# 2024年公司旅游活动总结范文通用

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2025-03-04

*20\_年公司旅游活动总结范文通用一地址： 邮编： 电话：法定代表人： 职务：乙方：姓名(或团体名称)地址： 邮编： 电话：根据国家有关旅游事业管理的规定，甲乙双方经协商一致，签订本合同，共同信守执行。第一条 旅游的时间安排由甲方在 年 月 ...*

**20\_年公司旅游活动总结范文通用一**

地址： 邮编： 电话：

法定代表人： 职务：

乙方：姓名(或团体名称)

地址： 邮编： 电话：

根据国家有关旅游事业管理的规定，甲乙双方经协商一致，签订本合同，共同信守执行。

第一条 旅游的时间安排

由甲方在 年 月 日 至 年 月 日为乙方提供旅游服务。

第二条 旅游的地点及每个旅游景点的时间安排

甲方为乙方提供的旅游景点为\_\_个。分别是\_\_、\_\_、\_\_。

每天的时间安排为上午\_\_时至\_\_时，下午\_\_时至\_\_时。

第三条 旅游的生活安排

甲方为乙方提供食宿，每天伙食在\_\_元至\_\_元标准内。

第四条 导游服务

甲方为乙方提供导游服务，服务内容：

第五条 旅游的费用

本次旅游的费用总计\_\_元(包括食宿在内)。在旅游出发前\_\_日交清。

第六条 旅游的交通工具

甲方为乙方提供交通工具。\_\_、\_\_、\_\_等交通工具都由甲方联系、提供，并保证乙方的旅游

安全。

第七条 甲方的权利义务及违约金

1、甲方应按本合同的规定按时为乙方安排本次旅游。

2、甲方未经乙方同意不得擅自减少或增加旅游景点和缩短旅游时间。如甲方违反约定，应

向乙方赔偿\_\_％的违约金或者乙方可以要求甲方按约定继续提供旅游服务，甲方不提供的，

乙方可以自行旅游，支出的合理费用，由甲方承担；甲方增加游览景点的，增加的费用由甲

方承担。

3、甲方应按本合同规定为乙方提供优质的服务。在旅游期间，甲方应派医务人员、保安人

员等随行，以保证本次旅游的顺利进行。

4、甲方不得擅自变更或，否则按约定赔偿乙方损失额\_\_元。

5、由于甲方的原因导致乙方受到财产损失和人身伤害的，甲方负赔偿责任。如因第三人的

过错造成损失的，甲方在赔偿后，有权向第三人追偿。

第八条 乙方的权利义务及违约金

1、乙方应按时交纳旅游费用，如违反规定在旅游出发前\_\_天内还不交清的，甲方有权不与

乙方签订合同，取消乙方的旅游事项。

2、乙方应遵守甲方安排在本次旅游当中的安全事项及其他合理要求，不得擅自单独行动，

否则后果自负。

第九条 本合同在执行前或执行期间，如有未尽事宜，甲乙双方协商同意后，另订附则附于

本合同之内，所有附则在法律上均与本合同有同等效力。

第十条 本合同一式\_\_份，由甲、乙方各执\_\_份。

甲方：\_\_\_\_\_\_

代表：\_\_\_\_\_\_

年 月 日

乙方：\_\_\_\_\_\_

代表：\_\_\_\_\_\_

年 月 日

律师：

律师咨询：

执业律所：

律所地址：

**20\_年公司旅游活动总结范文通用二**

公司全体员工：

为了加强全体员工的团队意识、增强交流、促进理解，提高全体员工的凝聚力，同时也为了舒缓员工的脑力，体力、精神压力，丰富节假日的生活，经公司领导研究决定进行一次全体员工外出旅游活动。用祖国的大好风光感染员工的身心，更好的调动员工对工作的积极性。外出旅游活动地点方案如下：

1 旅游地点及行程安排：

1.1 黄山、宏村、情人谷、屯溪老街三日游

具体行程安排及详细旅游线路见附件1

1.2 初步计划时间定为xx月4日-xx月6日，具体时间已实际为准。 2 费用预算：

2.1 跟团游：870元/每人。

2.2 费用根据入职年限来计算，具体如下：

2.2.1 入职一年以上的员工费用由公司全额承担;

