

高职高专旅游与酒店管理专业应用型精品规划教材



丛书主编 林红梅 贺湘辉

Travel Agency Operation and Management

旅行社 经营与管理

主 编 廖建华
副主编 魏 来 严辉华



广东高等教育出版社
Guangdong Higher Education Press

高职高专旅游与酒店管理专业应用型精品规划教材

旅行社

Travel Agency Operation and Management

经营与管理

主 编 廖建华

副主编 魏 来 严辉华

行业企业指导专家 邬 琛 潘 晋



广东高等教育出版社
Guangdong Higher Education Press

· 广州 ·

内 容 简 介

旅行社经营与管理,包括旅行社各部门的工作流程与内容、操作方法以及管理技巧。本教材的编写,既注重基础知识,也着力从实际、实用、实践的角度出发,突出对学生从事旅行社行业所必须具备的职业素养的培训与提升。在内容上,引入前沿知识体系,突出项目式教学、案例式教学等理念;在体例设计上,每个项目前有案例导入作启发,后有习题与实践加以巩固,在提升学生专业技能水平的同时,也提高了学生思考问题、解决问题的能力。本书既可作为高职高专旅游专业的教材,也可作为旅游在岗人员日常培训和提高业务水平的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营与管理/廖建华主编. —广州:广东高等教育出版社,2013.2
高职高专旅游与酒店管理专业应用型精品规划教材
ISBN 978-7-5361-4279-4

I. ①旅… II. ①廖… III. ①旅行社-企业经营管理-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104098号

出版发行	广东高等教育出版社
	社址:广州市天河区林和西横路
	邮编:510500 营销电话:(020) 87553335
	http://www.gdgjs.com.cn
印 刷	广州汉鼎印务有限公司
开 本	787毫米×1 092毫米 1/16
印 张	16
字 数	379千字
版 次	2013年2月第1版
印 次	2013年2月第1次印刷
印 数	1~1 000册
定 价	33.00元

(版权所有,翻印必究)



丛书编审委员会主任 廖建华

丛书编审委员会副主任 俞 彤 石 强 李 丽

丛 书 主 编 林红梅 贺湘辉

丛 书 副 主 编 梁 悦 黄 英

丛书编写委员会（排名不分先后）

黄绍平	张春娥	刘志霞	卢志海	刘慧娟
陈 平	蒋松桂	梁滔滔	张 颖	朱 智
王 宁	李 雯	胡艺芹	魏 来	严辉华
周 柳	王建军	刘秋华	黄 菡	赵立民
刘雨涛	刘文彬	李 丽	饶雪梅	张树坤
吴 玲	李春洪	陈 健	胡卫红	江王清
徐文苑	廖钦仁	王德静	徐文苑	何丽芳
范智军	梁吉昌	高 飞	成 功	姜 妮
李梅乐	江中泰	李长福	黄玉琼	李艳香
铁 玲	马 瑞			

总序

高等职业教育作为我国高等教育发展中的一个类型,肩负着培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高素质技能型人才的使命,在我国现代化建设进程中具有不可替代的重要作用。步入21世纪,伴随着我国走新型城市化道路、建设创新型国家等发展战略的实施,高等职业教育迎来了新的发展机遇。在我国经济社会快速发展的过程中,各行业对高素质技能型人才的需求在数量和质量两方面均提出了更高的要求。对旅游业而言,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客源输出国,这对旅游与酒店从业人员的素质同样提出了更高的要求。培养高素质、国际化的旅游、酒店服务与管理人才对于高职高专院校来说是使命光荣、责任重大。

为了适应现代旅游产业发展对旅游、酒店管理专业人才的要求,进一步提升专业服务产业的水平,满足高职高专旅游与酒店管理专业人才培养和教学改革对教材建设的需要,进一步提高我国高职高专教育教学水平,加强广东省内各高职高专院校及广东省内与省外高职院校之间的交流与合作,根据《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》、《教育部关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》等文件精神,广东高等教育出版社精心组织20多所高职院校教学和实践经验丰富的专家学者和旅游与酒店行业的业务骨干,成立了高职高专旅游与酒店管理专业应用型精品规划教材编审委员会,编写了这套高职高专旅游与酒店管理专业应用型精品规划教材。其目的是深入研究当前高职高专教育所面临的形势与任务,优化专业课程体系设置,强化特色教材建设。

基于高素质、技能型、国际化旅游与酒店人才培养的实际需要,我们努力打造一套体现基层服务与管理岗位职业技能要求的优质教材。本套教材凸显了以下几个特色:

一是突出能力本位。在教材内容的取舍上,根据旅游与酒店业相关职业岗位所需的服务与管理技能及职业素养来选择教学内容,以工作项目为导向,以工作任务为驱动,据此来组织编写思路,坚持岗位的针对性,提炼出旅游、酒店业各核心岗位的基本服务程序、服务标准与工作方法,将岗位服务与管



理中最基础的能力要求传递给学生。

二是强化技能应用。本套教材力求表达简洁，对工作程序和标准的表述尽量图表化，对于基本工作技能的讲解注重可操作性，做到教、学、做一体，让学生易于理解、掌握和实践。为此，我们在本套教材的模块中设有“任务目标”“案例引入”“提出问题”“相关知识”“特别提示（事前或事后提示）”“项目实训”“本模块小结”“知识拓展”等栏目，形式生动活泼，内容丰富有趣，以使本教材在学生的学习和教师的教学上，达到实用、好用、管用的效果。

三是注重双语教学。旅游产业的国际化，迫切要求我们培养的专业人才必须具有扎实的语言功底、国际化的服务意识和服务水平。本套教材在编写过程中特别强化了职业岗位英语的训练，并希望通过这套特色教材的编写和使用来切实推动高职高专旅游与酒店管理专业双语教学的实施。

四是结合职业考证。切实贯彻国家关于学历证书与职业资格证书并重的“双证书”制度，兼顾旅游、酒店的课程内容与职业资格考核的内容。因此，本套教材既可作为高职高专旅游管理、酒店管理等专业的教学用书，也可作为职业资格培训的教学用书，还可用于旅游、酒店在岗人员业务培训的参考用书。

本套教材是各相关高职高专院校、旅游与酒店行业企业通力合作与集体智慧的结晶。在编写过程中，我们也参考和引用了许多国内外学者的优秀成果，在此深表谢意。由于编者水平、经验所限，本套教材内容如有缺点、错漏，敬请各位专家、高职高专院校的同仁和广大读者给予指正赐教，以便修订时完善。

高职高专旅游与酒店管理专业
应用型精品规划教材编审委员会

2012年5月

前 言

高职高专院校如何立足本教学层次，办出新特色和新水平，人才培养目标的定位是关键。围绕人才培养目标定位的课程建设，特别是其中的教材开发是实现高职高专人才培养目标的重要基础之一。为适应新形势下高职高专旅游专业人才培养的需要，培养符合旅游行业发展需要的高素质、技能型专门人才，广东高等教育出版社与广东高职高专教育酒店管理专业教学指导委员会一同，策划并组织多所广东省高职高专院校编写出版了“高职高专旅游与酒店管理专业应用型精品规划教材”。本教材是该系列教材之一。

旅行社经营与管理是高职高专旅游类专业的主干课程之一，本教材由广州城市职业学院等高职高专院校和广东省内部分知名旅行社共同编写。全书共分十个模块，从旅行社经营与管理的实际工作需要出发，重点介绍了认识旅行社、设立旅行社、旅行社产品开发设计、旅行社服务采购、旅行社产品销售、旅行社接团与发团、旅行社计调业务、旅行社外联业务、旅行社门市经营业务和旅行社票务服务等方面的经营管理流程、方法与技巧。

本教材在内容编排上根据高职高专学生的认知规律，采用模块设计、任务驱动、项目导入的方式。每个模块均设有任务目标、案例引入、提出问题、相关知识、本模块小结、习题与实践、知识拓展等，重在提高学生在旅行社经营与管理方面的知识水平与素质，熟悉工作流程与内容、操作方法与管理技巧的运用，具有较强的针对性和指导性。本教材参考了国内知名学者的最新成果，同时也融入了旅行社行业专家的经营管理经验，不仅是高职高专在校旅游专业学子的行业入门指南，更是旅行社在岗员工学习提升的参考读物。

本教材由广州城市职业学院廖建华副教授任主编，魏来、严辉华任副主编，广之旅国际旅行社股份有限公司人力资源部总监郭琛、出境游总部产品研发中心副总潘晋任主审。具体编写分工如下：模块一、模块二、模块五、模块七及附录一、附录二由廖建华编写，模块三、模块四、模块六及附录三、



附录四、附录五、附录六由魏来编写，模块八、模块九和模块十由严辉华编写。邬琛对模块一和模块二进行了审核，潘晋对模块三和模块九进行了审核。最后由廖建华对全书进行统稿。

