



“十一五” 高职高专旅游与酒店管理类规划教材

LÜXINGSHE JINGYING YU GUANLI

旅行社 经营与管理

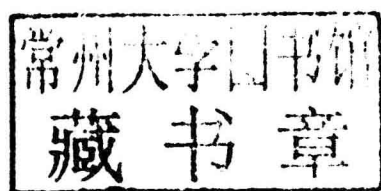
主编 马广钦 周红军

 河南科学技术出版社

“十一五” 高职高专旅游与酒店管理类规划教材

旅行社经营与管理

主编 马广钦 周红军



河南科学技术出版社

· 郑州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社经营与管理/马广钦, 周红军主编. —郑州: 河南科学技术出版社, 2009. 8 (2011. 1)

(“十一五” 高职高专旅游与酒店管理类规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5349 - 4265 - 5

I. 旅… II. ①马…②周… 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 057131 号

出版发行: 河南科学技术出版社

地址: 郑州市经五路 66 号 邮编: 450002

电话: (0371) 65737028 65788613 65788631

网址: www.hnstp.cn

策划编辑: 陈淑芹 陈 艳

责任编辑: 陈 艳

责任校对: 李淑华 丁秀荣

封面设计: 张 伟

版式设计: 栾亚平

责任印制: 张 巍

印 刷: 郑州文华印务有限公司

经 销: 全国新华书店

幅面尺寸: 185 mm × 260 mm 印张: 14. 25 字数: 280 千字

版 次: 2009 年 8 月第 1 版 2011 年 1 月第 2 次印刷

定 价: 27. 00 元

如发现印、装质量问题, 影响阅读, 请与出版社联系。

《“十一五”高职高专旅游与酒店管理类规划教材》

编审委员会名单

主 任 张建州

副主任 温民忠

编 委 (以姓氏笔画排序)

王亚伟 王志电 王景山 王德静

孙全治 李 跃 李晓东 张建州

陈佳平 罗亚平 岳继勇 郭 琰

郭宝林 曹奇刚 温民忠 裴凤琴

《旅行社经营与管理》编写人员名单

主 编 马广钦 周红军

副主编 孙江虹 金 虹

编 者 (以姓氏笔画排序)

马广钦 孙江虹 邵轶铭 金 虹

金丽丹 周红军 梅 华

前 言

为贯彻《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》精神，紧紧围绕《高职高专旅游与酒店管理类专业人才培养指导方案》，按照以综合素质为基础、以能力为本位、以就业为导向的方针，充分结合各地高职高专旅游与酒店管理专业教学改革和课程改革的具体情况，在高等院校教学委员会指导下，我们组织编写了《“十一五”高职高专旅游与酒店管理类规划教材》。本套教材注重理论和实际相结合，强调实践、实用和实务，突出了对学生专业技能、专业能力和专业素质的培养。本教材是《“十一五”高职高专旅游与酒店管理类规划教材》中的一种。

进入 21 世纪以来，我国旅游业迅速发展，旅游市场日益繁荣，旅行社业作为旅游业的龙头行业，在促进现代旅游产业发展中起着极为重要的作用。随着旅行社业的发展，迫切需要一大批掌握现代化管理理论、具有实际操作能力的应用型人才。我们根据旅游学理论的最新发展，总结我国旅行社在经营与管理中的成功经验和教训，适应旅行社行业的开放、改革与发展趋势，依据新的《旅行社条例》，组织编写了该教材，旨在进一步提高旅游教育的水平，更好地满足旅行社业的人才需求，为我国的旅游业发展做出贡献。

《旅行社经营与管理》是高等职业教育旅游管理专业的主干课程。通过本课程的学习，使学生形成现代旅游管理理念，掌握旅行社经营与管理的基本理论与方法，具备旅游管理的基本素质要求和从事旅行社经营管理工作的业务能力，为将来从事旅行社经营管理工作打下基础。

本教材由四大部分内容构成，具体划分为十章。第一、二章系统论述了旅行社的产生与发展、性质与职能和业务范围，介绍了旅行社设立的条件和程序、产权管理和组织管理等基本概念；第三至第七章详细介绍了旅行社产品开发、市场营销、计划调度、旅游接待、财务管理等项业务的经营策略与管理方法，是本课程学习的重点；第八、九章属于综合性质的内容，包括人力资源管理、服务质量管理、旅游投诉、旅游安全、经营风险以及信息化管理等；第十章重点分析我国旅行社业的发展趋势。

针对高等职业教育的特点和旅游管理专业的培养目标，本教材在编写的过程中，注意吸收旅游学研究的新理论、新方法，反映旅行社业发展的最新动态，使该课程具有较高的起点，体现先进性；在选题和内容方面，紧密结合我国旅行社业的发展实际，



以培养能够胜任旅行社经营管理需要的人才为目标,突出适应性;适当压缩理论性较强的内容,加大应用知识和技能的比重,强调实用性;教材中将旅行社各业务部门的工作程序和方法作为重点,并精选了一部分旅行社经营管理中的典型案例。另外,每章后边安排了复习思考题和技能练习题,逐步培养和提高学生的实际工作能力。

本教材由马广钦、周红军任主编,负责框架与大纲设计以及统筹工作。孙江虹和金虹任副主编。编写分工如下:马广钦(前言、第三章、第九章)、周红军(第一章、第二章、第十章)、梅华(第四章)、金丽丹(第五章)、孙江虹(第六章)、金虹(第七章)、邵轶铭(第八章)。

本教材在筹划和编写过程中,得到了众多学界和业界友人的帮助与指导,郑州师范高等专科学校、郑州航院信息统计职业学院、中州大学、河南职业技术学院、郑州牧业工程高等专科学校、郑州经贸职业学院等单位为本教材的写作和出版提供了大力帮助。在此,谨对他们致以崇高的敬意和真诚的谢意!在编写的过程中,我们参阅了许多有关旅行社经营管理领域的资料和研究成果,并且引用了一些观点和理念,在此予以说明,并向有关专家和人员表示感谢。

由于时间和水平所限,教材中难免存在不足之处,敬请读者批评指正。

编者

2009年2月

目 录

第一章 旅行社概述	(1)
第一节 旅行社的产生与发展	(1)
一、旅行社的产生	(1)
二、旅行社业的发展	(4)
三、旅行社在旅游业中的地位与作用	(7)
第二节 旅行社的性质与职能	(8)
一、旅行社的性质	(8)
二、旅行社的职能	(8)
第三节 旅行社的基本业务	(10)
一、旅行社业务范围的形成和基本业务	(10)
二、我国旅行社具体经营的业务	(11)
第四节 旅行社的分类	(12)
一、西方旅行社的分类	(12)
二、我国旅行社的分类	(13)
三、新型旅游代理商	(13)
第二章 旅行社的设立	(16)
第一节 影响旅行社设立的因素	(16)
一、影响旅行社设立的外部因素和内部因素	(16)
二、我国关于旅行社设立的法律规定	(18)
第二节 旅行社设立的基本程序	(19)
一、申请营业许可	(19)
二、办理注册登记	(20)
三、办理税务登记	(20)
四、设立分支机构	(20)
第三节 旅行社的产权管理	(21)
一、旅行社的产权及其构成要素	(21)
二、我国旅行社的产权形式与产权管理	(21)



第四节	旅行社的组织设计与组织管理	(23)
一、	旅行社组织设计的原则	(23)
二、	影响旅行社组织设计的因素	(24)
三、	旅行社的组织机构设计	(26)
四、	旅行社的组织管理	(28)
第五节	旅行社的行业管理	(29)
一、	旅行社的行业特点	(29)
二、	旅行社行业从业人员素质要求	(30)
三、	旅行社的行业组织	(31)
第三章	旅行社的产品开发	(35)
第一节	旅行社产品的概念与特性	(35)
一、	旅行社产品的概念	(35)
二、	旅行社产品的特性	(36)
三、	旅行社产品的形态	(37)
四、	旅行社产品的生命周期	(38)
第二节	影响旅行社产品开发的因素	(40)
一、	影响旅行社产品开发的外部因素	(40)
二、	影响旅行社产品开发的内部因素	(41)
第三节	旅行社产品设计的基本原则	(41)
一、	市场原则	(42)
二、	经济原则	(42)
三、	旅游点结构合理原则	(42)
四、	交通安排合理原则	(43)
五、	服务设施确有保障原则	(43)
六、	内容丰富多彩原则	(43)
第四节	旅行社产品开发的过程	(43)
一、	市场调研	(44)
二、	现有产品的筛选	(46)
三、	新产品方案的拟定与选择	(47)
四、	新产品的研制与试销	(48)
五、	投放市场的商业化阶段	(49)
六、	检查与评价	(49)
第五节	旅游线路的设计	(49)
一、	旅游线路的类型	(50)
二、	旅游线路设计的程序	(50)
三、	旅游线路设计案例展示——河南省郑州、洛阳、开封和焦作四地旅游线路设计	(51)
第四章	旅行社的营销管理	(54)

第一节	旅行社市场营销概述	(54)
一、	旅行社的营销组合	(54)
二、	旅行社目标市场营销	(55)
第二节	旅行社产品的价格策略	(59)
一、	影响旅行社产品价格的因素	(59)
二、	旅行社产品的定价依据	(61)
三、	旅行社产品的定价方法与价格策略	(61)
第三节	旅行社产品的销售渠道	(65)
一、	旅行社产品销售渠道概述	(65)
二、	旅行社产品销售渠道策略	(66)
三、	旅游中间商的选择与管理	(67)
第四节	旅行社产品的促销	(69)
一、	旅行社促销的概念	(69)
二、	旅行社促销策略的制定	(69)
三、	旅行社的促销要素组合	(69)
第五节	旅行社产品品牌化	(72)
一、	品牌的基本概念	(72)
二、	旅行社品牌化的作用	(73)
三、	旅行社品牌建设策略	(73)
第五章	旅行社的计划调度管理	(76)
第一节	旅行社计划调度工作概述	(76)
一、	旅行社计划调度的概念	(76)
二、	旅行社计调业务的发展过程	(77)
三、	我国旅行社计调部门的设置	(77)
四、	旅行社计划调度的角色及作用	(78)
第二节	旅行社计调工作的特点与要求	(80)
一、	旅行社计调工作的职能特点	(80)
二、	计调人员的岗位职能	(81)
三、	计调人员的素质要求	(82)
四、	计调的职业意识	(83)
五、	计调技能的等级划分	(84)
第三节	旅行社计调工作的内容与操作程序	(86)
一、	旅行社计调工作的内容	(86)
二、	计调部的工作流程	(88)
三、	与旅行社相关部门的沟通	(92)
第四节	旅行社旅游服务的采购	(92)
一、	旅游服务采购网络的建立	(92)
二、	服务采购的管理	(96)



第六章 旅行社的接待业务管理	(101)
第一节 旅行社导游员的管理	(101)
一、导游员的选择	(101)
二、导游员的培训与管理	(103)
三、兼职导游员的管理	(105)
第二节 旅行社团体旅游的接待管理	(107)
一、团体旅游接待服务的原则	(107)
二、团体旅游接待业务的特点	(108)
三、团体旅游接待业务的运行与管理	(112)
第三节 旅行社散客旅游业务的管理	(118)
一、散客旅游业务的特点	(118)
二、散客旅游业务的类别	(119)
三、散客旅游接待的要求	(121)
四、旅行社的门市业务	(121)
第四节 大型和特种旅游团接待服务管理	(123)
一、大型和特种旅游团的类型	(123)
二、大型和特种旅游团的特点	(123)
三、大型和特种旅游团的接待服务操作	(124)
第七章 旅行社的财务管理	(126)
第一节 旅行社财务管理概述	(126)
一、旅行社财务管理的概念	(126)
二、旅行社财务管理的目标	(127)
三、旅行社财务管理的方法	(128)
第二节 旅行社会计核算	(129)
一、旅行社业务核算	(129)
二、旅行社业务结算	(130)
第三节 旅行社成本费用管理	(133)
一、旅行社成本费用的构成	(133)
二、旅行社成本费用的管理	(134)
三、案例示范	(136)
第四节 旅行社营业收入与利润管理	(137)
一、旅行社营业收入的管理	(137)
二、旅行社利润的管理	(138)
第五节 旅行社资产管理	(139)
一、旅行社流动资产的管理	(139)
二、旅行社固定资产的管理	(143)
第六节 旅行社财务报表与财务分析	(144)
一、旅行社财务报表	(144)

二、旅行社财务分析	(149)
第八章 旅行社的综合管理	(151)
第一节 旅行社的人力资源管理	(151)
一、旅行社员工的选聘	(152)
二、旅行社员工的培训	(153)
三、旅行社的工资制度	(154)
四、旅行社企业文化建设	(156)
第二节 旅行社服务质量管理	(159)
一、旅行社服务质量管理概述	(159)
二、旅行社服务质量的评估	(161)
三、旅行社服务质量的控制与改进	(162)
第三节 旅游者投诉的管理	(164)
一、旅游投诉产生的原因	(165)
二、旅游投诉的处理	(165)
第四节 旅游服务中的安全管理	(166)
一、旅游安全管理的内容	(166)
二、导游带团过程中主要安全事故的处理	(167)
三、旅行社责任保险	(169)
第五节 旅行社经营风险的管理	(170)
一、旅行社经营风险的类型	(170)
二、旅行社经营风险的识别	(171)
三、旅行社避免风险的主要措施	(171)
第九章 旅行社信息化管理	(173)
第一节 旅行社信息化管理概述	(173)
一、旅行社信息资源与信息化	(173)
二、旅行社信息化管理的概念和主要内容	(175)
三、旅行社信息化管理的必要性和意义	(175)
第二节 信息技术在旅行社业的应用	(177)
一、信息技术在旅行社业中的应用方向	(177)
二、信息技术在国外旅行社业的应用	(178)
三、信息技术在我国旅行社业的应用	(179)
四、信息技术对旅行社发展的影响	(180)
第三节 旅行社信息系统建设	(181)
一、信息系统的组成与开发步骤	(181)
二、旅行社信息系统建设的类型	(182)
第十章 我国旅行社业的发展趋势	(185)
第一节 旅行社业市场的开放	(185)
一、我国旅行社行业现状分析	(185)



二、我国旅行社行业的开放	(186)
第二节 我国旅行社分工体系的调整	(190)
一、我国旅行社分工体系的现状	(190)
二、中国旅行社水平分工体系存在的主要问题	(191)
三、我国旅行社分工体系的调整方向	(191)
第三节 旅行社的跨国经营	(193)
一、跨国公司的概念	(193)
二、旅行社跨国经营的发展趋势	(194)
三、旅行社跨国经营的形式	(194)
四、中国旅行社的跨国经营	(194)
附 录	(198)
主要参考文献	(212)

第一章 旅行社概述

学习目标

1. 掌握旅行社的性质和职能。
2. 了解旅行社的基本业务、分类制度和分工体系。
3. 明确旅行社在现代旅游业发展中的作用。

第一节 旅行社的产生与发展

旅行社是为人们旅行提供服务的专门机构，旅行活动的发展是旅行社得以产生和发展的前提条件。随着世界范围内旅游事业的发展与繁荣，旅行社已经发展成为世界旅游业的三大支柱之一。

一、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，也是旅行活动长期发展的必然产物。

（一）世界旅行社业的产生与初期发展

1. 世界旅行社业产生的背景 18 世纪中叶发生在英国的工业革命，使全世界的经济和社会结构发生了巨大的改变，也使世界范围内旅行活动的发展受到了显著的影响，主要表现在以下四个方面：

（1）工业革命为旅行活动的产生奠定了物质基础。首先，全球范围内生产力水平的不断提高和迅速发展、社会财富的急剧增加带来了阶级关系的新变化。有产阶级的出现使得越来越多的人具备了外出旅游的经济条件，从而扩大了外出旅游的队伍。其次，科学技术的进步使交通工具得到改善。从瓦特发明蒸汽机技术（1769 年）到蒸汽机轮船的问世（18 世纪末），再到后来铁路运输技术的发展（1814 年，史蒂文森），交通运输能力得到了提高，缩短了运输时间，扩建了运输网络，使大规模的人员流动成为可能。



(2) 旅游需求的普遍化为旅游服务机构的产生提供了现实的可能性。工业革命加快了城市化的进程,改变了人们原有的工作和生活方式,使人们产生了回归自由和宁静的大自然的要求,主观上产生了旅游动机。由于人们对旅游经验的缺乏,如民俗禁忌、旅游常识、货币兑换等,使许多人急切希望有一个专业化的旅游服务机构为其提供便利。

(3) 市场经济的发展为旅游活动的产生创造了必要的社会条件。市场经济加速了城市化的进程,使人们工作和生活的重心从农村转移到城市。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、重复的单一性工业劳动所取代,致使人们产生了强烈的度假要求。在此背景下,一批具有敏锐信息的先行者首先捕捉到了市场信息,专职旅行代理商开始登上历史舞台。

2. 世界旅行社业的产生 1845年,英国的托马斯·库克正式开办商业性的旅行代理业务,组织了世界上第一次团体观光消遣旅游活动,从莱斯特到利物浦,参加人数为350人,成为近代旅行社业务正式开始的标志。为组织好这次活动,托马斯·库克在活动之前做了大量的考察和预订工作,专门编写出版了《利物浦之行手册》,并为此设立了全程陪同和地方导游引导,为后来的团体旅行代理业务确立了基本模式。1855年,托马斯·库克以包价的形式组织了赴法国的旅行。到1864年,经托马斯·库克组织的参加旅游的人数已累计达100多万,他的名字也成为旅游的代名词,在欧美地区家喻户晓。1865年,托马斯·库克正式在伦敦开设了自己的旅游办事处——“托马斯·库克父子旅游公司”,该旅行社后来发展成为当时世界上最大的旅行社。此后,他又相继在美洲、非洲和亚洲地区建立了分公司,旅游业务遍布全球,他本人也被后人尊称为“世界旅行社之父”。随着库克旅游公司的发展壮大,欧美诸国和日本纷纷效仿库克组织旅游活动的成功模式,先后成立了旅行社或类似的旅游组织,招募陪同或导游,组团开展旅游活动。



小资料 1.1

托马斯·库克与旅行社

托马斯·库克于1808年11月22日出生于英国,自幼家境贫寒,10岁便辍学就业,先后做过帮工、诵经人和木匠等。托马斯·库克笃信宗教,热衷于禁欲。1841年7月5日,身为传教士的托马斯·库克利用面对机器化大生产中人们产生的心理危机,以参加禁酒为号召,创造性地组织了世界上第一次团体包价旅游。他包租了一列往返列车,运载570人从莱斯特到拉夫伯勒参加禁酒大会,第一次采用了集体折扣付费的方式,每人先交1先令,包括交通费用、乐队演奏赞歌、一次野外午餐和午后茶点。这次活动在旅游史上被认为是近代旅游活动的开端,具有重要的意义。这次活动具有后来旅行社经营活动的若干重要特征:其一,采用了集体折扣付费的方式;其二,具有团体包价的雏形;其三,将吃、行、娱等要素集中在旅游活动中;其四,初步体现了旅行社全陪的导游功能。这些特征对于后来的旅行社经营都具有重要的借鉴作用与影响。托马斯·库克对于旅游业发展的贡献,不仅在于他开创了近代旅游业,而且还表现在他面向大众、薄利多销,推动了旅游的社会化,促进了旅游业的发展。

3. 世界旅行社业的初期发展 继英国的托马斯·库克父子旅游公司之后,欧美各国不断涌现出类似的旅行社组织。在欧洲,英国相继出现了登山俱乐部(1857年)和

帐篷俱乐部（1885年）。德国和法国则成立了观光俱乐部（1890年）。在北美，美国运通公司于1850年开始从事旅行代理业务，并在1891年发售了第一张旅行支票；1915年，该公司正式设立了旅行部；翌年，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和前往尼亚加拉大瀑布及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。在日本则相继成立了“喜宾会”（1893年）和日本交通公社（1912年）。到20世纪初，旅行社为适应人们不断增长的旅游需求，进而在世界各地迅速发展起来，美国的运通公司、英国的托马斯·库克父子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。

（二）中国旅行社业的产生与初期发展

1. 中国旅行社业的产生 我国旅行社的产生与世界旅行社产生的历史背景截然不同，它是在受到外来经济和文化入侵的影响下产生的。

20世纪初期，英国的通济隆旅游公司（前身即托马斯·库克父子旅游公司）、美国的运通旅游公司等外国旅行社开始在上海等地设立旅游代办机构，总揽中国旅游业务，并雇佣中国人充当导游。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）。此后，中国又相继出现了一些旅行社及相似的旅游组织，如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜导游团、中国汽车旅行社、国际旅游协会、友声旅行团、精武体育会旅行部、萍踪旅行团、现代旅行社等，它们作为中国旅行社业处于萌芽期的旅行社，承担了近代中国人旅游活动的主要组织工作。

2. 中国旅行社业的初期发展 新中国成立后，旅行社业开始逐步恢复和发展。1949年11月9日，厦门华侨服务社成立，成为新中国的第一家旅行社。1957年4月22日，华侨旅行服务社总社在北京成立，至1974年更名为中国旅行社（简称中旅或CTS），成为当时接待港澳台同胞、海外华侨及海外华人的专业旅行社。由于新中国的成立，我国的国民经济迅速恢复和发展，国际地位不断提高，国际交流与合作日趋频繁，一些国家的自费旅游者也前来中国观光和度假。为了做好接待工作，经政务院批准，中国国际旅行社总社（简称国旅或CITS）于1954年4月15日在北京成立，同时在全国一些省会城市、直辖市和相关口岸城市成立了12家分（支）社，负责接待来华的外国自费旅游者。1979年11月16日，全国青联旅游部成立，在此基础上，中国青年旅行社（简称青旅或CYTS）于1980年6月27日成立，主要接待来华的海外青年旅游者。

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，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，并造成了当时中国旅行社行业的寡头垄断局面。但当时我国旅行社基本是作为政治性接待机构，非经营性企业，并非完全意义上的现代旅行社。



二、旅行社业的发展

(一) 世界旅行社业的发展

第二次世界大战以后,世界局势相对稳定,大型民用客机开始用于旅行活动,汽车进入家庭,世界经济的发展使闲暇时间大幅度地增加,旅游业进入了“大众旅游”的时代,世界范围内旅游业的发展与繁荣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。在第二次世界大战结束后至20世纪80年代初的40年里,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10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。旅行社的业务经营范围不断扩大,管理水平和服务质量明显提高,产业规模和营业额大幅度增长。全世界形成由数万家旅行社组成的庞大的世界性旅游服务网络,世界旅游业呈现出繁荣昌盛的景象。

20世纪80年代后期以来,以欧美地区经济发达国家的旅行社业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业的集中化趋势不断加强。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,并通过价值链进行纵向整合。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。



小资料 1.2

日本交通公社(JTB)

日本交通公社(JTB)是日本最大的旅行社。每年从日本向海外输送将近300万名日本游客,其中2002年向中国输送了29.8万名游客。JTB还是最早在中国设立常驻机构的海外旅行社,1982年在当年的北京饭店设立了北京事务所,两年后在上海、广州设立了常驻事务所。JTB与中国众多的旅行社有着长久的伙伴关系,签约的旅行社最多时达到150多家外联社、200多家接待社,几乎与所有的中国大型旅行社都保持相当数量的业务关系。2000年,经国家旅游局批准,JTB与中信信托投资有限公司联合成立了新纪元国际旅行社,成为在华第一家中日合资旅行社,新纪元国际旅行社于2001年、2002年连续两年被国家有关部门评为100强旅行社之一(来源:百度百科)。

(二) 中国旅行社业的发展

1. 中国旅行社业的初步成长阶段 改革开放以后,为了促进我国旅游业的发展,适应旅游市场上出现的旅游需求变化,政府在这一时期出台了一系列有利于旅行社行业发展的法规和政策,其中有两件对旅行社具有重大意义的事件。其一是1984年,国家旅游局决定将旅游外联权下放,授予一些地方的旅行社以业务经营所必需的签证通知权,并允许更多的企业经营国际旅游业务。其二是1985年5月11日,国务院颁布《旅行社管理暂行条例》,将全国的旅行社划分为一类旅行社(经营对外招徕并接待外国人来中国、华侨归国、港澳同胞、台湾同胞、回内地旅游业务)、二类旅行社(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)和三类旅行社(只经营中国公民国内旅游业务)