

Lüxingshe

Jingying Guanli Shiwu yu Shixun Jiaocheng

21世纪普通高等院校实训教材

《旅行社 经营管理实务与 实训教程》

主 编 ● 但 强 朱 珠
副主编 ● 唐恩富 陈立东 谢 艳



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

Tutorial

21世纪普通高等院校实训教材

旅行社 经营管理实务与 实训教程

主 编○但 强 朱 珠
副主编○唐恩富 陈立东 谢 艳



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理实务与实训教程/但强,朱珠主编. —成都:西南财经大学出版社,2014.7

ISBN 978 - 7 - 5504 - 1480 - 8

I. ①旅… II. ①但…②朱… III. ①旅行社—企业经营管理—高等学校—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第144576号

旅行社经营管理实务与实训教程

主 编:但 强 朱 珠

副主编:唐恩富 陈立东 谢 艳

策划组稿:邓克虎

责任编辑:李霞湘

封面设计:何东琳设计工作室

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街55号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	15.5
字 数	350千字
版 次	2014年7月第1版
印 次	2014年7月第1次印刷
印 数	1—2000册
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1480 - 8
定 价	29.80元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

前言

近些年来，市场上关于旅行社经营管理的教材较多，但主要突出理论和案例，忽视实务实训。为了培养学生旅行社经营管理的职业素质和能力，配合旅游管理专业的实践实训教学，我们编写了《旅行社经营管理实务与实训教程》一书。

本书采用项目+任务的编写形式，每个项目由项目标题、知识目标、实训目标、项目引入、任务标题、任务导入、任务分析、相关知识、任务解决、实训项目、相关链接、思考与练习等部分构成。本书的主要特点有：

第一，突出技能，强调适用。本书针对应用型本科人才培养目标，始终贯彻“项目导入、任务驱动”的编写思路，突出技能性和适用性。在内容上，选择突出实例和操作；在语言表述上，力求符合学生的认知能力，深入浅出，通俗易懂；在形式上，尽量直观形象，以图代文、以表代文，帮助学生更快地理解和掌握有关知识。

第二，内容精炼，重在实用。本书以旅行社经营管理中的典型业务为任务载体，让学生在完成具体业务操作的过程中，学习必要的知识，掌握旅行社业务的操作技能。力争实现精讲理论、注重实训、贴近实际。全书内容由基础知识篇、具体业务篇和经营管理篇三部分构成。

本书本着实用的原则，结合当前教学改革的需要，吸收了旅行社经营管理实践中的最新成果。本书适用于应用型本科旅游管理专业教学需要，也可以作为旅游管理专业培训教材。

本书由乐山师范学院但强负责全书各项目结构、内容的策划和统稿工作。乐山师范学院、西昌学院和重庆科技学院的教师参与编写，他们具有多年旅行社经营管理课程的授课经验，并且有着丰富的旅行社管理经验。具体编写分工如下：但强编写项目一、项目三、项目十二，朱珠编写项目二、项目五，唐恩富编写项目八、项目九、项目十一，陈立东编写项目四、项目六、项目七，谢艳编写项目十。

为编写本教材，我们也参考借鉴了大量优秀的教材，未能一一注明出处，在此，表示感谢。由于编者水平有限，加之时间仓促，书中有不当之处，恳请各位读者和专家批评指正，我们将不胜感激。编者邮箱：1344848044@qq.com。

编者

2014年1月

目 录

模块一 基础知识篇

项目一 认识旅行社	(3)
任务一 旅行社的发展历程	(3)
任务二 旅行社的基本概况	(10)
项目二 旅行社的设立	(14)
任务一 设立旅行社的程序	(14)
任务二 旅行社的组织结构	(20)

模块二 具体业务篇

项目三 旅行社营销业务	(29)
任务一 旅游市场调查	(29)
任务二 旅游线路设计	(36)
任务三 旅游线路的计价和报价	(47)
任务四 旅行社销售渠道策略	(54)
任务五 旅行社促销策略	(59)
项目四 旅行社计调业务	(64)
任务一 认识旅行社计调业务	(64)
任务二 旅行社计调采购业务	(67)
任务三 旅行社计调操作流程	(76)