本教材在编写过程中，参考和引用了许多国内外专家学者的成果，在此深表谢意。由于时间仓促，编者水平有限，本教材内容难免存在缺点错误，敬请专家、同行及广大读者予以指正。

编 者

2013 年 1 月

目 录

模块 1 认识旅行社	(1)
项目 1 旅行社的产生与发展	(1)
项目 2 旅行社的性质与职能	(5)
项目 3 旅行社的类型与业务	(7)
项目 4 旅行社行业组织	(12)
模块 2 旅行社的设立	(17)
项目 1 旅行社设立的基本程序	(17)
项目 2 旅行社组织机构的设立	(22)
项目 3 旅行社的部门职能	(27)
项目 4 旅行社人力资源管理	(36)
模块 3 旅行社产品开发设计	(44)
项目 1 旅行社产品概述	(44)
项目 2 旅行社产品的市场定位	(48)
项目 3 旅行社产品的开发与设计	(54)
项目 4 旅行社产品的创新	(61)
模块 4 旅行社服务采购	(68)
项目 1 旅行社服务采购概述	(68)
项目 2 交通与游览服务采购	(70)
项目 3 住宿、餐饮、购物与娱乐服务采购	(73)
项目 4 旅游保险服务采购	(79)
模块 5 旅行社产品销售	(84)
项目 1 旅行社产品定价	(84)
项目 2 旅行社产品报价	(90)
项目 3 旅行社产品销售渠道选择	(93)
项目 4 旅行社产品促销	(98)



模块6 旅行社接团与发团	(106)
项目1 团体旅游接待	(106)
项目2 散客旅游接待	(115)
项目3 地接社的选择	(120)
项目4 组团社发团	(124)
模块7 旅行社计调业务	(131)
项目1 计调业务与计调人员职责	(131)
项目2 计调工作流程	(136)
项目3 计调业务操作	(143)
模块8 旅行社外联业务	(151)
项目1 外联业务概述	(151)
项目2 业务洽谈与合同签订	(156)
项目3 客户管理	(163)
项目4 外联函电处理	(167)
模块9 旅行社门市经营业务	(172)
项目1 旅行社门市基本知识	(172)
项目2 门市的选址和设计	(176)
项目3 门市的对客服务	(180)
模块10 旅行社票务服务	(190)
项目1 票务服务概述	(190)
项目2 航空票务服务	(195)
项目3 其他票务服务	(202)
附录一 旅行社条例	(213)
附录二 旅行社条例实施细则	(221)
附录三 旅行社责任保险管理办法	(230)
附录四 组团社与地接社合作协议书	(233)
附录五 ××旅行社与××餐馆协议书	(235)
附录六 团队国内旅游合同	(236)
参考文献	(246)

模块1 认识旅行社

任务目标

了解旅行社的产生与发展历史，熟悉旅行社的性质与职能，了解旅行社的分类与业务，理解旅行社在现代旅游业中的地位与作用，熟悉旅行社的行业组织。

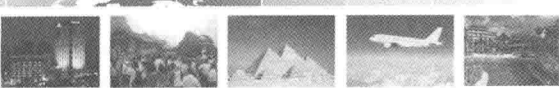
项目1 旅行社的产生与发展

案例引入

1841年7月5日，身为传教士的英国人托马斯·库克，利用面对机器化大生产中人们产生的心理危机，以参加禁酒大会为号召，创造性地组织了世界上第一次团体包价旅游。他包租了一列往返火车，组织570人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会，第一次采用了集体折扣付费的方式，每人收费1先令，包括交通、乐队演奏赞歌、一次野外午餐和午后茶点的费用。这次活动旅游史上被认为是近代旅游活动的开端，具有划时代的意义。这次活动具有后来旅行社经营活动的若干重要特征：其一，采用了集体折扣付费的方式；其二，具有团体包价的雏形；其三，将吃、行、娱等要素集中在旅游活动中；其四，初步体现了旅行社全陪的导游功能。这些特征对于后来的旅行社经营产生了重要的影响与借鉴作用。1845年，托马斯·库克在英国的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，这标志着近代旅游业的诞生。托马斯·库克成为世界上第一位专职的旅行代理商，被称为“世界旅行社之父”。

提出问题

托马斯·库克作为发起、筹备和组织者，自始至终随团陪同照顾，是现代旅行社全程陪同的最早体现。但是，上述活动还不能作为旅行社产生的标志。因为，第一，活动的根本目的是参加禁酒大会，而不是单纯的消遣旅游；第二，托马斯·库克组织这次活动不是出于商业目的（只收取1先令作为来回车票、乐队表演、一次野外午餐和午后茶点的费用，没有以此活动来盈利的目的），它只是为以后托马斯·库克正式创办旅行社打下了基础。对于1841年托马斯·库克的这次活动不能作为旅行社产生的标志，你认为分



析得是否有道理?

