

Tourism



全国高等职业教育规划教材·旅游与酒店管理专业

旅游学概论

臧良运 主编 孙悦 王永倩 副主编

李辉作 主审



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

全国高等职业教育规划教材·旅游与酒店管理专业

旅游学概论

臧良运 主编

孙悦 王永倩 副主编

李辉作 主审

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书共9章,分别讲述旅游概述、旅游的产生与发展、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游市场、旅游的影响、旅游组织和旅游的可持续发展。

本书内容新颖、实用、可操作性强,力图体现旅游学概论的最新发展。书中选编了大量的案例、图片、表格和有趣的小资料等,增加了教材的可读性。每章后的复习思考题形式多样,内容都紧扣教材内容和导游员资格考试大纲,案例分析和实训练习对提高学生的实践技能有很大的帮助。

适合于高职、高专院校旅游管理、酒店管理等相关专业的教学,也适合于导游员资格考试的应试培训和自学,并对喜欢旅游的相关人员也有实践指导意义。

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。

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论 / 臧良运主编. —北京: 电子工业出版社, 2009.1

全国高等职业教育规划教材·旅游与酒店管理专业

ISBN 978-7-121-07885-9

I. 旅… II. 臧… III. 旅游—高等学校: 技术学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 184102 号

策划编辑: 张云怡

责任编辑: 宋兆武

印 刷: 北京市天竺颖华印刷厂

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1 092 1/16 印张: 16 字数: 410 千字

印 次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 4 000 册 定价: 25.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前 言

《旅游学概论》是全国报考导游员资格考试人员的必考科目，是国内多所院校开设的旅游管理、酒店管理等专业的核心主干课程。

本书依据高职、高专财经类各专业教学计划及教育部颁发的关于《高职高专院校人才培养工作水平评估方案》（试行），贯彻和落实教育部 16 号文件精神，针对当前职业教育改革对实用教材的需要而编写的。本书共 9 章，主要内容包括：旅游概述、旅游的产生与发展、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游市场、旅游的影响、旅游组织和旅游的可持续发展。

本书借鉴近年的导游员资格考试内容，以及国内外相关教材的写作优点和思路，采用案例导入问题，围绕基本理论阐述具体实务操作技巧，使内容通俗易懂，增强教材的可读性和实用性。构建了以学习要点、导入案例、小资料、小结、复习思考题、案例分析和实训练习为主要内容的复合型教材模式，以适应教师精讲、学生参与、师生互动、提高技能的新型教学理念和教学方法。

本书由臧良运任主编，并负责拟订编写提纲、统稿和定稿，孙悦、王永倩任副主编。具体编写分工如下：第 1 章、第 2 章由陕西财经职业技术学院王永倩编写，第 3 章由齐齐哈尔大学臧良运编写，第 4 章、第 5 章由齐齐哈尔大学刘伟国编写，第 6 章、第 7 章由黑龙江旅游职业技术学院孙悦编写，第 8 章、第 9 章由山西财贸职业技术学院王枫编写。全书由齐齐哈尔大学李辉作主审。

本书适用于旅游管理、酒店管理等专业四年制应用型本科和二、三年制高职、高专学生，还可供其他人员自学参考。

本书编写过程中参考了大量相关领域的文献，列于书后的参考文献部分，但可能仍有遗漏。在此谨向参考文献的作者们表示诚挚的谢意！

由于编者水平所限，书中难免疏漏和不妥之处，敬请广大读者和专家批评指正，以期不断改进。

编 者

2008 年 9 月

目 录

第1章 旅游概述	(1)
1.1 旅游的概念	(2)
1.1.1 旅游概念的形成	(2)
1.1.2 旅游概念的类型	(3)
1.1.3 旅游的概念	(4)
1.2 旅游的本质与基本属性	(4)
1.2.1 旅游的本质	(4)
1.2.2 旅游的社会属性	(7)
1.3 旅游活动的构成与特点	(8)
1.3.1 旅游活动的要素	(8)
1.3.2 旅游活动的特征	(9)
1.4 旅游的基本类型	(11)
1.4.1 旅游类型的划分标准	(11)
1.4.2 按地理范围划分的旅游类型	(11)
1.4.3 按旅游活动内容划分的旅游类型	(13)
1.5 旅游学的研究对象与任务	(15)
1.5.1 国外旅游学研究概况	(15)
1.5.2 我国旅游学研究的发展	(16)
1.5.3 旅游学研究对象与研究内容	(16)
1.5.4 旅游学的科学体系与相关学科的关系	(19)
本章小结	(20)
复习思考题	(21)
案例分析	(22)
实训训练	(22)
第2章 旅游的产生与发展	(23)
2.1 早期的旅行活动	(24)
2.1.1 人类的迁徙活动	(24)
2.1.2 古代旅行	(25)
2.2 近代旅游的开端与发展	(32)
2.2.1 工业革命对旅游的影响	(32)
2.2.2 旅游业的产生	(33)
2.3 现代旅游的发展	(36)
2.3.1 现代旅游发展的背景	(36)
2.3.2 现代旅游迅速发展的主要原因	(37)
2.3.3 现代旅游的主要特征	(39)