项目五 旅行社接待业务	(88)
任务一 认识旅行社接待业务	(88)
任务二 团体旅游的接待和管理	(92)
任务三 旅行社门市接待业务	(95)

模块三 经营管理篇

项目六 旅行社人力资源管理	(105)
任务一 认识旅行社人力资源管理	(105)
任务二 旅行社员工的招聘与培训	(109)
任务三 旅行社员工的绩效考核与激励	(113)
项目七 旅行社财务管理	(119)
任务一 认识旅行社财务管理	(119)
任务二 旅行社的财务管理制度	(131)
项目八 旅行社信息技术管理	(138)
任务一 认识旅行社信息技术管理	(138)
任务二 旅行社管理信息系统	(142)
任务三 电子商务在旅行社的应用	(146)
项目九 旅行社服务质量管理	(152)
任务一 认识旅行社服务质量管理	(152)
任务二 旅行社服务质量控制	(157)
任务三 ISO 9000 与旅行社服务质量管理体系	(161)
项目十 旅行社风险管理	(168)
任务一 认识旅行社风险管理	(168)

任务二 旅行社风险管理的步骤和方法	(171)
项目十一 旅行社客户关系管理	(177)
任务一 认识旅行社客户关系管理	(177)
任务二 旅行社客户关系管理流程	(181)
任务三 旅行社客户关系管理策略	(184)
项目十二 旅行社战略管理	(189)
任务一 认识旅行社战略管理	(189)
任务二 旅行社品牌化战略	(192)
任务三 旅行社集团化战略	(197)
任务四 旅行社国际化战略	(201)
附 录	(204)
附录一 实训报告	(204)
附录二 旅行社服务通则	(205)
附录三 中华人民共和国旅游法	(211)
附录四 旅行社条例	(224)
附录五 旅行社条例实施细则	(232)
参考文献	(241)



模块一 基础知识篇



项目一 认识旅行社

知识目标

1. 熟悉世界和中国旅行社的发展历史和发展现状；
2. 熟悉旅行社的职能；
3. 掌握旅行社的概念、性质和基本业务。

实训目标

认识旅行社，增强职业意识，培养职业认同感。

项目引入

随着社会经济的发展，旅游业已经成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。旅行社作为旅游业三大支柱产业的龙头，在整个旅游业中起着纽带和桥梁的作用。中国旅行社业经历了半个多世纪的发展，已经呈现出一派繁荣的景象。根据国家旅游局的调查统计，截至2013年年底，我国共有旅行社26 054家，同比增长9.57%。旅行社的业务从开始接待入境旅游者为主，发展到为广大的国内旅游者提供服务。在旅行社不断发展的同时，越来越多的优秀人才也进入到这个行业，在这片广阔的天地大展身手，掀开了他们精彩旅游人生的第一页。

任务一 旅行社的发展历程

任务导入

新学期伊始，在旅行社经营管理课程的第一节课上，老师问了三个问题：你了解世界上第一家旅行社吗？你了解中国国际旅行社的发展历史和现状吗？和国外的旅行社相比，中国旅行社存在哪些主要问题？同学反应积极，不少同学抢着回答，但是能完全回答正确的同学却一个也没有。这些问题你能准确回答吗？

任务分析

学习任何一门课程，我们都要了解这门课程所讲对象的发展历史和现状。了解旅行社的发展历史和途径很多，可以阅读有关教材，也可以登录旅游网站搜集信息。如果要了解所在城市旅行社的基本情况，还可以亲自到旅行社进行市场调研，这样才能获得第一手资料，并亲身感受旅行社企业的经营气氛。

第一个问题的解决需要你了解托马斯·库克以及他的旅行社。第二个问题的解决需要你了解陈光甫以及他的旅行社。第三个问题的解决需要你了解中国旅行社行业的基本现状。

相关知识

一、世界旅行社的发展历史和现状

（一）世界旅行社的产生

1. 世界旅行社产生的背景

旅行社是社会经济发展到一定阶段的产物，是人类旅行活动发展的必然结果。世界第一家旅行社大概产生于19世纪40年代，与第一次工业革命密不可分。从旅游需求看，工业革命促使了现代意义上的旅游需求的产生与发展。

