




普通高等教育旅游管理类专业“十二五”规划教材

# 旅行社经营管理实务

TRAVEL AGENCY OPERATION AND MANAGEMENT

■ 主 编 何守伦 张静  
■ 副主编 杜莉莉



 机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

普通高等教育旅游管理类专业“十二五”规划教材

# 旅行社经营 管理实务

主 编 何守伦 张 静

副主编 杜莉莉

参 编 陈 伟 蔡 展 郑春聪 刘翔鹤



机械工业出版社

CHINA MACHINE PRESS

本书是结合旅行社经营管理的业务实践编写而成的,内容包括旅行社概述、旅行社产品开发与管理、旅行社营销管理、旅行社计调业务管理、旅行社外联业务管理、旅行社接待业务管理、旅行社会展业务管理、旅行社质量管理、旅行社人力资源管理、旅行社财务管理、旅游电子商务管理和旅行社行业的发展趋势及对策。本书把叙述重点放在对实务操作流程的介绍上,并穿插了一些案例,增加了教材的可读性;根据对旅游行业发展和人才需求趋势的预测,教材中涉及了会展旅游、旅游产品设计和电子商务在旅行社中的应用等,具有一定前瞻性的内容,这将有利于培养和提高旅游管理类专业学生的就业能力。

本书可作为普通高等院校旅游管理类专业教材,也可供旅游从业人员学习和参考。

## 图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理实务/何守伦,张静主编. —北京:机械工业出版社,2013.8  
普通高等教育旅游管理类专业“十二五”规划教材  
ISBN 978-7-111-43221-0

I. ①旅… II. ①何… ②张… III. ①旅行社—企业经营管理—高等学校—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第165465号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:易敏 责任编辑:易敏 及美玲 曹俊玲

版式设计:常天培 责任校对:卢惠英

封面设计:鞠杨 责任印制:李洋

北京华正印刷有限公司印刷

2013年9月第1版第1次印刷

169mm×239mm·23印张·443千字

标准书号:ISBN 978-7-111-43221-0

定价:39.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010)88361066

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010)68326294

机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010)88379649

机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010)88379203

封面无防伪标均为盗版

普通高等教育旅游管理类专业“十二五”规划教材

编 审 委 员 会

主 任：王 琳

副主任（按拼音排序）：

丁 林 董林峰 单德朋 辛建荣

尹正江 张 侨 赵志忠

委 员（按拼音排序）：

窦梓雯 付 迎 高蓓蓓 金海龙 李 昭 李洁琼

李晓东 李雨轩 林子昱 刘红霞 罗艳菊 彭 聪

任 云 申琳琳 唐少霞 田言付 田 宇 魏亚平

吴丽娟 谢明山 余珊珊 袁秀芸 张 侨 张 夏

张洪双 张 静 周金泉 朱海冰 朱沁夫

# 序

旅游业是朝阳产业，发展前景广阔，在国民经济中的地位与作用日益显著。旅游管理类专业是随着我国旅游经济的发展、旅游产业的发育而建立的一个新学科。2012年9月，教育部公布了调整后的专业目录，其中旅游管理类专业从工商管理类专业中独立出来，成为与工商管理类专业平级的一级学科，其下包括旅游管理、酒店管理、会展经济与管理三个专业。旅游管理类专业就业前景较好，学生毕业后可以在旅行社、旅游景区、邮轮公司、邮轮接待港、酒店、旅游集散中心等相关旅游企业的服务和管理岗位就业，或者在城市公共交通系统、客运车站、航空地勤、高铁等交通企业的服务和管理岗位就业，就业范围很广。

近年来，为更好地培养旅游管理高层次应用型人才，旅游管理高等教育不断进行人才培养的改革探索。国内许多高等院校通过校企合作和国际交流，创新旅游管理高等教育的培养模式，在更加明确“理论与实践相结合”的同时，通过“课堂学习+校内实训+社会调查+专业综合实习”的培养方式，越来越突出应用型人才培养的目标。

