

高等院校“十二五”规划教材



旅行社 经营管理

Travel Agency Operation and Management

刘涛 曾蓓◎主编



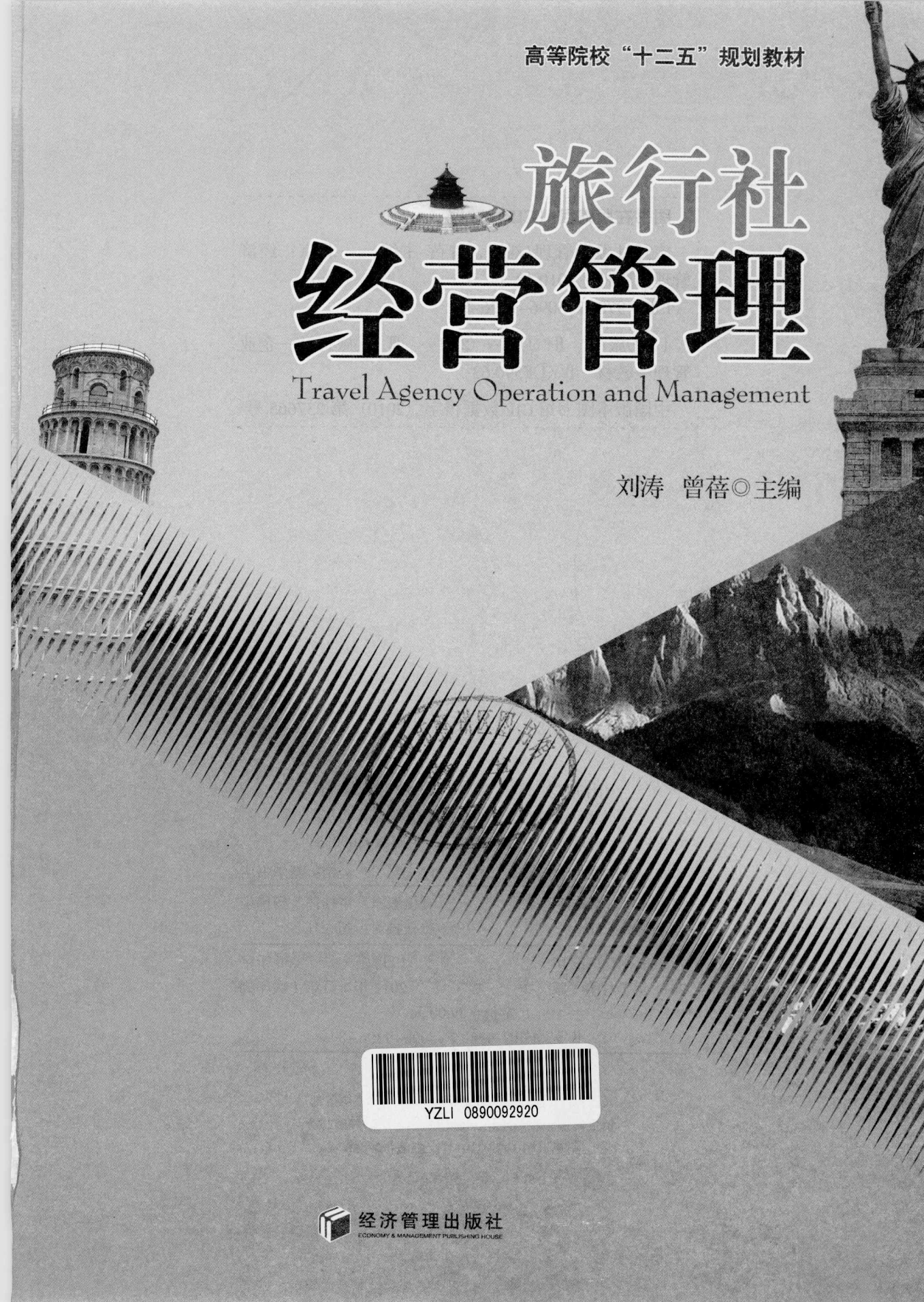
YZLI 0890092920



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

高等院校“十二五”规划教材



旅行社 经营管理

Travel Agency Operation and Management

刘涛 曾蓓◎主编



YZLI 0890092920



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营管理/刘涛, 曾蓓 主编. —北京: 经济管理出版社, 2010.12

ISBN 978-7-5096-1196-8

I. ①旅… II. ①刘… ②曾… III. ①旅行社—企业管理—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 237665 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京交通印务实业公司

