

96

F-570-43

T42

全国旅游院校、旅游行业岗位培训系列统编教材

新编旅游学概论

国家旅游局人事劳动教育司组织编写

陶汉军 编著

旅游教育出版社

·北京·

责任编辑:卢荣基

图书在版编目(CIP)数据

新编旅游学概论/陶汉军编著. —北京:旅游教育出版社, 2001.1

全国旅游院校、旅游行业岗位培训系列统编教材

ISBN 7-5637-0939-8

I.新… II.陶… III.旅游经济学-教材
IV.F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 88513 号

全国旅游院校、旅游行业岗位培训系列统编教材

新编旅游学概论

国家旅游局人事劳动教育司组织编写

陶汉军 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
印刷单位	中国科学院印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850 × 1168 1 / 32
印 张	9
字 数	199 千字
版 次	2001 年 1 月第 1 版
印 次	2001 年 1 月第 1 次印刷
印 数	5000
定 价	14.00 元

序 言

1998年,随着我国经济持续、稳定、健康的发展,旅游业实现了历史性的突破。全国国际旅游外汇收入为126.02亿美元,来华旅游入境人数达6347.84万人次;双双跃上新的台阶;国内旅游持续稳定增长,成为社会需求中的一个消费热点。旅游业强劲的增长势头,表现出国内外市场潜力巨大,吸纳就业人口功能强,产业关联程度高,国家竞争力强,经济效益显著等特征,所有这些特征均表明旅游业已经成为我国国民经济新的经济增长点。

我国的旅游教育事业,是随着旅游业的发展于1979年开始起步的。十多年来,旅游教育发展非常迅速,到1998年底为止,全国共有高、中等旅游院校(系、专业)九百余所,在校生达20多万人,已初步建立了一个以高等旅游院校(系、专业)、中等旅游专业学校、旅游职业高中为主,各种旅游培训中心为辅,正规教育与成人教育,研究生、本专科教育和职业技术教育相结合的多层次、多门类、全国性的旅游教育体系,为旅游业输送了一大批合格人才。

党的十五大明确提出“实施科教兴国战略”的同时,重申把教育摆在优先发展的战略地位。旅游业的发展也给旅游教育工作者提出了新的要求,解决旅游业发展过程中的现实问题,对旅游业发展作深层次的研究,从而指导旅游业向正确方向迅速发展,是旅游教育战线面向新世纪的一项重要任务。

旅游教育,是一门新兴学科,其迅猛发展显示了历史的必然性。然而在旅游办学热的背后,也潜伏着办学条件不合格、办学动机不端正、学科和专业建设滞后的现象。因此,为了适应市场,满足

需要,加强旅游院校的宏观管理,加强旅游学科专业基础的建设就显得十分重要。

教材建设是旅游教育宏观管理的任务之一,是教学管理和专业建设的重要环节。由国家旅游局人事劳动教育司组织全国部分专家教授编写、修订和翻译的《全国旅游院校、旅游行业岗位培训系列统编教材》,就是为了适应旅游业需要所采取的措施之一。编写此套系列教材的目的,是为了全面总结目前我国旅游高校教材建设现状,规范和指导教材建设,使全国旅游高校重视教学和科研,加快我国旅游学科和专业建设,探索和研究我国旅游业实际问题,理论联系实际,从而指导旅游业的发展,解决旅游业发展中的实际问题。

借此机会,感谢全国旅游教育工作者为我国旅游教育的发展作出的贡献。同时,希望全国旅游工作者重视旅游教育,重视教学科研,重视教材建设,努力贯彻党的十五大精神,高举邓小平理论的伟大旗帜,理论联系实际,解放思想,锐意进取,克服困难,突破障碍,在改革和发展的道路上迈出新的步伐,为我国旅游事业的发展作出更大的努力。

国家旅游局局长

何光玮

出版说明

为了满足我国旅游院校旅游教育、旅游行业岗位培训的需要,并加强教学管理和行业建设,国家旅游局人事劳动教育司组织旅游业专家学者编写和修订了本套《全国旅游院校、旅游行业岗位培训系列统编教材》。

