

江西导游应用丛书

导游基础新编

主编：王忠武

编著：李 曦 席岳婷



江西科学技术出版社



第一章 旅游与旅游业

第一节 旅游发展简史及旅游活动的分类

一、旅游发展简史

旅游是社会经济发展到一定阶段的产物。在人类历史上,除了为生产生活所进行的迁徙外,人们有意识的外出旅行最初是由产品或商品交换引起的。随着三次社会大分工的出现、私有制的产生,生产的产品出现了剩余,产生了商品,于是形成了对产品交换的需要,人们才外出旅行经商。它始于原始社会末期,在奴隶社会得到了迅速发展。在封建社会时期,商品生产和商品交换的范围和规模进一步扩大,使经商旅行又有了新的发展。与此同时,这个时期内各种目的的旅行活动,如帝王将相的巡游、文人墨客的漫游、贵族子弟的求学、宗教信徒的朝圣等也相继展开,但由于参加者人数较少,不具有普遍的社会性。这一时期的旅游活动,“游”不占主导地位,还不能算是严格意义上的旅游。

到了19世纪,产业革命加速了社会经济的发展和城市化的进程,促进了科学技术的进步,火车、轮船的出现,使大规模的人员流动成为可能。正是在这种社会背景下,1845年英国人托马斯·库克创办了世界上第一家旅行社,专门经营旅游业务。以此作为标志,近代旅游业产生。随后在欧洲其他国家和美国也成立了类似的行业机构。这时,旅游才开始在多方面具有如今意义上的性质和特点。

第二次世界大战之后,世界经济迅速发展,人们收入不断提高,带薪假期在西方国家普及,加上喷气客机用于民航和各国政府对旅游业的支持,出现了“大众旅游”的新局面。它标志着现代旅游的产生和发展。

二、旅游及旅游活动的分类

(一) 旅游的概念

根据世界旅游组织的规定,旅游是指人们为休闲、商务或其他目的离开惯常



环境,到其他地方去访问,连续停留时间不超过一年的活动。

这里的“惯常环境”,包括居住地附近的地方和人们经常去的地方。它一是指人们常去的地方,即使这个地方离他的居住地很远,如某人的度假别墅或第二住房等,也属惯常环境;二是指离一个人的居住地很近的地方,即使他很少去,同样属于惯常环境。

旅游与旅行的根本区别,其一在于旅游必须离开惯常环境,而旅行则无需这一条件。例如每天上下班和离家到剧院看戏,即属于旅行,而不是旅游。所以,我们把旅游的主体称为游客(visitor),而旅行的主体则称为旅行者(traveller)。其二是要看其主体在访问地通过其活动是否获取谋生性报酬。旅游的主体不以获取谋生性报酬为主要目的。

(二) 旅游活动基本要素

旅游活动的基本要素,是指开展旅游活动必须具备的基本条件。这些基本条件包括:游客、旅游资源和旅游服务及其设施三个方面。

1. 旅游活动的主体——游客

游客是指任何一个人到他(她)的惯常环境以外的地方去旅游,连续停留时间不超过12个月、其旅游的主要目的不是通过所从事的活动从访问地获取报酬的人。游客是旅游活动的主体。一个人要成为游客,必须具备三个基本条件:即要有旅游的动机、要有可由自己支配的收入和可供自己支配的余暇时间。旅游动机、自由支配的收入和余暇时间三者缺一不可,否则,旅游活动就不可能进行。

游客分为旅游者和一日游游客两种。旅游者即游客中那些在访问地或访问国停留24小时以上、一年以内,并且在访问地或访问国的住宿设施中过夜的人,所以也称之为过夜游客。一日游游客(excursionist)指那些不在访问地或访问国过夜的游客。

2. 旅游活动的客体——旅游资源

旅游资源是指自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素。

旅游资源的本质特征是对游客具有吸引力,吸引游客去旅游。吸引力的大小取决于旅游资源固有的质量和所处的地理位置。旅游资源固有的质量是指旅游资源本身的特色及旅游市场对它的认知。特色越浓,认知的程度越高,对游客的吸引力越强。旅游资源所处的地理位置是指它所在的地点距离客源地区的远



