



普通高等学校高职高专旅游管理专业应用型特色“十二五”规划教材

叶娅丽 编著

旅行社 运营与管理



广西师范大学出版社



普通高等学校高职高专旅游管理专业应用型特色“十二五”规划教材

叶娅丽 编著

旅行社 运营与管理

广西师范大学出版社
· 桂林 ·

图书在版编目(CIP)数据

旅行社运营与管理 / 叶娅丽 编著. —桂林: 广西师范大学出版社, 2015. 5

ISBN 978 - 7 - 5495 - 6595 - 5

I. ①旅… II. ①叶… III. ①旅行社—企业管理—高等学校—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 082108 号

出 品 人: 刘广汉

责任编辑: 周 伟

封面设计: 沈晓薇

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码: 541001)
(网址: <http://www.bbtpress.com>)

出版人: 何林夏

全国新华书店经销

销售热线: 021 - 31260822 - 882/883

山东鸿君杰文化发展有限公司印刷

(山东省淄博市桓台县寿济路 13188 号 邮政编码: 256401)

开本: 787mm × 1 092mm 1/16

印张: 17.5 字数: 370 千字

2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

定价: 38.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷单位联系调换。

普通高等学校高职高专
旅游管理专业应用型特色
“十二五”规划教材

本书编写委员会

编	著	叶娅丽
副	主	编
		陈学春 陈 格 刘琼英
		何 瑛 苟 倩 梁滔滔

前 言

《旅行社运营与管理》是教育部指定的旅游管理专业必修课之一，是学生从事旅行社工作必须掌握的集知识性、技能性为一体的核心课程。如何给旅游管理专业学生提供一本针对性强、可读性强、实用性强的教材是旅游教育工作者值得认真研究的问题。笔者把自己20多年从事旅行社经营管理的教学经验和在旅行社从业的实践经验融入教材编写中，经过一年多的研究、调研、编写，最终形成了一本独具特色、实用性强的教材。该教材具有以下几个显著的特点：

(1) 突出改革创新，按照旅行社业务部门来设计教材结构，针对性强。旅行社主要业务部门有国内接待业务部、国内组团业务部、出境组团业务部、入境接待业务部及旅行社服务网点。该教材完全打破了常规教材按照“旅行社概述—旅行社设立—旅行社产品开发管理—旅行社产品销售管理—旅行社接待管理—旅行社财务管理”的章节编写模式，而是按照旅行社业务部门来设计教材结构，设计了“认识旅行社—设立旅行社—国内接待业务部运营实务—国内组团业务部运营实务—出境组团业务部运营实务—入境接待业务部运营实务—服务网点运营实务—旅行社人力资源管理—旅行社财务管理”九个工作项目，每个项目又设置了不同的工作任务，便于学生明确旅行社各个业务部门的工作内容。

(2) 强调校企合作，校企双方按照业界需求选择教学内容，实用性强。该教材的教学内容是按照业界需求选取的，分为基础、实务、管理三个模块，基础模块主要设计了认识旅行社和设立旅行社两个项目，要求学生了解旅行社的基本情况和如何设立旅行社。实务模块按照旅行社的五大业务部门设计，要求能够掌握旅行社各个业务部门的操作流程与管理知识，毕业之后到旅行社能够顺利地从事旅行社工作。管理模块设立了旅行社人力资源管理和财务管理两个项目，要求学生能够掌握一些旅行社管理知识。每个项目的教学内容由学校专业教师和多家旅行社员工共同确定，教材中的所有旅游线路、案例、表格等资料均来自于多家旅行社，很多观点都是旅行社的工作人员提供的，增强了教材的实用性。

(3) 重视教学改革，按照学生认知规律设计教学环节，可读性强。教学内容共有三大模块、九个项目、若干任务，每个项目均设置了知识目标、能力目标、项目导入、项目测试等主要教学环节。每个项目分别设置了若干个具体的教学任务，每个任务的组织以任务引入—任务剖析—任务实训—任务完成为线索，设置了必备的理论知识和实训项目，符合学生的认知规律，便于学员从不同的角度来掌握旅行社运营与管理知识，提高实践能力，降低了学习的难度。



(4) 注重资源建设, 提供丰富的课程资源满足师生多层次需要, 可用性强。本教材配有丰富的课程资源, 制作了图文并茂的多媒体课件, 方便教师教学; 配有课程标准、授课计划、案例库、同步测试题及参考答案、期末考试题等教学资料, 便于教师参考。