我们小组的回答是: _____



相关知识

旅行社是社会经济发展到一定阶段的产物,是人类旅行活动长期发展的必然结果。就世界范围而言,人类历史上第一家旅行社产生于19世纪40年代,而国内旅行社的产生,最早是在20世纪20年代,这与当时特定的社会背景是密不可分的。

一、国外旅行社的产生与发展

(一) 旅行社产生的社会背景

1. 产业革命为旅行社的产生奠定了坚实的物质基础

18世纪中叶,产业革命首先在英国发生。到19世纪,产业革命逐渐扩展到欧洲大陆和世界其他地区。产业革命使世界经济和社会结构发生了巨大改变,使生产力获得空前发展,对人类旅游活动产生了直接的影响。首先,产业革命直接导致了交通运输业的巨大进步,其中最重要的是铁路的问世。铁路的兴建从根本上改善了陆路交通运输状况,不仅极大地提高了单位运载能力,而且为人们外出旅行节省了费用,缩短了旅途时间。其次,在铁路发展的同时,为满足乘坐火车的新型旅行者的需要,铁路公司开始在铁路沿线修建食宿设施,后来又在铁路终点站建造大饭店。交通运输业的革命和旅行服务设施的兴建极大地促进了旅行活动的发展,为旅行社的产生奠定了坚实的物质基础。

2. 旅游需求普遍化为旅行社的产生提供了现实的可能性

产业革命使生产力迅速发展,社会财富急剧增长。社会财富不再只流向贵族和大土地所有者,也流向新兴的工业资产阶级。有产阶级规模日益扩大,他们具备了旅行的经济条件。之后,通过不懈的斗争,工人阶级逐渐争取到一些带薪假期,这使他们也有了外出旅游的可能。然而,仅仅具备外出旅游的经济条件还不足以形成普遍的旅游需求。产业革命导致的前所未有的工业化、都市化最终为旅游需求的普遍化提供了动力。工业的发展使大量人口从乡村流入有大量工作机会、薪水较高的城市。城市生活在给人们带来好处的同时,也带来生理和心理的压力。于是,人们产生了对原有的乡村生活的怀念以及回归自然的愿望,以便能从中获得短暂的休息和调节。这样,离开工作去做短暂旅游成为普遍的需求,旅行社的产生便成为现实。

3. 市场经济的发展为旅行社的产生创造了必要的社会条件

随着产业革命的发展,市场经济得到进一步繁荣,交换方式也产生了深刻的变革。伴随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娱乐为主要目的的旅游产品的需求急剧上升,旅游市场逐渐形成,这就为旅行社的产生提供了必要的条件。世界上第一家旅行社正是在这种背景下产生的。

(二) 国外最早的旅行社

在上述历史背景下,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。当然,在他之前,已经存在为别人安排旅行的组织和个人,如中古时期商人和教会组织的朝圣旅行,英国人托马斯·贝纳特组织的个人包价旅行。但是,这些组织和个人都没有把组织旅行活动作为一项职业。

1841年,托马斯·库克包租了一列火车,载运570人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会,而全程17.7公里(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,并逐步意识到其中蕴藏的无限商机。1845年,他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。也就在这一年,他组织了到利物浦的观光旅游,并为这次活动出版了《利物浦之行指南》,设立了专门的旅游向导。1855年,库克以包价的形式组织了赴法国的出国旅游。到1864年,经库克组织的参加旅游的人数已累计达100多万,他的名字也成为旅游的代名词,在欧美地区家喻户晓。1865年,库克与其子在原有公司的基础上,创办了库克父子公司,并于1872年成功组织了9人环球旅行,从而使公司名声大振。库克对旅游业的贡献,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,他的旅游企业经营管理理念对后世也有深远影响,如他认为旅行事业的经营者应尽可能使游客方便舒适,尽可能地替游客省钱;组织游客去旅游不仅是带游客去游山玩水,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“Save Money for Travel”的口号,对提高人们的旅游意识做出了贡献。

