

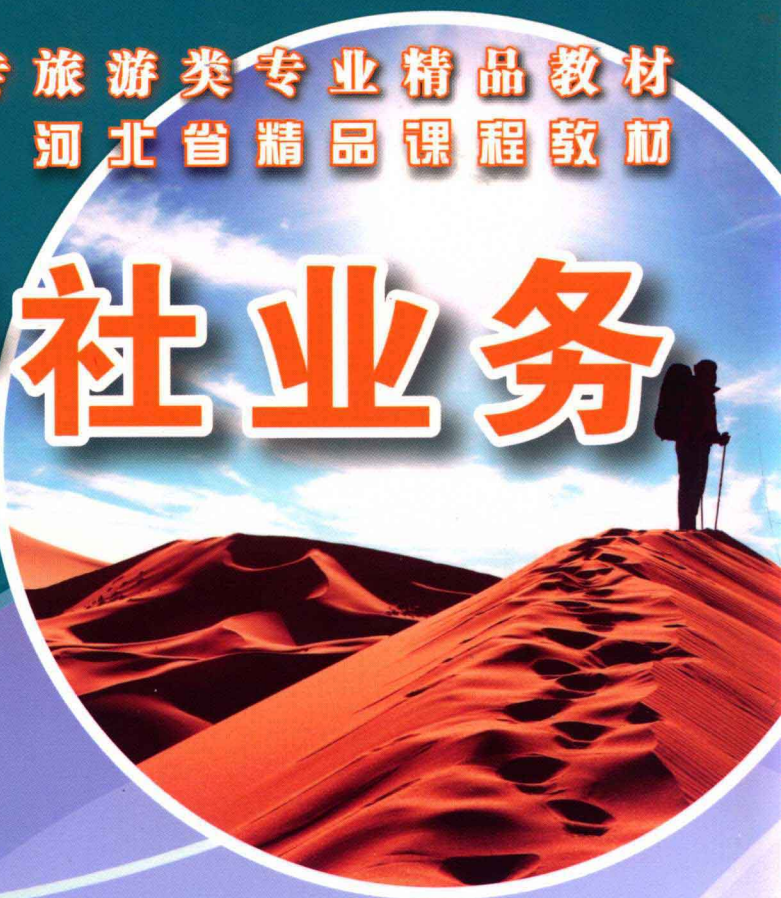


高等职业教育十二五规划教材

高职高专旅游类专业精品教材
河北省精品课程教材

旅行社业务

主 编 赵建宇



清华大学出版社



高等职业教育十二五规划教材

高职高专旅游类专业精品教材
河北省精品课程教材

旅行社业务

赵建宇 主 编



清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是河北省精品课程配套教材,基于旅行社企业的工作过程,本着项目导向、工学结合的原则编写,其目的是让学生了解和掌握旅行社经营管理的基本知识与技能,培养学生的专业能力、职业关键能力、创业能力以及基层综合管理能力,做到“教、学、做”一体化,为从事旅行社各岗位的工作奠定基础。本书主要内容包括:旅行社设立、旅行社产品开发业务、旅行社产品销售业务、旅行社计调业务、旅行社门市业务、旅行社接待业务和旅行社财会业务。

本书适合高职高专旅游类专业作为教材使用,也可供旅游行业从业人员和社会一般读者阅读参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅行社业务/赵建宇主编. —北京:清华大学出版社,2012.2

(高职高专旅游类专业精品教材)

ISBN 978-7-302-27873-3

I. ①旅… II. ①赵… III. ①旅行社—业务管理—高等职业教育—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第007433号

责任编辑:刘士平

封面设计:宋 彬

责任校对:袁 芳

责任印制:张雪娇

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>

印装者:北京市清华园胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:19.75

字 数:455千字

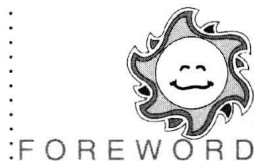
版 次:2012年2月第1版

印 次:2012年2月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:39.50元

产品编号:045248-01



旅行社业务

前言

“旅行社业务”作为高职旅游院校旅游管理及相关专业的核心课程之一,按照工学结合人才培养模式的要求,在编写过程中,采用“基于工作过程导向——工作过程系统化课程”设计方法,注重“工学结合、项目导向、任务驱动”的教学模式,在征求多位旅行社业界专家意见的基础上,对旅行社业务的工作流程进行分析,最终将旅行社业务确定为外联销售、门市接待、计调和客户服务四大岗位群。进而又对各岗位群进行职业能力分析,由此确定岗位工作任务和行动领域。打破以往传统的、以理论知识传授为主要特征的学科课程模式,转变为以旅行社各岗位的工作任务为中心,设计工作项目,组织教材内容。目的在于使学生掌握旅行社业务的工作流程及相关岗位的工作技能,从而能较快地适应旅行社各岗位的工作。

