

高等院校旅游管理精品教材

旅行社经营管理

Lüxingshe Jingying Guanli

第二版

主 编 纪俊超

副主编 尹 敏 郑坚强



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

旅行社经营管理

第二版

主 编 纪俊超

副主编 尹 敏 郑坚强



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营管理/纪俊超主编. —2 版. —广州: 华南理工大学出版社, 2016. 6
高等院校旅游管理精品教材
ISBN 978 - 7 - 5623 - 4910 - 5

I. ①旅… II. ①纪… III. ①旅行社 - 企业经营管理 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 067880 号

旅行社经营管理 (第二版)

纪俊超 主编

出 版 人: 卢家明

出版发行: 华南理工大学出版社

(广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

http: //www. scutpress. com. cn E-mail: scutcl3@scut. edu. cn

营销部电话: 020 - 87113487 87111048 (传真)

策划编辑: 王 磊

责任编辑: 王 倩 王 磊

印 刷 者: 广州市穗彩印务有限公司

开 本: 787mm × 960mm 1/16 印张: 24.5 字数: 481 千

版 次: 2016 年 6 月第 2 版 2016 年 6 月第 6 次印刷

印 数: 11 001 ~ 13 000 册

定 价: 48.00 元

版权所有 盗版必究 印装差错 负责调换

“高等院校旅游管理精品教材”编委会

主 编 张伟强

副主编 肖 星 江金波 刘静艳 田 勇

编 委 (按姓氏笔画排序)

王 琳 (海南大学)

冯冈平 (广东工业大学)

甘巧林 (华南师范大学)

田 勇 (江西师范大学)

江金波 (华南理工大学)

庄伟光 (广东省社会科学院)

刘 伟 (广东金融学院)

刘少和 (广东商学院)

刘静艳 (中山大学)

纪俊超 (海南大学)

李琼英 (华南师范大学)

肖 星 (广州大学)

吴忠军 (广西桂林理工大学)

陈 鸣 (广东技术师范学院)

张伟强 (广东商学院)

郑冬子 (上海对外经贸大学)

钟志平 (湖南商学院)

秦 学 (广东商学院)

郭晋杰 (广东海洋大学)

黄 松 (广西师范大学)

傅云新 (暨南大学)

——总序

20 世纪 70 年代以来,随着全球经济以及高新技术的发展,旅游业迅速成长为一个充满活力和生机的新兴产业,成为当今世界最大的朝阳产业之一。中国旅游业经历了一个从无到有、从小到大的历史发展过程。从严格意义上来说,中国旅游业的蓬勃发展并形成产业是 20 世纪 90 年代的事情。改革开放以来,中国旅游业的发展取得了举世瞩目的成就,中国已成为一个旅游大国,中国旅游业已名列世界前茅。根据世界旅游组织的预测,21 世纪中国将成为世界重要的旅游目的地。中国已经形成了一个结构比较完善、品质比较高端并积累了一定经验的旅游产业基础。与此同时,中国的旅游教育事业得到了空前发展,据不完全统计,到目前为止已经有 800 多所院校设有旅游管理或相关专业。

然而,我国旅游业与发达国家和地区的旅游业相比还存在着较大差距。第一,我国的住宿业、旅行社业、景区景点的发育程度都不是很成熟,而目前国外的饭店业、旅行社业、景区景点已经走上由单体向部门的融合,又从部门融合发展到跨行业、跨地区的融合,形成了集团化、网络化、国际化、品牌化的跨国集团。第二,我国旅游业对当代科技手段的运用还远远落后于发达国家。目前发达国家旅游者 2/3 的人已经实现了网上旅游,这方面我国还有很大的发展空间和潜力。第三,我国旅游业的发展环境,如景区景点的道路、标志,旅游咨询服务的网络建设等,还有很多不足之处。第四,我国在旅游管理专业人才的培养上也有待加强。长期以来我国旅游理论研究滞后于旅游实践,在高校旅游管理专业的教材建设上,表现出“引多创少”“北强南弱”的现象。为适应 21 世纪

