

大学旅游教材 沈祖祥 主编



# 旅行社经营管理

33

夏林根 著 福建人民出版社

# 旅行社经营管理

夏林根 著



福建人民出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

旅行社经营管理/夏林根著. —福州: 福建人民出版社,  
2002. 3

大学旅游教材 ISBN 7—211—04026—2

I. 旅... I. 夏... II. 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 (2002) 第 004811 号

大学旅游教材

**旅行社经营管理**

LÜXINGSHE JINGYING GUANLI

夏林根 著

\*

福建人民出版社出版发行

(福州市东水路 76 号 邮编: 350001)

福州屏山印刷厂印刷

(福州铜盘路 278 号 邮编: 350003)

开本 850 毫米×1168 毫米 1/32 13.5 印张 2 插页 318 千字

2002 年 3 月第 1 版

2002 年 3 月第 1 次印刷

印数: 1—5000

ISBN 7—211—04026—2

F·237 定价: 21.80 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换。

# 主编献辞

沈祖祥

月落日升，星移斗转，春去冬来，四季递嬗。就在这年复一年的流淌中，不知不觉，时间老人已悄悄地把我们领进了 21 世纪。

世界旅游组织预言：21 世纪是世界旅游的世纪！且不说这种预言最终能否成为现实，但是至少有一点，我们可以满怀激情并理直气壮地坚信：旅游正以一种全新的生活方式，在经意和不经意之间，主宰着我们这个时代的时尚和潮流，而且在今后相当长的一段时期内，旅游将始终是人类共同关注的话题和焦点。这对我们这些从事旅游教学工作的同仁来说，不啻是一种鼓励，而且更是一种动力和鞭策。

我们从历史中走来。复旦历史系设立旅游专业以来，迄今已历经六七年艰辛而又坎坷的历程。在这不算太长也不算太短的岁月间，尽管我们步履蹒跚，但是，我们始终饱满和旺盛的斗志，进行着艰苦卓绝的努力。

我们感慨过，我们思索过。我们衷心希望，能尽我们自己的所能，为正在建造的光辉灿烂的 21 世纪大厦添砖加瓦，贡献我们的一份绵薄之力。我们终于萌发了将这七年来，我们在旅游教学和研究中的所思、所想，整理爬梳，编辑出版一套“大学旅游教材”丛书的构想，并且迅速付诸实施。

我们不想误人子弟。所以，我们写作并出版这套“大学旅游

教材”丛书，力求尽可能地形成自己的风格、自己的特色，做到理论性与应用性并重，学术性与普及性兼顾，稳定性与适应性结合，论点新颖、材料新鲜、信息准确、文字流畅、语言简洁，体现时代的特点。

我们不敢奢谈，也不敢狂谈，这套丛书一定就是一套高层次、高水平的著作。但是，我们愿竭尽全力，避免那种低水平、低层次的运作。

我们的优势在于历史和文化，而且，我们认为，目前我们国家的旅游教学、研究和出版，最显底气不足的也正是文化。所以，我们将尽可能地发挥自己的优势和特长，扬长避短，在编辑出版《旅游学概论》和《旅游心理学》等等这些旅游管理专业必修课程教材的同时，重点和特色放在《旅游文化概论》、《宗教旅游》、《中国旅游史》、《世界旅游史》、《娱乐旅游概论》等等这样一批具有较高文化含量和文化品味，而且又具有一定开拓性质的教材的编写和出版上。

我们坚信，学术性是一切著作的生命。如果离开了学术这一衡量的标准和基础，那么它离粗制滥造、胡编乱造，误人子弟，也就不甚太远了。所以，我们将紧紧把握学术性这一基石，在整体上和局部上保持这套教材的旺盛生命力。

我们并不保守，也并不固步自封。所以，这套教材，虽然以复旦大学同仁为骨干，但是，也相当多地接纳了兄弟院校志同道合者前来加盟。因为我们相信，学问无界限，各有短长，只有优势互补，才能从整体上保证这套丛书的高起点、高质量。

