摇图书在版编目（悦孕）数据

摇台湾地区旅行社的经营与管理 辅陈嘉隆，张凌云著 郾—北京：旅游教育出版社 郾[illegible]

摇陈[illegible]

摇Ⅰ郾台…摇Ⅱ郾①陈…摇②张…摇Ⅲ郾旅游社—企业管理—台湾省摇Ⅳ郾[illegible]

摇中国版本图书馆 悦孕数据核字（[illegible]第 [illegible]号

台湾地区旅行社的经营与管理
陈嘉隆摇张凌云摇著

出版单位	旅游教育出版社
地摇摇址	北京市朝阳区定福庄南里 员号
邮摇摇编	[illegible]
发行电话	（[illegible]）（传真）
本社网址	[illegible]
耘原[illegible]	[illegible]
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开摇摇本	[illegible]
印摇摇张	[illegible]
字摇摇数	[illegible]千字
版摇摇次	[illegible]年 员月第 员版
印摇摇次	[illegible]年 员月第 员次印刷
印摇摇数	员~[illegible]册
定摇摇价	[illegible]元

（图书如有装订差错请与发行部联系）

需要全本请访问 www.ertongbook.com

目摇摇录

第一章摇台湾地区旅行社的分类、组织架构与运作 …… 员
摇第一节摇台湾地区旅游及旅行业发展简史和现状…… 员
摇第二节摇台湾地区旅行社的分类…… 圆
摇第三节摇旅行社的组织机构设置…… 源
摇第四节摇旅行社各部门的功能职责…… 苑
摇第五节摇旅行社经营项目的内容与选择…… 怨
第二章摇旅行社产品的设计与开发 …… 员员
摇第一节摇旅行社产品的设计与开发 …… 员员
摇第二节摇旅游行程安排与设计 …… 员圆
摇第三节摇奖励旅游行程设计及执行要点 …… 员苑
摇第四节摇奖励旅游团队操作要点 …… 员怨
摇第五节摇团体成本估价与风险 …… 缘圆
第三章摇旅行社市场营销 …… 缘源
摇第一节摇台湾地区旅游市场的推广与营销 …… 缘源
摇第二节摇旅行社产品市场的营销 …… 缘苑
摇第三节摇旅行社传统营销模式 …… 缘愿
摇第四节摇旅行社现代营销趋势 …… 远圆
摇第五节摇营销策略的运用 …… 远员
第四章摇旅行社组团与接待作业 …… 远源
摇第一节摇出入境手续及组团作业 …… 远源
摇第二节摇领队作业 …… 愿缘
摇第三节摇领队作业流程与管理 …… 愿怨
摇第四节摇旅游保健 …… 怨圆

摇第五节摇如何做好领队工作…… 员远
摇第六节摇导游接待作业…… 员恕
摇第七节摇导游管理实务…… 员远
第五章摇旅行社机票作业…… 员恕
摇第一节摇航空票务基础知识…… 员恕
摇第二节摇旅行社与航空公司计算机的联机…… 员恕
摇第三节摇国际航空运输协会银行结账计划…… 员远
摇第四节摇航空票务作业…… 员装
第六章摇旅行社顾客关系管理…… 员愿
摇第一节摇紧急事件处理原则…… 员愿
摇第二节摇遗失证照、物品事件处理办法 …… 员圆
摇第三节摇交通运输工具的延误、变更或取消时的对策 …… 员缘
摇第四节摇旅客走失、重病或死亡的处置方法 …… 员愿
摇第五节摇其他意外事故的预防和处理…… 员恕
摇第六节摇旅游纠纷的产生与处理…… 员恕
摇第七节摇游客心理分析与领队的带团技巧…… 员缘
第七章摇国民旅游作业…… 员装
摇第一节摇国民旅游的定义及其业务范畴…… 员装
摇第二节摇国民旅游的产品设计与策划…… 员源
摇第三节摇国民旅游出团作业…… 员缘
第八章摇旅行社人力资源管理…… 员圆
摇第一节摇员工的招聘任用…… 员圆
摇第二节摇人力资源管理的参考规章制度实例条文…… 员缘
第九章摇财务资金管理…… 圆苑
摇第一节摇旅行业财务管理的特点…… 圆苑
摇第二节摇旅行社奖金制度及营业外收益管理…… 圆恕
第十章摇旅行社作业流程改造与质量管理…… 圆圆
摇第一节摇台湾地区旅行社的作业流程改造…… 圆圆
摇第二节摇旅行业的互联网发展概述…… 圆源
摇第三节摇隐韵怨围园质量管理体系在台湾地区旅行社中的应用 … 圆远
附录 员名词解释 …… 圆愿
附录 圆相关网站 …… 圆恕
后摇记…… 圆园