本教材由成都纺织高等专科学校叶娅丽编著并负责九个项目的编写工作, 成都纺织高等专科学校陈学春、川北幼儿师范高等专科学校陈格、乐山职业技术学院刘琼英、重庆安全技术职业学院何滨、达州职业技术学院苟倩、南华工商学院梁滔滔任副主编。陈学春负责项目一至四编写提纲、旅行社调研及课件制作等工作; 陈格负责项目五编写提纲、案例库建设及旅行社调研等工作; 刘琼英负责项目六编写提纲、课件制作及旅行社调研等工作; 何滨负责项目七编写提纲、课件制作及旅行社调研等工作; 苟倩负责项目八编写提纲、课件制作及旅行社调研等工作; 梁滔滔负责项目九编写提纲、资源库建设及旅行社调研等工作。全书最后由叶娅丽负责审定。

该教材在编写过程中, 得到了四川康辉国际旅行社有限公司孟友、人力资源部毛力爽、泰国旅游部沈锦、泰国入境部吴昊, 四川省中国国际旅行社国内组团部梁东、国内接待部郭倩、入境中心陈奇、日本部吴建蓉, 成都泰丰国际旅行社肖军, 成都新闻国际旅行社谢宏, 四川中国旅行社武侯分社赖渝等同志的大力帮助, 并提供了旅游企业的一线资料和前沿动态, 在此对以上各位的付出表示深深的感谢。广西师范大学出版社刘美文编辑和其他同志在出版过程中给予了很大的帮助和支持, 在此一并感谢。

在本书编写过程中, 参阅了同类教材及诸多的书籍、报刊, 也利用了一些网络资源, 在此, 对各位作者、专家、学者表示诚挚的感谢, 并由衷地欢迎各位作者与我联系(728816701@163.com), 共同探讨一些教学问题。需要课件及各种教学资源的老师可以与出版社联系, 也可以直接与我联系。由于编者水平及资料所限, 加上时间仓促, 本书在内容、体例编排等方面尚有诸多不足, 敬请同行和读者们批评指正, 以便今后再作修订和完善。

叶娅丽

2015年2月

目 录

模块一 基础篇

项目一 认识旅行社 3

- 任务一 了解旅行社的产生与发展 4
- 任务二 明确旅行社的性质、类型与业务 12

项目二 设立旅行社 22

- 任务一 申办旅行社经营许可 23
- 任务二 设计旅行社组织结构 30

模块二 实务篇

项目三 国内接待业务运营实务 41

- 任务一 认识国内接待社 42
- 任务二 开发省内旅游产品 45
- 任务三 销售省内旅游产品 60
- 任务四 熟悉国内接待计调的采购流程 78
- 任务五 掌握国内接待业务的操作 92

项目四 国内组团业务运营实务 99

- 任务一 认识国内组团社 100
- 任务二 开发省外旅游产品 102
- 任务三 销售外省旅游产品 104
- 任务四 熟悉国内组团计调的采购 110
- 任务五 掌握国内发团业务的操作 117

项目五 出境组团业务运营实务 127

- 任务一 认识出境组团社 128
- 任务二 开发出境旅游产品 136



- 任务三 销售出境旅游产品 141
- 任务四 熟悉出境组团计调的采购 148
- 任务五 掌握出境组团社发团业务的操作 155

项目六 入境接待业务运营实务 162

- 任务一 认识入境接待社 163
- 任务二 开发入境旅游产品 166
- 任务三 销售入境旅游产品 170
- 任务四 熟悉入境接待计调的采购 177
- 任务五 掌握入境接待业务的操作 182

项目七 旅行社服务网点运营实务 187

- 任务一 设立旅行社服务网点 188
- 任务二 经营旅行社服务网点 193
- 任务三 管理旅行社服务网点 201

模块三 管理篇

项目八 旅行社人力资源管理 211

- 任务一 了解旅行社人力资源管理的特点和原则 212
- 任务二 做好旅行社员工的日常管理 217
- 任务三 抓好旅行社员工的培训管理 223
- 任务四 做好旅行社员工的绩效管理 227