为了便于学生学习,本书将专业知识与专业技能挂钩,在每一个学习任务后面都配有相关的阅读资料和发生在旅行社业界的典型案例及分析,创设模拟情境,留给学生更多的自主学习空间,将理论知识转化为实际工作方法和处理具体问题的思路,训练学生运用所学专业解决具体问题的能力,实现“教、学、做”一体化,提升学生的职业技能。

本教材由赵建宇担任主编,吴亚秋、刘荣担任副主编。尚永利、刘巍参编。具体分工如下:吴亚秋撰写项目一;赵建宇撰写项目二、项目三、项目五、项目六;尚永利撰写项目四的任务一、任务二;刘巍撰写项目四的任务三;刘荣撰写项目七。丁文义、宁艾志、郭相强、李海梅和金疆为本书的编写提供了丰富的素材和有益的建议。赵建宇设计编写大纲及目录,并最终修改统稿。

本书在编写过程中,得到多位旅行社业内人士的帮助,在此要特别感谢承德海外国际旅游有限公司总经理徐连成先生、承德北方旅行社总经理尚永利先生、承德春秋旅行社总经理王臻舟先生、承德诚信旅行社火神庙分社经理郭相强先生,有了他们的参与,才使本书内容更加充实、实用。

本书的完成,参考和借鉴了许多专家、学者的相关著作和研究成果,以及大量的优秀教材,在此表示感谢。对所参考的资料及其编者已一一列于参考文献中。还有一些素材,因来自一些网站,由于搜集时间过久且内容庞杂,已难寻出处,在此对有关作者表示感谢!

由于时间仓促,加之编者水平有限,书中难免有疏漏、欠妥之处,恳请专家、读者批评指正。

编者

2011年11月

项目一 旅行社设立	1
任务一 认识旅行社	1
任务二 旅行社设立程序	16
任务三 旅行社的组织设计	24
项目二 旅行社产品开发业务	32
任务一 旅行社产品的开发	32
任务二 旅游线路设计	47
项目三 旅行社产品销售业务	59
任务一 旅行社产品的价格及构成	59
任务二 旅游线路报价	72
任务三 旅行社销售渠道	88
任务四 旅行社产品的促销	105
项目四 旅行社计调业务	117
任务一 旅行社计调业务	117
任务二 旅行社计调业务操作规范	126
任务三 旅游服务采购业务	153
项目五 旅行社门市业务	170
任务一 旅行社门市部的设立	170
任务二 旅行社门市服务人员	179
任务三 旅行社门市业务与服务流程	188
项目六 旅行社接待业务	203
任务一 制订旅游接待计划	203
任务二 旅行社接待业务程序和方法	214

任务三 旅游安全事故的处理与预防	232
项目七 旅行社财会业务	250
任务一 认识旅行社财务管理	250
任务二 旅行社组团业务核算	256
任务三 旅行社接团业务核算	260
任务四 旅行社财务报表与财务分析	266
附录一 旅游服务基础术语	272
附录二 导游服务质量	277
附录三 中华人民共和国公民出境入境管理法实施细则	285
附录四 中国公民出国旅游管理办法	289
附录五 旅行社条例	293
附录六 旅行社条例实施细则	301
参考文献	310



项目一

旅行社设立

学习目标

专业能力目标

- 掌握设立旅行社的程序；
- 能够独立完成申请设立旅行社有关材料的准备工作；
- 具有组织协调与指挥的能力。

方法能力目标

- 具备设立旅行社有关申报材料的写作能力；
- 具有独立完成旅行社组织机构设立的能力。

社会能力目标

- 具备良好合作意识；
- 具有良好的职业道德和敬业精神；
- 具有较强的责任感和严谨的工作作风。

任务一 认识旅行社

【任务描述】

认识旅行社,了解旅行社给人们的生活带来哪些便利,旅行社有哪些职能和基本业务。分组进行讨论。

【任务分析】

旅行社作为旅游业的一个重要支柱产业,通过为人们外出旅游提供食、住、行、游、购、娱等综合服务,给人们外出旅行活动带来了极大的便利,是旅游消费者与旅游服务供应商

之间的桥梁和纽带。旅行社的发展与普及为人们的旅行活动提供了众多的方便,同时又进一步促进了旅游业的发展。旅行社是为旅游者提供旅行服务的专门机构,又是连接旅游资源和旅游消费者的中介组织。它最基本的职能是满足旅游者在旅行和游览方面的各种需要,同时协调和帮助交通、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。由于旅行社的服务对象是旅游者,这一特点决定了旅行社的业务都必须围绕着旅游者的旅行活动展开。