第一节 摇台湾地区旅游及旅行业发展简史和现状

近代台湾地区的旅行业可追溯到 员怨苑年设立的日本东亚交通公社台湾分社，抗战胜利后改组为台湾旅行社。园园世纪 远园年代初，台湾地区当局在“交通部”内设置观光事业小组，员怨远年改为“观光事业委员会”，员怨苑员年才开始成立“观光局”。员怨苑怨年台湾地区当局开放岛内居民出境旅游业务（本书中的出境旅游指离开台湾省的旅游活动），员怨怨苑年 员员月又开放台湾地区居民赴祖国大陆探亲，随后并放开了旅行社执照的申请，这使得台湾地区的出境旅游人数成几何级数增长。而随着祖国大陆实行改革开放政策，台湾地区接待海外旅游者人数的增长明显趋缓。在 员怨怨园年时台湾地区出境旅游人数仅仅 源怨怨像万，同年接待的境外游客为 员怨怨万，而到了 员怨怨怨年出境旅游人数达到了 园园园万。

员怨怨园年是台湾地区旅行业发生革命性变化的一年，在这一年中原属航空公司的电脑预订系统（悦丽杂辅阅杂）开始向旅行业渗透。旅行社可以通过电脑系统专线代理各国民航机票、酒店和组合旅行产品，这对于旅行社业务量的增长帮助很大。随着国际航空运输协会（陨禁鹤）推动的银行结算系统（月杂）与税制的改革（开立代收转付凭证）及 员怨怨员年长荣航空等新生力量投入航空市场，台湾地区出境旅客的人数从 员怨怨怨年的 园园园万人，一路攀升到 园园园园年的 苑怨怨万人次。其中，只在 员怨怨怨年出现了 源像的负增长，员怨怨怨年即使发生了“怨·园员”大地震的自然灾害，出境旅游也较上年有 员园怨怨像的增长。园园园员年因受“怨·员员”事件的影响，出入境旅游市场都出现了负增长。出境游客达 苑怨怨怨万，入境旅游者仅为 园园园苑万，出入境之比为 园园苑像顾员，台湾地区的旅游业发展开始由旅游目的地向

客源输出地转化。

圆耙员年台湾地区出境旅游的目的地依次为：祖国大陆（猿源圆万）、香港（圆耙元万）、澳门（员缘圆万）、日本（苑源圆万）、美国（缘源猿万）、泰国（缘源万）、马来西亚（圆缘源万）、印度尼西亚（圆耙愿万）、新加坡（员愿圆万）、越南（员愿愿万）、加拿大（员耙怨万）、荷兰（员耙远万）以及韩国（员耙愿万）。可以看出，目前，祖国大陆和东南亚是台湾地区出境旅游首选旅游目的地，其次是日本和美国。而过去传统的热点市场如欧洲（荷兰除外）、澳大利亚和南非等近年来都出现了止步不前，甚至严重萎缩的情况。

入境旅游的客源地依次为：日本（怨苑圆员万）、香港（猿愿猿万）、美国（猿耙怨万）、泰国（员耙远万）、新加坡（怨苑万）、印度尼西亚（愿怨万）、韩国（愿猿万）、菲律宾（还怨万）、马来西亚（缘苑万）、加拿大（源万）、德国（猿源万）、英国（猿源万）、澳大利亚（猿万）、法国（圆耙员万）、印度（员耙猿万）、荷兰（员耙员万）和意大利（员万）等。入境旅游市场以日本、香港等周边国家和地区及美国为主，其次是欧洲和澳大利亚。

圆耙员年全台湾地区共有 员愿源家旅行社，其中综合旅行社 愿缘家，占 源苑缘；甲种旅行社 员远源家，占 愿愿苑缘；乙种旅行社 员苑家，占 缘苑缘。导游人员共 圆苑猿人，其中专任（全职）源苑人，占 员远缘；特约（兼职）圆耙远人，占 愿源缘。导游人员的男女性别比为 圆怨顾员 从语种上看，日语导游人数最多，占全体导游的 缘苑愿缘，其次是英语占 猿耙员缘，中文占 员远缘，韩语占 猿耙猿缘，其余语种都不足 员缘。这些特征与台湾地区旅游市场特点基本吻合。

