



高 职 高 专 经 济 管 理 类 规 划 教 材

旅行社业务与管理

Travel Agency Operation and Management

主 编 朱 美

副主编 张安民 俞利芳

旅行社业务与管理

主 编 朱 美

副主编 张安民 俞利芳



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅行社业务与管理 / 朱美主编. —杭州: 浙江大学出版社, 2013. 12
ISBN 978-7-308-12467-6

I. ①旅… II. ①朱… III. ①旅行社—企业管理—高等学校—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 260572 号

旅行社业务与管理

朱 美 主编

责任编辑 周卫群

封面设计 联合视务

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 富阳市育才印刷有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 16.75

字 数 413 千

版 印 次 2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-12467-6

定 价 32.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

前 言

教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》指出,“课程建设与改革是提高教学质量的核心,也是教学改革的重点和难点。高等职业院校要积极与行业企业合作开发课程,根据技术领域和职业岗位(群)的任职要求,参照相关的职业资格标准,改革课程体系和教学内容。”由此,与行业企业合作进行基于工作过程、能力本位的课程改革,是培养面向服务和管理第一线的高素质技能型人才的主要任务之一。

《旅行社业务与管理》是高职院校旅游管理专业的核心课程,旅行社也是将来学生要去工作的主要企业之一,所以,学好这门课,掌握旅行社的工作内容和工作技能对高职旅游管理专业的学生来说是非常必要的。目前,该课程的教学中存在的主要问题之一就是教学内容与企业工作脱节。所以本教材按照旅行社的主要业务和工作流程对教学内容重新进行梳理和排序,针对旅行社的重点业务设计了操作性强的实训项目,既有企业管理理论又有旅行社操作实务,并且结合各项主要业务安排了丰富的案例和行业热点新闻,将会增强学生的学习兴趣,使学生具备过硬的实践技能并掌握基本的企业管理知识。

本教材力求突出以下三个特点:

1. 以旅行社的组团和地接两大业务为主线,依序串连各教学项目;
2. 能力训练项目可操作性强;
3. 紧密结合行业企业最新发展动态。

本教材主要分为五个模块:模块一,认识旅行社,主要介绍旅行社的发展历史、旅行社的组织机构和旅行社的设立,让学生对旅行社有一个基本的认识;模块二,旅行社的接团业务与管理;模块三,旅行社的发团业务与管理,根据旅行社地接和组团业务的工作流程顺序设置教学内容(需要说明的是,涉及旅行社导游工作的内容,由于有《导游业务》课程专门学习,故本教材省略此部分内容);模块四,旅行社电子商务;模块五,旅行社企业文化,这是目前旅行社发展的重点和方向。本教材适合高职高专旅游类专业作为教材使用,同时适合旅游行业从业人员作为参考用书。

本教材编写分工如下:

朱 美(湖州职业技术学院),制定全书框架及各教学项目的安排,撰写前言、项目六、项目十二、项目十三、模块四,并对全书进行统稿、修改和审定;

张安民(湖州职业技术学院),撰写项目一、项目二、项目三;

俞利芳(湖州职业技术学院),撰写项目九、项目十、项目十一;

傅 昭(湖州职业技术学院),撰写项目四、项目五;

罗建基(杭州市旅游职业学校),撰写项目七、项目八;

李海平(湖州职业技术学院),撰写模块五;

章海耘(湖州新国际旅行社),旅行社业务顾问,能力训练项目设计。

在本教材的编写过程中,我们参考了许多前辈和同行的研究成果,杭州友达旅游有限公司、湖州新青年旅游公司也提供了很多宝贵的资料和意见,在此表示诚挚的感谢。书中不当之处,恳请专家、同行批评指正。

编 者

2013年9月



目 录

模块一 认识旅行社	1
项目一 旅行社的发展历史	1
项目二 旅行社的组织机构	14
项目三 旅行社的设立	25
模块二 旅行社的接团业务与管理	36
项目四 旅游产品设计	37
项目五 旅游服务采购	53
项目六 旅游产品定价	69
项目七 旅游产品促销	83
项目八 旅游产品销售	103
项目九 旅游产品质量管理	124
模块三 旅行社的发团业务与管理	135
项目十 旅游市场调查	135
项目十一 门市接待服务	140
项目十二 组团社与地接社的合作	151
项目十三 团队结账工作	163
模块四 旅行社电子商务	175
模块五 旅行社企业文化	195
参考文献	215
附录 1 旅行社条例	217
附录 2 旅行社条例实施细则	225
附录 3 中华人民共和国旅游法	234
附录 4 设立旅行社申请材料	247

模块一 认识旅行社

旅行社是旅游业的龙头,是促进旅游产业发展的重要生产力,也是连接旅游生产服务各个环节的纽带和沟通旅游生产消费的桥梁。作为旅游业的重要销售渠道,旅行社通过向旅游者销售各种旅游服务产品,帮助其他旅游服务供应部门或企业解决产品销售方面的困难,帮助旅游者实现旅游消费愿望,促进旅游目的地经济的发展。

本模块主要让同学们对旅行社有一个整体的认识:一、旅行社的发展历史,包括世界和中国旅行社的发展变革;二、旅行社的组织机构,包括旅行社的部门和结构;三、旅行社的设立,包括旅行社设立的条件和程序等。

