

21

世纪旅游管理丛书

丛书主编

沈祖祥

复旦大学出版社

G 现代旅行社 经营管理

● 贺学良 编著



21 SHI JI LU YOU GUAN LI CONG SHU 21 SHI JI LU YOU GUAN LI CONG SHU

21 世纪旅游管理丛书

现代旅行社经营管理

贺学良 编著

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代旅行社经营管理/贺学良编著. —上海:复旦大学出版社, 2003. 9

(21世纪旅游管理丛书/沈祖祥主编)

ISBN 7-309-03767-7

I. 现… II. 贺… III. 旅行社-企业管理
IV. F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第079617号

现代旅行社经营管理

贺学良 编著

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路579号 邮编 200433

86-21-65118853(发行部) 86-21-65109143(邮购)

fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

责任编辑 盛寿云

总编辑 高若海

出品人 贺圣遂

印刷 常熟市华顺印刷有限公司

开本 850×1168 1/32

印张 14.5

字数 363千

版次 2003年9月第一版 2003年9月第一次印刷

印数 1—6 000

书号 ISBN 7-309-03767-7/F·809

定价 22.00元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换

版权所有 侵权必究

21 世纪旅游管理丛书

主 编	沈祖祥		
副主编	张 帆	徐惠平	庄志民
编 委	(以姓氏笔画为序)		
	马 梅	后志刚	庄志民
	李 华	苏荣刚	严国泰
	邹 益	沈祖祥	张 帆
	张宇宏	陈宗海	杨正泰
	武邦涛	赵长华	姚昆遗
	高林根	徐惠平	唐力帆
	章尚正	楼嘉军	

目 录

第一章 旅行社概述	1
第一节 旅行社的产生和发展	1
一、国外旅行社的产生和发展	1
二、中国旅行社的发展进程	3
第二节 旅行社的性质、职能和基本业务	6
一、旅行社的性质	6
二、旅行社的职能	7
三、旅行社的基本业务	9
四、旅行社有关术语	9
第三节 旅行社的分工体系与分类制度	12
一、旅行社的分工体系	13
二、旅行社的分类制度	14
三、旅游批发商与零售商	17
四、我国旅行社行业分工体系的调整	19
第四节 旅行社的进入方式与组织设计	22
一、创办旅行社的条件	22
二、设立旅行社的程序	24
三、购买现有的旅行社	28
四、采用特许经营形式	30
五、旅行社组织机构设计	30
六、旅行社经营原则和规则	32

第五节 旅行社的行业组织	33
一、旅行社行业组织的性质与功能	33
二、旅行社行业组织的组织形式结构	34
三、旅行社的国际性组织	35
第六节 国家对旅行社实行管理的制度	37
一、旅行社业务经营许可证制度	37
二、旅行社公告制度	37
三、旅行社监督管理制度	38
四、质量保证金制度	38
五、劳动合同制度	41
六、旅行社业务档案制度	41
第二章 旅行社产品开发	42
第一节 旅行社产品的含义和形态	42
一、旅行社产品的内涵和特征	42
二、我国旅行社产品设计的现状及特点	44
三、旅行社产品的类型	44
四、旅游产品的形态	46
第二节 旅行社产品设计的原则和流程	49
一、旅游产品设计的基本原则	49
二、旅游产品设计的流程	52
第三节 旅行社产品开发的过程	54
一、决定旅行社产品开发的因素	54
二、旅行社新产品开发的类型	55
三、旅行社产品开发的程序	56
四、我国旅游产品更新换代的思路	59
第四节 旅行社产品的评价与筛选	60
一、四象限评价法	61