第二节摇台湾地区旅行社的分类

在台湾地区，旅行社被视为特许经营行业。开办旅行社有一系列条件限制：依据当局的“发展观光条例”第六十六条规定，“交通部”是旅行业的主管机关。因此，除了“经济部”执照及营利事业登记证之外，尚需有“交通部”的旅行业执照（自 圆耙员年以后旅行社已不需再申请“经济部”执照）；必须缴纳相当数额的保证金；旅行业经理人员须经资格送审，领队带团出境或导游接待外宾，也须领有执照才能上岗；为了保障游客与旅行业者自身的权益和规避因不可抗力和不可预见因素给旅行社经营带来的风险，双方必须签订旅游合同及投保必要的责任险；由于社会的变

需要全本请访问 www.ertongbook.com

迁，消费者与旅行业之间的权利与义务日益受到重视，因此履约的保障也已成为旅游活动中重要的组成部分。

近年来，在资本自由化和产业信息化潮流的影响下，作为特许经营行业的旅行业控制条件也日趋宽松，先是取消了“经济部”对旅行社开业的发照管理，后又在“旅行业管理规则”中删除了有关旅行社的经营场地面积的内容。与此同时，由民间机构参与管理与训练的机会愈来愈多，例如：各地区“旅行业公会”、“质量保障协会”、“导游协会”、“领队协会”、“旅行业经理人协会”等，这些同业公会在行业管理和行业自律等方面发挥出越来越多的积极作用。

台湾地区旅行社按当局颁布的“旅行业管理规则”第三条规定：旅行业区分为综合旅行业、甲种旅行业及乙种旅行业三种。

（一） 综合旅行业的经营业务范围

甲、接受委托代售境内外海、陆、空运输业的客票或代旅客购买境内外客票、托运行李；

乙、接受旅客委托代办出入境及签证手续；

丙、招揽或接待境内外观光旅客并安排旅游、食宿及交通；

丁、以包办旅游方式，自行组团，安排旅客境内外观光旅游、食宿、交通及提供有关服务；

戊、委托甲种旅行业代为招揽前款业务；

己、委托乙种旅行业代为招揽第 款境内团体旅游业务；

庚、代理外国旅行业办理联络、推广、报价等业务；

辛、设计境内外旅程、安排导游人员或领队人员；

壬、提供境内外旅游咨询服务；

癸、其他经主管机构核定的与境内外旅游有关的事项。

（二） 甲种旅行业的经营业务范围

甲、接受委托代售境内外海、陆、空运输业的客票或代旅客购买境内外的客票、托运行李；

乙、接受旅客委托代办出入境及签证手续；

丙、招揽或接待境内外观光旅客并安排旅游、食宿及交通；

丁、自行组团安排旅客出境观光旅游、食宿、交通及提供有关服务；

戊、代理综合旅行业招揽前项 款之业务；

己、设计境内外旅程、安排导游人员或领队人员；

庚、提供境内外旅游咨询服务；

愿即其他经主管机构核定的与境内外旅游有关之事项。

（三）乙种旅行业的经营业务范围

员即接受委托代售境内海、陆、空运输业的客票或代旅客购买境内外的客票、托运行李；

圆即招揽或接受游客境内观光旅客境内旅游、食宿、交通及提供有关服务；

猿即代理综合旅行业招揽第 远款境内团体旅游业务；

源即设计境内旅游；

缘即提供境内旅游咨询服务；

远即其他经主管机构核定的与境内旅游有关之事项。

员怨怨缘年在重新修正“旅行业管理规则”时，台湾地区旅行业界曾提出过两种不同的备选方案：一种是维持现有的三分法；二是在甲种旅行业下并置趸售和直客，即变成甲趸、甲直和乙种旅行业等形式，在甲、乙种执照之外，对趸售业者另发特许证的方式。但结果有关管理机构仍采用了原有的三分法，并将综合旅行业的资本额和保证金作了调整。根据“旅行业管理规则”第十一条规定：综合旅行业实收资本总额，不得少于新台币圆缘园园万元；甲种旅行业不得少于新台币 远园园万元；乙种旅行业不得少于新台币 猿园园万元。而综合旅行业每增设一家分公司，需增资新台币员园园万元；甲种旅行业每增设一家分公司，需增资新台币 员园园万元；乙种旅行业每增设一家分公司，需增资新台币 苑园万元。如原资本总额已达设立分公司所需资本总额者不在此限。另外，第十二条规定旅行业应缴纳注册费、保证金，注册费按资本总额 员择缴纳。综合旅行业保证金为新台币员园园园万元，甲种旅行业新台币 员缘园万元，乙种旅行业新台币 远园万元；综合、甲种旅行业每一分公司保证金为新台币 猿园万元，乙种旅行业每一分公司保证金为新台币 员缘万元。

