



教育部职业教育与成人教育司推荐教材

旅行社 经营与管理

LÜXING SHE JINGYING
YU GUANLI



主 编 侯志强
李胜芬

@
Lüyou



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

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

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, 2007.11
教育部职业教育与成人教育司推荐教材

ISBN 978-7-5005-9956-2

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 (2007) 第 074100 号

中国财政经济出版社出版

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

E-mail: jiaoyu@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 88190655 (传真)

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 13.00 印张 310 000 字

2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月北京第 1 次印刷

定价: 16.00 元

ISBN 978-7-5005-9956-2/F·8646

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

前言

本书的编写思路紧紧围绕当前旅游职业教育的办学思想,以旅行社业务发展的动态为主线,以旅行社概况和旅行社管理的相关思想为起点和终点,贯穿了当前我国旅行社的主要运作业务和基本的经营理念;并以实战性、可操作性为编写主旨,以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,以形式多样、内容丰富思考材料、练习环节强化理论学习效果,增加岗位技能演练,以灵活机动的教学过程设计,突出职业素养的培育、专业技能的提高。同时,本书通过引荐发达国家旅行社运作的先进经验,拓展学生的视野,丰富学生的认识,使学生具备一定的独立思考能力和自学能力。

本书共七章,具体编写分工如下:第一、三、四章由侯志强编写;第二、六章由李胜芬编写;第五章由王耕编写;第七章由张光英编写。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为本书的编写给予的各方面支持与保障。

感谢福建省宁德市旅游局为本书的写作提供的支持。

本书在编写中参考了大量的文献和资料,我们力争在参考文献和备注中一一列出,但不免会出现遗漏,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!

编者

2007年5月

目 录

第一章 旅行社概述	(1)
第一节 旅行社的概念与分类	(2)
第二节 旅行社的业务与职能	(5)
第三节 旅行社的设立条件与程序	(7)
第四节 我国旅行社的组织结构与分工体系	(19)
第二章 旅行社产品的设计与开发	(30)
第一节 旅行社产品的特征与类型	(31)
第二节 影响旅行社产品开发的因素	(39)
第三节 旅行社产品的设计原则	(43)
第四节 旅行社产品的开发过程	(47)
第五节 旅行社产品价格的制定	(50)
第三章 旅行社产品的促销	(65)
第一节 旅行社产品促销的概念与作用	(66)
第二节 旅行社产品的促销方式	(67)
第三节 旅行社产品促销的工作流程	(76)
第四节 促销效果的评估与促销改进	(81)
第四章 旅行社产品的销售	(85)
第一节 旅行社产品的销售方式	(86)
第二节 旅行社产品的销售渠道	(87)
第三节 旅行社产品的销售手段	(101)
第四节 旅行社产品销售过程的管理	(103)
第五章 旅行社的采购业务	(106)

第一节	采购的原则与方式	(107)
第二节	旅行社采购的程序与策略	(109)
第三节	旅游主要服务采购	(111)
第四节	旅游中间商的选择与管理	(117)

第六章 旅行社的接待业务

(124)

第一节	接待计划的制定与落实	(125)
第二节	团队接待业务	(128)
第三节	散客接待业务	(140)
第四节	旅行社的售后服务	(144)
第五节	旅游投诉的处理	(147)

第七章 旅行社日常管理业务

(156)

第一节	旅行社财务管理	(157)
第二节	旅行社人力资源管理	(168)
第三节	旅游服务质量衡量与考核	(176)
第四节	旅行社管理人员的素质要求	(179)

附 录

(184)

附录一：	旅行社质量保证金暂行规定	(184)
附录二：	旅行社管理条例	(186)
附录三：	导游人员管理条例	(192)
附录四：	旅行社国内旅游服务质量要求	(195)

主要参考文献

(198)

