



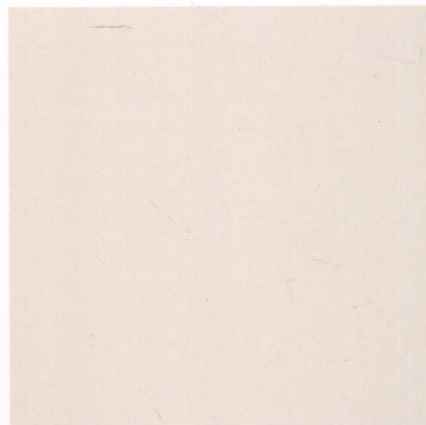
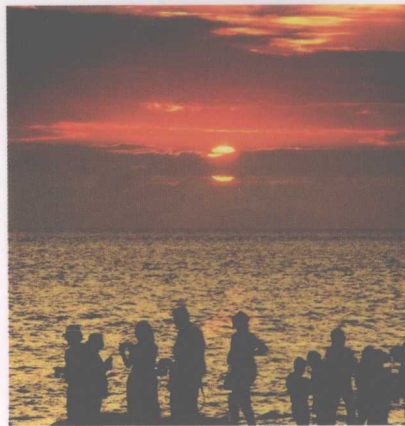
湖北高职“十一五”规划教材

湖北省高教学会高职专委会研制

旅行社管理与实务

Lüxingshe Guanli yu Shiwu

主编 王 斌 刘长洪



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



湖北高职“十一五”规划教材

HUBEI GAOZHI “SHIYIWU” GUIHUA JIAOCAI

总策划 李友玉 策划 屠莲芳

旅行社管理与实务

主 编 王 斌 刘长洪

副主编 蒋 昕 万 雯

教材参研人员：(以姓氏笔画为序)

王 艳 刘世权 杨万娟

肖 琴 张菊芳 胡自华

徐 迎 焦 巧



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅行社管理与实务/王斌,刘长洪主编. —武汉:武汉大学出版社, 2009. 1

湖北高职“十一五”规划教材

ISBN 978-7-307-06828-5

I. 旅… II. ①王… ②刘… III. 旅行社—企业管理—高等学校: 技术学校—教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 010337 号

责任编辑:易 瑛 卢 伟 责任校对:黄添生 版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:武汉中科兴业印务有限公司

开本: 720 × 1000 1/16 印张: 17.125 字数: 323 千字 插页: 2

版次: 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-06828-5/F · 1228 定价: 29.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

凝聚集体智慧 研制优质教材

教材是教师教学的脚本，是学生学习的课本，是学校实现人才培养目标的载体。优秀教师研制优质教材，优质教材造就优秀教师，培育优秀学生。教材建设是学校教学最基本的建设，是提高教育教学质量最基础性的工作。

高职教育是中国特色的创举。我国创办高职教育时间不长，高职教材存在严重的“先天不足”，目前使用的教材多为中专延伸版、专科移植版、本科压缩版等，这在很大程度上制约着高职教育教学质量的提高。因此，根据高职教育培养“高素质技能型专门人才”的目标和教育教学实际需求，研制优质教材，势在必行。

2005年以来，湖北省高教学会高职高专教育管理专业委员会（简称“高职专委会”）高瞻远瞩，审时度势，深刻领会国家关于“大力发展职业教育”和“提高高等教育质量”之精神，准确把握高职教育发展之趋势，积极呼应全省高职院校发展之共同追求；大倡研究之风，大鼓合作之气；组织全省高职院校开展“教师队伍建设、专业建设、课程建设、教材建设”（简称“四个建设”）的合作研究与交流，旨在推进全省高职院校进一步全面贯彻党的教育方针，创新教育思想，以服务为宗旨，以就业为导向，工学结合、校企合作，走产学研结合发展道路；推进高职院校培育特色专业、打造精品课程、研制优质教材、培养高素质的教师队伍，提升学校整体办学实力与核心竞争力；促进全省高职院校走内涵发展的道路，全面提高教育教学质量。

湖北省教育厅将高职专委会“四个建设”系列课题列为“湖北省教育科学‘十一五’规划专项资助重点课题”。全省高职院校纷起响应，几千名骨干教师和一批生产、建设、服务、管理一线的专家，一起参加课题协同攻关。在科学研究过程中，坚持平等合作，