《新编旅游学概论》由陶汉军同志编写,由国家旅游局人教司审核定稿。

本套教材在编写过程中,曾多次听取了有关专家、教师的有益意见,并得到了一些单位的支持和帮助,在此一并致谢。

限于时间和水平,本套教材在组织编写过程中不免有疏漏之处,敬请读者指正。

目 录

第一章 旅游学的研究对象	(1)
第一节 旅游与旅游学研究	(1)
一、旅游的概念	(1)
二、旅游的本质和属性	(3)
三、国内外对旅游学的研究	(7)
第二节 旅游学的性质与研究对象	(11)
一、旅游学的性质.....	(11)
二、旅游学的研究对象.....	(13)
三、旅游学的研究结构.....	(14)
四、旅游学研究的任务.....	(15)
五、旅游学与其他学科的关系.....	(17)
第三节 旅游学的研究方法	(18)
一、理论与实际相结合的方法.....	(18)
二、定性分析与定量分析相结合的方法.....	(19)
三、借鉴国外研究成果和我国旅游实际 相结合的方法.....	(20)
第二章 旅游的产生和发展	(21)
第一节 19 世纪中期以前旅行的发展	(21)
一、旅行的产生.....	(21)
二、旅行活动的发展.....	(22)
第二节 旅游的产生、发展和旅游业的开端	(25)
一、旅游的产生和发展.....	(25)
二、旅游业的开端.....	(30)

第三节 现代旅游的发展及其原因	(33)
一、现代旅游的迅速发展	(33)
二、现代旅游迅速发展的主要原因	(33)
第三章 旅游活动	(38)
第一节 旅游活动体系与基本要素	(38)
一、旅游活动体系	(38)
二、旅游活动基本要素	(39)
三、旅游活动的运行	(41)
第二节 旅游活动分类	(42)
一、按地理范围划分	(42)
二、按旅游目的划分	(45)
三、按旅行距离划分	(53)
四、按组织形式划分	(54)
五、按计价方式划分	(55)
六、按费用来源划分	(57)
第三节 现代旅游的需求与特点	(57)
一、现代旅游需求	(57)
二、现代旅游的特点	(59)
第四章 游客	(61)
第一节 游客及相关概念	(61)
一、旅行者、游客、旅游者和一日游游客	(61)
二、国际旅行者、国际游客、国际旅游者和 国际一日游游客	(63)
三、国内旅行者、国内游客、国内旅游者和 国内一日游游客	(65)
第二节 实现个人旅游需求的基本条件	(67)
一、客观条件	(67)
二、主观条件	(70)
第三节 旅游决策与期望	(77)

一、旅游决策·····	(77)
二、旅游期望·····	(81)
第五章 旅游行为产生模式与旅游客流规律 ·····	(85)
第一节 旅游行为产生模式 ·····	(85)
一、旅游行为的产生·····	(85)
二、旅游目的地选择·····	(86)
三、影响旅游目的地选择的因素·····	(93)
第二节 游客流动规律 ·····	(95)
一、旅游流向与流量·····	(95)
二、旅游客流规律·····	(96)
第三节 旅游需求测量指标·····	(101)
一、人次指标 ·····	(101)
二、支出指标 ·····	(103)
第六章 旅游资源 ·····	(105)
第一节 旅游资源及其分类·····	(105)
一、旅游资源概念和本质特征 ·····	(105)
二、旅游资源分类 ·····	(108)
第二节 旅游资源的功能和特点·····	(112)
一、旅游资源的功能 ·····	(112)
二、旅游资源的特点 ·····	(115)
三、我国旅游资源的特点 ·····	(117)
第三节 旅游资源的评价·····	(118)
一、评价旅游资源的意义 ·····	(118)
二、旅游资源的评价 ·····	(120)
第四节 旅游资源的开发与保护·····	(124)
一、旅游资源的开发 ·····	(124)
二、旅游资源的保护 ·····	(129)
第七章 旅游业 ·····	(132)
第一节 旅游业概述·····	(132)

