

旅行社管理

21 世纪旅游管理专业系列教材

(第二版)

■ 主 编 徐东文

21



Management of Travel Agency



武汉大学出版社
WUHAN UNIVERSITY PRESS

Tourism

旅行社管理

世纪旅游管理专业系列教材

(第二版)

主 编 徐东文



Management of Travel Agency



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

旅行社管理/徐东文主编.—2版.—武汉:武汉大学出版社,2009.8
21世纪旅游管理专业系列教材
ISBN 978-7-307-07258-9

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 141585 号

责任编辑:柴 艺 责任校对:王 建 版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北省孝感日报社印刷厂

开本:720×1000 1/16 印张:14.5 字数:278千字 插页:1

版次:2003年6月第1版 2009年8月第2版

2009年8月第2版第1次印刷

ISBN 978-7-307-07258-9/F·1299 定价:22.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

21 世纪旅游管理专业系列教材

编写委员会
(按姓氏笔画排列)

主任	张	薇			
副主任	张	立	明		
委员	邓	辉	陈	筱	张金霞
	胡	静	崔	进	曹诗图
	鄢	志	武	熊	元斌

修订版总序

随着经济的发展与人民生活水平的提高,旅游逐渐成为现代人类生活中不可或缺的重要内容,是人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一。自改革开放以来,中国旅游经历了起步、发展和日趋成熟几个阶段。20世纪90年代以来,中国旅游业的快速增长,使旅游经济产业化进程加快,旅游对整个社会的促进作用和关联作用日益突出,旅游业已成为全国经济新的增长点之一。21世纪初,中国旅游业的综合实力已位居世界第五,据世界旅游组织预测,到2020年,中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。

旅游实践的发展客观上为旅游学科的发展提供了千载难逢的机遇,对旅游学科理论建设提出了更加迫切的要求,同时也给旅游研究工作与教育工作创造了良好的外部环境。与我国旅游学科发展相适应的是我国旅游教育事业的进步,二十多年来我国旅游高等教育和中等职业教育均获得了飞速发展,全国开办有旅游系(专业)的高等院校达574所(2004年)。伴随着高等旅游教育的迅速发展,旅游专业的教材建设也从无到有,从粗到精。为了进一步完善旅游管理专业教材体系,吸取国内外最新研究成果,充实教材内容,满足日益增长的旅游管理专业高等教育的发展需要,武汉大学出版社精心组织了国内部分高等院校旅游管理专业的专家学者,编写了一套21世纪旅游管理专业系列教材。全套教材选题广泛,并紧扣教育部颁发的高等院校旅游管理专业教学指导计划。教材编写注重理论阐述与实际案例分析相结合,既考虑到国内外旅游业发展的现实需要,又注重理论研究的超前性和未来旅游业发展的宏观态势;既系统总结了旅游学科发展的研究现状和取得的研究成果,又指出了不同研究内容的未来发展方向;既注重使读者易于掌握研究的理论和方法,又兼顾技能的培养,体现系统、创新、前瞻、实用的特色。该套丛书出版发行以来,取得了较好的社会效益和经济效益,根据旅游管理专业学科的发展,修订下列教材:《旅游资源学》、《旅游营销策划理论与实务》、《旅游开发与规划》、《饭店概论》、《饭店管理实务》、《旅游法规》、《旅游文化与审美》、《实用礼仪教程》、《导游业务》、《客源地概况》、《世界遗产概论》、《旅行社管理》和《新编旅游英语》、《新编导游英语》、《新编饭店英语》共15本教材。另外,此套教材都会有相应电子课件,可在相应的网站下载;外语类教材均配有mp3光盘,方便老师和学