相互交流；坚持研训结合，相互促进；坚持课题合作研究与教材合作研制有机结合，用新思想、新理念指导教材研制，塑造教材“新、特、活、实、精”的优良品质；坚持以学生为本，精心酿造学生成长的精神食粮。全省高职院校重学习研究、重合作创新蔚然成风。

这种以学会为平台，以学术研究为基础开展的“四个建设”，符合教育部关于提高教育教学质量的精神，符合高职院校发展的需求，符合高职教师发展的需求。

在湖北省教育厅和湖北省高教学会领导的大力支持下，在湖北省高教学会秘书处的指导下，经过两年多艰苦不懈的努力和深入细致的工作，“四个建设”合作研究初见成效。高职专委会与长江出版传媒集团、武汉大学出版社、复旦大学出版社等知名出版单位携手，正陆续推出课题研究成果：“湖北高职‘十一五’规划教材”，这是全省高职集体智慧的结晶。

交流出水平，研究出智慧，合作出成果，锤炼出精品。凝聚集体智慧，共创湖北高职教育品牌——这是全省高职教育工作者的共同心声！

湖北省高教学会高职专委会主任

黄木生

2009年1月

前 言

《旅行社管理与实务》是湖北高职“十一五”规划教材，是在湖北省教育厅立项的湖北省教育科学“十一五”规划专项资助重点课题《高职旅游专业学生综合素质培养研究》（湖北高职“四个建设”系列规划课题）的成果基础上合作研制而成的。

旅游业是现代第三产业中最充满生机的新兴产业之一。从1845年英国人托马斯·库克创建了世界上第一家旅行社起，迄今为止的160多年里，旅行社行业经历了从最初的产业导入阶段、产业成长阶段到目前的产业成熟阶段。进入20世纪下半叶以来，随着人类社会的进步和经济的飞速发展，国际国内游客量的增多及旅游支出的大幅度增长，旅游经济越来越成为经济建设的重要增长点。如今，旅行社行业与旅游饭店行业、旅游交通行业并驾齐驱，成为现代旅游产业的三大支柱。随着1978年开始实施对外开放的政策，我国旅游业取得了长足发展，尤其是旅行社行业，无论从数量上还是质量上都产生了飞跃，为我国旅游业做出了较大贡献。旅游业产业地位的不断提升，社会对旅游服务日益增长的需求，已经极大地拉动了旅游职业高等教育的发展。为加强我省高校旅游专业的学科建设，适应旅行社行业发展对加快培养旅游人才的迫切需要，根据湖北省高职“十一五”教材编写规划，在湖北省教育科学“十一五”规划专项资助重点课题《高职旅游专业学生综合素质培养研究》等研究成果的基础上，结合我省高职高专院校旅游专业教学的实际情况，来自多所高校的教师、专家们通力合作，编写了此教材。

本教材以旅行社业务为主题，紧扣高职高专教育的职业化特点，坚持以岗位能力培养为重点，以形成技术能力为主线，按照现代旅行社经营管理的实际工作流程，系统地阐述了旅行社各职能部门的职能与管理实务，介绍了较多的管理案例和操作规范，将技能的学习、训练与应用，贯穿于全书的始终，极具实用性和操作性。

在本教材的编纂过程中，编者力图展现出独特之处：

一是努力使旅行社的经营管理实践能体现出现代管理思想的精髓，按照“理论够用、内容创新”的理念，突出其培养知识技能型人才的教学目标。

二是紧密结合高职高专学生的教学特点，在理论阐述上力求简洁明了，注

重教授实践操作程序和方法,尽量多采用表格、图片和流程模型,避免累赘的文字叙述,增强了教材的直观性。

三是在编写体例方面,探索实践“教、学、做”相结合的职业教育新理念,研究确定了“每章前设导读、学习目标、关键概念,每章后设小结、案例分析、实训项目、教师观测点、思考与练习,正文中间穿插小资料、小阅读、小技巧”的生动活泼形式,既增强了学习的知识性、技能性,又增加了学习的趣味性。

四是吸纳了近年来国内外旅行社经营管理实践中的部分最新成果和成功案例,从理论和实践上都具有一定的前瞻性。

因此,本教材非常具有实用性,除了作为高职高专旅游专业教材之用外,同样适合于作为旅游从业人员培训用书及自学用书。

本教材由王斌、刘长洪担任主编,共同统稿、定稿;王斌、蒋昕拟定教材编写体例;蒋昕、万雯担任副主编。各章编写具体分工如下:

