



21世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材

总 主 编 叶晓军
副总主编 丁乙欣

旅行社经营管理实务

于德珍 主 编

南开大学出版社

21 世纪全国高等院校旅游专业现代应用型系列教材

总 主 编 叶骁军

副总主编 丁乙欣

旅行社经营管理实务

主 编 于德珍

副主编 丁乙欣

编 者 张文敏 耿庆汇 钱益春

黄 宇 李 轲 李 晓

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理实务 / 于德珍主编. —天津: 南开大学出版社, 2015.10
21 世纪全国高等院校旅游专业现代应用型系列教材
ISBN 978-7-310-04940-0

I. ①旅… II. ①于… III. ①旅行社—企业经营管理—高等学校—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 216614 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 孙克强

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

唐山新苑印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2015 年 10 月第 1 版 2015 年 10 月第 1 次印刷

230×170 毫米 16 开本 18.25 印张 332 千字

定价: 38.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

21 世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材
编撰指导委员会

(按姓氏笔画排列)

卜复鸣	丁乙欣	马洪元	于德珍	王 冰	王仲君
王建平	王雅红	叶骁军	邓 辉	田克勤	任昕竺
刘晓航	华国梁	朱俊彪	沈鸿秋	刘庆友	李 岫
李 晓	邢夫敏	陆 锋	沙 润	肖 飞	单鹏飞
康 泰	俞晓红	喻学才	黄震方	蒋亚奇	鲁 斌
臧其林	魏向东				

21 世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材
编写组

总 主 编 叶骁军

副总主编 丁乙欣

叶骁军	刘晓航	王建平	马洪元	单鹏飞	于德珍
邢夫敏	柯 英	李 晓	黎宏宝	谢 佳	李雪冬
陈建军	吴 捷	吴新宇	曹灿明	王雅红	刘 华
许云华	蔡军伟	王辉晖	杨传明	范轶琳	黄 玮
丁乙欣	顾秀玲	高雯雯	秦 璐	韩 燕	马 敏

总前言

旅游，最时尚的活动。

旅游，最让人钟情的积极休闲方式。

当旅游成为一种产业，而且是世界最大的产业的时候，关于她的研究，关于她的人才培养——专业教育，便纷至沓来……

中国的旅游业离不开世界的土壤，中国的旅游教育是世界旅游教育的有机组成部分。中国最初的旅游教材主要是在借鉴国外教材的基础上编撰的。最初的教材，她们，是中国旅游教材的弹词开篇；她们，是中国旅游教育的奠基石；她们，是国产旅游教材的阶梯……

其后，旅游教材如雨后春笋，茁壮成长。

旅游科学是理论与实践密切结合的科学。中国高等教育已进入大众化时代，它要求每一个大学毕业生必须既具有高度的理论基础，也必须具备实际的工作能力。旅游教材应跟上现代社会的发展，告别一支粉笔一本书的时代，告别仅给教师一本书让教师自己制作 PPT 的时代，告别学生纸上写作业的时代，进入电脑网络教学的时代，通过现代教学手段实现理论与实践教学密切结合。

我们这套教材是为适应高等教育大众化时代，要求本科教育培养现代化应用型人才的大趋势而产生的。它是由国内多所高等院校旅游类专业的资深教师联合编撰的最新旅游类专业新概念系列教材。

本教材适合旅游类专业（包括旅游管理、饭店管理、导游、餐饮与烹饪等专业）本科使用，同时也适合广大的旅游爱好者及相关培训使用。

教材具有以下特点:

1. 系统性。全套教材每本约 25 万字, 包括旅游理论、旅游资源、旅行社管理、酒店管理、财会管理等模块。

2. 时效性。它采用了 21 世纪最新的体系、理论、观点、数据、资料和案例。

3. 统一性。全套教材体例统一, 教学要素完整, 章节层次脉络清楚。各章节有内容提要 and 练习。其他教学要素如教学大纲、重要概念、图片、表格、阅读材料、资料卡片等编制在光盘中。