项目一 旅行社的发展历史

学习目标

- 了解旅行社产生的背景和发展的现状
- 了解中国旅行社的发展历程

导入案例

美国运通旅行社是美国最大的旅行社,也是世界上最大的旅行社。该旅行社于1850年在美国的纽约州包法罗市建立,起初经营货物、贵重物品和现金的快递业务。1882年,美国运通公司推出自己的汇票,并且立即获得成功。

1891年,美国运通公司推出第一张旅行支票。美国运通公司以其良好的信誉为其所发行的旅行支票作担保,并且保证接受这种支票的人不会蒙受任何损失。假如支票被盗或是支票上的签名被人仿冒,美国运通公司保证承担损失。公司不靠发行旅行支票的手续费营利,而是靠每年数十亿美元的浮存进行投资。同年,美国运通公司建立欧洲部,并于1895年在巴黎建立了第一家分公司,随后又先后在伦敦、利物浦、南开普敦、汉堡、不来梅等城市建立了分公司。很快,美国运通公司的办事处和分公司遍布整个欧洲。

在旅游市场巨大发展潜力的诱惑下,美国运通公司于1915年设立了旅行部。1916年,旅行部组织了很多旅游团,其中包括分别前往远东地区和阿拉斯加的旅游客轮及前往尼亚加拉大瀑布和加拿大的包价旅游团。1922年,美国运通公司开始经营通过巴拿马运河的环



球客轮旅游。在整个 20 世纪 30 年代,美国运通公司开始实施大规模的国内旅游业务计划,公司创办著名的乘火车前往美国西部地区旅游的“旗帜旅行团”,项目包括交通、住宿、游览观光和餐饮等内容。

第二次世界大战结束以来,美国运通公司获得了巨大发展,现已成为世界上最大的旅行和金融集团。除了旅行部和旅行支票部之外,美国运通公司还设有银行部、投资部和保险部。另外,美国运通公司发行的信用卡还是国际上使用的主要信用卡之一。

讨论:通过案例说明旅行社业发展的历程是怎样的?

基本知识

一、世界旅行社的发展历程

出行在人类社会中扮演着一个重要的角色,早期人类的出行是个体的、分散的、无组织的。产业革命后,火车和轮船等交通工具的出现,改变了人们出行的方式,旅游活动也发生了深刻的变化。旅游活动的兴盛和旅游产业的发展是旅行社业态萌芽和生长的基础。从供需角度看,旅行社的产生是经济、科技和社会分工发展的综合结果。

第一,经济基础。工业革命前,只有地主和贵族才有金钱从事非经济目的的消遣性旅游活动。工业革命使得生产力迅速发展,社会财富急剧增加,财富大量流向新兴的工业资产阶级,有产阶级规模日益扩大,他们具备了旅游的经济条件,扩大了有财力外出旅游的人数。

第二,科技条件。1769 年瓦特发明的蒸汽机技术很快被应用于新的交通工具的制造,到 18 世纪末蒸汽机轮船就已问世。1825 年,英国享有“铁路之父”之称的乔治·史蒂文森建造了斯托克顿到达林顿的铁路并投入运行。此后,各地的铁路建设蓬勃发展,并向更远的地区延伸。交通运输技术的发展对近代旅游业的诞生产生了重要的影响。

第三,社会分工的发展。工业革命加速了城市化的进程,并且使人们工作和生活的重心从农村转移到城市。随着大量人口涌入城市,原先那种随农时变化而忙闲有致的多样性农业劳动,开始为枯燥、重复的单一性大机器工业劳动所取代,这一变化最终导致了人们适时逃避城市生活的紧张节奏、拥挤嘈杂的环境压力的需要和对回归自由、宁静的大自然的追求。

这种经济的繁荣、交通的便利与廉价、生活方式的改变,极大刺激了人们外出旅游的需求。但是大多数人缺少旅行经验,不了解外面的世界,不知道如何办理旅行手续,加上语言不通、货币兑换等问题的困扰,人们的实际出行在较大程度上受到了限制。面对这种情况,富有经营头脑的英国人托马斯·库克意识到当时正是大规模团体旅行的开始,而社会上却没有一家专门为旅游者提供旅游活动的服务机构,经营这样的服务机构必将有着良好的发展前景。于是 1845 年,托马斯·库克在莱斯特正式成立了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社,成为旅行代理业务的开端,世界上第一位专职的旅游代理商由此产生。

信息链接

托马斯·库克

托马斯·库克是近代旅游业之父,又被称为“监护旅游之父”,为旅游业的发展做出重

大贡献,是旅游界的伟人。

1808年11月22日,托马斯·库克出生于英格兰德比郡墨尔本镇。自幼家境贫寒,4岁丧父,母亲改嫁。迫于生计,托马斯·库克10岁时不得不辍学从业。先在一家蔬菜花木店当帮工,每周的工钱仅为6个便士。后又当木工学徒。17岁时进入拉特兰浸礼教会做颂经人。

1828年库克成为一名传教士,云游四方,散发浸礼教会的小册子,宣传教义。这使得托马斯·库克游历了英格兰的许多地方,对旅游产生兴趣。另外,出于宗教信仰的原因,他后来成为一位积极的禁酒工作者。