【相关知识与技能】

一、旅行社的产生与发展

(一) 世界旅行社的产生与发展

旅行社的产生是经济、科技、社会分工发展的结果,也是旅行活动发展到一定阶段的产物。18世纪中叶发生在英国的工业革命,不仅革新了生产技术,极大地提高了生产力,而且也改变了当时世界的经济结构和社会面貌,使人类的旅行和旅游活动的发展受到巨大影响。首先,全球范围内的生产力水平的不断提高和迅速发展,社会财富的急剧增加,有产阶级规模的日趋扩大,使越来越多的人具备了外出旅游的经济条件。其次,科学技术的进步,铁路的兴建,蒸汽机车和轮船的试运行,从根本上改变了当时陆路和水路交通状况,使单位运载能力空前提高,不仅为人们外出旅行节省了费用,而且也大大缩短了出行者的在途时间,从而使人类社会的大规模流动成为可能。最后,工业革命加快了城市化进程,改变了人们原有的工作和生活方式,人们的工作重心由农村转移到城市。工业革命带来了紧张的城市生活和嘈杂环境,人们心理压力越来越大,开始向往宁静休闲的田园生活,外出旅行逐渐成为他们经常性活动。然而,当时的绝大多数人,即便是有产阶级,也都缺乏旅行经验。他们对于异国他乡的情况,尤其是对于有关旅行手续的办理更是了解甚少,加上语言交流和货币兑换等方面的困难,以前那种食、住、行、游都由自己安排的旅游方式渐渐失去了原有的吸引力。

有支付能力的旅游人数的增加和旅游活动的逐渐发展要求有专门的机构和人员为人们外出旅游提供相关的有偿服务,以解除旅行者后顾之忧的呼声日益强烈。在此背景下,1845年,具有较强市场意识的英国人托马斯·库克看准了这一市场空缺,作为世界首家专门从事旅行代理业务的企业,托马斯·库克的旅行社——通济隆旅行社在英国的小城莱斯特成立了。自此世界上第一位专职的旅行代理商——托马斯·库克登上历史舞台。这标志着近代旅游业开启了新的篇章。

托马斯·库克自幼家境贫寒,10岁辍学,先后做过帮工、诵经人和花匠等。1841年7月,当时作为传教士的英格兰牧师——托马斯·库克是一位热心的禁酒主义演说家,他利用机械化大生产中人们出现的心理危机和压力,以参加禁酒活动为号召,组织了世界上第一次团体包价旅游。他包租了一列火车,载运了570人从莱斯特到拉夫巴罗参加禁酒大会,全程24英里,第一次采用集体折扣付费方式,按每人仅1先令发售来回票,库克本人随车热情照料,除交通费外,还包括乐队演奏赞歌和一次野外午餐及午后茶点,人们感

到非常满意。托马斯·库克组织的这次活动已经具备了现代旅行社团体旅游的一些基本特征,如导游讲解、旅行手册等,这次活动被称为近代旅游活动的开端。随后,他又多次组织类似的活动,并逐步意识到其中潜在的巨大商机。

托马斯·库克的旅行社成立以后,其业务范围不断扩大。1845年夏天,库克第一次组织了有350人参加的到利物浦的团体观光旅游。这次观光旅游活动与以前的旅游活动有显著的区别。主要表现在,这是一次以营利为目的的纯商业活动,持续时间长,超过了24小时,并配有专职导游。它包含了旅游线路考察、旅游产品组织、旅游广告宣传、旅游团队组织和陪同及导游等多项内容的旅行社业务活动,是现代旅行社业务的雏形。1855年,托马斯·库克又组织了世界上第一次出国包价旅游,有15.6万人参加。旅游路线从英国的莱斯特到法国的巴黎,参加巴黎水晶宫博览会。这次包价旅游可以说是现代出境旅游业务的初次尝试并得到英国媒体的普遍好评。《曼彻斯特报》称“这是铁路旅行史上的一次创举”。1872年,托马斯·库克成功地组织了世界上第一次团体环球旅游。旅游团由9人组成,库克亲自为向导,历时22天,历经10多个国家。此次环球旅游活动使托马斯·库克名声大振,其名字也成为旅游的代名词,在欧美地区广为人知。1939年,托马斯·库克父子公司在世界各地设立了50余家分社。

托马斯·库克对于旅游业的贡献,不仅在于他开创了近代旅游业,而且还表现在他面向大众,薄利多销,推动了旅游的社会化,促进了旅游业的迅速发展。另外,他的旅游企业的经营管理理念对后世也有深远的影响,例如,他认为旅行事业的经营者应尽可能使客人方便、舒适,尽可能为客人省钱;组织游客去旅游不仅是带客人去游山玩水,更是去探求新知识、新事物。他肯定旅游具有教育作用,并提出了“Saving Money for Travel”的口号,对提高人们的旅游意识作出了贡献。