2.4 中国旅游业的发展	(41)
2.4.1 中国旅游业的产生和近代旅游	(41)
2.4.2 中国现代旅游	(43)
本章小结	(46)
复习思考题	(46)
案例分析	(47)
实训训练	(48)
第3章 旅游者	(49)
3.1 旅游者的基本概念	(50)
3.1.1 旅游者的传统定义	(50)
3.1.2 旅游者技术性定义	(51)
3.1.3 旅游者的统计	(54)
3.2 旅游者产生的客观条件	(55)
3.2.1 收入水平	(56)
3.2.2 余暇时间	(59)
3.2.3 其他条件	(61)
3.3 旅游者产生的主观条件	(62)
3.3.1 旅游动机	(62)
3.3.2 旅游动机的类型	(64)
3.3.3 影响旅游动机的因素	(66)
3.4 旅游者的类型	(67)
3.4.1 常见旅游者类型	(67)
3.4.2 不同类型旅游者的需求特点	(70)
本章小结	(72)
复习思考题	(72)
案例分析	(73)
实训训练	(74)
第4章 旅游资源	(75)
4.1 旅游资源概述	(76)
4.1.1 旅游资源的概念	(76)
4.1.2 旅游资源的特征	(77)
4.1.3 旅游资源的类型	(80)
4.2 旅游资源的评价	(85)
4.2.1 旅游资源评价的意义	(86)
4.2.2 旅游资源评价的原则	(86)
4.2.3 旅游资源评价的内容	(87)
4.2.4 旅游资源评价的方法	(88)
4.3 旅游资源的开发	(92)
4.3.1 旅游资源开发研究	(92)
4.3.2 旅游资源开发内容	(93)

4.3.3	旅游资源开发方式与原则	(96)
4.4	旅游资源的保护	(97)
4.4.1	旅游资源保护的内容	(97)
4.4.2	旅游资源遭受损害和破坏的原因	(97)
4.4.3	旅游资源保护工作的原则与措施	(99)
4.4.4	旅游资源开发与保护的关系	(100)
本章小结		(101)
复习思考题		(101)
案例分析		(102)
实训训练		(103)
附录 A: 旅游资源分类、调查与评价		(103)
第 5 章 旅游业		(107)
5.1	旅游业的概述	(108)
5.1.1	旅游业的概念	(108)
5.1.2	旅游业的构成	(110)
5.1.3	旅游业的功能	(111)
5.2	旅行社业	(113)
5.2.1	旅行社的定义和类型	(113)
5.2.2	旅行社的性质和作用	(116)
5.2.3	旅行社的业务活动	(117)
5.2.4	我国旅行社业的发展	(118)
5.3	饭店业	(122)
5.3.1	饭店业的发展	(122)
5.3.2	饭店业的作用	(127)
5.3.3	旅游饭店的类型	(128)
5.3.4	旅游饭店的等级	(128)
5.3.5	饭店的经营发展	(132)
5.4	旅游交通业	(136)
5.4.1	旅游交通的任务和作用	(136)
5.4.2	现代旅游交通工具的类型和特点	(137)
本章小结		(138)
复习思考题		(139)
案例分析		(140)
实训训练		(141)
第 6 章 旅游市场		(142)
6.1	旅游产品	(143)
6.1.1	旅游产品的概念	(143)
6.1.2	旅游产品的构成	(144)
6.1.3	旅游产品的特点	(145)
6.1.4	旅游服务内涵	(146)

