



高等职业教育“十一五”规划教材

高职高专旅游类教材系列

旅行社经营管理

吴敏良 杨 强 主编



科学出版社

www.sciencep.com

高等职业教育“十一五”规划教材

高职高专旅游类教材系列

旅行社经营管理

吴敏良 杨 强 主编

问建军 曾兰君 裴玉昌 副主编

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书以培养高职高专学生动手能力和实际经营管理能力为目的,阐述了旅行社各岗位经营和管理实务。本书中紧密结合国际与国内旅游活动、旅游业和旅行社发展的实际,列举了国内外旅行社经营案例,并以“相关阅读”和“思考与讨论”为特色,生动、形象地向学生介绍了旅行社目前经营和管理的状况及所面临的问题。主要内容包括旅行社的产生与发展、旅行社的设立和组织结构设置、旅行社产品的开发与管理、旅行社的销售业务、旅行社的接待业务及其管理、旅行社实务操作、旅行社的人力资源开发与管理、旅行社的财务管理、旅行社行业的发展趋势。

本书可作为高职高专学生的教材,也可供相关从业人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理/吴敏良,杨强主编.—北京:科学出版社,2007
(高等职业教育“十一五”规划教材·高职高专旅游类教材系列)
ISBN 978-7-03-018941-7

I.旅… II.①吴… ②杨… 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065826号

责任编辑:丁 波 / 责任校对:赵 燕

责任印制:吕春珉 / 封面设计:耕者设计工作室

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

双青印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2007年6月第 一 版 开本:B5(720×1000)

2007年6月第一次印刷 印张:17

印数:1—3 000 字数:330 000

定价:23.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈环伟〉)

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62138978-8205 (VF02)

前言

随着我国旅游事业的迅猛发展,社会对高素质旅游人才的需求日益扩大。虽然我国目前许多高职高专院校都开设有旅游专业,但在培养数量足够、质量较高且能充分适应和满足旅游市场需要的旅游专业人才方面,仍然存在不少薄弱环节。例如,没有很好地结合高等职业教育自身的特点来制定相应的培养目标与模式,没有很好地进行课程与教材体系的设计与改革,在目前高职高专旅游专业教材建设中或多或少沿用本科思路,存在与本科教材雷同较多、适用性差等问题,这已成为阻碍当前我国高职高专院校旅游专业进一步发展的瓶颈。

要想培养出一支高素质的应用型旅游人才队伍,关键是要编写出一套体系科学、内容新颖、切合实际、操作性强的旅游专业教材。科学出版社正是根据上述情况,组织了一批长期从事高职高专旅游专业教学和实践的教师、旅游业界专家,在深入调查我国旅游行业的成功经营经验和管理现状的基础上,编写了这套实用性强、通俗易懂的高职高专旅游专业的规划教材。

本书是这套系列教材的重要组成部分之一,以培养学生实际经营和管理能力为目的,全面叙述了旅行社经营管理的最新知识和专业技能,从结构选择、课件配套、内容安排等方面都做了大胆的改革。书中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“相关阅读”、“练习题”和“思考与讨论”,以帮助学生在学习理论知识的同时,获取较多的旅行社实际经营和管理的技巧。

本书是由文字教材和多媒体课件组成的立体化教材。文字教材是学生学习的的主要用书,也是教和学的主要依据。多媒体课件是学生获得本课程知识的主要媒体之一,也是教师授课的重要参考资料,有助于提高学生讨论、思考问题的兴趣,帮助学生复习、掌握基本旅行社经营管理的理论知识。

使用本书的教师要注意运用启发式的教学方法,采用讲解、讨论、答疑等方式,以培养学生分析问题、解决问题的能力。独立完成作业是实践环节的重要手段,书中的练习题是根据教学基本要求精选的,题量适度。由于教学时数(一般为42~60学时)有限,本课程的基础知识较多,因而必须通过做题来加深对理论知识的理解和掌握,从而达到能运用所学知识分析现实情况、解决实际问题的目的。

