



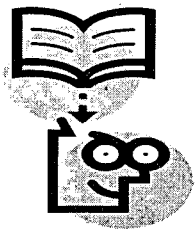
英语导游人员资格考试指南系列教材

导游

基础知识教程

周幼华 周志浩 © 主编

气象出版社



英语导游人员资格考试指南系列教材

导游基础知识教程

周幼华 周志浩 主编

气象出版社

内 容 简 介

本书初稿完成于2005年,是英语专业旅游英语方向的旅游基础知识教材。通过近几年的教学实践,并不断修改,编者在旅游形势的发展及史地民俗界的学术成果不断涌现的情况下,根据国家旅游局近年有关文件精神,对初稿内容进行了充实,同时吸取了以往相关教材编写的经验,在体例、内容、写作特点等方面作了新的调整并最终成书。本书共有十一章,主要涉及中国的旅游地理、历史民俗、古代建筑和园林、主要菜系、风物特产以及中国主要旅游客源国的旅游概况等内容,内容丰富而详实,涉及面广。

本教程主要作为大专院校英语专业旅游英语方向的导游基础知识教程,同时也可作为报考导游人员资格考试的参考教材和广大旅游爱好者有益的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

导游基础知识教程/周幼华,周志浩主编. —北京:气象出版社,2008.2

ISBN 978-7-5029-4458-2

I. 导… II. ①周…②周… III. 导游-教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 009438 号

出版发行:气象出版社

地 址:北京市海淀区中关村南大街46号

邮政编码:100081

网 址: <http://cmp.cma.gov.cn>

E-mail: qxcsb@263.net

电 话:总编室 010-68407112,发行部 010-68409198

责任编辑:隋珂珂 李太宇

终 审:章澄昌

封面设计:索彼工作室

责任技编:都 平

责任校对:程铁柱

印 刷 者:北京昌平环球印刷厂

开 本:750×960 1/16

印 张:14

字 数:256千字

版 次:2008年2月第1版

印 次:2008年2月第1次印刷

印 数:1~5 000

定 价:28.00元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等,请与本社发行部联系调换

前 言

随着中国加入世界贸易组织及北京申办奥运会的成功,我国的国际地位日益提高,来华参观游览、投资经商、留学、探亲访友的海外人士与日俱增,中国将是世界上集国际交往、商贸、旅游于一体的热点目的地,中国的旅游业将突飞猛进地发展。为了向世界展示中国的风采,让世人了解中国、认识中国,让国人,尤其是导游人员能更好地向海外游客及友人介绍、宣传中国并提供优质的服务,我们编著的《导游基础知识教程》一书也就应运而生了。

本书初稿写于2004年,始为南京信息工程大学滨江学院英语专业本科大学生的商务英语及旅游英语方向的讲课教材。通过2004—2007年对历届学生的教学实践,并经不断修改,最终编撰为《导游基础知识教程》一书。通过数年的实践,编者在旅游形势的发展及史地民俗界的学术成果不断涌现的情况下,根据国家旅游局2000年《关于改革导游人员资格考试、等级考核及旅行社经理资格认证工作的意见》的精神,对初稿内容进行了充实、审定和改编工作。

本书编者在多年的旅游导游及旅游教学工作中,共接待过外国旅游团队达20多个,这些旅游团队主要来自美国、加拿大、英国、荷兰、澳大利亚、新加坡、巴基斯坦、印度等多个国家,积累了大量的涉外工作经验及导游教学经验。

在编写过程中,本书充分吸取了以往相关教材编写的经验,在体例、内容、写作特点等方面作了新的调整。从导游员职业特点以及导游员应具备的知识出发,重新设计了体例,力求使整套教材的结构更加合理,突出了初级导游员应该具备的基础知识与基本技能,着眼于职业资格准入的能力培养,强调理论与操作实例相结合,并力求文字简练,增强实用性。本书作为针对导游员资格考试的教材,也可作为中、高等院校英语专业旅游英语方向或相关专业的教材。同时我们希望本书也能成为广大旅游爱好者的有益读物。

本书的出版,得到了南京信息工程大学滨江学院第一期教改工程的大力支持,在此,深表感谢!并谨向在本书编写过程中给以大力支持的长江水利委员会蔡璇女士表示衷心的感谢!特别是气象出版社李太宇老师、隋珂珂老师在编辑出版该书过程中付出了艰辛的劳动,在此深表诚挚的谢意!

