

主编：钟小东 李丽 副主编：赵同瑞 肖晓兮 黄轶映
主审：覃业银



全国旅游酒店精品规划教材

旅行社 经营管理

Travel Agency Management

- ★ 高职高专旅游酒店精品规划教材
- ★ 旅游酒店员工岗位技能培训教材
- ★ 旅游酒店职业资格考试辅导用书

广东省出版集团
广东经济出版社

主 编：钟小东 李 丽 副主编：赵同瑞 肖晓兮 黄轶昶
主 审：覃业银



全国旅游酒店精品规划教材

旅行社 经营管理

Travel Agency Management

- ★ 高职高专旅游酒店精品规划教材
- ★ 旅游酒店员工岗位技能培训教材
- ★ 旅游酒店职业资格考试辅导用书

广东人民出版社
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营管理 / 钟小东, 李丽主编. —广州: 广东
经济出版社, 2007. 7

(全国旅游酒店精品规划教材)

ISBN 978 - 7 - 80728 - 611 - 0

I. 旅… II. ①钟…②李… III. 旅行社 - 企业管理 -
教材 IV. F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 099138 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼)
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	惠州日报印务公司 (惠州市江北文华 1 路惠州日报社)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	13.25 2 插页
字数	217 000 字
版次	2007 年 7 月第 1 版
印次	2007 年 7 月第 1 次
印数	1 ~ 5 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 80728 - 611 - 0
定价	52.00 元 (1 ~ 2 册)

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

门市部地址: 广州市五羊新城寺右二马路冠城大厦省图批新场三楼 330 号

电话: [020] 87395594 87393204 邮政编码: 510600

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼 邮政编码: 510075

广东经济出版社有限公司发行部电话: (020) 37601950 37601509

图书网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 屠朝锋律师、刘红丽律师

• 版权所有 翻印必究 •

前言

Foreword

中国旅游酒店业发展于中国改革开放之初，至今已成为国民经济中新的经济增长点和第三产业中的优势产业。特别是近十年来，我国旅游酒店业的快速发展对全球旅游酒店业格局产生了很大的影响。世界旅游组织预测，到 2020 年，中国将成为世界上第一位旅游接待大国和第四位客源输出国。中国正成为世界旅游的强国。因此，这对旅游酒店从业人员的素质提出了更高的要求，培养应用型、复合型的高级旅游酒店人才也成为旅游酒店职业教育和职业培训的光荣使命。

为了更好地适应全国旅游酒店业的职业教育和职业培训要求，我们组织全国有关学校的职业教育研究人员、一线教师和旅游酒店行业专家，根据近年来旅游酒店行业发展趋势，对旅游酒店管理专业精品教材进行规划和编写。

此次规划教材工作的重点主要在以下几个方面：

第一，适应旅游酒店职业教育和职业培训发展的要求，突出职业教育以能力为本位，重视实践能力的培养的特色。理论以够用为度，进一步加强了实践性教学内容，以满足旅游酒店从业人员和毕业生所从事职业的实际需要。

第二，根据行业发展趋势，力求教材内容与时俱进。合理编





写教材内容,尽可能多地在教材中充实新理念、新知识、新方法和新设备等方面内容,并力求贴合实际岗位的变化和新的要求,以便更好地提升旅游酒店从业人员的岗位竞争能力。

第三,贯彻国家关于职业资格证书与学历证书并重的精神,兼顾旅游酒店课程内容与职业资格应试内容,满足旅游酒店从业人员教育和相关职业资格考试所要求的内容。

第四,教材编写结构新颖,各章、节内容简明、清晰、流畅,尽可能多使用图片、实物照片或图表格式将各个知识要点形象、生动地表现出来,有利于学生更好地理解教材内容,提高学生学习的兴趣。

本丛书教材可供高职高专旅游酒店管理专业使用,也可作为职业资格培训的教学用书和自学用书。

本次教材的编写及审订工作得到了北京、河南、湖南、湖北、江西、江苏、广东、广西、海南等学校、旅游企业及旅游酒店行业的大力支持,在此一并表示诚挚的谢意。

本书由钟小东、李丽担任主编,并负责编写大纲设计、文稿统纂及最终审定工作。赵同瑞担任副主编,李华丽、孙苏苏、赵影、许凌志、肖晓兮、黄轶昞、廖志风、廖志风、张永岗参与编写。

