



面向 21 世纪高等院校规划教材

旅游管理学

LVYOU GUANLIXUE

张秋芬 江五七◎主编

航空工业出版社

责任编辑：侯盼盼

封面设计：王雁南

ISBN 978-7-80243-201-7



9 787802 432017 >

定价：35.00 元

面向 21 世纪高等院校规划教材

旅游管理学

主 编 张秋芬 江五七

副主编 王幼莉 刘 伟

航空工业出版社

北 京

内 容 提 要

为了适应我国旅游业发展及旅游教育的需要,为了满足广大旅游管理爱好者的学习需要,我们组织编写了这本教材,并力求把全面、基础、易懂作为本教材的特点。

本书在内容上安排了四大模块:第一模块是旅游管理基础,主要介绍旅游活动、现代旅游系统、旅游发展的历史沿革、旅游管理的概念框架和理论基础等旅游管理基础知识,为后面几篇的学习打下基础;第二模块是旅游宏观管理,主要站在宏观层面政府角度,介绍旅游管理体制和组织、旅游环境管理和旅游业危机管理等重要旅游宏观管理内容;第三模块是旅游微观管理,主要站在微观层面企业角度,介绍饭店经营与管理、旅行社经营与管理、旅游景区经营与管理以及旅游企业的服务质量管理、人力资源管理和管理信息系统等重要旅游企业的重点管理内容,对旅游企业管理进行较为全面、基础的介绍;第四模块是旅游综合管理,主要站在综合管理角度,介绍旅游者活动管理、旅游体验管理、旅游节事管理和旅游安全管理等旅游管理相关内容。

本书可作为高等院校旅游专业的教材,也可作为高等院校相关专业的教学参考书以及旅游行业从业人员的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

旅游管理学 / 张秋芬, 江五七主编. —北京: 航空工业出版社, 2008. 8

ISBN 978-7-80243-201-7

I. 旅… II. ①张…②江… III. 旅游经济—经济管理
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 124220 号

旅游管理学 Lüyou Guanli Xue

航空工业出版社出版发行

(北京市安定门外小关东里 14 号 100029)

发行电话: 010-64815615 010-64978486

北京市科星印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经售

2008 年 8 月第 1 版

2008 年 8 月第 1 次印刷

开本: 787×1092

1/16

印张: 20.5

字数: 512 千字

印数: 1—5000

定价: 35.00 元

前 言

当代旅游业已成为世界上发展势头最为强劲和最大的产业。旅游业发展之快，产业带动力之强，使许多国家和地区都把旅游业作为经济发展的重点产业，予以大力扶持和发展。为了适应我国旅游业发展及旅游教育的需要，为了满足广大旅游管理爱好者的学习需要，我们组织编写了这本教材，并力求把全面、基础、易懂作为本教材的特点。

全面是指在本书设计编写大纲时，力求较多的涵盖旅游管理的基本方面，并把旅游管理分为基础篇、宏观篇、微观篇、综合篇等四篇来介绍，满足读者全面了解旅游管理的需要；基础是指本教材从旅游活动与现代旅游系统、旅游的产生与发展、旅游管理基础理论等基础知识角度出发，为以后的深入学习奠定基础，也为无旅游管理专业基础的旅游管理爱好者的进一步学习做好铺垫；易懂是指本教材在编写过程中力求浅显易懂，尽量避免深奥、晦涩，为广大读者学习阅读提供方便。当然，以上三点并不与求新相违背，事实上编者在编写过程中，努力参考最新的资料，并反映最新的研究动态。

本书在内容上安排了四大模块：第一模块是旅游管理基础，主要介绍旅游活动、现代旅游系统、旅游发展的历史沿革、旅游管理的概念框架和理论基础等旅游管理基础知识，为后面几篇的学习打下基础；第二模块是旅游宏观管理，主要站在宏观层面政府角度，介绍旅游管理体制和组织、旅游环境管理和旅游业危机管理等重要旅游宏观管理内容；第三模块是旅游微观管理，主要站在微观层面企业角度，介绍饭店经营与管理、旅行社经营与管理、旅游景区经营与管理以及旅游企业的服务质量管理、人力资源管理和管理信息系统等重要旅游企业的重点管理内容，对旅游企业管理进行较为全面、基础的介绍；第四模块是旅游综合管理，主要站在综合管理角度，介绍旅游者活动管理、旅游体验管理、旅游节事管理和旅游安全管理等旅游管理相关内容。