由于时间仓促,本书在编写过程中难免有疏漏、不足之处,希望广大读者批评指正以便使之更加完善。

编 者

2007年12月

目 录

第 1 章 旅游和旅游业知识简介	(1)
1.1 旅游活动概要	(1)
1.2 旅游的主体、客体和媒介	(4)
1.3 旅游客源地和旅游接待地	(9)
1.4 旅游组织	(10)
思考与练习题	(11)
第 2 章 中国历史常识	(12)
2.1 中国朝代发展简史	(12)
2.2 中国历史小常识	(19)
思考与练习题	(26)
第 3 章 中国旅游地理	(30)
3.1 中国的自然旅游资源	(30)
3.2 山地自然景观	(30)
3.3 水自然景观	(36)
3.4 气候及天气景观	(43)
3.5 动植物景观	(43)
3.6 自然保护区和风景名胜区	(44)
3.7 历史文化名城与世界遗产	(45)
思考与练习题	(47)
第 4 章 中国的民族民俗	(51)
4.1 概论	(51)
4.2 汉族	(52)
4.3 满族、蒙古族、维吾尔族、回族和朝鲜族	(57)
4.4 壮族、土家族、苗族和黎族	(62)
4.5 藏族、彝族、白族、纳西族和傣族	(69)
思考与练习题	(77)

第5章 中国的四大宗教	(79)
5.1 中国各民族宗教信仰概述	(79)
5.2 佛教	(80)
5.3 道教	(93)
5.4 伊斯兰教	(99)
5.5 基督教	(102)
思考与练习题	(106)
第6章 中国的古代建筑	(110)
6.1 中国古代建筑概述	(110)
6.2 中国古代城市规划与城防建筑	(115)
6.3 宫殿与坛庙	(118)
6.4 陵墓建筑	(121)
6.5 中国著名的楼阁、佛塔、古桥	(124)
思考与练习题	(135)
第7章 中国的古代园林	(139)
7.1 中国古代园林的起源、特色与分类	(139)
7.2 中国古代园林的组成要素	(141)
7.3 中国古代园林的常见构景手段	(146)
7.4 中国现存的著名古典园林	(147)
思考与练习题	(149)
第8章 中国烹饪主要菜系	(152)
8.1 中国菜系的划分	(152)
8.2 地方菜系简介	(152)
8.3 其他菜系选介	(165)
思考与练习题	(178)
第9章 中国的风物特产	(166)
9.1 陶瓷器、丝织刺绣品	(166)
9.2 名茶、名酒、中药	(168)
9.3 文房四宝	(176)
9.4 其他工艺品	(176)
思考与练习题	(178)
第10章 中国的台、港、澳地区概况	(186)
10.1 台湾省	(186)

10.2 香港特别行政区	(186)
10.3 澳门特别行政区	(187)
思考与练习题	(189)
第 11 章 中国主要旅游客源国概况	(190)
11.1 中国主要旅游客源国基本情况简介	(190)
11.2 中国主要旅游客源国文化及民俗简介	(193)
11.3 中国主要旅游客源国建筑物或景点概览	(202)
思考与练习题	(205)
习题答案	(206)
主要参考书目	(214)