(三) 国外旅行社的发展

继托马斯·库克旅行社之后,欧美各国不断涌现出类似的旅行社组织,如1857年在英国成立的登山俱乐部、1865年在英国成立的帐篷俱乐部、1890年在法国和德国相继建立的观光俱乐部,以及1893年在日本成立的“喜宾会”。20世纪初,旅行社得到了更大的发展。其中尤以美国的运通公司、英国的托马斯·库克公司和比利时的铁路卧车公司最为著名,它们成为当时世界旅行社行业的三大巨头。

据不完全统计,目前全世界旅行社总数在70 000家左右。它们为世界各地外出旅行的人们提供各种服务,组成了一个庞大的旅游服务销售网络。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%。旅行社数量的多少反映了地区旅游业的发达程度。旅游业越发达的地区,旅行社的数量也就越多。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,全世界形成了许多国际性或地区性的旅行社组织,其中以世界旅行社协会(WATA)和世界旅行社协会联合会(UFTAA)的影响最为广泛。

二、国内旅行社的产生与发展

(一) 国内最早的旅行社

我国旅行社最早产生于20世纪20年代。1923年8月15日,爱国人士陈光甫先生在上海商业储蓄银行设立旅行部。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,该旅行部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游类刊物《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, 中国旅行社迁至香港, 现为香港中国旅行社股份有限公司。

(二) 国内旅行社的发展

新中国成立后, 1949 年 11 月 19 日在厦门成立了华侨服务社, 这是厦门中国旅行社的前身。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。这三家旅行社并称为我国的“三大旅行社”。

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。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。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。

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。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。

1996 年 10 月, 国务院发布并实施了《旅行社管理条例》, 该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。

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》的基础上, 国家旅游局和对外贸易经济合作部联合发布了《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。

2009 年 2 月 20 日, 为了加强对旅行社的管理, 保障旅游者和旅行社的合法权益, 维护旅游市场秩序, 促进旅游业的健康发展, 国务院又颁布了《旅行社条例》, 并于同年 5 月 1 日起实施。

据统计, 截至 2010 年底, 全国有各类旅行社 22 784 家, 旅游业务营业收入 2 356.67

亿元，初步形成了一个不同规模、不同档次、不同服务对象、不同所有制形式的多层次、多功能、适应性较强的旅行社网络体系。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，在推动我国旅游业发展方面起着重要的、不可替代的作用。

项目2 旅行社的性质与职能

案例引入

1978年改革开放之前，我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。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垄断局面，三家旅行社基本控制了旅游外联市场。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。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”。

提出问题

旅行社的发展史似乎表明，旅行社承担着双重角色。它既是旅游产品的生产者，又是旅游产品的销售者。实质上，旅行社在旅游活动中处于旅游服务供应商和旅游服务需求者之间，主要起着媒介和经纪人的作用。对于销售包价旅游产品的旅行社来说，旅行社以低于市场的价格向旅游产品要素的提供者（如酒店、航空运输公司等）购进食、住、行、游等服务，然后再根据旅游市场需求对资源进行配置，对原有的服务产品进行组合、包装，使之形成有差别的旅行社产品，并以包价的形式出售给旅游者，从而获取利润。旅游产品要素组合包价过程中常被认为有“生产职能”介入，但组合包价并没有从根本上改变旅游产品的特质，而是更方便了游客的购买，因此，可以说代理销售是旅行社最本质的特征。旅行社在旅游服务供应商和旅游服务需求者之间起着中介作用，这与旅行社的生产职能是否存在矛盾？

我们小组的回答是：_____



相关知识

一、旅行社的性质

(一) 服务性

现代社会已越来越离不开服务,服务经济在社会经济生活中所占的比重越来越大。服务一般是指提供劳动形式,满足他人某种需要并取得报酬的商业行为。它有两个基本特征:一是服务产品与实物产品一样具有使用价值;二是服务不论是由人来提供还是依托物来提供,服务产品的交易仅限于使用权的转移,而不涉及所有权的让渡。旅行社提供的服务产品不同于主要是由实物支撑的饭店服务产品,它主要是通过对物的使用来满足旅游者的需求,更多地表现为人的活动,如代办食宿、预订机票、提供导游接待等。同时,旅行社的包价旅游也使得旅行社产品具有综合性服务的特征。

(二) 中介性

旅行社在旅游活动中处于旅游服务供应商和旅游服务需求者之间,主要起着媒介和经纪人的作用,并通过生产和销售旅游产品将酒店、餐馆、交通、景点、娱乐、保险公司等旅游服务部门同旅游者联系起来,具有纽带作用。

