

华
管
普
经

全国
高职高专

旅游专业
规划教材

旅行社

经营管理实务

主 编 ◎ 倪慧丽

副主编 ◎ 王海莉

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

全国高职高专旅游专业规划教材

旅行社经营管理实务

主 编 倪慧丽
副主编 王海莉

人民邮电出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理实务 / 倪慧丽主编. —北京: 人民邮电出版社, 2006.11
全国高职高专旅游专业规划教材

ISBN 7-115-15313-2

I. 旅... II. 倪... 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 (2006) 第 114017 号

内 容 提 要

本书以培养旅游专业学生实际经营和管理能力为目的, 阐述了旅行社各岗位经营和管理实务, 借鉴了国内外先进的旅行社经营管理理念, 跟踪国内外旅行社发展动态, 结合高职高专教育特点, 在对我国旅行社进行深入调查的基础上, 列举了大量案例、实训题和课堂讨论题。这是一本具备实用性、科学性、前沿性、完整性的高职高专教材。

本书的主要内容包括旅行社产品开发、旅行社产品销售、旅行社产品促销、旅行社采购、旅行社团体接待、旅行社散客接待、旅行社财务管理。

本书可作为高职高专旅游专业教材, 也可作为旅游行业相关人员的培训用书。

全国高职高专旅游专业规划教材

旅行社经营管理实务

-
- ◆ 主 编 倪慧丽
 - 副 主 编 王海莉
 - 责任编辑 刘 依
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京铭成印刷有限公司印刷
新华书店总店北京发行所经销
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 15.75 2006 年 11 月第 1 版
字数: 256 千字 2006 年 11 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-115-15313-2/F · 851

定价: 27.00 元

读者服务热线: (010)67129879 印装质量热线: (010)67129223

《全国高职高专旅游专业规划教材》

编辑委员会

主任：胡德华

副主任：刘京

委员：（以姓氏笔画为序）

叶华胜 包锦阳 任昕竺

刘秀峰 邱云美 苏北春

沈忠红 洪美玉 柏杨

倪慧丽 程旭东 蔡敏华

魏洁文

本书编委会

主 编：倪慧丽

副主编：王海莉

编 委：（以姓氏笔画为序）

王海莉 米 冰 李 云

李文斌 倪慧丽 傅 嘉

总序

我国旅游业经过改革开放以来近 30 年的稳步发展,业已成为最具发展活力和潜力的产业之一。据世界旅游组织预测,到 2020 年,中国将成为全球第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。

随着我国旅游事业的迅猛发展,社会对旅游人才的需求日益扩大,但与此同时,旅游市场的竞争也日益激烈。因此,培养出数量足够、素质较高且能充分适应和满足旅游市场需要的旅游专业人才,已成为当前我国高等院校、高职高专院校和旅游业界必须思考并解决的一个既重要又迫切的问题。

然而,要想培养出一支高素质的旅游人才队伍,关键是要编写出一套体系科学、内容新颖、切合实际、操作性极强的旅游专业系列教材。正是基于这样的需求,我们自 2004 年 7 月份起就开始精心策划、组织和联络,在广泛征求全国高职高专院校旅游专业的专家、教授、学者、学生以及旅游业界专业人士对旅游专业教材建设的意见与建议的基础上,成立了“全国高职高专旅游专业规划教材”编写委员会,并对教材的编写原则、体系架构和基本内容进行了充分的探讨,最后确定由直接从事旅游专业一线教学和科研工作,既具有丰富的旅游教学科研经验,又有丰富的旅游实践经验的专家、教授、学者和“双师型”教师担任本套教材的主编工作。

“全国高职高专旅游专业规划教材”编写原则与特色如下。

1. 注重基础,体系完整。本套教材的编写遵照教育部关于高等院校教学与教材建设的精神和教育部关于《高职高专院校人才培养工作水平评估方案》的要求,保证各科目基本理论和内容体系的完整阐述,符合旅游类专业学生的学习要求。

2. 观点新颖,研究前沿。本套教材在保持每一科目基本内容完整丰富的同时,给予足够的篇幅论述国内外旅游研究与应用的新领域和新动态,在继承传统教材精华的基础上,注重新法规、新政策、新方法的充实与完善,充分体现了前沿性、知识新、信息量大的特点,从而实现了“基础”与“前沿”的良好结合。