6.1.5 旅游服务质量	(148)
6.2 旅游市场概述	(150)
6.2.1 旅游市场的概念	(150)
6.2.2 旅游市场的特征	(151)
6.2.3 旅游市场的细分	(151)
6.2.4 旅游市场营销	(155)
6.3 国际旅游市场	(159)
6.3.1 国际旅游客流量	(159)
6.3.2 国际旅游客流分布	(160)
6.3.3 国际旅游客源分布	(161)
6.3.4 国际旅游客流规律	(162)
6.4 中国旅游市场	(163)
6.4.1 中国国内旅游市场	(164)
6.4.2 中国入境旅游市场	(165)
6.4.3 中国出境旅游市场	(168)
本章小结	(169)
复习思考题	(170)
案例分析	(171)
实训训练	(172)
第7章 旅游的影响	(173)
7.1 旅游对经济的影响	(174)
7.1.1 旅游对经济的积极作用	(174)
7.1.2 旅游对经济的消极作用	(177)
7.1.3 旅游乘数效应	(179)
7.1.4 影响旅游乘数效应的因素	(183)
7.2 旅游对社会文化的影响	(185)
7.2.1 旅游对社会文化的积极影响	(185)
7.2.2 旅游对社会文化的消极影响	(186)
7.2 旅游对环境的影响	(188)
7.3.1 旅游对环境的积极影响	(188)
7.3.2 旅游对环境的消极影响	(189)
本章小结	(193)
复习思考题	(193)
案例分析	(194)
实训训练	(195)
第8章 旅游组织	(196)
8.1 旅游组织的类型及其功能	(197)
8.1.1 旅游组织的类型	(197)
8.1.2 旅游行政组织	(198)
8.1.3 旅游行业组织	(200)

8.2 中国旅游组织及其功能	(201)
8.2.1 中国的旅游行政组织	(201)
8.2.2 中国的旅游行业组织	(205)
8.3 国际性旅游组织	(212)
8.3.1 政府间旅游组织——世界旅游组织(WTO)	(212)
8.3.2 民间性旅游组织	(216)
本章小结	(219)
复习思考题	(219)
案例分析	(220)
实训训练	(220)
第9章 旅游的可持续发展	(221)
9.1 旅游可持续发展的基本理论	(222)
9.1.1 可持续发展的内涵	(223)
9.1.2 旅游可持续发展的概念	(226)
9.1.3 旅游可持续发展的目标和原则	(228)
9.1.4 旅游可持续发展的实践形式——生态旅游	(232)
9.2 旅游业的发展趋势	(237)
9.2.1 世界旅游业的发展趋势	(237)
9.2.2 中国旅游业的发展趋势	(239)
9.2.3 提高我国旅游业的竞争能力	(241)
本章小结	(244)
复习思考题	(244)
案例分析	(245)
实训训练	(245)
参考文献	(246)

第1章

旅游概述

【学习要点】

- 旅游的定义
- 旅游的性质与基本属性
- 旅游活动的性质和特点
- 旅游的基本类型
- 旅游学研究的对象和任务



导入案例

“台湾游”不再是梦想

大陆居民赴台湾地区旅游首发团将于2008年7月4日从上海、厦门、广州等地同时出发。北京、上海、福建等地赴台旅游报名预约十分火爆,“台湾游”已成为这个夏天最热门的旅游线路。对于隔着“一湾浅浅的海峡”期盼多年的大陆同胞来说,台湾游,我们可以游些什么呢?台湾地区有三大特色可游:一游美丽的宝岛自然风光,二游同根同源的人文传统,三游淳朴多姿的台湾风情。

2008年7月4日前,各地获得组团资格的旅行社推出的台湾游线路大多已经初步编制完成。据福建省旅游公司介绍,该公司已就台湾游初步制定出3条线路,出游时间分别为7月6日、8日和10日,为顺时针或逆时针方向的环岛线路。

赴台10日游线路行程安排:大陆游客抵达台北后,一路经花莲、台东向南,至台湾最南端的垦丁公园,往高雄,再向北行上阿里山,下日月潭,经台中游逢甲夜市,最后返回台北。这条线路自北向南连缀起日月潭、阿里山、太鲁阁、鹿港古镇、鹅鑾鼻灯塔、台北故宫博物院和台北101金融大楼等大陆游客耳熟能详的著名景点,以及一些代表性建筑。

各旅行社推出的台湾游线路略有不同,但阿里山和日月潭绝对是所有线路的“必选项”。去阿里山访神木、赏樱花、看云海、观日出;去日月潭饱览环湖皆山、湖中有岛、水中有山、波光岚影的美景,应该可以满足游客的需求。一首《阿里山的姑娘》唱得家喻户晓,对于许多大陆游客来说,阿里山和日月潭就是美丽宝岛的象征。

台湾游的另一个可游之处是历史人文景观。台北故宫内珍藏了近70万件中华文物,每次展出约5000件,每3个月更换一次,件件皆为无价之宝,见证了两岸同根同源的历史与一脉相承的文化。此外,感受地道的台湾风情是赴台游的又一特色。到景色如画的阳明山泡温



泉,到有 30 多年历史的逢甲夜市品台湾风味小吃,到百年鹿港小镇体验台湾乡土风情,到阿里山感受原住民的风土民俗,游高雄看爱河夜幕低垂渔火闪烁……

对于我们来说,台湾既熟悉又陌生,既神秘又亲切,分离多年又似曾相识。台湾游不是单纯地游玩,它承载了更多的难以言说的情感内涵和无法割断的两岸情缘。

(资料来源:广西新闻网——广西日报)