（1）经济基础。工业革命之前，只有帝王、贵族等极少数人有旅游活动的支付能力，而在工业革命后，人类社会生产力加速发展，社会财富不断累积，资产阶级的规模越来越大，越来越多的人具有了外出旅游的条件。

（2）旅游需求。工业革命之前，由于生活的艰辛和各种条件的限制，人们大多不愿远行。工业革命加速了城市化的进程，城市居民为了逃避工作压力和喧嚣的城市环境，渴望大自然，产生了外出旅游的需求。

（3）旅游条件。工业革命之前，外出旅游主要靠的是人力和畜力，这直接影响人们出游的时间和距离。工业革命促进了科学技术的进步，蒸汽技术应用于轮船、火车，提高了交通的速度和增强了运力，减少了人们外出旅行的时间成本和花费，促进了旅游业的迅速发展。

2. 世界第一家旅行社

被公认的世界第一家旅行社是英国的托马斯·库克旅行社，它的创始人是托马斯·库克（Thomas Cook，1808—1892年）。他被世界公认为近代旅游业和旅行社的鼻祖，他所做的事情在世界旅行社的发展史上具有开创性的意义。1841年，他包租了一列火车，运送570人从英格兰的莱斯特前往拉夫巴勒参加禁酒大会。这次活动是近代旅游活动的开端。1845年，托马斯·库克在莱斯特正式成立托马斯·库克旅行社，这是世界上第一家旅行社。同年，他组织了350人到利物浦观光，这标志着近代旅行社业务正式开始。1855年，他组织游客到法国巴黎参加世界博览会，这是世界上首例出

国包价旅游。1865年，他在伦敦成立了托马斯·库克父子公司，这标志托马斯·库克旅行社的业务开始向外地扩展。1872年，他亲任导游，带领9人，坐船环球旅行，历时222天，历经10多个国家，这是世界上第一次团体环球旅行。

（二）世界旅行社业的发展过程

1. 旅行社的萌芽期

时间大概为1845年到第一次世界大战前。1845年世界上第一家旅行社成立以后，各种类似的旅游机构在世界各工业国家纷纷出现，比如1857年英国成立登山俱乐部，1890年德国和法国成立观光俱乐部，美国运通公司于1895年、1896年分别在巴黎和伦敦开设了旅游办事处。到20世纪初，英国的托马斯·库克父子公司、美国运通公司和欧洲铁路卧车公司（以比利时为主）已经发展成为规模较大的旅游公司，成为当时世界旅行社行业的三大巨头。这一时期是旅行社诞生并在欧美发达国家迅速成长的时期，已经初具现代旅行社的特点，但业务范围相对较小，而且经营的多为短途旅游项目。

2. 旅行社的发展期

时间大概为第一次世界大战后到第二次世界大战前。第一次世界大战给全世界带来灾难，但在客观上也促进了科技的进步和交通工具的进一步完善，旅游活动在速度、舒适度方面有了极大的改善。发达国家工薪阶层的待遇和地位的提高，使得更多的人有经济能力和时间来旅游。同时，旅游活动能够涉及的范围正在扩大，旅行社也开发了更广泛的长途旅游项目，如横跨欧洲和北美洲之间的洲际旅游。由于参与旅游的人越来越多，需求也各有不同，这使旅行社的产品走向多样化，既有豪华的“商务或娱乐航空旅行”，也有专门为工人家庭准备的“乡村采摘活动”。

3. 旅行社的繁荣期

时间大概为第二次世界大战后到20世纪90年代。第二次世界大战后，几乎所有的西方国家的社会和经济都经历了一个复苏和快速发展时期，经济发展的契机使旅游市场迅速扩展和发展成熟起来。20世纪60年代带薪假期制度普遍实行，人们从繁重的工作中解放出来。民用航空业的发展，使人们可以快捷高效地实现远距离的旅行。各国纷纷出台旅游立法以约束旅游相关企业的经营行为，旅行社的发展也逐步走向法制化，并在法律和行业的约束下形成了以旅游批发商、零售商和代理商为主的行业发展体系。旅行社内部也结成多个国际性和地区性的旅行社组织，如世界旅行社协会（WATA）和世界旅行社协会联合会（UFTAA），以促进交流和形成服务网络。

