



21st CENTURY  
十一五规划

21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材

# 旅游学基础教程

王明星 主编



中国林业出版社  
China Forestry Publishing House



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材

# 旅游学基础教程

王明星 主编

**中国林业出版社**  
China Forestry Publishing House



**北京大学出版社**  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 内容简介

本书是高等院校旅游管理专业系列教材之一。全书分为16章,分别介绍了旅游学入门;旅游的产生和发展;职业机会与能力;旅游业;旅游资源、市场与旅游动机;旅行社及旅游产品的销售过程;酒店业及相关服务;景区、主题公园及其他;旅游目的地的开发与管理;旅游体验;旅游影响;中国旅游管理体制与政策法规;旅游规划、容量及协调发展;旅游业的可持续发展;中国旅游业的发展态势;世界旅游宣言与世界旅游业的发展趋势。每章都设置了本章概要、关键性术语、章首案例、思考题、案例分析、本章推荐阅读书目等栏目,有助于学生理解和掌握相关的理论和观点。本书可作为高等院校旅游管理专业教材,也可作为其他管理专业人员了解学习旅游方面知识的参考书。

### 图书在版编目(CIP)数据

旅游学基础教程/王明星主编. —北京:中国林业出版社;北京大学出版社, 2009. 1

(21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-5038-5363-0

I. 旅… II. ①王… III. 旅游-高等学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第166245号

书 名: 旅游学基础教程

著作责任人: 王明星 主编

总 策 划: 牛玉莲 林章波

策划编辑: 郑铁志

责任编辑: 肖基浒 康红梅 翟 源

---

出 版 者: 中国林业出版社(地址:北京市西城区德内大街刘海胡同7号 邮编:100009)

网址: <http://www.cfph.com.cn> E-mail: [jiaocaizhongxin@163.com](mailto:jiaocaizhongxin@163.com)

电话: 编辑部 83220109 营销中心 83227711

北京大学出版社(地址:北京市海淀区成府路205号 邮编:100871)

网址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: [pup\\_6@163.com](mailto:pup_6@163.com)

电话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京市昌平百善印刷厂

发 行 者: 中国林业出版社 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

版 次 印 次: 2009年1月第1版 2009年1月第1次印刷

开 本: 850mm×1168mm 16开本 25.5印张 600千字

定 价: 43.00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

## 21 世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材 编写指导委员会

- 顾问：**吴必虎（北京大学）  
马波（青岛大学旅游学院）
- 主任：**程道品（桂林工学院旅游学院）
- 副主任：**王明星（肇庆学院旅游学院）  
曹诗图（武汉科技大学管理学院）  
赵恒德（渤海大学旅游学院）  
黄远水（华侨大学旅游学院）  
吴忠军（桂林工学院旅游学院）
- 委员：**（按姓氏笔画排序）  
尹华光（吉首大学旅游学院）  
龙京红（郑州大学旅游管理学院）  
叶文（西南林学院旅游学院）  
朱孔山（山东临沂师范学院环境与旅游学院）  
孙丽坤（大连民族学院旅游管理系）  
李珍刚（广西民族大学管理学院）  
张利民（渤海大学旅游学院）  
张淑贤（长春师范学院历史学院）  
郑耀星（福建师范大学旅游学院）  
胡碧芳（重庆三峡学院工商管理系）  
钟永德（中南林业科技大学旅游学院）  
耿莉萍（河南理工大学经济管理学院）  
郭淑梅（湖州师范学院法商学院旅游管理系）  
黄羊山（东南大学旅游学系）  
黄解宇（山西运城学院经济管理系）  
蒋长春（福建莆田学院旅游学院）  
曾明华（福建漳州师范学院管理科学系）  
潘贤丽（海南大学应用科技学院）
- 秘书长：**吴忠军（桂林工学院旅游学院）  
牛玉莲（中国林业出版社教材中心）  
林章波（北京大学出版社第6事业部）

