

华管
普经

全国高职高专旅游专业工学结合规划教材

主 编 ■ 潘燕 李志强
副主编 ■ 李玲 曾聪 王佳

旅行社 经营管理实务

(第二版)



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



全国高职高专旅游专业工学结合规划教材

旅行社经营管理实务

(第二版)

主 编 潘 燕 李志强

副主编 李 玲 曾 聪 王 佳

人 民 邮 电 出 版 社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理实务 / 潘燕, 李志强主编. — 2版.
— 北京: 人民邮电出版社, 2010.12
全国高职高专旅游专业工学结合规划教材
ISBN 978-7-115-23927-3

I. ①旅… II. ①潘… ②李… III. ①旅行社—企业管理—高等学校: 技术学校—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第179769号

内容提要

本书结合旅行社经营管理的业务实践, 以培养旅游专业学生操作与应用能力为目标, 详细阐述了旅行社的性质和职能, 经营管理理论, 基本业务, 旅行社产品、价格、销售、促销策略, 旅行社人力资源管理, 旅游接待工作, 旅行社风险应对等与旅行社息息相关的内容。

本书在对国内外旅行社进行深入调查的基础上, 列举了大量真实、生动的案例, 提出了具体、有针对性的问题, 提炼了每部分内容的学习目标, 使教学方向更为清晰明确、重点突出; 导入了教学建议, 方便老师对课程的理解和安排。这是一本具备实用性、指导性、科学性和前沿性的高职高专教材。

本书可作为高职高专旅游专业和相关本科专业教材, 也可作为旅游行业相关人员的培训用书。

全国高职高专旅游专业工学结合规划教材 旅行社经营管理实务(第二版)

◆ 主 编 潘 燕 李志强

副 主 编 李 玲 曾 聪 王 佳

责任编辑 李宝琳

执行编辑 代新梅

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 19

2010年12月第2版

字数: 230千字

2010年12月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-23927-3

定 价: 30.00元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

全国高职高专旅游专业工学结合规划教材

编辑委员会

主任：胡德华

委员：（以姓氏笔画为序）

叶华胜 包锦阳 刘秀峰

邱云美 李志强 苏北春

沈 杨 陈丽荣 陈 昕

沈忠红 程旭东 蔡敏华

潘 燕 魏洁文

第二版总序

“全国高职高专旅游专业规划教材”自2006年出版以来市场反响强烈，获得了广大读者的好评，并被国内众多院校采用，对高职高专旅游管理类专业的教学起到了很好的促进作用。

随着改革开放的不断深入和发展，我国旅游业也迎来了新的机遇，尤其是2008年北京奥运会、2010年上海世界博览会等大型国际性盛会的举办进一步推进了我国旅游业的跨越式发展。为适应旅游业新的发展变化，迎接挑战，满足社会对新型旅游人才日益扩大的需求，使当前的旅游专业课堂教学内容与形式紧密结合，根据教育部进一步提高高职高专教育教学质量的相关文件和精神，我们对本套教材进行了全新的改版，编写成为了“全国高职高专旅游专业工学结合规划教材”。在本套教材的改版过程中，我们始终坚持“以能力为本位，以就业为导向”的指导思想，把“工学结合”作为高职高专教育人才培养改革的重要切入点，紧紧围绕现阶段高职高专教育人才培养目标从“培养能够与企业工作岗位对接的‘制造型人才’”向培养能够适应旅游产业结构升级和工作岗位变换的‘创造型人才’”转型这一实际要求，采用“工学结合、任务驱动、项目导向、顶岗实习”的模式，融“理论、实务、案例、实训”四位一体，全面提高学生的实际操作能力。

“全国高职高专旅游专业工学结合规划教材”的改版原则与特色如下。

1. 以学习目标为导向，采用任务驱动型教学理念。以学习任务的形式进行编写，明确知识目标、技能目标、案例目标和实训目标，改变了传统教材的理论式灌输，使学生首先明确在该学习任务中的技能要求，从而有方向、有针对性地开展学习。