二、矩阵评价法	64
三、产品生命周期评价法	68
第三章 旅行社销售业务	72
第一节 旅行社销售业务的方式和过程	72
一、旅行社销售业务的方式	72
二、旅行社销售业务的过程	73
三、旅行社销售业务过程的管理	74
第二节 旅行社销售价格的制定	75
一、旅游服务及旅行社销售价格的含义	75
二、影响旅行社销售价格变动的因素	76
三、旅行社产品的定价依据	80
四、旅行社销售价格的制定方法	81
第三节 旅行社销售渠道的选择	85
一、旅游产品销售的渠道	85
二、旅行社与旅游者间销售运转	87
三、客源地旅游批发商的业务及销售办法	89
四、目的地旅行社的销售渠道决策	90
第四节 旅行社市场促销策略	94
一、旅游促销概述	94
二、旅游广告	97
三、旅游公共关系	101
四、人员推销	105
五、网络销售	106
第五节 旅行社销售业务流程和规范	109
一、旅行社销售业务流程	110
二、销售操作规范	112
第六节 销售业务合同	113

一、旅行社销售业务合同的条款	114
二、旅游销售业务合同的种类	115
中外旅行社组团合同范本	116
旅行社组团销售规则	119
旅行社与饭店合同范本	121
旅行社与航空公司合同范本	124
旅行社与餐馆合同范本	126
旅行社与旅游景点合同范本	128
旅行社与保险公司合同范本	129
旅行社与旅游者的合同范本	131
第四章 旅行社接待服务	148
第一节 旅游接待计划与规范	148
一、接待计划的制作	148
二、接待计划的寄送	151
三、接待计划的变更	152
四、接待计划实施的程序和标准	152
五、旅游接待服务规范	153
第二节 团体旅游接待管理	155
一、团体旅游接待业务的特点	155
二、团体旅游接待服务的程序	157
三、团体旅游接待的管理	163
第三节 大型和特种旅游团体接待服务管理	165
一、大型旅游团接待服务的操作规范	165
二、特种旅游团接待服务的特点与管理	166
三、“中外游客同车游览”团队的接待服务管理	167
第四节 旅行社会展服务探讨	168
一、旅行社应参与会展业务	169

二、会展业务与旅游	169
三、旅行社致力于提供专业化服务	170
四、会展业务操作要点	172
五、部分会展活动特点分析	175
第五节 散客与商务旅行管理	177
一、散客旅游产品的类型	177
二、商务旅行管理	181
三、旅行社门市业务	183
第五章 导游服务管理	190
第一节 导游服务的原则、作用和趋势	190
一、导游服务的原则	190
二、导游服务的作用	193
三、导游服务的趋势	194
第二节 导游员概述	195
一、导游员的含义分类	195
二、导游员的条件	197
三、导游员的权利与义务	198
四、导游人员的纪律	200
第三节 导游管理的意义、内容和模式	203
一、导游管理的意义	203
二、导游管理的内容	204
三、导游管理的模式	205
四、导游人员管理的具体措施	206
第四节 导游服务质量标准与监控	208
一、导游服务质量的要素标准	208
二、导游服务质量的保证体系	212
三、控制导游服务的偏差	214

四、旅游者满意度管理技术	215
五、导游个性化服务的提供	219
第六章 旅行社实务操作	221
第一节 旅行社外联业务	221
一、外联业务的特点	221
二、外联人员的职责	223
三、信息的来源和利用	223
四、业务洽谈	225
五、签订合同	225
六、旅行社外联函电	228
第二节 旅行社计调业务	233
一、计调工作概述	233
二、计调人员的职责和素质要求	236
三、旅游服务采购	238
四、计调工作实务	240
五、计调管理	250
第三节 旅行社航空票务	254
一、航空客运销售代理人设立	255
二、开账与结算计划的含义和优越性	257
三、加入开账与结算计划的程序	259
四、航空售票操作程序	262
五、销售结算	264
第四节 旅行社责任保险	264
一、《旅行社投保旅行社责任保险规定》的适用范围	264
二、旅行社责任保险合同	265
三、旅行社责任保险的管理	267
四、旅游者外出旅游个人买什么保险	268