## 编写人员名单

主 编：王明星

副主编：刘继祥 张建忠

编 委：（按姓氏笔画排序）

王明星（肇庆学院）

吕俊芳（渤海大学）

刘继祥（渤海大学）

李 玲（肇庆学院）

张国兴（平顶山工学院）

张建忠（晋中学院）

肖曾艳（肇庆学院）

屈学书（运城学院）

郝文军（渤海大学）

耿莉萍（河南理工大学）

# 序

1845年,托马斯·库克成立世界上第一家旅行社,标志着世界旅游业的出现。但是作为真正意义上的现代旅游业,则始于20世纪50年代的欧美。从那时至今,旅游从为少数上层阶层所能享受的活动发展到现今大众旅游和社会旅游时代,仅经历了50多年的时间。在这短短50多年的历程中,世界旅游业发展大大超出世界经济总体发展速度,成为世界上最大的产业之一。世界旅游组织的统计数字显示,2005年国际旅游人数首次突破8亿人次,全球平均增长率高达5.5%;2006年国际旅游人数达到8.42亿万人次,同比增长4.5%,超出了旅游业的发展预期。世界旅游组织预测,到2010年,全世界每年将有10亿多人出国旅游。旅游不仅对世界各国的经济发展产生积极而深远的影响,同时它已成为人们生活中的一部分,还是影响人们生活方式和生活观念的一个重要因子。

中国是一个旅游资源大国,有着得天独厚的自然旅游资源和人文景观优势。上下几千年的文明积淀,方圆960万 $\text{km}^2$ 的国土,使中国的旅游资源在世界上无与伦比。尽管我国旅游业起步于20世纪80年代初,但经过30余年的发展,中国正从一个旅游资源大国走向旅游接待大国,旅游业在国民经济中的地位和作用日益凸显,其强劲的发展势头为世界所关注。2006年,我国国内旅游人数13.94亿人次,入境旅游人数12494万人次,全国旅游外汇收入339.49亿美元,出境旅游总人数为3452.36万人次。世界旅游组织预测,到2015年,中国将成为世界上第一大入境旅游接待国和第四大出境旅游客源国。届时中国入境旅游人数可达2亿人次,国内旅游人数可达26亿人次以上,出境旅游人数可达1亿人次左右,游客市场总量可达30亿人次左右,居民人均出游可达2次,旅游业总收入可达2万亿元人民币左右。“十一五”期间,中国旅游业将每年新增直接就业70万人、带动间接就业350万人。到2015年,中国旅游直接拉动和间接就业总量将达1亿人左右。

蓬勃发展、无限生机的旅游业,给旅游教育,尤其是高等旅游教育带来了巨大的机遇和挑战。旅游管理是工商管理下面的一个小学科,却面向的是大产业,如何使旅游学科做大做强,更好地为旅游产业服务,为21世纪旅游业发展培养所需各类人才,是每一个旅游教育工作者所要思考的问题。做大做强旅游学科,使旅游教育与旅游产业的发展同步,就必须加大旅游学科建设的力度,其中之一就是要搞好旅游教材的建设。因为,教材是体现教学内容和教学方法的知识载体,是进行教学的基本工具,也是深化教育教学改革,全面推进素质教育,培养创新人才的重要保证。中国林业出版社、北京大学出版社组织全国部分高校编写“21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材”就是推动旅游教学改革与教材建设的一项重要举措。

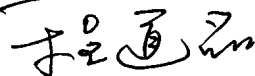
在本套教材的编写过程中,我们力求系统地、科学地介绍旅游管理专业的基本理论、基本知识和基本技能(“三基”),同时也力求将以下理念融入教材的编写中:一是教育创新理念。即

