

全国高等院校 旅游管理专业教材

# 旅游学概论

第三版

王洪滨 吴宁 代改珍 高苏·编著

INTRODUCTION  
TO TOURISM

中国旅游出版社

全国高等院校 旅游管理专业教材

INTRODUCTION  
TO TOURISM

# 旅游学概论

第三版

王洪滨 吴宁 代改珍 高苏·编著

中国旅游出版社

责任编辑：王建华 张 旭

装帧设计：谭雄军

责任印制：冯冬青

---

图书在版编目 ( CIP ) 数据

旅游学概论 / 王洪滨等编著. — 3版. — 北京 :  
中国旅游出版社, 2017. 3  
全国高等院校旅游管理专业教材  
ISBN 978-7-5032-5777-3

I. ①旅… II. ①王… III. ①旅游学—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第031606号

---

书 名：旅游学概论（第三版）

---

作 者：王洪滨 吴宁 代改珍 高苏

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail:cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

经 销：全国各地新华书店

排 版：北京旅教文化传播有限公司

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2017年3月第3版 2017年3月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：20

字 数：350千

定 价：32.00元

I S B N 978-7-5032-5777-3

---

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

# 前言

王洪滨

《旅游学概论》作为旅游专业基础课和必修课的统编教材，在全国旅游院校中推广使用，受到广大师生的好评。从 20 世纪 80 年代第一版至今的 30 年间，根据我国旅游业的发展状况，几易其稿，其内容做了几次重大的修订和补充，以满足我国旅游专业教学的需要。现在仍有许多高等院校和成人职业培训中心在使用这本教材，受到普遍的欢迎和好评。

最近，我们又邀请了几位大学教师对本书内容做一次认真的补充和修订，出一个新的版本，以适应高等旅游教育发展新形势的需要。这次修订，我们坚持了三个原则：

## 一、基本内容和理论框架不变

《旅游学概论》已经有了一个比较合理完整的科学体系。它从旅游学研究的对象和任务出发，对旅游活动的产生和发展，旅游活动的三要素（主体—旅游者、客体—旅游资源、媒介—旅游业），旅游资源的规划和开发，旅游业的三个组成部分（旅行社、饭店、交通），旅游市场，旅游的经济意义和社会影响等多方面的问题，做比较系统的阐述。各章之间有着内在联系，结构比较合理。

这种体系安排是基于下面的理论框架：

第一、旅游本体论研究。旅游的产生和历史发展，旅游与社会经济、社会政治、社会文化的关系，现代旅游的特点和运动规律，是旅游本体论研究的重要内容。

第二、旅游结构论研究。旅游者、旅游资源和旅游业构成了一个统一的旅游整体，详细分析旅游活动的三要素，有助于对旅游活动的规律性认识。特别需要提出的是，服务是旅游业的共同职能，是旅游产品的核心内容。因此旅游服务应该成为旅游结构论研究的重要组成部分。

第三、旅游现象论研究。旅游既是一种社会经济现象，又是一种社会文化现象。它对社会生活的积极作用与负面影响，都已经纳入了旅游现象论的研究范围。

## 二、理论联系实际，修订和补充部分内容

旅游学总是将旅游者的活动规律，旅游业的运行规则，旅游市场的变化态势作为它的重要视角。近年来，中国旅游业的快速发展，对世界经济发展产生的巨大影响表明，中国旅游业已经从一般性产业转变为战略性支柱产业，成了投资、进出口、消费供给改革的新增长点；在国内，从小众市场转变为大众市场，在国际上，从单一的入境旅游市场发展为出境旅游更加活跃的市场；旅游业已是中国全面建成小康社会的重要内容，对建设生态文明和美丽乡村起到引领作用。这些变化都会在有关章节的表述中得到体现。

## 三、坚持基础理论教学，吸取优秀科研成果

《旅游学概论》是高校旅游专业的基础课程，旅游学的一些基本范畴，如旅游、旅游者、旅游动机、旅游资源、旅游业、旅游市场、旅游需求和供给、旅游流向和流量、旅游的社会效益等，以及基本理论和观点，应该在研究中做出比较确定的阐述，以利于其他旅游学科的采用和借鉴，或作为研究的出发点。同时也应该积极吸取最新的科学研究成果，丰富旅游学的教学内容，提高学生应用基础知识和创新能力。这应该是十分合理的要求。