旅游教育事业实践的需要和发展,丰富和加强旅游学科的建设,华南理工大学出版社组织了全国近20所高等院校的一批年富力强、富有创造力和实践经验的旅游管理专业中青年骨干教师、专家、教授,在原有“21世纪高等院校旅游管理专业联编教材”的基础上,结合多年的实际使用情况,精心挑选,修订更新,整合成了这套“高等院校旅游管理精品教材”。

本套教材立足于博采众长、兼收并蓄、综合提高的总体原则,体现传统与现代、理论与实践的结合,重视与国际接轨,形成了明显特色:

(1) 系统性强,本系列教材涵盖旅游管理专业的所有基础学科及新兴相关学科,每种教材自成体系的同时也兼顾到教材之间的横向联系。

(2) 严格根据教学计划、教学大纲的要求,编创结合,既保留经典的内容,更把原创的研究成果、新观点融入其中。

(3) 注重教材内容的区域特色与国际研究前沿的结合、中外案例的结合、成功与失败案例的结合,拓宽视野。

(4) 适应信息化教学的需求。根据教材的内容及该课程的教学特点有选择地配有专门开发的多媒体课件(软件),包括教学计划、教学大纲、教学内容、图表图片、电子地图等模块。

(5) 增加网络资源,供教师、学生有针对性地使用。

(6) 附有课程实习大纲,体现旅游学科应用性强的特色,供教师参考使用。

本套教材适合于各类高等院校的旅游管理专业本科生、专科生及相关专业学生作为教材,也可以作为从事旅游研究、旅游管理等有关人员提高研究和管理水平的参考书。

张伟强

2013年1月

—前言

目前全国高校、全国自考和旅游行业考试培训中所用的旅行社经营与管理类教材有几十种，各自有着不同的编写特点、编写意图和编写背景。旅行社管理虽然也属于企业管理的范畴，但它却具有更明显的行业特点，加上旅游业的发展迅猛异常，旅行社所面临的情况千变万化，这就给我们的理论研究提出了严峻的挑战。再加上旅行社的经营和管理是实践性极强、极具变数的一项企业活动，内外政策、经营环境的波动都会影响它的运作。所以，要使理论的总结更具指导性、实用性，就必须紧随国内外旅行社经营管理的趋势，不断引进新的研究成果和有创意的理论，使旅行社经营管理者及理论研究者能够站在时代的前列和发展的制高点，循着时代的脉搏开创旅行社经营管理与研究的新局面。

本书的编写以旅行社经营与管理方面的经典著作为基础，汲取众家之精粹，以近年来国内外旅行社经营与管理的实践为依据，采撷百家之大成，力求在书中反映当前旅行社经营与管理的发展新动态和旅行社经营与管理研究中的新成果。介绍旅游发达国家旅行社运作的案例与经验，提供现代旅行社运营管理的新视野、新思路。

本书的最大特点是介绍了旅行社经营管理的新内容、新观点、新动向，诸如旅行社产品的创新，旅行社的危机管理，可持续发展与旅行社管理，国外旅行社运营管理案例等。另外，本书在每个章节前后都安排有提示性内容和辅助性案例，以帮助读者进一步了解和理解旅行社运营管理，明白旅行社运营管理的真正意义。因此，本书既可作为高等院校旅游管理专业的专

业教材，亦可作为旅行社管理人员的培训教材，还可作为旅游管理和研究人员的参考读本。

本书的基本框架及主要观点由海南大学旅游学院纪俊超教授提出，并经参编人员讨论后决定。本书由纪俊超教授任主编，江西师范大学尹敏、佛山科技学院郑坚强任副主编，参加编写的人员还有：华南师范大学旅游管理系瞿华，海南大学旅游学院吴珏、王永强。

本书编写的具体分工如下：纪俊超负责第一章、第四章、第八章以及前言和附录部分的编写，郑坚强负责第二章和第九章的编写，尹敏负责第三章的编写，王永强负责第五章的编写，瞿华负责第六章的编写，吴珏负责第七章的编写。另外，韶关学院旅游系陈婉儿老师给本书提供了一些有价值的案例和旅行社实务资料。最后由纪俊超统稿协调最终定稿。

