



21世纪高等院校旅游管理专业联编教材

旅行社经营管理

- 主 编 纪俊超
- 副主编 尹 敏 郑坚强

华南理工大学出版社



21世纪高等院校旅游管理专业联编教材

旅行社经营管理

Lüyou

Lüxingshe Jingying Guanli

主 编 纪俊超
副主编 尹 敏 郑坚强

华南理工大学出版社

·广州·

内 容 简 介

本书以旅行社经营与管理方面的经典著作为基础,以近年来国内外旅行社经营与管理的实践为依据,反映了旅行社经营与管理的最新发展动态和研究成果。全书分为九章,系统介绍了国内外旅行社概况,旅行社的分类与设立,旅行社产品与营销接待业务、后勤采购、人力资源、财务危机管理及旅行社业的发展趋势等内容。

本书既可作为高等院校旅游管理专业的专业教材,也可作为旅行社管理人员的培训教材,还可作为旅游管理和研究人员的参考读本。

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营管理/纪俊超主编. —广州:华南理工大学出版社, 2004. 12

(21 世纪高等院校旅游管理专业联编教材)

ISBN 7-5623-2191-4

I. 旅… II. 纪… 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 (2005) 第 013522 号

总 发 行: 华南理工大学出版社 (广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

发行部电话: 020 - 87113487 87111048 (传真)

E-mail: scut 202@scut. edu. cn http: //www. scutpress. com

责任编辑: 周莉华

印 刷 者: 广东省阳江市教育印务公司

开 本: 787 × 960 1/16 印张: 20 字数: 444 千

版 次: 2004 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

印 数: 1 ~ 3000 册

定 价: 30.00 元

版权所有 盗版必究

“21 世纪高等院校旅游管理专业联编教材” 编委会

顾 问 魏小安（研究员，原国家旅游局规划发展与财务司司长）

主 任 徐印州（教授，中国商业经济学会副会长，广东商业经济学会会长，教育部工商管理学科专业教学指导委员会委员）

副主任 张永安（教授，博士生导师，广东商业经济学会副会长）

康耀红（博士，教授）

余国扬（教授）

主 编 张伟强

副主编 肖 星 田 勇

编 委 （按姓氏笔画排序）

马 莹（海南大学）

甘巧林（华南师范大学）

田 勇（江西师范大学）

冯淑华（江西师范大学）

庄伟光（广东省社会科学院）

许秋红（广东技术师范学院）

纪俊超（海南大学）

李琼英（华南师范大学）

肖 星（海南大学）

陈 鸣（广东技术师范学院）

陈文君（广州大学）

张玉明（广东商学院）

张伟强（广东商学院）

胡 林（广东商学院）

黄培伦（华南理工大学）

董林峰（海南大学）

傅云新（暨南大学）

蔡茂生（广东技术师范学院）

总 序

20 世纪 70 年代以来,随着全球经济社会以及高新技术的发展,旅游业迅速成长为一个充满活力和生机的新兴产业,为当今世界最大的朝阳产业之一。中国旅游业经历了一个从无到有、从小到大的历史发展过程。从严格意义上来说,中国旅游业的蓬勃发展并形成产业是近 20 年的事情。改革开放以来,中国旅游业的发展取得了举世瞩目的成就,中国已成为一个旅游大国,中国旅游业已名列世界前茅。根据世界旅游组织的预测,21 世纪中国将成为世界重要的旅游目的地。中国已经形成了一个结构比较完善、品质比较高端并积累了一定经验的旅游产业基础,与此同时,中国的旅游教育事业得到了空前发展,据不完全统计,到目前为止已经有近 200 所院校设有旅游管理或相关专业。

然而,我国旅游业与发达国家和地区的旅游业相比还存在着较大差距。第一,我国住宿业、旅行社业、景区景点的发育程度都不是很成熟,而目前国外的饭店业、旅行社业、景区景点已经走上由单体向部门的融合又从部门融合发展到跨行业、跨地区的融合,形成了集团化、网络化、国际化、品牌化的跨国集团。第二,我国旅游业对当代科技手段的运用还远远落后于发达国家。目前发达国家旅游者三分之二的人已经实现了网上旅游,而我国还没有非常完备的网上旅游全程服务的企业,即使有些企业有,规模也很有限。第三,我国旅游业的发展环境,如景区景点的道路、标识,旅游咨询服务的网络建设等,还有很多不足之处。第四,我国在旅游管理专业人才的培养上也有待加强。长期以来我国旅游理论研究滞后于旅游实践,在高校旅游管理专业的教材建设上,表现出“引多创少”、“北强南弱”的现象。为适应 21 世纪旅游教育事业实践的需要和发展,丰富和加强旅游学科的建设,华南理工大学出版社组织了全国近 20 所高等院校的一批年富力强、富有创造力和实践经验的旅游管理专业中青年骨干教师、专家、教授编写了这套“21 世纪高等院校旅游管理专业联编教材”。