项目九 旅行社财务管理 237

- 任务一 了解旅行社财务管理的内容和任务 239
- 任务二 熟悉旅行社资产管理的方法 242
- 任务三 掌握旅行社成本费用的管理措施 249
- 任务四 掌握旅行社营业收入与利润的管理 253
- 任务五 熟悉旅行社结算管理的方法 257
- 任务六 掌握旅行社财务分析的方法 262

参考文献 269

模块一 基础篇



项目一 认识旅行社

【知识目标】

1. 了解旅行社的产生与发展历程
2. 明确旅行社的定义与经营范围
3. 掌握旅行社的基本职能和主要业务

【能力目标】

1. 能正确区分旅行社的业务范围
2. 能正确区分旅行社的各种职能和主要业务

【项目导入】

2013 年全国旅行社统计公报显示 全国旅行社总数 26054 家^①

国家旅游局发布的《关于 2013 年度全国旅行社统计调查情况的公报》显示，截至 2013 年底，全国旅行社总数为 26054 家，同比增长 4.45%；直接从业人员 339993 人，同比增长 6.84%。全国旅行社营业收入 3599.14 亿元，同比增长 6.65%；利润总额 32.72 亿元，同比增长 5.01%。

公报显示，国内旅游、出境旅游、入境旅游所占份额分别为 73%、19%、8%。2013 年度全国外商投资旅行社旅游业务营业收入 28.51 亿元，旅游业务利润 2.09 亿元。旅行社数量排名前十位的省份依次为江苏、山东、浙江、广东、河北、辽宁、北京、上海、河南、湖北。主要经济指标排名前十位的为北京、广东、上海、浙江、江苏、山东、福建、湖南、湖北、辽宁。

分析：改革开放 30 多年来，我国的经济社会发展取得了举世瞩目的成就，我国国民经济收入和生活水平已经跨入了小康阶段，正向全面小康迈进。同时，我国旅游业经历了从政府接待到经济产业，再到国民经济重要产业的发展历程，已经成为转变发展方式、调整经济结构、促进社会消费、拉动市场需求、推动区域协调发展的重要选择。旅游产业规模不断扩大，对国民经济的贡献更加突出。我国旅游总收入相当于 GDP 的比例已经超过 4%，城乡居民旅游消费占到居民消费总支出的 12%。

^① 资料来源：新华网，2014 年 7 月 23 日。



◆—— 任务一 了解旅行社的产生与发展 ——◆

【任务导入】

作为旅游管理专业的毕业生,即将到旅行社工作,请你谈谈对旅行社的看法?你知道旅行社是怎样产生和发展的吗?

【任务剖析】

到2013年年底,中国旅行社数量已经到达26054家,直接从业人员339993人,全国旅行社营业收入3599.14亿元。从这些数字可以看出,旅行社的问世无疑是旅游发展史上的一件大事。旅行社已成为旅游产业的三大支柱产业之一,在推动旅游大众化、国际化方面起着非常重要的作用。本任务主要介绍旅行社是何时产生的,是在什么条件下产生的,又是如何发展壮大的。

一、旅行社的产生条件

旅行社的产生是人类经济活动和旅游活动发展到一定阶段的产物,也是人类旅行活动长期发展的必然结果。18世纪中叶发生于英国的工业革命,使全球的经济和社会结构发生了巨大变化,对世界范围内的旅行活动产生了显著影响,为旅行社的产生提供了各种有利条件。

(一) 城市化进程的加速,使人们产生了较为强烈的旅游动机

在工业革命的进程中,西欧和北美地区的城市化进程加速,大量人口从农村转移到工业城市,其工作性质和生活环境均发生了明显的变化。人们的工作节奏变得紧张单调,而生活环境则更加拥挤嘈杂,给人们的身心造成了巨大的压力。为了适时逃避工作和生活环境的压力,获得喘息和调整的机会,人们迫切希望获得度假的机会。由此,人们产生了较为强烈的旅游动机。

(二) 经济收入的增长,使更多的人具备了外出旅行的经济条件

工业革命导致了社会财富的急剧增长,人们的收入较前有了较大的增加,并使人们增加了较多的可支配收入。经济收入的增加,使更多的人具备了外出旅行的经济条件。

(三) 闲暇时间的增加,为人们的外出旅行提供了基本条件

工业革命促进了社会生产力的极大提高,并使人们获得了更多的闲暇时间,从而为人们的外出旅行提供了基本条件。

(四) 交通工具的革新,使大规模、大区域的人员流动成为可能

产业革命所带来的技术进步,特别是蒸汽机技术在交通运输中的应用,改变了人们外出旅行的技术条件。18世纪末,蒸汽机轮船投入使用,并迅速普及和发展。1807年,美国“克莱蒙特”号轮船已在哈德逊河上开始了定期航班载人、运货。1816年,横渡英吉利海峡的客货航运首次开始使用蒸汽轮船,并于1820年正式开办渡轮定期航班服务。1838年,英国蒸汽轮船“西留斯”号首次横渡大西洋成功,大大缩小了欧美之间的旅行时间。

当时对旅游活动发展影响最大的还是铁路运输。英国的铁路长度从1825年至1855年的30年间增长了将近45倍，由货物运输、客货混载运输发展到客运。各铁路公司相继开办了客运业务。到1875年，全英铁路运输年旅客周转量已超过6亿人次。这一期间，在英国铁路运输的示范带动下，欧美各地的铁路运输也都开始发展起来。同欧美传统的公共马车相比，新的交通工具费用低、速度快、运输量大，大大缩短了时间和空间距离，加上产业革命给当时的社会经济带来的影响，不仅使工商人士的业务旅行大大增加，更为以消遣为目的的旅游创造了便利条件。

二、旅行社的发展阶段

（一）世界旅行社的发展阶段

从1845年世界上第一家旅行社成立至今，世界旅行社业已经历了160年的发展历程，大致可以分为近代旅游时期、大众旅游时期、当代旅游时期。在这三个时期中，从旅游市场特征到旅行社供给，都发生了重大变化（见表1-1）。

表 1-1 世界旅行社业发展历程表^①

阶段	近代旅游时期	大众旅游时期	当代旅游时期
时间	1845—1949 年	1950—1989 年	1990 年至今
市场特征	市场容量小，市场发育不成熟，绝大多数人没有旅行经验	社会经济环境的不断优化，使旅游市场迅速扩大，市场特征表现为“大规模、无差别”	市场需求呈现出差异化、复杂化、个性化和多样化的特征。对标准化旅游产品的需求日趋减弱
供给特征	1845 年，托马斯·库克创办了第一家旅行社，企业规模小，经营范围有限	旅行社行业规模迅速扩大，一些旅行社开始大规模跨越国界设立自己的分支机构，形成了跨国旅游企业集团	旅行社通过分析细分市场特征，进行弹性生产和产品创新，提供多样化的旅游产品，以满足日趋复杂多变的旅游需求，网络化经营成为旅行社发展的潮流

1. 近代旅游时期的世界旅行社业（1845—1949 年）

19 世纪中叶，社会经济的发展和旅游条件的改善为更多的人外出旅游消遣提供了机会。但由于绝大多数人普遍缺乏外出旅游的经验 and 传统，对异国他乡的情况以及有关旅行的手续不大了解，语言障碍以及如何解决货币兑换也往往是人们计划外出旅游时所顾虑和担心的问题。这些情况的制约使人们无法外出旅游。因此，为旅游者提供相应设施和服务，已成为一种社会需求。英国人托马斯·库克（1808—1892）敏锐地观察到这些情况的存在并预见到这种社会需要的形成，因而决定开办相应的旅行服务业务，并率先创办旅行社去满足这种社会需要，从而开创了近代旅游业的先河。

1845 年 8 月，他正式创办了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社，这标志着世界近代旅游业的诞生。1845 年 8 月 4 日，库克组织了第一批前往英国利物浦的观光旅游团，这是托马斯·库克从事的第一次有意识的商业活动。库克亲自安排和组织了旅游线路，并担任旅游团的全程陪同，

① 资料来源：张道顺. 现代旅行社管理手册 [M]. 北京：旅游教育出版社，2006.



他还雇用了地方导游。这是一次包含了旅游线路考察、旅游产品组织、旅游广告宣传、旅游团队组织和陪同及导游多项内容的旅行社业务活动,体现了当今旅行社的基本业务,从而确立了旅行社业务的基本模式。此外,他还整理出版了世界上第一本旅游指南——《利物浦之行指南》。

托马斯·库克的成功吸引了很多企业的关注,为了满足人们日益增长的旅游需求,各种类似的旅游机构在世界各地迅速发展起来。英国 1857 年成立了登山俱乐部,1885 年成立了帐篷俱乐部;德国、法国 1890 年成立了观光俱乐部;美国运通公司从 1850 年开始兼营旅行代理业务,并于 1891 年发行了与现代使用方法相同的第一张旅行支票;1893 年,日本成立了专门接待外国游客的“喜宾会”,开始专门从事招徕和接待国外游客和代办旅行的各项服务,1926 年正式定名为“日本交通公社”。英国的托马斯·库克公司、美国的运通公司和以比利时为主的铁路卧车公司成为当时世界旅行社业的三大巨头。

到 20 世纪 20 年代末,已有 50 多个国家开展了旅行社业务,设立了专门的旅游管理机构和旅游公司,形成了世界规模的旅行社业务。

2. 大众时期的世界旅行社业(1950—1989 年)

第二次世界大战以后,特别是 20 世纪 50 年代以后,世界各国都致力于经济的恢复和发展,许多新技术的广泛应用促进了社会生产力的迅速提高。人们的经济收入,尤其是可自由支配收入的大幅度增加,为旅游活动的迅速发展和普及奠定了物质基础;喷气式客机等新型交通工具的出现,为人们进行长途旅行提供了便利的交通条件,极大地缩短了人们在旅途中用于交通的时间;社会生产率的提高同时使人们获得了越来越多的闲暇时间,“带薪假期”在西方社会的普遍实施,使人们有时间从事自己喜爱的休闲旅游活动。经济收入的增加、交通条件的改善、闲暇时间的增多,使得旅游活动不断向着规模化、大众化方向发展。

旅游需求的巨大拉动致使旅行社业在全球范围内迎来了前所未有的高速发展期。旅行社的数量和营业收入大幅度增加。根据美国《旅游代理人必备饭店名录》记载,1979 年,全球约有旅行社 31391 家,美国运通、日本交通公社等大型旅游企业纷纷到世界各地设立分支机构,组成了遍布世界的旅游服务网络。

3. 当代旅游时期的世界旅行社业(1990 年至今)

进入 20 世纪 90 年代以来,旅游市场开始出现个性化旅游的新特征。人们对行程、服务统一化的全包价旅游产品的需求呈逐渐下降趋势。网络技术等新型技术手段的出现,为人们个性化旅游的实现提供了更加丰富的信息。人们可以从旅行社网站、旅游目的地网站获取自己想要得到的旅游资讯。与此相对应,旅行社行业出现了一些依赖网络技术兴起的“网上旅行社”(如 Expedia, Travelocity 等大型旅游网站),传统的旅行社企业也开始利用网络技术提升企业的经营管理能力,网络化经营成为旅行社发展的必然趋势。与此同时,世界旅行社业出现了两极分化的趋势,以超大型旅行社和数量庞大的小旅行社为主,共同构成了世界旅行社业;欧美发达国家的大型旅行社企业利用自身强大的资本实力,进行了全球范围的兼并、收购与战略联盟,形成了一批实力雄厚、市场占有率高、经营业务范围广、能够对市场产生重要影响的旅行社行业巨头。

（二）中国旅行社业的发展阶段

1. 萌芽时期（1923—1948 年）

我国旅行社的产生与西方旅行社产生的历史背景截然不同，它是在受到外来经济和文化入侵的影响下产生的。

20 世纪初期，英国的通济隆旅游公司（其前身即托马斯·库克父子的旅游公司）、美国的运通旅游公司等外国旅行社开始在上海等地设立旅游代办机构，总揽中国旅游业务，并雇佣中国人充当导游。1923 年 8 月，上海商业储蓄银行总经理陈光甫在其同仁的支持下，在该银行下创设了旅行部，成为中国旅行社行业的开端。1927 年 6 月，该旅行部更名为中国旅行社，从上海商业储蓄银行独立出来，并在华东、华北、华南等 15 个城市设立了分（支）社。该旅行社是今香港中国旅行社股份有限公司的前身。这是我国历史上最早的一家由国人开设的旅行社。

此后，中国又相继出现了一些旅行社及相似的旅游组织，如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜导游团、中国汽车旅行社、国际旅游协会、友声旅行团、精武体育会旅行部、萍踪旅行团、现代旅行社等。它们是中国旅行社行业处于萌芽期的旅行社，承担了近代中国人旅游活动的组织工作。