在编写过程中,我们参考了许多专家学者的研究成果,如魏小安、杜江、戴斌、徐波等人的著述,他们的研究为我们提供了思路和编写材料,极大地丰富了本书的内容,在此特作说明并谨致谢意;另外,海口经济职业技术学院旅游学院院长刘江栋教授,公共管理学院院长方从法教授等对本书的编学给予了极大的关怀和支持,我们一并表示感谢和敬意。

由于时间匆忙及自身学识和水平的限制,本书会存在许多疏漏和不足,恳请同行专家和广大读者指正。

全国旅游·酒店管理专业
精品规划教材编审委员会

2007年6月31日

目 录

Contents

第一章 旅行社概述

- 第一节 旅行社发展简史 2
- 第二节 旅行社的性质与作用 7
- 第三节 旅行社的职能与业务 12

第二章 旅行社的设立

- 第一节 旅行社的组建形式 20
- 第二节 设立旅行社的条件及基本程序 23
- 第三节 旅行社行业组织 28

第三章 旅行社的产品开发

- 第一节 旅行社产生的特征和形态 36
- 第二节 旅行社产品设计 39
- 第三节 旅行社产品创新 47

第四章 旅行社服务管理

- 第一节 入境旅游服务 54
- 第二节 出境旅游服务 72
- 第三节 国内旅游服务 84



第五章 旅行社营销管理 187

- 第一节 营销组合在旅行社中的作用 88
- 第二节 企业形象与公共关系管理 106

第六章 旅行社的接待管理 191

- 第一节 旅行社接待工作管理 112
- 第二节 团队旅游团的接待 116
- 第三节 散客旅游的接待管理 124
- 第四节 旅游接待中常见事故处理 127
- 第五节 导游服务及导游员管理 133

第七章 旅行社内部作业管理 193

- 第一节 旅行社外联业务运作与管理 144
- 第二节 旅行社计调业务运作与管理 152
- 第三节 旅行社与协作企业的合作与管理 158

第八章 旅行社组织管理 165

- 第一节 旅行社组织设计 166
- 第二节 旅行社人力资源管理 172
- 第三节 旅行社的企业文化建设 176

第九章 旅行社财务管理 185

- 第一节 旅行社资源管理 186
- 第二节 旅行社成本费用管理 197
- 第三节 旅行社营业收入与利润管理 201

参考文献 207

第一章

旅行社概述

【学习重点】旅行社的性质和任务，旅行社的职能和作用

【学习难点】旅行社的性质和任务

【要求达到目标】通过本章学习使学生了解旅行社的产生及发展，并对旅行社的分类有所了解，掌握旅行社的性质、作用、职能和业务，进而对旅行社业有一个基本认识和理解

【相关链接】

1. 建议阅读书籍：

杜江．旅行社管理．天津：南开大学出版社，2004

徐波，胡海霞．旅行社经营管理．成都：四川大学出版社，2004

徐东文．旅行社管理．武汉：武汉大学出版社，2003

戴斌，杜江．旅行社管理．北京：高等教育出版社，2002

2. 建议阅读文章：

邓学龙，齐学栋．对我国旅行社发展模式的再思考；
韩山师范学院学报，2006(02)

涂绍宾．略谈网络时代的旅行社发展；世界经济网，2003

张凌云．我国旅行社业分类制度成因的再探讨；桂林旅游高等专科学校学报，2001(03)

3. 建议浏览网站：

<http://www.ctnews.com>

<http://www.lxsmedia.com>

<http://www.chuqiuguolv.com>



第一节 旅行社发展简史

一、旅行社的产生及背景

(一) 旅行社产生的历史背景

旅行社是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。就世界范围而言，人类历史上第一家旅行社产生于 19 世纪 40 年代，这与当时特定的社会背景是密不可分的。

