

总主编 张广海
21世纪旅游管理规划教材

山东省旅游行业协会推荐教材
山东省旅游行业协会组织编写

旅游概论

Tourism Overview

主编/赵全科 陆相林



中国海洋大学出版社
CHINA OCEAN UNIVERSITY PRESS

21世纪旅游管理规划教材

总主编/张广海

旅游概论

Tourism Overview

主编/赵全全 陆相麟

中国海洋大学出版社

· 青岛 ·

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论/赵全科,陆相林主编. —青岛:中国海洋大学出版社,2010.8
(21世纪旅游管理规划教材/张广海总主编)

ISBN 978-7-81125-423-5

I. ①旅… II. ①赵…②陆… III. ①旅游-高等学校-教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 154569 号

出版发行 中国海洋大学出版社

社 址 青岛市香港东路 23 号

邮政编码 266071

网 址 <http://www.ouc-press.com>

电子信箱 cathaypower@gmail.com

订购电话 0532-82032598(传真)

策 划 李夕聪 郑雪姣 陈琳琳

责任编辑 毕玲玲 郑雪姣

电 话 0532-85901040

印 制 日照报业印刷有限公司

版 次 2010 年 8 月第 1 版

印 次 2010 年 8 月第 1 次印刷

成品尺寸 185mm×236mm

印 张 19.5

字 数 356 千字

定 价 29.00 元

21世纪旅游管理规划教材

编委会

主	任	狄保荣				
副	主	任	肖德昌	田克勤	李夕聪	
委	员	(按英文字母先后排序)				
		曹艳英	陈增红	程俊峰	崔学琴	代合治
		郭峻	霍淑芳	吉良新	吉小青	蒋凤英
		刘雪巍	李青	孟华	彭耀华	裴敏莉
		齐洪利	石峰	王有邦	魏敏	邢继德
		许汝贞	张青	张广海	张建忠	张祖国
		赵全科	赵颜	朱孔山		
秘	书	郑雪姣	陈琳琳			

旅游概论

主 编	赵全科	陆相林			
副 主 编	王传武	左登华	刘连兴	赵 颜	王 夏
	谢爱良				
编 者	刘 建	徐 艺	韩洪凌	付坤伟	蒋 翠
	朱 岩	王欣慈	王贞洁	宋会兴	刘玉孔
	王京传	邢晓玉	孔令艳	冯茂娥	陈彩虹
	张 洁	高英哲	刘 庆	宋 伟	王法昌

联合编写院校名单

(按英文字母先后排序)

东北财经大学

德州学院

德州职业技术学院

桂林理工大学南宁分校

高等职业技术学院

黑龙江旅游职业技术学院

湖南文理学院

华侨大学

济南大学

济宁学院

莱芜职业技术学院

聊城大学

聊城职业技术学院

聊城高级财经职业学校

辽东学院

临沂师范学院

青岛大学

青岛大学旅游职业学院

青岛酒店管理学院

青岛职业技术学院

青岛滨海学院

青岛求实学院

青岛恒星学院

曲阜师范大学

日照职业技术学院

四川大学

四川农业大学风景园林学院

西南林业大学

山西运城学院

山东大学

山东师范大学

山东旅游职业学院

山东理工职业学院

山东青年政治学院

山东商业职业技术学院

山东省商贸学校

山东外贸职业学院

泰山学院

泰山医学院

潍坊学院

潍坊教育学院

威海职业学院

云南大学

烟台旅游学校

枣庄学院

枣庄职业学院

中国海洋大学

中华女子学院山东分院

淄博职业学院

出版说明

近年来,随着旅游教育的迅速发展,我国旅游教材的建设也逐渐走向繁荣。从旅游教材的系列与品种来看,已由旅游管理专业一个系列几十个品种,发展并细化到现今旅游管理、饭店管理、旅行社管理、会展管理及景区管理等若干系列上百个品种;从出版旅游教材的出版社数量来看,已由过去两三家发展到近百家。但由于学科建设时间短、师资多元化以及教材编写质量等问题,很多旅游院校使用的教材不可避免地存在着数据陈旧、内容纷杂、缺乏针对性、没有地方特色等问题。

作为旅游业大省与强省,山东省的旅游教育正在蓬勃发展,汇集了一大批优秀的旅游院校和教师。在山东省旅游行业协会教育分会的指导下,我们以山东为中心,联合全国一批致力于旅游教育的院校,成立了“21世纪旅游管理规划教材编委会”。编委会以交流教学改革成果及经验、研讨旅游教育教学改革方向为宗旨,以“立足山东,面向全国”为目标,以中国海洋大学出版社为平台,以教材为载体,进行分享与传播,期望进一步向全国推广,为我国的旅游教育尽一份力量。

编委会根据既定的方针,邀请具有丰富教学经验的一线教师、具有相关行

业工作背景的双师型教师以及企业一线工作者联合编写了“21 世纪旅游管理规划教材”。教材遵循“从实际出发、学以致用”的基本原则,凸显旅游行业相关知识的应用性和前瞻性,以实用性为基础,以市场需求为导向,以任务为驱动,以学生为主体,以案例教学为特色,突出实践教学环节,并通过大量的案例分析和实践技能操作训练窗口等内容,确保培养内容与就业市场的需求达到无缝对接。本套教材涵盖旅游管理专业的主干课程,首批出版《旅游概论》、《旅游资源概论》、《旅游文化》、《旅游市场营销》、《旅游心理学》、《旅游政策与法规》、《中国旅游地理》、《民俗旅游》、《旅游公共关系》、《菜点酒水知识》等教材。本套教材被中国海洋大学出版社列为“十二五”期间重点发展的教材,将会在实践中逐步完善整个教材体系,同时将参评山东省“十二五”省级规划教材。

在编委会运作及教材编写出版期间,得到了国家旅游局政策法规司、山东省旅游局等旅游主管部门的悉心指导,得到了山东省旅游行业协会教育分会及各会员单位的鼎力相助,得到了一大批优秀院校和教师的全力支持,在此致以最衷心的感谢!同时,恳请广大读者对教材提出宝贵意见和建议,以便修订时加以完善。

21 世纪旅游管理规划教材编委会

中国海洋大学出版社

2010 年 6 月

Foreword | 前言

进入 21 世纪,中国已成世界旅游大国,正努力向世界旅游强国的目标迈进。加快实施旅游人才战略,全面提高旅游队伍素质,是实现我国旅游业可持续发展、提升我国旅游业国际竞争力的可靠保证。

本书根据旅游教育和旅游业发展的实际需要,依照旅游管理专业教学要求,系统阐述了旅游学的基本理论与知识,为学生学好旅游专业知识打下良好基础。

与现有各种旅游概论性质的中文教材相比,本书的教材组织具有如下特点:

(1)强调旅游概论在旅游专业学习中的基础作用。通过对本教材的学习,学生可以对旅游专业有比较明确的认识,激发学生对旅游专业、旅游行业的热爱之情,为学生进一步学习旅游专业相关知识打下坚实基础。

(2)体例的普适性——适应各旅游院校教师的教学需要。即以最常用的旅游概论教材编写体例进行内容组织,以适应教师的教学习惯。

(3)内容的精练性——适应各旅游院校学生学习的特点。本教材内容言简意赅,理论简约通俗,适应学生学习的需要。

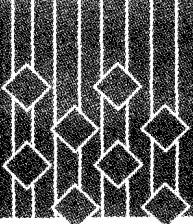
(4)知识点的权威性——适应各旅游院校学生进一步深造的需求。为了适用学生未来专升本、考研等需要,本教材参考了多部有影响特别是知名专家所编写的旅游概论教材,总结、归纳、介绍了旅游学术界认识较为统一的知识

点。

(5)教材中知识点的介绍强调学以致用,努力做到以实践应用为导向,吸引学生对相关知识点的学习。本教材一改传统旅游概论教材过分强调知识灌输、简单罗列知识的通病,努力做到以所讲知识点与实践应用有机结合,使学生认识到知识点的丰富含义,如旅游概论教材中多提及旅游者的分类,但对此知识点的实践意义(有利于市场细分,发现顾客等)很少有人提及。

虽然从事旅游研究与教学多年,但限于水平,书中难免存在缺点和不足,恳请广大读者对教材提出宝贵的意见和建议,以便修订时加以完善。

编者
2010年6月



目 次

绪 论	1
一、旅游业的发展概述	1
二、旅游概论的学科性质和学习目的	3
三、旅游概论的主要学习内容	4
第一章 旅游发展简史	5
第一节 古代旅游	6
一、人类最早的旅行	7
二、旅游的萌芽——奴隶社会的旅行活动	8
三、旅游的发展——封建社会的旅行活动	11
四、我国古代社会的旅游活动类型	16
五、古代旅游的特点	18
第二节 近代旅游	21
一、产业革命对旅游活动开展的影响	21
二、交通运输发展对旅游活动开展的影响	22
三、托马斯·库克与近代旅游业的诞生	23
四、近代旅游业发展的特点	26
第三节 现代旅游	27
一、现代旅游的概念	27
二、现代旅游迅速发展的原因	27
三、现代旅游活动的特征	29
第四节 我国旅游业的产生和发展	33
一、我国近代旅游业的诞生	33
二、新中国旅游业的发展	36

第二章 关于旅游与旅游活动的基本认识	47
第一节 旅游的概念	48
一、旅游定义的类型与意义	48
二、旅游的定义	49
三、旅游与旅游活动的区别	49
四、现代旅游活动体系	49
第二节 旅游活动的类型	50
一、类型划分的意义	50
二、划分的标准	50
三、国际旅游	51
四、国内旅游	51
五、国内旅游与国际旅游的主要区别	52
第三节 旅游活动的根本属性与本质	53
一、旅游活动的根本属性	53
二、旅游活动的本质	54
第四节 旅游活动的特点	55
一、消费攀高	55
二、道德感弱化	55
三、文化交流与文化干涉	55
四、物质购买与摄取	56
第五节 衡量旅游发展状况的指标	56
一、旅游收入	57
二、旅游人次	57
三、人均停留天数	58
第三章 旅游者	61
第一节 旅游者的概念	62
一、旅游者定义的类型	62
二、国际旅游者的界定	63
三、国内旅游者的界定	66
第二节 旅游者实现旅游活动所需的客观条件	68
一、支付能力	69

二、闲暇时间	71
三、其他影响因素	73
第三节 旅游者实现旅游活动所需具备的主观条件	77
一、旅游动机的概念	77
二、马斯洛需要层次理论	77
三、旅游动机的基本类型	81
四、影响旅游动机的因素	83
第四节 旅游者类型及其需求特点	87
一、旅游者分类标准	87
二、基于出游目的的旅游者类型	87
第四章 旅游资源	95
第一节 旅游资源的基本概念	97
一、旅游资源的概念	97
二、旅游资源的分类	100
三、旅游资源的特点	107
四、旅游资源价值的确定	109
第二节 旅游资源的开发	112
一、旅游资源开发的含义与内容	113
二、旅游资源开发的必要性	113
三、旅游资源的调查	114
四、旅游资源的评价	115
五、旅游开发项目可行性研究	118
六、旅游资源开发的基本内容	119
七、旅游开发工作的原则	121
第三节 旅游资源的保护	125
一、保护与开发的辩证关系	125
二、旅游资源破坏的原因	126
三、保护工作的原则与措施	127
第五章 旅游业	138
第一节 旅游业的性质和特点	139
一、旅游业的概念	139

二、旅游业的构成	140
三、旅游业的性质	142
四、旅游业的特点	142
第二节 旅行社	144
一、旅行社的概念	144
二、旅行社的性质	145
三、旅行社的分类及业务	145
四、旅行社在旅游业中的作用	147
五、我国旅行社的发展概况	148
第三节 旅游饭店	150
一、旅游饭店的形成与发展	150
二、旅游饭店的分类	152
三、饭店等级的划分与评定	152
四、旅游饭店在经济发展中的作用	154
五、旅游饭店的集团化经营	155
六、我国饭店业的发展与问题	159
第四节 旅游交通	162
一、旅游交通的含义和作用	162
二、旅游交通的构成及特点	163
三、我国旅游交通的发展现状	167
第五节 旅游景区	171
一、旅游景区的概念	171
二、旅游景区的类型	172
三、旅游景区的起源与发展	174
第六节 旅游购物业	177
一、旅游购物品的概念与分类	177
二、旅游购物品的特点	178
三、旅游购物品的地位与作用	179
第六章 旅游组织	184
第一节 组织与旅游组织	185
一、组织的概念与分类	185

二、旅游组织的概念与构成	186
第二节 国家旅游组织	187
一、国家旅游组织	187
二、政府对旅游业发展的干预	190
第三节 我国的旅游组织	193
一、旅游行政组织	193
二、旅游行业组织	195
第四节 国际旅游组织	200
一、国际旅游组织概念	200
二、分类	200
三、部分国际旅游组织简介	201
第七章 旅游市场	209
第一节 旅游市场概述	210
一、旅游市场的概念	210
二、旅游市场的重要性	212
三、企业经营观念的演变	213
四、旅游企业经营观念的演变	214
五、旅游市场细分	214
第二节 全球国际客流状况	217
一、全球国际旅游客流总量增长状况	217
二、国际客流接待地分布格局	219
三、国际客流产生的地区分布	230
四、国际客流基本规律	232
第三节 我国旅游市场状况	234
一、入境旅游市场	234
二、国内旅游市场	244
三、出境旅游市场	249
四、选择重点客源国市场时的考虑因素	253
五、我国旅游业在国际市场竞争中存在的问题	254
第八章 旅游的影响	258
第一节 旅游的经济影响	259

一、积极影响	260
二、消极影响	264
第二节 旅游乘数理论	266
一、基本概念	266
二、旅游乘数类型	267
三、旅游乘数效应的三个阶段	268
四、影响旅游乘数效应的因素	269
第三节 旅游的社会文化影响	271
一、社会文化简介	272
二、旅游的社会文化影响	273
第四节 旅游的环境影响	277
一、环境概述	277
二、旅游的环境影响	278
第五节 可持续旅游发展	280
一、可持续发展问题的提出	280
二、可持续旅游发展的基本思想	281
三、实现可持续旅游发展的关键	282
四、可持续旅游的内容	284
五、生态旅游	286
参考文献	290
案例图表索引	292
附录	295

绪 论

一、旅游业的发展概述

1. 国际旅游业的发展概述

第二次世界大战以后,西方发达国家经历了一个持续稳定的发展时期,国际环境的相对稳定、科技的高速发展、人们生活和消费观念的改变、交通运输业的发达、人们收入的大幅提高、带薪休假的产生和兴起,使得人们的旅游需求日益高涨,旅游业得到了蓬勃的发展。从1950年开始,世界入境旅游入次数以每年5.2%的速度增长,从1950年接待2 500万人次增长到2008年的9.24亿人次,世界入境旅游收入也从21亿美元增加到8 800亿美元,增长了419倍,年均增长达10.0%。

1992年世界国际国内旅游收入超过了石油、汽车工业,成为世界第一大产业,旅游业的发展规模已经在世界经济的发展中占据了相当重要的地位。

据世界旅游组织预测,至2020年世界十大旅游目的地接待旅游者人数、占世界旅游市场份额、1995~2020年增长率如表1所示,十大旅游客源地出境旅游人数、占世界旅游市场份额如表2所示。

表1 2020年世界十大旅游目的地

国家(地区)	接待旅游者人数/万人次	占世界旅游市场份额/%	1995~2020年增长率/%
1. 中国	13 710	8.6	8.0
2. 美国	10 240	6.4	3.5
3. 法国	9 330	5.8	1.8
4. 西班牙	7 100	4.4	2.4
5. 中国香港	5 930	3.7	7.3
6. 意大利	5 290	3.3	2.2

(续表)

国家(地区)	接待旅游者人数/万人次	占世界旅游市场份额/%	1995~2020 年增长率/%
7. 英国	5 280	3.3	3.0
8. 墨西哥	4 890	3.1	3.6
9. 俄罗斯联邦	4 710	2.9	6.7
10. 捷克共和国	4 400	2.7	4.0
总计	70 880	44.2	—

表 2 2020 年世界十大旅游客源地

国 家	出境旅游人数/万人次	占世界旅游市场份额/%
1. 德国	16 350	10.2
2. 日本	14 150	8.8
3. 美国	12 330	7.7
4. 中国	10 000	6.2
5. 英国	9 610	6.0
6. 法国	3 710	2.3
7. 荷兰	3 540	2.2
8. 加拿大	3 130	2.0
9. 俄罗斯	3 050	1.9
10. 意大利	2 970	1.9
总计	78 840	49.2

2. 国内旅游业的发展现状

我国旅游业自 1978 年至今取得了巨大成就,主要表现在以下几个方面:

(1)我国已经成为世界旅游大国。2009 年,全年入境旅游人数达 1.26 亿人次,入境过夜旅游人数达 5 088 万人次,创汇 397 亿美元,入境旅游入次数和创汇分别居世界第 4 位和第 5 位;国内旅游人数达 19.02 亿人次;出境旅游人数达 4 766 万人次,成为亚洲第一大客源市场。入境、出境、国内三大旅游市场快速发展,使我国从旅游资源大国发展成为世界旅游大国。

(2)旅游业已经成为国民经济新的增长点乃至支柱产业。1998 年,自旅游业被确立为国民经济新的增长点后,旅游业步入快速发展阶段。2009 年,全国旅游总收入达 1.29 万亿元人民币,相当于全国 GDP 的 3.84%。同时,旅游业对社会就业的带动作用更加显