1841年7月5日,托马斯·库克包租了一列火车,将多达570人的游行从英国中部地区的莱斯特送往拉夫巴勒参加禁酒大会。往返行程22英里,团体收费每人一先令,免费提供带火腿肉的午餐及小吃,还有一个唱赞美诗的乐队跟随。这次活动 in 旅游发展史上占有重要的地位,它是人类第一次利用火车组织的团体旅游,它是近代旅游活动的开端。

1845年托马斯·库克放弃了木工的工作,开始尝试从事具有商业性的旅游组团业务代理,成为世界上第一位专职的旅行代理商。同年夏,首次出于商业营利目的,他组织了一次真正意义上的团体消遣旅游。这次团体旅游是从莱斯特出发途中经过若干地点停留访问,最终目的地是英格兰西部的海港城市利物浦。全程历时一周,共350人参加,并编发了导游手册——《利物浦之行手册》分发给旅游者,这是世界上第一本旅游指南。由于当时人们对外出旅游的需求已趋成熟,加之托马斯·库克此前组织旅游活动的成功为其带来的名声,所以有关组织这次团体旅游的海报告示一经张贴,报名者极其踊跃。为了确保这次组团旅行的成功,托马斯·库克不得不决定将组团规模控制在350人以内。很多人前来报名时,都因名额已满而不能如愿。在已办好预订手续的人中,甚至有些人乘机高价转手倒卖名额。这次旅游的组织方式更具现代包价旅游的特点,体现了现代旅行社的基本特征,开创了旅行社业务的基本模式。

1846年,托马斯·库克亲自带领一个旅行团乘火车和轮船到苏格兰旅行。他为每个成员发了一份活动日程表,还为旅行团配置了向导。编写了《苏格兰之行手册》之后,他每年都要组织5000多人在英伦三岛之间旅行。每次他本人都亲自陪同,编印旅游指南。他成功地把铁路、水路和地上交通设施紧紧联系在一起。旅行业务得到较大发展。

1851年5月,为了展示英国工业革命成果,在伦敦建造了“伦敦水晶宫”并准备举办一次大展览,此为第一届世界博览会。托马斯·库克决心抓住这个机会扩大旅行业务。在展览开幕前,他遍访英格兰中部和北部主要城市,组织各地旅客赴伦敦参观展览。为此,他还创办名为《观光者》的月刊杂志,专门介绍各地风光和旅游者的见闻。这一年,他组织了165000多人到伦敦参观展览。此后,他又成功地组织了旅客参观1853年的都柏林展览和1857年的曼彻斯特展。

1855年,库克组织了从英国莱斯特前往法国巴黎参观第二届世界博览会的团体旅游,这次旅游活动在巴黎停留游览4天,全程采用一次性包价,其中包括在巴黎的住宿和往返旅费,总计36先令。当时(1855年8月6日)的《曼彻斯特卫报》称此举是“铁路旅游史上的创举”。事实上,这也是世界上组织出国包价旅游的开端。到1864年,经托马斯·库克组织的旅游人数已累计100多万。

1865年,托马斯·库克开办了一家旅游用品商店。同年,为了进一步扩展旅行社业务,



托马斯·库克与儿子约翰·梅森·库克(John Mason Cook)成立托马斯父子公司(即通济隆旅游公司),迁址于伦敦,并在美洲、亚洲、非洲设立分公司。此后,托马斯·库克又组织了到法国等地的旅游活动。

1872年,他本人亲自带领一个9人旅游团访问纽约、华盛顿、南北战争战场、尼亚加拉大瀑布、多伦多等地,把旅游业务扩展到了北美洲。这次环球旅行声名远播,产生了极大的影响,使人们“想到旅游,就想到库克”。

1878年,托马斯·库克退休,业务由其子约翰·梅森·库克主持。1939年,通济隆旅游公司在世界各地设立了350余处分社。到了20世纪初,英国托马斯库克旅游公司、美国运通公司、比利时铁路卧车公司,被称为世界旅行代理业的三大公司。

1892年,他创办了最早的旅行支票,可在世界各大城市通行,凡持有旅行支票的国际旅游者可在旅游目的地兑换等价的当地货币,更加方便了旅游者进行跨国和洲际旅游。通济隆旅行社还编印了世界最早的旅行杂志,曾被译成7国文字,再版达17次之多。同年7月,年满84岁的托马斯·库克离开人世,长眠于英格兰萨里郡泰晤士河畔的瓦尔顿城。

(一)近代旅行社业的发展

19世纪末到第二次世界大战前是旅行社业萌芽和初步发展时期。随着托马斯·库克父子公司的发展壮大,越来越多的人意识到了旅游业蕴藏的巨大市场潜力。世界各国尤其是发达国家,旅行社不断出现。

1850年,英国的托马斯·尔内特成立了“旅游者组织”,为旅客提供旅行日程安排、车辆、食品及相关用品。同年,美国运通公司开始兼营旅行代理业务,随后又于1891年发行了与现代使用方法相同的旅行支票,于1895、1896年分别在巴黎和伦敦开设了旅游办事处,专为来访的美国人代办各类旅行事宜。1857年,英国成立了帐篷旅游俱乐部。1890年,法国、德国成立了观光俱乐部。1927年,意大利成立了首家旅行社;1929年,苏联也成立了首家旅行社。

