



高职高专旅游专业“十二五”规划教材



# 旅行社 经营管理实务

主编 方天海 黄邦姬

副主编 史青艳



湖南大学出版社

高职高专旅游专业“十二五”规划教材

# 旅行社 经营管理实务

主编 方天海 黄邦姬

副主编 史青艳

参编 常晓芳 肖令爽 吴晓亮

## 审定委员会

郑焱 钟永德 许春晓 彭蝶飞

## 编委会主任

陈芳 李晓东 周志宏 伏六明

## 编委会委员（按姓氏笔画排序）

白稚萍 付检新 孙耘 伍海琳 江波  
刘韵琴 刘剑飞 刘列夫 刘孝利 陈晓斌  
杨文斌 张为民 何丽萍 欧阳莉 尚军辉  
禹明华 胡海涛 郭定芹 郭时明 聂建波  
谢敏 彭晓玲 覃业银 曾庆安 雷晚蓉

湖南大学出版社

## 内 容 简 介

本书根据我国旅行社业对高端技能型人才的需求,紧扣高等职业教育的职业化特点,按照现代旅行社经营管理的实际工作流程,从旅行社业基础知识、业务技能和管理发展三大板块系统地进行了论述,内容包括旅行社概论、发展现状与趋势、职业素质、产品设计与采购、外联业务、计调业务、组团业务、同业批发业务、出入境业务、保险管理、质量管理、信息管理、企业文化和品牌管理共十三个项目。

本书既可作为高职高专院校旅游管理类各专业的教材,也可作为旅行社岗位培训教材和旅游从业人员学习提高的参考书。

---

### 图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理实务/方天海,黄邦姬主编. —长沙:湖南大学出版社,2013.6

(高职高专旅游专业“十二五”规划教材)

ISBN 978-7-5667-0340-8

I. ①旅… II. ①方… ②黄… 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(2013)第119289号

---

### 旅行社经营管理实务

LǚXINGSHE JINGYING GUANLI SHIWU

---

作 者:方天海 黄邦姬 主编

策 划:严小涛

责任编辑:贾志萍 严小涛 责任校对:全健

责任印制:陈燕

印 装:国防科大印刷厂

开 本:710×1000 16开 印张:14.75·字数:257千

版 次:2013年8月第1版 印次:2013年8月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5667-0340-8/F·341

定 价:34.00元

---

出 版 人:雷 鸣

出版发行:湖南大学出版社

社 址:湖南·长沙·岳麓山 邮 编:410082

电 话:0731-88822559(发行部),88821251(编辑室),88821006(出版部)

传 真:0731-88649312(发行部),88822264(总编室)

网 址:<http://www.hnupress.com> 电子邮箱:[pressjzp@163.com](mailto:pressjzp@163.com)

---

版权所有,盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系



# 前 言

随着经济和社会的发展，在世界范围内旅游正逐渐成为现代社会人们重要的生活方式和社会经济活动之一。尤其是 20 世纪 90 年代以来，全球旅游业取得了快速的发展，成为继石油业、汽车业、房地产业之后世界经济中的重要支柱产业，显示出令人鼓舞的光明前景。

中国旅游业在改革开放的旗帜下，迅速转变职能，取得了辉煌的成就，充分显示出优势产业的勃勃生机与无限活力，成为国民经济新的增长点。进入 21 世纪，中国旅游业仍然保持着高速发展的态势。虽然曾受到 SARS 和金融危机等的巨大冲击，但并没有动摇中国旅游业发展的市场基础和产业基础。相反，经过危机的洗礼，中国旅游业的产业素质和抗风险能力得到进一步增强，必将焕发出更大的生机与活力，中国旅游经济必将进入新一轮的持续增长。

近年来，高等职业教育在中国迅速发展，特别是随着 100 所国家示范性高等职业院校和 100 所国家骨干高等职业院校的立项和建设，高职旅游教育课程改革的力度不断加大、思路不断明晰、成果不断涌现。在这个进程中，开发适用于高职学生的教材成为一个不断探索的课题。职业教育的主要目的就是直接为社会培养第一线的实用技能型人才，突出实用技能培养，追求“零距离上岗”，即用最短的时间和最有效的方法，使学生熟练掌握某项技能。职业教育强调学以致用，具有以下特征：