本书由华北科技学院张秋芬、江五七策划并设计编写大纲，分为四篇，共十六章。其中第一章、第九章由张秋芬编写；第四章由江五七编写、第十章由江五七、北京金泰恒业有限责任公司陈佳编写；第二章、第五章由华北科技学院王幼莉编写；第三章由华北科技学院刘伟编写；第七章、第八章由华北科技学院李笑一编写；第十一章、第十三章由衡阳师范学院彭惠军编写；第六章、第十二章、第十五章、第十六章由北京石油化工学院陈巧编写；第十四章由衡阳师范学院黄翹勤编写。全书由张秋芬和王幼莉统稿。

在本书即将付梓之际，十分感谢华北科技学院李跃贞教授为本书的出版所做的工作和提供的帮助。同时，本书在撰写过程中，参考引用了众多专家、学者的成果，并将文献目录附于书后，在此一并表示诚挚的谢意。

限于编者的学识局限和时间约束，书中的缺憾和不足在所难免，敬请各位同行与读者批评指正。

编 者
2008年7月

目 录

第一篇 旅游管理基础

第一章 旅游活动与现代旅游系统	1
第一节 旅游活动	1
一、旅游活动的概念.....	1
二、旅游活动的特征.....	3
三、旅游活动的基本属性.....	4
四、旅游活动的分类.....	5
第二节 现代旅游系统	9
一、旅游活动的构成要素.....	9
二、旅游系统.....	12
第三节 旅游业	16
一、旅游业的概念.....	16
二、旅游业的构成.....	17
三、旅游业的特点.....	17
第四节 旅游产品	18
一、旅游产品的概念.....	18
二、旅游产品与旅游资源、旅游吸引物的关系.....	19
三、旅游产品的构成要素.....	19
四、旅游产品的特点.....	20
思考题	21
第二章 旅游发展的历史沿革	22
第一节 早期的旅行活动	22
一、原始社会早期的人类迁移活动.....	22
二、奴隶社会的旅行活动.....	24
三、封建社会的旅行活动.....	25
四、早期旅行活动发展的特点.....	28
第二节 近代旅游和旅游业的开端	28
一、工业革命对近代旅游发展的影响.....	29
二、交通技术的发展与铁路时代.....	30
三、托马斯·库克的活动与旅游业的诞生.....	31
第三节 现代旅游的迅速发展	33
一、现代旅游的概念.....	33
二、现代旅游迅速发展的原因.....	34
三、现代旅游发展的特点.....	35
思考题	36

第三章 旅游管理的基本原理	37
第一节 旅游管理的概念定位	37
一、旅游管理的概念.....	37
二、旅游管理活动的必要性.....	38
三、旅游管理的基本任务.....	39
四、旅游管理的内容.....	41
第二节 旅游管理的基本理念	42
一、旅游宏观管理理念.....	42
二、旅游微观管理理念.....	46
第三节 旅游管理的基本职能	47
一、计划职能.....	47
二、组织职能.....	48
三、领导职能.....	49
四、控制职能.....	49
思考题	50

第二篇 旅游宏观管理

第四章 旅游管理体制和产业发展能力建设	51
第一节 旅游管理体制	51
一、旅游管理体制的概念与结构.....	51
二、世界旅游管理体制模式.....	52
三、各国旅游管理体制差异的成因分析.....	53
第二节 我国旅游管理体制	54
一、我国旅游管理体制的初步建立.....	54
二、我国旅游管理体制的曲折发展.....	54
三、我国旅游管理体制的改革与创新发展阶段.....	55
四、我国的政府主导型旅游发展模式.....	56
第三节 我国旅游产业发展能力建设	58
一、行业管理能力.....	58
二、统筹协调能力.....	59
三、决策参谋能力.....	60
四、公共服务能力.....	61
五、创新发展能力.....	62
六、产业竞争能力.....	63
七、国际拓展能力.....	65
八、风险应对能力.....	66
九、规划控制能力.....	67
十、宣传营销力.....	69
思考题	71

