



世纪职业技术教育规划教材(旅游服务专业)

旅游概论

主 编 高玉玲
副主编 孙彦逢 谢建宏
参 编 王保松 王建明



电子科技大学出版社

21 世纪职业技术教育规划教材
(旅游服务专业)

旅 游 概 论

主 编 高玉玲
副主编 孙彦逢 谢建宏
参 编 王保松 王建明

江苏工业学院图书馆
藏书章

电子科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论/高玉玲主编. —成都:电子科技大学出版社, 2008. 9

21 世纪职业技术教育规划教材. 旅游服务专业

ISBN 978-7-81114-833-6

I. 旅… II. 高… III. 旅游—专业学校—教材
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 149563 号

21 世纪职业技术教育规划教材(旅游服务专业)

旅游概论

主 编 高玉玲

副主编 孙彦逢 谢建宏

参 编 王保松 王建明

出 版: 电子科技大学出版社(成都市一环路东一段 159 号电子信息产业大厦 邮编: 610051)

策划编辑: 谢晓辉

责任编辑: 曾 艺

主 页: www.uestcp.com.cn

电子邮箱: uestcp@uestcp.com.cn

发 行: 新华书店经销

印 刷: 北京广达印刷有限公司

成品尺寸: 170 mm×228 mm 印张 13.25 字数 243 千字

版 次: 2008 年 9 月第一版

印 次: 2008 年 9 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-81114-833-6

定 价: 24.00 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 本社发行部电话: 028-83202463, 本社邮购电话: 028-83208003。
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。
- ◆ 课件下载在我社主页“下载专区”。

前言

随着世界的和平与稳定、经济的发展及人民生活水平的提高,旅游逐渐成为现代人类生活中不可或缺的重要内容,是人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一。我国自 1978 年改革开放以来,旅游经历了起步、发展和日趋成熟几个阶段,尤其是 20 世纪 90 年代以后,我国旅游业的快速增长使旅游经济产业化进程加快,旅游对整个社会的促进作用日益突出,旅游业已成为全国经济新的增长点之一。21 世纪初叶,我国旅游业的综合实力已位居世界第五,据世界旅游组织的预测,到 2020 年我国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。

旅游业已经成为我国促进地方经济结构调整、区域开发开放、社会稳定发展的重要因子,并成为增进地方经济发展和创造就业岗位的最活跃力量之一。越来越多的地方政府认识到旅游业是创汇收入、回笼货币、扩大税收和增加地方财政收入的重要手段,各地区开发旅游业的热情高涨,旅游业的竞争越来越激烈。我国加入 WTO 后旅游业逐渐开放,大量的海外资本进入后,更是加剧了旅游业的激烈竞争态势。面对全球一体化竞争趋势的到来,我国旅游业的发展迫切需要具有前瞻性、战略性的理论指导,研究旅游学科的形成、发展和演进规律,对于发展旅游业具有重要的指导意义。

我们这部《旅游概论》教材正是在这一背景下编写的。“旅游概论”是旅游专业的专业必修课,是旅游专业学生必须掌握的基础知识,它与其他旅游专业课程之间是“森林”与“树木”的关系。学好“旅游概论”,可以提高旅游专业学生的综合素质。

本书具有系统性、创新性、理论性等特点。它从旅游与旅游者研究入手,对旅游的发展历史、旅游资源、旅游业、旅游产品、旅游市场等方面进行了全方位、多层次的描述,并结合我国加入 WTO 后旅游业面临的机遇和挑战,对我国旅游业的发展前景和世界旅游业的发展轨迹进行了深刻的分析。编者从科学性、实用性出发,注意吸收和采用国内外旅游学界的新观点、新资料,重在概念的阐述和实践经验的总结,力求使教材具有先进性、可持续性。