## **第一，以学生为中心，贯彻高等教育新理念**

当代教育理念告诉我们：学校（教师）应该牢固树立“以学生为中心”的服务观念；解放思想，以学生为中心组织教学，发挥其学习主体的主观能动作用。

## **第二，以就业为导向，突出职业能力培养**

职业教育以实用技能为核心内容，围绕主题拓展，把专业理论和操作技



能有机地、系统地结合在一起，形成内容体系；同时，注重教学内容的实用性，强化学生的技能训练，促进学生动手能力的提高，循序渐进，边学边练，弥补了传统教材讲练分离的不足，能收到事半功倍的效果。

为更好地服务旅游产业，促进旅游专业高等职业教育的发展，适应高等职业旅游教育教材建设的迫切需要，经湖南大学出版社精心策划、组织，汇集了重点高等院校旅游专业的专家、学者，组织编写了这套旅游管理系列教材，包括导游实务、旅行社经营管理实务、旅游市场营销、中国旅游地理、旅游服务礼仪、中国旅游客源国概况、海南旅游英语、国际邮轮与邮轮服务、海洋与岛屿旅游、海南旅游景点讲解、旅游电子商务、旅游法规实务、国际旅游岛新业态发展与探析、旅游法规案例选编、酒店公共关系原理与实务、客房实训教程、茶艺学、酒水服务与酒吧管理、酒店英语、餐饮服务与管理、前厅服务与管理、西餐服务、客房服务与管理、高尔夫导论、高尔夫英语规则选读、高尔夫球童管理等。

本套教材在选题上，涵盖了旅游管理理论研究领域的前沿和重点问题，具有广泛性，同时也充分关注了高尔夫、海洋旅游、岛屿旅游等旅游业发展中的新现象；在内容上，既揭示了旅游专业的基本原理，又进行了实务和方法的研究，具有较强的可操作性，很适合培养旅游管理复合型、实用型人才；在体例上，采取了目前高职教育较为流行的项目教学、任务驱动、基于工作过程等新思想和新理念。本套教材既可以作为高职院校旅游管理专业教材，也可以作为政府旅游管理机构及旅游企业中高级管理人员的参考用书，还可以为其他专业人员培训提供参考。

编者  
2013年7月



# 目次

## 基础知识篇

### 第一章 旅行社概论

第一节	旅行社的产生和发展	002
第二节	旅行社的性质、特点和作用	008
第三节	旅行社的职能、业务和类型	012
第四节	旅行社设立的相关知识	017
>>>	思考与习题	025

### 第二章 我国旅行社业的发展现状和发展趋势

第一节	我国旅行社业的发展现状	026
第二节	新形势下我国旅行社业的发展趋势	034
>>>	思考与习题	038

### 第三章 旅行社职业素质

第一节	旅行社的职业要求	039
第二节	旅行社的职业道德标准	043
第三节	旅行社业的人才培养目标	046
>>>	思考与习题	049



## 业务技能篇

### 第四章 旅行社产品设计与采购

第一节	旅行社产品的内涵和构成	052
第二节	旅行社产品的类型和特点	055
第三节	旅游线路设计的原则、内容和方法	060
第四节	旅行社产品采购的原则、内容和方法	066
>>>	思考与习题	074

### 第五章 旅行社外联业务

第一节	旅行社外联业务的基本知识	075
第二节	外联业务操作基本流程和方法	080
>>>	思考与习题	087

### 第六章 旅行社计调业务

第一节	旅行社计调业务的基本知识	088
第二节	计调业务操作流程和方法	094
第三节	计调人员的素质与岗位要求	099
第四节	计调对外协作业务步骤及注意事项	101
>>>	思考与习题	104

### 第七章 旅行社组团业务

第一节	设计与开发组团产品	105
第二节	组团产品推广	108
第三节	组团业务操作流程和方法	112
>>>	思考与习题	115



## 第八章 旅行社同业批发业务

- 第一节 我国旅行社同业批发业务现状····· 117
- 第二节 同业批发业务操作流程和方法····· 121
- >>> 思考与习题····· 128

## 第九章 旅行社出境和入境旅游业务

- 第一节 我国出境和入境旅游基本知识····· 129
- 第二节 出境旅游业务操作流程和方法····· 137
- 第三节 入境旅游业务操作流程和方法····· 141
- >>> 思考与习题····· 145