2. 以学习任务为目标，重新梳理整合知识体系。通过对学习任务的分析 and 整理，提炼学生需要掌握的学习性工作任务，以岗位操作的要求指导教学。

3. 以同步案例为引导，融入丰富的教学资源。在大部分学习任务之前设置“想一想，做一做”栏目，以典型案例的形式引导出该学习任务的内容。

4. 提供同步实战演练，激发学生学习兴趣。在技能要求的知识点中，设置相应的同步实战演练，要求学生及时进行实务分析与操作，达到理论与实践的统一，并通过操作有效激发学生的学习兴趣。

5. 进行综合实训操作，强化学生专业技能。同步演练与综合实训操作既是对任务知识的运用，也是对业务技能的训练，能有效强化学生的操作技能。

6. 搭建校企合作平台，强调教、学、做合一。学习任务来源于企业的实际工作要求，又回归到企业的实践中去，强调教、学、做合一。

7. 引入科学准确的数据，注重资料的时效性。数据、资料列有出处，并介绍了本学科最新的研究成果和国内外的先进经验，以便能够反映出现代旅游业发展的新要求。

由于我们的经验有限，教材中难免存在不妥和疏漏之处，我们期待着旅游界的同行、专家、学者和广大读者的批评与指正，以便我们能够紧跟旅游业发展的新形势，及时修订和出版更新、更优秀的旅游系列精品教材。

胡德华
2010年6月

前 言

改革开放30多年来,我国旅游业得到了空前发展,由旅游资源大国发展成为世界旅游大国,并加速向着世界旅游强国的目标奋进。新时期新阶段,我国旅游业发展又迎来了新的机遇、新的形势。据国内外旅游业界人士分析,“十二五”至2020年,我国旅游业将进入新一轮的快速增长期。在这一大背景下,作为旅游业“三大支柱产业”之一的旅行社行业在我国已取得了较大发展,旅行社数量迅速增加,产业规模不断扩大。因此,有关旅行社经营管理方面的教材如雨后春笋般涌现。据不完全统计,目前有关旅行社经营管理的教材达50多个版本。这些教材为旅游专业人才的培养发挥了重要作用,但也存在着不少的问题,如实践性不够突出、不能紧扣旅游发展形势等。为了更好地帮助读者掌握旅行社经营管理的理论及实践知识,满足日新月异旅行社行业发展的需要,我们特此编写了《旅行社经营管理实务》一书。

本书力图体现以下几个特征。第一,可操作性:编写过程中遵循“理论知识够用为度,操作技能全面提高”的基本原则,书中设有大量的实践练习,并选取了一些旅行社管理软件知识,可供学生模拟操作。第二,科学准确性:数据、题材均有出处,并列有介绍本学科最新研究成果和国内外先进经验的内容,以便能够反映出现代旅游业发展的新形势。第三,体例新颖:本书将理论和实践相结合,首尾呼应,并设置了“学习目标”、“教学建议”、“想一想,做一做”、“知识储备”、“实践要点”和“实战演练”等特色模块;此外,书中还采用了大量的图表,以文字与图表相结合的方式写作。

本书是集体智慧的结晶,倾注了全体编写人员的热情与汗水,这也是对我们多年从事旅行社经营管理研究与教学实践的总结。本书由潘燕和李志强共同担任主编。全书共分为16个项目,项目1、项目2由王佳编写,项目3、项目9、项目16由李志强编写,项目4、项目11由曾聪编写,项目5、项目6、项目13由涂远芬编写,项目7、项目12由李玲编写,项目8、项目10由吴强编写,项目14、项目15由周燕编写,全书由潘燕拟定编写提纲,李志强统稿,最后由潘燕定稿。

本书参考了大量文献、资料与图片,我们力争在参考文献中全部列出,但仍有一部分难以寻找出处,恳请这些参考文献、资料与图片的作者原谅,同时也向他们表示衷心的感谢!