人们为什么喜欢去台湾旅游?人们进行旅游的目的是什么?在旅游过程中,旅游者得到了哪些收获?你喜欢旅游吗?你对旅游都有哪些认识?究竟什么是旅游呢?旅游都包括哪些内容,是如何产生和发展的?有什么性质和特点呢?你对上述问题感兴趣吗?本章将引领你学习旅游的基础知识,帮助你解决和回答上述问题。

1.1 旅游的概念

世界就像一本书,不去旅行的人只读到了其中的一页。

——圣·奥古斯丁

旅游活动在历史上已经有成千上万年,但是把旅游作为一个研究领域,却只有几十年的历史。目前人们对旅游概念的界定在一定程度上达成共识,但由于学科体系还不够完善,所以定义没有统一,分歧依然存在。最好的办法还是来追溯这些定义的历史渊源。本章是旅游专业课程学习的起点,将会阐述旅游学的基本概念。

1.1.1 旅游概念的形成

1. 旅游的溯源

“旅游”一词在我国最早出现于南北朝时期,南朝诗人沈约(441—513)的《悲哉行》一诗:“旅游媚年春,年春媚游人。徐光旦垂彩,和露晓凝津。时嚶起稚叶,蕙气动初频。一朝阻旧国,万里隔良辰。”这是迄今所知的“旅游”一词记载于中国文献的开始。从沈约的诗看,旅游一词在当时就已经包含有外出游览的意思了。在这之前,中国古代所表现旅游活动和旅游现象的“旅”和“游”两词是独立的字,各表现独立的概念。《周易》中有“旅”卦、《诗经》中有“微我无酒,以熬以游”。按照唐孔颖达《周易正义》对“旅”和“游”的解释是:“旅者,客寄之名,羁旅之称;失其本居,而寄他方,谓之为旅;谓闲暇无事于之游。”这可以说是我国最早关于旅行、游览的定义了。中国古代的游就是指以旅游审美为目的的那种逍遥、自由自在的精神境界和由此而来的对待世界的无为态度。旅游这个含义在后来的文学作品中得到了进一步的运用,例如,《全唐诗》中“旅游”一词出现 22 次。其中,韦应物《送姚孙河中》的“上国旅游罢,故园生事做”,高适《别韦五》的“相识仍远别,欲归翻旅游”,白居易《宿桐庐馆同崔存度醉后作》的“江海漂漂共旅游,一尊相劝散穷愁”,张籍《岭表逢故人》的“过岭万余里,旅游经此稀”,以及其他人的作品如贾岛的《旅游》、李昌的《旅游伤春》等。其意义和今天旅游的含义已十分接近。

2. 旅游的定义是历史的产物

在国外,“旅游”一词是在第二次世界大战以后才被广泛使用,现代英语中的 tourism 出现在 1811 年的《牛津字典》中,以前使用的是 travel 一词是由 travail 转换过来的。也就是说,“旅游”一词在我国文献中出现比西方国家的“tourism”出现早 1300 多年。然而,中国从古至今对旅游的理解,却在“旅游”一词从国外传来时被泛化了。

长期以来,国内外学者对“旅游”的定义很多,国外有学者曾说:“有多少人从事旅游研究,便会有多少个旅游概念。”各国旅游者和不同的国际旅游组织处于不同需要、不同标准,因此对旅游做出了不同的解释。

1.1.2 旅游概念的类型

1. 国外有关旅游的定义

国外有关旅游的定义很多,下面仅列举几种最有代表性的定义。

(1) 法国学者对旅游的定义。1966 年,法国学者让·梅特森认为:“旅游是一种休闲活动,它包括旅行或到离定居地点较远的地方逗留。其目的在于消遣、休息或为了丰富个人经历和文化教育”,这个解释是人们因消遣性原因或目的而离家外出旅行的活动。

(2) 英国学者对旅游的定义。英国学者伯卡特和梅特利克认为:“旅游发生于人们前往和逗留各种旅游地的流动,是人们离开他平时居住和工作的地方,短期前往一个旅游目的地运动和逗留在该地的各种活动”,该定义强调旅游的一个明显特征——人的流动。

(3) 美国学者对旅游的定义。1979 年,美国学者马丁·普雷认为:“旅游是为消遣而进行的旅行”,强调旅游的目的性,如消遣、求知、审美等。1980 年,美国学者罗伯特·麦金托什认为:“旅游可以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、东道国政府及东道国各地区居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和”,罗伯特·麦金托什强调旅游活动的综合性或旅游活动所涉及和产生的广泛社会关系。

