



高等院校“十三五”应用型规划教材

旅游管理类



旅游学概论

主编 刘曙霞



南京大学出版社



高等院校“十三五”应用型规划教材

旅游管理类

旅游学概论

主 编 刘曙霞
副主编 范晓庆
参 编 蒯小群 章 怡 徐 沁



微信扫码
申请课件等相关资源

 南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论 / 刘曙霞主编. — 南京: 南京大学出版社, 2018. 7

高等院校“十三五”应用型规划教材·旅游管理类

ISBN 978-7-305-20444-9

I. ①旅… II. ①刘… III. ①旅游学—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 142732 号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
出 版 人 金鑫荣

书 名 旅游学概论
主 编 刘曙霞
责任编辑 戚 敏 武 坦 编辑热线 025-83597482

照 排 南京理工大学资产经营有限公司
印 刷 南京京新印刷有限公司
开 本 787×1092 1/16 印张 13.75 字数 343 千
版 次 2018 年 7 月第 1 版 2018 年 7 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-20444-9
定 价 36.00 元

网 址: <http://www.njupco.com>
官方微博: <http://weibo.com/njupco>
微信服务号: njyuxue
销售咨询热线: (025)83594756

* 版权所有, 侵权必究

* 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购
图书销售部门联系调换

前 言

“旅游学概论”是高等旅游教育的必修课和专业基础课,是学习其他专业课程的基础,对其他专业课程的设置和教学具有导向性作用。旅游学是伴随着对旅游活动过程中种种问题的诠释和实证研究而逐步兴起的一门学科,是具有广泛社会应用背景的研究领域。作为一门学科,旅游学是随着近代旅游的出现而产生,并随着旅游业的发展而不断完善的。本书紧跟旅游业发展的步伐,对旅游业面临的新问题、新挑战,产生的新理论、新方法进行引导性的阐述,借鉴国内外有关教材的写作优点和思路,围绕基本理论,特别注重文字表述简明扼要、深入浅出,逻辑、层次清晰,内容精炼而丰富,以增强可读性和实用性。本书构建了关键词、正文、各章小结、复习思考题、拓展阅读为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、知识拓展的新型教学理念和教学方法。本书适用于旅游管理、酒店管理、会展服务等专业四年制应用本科和高职学生,还可作为旅游行业从业者使用的参考书。

本书编写过程中参考了大量相关领域的文献,已列示于书后的参考文献部分,但仍可能有遗漏。在此谨向已标注和未标注的参考文献的作者们表示诚挚的谢意和由衷的歉意!

由于编者水平所限,书中难免疏漏和不妥之处,敬请师生及广大读者批评指正。

编 者

2018年6月

目 录

项目一 导 论	1
关键术语	1
模块一 旅游学的基本问题	1
模块二 旅游活动及分类	4
模块三 旅游活动的发展史	11
模块四 旅游的本质与特征	16
本章小节	18
本章练习	18
项目二 旅游的主体——旅游者	19
关键术语	19
模块一 旅游者的概念及产生的条件	19
模块二 旅游者的分类	21
模块三 旅游动机及行为	23
模块四 旅游者的权利与义务	32
本章小节	33
本章练习	33
项目三 旅游吸引物	34
关键术语	34
模块一 旅游吸引物的定义及特点	34
模块二 旅游吸引物的分类	35
模块三 旅游吸引物的开发	38
模块四 旅游吸引物的保护管理	42
模块五 旅游吸引物的评价	44
本章小节	46
本章练习	47
项目四 旅游业的构成	48
关键术语	48

模块一 旅游业的内涵与特点	48
模块二 旅游中介服务	51
模块三 旅游交通服务	58
模块四 旅游住宿及饭店服务	66
模块五 旅游商品	71
本章小节	74
本章练习	74
项目五 旅游业的影响	75
关键术语	75
模块一 旅游业的经济影响	75
模块二 旅游业的社会影响	78
模块三 旅游业的文化影响	79
模块四 旅游业的环境影响	81
本章小节	86
本章练习	86
项目六 旅游产品	87
关键术语	87
模块一 旅游产品概述	87
模块二 旅游产品的分类	91
模块三 旅游产品的供给	94
模块四 旅游产品的开发与创新	99
本章小节	104
本章练习	105
项目七 旅游市场	106
关键术语	106
模块一 旅游市场的概念及特征	106
模块二 旅游需求	110
模块三 旅游市场营销方式及变革	114
模块四 旅游目的地营销	119
模块五 旅游节庆	120
本章小节	125
本章练习	125
项目八 旅游公共管理	126
关键术语	126

