

全国经济专业技术资格考试指定用书

旅游经济(旅行社) 专业知识与实务 (初级)



国家旅游局人事劳动教育司
人事部人事考试中心

组织编写

全国经济专业技术资格考试指定用书

旅游经济（旅行社）

专业知识与实务

（初 级）

国家旅游局人事劳动教育司、
人事部、人事考试中心组织编写

中国人事出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游经济 (旅行社) 专业知识与实务: 初级/陶汉军主编。—北京: 中国人事出版社, 1998.4
全国经济专业技术资格考试指定用书
ISBN 7-80076-852-X

I. 旅… II. 陶… III. 旅行社—旅游服务—资格考核, 初级—学习参考资料 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 04160 号

中国人事出版社出版

(100028 北京朝阳区西坝河南里 17 号楼)

河北〇五印刷厂印刷

*

1998 年 4 月第 1 版 1998 年 4 月第 1 次印刷

开本: 787×1092 毫米 1/32 印张: 9.625

字数: 220 千字 印数: 1—1250

定价: 17.00 元

(如有印刷、装订等差错, 可与本社联系调换)

编审人员名单

主 编：陶汉军

副 主 编：杜 江 李天元 邹益民

编写人员：(按姓氏笔划为序)

李天元 陶汉军 梁 智

审定人员：(按姓氏笔划排列)

杜 江 邹益民 李天元

陶汉军 崔素香

前 言

1998年全国经济专业技术资格考试定于10月31日举行,为促进广大经济专业人员学习专业知识,提高应考能力,我们会同国家计委、财政部、劳动部、建设部、铁道部、交通部、邮电部、农业部、国内贸易部、中国人民银行总行、国家工商行政管理局、中国民用航空总局、国家旅游局、国家税务总局、中国人民保险(集团)公司和中国工业经济协会组织有关专家,根据国家有关政治和经济体制改革情况,依据考试大纲明确的考试范围和要点,对1997年经济专业考试指定用书分别进行了修订和勘误,并在此基础上重新编辑出版了1998年考试指定用书。

一、经济基础、工业、农业、价格管理、财政(财政类)、财政(税务类)、运输(公路)、运输(铁路)、劳动、邮电、旅游(旅行社)、旅游(饭店管理)、工商、房地产、建筑等专业考试指定用书根据国家新近颁布的有关法规、条例和政策,在1997年指定用书基础上对内容进行了局部或较大幅度的修订。

二、金融、运输(水路)等专业,指定用书内容不再进行修订,仅在1997年指定用书基础上作了一定程度的勘误。

三、商业(商业管理)、商业(商业营销)、物资、保险、运输

(民航)等专业指定用书在 1997 年版基础上再版。

在组织修订这套指定用书时,我们力求反映我国改革开放和建立社会主义市场经济体制的要求。然而建立社会主义市场经济体制是一个长期的、艰难的过程,也由于我们的工作水平有限,指定用书编写组织工作中可能存在疏漏和不足之处,我们欢迎广大考生及从事经济工作的各界人士提出批评和指正。

在本套书出版之际,我们谨向参与组织、编写工作的有关部门和专家学者表示诚挚的谢意!

人事部人事考试中心

1998 年 1 月

目 录

第一部分 旅游经济基础知识

- 一、现代旅游的性质、种类和特点**
 - (一) 旅游活动 (1)
 - (二) 旅游的种类 (8)
 - (三) 现代旅游的特点 (22)
- 二、旅游者**
 - (一) 旅游者概念 (24)
 - (二) 实现个人旅游需求的基本条件 (30)
 - (三) 旅游者流动规律 (39)
- 三、旅游资源**
 - (一) 旅游资源及其分类 (46)
 - (二) 旅游资源的功能及特点 (51)
 - (三) 旅游资源的开发与保护 (57)
- 四、旅游业**
 - (一) 旅游业及其构成 (62)
 - (二) 旅游业的产品 (67)
- 五、旅游市场**
 - (一) 旅游市场概念和构成要素 (78)

(二) 旅游市场细分·····	(79)
(三) 旅游市场调查与预测·····	(86)
(四) 中国旅游业的客源市场·····	(100)
六、旅游的影响	
(一) 旅游的积极影响·····	(106)
(二) 旅游的消极影响·····	(112)
七、旅游组织	
(一) 旅游组织及其职能·····	(118)
(二) 我国的旅游组织及其职能·····	(121)
(三) 国际性旅游组织·····	(124)

