

当代旅游学

下



李金早 主编



创于1897

商务印书馆
The Commercial Press

中国旅游出版社

当代旅游学

下



李金早 主编



创于1897

商务印书馆

The Commercial Press

中国旅游出版社

统筹编辑：段向民
责任编辑：李志忠 孙妍峰 张芸艳
责任印制：冯冬青
封面设计：单佳佳

图书在版编目(CIP)数据

当代旅游学：全3册 / 李金早主编. -- 北京：中国旅游出版社：商务印书馆，2018.2
ISBN 978-7-5032-5995-1

I. ①当… II. ①李… III. ①旅游学 IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第053184号

书 名：当代旅游学：全3册

作 者：李金早主编

出版发行：商务印书馆

(北京王府井大街36号 邮编：100710)
<http://www.cp.com.cn>

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@cнта.gov.cn
营销中心电话：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：北京工商事务印刷有限公司

版 次：2018年2月第1版 2018年2月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：87.25 (全3册)

字 数：2066千 (全3册)

定 价：118.00元 (全3册)

I S B N 978-7-5032-5995-1

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换

《当代旅游学》编撰团队

主 编：李金早

副主编：杜 江 李世宏

成 员（按姓名音序排列）

白 凯	白长虹	蔡家成	陈金林	陈丽军	陈献春
陈 晔	陈增祥	成 竹	戴 斌	邓爱民	丁肇勇
葛全胜	韩元军	郝康理	侯振刚	胡安徽	胡抚生
黄福才	黄 璜	黄 晶	黄潇婷	蒋依依	黎 巛
李柏文	李创新	李三旗	李 爽	李云鹏	李 中
李仲广	刘海洋	廖 斌	刘 刚	刘克智	刘祥艳
楼嘉军	鲁明勇	马海鹰	马红涛	马晓龙	马仪亮
钱远坤	邱 玮	石培华	宋慧林	宋 瑞	宋子千
孙 颖	汤利华	唐晓云	单钢新	妥艳焯	王慧颖
王佳欣	王明康	文 彤	吴必虎	吴丰林	吴 普
吴贤德	武芳梅	锡东光	席建超	肖 勇	徐海军
杨安娣	杨春宇	杨宏浩	杨 强	杨忠武	喻学才
曾颖如	张朝枝	张吉林	张佳仪	张 杰	张进福
张立军	张利忠	张晓松	张 扬	赵 华	

编务秘书工作组

组 长：戴 斌

成 员：李仲广 唐晓云 宋子千 郭 宁 吴 普
马仪亮 胡抚生 熊 娜 韩元军 冯璇璇
吴 俊 王占龙 刘 欢

前言

产业理论与产业发展密切相关。一般来说，产业立，理论亦立；理论不立，产业难立。没有产业理论的产业发展是不可想象的。同样，脱离产业发展的产业理论也是靠不住的。中国旅游的实践之蛹，快速成长，张力尽显，已呈突破理论蚕茧之势。旅游实践之水早已汹涌澎湃，巨浪滔天，而长久以来旅游理论之渠却未见端倪，亟待开凿。在此背景下，《当代旅游学》正式出版面世，恰似一条刚刚开凿的渠道，奔腾着澎湃的中国旅游实践之水！该书凝聚全国旅游学界、旅游业界的智慧，反映我国当代旅游发展状况和特点，是我国旅游系统坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，为产业发展进行理论创新的一项重要基础工程。

一、为何要编撰《当代旅游学》

党中央、国务院对旅游业寄予厚望。习近平总书记高度重视旅游业，对“厕所革命”、全域旅游、文明旅游、旅游扶贫、红色旅游等作出了一系列重要指示，多次向如中美旅游年、中俄旅游年、中印旅游年、中韩旅游年等发贺信。特别是2017年11月21日，习近平总书记批示强调：两年多来，旅游系统坚持不懈推进“厕所革命”，体现了真抓实干、努力解决实际问题的工作态度和作风。旅游业是新兴产业，方兴未艾，要像抓“厕所革命”一样，不断加强各类软硬件建设，推动旅游业大发展。厕所问题不是小事情，是城乡文明建设的重要方面，不但景区、城市要抓，农村也要抓，要把这项工作作为乡村振兴战略的一项具体工作来推进，努力补齐这块影响群众生活品质的短板。李克强总理将旅游定位为“五大幸福产业”之首，在2016年政府工作报告中明确提出“迎接大众旅游时代”“完善旅游设施和服务，大力发展乡村、休闲、全域旅游”。在党中央国务院的坚强领导下，我们就旅游体制改革、旅游产业发展进行了一系列探索，全域旅游、厕所革命、旅游扶贫、“旅



