

21世纪旅游管理专业系列教材

旅行社经营管理

LUXINGSHIJEJINGYINGGUANLI

苟茂兰 孙平 主编



山东大学出版社
Shandong University Press

旅行社经营管理

主 编 苟茂兰 孙 平

副主编 孔海燕 余 洁 公学国

山东大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理 / 靳元兰, 孙平主编. — 济南: 山东大学出版社, 2005. 7
ISBN 7-306-03772-X

I. 旅…

II. ①靳…②孙…

III. 旅行-企业管理

IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 044075 号

山东大学出版社出版发行

(山东省济南市山大南路 27 号 邮政编码:250100)

山东省新华书店经销

日照报业印刷有限公司印刷

787×980 毫米 1/16 24 印张 456 千字

2005 年 7 月第 1 版 2005 年 7 月第 1 次印刷

印数:1—3000 册

定价:36.00 元

版权所有,盗印必究

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社营销部负责调换



总 序

中国现代高等旅游管理教育与中国现代旅游业的发展历史一样,伴随着改革开放的步伐走过了二十几年的历程,在经历了初期阶段的引进与模仿、成长阶段的探索与创新之后,逐步踏上理论与实践的成熟之路。特别是由于经过了跨世纪的精神历练,人们在世纪回顾与盘点的基础上,才真正使中国旅游学理论研究和现代高等旅游管理教育走上了成熟阶段。在这样一个理论与实践的收获季节,在 21 世纪初期——世界旅游业开始新的历史征程的起始期,我们试图在回顾、反思与总结的基础上,组织一套适应 21 世纪旅游业发展趋势、契合高等旅游管理教育发展要求的“21 世纪旅游管理专业系列教材”,为中国现代高等旅游管理教育事业的发展尽微薄之力和片瓦之劳。出于这样一个良好的愿望,山东大学管理学院联合山东大学威海分校、山东师范大学、山东经济学院、山东财政学院、济南大学、泰山学院、潍坊学院、德州学院、山东省旅游职业学院、山东省商业职业学院等高等院校的旅游管理系(专业),共同编写了这套教材。

在本套教材的编写过程中,我们着重强调的是理论的“成熟性”,即从盘点和总结的角度去阐述相对成熟的理论和观点。编写人员查阅和参考了大量国内外公开出版的相关著作、教材和研究论文,力求使这套教材能够具有起点高和权威性的水平与特点,全体编委和编写人员为此付出了巨大的努力。当然,由于水平所限,离“权威性”的高度可能还

有相当大的距离,我们也期望在今后的使用过程中不断地去发现和探索,也衷心希望教材的使用单位、广大读者能够不吝赐教,给我们提出建设性意见,以便于今后修订,也有利于我们自身专业水平的提高。

感谢山东大学出版社社长孔令栋教授、责任编辑王桂琴教授在本套教材的策划、组织、编辑、出版过程中给予的大力支持;感谢全体编委和参加编写人员的辛勤劳动!

王德刚 吉小青

2005年3月



前言

在世界范围内,旅游正成为现代人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一。旅行社业作为旅游业三大支柱之一,由于其独特的联动性、综合协调性而位于旅游业中的“龙头”地位。可以说,一国旅行社业的发展程度预示着该国旅游业的竞争实力。在世界旅行社业规模迅速扩展的同时,中国旅行社业经过了二十多年的发展也已初步形成了一个不同规模、不同档次、不同服务对象的多层次、适应性较强的旅行社行业体系。尤其是加入 WTO 之后,中国旅行社业作为旅游业最后一块净土也相应开放,这预示着中国旅行社业在逐步开放的市场和日新月异的科技社会环境中,将面临更为复杂多变的经营环境,将面对更加残酷的市场竞争,同时必将获得更大、更快的发展。相比其他旅游企业,旅行社的经营管理具有更强的灵活性,受环境的影响更大(如 SARS 给中国的旅行社业带来了极强的冲击)。因此,加强旅行社经营管理的理论学习,对中国旅行社业的长远发展、增强市场竞争能力、在国际竞争中取得优势地位至关重要。