建设一套满足高等院校旅游管理类专业应用型人才培养目标的课程体系和教材体系，是“旅游管理应用型人才”教学改革项目的核心内容之一，并成为旅游管理高等教育向应用型方向改革和发展的重要任务。为此，海南大学、云南大学旅游文化学院、海口经济学院、三亚学院、琼州学院、海南师范大学等具有一定旅游管理高等教育基础和规模的院校联合起来，从我国旅游管理高等教育的实际情况出发，共同编写出版了本系列教材。

本系列教材以“高等院校应用型人才培养目标”为编写依据，以思想性、科学性、时代性为编写原则，以应用性、复合性、拓展性为编写要求，力求建立合理的教材结构，体现“高等教育”和“应用、实用、适用”的教学要求，培养旅游管理高层次应用型人才的精神和实践能力，满足社会对旅游管理人才的需要。

本系列教材的特色是强调实践性和可操作性，坚持做到理论与实践相结合、叙述与评价相结合、论证与个案相结合，具体体现在以下几点：

1. 教材内容“本土化”，有意识地把普遍原理与我国的旅游资源相结合，书

中案例多采用国内案例。

2. 增设有特点的栏目,如“引例”“小资料”“观念应用”“阅读材料”等,以方便学生理解理论知识,扩大学生的视野,做到知识性和趣味性相结合。

3. 加大案例的比例,做到微型案例、中型案例和大型案例三者结合,对案例进行理论分析,有益于老师进行案例教学,方便学生掌握知识并用于指导以后的实践工作。

本系列教材可作为高等院校旅游管理类专业教材,也可供高等院校相关专业师生和从事相关工作的人员进修或自学使用。

**普通高等教育旅游管理类专业“十二五”规划教材编审委员会**



运用知识的能力。

(3) 前瞻性强。根据对旅游业发展和人才需求趋势的预测, 书中涉及了会展旅游、旅游产品设计和电子商务在旅行社中的应用等, 具有一定前瞻性的章节, 这将有利于培养和提高旅游管理类专业学生的就业能力。

本书以云南大学旅游文化学院为主组织编写, 由何守伦、张静担任主编, 杜莉莉担任副主编。何守伦、张静负责编写第一章、第二章和第四章, 并担任教材大纲的制定和全书的统稿工作; 杜莉莉负责编写第五章和第九章, 陈伟负责编写第八章和第十一章, 蔡展负责编写第七章和第十二章, 郑春聪负责编写第六章和第十章, 刘翔鹤负责编写第三章。本书的创新性在于在正文前增加了学习目标和主要学习内容及案例导入, 这有利于激发学生的学习兴趣, 并对该章重、难点内容作提示。在正文中适当增加了补充资料, 增加了典型案例, 做到理论与实际相结合; 在正文后增加了复习思考题和实训题, 有利于提高学生的实际动手能力, 以保证学生能够胜任旅行社的日常工作。

在教材编写过程中, 参考了大量的国内外专家的相关著述和文献, 在此向他们表示衷心的感谢! 此外, 由于编者水平有限, 书中不当之处, 敬请读者不吝赐教, 给出批评和建议!

编 者



# 目 录

序

前 言

第一章 旅行社概述	1
【学习目标】	1
【主要学习内容】	1
【导入案例】	1
第一节 旅行社的产生与发展	2
第二节 旅行社的性质和作用	9
第三节 旅行社的职能、业务和分类	13
第四节 旅行社的设立	19
第五节 旅行社经营管理概述	23
复习思考题	28
课后实训题	28
第二章 旅行社产品开发与管理	29
【学习目标】	29
【主要学习内容】	29
【导入案例】	29
第一节 旅行社产品的特征与分类	29
第二节 旅行社产品的开发与设计	36
第三节 旅游线路设计	45
第四节 旅行社品牌的建设与管理	49
复习思考题	59
课后实训题	59
第三章 旅行社营销管理	60
【学习目标】	60
【主要学习内容】	60
【导入案例】	60

