



minguo lüye huimou
zhongguo lüxingshe yanjiu

民国旅业回眸： 中国旅行社研究

易伟新 著



岳麓
学术
文丛



minguo lüye huimou
zhongguo lüxingshe yanjiu

民国旅业回眸： 中国旅行社研究

易伟新 著



岳麓書社

图书在版编目(CIP)数据

民国旅业回眸:中国旅行社研究/易伟新著. —长沙:

岳麓书社, 2009

ISBN 978 - 7 - 80761 - 227 - 8

I. 民... II. 易... III. 旅行社—研究—中国—
民国 IV. F591.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 079449 号

民国旅业回眸:中国旅行社研究

作 者: 易伟新

责任编辑: 李业鹏

封面设计: 胡 颖

岳麓书社出版发行

地址: 湖南省长沙市爱民路 47 号

电话: 0731—88885616 (邮购)

邮编: 410006

网址: www.yueluhistory.com

2009 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 850 × 1168 1/32

印张: 11

字数: 275 千字

ISBN 978 - 7 - 80761 - 227 - 8/G · 715

定价: 20.00 元

承印: 长沙银都印务有限公司

如有印装质量问题, 请与本社印务部联系

电话: 0731—88884129

前 言

目前,中国旅游业的发展极为迅速,它已成为中国国民经济新的增长点和众多省、市、自治区的支柱型产业。2007年,全国共接待入境游客 13187.33 万人次,实现国际旅游外汇收入 419.19 亿美元,分别比上年增长 5.5% 和 23.5%;国内旅游人数 16.10 亿人次,收入 7770.62 亿元人民币,分别比上年增长 15.5% 和 24.7%;中国公民出境人数达到 4095.40 万人次,比上年增长 18.6%;旅游业总收入 10957 亿元人民币,比上年增长 22.6%,^①充分展示了我国旅游业良好的发展态势和广阔的发展前景。当然,前景的美好并不意味着前进的历程就会一帆风顺。实际上,加入世界贸易组织后的中国旅游业正面临着极大的挑战。从历史工作者的角度来看,人们如果能从中国旅游业近 100 年的发展历程中获取某些经验与教训的话,也许可以使中国旅游业未来的发展更加顺利。但是,迄今为止,中国史学界和旅游界对中国旅游史的研究却非常薄弱,许多方面近于空白。因此,本人将中国近现代旅游史作为自己攻读博士学位的研究方向,并以

^① 2007 年中国旅游业统计公报。

中国近代第一家旅行社——中国旅行社的兴衰史为研究课题，以期为中国旅游史的研究和中国旅游业的发展作出一点微薄的贡献。本书就是在博士论文的基础上进一步修改完成的。

在此，首先对本书的构思与写作过程作一简单的介绍。

一、研究缘起

本书之所以选择这个题目，主要基于如下两个方面的原因：

第一，中国旅行社在中国旅游发展史上具有非常重要的地位，但目前人们对它的了解却不多。

1923年，中国第一家旅行代理机构——上海商业储蓄银行旅行部诞生，成为中国近代旅游业开始的标志，中国的旅游进入由分散的、个体化的传统旅游向有组织、具一定规模的近代旅游转化的新阶段。作为近代中国成立时间最早、存在时间最长（其在大陆的历史一直延续到1954年）、规模最大（国内外分支机构最多时曾达200余处）的中国旅行社，其发展对中国旅行事业的发展进程具有重大的影响。正是在它的影响下，中国在20世纪30、40年代出现了一批旅行社和旅行团体，传统的旅业实行了种种变革，并开始了近代意义上的旅游理论研究。

虽然中国旅行社在中国近代旅游史上留下了如此重要的业绩，但由于种种原因，中国史学界和旅游业界却对它了解不多，甚至有许多人至今还认为现在的中国旅行社就是陈光甫创办于20世纪初的中国旅行社。笔者以为，让社会大众对曾为祖国作出过突出贡献的机构与人物有一定的了解，是每一个史学工作者应尽的职责，本书希望能达到这一目的，并以此来促进中国旅行事业史及民族企业史的研究。

第二，通过对中国旅行社的研究能为当今中国的旅游企业提

供有益的借鉴。

1978 年以后,中国的现代旅游事业发生了很大的变化,旅行社也由“事业接待型”向“企业经营型”转变,并获得了快速的发展。2007 年末,全国纳入统计范围的旅行社共有 18943 家,比上年末增加 986 家。其中国际旅行社 1797 家,比上年末增加 143 家;国内旅行社 17146 家,比上年末增加 843 家。全国旅行社资产总额 517.00 亿元,比上年增长 6.6%;各类旅行社共实现营业收入 1639.30 亿元,比上年增长 16.2%;实际缴纳税金 10.97 亿元,比上年增长 10.8%。^①然而,尽管中国的旅行社业与以前相比有了相当大的发展,但与国际上的大旅行社集团相比,则依然存在“总体数量少、业务范围窄、经营规模小、集团经济弱、内部管理散、科技含量低、自组能力差”等严重问题,^②表现出极大的差距。因此,加入世贸组织后的中国旅行社业面临着巨大的挑战。有意思的是,当我们回溯到 80 多年前的中国时,可以发现在中国旅行社诞生之前,中国的旅行代理业已基本被英国、美国、日本等外商旅行代理机构所垄断,新生的中国旅行社也面临着与它们竞争的严峻局面。但是,经过艰苦的努力,中国旅行社不仅在国内形成了庞大的服务网络,而且还在国外设立了分支机构,成为当时世界上很具影响的著名旅行代理机构之一,在中国近代旅游业中独占鳌头 30 余年。中国旅行社的业务不只局限于旅游,还涉及饭店、交通运输、出版、物流等方面,因而,通过对中国旅行社的研究为当前中国的旅游企业提供一些经验与启示就成了本书的又一个重要目的。

① 2007 年中国旅游业统计公报。

② 焜炜:《面临加入世贸组织的我国旅行社业》,《旅游学刊》,1998 年第 2 期。

二、研究现状

目前学术界对中国旅行社的研究状况，为本书对这个课题的进一步研究提供了可能。

伴随着中国旅游实践的发展，对旅游业的研究也逐渐得到人们的重视。但从目前学术研究的一般态势来看，旅游研究大多是从经济学的角度来进行，而对旅游文化及旅游史的研究却显得相对薄弱，旅行社史的研究成果尤其稀少。究其原因，一是长期以来人们观念上的误解，认为以前的中国社会贫穷落后，不会存在有组织、有规模的旅游现象，自然也就忽视了旅行代理机构的存在及对它们的研究。二是在中国近代旅游发展史上占主体地位的中国旅行社的研究资料主要保存在上海市档案馆，这批档案直到近些年才得以向社会开放，以前并不为人们所注意，因此学术界对中国旅行社的研究相对薄弱也就在情理之中。

目前，对于中国旅行社这个中国旅游发展史上的典型个案，研究成果主要有：《中国近代第一家旅行社——中国旅行社述论》（郑焱，《史学月刊》，1996.4）、《近代中国第一家旅行社述论》（张俐俐，《中国经济史研究》，1998.1）等，其中郑文的资料主要来源于近代中国工商业经济丛书《陈光甫与上海银行》一书，张文的资料主要来源于中国旅行社档案中的36、37、147、150四卷。此外，在一些有关中国旅游发展史近代部分的著作中，如《中国旅游史：近现代部分》（王淑良、张天来）、《中国旅游发展史》（郑焱）、《近代中国旅游发展的经济透视》（张俐俐）等，也有涉及到中国旅行社的部分内容。这些论文及编著主要在以下几个方面对中国旅行社进行了探讨。

1. 中国旅行社创办的原因

以往的研究都提及了创办的直接原因，即陈光甫先生在云南受到外国旅行代理机构的轻侮而萌生创办旅行社的意念，同时对创办的深层原因提出了各自的观点：张俐俐认为，中国旅行社的诞生是时代的产物和社会经济发展的必然，因为当一个国家的社会经济处于增长阶段，各类旅行需求必然存在，因而也就需要专门人士和专门机构提供专门服务；郑焱认为，中国旅行社的创办主要是出自陈光甫先生的爱国热忱和服务社会的理念，以及上海银行的经营策略。

2. 中国旅行社的发展进程及经营的业务

对此问题的叙述主要为两种方式，一种是将中国旅行社的发展分阶段论述，如张俐俐将中国旅行社从1923年创办到1949年新中国成立之前，划分为三个阶段，即开拓创业阶段（1923年8月—1927年6月）、发展成熟阶段（1927年6月—1937年8月）、调整保持阶段（1937年8月—1948年12月）。每一阶段都叙述了它的组织结构及经营业务情况。另一种则是将经营业务与组织发展概况分开讲述。郑焱简略地叙述了它从1923年到1953年的发展进程，其中重点涉及1931年到1937年的组织发展情况，将其业务划分为客运、组织旅行游览、开办招待所饭店、开发景区、代办出国手续、发行旅游支票、设立经常团体等方面。而王淑良、张天来则将旅行社的业务划分为五项，即代售海陆空运客票、代办铁路货运业务、代办出国留学游历业务、承办铁路客车餐茶业务、代理代办邮政电报保险鲜花等业务。

3. 中国旅行社的经营管理

张俐俐在论文的总结部分提及了中国旅行社的人事管理制度和服务社会的经营理念，认为中国旅行社一直实行的是欧美式的人事管理制度，对员工队伍的稳定能起到积极的作用，而顾客第一、服务至上则是中国旅行社全体员工一贯奉行的行为准则。

郑焱也提及了中国旅行社的服务理念，并对其人事制度、财务制度以及宣传营销等方面作了简单介绍。

4. 中国旅行社的社会作用

以往的研究主要提出了三个观点，一是为中国近代旅游业的产生和发展作出了积极贡献，二是直接有利于上海银行的发展，三是在挽回中国利权方面起了一定作用。

虽然目前已有一些学者对中国旅行社进行了初步的研究，但是存在着三个明显的不足：一是出现一些史实错误；二是对中国旅行社的发展历史叙述不够全面，尤其是都没有涉及新中国成立后旅行社的发展情况；三是对中国旅行社产生与发展的背景、经营管理的主要特点、在早期旅游理论研究方面所作的探索、企业文化的构建及其历史地位与作用等方面问题探讨都不够深入。因此，这就为本书进一步研究提供了较大的空间。

三、研究内容

1923 年在上海诞生的中国旅行社是近代中国第一家旅行社，标志着中国近代旅游业的兴起。它不仅推动了中国旅行事业的发展，而且对国民经济的发展发挥了积极的作用，同时也在抗日战争中作出了独特贡献。然而由于种种原因，目前史学界与旅游学界对这个典型个案的研究却非常薄弱。有鉴于此，本书依据大量的第一手珍贵资料，运用历史学和旅游学研究的基本方法，对它的创办缘由、发展进程、组织架构、业务范畴、经营管理、企业文化以及旅游理论研究等方面进行了系统论述，并对其历史作用及现实借鉴意义作了初步评述，全书共分为七章。

中国旅行社的诞生与 20 世纪初中国经济的发展、交通的进步、城市的近代化、人们旅游观念的转变以及外商在华旅游代理

机构所提供的借鉴分不开。同时，它也与上海独特的自然历史条件、上海商业储蓄银行的经营策略以及中国旅行社创办人陈光甫的人生观有着密切的关系。由于社会形势的变化，它的发展历程分为初创、进展、内迁、复业及衰退等五个时期。在内地营运期间，它一直执中国旅游业的牛耳。

鉴于经营范围的广泛和分支机构的遍布全国，中国旅行社组织架构的设置随客观形势的消长和业务经营的进展而呈动态的变化，以加强企业的有效运作。

中国旅行社经营的业务综合性很强，可分为六大类，即客运、货运、招待所、游览、出版以及其他社会服务，其中客运、货运与招待所为其三大主营业务。在不同时期，其经营的重点与范围都有所不同。

在经营管理中，中国旅行社不仅注重自身的内部管理，而且还着意于业务的经营。它密切各单位之间的联系、严格操作程序、加强接待管理、以市场为导向开展业务、注重调查研究、推进营销策略等，并注意加强后勤保障以实现业务的顺利开展。在人事管理中，实行严格录用、待遇丰厚、赏罚分明等，并采取年功序列制。在财务管理中，注重会计工作、加强资金与费用的管理、强调内部的牵制与审核、制定各项财务工作细则等等。

企业文化是形成企业竞争力的一个重要因素。服务社会、团结合作与自强不息构成了中国旅行社的精神文化，通过加强员工的理念教育、造就企业模范人物、增强员工主人翁意识、以顾客需求为导向提供服务以形成企业的行为文化，而为了增强社会各界和员工对企业的识别，中国旅行社还很注重自己外在形象的设计，使企业的物质文化得以体现。

随着中国旅游事业的发展，中国旅行社的一些从业人员开始进行理论上的总结和思考，在旅游基本概念、旅游与经济的关系

系、旅游与文化的关系、旅游事业的经营管理、旅游资源的利用和保护、旅游商品、旅游宣传、旅游伦理等方面都提出了自己独到的观点。它们不仅指导了当时的旅游工作实践，提高了时人对旅游的认识，而且也为当今旅游理论和实践提供了借鉴。

本书最后对中国旅行社作出总结，指出经济的持续增长、交通建设的快速发展、国际汇率的下跌、政局的日趋稳定以及政府与民间社团的支持是中国旅行社能在抗战前快速发展的客观原因，其主观原因则是严格的制度管理、优秀的企业文化、高素质的人才、独到的经营策略等等，而这些又能给当今的旅游企业提供很多实质上的借鉴，如多元化的运作、人才战略、品牌战略及集团效应等等。作为近代中国第一家正规的旅行代理机构，它推动了中国旅游事业的发展，促进了物流，辅助了工商业的发展，并在一定程度上挽回了国家利权，促进了内地经济文化的开发与民族的融合，同时也带动了相关产业的发展，在中国旅游发展史上拥有很重要的历史地位。

四、研究思路

为了让人们了解中国旅行社的发展全貌，本书运用了历史学研究的基本方法收集与分析史料，以求反映历史的本来面目。

在对中国旅行社创办和发展的叙述中，主要探讨了中国旅行社诞生时的社会背景、创办目的和发展进程。本书认为中国旅行社的诞生不仅是整个中国社会政治、经济、文化发展的产物，而且也与上海特定的历史条件有一定关系，同时还与创办人陈光甫先生的人生观及经营策略密切相关。针对张俐俐提出的中国旅行社以盈利为目的的观点，本书认为中国旅行社的创办实际上是从国家利权、社会服务和银行行务的角度出发的，而并非单纯以盈

利为目的。鉴于以往对其发展进程的研究只局限在建国前，因而本书对中国旅行社在建国后的发展情况作了详细描述。

在对中国旅行社组织架构的介绍中，由于组织架构随客观形势和业务经营状况的变化呈动态发展，尤其在抗战期间变动特别快，因而本书将组织状况分若干阶段来叙述。考虑到目前中国旅行社业正在进行股份制改造，因而对中国旅行社后来成立的股份有限公司的董事会与股东会的职权、议事程序等方面做了详细介绍，以便为当前提供借鉴。

至于中国旅行社经营的业务，本书主要将其划分为六大部分，即客运、货运、招待所、出版、旅游以及其他社会服务。其中，招待所业务影响很大，因而做了重点介绍。同时，由于中国旅行社创刊的《旅行杂志》是中国第一种旅行类杂志，曾在出版界享有很高的声誉，但目前还没有专文做全面介绍，因而本书对它进行了系统地论述。

对于中国旅行社的经营管理，本书主要涉及业务管理、人事管理和财务管理。其中业务管理分为业务拓展和后勤保障两个部分。考虑到“以人为本”无论是过去还是当前都是企业应该遵循的一条重要宗旨，因而本书重点论述了中国旅行社经营管理中的人事管理。

企业文化对企业的盛衰有重要的影响，中国旅行社之所以获得成功，与其优秀的企业文化密切相关。在以往的研究中，对于中国旅行社的服务理念都有所提及，本书认为除服务理念外，团队合作、自强进取、改革创新也是贯穿于企业发展的重要因素。同时，本书具体介绍了中国旅行社的理念识别、行为识别和视觉识别等形象识别战略，并将它们与企业文化建设的途径统一起来。

中国旅行社对中国旅游事业的贡献，还在于它在旅游理论研

究方面所做的积极探索。本书对早期旅游理论出现的原因、所涉及的领域进行了分析，详细介绍了其中主要的观点，并将它与当今一些旅游观点进行了比较。

在对这些问题的论述中，本书力求资料翔实、准确。上海银行和中国旅行社留下的大量档案资料以及民间保存下来的一些中国旅行社出版物为本书提供了极为珍贵的原始资料，一些中国旅行社从业人员所写的有关中国旅行社发展状况的回忆文章也为本书提供了重要依据。但是，现今保存下来的档案资料比较零散，尤其是1937年以前的资料因抗日战争的影响而有大量的缺失，因而需要不断地对所收集的资料进行判断、甄别和归纳，以求得出实事求是的结论。

研究过去是为了服务将来。对本课题的研究，仅仅将中国旅行社的发展历史写出，还不足以为当今的旅游业提供实质的借鉴，因而在此基础上，本书又运用了旅游学的一些基本理论对中国旅行社的一些问题进行研究和探讨，从而指出值得当今旅游业借鉴的地方。

目 录

第一章 中国旅行社的创办和发展	1
第一节 中国旅行社创办的社会背景	2
第二节 中国旅行社的创立	14
第三节 中国旅行社的发展进程	21
第四节 中国旅行社发展进程中的一段特殊经历	53
第二章 中国旅行社的组织架构	63
第三章 中国旅行社经营的业务	90
第一节 客运	90
第二节 货运	101
第三节 招待所	111
第四节 游览	124
第五节 出版发行旅行类书刊	134
第六节 其他社会服务	149
第四章 中国旅行社的经营管理	164
第一节 业务管理	165
第二节 人事管理	186
第三节 财务管理	209

第五章 中国旅行社的 CIS 与企业文化建设	223
第一节 中国旅行社的 MI 与企业精神文化建设	224
第二节 中国旅行社的 BI 与企业行为文化建设	230
第三节 中国旅行社的 VI 与企业物质文化建设	245
第六章 中国旅行社与中国早期旅游理论研究	251
第七章 思考与借鉴	288
第一节 中国旅行社快速发展的背景透视	288
第二节 中国旅行社的历史作用	301
第三节 中国旅行社的现实借鉴意义	313
参考文献	327
后 记	336

第一章 中国旅行社的创办和发展

1923年8月,中国第一家旅行代理机构在上海诞生,名为上海商业储蓄银行旅行部。1927年6月旅行部从银行独立出来,改名为中国旅行社,1954年7月在中国大陆结束,其在香港的分社改名为香港中国旅行社股份有限公司在香港重新注册,台湾的分社则早在1951年在台湾重新进行了注册,为台湾中国旅行社股份有限公司。在大陆存在的30余年间,中国旅行社一直执中国旅游业的牛耳。它在国内外广设分支机构,最多时达200余处,^①形成了庞大的服务网络,并与英国的通济隆旅行社、美国的运通公司、日本的国际观光局、苏联的国营旅行社等都签订了互相代理业务和约,将服务范围扩展到了世界各地。它所经营的范围十分广泛,除代售海陆空客票、经办货运业务、开办招待所、组织旅游团体外,还代办出国留学手续、发行旅游刊物、经营邮政和保险业务等,是旧中国规模最大、信用最好的旅行代理机构。

^① 中国旅行社总社档案:卷号 Q368-1-236,上海档案馆馆藏。

第一节 中国旅行社创办的社会背景

旅游业的诞生是一定社会经济、政治、文化发展的产物。第一家旅行社首先诞生在上海，自然又与上海独特的自然条件、历史地位不无关系。

（一）社会经济发展呈上升趋势，为工商贸易旅游的兴起提供了物质基础

一战期间，由于欧美帝国主义忙于战争，一些国家暂时放松了对中国的经济侵略，加之对各种战略物资需求的增加，从而为中国民族资本主义发展提供了一个有利契机。战后几年，中国经济仍获得了相当的发展。以工业和贸易的发展为例，在工业方面，据西方学者张约翰在《共产党中国以前的工业发展》一书中的计算，1912至1949年期间的中国工业年平均增长率为5.6%，而1912至1920年期间的增长率则为13.4%。这一点从中国近代最发达的产业——棉纺织业与面粉业的发展情况就可看出。1913年，棉纺织业中的纱锭为482192枚，布机为1986台，到1921年，纱锭就增为1248282枚，布机为4139台，相比都增长了两三倍。面粉业1913年时只有工厂57家，日产面粉46030包，到1921年，工厂数增至131家，日产面粉215370包，^①分别增长了2.3倍和4.6倍。

国际贸易中进口商品生产资料所占比重的变化，亦可从一个

① 孙健：《中国经济史——近代部分》，北京：中国人民大学出版社，1989年版，第131、302页。