

浙江现象·旅游创新系列丛书

陈仙波 张跃西 丛书主编
郭鲁芳 丁萍萍 丛书副主编



浙江城市旅游 目的地发展与创新

孙优萍 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内容简介

浙江现象·旅游创新系列丛书

浙江城市旅游目的地 发展与创新

◎孙优萍 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本著作以休闲时代为背景,对城市旅游的内涵进行了全面深入的分析,廓清了相关概念及其相互关系,全面梳理了国内外城市旅游的发展与演进,以及浙江城市旅游的发展现状,总结了浙江城市旅游发展的先进经验与理念。具体有:国际化、城市化、生态化、品牌化等;国内外城市利用城市经济社会文化资源的开发对城市旅游发展的作用;为浙江进一步发展城市旅游提出的相关对策和建议等。

本书适合各省市地方旅游管理部门官员,以及旅游产品策划和旅游市场推广人员阅读,也可作为各院校旅游专业学生的课外辅助读物。

图书在版编目(CIP)数据

浙江城市旅游目的地发展与创新/孙优萍著. —北京:北京大学出版社, 2009.3
(浙江现象·旅游创新系列丛书)

ISBN 978-7-301-14960-7

I. 浙… II. 孙… III. 城市—旅游经济—经济发展—研究—浙江省
IV. F592.755

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 021331 号

书 名: 浙江城市旅游目的地发展与创新

著作责任者: 孙优萍 著

责任编辑: 胡伟晔 钟 艳

标准书号: ISBN 978-7-301-14960-7/F·2129

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765126 出版部 62754962

网 址: <http://www.pup.cn>

电子信箱: xxjs@pup.pku.edu.cn hwy@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 北京汇林印务有限公司

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

730 毫米×980 毫米 16 开本 14.75 印张 231 千字

2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 29.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

序

浙江省旅游局局长 赵金勇

改革开放近三十年来，浙江省坚持以人为本，以全民创业为重要实现手段，在体制、机制、市场、产业、科技等诸多领域进行了异常活跃的创新，由于积极营造宽松良好的创新环境，最大限度地发挥人民群众创新的主动性和积极性，大力鼓励和引导民营经济健康发展，使“敢为天下先”的浙江人的艰苦创业取得了丰硕成果。据统计，2006 年度全国 500 强民营企业中，浙江占了 203 席，总数居全国第一位；全国民营企业自主创新 50 强中，浙江占了 19 席。“浙江现象”本质就是浙江人的敢为人先、自强不息、勇于创新，从而创造了一个又一个的奇迹，涌现出了“温州模式”、“义乌经验”以及“浙江精神”，培养了一大批“风云浙商”。浙江也因此成为举世瞩目的经济社会又好又快发展的重要地区之一。“浙江现象”也已经成为社会公认的发展模式，并引发众多学者研究与揭秘的重要课题。从这个意义上说，“浙江现象”不仅是浙江的，也是全国的。

旅游产业的发展与创新，也是浙江现象的重要组成部分。旅游产业是创意产业，更需要务实创新。没有思路，就没有出路；没有创新，就没有发展。

浙江旅游产业发展，源于创新拓展。近年来，浙江旅游发展取得了显著成就。主要表现在民营资本的投入为区域旅游产业提升提供了强大的发展动力；杭州成为首批中国最佳旅游城市，“世界休闲博览会”的举办，率先启动了中国休闲旅游产业；产业生态旅游理论创新与实践探索，为中国生态旅游产业化提供了宝贵经验；绿色饭店标准制定与实施并在全国推广，推进了酒店业的生态化发展；旅行社管理体制与机制创新，有效地促进了旅游联合体以及区域整合战略的发展；主题旅游以及文化旅游的发展与创新，在弘扬优秀传统文化的同时也极大地推进了文化创新与经济繁荣；横店影视旅游、义乌购物旅游正在成为具有核心竞争力和良好发展势头的新型旅游形式，等等。