旅游学科本身就是一门综合性的大学科门类,旅行社经营管理也不例外。本书在编写过程中,充分考虑到了旅行社经营管理的复杂性,综合运用了企业管理学、旅游市场学、旅游经济学、财务管理学、服务营销学等多门专业知识,在此基础上进行现代旅行社综合经营管理体系的研究。本书在借鉴国外旅行社先进管理经验和对中国旅行社经营实

践总结的基础上,以旅行社经营管理所涉及的不同层面为切入点,进行深入研究;同时,考虑到旅行社经营管理的实践性强的特点,为方便读者理解,在揭示旅行社管理的基本原理时,又进行了实务、方法和案例的研究,力求达到理论与实践的有效结合。

本书共分为十二章,分别涉及旅行社概述、旅行社的分工体系与分类制度、旅行社的设立、旅行社产品开发、旅行社销售管理、旅行社接待管理、旅行社人力资源管理、旅行社财务管理、旅行社风险管理、旅行社实务运作及中国旅行社业现状和发展趋势。

参加本书编写的人员有:苘茂兰、胡友宇(第五章)、孙平(第九章)、孔海燕(第十、十一章)、余洁、贾跃千(第四、七、八章)、公学国(第一、二章)、王雅静(第三、六章)、肖树青(第十二章)。

本书由苘茂兰、孙平任主编,孔海燕、余洁、公学国任副主编。

谨希望本书的出版能够为中国旅行社业的未来发展提供一些理论和创新方面的指导,为旅游专业的学生和旅游从业人员提供较好的理论学习参考。

本书在写作过程中参考了大量的中外相关文献和研究成果,在此向这些作者表示感谢。

编 者

2004年12月

目 录

第一章 旅行社概述.....	(1)
第一节 旅行社的产生和发展.....	(1)
第二节 旅行社的性质与职能	(12)
第三节 旅行社的行业特点和基本业务	(15)
第四节 旅行社在现代旅游业中的地位和作用	(19)
第二章 旅行社的分工体系与分类制度	(25)
第一节 旅行社的分工体系	(25)
第二节 旅行社的分类制度	(30)
第三节 我国旅行社行业分工体系的调整	(36)
第三章 旅行社的设立	(47)
第一节 影响旅行社设立的因素	(47)
第二节 旅行社设立的基本程序	(51)
第三节 旅行社的组织设计	(53)
第四节 旅行社的行业组织	(57)
第四章 旅行社产品开发	(62)
第一节 旅行社产品的内涵及类型	(62)
第二节 旅行社产品开发的决定因素及开发原则	(73)

第三节	旅游产品组合	(78)
第四节	旅行社产品的开发和评价过程	(82)
第五章	旅行社的销售管理	(90)
第一节	旅行社目标市场的管理	(90)
第二节	旅行社销售渠道的管理	(98)
第三节	旅行社产品价格的管理	(105)
第四节	旅行社促销管理	(113)
第六章	旅行社接待管理	(120)
第一节	团体旅游接待的管理	(120)
第二节	旅行社散客旅游业务的管理	(131)
第三节	特殊团队的接待	(138)
第四节	旅游投诉	(141)
第七章	旅行社人力资源管理	(155)
第一节	旅行社人力资源管理概述	(155)
第二节	旅行社经理人员的开发与管理	(162)
第三节	旅行社员工的管理	(171)
第四节	旅行社导游员的管理	(180)
第八章	旅行社财务管理	(188)
第一节	旅行社财务管理基础	(188)
第二节	旅行社资本管理和资产管理	(199)
第三节	旅行社收入、成本和利润管理	(212)
第四节	旅行社结算管理	(224)
第五节	旅行社财务分析和财务报表	(229)
第九章	旅行社风险管理	(247)
第一节	旅行社风险概述	(247)
第二节	旅行社风险管理概述	(252)
第三节	旅行社风险管理的过程	(259)
第四节	中国旅行社风险管理的举措	(267)