第一章,刘长洪(荆州职业技术学院);

第二章,杨万娟(湖北国土资源职业学院);

第三章,胡自华(恩施职业技术学院);

第四章,万雯(湖北交通职业技术学院)、焦巧(武汉职业技术学院);

第五章,肖琴、王艳(荆州市假日旅行社有限公司);

第六章,王斌(湖北经济学院);

第七章,蒋昕(湖北经济学院);

第八章,张菊芳(襄樊职业技术学院);

第九章,刘世权(恩施职业技术学院);

第十章,徐迎(湖北财税职业学院)。

本教材编写过程中,得到了所在院校及荆州市假日旅行社的大力支持,在此一并表示感谢。

由于编者水平有限,书中难免有不妥之处,敬请同行专家及广大读者批评指正。

湖北高职“十一五”规划教材
《旅行社管理与实务》编写组

2008年11月

目 录

第一章 旅行社概述

1

- 第一节 旅行社的历史与现状 1
- 第二节 旅行社的性质与行业特点 10
- 第三节 旅行社的分类及其基本业务 16
- 第四节 旅行社行业的发展趋势 20

第二章 旅行社的设立

26

- 第一节 旅行社设立的条件与程序 26
- 第二节 旅行社的组织结构 34

第三章 旅行社产品开发

42

- 第一节 旅行社产品综述 42
- 第二节 旅行社产品开发及趋势 46
- 第三节 旅游线路设计 52

第四章 旅行社营销策略

62

- 第一节 旅行社产品的价格策略 63
- 第二节 旅行社销售渠道的经营策略 72
- 第三节 旅行社的促销策略 82
- 第四节 旅行社的品牌策略 92

第五章 旅行社计调

98

- 第一节 计调部概述 98
- 第二节 计调部的组织保障 102

第三节	计调部采购业务	108
第四节	旅行社计调操作业务	125

第六章 旅行社的接待业务

142

第一节	入境旅游接待	142
第二节	出境旅游接待	151
第三节	国内旅游接待	164
第四节	特殊旅游接待	167

第七章 旅行社的人力资源管理

173

第一节	旅行社人力资源管理概述	173
第二节	旅行社人力资源的获得	180
第三节	旅行社人力资源的保值与增值	187
第四节	旅行社的绩效管理与薪酬设计	192
第五节	旅行社企业文化建设	198

第八章 旅行社服务质量管理

205

第一节	旅行社服务质量管理概述	205
第二节	旅游投诉管理	212
第三节	旅游事故处理	217

第九章 旅行社团队结算业务

228

第一节	旅行社国内结算	228
第二节	旅行社国际结算	238

第十章 旅行社危机管理

244

第一节	旅行社危机管理概述	244
第二节	旅行社危机的表现形式	247
第三节	旅行社危机管理与应对策略	252

参考文献

264

第一章 旅行社概述

【本章导读】

旅行社是社会经济发展到一定阶段的产物，是人类社会旅游活动发展的必然结果。1845年，英国人托马斯·库克创建了世界上公认的第一家旅行社。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，并且与旅游饭店行业、旅游交通行业并驾齐驱，成为现代旅游产业的三大支柱产业。本章主要介绍旅行社的产生、发展、性质、特点、类型、基本业务及发展趋势等。

【学习目标】

1. 了解旅行社产生和发展的历程
2. 理解旅行社的性质和行业特点
3. 熟悉并掌握旅行社的分类与基本业务范围
4. 了解旅行社的发展趋势

【关键概念】

旅行社；旅行社职能；集团化；跨国经营

第一节 旅行社的历史与现状

一、旅行社产生的历史背景

旅行社是社会经济发展到一定阶段的产物，是人类社会旅游活动发展的必然结果。

18世纪中叶，英国发生了工业革命，这一革命迅速波及法国、德国等欧洲国家和北美地区。19世纪中叶，工业革命在这些国家和地区取得了重大进展，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。

第一,生产力的迅猛发展,为旅行社的产生创造了必要的条件。生产力的不断提高,社会财富的急剧累积,使有产阶级的规模日趋扩大,培育了一支具有较强支付能力的旅游者阶层,为旅行社的诞生提供了可能。

第二,科学技术的进步,孵化了现代旅游交通的发展和改善。尤其是以火车为代表的交通运输业的快速发展,提高了运输能力,缩短了运输时间,降低了运输成本,使大规模人员的流动成为可能。

第三,工业革命加速了城市化的进程,也刺激了旅游需求的产生。工业革命加速了城市化的进程,也改变了人们的生活方式,广大农村和边远山区人口不断涌向中心城镇,人们的工作和生活重心也随之从农村转向城市,过去农闲时的“悠然自得”逐步被枯燥、重复、单一的机械生活方式所代替。人们越来越渴望摆脱城市的拥挤和喧嚣,渴望回避紧张的工作和生活节奏,渴望逃离环境的污染和心灵的烦躁,渴望回归自然,返璞归真。因此,旅行逐渐成为城市里一部分人的经常性活动。

二、世界旅行社的产生与发展

(一) 世界旅行社的产生

世界上首家旅行社的产生,一般认为始于19世纪中期,源于英国人托马斯·库克在其家乡莱斯特成立的托马斯·库克旅行社(Thomas Cook Agent),托马斯·库克也成了世界上第一位专职的旅行代理商,故后人誉他为“近代旅游业之父”。

1841年,托马斯·库克成功组织了570人乘坐包租的火车,从英国的莱斯特(Leicester)旅行了12英里前往拉夫伯勒(Loughborough)参加世界禁酒同盟大会,并且对每一个乘客收取了1先令的费用,用于交通、午餐及其他服务的费用,开创了商业化组团旅游的先河。

1845年,库克根据首次火车包租旅行的成功经验和启发,在英国正式成立了托马斯·库克旅行社(Thomas Cook Agent),这是世界首家专门从事旅行代理业务的旅行商。同年,库克组织了第一批前往英国利物浦的观光旅游团,开创了商业化国际旅行代理业务。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。

1865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,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(Cook's Company),开始组织远距离旅游和

出国旅游。随着旅游者需求的不断变化和组织环球国际旅游的要求,又相继开办了轮船公司、发行旅行支票、代办旅行住宿等。到19世纪末期,该公司已经发展成为英国和欧洲最大的国际旅游经营商;到20世纪40年代其分支机构已经发展到350多家,遍布世界几十个国家和地区。

(二) 世界旅行社的发展

托马斯·库克首创旅行代理业务的成功,引起了世界各国的纷纷效仿,从欧洲大陆到北美大陆,以及世界其他国家也相继组建了类似的旅行社组织。在欧洲,1857—1885年,英国先后成立了专门的登山俱乐部和野营俱乐部;1875—1890年,法国、德国等国家相继成立了以组织高尔夫球、登山、探险和观光旅游活动为主的俱乐部。在北美,成立于1850年以经营快递业务为主的美国运通公司(American Express Company),于1915年正式成立旅行部,之后通过大规模的旅游扩张,成为世界上最大的旅游公司之一。另外,日本于1893年设立了专门接待外国游客的“喜宾会”(1926年更名为东亚交通公社)。20世纪初叶,已有50多个国家和地区设立专门的旅游公司经营旅行社业务。旅行社现象在世界范围内普遍渗透,旅行社行业已粗具规模。

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,这使他们拥有更强的旅行支付能力。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互联网的应用,极大地方便了人们的外出旅行。旅游环境的改善极大地刺激了社会化大众旅游的需求。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。据不完全统计,目前全世界旅行社总数约70 000家,它们为世界各地不同国家和地区的人们外出旅行提供相关服务,一个遍布全球的庞大的国际性旅游服务销售网络已基本形成。

随着世界旅行社行业规模的进一步扩大,多个国际性或地区性的旅行社组织也相继产生,其中最具影响的是世界旅行社协会和世界旅行社联合会。

世界旅行社协会(World Association of Travel Agencies)于1949年5月5日在瑞士正式成立,总部设在日内瓦。它是一个由私人旅行社组成的世界性非营利组织,其宗旨是通过提供有效的服务和信息,促进和保护会员旅行社的利益,建立一个世界性的旅行社协作网络。该组织现有240多个会员,来自100多个国家和地区的230多个城市。

世界旅行社协会联合会(Universal Federation of Travel Agents' Associations)于1966年11月22日成立于意大利的罗马,它由1919年在巴黎成立的欧洲旅行社组织和1964年在纽约成立的美洲旅行社组织合并而成,总部设在比利时

的布鲁塞尔。该联合会是一个专业性和技术性组织,其会员是世界各国的全国性旅行社协会,每个国家只能有一个全国性的旅行社协会代表该国参加。其宗旨是向会员提供物质上、业务上和技术上的指导和帮助,以促进这些旅行社协会和组织的联合、巩固和发展。1987年,世界旅行社协会联合会已拥有83个国家的全国旅行社协会会员,代表30 000多家旅行社和旅游企业。

随着旅游业作为新的经济增长点地位的确立,旅行社的数量还会继续增加,旅行社之间的竞争会更加激烈。为此,自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。一些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。发达国家旅行社行业跨国兼并情况如表1-1所示。

表 1-1

发达国家旅行社行业跨国兼并情况①

收购时间 (年)	采取兼并行动的旅行社所属国家	采取兼并行动的旅行社	被兼并的旅行社所属国家	被兼并的旅行社	兼并方式
1994	美国/荷兰	卡尔逊-韦根利特旅行社 Caravel Wagonlit	德国	莱斯布罗布鲁恩旅行社 Reiseburo Brune	收购
1995	美国	运通旅行社 American Express	德国	West LB 旅行社 Westdeutsche Landesbank	收购
1995	美国	运通旅行社 American Express	法国	哈瓦斯旅行社在法国的商务旅行社部	收购/ 企业合并

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 [M]. 北京: 旅游教育出版社, 2002.

续表

收购时间 (年)	采取兼并 行动的旅 行社所属 国家	采取兼行动 的旅行社	被兼并的 旅行社 所属国家	被兼并的 旅行社	兼并 方式
1995	德国	国际旅游联合会 TUI	荷兰	荷兰国际旅行社 Holland International	收购/ 企业合并
1995	英国	航空旅行社 Airtours	瑞典	北欧休闲集团 Scandinavian Leisure Group	收购
1996	英国	航空旅行社 Airtours	丹麦	丹麦斯拜斯/特杰 波格旅行社 Danish Spies/Tjaereborg	收购
1997	美国	运通旅行社 American Express	比利时	BBL 旅行社 BBL Travel	合资
1998	英国	航空旅行社 Airtours	比利时	太阳旅行社 Sun International	收购

三、我国旅行社的产生与发展

(一) 我国旅行社的产生

我国最初的旅行社是以一些国外旅游服务机构如英国的通济隆旅行社、美国的运通旅行社、日本观光局等, 为方便其本国居民因政务、商务和观光休闲来中国旅行而设立分支机构为开端的。我国第一家, 也是唯一的一家大型民族旅行社是 1923 年 8 月由陈光甫先生在上海创立的上海商业储蓄银行旅行部。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, 并在华北、华东、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。与此同时, 全国各地先后出现了不少类似的旅游企业, 如公路旅游服务社、浙江名胜导游团、中国汽车旅行社、萍踪旅游团、现代旅行社等。虽然它们中的大多数后来都因战事而自然解体, 但它们对促进我国近代旅游业的发展起到了重要作用。

新中国成立后, 1949 年 11 月 9 日, 厦门华侨服务社成立, 这是新中国的

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。1965—1957年间，天津、沈阳、无锡、大连、哈尔滨、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。后来，为进一步加强与世界各国的交流与合作，做好对外接待工作，经国务院决定成立了两个旅行社系统：一是1954年成立的中国国际旅行社总社（简称国旅）及其分社和支社，由国务院及地方政府的外事办公室领导，主要负责接待外国来华者；二是1957年由各地华侨服务社组建而成的华侨旅行社（1974年更名为中国旅行社，简称中旅）总社及其分社和支社，由国务院及各地方政府的侨务办公室领导，主要负责接待海外华侨、外籍华人、港澳及台湾同胞。中国旅行社和中国国际旅行社作为我国两大旅行社系统，在以后二十多年的时间中，垄断了我国的全部旅游业务。虽然它们为我国旅行社业发展积累了一定的经验，培养了相当数量的旅游业务人才，但由于旅行社是直属政府的行政或事业单位，其业务以政治接待为主，从而导致我国旅行社行业没有得到充分发展，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。

（二）我国旅行社的发展

我国旅行社的成长与发展是在经历了近30年的探索之后，于20世纪70年代末80年代初开始了它的初步增长阶段。1979年11月16日，全国青年旅游部成立。在此基础上，中国青年旅行社（简称青旅）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。