第一节 旅行社的市场细分 .....	61
第二节 旅行社的营销策略选择 .....	72
第三节 旅行社的销售渠道管理 .....	79
第四节 旅行社的售后服务 .....	83
第五节 旅行社的促销管理 .....	85
复习思考题 .....	90
课后实训题 .....	90
<b>第四章 旅行社计调业务管理 .....</b>	<b>91</b>
【学习目标】 .....	91
【主要学习内容】 .....	91
【导入案例】 .....	91
第一节 旅行社计调业务概述 .....	93
第二节 旅行社旅游服务采购 .....	99
第三节 旅行社计调业务流程 .....	112
第四节 旅行社计调部的管理 .....	116
复习思考题 .....	122
课后实训题 .....	123
<b>第五章 旅行社外联业务管理 .....</b>	<b>124</b>
【学习目标】 .....	124
【主要学习内容】 .....	124
【导入案例】 .....	124
第一节 旅行社外联部概述 .....	126
第二节 旅行社外联业务洽谈与合同签订技巧 .....	134
第三节 旅行社信息来源与客户计划操作管理 .....	140
第四节 旅行社外联函电 .....	146
复习思考题 .....	153
课后实训题 .....	154
<b>第六章 旅行社接待业务管理 .....</b>	<b>155</b>
【学习目标】 .....	155
【主要学习内容】 .....	155
【导入案例】 .....	155
第一节 旅行社接待业务概述 .....	156
第二节 团体旅游接待业务 .....	157
第三节 散客旅游接待业务 .....	171
第四节 旅行社门市接待业务 .....	176

第五节 旅行社行李业务与票务管理	180
复习思考题	186
课后实训题	187
第七章 旅行社会展业务管理	188
【学习目标】	188
【主要学习内容】	188
【导入案例】	188
第一节 会展概述	189
第二节 旅行社会展业务运作与管理	199
复习思考题	206
课后实训题	207
第八章 旅行社质量管理	208
【学习目标】	208
【主要学习内容】	208
【导入案例】	208
第一节 旅行社质量管理概述	208
第二节 旅行社接待服务质量管理	216
第三节 旅行社的风险管理	221
第四节 旅游事故处理与旅游保险	224
复习思考题	239
课后实训题	240
第九章 旅行社人力资源管理	241
【学习目标】	241
【主要学习内容】	241
【导入案例】	241
第一节 旅行社人力资源管理概述	242
第二节 旅行社员工的招聘	250
第三节 旅行社人力资源开发与管理	255
第四节 旅行社企业文化建设	265
复习思考题	273
课后实训题	273
第十章 旅行社财务管理	274
【学习目标】	274
【主要学习内容】	274
【导入案例】	274

第一节 旅行社财务管理概述	275
第二节 旅行社的资产管理	278
第三节 旅行社的经营核算	282
第四节 旅行社成本费用及其利润管理	284
第五节 旅行社的财务报告与财务分析	287
复习思考题	291
课后实训题	291
<b>第十一章 旅游电子商务管理</b>	<b>292</b>
【学习目标】	292
【主要学习内容】	292
【导入案例】	292
第一节 旅游电子商务概述	292
第二节 旅行社与电子商务	296
复习思考题	305
课后实训题	305
<b>第十二章 旅行社行业的发展趋势及对策</b>	<b>306</b>
【学习目标】	306
【主要学习内容】	306
【导入案例】	306
第一节 中外旅行社行业比较研究	307
第二节 旅行社行业发展趋势	312
第三节 旅行社的战略管理	318
复习思考题	332
课后实训题	332
<b>附录</b>	<b>333</b>
附录 A 旅行社条例	333
附录 B 旅行社条例实施细则	343
<b>参考文献</b>	<b>353</b>

# 第一章

## 旅行社概述

### 【学习目标】

通过本章学习,学生能够对旅行社有比较综合和感性的认识,了解国内外旅行社产生和发展的历程,熟悉旅行社的概念、性质、职能、业务和分类等基本问题,同时明确旅行社的设立程序、经营管理的相关知识,以及其在现代旅游业发展中的重要作用。