（三）世界旅行社业的发展现状

20世纪90年代以来，以欧美地区旅游发达国家为代表的世界旅行社行业发展现状如下：首先，旅游需求促进旅行社产品向个性化发展。其次，旅行社行业规模扩大，产业集中度提高。最后，网络化经营普及，科技含量增大。

西方旅行社行业的发展史是一个由国际社会经济环境推动，由旅游者消费需求及旅游经济创新互动引导，受企业组织制度变迁和产业政策影响的过程，如图1-1所示。

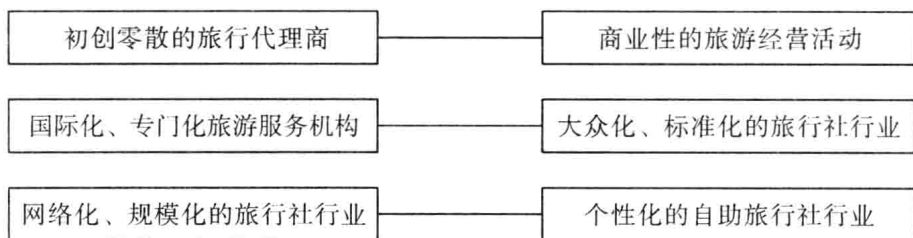


图 1-1 西方旅行社行业的发展过程

二、中国旅行社的发展历史和现状

（一）中国旅行社的产生

1. 中国旅行社产生的背景

中国的旅行社产生于 20 世纪初，这与当时的经济社会发展环境密切相关，概括起来主要有以下几点：社会经济发展呈上升趋势，为工商贸易旅游的兴起提供了物质基础；近代交通工具与旅馆业的发展为旅游业的兴起提供了动力与必备条件；城市化与城市近代化进程加快，使城市成为旅游业发展的中心；文化观念的近代化为旅游业发展提供了内在动力；在中国设置的外国旅行代理分支机构，为中国旅游企业的兴起提供了借鉴的窗口。

2. 中国第一家旅行社

（1）初创时期：1923 年 8 月~1927 年 6 月。1923 年 8 月，陈光甫在上海商业储蓄银行下设旅行部，其经营宗旨是“导客以应办之事，助人以必需之便”；到 1926 年，在全国开设 11 个分部，1927 年出版了中国第一本旅游类杂志《旅行杂志》。

（2）发展时期：1927 年 6 月~1937 年 8 月。旅行部改名为中国旅行社，增设了多家分社，新开辟了招待所业务和货运业务，不断拓展国际旅行业务。

（3）相对停滞：1937 年 8 月~1945 年 8 月。中国旅行社在此期间西迁到重庆。中国旅行社始终以服务社会为宗旨，将协助人员内迁和物资转移作为当时最大的任务。除客运业务外，还帮助政府和商户运输物资和军火，印发英文手册，向盟军宣传中国旅游资源。

（4）恢复时期：1945 年下半年至今。中国旅行社总部于 1946 年 3 月由重庆迁回上海，1954 年 7 月歇业，在香港重新注册，改名为香港中国旅行社股份有限公司。

（二）中国旅行社的发展过程

1. 改革开放前入境旅游政务接待阶段（1949—1978 年）

新中国成立以后的第一家旅行社是 1949 年成立的厦门华侨服务社，其业务主要是在侨乡广东、福建的许多城市设立分社，以接待海外侨胞。1957 年，华侨服务社统一更名为华侨旅行社，到 1974 年改名为“中国旅行社”。1954 年在北京成立中国国际旅行社总社（简称“国旅”）。那时旅行社是行政或事业单位而不是企业，挂靠外办或侨办，其主要任务是官方外事接待和少量海外自费旅游者接待及华侨、外籍华人、港澳台胞的接待，对旅行社的要求是取得接待工作的政治效果而不是经济利益。

