



高职高专“十一五”规划教材

★★★★★ 旅游管理系列

导游基础

李 鸿 主编 高岩冰 副主编
黄昌霞 主审



 化学工业出版社

高职高专“十一五”规划教材
——旅游管理系列

导游基础

李 鸿 主 编
高岩冰 副主编
黄昌霞 主 审



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书从旅游文化的角度入手,就旅游业发展,中国历史文化常识,中国的自然景观,中国的古代建筑,中国的古典园林,中国古代雕塑,中国的宗教,中国的民族风俗,中国的风物特产,中国的饮食,中国红色旅游等十四个方面对导游知识应涉及的领域,进行了详细的介绍,突出了旅游文化的综合性,强化了学习旅游知识和提高导游能力的目的性和可行性。

本书可作为高职高专院校旅游专业的基础教材,也可作为导游人员资格考试的培训教材或自学使用。

图书在版编目(CIP)数据

导游基础/李鸿主编. —北京:化学工业出版社, 2008. 7
高职高专“十一五”规划教材——旅游管理系列
ISBN 978-7-122-03241-6

I. 导… II. 李… III. 导游-高等学校: 技术学院-教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 099719 号

责任编辑:蔡洪伟 于 卉
责任校对:吴 静

文字编辑:李 曦
装帧设计:于 兵

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 刷:北京永鑫印刷有限责任公司

装 订:三河市前程装订厂

720mm×1000mm 1/16 印张 16 $\frac{3}{4}$ 字数 326 千字 彩插 4 2008 年 9 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询:010-64518888 (传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:28.00 元

版权所有 违者必究

前言

中国旅游业如旭日东升，前景辉煌，世人瞩目。日新月异的旅游形势告诉我们，旅游业是“一业兴，百业旺”的行业，且行业特点鲜明，空间广阔。旅游从业人员就要以好的状态、高的水准，去面对来自世界各地的宾朋。为适应这一要求，提升从业人员的素质已成当务之急，我们编写《导游基础》这本书的目的就在于此。

业内人士相关方面的理论陈述建树颇多，也十分成熟完备。但从旅游文化角度出发来研究导游基础的还不够系统、不够完善。所以我们有针对性地组织相关教师编写了这本书，以求为从业人员和相关人士提供必读之物与参考借鉴。基于此，《导游基础》一书编写指导思想是，突出旅游文化的综合性，注意学习过程的科学性及生动性，强化学习的目的性与可行性，对关联学科的衔接给予重视，理论上深入浅出、通俗易懂并与技能养成达到了和谐统一，本书的可读性与文化性得到进一步强化，实现了编者的愿望。

本书从旅游业发展，中国历史文化常识，中国的自然景观，中国的古代建筑，中国古典园林，中国古代雕塑，中国的宗教，中国的民族民俗，中国的风物特产，中国的饮食，旅游资源的保护与利用，中国红色旅游，中国港、澳、台地区概况，中国主要旅游客源国概况，共十四个方面对导游知识涉及的领域进行了陈述介绍，各章节内容相对独立，又互为联系。整体知识体系是系统的，并与现行的行业要求达到了完美统一。

本教材由李鸿任主编，高岩冰任副主编，共同进行了体例设计，其中李鸿完成了统稿及相关工作，黄昌霞任主审。第五、六、七、十二章由李鸿编写，第三、十三、十四章由杨红编写，第一、四、九、十、十一章由高岩冰编写，第二章由赵振宇编写，第八章由白晓梅编写。

本书编写中，得到了主参编院校领导的大力支持，并参阅了大量的相关资料，在此对相关领导和作者一并致谢。书中的不足与疏漏之处，敬请相关专家、学者、同仁、不吝赐教，以便修正。

编者

2008年6月

目 录

第一章 旅游业发展概述	1
第一节 旅游活动及其分类	1
一、旅游的内涵	1
二、旅游活动分类	1
第二节 旅游活动的基本要素	2
一、旅游主体——旅游者	2
二、旅游客体——旅游资源	4
三、旅游媒介——旅游业	5
第三节 旅游市场	7
一、旅游市场的内涵	7
二、旅游市场的类型	7
三、中国旅游市场状况	8
思考题	9
第二章 中国历史与中国古代文化常识	10
第一节 中国发展简史	10
一、原始社会（约公元前 170 万年至公元前 21 世纪）	10
二、奴隶社会（公元前 21 世纪至前 11 世纪）	10
三、封建社会（前 11 世纪至 1840 年）	10
四、半封建半殖民地社会（1840~1949 年）	13
五、中国现代史（1949~1978 年）	13
第二节 中国古代历史常识	13
一、对外关系	13
二、天文地理	14
三、礼仪	16
四、姓氏称谓	16
五、职官	18
六、科举制度	18
第三节 中国古代文化常识	19
一、传统思想文化	19

二、文化艺术	20
三、科学技术	28
思考题	29
第三章 中国的自然景观	32
第一节 山地自然景观	32
一、登山探险胜地	32
二、风景名山	32
第二节 水域风光	38
一、江河景观	38
二、湖泊景观	39
三、海洋和海滨景观	41
四、瀑布景观	42
五、泉	43
第三节 生物景观	43
一、植物景观	44
二、动物景观	44
三、动植物馆园	44
第四节 气象景观	44
一、云、雾、雨景	44
二、冰雪景观	44
三、雾凇与雨凇	45
四、日出与日落	45
五、佛光与蜃景	45
思考题	46
第四章 中国的古代建筑	47
第一节 概述	47
一、中国古代建筑简史	47
二、中国古代建筑的主要特点	48
三、中国古代建筑的基本构件	50
第二节 宫殿与礼制建筑	51
一、宫殿建筑	51
二、礼制建筑	52
第三节 陵墓建筑	53
一、帝王陵墓	53
二、纪念性陵墓	55
三、崖墓及悬棺葬	56
第四节 中国古代城防建筑	56

一、中国古代的城市规划	56
二、城防建筑	56
三、长城	57
第五节 其他著名古建筑	58
一、中国民居	58
二、楼阁	61
三、古塔	62
四、古桥	63
思考题	64
第五章 中国古典园林	65
第一节 中国古典园林概述	65
一、什么是中国古典园林	65
二、中国古典园林及其发展	65
三、中国古典园林分类	66
第二节 构成中国古典园林的基本要素	67
一、叠山	67
二、理水	68
三、栽花植木	70
四、建筑	71
五、书画	73
第三节 中国古典园林构景的基本手法	74
一、借景	74
二、抑景	74
三、添景	74
四、夹景	75
五、对景	75
六、藏景	75
七、引景	75
八、框景	75
九、漏景	76
十、点景	76
思考题	76
第六章 中国古代雕塑	77
第一节 中国古代雕塑概述	77
一、中国古代雕塑简史	77
二、雕塑的一般特征与形式	78
三、中国古代雕塑艺术的内涵意蕴	80

第二节 著名雕塑欣赏	82
一、秦始皇兵马俑	82
二、石浮雕昭陵六骏	84
三、晋祠圣母殿彩塑侍女	85
四、东汉铜奔马	85
五、双林寺雕塑	86
六、大足石刻	86
思考题	87
第七章 中国的宗教	88
第一节 中国宗教概述	88
一、宗教的概念	88
二、中国的宗教政策	88
第二节 中国的佛教	89
一、佛教简史	89
二、中国的佛教名胜	91
三、佛教音乐、绘画	93
第三节 道教	96
一、道教简史	96
二、道教主要节日	96
三、道教名胜	97
四、道教建筑	97
五、道教音乐、书法与绘画	98
第四节 基督教	100
一、基督教的创立与发展	100
二、基督教在中国的传播	101
三、著名教堂	102
第五节 伊斯兰教	103
一、伊斯兰教的传入	103
二、中国清真寺建筑与经字画	103
第六节 天主教	104
思考题	105
第八章 中国的民族民俗	106
第一节 中国的民族民俗概况	106
一、中国的民族与语言文字	106
二、民族分布情况与人口	107
第二节 汉族民俗概况	107
一、汉族概况	107

二、汉族民俗·····	107
第三节 中国少数民族民俗·····	111
一、东北少数民族民俗·····	111
二、中南地区少数民族民俗·····	120
三、西南地区少数民族民俗·····	125
思考题·····	129
第九章 中国的风物特产·····	130
第一节 陶瓷·····	130
一、中国陶瓷发展概况·····	130
二、中国著名的陶器、瓷器·····	132
第二节 丝织工艺品·····	134
一、发展概况·····	134
二、中国著名的丝织工艺品·····	135
第三节 金属、塑造、编织工艺品·····	137
一、金属工艺品·····	137
二、塑造工艺品·····	138
三、编织工艺品·····	138
第四节 雕刻工艺品·····	139
一、玉雕·····	139
二、牙雕(象牙雕刻)·····	141
三、石雕·····	141
四、木雕·····	142
五、其他雕刻·····	143
第五节 漆器、民间剪纸、年画、工艺画·····	144
一、漆器·····	144
二、民间剪纸·····	144
三、年画·····	145
四、工艺画·····	145
第六节 其他著名的工艺品·····	146
一、安顺蜡染·····	146
二、杭州扇子·····	147
第七节 文房四宝·····	147
一、中国文房四宝简介·····	147
二、中国著名的文房四宝·····	148
思考题·····	150
第十章 中国的饮食和中药·····	151
第一节 中国饮食概论·····	151

一、中国饮食的发展	151
二、中国饮食的特点	153
第二节 八大菜系	154
一、川菜及其代表作	154
二、鲁菜及其代表作	155
三、苏菜及其代表作	155
四、粤菜及其代表作	156
五、湘菜及其代表作	157
六、徽菜及其代表作	157
七、闽菜及其代表作	157
八、浙菜及其代表作	158
第三节 少数民族菜肴	158
一、清真菜	158
二、维吾尔族菜	159
三、朝鲜族菜	159
第四节 其他著名风味菜	160
一、宫廷菜	160
二、素菜	160
三、官府菜	161
四、药膳	161
第五节 中国的酒	162
一、白酒	162
二、黄酒	164
三、啤酒	165
四、葡萄酒	165
第六节 中国的茶	167
一、茶的分类及中国名茶	167
二、茶艺与茶道	170
第七节 中药	171
一、中药材	171
二、中成药	172
思考题	172
第十一章 旅游资源的保护与利用	173
第一节 国内的保护措施	173
一、自然保护区	173
二、重点文物保护单位	175
三、历史文化名城	176

四、风景名胜区·····	177
第二节 国际的保护措施·····	178
一、世界遗产·····	178
二、国际人与生物圈保护区网·····	181
三、国际重要湿地·····	183
四、世界地质公园·····	184
第三节 旅游资源的利用·····	185
一、中国十大名胜·····	185
二、中国旅游胜地四十佳·····	185
三、国线景点·····	186
四、主题旅游年·····	187
五、旅游精品专线·····	187
六、中国优秀旅游城市·····	187
七、5A 旅游景点·····	190
思考题·····	191
第十二章 中国红色旅游 ·····	192
第一节 红色旅游概述·····	192
一、红色旅游·····	192
二、爱国主义教育基地·····	196
三、发展红色旅游的重要意义·····	200
第二节 红色旅游精品线路·····	201
一、红色旅游精品分布·····	201
二、红色旅游线路·····	205
第三节 著名红色旅游景区·····	207
一、上海“一大”会址·····	207
二、“八一”南昌起义纪念馆·····	208
三、井冈山·····	209
四、延安·····	209
五、西柏坡·····	210
思考题·····	211
第十三章 中国港、澳、台地区概况 ·····	212
第一节 香港·····	212
一、香港简史·····	212
二、自然地理·····	212
三、经济特征·····	213
四、民俗风情·····	213
五、旅游名胜·····	213

第二节 澳门·····	215
一、澳门简史·····	215
二、自然地理·····	215
三、经济特征·····	216
四、民俗风情·····	216
五、旅游名胜·····	216
第三节 台湾地区·····	218
一、台湾地区简史·····	218
二、自然地理·····	219
三、经济特征·····	219
四、民俗风情·····	220
五、旅游名胜·····	220
思考题·····	221
第十四章 中国主要旅游客源国概况 ·····	222
第一节 亚太地区主要客源国·····	222
一、日本·····	222
二、韩国·····	225
三、新加坡·····	227
四、马来西亚·····	229
五、泰国·····	230
第二节 欧洲地区主要客源国·····	233
一、英国·····	233
二、法国·····	235
三、德国·····	240
四、俄罗斯·····	242
第三节 北美地区主要客源国·····	245
一、美国·····	245
二、加拿大·····	248
思考题·····	250
参考文献 ·····	251

第一章 旅游业发展概述

旅游活动源于人类的迁徙和旅行。原始社会早期，人们为了生存有时需要从一个地方迁徙到另一个地方；原始社会末期，商业从农牧业和手工业中分离出来，人们产生外出经商和交换产品的需要，有意识的旅行便出现了。

在奴隶社会和封建社会，旅行活动逐步多样化。例如，帝王的“巡游”、士大夫的“宦游”、文人的“漫游”和宗教僧道的“云游”不绝于史载。但是，这个时期的旅行活动不具有普遍意义。

到了资本主义社会，旅游活动开始受到欢迎。历史上推动旅游发展最强有力的力量来自 18 世纪中叶开始的产业革命。财富增长了，火车发明了，大量人口流向城市，旅游需求形成社会化规模。与此相适应，近代旅游业应运而生。

在旅游发展史上，英国人托马斯·库克（Thomas Cook）是个标志性人物。1841 年，他包租火车组织 570 人从英国莱斯特前往洛赫巴勒参加禁酒大会，库克随车热情照料；1845 年，他创办了世界上第一家旅行社——托马斯·库克旅行社，标志着近代旅游业的诞生。

20 世纪 50 年代以来，出现了大众旅游的新局面，旅游活动步入现代旅游阶段。

第一节 旅游活动及其分类

一、旅游的内涵

旅游，是指人们出于休闲、商务或其他目的的离开惯常环境到某些地方，连续停留时间不超过一年的活动，这种活动不以从访问地获取报酬为目的。其中，“惯常环境”包括两个方面：一是一个人经常去的地方（如第二住所），即使这个地方距离他的居住地很远；二是离一个人的居住地很近的地方。“居住地”通常指一个社区，如城镇、乡村。

旅游的特点是：第一，异地性，旅游必须离开惯常环境；第二，暂时性，不能在目的地连续停留超过一年；第三，非就业性，不是为了在访问地获取报酬。

旅行则不受以上限制，指人们从一个地方到另一个地方的移动。一般将旅游的主体称为“游客”，将旅行的主体称为“旅行者”。

二、旅游活动分类

1. 按地理范围划分

旅游活动按地理范围分为国际旅游和国内旅游。

国际旅游指跨国界的旅游活动,包括入境旅游和出境旅游。对某一特定国家而言,入境旅游是指外国居民到本国的旅游活动,出境旅游则是指本国居民到他的旅游活动。由于特殊的历史原因,我国一般把中国港、澳、台地区的同胞和海外华侨到中国大陆的旅游也归为入境旅游。

国内旅游指某一特定国家的居民在居住国范围内的旅游活动。对我国而言,常住我国的使、领馆人员在我国范围内的旅游活动,仍属于国内旅游范围。

对某一特定国家而言,入境旅游和国内旅游统称为“境内旅游”,国内旅游和出境旅游统称为“国民旅游”。

2. 按旅游目的(旅游动机)划分

由于人们的需求多种多样,因而有形形色色的旅游动机。归纳起来,旅游活动按旅游目的可分以下六大类型。

- ① 休闲、娱乐、度假。
- ② 探亲访友(包括出席婚礼或葬礼)。
- ③ 商务、专业访问(如商务洽谈、政务活动,参加会展、运动会、讲学等)。
- ④ 健康医疗。
- ⑤ 宗教召觐。
- ⑥ 其他。

3. 按组织形式划分

按照组织形式,旅游分为团体旅游和散客旅游。

团体旅游的基本形式是团体包价旅游,即游客在出行前组成一个旅游团体,并采取一次性预付旅费的方式将该次旅游活动的各项相关旅游服务全部委托一家旅行社办理。团体包价旅游的特点是:游客可以预知旅游费用,并获得价格优惠;享受旅行社提供的全部旅游安排和全陪服务,安全性强。但其安排相对固定,缺乏灵活性。

散客旅游是指单个或自愿结伴的游客,按照其兴趣、爱好自主进行的旅游活动。散客旅游具有高度的灵活性,但一般不享受价格优惠。近年来,能够体现个性化特征的散客旅游越来越普遍。

第二节 旅游活动的基本要素

一、旅游主体——旅游者

(一) 旅游者的内涵

旅游者是指任何一个因为休闲、娱乐、观光、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动,离开常住国(或常住地)到其他国家(或地方),连续停留时间不超过12个月,并且在其他国家(或地方)的主要目的不是通过所从事的活动获取报酬的人(不包括因工作或学习在两

地有规律往返的人)。其中,常住国是指一个人近一年的大部分时间内所居住的国家(或地区);或虽然在这个国家(或地区)只居住了较短时间,但在近12个月内仍将返回的这个国家(或地区)。常住地是指一个人在近一年的大部分时间内所居住的城镇(或乡村);或虽然在这个城镇(或乡村)只居住了较短时期,但在12个月内仍将返回的这个城镇(或乡村)。

旅游者可以分为国际旅游者和国内旅游者。国际旅游者是指暂时离开本国常住地,到另一个国家进行游览的旅游者;国内旅游者是指暂时离开居住地,前往本国境内其他地区参观游览的旅游者。1963年联合国在罗马召开的国际旅游会议上,对“国际旅游者”作了界定,提出凡纳入旅游统计中的来访人员统称为“游客”。游客是指除为获得有报酬的职业外,基于任何原因到一个不是自己常住的国家访问的人。并以在访问地是否停留过夜为标准,分为“过夜旅游者”和“一日游游客”。世界旅游组织成立后,将这一定义作为对应纳入旅游统计人员的解释。

(二) 我国关于游客统计的主要指标

1. 海外游客

海外游客包括海外旅游者和海外一日游游客。

① 海外旅游者。指来中国旅游入境游客中,在我国旅游住宿设施内至少停留一夜的外国人、华侨、中国港澳台地区同胞。其中,外国人指拥有外国国籍的人,加入外国国籍的中国血统华人也计入外国人。华侨是指持有中国护照但侨居外国的中国同胞。

② 海外一日游游客。指来中国旅游入境游客中,未在我国旅游住宿设施内过夜的外国人、华侨、中国港澳台地区同胞。海外一日游游客包括乘坐游船、游艇、火车、汽车来华旅游,在车(船)上过夜的游客和机、车、船上的乘务人员,但不包括在境外(内)居住而在境内(外)工作,当天往返的中国港澳台地区同胞和周边国家的边民。

海外游客不包括下列人员:应邀来华访问的政府部长级以上官员及其随行人员;外国驻华使馆官员、外交人员以及随行的家庭服务人员和受赡养者;常住我国一年以上的外国专家、留学生、记者、商务机构人员等;乘坐国际航班过境不需要通过护照检查进入我国口岸的中转旅客;边境地区往来的边民;回中国大陆定居的华侨、中国港澳台地区同胞;已在我国定居的外国人和原已出境又返回在我国定居的外国侨民;已归国的我国出国人员。统计来中国旅游入境人数时,外来游客按每入境一次统计一人次。

2. 国内游客

国内游客包括国内旅游者和国内一日游游客。

① 国内旅游者。指我国大陆居民离开常住地在境内其他地方的旅游住宿设施内至少停留一夜,最长不超过6个月的国内游客。国内游客包括在我国境内常住一年以上的外国人、华侨、中国港澳台地区同胞,但不包括到各地巡视工作的部级以

上领导、驻外地办事机构临时工作人员、调遣的武装人员、到外地学习的学生、到基层锻炼的干部、到境内其他地区定居的人员和无固定居住地的无业游民。

② 国内一日游游客。指本国居民离开常住地 10 公里以上,出游时间超过 6 小时但不足 24 小时,未在境内其他地方的旅游住宿设施过夜的国内游客。

3. 出境游客

出境游客包括出境旅游者和出境一日游游客。

① 出境旅游者。指我国大陆居民办理出境手续,并在境外其他国家或地区的旅游住宿设施内至少停留一夜的游客。

② 出境一日游游客。指我国大陆居民办理出境手续,在境外停留时间不超过 24 小时,未在其他国家或地区的旅游住宿设施内过夜的游客。

(三) 游客必须具备的客观条件

在具备旅游动机的前提下,拥有可自由支配收入和连续性闲暇时间是自费旅游者实现出游愿望的两个最基本的客观条件。对于以商务旅游为代表的非自费旅游来说,旅游需求的产生条件与个人可自由支配收入和闲暇时间无关,但差旅性外出这一性质决定了他们的外出仍受到财力和时间的限制。

二、旅游客体——旅游资源

(一) 旅游资源的含义

对旅游资源的确切定义,目前国内外尚未形成统一的表述。

国家旅游局和中国科学院地理研究所制定的《中国旅游资源普查规范》,对旅游资源的定义是这样规范的:“所谓旅游资源是指:自然界和人类社会,凡能对旅游者有吸引力、能激发旅游者的旅游动机,具备一定旅游功能 and 价值,可以为旅游业开发利用,并能产生经济效益、社会效益和环境效益的事物和因素”。也有的专家将旅游资源定义为:“具有游览、观赏价值的景观、风貌”或“能够吸引旅游者进行各种旅游活动的自然和社会因素”。

旅游资源的本质特征是对游客是否具有吸引力,其吸引力主要表现为一定时期内所接待游客数量的多少。旅游资源固有的质量、所处地理位置及其可进入性是决定旅游资源吸引力的关键因素。旅游资源越具有独特性,审美特征就越突出,对游客的吸引力也越强;旅游资源越接近客源地,交通运输越便捷,吸引的游客就越多。除交通运输条件外,目的地居民对待来访游客的态度等同样影响可进入性,这也是影响旅游资源吸引力的重要因素。

历史上,旅游资源往往可以直接为游客所利用,但是在旅游活动高度社会化和市场化的今天,旅游资源一般要经过开发转化为旅游产品才能进入旅游消费市场,供游客消费和享用。

(二) 旅游资源的类型

旅游资源范围广泛,种类繁多,一般按形成条件分为以下两大基本类型。

1. 自然旅游资源

以其形成的自然要素为依据,自然资源可细分为旅游地质资源、地貌资源、

水文资源、气候资源、植物资源、动物资源和天文资源等；按照所处自然环境，可细分为山岳型、高原型、冰川型、草原型、平原型、沙漠型、海岛型、滨海型、湖泊型和江河型旅游资源。按照旅游功能可细分为观光型、避暑型、避寒型、疗养型、度假娱乐型、探险寻幽型和科学考察型旅游资源。

目前，根据《中国旅游资源普查规范》，自然资源分为地文景观，水域风光和生物景观三大类：地文景观，如典型的地质构造、生物化石点、名山、沙滩、洞穴、火山熔岩景观、自然灾变遗迹等；水域风光，如海洋、湖泊、瀑布、现代冰川等；生物景观，如古树木、奇花异草、草原、野生动物及其栖息地、森林等。

2. 人文旅游资源

根据《中国旅游资源普查规范》，人文旅游资源分为如下三类。

(1) 古迹与建筑类 如人类文化遗址、军事遗址、古城与古城遗址、现代城市与建筑、园林与景观建筑（亭、台、楼、阁、塔等）。

(2) 消闲、求知、健身场所与设施类 如博物馆、动物园、植物园、主题公园、体育中心、游乐场所、民俗风情、节日庆典及科学教育文化设施等。

(3) 购物类 如市场与购物中心、庙会、著名店铺、地方产品等。

三、旅游媒介——旅游业

(一) 旅游业的内涵

旅游业是指凭借旅游资源和设施，专门或者主要从事招徕、接待游客，提供交通、游览、住宿、餐饮、购物、文娱等服务的所有企业及旅游组织机构组成的综合性产业。

1. 旅游业的构成

根据旅游业的定义，旅游业由以下行业和组织机构构成。

(1) 餐饮住宿业 为游客提供食宿服务的企业的总称（包括餐馆和饭店）。现代饭店具有多种类型，如商务饭店、度假饭店、会议饭店、汽车饭店等。这些饭店往往根据服务档次和质量被评定为不同级别（一般采取星级制）。

(2) 旅游交通业 旅游交通不是独立存在的，而是与民航、水运、铁路和公路交通等部门密切相关。在某些特定情况下，特别是重点旅游区，也修建旅游公路、铁路，或开设旅游航空线路。

(3) 旅游观赏娱乐业 为游客提供观赏娱乐产品企业的总称，包括景区景点与有突出特色和吸引力的娱乐场所。旅游观赏娱乐业是吸引游客前往旅游目的地的根本因素。

(4) 旅游购物品经营业 经营旅游购物品的企业的总称。旅游购物品是游客在目的地购买的工艺品、纪念品、文物古玩、土特产品及日用品等。与一般商品经营不同的是，旅游购物品经营强调产品设计的独特性、文化性、纪念性与艺术性。

(5) 旅行社业 由所有向游客提供信息咨询、预定、产品组合设计与销售、