4. 实践性。重视实践活动, 有书面及电子实训和练习, 可用电脑与网络进行作业和实训。

5. 方便性。为了方便教师课堂教学和学生课后学习的需要, 随书附有与教材相配套的网页式虚拟辅教光盘。虚拟光盘采用 Frontpage 软件制作(部分教材增加 PPT 课件), 版面活泼, 色彩丰富, 使用方便。内容包括课程教学大纲、全书各级目录、主要内容、重要概念、图片和表格、练习和思考, 以及超级链接: 扩展知识面的阅读材料、资料卡片等, 生动、形象、直观, 可与纸质教材相互配合使用。此材料用智能手机从书末南开教育云网站二维码扫描即可。辅教光盘大幅度减轻教师负担, 特别是基本免除教师板书之劳。

“21 世纪全国高等院校旅游类专业现代应用型系列教材”一套十余本, 自 2008 年 6 月出版以来, 受到较好的评价, 这也是对我们的一种鼓励和鞭策。

为了更好地适应新的形势, 在南开大学出版社的提议和支持下, 我们开始陆续对第一版教材进行修改。这次修改, 总的框架和体例保持不变, 主要是根据旅游界最新的研究成果和变化的现状更新数据和材料, 抽换部分章节, 内容上进行了部分增删, 并更加强调了教材的现代教学手段, 一些教材增加了电子作业。部分教材虚拟光盘中增加了 PPT 课件, 以方便教师应用。这些修改, 目的是使教材能与时俱进。

由于我们水平和学识所限, 本套教材一定存在不少缺陷和疏漏。我们衷心希望, 使用本教材的院校和师生提出宝贵建议与意见。

总主编邮箱: yxjsz2012@163.com

编者

2014 年 12 月

内容提要

本书是国内多所高校旅游管理专业联合编写的旅游专业现代应用型系列教材之一。旅行社是旅游业重要的产业部门，在应对全球化时代旅行社面临着各种新挑战，需要更新管理理念和管理方式，全面提高竞争力。旅行社管理是旅游管理专业的主干专业课之一。本书在编写过程中注重理论环节与实际运用相结合，并有意识地体现应用性和创新性的特点。内容编排时在确保教材所需的理论深度的前提下，力求体现旅行社的工作流程，注重培养和拓展学生的操作技能。在体例的设计上安排了案例分析和阅读材料供读者思考与借鉴。

本书系统论述旅行社经营管理的基本概念，着重介绍旅行社的经营活动，注重内容全面并兼顾专业深化。第一章介绍旅行社产生与发展的历程，简述旅行社的业务类型和行业特征。第二章介绍旅行社设立的条件和相应的程序，并对其组织结构进行探讨。第三章至第七章系统阐述旅行社的基本业务，特别是对产品的设计开发、营销管理和接待管理三大核心业务进行深入浅出的剖析。优秀的人力资源是可能形成旅行社独特能力的重要条件，因此在第八章对于人力资源的开发与管理进行着重阐述。第九章与第十章分析信息技术对旅行社的影响和旅行社在信息技术时代的经营对策，对旅行社未来发展的趋势进行选择性的介绍。

本书适宜作为旅游专业本专科学生的教材，也可以作为广大旅游爱好者的阅读书籍。

目 录

总前言	(1)
内容提要	(1)
第一章 旅行社与管理概述	(1)
第一节 旅行社的产生与发展	(1)
第二节 旅行社的管理与管理者	(8)
第三节 旅行社业务类型与行业特点	(15)
第二章 旅行社设立与组织结构	(21)
第一节 旅行社设立的条件和程序	(21)
第二节 旅行社的组织结构	(29)
第三节 旅行社的行业组织	(38)
第三章 旅行社产品设计与开发	(43)
第一节 旅行社产品概述	(43)
第二节 旅行社产品设计与开发	(51)
第三节 旅行社特种旅游产品的设计与开发	(64)
第四章 旅行社的采购管理	(77)
第一节 旅行社服务采购概述	(77)
第二节 旅行社服务采购的策略	(83)
第三节 旅行社服务采购的程序	(86)
第四节 旅行社旅游服务采购管理	(98)