第五节 旅行社发团业务·····	269
一、发团的含义·····	269
二、地接社应具备的条件·····	271
三、发团作业的流程·····	274
四、团控业务·····	282
第六节 出入境手续·····	282
一、国内出境手续·····	283
二、国内入境手续·····	288
三、外国入境手续·····	289
四、外国出境手续·····	291
第七章 旅程责任 ·····	293
第一节 旅游事故的种类和预防·····	293
一、旅游事故的种类·····	293
二、旅行社工作事故的预防·····	295
三、旅游安全事故的预防·····	299
第二节 旅游接待中常见事故的处理·····	301
一、漏接、错接、误机(车、船)事故的处理·····	302
二、旅游者证件丢失的处理·····	304
三、旅游者丢失钱物的处理·····	305
四、旅游者走失的处理·····	307
五、旅游者患病的处理·····	308
六、旅游者死亡的处理·····	310
七、旅游安全事故的处理·····	313
八、饭店火灾事故的处理·····	313
九、旅游治安事故的处理·····	314
十、食物中毒事故的处理·····	315
十一、业务性事故的处理·····	315

十二、如何预防及处理交通事故	316
第三节 旅游投诉及其处理	319
一、旅游投诉的缘由	319
二、旅游投诉的条件	320
三、旅行社处理投诉的方法	321
四、旅游投诉的管辖	322
五、旅游投诉处理的法律程序	323
第四节 旅行社的违约责任与违法行为的处罚	326
一、旅行社的违约责任	326
二、旅行社违法行为的处罚	331
第八章 旅行社财务管理	335
第一节 旅行社会计核算	335
一、旅行社业务核算	335
二、旅行社结算业务	338
第二节 旅行社营运资金管理	347
一、现金管理	347
二、应收账款管理	349
三、旅行社筹资管理	352
第三节 旅行社成本费用的管理	355
一、旅行社成本费用的划分标准	356
二、旅行社成本与费用的范围	356
三、旅行社成本费用的核算方法	358
四、旅行社成本费用管理的内容	359
第四节 营业收入与利润管理	361
一、旅行社营业收入的管理	361
二、旅行社利润的管理	362
第五节 旅行社财务报表与财务分析	366

一、旅行社财务报表	367
二、旅行社财务分析	377
第九章 信息技术与旅行社管理	382
第一节 信息技术的应用对旅行社的影响	382
一、信息技术在旅行社中的应用范围	382
二、信息技术对旅行社的发展机遇	384
三、信息技术对旅行社行业的挑战	385
第二节 旅游电子商务与旅行社发展	386
一、我国旅游电子商务发展现状	386
二、旅游在线服务模式的内容	388
三、网络营销模式	391
四、我国旅行社电子商务发展策略	393
第三节 旅行社管理与 MIS	393
一、MIS 概述	393
二、旅行社 MIS 需求与功能特点	397
三、旅行社 MIS 开发注意事项	398
四、旅行社 MIS 的内容	400
第四节 旅行社 MIS 功能示例	403
第十章 我国旅行社发展展望	406
第一节 我国旅行社发展中存在的问题	406
一、全国旅行社行业呈现非均衡态势	406
二、旅行社管理水平和竞争能力有明显差异	407
三、旅游市场秩序出现不同程度的混乱局面	407
四、地方保护主义阻碍旅行社的网络化经营	408
五、内部产权不明晰导致旅行社经营效益低下	408
六、旅行社人员构成复杂,管理人才储备不足	408

七、旅行社在信息技术运用方面存在差距	409
八、旅游业务的界定和旅行社的分类不能适应实际需要	409
第二节 我国旅行社发展趋势	411
一、旅行社产业分工的改革方向	411
二、旅行社的经营体制的调整	412
三、旅行社企业集团的发展模式	413
四、旅行社经营策略的变化	414
附录 1 旅行社管理条例	420
附录 2 旅行社管理条例实施细则	430
主要参考文献	446
后 记	448