在托马斯·库克之后,为适应人们不断增长的旅游需求,旅行社在世界各地迅速发展起来。在欧洲先后成立了许多类似的旅游组织,如英国1857年成立的登山俱乐部,1885年成立的帐篷俱乐部;法国、德国都于1890年成立了观光俱乐部。

旅行社的发展与普及为人们的旅行提供了众多的方便,这又进一步促进了旅游业的发展。由于受到两次世界大战及经济危机的影响,全球旅行社业的发展在这一时期经历了几起几落的变化。第二次世界大战之后,相对稳定的世界局势和快速增长的世界经济使旅游业迅速崛起,旅行社也得到了空前的大发展,据不完全统计,目前世界上旅行社数量最多的是欧洲和北美地区,约占世界旅行社总数80%以上。一个遍布全球的庞大的国际性旅游服务销售网络已经形成。

(二) 中国旅行社的产生与发展

中国近代旅游业发源于上海。其产生的历史背景与西方旅行社产生的背景截然不同,它是在受到外来经济和文化入侵的影响下产生的。中国最早的旅行社是1923年由爱国人士陈光甫先生在上海创立的。

清末民初,我国旅游业为少数洋商所垄断,英国的通济隆、美国的运通和日本的国际观光局等先后在上海登陆。1910年,英国的通济隆公司在上海开设了第一个办事处,开展旅行社业务,向欧洲、日本等国家和地区的旅游者介绍中国,它们服务的对象只限于外

国人和白领华人。陈光蒲留美多年,又酷爱旅游,他之所以决心创办中国第一家旅行社,据原上海银行天津分行经理资耀华(新中国成立后曾任上海银行总经理)口述:“上海银行办的中国旅行社是我国第一家。陈光蒲创办中国旅行社的动机,开始时还不是作为一种业务,而是对抗洋人,为国争气。旧中国旅行社都是英、美、日等帝国主义的洋商所办,中国人要出国,办理旅游手续都要经过他们之手。洋商不仅收费高昂,而且态度傲慢无礼,根本看不起中国人。陈光蒲时常出国,时常受气。有一次洋商办事的人傲慢无礼,使他实在忍受不住了,同对方争执了几句,对方冷笑着说:‘你不满意,你们中国人为什么不自己办一个呢?’对陈光蒲非常蔑视。陈一怒之下,决心创办中国旅行社。”除了爱国和争回祖国的权利外,陈光蒲还认为,为了让国人及各国人士了解中国古老悠久的文化和名胜古迹,也必须建立、健全为旅客服务的机构,这是他要创办中国旅行社的又一动因。

1923年4月,由陈光蒲任总经理的上海银行正式呈文北洋政府交通部,请求代售火车票,办理旅行业务。当时交通部正召开全国铁路联运会议,该案一经交议,立即遭到身居要职的铁路洋员反对。表面理由是英、日、美、法等国在华均有旅行机构,绝无再设的必要,实际上是担心会削减外国在华旅行机构的既得利益。幸好时任交通总长的叶恭绰、路政司司长刘景山及各路华员皆竭力支持,所以经激烈辩论后终获通过。是年8月1日,上海银行旅行部正式宣告成立。这一天,是中国旅游史上值得大书特书的一天。因为按国际惯例,商业性旅行社的产生是一个国家近代旅游业诞生的标志。

旅行部成立一个月后,即在杭州设立分部,以后陆续扩大规模,5年间,共设立分部11处。1927年,经上海银行董事会开会研究,决定投资5万元(后增资至50万元),旅行部自立门户,6月1日,正式改名为“中国旅行社”,并向国民政府交通部申请注册,经该部核准,于1928年1月拿到了第一号旅行业执照。(现为香港中国旅行社股份有限公司)这是我国历史上最早的一家由中国人开设的旅行社。陈光蒲及其旅行社的成立,标志着中国近代旅游业的诞生。

随后,在中国各地先后出现了不少类似的旅游企业,如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜导游团、中国汽车旅行社、国际旅游协会、友声旅行团、精武体育会旅行部、萍踪旅行团、现代旅行社等。它们是中国旅行社行业处于萌芽期的旅行社,承担了近代中国人旅游活动的组织工作。1937年抗日战争爆发,这些旅行社基本处于停业状态,它们中的大多数都解散了,中国的旅行社业随之中断。