第一章

旅行社概述

学习目的

明确旅行社的概念与分类，了解旅行社设立需要具备的基本条件以及设立的程序；熟悉旅行社的基本业务与职能，把握旅行社组织结构的变化以及旅行社分工的未来发展趋势。

主要内容

1. 旅行社的概念与分类。
2. 旅行社的设立条件与程序。
3. 旅行社的基本业务与职能。
4. 旅行社的组织机构与分工调整趋势。

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。旅行社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，旅行社已经发展成为世界旅游业的三大支柱之一。

第一节

旅行社的概念与分类

一、旅行社的概念

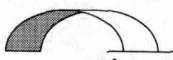
旅行社是为人们旅行提供服务的专门机构。在不同的国家和地区,它具有不尽相同的含义。有些国家和地区还以法律的形式对旅行社的性质作出了明确的规定。

世界旅游组织(WTO)对旅行社的定义是“零售代理机构,向公众提供关于可能的旅行、居住和其他相关服务,包括服务酬金和条件的信息。旅行组织者、制作商或批发商在旅游需求提出前,以组织交通运输、预定不同方式的住宿和提出所有其他服务为旅行和旅居做准备”。

欧洲是现代意义的旅行社的发源地,在欧洲人看来,“旅行社是一个以持久盈利为目标,为旅客和游客提供有关旅行及居留服务的企业。这些服务主要是出售和发放运输票证;租用公共车辆,如出租车、公共汽车;办理行李托运和车辆托运;提供旅馆服务、预订房间、发放旅馆凭证或牌证;组织参观游览,提供导游、翻译和陪同服务以及提供邮递服务。它还提供租用剧场、影院服务,出售体育盛会、商业集会、艺术表演等活动的入场券;提供旅客在旅行逗留期间的保险服务;代表其他驻国外旅行社或旅游组织者提供服务”。这一定义是对旅行社最为完整的、有法律依据的定义之一,这在西方关于向旅行社和旅游组织商发放许可证的许多法律文件中都可以找到依据。

我国1996年10月颁布的《旅行社管理条例》规定:“旅行社是指有盈利目的,从事旅游业务的企业。”并说明“本条例所称旅游业务,是指为旅游者代办出、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”。

从定义来看,西方旅行社的定义要比中国旅行社定义的范围宽泛。大致说来,中国的旅行社相当于西方的批发旅游经营商,而大量的只经营旅游代理业务的企业可能被排除在旅行社的范围之外了,这与我国重点发展来华入境旅游的战略背景有关。



读一读:

国旅搭建数字旅行社

初秋的天气舒适宜人,在中国国际旅行社总社宽敞明亮的办公室里,电脑屏幕上正显示国旅总社电子商务系统的界面,在谢平的操作下,鼠标箭头在屏幕区域内,似乎在跳动着闪闪的光芒,和谐而又惬意。

谢平是信息化推进部主任,在国旅总社已有近30年的工作经历。作为国旅总社信息化的创业者,他经历了中国国际旅行社总社从第一次率先在行业内应用电脑,到打造数字国旅

的所有发展历程。他向记者介绍了国旅总社信息化的情况。

谢平清晰地记得,1978年的时候,国内的计算机数量非常少,基本上是只有科研院所才会配备。虽然国旅总社不是科研院所,但承担着促进中国和国际社会交往的重要责任,被称为中国外交的民间大使。在改革开放初期,到中国旅游的外国游客日益增多,所有这些游客的接待任务基本上都落在国旅总社的身上。当时的接待能力有限,住房和交通成了大问题,许多旅行团没有房住,订不上飞机票、火车票,对旅行团的住房和交通进行综合平衡流量控制,成为当务之急。这样,国旅总社电脑的应用也从单一的流量控制,发展为团队行程安排,接待计划打印,团队查询统计等内容。1982年起,国旅总社开始设计财务软件,将一部分手工操作的财务业务变为电脑操作。