第1章 旅游和旅游业知识简介

1.1 旅游活动概要

1.1.1 近、现代旅游和旅游业

早在古代,就有以观赏风景和怡情悦性为主要目的的出行活动,但是当时能够参加这种活动的只是极少数人,整个社会尚处在以农业为主的自然经济时代,大多数社会成员既不具备参加这种活动所需的财力和时间,也缺乏相应的观念和习惯。旅游只是少数人的个人行为,远不具备今天这样的社会规模和社会意义,作为经济行业的旅游业当然也不可能出现在那样的时代。

到了近代,情况发生很大变化。欧洲在数百年间经历了文艺复兴、启蒙运动以及英、法等国的资产阶级革命等一系列重大变革,不仅社会发生了翻天覆地的变化,人们的思想也逐步从封建宗教神权的禁锢下解放出来。在社会变迁中力量日益强大的中产阶级积极倡导并实践以人为本、注重人生享受、注重现实幸福的新观念和 New 生活方式。在这种思潮的影响下,能够给人带来美的享受和精神愉悦、使生活更加丰富多彩的旅游活动开始受到欢迎,成为生活中越来越受重视的内容之一。但是,限于当时的条件、特别是交通条件,多数人还不可能经常外出旅行,更不可能仅出于消遣和娱乐的目的去做长距离的旅行。

18 世纪中叶开始的产业革命最终把人类推向近代旅游的新阶段。产业革命前,人们一直以人力、畜力或自然力来驱动交通工具,几千年来没有太大变化。产业革命使这种状况根本改变,蒸汽机技术用于交通工具,从此人类有了机械动力的运载工具——火车和轮船。新式交通工具不仅速度快、运载量大,还具有票价相对低廉的优势。这使得远距离大规模的人员流动第一次成为可能。此外,产业革命也使社会财富极大增长,中产阶级人数日益增加,大量中产阶级加入旅游的行列。在最早建成铁路的英国,商人们开始利用包租火车的形式把大批游客运送到游览地。旅游需求逐渐形成社会化规模,越来越多的人需要有人代他们处理从启程到返家过程中的一应事务。这意味着专门为旅游者服务、为旅游



者活动提供便利条件的活动已有可能逐渐从其他部门中分离出来,形成一个新行业——旅游业。可以说,近代旅游和旅游业孕育于向近代转型的欧洲,最终由产业革命催生而成。

历史的发展是一个渐进的过程,但是在转折关头,人们往往愿意把某一较有代表性的事件或人物作为标记。1841年,英国人托马斯·库克组织500多人包租火车从莱斯特到洛勃罗赫参加禁酒大会。这次旅行并非观光度假,库克也非组织包租火车团体旅行的第一人,但是作为中介者依靠广告这样的活动,库克却是第一人。此后人们纷纷效仿。库克本人则以此发端,多次组织类似活动,并且最终成为职业旅行代理商,而且是那个时代最有影响的旅行代理商之一。于是后人便以1841年由英国人托马斯·库克组织的那次旅行活动作为近代旅游和旅游业开端的标志。

二战后,旅游进入现代发展阶段。在各主要工业国家,随着战后经济的恢复和发展,人们的收入水平普遍大幅度提高,私人汽车逐渐普及。原来主要用于军事的航空喷气技术转向民用,既大大提高了运速,也使机票价格大幅度下降,越洋远程旅游变得前所未有的方便。于是,越来越多的普通劳动者加入旅游者的行列,旅游从此成为一种大众的活动,现代旅游也因而被称作“大众旅游”。许多发展中国家在这一时期为换取外汇促进本国经济的发展,也开始利用本国或本地区各具特色的自然环境和民族文化来吸引欧美地区的游客,发展国际入境旅游接待业。从此,世界范围出现大规模的游客流动,旅游和旅游业也因此而成为一种世界性的现象。

大众旅游是二战以后形成的。

大众旅游时代,旅游业大多采用类似大机器工业生产的规模化和标准化方式,以满足大规模客流的需求,取得了良好的效果。旅游业在这一时期获得长足发展,成为许多国家重要的社会经济部门。