把培养创新意识、创新精神、创新思维、创造力或创新人格等创新素质以及创新人才为目的的教育活动融入其中。二是现代教材观理念。传统的教材观以师、生对教材的“服从”为特征，由此而生成对教学矛盾的解决方式表现为“灌输式”的教学关系。现代教材观是以教材“服务”师生，即将教材定义为“文本”和“材料”，提供了编者、教师、学生与知识、技能之间的跨越时空的对话，为师生创新提供了舞台。三是培养大学生“四种能力”的理念。教材的编写充分体现强化学生的实践能力、创造能力和就业能力、创业能力的需要，以适应旅游业的快速发展对旅游人才的新要求。四是教材建设服从于精品课程建设的理念。精品课程是具有一流教师队伍、一流教学内容、一流教学方法、一流教材、一流教学管理等特点的示范性课程。精品课程建设是高等学校教学质量与教学改革工程的重要组成部分。本套教材的编写力求为精品课程建设服务，能够催生出一批旅游精品课程。

本套教材不仅是全国高等院校旅游管理专业教育教学的专业教材，而且也可作为旅游管理部门、旅游企业专业人员培训及参考用书。我们希望本套教材能够为培养 21 世纪旅游创新人才做出贡献。

最后，借此机会感谢北京大学吴必虎教授、青岛大学旅游学院马波教授对本套教材的指导，感谢中国林业出版社和北京大学出版社对本套教材所付出的辛勤劳动以及各位参与编写的专家和学者对本套教材所付出的心血！

编委会



2007 年 10 月

# 前 言

在我 20 余年的教书生涯中，最令我向往的一件事就是撰写一本《旅游学基础教程》本科教材。可以说，这门课程使学生了解到一种新的思维方式和学习方法，很有可能会改变许多学生的一生。旅游学结合了人文科学和自然科学的一些优点，是一门新兴的社会科学。它的主题是社会的，即人们的选择如何引导他们进入旅游的世界，以及社会的诸多方面又是如何影响着旅游业的发展。但我们必须以科学的冷静来研究这些主题，通过把科学方法引入旅游和旅游业发展中所遇到的问题，力图对旅游业所面临的基本挑战做出回应。

我教过的一位学生讲过：“现代社会信息呈爆炸型迅速发展，知识的更新率几乎用秒来计算，我们有什么本事和本钱来学习那么多的东西。我想，我们更应该做的是，用最短最珍贵的时间去学对自己最有用、最新的知识，这样，才能在现代激烈的社会竞争中，即使不能领先，至少也能处于不落后的位置。”这席话虽不能代表所有学生的想法，但也是代表了相当一部分目前在校生的想法。与其他许多旅游学概论、旅游学原理课程的教科书相比，本书把更多的篇幅用于旅游学的实践应用与相关政策理解，而把较少篇幅用于正规的旅游学原理或理论探讨。在本书的所有章节中都提供了如何运用原理和理论的案例研究，从而说明旅游学的原理和思想是如何解释和应对当前社会旅游业发展所面临的各种问题。

作为一个 21 世纪初尚停留在高等院校课堂里的学生，为什么你还应该学习旅游学呢？我试着帮助你分析一下原因：

学习旅游学的第一个原因是旅游学有助于了解你所生活的世界的一个重要侧面——旅游世界。从公元纪年起，世界已经经过了漫长的 2000 年进入第三个千年。在 1999 年 12 月庆祝“千禧年”的活动高潮中，有一件小事或许早已被业界淡忘。当时广东旅游出版社出版了一本由国内著名旅游学专家魏小安、赵季平和张树民共同著述的《中国旅游业新世纪发展大趋势》，书中谈到经过 20 年的发展，中国已成为一个旅游大国，但还远远不是一个旅游强国。一般来说，规模日“大”，质量日“强”，效益日“优”，而“强”这一概念的最终体现，是在市场上的竞争力。在新世纪我国要发展成为旅游强国，还需要积极借鉴法、美等旅游发达国家的成功经验，在以下 10 个方面取得实质性的突破：

