

21世纪高等院校旅游管理专业系列教材



LÜXINGSHE JINGYING GUANLI

旅行社经营管理

楼嘉军 / 主编

立信会计出版社

责任编辑：徐小霞

封面设计：周崇文

ISBN 7-5429-1112-0



9 787542 911124 >

ISBN 7-5429-1112-0/F·1019

定价：18.60 元

21世纪高等院校旅游管理专业系列教材

旅行社经营管理

LÜXINGSHE JINGYING GUANLI

楼嘉军 主编

立信会计出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

旅行社经营管理/楼嘉军主编. —上海:立信会计出版社,2003.4

(21 世纪高等院校旅游管理专业系列教材)

ISBN 7-5429-1112-0

I. 旅... II. 楼... 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(2003)第 028236 号

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021) 64695050 × 215 (021) 64391885(传真) (021) 64388409
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
E-mail	lxaph@sh163c.sta.net.cn

印 刷	上海申松立信印刷厂
开 本	890×1240 毫米 1/32
印 张	10.375
插 页	2
字 数	268 千字
版 次	2003 年 4 月第 1 版
印 次	2003 年 4 月第 1 次
印 数	3 000
书 号	ISBN 7-5429-1112-0F·1019
定 价	18.60 元

如有印订差错 请与本社联系

21 世纪高等院校旅游管理专业系列教材

编 纂 委 员 会

主编：冯学钢(华东师范大学旅游学系)

编委：郭英之(复旦大学旅游学系)

武邦涛(上海交通大学旅游管理系)

庄志民(华东师范大学旅游学系)

张文建(华东师范大学旅游学系)

吴承照(同济大学风景旅游系)

邹 益(上海对外贸易学院旅游系)

陈建勤(上海大学旅游学系)

吴国清(上海师范大学旅游学院)

刘 住(上海旅游高等专科学校)

朱卫娅(锦江集团教育培训中心)

王慧敏(上海社会科学院)

前 言

进入 21 世纪,我国旅行社面临着加入世界贸易组织后正在出现的新一轮蓬勃发展的大好时机以及来自国际旅游市场的严峻挑战。一方面,中国经济多年来持续走强,人们的生活水平不断提高,使旅游活动日益成为我国广大居民一种全新的生活方式,促使国内旅游市场不断扩容;同时,我国作为国际旅游市场重要的目的地国家的地位日益巩固,从而有力地推进了旅行社行业的飞速发展。另一方面,经济全球化速度在不断加快,新技术也在不断完善,国际旅行社企业和国际资本正在大踏步进入我国的旅游市场,我国的旅行社企业正在面临前所未有的挑战。

旅行社是我国旅游业重要的产业部门,具有显著的市场导向作用和强大的产业关联作用,因此,加强旅行社的建设,提高旅行社的经营管理能力,更新旅行社的市场竞争理念,应对全球化时代我国旅行社所面临的新挑战,推进我国旅游业蓬勃健康的发展,已经成为旅行社行业和旅游学界的共识。

作为大学旅游管理专业本科生的必修课教材,本书是在参阅众多的国内外有关旅行社经营管理文献的基础上编撰而成的,并注意吸收旅游学界最新的研究成果,以使本书具有理论性、创新性和实用性相结合的特点。

本书以旅行社基本业务的经营管理为基础,共分为 11 章。第一章为旅行社发展概述,叙述了自 1845 年托马斯·库克成立世界上第一家旅行社至今中外旅行社发展的基本脉络。追溯这一段历史过程,对于

当前我国旅行社行业的建设和发展具有借鉴作用。第二章至第十章系统阐述了旅行社的基本业务,尤其是围绕旅行社的产品开发、市场营销和接待服务三大核心业务板块进行深入剖析,重点研究了具有旅行社特点的市场业务经营管理的原则、方法和策略。第十一章勾勒了旅行社未来发展的基本趋势。