2. 改革开放后垄断和转型阶段（1979—1989年）

1978年改革开放以后，新中国的旅行社行业得到了飞速的发展，旅行社逐步转变为以经营服务为主的经济性产业，并基本形成了产业体系。1980年归属中国共产主义青年团中央委员会的中国青年旅行社（以下简称为“青旅”）正式成立。20世纪80年代初形成了中国旅行社（简称“中旅”）、原中国青年旅行社（现已更名为中青旅控股股份有限公司，简称“青旅”）和中国国际旅行社（简称“国旅”）三大巨头企业几乎垄断中国的国内和海外旅游市场的局面。1984年国家下放旅游外联权，允许更多的旅行社经营国际旅游业务，全国各地的旅行社形成了百花齐放的局面。到1988年年底，中国的旅行社猛增至1573家，打破了中国旅行社行业寡头垄断的局面。1985年国务院颁布了中国旅行社行业的第一部旅游行政法规《旅行社管理暂行条例》，标志着我国依法管理旅行社的开始。

3. 不断规范阶段（1990年至今）

进入20世纪90年代，为了适应我国旅行社行业发展的新形势，国务院于1996年颁布了《旅行社管理条例》（2009年5月1日废止），对旅行社行业和经营业务和范围等进行了调整。为了保证旅行社的服务质量和维护旅游者合法权益，1995年国家旅游局颁布了《旅行社质量保证金暂行规定》（2010年5月5日废止）。这些管理条例和规定的出台，使我国旅行社行业的宏观管理更趋严谨和合理。2001年对《旅行社管理条例》进行修改，增加外商投资旅行社的内容。2009年颁布《旅行社条例》，进一步规范旅行社市场。2013年颁布《中华人民共和国旅游法》（以下简称《旅游法》），这是我国旅游业第一部法律，标志着我国旅游业正式进入法律规范的阶段。

（三）中国旅行社业的发展现状

在改革开放后的30年里，中国旅行社行业发展取得了巨大的进步，基本上初步建立了现代旅行社企业制度和行业规范，但和欧美国家相比，中国的旅行社还处于成长期，在很多方面存在不足，主要的问题如下：

1. 企业规模小，分布不均衡

到2013年年末，全国纳入统计范围的旅行社共有26054家，绝大部分旅行社属于中小型企业，注册资本少，硬件设施简单，有些小到只有一间办公室，两三个工作人员，有的旅行社年接待量不足千人。从数量、经营效益、规模等方面来看，我国东西部的旅行社存在明显的差异，东部地区旅行社有明显优势。

2. 业务范围窄，经营收入少

中国人口众多，市场广阔，但是这个巨大的市场还没有被旅行社充分开发，旅行社拥有的业务只是市场需求中极小的一部分。众多的旅行社的眼光只盯住团体和包价业务，致使旅行社业的千军万马挤在团体和包价旅游这个狭窄的业务通道上，而散客方式的休闲度假、商务旅游、会展旅游等大片市场空间却开发得很不够。业务范围窄相应就会导致经营收入少。有资料显示，中国上万家旅行社年营业收入总和还低于美国运通公司一年的销售收入。

3. 管理水平低，科技含量少

中国的旅行社没有规模的经营和高效率的管理，管理水平低下，而国外的旅行社

企业普遍采用国际先进的管理理念和方法,合理配置企业资源,充分激励企业各级从业人员,经营管理水平较高。国内目前尚没有成熟的旅行社经营管理理论,旅游职业技术教育起步晚,而现行旅游企业的从业人员,大多数是半路出家,旅行社管理人员和业务骨干,基本上都是凭经验和感觉在操作,大多采用一种传统的“师傅带徒弟”的模式来培养员工。欧美国家的旅行社大量应用信息技术,大多加入计算机预订系统(CRS)、全球分销系统(GDS)等全球性的营销系统。而我国旅行社信息技术普及程度相对较低,旅行社与饭店、交通运输业等相关部门的联系网络尚不发达,旅行社与世界上影响巨大的计算机系统缺乏足够的联系。

4. 监管不力, 行业口碑差

当代中国旅行社行业自1978年到现在经过30多年的高速发展,但从一开始就没有建立起良好的行业自律系统。而国家的旅游立法和行业监管又相对滞后,造成了旅行社行业管理不规范,经营诚信缺乏,不少游客会用“黑车”“黑导”“骗钱”“宰人”等极端的词语来描述旅行社,旅游投诉屡见不鲜。

5. 品牌意识差, 忠诚顾客少

国外的旅行社集团一般都拥有大批的忠诚顾客群体,而我国的大多数旅行社缺乏这方面的意识,只知道使出浑身解数招徕新的客人,却不注意维护老客户。加之管理不善造成服务质量的稳定性和连续性很差,导游的薪酬制度没有完善,很多导游人员按照游客购物额度决定如何行事,买得多服务质量就高,反之就低。另外,旅行社对售后服务的重视程度也不够,对顾客的回访、对服务质量的反馈和改进做得不好,这就造成许多旅游者选择旅行社只是一次性消费,具有很强的随机性,下次很可能就不会选择该旅行社了。

任务解决

世界第一家旅行社是托马斯·库克旅行社。学生需要了解托马斯·库本人以及他做的事情。中国第一家旅行社是陈光甫成立的中国旅行社,它是今天香港中国旅行社股份有限公司的前身。和国外的旅行社相比,中国旅行社存在的主要问题有:企业规模小,分布不均衡;业务范围窄,经营收入少;管理水平低,科技含量少;监管不力,行业口碑差;品牌意识差,忠诚顾客少。解决这三个任务需要上网搜集相关知识。

实训项目

表 1-1

项目名称	了解中旅、国旅、青旅三家旅行社的发展历史和现状
实训目的	了解中国主要大旅行社的发展历史和发展现状
实训要求	1. 此工作以小组为单位进行 2. 通过网络搜集资料 3. 注重团队的分工合作 4. 搜集资料的内容包括文字、图片、视频等
实训地点	不限
实训成果	PPT

相关链接

美国运通旅行社的发展历程

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 年在美国的纽约州布法罗城建立，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盈利，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，旅行部组织了很大的旅游团，其中包括分别前往远东地区和阿拉斯加的旅游客轮和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后，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。

(资料来源：美国运通旅行社的发展历程 [EB/OL]. (2011-11-07) [2014-03-20]. <http://wenku.baidu.com/view/6ccb66ld227916888486d713.html>)

思考与练习

1. 从美国运通旅行社的发展历程我们可以得出哪些结论?
2. 中西旅行社的产生背景有何不同?

任务二 旅行社的基本概况

任务导入

在某高校旅游管理专业学习了四年的小李即将毕业,他带着一份激动而忐忑不安的心情来到了人才市场,怯生生地将简历递到了某旅行社的招聘台上。面对人力资源部经理挑剔的眼光,他做好准备了吗?三天后,他收到了公司发出的面试函,于是整装待发,准备面试。面试过程中,经理问了他两个问题:

1. 你知道旅行社是怎样的企业吗?
2. 你知道以后可能面临的工作有哪些吗?你是否做好了充分的准备?

任务分析

求职面试是每个旅游管理专业毕业生都必须面对的挑战。在面试过程中,面试者会就一些相关的专业知识提问,这正是检验毕业生对专业知识掌握得如何的一种方法。所以求职者对专业知识掌握的程度在一定程度上决定了面试的成功与否。问题1考察你对旅行社性质的了解,问题2考察你对旅行社主要职能和基本业务的了解。

相关知识

一、旅行社的概念

根据《旅行社条例》的规定,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。

理解这个概念要注意以下三点:

(1) 相关旅游服务主要包括安排交通服务,安排住宿服务,安排餐饮服务,安排观光游览、休闲度假等服务,导游、领队服务,旅游咨询、旅游活动设计服务。要注意的是,这里的相关旅游服务不包括购物活动。

(2) 旅行社还可以接受委托,提供下列旅游服务:①接受旅游者的委托,代订交通客票、代订住宿和代办出境、入境、签证手续等;②接受机关、事业单位和社会团体的