第五章 旅游环境管理	72
第一节 旅游与环境的关系	72
一、环境是旅游业生存与发展的基础.....	72
二、旅游活动对环境的正面效应.....	73
三、旅游活动与环境的冲突.....	74
第二节 旅游环境管理的特点和内容	82
一、旅游环境管理的特点.....	82
二、旅游环境管理的基本内容.....	83
三、旅游环境管理的基本职能.....	83
第三节 旅游环境管理的措施与制度	84
一、旅游环境管理的主要措施.....	84
二、旅游环境管理的若干制度.....	85
三、我国目前旅游环境管理存在的困难和问题.....	86
第四节 旅游环境管理体制与环境管理体系	87
一、建立我国旅游环境管理体制的基本构想.....	87
二、ISO14000 和环境管理体系.....	87
三、环境管理体系及其认证.....	88
四、旅游区环境管理体系的建立.....	90
思考题	91
第六章 旅游业危机管理	92
第一节 旅游业危机管理导论	92
一、旅游业危机的定义.....	92
二、旅游业危机的类型.....	92
三、旅游业危机的特征和影响.....	93
第二节 旅游业危机的预防与管理策略	95
一、旅游业危机的预防.....	95
二、旅游业危机应对管理.....	96
第三节 旅游景区、饭店及旅行社危机管理	100
一、旅游景区危机管理.....	100
二、饭店危机管理.....	104
三、旅行社危机管理.....	105
思考题	107

第三篇 旅游微观管理

第七章 饭店经营与管理	108
第一节 饭店的起源和发展	108
一、古代客栈时期（12 世纪~18 世纪）.....	108
二、豪华饭店时期（18 世纪末~19 世纪末）.....	109
三、商业饭店时期（19 世纪末~20 世纪 50 年代）.....	110

四、现代饭店时期（20 世纪 50 年代至今）	112
第二节 饭店的性质和功能	113
一、饭店的含义	113
二、饭店的类型	115
三、饭店的性质和功能	117
第三节 饭店的部门设置和组织管理	121
一、饭店的部门设置	121
二、饭店的组织管理	125
第四节 饭店的经营管理模式	128
一、饭店的基本经营形式	128
二、饭店集团化	129
思考题	131
第八章 旅行社经营与管理	132
第一节 旅行社的产生和发展	132
一、国外旅行社的产生和发展	132
二、中国旅行社的发展历程	134
第二节 旅行社的性质和功能	135
一、旅行社的性质	135
二、旅行社的功能	136
第三节 旅游社的分类	137
一、旅行社的分工体系	137
二、旅行社的分类制度	138
第四节 旅行社的业务	139
一、旅行社外联业务	139
二、旅行社计调业务	142
三、旅行社发团业务	147
思考题	150
第九章 旅游景区管理	151
第一节 旅游景区概述	151
一、旅游景区的概念	151
二、旅游景区在旅游系统中的地位与作用	152
三、旅游景区在旅游业中的地位与作用	152
四、旅游景区的分类	153
第二节 旅游景区的管理要点	157
一、注重投资分析	157
二、注重市场定位	158
三、注重区位选择	158
四、注重主题选择	159
五、注重文化内涵	159

六、注重景区项目设计	159
七、注重功能布局	160
八、注重形象策划	160
九、注重品牌塑造	161
十、注重管理创新	161
第三节 旅游景区开发与管理的目标模式	162
一、目标模式的理论依据	162
二、旅游景区开发与管理的目标模式	165
第四节 旅游景区产品创新	166
一、旅游景区产品的概念	166
二、旅游景区产品的类型	167
三、旅游景区产品结构——整体产品概念	168
四、旅游景区产品创新的理论基础和现实需求	169
五、旅游景区产品创新的方向和方法	171
思考题	174
第十章 旅游服务质量管理	175
第一节 旅游服务质量	175
一、旅游服务	175
二、旅游服务质量	176
三、旅游服务质量的构成	177
四、旅游服务质量的重要性	179
第二节 旅游服务质量的衡量	179
一、SERVQUAL 模型	180
二、同时关注服务过程与服务结果的评价模型	180
三、建立旅游服务质量信息系统	183
第三节 旅游服务质量的改进	184
一、服务质量差距模型	184
二、提高旅游服务质量的途径	186
思考题	188
第十一章 旅游企业人力资源管理	189
第一节 旅游企业人力资源管理概述	189
一、企业人力资源的概念及其特征	189
二、企业人力资源管理的概念、内容及特点	191
三、旅游企业人力资源管理面临的问题与挑战	193
第二节 旅游企业人力资源管理的业务流程	194
一、人力资源规划	195
二、职务分析	195
三、招聘和录用	195
四、培训和开发	196