感谢华南理工大学出版社给我们提供了这样一次合作的机会，感谢出版社工作人员为此而做出的种种努力。感谢海南大学旅游学院、江西师范大学历史文化与旅游学院、华南师范大学旅游管理系、佛山科学技术学院、韶关学院旅游系等单位 and 部门的大力支持和鼓励，使我们能在有限的时间内完成这项任务。感谢所有参考文献的著作者，要是没有他们的前期劳作就没有我们的后期成果，我们想尽量多地在文后列出所有的参考文献，但因篇幅所限未能如愿，敬请谅解。

由于编者水平及资料所限，本书作者虽经努力，还是难免有不足之处，谨望广大读者批评指正，以便今后再作修订和完善。

编 者

2016.1

于海南大学旅游学院

目 录

1 国内外旅行社概论	(1)
1.1 旅行社的产生与发展	(2)
1.1.1 国外旅行社产生与发展的背景	(2)
1.1.2 我国旅行社产生与发展的背景	(10)
1.2 旅行社运作的现状与职能	(23)
1.2.1 旅行社的运作现状	(23)
1.2.2 旅行社的性质与职能	(27)
1.3 旅行社的基本业务和业务特点	(31)
1.3.1 旅行社的基本业务	(31)
1.3.2 旅行社业务的特点	(33)
1.4 旅行社的经营环境与分工体系	(34)
1.4.1 中国旅行社经营环境的变化	(34)
1.4.2 旅行社的分工体系与分类	(38)
1.5 旅行社的行业组织	(40)
1.5.1 旅行社行业的国际组织	(40)
1.5.2 中国旅行社行业组织	(43)
2 旅行社的分类与设立	(46)
2.1 旅行社的类别	(46)
2.1.1 旅行社类别划分的依据	(46)
2.1.2 国内外旅行社的分类制度	(47)
2.2 国内外旅行社类别的比较	(50)
2.2.1 各种类别的优势与弊端在经营环境中的表现	(50)
2.2.2 旅行社类别划分的总体趋势	(52)
2.3 旅行社的设立	(54)
2.3.1 设立旅行社的基本条件	(54)

2.3.2	我国旅行社设立的基本程序	(56)
2.4	旅行社的组织管理	(58)
2.4.1	旅行社组织管理的内容及对象	(58)
2.4.2	旅行社的组织结构及职能	(60)
3	旅行社产品及营销管理	(65)
3.1	旅游产品与旅行社产品	(65)
3.1.1	旅游产品的分类	(65)
3.1.2	旅行社产品的形态	(69)
3.2	旅行社市场策略的 STP	(72)
3.2.1	旅行社市场的细分	(72)
3.2.2	旅行社营销的目标市场	(74)
3.2.3	旅行社的市场定位	(76)
3.3	旅行社市场营销管理	(78)
3.3.1	产品组合与市场组合	(78)
3.3.2	旅行社产品的定价	(81)
3.3.3	销售渠道与方法	(89)
3.4	旅行社产品的促销	(94)
3.4.1	旅行社产品的促销目标	(94)
3.4.2	旅行社产品的促销方法	(95)
3.4.3	旅行社产品的促销评估	(97)
4	旅行社接待业务的管理	(102)
4.1	旅行社接待业务的基本性质与特点	(102)
4.1.1	旅行社接待业务的基本性质	(102)
4.1.2	旅行社接待业务的特点	(103)
4.2	旅行社接待的计划与成本及标准与程序	(104)
4.2.1	旅行社的接待计划与成本管理	(104)
4.2.2	旅行社接待工作的标准与程序	(106)
4.3	旅行社导游人员的管理	(110)
4.3.1	我国导游队伍的人才结构状况	(110)
4.3.2	旅行社导游业务的特点与要求	(111)