近及进入性的程度。进入性是指游客进入和离开旅游资源坐落地点的道路及交通运输的便利性和通畅性。道路越好,交通运输设施越现代化,进入性的程度就越高。

旅游资源吸引力的大小表现为在一定时期内来访问的游客的数量大小,即接待的游客人次的多少。旅游资源吸引力的大小与来访游客的数量成正比。

旅游资源的功能指旅游资源对人类社会所具有的效用和价值。旅游资源的效用和价值主要分为两个方面:一是对游客来说,旅游资源的功能主要表现为观赏消闲、娱乐健身和增知益神三个方面,其中观赏消闲是旅游资源最基本的功能;二是对旅游目的地国家或地区来说,旅游资源的功能表现为所取得的经济效益、社会效益和环境效益。

旅游资源包括的范围很广,种类繁多。首先,根据旅游资源的基本成因和属性,旅游资源可分为两大基本类型,即自然旅游资源和人文旅游资源。根据自然旅游资源和人文旅游资源各自内部的差异又可以进一步划分出次一级的类型,依此类推,形成具有一定从属关系的不同等级的类别系统。

(1) 自然旅游资源。

自然旅游资源是在亿万年自然地理环境的演变之中形成的、具有旅游功能的事物和因素。自然旅游资源是指构成自然环境的主体要素:地貌、气候、水体和生物中具有吸引力的部分,从根本上说属于大自然的产物。

(2) 人文旅游资源。

人文旅游资源是人类创造的,反映各时代、各民族政治、经济、文化和社会风俗民情状况,具有旅游功能的事物和因素。

上述旅游资源的分类是目前我国所采用的最常见、应用最广泛的一种分类方案。为了适应我国旅游业的快速发展,满足我国旅游资源深入开发的需要,国家相关部门制定出了统一的旅游资源分类体系,具有较强的实际指导意义,国家质量监督检验检疫总局于2003年颁布了新的中华人民共和国国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972-2003),规定了旅游资源类型体系、旅游资源调查和等级评价的技术和方法,适用于各类型旅游区(点)的旅游资源开发与保护、旅游规划与项目建设、旅游行业管理与旅游法规建设、旅游资源信息管理与开发利用等方面。

新的国家标准分类体系主要依据旅游资源的性质,即现存状况、形态、特性



等,将我国的旅游资源分为8个主类、31个亚类、155个基本类型共三个层次。以旅游资源性质上的差异为依据分出的8个主类分别是地文景观主类、水域风光主类、生物景观主类、天象与气候景观主类、遗址遗迹主类、建筑与设施主类、旅游商品主类、人文活动主类。以旅游资源的性质、形态、功能特性、文化内涵等为依据进一步划分出31个亚类和155个基本类型。新的国家标准分类体系如下表所示。

国家标准旅游资源分类表

主类	亚类	基本类型
A 地文景观	AA 综合自然旅游地	AAA 山丘型旅游地 AAB 谷地型旅游地 AAC 沙砾石地型旅游地 AAD 滩地型旅游地 AAE 奇异自然现象 AAF 自然标志地 AAG 垂直自然地带
	AB 沉积与构造	ABA 断层景观 ABB 褶曲景观 ABC 节理景观 ABD 地层剖面 ABE 钙华与泉华 ABF 矿点矿脉与矿石积聚地 ABG 生物化石点
	AC 地质地貌过程形迹	ACA 凸峰 ACB 独峰 ACC 峰丛 ACD 石(土)林 ACE 奇特与象形山石 ACF 岩壁与岩缝 ACG 峡谷段落 ACH 沟壑地 ACI 丹霞 ACJ 雅丹 ACK 堆石洞 ACL 岩石洞与岩穴 ACM 沙丘地 ACN 岸滩
	AD 自然变动遗迹	ADA 重力堆积体 ADB 泥石流堆积 ADC 地震遗迹 ADD 陷落地 ADE 火山与熔岩 ADF 冰川堆积体 ADG 冰川侵蚀遗迹
	AE 岛礁	AEA 岛区 AEB 岩礁