随着旅游业务的发展,电脑应用的需求日益增多。从上世纪80年代中期开始,国旅总社信息化进入稳步发展的阶段,在电脑系统结构上经历了主机结构到客户/服务器结构的转变。从1994年开始,国旅总社建立了企业内部网络,逐步开发和建立了入境游系统、出境游系统、财务系统、饭店预定系统、机票预订系统、游船预订系统等,建立了旅游团队接待计划网络发送系统、网络传真和电子邮件系统,开通了企业内部BBS系统(国旅信息港)。

让谢平感到欢欣鼓舞和津津乐道的是国旅总社电子商务的发展。2005年初,国旅总社进行改革,合并或撤消一些传统业务部门,并成立了电子商务部,专门负责电子商务及信息化工作,并在人员、资金、政策等方面给予大力支持。

现在,国旅电子商务交易平台由国旅客服中心(呼叫中心)、国旅在线网站和国旅运营支持系统三部分构成,三位一体的平台支撑着国旅总社电子商务的运行。望着屏幕上显示的各种预订信息,谢平笑着对记者说,数字国旅是一个很大的目标,也是一项艰巨的工程,但只要努力就一定会收获会有回报,这两年的成果就说明了这一点,只要努力了,离这个目标就不远了。

(资料来源:李锋白,《中国计算机报》,2006年10月23日)

二、旅行社的分类

在不同的国家和地区,旅行社的经营范围、产品品种、企业规模等方面存在着一些差异,从而形成该国或地区独特的旅行社类型。

(一) 旅行社的一般分类

旅行社依照不同的标准可以划分为不同类型。但从现在的情况来看,一般有下面几种划分方式:

1. 国际旅行社和国内旅行社

这是从旅游业务经营范围来划分的,适用于大多数国家的旅行社的分类。

国际旅行社所从事的旅游业务是全面的,国际、国内业务都可以。国内旅行社主要业务是组织本国居民的国内旅游,规模相对较小。

2. 旅游批发商和旅游零售商

这是从旅游业务经营的性质来划分的,在旅游业发达的国家,这样的分类比较常见。

旅游批发商是从事旅游批发的旅行社,其主要功能是进行市场调查,生产和设计旅游产品,并将此交给零售商向居民与社会团体兜售,有的批发商也兼营零售业务,即自己直接销售一部分旅游产品。旅游零售商,也称旅游代理商,他们作为批发商的代理人 and 零售商,只

负责宣传和推销从批发商那里批发的旅游产品,招徕客人。

3. 组团旅行社和接待旅行社

这是按旅行社招徕和接待客源的程序来划分的。

组团旅行社又称组团社,是直接接受旅游团的旅游预订,制定接待计划,下达给接待旅行社接待,并提供全程陪同导游服务或领队的旅行社。在业务关系上居于主动地位,是接待旅行社的销售对象。国际旅游中,组团社也可以接受境外旅行社的旅游预订。接待旅行社又称地接社、接团社,受组团社委托,按照接待计划委派地方陪同导游人员,负责组织安排旅游团在当地参观游览等活动的旅行社。

组团旅行社与接待旅行社在业务运作过程中,可以角色互换,彼此之间可以互为市场,互为客源渠道。

(二) 我国旅行社的分类

目前,我国旅行社是按照经营的业务范围来划分的,分为国内旅行社和国际旅行社两类。

国际旅行社是经营入境旅游业务、出境旅游业务和国内旅游业务的旅行社。具体可经营下列业务:

(1) 招徕外国旅游者来中国旅游,组织华侨与中国香港、澳门、台湾同胞归国及回内地旅游,为其安排交通、游览、住宿、饮食、购物、娱乐及提供导游等相关服务;

(2) 招徕我国旅游者在境内旅游,为其安排交通、游览、住宿、饮食、购物、娱乐及提供导游等相关服务;

(3) 经国家旅游局批准,招徕、组织中华人民共和国境内居民到国外和中国香港、澳门、台湾地区旅游,为其安排领队及委托接待服务;

(4) 经国家旅游局批准,招徕、组织中华人民共和国境内居民到规定的与我国接壤国家的边境地区旅游,为其安排领队及委托接待服务;