新中国成立后,1949年12月在厦门成立了华侨旅行社,这是“中国旅行社”的前身。此后,我国先后于1954年和1979年在北京成立中国国际旅行社和中国青年旅行社。经过50多年的发展,我国旅行社业体系基本形成了三大系统,即中国国际旅行社(国旅)系统、中国旅行社(中旅)系统和青年旅行社(青旅)系统。这三大系统实力雄厚,各系统的分支机构遍及全国各地,成为我国旅行社业的三大组织体系。这一时期中国旅行社业的控制权基本掌握在国旅、中旅、青旅三大旅行社手中。

进入21世纪以来,我国旅游业的发展成就让世界震惊。入境游客和国际旅游收入以每年近20%的速度增长,是同期世界平均发展水平的3倍多。伴随着旅游业的蓬勃发展我国旅行社业也进入了高速发展时期,这主要得益于我国宏观经济环境的持续向好,人民生活水平的不断提高,人们外出旅游的热情进一步高涨。例如,“黄金周”的推出,更是刺

激了人们的旅游热情。可以说,我国旅行社业自 1978 年以来,在经历 30 多年的市场化进程后,行业规模不断扩大,从业人员不断增加,经营体制不断创新,经营环境不断改善。旅行社业已经成为拉动经济增长,扩大就业渠道的重要服务行业之一,截止到 2010 年年底,我国共有旅行社 22 784 家,旅行社直接从业人员 340 894 人。

二、旅行社行业组织

(一) 旅行社行业组织的性质与功能

1. 旅行社行业组织的含义

旅行社行业组织又称为行业协会,是指旅行社为实现本行业共同的利益和目标而在自愿的基础上组成的民间组织。

2. 旅行社行业组织的性质

旅行社行业组织的性质体现在以下三个方面。

(1) 旅行社行业组织是民间性组织,而非官方机构或行政组织;

(2) 旅行社行业组织是旅行社为实现单个企业无力达到的目标而成立共同利益集团;

(3) 是否加入旅行社行业组织完全出于自愿,而且可以随时退出。

3. 旅行社行业组织的功能

(1) 服务功能

行业协会可以作为协会成员的代表人,与政府机构或其他行业组织商谈有关事宜;加强协会成员之间的信息沟通,定期发布统计分析资料;调查研究协会会员感兴趣的问题,向协会成员提交研究报告;定期出版刊物,向协会成员提供有效信息;开展联合推销和联合培训活动。

(2) 管理功能

协会拟定成员共同遵循的经营标准;制定行规会约;对成员依法经营进行监督和指导,仲裁和调节成员之间的纠纷。

(二) 我国旅行社行业组织

1. 中国旅行社协会

中国旅行社协会(China Association of Travel Services, CATS),成立于 1997 年 10 月,是由中国境内的旅行社、各地区旅行社协会或其他同类协会等单位,按照平等自愿的原则结成的全国旅行社行业的专业性协会,是经中华人民共和国民政部正式登记注册的全国性社团组织,具有独立的社团法人资格。协会接受国家旅游局的领导、民政部门的监督管理和中国旅游协会的业务指导。协会会址设在中国首都——北京市。

协会的宗旨是:遵守国家的宪法、法律、法规和有关政策,遵守社会道德风尚,代表和维护旅行社行业的共同利益和会员的合法权益,努力为会员服务,为行业服务,在政府和会员之间发挥桥梁和纽带作用,为中国旅行社的健康发展作出积极贡献。

协会的主要任务是:宣传、贯彻国家旅游业的发展方针和旅行社行业的政策法规;总

结交流旅行社的工作经验,开展与旅行社行业相关的调研,为旅行社行业的发展提出积极并切实可行的建议;向主管单位及有关单位反映会员的愿望或要求,为会员提供法律咨询服务,保护会员的共同利益,维护会员的合法权益;制定行为规范,发挥行业自律作用,督促会员单位提高经营管理水平和接待服务质量,维护旅游行业的市场经营秩序;加强会员之间的交流与合作,组织开展各项培训、学习、研讨、交流和考察等活动;加强与行业内外的有关组织、社团的联系、协作与合作;开展与海外旅行社协会及相关行业组织之间的交流与合作;编印会刊和信息资料,为会员提供信息服务。

协会实行团体会员制,所有在中国境内依法设立、守法经营,无不良信誉的旅行社及与旅行社经营业务密切相关的单位和各地区性旅行社协会或其他同类协会,承认和拥护本会的章程,遵守协会章程,履行应尽义务的均可申请加入协会。

协会的最高权力机构是会员代表大会,每四年举行一次。协会设立理事会和常务理事会,理事会对会员代表大会负责,是会员代表大会的执行机构,在会员代表大会闭会期间领导协会开展日常工作;常务理事会由理事会负责,在理事会闭会期间,行使其职权。