游+”、旅游外交、建设旅游强国“三步走”战略、优质旅游发展等，从一开始就成为社会热点。

但是，长期以来，无论是旅游理论界的专家学者们还是行业实际操作层面的同志们，都深感我国旅游基础理论及应用研究与旅游蓬勃发展的实践很不适应，特别是对新时代新阶段旅游发展规律、旅游创新理论和旅游改革实践等，缺乏系统、科学深入的研究与论述。现有的许多旅游学教材很难让学生和社会大众了解我国旅游业发展的实践探索和理论进展。直到今天，有些教材还在教学生许多过时或经不起推敲的说法。不少教材根本不涉及蓬勃发展的乡村旅游、已成燎原之势的互联网旅游，更不用说如火如荼的全域旅游，讲旅游产品也仅局限于旅游景区景点及宾馆饭店，旅游外交的概念更是难以寻觅。学校课堂与社会课堂之间本就有距离，而教材滞后更扩大了这一距离，学生们所学的知识与社会严重脱节。旅游专业的广大青年学生是国家旅游业的未来，是旅游发展的希望所在。编撰《当代旅游学》就是为了让广大青年学生得以接触和了解我国旅游理论和实践的最新成果。

不必讳言，社会上还有一些人士对旅游的认识存在一定程度的差异，有的还认为旅游不过就是简单的吃喝玩乐。如果这些问题不澄清，长此以往势必给旅游业发展带来负面影响，成为制约行业发展水平提高和综合价值体现的“瓶颈”。此书的编撰重在正本清源，在全社会普及当代旅游知识，传播当代旅游发展的新信息和正能量。

产业发展需要理论指导、支撑，产业发展的实践又丰富升华理论。最老的产业莫过于农业，有人类活动就有农业，漫长的产业发展使农业理论日臻成熟，理论体系完整，概念逻辑严密，外延内涵清晰。而就此来看旅游则是另一番景象了。与农业等相比，现代旅游业却是很晚的事了，西方现代旅游的起步也不过 170 多年，在中国则更短，约四十年的历程。如此短暂的历程使我们来不及对快速发展的实践进行总结、提炼、升华。因而，社会对旅游的认识不可避免地停留在旅游发展的初级阶段。

快速发展的旅游实践需求与旅游理论供给短缺、滞后的矛盾日益突出、尖锐，以致制约旅游产业、行业健康发展，影响经济社会协调。作为当代旅游者，理应主动作为，勇于担当，积极承担起解决这一矛盾的重任。

要让社会更多的人理解、支持、参与旅游产业，就必须提供与时俱进的、健康而丰富的理论产品。因此，编撰《当代旅游学》绝不是一种纯学术行为，不是一种不务正业的行为，而是旅游产业发展组合拳里的应有之拳、必有之拳。

总之,现在的突出问题是旅游基础教育缺乏与时俱进的科学理论、旅游行业培训缺乏系统教材、社会对旅游的全面了解缺乏规范读本。由此,我们编撰《当代旅游学》旨在弥补此类缺憾和欠账之万一,希望其尽可能反映新时期我们对旅游业发展规律、特征、功能和发展战略的认识。《当代旅游学》的编撰、出版是旅游行业深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想,推进优质旅游发展的客观需求,是我们实施“三步走”战略建设世界旅游强国的必备要素,其作用和影响又将远远超出旅游行业,对全社会也有着重要的积极意义。

二、《当代旅游学》是怎样一本书

1.《当代旅游学》努力成为理论与实践的有机结合体

《当代旅游学》强调理论与实践相结合,强调对我国四十年来旅游发展实践进行理论总结,特别是强调对三年多来丰富的旅游创新实践进行梳理、总结和提炼。因此,它既非纯学术专著,也非工作报告,而是要努力成为理论与实践的有机结合体。