### 【主要学习内容】

- 旅行社的产生与发展
- 旅行社的性质和作用
- 旅行社的职能、业务和分类
- 旅行社的设立
- 旅行社经营管理概述

### ◆【导入案例】

旅游具有悠久的历史。但是,旅游成为社会的一个行业——旅游业,则是在近代,而且旅行游览活动在历史上一直是以个人为单位的个体消费活动,世界上第一次以一个组织的形式出现,并与运输业直接挂钩而开旅游业先河的人是英国的托马斯·库克。他利用包租火车的方式于1841年7月5日组织570人去参加一次禁酒大会。虽然这次的团体旅行是非商业性的“业余活动”,但却面向公众,增加了库克对组织旅游活动的兴趣和信心,为他在以后创办旅行社奠定了基础并提供了经验。经过多年的准备,他于1845年正式创办了世界上第一个旅行社——托马斯·库克旅行社(即现今的通济隆旅行社),成为旅行代理业务的开端。旅行社成立之后,于1845年8月4日第一次组织消遣性的观光旅游团,即莱斯特至利物浦之行,参加人数为350人。库克本人对这次的团体旅行作了周密的计划,并事先亲自考察旅游线路,确定沿途的游览点,与各地客栈老板商定旅客的吃住等事宜。回来后,他整理出版《利物浦之行手册》发给旅游者,成为早期的旅

游指南。1846年,他又组织350人到苏格兰集体旅游,并配有向导。旅游团所到之处受到热烈欢迎,从此,托马斯·库克旅行社蜚声于英伦三岛。1851年他组织16.5多万人参观在伦敦水晶宫举行的第一次世界博览会。4年后,博览会在法国巴黎举行,他又组织了50余万人前往参观,使旅游业第一次打破了国家界限,走向世界。1865年,他成立了托马斯·库克父子公司,全面开展旅游行业,为走向世界作了一系列的准备工作。1872年库克组织9位不同国籍的旅行者进行了为期222天的第一次环球旅行。这次环球旅行的成功受到世人的称颂。接着,他又在欧洲、美洲、澳大利亚与中东开辟了市场。1880年他又打开了印度大门,拓展了埃及市场,成为世界上第一个旅游代理商,被誉为世界旅游业的创始人。

### 第一节 旅行社的产生与发展

旅行社是旅游活动的组织者,它与旅游酒店、旅游交通部门并称为旅游业的三大支柱。旅行社是人类经济活动和旅游活动发展到一定阶段的产物,也是人类社会旅游活动发展到一定阶段的必然结果。

#### 一、国外旅行社的产生与发展

18世纪中叶,英国发生了工业革命,这一革命迅速波及法国、德国等欧洲国家和北美地区。19世纪中叶,工业革命在这些国家和地区取得了重大进展,并促使其经济结构和社会结构发生了巨大变化,这也为旅行社行业的出现提供了各种有利条件。

第一,全球范围内生产力水平不断提高和迅速发展,社会财富急剧增加,有产阶级规模日趋扩大,使越来越多的人具备了外出旅游的经济基础,也为旅行社的产生创造了必要的条件。

第二,科学技术的进步,提高了交通运输能力,缩短了运输时间,扩建了运输网络,使大规模的人员流动成为可能。

第三,工业革命加快了城市化的进程,改变了人们原有的工作和生活方式,使旅行成为他们经常性的活动,加之旅馆业和餐饮业等旅游服务行业的发展,也为人们旅行提供了方便。

根据上述分析,旅行社的产生与当时特定的社会背景是密不可分的。工业革命为旅行社的产生奠定了坚实的物质基础,旅游需求普遍化为旅行社的产生提供了现实的可能性,市场经济的发展为旅行社的产生创造了必要的社会条件。在19世纪40年代,最终使托马斯·库克作为世界上第一个专职的旅行代理商登上了历史舞台。

正如本章导入案例介绍的那样,托马斯·库克于1845年正式创办了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社(即现今的通济隆旅行社),成为旅行代理业务的开端,托马斯·库克也成了世界上第一位专职旅行代理商。