五、绩效考核	197
六、薪酬福利	197
第三节 旅游企业人力资源职业生涯设计与管理	198
一、职业生涯与职业生涯周期	198
二、职业生涯设计	199
三、职业生涯管理	201
第四节 旅游企业人力资源培训与开发	204
一、旅游企业人力资源培训与开发概述	204
二、旅游企业员工培训及其意义	204
三、员工培训的过程	205
四、旅游企业培训的方法	206
思考题	208
第十二章 旅游管理信息系统	209
第一节 旅游管理信息系统概述	209
一、旅游管理信息系统的基本概念	209
二、我国旅游业的信息化发展现状	211
第二节 饭店管理信息系统的分析与设计	211
一、饭店管理信息系统的基本概念、基本功能及特点	211
二、饭店管理信息系统的优势及应用状况	213
三、饭店管理信息系统的结构设计	217
四、饭店管理信息系统的系统功能设计	219
第三节 旅行社管理信息系统的分析与设计	224
一、旅行社管理信息系统的概念及特点	224
二、旅行社管理信息系统的功能需求分析	225
三、旅行社管理信息系统的设计	228
第四节 旅游电子商务系统的应用	232
一、旅游电子商务系统的概念	232
二、旅游电子商务系统的功能	233
三、旅游电子商务系统的应用领域	233
四、旅游电子商务系统的应用现状	234
思考题	236

第四篇 旅游综合管理

第十三章 旅游者活动管理	237
第一节 旅游者的概念界定	237
一、旅游者的概念界定	237
二、我国对来华入境旅游者的统计口径	239
三、我国国内旅游统计中的有关规定	240
四、旅游者的特征	241

第二节 旅游者产生的条件	243
一、旅游者产生的客观条件	243
二、旅游者产生的主观条件	246
第三节 旅游流的特征与规律	249
一、旅游流的概念及其形成原因	249
二、旅游流的特征	250
三、旅游流的规律	251
第四节 旅游者行为管理	252
一、旅游者行为	252
二、国外旅游者行为管理的成功经验	252
三、我国旅游者行为管理制度的缺陷	253
四、在旅游活动中对旅游者行为积极引导和管理的措施	254
思考题	255
第十四章 旅游体验管理	256
第一节 旅游体验概述	256
一、旅游体验的内涵	256
二、旅游体验强度的影响因素	258
第二节 旅游体验的本质	259
一、旅游体验的特点	259
二、旅游体验的层次	261
三、旅游体验本质的相关理论	262
第三节 旅游体验的类型	265
一、旅游体验类型的研究进程	265
二、旅游体验的类型	266
第四节 旅游体验的塑造与强化	268
一、旅游体验塑造的原则	268
二、旅游体验的塑造与强化	270
思考题	271
第十五章 旅游节事管理	272
第一节 节事旅游与节事旅游管理	272
一、节事与节事旅游的基本概念及类型	272
二、节事旅游的特点及作用	275
三、节事旅游管理	278
第二节 节事旅游的策划与提升	282
一、节事旅游发展的条件	282
二、节事旅游策划的原则	284
三、节事旅游的策划	285
四、节事旅游的提升	287
第三节 节事旅游的市场营销	288

一、节事旅游市场营销的含义	288
二、节事旅游市场营销的实施过程	288
三、节事旅游市场营销组合	289
思考题	291
第十六章 旅游安全管理	292
第一节 旅游安全管理概述	292
一、旅游安全的基本概念	292
二、旅游安全的本质	293
三、旅游安全管理的主要内容	294
四、中国旅游安全日益突出的问题	296
五、旅游安全保障的措施	297
第二节 旅游安全政策与法规	298
一、旅游安全政策法规体系的构成	298
二、旅游安全政策法规的作用	299
三、各类旅游安全警示	300
第三节 旅游保险与救援	304
一、旅游保险的概念及特点	304
二、目前中国境内的主要旅游险种	305
三、旅游救援	306
四、旅游保险和旅游救援的拓展	310
思考题	311
参考文献	312

