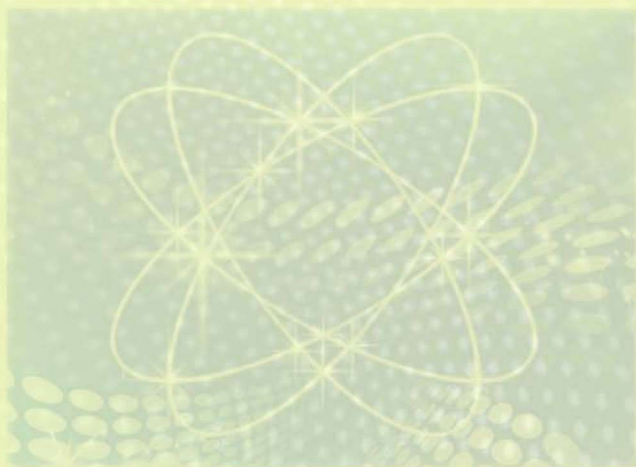


旅行社经营与管理

主编 安娜



对外经济贸易大学出版社

工学结合新视野高职高专“十二五”规划教材

总主编 王宗湖

旅行社经营与管理

主 编 安 娜

副主编 孙晓莹 王佃娟

王庆强

对外经济贸易大学出版社

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营与管理 / 安娜主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2013

工学结合新视野高职高专“十二五”规划教材

ISBN 978—7—5663—0886—3

I. ①旅… II. ①安… III. ①旅行社—企业经营管理—高等职业教育—教材 IV. ①F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 255199 号

© 2013 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

旅行社经营与管理

安娜 主编

责任编辑: 赵 昕

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010—64492338 发行部电话: 010—64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm×260mm 18.5 印张 428 千字

2013 年 12 月北京第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978—7—5663—0886—3

印数: 0 001—3 000 册 定价: 34.00 元

工学结合新视野高职高专 “十二五”规划教材编委会

总主编：王宗湖

副主编：丁立孝 史纪元

编 委：（按姓氏笔画为序）

丁立孝	王宗湖	史纪元	孙玉江	刘艳芳
崔忠艾	李新建	杨 成	宋庆武	杜宗绪
张全军	夏学超	魏晓华		

前言

旅游行业是全球十大热门行业之一，是全球经济中发展势头最强劲、规模最大的产业之一。世界旅游及旅行理事会指出，未来 10 年内，中国旅游业将保持年均 10.4% 的增长速度，到 2020 年，中国将成为世界第一大旅游国和第四大客源输出国。作为旅游业先锋队的旅行社业，近年来也快速发展、不断壮大，已经具备相当的规模。旅游市场的迅速发展和巨大的社会需求成为了推动旅游职业教育发展的重要力量。为了适应旅游业快速发展对人才的需求，更好地满足“十二五”时期我国高职高专教育新时期人才需求，我们根据高职高专学生的特点，结合目前我国旅行社行业发展趋势，围绕“以企业需求为导向，以职业能力为核心”的理念，以针对性、实用性和时效性为基本要求，编写此书。

教材以现代旅行社的工作模块和 workflows 为主线，全书分为四个篇章十个任务单元，从旅行社的基本理论、旅行社经营、旅行社业务、旅行社管理等四大模块出发，主要内容包括：旅行社的历史与发展、旅行社概述、旅行社宏观管理、旅行社的设立与组织设计、旅行社外联、旅行社计调、旅行社接待、旅行社人力资源管理、旅行社财务管理、旅行社电子商务等，最后附有旅行社相关法律和规章制度。与同类教材相比，本书具有以下特点：

第一，在编写原则上，突出以职业能力为核心。教材编写贯穿“以企业需求为导向，以职业能力为核心”的理念，结合企业实际，定位于旅行社各岗位的实际工作，注重对学生的技能和能力培养，注意教学与学生未来就业相结合，具有较强的实践性和实用性。

第二，在内容选择上，注重与时俱进。按照职业功能分模块展开，安排应用性的、岗位需要的内容，贴近生产实际，贴近学生需要，贴近市场需求，突出旅行社行业最前沿的新知识、新技术、新方法，最大限度地接轨新趋势、新动态，拓远学生的认知长度，开阔学生的知识面。少搞些大而化之、笼而统之的理论，而是应该根据实际需要细化内容设置，提高学生灵活运用知识的能力。