模块一 国家旅游管理体制·····	126
模块二 政府在旅游业中的作用·····	131
模块三 旅游行业组织·····	137
模块四 旅游标准化管理·····	149
模块五 旅游政策与法规·····	153
模块六 旅游业危机管理·····	167
本章小节·····	170
本章练习·····	171
项目九 旅游可持续发展 ·····	172
关键术语·····	172
模块一 旅游业发展的影响因素·····	172
模块二 旅游业的可持续发展内涵与基本原则·····	175
模块三 旅游业的协调发展·····	184
模块四 旅游发展规划·····	187
本章小节·····	188
本章练习·····	189
项目十 旅游业发展模式与趋势 ·····	190
关键术语·····	190
模块一 旅游业发展模式概述·····	190
模块二 旅游新业态·····	192
模块三 旅游信息化·····	194
模块四 世界旅游发展趋势·····	196
模块五 中国旅游发展趋势·····	206
本章小节·····	210
本章练习·····	210
参考文献 ·····	211

项目一 导论

关键术语

旅游学 旅游活动

模块一 旅游学的基本问题

一、旅游学的定义

旅游学是一门新兴的综合性学科,它的研究领域广阔,在横向上具有横跨多个学科的特点,在纵向上涉及旅游发生发展的历史过往及今后的发展趋势。

关于旅游学的定义,由于研究者的理解不同,其对旅游学的定义也各有侧重,目前国内外旅游学界对此仍是众说纷纭、莫衷一是。但可以确定的是,本书中所提到的旅游学是指以旅游为研究对象的一个学科门类,而不是旅游教学课程体系中的一门狭义科目。

旅游学的定义究竟是什么,一直是一个仁者见仁、智者见智的问题。国内学者对此已经展开了研究,并形成了以下观点:

(1) 李天元认为:“旅游学是研究旅游者及其活动、旅游业及其开发和经营活动以及旅游供求双方活动的开展对旅游接待地区的社会、经济、环境之影响的科学。”

(2) 马勇认为:“旅游学就是将旅游作为一种综合的社会现象,以其所涉及的各项要素的有机整体为依托,以旅游者活动和旅游产业活动在旅游运作过程中的内在矛盾为核心对象,全面研究旅游的本质属性、运行关系、内外条件、社会影响和发生发展规律的新兴学科。”

(3) 田里认为:“旅游学就是将旅游作为一种综合的社会现象,以世界范围为统一整体,研究旅游的产生、发展及其活动的一般规律的科学。”

(4) 王德刚认为:“旅游学是以旅游的三要素(旅游主体、旅游客体、旅游媒介)为核心,研究旅游活动和旅游业发展规律的科学。”

(5) 谢彦君认为:“旅游学就是通过研究来认识旅游活动的内在矛盾的性质及其发生原因、形态结构、运动规律和它所产生的各种外部影响的科学。”

上述观点从不同角度、不同层面阐述了不同学者对旅游学的认识。本书中所采用的是李天元对旅游学所下的定义,即“旅游学是研究旅游者及其活动、旅游业及其开发和经营活

动,以及旅游供求双方活动的开展对旅游接待地区的社会、经济、环境之影响的科学”。

二、旅游学的学科性质

在旅游学的研究过程中,对旅游学学科性质的研究尚不充分,旅游学的学科体系建设和理论体系建设尚未成熟完善,一些学者在旅游论著中提及旅游学学科性质的问题时也因基础理论研究的不成熟、不透彻、不深入而笼统地认为它是一门“交叉学科”,或者认为它是一门“综合性的学科”,甚至干脆回避了这一问题。无论是从旅游业的发展角度还是从旅游学的学科建设角度,明确旅游学的学科性质都是十分必要的。目前,虽然我国关于旅游学学科性质的研究还有待进一步加强,但“旅游学作为社会科学中一门新兴的、具有多学科交叉性质的综合性边缘型应用学科”的观点目前已基本被大家公认。现就此进行简单分析。

