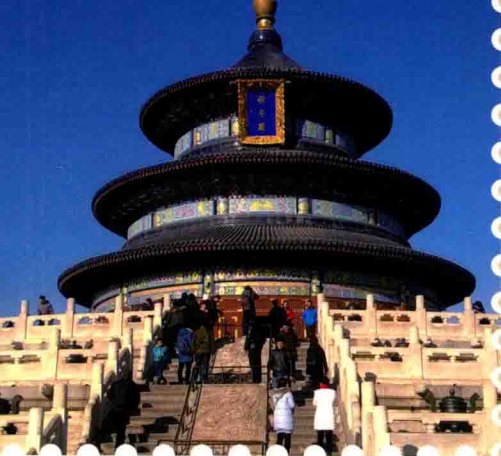


全国重点旅游院校“十三五”规划教材

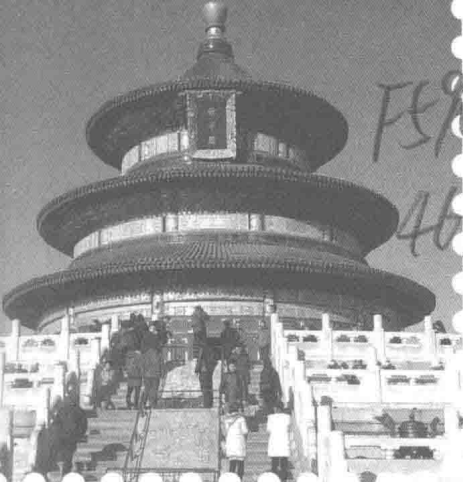


景区票务服务与 入园管理实训教程

主 编◎顾至欣 方法林

副主编◎纪文静 丁 洁

中国旅游出版社



F510
467

全国重点旅游院校“十三五”规划教材



景区票务服务与 入园管理实训教程

主 编◎顾至欣 方法林

副主编◎纪文静 丁 洁

中国旅游出版社

策划编辑: 段向民

责任编辑: 谷轶波

责任印制: 冯冬青

装帧设计: 何 杰

图书在版编目 (CIP) 数据

景区票务服务与入园管理实训教程 / 顾至欣, 方法林主编. — 北京: 中国旅游出版社, 2016.6

全国重点旅游院校“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5032-5617-2

I. ①景… II. ①顾… ②方… III. ①旅游区—商业服务—高等学校—教材 IV. ① F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 091600 号

书 名: 景区票务服务与入园管理实训教程

主 编: 顾至欣 方法林

副 主 编: 纪文静 丁 洁

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编 100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cнта.gov.cn

发行部电话: 010-85166503

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 北京工商事务印刷有限公司

版 次: 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 10

字 数: 220 千

定 价: 35.00 元

I S B N 978-7-5032-5617-2

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与发行部联系调换

前言

旅游景区是旅游行业的核心组成部分，也是包含众多旅游要素的综合区域，“吃、住、行、游、购、娱”六大旅游要素在旅游景区中都得到充分的体现，“商、养、学、闲、情、奇”等拓展要素也在现代景区的发展中不断创新，旅游景区在旅游业中具有举足轻重的地位。旅游景区管理涉及的内容丰富，根据《旅游景区质量等级的划分与评定》（GB/T17775—2003）的标准，旅游景区质量包含旅游交通、游览、旅游安全、卫生、邮电服务、旅游购物、综合管理、资源和环境的保护等8大项内容。然而，受到教学时间与教材篇幅的影响，传统的景区服务管理教材在笼统介绍景区服务规范与原则的同时，可能无法深入介绍每个服务项目的操作方法与管理手段，这就使得知识学习难以与真实的服务岗位要求对接。景区票务与入园服务往往是旅游者到达景区后享受的第一项服务内容，是旅游者第一印象的重要来源，在很大程度上影响到人们对景区的总体印象和旅游满意度。

本书以景区票务服务与入园管理为切入点，专注于该领域的服务管理研究，在吸取众多前辈专家和学者研究成果的基础上，针对高职高专旅游管理专业学生的学习特点，再现工作场景，以工作流程为主线，根据工作任务与工作岗位要求编写。本书在编写过程中力争深入浅出，强调问题导向，重视可操作性。因而，本书不仅适合作为高职高专院校旅游管理学科的课程教材，而且适合作为景区经营管理人员的工具用书及培训用书。

