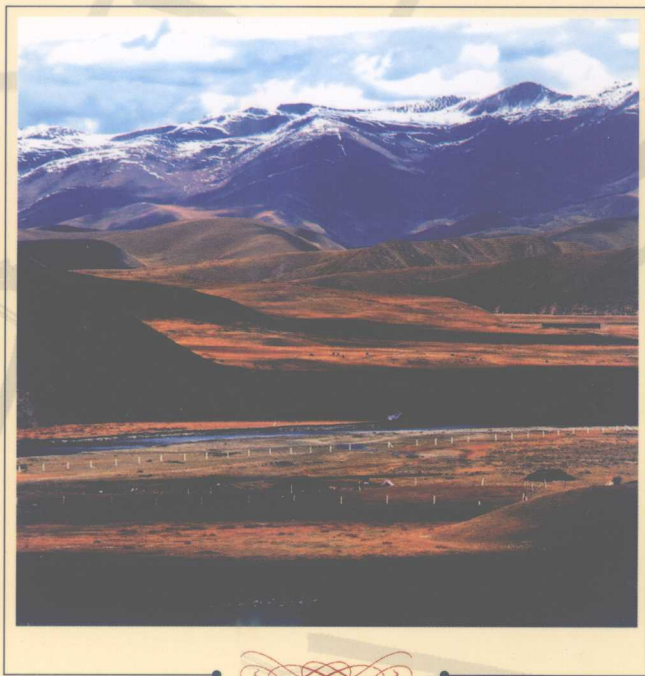


零距离上岗

高职高专旅游管理专业系列规划教材



Operation and Management of Tourism Agency

旅行社经营与管理

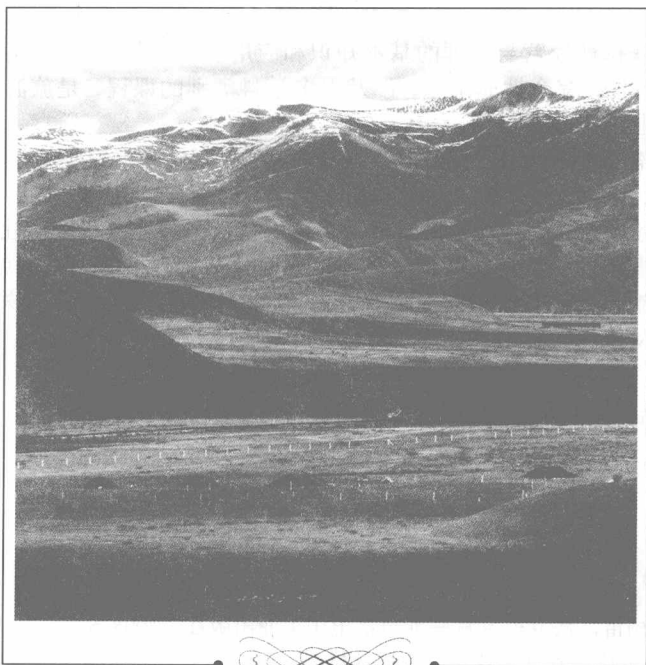
杨雷 戴卫东 主编



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



高职高专旅游管理专业系列规划教材



Operation and Management of Tourism Agency

旅行社经营与管理

杨雷 戴卫东 主编
杨雪 刘新姝 戴环宇 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书详细讲述了旅行社经营与管理的基本知识和应用技能,同时配以丰富的图示、表格及案例分析。它是一门应用性、综合性非常强,涉及很多学科类别的课程,是旅游管理专业的主干课程,也是旅游管理专业学生的必修课。

本书是根据教育部《高职高专教育基础课程教学基本要求》和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》编写的。全书共13章,内容包括:概论、经营旅行社的方式、旅行社团队业务、旅行社散客业务、商务旅游、旅行社导游实战业务、旅行社会展业务、旅行社营销管理、旅行社财务管理、旅行社人事管理、旅行社战略管理、信息时代与旅行社的关系、旅行社发展趋势。

本书是高职高专旅游管理专业系列规划教材之一,既可作为高等院校有关专业本、专科教学的参考书,同时也是从事旅游管理工作者的理想的自学读物。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营与管理 / 杨雷, 戴卫东主编. —北京: 电子工业出版社, 2008.6
(零距离上岗·高职高专旅游管理专业系列规划教材)
ISBN 978-7-121-06395-4

I. 旅… II. ①杨…②戴… III. ①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(2008)第052829号

责任编辑: 屠媛媛

特约编辑: 刘皎

印 刷: 北京市天竺颖华印刷厂

装 订: 三河市金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 18.25 字数: 377千字

印 次: 2008年6月第1次印刷

定 价: 25.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zllts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

高职高专旅游管理专业系列 规划教材编委会

主任 唐 静

副主任 刘柏霞 杨涵涛 吴肖淮 窦洪波

崔 巍 刁力人 杨春晖 韩 枫

戴卫东 范慧玉

编委 牟 昆 王 浩 杨 光 李卉妍

苏 立 徐 哲 范红育 杨 雷

邢 伟 熊国铭 柴伟莉

编 审 吴肖淮 戴卫东

出版说明

作为现代高等教育的重要组成部分，高职高专教育可以说是与经济建设、劳动就业联系最紧密、最直接的。它承担着为高新技术转化、传统产业升级提供智力支持的重任，承担着提高劳动者的就业能力和创业能力、促进劳动就业的责任。近年来，我国高职高专教育有了很大的发展，为生产、管理、服务第一线培养了大批技术型、应用型专门人才，对我国经济发展和社会进步起到了重要的推动作用。

高职高专教育以培养高技能人才作为教学目标，因此，与普通本科教育相比，有自己鲜明的特点：①理论知识以“必需、够用”为度；②以市场需求为目标，以培养实际操作能力为核心；③实践教学在教学计划中占较大比重，注重学生职业能力的培养，实现“零距离上岗”，即学生毕业进入企业后，不再需要专门的上岗培训，直接就可以上岗，从而实现人才培养与上岗就业的零距离。

为了真正实现高职高专教育与上岗就业零距离的目标，许多高职高专院校正在进行逐步的教学改革，改革方案里提出要适当规模地控制基础理论课程教学的深度与广度，加强校内模拟实训室和校外实训基地建设，强化技能培训，熟悉岗位要求，增强学生择业就业能力，增加学生的就业机会。

教学改革，教材先行。为了推动我国高职高专教育教学改革向“以培养职业能力为中心，理论和实践并重”的方向发展，在国家教育部的指导下，电子工业出版社在全国范围内组织并成立了“全国高职高专教学研究与教材出版编委会”（以下简称“教学研究与教材出版编委会”），旨在研究高职高专教学目标、教学规律，以及与教学改革配套的教材建设，规划教材出版工作。教学研究与教材出版编委会的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的普通高校、高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及本科院校主办的二级职业技术学院，而教材的编者和审定者则均来自从事高职高专和成人高等教育教学与研究工作的优秀教师和专家。

教学研究与教材出版编委会根据《教育部关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》的文件精神，以及上岗就业零距离的教学目标，规划了这套“零距离上岗·高职高专系列规划教材”，力求能够反映高职高专课程和教学内容体系改革方向，按照突出应用性、实践

性的原则重组系列教材结构；力求教材能够反映当前教学的新内容，突出基础理论知识的应用和实践技能的培养。教材中的基础理论以“必需、够用”为度，强调应用知识点的教学，在专业课程教材的内容设计上加强针对性和实用性；教材内容尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式、创新能力的培养，同时注重实训和实习环节，以提高学生的操作技能与实际岗位的对接。规划教材覆盖了人力资源管理、财务会计、国际经济与贸易（国际商务）、物流管理、市场营销、金融保险、工程造价、商务英语、旅游管理等专业的基础课程和专业主干课程。这些教材全部按教育部制定的《高职高专教育基础课程教学基本要求》编写的，在此基础上，这些教材在形式上加以创新，加入一些实际案例以及延伸阅读等内容，方便学生课下学习，拓宽知识面；同时，将主要的专业核心课程设计成教材和模拟实训二合一教学包；此外，电子工业出版社华信教育资源网上还提供教学课件以及习题答案免费下载等增值服务。上述规划教材适合各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及本科院校主办的二级职业技术学院使用，计划在“十一五”期间陆续推出。

编写高职高专教材是一个新课题，希望全国高职高专和成人高等职业院校的师生在教学实践中积极提出意见与建议，并及时反馈给我们，以便我们对已出版的教材不断修订、完善，与大家共同探索我国高职高专教育的特点和发展道路，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新与高职高专教育配套的高质量教材。

全国高职高专教学研究与教材出版编委会

总 序

旅游管理专业是综合了管理学、经济学、服务学、地理、信息、外语、法律法规、服务技能、导游技能等多学科知识与技术的实用性专业学科。目前,随着我国旅游业的发展和岗位人才的需求,培养一批复合型的旅游业实用人才成为当务之急。我们编辑出版的高职高专旅游管理专业系列规划教材,以教育部制定的《高职高专教育基础课程教学基本要求》和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》为指导,以旅游管理方面的基本理论和基本知识、基本技能为基础,贯彻了国家最新的政策、法规和要求,并结合国际惯例,融会了旅游管理专业必需、必备的多学科知识,同时也结合了现代计算机技术及网络的实际应用。这套教材能使学生系统地学习和掌握基本理论、基本技能和实用技术,熟悉国内外旅游业的历史、现状和发展趋势,从而达到具有从事旅游行政管理、旅游企事业单位管理和现代企业管理所需的专业知识,以及具有适应我国旅游事业发展需要的工作能力与分析问题、解决问题的能力。

这套系列规划教材的培养目标是:适应 21 世纪国内外旅游业发展的需要,培养德、智、体、美全面发展的,具有系统、扎实的旅游业经营管理的专业理论知识和专业熟练技能技艺的优秀高等技术应用型专门人才。

这套系列规划教材教学的基本要求是:使学生系统地掌握旅游管理方面的基本理论和基本知识、基本技能,接受旅游经营管理方面的基本训练,具有分析和解决问题的能力;掌握有关旅游管理问题研究的定性和定量分析方法,了解旅游管理学科前沿发展动态及最新科研成果,培养科学的思维方式和思想方法,具备创新、创造和知识更新的能力;掌握我国关于旅游业发展的方针、政策和法规,熟悉国际惯例,增强法制观念,培养职业道德;熟练掌握一门外语,具有良好的口语交流和笔译能力,并具有较强的计算机应用能力,能用外语和计算机实际处理有关旅游业务;同时还应具备良好的汉语修养、语言技巧和较强的社交活动能力;具备旅游从业人员的良好职业道德、职业习惯与仪表仪态;能够通过计算机等级考试和旅游职业资格统一鉴定考试并获得相关证书。

国家教育部等七部门下发的《关于进一步加强职业教育工作的若干意见》指出:“总体上看,职业教育仍然是我国教育的薄弱环节,一些地方和部门在统筹人力资源开发中仍

存在着忽视技能人才培养和使用的倾向,在统筹各类教育发展中仍存在着忽视职业教育的倾向,推进职业教育改革与发展的措施还不够有力。一方面,生产服务一线技能人才特别是高技能人才严重短缺,广大劳动者的职业技能和创业能力与劳动力市场需求有较大差距;另一方面,职业教育发展面临诸多困难,人才培养的数量、结构和质量还不能很好满足经济建设和社会发展的需要。”要从根本上解决这个问题,就必须深化高职高专教育的改革。切实做好高职高专教育规划教材的建设,加强文字教材、实物教材、电子网络教材的建设和出版发行工作。在深化改革、深入研究的基础上,大胆创新,推出一批具有我国高职高专教育特色的高质量教材,并形成优化配套的高职高专教育教材体系。

为此,我们组织了全国20多所高职高专院校教学第一线的骨干教师和从事高职高专教改与教研工作的专家、学者,在进行了广泛深入的调查研究的基础上,从当前高职高专教学实际需要出发,充分考虑劳动就业与市场需求,同时又与国家职业资格证书考试相衔接,编辑出版了这套高职高专旅游管理专业系列规划教材。全套教材共设置16本:①《旅游学概论》;②《旅游经济学》;③《旅游心理学》;④《旅游政策法规》;⑤《中国旅游地理》;⑥《饭店管理概论》;⑦《旅游市场营销》;⑧《旅游公关礼仪》;⑨《旅游人力资源管理》;⑩《旅行社经营与管理》;⑪《旅游企业管理信息系统》;⑫《旅游英语》;⑬《导游业务》;⑭《旅游饭店会计》;⑮《旅游资源规划与开发》;⑯《客源国(地区)概况》。本套教材是高职高专学生走向社会,实现零距离上岗不可多得的教科书,同时也适合作为社会力量办学机构与人才培训机构的培训用书,还可供从事旅游管理工作的人员参考阅读。

与以往传统教材相比,本套教材具有鲜明的特色。

首先,充分反映了当代旅游管理专业理论研究与实践应用的最新成果,融会了国家最新颁布的相关政策和法律法规,与国际惯例趋同。突出体现了应用性理论教育和实践教育相结合的特色,构建了“文厚、技湛、商慧”型人才培养新模式,从而使教材体系有效地反映了知识、能力、素质的相结合。整个教材体系结构严谨,层次分明,形成了完整的旅游管理应用型人才培养体系,具有鲜明的时代性、创新性和前瞻性。

其次,在内容和体系上切合高职高专教学实际,符合培养目标与旅游业工作岗位的要求,体系完整,布局合理。本套教材采用了富有弹性的模块式内容结构,设置了基础理论、模拟实训、习题解答三大模块。每个模块既是教材的有机组成部分,又是相对完整而又开放的单元。对知识与能力进行有目的的综合、融合和整合,便于组织教与学,既具有综合性又具有针对性。

再次,为了培养既有大学程度的文化基础和专业理论知识,又有较强的实践能力的应用型人才,本套教材兼顾理论知识和实践知识,既选编“必需、够用”的理论内容,又融入足够的实训内容。突出重点和难点,精选基础、核心的内容,把培养学生的动手能力、实践能力和可持续发展能力放在重要的位置,增强了高职高专教育的应用性和实践性。

最后,根据高技能人才培养的实际需要,借鉴国内外成功的高等职业教育经验,运用

现代教育理念,不断更新教学内容,改进教学方法,重视现场教学和案例教学。用有实际应用价值的示例、案例,促进对概念、方法的理解。改变了以往过分依附理论教学的状况,探索建立相对独立的实践教学体系——增加工艺性、设计性、综合性实验,逐步形成基本实践能力与操作技能、专业技术应用能力与专业技能、综合实践能力与综合技能有机结合的实践教学体系。

在编写过程中,编者借鉴和吸收了国内外专家学者的最新科研成果,同时也参阅了大量相关书籍和资料,在此谨向原作者表示深深的谢意!

由于编者水平有限,加之时间仓促,疏漏之处在所难免,恳请专家、同行和广大读者批评指正。

唐 静
高职高专旅游管理专业
系列规划教材编委会主任
2007年3月

前 言

《旅行社经营与管理》是围绕旅行社的基本业务来研究旅行社的管理原理及其方法的一门学科,是旅游管理专业学生的一门专业必修课。本书重点探讨在现代企业制度下,如何对旅行社进行经营与管理。学习本书需要有经济学、管理学、市场营销学和会计学的基础。