应当承认，中国在三十多年前刚开始全面振兴旅游时，确实有许多理论都是借鉴于西方，在旅游经营和旅游教育中曾大量应用过外国的理念和方法，以至于有人提出中国没有真正意义上的旅游和旅游学术研究，全是照搬西方学术观念和理论模式的观点。这种偏见有着它的历史原因。

但我们必须指出的是，当今中国已经成为世界上第一旅游大国，无论在国内旅游或国际旅游，中国都是人数最多、收入最高的国家，中国的旅游业已成为国际经济发展的重大产业。中国对国际旅游市场增长的贡献已经超过30%。作为世界旅游最大国，我们的旅游科研和教学也应该跟上形势发展的需要，而不是继续一味地屈居人下、妄自菲薄。中国旅游的快速、强势、全方位发展自有它社会的、经济的、政治的原因，应该引起我国学术界的高度重视。全力建设具有中国特色的旅游科学理论体系以指导我国旅游事业的长足发展始终是旅游学术界的根本任务。

王洪滨

2017.1.10

# 目 录

第一章 旅游学研究的对象和任务 .....	( 1 )
第一节 旅游的本质 .....	( 2 )
第二节 旅游的社会属性 .....	( 9 )
第三节 现代旅游的特点 .....	( 11 )
第四节 旅游的定义 .....	( 13 )
第五节 旅游学研究的对象和任务 .....	( 18 )
第六节 怎样学习和研究旅游学 .....	( 26 )
第二章 旅游发展简史 .....	( 28 )
第一节 旅游的历史分期 .....	( 29 )
第二节 19 世纪中叶以前的旅行和旅游 ( 1840 年以前 ) .....	( 31 )
第三节 近代旅游的发展和旅游业的开端 ( 1841~1945 年 ) .....	( 46 )
第四节 现代旅游的发展及其原因 ( 1946 年至今 ) .....	( 50 )
第五节 中国旅游业的产生和发展 .....	( 54 )
第三章 旅游者 .....	( 63 )
第一节 旅游者概念 .....	( 64 )
第二节 旅游客观条件 .....	( 71 )
第三节 旅游主观条件 .....	( 80 )
第四节 旅游种类和旅游者特点 .....	( 90 )

<b>第四章 旅游资源</b> .....	( 98 )
第一节 旅游资源的概念 .....	( 99 )
第二节 旅游资源的分类与特点 .....	( 104 )
第三节 旅游开发 .....	( 112 )
第四节 旅游资源的保护 .....	( 118 )
第五节 旅游区（点）及旅游线路的形成 .....	( 121 )
<b>第五章 旅游业</b> .....	( 126 )
第一节 旅游业的性质 .....	( 127 )
第二节 旅游服务 .....	( 135 )
第三节 旅行社 .....	( 147 )
<b>第六章 旅游设施与交通</b> .....	( 153 )
第一节 旅游设施的建设 .....	( 154 )
第二节 交通在旅游业中的作用 .....	( 158 )
第三节 主要交通工具及其特点 .....	( 162 )
第四节 现代旅游的非主要交通工具及设施 .....	( 174 )
<b>第七章 住宿业</b> .....	( 178 )
第一节 住宿业的性质及作用 .....	( 179 )
第二节 住宿业发展简史 .....	( 183 )
第三节 住宿业的类型及等级 .....	( 188 )
第四节 农家院建设 .....	( 195 )
第五节 住宿业的经营和发展趋势 .....	( 197 )
<b>第八章 旅游市场</b> .....	( 204 )
第一节 旅游市场的概念及内容 .....	( 205 )
第二节 旅游者流动规律 .....	( 217 )
第三节 旅游市场细分 .....	( 220 )