2.2.2 入职满半年不满一年的员工，自付30%，即261元;

2.2.3 入职不满半年的员工，自付50%，即435元。

3 旅游意义：

3.1 推广企业文化：企业活动的核心目的是增强员工的凝聚力，有了共同价值观的员工才能拥有共同的目标。团结协作，共创辉煌，这是建立企业文化的宗旨。

3.2 放松与答谢： 通过企业活动，向辛苦了许久的员工致谢，同时使员工受到培训，感染员工积极情绪。体现出旅游活动是一种寓教于乐的形式。

3.3 增强沟通：平时，员工以部门为单位开展工作，共同完成部门目标，部门之间的沟通与往来相对较少。有时，为了实现同一个目标部门之间还会引发摩擦。通过旅游促进员工之间的沟通与理解。

3.5 打破级别差异: 平日里员工与上司之间容易因为级别差异造成心理沟通障碍。通过公司旅游活动，拉进上司与员工之间的距离，让人格平等能够充分体现。

最后，预祝全体同仁旅途愉快!

管理部

二零xx年十一月十三日

**20\_年公司旅游活动总结范文通用三**

一、活动主题：

倾情奉献在星火，激情释放到清远

二、活动目的：

1、加强团队凝聚力与团队协作能力;

2、激发职员参与公司各项活动的热情;

3、增强校区间的交流，增进同事间的感情;

4、休闲娱乐，缓解工作疲劳。

三、活动对象：

公司行政人员、任职时间满半年以上的全职老师

(具体名单见附表1：“旅游成员名单”)

四、活动地点：

广东清远

五、活动时间：

20xx年8月底(初定8月25日后，两天一夜)

六、组织形式：

公司统一组织，联系旅行社，自驾车出游

七、活动内容：

清远小北江、玄真漂流、探险、篝火晚会、野战、牛鱼嘴二天游

(详细行程见附表2：“旅游行程安排”)

八、前期准备：

1、提前通知活动参与人员，做好假期计划安排的准备;

2、将全部活动对象分为四组，确定各组组长，旅游期间由各组长负责各组组员，以便紧急事情的传达和联系。组长有义务提醒组员安全问题，尽量避免意外发生;

3、旅游前需准备好几种药品，确定一人负责。旅游必备药品有：

①防晕车类药物：茶苯海明片(乘晕宁)等;

②抗感冒类药物：泰诺感冒片、白加黑、新康泰克、速效伤风胶囊、维c银翘片等;

③止泻类药物：黄连素、氟哌酸配合思密达服用可以迅速抗菌止泻，伴有恶心呕吐症状时可服用藿香正气(液)等;

④外用药：创可贴、碘酒、伤湿止痛膏。此外，红花油可用于外伤或扭伤，风油精、清凉油可用于蚊虫叮咬，氯霉素滴眼液用于普通眼疾。

九、经费预算：

清远两日一夜(包含景点大门票，餐费，住宿费、清远导游服务费，旅行社责任险，旅游意外险。)每人360元，共需8640元。

加上自驾车来回油费及旅游必备药品费用，所需经费大约10000元。

十、注意事项：

1、贵重物品如随身携带，注意保管，切勿离手。

2、行程中或自由活动时若见有刺激性活动项目，身体状况不佳者请勿参加。患有心脏病、肺病、哮喘病、高血压者切忌从事水上、高空活动。

3、旅行时不可擅自脱队。单独离队，应征得所在校区主任同意，并随身携带手机，以免发生意外。

4、抵达景区游览前，谨记组长交代的集中地点、时间、所乘汽车车号。万一脱队，请于集中地点等候组长返回寻找。

5、旅游有时会经过一些危险区域景点，如陡坡密林、悬崖蹊径、急流深涧等，在这些危险区域，要尽量结伴而行，千万不要独自冒险前往。

6、忌分散活动，至少保持两三人的人数才分散活动。切忌单独外出。

**20\_年公司旅游活动总结范文通用四**

杭州海外旅游有限公司创建于1989年，公司主营入境、出境、客运、机票代理和旅游关联业务。为pata(太平洋亚洲旅游协会)成员。自1993年以来，历年荣获国家旅游局评选的“全国国际旅行社百强”证书，多次被浙江省旅游局和杭州市旅委评为“浙江省国际旅行社10强”及“杭州市最佳旅行社”, “百佳诚信旅游企业”。20xx年荣获浙江省首批五星品质旅行社。公司拥有自置的办公楼宇耀江广厦三楼全层和西湖大道营业部营业用房。