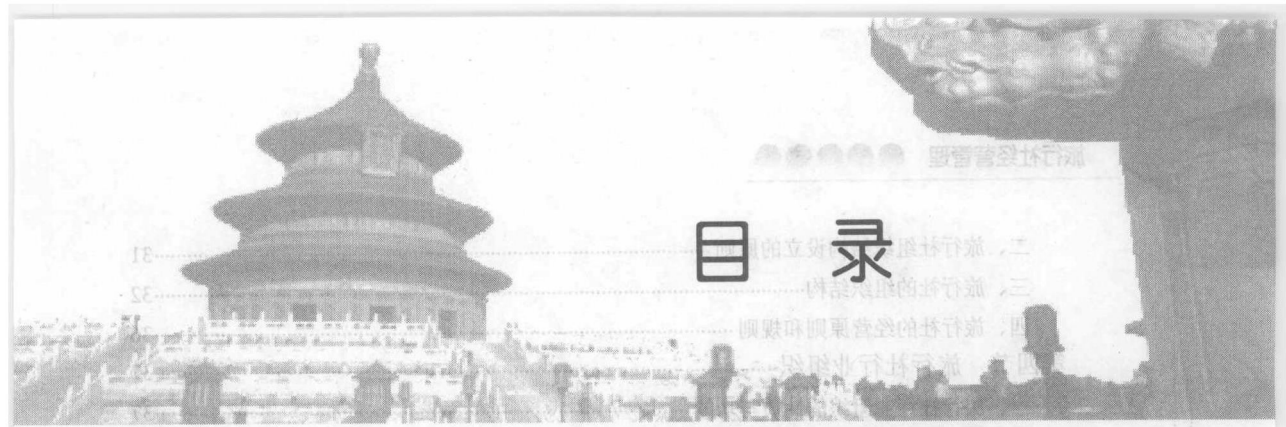
本书各章节写作分工如下:第一章由吴敏良(湖南对外经济贸易职业学院)编写,第二章由钟真(湖南对外经济贸易职业学院)编写,第三章由杨强(杭州职业技术学院)编写,第四章由问建军(陕西杨凌职业技术学院)编写,第五章由曾兰君(广东番禺职业技术学院)编写,第六章由裴玉昌(吉林电子信息职业技术学院)编写,第七章由栗惠英(石家庄铁路职业技术学院)编写,第八章由林伟(厦门南洋职业学院)编写,第

九章由张伟国（杭州职业技术学院）编写。

当然，作为高职高专旅游管理教材改革与创新的尝试，本书还存在这样或那样的不足，在教材体系的构建中也难免存在某些局限性。为此，真诚地希望各位专家、教师和广大的高职高专学生提出宝贵的意见，以期通过不断的修订、完善，把本书打造成真正的精品教材！

吴敏良 杨 强

2007年6月



目 录

第一章 导论	1
第一节 旅行社的产生和发展	1
一、旅行社的产生.....	1
二、旅行社的发展.....	2
第二节 旅行社的性质、地位和作用	7
一、旅行社的概念.....	7
二、旅行社的性质.....	8
三、旅行社的地位和作用.....	9
第三节 旅行社的分类	12
一、欧美地区旅行社的分类.....	12
二、日本旅行社的分类.....	13
三、我国台湾地区旅行社的分类.....	14
四、我国内地旅行社的分类.....	15
第四节 旅行社的基本职能和业务	15
一、旅行社的基本职能.....	15
二、旅行社的基本业务.....	17
相关阅读.....	18
小结.....	20
练习题.....	20
思考与讨论.....	21
第二章 旅行社的设立	22
第一节 旅行社设立的条件和旅行社管理人员的职业要求	22
一、旅行社设立的条件.....	22
二、影响旅行社设立的因素.....	24
三、旅行社工作的特点.....	25
四、旅行社管理人员的职业要求.....	26
第二节 旅行社的设立程序	27
一、旅行社的设立.....	27
二、旅行社的变更及其管理.....	30
第三节 旅行社组织结构设置	30
一、旅行社组织结构设计的依据与影响因素.....	30

二、旅行社组织结构设立的原则	31
三、旅行社的组织结构	32
四、旅行社的经营原则和规则	36
第四节 旅行社行业组织	37
一、旅行社行业组织的性质与功能	37
二、旅行社行业组织的组织形式	38
三、国际性旅行社行业组织	38
四、中国旅行社行业组织	39
相关阅读	40
小结	42
练习题	43
思考与讨论	43
第三章 旅行社产品的开发与管理	44
第一节 旅行社产品的内涵与形态	44
一、旅行社产品的内涵	44
二、旅行社产品的形态	46
三、旅游线路	50
第二节 旅行社产品设计的原则和流程	52
一、旅行社产品设计的原则	52
二、旅行社产品设计的流程	55
第三节 旅行社产品开发的过程	60
一、组团业务的产品开发过程	60
二、地接业务的产品开发过程	62
第四节 旅行社产品的创新与管理	64
一、现有产品的筛选与管理	64
二、新产品的开发与管理	70
三、旅游产品的更新换代	71
相关阅读	73
小结	74
练习题	74
思考与讨论	75
第四章 旅行社的销售业务	76
第一节 旅行社销售价格的制定	76
一、影响旅行社产品价格的主要因素	76
二、旅行社产品的价格策略	78
三、旅行社产品的定价方法	81