(5) 经批准,接受旅游者委托,为旅游者代办入境、出境及签证手续;

(6) 为旅游者代购、代订国内外交通客票和提供行李服务;

(7) 其他经国家旅游局规定的旅游业务。

国内旅行社是经营国内居民国内旅游的旅行社。具体可经营下列业务:

(1) 招徕我国旅游者在境内旅游,为其安排交通、游览、住宿、饮食、购物、娱乐及提供导游等相关服务;

(2) 为我国旅游者代购、代订国内外交通客票和提供行李服务;

(3) 其他经国家旅游局规定的与国内旅游有关的业务。

读一读:

我国旅行社的分类历史

我国旅行社的分类体系按照政府规章的规定有过两种划分。一是根据1985年公布的《旅行社管理暂行条例》,我国旅行社分为三类:第一类旅行社,经营对外招徕并接待外国人、华侨、港澳同胞、台湾同胞来中国回内地旅游业务;第二类旅行社,不对外招徕,只经

营接待第一类旅行社或其他涉外部门组织的外国人来中国、港澳同胞归国、台湾同胞回内地等旅游业务；第三类旅行社，经营中国公民国内旅游业务。这种划分方式是根据旅行社招徕接待客源渠道和旅行社经营范围的结合方式来划分的，在后来的业务开展过程中造成了很大的混乱。一方面是划分本身的混乱，一、二类旅行社划分的标准是旅游接待程序的分段，一、二类与三类划分的标准是接待对象的不同；另一方面是接待程序在一类旅行社和二类旅行社之间形成割裂，使得一类社无从保证接待质量而不愿交团给二类社，二类社得不到一类社的团队而自行想法在境外组团，三类社在此情形下也不甘寂寞……，导致旅游服务质量不稳定，我国旅游形象大受影响。所以在市场化逐渐深入、与国际接轨呼声渐高的背景下，1996年前后，在旅游行政部门的干预下，进行了一、二、三类社升降类工作，并改组为新的分类方式，也就是1996年10月实施的《旅行社管理条例》规定的分类方式，把我国旅行社分为两类：国际旅行社和国内旅行社。这种划分是单纯按照经营的业务范围来划分的，取消按照招徕和接待程序来划分，从而取消了处于矛盾地位的二类旅行社。

第二节

旅行社的业务与职能

一、旅行社的基本业务

尽管不同类型和不同规模的旅行社之间，在业务范围上存在差别，业务内容上也存在差别，但是，旅行社的基本业务可以归结为产品开发业务、旅游服务的采购业务、产品销售业务和旅游接待业务。

（一）按旅游者的空间活动范围划分

旅行社业务根据旅游者的空间活动范围可分为国际旅游业务和国内旅游业务。

（1）国际旅游业务，可分为入境旅游业务和出境旅游业务两种：

- ①入境旅游业务是指组织国外旅游者以团体或散客形式在本国国境内进行的旅游活动；
- ②出境旅游业务是指组织本国公民以旅游团或散客的形式自费前往国外进行的旅游活动。

（2）国内旅游业务，是指组织本国公民在国家行使主权的疆域范围内进行的旅游活动。

（二）按服务形式划分

旅行社业务按照服务形式可以分为组团旅游业务和接团旅游业务。

组团旅游业务是指旅行社预先制定包括旅游目的地、日程、交通或住宿服务内容、旅游费用的旅游计划，通过广告等推销方式招徕旅游者，组织旅游团队，为旅游者办理签证、保险等手续，并通过接待计划的形式与接团旅游业务进行衔接。

接团旅游业务是指根据旅游接待计划安排，为旅游者在某一地方或某一区域提供翻译导游服务，安排旅游者的旅行游览活动，并负责订房、订餐、订票、各旅游目的地的联络等，为旅游者提供综合服务。

