

21世纪高等院校旅游管理专业系列教材



LÜXINGSHE JINGYING GUANLI

旅行社经营管理

(第二版)

主编/楼嘉军

副主编/宋长海 侯新冬



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

21 世纪高等院校旅游管理专业系列教材

旅行社经营管理

LÜXINGSHE JINGYING GUANLI

主 编：楼嘉军

副主编：宋长海 侯新冬



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理/楼嘉军主编. —2版. —上海:立信
会计出版社, 2010. 12

21 世纪高等院校旅游管理专业系列教材

ISBN 978-7-5429-2699-9

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 239781 号

旅行社经营管理(第二版)

出版发行	立信会计出版社	
地 址	上海市中山西路 2230 号	邮政编码 200235
电 话	(021)64411389	传 真 (021)64411325
网 址	www.lixinaph.com	E-mail lxaph@sh163.net
网上书店	www.shlx.net	Tel: (021)64411071
经 销	各地新华书店	

印 刷	常熟市梅李印刷有限公司	
开 本	890 毫米×1240 毫米	1/32
印 张	13	插 页 2
字 数	352 千字	
版 次	2010 年 12 月第 2 版	
印 次	2010 年 12 月第 1 次	
印 数	1—3 100	
书 号	ISBN 978-7-5429-2699-9/F	
定 价	25.00 元	

如有印订差错 请与本社联系调换

21 世纪高等院校旅游管理专业系列教材

编纂委员会

- 总主编 冯学钢(华东师范大学商学院)
楼嘉军(华东师范大学旅游学系)
- 编 委 郭英之(复旦大学旅游学系)
武邦涛(上海交通大学旅游管理系)
庄志民(华东师范大学旅游学系)
张文建(华东师范大学旅游学系)
吴承照(同济大学风景旅游系)
邹 益(上海对外贸易学院旅游系)
陈建勤(上海大学旅游学系)
吴国清(上海师范大学旅游学院)
刘 住(上海旅游高等专科学校)
朱卫娅(锦江集团教育培训中心)
王慧敏(上海社会科学院)

再 版 说 明

近年来,我国旅行社行业在高速发展中不仅体现了诸多新特点,而且也形成了一些新的发展趋势。而于2003年出版的《旅行社经营管理》一书中的不少观点和材料已略显陈旧,因此对《旅行社经营管理》一书进行修订势在必行。本次修订对原有章节进行了适度的调整。第一,针对教学对象的具体特点,结合一般意义上对旅行社的认识过程,在基本保留原来框架的基础上,将各章节合并为三大部分:第一部分旅行社概述篇(1~3章),第二部分旅行社经营篇(4~6章),第三部分旅行社管理篇(7~11章)。第二,结合旅行社业务流程和发展趋势,对全书部分章节的内容进行了如下增删:将原来第十一章并入第一章作为第四节;第二章旅行社分类根据新的《旅行社条例》作了适当调整;第三章旅行社设立按照新的《旅行社条例》进行改写;原来第五章调整为第四章,并增加了有关市场预测和调查的内容,原来第四章现改为第五章,增添了旅游行程制定的内容与流程;第六章调整为旅行社产品销售;第七章增加了旅行社品牌管理和危机管理的内容;第十章丰富了旅行社薪酬管理内容;第十一章对财务管理的内容进行了改写。此外,还着重对各章节中陈旧的数据和资料进行了更新和调整,并在原有复习思考题的基础上增设了实例分析环节,以帮助读者更好地领会和掌握相关知识。第三,对附录进行了补充,增加了《旅行社条例实施细则》。

本次修订工作主要由楼嘉军(华东师范大学)负责,参与修订的其他人员有宋长海(上海电子信息职业技术学院)、侯新冬(上海商学院)、张媛(上海杉达学院)、黄凯(上海工会管理职业技术学校)和华钢(杭州