第十章 旅行社实务运作(一)	(278)
第一节 旅行社业务流程和业务合同.....	(278)
第二节 旅行社外联业务.....	(296)
第三节 旅行社计调业务.....	(308)
第四节 旅行社票务业务.....	(318)
第十一章 旅行社实务运作(二)	(328)
第一节 旅行社发团业务.....	(328)
第二节 旅行社出入境业务.....	(337)
第三节 旅行社责任保险.....	(352)
第十二章 中国旅行社业现状及发展趋势	(356)
第一节 我国旅行社发展中存在的问题.....	(356)
第二节 我国旅行社未来发展趋势.....	(360)
参考资料	(370)

第一章

旅行社概述

〔学习目标〕

了解旅行社的性质、职能、业务类型和旅行社的发展历程,熟悉旅行社的行业特点,掌握旅行社在旅游业中的重要地位和作用。

〔内容概述〕

本章主要讲述了旅行社的发展历程、旅行社的性质和职能以及旅行社的行业特点和基本业务等内容,同时也阐述了旅行社在现代旅游业中的地位 and 作用。

第一节 旅行社的产生和发展

一、旅行社的产生

(一)世界旅行社的产生

旅行社的产生是经济、科技和社会分工发展的直接结果,同时也是旅行活动长期发展的必然产物。

18 世纪中叶发生在英国的工业革命,使整个世界的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。工业革命对旅游业发展的影响表现在创造了大量的旅游需求,并进一步扩大了旅游供给。具体说来,以下四个方面的表现最为明显。

1. 随着生产力的迅速发展和社会财富的急剧增加,有产阶级的规模日趋扩大,他们具备了外出旅游的经济条件。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旅游活动。工业革命使得财富大量流向新兴的工业资产阶级,使他们也具有了从事旅游的经济条件,从而扩大了外出旅游的人数。

2. 科学技术的进步,特别是交通运输的大力发展,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。1769年瓦特发明的蒸汽机技术很快应用于新的交通工具的制造,至18世纪末,蒸汽机轮船就已问世。但对于近代旅游的诞生影响最大和最直接的还是铁路运输技术的发展。1825年,在英国享有“铁路之父”之称的乔治·史蒂文森所建造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建设起来,并向更远的地区延伸。

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城市。这一变化最终导致了人们对适时逃避节奏紧张的城市生活和拥挤嘈杂的环境压力的需求,产生了回归自由、回归大自然的追求。

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,工人阶级带薪假日的获得并非一蹴而就的,而是经过一个多世纪的艰苦斗争才最终取得了。

正是在这种历史背景下,托马斯·库克作为世界上第一位专职的旅行代理商登上了历史舞台。

当然,在托马斯·库克以前,为别人安排旅行的组织和个人已经存在,如中世纪的马赛商人以及14世纪和15世纪威尼斯的教会组织了朝圣旅行;德国出版商卡尔·贝德克尔编写并出版了旅行指南;英国人托马斯·贝纳特组织了个人包价旅游。但是,与托马斯·库克不同,他们都没有将组织旅行活动作为自己的正式职业,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·库克于1808年11月22日出生在英国的英格兰,自幼家境贫寒,10岁便辍学从业,先后做过帮工、颂经人和木匠等。库克笃信宗教,热衷于禁欲。1841年,他创造性地包租了一列火车,载运540人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会,全程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,并逐步认识到其中潜力巨大的商业机会。1845年,库克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,从而成为世界上第一位专职的旅行代理商。

此后,托马斯·库克的业务经营范围和影响不断扩大。1845年,为组织到利物浦的观光旅游,库克整理出版了《利物浦之行指南》,并为此设立专门的旅游向导;1855年,库克以包价的形式组织了赴法国的旅行;1865年,库克与儿子约翰·梅森·库克联合,在原有公司的基础上创办了托马斯·库克父子公司,并将营业地点迁往伦敦。他们以后又相继在美洲、非洲和亚洲设立分公司,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·库克也成为旅游的代名词而在欧美地区广为人知。



托马斯·库克对于旅游业务发展的贡献,不仅在于开创了近代旅游业,而且还表现在面向大众,薄利多销,推动了旅游的社会化,促进了旅游业的迅速发展。

(二)我国旅行社的产生

我国的旅行社最早产生于20世纪20年代。1923年,爱国人士陈光甫先生在上海商业储蓄银行设立旅行部,1927年该部独立并更名为中国旅行社,现为香港中国旅行社股份有限公司。中华人民共和国成立以后,于1949年12月在厦门成立华侨旅行社,这便是中国旅行社的前身。此后,我国又先后于1954年在北京成立中国国际旅行社,于1979年在北京创办中国青年旅行社,从而在相当长的时间内出现了我国三大旅行社鼎立的局面。在1949年之后一直到1978年之前,由于我国政治经济形势和客观情况的影响,旅行社业一直没有什么大的发展。我国旅行社的大发展是在1978年国家实施对外开放政策之后。

二、旅行社的发展

(一)世界旅行社的发展

在托马斯·库克之后,旅行社适应人们不断增长的旅游需求在世界各地迅速发展起来。19世纪下半叶,欧洲成立了许多类似的旅游组织。英国于1857年成立了登山俱乐部,1885年成立了帐篷俱乐部;法国、德国都于1890年成立了观光俱乐部;美国运通公司于1850年起兼营旅行代理业务,并于1891年发售了与现代使用方法相同的旅行支票。到20世纪初叶,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行业的三大巨头。第二次世界大战以后,世界范围内旅游业的发展与繁荣更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。今天,全世界已形成由众多家旅行社组成的庞大的世界性旅游服务网络。

毫无疑问,旅行社行业的发展离不开全球旅游业的发展与繁荣,但与此同时,旅行社在全球范围的发展和普及又为人们的旅游提供了诸多方便,进而极大地促进了世界旅游业的发展。第二次世界大战以后,世界旅游业取得了前所未有的发展,仅国际旅游收入一项每十年便增长一倍,远远高于同期世界经济的平均增长速度。与此同时,全世界国内旅游的规模远远超过国际旅游的规模。据世界旅游组织的估算,在每年全世界旅游总人次中,国内旅游人次占90%以上,世界旅游业的发展规模由此可见一斑,其中旅行社的积极促进作用是不可低估的。

[案例 1-1] 美国运通旅行社的发展历程

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年在美国的纽约州包法罗市成立,起初经营货物、贵重物品和现金的快速



业务。1882年,美国运通公司推出公司自己的汇票,并且立即获得成功。

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及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。假如支票被盗或者支票上的签名被人仿冒,美国运通公司保证承担损失。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、南汉普顿、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。

在旅游市场巨大发展潜力的诱惑下,美国运通公司于1915年设立了旅行部。1916年,旅行部组织了许多旅游团,其中包括分别前往远东地区和阿拉斯加的旅游客轮及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。在整个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来,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。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还是国际上使用的主要信用卡之一。

(梁智:《旅行社运行与管理》,东北财经大学出版社1999年版)

(二)我国旅行社的发展

如前所述,我国的旅行社起步于20世纪20年代。关于我国旅行社发展阶段的划分,目前国内尚无定论。但旅行社成为一个具有一定规模的经济行业却是1978年我国实行对外开放之后的事情。1978年以前我国仅有两家以政治接待为主的旅行社——中国国际旅行社和中国旅行社,它们既不足以构成一个行业,也不具备经济的性质。本书在综合考虑各种因素的基础上,将我国旅行社的发展划分为初成、增长和调整三个阶段。

在1990年以前的初成阶段,我国旅行社业的发展中有两件具有重大意义的事情:其一是1984年旅游外联权的下放,它是我国旅行社行业迅速发展的重要原因;其二是1985年《旅行社管理暂行条例》的颁布,它标志着国家开始对旅行社实施相对独立的行业管理。这两件事本来都可以作为旅行社发展阶段划分的依据,但是,从旅行社行业发展的实际进程看,这两件事的影响具有一定的滞后性,其对旅行社业发展的促进作用直到20世纪80年代末才真正体现出来,加之此间我国的国际入境旅游和国内旅游的蓬勃发展,到80年代末期,我国的旅行社才真正发展成为