(4) 瑞士学者对旅游的定义(艾斯特定义)。1942 年,瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫合著了《普通旅游学纲要》,在该著作中,他们给旅游下的定义是:“旅游是非定居者的旅行和暂时逗留而引起的现象和关系的总和。这些人不会长期定居,并且不会牵涉任何赚钱的活动”,该定义在 20 世纪 70 年代被“旅游科学专家联合会”采用,由于这个组织的法文名称是:Association Internationale D'experts Scientifiques Du Tourism,简称 AIEST,故又称为“艾斯特”定义。这个定义并不是把旅游看做是某种单纯的活动,而是强调了旅游活动中必将产生的相关的经济和广泛的社会关系,即旅游者、旅游者之间、旅游目的地、旅游企业等之间存在的经济联系,同时也发生了相应的社会关系。

(5) 世界旅游组织和联合国统计委员会对旅游的定义(WTO 定义)。世界旅游组织(World Tourism Organization, WTO)和联合国统计委员会将旅游定义为:“旅游是人们为了休闲、商务和其他目的,离开他们惯常的环境,到某些地方去并在那些地方停留的活动。其访问的主要目的不应是所从事的活动从访问地获取报酬,并且暂时停留的时间不超过一年”。这一定义有三个特征:一是为了解决实际中的统计问题,满足法律和行业上的需要,明确了“在外地的暂时停留不超过一年”的标准这样一个技术性定义,同时也表明了旅游的暂时性;二是说明旅游包括商务旅游,把艾斯特定义中的“不从事任何赚钱活动”去掉了;三是强调了异

地性，即离开他们惯常的环境。但是目前一些学者对此定义也提出了质疑，认为该定义自相矛盾，既强调“旅游是人们为了休闲、商务和其他目的”，又强调“旅游的主要目的不应是所从事的活动从访问地获取报酬”，而商务活动必然与从访问地获取报酬有关联。

世界旅游组织（World Tourism Organization）和世界贸易组织（World Trade Organization）都简称 WTO。注意区别啊！



2. 国内有关旅游的定义

目前，国内有代表性的旅游的定义主要有以下两种。

（1）谢彦君对旅游下的定义。谢彦君认为，目前国内外对旅游所下的定义存在泛化和经济化的问题，所以在其专著《基础旅游学》一书中提出：“旅游是人们以往异地寻求愉悦为主要目的的一种具有社会、休闲和消费属性的短暂经历。”该定义不仅强调旅游的根本目的是在于“寻求愉悦体验”，并认为这是旅游本质的规定性，是旅游的内核；同时强调“旅游是一种个人行为，至少在某个环节上表现为个人有目的、有计划、能加以自主决策的主动行为”，也就是说，旅游属于个人自由、自主范围；最后，强调“旅游是种经历，是种活动，而不是它所引起的‘关系总和’、‘综合现象’”。

（2）李天元对旅游下的定义。李天元在其编著的《旅游学概论》中将旅游定义为“旅游是人们出于移民和就业任职以外的其他原因离开自己的长住地前往异国他乡的旅行和逗留活动，以及由此引起的现象和关系的总和。”他强调旅游活动的综合性或旅游活动所涉及和产生的广泛社会关系。

1.1.3 旅游的概念

以上是国内外学者对旅游所下的定义。基于对旅游概念的分析，依据现代旅游发展的客观实际，我们对旅游给出如下定义：“旅游是人们出于审美、娱乐和社会交往等目的，暂时离开自己的惯常居住地前往旅游目的地作短暂停留所引起的各种社会现象关系之总和。”

1.2 旅游的本质与基本属性

1.2.1 旅游的本质

目前，学术界普遍存在一个问题，就是关于“旅游”这一学科核心的界定问题。

旅游表现的是一种社会个体的行为或活动，是一个人离开惯常居住地前往旅游目的地进行一段时间的访问，具有空间流动的特点。但是，旅游的本质究竟是什么呢？20世纪90年代初，旅游学界曾经对旅游本质进行了一次争论，这次争论聚集的焦点是：旅游究竟是经济的还是文化的，随着旅游业的发展，越来越多的旅游学者都注意到旅游的非经济性本质。