鉴于作者的视野和学术水平有限,书中难免有一些不足之处,敬请专家和广大读者批评指正。

目 录

项目1 了解旅行社的发展,透析旅行社的性质和职能	1
学习任务1 了解旅行社的发展历程	2
学习任务2 透析旅行社的性质和职能	6
项目2 掌握旅行社的设立要求	11
学习任务1 了解旅行社设立的基本程序	12
学习任务2 熟悉旅行社的组织机构设置	16
学习任务3 掌握旅行社的产权形态	28
项目3 了解旅行社经营管理的基本理论	34
学习任务1 了解经营与管理	35
学习任务2 了解旅行社经营管理的基本理念	40
项目4 熟悉旅行社的基本业务	45
学习任务1 熟悉旅游者消费行为与旅行社的基本业务	46
学习任务2 熟悉旅行社的计调业务	50
学习任务3 熟悉旅行社组团与接待业务	56
项目5 掌握旅行社的产品策略	68
学习任务1 掌握旅行社产品的内涵	69
学习任务2 掌握旅游线路设计的基本原则	74
学习任务3 掌握旅游线路设计的方法	78
项目6 掌握旅行社的价格策略	83
学习任务1 掌握旅行社产品的定价依据	84
学习任务2 掌握旅行社产品的定价方法	86

项目7 了解旅行社的销售策略	92
学习任务1 熟悉旅行社的渠道策略	93
学习任务2 了解旅行社产品销售过程的管理	102
学习任务3 掌握旅行社的售后服务	105
项目8 运用旅行社的促销策略	113
学习任务1 制定旅行社促销策略	114
学习任务2 确定旅行社促销目标与促销预算	117
学习任务3 评价旅行社的促销要素组合与促销效果	120
项目9 创建旅行社品牌	126
学习任务1 认识旅行社的品牌	127
学习任务2 掌握旅行社创建品牌的方法	130
项目10 剖析旅行社的人力资源管理	135
学习任务1 认识旅行社人力资源管理	136
学习任务2 熟悉旅行社经理人的职责与素质	142
学习任务3 熟悉旅行社员工的选聘与培训	146
学习任务4 熟悉旅行社员工绩效考评及收入分配制度	152
学习任务5 熟悉旅行社的企业文化建设	158
项目11 做好旅行社的接待管理工作	164
学习任务1 做好旅行社导游人员的管理工作	165
学习任务2 做好旅行社团体旅游的接待管理工作	171
学习任务3 做好旅行社散客旅游的管理工作	176
学习任务4 做好旅行社的客户管理工作	183
项目12 做好旅行社的质量管理工作	190
学习任务1 了解旅行社质量的含义及其衡量方法	191
学习任务2 了解旅行社的质量管理与ISO9000	194
学习任务3 掌握旅游投诉的处理方法	201

项目13 应对旅行社的风险	209
学习任务1 了解旅行社风险的表现形式	210
学习任务2 熟悉旅行社风险管理的目标	212
学习任务3 掌握旅行社风险的应对方法	216
项目14 抓好旅行社的财务管理工作	220
学习任务1 熟悉旅行社的资产管理	221
学习任务2 熟悉旅行社成本费用的管理	227
学习任务3 熟悉旅行社营业收入与利润的管理	232
学习任务4 熟悉旅行社的结算管理	237
学习任务5 熟悉旅行社的财务分析	240
项目15 抓好旅行社的信息管理工作	250
学习任务1 了解旅行社的信息系统与信息开发	251
学习任务2 学习旅行社管理信息系统应用实例	257
项目16 把握我国旅行社行业的发展方向	267
学习任务1 正确认识我国的旅行社行业	268
学习任务2 熟悉影响我国旅行社业发展的主要因素	272
学习任务3 掌握我国旅行社行业的发展趋势	278
参考文献	289