第三节摇旅行社的组织机构设置

一、旅行业经理人员人数规定和执业资格

摇摇台湾地区旅行社对于经理人的数量和资格都有一定的要求。根据“旅行业管理规则”第十三条：旅行业应依其实际经营业务，分设部门，

各置经理人负责监督管理各该部门之业务，其人数应符合下列规定：

综合旅行业本公司不得少于 源人；

甲种旅行业本公司不得少于 圆人；

分公司及乙种旅行业不得少于 员人。

前项旅行业经理人应为专任，不得兼任其他旅行业之经理人，并不得自营或为他人兼营旅行业。“旅行业管理规则”第十五条规定：旅行业经理人应具备下列资格之一，经“交通部观光局”或其委托之有关机关、团体训练合格，发给结业证书后，才能上任：

员援大专以上学校毕业或高等考试及格，曾任旅行业负责人 圆年以上者；

圆援大专以上学校毕业或高等考试及格，曾任海陆空客运业务单位主管 猿年以上者；

猿援大专以上学校毕业或高等考试及格，曾任旅行业专任职员 源年或特约领队、导游 远年以上者；

源援高级中等学校毕业，曾任旅行业负责人 源年或专任职员 远年或特约领队、导游 愿年以上者；

缘援曾任旅行业专任职员 员苑年以上者；

远援大专以上学校毕业或高等考试及格，曾在国内外大专院校主讲观光专业课程 圆年以上者；

苑援大专以上学校毕业或高等考试及格，曾任观光行政机关业务部门专任职员 猿年以上或高级中等学校毕业曾在观光行政机关或旅行商业同业公会业务部门专任职员 缘年以上者；

大专以上学校或中等学校观光科系毕业者，前项第 圆款至第 源款之年资，得按其应具备之年资减少一年；

第一项训练合格人员，连续 猿年未担任经理人职务，应重新参加训练合格后，方能受雇为经理人。

二、旅行业组织机构设置

（一）旅行业组织的特征

依据“旅行业管理规则”第四条：“旅行业应专业经营，以公司组织为限；并应于公司名称上标明旅行社字样。”因此旅行业的组织为一般企业组织，受到“经济部”和“商事法”的规范，因而以公司或有限公司为最普遍。

旅行业的筹设也要经主管机关核准后方可设立，“观光局”对旅行业的督导机关无论申请前或申请后都得遵守“发展观光条例”有关旅行业部分的管理条文。

在正式营业前也必须取得公司所在地的县市当局的营利事业登记证才算完备。因此旅行业的组织必须符合相关的“法规”方能顺利取得：(员“交通部观光局”核发的营业执照。(圆“经济部商业司”核发的公司设立登记。(猿当地县市政府的营利事业登记证。此外关于旅行业所聘用的经理人除“旅行业管理规则”第十五条规定的资格外，第十四条还规定，有下列情形之一者，不得为旅行业的发起人、负责人、董事、监察人及经理人，已担任者，即应解聘，由“交通部观光局”撤销或废止其登记，并通知公司登记主管机关：

曾犯“组织犯罪防止条例”规定之罪，经有罪判决确定，服刑期满尚未逾 缘年者；

犯诈欺、背信、侵占罪或违反工商管理法令，经受有期徒刑 员年以上刑之控告，服刑期满尚未逾 圆年者；

公务亏空公款，经判决确定服刑期满尚未逾 圆年者；

受破产之宣告，尚未复权者；

有重大丧失债信情事，尚未了结或了结尚未逾 圆年者；

限制行为能力者；

曾经营旅行业受撤销执照处分尚未逾 缘年者；

未经申请核准而经营旅行业业务，经受处分尚未逾 缘年者。

(二) 旅行业组织的机构设置

旅行业内部部门组织的配置，并无统一的模式，需视其营运规模和实际需要而定，不同类别的旅行社因其在经营管理理念和主营业务侧重点等方面的不同而有所差别。这里我们结合台湾地区几家旅行社的实例分别予以说明：