师范学院)等。

本书修订工作得以顺利完成,离不开立信会计出版社的大力支持和徐小霞编辑的具体指导,在此谨表谢意。

由于时间仓促,加之我国旅行社经营业务的不断创新和管理理论不断发展,书中不足之处实属难免,敬请广大学者和读者指正。

楼嘉军

2010年12月

前 言

进入 21 世纪,我国旅行社面临着加入世界贸易组织后正在出现的新一轮蓬勃发展的大好时机以及来自国际旅游市场的严峻挑战。一方面,中国经济多年来持续走强,人们的生活水平不断提高,使旅游活动日益成为我国广大居民一种全新的生活方式,促使国内旅游市场不断扩容;同时,作为国际旅游市场重要的目的地国家,我国的国际地位日益巩固,从而有力地推进了旅行社行业的飞速发展。另一方面,经济全球化速度在不断加快,新经济技术也在不断完善,国际旅行社企业和国际资本正在大踏步进入我国的旅游市场,我国的旅行社企业正在面临前所未有的挑战。

旅行社是我国旅游业重要的产业部门,具有显著的市场导向作用和强大的产业关联作用,因此,加强旅行社的建设、提高旅行社的经营管理能力、更新旅行社的市场竞争理念、应对全球化时代,是我国旅行社所面临的新挑战。推进我国旅游业蓬勃健康地发展,已经成为旅行社行业和旅游学界的共识。

作为高等院校旅游管理专业本科生的必修课教材,本书是在参阅众多的国内外有关旅行社经营管理文献的基础上编撰而成的,并注意吸收旅游学界最新的研究成果,以使本书具有理论性、创新性和实用性相结合的特点。

本书以旅行社基本业务的经营管理为基础,共分为 11 章。第一章为旅行社发展概述,叙述了自 1845 年托马斯·库克成立世界上第一家旅行社至今中外旅行社发展的基本脉络。追溯这一段历史过程,对于

当前我国旅行社行业的建设和发展具有借鉴作用。第二章至第十章系统阐述了旅行社的基本业务,尤其是围绕旅行社的产品开发、市场营销和接待服务三大核心业务板块进行深入剖析,重点研究了具有旅行社特点的市场业务经营管理的原则、方法和策略。第十一章勾勒了旅行社未来发展的基本趋势。

本书由楼嘉军主编。各章执笔人员如下:第一章,楼嘉军;第二章,楼嘉军;第三章,楼嘉军、史萍;第四章,楼嘉军、吴娟娟;第五章,田海宇、楼嘉军;第六章,马建瑜、楼嘉军;第七章,王若冰;第八章,史萍;第九章,史萍、赵岚;第十章,吴伟铭、王若冰;第十一章,田海宇。在本书的编写过程中,引用了学术界的各种研究成果和大量文献资料,因篇幅有限,难以一一注明,谨致歉意。

本书的编写得到了华东师范大学旅游学系诸多同事的大力支持,尤其是冯学钢主任、王晓云副教授给予了具体的指导和帮助,在此表示诚挚的谢意。

由于时间仓促,水平有限,加之旅行社的发展在理论和实践方面不断有新的突破,本书的不妥之处实属难免,敬请广大学者和读者指正。

作 者

2003 年 4 月

目 录

上篇 旅行社概述篇

第一章 旅行社发展概述	1
第一节 工业革命和旅行社的产生	1
一、工业革命与新的旅行游览方式(1) 二、近代旅行社的诞生及意义(5) 三、早期旅行社经营活动方式的创新(8) 四、世界旅行社的发展阶段(10)	
第二节 国内旅行社的产生和发展	14
一、旅行社的产生和初步发展(14) 二、改革开放以后的旅行社行业(15)	
第三节 全球一体化时代旅行社发展趋势	17
一、产业集团化(18) 二、组织虚拟化(21) 三、结构一体化(23) 四、经营国际化(25) 五、产品品牌化(27) 六、销售网络化(28)	
复习思考题	30
第二章 旅行社的性质与作用	32
第一节 旅行社的性质和职能	32
一、旅行社的性质(32) 二、旅行社的职能(35) 三、旅行社的业务划分(37)	
第二节 旅行社的类型	41
一、旅行社分类的依据(41) 二、国外旅行社的类型(43) 三、我国旅行社的分类(44)	