四、旅行社产品报价的相关知识	83
第二节 旅行社销售渠道的选择	85
一、旅行社销售渠道的类型	85
二、旅行社销售渠道策略	85
三、旅行社产品销售渠道的选择	86
第三节 旅行社市场促销策略	89
一、广告促销	89
二、直接促销	91
三、间接促销	93
四、特殊手段促销	94
第四节 旅行社销售业务的流程与管理	96
一、旅行社销售业务的方式	96
二、旅行社销售业务的流程	97
三、旅行社销售业务的管理	98
四、旅行社的售后服务	99
相关阅读	101
小结	105
练习题	106
思考与讨论	106
第五章 旅行社的接待业务及其管理	107
第一节 团体旅游的接待与管理	107
一、团队旅游的特点	107
二、旅行社的发团管理	111
三、旅行社的接团管理	112
第二节 散客与商务旅行管理	118
一、散客接待业务的类别	118
二、散客旅游的特点	121
三、散客旅游接待服务的类型	122
四、散客旅游接待业务的程序	123
五、商务旅游接待服务	123
第三节 旅游服务管理	125
一、旅行社接待过程人员的管理	125
二、旅行社的售后服务管理	134
三、旅游投诉及其处理	135
四、旅游接待中一些主要问题和事故的预防与处理	142
相关阅读	155

小结	156
练习题	157
思考与讨论	157
第六章 旅行社实务操作	158
第一节 旅行社的外联业务	158
一、外联部的作用	158
二、外联部的主要业务	158
第二节 旅行社的计调业务	161
一、计调业务概述	161
二、旅游采购服务	163
三、变更后的采购	165
四、计调的信息业务	166
五、旅行社计调实务	166
第三节 旅行社的航空票务	167
一、机票业务的种类和范围	167
二、旅行社航空票务的主要业务	168
三、旅行社航空票务作业的流程	168
第四节 旅行社责任保险	169
一、旅行社责任保险的概念	169
二、旅行社责任保险的投保范围	170
三、旅行社责任保险合同的内容	170
第五节 旅行社的发团业务	171
一、发团的概念	171
二、接团社的选择与调整	172
三、旅行社发团作业的流程	173
第六节 出入境手续	174
一、中国公民出入境的主要证件	174
二、中国公民出入境申请的办理	176
相关阅读	176
小结	178
练习题	178
思考与讨论	179
第七章 旅行社人力资源的开发与管理	180
第一节 旅行社人力资源的开发	180
一、旅行社人力资源的含义与特点	180
二、旅行社人力资源开发的内容与任务	182

三、旅行社人力资源开发的程序	183
第二节 旅行社人力资源管理	187
一、旅行社员工的培训	187
二、旅行社员工的绩效考评	189
三、旅行社员工的激励	191
四、旅行社员工的管理模式	194
五、实现旅行社有效管理的途径	198
第三节 旅行社企业文化建设	200
一、旅行社企业文化概述	200
二、旅行社企业文化的特征	204
三、旅行社企业文化的建设	205
相关阅读	208
小结	210
练习题	210
思考与讨论	210
第八章 旅行社的财务管理	211
第一节 旅行社的资产管理	211
一、旅行社流动资产的管理	211
二、旅行社固定资产的管理	214
第二节 旅行社的成本费用管理	215
一、旅行社的成本与费用	215
二、旅行社成本费用的管理	216
第三节 旅行社的营业收入管理与利润管理	219
一、旅行社营业收入的构成与管理	219
二、旅行社利润的构成、分析与管理	220
第四节 旅行社的结算管理	222
一、旅行社正常情况下的结算业务	222
二、旅行社特殊情况下的结算业务	225
第五节 旅行社的财务分析	226
一、旅行社的财务报表	226
二、旅行社的财务分析	232
相关阅读	234
小结	237
练习题	237
思考与讨论	238