第二部分 旅行社业务

一、旅行社概述	
(一) 旅行社的性质和类型·····	(131)
(二) 旅行社的职能和业务·····	(137)
二、旅行社产品开发业务	
(一) 旅行社产品的分类·····	(140)
(二) 旅行社产品的开发·····	(144)
三、旅行社的采购与行李业务	
(一) 旅游服务采购业务·····	(149)
(二) 旅行社的行李业务·····	(155)
四、旅行社产品销售业务	
(一) 旅行社产品价格的制定·····	(159)

(二) 旅行社销售渠道的选择	(164)
(三) 旅行社产品的促销	(169)
(四) 旅行社销售业务的运作程序	(177)
五、旅行社团体旅游接待业务	
(一) 旅游团接待工作程序	(186)
(二) 旅游团接待过程中常见问题的处理	(195)
(三) 旅游安全事故的处理	(200)
(四) 内勤服务	(206)
六、旅行社散客旅游业务	
(一) 散客旅游产品	(208)
(二) 单项委托业务	(210)
(三) 旅游咨询业务	(213)
(四) 选择性旅游	(214)
七、旅行社核算业务	
(一) 组团业务核算	(217)
(二) 接团业务核算	(218)
(三) 旅行社结算业务	(220)
(四) 特殊情况下的结算业务	(224)
附录 1. 旅行社管理条例	(226)
附录 2. 旅行社管理条例实施细则	(234)
附录 3. 旅行社质量保证金暂行规定	(249)
附录 4. 旅行社质量保证金暂行规定实施细则	(251)
附录 5. 民航旅客须知 (1995)	(259)
附录 6. 铁路旅行常识摘要	(266)
附录 7. 旅行社办理旅游意外保险暂行规定	(274)
附录 8. 中外旅行社组团合同范本	(280)
附录 9. 中华人民共和国旅游行业标准旅行社国内旅游	

服务质量要求	(288)
附录 10. 国内旅游组团标准合同.....	(294)

第一部分 旅游经济基础知识

一、现代旅游的性质、种类和特点

(一) 旅游活动

1. 旅游的产生与发展

旅游是人类社会经济发展到一定阶段的产物，它已发展成为现代人类生活中一项重要的社会经济文化活动。

在人类历史上，原始部落的迁移并非真正意义上的旅行，因为这种活动是因自然因素如气候、生存环境的变化而被迫进行的。随着社会的发展，三次社会大分工的出现，私有制的产生，生产的产品出现了剩余，产生了商品交换，形成了对旅行经商和出外交换产品的需要。所以，人类有意识的外出旅行最初是由于产品或商品交换引起的。它始于原始社会末期，在奴隶社会得到了迅速发展。在封建社会时期，商品生产和商品交换的范围和规模进一步扩大，使经商旅行又有了新的发展。此外，由于生产力水平的提高，这个时期内各种非经济目的的旅行活动也相继有所开展，但由于其参加者人数很少，不具有普遍的社会意义。到了19世纪，产业革命加速了城市化的进程，带来了阶级关系的新变化，促进了科学技术的进步，火车、轮船的出现，使大规模的人员流动成为可能。因此，此

时旅行的发展才开始在许多方面具有今天意义上旅游的特点。其主要表现是：

第一、以消遣为目的而外出旅游的人数大量增加。例如，1842年，英国有200万人参加了乘火车旅游。1840年至1882年，美国旅欧人数由8000人增至52812人，到1890年，进一步增至124077人。

第二、为旅游活动提供服务的条件基本形成。不仅商业性住宿设施和客运业务有了新的发展，而且在19世纪中叶出现了专门组织和安排旅游活动的旅行社。

第三、在旅行社的组织下，团体旅游开始有了发展。第二次世界大战以后，特别是60年代以来，世界经济的发展，科学技术的进步，大大推动了现代旅游的快速发

2. 旅游的概念

1991年6月，世界旅游组织和加拿大政府在渥太华召开了国际旅行和旅游统计会议，对如何制定可靠的旅游统计系统进行了审议，并通过了一系列决议。会后，该组织又成立了由政府、国际组织及旅游行业代表组成的指导委员会，负责制定具体贯彻渥太华会议建议的计划，并于1993年2月在纽约召开的联合国统计委员会第27次会议上通过了世界旅游组织的报告——“对旅游统计的建议”。该报告内容包括有关旅游统计标准的建议和执行这些标准的工作计划。根据其中一项计划的要求，世界旅游组织从不同方面编制了五本旅游统计手册，对旅游统计的有关概念、定义和分类做出了规定。

根据世界旅游组织的规定，旅游是指人们为休闲、商务或其他目的离开他们的惯常环境，到其他地方访问，连续停留时间不超过一年的活动。

按照这一规定，旅游具有如下三个基本特征：

第一、出游目的包括的范围广泛。出游目的以出游动机为前提，若没有出游动机，旅游便不能发生。旅游目的分为六大类，即：

- (1) 休闲、娱乐、度假；
- (2) 探亲访友；
- (3) 商务、专业访问；
- (4) 健康、医疗；
- (5) 宗教/朝拜；
- (6) 其他。

第二、旅游是人们必须离开他（她）的惯常环境到其他地方的旅行。这里惯常环境包括两个方面，一是指人们常去的地方，即使这个地方离他的居住地很远，如某人的度假别墅或第二住房等皆属惯常环境；二是指距离，即离一个人的居住地很近的地方，即使他很少去，也属惯常环境。因此，惯常环境包括居住地附近的地方和他经常去的地方。其中居住地（国）或常住地（国）是指一个人在上一年（12个月）的大部分时间生活的地方（国家）或仅在那个地方（国家）生活了一个较短时间，但打算在12个月中还回去生活的地方（国家）。

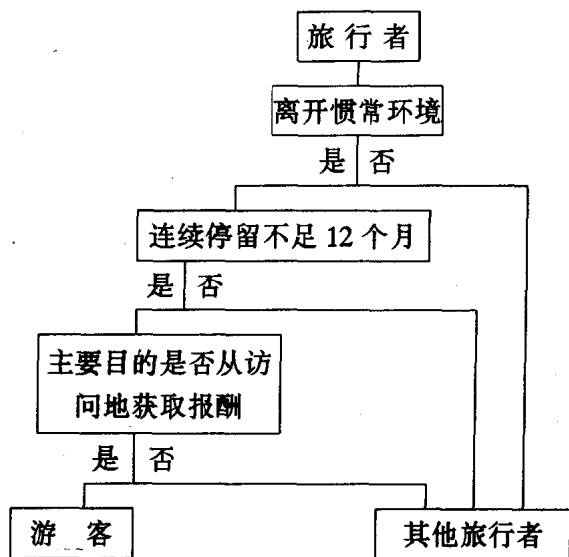
第三、停留时间的界定。人们离开惯常环境到其他地方访问的连续停留时间不得超过12个月，因为从旅游的角度看，一个人到本国境内的另一个地方或到另一个国家访问，若停留一年以上，这个地方或国家可视为其居住地或居住国。

旅游是旅行活动的一个分支，它包括过夜游和一日游两种。它同旅行的根本区别之一在于前者必须具备离开惯常环境，后者则无须这一条件。因此，每天上、下班和离家到剧院看戏属于旅行，但不是旅游。旅游的主体称为游客（visitor），而旅行的主体则称为旅行者（traveller）。旅游同旅行的另一根

本区别是其主体是否在访问地通过其活动获取谋生性报酬，旅游的主体（游客）不以此为主要目的。旅游与旅行的关系如图 I-1-1 所示。

图 I-1-1

游客和其他旅行者



3. 旅游的社会属性

旅游，无论在理论上还是在实际上都是一种综合现象，然而就其本质而言，则是一种社会经济文化活动，尤其是现代旅游，这一本质表现得更为明显。

首先，它是一种以经济为基础的社会文化活动。旅游是社会经济发展的产物，又伴随着社会经济的发展而发展。随着社会经济的发展，收入的增加，人们的生活水平也在逐步提高。当人们的收入水平在满足了日常衣、食、住、行等基本生活需

要之后还有余时，便产生了对社会文化生活的追求。按照马斯洛需求层次的理论，人的需要分为生理需要、安全需要、社交需要、受尊重需要和自我实现的需要。它们是逐级上升的。当低一级的需要获得相对满足之后，人们便要追求高一层次的需要。其中，旅游便是实现社交需要、受尊重需要和自我实现需要的一种好形式。这是因为：

第一、旅游是一种积极的、健康的社会交往活动。通过旅游，人们可以同居住地以外的人们进行接触、交流，体验异国他乡人们的生活方式、社会风俗人情。

第二、旅游是一种陶冶人们精神、增长知识的活动。在旅游中，人们观赏自然风光，游览名胜古迹，参加目的地举行的各种活动，有利于人们开阔心胸，增长见识，丰富其精神文化生活。

第三、旅游是人们实现其业务工作和个人发展的重要途径，无论是从事公务、商务或参加会议，还是进行异地科学考察和有关问题研究，通过旅游，到目标国家或地区进行实地调查，交流信息，往往会收到事半功倍的效果，从而求得业务工作和自身专业的发展。

其次，它是一种以追求精神和物质文化生活为目的的经济活动。旅游从其主体即游客来说其主要目的是为了丰富自己的物质和精神文化生活，在现代条件下，这种物质和精神文化生活的满足应该是一种享受。

为了得到这种享受：

第一、游客必须按照一定的价格支付一定数额的资金购买旅游产品，从而形成旅游产品需求者和旅游产品供给者之间的买卖关系。

第二、社会经济的发展使旅游需求者不断增多，为了满足

日益增多的旅游需求，旅游产品供给者的队伍也在不断扩大。众多的旅游需求者与众多的旅游供给者及其交换关系便构成了旅游市场。在旅游市场上形成了旅游需求者之间，旅游供给者之间以及旅游需求者与旅游供给者之间的竞争。

第三、为了保证旅游产品的供给，旅游供给者需投入资金进行旅游设施的建设和人员培训，于是旅游供给者便要同国民经济中其它有关部门发生经济联系，这样旅游活动已不单纯是一种社会文化活动，同时也是一种经济活动。

4. 旅游活动体系与基本要素

旅游活动体系是指形成旅游活动的网络，它包括三个方面，即客源地、目的地和交通运输部门。

客源地是指产生游客的地区或游客居住的地区，也称旅游输入地区，在国际旅游中，则称为旅游客源国或旅游产生国或旅游输入国。

目的地是指游客到访的地区或旅游接待地区，也称旅游输出地区，在国际旅游中，则称旅游目的地国或旅游接待国或旅游输出国。

交通运输部门是指向游客提供自出发地（或客源地）至所访目的地之间的交通运输部门，它可能是客源地的交通运输部门，也可能是目的地的交通运输部门，还可能是其他地区的交通运输部门。

客源地的功能是产生旅游活动的主体——游客，目的地的功能是接待游客，交通运输部门的功能则是向游客提供自客源地至目的地和由目的地返回客源地的便利条件。三者共同构成了旅游活动的体系。

从旅游目的地看，旅游活动的进行必须具备三个基本条件，即游客，旅游吸引物，旅游服务及设施。

(1) 游客

游客是指任何一个到他（她）惯常环境以外的地方去旅行，连续停留不超过12个月，并其旅行的主要目的不是通过所从事的活动从访问地获取报酬的人，是旅游活动的主体。但是，并非任何人都可成为游客。要成为游客，必须具备如下三个基本条件：

第一、旅游动机。它是推动人们出外旅游的原动力，一个人如果没有旅游的兴趣或愿望，他决不可能成为游客。促使人们产生旅游动机的因素除主观意图外，周围社会环境、工作性质、个人或家庭状况和受教育程度等因素都会对旅游动机的形成产生影响。

第二、可自由支配的收入。它是人们进行旅游活动的经济基础。可自由支配的收入水平，决定着人们对旅游目的地的选择，旅游消费水平的高低。

第三、余暇时间。它也是人们实现旅游活动的必要条件。人们根据余暇时间的多少和连续时间的长短确定出游的次数和旅游目的地的停留时间。

(2) 旅游吸引物

旅游吸引物是指自然界和人类社会，凡能对游客产生吸引力的各种事物和因素，它是游客实现旅游欲望的客体。旅游吸引物有广义和狭义之分。狭义的旅游吸引物一般指的是有形的旅游资源，它包括自然旅游资源和人文旅游资源，如桂林山水，万里长城等；广义的旅游吸引物除有形的旅游资源外，还包括旅游服务，社会制度，人民生活方式等无形的旅游资源。旅游吸引物的丰富程度与吸引能力的大小是旅游目的地国家或地区旅游业发展的基础。

(3) 旅游服务及其设施