生的使用。

本套教材既可作为高等院校旅游管理专业教学用书，又可作为高等职业教育、自学考试、职业培训或相关专业的参考用书。欢迎本专业师生和旅游行业人士选用。

21 世纪旅游管理专业系列教材
编写委员会

前 言

从世界第一家旅行社成立至今，旅行社的发展已有近 160 年的历史。在此期间，旅行社不断成长、成熟，发展、壮大，形成遍及全球的旅行社网络体系，并产生了美国运通、日本交通公社等世界知名企业，这些企业为世界旅游业的蓬勃发展作出了巨大贡献。旅行社被称为旅游业的“龙头”，可谓当之无愧。

在我国，随着 1978 年对外开放政策的实施，旅游业的发展日新月异，旅行社无论从数量上还是质量上都取得了长足发展和提高，并为我国旅游业的发展作出了应有的贡献；但其“龙头”作用并没有得到充分体现。究其原因，主要是我国旅行社学界和业界都处于探索时期，旅行社发展理论构建不成熟，体系不完善；旅行社经营理念、经营模式受我国传统计划经济体制的影响而迟迟不能与国际接轨。相应地，我国在旅行社管理的教材建设方面也处于探索阶段。目前相关教材版本很多，各有特色，但真正将理论与实践有机结合并能反映行业最新动态的教材却很少，本书争取在这方面有所提高。

本书共分九章，由徐东文拟定整体框架并撰写大纲。参加本书编写的人员是：华中师范大学徐东文（第一章、第七章），安徽师范大学王咏（第二章、第四章），中南民族大学黄金柱（第五章、第六章），湖北省旅游局曹巧红（第三章），华中师范大学李艳（第八章）。全书初稿完成后，由徐东文修改、定稿。本书的出版得到武汉大学出版社的大力支持，在此表示衷心感谢。

由于编者水平有限，不到之处在所难免，敬请读者指正。

编 者

修订说明

本书自2004年2月出版发行以来，承蒙各兄弟院校同行与广大读者厚爱，纷纷采用本书作为高等院校旅游管理专业、高等职业教育、自学考试及各类职业培训班的教材，使本书在学界和业界得到认可。但随着旅游业的发展，旅行社管理有许多理论和观点需要梳理与更新，有许多案例需要充实与总结，特别是相关法律法规的调整，使书中有些内容已经过时，修订工作显得急迫而重要；但因时间和精力有限，本次修订主要针对《旅行社条例》和《旅行社条例实施细则》的颁布与实施而对书中相关内容进行了修改，以满足教学之急需，敬请广大读者见谅。

徐东文

2009年7月18日



世纪旅游管理专业系列教材

书目

旅游资源学（第二版）

旅游法规（第三版）

导游业务

饭店概论

饭店管理实务

客源地概况（第二版）

世界遗产概论

实用礼仪教程（第二版）

旅游文化与审美（第二版）

旅游开发与规划

旅游营销策划理论与实务

新编旅游英语（第二版）

新编导游英语（第二版）

新编饭店英语（第二版）

导游英语阅读

旅游心理学

旅游学概论

游船实务与管理



旅行社管理（第二版）

目 录

第一章 导论	1
第一节 旅行社的产生与发展	1
第二节 旅行社的性质、分类与业务	5
第三节 旅行社的设立	10
思考题	13
第二章 旅行社的营销管理	15
第一节 旅行社产品的开发	15
第二节 旅行社的价格管理	43
第三节 旅行社的销售管理	53
第四节 旅行社的促销管理	65
思考题	83
第三章 旅行社的发团管理	84
第一节 旅行社发团管理概述	84
第二节 接团旅行社的选择	85
第三节 旅行社发团作业流程	90
思考题	95
第四章 旅行社的接团管理	96
第一节 旅行社接团人员的管理	96
第二节 旅行社接团过程的管理	104
第三节 散客的接待	114
第四节 旅行社售后服务	121
思考题	126
第五章 旅行社人力资源管理	127