员以经营团体海外批发业务为主的旅行社组织结构特点为团体部和业务部占的比例相当大，团体部中再以海外各地区的线路作进一步的分区单位，业务部则是以台湾地区全省的行销点作分区单位。这种组织设置一般为传统的大型旅行社采用。

圆以同业批售 (提供同业相关旅游产品) 为主的旅行社组织结构，其特点为票务部、财务部和团体部的组织庞大，往往还设立有电脑中心，方便与客户的联络，提高业务运作效率，并可缩短产品营销的中间环节。

猿.以直售团体包价旅游为主的旅行社组织结构其特点为业务经营与产品研发并重，机构设置呈扁平化特征，体现了一种新的经营理念。

源.综合上述实际案例，较为典型的旅行社组织结构兼具以上特点，多数旅行社在此基础上根据其重点营运项目进行增减。除非是规模相当大的旅行社，否则一个部门往往要兼营数种不同性质的业务，或一个主管以其经历背景身兼数个部门的工作。

一般旅行业的组织可区分为经营阶层、管理阶层和执行阶层。经营阶层为负责人如总经理，其工作内容涵盖经营计划、预算分配、资金调度、人事组织、市场分析、营销策略等诸多方面。而管理阶层为部门经理，协助经营阶层将政策化为行动，并督导部属履行职务。执行阶层的基层工作人员则应遵照公司要求开展工作。

旅行社每个部门人员的配置，一般是在部门经理之下，设置副理员~圆名，副理之下设置主任 员~猿名。基层的操作人员 （助理 、管理人员或销售代表则视业务量或性质适度安排。

需要指出的是，随着旅行业发展步入全球化和信息化快行道，旅行社内部组织架构也面临重大的调整。尤其是在网络行销方面，需要有专门的信息技术人员及网页运作人员，相应地，运作模式及组织结构也会随之发生变化。目前，管理当局已经取消对旅行社营业处所 （分支机构如办事处） 及营业面积的限制，并相应增加了在旅行业中应用计算机网络的管理内容，如“旅行业管理规则”中第三十二条、第三十三条等。这也是台湾地区进入 宰辖韵之后的适应之道。可以预料，台湾地区旅行社的规模会朝着极大极小两极分化的方向发展。在未来的重新洗牌过程中，台湾地区的旅行业将面临重新定位和结构重组。

第四节摇旅行社各部门的功能职责

虽然台湾地区旅行社的规模大小不一，且其经营及专业背景亦不尽相同，但旅行社内部几个重要部门的功能和作用却大同小异，大多数旅行社都包括下列部门：

（一） 产品部

本部门负责公司产品的开发设计与估价核算。产品分为年度定期出发的旅游团或散客旅游项目。本部门设主管一至数名，或由副总经理兼管。

下设线控经理、副理等主管。本部门需经常与航空公司及海外旅行社互递信息，有很强大的领队阵容，并可利用资深专业领队的特长设计或主导一些特殊的、深度开发的旅游产品。也有些旅行社将证照组划归由本部门管辖。

（二）客户服务部

本部门视公司的需要而命名，有的取名为业务部，有的亦称为“国外部”。本部门主要目的即是将产品部的旅游行程贩售出去并提供全套的服务。本部门人员对于产品的内容、售价、出境手续及相关的收费及解说等都应该很熟悉。

本部门人员接受客人的委托将行程安排、售价及服务内容等回报产品部，即刻做估价工作。本部门亦需培养合格的领队人员以备消费者指定时派上用场。当本部门被称为业务部时，有可能这是一家经营批发业务的综合旅行社，服务对象为旅行社同业。

（三）商务部

本部门主要是提供散客旅游者出境游购票、酒店订房及其他证照服务。有的旅行社还将电子商务引入本部门作为一项重要的新业务。

有些外商公司，出于语言考虑，安排专人服务。本部门设主管及副主管数名。

（四）票务部

本部门处理所有有关机票购票、订位、退票或其他周边服务的业务，如电子机票，航空公司散客包价等。一般规模较大的旅行社都是国际航空运输协会（[illegible]）会员，也是几大国际[illegible]系统（如[illegible]）的入网成员，并享有银行的[illegible]服务。有的不设产品部的小公司则将团体机票开票、酒店订房等业务纳入本部门的工作。也有的公司将本部门扩大成票务中心，贩售机票给其他旅行业同行。

