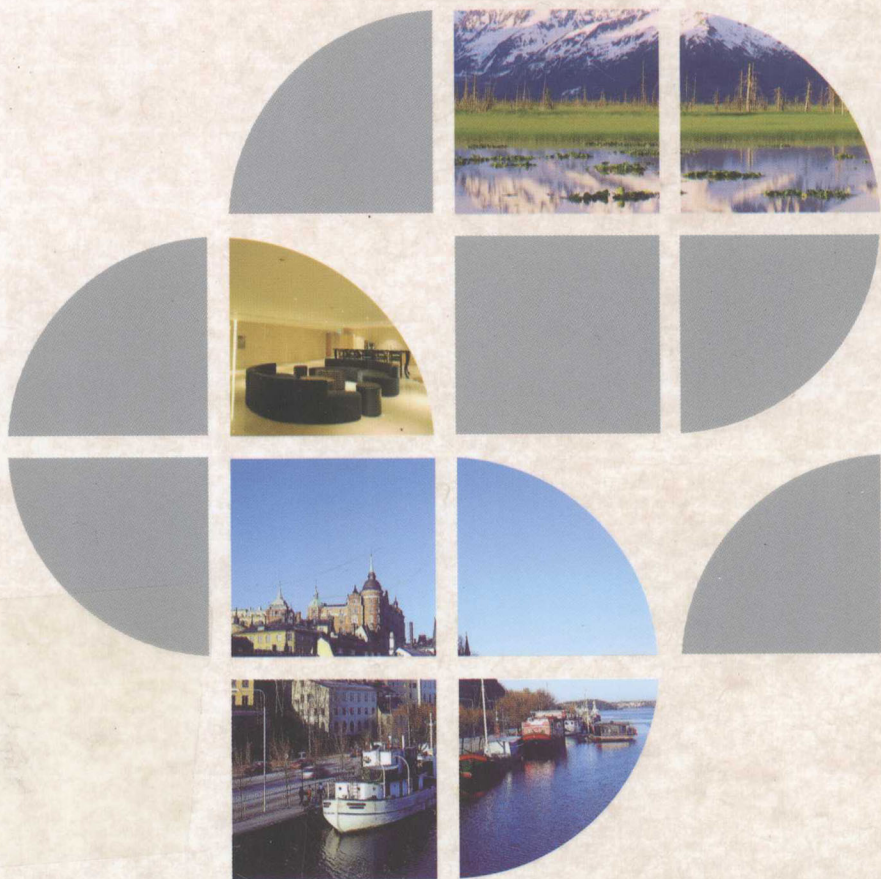


普通高等学校旅游管理教材

旅行社经营管理

Travel Agency Management

林德荣 编著



清华大学出版社

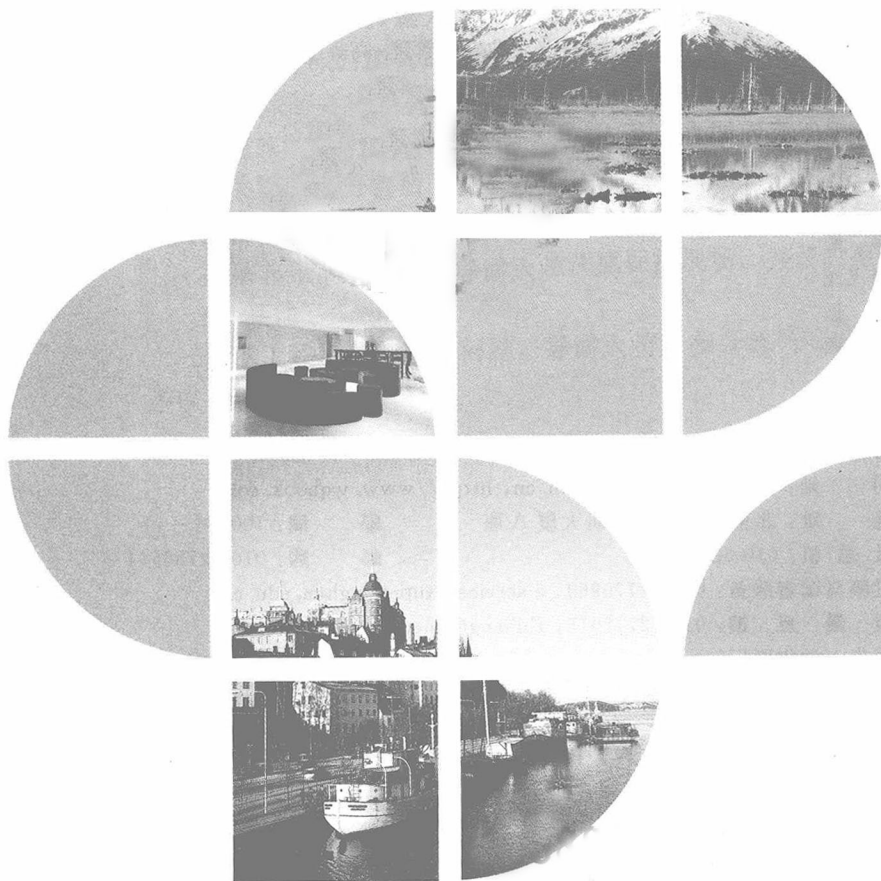


普通高等学校旅游管理教材

旅行社经营管理

Travel Agency Management

林德荣 编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

《旅行社经营管理》主要阐述旅行社的设立及其行业组织、旅行社的组织设计与组织管理、旅行社的战略管理、旅行社的产品策略、旅行社的销售策略、旅行社的接待管理、旅行社的财务管理、旅行社的综合管理、旅行社的发展趋势等内容。

本教材力求做到说理简明扼要、方法先进具体、案例典型实用,能反映当下旅游业界的热点问题及旅游学界的研究前沿。本书可作为旅游高等院校旅游管理专业学生的教材和教师的教学参考书,也可作为旅行社业界管理人员的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理/林德荣编著. —北京:清华大学出版社, 2016

普通高等学校旅游管理教材

ISBN 978-7-302-42388-1

I. ①旅… II. ①林… III. ①旅行社-企业经营管理-高等学校-教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 296362 号

责任编辑:邓 婷

封面设计:康飞龙

版式设计:魏 远

责任校对:王 颖

