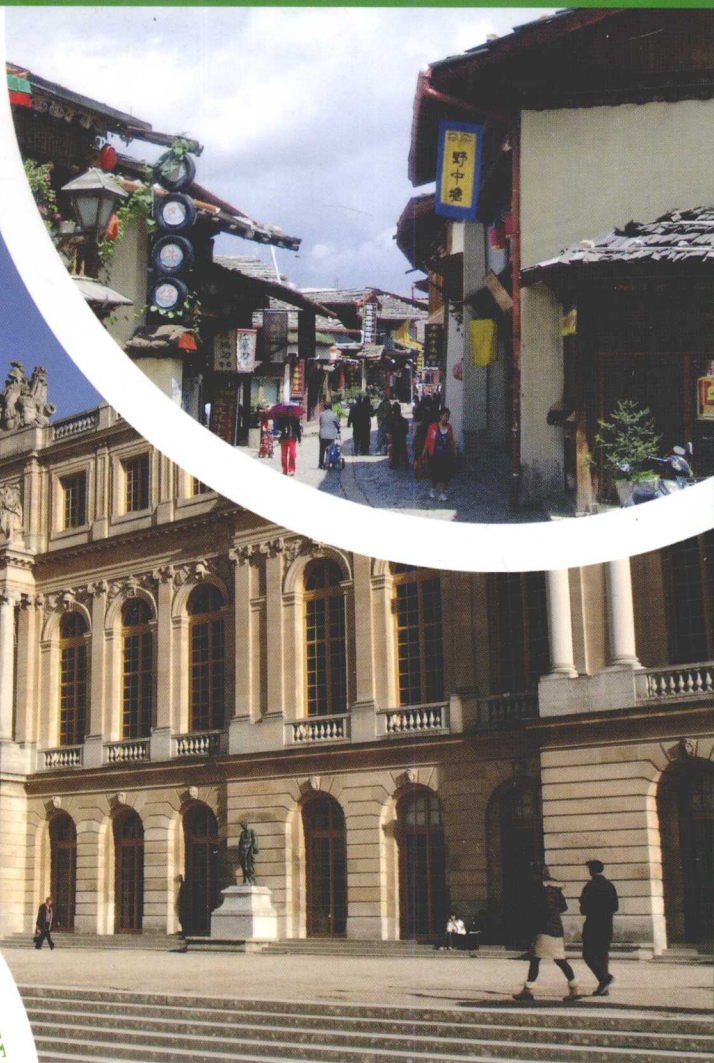


TWENTY-FIRST CENTURY TOURISM MANAGEMENT SERIES



复旦卓越 · 21世纪旅游管理系列

旅行社 经营管理

李志强 主编
李玲 副主编



复旦大学出版社

www.fudanpress.com.cn



复旦卓越·21世纪旅游管理系列

旅行社经营管理

主 编 李志强
副主编 李 玲

TWENTY-FIRST CENTURY
TOURISM MANAGEMENT SERIES



复旦大学出版社
www.fudanpress.com.cn

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理/李志强主编. —上海:复旦大学出版社, 2013. 5

(复旦卓越·21世纪旅游管理系列)

ISBN 978-7-309-09618-7

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 069504 号

旅行社经营管理

李志强 主编

责任编辑/罗翔

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

上海春秋印刷厂

开本 787×1092 1/16 印张 19.25 字数 348 千

2013 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-09618-7/F·1920

定价: 35.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究



QIAN YAN

国务院 41 号文件指出：要把旅游业培育成为国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。要实现这两大目标，作为旅游业三大支柱之首的旅行社业必须要有所作为。为了适应国内旅行社业迅猛发展的形势，加强对高职旅游专业学生及旅行社从业人员的教育及培训，在复旦大学出版社的精心组织下，特编写《旅行社经营管理》教材。

本书广泛借鉴和吸收了国内外有关旅行社经营管理研究的最新成果和行业发展的最新经验，结合编者多年来从事旅行社工作及旅行社经营管理课程教学的经验，主要论述了旅行社的经营和管理两大问题。经营是核心问题，通过本课程的学习，读者可以了解旅行社的经营特点、业务范围、组织结构，牢固掌握旅行社产品设计、旅行社促销、销售、计调、接待等基本业务操作知识。管理是基础问题，通过本课程的学习，读者可以掌握旅行社管理的一般规律性，为搞好经营打下坚实基础，能够运用所学的理论知识对旅行社的经营问题进行一定的分析与处理，并积累一定的可持续发展能力。

本书在编写过程中：力图体现以下几个特征：第一“新”，表现为体例新颖，本书以“旅行社”、“经营”、“管理”为关键词来设定三大篇内容，分十三个模块，若干个学习任务，并设置了“导入语”、“项目目标与要求”、“项目载体”、“学习目标”、“学习任务”、“知识导入”、“相关资料”、“案例分析”、“项目实训”等内容，在“知识导入”部分，加入了大量的图、表，图文并茂。第二“实”，表现为“实际、实用、实践”，本书在编写过程中，遵循“理论知识够用为度，操作技能全面提高”的原则，以实际发生的案例为对象，突出实用性，强调实践性。

本书由南昌教育学院李志强副教授担任主编，并负责第二篇和第三篇的编写，江西工业贸易职业技术学院李玲老师担任副主编，负责第一篇的编写。

本书主要适用于高等职业教育旅游专业的学生，也可以作为旅行社从业人员的基础培训教材及其他类型旅游专业学生的教学用书。

由于编者水平和能力所限，书中不足和疏漏在所难免，真诚地希望各位同行专家和广大读者批评指正。

编 者

2012 年 10 月

目 录

MU LU

项目一 旅行社概述

模块一 旅行社的历程	3
任务一 了解旅行社的过去和现在	3
任务二 分析旅行社的未来发展趋势	15
模块二 旅行社的界定	23
任务一 了解旅行社的概念	23
任务二 透析旅行社的性质和职能	26
模块三 旅行社的创建	30
任务一 了解旅行社设立的基本程序	30
任务二 熟悉旅行社的组织机构	39
任务三 掌握旅行社的产权形态	42

项目二 旅行社经营

模块一 旅行社经营的界定	47
任务一 了解经营的概念	47
任务二 了解旅行社经营的内涵	48
模块二 旅行社的业务	52
任务一 了解旅行社的基本业务范围	52
任务二 掌握旅行社的计调业务	55
任务三 掌握旅行社的组团业务	65
任务四 掌握旅行社的接待业务	68



模块三 旅行社的市场营销	75
任务一 掌握旅行社的产品策略	76
任务二 熟悉旅行社的价格策略	89
任务三 熟悉旅行社的销售策略	97
任务四 掌握旅行社的促销策略	111
任务五 了解旅行社的品牌策略	126

项目三 旅行社管理

模块一 旅行社管理的界定	139
任务一 了解管理的概念	139
任务二 了解旅行社管理的内涵	141
模块二 旅行社的人力资源管理	146
任务一 了解旅行社人力资源管理的内涵	146
任务二 掌握旅行社职业经理人的职责与素质要求	151
任务三 熟悉旅行社员工的选聘与培训	155
任务四 熟悉旅行社员工的考评与激励	163
任务五 掌握旅行社的企业文化建设	168
模块三 旅行社的接待管理	173
任务一 做好旅行社导游人员的管理	173
任务二 做好旅行社团体旅游的接待管理	182
任务三 做好旅行社散客旅游业务的管理	189
任务四 做好旅行社客户的管理	198
模块四 旅行社的质量管理	205
任务一 了解旅行社质量管理的内涵	205
任务二 掌握旅行社质量管理的实施与方法	212
模块五 旅行社的风险管理	220
任务一 了解旅行社经营中面临的主要风险	220
任务二 熟悉旅行社风险管理的目标	223
任务三 掌握旅行社避免风险的主要措施	226
模块六 旅行社的财务管理	230
任务一 了解旅行社资产的管理	230

任务二 了解旅行社成本费用的管理·····	238
任务三 了解旅行社营业收入与利润的管理·····	243
任务四 了解旅行社的结算管理·····	247
任务五 认识旅行社的财务分析·····	251
模块七 旅行社的信息管理·····	259
任务一 了解旅行社信息系统与信息开发·····	259
任务二 了解旅行社自动化信息管理系统·····	266
 附录	
附录1 旅行社条例·····	276
附录2 旅行社条例实施细则·····	286
附录3 导游人员管理条例·····	296
 参考文献·····	300

旅行社概述

【导入语】

旅行社是为人们提供旅行及相关服务的专门机构,是旅游业的三大支柱之一,被誉为旅游业的前锋。学习旅行社经营管理课程,首先要对旅行社有一个大致的认识,我们可以从三方面着手:一是旅行社的发展历程;二是旅行社的相关概念,三是旅行社的设立过程。

【项目目标与要求】

◆最终目标

了解旅行社发展的整个过程;熟悉旅行社的基本概念;掌握旅行社的创建要领

◆促成目标

1. 了解旅行社的过去和现在

2. 分析旅行社的未来发展趋势
3. 了解旅行社的概念
4. 透析旅行社的性质和职能
5. 了解旅行社设立的基本程序
6. 熟悉旅行社的组织机构
7. 掌握旅行社的产权形态

【项目载体】

范 例	参观一家旅行社
学生学习载体	参观其他旅行社

【项目服务流程图】

旅行社发展历程—旅行社界定—旅行社创建过程

【项目学习任务书】

项目模块(学时)	学 习 任 务	备 注
旅行社的历程 (学时 4)	了解旅行社的过去和现在	
	分析旅行社的未来发展趋势	
旅行社的界定 (学时 2)	了解旅行社的概念	
	透析旅行社的性质和职能	
旅行社的创建 (学时 4)	了解旅行社设立的基本程序	
	熟悉旅行社的组织机构	
	掌握旅行社的产权形态	

模 块

旅行社的历程



学习目标

◆最终目标

了解旅行社发展的整个过程

◆促成目标

1. 了解旅行社产生的背景
2. 熟悉影响中国旅行社行业发展的主要因素



学习任务

1. 了解旅行社的过去和现在
2. 分析旅行社的未来发展趋势

任务一 了解旅行社的过去和现在



知识导入

一、国外旅行社的产生与发展

由于发达国家旅行社在世界旅行社业发展中具有较强的代表性,因此,我们下面所阐述的国外旅行社,实际上指的是发达国家的旅行社。

(一) 国外旅行社的产生

就世界范围而言,人类历史上第一家旅行社产生于 19 世纪 40 年代的英国,这





与当时特定的社会历史背景密切相关。

1. 工业革命的成功为旅行社的产生奠定了物质基础

18世纪中期,始于英国并迅速扩展到欧洲大陆及北美的工业革命,极大地提高了社会生产力,改变了当时世界的经济结构和社会面貌。随着铁路的兴建与发展,不仅节省了旅行费用和旅途时间,而且在铁路沿线出现了不少供过往行人食宿之用的客栈、旅馆、餐馆等服务企业。这在客观上为旅行社赖以生存与发展的旅游服务供给网络的形成提供了前提保障。

2. 旅游需求普遍化为旅行社的产生提供了现实的可能性

工业革命加速了社会生产力的发展,社会财富急剧增长,并且社会财富不再只流向贵族和土地所有者,也流向新兴的工业资产阶级和金融食利阶层,因此,有产阶级规模日益扩大,他们具备了旅行的经济条件。以后通过不懈的斗争,工人阶级不断地争取到一些带薪假日,使他们也有了外出旅游的可能。加上人们生活方式的改变,生活节奏的加快,产生了旅游的动机,旅游需求呈现普遍化的特征。这些人试着外出旅游,而他们外出旅游却存在着种种困难,需要专门有人为他们提供相应的服务,以解除旅行后顾之忧,这为旅行社的产生提供了现实的可能性。

3. 市场经济的发展为旅行社的产生创造了必要的社会条件

随着市场经济的发展,交换方式产生了深刻的变革。伴随着各类有形贸易的往来,出现了以服务为主体的无形产品的交易活动,尤其是人们对以消遣为主要目的旅游产品的需求急剧上升,旅游市场逐渐形成,这就为旅行社的产生提供了必要的条件。

综合以上条件,1845年世界首家专门从事旅行代理业务的企业——托马斯·库克旅行社在英国问世,并取得了巨大成功。该旅行社的产生主要有以下三个方面的意义:加速了旅游社会化的历史进程;标志着近代旅游业的崛起;为旅行社运行提供了范式。随后,欧洲大陆和世界其他国家也纷纷成立许多类似的旅游企业,极大地促进了旅游业的发展,并形成了一个新的行业——旅行社业。

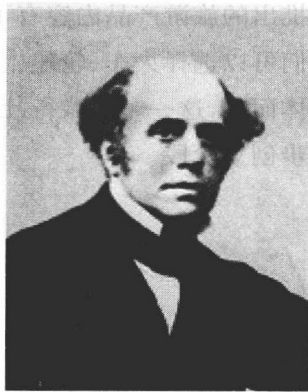


案例分析

旅行社的鼻祖——托马斯·库克(Thomas Cook)

托马斯·库克于1808年11月22日出生在英国英格兰,自幼家境贫寒,10岁便辍学从业,先后做过帮工、诵经人和木匠等。由于宗教信仰的原因,库克极力主

张禁酒。1841年7月5日,托马斯·库克创造性地利用包租火车的方式,载运540人从他所居住的莱斯特到拉夫伯勒参加一次禁酒大会,全程11英里,每人收费1先令。这次活动被后人公认为首次具有商业性质的包价旅游,也是历史上的第一次团体火车旅行。随后,在1845年,库克又组织了第一批前往英国利物浦的观光旅游团,这是托马斯·库克第一次有意识的旅游商业活动。库克亲自安排和组织了旅游线路,并担任旅游团的全程陪同。他还雇用了地方导游。这是一次包含了旅游线路考察、旅游产品组织、旅游广告宣传、旅游团队组



托马斯·库克(1808—1892)

织和陪同及导游多项内容的旅行社业务活动,大致体现了当今旅行社的基本业务,从而确立了现代旅行社业务的基本模式。此外,他还整理出版了世界上第一本旅游指南《利物浦之行指南》。这些都使托马斯·库克名声大振,也增强了他在这个领域继续开拓的信心。1845年,库克在莱斯特正式成立了托马斯·库克旅行社,专门从事旅行代理业务。1845—1855年,他又成功组织了欧洲大陆的团体旅行,并发明了包价旅游形式。1865年,托马斯·库克父子公司(Thomas Cook & Son Ltd.)正式成立。1872年,托马斯·库克亲任导游,带着10人,历时70天,作了人类历史上第一次环球旅行。托马斯·库克及他的旅行社从此声名远扬,享誉欧美大陆。1939年,托马斯·库克父子公司在世界各地设立了50余家分社。

托马斯·库克对于旅游业发展的贡献,不仅在于他开创了旅行社经营模式的先河,诸如规模化组团出行、随团陪同照顾、提供导游服务、设立各地分社等,而且还表现在他面向大众,薄利多销,推动了旅游的社会化,促进了旅游业的迅速发展。因此,他被称为近代旅游业的鼻祖和旅行社的创始人。

资料来源:潘燕,李志强.旅行社经营管理实务.北京:中国邮电出版社,2010

请分析:

托马斯·库克创造了哪些旅游业方面的第一?它们分别有何意义?

(二) 国外旅行社的发展

1. 初创阶段(1845年至第二次世界大战)

从1845年世界上第一家旅行社产生到第一次世界大战,旅行社主要经营以轮船、火车为主要交通工具的国内旅行和短途国际旅行业务。这一阶段的旅行社除英国托马斯·库克旅行社以外还有:1850年成立的美国运通;1890年法德分别成立的观光俱乐部;1893年日本成立的“喜宾会”等。一战结束到二战开始,旅行社



推出的旅游产品内容有了一定的更新,除观光旅游外,还有探险旅游等新产品,人们可以选择火车、轮船旅行,还可以乘坐大型汽车上路,出行范围也同时扩大。整体而言,这一时期旅行社的特点表现为:数量少、规模较小、产品种类少等,处于初步创立阶段。



案例分析

美国运通公司简介

美国运通公司(以下简称运通)是美国最大的旅行社,也是世界最大的旅行社。运通于 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,运通推出自己的汇票,并且立即获得成功。1891 年,运通推出了第一张旅行支票。运通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,运通保证承担损失。同年,运通建立欧洲部,并于 1895 年在巴黎建立了第一家分公司,接着又先后在伦敦、利物浦、南开普敦、汉堡、不来梅等城市建立了分公司。很快,运通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,运通于 1915 年设立了旅行部。1916 年,旅行部组织了很大旅游团,其中包括前往远东地区和阿拉斯加的两个客轮旅游团,以及前往尼亚加拉大瀑布和加拿大的包价旅游团。1922 年,运通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,运通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后,运通获得了巨大发展,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,运通还设有银行部、投资部和保险部。另外,运通发行的信用卡还是国际上使用的主要信用卡之一。

资料来源:梁智.旅行社经营管理.北京:旅游教育出版社,2003 年

请分析:

美国运通公司的发展历程。

2. 成长阶段(二战后,特别是 20 世纪 60 年代至 20 世纪 90 年代初期)

进入 20 世纪 60 年代以后,社会化大众旅游需求在世界各国迅速普及,为旅行社准备了大量的客源,喷气式飞机开始装备到民航,缩短了人们的旅行时间;生产

力的发展,使人们继续从繁重的体力劳动中解脱出来,并享受不同程度的带薪假期。一直到20世纪90年代初期,旅行社数量持续不断增加,1979年全世界旅行社突破3万家,80年代旅行社超过5万家,90年代初旅行社超过6万家,这些旅行社80%以上分布在旅游业最为发达的欧美地区。此外,旅行社为了满足旅游者的需求,不断增加旅游产品的供给,除观光旅游产品外,还推出休闲度假、探险等各种特色产品。整体而言,这一时期旅行社处于迅速成长阶段。

3. 成熟阶段(20世纪90年代中期以后)

进入20世纪90年代中期以后,以欧美地区经济发达国家为代表的旅行社的数量增速明显放缓,但大型旅行社数量增长很快。以美国为例,1991年旅行社为32 066家,1995年为33 593家,1999年为32 238家,基本上停留在每万人拥有一家旅行社或旅行社营业点的饱和水平。与此同时,美国的旅行社集团化趋势更加明显,大规模旅行社比例明显增加。此外,由于旅游需求的不断丰富、增加,旅行社推出旅游产品的类型较成长阶段更加多样,特别是针对散客的旅游产品迅速增加,旅行社的各类网络营销手段不断普及,管理技术更加先进,旅行社行业进入成熟阶段。



相关资料

表 1-1-1 2009 年美国旅行社十强(按销售额)

排名	旅行社名	营业收入 (十亿美元)	排名	旅行社名	营业收入 (十亿美元)
1	Expedia Inc	21.8	6	Orbitz Worldwide	10.1
2	American Express	21.5	7	Priceline.com	9.3
3	Carlson Wagonlit Travel	21.4	8	AAA Travel	3.23
4	Hogg Robinson Group	16	9	Flight Centre USA	1.88
5	BCD Travel	14.6	10	Travel Leaders Group	1.68

资料来源:中国旅行社协会.中国旅行社行业发展年度报告2011.北京:旅游教育出版社,2011

二、中国旅行社的产生

1923年初,中国爱国民族资本家陈光甫先生与其同仁商议,决心在上海商业储蓄银行下创办旅行部,并向当时的北洋政府提出申请。1923年8月,北洋政府正式批准其设立旅行部。这是中国历史上最早的一家由国人开设的旅行社。1927年,旅行部从上海商业储蓄银行独立出来,创立中国旅行社(现为香港中国旅行社股份有限公司)。



中国第一家旅行社的产生有以下几个原因：第一，此前在中国设立的一些国外旅游机构（如：通济隆及运通公司等）主要是为外国人服务，对中国人不仅收费高昂，而且态度傲慢，陈光甫想创办自己国家的旅行社来更好地为国人服务。第二，此前国外一些旅游机构对中国的旅游资源很不了解，陈光甫想通过自己的旅行社来弘扬中国的名胜古迹。第三，辅助当时工商业的发展，便利工商业人士的旅行。第四，通过旅行社的影响带动自己银行的发展。

此后一直到1949年，中国又相继出现了一些旅行社及相似的旅游组织，如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜导游团、中国汽车旅行社、国际旅游协会、友声旅行团、精武体育会旅行部、萍踪旅行团、现代旅行社等。它们是中国旅行社行业处于萌芽期的旅行社，承担了近代中国人旅游活动的组织工作。

总体而言，受制于当时的社会文化背景和产业环境，1949年以前的旅行社并没有与同时期的国外旅行社那样按市场经济内在的规律发展起来，还谈不上产业化。以今天发展进程的眼光来看，它仅仅只具有诞生的历史意义。

三、中国旅行社的发展

（一）中国旅行社业开创时期（1949—1983年）

这一时期中国的旅行社主要有：1949年11月成立的新中国第一家旅行社——厦门华侨服务社（现名厦门中国旅行社），1954年在北京成立的中国国际旅行社总社及分支社，1957年组建的华侨旅行服务社总社及其分社（1974年更名为中国旅行社），1980年在北京创办的中国青年旅行社总社及分支社。这些旅行社发展的主要特征有：第一，旅游经营活动长期作为外事工作的一部分存在，属行政事业单位，工作性质主要是政治效果；第二，旅行社产业地位尚未确立，旅行社发展尚处于导入时期；第三，旅游经营的业务范围比较单一，入境旅游占绝对优势。这些计划经济时代的旅行社，不仅开创了中国旅行社的经营模式，也为中国旅行社的迅速发展奠定了一定的基础。

（二）中国旅行社业迅速发展时期（1984—1994年）

1. 1984—1988年

1984年后，随着经济体制改革的深入，旅行社的管理体制不断改革：一是打破垄断，放开经营，下放外联权，允许更多的旅行社经营国际旅游业务，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；二是1985年国务院颁布的中国旅游行业第一部管理法规——《旅行社管理暂行条例》，对旅行社的企业性质做出了明确规定，旅行社的业务由发展初期的单一入境旅游业务发展成为入境旅游业务与国内旅游业务并举，如1988年，中国国内旅游已超过3亿人次，旅游支出达187亿

元人民币。由此,中国旅行社得到了很大的发展。1988年,中国旅行社猛增至1 573家,从此彻底打破了中国旅行社三家(国、中、青)垄断的局面。

2. 1989—1991年

由于国内政治风波的影响,海外来华客源大幅度下降,导致许多旅行社关门、转向,旅行社数量由1989年的1 617家下降为1991年的1 561家,此外,旅行社市场上还呈现出无序竞争的局面。

3. 1992—1994年

1992年邓小平发表了南巡讲话和党的“十四大”之后,我国掀起了改革开放的新高潮,当年来华客源和旅游创汇均以超过30%的速度高速增长。这一时期,一系列事件为中国旅行社的发展积累了足够的动力:一是1992年首次举办的以“中国观光年”为主题的活动,使国内旅游市场迅速活跃起来;二是1992年中国政府开始允许本国公民出国探亲 and 旅游,从此出境旅游市场开始形成,这提高了中国旅行社在国际合作中的地位和影响。由此,中国旅行社市场化进程不断加快,并不断地探索建立现代企业制度。

4. 中国旅行社业发展的调整阶段(1995年至今)

中国旅行社业在迅速发展的同时,也出现了不少的问题:旅行社经营不诚信(如在游客付钱后关门走人)、旅行社之间恶性竞争、旅行社服务质量下降等。这导致国外一些旅游中间商和一部分旅游者的抱怨和投诉,对中国旅行社业在国际国内旅游市场上声誉造成了不良影响。

为了减少这些问题的产生,政府采取了许多措施,颁布了一系列的旅游法规从宏观上对旅行社行业进行调整。1995年颁布的《旅行社质量保证金暂行规定》,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。1996年10月,国务院颁布了《旅行社管理条例》;1997年,国家旅游局颁布了《旅行社经理资格认证管理规定》;1999年,国家旅游局和商务部联合发布了《中外合资旅行社试点暂行办法》;2009年5月,国务院颁布了《旅行社条例》。

此外,中国旅行社内部也在进行着不少的调整,如经营手段调整和管理方式调整等。

四、中国旅行社的现状分析

根据国家旅游局关于2011年度全国旅行社统计调查情况的公报,截至2011年年底,中国旅行社业情况总体如下。



(一) 行业规模

截至 2011 年年底,全国旅行社的总数为 23 690 家。全国旅行社总资产 711.17 亿元,平均每家旅行社资产为 300.20 万元,其中,负债 461.81 亿元,所有者权益 249.36 亿元。全国旅行社直接从业人员 299 755 人,平均每家旅行社专职员工数为 12.65 人,其中大专以上学历 200 305 人,占总人数的 66.82%。

(二) 经营规模和效益

2011 年度全国旅行社营业收入 2 871.77 亿元,营业成本 2 661.27 亿元,营业利润 22.11 亿元,利润总额 21.55 亿元,营业税金及附加 13.06 亿元,所得税 7.63 亿元。旅游业务营业收入 2 626.54 亿元,旅游业务利润 132.60 亿元,旅游业务毛利率 5.05%。

2011 年度全国国内旅游业务营业收入 1 671.91 亿元,占全国旅行社旅游业务营业收入总量的 63.65%;国内旅游业务利润 79.28 亿元,占全国旅行社旅游业务利润总额的 59.79%,毛利率为 4.74%。

2011 年度全国入境旅游业务营业收入 286.54 亿元,占全国旅行社旅游业务营业收入总量的 10.91%;入境旅游业务利润 17.36 亿元,占全国旅行社旅游业务利润总额的 13.09%,毛利率 6.06%。

2011 年度全国出境旅游业务营业收入 668.10 亿元,占全国旅行社旅游业务营业收入总量的 25.44%;出境旅游业务利润 35.96 亿元,占全国旅行社旅游业务利润总额的 27.12%,毛利率 5.38%。

(三) 旅游业务分项

1. 国内

2011 年度全国旅行社组织国内旅游 13 710.75 万人次(平均每家旅行社 5 788 人次)、35 854.01 万人天,接待 16 900.50 万人次、33 674.13 万人天。

2. 入境

2011 年度全国旅行社入境旅游外联 1 454.96 万人次(平均每家旅行社 614 人次)、6 181.81 万人天,接待 2 280.81 万人次(平均每家旅行社 963 人次)、7 165.44 万人天。2011 年度旅行社外联入境旅游人次排名前 10 位的客源地国家或地区依次为中国香港地区、中国台湾地区、韩国、日本、俄罗斯、中国澳门地区、美国、马来西亚、泰国、新加坡。2011 年度旅行社接待入境旅游人次排名前 10 位客源地的国家或地区依次为中国香港地区、中国台湾地区、韩国、俄罗斯、中国澳门地区、日本、美国、泰国、马来西亚、新加坡。

3. 出境

2011 年度旅行社出境旅游组织 2 021.92 万人次、8 405.71 万人天。2011 年度旅行社组织出境旅游人次排名前 10 位的目的地国家或地区依次为中国香港地