第一节 旅行社组织结构设计与组织管理	127
第二节 旅行社人力资源的合理配置	135
第三节 旅行社员工的绩效考评与培训	140
第四节 旅行社员工的报酬	144
思考题	148
第六章 旅行社财务管理	150
第一节 旅行社财务管理概述	150
第二节 旅行社资金管理	155
第三节 旅行社成本费用管理	166
第四节 旅行社营业收入与利润管理	169
第五节 旅行社外汇业务管理	172
第六节 旅行社财务分析	175
思考题	185
第七章 旅行社质量管理	186
第一节 旅行社质量管理的内涵	186
第二节 旅行社质量管理的实施	188
第三节 旅行社质量管理的方法	195
思考题	197
第八章 旅行社的发展趋势	198
第一节 旅行社的发展背景	198
第二节 旅行社的体制创新	203
第三节 我国旅行社经营管理的变革	207
思考题	219
参考文献	220

第一章 导 论

第一节 旅行社的产生与发展

一、旅行社的产生

旅行社是人类社会的经济活动和旅游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,使整个世界的经济和社会结构发生了巨大变化,人类社会的旅行和旅游发展也受到巨大的影响。一方面,工业革命导致人类社会生产力加速发展,社会财富急剧增加,从而为旅游大规模发展奠定了经济基础;另一方面,工业革命促进了科学技术的进步,蒸汽机车和轮船等近代交通工具的相继出现,使运输能力得到空前的提高,大大缩短了旅行时间,并使人类社会大规模和迅速流动成为可能。总之,工业革命提供并满足了实现旅行的两个必备条件:金钱和时间,世界第一家旅行社正是在这样的背景下产生的。

1841年7月,当时作为传教士的英格兰牧师托马斯·库克(Thomas Cook)是一位热心的禁酒演说家,他利用机械化大生产中人们出现的心理危机和压力,以参加戒酒运动为号召,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500多人,从莱斯特到拉夫伯勒参加一次禁酒大会,全程24英里,第一次采用了集体折扣付费方式,每人仅收费1先令。随后,他又多次组织类似活动,并从中认识到潜在的巨大商机。1845年,库克在莱斯特正式成立世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社,世界上第一位真正的、专职的旅游代理商由此产生。

托马斯·库克旅行社成立后,其业务经营范围不断扩大。1845年夏天,库克第一次组织了到利物浦的团体观光旅游。这次观光旅游与以前的旅游活动有显著的区别,主要表现为它是一次以赢利为主要目的的纯商业活动,持续时间长,超过24小时,而且配有专职导游。

1855年,托马斯·库克组织了世界上第一次出国包价旅游,旅游路线从英国的莱斯特到法国的巴黎,这次包价旅游可说是现代出境旅游业务的初次尝试,并得到当时英国媒体的普遍好评。

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,库克亲任向导,历时222天,历经10多个国家。此次环球旅游活动使托马斯·库克名声大噪,其名字也成为旅游的代名词而在欧美地区广为人知。

由于托马斯·库克创立了世界第一家旅行社,极大地推动了近代旅游的发展,并使旅游大众化,所以被誉为近代旅游业的创始人。

我国的旅游活动虽然有悠久的历史,但作为一项经济活动,我国的旅行社最早产生于20世纪20年代。1923年,上海商业储蓄银行总经理经北洋政府批准,正式在该银行设立旅行部,这是中国第一家由华人经营的旅游服务企业,其经营宗旨是“导客以应办之事,助人以必需之便”。1924年春,组织第一批国内旅游团从上海赴杭州游览,由铁路局开专列运送;1925年春,组织第一批由20多名中国公民组成的赴日本旅游的“观樱团”;1927年春,出版了中国第一本《旅行杂志》,并先后在铁路沿线和长江各主要港口城市设立了11个办事处。1927年6月1日,旅行部从银行中独立出来,更名为中国旅行社,经营的主要业务范围包括:代售国内外各种交通票据,办理和提供住宿与餐饮,举办赴国内外的团体旅游,出版刊物和各种宣传品,代办各项出国手续、证件并提供旅途服务,提供导游及各项旅游服务,代办货物运输报关、运输保险并代理海陆空运输业务等。1949年,该旅行社迁至香港,现为香港中国旅行社股份有限公司。