---

第四节	中国的客源市场分析 .....	( 223 )
<b>第九章</b>	<b>旅游业的经济影响 .....</b>	<b>( 229 )</b>
第一节	旅游业的经济地位 .....	( 230 )
第二节	旅游业在国民经济中的作用 .....	( 233 )
第三节	全面认识旅游业的经济影响 .....	( 240 )
<b>第十章</b>	<b>旅游的社会文化影响 .....</b>	<b>( 243 )</b>
第一节	旅游与文化 .....	( 244 )
第二节	旅游在社会文化中的积极作用 .....	( 250 )
第三节	旅游在社会文化中的负效应 .....	( 262 )
第四节	消除旅游负效应的原则 .....	( 277 )
<b>第十一章</b>	<b>旅游发展的途径和趋势 .....</b>	<b>( 279 )</b>
第一节	旅游发展的途径 .....	( 280 )
第二节	我国旅游发展的途径 .....	( 288 )
第三节	世界旅游的发展趋势 .....	( 293 )
<b>第十二章</b>	<b>旅游组织和旅游政策 .....</b>	<b>( 299 )</b>
第一节	旅游组织及其职能 .....	( 300 )
第二节	我国的旅游组织及其职能 .....	( 303 )
第三节	国际性旅游组织 .....	( 305 )
第四节	旅游政策 .....	( 310 )



# 第一章 旅游学研究的对象和任务

〔内容提要〕旅游是当今世界最大规模的一种社会现象，对社会生活产生巨大的影响。旅游作为一种社会文化现象，自有其复杂的运动过程及深刻内涵；旅游作为一种社会经济现象，更具有特殊的经济活动规律。旅游学就是以人类的旅游活动为研究对象的新兴学科。

〔学习重点〕识记现代旅游的定义；深刻理解旅游的本质和社会属性；分析现代旅游的特点；掌握旅游学研究的对象和任务。

〔思考题〕

1. 为什么说旅游是一种审美活动？
2. 怎样理解旅游的社会作用？
3. 如何理解旅游在人类生活需求中的地位？
4. 为什么说旅游不是纯粹的经济活动？
5. 现代旅游有哪些特点？
6. 怎样给旅游下定义？在不同的旅游定义中有哪些共性？
7. 什么是旅游学？旅游学研究的对象和任务是什么？
8. 旅游活动的基本要素是什么？它们之间有何关系？
9. 研究旅游学的基本方法有哪些？
10. 综合分析旅游的本质。

旅游是人类一项审美性和娱乐性很强的社会消闲活动，已成为现代社会人类生活不可或缺的重要内容。人们在历史各时期中对旅游的参与和追求，体现出其对自然、自由、生命、生活、文化以及世界上一切美好事物的热爱。生产力的发展、和平稳定的局面和科学技术的进步，是旅游活动得以快速发展的根本原因。正是由于近代社会的产业革命、第二次世界大战后社会生产力和科学技术的巨大发展及其在生产中的广泛应用，人们的文化价值观念不断升华，旅游才能成为一种人们普遍追求的高级需求形式。现代旅游这种全民性的社会现象，在其复杂的运动过程中，不但体现出对社会生活的巨大的影响力，还反映出很多具有科学性的实质因素。旅游学就是以旅游活动的各种现象为切入点，研究旅游的本质、特点、作用、条件和发生、发展规律的新兴学科。

## 第一节 旅游的本质

在19世纪上半叶之前，旅游只是少数特权阶层和富有者的享乐活动。中国的传统看法是，旅游是王公贵族和文人墨客的风雅韵事；在西方，古代旅游只局限于外交、经商和宗教朝圣等。到了近代，旅游也只不过是资产阶级游山玩水的消闲活动。所以，有人把旅游看作是单纯的吃喝玩乐、游山玩水，是不无其社会历史根源的。

但是，到了现代社会，旅游活动的主体发生了变化，人民成为旅游活动的主要参与者，因此旅游活动的本质和社会意义与过去就有根本的不同。保障和扩大基本劳动者的旅游权益，鼓励和提倡劳动者参加各种形式的旅游活动，就成为现代社会实现人本主义的准则之一。

从旅游活动的发展过程来看，旅游是一种复杂的社会现象，其审美和娱乐的核心本质构成了旅游者的追求目的。现代旅游者是以追求愉快和美好为目的而去参加旅游活动的。尽管受客观因素的影响，旅游者在旅游过程中，有时会表现出一些与其旅游目的相矛盾的行为，如消费攀高、道德弱化、藐视当地文化等，但这并不影响其目的的实现。换句话说，一个旅游者到异国他乡去旅游，是带着追求审美、享乐和消闲等目的出发的，当其到达旅游目的地后，或多或

少地会遇到自然、社会、经济、文化等差异因素的影响，并给他的旅游目的带来强化或弱化的作用，但在旅游结束后，大多数旅游者往往会觉得，他们已经达到了审美和欢愉的目的。

从历史发展的眼光来看，旅游的本质是由旅游的目的决定的，这种目的在旅游过程中起着支配旅游活动的主导作用，并受不同旅游形式的影响而产生出不同的旅游行为。因此，旅游者的行为特征是由旅游的目的特征决定的，旅游的目的特征是产生并决定旅游其他特征的前提。

### 一、旅游是综合性的审美实践

旅游在根本上是一种主要以追求愉快和美好为目的的审美过程，是人类社会发展到一定阶段时生活中不可缺少的活动。因此，就构成现代旅游主要组成部分的消遣旅游而言，它在综合实践的全过程中，可体现出一种以审美为突出特征的本质属性。人在物质需求之外，之所以要追求美，是因为审美活动是人类生活的基本内容之一，审美享受是人生活中最有价值的财富。而在旅游的全过程中，则充满了为人们所津津乐道的自然美、艺术美、生活美等多种美的成分，人们可通过欣赏和享受美的东西，而达到欢愉和自由的目的，提高生活的质量和自身的修养。

旅游审美活动的内容是丰富多彩的，除了秀丽的自然景观，还有文物古迹、园林建筑、戏剧、音乐、舞蹈、绘画、雕塑、风俗习惯等人文景观。它集自然美、艺术美、生活美之大成，融优美、崇高、喜悦、悲壮、秀丽、雄奇为一体，可满足旅游者不同层次的各种审美需求。所以旅游审美性的逻辑特征，决定了旅游本身是一项综合的、层次丰富的、具有活力的和具有发展潜力的综合性的审美活动。

旅游者的审美要求产生于生理和心理上的快感需求，从而体现在旅游的食、住、行、游、购、娱六大要素之中。有些人以品尝美味佳肴为乐，有些人追求舒适的美，还有些人乐于游山玩水。即使旅游者根本不以审美为初衷，但各种美的因素始终贯穿于旅游的全过程，并影响着旅游者能否参加旅游的抉择。事实上，由于旅游社会化的实现，旅游者纯粹的生理审美要求已经与心理审美要求逐渐地融为一体。因为现代旅游活动是一种高度社会化的行为，在其实现过

程中必然要受到种种社会审美意识的影响，人们对社会美的追求往往超过对物质所能带来的直接快感，所以那些纯粹以追求生理快感为目的的人，很难达到精神享受的高级层次，是无法体验到旅游的真正乐趣的。

人们在追求愉快和美好意识的支配下，产生了旅游的行为、形式和各种丰富多彩的活动。这些带有审美、娱乐、休闲目的性的活动，是旅游主体在审美意识的支配下与旅游客体之间建立的一种关系，并以审美活动的形式表现出来。旅游的审美本质是独立存在的，但仍会受到旅游主、客体变化的影响，当社会生产力和人们的文化价值观念提高后，旅游主体的社会化和旅游客体的产业化会日益发展和完善，这时人类的旅游便会成为火爆、鲜明和多种多样的活动，其审美的属性也就显得格外的突出和鲜明。正是由于社会、经济、文化水平的不断提高，认为旅游是社会活动、经济活动和文化活动的见解也在不断发展，但这些认识并没有弱化旅游的本质属性——审美性，而是以旅游社会属性的形式，进一步强化了人们对旅游审美性的追求，也就是说，社会文明程度越高，旅游主体和旅游客体的发展就越快，人们对旅游审美性的要求也就越高。从这一点上看，旅游的审美性，是决定旅游自身价值的最关键因素。

旅游所具有的审美、娱乐和休闲属性主要表现在旅游目的、时空调节和活动结构等方面。

旅游的目的主要是为了实现审美、娱乐和休闲，不同于日常生活中的维持生存需要的生理活动和责任很强的外出公差活动，与出于社交目的而进行的应景往来也有区别。在旅游中所体现的休闲，是自然的、随意的、新奇的、完美的和轻松愉快的，这和日常的生活和工作相比，多的是欢快，少的是责任和压力。

旅游的审美、娱乐和休闲性还体现在时间和空间的支配方面。人们在一般的工作和生活中总要受到时间和空间的限制，因而闲暇时间和空间的占有显得十分的宝贵。旅游活动则可在时间和空间上给旅游者留下充分的余地，使其感受到时间上的闲暇和空间上的广阔。在自由时间的支配上，旅游是要求完美的，也就是说，旅游者既要有消费的能力，又要有较充裕的时间，这样才能摆脱生活和工作带来的精神压力，去到更广阔的空间中，享受审美和娱乐的情趣。因此，文明程度较高的社会在不断减少工作时间的同时，也还在尽力增加社会成

员的带薪假期。这样，人们便可提高参加旅游的兴趣，而更好地体验美的生活了。从空间的发展角度分析，由于人们总是在限定的区域内工作和生活，所以必然会产生一种封闭感和厌倦感，而旅游活动则可打破这种封闭和厌倦，给旅游者提供追求新奇、拓展眼光的机会。

从旅游的活动结构上看，旅游的休闲性主要体现在多功能娱乐方面。在日常的社会生活中，人们在工作和劳动之余，也会有休息和休闲的时间，参加诸如观光、游览、体育健身、看电影、听音乐、访友、下饭馆等活动。旅游活动则是把这些休闲活动的精华集中起来，再次展现在旅游者的面前，使其在较短的时间内充分体验到休闲的欢愉性。

## 二、旅游是积极健康的社会交往

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，它体现了人所共有的心理需求。就社会而言，没有人的交往就不能成其为社会；就人而言，正是通过交往而结成人群，才具有了改造自然、改造社会的力量。2000多年前，希腊哲学家亚里士多德曾说，任何一个人都不能与世隔绝而独立生存；中国先秦时代的思想家荀子也说过，“人生不能无群”，“人，力不若牛，走不若马，而牛马为用何也？曰，人能群，彼不能群也。”

人类通过交往可以达到思想、观点和感情的相互交流，目的是达到沟通、协调和建立一定的人际关系。如果说，在自然经济的社会中，缺乏广泛交往的政治生活和经济生活还显示不出其缺陷的话，那么到了现代社会，生产力和科学技术的迅速发展，新的信息像潮水般涌现，人们迫切需要及时了解和掌握它们，自然会越来越重视社会交往的作用。生活水平的提高，生产方式的变革，人们要求有更多的闲暇时间从事社交活动，以陶冶性情，增长见识，结交新友。

人的交往途径是多向性的，多渠道的。有工作和学习上的固定交往，也有友谊和生活中的自由交往；有国与国、党与党之间的政治交往，社团企业之间的业务交往，也有邻居、亲属的交往。我们日常生活的机关、企业、学校和其他机构，比较注重有组织有领导的、便于管理的中心化交往模式，其特点是便于集中和统一，传递信息快捷而准确。但群体成员之间缺乏直接沟通和横向联系，限制多、功利性强。因此人们又经常采用全通道化交往模式以弥补前者的

不足，自发地开创交往渠道，主动而自由地与任何人交往，每个人都可以成为交往的中心人物。旅游具有这两种交往形式的优点，是一种积极而健康的交往形式。它可以自由选择交往对象，走向社会最大空间，不受地域、种族、性别和年龄的限制。在旅游中，自然界的美景和丰富的社会场景，开阔了人们的胸襟，调动了人际交往的主动性；自然、大方、融洽、畅所欲言的轻松而愉快的气氛，容易使人抛弃某些固有的偏见，沟通彼此的思想感情，产生别的交往形式所达不到的积极效果。

旅游所体现出来的交往，从形式和特点上看，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，在隔离、浅交、示意、互动、互助和竞争等行为的影响中，反映出其强弱不同的发展程度。因此旅游接待地的人们如何能在与旅游者短暂的交往中发展同旅游者的友谊，是吸引游客、拓展旅游市场的关键。一般而言，旅游交往的理想形式是“旅游者—朋友模式”。要达到这种高级的交往境界，关键在于旅游者是否能够真正融于旅游地的文化之中，成为当地文化的受益者。这就要求旅游地的文化内容，在精神和物质方面具有较高的水平，能够真正产生美的效应；在接待旅游者时，尊重、理解和热爱他们。这样才能消除他们在交往中的心理障碍，加深旅游角色的参与程度，使其体验和模仿当地文化的精华，从而发挥出交往的积极效应。

### 三、旅游是高级需求所导致的高层次消费活动

旅游是一种高层次的需求活动，并正在发展成为人们生活中的一种重要需求。人在与客观环境的相互作用过程中，在积极的生产活动和社会活动中，会产生多种多样的需求。既有着为延续和发展自己生命所必需的物质需求，也有着发展智力、道德、审美等方面的精神需求。而且，随着社会生产力的日益发展，人们对物质需求和精神需求的层次也不断地提高。世界上需求层次研究的理论有很多，在中国学界曾普遍应用过的理论大致有三种。一是管仲提出的“衣食足而知荣辱，仓廩实而知礼节”的从物质到精神的二层次需求理论。这应被看作是世界上最早对需求层次做出的理论总结。二是恩格斯提出的“生存、享受、发展”三层次需求理论。三是当前最为流行的马斯洛五层次需求理论。这三种理论都揭示了人类需求是从物质向精神、从低级向高级发展的规律。按照当今社会普遍应

用的马斯洛的需求层次论的解释,人的需求可分为:生理需求、安全需求、社交需求、受尊重需求和自我实现的需求。上述需求的五个层次是逐级上升的,当低一级的需求获得相对满足以后,追求高一级的需求就成为继续奋进的动力。我们可以看到,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、行等基本需求之后,便自然而然地追求更高层次的享受,产生旅游的需求。因为在旅游中,人们的社交、受尊重和自我实现的需求都可以得到体现。这是人们生活需求层次提高的表现,是一种高级的消费活动。

旅游是一种消费水平较高的社会活动,这是由旅游主体参加旅游的的目的性和旅游客体的价值性所决定的。旅游者为了达到审美和享乐的目的,需要占用非生产的时间,动用自己的劳动积累,去到异地旅游,购买当地的旅游产品,这种行为丝毫也不能为其创造可供消费的资料,而要在食、住、行、游、购、娱的旅游全过程中,支出超过日常生活所需的钱财。当旅游客体的价值含量超出了旅游者的期望时,这种消费就会不断地增长。因此,旅游本身虽然是以追求精神享受为主的活动,但必须在旅游主、客体的物质条件达到一定水平后,才能真正成为具有规模的社会生活的必要成分。

旅游的高消费特征主要体现在消费水平和消费结构上,其消费结构又可分为旅游中的食、住、行、游、购等的实物结构和在游览、娱乐中所享有的无形效用的劳务性消费结构的形式。实物结构固然重要,但精神消费的水平则更能说明人们在旅游中对社交、尊重和自我实现的需求程度,并突出体现了旅游是人们生活需求层次提高的必然现象,是一种高级的消费活动。

旅游的消费属性是由社会的经济状况、人们的生活水平和生活质量所决定的。近年来,我国参加假日旅游的人数急剧增加,这主要基于人民生活水平和消费水平的提高。据有关部门统计,2000年底我国人均国民生产总值已超过800美元;居民消费的恩格尔系数,城镇居民和农村居民将分别由1997年的46.4%和55.1%,降至37.9%和47.7%左右的水平。这标志着从2001年起,我国人民生活基本达到小康水平。比照国外旅游业的发展进程,即人均年收入达到800美元至1000美元是旅游消费的急剧扩张期,我国国民外出旅游已经具备了一定的经济基础,而长假期的推出则更成为旅游热的助推剂。2014年我国人均GDP为7575美元,城乡居民的恩格尔系数分别降低至36%和40%。按照联

联合国粮食与农业组织的标准，可以说总体上达到小康到宽裕的居民消费阶段，即大额家庭消费如教育、医疗、旅游、文化等消费支出的比例迅速增加。这些特征表明，我国的旅游消费将进入大幅增长的阶段。这说明，只有社会文明不断发展，人们的生活水平不断提高，旅游的消费水平才能更进一步提高，从而激励旅游活动的发展。

#### 四、旅游是积极有效的实践型学习

人类永远需要通过不断学习来获得新知识，并运用所掌握的各种知识来丰富人生。社会上对实践的重要性曾流传有这样的观点：一个人所掌握的知识中，顶多只有 10% 来自于书本，另有 90% 则来源于社会实践，而书本中获得的知识也必须通过实践才能得以掌握。此统计的出处虽无从考证，却说明了通过亲身经历与体验获得知识的感悟是最好的学习。可以说，读书是学习，实践也是学习，而且是更重要的学习。实践不但能学会更多知识，更能通过亲身经历和体验掌握和巩固技能。

旅游是社会实践。是体验全新环境获得知识的极佳学习方式。人们通过旅游可以开阔眼界，增长知识，是在全新环境中通过实践完成学习的社会活动。以致我们可以将旅游归类为实地考察型的学习。

中国古人很早就有行千里路，读万卷书的总结。这说明出行与读书同样具有获取知识和培养能力的积极作用。民间流传有“秀才不出门全知天下事”的说法。这并非说明人无须实践即可成为全才，只能理解为不出门的秀才所接受与掌握的是社会上许许多多出门在外的实践者所获得的信息与知识的积累。

与单纯读书相比，旅游这种实践型学习具有求知的主动性与对求知对象的选择自由。人们在旅游中产生出来的好奇心恰是对满足求知欲望的积极反应。教育界有一句总结：兴趣是最好的老师。旅游是人们怀着浓厚兴趣进行的学习，人们在全新环境下不仅可以捕捉各种信息、获取各种新知识，而且会得到许多感悟。所以通过旅游获得知识是非常有效的学习方式。

此外，受传统教育的影响、旧意识的灌输或错误信息的误导，人们难免会持有某些偏见。旅游目的地的事实真相则可以有力地影响人们自觉修正以往的错误认识。故就此意义上说，旅游还具有令人主动反思与纠偏的教育作用。



## 第二节 旅游的社会属性

旅游是当今世界最大规模的一种社会现象，它和社会的经济、政治、文化都有极其密切的联系。进一步了解旅游的社会属性，对于认识旅游的起因和发展是完全必要的。

### 一、旅游是人类社会经济发展的产物

旅游的产生和发展是和社会生产力的发展水平相联系的，它是社会经济发展到一定阶段的产物。社会生产力的发展水平决定了各个时代旅游的规模、内容和方式。在原始社会，生产力十分低下，人们只为生存而到处奔波，虽然经常从一地到另一地地迁移，但这不是真正意义上的旅游。从私有制出现到19世纪前期，在几千年中，人类社会经历了几个不同的社会形态。每个时期的生产力都有不同程度的发展，但总的来说生产力还不十分发达，只有少数拥有特权的统治者才是富有的，而多数劳动者仍处于被压迫、被奴役的地位。因此在这一漫长的历史时期中，参加旅游的人数很少，多半是皇族、贵族、僧侣等特权阶层。旅游活动的主要形式是宗教朝圣、经商和探险考察。这一时期交通不发达，旅游依靠以自然力、人力、畜力为主的舟车。旅游的内容单一，旅游活动范围很小，洲际或国际等长距离旅游几乎很难实现。

19世纪后半叶，由于工业革命的结果，社会财富迅速增加。都市化的形成，极大地改变了人们的生活方式，使旅游活动发生了质的变化。参加旅游的人数增多了，除了少数富有者外，许多中产阶级也参加进来。火车和轮船也相当发达，使旅游规模和范围发生了巨大变化。经营旅游开始成为一项经济活动，出现了作为经济行业的旅游业。第二次世界大战以后，国际政治形势呈现相对稳定状态，世界经济的迅速恢复和发展，进一步推动了旅游业的迅猛发展。社会生产力的迅速发展，个人收入的提高，工作时间的缩短，闲暇时间的增多，使旅游成为群众性的活动。现代交通工具的发展和完善，科学技术和信息系统的