

PUP6

21世纪全国高职高专

旅游系列

规划教材

旅游管理专业系列

旅行社计调实务

LÜXINGSHE JIDIAO SHIWU

主 编 叶娅丽 陈学春
副主编 方 澜 金玉玲
李 嘉 吉凤娟

- 精心的教学设计给你全程的企业体验
- 精彩的教学内容给你全新的企业知识
- 精选的实训项目给你全真的企业操作



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

电子课件

www.pup6.com

21 世纪全国高职高专旅游系列规划教材

旅行社计调实务

主 编 叶 娅 丽 陈学春
副主编 方 澜 金玉玲
李 嘉 吉凤娟



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书根据旅行社计调工作岗位对计调员在素质、知识、能力等方面的具体要求,以对计调工作岗位的职业能力分析结果为依据,打破了传统书籍的编排方式,以计调工作项目和工作任务流程为主线,按照循序渐进的学习规律及不同类型计调实际工作中的操作流程及侧重点,将内容分为旅行社计调认知、国内接待计调实务、国内组团计调实务、出境组团计调实务和入境接待计调实务 5 个项目。

本书可作为高职高专院校和本科院校旅游类专业课程教材,也可以作为旅行社计调员业务培训教材,还可供广大旅游从业人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

旅行社计调实务/叶娅丽,陈学春主编. —北京:北京大学出版社,2013.7

(21世纪全国高职高专旅游系列规划教材)

ISBN 978-7-301-22778-7

I. ①旅… II. ①叶…②陈… III. ①旅行社—企业管理—高等职业教育—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第146262号

书 名:旅行社计调实务

著作责任者:叶娅丽 陈学春 主编

责任编辑:刘国明

标准书号:ISBN 978-7-301-22778-7/F·3662

出版发行:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区成府路205号 100871

网 址:<http://www.pup.cn> 新浪官方微博:@北京大学出版社

电子信箱:pup_6@163.com

电 话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者:山东省高唐印刷有限责任公司

经 销 者:新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 18印张 423千字

2013年7月第1版 2013年7月第1次印刷

定 价:35.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn

前 言

《旅行社计调实务》项目教材打破了传统教材按照教学章节设计的编排方式，以计调工作项目和工作任务流程为主线，依据计调种类和工作流程，合理设置课程项目和教学任务，将计调工作所需理论知识、实践融为一体，对学生的能力训练过程进行精心设计，从而优化了教学效果，具体表现在以下几个方面。

1) 内容选择符合职业教育的要求，注重培养学生的核心能力，充分体现了职业性。

本书根据旅行社计调工作岗位对计调员在素质、知识、能力等方面的具体要求，设置了旅行社计调认知、国内接待计调实务、国内组团计调实务、出境组团计调实务和入境接待计调实务5个项目。每个项目分别设置了若干具体教学任务。全书理论讲解精练、浅显易懂，每个任务都配有针对性强的模拟实训和丰富的实际案例，理论与实践紧密结合；内容选取注重培养学生的学习能力、实践能力、创新能力和可持续发展能力，体现了职业教育的规律，反映了职业教育的基本要求，充分体现了职业性。

2) 体例完整，风格清新，形式多样，增强了可读性，降低了学习难度。

本书在贯彻“素质、知识、能力”三位一体原则的基础上，力求在编写风格和表达形式方面有所突破，运用了较多图片、表格、流程图、案例、仿真实训等，能提高学生的学习兴趣和操作能力。体例完整，每个项目均设置了项目概述、知识目标、能力目标、同步练习等主要教学环节。每个任务均以“任务导入—任务分析—任务实训—任务完成”为线索来组织安排，符合旅行社的工作实际与学生的认知规律。每个项目都配有同步练习题，便于学生从不同的角度来掌握计调知识，提高实践能力，降低了学习难度。