续表

主类	亚类	基本类型
B 水域 风光	BA 河段	BAA 观光游憩河段 BAB 暗河河段 BAC 古河道段落
	BB 天然湖泊与池沼	BBA 观光游憩湖区 BBB 沼泽与湿地 BBC 潭池
	BC 瀑布	BCA 悬瀑 BCB 跌水
	BD 泉	BDA 冷泉 BDB 地热与温泉
	BE 河口与海面	BEA 观光游憩海域 BEB 涌潮现象 BEC 击浪现象
	BF 冰雪地	BFA 冰川观光地 BFB 长年积雪地
C 生物 景观	CA 树木	CAA 林地 CAB 丛树 CAC 独树
	CB 草原与草地	CBA 草地 CBB 疏林草地
	CC 花卉地	CCA 草场花卉地 CCB 林间花卉地
	CD 野生动物栖息地	CDA 水生动物栖息地 CDB 陆地动物栖息地 CDC 鸟类栖息地 CDE 蝶类栖息地
D 天象 与气候 景观	DA 光现象	DAA 日月星辰观察地 DAB 光环现象观察地 DAC 海市蜃楼现象多发地
	DB 天气与气候现象	DBA 云雾多发区 DBB 避暑气候地 DBC 避寒气候地 DBD 极端与特殊气候显示地 DBE 物候景观



续表

主类	亚类	基本类型
E 遗址遗迹	EA 史前人类活动场所	EAA 人类活动遗址 EAB 文化层 EAC 文物散落地 EAD 原始聚落
	EB 社会经济文化活动遗址遗迹	EBA 历史事件发生地 EBB 军事遗址与古战场 EBC 废弃寺庙 EBD 废弃生产地 EBE 交通遗迹 EBF 废城与聚落遗迹 EBG 长城遗迹 EBH 烽燧
F 建筑与设施	FA 综合人文旅游地	FAA 教学科研实验场所 FAB 康体游乐休闲度假地 FAC 宗教与祭祀活动场所 FAD 园林游憩区域 FAE 文化娱乐场所 FAF 建设工程与生产地 FAG 社会与商贸活动场所 FAH 动物与植物展示地 FAI 军事观光地 FAJ 边境口岸 FAK 景物观赏点
	FB 单体活动场馆	FBA 聚会接待厅堂(室) FBB 祭拜场馆 FBC 展示演示场馆 FBD 体育健身馆场 FBE 歌舞游乐场馆
	FC 景观建筑与附属型建筑	FCA 佛塔 FGB 塔形建筑物 FCC 楼阁 FCD 石窟 FCE 长城段落 FCF 城(堡) FCG 摩崖字画 FCH 碑碣(林) FCI 广场 FCJ 人工洞穴 FCK 建筑小品
	FD 居住地与社区	FDA 传统与乡土建筑 FDB 特色街巷 FDC 特色社区 FDD 名人故居与历史纪念建筑 FDE 书院 FDF 会馆 FDG 特色店铺 FDH 特色市场
	FE 归葬地	FEA 陵区陵园 FEB 墓(群) FEC 悬棺
	FF 交通建筑	FFA 桥 FFB 车站 FFC 港口渡口与码头 FFD 航空港 FFE 栈道
	FG 水工建筑	FGA 水库观光游憩区段 FGB 水井 FGC 运河与渠道段落 FGD 堤坝段落 FGE 灌区 FGF 提水设施



续表

主类	亚类	基本类型
G 旅游商品	GA 地方旅游商品	GAA 菜品饮食 GAB 农林畜产品与制品 GAC 水产品与制品 GAD 中草药材及制品 GAE 传统手工产品与工艺品 GAF 日用工业品 GAG 其他物品
H 人文活动	HA 人事记录	HAA 人物 HAB 事件
	HB 艺术	HBA 文艺团体 HBB 文学艺术作品
	HC 民间习俗	HCA 地方风俗与民间礼仪 HCB 民间节庆 HCC 民间演艺 HCD 民间健身活动与赛事 HCE 宗教活动 HCF 庙会与民间集会 HCG 饮食习俗 HGH 特色服饰
	HD 现代节庆	HDA 旅游节 HDB 文化节 HDC 商贸农事节 HDD 体育节
数量统计		
8 主类	31 亚类	155 基本类型