第五章 旅行社的营销管理	(102)
第一节 旅行社市场的细分	(102)
第二节 旅行社目标市场的选择	(106)
第三节 旅行社的价格策略	(109)
第四节 旅行社的营销渠道策略	(114)
第五节 旅行社的促销策略	(121)
第六节 旅行社的品牌策略	(124)
第六章 旅行社的接待管理	(134)
第一节 旅行社接待人员的管理	(134)
第二节 旅游团队接待工作的管理	(139)
第三节 旅行社散客接待工作的管理	(155)
第七章 旅行社的发团管理	(163)
第一节 发团的概述	(163)
第二节 选择理想的地接社	(167)
第三节 旅行社发团作业流程	(176)
第八章 旅行社人力资源管理	(183)
第一节 旅行社人力资源管理概述	(183)
第二节 旅行社员工的选聘	(189)
第三节 旅行社员工的培训	(195)
第四节 旅行社的绩效考评与薪酬管理	(201)
第九章 信息技术与旅行社管理	(208)
第一节 信息技术的应用对旅行社的影响	(209)
第二节 旅游电子商务与旅行社的发展	(218)
第三节 旅行社网络化经营的对策	(228)
第十章 旅行社发展的展望	(232)
第一节 影响旅行社发展的因素	(232)
第二节 我国旅行社发展中存在的问题	(239)
第三节 发达国家旅行社产业的现状与发展趋势	(245)
第四节 旅行社业的发展趋势	(248)
附 录：中华人民共和国旅游法	(261)
主要参考文献	(276)
后 记	(279)

第一章 旅行社与管理概述

本章提要

本章首先分析旅行社产生的背景，回顾国内外旅行社产生和发展的历程，对旅行社管理的预期目标与管理职能进行概要叙述，对管理者的管理对象及管理者的素质要求进行较为详尽的阐述，分析旅行社业务类型与行业特点。

第一节 旅行社的产生与发展

一、旅行社的产生

(一) 旅行社产生的背景

旅行社的产生是旅游活动长期发展的产物。旅行社是近代旅游业的标志，它是经济、科技和社会分工发展的直接结果。

18 世纪中叶发生在英国的工业革命，导致了手工业工具逐渐被机器和机动工具所取代，推动世界各国的经济结构和社会面貌发生了巨大的变化。作为社会

经济活动产物的旅游活动也随之极大地改变了发展进程。

工业革命对旅游活动的影响表现在以下几个方面：

1. 中产阶级加入到旅游者行列。生产力的迅速发展、社会财富的急剧增加，使有产阶级人数日趋扩大。人们可自由支配的收入增加较多，使外出旅游成为可能。在工业革命之前，旅游是贵族等少数有钱人所享受的特权，工业革命导致社会财富流向有产阶级，使之具备了外出旅游的经济条件，从而使得能够旅游的人数增多。

2. 科技进步使交通基础设施改善。旅游从居住地到目的地之间需要进行空间的转移，交通基础设施的改善与旅游事业的发展直接相关。1769年瓦特发明的蒸汽机很快地运用到交通工具上，蒸汽机车、蒸汽轮船应运而生。特别是在铁路技术方面的发展运用，为人们提供载客量大、快速省时、低价方便的运输工具，使人们大规模、远距离的旅行成为可能。

3. 城市化进程的加速。工业革命使人们工作、生活的重心从农村转移到城市。城市紧张的生活节奏使人们身心疲惫，喧嚣、繁杂、拥挤的生活环境使人们感到压抑，产生回归自由、宁静的大自然的需求。城市居民出游的人数远高于乡村，城市化进程加剧了近代旅游的快速的发展。

4. 产业革命改变了人们的工作性质。人们从乡村涌入城市后，生活方式从闲而有致、随农时变化的农业劳动转换为枯燥乏味的、重复单一的机器化大生产劳动。人们产生强烈的度假要求。经过工人阶级的不懈斗争以及生产力的提高，历时一个多世纪，最终才获得带薪假日。城市劳动者也将有可能加入旅游者之列。

产业革命所带来的经济繁荣、铁路交通的兴盛、劳动大众要求假日的呼声赢得社会的赞同，为人们外出旅游提供了可能。

虽然民用交通、旅馆、餐饮等配套服务部门的完善和发展，方便了近代大生产时代人们的出游。但当时绝大多数人由于没有旅游的经验与传统，加之对异国他乡的情况不熟悉，对旅行所需的相关手续不太了解，以及语言、货币兑换这些外出旅游障碍的存在，不会贸然出门远行。潜在的旅游需求受客观条件的制约不一定转换为旅游活动。市场迫切需要一种旅游的中介组织，将旅游者与提供旅游服务的各个部门联合起来。

（二）国外旅行社的产生

正是在这种历史背景下，托马斯·库克成为世界上第一位专职的旅行代理商。托马斯·库克1808年出生于英国莱斯特（Leicester）的一个贫寒家庭。10岁辍学，先后做过帮工、颂经人、木匠等。库克笃信宗教，提倡禁酒运动，希望通过禁酒运动鼓励工人阶级少喝酒、接受更多的教育。1841年库克组织了莱斯特

