

总主编 魏小安

高职高专旅游管理系列教材



旅行社 经营管理

主编 黄明亮 赵利民



 中国人民大学出版社

总主编 魏小安

主编 黄明亮 赵利民



图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营管理/黄明亮, 赵利民主编

北京: 中国人民大学出版社, 2006

(高职高专旅游管理系列教材)

ISBN 7-300-07242-9

I. 旅…

II. ①黄…②赵…

III. 旅行社-企业管理-高等学校: 技术学校-教材

IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 032046 号

高职高专旅游管理系列教材

总主编 魏小安

旅行社经营管理

主编 黄明亮 赵利民

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号 邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)

010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京宏伟双华印刷有限公司

规 格 170×228mm 16 开本 版 次 2006 年 5 月第 1 版

印 张 23.5 印 次 2006 年 5 月第 1 次印刷

字 数 320 000 定 价 26.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

总 序

随着我国国民经济的迅速发展和人民生活水平的不断提高,旅游日渐成为大众越来越乐意选择的一种休闲娱乐方式。其地位的提升和巨大的社会需求将成为推动旅游职业教育发展的重要力量。自十六大以来,党中央提出了科学发展观,明确了以人为本的理念,着力调整了多年以来以 GDP 增长为导向的发展战略,开始从国计到民生的转变。而旅游恰恰就是民生的重要组成部分。在从重视国计转向重视民生的过程中,旅游的地位的进一步提高,必将推动旅游职业教育的快速发展。如果考虑到旅游与休闲之间的融合前景,考虑到整个休闲体系的完善、发展对高素质专门人才的需求,我们可以预言:未来若干年内,旅游职业教育的发展前景将无比光明。

根据国家旅游局的统计,到 2004 年底,全国已拥有旅游院校 1 313 所,且各个省(自治区、直辖市)许多高等学校都开设了旅游类专业,在校学生达 57.86 万人。如果仅仅从规模和数量上看,这大体能够适应我国旅游业的发展现状,但若从专业细化角度看,我们现在的旅游教育显然还无法满足旅游发展变化的需要,尤其无法满足休闲产业发展的需要,而休闲需求将是旅游业未来重要的发展方向。假如有一批经过专业化教育的高职毕业生进入酒吧、咖啡屋等休闲企业,那整个城市休闲体系的人员素质就会大幅度提高,休闲产业集群自然也就形成了,专业设置的回旋余地自然也就更大了。因此,旅游管理专业应该少搞些大而化之、笼而统之的课



程,而是应该根据实际需要细化课程设置。采取市场需求扩大了就多培养,需求减少就少培养的方针。

实际上,旅游院校的实质就是提供旅游教育产品的供应商,需要研究生产什么、生产多少、怎么生产、为谁生产等基本问题。旅游职业教育同样面临着这样的问题,同样需要不断提高培养质量,强化培养途径。在这两个层面上我们还有很长的路要走。一方面,中国要从旅游大国真正变成旅游强国,必须具备相应的人才竞争力。而我们过去主要抓的是人才的数量,对人才的质量问题重视不够。另一方面,在整个旅游教育体系中,旅游职业教育是薄弱环节,没有很好地结合职业教育自身的特点来制定相应的培养目标与模式,没有很好地进行课程与教材体系的设计。如果旅游教育不能真正培育出高质量的人才,旅游经济的发展必然会受到制约,旅游职业教育的路也就难以持续走下去。

要抓好旅游职业教育,课程体系构建和教材的建设是关键。当然,教师队伍建设、实践教学基地建设也是办好旅游职业教育所不可或缺的。但是作为知识和思想的载体,以及来自实践又能指导实践的理论概括的教材,其既具有基础性又具有前瞻性的特点,使得它成为高质量人才培养的首要保证。正是基于这样的认识,为了解决现行旅游职业教育教材建设中存在的沿用本科思路、与本科教材雷同较多、适用性差等问题,在中国人民大学出版社的支持下,我们组织了一批从事旅游专业教学和实践的业界专家,即双师型人才,从教材选择、教材配套、编写体例、内容安排等方面都作了大胆改革,花大力气推出了这套高职高专旅游管理系列教材。这套教材的主要特点有两个:

(1) 实用性强,在基本理论够用的前提下,本套教材把叙述重点放在实务操作流程的介绍上,在行文中尽量多使用图表、图例,以增加内容的形象性和直观性。

(2) 在课程体系构建上进行大胆探索,尤其是根据对旅游业发展和人才需求趋势的预测,开发了《“三吧”服务与管理》、《餐饮连锁经营与管

总 序

理》等新的课程教材。这一具有一定前瞻性的课程设计，将有利于培养和提高旅游职业院校学生的就业能力。

当然，作为高职高专旅游管理教材改革与创新的尝试，本系列教材总会存在这样或那样的不足，在教材体系的构建中也难免存在某些局限性。为此，真诚地希望各位专家、教师和广大的高职高专学生提出宝贵的意见，以期通过不断的修订、完善，把该系列教材打造成真正的精品。

魏小安

2006年4月

前 言

旅游业已成为我国新的经济增长点,而旅行社处于现代旅游业的核心地位。截至 2004 年底,全国共有旅行社 15 339 家,直接从业人员达 24 万多人,已初步形成了一个不同规模、不同档次、不同服务对象、不同所有制形式的多层次、多功能、适应性较强的旅行社网络体系。但我国旅行社的发展仍然处于一个相对幼稚的时期,在经营思想、经营策略以及经营模式等方面尚处于探索阶段。中国加入 WTO 以后,很多行业的经营都将逐步受到影响,旅游业也不例外。而在旅游业当中,旅行社行业将是受“入世”影响最大的一个领域。我国旅行社如何调整经营战略,以应对外资旅行社的竞争,将挑战变成机遇,是摆在每一个旅行社经营管理者面前的任务。在这一背景下,作为培养旅行社经营管理人才的重点教材——《旅行社经营管理》的重要性日益突出,责任也日显重大。

该教材的编写者来自全国各相关院校,拥有丰富的教学和教材编写经验,加上身处教学一线,能及时了解行业动态和国内外最新信息,因此本书的编写力求突出以下特色:

(1) 内容全面。全书分为旅行社概述、旅行社的组织管理和经营计划、旅行社产品开发管理、旅行社的采购业务管理、旅行社产品营销管理、旅行社接待服务管理、旅行社财务管理、旅行社综合管理、旅行社和电子商务等内容,几乎包括了同类教材中的所有内容。

(2) 体系创新,突出重点。本书重点突出旅行社最重要的业务活动,如



产品开发、销售、采购、接待等设专章进行详细介绍。另外,将人力资源管理、质量管理、风险管理等内容放在“旅行社综合管理”一章中进行概括性介绍,这样既保证了本书内容的全面性,又不至于冲淡重点。考虑到旅行社发展的现实需要和未来发展趋势,我们还新设了第九章“旅行社和电子商务”。

(3) 突出适用性和技能性。本书针对高职高专人才培养的特点,突出适用性和技能性。在语言叙述上尽量使用通俗易懂的语言,在内容选择上突出实例和操作,尽量通过直观形象的形式,帮助学生更快地理解与掌握书中内容。

(4) 突出案例教学。事实证明,对管理类的教材来说,案例教学是一个非常有效的教学模式。本书采用了大量案例,使内容更具直观性,学生易于接受。

(5) 本书是作者长期调查研究与教学的结晶,体现了内容的规范性和原创性。

本书适合各类高职高专院校的旅游专业学生、旅游业的从业人员、旅游爱好者阅读。

本书由江西旅游商贸职业学院黄明亮教授和赵利民副教授担任主编,陕西职业技术学院朱晔担任副主编,南京钟山学院姜锐、成都电子机械高等专科学校邓清南、上海财经大学黄嵘承担了本书的部分编写工作。具体分工为:黄明亮第六、十章,赵利民第一、五章及附录,朱晔第二、三章,姜锐第七、八章,邓清南第九章,黄嵘第四章。全书由黄明亮、赵利民统稿定稿。

