



中国旅游业普通高等教育应用型规划教材  
中国高等教育学会“十二五”规划教材  
山西省特色专业支撑教材



# 旅游学概论

主 编 张建忠

副主编 张俊英 郝金连

- ◆ 体例新颖，配套齐全。
- ◆ 有电子教案等相关教学资源。
- ◆ 电子教案等相关教学资源免费下载网址<http://cttp.net.cn>。
- ◆ 专家审定，品质保证。

中国旅游出版社



中国旅游业普通高等教育应用型规划教材

中国高等教育学会“十二五”规划教材

山西省特色专业支撑教材

# 旅游学概论

主编 张建忠

副主编 张俊英 郝金连

7-590  
262

中国旅游出版社

策划编辑：段向民

责任编辑：谷轶波

责任印制：冯冬青

封面设计：何杰

---

**图书在版编目 (CIP) 数据**

旅游学概论 / 张建忠主编. --北京：中国旅游出版社，2015.7

中国旅游业普通高等教育应用型规划教材  
ISBN 978 - 7 - 5032 - 5355 - 3

I. ①旅… II. ①张… 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 (2015) 第 137486 号

---

**书 名：旅游学概论**

---

**主 编：**张建忠

**副 主 编：**张俊英 郝金连

**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@cna.gov.cn

发行部电话：010 - 85166503

**排 版：**北京旅教文化传播有限公司

**经 销：**全国各地新华书店

**印 刷：**三河市灵山红旗印刷厂

**版 次：**2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

**开 本：**787 毫米 × 1092 毫米 1/16

**印 张：**16.75

**字 数：**320 千

**定 价：**34.50 元

**I S B N** 978 - 7 - 5032 - 5355 - 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

为适应中国旅游业的飞速发展，培养更多在旅游业领域胜任导游、管理等工作，具有创新思维和实践能力的应用型、实用型高级人才，编写一本与市场接轨、特色突出、题材广泛、形式活泼、内容新颖的新概念旅游业务专业教材势在必行。

本教材编写时针对普通高等教育的特点，准确定位教材的广度和深度，强调以能力为本位，从专业的实际出发，选择最基本和必需的内容，着眼于实际应用，并广泛吸收了国内外旅游领域的最新研究成果和旅游产业实践领域的经验，博采众长，理论体系更加完善，研究更加深入，总体上更符合当前旅游学理论研究的发展趋势和旅游产业的发展潮流。

本教材在编写体例和编写思路上有很大的创新，以项目和任务为导向进行编写，突出综合实训，重在培养学生的行为能力，以适应时代对人才培养的新要求。本教材体现以下几个特点：

(1) 编写团队阵容强大。本教材由资深教师和企业行家联合编写，“双师”型编写队伍是教材建设的保证。

(2) 突出综合实训，理论与实践结合紧密。本教材的编写围绕学生技术应用能力这条主线来设计知识点、能力要求和组织结构，突出对学生的能力培养。

(3) 信息资料新，体现知识的前沿性。本教材编写所采用的各种数据、图片、信息均较新，来自旅游官方行政管理部门、知名网站和权威学者的学术研究，并考虑到行业和专业的发展速度和方向，具有一定的前瞻性和引导性。

本教材由具有多年教材编写经验的晋中学院旅游管理学院院长张建忠博士担任主编，青海民族大学张俊英博士，山西大同大学郝金连博士，晋中学院白瑞芸、柴焰等老师，以及山西省文华国旅董事长李瑛参与了教材的编写。本书分工：第一章（白瑞芸、张建忠）；第二章、第六章（柴焰、白瑞芸、张建忠）；

第三章（郝金连）；第四章、第五章（张俊英）；第七章（郝金连、李瑛）；第八章、第九章（张建忠、白瑞芸）。张建忠负责全书的统稿和校对，郝金连参与了其中部分章节的修改以及校对工作。

本教材参考学时为48—54个。建议讲授时间安排40个学时左右，项目实训安排8—14个学时。

工业销售，销售是企业经营活动的重要组成部分，是企业实现经营目标的关键环节。销售工作的好坏直接关系到企业的生存和发展。因此，销售人员必须具备扎实的专业知识和良好的沟通能力。本书主要介绍了销售工作的基本理论和实务，包括销售人员的素质要求、销售流程、销售技巧、销售合同管理等。本书力求做到理论联系实际，注重培养学生的实践能力和职业素养。本书可作为职业院校市场营销专业及相关专业的教材，也可供从事销售工作的从业人员参考。

# 目 录

## CONTENTS

第一章 旅游学导读 .....	1
第一节 旅游的概念 .....	2
第二节 旅游的本质与社会属性 .....	5
第三节 旅游活动的要素与特点 .....	10
第四节 旅游活动的基本类型 .....	12
第五节 旅游学科体系和基本研究方法 .....	17
第二章 旅游的产生与发展 .....	29
第一节 19 世纪中叶以前的旅行和发展 .....	31
第二节 近代旅游的发展和旅游业的诞生 .....	37
第三节 现代旅游的发展 .....	40
第四节 后现代旅游的发展 .....	46
第三章 旅游者 .....	57
第一节 旅游者的传统概念 .....	59
第二节 决定个人旅游需求的客观因素 .....	64
第三节 决定个人旅游需求的主观因素 .....	69
第四节 旅游者类型划分及其需求特点 .....	76
第四章 旅游资源 .....	84
第一节 认识旅游资源 .....	86
第二节 旅游资源的分类与特点 .....	88
第三节 旅游资源的评价与开发 .....	93
第四节 旅游资源的保护 .....	105

<b>第五章 旅游业</b> .....	111
第一节 旅游业概述 .....	112
第二节 旅游业的性质与特点 .....	117
第三节 旅行社业 .....	119
第四节 饭店与住宿业 .....	123
第五节 旅游交通业 .....	132
第六节 旅游产品 .....	136
<b>第六章 旅游市场</b> .....	142
第一节 旅游市场概述 .....	144
第二节 旅游市场细分 .....	148
第三节 全球国际旅游市场 .....	155
第四节 中国旅游市场 .....	159
<b>第七章 旅游的社会影响</b> .....	173
第一节 旅游的经济影响 .....	174
第二节 旅游的社会文化影响 .....	181
第三节 旅游的环境影响 .....	186
<b>第八章 旅游业的可持续发展</b> .....	191
第一节 旅游可持续发展的基本理论 .....	194
第二节 生态旅游与旅游可持续发展 .....	203
<b>第九章 旅游组织和旅游业的发展趋势与未来</b> .....	212
第一节 旅游组织 .....	214
第二节 世界旅游业的发展趋势 .....	221
第三节 中国旅游业的发展趋势 .....	232

# 第一章

## 旅游学导读



旅游是当今世界的一种社会现象，对社会产生了巨大影响。作为一种社会文化经济现象，旅游有其复杂的运动过程及深刻内涵。旅游学是以人类的旅游活动为研究对象的新兴学科。

当你开始学习这门课程的时候，你已经加入到这个行业之中了。经过 200 年左右的发展，无论是在国内还是国外，旅游业都已演变成一个生机盎然、蒸蒸日上、充满魅力的行业。

### 【教学目标】

本章要求学习者：了解旅游相关常识；了解旅游概念的几个不同学术界定；熟悉旅游的本质与社会属性；掌握旅游活动的构成与特点；灵活把握旅游学科体系和学会旅游学的基本研究方法。

### 【关键术语】

旅游；艾斯特（IASSET）定义；旅游活动；旅游学科体系；旅游学研究方法

### 【案例导入】

#### 行走的历史

“行走”从哪儿开始呢？——从肌肉紧张开始。一条腿像根柱子，将身体托起在天



地之间；另一条腿则像一个钟摆，从后边摇晃到前边。脚后跟着地，身体的重量就前倾到脚趾上；大脚趾伸展开，自动平衡的身体再接着前移。就这样，两条腿不停地交换着位置。从第一步开始，然后是另一步，再后来，就像是有节奏的鼓点，构成了行走的韵律。行走，这个世界上再明显不过也再神奇不过的东西，竟然与宗教、哲学、风景、市政、解剖、寓言还有感伤有着天然的默契！

行走的历史是一部神秘的、没有用文字记载的历史，你只能在一些书籍当中发现只言片语的描述，或者，在歌曲当中、街头巷尾以及几乎每个人的历险故事中找到它们的踪迹。有关身体运动的历史只是那些两足动物演化以及人类解剖学的历史。在很多时候，行走只是一种练习，是两地之间习惯性的运动工具……

（资料来源：谢彦君．基础旅游学 [M]．北京：中国旅游出版社，2011：96.）

#### 案例问题：

1. 旅游与“行走”是什么关系？
2. 结合本章的知识，请思考：如果把旅游与旅行甚至走路等同起来，会造成什么后果？旅游史应该这样编写吗？

#### 分析提示：

1. 《辞海》中对“旅游”的释义是“旅行游览”，对“行走”的释义是“行路；走动”。由此可见，“行走”只是“旅游”的内容要素之一。
2. 不能把旅游等同于旅行或走路，否则会造成对“旅游”内容的片面理解。旅游史在编写中亦既要注重“行”层面的内容，更要注重“游”层面的内容。

## 第一节 旅游的概念

### 一、旅游概念的形成

旅游作为人类一项特殊活动和一种社会现象，有好几千年的历史。有人说，“旅游”这个词是外来语，19世纪出现于英语中。在《韦伯斯特大字典》中，“旅游”（tour）一词被解释成“是一个人回到其出发地所经历的旅程；一次出自商务、娱乐或教育的目的所进行的旅行，旅行期间通常按计划的线路访问不同的地方”。然而，在我国“旅游”一词最早出现在南朝诗人沈约的《悲哉行》一诗中，“旅游媚年春，年春媚游人”。在此之前，汉语中表现旅游活动和旅游现象的词主要是独立的“旅”和“游”字。《周易》中专门有一条“旅”卦，“旅小亨旅贞吉”，旅即旅行的意思。

《诗经·柏舟》中有“微我无酒，以敖以游”。这里的游指遨游、游览。唐孔颖达《周易正义》释“旅”字云：“旅者，客寄之名，羁旅之称；失期本居，而寄他方，谓之旅。”“谓闲暇无事与之游。”这可以说是我国最早给旅行、游览下的定义了。

人们对旅游的正确认识,是随着社会实践的不断发展而逐步形成的。将旅游作为一种社会现象,进行较系统、全面而科学地研究是20世纪的事。由于人们所处的历史时代不同,各时期社会经济发展水平不一,对旅游的认识和确定旅游概念的角度与方法等也存在差异,因而对旅游的定义和内涵有不同的诠释,自然就不足为怪了<sup>①</sup>。

## 二、旅游的概念

“旅游”是旅游学研究的最基本概念。人们对于“旅游”有两种解释:一种是日常生活中经常提到的“旅游”,这种“旅游”与“旅游活动”是同一个概念;另一种即本节所讨论的“旅游”概念,是指作为旅游学研究对象的具有科学意义的抽象的“旅游”概念。

各国旅游学者和不同的国际旅游组织出于不同的需要均对旅游的概念进行过解释,从这些解释的发展过程来看,对“旅游”概念的解释大多是从与“旅游活动”相同含义的“旅游”的解释逐渐过渡到作为旅游学研究对象的科学的概念。国外旅游学者和有关国际旅游组织对旅游的认识归纳起来主要有以下几种:

### (一) 艾斯特 (IASET) 定义

这是瑞士学者对旅游的定义。瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫在1942年合著的《普通旅游学纲要》一书中,给旅游下的定义是,旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致永久居留,并且不从事任何赚钱的活动。

这一定义于20世纪70年代被“旅游科学专家国际联合会”(IASET)所采用,所以,被称为“艾斯特(IASET)定义”或国际定义。

### (二) 交往定义

这是德国学者对旅游的定义。1927年以蒙根、罗特为代表的德国学者在出版的《国家科学词典》中对旅游的定义是,狭义的理解是,那些暂时离开自己的住地,为了满足生活和文化的需求或个人各种各样的愿望而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往。

### (三) 目的定义

这是奥地利学者对旅游的定义。20世纪50年代,奥地利的维也纳经济大学旅游研究所对旅游所下的定义是,旅游可以理解成暂时在异地的人的空余时间的活动,主要是出于休养目的;其次是出于受教育、扩大知识和交际的原因的旅行;再次是参加这样或那样的组织活动以及改变有关的关系和作用。

### (四) 动机定义

这是法国学者对旅游的定义。1966年法国学者让·梅扎森对旅游所下的定义是,所

<sup>①</sup> 张东明,张建国.旅游学概论[M].郑州:郑州大学出版社,2006:2.

谓旅游，是为了使人消遣、得到休息，能让人活动在新的环境中和接触未知的自然风景，加深经验和教养而进行的旅行或离开常住地到外地逗留的一项休假活动。

### （五）流动定义

这是英国学者对旅游的定义。1972年，英国萨里大学的伯卡特和梅特利克认为，旅游发生于人们前往和逗留于各种旅游地的流动，是人们离开他平时居住和工作的地方，短期暂时前往一个旅游目的地运动和逗留在该地的各种活动。

### （六）综合定义

这是美国学者对旅游的定义。1979年，美国通用大西洋集团有限公司马丁·普雷博士到中国讲学时说，旅游是为消遣而进行的旅行，在某一国家逗留的时间至少超过24小时。1980年，美国密执安大学罗伯特·麦金托什和夏希肯特格·波特两位教授在《旅游学——要素、实践、基本原理》一书中指出，旅游可定义为在吸引和接待旅游及其访问者的过程中，由于游客、旅游企业和东道国政府及东道国各地区的居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。

这一定义实际上是对艾斯特定义的补充和发挥。

### （七）狭义和广义定义

这是日本学者对旅游的定义。日本学者铃木忠义主编的《现代观光论》对旅游作了这样的定义，所谓狭义旅游是指：人离开日常生活圈；预定再次回来；以非营利为目的；欣赏自然风物。所谓广义旅游，就是由这种行为而产生的社会现象的总体。

### （八）世界旅游组织定义

1991年6月25日至6月28日，世界旅游组织在加拿大的渥太华召开了“旅游统计国际大会”。经过三次议程，形成了《旅游统计国际大会建议书》。建议书对旅游的概念作出了重新定义，旅游是指一个人旅行到他或她通常环境以外的地方，时间少于一段指定的时段，主要目的不是为了在所访问的地区获得经济效益的活动。其中的表述：“通常环境”是为了排除那些在居住地以内的旅行和日常的旅行；“少于一段”是指定的时段，是为了排除长久的移民活动。这个定义，包括了三种基本类型的旅游：

一是境内旅游，包括国内旅游和入境旅游。其中，国内旅游指一国居民在本国内的旅游，入境旅游指外国居民在本国内的旅游。

二是国民旅游，包括国内旅游和出境旅游。其中，出境旅游指本国居民到其他国家的旅游。

三是国际旅游，包括入境旅游和出境旅游。

会后，世界旅游组织又成立了由政府、国际组织和旅游行业代表组成的指导委员会，负责制订具体贯彻渥太华会议建议的计划。1993年2月，在纽约召开的联合国统计委员会第27次会议通过了世界旅游组织的报告《对旅游统计的建议》。该报告内容包括

有关旅游统计标准的建议和执行这些标准的工作计划。其中一项计划要求世界旅游组织制订一系列的技术手册及指南,以帮助各国执行有关旅游统计中包含的概念、定义和分类的建议。根据该报告,世界旅游组织制定了5本技术手册,在该报告中对旅游作了明确的定义,即“旅游是指人们为了休闲、商务或其他目的离开他们惯常环境,到某些地方并停留在那里,但连续不超过一年的活动”。

此外,我国有学者提出了新的旅游的定义。王洪滨主编的《旅游学概论》一书给出的定义是,旅游是人们离开常住地到异国他乡访问的旅行和暂时停留所引起的各种现象和关系的总和。孙文昌主编的《旅游学导论》一书给出的定义是,旅游是在不定期的社会经济条件下产生的一种社会经济现象,是以满足人们休息、消遣和文化需要为主要目的的非定居者旅行和暂时居留所引起的一切现象和关系的总和。

综合以上定义,可以看出对旅游的定义主要有两种:一种定义是将旅游作为一种旅游活动,因此旅游的概念定义为“旅游活动”,给出旅游活动的原因(目的或动机)、活动方式和类型(如定义2~5和7);另一种定义指出了旅游是一种旅游活动,同时还指出了旅游也是旅游活动引起的各种现象和关系的总和(定义1和6)。而世界旅游组织给出的旅游的定义(定义8)是一种统计学上的定义<sup>①</sup>。

本书借鉴东北财经大学谢彦君教授的观点:旅游是个人以前往异地寻求审美和愉悦为主要目的而度过的一种具有社会、休闲和消费属性的短暂经历。

这个定义强调了以下几方面内容:(1)旅游的根本目的在于需求审美和愉悦体验。这是旅游的本质属性。(2)旅游是一种个人的行为,至少在某个环节上表现为个人有目的、有计划、能加以决策的主动行为,即使在某些被动的情况下,个人也有决定取舍的权利。(3)旅游是一种经历,一种活动,是它本身,而不是它所引起的什么“关系”或“综合现象”。这种活动具有社会性、休闲性和消费性。(4)旅游的两个最突出的外部特征是异地性和暂时性<sup>②</sup>。

## 第二节 旅游的本质与社会属性

### 一、旅游的本质

#### (一) 旅游现象的复杂性

把旅游现象作为一个研究领域,却还仅仅是最近几十年的事情,并且这种研究一直以来的局限于对旅游世界进行某种直观的描述和单一视角的审视。直到今天,关于什么是

① 黄安民. 休闲与旅游学概论 [M]. 北京: 机械工业出版社, 2010: 7-10.

② 张东明, 张建国. 旅游学概论 [M]. 郑州: 郑州大学出版社, 2006: 4.

旅游我们还未能获得一致而满意的答案，而由此所造成的旅游知识共同体（学科）不能够有效建立、理论研究不能够解决实际问题等影响，也似乎始终没有得到解决。有关旅游内涵的一些功利性的、泛化论的学术观点仍弥漫在学术丛林之中，我们难以拨云见日。

作为一种极其复杂的社会现象，旅游的本质规定性会表现在不同的层次上。从作为内核的本质规定性，到它所展示的一般属性，再到其外部可见的种种特征，甚至由这些综合因素所决定的旅游行为特点，都在不同的层面诠释着旅游的本质。因此，我们只能在一个高度整合的框架下才能认识旅游的全貌。图 1-1 是描述这一观点的示意图。在图中由上至下各层级之间具有规定或统辖关系，而由下至上则具有解释关系。

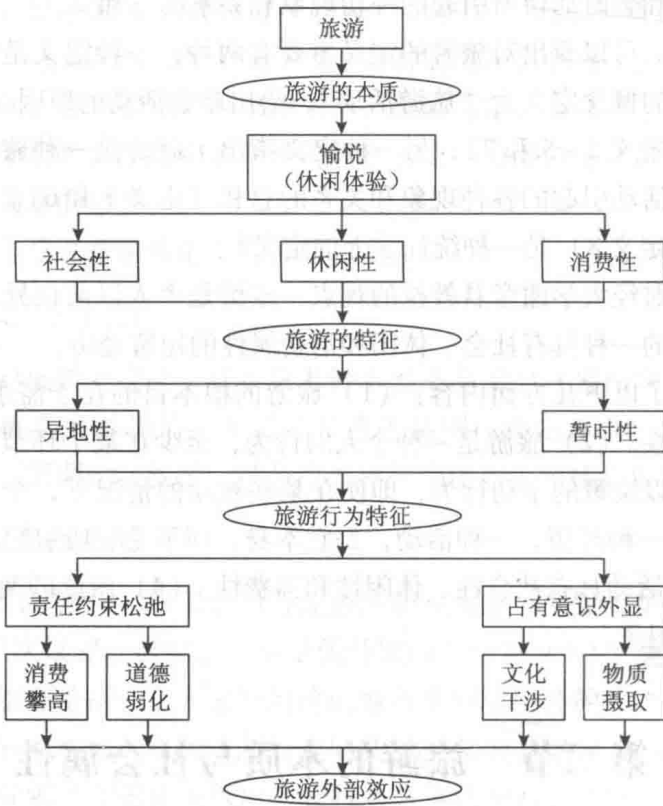


图 1-1 旅游本质的认识框架

从图 1-1 所表示的关系来看，在旅游者的旅游目的与旅游者的实际行为之间，存在着层次众多、构成复杂的干涉因素。由于这些因素的复杂作用，旅游行为最终会以极不相同的外部形式体现出来。然而，在这些复杂的因素之中，却有主次之分，彼此存在着决定与被决定的关系，由此也使得我们能够抓住主要矛盾以及矛盾的主导方面，从而正确地认识旅游现象的本质，确立旅游知识共同体的内核。从图中我们可以看出，旅游行为特征与旅游本质之间就似乎存在着某种矛盾，但在理解这种矛盾时必须将基点建立在旅游的本质规定性的基础上，因为在现实当中，这些矛盾往往

会化解于旅游本质的主导力量之下，甚至旅游本质这种带有根本性的主导力量会为某种看似有悖于旅游本质的异常行为规范出一个适当的阈值，从而使旅游者在旅游世界中的各种行为都可以在旅游的理性框架中予以解释。

## （二）旅游的本质规定

旅游的本质从根本上说是由旅游的目的决定的，而这种目的最终会弥漫到整个旅游过程中，体现在旅游者的具体行为上，成为决定旅游者行为的根本力量。旅游在根本上是一种主要以获得心理快感为目的的审美过程和自娱过程，它发生在人们的业余时间，也发生在有别于人们日常生活所在的空间。这样的一种行为只能是人类社会发展到一定阶段时才产生的一种活动。随着社会的不断发展，这种行为有可能构成人类最基本的活动之一，甚至体现着人类存在的根本意义。

旅游活动过程有三种表现形式：第一种是纯以审美为目的，在旅游过程中始终以审美为唯一活动内容。第二种是纯粹以获得生理上的愉快为目的，并在旅游过程（如果这时也算得上是旅游过程的话）中始终谋求生理愉悦。第三种就是上述两极之间的所有复杂的组合，表现为既有明显的审美倾向，又不完全排斥对立的快感形式。这种概括的分类实际上很容易造成一种假象，似乎第二种纯粹以获得生理愉悦的旅游者在现实中确实存在，换言之，对于一些旅游者来说，审美的成分并不是肯定地存在于其旅游过程之中。

所以，那种在整个旅游过程中始终以获得生理快感为唯一目标的行为主体，事实上是不存在的。

从旅游发生和运行过程上看，由于愉悦性的休闲体验是旅游的内核，因此，旅游就表现为一种个人的行为，并且是在个人的意愿、志趣支配下受个人支付能力及其他能力的影响而发生的行为。以散客或以组团的形式旅游，均是如此。这种目的性行为，是旅游主体在寻求愉悦的意识的支配下与客体之间建立的一种关系，并借助某种审美或自娱的渠道表现出来。单就旅游的主客体而言，他们各自都不能独立构成旅游，只是旅游发生的条件。当旅游主体高度社会化并成为集体现象，而旅游客体同时高度产业化时，旅游便被纳入旅游业的总体框架之下而成为这个框架中最核心的成分，并仍始终保持着自身的这种能满足旅游者寻求愉悦目的的特性。

一言以蔽之，愉悦性的休闲体验构成了旅游这个范畴的基本硬核。任何被称为“旅游”的现象，都不能离开这个硬核而存在。当然，这并不是说，任何出自休闲体验目的而发生的个人行为都是旅游。只有那些暂时的、异地的，以追求愉悦为目的的休闲行为才可以被称为旅游。

## 二、旅游的基本属性

旅游因其本质上属于那种借助于休闲体验而获得愉悦的活动而呈现出消费属性、休闲属性和社会属性。这一点，从旅游活动的内容构成上也可以看得很清楚。

## （一）旅游的消费属性

人生的活动包括两个基本领域：生产领域和消费领域。生产领域肩负着物质生活资料和精神生活资料的生产的使命，而消费活动是出于维持个体生存、保证劳动能力的再生产乃至实现个人社会发展等目的而对生产活动成果的耗用（在这里，不能因为旅游具有恢复或生产一个人的劳动能力的功能而把旅游看作生产行为，错误地置换生产和消费的真实内涵）。旅游在其全过程中既不为社会也不为旅游者个人创造任何外在的可供消费的资料，相反，却吞噬着旅游者以往的积蓄和他人的劳动成果。即使在比较极端的情况下，如仅限于个人的流连山水，陶醉于大自然（而非人工化）的美的恩赐，他也是在消磨本可以用来创造财富的生产时间。所以，旅游无疑是消费行为，不是生产行为。

由于旅游是从人的生命波谱中截取的一个波段，因此旅游消费不会完全超脱于一般的日常消费，但又有别于一般的日常消费。然而，从消费的导向和构成以及各部分的意义上看，旅游消费确有大不同于日常消费之处，突出地表现在重视精神内容、追求愉悦体验，甚至在某些方面表现出对日常生活消费的畸变，而这些均决定于旅游的本质规定性以及旅游所具有的外部特征。

## （二）旅游的休闲属性

如果把旅游置放到劳动与休闲的框架当中衡量的话，那么，旅游是一种休闲，而不是工作，不是劳动。旅游所具有的休闲属性是由以下几个方面决定的：

### 1. 旅游的目的表现为借助各种可以娱情悦性的活动达到愉悦体验

这显然区别于为谋生而进行的劳动，也不同于为维持生存而必须从事的活动，如睡眠、吃饭、操持家务等，与出于社交目的而进行的应景往来也有区别。在旅游的全过程中，总是随意性自娱的目的性占据着主导地位，表现出与一切休闲行为相一致的基本品性。

### 2. 旅游是发生于自由时间或余暇的行为

自由时间的规定性是厘定旅游与其他一些旅行现象的界限的一个关键性的尺度。与其他休闲方式相比，旅游在使用自由时间时有一个明显的特点，即要求用于旅游的自由时间的相对完整性。

自由时间有四种存在状态，即每日余暇、周末公休日、公共假日和带薪假期。每日余暇虽可用于娱乐和休息，但因其过于短暂和零散而不可用于旅游。周末公休日是现代社会经常的、稳定的短期节假日，适合于近距离旅游。尤其是目前大多数工业化国家都实行每周5天工作制（我国从1993年5月开始实行），2天的自由时间对于拥有发达的交通系统的社会来说，足可以使旅游者到相当远的地方去旅游了。公共假日即人们通常所说的节假日，分布在一年中的几个时期，一般为时较短，而且又多有传统活动内容的约束，因此限制了人们外出旅游；但随着人们生活观念的变化，公共假日用于旅游的趋

势也在明显增加。带薪假期是大规模推动度假旅游的基本自由时间形式。随着各国陆续颁布有关的法律，公民享有的法定带薪假期不断增多，带薪假期也就成了人们外出旅游的绝好时机。

### 3. 从旅游的活动构成上看，旅游这种休闲行为实际上又是众多的休闲活动的再组合

换言之，旅游是生活的休闲阶段。旅游者在目的地停留期间，除了吃、喝、拉、撒、睡这些满足生理需要的活动之外（实际上这些活动也都有“闲极无奈”的色彩），所有其他活动都几乎是休闲行为，包括观光、游览、与人交往、看电视、听广播和音乐、阅读书报、聊天、室内消遣、体育锻炼、观看节目演出、参加俱乐部活动等。与日常休闲行为相比，旅游过程中所发生的休闲行为的特殊性就体现在旅游的异地性当中。换言之，旅游这种休闲活动与日常休闲活动的差异在于，旅游休闲被嵌入一种完全新奇、异样甚至陌生的美好环境当中。这种异地性的嵌入，使某种休闲活动变成了旅游，获得了不同于日常休闲的品质，即旅游的品质。

### （三）旅游的社会属性

以往人们在分析旅游的性质时，主要强调它具有经济属性，或充其量认为旅游是一种“社会经济现象”。这种判断的依据是旅游全过程中所离不开的消费（支付）行为。

但判断一种现象所具有的性质，必先认识现象本质的规定。经济对于旅游这种本质上属于个人的审美与愉悦体验范畴的现象只是一种外部支持条件，却不是内在本质构成。没有这种经济上的外部支持，仍可以有旅游，否则就无法解释古人靠两腿的推动而旅游，今人靠自制的或早先购入以备他用的交通工具外出旅游的情形。如果认定旅游本质上具有经济的属性，那么它就必须是旅游须臾不可或缺的东西，而事实上却不是。

旅游的社会属性的存在不仅因为审美意识作为旅游的前提条件而存在，而且，在不同的社会条件下，人们的旅游需要还表现为受时代的强烈社会影响所具有的特征。例如，中国古代的旅游就好像是中国文化的一面折光镜，在这面镜子里，或隐或现地反映出时代文化的影子，或强或弱地袒露着中国文化的灵魂。先秦的朦胧，魏晋的颓废，隋唐的高昂，明清的恬静，以至于20世纪60年代在西方兴起的追逐“3s”和今天普遍倡导的生态旅游，无不反映了不同时代、不同社会在旅游价值观方面的变化。这种变化的根源当然不是经济的，而是社会的<sup>①</sup>。

① 谢彦君. 基础旅游学 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2011: 52-59.



## 第三节 旅游活动的要素与特点

### 一、旅游活动的要素

人们在谈论旅游活动的要素及其构成时，由于讨论背景的不同，往往会有不同的含义所指。具体地讲，在有些情况下，旅游活动的要素指的是旅游活动内容的构成要素；而在另外有些情况下，旅游活动的要素指的是旅游活动体系的构成要素。

#### （一）旅游活动内容的构成要素

就旅游活动的开展所涉及的内容而言，其基本要素一般可概括为食、住、行、游、购、娱六个方面。这便是国人通常所称的旅游活动六要素。显然，这六要素实际上指的是旅游活动内容的构成要素。对个体旅游者来说，在旅游活动的开展中，某些要素（特别是购、娱）实际上并非不可或缺。

#### （二）旅游活动体系的构成要素

就旅游活动得以开展的体系而言，其构成需涉及三项基本要素：旅游活动的主体、旅游活动的客体以及旅游活动的中介体。它们是旅游活动体系中缺一不可的构成要素。

##### 1. 旅游活动的主体

旅游活动的主体即旅游活动的施动者，也即旅游者。并非任何个人都可以无条件成为现实的旅游者。就个体旅游需求的产生和实现而言，只有当一个人同时具备外出旅游的主观意愿和实现这一意愿的客观条件时，才有可能形成旅游需求，成为现实旅游者。

##### 2. 旅游活动的客体

旅游活动的客体即旅游活动的对象，也即既能够吸引旅游者来访又使其来访目的得以实现的旅游吸引物或旅游资源。旅游资源不仅是旅游者来访活动的对象物，而且是一个国家或地区能够吸引旅游者前来光顾的根本基础。对于一个旅游目的地来说，虽然旅游服务的质量状况可以助长或削弱该地对旅游者的吸引力，但该地旅游吸引力的本源永远是当地的旅游资源<sup>①</sup>。

##### 3. 旅游活动的中介体

旅游活动构成要素中，旅游业是旅游活动的中介体。旅游业把旅游者和旅游资源联系在一起，使旅游活动顺利开展，成为实现旅游活动的条件和手段。旅游业是旅游发展的产物，也是旅游发展的推动者。在近代旅游业产生之前，旅游活动主要是一种自发

<sup>①</sup> 李天元. 旅游学 [M]. 3 版. 北京: 高等教育出版社, 2011.