公司以经营旅游业为主，“优质服务、信誉第一”为公司的立身之本，“严格管理、效益至上”为公司的经营理念。公司的主要经营范围：

1、出境旅游业务 自1994年开展中国公民出境旅游业务以来，公司具有出境旅游五大优势：人员素质优势、营销网络优势、航空订位优势、地接服务优势、领馆送签优势。

2、入境旅游业务 以招徕、接待世界各地的客人来中国旅游、商务考察。公司拥有一支精通多种语言的专业队伍。

3、国内旅游业务 目前已成功运作国内上百条成熟的旅游线路，以满足高、中、低不等的消费层次。

4、出资参股公司

—杭州海顺客运有限公司，是涉外旅游用车定点单位，拥有各种类型的高档旅游车辆50余辆，为公司组织的旅游客人和社会各界提供服务。

—杭州海外旅游航空服务有限公司，是iata(国际航空运输协会)成员，是中国民航总局指定的客运销售代理人，具有一类代理资质。

**20\_年公司旅游活动总结范文通用五**

由《旅游企业集团化成长》看中国酒店集团化

班级：10旅本2班学号：10120\_21姓名：温珠华

本书分为两部分，第一部分是理论篇，第二部分是案例篇。理论篇又分为四个章节，分别是：旅游企业集团概述、成长的动因及影响因素、成长战略和成长的方式。案例篇分别以锦江国际集团、途易集团、携程和洲际饭店集团为例，阐述了我国旅游企业集团化发展的现状及趋势。

一、中国旅游企业集团化发展历史及现状

1、20世纪80年代初创阶段

在这一时期，与全国其他企业集团一样，我国的旅游旅游企业集团处于一种探索的发展阶段。

2、20世纪90年代中前期：小规模发展阶段

在这一时期，一批大型国有企业相继成立了一批旅游企业集团，例如，1992年成立的凯莱国际酒店管理有限公司，1994年成立的泰达国际酒店集团。同时，我国旅游企业集团的数量较少，规模也比较少。

3、20世纪90年代后期至今：旅游企业集团大发展时期

20\_年，我国嫁人了世界贸易组织，为应对入世后市场进一步开放的压力，提高大型国有企业的竞争力，一批大型的企业集团在国资委和各级地方政府部门的主导下成立或进行了重大的重组。

二、我国酒店集团化发展的障碍

近几年，我国旅游业得到了飞速发展，而作为旅游业中的酒店业为应对旅游业的发展也相继向集团化趋势发展。

我国饭店集团化也经过了三个时期的发展，逐步由成长期向成熟期转变，但是在发展过程中仍然遇到了一些障碍：

1、体制尚不健全，反映在产权关系的不明晰和经济的不独立

我国饭店集团化的手段主要是资产重组和兼并收购。资产重组和兼并收购涉及到经济主体间产权关系的变更，因此饭店要有明晰的产权关系和独立的经济主体地位，集团化过程才能顺利的进行。

而目前我国大部分国有饭店的产权关系并不明晰。这些国有饭店资产名义上是全民所有的，政府作为全民代表管理这些资产，但是国有资产量之巨大，无论 1

从成本上还是专业管理才能上，政府都无法找到足够代理人来行使其作为出资人的职能，因此造成国有饭店所有者的缺位。缺乏有效约束、监督和激励的经营者很难做到从出资人的利益出发按照市场规律来进行经营管理活动。广州白天鹅饭店管理集团，性质上是国有企业，资产权归广东省政府所有。无论从品牌知名度、声誉还是管理经验方面来说，在全国都是首屈一指，但至今仍然只是一个单体饭店，管理经验和品牌价值无从发挥和放大，造成资源的极大浪费。虽然从1992年成立饭店管理公司以来，也管理了十多家高星级饭店，但所取得的成果同白天鹅饭店在国内的地位相去甚远，这同它的国有企业性质有直接关系。