近年来,旅游和旅游业的发展出现了新的趋势。在现代技术和现代社会生活的影响下,人们的旅游需求日益复杂,选择也日趋多样。旅游业的运作方式也在发生变化,逐渐超越传统的大众旅游运行模式,向着更广阔的方向发展。

1.1.2 旅游的概念

一般情况下人们理解的旅游指因观光娱乐休闲而离家外出的旅行和游览活动。由于现代旅游活动的普及和发展,上述活动往往和其他活动交叉在一起,旅游接待行业和其他相关部门在实际工作中很难、也无需把它们区分开来。因而目前对旅游概念的解释比上述含义更宽泛。世界旅游组织对于旅游的解释是:



旅游:指人们出于休闲、商务和其他目的,到惯常环境以外的地方连续不超过一年的旅行和逗留活动。

1.1.3 旅游的本质、基本属性及其特征

旅游的本质:是一种追求审美愉悦、体验生理和心理快感的活动,是一种没有物质回报,相反要以时间、金钱和物质为代价获取精神享受的活动。

旅游在本质上属于人类的文化活动。

旅游活动的本质规定了它的基本属性。

旅游的基本属性:

消费属性;休闲属性;社会属性。

旅游的特征:

异地性;暂时性;综合性。

现代旅游是现代人消费生活的一部分,而且是超越日常物质消费之上的文化和精神消费活动。基于这种消费属性,只有具备一定支付能力的人才能成为现实的旅游者。现代旅游是人们处置自己自由时间的一种积极形式,它只发生在自由时间之内,是休闲行为的一种,因而只有拥有足够的自由时间即余暇的人能够从事旅游活动。现代旅游是现代生活的一部分,是现代生活经济、政治、文化、观念意识诸因素的影响综合的产物,它的正常运行受到促进或制约现代社会发展的一切因素的影响,同时它也会对社会生活诸多方面产生广泛的影响。

旅游活动最显著的外部特征是它同时具有空间上的异地性和时间上的暂时性,并且在运行过程中呈现出牵连甚广的综合性特点。异地性是反映旅游是发生在旅游者日常生活地点以外的活动,因此要以行为主体的空间位置移动为前提。这一点使旅游区别于其他文化和休闲的活动。暂时性是指旅游只是发生在旅游者生活中某一时段的活动。旅游活动中的异地性和暂时性互为前提,两者缺一不可。行为主体离开常住地后,在一定的时间内还要返回,在空间上表现为往复的运动。而且每一次具体的往复都是一次随机的个别行为,不是也不会导致有规律的重复。这一点使旅游区别于有多种形式的旅行。这两个特征往往成为诱发旅游者在旅游活动中道德和责任意识弱化、行为自我约束松弛的重要原因。所谓社会活动,涉及多种社会关系,引发多种社会现象。从根本上说,这是旅游需求的广泛性和现代旅游活动运行高度社会化、产业化的综合表现。