本书由青岛酒店管理职业技术学院、长春职业技术学院等高校长期从事旅游管理专业教学和科学研究的中青年学者共同编写。全书共分七章,具体的编写分工如下:高玉玲、孙彦逢负责全书写作大纲的拟订和统稿、定稿工作;

孙彦逢编写第一、二、三章；谢建宏负责第四、五章编写及全书审稿、修订工作；王保松编写第六、七章。此外，王建明也参加了本书的编写工作。

本书在编写过程中得到了作者所在的青岛酒店管理职业技术学院、长春职业技术学院领导和老师的大力支持，同时书中还吸收和引用了不少国内外旅游专家、学者在旅游学术方面的最新研究成果，在此一并表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，编写时间仓促，书中错漏之处在所难免，诚恳地希望使用本教材的广大师生不吝批评指正，以便不断修订完善。

编 者

2008 年 9 月

目 录

第一章 旅游与旅游者	(1)
第一节 旅游	(1)
第二节 旅游者	(23)
本章小结	(31)
思考与练习	(31)
第二章 旅游的起源和发展	(33)
第一节 古代人类的旅行与旅游活动	(33)
第二节 近代旅游活动的发展	(39)
第三节 现代旅游活动的发展	(44)
本章小结	(50)
思考与练习	(50)
第三章 旅游业	(51)
第一节 概述	(51)
第二节 旅行社	(54)
第三节 旅游饭店	(75)
第四节 旅游交通	(85)
本章小结	(89)
思考与练习	(90)
第四章 旅游资源	(91)
第一节 概述	(91)
第二节 旅游资源的开发	(101)
第三节 我国的旅游资源开发与保护	(107)
本章小结	(115)
思考与练习	(116)
第五章 旅游产品	(117)
第一节 概述	(117)
第二节 旅游产品的开发	(121)
第三节 旅游商品	(126)
本章小结	(129)

思考与练习	(129)
第六章 旅游市场	(131)
第一节 概述	(131)
第二节 国际旅游市场	(154)
第三节 中国国内旅游市场	(167)
本章小结	(179)
思考与练习	(179)
第七章 旅游业的影响	(180)
第一节 旅游业对经济的影响	(180)
第二节 旅游业对社会文化的影响	(189)
第三节 旅游业对生态环境的影响	(196)
本章小结	(200)
思考与练习	(200)
参考文献	(201)

第一章 旅游与旅游者

【学习目标】 通过本章学习,了解旅游和旅游者的概念;理解旅游产生的条件和旅游者的类型;掌握旅游的本质属性。

随着人类社会的发展,人类社会的经济也在不断的发展,旅游是人类社会经济发展到一定阶段的产物,旅游作为一种社会实践活动,在历史的长河中已经存在了数千年。今天,旅游已经成为人们生活中不可缺少的一部分,目前我国许多地区都已经认识到了旅游的重要性,各地都在大力发展旅游业,人们对旅游的认识正在逐渐扩大和加深。

第一节 旅 游

一、旅游概念的形成

关于旅游,人们普遍认为是从人类早期的旅行发展而来的。由于人类早期的旅行主要是出于经商、贸易及政治需要,旅行的目的和内容较为单一,旅行的规模和范围有限,社会影响也比较小,因此,在相当长的时期内,“旅行”一词只是作为一个日常用语,并没有明确的科学概念和界定。随着时代的进步、经济的发展及人民生活水平的不断提高,“旅行”已逐渐发展成为内涵更为丰富的“旅游”。旅游活动也日渐成为人类日常生活中的一个重要的组成部分,“旅游”一词因而成为一个十分常见与常用的普通名词。

一般认为,“旅游”一词是从英文“Tourism”翻译过来的,并且有人考证出“Tourism”这个词首先出现在1811年英国出版的《牛津辞典》中。在此之前,1800年出版的英文《牛津辞典》中还出现了“Tourist”一词。不论是“Tourism”,还是“Tourist”,都是从“Tour”这个词引申而来的。在英语里,“Tour”含有“巡回”的意思,而其语法皆出于法文的“Tourer”。因此,在国外学者的观点中,“旅游”是从早期的“巡回”发展而来的,特指因消遣目的而离家外出的旅行和逗留。

旅游是一个新兴的产业,“旅游”一词出现的时间也比较晚。以我国为例,

我国的古典文献中,就已经出现了与“旅游”相近的“观光”和“旅行”两个词。“观光”一词最早出现于两千多年前的《易经》和《左传》。《易经》中有“观国之光”一词,《左传》中则有“观光上国”之语。在这里,“观光”可以被理解为观看、考察一国的礼乐文物、风俗人情,即旅行游览的意思。“旅行”一词在文献中出现的时间大体与“观光”在同一个时代。在《礼记·曾子问》中有“孔子曰:‘三年之丧练,不群立,不旅行。’”,这里的“旅行”可理解为离开常住地,到外地办事或游览等,可结伴而行,也可独行。后来,随着社会的发展,经济和文化内容日益丰富,旅游的种类在中国历史上也多了起来,诸如帝王巡游、官吏的宦游、和尚道士的云游、文人墨客的漫游、学者的科学考察以及群众性的踏青等活动。但直到1931年编写的《辞源》,其也没有收入“旅游”一词,只有对“旅行”一词的解释:“今泛称外出作客。”这说明,虽然那时已存在旅游活动,但旅游作为一个普通的概念还没有形成,更没有流行。1960年印行的《现代汉语词典》(试印本)虽收入了“旅游”一词,但关于“旅游”的解释也只是“旅行游览”。实际上,自1964年11月国务院召开了“第一次旅游工作会议”以后,我国相继成立了“中国旅游出版社”、“中国旅游报社”和“上海旅游专科学校”,“旅游”一词在文献中和社会上才被广泛使用。但直到1979年修订的《辞海》、1981年结稿的《辞海》增补本都没有“旅游”一词的条目,仍只有“旅行”一词。1982年,国家将最高旅游行政管理机构更名为“中华人民共和国国家旅游局”,肯定了“旅游”一词的客观存在性。由此可见,“旅游”一词作为常用词汇,也只有短短二十几年的时间。

就整个世界的发展情况而言,在19世纪初期,旅行在很多方面就已经开始具有今天意义上的旅游的特点。到19世纪中叶,无论是国内旅游还是国际旅游都有了突破性的发展。到了20世纪初,随着旅游活动的广泛开展以及科学的不断发展,开始有学者就旅游活动及旅游业的发展进行研究,旅游学科逐渐形成和发展起来。“旅游”作为旅游学研究的对象,对其概念进行明确的界定,这不仅是旅游研究的必要条件,而且也是旅游学科赖以形成的根本。

二、旅游的定义

那么,什么是旅游呢?其实对“旅游”这一概念的正确认识和理解已经成为国际旅游组织和学术界十分关注的问题。长期以来,最具有代表性的定义有世界旅游组织的定义、“艾斯特”定义等几种,其中最有影响的是“艾斯特”定义,它是由瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫提出的,指出“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居,并且不从事任何赚钱的活动”。但是,生活中有许多商务旅游都是以营利为目的

的,所以“艾斯特”定义存在不足之处。我们再来看看联合国的官方旅行机构国际联合会所下的定义,该定义强调“逗留时间必须超过 24 小时”。该定义有没有不合理的地方?该定义主要是出于统计方便和技术性需要,因此也存在不足之处,比如说,如今比较活跃的边境旅游,既跨越国界,又当日往返,就有可能不超过 24 小时。还有许多典型的定义,也都随着旅游的发展而显得不够完善和准确了。

本书认为,旅游是人们以满足某种精神和物质需求为目的,离开常住地到异国他乡作短期停留,但不要求定居和就业所引起的一切现象和关系的总和。

三、旅游的本质属性

(一)旅游是人类社会经济发展的产物

我们从以下几个方面分析:

(1)在原始社会,人们四处狩猎,为生存而游荡迁徙,这种游荡迁徙可以称为旅游活动吗?严格来说,这种游荡迁徙是不能称为旅游活动的。在原始社会,社会生产力低下,人们为了生存不得不为谋取生活资料而被迫劳动,哪有闲暇时间去游乐,这种活动是被动的,并没有成为一种享受。

(2)在奴隶社会和封建社会,随着生产工具的更新和生产力的进步,产生了阶级,有了贫富悬殊,出现了剩余劳动产品的交换,于是人们有了为了娱乐享受或经商及宗教活动而进行的旅行和游览活动。但最初意义的旅行和游览活动,也仅局限在少数人和一定范围内。而且一些上层人物要远游,也要受到地理条件的限制和路途风险的阻隔。

(3)在近代社会,由于工业革命,社会经济迅速发展,生产力不断提高,科学技术日益进步,国民收入增加,劳动时间缩短,余暇时间延长,广大劳动人民有了外出旅游的时间和金钱。尤其是第二次世界大战后,随着经济的迅速发展,旅游成为一项大众化、平民化、普及化的活动。

通过以上分析我们不难看出,人类旅游活动的产生、发展是社会经济发展的必然结果。

(二)旅游是一定的社会文化的产物

1. 旅游者是基于一定的社会文化背景而产生的

一个人能否成为旅游者,首先,要有金钱的支付能力和足够的闲暇时间;其次,必须有外出旅游的需求和欲望。前者是经济因素,为人们外出旅游提供了可能性。后者属于文化因素,即足以使旅游者产生旅游动机的文化背景。这个文化背景既包括旅游者本人的文化素养,也包括足以吸引旅游者的游览

地的社会文化背景,它使人们有了外出旅游的必要性。所以,古代的旅游者局限在少数富裕人家和文人士大夫之中,现在的旅游者多数产生于经济富裕、文化发达的国家,正是于此。这说明,一个人要成为旅游者,除了有足够的金钱和时间外,还必须具备对文化的需求,才能产生外出旅游的动机。

2. 旅游资源是—定社会文化环境的化身

旅游资源是旅游吸引物,是旅游者参观游览的对象,而旅游资源不外是自然旅游资源和人文旅游资源两大类型。旅游接待地的人文旅游资源包括社会政治、经济、法律、道德、宗教、历史、科学、艺术和民族风情等因素,这都是社会文化因素,它必然具有国家、民族和地区的文化色彩。而自然旅游资源虽然是天赋的自然地理条件,即我们常说的自然景观,但是,这些自然景观要成为可供旅游者亲临其境直接进行观赏的客体,还必须经过人类的劳动加以开发改造,如修建道路、增添食宿等基础设施,才具有接待能力。而人们在开发旅游资源的过程中总离不开自己的社会意愿,总要打上自己所处的社会文化的印记。而天然风景—经装饰,带有民族色彩美,就具有文化内涵。正如古人所说:“山水无绿不成景,风景无文没有情。”“文以地生辉,山以文益秀。”可见,不管是人文资源还是自然资源,都是凝结着人类精神文化的“作品”,是—定社会文化环境的化身。

3. 旅游设施和服务是—定社会文化环境的自我表现形式

从设施来看,不管是直接或间接为旅游服务的公共基础设施,还是专门为旅游活动服务的设施、设备的建设,都必须有相当发达的社会生产力和科学技术设备作后盾,尤其是现代化的旅游设施更离不开先进的科学技术设备,而科学技术属于社会文化的范畴。同时,不同国家、民族和地区的旅游设施,必然具有异族历史的、艺术的、建筑的、美术及雕塑等方面的内容,因而就具有异族文化的特色。所以,作为旅游媒介的旅游设施既可以作为一种物质条件供旅游者使用,又可供旅游者作为异族文化、艺术来欣赏,从而增加它的魅力。

接待国(或地区)在向旅游者提供各种旅游服务时,必然要在内容和形式上展示出本国家、本民族和本地区历史遗留下来的各种文化和现有的社会风貌。特别是服务人员包括直接与游客接触的工作人员,他们的言谈举止都会表现出一国居民的文化素养。就整个服务工作质量来说,管理者和经营者的文化、气质、管理才能都必然得到充分的显示。因此,作为旅游的媒介——旅游设施和服务,既是—定社会文化环境创造出来的物质和非物质条件,又是—定社会文化环境的自我表现。

综上所述,可以看出无论是旅游者的产生、旅游资源的开发和旅游设施的

建设,乃至对旅游者所提供的各种服务,都是一种社会文化的实践,因此,它必然随着社会文化的不断发展而使旅游的文化内涵更加丰富,如文化旅游、文物古迹旅游、民俗风情旅游等等。我国有 56 个民族,各个民族都有自己的文化,人们求异的心理促使人们到异地去旅游。因此,我们说旅游是一定社会文化的产物。

(三)旅游是人类一项综合性的社会活动

旅游活动的内容丰富广泛,它涉及政治、经济、文化等许多方面。先来看经济,旅游的六大要素是食、住、行、游、购、娱,这六大要素涉及建筑业、餐饮业、交通业等许多部门,因此旅游有助于增加就业机会。根据世界许多国家和地区的经验,旅游业直接就业人数同其所带来的相关行业就业人数之比为 1:5。再来看政治,在现代国际交往中,旅游素有“民间外交”的美称。这种民间外交比正式外交具有手续简便、出入方便的特点,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。关于文化,我们在前面已经讲过了,这里就不重复了。从政治、经济、文化等方面我们不难看出,旅游是一项综合性的社会活动。

(四)旅游是一项高级消费活动

旅游是一项高级消费活动指的是,旅游是人类超出生存需要的高级消费形式。根据马克思、恩格斯关于人类的需要分为生存需要、享受需要和发展需要三个方面的理论,说明旅游是人类生活层次提高的表现。实践证明,人类为了生存所必须满足的物质和文化需要最基本的是衣、食、住、行四大方面,因此超出生存需要的生活就是享受型的,包括发展和表现自己知识、才能和个性的需要。由此可知,只有当人们的生存需要得以满足,无虑于温饱,才会产生对具有享受性的旅游消费的强烈愿望。所以,旅游是人们生活水平提高,超出生存需要的一种社会活动。

所谓高级消费,主要是针对旅游消费水平和消费结构而言的。一般来说,旅游消费结构可以分为两大类:一类是物质消费,包括食、住、行、购等实物结构;另一类是精神消费,主要指游览、娱乐及在旅游过程中所享受到的具有无形效用的劳务性消费价值结构。可以说,任何一个游客,尤其是现代的游客,整个旅途生活中的每一分钟都意味着要付出金钱。而旅途中所有的消费都是在满足人们基本生活之上的享受和发展的需要,因此,旅游的消费是比一般的生活更高级的消费形式。

(五)旅游是人类的一种精神活动

旅游主要是放松心情、消除疲劳。如我们平时工作很累,会在周末的时候参加近郊游。

四、旅游产生的条件

旅游产生的条件如下：

(一) 个人可自由支配的收入

旅游活动是一种经济支出活动,它要建立在某些经济关系的基础上。从经济角度讲,旅游活动的过程就是旅游者在食、住、行、游、购、娱各个环节上发生各种经济关系的过程。在现代市场经济条件下,旅游者的需求及其实现过程要受到一定经济条件的限制。旅游者的个人可自由支配收入水平是旅游者产生和旅游需求得以实现的重要条件。其中,可支配收入指扣除全部纳税后的收入。可自由支配的收入指扣除全部税收和社会消费及生活必须消费部分之后余下的收入。社会消费指健康人寿保险、老年退休金和失业补贴的预支等。生活必须指衣、食、住、行等。

旅游支付是从可自由支配的收入中产生的,但基本生活费用的数量标准则依国家不同而不同,所以对可自由支付水平也就存在着不同的认识。旅游者的可自由支配收入水平可以通过恩格尔系数进行相对衡量。恩格尔系数是一个家庭或个人收入中用于食物支出的比例,系数越低,则表明可自由支配收入水平越高,形成的旅游者越多,旅游者在旅游中所跨越的距离越远,花费总量越大;反之,则成相反的方向变化。

(二) 个人可自由支配的时间

可自由支配的时间通常又称为闲暇时间。我们先来看一下时间的构成。人们的时间可以由以下五个部分构成:法定就业的工作时间,如我国的8小时工作制;必需的附加工作时间,如必要的加班加点、必要的第二职业等等;满足生理需求的生活时间,如吃饭、睡觉、家务等;必需的社会活动时间,如身为父母需要参加学校召开的家长会;余暇时间,也称自由时间或可随意支配的时间。根据上述时间构成,可以将全部时间划分成两大类,即工作时间和非工作时间。同时也可以将人在这些不同时间内的活动划分为必需的限制项活动和自由活动或随意活动。如果我们将这些时间和活动放在一起进行比较,其关系如表1-1所示。

表 1-1

时 间 \ 活 动	限制性活动	自由活动
工作时间	法定就业劳动、附加劳动	(工间休息)
非工作时间	生活活动、必需的社会活动	消闲活动

这说明从事消闲活动的闲暇时间虽然属于非工作时间,但并不等于非工作时间,而只是其中的一部分。

(1)余暇时间指除日常工作、学习、生活及其他必需时间之外,可用以自由支配,从事娱乐或自己乐于从事的任何其他事情的时间。

(2)余暇时间的分布如下:

①每日余暇:这部分时间很零散,虽可用于娱乐或休息,却不能用于旅游。

②每周余暇:指周末公休时间,由于分散,难于用于外出旅游,至多可用于短途旅游。

③公共假期:指人们通常说的节日放假。由于节日期间多为全家团聚、共同活动的时间,所以公共假期往往是家庭外出作短期旅游度假的高峰时间。

④带薪假期:目前经济发达的工业化国家大都规定对就业员工实行带薪休假制度,欧美各国的带薪假期平均每年四周,由于它时间长而集中,因而是人们外出旅游的绝好时机。

2007年11月5日,国务院法制办公室公布职工带薪年休假征求意见稿:累计工作满1年不足10年的,年休假为5天;满10年不满20年的,年休假为10天;满20年的,年休假为15天。法定节假日不计入休假假期。

上述余暇时间的分布情况说明,余暇时间并非全都可以用于旅游。

综上所述,旅游需要有时间,对于就业人员来说,需要有一定数量且比较集中的余暇时间才有可能实现外出旅游。虽然并非所有的余暇时间都可用于旅游,但是余暇时间,特别是带薪假期,乃是旅游需求不可缺少的重要条件。

【阅读资料 1-1】

旅游者的基本权利

每一名消费者都拥有《中华人民共和国消费者权益保护法》规定的九大权益。当你作为一名旅游者时,应注意在旅游时始终行使和维护四种权益:

一是人身财产安全不受损害的权利。这是每一名旅游者最基本、最重要的一项权益。旅行社应当为旅游者提供符合保障旅游者人身、财物安全需要的服务,对有可能危及旅游者人身、财物安全的项目,应当向旅游者作出真实的说明和明确的警示,并采取防止危害发生的措施。如因旅行社原因造成旅游者人身、财产损害的,旅行社应当承担赔偿责任。

二是对所购买旅游商品的知情权。《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条明确规定:“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。”旅游者跟随旅行社出游,首先要做的是选择旅行社,对旅行社的资质进行核实,要看旅行社是否具有经营国际、国内、出境旅游业务的资格。

其次,要与旅行社签订出游合同。旅行社有义务向旅游者提供真实的服务信息,包括交通、线路、景点、购物、地接社等。同时旅游者有权知悉合同中所涉及旅游活动情况,包括旅行社所提供的服务的范围、档次,参观游览的线路、景点、日程及双方的权利义务等,对合同中所包含的服务内容心中有数。

三是对计划行程外的项目有拒绝权。旅游者有权要求旅行社按照合同的约定提供交通、住宿、游览、导游等服务,同时有权拒绝参加合同安排行程以外的项目。

四是有依法获得赔偿的权利。旅行社若有违约行为,旅游者有权要求赔偿。旅游者可以就旅行社服务质量问题投诉,通过协商求得公平合理的解决,如果协商达不成一致,旅游者有权向旅游质量监督管理所投诉。

(资料来源:《中华人民共和国消费者权益保护法》节选)

(三)其他客观条件

个人可自由支配的收入和个人可自由支配的时间是实现旅游活动的两个重要的基本条件,但这并不是说一个人只要具备了这两项条件就能成为旅游者。实际上,一个人能否成为旅游者要受到诸如社会经济因素、个人因素及旅游产品吸引力等因素的影响和制约。如老年人,特别是65岁以上的老年人外出旅游者在老年人中所占的比例的确较低,但是其年龄本身并不是造成这一状况的根本原因。老年人外出旅游比例小的真正原因之一仍然是伴随着年龄而来的身体能力状况。许多老年人不能参加旅游活动是因为体力不支,这才是实质性的影响因素。随着人们生活水平的提高、医疗和保健技术的发展,人类的平均寿命也在增长,当今老年人的身体能力状况同二三十年前的同龄老年人相比,已经有了相当大的提高,进入20世纪90年代以来,老年人参加旅游活动的比例不断增加,并形成了令旅游业瞩目的重要市场。

综上所述,除了个人可自由支配的收入、个人可自由支配的时间外,还有许多客观因素制约旅游的产生。如交通、气候等因素。

(四)旅游动机

外因是条件,内因是根本,外因可以通过内因起作用。旅游活动的产生除了客观条件的满足外还需要主观条件的产生。

旅游动机是指促发一个人有意于旅游及到何处去、作何种旅游的内在驱动力。

动机是需求的表现形式。有什么样的需求,便有什么样的动机表现出来。那么,旅游动机的产生是为了满足什么需要呢?人们很难对这个问题作出全面一致的回答。因为人的需要是多种多样的,而且作为个体的人与人的情况

也不尽相同。心理学家马斯洛在其著名的需求理论中提出人们五个层面的需要,我们不难看出它们之间的层次关系,只有在较低层次的需要得到满足之后,才会向上一层次的需要发展。这个理论对于旅游业各部门在接待旅游者工作中注意旅游者的上述需要和提高服务质量无疑很有指导意义。但从动机方面来看,在外出旅游作出决定时,旅游者到底是为了满足上述哪一层次的需要呢?一般可以认为,一个人不大可能会为了满足较低三个层次的需要而希望外出旅游。这是因为:(1)一个人或其家庭的经济收入达到一定水平后才能旅游,即温饱问题早已得到解决。(2)呆在自己的家乡比去任何其他地方更有心理上的安全感,所以为了安全需要而计划外出旅游的可能性也很小。当然,旅游者在旅游期间也需要安全,但这显然不是促使其外出旅游的动机。(3)一个人爱的需要的满足,只能在其通常生活和工作的社区才能得到并且长期维持,因此,为爱的需要而外出旅游不大可能。至于某些人引以为据的性旅游,充其量只是出于一种对性发泄的追求,是对正常生活的爱的需要的歪曲,在亿万旅游者中,这种旅游者的存在实属个别而非一般现象。而很多事实说明,人们决定外出旅游同受尊重的需要和自我实现的需要有联系。

上述精神需要的提出旨在试图解释人们为什么外出旅游。实际上,这些精神需要可以以各种不同的具体方式反映出来。如具体为见识一下这个世界、探亲访友等。然而由于受国度、民族等的影响,人们的具体需要不同,从而导致人们直接的旅游动机也多种多样。如学者托马斯提出人们外出旅游的18种动机,麦金托什提出的旅游动机的五种类型:

(1)身体方面的动机:包括度假休息,参加体育活动、娱乐活动及其他与保健有关的活动。如时下流行的高尔夫旅游。

(2)文化旅游方面的动机:这方面的动机特点是希望了解异国他乡的情况,包括了解其音乐、民俗、艺术等。

(3)社会交往方面的动机:包括希望接触他乡人民、探亲访友、结交新朋友等。

(4)地位和声望方面的动机:这方面的动机主要关系个人成就和个人发展需要,包括会议、考察、个人爱好等旅游。

(5)经济方面的动机:购物等方面。

五、旅游的特点

旅游活动的特点大致如下:

(一)审美性

尽管旅游动机复杂多样,旅游的形式和内容不断发展,但有一个共同的特

点,就是为了获得身心的愉悦,即获得最大的寻美享受。从本质上说,旅游是一种寻找美、感受美的活动。

审美追求不仅是旅游者的最初的旅游动机,而且贯穿于旅游的全过程中和渗透到旅游的一切领域。旅游的全过程一般包括食、住、行、游、购、娱六大环节,也称为旅游的六大要素,每个环节都能给旅游者以美不美的感受。

(二)暂时性

旅游是旅游者在异地短时期的活动,他们离开常住地一段时间又返回常住地,是一种不同于在常住地的活动形式。

(三)异地性

异地性是指人们为了达到追新求异、游览审美等各种目的,必须到另一个不是常住的地方去。那么,旅游活动为什么要到异地呢?这不但有人类“远方崇拜”的天性问题,从心理学角度来讲,也是人们想“换换环境”和追新猎奇的心理因素在起作用。

(四)流动性

旅游的异地性,决定了旅游的流动性。因为旅游者为了实现旅游目的,首先必须能够顺利地从自己的常住地转移到异地景区,这就产生了流动,也就是旅行。只有旅行(流动),游览才能获得更广阔的空间形式,所以旅游必须以旅行为前提。然而从系统的观点来看,旅游活动是一个完整的运动过程,其运动形态由两大部分组成:一部分是线上运动,即旅游者从离家外出到结束旅游返至家中,这一期间所发生的各次空间转移过程,包括其在洲际间、国家间及城市间的旅行过程。在这些过程中,旅游者始终处在移动状态,因而人们把这种线上运动称为旅游运动的“动态”部分,也即旅游者旅游经历构成中的“行”的部分。另一部分是点上的运动,即所谓的“静态”的运动部分,指旅游者在旅游目的地逗留活动,也即旅游经历构成中的“食、住、游、购、娱”。虽然旅游者在旅游目的地期间也可能来往于不同的景点或参观点,至少要在下榻的地点和参观点之间往来,但从旅游运动整体来看,这种市内交通毕竟一般不超出以城镇为单位的旅游目的地这种“点”的范围。因而就整体旅游运动而言,旅游者在目的地的逗留可视为其中的“静态”的组成部分。

因而我们说,旅游是“静”与“动”的结合,或者说是“行”与“游”的结合。静,就是停留,对旅游经营者来说,旅游者在目的地停留时间越长,经济效益越好。但近几年来,不少入境旅游者在我国热点城市的平均停留时间却在缩短,而人均旅经的城市数目却有增无减,这意味着旅游者在城市游的时间减少,而在城市间行的时间相对增加,这不仅使旅游者疲于旅途辛苦,而且加剧了民航