第一章 旅行社概述

旅行社是为人们旅行提供旅行服务的专门机构,它从各类旅游产品供应商那里采购交通、住宿、餐饮、娱乐等旅游活动所必需的单项旅游产品,并将这些单项产品组合成各种包价旅游产品,向旅游者销售,旅行社则通过旅游产品的销售获得经营利润,以维持其生存和发展。

第一节 旅行社的产生和发展

旅行社的产生是经济、科技和社会分工发展的直接结果,同时也是旅行活动长期发展的必然产物。从 19 世纪 40 年代世界上第一家旅行社诞生到现在,旅行社已发展成为现代旅游业的三大支柱产业之一。

一、国外旅行社的产生和发展

18 世纪中叶英国的工业革命对旅行社产生了四个方面的影响。

(1) 生产力的迅速发展和社会财富的急剧增加,使有产阶级规模日趋扩大,具备了旅游的经济条件。

(2) 科学技术的进步,特别是交通运输的大力发展,提高了运输能力,缩短了运输时间,使大规模的人员流动成为可能。

(3) 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工业城市。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宁静的大自然的追求。

(4) 工业革命改变了人们的工作性质。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,致使人们产生了强烈的度假要求。

正是在这种历史背景下,托马斯·库克(Thomas Cook)作为世界上第一位专职的旅行代理商登上了历史的舞台。1841年托马斯·库克创造性地包租了一列火车,载运540人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会,全程11英里,每人收费1先令;此后,他又多次组织类似的铁路旅行,并逐步认识到其中潜力巨大的商业机会。1845年,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。托马斯·库克创办旅行社的意义在于将旅游活动与交通运输业结合,以组织形式出现,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。

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。19世纪下半叶,欧洲成立了许多类似的旅游组织。英国1857年成立了登山俱乐部,1885年成立了帐篷俱乐部;法国、德国都于1890年成立了观光俱乐部;美国运通公司于1850年起兼营旅行代理业务,并于1891年发售了与现代使用方法相同的旅行支票。到20世纪初期,旅行社得到了更大的发展,美国的运通公司、英国的托马斯·库克公司和以比利时为主的铁路卧车公司成为当时世界旅行社行业的三大巨头。第二次世界大战以后,世界范围内旅游业的发展与繁荣,更为旅行社行业的发展提供了前所未有的机遇,旅行社进入一个高速发展的时期。

毫无疑问,旅行社行业的发展离不开旅游业的发展与繁荣,但与此同时,旅行社在全球范围的发展和普及,又为人们的旅游提供诸多方便,进而极大地促进了世界旅游业的发展。第二次世界大战后,世界旅游业取得了前所未有的发展,远远高于同期世界经济的平均增长速度。与此同时,全世界国内旅游的规模远远超过国际旅游的规模。据世界旅游组织估算,在每年全世界旅游总人次中,国内旅游人次约占90%以上,其中旅行社的作用不可低估。

旅行社的出现,使从前旅游活动中旅游者多次分散的购买旅游服务变成了一次性购买,把提供旅游服务的各行业的经营者向一个个旅游者的零星销售组合为单位旅游产品的集中性销售,将向异国各地的旅游者提供各种旅游服务的经营者串联了起来,从而使旅游活动建立在全球基础上,这是旅游活动发展史上的一次重大变革,它预示了旅游活动的发展进入了一个全新的时期。

二、中国旅行社的发展进程

中国旅行社的发展进程可以划分为建国前时期、改革开放前时期、中国旅行社行业大发展前期和中国旅行社行业增长发展四个阶段。

1. 建国前时期(1923—1949)

在这一时期,由于战乱和中国经济的不发达,中国的旅游事业规模很小,发展缓慢,旅行社寥寥无几,其中最著名的旅行社是当时上海的中国旅行社。1923年,爱国人士陈光甫在上海商业储蓄银行设立的旅行部,是我国最早的旅行社,1927年该旅行部独立,并更名为中国旅行社,现为香港中国旅行社股份有限公司。

2. 改革开放前时期(1949—1979)

中华人民共和国成立以后,厦门华侨服务社于1949年11月