1.1.4 旅游活动的类型

从不同角度出发,对旅游可以按照不同的标准分类。



按照地理标准,旅游可分为国际旅游和国内旅游,国际旅游包括境外居民的入境国际旅游和本国本地区居民的出境国际旅游。一般情况下各国的国内旅游规模远大于国际旅游规模。

按照出游目的,世界旅游组织把旅游划分为休闲娱乐度假类、探亲访友、商务和其他专业访问、健康医疗、宗教和其他六种类型。

按照组织形式,有团队旅游和散客旅游。

团队分全部包价和部分包价两种形式。团队旅游曾是大众旅游时代人们出游的主要方式,但是近年来更加个性化和多样化的散客旅游形式越来越普遍。

1.1.5 现代旅游活动的基本要素

旅游活动三要素:旅游主体、旅游客体和旅游媒介。

现代旅游活动由旅游主体、旅游客体和旅游媒介这三者通过市场相互结合相互作用而构成,这三个因素被看做旅游活动的三个基本要素。

旅游主体:旅游者,是旅游现象发生的主导因素,处于旅游活动的中心地位。

旅游客体:旅游者活动的目标,即旅游对象,目标对旅游者产生吸引力,使其活动有了具体的指向,才有了具体的旅游行为。

旅游媒介:以旅行社为代表的旅游业,它是连接旅游主体和客体的纽带。

古代旅游并无旅游业的介入,旅游主体直接介入客体。旅游业是产业革命后旅游需求大量增加和社会分工更加细密的产物,它的出现为人们的旅游提供了极大的方便,因而反过来刺激了旅游活动的更大发展。在当代市场经济条件下,旅游活动高度依赖旅游业,旅游业成为人们的旅游得以正常进行的最重要也是最直接的外部支撑条件。

1.2 旅游的主体、客体和媒介

1.2.1 旅游主体——旅游者

旅游活动的主体是旅游者。旅游者把旅游动机转变为旅游行为是与旅游相关的一切社会现象和关系发生的基础,因而旅游者在旅游活动中处于中心地位。

(1) 旅游者的概念

从事旅游活动的人就是旅游者,从一般意义上讲这一点不会有疑问。但是在实际生活中存在大量介乎边缘难于认定的事实,给旅游统计工作带来麻烦。为使统计工作有一个便于操作的标准,提高各国统计数据的准确性和可比性,世



界旅游组织对有关概念作出统一解释。

根据世界旅游组织的解释,同时参照我国的实际情况,我国国家旅游局也对有关概念做出相应的解释:

1) 游客——指任何为休闲、观光、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动,离开常住国(或常住地)到其他国家(或地方),其连续停留的时间不超过12个月,并且在其他国家(或地方)的主要目的不是通过所从事的活动获取报酬的人。

游客不包括因工作和学习在两地有规律往返的人。

旅行者——指在两地间进行旅行的人。旅行者包括游客和非游客。

游客按出游地分国际游客和国内游客。按出游时间分旅游者和一日游游客。

2) 入境旅游人数——指报告期内来我国观光、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动的外国人、港澳台同胞等入境游客。统计时,入境游客按每入境一次统计1人次。

入境旅游人数包括入境(过夜)旅游者和入境一日游游客。

3) 入境旅游者——指入境游客中,在我国旅游住宿设施内至少停留一夜的外国人、港澳台同胞。

4) 入境一日游游客:指入境游客中,未在我国旅游住宿设施内过夜的外国人、港澳台同胞。但应包括乘坐游船、游艇、火车、汽车来华旅游,在车(船)上过夜的游客和机车船上的乘务人员,但不包括在境外(内)居住而在境内外工作,当天往返的港澳台同胞和周边国家的边民。

5) 国内游客——是指报告期内在国内观光游览、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动的本国居民,其出游的目的不是通过所从事的活动谋取报酬。国内游客包括国内(过夜)旅游者和国内一日游游客。统计时,国内游客按每出游一次计1人次。

6) 国内(过夜)旅游者——指国内居民离开惯常居住地在境内其他地方的旅游住宿设施内至少停留一夜,最长不超过12个月的国内游客。

国内旅游者应包括在我国境内常住一年以上外国人、港澳台同胞。但不包括到各地巡视工作的省部级以上领导、驻外地办事机构的临时工作人员、到外地学习的学生、到基层锻炼的干部、到境内其他地区定居的人员和无固定居住地的无业游民。

7) 国内一日游游客——指国内居民离开惯常居住地10 km以上,出游时间超过6小时,不足24小时,并未在境内其他地方的旅游住宿设施过夜在国内



游客。

(2) 制定旅游者定义的原则

游客与旅行者的区别,主要从以下几方面进行回答:

1) 游客是统计旅游人次时使用的基本概念和基本单位。旅游者是游客的一部分,是未在访问地旅游住宿设施内过夜的游客。旅行者指在两地间进行旅行的人。旅行者包括游客和非游客。