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:清华大学印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm

印 张:20.75

字 数:411千字

版 次:2016年3月第1版

印 次:2016年3月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:39.80元

产品编号:054599-01

前 言

进入 21 世纪以来,随着我国旅游业的高速发展,旅行社行业的规模不断壮大,截至 2014 年第 1 季度,全国纳入国家旅游局统计范围的旅行社有 26 435 家,而实际从事旅行社业务经营的主体应该是上述数字的两倍多。旅行社行业规模的不断扩大,从业人员的不断增加,经营体制的创新,经营方式的不断变化,尤其是互联网时代的到来,给旅行社经营管理提出了新的课题与挑战。随着旅行社行业规模的扩大以及经营方式的不断变化,对经营管理人才的需求日益增多。旅行社的经营管理人才除了来自本行业内提拔和其他行业转入的以外,更多的是来自我国旅游高等院校培养的学生。据国家旅游局统计,目前我国开展本科及以上学历教育的旅游高等院校有八百余家,若将旅游高职高专院校计算在内则多达一千多家,“旅行社经营管理”几乎是所有旅游高等院校都开设的专业主干课程或专业基础课程,因此,《旅行社经营管理》教材的市场需求量是相当可观的。

本教材力求做到说理简明扼要、方法先进具体、案例典型实用,能反映当下旅游业界的热点问题及旅游学界的研究前沿。本书可作为旅游高等院校旅游管理专业学生的教材和教师的教学参考书,也可作为旅行社业界管理人员的参考用书。

在编写过程中,我们参考了许多专家学者的研究成果,他们的研究为我们提供了思路 and 编写材料,极大地丰富了本书的内容,特此说明并谨致谢意;另外,厦门大学管理学院旅游与酒店管理系的博士生丁玲同学,硕士生胡思巧同学、陈丹同学、付伟杰同学参与了本书材料的收集、校对及部分章节的编撰工作,在此一并表示感谢。

由于时间仓促及自身学识所限,书中有不当之处在所难免,敬请各位专家和广大读者批评指正。

作 者

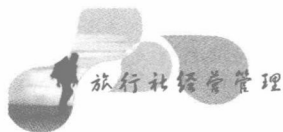
目 录

第一章 旅行社概述	1
第一节 旅行社的产生与发展	1
一、旅行社的产生	1
二、旅行社的发展	3
第二节 旅行社的性质与作用	6
一、旅行社的概念及性质	6
二、旅行社的作用	8
第三节 旅行社的主要职能与业务	9
一、旅行社的主要职能	9
二、旅行社的主要业务	10
第四节 旅行社的分工体系与分类制度	13
一、旅行社的分工体系	13
二、旅行社的分类制度	15
复习思考题	18
案例 世界旅游之父的创业理念	18
第二章 旅行社的设立及其行业组织	21
第一节 旅行社的组建形式	21
一、股份有限公司	22
二、有限责任公司	22
三、国有独资公司	23
四、股份合作公司	23
五、中外合资及外商独资公司	24
第二节 设立旅行社的条件及基本程序	24
一、设立内资旅行社的条件和基本程序	24
二、外商投资旅行社（包括外商控股、外商独资旅行社）的设立	27
第三节 旅行社行业组织	28
一、旅行社行业组织的性质与功能	28



二、旅行社行业组织的组织形式结构	29
三、世界各国旅行社行业组织	30
四、国际性旅行社行业组织	31
五、中国旅行社行业组织	33
复习思考题	33
案例 美国运通国际旅游公司的成功之道	34
第三章 旅行社的组织设计与组织管理	38
第一节 旅行社的组织设计	38
一、影响旅行社组织设计的因素	38
二、旅行社组织机构的设计	40
三、我国旅行社的组织管理	43
第二节 旅行社的企业文化建设	44
一、企业文化的内涵	44
二、旅行社企业文化建设的作用	46
三、建立旅行社企业文化的途径	47
复习思考题	49
案例 罗森布路斯国际旅游公司	49
第四章 旅行社的战略管理	51
第一节 旅行社经营的战略思想	51
一、旅行社战略管理的概念	51
二、旅行社战略管理的层次	54
三、旅行社战略管理的过程	54
第二节 旅行社竞争环境分析	56
一、旅行社外部环境分析	56
二、旅行社内部能力分析	60
第三节 旅行社经营战略的制定与实施	64
一、旅行社经营战略的制定	64
二、旅行社经营战略的选择	72
三、旅行社经营战略的实施	75
第四节 旅行社战略反馈与控制	77
一、旅行社战略反馈	77

二、旅行社战略控制	78
复习思考题	81
案例 先知先行韬略制胜——上海城市酒店 20 年成功之路	81
第五章 旅行社的产品策略	84
第一节 旅行社产品的内涵与形态	84
一、旅行社产品的内涵与特征	84
二、旅行社的服务组合与服务递送系统	87
三、旅行社产品的形态	90
第二节 影响旅行社产品开发的因素	93
一、影响旅行社产品开发的外部因素	93
二、影响旅行社产品开发的内部因素	94
第三节 旅行社产品设计的基本原则	94
一、市场原则	95
二、经济原则	95
三、旅游点结构合理的原则	96
四、交通安排合理的原则	97
五、服务设施确有保障的原则	97
六、内容丰富多彩的原则	97
第四节 旅行社产品开发的过程	97
一、方案的拟定与选择	97
二、试产与试销	101
三、投放市场	102
四、检查与评价	102
第五节 旅行社旅游服务的采购	103
一、旅行社旅游服务采购的内涵与任务	103
二、旅行社旅游服务采购的管理	105
复习思考题	107
案例 千名老人游丝路——驼铃声声走戈壁、异域歌舞醉游人	108
第六章 旅行社的销售策略	111
第一节 旅行社的价格策略	111
一、旅行社产品的定价依据	111