# 管理发展篇

## 第十章 旅游保险管理

- 第一节 旅游保险的现状与发展····· 148
- 第二节 旅行社责任保险管理····· 151
- >>> 思考与习题····· 158

## 第十一章 旅行社质量管理

- 第一节 旅行社质量管理的基本知识····· 159
- 第二节 旅行社投诉的预防及处理····· 162
- >>> 思考与习题····· 168

## 第十二章 旅行社信息管理

- 第一节 旅行社电子商务的基本知识····· 169
- 第二节 旅行社网站的发展····· 175
- 第三节 旅行社管理信息系统····· 178
- >>> 思考与习题····· 183





## **第十三章 旅行社企业文化和品牌管理**

第一节	旅行社企业文化内涵及其建设	185
第二节	旅行社企业品牌策略及其管理	195
>>>	思考与习题	204
附录	旅行社经营管理实务实训教学指导	205
参考文献		225
后 记		227

# 基础知识篇



# 第一章

## 旅行社概论



- ▶ **教学目标** 了解旅行社的产生和发展历程  
熟悉旅行社的性质、特点、作用、职能、业务和类型  
掌握旅行社设立的条件和程序  
树立起旅行社行业意识
- ▶ **教学重点** 旅行社的基本业务  
旅行社设立的条件和程序
- ▶ **教学难点** 旅行社的性质和地位  
我国旅行社的发展历程
- ▶ **主要内容** 旅行社的产生和发展  
旅行社的性质、特点和作用  
旅行社的职能、业务和类型  
旅行社设立的相关知识

---

## 第一节 旅行社的产生和发展

### 一 国外旅行社的产生和发展历程

#### 1. 国外旅行社的产生

(1) 历史背景。旅行社是人类社会经济发展到一定阶段的产物，是人类旅行活动长期发展的必然结果。人类历史上第一家旅行社产生于19世纪40年代，这是与当时特定的社会背景密不可分的。首先，工业革命为旅行社的产生奠定了坚实的物质基础；其次，旅游需求的普遍化为旅行社的产生提供了现实的可能性；第三，市场经济的发展为旅行社的产生创造了必要的社会条件。

(2) 世界上第一家旅行社的产生及托马斯·库克组织的旅游活动。托马斯·库克(Thomas Cook)是世界上第一位专职的旅行代理商。他于1808年11月22日出生于英国的英格兰，自幼家境贫寒，10岁便辍学从业，17岁进入教会，教士生涯使他有幸游历许多地方，开阔了眼界。



1841年7月,托马斯·库克利用包租火车的方式成功组织了世界上第一次团体包价旅游。该活动是从英国莱斯特(Leicester)前往拉夫伯勒(Loughborough)参加禁酒大会,人数有570余人,行程24英里,收费1先令/人,免费提供带火腿肉的午餐和小吃,还有一个唱赞美诗的乐队跟随。这次活动的主要特点有:①具有公众性。参加者来自各个行业,都是为了共同的目的暂时聚集在一起,活动结束后便不再联系。②全程陪同。托马斯·库克始终陪同整个团体,这是现代旅行社全程陪同的最早体现。③属商业行为。托马斯·库克在此次活动中收费1先令/人,主要用于印发旅游小册子等。虽然基本无利润可言,但这使得托马斯·库克从中发现了巨大的商机。④这次活动为以后托马斯·库克建立旅行社奠定了基础。所以这次活动标志着近代旅游业的产生。

1845年,托马斯·库克成立了以自己的名字命名的旅行社,开始专门从事旅行代理业务,他成为世界上第一个专职的旅行代理商。1845年夏季,托马斯·库克成功组织了世界上第一次团体观光旅游。这次活动是从莱斯特前往利物浦(Liverpool),为期一周,参加人数为350人。这次活动的特点有:①纯属商业活动。②属于在外地过夜数天的长途旅行。③组织活动之前,托马斯·库克做了大量的先期考察工作,组织与安排线路,这成为旅行社市场调研、服务、采购、产品设计的雏形。④基于这次旅行,编写出版了世界上第一本旅游指南《利物浦之行手册》。⑤托马斯·库克本人担任了全程陪同,并且聘请了许多地方导游。此次活动体现了旅行社的基本业务,标志着托马斯·库克旅行社旅游业务的开始,开创了世界旅行社业务的先河,确立了“团体旅游”业务的基本模式。由此可以说,世界上最早的旅行社创立于1845年。