一、旅游业概念	(132)
二、旅游业的范围与结构	(133)
三、旅游业的性质与特点	(137)
第二节 旅行社业	(140)
一、旅行社的性质和作用	(140)
二、旅行社的类型	(142)
三、我国旅行社的发展历程	(145)
第三节 住宿业	(150)
一、饭店在旅游业中的作用和特点	(150)
二、饭店的类型和等级	(153)
三、现代饭店管理集团	(158)
四、我国饭店业的发展历程	(164)
第四节 交通客运业	(168)
一、交通客运业概述	(168)
二、航空运输	(171)
三、陆地运输	(172)
四、水上运输	(175)
第八章 旅游产品和服务	(179)
第一节 旅游产品	(179)
一、旅游产品概念	(179)
二、旅游产品分类	(179)
三、旅游产品的性质和特点	(181)
四、旅游产品质量与效用	(185)
第二节 旅游服务	(189)
一、旅游服务概念	(189)
二、旅游服务的类型	(189)
三、旅游服务的基本宗旨和原则	(191)
四、旅游服务质量	(193)
第三节 游客满足程度的相对测量	(200)

一、游客满足程度含义	(200)
二、决定和影响游客满足程度的因素	(201)
三、游客满足程度的相对测量	(203)
四、调查游客期望满足的意义	(204)
第九章 旅游市场	(207)
第一节 旅游市场概述	(207)
一、旅游市场概念	(207)
二、旅游市场构成要素与功能	(208)
三、旅游市场的特点	(210)
四、旅游市场细分	(212)
第二节 旅游宣传与调查	(219)
一、旅游宣传	(219)
二、旅游市场调查	(225)
第三节 我国旅游市场	(229)
一、入境旅游市场	(229)
二、国内旅游市场	(232)
三、出境旅游市场	(234)
第十章 旅游活动的影响	(238)
第一节 旅游活动的积极影响	(238)
一、对全球经济的积极作用	(238)
二、对游客的积极作用	(240)
三、对客源地的积极作用	(241)
四、对旅游目的地的积极作用	(242)
第二节 旅游活动的消极影响	(249)
一、对游客的负面作用	(249)
二、对客源地的负面作用	(250)
三、对旅游目的地的负面作用	(250)
第三节 正确认识和认真对待旅游活动的两重性	(253)
一、正确认识旅游活动的两重性	(253)

二、旅游活动负面影响差异性的原因	(254)
三、预防和控制旅游活动负面影响的措施	(256)
第十一章 旅游的可持续发展	(258)
第一节 旅游可持续发展的基本内容	(258)
一、旅游可持续发展问题提出的国际背景	(258)
二、旅游可持续发展的含义	(260)
三、旅游可持续发展的客观依据	(261)
四、旅游可持续发展的目标和要求	(263)
五、旅游可持续发展应遵循的原则	(364)
第二节 实现旅游可持续发展的途径和我国的实践	(266)
一、实现旅游可持续发展的途径	(266)
二、我国坚持旅游可持续发展的实践	(268)
参考书目	(273)

第一章 旅游学的研究对象

旅游是一种社会现象,它是人类社会经济发展到一定阶段的产物,并随着社会经济的发展,最终发展成今天具有广泛的政治、经济、社会和文化意义的大规模群众性活动。

由于参加旅游活动的人数多、范围广,涉及社会经济等许多领域,对社会经济的影响越来越大,因而引起了国内外许多专家、学者、政府机构和有关国际机构人士的关注。他们纷纷从不同侧面或综合性地对旅游开展研究,撰写了许许多多的文章,出版了不少专著和教材。本书试图从学科的角度对旅游学进行探索和分析。

第一节 旅游与旅游学研究

一、旅游的概念

1991年6月,世界旅游组织和加拿大政府在渥太华召开了国际旅行和旅游统计会议,对如何制定可靠的旅游统计系统进行审议,会上通过了一系列决议。会后,世界旅游组织又成立了由政府、国际组织和旅游行业代表组成的指导委员会,负责制定具体贯彻渥太华会议建议的计划,并于1993年2月在纽约召开的联合国统计委员会第27次会议上通过了世界旅游组织的报告——“对旅游统计的建议”。该报告内容包括有关旅游统计标准的建议和执行这些标准的工作计划。其中一项计划要求世界旅游组织制订一系列的技术手册及指南,以帮助各国执行有关旅游统计中包含的概念、定义和分类的建议。根据这一决定,世界旅游组织制定了五本技术

手册,其中一本技术手册对旅游所下的定义是:

旅游是指人们为了休闲、商务或其他目的离开他们惯常环境,到某些地方并停留在那里,但连续不超过一年的活动。

按照这一规定,旅游具有如下三个基本特征:

第一,旅游目的包括的甚为广泛。按照世界旅游组织的分类,把有下述六大类出游目的中任何一类的活动均属旅游的范围:

- 1) 休闲、娱乐、度假;
- 2) 探亲访友;
- 3) 商务、专业访问;
- 4) 健康、医疗;
- 5) 宗教/朝圣
- 6) 其他。

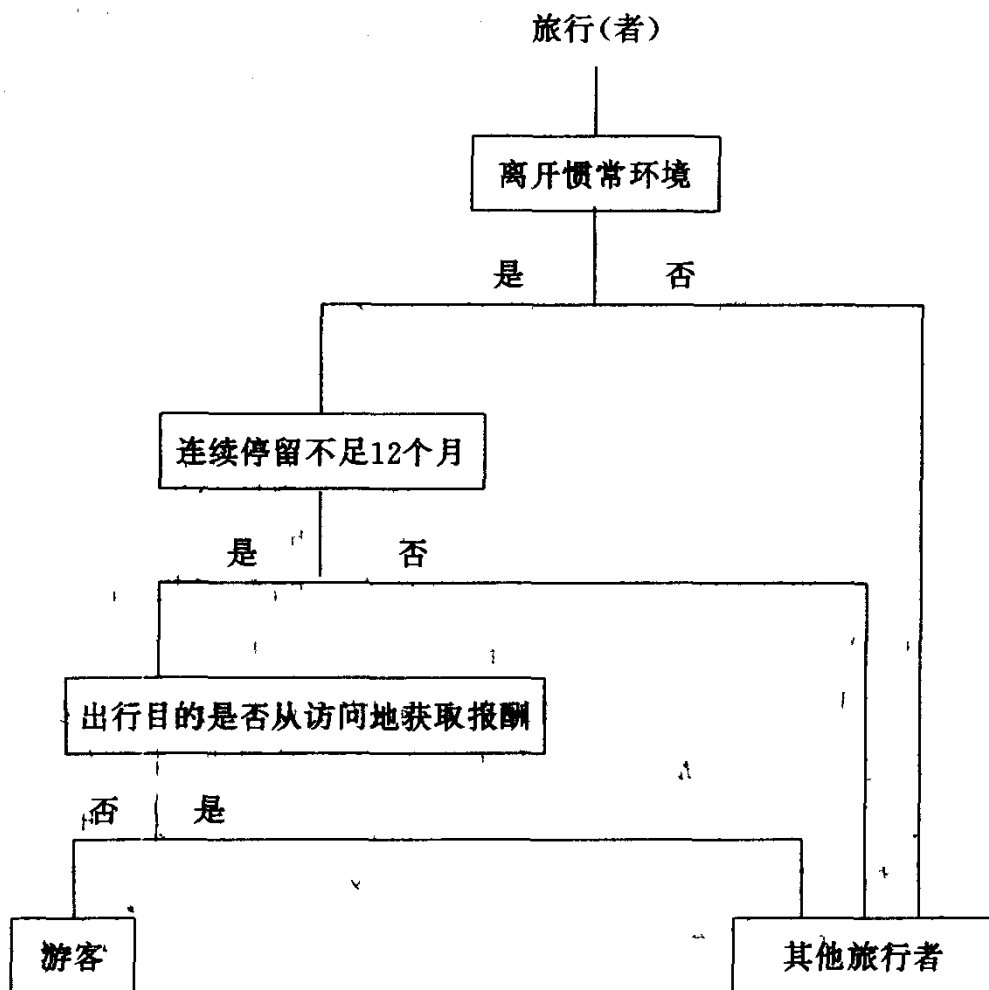
第二,旅游是人们必须离开其惯常环境到其他地方的旅行。这里的惯常环境从概念上说是指一个人的(主要)居住地区及其所有经常去的地方。它包括两个方面:一是指人们常去的地方,即使这个地方离他居住的地方很远,如某人每到周末便去其郊外或海滨的度假别墅或第二住处,其度假别墅或第二住处也属其惯常环境;二是指距离,即离一个人的居住地很近的地方,即使他很少去,也属其惯常环境。居住地或常住地是指一个人在上一年(12个月)的大部分时间生活的地方,或者仅在那个地方生活了一个较短的时期,但打算在12个月中还回去生活的地方。