本书得以出版，是集体努力的结果。南京旅游职业学院顾至欣、方法林任主编，负责全书整体设计和统稿工作。纪文静和丁洁任副主编。具体编写分工如下：项目一、项目三由顾至欣编写，项目二由方法林编写，项目四、项目五由纪文静和丁洁共同编写。参编人员均为教学一线教师，教学任务繁重，加之时间仓促、水平有限，本书错误与不妥之处在所难免，恳请专家学者和同仁及广大读者批评指正。

编者

2016 年 5 月

目 录

项目一 景区票务服务与入园管理认知	1
[项目简释]	1
[案例导入]	1
任务1 景区门票基础知识	2
[任务简释]	2
[能力目标]	2
模块1 门票的发展历史	2
模块2 门票的构成	5
模块3 门票的种类	5
模块4 门票的功能	7
模块5 门票的文化	10
模块6 新型门票的发展趋势	12
[知识链接]	14
[课后思考]	15
任务2 景区票务服务概述	16
[任务简释]	16
[能力目标]	16
模块1 景区票务服务相关定义	16
模块2 景区售票处的选址与布置	16
模块3 景区票务服务的主要工作内容	17
[知识链接]	18
[课后思考]	19
任务3 景区入园管理概述	20
[任务简释]	20
[能力目标]	20
模块1 景区入园管理相关定义	20

模块 2 景区入口的设计与布置	20
模块 3 景区入园管理的主要工作内容	21
[知识链接]	22
[课后思考]	23
任务 4 组织架构与管理制度	24
[任务简释]	24
[能力目标]	24
模块 1 景区票务服务与入园管理组织架构	24
模块 2 岗位职责	24
模块 3 管理制度	26
[知识链接]	31
[课后思考]	32
项目二 景区售票服务	33
[项目简释]	33
[案例导入]	33
任务 1 售票前的准备工作	34
[任务简释]	34
[能力目标]	34
模块 1 售票人员准备	34
模块 2 设施设备准备	35
模块 3 纸质票的管理与领取	35
模块 4 备用金的管理与领取	36
[知识链接]	37
[课后思考]	39
任务 2 散客售票服务工作	40
[任务简释]	40
[能力目标]	40
模块 1 问候与说明	40

模块 2 现金收取与找零	40
模块 3 信用卡支付操作	41
模块 4 支票支付操作	41
模块 5 钞票的真伪鉴别	42
模块 6 证件的真伪鉴别	45
模块 7 礼貌道别	49
[知识链接]	49
[课后思考]	52
任务 3 团队售票服务工作	53
[任务简释]	53
[能力目标]	53
模块 1 团队票的准备和预约	53
模块 2 团队票的验核	53
模块 3 团队票的付款与登记	54
[知识链接]	55
[课后思考]	58
任务 4 售票后的整理工作	59
[任务简释]	59
[能力目标]	59
模块 1 门票与现金的处理	59
模块 2 办公环境的检查与关闭	59
[知识链接]	60
[课后思考]	60
任务 5 售票常见问题的处理	61
[任务简释]	61
[能力目标]	61
模块 1 假钞的处理	61
模块 2 假证件的处理	62

模块 3 购买优惠票纠纷处理	62
模块 4 散客退票的处理	62
模块 5 团队票取消或退票的处理	63
[知识链接]	64
[课后思考]	65
项目三 景区订票服务	66
[项目简释]	66
[案例导入]	66
任务 1 网络订票服务	67
[任务简释]	67
[能力目标]	67
模块 1 网络订票的准备与接收	68
模块 2 网络订票的处理与确认	69
模块 3 网络订票的跟踪与反馈	70
[知识链接]	71
[课后思考]	76
任务 2 电话订票服务	77
[任务简释]	77
[能力目标]	77
模块 1 电话订票的准备与接收	77
模块 2 电话订票的处理与确认	77
模块 3 电话订票的跟踪与反馈	78
[知识链接]	78
[课后思考]	80
任务 3 预订取票服务工作	81
[任务简释]	81
[能力目标]	81
模块 1 取票服务的准备工作	81