1855年,托马斯·库克组织了世界上第一次出国包价旅游,这是世界旅游史上的创举,也是现代出境旅游业务的初次尝试。1864年,托马斯·库克的儿子约翰·梅森·库克(John Mason Cook)正式加入其父亲的旅游代理活动,创办了托马斯·库克父子公司(Thomas Cook & Son)。1870年,该公司先后在布鲁塞尔、科隆、巴黎和维也纳建立分公司。

1872年,托马斯·库克组织了世界上第一次团体环球旅游。该团由9名不同国籍的游客组成,托马斯·库克担任全陪,从英国的利物浦出发,行程4万千米,历时222天,历经十多个国家。从此,托马斯·库克和他的旅行社名声远扬,享誉欧美大陆。此次活动标志着托马斯·库克旅行社的业务范围已逐步由英国扩大到全世界,成为世界上第一个国际性旅游代理商,并与



世界各地的旅馆业、航运业、金融业等建立了庞大的协作网络，形成了现代旅行社业务的世界格局。

## 2. 国外旅行社的发展历程

从 1845 年世界上第一家旅行社成立至今，世界旅行社业已经经历了 160 多年的发展历程，可分为近代旅游时期、大众旅游时期和当代旅游时期。

(1) 近代旅游时期（1845—1949 年）。这一时期属于世界旅行社业务的扩张阶段。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，在欧美一些国家，各种类似的旅游机构相继建立起来。例如，1840 年纽约的兰新古旅行观光局；1850 年美国运通公司开始兼营旅行代理业务；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 1890 年成立了观光俱乐部等。尽管旅行社业增长速度较快，但在 20 世纪的前 25 年期间旅游行业仍然操纵在托马斯·库克父子经营的旅行社手中。英国的托马斯·库克父子公司、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，已经有 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，形成了世界规模的旅行社业务。

(2) 大众旅游时期（1950—1989 年）。这一时期属于世界旅行社业务快速发展的阶段。二战以后，世界各国都致力于经济的恢复和发展，人们开始享受和平带来的稳定和发展。人们可自由支配的收入的大幅度增加，为旅游活动的迅速发展和普及奠定了基础；飞机制造技术的发展为人们进行长途旅行提供了便利的交通条件；带薪假期在西方的普遍实施为人们出门旅游提供了时间条件。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。旅行社敏锐地洞察到这一时代背景下的巨大商机，不失时机地开展了飞机包租业务和度假旅游业务。面对由此而产生的出国或长途旅游携带大量现金既不安全又不方便的问题，托马斯·库克旅行社和美国运通公司发现了这一现象背后蕴藏着的巨大商机，建立起了旅行支票系统，开创了旅游金融模式。

旅游需求的巨大致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。20 世纪 60 年代出现了“酒店+机票”的经营模式；70 年代，包机旅游市场继续发展；80 年代，越来越便宜的机票和不断延长的带薪假期促进了长线度假市场的进一步发展。美国运通等一些大型旅游企业纷纷到世界各地设立分支机构，形成了遍布世界的旅游服务网络。

(3) 当代旅游时期（1990 年至今）。进入 20 世纪 90 年代，随着旅游市



场需求的个性化特征日益凸显，旅行社开始了市场细分。90年代初期，旅行社业处于数量上的快速增长阶段，随着旅行社对市场的渗透和竞争的日趋激烈，人们对行程和服务统一化的全包价旅游产品的需求逐渐下降。

欧美各国经济的繁荣、交通的发达、生活方式的改变，极大地刺激了人们外出旅游的需求。一般来说，旅行社数量的多少，反映了地区旅游业的发达程度。但在某些国家或地区，旅游业务主要集中在极少部分的旅行社手中。从总体上看，全世界80%以上的旅行社分布在旅游业最为发达的欧美地区，世界其余地区的旅行社数量不到世界总量的20%。