2) 游客属于旅行者,但旅行者不一定是游客。区分游客和一般旅行者的一个重要标准是看其是否离开惯常环境。惯常环境:既包括常住地,也包括常住地以外经常去的地方。国家旅游局对游客的解释中“游客不包括因工作或学习在两地有规律往返的人”,就是这一标准的具体化和可操作性表述。常住地:指一个人在近一年的大部分时间所居住的城镇或虽然在这个城镇(或乡村)只居住了较短的时期,但在12个月内仍将返回的这个城镇(或乡村)。

3) 区分游客和其他旅行者的另一重要标准是其前往该地的主要目的是否为通过所从事的活动从该地获取报酬。这一点实际上是从统计的角度。对旅游活动消费属性的确认。

4) 区分一个游客是国际游客还是国内游客并不依据该游客的国籍,而是依据他的常住国或常住地。常住国:是指一个人在近一年的大部分时间所居住的国家(或地区)或虽然在这个国家(或地区)只居住了较短的时期,但在12个月内仍将返回的这个国家(或地区)。

(3) 旅游者必须具备的客观条件

自由支配收入和闲暇时间

旅游是一项能给人们带来精神享受的活动,但是并非有旅游愿望的人都能成为现实的旅游者。在具备旅游动机的前提下,拥有可自由支配收入和闲暇时间是旅游者实现出游愿望的两个最必要的客观条件。

可自由支配收入:是指人们的全部收入扣除税额、日常生活支出以及医疗、失业、养老保险等社会性支出之后剩下的余额。

现代旅游是没有任何物质回报的文化消费活动,可自由支配收入达到一定的水平时人们才有可能做出旅游消费选择。可自由支配收入是整体收入的一部分,居民整体收入水平的高低取决于所在国家或地区的经济发展水平,因此居民可自由支配收入的多寡最终取决于国家或地区的经济实力。

闲暇或余暇:是指在日常工作、学习、生活和其他必须的时间之外,可用以自由支配、从事自己乐于从事的任何活动的时间。旅游是休闲活动的一部分,它需要一定数量且相对集中的闲暇时间。只有科学技术和生产水平达到一定高度,



有效缩短工作时间,社会才能为其多数成员提供足够的闲暇时间,旅游也能成为大规模的社会现象。

闲暇时间的分布是不均匀的,现代社会闲暇一般分为四个部分:每日闲暇、每周闲暇、公共假日和带薪假日。除去每日闲暇之外,其他三个时段的闲暇都有可能用于旅游,其中带薪假日是最便于旅游者充分利用的时段。由于国情不同,各国假期长短和时段安排各不相同。我国目前实行每周双休制,每年 11 天公共假日,另外随着经济和社会的不断进步,带薪假日也在逐步实行中。

1.2.2 旅游客体——旅游对象

旅游客体:指旅游对象,它和旅游主体一起构成同一事物的两个方面,缺少任何一个条件都不会有旅游行为的发生。

旅游对象:由旅游设施和旅游资源两部分构成。

旅游设施:是人们为吸引和接待旅游者并获取经济收入而投入人力、财力、物力主动开拓和建设的各类设施。

旅游资源:指对旅游者具有吸引力的一切自然的、历史的和现实的客观存在。

按照形成的条件,旅游资源可以分为自然资源和人文资源两大类。

自然旅游资源:是在亿万年来自然地理环境的演变之中形成的具有旅游功能的事物和因素,分为三大类,即地文景观类、水域风光类和生物景观类。

人文旅游资源:是人类创造的,反映各时代各民族政治、经济、文化和社会风俗民情状况,具有旅游功能的事物和因素。也分为三大类:古迹与建筑类、消闲求知健身类和购物类。

由上可知,旅游对象中的旅游设施是人为创造的,旅游资源则是天然赋存的,客观存在的旅游功能是转化而来的。旅游资源是一个国家或地区发展旅游的凭藉。

历史上旅游资源往往可以直接作为旅游对象为旅游者所利用。但是在旅游活动中运行高度社会化和市场化的今天,从旅游资源到旅游对象要经过许多中间环节和十分复杂的转化过程。最终旅游对象往往作为旅游产品构成要素的一部分进入旅游消费市场,才能供旅游者享用。

