



全国高等院校旅游专业系列教材
QUANGUO GAODENGYUANXIAO LUYOUZHUANYE XILIEJIAOCAI

旅行社经营管理

梁 智 / 著

LÜXINGSHI
JINGYINGGUANLI



旅游教育出版社

全国高等院校旅游专业系列教材

旅行社经营管理

梁 智 著

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:陈 霁 赖春梅

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理/梁智著. —北京:旅游教育出版社,
2003.12

(全国高等院校旅游专业系列教材)

ISBN 7-5637-1146-5

I. 旅… II. 梁… III. 旅行社—企业管理—高等
学校—教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 102405 号

全国高等院校旅游专业系列教材

旅行社经营管理

梁 智 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx @ sohu.com
印刷单位	中国科学院印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	12.125
字 数	193 千字
版 次	2003 年 12 月第 1 版
印 次	2004 年 4 月第 2 次印刷
印 数	5001-8000 册
定 价	19.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

为适应旅游业的发展要求,满足旅游高等教育的需要,我们根据高等院校旅游专业的课程设置、教学目标,在国家旅游局人事劳动教育司的主持下,集合国内旅游高等院校的众多专家学者,自20世纪90年代起,先后出版了系列旅游高等院校教材。该套教材出版以来,得到了广大院校师生和业界的普遍好评,至今仍是众多院校的首选教材,一版再版。迄今为止,该套教材不仅为众多院校广泛使用,而且是规模最大、品种最多的一套高等院校旅游专业教材。

但是我们深知,教材出版本身是一个不断完善的动态过程,需要产业的推动、研究的深化、时间的积淀,更需要广大师生的参与。本着这一目的,根据21世纪旅游业的发展要求与广大师生的殷切希望,我们根据教育部与国家旅游局对旅游学科的规划与行业要求,对本套教材进行了必要的增补与修订,以确保该系列教材的科学性、权威性。

与原教材相比,本版教材注意了课程设置与教材编写的科学性、针对性、规范性,使整套教材更适合学科教学 and 行业发展要求。在此基础上,本版教材强调了教材的研究含量,旨在倡导教材编写的严肃性、高等教育的研究性,避免教材编写中存在的简单雷同现象,体现了国家骨干教材应有的规范性与原创性。可以说,本版教材是根据我国高等院校旅游专业教学实际,严格按照课程设置和教学目标设计安排教材内容,循序渐进,使教材的先进性与研究性在教材中得到充分保证。

在此次增补与修订中,我们始终强调教材编写应有的学术规范,无论从选题确定,乃至注释引文、参考文献,每一个细节都力求体现教材编写应有的学术规范。在体例安排上,为方便教学双方,本版教材在确保科学性、规范性的基础上,我们特别注意了以下内容的编写:一是除在内容上提供大量案例分析外,特别在每章前增加了“本章导读”,目的是既方便学生自学,又便于教师把握教学思路;二是在课后总结归纳出“专业词汇”,便于学生把握重点;三是在“思考与练习”中增加部分讨论题型,方便教师改变教学方式,启迪学生思维。同时,部分教材还列出推荐书目,供师生课外参考阅读或进一步研究使用。

为了实现这样的目标,我们先后在全国广泛遴选作者,聘请在学科研究与教学领域有所建树的专家学者担任教材的编写工作。不少作者都有相关领域的专著成

果作为教材写作的支撑,为本套教材的研究含量提供了必要保障。

作为国内惟一家旅游教育专业出版社,我们始终得到广大旅游院校师生的关心与帮助,在新世纪,我们更期待着大家一如既往的呵护。我们希望将我们的教材建设成为一个开放式的园地,能始终站在学科研究与行业发展的前沿,随时反映旅游教育最新发展的动态。我们期待着教材使用者的意见和建议,更期待着潜在作者的新思路、新理念、新观点、新教学方式——我们定会“从善如流”,不断调整完善现有教材,不断吸纳新的作者、新的观点。

旅游教育出版社

2003年7月

旅游管理译丛

《旅游市场营销(第二版)》

作者:菲利普·科特勒等 译者:谢彦君 定价:85.00 元

本书沿用了科特勒经典营销学著作的基本结构,阐述浅白流畅,深入浅出,很好地解决了旅游营销与一般产品营销的联系与区别问题。书中还提供了很多全球知名酒店连锁集团及餐饮企业的经验与教训。这次引进的版本为最新版,吸纳了上一版本出版后的一些建议,结构调整得更为科学。

《饭店业人力资源管理》

作者:凯茜·艾弗森 译者:张文等 定价:46.00 元

本书的作者是美国罗斯福大学的凯茜·艾弗森博士,该书于2001年由培生教育出版公司出版。艾弗森博士从事饭店业研究有几十年的历史,尤其对人力资源的研究更加权威,凭借几十年的理论与实践经验,他完成了此书。在书中艾弗森博士提出了许多崭新的概念,另外,在书中的每一章后面都提供了相应知识的网站,学习者可以登陆网站来获取更为全面的信息和知识。

《现代饭店管理技巧——从入住到结账(第六版)》

作者:加利·K·瓦伦 译者:潘惠霞 定价:65.00 元

这本书是经过时间检验的饭店管理经典著作。内容涵盖了饭店管理各个部门的运作程序,构建出已为世人公认的饭店管理理论体系和运作规范,且行文中时时闪耀着创新的光彩。

《对客服务艺术(第二版)》

作者:保罗·R·提姆 译者:肖洪根 李洪波等 定价:22.00 元

在语言表述形式上,作者深入浅出,各篇的开头有章节学习要点;结尾有章节重点归纳并配有活泼有趣的思考练习。本书对于大中专院校旅游管理、饭店管理、餐饮管理、公共服务及行政事业管理以及其他服务/管理类相关专业的师生都有很大的实用性和参考价值。

《旅游业成本控制》

作者:阿格尼斯·德弗郎科 译者:程尽能 王向宁 定价:48.00 元

旅游企业生产服务的各环节都会产生成本,而成本直接影响利润。就成本的地位而言,仅仅从传统的财务管理、会计等角度来研究成本问题是非常有局限性的。《旅游业成本控制》可以说是填补国内空白之作,从极为现实的角度探讨了旅游接待企业经营各环节的资源控制和管理方法。

以上图书各大新华书店均有销售。如需办理邮购,请按以下地址通过邮局汇款:

北京市朝阳区定福庄南里1号 旅游教育出版社 邮编:100024

汇款时请注明所购图书的书名,并请另加15%的邮寄费(200元以上免邮寄费)。

目 录

第一章 导论	(1)
本章导读	(1)
第一节 旅行社的历史与现状	(1)
一、旅行社产生的历史背景	(1)
二、旅行社行业的产生与初期发展	(1)
三、旅行社行业的成长与成熟	(4)
第二节 旅行社的性质与行业特点	(9)
一、旅行社的性质	(9)
二、旅行社的职能	(11)
三、旅行社的行业特点	(14)
第三节 旅行社的类型及其基本业务	(17)
一、旅行社的类型	(17)
二、旅行社的基本业务范围	(18)
典型案例	(19)
专业词汇	(20)
思考与练习	(20)
第二章 旅行社的设立	(21)
本章导读	(21)
第一节 旅行社设立的条件与旅行社管理人员的职业要求	(21)
一、旅行社设立的条件	(21)
二、旅行社管理人员的职业要求	(23)
第二节 旅行社的设立程序	(25)
一、准备阶段	(25)
二、申办阶段	(27)
第三节 旅行社的企业形式与组织结构	(28)
一、旅行社的企业形式	(28)
二、旅行社的组织结构	(30)
典型案例	(34)

专业词汇	(35)
思考与练习	(35)
第三章 旅行社产品的开发与市场营销	(36)
本章导读	(36)
第一节 旅行社产品的内涵与形态	(36)
一、产品的内涵与特征	(36)
二、旅行社产品的形态	(39)
第二节 旅行社产品的开发与管理	(43)
一、旅行社产品的设计与开发	(43)
二、旅游服务采购的管理	(49)
第三节 旅行社产品的促销与品牌管理	(52)
一、旅行社产品的促销	(52)
二、旅行社的品牌化经营与管理	(68)
典型案例	(70)
专业词汇	(71)
思考与练习	(71)
第四章 旅行社的接待业务	(72)
本章导读	(72)
第一节 团体旅游的接待与管理	(72)
一、团体旅游的类型与特点	(72)
二、团体旅游的接待过程管理	(75)
第二节 散客旅游与门市服务	(77)
一、散客旅游产品的类型	(77)
二、散客旅游业务的特点	(80)
三、旅行社的门市部业务	(81)
第三节 旅游票务与行李业务	(84)
一、旅行社航空票务中心的设立	(84)
二、旅行社的行李业务	(87)
典型案例	(90)
专业词汇	(91)
思考与练习	(91)
第五章 旅行社的人力资源开发与管理	(92)
本章导读	(92)
第一节 旅行社人力资源的开发	(92)
一、旅行社人力资源的内涵与特点	(92)

二、旅行社人力资源开发的内容与任务·····	(97)
三、旅行社的员工选择与聘用·····	(98)
第二节 旅行社人力资源的管理·····	(101)
一、旅行社人力资源的培训·····	(101)
二、旅行社人力资源的绩效评估与管理·····	(103)
第三节 旅行社企业文化建设·····	(107)
一、企业文化的构成·····	(107)
二、企业文化的建设·····	(109)
典型案例·····	(111)
专业词汇·····	(112)
思考与练习·····	(112)
第六章 旅行社的质量管理·····	(113)
本章导读·····	(113)
第一节 旅行社服务的质量管理·····	(113)
一、旅行社服务质量的内涵·····	(113)
二、旅行社服务质量管理的意义与评价标准·····	(114)
三、旅行社质量管理的内容与方法·····	(116)
第二节 旅游投诉的管理·····	(119)
一、旅游投诉产生的原因·····	(119)
二、旅游投诉的处理·····	(122)
第三节 旅游事故处理与旅游保险·····	(125)
一、旅游事故的类型·····	(125)
二、旅游事故的处理·····	(127)
三、旅游保险·····	(131)
典型案例·····	(141)
专业词汇·····	(142)
思考与练习·····	(142)
第七章 旅行社的财务管理·····	(143)
本章导读·····	(143)
第一节 旅行社的经营核算·····	(143)
一、旅行社业务核算·····	(143)
二、旅行社结算业务·····	(145)
三、成本费用的分析与控制·····	(146)
四、营业收入与利润管理·····	(148)
第二节 旅行社的资产管理·····	(149)

一、流动资产管理	(149)
二、固定资产管理	(151)
第三节 旅行社的财务分析	(152)
一、财务报表	(152)
二、财务分析	(159)
典型案例	(161)
专业词汇	(162)
思考与练习	(162)
第八章 旅行社行业的发展趋势	(163)
本章导读	(163)
第一节 国内外旅行社行业的发展趋势	(163)
一、发达国家旅行社行业的现状及发展趋势	(163)
二、中国旅行社行业的现状与发展趋势	(165)
第二节 信息技术在中国旅行社行业的应用	(170)
一、中国旅行社行业应用信息技术的现状分析	(170)
二、中国旅行社行业信息化建设的对策	(172)
第三节 中国旅行社行业的集团化发展趋势	(173)
一、中国旅行社行业的集团化建设与发展	(173)
二、中国旅行社行业的虚拟经营趋势	(175)
三、中国旅行社行业的跨国经营	(177)
典型案例	(179)
专业词汇	(180)
思考与练习	(181)
参考文献	(182)
后记	(184)

第一章

导 论

本章导读

本章介绍了旅行社的历史与现状,描述了旅行社的性质与特点,并重点介绍了旅行社的类型及其基本业务。通过本章的学习,应全面了解旅行社的性质、职能、基本业务、分工体系和类型等有关旅行社的基本问题,并对旅行社在现代旅游业发展中的作用要有明确的认识,从而为本课程的学习奠定坚实的理论基础。

第一节 旅行社的历史与现状

一、旅行社产生的历史背景

旅行社的产生是人类经济活动和旅游活动发展到一定阶段的产物,也是人类旅行活动长期发展的必然结果。

肇始于18世纪中叶的工业革命,在经历了近一个世纪的发展后,在英、美、法等国家取得了重大进展,并促使其经济结构和社会结构发生了巨大变化,这为旅行社行业的出现提供了各种有利条件。这些条件包括:

(一)交通条件的改善

工业革命促进了科学技术的进步,蒸汽机车和轮船相继出现,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。

(二)经济收入的增加

随着生产力的迅速提高和社会财富的急剧增加,有产阶级的规模日益扩大,他们具备了外出旅游的经济能力。

(三)旅游需求的产生

工业革命使部分欧美国家的城市化进程加快,改变了城市居民的生活方式,他们中不少人产生了对旅游产品的需求,旅行逐渐成为其中一部分人的经常性活动。

二、旅行社行业的产生与初期发展

世界上公认的第一家旅行社是英国人托马斯·库克(Thomas Cook)创建的托

马斯·库克旅行社。该旅行社成立于1845年。在此后的100多年里,旅行社行业经历了从最初的产业导入阶段、产业成长阶段到产业成熟阶段的发展历程,并且与旅游住宿行业、旅游交通行业并驾齐驱,成为现代旅游业的三大支柱性行业。

(一) 国外旅行社行业的产生与初期发展

1. 国外旅行社行业的产生

1841年,英国人托马斯·库克成功地组织了500人在莱斯特(Leicester)乘坐火车,前往拉夫伯勒(Loughborough)去参加在那里举行的禁酒大会。这次旅行被公认为世界上第一次包价旅游活动,库克的专职旅行代理商生涯也从此开始。随后,在1845年,库克组织了第一批前往英国利物浦的观光旅游团,这是托马斯·库克从事的第一次真正意义上的商业活动。库克亲自考察和安排了旅游线路,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、旅游团队组织和陪同及导游等多项内容的旅行社业务活动,体现了当今旅行社的基本业务,从而确立了旅行社业务的基本模式^①。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》。

1855年,库克首次组织英国旅游者前往欧洲大陆旅游,这次旅行途经布鲁塞尔前往巴黎,然后又参观了科隆、海德堡、巴登-巴登、斯特拉斯堡,最后返回伦敦。1864年库克的儿子——约翰·梅森·库克(John Mason Cook)正式参加了其父的托马斯·库克旅行社。1866年,约翰·梅森·库克负责组织该旅行社的第一个前往北美地区的旅游团。1869年,托马斯·库克组织旅游者在尼罗河上乘蒸汽游船进行游览,同年还组织了其他一些包价旅游团,包括一个前往巴勒斯坦的旅游团和一个参加苏伊士运河开航仪式的旅游团。1870年,托马斯·库克先后在布鲁塞尔、科隆、巴黎和维也纳建立了分公司。1871年,在原有旅行社的基础上,库克父子创办了托马斯·库克父子公司(Thomas Cook & Son Inc.),约翰·梅森·库克成为旅行社的正式合伙人。

1872年,由于通过苏伊士运河前往远东的旅行需求巨大,托马斯·库克在开罗开设了第一家办事处。同年9月26日,托马斯·库克组织了第一个包价环球旅游团,从利物浦出发,整个行程约40 000公里,共222天。1879年,约翰·梅森·库克采取了一项重大举措:在纽约市出版了其父在1851年编写的名为《远足者》的旅行产品目录,从而使他们的旅行社走进了国际市场。这样,旅行社便能够告诉欧洲、亚洲、美洲等地的旅游者有关其正在提供的旅行产品的信息。到了19世纪末,托马斯·库克父子已成为当时世界旅游市场上的领袖。

2. 国外旅行社行业的初期发展

继英国的托马斯·库克父子公司之后,欧美各国不断涌现出类似的旅行社组

^① 李天元:《旅游学概论》,修订版,天津,南开大学出版社,2000年8月,第21页。

织。在欧洲,英国相继出现了登山俱乐部(1857年)和帐篷俱乐部(1885年)。德国和法国则成立了观光俱乐部(1890年)。在北美,美国运通公司(American Express)于1850年从事旅行代理业务,并在1891年发售了第一张旅行支票。1915年,该公司正式设立了旅行部。翌年,旅行部组织了众多旅游团,其中包括分别前往远东地区和阿拉斯加的旅游客轮和前往尼亚加拉大瀑布和加拿大的包价旅游团。1922年,美国运通公司开始经营通过巴拿马运河的环球客轮旅游。在日本,则相继成立了“喜宾会”(1893年)和日本交通公社(1912年)。20世纪初叶,世界旅行社行业形成了美国运通公司、英国托马斯·库克父子公司和以比利时为主的铁路卧车公司(Compagnie Internationale des Wagons - Lits et des Grands Express Europeans)三巨头,国外的旅行社行业进一步发展。

(二)中国旅行社行业的产生与初期发展

1. 中国旅行社行业的产生

20世纪初期,英国的通济隆旅游公司(前身即托马斯·库克父子公司)、美国的运通公司旅行部等外国旅行社开始在上海等地设立旅游代办机构,总揽中国旅游业务,并雇用中国人担任导游。1923年8月,上海商业储蓄银行总经理陈光甫在其同仁的支持下,在该银行下创设了旅行部,成为中国的旅行社行业的开端。1927年6月,该旅行部更名为中国旅行社,从上海商业储蓄银行独立出来,并在华东、华北、华南等地区的15个城市设立了分(支)社。该旅行社是今香港中国旅行社股份有限公司的前身。此后,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^①。它们是中国旅行社行业处于萌芽期的旅行社,承担了中国人旅游活动的组织工作。

2. 中国旅行社行业的初期发展

由于20世纪80年代以前中国的特殊政治经济环境,导致旅行社行业的初期发展相对漫长且艰难。虽然,继中国旅行社在上海诞生之后,中国的其他地方也出现了一些旅行社,但是,它们的业务开展得并不顺利,行业规模尚未形成。到1949年中华人民共和国成立前夕,受战乱及其他相关因素的影响,中国的旅行社业务活动已濒于停顿。

1949年中华人民共和国成立后,旅行社行业开始逐步恢复和发展。1949年11月9日,厦门华侨服务社成立,为新中国的第一家旅行社。不久,福建的泉州、福州等地也相继成立了华侨服务社。1956~1957年间,天津、沈阳、无锡、大连、长春、哈尔滨、抚顺、汉口、南京、苏州、上海、杭州、昆明等城市相继建立了华侨服务社。1957年4月22日,华侨旅行服务社总社在北京成立,至1974年更名为中国旅行社(简称中

^① 国家旅游局人事劳动教育司:《导游业务》,第一版,北京,旅游教育出版社,1999年6月,第3页。

旅 CTS),成为当时接待港澳台同胞、海外华侨及海外华人的专业旅行社。

新中国成立后,我国的国民经济迅速恢复和发展,国际地位不断提高,国际交流与合作日趋频繁,一些国家的自费旅游者也前来中国观光和度假。为了做好接待工作,经政务院批准,中国国际旅行社(简称国旅 CITS)总社于 1954 年 4 月 15 日在北京成立,同时在全国一些省会城市、直辖市和相关口岸城市成立了 12 家分(支)社,负责接待来华的外国自费旅游者。不久,国旅总社与苏联国旅签订了互换自费旅游者的合同(1956 年)。1965 年,国旅总社与百余家外国旅行社建立了代理关系或有业务往来,接待自费旅游者人数首次突破万人次大关,达 12 877 人次。1966 年,国旅总社的规模进一步扩大,其在国内各地的分(支)社发展到 46 个。1978 年,国旅总社招徕接待外国旅游者人数首次突破 10 万人次大关,达到 124 555 人次,其中美国旅游者超过 1 万人次。

在中国的旅行社行业发展初期,中国旅行社(其前身为华侨服务社)和中国国际旅行社作为我国两大旅行社系统,通过长达 20 年的旅游接待实践,积累了一定的旅游接待经验,培养了相当数量的旅游业务人才,对旅行社的经营和管理进行了有益的探索,为我国日后的旅行社行业大发展奠定了良好的基础。但是,由于当时历史条件的限制,中国的旅行社行业没有得到充分发展,发展速度相对迟缓,与国外旅行社行业相比,其产业规模和经营业务的范围相对狭小,经营效益和管理水平亦相对落后。

三、旅行社行业的成长与成熟

(一)国外旅行社行业的成长与成熟

1. 国外旅行社行业的成长

第二次世界大战结束后,随着各国经济的恢复和发展,人们的经济收入,尤其是可自由支配收入大幅度增加,使他们拥有了前所未有的旅行支付能力。20 世纪 60 年代以后,西方经济发达国家及一些经济发展比较迅速的发展中国家和地区普遍实行了带薪假期,从而使人们有了更多的闲暇时间,能够进行较长时间的旅行。另外,科学技术的发展和应用,尤其是交通工具的改善和预订网络的建立,极大地方便了人们的外出旅行。旅行环境的改善,史无前例地刺激了社会化大众旅游需求。而旅游需求的大量产生又反过来拉动了旅行社行业的迅速成长。在第二次世界大战结束后至 20 世纪 80 年代初的 40 年里,旅行社的业务经营范围不断扩大,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。1987 年,世界旅行社协会联合会(Universal Federation of Travel Agents Association)已拥有 83 个国家的全国旅行社协会成员,代表 30 000 多家旅行社和旅游企业。

2. 国外旅行社行业的成熟

20 世纪 80 年代后期以来,以欧美地区经济发达国家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。据中国旅行社发展现状与发展对策研究课题组的研究结果,发达国家的旅行社行业正在从过去以私人企业为主体、以国家为界限的分散的市场,逐步向以少数大企业集团为主体的国际化大市场发展,并通过价值链进行纵向整合。同时,以美国、德国、英国等国家的大型旅行社为主导的企业兼并、收购与战略联盟,使得发达国家旅行社的所有权发生了极大的变化,形成了一批能够对整个市场产生重要影响的旅行社行业巨头^①。

(二)中国旅行社行业的成长

1. 中国旅行社行业的初步增长

中国的旅行社行业在经历了近 30 年的探索之后,于 20 世纪 70 年代末至 80 年代末开始了它的初步增长阶段。1979 年 11 月 16 日,全国青联旅游部成立。在此基础上,中国青年旅行社(简称青旅 CYTS)于 1980 年 6 月 27 日成立。根据国家旅游局的规定,此时全国只有国旅、中旅和青旅三家总社拥有旅游外联的权利,其中国旅主要接待外国来华的旅游者,中旅主要接待港澳台同胞和来华旅游的海外华侨和华人,青旅则主要接待来华的海外青年旅游者。三家旅行社通过在全国各地建立各自的分(支)社,形成了三个相互独立的旅行社系统,并形成了当时中国旅行社行业的寡头垄断局面。据有关资料显示,1980 年,国旅、中旅和青旅三大旅行社系统所接待的海外旅游者占当年来华旅游的有组织海外旅游者总人数的 80%,基本上垄断了中国的旅游市场。

为了促进我国旅游业的发展,适应旅游市场上出现的旅游需求变化,我国中央政府和旅游行政管理部门在这一时期出台了一系列有利于旅行社行业发展的法规和政策。1984 年,国家旅游局决定将旅游外联权下放,授予一些地方的旅行社以业务经营所必需的签证通知权,并允许更多的旅行社经营国际旅游业务。1985 年 5 月 11 日,国务院颁布《旅行社管理暂行条例》,将全国的旅行社划分为第一类旅行社(简称一类社)、第二类旅行社(简称二类社)和第三类旅行社(简称三类社)等三大类型。这三类旅行社的分工明确,一类社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;二类社不对外招徕,只经营接待一类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;三类社经营中国公民国内旅游业务。

《旅行社管理暂行条例》及相关旅游法规、政策的出台,打破了我国旅行社行业的寡头垄断局面,促进了旅行社行业的发展。经过数年的发展,到 1989 年,全国共有一类社 61 家,二类社 834 家,三类社 722 家。旅行社行业作为一个相对独立的

^① 中国旅行社发展现状与发展对策研究课题组:《中国旅行社发展现状与发展对策研究》,第一版,北京,旅游教育出版社,2002 年 2 月,第 103 页。

经济行业的局面已初见端倪。

2. 中国的旅行社行业调整

中国的旅行社行业调整始于 20 世纪 80 年代末,至 20 世纪 90 年代初结束。在行业初步增长阶段,旅行社行业迅速扩大,在一定程度上缓解了 20 世纪 80 年代初我国旅行社接待服务的供给不能满足急剧增长的旅游需求的矛盾,为适应当时的我国旅游市场的发展起到了一定的积极作用。但是,旅行社行业的急剧扩大也引发了旅游市场混乱、服务质量下降、企业间恶性竞争等严重问题,招致国外的一些旅游中间商和一部分旅游者的抱怨和投诉,对中国旅行社行业在国际旅游市场上的声誉造成不良影响。

与此同时,20 世纪 80 年代末至 90 年代初的国内外政治、经济等宏观环境因素的变化对 1989 年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。1989 年,中国接待的入境旅游者比上一年减少了 22.7%,旅游外汇收入减少了 17.2%(参见表 1-1)。一方面,旅行社的数量持续增长。另一方面,旅游者的到访人数则开始下降,并由此造成旅行社接待能力超过旅游市场需求的局面,使整个旅行社行业陷入困境,暴露了旅行社经营的风险性和旅游产品的脆弱性的问题。与此同时,全球的旅游市场上兴起了保护旅游者消费权益的潮流,对旅行社的经营方式和产品结构提出了挑战。总之,国内外宏观环境和旅游市场的变化,要求我国的旅行社行业必须进行行业调整。

宏观旅游环境的变化、供大于求的旅游市场和旅行社之间残酷竞争的现实,推动我国的旅行社行业进入了行业调整阶段。由于经营困难、管理不善及对行业发展前景悲观等原因,一部分旅行社退出了此行业,使旅行社的总量减少。1991 年,全国共有各类旅行社 1 561 家,比行业调整前的 1989 年减少了 56 家,下降幅度为 3.5%。在行业调整过程中,有的旅行社经营者选择了退出,更多的旅行社经营者则采取了理性面对和深刻反思的态度。他们认真总结了以往经营管理工作的经验教训,调整企业的组织结构和产品结构,开拓新的旅游客源市场,努力探索走出困境的途径。

经过近 5 年的不懈努力,我国的旅行社行业终于顺利完成了行业调整,旅行社行业的经营管理水平、接待服务质量和市场开发、产品设计能力均较前一阶段有了明显提高,为即将到来的行业增长阶段奠定了坚实的基础。同时,宏观旅游环境也发生了有利的变化。首先,自 1989 年起,来自我国的台湾地区和前苏联各国的旅游者人数急剧增长,为我国旅行社行业的发展提供了新的客源市场。其次,我国政府采取了一系列的有力措施,为旅行社行业调整产品结构和开拓新的业务经营范围提供了有利条件。1987 年,国家首先开放辽东丹东口岸至朝鲜新义州一日游,并相继开放了中朝、中俄、中蒙、中哈、中越、中缅等边境旅游口岸。1990 年,国家同意开办我国公民出国探亲旅游。1991 年,第一个出国探亲旅游团队成行。自

此,出境旅游市场开始形成,旅行社行业不仅获得了更为广阔的客源市场,而且提高了在国际旅游合作中的地位和影响力。最后,随着我国国民经济的发展和人民生活水平的提高,国内旅游也出现了大幅度增长的良好势头。1994年,我国国内旅游人数达5.24亿人次,国内旅游收入达1 023.51亿元人民币。至此,我国旅行社的经营范围由最初的单纯接待入境旅游者,发展成为入境、出境和国内旅游三大业务并举的局面,有力地促进了整个行业的发展。截至1994年底,全国共有各类旅行社4 382家,比1991年增加了2 821家,增长了1.8倍。

3. 中国的旅行社行业增长

经过调整,旅行社行业在20世纪90年代中期迎来了新的发展阶段——行业增长阶段。在这个阶段,我国旅行社行业的宏观经营环境、旅游市场、行业规模和经营效益均发生了显著的变化。

(1)国务院、国家旅游局及相关部门相继出台了一系列的旅游法规和政策。1995年,国家旅游局颁布了《旅行社质量保证金暂行规定》和《旅行社质量保证金暂行规定实施细则》。1996年,国务院颁布了《旅行社管理条例》,调整了我国的旅行社的分类,按照经营的业务范围将旅行社划分为经营入境旅游业务、出境旅游业务和国内旅游业务的国际旅行社和专营国内旅游业务的国内旅行社两大类型。同年,国家旅游局为实施《旅行社管理条例》,发布了《旅行社管理条例实施细则》。1997年,国家旅游局颁布了《旅行社质量保证金赔偿暂行办法》、《旅行社质量保证金赔偿试行标准》、《旅行社经理资格认证管理规定》和《旅行社办理旅游意外保险暂行规定》。同年,经国务院批准,国家旅游局和公安部联合发布了《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》。1999年,国务院颁布了《导游人员管理条例》。2001年,国家旅游局颁布了《旅行社投保旅行社责任保险规定》。这些旅游法规的颁布和实施,既保障了旅游者的合法权益,也为旅行社的经营和行业发展提供了良好的旅游法治环境。

(2)20世纪90年代中期以来,我国国民经济进入快速发展的阶段,城镇和乡村居民的收入水平明显提高,并产生了强烈的旅游需求。国家实行的双休日制度和较长的节假日使人们拥有了较多的闲暇时间,能够进行较长距离的外出旅游活动。民航部门增加班机和包机,铁路部门数次提速、全国高速公路网的建设以及大量新型旅行客车的生产为人们外出旅行提供了更大的便利。这一切都推动了旅游市场的发展和繁荣,为旅行社的经营提供了大量的客源。1998年以来,我国旅游市场上出现的春节、“五一”和国庆节三大旅游黄金周,就是明显的例证。

(3)伴随着旅游宏观环境和旅游市场的改善,旅行社的行业规模日益扩大。到2002年年底,全国的旅行社数量上升至11 615家,直接从业员工22.91万人,其中,导游人员8.69万人、领队人员1.48万人、会计人员2.28万人、经理人员4.95万人。全国旅行社资产412.25亿元,营业收入710.63亿元,旅游业务收入