协会对会员实行年度注册公告制度。每年年初会员单位必须进行注册登记,协会对符合会员条件的会员名单向社会公告。

2. 地方旅行社协会

地方旅行社协会在宗旨任务、组织方式、会员权利义务等方面与中国旅行社协会很相像。它们和地方旅游行政管理部门之间的关系也等同于中国旅行社协会和国家旅游局。地方性的旅游协会还可以以会员身份加入中国旅行社协会。

(三) 旅行社的国际性组织

1. 世界旅行社协会

世界旅行社协会是一个由私人旅行社组成的世界性非营利组织。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。现有 240 个会员,来自于 100 个国家和地区的 232 个城市。

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会议,研究本区旅游业务中的问题。

2. 世界旅行社协会联合会

世界旅行社协会联合会于 1966 年 11 月 22 日成立于意大利的罗马,总部设在比利时的布鲁塞尔。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。

世界旅行社协会联合会是一个专业性和技术性组织,其会员是世界各国的全国性旅行社协会,每个国家只能有一个全国性的旅行社协会代表该国参加。中国旅游协会是世界旅行社协会联合会会员。

三、旅行社的概念与特征

(一) 旅行社的概念

我国 2009 年 5 月 1 日颁布的《旅行社条例》规定:“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。”其中的旅游业务是指为旅游者代办出入境和签证手续,招揽、接待旅游者旅游以及为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。根据《旅行社条例》规定可以得出,凡是经营上述旅游业务的营利性企业,无论其使用的名称是旅行社、旅游公司、旅游服务公司都属于旅行社。对于此概念,应从以下几个方面进行理解。

(1) 旅行社应是经过旅游行政管理部门的审批设立的。世界上绝大多数国家的法律、法规都规定,经营旅行社必须通过旅游行政管理部门(或相关行业管理部门)的审批。我国在吸取国外成功经验的基础上,规定了我国旅行社业为许可经营的行业,未经有审批权的旅游行政管理部门的审批,任何集体和个人均不得经营旅游业务。

(2) 旅行社应是以营利为目的的企业。旅行社作为独立的企业法人,应当自主经营、自负盈亏、自我约束和自我发展,独立承担民事责任。要实现上述目标,旅行社必须以营利为目的,在经营过程中,依法对自己经营成果承担经济责任,并根据盈亏状况享有相应的经济权利。

(3) 旅行社从事的业务应是旅游中介服务。旅行社作为一个企业,本身并没有更多的生产资料,要完成其生产经营过程,主要依托各类旅游目的地的吸引物和各个旅游企业及相关服务企业提供的各种接待服务设施。所以,旅行社作为一个中介性的服务企业,主要依附于客源市场、供应商和其他协作单位来完成其生产销售职能。也就是说,旅行社是旅游消费者与旅游服务供应商之间的桥梁和纽带,因此旅行社具有中介性质。

(二) 旅行社的特征

从旅行社的定义来看,旅行社主要应包含以下两个共同特征。

(1) 提供与旅行有关的服务,是旅行社的主要职能。

(2) 以营利为目的,决定了旅行社的企业性质。

四、旅行社的主要类型

由于不同国家和地区旅行社的发展水平和经营环境不同,世界各国、各地区在旅行社的分类上有很大区别。

(一) 欧美国家旅行社的分类

在欧美地区根据旅行社的业务范围和特点,旅行社一般有两种分类方法。一是三分法,即按照业务范围将旅行社划分为旅游经营商、旅游批发商和旅游零售商。二是二分法,即将旅行社划分为批发旅游经营商和旅游零售商,忽略旅游经营商和旅游批发商的差别。实际上二分法或三分法本身并不重要,这两种分类方法传达的都是一个同样的主题,

那就是,在多数西方发达国家中,旅行社的分工是按照服务流程进行的。

1. 旅游批发商

旅游批发商(Tour Wholesaler)是一种从事旅游产品的生产、组织、宣传和推销旅行团业务的旅行社组织。旅游批发商根据旅游者的需求和相关部门的实际情况设计旅游产品,再通过零售商将产品出售给旅游者,一般不直接向旅游者出售产品。

2. 旅游经营商

旅游经营商(Tour Operator)是指从事旅游产品的设计、批发业务,以编排、组合旅游产品为主,也兼营一部分零售业务的旅行社。与旅游批发商的区别在于,旅游经营商除了通过从事零售业务的中间商销售自己的产品之外,还自己设立零售网络,直接向旅游者销售各种包价旅游产品。

3. 旅游零售商

旅游零售商(Tour Retailer)又称旅游代理商,是指获得授权直接向个人或社会团体宣传和推销旅游、游船舱位、交通服务、饭店住宿、餐饮、接送服务、观光和所有与旅行社有关要素的个人、商社或公司。也就是说,这类旅行社是直接向公众销售旅游产品和服务的代理商,它们可以代顾客直接向饭店和航空公司等旅游服务供应商预订零散服务项目,也可以代理旅游经营商或旅游批发商的包价旅游产品。旅游零售商的利润来自销售佣金。

