



高职高专系列规划教材

GAOZHI GAOZHUAN XILIE GUIHUA JIAOCAI

旅行社 经营管理实务

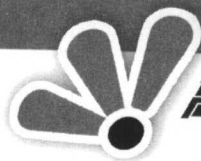
LÜXINGSHE
JINGYING GUANLI SHIWU

主 编 贾玉铭

副主编 余 昕 罗小东

主 审 张江魁

西南财经大学出版社



高职高专系列规划教材

GAOZHI GAOZHUAN XILIE GUIHUA JIAOCAI

F-590.63

37

旅行社 经营管理实务

LÜXINGSHE
JINGYING GUANLI SHIWU

主 编 贾玉铭
副主编 余 昕
主 审 张江魁

罗小东

流

西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理实务/贾玉铭主编;余昕,罗小东副主编. —成都:西南财经大学出版社,2007.2

ISBN 978 - 7 - 81088 - 645 - 1

I. 旅... II. ①贾... ②余... ③罗... III. 旅行社—企业管理 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 157052 号

旅行社经营管理实务

主 编:贾玉铭

副主编:余昕 罗小东

主 审:张江魁

责任编辑:王鹏

封面设计:杨红鹰

责任印制:王艳

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.xcpress.net
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028 - 87353785 87352368
印 刷:	四川机投印务有限公司
成品尺寸:	170mm × 240mm
印 张:	17.75
字 数:	340 千字
版 次:	2007 年 2 月第 1 版
印 次:	2007 年 2 月第 1 次印刷
印 数:	1—3000 册
书 号:	ISBN 978 - 7 - 81088 - 645 - 1
定 价:	27.00 元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
2. 版权所有,翻印必究。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

高职高专系列规划教材

- 《财务会计》
- 《财务会计同步练习》
- 《成本会计》
- 《会计基础》
- 《基础会计综合模拟实训》
- 《资产评估——全案模拟与操作》
- 《现代企业管理》
- 《电子商务基础与实训》
- 《现代仓储与配送运作管理》
- 《国际货运代理实务操作》
- 《大学新语文》
- 《商务秘书实务与训练教程》
- 《经济应用文写作》
- 《实用商务英语教程》
- 《经济法》
- 《经济法课程随堂练习》
- 《经济学原理》
- 《计算机基础教程》
- 《计算机网络技术》
- 《导游实务》
- 《旅行社经营管理实务》

高职高专系列规划教材编委会

主任：陈玉华

副主任：许丹雅 凌红

委员：吴启恒 王永莲 李开勤
周仁贵 杨华书

编写说明

为了适应社会对技能型人才的需要，教育部明确提出要大力发展高职高专教育。这促进了高职高专教育的迅猛发展，并逐渐形成了与普通高等教育并驾齐驱的态势。但高等职业教育有其自身特点，在教育理念、教育体制、教学内容和教学方式等方面与普通高等教育模式存在较大差异。高等职业教育培养目标十分清晰准确，即定位于培养高技能应用型专门人才。高职高专要办出特色，在教材建设上，就是要能准确体现高职高专特色，能尽快反映企业或行业发展的最新成果。

原有的高职高专教材，对过去的高等职业教育起到了积极作用。但内容陈旧，不成体系，与当前的就业市场联系不够紧密，实用性和实践性不强，职业特色不够鲜明，已不能满足高职高专教育发展的需要。因此，编写一套具有高职高专特色的系列教材有重大的现实意义。

鉴于此，我们与西南财经大学出版社合作，组织了成都航空职业技术学院、四川商务职业学院、成都职业技术学院、四川交通职业技术学院、四川电力职业技术学院、四川托普信息技术职业学院、四川天一学院、四川管理职业学院等学院的老师共同编写了高职高专系列规划教材。