第三，在形式安排上，增强教材的可读性。为便于高职学生学习，提高学习效率，教材理论讲述力求简洁，每个任务单元穿插了相关知识链接，行文中辅以图表、案例分析、实训项目及思考题，既增加内容的形象性和直观性，有益于学生对知识的理解，又丰富了教材的形式，增强了教材的趣味性和可读性。

本书由安娜任主编，孙晓莹、王佃娟、王庆强任副主编。具体编写章节如下（按章节次序）：王倩倩，任务一；刘晶晶，任务二；安娜，任务三、任务四、任务五；王庆强，任务六；杨蕾，任务七；孙晓莹，任务八；董燕，任务九；张尚印，任务十。

本书适合各大专院校旅游管理等专业师生、旅行社从业人员以及旅游爱好者阅读，也可供相关人员参加就业培训、岗位培训使用。本书在编写过程中参考和借鉴了同类教

材和有关论著的研究成果，在此向作者表示衷心的感谢。

由于受时间、水平、经验等主客观条件所限，教材中难免存在不足之处，恳切希望各使用单位和个人对教材提出宝贵意见，以期对教材进行不断的修订、完善。

编 者

2013 年 8 月 15 日

总 序

经过十几年的跨越式发展，我国高职教育取得了长足进步，无论是办学数量还是招生规模都占了我国高等教育的半壁江山。但是，我们必须清醒地看到，目前我国经济的飞速发展及结构的重大调整，对高职教育提出了更高的要求。为使高职教育尽快适应新形势，2006年教育部、财政部联合启动了《国家示范性高等职业院校建设计划》，建设了百余所示范院校。2010年7月教育部再度发布《教育部、财政部关于进一步推进“国家示范性高等职业院校建设计划”实施工作的通知》，新增100所左右骨干高职建设院校。两次示范校建设计划的实施，主要目的就是通过示范性建设工程，引领、带动所有高职院校不断提高办学适应能力，提升办学质量和育人水平，增强服务区域经济社会发展的功能。

最近，国务院颁布的《国家中长期教育改革和发展规划纲要》（2010—2020年）（以下简称“规划纲要”）指出：“职业教育要面向人人、面向社会，着力培养学生的职业道德、职业技能和就业创业能力……”，提出“要把提高质量作为重点；以服务为宗旨，以就业为导向，推进教育教学改革；实行工学结合、校企合作、顶岗实习的人才培养模式”。可见，国家已将提高教育质量作为今后一段时间高职教育教学改革的重点，并将“工学结合、校企合作、顶岗实习”列为人才模式改革的方向，明确提出高等职业教育主要培养具有“职业道德、职业技能和就业创业能力”的人。

教材作为“整个教育系统的软件”，是培养人才的蓝本。客观地讲，经过十几年的探索，我们已经认识到高职教育的培养目标、课程体系、教学模式与普通本科实施的学科教育之间的差异，并进行了多方面的教学改革研究与实践，也试图引进国外先进的课程模式以推动课程改革。但职业教育毕竟与其他高等教育不同，其中，“就业”和“高技能”是其主要的目标指向。因此，职业教育的课程设计应以满足产业发展为宗旨，以新的职业能力内涵为目标构建系统化的课程体系，突出体现“就业导向”的职业能力培养。但目前，我国职业教育教学和管理模式受传统教育思想和教育模式的影响较深，以能力为本位的教育观还未完全形成，课程改革和教材开发还远远满足不了形势发展对高职教育的要求。因此，为更好地适应我国走新型工业化道路，实现经济发展方式转变、产业结构优化升级的需要，高等职业教育必须加快课程体系改革和教材建设的步伐，建立符合时代特征和具有我国特色的职业教育新思维、新模式、新课程体系。

鉴于此，对外经济贸易大学出版社为适应教育发展的新形势，努力推动高职高专院校的教材建设，委托我们组织全国职业院校的教师及具有企业工作经验的业务骨干，编写这套工学结合新视野高职高专“十二五”规划教材。本系列教材暂包括基础课程、国际经贸、工商管理、财会金融、物流管理、连锁经营、电子商务、旅游与酒店管理等八大专业。

为使教材编写尽量适应高职教育的特点及时代发展的新要求，我们在编写教材过程

中,尽可能把最新的研究成果吸收渗透到教材中来,在内容安排、教法选择、编写体例等方面也进行了较多的改革,甚至是新尝试。本套丛书具有以下特点:

1. 以“能力培养”和“创新教育”为主线,架构教材总体框架

本套丛书各册教材,在基础理论讲授之后,每篇均加列“技能训练”专章,通过采用典型案例分析、模拟操作等形式,引导学生对本篇的重点、难点内容进行分析、讨论、练习和模拟训练;每章结束后针对本章重点内容设计了“个案分析、学以致用、讨论思考”等项目,以达到强化学生对基础理论和业务环节处理技巧的掌握的目的。这些新增加的关于“能力培养”和“技能训练”等内容,约占整本教材篇幅的1/3,体现了国家对职业教育课程改革的诉求。这种编写体例的运用在目前经济类课程的教材中还较少见,希望这种新的尝试能经日后的教学实践验证,成为一种“能力培养”和“创新教育”的有效方法。

2. 改革人才培养模式,尝试教学模式与教学方法的创新

《规划纲要》要求各高职院校不断创新人才培养模式,“深化教育教学改革,创新教育教学方法,探索多种培养方式”,“倡导启发式、探究式、讨论式、参与式教学,帮助学生学会学习,激发学生的好奇心,培养学生的兴趣爱好,营造独立思考、自由探索的良好环境”。为此,在本套教材的编写过程中,我们注意到国家对高职院校的这种改革要求,在编写方法上尽量运用提示、启发、引导、讨论和模拟等方法,其目的是使学生运用所学知识在进行初步的分析、综合、比较、分类后,达到将知识、技能的抽象概括具体化,提高学生灵活分析问题和解决问题的能力。这样,既与国家对高职教育培养的目标相吻合,又适应学生的学习思维特点,并容易激发学生的学习兴趣,所以,较之传统的教学方法有了较大的改革与突破。

3. 建立综合性、实践性新课程,提高人才培养的针对性、实效性

江泽民同志在第三次全国教育工作会议上指出:“职业教育和成人教育要使学生在掌握必要的文化知识的同时,具有熟练的职业技能和适应职业变化的能力”。可见,现代职业教育呼唤综合型、应用型、技能型新课程的设立。为反映这些要求,我们在每个专业都增设了《综合技能》课程,以此作为经济管理类各专业实践课的应用教材。该科目在内容上以各专业的主要业务为线索,将骨干核心课程的知识高度浓缩,有机串联。将主干课中没有系统讲授而实际工作中必然牵涉到的知识纳入其中,弥补了原来系列教材的欠缺与不足。同时,该系列教材大量采用模拟教学和案例教学,让学生以“业务员、经济师、总经理”的身份参与学习与训练,独自策划交易,进行经济活动等,刻意营造一种仿真情境,让学生在“训练”中学习,在“情景”中增长才干和积累经验,有效地将知识转变为专业性的技能技巧,提高其处理和解决实际问题的综合能力。总之,各专业《综合技能》的设立,是按照国家对教育学科的设置“要多增加综合课”的要求而设立的新型试验科目,其主要目的是通过运用灵活有趣的模拟训练及案例教学等手法,启发诱导学生的立体思维,全面提高其独立操作经济业务的综合实践能力。由于是初次尝试,所以希望大家多加关注,并提出指导性的建议。

本套丛书的编写,得到了有关院校领导和学者、教授的大力支持,并引用了有关作者的部分资料,在此一并表示谢意。

本套丛书无论从体例安排到内容设置，从知识点的归纳到教法的运用，都进行了大胆探索和尝试，意欲为我国财经类高职高专教材的编写与探索尽微薄之力，但由于时间和水平有限，疏漏和不足甚至是错误之处在所难免。希望广大教师、读者多提宝贵意见，以便日后充实与完善。