项目 1

了解旅行社的发展，透析旅行社的性质和职能

■ 学习目标

■ 知识目标

1. 了解国外旅行社的产生与发展。
2. 熟悉中国旅行社的产生与现状。
3. 掌握旅行社的性质和职能。

■ 技能目标

1. 能够全面分析国内外旅行社的发展历程。
2. 会运用相关知识对旅行社的性质和职能进行分析。

■ 案例目标

运用相关知识分析案例，加深学生对旅行社发展历程和旅行社职能的理解，以此拓宽知识面。

■ 实训目标

通过实训，让学生就国内外旅行社的发展进行对比，并分析它们在性质上的区别，以便完全透析本项目内容，并提升其分析能力。

■ 教学建议

1. 共用4课时，其中理论课3课时，实践操作课1课时。
2. 将教师的教授和学生的自学分析相结合，并让学生在课前和课后查找大量的资料，在课堂中进行反馈，多给出相关案例让学生分组讨论，提高学生的分析和判断能力。
3. 授课过程不局限于上课时间，还可以利用周末时间到旅行社市场中进行调研等，学校需要与本地旅行社有良好的合作关系，以利于该项目的顺利开展。

学习任务① 了解旅行社的发展历程

【想一想，做一做】

世界旅游之父——托马斯·库克

托马斯·库克(1808—1892)，英国旅行商，出生于英格兰。库克是近代旅游业的先驱者，被尊称为“世界旅游之父”，他是第一个组织团队旅游的人，是旅游界的伟人，是一个值得去学习和敬佩的人。19世纪中期，托马斯·库克创办了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社（即通济隆旅行社），标志着近代旅游业的诞生。

1841年7月5日，托马斯·库克包租了一列火车，运送了570人从莱斯特前往拉夫巴勒参加禁酒大会，往返行程22英里，团体收费每人1先令，免费提供带火腿肉的午餐及小吃，还有一个唱赞美诗的乐队跟随。这次短途旅游活动标志着近代旅游及旅游业的开端。此后，库克率先在英国正式创办了通济隆旅行社，专门经营服务业务。托马斯·库克与他的旅游社蜚声于英伦三岛。为此，托马斯·库克被世界公认为商业性旅游的开山鼻祖。

1845年夏，托马斯·库克自任领队，组织了350人的消遣观光团去利物浦旅游，并编发了导游手册。

1851年，库克组织了有16.5万多人参加的“伦敦水晶宫”世界博览会。

1855年，库克组织了从英国莱斯特前往法国巴黎的旅游，在巴黎停留游览4天，全程费用一次性包价，这也是世界上组织出国包价旅游的开端。

1872年，库克自任导游，第一次开办了有10人参加、历时70天的环球旅游。

1872年，库克创办了最早的旅行支票，可在世界各大城市通行，通济隆旅行社还编印了世界上最早的旅行杂志。该杂志曾被译成七国文字，再版达17次之多。

1878年，库克退休，业务由其子约翰·梅森·库克主持。1939年，通济隆旅行社在世界各地设立了350余处分社。

想一想

请归纳“世界旅游之父”的创业历程。



知识储备

1.1 国外旅行社的产生与发展

1.1.1 国外旅行社的产生

就世界范围而言，人类历史上第一家旅行社创建于19世纪40年代，这与当时

特定的社会历史背景密切相关。

首先, 工业革命的成功为旅行社的产生奠定了物质基础。18世纪中期, 始于英国并迅速扩展到欧洲大陆及北美的工业革命, 极大地提高了社会生产力, 改变了当时世界的经济结构和社会面貌。铁路的兴建与发展, 不仅为人们节省了旅行费用和旅途时间, 而且在铁路沿线出现了不少供过往行人食宿之用的客栈、旅馆和餐馆等服务企业。这在客观上为旅行社赖以生存与发展的旅游服务供给网络的形成提供了前提保障。

其次, 旅游需求普遍化为旅行社的产生提供了现实的可能性。工业革命加速了社会生产力的发展, 提高了人们的经济收入, 对一些人来说这意味着他们具备了一定的出游能力, 而实际出游却存在着种种困难, 需要专门有人为他们提供相应的服务, 以解除旅行后顾之忧, 这为旅行社的产生提供了现实的可能性。

再次, 市场经济的发展为旅行社的产生创造了必要的社会条件。随着市场经济的发展, 伴随着各类有形贸易的往来, 出现了以服务为主体的无形产品的交易活动, 尤其是人们对以消遣为主要目的的旅游产品的需求急剧上升, 导致了旅行社的产生。