该系列教材编写的指导思想是：第一，根据高职高专教育的特点，以就业岗位群或行业为主，兼顾学科分类；第二，以服务为宗旨，以就业为导向；第三，坚持与“双证制”紧密衔接；第四，遵循继承、突破、创新和超越的原则，着力向精品化、立体化发展。本系列教材融入了国内相关院校的先进教学成果，并且借鉴了相关优秀教材的编写方法，以学生就业所需的专业知识和操作技能为着眼点，突出高职高专教学的实用性和可操作性，强化实际训练，尽可能做到“教师易教，学生乐学，技能实用”。

为了编好该系列教材，在西南财经大学出版社的支持下，我们进行了多次磋商、讨论。首先，成立了由成都航空职业技术学院副院长陈玉华教授任主任，四川商务职业学院副院长许丹雅副教授、成都职业技术学院副院长凌红副教授任副主任，其他院校主管教学的副院长和相关负责领导参加的编委会。在编委会的组织、协调下，规划了第一批财务与会计、工商管理、物

流、旅游管理、计算机(含电子商务)、财经基础、统计、法学、国际商务等十大系列三十余种教材。下一步根据各院校的教学需要,还将组织策划第二批教材,对该系列教材加以补充完善。其次,为保证教材的编写质量,在编委会的协调下,组织各院校具有丰富教学经验并有副教授以上职称的教师担任主编,由各书主编拟出大纲,经编委会审核后编写。同时,每一种教材,都邀请了不同院校的教师参加编写,以取长补短。

经过多方的努力,该系列教材终于与读者见面了。在此,我们对八所院校领导和相关工作人员的大力支持,对各位作者的辛勤劳动以及西南财经大学出版社的鼎力相助表示衷心的感谢!

高职高专系列规划教材编委会

2006年7月

代 序

这是一本关于旅行社经营管理最新的实用性很强的教材，是由长期从事旅行社经营和管理的职业经理人，与具有丰富的旅游教育教学实践经验的教师相结合，发挥所长而共同精心编写的。

在旅游产业中，客源是产生效益的重要基础，旅行社的性质和作用，就是如何组织更多的游客来参与旅游。人们常说，旅游是由吃、住、行、游、购、娱六大要素构成，旅行社则是综合这些要素而最终形成旅游产品的包装者、打造者，其显赫的行业“龙头”作用是毋庸置疑的。

旅游，是人与人之间的交流和交易，与人打交道是很难的。因此，对旅行社从业人员的要求自然相对较高。不可否认，目前旅行社业确实存在很多问题，如法治尚不健全、市场较为混乱、质量问题时有发生、经济纠纷普遍等等。归根到底，除了旅游经营环境因素以外，也反映出对新时期旅行社业研究不够，从业人员的素质存在诸多问题。

从整体状况而言，我国旅行社业的形成与发展仍处于初期阶段。诸多问题的存在，有体制、机制、政策方面的原因，也有外部经营环境的原因，但其中一个重要的因素，就是旅游教育教学相对滞后，特别是教材的问题首当其冲。现在多数教材的理论性、实用性、时效性和选择性，仍然与行业实际相差甚远。

目前，国内关于旅行社的众多教材多是侧重理论的描述，与实践的结合较少。尤其是由于信息滞后，跟不上形势发展的需要，往往表现出内容陈旧、与实践脱节，体例“老化”的问题比较严重。学生在学习中只能照本宣科，问题多多；“老师无奈，学生不满”，非常不利于教学和学生就业。

可见，旅游教育教学问题，除了师资水平以外，主要还是教材质量问题。从抓教材着手，从根本上解决教与学、学与用不对路的顽症，应是一条提高教育教学质量的捷径。一本好教材，是学习的基础，对老师和学生来说，确实是一件幸事。

为此，《旅行社经营管理实务》编写组应形势所迫，急各

代 序

方所需，编写了这本教材。这是一次很好的尝试和实践，相信会对提高我们的旅游教育教学质量、学生就业，起到积极的作用。

本书最大的特点是理论与实践相结合，其主要表现在遵循了以下几个原则：

理论性原则。在我国，对旅行社的理论研究还较弱。本书力求从实践中挖掘、总结出旅行社在具体的经营和管理中的经验及教训，并将之提升为理论知识，并做到了条理清楚、重点突出且顾及其他。