(一) 旅游学隶属于社会科学

首先,旅游学以旅游活动发展的实践为其研究基础,在对旅游现象的分析中总结旅游活动发展的逻辑性与合理性,进而发现其活动规律。这与社会科学中的其他学科的研究过程基本一致。

其次,旅游是人们出于和平的目的,离开常住地到异地访问的旅行和暂时居留所引起的现象和关系的总和,强调旅游活动中必将产生的相关经济关系和广泛社会关系。在此期间人们为了达到目的所进行的一切活动都属于社会行为。

最后,旅游活动所带来的社会接触和文化交流对旅游者 and 旅游目的地社会文化产生的影响,也属于社会科学的研究范畴。

(二) 旅游学是一门新兴的学科

目前,在教育部颁布的《普通高等学校本科专业目录和专业介绍(2012年)》中,虽然旅游管理被列为一级学科,但关于旅游学学科性质的研究尚不充分,旅游学的学科体系建设和理论体系建设尚未成熟完善,相较于其他已经发展得比较成熟的学科而言,旅游学现在仍处于构建与完善的阶段。

(三) 旅游学是一门具有多学科交叉性质的综合性边缘学科

旅游活动的综合性和由旅游活动综合性而决定的旅游产业构成的综合性,使旅游学理论研究也必须具有多学科综合的特点,主要体现为旅游活动涉及社会学、人类学、经济学、管理学、美学、工程学、交通学、市场学等多学科,并与这些学科有着密不可分的联系。

首先,旅游活动作为一种综合社会现象,它所涉及的范围非常广泛且在进行研究时具有高难度的复杂性。学者们对旅游活动及其现象进行理论研究并解决因旅游活动而引发的各种社会问题时必然会涉及许多社会领域及其相关学科,但在这个过程中并非只是与这些学科进行简单的汇合,而是在这些学科中截取可以对旅游现象进行研究和解释的理论成果与一般规律,并运用其对旅游活动和旅游开发进行指导。例如,在对人产生旅游动机的原因进行研究时就需要运用经济学、社会学、心理学等学科的知识;对文化旅游和传统旅游进行研

究时会运用到人文方面的知识;游客在旅游过程中需要政府发给护照和签证方可穿越国界,这又会涉及政治学方面的知识,因而旅游学具有多学科交叉的性质。

其次,根据旅游学产生的条件和内容,准确地说它还是一门综合性的边缘学科。一是旅游学作为现在社会上的一个比较特殊的领域,所涉及的一些问题是目前学科理论无法完全解决的。二是解决由旅游现象而引发的各种社会问题时必然涉及许多相关的成熟领域和学科,这些学科的理论和方法都无法单纯解决全部问题和矛盾。三是当这一领域里的问题面临非解决不可的局面时,人们开始关注这一领域并为解决这些问题而进行大量研究和探索。这三个条件与科学学科理论中提到的边缘学科产生的条件大体一致,因此我们认为旅游学具备成为边缘学科的条件。

(四) 旅游学是一门应用性较强的学科

旅游学是以旅游现象和过程(包括构成旅游现象、过程的各种要素和关系及其相互作用的规律)为对象,研究旅游复合体产生、演化、运行规律,探讨旅游开发和旅游活动的合理运行规律的一门学科。它所需进行研究的内容都来源于旅游活动的实践,反过来,通过研究得到的理论原理、一般规律等又都为旅游活动的发展服务。旅游学是对旅游活动实践的经验总结和积累,一直与旅游实际工作保持着密切关系并对其进行科学指导和发展规划,因而具有很强的应用性。

三、旅游学的学科体系

旅游学是一门综合性的边缘学科,同时也是一门新兴学科,目前旅游学的理论体系还不成熟,学科体系也尚未完全建立,随着其研究领域的不断扩大,学科体系仍在不断发展完善中。旅游学与它所统驭的相关的分支学科一起,构成了现阶段的旅游学学科体系。在这个体系中,包含以下几个有所不同但又有一定联系的模块。