在亚洲,1893年,日本设立了专门接待外国游客的“喜宾会”,开始专门从事招徕和接待外国游客及代办旅行的各项服务。1926年,“喜宾会”正式定名为“日本交通公社”。

到20世纪20年代末,全世界已有50多个国家开展了旅行社业务。这一时期美国的运通公司、英国的托马斯·库克父子公司和以比利时为主的铁路卧车公司成为世界旅行社业的三巨头。

这一时期旅行社发展的特点为:数量有了较大的增加,规模也得以扩大。推出的旅游产品有了更新,除了观光旅游之外,还经营探险旅游等新的品种。出行的范围同时扩大,不再仅仅局限于国内旅行和短途国外旅行。出游工具除了轮船、火车外,还可以乘坐大型汽车。

(二)现代旅行社业的发展

从第二次世界大战结束到20世纪80年代是旅行社业的迅猛发展阶段。其原因主要有三个:第一,第二次世界大战以后世界经济的恢复和发展,人们收入水平普遍提高,开始追求更高的生活质量;第二,随着社会生产力的发展,20世纪60年代带薪休假制度的普遍实行,将人们从繁重的工作中解放出来,人们空闲时间增多;第三,现代交通运输业的发展,尤其是民用航空业的发展,极大地缩短了人们旅途中用于交通方面的时间,增加了观光游览

的时间,使人们可以快捷、高效地实现远距离的旅行。这些因素有力地推进了旅游业和旅行社业的高速发展。

上述条件决定了旅游需求表现为对标准化产品的大规模、无差异需求。由于旅游者缺乏足够的旅游经验,对旅游产品也缺乏严格的要求和预期,因此他们在很大程度上都需要由旅游经营者进行引导。旅行社业的运作模式也因此发生了深刻的变化,以有组织的团体包价旅游为代表的规范化、标准化旅游运作模式日益普及。旅游产业从此进入了现代化和大众化现代时期,也为现代旅行社业的发展提供了极为有利的条件,旅行社的行业规模和企业规模与前一时期相比都有了质的飞跃。随着旅行社数量的急剧增加和行业规模的不断扩大,在世界范围内形成了由 10 万余家旅行社组成的国际旅游服务销售网络,并产生了许多国际性和地区性的旅行社组织,如世界旅行社协会、世界旅行社协会联合会。

知识链接

世界旅行社协会和世界旅行社协会联合会

世界旅行社协会是一个国际性的旅游组织,创建于 1949 年。该协会由 237 家旅行社组成,其中半数以上为私营企业,分布在 86 个国家的 208 个城市中。世界旅行社协会设有一个执行委员会,有 9 名委员。总部在瑞士的日内瓦,并设常务秘书处,管理协会的行政事务。协会每两年举行一次大会。协会把世界分成 15 个区,各区每年举行一次会员社会议,研究本区旅游业务中的问题。世界旅行社协会旨在推动旅游业的发展,收集和传播信息,参与有关发展旅游业的商业和财务工作。该协会每三年对各会员社的营业情况进行一次调查。在 1983 年的调查中,该协会所属旅行社的总营业额在 20 亿美元以上。该协会出版《世界旅行社协会万能钥匙》,每年一期,免费提供给各旅行社。该刊是一份提供最新信息的综合性刊物,主要刊登会员社提供的各种服务项目的价目表,还刊登各国旅行社提供的国家概况和饭店介绍等。协会的活动经费来源,一是会员社每年的捐款,二是出版发行《世界旅行社协会万能钥匙》年刊的利润。会址:瑞士日内瓦(37 Quai Wilson, CH-1211 Geneve, Suisse)。

世界旅行社协会联合会是最大的民间性国际旅游组织。其前身是 1919 年在巴黎成立的欧洲旅行社和 1964 年在纽约成立的美洲旅行社,1966 年 10 月由这两个组织合并组成,并于 1966 年 11 月 22 日在罗马正式成立。英文名称:United Federation of Travel Agents' Associations,简称 UFTAA。

(三)当代的世界旅行社业

20 世纪 90 年代以来,世界旅行社业进入一个新的发展时期。这一时期主要呈现出如下特征:

第一,旅行社产品向个性化发展。随着社会经济条件和人们文化素质的提高,以及旅游者旅游经历的丰富,游客对千篇一律的标准化旅游产品需求不断弱化,开始追求凸显差异化、个性化的旅游产品。使得旅行社在传统的包价旅游产品之外,不断根据游客的需求,设计推出个性化的旅游产品。

旅游走向个性化“定制线路”渐成主流

时间:2012-10-23 10:40:45 星期二 来源:今日早报 编辑:盛 岚

有媒体报道,到2015年,旅游消费将占居民消费总量的比例达到10%,国内游人数将达33亿人次,旅游行业总收入达2.5万亿元。过去,在旅行过程中,总有不少消费者表示,自己感兴趣的景点游览时间太短,不感兴趣的景点转起来没完;好不容易出门旅游,却在购物点浪费了不少时间。伴随着我国旅游业的迅猛发展,这样的情况正在逐渐好转,旅行社也在不断转变经营模式以适应消费者的需求。今年以来,各大旅行社相继推出“定制线路”、“深度旅游”、“高端旅游”等旅游项目,大众化旅游正在逐渐走向个性化、私人化。