3. 联系实际,突出应用。本套教材的编写力求突出高职高专旅游类专业的应用性特点。在编写过程中,作者密切结合自己多年的经验,在内容选择方面重视实

用性，在不妨碍理解的前提下尽量减少理论的叙述，并采用大量实战性强的案例、阅读资料等加以论证说明，从而确保了学生和旅游业界的学习者能够学以致用，收到实效。

4. 风格清新，形式多样。本套教材在贯彻知识、能力、技术三位一体教育原则的基础上，力求在编写风格和表达形式方面有所突破，运用图表、案例、情景实训等形式，降低学习难度，增加学习兴趣，强化学生的素质，提高学生的操作能力。

由于我们的经验有限，教材中难免存在不妥和疏漏之处，我们期待着旅游界的同行、专家、学者和广大读者的批评与指正，以便我们能够紧跟时代步伐，及时修订和出版更新、更优的旅游系列精品教材。

胡德华

2006年1月

前 言

改革开放以后，旅行社作为具有一定规模的经济行业在我国开始崛起，在经历了 20 多年的发展后，已经成为一个举足轻重的产业部门。据国家旅游局的统计，截至 2004 年年底，我国旅行社已达到 15 300 多家，在数量上已经形成一定规模，旅行社在 GDP 中所占的比例也越来越大。但是，随着旅行社行业的快速发展，行业中暴露出的问题也相当严重：企业规模偏小、网络化经营落后、行业间仍然处于低层次的竞争阶段、旅行社人才严重匮乏等。随着电子商务对传统旅行社的挑战和加入世界贸易组织后呈现的开放态势，我国旅行社将面临更加激烈的竞争环境。面对这种挑战，我国大多数旅行社经营者已经意识到必须更新经营和管理理念，加强旅行社人才的培养，只有这样才能在激烈的市场中立于不败之地。

与国外旅行社理论研究相比，我国在旅行社领域的研究显得较为落后，直到 20 世纪 90 年代中后期，对旅行社经营管理中的各种理论和实践问题的探讨才明显增多，而且大都只是建立在借鉴国外理论研究的基础上。因为旅行社经营管理是一门多学科交叉的综合性较强的学科，其研究还有待深入。《旅行社经营管理实务》即是在这一过程中摸索的结果。本书借鉴了国内外最新研究成果，同时结合我国旅行社发展的实际情况，进行了比较深入的实地考察，按照旅行社的岗位分布情况，非常贴近实际地阐述了旅行社的类别制度、产品开发、旅行社采购、旅行社产品促销、旅行社产品销售、旅行社门市、票务以及旅行社财务等系统性问题，以求达到全面反映我国旅行社目前的经营和管理状况及所面临的问题，让学生能及时了解和掌握行业动态，学习旅行社经营管理的最新知识，为毕业后顺利进入旅行社、适应岗位、成为合格的经营管理人才奠定基础。

本书是一部实用性非常强的旅游专业教材，坚持理论够用为主的原则，具有系统性、实用性和针对性的特点。本书除了阐述旅行社经营管理理论之外，还列举了大量的经营管理实例，并编写了案例分析题和复习思考题，还编写了部分情景实训题，能够帮助高职高专旅游专业的学生更直观地了解实际的经营和管理技巧。

本书的主编是倪慧丽，各章节写作分工如下：第一章由王海莉（丽水学院）编

写，第二章、第五章由米冰（吉林商业高等专科学校）编写，第三章、第六章由李云（苏州经贸职业技术学院）编写，第四章由傅嘉（广厦建设职业技术学院）编写，第七章由倪慧丽（丽水职业技术学院）编写，第八章由李文斌（齐齐哈尔大学）编写。

在本书的编写过程中，我们参考了大量专家学者的专著、教材（参考文献附后），在此向他们表示衷心的感谢！

由于作者才疏学浅，加上时间较为仓促，因而本书在内容、体例编排等方面尚有诸多不如人意之处，敬请同行和读者们批评指正！

编 者

2006年7月

目 录

第一章 导 论	1
第一节 旅行社的产生与发展	1
第二节 旅行社的性质与职能	7
第三节 旅行社的类型与业务	10
第四节 旅行社的设立	13
第五节 旅行社的行业管理	17
第二章 旅行社产品开发	25
第一节 旅行社产品的内涵与类型	25
第二节 旅行社产品设计的基本原则	36
第三节 客源市场的调查与预测	43
第三章 旅行社产品销售	59
第一节 旅行社产品价格的制定	59
第二节 旅行社产品渠道策略的选择	67
第三节 旅行社产品销售过程的管理	73
第四节 旅行社的售后服务	76
第四章 旅行社产品促销	83
第一节 旅行社促销概念	83
第二节 旅行社促销实施的关键步骤	84
第三节 旅行社促销方式的选择	87
第四节 旅行社促销管理	102
第五章 旅行社采购	107
第一节 旅游服务的类型	107
第二节 旅游采购的原则和策略	112
第三节 旅游采购的程序和方法	119
第六章 旅行社团体接待	135
第一节 团体旅游接待业务的特点	135
第二节 导游人员的管理	140
第三节 团体旅游接待的管理	161