1. 旅游经济运行有序化——从无序到规范的宏观经济运行；
2. 市场结构完善化——从“一枝独秀”到“三足鼎立”的市场结构；
3. 旅游产品系列化——从单一的产品点到完善的产品体系；
4. 服务质量标准化——从“随心所欲”到“循规蹈矩”的服务质量；
5. 旅游促销多样化——从让人知到让人来的市场促销；
6. 产业组织集团化——从足够多到足够强的旅游企业；
7. 技术配备高度化——从“声光电”到“高精尖”的技术应用；
8. 行业管理法制化——从“救火式”到“制度式”的行业管理；



9. 旅游消费普遍化——从“游手好闲”到“生活必需”的消费观念；

10. 宏观环境舒适化——从“容人”到“可人”的外部环境。

时间已过去了8年，而作者提出的许多观点今天已经变成了现实，有些则正在或继续变成现实。从大部分的预测来看，旅游业的未来充满希望。对国内大多数旅游目的地的游客到达人数、旅游收入和就业增长进行的种种预测都表明，旅游业的前途是相当乐观的。

学习旅游学的第二个原因是旅游学将使你更精明地参与到旅游管理和旅游实践中去。当整个社会和世界都因为旅游业的高速发展而将旅游业称为“世界最大行业”时，千万别忘记历史的教训。1997年的“亚洲金融危机”、1998年的“SAS流感”和1999年的“9·11事件”等危机都表明，即使最活跃的旅游行业也会处于困境。所以要多问问这样几个问题：“假如……怎么办？”研究和分析表明，未来的旅游业将面临许多约束和限制，且不容忽视。20世纪90年代末国际旅游政策论坛(ITPE)把来自21个国家的90多名专家聚集在美国华盛顿大学的国际旅游学院进行了为期三天的讨论。之后把专家们的观点汇集在一起，认为在未来的岁月里，这19个因素应该成为旅游行业领导者和决策者的工作重点：

- 人类的自然环境正在成为旅游开发与管理的“中央舞台”；

- 必须认识到旅游开发的程度是有限的，尤其是目的地的自然和社会承载能力；

- 提高全民意识的旅游是未来的口号，社区要求积极参与旅游日程的安排，旅游开发和管理的首要任务不容忽视；

- 旅游业必须设法发展成为一个对社会负责任的行业，更确切地说，它必须吸取前车之鉴，不能单纯地对各种压力做出反应；

- 文化多元化应该放在全球范围内去认识；

- 人口统计变化正在形成，这将极大地影响旅游的水平 and 性质；

- 人力资源问题：对人员的需求越来越大，同时需要加强他们的敬业精神；

- 政策朝着市场经济行为的方向发展，导致全球重组。这个过程利用的是市场力量而不是意识形态来指导决策和制定政策；

- 市场经济的出现、政府预算的减少正在为旅游设施和服务私有化和解除管制制造压力；

- 地区合作、政治合作和经济合作将成为主流；

- 用于旅游基础设施开发的成本不断提高，税收不断增长，将维持并增加对旅游行业的压力；

- 国际跨国公司的影响力将进一步扩大；

- 北部与南部国家（发达与发展中国家）之间的差距越来越大，它将继续导致摩擦，这一点同时也是决定旅游能否长期和谐发展的因素；

- 地区冲突和恐怖活动加剧，阻碍了旅游的发展和繁荣；

- 对健康和安全隐患的关注可能成为阻碍旅游的主要因素；

- 技术的飞跃为生产力的提高、人力资源的发展和旅游行业的重组创造了机遇，同时也产生了压力；

- 尽管近期已取得进步，但是政府对旅游行业在社会和地区经济发展中的重要性的认识仍然不能令人满意，其中一部分原因是缺乏可信的旅游数据；

- 对管理系统和管理过程越来越不满意，可能直接导致旅游业新框架（发展模式）的制定。

新的现实将迫使旅游政策的制定者和旅游产业彻底改变传统的旅游发展经营方式，它同时还要要求游客改变自己的需求和行为。但这种变化并不都是起消极作用，许多变化可以被视为对过去错误判断和极端行为的纠正，现有的变化则代表着一种革新性的发展趋势。所以学习旅游学可以使你更好地理解旅游行业的发展潜力和局限性。在未来的岁月中，不论你是一名普通的游客，还是一名旅