记者采访了多家旅行社以及相关业内人士,共同探讨近几年旅游行业的转变。

从固定线路产品到为游客量身定制

如今游客出游需求和出游方式已多样化,从传统的观光旅游向休闲旅游、度假旅游、体验旅游、乡村旅游等新型、多业态、多形式旅游转变已是大势所趋。随着散客自助游、网上预订不断增多,人们在具体消费行为上表现为旅游消费动机和出游方式多样化、出游时间分散化,对旅行社服务的要求越来越高。旅行社推出的固定线路已经难以满足消费者多样化的需求,为此,不少旅行社推出“定制旅游”业务,游客可以提出自己想去的景点、想住的酒店,再由旅行社帮助设计线路。

2011年时,杭州国际旅行社董事长张玲中就关注到了“定制旅游”问题。据张玲中介绍,2011年前,旅行社推出的90%的产品都是设计产品,也就是由旅行社制定固定线路,推向消费者,消费者根据自己的喜好选择其中的线路组团旅行,只有10%是根据消费者的特殊需求而量身定做。“2011年以前,消费者对旅行的要求并不是很具体,旅行社推出的旅游线路一般能满足多数游客的需求。”

从2011年开始,消费者对旅行的要求不再局限在景点上,而是对具体的酒店、餐厅、特定景点都有一定要求。张玲中告诉记者,2011年时,杭州国际旅行社“定制旅游”的比重就达到了60%左右。现在一般都是一群朋友或者几个家庭六七八人组队一起出去旅游,他们提出自己想去的景点、想住的酒店、想吃的餐厅,再由旅行社帮助设计出合理的路线。“比如,游客去欧洲,重点想品尝法国各酒庄的红酒,或者坐在法国米其林三星餐厅享受美食,这些特殊要求都将由旅行社帮助设计到行程中。”

当然,与一般线路相比,定制旅游的价格要略高,但具体差价是多少不能一概而论。张玲中说,同是三亚双飞五日四晚游,大众线路的价格一般在3000元左右,但如果是定制旅游的话,就要根据入住的酒店以及餐厅等具体情况定价。

在众多旅行社为扩大游客范围推出平价旅游路线时,携程网反其道而行,成立中国首个顶级旅游品牌“鸿鹄逸游”,主攻中国富豪旅游市场,主要瞄准身价千万资产的富裕阶层。除此之外,携程网发布了2013年“环游世界80天”旅游产品,报价101万元,堪称史上最顶级旅游行程,价格不菲。这是携程连续第三年推出顶级环球游产品,此前两年的环球游名额在售卖时分别以9分钟和30秒的时间被一抢而空,让人惊叹。

鸿鹄逸游营销总监华莉介绍,鸿鹄逸游自今年3月份成立以来,每月订单量成倍数增长。“看好中国奢华旅游市场的,不仅是携程旗下的鸿鹄逸游,包括新加坡航空公司、法国



航空公司、阿联酋航空公司等都积极在中国布局,力图进入高端旅游市场。”同时,各地旅游局也在关注奢华旅游市场的机会,把奢华旅游作为推广的目标,包括新加坡旅游局、新西兰旅游局、澳大利亚旅游局、瑞士旅游局、法国旅游局,甚至海峡对岸的“台湾观光局”也摩拳擦掌争相进入奢华旅游市场。

一些游客熟悉的热门目的地经过再设计与包装升级,呈现出崭新华丽的面貌。如柬埔寨,通常被旅行社设计成一条常规的历史宗教文化线路,但鸿鹄逸游的“柬埔寨情人岛 Song saa private island 自游行7天”却是一条浪漫的高端休闲线路,这里有东南亚唯一一个将游泳池建在海上的度假村,也是今年情人节刚刚对外开放的私人度假村,让高端客人见识不一样的柬埔寨。

业内人士认为,高端定制游在目的地选择、时间安排、设计独特性、资源稀缺性、服务专业性等方面具有独特优势,有利于满足高端旅游人群的出行需求,引导高端人群的旅游消费习惯,提升重复购买率,可以说从某种意义上开启了对旅游市场的一次重新定义和划分。

“跟团旅游最无趣了,尤其是去那些所谓的著名景点。除了少数几个景点还有点兴趣,绝大多数都提不起劲。”经常听到身边的朋友这样抱怨。业内人士认为,旅游市场经过20多年的发展已进入“后观光游时代”。“上车睡觉,下车拍照”这种观光模式消费者已经不买账了。

新世界国旅总经理徐敏向记者介绍,以往旅行社推出的线路是多点形式,将相近的几个点串在一起形成一个长途线路,比如新马泰十日游、欧洲四国十日游等,希望能在短时间内到达多个地方。“游客也喜欢这种多目的地的方式,这样一趟旅行下来,游客能到多个国家,体验不同的风情。”

从各大旅行社推出的线路不难看出,这种“串连式”的旅行方式正在逐渐被取代。“吴哥深度5日游”、“泰国6日游”、“济州岛4日游”,从这些名称都可以看出,单一式的目的地正在取代“串连式”的旅行线路。徐敏告诉记者,现在这种长途的单一深入式线路更受游客喜爱,“往返于多个目的地经常是一种走马观花式的观赏,而单一目的地更利于游客深入感受。”