但愿我们的这些看法和希望，能够得到朋友们的认同！



## 作者简介

夏林根,上海市人。复旦大学研究生,长期从事中国文化和旅游学科的教学和科研工作。现为复旦大学旅游学系教授,旅游策划研究中心主任,中国管理科学研究院高级研究员,中国《发现》杂志副理事长,上海茶文化研究中心秘书长。发表论文40余篇,出版著作20余种。主要有《旅游经营管理》、《马相伯与复旦大学》、《上海的发端》等,多次荣获优秀图书奖。主编《高等院校旅游学教材丛书》、《21世纪高校旅游专业书库》、《中外关系辞典》。主持编制上海嘉定、海南西沙群岛等地旅游规划。

# 目 录

<b>第一章 旅行社的性质与经营规则</b> .....	(1)
<b>第一节 我国旅行社业的发展与现状</b> .....	(1)
一、旅行社的产生与发展 .....	(1)
二、我国旅行社业的现状 .....	(4)
<b>第二节 旅行社的性质和行业特点</b> .....	(7)
一、旅行社的性质 .....	(7)
二、旅行社的行业特点 .....	(8)
<b>第三节 旅行社的设立和变更</b> .....	(13)
一、旅行社的分类 .....	(13)
二、旅行社的设立 .....	(14)
三、旅行社的变更或终止 .....	(18)
<b>第四节 旅行社的经营范围和经营规则</b> .....	(20)
一、旅行社的经营范围 .....	(20)
二、旅行社的经营规则 .....	(21)
<b>第二章 旅行社机构设置与管理体制创新</b> .....	(24)
<b>第一节 旅行社的机构设置</b> .....	(24)
一、旅行社机构设置的制约因素 .....	(24)
二、旅行社机构设置的原则 .....	(26)
三、旅行社机构设置的模式 .....	(28)
<b>第二节 旅行社的基本管理制度</b> .....	(32)
一、旅行社管理的对象和手段 .....	(32)
二、旅行社的基本管理制度 .....	(35)

第三节	旅行社的经营决策	·····	(38)
一、	旅行社经营决策流程	·····	(38)
二、	总经理在经营决策中的作用	·····	(42)
第四节	旅行社管理体制创新	·····	(44)
一、	建立现代企业制度	·····	(44)
二、	组建旅行社集团	·····	(47)
三、	实行多元化经营战略	·····	(50)
四、	尝试国际化经营	·····	(51)
<b>第三章</b>	<b>旅游者消费行为与旅行社经营战略</b>	·····	(54)
第一节	客源市场的分类与特点	·····	(54)
一、	客源市场的分类	·····	(54)
二、	客源市场的特点	·····	(56)
三、	影响客源市场需求的因素	·····	(58)
第二节	旅游者的行为特征	·····	(59)
一、	旅游者的行为特征	·····	(59)
二、	影响旅游者行为的因素	·····	(64)
第三节	旅游者的消费决策	·····	(68)
一、	旅游者的消费类型	·····	(68)
二、	旅游者的消费决策	·····	(70)
三、	旅游者的消费选择	·····	(74)
第四节	旅行社的经营战略	·····	(77)
一、	旅行社经营战略的类型、特点和作用	·····	(77)
二、	旅行社经营战略的选择	·····	(81)
三、	旅行社经营战略的管理	·····	(86)
<b>第四章</b>	<b>旅行社市场营销组合</b>	·····	(88)
第一节	旅行社的产品策略	·····	(88)
一、	旅行社产品的特点	·····	(88)