经销: 新华书店

组稿编辑: 申桂萍

责任编辑: 申桂萍 杨佛尘

技术编辑: 黄 铄

责任校对: 超 凡

787mm×1092mm/16

19 印张 450 千字

2011 年 1 月第 1 版

2011 年 1 月第 1 次印刷

定价: 39.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-1196-8

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部
负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

2009年1月21日,国务院第47次常务会议审议通过,2月20日,温家宝总理签署国务院令 第550号,发布《旅行社条例》。2009年4月2日,以《旅行社条例》为依据,国家旅游局第4次局长办公会议审议通过《旅行社条例实施细则》。《旅行社条例》及《旅行社条例实施细则》在旅行社类别划分、审批权限、市场准入、分支机构设立、质量保证金数额、旅行社经营、年检、监督管理、法律责任等方面都进行了相应的调整。它们的实施把我国旅行社行业带入一个崭新的发展时期,同时也必将对旅行社的经营管理产生直接而深远的影响。

2009年12月1日,国务院发布了《关于加快发展旅游业的意见》,该意见在总结我国旅游业的发展成就和经验的基础上,从全局的高度提出了推动旅游业发展的总体要求:“深入贯彻落实科学发展观,进一步解放思想,深化改革开放,加强统筹协调,转变发展方式,提升发展质量,把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。”作为旅游业的三大支柱产业之一,旅行社业必将在我国旅游业的发展中扮演着越来越重要的角色,这对旅行社企业的经营管理与可持续发展提出了更高的要求。

基于上述背景,我们认识到作为旅游管理专业主干课程的“旅行社管理”需要一本立足于行业背景变化、管理理念更新和管理体系更为充实的教材,这是本书编写的主要目的。这也使得本书在编写体例、案例选择、章节设计以及观点的逻辑展开等方面与以往教材相比具有一定的创新。本书在编写过程中借鉴了有关旅行社经营管理领域的大量文献,我们已经在本书的参考文献中列出细目。在此,请允许我们代表全体编写人员向为我国旅行社的发展和繁荣而不断探索的专家学者们致以崇高的敬意和真诚的谢意。

本书是集体创作的结果。参加本书编写的人员有山东工商学院工商管理学院刘涛老师,第一、七、八章;曾蓓老师,第六、十一章;石云霞老师,第四、十一章;祁超萍老师,第五、十章;张文政老师,第二、十二章;山东工商学院中加学院的李伟老师,第三、八章;乌兰教授为本书的大纲设计与编写提供了参考意见。全书由刘涛和曾蓓负责框架与大纲设计以及书稿的统纂工作。

全体参与人员为本书的编写付出了艰辛的劳动,因为我们相信这是一件很有意义的工作。但由于种种原因,本书还存在不足,期盼读者和同行提出宝贵的批评意见。

刘涛 曾蓓

2010年11月于烟台

目 录

第一章 旅行社概述	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	10
第三节 旅行社的类型与业务	14
第二章 旅行社的设立与组织管理	23
第一节 旅行社的设立	23
第二节 旅行社的组织结构设计 with 组织管理	32
第三节 旅行社产权结构类型	40
第四节 旅行社的行业组织	43
第三章 旅行社战略管理	46
第一节 旅行社战略管理	46
第二节 旅行社外部战略环境分析	49
第三节 旅行社内部资源分析	53
第四节 旅行社战略实施	55
第五节 旅行社的集团化与国际化发展战略	58
第四章 旅行社产品开发与管理	64
第一节 旅行社产品概述	64
第二节 旅行社产品的设计与开发	69
第三节 旅行社线路设计	76
第四节 旅行社产品的组合	83
第五章 旅行社营销管理	91
第一节 旅行社市场细分及定位	91
第二节 旅行社价格策略	96
第三节 旅行社销售渠道策略	104
第四节 旅行社促销策略	109



第六章 旅行社服务管理	117
第一节 旅行社售前服务管理	117
第二节 旅行社发团管理	123
第三节 旅行社接团管理	129
第四节 旅行社售后服务	135
第五节 旅行社服务质量管理	140
第七章 旅行社计调与采购管理	147
第一节 旅行社计调业务	147
第二节 旅行社采购管理	156
第三节 旅行社的票务管理	166
第八章 旅行社人力资源管理	176
第一节 旅行社人力资源管理概述	176
第二节 旅行社人力资源配置与管理	181
第三节 导游人员管理	197
第九章 旅行社财务管理	203
第一节 旅行社资产管理	203
第二节 旅行社成本费用及收入利润管理	208
第三节 旅行社结算管理	213
第四节 旅行社外汇业务管理	218
第十章 旅行社信息管理	224
第一节 信息化与旅行社	224
第二节 旅行社信息化管理	228
第三节 旅行社的电子商务管理	233
第十一章 旅行社风险管理	239
第一节 旅行社风险管理概述	239
第二节 旅行社风险管理过程	244
第十二章 中国旅行社业的发展趋势	255
附录一 国务院关于加快发展旅游业的意见	264
附录二 旅行社条例	269
附录三 旅行社条例实施细则	277



附录四 旅游投诉处理办法	285
附录五 旅行社质量保证金存取管理办法	289
附录六 2009 年度全国旅行社统计调查公报	291
参考文献	294

第一章 旅行社概述

● 学习目标

1. 了解中外旅行社的产生与发展
2. 熟悉旅行社的性质与职能
3. 掌握旅行社的分类及基本业务

● 重点与难点

1. 旅行社的性质与职能
2. 中外旅行社业的分工体系与旅行社分类

第一节 旅行社的产生与发展

旅游业作为综合性强、关联带动作用大的社会文化复合型产业，在社会经济发展中发挥着非常重要的作用。从世界范围看，第二次世界大战后国际旅游业迅速崛起，20世纪60年代以来进入加速发展、高速增长阶段。1993年起，世界旅游业的总收入超过汽车工业和石油工业，成为名副其实的朝阳产业。世界旅游组织数据显示，虽然金融危机席卷全球，甲型H1N1流感大规模暴发带来的不确定性加剧了经济危机，使得2009年成为旅游业史上最为艰难的年份之一，但2009年全球旅游人数仍达到8.8亿，游客在旅游业的支出仍高达9440亿美元。2010年，全球旅游业迎来了崭新的春天，联合国世界旅游组织秘书长塔勒布·瑞法依表示，2010年全年旅游人数和收入预计上涨3%~4%。根据国家旅游局的统计数据显示，2009年，中国旅游业收入达1.26万亿元人民币，比前一年增长9%，其中，国内旅游达19亿人次，同比增长11%，实现国内旅游收入1万亿元，同比增长15%；入境旅游1.26亿人次，外汇收入390亿美元；出境旅游同比增长3.6%，增至4750万人次。目前，中国旅游业增加值占GDP的比重超过了4%，全国有4/5以上的省级行政区把旅游业确定为“支柱产业”，旅游业对经济增长的拉动作用日益明显。

2009年12月1日，国务院发布了《国务院关于加快发展旅游业的意见》，该意见指出：到2015年，我国旅游市场规模将进一步扩大，国内旅游人数达33亿人次，年均增长10%；入境过夜游客人数达9000万人次，年均增长8%；出境旅游人数达8300万人次，年均增长9%；中国将成为世界第一大入境旅游接待国和全球最大的国内旅游市场，中国旅游业必将为世界旅游业的健康发展做出应有的贡献。同时，《国务院关于加快发展旅游业的意见》在总结我国旅游业发展成就和经验的基础上，从全局的高度提出了推动旅游业发



展的总体要求：“以邓小平理论和‘三个代表’重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，进一步解放思想，深化改革开放，加强统筹协调，转变发展方式，提升发展质量，把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。”

根据联合国的《国际产业划分标准》，通过对从事旅游业务的具体部门进行分析，旅游业主要由三部分构成，即旅行社、交通客运部门和以旅馆为代表的住宿业部门。我国通常将旅行社、饭店业和交通运输业称为旅游业的“三大支柱”。毫无疑问，旅行社在世界及中国旅游业的发展中扮演着越来越重要的角色，其网络和分销系统能使旅游业中的各个部门紧密地联系在一起。因此，追溯旅行社的渊源，分析旅行社产生的背景和发展的条件，全面认识和剖析旅行社的性质、职能、业务和作用具有十分重要的历史和现实意义。

一、世界旅行社的产生与发展

（一）世界旅行社的产生

1. 世界旅行社产生的背景

旅行社最早出现在 19 世纪中叶的西欧和北美地区，是社会经济、科技和社会分工的必然产物。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改变，也对世界范围内旅行活动的发展产生了显著的影响。主要表现在以下三个方面：

（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、最直接影响的还是铁路运输技术的发展。1825 年，英国乔治·史蒂文森建造的从斯托克顿到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。这为旅游业的大规模发展提供了交通上的可能。

（2）旅游需求的大众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、回归宁静大自然的要求，这就产生了旅游需求。由于人们缺乏旅游经验，如民俗禁忌、旅游常识、货币兑换等，许多人急切希望有一些专门的旅游服务机构为其提供便利。一些极具吸引力的旅游目的地也苦于渠道和信息的限制无法利用资源创造良好的经济效益、社会效益与生态效益。旅行和旅游活动中的信息不对称造成了旅游者和旅游目的地之间的供需脱节，也使得旅行社作为衔接供需双方的桥梁和中介应时而生。

（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。工业革命促进了以商品交换为目的的市场经济体系的建立，出于对经济利益的追求，一些专门为旅行者提供线路、代订交通票据、导游讲解等服务的服务机构相继产生了。正是在这种形势下，世界上公认的第一家组织旅游的专业旅行社——托马斯·库克旅行社 1845 年在英国产生了。



2. 世界第一家旅行社的诞生

世界第一家组织旅游的专业旅行社——托马斯·库克旅行社是以其创始人的名字来命名的。托马斯·库克于1808年11月22日出生于英国的英格兰，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·库克利用机器化大生产社会中人们的心理危机，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，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、乐队演奏赞歌、一次野外午餐和午后茶点等费用。这次活动在旅游史上被认为是近代旅游活动的开端，它具有后来旅行社经营活动的若干重要特征：①采用了集体折扣付费的方式；②具有团体包价的雏形；③将吃、行、娱乐要素集中在旅游活动中；④初步体现了旅行社全陪的导游功能。这些特征对后来的旅行社经营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，这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”。

库克组织的第一次真正的消遣性的观光旅游团是1845年8月4日的莱斯特—利物浦之行。托马斯本人对这次旅行做了周密的计划。为此，他专门提前沿着线路走了一趟，与当地客栈的老板商定了旅客的吃住等事项的安排，确定了沿线游览的地点，回来后整理出版了《利物浦之行手册》发给旅行者。19世纪60年代初，他不再组织个人旅游，而变成了一个旅游代理人，销售去英伦三岛以及欧洲大陆各地的旅行票据。持票人可以单独到各地旅行。1864年，他把正在米德兰铁路公司工作的儿子约翰·梅森·库克召回，成立了托马斯·库克父子旅游公司，并将办事处由莱斯特迁到伦敦的新闻中心舰队街。19世纪末期，库克父子旅游公司已经具有相当的规模。1865年公司成立初期，全部人员也不过父子俩和两名助手，到1890年，这个公司已有1714名雇员、84个办事处、85个旅行社。与此同时，它不再是单一的旅行代办机构，而是一个旅游业的直接经营者。它创建并经营了一支行驶在尼罗河上的汽船队，在怀特岛拥有一家旅馆，并在普莱斯塔丁经营一个假日野营地。该公司在世界主要市场上还开设了“旅游商品”零售店。这些零售店不仅经营本公司的旅行团、汽船、火车与旅馆券，还介入旅游金融。早在1892年，它就创造性地发行了—种“流通券”，这是一种本票的形式，持券人可以在旅游地领取与英镑面值相等的当地货币，可以说是最早的“旅行支票”。此外，它还发行了一种“旅馆券”，持此券的旅游者可用来支付旅馆费用，或兑换成相应的货币。所有这些都大大促进了旅游活动的发展。

(二) 世界旅行社的发展

在托马斯·库克之后，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的观光俱乐部，以及1893年在日本成立的“喜宾会”，其中尤以美国的运通公司和日本的JTB (Japan Travel Bureau) 最为著名。第二次世界大战后，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。一方面，由于科学技术的进步，喷气式飞机的出现为人们外出旅行提供了新型的交通工具，使得人们在旅游过程中用于旅行交通方面的时间大为缩短，相对增加了游览、娱乐和购物的时间。



另一方面,由于社会生产力的发展和劳动生产率的提高,人们的闲暇时间增加,尤其是随着带薪休假制度的实行,人们可以有更多的时间从事包括旅游活动在内的各种社会活动。于是,世界旅行社业得到空前的发展,规模不断扩大,经营产品不断增多。仅国际旅游收入一项,每十年便增长一倍,其增长速度远远高于同期世界经济的平均增长速度,世界旅游业呈现出繁荣昌盛的景象。

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。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。从世界旅行社的总体分布看也是这样,全球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%。

阅读材料 1-1: 美国运通公司——全球第一大旅行社

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年创立,其发起人是威尔斯·巴特菲尔德·法哥和律师马凯。他们在美国水牛城达成协议后,共同组建了美国运通公司,总部设在水牛城,后迁到纽约。1891年,美国运通公司推出第一张旅行支票。公司不靠发行旅行支票的手续费盈利,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。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后,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。美国运通公司是世界最大的旅行社之一,在全球设有1700多个旅游办事处。2002年1月,美国运通公司与中国国际旅行社总社(国旅)一起创建了国旅运通旅行社有限公司。合资公司为跨国公司、地区性公司以及国内公司提供商务旅行管理服务,包括办理签证、国际及国内机票预订、酒店预订、会议服务以及其他地面服务的安排。第二家及第三家合资旅行社也分别于2002年12月在上海、2003年2月在广州成立。国旅运通主要为在华跨国公司和国内企业提供广泛的商务旅行管理服务,是中国内地首家中美合资的商务旅行公司,公司2007年处理全球旅行销售额近246亿美元。

(资料来源:根据网络资料整理)

阅读材料 1-2: 日本交通公社 JTB

日本交通公社是日本最大的旅行社,其英文简称为JTB,是全世界最大的旅游公司之一,是全球500强企业中美仅有的两家旅行社之一。1893年3月,有一个叫做日本迎宾会的民间组织成立了,其总部设在现在的东京工商会社,其成立目的是进行国际旅游促销。日本迎宾会的基金则来自各方的赞助,有铁路及国际船务公司、饭店、旅馆、商场,当然还



有接待外国游客所得的收益。1906年,日本的主要铁路公司全部收归国有,这从根本上取消了日本迎宾会的资金来源,终结了迎宾会的日常运作。这时,一位明智的政府铁道部的官员 Yoshio Kinoshita 扭转了迎宾会的败局。1912年3月,在他的领导下,日本观光局即日本交通公社的前身正式成立了。

日本观光局作为一个非营利组织从建立初期就是为了吸引外国游客,促进日本旅游业的发展。1954年,日本观光局进行了重建,并改名为日本交通公社,英文的简称仍为 JTB。1952年,为了招徕美国游客到日本观光,日本观光局在美国的纽约建立了国外办事处。1963年,日本交通公社正式退出半官方组织的性质,经过重新组合、改造成为一家拥有8亿日元的私营旅游公司。

目前,日本交通公社是日本最大的旅行社,其总部设在东京,主要的股东为 JTB 基金会、日本东部铁路公司、JTB 饭店协会、中部日本铁路公司和西部日本铁路公司,现共有分支机构 1100 处,其中 110 处设在世界上 23 个国家中。在中国, JTB 集团现有交通公社新纪元国际旅行社有限公司和杰科姆国际会展(北京)有限公司等 12 家企业,遍及北京、上海、广州、香港、澳门等地区,主要从事旅游、咨询、会展等相关业务。

(资料来源:纪俊超等.旅行社经营管理.广州:华南理工大学出版社,2005)

二、我国旅行社的产生与发展

(一) 我国旅行社的产生

在中国近代社会,随着西方列强对中国的商品输出、原材料的掠夺等经济侵略活动的扩大,一个与世界市场紧密联系的中国近代市场体系逐步发育成长。中国从此被迫全面对外开放,与世界各国特别是与西方工业化国家的政治、经济、文化、科技等方面的国际交往日益频繁。同时,中国的社会经济形态发生了巨大的变化,航运和铁路运输快速发展,中国人出于各种目的进行的外出旅行游览活动大大增加。旅游需求的巨大潜力和快速增长使旅游业应运而生。近代中国的旅游业是以交通、旅馆和旅行社为主体构成的,其起步和发展均晚于西方工业化国家。中国的旅行社始建于 1923 年,其产生和发展壮大的过程共经历了三个不同阶段。

1. 开拓创业阶段

1923 年 4 月,由陈光甫任总经理的上海商业储蓄银行正式向北洋政府交通部提出申请代售火车票客票,办理旅行业务。1923 年 8 月 15 日,上海银行旅行部正式宣告成立,它的成立使中国有了近代旅行机构,也意味着中国的旅游事业进入了一个新的历史阶段。为了推广业务,旅行部成立一个月后即在杭州设立分部,在此后 5 年间共设立分部 11 处。1927 年,经上海银行董事会开会研究,决定投资 5 万元,使旅行部与银行分立。6 月 1 日,正式改名为中国旅行社,并向国民政府交通部申请注册,经该部核准,于 1928 年 1 月获颁了第一号旅行业执照。

中国旅行社初步开展了代售火车、轮船客票,代办安排国人出境旅行的手续和事宜,组织和提供导游服务,发行旅行支票,创办《旅行杂志》等业务,尽管在经营上亏损,却赢得了社会各界人士的好感,扩大了影响,并获得了与外资旅行社竞争的能力。



2. 发展和成熟阶段

1927年6月至1937年抗日战争爆发,是中国旅行社获得巨大发展、逐步走向成熟的黄金时期。中国旅行社的业务发展很快,陆续增设的分社和办事处达45处。其拓展有一特点,即与国内交通线的开辟同步,如连云港开通,即设立墟沟、新浦两分社;浙赣铁路开通,即设金华、南昌分社。在人烟稠密的地区,著名的旅游点内和交通要冲之地又大量增设隶属于当地分社的支社、办事处。10年间,中国旅行社几次改组了总社机构,处理了中国旅馆业管理公司和三个分区管理机构,基本上形成了体系完善、地区分布合理的国际、国内旅游服务网络。客运服务从铁路、航运扩展到公路和航空,游览观光业务从散客扩展到团队,从国内旅游扩展到国际旅游,并且开辟了会议旅游的组织接待业务、行李和货运业务、铁路餐车业务,代办邮政、保险、旅游支票业务,改革和扩大了《旅行杂志》的发行,出版了多种旅游宣传品。特别是在创办饭店、招待所业务的过程中获得的巨大成功,使中国旅行社的资产额、营业收入、利润、经营实力、声誉、形象都得到了极大地提高,并开创了以金融资本为后盾、多功能连锁经营、形成区域优势和规模经济的旅游企业经营管理模式。

3. 调整保持阶段

1937年7月至1948年之前,是中国旅行社在战乱中求生存、求发展的特殊时期。1937年,抗日战争爆发,中国旅行社辛苦经营10余载的成就在日寇的摧残下损失殆尽。这个时期,中国旅行社基本中断了正常的旅行、游览业务,主要从事人民需要的客运、货运、招待所、食堂业务。随着战局变化,在各地和国外的分支机构有的撤停关闭,有的转移,也有的随时新建,旅行杂志社先迁桂林,后转重庆,但出版从未间断。抗战中,中国旅行社虽然在经营和资产方面遭受重大损失,但1945年后得以调整、重振和恢复。

中国旅行社的存在直接有利于上海银行的发展。自上海银行创办了旅行部以后,两者就起着相辅相成、互相促进的作用。更重要的是,中国旅行社对推动中国近代旅游事业的发展起了相当大的作用:①它是中国近代第一家正规的旅行社,它的创立标志着中国近代旅游业真正形成;②中国旅行社组织游览团,开发风景区,设立招待所,印发旅游报纸、刊物,分支机构遍布全国各地,既为中国旅游事业奠定了新的基础,又使相当一批中国人逐渐增强了旅游意识,使微弱的中国旅游业在20世纪二三十年代有了较大发展;③中国旅行社为后人留下了宝贵的经验,它的经营、宣传方式值得今天的旅游工作者了解与思考。

(二) 我国旅行社的发展

新中国成立之后的第一家厦门华侨服务社是中国旅行社(现已并入中国港中旅集团公司)的前身。中国旅行社的产生与发展经历了复杂的过程,其逐渐发展成为一个具有一定规模的经济行业始于1978年,因为我国旅行社的产生与发展在很大程度上受制于我国特定的社会经济制度。

据不完全统计,1949~1956年,我国旅行社的数量从最初的一家“厦门华侨服务社”增加到40多家,但却统一以华侨服务社(1957年组建中国华侨旅行服务社总社,1974年更名为中国旅行社)和中国国际旅行社(中央社为总社,地方省为分社,省以下为支社)为名,主要是为方便华侨、侨眷出入境探亲或旅行,加强政府与各国的交流,做好对外接待工作。两者都是由总社负责从国外引进客源,分、支社负责当地的接待工作。从体制上



说,两者都是直属政府的行政或事业单位。从那时到1979年,在20多年的时间中,这两个旅行社系统垄断了我国的旅行社行业,其业务都有发展,但接待量不大,这是由当时我国政府对旅游业的方针政策决定的。当时,办旅游主要是为了争取外国人和华侨等四种人来访,使他们更好地了解、同情和支持新中国,以扩大我国的对外影响,属于友好接待性质。那时,对旅行社的要求主要是取得接待工作的政治效果而不是经济效益;主要根据政治条件选择接待对象,而不是广为招揽;旅行社的体制是行政或事业单位而不是企业。

1978年12月召开的党的十一届三中全会,制定了改革开放的路线,为我国旅行社的发展开辟了新的道路。为了配合对外开放政策的实行,党中央和国务院决定,要利用我国丰富的旅游资源大力发展旅游业和大量引进海外旅游者,这样做的目的既是为广交朋友和扩大我国的国际影响,也是为国家的经济发展争取外汇和创造效益。在这种形势下,我国旅行社行业开始有了大发展,大体可分为以下几个阶段:

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,中国国际旅行社和中国旅行社的任务转变为接待自费来华的旅游者。1979年以后,国旅、中旅和在1980年成立的中国青年旅行社系统都得到很快发展,接待量增加了,分支社增多了,职工队伍扩大了,经验也丰富了,但是在一段时间内旅行社的体制基本维持原样。①我国旅行社行业仍由国、中、青三家垄断经营,在这三个系统中,三个总社基本上垄断了引进客源的外联权。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。②旅行社仍保持行政或事业单位体制,尽管旅游业已开始转向争取经济效益的产业轨道,但旅行社的经营管理还停留在不讲究经济效益的“大锅饭”体制。从此,我国的旅行社形成了“三足鼎立”的行业寡头垄断的局面。

为了满足急剧增长的国际入境旅游的需求,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,为了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。为了加强行业管理,国务院于1985年颁布了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”,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。到1987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,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1次负增长。我国旅行社的数量因此从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%。对于这种现状,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和旅游产业的不稳定性,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几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,我国政府开始允许台湾地区公民回国探亲和旅游,这是我国旅游业发展史上的又一重大突破,也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,有力地促进了我国旅行社行业的发展。到1994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(1995~2009年5月)

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门行政处罚权。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展提供了有力保障。到2002年,我国旅行社总数为11615家,其中国际旅行社1358家、国内旅行社10257家。我国旅行社行业的发展进入了一个全新的阶段。

2003年受“非典”疫情的影响,我国旅游业遭受重创,入境旅游和国内旅游出现10多年以来的第一次下降。全年共接待入境旅游者9166.21万人次,实现国际旅游外汇收入174.06亿美元,分别比上年下降6.4%和14.6%;国内旅游人数8.70亿人次,收入3442.27亿元人民币,分别比上年下降0.9%和11.2%;旅游业总收入4882亿元人民币,比上年下降12.3%;相当于当年全国国内生产总值的4.18%,比上年降低1.26%。但总体来讲,我国旅游业的发展势头良好,“非典”在给我国旅游业带来负面影响的同时,也提高了我国各类旅游企业的风险意识和抗风险能力。

在“非典”之后,虽然各种自然、经济、政治和社会事件给旅游业带来了不利影响,如国际金融危机、拉萨3·14打砸抢烧事件、汶川大地震等,但我国旅游业却实现了稳步增长。虽然受各种不利事件的影响,2009年中国旅游业收入仍达到1.26万亿元人民币,比前一年增长9%,其中国内旅游达19亿人次,同比增长11%,实现国内旅游收入1万亿



元,同比增长15%;出境旅游同比增长3.6%,增至4750万人次。《旅游业“十二五”规划》显示,到2015年,国内旅游人数将达33亿人次,年均增长10%;旅游业总收入年均增长12%以上,旅游业增加值占全国GDP的比重提高到4.5%,占服务业增加值的比重达到12%。这意味着,在接下来的5年中,旅游业的发展速度将远远快于其他行业。

旅游业的持续增长带动了我国旅行社业的大发展。依据国家旅游局发布的《2009年度全国旅行社统计调查公报》显示,截至2009年底,全国有旅行社21649家,同比增长4.63%;全国旅行社总资产585.96亿元,同比增长12.28%;旅行社直接从业人员为340894人,其中,导游人员112777人、领队人员29593人、会计人员32845人、经理人员84271人、其他人员81408人。

4.《旅行社条例》及《旅行社条例实施细则》背景下的我国旅行社发展(2009年5月至今)

我国《旅行社管理暂行条例》自1985年颁布以来,经历了三次修订,分别是1996年、2001年、2009年,修订的目的是为适应经济社会不断发展和国内外旅游市场不断变化的需要。从2009年的修订来看,旅行社行业及旅游行政管理工作面临许多问题和新形势:一是旅行社行业市场准入条件过高,不利于旅游产业的发展;二是旧的《旅游条例》从内容上看“重审批、轻管理”,行政约束性过强;三是随着我国加入世界贸易组织过渡期至2007年底结束,必须对外商投资旅行社的内容进行修改,以便于和国际接轨;四是我国法律体系的逐步完善对政府职能转变和依法执政提出了新要求;五是旅游产业不断发展,旅游团队业务量的增加,使旅行社朝网络化专业化方向发展,对旅行社及分支机构提出了更高的要求;六是旧的《旅行社条例》针对性和操作性不够强,旅行社经营行为缺少法律规范,经营活动中存在不正当竞争、侵害旅游者和导游人员利益等问题。

基于上述背景,2009年1月21日,国务院第47次常务会议审议通过,2月20日温家宝总理签署国务院令第550号,发布《旅行社条例》,于2009年5月1日起施行,1996年10月15日国务院发布的《旅行社管理条例》同时废止。以此为依据,2009年4月2日国家旅游局第4次局长办公会议审议通过《旅行社条例实施细则》,于2009年5月3日起施行,2001年12月27日国家旅游局公布的《旅行社管理条例实施细则》同时废止。《旅行社条例》及《旅行社条例实施细则》的实施带来了一系列的变化,着眼于与国际通行规则全面接轨,着力于保障游客利益,加大了对旅行社经营行为的约束力度,进一步体现“以人为本”的思想。新的《旅行社条例》在旅行社类别划分、审批权限、市场准入、分支机构设立、质量保证金数额、旅行社经营、年检、监督管理、法律责任等方面都做了相应的调整,这必然为我国旅行社今后的发展带来深远的影响。因此,新《旅行社条例》及《旅行社条例实施细则》将把我国的旅行社行业带入一个崭新的发展时期。

阅读材料 1-3: 中国最大的旅游企业集团——中国港中旅集团公司

中国港中旅集团公司的前身是著名银行家陈光甫先生于1928年4月创办的中国旅行社,1985年中央决定组建中国港中旅集团。港中旅集团是国务院国资委直接管理的国有大型骨干企业,与招商局集团、华润集团、中国光大集团并称为四大驻港中资企业。经过几



代人的开拓经营,现已发展成为以旅游为主业,以实业投资(钢铁和电力)、房地产、物流贸易为支柱产业的国有大型企业集团。截至2009年底,集团总资产为3400亿元人民币,共有员工6万余人,是中国旅游行业中规模最大、实力最强的企业。

港中旅集团控股的香港中旅国际投资有限公司是集团发展旅游主业的上市公司,经营集团在内地、香港地区、海外的地面旅行社、网上旅行社以及酒店、景区、度假区、高尔夫、客运等旅游相关业务,具有完善的现代旅游产业链和较强的旅游综合投资能力。旗下拥有香港中国旅行社有限公司、深圳世界之窗有限公司、深圳锦绣中华发展有限公司、香港中旅维景国际酒店管理有限公司、深圳芒果网有限公司、港中旅(珠海)海洋温泉有限公司、深圳聚豪会高尔夫球会有限公司、香港中旅汽车服务有限公司、北京天创国际演艺制作交流有限公司等一批在业界影响广泛、声誉良好的著名企业。

经国务院批准,自2007年6月22日起,中国中旅集团正式并入香港中旅(集团)有限公司,成为其全资子公司,港中旅按照管资产和管人、管事相结合的原则依法对中国中旅履行出资人职责。新集团总资产将由320亿元增加至350亿元,净资产由150亿元增加至170亿元,使港中旅集团在内地网络覆盖面更全、更广,酒店竞争力进一步提高。

中旅集团和港中旅原本是“父子”关系,港中旅隶属于中旅集团。2006年8月18日,国资委批准重组,中国中旅集团全资子公司中旅社总社获准将其港中旅的全部权益无偿转让给中国港中旅集团,中国港中旅集团将替换中旅社总社,成为香港中旅的唯一股东。港中旅在2006年脱离“父子”关系,分家另过之后,时隔不到一年,再次“拔份”,彻底将原来的“父子”关系颠倒过来,原来处于“儿子”角色的香港中旅“反并”中旅集团,不仅“辈分”提高,而且上演了国内旅游业最大的一起“合并”案。

(资料来源:1. 反吃中旅,港中旅拔份. SOHU 旅游网, <http://travel.sohu.com/20080322/n255853138.shtml>. 2. 中国港中旅集团公司网站, <http://www.hkcts.com/index.htm>)

第二节 旅行社的性质与职能

一、旅行社的概念

旅行社是为人们旅行提供服务的专门机构,它在不同国家和地区有不同的含义,而且不同国家和地区的法律对旅行社的性质也有不同的规定。

世界旅游组织对旅行社的定义为“零售代理机构向公众提供关于可能的旅行、居住和相关服务,包括服务佣金和条件的信息。旅行组织者或制作批发商或批发商在旅游需求提出前,以组织交通运输、预订不同的住宿和提出所有其他服务为旅行和旅居做准备”的行业机构。

欧洲关于旅行社的定义是,一个以持久盈利为目标、为旅客和游客提供有关旅行及居留服务的企业。这些服务主要是:出售和发放运输票证;租用公共车辆,如出租车、公共汽车;办理行李托运和车辆托运;提供旅馆服务、预订房间、发放旅馆凭证或牌证;组织