

高校转型发展系列教材

旅行社经营管理

毛惠媛 刘 心 主 编

阎玉河 孙永平 副主编

清华大学出版社

高校转型发展系列教材

前言

旅行社经营管理

毛惠媛 刘 心 主 编

阎玉河 孙永平 副主编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

《旅行社经营管理》一书是结合旅行社经营管理的业务实践编写而成的,内容包括以下三大模块。模块一:基础知识。具体包括旅行社概述、旅行社的设立、旅行社产品设计与开发。模块二:业务运行。具体包括旅行社销售业务、旅行社计调业务、旅行社外联业务、旅行社接待业务。模块三:经营管理。具体包括旅行社风险管理、旅行社客户关系管理、旅行社信息技术管理。

本书内容层次清晰,可读性强,以旅行社实际工作为引领,通过大量源自旅行社的经典案例,培养学生运用所学专业知识和解决具体问题的能力,实现“教、学、做”一体化,从而提升学生的实际操作能力。

本书配有课件,下载地址: <http://www.tupwk.com.cn>。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理 / 毛惠媛, 刘心 主编. —北京: 清华大学出版社, 2016

(高校转型发展系列教材)

ISBN 978-7-302-44374-2

I. ①旅… II. ①毛… ②刘… 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(2016)第 160390 号

责任编辑: 施 猛 马遥遥

封面设计: 常雪影

版式设计: 方加青

责任校对: 牛艳敏

责任印制: 王静怡

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者: 北京嘉实印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm

印 张: 17.25

字 数: 345 千字

版 次: 2016 年 6 月第 1 版

印 次: 2016 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 1 ~ 2200

定 价: 32.00 元

产品编号: 069748-01

前言

根据世界旅游组织的预测,2020年我国将成为世界第一大旅游目的地国,并成为世界第四大旅游客源国。在我国旅游业迅速发展的过程中,需要大量优秀的专业人才。

教材建设是旅游人才培养的基础。随着我国旅游教育层次与结构的完整与多元化,高等教育对旅游专业人才的培养目标更为明确,为总结并指导旅行社经营管理实践发展,该方面的教材建设与更新被提上了日程。本着理论性、实践性和时效性相结合的原则,既注重同旅游业界的接轨,又注重总结我国旅行社业实践发展的经验教训以及存在的新情况、新问题,我们编写了本教材。

我国旅行社业经过多年的发展,正逐步走向成熟。2009年5月1日《旅行社条例》的施行以及2016年3月国务院对《旅行社条例》的部分条款进行修改,为我国旅行社业的进一步发展指明了战略方向,营造了积极的经营氛围,也为旅行社业的重新定位与产业升级提供了良好的契机。

面对国际上复杂、多变的市场环境,以及即将到来的我国旅游业大调整和大发展时代,我国旅行社业将如何抓住历史性的契机,借鉴旅游业发达国家的经验与教训,建立并完善适合我国国情且与国际接轨的旅行社产业模式和经营管理模式,已经成为政府、企业界和理论界面临的共同课题。

本教材根据编者们多年来的教学工作积累编写,并参阅了大量的国内外专家、学者的观点和著作,博采众家之长,尽可能把最新的研究成果和先进的旅行社经营与管理理论展现在读者面前。本教材主要有以下几个特点。

(1) 创新性。本教材借鉴了国内外最新的研究成果,把最新的旅行社经营理念、政策法规、管理方法介绍给读者。同时注重理论联系实际,对国内外大型旅行社的经营管理实践进行了阐述。

(2) 系统性。编者们在编写该教材时进行了比较深入的实地考察,按照旅行社的岗位分布情况,非常贴近实际地阐述了旅行社的设立、产品开发、产品销售、旅游服务采购、旅游接待以及旅行社财务等系统性问题,以全面反映我国旅行社目前的经营和管理状况及所面临的问题,让学生能及时了解和掌握行业动态,学会旅行社经营管理的最新

知识,为毕业后顺利进入旅行社、适应岗位、成为合格的经营管理人才奠定基础。

(3) 实践性。本书是一部实用性非常强的旅游专业教材,坚持理论联系实际的原则,除阐述旅行社经营管理理论之外,每章还设有思考题、案例研讨和实训项目,能够帮助高等院校旅游专业的学生更直观地了解实际的经营和管理技巧,降低学生学习的难度,激发学习兴趣,提高学生的实际操作能力。

本教材第一主编毛惠媛老师,编写模块二并负责全书写作提纲的草拟、各章的修改和统稿工作;刘心老师为第二主编,编写模块一的内容;阎玉河老师与孙永平老师任副主编,孙永平老师编写模块三的内容,阎玉河老师负责校订。

本教材在编写过程中参阅了一些同类教材及诸多书籍、报刊,也引用了一些网络资源,但由于时间仓促,有些资料未能查到和注明原始出处,在此对各位作者、专家、学者表示诚挚的感谢,并由衷欢迎各位读者对本教材提出宝贵意见。

由于编者水平有限,编写时间仓促,虽经努力,但本书在内容及编排等方面尚有诸多不尽如人意之处,敬请广大同行和读者朋友批评指正,以便今后再做修订和完善。反馈邮箱: wkservice@vip.163.com。

编者

2016年2月

目 录



模块一 基础知识

第一章 旅行社概述	2
第一节 旅行社的产生与发展	2
一、旅行社产生的背景	2
二、世界旅行社的发展历史与现状	4
三、中国旅行社的发展历史与现状	7
第二节 旅行社的性质和职能	16
一、旅行社的概念与性质	16
二、旅行社的职能	19
第三节 旅行社的业务和分类	20
一、旅行社的业务	20
二、旅行社的分类	22
第二章 旅行社的设立	28
第一节 旅行社的设立条件及程序	28
一、旅行社的设立与变更	28
二、旅行社分支机构的设立	31
三、外商投资旅行社的设立	32
四、旅行社的退出	34
第二节 旅行社的产权管理及组织结构	37
一、旅行社的产权管理	37
二、旅行社的组织结构	39
第三节 旅行社的行业组织	43
一、旅行社行业组织的定义与性质	43
二、旅行社行业组织的职能	44

三、旅行社行业组织的形式	45
四、国际和国内的旅行社行业组织	45
第三章 旅行社产品设计与开发	51
第一节 旅行社产品概述	51
一、旅行社产品的概念	51
二、旅行社产品的类型	52
第二节 旅行社产品的设计原则及影响因素	55
一、旅行社产品的设计原则	55
二、影响旅行社产品开发的因素	58
三、旅行社产品的开发策略和市场定位	60
第三节 旅行社产品开发过程	63
一、旅行社产品策划阶段	64
二、旅行社产品制作阶段	66
三、旅行社产品市场试销阶段	69
模块二 业务运行	
第四章 旅行社销售业务	76
第一节 旅行社产品价格	76
一、旅行社制定价格的原则	76
二、影响旅行社产品价格的因素	77
三、旅行社产品的定价策略	79
四、旅行社产品的定价方法	84
第二节 旅行社产品促销	87
一、旅行社广告促销	88
二、旅行社人员推销	94
三、旅行社公共关系	97
四、旅行社销售促进	98
第三节 旅行社产品销售渠道	99
一、旅行社销售渠道的类型	100
二、旅行社销售渠道的选择	103
三、旅行社销售渠道策略	104

四、旅游中间商的选择	106
第四节 旅行社门市销售业务	108
一、旅行社门市销售业务流程	109
二、旅行社门市销售接待的类型	111
三、旅行社门市销售的一般技巧	113
四、旅行社门市销售接待人员的岗位要求	116
第五章 旅行社计调业务	121
第一节 旅行社计调业务概述	121
一、计调业务的概念	121
二、计调业务的特点	122
三、计调业务的类型	123
四、计调部门机构设置与人员素质要求	123
第二节 旅游服务采购	128
一、旅游服务采购的概念	128
二、旅游服务采购的内容	129
三、旅游服务采购合同	134
第三节 旅行社计调业务流程	136
一、组团社计调业务流程	136
二、地接社计调业务流程	141
第六章 旅行社外联业务	145
第一节 旅行社外联业务概述	145
一、外联业务的概念	145
二、外联业务的特点	146
三、外联部的岗位职责及人员素质要求	147
四、外联部与旅行社其他部门的合作	150
第二节 旅行社外联业务的联络方式与内容	151
一、旅行社外联业务的联络方式	151
二、旅行社外联业务的主要内容	152
三、旅行社外联业务的操作方法	153
第三节 外联业务洽谈与合同签订	156

一、业务洽谈前的准备	156
二、业务洽谈的程序	158
三、合同的签订	165
第七章 旅行社接待业务	169
第一节 旅行社接待业务概述	169
一、旅行社接待业务的概念	169
二、旅行社接待业务的特点	169
第二节 团体旅游接待业务	171
一、团体旅游接待的服务特点	171
二、团体旅游接待的服务程序	172
三、地陪的工作流程	173
四、全陪的工作流程	174
五、领队的工作流程	178
第三节 散客旅游接待业务	179
一、散客旅游接待服务的特点	179
二、散客旅游接待的程序	180
第四节 大型团队和特种团队的接待业务	181
一、大型团队	182
二、特种团队	185

模块三 经营管理

第八章 旅行社风险管理	196
第一节 旅行社风险管理概述	196
一、旅行社风险管理的概念	196
二、旅行社风险管理的特征	197
三、旅行社经营风险产生的原因	197
四、旅行社经营风险的类型	198
第二节 旅行社风险管理的步骤和方法	200
一、旅行社风险管理的步骤	200
二、旅行社风险管理的方法	204

第九章 旅行社客户关系管理	210
第一节 旅行社客户关系管理概述	210
一、客户关系管理的概念	211
二、旅行社客户关系管理的内涵	211
三、旅行社客户关系管理流程	215
四、旅行社客户关系管理策略	216
第二节 旅行社的售后服务	219
一、旅行社售后服务的内涵	219
二、客户关系生命周期	219
三、旅行社售后服务与长期客户关系	219
第三节 旅游投诉处理	221
一、旅游投诉的范围和类型	221
二、旅游投诉的处理方法	225
第十章 旅行社信息技术管理	238
第一节 旅行社管理信息系统	238
一、旅行社管理信息系统的构成	239
二、旅行社建立管理信息系统的要求	240
第二节 旅游电子商务	241
一、电子商务与旅游电子商务	242
二、旅游电子商务的主要功能	248
三、旅游电子商务的应用领域	249
四、旅游电子商务模式	251
第三节 旅行社电子商务	252
一、信息化时代我国旅行社与电子商务	252
二、旅行社电子商务体系的基本组成	255
三、旅行社电子商务的设计与实施	257
参考文献	264

旅游概论

基础知识



旅行社概述

学习目标

- 了解世界旅行社产生的历史背景，熟悉世界及中国旅行社的发展历程。
- 掌握旅行社的性质、职能、分类及基本业务。
- 掌握旅行社的概念。

实训目标

- 认识旅行社，增强职业意识，培养职业认同感。

第一节 旅行社的产生与发展

旅行社是旅游活动的组织者，它与旅游酒店、旅游交通并称“旅游业的三大支柱”。自世界上第一个旅行社创办以来，旅行社业在世界旅游业的发展中起着不可替代的作用。随着社会经济的发展，旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。如今，中国旅游业经历了半个世纪的发展，呈现出一派繁荣的景象。国家旅游局的调查资料显示，截至2014年年底，中国共有旅行社26 650家，同比增长2.4%。那么，世界上最早和中国最早的旅行社都是如何创办起来的呢？世界发达国家和中国旅行社的发展现状又是怎样的呢？通过对本章的学习，你将了解旅行社行业的开创和发展历程。