在西方国家,旅游零售商特别是旅行代理商分布极为广泛,由于它们直接面对广大旅游者,所以对旅游者的旅游决策影响巨大。

(二) 我国旅行社的分类

按照时间先后,我国旅行社的分类有三种。

1. 1996 年以前

1996 年以前,我国将旅行社划分为三类,即一类旅行社、二类旅行社和三类旅行社。一类旅行社的经营范围是从事对外招徕和接待海外游客来中国大陆旅游;二类旅行社的经营范围是从事接待由一类旅行社和其他涉外部门组织来华海外游客;三类旅行社只能经营国内旅游业务。

2. 1996—2009 年

我国 1996 年颁布的《旅行社管理条例》将我国旅行社划分为两类,一类是国际旅行社;另一类是国内旅行社。国际旅行社的经营范围包括入境旅游业务、出境旅游业务和国内旅游业务。国内旅行社的经营范围仅限于国内旅游业务。

3. 2009 年以后

2009 年 5 月 1 日开始实施的《旅行社条例》规定,所有旅行社都可经营国内旅游业务和入境旅游业务。旅行社取得经营许可满两年,且未因侵害旅游者合法权益受到行政机关罚款以上处罚的,可以申请经营出境旅游业务。

五、旅行社的基本职能

旅行社既是为人们旅行提供相关服务的专门机构,又是连接旅游资源和旅游消费者的中介组织。它的最基本职能是设法满足旅游者在旅游过程中的各种需要,同时协调和

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产品销售给旅游者。其基本职能主要包括以下五个方面。

（一）生产职能

旅行社的生产职能也可称为组装职能,是指旅行社设计和组装各种包价旅游产品的功能。在我国,旅行社大多以低于市场价格向饭店、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,出售给旅游者。就团体旅游而言,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。当然,旅游者也可以直接向旅游资源部门和企业直接购买各单项的旅游产品,但因购买数量有限,难以获得优惠价格,也不能享受旅游产品的相关服务。可见,旅行社出售的不是简单的旅游原料,而是经过精心设计和加工、装配的综合产品。从这一意义而言,旅行社具有生产职能。

（二）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的媒介和桥梁作用。旅行社在销售自身包价旅游产品的同时,代旅游服务供应部门和企业向消费者销售单项旅游服务项目。如旅行社代旅游者购买车票、船票、机票,代订饭店等。由于时间、价格和享受型旅游等多种因素的影响,旅游者对销售渠道的依赖性很强。设想如果没有通畅的销售渠道,旅游者就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,办理各种烦琐的旅游手续。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,而是一种跨国度、综合性的旅游产品时,这种状况无疑会在一定程度上遏制旅游者外出旅游的需要。旅行社正是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。因此,旅行社在旅游产品销售过程中起着十分重要的作用,具有销售职能。

（三）协调职能

旅行社要保障旅游活动的顺利进行,就离不开旅游业各个部门和其他相关行业的合作与支持,需要做大量的协调工作。协调工作是多方面的,首先,旅行社必须组织协调好旅游行业内的关系,如为满足旅行者食、住、行、游、购、娱等多方面需要,旅行社就需要协调好各个旅游服务部门。其次,旅行社还需要协调行业外的各种关系,如为保证旅行者顺利出行,旅行社可能需要协调海关、边防检查、卫生防疫、外事、侨务、公安、交通管理等方方面面的业务关系,从而保障旅游者在旅游活动过程中各个环节的衔接和落实。由此可见,组织协调是旅行社的一个基本职能。

（四）分配职能

旅游者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,旅游者通常为其各种旅游活动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数量和质量合理分配收入,这就是旅行社的分配职能。

(五) 提供信息职能

旅行社的中间组织者的角色和直接服务于旅游消费者的特点,决定了旅行社始终处于旅游市场的最前沿,可以随时地把握市场动态,预测发展趋势。一方面,旅行社把旅游市场信息及时传送给旅游服务部门,促进相关部门改善经营,提高服务质量;另一方面,旅行社作为旅游业重要的销售渠道,又及时、准确、全面地将旅游目的地的各个相关部门的最新发展和变化传递到旅游市场去,以便促进旅游者购买这些旅游产品。可见,提供和传递信息是旅行社的又一重要职能。

旅行社的基本职能可以总结如表 1-1 所示。

表 1-1 旅行社的基本职能

基本职能	主要表现形式
生产职能	设计和组装各种包价旅游产品
销售职能	销售包价旅游产品,代理销售其他旅游产品
协调职能	组织各种旅游活动,协调与相关企业、部门的关系
分配职能	分配旅游费用、分配旅游收入
提供信息	提供市场信息、提供产品信息