(Leicester) 到拉夫伯勒 (Loughborough) 参加禁酒社团的一日游活动。全程往返 22 公里, 有 570 人参加, 每人收费 1 先令。活动虽然是非商业性的“业余活动”, 却被认为是世界上包价旅游之起始。因为他采用了集体折扣付费的方式, 具有团体包价旅游的雏形, 将旅游、娱乐、饮食等要素集中于旅游活动之中。库克的全程随行, 初步体现了旅行社全程导游陪同的功能。因这次活动面向公众, 参加人员很多, 相当成功, 为他以后创办旅行社提供了经验。经过数年的准备, 库克于 1845 年创办了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社 (即今天英国通济隆旅行社的前身), 专门从事旅行代理业务。1845 年组织了 350 人的旅游观光团, 从莱斯特 (Leicester) 到利物浦 (Liverpool), 进行为期一周的旅行。库克作了精心的准备, 亲自考察旅行线路, 确定参观的景点, 安排食宿等有关事宜, 还编写了旅游指南《利物浦之行手册》发放给旅游者, 并配有向导。各项活动都体现了当今旅行社的基本业务。1872 年库克组织了 9 位不同国籍的旅游者参加的世界第一个包价环球旅行团, 进行为期 222 天的环球旅行, 行程达到 4 万公里。从此, 托马斯·库克旅行社名声大噪, 享誉欧美大陆。通过 150 多年的发展, 今天英国通济隆旅行社已成为旅游业的巨头, 在全世界有近 1 万名员工及 1600 家办事处。托马斯·库克也被人们称为旅行社行业的鼻祖。

(三) 国内旅行社的产生

我国最早的旅行社产生于 20 世纪初期。那时, 国际上旅游活动蔚然成风。英国、美国等外国旅行社在上海等地开设旅游代办机构。1923 年爱国人士陈光甫先生在上海商业储蓄银行设立旅行部, 为旅客代售车票、代订旅馆、承担接待业务。虽然旅行部的规模很小, 但他们总是满怀热情地向人们宣传旅行部的业务和服务宗旨, 同时以最谦恭、最热情的态度为旅客服务, 经过几年不懈的努力终于得到人们的认可, 先后在铁路沿线及长江各港口城市设立办事机构 11 处, 并于 1927 年 6 月从上海商业储蓄银行中独立出来, 正式成立“中国旅行社”。

中国旅行社的业务宗旨是: “导客以应办之事, 助人以必须之便。如舟车舱之代订, 旅舍卧铺之预订, 团体旅行之计划, 调查游览之入手, 以至轮船进出日期, 火车往来时间, 均在为旅客所急需者。”为求得社会的理解和支持, 陈光甫先生抱定“人争近利, 吾图远功”的方针, 旅行社得到了长足的发展, 最盛时期拥有 87 个分社和招待所, 遍布华东、华北、华南等地区的 15 个城市, 并在中国香港、河内、新加坡、纽约、伦敦等地设立分社。有员工近千名, 成为业务范围和影响遍及海内外的大型旅游连锁企业。

阅读材料 1-1 中国第一家旅行社的创办

陈光甫先生之所以想到开办中国第一家旅行社有着多方面的原因。首先, 因

为他本人就是一位旅游爱好者，东西南北，萍迹所至，远远超过万里。但根据他的亲身经历，深感在国内旅游反而不及到国外旅游那么方便与舒适。其中一个重要方面就是中国缺少欧美发达国家所具有的为游客服务的健全机构，游客往往被食宿起居等琐碎问题所困惑。他认为一旦有了自己的旅行社，这些问题就可以得到解决。其次，在 20 世纪初，美、英、法、意、德等发达的旅游国家曾兴起过一段环球旅游热。上海是旅游团必到之处，但上海负责接待的导游往往仅将外国游客带往城隍庙。而陈光甫先生认为，城隍庙“根本谈不到风景名胜，更无所谓文化”。所以，他当时就考虑要取法西方，训练一些优秀的导游人才，引导外国游客游览中国真正的名胜古迹，认识一下中华民族的历史文化。此外，一天深夜，陈光甫先生乘火车抵达徐州，看到许多等车的乘客因无栖身之处而在寒风中瑟瑟发抖。他立即想，应该设一服务机构，为长途旅程中备感辛劳的过客提供一个暂时休憩小坐之所。陈光甫先生回忆说：“这也可以说是我设计中国旅行社最早的一幅蓝图。”可见，陈光甫先生创办中国旅行社主要出自他的爱国热忱和为社会服务的意识。