模块 2 电话订票的取票工作	82
模块 3 网络订票的取票工作	82
[知识链接]	83
[课后思考]	84
任务 4 订票常见问题的处理	85
[任务简释]	85
[能力目标]	85
模块 1 预订门票修改和取消的处理	85
模块 2 订电子门票后未能直接入园的处理	86
模块 3 无法成功取票的处理	86
[知识链接]	87
[课后思考]	89
项目四 景区检票服务	90
[项目简释]	90
[案例导入]	90
任务 1 检票前的准备工作	91
[任务简释]	91
[能力目标]	91
模块 1 检票人员准备	91
模块 2 设施设备准备	92
[知识链接]	92
[课后思考]	93
任务 2 散客检票工作	94
[任务简释]	94
[能力目标]	94
模块 1 问候与迎接	94
模块 2 散客门票的查验	94
模块 3 散客证件的查验	94

模块 4 检票与放行	95
[知识链接]	95
[课后思考]	96
 任务 3 团队检票工作	97
[任务简释]	97
[能力目标]	97
模块 1 团队门票信息核验	97
模块 2 团队人数清点与放行	97
[知识链接]	98
[课后思考]	98
 任务 4 电子门票的办理与检票	99
[任务简释]	99
[能力目标]	99
模块 1 IC 卡门票的办理与检票	99
模块 2 二维码门票的办理与检票	100
模块 3 指纹门票的办理与检票	100
[知识链接]	101
[课后思考]	103
 任务 5 检票整理工作与常见问题处理	104
[任务简释]	104
[能力目标]	104
模块 1 检票整理工作	104
模块 2 团队票与预约情况不符的处理	104
模块 3 旅游者无票、逃票入园的处理	105
模块 4 倒卖门票的处理	105
模块 5 旅游者多次入园的处理	106
模块 6 通过趣味活动形式入园的处理	106
[知识链接]	107

[课后思考]	111
项目五 景区入园管理	112
[项目简释]	112
[案例导入]	112
任务1 景区入口环境准备	114
[任务简释]	114
[能力目标]	114
模块1 入口设施场地准备	114
模块2 入园排队空间准备	116
模块3 入口环境卫生准备	117
[知识链接]	118
任务2 景区入园排队服务	120
[任务简释]	120
[能力目标]	120
模块1 普通入口通道服务	120
模块2 绿色通道服务	120
模块3 贵宾通道服务	121
[知识链接]	122
[课后思考]	125
任务3 景区入口引导服务	126
[任务简释]	126
[能力目标]	126
模块1 宣传资料的设计与分发	126
模块2 入口咨询岗服务	128
模块3 入口导视牌的设计与布置	128
[知识链接]	131
[课后思考]	134

任务 4 景区入园管理常见问题的处理	135
[任务简释]	135
[能力目标]	135
模块 1 排队秩序混乱问题的处理	135
模块 2 旅游者长时间排队的处理	135
模块 3 绿色通道滥用问题的处理	137
[知识链接]	138
[课后思考]	144
主要参考文献	145

项目一 景区票务服务与入园管理认知

◆【项目简释】

第一印象是人们第一次接触客观事物而留在头脑中较为深刻的具体形象，它很大程度上决定了人们关于事物的总体印象。景区票务与入园服务往往是旅游者到达景区后享受的第一项服务内容，该项服务的好坏决定着旅游者对于景区的总体印象。景区票务与入园管理认知项目要求服务人员掌握景区门票发展的基本知识，熟悉景区入园管理的基本工作内容，了解景区票务服务与入园管理的组织架构与岗位职责。

◆【案例导入】

“二维码电子门票”把关 苏州两景区率先启用

2010年，苏州市率先在拙政园和虎丘景区启用二维条码电子门票智能管理系统。此举不仅可以从源头上杜绝假票现象，而且方便管理人员实时掌握入园旅游者情况，及时调配人员做好服务。据介绍，电子门票使用便捷，只要将门票上的条码对准门禁处的“电子眼”扫描一下，便可顺利入园，平均约2秒钟便可查验一张门票。

据负责安装电子门票管理系统的工程师介绍，电子门票具有加密防伪功能，一票一码，使用过后即作废，仿制无用。并且，景点当天出售的所有门票都要事先激活，只有从售票处售出的门票才能“通关”入园。

电子门票智能系统还让信息化管理成为现实。准确到每天几点几分，入园旅游者数量均可在操作平台上实时查询，尤其在旅游高峰期间，可方便管理人员控制流量，适时调配服务人员。同时，电子门票还可统计多项附加信息，如关于客源市场的统计，可以精确到旅游者来源于哪个国家、哪个城市等，便于景点在市场营销上有的放矢。据悉，今后二维条码电子门票还可实现网上订票。旅游者在网上支付后，便可下载相应的二维条码到手机上，持手机直接扫描入园，无须再排队购票。

提问：1. 现代景区门票应具备哪些功能？

2. 你认为景区入园管理包括哪些工作内容？

3. 谈谈你对电子门票与普通门票优缺点的认识。

任务1 景区门票基础知识

【任务简释】

门票是旅游者接受旅游服务或进行旅游游览时所需的凭证,一般需要花钱购买,有时被称为入场券。在学习景区售票服务之前,需要对门票的发展历史,门票的构成、种类、功能以及发展趋势进行全面的了解。

【能力目标】

1. 了解门票的发展历史与发展趋势;
2. 了解门票构成和分类;
3. 熟悉门票在现代旅游业中的功能。

模块1 门票的发展历史

旅游门票是指对旅游者开放的各种旅游景点(包括公园、博物馆、文物古迹、休养娱乐胜地、历史名人纪念地、自然风景区以及旅游景点附属观光索道电梯、环保车和临时展出或观赏项目等)所收取游览参观费用的票据。据辞书记载,票是作为凭证的纸片,明代就有“官票”“平价米票”可证明。票也是契据,古代的票分为两半,各执其一以为凭证,现在景区门票由正票和副票组成即带此色彩。

1. 新中国成立之前的门票

旅游门票是伴随着旅游业的发展而产生发展的。最早旅游门票可能与宗教旅游有关。明代张岱著《陶庵梦忆》卷二中记载:“己巳,致曲阜谒孔庙,买门者门以入。”但是这种“买门”是用门票的形式来体现,还是交了钱就可以进门,已经无从考证了。成书于清康熙二十三年(1684年)的《虞初新志》一书中孙嘉全所著《南游记》记载:“途中欲望东岳……欲上,土人曰:不可,山顶有娘娘庙,领官票,而后得入,票银二钱,曰:口税。”有据可查的景区门票出现在清末。当时,随着国门的打开,中国人逐渐接受了博物馆这一公益设施。1905年,著名民族实业家张謇先生创办了南通博物苑。南通博物苑刚开放时没有使用景区门票,后为了便于管理,于1913年正式使用“博物苑观览证”(图1-1)。该票采用铁皮制成,票幅为6.5cm×3.5cm,没有面值,分特证牌(黄底黑字)和公证牌(白底黑字)两种。牌的正面竖写“博物苑观览证”字样,背面有“国文专修科”字样,现存放于南通博物苑内,这可以说是中国最早的门票。



图1-1 中国最早的博物馆门票——“博物苑观览证”

图片来源:刘志峰.百年博物苑,一个辉煌的起点[N].浙江日报,2007-02-09(14)

这一时期,中国的景区门票也渐渐增多起来。1908年,北京三贝子花园(今动物园)于5月20日向公众开放并发售

门票，仅10月13日慈禧太后70寿辰这天，旅游者就达五六千人。1909年8月，上海法租界公共局建造的顾家宅花园，由于不对华人开放，引起了上海人民的不断抗议和斗争，迫使法租界公董局于1928年6月18日宣布顾家宅花园对华人开放，实行门票制，每人年券一元，零券（即每人每次）一角。1924年，北京颐和园正式辟为公园，开始售票，进大门收大洋一元二角，排云殿每张五角，谐趣园每张二角，南湖每张一角，石舫每张一角，全部游完需大洋二元五角。这在当时差不多相当于一个普通老百姓大半个月的收入，不能不说是高收费的代表。辛亥革命后，皇家园林、名胜古迹、博物院、公园相继对公众开放，门票的使用更为广泛，尽管名称不同，但入门凭证的作用是一致的。以博物馆门票为主流（图1-2），票面印刷简单，早期门票缺乏艺术性，设计形式感不强，色彩单调，票面以单色为主，版式单一，材料都为普通薄纸，更没有体现景点应有的文化内涵。

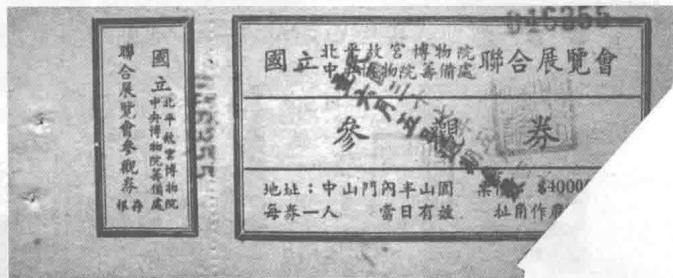


图1-2 民国三十七年故宫博物院门票

2. 新中国成立至20世纪60年代中期的门票

新中国成立初期至20世纪60年代中期，在百废待兴时期，随着我国文化和旅游事业的发展，修整了一大批文物的古迹展览和博物馆，新建了一大批园林景区，使得门票广泛运用。初期门票的特点是简易实用，一般以文字为主，不辅作图案，缺乏一定的艺术审美价值（图1-3）。这一时期的旅游门票虽然票幅较小，文字简易，但这个时期门票印刷上已经使用套色，艺术手法较早期门票变得丰富一些，设计意识得到一定加强，地域文化的表现也比较突出。在制作材料上，品种繁多，诸如纸张、竹片、金属等，在许多地方，还出现可以长期反复回收使用的筹码门票（图1-4）。



图1-3 连云港花果山景区门票



图1-4 上海豫园、上海博物馆、苏州园林等筹码门票

图片来源：陆新，地域文化对中国旅游门票设计的影响[D]，苏州：苏州大学，2007。

3. 20世纪60年代中期至70年代末期的门票

在“文革”特定的历史时期，人民群众与“旅游”二字无缘，相关的自然景观有限地开放，人文景观大多被作为“封、资、修”的象征而关闭。唯一能参观瞻仰的地方就是那

些人民群众接受革命传统教育的革命圣地和少数纪念馆。由于当时政治统领一切，无须考虑经济价值，所有的票面大都不标注面值。“文革”门票的票幅和设计形式都固定在一定的模式内变化，色彩运用集中在大红色上，票面大多反映“文革”时期的图案，如毛主席像、工农兵形象、毛主席语录、诗词、红旗、太阳、葵花等（图1-5、图1-6）。与今天绚丽多彩的旅游门票相比，在作用、功能和用途等方面都有很大的差异，具有特殊的时代价值。从20世纪70年代中后期起，代用式门票较为普遍，最常见的是书签式。这种门票大多票面上无“参观票”字样，即使有也写成“参观纪念”字样。这种形式的代用门票用途甚广，从纪念馆到各类展览馆都使用，常见的有上海“一大”会址、南昌起义纪念馆等。



图 1-5 毛泽东旧居门票

图片来源：陆新. 地域文化对中国旅游门票设计的影响 [D]. 苏州：苏州大学，2007.



图 1-6 上海公园门票

4. 20 世纪 80 年代至今的门票

20 世纪 80 年代至今是我国门票设计和门票发展的重要时期。改革开放后，我国各项事业蓬勃发展，旅游业自然也欣欣向荣，这带给旅游门票前所未有的发展机遇。随着物质生活质量的提高，人们对旅游已不陌生，旅游已成为社会文化生活的重要组成部分。旅游业的发展推动和促进了旅游门票的发展，这个时期是旅游门票最为广泛使用的时期，旅游门票渐渐成了精品景点的缩影，成了集观赏性、艺术性、趣味性和知识性于一体的艺术品，具有较高的观赏和收藏价值。

这一时期旅游门票具有绚丽多彩的时代特性。第一，体现了丰富的文化内涵。旅游门票上的地域特色和文化内涵被表现得淋漓尽致，门票设计超越了原来只注重实用价值轻艺术的倾向，体现了浓郁的民族文化和地域特征，渐渐成为具有独特风格的文化艺术品。第二，具有精美的艺术效果。种类繁多、版本多变、材料讲究是现代旅游门票发展趋势。一个景点在同一时期出现了多个不同版本的门票，旅游门票大多采用高质量的摄影图片，书法、碑刻、