游业中的工作人员，抑或是旅游行业中的管理者、决策者，书中所谈到的问题，你总会遇到并在你的心中牵挂着。因此，《旅游学基础教程》中讲到的基本原理、典型案例和政策解读、发展预测都可以运用到你生活、工作的方方面面。无论以后你观阅媒体、管理旅游企业或在知名、不知名的旅游目的地行走，你都会为学习过旅游学而感到幸运和欣慰。

需要说明的是本书由王明星担任主编，刘继祥、张建忠担任副主编。各章编写分工执笔名单如下：第1、2、3章和第4章3、4节，王明星；第4章1、2节和第6章，耿莉萍；第5章，郝文军、刘继祥；第7章，李玲、王明星；第8章，刘继祥、郝文军；第9章，张继忠；第10章，肖曾艳、王明星；第11章，屈学书；第12章，张国兴；第13章，刘继祥、吕俊芳；第14章，张建忠；第15章，吕俊芳、刘继祥；第16章，王明星、李玲。王明星负责设计全书的编写大纲和全书的统稿、修订、审定工作，肖曾艳、李玲负责全书编辑、校对工作。

你们的朋友 王明星

2008年4月16日于广东肇庆北岭山下

# 目 录

## 序 言

### 第一篇 旅游业概述

<b>第1章 旅游学入门</b> .....	3
1.1 旅游是什么 .....	3
1.2 “旅游者”的界定及其形成条件 .....	7
1.2.1 “旅游者”概念界定 .....	7
1.2.2 “旅游者”的类型 .....	13
1.2.3 “旅游者”的形成条件 .....	15
1.3 旅游活动与旅游活动管理的诸要素 .....	18
1.3.1 旅游活动过程 .....	18
1.3.2 旅游管理诸要素 .....	20
1.4 旅游学科体系和基本研究方法 .....	23
1.4.1 旅游学科性质 .....	23
1.4.2 旅游学的理论体系 .....	24
1.4.3 旅游的基本研究方法 .....	26
<b>第2章 旅游的产生与发展</b> .....	32
2.1 “前旅游时代”：闲逸与早期的旅行活动 .....	32
2.1.1 “前旅游时代”的界定 .....	32
2.1.2 中国古代旅行的类型及其特点 .....	33
2.2 大众旅游时代：近代旅游的开端与中外旅游的发展 .....	38
2.2.1 进现代旅游业产生的原因 .....	38
2.2.2 世界近现代旅游业发展的标志和表现 .....	41

2.3 多元化的后旅游时代：当代旅游的发展 .....	42
2.3.1 旅游是现代社会的一种“社会事实” .....	42
2.3.2 当代中国旅游业的发展 .....	43
2.3.3 “旅游产品谱”与“新型旅游者” .....	47
<b>第3章 职业机会与能力</b> .....	57
3.1 国内外旅游业发展与职业预测 .....	58
3.1.1 新时期国内外旅游业的发展 .....	58
3.1.2 新时期国内外旅游业职业预测 .....	59
3.2 职业要求与途径范围 .....	59
3.3 浙江会展业发展和会展人才需求 .....	63

### 第二篇 旅游业及经营管理

<b>第4章 旅游业</b> .....	75
4.1 旅游业概述 .....	76
4.1.1 基本概念 .....	76
4.1.2 旅游业构成 .....	77
4.1.3 旅游业性质 .....	78
4.1.4 旅游业的特点 .....	78
4.2 旅游业在社会经济发展中的作用 .....	79
4.2.1 旅游业在推动旅游活动发展中的作用 .....	79
4.2.2 我国旅游业在促进社会经济发展方面的作用 .....	80
4.3 旅游交通运输 .....	83

