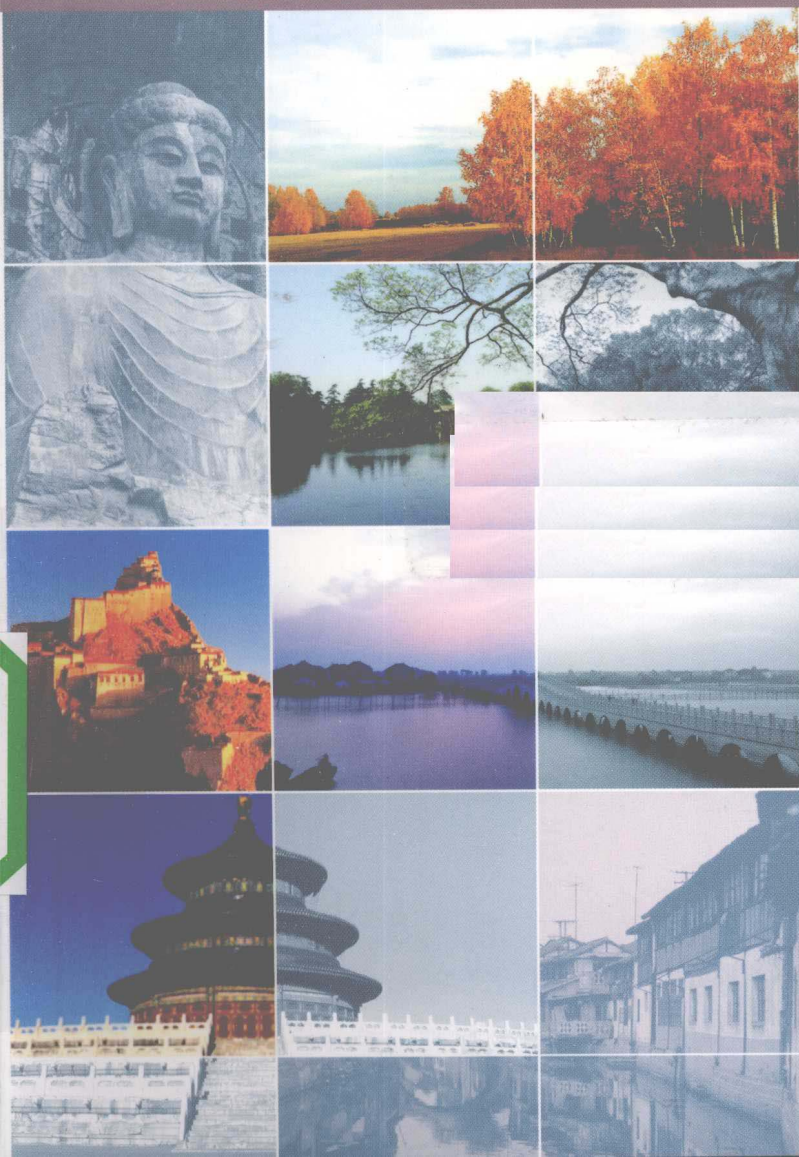


全国高等院校旅游系列规划教材



城市旅游

赵煌庚 主编



 科学出版社
www.sciencep.com

全国高等院校旅游系列规划教材

城市旅游

赵煌庚 主 编

吴忠才 彭民科 副主编

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书较系统、完整地阐述了城市旅游的相关概念及城市需求、城市资源、城市可持续发展等理论,论述了城市旅游规划、城市旅游市场营销与城市旅游形象策划等,对城市会展旅游、遗产旅游、休闲旅游、广场旅游、生态旅游、主题公园旅游等城市旅游产品及城市旅游管理的特点、问题及对策进行了较为深入的探讨。

本书可作为高等院校旅游管理、城市规划等专业的教材,也可作为高校人文素质培养读本及旅游从业人员的培训用书,对旅游企业经营管理者 and 致力于城市旅游开发规划的相关人士也具有一定的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

城市旅游/赵煌庚主编. —北京:科学出版社, 2010

(全国高等院校旅游系列规划教材)