1.2.3 旅游媒介——旅游业

(1) 旅游业在旅游活动中的作用

旅游业通常被看做是旅游活动三大要素之一的旅游媒介,它是旅游主体和



客体联系的纽带。旅游业是产业革命和近代旅游发展的产物,它的介入使旅游活动从此被纳入市场的框架。在这个框架内,旅游业的经营给人们带来极大的便利,促进了整个社会旅游活动的大规模发展;而人们用于旅游消费的支出又通过旅游业这一渠道有效地转换、回流,成为整个社会经济收入的重要来源。

(2) 旅游业的构成和特点

旅游业是直接为旅游活动提供便利条件和服务的综合性产业。它由旅行社、饭店、交通运输、观赏娱乐等行业复合而成,在这些行业中,旅行社集中体现了旅游业的媒介作用。旅行社是组织旅游活动和接待旅游者的中介组织,是联结旅游者和旅游对象、旅游者和其他接待行业内部各行业各部门的纽带和桥梁,近代旅游业的诞生就是以旅行社的出现为先导和标志的。目前我国旅行社按照国务院 1996 年 10 月 15 日颁布的《旅行社管理条例》分为两类,即国际旅行社和国内旅行社。国际旅行社的经营范围包括入境旅游业务、出境旅游业务和国内旅游业务。国内旅行社只能经营国内旅游业务。

旅游业的特点:

综合性;服务性;劳动密集性。

旅游活动涉及吃、住、行、游、购、娱各个方面,综合性是它的显著特征之一,为它提供服务的行业也必然是综合性的行业。此外旅游活动的顺利进行还有赖于社会其他行业和支持,因而这种综合性还渗透到行业以外,使旅游业呈现出较强的产业关联效应。旅游活动的本质和文化消费属性决定了旅游业不是生产实物形态产品的行业,而是以出售劳务为特征的服务性行业。旅游服务业能够吸纳较多就业人口,工资成本中全部运营成本中占较大比重,因此旅游业属于劳动密集型行业。

除此之外,由于许多社会因素都会影响人们的旅游需求,所以旅游企业的经营易于波动和遇到风险。从这个意义上说,旅游业又是一个脆弱的行业。

(3) 旅游业对社会的影响

旅游和旅游业是现代社会发展的产物,客观存在的大规模发展又会反过来对社会生活的各个方面产生不同程度、不同效果的影响。

旅游业经济发展中的正面作用主要表现在:国际旅游能够增加接待地的外汇收入,平衡国际收支;国内旅游能够有效刺激国内消费,回笼货币;旅游业可以为接待地提供就业机会,促进基础设施的建设,提高当地居民的生活质量。此外旅游业的发展还会刺激其他相关行业的发展,并为落后地区经济的发展提供新的机遇。

旅游业的发展给接待地带来的负面影响:大量游客涌入,超出接待地承受能



力,有可能对当地经济、社会、文化、环境造成巨大压力,从而引发各种问题。

1.3 旅游客源地和旅游接待地

(1) 世界主要客源地

世界主要客源地集中在经济较为发达的欧洲和北美地区,每年全球国际旅游客流总数的绝大部分来源于这两个地区。东亚及太平洋地区是第三大客源地,除了日本、澳大利亚、新西兰这些传统的客源地外,20世纪70年代以来东亚地区经济的高速发展还造就出一批新兴的客源国或客源地。中国是人口大国,由于近年来经济的持续发展和居民生活水平的不断提高,已成为这一地区极具潜力的旅游客源输出国。

(2) 世界主要旅游接待地

全世界旅游接待地划分为六大区域:

非洲;美洲;东亚及太平洋;欧洲;中东;南亚。

世界旅游组织下设了六个相应的地区委员会。

按接待人数和国际旅游收入排名,欧洲是全球最大的旅游接待地,多年来接待国际旅游人数和国际旅游收入两项指标均超过全球总数的50%。欧洲的法国和西班牙近年来分列世界最大旅游接待国的第一、二位。美洲是全球第二大旅游接待地,多年来年接待国际旅游入次数约占全球20%左右,国际旅游收入则保持在全球总数的15%左右。我国是近年新崛起的旅游接待国,接待人数1999和2000年连续两年排名世界第五位,收入排在第七(1998、1999年)位。六大区域的后三位为非洲、中东和南亚。

(3) 旅游流动的特点

从总体上看,人们外出旅游大多是由近及远,中短程旅游和远程旅游以中短程为主,国际旅游和国内旅游以国内旅游为主。

全球国际旅游主要客源地同时也是主要接待地。

这些国家或地区国内生产总值和居民收入水平较高,普遍实行带薪度假制度,已成为人们日常生活内容的一部分,同时这些国家或地区既有繁华的现代都市景象,又有因财力雄厚而得到妥善维护的著名遗址和自然风景地,加之旅游业成熟,接待设施完备,管理到位,因而成为最具吸引力的旅游目的地。

(4) 我国主要旅游客源地

我国旅游客源地分国内和国际(海外)两大部分。

国内游客是我国最主要的旅游客源,随着经济的增长和城乡居民生活水平



的不断提高,2000年国内旅游人数已达到7.44亿,出游率超50%;国内旅游收入3175.32亿元人民币,与发达国家相比,我国的国内旅游今后仍有巨大的发展潜力。

我国的海外客源地可分为国外和港澳台地区两部分。

港澳台地区居民赴大陆旅游观光的人数多年来一直占我国入境国际旅游总人数的绝大部分,是我国最大的海外客源地。这种状况今后相当长一段时期不会有太大的改变。

外国来华游客总数在全部入境游客总数中所占比例逐年上升,且总体消费水平高,是我国旅游外汇收入的重要来源。向我国输出客源最多的国家或地区有日本、韩国、东南亚、俄罗斯、北美、西欧、澳大利亚和新西兰等。多年来日本在这些国家和地区中一直高居榜首。这种格局短期内也不会有太大改变。

1.4 旅游组织

(1) 国际性旅游组织

世界旅游组织(World Tourism Organization,简称WTO):世界旅游组织是全球最大和唯一政府间的国际旅游组织,也是联合国下属的一个执行机构,总部设在西班牙首都马德里。它的前身是国际官方旅游联合会,1975年正式改用现名。目前该组织有138个正式成员国或成员地区和350多个附属成员组织。中国于1983年作为正式成员国加入该组织。

世界旅游组织致力于促进和发展旅游,使之成为增进各国间的理解与和平、推动经济发展和国际贸易的重要途径。

1979年9月世界旅游组织正式确认每年9月27日为世界旅游日,并且每年,提出一个宣传口号。

亚洲及太平洋旅游协会(简称Pacific Asia Travel Association,简称PATA):地区性非政府国际旅游组织,总部设在美国旧金山。分部:①菲律宾的马尼拉负责东亚地区事务。②澳大利亚的悉尼负责南太平洋事务。该组织致力于联合亚洲及太平洋地区所有热心旅游事业的团体,鼓励和支持本地区旅游业的发展,保护本地区特有的旅游资源。我国于1993年加入该协会。

(2) 我国旅游行政管理机构

我国旅游政管理机构主要由国家旅游局以及各省、直辖市、自治区和地方旅游行政组织构成。

国家旅游局是国务院主管全国旅游业的直属机构,是我国最高旅游行政