一、旅行社产生的背景

旅行社产生于19世纪40年代，它对人类的旅游活动产生了极其重大、深远的影响。旅行社业虽已成为旅游行业中的三大支柱产业之一，然而它并不是与人们的旅游活动共生的，它是一定的经济和社会背景下的产物，旅行社的产生和发展经历了一个较长的历程。

旅行作为人类的一种活动自古有之，商人、朝圣者、文人、游牧民族等的出行皆可视为旅行。以消遣娱乐为目的，为旅行者出行的便利而开展线路考察、组织产品、市场宣传、销售组团以及陪同导游等业务的专业旅游机构即为旅行社。在旅行社产生的过程中，以机器大工业代替手工劳作为标志的产业革命发挥了至关重要的作用。

18世纪60年代发生在英国的产业革命，使整个世界的经济和社会结构都发生了巨大的变化，同时也改变了世界范围内出行方式和旅游业的发展方向，随后扩展到法国、德国、美国、俄国等国家，为当时的人类社会经济带来了一系列影响。其中，对人类旅游活动的影响主要表现为以下几个方面。

（一）产业革命改善了人们的出行条件

交通运输的大力发展，提高了运输能力，缩短了运输时间，极大地方便了人们的旅行。苏格兰工具制造者詹姆斯·瓦特(1736—1819年)于1769年改良了蒸汽机，蒸汽机车、蒸汽轮船相继问世。欧美国家为了促进商品交流，大规模从事交通运输建设，1825年，英国人乔治·斯蒂文森(1781—1848年)建造了世界上第一条铁路，至1865年，英国铁路总长已达21 382英里。在此期间，世界上有15个国家建设了铁路，开展客货运营。水路运输方面，1820年，横跨英吉利海峡的蒸汽轮船正式开通了班期航运。自1838年起，英国开辟了横跨大西洋、太平洋的定期航线。蒸汽机车、蒸汽轮船的出现，铁路、水路运输的兴起，提高了运输能力和旅行速度，为人们在国内外及欧、美洲之间旅行创造了良好的条件，使大规模人员的同时流动成为可能。产业革命发生后，在欧美国家的一些主要城镇、交通枢纽和铁路沿线建立了很多旅馆、餐馆、酒吧和咖啡屋等设施，一些旅馆还建有娱乐设施，同时海滨休养地也开始建设。这些拥有一定规模的服务机构的出现方便了外出旅行的人们，刺激了旅游需求，成为开展大规模旅游活动的必备条件。

（二）产业革命推进了城市化进程，改变了人们的生活方式

产业革命促进工业的发展，使欧美国家的工商业也得到迅猛发展，在工商业比较发达的地区形成很多大城市，大量的人口流向城市，成为都市居民；工商业的发展刺激了人口的增长，也使人口的分布发生了重大变化，大量乡村人口涌入新兴工业区和城市，使城市的人口迅速增加。从乡村转移到工业区和城市的人们为了缓解紧张的城市生活压力和拥挤嘈杂的城市环境给他们带来的身心压力，必然产生回归田野、追求宁静的心理需求，进而促使人们的生活方式发生变化，外出休闲度假成为很多人放松、调整身心的重要选择，旅行成为他们的经常性活动。

(三) 产业革命奠定了人们外出旅游的经济基础

产业革命使劳动生产率大大提高,随着生产力的迅速发展和社会财富的急剧增加,有产阶级规模日趋扩大,他们具备了旅行的经济条件。在19世纪后半期,西欧的产业工人的生活水平不断上升,直到第一次世界大战以前,据统计,自1820年至1915年,世界人均GDP平均每年增长1.17%,其中在19世纪,欧洲的人均收入提高2倍,美国的人均收入提高3倍。这种产业革命前的人类历史上不曾有过的收入水平的提高,使人们外出旅游具有一定的经济基础。