工学结合新视野高职高专“十二五”规划教材编委会
2013年8月

第一篇 旅行社基础篇

任务一 旅行社的历史与发展

- 子任务一 国外旅行社的产生与发展
- 子任务二 中国旅行社的产生与发展
- 子任务三 中国旅行社的发展现状
- 子任务四 中国旅行社未来的发展趋势

任务二 旅行社概述

- 子任务一 旅行社的概念
- 子任务二 旅行社的性质和职能
- 子任务三 旅行社的类型
- 子任务四 旅行社的业务

第二篇 旅行社经营篇

任务三 旅行社的设立与组织

- 子任务一 旅行社的组织形式
- 子任务二 旅行社设立的条件
- 子任务三 旅行社设立的程序
- 子任务四 旅行社的组织设计

任务四 旅行社的宏观经营

- 子任务一 旅行社经营管理模式
- 子任务二 旅行社经营战略管理
- 子任务三 旅行社行业管理

第三篇 旅行社业务篇

任务五 旅行社外联业务

- 子任务一 外联简介
- 子任务二 旅行社市场分析
- 子任务三 旅行社产品开发
- 子任务四 旅行社产品销售
- 子任务五 外联业务洽谈

任务六 旅行社计调业务

- 子任务一 计调简介
- 子任务二 旅行社产品采购
- 子任务三 旅行社计调工作流程
- 子任务四 地接社计调业务操作
- 子任务五 组团社计调业务操作

任务七 旅行社接待业务

- 子任务一 地陪带团作业
- 子任务二 全陪带团作业
- 子任务三 领队带团作业
- 子任务四 旅行社接待质量管理

第四篇 旅行社职能管理篇

任务八 旅行社财务管理

- 子任务一 旅行社经营核算
- 子任务二 旅行社成本费用管理与收入利润管理
- 子任务三 旅行社的资产管理
- 子任务四 旅行社的财务分析

任务九 旅行社人力资源管理

- 子任务一 旅行社人力资源管理概述
- 子任务二 旅行社员工选聘与培训
- 子任务三 旅行社员工绩效管理
- 子任务四 旅行社薪酬管理

任务十 旅行社电子商务

子任务一 旅行社电子商务概述

子任务二 旅行社电子商务发展模式

子任务三 旅行社电子商务发展展望

附录

《旅行社条例》

旅行社条例实施细则

旅行社服务通则

中华人民共和国旅游法

参考书目

第 一 篇

旅行社基础篇

旅行社是一个古老而又年轻的行业，从 18 世纪的工业革命到 21 世纪的信息时代，经历了几个世纪的发展历程，如今在国内外形成了自己的发展轨道。同时，旅行社作为旅游业的排头兵，它有着自己特殊的行业特性。认识旅行社的前世今生，总结旅行社运行规律，描述旅行社管理的结构框架和理论体系，在更广阔的领域发展旅行社管理的理论和实践是本篇的任务。

本篇是旅行社管理基础篇，介绍了现代旅行社及旅行社管理的基础知识，主要包括中外旅行社发展历史；旅行社的发展现状及发展趋势；旅行社的概念、职能、类型及基本业务等内容。通过学习使学生了解旅行社基本发展历程、发展现状和发展趋势，掌握旅行社的基础概念和基本理论。

任务一 旅行社的历史与发展

课前准备



【任务驱动】

本章主要介绍旅行社产生的历史背景与发展历程，通过学习，学生能够了解国外旅行社的产生与发展概况，了解中国第一家旅行社的产生与发展，重点掌握中国旅行社的发展历程及发展趋势。通过本章的学习，帮助学生建立起对旅行社综合的、基础的认识。



【导入案例】

美国运通旅行社的发展历程

美国运通旅行社是美国最大的旅行社，也是世界上最大的旅行社。该旅行社于1850年在美国的纽约州包法罗市建立，起初经营货物、贵重物品和现金的快递业务。1882年，美国运通公司推出自己的汇票，并且立即获得成功。

1891年，美国运通公司推出第一张旅行支票。美国运通公司以其良好的信誉为其所发行的旅行支票作担保，并且保证接受这种支票的人不会蒙受任何损失。假如支票被盗或是支票上的签名被人仿冒，美国运通公司保证承担损失。公司不靠发行旅行支票的手续费营利，而是靠每年数十亿美元的浮存进行投资。同年，美国运通公司建立欧洲部，并于1895年在巴黎建立了第一家分公司，随后又先后在伦敦、利物浦、南开普敦、汉堡、不来梅等城市建立了分公司。很快，美国运通公司的办事处和分公司遍布整个欧洲。

在旅游市场巨大发展潜力的诱惑下，美国运通公司于1915年设立了旅行部。1916年，旅行部组织了很大的旅游团，其中包括分别前往远东地区和阿拉斯加的旅游客轮和前往尼亚加拉大瀑布和加拿大的包价旅游团。1922年，美国运通公司开始经营通过巴拿马运河的环球客轮旅游。在整个20世纪30年代，美国运通公司开始实施大规模的国内旅游业务计划，公司创办著名的乘火车前往美国西部地区旅游的“旗帜旅行团”，项目包括交通、住宿、游览观光、和餐饮等内容。