本书在编写过程中,得到了中国人民大学出版社的支持和指导,并参考和借鉴了旅游界诸多同行和专家的研究成果,在此一并表示感谢。

受时间和编者水平的限制,本书难免有不足与疏漏之处,敬请专家和读者指正。

黄明亮、赵利民

于江西旅游商贸职业学院

2006年3月

目 录

第一章	旅行社概述	1
	第一节 旅行社的产生和发展	2
	第二节 旅行社的分类	11
	第三节 旅行社的设立	16
	第四节 旅行社的行业特点和基本业务	28
	第五节 旅行社的法律责任	32
	本章小结	38
	思考与练习	39
第二章	旅行社的组织管理和经营计划	41
	第一节 旅行社的组织设计	42
	第二节 旅行社的制度管理	51
	第三节 旅行社的经营计划	59
	本章小结	67
	思考与练习	68
第三章	旅行社产品开发管理	69
	第一节 旅行社产品的内涵及类型	70
	第二节 旅行社产品的策划、设计与开发	78
	第三节 旅游线路设计	86
	第四节 我国旅行社产品的创新	92
	本章小结	97



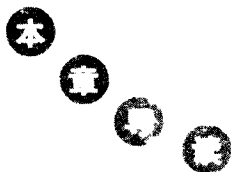
	思考与练习	98
第四章	旅行社的采购业务管理	100
	第一节 旅行社采购概述	101
	第二节 旅行社采购类别和方法	106
	第三节 旅行社票务管理	114
	本章小结	121
	思考与练习	122
第五章	旅行社产品营销管理	123
	第一节 旅行社产品价格的构成和分类	124
	第二节 旅行社产品的价格策略	132
	第三节 旅行社产品的销售渠道和流程	142
	第四节 旅行社产品的市场促销	151
	第五节 旅行社产品的售后服务	163
	本章小结	166
	思考与练习	167
第六章	旅行社接待服务管理	169
	第一节 旅行社接待业务的性质和特点	170
	第二节 旅游团队接待服务与管理	174
	第三节 散客旅游者接待服务与管理	184
	第四节 旅行社门市接待业务与管理	190
	第五节 旅行社计调工作和行李业务的管理	194
	第六节 旅游接待服务的安全管理	204
	本章小结	209
	思考与练习	209
第七章	旅行社财务管理	210
	第一节 旅行社财务管理概述	211

	第二节 旅行社筹资管理	213
	第三节 旅行社资产管理	218
	第四节 旅行社业务核算与损益管理	226
	第五节 旅行社财务报告分析	234
	本章小结	236
	思考与练习	237
第八章	旅行社综合管理	239
	第一节 旅行社人力资源管理	240
	第二节 旅行社的质量管理	254
	第三节 旅行社的风险管理	263
	本章小结	276
	思考与练习	277
第九章	旅行社和电子商务	278
	第一节 旅游电子商务概述	279
	第二节 旅行社电子商务	288
	本章小结	301
	思考与练习	301
第十章	旅行社行业的新形势和发展思维	302
	第一节 新形势下的旅行社行业大市场	303
	第二节 我国旅行社发展中存在的问题	305
	第三节 新形势下的旅行社发展思维	307
	本章小结	313
	思考与练习	314
附录一	旅行社管理条例	315
附录二	旅行社管理条例实施细则	324
附录三	旅行社质量保证金暂行规定	339



附录四	旅行社质量保证金暂行规定实施细则	341
附录五	导游人员管理条例	347
附录六	2004 年度全国国际旅行社 100 强名单	352
附录七	2004 年度全国国内旅行社 100 强名单	356
主要参考文献		360

第一章 旅行社概述



本章主要介绍了旅行社的产生和发展，旅行社的地位和作用，旅行社的分类，旅行社的设立程序，旅行社的行业特点和基本业务，旅行社的权利义务和法律责任。旅行社是旅游业的重要组成部分，在促进旅游业和国民经济的快速发展中起着非常重要的作用。数量众多的旅行社不仅在经营规模上有差别，在经营品种和经营范围上也有不同。旅行社的基本业务包括旅游产品开发、旅游服务采购、产品销售和旅游接待等业务。了解旅行社的权利义务和法律责任，有助于减少纠纷，正确维护旅行社的权益。



第一节

旅行社的产生和发展

一、旅行社的含义

在旅游度假越来越成为人们现代休闲最重要的一种方式今天，“旅行社”这个词也越来越被大家所熟悉。根据我国1996年颁布的《旅行社管理条例》的规定，旅行社是指“有营利目的，从事旅游业务的企业”。这一定义包含有三层含义：

- (1) 旅行社是一个企业，享有企业的权利，承担着企业的义务；
- (2) 旅行社的业务范围是旅游业务，如为旅游者代办出入境和签证手续，招徕、接待旅游者旅游，为旅游者安排食宿等；
- (3) 旅行社有营利目的，为旅游者提供有偿服务。

尽管世界各国对旅行社的定义不尽相同，但其基本精神都离不开上述三点。

二、外国旅行社的产生和发展

(一) 旅行社的产生

毫无疑问，旅行社的产生与人类的旅行活动相关。但值得注意的是，人类旅行的存在并没有必然地产生旅行社。在漫长的人类历史当中，旅行社不仅没有与人类的旅行同时产生，也没有在旅行出现后的不久产生，而是在人类的旅行活动经历了漫长年代之后的近代才产生。因此，相对于人类的旅行而言，旅行社是一个全新的事物，也是一个滞后的事物。如果我们把人类的早期迁徙活动也算作旅行，那么旅行社的出现就更显得滞后。但它一出现就迅猛发展，成为旅游业发展的重要推动力量。

学术界较为一致的观点是，旅行社诞生于19世纪中叶的英国。1841年7月5日，托马斯·库克(Thomas Cook)包租了一列火车，组织数百

人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会，每人收费 1 先令，完成了一次有组织的短途旅行。他的这一行为虽然只是个人行为，但与现代旅行社的业务极其相似。而托马斯·库克正是通过这一次看似偶然的行为，意识到了其中潜在的巨大商机。1845 年，托马斯·库克在莱斯特正式成立了托马斯·库克旅行社，开始专门从事旅行代理业务，从而成为世界上第一位专职的旅行代理商。此后，托马斯·库克的业务范围和影响不断扩大。1865 年，托马斯·库克与其儿子约翰·梅森·库克（John Mason Cook）在原有公司的基础上创办托马斯·库克父子公司（又名通济隆旅行社），并将营业地点迁往伦敦。1872 年，托马斯·库克亲任导游，组织了 9 人环球旅游，这是旅游史上的第一次环球旅游，从而使托马斯·库克和他的旅行社声名远扬。到 1939 年，托马斯·库克父子公司已经在世界各地设立了 50 余家分社。

为什么世界上第一家旅行社会诞生于 19 世纪的英国？这是因为英国首先具备了旅行社产生的必要土壤。源于 18 世纪英国的产业革命，给英国社会，从而给英国的旅游业带来了极为重要的影响。首先，产业革命提高了生产效率，使人们有了更多的闲暇时间，有了更强的支付能力，而这二者是人们旅游的必备前提；其次，产业革命伴随而来的科技进步，使人们有了新的交通工具（如火车和轮船），为人们大规模、远距离的流动提供了可能；再次，产业革命加速了城市化进程，而节奏紧张的城市生活和嘈杂拥挤的社会环境，更易使人们产生回归自然、追求宁静悠闲的乡村生活的愿望。此外，产业革命带来的枯燥、重复单一的工厂劳动也使得人们渴望放松、休息和调整。这些因素导致了英国外出旅游的人数大为增加。而与这一趋势相矛盾的是，当时绝大多数人都缺乏旅行经验，对异国他乡的情况了解甚少，也不知道如何办理旅行手续，加之语言及货币方面的障碍，使得人们实际出游受到限制。在这种情况下，专门从事旅游活动的组织、安排工作的旅行社的产生就是必然的了。

事实上,在托马斯·库克以前,世界上已经存在为别人安排旅行的组织和个人,如德国出版商卡尔·贝德克尔(Karl Baedeker)编写并出版了旅行指南,英国人托马斯·贝纳特(Thomas Bennett)组织了个人包价旅游。但与托马斯·库克不同的是,他们都没有将组织旅行活动作为自己的正式职业,托马斯·库克才是世界上第一位专职的旅行代理商。

(二) 旅行社的发展

托马斯·库克顺应时代的潮流,开创了旅行社经营模式的先河。很快,世界各地出现了大批的效仿者。1850年,以经营运输业务为主的美国运通公司开始兼营旅行代理业务,不久发行了本公司的旅行支票,并于1895年和1896年分别在巴黎和伦敦开设旅游办事处;1857年和1885年,英国先后成立了登山俱乐部和帐篷俱乐部;1890年,法国和德国成立了观光俱乐部;1893年,日本设立了“喜宾会”,从事招徕外国游客和代办旅行服务。到20世纪初期,英国的托马斯·库克旅游公司、美国的运通公司和比利时的铁路卧车公司成为当时世界旅行社行业的三大巨头。此时旅行社的数量有了大幅度增加,规模也得以扩大,旅游产品的内容不断得到更新。

20世纪50年代以后,世界经济迅速发展,人口大量增加,交通运输工具越来越先进,人们的旅游愿望越来越强烈,在这种背景下,旅行社行业得到了空前的发展,旅行社的数量和营业额大幅度增加。进入90年代以后,旅行社业呈现出以下特征:

(1) 适应旅游需求个性化和差异化发展的趋势,不断调整市场营销策略,提供多样化的旅游产品,满足日益多变的旅游需求;

(2) 旅行社数量不断增加,行业规模不断扩大;

(3) 受各国、各地区的发展水平和旅游业的发达程度的制约,旅行社的分布很不平衡;

(4) 科技含量不断提高,网络技术日益普及,极大地降低了旅行社的交易成本。

三、中国旅行社的产生与发展

(一) 中国旅行社产生的背景

我国是一个文明古国,很早以前,在中华大地上就有了旅游活动。在《诗经》、《史记》、《山海经》中都有关于我国先民旅游活动的记载。传说中黄帝“披山通道,未尝宁居”,“迁徙往来无常处”;两汉时期的张骞两度出使西域,甘英出使大秦(罗马帝国);魏晋南北朝时期的谢灵运、陶渊明游历于山水之间;唐朝的玄奘天竺求法、鉴真东渡日本;元朝的汪大渊远航南海诸国;明朝的郑和七次远洋航行;等等。中国人的这些旅游活动极大地丰富了中国的文明史以及世界的文明史,但与世界各国一样,中国在古代漫长的旅游史中,并没有产生出旅行社。

1840年鸦片战争以后,中国被迫与外国签订了一系列不平等条约,被迫对外开放门户,西方的商人、传教士、学者和形形色色的冒险家纷纷来到中国。中国的一些爱国志士,为寻求救国救民的真理,也纷纷走出国门。这使得中国的旅游者数量大为增加。同时,通商口岸的开辟,大批工厂的出现,公路和铁路的兴建,客观上为我国近代旅游业的发展和旅行社的产生提供了一定的物质条件。到了晚清时期,上海租界区已经出现了专门为外国游客服务的民间旅行经营组织。20世纪初,西方的一些旅游企业开始在我国设立办事处,基本上包揽了我国的旅游市场。

(二) 中国第一家旅行社的产生

我国的第一家旅游企业是产生于1923年的上海商业储蓄银行的“旅行部”,其创立者是著名爱国资本家和金融家陈光甫。从史料上看,他创办旅游企业的初衷不是以营利为主要目的,而是为了维护民族的尊严,以爱