浙江旅游的创新与发展，面临着一些重要的理论与实践问题迫切需要寻求解决途径。浙江要继续“走在前列”，除了“干在实处”之外，还必须与时俱进，

“谋在新处”、“赢在特处”。为此，必须继承和发扬“求真务实、诚信和谐、开放图强”的与时俱进的浙江精神。

这次，省旅游协会、旅游经济研究会策划组织省内相关院校的旅游专家、教授和一线骨干教师参与撰写的《浙江现象·旅游创新系列丛书》，就是遵照党的“十七大”关于促进国民经济又好又快的发展，加快转变经济发展方式等重要精神的一种尝试。该丛书总结了“浙江现象”中旅游理论创新成果与实践发展经验，贯彻科学发展观，注重理论与实践的结合，当前旅游产业发展的前沿理论与热点焦点问题作为论题加以论述；又透过剖析大量经典案例，论证了理论指导实践的重要作用，从而使广大读者能从中获得理论上的熏陶和实践上的启发。希望这套丛书能有助于推进我省旅游专业理论研究，有助于发挥“浙江现象”服务与辐射功能，有助于提高旅游从业人员的专业素养，为加快浙江旅游经济强省建设作出积极贡献。

前言

旅游促进城市发展是当今社会十分显著的经济现象，于是发展城市旅游，以此吸引更多的旅游者也就成了很多城市经济发展的重要目标。休闲时代的到来和旅游休闲经济的发展为以城市作为旅游目的地城市旅游需求提供了现实基础，城市旅游目的地建设也是发展城市旅游的最直接和有效的手段。

“中国的城市化与美国的高科技发展是深刻影响 21 世纪人类发展的两大课题……中国城市化将是区域经济增长的火车头，并产生最重要的经济利益”。诺贝尔经济学奖得主斯蒂格里茨的话蕴涵更多的是一种寓意，以旅游城市构建区域性旅游目的地已成为 21 世纪旅游发展的新趋势，这也正是我们在建设国际型旅游城市的过程中一直在反思的主题。

我国已经有很多城市提出了建设国际型旅游城市的目标，而且追逐这个目标的城市数量还会随着旅游目的地之间竞争程度的加剧而不断增加。

无论是国际化、城市化还是旅游，都是当前的社会热点。应该看到，我们正在积极有效地融入到全球化进程中，正在不断拓宽国民的国际化视野。当然，无论是国际化还是城市化都将与城市旅游有着千丝万缕的联系，国际化和城市化有利于旅游经济更好更快地发展，同时旅游经济的发展也将成为国际化和城市化的重要推动力。

当今世界上有六大城市群，它们是：由波士顿、纽约、华盛顿等城市构成的纽约城市群，由芝加哥、多伦多等城市构成的北美五大湖城市群，由东京、大阪等城市构成的东京城市群，由巴黎、阿姆斯特丹、布鲁塞尔等城市构成的巴黎城市群，由伦敦、剑桥等城市构成的伦敦城市群，由上海、杭州、苏州等城市构成的长江三角城市群。这些城市群都成为各国现代旅游业的依托、门户、基地、辐射中心和支撑点。据新华社 2004 年 10 月 20 日电，世界最大的信用合作社 VISA 指出，中国已经成为亚太地区最大的旅游客源国，VISA 国际服务协会的最新报告显示，2003 年中国吸引了 1150 万入境旅游者，这些游客在中国的信用卡消费额达到 100 亿美元。这家机构预测 2008 年中国的旅游收入将达到

600 亿美元, 2020 年则成为世界最大旅游目的地以及世界第四大客源输出国。

城市旅游的内涵极为广泛, 一般来说, 凡是与城市有关的旅游活动都可以称为城市旅游。城市旅游的目的在于旅游者对城市特有的风物、风情、风貌的欣赏与体验。城市旅游(Urban Tourism)不同于旅游城市(Tourism Urbanization), 所谓旅游城市, 是指以旅游为主导功能或重要功能的城市。而城市旅游与旅游城市两者既有区别, 又有深刻的内在联系: 城市旅游是从旅游经济的视角来研究城市与旅游的关系问题, 而旅游城市则是从营销城市的视角来研究作为旅游产品的城市开发、建设问题。前者侧重于产业经济, 后者则侧重于区域经济和公共经济。城市旅游目的地也同样侧重于区域经济和公共经济。