第一篇 旅游管理基础

第一章 旅游活动与现代旅游系统

本章学习目标

通过本章的学习,了解旅游活动的各种定义;掌握旅游活动的特征及基本类型划分;掌握旅游活动的构成要素及现代旅游系统;识记旅游业、旅游产品的概念和构成;掌握旅游业、旅游产品的特点。

本章学习重点

旅游活动的特征、类型;旅游活动的构成要素、现代旅游系统;旅游业、旅游产品的特点。

本章学习难点

现代旅游系统;旅游业、旅游产品的特点。

第一节 旅游活动

一、旅游活动的概念

(一)“旅游”的起源

探寻中文“旅游”一词的来源,我们会发现,该词的正式出现始于20世纪60年代。1960年印行的《现代汉语词典》,可以认为是我国文献中收录“旅游”一词最早的,其对“旅游”一词的解释为“旅行游览”。1964年,国务院将我国国家旅游行政管理机构定名为“中国旅行游览事业管理局”。之后,我国又相继成立了“中国旅游出版社”、“中国旅游报社”和“上海旅游专科学校”。旅游一词自此才在文献中和社会上被广泛使用。通过对其词源的追溯,我们不难发现,在一般日常用语的意义上,旅游作为人们离家外出的一种访问活动,其基本词义就是旅行加游览。当然,这一理解并非是旅游学研究中作为专业用语时的确切概念。

在我国的历史文献中,与“旅游”相近的还有“观光”、“旅行”两个词。观光一词最早出现在2000多年前的《易经》和《左传》,可以理解为观看、考察一国的礼乐文物、风土人情,即旅行游览之意。旅行一词是指我国古代帝王的巡游、官吏的宦游、和尚与道士的云游、文人墨客的漫游、学者的科学考察,以及群众性的踏青、游春等。

在英语中,“旅游”一词的对应表达是“tourism”。据有关考证,在19世纪以前,英语中本无“tourism”一词。该词最早于1811年出现在英格兰的《体育杂志》上,后被正式收入《牛津词典》。在此之前,于1800年出版的英文《牛津词典》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。在英语和法语中,“tour”都含有巡回的意思。由“tour”发展为“tourist”专指以观光游览为目的的外来游客,以区别于为职业或其他特定目的而旅行的旅客。时至今日,包括《牛津词典》在内的一般语言词典

中，对“tourism”一词的主要释义大都是“出于消遣目的的旅行”。在讲英语的民族中，人们日常使用该词时，通常也都多指此意。同样，这也只是该词用作日常用语时的解释，而不是旅游学研究中的专业用法。

（二）“旅游”的定义

旅游的定义是长久以来一直困扰着旅游研究人员的难题，至今在旅游学术界仍然争论不休。由于国内外众多旅游学者或旅游机构对旅游内涵和外延有着不同的理解，他们对旅游的定义也各有侧重。

从总体上讲，这些定义可划分为两类，一类是从理论抽象出发而作出的定义，即概念性定义或理论性定义（Conceptual Definition）；另一类则是人们出于某一工作的需要，特别是出于旅游统计工作的需要，借助某些具有操作性的技术性指标而作出的定义，即技术性定义或实践性定义（Technical Definition）。两者的区别在于侧重点不同：概念性定义旨在提供一个理论框架，用以确定旅游的基本特点，以将它与其他活动区别开来，侧重于对旅游活动的定义；技术性定义主要是为了旅游统计、收集数据的需要，以便为决策立法提供旅游信息，所以侧重于对旅游者的定义及划分方法。根据人们的出游目的、出行距离以及在目的地停留时间的长短等指标，去确定旅游者的人员范围和统计口径。

实际上，人们对旅游所下的概念性定义也有很多。其中具有一定的代表性、在世界各地旅游研究中流传较广的这类定义包括：

- “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。这些人不会长期定居，并且不从事任何赚钱的活动。”这一定义最初由瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫于1942年提出，20世纪70年代被“旅游科学专家国际联合会（AIEST）”所采用，作为该组织对旅游的标准定义，人们习惯于称之为“艾斯特（AIEST）定义”。这个定义在现在看来仍然是比较科学的，因为它不仅包括了旅游者的活动，而且也涉及了这些活动在客观上所导致的众多现象和关系，从而反映了旅游内涵的综合性。然而，这个定义也存在着不足，“不从事任何赚钱的活动”这一表述比较模糊，因为人们很可能将商务性原因而外出的旅行和逗留活动排除在旅游的范畴之外，而商务旅游的重要性不容忽视。
- “旅游是指人们离开平时的环境与空间，为休闲、公差、商务或其他目的而到外地旅行或考察，逗留连续时日在一年之内的活动。”这是世界旅游组织（WTO）、世界旅游理事会（WTTC）与地球理事会（Earth Council）联合制定的《关于旅游业的21世纪议程》中对旅游的重新定义。该定义的立足点主要还是建立在对旅游产业的考虑，注重该定义在技术上的可行性和对旅游产业规模的功利性意义上。该定义已为大多数国家的官方统计所采用。
- “旅游发生于人们前往和逗留在各种旅游地的活动，是人们离开他通常居住和工作的地方，短期暂时前往一个旅游目的地运动和逗留在该地的各种活动。”（英国伯卡特和梅特利克，1974）
- “旅游可定义为在吸引和接待旅客及其访问者的过程中，由于游客、旅游企业、东道政府和东道地区的居民的相互作用而产生的各种现象和关系的总和。”（美国罗伯特·麦金托什和查尔斯·R·戈尔德耐，1980）
- 美国参议院领导的一个研究机构在其《国家旅游政策研究最后报告》中提出，旅游“是

人们出于日常上班工作以外的任何原因，离开其居家所在的地区，到某个或某些地方旅行的行为和活动。”

- “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。”（于光远，1985）
- “旅游是个人以前往异地寻求审美和愉悦为主要目的而度过的一种具有社会、休闲和消费属性的短暂经历。”（谢彦君，1999）

当然，其他表述的定义还有很多，这里不再一一列举。

综合这些对旅游定义的不同表述，可以发现人们至少在以下两个方面已经取得共识：

- ① 旅游是人们离开其定居地，去异国他乡访问的活动，这一点反映了旅游活动的异地性。
- ② 旅游是人们前往旅游目的地，并在那里进行有别于移民性永久居留的短暂停留的访问活动，这一点反映了旅游活动的暂时性。异地性和暂时性正是旅游最为突出的两个外部特征。除了上述两点共性之外，这些旅游定义之间还存在着一些差异性。有的强调旅游的综合性，有的强调旅游的目的性，有的以便于统计为出发点，强调“一年之内”或“超过24小时”。

除第7个定义以外，其他定义都存在泛化的倾向，包含了其他非工作目的的旅行，但是这些旅行活动可否视为旅游，仍存在争议。这类广义的定义是目前国际上普遍采纳的，因为一则便于统计，二则是其统计结果更能显现出旅游对经济的正面影响。除此之外，如果进一步深究，可能会发现上述定义所界定的旅游其实并非完全是同一对象。例如，第1个和第4个定义所界定的其实是“旅游现象”，或者说所界定的是作为旅游学研究对象的“旅游”。第2个、第3个和第5个定义所界定的“旅游”其实是旅游活动。

（三）旅游活动的概念

1991年6月，在世界旅游组织（WTO）和加拿大旅游局的联合赞助下，旅游统计工作会议在加拿大的渥太华召开。1993年联合国接受了世界旅游组织会后提交的报告，并采纳了联合国秘书处统计组关于旅游统计事宜的建议。这次会议决议中的主要结论之一，便是将旅游活动定义为：

“一个人到其惯常环境之外的某地去旅行、在该地连续停留时间不超过一年的活动，其出行的主要目的不是去该地从事就业性活动。”

根据这一标准定义，可以看出，在常规的旅游研究中，旅游活动是指旅游者的活动。所以，通俗地讲，旅游活动就是指人们出于移民和就业之外的其他目的，离开自己的常住地，而外出的旅行和在外逗留活动。

二、旅游活动的特征

（一）异地性

旅游活动的异地性特征是指旅游活动的发生是以旅游者的空间移动为前提的。所谓异地，是指与自己日常生活、工作环境完全分离的另外的地方。旅游为什么一定要到异地呢？一是人类具有“远方崇拜”的天性；二是从心理学的角度看，人们普遍具有追新猎奇心理。心理学研究表明，事物对人刺激的反复出现，会降低人对它的感受性。俗语说：“熟悉的地方没有风景。”也就是说，人们长期生活在一种环境中，往往会对自己身边的美好景色熟视无睹，甚至感到乏味和厌烦；相反，对任何一个陌生的地方或事物则会充满了憧憬、遐想，并愿意为之求索和探险。因此，当人们具备了一定条件时，就想去欣赏和领略异地自然风光和民俗风

情, 改变一下自己的生活环境, 从而开阔眼界, 增长见识, 获得在常住地所得不到的知识、快乐和体验。

(二) 暂时性

旅游活动的暂时性特征是指所有的旅游活动都是一种暂时性的活动, 即外出旅游者在结束其全程旅游活动之后, 最终须返回其常住地, 既不能在目的地停留过久, 更不会在目的地永久定居。另一角度看, 旅游只是发生在旅游者工作和生活期间之外的某个时段。旅游往往与假期相连, 假期是短暂的, 并往往被看做是对现实生活的暂时“逃逸”, 人们可以暂时与自己的生活环境“决裂”, 以便更全面地表现自己的个性、爱好和愿望。假期结束, 人们又回到现实生活中来。

(三) 流动性

旅游活动的异地性和暂时性决定了它的流动性。所有旅游活动的开展都涉及旅行活动和逗留活动这两个方面。旅游者为了实现旅游目的, 首先必须从自己的常住地转移到异地景区, 然后又从一个景区向另一个景区转移, 这就使旅游具有了流动性。当然, 旅游并不完全是在动中进行的, 而是动静结合。旅游中的暂时逗留就是静, 动的目的就是为了静下来欣赏, 而静到一定的时候又会动起来。

三、旅游活动的基本属性

旅游活动是人类社会经济和文化发展到一定阶段的产物, 它无疑具有经济属性和文化属性。但旅游活动是在具体的社会环境中进行的, 涉及社会环境中的方方面面, 因而旅游活动是社会环境中多种现象的综合反映, 因此, 旅游活动的基本属性包括以下几点。

(一) 文化属性

旅游需求是一定文化背景下的产物, 是文化驱使的结果。旅游的需求是在满足了人类最基本的生存和安全需求以后而产生的一种享受和发展的需求。这种需求既有精神的, 也有物质的, 但更多地表现为人们对增长见识、陶冶情操、充分获得个性的满足的需求。可以说, 没有文化的发展, 就不可能激发人们的旅游动机, 也就不可能产生旅游活动。旅游资源是旅游的吸引物, 分为自然旅游资源和人文旅游资源。人文旅游资源无论是以实物形态存在的文物古迹, 还是无形的民族风情、社会风尚, 都是人类生产、社会活动的产物, 属于文化的范畴, 这是人文旅游资源的独特性。另外, 旅游设施和旅游服务也体现了鲜明的文化特色, 比如, 现代旅游饭店不仅仅提供膳宿, 而是集膳宿、社交、娱乐、审美种种功能于一体, 既能满足旅游者的物质需要, 更能满足旅游者精神文化的需要。

总之, 体验异乡风情、了解他国文化是人们外出旅游的重要目的之一, 无论人们出于何种目的出游, 不论其属于何种类型旅游者, 其在旅游目的地逗留期间, 都不可避免地会接触该地的社会文化; 同时客观上也会以自己本身所表现出来的本国、本民族或本地区文化影响目的地的居民。

(二) 社会属性

首先, 旅游活动的主体是旅游者, 旅游是人的活动, 特别是就构成现代旅游活动主要组成部分的消遣旅游而言, 旅游活动是人的重要的休闲活动。休闲是生产力发展到一定阶段而产生的社会现象。其次, 旅游活动最突出的表现特征便是不同地域间的人员交流, 这些民间接触和交往无疑也属于社会现象。