（五）作业部

本部门主要负责旅行团从出境前的运作至说明会以及返程后的作业流程，有时也负责签证、票务等工作。本部门需经常保持与客户服务部、领队及航空公司的基层票务人员或团控人员互动往来，搞好与这些部门及人士的公共关系。本部门设主管及[illegible]作业人员数名。

（六）“国民旅游”部

本部门主要负责台湾地区居民的省内旅游业务。业务涵盖了整个旅游行程，从接洽生意、估价，甚至带团，经常是提供一条龙服务。因此，在本部门人员配备上尤应注意培养多面手和通才型员工。由于“国民旅游”

需要正本请访问: www.ertongbook.com

没有语言障碍，所需的专业知识反而比出境旅游要求更高，因此对于领团人员的培训要比海外领队的专业要更精深、知识面更宽广。由于本部门的业务量较其他部门要大，有时同时出发十几批，甚至几十批旅行团，故有必要建立一支由专职和兼职人员组成的领队队伍。此外，由于经常有公司组织省内的奖励旅游，故本部门须配备麦克风、音响设备、团体娱乐活动道具等以便于活跃旅程。

（七） 企划部

本部门工作除产品企划之外，还包括研发、广告及旅讯、刊物及专业书籍的编辑等，视各旅行社需要而定。有些公司基于需要也承揽大型项目的企划活动或包机业务。本部门配备有美工、设计与印刷的设备和人才，可以自行设计宣传品或广告。有的公司也将产品的设计放在本部门来做。

（八） 计算机信息室

本部门主要负责公司产品、行程制作、产品上网及信息的更新维护等工作。如果是电子（网站）旅行社，其员工队伍中信息科技人员的比例较高。本部门人员需与航空公司及旅行同业保持密切联系，以保障上游供应商对于产品供应的不虞匮乏。同时，公司内部操作系统的维护（配杂悦配杂及月报等）和数据库的管理（如旅游者资料）都是重要的日常工作内容。本部门设主管及计算机工程师数名。

第五节摇旅行社经营项目的内容与选择

一家旅行社的主营范围或经营路线的确定往往是与企业中主要管理者的经历背景有关，或者是该社在某项业务的操作上有过其辉煌的历史传承，要不然就是持有某种特别的授权或背景关系而经营的几乎是垄断的业务。旅行社是直接面对客人提供服务，而不是生产有形产品的行业。虽然，旅行业在国际化、自由化的发展趋势下，其内部营运的项目及人力资源分配，有了重大的改变，但是就旅行社提供旅游信息、代办出入境手续、签证业务、组织旅行团或替个人及团体设计安排行程的传统内容，并没有本质性的变化。而这些无形产品的内在价值逐渐在社会上达成共识，成为其产品的价格量化标准，这就是旅游产品在市场上的商品化过程。

旅行社的规模及所需的软硬件设施和人员配置，应视其营运的项目而定。如果营运项目是以票务为主，则票务的专业人员和航空公司计算机订

位终端就显得非常重要。如果业务量集中在出境游（[illegible]）上，则一个阵容强大的团队就成为关键因素。因为必须要有业务销售人员、[illegible]作业人员、领队、签证组等各个部门的密切配合，才能圆满完成任务。因此，在决定自己公司的营运范围之前，应先考虑自身的财力、人力、设备、经验等重大的因素后再相机决定。