从走马观花到深度旅游 奢华旅游分割旅游市场

什么是深度旅游呢?时间长的是不是就是深度旅游呢?面对这种疑问,徐敏解释道,深度旅游不只是时间长短的问题,而是一种旅游的形态。游览者通过旅游去触碰文化、感悟历史、探寻神秘、增长阅历。通过与当地社会和民众进行接触和交流,旅游者可以细细品味旅游地的历史及风情,有更多的时间和机会涉猎当地的风土人情与日常生活,体验到当地的人文特色、生活习俗。

也有人将深度旅游理解成“慢调生活”。引用某一家旅行社在伦敦深度游介绍词中一席话,可以很好地概括深度旅游的意义。“成熟、老到、醇厚的伦敦,是值得用脚步来一点一点丈量的。其间可能发生的最浪漫的事,是迷路。穿着轻便鞋,在一种永远都不知道下一刻会看见什么的状态下,伦敦便成了惊喜和伟大的化身。”

实实在在地踩在地面上,与匆匆而行的城中人擦肩而过,你才有可能真正地懂得这个城市。

旅行团利用“低价团”、“零负团费”的手段吸引消费者,以低于成本的价格招徕顾客,然后途中变本加厉地“诈取”游客钱财,让参团者“骑虎难下”。“强制购物”让一些旅行团最后

都变成“购物团”，也让众多消费者叫苦不迭。

《中华人民共和国旅游法(草案)》中规定，旅行社不得以低于成本的价格招徕、组织、接待旅游者；旅行社组织、接待团队旅游不得指定购物场所，不得强迫或者变相强迫购物，不得安排任何形式的另行付费旅游项目。

杭州国际旅行社董事长张玲中提醒消费者，任何旅行社都不可能推出一条亏损的线路，面对“负团费”、“零团费”或者是低于成本价的旅游线路时，要多一个心眼，不要一味追求低价。“一条线路推出后，价格和质量一般都是成正比的，遇到同一条线路不同报价时，要仔细对比行程，防止掉入陷阱。”(实习生 胡晓 记者 陈晓)

第二，旅行社规模呈现两极分化态势。20世纪90年代以来，欧美发达国家旅行社两极分化趋势明显。大旅行社和小旅行社相差悬殊，共同存在。大旅行社走向规模化、国际化，纷纷建立联号集团或跨国旅游企业集团。小旅行社实行旅行代理和专门化，经营灵活。

知识链接

世界著名旅行社

美国罗森布鲁斯旅行社(1892年成立)
美国运通旅行社
美国汤姆逊旅行社
美国和荷兰的卡尔逊—韦根利特旅行社(跨国集团，属雅高集团)
法国新边界旅行社
法国德格利夫旅行社
德国阿特拉斯—莱森旅行社(属于路易集团)
德国 ITS 莱森旅行社(属于路易集团)
德国 DER 旅行社(属于巴恩公司)
德国奈克曼旅行社(属于卡尔施达特公司)
德国 C+N 旅行社(德国汉莎公司)
德国莱斯—奎尔旅行社(属于奎尔—施克丹公司)
英国托马斯·库克旅行社(跨国集团西德意志土地银行)
英国航空旅行社
荷兰饭店计划旅行社(属于米格罗斯公司)
比利时 VTB—VAB 莱森旅行社(跨国集团普鲁塞格公司)
意大利饭店计划旅行社(跨国集团米格罗斯公司)
澳大利亚喷气座旅行社
日本交通公社

第三，网络化经营普及，科技含量增大。互联网改变了旅行社的经营模式。在传统的旅游服务管理模式中，旅行社只提供标准化的团体旅游线路，没有针对旅游者的个体需要进行产品设计。互联网技术的应用，大大地提高了信息沟通效率，拓宽了信息沟通渠道。旅行社可通过互联网及时地与旅游者进行沟通，充分了解旅游者的需求，有针对性地提供个性化的服务，变被动营销为主动营销，这样就推动了旅游业从以产品质量为中心的经营模式，向以游客满意度



为中心的模式转变。互联网改变了旅行社的营销方式。互联网的发展也为旅行社带来了全新的营销方式。虽然网络预订发展迅速,但绝大多数旅游预订网站提供的预定产品是酒店和机票,而对于旅行社的支柱产品——旅游线路的预订却很少,旅行社仍是旅游线路最主要的供应商和经销商。互联网的传播力度和广度为旅行社的产品营销带来了广阔的空间。旅行社可设立自己的主页,介绍各种旅游产品,并在网上提供预订功能,进行网络营销。此外,旅行社还可以建立英文网页,对国外旅游者进行有针对性的介绍,吸引外国旅游者的关注。网络营销具有成本小、传播广的特点,将会成为未来旅行社的主要营销方式之一。

二、我国旅行社的产生和发展

(一)1949年以前我国旅行社的产生和发展

中国第一家由华人经营的旅游服务企业要追溯到1923年陈光甫在上海商业储蓄银行下设的旅行部。该旅行部的经营宗旨是“导客以应办之事,助人以必需之便”。1924年春,旅行部组织了第一批国内旅游团从上海赴杭州游览。1927年春,组织了第一批赴日本旅游的“观樱团”。1923—1926年间,旅行部先后在北平、天津、汉口等铁路沿线城市或港口城市设立了11个分部,并于1927年春出版了中国第一本旅游类杂志《旅行杂志》。随着旅行部业务的日益发展,1927年春,上海商业储蓄银行董事会将旅行部独立出来,改名为“中国旅行社”,其设在各地的分部也同时改成“中国旅行社××分社”。经当时的国民政府交通部核准,1928年1月,该旅行社被授予第元号旅行业执照。后来“旅行社”的名称被开办旅行社代理的企业所沿用,成为了中国旅行代理机构的名称。“中国旅行社”即是后来“港中旅国际旅行社”的前身。

知识链接

陈光甫

陈光甫(1881—1976年),中国银行家、中国近代旅游业创始人。原名辉祖,后易名辉德,字光甫,以字行世。江苏镇江人。他读私塾数年后,去一家报关行当学徒,刻苦学习英文,后考入汉口邮政局。22岁随中国代表团参加美国国际博览会。会后留学美国,入美国宾夕法尼亚大学商学院,1909年毕业后即回国。办南洋劝业会初露才华,被江苏巡抚程德全任为江苏银行总经理。由于自己的改革主张不能实现,毅然辞职。1911年辛亥革命后,任江苏省银行监督。1914年转任中国银行顾问。翌年6月创办上海商业储蓄银行,资本从最初的10万元发展到后来的500万元,分支机构遍布全国。由此登上上海银行公会会长宝座,成为上海金融界的领袖。1923年8月,陈光甫的上海商业储蓄银行设立“旅行部”,1927年该“旅行部”独立挂牌注册,并易名为“中国旅行社”。这是中国近代旅游企业化的标志。1927年他又任国民政府财政委员会主任委员,负责为蒋介石筹募军饷。1928年出任江苏省政府委员、中央银行理事、中国银行常务董事和交通银行董事等职。1931年与英商太古洋行合资开设宝丰保险公司。1936年3月,任国民党政府财政部高等顾问。1937年,任大本营贸易委员会中将衔主任委员。抗日战争时期,历任国民参政会参政员,国立复兴贸易公司董事长,中、美、英平准基金委员会主席。期间,受蒋介石指派赴美国谈判借款事宜。当时的中国驻美国大使胡适先生曾赠诗与之共勉:“偶有几根白发,心情微近中年。做了过河卒子,只能拼命向前。”最终他们促成了数额为2500万美元的中美“桐油借款”。1939年

和1940年又促成了两笔总额为4500万美元的贷款,为抗战作出了重要贡献。1947年任国民政府委员,并主管中央银行外汇平衡基金委员会。1948年当选立法委员。1950年陈光甫将上海商业储蓄银行香港分行易名为上海商业银行,在香港注册。1954年定居台湾。1965年上海商业储蓄银行在台北复业,任董事长。1976年卒于台北。

(二)1949年以来我国旅行社业的发展

1949年11月,中华人民共和国在厦门成立华侨服务社,1957年由各地华侨服务社组建成立华侨旅行社总社及其分支机构,并于1974年改名为“中国旅行社”(简称“中旅”),即现在“中国旅行社总社”的前身,主要为华侨回国探亲、访友、参观、旅游提供服务。1954年成立了中国国际旅行社总社(简称“国旅”)以及上海、杭州、南京、汉口、广州、沈阳、哈尔滨、安东、大连、满洲里、天津、凭祥、南昌等分社,开始接待苏联和东欧各国的自费旅游者。国旅和中旅两大旅行社在1978年之前独占鳌头。其中“国旅系统”负责接待外国来华旅游者,“中旅系统”服务接待海外华侨、外籍华人和港澳台同胞。我国的旅行社只有国旅总社、中旅总社及其主要省会城市的分支结构。二者在业务上都是由总社负责从境外招徕客源,分社负责当地接待业务;在体制上都是直属政府的行政事业单位,其对外接待工作以政治目的为主,不具备企业性质。

知识链接

中国旅行社总社和中国国际旅行社总社历史发展沿革

中国旅行社总社是新中国第一家旅行社,同共和国一起诞生,与共和国一道成长。1949年11月,厦门华侨服务社成立。其后,重点侨乡广东省、福建省和许多中心城市相继成立华侨服务社,并于1957年统一更名为华侨旅行服务社。1957年4月,华侨旅行服务社总社在北京成立,统筹全国各地华侨旅行服务社的工作,初步形成全国性网络。1974年周恩来总理提议,保留华侨旅行服务社总社,同时加用中国旅行社总社名称。1990年7月,中国中旅(集团)公司和中国中旅集团在北京成立,与中国旅行社总社合署办公。1994年5月,中国中旅(集团)公司与中国旅行社总社分署办公。同年10月,“CTS中旅”商标经国家工商行政管理总局商标局核准注册。同年12月,中国中旅的标志性建筑——中旅大厦在北京落成,中国中旅集团举行隆重的落成典礼并召开了中国旅行社成立45周年庆祝大会。1999年1月,中共中央办公厅、国务院办公厅颁布《中央党政机关非金融企业脱钩的总体处理意见和具体实施方案》,将中国中旅(集团)公司列为首批交由中央管理的企业。2000年6月,中国旅行社总社第一家控股单位广东拱北口岸中国旅行社有限公司成立,至今在全国已控股数十家中旅社。2003年12月,中国旅行社总社与全球三大旅游企业集团之一的德国TUI集团合资成立我国第一家外资控股旅行社——中旅途易旅游有限公司,德国总理施罗德出席了剪彩仪式。2007年,港中旅集团与中国中旅集团完成了“航母型”合并重组,双方旗下的核心产业——中国旅行社总社(CTS)、港中旅国际(CTI)、招商国旅(CMIT)、香港中旅社和海外分社,经过整合重组,组成了中国旅行社总社有限公司,成为港中旅集团旗下负责旅行社业务的全资子公司。整合后的中旅总社坚持以业务流程的再造、商业模式的创新、组织架构的重建、实体布局的推进和天地联网的实施来推动企业的发展,提升企业品牌影响力。2008年,中国旅行社总社被国家旅游局评定为国际旅行社第一名。