3) 配套资源丰富，便于教师和学生共享。

本书的配套资源有课程标准、教学实施方案、授课计划、同步练习及参考答案、试题库及参考答案、PPT教学课件、实训项目、案例库等资源，供教师和学生共享。

4) 校企合作共同开发，资料来源于不同的旅行社，突出了实用性。

本书由教学经验丰富的高职院校教师和实践经验丰富的旅行社专家共同编写，具有系统的理论知识，可以提升计调员的理论水平，又具有很强的可操作性，可以帮助计调员提高操作能力。书中的所有案例、表格、行程、报价等资料均来自于不同类型的旅行社，无缝对接旅行社，保证了教材的实用性。

本书由叶娅丽、陈学春任主编，方澜、金玉玲、李嘉、吉凤娟任副主编，具体分工如下。绵阳职业技术学院方澜编写项目1；成都纺织高等专科学校陈学春编写项目2；成都纺织高等专科学校叶娅丽负责全书的整体规划和各章的修改工作，并编写项目3、项目4；安徽池州职业技术学院金玉玲编写项目5；四川师范大学李嘉负责部分统稿



工作，制作了项目1~3课件，长春职业技术学院吉凤娟负责部分统稿工作，制作项目4~5课件。

编者在编写本书的过程中，得到了四川康辉国际旅行社有限公司孟友、王德海、毛力爽、沈锦、伍婷婷，四川省中国国际旅行社的梁东、吴建蓉、陈奇、郭倩，成都京都旅行社肖军、黄英、吴迪、蒋春梅，四川省中国青年旅行社的曾莉云、李玉洁、张慧，四川新东方国际旅行社倪春艳等同志的大力帮助，并获得了旅行社真实的一线资料，增强了本书的实用性。在此，对以上各位的付出表示深深的感谢。另外，编者在编撰过程中参阅了大量国内外研究资料，查阅了一些旅游网站，在百度等网站收集了一些风景图片和资料，书中未能一一注明出处，在此，对原创作者表示诚挚的感谢。

由于编者水平及资料所限，加之时间仓促，本书在内容、体例编排等方面尚有不足之处，敬请读者批评指正，以便今后再作修订，使之更加完善。

编者

2013年2月

目 录

项目1 旅行社计调认知	1
任务1.1 旅行社认知	2
1.1.1 旅行社的经营范围	3
1.1.2 旅行社的主要业务	4
1.1.3 旅行社的基本职能	7
1.1.4 旅行社的组织结构	9
1.1.5 旅行社的主要工作岗位	12
任务1.2 计调部认知	14
1.2.1 计调业务	15
1.2.2 计调员	17
1.2.3 计调部	23
同步练习	29
项目2 国内接待计调实务	32
任务2.1 国内计调知识储备	33
2.1.1 住宿基本知识	34
2.1.2 餐饮基本知识	37
2.1.3 交通基本知识	39
2.1.4 景区基本知识	41
2.1.5 购物基本知识	43
2.1.6 娱乐基本知识	44
2.1.7 本省地图知识	46
任务2.2 本省旅游线路的开发与 报价	48
2.2.1 本省旅游线路的开发	49
2.2.2 本省旅游线路的报价	65
任务2.3 国内地接计调采购业务	77
2.3.1 本地旅游交通服务的 采购	78
2.3.2 住宿服务的采购	81
2.3.3 餐饮服务的采购	83
2.3.4 游览服务的采购	86
2.3.5 娱乐服务的采购	87
2.3.6 购物服务的采购	88
2.3.7 地陪服务的选择	89
2.3.8 变更后的采购	90
任务2.4 国内接待计调工作流程	91
2.4.1 接听组团社或本地客人的 咨询电话	92
2.4.2 确定旅游线路	93
2.4.3 询价、计价、报价	94
2.4.4 与国内组团社签合同	94
2.4.5 计划登录	96
2.4.6 编制团队动态表	96
2.4.7 向各接待单位发送计划	96
2.4.8 向国内组团社确认计划	97
2.4.9 编制概算	99
2.4.10 下达计划	99
2.4.11 选派地陪	100
2.4.12 编制结算	102
2.4.13 接团及监督管理	102
2.4.14 送团管理	103
2.4.15 报账登账	103
2.4.16 归档总结	104
2.4.17 售后服务	104
同步练习	106
项目3 国内组团计调实务	109
任务3.1 国内组团计调知识储备	110
3.1.1 大交通基本知识	111
3.1.2 中国旅游区划知识	116
3.1.3 外省地图知识	126
3.1.4 身份证知识	127
任务3.2 外省旅游线路的开发与 报价	129
3.2.1 外省旅游线路的开发	130
3.2.2 外省旅游线路报价	135
任务3.3 国内组团计调的采购 业务	142
3.3.1 大旅游交通服务的采购	143