第二次世界大战结束以来，美国运通公司获得了巨大发展，现已成为世界上最大的旅行和金融集团。除了旅行部和旅行支票部之外，美国运通公司还设有银行

部、投资部和保险部。另外，美国运通公司发行的信用卡还是国际上使用的主要信用卡之一。

问题：

1. 通过上述案例，你认为旅行社业发展的历程是怎样的？
2. 通过上述案例，你认为旅行社是什么类型的企业？

教学内容

子任务一 国外旅行社的产生与发展

一、国外旅行社的产生

旅行社是旅游业的重要组成部分，它与交通运输业、住宿业并称为旅游业的三大支柱。旅行社的产生与近代社会的市场经济、科学技术和社会分工的发展密不可分，是近代工业革命的产物。

（一）国外旅行社产生的背景

18 世纪发生在英国的第一次工业革命，推动了资本主义在全球的发展，使整个世界经济结构和社会发展结构发生了翻天覆地的变化，为现代旅游业的产生创造了基本条件，改变了世界范围内旅行和旅游的发展方向。

1. 工业革命扩大了旅游活动的规模

在工业革命之前，只有少数地主和贵族有财力和时间参与消遣性的旅游活动，工业革命之后，随着生产力的迅速发展和社会财富的急剧增加，财富不再只是流向封建贵族和地主，而是越来越多的流向工人阶级，从而有效地扩大了有财力参加旅游活动的人数规模，同时，随着生产力的提高和工人阶级的不懈斗争，使得资本家在增加工资和实行带薪休假等方面作出让步，从而使工人阶级有财力和时间加入到旅游者的行列。

2. 工业革命促进了旅游观念的进步

工业革命引起的工业化和城市化进程极大改变了人们的生活环境和工作性质，使人们渐渐地面对自然环境受破坏、城市污染和拥挤、工作节奏加快、生理和心理负担加重等问题。人们为了避免因经济繁荣而对环境造成的破坏，从而影响生活质量，迫切需要改变生活方式，追求和向往自然恬静的生活环境。19 世纪中叶外出旅游和度假之风由此兴起。

3. 工业革命促进了新的旅游方式的形成

工业革命带来经济的发展，交通环境的改善，旅游费用的降低，空间地域概念的扩大，配套娱乐设施的逐步改进和休闲娱乐观念的进一步更新，都在新的层次上丰富和完善了多种多样的旅游活动形式。工业革命之后，观光旅游、商务旅行、度假旅游等新的旅游方式逐渐形成。

（二）国外旅行社的产生

受工业革命等因素的影响,旅游经济活动的条件逐渐成熟,旅游需求和旅游供给格局逐步形成,旅行社产生的时机已经成熟,一方面,随着旅行距离的延伸和游览活动的多样化,由旅游者自己安排外出旅游活动全过程的传统做法,已经变得十分累赘和失去活力,旅游者迫切需要有一种专门的旅游中介机构将旅游者和提供旅游服务的各个部门连接起来,把旅游活动的组织、安排组合成一体。另一方面,当时的交通运输条件,为大规模的旅行活动提供了可能。在这样的历史背景下,托马斯·库克作为世界上第一位专职的旅游代理商登上了历史舞台。

1841年,托马斯·库克包租了一列火车,组织了570人从莱斯特前往当时的洛赫巴勒参加禁酒大会,团体收费每人1先令,当日返回。途中还穿插了乐队表演、野餐和茶点等配套活动,此项活动大获成功。这次出行活动的意义在于它具有了后来旅行社经营活动的若干重要特征:一是采用了集体折扣付费的方式;二是具有了团体包价旅游的雏形;三是将行、吃、娱等要素集中在旅游活动;四是初步体现了旅行社全陪的导游功能。这一次旅游活动对于托马斯·库克今后从事旅行社经营业务提供了良好基础。此后,他又安排了类似的铁路外出旅行活动,并以其敏锐的嗅觉抓住了旅游中介市场蕴含的巨大商机,于1845年,在莱斯特正式成立了以托马斯·库克命名的近代第一家旅行社。