本书由楼嘉军主编。各章执笔人员如下:第一章,楼嘉军;第二章,楼嘉军;第三章,楼嘉军、史萍;第四章,楼嘉军、吴娟娟;第五章,田海宇、楼嘉军;第六章,马建瑜、楼嘉军;第七章,王若冰;第八章,史萍;第九章,史萍、赵岚;第十章,吴伟铭、王若冰;第十一章,田海宇。在本书的编写过程中,引用了学术界的各种研究成果和大量文献资料,因篇幅有限,难以一一注明,谨致歉意。

本书的编写得到了华东师范大学旅游系诸多同事的大力支持,尤其是冯学钢主任、王晓云副教授给予了具体的指导和帮助,在此表示诚挚的谢意。

由于时间仓促,水平有限,加之旅行社的发展在理论和实践方面不断有新的突破,本书的不妥之处实属难免,敬请广大学者和读者指正。

作 者

2003年4月

目 录

第一章 旅行社发展概述	1
第一节 工业革命和旅行社的产生	1
一、工业革命和新的旅行方式(1) 二、近代旅行社的产生(4) 三、 早期旅行社经营活动方式的创新(7)	
第二节 世界旅行社发展的阶段	9
一、旅行社的诞生期(19 世纪中晚期)(9) 二、旅行社的初步发展期 (20 世纪初中期)(10) 三、大众旅游时代的旅行社(20 世纪中晚期) (10) 四、新经济时代的旅行社(自 20 世纪 90 年代开始)(11)	
第三节 国内旅行社的产生和发展	12
一、民国时期的旅行社(12) 二、新中国的旅行社事业(13) 三、改 革开放以后的中国旅行社行业(13)	
复习思考题	15
第二章 旅行社的性质与作用	17
第一节 旅行社的性质和职能	17
一、旅行社的性质(17) 二、旅行社的基本职能(19) 三、旅行社的 业务范围(22)	
第二节 旅行社的分类	25
一、旅行社分类依据(25) 二、国外旅行社的分类(27) 三、我国旅 行社的分类(28)	
第三节 旅行社的行业特点	30
一、旅行社人员构成的“双密集”性特征(30) 二、旅行社服务流程的	

复杂性特征(31) 三、旅行社资金和信息的双驱动特征(33) 四、旅行社业务运作的波动性特征(34)	
第四节 旅行社的作用	36
一、旅行社在现代旅游业中的地位(36) 二、旅行社的作用(37)	
复习思考题	39
 第三章 旅行社的开办和组织结构的设计	41
第一节 旅行社的设立	41
一、旅行社开办前的内外环境分析(41) 二、设立旅行社的基本条件(43) 三、旅行社开办程序(44)	
第二节 旅行社的组织结构	46
一、旅行社组织结构设计原则(46) 二、组织结构模式(47) 三、旅行社组织结构设计管理特点(54)	
第三节 旅行社管理体制的改革	56
一、旅行社市场化发展的过程(56) 二、旅行社深化改革面临的问题(58) 三、旅行社改革的途径和措施(60)	
第四节 旅行社行业组织	63
一、旅行社行业协会的性质和特点(63) 二、旅行社行业协会的职能(64) 三、旅行社行业协会的建设(65)	
复习思考题	67
 第四章 旅行社产品开发与设计	68
第一节 旅行社产品的种类	68
一、旅行社产品概念(68) 二、旅行社产品类型(69)	
第二节 旅行社产品开发策略	73
一、影响旅行社产品开发的因素(73) 二、旅行社产品组合类型(76) 三、旅游产品组合策略(79)	
第三节 旅游线路设计	81
一、旅游线路(81) 二、旅游路线设计的原则(82) 三、旅游线路的	