城市旅游目的地与传统旅游目的地也是既有联系又有区别。城市旅游目的地的核心要素是城市, 其旅游活动围绕城市对旅游者所具有的独特魅力来展开, 传统旅游目的地则是指那些开发比较早, 旅游景区有着相当时间的经营历史, 并在中国旅游发展过程中起着重大作用的旅游目的地。大多数传统旅游目的地都是以城市为依托, 也有一些旅游目的地是因为独特的自然和人文旅游资源, 如宏村、雁荡山、千岛湖等。创新是时代的主题, 传统旅游目的地经历了很长一段时间的发展, 随着不断的要素整合、要素创新和旅游发展, 传统旅游目的地与城市旅游目的地有渐渐统一的趋势。旅游城市不再成为单纯的旅游集散地, 而发展成为城市旅游目的地。

现实生活中, 几乎所有的城市都可以作为旅游目的地或集散地, 但不是所有的城市会把“旅游业”定位为城市的主导产业或重要产业加以重视和发展。换句话说, 在所有的城市都可以开展旅游活动, 但不是所有的城市都可以称为“旅游城市”。是否建设旅游城市, 取决于旅游在城市发展中的地位 and 作用, 以及城市的旅游区位、资源禀赋和城市领导者们的个人认识和集体决策等诸多因素。

浙江人凭借着浙江精神, 在各个领域都留下了改革和发展的脚印, 形成了独特的“浙江现象”, 浙江也成为中国市场经济的发源地之一。浙江省的城市旅游发展水平也处于全国前列, 这其中的探索实践与成功创新经验同样值得梳理、总结与提炼, 而现有论著虽然作了有益的探索, 其中亦不乏就某一方面(比

如产品的创新等)进行的精辟的论述,对城市旅游的研究,主要集中在对城市旅游的相关理论的总结与概括,并形成了较为固定的研究范式,但从浙江现象的视角对浙江城市旅游目的地的发展与创新的研究还凤毛麟角,缺乏从城市化、生态化、社会资源的转化、城市历史文化遗产、产品创新等方面全面、深入、细致的研究,也缺乏从浙江现象的视角对浙江城市旅游目的地的发展与创新个案进行剖析。有鉴于此,本书尝试撷取浙江具有代表性的城市对其为城市旅游发展所做贡献和宝贵经验加以研究,以期丰富城市旅游研究理论,总结城市旅游目的地发展与创新经验,弥补过去这方面研究的不足。

本书的主要内容分为三大块:

(1) 城市旅游和城市旅游目的地相关概念的辨析、相关理论的综述。

(2) 浙江城市旅游目的地发展与创新的理论与实践。重点探讨文化浙江、生态浙江、城市化战略、产品创新、目的地品牌创新、目的地城市建设等,既面面俱到,又重点突出;既有纵向考察,又有横向展开;既有学术问题的研究,也有其他方面的叙述。

(3) 寻找浙江在发展城市旅游目的地过程中在信息化建设方面存在的问题,并提出建设性意见和建议。

本书从选题到最后完成交稿,历时两年多。期间作者对浙江省内旅游城市进行了大量的实地考察与调研,搜集了丰富的第一手素材,通过浙江省旅游协会经济分会的充分论证,与丛书写作组协调交流,反复修改补充形成了今天的书稿,在此,作者向对本书的写作提出宝贵意见的专家学者们致以最真诚的感谢。同时,在研究和成书过程中,作者参考并且引用了许多学者、前辈的研究成果,对他们在相关领域的研究始终怀着崇高的敬意。如果没有这些研究及其成果,本研究工作也就无从继承、借鉴和发展,尽管在书中给出了注释和参考文献,但由于联系不便,没有能够直接与这些学者和前辈们一一取得联系和书面授权。在此对这些学者和前辈深鞠一躬,请接受我由衷的感谢、敬意和歉意。

最后,我还要特别感谢我的同事和学生们,他们乐观向上、勤奋好学的精神感染了我,他们还帮助我整理收集资料,编写案例。他们是:颜澄、左伍衡、

林丽娜、胡旖旎，在此一并表示衷心的感谢。同时北京大学出版社的编审人员为书稿的顺利出版也付出了很多的心血，请接受我最真挚的谢意。

作者

2008年5月于杭州江滨寓所

目 录

第1章 休闲时代背景下的城市旅游目的地	1
1.1 休闲与城市旅游概述	1
1.1.1 休闲、游憩的概念及其与旅游的相互关系	1
1.1.2 旅游、消遣娱乐与休闲的共同基础	7
1.1.3 消遣娱乐、休闲与旅游的集中与融合	15
1.2 城市旅游、旅游城市与城市旅游目的地	17
1.2.1 城市旅游的元素	17
1.2.2 城市旅游的产生与兴起	20
1.2.3 城市旅游的特性	23
1.2.4 城市旅游与城市旅游目的地	23
1.3 国内外城市旅游的相关研究进展	24
1.3.1 城市旅游有关理论的探讨	25
1.3.2 城市旅游形象和定位研究	25
1.3.3 城市旅游发展模式的探讨	26
1.3.4 城市旅游开发、规划与建设的研究	26
1.3.5 城市生态研究	27
1.3.6 城市发展目标的探讨与分析	29
1.3.7 城市旅游竞争力研究	31
第2章 城市旅游发展与演进	37
2.1 国内城市旅游发展现状	37
2.2 国外城市旅游发展现状	41
2.2.1 城市经济水平	42
2.2.2 城市生态环境	42
2.2.3 城市交通状况	42
2.2.4 城市社会环境	43

2.3 浙江城市旅游发展现状.....	48
2.3.1 浙江城市旅游发展概述.....	48
2.3.2 浙江城市旅游客源结构.....	51
2.3.3 浙江城市经济发展现状.....	57
2.4 杭州城市经济建设现状.....	57
第3章 浙江城市旅游目的地创新.....	61
3.1 杭州市城市旅游目的地创新.....	61
3.1.1 杭州市“创佳”的意义所在.....	61
3.1.2 杭州市“创佳”的主要举措.....	63
3.1.3 杭州市“创佳”的成效.....	68
3.1.4 杭州市旅游城市建设思路和举措.....	70
3.2 宁波城市旅游品牌创新——“时尚水都”的定位.....	73
3.2.1 宁波城市旅游服务功能现状.....	74
3.2.2 宁波建设“时尚水都”的品牌硬件.....	75
3.2.3 宁波“时尚水都”定位的其他观点.....	77
3.2.4 宁波旅游大发展的外部环境.....	78
3.2.5 宁波旅游打造“时尚水都”的框架和对策.....	79
3.3 温州城市旅游目的地创新——体系创新.....	80
3.3.1 以雁荡山、楠溪江为核心 ——拓展与创新旅游空间结构.....	81
3.3.2 向“山上、海上、晚上”三面延伸 ——创新旅游目的地形象.....	81
3.3.3 四项创新措施——全面构建旅游目的地营销系统.....	82
3.3.4 “旅游项目推进年”——旅游目的地体系 发展支持系统创新.....	83
3.4 湖州市旅游业发展新格局.....	84
第4章 浙江的城市化战略与城市旅游目的地发展.....	88
4.1 浙江农村城市化进程的历史回顾.....	88
4.1.1 浙江农村城市化进程.....	88