组团旅游业务的特点是生产并推销旅游产品,具有组织能力和创造能力;接团旅游业务的特点是实现旅游产品向旅游商品的转化,即通过旅游接待服务,实现旅游商品价值。

(三) 按组织形式划分

旅行社业务按组织形式可以分为团体旅游业务和散客旅游业务。团体旅游业务是指以团体为单位,通常设有导游或陪同。散客旅游业务是指以个人或少数人为单位,通常不设陪同。从销售角度看,团体旅游与散客旅游业务存在一些差异:

团体旅游业务:(1)收入高;(2)专业人员利用丰富的知识和经验,使旅程的安排更具有合理性;(3)比散客旅游的手续简便;(4)在旅程和内容方面,存在某种程度上无视旅游者个人意愿之处;(5)由于销售价格是招徕游客前根据预定招徕人数计算确定的,在实际招徕游客时,如果达不到当初预计的人数,不但不能提高利润,有时甚至蒙受损失。

散客旅游业务:(1)散客旅游是以个别形式进行的旅游;(2)由于要一个一个地处理每个顾客的详细预订,手续繁琐;(3)业务协调需要一定的专业知识;(4)收入比团体旅游低。

想一想:

旅行社如何调整“钱”进方向

据广州市旅游局介绍,2006年国庆黄金周期间,广州市共接待游客654.63万人次,旅游业总收入31.88亿元,比去年同期增长3.39%。值得一提的是,广州各大旅行社接待总人数和接团、组团总数分别为15.64万人次和4784个,同比分别下降35.29%和31.84%,营业收入总额为12789.88万元,同比下降14.55%。与团队游市场的冷淡相反,自驾游、自由行等个性化产品、业务呈现规模化发展趋势,上升明显。一些常规线路也因为推出个性化的自由行产品而走向复兴。

事实上,和团队旅游市场竞争日趋白热化相比较,散客业务似乎一向不为旅行社所重视。如果能利用多年来团体采购的优势,为日益壮大的散客市场提供优惠服务,应该是旅行社最拿手的,但遗憾的是这个市场一直未被旅行社重视。正是由于旅行社传统经营模式无法适应和满足散客个性化的需求,加上各种原因使得旅行社在互联网和旅游业务嫁接迅速升温的情况下,一开始就与散客市场的开发缘悭一面,让来自IT行业的“行外人”——在线旅游商喝了“头啖汤”。近年来,在线旅游商短时间内积聚起来的庞大客户群所带来的采购量及议价能力已经开始让旅行社感到望尘莫及、力不从心。

但是散客市场的增长将会超过团队市场,这是全球散客化旅游的大趋势。在中国,这块市场刚刚起步。因此,面对这次黄金周业务大比例下滑的挑战,做什么选择,这对旅行社来说,的确是一个困扰多年却又不得不正视的问题。

(资料来源:邓圩、坚绮,《华东旅游报》,2006年10月12日)

二、旅行社的基本职能

不同类型旅行社在职能方面存在着差异性,但一般都体现出五种基本职能:

(一) 生产职能

旅行社大多以低于市场的价格向饭店、旅游交通和其他相关部门批量购买旅游者所需的各种服务项目,然后进行设计加工,并融入旅行社自身的服务内容,进而形成具有自己特色

的旅游产品。就团体旅游而言,旅行社最终出售的是一个整体旅游产品,而非组成旅游产品的零散部件。这些产品融入了旅行社富有特色的设计思想和服务,因此旅行社具有生产职能。

(二) 销售职能

如果没有畅通的销售渠道,旅游者就要在对旅游目的地知之不多甚至一无所知的情况下,广泛搜集相关旅游信息,办理各种烦琐的旅游手续,特别是当旅游者所需要的是一种跨国度、综合性旅游产品时,这种状况无疑会在一定程度上抑制旅游者外出旅游的需求。旅行社专门从事旅游产品的组装与加工,并广泛存储各种有效旅游信息,满足旅游者对旅游产品信息的广泛需求,方便旅游者购买旅游产品,承担起沟通买卖双方的任务,使旅游产品更顺利地进入消费领域。旅行社亦因此而成为旅游产品重要的销售渠道,并具有了销售职能。