二、影响旅行社产品价格的因素	112
三、旅行社产品的定价方法与价格策略	115
第二节 旅行社的渠道策略	117
一、旅行社产品的销售渠道	117
二、旅行社的销售渠道策略	118
三、旅游中间商的选择与管理	119
第三节 旅行社产品销售过程的管理	122
一、旅行社产品的销售方式	122
二、旅行社产品的销售过程	124
三、旅行社产品销售过程的管理	125
第四节 旅行社的售后服务	126
一、旅行社售后服务的内涵与作用	126
二、旅行社售后服务的方式	126
复习思考题	129
案例 时运假日旅行社市场拓展策略	129

第七章 旅行社的接待管理 137

第一节 旅行社的接待业务	137
一、旅行社的团队接待业务	137
二、旅行社的散客接待业务	140
三、旅行社的其他接待业务	144
第二节 旅行社接待人员的管理	145
一、旅行社导游人员的管理	145
二、旅行社后勤人员的管理	151
第三节 旅行社接待过程的管理	153
一、旅行社接待过程的规范	153
二、旅行社接待过程的管理	155
第四节 接待工作的质量管理	157
一、旅行社接待质量管理概述	157
二、旅行社接待质量管理的作用	158
三、旅行社接待质量管理的程序	158
第五节 旅游投诉的处理	159
一、旅游投诉的类型	159

二、旅游者的投诉心理	161
三、旅游投诉处理的基本原则	161
四、旅游投诉处理的程序	162
复习思考题	164
案例一 旅行社擅自将旅游者转团	165
案例二 武汉组团社是否违反合同约定	165
第八章 旅行社的财务管理	167
第一节 旅行社的资产管理	167
一、旅行社流动资产的管理	168
二、旅行社固定资产的管理	172
第二节 旅行社成本费用的管理	174
一、旅行社成本费用的分析	174
二、旅行社成本费用的控制	176
第三节 旅行社营业收入与利润的管理	178
一、旅行社营业收入的管理	178
二、旅行社利润的管理	179
第四节 旅行社的结算管理	182
一、旅行社正常情况的结算业务	182
二、旅行社特殊情况的结算业务	185
第五节 旅行社的财务分析	186
一、旅行社的财务报表	186
二、旅行社的财务分析	190
复习思考题	197
案例 中青旅控股股份有限公司财务分析	197
第九章 旅行社的综合管理	200
第一节 旅行社人力资源的管理	200
一、旅行社人力资源管理概述	200
二、旅行社人力资源规划与员工招聘	202
三、旅行社员工的培训	204
四、旅行社员工的绩效考评	206
五、旅行社员工的报酬	208



第二节 旅行社质量管理	211
一、旅行社质量管理概述	211
二、旅行社质量管理的实施	213
三、旅行社质量管理评价标准的制定	215
四、旅行社质量管理的方法	217
第三节 旅行社风险管理	218
一、旅行社风险概述	218
二、旅行社风险管理的实施	220
三、旅行社风险规避的措施	222
第四节 旅行社安全管理	223
一、旅游安全的概念与分类	223
二、危害旅游安全的因素	225
三、旅游安全保障体系的构建	226
复习思考题	228
案例一 餐厅工作失误, 旅游者用餐不洁	228
案例二 安全意识淡薄导致游客溺水死亡——广东肇庆市鼎湖区砚洲岛 游客溺水死亡事故	229

第十章 旅行社的发展趋势231

第一节 信息化社会与旅行社发展	231
一、社会信息化发展	231
二、信息经济与旅行社	232
三、信息技术对旅行社的影响	233
四、信息时代下旅行社与电子商务结合的大趋势	235
五、我国旅行社电子商务模式选择	237
第二节 知识经济与管理模式创新	241
一、知识经济的含义及特点	242
二、知识经济驱动下旅行社管理的变革	244
三、知识经济时代下旅行社管理模式的变革	245
第三节 休闲时代与旅行社发展	247
一、休闲时代的发展阶段	247
二、休闲时代的特征	248
三、休闲时代下旅游消费模式的变化	250