2.《当代旅游学》是立足国内、放眼世界的有益尝试

本书总结了我国当代旅游发展实践,提炼了中国当代旅游发展规律。无论是中国读者,还是外国读者,通过阅读此书,即可以了解中国旅游。但是,旅游是跨国界的,不能关起门来搞旅游。因此,本书充分研究国外旅游,从世界旅游发展轨迹看,中国旅游是后起者、追赶者,更应研究、学习、借鉴先进国家的经验,同时,也要避免重走一些国家的弯路。

3.《当代旅游学》是集多学科理论于一体的综合成果

《当代旅游学》的重要内容之一是经济学,但不是纯经济学,还包括了政治学、管理学、市场学、社会学、生态学等,还涉及文化、历史、地理等。因此,它是多学科理论在旅游上的综合体现。

4.《当代旅游学》可供高校涉旅专业学生学习参阅

学生通过学习此书,有利于掌握与旅游相关的理论、知识,了解当代旅游发展进程,尽可能缩小学校课堂与社会课堂的距离,为毕业后的发展打下良好基础。

5.《当代旅游学》可作为旅游行业干部职工的培训教材

干部职工通过学习此书,有利于对旅游规律有比较系统的了解,补充与旅游相关的理论知识;提高对旅游发展实践进行理论总结、提炼的能力;增强理论武装,开阔视野,解放思想,开拓务实,提高旅游实际工作水平。

6. 《当代旅游学》可作为社会普及旅游知识的通用读本

社会各界人士通过阅读本书,有利于尽可能全面、深入地了解旅游,丰富旅游及相关知识,激发支持旅游、参与旅游的热情,不断提升旅游文明水平,从而起到社会教化的作用。

编撰《当代旅游学》,是我国旅游领域的一项全国性的集体研究工程,是一次思想大解放、理论大梳理、发展大讨论、经验再总结、思路再开阔。在编撰过程中,我们着力把握以下三点:

一是在指导思想上,坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导。习近平新时代中国特色社会主义思想开辟了我国由世界旅游大国建成世界旅游强国的新境界。在书中,我们可以清晰地看到习近平总书记关于旅游创新发展、旅游协调发展、旅游绿色发展、旅游开放发展和旅游共享发展等重要理念。

二是在编撰团队上,坚持理论研究与行政管理部门通力合作。本书编撰队伍是一个综合团队,其成员既有高校教师,也有科研单位的专家学者,还有旅游行政主管部门的负责同志;既有国家旅游局的同志,也有地方旅游发展委员会、旅游局等方面的同志。我国旅游乃至整个经济社会发展迅猛,许多实践来不及深入研究从而形成完整的理论,如全域旅游、“旅游+”、旅游外交等都是这几年来开展的新实践,仍然处在探索阶段。请旅游行政管理一线的同志参加,就是考虑到他们在第一线比较了解旅游发展的实际情况,工作中也做了很多思考和创新。专家学者具有深厚的理论功底和教学经验,优势明显,与具有一定研究积累并善于、勤于思考的一线工作的负责同志合作,有利于收到优势互补、强强联合的效果。

三是在编撰过程中,坚持严谨的治学精神。这不是一本旅游资料汇编。此书重在研究,反映研究成果,而非工作报告,或新闻报道,或简单的文字堆砌。本书编撰中努力做到:不说虚话、套话、言不及义之话,不使用行政文体语言;将政策文件转化为学术性表达,符合教材语言要求;多用专栏,努力增加信息量;慎重引文,确有价值者引之,确有必要者引之,避免为了引文而引文,为增加引文量而引文;科学严谨,强化学术分量。在编撰组织方式上,采取团队研究加责任到人的方式。每一篇、每一章都经充分研究讨论后才进行编写,然后相互修改,经过多个回合最后定稿。