第三,旅游是人们离开惯常环境到其他地方访问时在该地连续停留时间不得超过12个月的活动。因为从旅游的角度看,一个人到本国境内的另一个地方或到另一个国家停留一年以上,这个地方或国家便可视为其居住地或居住国。

旅游是旅行活动的一个分支,它包括过夜游和一日游两种。它同旅行的根本区别之一是前者必须具备离开惯常环境,后者则无需这一条件。因此,每天上、下班和离家到所在地区剧院看戏属于旅行,而不是旅游。旅游的主体称为游客(visitor),而旅行的主体

则称为旅行者(traveller)。旅游同旅行的另一个根本区别是其主体是否通过其活动在访问地获取报酬。旅游的主体(游客)不以此为主要目的。旅游与旅行的关系如图 I-1-1 所示。

图 I-1-1 旅游与旅行的关系



二、旅游的本质和属性

旅游,从其表象来看,表现为个人的行为或活动,即一个人离开居住地到其他地方进行一段时间的访问,但这种活动不仅有社会背景,而且本身也是一种社会行为。所以从本质上讲,旅游是一种通过个人行为表现的社会经济文化活动。在现代旅游活动中,旅游的这一本质体现得更为明显。

第一,旅游是人类社会发展到一定阶段的产物。在远古时期,人类生活在茹毛饮血的部落群体中,出于生存所迫,人们随着部落从一个地方迁徙到另一个地方,但这只是一种旅行而已。随着三次社会大分工的出现,即畜牧业、手工业和商业从农业中分离出来,生产技术的进步,剩余产品的增加,产品交换的数量和范围的扩大,产生了专门从事商品交换的商人阶级,从而在人类历史上最先出现了经商旅行。虽然最初的经商旅行是个人出外谋生性的活动,然而,它是一种社会的必然,是社会生产发展的需要。由于社会生产的进一步发展,人们需要到其他地区了解生产情况,在不同地区间开展产品或商品交换。所以,经商旅行的产生和发展实际上是不同地区间社会经济联系加强的反映,经商旅行本身也成为整个社会经济活动的一部分。

人类经过奴隶社会、封建社会进入资本主义社会以后,特别是产业革命之后,科学技术的进步及其在生产中的应用,给人类社会带来了一系列的变化,不仅引起了阶级关系上的新变革,而且促成了人员的大规模流动,劳动生产率的大幅提高,和社会经济的迅猛发展。其结果不仅使从前的经商旅行、宗教旅行等有了新的发展,而且以消遣为目的的旅行游览活动也迅速发展起来,从而使旅行在许多方面开始具有今天意义上旅游的特点。这是因为,此时旅行的人数大量增加使它开始对社会经济的发展具有较为普遍的意义,而社会也为其发展创造了较便利的条件,如专业性的商业服务设施等。虽然这种以消遣为目的旅游在形式和内容上表现为个人的行为,但却是在一定的社会经济条件下即商品生产和商品交换发展到一定水平时产生和发展起来的。正是社会经济发展到一定阶段,人们才有能力实现对较高层次生活需要的追求,这种需要已不再是生存的需要,而是精神和文化生活的需要。它是整个社会生活的一部分。因此,消遣性旅游就其本质而言,是一种社会文化活动。

第二,从世界旅游组织对旅游的分类来看,除第六大类“其他”

外,其余五大类及其所包含的旅游种类按其性质基本上可以分为三种类型。第一种类型属于文化性质,它包括休闲、娱乐、度假类的各种旅游,也包括商务、专业访问类中的修学旅游与专项旅游,以及健康医疗类中的体育旅游与生态旅游。这一类型的旅游均以愉悦身心、追求知识为内容,从广义的角度而言,属于文化范围。第二种类型属于经济性质,它包括商务、专业访问类中的商务旅游和以展销会、订货会为主题的会议旅游。这一类型的旅游均以洽谈贸易、推销商品为主要内容,属于经济发展范围。第三种类型属于社会性质,它包括探亲访友类、宗教/朝圣类和健康医疗类中的医疗旅游与疗养旅游以及商务、专业访问类中的公务旅游。这一类型的旅游活动均为某一方面的社会活动,无疑属于社会范畴。由此可见,世界旅游组织划分的上述几大类旅游及其所包括的不同种类的旅游都是社会、经济和文化不同组成部分,这充分说明就整体而言,旅游实质上是一种社会经济文化活动。

除了上述本质属性外,若从个性角度看,旅游还具有如下三种属性。

1. 消费属性

对个人而言,旅游是一种较高层次的消费活动,并正在发展成为现代人们生活中的一种基本需要。在人类与自然界的长期斗争中,人类为自身的生存需要奋斗了许多个世纪。只是在近代,随着资本主义生产方式的确立,科学技术的迅速发展,劳动生产率的不断提高,人们的收入逐步增加,在基本生活需要基本解决之后,他们为丰富自己的生活,除进一步发展自身的物质需要外,还产生了对精神文化生活的追求和享乐的需要。按照弗里德里希·恩格斯的论述,人类的需要分为三种,即生存需要,享受需要和发展需要。很显然,享受需要和发展需要是比生存需要更高层次的需要。旅游则是实现后两种需要的一种较好的形式。所以,人们在基本生活需要相对满足之后,拿出部分收入和时间进行这种较高层次消费的旅游活动是生活需要的必然趋向。

2. 消闲属性

旅游是一种积极的、健康的消闲活动。随着工业化水平的提高,工作节奏的加快,城市化程度的加速,人口的密集,人们自由生活的空间越来越小,加上都市的喧嚣与污染,人们迫切需要每年有一段时间放松一下身心,呼吸新鲜空气,以消除日复一日的紧张与疲劳。正是鉴于这种情况,世界许多国家的政府都通过法律赋予人们休息的权利。早在 30 年代中期,国际劳工组织的一次年会上正式承认了劳动者享有带薪假期,第二次世界大战后,西方一些国家先后普遍实行一年 2~3 周带薪假期的制度,加上每周工作时间缩短为 40 小时,这样使劳动者享受休息的权利有了切实的保障。随着收入水平的提高,使他们利用这些休息时间出外旅游和度假成为可能。

在旅游中,人们走向大自然,领略秀丽的风光和名胜古迹,或参加体育娱乐活动,饱尝工作之余的乐趣,不仅实现了全身心的放松,有益于消除疲劳和紧张,增强了体魄,而且通过旅游可以了解和学习到新的知识,使精神更加充实和饱满,更好地投入工作。所以,旅游作为一种积极、健康的消闲活动,受到了各种年龄、性别、职业和社会阶层人们的欢迎。

3. 社交属性

旅游是一种促进不同地区人们之间相互接触、了解和增进友谊的社会交往活动。交往是人类历史发展的必然现象,人类生活在社会中,要同自然界进行斗争,只有通过交往结成群体,才具有改造自然和改造社会的力量。在现代社会,由于生产力和科学技术的迅速发展,新的事物、新的信息层出不穷,人们除了通过各种媒体和渠道进行了解外,也越来越重视社会交往的作用,通过交往拓展了解的途径,结交新友,增长见识,达到思想和感情上的交流。

旅游是实现不同地区人们之间相互交往和交流的一种好形式。通过到异地的旅游,人们不仅可以亲身了解其他地区的政治、经济、文化、历史、地理、社会面貌和风俗民情,而且在旅途中可以