旅游本质表现在不同的层次上。从其内在本质的审美、愉悦，到旅游所展示的一般属性，到其外部特征，应在不同层面上阐述旅游的本质。在这里我们引用了谢彦君教授对于旅游本

质认识的框架来认识旅游本质,如图 1.1 所示。

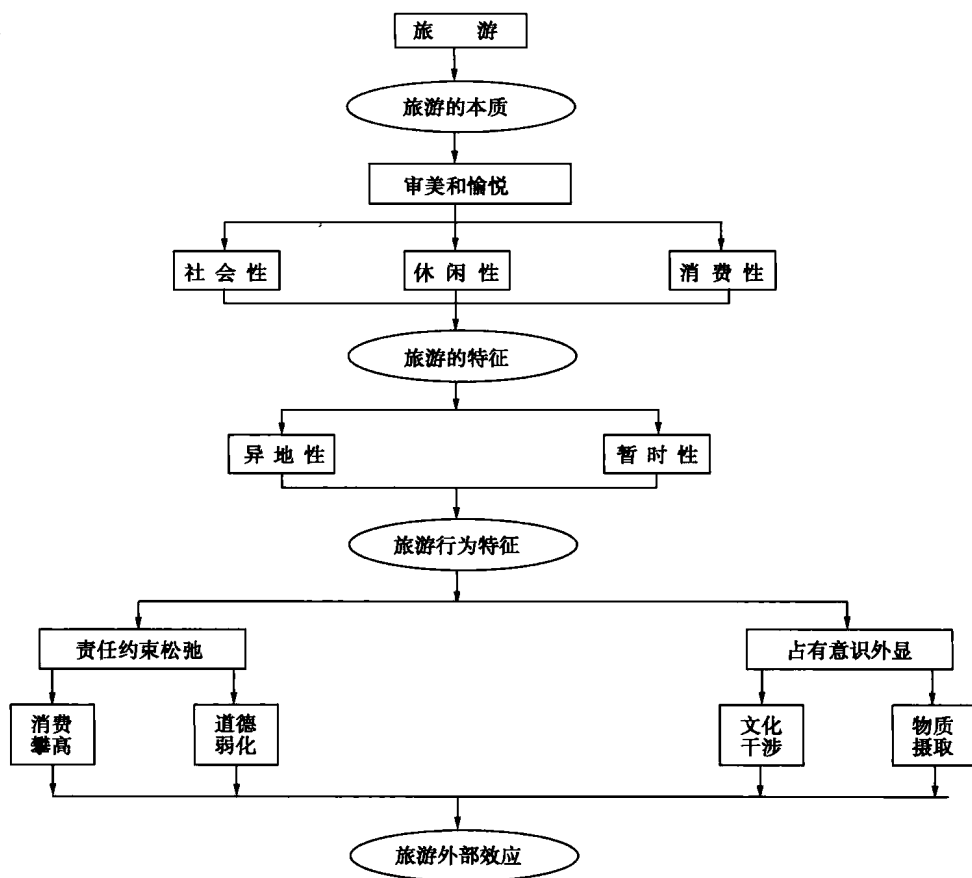


图 1.1 旅游的本质

1. 旅游是人类社会文化的产物

在旅游的整体发展和完善的过程中,所进行的一系列的活动中,都与社会文化有着不可分割的联系。

旅游者是在一定的社会文化背景下产生的。一个人能否成为旅游者,除了具有足够的货币支付能力和闲暇这些经济因素外,旅游提供的可能性,还必须有出外旅游的需求和欲望,这属于文化因素,也就是说,旅游者出行需要有产生旅游动机的文化背景。这个文化背景,既包括旅游者本人的文化素质,也包括吸引旅游者的社会文化环境。

旅游资源是吸引旅游者旅游的吸引物,是旅游者游览的对象。旅游资源也是一定社会文化环境的化身,它包括自然旅游资源和人文旅游资源。人文旅游资源包括政治、经济、宗教、历史、艺术、民俗等,而这些都属于社会文化因素,它们必然具有地区文化色彩。自然旅游资源虽然是天然的,即自然景观,但是要把这些自然景观变成可供旅游者直接参与观赏的客体,还需要经过人类的劳动进行开发改造并添加相应的设施。在整个改造过程中,离不开人类的社会意识,特别是在向旅游者展示过程中,旅游从业人员的言谈举止都要表现出该国或该地区居民的文化素养。

所以,不论是旅游者的产生,还是旅游资源的开发和旅游设施的建设,或者是对旅游者提供的各种服务,都是一种社会文化的产物。因此,旅游业必须随着社会文化的发展而丰富和加深其文化内涵。