## 二 我国旅行社的产生和发展历程

### 1. 我国旅行社的产生

中国是世界上旅行游览活动兴起最早的国家之一，历史源远流长。中国古代社会各个阶层的旅行游览活动非常频繁，主要表现为帝王巡视、官吏宦游、文人漫游、宗教云游和佳节庆游。1840年的鸦片战争打开了中国闭关自守的大门，外国人来华的旅行和游览活动是与帝国主义的殖民侵略活动紧密关联的。这一时期，一些爱国人士不甘忍受外来的殖民统治，纷纷走出国门，到西方寻找救国救民的道路，使得出国考察和求学的人数大为增加，国际往来也逐渐频繁起来。1923年以前，中国还没有一家专门从事国内外旅游接待业务的机构，一些外国的旅行社便乘机到我国设立代办机构，综揽了中国的各项旅游业务。英国通济隆旅游公司、美国运通银行上海分行旅行部等这些外国旅行社在我国设立的办事处，基本上包揽了旅游业务，瓜分了中国市场。换言之，当时中国人要出国旅行必须依赖外国旅行社，一直处于被动状态。

我国旅行社产生于20世纪20年代。1923年8月，上海商业储蓄银行总经理陈光甫在上海创办了上海商业储蓄银行旅行部，开始为游客代购车船票、预订旅馆、派遣导游、代管行李和发放旅行支票等，为国人办理各项旅游业务。1924年该旅行部组织了首批国内旅行团。该部于1927年6月宣布独立，正式命名为中国旅行社（现为香港中国旅行社股份有限公司）。这是我国历史上最早的一家由国人开设的旅行社。

与此同时，全国先后出现了不少类似的旅游企业，如公路旅游服务社、浙江名胜导游团、中国汽车旅行社、萍踪旅行团、现代旅行社等。虽然它们中的大多数后来都因战事而自然解体，然而客观地看，它们对促进我国旅游业的发展是功不可没的。

可见，我国旅行社业的产生约比欧美国家晚了80年，其发展历程又具



有明显的中国国情特征。

## 2. 我国旅行社业的发展

我国现代旅行社业真正意义的发展始于改革开放之后，可以划分为三个发展阶段：从事业向企业性质转变阶段、从垄断向竞争发展阶段、从不完全竞争向完全竞争发展阶段。

(1) 从事业向企业性质转变阶段（1978—1984年）。1978年改革开放以后，随着旅游工作重心的转移，旅行社的经营目的转为赚取外汇。1980年6月，隶属于中国共产主义青年团系统的中国青年旅行社总社和支社的成立，象征着我国旅行社业三大组织体系的最终完成，从此形成了三大旅行社巨头垄断的局面。1984年之前，根据国家旅游局规定，全国只有国旅（中国国际旅行社）、中旅（中国旅行社）、中青旅（中国青年旅行社）三家总社具有旅游外联的权力，且有着明确分工：国旅系统负责接待外国来华旅游者；中旅系统负责接待港澳同胞和来华旅游的海外华人；青旅系统主要以来华旅游的青年旅游者作为接待对象。

1984年，我国旅行社发展中发生了两件大事，即国务院就我国的旅行社体制改革作出了两项决定：一是旅行社的性质由行政或事业单位转变为企业性质；二是将旅游外联权力下放，允许更多旅行社经营国际旅游业务。这是中国旅行社业开始真正走向市场、向产业化发展迈出的重要步伐，也是我国旅行社业迅速发展的重要原因。1980年国旅、中旅和青旅三家旅行社接待的来华旅游者占全国总数的80%，但外联权下放后，这三家旅行社接待的来华旅游者仅占全国总数的40%。

(2) 从垄断向竞争发展阶段（1985—1993年）。1985年5月，国务院颁布了《旅行社管理暂行条例》，这是我国第一部旅行社业管理法规，我国开始对旅行社实施独立的行业管理。该条例首次将我国旅行社确定为企业性质，对旅行社进行了类别的划分，同时还规定了其分工。

20世纪80年代中后期，国内旅行社异军突起。国内旅游市场的激活，使我国旅行社国内旅游业务迅速增长。1988年，我国共有旅行社1573家；同时，为满足出境旅游的需求，我国政府又批准了中国公民自费赴港、澳、新加坡、马来西亚、泰国等地的旅游。出境旅游的解禁，不仅对改变我国旅行社同境外旅行社业务合作中的地位有重大影响，而且使我国的旅行社开拓了新的客源市场，我国旅行社业已全面进入入境、出境、国内三大旅游领域。

(3) 从不完全竞争向完全竞争发展阶段（1994年至今）。1994年，我国



旅行社总数已经达到 4 382 家。我国旅游业运行环境风云突变，旅行社数量的持续上升，进一步加剧了市场竞争。旅行社经营中暴露出来的问题也一度成为旅游行业关注的焦点。与此同时，规范旅行社市场运作的法规条例相继出台，标志着国家开始对旅行社实施相对独立的行业管理。