3.3.2 异地接待社的采购	146	4.3.4 其他服务的采购	218
3.3.3 全陪服务的采购	147	任务4.4 出境组团计调操作流程	219
3.3.4 其他服务的采购	148	4.4.1 接听服务网点或客人的 咨询电话	220
任务3.4 国内组团计调操作流程	149	4.4.2 介绍或设计境外旅游 线路	221
3.4.1 接听客人咨询电话	151	4.4.3 询价、计价、报价	221
3.4.2 介绍或设计旅游线路	151	4.4.4 签订出境旅游前期服务 合同	223
3.4.3 询价、计价、报价	152	4.4.5 编制团号、预报计划	223
3.4.4 与游客签合同收全款	152	4.4.6 预订机位	223
3.4.5 编制团号	153	4.4.7 审核资料送签	224
3.4.6 向地接社预报计划	155	4.4.8 签出境旅游合同收全款	226
3.4.7 编制结算	155	4.4.9 督促境外接待社书面 确认	226
3.4.8 订票作业	156	4.4.10 发出正式计划	226
3.4.9 督促接待社书面确认	156	4.4.11 出机票、上保险	226
3.4.10 发出正式计划	156	4.4.12 派领队交资料	227
3.4.11 选派全陪	157	4.4.13 召开行前说明会	228
3.4.12 最终确认	157	4.4.14 最终确认付款	229
3.4.13 付款	158	4.4.15 派出团通知书	229
3.4.14 发出团通知书	158	4.4.16 发团及监督管理	230
3.4.15 发团及监督	159	4.4.17 送团管理	231
3.4.16 送团管理	159	4.4.18 报账、登账	231
3.4.17 报账登账	159	4.4.19 归档总结	231
3.4.18 归档总结	160	4.4.20 调整产品	231
3.4.19 售后服务	160	同步练习	232
同步练习	161		
项目4 出境组团计调实务	164	项目5 入境接待计调实务	235
任务4.1 出境组团计调知识储备	165	任务5.1 入境接待计调知识储备	236
4.1.1 出境旅游所需证件	166	5.1.1 我国出入境管理的相关 法律法规	237
4.1.2 各国出入海关基本 常识	179	5.1.2 入境旅游所需证件	237
4.1.3 其他知识	180	5.1.3 入境手续	242
任务4.2 出境旅游线路的开发与 报价	185	5.1.4 主要客源国(地区)特殊 喜好和禁忌	243
4.2.1 出境旅游线路的开发	186	任务5.2 入境旅游线路开发与 报价	247
4.2.2 出境旅游线路的报价	199	5.2.1 入境旅游线路开发	248
任务4.3 出境旅游组团计调采购 业务	211	5.2.2 入境旅游线路报价	259
4.3.1 国际往返交通服务 采购	212		
4.3.2 境外接待社采购	215		
4.3.3 领队服务的采购	217		

任务5.3 入境接待计调的采购 业务	264	5.4.7 向各接待单位发送 计划	273
5.3.1 入境接待社本地旅游 服务的采购	265	5.4.8 向境外组团社确认 计划	273
5.3.2 国内大交通的采购	265	5.4.9 编制概算	274
5.3.3 外宾全陪服务的采购	266	5.4.10 下达计划	274
5.3.4 国内异地接待社的 采购	266	5.4.11 选派导游员	274
任务5.4 入境接待计调的工作 流程	269	5.4.12 编制结算, 催收接 待款	274
5.4.1 接听境外组团社或境外 游客的咨询电话	271	5.4.13 接团及监督	274
5.4.2 策划入境旅游线路	271	5.4.14 送团管理	275
5.4.3 询价、计价、报价	271	5.4.15 报账、登账	275
5.4.4 与境外组团社签合同	272	5.4.16 归档总结	275
5.4.5 计划登录	273	5.4.17 售后服务	276
5.4.6 编制团队动态表	273	同步练习	276
		参考文献	279

