旅三家总社拥有旅游外联的权力,它们之间具有相对明确的业务分工。中国国际旅行社主要接待外国来华的旅游者,中国旅行社主要接待港澳同胞和来华旅游的海外华人,而中国青年旅行社则以来华旅游的青年旅游者作为主要接待对象。1980 年,这三家旅行社接待的来华旅游者占到全国有组织接待人数的 80%(参见表 1-3),其余 20%由其他政府机构组织接待。

表 1-3 1980—1988 年主要旅行社旅游接待情况^①

年份	主要旅行社接待人数占有组织接待人数的比例			
	国旅	中旅	青旅	合计
1980	18.8	59.9	0.9	79.6
1981	17.2	56.1	1.8	75.1
1982	16.6	47.4	1.3	65.3
1983	16.0	45.3	1.4	62.7

^① 由于“六四”事件的影响,1989 年我国旅行社的接待情况具有很大的偶然性,因此此处的有关分析没有将 1989 年的有关情况包括在内。