1995 年 1 月，国家旅游局按照国际惯例正式开始在我国实施旅行社质量保证金制度，先后颁布并实施了《旅行社质量保证金暂行规定》《旅行社质量保证金暂行规定实施细则》《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》。旅行社质量保证金制度的实施，既保护了旅游者的合法权益，改变了旅行社业混乱的市场秩序，引导行业逐步朝良性方向发展，又适应了国际旅游法制化管理的潮流。

1996 年 10 月，国务院颁布的《旅行社管理条例》和国家旅游局发布的《旅行社管理条例实施细则》（于 2001 年 12 月进行了修订），改变了我国旅行社的分类方式，按照业务范围将我国旅行社重新划分为国际旅行社和国内旅行社。这对我国旅行社业的结构调整起到了积极作用。1997 年我国旅行社总数达到 4 986 家。

1997 年，国家旅游局、公安部联合发布了《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》，标志着中国出境游市场的正式形成，确定了我国旅行社入境旅游、出境旅游和国内旅游三大经营业务的基本格局。1997 年国家旅游局发布的《旅行社经理资格认证管理规定》和 1999 年国务院发布的《导游员管理条例》，有利地促进了旅行社从业人员素质和服务质量的提高。

1999 年 1 月，国家旅游局和对外经贸部联合发布《中外合资旅行社试点暂行办法》，开始了我国旅行社市场开放的进程。

2001 年，国家旅游局颁布了《旅行社投保旅行社责任保险规定》。

2003 年 6 月，国家旅游局和商务部联合发布《设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定》。到 2003 年年底，中外合资旅行社已达十几家，提前四年多兑现了我国旅游业入世承诺，使得我国旅游业对外开放又迈出了新的步伐。

2009 年 2 月，国务院和国家旅游局相继颁布了《旅行社条例》和《旅行社条例实施细则》。

2010 年国家旅游局发布了《旅行社服务质量赔偿标准》，成为调解旅游纠纷、赔偿的依据。

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





供了良好的旅游法制环境。伴随着旅游宏观环境和旅游市场的明显改善，旅行社市场的竞争也日趋白热化。近些年，世界旅游巨头纷纷开始通过各种方式进入中国旅行社市场；国旅、中旅总社、中青旅控股、中国康辉、上海春秋国旅等国内旅行社巨头也都在进行系统内部的整合，中国旅行社业进入了大整合、大发展的时代。

1978—2010年，国际旅游外汇收入增长173倍，年均增速17.5%；1994—2010年，国内旅游收入增长了11.3倍，年均增速16.4%。“十一五”时期，旅游总收入6.01万亿元，年均增长15.3%。2010年，虽然遭受国际金融危机影响，我国旅游业仍实现了全面恢复且增长较快，其中出境旅游人数比上年增长20.4%，旅游业总收入比上年增长21.7%。截至2011年，全国旅行社总数达到23 315家，其中1 387家可以经营中国公民出国（境）旅游。

## 第二节 旅行社的性质、特点和作用

### 一 旅行社的性质

根据我国对旅行社的定义，其性质主要可以从以下几个方面把握：

#### 1. 旅行社的营利性

旅行社是一个以营利为目的的独立企业法人。旅行社作为独立的经济实体，具有旅游活动经营自主权，它自我约束、自我发展、独立核算、自负盈亏并承担相应的民事责任。它依照国家和地方有关法律进行合法经营，即向旅游者或其他需要旅游产品的企业、单位提供有偿的旅游服务，获得经营利润。旅行社也可以通过代售其他旅游企业的产品获得佣金。旅行社的企业性质还决定了它拥有完全的经营权、管理权，在用工、财务等方面拥有充分的自主权利。

#### 2. 旅行社的服务性

旅行社业属于第三产业，是典型的服务企业。旅行社提供给消费者的是无形的体验式产品，服务始终是旅行社产品的核心。旅行社通过工作人员向旅游者提供各种旅游服务，包括直接服务和间接服务。直接服务是指旅行社面对面地向旅游者提供生活服务、讲解服务和引导服务；间接服务是指旅行社外联、计调、采购、接待等人员提供的各种单项旅游服务代办、行李运送服务等。

#### 3. 旅行社的中介性

旅行社是沟通旅游产品生产者和消费者的重要中间商。旅行社根据旅游