3. 实现旅游活动的纽带——旅游服务及其设施

旅游服务是指旅游目的地旅游行业的人员以一定的物质为资料凭借,为满足游客在旅游活动过程中各种需求而提供的服务。

旅游设施是指旅游目的地旅游行业的人员向游客提供服务时依托的各项物质设施和设备。它包括交通运输设施、食宿接待设施,游览娱乐设施和旅游购物设施等。

旅游服务及其设施是连接旅游活动主体和客体的纽带。没有旅游服务及其设施,游客和旅游资源二者就不能实现相互间的结合,即旅游活动就不能进行。

从上可以看到,旅游活动的三大基本要素是缺一不可的。

(三) 旅游活动的种类

现代旅游活动,参加旅游的人数越来越多,旅游活动的领域越来越广泛,旅游的方式也越来越多种多样,因而旅游活动可从不同角度予以分类。下面主要



介绍两种。

1. 按地理范围划分

旅游活动按地理范围分为国际旅游和国内旅游。

(1) 国际旅游。

国际旅游是指跨越国界的旅游活动。包括入境旅游和出境旅游。前者指外国居民到本国的旅游活动,后者指本国居民到他国的旅游活动。

世界旅游组织将全球划分为六大旅游区:欧洲旅游区、美洲旅游区、东亚与太平洋旅游区、非洲旅游区、中东旅游区和南亚旅游区。所以,国际旅游在六大旅游区范围内可分为区间旅游和区内旅游。前者指跨越一旅游区范围的区域间的旅游,后者则指在一旅游区范围之内之的国与国之间的旅游。国际旅游还可在五大洲(欧洲、美洲、亚洲、澳洲、非洲)范围内划分为洲际旅游和洲内旅游。前者指跨越一洲范围的洲际间的旅游,后者则指在一洲范围之内国际间的旅游。

(2) 国内旅游。

国内旅游是指人们在居住国范围内的旅游。它的特点是,对进行这种旅游活动的人没有国籍的限制,游客可以是本国公民,也可以是长住该国的外国人。例如,常驻某一国的使、领馆人员在该国范围内的旅游活动,对该国而言,仍属国内旅游。

国内旅游可从不同角度分为两类:

第一类是从出、入本地区来划分的入境旅游和出境旅游。前者指本国其他地区的居民到本地区的旅游,后者指本地区居民到本国其他地区的旅游。

第二类是从地区内、外来划分的区内旅游和区间旅游。前者指一国某地区的居民在本地区范围内的旅游,后者指该地区的居民或其他地区的居民在地区之间的旅游。

国内旅游与国际旅游的关系是:从全世界旅游发展的历程来看,一般的规律是:国内旅游是一国旅游业发展的基础,国际旅游是国内旅游的延伸和发展。

2. 按旅游目的划分

根据世界旅游组织的规定,旅游活动按人们出游的目的可分为六大类,即休闲、娱乐、度假类;探亲访友类;商务、专业访问类;健康医疗类;宗教朝拜类与其他等。

此外,旅游活动还可以按距离(远、中、近距离旅游)、组织形式(散客、团体旅



游)、消费等级(豪华、一般、经济等级旅游)、费用来源(自费、公费旅游)和旅游方式(乘飞机、火车、汽车、轮船、自行车、徒步等旅游)等等来划分。

第二节 旅游业

一、旅游业

旅游业,国际上称之为 tourist industry,即旅游产业。它是凭借旅游资源和设施,专门或者主要从事招徕、接待游客,为其提供交通、游览、住宿、餐饮、购物、娱乐等六个环节的服务并获取经济收益的综合性行业。

旅游业的根本性质在于它是一项经济性产业,其主要目的是通过对旅游活动的促进和向游客提供旅游服务而获取经济收入。

二、旅游业的三大支柱

关于旅游业的构成有几种说法,但是,从国民经济各行业中为游客提供产品和服务的角度出发,人们认为,旅游业主要由三部分构成,即旅行社业、交通客运业和以饭店为代表的住宿业。它们是旅游业的三大支柱。