4.3.3	旅行社导游人员的日常管理	(112)
4.4	旅行社团队与散客的接待管理	(121)
4.4.1	旅行社团队接待业务的运行与管理	(121)
4.4.2	旅行社散客接待业务的运行与管理	(123)
4.4.3	特殊旅游团队的接待管理	(125)
4.5	旅行社接待服务的质检管理	(126)
4.5.1	旅行社质检工作的任务	(126)
4.5.2	旅行社接待服务的质检管理	(126)
4.5.3	旅行社接待过程中特殊事件的处理	(127)
4.5.4	旅行社接待工作中的安全管理	(130)
5	旅行社后勤采购管理	(134)
5.1	旅行社计调工作的性质和任务	(135)
5.1.1	旅行社计调工作的性质	(135)
5.1.2	旅行社计调部的任务	(135)
5.2	旅行社计调工作的管理	(136)
5.2.1	旅行社计调工作的程序	(136)
5.2.2	旅行社计调部采购工作的方法	(146)
5.3	旅行社的票务管理	(158)
5.3.1	旅行社票务工作的特殊性	(159)
5.3.2	旅行社票务工作的业务流程	(161)
5.4	旅行社行李业务的管理	(171)
5.4.1	行李的托运	(171)
5.4.2	旅游团行李的交接	(173)
5.4.3	行李事故的预防与处理	(174)
6	旅行社人力资源管理	(179)
6.1	旅行社人力资源管理的概念、意义及特性	(180)
6.1.1	旅行社人力资源管理的概念	(180)
6.1.2	旅行社人力资源管理的意义	(181)
6.1.3	旅行社人力资源管理的特性	(182)
6.2	旅行社人力资源的配置	(183)

6.2.1	旅行社员工的配置与选聘	(183)
6.2.2	旅行社岗位的培训	(191)
6.3	旅行社绩效的考评	(196)
6.3.1	旅行社绩效考评的概念	(196)
6.3.2	旅行社绩效考评的原则	(196)
6.3.3	旅行社绩效考评的类型与内容	(197)
6.3.4	旅行社绩效考评的方法	(198)
6.4	旅行社收入分配管理	(199)
6.4.1	旅行社员工收入分配的原则	(199)
6.4.2	旅行社报酬的构成	(200)
7	旅行社的财务管理	(208)
7.1	旅行社的资金管理	(208)
7.1.1	旅行社资金管理的基本任务与管理原则	(208)
7.1.2	货币时间价值及其计算	(209)
7.1.3	旅行社资金的筹集与管理	(214)
7.1.4	资金成本(Cost of Capital)	(220)
7.2	旅行社的成本与费用管理	(221)
7.2.1	旅行社成本费用管理的作用与任务	(222)
7.2.2	旅行社成本费用的内容与控制方法	(223)
7.2.3	旅行社成本费用考核	(225)
7.3	旅行社的营业收入与利润管理	(226)
7.3.1	旅行社的营业收入管理	(226)
7.3.2	旅行社利润的管理	(229)
7.4	旅行社结算管理	(232)
7.4.1	旅行社结算资产的概念	(232)
7.4.2	旅行社应收账款的管理	(232)
7.4.3	旅行社应收票据的管理	(235)
7.5	旅行社财务分析	(236)
7.5.1	旅行社财务分析概述	(236)
7.5.2	旅行社财务分析的基本方法	(237)

7.5.3	旅行社财务分析的基本步骤	(240)
7.5.4	旅行社财务分析的基本内容	(243)
8	旅行社的危机管理	(252)
8.1	危机、风险与旅行社危机管理的意义	(252)
8.1.1	危机、风险与危机管理	(252)
8.1.2	旅行社危机管理的意义	(259)
8.2	旅行社危机的表现形式	(262)
8.2.1	产品与价格危机	(262)
8.2.2	人才危机	(263)
8.2.3	信誉与形象危机	(264)
8.2.4	财务危机	(265)
8.2.5	突发事件危机	(266)
8.3	旅行社危机管理与处理的策略	(267)
8.3.1	旅行社的危机教育	(267)
8.3.2	旅行社的危机预防	(267)
8.3.3	旅行社危机的处理策略	(269)
8.4	旅行社危机管理的原则与措施	(270)
8.4.1	旅行社危机管理的原则	(270)
8.4.2	旅行社危机管理的措施	(272)
9	旅行社业的发展趋势	(280)
9.1	中外旅行社的现状与未来	(280)
9.1.1	中外旅行社发展现状	(280)
9.1.2	中外旅行社发展的趋势	(285)
9.2	旅行社产品的创新	(288)
9.2.1	中外旅行社产品的现状	(288)
9.2.2	创新是旅行社发展的方向	(289)
9.3	旅行社业务的规模化与多元化经营	(294)
9.3.1	国内外旅行社业务的规模化	(295)
9.3.2	国内外旅行社多元化经营的方向	(296)
9.4	信息技术对旅行社业务的影响	(297)

9.4.1	信息技术对现代旅行社业务的影响	(297)
9.4.2	信息技术在现代旅行社中的应用	(298)
附录		(304)
附录 1	中华人民共和国旅游法	(304)
附录 2	旅行社条例	(319)
附录 3	旅行社条例实施细则	(329)
附录 4	导游人员管理条例	(340)
附录 5	导游人员管理实施办法	(344)
附录 6	中国公民出国旅游管理办法	(349)
附录 7	旅游投诉处理办法	(354)
附录 8	旅行社责任保险管理办法	(358)
附录 9	旅行社服务通则	(362)
附录 10	与我国签署 ADS(旅游签证)协议的国家或地区	(369)
参考文献		(375)

1 国内外旅行社概论

学习要点

- 熟悉旅行社的产生与发展背景
- 掌握我国旅行社的性质与职能
- 掌握我国旅行社的基本业务
- 了解旅行社的分类体系及分类制度
- 熟悉旅行社的行业组织

旅游业已经成为国民经济的一个重要行业，在社会经济发展中发挥着非常重要的作用。从世界范围来看，旅游业是一个迅速发展的新兴现代产业。“二战”以后，国际旅游业迅速崛起，20 世纪 60 年代以来进入加速发展、高速增长阶段，逐渐成为当今世界上发展前景广阔、产业规模庞大的新兴产业之一。自 1993 年起，世界旅游业的总收入一举超过了汽车工业和石油工业，成为名副其实的朝阳产业。旅游活动是人类的生活需求之一，是较高品位和格调的消费方式，是精神追求和文化享乐的新型载体，是较发达社会评估生活质量的重要指标。

世界旅游及旅行理事会发布的《2011—2021 旅游业经济影响报告》认为，尽管目前世界经济增长遇到了很多挑战和不确定因素的影响，但旅游业却一直是增长速度最快的行业之一，而且成为推动经济和就业增长的主要力量。截至 2010 年，国际旅游业经济总量占全球 GDP 的 10% 以上，旅游投资占投资总额的 12% 以上。国际旅

游业在世界经济中的地位和权重可见一斑。预计未来 10 年里,世界旅游业对全球 GDP 的贡献每年将达到 4.2%,总额为 9.2 万亿美元,并创造 6500 万个就业机会。

根据联合国的《国际产业划分标准》,通过对从事旅游业务的具体部门进行分析,旅游业主要由三部分构成,即旅行社、交通客运部门和以旅馆为代表的住宿业部门。在我国,人们通常将旅行社、住宿业和交通运输业称为旅游业的“三大支柱”。

毫无疑问,旅行社在旅游业中扮演着越来越重要的角色,其网络与分销系统使旅游业中的各个部门能够紧密地联系在一起。如果离开了专业旅行社的各种专业服务,整个旅游系统的运作将会出现难以想象的混乱,民航、饭店等部门的经营将会增添许多困难,旅游者将无法享受到方便实惠的一站式旅游服务。因此,追溯旅行社的渊源,分析旅行社产生的背景和发展的原因,全面认识旅行社的性质与作用具有十分重要的现实和历史意义。

1.1 旅行社的产生与发展

1.1.1 国外旅行社产生与发展的背景

旅行社最早出现在 19 世纪中叶的西欧和北美地区,是社会经济发展到一定阶段的产物,是人类旅游活动发展的必然结果。当时的产业革命已经在这些地区获得了重大进展,经济结构和社会结构发生了巨大变化,加速了城市化的进程,改变了一部分人的生活方式,改变了人们的工作性质,大工厂枯燥单调的机器操作使得疲于奔命的工人们渴望避开工作压力,避开城市生活,调整身心,得到休息。当时的产业革命也使社会结构发生了很大的变化,旅游日益普及,成为有产阶级日常生活的一项重要内容。而工人阶级也有了一定的闲暇时间并争取到了带薪假期,旅游逐渐成为人们经常性的活动,从而为旅游业的发展提供了大量的客源,于是现代意义上的旅游需求有了产生与发展的可能。另外,产业革命也促进了科学技术的进步,蒸汽机车和轮船相继出现。蒸汽机技术在交通运输中的应用,为旅行提供了快捷方便的交通工具,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,为现代旅游的实现创造了基本条件,从根本上改善了当时的水陆路交通状况,对旅游业的发展产生了深远的影响。

随着社会大量旅游需求的出现,专门为旅游者提供组织、安排旅游活动的服务机构也相继产生了。因为越来越多的有能力支付旅游费用的消费者往往因缺少旅行经验,缺少旅游知识而对旅游望而生畏。正是在这种形势下,世界上第一

家组织旅游的专业旅行社在英国应运而生了。

第一次世界大战后,旅行社有了进一步的发展,数量有了较大的增加,规模也有所扩大,出现了诸如托马斯·库克旅行社和运通旅行社之类的大型旅行社。旅行社所组织的旅行活动扩展到西欧、北美以外的地区,所利用的旅行交通工具由过去的火车和轮船发展到火车、轮船和大型汽车。另外,旅行社所经营的旅游产品也由原先的观光旅游一个品种发展到包括观光旅游、探险旅游等多个品种。

第二次世界大战后,一方面由于科学技术的进步,喷气式飞机的出现为人们外出旅行提供了新型的交通工具,使得人们在旅游过程中用于旅行交通方面的时间大为缩短,相对增加了游览的时间。另一方面又由于社会生产力的发展和劳动生产率的提高,人们的经济收入特别是可自由支配收入大量增加,使人们的外出旅游有了经济条件,再加上人们余暇时间的增加,使人们可以从事包括旅游活动在内的各种社会活动。于是,旅行社得到空前的发展,规模不断扩大,经营产品不断增多。

1.1.1.1 英国托马斯·库克旅行社

托马斯·库克旅行社成立于1845年,是以其创业者的名字来命名的,世界上公认其为第一家以旅行业务为主要经营内容的商业性旅行社。

托马斯·库克(Thomas Cook)是一位虔诚的浸礼教徒,热衷于禁欲。1808年11月22日其出生于英国的英格兰,幼年家境贫困,10岁时辍学成为一名园艺学徒工。雇用库克的那位老园丁年轻时曾闯荡四方,经历丰富,知识渊博,他经常给库克讲故事,为库克描绘了一个广阔、美好的外部世界。后来的一天晚上,老园丁因醉酒而被活活冻死在雪地里,此事激起了库克对酒的强烈厌恶。

此后,库克投奔到姑父家里做木匠。姑父开了一家木器店,但有嗜酒的毛病。库克到他家后,姑父就不再管事,整天喝得迷迷糊糊,最后也因嗜酒而死。17岁时,库克听到了当地基督教浸礼会宣讲的一个教义,其中戒酒的内容使他深受感动,为此他毫不犹豫地加入该会,成为一名忠实的信徒和传教士,并力劝戒酒。他每年至少要走1500公里去传教,因此对各地风光有了充分的了解。这些活动和见闻对其思想上的熏陶,是后来库克创立旅行社的原动力,也是他提倡观光活动平民化的理想基石。

真正的企业家都有远大的目标,这一目标不是以赚钱为目的,而是要实现他的夙愿,完成他的抱负。库克事业的发端,就是来自他要帮助人们戒酒的愿望。为了帮助人们戒酒,他特意组织了一个戒酒会。嗜酒的人,大多精神苦闷、意志消沉。为了帮助他们摆脱精神上的苦恼,库克决定组织会员们出外旅行,看看外