1. 工业革命为旅行社的产生奠定了坚实的物质基础

18 世纪中叶，英国首先开始了工业革命，到 19 世纪工业革命逐渐传播到欧洲大陆和世界其他地区。工业革命以世界性的规模有效地利用人力资源和自然资源，使生产力史无前例地提高，而且对人类旅游活动产生了直接的影响。首先，工业革命直接导致了交通运输业革命，其中最重要的是铁路的问世。1825 年，英国享有“铁路之父”之称的乔治·史蒂文森的斯托克顿至达林顿的铁路正式投入运营。此后各地的铁路开始建设起来，并向更远的地区延伸。铁路的兴建从根本上改善了陆路交通运输状况，它不仅极大地提高了单位运载能力，而且为人们外出旅行节省了费用，缩短了出行者的旅途时间。其次，在铁路发展的同时，为满足乘坐火车的新型旅行者的需要，铁路公司开始在铁路沿线修建食宿设施，后来又在铁路终点站建造大酒店。交通运输业的革命、旅行服务设施的兴建极大地促进了旅行活动的发展，为旅行社的产生奠定了坚实的物质基础。

2. 旅游需求普遍化为旅行社的产生提供了现实的可能性

工业革命使生产力迅速发展，社会财富急剧增长，并且社会财富不再只流向贵族和大土地所有者，也流向新兴的工业资产阶级和金融食利阶层，因此，有产阶级规模日益扩大，他们具备了旅行的经济条件。以后通过不懈的斗争，工人阶级逐渐争取到一些带薪假期，使他们也有了外出旅游的可能。然而，旅游的真正动机必须是发自内心的，是一种出于自身考虑而走出自己熟悉的环境，去领略其他地方的风光，体验其他地方的文化，接触其他地方的愿望。因此，仅具备了外出旅游的经济条件还不足以形成普遍的旅游需

求。工业革命导致的前所未有的都市化最终为旅游需求的普遍化提供了动力。工业的发展使大量人口从乡村流入有大量工作机会、薪水较高的工业城市。城市生活在给人们带来好处的同时,也带来生理和心理的压力,于是,人们产生了对往昔乡村生活的怀念以及回归自然的愿望,希望获得短暂的休息和调节。离开工作去作短暂旅游成为普遍的需求,这样旅行社的产生便成为现实。

3. 市场经济的发展为旅行社的产生创造了必要的社会条件

随着工业革命的发展,市场经济得到进一步繁荣,交换方式也产生了深刻的变革。伴随各类有形贸易的往来,出现了以服务为主体的无形产品的交易活动,尤其是人们对以消遣娱乐为主要目的的旅游产品的需求急剧上升,旅游市场逐渐形成,这就为旅行社的产生提供了必要的条件,世界上第一家旅行社正是在这种背景下产生的。

(二) 旅行社的产生

在上述历史背景下,托马斯·库克作为世界上第一个专职的旅行代理商登上了历史舞台。当然,在他之前,已经存在为别人安排旅行的组织和个人,如中古时期商人和教会组织的朝圣旅行,英国人托马斯·贝纳特组织的个人包价旅行。但是,这些组织和个人都没有把组织旅行活动作为一项职业,只有托马斯·库克才是世界上第一位专职的旅行代理商。

托马斯·库克 1808 年生于英格兰,家境贫寒,自幼辍学。他先后当过帮工、诵经人和木匠等。托马斯·库克笃信宗教,热衷于禁欲。1841 年,他包租了一列火车,载运 570 人从莱斯特到洛赫伯勒参加禁酒大会,全程 17.7 公里(11 英里),每人收费 1 先令。此后,他又多次组织类似的铁路旅行,并逐步意识到其中蕴藏的无限商机。1845 年,他在莱斯特正式成立了托马斯·库克旅行社,开始专门从事旅行代理业务。也就在这一年,他组织了到利物浦的观光旅游,并为这次活动出版了《利物浦之行指南》,设立了专门的旅游向导。次年,库克以包价的形式组织了赴法国的旅行。1865 年,库克与其子在原有公司的基础上,创办了库克父子公司,并于 1872 年成功组织了 9 人环球旅行,从而使公司名声大振。库克对旅游业的贡献,不仅在于他开创了近代旅游业,而且还表现在他秉持面向大众、薄利多销的经营理念,推动了旅游的社会化,促进了旅游业的迅速发展。另外,他的旅游企业经营管理理念对后世也有深远影响,如他认为旅行事业的经营者应尽可能使客人方便舒适,尽可能地替客人省钱;组织游客去旅游不仅是带游客去游山玩水,更是