三、中国旅游业发展简况

(一)旧中国的旅游业

在20世纪初,英国的“通济隆”洋行、美国的“运通”公司、日本的国际观光局,陆续打进了我国市场。当时上海商业储蓄银行为了开办自己的旅游事业,于1923年8月在该行设立了旅游部,1927年6月该部曾单独挂牌注册,更名为中国旅行社,但仍属该行管辖。中国近代旅游业刚刚萌芽,由于长期的内忧外患,战火不断,人民生活贫困,难以继续发展而奄奄一息。

(二)新中国的旅游业

新中国旅游业的发展历程,分两个不同的时期。

1. 第一时期(1949~1977年)

这个时期我国没有把入境旅游当作经济事业看待,而是作为外事工作的一



部分。其主要特点是:第一,接待对象局限在外国友好团体和华侨、港澳同胞范围内,其他类型的游客受到限制。旅游接待规模也很小,最高年份接待外国游客也不过5万多人;第二,旅游接待不计成本。各接待单位多为事业性质,接待的目的不是为了经营,而是作为政治任务来完成;第三,旅游主管部门与旅游接待单位合为一体。因此,这个时期只能说是我国旅游业的初始时期。

2. 第二时期(1978年起至今)

这个时期自1978年的改革开放起,至目前共20多年,是我国旅游业的真正创业和发展时期。从经济的角度看,它可以分为初创、发展、提升三个阶段。

(1) 第一阶段——初创期(1978~1990年)。

根据世界上旅游业的一般发展规律,旅游业在其初创阶段,显著的特点是高投入、高速度、低质量、低效益。因为旅游业虽然就总体来说是劳动密集型行业,但是在其初创阶段,需要建设许多基础设施,如饭店、机场、公路等,要投入大量资金,以形成一定的接待能力。其次,由于初创阶段接待基数小,接待设施不完善,从业人员经验不足,因此发展速度虽然很快,但管理水平不高,服务质量低,经济效益低下。最后,在初创阶段,旅游业的管理体制、法律法规和配套政策也有逐步形成和完善的过程。所以,在初创阶段,旅游业呈现的是一种典型的以外延扩大再生产为主的速度型发展模式。

在我国旅游业发展的初创阶段中,这一发展模式的突出表现为:入境游客的增长速度明显高于旅游收入的增长速度,旅游收入与旅游投资之比基本持平。

在这个阶段,我国旅游业开始步入正轨。其主要标志是:第一,1985年国务院批转了国家旅游局《关于当前旅游体制改革几个问题的报告》,明确了我国旅游管理体制采取“政企分开,统一领导,分级管理,分散经营,统一对外”的原则;国家旅游局作为国务院的职能部门,要面向全行业,统管全国旅游事业。要实现四个转变,即从过去主要搞旅游接待,转变为开发建设旅游资源与接待并举;从只抓国际旅游,转变为国际、国内旅游一起抓;从以国家投资为主建设旅游基础设施,转变为国家、地方、部门、集体、个人一起上,自力更生与利用外资一起上;旅游经营单位(旅行社、旅游饭店、旅游汽车和游船公司等)由事业单位转为企业,从所属的行政管理部门独立出来,自主经营。第二,1986年旅游业正式列入我国国民经济和社会发展规划。

但是,在这个阶段,旅游业的发展也存在着严重的制约因素,这就是与国民



经济中其他相关部门的协调配合问题,突出的是民航国内运输在不少地方成为制约旅游业发展的“瓶颈”。

(2) 第二阶段——发展期(自 1991 年至 2000 年)。

其主要特征是中投入、中速度、中质量、中效益。这是因为经过第一阶段的大量投资和建设,初步具备了发展的基础条件;但是,各种配套设施还需要进一步完善,旅游资源还需要进一步开发,因而还需要追加相当数量的投资。在发展速度上由于基数加大而趋平缓。经过初创阶段,人员素质有所提高,管理水平有所改善,经济效益也有所提高。所以这个阶段的发展模式开始从速度型向效益型逐步转换。