旅行社的营运范围，大致可以分为下列几项：

[illegible]办理“出入境”手续。

[illegible]签证业务。

[illegible]票务（个别的、团体的、批发的、出境的、省内的，网络票务等）。

[illegible]行程安排与设计（个人的、团体的、大众的、特殊的行程）。

[illegible]组织出境旅游团（批发、直售或贩售其他公司的产品）。

[illegible]接待外宾来台业务（包括旅游、商务、会议、翻译、接送等）。

[illegible]代订岛内外酒店及其与机场间的接送服务。

[illegible]提供岛内外各项观光旅游信息服务（有些内容已经可以收费了）。

[illegible]游览车业务或租车业务。

[illegible]承揽国际性会议或展览会。

[illegible]代理航空公司或其他各类交通工具（快速火车或豪华邮轮）。

[illegible]代理各国旅行社业务或游乐业业务。

[illegible]代理或销售旅游用品。

[illegible]经营领队或导游服务公司。

[illegible]经营移民或其他特殊签证业务。

[illegible]收集、加工整理和发布旅游信息或出版旅游专业书籍。

[illegible]开班训练专业领队、导游或[illegible]票务操作人员。

[illegible]航空货运、报关、贸易及各项旅客与货物之运送业务等。

[illegible]参与旅行业相关之餐旅、游憩设施等的投资。

[illegible]与保险公司合作，开发各种旅游平安保险和其他新险种。

[illegible]经营或出售效用良好的计算机软件（亦可另组计算机公司）。

[illegible]经营银行或发行旅行支票。只有规模相当大，且具国际性声望的跨国企业才有此能力。如英国的通济隆和美国的运通公司都是以旅行社起家，然后再扩展到旅行支票业务的。

[illegible]于某些特定日期或特定航线经营包机业务。

[illegible]经营旅游信息咨询、交换中心。

[illegible]承办奖励旅游团或特殊项目团、包机团。

第一节摇旅行社产品的设计与开发

旅游产品本身是一种无形的、累积经验及声誉的商品；是旅游完成之后才能体会产品的好坏，而且是必须先付费后享受的商品。旅游产品的口碑来自于顾客的认同与服务的高品质。优质的产品并不代表高价位或独享尊荣，却是物超所值、顾客满意或边际效益最大化的代名词。

旅游产品的种类，在消费者需求的改变，各种上游供应商的推陈出新及信息科技一日千里的推波助澜之下衍生出来了丰富多变的式样。而且，在消费者个性化需求的强烈刺激下，上游供应商（包括航空公司、旅馆、大型旅行社、网站旅行社、信息公司等），更提供了依据消费者诉求的条件而组装成的产品。

旅游产品，涵盖的范围从办理手续到信息提供，从个人旅行到团体旅游，只要对消费者能提供具价值感的信息或服务，则获取回报即是合理的代价。而近年来陆续实施的“消费者保护法”及“民法”债篇旅游专章条文，更加强了旅行业在专业责任方面的责任。旅游产品的类型，基本上分为四种：

（一）散客套装旅游行程（云霄霄霄

缘 陨 员、 陨 源、 陨 远等因适应市场需求而出现的人数组成模式（陨 原是为 园人以上团体而设的最低团体人数模式的机票优待方式，航空公司为加强竞争力而降低所需组成的基本人数）。

还 学生票：部分航空公司在特定的航线中，提供给学生使用的优待票。

苑 旅馆订房服务（旅客持 增 即可前往）。

愿 门票、车票等的代售。

（二） 团体套装行程（ 则

灵 现成的旅行团（ 则。

圆 量身订制的旅行团（ 则。

猿 特殊兴趣的旅行团（ 则。

源 奖励旅游产品（ 则。

缘 参加成员的诉求雷同而组成的团体（ ，如登山团、游学团、亲子团、孝亲团、朝圣团等。

还 主题旅游行程（ 则，如岛屿度假系列团、文化艺术交流访问团等。

苑 节庆活动（ 产品，如 年 月 日在台东举办的迎千禧倒计时活动等。

愿 包机团（ 则，因市场供需而出现的特定期间的飞行班次。

（三） 仅提供单项服务者

灵 经办出境手续。

圆 经办各国签证手续。

猿 提供咨询服务而收取顾问费或设计费。

源 信息整合和咨询服务，如 的信息交换中心，国际分时度假计划信息交换中心（ 、零码团（ 。

（四） 其他相关服务

旅游用品、旅游保险、差旅费管理等也开始成为旅行业经营中的一项业务。

第二节摇旅游行程安排与设计

行程的安排和设计关系到旅客游览的兴致和费用，旅行业提供旅客旅

游业务方面的服务，即是提供这一方面的专业知识和经验。不管是旅客个人的旅游安排或是团体的设计，应讲求让客人以最低的费用与最适当的行程安排，享受最物有所值的品质。

自从台湾地区于 员怨愿缘年 员月 员日开放观光以来，出境手续不再是问题，所以旅行团的行程有了很大的变动。员怨愿缘年以前，出境人数不多，取得护照也较难，所以一般旅行团旅游的天数都较长。例如美国团大多约 圆源天，东北亚团约 员苑天，东南亚团约 员远天，欧洲约 猿源天。总的来说，出游天数较多，行程中游览的景点较多，旅游费用也较高，主要是因为团数太少成本较高的缘故。观光开放之时，台湾地区居民收入所得已达相当水准，很多人都有出境旅游的消费能力。尤其是年青一代的上班族，在外语能力、经济情况及带薪假期等方面都发生了很大变化。出境旅游市场也随之变化，这样 员缘天以内的美西团行程出现了，纯日本 苑天游的线路也很畅销，员圆~员缘天左右的欧洲游则成为年轻人的喜爱。这种变化本在预料之中。如何根据市场需求情况的变化设计符合市场需求的旅程，则是我们要讨论的话题。这里我们以美加团为例对如何安排与设计行程作一解说。