(三) 组织协调职能

旅游者的需求涉及行、游、住、食、购、娱等诸多方面,旅行社要满足其需求、保障旅游活动的顺利进行,就要寻求旅游业各部门和其他相关行业合作与支持,进行大量的组织与协调工作,在确保合作各方实现各自利益的前提下,协同旅游业各有关部门和其他相关行业,保障旅游者在旅游活动过程中各个环节的衔接与落实。组织协调职能于是成为旅行社的又一基本职能。

(四) 分配职能

旅游者旅游活动过程中的消费内容是多方面的,以包价旅游为例,旅游者通常为其旅游活动一次性预付全部或部分费用。因此旅行社要根据旅游者的要求,在不同的旅游服务项目之间合理分配旅游者的支出以及旅游者在旅游活动过程中的时间安排,以最大限度地满足旅游者的需要,而且在旅游活动结束后根据接待过程中各相关部门提供服务的数量和质量,合理分配旅游收入,这就是旅行社的分配职能。

(五) 提供信息的职能

旅行社作为旅游产品的重要销售渠道,与旅游市场接触最为密切、频繁,最容易了解旅游者的需求变化及市场动态情况。旅行社将这些信息及时提供给各相关部门,会改善相关部门的经营,提高其服务质量,这也有利于旅行社自身的发展。同时旅行社作为旅游业重要的销售渠道,应及时、准确、全面地将旅游目的地各相关部门的最新发展和变化传递到旅游市场上去,激发旅游者购买旅游产品的动机。这种双向提供信息的职能在今后旅行社发展中将越来越重要。

第三节

旅行社的设立条件与程序

一、我国旅行社设立的条件

旅行社的创立是旅行社经营管理的开始。根据我国现行有关规定,旅行社的设立必须具

备一定的条件（见表1-1），并遵循一定的程序。旅行社的经营管理人员对此应有全面的了解。

表 1-1 旅行社设立需具备的基本条件

1. 固定的营业场所	4. 按规定缴纳相应的质量保证金
2. 必备的营业设施	5. 具备一定资格的经营管理人员
3. 按规定缴纳足额的注册资本	

（一）营业场所

旅行社要有固定的营业场所。所谓“固定的营业场所”是指在较长的一段时间里能够为旅行社所拥有或使用，而不是频繁变动的营业场所。旅行社营业场所的选择对其今后的发展以及经营管理有着至关重要的作用。英国一位旅行社经理说：“只要具备三样重要的东西，即地点、地点、地点，就可开办一家旅行社。”旅行社营业场所选择的重要性由此略见一斑。

读一读：

旅行社营业场所选址

在实际工作中，许多旅行社经营管理者十分看重营业场所的座落地点。然而，由于经营业务的不同和经营风格的各异，旅行社选择营业场所的标准也不尽相同。

美国空中交通协会（ATC）就旅行社的选址做了如下规定：

- （1）旅行社不能设于家中，必须设在公众出入方便的商业区，并保证正常营业时间；
- （2）旅行社不能与其他业务部门合用办公室，而且必须有独立的出口；
- （3）如果没有直接通街的通道，旅行社不能设于饭店内。

美国旅游学者帕梅拉·氟里蒙特（PameLa Fremont）根据自己的实践经验，就旅行社的选址问题提出了如下见解：

- （1）旅行社应设在繁华的商业区，以便吸引过往行人；
- （2）旅行社营业处应有足够的停车场地，便于公众停留；
- （3）尽量避免选择旅行社林立的地区，以减少竞争压力；
- （4）旅行社应选择中等收入家庭相对集中的地区，且附近有较大规模的企业，以便吸引人们参加旅游；
- （5）旅行社营业场所底楼为好，以方便顾客。

