



教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书

旅行社经营与管理

主编 侯志强 李胜芬



中国财政经济出版社

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书

旅行社经营与管理

主编 侯志强 李胜芬
审稿 李 昕 周 力

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营与管理/侯志强, 李胜芬主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2005.4

教育部职业教育与成人教育司推荐教材. 五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书

ISBN 7-5005-8114-9

I. 旅… II. ①侯…②李… III. 旅行社-企业管理-高等学校: 技术学校-教材
IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 026538 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 88190616 传真: 88190655

北京京师印务有限公司印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 16.5 印张 388 000 字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月北京第 1 次印刷

定价: 23.00 元

ISBN 7-5005-8114-9/F·7092

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本教材的正版图书封底上贴有“中国财政经济出版社 教育分社”防伪标识。根据标识上提供的查询网站、查询电话和查询短信, 输入揭开防伪标识后显示的产品数字编号, 即可查询本书是否为正版图书。版权所有, 翻印必究, 欢迎读者举报。举报电话: 010-88190654。

出版说明

为了进一步贯彻落实《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》和全国职业教育工作会议的精神,适应五年制高等职业教育发展的趋势,满足各类职业技术学院专业教学的实际需要,我们组织编写了五年制高等职业教育教学用书。该系列教材涵盖了五年制高等职业教育教学中所需的公共课(包括文化基础课、思想政治课)、财务会计、市场营销、电子商务、金融与证券、国际贸易、旅游饭店与管理等专业主干课程,从2005年秋季开学起,这些教材将陆续提供给各类职业技术学院使用。

该系列教材是根据教育部提出的“以综合素质培养为基础,以能力培养为主线”为指导思想,结合五年制高等职业教育的教学培养目标而编写的,经教育部职业教育与成人教育司批准立项,并由专家审定,作为教育部职业教育与成人教育司推荐教材出版。新教材全面贯彻素质教育思想,从社会发展对高技术应用性人才的需求出发,在内容的构建上结合专业岗位(群)对职业能力的需要来确定教材的知识点、技能点和素质要求点,并注重新知识、新技术、新工艺、新方法的应用,注重对学生的创新精神和实践能力的培养。新教材在理论体系、组织结构和阐述方法等方面均作了一些新的尝试,以适应高等职业教育教学改革,满足各类高等职业技术学院教学需要。在此,我们真诚的希望各类职业技术学院在教材的使用过程中,能够总结经验,及时提出修改意见和建议,使之不断完善和提高。

2005年4月

前言

本书的编写思路紧紧围绕教育部《关于全面推进素质教育，深化高等职业教育的意见》精神，以实用性、可操作性为主旨，以旅行社业务为主线，介绍了当前我国旅行社的主要运作业务和基本的经营理念，用大量的信息和案例让学生把握旅行社经营管理的行业动态，尽可能缩短学生的课堂学习与实际岗位之间的距离，让学生从接触这门课程开始，就要注重职业素养的培育、专业技能的提高。同时，本书通过介绍发达国家旅行社运作的先进经验，拓展了学生的视野，丰富了学生的认识，使学生具备一定的独立思考能力。

本书具体编写分工如下：第一、五、八章由侯志强编写；第二、六、十章由李胜芬编写；第三、四、七章由吴鸣岐编写；第九章由梁星编写。全书由侯志强拟订编写提纲和写作体例，侯志强、李胜芬修改、定稿。

感谢华侨大学旅游学院郑向敏教授的悉心指导和帮助。

本书参考了大量的文献和资料，我们力争在参考文献和备注中列出，但难免会出现遗漏，恳请相关作者原谅，也向所有参考文献及相关内容的作者表示感谢！

由于作者的知识水平有限，本教材中必定存在不少的问题，有待在实践操作和使用过程中进一步地修改和完善，敬请使用者不吝指正。

编 者

2005年2月30日

目 录

上篇 绪 论

第一章 旅行社概述	(3)
第一节 旅行社的产生与发展	(3)
第二节 旅行社的性质与职能	(11)
第三节 旅行社的业务类型	(13)
第四节 旅行社的组织机构设置	(15)
第二章 旅行社的设立	(22)
第一节 进入旅行社行业的方式	(22)
第二节 旅行社的设立条件	(25)
第三节 旅行社设立的基本程序	(32)
第四节 旅行社的产权形式	(40)
第五节 旅行社的行业组织	(44)
第三章 我国旅行社业的发展趋势	(51)
第一节 旅行社市场的开放	(51)
第二节 旅行社的信息化	(54)
第三节 中国旅行社业分工体系的调整	(58)
第四节 旅行社的跨国经营	(62)

中篇 旅行社运营

第四章 旅行社产品的设计与开发	(71)
第一节 旅行社产品的特征与类别	(71)
第二节 影响旅行社产品开发的因素	(78)
第三节 旅行社产品的设计原则	(81)

第四节	旅行社产品的开发过程	(84)
第五节	旅游服务采购业务	(88)
第五章	旅行社产品的促销	(96)
第一节	旅行社产品促销的工作流程	(96)
第二节	旅行社产品的促销方式	(100)
第三节	促销效果的评估与促销改进	(110)
第六章	旅行社产品的销售	(117)
第一节	旅行社产品的销售方式	(117)
第二节	旅行社产品的销售渠道	(119)
第三节	旅行社产品的销售手段	(133)
第四节	旅行社产品销售过程的管理	(136)
第七章	旅行社的接待业务	(140)
第一节	接待计划的制定与落实	(140)
第二节	团队接待业务	(143)
第三节	散客接待业务	(155)
第四节	旅行社的售后服务	(157)
第五节	旅游投诉	(160)
下篇 旅行社管理		
第八章	旅行社质量管理	(169)
第一节	旅行社质量管理的基本概念	(169)
第二节	旅行社质量管理的实施	(171)
第三节	旅行社质量管理的方法	(175)
第四节	旅行社质量管理趋势	(182)
第九章	旅行社人力资源管理	(187)
第一节	旅行社人力资源的概念与类型	(187)
第二节	旅行社人力资源配置	(192)
第三节	旅行社员工绩效考评和报酬	(197)
第四节	旅行社企业文化构建	(203)
第十章	旅行社的财务管理	(209)
第一节	旅行社财务管理概述	(209)
第二节	旅行社的投融资管理	(212)
第三节	旅行社的营运资金与长期资产的管理	(214)

第四节	旅行社的结算管理	(218)
第五节	旅行社成本费用的管理	(226)
第六节	旅行社营业收入与利润的管理	(228)
第七节	旅行社的财务分析	(231)
附录一	旅行社质量保证金暂行规定 (1995 年 1 月 1 日发布)	(240)
附录二	旅行社管理条例	(242)
附录三	导游人员管理条例 (中华人民共和国国务院令第 263 号)	(248)
附录四	旅行社国内旅游服务质量要求	(251)
主要参考文献		(254)

上 篇

绪 论

旅游业是一个新兴产业，自第二次世界大战以来，它的发展引起了各国的关注。作为旅游业三大支柱之一的旅行社是商品经济、科学技术和社会分工发展及人类长期旅行、旅游活动的结果，我们需要从旅行社产生的历程认识旅行社；同时随着我国加入 WTO，我们必须用世界旅行社业发展的视角审视我国旅行社的发展。

本篇包括第 1~3 章，主要包括：旅行社的发展史、现代旅行社的性质与职能、旅行社业务范围、组织机构设置；旅行社设立的程序与企业形态；旅行社的发展趋势等。通过学习，学生应建立正确的企业认识，了解现代旅行社形成的社会基础和发展趋势。

第一章

旅行社概述

学习目标

自托马斯·库克在 19 世纪 40 年代创立世界上最早的旅行社以来，旅行社作为专门为人们旅行和旅游活动提供服务的机构在不断发展。通过本章学习，学生应了解国内外旅行社的产生与发展，了解旅行社形成与发展的社会背景，掌握旅行社的性质与职能，熟悉旅行社的业务范围与基本业务。

世界上最早的旅行社出现在 19 世纪 40 年代的英国，我国最早的旅行社则产生于 20 世纪 20 年代的上海，这是社会经济和旅游活动发展到一定阶段的产物。随着世界范围旅游业的不断发展和繁荣，旅行社现已发展成为世界旅游业的三大支柱产业之一。

第一节

旅行社的产生与发展

一、旅行社的产生

旅行社的产生是经济、科技和社会分工发展的直接结果，同时也是旅行活动长期发展的必然产物。

18 世纪中叶，发生在英国的工业革命使整个世界经济和社会结构发生了巨大的变化，同时也改变了世界范围内旅行和旅游的发展方向。工业革命对旅行活动发展的影响集中表现

在以下四个方面：

①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，他们具备了旅游的经济条件。工业革命以前，只有地主和贵族才有金钱从事非经济目的的消遣性旅游活动。工业革命使得生产财富大量流向新兴的工业资产阶级，使他们也具有了旅游的经济条件，从而增加了有财力外出旅游的人数。

②科学技术的进步，特别是交通运输的大力发展，提高了运输能力，缩短了运输时间，使大规模的人员流动成为可能。1769年瓦特发明了蒸汽机技术，18世纪末蒸汽机轮船的问世，都促进了交通运输的发展。但对于近代旅游的诞生影响最大和最直接的还应当数铁路运输技术的发展。1825年，英国享有“铁路之父”之称的乔治·史蒂文森建造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。

③工业革命加速了城市化的进程，并且使人们工作和生活的重心从农村转移到工业城市。这一变化最终导致了人们适时逃避城市生活的紧张节奏、拥挤嘈杂的环境压力的需要和回归自由、宁静的大自然的追求。

④工业革命改变了人们的工作性质。随着大量人口涌入城市，原先那种随农时变化而忙闲有致的多样性农业劳动，开始为枯燥、重复的单一性大机器工业劳动所取代，致使人们产生了强烈的度假要求。当然，工人阶级带薪假日的获得也并非一蹴而就，而是经过了一个多世纪的艰苦斗争才最终取得的。

正是在这种历史背景下，托马斯·库克（Thomas Cook）作为世界上第一位专职的旅行代理商登上了历史的舞台。

虽然在托马斯·库克以前已经存在为别人安排旅行的组织和个人，如中世纪的马赛商人以及14世纪和15世纪威尼斯的教会曾组织了朝圣旅行，德国出版商卡尔·贝德科尔（Karl Baedeker）编写并出版了旅行指南，英国人托马斯·贝纳特（Thomas Bennett）组织了个人包价旅游。但是与托马斯·库克不同，都没有将组织旅行活动作为自己的正式职业，只有托马斯·库克才是世界上第一位专职的旅行代理商，他开创了现代旅行社发展的先河。

相关信息

托马斯·库克（Thomas Cook, 1808—1892）对旅游业的贡献：

自从19世纪40年代托马斯·库克创办世界上最早的旅行社至今，作为旅游业中最具有行业特征和代表性的旅行社业务，在世界范围内得到蓬勃发展，在世界旅游业的发展中起着日益重要的作用。

托马斯·库克1808年11月22日生于英格兰德比郡墨尔本镇，自幼家境贫寒，十岁辍学从业，做过帮工、木匠、颂经人等，笃信宗教、热衷于禁欲。

1845年在英国的莱斯特，世界上第一位真正的、专职的旅游代理商托马斯·库克正式创立了世界上第一个旅行社——托马斯·库克旅行社。他的思想完满地配合了当时英国的铁路和海上客运的发展，使有组织的旅游活动在大多数的公众中得到普及。

（1）托马斯·库克组织了世界上第一次团体包价旅游，这次活动历史上被认为是现代

旅行社业务开端的标志。

1841年7月5日,当时作为传教士的库克是热心的禁酒演说家,他利用机械化大生产中人们出现的心理危机,以参加戒酒运动为号召,组织了世界上第一次团体包价旅游。他包租了一列往返火车,载运570人从莱斯特到拉夫伯勒参加一次禁酒大会,全程24英里,第一次采用了集体折扣付费的方法。这次团体旅游的重要意义在于,它具有了一些不同于以往旅游活动的新的特点:

首先,具备了现代旅行社组织的旅游团的基本特征。这次旅游活动的参加者人数之多、来源之广泛,在当时是空前规模的,人员来自各行各业,四面八方,为了这次旅游而聚集,旅游活动结束后又各奔东西,这是与以往为自己的专业团体或本公司的员工组织的旅游活动的显著区别。从而使旅游活动的组织开始面向社会公众,使这次旅游活动具有了大众性。

其次,开创了现代旅行社的全程陪同业务。在这次活动中,库克作为发起人、组织者和陪同者,自始至终随团管理,是现代旅游全程陪同的最早体现。

值得一提的是,这次业余组织的旅游活动的成功,为以后旅行社业务的创立积累了经验,奠定了基础。

(2) 托马斯·库克组织了世界上第一次团体观光旅游。这次活动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。1845年夏季,库克又组织了到利物浦的第一次团体观光旅游,作为组织包价旅游。为组织到利物浦的观光旅游,库克整理出版了《利物浦之行指南》,并为此设立了专门的旅游向导,率先使用了导游陪同。

1845年,他组织从莱斯特到利物浦的包价旅游,包括火车票、住宿费和途中游览的费用;1846年,他组织350人的旅游团到苏格兰旅游,并为每位游客发了一份活动日程表,尤其是配置了专门的旅游向导。

这次观光旅游的重要意义在于,它与以往的旅游活动有着显著的区别,其特征就在于:

- ① 这是一种纯商业营利活动,从而区别于以往的业余旅游活动或社会活动;
- ② 这是一种超过24小时的、目的在于观光游览的长途旅游,从而区别于以往的当日往返的、目的在于参加其他活动的一日游,使参与人员具有了现代旅游者的特征;
- ③ 这是一种有组织、有导游的旅行社业务活动,从而区别于以往的只负责组织和护送的旅游。

(3) 托马斯·库克组织了世界上第一次出国包价旅游,这次活动是世界铁路旅游史上的创举,是现代出境旅游业务的初次尝试。

1855年,库克以包价的形式组织了从英国莱斯特到法国巴黎的旅游,当时的《曼彻斯特卫报》高度评价了这次旅游活动,是世界上首例出国包价旅游。

(4) 托马斯·库克组织了世界上第一次团体环球旅游,这次活动标志着旅行社业务范围已逐步由英格兰扩大到整个世界,并与世界各地的铁路、航运业、旅馆业、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。

1865年库克与儿子约翰·梅森·库克(John Mason Cook)成立父子旅游公司(即通济隆旅游公司),迁址于伦敦,并在美洲、亚洲、非洲设立分公司,扩大了旅行社规模。

1872年,库克组织了一次举世瞩目的环球旅游,由库克作为向导,旅游团由9人组成,历时222天,历经十多个国家。这次环球旅游的成功组织,使托马斯·库克名声大噪,旅行社业务迅猛发展,旅游已成为一种社会时尚。

(5) 托马斯·库克发明了旅行支票, 为国际旅游者提供了方便。

1892 年, 托马斯·库克旅行社创造性发明了一种流通券, 凡持有流通券的国际旅游者可在旅游目的地兑换等价的当地货币, 即旅行支票, 方便了旅游者进行跨国和洲际旅游。

我国的旅行社最早产生于 20 世纪 20 年代。1923 年, 爱国人士陈光甫先生在上海商业储蓄银行设立旅行部, 1927 年该部独立并更名为中国旅行社。

新中国成立初期, 国民经济迅速恢复和发展, 国际威望也与日俱增, 不仅有许多外国人来想看看中国的新面貌, 广大海外侨胞、外籍华裔也想回国探亲访友。因此, 创办旅行社、开展旅行业务, 很快就被提到国家对外事务的议事日程上来。1949 年 10 月 17 日, 以接待海外华侨为主旨的厦门华侨服务社成立, 这是新中国的第一家旅行社, 为海外华侨架起了一座连接侨居地与新中国的桥梁。继之, 泉州、深圳、汕头、拱北、广州等地也成立了华侨服务社, 开始形成了中国旅行社的框架体系。1957 年 4 月 24 日, 中国华侨旅行服务总社成立, 统一领导和协调全国华侨、港澳同胞的探亲旅游接待服务。根据周恩来总理指示, 1954 年 4 月 15 日在北京、上海、西安、桂林等 14 个城市成立了中国国际旅行社, 负责接待访华外宾的食、住、行、游等事务, 这是新中国经营国际旅游业务的第一家全国性旅行社。1979 年, 中国青年旅行社在北京创办。但是, 我国旅行社的大发展却是 1978 年国家实现对外开放政策之后的事情。

二、旅行社的发展

(一) 世界旅行社的发展

在托马斯·库克之后, 为适应人们不断增长的旅游需求, 旅行社在世界各地迅速发展起来。19 世纪下半叶, 欧洲成立了许多类似的旅游组织。英国 1857 年成立了登山俱乐部, 1885 年成立了账篷俱乐部; 法国、德国都于 1890 年成立了观光俱乐部; 美国运通公司于 1850 年起兼营旅行代理业务, 并于 1891 年发售了与现代使用方法相同的旅行支票。到 20 世纪初叶, 旅行社得到了更大的发展, 美国的运通公司、英国的托马斯·库克公司和比利时的铁路卧车公司成为当时世界旅行社业的三大巨头。至 20 世纪 20 年代末, 已有 50 多个国家开展了旅行社业务。这些国家设立专门管理机构和旅游公司, 培养专业人才, 开发旅游市场, 形成了现代旅行社业务的世界规模。第二次世界大战以后, 世界范围内旅游业的发展与繁荣, 更为旅行社行业的发展提供了前所未有的机遇, 旅行社进入一个高速发展的时期。

20 世纪 60 年代末, 包价旅游是休闲度假的主要形式。1965 年, 从英国去西欧度假的旅游者中有 100 多万人次采取乘包机的包价旅游形式, 1970 年达到 200 万人次, 这是单独乘飞机度假的两倍。随着世界旅游业的蓬勃发展, 旅行社业务也发展迅猛, 其中航空业的发展对旅行社业务起了很大的促进作用。战后出现的航空公司希望通过旅游零售代理出售机票, 当时的旅游代理至少有 75% 的营业收入来自飞机机票的销售代理。

20 世纪 60 年代以来, 迅速普及的社会化大众旅游在世界各地得到迅速发展, 旅游业务最发达的地区是旅游业最兴盛的北美和欧洲地区, 其次是东亚的太平洋地区。

毫无疑问, 旅行社行业的发展离不开全球旅游业的发展与繁荣。与此同时, 旅行社在全球范围的发展和普及又为人们的旅游提供了诸多方便, 进而极大地促进了世界旅游业的发展。第二次世界大战以后, 世界旅游业取得了前所未有的发展, 仅国际旅游收入一项每十年

便增长一倍,远远高于同期世界经济的平均增长速度。与此同时,全世界国内旅游的规模远远超过国际旅游的规模。据世界旅游组织的估算,在每年全世界旅游总人次中,国内旅游人次约占90%以上,世界旅游业的发展规模由此可以略见一斑,而旅行社的促进作用是不可低估的。

据不完全统计,到目前为止,全世界旅行社总数约在7万家左右,为世界各地出外旅行的人们提供各种相关服务,组成一个庞大的旅游服务销售网络。从总体上来看,全世界80%以上的旅行社分布在旅游业较为发达的欧美地区。随着世界旅行社规模的进一步扩大,为加强交流和合作,促进行业的协调发展,全世界形成了许多国际性和地区性的旅行社行业组织,其中世界旅行社协会和世界旅行社协会联合会的影响较为广泛。全球旅行社的发展态势表现出以下特征:从行业规模上看,少数规模大的旅行社占据较大的市场份额;从地域分布上看,旅行社主要向旅游业发达的国家和地区集中;从服务对象上看,散客旅游者占有绝对比重,散客旅游成为当今旅游活动的主流;从经营方式上看,旅游代理是旅行社重要的业务运作方式;从经营范围上看,多角化经营是旅行社重要的战略调整。

相关信息

美国旅行社的发展

美国20世纪50年代由航空运输协会(ATC)指定的旅行社1949家,到1960年增长至3939家,1973年底达10002家。从1973年起,旅行社数目每年以10%—11%的速度增长,1982年达到20000家,到80年代末,突破30000家。其中年销售额低于两百万美元的小旅行社占旅行社总额的66%,美国中型旅行社占销售额的比重从1983年的43%下降到1986年的19%,其市场份额越来越被通过兼并和收购变得越来越大旅行社所占有。在航空取消管制法案(deregulation)生效后,中小旅行社为了获取高额佣金,纷纷组成合作社(co-operatives)和共同体(consortiums),合作社由它的成员所有,共同体是一个自愿的联盟。现在美国近一半以上的小旅行社属于某种形式的合作社和共同体或特许组织。美国的一项调查显示:56%的旅行社雇用3到6名全日制员工,28%雇用两个或更少的员工,仅16%的旅行社雇用7名或7名以上的员工。

根据1990年底的调查资料:美国拥有世界上最大的旅行商网络。1989年,全美注册的旅行商(包括旅行经营者、批发商和代理人)有35160家,占世界总数的50%。

美国各种规模的旅游经营商(Tour operator)约有2000家。多数既做批发,又直接销售。旅游经营商多经营往海外目的地的包价旅游。全美旅游经营商分四类:

1. 旅游批发商(Tour Wholesaler),主要经营国际旅游,以约50家公司为核心,有若干较小的企业。大公司有:运通、第一旅行之家等。其行业组织为美国旅游批发商协会(US-TOA)。

2. 汽车旅游经营商(U.S. motor coach operators),经营北美的乘坐大型旅游车的旅行。90%仅提供地面服务,70%有零售商。其行业组织为全国旅游协会。

3. 供给者兼经营商(Travel Suppliers as tour operators)。一些大航空公司同时又是经营

商,如联合航空公司的 United Vacation 等。这类经营商以航空、陆地全包旅游团来增加市场,为代售机票的零售商提供规格化的地面段批发业务。

4. 其他组织。一些非营利组织如教堂、学生团体也组织旅游。它们操作成本低(上税少、雇员工资低),可提供廉价旅游。

多数经营商是地区性而非全国性的,少数几家大公司发动全国性的市场营销活动。

旅行代理人(Travel Agents)分四类:

1. 只有一个办公室,没有分支机构(Single office locations without branches)。

2. 在家里办公(Home office)。

3. 大公司的分支机构(Branches)。

4. 大公司附属的机票销售点(Satellite ticket printer)。这种经营商是1986年以来的新现象,占总数的10.6%。

旅行代理人的分布相对集中在一些旅游业较发达的州。主要集中在城郊和市区,20世纪80年代,城郊的旅行社增加较快,约占总数的50%。

全美35000家旅行商中,经营中国旅游的仅120家左右,且多为中小规模。即使好年景,送团量最多的不过2万人。构成则以华人经营的旅游企业为主,在美国市场占主导地位的大旅行商多数未与我国建立业务联系。极少数有联系的大公司只是维持一个相当小的业务量,数年无发展。

(资料来源:Chuck Y. Gee, Professional Travel Agency Management, 1990)

(二) 中国旅行社的发展

我国的旅行社起步于20世纪20年代。但直到1978年我国实行对外开放之后,旅行社才成为一个具有一定规模的经济行业。1978年以前我国仅有两家以政治接待为主的旅行社——中国国际旅行社和中国旅行社,它们既不足以构成一个行业,也不具备经济的性质。近年来,随着中国经济和旅游业的发展,我国旅行社行业进入飞速发展的时期。从我国旅行社的发展过程来看,可以划分为五个阶段:1978年以前为前期阶段;1978年—1989年为我国旅行社业发展的形成阶段;1990年—1994年为旅行社的增长阶段;1995年—2001年为我国旅行社业发展的调整阶段;2002年至今为全面开放的旅行社业发展阶段。

1. 旅行社发展的前期阶段(1978年以前)

在1978年以前,我国仅有中国旅行社和中国国际旅行社及其在全国各地设立的分支机构。这两个旅行社自建成起,就担负着以政治为目的的对外接待职能,但基本上不具备现代企业的性质。因此,本阶段旅行社数量少,规模小,从业人员少,旅游产品单一,没有形成行业规模。但是这一阶段的发展奠定了近二十年我国旅行社发展的基础,从旅行社经营管理经验、从业人员的培养、旅游协作网络的建设等方面打下了一定的基础。

2. 旅行社行业的形成阶段(1978年—1989年)

1978年我国实行对外开放政策,当年来华旅游人数就高达180万人次。为满足急剧增长的国际旅游需求,我国新兴的旅游业在20世纪80年代相继经历了三个发展高峰,即以80年代初期大量进口豪华旅游汽车为代表的旅游交通业的发展高峰、以80年代中期众多旅游饭店建设为代表的旅游饭店业的发展高峰,以及80年代末期以大量旅行社的成立为代表的旅行社业的发展高峰。这三个发展高峰从不同方面缓解了我国旅游供给方面的短缺,大幅

度提高了我国旅游业的综合接待能力，并为我国旅游业的进一步发展奠定了坚实的基础。

随着旅游业的进一步发展，为适应我国旅游业发展的新形势，国家旅游局于1984年将旅游外联权下放，允许更多的企业经营国际旅游业务，并授予它们业务经营所必需的签证通知权。这一举措对我国旅行社的发展起到了积极的促进作用，旅行社在全国范围内迅速发展起来。到1988年底，我国的旅行社猛增至1573家，并由此彻底打破了我国旅行社寡头垄断的局面。1984年以后，国旅、中旅和青旅接待人数占全国有组织接待人数的比例，由1980年的80%下降为1988年的40%。

随着我国旅行社业的迅速发展，为加强行业管理，国务院于1985年颁布了《旅行社管理暂行条例》。这是我国旅行社行业的第一部管理法规。《旅行社管理暂行条例》将我国旅行社的性质确定为“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，《旅行社管理暂行条例》还按业务范围将我国的旅行社划分为三类。根据这一划分标准，1989年全国拥有一类旅行社61家、二类旅行社834家、三类旅行社为722家。其中三类旅行社的出现和发展，是我国国内旅游迅速发展的结果。

到80年代末期，我国的旅行社才真正发展成为一个具有一定规模的经济行业。根据国家旅游局的统计，1988年我国国内旅游已超过3亿人次，旅游支出达187亿元人民币。我国的国内旅游市场已初具规模，并呈现出良好的发展势头。旅行社的业务由初期单一的国际入境旅游业务发展成为国际入境旅游业务与国内旅游业务并举，旅行社在旅游业中的地位也得到广泛的认可。

3. 增长阶段我国旅行社业的发展（1990年—1994年）

1989年的“六四”风波使我国旅游业受到巨大的冲击，同期国际旅游入境人数和旅游外汇收入大幅度减少。1990年全国旅行社行业也出现了自1984年以来的第一次负增长。旅行社的经营者们也首次强烈地意识到旅游产品的易受影响性和经营旅行社的风险性。在这一阶段，由于市场的萧条和业主风险意识的增强，我国的旅行社业经历了一个短暂的衰退时期。旅行社的数量因此由1989年的1617家减少为1991年的1561家。

但随后由于我国国际旅游市场因台湾和前苏联游客的适时涌入及国内旅游因经济发展而形成的高涨势头，加之此间政府政策方面的因素，我国的旅游业又逐步进入了一个前所未有的大发展时期，我国的旅行社业也因此进入了一个相对理性的增长阶段。1991年，国际旅游入境人数和旅游外汇收入均超过历史最高水平的1988年。国家旅游局和国家民航局联合举办的“92中国观光年”对我国旅游业的迅速恢复也起到了积极的作用。

在此期间，我国政府开始允许中国公民出国探亲 and 旅游，这是我国旅游业发展中的又一重大突破。中国成为仅次于香港、日本和台湾的亚洲第四大旅游客源产生地。对旅行社来说，这不仅仅意味着具有了更为广阔的客源市场，更主要的是它改变了我国旅行社在国际旅游合作中的地位。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，国内旅游保持了持续发展的势头。这为旅行社的进一步发展提供了更为广阔的天地。根据国家旅游局的统计：1994年我国国内旅游人数达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%；城镇居民国内旅游人均消费额为414.67元。

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