4.1.2	浙江城市化的特点与面临的主要问题	90
4.1.3	关于城市化发展的理性思考	91
4.1.4	浙江城市化建设的作用	92
4.2	浙江的城市化战略	94
4.3	浙江城市旅游目的地定位	96
4.4	都市圈建设与长三角旅游联合体	98
第5章	浙江城市旅游目的地的生态化	104
5.1	生态旅游城市概述	104
5.1.1	生态旅游城市的含义和基本特征	104
5.1.2	旅游与环境的辩证关系	107
5.1.3	旅游城市环境生态化是旅游发展的必然趋势	109
5.2	“生态浙江”与浙江城市旅游目的地发展	111
5.2.1	科学发展观加速生态革命	112
5.2.2	生态建设实践亮点纷呈	113
5.2.3	生态经济和生态文明蓬勃兴起	115
5.2.4	城市旅游服务设施抓到实处	116
5.2.5	“生态浙江”战略取得成效	118
5.2.6	旅游环境的保护和建设	122
5.2.7	城市绿化建设	122
5.3	“生态浙江”与生态旅游城市个性创新	123
5.3.1	富阳打造“山水”城市	123
5.3.2	湖州市安吉县打造“生态文化”	125
第6章	科学发展观与城市旅游规划	126
6.1	城市规划与城市旅游规划	126
6.1.1	从旅游规划看城市旅游规划	126
6.1.2	城市规划中的城市旅游规划	127
6.1.3	从“冲突”走向“协同”	127
6.2	城市旅游规划与城市旅游目的地形象	128
6.2.1	城市规划设计对城市旅游目的地形象建设的作用	128

6.2.2 城市旅游形象的提升	132
6.3 浙江城市旅游规划创新	135
第7章 浙江城市旅游目的地的文化创新	138
7.1 历史文化与城市旅游发展	139
7.2 城市文化建设与城市旅游发展	142
7.2.1 城市文化的内涵	142
7.2.2 城市文化环境的营造与优化	144
7.3 城市文化与城市旅游竞争力	149
7.4 城市历史文化资源保护与开发	154
第8章 浙江城市旅游目的地的产品创新	179
8.1 城市社会资源的转化	179
8.1.1 城市社会资源整合工程的背景	180
8.1.2 城市社会资源整合工程的立足点	181
8.1.3 城市旅游发展的新趋势	184
8.1.4 城市公共设施的旅游产品功能开发	186
8.2 城市商业街与城市旅游发展	188
8.3 杭州市城市社会资源转化方案解析	198
第9章 浙江城市旅游目的地的信息化建设	203
9.1 浙江城市旅游目的地信息化现状	203
9.1.1 实施“金旅工程”，建立旅游信息化基础	203
9.1.2 联合多方力量，营造信息化发展环境	204
9.1.3 普及旅游咨询中心，提供公益性旅游信息咨询服务	204
9.1.4 以服务为宗旨，全力建设电子政务	204
9.1.5 以电子商务为主线，实施多元化发展战略	205
9.2 浙江旅游信息化建设成果	206
9.3 浙江城市旅游信息化建设存在的问题	208
9.4 浙江城市旅游信息化建设思路（以杭州为例）	210
9.5 建立与完善信息系统为自助式个性化旅游创造条件	213
参考文献	216

第1章 休闲时代背景下的 城市旅游目的地

在休闲世纪到来之后,休闲、娱乐、游憩、消遣等名词在人们的口中出现的频率越来越高,而其相互关系和区别也日渐需要廓清。因此,我们有必要在探求旅游与消遣娱乐关系的过程中搭建一个更具规律性的、更为宽泛的理论平台。

1.1 休闲与城市旅游概述

1.1.1 休闲、游憩的概念及其与旅游的相互关系

1. 休闲的概念

二十多年前,马歇尔森和沃尔(Mathieson & Wall, 1982年)就认为“关于消遣娱乐与旅游的讨论已经被不精确的专业术语误导而陷入了困境”。二十多年过去了,对于休闲、消遣娱乐与旅游学科的学术研究日渐深入,而三者内涵上达成一致意见却越来越困难。消遣娱乐与旅游作为活动范畴最初是从休闲活动中分离出来的,因而我们首先讨论休闲的概念、定义等问题。