设计流程(85) 四、旅游线路方案设计实例分析(89)	
复习思考题	91
第五章 旅行社市场定位	92
第一节 旅游客源市场细分	92
一、旅行社客源市场细分的重要性(93) 二、旅行社客源市场细分的标准(94)	
第二节 客源市场变化趋势分析.....	100
一、国内旅游市场结构的变化(100) 二、入境旅游市场格局的演变(106)	
第三节 旅行社目标市场选择与定位.....	109
一、目标市场的概念(109) 二、目标市场选择的主要标准(110) 三、旅行社目标市场的选择(113) 四、旅行社目标市场的定位(114)	
五、客源市场定位实例简析(118)	
复习思考题.....	119
第六章 旅行社市场销售管理.....	121
第一节 旅行社市场销售策略.....	121
一、旅行社市场销售(121) 二、旅行社产品销售渠道的分类(124)	
三、旅行社销售策略(131) 四、旅游中间商的选择与管理(135)	
第二节 旅行社产品销售价格管理.....	137
一、旅行社产品的价格(137) 二、影响旅行社产品价格的因素(138)	
三、旅行社产品的定价原则和目标(141) 四、旅行社产品的定价策略(144) 五、旅行社产品价格制定的方法(146)	
第三节 旅行社促销.....	149
一、旅行社产品促销(149) 二、旅行社产品的促销决策(154) 三、旅游产品促销实例分析(157)	
复习思考题.....	162

第七章 旅行社经营计划与服务采购	163
第一节 旅行社经营计划管理	163
一、旅行社的计划管理(163) 二、旅行社的目标管理(170) 三、旅行社的战略管理(175)	
第二节 旅行社的服务采购	181
一、旅行社服务采购(181) 二、旅行社服务采购的协作网络(184)	
第三节 旅行社服务采购管理	189
一、正确处理对外服务采购的三大关系(189) 二、服务采购合同的管理(191)	
复习思考题.....	193
第八章 旅行社服务管理	194
第一节 旅行社服务的特点与构成	194
一、旅行社服务的特点(194) 二、旅行社服务的重要性(198) 三、旅行社的旅游服务圈管理模型(200)	
第二节 旅行社售前服务的管理	203
一、旅行社的门市部(204) 二、旅行社门市部的服务功能(204) 三、旅行社门市部的服务管理(208)	
第三节 旅行社售中服务的管理	213
一、旅行社导游服务的特点与作用(214) 二、旅行社导游人员的职责(217) 三、旅行社导游陪同管理制度(220)	
第四节 旅行社售后服务的管理	227
一、旅行社售后服务的内涵(227) 二、售后服务中的反馈跟踪(228)	
三、售后服务中的客户联系(229) 四、售后服务中的投诉处理(232)	
复习思考题.....	237
第九章 旅行社人力资源管理	238
第一节 人力资源与人力资源管理	238
一、旅行社人力资源的概念(239) 二、旅行社人力资源管理的重要性	

(240) 三、旅行社人事管理与人力资源管理的区别(241)	
第二节 旅行社人力资源管理中的工作分析·····	243
一、工作分析的内涵(244) 二、工作描述和任职资质的编写(245)	
三、工作分析的程序(247) 四、工作设计(248) 五、工作分析在人力资源	
管理中的作用(250)	
第三节 旅行社员工招聘与岗位培训·····	251
一、旅行社员工的招聘(251) 二、旅行社员工的培训(259) 三、旅	
行社员工的激励(263) 四、旅行社薪酬的管理(266)	
复习思考题·····	271
 第十章 旅行社财务管理·····	272
第一节 旅行社财务管理的特点和原则·····	272
一、旅行社财务管理的特点(272) 二、旅行社财务管理的原则(274)	
第二节 旅行社资本金的构成和资产的管理·····	276
一、旅行社资本金的构成(276) 二、旅行社流动资产管理(277) 三、	
旅行社固定资产管理(280)	
第三节 旅行社成本费用管理·····	281
一、旅行社成本与费用构成(282) 二、旅行社成本与费用管理(283)	
第四节 旅行社营业收入与利润管理·····	285
一、旅行社营业收入管理(285) 二、旅行社利润管理(287)	
第五节 旅行社税金和结算管理·····	290
一、旅行社税金管理(290) 二、旅行社结算管理(290)	
复习思考题·····	292
 第十一章 全球经济一体化时代的旅行社发展趋势·····	293
一、产业集团化趋势(294) 二、组织虚拟化趋势(296) 三、结构一	
体化趋势(298) 四、经营国际化趋势(300) 五、产品品牌化趋势	
(303) 六、销售网络化趋势(305)	
复习思考题·····	307

附录 旅行社管理条例·····	308
参考书目·····	317

旅行社发展概述

人类的旅游活动源远流长,但是作为服务于旅游活动的旅行社,却是与近代社会的市场经济、科学技术和社会分工的进一步发展密不可分的。旅行社是近代工业革命的产物。

第一节 工业革命和旅行社的产生

一、工业革命和新的旅行方式

(一) 工业革命对旅行社产生的影响

1. 近代工业经济的影响。在 18~19 世纪近 200 年左右的时间里,世界各国的经济和社会结构先后发生了巨大的变化,作为社会经济发展产物的旅游活动,也伴随着近代资本主义社会的飞速发展而演进。站在历史发展的高度来观察,对近代旅游产生革命性影响的直接动力,当属工业革命带来的巨大的社会经济腾飞和社会结构的改革,使旅游活动无论从内容到形式,开始迈入充满活力的近代资本主义社会的发展阶段,从而为旅行社的诞生奠定了扎实的基础。

18 世纪发生在英国的第一次工业革命,推进了资本主义在全球的发展,从而使整个世界经济结构和社会发展结构发生了翻天覆地的变化,也为近代旅行社的产生和发展准备了必要的条件。

经济结构的调整。工业革命使大机器生产代替了手工操作,蒸汽

机和电力得到广泛应用,生产力水平迅速提高,英国得以成为世界工厂。与此同时,工业革命对旅行游览活动的直接和间接的影响力也与日俱增。

近代工资制度的形成。这是在资本主义的制度下劳动力价值的货币表现方式,是一种与传统的农业经济时代采用实物分配方式迥异的谋生回报方式。从一定意义上讲,近代工资制度的出现,为日后人们的旅行游览活动的普及准备了经济条件。

2. 社会结构的变迁。

第一,城市人口的增加。工业革命带来的一个显著的社会变化就是城市人口的迅速增加。工业革命造成整个社会生产力的巨大发展,不仅使世界总人口大幅度上扬,重要的是在欧美国家形成人口向城市集中的倾向。据雷戈里·金估计,17世纪末英国的人口为550万,但到了1801年,人口已超过1500万;至19世纪中叶,则突破了2500万,而居住在城市的人口已达到60%以上。城市人口激增刺激了国内旅游市场需求的扩大,由于城市人口的人均收入要远远高于农村地区,所以就为旅游市场准备了庞大的客源群体。这就佐证了一个在世界旅游业发展过程中的基本事实,也即在英国近代旅游业的发展过程中,大规模的旅游活动首先诞生在以新兴的工业城市群为主的英国中部和北部地区,而并非出现在以农业为中心的南部地区。世界上第一家旅行社就诞生在英国中部工业发达的地区,这绝非偶然,而是因为在这些工业城市里积聚着高密度的人口,孕育了大规模、大容量的娱乐旅游活动,这就为近代新兴旅游企业的出现创造了必备的前提条件。

第二,人口移动影响。在人口大量增加的同时,许多国家发生了大规模的人口迁移运动。由于工业和服务业的兴起,造成农村地区大量的人口朝城市不断地迁移,因为只有城市才能提供足够的就业机会。

第三,交通结构革新。交通是人们出行的必要前提条件。因为旅游是一种走出家门的活动,工业革命导致交通工具的变革,使人类的旅

游活动进入了“蒸汽机时代”，摆脱了马车、木船的束缚，借助于蒸汽机技术的推动力，人们可以理直气壮地冲破传统的地理障碍和心理障碍，无论从时间或是空间上说，人类的旅游活动开始真正进入充满生机的时代。近代交通工具的革新，加速完成了一个旅游发展的过渡阶段，即从古代和中世纪零散和短距离的旅游活动，逐渐演变成为近代较大规模、中长距离的旅游活动。1840年，英国已有200万人次坐火车旅行。

（二）旅行游览观念的进步

在18世纪以前，真正意义上的旅游和度假的观念可以讲是不存在的。局限于落后的社会经济生产力，即便是在西方的欧洲国家，无论富人或穷人，地主或农民，都还被一种传统的农业耕作思想所束缚，无法也不可能把生活分为工作和休闲两部分。18世纪中晚期以后，世界进入了近代工业革命时代，由于社会经济结构发生了根本性的变化，导致近代社会人们的观念也随之产生了很大的改变。而这种变化基于两个重要的社会变动趋势：一是社会经济由简单原始的农业耕作经济走向近代化的大机器生产时代；二是建立在近代工业革命的基础上，造成千百年来人们为之谋生的工作就业之地与生养繁衍之地合二为一的传统形态，开始出现分离的趋势。在这两种趋势的影响和调节下，为近代旅游活动的兴起奠定了认识基础。

工业革命引起的工业化、城市化过程，极大地改变了人们的生活环境和工作性质，使人们渐渐地面对自然环境遭到破坏、城市污染和拥挤、工作节奏加快、生理和心理负担加重等严峻的社会现实问题。在大西洋两岸的英国和美国，都曾发生过严重的环境污染事件，因而带给人们极度的心理恐惧感。人们为了避免因经济繁荣而对环境造成的破坏，从而影响生活质量，迫切需要改变生活方式，追求和向往自然恬静的生活环境。19世纪中叶外出旅游和度假之风由此兴起。

（三）新的旅行游览方式的形成

经济发展、交通改善、旅费降低、空间地域概念的扩大、配套娱乐设

施的逐步改进和休闲娱乐观念的进一步更新,都在新的层次上丰富和完善了多种多样的旅游活动形式。当时的旅行游览方式主要有以下几种:

1. 观光旅游。观光旅游是工业革命以后形成的最普及的游览方式。城市富裕和有闲阶层的出现,导致最早的城市观光旅游活动的出现。人们外出旅游的足迹逐步涉及海滨、温泉、农村、山区、峡谷、江河湖泊、森林、工商业大城市,以及一些特殊的城市节庆会展活动。

2. 商务旅行。商务旅行基本上是由两种形式构成:一是在当时出现了其财产不依附于土地的新兴债券持有者和金融中间人阶层,改善后的交通极大地方便了他们来往于国内,甚至海外地区。二是伴随着资本主义国家国内外贸易的发展,以采购原材料和推销产品为主的商务旅游活动开始盛行,而且成为人口流动中一支不可忽视的力量,“不断扩大产品销售的需要,驱使资产阶级奔走于全球各地”。^① 由于社会经济的持续发展,遂导致商务旅行这种特殊的旅游形式在当时占有相当重要的地位。

3. 度假旅游。新兴资产阶级是近代度假旅游的最早参与者。他们拥有大量的生产资料,既有金钱,又有时间,度假活动对他们及其家属而言,已经成为一种特定的社会消费的要求。正是基于当时各种社会因素的改变,近代新兴资产阶级把前往农村、矿泉浴场、海滨胜地等地方进行度假,当作一种几乎固定的生活方式。

二、近代旅行社的产生

(一) 旅行社的诞生

工业革命驱使英国国内经济生产总量迅猛递增,直接导致国内外贸易的高速发展。为适应国内经济和对外贸易的超常规发展,人口流动的规模和速率也随之出现了明显的放大趋势。这种因经济变革而产

^① 马克思恩格斯选集,第1卷,北京:人民出版社,1973,254