去探求新知识、新事物。他肯定旅游具有教育作用,并提出了“Save Money for Travel”的口号,对提高人们的旅游意识作出了贡献。

我国的旅游活动虽然有悠久的历史,但作为一项经济活动,我国的旅行社最早产生于20世纪20年代。1923年,上海商业储蓄银行总经理经北洋政府批准,正式在该银行设立旅行部,这是中国第一家由华人经营的旅游服务企业,其经营宗旨是“导客以应办之事,助人以必需之便”。1924年春,组织第一批国内旅游团从上海赴杭州游览,由铁路局开专列运送;1925年春,组织第一批由20多名中国公民组成的赴日本旅游的“观樱团”;1927年春,出版了中国第一本《旅行杂志》,并先后在铁路沿线和长江各主要港口城市设立了11个办事处。1927年6月1日,旅行部从银行中独立出来,更名为中国旅行社,经营的主要业务范围包括:代售国内外各种交通票据,办理和提供住宿与餐饮,举办赴国内外的团体旅游,出版刊物和各种宣传品,代办各项出国手续、证件并提供旅途服务,提供导游及各项旅游服务,代办货物运输报关、运输保险并代理海陆空运输业务等。1949年,该旅行社迁至香港,现为香港中国旅行社股份有限公司。

中华人民共和国成立后,1949年12月在厦门成立华侨服务社,即现在中国旅行社的前身。1954年成立中国国际旅行社总社及上海、杭州、南京、汉口、广州、沈阳、哈尔滨、安东、大连、满洲里、天津、凭祥、南昌等分社。1957年,由各地华侨服务社组建而成华侨旅行社总社(1974年更名为中国旅行社)及其分支机构。1979年,中国青年旅行社在北京成立。在此之前,我国旅行社基本上作为非赢利性的、为政治服务的事业单位,规模不大,旅行社真正的大发展是在改革开放之后。

二、旅行社的发展

(一) 世界旅行社的发展

托马斯·库克公司的成功很快引起了各地的纷纷效仿,欧洲大陆和其他国家出现了许多类似的旅游企业。1857年,英国成立了登山俱乐部,迪安一道森公司出现于1871年,次年波利旅游协会成立,1878年自行车旅游俱乐部成立,弗雷姆旅游公司则成立于1881年,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;在美国,I. 威尔斯和X. 法戈于1850创办运通公司,兼营旅行代理业务,并于1891年率先使用与现代使用方法相同的旅行支票;日本于1893年成立了“喜宾会”,该组织于1926年更

名为东亚交通公社。

到20世纪初,旅行社得到了更大的发展,美国的运通公司、英国的托马斯·库克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巨头。后来,由于两次世界大战和20世纪20年代末30年代初的世界性经济危机的影响,全球旅行社业的发展经历了几起几落的变化。第二次世界大战后,世界局势相对稳定,经济快速增长,给旅游业的大发展创造了条件,世界旅行社业也因此出现繁荣景象。

(二) 我国旅行社的发展

1. 我国旅行社业的发展

我国旅行社真正的大发展始于改革开放之后。1978年改革开放之前,全国只有中国国际旅行社总社、中国旅行社总社及其在主要省会城市的分支机构,两者都是由总社负责从国外招徕客源,分社负责当地接待工作,在体制上都是直属政府的行政事业单位,不具备企业性质。

根据国家旅游局有关规定,它们之间具有相对明确的业务分工。“国旅系统”负责接待外国来华旅游者,“中旅系统”负责接待海外华侨、外籍华人、港澳及台湾同胞。随着1979年中国青年旅行社在北京成立,我国旅行社行业基本上形成了以国旅、中旅和青旅三大系统为主的寡头垄断局面,三家旅行社基本控制了旅游外联市场。据统计,1980年这三家旅行社接待的来华旅游者占全国有组织接待人数的79.6%,其中,国旅占全国有组织接待人数的18.8%,中旅占59.9%,青旅占0.9%,其余的20.4%则由其他政府部门组织接待。

1996年10月,国务院发布并实施了《旅行社管理条例》,《条例》改变了我国旅行社原有的分类方式,重新按业务范围将我国旅行社划分为国际旅行社和国内旅行社。国际旅行社为经营入境旅游业务、出境旅游业务(特许经营)和国内旅游业务的旅行社;国内旅行社为经营国内旅游业务的旅行社。根据旅行社新的类型划分标准,在1997年,我国共有旅行社4986家,其中国际旅行社991家,国内旅行社3995家。

1997年3月,经国务院批准,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》,并于同年7月正式实施。《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》的颁布实施,标志着我国正式开办中国公民自费出国旅游,也标志着中国出境旅游市场的形成,由此确定了我国旅行社经营业务的基本格局,入境旅游、国内旅游和出境旅游成为旅行社经营业务的三大组





成部分。

2003年上半年,由于受非典的影响,我国旅游业遭受到前所未有的冲击,旅行社行业也受到很大影响,很多旅行社因此关门歇业,但随着我国对非典的控制及旅游行业管理部门实施并采取了一系列救市政策及措施,从同年7月开始,旅游业开始复苏,旅行社行业也逐步步入正常运营轨道。

据统计,截至2005年底统计,全国有国际旅行社1590家,国内旅行社15256家,总计16846家。初步形成了一个不同规模、不同档次、不同服务对象、不同所有制形式的多层次、多功能、适应性较强的旅行社网络体系。尽管目前旅行社行业存在这样或那样的问题,但不可否认的是,我国旅行社行业一直在不断成长、成熟和壮大,在推动我国旅游业发展方面起着重要的、不可替代的作用。

2. 我国旅行社业的对外开放

1999年1月,为进一步扩大旅游业的对外开放,适应全球服务贸易自由化的趋势,在国家旅游局1993年10月21日发布的《关于在国家旅游度假区内开办中外合资经营的第一类旅行社管理暂行办法》基础上,国家旅游局和外经贸部联合发布了《中外合资旅行社试点暂行办法》,该《办法》对申请设立中外合资旅行社的中国合营者和外国合营者的条件及申请审批程序进行了明确规定。

2001年12月21日,为适应对外开放的需要,促进我国旅游业的发展,国务院决定对1996年10月颁布的《旅行社管理条例》进行修订,增设了第四章关于外商投资旅行社的特别规定。新的《旅行社管理条例》于2002年1月1日实施,1999年1月由国家旅游局和外经贸部联合发布的《中外合资旅行社试点暂行办法》同时废止。

2003年6月13日,为适应我国加入世界贸易组织的新形势,进一步扩大旅游业对外开放,促进旅行社行业发展,国家旅游局和商务部联合发布了《设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定》,该《规定》对设立外商控股旅行社的境外投资方、中国投资者以及设立外商独资旅行社的境外投资方需满足的条件都作出了明确规定。符合条件的境外投资方可在经国务院批准的国家旅游度假区及北京、上海、广州、深圳、西安5个城市设立控股或独资旅行社。《暂行规定》实施以来,共有5家外商独资旅行社、5家外商控股旅行社先后在北京、上海等城市和经国务院批准的国家度假区成立。外商控股、独资旅行社的成立,架构了中国旅行社市场的新格局,繁荣了中国旅游市场,促进了国内旅行社的整合。

2005年2月国家旅游局和商务部联合发布了对《设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定》的修订,将设立外商控股或外商独资旅行社的注册资本由400万元人民币降低到250万元人民币,并取消了地域限制。这标志着我国设立外商控股、外商独资旅行社条件进一步放宽,旅游业对外开放进一步加大。截至2006年底,我国国内外商合资独资旅行社已达到25家。包括世界最大旅行服务提供商美国运通、日本最大旅行社日本交通公社(JTB)等在内的国际巨头纷至沓来。