2. 旅游是人类社会经济发展的产物

旅游自古有之,但是在古代,旅游活动却只能局限于少数人的狭小范围内,因为那时社会生产力极其低下,为了生存,人们不得被束缚在为谋取生活资料的生产劳动中,没有闲暇去旅游。随着社会的进步,生产工具得到了进一步更新,生产力水平的提高,产生了贫富差距,有了剩余物资,出现了阶级,一小部分的人以追求愉悦、享受、经商、宗教活动而外出的旅行和游览便产生了,但是只是局限于极少数人,而且这种旅行活动无论从人次或者地域范围来说都很小。到了近代,资产阶级革命和产业革命,使社会生产力得到了进一步的提高,社会财富急剧增长,城市化进程的加速形成使人们的外出旅游活动成了一种生活方式。随着铁路革命和交通运输技术的进步,使旅游的范围和规模发生了质的变化。现代科学技术的发展,各种小汽车、空调车的大量生产,高速公路的建设,以及铁路的不断加速,为人们开展区域旅游提供了条件;喷气式飞机的使用,使长距离的旅游相对容易,为旅游者的远距离旅游提供了现实可能性;具有特色的旅游资源的开发,为旅游资源增添了更强吸引力;工艺品、纪念品的大量生产,为旅游购物增添了新色彩等。由此可见,旅游活动真正成为社会的一种普遍现象并且不断扩大,是随着社会生产力水平的不断提高而逐步发展变化的,现代旅游完全是社会经济发展到现代阶段的必然产物。

3. 旅游是综合性的社会现象

综合性是指各种旅游活动和相互关系而整体化的特质。旅游者为了实现其旅游目的,必须在经济上做出必要的花费,来满足包括吃、住、行、游、购、娱六方面的旅游活动的需要,这些活动主要属于经济范畴内的供应、需求和消费行为。在旅游活动中,有旅游者与旅游服务行业之间的关系,有旅游服务行业之间协调的关系,有政府和有关部门的支持、协调和控制的关系。除此之外,旅游者在旅游活动中要接触到来自各地的游客、旅游目的地的居民,以及旅游服务机构中的人员,主客之间在旅游活动中往往会产生较为密切的交往沟通。这种人际交往沟通,实际上就是不同民族文化之间的交往和沟通,因为旅游者本身就承载着自己本民族文化的特征。这种人际之间的沟通产生了文化上的碰撞,会对目的地的文化、社会 and 物质环境产生深远的影响。

在整个旅游活动过程当中,任何单项活动都不能构成旅游。旅游过程中的各项经济活动互为条件、相互影响,必须综合为一个整体,这样才能构成旅游。同时,旅游又是一项涉及政治、经济、文化等各个方面的社会活动,每年都有几十亿的人在世界范围内大规模地流动着,不仅发生大量的经济往来活动,而且涉及政治、经济、文化等方面的问题。

因此,旅游不是纯粹的经济活动,也不是单纯的社会文化活动,而是以经济形式表现出来的一种综合性的社会活动。

4. 旅游是人类超出生存需要的消费形式

在旅游活动中,必然会涉及吃、住、行、游、购、娱等多种活动,每一项活动的发生都是一种消费行为。在整个过程中,旅游活动既不向社会也不向旅游者创造可供消费的资料,

相反却侵占了旅游者的积蓄和一些他人的劳动成果。当然,由于旅游本身的特征,旅游消费与人们的日常消费存在诸多差异。旅游消费是一种“间歇性消费”,两次相邻的消费之间相隔较长一段时间。而日常消费则是一种“连续性消费”,日复一日、年复一年重复发生。而且,旅游消费在短暂的旅游活动过程中消费的额度大,非理智消费较多;而日常消费则比较理性,表现形式是精打细算。源于旅游的消费是一种心理体验过程,它谋求精神上的愉悦。当然旅游消费也不可能完全脱离日常消费。

对于个人而言,旅游是一种较高层次的消费活动。人类具有最基本的生存需要,诸如饿了要吃、渴了要喝、冷了要保暖这样的原始本能需要。同时,人也有自我发展的需要,有对知识、才能和个性拓展的需求。这种超出了生存需要的生活就具有享受性,是基于生存需要之上的自我发展的需要。只有当人们的生存需要得到满足,无忧温饱,并对享受和自我发展有进一步的需求时,才会出现具有以愉悦为目的的旅游活动。同时,旅游作为一种高级消费,主要针对的是消费水平和消费结构而言。一般来说,旅游消费包括物质消费和精神消费。物质消费主要包括吃、住、行等需要,精神消费主要是指游览、娱乐,以及在旅游过程中所享受到的具有无形效用的服务消费。旅游的主要目的是追求身心上的愉悦和放松式的游览,但不能忽视衣、食、住、行等方面的物质消费,必须和游览、娱乐、服务消费有机结合,才能实现完美的旅游愿望。整个旅程中的消费都是在满足人们基本生活之上的享受和个性完善的消费。

由此可见,旅游活动是高于一般生活消费的消费形式,是人们生活水平提高后,超出生存需要的一种社会活动。

1.2.2 旅游的社会属性

旅游是以经济形式表现出来的一种综合性的社会活动,同时又是一种社会文化现象。它不仅对社会经济产生影响,而且对社会政治和文化发生作用,既有积极的一面,又有消极的一面。