中华人民共和国成立后,1949年12月在厦门成立华侨服务社,即现在中国旅行社的前身。1954年成立中国国际旅行社总社及上海、杭州、南京、汉口、广州、沈阳、哈尔滨、安东、大连、满洲里、天津、凭祥、南昌等分社。1957年,由各地华侨服务社组建而成华侨旅行社总社(1974年更名为中国旅行社)及其分支机构。1979年,中国青年旅行社在北京成立。在此之前,我国旅行社基本上作为非营利性的、为政治服务的事业单位,规模不大,旅行社真正的大发展是在改革开放之后。

二、旅行社的发展

(一) 世界旅行社的发展

从1845年世界上第一家旅行社成立至今,旅行社已经历了160多年的发展历程。

到20世纪初叶,旅行社已在世界范围内得到了较大发展,美国运通公司、英国托马斯·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三大巨头。

到20世纪20年代末,已有50多个国家开展了旅行社业务。这些国家设立了专门的旅游管理机构和旅游公司,培养专业人才,开发旅游市场,形成了现在旅行

社业务的世界规模。

第二次世界大战以后，特别是 20 世纪 50 年代以后，世界经济迅速恢复和发展，中产阶级群体迅速扩大，人们收入提高，再加上 20 世纪 60 年代带薪休假制的实行，使旅游更加社会化、大众化，并在全球范围内迅速发展，旅行社迎来了前所未有的高速发展时期。到现在，已形成一个近九万家旅行社组成的遍布全世界的极其庞大的国际性旅游服务销售网络，并产生了多个国际性和地区性的旅行社组织，如影响很大的世界旅行社协会（WATA）和世界旅行社协会联合会（UFTAA）等。

（二）我国旅行社的发展

前已述及，我国旅行社真正的大发展始于改革开放之后。1978 年改革开放之前，全国只有中国国际旅行社总社、中国旅行社总社及其在主要省会城市的分支机构，两者都是由总社负责从国外招徕客源，分社负责当地接待工作，在体制上都是直属政府的行政事业单位，不具备企业性质。根据国家旅游局有关规定，它们之间具有相对明确的业务分工。“国旅系统”负责接待外国来华旅游者，“中旅系统”负责接待海外华侨、外籍华人、港澳及台湾同胞。随着 1979 年中国青年旅行社在北京成立，我国旅行社行业基本上形成了以国旅、中旅和青旅三大系统为主的寡头垄断局面，三家旅行社基本控制了旅游外联市场。据统计，1980 年这三家旅行社接待的来华旅游者占全国有组织接待人数的 79.6%，其中，国旅占全国有组织接待人数的 18.8%，中旅占 59.9%，青旅占 0.9%，其余的 20.4% 则由其他政府部门组织接待。

1984 年，国家旅游局将旅游外联权力下放，允许更多的部门和企业经营国际旅游业务，从而打破了我国旅行社行业的寡头垄断局面，从此，国旅、中旅和青旅三大旅行社的市场份额逐年下降，1993 年首次降到 25% 以下，目前不到 15%。

1985 年，国务院颁布了《旅行社管理暂行条例》，该条例首次将我国旅行社确定为企业性质，明确指出旅行社是“依法设立并具有法人资格，从事招徕、接待旅游者，组织旅游活动，实行独立核算的企业”。同时，该条例还将我国旅行社划分为一类社、二类社、三类社等三个类型。其中一类社为经营对外招徕并接待外国人、华侨、港澳同胞、台湾同胞来中国、归国或者回内地旅游业务的旅行社；二类社为不对外招徕只经营接待第一类旅行社或者其他涉外部门组织的外国人、华侨、港澳同胞、台湾同胞来中国、归国或者回内地旅游业务的旅行社；三类社为经营中国公民国内旅游业务的旅行社。根据这一划分标准，1988 年我国共有旅行社 1 573 家，其中一类社 44 家，二类社 811 家，三类社 718 家。