上海商业储蓄银行旅行部创立之初先是附设于上海银行国外部，后又迁往四川路独立门户。为推广业务，旅行部成立一个月后即在杭州设立分部，之后又陆续添设，5 年间，共设立分部 11 处。1927 年，上海银行董事会决定投资 5 万元，使旅行社与银行分离，正式改名为“中国旅行社”。1928 年初即获得了国民政府颁发的第 1 号旅行业执照。中国旅行社的业务发展很快，最迅速的阶段是 1931~1937 年，这一时期，中国旅行社陆续增设的分社和办事处达 45 所。它的拓展有一特点，即与国内交通线的开辟同步。如陇海铁路筑至西安后，便相继设立陕州、潼关、西安等分社；连云港开港，立即设立墟沟、新浦两分社；浙赣铁路开通，又设立金华、南昌分社；粤汉铁路通车，再设广州、衡阳分社。同时，中国旅行社还在著名旅游点、人口稠密处、交通要冲增设隶属于当地分社的支社和办事处。

1937 年抗日战争爆发后，中国旅行社辛苦经营十余年的成就损失殆尽。抗战结束后，社会动荡，旅游事业无法加大发展。1949 年中华人民共和国成立前夕，陈光甫先生避居香港，中国旅行社的重心也随之迁往该地，办理从中国香港到国内的客运业务，并经营中国台湾、南洋一带和日本的旅行业务等。但终因为偏于一隅，整体业务每况愈下。1953 年，中国旅行社宣布正式撤销。这一年，恰逢是它诞生 30 周年。

（郑焱. 中国旅游发展史. 长沙：湖南教育出版社，2000：293~294）

二、旅行社业的发展

(一) 世界旅行社的发展

在库克创办了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社之后，旅行社在世界各地蓬勃发展起来。19 世纪下半叶，欧洲出现了许多类似于旅行社的旅游组织。英国 1857 年成立了登山俱乐部，1885 年成立了帐篷俱乐部；法国、德国都于 1890 年成立了观光俱乐部；美国运通公司于 1850 年起兼营旅行代理业务，并于 1891 年发售了与现代使用方法相同的旅行支票。

20 世纪初叶，旅行社业得到更大的发展，美国运通公司、英国托马斯·库克公司和比利时为主的铁路卧车公司成为当时世界旅行社行业的三大巨头。

第二次世界大战结束后，特别是 20 世纪 50 年代以后，旅游业的发展与繁荣更为旅行社行业的发展提供了前所未有的机遇。西方一些发达国家普遍实行了带薪假日，使为数众多的工人获得了更多的余暇时间。各国民航运输业逐渐引入大型的喷气式飞机，极大地缩短了人们旅途中用于交通方面的时间。由于社会生产力的提高，世界经济的快速增长，可自由支配收入也大幅增加，从而为旅游活动的迅速发展和普及提供了条件。世界旅游业取得了前所未有的发展，仅国际旅游收入每十年增长一倍，远高于同期的世界经济平均增长速度。

由于旅游需求的巨大拉动，各国旅行社得到空前发展，旅行社的数量和营业额大幅度增加。目前全球旅行社尚无精确统计，总数约为 80000 家。其中旅行社最多的地区是北美和欧洲。这两个地区旅行社合计约占世界旅行社总数的 80% 以上。

20 世纪 90 年代以来，世界旅行社业的发展出现了一些新的变化：欧美发达国家的旅行社都十分明显地出现了两极分化的趋势，即以超大型旅行社和小型旅行社为主共同构成旅行社业；在旅行社行业规模不断扩大的同时，产业集中度也不断提高，在欧美位于前十位的超大型旅行社，其营业收入已占到所在国旅行社营业收入总额的 40% 以上，企业竞争力大大增强。随着网络化经营的普及，旅行社通过网络与相关企业实现业务联系，对本企业内部进行科学管理，旅行社的经营效益不断提高，实现了业务经营的“快速、准确、简单”，网络化经营已成为发达国家旅行社经营的主流；国际企业集团通过购并旅行社集团进入旅行社行业；同时以美国、德国、英国等国家的大型旅行社为主导的企业兼并、收购与战略联盟，使得发达国家旅行社的所有权发生了极大的变化，形成了一批实力雄厚、市场占有率高、经营业务广泛、能够对整个市场产生重大影响的旅行社行业巨头。