《旅行社经营与管理》课程的教学目的是使学生了解国内外旅行社的发展状况,理解旅行社经营与管理的基本理论,熟悉旅行社的具体运作程序,培养和提高正确分析和解决问题的能力,为将来从事旅行社经营与管理的工作打下坚实的基础。

在本书的编写过程中,力求满足旅游管理专业对旅行社经营与管理的要求,并贯彻国家最新颁布的法律法规的精神。在体例编排、内容选择上,从高职高专学生的特点出发,在介绍旅行社经营与管理基础理论知识的基础上,密切结合工作实际,以旅游企业经营、管理活动为切入点。每章以“引言”和“本章学习目标”开篇,结尾设置了与旅游企业的实际工作较接近的“案例分析”和“补充阅读”;同时,根据各章的实际情况,加入了“实战题”,目的是锻炼学生思考问题的能力和实际操作技能。总体来看,本书试图在实例上,打破常规,注重实际操作的教学和练习,为全面提高学生的实际操作能力做了一些努力。

本书是根据我国职业教育发展的特点和教学的需要而编写的,重点强调理论的应用性和人才培养的实战性,是高职高专旅游管理专业系列规划教材之一,既可作为高等院校有关专业本、专科教学的参考书,同时也是从事旅行社经营与管理工作者理想的培训用书和自学读物。

本书由杨雷(沈阳师范大学旅游学院)、戴卫东(沈阳工业大学管理学院)任主编。杨雪(沈阳工业大学管理学院)、刘新姝(沈阳工业大学管理学院)、戴环宇(沈阳理工大学经济管理学院)任副主编。写作分工是:第1章由杨雷编写;第2章~第7章由戴卫东、杨雪编写;第8章~第10章由戴卫东、刘新姝编写;第11章由杨雷编写;第12章由戴环宇编写;第13章由杨雷、戴环宇编写。全书由杨雷、戴卫东拟定编写大纲、总纂修改、终审定稿。杨雪协助主编在计算机统稿编排中做了大量的工作。

在本书的编写过程中,我们拜读了国内外许多专家和学者的专著,并借鉴了其中部分

内容,在此向他们表示深深的谢意!由于编者受时间和水平所限,书中难免会有错误和不妥之处,敬请专家和读者不吝指正,以便再版时修订完善。

编者

2008年1月

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396；(010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

目 录

第 1 章	概论	1
1.1	中外旅行社的产生与发展现状 ..	1
1.2	旅行社的主要业务及其特点	7
1.3	旅行社的经营与管理	10
	本章小结	14
	综合题	16
第 2 章	经营旅行社的方式	20
2.1	设立新的旅行社	20
2.2	并购现存的旅行社	27
2.3	采用特许形式	30
	本章小结	32
	综合题	33
第 3 章	旅行社团队业务	36
3.1	团体旅游接待的运作	36
3.2	团体旅游接待业务的特点	39
3.3	团体旅游接待要领	40
	本章小结	45
	综合题	46
第 4 章	旅行社散客业务	49
4.1	散客业务概述	49
4.2	散客业务的承接方式	51
4.3	散客接待服务要领.....	53
	本章小结.....	55
	综合题.....	56
第 5 章	商务旅游	60
5.1	商务旅游市场状况分析.....	60
5.2	商务旅游业务特点.....	70
5.3	商务旅游管理.....	73
	本章小结.....	76
	综合题.....	77
第 6 章	旅行社导游实战业务	80
6.1	导游人员讲解技巧.....	80
6.2	导游带团实务.....	84
	本章小结.....	87
	综合题.....	88
第 7 章	旅行社会展业务	91
7.1	会展旅游服务.....	91
7.2	国际会展业协会和专业活动....	93
7.3	会展专业组织者和会展业务 运作要点.....	96
7.4	典型会展活动和富有特色的 社会活动.....	109