1989 年，由于政治风波的影响，我国旅游业发展受到极大打击，无论是来华旅游人数还是旅游外汇收入，都比 1988 年有大幅度的下降。其中前者从 1988 年的

3 170 万人次下降到 1989 年的 2 450 万人次，下降 23%；后者从 1988 年的 22.47 亿美元下降到 1989 年的 18.64 亿美元，下降 17%。旅行社发展也受此影响，旅行社数量从 1989 年的 1 617 家下降到 1991 年的 1 561 家。随后，我国旅行社从这次打击中开始恢复，旅行社数量也逐年增加，到 1994 年我国旅行社总数已达 4 382 家，其中一类社 267 家，二类社 716 家，三类社 3 399 家，特别是三类社从 1993 年的 2 371 家猛增至 1994 年的 3 399 家，增长 43%，其主要原因是 1992 年邓小平南方讲话以后，我国经济发展稳步增长，人民生活水平逐步提高，旅游正成为人们的一种日常生活需求，参加国内旅游的人越来越多，国内旅游市场快速发展，导致从事国内旅游三类社迅速发展。

在我国旅游业及旅行社行业快速发展的同时，也出现了很多问题，特别是旅游市场秩序混乱，旅行社违规经营，坑害欺诈旅游者的现象时有发生，旅游投诉大量增加。为规范旅游市场，保护旅游消费者的合法权益，1995 年 1 月 1 日，国家旅游局发布并实施了《旅行社质量保证金暂行规定》、《旅行社质量保证金暂行规定实施细则》，正式在我国实施旅行社质量保证金制度。根据《旅行社质量保证金暂行规定》，各类旅行社须向旅游行政管理部门缴纳保证金，数额为：经营国际旅游招徕和接待业务的旅行社缴纳 60 万元人民币；经营国际旅游接待业务的旅行社缴纳 30 万元人民币；特许经营出境旅游业务的旅行社另缴纳 100 万元人民币。另外，国际旅行社每增设一个分社，应增缴质量保证金 30 万元人民币；国内旅行社每增设一个分社，应增缴质量保证金 5 万元人民币。随着旅行社质量保证金制度的实施，我国当时很多规模、实力较小的旅行社因无法缴纳规定数量的质量保证金而被迫退出旅行社行业，受此影响，旅行社数量从 1994 年的 4 382 家减少到 1995 年的 3 826 家。

1996 年 10 月，国务院发布并实施了《旅行社管理条例》，《条例》改变了我国旅行社原有的分类方式，重新按业务范围将我国旅行社划分为国际旅行社和国内旅行社。国际旅行社为经营入境旅游业务、出境旅游业务（特许经营）和国内旅游业务的旅行社；国内旅行社为经营国内旅游业务的旅行社。根据旅行社新的类型划分标准，1997 年，我国共有旅行社 4 986 家，其中国际旅行社 991 家，国内旅行社 3 995 家。

1997 年 3 月，经国务院批准，国家旅游局、公安部联合发布了《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》，并于同年 7 月正式实施。《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》的颁布实施，标志着我国正式开办中国公民自费出国旅游，也标志着中国出境旅游市场的形成，由此确定了我国旅行社经营业务的基本格局，入境旅游、国内旅游和出境旅游成为旅行社经营业务的三大组成部分。

1999 年 1 月，为进一步扩大旅游业的对外开放，适应全球服务贸易自由化的

趋势,在国家旅游局1993年10月21日发布的《关于在国家旅游度假区内开办中外合资经营的第一类旅行社管理暂行办法》基础上,国家旅游局和外经贸部联合发布了《中外合资旅行社试点暂行办法》,该《办法》对申请设立中外合资旅行社的中国合营者和外国合营者的条件及申请审批程序进行了明确规定。

2001年12月21日,为适应对外开放的需要,促进我国旅游业的发展,国务院决定对1996年10月颁布的《旅行社管理条例》进行修订,增设了第四章关于外商投资旅行社的特别规定,具体内容见附录一。新的《旅行社管理条例》于2002年1月1日实施,1999年1月由国家旅游局和外经贸部联合发布的《中外合资旅行社试点暂行办法》同时废止。