实用性原则。主要是指实用针对性较强。理论源于实践，并为实践服务。本书注意到尽可能用理论来指导实践，注意解决实际工作中可能遇到的各种问题，并通过一些典型案例来印证，对加深学生印象、巩固消化所学理论知识十分有益。

时效性原则。教材本身应具有稳定性，但如何适应快速发展的旅游业，却不是一件容易的事。本书参照古今，涉及中外，重点是关注改革发展中的旅行社业最新动态，表现出了较强的时效性。

选择性原则。就教材而言，其基本要求是既要全面，又要有重点。本书遵循了这一原则。所谓选择性，即在旅行社发展的普遍规律中，找出最适合本地旅行社发展的特殊规律，从普遍中突出特色。

本书的终极目的是力求通过学习，了解关于旅行社的基本理论与最新动态，初步掌握旅行社的基本运行规律，学习处理旅行社经营和管理中出现的诸多问题的一般技巧。不过，旅行社业作为一个快速发展的行业，随时会出现新的变化和问题，任何教材都不可能予以科学完美的陈述和解答，本教材存在不足或缺失是必然的。在先行掌握基本知识的基础上，不断完善、随时调整和逐步提高，却是能够做到的。因此，仅从这个意义上讲，《旅行社经营管理实务》不失为一本很实用的好教材。

张江魁

2006.7

前 言

旅行社经营管理是旅游职业教育教学体系中的重要组成部分。根据旅游职业教育教学实际,紧密结合旅行社业发展的现实需求,编写出一本有助于教学质量提高的实用性教材,是众多相关院校教师的夙愿,也是许多旅行社管理者和行业专家的强烈要求。

过分追求理论体系的完整性、过分偏重理论性阐述和知识性介绍且体例俗套、内容陈旧、知识老化是现行不少旅行社经营管理类教材的痼疾。当前,一些有识之士针对现状正在努力探索建设新教材的改革之路,这对旅游教育水平的提高,对旅行社业的发展进步确实是善莫大焉!

《旅行社经营管理实务》是由四川交通职业技术学院、成都职业技术学院、四川商务职业学院三所高职院校中对旅行社经营管理教育教学颇有心得的教师和成都海外旅游有限责任公司、四川省中国旅行社的资深专家、现任经营管理者联手编写的一本教材,可谓是校企紧密结合共同努力开创教材建设新模式的结晶。

本教材的针对性很强,能满足高职高专旅行社经营管理课程教学之需;本教材的目标定位很准,旨在学以致用,培养高职高专旅游管理学生的应用能力和实践操作能力;本教材的时代性鲜明,紧密联系当前旅行社业发展的最新动态,力求教学与就业无缝对接;本教材典型案例翔实,是学生上岗就业后十分适用的业务工具。

本教材由四川交通职业技术学院人文社会科学系主任贾玉铭教授担任主编,具体负责全书构架、编写体例的策划和编写工作的组织、协调及全书的统稿,并撰写前言和编写第二章;由四川省旅行社业界的资深专家、中国旅行社协会首批常务理事、四川省旅游协会旅行社分会副会长、成都海外旅游有限责任公司董事长张江魁先生统审全书。

本书的副主编:成都职业技术学院旅游管理系教学负责人余昕副教授,编写内容为第五章;四川商务职业学院商务管理系学术带头人、市场营销专业负责人罗小东讲师,编写内

前 言

容为第三章、第八章、第九章。

承担本书第四章编写工作的是四川省中国旅行社欧美部经理赖渝（硕士）；第六章由四川省中国旅行社东南亚部（泰国部）销售经理胡晓军负责编写；四川交通职业技术学院旅游管理专业旅行社课程教师徐洋编写第一章、王瑗琳编写第七章。

成都职业技术学院旅游管理系旅游课程专业教师张芝敏负责编写过程中的部分组织协调和联络、组稿工作，并编写了附录部分的内容。

本教材的编写是一种创新，也是一次校企亲密友好合作的见证。编写组全体成员精诚团结、尽职尽责、无私奉献的精神，是本教材一定会更进一步成熟完善的重要基石。

感谢西南财经大学出版社的编审同志为本书出版所付出的艰辛劳动以及对本书编写工作的关心。

我们努力了，但作为探索尝试，瑕疵在所难免。我们竭诚期盼旅游企业界和教育界的行家里手不吝斧正！

《旅行社经营管理实务》编写组

2007年1月·成都

目 录

第一章 旅行社概述	(1)
第一节 国外旅行社发展史	(1)
第二节 国内旅行社发展史	(3)
第三节 旅行社的设立	(6)
第四节 旅行社的发展前景	(11)
本章小结	(15)
第二章 旅行社的组织机构	(17)
第一节 旅行社的组织机构概述	(17)
第二节 旅行社的机构设置和人员配置	(18)
本章小结	(23)
第三章 旅行社产品	(25)
第一节 旅行社产品概述	(26)
第二节 旅行社旅游线路设计与开发	(39)
第三节 四川旅游线路的设计与开发	(56)
本章小结	(68)
第四章 旅行社产品的营销策略	(71)
第一节 旅行社产品的价格策略	(71)
第二节 旅行社销售渠道策略	(77)
第三节 旅行社的促销策略	(83)
本章小结	(92)
第五章 旅行社外联部业务	(94)
第一节 外联部概述	(95)
第二节 业务洽谈与合同签订诀窍	(100)
第三节 客户计划操作	(103)
第四节 外联部的管理	(114)
本章小结	(139)

目 录

第六章 旅行社计调业务	(141)
第一节 计调概述	(141)
第二节 计调业务流程	(145)
本章小结	(149)
第七章 旅行社接待业务	(150)
第一节 导游服务概述	(150)
第二节 导游接待服务程序	(155)
本章小结	(163)
第八章 旅行社综合管理 (一)	(165)
第一节 信息化管理	(166)
第二节 人力资源管理	(176)
第三节 客户管理	(198)
第四节 质量管理	(208)
本章小结	(215)
第九章 旅行社综合管理 (二)	(217)
第一节 财务管理	(217)
第二节 经营风险管理	(225)
第三节 战略管理	(234)
本章小结	(247)
附录	(249)
参考文献	(272)

第一章

旅行社概述

导学提示:

旅行社是旅游活动的组织者,它与旅游饭店、旅游交通单位被称为旅游业的三大支柱部门,也是整合吃、住、行、游、购、娱旅游六大要素的“龙头”企业。旅行社是人类经济活动和旅游活动发展到一定阶段的产物。本章从旅行社的发展简史、设立条件、程序及发展趋向几个方面介绍了相关内容。

重难点:

本章的重点是掌握旅行社设立的条件、程序及旅行社发展前景;难点是国内、国外旅行社的产生与发展历程及分析国内旅行社业的现状。

知识培养:

了解国内、国外旅行社的发展简史,熟悉旅行社的设立条件、程序,掌握加入 WTO 后中国旅行社的发展趋向。

能力培养:

培养学生的专业意识;能够分析旅行社的现状及行业中存在的问题,并针对问题提出创新性的解决方法,提高学生分析解决问题的能力及培养创新性思维。

实训要求:

学生在了解了旅行社的相关理论知识的基础上,对不同旅行社的类型、经营特点、经营现状、发展趋势等方面进行调查,初步了解旅行社行业的经营现状与发展趋向。

第一节 国外旅行社发展史

一、国外旅行社的产生

(一) 国外旅行社的产生背景

旅行社是社会经济发展到一定阶段的产物,是人类旅行活动长期发展的

必然结果。就世界范围而言,人类历史上第一家旅行社产生于19世纪40年代,这与当时特定的社会背景是密不可分的。

1. 工业革命为旅行社的产生奠定了坚实的物质基础;
2. 旅游需求普遍化为旅行社的产生提供了现实的可能性;
3. 市场经济的发展为旅行社的产生创造了必要的社会条件。

(二) 国外旅行社的产生

正是在这种背景下,托马斯·库克作为世界上第一个专职的旅行代理商登上了历史舞台。

1. 托马斯·库克组织了世界上第一次团体包价旅游,这次活动历史上被认为是现代旅行社业务开端的标志。

2. 托马斯·库克组织了世界上第一次团体观光旅游,这次活动开创了世界旅行社业务的先河,确立了团体旅游业务的基本模式。

3. 托马斯·库克组织了世界上第一次出国包价旅游,这次活动是世界铁路旅游史上的创举,是现代出境旅游业务的初次尝试。

4. 托马斯·库克组织了世界上第一次团体环球旅游,这次活动标志着旅行社业务范围已逐步由英格兰扩大到整个世界,并与世界各地的铁路、航运业、旅馆业、金融业等建立了庞大的协作网络,形成了现代旅行社业务的世界格局。

二、国外旅行社的现状

从总体上看,全世界80%以上的旅行社分布在旅游业最为发达的欧美地区,世界其余地区的旅行社数量不到世界总量的20%。一般来说,旅行社数量多少,反映了地区旅游业的发达程度。但在某些国家或地区,旅游业务主要集中在数十家旅行社手中。

随着世界旅行社行业规模的进一步扩大,为加强交流和合作,促进行业的协调发展。全世界形成了许多国际性或地区性的旅行社组织,其中以世界旅行社协会和世界旅行社协会联合会的影响最为广泛。

(一) 世界旅行社协会(World Association of Travel Agencies)

世界旅行社协会简称WATA,成立于1949年,总部设在瑞士日内瓦,是一个由私人旅行社组织起来的世界性非营利性组织。

世界旅行社协会设有一个执行委员会,有9名委员,设常务秘书处,管理协会的行政事务。协会每两年举行一次大会。协会把世界分成15个区,各区每年举行一次会员社会议,研究本区旅游业务中的问题。

世界旅行社协会旨在推动旅游业的发展,收集和传播信息,参与有关发展旅游业的商业和财物工作。

该协会每3年对各会员社的营业情况进行一次调查。在1983年的调查

中,该协会所属旅行社的总营业额在 20 亿美元以上。

该协会出版《世界旅行社协会万能钥匙》,每年一期,免费提供给各旅行社。该刊是一份提供最新信息的综合性刊物,主要刊登会员社提供的各种服务项目的价目表,还刊登各国旅行社提供的国家概况和饭店介绍等。

协会的活动经费来源,一是会员社每年的捐款,二是出版发行《世界旅行社协会万能钥匙》年刊的利润。

(二) 世界旅行社协会联合会 (Universal Federation of Travel Agent's Association)