第二节 旅行社的性质与作用

一、旅行社的概念及性质

旅行社作为为旅游者提供服务的组织,在不同的国家和地区有着不完全相同的含义。欧美地区将旅行社简单地划分为旅游经营商(Tour Operator)和旅行代理商(Travel Agent)。其中旅游经营商是一种销售企业,它们在消费者提出要求之前,事先准备好旅游活动和度假地,组织旅行交流,预订旅游目的地各类客房,安排多种游览、娱乐活动,提供整套服务(包价旅游),并事先确定价格及出发和返回日期,即准备好旅游产品,由自己属下的销售处或旅行代理商将产品销售给团体或个体消费者。而旅行代理商是获得授权向公众销售旅游、游船舱位、交通服务、酒店住宿、餐饮、接送服务、观光和其他所有与旅行有关的个人、商社或公司。

在我国,《旅行社管理条例》规定“旅行社是指有营利目的,从事旅游业务的企业”,其中旅游业务是指“为旅游者代办出境、入境和签证手续,招徕、接待旅游者,为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动”。

由此可见,尽管不同国家和地区对旅行社的定义不尽相同,但都包含了如下共同特性:

(1) 为旅游者旅行提供相关旅游服务。服务一般是指提供劳动形式,满足他人某种需要并取得报酬的商业行为。它有两个基本特征:一是服务同样具有使用价值,这种使用价值表现的不是物而是活动;二是服务不论是由人来提供的还是由物提供的,服务产品的交易仅局限于使用权的转移,而不是





所有权的让渡。现代社会已越来越离不开服务，服务经济在社会经济生活中占有的比重越来越大。旅行社作为服务企业提供的服务产品，不同于主要是由实物支撑的酒店服务产品，即主要是通过对物的使用来满足游客的住宿需求，而更多表现为人的活动，如代办食宿、预订机座、提供导游接待等。而且，旅行社的包价旅游使得旅行社产品具有综合性服务的特征。

(2) 通过生产和销售旅游产品而将酒店、餐馆、交通、景点、娱乐、保险公司等旅游服务部门联结为一体，具有纽带作用。旅行社的发展史似乎表明，旅行社承担着双重角色。它既是旅游产品的生产者，又是旅游产品的销售者，这是历史的表象。实质上，旅行社在旅游活动中处于旅游服务供应商和旅游服务需求者之间的中介，主要起着媒介和经纪人的作用。对于销售包价旅游产品的旅行社来说，旅行社以低于市场的价格向旅游产品要素的提供者（如酒店、航空公司）购进食、宿、行、游等服务，然后根据市场需求配置资源，对原有的服务产品组合、包装，使之形成有差别的旅行社产品，并以总的价格出售给旅游者，从而获取利润。旅游要素组合包价过程中常被认为有“生产职能”介入，但组合包价并没有从根本上改变旅游产品的特质，而是更方便了游客的购买，因此，可以说代理销售是旅行社最本质的特征。难怪有人说旅行社是旅游业的主要销售系统。

(3) 以获取利润为主要目的。旅行社从买进的旅游产品的成本之上加上一定的手续费再卖给旅游者，利润主要来源于作为中间环节的批零差价，以及作为提供代理服务的佣金。

二、旅行社的分类

在不同的国家和地区，由于经济发展水平和旅游业发展状况存在差异，旅行社分类标准不尽相同，下面我们介绍世界上一些主要国家和地区及我国旅行社的分类情况。

（一）欧美地区旅行社的分类

前已提及，欧美地区一般按旅游业务经营的性质将旅行社分为旅游经营商和旅行代理商。

1. 旅游经营商

旅游经营商以组织和批发包价旅游产品为主要经营业务，其主要功能是进行市场调查、预测市场需求及发展趋势、生产和设计旅游产品，并将这些产品交给旅行代理商在旅游市场上进行销售，有的经营商也兼营零售业务，

即自己直接向旅游者销售旅游产品。旅游经营商的利润主要来自批零差价及设计组合旅游产品所产生的垄断性利润。

2. 旅行代理商

旅行代理商是旅游经营商与旅游者之间的联系纽带,其主要功能是代理旅游经营商招徕与组织旅游者,向旅游者提供旅游咨询和旅游接待服务,代理旅游者直接向旅游经营商和旅游服务部门预订旅游产品,旅游代理商的收入全部来自销售佣金。在西方,不同的部门旅行代理商的销售佣金标准不尽相同,一般而言,销售轮船舱位的佣金为7%~7.5%,航空服务和包价旅游为10%,若代理商的销售额可观,可另得2.5%的奖励佣金和其他形式的奖励。近几年来受“9·11”事件等因素的影响,西方航空运输业极不景气,竞争异常残酷,航空服务的销售佣金呈下降趋势。