中国国际旅行社总社成立于1954年,于2008年3月更名为中国国际旅行社总社有限公司(简称中国国旅)。1954年4月15日在周恩来总理的亲自关怀下,中国国际旅行社总社在北京正式成立。同年,在上海、天津、广州等12个城市成立了分支社。成立之初,国旅总社是隶属国务院的外事接待单位。当时,全国还没有专门管理旅游业的行政机构,国旅总社实际上代行了政府管理职能。1957年底,国旅在全国各主要大中城市设立19个分支社,国旅的接待业务网络初步形成。在这一时期主要以政治接待为主。1958年1月,周恩来总理会见日本客人,根据当时我国调整中央和地方的关系,决定国旅各地分支社一律划归当地省(市)人民政府直接领导,国旅总社对分支社由原来垂直领导关系,变为业务指导关系。国旅系统在对外宾开放城市增设了分支机构,增加了旅游线路,扩大旅游者的游览、参观范围,到1958年底发展到35个分支社。1958年6月,国务院下发中国国际旅行社总社关于筹设国际旅行社分、支社机构的报告的批示。1964年7月,中国旅行游览事业管理局(国家旅游局的前身)成立,中国旅游业的管理体制进入了一个新的时期。这个时期实行的是政企合一的体制,国家旅游局和国旅总社是“两块牌子,一套人马”。对外招徕用国旅总社的牌子,对内行业管理行使国家旅游局的职能。至1966年,国旅系统发展到46个分支社。1982年,国旅总社与国家旅游局开始按“政企分开”的原则,分署办公和经营。1984年,国家旅游局批准国旅总社为企业单位。从此,国旅总社从原来归口外事工作转为独立经营、自负盈亏的大型旅游企业。1989年,国家旅游局批准中国国际旅行社集团成立。1992年,国家经贸委批复同意成立中国国旅集团,国旅总社为集团核心企业。1994年,国旅总社被国务院列为“百户现代企业制度试点企业”。1998年,国旅总社被列入520家国家重点企业。1998年,底国旅总社与国家旅游局脱钩,进入中央直接管理的企业。2000年,国旅总社成功地通过ISO9001国际质量体系认证,并加入世界旅游组织(WTO),国家工商总局向国旅总社颁发了中国国旅集团证书。2001年,国旅总社被国家统计局列入“中国企业500强”第219名,旅游业第1名,并分别进入营业收入增长率、利润增长率、人均营收、人均利润前100名。2002年,国旅总社被国家统计局列入“中国企业500强”第243名,旅游业第1名。2003年,国旅总社成为国有资产监督管理委员会管理的中央企业。2003年底,国旅总社与中免总公司企业重组。2004年,世界品牌实验室(WBL)和世界经济论坛(WEF)举办的《2004年世界品牌大会》暨《中国500最具价值品牌》,“国旅”品牌名列第53名,旅游服务类第1名,品牌价值达88.81亿元。2005年,向印度洋地震海啸灾区人民捐款20万元。2006年,在美国纽约举行的、由美国《蒙代尔》杂志社举办的“全球企业领袖年会”和“蒙代尔全球旅游业500强颁奖典礼”活动评选中,国旅总社进入“2006年蒙代尔全球旅游业500强”入选企业之列。2007年,国旅总社荣获北京市首批5A级国际旅行社。2008年,国旅总社改制更名为中国国际旅行社总社有限公司。2010,全国百强旅行社排名第二。

改革开放后,我国旅行社业在产业意义上才开始真正发展。国旅和中旅的主要任务由政治接待转变为接待自费来华的旅游者。1980年,中国青年旅行社总社(简称“中青旅”)在北京成立,从此开始了中国旅行社行业的寡头垄断局面,形成了国旅、中旅、中青旅“三足鼎立”的格局。根据当时国家旅游局的规定,国旅主要接待外国来华的旅游者,中旅主要接待港澳同胞和来华旅游的海外华人,中青旅主要接待来华旅游的青年旅游者。随着来华旅游人数的增多,国家旅游局为了适应新形势,于1984年放下了旅游外联权,允许更多的企业经营国际旅游业务,并授予它们业务经营所必需的签证通知权。这一举措极大地促进了旅行