第三节 旅行社的行业特点	46
一、旅行社人员构成的“双密集型”特征(46)	
二、旅行社服务流程的复杂性特征(47)	
三、旅行社资金和信息的双驱动特征(49)	
四、旅行社业务运作的波动性特征(50)	
第四节 旅行社的地位与作用	52
一、旅行社在现代旅游业中的地位(52)	
二、旅行社的作用(54)	
复习思考题	56
第三章 旅行社的开办和组织结构的设计	60
第一节 旅行社的设立	60
一、旅行社设立的内外环境分析(60)	
二、设立旅行社的基本条件(62)	
三、旅行社开办程序(63)	
四、旅行社设立的企业形式(66)	
第二节 旅行社的组织结构	68
一、旅行社组织结构设计原则(68)	
二、旅行社组织结构模式分析(70)	
三、旅行社组织结构管理特点(77)	
第三节 旅行社管理体制深化改革及深化途径	79
一、旅行社市场化发展的过程(79)	
二、旅行社深化改革面临的问题(81)	
三、旅行社改革的途径和措施(83)	
第四节 旅行社行业组织	86
一、旅行社行业协会的性质和特点(86)	
二、旅行社行业协会的职能(87)	
三、旅行社行业协会的建设(88)	
四、世界旅行社行业组织(89)	
复习思考题	90

中篇 旅行社经营篇

第四章 旅行社市场分析与定位	93
第一节 旅游市场调研和市场预测	93
一、旅游市场调研的概念与内容(94)	
二、旅游市场调研的步骤和方法(95)	
三、旅游市场预测的含义和内容(97)	
四、旅游市场预测的方法(98)	

第二节 旅游客源市场细分.....	100
一、旅行社客源市场细分的重要性(100) 二、旅行社客源市场细分的标准(101)	
第三节 客源市场变化趋势分析.....	108
一、国内旅游市场结构的变化(108) 二、入境旅游市场格局的演变(112)	
第四节 旅行社目标市场选择与定位.....	115
一、目标市场的概念(115) 二、目标市场选择的主要标准(116)	
三、旅行社目标市场的选择(119) 四、旅行社目标市场的定位(120)	
复习思考题.....	124
第五章 旅行社产品开发与设计.....	126
第一节 旅行社产品的种类.....	126
一、旅行社产品概念及其性质(126) 二、旅行社产品类型(128)	
第二节 旅行社产品开发策略.....	132
一、影响旅行社产品开发的因素(132) 二、旅行社产品组合类型(135) 三、旅游产品组合策略(138)	
第三节 旅游线路设计.....	140
一、旅游线路(140) 二、旅游线路设计的原则(142) 三、旅游线路的设计流程(146) 四、旅游行程制定的内容与流程(150)	
复习思考题.....	155
第六章 旅行社产品销售.....	159
第一节 旅行社产品的定价.....	159
一、旅行社产品的价格(159) 二、影响旅行社产品价格的因素(160) 三、旅行社产品的定价目标和原则(163) 四、旅行社产品的定价策略(166) 五、旅游产品价格制定的方法(169)	
第二节 旅行社产品销售策略.....	171
一、旅行社产品销售(171) 二、旅行社产品销售渠道(174) 三、旅行社产品销售策略(181) 四、旅游中间商的选择与管理(185)	

第三节 旅行社产品促销	187
一、旅行社产品促销方式(187) 二、旅行社产品的促销流程(192)	
复习思考题	195

下篇 旅行社管理篇

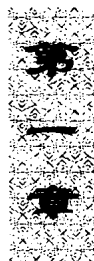
第七章 旅行社经营战略管理	201
第一节 旅行社经营计划管理	201
一、旅行社的计划管理(201) 二、旅行社的目标管理(208)	
第二节 旅行社的战略管理	214
一、旅行社实施战略管理的意义(214) 二、旅行社实施战略管理的过程(215) 三、旅行社经营战略(217)	
第三节 旅行社品牌管理	220
一、旅行社品牌的内涵(220) 二、旅行社品牌的作用(221) 三、旅行社品牌的管理(222)	
第四节 旅行社危机管理	224
一、旅行社危机管理的重要性(225) 二、旅行社的危机类型(225)	
三、旅行社危机管理(226)	
复习思考题	229
第八章 旅行社服务采购管理	232
第一节 旅行社服务采购概述	232
一、旅行社服务采购的界定(232) 二、旅行社服务采购的内容(233) 三、旅行社服务采购的作用(234) 四、旅行社服务采购与一般产品采购的区别与联系(236)	
第二节 旅行社服务采购协作网络构建	237
一、旅行社服务采购网络的界定(237) 二、构建旅行社服务采购网络的原则(237) 三、旅行社服务采购网络的建立(238)	
第三节 旅行社服务采购管理	242