综上所述,产业革命成功地推动了整个社会经济发展,提高了城市居民的收入水平,使更多人外出旅行成为可能。正是在这种背景下,托马斯·库克(Thomas Cook)作为世界上第一位专职旅行代理商登上了历史的舞台。

二、世界旅行社的发展历史与现状

(一) 世界旅行社的产生

尽管产业革命带来的一系列改变使大众旅游成为可能,但由于当时大多数人,包括富有的工商业主在内,都缺乏旅行经验,对旅行中需要办理的各种手续也不够清楚,加上语言沟通、文化背景差异及货币兑换方面的制约因素,使得人们的外出实际上受到了一定的限制。被文艺复兴和工业革命培育出来的旅游需求,需要专业人士提供帮助。在这一背景下,英国人托马斯·库克(Thomas Cook, 1808—1892年)登上了历史的舞台,成为近代旅游业的创始人,他和他的儿子在1845年创立的旅行社担负起历史赋予他们的责任。

1. 近代旅游业开端的标志性事件

1841年7月5日,托马斯·库克创造性地包租了一列火车,组织570人从莱斯特到拉巴夫勒参加禁酒大会,往返11英里,每人收费1先令。这一事件被称为近代旅游业的开端。随后,他又多次组织类似的活动,并逐步认识到其中潜藏的巨大商机。

2. 世界上第一家旅行社的成立

1845年,托马斯·库克成立了以自己名字命名的旅行社,开始专门从事旅行代理业务,成为世界上第一个专职旅行代理商。托马斯·库克旅行社的成立,昭示着一种新型社会行业——旅游服务行业的产生,因此被认为是近代旅游业诞生的标志。它的问世开创了旅游活动的新时代,加速了旅游社会化的历史进程,一方面刺激了旅游需求的增长,另一方面使原本的交通运输、旅馆、餐饮等经营形成紧密有序的、整体的旅游供给,旅游业就

此确立了在社会中的产业地位。托马斯·库克创立的世界上第一家旅行社,积极地推动了近代旅游业的发展,所以他被誉为“世界旅行社之父”及“近代旅游业的创始人”。

3. 团体旅游业务的形成

托马斯·库克旅行社成立以后,组织了一系列旅游活动,其经营内容逐渐扩大,运作方式逐渐规范。1845年夏天,托马斯·库克组织了世界上第一个团体观光消遣旅游团,从莱斯特到利物浦,为期一周,而且还配备了专职导游。此次活动的目的单纯而明确——盈利,与以前的观光活动有明显的区别。

4. 出境旅游业务的出现

1855年,托马斯·库克组织了从英国莱斯特到法国巴黎的第一次出境包价旅游,在巴黎停留、游览4天。这次包价旅游可以说是现代出境旅游业务的初次尝试,得到了英国媒体的好评。

1872年,托马斯·库克组织了世界上第一个包价环球旅游团。该团由9人组成,库克亲自任向导,从英国的利物浦出发,行程4万公里,历时222天,历经十几个国家。从此,托马斯·库克和他的旅行社名声远扬,享誉欧美大陆。

在托马斯·库克的影响和带领下,旅游活动渐渐成为一种社会时尚,并从分散的、个体的活动转变为有组织的、有众多旅游者参与的社会活动。托马斯·库克旅行社一系列的经营内容和方式,如代办旅行住宿、编制旅游手册、提供导游服务、团体折扣销售等,为日后的旅行社运行提供了可借鉴的方式,其中尤以包价旅游的影响最为深远,至今仍是众多旅行社的主营业务。

(二) 世界旅行社的发展历程

1. 旅行社业的萌芽期(1845—1918年)

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。英国于1857年成立了登山俱乐部,1885年成立了帐篷俱乐部;德国、法国于1890年成立了观光俱乐部;美国运通公司1850年开始兼营旅行代理业务,并于1891年发生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及代办旅行的各项服务,并于1926年正式定名为“日本交通公社”。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。

这一时期是旅行社诞生并在欧美发达国家迅速成长的时期,已初具现代旅行社的特

点,但业务范围相对较小,而且经营的多为短途旅游项目。

2. 旅行社业的成长期(1919—1949年)

旅行社业的成长期从第一次世界大战结束开始,止于第二次世界大战。这个时期,旅行社的数量有较大增长,规模有所扩大。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。发达国家工薪阶层的待遇和地位的提高,使得更多的人有能力和时间来旅游。同时,旅游活动涉及的范围正在扩大,旅行社也开发了更广泛的长途旅游项目,如横跨欧洲和北美洲之间的洲际旅游,由于参与旅游的人越来越多,需求也各有不同,这使旅行社的产品走向多样化,由纯观光旅游发展成观光、探险等多个品种。

3. 旅行社业的繁荣期(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,“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规模化、大众化方向发展。

旅游需求的巨大拉动促使旅行社业在全球范围内迎来了前所未有的高速发展时期,从而使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》的记载,1979年,全球约有旅行社31 391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。

(三) 世界旅行社的发展现状

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,旅行社界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。

三、中国旅行社的发展历史与现状

(一) 中国旅行社的产生

1. 中国旅行社产生的背景

中国第一家旅行社——中国旅行社诞生于20世纪20年代,它的诞生与当时中国的社会经济发展密切相关。20世纪二三十年代,正处于两次世界大战之间的特定历史环境下。在这一时期,国内外政局相对稳定,没有大规模的战争和动乱,发展资本主义工商业是当时的基本国策。由于西方主要资本主义国家在“一战”中受到较大打击,因而相对放松了对中国市场的经济侵略和商品倾销,中国国内市场乘机悄然兴起,民族资本得以恢复和发展,中国开始进入早期资本主义化进程。这段时期是旧中国经济增长最快、最好的时期,是近代中国社会经济发展的黄金时代。

特别值得一提的是,与旅游业密切相关的交通运输业在20世纪20年代得到了长足的发展。1919—1937年,是旧中国历史上筑路最多的时期,共修筑铁路10 274.56千米,平均每年筑路540.77千米。此外,航运、公路、民用航空的增长极为显著。1887年,中国所有的轮船载重吨位只有25 398吨,到1914年增至92 649吨,27年间增长了2.6倍。1914年之后,航运发展迅速,到1936年,吨位增加到576 875吨,22年间增加了5.2倍。1913年,中国还没有正规的新式公路,1921年全国通车单程仅为1184米,1935年已竣工的公路总长度则达96 399千米。1929年,中国第一家民用航空公司诞生,到1935年已有3家航空公司,开辟了十几条通达全国的航线。

根据旧中国海关历年关册中对各通商口岸来往旅客的统计和报告记载,旧中国外出旅行的旅客主要有8种类型:从事进出口贸易、国内经商、兴办工商企业的华人和外国人;世界各国的来华游历团、考察团和传教士;出洋和在国内各地打工,往返探亲的侨民和民工;常居中国国内,在各地游览观光的外国侨民;出国留学寒暑假往返探亲旅游的青年学生;去风景区避暑地游览消遣的外国人和富有华人;每年定期或不定期前去宗教圣地、寺庙求神拜佛的宗教游客;一部分为了躲避灾害、瘟疫、战乱而逃难的人们。可见,当时以观光和消遣为目的的旅游活动并未形成规模,但各类现实和潜在的旅行需求却很大。然而,当时食、住、行条件不够便利,人们出门旅行会面临诸多困难。因此,社会上迫切需要有专门的人和专门的机构为人们的旅行游览活动提供专业的服务。