二、旅行社产品设计的原则·····	(90)
三、旅游线路设计·····	(91)
四、旅行社产品开发的趋势·····	(93)
第二节 旅行社的价格策略·····	(95)
一、旅行社的价格种类·····	(95)
二、旅行社的定价目标·····	(96)
三、影响旅行社价格的因素·····	(97)
四、旅行社的定价方法·····	(99)
五、旅行社的价格策略·····	(101)
第三节 旅行社的销售渠道策略·····	(105)
一、旅行社销售渠道的种类·····	(105)
二、旅行社的销售渠道策略·····	(108)
三、销售渠道系统的新发展·····	(114)
第四节 旅行社的促销策略·····	(116)
一、促销的原理·····	(116)
二、促销方式的选择·····	(118)
三、旅行社的主要促销方式·····	(120)
四、旅行社的促销组合策略·····	(128)
<b>第五章 旅行社外联业务·····</b>	<b>(130)</b>
第一节 旅行社外联部门的职能和作用·····	(130)
一、旅行社外联部门的机构设置·····	(130)
二、旅行社外联部门的职能和作用·····	(131)
第二节 旅行社外联工作的特点·····	(132)
一、旅行社外联工作的特点·····	(132)
二、旅行社外联人员的职责·····	(134)
第三节 旅行社外联业务的操作·····	(136)
一、确定目标市场·····	(136)

二、制定销售计划 .....	(142)
三、业务洽谈 .....	(143)
第四节 旅行社外联业务的管理 .....	(145)
一、旅行社外联人员的管理 .....	(145)
二、旅行社海外客户的管理 .....	(146)
<b>第六章 旅行社接待服务 .....</b>	<b>(147)</b>
第一节 旅行社团队接待服务 .....	(147)
一、旅行社团队的分类 .....	(147)
二、旅行社团队接待服务规范 .....	(149)
三、旅行社团队接待流程 .....	(151)
四、地接社的选择 .....	(154)
五、团队接待服务的意义 .....	(155)
第二节 旅行社散客接待服务 .....	(157)
一、散客旅游的现状和发展趋势 .....	(157)
二、散客旅游的特点 .....	(159)
三、旅行社散客业务的种类和服务内容 .....	(162)
四、旅行社散客业务经营对策 .....	(166)
第三节 旅行社国际会展服务 .....	(168)
一、旅行社国际会展服务的业务范围 .....	(168)
二、旅行社国际会展服务流程 .....	(170)
第四节 旅行社门市柜台服务和票务行李服务 .....	(172)
一、旅行社的门市柜台服务 .....	(172)
二、旅行社的票务服务 .....	(174)
三、旅行社的行李服务 .....	(176)
<b>第七章 导游员管理 .....</b>	<b>(177)</b>
第一节 导游员的类型与工作特点 .....	(177)
一、导游员的类型 .....	(177)

二、导游员工作的特点 .....	(178)
第二节 导游员的整体形象 .....	(180)
一、仪表风度 .....	(180)
二、学识能力 .....	(181)
三、个性品质 .....	(182)
四、健康体魄 .....	(183)
第三节 导游员的服务艺术 .....	(183)
一、导游员服务行为特征 .....	(183)
二、导游员接待服务规范 .....	(184)
三、导游员接待服务艺术 .....	(185)
第四节 导游员的管理 .....	(200)
一、导游员的资格考核 .....	(200)
二、导游员证的管理 .....	(201)
三、导游员的纪律规范 .....	(202)
四、导游服务质量的监控 .....	(203)
五、导游员的培训 .....	(209)
六、导游员违规的处罚 .....	(213)
<b>第八章 旅行社服务质量管理</b> .....	(216)
第一节 旅行社服务的质量标准 .....	(216)
一、旅行社服务质量管理的意义 .....	(216)
二、旅行社服务质量的构成 .....	(219)
三、旅行社服务质量的标准 .....	(221)
第二节 旅行社服务质量的制约因素 .....	(223)
一、来自供给方的影响因素 .....	(224)
二、来自客观环境的影响因素 .....	(226)
三、来自旅游者的影响因素 .....	(226)
第三节 旅行社服务质量的控制 .....	(227)

一、旅行社企业服务质量的控制 .....	(227)
二、旅行社行业服务质量的控制 .....	(229)
第四节 旅行社服务故障的处理 .....	(238)
一、处理旅游故障的原则和程序 .....	(238)
二、旅行社服务故障的处理 .....	(243)
<b>第九章 旅行社经营效益评估</b> .....	(250)
第一节 旅行社财务工作的特点和原则 .....	(250)
一、旅行社财务工作的特点 .....	(250)
二、旅行社财务工作的原则 .....	(252)
第二节 旅行社营业成本的核算 .....	(253)
一、旅行社营业成本的构成 .....	(253)
二、旅行社营业成本的核算方法 .....	(253)
第三节 旅行社成本费用的控制 .....	(257)
一、旅行社成本费用的构成 .....	(257)
二、旅行社成本费用的控制 .....	(258)
三、旅行社主要成本费用的控制方法 .....	(261)
第四节 旅行社的利润分析 .....	(262)
一、旅行社利润的构成 .....	(262)
二、旅行社营业利润的分析 .....	(263)
第五节 旅行社的财务分析 .....	(266)
一、旅行社财务报表的比较分析 .....	(266)
二、旅行社财务报表的比率分析 .....	(273)
三、旅行社应收账款的分析 .....	(278)
<b>第十章 旅行社经营资源配置</b> .....	(283)
第一节 旅行社人力资源管理 .....	(283)
一、旅行社从业人员的素质要求 .....	(283)
二、旅行社的人才结构 .....	(285)

三、职工的考核和培训 .....	(287)
四、总经理的管理艺术 .....	(289)
第二节 旅行社信息资源管理 .....	(290)
一、旅行社信息资源管理的对象和要求 .....	(290)
二、旅行社信息的管理 .....	(293)
三、旅行社信息资源管理策略 .....	(298)
第三节 旅行社时间资源管理 .....	(299)
一、旅行社时间资源管理的概念 .....	(299)
二、旅行社时间资源管理的基本方法 .....	(300)
三、旅行社时间资源管理评价 .....	(305)
第四节 旅行社资金管理 .....	(308)
一、旅行社资金的分类 .....	(308)
二、旅行社资金的筹措 .....	(309)
三、旅行社资金管理的原则 .....	(311)
四、旅行社资金管理的内容 .....	(312)
第五节 旅行社的分配制度与激励机制 .....	(314)
一、旅行社的分配制度 .....	(314)
二、旅行社的激励机制 .....	(317)
<b>第十一章 旅行社法制化管理</b> .....	<b>(322)</b>
第一节 旅游法律关系与旅行社的法律责任 .....	(322)
一、旅游法律关系 .....	(322)
二、旅行社的法律责任 .....	(324)
三、旅行社经营管理的主要法规 .....	(325)
第二节 旅行社的合同管理 .....	(326)
一、旅行社合同的特征和作用 .....	(326)
二、旅行社合同的订立、履行与变更 .....	(328)
三、无效的和可撤销的旅行社合同 .....	(335)

四、旅行社合同的管理 .....	(341)
第三节 旅行社质量保证金制度 .....	(342)
一、旅游者权益的保护 .....	(342)
二、质量保证金制度 .....	(344)
第四节 旅游投诉及其处理 .....	(346)
一、旅游投诉的条件和范围 .....	(346)
二、旅游投诉的管辖 .....	(349)
三、旅游投诉的处理 .....	(350)
第五节 旅行社的违约责任与违法行为的处罚 .....	(352)
一、旅行社的违约责任 .....	(352)
二、旅行社违法行为的处罚 .....	(357)
<b>第十二章 信息时代旅行社业运行体系与经营模式</b> .....	<b>(362)</b>
第一节 信息时代旅行社的发展趋势 .....	(362)
一、信息时代的社会变革 .....	(362)
二、信息技术对旅行社业的冲击 .....	(366)
第二节 旅行社的国际竞争力 .....	(370)
一、旅行社的国际竞争力 .....	(370)
二、加入世贸组织后旅行社的对策 .....	(373)
第三节 旅行社业的运行体系与经营模式 .....	(378)
一、旅行社业的运行体系 .....	(378)
二、旅行社业的经营模式 .....	(379)
<b>第十三章 计算机技术在旅行社的应用</b> .....	<b>(386)</b>
第一节 旅行社电脑管理系统 .....	(386)
一、国际旅游管理系统 .....	(386)
二、国内旅游管理系统 .....	(388)
三、出境旅游管理系统 .....	(388)
四、其他业务管理系统 .....	(389)

五、网络销售系统 .....	(391)
第二节 旅行社电子商务 .....	(392)
第三节 旅游信息导览系统 .....	(397)
<b>附录：</b>	
一、九江市旅游信息导览系统 .....	(398)
二、旅行社管理条例 .....	(407)
<b>推荐参考书目</b> .....	(415)
<b>后 记</b> .....	(418)

# 第一章 旅行社的性质与经营规则

旅行社产生和发展的历史表明,旅行社是商品经济的产物。旅行社的行业特点决定了它在旅游业中的重要地位。作为有营利的、从事旅游业务的现代企业,旅行社的设立、变更或终止,必须按照国家有关规定,履行申请、审批、登记手续。旅行社必须在核准的经营范围内从事旅游业务活动,遵循经营规则,严格监督检查制度,维护旅游市场秩序。

## 第一节 我国旅行社业的发展与现状

### 一、旅行社的产生与发展

旅游是指人们离开定居地,为观光游览、休闲度假、探亲访友、探险考察等而旅行于国家之间、地区之间、风景区之间的一种生活方式。旅行社是为旅游者提供吃、住、行、游、购、娱等综合性配套服务的企业。

旅行社是社会经济发展到一定阶段的产物。

现代意义上的旅行社产生于西方。19世纪中叶,欧美主要国家的资产阶级民族民主运动扫清了资本主义发展的障碍,资产阶级在政治上的胜利为这些国家的资本主义经济迅速发展开辟了道路。在新的历史条件下,工业生产突飞猛进,国内外贸易蓬勃发展,人口大规模流动,与此相适应,旅馆业、交通运输业、餐饮业迅速发展。据统计,1830—1850年,英国铁路总长度已达12 000



英里，美国有铁路 7 852 英里。1830 年，铁路开始了人类历史上第一次载客运输。第二年，美国南卡罗莱州查理斯顿——汉堡的铁路列车首次挂上了两节游览车厢。到 1863 年，带有卧铺和餐车的普尔门车厢问世，为旅客长途旅行提供了极大的方便。随着铁路运输的发展，在一些主要城镇、交通枢纽和铁路沿线，建起了许多旅馆、咖啡馆、餐馆，为日益增多的过往行人和旅行者提供膳宿服务。1842 年，英国乘火车旅行的人数达到 200 万之众。与此同时，来往于欧美大陆的客轮正式通航。从 1840 年到 1860 年，美国到欧洲旅行的人数由 8 000 人增长到 26 000 人，但旅行者安排吃、住、游活动耗费了大量的时间和精力。随着旅馆业、餐饮业、客运交通业的发展，旅行的人数大量增加，旅游活动日趋频繁，而旅游者寻找吃住、安排游览这类事情既伤脑筋又花时间，经济富裕的旅游者希望有专门的机构来承担此类工作，作为旅游活动中中介机构的旅行社便应运而生。

旅游界公认最早创办旅行社的是英国人托马斯·库克，他于 1845 年创立的旅行社成为世界上第一家旅行社。他和他的儿子约翰·库克精心策划，曾经多次带领旅游团到英国各地、欧洲其他地区及世界许多国家旅游，在旅游组织工作中也有不少创意，如编印旅游手册，印制旅游凭证，派遣导游人员，改进流通票据，等等。在这一时期，英国、美国和欧洲其他国家相继成立了一批旅行社。现代旅行社行业终于诞生。

在旅行社出现以前，旅游者多次分散地购买旅游服务，旅行社出现以后，把旅游活动的组织、安排和联络工作担当起来，旅游者可以一次性购买旅游服务，出门旅游更为方便。旅行社的出现，使社会分工更为细化，这个新的行业把向旅游者零星销售的各种服务组合成为整体旅游产品，集中进行销售，把分居于异国他乡的旅游者与提供各种旅游服务的经营者串连起来，使旅游活