英国旅游学者霍洛韦认为选址不仅要注意到现有步行人流，还要注意到顾客心理。

当然，国外旅游学者对旅行社选址问题的研究是以其特定的国情为基础的，其研究的结论未必适合我国的国情，但对我们或多或少会有一定的参考价值。

他山之石：

旅游超市

上海浦东地区的张杨路只有100多米长，却分布着22家旅行社，成为特色鲜明的“旅

游超市”，造成店多成市的优势，游客可以在这里货比三家，方便快捷地办好手续。据有关方面统计，张杨路的“旅游超市”3年的总营业额为8854万元，接待团队847个共30886人，散客12446人；而2000年1—8月旅游街实现营业收入1727万元，与上年同期相比，营业额增长110.4%，团队增长181.7%，散客增长190%。

（资料来源：梁智：《旅行社运行与管理》（第二版），东北财经大学出版社2002年版。）

（二）营业设施

旅行社在选定营业场所的基础上，还需要具备一定的营业设施。根据规定，设立国内旅行社必须拥有传真机、直线电话机、电子计算机等办公设备；设立国际旅行社，除了像国内旅行社拥有传真机、直线电话机、计算机等办公设备之外，还必须拥有能够保证其顺利和有效开发旅游业务所必需的汽车。

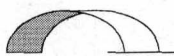
（三）注册资本

注册资本是指旅行社向政府的企业登记主管部门登记注册时所填报的财产总额，包括流动资产和固定资产。

设立国际旅行社，注册资本不得少于150万元人民币，每设立一个分社，应当增加注册资本75万元人民币；设立国内旅行社，注册资本不得少于30万元人民币，每设立一个分社，应当增加注册资本15万元人民币。

（四）质量保证金

根据我国现行有关规定，申请设立旅行社必须向旅游行政管理部门以现金的形式交纳规定数量的质量保证金。质量保证金是一种专用款项，所有权归属于旅行社，但是交由旅游行政管理部门保管，主要用于赔偿在旅行社营业期间，旅行社的过错或破产而造成的旅游者合法权益的损失。质量保证金制度的实施加强了旅游行政管理部门对旅行社服务质量的监督和管理力度，保证了旅游者的合法权益和旅行社的规范经营。



读一读：

旅行社质量保证金缴纳办法

1. 经营入境旅游业务的旅行社须向旅游行政管理部门交纳质量保证金60万元，经营出境旅游业务的旅行社须交纳质量保证金100万元，同时经营这两项业务的旅行社需合计交纳质量保证金160万元。

2. 年接待旅游者10万人次以上的国际旅行社，可以设立不具有法人资格的分社，每设立一个分社，增交旅行社质量保证金30万元。

3. 申请设立国内旅行社时，应向旅游行政管理部门交纳旅行社质量保证金10万元。

4. 年接待旅游者10万人次以上的国内旅行社，可以设立不具有法人资格的分社，每设立一个分社，增交旅行社质量保证金5万元。

国内旅行社与国际旅行社的注册资本和质量保证金的缴纳数额比较见表1-2。

表 1-2 国际与国内旅行社的注册资本与质量保证金比较

	注册资本 (万元)		质量保证金 (万元)		
	设立旅行社	每增设一个分社	设立旅行社	每增设一个分社	
国际旅行社	150	75	入境旅游业务	60	30
			出境旅游业务	100	
国内旅行社	30	15	国内旅游业务	10	5

(五) 经营管理人员

《旅行社管理条例》明确指出,旅行社的高级管理人员和重要部门的中层管理人员,必须经过培训考核,并持证上岗。

设立国际旅行社,需要持有国家旅游局颁发的“旅行社经理任职资格证书”的总经理或副总经理 1 名,持有国家旅游局颁发的“旅行社经理任职资格证书”的部门经理或业务主管人员 3 名,并拥有取得会计师职称的专职财会人员。

设立国内旅行社,需要持有国家旅游局颁发的“旅行社经理任职资格证书”的总经理或副总经理 1 名,持有国家旅游局颁发的“旅行社经理任职资格证书”的部门经理或业务主管人员 1 名,并拥有取得会计师职称的专职财会人员。