生活中人们很早就有了休闲的概念。休闲不是一个新名词,它是人类文明诞生之后,人类文化演进的社会现象标志之一。早期的古希腊哲学家亚里士多德的哲学理论体系以及中国古代庄子的“逍遥游”思想中,都已提出了特定文化背景下的休闲思想和休闲活动。当时人们更多地将休闲看做一个哲学和社会学问题。不同的历史时期,不同学科的学者们对此都有着不同的理解。随着工业革命的推进、科学技术的发展、社会生产力的提高,休闲从标志社会阶层的一个阶级名称而成为一个重要的消费门类,开始渗透到经济学、心理学、行为学的领域。生活节奏的不断加快,人们在体能和心理方面承受

着越来越大的压力，而人们对日常休闲的需求也相应地越来越强烈。因此普遍认为休闲是使人们为了消遣放松、开心享受或轻松娱乐的一种活动，它是人们丰富生命、提高生活品质、完善自我、满足个性偏好，甚至追求生存意义的活动总称。休闲并不必然地与货币支出、商品的价值、昂贵的购买、“独占”的欲望等联系在一起。传统观念中对休闲的认识主要以时间为保障——特别是完成本职工作或者做完家务劳动、充分睡眠和个人护理都已得到保证之后的那段时间——以及利用这些时间所从事的活动。以时间的不同来讨论休闲的概念最早出现于18~19世纪的资本主义工业经济萌芽时期，尤其是当时的工厂将工人的工作时间进行了严格的划分（这些工人的工作时间是完全属于雇主的），剩下的时间工人们可以自由支配，工厂制度在规划时间方面是相当僵化的，它促使人们逐渐认识到休闲时间是与工作时间相对立的。

中文“休闲”的原意，是指农田在一定时间里不种作物、借以保养地力的措施，于是耕作者在农闲所构成的闲暇基础上，衍生和创造了一系列的节庆或集会活动。引而申之，我国市民阶层的商贸集市、官僚组织的“休沐”制度以及多种多样的旅行、远足等，便构成了传统休闲活动的主要形式。至圣孔子推崇云游四方、提神益智的休闲观，认为旅行是积极入世的良好途径；先哲庄子的“逍遥游”思想，表现了崇尚自由的理念与返璞归真的追求。中国传统文化对休闲的认知，与现代休闲具有的根本特征高度契合。

但是，第一，用时间定义与工作相联系的休闲概念极大地影响了进行休闲活动的时间划分，如晚上、周末以及计划中的假期，休闲既是对工作的有效奖励，同时也是自我选择的自由，是自我个性的张扬，是掌握命运的自主意识的充分显现（Rojek，1993年）。因此，休闲活动常常被认为是对内心冲突的宣泄，是身心的放松，是个体活力的恢复（Smith & Godbey，1991年），同时也为想逃脱日常工作琐事的人们提供了一个积极向上、有益身心体验的舞台。

第二，从工业化国家到后工业化国家的转变，伴随着鲜明的雇佣劳动本质的重构，使得工作与休闲之间原有差别的内涵，无论是对男子还是对妇女而言都很难再延续。后工业社会的巨大变化之一是传统的工作方式变得越来越模糊，至少在专业性群体中已很难将工作与休闲区别开来了（Harre，1990

年; Rojek, 1995 年)。

第三, 以罗杰克(Rojek, 1993 年)为代表的学者则认为, 人们的休闲实际上被一种源远流长的文化因素(休闲产品)控制着, 它们正侵蚀着自由和选择的观念, 但是参与者们还没有察觉或者认识到他们受到的侵蚀。

第四, 作为一种有趣的、生产性的以及放松性的活动, 休闲从本质上来说拥有相似的区域, 它的构成已经被重新定义为一幅由多种休闲活动组成的复杂的图画, 而它的对象已经逐渐融合。许多人已经同时形成了一种基于模式化的工作方式与普通的休闲活动相结合的休闲性生活方式(Gerstl, 1991 年)以及临时性的休闲方式(Stebbins, 1997 年), 其他人则追求所谓的“系列性”休闲方式(Stebbins, 1982 年)。