第四节 团体旅游的行李业务	170
第七章 旅行社散客接待	178
第一节 旅行社散客业务的管理	178
第二节 旅行社门市业务	187
第三节 旅行社的票务管理	189
第八章 旅行社财务管理	198
第一节 旅行社财务管理概述	198
第二节 旅行社会计核算	203
第三节 旅行社资产管理	208
第四节 旅行社成本费用管理	213
第五节 旅行社营业收入与利润管理	217
附录 1 旅行社管理条例	222
附录 2 旅行社经理资格认证管理规定	228
附录 3 旅行社管理条例实施细则	231
参考文献	241

第一章 导 论

学习 目标

- 了解旅行社的产生与发展历史、旅行社的行业组织
- 熟悉旅行社的性质与职能、类型与基本业务、旅行社的行业特点与从业人员的素质要求
- 掌握旅行社设立的条件、程序以及营业场所的选择

第一节 旅行社的产生与发展

旅行社是为人们旅行提供服务的专门机构，旅游活动的发展是旅行社得以产生和发展的前提条件。在我国，旅行社是指以营利为目的、从事旅游业务的企业。随着世界范围内旅游事业的发展与繁荣，旅行社已经发展成为世界旅游业的三大支柱之一。

一、旅行社的产生

(一) 世界旅行社的产生

旅行社的产生是经济、科技和社会分工发展的直接结果，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，使全世界的经济和社会结构发生了巨大的改变，也使世界范围内的旅行活动的发展受到了显著的影响，主要表现在以下四个方面。

1. 工业革命为旅游活动的产生奠定了物质基础

首先，全球范围内生产力水平的不断提高和迅速发展、社会财富的急剧增加、有产阶级规模的日趋扩大，使得越来越多的人具备了外出旅游的经济条件。在工业革命以前，只有地主和贵族才有金钱进行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，使他们也具备了进行旅游活动的经济条件，从而扩大了有财力外出旅游的人数。

其次，科学技术的进步，提高了交通运输能力，缩短了运输时间，扩建了运输

网络，使大规模的人员流动成为可能。1769年，瓦特发明的蒸汽机技术很快就被应用于新的交通工具的制造，至18世纪末蒸汽机轮船就已经问世。但对近代旅游的诞生产生最大和最直接的影响的还是铁路运输技术的发展。1825年，英国的乔治·史蒂文森建造的从斯托克顿至达林顿的铁路正式投入运营。此后，各地铁路开始建设起来，并向更远的地方延伸。

2. 旅游需求的普遍化为旅游活动的产生提供了现实的可能性

工业革命加快了城市化的进程，改变了人们原有的工作和生活方式，使人们产生了回归自由、宁静的大自然的要求，主观上产生了旅游动机。由于人们对旅游经验的缺乏，如民俗禁忌、旅游常识、货币兑换等，使许多人急切希望有一个专业化的旅游服务机构为其提供便利。

3. 市场经济的发展为旅游活动的产生提供了必要的社会条件

在此背景下，一批具有敏锐信息的先行者首先捕捉到了市场信息，开始创办旅行代理事业。世界上公认的第一位真正的专职旅行代理商是英国的托马斯·库克(Thomas Cook)。

托马斯·库克于1808年11月22日出生于英国，自幼家境贫寒，10岁便辍学就业，先后做过帮工、诵经人和木匠等。托马斯·库克笃信宗教，热衷于禁欲。

1841年7月5日，身为传教士的托马斯·库克利用面对机器化大生产中人们产生的心理危机，以参加禁酒为号召，创造性地组织了世界上第一次团体包价旅游，包租了一列往返列车，运载570人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会，第一次采用了集体折扣付费的方式，每人先交1先令，包括交通费用、乐队演奏赞歌、一次野外午餐和午后茶点。这次活动在旅游史上被认为是近代旅游活动的开端，具有重要的意义。这次活动具有后来旅行社经营活动的若干重要特征：其一，采用了集体折扣付费的方式；其二，具有团体包价的雏形；其三，将吃、行、娱等要素集中在旅游活动中；其四，初步体现了旅行社全陪的导游功能。这些特征对于后来的旅行社经营都具有重要的借鉴作用与影响。