缺乏独立的经济主体地位也是我国饭店集团化进程中又一大障碍。我国国有饭店的绝大部分来自于各级政府、各部委以及中央企业的招待部门，其首要任务是完成所属部门的招待任务，其次才是市场需求。有“南国钓鱼台”之美誉的广州鸣泉居度假村是一个集商务、会议、资讯、旅游、休闲为一体的现代化花园式度假胜地。常常因为临时的政府接待任务而不得不取消部分客房预订，给其声誉造成一定影响。

2.对内对外开放不统一，环境对集团化的发展产生了制约作用

美国的国内游兴起的时候，许多饭店也在全国范围内兴起，国民出游(包括度假和商务)的踪迹走到哪里，饭店就开到哪里，当国民出游的范围扩大到国外的时候，这些饭店也随着他们出游的方向开到国外，成为国际著名饭店集团。

反观目前的国内饭店市场，可以说是对外资完全开放，但是对内并没有形成开放统一的大市场。壁垒主要来自两方面：一是地区壁垒，二是行业壁垒。关于地区壁垒，主要是由于体制原因所形成的地方保护主义导致的。至于行业壁垒从投资主体结构上分析，我国国有饭店分属于党、政、军、警、及商业银行、中央企业等400余家不同的部门，市场竞争度不高。有相当数量的饭店是行业部门的培训、会议、及休闲场所，实际上不自负盈亏，又未完全进入市场或与市场脱节，不必承担市场风险，也不必对前程担忧，因此对集团化也缺乏积极性甚至造成阻力。

3.中国饭店业融资渠道单一，缺乏周转资金

一个行业的发展，没有资金的支持是难以取得成功的。饭店行业本身就是资本密集型行业，尤其是高星级饭店，仅建筑投资动辄上亿甚至数亿。中国的饭店

行业融资渠道单一，高负债经营是中国饭店业的一大特色。饭店业的这种财务状况，无法获得投资者的青睐，再加上中国股市缺乏信托责任和严格的监管，导致证券市场极度低靡，难以在资本市场上融到资金。而中国有资本实力的企业集团又仅仅是把饭店当成内部接待部门，而非战略投资，因此其对饭店的投入旨在维持而非发展，所以很难象欧美的饭店集团那样能够获得集团内部融资。

4.人才问题是中国饭店业发展遇到的最大障碍

任何行业、企业的竞争最终都归结为人才的竞争。饭店业更是这样，这可以从人力资源的两个层次来说。一是经营管理层，这一层次的人力资源保证饭店经营方向的正确、管理方法的贯彻执行和企业文化的塑造、科学管理制度的建立。二是最基层的服务人员，饭店的服务人员是饭店的一面镜子，其行为和语言最直观的体现饭店的文化和经营特色，其自身素质的高低和服务水平直接影响宾客的心情和对饭店的印象。如果说经营管理层是航船的船长和舵手，基层的服务人员就是划桨的人，两方面的共同努力才能既有效率又有效果。

人才问题是我国饭店在发展过程中遇到的最大障碍。尤其是缺少受过良好教育和培训的高级专门人才。据中国旅游协会人力资源开发培训中心调查，我国饭店高层管理者中大专(本)以上文凭的人数占总数的55.21%，中层管理者占40.1%，督导层管理者为32.83%；其中从基层成长、干起来的经验型管理者居多，而科班出身的人很少，复合型的管理人才更少。每年许多饭店在校中招聘大量旅游管理专业的毕业生，但多数不到一年就基本流失了。而旅游管理专业的大学生，本身就很少进饭店，即便进了也是把饭店当跳板，不久就会跳槽。因此饭店人才供求市场就出现了这样的矛盾：一方面饭店需要高学历、高素质的专门人才，而另一方面受过良好教育和培训的高学历人员难以立足该行业。

5、企业文化和饭店品牌重视程度不高

企业文化是企业长期生产经营活动中所自觉形成的，并为广大员工格守的经营宗旨、价值观念和道德行为准则的综合反映。良好的企业文化，有助于形成饭店员工的凝聚力，加强团结协作。在饭店集团化的过程中，品牌的作用也是显而易见的。首先，无形资产的应用是没有边界的，不会受到地域和数量的限制，应用过程中不仅不会消耗而且会积累和增值。其次，对于饭店集团来说，品牌就意味着信誉和稳定的出租率，这在业主选择合作公司的标准中又是及其重要的。

因此品牌优势能够推动饭店业的集团化。虽然企业文化和饭店品牌这些无形资产对于饭店集团化的发展有着重要的作用，但是国内的饭店大多只是一味地追求硬件设施，对企业文化建设不重视，这是一个很大的问题。当然，其中不乏有一些先进的集团，比如华天集团。它在企业文化建设方面不遗余力，从各个方面贯彻执行，包括企业的社会责任、所追求的目标，对员工的思想品质和精神风貌的要求，德才兼备、以德为本的用人标准，重视知识和创新的价值主张；知识资本是有价的，也是无价的，心须拥有比竞争对手更快速的学习能力；重赏创新成功者，宽容创新失败者，淘汰不思创新者。

三、中国酒店集团化发展趋势

面对我国饭店集团化发展的障碍，未来我国酒店集团化发展趋势的应有以下几个方面：

1、规模化发展趋势

“大鱼吃小鱼、强鱼吃弱鱼、快鱼吃慢鱼”使得“强者恒强，弱者恒弱”将是下一阶段中国酒店业集团规模化发展的真实写照。现有的酒店集团，也包括刚进入和计划进入酒店业的投资者，将通过不断扩大规模经营和连锁经营，打造实力强大的超级酒店集团，实现规模化、连锁化竞争优势。

在规模过程中，酒店集团将借助多种形式包括地域扩张、品牌扩张、网络扩张、联盟扩张，通过市场手段实现酒店集团之间并购将逐渐成为规模化的主流。

2、信息化发展趋势

通过现代信息技术和互联网平台，提高酒店集团业务的及时性，实现业务网络化。在当前竞争阶段，信息化已经成为一种竞争基础，离开信息化就无法有效竞争。信息化的酒店集团可通过互联网这个平台为旗下酒店提供网络版的前台运营系统(pms)、后台管理系统(erp)、客户关系管理系统(crm)、采购供应管理系统(scm)、办公室自动化系统(oa)、中央预订系统(crs)、知识管理系统(kms)、远程教育/培训系统(e-learning/training)等集团化服务经营与管理产品，从而使分散的人力、物力、财力、信息等资源能够得到有效的使用、开发与共享。酒店的良好网络会为酒店带来多大客源?据我们统计，目前，国际酒店集团通过网

络带来的客源达20-25%，国内金陵做得比较好，网络带来的客源到20%左右。

3、资本化运作趋势

西方市场从自由竞争走向寡头竞争用了50-80年的时间，中国的酒店市场不允许这样一个缓慢的发展过程存在，尤其是当前全国酒店投资高涨，供大于求短期内不会改变的情况，谁能够首先对中国酒店市场进行整合，谁就有可能在最后的竞争中胜出，其中产权方面的整合将是最为重要的方式之一，对资本的依赖非常强。因此，未来以资本运作来进行市场整合的趋势将日益显现，且国家的政策将有所改变，胡锦涛主席和温家宝总理多次公开表示，要对民企放开，这使得将来国内市场有大的改变。

4、品牌化发展趋势

品牌体现了酒店集团对于自身产品、市场的定位，体现了其核心的经营理念和运营思路，未来的竞争将直接表现为品牌之间竞争。酒店集团将通过对消费需求的研究、产品质量的严格控制和有效的宣传活动来提高消费者对品牌的认知。对于一些规模发展到一定程度的酒店集团，尤其需要进行市场细分，根据需求开发推广合适的产品和品牌，如果说未来酒店集团的品牌化发展将成为竞争成败的重要因素，这一点都不为过。

5、国际化发展趋势

在“请进来”的同时，国内酒店集团也将尝试“走出去”。在选择走出去的地点时，必然要考虑到国内酒店集团的客源流向和国人商务旅游的目的地。目前，锦江和建国酒店管理集团已经在进行国际化拓展的尝试，主要采取自建的方式进行业务拓展。随着国内酒店集团实力增强，通过企业、品牌、业务并购等多种方式，拓展国际市场。最终，与国际酒店集团形成“你中有我，我中有你”的互相渗透的竞争格局。

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！