

高职高专“十二五”规划教材·旅游类

◎主 编 许 凌 尹立杰

旅游概论

Tourist class



南京大学出版社

高职高专“十二五”规划教材·旅游类

旅游概论

Tourist class

常州大学图书馆
藏书章

◎主 编 许 凌 尹立杰
◎副主编 蒋晓聪 李萍萍
谭文菁 钱惠新



南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论/许凌,尹立杰主编. —南京:南京大学出版社, 2015. 8

高职高专“十二五”规划教材·旅游类

ISBN 978-7-305-15185-9

I. ①旅… II. ①许… ②尹… III. ①旅游—高等职业教育—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 096692 号

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093

出 版 人 金鑫荣

丛 书 名 高职高专“十二五”规划教材·旅游类

书 名 旅游概论

主 编 许 凌 尹立杰

责任编辑 王抗战 王春梅 编辑热线 025-83596997

照 排 南京理工大学资产经营有限公司

印 刷 扬州市江扬印务有限公司

开 本 787×960 1/16 印张 20.5 字数 360 千

版 次 2015 年 8 月第 1 版 2015 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-15185-9

定 价 42.00 元

网 址: <http://www.njupco.com>

官方微博: <http://weibo.com/njupco>

官方微信号: njupress

销售咨询热线: (025)83594756

* 版权所有, 侵权必究

* 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购
图书销售部门联系调换

前 言

当今时代,旅游发展日新月异,朝气蓬勃。它不仅成为人们日渐普及的主要生活休闲方式之一,也为各国各地区经济发展、社会繁荣起到推动促进的作用。2009年,旅游业更是在我国国民经济中被确立为战略支柱型产业。

随着旅游业在社会经济生活中地位的不断提升,旅游业所面临的宏观、微观环境的变化,高质量的旅游专业人才需求也将发生重大变化,质量型人才提升将更显迫切。高职院校的旅游职业教育承担着培养旅游业高端技能型人才的任務,在旅游专业人才培养中一直起到重要的作用。《旅游概论》是高职院校旅游专业普遍开设的专业基础课程,多年来,这门课程一直在理论与实践孰轻孰重、如何有效融合等问题上不断探索,也涌现出一批优质的教材。

另一方面,职业教育迎来了改革创新的发展时代。党的十八大以来,职业教育被提到了前所未有的高度,受到了前所未有的重视。2014年6月,国务院召开全国职业教育工作会议,印发了《关于加快发展现代职业教育的决定》,提出以培养技术技能人才为目标,到2020年形成具有“中国特色、世界水平”的现代职业教育体系。正是在这样的背景下,我们编写了这本教材。

本教材依据高职学生学习的规律和特点,以项目导向为线索,通过案例导入、任务驱动引导学生逐步深入地学习旅游学基本概念和理论,并结合实践活动将理论知识有机地融合,实现学生活学活用,促进学生由知识向技能的有效转化。此外,本教材引入了旅游业界、学界最新的知识成果,增加了对旅游新业态、新现象、新问题的学习和讨论,体现了旅游发展与与时俱进的崭新内容。

参加本书编写的作者都是在高校多年从事旅游专业教学尤其是旅游学概论课程教学的“双师型”专业教师。本教材由苏州经贸职业技术学院许凌、南京旅游职业技术学院尹立杰分别任第一、第二主编;苏州工业园区职业技术学院蒋晓聪、江苏农林职业技术学院李萍萍分别任副主编;苏州经贸职业技术学院谭文菁参与编写。具体编写分工如下:项目一、项目二(许

凌);项目三、项目四(尹立杰);项目七、项目八(蒋晓聪);项目五(李萍萍);项目六(谭文菁)。许凌设计教材的整体框架和编写思路,并与钱惠新一起担任全书的最后统稿和定稿工作。

本教材可作为高等职业技术学院旅游专业学生的旅游学概论课程的教材,也可作为旅游行业、企业从业人员的培训教材和参考读物。

本教材在资料收集、整理和使用过程中,参阅了国内外相关研究成果和技术文献,直接或间接引用了诸多专家学者的观点和理论,在此表示衷心的感谢!教材建设还处于探索阶段,不足之处在所难免,恳请各位专家、学者、同行及读者朋友对本书提出宝贵意见,以便于我们修订完善,非常感谢!