2. 寡头垄断阶段（1949—1984 年）

由于 20 世纪 80 年代以前中国的特殊政治经济环境，导致其旅行社行业的初期发展相对漫长且艰难。虽然，继中国旅行社在上海诞生之后，中国其他地方也出现了一些旅行社，但是，它们的业务开展得并不顺利，行业规模尚未形成。到 1949 年中华人民共和国成立前夕，受战乱及其他相关因素的影响，中国的旅行社业务活动已濒于停顿。

1949 年 11 月 9 日，厦门华侨服务社成立，是为新中国的第一家旅行社。不久，福建的泉州、福州等地也相继成立了华侨服务社。1956—1957 年间，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、昆明等城市均建立了华侨服务社，成为当时接待港澳台同胞、海外华侨及海外华人的专业旅行社。1957 年 4 月 22 日，华侨旅行服务社总社在北京成立，至 1974 年更名为中国旅行社（简称中旅 CTS）。

新中国成立后，我国的国民经济迅速恢复和发展，国际地位不断提高，国际交流与合作日趋频繁，一些国家的自费旅游者也前来中国观光和度假。为了做好接待工作，经政务院批准，中国国际旅行社总社于 1954 年 4 月 15 日在北京成立，同时在全国一些省会城市、直辖市和相关口岸城市成立了 12 家分（支）社，负责接待来华的外国自费旅游者。不久，国旅总社与苏联国旅签订了互换自费旅游者的合同。1965 年，国旅总社与百余家外国旅行社建立了代理关系或有业务往来，接待自费旅游者人数首次突破万人大关，达 12877 人。

1979 年 7 月组建了中华全国青年联合会旅游部，主要从事接待全国青联邀请的世界各国和我国港澳台地区的友好青年组织的访问团体，是青联进行民间外交的重要渠道。1980 年 6 月 27 日，中央办公厅秘书局同意在全国青联旅游部的基础上成立中国青年旅行社（简称青旅 CYTS）。根据国家旅游局的规定，此时全国只有国旅、中旅和青旅三家总社拥有旅游外联的权利，其中国旅



主要接待外国来华的旅游者,中旅主要接待港澳台同胞和来华旅游的海外华侨和华人,青旅则主要接待来华的海外青年旅游者。三家旅行社通过在全国各地建立各自的分(支)社,形成了三个相互独立的旅行社系统,并造成了当时中国旅行社行业的寡头垄断局面。据有关资料显示,1980年,国旅、中旅和青旅三大旅行社系统所接待的海外旅游者占当年来华旅游的有组织海外旅游者总人数的80%,基本上垄断了中国的旅游市场。

3. 粗放式增长阶段(1985—1994年)

改革开放以后,海外旅游者每年以20%的增长速度涌入我国。相对急剧膨胀的国际旅游需求,使我国旅游供给出现严重短缺。旅游运行供不应求的状况,为我国旅行社的大发展创造了良好的经营环境。

1984年国务院作出了对我国旅行社未来走向具有重大意义的两项决策:一是打破垄断,下放旅游外联权,允许更多的企业经营国际旅游业务,并授予他们业务经营所需的签证通知权;二是规定旅行社应由行政事业单位改为企业单位。

1985年国务院颁布了我国旅游行业的第一部管理法规——《旅行社管理暂行条例》。该条例以法律形式再次对旅行社的企业性质作出规定:“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。”同时,按业务范围把我国旅行社划分为一类社、二类社、三类社旅行社。一类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、归国或回内地旅游业务;二类社不对外招徕,只经营接待一类社或其他涉外部门组织的外国人、华侨、港澳同胞、台湾同胞来中国、归国或回内地旅游业务;三类社经营中国公民国内旅游业务。此后,我国旅行社数量迅速扩增,作为一个独立的旅行社行业就此浮出水面。1985年底,我国旅行社总数只有450余家,1987年上升到1245家,其中一类旅行社17家,二类旅行社677家,三类旅行社551家。

1990年,我国政府开始允许中国公民出国探亲和旅游,1991年,第一个出国探亲旅游团队成行,这是我国旅游业发展中的又一重大突破。根据国家旅游局提供的资料,1994年中国公民出境人数达373.36万人次,其中因私出境164.23万人次。过去,我国的旅行社只能单方面要求旅游客源产生地的旅行社输送客源,而现在我国的旅行社同样可以向它们的合作伙伴输送客源,这无疑极大地提高了我国旅行社在国际合作中的地位和影响力,有利于我国旅行社同旅游客源产生地旅行社合作关系的巩固和发展。