1

旅行社计调认知

项目概述

本项目主要介绍旅行社和计调部的基本知识。首先，介绍旅行社的经营范围、主要业务、基本职能、组织结构及主要岗位；其次，介绍计调业务、计调员、计调部的相关知识。该项目分为两个任务，每个任务按照“任务导入—任务分析—任务实训—任务完成”来组织安排。

知识目标

1. 了解旅行社的经营范围。
2. 明确旅行社的主要业务和基本职能。
3. 掌握旅行社的主要工作部门和工作岗位。
4. 掌握旅行社计调业务和计调员的相关知识。

能力目标

1. 能通过旅行社调研，正确区分旅行社的各种职能和主要业务。
2. 能通过旅行社调研，正确地分清计调员的业务范围和工作职责。



任务 1.1 旅行社认知

【任务导入】

► 案情介绍

某地接社和组团旅行社约定，负责接待旅游团来当地度假。地接社立即着手开始准备，向当地一家三星级宾馆发出订房传真，要求预订5月1~4日47人共24间客房，房价、标准按照原来的协议。宾馆当天传真回复，每天只能安排15间左右客房。5月1日，47位旅游者如期来到宾馆，宾馆以该地接社未确认为由，只为旅行社提供了15间客房。由于正值黄金周期间，该市宾馆爆满，一直到22:00，17位旅游者依旧不能入住，旅游者对此表示了强烈的不满。为了稳定旅游者的情绪，地接社临时让旅游者入住当地一家五星级宾馆的总统套房和普通套房。虽然地接社为此多支出8000元，尚有部分旅游者在饭店住地铺。为了安抚旅游者的情绪，旅行社通过加餐、免费增加景点等办法对客户进行弥补，额外支出共1万多元。该地接社向有关管理部门投诉，要求宾馆赔偿该公司所遭受的全部损失。

► 问题

1. 旅行社与饭店之间的合同关系是否成立？为什么？
2. 旅行社的额外损失是否应当由宾馆来承担？为什么？

► 案例解析

1. 合同不成立。合同的成立，必须经过要约和承诺两个阶段。该旅游租赁成立与否，是看旅行社发出租赁客房的要约、宾馆的承诺是否符合法律规定。按照《中华人民共和国合同法》的规定，承诺生效的条件之一，是承诺必须与要约的内容相一致。在该案例中，旅行社要求租赁24间客房，而宾馆只能提供15间客房，宾馆的回复和



旅行社的要约不一致, 宾馆的回复不属于承诺, 所以该合同不成立。

2. 既然旅行社与宾馆之间的租赁合同关系不成立, 宾馆就没有为旅行社提供客房的义务。旅行社的损失与宾馆不提供客房没有因果关系, 旅行社的损失只能由自己承担。

【任务分析】

作为计调员, 必须要对旅行社的基本情况有详细的了解, 要掌握旅行社的经营范围、主要业务、基本职能、组织结构和主要工作岗位, 现分析如下。

1.1.1 旅行社的经营范围

2009年2月20日国务院颁布的《旅行社条例》第二条规定: “本条例适用于中华人民共和国境内旅行社的设立及经营活动。本条例所称旅行社, 是指从事招徕、组织、接待旅游者等活动, 为旅游者提供相关旅游服务, 开展国内旅游业务、入境旅游业务或者出境旅游业务的企业法人。” 该规定表明了旅行社的经营范围包括3个方面。