4.3.1 旅游交通的含义 .....	84	6.3 旅行社旅游产品的营销与销售 过程 .....	133
4.3.2 航空运输业 .....	85	6.3.1 旅行社产品的营销 .....	133
4.3.3 铁路运输业 .....	87	6.3.2 旅行社产品的销售 .....	135
4.3.4 汽车运输业 .....	87	6.4 旅行社旅游产品的开发与组合 .....	136
4.3.5 水上运输业 .....	88	6.4.1 我国旅游产品设计存在的 问题 .....	137
4.3.6 特殊交通工具 .....	89	6.4.2 存在上述问题的原因 .....	137
4.3.7 影响旅游者选择旅行方式的 因素 .....	90	6.4.3 充分认识旅游产品开发的 重要性 .....	138
4.4 旅游购物业 .....	91	6.4.4 旅游产品开发的策略 .....	139
4.4.1 传统旅游商品的定义与范围 .....	91		
4.4.2 旅游购物的一个理论框架 .....	92		
<b>第5章 旅游资源、市场与旅游动机</b> .....	<b>98</b>	<b>第7章 酒店业及相关服务</b> .....	<b>144</b>
5.1 旅游资源分类与评价 .....	100	7.1 酒店的起源、发展及其作用 .....	145
5.1.1 旅游资源分类 .....	100	7.1.1 西方酒店业的起源和发展 .....	145
5.1.2 旅游资源评价 .....	102	7.1.2 中国酒店业的起源和发展 .....	146
5.2 旅游市场的概念及划分 .....	104	7.1.3 酒店业的作用 .....	148
5.2.1 旅游市场的概念 .....	104	7.2 酒店业发展趋势和国内市场分析 .....	149
5.2.2 旅游市场的划分 .....	104	7.2.1 酒店业发展趋势 .....	149
5.3 旅游市场需求与供给 .....	106	7.2.2 国内市场分析 .....	151
5.3.1 旅游市场需求 .....	107	7.3 经济型酒店的定位与发展 .....	154
5.3.2 旅游市场的供给 .....	109	7.3.1 什么是经济型酒店 .....	154
5.4 国内外旅游市场概述 .....	111	7.3.2 经济型酒店的特点 .....	154
5.4.1 国际旅游市场概述 .....	111	7.3.3 我国经济型酒店发展现状与 趋势 .....	155
5.4.2 中国旅游市场 .....	115	7.4 酒店的管理与营销策划 .....	159
5.5 旅游动机与旅游行为 .....	120	7.4.1 酒店的管理 .....	159
5.5.1 旅游动机 .....	120	7.4.2 酒店营销策划 .....	161
5.5.2 旅游行为 .....	120	7.5 餐饮、会议与度假的服务管理 .....	166
<b>第6章 旅行社及旅游产品的销售管理</b> .....	<b>123</b>	7.5.1 餐饮服务管理 .....	166
6.1 旅行社的市场定位 .....	124	7.5.2 会议服务管理 .....	171
6.1.1 旅行社的概念及内涵 .....	124	7.5.3 度假旅游服务管理 .....	174
6.1.2 旅行社的作用与职能 .....	124		
6.1.3 旅行社的市场定位 .....	126	<b>第8章 景区、主题公园及其他</b> .....	<b>181</b>
6.2 旅行社的旅游产品分类与指导思想 .....	129	8.1 景区的构成、特征与分类 .....	182
6.2.1 旅行社旅游产品的概念 .....	129	8.1.1 旅游景区概念 .....	182
6.2.2 旅行社旅游产品的分类 .....	130	8.1.2 旅游景区的构成 .....	182
6.2.3 旅行社推出旅游产品的指导 思想 .....	132	8.1.3 旅游景区的特征 .....	182
		8.1.4 旅游景区的类型 .....	183

8.2 中国旅游景区的演化 .....	189	9.5.5 区域中心城市开发与管理的相 关建议 .....	225
8.3 国外主题公园的发展历程 .....	190	<b>第三篇 旅游的体验和社会影响</b>	
8.3.1 主题公园的定义和来源 .....	190	<b>第10章 旅游体验</b> .....	
8.3.2 主题公园的发展 .....	191	10.1 旅游体验的概念和质量 .....	234
8.3.3 与传统旅游产品的区别 .....	191	10.1.1 旅游体验的概念和内容 .....	234
8.4 国内主题公园的规划、开发与发 展趋势 .....	191	10.1.2 旅游体验的质量和内涵 .....	236
8.4.1 国内主题公园的发展历程 .....	192	10.2 旅游观赏 .....	237
8.4.2 国内主题公园的规划、开发 与发展趋势 .....	193	10.2.1 旅游观赏的概念和特点 .....	237
<b>第9章 旅游目的地的开发与管理</b> .....	200	10.2.2 旅游观赏过程中的三种审美 形态 .....	240
9.1 旅游目的地的概念和发展趋势 .....	200	10.3 旅游交往 .....	241
9.1.1 旅游目的地的概念 .....	200	10.3.1 旅游交往的作用 .....	241
9.1.2 旅游目的地的发展趋势 .....	203	10.3.2 旅游交往的形式 .....	243
9.2 旅游目的地类型一：中国历史文 化名城的保护与开发 .....	206	10.3.3 旅游者与其他群体的交往 .....	243
9.2.1 历史文化名城 .....	206	10.3.4 旅游交往的原则 .....	244
9.2.2 历史文化名城的现状 .....	206	10.4 旅游消费 .....	245
9.2.3 历史文化名城的保护 .....	207	10.4.1 旅游消费的概念 .....	245
9.3 旅游目的地类型二：中国历史文 化名镇的保护与开发 .....	209	10.4.2 旅游消费的构成 .....	245
9.3.1 中国历史文化名镇 .....	209	10.5 体验式旅游 .....	246
9.3.2 历史文化名镇的保护与开发的 具体思路 .....	212	10.5.1 体验经济下的旅游 .....	246
9.4 旅游目的地类型三：中国历史文 化名村的保护与开发 .....	215	10.5.2 体验式旅游的概念和特点 .....	246
9.4.1 中国历史文化名村 .....	215	10.5.3 体验式旅游的设计理念 和原则 .....	247
9.4.2 历史文化名村保护工作的重要 意义 .....	218	<b>第11章 旅游社会影响</b> .....	255
9.4.3 历史文化名村保护与开发的具 体建议 .....	219	11.1 旅游的经济影响 .....	256
9.5 旅游目的地类型四：区域中心城 市的开发与管理 .....	220	11.1.1 旅游对经济的积极影响 .....	256
9.5.1 区域中心城市的概念 .....	220	11.1.2 旅游对经济的消极影响 .....	260
9.5.2 区域中心城市的形成机制 .....	221	11.2 旅游的社会文化影响 .....	261
9.5.3 中心城市在区域经济发展中的 作用 .....	222	11.2.1 旅游对社会文化的积极 影响 .....	262
9.5.4 旅游中心城市 .....	223	11.2.2 旅游对社会文化的消极 影响 .....	263
		11.3 旅游的环境影响 .....	266
		11.3.1 旅游对环境的积极影响 .....	266
		11.3.2 旅游对环境的消极影响 .....	267

**第四篇 旅游业的宏观管理与可持续发展****第12章 中国旅游管理体制与政策**

## 法规 ..... 277

## 12.1 国家旅游管理体制 ..... 277

## 12.1.1 国家旅游行政组织的概念 ..... 278

## 12.1.2 国家旅游管理体制模式 ..... 278

12.1.3 我国旅游行政管理组织的组织  
机构设置 ..... 279

## 12.2 旅游行业组织及行业管理 ..... 285

## 12.2.1 旅游行业组织的性质与职能 ... 285

## 12.2.2 旅游行业组织的种类 ..... 285

## 12.2.3 我国的旅游行业组织 ..... 285

## 12.2.4 国际旅游组织 ..... 286

## 12.3 中国的旅游政策与法规 ..... 289

## 12.3.1 旅游政策与法规概述 ..... 289

## 12.3.2 我国当前的旅游政策 ..... 290

## 12.3.3 我国当前的旅游法规 ..... 291

## 12.4 中国的旅游标准化 ..... 293

## 12.4.1 旅游标准化概述 ..... 293

## 12.4.2 中国的旅游标准组织 ..... 294

## 12.4.3 中国的旅游标准体系 ..... 294

## 12.4.4 中国的主要旅游标准 ..... 295

**第13章 旅游规划、容量及协调发展 ... 300**

## 13.1 旅游规划的类型及基本内容 ..... 301

## 13.1.1 旅游规划的发展历程 ..... 301

## 13.1.2 旅游规划的类型 ..... 302

## 13.1.3 旅游规划的基本内容 ..... 302

## 13.2 旅游容量的概念和类型 ..... 304

## 13.2.1 旅游容量的概念 ..... 304

## 13.2.2 旅游容量的类型 ..... 304

## 13.3 旅游容量的测定和调控 ..... 306

## 13.3.1 旅游资源容量的测定 ..... 306

## 13.3.2 生态容量的测定 ..... 307

## 13.3.3 旅游容量的调控 ..... 308

## 13.4 旅游业的协调发展 ..... 310

## 13.4.1 旅游业的构成 ..... 310

13.4.2 旅游业的特征 ..... 310

13.4.3 旅游产业结构 ..... 311

13.4.4 旅游业在国民经济中的地位与  
作用 ..... 311

13.4.5 中国旅游业的现状 ..... 313

13.4.6 中国旅游业的发展建议 ..... 313

**第14章 旅游业的可持续发展 ..... 317**

## 14.1 旅游可持续发展基本理论 ..... 318

14.1.1 旅游可持续发展的概念 ..... 318

14.1.2 旅游可持续发展的目标 ..... 320

14.1.3 旅游可持续发展的原则 ..... 320

14.1.4 旅游可持续发展的特点 ..... 321

14.1.5 实现旅游可持续发展的关键  
——旅游环境承载力 ..... 321

14.1.6 旅游可持续发展的影响因素 ... 322

14.2 生态旅游及《全球旅游伦理规范》  
的推行 ..... 323

14.2.1 生态旅游 ..... 323

14.2.2 《全球旅游伦理规范》的推行 ... 329

14.3 实现旅游业可持续发展的途径 ..... 329

**第五篇 旅游业的发展趋势与未来****第15章 旅游业的发展趋势 ..... 341**

15.1 中国当代旅游业的发展特点 ..... 342

15.2 中国旅游业发展趋势 ..... 347

15.3 中国旅游业的发展战略 ..... 350

15.4 WTO与中国旅游业 ..... 352

15.4.1 面临挑战 ..... 352

15.4.2 战略选择 ..... 353

**第16章 世界旅游宣言与世界旅游业发展****趋势 ..... 358**

16.1 世界现代旅游组织 ..... 360

16.1.1 国际性旅游组织 ..... 360

16.1.2 地区性旅游组织 ..... 362

16.1.3 国家旅游组织 ..... 362

16.2 不同时期的世界旅游业发展宣言 ... 363

16.2.1 马尼拉世界旅游宣言 .....	363	16.3.1 世界旅游业发展的两种类型 ...	371
16.2.2 阿卡普尔科旅游宣言 .....	365	16.3.2 世界旅游业发展的五种模式 ...	372
16.2.3 旅游权利法案和旅游者 守则 .....	367	16.3.3 两种类型和五种模式的小结 ...	376
16.2.4 海牙旅游宣言 .....	369	16.4 世界旅游业的发展趋势 .....	376
16.3 世界旅游业发展的不同模式 .....	371	参考文献 .....	389

第一篇

旅游业概述