世界旅行社协会联合会简称 UFTAA,于 1966 年在意大利的罗马成立,总部设在比利时的布鲁塞尔,是世界上最大的民间性国际旅游组织之一,属专业和技术性组织。

世界旅行社协会联合会是最大的民间性国际旅游组织。其前身是 1919 年在巴黎成立的欧洲旅行社和 1964 年在纽约成立的美洲旅行社。

该会宗旨是,负责国际政府间或非政府间旅游团体的谈判事宜,代表并为旅游工业和旅行社的利益服务。

该会在 20 世纪 70 年代末共有 76 个国家参加,代表 18 000 多家旅行社,共计 50 多万职工,其中美国的旅行社最多,共 14 804 家。

该组织每年召开一次全体大会,交流经验、互通情报。

该会出版发行《世界旅行社协会联合会议使报》(月刊)(COURRIER UFTAA)。

第二节 国内旅行社发展史

一、国内旅行社的产生与发展历程

中国是世界上旅行游览活动兴起最早的国家之一。历史源远流长,在商朝,商人利用货物交易巡游四方;西周时,周穆王远游西北青海……

中国古代社会各个阶层的旅行游览活动非常频繁,主要表现为帝王巡视、官吏宦游、文人漫游、宗教云游和佳节庆游。

(一) 近代的中国旅行社

虽然我国的旅游有着悠久的历史,但我国旅行社是在受到外来经济和文化渐入的影响下产生的。

1. 国外旅行社进入中国

1840 年,英国向中国发动鸦片战争,从而打开了中国闭关锁国的大门,外国人来华的旅行和游览活动是与帝国主义的殖民侵略活动紧密关联的。这一时期,一些爱国人士由于不甘于忍受外来的殖民统治,纷纷走出国门,到

西方寻找救国救民的道路,使得出国考察和求学的人数大为增加,国际往来也逐渐频繁起来。进入20世纪不久,中国还没有一家专门从事国内外旅行接待业务的机构,一些外国旅行社便乘机到我国设立代办机构,总揽了中国的各项旅游业务。这一被动局面一直持续到1923年才开始有所改变。

英国通济隆旅行社、美国运通银行上海分行旅行部等这些外国旅行社在我国设立的办事处,基本上包揽了这些项目,瓜分了中国市场。换言之,当时中国人要出国旅行必须依赖外国旅行社。

2. 国内旅行社的产生

我国旅行社产生于20世纪20年代。1923年,当时主持上海商业储蓄银行工作的陈光甫先生在上海创办了上海商业储蓄银行旅行部,开始为旅客代购车船票、预定旅馆、派遣导游、代管行李和发行旅行支票等,为国人办理各项旅游业务。1924年该旅行部组织了首批国内旅行团。该部于1927年6月宣告独立,正式命名为中国旅行社(现为香港中国旅行社股份有限公司)。这是我国历史上最早的一家由国人开设的旅行社。

与此同时,全国各地先后出现了不少类似的旅游企业,如公路旅游服务社、浙江名胜导游团,以及1935年的中国汽车旅行社,1937年的萍踪旅行团、现代旅行社等。虽然它们中的大多数后来都因战事而自然解体,然而客观地看,它们对促进我国旅游业的发展却是功不可没的。

(二) 新中国的旅行社业

新中国成立之后,我国第一家旅行社——华侨旅行社于1949年11月19日成立于福建厦门。当时是为满足华侨和侨眷出入国探亲旅游等需要设立的。初期许多服务是免费的,不以营利为目的。

后来,为进一步加强与世界各国的交流与合作,做好对外接待工作,经国务院批准成立了两个旅行社系统:一为1954年成立的中国国际旅行社(简称国旅)总社及其分社和支社;二为1957年由各地华侨服务社组建而成的华侨旅行社(1974年更名为中国旅行社,简称中旅)总社及其分社和支社。1980年6月,隶属于中国共产主义青年团系统的中国青年旅行社总社及其分支社的成立,则象征着我国旅行社业三大组织体系的最终完成。

20世纪80年代中后期,国内旅行社异军突起。国内旅游市场的激活,使我国旅行社国内旅游业务迅速增长,同时,为满足出境旅游的需求,我国政府又批准了中国公民自费赴港、澳、新加坡、马来西亚、泰国等地的旅游。出境旅游的开禁,不仅对改变我国旅行社同境外旅行社业务合作中的地位有重大影响,而且使我国旅行社开拓了新的客源市场,我国旅行社业已全面进入入境、出境、国内三大旅游领域。

20世纪90年代,我国旅游业运行环境风云突变,旅行社数量的持续上升,进一步加剧了市场竞争。旅行社经营中暴露出的问题也一度成为旅游行