一个具有一定规模的经济行业,在旅游业中的地位才得到广泛的认可。

在增长阶段,由于市场的萧条和业主风险意识的增强,我国的旅行社业曾因政治原因经历了一个短暂的衰退时期,但由于我国国际旅游市场因台湾地区和前苏联游客的适时涌入,国内旅游市场因经济发展而形成高涨之势,加之政府政策因素的推动,我国的旅行社业逐步进入了一个前所未有的大发展时期。

1995年,面对我国旅行社急剧发展的势头和当时出现的旅游市场的混乱情况,为适应保护旅游者合法权益的世界潮流,政府通过实施旅行社质量保证金制度,开始对旅行社行业进行全面调整,并在此基础上于1997年出台了新的《旅行社管理条例》。

基于以上原因,我们将1978年到1989年确定为我国旅行社业发展的初成阶段,而将1990年至1994年确定为旅行社业的增长时期,将1995年至今确定为我国旅行社业发展的调整阶段。

1. 初成阶段我国旅行社业的发展

众所周知,在经历了长期的闭关锁国之后,我国于1978年开始实施对外开放政策,我国的旅游业也随之发展起来。开放当年,来华旅游入境人数就达180万人次,旅游外汇收入2.6亿美元。在以后的十年中,来华旅游入境人数和旅游外汇收入都保持了较高的增长速度,年平均增长率分别为36%和25%。

为满足急剧增长的国际旅游需求,我国新兴的旅游业在20世纪80年代相继经历了三个发展高峰,即以80年代初期大量进口豪华旅游汽车为代表的旅游交通业的发展高峰、以80年代中期众多旅游饭店建设为代表的旅游饭店业的发展高峰和以80年代末期以大量旅行社的成立为代表的旅行社业的发展高峰。这三个发展高峰,从不同方面缓解了我国旅游供给方面的短缺,大幅度提高了我国旅游业的综合接待能力,并为我国旅游业的进一步发展奠定了坚实的基础。

就旅行社而言,在1978年我国对外开放以前,只有中国国际旅行社总社、中国旅行社总社以及它们在主要省会城市设立的分支机构。这些旅行社从成立之日起就一直从事以政治目的为主的对外接待工作,基本不具备企业的性质。我国实行对外开放政策以后,国旅和中旅的主要任务转变为接待自费来华的旅游者,直到1985年《旅行社管理暂行条例》颁布以前,我国的旅行社仍然具有很强的事业单位性质。1980年,中国青年旅行社总社在北京成立,从此开始了我国旅行社的行业寡头垄断的局面。根据国家旅游局有关规定,只有国旅、中旅和青旅三家总社拥有旅游外联的权力,它们之间具有相对明确的业务分工。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港澳同胞和来华旅游的海外华人,而中国青年旅行社则以来华的青年旅游者作为主要接待对象。1980年,这三家旅行社接待的来华旅游者占到全国有组织接待人数的80%,其余20%由其他政府机构组织

接待。

随着我国旅游业的进一步发展,为适应我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,允许更多的企业经营国际旅游业务,并授予它们业务经济所必需的签证通知权。这一举措对我国旅行社的发展起到了积极的作用,旅行社在全国范围内迅速发展起来。到1988年底,我国的旅行社猛增至1573家,并由此彻底打破了我国旅行社寡头垄断的局面。1984年以后,国旅、中旅和青旅接待人数占全国有组织接待人数的比例由1980年的80%下降为1988年的40%。

随着我国旅行社行业的迅速发展,为加强旅行社的行业管理,国务院于1985年颁布了《旅行社管理暂行条例》,这是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。”同时,《旅行社管理暂行条例》还按照业务范围将我国的旅行社划分为以下三类:

(1)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的旅行社。

(2)不对外招徕,只经营接待第一类旅行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的旅行社。

(3)经营中国公民国内旅游业务的旅行社。

根据这一划分标准,1989年全国拥有一类旅行社61家,二类旅行社834家,三类旅行社722家。三类旅行社的出现和发展是我国国内旅游迅速发展的结果。根据国家旅游局提供的资料,1988年,我国的国内旅游已超过3亿人次,旅游支出达187亿元人民币。我国的国内旅游市场已初具规模,并呈现出良好的发展势头。

综上所述,初成阶段我国旅行社业的发展可以概括为以下三个方面:

(1)旅游外联权的下放打破了国旅、中旅和青旅三家旅行社寡头垄断的局面,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。

(2)政府开始将旅行社作为相对独立的经济行业实施有效的管理,旅行社作为旅游业重要组成部分的地位开始为人们所认识。

(3)旅行社的业务由发展初期单一的国际入境旅游业务发展成为国际入境业务与国内旅游业务并举。

2. 增长阶段我国旅行社业的发展

1989年的“六四”风波使我国年轻的旅游业受到巨大的冲击,当年国际旅游入境人数比1988年减少了23%,旅游外汇收入减少17%。这是我国旅游业自1978年以来出现的第一次负增长。

在此情况下,我国的旅行社经营者第一次强烈地意识到旅游产品的易受影响性和经营旅行社的风险性,我国旅行社的数量因此而由1989年的1617家减少为



1991 年的 1561 家。但恰在此时,来自台湾地区和前苏联的旅游者急剧增加,这使得我国的旅游业在短短的两年内就恢复到“六四”前的水平。1991 年,国际旅游入境人数和旅游外汇收入人均超过历史最高水平的 1988 年。国家旅游局和国家民航局联合举办的'92 中国观光年对我国旅游业的迅速恢复也得到了积极的作用。

在此期间,我国政府开始允许中国公民出国探亲和旅游,这是我国旅游业发展中的又一重大突破。中国大陆成为仅次于中国香港特别行政区、日本和中国台湾地区的亚洲第四大旅游客源产生地。根据国家旅游局提供的资料,1994 年中国公民出境人数达 373.36 万人次,其中因公出境 209.13 万人次,因私出境 164.23 万人次。尽管经旅行社组织的出境旅游人数所占比例只有 30% 左右,而且国家对出境旅游尚有许多政府限制,但我国的出境旅游市场毕竟已开始形成。对旅行社来说,这不仅仅意味着具有了更为广阔的客源市场,更主要的是它改变了我国旅行社在国际旅游合作中的地位。过去,我国的旅行社只能单方面要求旅游客源产生地的旅行社输送客源,而现在我国的旅行社同样可以向它们的合作伙伴输送客源,这无疑极大地提高了我国旅行社在国际合作中的地位和影响力,有利于我国旅行社同旅游客源产生地旅行社合作关系的巩固和发展。

在我国出境旅游崛起的同时,我国的国内旅游也保持了持续发展的势头。根据国家旅游局提供的资料,1994 年我国国内旅游人数达到 5.24 亿人次,比上年增长 27.8%,国内旅游收入达 1023.51 亿元人民币,比上年增长 18.5%,城镇居民国内旅游出游人均花费为 414.67 元,这无疑为我国旅行社的进一步发展提供了更为广阔的天地。

总之,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。仅 1992 年一年,我国就新增旅行社千余家。截至 1994 年年底,我国共有各类旅行社 4382 家,比 1993 年将增 1144 家,其中一类社 267 家,二类社 716 家,三类社 3399 家。

3. 调整阶段我国旅行社业的发展

在我国旅行社行业蓬勃发展的同时,也出现了许多问题,突出表现为市场秩序的混乱。与此同时,以日本的《旅程保证制度》和欧共体《关于包价旅行、包价度假、包价旅游的指令》为代表的保护旅游者消费权益的潮流在全球兴起。面对旅行社业发展中出现的问题和新兴的世界潮流,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》。根据《旅行社质量保证金暂行规定》,旅行社质量保证金是用于保障旅游者权益的专用款项,当出现以下四种情形而旅行社不承担或无力承担赔偿责任时,以此款对旅游者进行赔偿: