



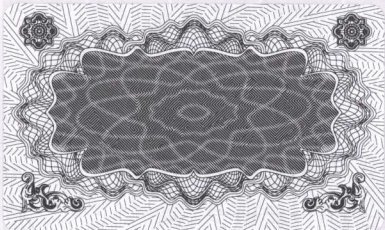
2009年版

全国经济专业技术资格考试用书

旅游经济

专业知识与实务

【初级】



全国经济专业技术资格考试用书编写委员会 编写
中国人事出版社

全国经济专业技术资格考试用书
(2009年版)

旅游经济专业知识与实务

(初 级)

主 编

陶汉军

编写人员

孙 超 朱承强 李天元 陶汉军

中国人事出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济专业知识与实务:初级/陶汉军主编. —北京:中国人事出版社,2009.5
全国经济专业技术资格考试用书:2009年
ISBN 978-7-80189-826-5

I. 旅…

II. 陶…

III. 旅游经济-经济师-资格考核-自学参考资料

IV. F59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 051484 号

2009年版全国经济专业技术资格考试用书防伪标识别方法:

1. 将书平端于眼前,旋转45°,逆光观看,可清晰看到隐藏在图案中的文字“人事考试”。

2. 用手触摸,有细腻而明显的凹凸手感。

出版发行:中国人事出版社

地 址:北京市朝阳区育慧里5号,100101

网 址:www.renshipublish.com

经 销:全国新华书店

印 刷:河北零五印刷厂

版 次:2009年5月第一版

印 次:2009年5月第一次印刷

开 本:787×1092毫米 1/16

印 张:14.5

字 数:361.6千字

定 价:42.00元

人力资源社会保障部人事考试中心举报电话:(010)64401072

中国人事出版社举报电话:(010)84643937

如有印装差错,请与本社联系:(010)84642504

前 言

为做好全国经济专业技术资格考试工作,更好地评价经济专业技术人员的能力和水平,促进经济专业技术人员不断提高业务知识和能力,更好地为经济建设服务,充分体现党的“十七大”和十一届全国人大以来社会经济的发展方向和方针、政策及法律法规的变化,根据原人事部颁布的《经济专业技术资格考试暂行规定》及其《实施办法》(人职发[1993]1号),在认真听取相关单位与应试人员意见的基础上,我们组织专家对全国经济专业技术资格考试大纲进行了重新编写。新版大纲的一个显著变化是,在“考试目的”中说明对知识和能力的要求,对“考试内容”取消了掌握、熟悉、了解的区分。

为更好地为广大应试人员服务,帮助广大应试人员正确理解新版考试大纲的精神,掌握考试的基本内容和要求,我们组织专家根据新版大纲重新编写了经济专业技术资格考试用书,供广大应试人员和有关人员复习参考。

书中疏漏及不足之处,恳请指正。

人力资源和社会保障部

人事考试中心

二〇〇九年四月

考试说明

为帮助广大应试人员熟悉全国经济专业技术资格考试的内容和要求,特作如下说明:

[考试性质] 全国经济专业技术资格考试属标准参照性考试。本考试成绩合格者,获得相应级别的经济专业技术资格,表明其具备担任相应级别的经济专业技术职务的专业水平和能力。本资格全国范围内有效。

[考试方式] 全国经济专业技术资格考试采用笔试。

[考试级别] 全国经济专业技术资格考试设置两个级别:经济专业初级资格和经济专业中级资格。初级资格含经济专业技术职务中经济员和助理经济师任职资格;中级资格指经济专业技术职务中经济师任职资格。

[考试专业] 全国经济专业技术资格考试共分工商管理、农业、商业、财政税收、金融、保险、运输、人力资源管理、邮电、房地产、旅游、建筑 12 个专业。其中运输分公路、水路、铁路、民航 4 个子专业。

[考试科目] 全国经济专业技术资格考试设两个科目:

一、经济基础知识。此科目为公共科目,初级涵盖经济学基础、财政、货币与金融、管理学、市场营销和法律等六部分内容;中级涵盖经济学、财政、货币与金融、统计、会计和法律等六部分内容。

二、专业知识与实务。考生可从前述 12 个专业中任选 1 个专业(或子专业)报考。

[试卷题型题量] 全国经济专业技术资格考试试卷题型题量如下:

经济基础知识(初、中级)试卷题型为单项选择题和多项选择题,各级别题型的题量分布均为:单选 70 题,多选 35 题,试卷总题量为 105 题。

专业知识与实务(初、中级)试卷题型为单项选择题、多项选择题和案例分析题。各级别题型的题量分布均为:单选 60 题,多选 20 题,案例分析 20 题,试卷总题量为 100 题。

[考试时间] 全国经济专业技术资格考试在一天内进行,上午进行专业知识与实务科目考试,下午进行经济基础知识科目考试,时间均为 150 分钟。

目 录

考试大纲	(1)
------------	-------

第一部分 旅游经济基础知识

第一章 旅游、旅游者与旅游需求	(7)
第一节 旅游的类型与特点	(7)
第二节 旅游者	(13)
第三节 实现个人旅游需求的基本条件	(15)
第四节 旅游市场需求基本规律和需求测量指标	(19)
第二章 旅游活动和旅游客源地、旅游目的地	(23)
第一节 旅游活动的特征与要素	(23)
第二节 旅游客源地和旅游目的地	(24)
第三章 旅游资源开发与保护	(29)
第一节 旅游资源的概念与分类	(29)
第二节 旅游资源的开发与保护	(34)
第四章 旅游业与旅游产品	(38)
第一节 旅游业	(38)
第二节 旅游产品	(40)
第三节 旅游服务产品的质量	(41)
第五章 旅游市场与营销调研	(46)
第一节 旅游市场与市场细分	(46)
第二节 旅游目标市场的选择	(49)
第三节 旅游营销调研与预测	(52)
第四节 我国旅游业的客源市场	(58)
第六章 旅游的影响与可持续发展	(64)
第一节 旅游的积极影响	(64)
第二节 旅游的消极影响	(68)
第三节 旅游可持续发展	(70)

第二部分 饭店经营管理

第一章 饭店概述	(74)
第一节 饭店的类型与等级	(74)
第二节 饭店的组织结构	(83)
第二章 饭店前厅管理	(92)
第一节 客房预订管理	(92)

第二节	前厅入住接待	(97)
第三节	前厅服务管理	(106)
第四节	客房收益控制	(110)
第三章	饭店客房管理	(115)
第一节	客房功能设计	(115)
第二节	客房清洁保养	(120)
第三节	客房服务管理	(125)
第四节	客房设备与物资管理	(134)
第四章	饭店餐饮管理	(139)
第一节	餐饮菜单设计	(139)
第二节	餐饮采购管理	(142)
第三节	餐饮生产管理	(149)
第四节	餐饮酒水管理	(153)
第五节	餐饮销售管理	(162)
第六节	餐饮服务管理	(166)
第七节	餐饮成本控制	(174)

第三部分 旅行社经营与管理

第一章	旅行社的类型与设立	(181)
第一节	旅行社的类型和主要业务	(181)
第二节	旅行社的设立	(184)
第二章	旅行社产品销售业务	(188)
第一节	旅行社产品销售渠道的选择	(188)
第二节	旅行社产品的促销	(191)
第三节	旅行社销售业务的运作	(197)
第三章	旅游接待业务	(204)
第一节	旅游团队接待与导游人员的管理	(204)
第二节	旅游计划变更的处理	(210)
第三节	旅游事故的预防与处理	(212)
第四节	旅游投诉的产生与处理	(221)

考试大纲

第一部分 旅游经济基础知识

第一章 旅游、旅游者与旅游需求

考试目的

通过本章考试,检查考生对旅游、旅游类型、现代旅游特点、旅游者的界定、个人旅游需求的决定因素和旅游需求测量指标以及旅游者流动规律的认识水平。

考试内容

(一) 旅游的类型与特点

世界旅游组织关于旅游的界定;旅游类型划分标准;现代旅游的特点。

(二) 旅游者

世界旅游组织对游客、旅游者和一日游游客的界定;我国和世界旅游组织关于国际游客、国际旅游者和国际一日游游客以及国内游客、国内旅游者和国内一日游游客统计上的异同。

(三) 实现个人旅游需求的基本条件

游客类型与其需求特点;实现个人旅游需求应具备的主、客观条件;旅游动机的成因、类型与影响因素。

(四) 旅游市场需求基本规律和需求测量指标

游客流向与流量;国际游客流量的基本规律;旅游需求测量指标和计算方法。

第二章 旅游活动和旅游客源地、旅游目的地

考试目的

通过本章考试,检验考生对旅游活动要素、体系构成、旅游活动运行、旅游客源地的主要特征和作用,以及旅游目的地的类型和形成条件的认识水平。

考试内容

(一) 旅游活动的特征与要素

旅游活动的基本特征;旅游活动内容和体系的构成要素;旅游活动引起的现象和关系。

(二) 旅游客源地和旅游目的地

旅游客源地的主要特征;旅游目的地在客源市场开拓中应考虑的因素;旅游目的地的类型和形成条件;在国际旅游中影响旅游客源地和旅游目的地之间旅游活动的因素。

第三章 旅游资源开发与保护

考试目的

通过本章的考试,考查考生对旅游资源类型、功能、旅游资源的评价标准、开发的内容与应

遵循的原则、造成旅游资源破坏的原因和保护旅游资源的主要措施的认识水平,以提高其旅游资源开发和保护的能力。

考试内容

(一) 旅游资源的概念与分类

旅游资源的本质特征和价值的确定;旅游资源的分类;我国旅游资源的主要特点。

(二) 旅游资源的开发与保护

旅游资源开发的内容和开发中应遵循的原则;造成旅游资源破坏的原因;自然旅游资源和人文旅游资源保护的主要措施。

第四章 旅游业与旅游产品

考试目的

通过本章的考试,考查考生对旅游业和旅游产品的性质和特点、旅游服务质量标准、影响服务质量的因素和提高旅游服务质量的途径的认知,为其进行服务质量和向游客提供高质量服务奠定理论基础。

考试内容

(一) 旅游业

旅游业的性质;旅游业的构成;旅游业的特点及其对旅游经营管理的意义。

(二) 旅游产品

旅游产品的性质和特点;旅游产品的构成。

(三) 旅游服务产品的质量

旅游服务质量标准;影响旅游服务质量的因素和提高旅游服务质量的途径。

第五章 旅游市场与营销调研

考试目的

通过本章的考试,检验考生对旅游市场细分、目标市场、市场调研和预测以及我国入境旅游市场、国内旅游市场和出境旅游市场的认识,以提高其开展市场营销调研与预测的能力。

考试内容

(一) 旅游市场与市场细分

市场类型与旅游市场概念;市场细分的必要性和意义;市场细分的原则和常用标准。

(二) 旅游目标市场的选择

目标市场选择与细分市场的关系;旅游目标市场选择的方法;目标市场策略。

(三) 旅游营销调研与预测

旅游市场营销调研的作用和调研的基本步骤;调研资料的收集方法;旅游市场需求预测方法。

(四) 我国旅游业的客源市场

我国入境旅游市场的构成、格局变化与发展趋势;我国国内旅游市场的现状、基本特点与发展趋势;我国出境旅游市场的现状、特点与发展趋势。

第六章 旅游的影响与可持续发展

考试目的

通过本章的考试,检查考生对旅游发展给目的地带来的各种影响、旅游可持续发展的理解,以提高考生自觉地按照科学发展观的要求,努力扩大旅游带来的积极影响,防止和抑制其可能发生的消极影响。

考试内容

(一) 旅游的积极影响

发展旅游对目的地国家或地区经济、社会、文化和环境改善的促进作用。

(二) 旅游的消极影响

发展旅游对目的地国家或地区经济、社会和环境可能带来的消极影响以及控制和降低消极影响的措施。

(三) 旅游可持续发展

旅游可持续发展的含义、旅游与可持续发展的关系;旅游可持续发展目标和应坚持的原则。

第二部分 饭店经营管理

第一章 饭店概述

考试目的

通过本章的考试,检查考生对饭店基本特性、类型、等级和组织结构的认识程度,以提高其对饭店总体情况的认知水平。

考试内容

(一) 饭店的类型与等级

饭店的基本特性;饭店类型的划分和新业态饭店的种类;饭店等级的划分和中国饭店星级评定制度。

(二) 饭店的组织结构

饭店组织结构的类型、特征;饭店组织结构的层次与基本职责;饭店组织结构设计的任务;影响饭店组织结构的因素;现代饭店组织结构的发展趋势;饭店组织管理应遵循的原则与基本制度以及饭店管理模式的创新。

第二章 饭店前厅管理

考试目的

通过本章的考试,检验考生对饭店前厅预订、前厅入住接待、前厅服务和客账管理的学习情况,以提高考生在前厅管理和处理实际问题上的能力。

考试内容

(一) 客房预订管理

客房预订的渠道、类型和程序;能否接受预订需考虑的因素;客房预订控制的方法和特点。

(二) 前厅入住接待

客房状况控制流程;客房入住接待程序与接待中常见问题的处理;客房价格类型、报价方法与推销技巧;客账处理流程、结账程序与要求以及常见问题的处理。

(三) 前厅服务管理

前厅服务的主要内容;“金钥匙服务”的基本理念和要求;前厅服务常见问题的处理程序和方法;宾客投诉的处理程序和方法。

(四) 客房收益控制

客房主要收益指标与计算方法;客房收益控制的方法;收益管理系统的功能。

第三章 饭店客房管理

考试目的

通过本章考试,检查考生对饭店客房功能设计、客房清洁保养、客房服务管理、客房设备和物资管理的学习情况,以提高考生在客房管理和处理实际问题上的能力。

考试内容

(一) 客房功能设计

客房楼层设计的内容与要求;客房室内功能设计的基本原则和主要内容;客房室内装潢设计的主要内容和要求。

(二) 客房清洁保养

客房清洁整理的主要内容、程序和标准的制定;整房服务中常见问题的处理;公共区域清洁保养的特点与地面、墙面、玻璃、毛毯等清洁保养的要点;清洁设备和清洁剂的种类、选用和管理。

(三) 客房服务管理

客房的服务项目分类;确定客房服务形式应考虑的因素;客房服务人员的配备与所需人数的计算;客房服务质量的内容与服务质量的控制;客房个性化服务的主要内容;客房安全管理。

(四) 客房设备与物资管理

客房设备选择的依据与设备日常管理的内容;客房用品选择的标准与客用品消耗定额的制定方法;客房用品的日常控制办法;客房布件需要量的确定与管理。

第四章 饭店餐饮管理

考试目的

通过本章考试,检查考生对饭店餐饮菜单设计、餐饮采购管理、餐饮生产管理、餐饮酒水管理、餐饮服务管理和餐饮成本控制的学习成果,以提高考生在餐饮经营管理上的能力。

考试内容

(一) 餐饮菜单设计

餐饮菜单的种类与特点;菜单设计的依据;菜单制作的基本要求。

（二）餐饮采购管理

食品、原料的采购程序与采购方式；原料采购数量的确定方法与质量控制上的要求；食品、原料的验收程序与要求；食品、原料的分类储藏与要求；食品、原料的发放管理。

（三）餐饮生产管理

餐饮厨房的布局方法与需注意的问题；菜肴质量包含的内容与评价标准；菜肴生产过程的控制方法。

（四）餐饮酒水管理

常见餐饮酒水分类；鸡尾酒的结构与调制方法；酒吧的工作程序与服务标准；酒水推销的渠道与技巧；酒水的成本控制。

（五）餐饮销售管理

餐饮销售决策的内容与方法；餐饮促销的方式与方法；餐饮销售控制的环节与方法。

（六）餐饮服务管理

西餐中美式服务、俄式服务和法式服务的服方法；中餐服务方式的类型和特点；中、西宴会的特点、厅台布置、席次排列和服务管理；宴会餐饮服务各环节的质量控制以及服务中常见问题的处理程序和方法。

（七）餐饮成本控制

餐饮成本与费用的构成；餐饮食品成本核算的内容与方法；餐饮成本分析与控制的主要内容以及产生成本差异的原因。

第三部分 旅行社经营与管理

第一章 旅行社的类型与设立

考试目的

通过本章考试，检验考生对旅行社类型、设立的条件与程序，以及旅行社主要业务的学习情况，以提高其旅行社基本知识水平。

考试内容

（一）旅行社的类型和主要业务

欧美国家和我国旅行社的类型；旅行社的功能；旅行社的主要业务。

（二）旅行社的设立

旅行社设立的条件与程序；旅行社分支机构设立的条件；旅行社质量保证金的缴纳。

第二章 旅行社产品销售业务

考试目的

通过本章考试，考察考生对旅行社产品销售渠道的选择、旅行社产品促销策略和旅行社产品销售运作流程的学习成效，以提高考生在旅行社产品销售上的能力。

考试内容

(一)旅行社产品销售渠道的选择

旅行社产品销售渠道的类型与选择依据;旅游中间商的选择与调整。

(二)旅行社产品的促销

旅行社促销目标的类型与要求;旅行社制定促销预算需考虑的因素与确定促销预算的方法;旅行社产品的促销策略与运用。

(三)旅行社销售业务的运作

旅行社销售计划的主要内容与制定程序;旅行社产品销售的主要环节及其运作流程;旅行社接待计划制定的程序、计划的内容与计划变更。

第三章 旅游接待业务

考试目的

通过本章考试,检验考生对旅游团队接待管理、导游人员管理、旅游计划变更、旅游事故的预防与处理,以及旅游投诉处理方法的学习成果,以提高其旅游团队接待能力和问题与事故的处理能力。

考试内容

(一)旅游团队接待与导游人员的管理

旅游团队接待的类型与特点;旅行社团队接待标准的制定;旅游接待过程的管理与接待质量的控制;导游人员的服务内容;导游人员的考核与管理制度的。

(二)旅游计划变更的处理

旅游计划发生变更的原因;旅游计划变更的处理办法。

(三)旅游事故的预防与处理

旅游事故的类型与发生原因;预防旅游事故的措施;旅游事故的处理方法。

(四)旅游投诉的产生与处理

旅游投诉的类型和旅游者投诉的心理特征;旅游投诉产生的原因;旅游投诉的处理方法。

第一部分 旅游经济基础知识

第一章 旅游、旅游者与旅游需求

第一节 旅游的类型与特点

一、世界旅游组织关于旅游的界定

不论是汉语中的“旅游”，还是英语中的“tourism”，在使用中都存在着一词多义的情况。虽然表面上同样都是“旅游”二字或同样都是“tourism”一词，但是在不同的语境下使用时，很可能会有其不同的含义所指，例如，有时是指“旅游活动”，有时是指“旅游业”，有时是指“旅游学”，有时是指“旅游现象”，等等。

世界旅游组织关于“旅游”的界定，所界定的其实是“旅游活动”的定义。长期以来，人们一直致力于为旅游活动下一个科学的、具有共识性的定义。这对于旅游统计口径的统一、旅游政策的制定以及对于旅游业发展的规划与管理，都具有重要的实际意义。原因在于，“如果没有标准的定义，人们对旅游活动的测量，或者对于旅游活动的开展对地方、全国、乃至整个世界经济之影响的测量结果，便不可能产生共识。”

人们对旅游活动的认识和界定有一个发展的历史过程。关于这一过程，我们不便在此详述，这里只是介绍最为晚近的发展结果。

1991年6月，世界旅游组织在加拿大的渥太华召开了一次关于旅游统计工作的国际会议。这是一次被称之为具有里程碑意义的会议。这次会议对此前各国际组织所做的有关工作进行了回顾，并在此基础上对旅游统计口径进行了更新和拓展，特别是就旅游活动、旅行者、旅游者的定义标准化提出了一些重要的建议。会后，世界旅游组织将会议报告提交给了联合国。1993年3月4日，联合国统计委员会采纳了世界旅游组织有关旅游统计工作的建议。

在世界旅游组织提交的会议报告中，对旅游活动这一概念的解释突破了传统上认为旅游活动就是“消遣度假”的陈旧观点。该会议报告中所提出，并后来为联合国统计委员会正式采纳的旅游活动定义是：

“旅游活动是人们出于休闲、商务以及其他目的，短期（历时不超过一年）离开自己的惯常环境，前往他乡的旅行活动以及在该地的停留访问活动。”

据此，基于中文表达习惯的考虑，我们也可将旅游活动的定义表述为：人们出于移民和就业之外的目的，暂时（历时不超过一年）离开自己生活的惯常环境，前往他乡开展的旅行和逗留访问活动。

从世界旅游组织的这一权威定义中，我们不难发现，旅游活动明显是指旅游者的活动，而不是指旅游业的经济活动或经营活动。

二、旅游活动的类型划分

由于研究目的不同,人们往往会使用不同的划分标准,所划分出来的旅游活动类型自然会有差异。较为常用的标准包括:

(一)地理范围

按照旅游活动开展所涉及的地域范围,其基本类型可分为国际旅游和国内旅游。

1. 国际旅游。所谓国际旅游,是指一个国家的居民跨越国界,到其他国家或地区开展的旅游活动。其中分为两种情况:

(1) 出境旅游:亦称出国旅游。指本国居民跨越国界,前去其他国家或地区开展的旅游活动。

(2) 入境旅游:指其他国家或地区的居民前来某一特定国家或地区开展的旅游活动。

例如,站在我国的角度去认识,我国居民前往其他国家旅游即是出境旅游或出国旅游。

其他国家的居民前来我国旅游则属于入境旅游。也就是说,对于某一特定国家来说,国际旅游中既包括他国居民来访的入境旅游,也包括本国居民前往他国访问的出境旅游。

有必要说明的是,在严格的政治意义上,无论是我国大陆居民前往台、港、澳地区旅游,还是台、港、澳居民来内地旅游,理应都属国内旅游。但鉴于目前的现实,香港和澳门作为我国的特别行政区,实行不同于内地的社会制度;台湾则尚未与大陆实现统一,因此,我国大陆与这些地区之间的旅游往来,一直按出境旅游和入境旅游进行统计。

2. 国内旅游。国内旅游是指一个国家的居民离开自己的惯常居住地,到本国境内其他地方去进行的旅游活动。根据这一世界公认的定义,在一国境内常住一年以上的外国人在该国境内开展的旅游活动也应纳入其国内旅游统计。

国际旅游活动与国内旅游活动之间最根本的差别在于活动的开展是否跨越国界。除此之外,对于旅游经营者和旅游目的地管理者来说,还应注意国内旅游和国际旅游在以下几个方面存在的差别:

(1) 消费水平。一般地讲,国内旅游的人均消费水平普遍低于国际旅游的消费水平。

(2) 便利程度。国内旅游活动的开展很少存在文化和语言方面的障碍,而且通常不涉及复杂的旅行手续。与之相比,人们在出国旅游时,往往会遇到文化和语言障碍问题,而且必须按照各相关国家的规定,办理各种必要的旅行手续,例如申办出入境证件(护照与签证)、海关的报关与验关、卫生检疫、兑换货币,以及携带机动车辆入境时的有关手续,等等。

(3) 经济作用。在经济作用方面,本国居民的国内旅游消费所带来的只是财富在国内不同地区间的重新分配,而不能直接带来本国财富总量的增加(假定不考虑因这些消费对国内其他生产部门的刺激而带来的经济增长)。与之相比,无论是出境旅游还是入境旅游,都意味着旅游者将其得自于惯常居住国的收入用于在旅游接待国家或地区消费,从而会直接造成财富在不同国家或地区间的转移。

(二)旅行距离

按照客源地和目的地之间旅行距离的长短,旅游活动的基本类型可分为远程旅游和近程旅游两大类。

1. 远程旅游。在国际旅游研究中,远程旅游通常是指远距离的国际旅游活动,尤其是指到1000公里以远的国家或地区去旅游。

2. 近程旅游。近程旅游又称短程旅游。在国际旅游研究中,通常是指到240公里以内的

旅游目的地去旅游。

作为旅游活动发展的基本规律之一,人们外出旅游的活动范围总是由近及远。所以,近程旅游活动总是率先发展。这主要是因为近程旅游:(1)旅行费用较小,因而有支付能力的人数较多;(2)文化传统和生活习惯比较接近,并且很少存在语言障碍;(3)交通情况通常比较便利;(4)出游时间易于灵活掌握。

(三)组织形式

按照旅游活动的组织形式,旅游活动的基本类型可分为两大类:团体旅游和散客旅游。

1. 团体旅游。亦称团队旅游,即以有组织的集体形式开展的旅游活动。在旅行社行业中,尤其用于指旅行社将购买同一包价旅游线路产品的旅游者组织起来,以旅行团形式开展的集体旅游。按照欧美地区的行业惯例,属于团体旅游的旅行团人数至少为15人(包括导游在内)。根据我国旅游行业中的现行惯例,团体则是指人数至少为10人的旅行团。

对于旅游者来说,团体旅游的优点是省心省力,安全感强,而且会享受价格优惠。团体旅游的主要缺点是,旅游活动的开展受预定计划安排和集体统一行动的限制,因而缺乏灵活性和个人自主性。

对于旅游供应商来说,团体旅游的最大优点则在于便于组织有关产品的批量生产。

2. 散客旅游。按照我国旅游行业中的现行惯例,散客旅游指个人独自旅游以及9人以下自行结伴方式开展的旅游活动。散客旅游者可随时随意地决定自己的行程线路、日程安排和活动内容。他们对商业性旅游服务的使用属于零星购买。在使用旅游服务时,他们多是分别购买单项的旅游产品或部分服务项目。但有时也可能会要求旅行社根据其意愿或要求,专门为其安排一整套全程旅游。

对于旅游者来说,散客旅游的优点在于自主性强,不受活动计划的限制和集体统一行动的约束。但是,由于购买旅游产品时在价格上不能享受团体优惠待遇,所以散客旅游的费用通常会比同一线路、同样内容和同样服务等级的团体旅游昂贵。

(四)旅游目的

根据人们外出旅游的基本目的,可将旅游活动分为两大类:消遣性旅游和事务性旅游。

1. 消遣性旅游。消遣性旅游所涉及的种类很多,其中包括:

(1) 观光旅游。观光旅游通常是指以领略异国他乡的自然风光、都市景观或社会风情为主要活动内容的旅游活动。它是世界上开展得最为普遍的旅游活动类型,因而也是我国旅游业目前接待量最大的市场类型。

观光旅游活动的特点是“走马观花”,参与性较差。对于一个旅游目的地来说,观光旅游产品难以吸引游客重复购买或多次故地重游,除非该地能够年年推出对游客有吸引力的新的观光线路或更新观光内容。

(2) 度假旅游。在我国,度假旅游多是指人们出于休养目的,或为了摆脱日常工作和生活环境的紧张压力,而前往海滨、山区等优雅而清静的地方放松的一段短期生活方式。

这种度假旅游的特点是:多为一地式活动、停留天数较多(当然也有停留天数较少的周末度假)、消费水平较高、活动方式自由自在、活动内容任意自由。

(3) 文化旅游。泛指以体验异乡社会,了解他乡文化为主要内容的旅游活动。一般地讲,文化旅游主要涉及探索和了解异国他乡的民族历史、生活方式、风俗习惯、民族艺术、社会组织以及文化教育等方面的内容。由于探索内容的陌生性,跨国开展的文化旅游有时也被称为

“软探险”旅游。

某一特定内容的文化旅游实为文化方面的特殊兴趣旅游。知识性和参与性常为这类旅游活动的基本特点。

(4)宗教旅游。亦称朝觐旅游,多指有宗教信仰者以往宗教圣地朝拜为目的的旅游活动。特别是伊斯兰教、佛教和基督教的宗教圣地,以及一些著名的寺庙或教堂所在地,每年都会吸引大规模的宗教旅游客流。

(5)探险旅游。通常指人们到一些人迹罕至的地方,以开展自然探险为主要内容的旅游活动。探险旅游的参加者多为中青年人士中的乐于冒险者。比较常见的这类活动包括江河漂流、登山、沙漠探险等等。太空旅游是目前世界上最昂贵的探险旅游。

(6)专业旅游。通常指前往异国他乡以考察和交流某一专业领域的知识发展为主要目的的旅游活动。这类旅游活动的参加者多为某一领域内的同行专业人士和专家学者,因而为这类旅游者担任导游翻译的人员需具有一定程度的相关专业知识。实际上,这类专业旅游多为特殊兴趣旅游。

2. 事务性旅游。泛指人们因事务性目的而外出开展的旅游活动。虽然其中多为因公差旅事务,但也涉及因私的家庭或个人事务。

(1)公务旅游。通常指政府部门、党派组织和社会团体的代表和工作人员因公务原因而前往异国他乡的访问活动。这类访问活动之所以被纳入旅游统计之列,主要是因为:①逗留期间多伴有消遣性活动;②在目的地访问期间的消费亦被列入当地的旅游收入账户。

在旅游活动中,公务旅游所占的比重虽然不大,但各旅游目的地和旅游企业都很重视对高级政要和社会名流的接待,因为他们的行踪和活动往往是新闻界关注的报道话题。因此,他们的来访或莅临往往会提升该地或该接待企业的知名度和声誉。

(2)商务旅游。指工商界人士因商务目的而前往异国他乡的访问活动。

商务旅游者的活动特点是:①重访率高;②无季节性;③消费水平高;④对价格相对不敏感。由于这些特点,商务旅游者往往是一个颇有价值的市场,尤其是对于航空公司和饭店企业来说更是如此。

(3)会议旅游。指人们因出席会议而前往异国他乡的访问活动。

会议旅游市场的特点包括:①批量购买或预订;②食宿消费标准较高,购买力强;③利润高。

(4)家庭和个人事务旅游。这类旅游活动包括外出参加亲友的婚礼、出席子女的开学或毕业典礼、利用假期外出参加某种学习班,以及外出探亲访友等等。在我国接待的这类入境旅游者中,以修学旅游和探亲旅游最具代表性。

(五)经济统计目的

在1991年于渥太华召开的旅游统计工作国际会议上,世界旅游组织基于旅游经济统计工作的需要,根据不同类别旅游活动的开展所包含的经济意义,提议将旅游活动划分为六种类别。世界旅游组织的这一建议不仅获得了与会各国代表的认同和通过,并且得到了联合国统计委员会的认可。这六种类别分别是:

1. 国际旅游(international tourism):入境旅游与出境旅游的合称;
2. 入境旅游(inbound tourism):非该国居民来访该国的旅游活动;
3. 出境旅游(outbound tourism):某一国家的居民去另一国家访问的旅游活动;
4. 境内旅游(internal tourism):该国居民和非该国居民在该国境内开展的旅游活动;