2003年6月13日,为适应我国加入世界贸易组织的新形势,进一步扩大旅游业对外开放,促进旅行社行业发展,国家旅游局和商务部联合发布了《设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定》,该《规定》对设立外商控股旅行社的境外投资方、中国投资者以及设立外商独资旅行社的境外投资方需满足的条件都作出了明确规定。2003年上半年,由于受非典的影响,我国旅游业遭受到前所未有的冲击,旅行社行业也受到很大影响,很多旅行社因此关门歇业,但随着我国对非典的控制及旅游行业管理部门实施并采取了一系列救市政策及措施,从同年7月开始,旅游业开始复苏,旅行社行业也逐步步入正常运营轨道。

2009年2月20日,针对《旅行社管理条例》实施中存在的问题,国务院颁布了《旅行社条例》,该条例于2009年5月1日起施行。新条例进一步降低了旅游市场的准入门槛,减轻了旅行社的经营负担,并加大了对旅行社违法经营行为的打击力度,从而为旅游者创造了更好的旅游消费法规环境。

据统计,截至2007年年底我国旅行社总量已达到18 943家。其中,国际旅行社1 797家,国内旅行社17 146家。全国旅行社资产总额达517亿元,各类旅行社共实现营业收入1 639.30亿元,实际缴纳税金10.97亿元。尽管目前旅行社行业存在这样或那样的问题,但不可否认的是,我国旅行社行业一直在不断成长、成熟和壮大,为促进旅游业发展,满足人民群众的旅游需求以及促进经济发展发挥了很重要的作用。

第二节 旅行社的性质、分类与业务

一、旅行社的性质

旅行社作为为旅游者提供服务的组织,在不同的国家和地区有着不完全相同的含义。

欧美地区将旅行社简单地划分为旅游经营商 (tour operator) 和旅行代理商 (travel agent)。其中旅游经营商是一种销售企业, 它们在消费者提出要求之前, 事先准备好旅游活动和度假地, 组织旅行交流, 预订旅游目的地的各类客房, 安排多种游览、娱乐活动, 提供整套服务 (包价旅游), 并事先确定价格及出发和返回日期, 即准备好旅游产品, 由自己属下的销售处或旅行代理商将产品销售给团体或个体消费者。而旅行代理商是获得授权向公众销售旅游、游船舱位、交通服务、饭店住宿、餐饮、接送服务、观光和其他所有与旅行有关的个人、商社或公司。

我国《旅行社条例》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。”其中, 国内旅游业务是指“旅行社招徕、组织、接待中国内地居民在境内旅游的业务”; 入境旅游业务是指“旅行社招徕、组织、接待外国旅游者来我国旅游, 香港特别行政区、澳门特别行政区旅游者来内地旅游, 台湾地区居民来大陆旅游, 以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人, 在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民在境内旅游的业务”; 出境旅游业务是指“旅行社招徕、组织、接待中国内地居民出国旅游, 赴香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区旅游, 以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人、在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民出境旅游的业务”。

由此可见, 尽管不同国家和地区对旅行社的定义不尽相同, 但都包含了如下共同特性:

- (1) 为旅游者旅行提供相关旅游服务。
- (2) 通过生产和销售旅游产品而将饭店、餐馆、交通、景点、娱乐、保险公司等旅游服务部门联结为一体, 具有纽带作用。
- (3) 以获取利润为主要目的。

二、旅行社的分类

在不同的国家和地区, 由于经济发展水平和旅游业发展状况存在差异, 旅行社分类标准不尽相同, 下面我们介绍世界上一些主要国家和地区及我国旅行社的分类情况。

(一) 欧美地区旅行社的分类

前已提及, 欧美地区一般按旅游业务经营的性质将旅行社分为旅游经营商和旅行代理商。

1. 旅游经营商

旅游经营商以组织和批发包价旅游产品为主要经营业务, 其主要功能是进行市