(二) 中国旅行社的发展

新中国的诞生，为中国旅行社的发展开辟了广阔的前景。旅行社的发展经历了不同的时期，大体分为三个阶段：传统体制下的政治接待阶段、体制改革中的

粗放式增长及行业调整阶段、面向新世纪的内涵式全面发展阶段。

1. 政治接待阶段

新中国成立后,为保护华侨、侨眷的正当利益,方便他们出入境旅行,于1949年11月9日在福建厦门成立了新中国第一家旅行社——厦门华侨服务社。此后几年中,在泉州、福州、天津、沈阳、无锡、大连、长春、哈尔滨、抚顺、汉口、南京、苏州、上海、杭州、昆明等城市都建立了华侨服务社。1957年4月22日,华侨服务总社在北京成立,1974年更名为中国旅行社,由中央政府和各地的侨务办公室负责,主要接待回国探亲的港澳同胞、海外华侨及海外华人。随着我国国际地位日益提高,与我国建交的国家不断增多,来华公务出差和旅游的外宾逐渐增多,为加强国际交流,做好对外接待,1954年4月15日,中国国际旅行社总社在北京成立,并在上海、天津、杭州、南京、汉口、广州、沈阳、哈尔滨、大连、满洲里、凭祥、南宁、南昌等地成立了分社与支社,由中央政府及地方政府外事办公室直接领导,主要承办有关外宾事务的接待。但是由于体制的原因,加上我国经济水平不高,旅游业发展缓慢,进入一个勉强维持的阶段。从新中国诞生到1978年近30年的时间里,全国只有两家旅行社,都是以政治接待为主,不具备企业的性质。

2. 粗放式增长及行业调整阶段

1978年到1989年这一时期完成了旅游业的战略性转折。改革开放后,国旅和中旅的主要任务转变为接待自费来华的旅游者,旅行社逐步转变为以经营服务为主的经济性产业。1980年,中国青年旅行社总社在北京成立,这一时期,中旅、国旅、青旅三大旅行社垄断着吸引海外客源的外联权,形成了我国旅行社行业寡头垄断的局面。中旅、国旅、青旅具有相对明确的业务分工。中国国际旅行社主要接待外国来华的旅游者,中国旅行社主要接待港澳同胞和来华旅游的海外华人,而中国青年旅行社则以来华旅游的青年旅游者作为主要接待对象。1980年,这三家旅行社接待的来华旅游者占到全国组织接待人数的80%,其余20%由其他政府机构组织接待。

随着旅游业的进一步发展,为了适应新形势,1984年国务院就我国旅行社的体制改革作出了两项决定:一是旅行社由行政或事业单位转变为企业性质;二是打破垄断,允许各旅行社之间竞争。1984年国家旅游局决定下放外联权,允许更多的旅行社经营国际旅游业务,并授予它们业务经营必需的签证通知权。1985年5月11日国务院颁发《旅行社管理暂行条例》。

作为我国旅行社业的第一部管理法规,它按照业务范围将我国旅行社分为三类。第一类旅行社经营对外招徕并接待外国人、华侨、港澳同胞、台湾同胞来中国、归国或回内地的旅游业务;第二类旅行社不对外招徕,只经营接待第一类旅行社

或其他涉外部门组织的外国人、华侨、港澳同胞来中国、归国或回内地的旅游业务；第三类旅行社经营中国公民国内旅游业务。《旅行社管理暂行条例》的实施对我国旅行社业的发展起到了积极的促进作用。只要符合规定条件并经旅游主管部门批准，中央和地方各部门均可以办旅行社，凡是经批准开办的一类社就都有外联权。由于政府的放权，旅行行业由行政事业向产业化发展迈出了重要的一步。20 世纪 80 年代初期以大量进口豪华旅游汽车为代表的旅游交通业的大发展和 20 世纪 80 年代中期旅游饭店的大发展，缓解了旅游供给方面的短缺，提高了综合接待能力，为旅行社的发展创造了条件，20 世纪 80 年代末期，我国旅行社如雨后春笋般发展起来。随着旅行社数量的激增，中旅、国旅、青旅三家旅行社在业界的垄断地位开始动摇，在 20 世纪 80 年代末宣告结束。