综合以上条件, 1845年世界首家专门从事旅行代理业务的企业——托马斯·库克旅行社在英国问世, 并取得了巨大成功。随后, 欧洲国家和世界其他国家也纷纷成立了许多类似的旅游企业, 极大地促进了旅游业的发展, 并形成了一个新的行业——旅行社业。

旅行社产生的背景如图1-1所示。

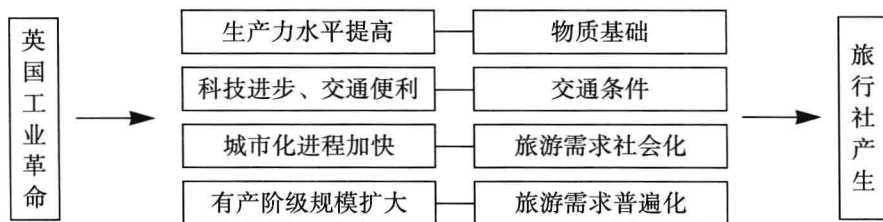


图1-1 旅行社产生的背景

1.1.2 国外旅行社的发展

1. 初创阶段（1845—1937年）

从1845年至1914年第一次世界大战爆发前, 旅行社主要经营以轮船、火车为主要交通工具的国内旅行和短途国际旅行。这一阶段成立的旅行社有: 1850年成立的美国运通, 1890年分别在法国和德国成立的观光俱乐部, 1893年在日本成立的“喜宾会”。到20世纪初, 美国运通、英国托马斯·库克和以比利时为主的铁路卧车公司成为当时旅游业的三大巨头。从1917年到第二次世界大战爆发前, 旅行社推出的旅游产品内容有了一定的更新, 除观光旅行外, 还有探险旅游等新品种, 人们不仅可以选择火车、轮船旅行, 还可以乘坐大型汽车上路, 出行范围同时也得以扩大。

其特点表现为: 数量少、规模较小、产品品种少。

2. 成长阶段〔1945（特别是60年代后）—20世纪90年代初期〕

成长阶段的表现是：社会化大众旅游需求在世界各地迅速普及。因为在这一时期，喷汽式飞机开始装备到民航，大大缩短了人们的旅行时间；生产力的发展使人们进一步从繁重的体力劳动中解脱出来，旅游需求有所增加；城市化进程使人们的旅游需求继续增加；此外，人们还可以不同程度地享受带薪假期。

其特点表现为：旅行社数量和营业额大幅增加，产品更加丰富。

3. 成熟阶段（20世纪90年代中期以后）

进入20世纪90年代中期以后，一些旅游发达国家旅行社的总体数量基本稳定，达到每万人就拥有一家旅行社或旅行社营业点的饱和水平。

其特点表现为：旅行社业的发展由粗放型的数量增长阶段进入了集约型的质量增长阶段。

1.2 我国旅行社的产生

我国旅行社的产生与西方旅行社产生的历史背景截然不同，它是在受到外来经济和文化入侵的影响下产生的。

1923年，上海商业储蓄银行总经理陈光甫与同事商议，决心创办旅行部，办理国人旅游业务。1923年8月，北洋政府正式批准设立旅行部。1927年，旅行部从上海商业储蓄银行独立出来，创立中国旅行社（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。

1923—1949年，受国内外政治、经济的影响，我国旅行社没有大的发展。

1.3 我国旅行社的发展

1.3.1 开创时期（1949—1983年）

这一时期的旅行社有：1949年11月成立的新中国第一家旅行社——厦门华侨服务社（现名厦门中国旅行社），负责接待海外华侨、外籍华人、港澳台同胞，属于侨务系统；1957年组建的华侨旅行服务社总社及其分社（1974年更名为中国旅行社）；1954年在北京成立的中国国际旅行社总社及分支社，负责接待外国自费旅游者，由国务院及地方政府的外事办公室领导；1980年在北京创办的中国青年旅行社总社及分支社。