第四节 旅行社集团化管理	252
一、旅行社集团化的内涵	252
二、旅行社集团化的动因	253
三、我国旅行社集团化过程中存在的问题	254
四、旅行社集团化模式	255
复习思考题	260
案例一 股权联结式集团化——中旅	260
案例二 资产经营式集团化案例——春秋国旅	263
案例三 契约联结式集团化案例——广之旅	265
参考文献	268
附录 A 旅行社条例	269
附录 B 旅行社条例实施细则	278
附录 C 旅行社服务质量赔偿标准	288
附录 D 旅游投诉处理办法	290
附录 E 旅行社经理资格认证管理规定	294
附录 F 中外合资旅行社试点暂行办法	297
附录 G 导游人员管理条例	300
附录 H 中华人民共和国旅游行业标准——《旅行社国内旅游服务质量要求》	303
附录 I 中华人民共和国国家标准——《导游服务质量标准》	309

第一章 旅行社概述

学习目的

旅行社是以营利为目的,为人们外出旅行提供相关服务的专门机构,是旅游业的支柱产业之一,在旅游业中占有极为重要的地位。通过本章学习让学生了解旅行社的产生及发展,了解旅行社的分类,掌握旅行社的性质、作用、职能和业务,进而对旅行社业有一个基本的认识和理解。

主要内容

- ◇ 中外旅行社的产生及发展
- ◇ 旅行社的性质和作用
- ◇ 旅行社的分类
- ◇ 旅行社的职能和业务

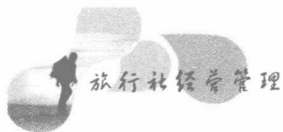
第一节 旅行社的产生与发展

一、旅行社的产生

(一) 旅行社产生的历史背景

旅行社的产生是社会经济发展到一定阶段的产物,是人类旅行活动长期发展的必然结果。18世纪中叶发生在英国的工业革命,使整个世界经济和社会结构发生了巨大的变化,同时也改变了世界范围内旅行和旅游的发展方向。工业革命对旅行发展的影响集中表现在以下四个方面。

(1) 工业革命为旅行社的产生奠定了坚实的物质基础。18世纪中叶,英国首先开始了工业革命,到19世纪工业革命逐渐传播到欧洲大陆和世界其他地区。工业革命以世界性的规模有效地利用人力资源和自然资源,使生产力史无前例地提高,而且对人类旅游



活动产生了直接的影响。首先，工业革命直接导致了交通运输业革命，其中最重要的是铁路的问世。1825年，享有“铁路之父”之称的英国人乔治·史蒂文森主持建设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兴建，并向更远的地区延伸。铁路的兴建从根本上改善了陆路交通的运输状况，它不仅极大地提高了单位运载能力，而且为人们外出旅行节省了费用，缩短了出行者花费在旅途上的时间。在铁路发展的同时，为满足乘坐火车的新型旅行者的需要，铁路公司开始在铁路沿线修建食宿设施，后来又在铁路终点站建造大饭店。交通运输业的革命，旅行服务设施的兴建，极大地促进了旅行活动的发展，为旅行社的产生奠定了坚实的物质基础。

(2) 社会财富的增长为人们外出旅行创造了经济条件。工业革命使生产力迅速发展，社会财富急剧增长，有产阶级规模日趋扩大，他们具备了旅游的经济条件。工业革命以前，只有地主和贵族才有金钱从事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，使他们也具有了外出旅游的经济条件，从而增加了有财力外出旅游的人数。

(3) 工业革命加速了城市化的进程，并且使人们工作和生活的重心从农村转移到工业城市。这一变化最终导致人们产生了适时逃避城市生活的紧张节奏、拥挤嘈杂的环境压力的需要和对回归自由、宁静的大自然的追求。

(4) 工业革命改变了人们的工作性质。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，致使人们产生了强烈的度假要求。当然，工人阶层带薪度假的获得是经过了一个多世纪的艰苦斗争才最终得到的。正是在这种历史背景下，托马斯·库克(Thomas Cook)作为世界上第一位专职的旅行代理商登上了历史舞台。

(二) 旅行社的产生

当人们提起世界上第一家旅行社的诞生时，必定不会忘记言及托马斯·库克。当然，在他之前，已经存在为别人安排旅行的组织和个人，如中古时期商人和教会组织的朝圣旅行，英国人托马斯·贝纳特组织的个人包价旅行。但是这些组织和个人都没有把组织旅行活动作为一项职业，只有托马斯·库克才是世界上第一位专职的旅行代理商。

托马斯·库克1808年生于英格兰，家境贫寒，自幼辍学。他先后当过帮工、颂经人和木匠等。托马斯·库克笃信宗教，热衷于禁欲。1841年，他包租了一列火车，载运570人从莱斯特到洛赫伯勒参加禁酒大会，全程17.7公里(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，并逐步意识到其中蕴藏的无限商机。1845年，他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。同年，他组织了

350 人的消遣观光团到利物浦观光旅游,并为这次活动出版了《利物浦之行指南》,设立了专门的旅游向导。次年,库克以包价的形式组织了赴法国的团体旅行。1865 年,库克与其子在原有公司的基础上创办了库克父子公司,并于 1872 年成功组织了 9 人环球旅行,从而使公司名声大振。库克对旅游业的贡献,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,促进了旅游业的迅速发展。另外,他的旅游企业经营管理理念对后世也有深远影响,如他认为旅行事业的经营者应尽可能使客人方便舒适,尽可能地替客人省钱;组织游客去旅游不仅是带游客游山玩水,更是去探求新知识、新事物。他肯定旅游具有教育作用,并提出了“Save Money for Travel”(省钱去旅游)的口号,对提高人们的旅游意识做出了贡献。

我国的旅游活动虽然有悠久的历史,但作为一项经济活动,我国的旅行社最早产生于 20 世纪 20 年代。1923 年,经北洋政府批准,爱国人士陈光浦先生在上海商业储蓄银行正式设立旅行部,这是中国第一家由华人经营的旅游服务企业,其经营宗旨是“导客以应办之事,助人以必需之便”。1924 年春,旅行部组织第一批国内旅游团从上海赴杭州游览,由铁路局开专列运送;1925 年春,组织第一批由二十多名中国公民组成的赴日本旅游的“观樱团”;1927 年春,出版了中国第一本旅行类刊物《旅行杂志》,并先后在铁路沿线和长江各主要港口城市设立了 11 个办事处。1927 年 6 月 1 日,旅行部从银行中独立出来,更名为中国旅行社,经营的主要业务范围包括:代售国内外各种交通票据,办理和提供住宿与餐饮,组织赴国内外的团体旅游,出版刊物和各种宣传品,代办各项出国手续、证件并提供旅途服务,提供导游及各项旅游服务,代办货物运输报关、运输保险并代理海陆空运输业务等。1949 年,该旅行社迁至香港,现为香港中国旅行社股份有限公司。

中华人民共和国成立后,1949 年 12 月在厦门成立华侨服务社,它是现在中国旅行社的前身。1954 年,成立中国国际旅行社总社及上海、杭州、南京、汉口、广州、沈阳、哈尔滨、安东、大连、满洲里、天津、凭祥、南昌等分社。1957 年,由各地华侨服务社组建成立华侨旅行社总社(1974 年更名为中国旅行社)及其分支机构。1979 年,中国青年旅行社在北京成立。在此之前,我国旅行社基本上是为非营利性的、为政治服务的事业单位,规模不大,旅行社真正的大发展是在改革开放之后。

二、旅行社的发展

(一) 世界旅行社的发展

托马斯·库克公司的成功,很快引起了各地的纷纷效仿,欧洲大陆和世界其他国家出现了许多类似的旅游企业。1857 年,英国成立了登山俱乐部,迪安一道森公司成立于

1871年,次年,波利旅游协会成立,1878年,自行车旅游俱乐部成立,弗雷姆旅游公司则成立于1881年,帐篷俱乐部于1885年成立;法国、德国都于1890年成立了观光俱乐部;在美国,亨利·威尔斯(Henry Wells)和威廉姆·法戈(William G. Fargo)于1850年创办运通公司,兼营旅行代理业务,并于1891年率先使用与现代使用方法相同的旅行支票;日本于1893年成立了“喜宾会”,该组织于1926年更名为东亚交通公社。

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业的三巨头。后来,由于两次世界大战和20世纪20年代末30年代初的世界性经济危机的影响,全球旅行社业的发展经历了几起几落的变化。第二次世界大战后,世界局势相对稳定,经济快速增长,给旅游业的大发展创造了条件,世界旅行社业也因此出现了一派繁荣的景象。

(二) 我国旅行社的发展

1. 我国旅行社业的发展

我国旅行社真正的大发展始于改革开放之后。1978年改革开放之前,全国只有中国国际旅行社总社、中国旅行社总社及其在主要省会城市的分支机构,两者都是由总社负责从国外招徕客源,分社负责当地接待工作,在体制上都是直属政府的行政事业单位,不具备企业性质。根据国家旅游局有关规定,它们之间具有相对明确的业务分工。“国旅系统”负责接待外国来华旅游者,“中旅系统”负责接待海外华侨、外籍华人、港澳及台湾同胞。随着1979年中国青年旅行社在北京成立,我国旅行社行业基本上形成了以国旅、中旅和青旅三大系统为主的寡头垄断局面,三家旅行社基本控制了旅游外联市场。据统计,1980年这三家旅行社接待的来华旅游者占全国有组织接待人数的79.6%,其中,国旅占全国有组织接待人数的18.8%,中旅占59.9%,青旅占0.9%,其余的20.4%则由其他政府部门组织接待。

1996年10月,国务院发布并实施了《旅行社管理条例》,改变了我国旅行社原有的分类方式,重新按业务范围将我国旅行社划分为国际旅行社和国内旅行社。国际旅行社为经营入境旅游业务、出境旅游业务(特许经营)和国内旅游业务的旅行社;国内旅行社为经营国内旅游业务的旅行社。根据旅行社新的类型划分标准,1997年,我国共有旅行社4986家,其中国际旅行社991家,国内旅行社3995家。

1997年3月,经国务院批准,国家旅游局、公安部联合发布了《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》,并于同年7月正式实施。《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》的颁布实施,标志着我国正式开展中国公民自费出国旅游,也标志着中国出境旅游市场的形成,由此确定了我国旅行社经营业务的基本格局,入境旅游、国内旅游和出境旅游成为旅行社经营业务的三大组成部分。

1999年1月,为进一步扩大旅游业的对外开放,适应全球服务贸易自由化的趋势,在国家旅游局1993年10月21日发布的《关于在国家旅游度假区内开办中外合资经营的第一类旅行社管理暂行办法》基础上,国家旅游局和外经贸部联合发布了《中外合资旅行社试点暂行办法》,该《办法》对申请设立中外合资旅行社的中国合营者和外国合营者的条件及申请审批程序进行了明确规定。

2003年上半年,由于受“非典”的影响,我国旅游业遭受到前所未有的冲击,旅行社行业也受到很大影响,很多旅行社因此关门歇业,但随着我国对“非典”的控制及旅游行业管理部门采取了一系列救市措施,从同年7月开始,旅游业开始复苏,旅行社行业也逐步步入正常运营轨道。

据统计,截至2014年底,全国旅行社(包括国际社和国内社)的总数为26650家,已经形成了一个不同规模、不同档次、不同服务对象、不同所有制形式的多层次、多功能、适应性较强的旅行社网络体系。尽管目前旅行社行业存在这样或那样的问题,但不可否认的是,我国旅行社行业一直在不断成长、成熟和壮大,在推动我国旅游业发展方面起着重要的、不可替代的作用。

2. 我国旅行社业的对外开放

1999年1月,为进一步扩大旅游业的对外开放,适应全球服务贸易自由化的趋势,在国家旅游局1993年10月21日发布的《关于在国家旅游度假区内开办中外合资经营的第一类旅行社管理暂行办法》基础上,国家旅游局和外经贸部联合发布了《中外合资旅行社试点暂行办法》,该《办法》对申请设立中外合资旅行社的中国合营者和外国合营者的条件及申请审批程序进行了明确规定。

2001年12月21日,为适应对外开放的需要,促进我国旅游业的发展,国务院决定对1996年10月颁布的《旅行社管理条例》进行修订,增设了第四章关于外商投资旅行社的特别规定。新的《旅行社管理条例》于2002年1月1日实施,1999年1月由国家旅游局和外经贸部联合发布的《中外合资旅行社试点暂行办法》同时废止。

2003年6月13日,为适应我国加入世界贸易组织的新形势,进一步扩大旅游业对外开放,促进旅行社行业发展,国家旅游局和商务部联合发布了《设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定》(以下简称《规定》),该《规定》对设立外商控股旅行社的境外投资方、中国投资者以及设立外商独资旅行社的境外投资方需满足的条件都做出了明确规定。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。《规定》实施以来,共有5家外商独资旅行社、5家外商控股旅行社先后在北京、上海等城市和经国务院批准的国家度假区成立。外商控股、独资旅行社的成立,形成了中国旅行社市场的新格局,繁荣了中国旅游市场,

促进了国内旅行社的整合。

2005年2月,国家旅游局和商务部联合发布了对《设立外商控股、外商独资旅行社暂行规定》的修订,将设立外商控股或外商独资旅行社的注册资本由400万元人民币降低到250万元人民币,并取消了地域限制。这标志着我国对设立外商控股、外商独资旅行社的条件进一步放宽,旅游业对外开放进一步加大。

2009年5月1日实施的《旅行社条例》(国务院令550号,2009年2月20日颁布,当年5月1日实施),不再禁止外商投资旅行社设立分社。超出WTO承诺内容之外,《旅行社条例》还将外商投资旅行社在设立条件上给予了“国民待遇”,并于发布当年的9月15日发布了《关于启动外商投资旅行社设立申请工作的公告》。可以说,自《旅行社条例》公布实施之后,对外商投资旅行社的相关规定得以统一在一部法规当中。

为进一步加快旅游业的对外开放,加强国际旅游合作,引进国际先进的旅行社经营模式,促进我国旅行社业的转型升级,提高国际竞争能力,2010年8月29日,国家旅游局和商务部联合颁布并实施了《中外合资经营旅行社试点经营出境旅游业务监管暂行办法》(国家旅游局、中华人民共和国商务部第33号令)。按照上述《办法》,2011年5月23日,国家旅游局公布了第一批试点经营我国公民出境旅游业务的3家中外合资经营旅行社名单:中旅途易旅游有限公司、国旅运通旅行社有限公司、交通公社新纪元国际旅行社有限公司。

2013年3月,为落实CEPA中“允许符合条件的内地与香港/澳门1家合资旅行社试点经营内地居民前往香港及澳门以外目的地(不含台湾)的团队出境游业务”的有关政策,参照《中外合资经营旅行社试点经营出境旅游业务监管暂行办法》的相关规定,康泰国际旅行社(深圳)有限公司成为第一批试点经营内地居民出境旅游业务的内地与香港合资旅行社。中外合资旅行社试点是超出我国入世承诺内容的主动开放政策,这项政策势必将有利于丰富我国出境旅游市场的产品。

从1998年成立第一家外商投资旅行社至2013年的十余年间,共计有81家外商投资旅行社在华成立,其中有73家成立于中国加入WTO之后。

第二节 旅行社的性质与作用

一、旅行社的概念及性质

旅行社作为为旅游者提供服务的组织,在不同的国家和地区有着不完全相同的含义。