二、设立中外合资旅行社的基本条件

(一) 设立资格

1. 外商投资旅行社的中国投资者应当符合下列条件:

- (1) 是依法设立的公司;
- (2) 最近 3 年无违法或者重大违规记录;
- (3) 符合国务院旅游行政主管部门规定的审慎和特定行业的要求。

2. 外商投资旅行社的外国旅游经营者应当符合下列条件:

- (1) 是旅行社或者主要从事旅游经营业务的企业;
- (2) 年旅游经营总额 4000 万美元以上;
- (3) 是本国(地区)旅游行业协会的会员。

(二) 设立条件

申请设立合资旅行社的中外双方,在具备上述资格的基础上应具备以下条件:

1. 注册资本不少于 500 万元人民币;
2. 企业形式为有限责任公司;
3. 中方出资占注册资本的比例不低于 51%;
4. 法定代表人由中方委派;
5. 有符合要求的营业场所、营业设施、经营人员;
6. 合资期限不超过 20 年;
7. 中外合资旅行社按国际旅行社经营入境旅游的规定,交纳旅行社质量保证金。

三、设立外商控股、外商独资旅行社

根据 2003 年 6 月国家旅游局、商务部联合发布的《设立外商控股、外商独资旅行社暂

行规定》，在中国有关人世承诺规定期限之前的过渡期内，外商控股、外商独资旅行社的设立资格和设立条件为：

（一）设立资格

设立外商控股旅行社的境外投资方，应符合下列条件：

1. 企业类型：旅行社或者是主要从事旅游经营业务的企业；
2. 营业情况：年旅游经营总额 4000 万美元以上；
3. 会员要求：本国（地区）旅游行业协会的会员；
4. 其他条件：具有良好的国际信誉和先进的旅行社管理经验；遵守中国法律及中国旅游业的有关法规。

设立外商独资旅行社的境外投资方，除应符合外商控股旅行社的境外投资方条件的第 1、3、4 款规定的条件外，第 2 款规定的年旅游经营总额应在 5 亿美元以上。

（二）设立条件

申请设立外商控股旅行社或外商独资旅行社，在具备上述资格的基础上应具备以下条件：

1. 符合旅游业发展规划；
2. 符合旅游市场需要；
3. 投资者符合上述第 2 条、第 3 条、第 4 条规定的条件；
4. 注册资本不少于 250 万元人民币。

需要说明的是，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。在具体的经营内容上，外商控股或独资旅行社不得经营或变相经营中国公民出国旅游业务以及中国其他地区的人赴中国香港、澳门特别行政区和中国台湾地区旅游的业务。

根据国家旅游局邵琪伟局长在 2007 年全国旅游工作会议上的讲话，自 2007 年 2 月 1 日起，全面取消对内资旅行社设立分支机构的限制；7 月 1 日起，取消对外商投资旅行社设立分支机构的限制，并对外资旅行社的注册资本实行国民待遇。



读一读：

看外资旅行社生存现状

2006 年 11 月 7 日，全球排名第二的旅游集团日本 JTB 在上海成立独资旅行社——佳天美（上海）国际旅行社。至此，已有四家外资旅行社进驻上海。同时，以合资或独资的方式进入中国的外资旅行社总数达到 22 家，多数都是 2001 年中国入世后成立的。五年前，众多本土旅行社曾大声疾呼“狼来了”，然而五年过去了，海外军团抢滩攻势迟迟未到，国内旅游市场平静依然。据有关媒体报道，这些外资旅行社很多都尚未实现盈利，个别旅行社甚至还处于半停业状态。

然而，值得关注的是，尽管外资旅行社盈利状况普遍不佳，但是外资进入中国旅游市场的速度却并未停滞。资料显示，“佳天美”已是 JTB 集团在中国投资的第二家旅行社，2000 年 JTB 就曾与中信旅游在北京合资成立 JTB 新纪元国旅。据知情人士透露，为了成立“佳天