(二) 日本旅行社的分类

1996年4月1日,日本实施新的《旅行业法》,以旅行业是否从事主催旅行业务为主要标准,对日本旅行社的分类进行调整,将旅行社以前划分的一般旅行业、国内旅行业和旅行代理店重新划分为第Ⅰ种旅行业、第Ⅱ种旅行业和第Ⅲ种旅行业。日本的旅行业即我国所说的旅行社,主营旅行业务,相当于我国的包价旅游,根据日本新的《旅行业法》,它是指:“旅行业者事先确定旅游目的地及日程、旅游者能够获得的运送及住宿服务内容、旅游者应对旅行业者支付的代价等有关事项的旅游计划,通过广告或其他方法募集旅游者而实施的旅行。”

(1) 第Ⅰ种旅行业第Ⅰ种旅行业是指能够从事海外和国内主营旅行业务的旅行社。

(2) 第Ⅱ种旅行业第Ⅱ种旅行业是指只能从事国内主营旅行业务的旅行社。

(3) 第Ⅲ种旅行业第Ⅲ种旅行业是指不能从事主营旅行业务的旅行社。

(三) 我国台湾地区旅行社的分类

我国台湾地区的《发展观光条例》将旅行社划分为综合旅行业、甲种旅行业和乙种旅行业三个类型。

1. 综合旅行业综合旅行业的经营范围包括:

(1) 接受委托代售岛内外海、陆、空运输事业的客票,或代旅客购买岛内外客票、托运行李;

(2) 接受旅客委托,代办出入境及签证手续;





- (3) 接待岛内外观光旅客并安排旅游、住宿及导游;
- (4) 以包办旅游方式, 自行组团, 安排旅客岛内外观光旅游、食宿及提供有关服务;
- (5) 委托甲种旅行业代理招揽前款业务;
- (6) 委托乙种旅行业代为招揽第四款岛内团体旅游业务;
- (7) 代理境外旅行业办理联络、推广、报价等业务;
- (8) 其他经主管机关核定的与岛内外有关之事项。

2. 甲种旅行业甲种旅行业的经营范围是:

- (1) 接受委托代售岛内外海、陆、空运输事业的客票, 或代旅客购买岛内外客票、托运行李;
- (2) 接受旅客委托, 代办出入境及签证手续;
- (3) 接待岛内外观光游客并安排旅游、食宿及导游;
- (4) 自行组团安排游客出岛观光旅游、食宿及提供有关服务;
- (5) 代理综合旅行业招揽第五款的业务;
- (6) 其他经主管机关核定的与岛内外有关的事项。

3. 乙种旅行业乙种旅行业经营下列旅游业务:

- (1) 接受委托代售岛内海、陆、空运输事业的客票或代旅客购买岛内客票、托运行李;
- (2) 接待本岛观光游客岛内旅游、食宿及提供有关服务;
- (3) 代理综合旅行业招揽第六款岛内团体旅游业务;
- (4) 其他经主管机关核定的与岛内有关的事项。

(四) 我国旅行社的分类

如前所述, 1985 年国务院颁布的《旅行社管理暂行条例》将我国的旅行社划分为一类社、二类社和三类社。这种划分方式主要是根据旅行社旅游接待程序和旅行社经营范围相结合的方式划分的, 在实践过程中出现了一些问题: 一方面是划分本身存在问题, 一、二类社划分的标准是旅游接待程序的分段, 一、二类社与三类社划分的标准是接待对象的不同; 另一方面是接待程序使一类社和二类社形成人为割裂, 一类社因担心二类社不能保证接待质量而不愿将自己招徕的旅游团交给二类社, 二类社因得不到一类社的团队而自行设法在境外组团, 甚至三类社因也想分取从事入境旅游业务的高利润也想插手国际旅游业务。因此, 1996 年国务院颁布的《旅行社管理条例》对旅行社的分类进行了调整, 主要是根据业务经营范围将旅行社划分为国际旅