19世纪下半叶,在托马斯·库克本人的倡导和其成功的旅游业务的鼓舞下,使旅游业成为世界上一项较为广泛的经济活动,为此,托马斯·库克被世界公认为商业性旅游的鼻祖。

托马斯·库克首创的旅行代理业务的成功,引起了世界各国的纷纷效仿,从欧洲大陆到北美大陆,以及世界其他国家也相继组建了类似的旅行社组织。在欧洲,1857—1885年,英国先后成立了专门的登山俱乐部和野营俱乐部;1875—1890年,法国、德国等国家相继成立了以组织高尔夫球、登山、探险和观光旅游活动为主的俱乐部。

在北美,成立于1850年,以经营快递业务为主的美国运通公司(American Express Company),于1915年正式成立了旅行部,之后通过大规模的旅游扩张,成为世界上最大的旅游公司之一。

在亚洲,日本于1893年设立了专门接待外国游客的“喜宾会”,专门从事招徕和接待外国游客和代办各项旅行的业务,后于1926年更名为“日本交通公社”(JTB)。

20世纪初叶,已有50多个国家和地区设立专门的旅游公司经营旅行社业务。旅行社现象在世界范围内普遍渗透,旅行社行业已初具规模。当时的美国运通公司、英国的托马斯·库克父子公司,以及以比利时为主的铁路卧车公司成为世界旅行社行业的三大巨头。到了20世纪60年代,“大众旅游”得到更为广泛的发展。从总体上看,全世界80%以上的旅行社分布在旅游业最为发达的欧美地区,世界其余地区的旅行社数量不到世界总量的20%。

随着世界旅行社行业规模的进一步扩大,为加强交流和合作,促进行业的协调发展,多个国际性或地区性的旅行社组织也相继产生,其中以世界旅行社协会(World Association of Travel Agencies, WATA)和世界旅行社协会联合会(Universal Federation of Travel Agents' Associations, UFTAA)的影响最为广泛。

20世纪80年代后期以来,以欧美地区经济发达国家为代表的国外旅行社行业开始从成长阶段向成熟阶段过渡,其显著标志是旅行社产业的集中化趋势不断加强。一些发达国家的旅行社行业正在从过去以私人企业为主体、以国家为界限的分散的市场,逐步向以少数大企业集团为主体的国际化大市场发展,并通过价值链进行整合。同时,以美国、德国、英国等国家的大型旅行社为主导的企业兼并、收购与战略联盟,使得发达国家旅行社的所有权发生了极大的变化,形成了一批能够对整个市场产生重要影响的旅行社行业巨头。旅游需求的大量产生又反过来拉动了旅行社行业的迅速成长。目前,全世界的各大旅行社为世界各地不同

国家和地区的人们外出旅行提供相关服务，一个遍布全球的庞大的国际性旅游服务销售网络已基本形成。同时，旅游需求的日益变化和信息技术在旅行社行业中的普遍应用，都使得旅行社的发展进入了一个高效运转、网络经营、产品个性化的新时代。

## 二、中国旅行社行业的产生与发展

我国旅行社行业的产生与西方旅行社行业产生的历史背景截然不同，相对于在商品经济充分发展的条件下产生的西方旅行社来说，我国的旅行社则是在半封建半殖民地的历史条件下产生的，更多地受到了外来经济和文化入侵的影响。

### （一）中国旅行社行业的产生

1923年，上海商业储蓄银行总经理陈光甫与同仁商议，决心创办旅行部，办理国人旅游业务。同年8月，在该银行下创设了旅行部，其经营宗旨为“导客以应办之事，助人以必需之便”，成为了中国旅行社行业的开端。1927年，旅行部从上海商业储蓄银行独立出来，创立了中国旅行社（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国人开设的旅行社。第一家旅行社成立后，经过十年的发展，到1937年已发展成为一个具有87个分支机构和招待所，近千名员工，业务范围遍及海内外的综合性连锁旅游企业，并成为世界上知名的大型旅行社之一。之后，我国又相继出现了一些旅行社和相似的旅游组织，包括国际旅游协会、公路旅游服务社、中国汽车旅行社、铁路游历经理处、精武体育会旅行部、现代旅行社等，它们同属于我国旅行社行业萌芽时期的旅行社，承担了当时中国人旅游活动的组织接待工作。但由于当时我国特殊的政治经济环境，导致初期的旅行社发展步履维艰，行业规模尚未形成，加之战乱及其他因素的影响，在新中国成立前夕，整个旅行社行业的业务活动几乎处于停滞的状态。