这种转变在我国旅游业中主要表现为:一是旅游外汇收入的增长速度开始快于旅游接待人次的增长速度,二是旅游投资收入率增大。

此外,在这个阶段,正式启动了我国公民赴东南亚三国(新、马、泰)的出境旅游(1990 年 10 月 30 日颁布《关于组织我国公民赴东南亚三国旅游管理暂行办法》),从此,我国旅游业包括国内旅游、入境旅游和出境旅游,开始全方位发展。1991 年 2 月国务院批转了国家旅游局《关于加强旅游行业管理若干问题的请示》,在加强旅游全行业管理的同时,提出了建立旅行社企业集团构想。1991 年 3 月,李鹏总理在《政府工作报告》中将旅游业列为第三产业重点发展的行业。1998 年中央经济工作会议进一步把旅游业作为国民经济新的增长点。总之,这一切标志着我国旅游业进入了一个新的发展阶段。

(3) 第三阶段——提升期(自 2001 年至今)。

这个时期中国已经建设成为世界旅游大国,旅游业被确立为国民经济新的增长点,2003 年是个非常特殊的年份,由于 SARS 的影响,中国的旅游业受到了重创,2004 年则是旅游业发展的恢复期,2005 年,中国旅游业发展的“十五”规划目标已经全部实现,旅游业步入了快速发展的阶段;旅游成为全面建设小康社会的重要内容;旅游产业体系日臻完善,三大市场全面发展,市场前景日益广阔:2000 年至今,国内市场保持活跃,旅游已经成为广大城乡居民重要的消费领域和扩大内需的重要力量。入境旅游实现了持续稳定的增长。出境旅游攀升,2000~2003 年期间的中国公民出境旅游年均增长速度达 27%,出境旅游以超过 2000 万人次的速度再创历史新高,并使得中国作为旅游客源地的特征越发凸现出来。旅游业对增强我国国际影响力,发挥了积极作用。2005 年 8 月,国家旅游局对今



后旅游业的发展战略由原来的“大力发展入境旅游,积极发展国内旅游,适度发展出境旅游”改为“大力发展入境旅游,全面提升国内旅游,规范发展出境旅游”,由此反映了我国旅游业发展政策的新调整,形成了各级党委政府高度重视旅游业发展的良好格局。

在此期间,中国加入世界贸易组织已 5 年,入世开放成绩斐然,进一步推动了旅游业的对外开放。截至目前,进入中国市场的境外饭店品牌已达 49 个;外资在中国设立的旅行社已达 25 家,其中独资 11 家、外资控股 5 家、合资 9 家。我们认真履行入世承诺,在旅行社领域,我国如期兑现了降低注册资本的承诺,2003 年 11 月 18 日,由德国 TUI 股份公司、MB 中国投资有限公司和中国中旅(集团)公司合作组建的中旅途易旅游有限公司在北京正式成立,成为首家在华由外方(即德国 TUI)控股、与中方合作的旅游企业。2003 年 12 月 1 日,经国家旅游局审批获准在我国成立的第一家外商独资旅行社——日航国际旅行社(中国)有限公司在北京正式开业。从旅游企业的规模和实力来看,现在我国已经拥有 5 家固定资产在百亿元以上的旅游集团,具备了初步的国际竞争力。国内旅游企业与国际旅游大企业之间的差距正在不断缩小。

旅游业的发展是一个国家政治局势和社会经济发展的晴雨表,中国经济改革在深入,市场化进程在不断加快,但从当前旅游发展的总体情况来看,我国旅游业还处于粗放型增长阶段,因此,从旅游大国到旅游强国,中间的必经之路是不断提高质量,不断提高竞争力,最终目标是形成强大的国际竞争力,早日成为旅游强国。

第三节 旅游市场

一、旅游产品的定义

旅游产品是指由旅行社或旅游经营单位设计,为满足不同的旅游者在整个旅游活动中对游览、食宿、交通、娱乐、服务等项目的需求而组合的产品。即旅游目的地向游客提供一次旅游活动所需要的各种服务的总和。其规格、质量、品种、价格不尽相同。旅游产品通过销售,称为旅游商品。旅游商品具有两种不同的含义:一种是如上所述的把各种旅游项目和日程等经营活动,组成线路进行推



销,因为它具有一般商品的基本属性,故统称旅游商品;但它又不同于另一种可供游客在旅游地现场购买的各种物质性商品。旅游商品具有生产和消费在时间和空间上的同一性、统一性等特点,并且是经过规划的商品,所以从这一角度看,旅游商品又叫“旅游规划商品”。这是广义的旅游商品,而游览地的物质性商品则是狭义的旅游商品。