(一) 旅游基础理论模块

具体分支学科是旅游学概论或旅游学原理,这个模块是对旅游学理论与方法的综合和概括,集中研究旅游活动的一般规律。

(二) 旅游经济学模块

旅游经济学研究是国内外旅游学界进行旅游研究最早涉及的领域。旅游经济学是研究旅游经济活动过程以及在这一过程中产生的所有经济现象、经济关系和规律的一门学问。这一模块从经济学角度集中研究旅游活动,特别是对其经济发展规律的研究和旅游产业发展对其他相关产业的影响和带动作用的研究。这一模块还是旅游学现阶段比较受关注的几个扩展模块之一,在方法论上比较多地吸收了经济学的研究成果。

旅游经济学的研究方向一般有:旅游经济学,研究旅游经济活动的运行和其运行过程中所产生的经济现象、经济关系和经济规律;旅游产品设计学,研究旅游产品的生产和组合;旅游市场学,研究旅游产品的供求关系以及旅游市场营销方式和营销策略等内容;旅游商品

学,研究旅游产品的生产、设计、销售;旅游会计学,研究旅游活动进行中的财务、会计管理与实际操作;旅游统计学,研究旅游经济活动中经济指标的变化规律和统计方法等。

(三) 旅游管理学模块

随着旅游业的发展,管理学理论受到人们的重视,旅游管理便成为旅游学研究分支中的又一重要方向,包括旅游行业管理和旅游企业管理两个方面,在研究过程中以管理学的理论为研究基础,研究在旅游活动过程中,所有能使旅游业与旅游活动得以正常、良好发展的管理方法和管理理论。具体有如下研究方向:旅游行业管理,包含旅游组织管理、行业质量管理、旅游政策法规管理、产业发展战略和计划管理、旅游行业引导和规模控制;旅游企业管理,包含旅行社管理、旅游饭店管理、旅游交通管理、风景区经营管理和娱乐企业管理。

(四) 旅游地理学模块

众所周知,旅游是一种社会经济和文化现象,同时也是一种地理现象。旅游地理学是从地理学角度研究人类旅游活动与地理环境以及社会经济发展相互关系的一门学科,它应旅游业的发展需要而产生并直接服务于旅游业,具有很强的应用性。旅游地理学包括以下分支学科:旅游地理学,研究旅游活动与地理环境以及社会经济发展的相互关系;旅游资源学,研究旅游开发的对象即旅游地吸引旅游者的所有因素的总和;旅游规划学,研究旅游业发展以及旅游活动的协调计划和长远发展,确认和分析旅游功能区域等;旅游景观学,研究从旅游业服务的角度对能够吸引旅游者且具有旅游开发利用价值的区域进行景观布局、设计及其建设原理等内容。

(五) 旅游社会学模块

旅游是一种综合的社会现象。旅游者的旅游活动所产生的旅游客源地与旅游目的地之间的社会接触和文化交流对社会生活和文化等方面都会产生广泛的影响,这种影响可能是积极的,也可能是消极的,如旅游在带来利益、加强遗产和传统文化保护的同时,也同样有可能造成传统文化的异化和消失,因而就需要对旅游活动可能带来的社会文化影响进行研究。具体包括如下研究方向:研究旅游活动和旅游业中社会文化现象及对社会文化影响的旅游文化学;研究旅游活动美学内涵和审美活动的旅游美学;研究旅游消费行为和心理特征等心理学方面问题的旅游心理学;研究旅游对象的文学形态和旅游活动学表现等内容的旅游文学。

模块二 旅游活动及分类

一、旅游活动的构成

旅游活动是一种涉及面极其广泛的综合性社会经济文化活动。旅游活动由旅游活动的主体、旅游活动的客体、旅游活动的媒体三个要素构成。三要素共同构成旅游活动的产生,缺一

不可,是一个整体。

(一) 旅游活动的主体

旅游是人的活动,所以旅游活动的主体是人,是人们出于主观审美、娱乐和社会交往等非就业性目的,暂时离开自己的常住地到目的地作短暂停留所引起的一切现象和关系的总和。旅游者是从离开自己的常住地,到异地他乡去游览、访问的人(我们将会在项目二中对旅游者进行专门的讨论)。纵观旅游的发展历史,先有了外出旅游的人,才有了住宿、接待和不断建设的旅游景观,最后才形成了旅游业。旅游者旅游活动规模的不断扩大,使得外出旅游的人群形成了一个具有足够规模的市场,产生出可借以经营的多种商业机会,进而促进了旅游业的产生与发展。旅游者的旅游需求和旅游动机主导着旅游接待设施建设和旅游产品的开发。所以,旅游者是旅游活动中最活跃的因素,居于主体地位。