1. 旅游的经济属性

根据前面所述,虽然旅游的本质是人类的一种精神文化享受活动,但是天下没有免费的午餐,人们外出旅游是要消费的,旅游者与旅游企业的交换过程,体现了旅游的经济性特征。旅游者要完成旅游活动,就要支付由此引起的交通、住宿、餐饮,以及景点门票、购物等产生的各种费用,旅游企业在为旅游者提供这些服务的过程中,也获得了经济利润。

2. 旅游的文化属性

旅游活动本身就是一种文化现象。如前所述,从本质和功能上说,旅游活动本身具有文化属性。虽然它必须以支付必要的花费为前提——以经济形式表现出来,但从本质上说,“旅游者在旅游过程中所追求的是文化享受”,经济在旅游活动中仅起到保障作用,“文化和精神享受才是主要目的”,“旅游的主旨和内涵,主要是文化”。因此,旅游活动实际上是一种以一定的经济支出为前提的文化行为。

旅游资源的文化特征也是吸引旅游者的主要因素。自然资源主要体现为艺术性和美学价值;人文旅游资源则体现接待地的传统文化和人文精神,反映东道文化的区域性,对旅游者最能起到文化的诱导作用,也是东道文化与客源文化交流与融合的重要内容。

1.3 旅游活动的构成与特点

1.3.1 旅游活动的要素

在我国旅游学研究过程中, 大多的学者和从业人员比较认可“三要素论”和“六要素论”, 分别从旅游综合体的角度和从活动角度进行界定。

1. 三要素

“三要素论”也称为“三主体论”。三要素分别是: 旅游主体——旅游者, 旅游客体——旅游资源, 旅游媒体——旅游企业(连接旅游主体和旅游客体之间起桥梁作用)。可以用主体、客体、媒体三个方面的因素来概括旅游学的研究对象。

(1) 旅游主体——旅游者。旅游者又称游客, 指离开自己的居住地到旅游目的地作旅游访问的人。旅游的发展历史证明, 旅游是先有旅游者的旅游活动, 然后才有为旅游者服务的旅游从业队伍的。旅游者是旅游活动的主导性因素, 他们的数量、消费水平、旅游方式是决定旅游业内部各种比例关系及其相应协调的主要因素。因而旅游者是旅游活动中最活跃的因素, 居于主体地位。

(2) 旅游客体——旅游资源。旅游资源是指客观存在于自然环境和人文环境中的能对旅游者产生一定吸引力的事物和现象。在旅游活动的各个构成要素中, 旅游资源处于客体、对象的地位。当一个人有了足够用于旅游的金钱和时间后, 他首先考虑的必然是去哪一个国家或地区才能满足自己的旅游需求。这时, 吸引旅游者的决定因素就是合乎其口味的旅游资源了。当一个人准备去某国或某地区旅游时, 同时也会考虑到那里的生活条件和服务设施, 但这只是第二、第三位的需要。那些具有不同民族特色和地区特色的旅游资源, 没有别的办法可以替代, 其观感也不是靠别人的介绍或纸上的字画就能真切感受到的, 必须旅游者自己亲临其境才能获得真正的精神满足。所以, 旅游资源是旅游活动的客观基础, 是一个国家、一个地区招徕客源、开拓市场、发展旅游的重要的物质基础和条件。

对旅游客体的研究的意义在于: 研究旅游景观、旅游设施和社会环境与旅游活动的产生和发展的相互关系、旅游市场的供给能力和发展规律, 为吸引旅游者和发展旅游业, 以及为旅游开发方面的工作献计献策。

(3) 旅游媒体——旅游业。主要研究在旅游主体和旅游客体之间架起桥梁的旅游企业, 还要研究作为旅游企业, 如何更好地服务旅游者并且取得较好的经济效益。旅游业是以旅游者为对象, 为旅游活动创造便利条件并提供其所需商品和服务的综合性产业。旅游业的范围极为广泛, 涉及许多经济部门和非经济部门, 其中最直接的部门是旅行社、旅游饭店和交通运输部门等。

旅游业是联系旅游主体和旅游客体之间的媒体、桥梁和纽带。在现代旅游活动中, 旅游者对旅游服务的需求, 主要通过旅游业来提供。在现代大众旅游阶段, 旅游者都利用旅游业提供的旅游服务。虽然使用旅游业提供的旅游服务并非旅游者的旅游目的, 但旅游业在客源地与目的地之间, 以及在旅游动机与旅游目的的实现之间架起了一座便利的桥梁。在已经具备需求条件的前提下, 旅游者不必再为旅游过程中可能遇到的各种困难而担心, 他们的旅程生活和活动都可以由有关的旅游企业为他们安排。旅游业的这种便利作用对旅游活动的发展无疑是一个重