二、旅游市场的定义

根据市场经济理论,市场有广义和狭义之分。狭义的市场指的是有形市场,即商品进行交换的具体场所,如商场、集贸市场等;广义的市场既包括有形市场,又包括无形市场。无形市场是指没有固定的交易场所,而靠广告、中间商来沟通买卖双方,促使交易。显然,旅游市场基本上属于无形市场。

旅游市场的定义,从经济学角度讲,就是旅游产品供求双方交换关系的总和,即在旅游产品交换过程中所产生的各种经济现象和经济联系。在旅游业的经营和旅游学术研究中,旅游市场通常是指旅游需求市场或旅游客源市场,即某一特定旅游产品的经常购买者和潜在购买者。

三、旅游市场构成要素

从经济学的角度讲,旅游市场的基本构成要素包括:

- (1) 旅游产品的生产者或供应者。他们作为卖者成为旅游市场的主体之一。
- (2) 旅游产品的使用者或消费者。他们作为买者也成为旅游市场的主体之一。
- (3) 可供交换的旅游产品。它作为买卖双方交换的商品构成旅游市场的客体。
- (4) 价格。它对买卖双方能否成交和交易数量起调节作用,从而对旅游产品的供给与需求产生影响。

四、国际旅游市场的划分

按照世界旅游组织的划分,世界国际旅游分为六大旅游市场。

(一) 欧洲市场

多年来,无论是国际旅游接待人次还是国际旅游收入,欧洲都居于各大地区



旅游市场之首。以 2002 年为例,分别占全世界总量的 56.9% 和 50.7%。虽然其旅游接待人次和旅游收入绝对量仍在继续增加,但在世界国际旅游总人次和总收入中所占比例逐步下降。此外,欧洲地区还是世界上最重要的国际旅游客源地,其中,德国、英国、法国和意大利等国家每年都有大量游客出国旅游。欧洲市场不但是世界上国际旅游的中心接待地区,也是最大的国际旅游客源地。

(二) 美洲市场

美洲是仅次于欧洲的国际旅游发达地区,其国际旅游接待人次和旅游收入在世界各大地区旅游市场中居第二位,也是世界上国际旅游的重要客源地。在过去的近半个世纪中,其接待人次所占份额虽有所下降,但下降比例不大,始终在 20% 左右。国际旅游收入所占份额在 25% 上下浮动。此外,美洲地区也是世界上第二大国际旅游客源市场,在世界前 20 名主要国际旅游客源国中,美洲占了 3 个,分别是美国、加拿大和墨西哥。

(三) 东亚和太平洋市场

这一地区一直是世界上排名第三的国际旅游接待地区,也是世界上第三大国际旅游客源市场,被认为是国际旅游业发展最成功的地区。这一市场的最大特点是发展速度快,旅游接待量和旅游收入一直以高于世界平均增长率的速度增长,在 20 世纪 60 年代,该地区的国际旅游接待人次仅占全世界总量的 1%,此后持续发展,到 2000 年,该地区国际接待量和国际旅游收入在全世界总量中所占比重已达 15.9% 和 17.4%,在国际旅游接待量方面已接近美洲地区,甚至在 2002 年一度超过美洲地区。依据发展趋势,世界旅游组织预测,这一地区国际旅游的发展将会很快超过美洲而居第二位。

(四) 非洲市场

非洲地区近年来国际旅游接待量增长较快,高于全世界平均增长率,但旅游接待量和旅游收入占全球的份额均不高。

(五) 中东市场

这一地区在 20 世纪 70 年代以前曾经是世界国际旅游重要接待地区之一,此后由于战争和政治动荡,该地区的国际旅游业始终未能兴旺起来。不过,该地区的一些盛产石油的国家,如沙特阿拉伯、科威特也是国际旅游的重要客源国。

(六) 南亚市场

这一地区自 20 世纪 80 年代以来,国际旅游业的发展也比较快,其接待人次



的增长速度高于世界平均增长率,但占全球的份额仍很小。由于该地区国家经济发展水平较落后,其出境旅游市场除印度外都很小,近年来,印度旅游业发展速度很快,成为人们关注的主要旅游市场。