在我国出境旅游崛起的同时,我国的国内旅游也保持了持续发展的势头。根据国家旅游局提供的资料,1994年我国国内旅游人数达到5.24亿人次,比上年增长27.8%,国内旅游收入达1023.51亿元人民币,比上年增长18.5%,城镇居民国内旅游出游人均花费为414.67元,这无疑为我国旅行社提供了更为广阔的天地。

总之,国际入境旅游的恢复和发展,出境旅游的崛起和国内旅游的持续增长,有力地促进了我国旅行社行业的发展。仅1992年一年,我国就新增旅行社千余家。截至1994年年底,我国共有各类旅行社4382家,比1993年净增1144家,其中一类社267家,二类社716家,三类社3399家。

4. 内涵式发展阶段(1995—2002年)

旅行社行业在20世纪90年代中期迎来了新的发展阶段——内涵式发展阶段。在这个阶段,我国旅行社行业的宏观经营环境、旅游市场、行业规模和经营效益均发生了显著的变化。

(1) 国务院、国家旅游局及相关部门相继出台了一系列的旅游法规和政策。1995年,国家旅游局颁布了《旅行社质量保证金暂行规定》和《旅行社质量保证金暂行规定实施细则》。1996年,国务院颁布了《旅行社管理条例》,调整了我国旅行社的分类,按照经营的业务范围将旅行社划分为经营入境旅游业务、出境旅游业务和国内旅游业务的国际旅行社和专营国内旅游业务的国内旅行社两大类型。同年,国家旅游局为实施《旅行社管理条例》,发布了《旅行社管理条例实施细则》。1997年,国家旅游局颁布了《旅行社质量保证金赔偿暂行办法》、《旅行社质量保证金赔偿试行标准》、《旅行社经理资格认证管理规定》和《旅行社办理旅游意外保险暂行规定》。同年,经国务院批准,国家旅游局和公安部联合发布了《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》。1999年,国务院颁布了《导游人员管理条例》。2001年,国家旅游局颁布了《旅行社投保旅行社责任保险规定》。这些旅游法规的颁布和实施,为保障旅游者的合法权益,提高旅行社的服务质量和经营管理水平提供了法律依据,也为旅行社的经营和行业发展提供了良好的旅游法治环境。

(2) 20世纪90年代中期以来,我国国民经济进入快速发展的阶段,城镇和乡村居民的收入水平明显提高,并产生了强烈的外出旅游动机。国家实行的双休日制度和较长的节假日使人们拥有了较多的余暇时间,能够从事较长距离的外出旅游活动。民航部门增加班机和包机、铁路部门数次提速、全国高速公路网的建设以及大量新型旅行客车的生产为人们外出旅行提供了更大的便利。这一切都推动了旅游市场的发展和繁荣,为旅行社的经营提供了大量的客源。1998年以来,我国旅游市场上出现的春节、“五一”和国庆节三大旅游黄金周,就是明显的例证。

伴随着旅游宏观环境和旅游市场的改善,旅行社的行业规模日益壮大。截至2002年年底,我国共有各类旅行社11615家,其中国际旅行社1358家,国内旅行社10257家。

5. 完全竞争阶段(2003年至今)

2002年我国加入世界贸易组织,旅行社业呈现全面开放的态势。近几年,我国旅行社行业的进步还没有真正达到一个产业升级所要求的本质性的变化。与国外大旅行社相比,国内旅行社规模小、竞争力差的局面并未根本改观。2005年,全国1.7万家旅行社营业收入总共1100亿元,而国际旅游巨头,如美国运通全年就达到290亿美元,日本交通公社(JTB)达到218亿美元。外资旅行社进入中国,对国际客源市场的扩大,对新的旅行社运行机制的引进以及提高中国旅行社业的整体水平有明显的积极意义,但带来的竞争也是完全的。而且随着电子商务在旅行社业务中的进一步渗透,其所具有的信息广、方便快捷的优势,向传统旅行社提出了前所未有的挑战。我国旅行社业将面临更为复杂的经营环境。这一阶段我国旅行社呈现的主要特征如下: