



· 旅游经营管理系列丛书 ·

旅游导论

主 编 曾廷忠

四川人民出版社

● 旅游经营管理系列丛书 ●

旅 游 导 论

主 编 曾廷忠

副主编 胡 斌 吴玉宗

编写：吴玉宗 胡 斌 田光占
李如佳 宁国富 张为波
张晓华 周群华

四川人民出版社

1996 · 成都

(川)新登字 001 号

责任编辑:胡 务

封面设计:邱云松

技术设计:古 蓉

· 旅游经营管理系列丛书 ·

旅游导论

曾廷忠 主编

四川人民出版社出版(成都盐道街3号)

四川省新华书店经销

双流县印刷一厂印刷

开本 850×1168mm1/32 印张 9.25 字数 230 千

1996 年 7 月第 1 版 1996 年 7 月第 1 次印刷

ISBN7-220-03236-6/C·242 印数:1-8000

定价:9.80 元

前 言

1978年,国门洞开,海外游客蜂涌而至,我国现代旅游业开始起步。十余年来,我国旅游业取得了举世瞩目的辉煌成就。

现在,我们既面临着良好的发展机遇,也面临着严峻的挑战:动荡不安、多灾多难的20世纪即将过去,新世纪曙光初露,和平与发展成为时代的主旋律,国内改革开放,经济繁荣,为祖国旅游业的飞速发展提供了广阔的市场。但是,随着国门刚刚开启时神秘感的消失,随着同在一个文化圈层的周边国家旅游业的突飞猛进,我们又面临着十分激烈的竞争局面。我国旅游业起步晚,底子薄,经验不足,如何承先启后,成功地跨入21世纪,并在21世纪中立足脚跟,进入旅游发达国家行列?当务之急是,及时总结我国旅游十余年来的发展实践,结合新的时代特征,借鉴国际上旅游发达国家的成功经验,建立有中国特色的社会主义旅游市场经济体制,不断提高从业人员的素质,提高管理水平和服务质量,拓展视野,广开门路,挖掘内涵,不断开发新产品,推出新项目、新线路。

1995年元月,由四川省旅游局副局长曾廷忠和四川省旅游经济研究所副所长、成都西藏饭店总监胡斌主持,我国西南地区一批从事旅游研究、教学和实践的专家学者和从业人员在成都聚会,共

同研讨,决定将理论工作者与实际工作者结合起来,从我国旅游的具体情况出发,与国际旅游市场接轨,编写一套具有时代气息、实用性强、具有可操作性的旅游经营管理系列丛书,以适应我国旅游业的需要。

经过各位编写人员和四川人民出版社同志的辛勤耕耘,本套丛书现在开始与广大读者见面了。尽管编写仓促,水平有限,丛书中的观点尚需在实践中得以进一步完善和发展,但总的说来,本套丛书融理论性、知识性、操作性于一体,在总结我国旅游经营管理理论、方法和经验方面作了有益的尝试。既可作为旅游大专院、中专、职高的教材,又可作为广大旅游在职人员的参考书,相信本套丛书的出版发行,能对提高我国旅游经营管理水平、服务水平和教学水平起到积极作用。

国家旅游局岗位培训指导委员会

1995 年 10 月

目 录

第一章 旅游	(1)
第一节 旅游的性质和特征	(1)
一、旅游的定义	(1)
二、旅游的特征	(3)
三、旅游的基本属性	(6)
第二节 旅游的构成和分类	(9)
一、旅游的构成	(9)
二、旅游的主要分类	(14)
第三节 旅游对社会的影响	(18)
一、旅游对社会文化的影响	(19)
二、旅游对社会经济的影响	(22)
三、旅游活动中应克服的消极影响	(24)
第二章 旅游的产生和发展	(27)
第一节 古代旅行	(27)
一、旅行的产生	(27)
二、早期旅行的特点	(29)
三、古代旅行的类型	(31)
第二节 近代旅游	(35)
一、近代旅游的兴起	(35)
二、近代旅游大发展的原因	(39)
第三节 现代旅游	(41)

一、现代旅游出现的背景	(41)
二、现代旅游的特点	(45)
三、旅游发展展望	(49)
第三章 旅游者和旅游资源	(55)
第一节 旅游者和旅游客源市场	(55)
一、旅游者的定义	(55)
二、旅游客源的形成及影响因素	(58)
三、旅游客源市场的划分	(62)
四、主要客源市场	(65)
第二节 旅游资源	(70)
一、旅游资源的性质	(71)
二、旅游资源的特点	(73)
三、旅游资源的划分	(78)
第三节 世界著名旅游资源	(81)
一、自然旅游资源	(81)
二、人文旅游资源	(101)
第四节 我国著名旅游资源	(106)
一、关外风光	(106)
二、中原风光	(109)
三、江南文化	(115)
四、南国风光	(121)
五、剑外风光	(125)
六、塞外风光	(132)
七、雪城风光	(134)
第四章 旅游业	(139)
第一节 旅游业的性质与特点	(139)
一、旅游业的性质	(139)
二、旅游业的特点	(146)

第二节 旅游业的构成	(151)
一、餐饮业	(151)
二、饭店业	(155)
三、旅游交通运输业	(158)
四、旅行社	(161)
五、旅游商贸业	(164)
六、娱乐业	(166)
第三节 旅游产品的开发	(168)
一、旅游资源的开发	(168)
二、旅游线路的规划	(172)
三、旅游客源的招徕	(174)
四、旅游纪念品的设计	(176)
第四节 旅游业运行机制	(178)
一、旅游市场运行机制	(178)
二、旅游企业的内部经营管理思想	(184)
第五节 旅游业在国民经济中的地位与作用	(188)
一、赚取外汇, 平衡国际收支	(188)
二、回笼货币, 为国家建设积累资金, 促进市场繁荣与稳定	(189)
三、扩大就业	(190)
四、旅游业带动相关部门、行业的发展, 改善了国民经济部门结构	(191)
五、旅游业的发展可促进国际间、地区间经济的交流与合作	(193)
六、旅游业的发展有利于促进地区经济的发展	(193)
第六节 中国旅游业	(195)
一、中国旅游业的发展	(195)
二、中国旅游业的现状	(204)

三、香港、澳门和台湾的旅游业·····	(206)
四、中国旅游业的未来·····	(210)
第五章 旅游宏观调控体系·····	(213)
第一节 旅游宏观调控的基本内容·····	(213)
一、旅游宏观调控的必要性·····	(213)
二、旅游宏观调控的内容和要求·····	(217)
三、旅游宏观调控的方法和手段·····	(224)
第二节 国际上的旅游宏观调控与协调·····	(230)
一、各国政府对旅游业的管理·····	(231)
二、国际性旅游行业组织·····	(235)
三、国际旅游公约和惯例·····	(238)
第三节 我国旅游的宏观管理体系·····	(243)
一、旅游行政管理部门·····	(243)
二、旅游行业组织·····	(246)
三、与旅游相关的行政管理机关·····	(249)
第四节 我国旅游的政策法规·····	(250)
一、旅游政策·····	(251)
二、旅游法规·····	(257)
三、相关法规·····	(263)
第五节 我国旅游宏观调控体制的改革·····	(267)
一、尚待解决的几个旅游问题·····	(267)
二、旅游宏观调控改革的方向·····	(279)

第一章 旅 游

现代人对旅游已不陌生，但旅游的兴起和发展却是近百年的事。第二次世界大战以来，旅游随着世界经济的恢复和发展取得了巨大的进展，旅游已成为一种全球性的社会现象，成为现代文明和人们生活不可分割的组成部分。国际旅游人数从战后的 2530 万人次，发展到现在的近 40 亿人次，旅游收入由战后的 20 多亿美元增加到 4000 多亿美元，从而使旅游成为战后发展仅次于石油工业和钢铁工业的第三大产业。我国旅游业起步于 1978 年，到 1995 年，旅游入境人数已达 4638.7 万人次，旅游外汇收入 87 亿美元。同时，我国的国内旅游发展也明显加快，出游人数达 6.29 亿人次，创收 1375.7 亿元人民币。旅游正在我国经济发展中起着巨大的作用。因此对旅游定义、性质、特点、类型和作用的認識具有十分重要的理论意义和现实意义。

第一节 旅游的性质和特征

一、旅游的定义

第二次世界大战之后，随着世界经济的恢复和发展，旅游已成为风靡全球，具有广泛性和群众性的活动，它在人们生活和社会经济的发展中正越来越显示出重要的地位和作用，因此，对旅游这一概念的正确的认识和理解已成为各国政府和学术界十分关注的问题。

那么，什么是旅游呢？追溯人类社会发展的历史，可以说旅游活动自古有之，远在公元前四千年，在最早进入文明时代的中国、埃及、巴比伦、印度和古代的希腊、罗马就有了类似旅游的活动，并在以后的历史年代不断地有所发展。只是人们普遍把旅游活动称为“旅行”。由于社会经济和个人条件的制约，“旅行”也只是少数人、小规模、小范围内进行，如我国历史上的“天子”巡游，僧侣“云游”，文人学士“漫游”等。第二次世界大战后，旅游活动的内容、规模、范围和性质都发生了很大的变化，于是“旅游”一词逐渐取代了“旅行”而被人们普遍使用，并且在给“旅游”定性和定义方面也有了新的认识和见解。美国参议院领导的一个研究小组提出：旅游“是人们出于日常上班工作以外的任何原因，离开其居家所在地区，到某个或某些地方的行动和活动”；英国旅游局前执行主任认为：旅游“是人的运动，是市场的运动而非一项产业的运动，总之，是流动人口对接待地区及其居民的影响”，如此等等。这些定义都较为明确地提出了“旅游”和“旅行”的区别，但也各有侧重，因此并不能全面地反映旅游的本质特征。

最具代表性的是瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫在两人合著的《普通旅游学纲要》一书中为旅游所下的定义：“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的一切现象和关系的总和，这些不会导致永久居留，并且不从事赚钱活动。”这个定义较为全面地概括了旅游的基本特征。定义中“旅行和暂时逗留而引起的一切现象和关系的总和”的表述反映了旅游现象的综合性，说明旅游不仅是旅游者个人的活动，而且涉及到了与之有关的一切关系。“旅游是非定居者的旅行和暂时居留”体现旅游活动的异地性。“这些人不会导致永久定居”强调了旅游活动的暂时性。不足之处是关于“不从事赚钱活动”的表述只强调了一般意义的旅游，而未包括商务旅游及特殊旅游。后来，这一定义被“旅游专家国际联合会”采

用，该联合会的英文缩写为 IAEST，所以这一定义又称“艾斯特”定义。

旅游是历史发展的产物，也是一种复杂的社会现象。随着社会经济的发展和人们生活方式的改变，旅游的内容和形式也在不断发生着变化。近年来，旅游的发展早已突破了单纯旅行游览的范畴，而是将旅游和度假保健娱乐、科技文化交流等结合起来，人们不但通过旅游满足某方面的精神需求，也通过旅游满足物质方面的某些需求，把旅游和人们的工作、生活融为一体，使旅游成为人们生活和工作的重要组成部分，同时也使旅游渗透到了社会的各个方面，旅游已不仅是旅游者单方面的个人行为，而是社会各方面的共同行为。因此，有必要在“艾斯特”定义的基础上作出新的认识和理解。

鉴于上述的分析，结合旅游的实际，可以将旅游的定义概括为：旅游是人们为满足某种精神和物质的需要，暂时离开居住地所进行的旅行和逗留，以及由此引起的各种现象和关系的总和。

二、旅游的特征

旅游是一项内容丰富、形式多样、涉及面极广的社会现象。它有别于一般的社会活动，从而使旅游具有各自的本质特征，概括地说，旅游具有消闲娱乐性、异地流动性、普及性、季节性等特点。

（一）消闲娱乐性

旅游的消闲娱乐性要体现在以下几方面：

第一，旅游是旅游者利用工作之外的时间所从事的活动。即使是某些与工作结合得比较紧密的旅游形式，撇开其外在形式，无论从时间和内容上划分，消闲娱乐都是其中不可缺少的组成部分。

第二，以消闲娱乐为目的的旅游，即以游览名山大川、欣赏文物古迹、体验异地风土人情、享受旅游设施、接受优质服务，从

中领略自然风光美、文物古迹美、风土人情美、旅游设施美、服务态度美等，以达到休息、消遣、娱乐、观光、从而愉悦身心、恢复体力、增进健康为目的的旅游。是旅游的主要形式。

第三、从旅游兴起和发展的历史看，现代旅游活动的前身“旅行”，其消闲娱乐目的则更为明显，就是近代旅游发展初期，旅游活动的开展也是以观光休闲娱乐为主。因此，一段时间国际上也有把旅游活动称为“消闲活动”的。

（二）异地流动性

所谓异地流动性是指人们求新求奇旅游目的实现是通过到居住地以外去实现的。

求新求奇是人的本能之一，而人对客观世界的认识和了解总是受时间和空间限制的，因此就借助旅游离开居住地去认识外面的世界，以增长自己的见识，从而使旅游具有异地性的特点，同时，由于人们外出旅游不满足于只到某一处逗留，而是借助于旅游不断地由一个景区到另一个景区，在旅游转移中实现自己的旅游目的，这就使得旅游具有了流动性。

旅游的异地性，决定了旅游的流动性，因为旅游者旅游目的的实现，首先得离开居住地，而这种不断的转移就产生了流动。

当然，旅游也非全是在“动”中进行的，而是“动”和“静”的结合，旅游的停留就是“静”。就旅游者的愿望而言，总是希望“静短动长”，以便在有限的时间内能游览更多的景点，而对旅游经营者而言则希望“静长动短”，因为旅游者在目的地有更长的停留时间，就能增加消费，从而使企业获得更好的经济效益。因此，认识旅游异地性和流动性的特点，合理安排好旅游行程和时间，兼顾旅游者和旅游经营者双方的要求和利益，成为处理好旅游者和旅游经营者之间关系的重要问题。

（三）普及性

对于现代旅游而言，普及性是其重要的特点之一。现代旅游

的普及性主要表现在以下几个方面：

一是现代旅游正在向大众化旅游的方向发展。第二次世界大战前，旅游是少数人才能享有的权利，二战以后，特别是在本世纪 60 年代以后，劳动阶层在旅游队伍中的比重逐渐增加，旅游已成为普通大众人人都可享有的权利。和少数人单独出行的豪华旅游相比，广大民众都能参加的有组织的团体包括旅游正在成为占主导地位的旅游形式，这种大众化的旅游形式能够为旅游者提供各种周到、细致和规范化的服务，深受广大民众旅游者的欢迎，为广大民众参加旅游提供了方便、创造了条件，促进了大众化旅游的发展。

二是旅游度假正在成为人们现代生活和工作的重要组成部分。在现代社会，人们的工作乃至生活节奏明显加快，人们的工作、学习和生活都十分讲求效率，在紧张的工作学习和生活之余都希望能有机会放松一下，到外地换换环境，改变一下生活方式和节奏，旅游就成了最有效的方式之一，以借此了解一下自己生活地以外的风俗习惯、国事民情，从而使自己的生活空间不断扩大，以满足自己求新求奇的心理要求，旅游则成为一种观察、认识、体验外部世界最直接的形式。在经济发达的工业化国家外出旅游的人占到了全国人口的 50% 以上。中国改革开放以来，旅游业的发展和旅游人数每年以 10~20% 比例增长已能说明这一点。个人、家庭、单位乃至国家组织的各种形式的旅游正越来越普遍地得到推行，旅游还被用于国家、公司、企业奖励职工的手段等等。可见，旅游在人们生活和工作中已成了不可缺少的组成部分。

（四）季节性

旅游的季节性指旅游者外出旅游时间的选择和旅游接待地企业经营业务上所体现的淡旺季差异性。

在以消闲旅游占主导地位的情况下，旅游季节的差异性十分明显。旅游者外出旅游时间的选择大多和旅游的动机及个人职业

有关。以消闲、娱乐度假为主要目的的旅游者外出旅游时间选择遵循的原则是：以气候条件的好坏作为决策的依据，一般表现为：短距离旅游大多选择春秋季节外出。春季阳光明媚，万物复苏，景色宜人，人们为了洗去严冬带来的倦意，往往结伴出行，去尽情领略大自然的赐予，去感受春的气息。我国人民历来有春季踏青的习惯，这正是人们选择春季外出旅游的说明。秋季万山红遍、层林尽染，给人以赏心悦目之感，也是人们外出旅游的大好时机。长距离旅游者季节性的选择更为明显，一般选择从酷暑严冬的居住地到气候温和的旅游目的地旅行；而学生和企事业单位职员则大多数利用寒暑假和节假日外出旅游……如此等等，形成了旅游季节上的差异性，相应也导致了旅游接待地和接待企业经营上的季节差异性。据旅游有关部门的统计，我国旅游季节的差异性是如下态势：每年的2、3、4月为旅游的小淡季，6、7、8、9、10月为旅游的旺季。11、12、1月为旅游的淡季。

不过，随着科技的进步和生产力的提高，劳动者劳动时间相应缩短，带薪假期不断增长，以及旅游项目的日益丰富，以消闲旅游为主的旅游形式正在向各种专项旅游的形式发展，旅游季节淡旺季差异性也有了明显的削减，这对旅游业的发展无疑起到了很大的促进作用，“淡季不淡”也将成为旅游发展的一个新趋势、新特点。

三、旅游的基本属性

旅游是一项什么性质的活动，长期以来国内外学术界对此认识尚不统一，有人认为旅游是一种经济现象，也有人认为旅游是一种文化现象。从旅游发展的历史演变看，旅游是人类社会经济和文化发展到一定阶段的产物，无疑具有经济现象和文化现象的特点，但旅游活动是在具体的社会环境中进行的，几乎涉及到社会环境中的各个方面，因而旅游活动也便成了社会环境中多种现

象的综合反映。为此，旅游的基本属性应该包括如下几个方面：

第一，旅游是一定社会的文化现象。首先，旅游是人的文化需求。恩格斯曾经把人类的需求划分为三个层次：一是生存的需要；二是享受的需要；三是发展的需要。生存需要是人对生存所必须满足的生活资料，即衣、食、住、行四大方面的需要。在满足基本生存资料需求后，才会产生带有享受性的旅游需求。所以，旅游是人们生活水平提高，超出生存需要的需求，这些需求有精神方面的，也有物质方面的，但更多表现为人们对自己知识才干的扩充和个性的满足方面的需求，也就是对文化的需求，这也就是为什么古代的旅游者多在少数达官贵人和文人学士中产生，现代旅游者多在经济和文化发达国家和地区产生的原因所在。

其次，旅游资源、旅游设施和旅游服务是一定社会文化背景和文化色彩的反映。旅游资源是旅游的目的物，是旅游者参观游览的对象。这些目的物包括人文旅游资源和自然旅游资源两大类。人文旅游资源主要反映历史、道德、宗教、科技、文艺和民俗等民俗内容，都是具有浓郁文化色彩的社会因素。而自然旅游资源所反映的自然景观也都沉淀着一定社会文化因素，因为自然旅游景观的开发，必然渗入开发者的时代意识和文化观念，从而使自然景观也就具有了文化的色彩。就现实的情况而言，许多自然景观的开发也总是离不开人文景观的配合，有的本身就是自然和人文的有机结合体，才使得自然景观更具生命力和吸引力。例如，长江三峡的神女峰，本来不过是长江岸边山崖上的一块形似女人的岩石，由于长期以来人们对它赋予了一定的神化色彩，并编制了种种动人的神话故事，才使得这块岩石成为江上过往游人都十分注目的景观。可以说类似神女峰这样的景观不胜枚举。此外，旅游设施和旅游服务也是一定社会文化的表现形式，现代化的旅游设施，例如旅游者住宿的宾馆饭店，其建筑造形和内部装备都是科学技术的结晶，体现了一定的国家和民族的风格，既可供旅游

者使用，又可供旅游者作为文化、艺术加以欣赏。旅游服务，无论在内容和形式上，总是体现出本国家、本民族的道德风貌和文化传统，例如，日本有日本的服饰和礼仪，中国有中国的服饰和礼仪，这些服饰和礼仪无不深刻着民族文化的印记。由此可见，不管是旅游资源，还是旅游设施和旅游服务，都是一种社会文化的反映。

此外，旅游的发展正日益丰富着自身的文化内涵。现代旅游发展的一个明显趋势是由观光旅游向专项旅游发展，即由一般的休闲度假、游山玩水旅游向各种特种旅游发展，例如文化艺术交流旅游、宗教旅游、美食旅游、民俗旅游、文物古迹旅游等等各种专项旅游，正越来越受到旅游者的青睐。这是因为这些专项旅游都充满丰富的社会文化因素，更能满足旅游的精神和文化需求。

第二，旅游是一项具有经济性的社会现象。就旅游本身而言，它不是以赚钱为目的的活动。但是旅游活动的完成，都离不开经济的因素。就旅游者而言，旅游过程中的吃、住、行、游、购、娱都必须以一定的费用支出为前提，而为旅游者提供各种服务的旅游企业，它们出售有形的和无形的旅游商品则是明显的经济活动，加之旅游活动的开展对旅游接待地经济所产生的客观影响，从而使旅游染上经济现象的色彩。

第三，旅游是一项涉及政治的社会现象。在现代国际交往中，旅游素有“民间外交”的美称。这种民间外交比起正式外交，具有手续简便、出入方便的优点，对于国与国之间增进了解、消除误解、推动和维护世界和平有着明显的作用，这使旅游具有了政治色彩。

综上所述，旅游首先是一种文化现象，同时也是一种经济现象和政治现象，但最基本的还是一种文化现象。因此，旅游的属性应该是一项以文化为主、带有经济和政治色彩的综合社会现象。