编 者

2015 年 7 月

目 录

项目一 旅游活动与旅游学	1
任务一 旅游活动	1
任务二 旅游学	12
任务三 旅游的发展历程	17
思考与讨论	35
项目二 旅游者	38
任务一 旅游者的概念	38
任务二 旅游者的形成条件分析	44
任务三 旅游者的类型及需求特点	52
思考与讨论	59
项目三 旅游产业的构成	61
任务一 旅游业概述	62
任务二 旅游中介与旅游集团	65
任务三 旅游支持行业	68
思考与讨论	83
项目四 旅游市场	84
任务一 旅游市场的概念及内容	84
任务二 细分旅游市场	88
任务三 旅游市场定位与营销	97
思考与讨论	103
项目五 旅游吸引物和旅游目的地	105
任务一 旅游吸引物的概念和特点	106
任务二 旅游目的地	113

任务三 旅游产品·····	120
思考与讨论·····	134
项目六 旅游公共管理·····	136
任务一 旅游组织·····	136
任务二 旅游法规与政府管理·····	146
任务三 旅游标准化管理·····	150
思考与讨论·····	156
项目七 旅游活动的作用与影响·····	158
任务一 旅游对经济活动的影响·····	159
任务二 旅游对社会文化的影响·····	182
任务三 旅游对自然环境的影响·····	204
思考与讨论·····	226
项目八 旅游前沿问题·····	231
任务一 旅游规划·····	232
任务二 旅游业可持续发展·····	270
任务三 旅游业的发展模式与发展趋势·····	294
思考与讨论·····	317

项目一 旅游活动与旅游学



学习目标

知识目标:

- 掌握旅游的概念、性质和特征;
- 认识旅游活动的涵义、性质及特点;
- 熟悉旅游活动的构成要素、种类。

能力目标:

- 能够归纳旅游活动,把握旅游活动发展的最新趋势;
- 能够了解旅游学科的基本现状和学科体系。

素质目标:

- 增强对旅游活动的了解,提升对旅游活动的兴趣,创新旅游活动的发展。

任务一 旅游活动



任务导入

旅游是什么?

旅游是什么?在不同的时代、不同人的眼中,旅游的内容也不尽相同。

(一) 古代诗句中的旅游

“岁八月壬子旅游於蜀，寻茅溪之涧。”(唐王勃《涧底寒松赋》)

“到来江上久，谁念旅游心。故国无秋信，邻家有夜砧。”(唐尚颜《江上秋思》)

(二) 广告中的旅游

何为旅行？旅行不是一次出行，也不只是一次假期。旅行是一次过程，一次发现。一次自我发现的过程。真正的旅行让我们直面自我。旅行，不仅让我们看到了世界，更让我们看到自己在其中的位置。是我们创造了旅行，还是旅行造就了我们？生命本身就是一场旅行，生命将引领你走向何方？

——Louis Vuitton 路易·维登广告

(三) 一段对话中的旅游

王斌：你知道吗？我现在学的是旅游专业，假期我要去找份旅游的兼职来干干。

罗林：真好啊！干旅游这一行是不是可以天天旅游啊？以后我们想出去旅游就找你啦！

◇思考◇ 学习本项目后，请分析旅游/旅行在三段材料中的具体含义是什么？

1.1.1 旅游活动的概念及本质

(1) 旅游活动的概念

旅游活动是指人们为了休闲、商务和其他目的，离开惯常环境，到另一个或另一些地方去旅行和短暂停留，时间不超过一年，而且不导致定居和就业的一种活动。

旅游和旅游活动是两个不同的概念。旅游活动是人的一种往返的活动过程，旅游者的这一活动过程是从离开自己的惯常环境开始，包括了沿途的旅行及在目的地逗留期间的观光游览，最后又回到自己惯常环境这一完整的过程。而旅游除了包括旅游活动之外，还包含了由旅游活动引起的各种现象和关系，比如旅游业等。



知识链接

旅游、旅行、游览、观光

“旅游”是人们为了休闲、娱乐、探亲访友或者商务目的而进行的非定居性旅行和在游览过程中所发生的一切关系和现象的总和。在我国古代,“旅”和“游”是两个各自独立的概念,“旅”是旅行,为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程;“游”是外出游览、观光、娱乐,即为达到这些目的所做的旅行。可见,“旅行”偏重于行,旅游不但有“行”,且有游览、观光、娱乐含义,“旅游”是“旅行”和“游览”两种活动的有机统一。“旅行”是“游览”所凭借的手段和形式,“游览”是“旅行”的目的和内容,二者结合是旅游。旅游界有句话“旅速游缓”,即旅游者希望把更多的时间花在游览目的地而不是旅途中。

“观光”与“旅游”意义相近,有观看、考察的含义。在我国台湾地区及东亚的日本、韩国较多地使用“观光”这一概念。

(2) 旅游活动的目的

旅游活动的目的包括三个方面,即休闲目的、商务目的和其他目的。

所谓休闲目的,包括游览观光、度假、娱乐等所有休闲性质的旅游活动;所谓商务目的,包括出席会议、商务接洽等所有出差在外的旅游活动;其他目的,则指的是科学考察、体育活动、走亲访友、医疗保健、宗教朝觐等。

(3) 旅游活动的性质

对旅游活动的性质,一直以来争论的焦点主要在于旅游活动究竟是经济性质的活动还是文化性质的活动。经济学家一般多持经济论的观点,社会学家、历史学家、文化界人士则多持文化论的观点。不过,近几年更多的学者倾向于旅游的非经济性本质,建议广泛使用文化人类学和社会学的方法研究旅游,认为从旅游发展历史过程看,旅游是社会经济和文化达到一定阶段的产物。因此,旅游活动具备经济活动和文化活动的特点,同时由于旅游活动是人们在具体社会环境中进行的,所以它综合反映了社会环境中的多种现象。

事实上,旅游活动的内容涉及政治、文化、经济等领域的方方面面,因此它是一项综合性的社会活动。但是,旅游活动毕竟是人们为了审美、娱乐、交往、自我实现等高级需求而前往异地的活动,人们在进行旅游活动时不具有特定的经济或政治意向,因此从旅游者的旅游动机上来说,旅游活动仍然隶属社会文化范围。

1.1.2 旅游活动的构成及特征

(1) 旅游活动的特点

旅游活动是一种内容丰富、类型多样、涉及面极广的社会经济文化活动,是现代社会中人类的一种短期性的特殊生活方式,因而现代旅游活动与一般的社会经济文化活动有着不同的特点,主要表现为内容的综合性、异地性、停留的暂时性、精神的享受性、往返的流动性等特点。

◇ 异地性

异地的自然风光、风土人情、民俗生活常能使旅游者获得在常住地所得不到的新知识、新感受、新快乐。对外界客观世界的认识和了解决定了旅游的异地性特征。

这里所说的异地性有一定的距离规定,如美国就规定离开家乡单程距离至少在 50 英里(约 80 千米)。

◇ 暂时性

旅游活动是人们在正常的生活工作之外,利用闲暇时间所做的暂时出行。旅游者不会在旅游目的地定居和工作,这也决定了旅游活动只是一种短期行为。但是,实践中人们对“暂时”这一概念的认定难度很大,其原因在于时间的长短是相对而言的,一天、一周、一个月乃至一年都可以是暂时的。世界旅游组织对“暂时”的界定是不超过一年。

◇ 综合性

旅游活动的综合性集中表现在以下几方面:第一,旅游活动呈现综合性的需求。现代旅游活动不再是单纯的游山玩水,而是包括了食、住、行、游、购、娱等多项内容的综合活动。同时,旅游者还有通讯、医疗、洗理、出入境等方面的需求,几乎包括了人类消费需求的各个方面。第二,旅游活动受到自然、社会各方面因素的综合影响。旅游活动不仅受到自然方面的事物和因素(如旅游自然资源、自然条件等)影响,也受到涉及社会方面的事物和因素(如经济、社会乃至意识形态等)影响,这些自然、社会因素的共同作用影响着旅游活动的产生、过程及结果。第三,旅游供给的综合性。旅游活动需求的综合性促使旅游活动内容供给方相应呈现出综合发展的趋势,饭店业、商业、建筑业、娱乐业等各个产业都是旅游活动赖以发生的重要因素。

(2) 旅游活动的构成

◇ 旅游活动的“三体”说

旅游活动的“三体”是指:旅游活动的主体——旅游者;旅游活动的客

体——旅游资源；旅游活动的媒介——旅游业。三者相互依存，相互制约，紧密结合，共同构成旅游活动这一复杂的综合性整体——人类生活的高级消费形式，并产生经济效益和社会效益。

① 旅游活动的主体——旅游者

旅游活动包含人们离开其常住地以及在目的地停留期间所从事的全部活动，作为旅游主体的旅游者是旅游活动最主要的决定要素，也是最活跃的因素，可以说旅游活动的全过程都是围绕着旅游者这一主体进行和开展的。作为旅游活动的主体，旅游者的数量、消费水平、旅游方式等将直接影响和决定旅游业的发展水平及其内部构成。作为旅游活动开展的对象，旅游资源的开发和利用也直接受到旅游者的客源结构、旅游流向以及旅游活动变化规律的影响和制约。

② 旅游活动的客体——旅游资源

旅游资源是旅游活动得以开展的物质基础，是吸引旅游者、激发旅游者旅游动机的直接因素，也是旅游业借以创收的前提。因此，旅游资源是一个国家和地区旅游业赖以存在和发展的条件。一个国家和地区旅游资源的特色和丰富程度是其旅游业发展成功的客观基础。而对旅游资源的利用与开发水平也直接影响到一国或一地区旅游的规模、类型以及发展水平。

③ 旅游活动的媒介——旅游业

旅游业是连接旅游主体和旅游客体的中介物，为旅游活动提供各种服务、安排，使旅游者的旅游动机与愿望得以实现，并能从中得到最大满足和精神愉悦，我们称其为旅游媒体。旅游业是旅游发展的产物，也是旅游发展的推动者。在近代旅游业产生以前，旅游活动主要是一种自发的、少数人参加的活动，旅游主体和客体直接联系；旅游者外出旅游的活动大多表现为漫游探险等方式，缺乏对旅游客体的了解和认识；同时也没有基本的旅游设施和旅游服务，旅游者旅游活动缺乏组织性，存在诸多不便。因此，早期旅游活动规模小、范围小。而旅游业诞生之后，它在旅游者和旅游资源之间起到了一种媒介和桥梁作用，通过旅游业提供各种旅游供给以及对旅游市场进行组织，使得旅游活动方便易行，从而大大推动了旅游活动的发展。

旅游业诞生之后，完成旅游活动的要素已不只是旅游者和旅游资源，旅游业主客源地和目的地之间，以及旅游动机与旅游目的的实现之间架起一座便利的桥梁。利用旅游业提供的规范化旅游模式完成旅游活动，已成为广大民众中占支配地位的旅游形式，而旅游业的发展和规划也成为旅游目的地的旅游开发工作的重要组成部分，旅游业已经成为推动旅游活动开展最积极、最活

跃的一个因素。

旅游活动三大主体互为依托和制约,共同构成一个统一的整体,任何一个主体发生变化都会影响另外两个主体。游客的流量、流向和兴趣爱好的变化必然影响作为旅游目的地服务设施和旅游资源的建设规模、层次、类型,也会影响到旅行社、旅游交通和饭店的配置设置;而旅游资源的开发成功和新景观、主题公园的建成,又会导致旅游者流向、流量的改变,进而影响到旅游业的结构;至于旅游交通、饭店、旅行社的发展状况,则更是会影响到旅游者的活动和旅游目的地的社会效益、经济效益。

◇ 旅游活动的“六要素”说

旅游活动中,食、住、行、游、购、娱是六个最基本的要素。

食,即餐饮,是旅游供给中最基本的一项内容。对旅游者来说,旅游中的餐饮产品不仅是为了满足生理的需求,也为了追求心理上、精神上或情感上的满足。因此,美味可口的饭菜和安全、整洁、轻松、愉快的进餐环境是最基本的要求,而具有当地特色、体现深厚饮食文化传统的饮食更易受到旅游者的青睐,甚至在某些情况下,餐饮本身就能成为一种旅游资源,吸引旅游者的来访。

住,即住宿,是旅游活动得以顺利进行的基本保障。无论旅游者参与的是何种类型的旅游活动,都需要一定的体力支持。漫长的旅途难免会使旅游者感到带疲劳,而舒适、安全的住宿设施就是帮助旅游者补充体力,顺利参与后续旅游活动的有力保障。随着旅游业的发展,旅游活动的形式正日益多样化。消费结构的变化意味着住宿设施也必然要逐步调整档次结构、类型结构和地域分布结构,按照旅游产业结构变化和旅游者需求结构的变化而变化,以最大限度地满足旅游者的消费需求。

行,即旅游交通,是旅游活动的必要前提,没有“行”就没有旅游。旅游活动的异地性决定了在旅游活动中发生空间转移的不是旅游产品,而是购买旅游产品的主体——旅游者。旅游交通就是帮助旅游者实现空间转移的必要手段,它既包括旅游者在旅游客源地和旅游目的地之间的往返交通,也包括旅游目的地之间以及同一目的地内不同景点之间的转移过程。快捷、安全、舒适的现代旅游交通不仅提高了旅游的舒适度,也丰富了旅游活动的内容,为旅游过程增添了许多乐趣。

游,即游览,是旅游消费的最终目的,也是旅游活动的基础部分。在旅游活动的六要素中,食、住、行、游、购、娱是进行游览的必要条件或派生物。食、住、行是实现“游”的前向关联要素,是开展旅游活动的必要条件,一旦缺乏这些条件,旅游活动就无法开展;购、娱是“游”的后向关联要素,是提升旅游质量的充分

条件。

购,即旅游购物,是旅游者在旅游过程中购买与旅游相关产品的行为,是旅游的乐趣所在,也是旅游过程中必不可少的环节之一。通常,旅游者在旅游过程中会购买一些非日常性的特殊商品,如纪念品、艺术品、特殊的家庭生活用品等,用以满足馈赠亲友、经济购买、玩味欣赏等需要。尽管购物可能不是旅游者到目的地旅游的首要动机,但购物能增加旅游目的地的吸引力,使旅游活动的内容更加丰富多彩。

娱,即旅游娱乐,是旅游者在旅游活动中所观赏和参与的文娱活动,它是旅游活动中的休闲内容。随着人们生活水平的日益提高以及旅游消费观念的日趋成熟,人们对旅游产品和服务的质量有了更高的要求。旅游娱乐已经成为旅游活动中的一个重要组成部分。旅游娱乐活动大体上有两类:一类是有固定时间和场所,充分展示地方特色的大型文化表演活动;另一类是散布于城市的休闲娱乐活动。对于旅游者来说,旅游娱乐是参观游览活动的必要补充,它使旅游活动的内容更加充实;对于旅游目的地来说,它是一种文化的传播和交流,也是延长旅游者逗留时间、增加旅游收入的有效手段。

食、住、行、游、购、娱是在旅游活动发展的初期,旅游者提出的最基本的旅游需求。随着旅游者旅游经验的不断丰富,以游览、观光为主的旅游活动已经很难满足他们个性化的需求,他们对旅游提出了新的更高的要求。旅游者对目的地的选择更加理性,目的地旅游资源的优劣、旅游环境的品质、文化体验、科技元素都将影响着旅游者的旅游决策。

◇ 旅游“系统”说

旅游系统架构包括四个部分,即客源市场系统、目的地系统、出行系统和支持系统。

客源市场系统是指位于游憩活动谱上各段落的休闲者和旅游者及其形成、活动本经等因素构成的一个子系统。客源市场系统研究的核心是旅游主体,即作为旅游产品消费者的旅游者,他们的旅游需求、出游动机、旅游行为方式以及在选择旅游产品时的影响因素等。

旅游目的地系统主要是指为已经到达出行终点的游客提供游览、娱乐、经历体验、食宿、购物、享受或某些特殊服务等旅游需求的多种因素的综合体。目的地系统又包括旅游吸引物、旅游设施和旅游服务三个子系统。

旅游出行系统是使客源市场系统和目的地系统紧密相连的纽带。出行系统包括了旅游营销、交通、旅行服务、旅游组织管理等。

旅游支持系统是保证旅游系统正常运转的保障因子,包括管理机制、政策

法规、环境保护、人力资源、资金计划、安全控制、医疗卫生等。



知识链接

旅游活动的新要素

(一) 资源——旅游活动之源泉

从现代旅游产业的角度出发,旅游资源的内涵和范围都扩大化了,新六要素中的“旅游资源”既包括具体的,例如风景名胜、文物古迹、娱乐中心、会议中心、购物场所等;也包括抽象的,例如社会风气、文明程度等。随着社会生产力的发展和科技的进步,人们闲暇时间增多,城市居民进行旅游、回归自然,借助自然环境的洁净达到锻炼和疗养身心的愿望正日益高涨。由此看来,旅游区的自然生态环境从某种意义上来说也是一种旅游资源。

(二) 环境——旅游活动之基础

新六要素中的“旅游环境”是以旅游者为中心,涉及旅游目的地、旅游依托地,不仅包括与旅游活动直接相关的优美自然环境、友好的社会环境、浓郁的人文环境,而且也包括间接与旅游活动相关的一个由花园城市似的栖居环境、高雅悠闲的艺术环境、舒心惬意的感觉环境、人性和谐的社区环境、多元共融的交流环境和高效优质的服务环境所组成的系统构架。旅游目的地环境状况的好坏对旅游者旅游效果的影响是不可忽视的,游客的满足程度与旅游目的地环境条件息息相关,环境是旅游业生存和发展的物质基础,直接影响着旅游业的持续发展和生命力的旺盛。

(三) 文化——旅游活动之灵魂

新六要素中的“文化”涵盖了人类创造的物质财富和精神财富的全部。现代旅游的内涵是文化,旅游是文化的一种表现形式,没有文化内涵的旅游是没有价值的。文化是旅游竞争力的灵魂所在。中国旅游业已从价格竞争为主转化为以质量和文化品牌竞争为主,旅游产品价格的高低取决于产品文化内涵的多少。文化含量越高,价格越高。中国旅游界的明天是文化,以人为本、人与自然和谐、生态理念、人文关怀这些文化因子正在注入旅游产业的发展中,从而大大提升了旅游产业的质量,增加其吸引力和竞争力。

(四) 科技——旅游活动之动力

随着社会经济的发展和人民生活水平的提高,科学技术早已融入旅游业的方方面面。人们工作和生活的各个方面无不与科技密切相关,如计算机预订系统、电视会议、可视图文系统、航空电子出票系统、电子货币交易系统、移动通

讯等,不但可以使旅游者利用网络整合各种旅游资源,查询分门别类的旅游景点,在不同的旅游项目、路线和方式中作出选择,而且也提高了旅游企业的竞争力。信息时代,信息技术已成为人类社会发展的三大能源之一,谁先拥有信息就意味着谁先拥有商机。作为第四大媒体的互联网以信息量大、成本低、时效强等优点受到旅游企业的青睐,其广泛应用不但为旅游企业提供了一个全新的信息传播媒体,也开设了一条新的市场销售渠道。可以说,离开信息和科学技术的支撑,现代旅游业就无法生存。

(五) 闲暇——旅游活动之机遇

旅游需求产生的最基本决定变量包括旅游支付能力、充足的闲暇时间和旅游动机。各个变量同时得到满足时,旅游需求就能得以实现。

(六) 金钱——旅游活动之保障

旅游活动也是一种经济活动,人们的旅游活动需要有一定的经济能力支撑,特别是现代旅游涉及面广、活动范围大、周期变化快、旅游危机增多,所以具备较强的经济能力是实现旅游的重要保证。

资料来源:李运祥:《试论旅游活动新六要素》,载《中国商界》,2010年第4期

1.1.3 划分旅游活动的类型

关于旅游活动的类型,业界有很多划分方法,尚无统一标准,综合各家之言,列出如下划分方法。

(1) 按地域范围划分

按地域范围划分可以分为国内旅游和国际旅游。

◇ 国内旅游

国内旅游是指人们在居住国的境内开展的旅游活动,通常是指一个国家的居民离开自己的常住地在本国境内其他地方进行的旅游活动。根据世界旅游组织的解释,非本国居住的常住外国人在所在国境内进行的旅游活动应是国内旅游。国内旅游可以根据目的地停留时间划分为过夜旅游和不过夜旅游。又可根据旅游活动范围的大小,划分为地方性旅游、区域性旅游、全国性旅游三种形式。

地方性旅游一般是当地居民在本区、本市、本县范围的旅游。实际上是一种短时间、近距离的参观游览活动,多数与节假日的娱乐性相结合,时间短、活动项目少,常是和亲朋好友或家庭、小集体自发组织的旅游方式。

区域性旅游指离开居住地到邻近地区风景名胜点的旅游活动。如北京旅

行社组织的北戴河二日游、武汉旅行社组织的长江三峡三日游等。

全国性旅游是跨多个省份的旅游活动,主要是指到全国重点旅游城市和具有代表性的著名风景地的旅游活动。

◇ 国际旅游

国际旅游是指一个国家的居民跨越国界到另一个国家或几个国家的访问旅游活动。根据旅游者的流向,又可分为入境旅游和出境旅游。根据国际旅游的范围大小,又可分为跨国旅游、洲际旅游和环球旅游三种形式。

跨国旅游泛指离开居住国到另一个国家和多个国家进行的旅游活动,以不跨越洲界为界限,如亚洲本地区的旅游。

洲际旅游指跨越洲界限的旅游活动,如北美洲国家居民到欧洲国家的旅游。

环球旅游指以世界各洲的主要国家(地区)的港口风景城市为游览对象的旅游活动。如英国的“伊丽莎白女王二世号”游船,号称“千人百日游全球”的旅游活动,就属于环球旅游。

(2) 按旅游目的划分

按旅游者的旅游动机和主要目的来划分,旅游可分为观光型、保健型、公务型、宗教型、购物型、休闲型、求知型、寻根型、猎奇型等几种主要类型。

◇ 观光型

以游览观光为目的,就是传统的“游山玩水”,这是最普通和最常见的旅游活动类型。主要以寻访名胜古迹、观赏自然风光和人文景观等为内容。目的是获得美的享受、开阔眼界、增长知识。在国外,被称为世界七大奇观之一的埃及金字塔及希腊的古迹、瑞士的风光等早已成为世界各国旅游者心目中向往的地方。中国的故宫、万里长城、黄山、桂林等也是多数观光者必到之地。

◇ 保健型

这类旅游主要是为了回避酷暑和严寒,调节环境,寻求幽静、欢乐、轻松的生活,是一种保健型旅游。如为了治疗某些慢性疾病,以达到有益于健康的目的,时间比较长。表现形式为疗养、森林旅游、温泉旅游、度假旅游、治疗疾病旅游等。这种旅游在欧美很风行,特别是带薪度假的兴起给现代保健医疗型度假注入了新的活力。这类旅游越来越普遍,方式也越来越具有个性化。

◇ 公务型

公务型旅游是指出于职业的需要,以办展览、商务洽谈、出席会议或进行某些科学文化交流为主要目的的旅游项目。特点是在完成公务的同时,进行参观游览。这类旅游层次高、消费多、出行频繁、无季节性,可为旅游地带来高