1845年，托马斯·库克在英国的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，标志着近代旅游业的开始。托马斯·库克成为世界上第一位专职的旅行代理商，被尊称为“世界旅行社之父”。1845年，为组织到利物浦的观光旅游，托马斯·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。1855年，托马斯·库克以包价的形式组织了赴法国的旅行。到1864年，经托马斯·库克组织的参加旅游的人数已累计达100多万，他的名字也成为旅游的代表名词，在欧美地区家喻户晓。后来，欧洲及北美诸国和日本纷纷仿效库克组织旅游活动的成功模式，先后组织了旅行社或类似的旅游组织，招募陪同或导游，带团在国内参观游览。1865年，托马斯·库克在托马斯·库克旅行社的基础上建立了托马斯·库克父子公司，该旅行社后来发展成为当时世界上最大的旅行社。此后，他又

相继在美洲、非洲和亚洲地区建立了分公司，旅游业务遍布全球。

之后，欧美各国不断涌现出类似的旅行社组织，如 1850 年在英国成立的“旅游者组织”，1885 年在英国成立的帐篷俱乐部，1890 年在法国和德国相继建立了观光俱乐部，以及 1893 年在日本成立的“喜宾会”，其中尤以美国的运通公司最为著名。美国运通公司于 1850 年起兼营旅行代理业务，并于 1891 年发售了与现代事业方法相同的旅行支票。

托马斯·库克对于旅游业发展的贡献，不仅在于他开创了近代旅游业，而且还表现在他面向大众、薄利多销，推动了旅游的社会化，促进了旅游业的发展。

（二）我国旅行社的产生

我国旅行社最早产生于 20 世纪 20 年代。1923 年，爱国人士陈光浦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，现为香港中国旅行社股份有限公司。新中国成立后，1949 年 12 月在厦门成立了华侨旅行社，这是“中国旅行社”的前身。此后，我国先后于 1954 年和 1979 年在北京成立中国国际旅行社和中国青年旅行社。这三家旅行社并称为我国的“三大旅行社”。

二、旅行社的发展

（一）世界旅行社的发展

在托马斯·库克之后，旅行社为适应人们不断增长的旅游需求，进而在世界各地迅速发展起来。到 20 世纪初，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行业的“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（参见表 1-1），其增长速度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	2300	142
2000	6.98	68	4760	107

资料来源：世界旅游组织 (UNWTO)

从总体上看，全世界 80% 的旅行社分布在旅游业最发达的欧美地区，其余地区不到 20%，旅行社数量的多少反映了地区旅游业的发展程度，旅游业越发达的地区，旅行社数量越多。

(二) 我国旅行社的发展

我国旅行社起步较晚，直到 1978 年我国实行改革开放以后才形成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，也不具有经济的性质。从我国旅行社行业的发展过程来看，可以将我国旅行社行业的发展划分为三个阶段。

1. 旅行社发展的初期 (1978~1989 年)

1978 年我国实行改革开放，当年来华旅游的入境人数就达 180 万人次，旅游外汇收入为 2.63 亿美元 (参见表 1-2)。中国国际旅行社和中国旅行社的任务主要转变为接待自费来华的旅游者，1980 年中国青年旅行社总社在北京成立之后，根据国家的有关规定，只有中国国际旅行社、中国旅行社和中国青年旅行社三家总社拥有旅游外联的权力，并且它们之间具有相对明确的业务分工：中国国际旅行社主要接待外国来华的旅游者，中国旅行社主要接待来华的港澳台同胞和海外华人，中国青年旅行社主要接待来华的青年旅游者。从此，我国的旅行社形成“三足鼎立”的行业寡头垄断的局面。

表 1-2 1978~2004 年来华旅游入境人数与旅游收入状况

年 份	旅游入境人数 (千人次)	年增长率 (%)	旅游收入 (亿美元)	年增长率 (%)
1978	1809	—	2.63	—
1979	4204	132.39	4.49	70.90
1980	5703	35.66	6.17	37.30
1981	7767	36.19	7.85	27.30
1982	7924	2.02	8.43	7.40
1983	9477	19.60	9.41	11.60