六、旅行社基本业务

【案例 1-1】

新中国第一团的发出

1983 年,时任广东(香港)旅游有限公司董事、副总经理冯万本先生代表公司起草了一份《关于开办广东省内人士到港澳旅游业务的报告》上报广东省委、公安厅,引起强烈反响,6 月份此事在广东高层虽已达成一致,但反对之声也十分强烈,但没有人能漠视的是:亲人到死不能相聚,中国内地居民不能到中国香港继承遗产,很多国际官司本来可以轻易打赢,却因为不能到场输掉了。诸如此类的事情再也不能继续下去了。

广东人要求赴港探亲的呼声日益强烈。经过多方谈判,所有条款都定下来了,中国香港游由广东(香港)旅游公司主办。

1983 年当“新中国第一团”出发前往香港时,罗湖口岸掀起了一股新闻风暴。翻开香港当年的报纸,随处可见亲人喜极而泣的感人报道。100 多名香港记者早已等候多时,他们的闪光灯让心绪难平的游客陡增惊奇、感动的泪花。而此后他们在港的 8 日游,与亲友共叙几十年的离别之苦的时刻,都成为媒体追踪采访的目标。那 8 天,在香港民众心中播下的“祖国、亲人”的种子,对日后香港的回归,对中国对外交往的形象有着什么样的意义,今天的人们已经不难理解了。

其中的一个故事是:一位中国台湾中年男子根据台湾媒体的 20 多年前的报道得知,

他的母亲在大陆早已被迫害致死,从此这位孝顺的儿子每天必做的一件事是在母亲的灵位前烧一炷香,但万万没想到的是,香港游的开通,竟让他在香港见到了传说中早已成冤魂的母亲。

冯万本还非常有创意,香港游由游客在境外的亲友支付旅游费用。一般的出境游多由境外的旅游公司接团领游,而香港游则是广东旅行社全程负责。当时媒体称为“新中国第一团”。

当第一批香港游旅客按时返程后,让冯万本松了一口气(怕有人不回来)。

于是香港游很快由每日一团、每团25人,逐渐增加到每日12团、每团48人。每个月1.7万人。该旅行社仅香港游一项收入就达57亿元人民币。

资料来源:根据互联网资料改编

【点评】 自1951年始,中国的边防政策一直处于封锁状态,尤其经过了“文革”,中国几乎断绝了和外界的交往。香港游开了出境游的先河,具有历史性意义。当时冯万本两次受到时任全国政协主席的邓颖超的接见,邓颖超对他说,“新中国第一团”出境引起了海内外的极大震动,各大报刊纷纷发表文章评论中国这一重大举措,“证明中国当局对人民生活的重视及政治局面的信心”,“中国的国门进一步开放是指日可待之事”。当时法新社评论说“世界上没有这样子搞旅游的,一是交了钱还要排队7个月才能出去;二是让别人交钱自己出去旅游”。时任港英人民入境事务处处长贾运德在《成报》上发表文章,“欢迎中国政府开放广东居民来港旅游,认为此举有益于海内外华人‘亲情交流,声气互通’”。

香港游的成功在于冯万本所在的旅行社捕捉到了这一商机,在市场调研的基础上,认真分析旅游者的旅游动机和需求,设计出适销对路的顺应了历史潮流的独特的旅游产品,受到广大游客的欢迎。所以香港游才得以一开张即热火朝天、轰轰烈烈、供不应求。

由以上案例可以得出,旅行社的基本业务可以从旅游者实现旅游愿望全过程与旅行社为旅游者提供旅游服务全过程中发生。

其运作过程是,旅行社通过市场调研及时了解旅游者的旅游动机,从而有针对性地设计旅游产品,而在对旅游者搜集信息时,旅行社应适时开展旅游促销活动,提供优质的咨询服务,使旅游者方便地获得旅行社的旅游信息,有质优价实的旅游产品供旅游者购买。旅行社在销售产品后,向有关部门购买各种旅游服务,落实各旅游环节,当旅游者到来时进行周到细致的接待服务,解决旅游者需要服务的所有问题。使游客慕名而来,满意而归。旅行社也在不断运作中提高了知名度,扩大了影响。

(一) 产品设计与开发业务

旅行社产品设计与开发是基础性业务。在市场竞争中旅行社能否站稳脚跟,很大程度上取决于旅行社产品的竞争力。旅行社要针对旅游者旅行动机形成和旅游者需求因素,整合旅游资源,开发设计出自己的旅游产品。

(二) 旅行社产品营销服务

产品营销业务是指旅行社采取各种促销策略,发展和有效地分配旅游产品在其目标市场的活动。营销业务是旅行社的关键性业务,没有产品购买者,旅行社的后续业务便无