这一时期我国旅行社发展的主要特征如下：第一，旅游经营活动长期作为外事工作的一部分存在，旅行社属行政事业单位；第二，中国旅行社的产业地位尚未确立，旅行社行业发展尚处于初期；第三，旅行社经营的业务范围比较单一，入境旅游占绝对优势。

1.3.2 迅速发展时期（1984—1994年）

1. 1984—1988年

1984年以后，随着经济体制改革的深入，我国旅行社的管理体制得以革新：

一是打破垄断, 放开经营旅行社, 下放外联权, 允许更多的旅行社经营国际旅游业务, 但旅行社必须是国有企业; 二是旅行社由行政或事业单位改为企业, 我国旅行社得到了大的发展。1985年颁布了我国旅行社业的第一部管理法规——《旅行社管理暂行条例》, 对旅行社的企业性质作出了明确规定。1988年, 我国旅行社猛增至1 573家, 从此彻底打破了我国旅行社行业被三家旅行社垄断的局面。1988年, 我国的国内旅游已超过3亿人次, 旅游支出达187亿元。

这一时期我国旅行社业发展的特点如下: 第一, 旅游外联权的下放打破了“三家垄断”的局面, 旅行社行业作为一个相对独立的经济行业开始形成一定的规模; 第二, 政府开始将旅行社行业作为相对独立的经济行业实施有效管理; 第三, 旅行社的业务由发展初期的单一入境旅游发展成为入境旅游与国内旅游并举的现状。

2. 1989—1991年

在这一时期, 海外来华游客数量大幅度下降, 导致许多旅行社关门、转向, 市场上出现了无序竞争。我国旅行社数量由1989年的1 617家下降为1991年的1 561家。

3. 1992—1994年

在1992年之后, 我国掀起了改革开放的新浪潮。当年的来华游客数量和旅游创汇均以超过30%的高速度增长。1992年中国观光年的举办, 对我国旅游业的迅速恢复也起到了积极的推动作用; 1992年, 我国政府开始允许中国公民出国探亲 and 旅游, 出境旅游开始崛起。

1.3.3 调整时期 (1995年至今)

1995年, 我国颁布了《旅行社质量保证暂行规定》, 标志着国家旅游局对旅行社实行行业管理的两个巨大转变: 一是适应国际旅游法制化管理的潮流, 采取切实可行的措施保护旅游消费者的合法权益; 二是引导旅行社行业发展由单纯追求行业规模向追求企业素质转变, 并希望通过这一转变改善旅行社行业的市场秩序。1996年10月, 国务院颁布了《旅行社管理条例》, 对我国的旅行社行业又进行了重大调整。1997年年底, 我国共有国际旅行社991家, 国内旅行社3 995家。2009年5月, 《旅行社条例》正式实施, 对我国旅行社行业的发展产生了重要影响。

实践要点

1. 国外旅行社的产生背景主要有: 工业革命的成功为旅行社的产生奠定了物质基础; 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。

2. 欧美等地的旅行社自19世纪下半叶以来, 飞速发展, 不断成熟, 成为世界旅行社的先导。

3. 我国的旅行社产生于20世纪20年代, 共经历了三个发展阶段, 即开创时期、迅速发展时期和调整时期。

实战演练

- 主题：美国运通旅行社的发展历程
- 目的：掌握分析旅行社发展历程的方法
- 过程设计
 1. 结合教学内容分析资料。
 2. 讨论美国运通旅行社160年的发展历程。
 3. 可按每组5~6人进行分组讨论，各组讨论后，推选一名代表上台演讲。
- 情景再现

美国运通旅行社是美国最大的旅行社，也是世界最大的旅行社。该旅行社于1850年在美国的纽约州包法罗市建立，起初经营货物、贵重物品和现金的快递业务。1882年，美国运通公司推出自己的汇票，并且立即获得成功。

1891年，美国运通公司推出第一张旅行支票。美国运通公司以良好的信誉为其所发行的旅行支票作担保，并且保证接受这种支票的人不会蒙受任何损失。它不靠发行旅行支票的手续费盈利，而是靠运用每年数十亿美元的浮存进行投资赚钱。同年，美国运通公司建立欧洲部，并于1895年在巴黎建立了第一家分公司，随后又先后在伦敦、利物浦、南开普敦、汉堡和不来梅等城市建立了分公司。