五、中国旅游市场及其发展趋势

(一) 入境旅游市场

我国入境旅游市场由三个部分构成,即外国人、海外华侨和港澳台胞。其中,港澳台游客一直占我国入境游客的绝大部分。这一情况在今后 50 年内不会有多大变化,但国际客源市场会进一步扩大。

国际客源市场是指外国人来华市场。自 1978 年以后,排在前列的一直是日本、美国、英国、德国、法国、菲律宾、澳大利亚、加拿大、泰国。然而,自 20 世纪 90 年代中期起,韩国、俄罗斯、蒙古、马来西亚、新加坡替代了德国、法国、澳大利亚而居前列。2006 年,前 10 位客源国的排列顺序依次为韩国、日本、俄罗斯、美国、马来西亚、新加坡、菲律宾、蒙古、泰国、英国。2007 年,我国接待入境旅游人数达 1.32 亿人次,国际旅游外汇收入达 419 亿美元,保持全球第四大入境旅游接待大国的地位。

(二) 国内旅游市场

国内旅游市场是我国旅游业的一个重要市场部分。随着我国经济的持续快速发展、人民生活水平的不断提高,国内旅游发展非常迅速。

目前,国内旅游的主要特点是:第一,规模庞大;第二,短程旅游比重大;第三,旅游形式以散客为主;第四,人均消费水平尚低。随着我国经济的持续快速发展、人民生活水平的进一步提高和生活方式的变化,国内旅游市场规模还将进一步扩大,市场消费水平将有较大的提高。2007 年,我国国内旅游继续快速增长,出游人数和旅游收入均保持两位数的增幅,全国国内旅游人数达 16.1 亿人次,全国国内旅游收入 7771 亿元人民币,国内旅游发展走上快车道。

(三) 出境旅游市场

自 20 世纪 80 年代中期以来,我国居民出境旅游呈现不断增长趋势。但我国是一个发展中国家,出境旅游仍以近距离旅游为主,即到港澳地区、东南亚国家和周边国家的边境游。随着我国经济的不断发展,政府对公民出境旅游政策的放宽,我国大陆居民出境旅游近年增长迅速。2007 年,我国公民出境人数达到



4095 万人次,成为亚洲最大出境旅游客源国。出境第一站按人数排序,列前十位的国家和地区依次是:香港、澳门、日本、韩国、泰国、俄罗斯、美国、新加坡、越南、马来西亚。截止 2009 年 3 月,我国政府已批准开放的中国公民自费组团可以前去的旅游目的地国家和地区已达 137 个,已经实施的达 96 个,内地居民赴港澳“个人游”范围扩大为 49 个城市。

新时期,中国旅游业将进入更加快速发展的新阶段,据世界旅游组织预测,到 2015 年,中国将成为世界上第一大旅游接待国、第四大旅游客源国和世界上最大的国内旅游市场。

第四节 旅游组织和世界旅游日

一、中国旅游组织

(一) 旅游局

1. 国家旅游局

中华人民共和国国家旅游局(简称“国家旅游局”),是我国的国家旅游组织,是国务院下属的负责统一管理全国旅游工作的政府行政机构。

2. 国家旅游局的主要职责

国家旅游局是国务院主管旅游工作的直属机构。主要职能是:

(1) 研究拟定旅游业发展的方针、政策和规划,研究解决旅游经济运行中的重大问题,组织拟定旅游业的法规、规章及标准并监督实施。

(2) 协调各项旅游相关政策措施的落实,特别是假日旅游、旅游安全、旅游紧急救援及旅游保险等工作,保证旅游活动的正常进行。

(3) 研究拟定国际旅游市场开发战略,组织国家旅游整体形象的对外宣传和推广活动,组织指导重要旅游产品的开发工作。

(4) 培育和完善国内旅游市场,研究拟定发展国内旅游的战略措施并指导实施,监督、检查旅游市场秩序和服务质量,受理旅游者投诉,维护旅游者合法权益。

(5) 组织旅游资源的普查工作,指导重点旅游区域的规划开发建设,组织旅游统计工作。