ISBN 978-7-03-028121-0

I. ①城… II. ①赵… III. ①城市—旅游—高等学校—教材 IV. ①F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 119255 号

责任编辑:王彦刚 朱大益 / 责任校对:刘玉靖

责任印制:吕春珉 / 封面设计:耕者设计工作室

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印装有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2010 年 7 月第 一 版

开本: B5 (720×1000)

2010 年 7 月第一次印刷

印张: 19

印数: 1—3 000

字数: 362 900

定价: 32.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换<环伟>)

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62138978-8205 (VF02)

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303

前 言

旅游业已成为当今世界规模最大产业,是许多国家和地区实现经济腾飞和可持续发展的有效切入点和重要突破口。

21 世纪的前 20 年,我国旅游业的发展目标是要实现从“亚洲旅游大国”到“世界旅游强国”的历史性转变。世界旅游组织曾预测,到 2020 年,中国将成为全球第一大旅游目的地国和第四大客源国。2007 年,世界旅游组织又将这一时间提前到 2015 年。2009 年,中国已成为全球第四大入境旅游国和亚洲最大的旅游客源国。

21 世纪是城市旅游的世纪。

有史以来,城市就是人类物质文明与精神文明的极核,是各时代文明的重要载体。城市旅游作为现代旅游的重要形式,已成为各国城域经济的重中之重,是衡量城市现代化水平的重要标志,也是当今中国旅游业的支柱产业。

随着旅游形式多样化、旅游需求多元化、旅游主体大众化、旅游方式现代化的深入发展,城市不仅是游客旅游偏好的首选地,而且在拉动经济、带来就业、吸引外资和优秀人才创业等方面发挥着极其重要的作用。

现代旅游业在产品设计、服务手段、经营管理等方面的发展日新月异,创新层出不穷,城市旅游的发展更需要一批深谙城市旅游理论、擅长城市旅游产品开发、拥有先进城市旅游管理知识的高层次人才将我国城市旅游业带入一个新境界。

基于上述考虑,我们组织编写了此书。

本书由理论篇(包括城市旅游需求、旅游资源、旅游营销、旅游规划、旅游形象)、产品篇(包括城市旅游会展、城市广场、城市主题公园、城市遗产、城市休闲、城市生态)及管理篇三部分构成。各章开头均设有“学习目标”和“案例导入”,旨在提示本章所要重点掌握的内容,引起学生学习兴趣;章内穿插有“知识链接”“小资料”等栏目,以突出重点,突破难点,体现“知识性”“系统性”“实用性”和“趣味性”。

本书由湖南理工学院、武汉大学、华中师范大学、西北师范大学、湖南师范大学、中山大学等相关人员联合组建的优良项目团队,在历经近五年的实践完善基础之上编写而成。各章编写分工如下:赵煌庚负责第一、三、十二章;吴忠才负责第二、五章;徐迎负责第四章;李文兵、罗缙分别负责第六章、第七章;冯洁、赵煌庚负责第八章;彭民科、龙美华、孔雪松、吕正辉、高踞分别负责第九章、第十章、第十一章、第十三章、第十四章;吴忠才、彭民科还参与了全书编写规划和部分章节的修改。参与部分章节编写或资料收集整理的人员还有颜文

洪、陈欣、许媛等。全书最后由赵煌庚统稿。湖南理工学院钟华教授、唐课文教授对本书进行了审稿并提出了宝贵修改建议。

本书得以顺利出版，还要特别感谢湖南理工学院经济管理学院杨新荣院长的大力支持。

本书编写过程中，参阅了大量的文献，引用了许多最新统计数据，在此，向所引用资料的作者表示诚挚的感谢！由于水平有限，书中疏虞阙漏之处在所难免，恳请广大读者不吝批评指正。

赵煌庚

2010年5月

目 录

第一章 城市旅游概述.....	1
第一节 城市旅游的产生及类型.....	1
一、城市旅游现象产生的背景.....	1
二、城市旅游现象兴盛的原因及表现.....	2
三、城市旅游的主要类型.....	4
第二节 城市旅游的功能、概念与特点.....	10
一、城市的旅游功能.....	10
二、城市旅游概念.....	12
三、城市旅游与旅游城市.....	14
四、城市旅游的特点.....	19
第三节 城市旅游研究.....	20
一、城市旅游研究综述.....	20
二、国外城市旅游研究进展.....	21
三、国内城市旅游研究进展.....	23
思考与练习.....	25
第二章 城市旅游需求.....	26
第一节 城市旅游市场形成的基本条件.....	30
一、城市旅游市场形成的主观条件.....	30
二、城市旅游市场形成的客观条件.....	32
第二节 城市旅游需求客源市场.....	34
一、发达国家城市旅游客源市场.....	34
二、中国城市旅游主要客源市场.....	35
三、主要城市入境旅游接待与收入情况.....	39
第三节 案例剖析：山东城市旅游需求客源市场结构.....	40
一、地域结构.....	40
二、性别结构.....	42
三、年龄结构.....	42
四、职业结构.....	43
五、旅游目的结构.....	43
思考与练习.....	44

第三章 城市资源理论	45
第一节 城市旅游资源概念及评价	45
一、城市旅游资源概念	45
二、城市旅游资源的评价	46
第二节 城市旅游资源分类与开发	47
一、城市旅游资源分类	47
二、城市旅游资源的开发	50
三、城市旅游资源开发的科学发展观	52
第三节 城市旅游产品	55
一、城市旅游产品的内涵	55
二、城市旅游产品的分类	55
三、城市旅游产品开发的原理	56
四、城市旅游产品开发内容	57
五、城市旅游品牌	59
第四节 案例剖析：三亚旅游资源特色	61
思考与练习	64
第四章 城市旅游发展的可持续理论	65
第一节 城市旅游与旅游可持续发展	66
一、旅游可持续发展	66
二、城市旅游与旅游可持续发展	68
第二节 城市旅游可持续发展的内涵	70
一、城市旅游可持续发展的定义与实质	70
二、城市旅游可持续发展的基本原则与目标体系	73
第三节 城市旅游可持续发展对策	75
一、科学分析	75
二、统筹规划	75
三、满足需求	77
四、合理限制	78
五、协调管理	79
思考与练习	81
第五章 城市旅游营销	83
第一节 城市旅游营销内涵	84
一、城市旅游营销理论产生的背景	84

二、城市旅游营销的表述及其内涵	85
三、城市营销与企业营销比较	86
四、城市旅游营销理论发展的历史路径与脉络	86
第二节 城市旅游营销策略	90
一、增强政府的城市旅游营销意识	90
二、准确定位城市旅游竞争优势	90
三、实施城市特色旅游品牌战略	91
四、实行城市旅游品牌营销战略	92
五、实现城市旅游营销的系统化和持续化	92
第三节 城市旅游营销中的政府行为	96
一、政府利用公共财政参与旅游营销是一种必然的选择	96
二、政府参与旅游营销的若干模式	97
三、我国城市旅游营销中的政府应采取的方法和途径	98
第四节 案例剖析：动感之都，就是香港——香港旅游全球推广	101
一、旅游也需品牌营销	101
二、“动感之都，就是香港”	102
三、“香港，乐在此·爱在此”	103
四、香港全球旅游推广活动的启示	104
思考与练习	104
第六章 城市旅游规划	105
第一节 城市旅游规划概念	105
一、城市规划和旅游规划	105
二、城市旅游规划	106
第二节 城市旅游规划的内容与类型	110
一、城市旅游规划研究的对象与任务	110
二、城市旅游规划的基本内容	111
三、城市旅游规划的类型	113
第三节 城市旅游规划的实施	113
一、城市旅游规划实施的相关要素	114
二、规划实施的主要方法	115
三、旅游规划实施的一般程序	116
四、城市旅游规划实施战略体系	117
第四节 城市旅游规划的管理	120
一、管理与治理	120
二、城市旅游规划主体的内部矛盾	121

三、城市旅游规划管理的主要目标	122
四、城市旅游规划主体的运行机制	122
第五节 城市旅游规划的调控	123
一、城市旅游规划的调控要求	124
二、城市旅游规划的调控过程	125
思考与练习	126
第七章 城市旅游形象策划	128
第一节 城市旅游形象概述	129
一、城市旅游形象概念的提出	129
二、城市旅游形象概念与内涵	131
第二节 城市旅游形象策划概述	132
一、策划及策划学概述	132
二、CIS 理论与形象策划	133
三、城市旅游形象策划内容体系	134
第三节 城市旅游形象策划程序与方法	135
一、城市旅游形象调查	136
二、城市旅游形象定位	136
三、城市旅游形象设计	140
四、城市旅游形象推广	147
五、城市旅游形象表达的区位选择	148
第四节 案例剖析：宁波旅游发展规划纲要	148
一、发展蓝图：一核一廊两翼五圈（1125）空间战略格局	148
二、亮出四张名片，打造十大主题产品	149
三、构筑十二大重点发展区块	150
四、战略目标：一个目标、三个阶段、六大战略	152
五、提升城市旅游	153
六、健全保障体系	153
思考与练习	153
第八章 城市会展旅游	154
第一节 城市会展旅游的概念	155
一、会展旅游的概念	155
二、城市会展旅游的特征	156
三、城市会展旅游的功能	157

第二节 中国会展旅游目前存在的问题	159
一、规模过小, 竞争力弱	159
二、结构失衡, 分布不均	160
三、产品雷同, 创新不够	160
四、市场无序, 人才缺乏	161
第三节 我国会展旅游产业发展的对策与趋势	161
一、中国会展旅游产业发展对策	161
二、我国会展旅游产业发展的趋势	166
第四节 案例剖析: 北京城市会展旅游	170
一、北京会展业发展现状及存在问题	170
二、奥运经济与北京会展旅游业	174
思考与练习	176
第九章 城市广场旅游	178
第一节 城市广场发展及概念	178
一、城市广场发展	179
二、城市广场的定义	180
第二节 城市广场类型与旅游价值	181
一、城市广场分类	181
二、城市广场旅游价值	184
第三节 城市广场文化	185
一、广场文化兴起的原因	185
二、广场文化的内涵与特点	186
三、城市广场文化内容	188
第四节 城市广场文化旅游开发	191
一、城市广场文化建设问题	191
二、城市广场文化旅游开发举措	193
三、城市广场文化发展趋势	195
思考与练习	197
第十章 城市主题公园	198
第一节 城市主题公园创立与发展	199
一、世界城市主题公园的创立与发展	199
二、中国城市主题公园的创立与发展	200
第二节 城市主题公园概念与特征	201
一、城市主题公园的概念	201

二、城市主题公园特征.....	202
第三节 城市主题公园开发与建设.....	204
一、城市主题公园开发与建设中出现的问题.....	204
二、城市主题公园开发建设中出现问题的反思.....	205
三、城市主题公园开发与建设的对策.....	205
第四节 案例剖析：深圳华侨城城市主题公园.....	209
一、深圳华侨城简介.....	209
二、华侨城经营成功原因分析.....	210
思考与练习.....	211
第十一章 城市遗产旅游.....	212
第一节 世界遗产概述.....	212
一、世界遗产的概念与功能.....	212
二、世界遗产类型.....	214
三、世界遗产的中国部分.....	217
第二节 城市遗产旅游的本质与价值.....	219
一、城市遗产旅游的本质.....	219
二、城市遗产旅游的价值.....	221
第三节 城市遗产旅游开发.....	224
一、城市遗产旅游开发的原则.....	224
二、城市遗产旅游的开发模式.....	225
三、城市遗产旅游开发的问题与对策.....	226
思考与练习.....	232
第十二章 城市休闲度假旅游.....	233
第一节 城市休闲度假旅游的概念界定.....	233
一、休闲定义.....	233
二、历史上的休闲概念.....	235
三、城市休闲度假旅游.....	236
第二节 城市休闲度假旅游特点与类型.....	237
一、城市休闲度假旅游特点.....	237
二、城市休闲度假旅游类型.....	239
第三节 城市休闲度假旅游发展方向与趋势.....	240
一、城市休闲度假旅游的发展方向.....	240
二、城市休闲度假产业的发展趋势.....	241

第四节 案例剖析：长沙休闲产业特色与优势	243
一、长沙休闲产业发展特色	243
二、长沙休闲产业的发展优势	244
三、进一步发展长沙休闲产业的对策建议	246
思考与练习	247
第十三章 城市生态旅游	249
第一节 城市生态旅游概述	250
一、生态旅游概念的提出与实践	250
二、城市生态旅游的概念与核心	251
三、我国城市生态旅游的发展	252
第二节 生态城市旅游的本质与特征	253
一、生态城市旅游的本质	253
二、生态城市旅游的特征	255
第三节 我国发展城市生态旅游的政策建议	256
一、发展城市生态旅游的基本原则	256
二、我国城市生态旅游发展中存在的问题	258
三、我国发展城市生态旅游的政策建议	259
第四节 案例剖析：桂林生态城市旅游	262
一、桂林市生态旅游发展现状	262
二、桂林发展城市生态旅游的优势	263
三、桂林城市生态旅游存在的问题	266
四、桂林城市生态旅游开发的建议	266
思考与练习	268
第十四章 城市旅游管理	269
第一节 城市旅游管理的内容及特性	270
一、城市旅游发展的三个阶段回顾	270
二、城市旅游管理的内容	271
三、城市旅游管理的特性	274
第二节 城市旅游的负面影响	274
一、城市旅游的负面影响概述	274
二、中国城市旅游负面影响的类型与特征	275
三、城市旅游负面影响产生的机制分析	279
四、城市旅游负面影响的调控	281

第三节 案例剖析：威尼斯游客管理战略.....	282
一、城市旅游对威尼斯的影响.....	282
二、威尼斯接待的游客类型分析.....	282
三、威尼斯的游客管理战略.....	283
思考与练习	285
参考文献	286

第一章 城市旅游概述

【学习目标】

通过本章学习，了解城市旅游的产生与发展，掌握城市旅游的概念及内涵，掌握城市旅游特点，了解国内外城市旅游研究进展情况。



案例导入

城市随着人类社会经济的发展而发展，20 世纪进入超速发展阶段。目前发达国家城市人口已占全国总人口的近 80%；中国 1983 年城市人口只占总人口的 23.5%，进入 21 世纪，至少有 2 亿多农村劳动力涌入城镇，2009 年城市人口比重已达 46.6%；中国的城市化进程正在日益加速。据权威部门预测，21 世纪的头 10 至 15 年内，中国城市数量将由现在的 668 个增加到 1000 个以上。

改革开放后，中国旅游业实现了从接待任务到事业型的转变，目前正向产业化发展，旅游业已形成相当产业规模，相继被 30 多个省、自治区、直辖市列为支柱产业、先导产业和重点产业。2008 年国内旅游人次 17.12 亿，收入 8749 亿元；2009 年中国旅游业接待入境游客 1.26 亿人次，旅游外汇收入 390 亿美元。

作为旅游业发展的重点目的地和主要组成部分，城市旅游的发展得天独厚。作为“无烟工业”和“朝阳产业”，城市旅游已成为城市经济的重中之重，是城市现代化水平的重要标志，被视为中国旅游业的晴雨表。首都北京 2009 年接待外国游客入境 2433 万人次，入境过夜 5305 万人次，收入 2839 亿元，成为中国城市旅游业的排头兵。

城市旅游正备受人们的关注和重视！

城市旅游即将迎来一个明媚的春天！

第一节 城市旅游的产生及类型

一、城市旅游现象产生的背景

传统意义上的旅游，无论是古代封建帝王的“巡游”、士大夫阶层的“宦游”、文人学士的“漫游”、宗教僧侣的“云游”，还是近现代的“大众旅游”，都是以自然观光和古迹览胜为特征的山水旅游，是人们远离城市，到自然风光优美、文物

古迹众多及人类文化积淀深厚的异质空间寻求全新经历的一个过程。传统风景名胜是旅游者首选的旅游目的地,特别是在旅游发展的初期,观光旅游占据国家或区域旅游的绝对优势时,这种现象表现得更为明显。而城市似乎始终都只是旅游客源的产生地,人们很难把传统意义上的城市与旅游目的地的概念联系在一起。事实上,现代旅游也确实是背离现代城市而产生的。高速工业化使城市环境日益恶化,人们生活紧张、压抑,各种“城市病”不断出现,这些都推动人们逃离城市,回归自然。所以人们心目中的传统意义上的旅游胜地绝不是高楼林立、人口“爆炸”、交通拥堵、环境嘈杂的现代城市。即使他们选择城市作为旅游目的地,也主要是受山水城市、历史古迹、文化名城等旅游元素的吸引,而不是因其城市属性的吸引。这样,城市的旅游功能遂退居工业、居住、商业、交通等城市基本功能之后,仅作为旅游的主要客源地而出现。

随着后工业化时代的到来、城市综合实力的增强、城市环境的改善以及各种配套服务设施的完备,除了传统的旅游城市继续以高质量的旅游资源为依托吸引游客外,现代城市也以其方便的交通、兴旺发达的经济、优越的商务与购物环境、发达的科技与信息、先进的服务与娱乐、现代化的城市风貌、丰富的都市文化等对旅游者形成强大的吸引力。人们逐渐改变了对城市的传统看法,愈来愈多的人选择城市作为其旅游目的地,旅游开始“城市化”,城市日益成为旅游目的地与客源地的统一体,从而使城市不再仅仅是区域的经济、文化、政治中心,也成为旅游活动中心。于是一种新的旅游类型——以现代城市为旅游目的地的旅游,即城市旅游得以产生,并且日趋兴盛起来。

二、城市旅游现象兴盛的原因及表现

其实,从严格意义上讲,城市旅游现象早已有之,只不过 20 世纪 80 年代以来,随着现代城市的发展及其功能的完善,这种现象表现得越来越突出而已。因为从旅游学的角度来看,近代旅游的出现是与城市旅游相伴而生的。1841 年 7 月 5 日,由托马斯·库克组织的标志世界近代旅游业开端的团体旅游——以包租火车方式从英国莱斯特前往洛兹伯勒,其实质就是以城市为旅游目的地的旅游活动。而 1855 年托马斯·库克将近代旅游推向高潮的壮举——从莱斯特前往法国巴黎的全包价团体旅游,则更有力地证明了近代旅游是与城市旅游相伴而生的。人类社会进入后工业化时代以后,城市旅游发展日新月异、突飞猛进,几乎成为了当代旅游的主流。而城市旅游作为一种重要的社会经济文化现象,也引起了广大学者的普遍关注。美国学者斯坦斯费尔德(Stansfield)1964 年在其著作《美国旅游研究中的城乡不平衡》,邹再进等在《论城市旅游》中首次提及了城市旅游业的重要性,从而给旅游学者们提出了一个不可忽视的研究领域——城市旅游研究。从此,中外学者不断将城市旅游研究推向深入。综合前人的研究,城市旅游在现代日趋兴盛的原因主要有以下几点。

1. 现代城市的发展与城市功能的完善是城市旅游日趋兴盛的首要原因

城市化是近、现代社会经济发展的重要组成部分。随着城市化的发展,城市在国家及区域的中心地位日渐突出,其功能也日益完善。城市的综合发展为现代城市旅游的日趋繁荣创造了重要的条件:

- 1) 城市人口密集,使得城市探亲访友的人口流量增大。
- 2) 城市往往是旅游交通中转枢纽或终点站。
- 3) 商业、金融、工业、生产服务等功能多集中在城市,带来会议、展览和商务旅游。
- 4) 城市提供了大量的文化、艺术和娱乐方面的体验机会。

这些条件使得现代城市不仅作为进出国家的门户,国家或区域政治、经济、商贸、文化和信息的中心,也日渐成为广大旅游者向往的旅游目的地。城市旅游功能的增强使城市职能不断拓展,除兼具其他诸多中心职能之外,也逐渐成为地区、国家及区域的旅游活动中心。

2. 旅游形式的多样化及旅游需求的多元化是城市旅游兴盛的前提条件

人类旅游活动发展到现代,其形式与内容已发生了巨大的变化。旅游形式由传统的观光旅游为主体发展到会议、度假、休闲、疗养、商务、购物、修学、探险、生态、远洋等多种旅游形式并存。旅游形式的多样化已完全改变了过去人们根据自然风光和历史古迹确定旅游目的地的传统理念,将旅游资源的涵盖面扩大到了“凡是能对旅游者产生吸引力,能为旅游业所利用,并能产生持续的经济、社会和生态效益的有形物体与无形存在”的范围,从而为旅游者提供了更为广阔的游憩空间和目的地选择范围。同时,随着经济的发展和人们物质文化生活水平的提高,旅游市场的需求呈现出了多元化的特点,人们已不满足于“走马观花”式的传统观光旅游方式,而追求更高境界的旅游经历。而现代城市作为现代文明的载体,作为人类物质文明和精神文明的极核,通过其完善的现代城市功能完全能承担起满足旅游者日益增长的多元化旅游需求的重任,从而有效地促进城市旅游的快速发展。

3. 旅游主体的大众化和旅游方式的现代化是城市旅游兴盛的基础

现代旅游的典型特征是大众旅游,大众旅游是现代旅游产生的重要标志。自从大众旅游产生之后,旅游就再也不是少数贵族、富有阶层的特权,而成为全社会的普遍需求。特别是现代以来,随着社会经济的发展,旅游已越来越成为检验一个国家和地区人民生活质量的重要标志。大众旅游的兴起,首先使旅游主体结构发生了质的变化,呈现出了多元化的特征,即全民旅游时代的到来。而旅游主体结构的多元化必然改变人们传统的旅游目的地选择观念,加速和扩大城乡之间、

城市与旅游景区（点）之间的旅游流，从而更强化了城市在区域旅游中的中心地位。同时，现代旅游方式（包括旅游交通方式、旅游游览方式、旅游游乐方式、旅游停留方式、旅游餐饮方式及旅游购物方式等）的发展，使大尺度的旅游空间移动与旅游角色变化成为可能，从而为城市旅游的兴盛创造了条件。

正因为以上原因，现代城市旅游得以飞速发展，并成为了当代旅游的主体。这主要体现在以下五个方面：①从旅游经济总量的占有率来看，以广东省为例，广东省的旅游收入集中在旅游资源品位并不高的珠江三角洲各大中城市，即经济发达、流通活跃、城市综合经济实力强的地区。其中广州、深圳、珠海三市近 6 年来旅游外汇收入之和就占了全省旅游总收入的 82.2%。②从游客旅游目的地偏好来看，调查显示中国游客偏好的旅游目的地集中于城市，特别是东部沿海城市。③从旅游发展的空间结构看，旅游业的依托性特点也决定了城市旅游在区域旅游发展中的突出地位和作用。旅游业的本质要求是旅游业必须依赖区域发展的支持。城镇是区域经济文化相对集中、生产力最发达、各行业发展较协调的地区，也是区域内基础设施和服务设施发展较为完备的地区，其良好的优化条件可为区域旅游发展提供有力的物质、技术和信息支持。④根据旅游行为研究，旅游者遵循“最小旅游时间比”规律，一般作节点状、环状旅游。这也要求区域旅游必须有城镇的协调配合。正是旅游业的这种依托性特点，使得城市旅游在区域旅游发展中具有举足轻重的作用。⑤从近年的具体实践来看，我国都市旅游发展较快的深圳、上海、北京、广州等地都是以大城市为依托发展起来的。这些都有力地证明了城市旅游在现代旅游发展中的主体地位。

三、城市旅游的主要类型

城市旅游主要有如下几种类型。

1. 休闲观光

在大趋势的影响下，休闲旅游开始逐渐考虑到那些更注重健康和个人服务的单身者、女性和老年消费者的需求。从 1970 年开始，在女权运动的影响下，女性更加注重休闲与保健。

考虑到更好的个性化服务的需求，随着旅游市场的极化和“中间集团”的衰弱，“全包旅游”和“便利旅游”成为了旅游业发展的两个新潮流。

“全包旅游”的提出主要适应于那些要求获得最高效益的群体，主要是带小孩的家庭。这种旅游至少提供 15 种服务在内的一揽子服务，例如：公共汽车、火车或者飞机票，住宿，旅游点内部的交通，清洁，早餐，一顿正餐（中餐或晚餐，也有要求包含两餐正餐：中餐和晚餐），非酒精饮料（也有要求全酒精饮料），游泳池，桑拿，儿童减免价格的住宿和服务（也有要求儿童免费的住宿和服务），体育活动、文化活动（如剧院、音乐会、歌剧或者音乐剧）的门票。这一服务清单