续表

年 份	旅游入境人数(千人次)	年增长率(%)	旅游收入(亿美元)	年增长率(%)
1984	12 852	35.61	11.31	20.20
1985	17 833	38.76	12.50	10.50
1986	22 819	27.96	15.31	22.50
1987	26 902	17.89	18.62	21.60
1988	31 695	17.81	22.47	20.78
1989	24 501	-22.70	18.06	-17.20
1990	27 462	12.90	22.18	19.20
1991	33 350	21.44	28.45	28.30
1992	38 115	14.29	39.47	38.70
1993	41 527	8.95	46.83	18.70
1994	43 684	5.19	73.23	*
1995	46 387	6.19	87.33	19.25
1996	51 128	10.22	102.00	16.81
1997	57 588	12.63	120.74	18.37
1998	63 478	10.23	126.02	4.37
1999	72 796	14.68	140.99	11.88
2000	83 444	14.63	162.24	15.08
2001	89 013	6.67	177.92	9.67
2002	97 908	9.99	203.85	14.57
2003	91 662	-6.38	174.06	-14.60
2004	109 038	18.95	257.39	47.90

资料来源：中国旅游网

* 由于国家外汇管理体制的变化，1994年国际旅游外汇收入统计方法做了相应的改革，采取了与国际接轨的方法，与往年不能做简单对比。

为满足急剧增长的国际入境旅游需求，我国的旅游业在20世纪80年代相继经历了三个发展高峰：80年代初期以大量进口豪华旅游汽车为代表的旅游交通运输业的发展高峰；80年代中期以众多旅游涉外饭店建设为代表的旅游饭店业的发展高峰；80年代末期以大量旅行社的成立为代表的旅行社行业的发展高峰。这三个发展高峰，在不同程度上缓解了我国旅游供给方面的短缺，为我国旅游业的进一步发展做出了贡献。

随着旅游业的发展，为适应中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，这一举措促使旅行社在全国范围内迅速发展起来。为加强行业管理，国务院于1985年颁布了中国旅行社行业的第一部管理法规——《旅行社管理暂行条例》，将中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”。并按照业务范围将我国的旅行社划分为一类社、二类社和三类社三类类别。到 1987 年年底，我国旅行社的数量就增加到 1245 家。

2. 旅行社发展的增长期（1990~1994 年）

1989 年，由于国内外政治、经济等宏观因素的变化，对当年乃至以后数年的中国旅行社行业产生了一定程度的冲击。我国旅游业出现了自 1978 年以来的第一次负增长。我国旅行社的数量因此由 1989 年的 1617 家减少为 1991 年的 1561 家。1989 年，中国接待的入境旅游人数比上一年减少了 23%，旅游外汇收入减少了 17%（参见表 1-2）。面对这种现状，我国的旅行社经营者们开始强烈地意识到旅行社经营的风险性和旅游产品的不稳定性，旅行社开始走向理性发展的阶段。

与此同时，由于来自我国台湾地区和前苏联的旅游者数量急剧增加，使得我国的旅游业在短短的两年内就得到迅速发展。1991 年，国际旅游入境人数和旅游外汇收入均超过 1988 年的历史最高水平。1992 年，国家旅游局和国家民航总局联合举办的“92 中国友好观光年”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和旅游，这是我国旅游业发展中的又一重大突破。这极大地提高了我国旅行社在国际合作中的地位和影响力。同时，我国的国内旅游也保持了持续发展的势头。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，有利地促进了我国旅行社行业的发展。到 1994 年年底，我国共有旅行社 4382 家，比 1993 年净增 1144 家，其中一类社 267 家，二类社 716 家，三类社 3399 家。

3. 旅行社发展的调整期（1995 年至今）

中国国家旅游局自 1995 年 1 月 1 日起，开始依照国际惯例实行旅行社质量保证金制度，先后颁布并实施了《旅行社质量保证金暂行规定》、《旅行社质量保证金暂行规定实施细则》、《旅行社质量保证金赔偿暂行办法》与《旅行社质量保证金赔偿试行标准》。这一制度的实施，标志着旅行社行业管理已转向以法制化管理为主和提高旅行社素质为主的方向，改善旅行社行业混乱的市场秩序。旅行社质量保证金制度实施以后，许多效益较差的中小型旅行社由于无力承担规定数额的质量保证金，因而被迫退出经营。旅行社质量保证金制度实施的当年，我国的旅行社就由 1994 年的 4382 家减少为 3826 家，其中三类社减少 598 家，二类社减少 51 家，一类社增加 93 家，充分体现了调整期的转变。

1996 年 10 月国务院颁布了《旅行社管理条例》，并于 2001 年 12 月进行了修订，对旅行社原有的分类方法、注册资本金额等方面进行了重大调整，并赋予旅游行政管理部門行政处罚权。1997 年 5 月 8 日国家旅游局发布的《旅行社经理资格认证管理规定》，以及 1999 年 5 月 14 日国务院发布的《导游人员管理条例》，对提高旅行社的素质、质量和信誉等都起到了极大的促进作用，为我国旅行社行业的进一步发