第九章 旅行社行业发展趋势	239
第一节 国内外旅行社行业的发展趋势	239
一、我国旅行社行业的发展现状	239
二、影响旅行社发展的因素	240
三、我国旅行社行业的发展趋势	242
四、国外旅行社行业的发展趋势	243
第二节 信息技术在中国旅行社行业的应用	244
一、信息技术对旅行社业的冲击	244
二、旅行社在应用网络技术中存在的问题	245
三、信息技术给旅行社带来的机遇	246
四、信息技术在中国旅行社行业中的应用前景	246
五、信息技术背景下旅行社的发展方向	247
第三节 旅游电子商务与旅行社发展	248
一、旅游电子商务的发展	249
二、旅行社电子商务的概念与内涵	250
三、旅行社电子商务的特征	250
第四节 中国旅行社行业的集团化发展趋势	253
一、我国旅行社集团化发展历程	253
二、我国旅行社集团化的发展现状	254
三、旅行社集团化的模式	255
相关阅读	257
小结	257
练习题	258
思考与讨论	258
参考文献	259

第 一 章

导 论

【学习目标】

- 了解旅行社的产生与发展、旅行社的性质、地位和作用
- 掌握旅行社的分类
- 熟悉旅行社的基本职能和业务

第一节 旅行社的产生和发展

一、旅行社的产生

旅行社是人类社会的经济、科技和社会分工发展的直接结果，同时也是旅游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，使整个世界的经济和社会结构发生了巨大的变化，同时也使世界范围内旅游活动的发展受到了显著的影响。

第一，随着生产力水平的不断提高和迅速发展、社会财富的急剧增加、有产阶级的规模日趋扩大，越来越多的人具备了外出旅游的条件。工业革命以前，只有地主和贵族才有金钱从事消遣旅游活动。工业革命使得财富大量流向新兴的工业资产阶级，使他们也具有了从事旅游的经济条件，从而增加了外出旅游的人数。

第二，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，瓦特发明的蒸汽机技术很快应用于新的交通工具的制造，至 18 世纪末，蒸汽机轮船就已问世。但对于近代旅游的诞生影响最大和最直接的还是铁路运输技术的发展。1825 年，在英国享有“铁路之父”之称的乔治·史蒂文森（George Stevens）所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。

第三，工业革命加速了城市化的进程，改变了人们的工作性质。一方面，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,使人们产生了强烈的度假要求。另一方面,由于人们的工作和生活的中心从农村转移到城市,这一变化最终导致人们需要逃避节奏紧张的城市生活和拥挤嘈杂的环境压力,产生了回归大自然的需求,从而产生了强烈的旅游需求和动机。

总之,工业革命提供并满足了旅游的两个必要条件:金钱和时间。正是在这种历史背景下,托马斯·库克(Thomas Cook)成为了世界上第一位专职的旅行代理商。

托马斯·库克于1808年11月22日出生在英国的英格兰,自幼家境贫寒,10岁便辍学从业,先后做过帮工、颂经人和木匠等。1841年7月5日,他组织了世界上第一次团体包价旅游。他创造性地包租了一列火车,运载了540人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会,全程11英里,每人收费1先令。此后,他又多次组织类似的铁路旅行,并逐步认识到其中潜力巨大的商业机会。1845年,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位专职的旅行代理商。

此后,库克的业务经营范围和影响不断扩大。1845年夏天,库克组织了世界上第一个团体观光消遣旅游团,从莱斯特到利物浦,为期一周,而且还配备了专职的导游。此次活动的目的是纯商业营利性的,与以前的观光活动有明显的区别。为了能够顺利地完成这次旅行,库克做了大量的考察工作,还编写了世界上第一本旅游指南《利物浦之行手册》。1855年,库克以包价的形式组织了赴法国的旅行。1865年,库克与儿子约翰·梅森·库克(John Mason Cook)联合在原有公司的基础上创办了托马斯·库克父子公司,并将营业地点迁往伦敦。他们以后又相继在美洲、非洲和亚洲设立分公司,并于1872年成功地组织了9人环球旅游,从而使托马斯·库克父子公司成为世界上名声显赫的旅行社,托马斯·库克也成为旅游的代名词而在欧美地区广为人知。

托马斯·库克对于旅游业发展的贡献,一是于他开创了近代旅游业,二是他推动了旅游的社会化,促进了旅游业的迅速发展。

二、旅行社的发展

1. 世界旅行社的发展

在托马斯·库克之后,旅行社适应人们不断增长的旅游需求在世界各地迅速地发展起来。19世纪下半叶,在欧洲成立了许多类似的旅游组织。英国于1857年成立了登山俱乐部,1885年成立了帐篷俱乐部;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、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行业的三大巨头。第二次世界大战以后,世界范围旅游业的发展与繁荣更为旅行社的发展提供了前所未有的机遇,旅行社行业进入了一个高速发展时期。今天,全世界已形成由数万家旅行社组成的庞大的

世界性旅游服务网络。

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,但与此同时,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(UNWTO)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见一斑,其中旅行社的积极促进作用是不可低估的。

2. 我国旅行社的发展

我国旅行社业起步较晚。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,现为香港中国旅行社股份有限公司。中华人民共和国成立以后,于1949年12月在厦门成立华侨旅行社,这便是建国后中国旅行社的前身。此后,我国又先后于1954年在北京成立中国国际旅行社,于1980年在北京创办中国青年旅行社。我国旅行社的大发展是在1978年国家实施对外开放政策之后的事情。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) 我国旅行社发展的初期(1978~1989)

在1990年以前的初期阶段,我国旅行社业的发展中有两件具有重大意义的事情,其一是1984年旅游外联权的下放,它是我国旅行社行业迅速发展的重要原因;其二是1985年《旅行社管理暂行条例》的颁布,它标志着国家开始对旅行社实施相对独立的行业管理。这两件事本来都可以作为旅行社发展阶段的依据,但是,从旅行社发展的实际进程看,这两件事的影响具有一定的滞后性,它们对旅行社业发展的促进作用直到80年代末才真正体现出来,加之间我国的国际入境旅游和国内旅游的蓬勃发展,在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,在旅游业中的地位也才得到广泛的认可。

我国于1978年开始实施对外开放政策,我国旅游业也随之发展起来。开放当年,来华旅游入境人数就达180万人次,旅游外汇收入2.6亿美元。在以后的10年中,来华旅游入境人数和旅游外汇收入都保持了较高的增长速度,年平均增长率分别为36%和25%。

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和80年代末期以大量旅行社的成立为代表的旅行社业大发展高峰。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。

就旅行社而言,在1978年我国对外开放以前,全国只有中国国际旅行社总社、中国旅行社总社以及它们在主要省会城市设立的分支机构。这些旅行社从成立之日起就一直从事以政治目的为主的对外接待工作,基本上不具备企业的性质。我国实行对外开放政策以后,中国国际旅行社总社和中国旅行社总社的主要任务转变为接待自费来华的旅游者,有很强的事业单位性质。1980年,中国青年旅行社总社在北京成立,从此开始了我国旅行社行业垄断的局面。根据国家旅游局有关规定,全国只有中国国际旅行社总社、中国旅行社总社和中国青年旅行社总社三家旅行社拥有旅游外联的权力,它们之间具有相对明确的业务分工。中国国际旅行社总社主要接待外国来华旅游者,中国旅行社总社主要接待港澳同胞和来华旅游的海外华人,而中国青年旅行社则以来华旅游的青年旅游者作为主要接待对象。1980年,这三家旅行社接待的来华旅游者占到全国有组织接待人数的80%,其余20%由其他政府机构组织接待。

随着我国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行业务,并授予它们业务经营所必须的签证通知权。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旅行社垄断的局面。

为加强旅行社行业的管理,中华人民共和国国务院(以下简称国务院)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》还按照业务范围将我国的旅行社划分为以下三类:

一类: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、归国或回内地旅游业务的旅行社。

二类: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、华侨、港澳同胞、台湾同胞来中国、归国或回内地旅游业务的旅行社。

三类:经营中国公民国内旅游业务的旅行社。

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722家。三类旅行社的出现和发展是我国国内旅游业迅速发展的结果。根据国家旅游局提供的资料,1988年,我国的国内旅游已超过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。

综上所述,在我国旅行社发展的初期阶段,其发展明显呈现出了以下三个方面的特征:

1) 旅游外联权的下放打破了旅游行业的垄断局面,旅行社作为一个相对独立的经济行业开始形成一定的规模。

2) 政府开始将旅行社作为相对独立的经济行业实施有效的管理,旅行社作为旅游业重要组成部分的地位开始为人们所认识。

3) 旅行社的业务由发展初期单一的国际入境旅游业发展成为国际入境旅游业务与国内旅游业务并举。

(2) 我国旅行社发展的增长期(1990~1994)

1989年的“六四”风波使我国年轻的旅游业受到巨大的冲击,当年国际旅游入境人数比1988年减少23%,旅游外汇收入减少17%。这是我国旅游业自1978年以来出现的第一次负增长。

在此情况下,我国的旅行社经营者第一次强烈意识到旅游产品的易受影响性和经营旅行社的风险性,我国旅行社的数量因此而由1989年的1617家减少为1991年的1561家。但恰在此时,来自我国台湾地区和前苏联的旅游者急剧增加(参见表1-1),这使得我国的旅游业在短短的两年内就恢复到1989年前的水平。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,中华人民共和国国家旅游局(以下简称国家旅游局)和中华人民共和国国家民航局(以下简称国家民航局)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。

表 1-1 1988~1994 年我国台湾地区和前苏联来华旅游入境人数

单位:千人次

年份 国家或地区	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
中国台湾地区	437.7	541.0	947.6	946.6	1317.8	1527.0	1390.2
前苏联	34.8	81.3	109.8	284.9	895.2	928.2	—

资料来源:国家旅游局,1995.中国旅游统计年鉴.北京:中国旅游出版社

在此期间,我国政府开始放开我国公民出国探亲 and 旅游,这是我国旅游业发展中的又一重大突破。我国内地成为仅次于中国香港特别行政区、日本和我国台湾地区的亚洲第四大旅游客源产生地。根据国家旅游局提供的资料,1994年我国公民出境人数达373.36万人次,其中因公出境209.13万人次,因私出境164.23万人次。尽管经旅行社组织的出境旅游人数所占比例只有30%左右,而且国家对出境旅游尚有许多政策限制,但我国的出境旅游市场毕竟已开始形成。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。过去,我国的旅行社只能单方面要求旅游客源产生的旅行社输送客源,而现在我国的旅行社同样可以向它们的合作伙伴输送客源,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的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,我国的国内旅游保持了持续发展的势头。据统计,1994年我国国内旅游人数达到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%,城镇居民国内旅游出游人均花费为414.67元,这无疑为我国旅行社的进一步发展提供了更为广阔的天地。

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,有力地促进了我国旅行社行业的发展。仅1992年,我国就新增旅行社千余家。截至1994年底,我国共有各类旅行社4382家,比1993年净增1144家,其中一类旅行社167家,二类旅行社716家,三类旅行社3399家。

(3) 我国旅行社业发展的调整期(1995年至今)

随着以日本的《旅程保证制度》和欧共体(现为欧盟)《关于包价旅行、包价度假、包价旅游的指令》为代表的保护旅游者消费权益潮流在全球的兴起,中国旅游局自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》。

旅行社质量保证金制度的实施,标志着国家旅游局对旅行社实行行业管理的两个巨大转变:一是适应国际旅游法制化管理的潮流,采取切实有效的措施保护旅游消费者的合法权益;二是引导旅行社行业的发展由单纯追求行业规模向追求企业素质转变,并希望通过这一转变改善旅行社行业的市场秩序。

旅行社质量保证金实施后,许多效益较差的中小旅行社由于无力承担规定数额的质量保证金而被迫退出经营。旅行社质量保证金实施的当年,我国的旅行社就由1994年的4382家,减少为3826家。这充分体现出上述第二个转变的部分预期效果。

就在我国旅行社行业发生剧烈变化的情况下,国务院于1996年10月颁布了《旅行社管理条例》,对我国的旅行社又进行了重大的调整。

《旅行社管理条例》和稍后发布的《旅行社管理条例实施细则》,对于我国旅行社业的结构调整起到了积极的促进作用。截至1997年底,我国共有国际旅行社991家,国内旅行社3995家,它们对于我国旅游业的发展发挥了积极的作用。与此同时,国家旅游局1997年5月8日发布的《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》,对于提高旅行社的素质、质量和信誉起到了积极的促进作用,为我国旅行社业的进一步发展提供了有力的保障。

另外,为适应全球服务贸易自由化的趋势,在先期允许在国家旅游度假区内开办中外合资旅行社的基础上,国家旅游局和中华人民共和国对外贸易经济合作部又于1999年1月联合发布了《中外合资旅行社试点暂行办法》,推动了我国旅行社市场开放的进