### （二）新中国成立后中国旅行社行业的发展历程

新中国成立后，我国的旅行社行业逐步进入了恢复和稳步发展的新时期。1949年11月9日，厦门华侨服务社成立，即现在的“中国旅行社总社”的前身，这是新中国成立后的第一家旅行社，主要为华侨回国探亲、访友、参观、旅游提供服务。不久之后，福建的泉州、福州等地也相继成立了华侨服务社。为进一步加强与世界各国的交流与合作，做好对外接待工作，经国务院决定又成立了两个旅行社系统：一是1954年成立的中国国际旅行社总社（简称国旅 CITS）及其分社和支社，由国务院及地方政府的外事办公室领导，主要负责接待外国来华旅游者；二是1957年由各地华侨服务社组建而成的华侨旅行社总社（1974年更名为中国旅行社，简称中旅 CTS）及其分社和支社，由国务院及各地方政府的侨



务办公室领导，主要负责接待海外华侨、外籍华人、港澳台同胞。中国国际旅行社和中国旅行社作为我国两大旅行社系统，在以后二十多年的时间中，垄断了我国的全部旅游业务。虽然它们为我国旅行社行业的发展积累了一定的经验，培养了相当数量的旅游业务人才，但由于旅行社是直属政府的行政或事业单位，其业务以政治接待为主，从而导致我国旅行社行业没有得到充分发展，与国外旅行社行业相比，其产业规模和经营业务的范围相对狭小，经营效益和管理水平也相对落后。

我国旅行社行业的成长与发展是在经历了近30年的探索之后，于20世纪70年代末至80年代初开始了它的新的发展阶段。随着市场机制的进一步完善和经济全球化浪潮的冲击，我国旅游业完成了由“事业接待”向“企业经营”的转变，并实现了以入境旅游市场带动国内旅游市场和出境旅游市场的发展目标，在国民经济中日渐成为一个规模巨大、令人瞩目的新兴产业。

#### 1. 商业导向初步形成阶段（1978—1989年）

1979年11月16日，全国青年旅游部成立。在此基础上，中国青年旅行社（简称青旅CYTS）于1980年6月27日成立。根据国家旅游局的规定，此时全国只有国旅、中旅和青旅三家总社拥有旅游外联的权力，其中国旅主要接待外国来华的旅游者，中旅主要接待港澳台同胞和来华旅游的海外华侨和华人，青旅则主要接待来华的海外青年旅游者。三家旅行社通过在全国各地建立各自的分（支）社，形成了三个相互独立的旅行社系统，并形成了当时中国旅行社行业的寡头垄断局面。

随着我国改革开放的不断深化，1984年，国务院就我国旅行社行业的体制作出了两项重大改革：一是打破垄断局面，将旅游外联权下放，允许更多旅行社经营国际旅游业务；二是规定旅行社的性质由行政或事业单位转变为企业单位。1985年5月，国务院颁布《旅行社管理暂行条例》，将全国的旅行社划分为第一类旅行社（简称一类社）、第二类旅行社（简称二类社）和第三类旅行社（简称三类社）三大类型。其中一类社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、归国或回内地旅游业务；二类社不对外招徕，只经营接待一类社或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、归国或回内地旅游业务；三类社则经营中国公民国内旅游业务。此后，我国旅行社数量迅速扩增，作为一个独立的旅行社行业已浮出水面。到1988年底，我国旅行社总数已达1573家，旅行社行业由寡头垄断向垄断竞争过渡。

到了20世纪80年代中后期，我国的国内旅行社异军突起。1985年11月，国家旅游局组织召开了全国国内旅游工作会议，提出了“积极、稳妥、发展”的旅游方针，国内旅游市场的激活，使我国旅行社的国内旅游业务迅速增长。而诸多国际旅行社积极介入国内旅游行业，提升了国内旅游经营品质。同时，为满