（1）快速增长阶段（1990～1994 年）

这段时间进入了前所未有的快速增长时期。国内旅游市场因经济发展而形成高涨之势。据国家旅游局统计资料显示，1994 年我国国内旅游人数达到 5.24 亿人次，比 1993 年增长 27.8%。国内旅游收入达 1023.51 亿元人民币，比 1993 年增长 18.5%。持续增长的国内旅游为旅行社的进一步发展提供了更为广阔的市场空间。在本阶段，中国政府开始允许中国公民出国探亲 and 旅游，使我国出境旅游市场开始形成，为旅行社提供了一个新的市场空间，更重要的是使我国旅行社由过去的只能单方面要求客源地旅行社输送客源转变为可以互送客源，极大地改变了我国旅行社在合作关系中旅行社的地位，并为我国旅行社巩固和发展与客源地旅行社的合作关系创造了有利条件。

（2）结构调整阶段（1995～2001 年）

20 世纪 90 年代初期各类旅行社出现明显的分散化趋势。在宏观经济体制改革不断深化、旅行社行业进入壁垒降低、入境旅游和国内旅游人数逐年增加的背景下，我国旅行社业的市场供给主体不断扩张，直接导致了市场竞争程度趋于完全化。从制度变迁的角度来说，这意味着我国旅行社业达到了一个新的高度。从行业经营角度看，也出现了无证无照经营、超范围经营，旅行社内部产权不明晰，导致旅行社经营效益低。各地旅行社出现不同程度的混乱局面，如地方保护主义严重，阻碍了旅行社的网络化经营，出现旅行社经营管理水平低和竞争能力不足等一些不利于行业发展的现象。为此，政府于 1996 年开始，对旅游市场进行专项治理，致力于建立与完善外部市场环境，依赖市场体制调整供需矛盾。1995 年 10 月 15 日，国务院颁布《旅行社管理条例》；1996 年 11 月 28 日，国家旅游局发布了《旅行社管理条例实施细则》；1997 年 3 月，国务院批复由国家旅游局和公安部联合上报的《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》；1998 年 10 月，国务院批准《中外合资旅行社试点暂行办法》；1999 年 5 月，国务院发布《导游

人员管理条例》等。特别是《旅行社管理条例》对旅行社进行转类,即把原来一、二、三类旅行社转为国际与国内两大类旅行社,有效地调整了旅行社行业结构,规范了旅行社市场秩序。

3. 内涵式全面发展阶段

经过 20 世纪 90 年代中国旅游业逐步实现由入境旅游单点支撑到入境旅游、国内旅游和出境旅游相互融合、互补互促的时期以后,中国旅游市场的规模不断扩大,而且更大力度地开放出境旅游市场和国内市场。1997 年国家旅游局与公安部联合颁布了《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》。这标志着我国正式开始办理中国公民自费出国旅游。同样标志着中国出境旅游市场的形成,入境旅游、出境旅游、国内旅游成为旅行社经营业务的三大组成部分。2002 年以来中国旅游业规模日益壮大,步入全面发展的时期。2009 年 4 月国务院颁布了《旅行社条例》,促使旅行社行业进一步发展。至 2011 年底全国共有 22691 家旅行社,中国公民出境旅游目的地国家和地区已经达到 140 个。在全国范围内逐步形成了一个不同规模、不同档次、不同服务对象、不同所有制形式的旅行社网络,能较好地满足不同层次旅游者的需求,我国旅行社行业的质和量都有了明显的提高。旅行社行业迎来了全面开放的发展阶段。

第二节 旅行社的管理与管理者

一、旅行社管理概述

(一) 管理的概念

管理是一种文化,是一种有目的、有意识的行动。共同劳动是管理的基本前提。只要是两个人以上的集体行动,不论是生产活动,还是行政活动,都存在着管理。管理涉及一切领域,小到家庭、企业,大到国家、社会。可以说管理无处不在,无时不有。

对于管理,不同学派、不同理论都有其不同的理解和看法。

古典管理学认为:管理就是实行计划、组织、指挥、协调和控制的职能。行为科学管理学认为:管理就是做人的工作。主要以研究人的心理、生理、社会环境影响为中心,激发人的行为动机,调动人的工作积极性。决策管理学派认为: