



面向“十一五”高等院校精品课程规划教材

经管系列

旅游学 理论与实务

李 洁 李云霞 主 编



清华大学出版社



面向“十一五”高等院校精品课程规划教材 经管系列

旅游学理论与实务

李洁 李云霞 主编

杨萍 万虹 副主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书内容突出一般原理与典型案例相结合的特色,既立足于能够使学习者较为全面地掌握旅游管理专业的入门知识,又不过分追求面面俱到;既注重时代性,又强调可操作性,使学习者能够全面掌握现代旅游学的理念。本书以旅游活动领域的主体、客体、中介为主线,从分析人类旅游产生的条件入手,以旅游者如何产生、旅游市场的发展、旅游业的发展与保障以及旅游影响等要素为重点,对旅游学相关知识点作了系统的阐述和分析。本书以方便学习者学习为己任,每一章都安排了本章导读、核心概念、学习目标、本章小结、小贴士、推荐书目、自测题,并注重各章节内容在全书中的地位、逻辑关系和不同侧重点。本书可作为高等院校旅游管理专业用书,也可作为广大旅游从业人员的培训教材或参考资料。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游学理论与实务/李洁,李云霞主编;杨萍,万虹副主编. —北京:清华大学出版社,2008.8
(面向“十一五”高等院校精品课程规划教材 经管系列)
ISBN 978-7-302-18153-8

I. 旅… II. ①李… ②李… ③杨… ④万… III. 旅游—高等学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 104777 号

责任编辑:温 洁

封面设计:杨玉兰

版式设计:北京东方人华科技有限公司

责任校对:李凤茹

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:山东新华印刷厂临沂厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:18 字 数:429 千字

版 次:2008 年 8 月第 1 版 印 次:2008 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:28.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:029923-01

前 言

旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。中国的旅游市场已经从以入境旅游为重心转向以入境旅游、国内旅游和出境旅游全面发展的综合性旅游市场。目前三大市场共同发展的格局,与旅游的终极目标(即提高人民群众生活质量、发展经济)保持一致。其中出境旅游的发展有力地提升了中国在世界旅游业中的形象,有助于整合入境旅游市场,以出境旅游促进入境旅游,实现良性互动,资源整合。中国已经实现了从亚洲旅游大国到世界旅游大国的转变,开始迈入建设世界旅游强国的进程,中国旅游业发展前景十分广阔。

随着我国全面建设小康社会的推进,旅游消费需求将大幅增长,这是旅游业持续兴旺发展的动力。同时,国际旅游规模将继续保持高速增长,国际旅游产品及行业管理将逐步达到世界先进水平。2007年12月7日,《全国年节及纪念日放假办法》和《职工带薪年休假条例》的公布,意味着法定假期调整将撼动目前黄金旅游产品的格局,短途游即将成为市场新亮点,4~6天长线游也将影响旅游产品构架。此外,“春节”、“国庆节”两大黄金周也将迎来出游热潮。

在上述背景下,旅游学作为一门年轻的学科,随着近代旅游的出现而产生,并随着旅游业的发展而不断完善。为此,在本书的编写过程中,我们力求突出“四新”:一是旅游业发展的最新动态;二是旅游界研究的最新成果;三是旅游活动的最新特点;四是旅游管理的最新规定。同时突出一般原理与典型案例相结合的特色,既立足于使学习者较为全面地了解旅游管理专业的入门知识,为其今后进一步学习提供必要的知识结构,但又不过分追求面面俱到;既注重时代性,又强调可操作性,注重使学习者能够掌握现代旅游业管理与运作的理念。本书以旅游活动领域的主体、客体、中介为主线,从分析人类旅游产生的条件入手,以旅游者如何产生、旅游市场的发展、旅游业的发展与保障以及旅游影响等要素为重点,对旅游学相关知识点作了系统的阐述和分析。本书以方便学习者学习为己任,每一章都安排了本章导读、核心概念、学习目标、本章小结、小贴士、推荐书目、自测题,并注意了各章节内容在全书中的地位、逻辑关系和不同侧重点。本书可作为高等院校旅游管理专业用书,也可作为广大旅游从业人员的培训教材或参考资料。同时为方便教师教学,本书免费提供电子课件及参考答案的教学资源下载。

本书参考了许多专家、学者的研究成果,他们的研究成果为我们提供了思路 and 材料方面的借鉴,极大地丰富了本书的内容,在此谨向他们表示感谢和敬意。

本书由李洁、李云霞教授担任主编，杨萍、万虹担任副主编。李洁、李云霞负责大纲编写和全书统稿工作。参加本书编写的人员还有李倩、殷开明、陆依依、汪东亮、赵晨、强雪静、刘姣、倪淑颖等，在此一并表示衷心的感谢。

由于我们水平和经验有限，加之旅游业发展迅速，书中存在疏漏和不足之处在所难免，恳请同行、专家和广大读者批评指正。

编 者

目 录

第一章 旅游的释义..... 1

第一节 旅游的释义..... 1

一、最初的旅和游..... 1

二、旅游的各种定义..... 3

第二节 旅游的本质和属性..... 4

一、旅游的本质..... 4

二、旅游的属性..... 6

第三节 现代旅游的内涵..... 10

一、现代旅游的特点..... 10

二、旅游学研究的对象和任务..... 12

三、旅游学的研究方法..... 14

第四节 旅游与相关的学科..... 15

一、旅游学的学科性质..... 15

二、旅游学的理论体系..... 16

三、旅游学的相关学科方向..... 17

本章小结..... 18

阅读资料..... 19

推荐书目..... 24

自测题..... 24

第二章 旅游的古往今来..... 27

第一节 古代的旅游及其特点..... 27

一、古代旅游的社会背景..... 27

二、古代旅游的主要形式..... 29

三、古代旅游的特点..... 32

第二节 近代旅游及其特点..... 32

一、近代旅游兴起的背景..... 32

二、托马斯·库克对近代旅游的

贡献..... 34

三、近代旅游的特点..... 35

第三节 现代旅游的兴起..... 36

一、现代旅游兴起的社会背景..... 36

二、现代旅游的发展..... 38

三、影响现代旅游发展的因素..... 40

四、现代旅游发展的特点..... 42

第四节 中国旅游走过的路..... 43

一、中国古代的旅游..... 44

二、中国近代的旅游..... 47

三、中国当代的旅游..... 49

本章小结..... 52

阅读资料..... 54

推荐书目..... 57

自测题..... 57

第三章 旅游者是什么样的人..... 59

第一节 旅游者是有“闲钱”的人..... 59

一、家庭收入的划分..... 60

二、家庭收入水平与外出旅游的

关系..... 60

三、家庭收入水平与外出旅游

消费的关系..... 60

四、我国收入水平的提高与消费

结构的改变..... 61

第二节 旅游者是有“闲时”的人..... 61

一、余暇时间的含义..... 61

二、余暇时间的分布..... 62

第三节 旅游者是“有追求”的人..... 64

一、旅游需要..... 64

二、旅游需要的基本类型..... 66

三、旅游动机..... 67

第四节 旅游者的类型与消费特点..... 70

一、不同类型的旅游者..... 70

二、不同类型旅游者的消费特点..... 72

本章小结..... 74

案例讨论..... 75

阅读资料	79	二、旅行社的性质和类型	123
推荐书目	82	三、旅行社的作用	125
自测题	82	四、旅行社的业务	125
第四章 旅游资源是旅游活动的客体	83	第四节 旅游交通	126
第一节 旅游资源的含义	83	一、旅游交通的作用	126
一、旅游资源的概念	83	二、旅游交通的类型与特点	127
二、旅游资源的特点	85	第五节 中国锦江国际酒店集团	
三、旅游资源的分类	87	案例解读	129
第二节 旅游资源的开发与保护	90	一、案例基本情况	129
一、旅游资源的开发	90	二、案例分析	131
二、旅游资源的保护	92	本章小结	132
第三节 旅游地及旅游线路	94	阅读资料	133
一、旅游地	94	推荐书目	138
二、旅游地的规模和范围	96	自测题	138
三、旅游线路的类型和设计原则	97	第六章 旅游市场是旅游活动的产物	139
第四节 上海环球嘉年华案例解读	99	第一节 旅游市场的形成与发展	139
一、案例基本情况	99	一、旅游市场的相关概念	139
二、案例分析	103	二、旅游市场的形成与发展	140
本章小结	104	第二节 旅游市场划分	142
阅读资料	105	一、旅游市场划分的概念	142
推荐书目	110	二、旅游市场划分的必要性	142
自测题	110	三、旅游市场划分的方法	143
第五章 旅游业是旅游活动的媒介	112	四、旅游市场划分的变化趋势	144
第一节 旅游业	112	第三节 旅游流	145
一、对旅游业概念的认识	112	一、旅游流的概念	145
二、旅游业的性质与特点	113	二、旅游流的特征	146
第二节 旅游饭店	116	三、旅游流的形成原因	147
一、旅游饭店的历史回顾	116	第四节 中国旅游市场的分布	149
二、旅游饭店的概念及其在		一、我国国内旅游的市场形势	149
旅游业中的地位 and 作用	118	二、我国出境旅游的市场形势	151
三、旅游饭店的分类	119	三、我国入境旅游的市场形势	152
四、旅游饭店的等级划分	120	四、我国旅游业在国际市场竞争中	
五、旅游饭店的发展趋势	121	存在的问题	160
第三节 旅行社业	122	五、中国近年出境旅游市场	
一、旅行社的概念	122	案例解读	162
		本章小结	163

推荐书目	164	三、过重依赖旅游业会影响	
自测题	164	国民经济的稳定	176
第七章 旅游业的经济影响	166	四、旅游接待国或地区不顾自己的	
第一节 旅游经济活动规律的内涵	166	条件, 过度发展旅游业 会有	
一、旅游资源的稀缺性和人们对		损当地经济	177
旅游的需求是旅游成为一项		五、对就业的不利影响——	
经济活动的基本前提	166	淡季失业	177
二、旅游资源在市场化配置中具有		第四节 相关案例分析	177
吸附、聚合其他经济资源的		一、案例: 旅游对西藏经济的	
特殊功能	167	影响	177
三、旅游产业开发的相关性规律	167	二、案例: 假日调整对旅游市场	
四、旅游产业的连锁带动规律	168	影响不大	180
五、旅游经济的市场规律表现	168	三、案例: 北京奥运会对中国	
第二节 旅游经济的积极影响	169	旅游业的影响	182
一、增加外汇收入,		本章小结	184
平衡国际收支	170	阅读资料	185
二、拓宽货币回笼渠道,		推荐书目	192
促进经济健康运行	171	自测题	192
三、发展旅游业有助于增加		第八章 旅游的社会文化影响	196
就业机会	172	第一节 旅游对社会文化的积极影响	198
四、旅游业具有较强的旅游		一、旅游活动有助于提高民族素质,	
乘数效应、关联带动作用	172	提高生活质量	198
五、提高区域经济水平,		二、旅游活动有助于增进国际间的	
缩小地区差距	173	相互了解、促进文化交流	200
六、旅游业正在成为国民经济		三、旅游活动有助于促进民族文化	
新的增长点	174	的保护和发展	201
七、旅游业改善了投资环境,		四、旅游活动有助于推动科学技术	
促进了对外开放	174	的交流和发展	201
八、旅游业可以提高资源综合		五、旅游活动有助于促进	
利用水平	175	社会环境的改善	202
九、旅游是实现社会经济可持续		第二节 旅游对社会文化的消极影响	203
发展的有效方式	175	一、不良的“示范效应”	203
第三节 旅游经济的消极影响	176	二、干扰目的地居民的生活	204
一、可能引起物价上涨	176	三、古朴的民俗文化和民族风情	
二、可能损害当地的经济结构	176	面临过度商业化的侵蚀	207

第三节 正确认识旅游的		二、案例：海南旅游，	
社会文化影响	208	与国际全面接轨	238
一、旅游的社会文化影响的		本章小结	241
双重性	208	阅读资料	242
二、有效引导旅游活动对目的		推荐书目	243
地社会文化的影响	210	自测题	243
第四节 相关案例分析	211	第十章 旅游业的发展途径和趋势	245
一、案例：“大众化旅游”浪潮给当地		第一节 旅游业的发展途径	246
社会文化带来的负面影响	211	一、现代旅游发展模式	246
二、案例：古村镇旅游过度开发		二、中国旅游业发展模式	251
应该叫停	213	第二节 旅游业发展趋势	255
三、案例：旅游业对纳西族传统		一、旅游发展变化预测	255
文化的影响	214	二、影响未来旅游发展趋势	
本章小结	216	的因素	255
阅读资料	217	三、旅游业发展趋势	259
推荐书目	220	第三节 旅游业的可持续发展	264
自测题	220	一、可持续发展是当今世界的主题，	
第九章 旅游业实现的保障	221	也是旅游业发展的必由之路	264
第一节 旅游组织	221	二、旅游业可持续发展的	
一、旅游组织的分类	221	基本目标	264
二、我国的旅游组织	224	三、影响旅游业可持续	
三、国际性旅游组织	227	发展的因素	265
第二节 旅游产业政策	232	四、可持续发展的战略	265
一、产业政策的性质和作用	232	本章小结	268
二、旅游产业政策的主要内容	233	阅读资料	271
三、旅游产业宏观管理与协调的		推荐书目	273
基本手段	235	自测题	274
第三节 相关案例分析	236	参考文献	275
一、案例：国家旅游专家组在		后记	277
安徽调研	236		



第一章

旅游的释义

本章导读

旅游是人类发展到一定阶段产生的一种现象，是人类实践、认识活动的一部分，是人类了解世界的积极手段和进行跨文化交往、促进不同价值观沟通的有效途径，也是生活在现实社会中的人们进行休闲度假，寻求人身自由、精神上的解放，获得特定需要的满足——身心愉悦的重要方式。从世界范围看，旅游学的研究开始于近代社会，相对于比较成熟的学科，属于比较年轻的学科。旅游学的研究进程告诉我们，旅游学是一个富有生命力的新兴学科，是一个具有广泛社会应用背景的研究领域。

核心概念

迁徙 旅行 旅游 旅游学 交叉学科

学习目标

通过对本章的学习，学会从历史唯物主义角度观察人类旅行和旅游活动的发展，认识人类旅行活动，并掌握旅游活动是社会经济发展的产物并随着社会经济的发展而发展这一最基本的发展规律。同时通过对旅游学研究的对象和任务的学习，掌握旅游学的学科性质和理论体系。

第一节 旅游的释义

一、最初的旅和游

“旅”在中国上古时期即已出现，有多种含义：有的指商人，有的指客馆，有的指旅客。如唐代孔颖达的《周易正义》释“旅”字云：“旅者，客寄之名，围旅之稼，失其本居而寄他方，谓之旅。”此处之“旅”，指的就是旅居异乡的旅客，也就是我们今天常说的旅游者。“游”即遨游，是游览的意思。中国古代的旅游活动常是用“游”来概括的。如《楚辞·远游》有云：“悲时俗之迫厄今，愿经学而远游。”“游”又引申为出游、嬉游，俗作游。这里所说的“出游”，就是出门旅游的意思。

由于最初的“旅”、“游”尚未成为社会上大多数成员的一种普遍的生活方式，尚未成为一种普遍的社会现象，因而古人所谓的“旅游”，与我们今天所理解的旅游有着一定的区别，它仅反映了上层社会中少数人出行和游览的一种活动方式，对旅游的认知也仅停留在感性认识的阶段，也尚未能对这一社会现象做理论上的归纳。

我们从早期的生产和社会活动中可以认识到最初的“旅”、“游”与现代旅游相比具有如下区别。

(一)人类的迁徙

在原始社会时期，人类脱离了动物界，此时期农业生产方式还未发明，人类在一段非常漫长的岁月里一直过着流动性的生活。人们以松散的团伙组织，依靠采集、渔获、狩猎等集体劳动共同分享劳动产品而延续生命。由于大自然中的植物生长都有明显的季节性，各类动物的行踪和聚散活动区域也随着季节的变更而发生变化，在这种情况下，早期人类只有顺应自然条件和季节变化的规律进行采集和狩猎活动，根本没有能力也没有自主意识去对大自然进行人为的控制。因此，当一个地方的自然资源用完了，就迁移到另一个地方继续采集或狩猎，形成一种流动性的生存方式。可见，采猎生产活动的最大特征就是“季节性的迁移和集散”。这就是早期人类为生存需要而进行的迁徙活动，这种迁徙活动构成了早期人类生产与生活不可或缺的内容。这一时期人类还不存在有意识的自愿外出旅行。

早期人类的远途迁徙有的是受到诸如气候的变化、自然灾害以及战争等因素的驱使，但最主要还是由狩猎这种生存方式所固有的流动性特点所决定的。这种条件下的迁徙是人类为了生存而被迫进行的艰苦卓绝的活动。所以，原始社会时期，人类客观上没有外出旅行的物质条件，主观上也没有外出旅行的愿望。这种远古时期的人类迁徙有别于现在的旅游。

(二)旅行活动的萌芽

人类早期经历了三次社会大分工：畜牧业和农业的分离标志着第一次社会大分工的开始；到了第二次社会大分工，部落间的产品交换已经产生；而所谓的第三次社会大分工则将商业从农、牧、手工业中分离出来。可以说，人类旅游活动的历史开始于三次社会大分工之后。首先，三次社会大分工使人类从流动性生活走向定居化，标志着人类智慧的进步和理性思维的提高；其次，由于物质资料生产方式的改进，促使社会生产力水平的提高和剩余劳动产品的增多，人们的时间得到了一定程度的解放；再次，随着社会分工越来越细，从事不同性质劳动的人们根据自身需要，进行劳动及产品的交换，互通有无。许多产品的生产目的已不再是单纯为了自己消费，而是为了交换。因此，商业也应运而生，这成为人

类旅行观念产生的社会基础和条件，也是人们随之自觉的旅行活动的萌芽。

(三)商人开创了旅行的通路

随着商业的产生和商人的出现，商品交换关系发展到了一个崭新的阶段。它不同于早期的以物易物，而是以商人为中介更为发达的商品流通形式。因此，为了推销商品、不断扩大购销渠道并占领更多市场，商人们就必须及时掌握各地的产销信息，并外出进行产品交换和长途贩运活动。于是，具有明确功利目的的经商旅行活动应运而生。在商业利益的驱动下，商人们已“游走于他们所知道的世界”。所以，就整个世界范围而言，是商人开创了旅行的先河。在经商活动中，商人们自是免不了要结识宦官、士林、政要，接触百姓人家，这实质上就是一种广泛的社会交往活动。同时，通过社会交往获得人际沟通和关系的和谐，不仅仅是经商之道，而且能够给人一种精神上的和心理上的愉快感受。这一切都反映了经商旅行已具有现代意义的旅游气息和某种特定内涵。

二、旅游的各种定义

(一)交往定义

1927年，德国的蒙根·罗德对旅游的定义：“旅游从狭义的理解是那些暂时离开自己的居住地，为了满足生活和文化的需要或各种各样的愿望，而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往活动。”值得注意的是，这个定义强调旅游是一种社会交往活动。

(二)国际上普遍接受的国际定义

1942年，瑞士学者汉沃克尔和克拉普夫对旅游的定义：“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的一种现象及关系的总和。这些人不会永久居留，并且不从事赚钱的活动。”注意，这个定义强调旅游活动中必将产生经济关系和社会关系，即强调了旅游的综合性内涵。由于这个定义于70年代为“旅游科学专家国际联合会(AIEST)”所采用，因此被称为“艾斯特(AIEST)定义”。

(三)目的定义

20世纪50年代，奥地利维也纳经济大学旅游研究所对旅游的定义：“旅游可以理解为是暂时在异地的人的空余时间的活动，主要是出于修养；其次是出于受教育、扩大知识和交际原因的旅行；再有就是参加这样或那样的组织活动，以及改变有关的关系和作用。”注意，这个定义强调旅游的基本目的是消遣和增长知识。

(四)流动定义

1974 年,英国的伯卡特和梅特列克对旅游的定义:“旅游是人们离开他平时居住和工作的地方,短期暂时前往一个旅游目的地并逗留在该地的各种活动。”注意,这个定义强调了旅游的本质特征,即异地性和暂时性。

(五)时间定义

1979 年,美国通用大西洋有限公司的马丁·普雷博士在中国讲学时,对旅游的定义为:“旅游是为了消遣而进行的旅行,在某一个国家逗留的时间至少超过 24 小时。”注意,这个定义强调了各个国家在进行国际旅游者统计时的统计标准之一,即逗留的时间。

(六)相互关系定义

1980 年,美国密执安大学的伯特·麦金托什和夏西肯特·格波特对旅游的定义:“旅游可以定义为在吸引和接待旅游者及其访问者的过程中,由于游客、旅游企业、东道政府及东道地区的居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。”注意,这个定义强调的是旅游引发的各种现象和关系,即旅游的综合性。

(七)生活方式定义

我国经济学家于光远 1985 年对旅游的定义为:“旅游是现代社会中居民的一种短期性的特殊生活方式,这种生活方式的特点是:异地性、业余性和享受性。”注意,这个定义强调了旅游是一种生活方式,并且指出了旅游的一些主要特点,即异地性、业余性和享受性。

第二节 旅游的本质和属性

一、旅游的本质

(一)旅游是一种审美活动,是综合性的审美实践

旅游在本质上是一种主要以追求愉快和美好为目的的审美过程,追求美好的生活环境和生活经历是人的天性,同时也是人类社会发展到一定阶段后所不可缺少的重要需求。人类作为一种复杂的审美主体,在生理条件、社会环境与文化氛围的相互制约和影响下,会产生各种各样的需求。其中,审美需求在各种需求中属于高层次,并始终贯穿交织在各层

需求之中。就总体和长远发展来说,随着旅游成为人们生活中越来越重要的部分,人们的审美活动必然会以旅游的形式出现,原因如下。

1. 旅游是一项综合性的审美活动

它集自然美、生活美和艺术美为一体,融文物、古迹、建筑、雕刻、绘画、书法、音乐、戏剧、风情、美食等于一炉,除了能够最大限度地满足人们的审美需求之外,还能满足人们生理、精神等方面的需求与欲望。

2. 旅游日益成为人们生活中的一个重要组成部分

随着科学技术的发展,人们生活水平的提高,可支配收入和闲暇时间的增多,旅游这种高级消费形式不断深入人心,日益成为人们生活中的一个重要组成部分,从而大大刺激和强化了人们的旅游审美活动。

(二)旅游是人类一种积极而健康的社会交往活动

任何一个人都不能与世隔绝地独立生存,社会交往是人类历史发展的必然现象,也是人类生活中一种最基本的社会活动。人们之间的交往是多类别、多渠道的。从大的方面着眼,有国与国、党派与党派之间的政治交往;从小的方面着眼,有工作和学习上的固定交往,也有友谊和爱慕中的自由交往,还有邻居、亲属间的交往。旅游因具有这些交往的特点,所以是一种积极而健康的交往活动。同时,旅游所体现出的交往活动又具有它自身的特点。即从形式上看,这种交往是一种短暂的、平等的、在异地进行的,并以感情沟通和物质交易为主的行为,并在隔离、示意、互动、互助和竞争等行为的影响中反映出不同的发展程度。

(三)旅游是人类生活的需求和高层次的消费活动

人到底有多少种需求,迄今为止心理学家们也难以取得一致的看法。人本主义心理学家马斯洛在其著名的需求层次理论中,提出人有五个层次的需求,即生理需求、安全需求、爱的需求、受尊重的需求和自我实现的需求。上述的五个需求是逐级上升的,只有在较低层次的需求获得满足后,才会向上一层次的需求发展。旅游需求是人的总体需求的一个组成部分,当人们在满足日常的衣、食、住、行等需求之后,便自然而然地追求更高层次的享受,产生旅游的需求。在旅游活动中,人们受尊重的需求和自我实现的需求都可以得到一定程序的满足。

同时,旅游也是一种高层次的消费活动。旅游者为了达到审美和享乐的目的,需要占用非劳动的闲暇时间,动用自己的劳动积累,到异地旅游并购买旅游产品。旅游活动过程

中的吃、住、行、游、购、娱的支出远远超出了日常生活的消费,所以它是一种高层次的消费活动。

二、旅游的属性

(一)审美性

旅游是人们生活中必不可少的综合性审美活动。人们通过对旅游景观的观赏,能获得知识,增添乐趣,陶冶情操,得到启迪和美的享受。这种令人向往和追求的审美活动主要是体验旅游景观所蕴涵的生态美。

旅游如同西方古典浪漫音乐,能唤醒人们心中的家园感,让人们诗意地栖居于自然的怀抱;旅游能消解人与自然的对抗性以及社会化带来的异化成分,使人适情顺性,逍遥自在;在旅游活动中,审美主客体异质同构(审美活动的基础是事物与人的同构),情景交融,使人性得以升华;在审美效应上,旅游是超越现实人生的预演,并营造出为现实人生输送精神动力的稳定心态。因此旅游的审美本质就是和谐。人与环境相契相合的回归性文化走向将使旅游的和谐美得到充分的显现。

从本质上说,旅游作为一种短期性的闲暇生活方式,是一种集自然美、艺术美、社会美之大成的综合性审美。通过旅游获得精神上的审美愉悦和满足,是所有旅游者的共同追求,也是旅游的本质所在。一般而言,所谓审美,指的就是审美主体对客体之内容与形式价值(如美丑)的感知、观察、审视和品评,是人对美的事物的一种带有情感的认识。具体而言,旅游审美活动有以下几个特点。

1. 历史性

旅游审美属于历史的范畴,是随着历史变迁而不断发展的一种人类活动。人类的审美活动发展具有历史性。人类早期的旅游活动,由于人类无法通过掌握自然规律来控制自然力,因而拜倒在大自然的脚下,通过对某些具有象征意义的自然景观和人文景观的朝拜以求获得上苍的佑护,这在一定程度上满足了当时人们的情感需求。随着历史的发展,旅游审美的目的开始向求学求知倾斜,从马可·波罗的中国之行到郑和下西洋,从哥伦布发现新大陆到徐霞客的考察旅游,旅游审美的知识性和功利性不断增加。18世纪中叶,卢梭、歌德、海涅等人掀起“回归大自然”的热潮,旅游者开始真正自觉地进行自然观光旅游。20世纪后,旅游者更多地渴望亲身参与,甚至以征服者的身份出现在自然界,希望通过亲身体验来克服自身的渺小和平庸,以提高自身的精神境界,获得由衷的喜悦。

个体的审美活动也具有历史性。在最初的审美中,由于个人审美能力的限制,往往是匆匆忙忙,赶来赶去,到各地名胜走马看花,浮光掠影地看个大概,选个景点赶快摄影留

动可以使人放松,使人与自然达到和谐。当人处于松弛状态的时候,人可能会选择一些富有刺激和挑战性的旅游项目,如登山、探险、漂流等需要毅力、意志,成功后会引发“人定胜天”的豪迈壮志的旅游形式,使人打破松弛状态,恢复振奋。可见,通过不同形式的旅游活动,旅游审美可以调整人的紧张或松弛的状态,帮助人成为一个完整的整体。因此,从旅游审美角度看,旅游景观可分为和谐性美的旅游景观和振奋性美的旅游景观。

(二)社会性

旅游是一种社会性的行业,涉及工商、交通、公安、文化、金融以及卫生防疫等多个部门。在“吃住行游购娱”的旅游六要素中,旅游部门只能管到其中的一个半,即“游”的全部,和“住”的一半(意为只能管到星级宾馆)。

旅游是加强物质文明建设和促进经济发展的重要途径,这是毋庸置疑的。近现代旅游业属于新兴的第三产业。近代旅游业是由产业革命造就的。1845年英国人托马斯·库克(Thomas Cook)首创了人类第一家旅行社,为人们提供有组织的旅游服务。从此,旅游业进入近代时期,旅游由以往个人的消费活动向商品化方向发展。1945年第二次世界大战结束以后,旅游业进入了现代时期。这个时期,随着世界经济、科技和文化的恢复与迅猛发展,随着人们物质生活和文化生活水平的提高,随着世界朝着和平民主方向前进,旅游业的发展突飞猛进,在内容、形式、规模和性质上都发生了重大的变化。在内容上,旅游成了人民大众的社会活动,而且以审美为共同目的、行为的倾向更为明显;在形式上,大型客机、新型车船等现代化旅游交通工具使旅行速度大大加快,使旅行更加安全、方便和舒适,使游客能够在短时间内进行远距离旅游;在规模上,旅游人数大幅度增加,旅游范围扩大到全球;在性质上,旅游业成了经济领域的一个重要支柱产业。

旅游既是一种社会经济现象,又是一种社会文化现象。它必然随着社会经济和文化的发展而在内容和形式上发生变化,是人们了解社会和自然、丰富自我的一种非定居性的活动方式。

(三)生态性

旅游活动的生态意义主要体现在对旅游资源和生态环境的合理保护,这将是实现生态环境和旅游环境永续发展的根本动力。

1. 旅游活动促进人们对旅游资源进行合理开发和保护

世界上一切旅游资源的合理开发与保护,主要目的是为了适应旅游的需要。旅游成了旅游资源合理开发与保护的动因。许多旅游资源,既是人类精神财富的积累,又是人类物质财富的积累。旅游的经济收入促进旅游文化设施的建设。这里讲的旅游文化设施,主要

指作为旅游中介的旅行社、旅游交通和旅游饭店等设施,以及为游客提供娱乐服务的场所(歌舞厅、剧院等),它们也都属于社会的物质文明。正是因为适应了旅游的需求,国内外众多的旅游文化设施才得以飞速地朝着现代化的方向发展,成为人类社会的一笔巨大物质财富,并为旅游者提供更加周到的服务。

2. 旅游经济的发展有助于发扬地区优势,促进地区经济发展,而经济水平的上升将会直接提升本地区生态保护的水准

有些地区比较贫困,但是旅游资源丰富,例如武陵源国家森林公园所在的湘西地区便是如此。这样的地区,通过兴办旅游业,不仅直接从国内外游客那里获得了经济收入,而且可以根据旅游业的要求因地制宜地发展多种经营。尤其是通过旅游交通运输的创办和发展,可以使本地区的经济走出封闭状态。

3. 旅游活动中深刻的体验,使旅游者经受强烈的心灵震撼,从而校正和产生环保理念和环保意识

产生环保意识的游客会以宽厚之心对待自然,尽量以较小消耗来改善自身的生活条件,从而实现“天人合一”的和谐。来自于旅游体验中的环保意识会让我们的游客在现实生活中外化为实际的环保活动,即产生具体的环境保护实践。

(四)哲学性

从哲学角度讲,旅游是一项健康有益的活动,对人的全面发展有着直接的促进作用。一是陶冶人的情操,二是丰富人的知识,三是锻炼人的身体。人的全面发展的基本内涵是:人作为社会主体,其社会实践活动、社会关系、各种需要、能力、素质等动态的、自由的、充分的、全面的、不断发展的过程,是人类不懈追求的可持续发展过程。人的全面发展的主要意思是指人的各种潜能素质的充分发展,人的个性的丰富完整,人的本质力量的充分显现等。人的发展是一个不断地由片面到全面的过程。

旅游活动就是体现、丰富、发展和完善自由生命的活动,大致分为修养休闲旅游、疗养保健旅游、观光游览旅游、新婚蜜月旅游、科学考察旅游、文化旅游、访问旅游、风情旅游等类别,这些活动无一不是以自由生命活力为轴心,在广阔的思维空间里的运动、旋转和展开,使自由生命得以完善、发展和推进。从理论上讲,审美活动的本质就在于体现和发展自由生命,这是旅游活动哲学意义的理论本源。

旅游活动具有其他活动所不可替代的综合性。旅游活动促进人的生理和心理、理性和感性、体力和智力、意志和情感、伦理道德和先天本能、灵魂和肉体等因素的相互作用、相互促进、同步升华,是自由生命综合性的体现和全面肯定。旅游审美活动空间广阔,沿线而游,顺路而行,自然美、社会美、艺术美,石刻、字画、建筑、音乐、舞蹈、悲剧、喜剧,一一闪过身边,扑入眼帘,灌注心田,兼纳众美,从而使旅游审美活动中贯穿着色、