二、国外旅行社的发展

自从托马斯·库克旅行社建立后,欧美各国不断涌现出类似的旅行社组织。在欧洲英国相继出现了登山俱乐部(1857年)和帐篷俱乐部(1885年)。德国和法国则成立了观光俱乐部(1890年)。在北美,美国运通公司于1850年从事旅行代理业务,并在1891年发售了第一张旅行支票。1915年,该公司正式设立了旅行部。翌年,旅行部组织了许多旅游团,其中包括分别前往远东地区和阿拉斯加的旅游客轮和前往尼亚加拉大瀑布和加拿大的包价旅游团。1922年,美国运通公司开始经营通过巴拿马运河的环球客轮旅游。在日本,则相继成立了“喜宾会”(1893年)和日本交通公社(1912年)。20世纪初,世界旅行社行业出现了美国运通公司(American Express)、英国托马斯·库克父子公司(Thomas Cook & Son)和以比利时为主的铁路卧车公司等三巨头,国外的旅行社行业进一步发展。旅行社的发展和普及,为各国人们的旅行游览活动提供了极大的方便,推动了旅游业在全世界的迅猛发展。

世界旅行社的发展大致经历了以下四个阶段,即19世纪中晚期、20世纪初中期、20世纪中晚期以及从20世纪90年代开始,至今仍在发展时期。

（一）旅行社的诞生期（19世纪中晚期）

19世纪中期,托马斯·库克旅行社成立后,欧美各国相继出现了一批旅行社,如1850年在英国成立的“旅游者组织”、1850年在美国成立的“美国运通旅行社”、1857年在英国成立的“帐篷旅游俱乐部”,1890年在法国和德国相继建立了观光俱乐部等。然而无论是托马斯·库克旅行社还是美国的运通旅行社,因为受到

那个时代交通、住宿以及旅游业自身发展阶段的限制，他们所扮演的角色都是旅游经营者。具体来说，当时旅行社经营的主要业务是自行购买旅游产品中的各个部分，并将其组成一个旅游项目，以包价旅行的方式向旅游者出售，从中获得利润。

（二）旅行社的初步发展期（20 世纪初中期）

在这一时期，除了旅行社的数量有较大增幅外，旅行社的经营方式也发生了变化。一些旅行社根据市场条件的变化，调整了旅游市场的经营方式，由原来的旅游经营者向具有旅游经营者和零售商的双重市场角色功能转换。20 世纪初期，托马斯·库克旅行社开始经营旅游零售业务，美国运通旅行社也开始涉足经营旅游零售业务。到 20 世纪 20—30 年代，世界上已经有 50 多个国家开展了出入境旅游业务。

（三）大众旅游时代的旅行社（20 世纪中晚期）

20 世纪 50—90 年代，随着航空技术的突破，交通事业迅猛发展，大量民用客机用于旅行活动，汽车进入人们的家庭，世界经济的发展导致闲暇时间大幅度增加，形成了现代“大众旅游”的时代，在许多国家，为航空公司出售机票成为旅游零售商的主要谋生手段，但是大量旅游零售商采用这种单一而又脆弱的谋生手段，到了 90 年代末期随着航空票据销售系统的调整而遭到前所未有的挑战，全球范围内出现了新一轮的旅行社重组高潮。

（四）新经济时代的旅行社（从 20 世纪 90 年代开始至今）

这一阶段自 20 世纪 90 年代开始，目前仍处在发展过程中。旅行社的经营管理活动开始融入当代最新的管理思想内涵。在物质上，全部使用了电脑全球联网、办公自动化操作手段，使旅行社管理水平跃上新台阶。网上推广、网上预订、网上结算已经成为现实。

子任务二 中国旅行社的产生与发展

与欧美国家相比，受现代历史条件的影响，我国旅行社出现时间较晚。我国第一家旅行社是由上海商业储蓄银行的陈光甫先生于 1923 年 8 月在上海创立的旅行部，为旅客办理代售车船票、预订旅馆、派遣导游、代管行李和发行旅行支票等事宜。1927 年 6 月，上海商业储蓄银行旅行部独立出来，成立了“中国旅行社”（这个中国旅行社并非现在的“中旅”）。随后的 10 年，中国旅行社在市场拓展、经营规模、经营实力、社会影响等方面都取得了辉煌的业绩，旅行社职工发展到 900 多人，旅行社分支机构遍布华东、华北、华南等 15 个城市，并且在印度、越南、缅甸、菲律宾、新加坡、美国、中国香港等国家和地区设有办事处。

一、中国第一家旅行社的产生与发展

（一）中国第一家旅行社产生的背景

旅游是社会、经济、文化、科技发展到一定程度的产物。与之相适应的旅游业的产生与发展也无不与一国一地社会经济发展水平密切相关。“中国旅行社”始建于 1923 年，为上海商业储蓄银行（以下简称上海银行）下设的一个旅行部，到