三、《当代旅游学》的篇章结构

全书分上、中、下三册,共计十五篇,前七篇为基础理论,主要讲旅游

基本知识,旅游演进轨迹,旅游与文化、与科技和社会的关系以及国际旅游发展战略等;后八篇为发展实务,主要讲旅游发展规划、发展战略、全域旅游、旅游产业、公共服务、市场营销、深化开放合作的港澳台旅游、旅游外交与国际合作、旅游可持续发展等。

基础理论部分

- 第一篇 旅游基本知识
- 第二篇 旅游演进轨迹
- 第三篇 若干国家旅游政策与发展战略
- 第四篇 旅游与文化
- 第五篇 中国旅游文化传统
- 第六篇 旅游与科技
- 第七篇 旅游与社会

发展实务部分

- 第八篇 旅游规划与发展战略
- 第九篇 全域旅游与旅游现代治理机制
- 第十篇 旅游产业发展
- 第十一篇 旅游公共服务
- 第十二篇 旅游市场营销
- 第十三篇 港澳台地区旅游
- 第十四篇 旅游外交与国际合作
- 第十五篇 旅游可持续发展

不言自明,以上关于“基础理论部分”和“发展实务部分”的划分不是绝对的,不过是宏观鸟瞰而已,因而其内容在某些方面是有交叉的。

四、《当代旅游学》的编撰历程

《当代旅游学》的编撰前后历经四个年头。2015年年初,我们请中国旅游研究院着手筹划,研究院的同志们积极性很高,摩拳擦掌,准备立即行动。但我们感到当时启动编撰的时机尚不成熟,还是要再实践一段时间,同时认真准备,加紧积累,蓄势待发。2015年年底,经认真思考,我们开始启动编撰准备工作,2016年10月,我们列出了篇章框架,研究院据此组织一批专家拿出了初稿。一些同志看了以后,感到尚不成熟,因此还需要动员更多确有功力的专家和有研究积累且善于、勤于思考的一线工作的同志参加,群策群力,集思广益,下更大功夫,深化研究,总结规律,努力提高理论层次,而



不是将已有材料进行简单的归并、整理，匆忙粗糙成稿。为此，还需要改变编撰组织方式。仅《当代旅游学》编撰分工表，我们就先后修改了十几轮，在此过程中不断调整、完善。先后召开了四次全体编撰人员工作会议。2018年1月，我们还专门召开了《当代旅游学》编撰组学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想研讨班，深入学习习近平新时代中国特色社会主义思想，强调编撰工作要以中国旅游业四十年的发展实践尤其是党的十八大以来旅游业呈现的新思想、新实践、新成果为依据。

诚然，我们现在编撰的是第一版，反映的仅是现阶段的一些认识，体现现阶段的研究水平，同时，由于编撰者的水平有限，本书不可避免地存在一些缺点、弱点、盲点，敬请读者不吝指正。以后随着旅游业的发展，随着新的实践探索，必然出现新的理论，相应地必然还会有第二版、第三版……我们诚恳、热切地欢迎越来越多的人士关注此书，为本书的修改完善提出宝贵意见。

“东方欲晓，莫道君行早。踏遍青山人未老，风景这边独好。”回望来路，国人从未像今天这样看重、参与、支持旅游业，中国旅游从未像今天这样规模之大、程度之深地影响中国经济和社会；放眼全球，世界亦从未像今天这样在意、关注、审视中国旅游业，中国旅游也从未像今天这样规模之大、程度之深地融入世界。蓬勃发展的中国旅游实践和旅游国际合作的浪潮呼唤当代旅游学问世，同时也为之诞生加快准备着生动实践的“产房”。《当代旅游学》的编撰、出版可谓恰逢其时！时不我待！

李金早

2018年2月25日（周日）于北京

目 录

第十一篇 旅游公共服务

第一章 旅游公共服务概述	3
第一节 旅游公共服务的基本概念	3
第二节 旅游公共服务的分类框架	9
第三节 旅游公共服务的理论基础	14
第四节 旅游公共服务的发展历程	19
第二章 旅游公共服务供给	25
第一节 旅游公共服务供给主体	25
第二节 旅游公共服务供给的受益主体	28
第三节 旅游公共服务供给客体	30
第四节 旅游公共服务供给机制及效率分析	32
第五节 旅游公共服务供给路径分析	38
第六节 国外旅游公共服务供给实践及启示	40
第三章 旅游公共服务体系内容	48
第一节 旅游交通便捷服务体系	48
第二节 旅游公共信息服务体系	52
第三节 旅游便民惠民服务体系	57
第四节 旅游安全保障服务体系	60
第五节 旅游基础设施行政服务体系	64
第四章 旅游公共服务管理	70
第一节 旅游公共服务管理概述	70