旅游者作为旅游活动的主体,表现的是处在一定社会关系之中的、具有一定社会文化背景的人。旅游者来自不同的国度,属于不同的民族,具有不同的生活方式和不同的思想情感。他们的性别、年龄、教育水平、家庭收入、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互协调的主要因素。他们离开常住地前往异国他乡的过程中,不可避免地要与东道主社会的人群接触交往,而产生一系列复杂的社会关系。而这种接触与交往既是旅游者访问异国他乡的客观结果,同时也是旅游者外出旅游的重要动机之一。许多旅游者外出旅游就是要体验异域风情,了解他乡文化。

一个人能否成为旅游者还受多种主客观条件制约。就主观因素而言,必须具有旅游动机;而客观因素则包括必须具有一定可随意支配的收入和闲暇时间。此外,还有其他一些客观条件。一个人只有同时满足个人旅游需求的主观条件和客观条件才能成为现实的旅游者,实现其旅游活动。

(二) 旅游活动的客体

在旅游活动的构成要素中,旅游资源是旅游活动的客体。没有丰富的旅游资源,就不会有旅游者到该地去观光游览或者从事其他旅游活动。旅游资源是吸引旅游者、激发旅游者旅游动机的直接因素,也是旅游业借以创收的前提。凡是能够造就对旅游者具有吸引力环境的自然事物、文化事物、社会事物或其他任何客观事物,都可构成旅游资源。在旅游活动的各个构成要素中,旅游资源处于客体或对象的地位。当一个人有了足够用于旅游花费的资金和自由支配的时间后,从娱乐和求知等旅游目的出发,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。最具吸引力的旅游资源必须是独特的,具有民族性、地方性,不可替代的。那些具有不同民族特色和地区特色的旅游资源,其观感不是靠别人的介绍或纸上的字画就能真切感受到的,没有别的办法可以替代,必须是旅游者自己身临其境才能获得真正的精神满足。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。同时,旅游资源也是很脆弱的,并且大部分是不可再生的,所以,旅游资源要以可持续发展为利用原则,在保护的前提下开发,来吸引旅游者游览参观。

(三) 旅游活动的媒体

旅游业是一种综合性产业,涉及多行业、多部门,包括各种各样的企业和组织。在众多的企业和组织中,常见的旅游企业有旅行社、旅游车船公司、涉外旅游饭店、旅游定点餐馆、旅游定点商店、旅游纪念品生产企业等等。其中旅游饭店、旅游交通和旅行社通常被认为是旅游业的三大支柱,在旅游业中居主导地位。旅游业是以旅游者对象,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。旅游业是联系旅游主体和旅游客体之间的媒介、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,几乎没有哪个旅游者不在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。在已经具备了需求条件的前提下,旅游者不必再为旅游过程中可能遇到的各种困难担心,他们的旅行以及在旅游目的地期间的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也是一个重要刺激,使得旅游活动的规模越来越大,并且使人们外出旅游的距离也越来越远。

旅游活动的三要素是相互联系、互相制约的,它们共同构成了旅游活动的统一体,其中一个要素的变动必然引起其他要素的相应变动。比如,旅游者的旅游兴趣和决策,直接影响到旅游地的选择。旅游者的客流量和流向以及旅游者的时空变化,会影响旅游地的开发规划和规模、服务设施的规模和档次需求。如果旅行社的旅游宣传很有特色,旅游地本身也具有吸引力,就会反过来影响游客流向和流量的变化。因此,三大要素构成了旅游活动的整体。

二、旅游活动的分类

(一) 按地理范围划分

旅游活动按地域范围划分,有国际旅游、国内旅游、边境旅游、洲际旅游、环球旅游等。

国际旅游是指跨国开展的旅游活动,即一个国家的居民跨越国界到另一个或几个国家去访问的旅游活动。

国际旅游市场按客流方向不同又分为出境旅游和入境旅游。出境旅游是本国的公民到外国去旅游,又称出国旅游;入境旅游是指外国公民到本国来旅游。

国内旅游是指一个国家的公民离开自己的长住地,在本国境内其他地方进行旅游,也即指人们在居住国境内开展的旅游活动。但根据世界旅游组织(WTO)的解释,不属于公民的长住性的外国人在所在国境内进行的旅游活动亦属于国内旅游。例如,驻北京的外国使馆人员在我国境内进行的旅游活动对我国而言仍属国内旅游。

(二) 按旅游目的划分

1. 观光旅游

观光旅游指到异国他乡观赏名山大川等自然风光、鉴赏人文古迹、领略风土民情,从中

获得美的享受、获得愉快和休息的一种旅游活动。它是最古老、最常见、最普通的旅游活动形式,也是目前我国旅游接待中最基本的类型,具有观光范围广、游客适应面广、接待方便等特点。

2. 度假旅游

度假旅游指为追求闲适、寻求幽雅清静的生活环境,以欢度假期消除疲劳、放松身心、避暑防寒和参加一些有特色的消遣娱乐活动为主要目的的旅游活动类型。此类游客多数属于带薪度假者或富裕阶层,停留的时间比观光游客要相对长一些,多去往海滨、山地、森林、温泉、乡村等。空气清新、风景优美的地方也是人们利用假期进行休养和消遣的地方。

3. 商务旅游

商务旅游指以经商为主要目的,把商业经营活动与旅游活动结合起来的旅游方式。它是旅游史上最早旅游形式之一,具有出游频率高、消费水平高、对设施和服务质量要求高等特点。在现代社会中由于经济活动的日益频繁,商务旅游者(经商捎带旅游)已成为旅游市场中的主要客源。

4. 会议旅游

会议旅游指利用召开和出席会议的形式进行的旅游活动,即利用接待会议的机会,把旅游和开会交织在一起,以获取经济效益。它包括两层含义:首先,如开会和出席会议本身是一种旅游,它需要提供交通、住宿、餐饮等服务。其次,在会议期间和会后常常组织一些参观游览活动,它具有客人身份高、停留时间较长、消费水平高、购买力强、携带人员多、计划性强、对设施和服务要求高等特点。

5. 公务旅游

公务旅游指政府企业人员因公出访,在公务之余进行的参观游览活动。这种旅游虽然在国际旅游中所占比例较小,但接待规格较高,旅游企业都十分重视对这种旅游的接待。

6. 修学旅游

修学旅游指以进修、培训为目的的外出旅游活动。这类活动早在中世纪就已存在,当时西欧一些国家的贵族将其子女送到文化历史悠久的意大利、法国学习,学习对方的文化、历史、语言、艺术和科学技术等。现在,随着世界各国之间文化交流的加强,修学旅游发展迅速。

7. 探亲旅游

探亲旅游探亲访友即社会访问,是一种以到旅游目的地走访亲友、追根求源、旧地重游为目的的旅游活动。它包括探访亲友、寻根祭祖、出席婚礼或葬礼等,具有旅游目的明确,人均旅游支出少(多住在亲友家中)等特点。

8. 娱乐旅游

娱乐旅游是一种从个人兴趣爱好出发,参与性较强的赏心健体的旅游活动,如垂钓旅游、狩猎旅游等。

9. 探险旅游

探险旅游指富有冒险精神的先行旅游者,为了寻求新奇感,满足其好奇心或强烈追求个人体验到尚未开发的原始地方去的旅游活动(也包括科考探险),又称为特种旅游。这些人总是避开群体的、传统的旅游目的地,而到人迹罕至、路途艰辛、原汁原味的地方去探险。探

险旅游是大众旅游的先导,一些新的旅游地往往被探险旅游者(驴友)首先发现,然后经过开发建设而成为众多旅游者前往之处。

10. 宗教旅游

宗教旅游指以朝圣、拜佛、求法、传经布道或宗教考察为主要目的的旅游活动。它是一种最古老的旅游形式,出于宗教的信仰及其影响,教徒们每年都要到世界各地各教派的圣地去朝圣,或举行宗教集会,以传播其信仰、扩大影响。现今,纯宗教目的的旅游已逐渐发展成为国内外广大旅游者所乐于接受的游山玩水和宗教活动相结合的旅游方式。

11. 购物旅游

购物旅游是一种以到异地购物为主要目的,结合都市观光的旅游形式。它是随着社会经济的发展、交通的发达、人们生活水平的提高而逐渐发展起来的一种购物与观光游览相结合的旅游形式,如去被誉为“购物天堂”的香港旅游。

12. 体育旅游

体育旅游指人们以参加某项体育运动为主要目的的旅游。它与娱乐旅游有重合的一面,其区别主要取决于人们的动机。如果人们参加某项体育项目(如游泳、滑雪等)是出于强身健体,属于体育旅游;如果是出于寻求乐趣或爱好则属于娱乐旅游。体育旅游有着特殊的作用:一是能吸引较大范围的游客;二是对自然与人文景观缺乏的国家或地区可发展体育旅游,以弥补旅游资源的不足,从而提高接待条件和体育设施的利用率。

13. 保健医疗旅游

保健医疗旅游是以疗养或治疗疾病,恢复或增进身体健康为主要目的的旅游,包括温泉疗养、健身、海水浴疗、沙疗和其他医疗如针灸、草药治疗等。

14. 文化旅游

文化旅游指人们为了满足精神文化的需要,通过旅游来观察社会、体验民风民俗、了解异地文化与异乡的生活方式,以丰富自己的文化知识、开阔视野、交流成果为主要目的的旅游活动。人们通过这种形式的旅游活动,加深了对旅游目的地历史、地理、民俗、艺术、教育、科技和文物古迹等的了解,可以在深层次上充实精神生活,增长知识,同时也使旅游本身得到了深化和发展。文化旅游具体包括历史文化旅游、民俗文化旅游、区域文化旅游和宗教文化旅游等。

旅游是一项广义的文化活动,它既是文化的创造过程,又是文化的消费过程。

15. 节庆旅游

节庆旅游主要是以参加节日庆祝、娱乐休闲等为目的的旅游活动,如中国的春节庙会、元宵灯会、清明踏青、端午龙舟会等,少数民族的泼水节、火把节等。

16. 生态旅游

生态旅游是一种以大自然和某些特定的文化区域为对象,以回归自然为目的,以不破坏生态平衡和保护自然环境为宗旨的旅游行为。它使人们在良好的生态环境中游览、度假休息、健身疗养,同时认识自然、了解生态、增强环境保护意识。它是一种原汁原味的旅游,具有尊重自然与当地文化的异质性,提倡人们认识自然、享受自然、保护自然,并为当地社区居民谋福利,又称为“绿色旅游”或负责任旅游。生态旅游被认为是旅游业可持续发展的最佳模式之一,成为旅游市场中增长较快的一个分支,代表了一种人地和谐的旅游发展观。

17. 乡村旅游

乡村旅游指旅游者在乡村(通常是偏远地区的传统乡村)及其附近逗留、学习、体验乡村生活的旅游活动。

对应旅游者的需求与选择,乡村旅游又可表现为下列几种类型:

- (1) 休闲娱乐型。以休闲娱乐为主,如“农家乐”“渔家乐”“山里人家”等。
- (2) 收获品尝型。以特色餐饮、美食或采摘垂钓为主,如“采摘游”“垂钓世界”“美食村”等。
- (3) 运动养生型。以山野及水体运行、乡村自然环境疗养健身为主,如“乡村运动俱乐部”“温泉别墅”等。
- (4) 观光审美型。以特色风光、农事活动、乡村民俗或村落名胜(古民居等)为对象的观光旅游。
- (5) 认识学习型。以学校或家长等安排的以考察、写生、实习为主的有目的的旅游,如“学生远足”“夏令营”等。
- (6) 复合型。乡村旅游也有人定义为以乡村地区为活动场所,利用乡村独特的自然环境、田园景观、生产经营形态、民俗文化风情、农耕文化、农舍村落等资源,为城市游客提供观光、休闲、体验、健身、娱乐、购物、度假的一种具有综合性、区域性特点的新型旅游经营活动。按其内容可分为乡村观光游、乡村风情游、乡村节庆游、乡村休闲度假游、乡村自然生态游等多种类型。

18. 工业旅游

工业旅游从旅游业角度说,是在充分利用现有的名牌工业企业设施设备和工业企业文化资源基础上,赋予旅游内涵而开发出来的一种让旅游者乐于购买的新型旅游产品(项目)。从旅游者角度来说,它是以了解名牌工艺产品的工艺流程、发展史和未来科技与工业的发展前景等为主要目的、具有较高的科技知识含量的一种高品位的旅游形式。可见,工业旅游与传统的观光旅游过程中对某些工业企业的参观游览活动是有本质区别的。

工业旅游起始于20世纪50年代的法国,后被世界各国所仿效。我国的工业旅游发展较晚,还在研讨、规划、开发和试用过程中。

19. 红色旅游

红色旅游是指以中国共产党领导全国人民在革命战争时期形成的纪念地、标志物为载体,以其所承载的革命历史、事迹为内涵,组织接待旅游者缅怀学习、参观的主题性旅游活动。

20. 其他专项旅游

其他专项旅游也称特殊兴趣旅游,它是针对各种特殊的旅游需求,根据各接待国或地区旅游资源的特点,精心设计和制作的旅游活动项目,形成以某一活动内容为主的专项旅游活动。

综上所述,旅游活动类型经过了观光旅游、度假旅游、专项旅游三个由低到高不同层次的发展过程,新型的特色旅游类型繁多,层出不穷,大致上有乡村旅游、红色旅游、会议旅游、工业旅游、冰雪旅游、科考(求知)旅游、野外拓展训练(探险等情景式体验)、漂流和太空旅游等等。

(三) 其他划分类型

1. 按旅行距离划分

按旅行距离划分有远程旅游和短程旅游。同远程旅游相比,短程旅游相对耗时较短,支出较小,因而在国际旅游中一直占绝大比重。

2. 按组织形式划分

按组织形式划分有团体旅游和散客旅游。团体旅游是由一定数量的人组织起来以团体方式进行的旅游活动。组织者为旅行社,其特点是旅游活动按计划进行,安全舒适,价格相对便宜。散客旅游又称零散旅游,是旅游者根据个人兴趣自行设计旅游路线和活动项目,以个人家庭或朋友结伴而行的旅游方式。它的特点是自由灵活,随机性强,旅游费用可根据本人情况自定。

3. 按计价方式划分

按计价方式划分有包价旅游和非包价旅游。在包价旅游中,旅行社以一定价格向市场推销成批量组合的旅行路线和活动项目等产品。包价旅游也可解释为旅游者一次性预付旅费,而由旅行社向其提供各种相关服务的旅游方式。非包价旅游是指旅行社根据旅游者需要按单项计价的旅游活动。具体有以下几种:

(1) 团体包价旅游。

团体包价旅游是指参加旅游团(10人以上)的旅游者采取一次性预付旅费的方式,将各种相关旅游服务全部委托一家旅行社办理。其服务项目通常包括依照规定等级提供饭店客房、一日三餐和饮料、固定的市内游览用车、翻译导游服务、交通集散地接送服务,每人20公斤的行李服务以及游览场所门票和文娱活动入场券等。

(2) 散客包价旅游。

散客包价旅游是指参加旅游团(10人以下)的旅游者采取的一次性预付旅费的方式,将各种相关旅游服务全部委托一家旅行社办理,其他内容与团体包价旅游相同。

(3) 半包价旅游。

半包价旅游是在全包价旅游的基础上,扣除中、晚餐费用的一种包价旅游方式。团体包价旅游和散客包价旅游均可采取半包价旅游的方式。

(4) 小包价旅游。

小包价旅游也称选择性旅游,是指旅行社通过招徕,将赴同一旅游目的地的来自不同地方的旅游者组织起来,分别按单项进行计价的一种旅游方式。它由非选择部分和可选择部分构成,前者包括接送、住房和早餐,旅游费用由旅游者在旅游前预付;可选择部分包括导游、风味餐、娱乐、节目欣赏和景点参观游览等,旅游者可根据自己的时间、兴趣和经济情况选择,旅游费用既可预付,也可现付。

(5) 零包价旅游。

零包价旅游是指旅游者必须随旅行社组织的旅游团前往和离开旅游目的地,但在旅游目的地的活动是完全自由的,形同散客。

(6) 组合旅游。

组合旅游介于团体旅游和散客旅游之间,是指旅游者分别从不同的地方来到旅游目的