（一） 航空公司的选择

当你设计行程时，首先要想到：前往的地区到底有哪几家航空公司的航班可以到达？班次有多少？服务水准及机上餐食如何？游客对该家航空公司的接受程度如何？其航线的分布是否适合游客的需要？票价的竞争力强不强？回程时的航线对旅客方便吗？机票的有效期多久？等等。这些问题都会对我们的行程设计产生决定性的影响。

现在飞美国的航空公司中大部分都可以选用来赴美旅游。这里我们列举几个主要的航空公司在经营上的特点：

员援西北航空 （[illegible]）

西北航空由台北前往日本、韩国以及夏威夷、旧金山、洛杉矶、西雅图等地的航班非常多，几乎天天都有。而且最重要的，它的国内航线更是遍布全美重要城市。同时，西北航进入台湾地区市场已经有好几十年，业界对其已经相当熟悉。近来西北航更推出一种非常便宜的国内线机票，只要在跨越太平洋航线上乘坐西北航飞机，就可以享受此种优惠。这种称之为游遍美国的国内线机票通票 （[illegible]），对于去美国国内多个城市旅行的人来说非常合算。对于多天数的美加旅行团来讲，更是十分方便，这种优惠机票几乎可以到达所有的旅行团必去之处。

[illegible]联合航空（[illegible]）

联航是[illegible]年[illegible]月才进入台湾地区市场的，虽然它是世界最大的航空公司之一，服务水准及餐食都很值得称赞，但因它本身生意不错，所以在团体机票营销上一度不够灵活。联航的航线同西北航空一样，其航线之广真可谓是无远弗及，尤其承接下了泛美航空的太平洋航线之后，声势更加咄咄逼人。以前远东地区的航空公司，在机票价格的竞争上较富弹性，费用较低。但近年来，西北航及联航这两家美国航空公司也加入到混乱的价格战中，联航的市场占有率由此增加不少，与西北航旗鼓相当，势均力敌。

[illegible]中华航空

华航因占语言及航线之便，散客旅游者在他们的营业中占了不小的比例。华航有很多直飞夏威夷或旧金山、洛杉矶、纽约的班机，而其他航空公司的同样航线大部分是在日本或韩国、菲律宾经停转机的。就美东团来说，因华航没有美国国内的航权，所以在行程设计上，需迁就其他航空公司的航线及忍受较高的票价（尽管在市场上机票价格随时会变动），无形中减低了它的竞争力。因此，华航在航线的编排上，偏重美国西海岸，或以纽约为主轴的小美东行程为主。

[illegible]长荣航空

自从[illegible]年开航以来，由于其机队充实、服务优良和公司的形象推广等方面屡获好评。加上短天数、一地游的旅游渐成风气，因而经过几年的苦心经营，长荣已在美国市场占了一席之地。其航线以小美西、小美东、加拿大、落基山等为主。

[illegible]日航及日亚航

在台湾地区市场上，这两家母子公司因具备了班次多、服务好、语言障碍少（很多台湾同胞可以说日语）的特性，因此在美国西海岸占了相当高的乘坐率。虽然在前往美国途中需经由日本转机，但在返程时，却有不少的人愿意借此顺访日本，而且不需要增加费用。另外，日航及日亚航不但有台北出发的航班，还有延伸到高雄出发的，每天前往美国的班机有[illegible]～[illegible]个班次之多，其密度之高足以应付日本及台湾地区的市场需求。但就市场区域来说，它和华航一样局限于美国西海岸，在美国国内一样没有航权。

[illegible]新航、达美航空等

除上述几大主要航空公司外，还有新加坡航空、马来西亚航空、加拿大航空、达美航空、大陆航空等。新航在国际同业中的服务评价甚佳，所以生意很好，也因此新航偏重于个人机票的销售。在夏季团体票常常出现

需要全本请访问 www.ertongbook.com