



中国旅游发展年度报告书系

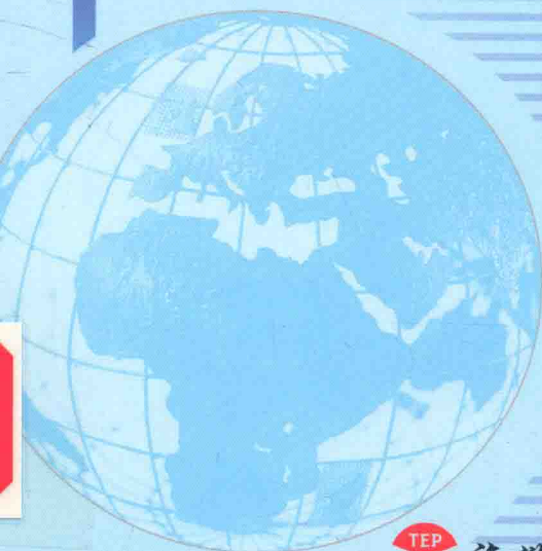
Annual Development Report of China's Tourism

中国旅行社产业 发展年度报告

2012

CHINA TRAVEL AGENCY INDUSTRY
DEVELOPMENT ANNUAL REPORT
2012

中国旅游研究院



旅游教育出版社



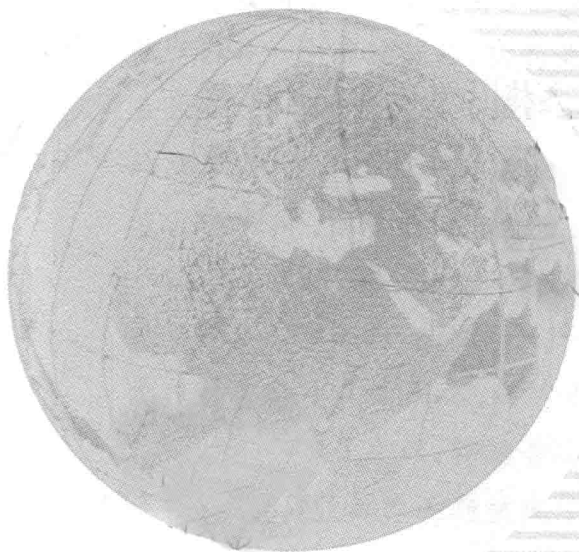
中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国旅行社产业 发展年度报告 2012

CHINA TRAVEL AGENCY INDUSTRY
DEVELOPMENT ANNUAL REPORT
2012

中国旅游研究院



北京·旅游教育出版社

责任编辑:郭珍宏

图书在版编目(CIP)数据

中国旅行社产业发展年度报告. 2012/中国旅游研究院著. —北京:旅游教育出版社, 2012. 11

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2514 - 4

I. ①中… II. ①中… III. ①旅行社—产业发展—研究报告—中国—2012 IV. ①F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 258420 号

中国旅行社产业发展年度报告 2012

中国旅游研究院 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@ 163. com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787mm × 1092mm 1/16
印 张	14. 25
字 数	206 千字
版 次	2012 年 11 月第 1 版
印 次	2012 年 11 月第 1 次印刷
定 价	55.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

《中国旅行社产业发展年度报告 2012》

编辑委员会

主任委员 戴 斌 中国旅游研究院院长 教授 博士

编 委 (按姓名音序排列)

保继刚 戴 斌 杜 江 贾法利(Jarfar Jafari)

李天元 宋海岩 田 里 魏小安

谢彦君 张凌云

《中国旅行社产业发展年度报告 2012》

编辑部

主 编 杨彦锋

编辑部成员 李仲广 杨宏浩 战冬梅 何琼峰 夏少颜

马晓龙 马仪亮 蒋艳霞 吴丽云 吴雪娇

刘祥燕 余繁华 缪 晖 李晓蕾 刘丽敏

李 静 龙 飞 徐欣悦 王 琳 柴 赢

序 言

在服务实践过程中持续推进旅游学术研究

1841年,托马斯·库克先生在伦敦组织的那次禁酒之旅是旅行社业态的萌芽,也是现代旅游业的发端。自那以后,旅行社就成为国际旅游经济系统中的代表性业态,并随旅游市场的繁荣扩张而不断发展、演化和创新:旅游批发商、旅游经营商、旅游代理商、旅游组团社、旅游接待社、门市部,全包价、半包价、小包价、单项服务代理,区域旅行社、国内旅行社、跨国旅游集团、传统旅行社、互联网在线旅行社、旅行相关服务机构……正是在一次又一次的市场创新、组织创新、管理创新、技术创新和服务创新的过程中,旅行社紧紧依托持续发展的旅游与旅行市场而成长壮大。

1923年,陈光甫先生在上海商业储蓄银行旗下创建了中国第一家旅行社——中国旅行社,从其业务范围看,既包括交通会签证代理、票务代理、行李搬运这样的旅行服务业务,也包括在铁路沿线开办近代化的酒店,在长江上开通运输航线,在艰难时世中创造了旅行服务的奇迹。1951年,新中国在厦门设立了华侨服务社——也是大陆中国旅行社的前身,1957年又成立了中国国际旅行社,专门从事港澳台同胞、海外华侨和国际来访者的接待工作。在相当长的历史时期内,旅行社都是作为民间外交的载体,而不是真正意义上的旅行服务的商业机构。直到20世纪80年代,伴随着改革开放,我国开始发展市场化意义上的旅游产业,旅行社才逐渐被赋予其商业性质。现在的旅行社产业主体

主要是由四大部分组成的：中国国际旅行社总社、中国旅行社总社、香港中国旅行社、中国青年旅行社等传统旅行社经由市场化改革而来的旅游企业；众信、凯撒、春秋、南湖等服务于国民旅游市场的民营旅行社；携程、艺龙、芒果、同程等基于互联网和移动通信技术的线上旅行代理商（OTA）；少量独资、合资或者以办事处名义开展业务的跨国旅行社分支机构。从目前的统计数据看，依照国务院《旅行社管理条例》依法成立的旅行社就有 2.3 万余家，产业规模不可谓不大，而且数十亿的国际国内旅游人次又为旅行社提供了稳固的市场基础，应当说其正处于黄金发展期。然而，无论是宏观的产业绩效，还是微观的企业运行，无论是收入、利润、就业、景气等经济指标，还是导游人员的社会声誉，加上航空、酒店、景区的营销渠道向消费终端延伸，以及基于信息技术的新型旅游代理商的竞争，整个产业又面临前所未有的挑战。在这一时代背景下，如何科学把握我国旅行社产业的宏观基本面，理性判断市场主体多与少的问题，如何研判旅游与旅行服务的市场空间和竞争格局，从而为企业的创新发展提供可能的战略选项，以及，在市场经济和大众旅游发展阶段，国家对旅行社产业调控的政策取向和微观监管的工具选择，已经成为我们亟须解决的现实课题。

对上述问题的思考和解答是中国旅游研究院首部旅行社产业年度研究报告的写作背景，也是我和我的同事开展本项课题研究的逻辑架构。

在旅游学术的研究谱系中，相对于客源市场、目的地管理、旅游政策与行政管理、旅游饭店等目标领域，旅行社产业研究在学术机构、学者群体和学术成果等方面都显得相对较弱。在自己有限的学术视野中，除了旅游行政管理部門的法规政策等应用性研究和来自产业一线经理人员的实践总结外，以南开大学的杜江教授为代表的学者自 20 世纪 90 年代初期开始集中研究旅行社的微观运行，出版一批奠基性的教

材和学术论文。2001年,我任教于北京第二外国语学院,与杜江教授合作出版了《旅行社管理比较研究》,首次尝试从宏观视角对旅行社产业研究进行了学术探索。同时,在中国旅行社协会的资助下,我们完成了《中国旅行社发展现状与发展对策研究》,对新中国成立以来,特别是改革开放以后的旅行社产业首次进行阶段性的梳理工作。从2004年开始,我在每年年底的时候都会写一篇产业评论,试图为未来的产业研究留下一些历史的记录。在过去的十年中活跃于这一领域并作出了很多贡献的学者还包括张凌云教授、姚延波教授、梁智教授、李宏博士等,基本上还是南开大学的背景。

履职中国旅游研究院以后,一方面是学术传承的自觉,另一方面也是学科建设规划的需要,自2009年开始,我就把出版适应旅行社产业发展实践要求的年度研究报告作为我和我的同事们当然的学术使命,并把它作为任务交由产业所具体承担。在仲广所长的带领下,彦锋博士、宏浩博士、仪亮博士、冬梅博士、丽云博士、少颜同志等青年旅游学人历经两年多时间的理论研究、产业调研和研究院内部多次讨论、调整和修改,终于完成首部研究报告。在此过程中,研究和写作团队扎实的理论素养、对业态和技术的敏感、对“服务产业、报效国家”建院理想的认同,特别是他们的团队协作精神,都给我留下了深刻印象。从他们身上,我看到了中国旅行社产业研究中兴的希望,也听到了青年旅游学人成长脚步声。

旅游活动是以人们的空间移动为前提的,为空间移动的人们提供从信息整合、行程安排,到目的地期间所消费的餐饮、住宿、交通、游览、购物、娱乐,以及商务活动和休闲体验等方面的协助,都属于旅行社当然的业务范畴。事实上,我们对旅游产业的认识往往都是从旅行社开始的,对旅行社的认识又是从团队、观光、包价的入境旅游业务开始的。可以说,在外事接待和团队旅游时期,中国旅行社产业曾经创造

了辉煌的成就,为中国旅游经济的繁荣发展作出了卓越的贡献。在散客、自助和信息技术主导的大众旅游时代,我相信我们的旅游企业家、职业经理人和千千万万爱岗敬业的员工,一定可以在提升老百姓旅游福祉的同时,把中国的旅行服务产业导向更有国际竞争力的新阶段。

衷心祝愿我们的学术研究与旅行社产业共同成长!



中国旅游研究院院长、教授、博士生导师

2012.11.4

目 录

CONTENTS

第一章 我国旅行社产业的发展历程	1
一、旅行社产业的历史进程与制度变迁	2
二、旅行社产业的市场需求演化	7
三、旅行社产业格局转化与业态创新	9
四、旅行社产业发展的目标与价值取向	13
第二章 全国旅行社产业发展现状	15
一、2011 年度全国旅行社产业发展规模	16
二、2011 年度全国旅行社产业经营绩效	19
三、2011 年度全国旅行社产业分项业务	23
四、2011 年度全国旅行社总体结构	33
第三章 旅行社产业发展景气分析	39
一、旅行社产业景气分析背景	40
二、旅行社产业总体景气分析	42
三、旅行社产业景气指标分析	44
四、景气指标产业间差异分析	45
五、景气指标区域间差异分析	49
第四章 旅行社产业的市场空间分析	53
一、入境游市场	54
二、国内游市场	60
三、出境游市场	63
四、旅行社组织接待市场分布状况	78



五、典型城市分析	81
第五章 旅行社团队消费者行为分析	109
一、参团游客特征分析	110
二、参团游客的行为分析	117
第六章 旅行社服务质量的游客评价	125
一、旅行社服务满意度调查分析	126
二、旅行社搜索引擎评论分析	129
第七章 旅行社服务质量的保险	137
一、旅行社责任保险统保示范现状	138
二、统保示范项目整体满意度分析	139
三、各省、区、市统保示范项目满意度对比分析	143
四、统保示范项目满意度调查总结及建议	162
附表 7-1 旅行社责任保险统保示范项目保险经纪 服务满意度调查问卷表	164
附表 7-2 旅行社责任保险统保示范项目保险理赔服务 满意度调查问卷表	165
第八章 团队管理服务系统的行政监管	167
一、团队服务管理系统的应用价值	168
二、现有地方团队服务管理系统的比较分析	169
第九章 旅行社产业的发展趋势与对策	183
一、我国旅行社产业发展的外部环境	184
二、我国旅行社产业的发展趋势	189
三、促进我国旅行社产业发展的建议	196
附件 1 2011 年度全国旅行社统计调查排序标准及评定结果	203
附件 2 ADS 框架下的旅行社组团出境游	213

第一章

我国旅行社产业的发展历程



旅行社是为人们旅行提供服务的专门机构。世界上最早的旅行社诞生于 19 世纪 40 年代的英国,我国最早的旅行社产生于 20 世纪 20 年代的上海。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,它是中国当代旅行社的雏形,现为香港中国旅行社股份有限公司。1949 年中华人民共和国成立后,同年 12 月在厦门成立华侨旅行社,这便是中国旅行社的前身。可以说,与欧美旅游业发达国家相比,以中国旅行社业为代表的旅游业发展起步很晚,是沿着以入境旅游接待为主导的非常规道路成长起来的。自 1999 年黄金周制度首次实行以来,包括国内旅游和出境旅游在内的国民旅游市场一直以两位数的速度扩容,并且在 2008 年国际金融危机和甲型 H1N1 流感的双重抑制性因素影响下仍呈不可逆转的增长趋势。2011 年,国内旅游已经超过 25 亿人次,出境旅游则接近 7000 万人次,旅游总收入则首次突破 2 万亿元人民币。在此背景下,我们作出了中国旅游业已经进入大众化旅游发展初级阶段的基本判断。旅行社产业在每年数十亿旅游者旅行和移动过程中承担着重要的组织和接待功能,同时也经历了政策环境、市场需求、行业竞争、科技以及商业创新等诸多机遇与挑战,初步形成了大型旅行社集团化、中小旅行社专业化、新兴业态不断涌现的发展格局。应当说,改革开放 30 年来,旅行社无论是在行业规模,还是在服务水平方面都取得了历史性的进步,是我国旅游经济转型与变革的典型代表,也是现代服务业发展的缩影。

一、旅行社产业的历史进程与制度变迁

(一) 旅游产业地位在各个历史时期的表现

1. 旅游是服务于政治和外交的特殊行业^①

在新中国的建立、巩固和“文革”时期,任何经济活动都要为当时的意识形态服务,旅游业也不例外。在这种情况下,外事接待是旅行社业务运作的核心内容。从新中国成立后到 1978 年年初,中国的旅行社业一直是行政机关的附属办事机

^① 杜江,戴斌. 旅行社管理比较研究. 北京:旅游教育出版社,2000.

构。在当时的政府组织架构中,中国旅行游览事业管理总局与中国国际旅行社合署办公,隶属于国家外交部。这一时期的旅行社运作特点是政治色彩较浓,经济角色淡化。

2. 旅游业经济功能得以强化

1978年以后,政府的工作重心转移到经济建设上来。邓小平同志在会见美国泛美航空公司董事长西威尔先生时提出,旅游很值得搞。要把旅游事业按企业来办,要抓利润。这是中国最高领导层首次肯定了旅游业的经济功能,从此,中国旅行社业开始经历市场化导向的政策演化。当时在国民经济对国外的商品、原料、技术大量进口导致的外汇短缺压力下,中国旅游业在市场化进程中走上了一条以创汇为导向的非常规发展道路,即率先发展带来大量外汇收入的入境旅游。

1999年黄金周制度的实行扭转了中国旅行社产业的发展轨迹。当年国务院公布的《全国年节及纪念日放假办法》,决定将春节、“五一”、“十一”的休息时间与前后的双休日拼接,从而形成7天的长假。主要原因是,在1997年东南亚金融危机的影响下,国内经济出现需求疲软的现象。政府为了刺激消费,拉动国内经济,促进国内旅游,因而实施假日制度举措。1999年国庆第一个“黄金周”,全国出游人数达2800万人次,旅游综合收入141亿元,全国旅行社企业数量由1998年的6222家激增为7326家,到2001年这项数字已达到10716家。可以说,假日制度刺激了居民旅游需求的大规模释放,同时也引致旅行社产业的规模扩张。

3. 包括旅行社在内的旅游业进入国家战略体系

2009年12月,国务院41号文件颁布了《关于加快旅游业发展的意见》,明确提出要把旅游业培育成为“国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”,这标志着包括旅行社在内的旅游业正式进入了国家战略体系。全国几乎所有的省(市、自治区)都已经把旅游业定位为战略性、支柱性的新兴产业。2011年,国务院决定,每年5月19日为“中国旅游日”。同年,党中央、国务院批准下发了《2011—2015年全国红色旅游发展规划纲要》。2012年8月,《中华人民共和国旅游法》草案提请全国人大常委会审议。这一系列重大战略性举措为旅游业可持续发展提供了积极有利的政策环境。旅游业发展环境得到国家层面的支持和维护,无论在政府意志方面还是制度设计上,都释放出有利于旅行社产业发展的积极信号。



(二)三大旅游市场发展方针的阶段性调整

1. 旅游发展方针变被动为主动

新中国成立初期,旅行社针对外国人、海外华侨入境旅游的外联和接待功能被高度强化。1978年以后,以创汇为导向的旅游业仍然选择以入境旅游为优先和重点发展的市场。政府对国内旅游采取“不宣传、不提倡、不反对”的三“不”方针。进入20世纪90年代,中国国内旅游业迅速崛起,1990年,国内旅游人次达2.8亿,国内旅游收入170亿元;1998年,国内旅游人次为6.94亿,国内旅游收入2391亿元。随着1998年中央经济工作会议将旅游业确定为国民经济新的增长点,国家旅游局强调要坚持大力发展入境旅游、积极发展国内旅游、适度发展出境旅游的方针不变。

这一时期,伴随旅游业经济功能的强化,旅游行业发展思路越来越以市场为导向,发展方针从行政接待为主的被动式发展向服务大众的主动性发展过渡。

2. 更加强调国内旅游的市场主体地位

国家旅游局邵琪伟局长在2009年全国旅游工作会议上提出了要把工作重点转移到国内旅游上来,要正确处理国内、入境、出境三大市场的关系,保持旅游业平稳、较快地增长。自此,以往“入境、国内、出境”的市场工作思路,转变为以国内旅游为重点、积极发展入境旅游、有序发展出境旅游,是以入境旅游接待导向的旅游业发展初级阶段向为国民大众旅游者服务的当代旅游业发展阶段迈进的标志。国家旅游层面的市场工作思路的转变,带动了旅游公共服务体系、旅游业态、旅游产品等一系列宏观和微观资源向国民旅游市场进行配置,为旅行社业更好地发掘以国内旅游为主体的国民旅游市场提供了基础保障。

3. 出境旅游发展政策导向由保守走向开放

1997年3月,经国务院批复,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》,同年7月1日正式实施。《暂行办法》的出台标志着国家正式开办中国公民自费出国旅游,也标志着中国出境旅游市场的形成。入境旅游、国内旅游和出境旅游成为旅行社经营业务的三大组成部分。2002年7月1日开始实行的《中国公民出境旅游管理办法》则标志着中国出境旅游市场已达到相应的规模,并开始走向成熟。事实上,自出境旅游正式开放以来,中国公民出境旅游市场规模就连续保持两位数的增长速度,即使在2008年全球金融危机和甲型H1N1流感的双重抑制因素影响下,中国政府始终没有对公民出境旅游市场采

取任何限制性措施,充分体现了政府对于维护旅游市场稳定发展的决心。

(三) 旅行社法规及标准的路径引导式变迁

1. 第一部行业法规奠定了旅行社产业发展的格局

伴随市场化进程的加快,中国旅行社产业规模在较短时间内迅速扩张。为加强对旅行社产业的管理,国务院于1985年颁布了《旅行社管理暂行条例》,这是中国旅行社产业的第一部管理法规。《旅行社管理暂行条例》将中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》还按照业务范围将中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。实质上,三种类型的划分是旅行社要求“以市场需求为导向”,“五个一起上”的方针进行企业化改制,但全民、集体所有制形式以外的其他经济主体不能申请为一类社,这一时期行业运营仍具有明显的垄断特征。

为适应加入世界贸易组织的需要,维护公平的对外贸易秩序,2001年国务院修订了《旅行社管理条例》,新增了一章“外商投资旅行社的特别规定”,对外商投资旅行社的资格、条件和程序进行了规定。

2009年新的《旅行社条例》规定,国内旅行社可从事入境旅游业务,且将经营入境旅游业务所需的注册资本最低限额由人民币150万元降低为30万元,大大降低了入境旅游市场的准入门槛。2010年8月,国家旅游局和商务部联合审议通过了《中外合资经营旅行社试点经营出境旅游业务监管暂行办法》,规定逐步对外商投资旅行社开放经营中国内地居民出境旅游业务。2011年5月批准第一批三个中外合资旅行社具有经营中国公民出境旅游业务资格,标志着行政手段对旅行社经营业务的干预终将濒于消失。

2. 监管制度的完善加速行业结构调整

20世纪90年代以日本的《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。面对旅行社产业发展中出现的问题和适应全球趋势的需要,国家旅游局自 1995 年 1 月 1 日起,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,此款对旅游者进行赔偿:

(1)旅行社因自身过错未达到合同约定的服务质量标准而造成旅游者的经济权益损失;

(2)旅行社的服务未达到国家或行业规定的标准而造成旅游者的经济权益损失;

(3)旅行社破产后造成旅游者预交旅行费损失;

(4)国家旅游局认定的其他情形。

根据规定,旅行社必须向旅游行政管理部门缴纳质量保证金。国际旅行社经营入境旅游业务的,缴纳 60 万元人民币;经营出境旅游业务的,缴纳 100 万元人民币;国内旅行社缴纳 10 万元人民币。此外,国际旅行社每增设一个分社,应当增缴质量保证金 30 万元人民币;国内旅行社每增设一个分社,应当增缴质量保证金 5 万元人民币。

旅行社质量保证金制度的实施,标志着国家旅游局对旅行社实行行业管理的两个重要转变,其一是顺应国际旅游法制化管理的趋势,采取切实有效的措施,保护旅游消费者的合法权益;其二是引导旅行社产业的发展由单纯追求行业规模增长向寻求企业素质提升的转变,并希望通过这一转变改善旅行社产业混乱的市场秩序。旅行社质量保证金制度实施后,许多效益较差的中小旅行社因无力承担规定数额的质量保证金而退出经营。旅行社质量保证金制度实施当年,中国旅行社产业规模就由 4382 家减少为 3826 家,其中三类社减少 598 家,二类社减少 51 家,一类社增加 93 家。

3. 由准入监管到准入与运营监管并重

尽管旅游业是中国最早与国际接轨的产业之一,但由于脱胎于外事接待部门,并且在相当长的一个时期里被视为“民间外交”的载体,加上政府主管部门偏紧的监管导向,事实上,旅行社已经成为整个旅游业中开放程度最低的行业。

自 2001 年中国加入世界贸易组织,宏观层面的开放导向推动了旅行社产业

的开放进程。从《旅行社管理条例》增加对外商投资旅行社的特别规定,实行《中国公民出境旅游管理办法》,到国有资产改制、划拨与重组,出台新版《旅行社条例》、研究起草《旅行社国家标准》、推出旅行社统保示范项目、试点外资经营公民出境游业务等一系列政策,使旅行社产业进入门槛、地域限制的问题得到实质性突破,市场秩序失范、市场主体获政策性保护等问题也在逐步改善。地方政府主管部门也在试图通过法规、标准、产业政策和具体的行政行为对旅行社的商业运作模式进行宏观调控和具体引导。北京市实行的《旅行社等级划分与评定标准》总体上旨在鼓励和引导旅行社做大,做强,做一个负责任的企业,并在区域市场上起到一个批零分工合理、产品创新活跃的标杆作用。在其示范作用下,浙江、河南、四川、广东等地也陆续制定了相关标准。从中央到地方,各级旅游行政主管部门作用于旅行社产业的管理方式逐步由严格的微观监管向行业引导转变。

二、旅行社产业的市场需求演化

(一) 市场基础发生根本转变

1. 入境旅游市场率先示范

从新中国成立到 1978 年年初,外事接待是我国旅行社业务运作的核心。^① 1978 年以后,在创汇导向的产业功能定位下,入境旅游仍然被赋予最重要的市场地位。因此,旅行社产品和组织接待形式上表现为海外需求大于供给,整个产业的需求基础建立在入境旅游市场上;产品结构以自然和文化观光型为主;产品运作以“团进团出”的批量方式为主。入境旅游市场发展带来的“输入式”示范效应明显作用于中国国内居民逐渐兴起的旅游消费需求,观光、团队、全包价旅游是我国居民在旅游业发展初期所选择的主要旅游活动形式,而观光旅游也将是当前和今后一个时期内中国国内旅游市场的基础所在。

2. 国民旅游市场占主体地位

从旅游总人次和旅游消费总量两个指标看,中国旅行社所面临的旅游市场规模处于一个平稳扩张的态势。在 2008 年出现的一系列自然、社会、经济等方面的负面因素影响下,来自国内外的旅游总人次达 18.5 亿,同比增长 6.2%;旅游总收入达 11 648.5 亿元,同比增长 6.3%,我国居民出游率超过 130%。在规模日

^① 杜江,戴斌.旅行社管理比较研究.北京:旅游教育出版社,2000:93.