随着我国改革开放的不断深化，1984年，国务院就我国旅行社的体制作出了两项重大改革：一是打破垄断局面，将旅游外联权下放，允许更多旅行社经营国际旅游业务；二是规定旅行社的性质由行政或事业单位转变为企业单位。1985年5月，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。其中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。此后，我国旅行社数量迅速扩增，作为一个独立的旅行社行业已浮出水面。截至1988年底，我国旅行社总数已达1573家，其中一类社44家，二类社811家，

三类社 718 家。旅行社群雄逐鹿,少数几家旅行社垄断经营的风光不再。国旅、中旅、青旅 3 家旅行社接待旅游人数占全国有组织接待旅游人数的比例,至 1987 年下降为 39%,旅行社业由寡头垄断向垄断竞争过渡。

到了 20 世纪 80 年代中后期,我国的国内旅行社异军突起。1985 年 11 月,国家旅游局组织召开了全国国内旅游工作会议,提出要积极稳妥发展的旅游方针。国内旅游市场的激活,使我国旅行社国内旅游业务迅速增长,国内旅行社接待 2 140 万人次,旅游收入 10.8 亿元人民币。而诸多国际旅行社积极介入国内旅游,提升了国内旅游经营品质。同时,为满足出境旅游的需求,我国政府在 1984 年批准了中国公民自费赴港澳地区的探亲旅游,1990 年又把范围扩展到新加坡、马来西亚和泰国 3 个国家,并规定此项业务归中国国际旅行社总社等 9 家旅行社经营。1992 年,中国公民出境总人数为 292.87 万人次,其中,因私出境人数为 119.3 万人次,经旅行社组织的出境旅游人数为 86 万人次,出境旅游的解禁,不仅对改变我国旅行社同境外旅行社业务合作中的地位有重大影响,而且使我国旅行社开拓了新的客源市场,我国旅行社业已全面进入入境、出境、国内三大旅游领域。

进入 20 世纪 90 年代,我国旅行业运行环境风云突变,供求关系由原有的卖方市场转向供过于求的买方市场。旅行社数量的持续上升,进一步加剧了高层竞争。旅行社经营中暴露的问题,如非法经营、恶性削价、违规、违约操作等,一度成为旅游行业关注的焦点。与此同时,规范旅行社市场运作的法规条例陆续出台,如 1995 年国家旅游局发布的《旅行社质量保证金暂行规定》、1996 年 10 月国务院颁布的《旅行社管理条例》(为适应我国旅游业对外开放的需要,《旅行社管理条例》已根据国务院的有关决定作了相应的修改,并于 2002 年 1 月 1 日起施行)、1999 年国务院颁布的《导游人员管理条例》等。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。

20 世纪 90 年代中后期以来,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游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”和国庆三大旅游黄金周,就是明显的例证(见表 1-2)。

表 1-2 2000—2005 年国内旅游市场的“黄金周”情况统计^①

	游客数量 (万人次)	一日游游客 (万人次)	重点旅游 城市接待量	旅游收入 (亿元)	人均旅游消费 (元)
2000 年“十一”	5980	4280	2223	230	384
2001 年“十一”	6397	4354	2378	249.8	391
2001 年“五一”	7376.7	5008.4	2841	288	390
2001 年春节	4496	4003	2312	198	440
2002 年春节	5158	3839	2469	228	441
2003 年“十一”	8999	6592	3623	346	384
2004 年“五一”	10400	7801	3956	390	375
2004 年“十一”	10100	7431	3901	397	388
2005 年“五一”	12100	9006	4596	467	385

【资料 1-1】

2020 年世界十大旅游目的地和十大客源国

1997 年 10 月在土耳其伊斯坦布尔举行的世界旅游组织第十二次会议上,世界旅游组织作出预测:到 2020 年,中国将成为世界上第一位旅游接待大国和第四位客源输出国(见表 1-3、表 1-4)。

表 1-3 2020 年世界十大旅游目的地^②

国家或地区	接待人次(百万)	市场份额(%)
中国	137.1	8.6
美国	102.4	6.4
法国	93.3	5.8
西班牙	71.0	4.4
中国香港	59.3	3.7
意大利	52.9	3.3
英国	52.8	3.3

① 根据有关资料整理(人民网)。

② 世界旅游组织。