基于上述原因, 休闲的定义逐渐从传统的非工作时间及与之相联系的活动独立出来, 更趋向于建立一种关于个人态度和心态重要性的价值观念。人们所进行的活动是因各自的心态、偏好和目的等等不同而有所差别的。简单地讲, 休闲实质上就是人们对待和利用闲暇时间的方式。从本质上来说, 休闲也是一种实践, 而非单纯消费的产品(Crouch, 1999 年)。

从上述西方学者的研究来看, 休闲(Leisure)通常可有三种纬度加以定义: 其一, “时间定义”, 指与正常工作时间相对的可自由支配时间, 即闲暇(free time, spare time); 其二, “心理状态定义”, 指以放松、愉悦、发展等为目的的心理状态; 其三, “活动定义”, 这已经成为广为接受的休闲概念界定。Leisure 一词源自古希腊文 Schole, 意指“完全不是因为外来压力所迫, 但乐于全身心从事之严谨活动”, 而且英文的 School(学校)就源自 Schole。可见西方文化中所谓学校教育的基质本来便是休闲, 这与中国孔子的休闲观相近。在西方, 亚里士多德、柏拉图等不仅创立了大学体系, 而且提倡在自觉的科学实践中自由发展人的本质, 从而引导休闲的高尚层次价值。

随着休闲对人们生活影响的加大, 综合不同学者的观点, 通常休闲有三种含义: 其一指闲暇时间; 其二指休闲活动; 其三指一种精神状态。

2. 游憩的概念

随着近年来人们闲暇时间的增多, 近程休闲性出游悄然兴起, 由此而产

生的关于游憩的研究也日渐深入。国内外学者从不同的角度对游憩给出了各自不同的理解。正如加拿大学者（Stephen L. J. Smith, 1992 年）所言：游憩是一个十分难以定义的概念，每个人对游憩都会有一个直觉的定义。国内有学者认为可以从狭义和广义两个角度来分析游憩。从狭义来说，游憩是有旅之游和无旅之游的总和。从广义来说，游憩一般是指人们在闲暇时间里所进行的各种活动。

3. 游憩、休闲与旅游的关系

很明显，旅游包括休闲、消遣娱乐，同时，它也包含其他的行为及各种相互联系的领域。就如同吉尔伯特（Gilbert, 1990 年）所指出的，“旅游”这个词已经由单一含义发展成为集众多概念于一身的复合型名词了。这意味着旅游也包括旅行——“tour”指的是一次行程，是游客从居住地出发又返回居住地的过程——从这一点可以推断出，旅行行为是一种暂时的状态，它必须离开常住地（Murphy, 1985 年）。但是，旅行行为的发生会延伸出一系列特定的需求，诸如对交通运输、旅行服务、旅游接待、餐饮服务、旅游态度、消遣娱乐活动以及相关信息的需求，这些需求的叠加会形成一个由旅游产业内提供的必要产品和服务所构成的供给模式。

有些研究者尝试着从历史的角度去发掘旅游的本质。例如，1979 年，英国旅游协会就认为“旅游可以看做是人们离开常住地到其他地方所进行的各种暂时性活动以及在目的地所发生的各种活动和关系的总和”。就在最近，世界旅游组织（WTO）指出，“旅游是指人们出于休闲、商务或其他目的，离开他们的惯常生活环境而到其他地方所进行的各种旅行活动（不超过一年）以及在目的地的一切活动的总和。”

旅游无论在形式上还是在内容上与游憩都有着极大的相似性。从发生的时间角度来看，游憩是指不过夜的娱乐活动，因此游憩往往和游憩者在居住地的休闲娱乐活动以及一日游等近程出游活动联系在一起。游憩不等于休闲，游憩活动是户外（离开住所）进行的休闲活动。我国学者王兴斌（1996 年）曾对游憩、休闲和旅游的关系进行过探讨，充分反映出休闲、游憩与旅游的密切相关性（图 1-1、图 1-2）。