1. 国内旅游业务

国内旅游业务, 是指旅行社招徕、组织和接待中国内地居民在境内旅游的业务。

2. 入境旅游业务

入境旅游业务, 是指旅行社招徕、组织、接待外国旅游者来我国旅游, 香港特别行政区、澳门特别行政区旅游者来内地旅游, 台湾地区居民来大陆旅游, 以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人, 在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民在境内旅游的业务。

3. 出境旅游业务

出境旅游业务, 是指旅行社招徕、组织、接待中国内地居民出国旅游, 赴香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区旅游, 以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人, 在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民出境旅游的业务。

国内旅游业务和入境旅游业务所有的旅行社都可以经营, 经营出境旅游业务就需要重新申请。旅行社取得经营许可满两年, 在两年中未因侵害旅游者合法权益受到行政机关罚款以上处罚的, 可以向国务院旅游行政主管部门或者其委托的省、自治区、直辖市旅游行政管理部门提出申请经营出境旅游业务, 受理申请的旅游行政管理部门自受理申请之日起20个工作日内做出许可或者不予许可的决定。获得许可就可以经营出境旅游业务, 没有获准许可则不能经营出境旅游业务。

相关链接 1-1

2012 年全国旅行社各项业务收入和百分比

国家旅游局监督管理司发布《关于 2012 年度全国旅行社统计调查情况的公报》，公报指出：截止 2012 年底，全国旅行社的总数为 24944 家，同比增长 5.29%。

2012 年度全国旅行社营业收入 3374.75 亿元，同比增长 17.51%；营业成本 3141.51 亿元，同比增长 18.05%；营业利润 24.58 亿元，同比增长 11.17%；利润总额 31.16 亿元，同比增长 44.55%；营业税金及附加 14.71 亿元，同比增长 12.62%；所得税 7.16 亿元，同比减少 6.05%；旅游业务营业收入 3096.75 亿元，同比增长 17.90%；旅游业务利润 148.28 亿元，同比增长 11.82%。

2012 年度全国旅行社国内旅游营业收入 1878.33 亿元，同比增长 12.35%，占全国旅行社旅游业务营业收入总量的 60.65%；国内旅游业务利润 87.01 亿元，同比增长 9.75%，占全国旅行社旅游业务利润总量的 58.68%。

2012 年度全国旅行社出境旅游营业收入 936.06 亿元，同比增长 40.11%，占全国旅行社旅游业务营业收入总量的 30.23%；出境旅游业务利润为 44.67 亿元，同比增长 24.25%，占全国旅行社旅游业务利润总量的 30.13%。

2012 年度全国旅行社入境旅游营业收入 282.36 亿元，同比减少 1.46%，占全国旅行社旅游业务营业收入总量的 9.12%；入境旅游业务利润为 16.59 亿元，同比减少 4.43%，占全国旅行社旅游业务利润总量的 11.19%。见图 1.1。

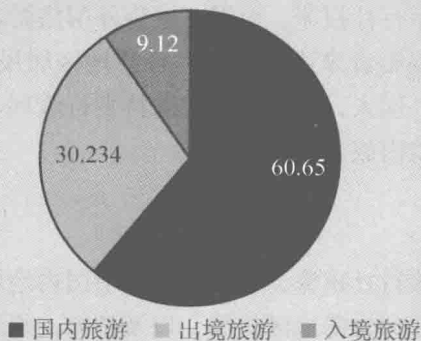


图 1.1 2012 年旅行社各项业务收入和百分比

1.1.2 旅行社的主要业务

由于旅行社在所属类型和企业规模方面存在较大差异，各种旅行社经营的业务范围也各不相同。尽管如此，旅行社的基本业务却大致相同。一般来说，按照旅行社的



操作流程,其基本业务可以划分为旅行社产品设计与开发、旅行社产品销售、旅游服务采购、旅游服务接待4个方面。

1. 旅行社产品设计与开发业务

按照旅行社业务操作流程,其第一项业务是产品设计与开发,是旅行社的基础性业务。在激烈的市场竞争中,旅行社能否立于不败之地很大程度上取决于旅行社产品的竞争力。产品设计与开发的决定因素主要包括资源禀赋、设施配置和旅游需求3个方面。旅行社产品的设计与开发业务包括产品设计、产品试产与试销、产品投放市场和产品效果检查评估4项内容。

(1) 旅行社在市场调查的基础上,根据对旅游市场需求分析和预测,结合本旅行社的业务特点、经营实力及各种旅游服务供应的状况,设计出各种能够对旅游者产生较强吸引力的产品。

(2) 旅行社将设计出来的产品进行小批量的试产和试销,以考察产品的质量和旅游者对其喜爱的程度。

(3) 当产品试销成功后,旅行社应将产品成批量地投放市场,以扩大销路,加速产品投资的回收和赚取经营利润。

(4) 旅行社应定期对投放市场的各种产品进行检查和评价,并根据检查与评价的结果对产品相应地进行完善和改进。

2. 旅行社产品销售业务

在市场经济条件下,如果没有畅通的销售渠道,没有行之有效的销售策略,产品的价值或使用价值均无法得以实现,消费者的需求也无法得到满足,旅游产品价值和使用价值的实现同样如此。旅游产品存在生产与消费同一性的特点,使得旅游产品销售对销售渠道的依赖较其他产品的销售表现得更为明显。旅行社销售业务主要包括制定产品销售战略、选择产品销售渠道、制定产品销售价格和开展旅游促销4项内容。

(1) 旅行社根据产品成本、市场需求、竞争状况等因素制定产品的价格。

(2) 旅行社根据所确定的目标市场选择适当的产品销售渠道。

(3) 旅行社根据其经营实力和目标市场来确定与实施旅行社的销售战略。

(4) 选择适当的促销手段,以便将旅行社产品的信息传递到旅游客源市场,引起旅游者的购买欲望,促进更多产品的销售。

3. 旅游服务采购业务

旅游服务采购是指旅行社为组合旅游产品而以一定的价格向其他旅游企业及与旅游业相关的其他行业和部门购买相关服务项目的行为。旅行社与其他旅游企业和服务



部门既是客户关系，又是战略伙伴关系。协作网络是旅行社旅游服务采购的保障，而旅游服务采购的管理直接关系到旅行社产品的质量和成本。

旅游活动的基本要素包括食、住、行、游、购、娱等方面，旅游者的需要是通过以上几方面的满足来获取的。旅行社作为旅游活动的中间商，其主要的功能就是将旅游活动有关的食、住、行、游、购、娱等各项服务有机结合起来，去满足旅游者的整体性需要。然而，以上这些项目的服务，都不是旅行社自己直接生产提供的，旅行社必须与交通部门、参观游览部门、住宿部门、餐饮部门、购物部门、娱乐部门、保险公司及相关的旅行社等企业进行协作联系，向他们采购各类旅游服务，以保证旅游者所需各项服务的供给。另外，组团旅行社还需要向旅游线路沿途的各地接待旅行社采购接待服务。

为保证旅行社和相关旅游企业各自利益的实现，旅行社与各相关旅游企业和部门之间的关系应建立在合同的基础之上，才能避免可能发生的纠纷，做到互惠互利、友好合作，保证旅行社采购到高质量的旅游产品，以满足旅游者整体性的旅游需要。

4. 旅游服务接待业务

旅行社的接待工作是对已经预订旅游产品或服务的旅游者，在其到达目的地后提供这些产品或服务，使其圆满地实现此次出游的目的。这一过程往往是通过与各种旅游服务部门的合作完成的。旅游者结束旅游活动以后，旅行社还应该提供售后服务，解决旅游者可能存在的问题，并与旅游者保持联系。虽然像家用电器等的工业产品的厂商都承诺有售后服务，但一般都是在购买以后出现了故障或质量问题的情况下，消费者才会主动联系厂商的售后服务机构。而旅行社则无论是否出现服务质量问题都要提供售后服务，即应该在旅游者返程的第二天，旅行社的经理或主管业务人员就应主动与旅游者联系，表示对旅游者的关怀并征询意见。如果旅游者有投诉，经理或主管业务人员首先应以诚恳的态度表示歉意，然后妥善处理好问题，给旅游者一个满意的答复。

由于旅游产品存在着生产与消费的同—性特点，决定了接待过程也就是旅游产品的消费过程，同时也是旅行社提供旅游服务、实现旅游产品价值的过程。旅行社接待服务水平的高低决定着旅游者对产品质量评价的高低，关系到旅游者需求的满足程度，也影响到一个国家或地区的声誉，反映了一个旅行社的总体经营管理水平，决定着旅行社发展的未来。

相关链接 1-2

2012 年度全国旅行社集团十强见表 1-1。



表 1-1 2012 年度全国旅行社集团十强

名次	许可证编号	旅行社名称
1	L-BJ-CJ00003	中青旅控股股份有限公司
2	L-SH-CJ00009	上海春秋国际旅行社（集团）有限公司
3	L-BJ-CJ00002	中国旅行社总社有限公司
4	L-BJ-CJ00001	中国国际旅行社总社有限公司
5	L-GD-CJ00002	广东省中国旅行社股份有限公司
6	L-BJ-CJ00011	中国康辉旅行社集团有限责任公司
7	L-SH-CJ00002	上海锦江国际旅游股份有限公司
8	L-GD-CJ00004	广州广之旅国际旅行社股份有限公司
9	L-HUN-CJ00002	湖南省亲和力旅游国际旅行社有限公司
10	L-SH-CJ00011	上海航空国际旅游（集团）有限公司

1.1.3 旅行社的基本职能

旅行社既是为旅游者提供旅行服务的专门机构，又是连接旅游供给者和旅游需求者的中介组织。虽然不同国家和地区的旅行社具有本国或本地区的特点，然而，作为向旅游者提供各种有偿服务的旅游企业，各国和各地区的旅行社在企业职能和经营业务方面也有许多共同之处。现代旅行社最基本的职能就是满足旅游者在旅行和游览方面的各种需要，协调和帮助交通、食宿、景点、娱乐场所和旅游商店等服务供应部门将其旅游服务产品销售给旅游者。

1. 生产职能

旅行社的生产职能也可以称之为组装职能，是指旅行社设计和组装各种包价旅游产品的职能。旅行社类似工厂里的组装车间，以低于市场的价格向饭店、旅游交通和其他相关部门批量购买旅游者所需要的各种产品要素（服务项目），然后进行设计、组装和加工，同时融入旅行社自身的理念和特色，形成含有自己服务内容的旅游包价产品，出售给旅游消费者。对团体旅游而言，旅行社最终出售的是一件完整的旅游产品，而非组成旅游产品的零散服务项目。旅游者也可以直接向旅游要素供给部门和企业直接购买各个单项的旅游产品，但因购买数量有限，难以获得理想的价格，也不能享受旅行社提供的相关服务。因此，旅行社出售的不是简单的服务项目，而是经过精心设计、加工和装配的综合产品。从这一意义而言，旅行社具有生产职能。



2. 销售职能

旅行社是营利性组织，它不仅需要在旅游市场上销售自己的旅游产品，而且还承担着旅游者和各旅游服务部门之间的媒介与桥梁作用。旅行社在销售自身包价旅游产品的同时，也代理销售旅游服务供应部门和企业的各种单项服务项目，如旅行社为旅游者代购、代订车船票、机票等。由于受到空间、时间、价格等多种因素的影响，旅游者要在对旅游目的地一无所知或知之不多的情况下，广泛搜集有关旅游信息，办理各种繁琐的旅游手续，特别是当旅游者所需要的不仅是本国或本地区的个别旅游服务项目，而是一种跨国界、综合性的旅游产品时，这种状况无疑会在一定程度上使旅游者自行外出旅游受到一定限制。旅行社正是迎合消费者的需要，承担起沟通买卖双方的任务，使得旅游产品更加顺利地进入消费领域，从而被旅游者所了解和接受。因此，旅行社在旅游产品销售过程中具有十分重要的作用。

3. 组织协调职能

旅行社要保障旅游活动的顺利进行，离不开旅游业各个部门和其他相关行业的合作与支持，旅行社需要做大量的协调工作。首先，旅行社必须组织协调好旅游行业内的各种关系，如为满足旅游者食、住、行、游、购、娱等多方面的需要，旅行社需要协调好与各个旅游服务部门之间的关系；其次，旅行社还需要协调行业外的各种关系，如为保证旅游者顺利出行，旅行社可能要协调海关、边防检查、卫生检疫、外事、侨务、公安、交通管理等各方面的业务关系，从而保障旅游者旅游活动过程中各个环节的衔接和落实。

4. 分配职能

旅游者在旅游活动过程中的消费是多种多样的，特别是在包价旅游的情况下，旅游者通常一次性预付全部或部分费用。这不仅意味着旅行社要根据旅游者的要求，在不同的旅游服务项目之间合理分配旅游者的支出，以最大限度地满足旅游者的需要，而且还要在旅游活动结束后，根据接待过程中的各相关部门提供的服务的数量和质量合理分配收入。

5. 提供信息职能

作为旅游产品的重要销售渠道，旅行社始终处于旅游市场的最前沿，熟知旅游者的需求变化、市场动态及发展趋势。旅行社将这些信息及时提供给各有关部门和企业，有利于它们调整产品结构和改善经营管理（见图 1.2）。例如，旅行社将散客旅游日趋发展、旅游者对参与性旅游的兴趣增大及随着人均期望寿命延长，老年人外出旅游率增长幅度较大等市场信息传达给有关部门和企业，引起他们的重视，及时采取相应对策，推出新的散客旅游产品、参与性旅游产品和老年旅游产品，以满足旅游者的需要，并从销售这些产品中获得经济收益。



图 1.2 旅行社信息流动图

另外，旅行社利用自身与旅游者的接触最频繁和最直接，在旅游者中间享有一定的声誉和旅游者对其信赖等有利条件，将旅游目的地本身及各相关部门和企业最新发展与变化的信息及时、准确、全面地传递到旅游市场，促使旅游者选择和购买有关的旅游产品。

1.1.4 旅行社的组织结构

各个旅行社的组织结构是不一样的，任何一种组织结构都不是完美的，各有其利弊。旅行社在设计组织结构的时候，应该视旅行社的具体情况而定，并在适应环境变化的过程中不断调整和完善。采用什么组织形式的组织结构，关键是看其是否利于旅行社业务的拓展，是否有利于旅行社发挥出最大的效能和实现旅行社目前的任务。目前旅行社常用的组织结构有直线职能制和市场部门制两种。

1. 直线职能制组织结构

直线职能制又称按照职能设置部门，是旅行社比较常见的组织结构（见图 1.3）。旅行社按照内部生产过程，划分和设立业务部门和管理部门，形成专业化职能组织。业务部门主要是外联部、计调部、接待部、综合业务部。这些部门履行专业化组织职能。管理部门一般有办公室、人力资源部、财务部等，为旅行社经营管理提供决策咨询与监督指导。

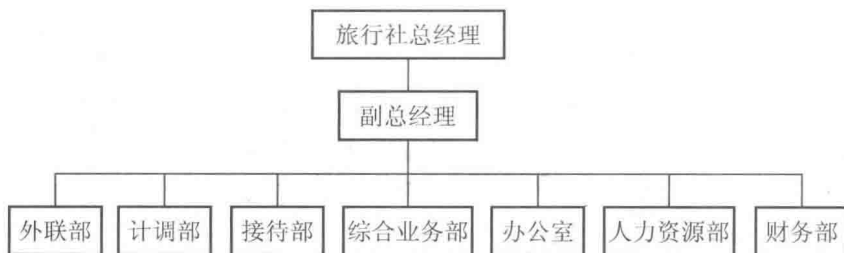


图 1.3 旅行社直线职能制组织结构

1) 设置的主要业务部门

(1) 外联部，又称市场部、销售部、市场营销部。其主要业务是旅行社产品的营销机构，负责根据旅行社在不同时间、不同地域的重点和特色旅游产品开展营销活动。