本套教材立足于博采众长、兼收并蓄、综合提高的总体原则,体现传统

与现代、理论与实践的结合，注重实用，突出实操与案例，并重视与国际接轨，形成了明显特色：（1）系统性强，本系列教材涵盖旅游管理专业的所有基础学科及新兴相关学科，每种教材自成体系的同时也兼顾到教材之间的横向联系；（2）严格根据教学计划、教学大纲的要求，编创结合，既保留经典的内容，更把原创的研究成果、新观点融入其中；（3）注重教材内容的区域特色与国际研究前沿的结合、中外案例的结合、成功与失败案例的结合，拓宽视野；（4）适应信息化教学的需求。根据教材的内容及该课程的教学特点有选择地配有专门开发的多媒体课件（软件），包括教学计划、教学大纲、教学内容、图表图片、电子地图等模块。课件界面友好，具有较强的二次开发功能，与常用的 Powerpoint 软件使用方法相同，教师可以根据具体教学情况适当增加、删减有关内容，使得教学实践活动更加生动与丰富多彩。

本套教材适合于各类高等院校的旅游管理专业本科生、专科生及相关专业学生作为教材，也可以作为从事旅游研究、旅游管理等有关人员提高研究和管理水平的参考书。

张伟强
2004 年 12 月



前言

目前全国高校、全国自考和旅游行业考试培训中所用的旅行社经营与管理类教材有几十部,各自有着不同的编写特点、编辑意图和编写背景。旅行社管理虽然也属于企业管理的范畴,但它却具有更明显的行业特点,加上旅游业的发展迅猛异常,旅行社所面临的情况千变万化,这就给我们的理论研究提出了严峻的挑战。再加上旅行社的经营和管理是实践性极强、极具变数的一项企业活动,内外政策、经营环境的波动都会影响它的运作。所以,要使理论的总结更具指导性、实用性,就必须紧随国内外旅行社经营管理的趋势,不断引进新的研究成果和有创意的理论,使旅行社经营管理者及理论研究者能够永远站在时代的前列和发展的制高点,循着时代的脉搏开创旅行社经营管理与研究的新局面。

本书的编写以旅行社经营与管理方面的经典著作为基础,汲取众家之精粹,以近年来国内外旅行社经营与管理的实践为依据,采撷百家之大成,力求在书中反映出旅行社经营与管理的最新发展动态和旅行社经营与管理研究中的最新成果。介绍旅游发达国家旅行社运作的案例与经验,提供现代旅行社运营管理的新视野、新思路。

本书的最大特点是介绍了旅行社经营管理的新内容、新观点、新动向,诸如旅行社产品的创新,旅行社的危机管理,可持续发展与旅行社管理,国外旅行社运营管理案例等。另外,本书在每个章节前后都安排有提示性内容和辅助性案例,以帮助读者进一步了解和理解旅行社运营管理,明白旅行社运营管理的真正意义。因此,本书既可作为高等院校旅游管理专业的专业教材,亦可作为旅行社管理人员的培训教材,还可作为旅游管理和研究人员的参考读本。

本书的基本框架及主要观点由海南大学旅游学院纪俊超教授提出,并经参编人员讨论后决定。本书由纪俊超教授任主编,江西师范大学尹敏、佛山科技学院郑坚强任副主编,参加编写的人员还有:华南师范大学旅游管理系瞿华,海南大学旅游学院吴珏、王永强。



本书编写的具体分工如下：纪俊超负责第一章、第四章、第八章以及前言和附录部分的编写。郑坚强负责第二章和第九章的编写。尹敏负责第三章的编写。王永强负责第五章的编写。瞿华负责第六章的编写。吴珏负责第七章的编写。另外，韶关学院旅游系陈婉儿老师还给本书提供了一些有价值的案例和旅行社实务资料。最后由纪俊超统稿协调最终定稿。

感谢华南理工大学出版社给我们提供了这样一次合作的机会，感谢他们为此而做出的种种努力。感谢海南大学旅游学院、江西师范大学历史文化与旅游学院、华南师范大学旅游管理系、佛山科学技术学院、韶关学院旅游系等单位 and 部门的热情支持和鼓励，使我们能在有限的时间内完成这项任务。感谢所有参考文献的著作者，要是没有他们的前期劳作就没有我们的后期成果，我们想尽量多地在文后列出所有的参考文献，但因篇幅所限还是未能如愿，敬请谅解。

由于编者水平及资料所限，本书作者虽经努力，还是难免有不足之处，谨望广大读者批评指正，以便今后再作修订和完善。

编 者

2004. 10. 30

于海南大学旅游学院



目 录

1 国内外旅行社概论	(1)
1.1 旅行社的产生与发展	(2)
1.2 旅行社运作的现状与职能	(20)
1.3 旅行社的基本业务和业务特点	(27)
1.4 旅行社的经营环境与分工体系	(29)
1.5 旅行社的行业组织	(35)
2 旅行社的分类与设立	(40)
2.1 旅行社的类别	(40)
2.2 国内外旅行社类别的比较	(43)
2.3 旅行社的设立	(46)
2.4 旅行社的组织结构与组织管理	(52)
3 旅行社产品及营销管理	(60)
3.1 旅游产品与旅行社产品	(60)
3.2 旅行社市场策略的 STP	(66)
3.3 旅行社市场营销管理	(71)
3.4 旅行社产品的促销	(85)
4 旅行社接待业务的管理	(93)
4.1 旅行社接待业务的基本性质与特点	(93)
4.2 旅行社接待的计划与成本及标准与程序	(95)
4.3 旅行社导游人员的管理	(100)
4.4 旅行社团队与散客的接待管理	(110)
4.5 旅行社接待服务的质检管理	(114)
5 旅行社后勤采购管理	(122)
5.1 旅行社计调工作的性质和任务	(122)
5.2 旅行社计调工作的管理	(124)



5.3	旅行社的票务管理	(143)
5.4	旅行社行李业务的管理	(155)
6	旅行社人力资源管理	(162)
6.1	旅行社人力资源管理的概念、意义及特性	(162)
6.2	旅行社人力资源的配置	(165)
6.3	旅行社绩效的考评	(177)
6.4	旅行社收入分配管理	(179)
7	旅行社的财务管理	(188)
7.1	旅行社的资金管理	(188)
7.2	旅行社的成本与费用管理	(200)
7.3	旅行社的营业收入与利润管理	(204)
7.4	旅行社结算管理	(209)
7.5	旅行社财务分析	(212)
8	旅行社的危机管理	(226)
8.1	危机、风险与旅行社危机管理的意义	(226)
8.2	旅行社危机的表现形式	(234)
8.3	旅行社危机管理与处理的策略	(238)
8.4	旅行社危机管理的原则与措施	(241)
9	旅行社业的发展趋势	(251)
9.1	中外旅行社的现状与未来	(251)
9.2	旅行社产品的创新	(260)
9.3	旅行社业务的规模化与多元化经营	(265)
9.4	信息技术对旅行社业务的影响	(268)
附录		(274)
附录1	旅行社管理条例	(274)
附录2	旅行社国内旅游服务质量要求	(279)
附录3	旅行社质量保证金暂行规定	(282)
附录4	旅行社投保旅行社责任保险规定	(283)
附录5	旅行社经理资格认证管理规定	(285)
附录6	出境旅游领队人员管理办法	(287)



附录7 导游人员管理条例	(289)
附录8 导游服务质量	(291)
附录9 旅游安全管理暂行办法	(297)
附录10 旅游投诉暂行规定	(298)
附录11 中国已开放的出境旅游目的地国家(地区)名单(部分)	(302)
参考文献	(304)



1 国内外旅行社概论

□学习要点

- 熟悉旅行社的产生与发展背景
- 掌握我国旅行社的性质与职能
- 掌握我国旅行社的基本业务
- 了解旅行社的分类体系及分类制度
- 熟悉旅行社的行业组织

旅游业已经成为国民经济的一个重要行业，在社会经济发展中发挥着非常重要的作用。从世界范围来看，旅游业是迅速发展的一个新兴现代产业。二战以后，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，逐渐成为当今世界上发展前景广阔、产业规模庞大的新兴产业之一。自 1993 年起，世界旅游业的总收入一举超过了汽车工业和石油工业，成为名副其实的朝阳产业。旅游活动是人类的生活需求之一，是较高品位和格调的消费方式，是精神追求和文化享乐的新型载体，是较发达社会评估生活质量的重要指标。

世界旅游组织（WTO）2002 年公布的统计数字显示，2002 年全球国际旅游者达到 7.15 亿人次，比上年增长 3.1%。经国家统计局确认的统计结果表明：2002 年，我国旅游业总收入达 5 566 亿元，比上年增长 11.43%，高出国民经济总体增长速度 3 个百分点。目前，我国已有 20 多个省市在“十五”规划中将旅游业确定为支柱产业。

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。在我国，人们通常将旅行社、住宿业和交通运输业称为旅游业的“三大支柱”。

毫无疑问，旅行社在旅游业中扮演着越来越重要的角色，其网络与分销系统使旅游业中的各个部门能够紧密地联系在一起。如果离开了专业旅行社的各种专业服务，整个旅游系统的运作将会出现难以想像的混乱，民航、饭店等部门的经营将会增添许多困难，旅游者将无法享受到方便实惠的一站式旅游服务。因此，追溯旅行社的渊源，分析旅行社产生的背景和发展的原因，全面认识旅行社的性质与作用具有十分重要的现实和历史意义。



1.1 旅行社的产生与发展

1.1.1 国外旅行社产生与发展的背景

旅行社最早出现在19世纪中叶的西欧和北美地区,是社会经济发展到一定阶段的产物,人类旅游活动发展的必然结果。当时的产业革命已经在这些地区获得了重大进展,经济结构和社会结构发生了巨大变化,加速了城市化的进程,改变了一部分人的生活方式,改变了人们的工作性质,大工厂枯燥单调的机器操作使得疲于奔命的工人们渴望避开工作压力,避开城市生活,调整身心,得到休息。当时的产业革命也使社会结构发生了很大的变化,旅游日益普及,成为有产阶级日常生活的一项重要内容。而工人阶级也有了一定的闲暇时间并争取到了带薪假期,旅游逐渐成为人们经常性的活动,从而为旅游业的发展提供了大量的客源。于是现代意义上的旅游需求有了产生与发展的可能。另外,产业革命也促进了科学技术的进步,蒸汽机车和轮船相继出现。蒸汽机技术在交通运输中的应用,为旅行提供了快捷方便的交通工具,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,为现代旅游的实现创造了基本条件,从根本上改善了当时的水陆路交通状况,对旅游业的发展产生了深远的影响。

随着社会上大量旅游需求的出现,专门为旅游者提供组织、安排旅游活动的服务机构也相继产生了。因为越来越多的有能力支付旅游费用的消费者却往往因缺少旅行经验,缺少旅游知识而对旅游望而生畏。正是在这种形势下,世界上第一家组织旅游的专业旅行社在英国应运而生。

第一次世界大战后,旅行社有了进一步的发展,数量上有了较大的增加,规模上也有所扩大,出现了诸如托马斯·库克旅行社和运通旅行社之类的大型旅行社。旅行社所组织的旅行活动扩展到西欧、北美以外的地区,所利用的旅行交通工具由过去的火车和轮船发展到火车、轮船和大型汽车。另外,旅行社所经营的旅游产品也由原先的观光旅游一个品种发展到包括观光旅游、探险旅游等多个品种。

第二次世界大战后,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,相对增加了游览的时间。另一方面又由于社会生产力的发展和劳动生产率的提高,人们的经济收入特别是可自由支配收入大量增加,使人们的外出旅游有了经济条件,再加上人们余暇时间的增加,使人们可以从事包括旅游活动在内的各种社会活动。于是,旅行社得到空前的发展,规模不断扩大,经营产品不断增多。

1.1.1.1 英国托马斯·库克旅行社

托马斯·库克旅行社成立于1845年,是以其创业者的名字来命名的,世界上公认其为第一家以旅行业务为主要经营内容的商业性旅行社。

托马斯·库克(Thomas Cook)是一位虔诚的浸礼教徒,热衷于禁欲。1808年11



月22日生于英国的英格兰,幼年家境贫困,10岁时辍学后成为一名园艺学徒工。雇用他的那位老园丁年轻时曾闯荡四方,经历丰富,知识渊博,他经常给库克讲故事,为库克描绘了一个广阔、美好的外部世界。后来的一天晚上,老园丁因醉酒而被活活冻死在雪地上。此事激起了库克对酒的强烈厌恶。

此后,库克投奔到姑父家里做木匠。姑父开一家木器店,但有嗜酒的毛病。库克到他家后,姑父就不再管事,整天喝得迷迷糊糊,最后也因嗜酒而死。17岁时,库克听到了当地基督教浸礼会宣讲的一个教义,其中戒酒的内容使他深受感动,为此他毫不犹豫地加入该会,成为一名忠实的信徒和传教士,并力劝戒酒。他每年至少要走3 000里去传教,因此对各地风光有了充分的认识。这些活动和见闻对其思想上的熏陶,是后来库克创立旅行社的原动力,也是他提倡观光活动平民化的理想基石。

真正的企业家都有远大的目标,这一目标不是以赚钱为目的,而是要实现他的夙愿,完成他的抱负。库克事业的发端,就是来自他要帮助人们戒酒的愿望。为了帮助人们戒酒,他特意组织了一个戒酒会。嗜酒的人,多半精神苦闷、意志消沉,为了帮助他们摆脱精神上的苦恼,库克决定组织会员们出外旅行,看看外面的世界。

每次的聚会,都成了这些人们廉价旅行的机会。大自然与醉乡是两个完全不同的世界,由此很多人在接近大自然的同时脱离了醉乡。戒酒的成功使得库克名闻遐迩,也使得库克酝酿出了发展旅行的计划。于是,他把会期安排在铁路沿线的几个重镇上,让会员们有一个旅行观光的机会。为了减轻会员的负担,他还要求铁路当局在票价上打折优待。这就是他开创旅行事业的起点。

1841年,库克包租一列火车,创造性地组织了570人乘火车从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会,全程11公里,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。虽然库克本人没有从这次活动中获得利润,但是作为一位具有远见卓识的人,库克从这次活动中看到了公众对具有专门知识的旅行安排人员的需要和旅游活动所具有的巨大商业机会。1845年,库克辞去传教士工作,在莱斯特正式成立了世界近代史上第一家商业旅行社:托马斯·库克旅行社,开始专门从事旅行代理业务,经营火车旅行业务,成为世界上第一位专职旅行代理商。当年夏天他就组织350人,进行了为期一周的从莱斯特到利物浦的团体消遣旅游。为了此次旅游还整理出版了《利物浦之行指南》,并专设了旅游向导。

翌年,库克包租了一列火车和一艘汽轮,组织330人前往苏格兰旅行。1851年是库克旅行社的大转机之年,当时正值伦敦水晶宫举行世界博览会,库克抓住这一机会组织了一次大型活动。因为人力不足,他就让儿子充当助手,负责在伦敦的接待工作,为客人安排交通工具和住宿。这次活动每人收费5先令,包括路费以及在伦敦的食宿。去博览会之前,小库克首先把有价值的参观项目给予介绍,并把参观路线印成小册子,人手一册。另外,小库克还为每位游客准备了一顿廉价的午餐,以减轻他们的负担。为了帮助人们参与活动,库克父子公司还成立了一个储蓄会,仅仅在约克郡就使得165 000



人参加了那次博览会的“旅游”。

四年之后的1855年,世界博览会在巴黎举行。库克又一次买下了40万张门票,以包价的形式(包住宿及往返旅费共计36先令/4天)组织游客赴法国旅游,为客人负责所需的一切,从语言交流到外汇交换,甚至还有护照签证的办理。由此世界上包价旅游初显端倪。后来游客太多,他又增订10万张门票。仅仅四年时间,他代理的游客增加了3倍以上。之后,他又组织旅行团到世界花园——瑞士观光旅游,前后21天,仅仅收费100美元。1856年,他首次组织旅游者周游欧洲数国,并配备了专职导游员。1860年后,库克旅行社已经成为许多轮船公司和铁路部门的票务代理。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(Thomas Cook and Son Ltd. 又名通济隆旅行社),将营业地点迁往伦敦。他在大西洋两岸建立了办事处,不仅预售轮船与火车客票,而且还组织客人到欧洲、中东旅游。之后又相继在非洲和亚洲设立了分公司。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·库克也已经成为一个家喻户晓的旅游代名词。

当年库克64岁,他亲自到美国进行了考察。考察后他认为,在美国发展旅游事业比在英国更有前途,于是就把库克公司总部迁到了纽约,并以此为基点向世界各地拓展。美国的黄石公园(建于1872年)对公众开放后不久,托马斯·库克父子公司便开始在那里经营旅游业务。随着业务的不断增加和经验的逐步积累,托马斯·库克旅行社将其经营业务扩展到了印度和亚洲其他地区。1874年库克公司首开发行旅行支票的先河,把支票用于旅馆、餐馆、商店和旅游景点,并可在银行兑换。

1879年,库克退休后,由约翰和其他三个儿子主管经营旅行社的业务。1892年7月18日,84岁的托马斯·库克去世于莱斯特,但库克敢为人先,不畏艰险的竞争与创业精神为其后人所继承。1931年,托马斯·库克旅行社与在欧洲大陆上经营卧车旅行业务的怀根—里特公司合并。合并后,该公司在世界各地设立了越来越多的分公司,为入境旅游者提供旅行支票兑换服务、安排观光游览活动及组织所在地居民外出旅游。如今,托马斯·库克旅行社已经建立起遍布世界各地的分支机构网络,经营各种旅游业务和提供与旅游相关的服务。托马斯·库克旅行社被公认为世界上最大的单纯经营旅游及其相关业务的公司。至1939年,通济隆旅行社在世界各地设立的分支机构已达50余处。

托马斯·库克在旅行社的经营中首开先河,创造了规模化组团,随团陪同,导游服务,编印旅游手册,包价旅游,设立分社等模式。这些行之有效的经营方法至今仍被许多旅行社所沿用。托马斯·库克亦因他为旅游业所做出的重大贡献而被载入了世界旅游史册。

1.1.1.2 美国运通旅行社

美国运通旅行社(American Express Company)是目前美国最大的国际旅游、金融和



网络服务供应商。该社最初成立于 1850 年的美国纽约州包法罗市,当时该公司所经营的是货物、贵重物品和现金的快递业务。这种业务在当时具有很大的吸引力,受到广大公众的热烈欢迎。随着美国人口不断地涌向西部地区,人们对快递服务的需求与日俱增,于是美国运通公司便将业务范围逐渐地扩展到俄亥俄州、伊利诺斯州和衣阿华州。

1852 年,运通公司的另外两位董事,亨利·怀尔斯和威廉姆·法尔戈提出要把运通公司的业务范围扩展到加利福尼亚州,但却遭到了其他三位董事的反对。于是,怀尔斯和法尔戈便成立了怀尔斯法尔戈联合公司,后来这一公司就成了美国西部首屈一指的快递公司。这样一来,两个公司联手合作,运通公司负责的业务可以直达密苏里河地区,而怀尔斯法尔戈公司则负责河西区域。

到 19 世纪 60 年代中叶,运通公司已在美国 10 个州建立了 900 个办事处,当时的竞争对手是商业联盟快递公司。经过几年的激烈竞争后,这两家公司握手言和,成为美国商业联盟快递公司,包揽了东海岸与中西部地区的所有快递业务。直到 1973 年,美国运通公司才恢复其最初的名称。

1864 年,美国邮政部首次推出汇票邮递业务,到 1880 年,每年有一亿多美元的资金以汇票的形式流动。这一措施对美国运通公司的经营利润造成了严重的损害,因为在此之前,现金主要以快递方式在美国各地流动。面对这一形势,美国运通公司原总裁的儿子,接替该职位后任总裁达 33 年之久的詹姆斯·法尔戈决定对其进行反击,便于 1882 年推出了运通公司自己的汇票。这一行动立即获得成功,因为美国邮政部的汇票只能在各地的邮局里交易,而运通公司的汇票则可以在杂货店、火车站和运通公司设在各地的分支机构里交易。

1890 年,美国运通公司总裁法尔戈前往欧洲旅行,随身携带着信用证,以便到国外的银行兑换现金。尽管法尔戈有着良好的信誉,但是他仍然难以兑换到现金。回到美国后,他立即着手制定一项计划,旨在设计出一种既能够转换成现金又不怕丢失的凭证。1891 年,美国运通公司推出第一张旅行支票。美国运通公司以其良好的信誉为其所发行的旅行支票作担保,并且保证持有这种支票的人不会蒙受任何损失。假如支票被盗,而且支票上的签名被人仿冒,美国运通公司保证赎回并承担损失。公司不靠发行旅行支票的手续费营利,而是靠每年数十亿美元的浮存进行投资。

1891 年,美国运通公司在其公司内成立了欧洲部,1893 年,运通公司宣布要直接经营欧洲地区的业务,勿需当地中介代理。1894 年运通公司派出一名特派员到欧洲发展快递业务,对在欧洲开展运通的业务进行可行性调研,并得出优势大于劣势的结论。于是便于 1895 年在法国巴黎建立了第一家欧洲分公司,接着又在英国的伦敦、利物浦、南汉普顿,德国的汉堡、不莱梅以及法国的勒阿弗尔建立了分公司。之后不久,美国运通公司的办事处和分公司很快遍布了整个欧洲。

随着美国运通公司在欧洲各地分支机构网的建立和发展,旅游者对其提供的服务需求也日益增长。旅游者需要美国运通公司为他们兑换旅行支票,所以都把自己的欧洲地



址写作：由美国运通公司代转，还要求运通公司向他们提供列车和旅游大客车的时刻表及有关饭店、游览活动等方面的信息。起初，美国运通公司不愿意提供这些服务，因为总裁法尔戈一贯明确表示运通公司决不介入旅行业务。他说：我不愿像库克公司那样，让大批的游客乘车从我们公司门前离去。

直到1915年，美国运通公司方才改变了态度。在旅游市场巨大的潜在利润的诱惑下，设立了旅行部。1916年该旅行部组织了第一批系列旅游团，其中包括分别前往远东地区和阿拉斯加地区的邮轮以及前往尼亚加拉大瀑布和加拿大的旅游团队。1918年美国将快递业务收归国有，美国运通公司为了补偿公司经营上的损失，才把主要精力转移到了旅行和金融业务上。1922年，美国运通公司开始经营第一艘环球邮轮旅游业务，通过巴拿马运河返回入境口岸。在20世纪30年代的整个十年间，美国运通公司开始实施大规模的国内旅游计划。公司创办了著名的乘火车前往美国西部地区旅游的“旗帜旅行团”项目。该项目包含交通、住宿、游览观光和餐饮等内容。

自第二次世界大战结束以来，美国运通公司经历了巨大发展，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，美国运通公司还设有银行部、投资部和保险部。另外，美国运通公司发行的信用卡已经成为国际上使用的主要信用卡之一。

目前，美国运通公司在全世界120多个国家中建有1700多处分支机构，在世界旅游金融行业中排名第一，公司的资产总值达1536亿美元，2000财年收入为221亿美元，其中赢利28亿美元，是全球500强企业中仅有的两家旅行社之一。公司的经营业务主要有四大块：旅行社，保险，金融，投资。旅行及与旅行社相关的业务占公司效益的大部分。虽然美国运通公司目前金融与投资方面的效益与其旅行服务方面的效益同等重要，但人们仍然认为它是一家旅行社，当然美国运通公司也以此为荣。

1.1.1.3 日本交通公社 (Japan Travel Bureau)

实际上，日本最早的旅行社是成立于1905年的日本旅行社 (Nippon Travel Agency)，该社目前为日本第三大旅行社，有250余个办事机构和5000多名员工。但日本交通公社 (Japan Travel Bureau)，则是日本最大的一家旅行社，其英文简称为JTB，是全世界最大的旅游公司之一，是全球500强企业中仅有的两家旅行社之一。

日本交通公社 (JTB) 的产生有着特殊的时代背景，是在日本政府尤其是铁道部门的帮助下建立起来的。早在1890年，日本关心旅游的政治家和金融家们便首次提出吸引外国游客到日本观光，发展日本本土旅游的建议。抛开外汇收入和富民强国不说，至少可以向西方大国展示日本的文明。1893年3月，有一个叫做日本迎宾会 (The Welcome Society of Japan) 的民间组织成立了，其总部设在现在的东京工商会社，其目的就是进行国际旅游促销。著名的日本实业家之父 Eiichi Shibusawa 任秘书长，工商会社社长 Takashi Masuda 任助理。Masuda 当时访问过欧洲并认为巴黎的繁荣就是因为其城市中有着一套吸引外国游客的完整系统，使得游客能够甘心情愿地消费。

当时日本每年的国际游客不足一万人，Shibusawa 和 Masuda 建立日本迎宾会的明确