第二节 旅游公共服务管理的内容	74
第三节 旅游公共服务管理的发展趋势	82

第十二篇 旅游市场营销

第一章 旅游市场的运行	93
第一节 旅游市场的构成	93
第二节 旅游市场细分与目标市场选择	97
第三节 宏观环境对旅游市场的影响	103
第二章 旅游者消费行为	108
第一节 旅游者的消费习惯与行为特征	108
第二节 旅游者的目的地选择行为	111
第三节 旅游者幸福感	119
第四节 旅游者行为调查与分析方法	122
第三章 旅游产品营销	129
第一节 包价旅游、自助旅游与定制旅游	129
第二节 旅游定价策略	140
第三节 旅游产品营销策略	147
第四节 旅游产品的演变趋势与体验设计	154
第四章 旅游目的地营销	159
第一节 旅游目的地营销概述	159
第二节 旅游目的地营销组织	163
第三节 旅游目的地品牌营销	167
第四节 旅游目的地间的营销合作	173
第五节 旅游目的地营销新动向	176

第十三篇 港澳台地区旅游

第一章 港澳台地区旅游发展历程与经验	187
第一节 香港旅游的发展历程与经验	187
第二节 澳门旅游的发展历程与经验	199
第三节 台湾旅游的发展历程与经验	205

第二章 内地与香港地区旅游合作交往	212
第一节 内地与香港地区旅游合作交往的政策引导	212
第二节 内地与香港旅游市场交流的现状与评价	215
第三节 内地与香港旅游产业合作的现状与评价	217
第四节 内地与香港旅游合作交往的制度安排与政策设计	219
第三章 内地与澳门地区旅游合作交往	221
第一节 内地与澳门旅游合作交往的历程回顾	221
第二节 内地与澳门旅游市场交流的现状与评价	223
第三节 内地与澳门旅游产业合作的现状与评价	225
第四节 内地与澳门旅游合作交往的制度安排与政策设计	227
第四章 大陆与台湾地区旅游交往合作	232
第一节 大陆与台湾旅游交往合作重要问题认识	232
第二节 大陆与台湾旅游交往历程	234
第三节 大陆与台湾旅游交往中的需求与市场	239
第四节 大陆与台湾旅游合作中的机制与平台	243
第五章 旅游对促进内地与港澳共同发展及海峡两岸交往的作用	250
第一节 旅游促进内地与港澳、大陆与台湾地区经济发展	250
第二节 旅游促进内地与港澳、大陆与台湾地区的社会进步	255
第三节 旅游交往构筑内地与港澳、大陆与台湾广泛合作的民意基础	258

第十四篇 旅游外交与国际合作

第一章 旅游外交与国际合作的基本理论	267
第一节 外交与旅游外交的概念	267
第二节 旅游外交的主要特点、内容、形式、类别与基本职能	270
第三节 旅游外交对传统外交实践与理论的意义	275
第二章 旅游外交与国际合作形成的历史轨迹	277
第一节 旅游外交溯源与实践	277
第二节 中国旅游外交历史发展的基本脉络	281
第三节 中国旅游外交形成与兴起的战略背景	290



第三章 旅游外交与国际合作的实践	297
第一节 “五位一体”外交战略总布局下的中国旅游外交	297
第二节 “一带一路”倡议构想下的中国旅游外交	306
第三节 新时期中国旅游外交的方式手段	313
第四节 中国与国际旅游组织	319
第四章 旅游外交与国际合作机遇与挑战	325
第一节 中国旅游外交未来的机遇	325
第二节 中国旅游外交未来面临的挑战	327
第三节 中国旅游外交未来发展方向	329
第五章 中国旅游对世界旅游的影响和贡献	332
第一节 中国旅游的地位持续提升	332
第二节 中国旅游对世界旅游的影响	340
第三节 中国旅游业实践的世界意义	344
第四节 成立世界旅游联盟（WTA）的必要性与意义	349

第十五篇 旅游可持续发展

第一章 旅游可持续发展的基本理论	363
第一节 可持续发展思潮的形成与演变	363
第二节 可持续发展思潮在旅游领域的影响	367
第二章 旅游可持续发展的国际共识与经验	380
第一节 旅游可持续发展的国际共识	380
第二节 旅游可持续发展的国际经验	389
第三章 旅游可持续发展的中国探索	396
第一节 中国旅游可持续发展的挑战	396
第二节 中国旅游可持续发展的理论探索	401
第三节 中国旅游可持续发展的实践探索	409
附件 《当代旅游学》撰写分工表	424

第十一篇

旅游公共服务

学习目标

旅游公共服务的完善程度是一个国家或地区旅游业发达程度的重要标志之一,是旅游业健康快速发展的基础。提供和完善旅游公共服务是旅游业发展到一定阶段,政府部门和公共组织必须面对的一项重要任务。经过多年的发展,我国旅游公共服务在不断适应社会主义市场经济体制的需要中逐步发展、深化和完善,初具旅游公共服务框架。同时,也在实践中形成一些行业性服务特征。

通过本篇学习,读者需要了解旅游公共服务的发展背景和发展历程,我国旅游公共服务发展的主要特点,以及国外旅游公共服务供给实践及启示。了解旅游公共服务管理的必要性、旅游公共服务管理各环节(含规划、供给、监督、保障)的意义、旅游公共服务供给管理的分类等内容。

通过本篇学习,读者将深入理解旅游公共服务与一般公共服务、旅游(企业)服务的区别,旅游公共服务的理论基础和旅游公共服务的分类。熟悉旅游公共服务供给模式和供给路径,旅游公共服务体系的五大内容体系的构成。熟悉旅游公共服务管理的研究现状、旅游公共服务规划的种类、旅游公共服务保障管理的内容、旅游公共服务管理的发展趋势等知识点。

通过本篇学习,读者需要重点掌握旅游公共服务的概念和内涵。深度掌握旅游公共服务的供给主体、客体及效率机制,旅游公共服务体系的概念。掌握旅游公共服务管理的概念、旅游公共服务规划的内容、旅游公共服务供给管理的过程、旅游公共服务监督管理的手段、旅游公共服务保障管理的措施等内容。

第一章

旅游公共服务概述

随着中国国际地位的不断提升，经济的持续稳定增长，以及国家扩大内需、促进消费和加快发展现代服务业等一系列方针政策的实施，我国旅游经济进入快速发展期，旅游公共服务建设也受到前所未有的重视。本章在厘清旅游公共服务的基本概念和内涵，梳理其基本理论基础，结合实践发展，对我国旅游公共服务发展历程进行总结，并分析其发展特征。

第一节 旅游公共服务的基本概念

为了更好地理解旅游公共服务的内涵，本书从公共产品和公共服务等相关概念的探讨入手，进一步对旅游公共服务的对象、特征及相关概念之间的区别等方面来阐释旅游公共服务。

一、公共产品和公共服务

（一）公共产品

公共产品也称为公共物品、公共品。它是一个与私人产品相对应的概念，主要指为全体社会成员提供消费或使用的产品或服务。但对于公共产品的内涵和范围的界定，不同学者给出的答案不尽相同。最早也最有影响的是萨缪尔森（1954）在《公共支出的纯粹理论》中对公共产品的严格定义。他认为公共产品是每个人消费这种产品不会导致别人对该产品消费的减少的产品，即公共产品具有消费的非排他性与非竞争性的特征。由于在现实中还存在许多“萨缪尔森归纳”不能完全包容的一部分特殊性公共消费的情况，后来的公共选择学派代表人物——美国学者布坎南（1965）对其做了重要补充。把公共产品定义为，任何由集体和社会团体决定，为了任何原因，通过集体组织提供的产品或服务。不排除有着这样定义的公共产品是可以通过市场来提供的，也就是说，这些产品具有一定程度的私人产品属性。