7.5 我国会展旅游业务	112
本章小结	115
综合题	116
第 8 章 旅行社营销管理	120
8.1 旅游营销概述	120
8.2 旅行社目标市场选择	125
8.3 旅行社产品营销管理	128
8.4 旅行社产品定价策略	140
8.5 旅行社产品的营销渠道	145
8.6 旅游产品的促销	154
本章小结	165
综合题	166
第 9 章 旅行社财务管理	171
9.1 旅行社财务管理概述	171
9.2 旅行社资金管理	172
9.3 旅行社成本费用管理	175
9.4 旅行社财务分析	178
本章小结	187
综合题	188
第 10 章 旅行社人事管理	191
10.1 旅行社人事管理概述	191
10.2 旅行社员工招聘、使用与 考核	193
10.3 旅行社员工激励机制	198
10.4 旅行社员工培训	204
10.5 导游人员的选择与管理	207
本章小结	219
综合题	220
第 11 章 旅行社战略管理	223
11.1 我国旅行社经营环境分析	223
11.2 旅行社的竞争优势分析	227
11.3 建立旅行社竞争性优势	229
11.4 旅行社的集团化与 国际化发展战略	232
本章小结	240
综合题	241
第 12 章 信息时代与旅行社的关系	245
12.1 信息技术与旅游业	245
12.2 信息技术对旅行社运营的 影响	250
本章小结	251
综合题	252
第 13 章 旅行社发展趋势	255
13.1 建立前台系统、后台系统以及以信 息系统为核心的经营模式	255
13.2 实现培育规模性客户集聚能力的 市场创新策略	257
13.3 整合业务结构, 实现前台与后台业 务协同	258
13.4 大力发展具有良好市场前景的旅 游业务	260
本章小结	260
综合题	261
附录 旅行社的相关法规	265
参考文献	279

引 言

旅行社是现代旅游业的一个重要组成部分，作为一个为旅游者提供食、住、行、游、购、娱等服务的综合型服务企业，它在不同国家、不同地区的旅游者与旅游经营企业之间架起了一座桥梁，在全球性旅游业的发展中起着重要作用。本章主要介绍中外旅行社的产生与发展，旅行社的含义，旅行社的特点，以及对旅行社经营与管理的概述。

本章学习目标

- 了解中外旅行社的产生与发展现状。
- 掌握旅行社的含义。
- 掌握旅行社的主要业务及其特点。
- 熟悉旅行社的经营与管理。

1.1 中外旅行社的产生与发展现状

1.1.1 旅行社的含义

旅行社是专门为旅游者提供和安排旅行游览的服务机构，它是随着人们旅行游览活动的日渐频繁而产生和发展起来的，我国已用法律的形式对旅行社的含义做出规定。

我国国务院 1996 年 10 月 15 日颁布的《旅行社管理条例》规定：旅行社是指以赢利为目的，从事旅游业务的企业。

这一定义包含有两层含义。

(1) 旅行社是以赢利为目的的企业，为旅游者提供有偿服务，享有企业的权利，承担着企业的义务。

(2) 旅行社的业务范围是旅游业务,即为旅游者代办出境、入境和签证手续,招徕、接待旅游者旅游,为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。

1.1.2 旅行社的产生与发展

1. 旅行社的产生

旅行社诞生于 19 世纪中叶的英国。1841 年 7 月 5 日,被尊为世界旅行社之父的托马斯·库克(Thomas Cook)包租了一列火车,组织数百人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会,每人收费 1 先令,完成了一次有组织的短途旅行。他的这一行为虽然只是个人行为,但与现代旅行社的业务极其相似。而托马斯·库克正是通过这一次看似偶然的行为,意识到了其中潜在的巨大商机。

1845 年,托马斯·库克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,从而成为世界上第一家专职的旅行代理商。此后,托马斯·库克的业务范围和影响不断扩大。

1865 年,托马斯·库克与其儿子约翰·梅森·库克(John Mason Cook)在原有公司的基础上创办托马斯·库克父子公司(又名通济隆旅行社),并将营业地点迁往伦敦。