在旅游市场巨大发展潜力的诱惑下，美国运通公司于1915年设立了旅行部。1916年，旅行部组织了很多的大型旅游团，其中包括分别前往远东地区和阿拉斯加的旅游客轮与前往尼亚加拉大瀑布和加拿大的包价旅游团。1922年，美国运通公司开始经营通过巴拿马运河的环球客轮旅游。在整个20世纪30年代，美国运通公司开始实施大规模的国内旅游业务计划，创办了著名的乘火车前往美国西部地区旅游的“旗帜旅行团”，项目包括交通、住宿、游览观光和餐饮等内容。

第二次世界大战结束以来，美国运通公司获得了巨大发展，现已成为世界上最大的旅行社和金融集团。除了旅行部和旅行支票部之外，美国运通公司还设有银行部、投资部和保险部。另外，美国运通公司发行的信用卡还是国际通用的主要信用卡之一。

资料来源：广东轻工职业技术学院的《旅行社经营管理》精品课件。

学习任务② 透析旅行社的性质和职能

【想一想，做一做】

2010年3月，上海世博局正式向江西省相关部门发来了“关于上海世博会世博游指定旅行社资质证明的函”，重申江西ABC旅行社是江西省唯一的一家上海世博会“世博游指定旅行社”，并特别强调上海世博局仅向“世博游指定旅行社”发放了登录系统的密钥、账户和密码，其他机构均无法登录系统开展团队票预订业务。

3月18日, 记者从江西ABC旅行社了解到, “周末世博游”的报名非常火爆。首发团的名额已经不足100人, 从今日起各门市将对首发团的报名工作进行控制。

“很有可能出现‘抢’名额的情况。”江西ABC旅行社世博组负责人王经理说。江西省“世博游”的首发团名额为1 300个, 名额报满后旅行社是不可能再争取到名额的。记者在采访中还了解到, 由于上海世博会开幕初期大批的游客涌向上海, 5月1日至5月7日之间, 江西ABC旅行社只争取到了限量的入园参观名额, 经过前期的报名, 目前剩下的名额已经不多。

“不过, 5月7日以后, 旅行社每天都会发团。”王经理向记者透露, 5月7日以后每天可申请到1 000个以上的名额, 可以保证每天都正常发团。而在6月份, 随着中高考结束、中小学生陆续放暑假, 旅行社将有针对性地推出“亲子游”产品, 其首发团预计在端午节发团, 而6月底将迎来亲子游的高峰。在“亲子游”首发团中, 需要家长陪同出游的低龄孩童可以享受一系列的优惠政策, 比如1.2米以下的儿童, 只需缴纳门票费和在上海的交通费用等。

资料来源: 改编自大江网中《信息日报》的相关内容。

想一想

旅行社有哪些职能?



知识储备

2.1 旅行社的性质

旅行社自产生至今已有160多年的历史, 而业界对旅行社的概念及其性质的阐述却不尽一致。如果暂时撇开影响旅行社的各种社会因素, 从经济的角度来分析, 我们对旅行社可作出如下的定义: 旅行社是沟通旅游产品生产者与消费者的重要流通环节, 是通过提供中间商服务获取收益的企业。

2.1.1 旅行社是旅游中间商

一个人外出旅游, 需要购买各种服务, 无论是预订机票、客房, 还是观光游览, 这些产品都可从旅行社预购。但这些由旅行社提供的产品是由相关的旅游生产者生产的, 旅行社只是预售这些服务和服务组合; 这些服务也可由生产者直接出售, 但通过旅行社出售一般是一种更为方便的选择。因此, 旅行社实际上扮演着中间商的角色。

2.1.2 旅行社是通过提供旅游中介服务获取收益的企业

旅行社是企业, 必须以营利为目的才能维持其生存与发展。旅行社通过设计加工旅游线路、组合旅游产品为旅游者提供中介服务而获取利润。旅行社的利润主要