一、正确处理对外服务采购的三大关系(242)	二、服务采购合同的管理(244)	
复习思考题		246
第九章 旅行社服务管理		248
第一节 旅行社服务的特点与构成		248
一、旅行社服务的特点(248)	二、旅行社服务的重要性(254)	
三、旅行社的旅游服务圈管理模型(255)		
第二节 旅行社售前服务的管理		259
一、旅行社售前服务部门(259)	二、旅行社售前服务功能(261)	
三、旅行社售前服务管理(264)		
第三节 旅行社售中服务的管理		269
一、旅行社导游服务的特点(269)	二、旅行社导游人员的职责(273)	
三、旅行社导游陪同管理制度(277)		
第四节 旅行社售后服务的管理		283
一、旅行社售后服务的内涵(283)	二、售后服务中的反馈跟踪(286)	
三、售后服务中的客户联系(287)	四、售后服务中的投诉处理(290)	
复习思考题		296
第十章 旅行社人力资源管理		300
第一节 人力资源管理概述		300
一、旅行社人力资源和人力资源管理(300)	二、旅行社人力资源管理的重要性(303)	
三、旅行社人力资源管理与人事管理的区别(305)		
第二节 旅行社人力资源管理中的职位分析和人力资源规划		307
一、职位分析的内涵及主要流程(308)	二、人力资源规划的主要内容(312)	
三、职位分析和人力资源规划的意义(314)		
第三节 旅行社员工招聘与岗位培训		315
一、旅行社员工的招聘(315)	二、旅行社员工的培训(323)	
第四节 旅行社员工的激励和薪酬管理		328
一、旅行社员工的激励(328)	二、旅行社的薪酬管理(333)	

复习思考题	338
第十一章 旅行社财务管理	342
第一节 旅行社财务管理概述	342
一、旅行社财务管理定义(342)	
二、旅行社财务管理的目标(343)	
三、旅行社财务管理的原则(344)	
第二节 旅行社的资产管理	346
一、货币资金的管理(347)	
二、旅行社应收账款的管理(348)	
三、旅行社固定资产的管理(350)	
第三节 旅行社的收入、成本和利润管理	352
一、旅行社收入的管理(352)	
二、旅行社成本与费用的管理(354)	
三、旅行社利润的管理(357)	
第四节 旅行社结算管理	360
一、旅行社国际结算管理(360)	
二、旅行社国内结算管理(362)	
第五节 旅行社的财务分析	362
一、旅行社财务分析方法(362)	
二、旅行社财务分析指标(363)	
复习思考题	367
附录一 旅行社条例	371
附录二 旅行社条例实施细则	384
参考文献	398

上篇 旅行社概述篇

旅行社发展概述



旅行是人类生活的重要组成部分。尽管在旅行基础上发展起来的旅游活动源远流长,但是作为服务于旅游活动的旅行社,却与近代社会的市场经济、科学技术和社会分工的进一步发展密不可分。旅行社是近代工业革命的产物。

第一节 工业革命和旅行社的产生

一、工业革命与新的旅行游览方式

(一) 工业革命对旅行社产生的影响

1. 经济结构的调整

18 世纪发生在英国的第一次工业革命,极大地推进了资本主义在全球的发展,以至在 18~19 世纪近 200 年的时间里,世界各国的经济结构和社会结构发生了翻天覆地的变化。作为社会经济发展产物的旅游活动,也伴随着近代资本主义社会的飞速发展而发生新的变化。从历史发展的高度来审视,对近代旅游活动产生革命性影响的直接动力,

当属工业革命带来的社会经济的腾飞和社会结构的变革,由此驱动旅游活动内容、旅游活动方式和旅游服务形式开始迈入充满活力的近代资本主义社会的发展阶段,进而为旅行社的诞生奠定了扎实的基础,准备了必要的条件。

首先,社会财富的积累。工业革命使大机器生产代替了手工生产,使生产效率大幅度提高。“资产阶级在它的不到一百年的阶级统治中所创造的生产力,比过去一切时代创造的全部生产力还要多,还要大”^①。社会物质财富的激增是近代社会人们从事旅游活动的重要物质基础。其次,工厂制度的建立。工业革命使工厂生产模式替代了手工作坊模式。工厂的出现不仅大幅度提升了生产力水平,也形成了上下班制度,最终改变了人类沿袭数千年“日出而作,日落而息”的作息习惯,进而为人们外出进行旅游活动准备了时间条件。最后,工资制度的形成。近代工资制度是在资本主义制度下劳动力价值的货币表现方式,是一种与传统的农业经济时代采用实物分配方式迥异的谋生回报方式。从一定意义上讲,近代工资制度的出现,为日后旅行游览活动的普及,准备了经济条件。

2. 社会结构的变迁

第一,城市人口增加,扩大了旅游市场的需求。工业革命带来的一个显著的社会变化就是城市人口的迅速增加。工业革命造成整个社会生产力的巨大发展,不仅使世界总人口大幅度上扬,重要的是在欧美国家形成人口向城市集中的倾向。据估计,17世纪末英国的人口为550万,但到了1801年,人口已超过1500万;至19世纪中叶,更是突破了2500万,居住在城市的人口已达到60%以上。由于城市人口的人均收入要远远高于农村地区,因此城市人口激增刺激了国内旅游市场需求的扩大,也就为旅游市场准备了庞大的客源群体。这就佐证了在世

^① 马克思、恩格斯:《共产党宣言》,引自《马克思恩格斯选集》第1卷,人民出版社1972年版,第256页。

界旅游业发展过程中的一个基本事实,即在近代旅游业的发展过程中,大规模的旅游活动首先集中在以新兴工业城市群为主的英国中部和北部地区,而并非出现在以传统农业为中心的南部地区。世界上第一家旅行社诞生在英国中部工业发达地区也就绝非偶然,因为在这些工业城市里积聚着高密度的人口,孕育了大规模、大容量的旅游活动,这就为近代新兴旅游企业的出现,准备了必要的市场条件。

第二,人口移动影响。在人口大量增加的同时,许多国家发生了大规模的人口迁移运动。一方面,由于工业和服务业的兴起,造成农村地区大量的人口向城市不断地移动,因为只有在城市才能提供足够的就业机会。另一方面,伴随贸易活动规模的不断扩大,因商务活动而旅行的人数也不断递增。于是原本人们为了生计而在空间上的被移动经历,也为日后从事自主的旅游活动积累了经验。

第三,交通结构革新。无论是居住地附近的短途旅游,抑或是远赴异国他乡的长途旅游,交通是人们出行的必要前提条件。工业革命引起交通工具的变革,使人类摆脱了农耕时代马车、木船的束缚,借助于蒸汽机技术的推动力,火车和轮船渐渐成为人们外出旅行和旅游的主要交通工具。以铁路为例,19世纪,英国铁路长达3.5万公里。1840年,英国已有200万人次坐火车旅行。无论从时间或是空间上说,人们可以理直气壮地冲破束缚人类数千年的地理障碍和心理障碍,从而使近代旅游活动进入“蒸汽机时代”,人类的旅游活动也开始真正进入充满生机和活力的时代。近代交通工具的革新,加速完成了一个旅游发展的过渡阶段,即从古代和中世纪零散和短距离的旅游活动,逐渐演变为近代较大规模、中长距离的旅游活动。

(二) 旅行游览观念的进步

在18世纪以前,即使在欧美大陆其真正意义上的旅游和度假的观念,可以说是不存在的。受制于落后的社会经济生产力,直到18世纪中叶以前,在欧洲诸国中无论富人或穷人、地主或农民,都还被一种传统的农业耕作思想所束缚,无法也不可能把生活分为工作和休闲两部