(三) 营利性

旅行社在买进的旅游服务的成本之上加上一定的手续费再卖给旅游者,其利润主要来源于作为中间环节的批零差价,以及作为提供代理服务的佣金。

二、旅行社的职能

(一) 生产职能

旅行社的生产职能是指旅行社设计、开发和组合旅游产品的功能。旅行社根据其对于旅游市场需求的判断或者根据旅游者及其他希望购买旅游产品的企业、单位的要求,设计和开发出各种包价旅游产品和组合旅游产品,然后以低于市场的价格向酒店、交通和其他相关部门批量购买旅游者所需的各项服务,将这些分散的产品组合到一起,并融入旅行社自身的服务内容,形成具有特色的、能满足旅游市场需求的新产品。就包价旅游而言,旅行社最终出售的是具有竞争性价格和使用方便的整体产品。旅游服务供应商所提供的各项分散的服务只是旅行社产品生产的“原材料”,而不是“旅游产品”本身。

(二) 销售职能

旅行社不但直接销售其自身的产品,还是许多其他旅游服务企业及相关企业的重要销售渠道。旅游业中的住宿、交通运输等服务部门,以及各有关接待服务部门,虽然也直接向旅游者出售自己的产品,但其相当数量的产品是通过旅行社这一渠道销售给旅游者的。在现代旅游活动中,旅游产品各个组成部分的生产者经常不直接与旅游者发生购销关系,而是通过旅行社在设计组合旅游产品时实现产品的销售。同时,旅行社也专门代理销售单项旅游服务产品,如代办机票、代订客房等。

(三) 组织协调职能

旅游活动涉及食、住、行、游、购、娱六个方面。旅行社产品的质量同其他旅游服务企业及相关企业的产品质量关联度很高。旅行社要保证旅游活动的顺利进行,离不开

旅游业各个部门和其他相关行业的合作与支持,而旅游业各部门之间以及旅游业与其他行业之间也存在一种相互依存、互利互惠的合作关系。旅行社行业的高度依托性和综合性决定了旅行社要确保旅游活动的顺利进行,必须进行大量的组织协调工作,在确保各方利益的前提下,衔接和落实整个旅游活动过程中的各个环节。旅行社产品的质量和旅游者对旅行社及其产品的满意度,在很大程度上取决于旅行社的协调能力。

(四) 分配职能

旅行社的分配职能主要表现在两个方面:一方面,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;另一方面,在旅游活动结束后,根据接待过程中各相关部门提供服务的数量和质量,合理分配旅游收入。

(五) 提供信息的职能

旅行社提供信息的职能主要体现在两个方面:一方面,旅行社作为旅游产品最重要的销售渠道,始终处于旅游市场的最前沿,熟知旅游者的需求变化与市场动态,因此,旅行社可以及时向各相关部门反馈市场信息;另一方面,旅行社可以将各相关部门的最新信息及时、准确、全面地反映到旅游消费中去,以促进旅游产品的销售与购买。

项目3 旅行社的类型与业务

案例引入

近日,为支持济宁市旅游事业发展,提升旅行社综合实力与市场竞争力,大力实施“引客入济”工程,济宁市政府出台《关于支持旅行社业发展的意见》,在加大政策扶持力度、改善旅行社发展环境、加强旅行社人才队伍建设、加强协会建设等方面给予重点扶持。

济宁市政府从加大奖励措施方面进行引导,对年旅游营业收入首次超过3 000万元、5 000万元、8 000万元、1亿元及以上的旅行社,分别给予1万元、2万元、5万元、10万元的一次性奖励。加大对在域外开设分支机构的支持。济宁市在市外开设分支机构专营济宁市旅游产品且组团来济宁旅游人数达到每年1 000人、3 000人、5 000人以上的,分别予以1万元、2万元、3万元奖励。开展济宁市内旅行社旅游网站评优活动,给予优秀网站1万元的奖励。鼓励旅行社引进、申办全国性、国际性的重要会议与活动,经核准通过的,对旅行社给予申办经费补助,并按其规模与影响给予奖励。对当年被评定为3A级、4A级、5A级的旅行社,分别给予1万元、3万元、5万元一次性奖励,并优先推广宣传。对新进入全国“百强”、全省前50名的旅行社,给予一次性奖励。

该意见还提出了门票优惠和政府采购。济宁市所有景区(点)对该市旅行社所接旅游团队门票实行优惠。“三孔”景区(5A级)对旅行社组织的海内外旅游团队实行八五折的门票优惠,其带团导游员予以免门票;其他景区(点)实行更大幅度的优惠。鼓励