1872 年,托马斯·库克亲任导游,组织了 9 人环球旅游,这是旅游史上的第一次环球旅游,从而使托马斯·库克和他的旅行社声名远扬。到 1939 年,托马斯·库克父子公司已经在世界各地设立了 50 余家分社。

那么为什么世界上第一家旅行社会诞生于 19 世纪的英国?这是因为旅行社是商品经济发展到一定阶段的产物,而英国首先具备了旅行社产生的必要土壤。18 世纪英国的产业革命给英国的旅游业带来了极为重要的影响。主要表现在以下方面。

首先,产业革命提高了生产效率,使人们有了更多的闲暇时间,有了更强的支付能力,而这二者是人们旅游的必备前提;其次,产业革命伴随而来的科技进步,使人们有了新的交通工具(如火车和轮船),为人们大规模、远距离的流动提供了可能;最后,产业革命加速了城市化进程,而节奏紧张的城市生活和嘈杂拥挤的社会环境,更易使人们产生回归自然、追求宁静悠闲的乡村生活的愿望。此外,产业革命带来的枯燥、重复单一的工厂劳动也使得人们渴望放松、休息和调整。这些因素导致了英国外出旅游的人数大为增加。而与这一趋势相矛盾的是,当时绝大多数人都缺乏旅行经验,对异国他乡的情况了解甚少,也不知道如何办理旅行手续,加之语言及货币方面的障碍,使得人们实际出游受到限制。在这种情况下,专门从事旅游活动的组织、安排工作的旅行社的产生就是必然的了。

2. 旅行社的发展

随着库克旅游公司的发展壮大,越来越多的人意识到了旅游需求蕴藏的巨大市场潜力和机会,在世界各国尤其是发达国家中类似的旅游组织和机构不断出现,也有一些其他的组织和机构开始拓展业务,进入旅游经营领域。

1850年,英国的托马斯·库克成立了为旅客提供旅行日程安排、车辆、食品及相关用品的“旅游者组织”。美国运通公司也在当年开始兼营旅行代理业务,并随后于1891年发行了与现代使用方法相同的本公司旅行支票,又于1895年、1896年分别在巴黎和伦敦开设了旅游办事处,专为来访的美国人代办各类旅行事宜。1857年英国成立了帐篷旅游俱乐部。1890年,法国、德国成立了观光俱乐部。1893年,日本设立专门接待外国游客的“喜宾会”,开始专门从事招徕和接待外国游客和代办旅行的各项服务,1926年正式定名为“日本交通公社”。意大利和前苏联也分别在1927年、1929年成立了各自的旅行社。近代旅行社业在各国都开始蓬勃发展起来。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。

第二次世界大战以后,世界范围内旅游业的发展与繁荣为旅行社行业的发展提供了前所未有的机遇,旅行社行业进入了高速发展时期。第二次世界大战后,世界局势相对稳定,给旅游业的大发展创造了条件,大型民用客机用于旅行活动,汽车进入家庭,世界经济的发展导致闲暇时间大幅度地增加,旅游业进入了“大众旅游”的时代。仅国际旅游收入一项,每十年便增长一倍(见表1-1),其增长速度远远高于同期世界经济的平均增长速度,世界旅游业因此呈现出繁荣昌盛的景象。第二次世界大战后至20世纪80年代初的40年里,旅行社的业务范围不断扩大,管理水平和服务质量明显提高,产业规模和营业额大幅度增长。

20世纪80年代后期以来,以欧美地区经济发达国家的旅行社行业为代表的国外旅行社行业开始从成长阶段向成熟阶段过渡,其显著标志是旅行社产业的集中化趋势不断加强。

表 1-1 第二次世界大战后国际旅游发展情况

年份	旅游人数(亿人次)	增长率(%)	旅游收入(亿美元)	增长率(%)
1950	0.25	—	21	—
1960	0.73	183	68	224
1970	1.59	121	179	163
1980	2.80	76	949	430
1990	4.15	48	2 300	142
2000	6.98	68	4 760	107

资料来源:世界旅游组织(UNWTO)