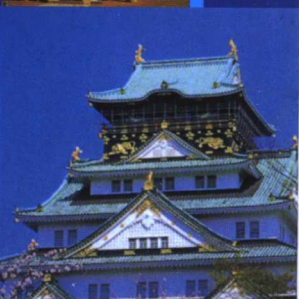
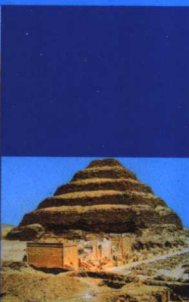


旅游专业适用教材

国际旅游学

戴松年 纵瑞昆 主编



学林出版社

华北水利水电学院图书馆



207298743

旅游专业适用

F591

D125

国际旅游学

顾问：殷明发 高峻
主编：戴松年 纵瑞昆
副主编：徐浩 江蕾



学林出版社
929376

国书在版编目(CIP)数据

国际旅游学/戴松年等主编. —上海:学林出版社,
2004.7

ISBN 7-80668-777-7

I.国... II.戴... III.旅游业—世界 IV.F591

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第055410号

国际旅游学



编 者——戴松年 纵瑞昆 主编

责任编辑——薛 仁

封面设计——周 鸣

出 版——上海世纪出版集团
学林出版社(上海钦州南路81号3楼)
电话:64515005 传真:64515005

发 行——新华书店 上海发行所
学林图书发行部(钦州南路81号1楼)
电话:64515012 传真:64844088

印 刷——上海师范大学印刷厂

开 本——850×1168 1/32

印 张——14.625

字 数——41.3万

版 次——2004年7月第1版

2004年7月第1次印刷

印 数——5000 册

书 号——ISBN 7-80668-777-7/K·47

定 价——32.00元

前 言

《国际旅游学》是一门研究国际旅行游览的学科。它随着国际旅游事业的发展而产生,能很好地为国际旅游事业的发展服务。

随着国际旅游重心的逐渐东移,中国旅游业经过廿多年的发展,已具有相当的产业规模和一定的参与国际市场竞争的能力,近年来我国国际旅游事业发展迅速,来中国的国际游客日益增多;国内出境游成为时尚,在实践中,深感不仅外国人需要知道中国,中国人更需要知道外国,因为相互间的了解,是国际间团结、友好交往的基础。无疑通过国际旅游的窗口,不仅可以学习各国先进的科学知识,而且可以获得最新的旅游信息。世界旅游组织(World Tourism Organization)曾提出口号:“旅游——教育所有的人”。

为了适应我国加入 WTO 后旅游发展的新形势,特编写了《国际旅游学》新教材。

书的内容分总论和分论两大部分。总论主要论述了国际旅游业的发展及国际旅游市场的新趋势;各国旅游胜地的气候、交通;古代、近代、现代世界闻名的旅游资源;国际旅游环境的保护;国际饮食业主要旅游国家的菜谱。分论主要系统地介绍了世界各大洲主要旅游国家的概况(地形、气候、交通、物产、居民和风土人情等),旅游政策和措施,旅游胜地的分布以及与旅游有关的文化艺术、名人轶事、建筑特色、风土人情、宗教信仰等。内容丰富,既有理论又重实践,注意到教学的系统性,内容的新颖、趣味和科学性。它既可以作为旅游大学本科、专科的教材,又可以作为旅行社、旅游工作者的手册,也可供出国旅游者或酷爱国际旅游知识人们的参考。

序

我衷心地祝贺《国际旅游学》教材的出版。我国自参加 WTO 以来,大专院校的教材迫切需要与国际接轨,中国需要了解外国,新教材《国际旅游学》的出版,无疑充实了这方面的需要。

《国际旅游学》内容分为两大部分:《总论》论述了国际旅游市场发展的特点和趋势、旅游资源配置组合的重要性,其中案例确切,内容新颖,具有科学性和针对性;《分论》系统地介绍了世界各大洲旅游国家的主要特色、景点和旅游文化,内容系统性强,重视实用和趣味性。

我与该书主编戴松年教授共事多年,古语曰:“探千曲而后晓声,观千剑而后识器”。我接触的众多学者中,他是一位富有 50 多年教龄、主编参编过 30 多本教材、几十篇国际国内论文的资深学者。70 年代他是《中国旅游地理》的最早开拓者。80 年代被聘为国家导游考评委员会委员,并主编了《全国导游基础知识》(初级)、(中级)两本教材及《上海导游基础知识》等书。长期担任国家旅游局《全国导游基础知识》、《上海导游基础知识》的考试命题工作。

90 年代戴松年教授应邀与台湾旅游学术访问团副团长韩傑教授共同主编了《中国观光地理》、《外国观光地理》教材,成为海峡两岸旅游教材最早的学术合作交流者。1993 年获上海市高教优秀教学成果奖。

长期以来戴教授在许多大学及上海旅游教育培训中心任教,均以内容丰富、底蕴深厚广受万千学子的欢迎,以“不为权贵折腰,不向布衣者气扬”的淳朴教风饮誉申城旅游界。1992 年他获得国务院颁发的特殊津贴。

“衔山抱水建来精,多少功夫始筑成”。《国际旅游学》40多万字是作者们心血凝成的。岁月流逝,戴教授已白发苍苍,但仍急流奋进,和他的同行们为祖国旅游教育作贡献的雄心不减。

我再一次地祝贺《国际旅游学》教材的出版,也希望在使用的过程中,不断地听取多方面的意见,充实、更新、创造,使《国际旅游学》教材更加适用与完美。

殷明发

2004.6.1

目 录

前言	(1)
序	(1)
 第一章 总论	(1)
第一节 旅游业的发展与国际旅游学	(1)
一、旅游业的发展	(1)
二、国际旅游市场发展的原因和特点	(4)
三、当前世界旅游市场的新趋势	(6)
四、旅游业与国际旅游学	(6)
第二节 气候与旅游	(11)
一、气候与旅游者的关系	(11)
二、影响气候的主要因素	(12)
三、世界气候的主要类型及其分布	(12)
四、气候与旅游活动	(14)
第三节 旅游交通	(20)
一、铁路交通	(21)
二、公路交通	(23)
三、航空交通	(25)
四、内河交通	(27)
五、海上交通	(28)

第四节 世界的人口、人种、民族和语言	(32)
一、人口	(32)
二、人种	(34)
三、民族	(35)
四、语言	(38)
第五节 世界三大宗教的传播和分布	(39)
第六节 世界闻名的旅游资源	(43)
一、旅游资源的分类	(43)
二、自然风光	(44)
三、名胜古迹	(51)
第七节 旅游胜地的类型和客流	(64)
一、旅游胜地的类型	(64)
二、旅游动机的分类	(78)
三、旅游位置与客流	(79)
第八节 风景名胜区的环境保护	(82)
一、保护风景名胜区的重要性	(82)
二、风景名胜区遭到破坏的主要因素	(83)
三、风景名胜区的环境保护	(86)
四、名胜古迹的保护已引起国际上的重视	(88)
第九节 地名与旅游	(88)
一、七大洲、四大洋名称的来由	(90)
二、国际上一些国名及大城市名称的来由	(91)
三、世界上部分国家的别称	(95)
第十节 旅游路线、距离和时差	(96)
一、旅游区与旅游点	(96)
二、游览路线	(96)
三、旅游线路的设计	(98)
四、旅游的距离	(98)
五、航空旅游中的“时差症”	(99)

第十一节 旅游与饮食	(100)
一、国际饮食业的吸引手段	(100)
二、世界十大饭店集团	(101)
三、饮食礼貌	(102)
四、各国饮食特点	(105)
五、世界三大饮料的地理分布	(110)
第十二节 旅游与国花	(113)
一、花与旅游	(113)
二、各国的国花	(114)
第十三节 国际旅游中的礼节礼貌	(116)
一、见面时的礼节	(116)
二、交往中常用的口语	(118)
三、访问时的礼貌	(118)
四、在公共场所的礼貌	(119)
五、外国的忌讳	(121)
第十四节 旅游地图	(124)
一、旅游地图的作用	(124)
二、旅游地图应具有的特点	(124)
三、旅游地图的类别	(125)
四、旅游地图的使用	(125)
第十五节 世界旅游知识	(128)
一、金融类	(128)
二、音乐体育类	(129)
三、文化科技类	(131)
 第二章 亚洲概况	 (133)
第一节 日本	(136)
第二节 印度共和国	(160)
第三节 印度尼西亚	(171)

第四节	新加坡	(181)
第五节	马来西亚	(194)
第六节	泰国	(204)
第七节	菲律宾	(214)
第八节	韩国	(221)
第三章	欧洲概况	(228)
第一节	英国	(231)
第二节	法国	(245)
第三节	俄罗斯联邦	(259)
第四节	德国	(265)
第五节	意大利共和国	(278)
第六节	西班牙	(289)
第七节	希腊共和国	(299)
第八节	瑞士	(306)
第九节	奥地利	(315)
第四章	美洲概况	(321)
第一节	美国	(325)
第二节	加拿大	(367)
第三节	墨西哥	(380)
第四节	百慕大	(390)
第五节	牙买加	(394)
第五章	非洲概况	(399)
第一节	埃及	(402)
第二节	突尼斯	(412)
第三节	摩洛哥	(420)

第六章 大洋洲概况	(426)
第一节 澳大利亚	(429)
第二节 新西兰	(439)
第三节 汤加王国	(445)
第七章 南极洲概况	(448)
第一节 南极八奇	(448)
第二节 南极洲的特点	(451)
主要参考资料	(454)

第一章 总 论

第一节 旅游业的发展与国际旅游学

一、旅游业的发展

世界旅游组织(World Tourism Organization)指出,到2010年世界旅游人数将达到10亿人次;至2020年将上升到16亿人次,中国届时将成为第一大旅游接待国和第四大客源输出国,中国将接待1.3亿国际旅游者,将有1亿人走出国门到世界各地旅游。

世界看好中国旅游市场,中国旅游业前景光辉灿烂,如世界历史文化名城博览会于2004年5月1日—6日在中国南京隆重举行,世界旅游大会将于2004年9月22日—23日在中国杭州举行,届时40多个国家的政府要人及欧美旅游部长级官员将云集杭州,掀起世界性的“杭州热”。

将轰动国际的2010年上海世博会,现已进入了实质性的启动,并和2005年日本爱知世博会在2004年6月在上海签订了互动合作协议,双方携手合作,共同办好两个盛会。

国际旅游业的发展,对中国经济的增长日益显著,无疑将给中国的交通、住宿、餐饮、商业、景区,带来丰硕的客源市场。

世界要了解中国,中国要更快地走向世界,国际旅游学在研究国

际旅游业的发展时,首先从旅游活动的产生及古代、近代、现代旅游的特点来阐述。

旅游活动在很早的古代就已发生了。古代旅游往往是伴随着商业、宗教、访古、觅胜以及王公贵族的狩猎活动进行的。

在欧洲地中海这个西方文明的摇篮里,古代的萨摩人和腓尼基人奔波于各地经商,他们算得上是最早的旅游者,在东方的中国和印度,早期的旅行也主要是为了经商。

欧洲罗马帝国昌盛时代,罗马贵族最早开始了娱乐旅行。他们瞻仰埃及的金字塔,游览地中海的古神庙,在矿泉疗养地洗药疗浴。当时的埃及、希腊和小亚细亚成为著名的旅游胜地。但当时的旅游者,仅限于上层的极少数人,交通工具如舟楫、马车、牲畜等比较原始。后来欧亚大陆之间由于丝绸之路的开辟,骆驼商人沿着这条丝路从东方的长安到西方的罗马,随着东西方经济文化交流的日趋发展,西方人怀着对中国的神秘感,逐步到东方旅行,从而使当时的洲际旅行成为可能。

旅游成为一项事业,始于 19 世纪 40 年代。1841 年英国人托马斯·库克组织了第一批 30 人的旅行团由英国去瑞士旅行,这是世界上第一个正式的旅行团。它标志近代旅游业的开始,当时火车、轮船成为主要交通工具,旅游者也由少数贵族扩展到中上层人士。

现代旅游业的迅速发展并且成为一个新兴行业,还是在第二次世界大战以后。特别是 60 年代以来,世界旅游业以平均 10% 的年率增长着。近年虽有所减慢,但年率仍在 5% 左右。重要的是,在一些国家里,旅游已蔚然成风,逐渐成为人们日常生活中的必需。旅游业能增加外汇收入,在国民经济中占有重要地位,所以越来越被各国重视,称为“无形出口业”或“无烟工业”。

世界旅游业的范围在 50 年代还比较小。1950 年,全世界国际旅游人数仅为 2520 万,旅游收入只有 21 亿美元。可是到 1979 年,世界旅游人次已增长到 2.7 亿,旅游收入已达 797 亿美元。29 年之间,旅游人次增加了近 10 倍,而旅游收入增加了 34.7 倍。

国际旅游业进入 90 年代后,全球旅游人数继续快速增长,到 2000

年已达到 6.89 亿人次,国际旅游总收入已超过 4760 亿美元(约占世界各国国内生产总值的 11%),旅游从业人员已超过 2 亿人(约占全世界就业人数 1/9)旅游业已成为世界规模最大、发展速度最快的产业。被称为“朝阳产业”。

世界旅游组织将世界划分为欧洲、美洲、东亚及太平洋、非洲、中东、南亚等六大旅游市场。欧洲市场是近代旅游业发端的地方,也是当代旅游业最发达的地方。欧洲在世界旅游市场所占的份额差不多超过了其他各洲之和。法国、西班牙、意大利、英国等接待国际客源及收入均名列前茅。美洲市场是仅次于欧洲的重要地区,其中北美的美国和加拿大因具有发展旅游业的良好基础和条件,属于旅游业发达地区。美国是世界上最大客源输出国,1999 年出境游为 5835 万人次,又是最大客源输入国之一,2000 年共接待游客 5270 万人次,旅游收入 838 亿美元,居世界第一位。

加勒比海地区是世界著名旅游度假胜地,有美洲地中海之称。旅游业是加勒比海地区的支柱产业。典型的如巴哈马全国有 2/3 的国民以旅游业为生,每年接待境外游客 10 多倍于本国国民;牙买加被称为“世界上最美丽的热带泉水岛屿”,它是世界上人均收入最高的国家之一。

南美洲以巴拿马运河和北美洲分界,旅游业较发达,阿根廷位于南美洲南部是旅游大国,1998 年,入境旅游 486 万人次,国内旅游也十分兴旺,每年国内旅游人数在 1000 万人以上。

东亚及太平洋市场,在 60 年代以后成为世界旅游市场最具活力、发展速度最快的地区,到 2000 年亚太地区接待过夜旅游者和 1999 年比较,比率高达 14.5%,远远地超过了欧洲的 6.2%、美洲的 6.5%。据世界旅游组织预测,东亚太平洋地区旅游业拥有巨大潜力,随着这一地区的经济增长,将使国际旅游市场格局发生显著变化,旅游业将居世界前列。

中东、非洲和南亚地区,这些地区大多历史悠久、文化灿烂,拥有众多的自然、人文旅游资源。如埃及和北非的突尼斯、摩洛哥和肯尼亚等 60 年代就兴起了旅游业,但整个地区发展是不平衡的,以上四个

国家,每年接待游客的总数占非洲大陆接待游客总数的四分之三。据世界旅游组织调查预测,非洲将成为未来的主要游览地区之一。

二、国际旅游市场发展的原因和特点

现代国际旅游市场迅速发展的原因:

1. 经济的发展。劳动生产率的提高,人民收入的增加,以美国为例,1999年美国国内生产总值达到88.482亿美元,人均国民生产总值31487美元。可自由支配的钱明显增加。

2. 劳动时数减少,余暇时间增多,使人们有时间可以从事旅游活动。如欧洲各国大搞“旅游福利”,每年有二至五周带薪休假,许多国家实行五天工作制,每周有两天可进行旅游。

3. 运输手段的革命。由于科技的发达,最显著的是交通运输手段的日新月异,航空的超音速飞机,铁路的磁悬浮列车,一日千里缩短了空间距离,改变了人们的旅游观念。

4. 国际交往日益频繁。世界事务愈益复杂,目下统计,独立国家达162个。国际组织除联合国外,又有不结盟国家首脑会议、非洲统一组织、伊斯兰会议组织等数十个世界性组织,使成员国之间的交往和会议日益增多。当前世界各国垄断组织都组成了跨国公司,除母公司外,在世界各地组成子公司,每个著名公司都在世界重要城市设立分销处,等等。这一切都促进了国际的交往与旅游活动。

5. 周密的组织工作。国际间旅游组织,各国旅游组织,都负责组织旅游团体玩、吃、住、行,费用全由旅行社包办,甚至实行旅游信贷,分期付款,从而扩大了旅游业务。

6. 政局稳定。二次大战以后的40多年来,虽然局部战争屡有发生,但就全世界来看,政局稳定,有利于旅游事业的发展。但从局部来看,以美国和伊拉克的战争来说,也影响了中东的旅游业。美国60年代以后,经济多年稳定增长,在2.81亿人口的国家里,每年旅行人次达到10.27亿,但2001年“9·11”事件后,对美国旅游业造成了损失和

影响,但到 2002 年国际旅游业又有新的发展。

7. 大城市高层建筑不断发展,自然地减少,环境恶化,工作紧张,人们需要到空气新鲜的环境里去旅游,以除劳累。

8. 旅游资源及旅游节目的不断扩大与丰富,各国标新立异开展各种旅游。如沿着拿破仑战迹旅行,法国游览船“法兰西号”利用拿破仑·波拿巴诞生 200 周年纪念,举办周游科西嘉岛、厄尔巴岛和圣赫拿岛的活动。以旅游业著称的夏威夷,不仅充分利用夏威夷的自然风光,还利用日军偷袭珍珠港这一震惊全世界的大事,建设成为一处战争遗迹来招待游客。日本在一些地方建设“观光农园”和“绿化村”,让游客享受大自然的田园风光。尼泊尔在奇特旺国家公园的虎头山丛林里建立小型旅馆和帐篷营地,为游客提供丰富多采的活动项目,如山区徒步、喜马拉雅山探险和尼泊尔探幽等,吸引了不少美国、欧洲和东南亚各国游客。泰国的宝石在国际市场上久负盛名,旅游部门宣传曼谷是宝石店集中的城市,在那里可以加工和购买宝石,花样齐全,制作精细,物美价廉,不少日本的新婚者纷纷前往。很多旅行社也推出各种旅游新节目。

《案例》

瑞士有家旅游公司推出寻婚旅游,他们希望有些老人,在最先两个旅游点结成对子,通过以后交往成为伉俪;德国医疗中心,创办戒烟旅游,参加者坐豪华客轮游览地中海,有的还接受中国针灸疗法,治疗吸烟恶习;环保免费旅游,日本有的旅行社为了保护和教育人们重视生态环境,推出一日游特别团,旅客在观赏湖山美景之际,只需收集风景区垃圾一个小时,便可享受温泉浴和免费午餐;绿色旅游,是由法国参议员欧贝尔发起的,他让久居喧闹城市的人们到恬静乡村度假,到绿色的海洋中游览,重新认识大自然的价值;铁窗旅游在美国罗德岛的新港海岸,有座建于 1722 年的古老监狱,不久前商人格拉西把它改为监狱酒店,开展监狱生活旅游。来此的游人,每人先发一件黑白相间的囚衣,所用的食具及作息时间与监狱完全一致,这些“游客囚犯”将同真正罪犯一样过铁窗生活,所不同的是没有思想负担,无忧郁之

情,很多游人也愿意到此体验牢狱生活;太空旅游在美国是为了迎合太空好奇者而开办的,他们可乘坐定名为凤凰“E”号的旅游飞船,享受直上九霄的乐趣以及在失重情况下飘飘欲仙的太空幻想。报名时先交 5000 美元定金,全部费用约 5 万美元。

三、当前世界旅游市场的新趋势

1. 大众性:旅游进一步面向大众,它不再是中产阶级或富裕阶层的专享,它是工薪阶层在内的各阶层人士共同应有的一新生活方式。例如当今全球经济不景气,恐怖主义和疫情肆虐的情况下,美国创办了叫“美国裸体休闲协会(AANR)的全国性组织。2003 年 2 月美国游船“惊喜号”载 2000 名游客沿墨西哥海岸航行 10 天。《纽约时报》称美国裸体旅游收入从 1992 年的 1 亿 2 千万美元增长到 2003 年的 4 亿美元。除美国之外,澳大利亚、加拿大,欧洲诸国,还有东南亚,非洲一些国家也在近年来增设裸体海滩、裸体度假地,因为它具有大众性,旅游中分不出富人和穷人。无论是国王和球丐裸体享受的阳光、空气、海水都是平等的。

2. 文化性:旅游者要求旅游目的地越来越重视文化内涵,要求感受当地传统、历史、文化,如俄罗斯的圣彼得堡,它的建筑、风俗、文化、城市的理念成为国际旅客的重要流向。

3. 综合性:旅游者不满足于一般观光,而把各种旅游如求知、娱乐、信息等综合起来,要求观念新潮,因此国际大都市如巴黎、纽约、伦敦、东京、香港、上海、新加坡、圣彼得堡等都备受青睐,流向大都市,成为一种趋势。

四、旅游业与国际旅游学

旅游业是利用自然旅游资源和人文旅游资源以及各种旅游设施,为满足不同游览者不同游览目的而提供服务的一个独特的经济部门。