# 关于民国时期旅行社品牌建设考辨

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2023-12-30

*旅行社的组织 管理 和质量控制 品牌不仅仅是统一的经营 文化 ，也是一个企业经营管理水平的表征，体现在完善的组织和严格的质量控制上。中国旅行社是全国连锁的大型 旅游 企业集团，分支机构遍布全国各地，最多时达到200余处。对于质量的控制关乎企...*

旅行社的组织 管理 和质量控制

品牌不仅仅是统一的经营 文化 ，也是一个企业经营管理水平的表征，体现在完善的组织和严格的质量控制上。中国旅行社是全国连锁的大型 旅游 企业集团，分支机构遍布全国各地，最多时达到200余处。对于质量的控制关乎企业的生存和发展。

中国旅行社十分重视业务运作部门内部操作程序的规范性。其创办人陈光甫先生认为内部手续如身体内脏腑机关，如内部手续办理不善，则犹诸内部脏腑机关摄养不得法,将影响到整个身体，身体衰弱，战斗力就消失，因而“必先整顿内部手续，然后方能言业务之进展”。早在创办初期，中国旅行社就订立了《上海 银行 旅行部办事细则》。单就车务科一项的手续就分为了发售本路票、发售联票、结束、登载客票日记帐、分行转帐、向路局换票手续、未收票款、月报及付款、分行月报及付款、周游券、售票日报单、换票单的作废等十二个方面的内容。而对于办事手续中存在的漏洞，中国旅行社都注意及时处理，并制定相应的措施以防止以后再次发生。

由于接待场所及其从业人员的素质关系到整个服务质量的好坏和人们对旅行社的整体印象，因而中国旅行社制定了许多规章制度，如《办公室服务规则》、《本社同人服务须知》、《茶役服务规则》等，以使员工有章可循。例如，中国旅行社规定职员在办公时间不得阅读与职务无关的书报或办理私事。在办公室中，须保持整洁肃穆的氛围，不得喧哗或在办公室吃东西。处理各项公务必须迅速，当日事当日完，不能积压延误。各项公务手续必须按照规定办理，不得擅自更改等，从而使服务质量得到保证。

这种程序化的管理，使游客不论入住中国旅行社的哪一家招待所，不论走进哪一家分社，都能得到良好优质的服务。一位曾在中国旅行社任职的员工这样回忆到“人们只要在上海委托中旅，他到内地去的万里长征，无论舟车迎送和沿途食宿，都可得到各地中旅分社和招待所的热诚协助”。

制度是管理行为规范化的标志和保障，管理的规范化又使产品趋向标准化。对于多数消费者而言，标准化能够减少服务质量信息在行为主体之间的不对称性。而统一的管理模式、统一的服务标准、统一的销售网络能方便消费者认知企业管理行为，也使消费者对企业产生高度的信任感，能在一定程度上帮助消费者消除消费恐惧，从而能使潜在的消费意愿变为实际的消费行动。

旅行社对员工服务意识的培养和职业 道德 的塑造

中国旅行社非常注重员工服务意识的培养、良好职业道德的塑造，从而给其品牌注入坚实的精神文化内核。

（一）旅行社对员工服务意识的培养

陈光甫先生经常在中国旅行社内刊《旅光》杂志上倡导服务理念，如“人生以服务为目的，服务不分上下，地位无所谓高低，每一种职业应该视其对 社会 之贡献与需要如何而决定其价值，才是正确的观念”。一些宣传服务理念的文章也频频在《旅光》杂志和《旅行杂志》等刊物上发表。有文章认为提高服务精神是发展业务的先决条件，旅行社是服务行旅的机构，强调要具备八项条件方能博得好评，即要亲善，不要谄媚；要诚信，不要虚伪；要真实，不要夸张；要准确，不要固执；要迅速，不要草率；要勇敢，不要躁妄；要机警，不要权诈；要谦退，不要怯弱。该文提出：“在服务的时间，能够善用这十六句放，任何一个旅客，都要赞美，我们的业务，亦随之发扬光大，一日千里”。

中国旅行社还倡导管理者与一般员工在服务方面都是平等的理念。在创办初期，当时身为旅行部经理的朱成章就经常穿着招待员的服装在车站码头接待顾客，以作服务的示范。陈湘涛担任沪社经理时，也是每天亲自在柜台站立一两个小时，及时纠正一些办事错误，如果遇到不易应付的事情，随时指示社员应付方法。

（二）旅行社对员工职业道德的塑造

中国旅行社对于员工优良的道德品质给予表彰，从而形成一股良好的企业风气。1943年10月，在同人内刊《旅光》上就登载了同年8月桐支所发生的一件拾金不昧的事，称：“是为本社侍役之楷模，除由川桂处发给奖金二百元外，并另陈请社长从优奖叙。”正是这样的鼓励容易激发员工的模仿 心理 ，也就能形成企业的一种普遍风气，所以中国旅行社诸如拾金不昧这样的事情层出不穷，为各界所推许。前故宫博物院古物馆馆长徐鸿宝就曾对自己的一次亲身经历发出感慨：“鸿宝于本年（1942年—笔者注）一月十八日行次独山，寄宿招待所，将旅费四千七百元遗置枕下，竟蒙如数交还，具见整饬有方，便利行旅”。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！