



高等院校高职高专系列教材

GAODENG YUANXIAO GAOZHI GAOZHUAN XILIE JIAOCAI

旅游学 概论

LÜYOUXUE GAILUN

主编 邓清南



四川大学出版社



高等院校高职高专系列教材

GAODENG YUANXIAO GAOZHI GAOZHUAN XILIE JIAOCAI

旅游学 概论

LÜYOUXUE GAILUN

主 编 邓清南



四川大学出版社

责任编辑:李 静
责任校对:蒋姗姗
封面设计:吴 强
责任印制:杨丽贤

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论 / 邓清南主编. —成都: 四川大学出版社,
2007.1

(高等院校高职高专系列教材)

ISBN 978-7-5614-3633-2

I. 旅… II. 邓… III. 旅游—高等学校: 技术学
校—教材 IV.F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 003520 号

书名 旅游学概论

主 编	邓清南	
出 版	四川大学出版社	
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)	
发 行	四川大学出版社	
书 号	ISBN 978-7-5614-3633-2/F·499	
印 刷	郫县犀浦印刷厂	
成品尺寸	185 mm×260 mm	
印 张	11.5	
字 数	254 千字	
版 次	2007 年 2 月第 1 版	◆读者邮购本书,请与本社发行科
印 次	2007 年 2 月第 1 次印刷	联系。电 话:85408408/85401670/
印 数	0 001~1 000 册	85408023 邮政编码:610065
定 价	20.00 元	◆本社图书如有印装质量问题,请

寄回出版社调换。

版权所有◆侵权必究

◆网址: www.scupress.com.cn

目 录

第一章 绪 论/3

- 第一节 旅游的概念/3
- 第二节 旅游活动的类型/6
- 第三节 旅游活动的性质/9
- 第四节 现代旅游活动的特点/12
- 第五节 旅游学概论的研究对象与任务/14
- 本章小结/17

第二章 旅游的产生和发展/21

- 第一节 前旅游时期——原始社会的人类迁徙与旅行需求的产生/21
- 第二节 初始时期——古代旅游的产生与发展/22
- 第三节 成熟时期——近代旅游和旅游业的开端/29
- 第四节 跃进时期——现代旅游的产生与迅速发展/34
- 第五节 我国旅游业的产生与发展/36

第三章 旅游者/43

- 第一节 旅游者的概念/43
- 第二节 决定个人旅游需求的客观因素/47
- 第三节 决定个人旅游需求的主观因素/53
- 第四节 旅游者类型及其需求特点/59
- 本章小结/65

第四章 旅游资源/69

- 第一节 旅游资源的概念、特点及分类/69
- 第二节 旅游资源的评价/77



第三节 旅游资源开发/83

第四节 旅游资源的保护/90

本章小结/96

第五章 旅游业/99

第一节 旅游业概述/99

第二节 旅行社/103

第三节 饭店与住宿业/106

第四节 旅游交通/111

第五节 旅游景区(点)/114

第六节 旅游产品/119

本章小结/121

第六章 旅游市场/125

第一节 旅游市场的概念与旅游市场的划分/125

第二节 世界旅游业发展状况/128

第三节 我国旅游业的国际客源/131

本章小结/136

第七章 旅游的影响/139

第一节 旅游的经济影响/139

第二节 旅游的社会文化影响/151

第三节 旅游的环境影响/156

本章小结/163

第八章 旅游组织/167

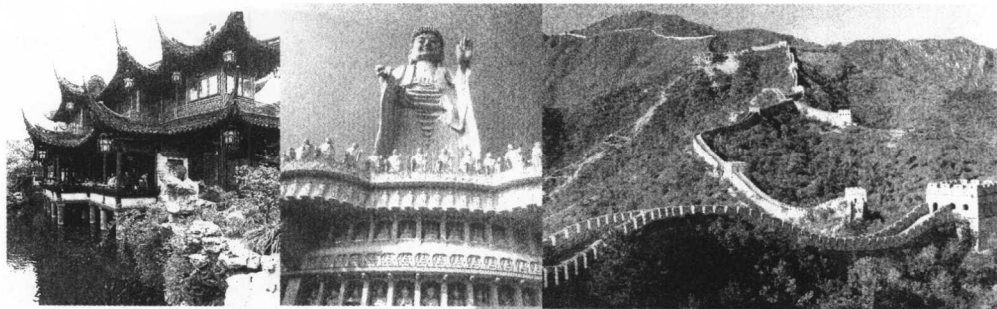
第一节 旅游组织及其功能/167

第二节 中国的旅游组织/169

第三节 国际旅游组织/171

本章小结/179

参考文献/180



第一章

绪论

Σ
LUN

旅游的概念

旅游活动的类型

旅游活动的性质

现代旅游活动的特点

旅游学概论的研究对象与任务



第一章 绪 论

旅游是人类社会特有的现象,是社会文明发展到一定阶段的产物。旅游活动是当今规模最大、涉及面最广的人类活动之一。从 19 世纪中期英国人托马斯·库克开始,人们将旅游业作为一门全新的产业来经营,现在它是世界上最大的产业。作为一项审美性和娱乐性很强的社会活动,旅游已经成为现代人类生活不可或缺的重要内容。总的来看,物质生产力的发展、经济社会的和平稳定和科学技术的提高,是旅游活动得以快速发展的根本原因。现代旅游这种近乎全民性的社会现象,在其复杂的运动过程中,不但体现出对社会生活的巨大影响力,还反映出很多科学性的实质因素。旅游学就是以旅游活动的各种现象为切入点,研究旅游的本质、特点、作用、条件和发生、发展规律的新兴学科。

第一节 旅游的概念

任何一门学科,都应当对它的基本概念进行界定。如果没有相对规范的、统一的定义,那么我们对许多问题的看法就会分歧多于共识。下面,我们从几个不同的角度来对“旅游”这个概念作简要的介绍和说明。

一、“旅游”一词的含义

“旅游”一词,在我国最早出现在南朝诗人沈约的《悲哉行》一诗中:“旅游媚年春,年春媚游人。徐光旦垂彩,和露晓凝津。时嚶起稚叶,蕙气动初频。一朝阻旧国,万里隔良辰。”从诗义看,旅游一词在当时就已含有外出游览的味道了。在这之前,汉语中表现旅游活动和旅游现象的词还是用独立的“旅”和“游”字。旅游的英文为“tourism”,首次出现在 1811 年出版的《牛津词典》中。

唐朝时期的孔颖达在《周易正义》中云:“旅者,客寄之名,羁旅之称;失其本居,而寄他方,谓之为旅。”而中国古代的“游”,是指由旅游审美而达到的那种自由自在、逍遥无为的精神境界和由此而来的对待世界的审美态度。后来,旅游的这种本义在文学作品又进一步得到强化。

实际上,我国在 20 世纪 70 年代以前很少用到“旅游”一词,常见的是“旅行”。与之相似的另一个词汇是“观光”。早在 3 000 年前的《易经》中,就有“观国之光,利用于宾王”的句子。观光,即观看、考察。目前,我国台湾地区及受汉文化影响的日本、韩国,都在文献中使用“观光”一词。

旅游,顾名思义,就是“旅行游览”,1996 年修订的《现代汉语词典》(第 3 版)就是这样解释“旅游”的。《中国百科大辞典》中“旅游学”部分是这样阐述旅游的:



“旅游是人们观赏自然风景和人文景观的旅行游览活动。它包含人们旅游游览、观赏风物、增长知识、体育锻炼、度假疗养、消遣娱乐、探亲猎奇、考察研究、宗教朝觐、购物留念、品尝佳肴以及探亲访友等暂时性移居活动。从经济学观点看，是一种新型的高级消费形式。”

二、“旅游”的定义

虽然在日常生活中，人们对“旅游”一词已经非常熟悉，但要从理论上去具体界定它，却不是一件容易的事。基于不同的出发点或目的，人们对旅游所下的定义也不尽相同。下面是一些有代表性的定义，也许经过比较以后，更有利于我们准确地理解旅游这一概念的内涵。

（一）经济性定义

奥地利经济学家 Herman Von Schullard 认为：“旅游是外国或外地人口进入非定居地并在其中逗留和移动所引起的经济活动的总和。”这个定义，只强调了旅游所引起的经济现象，没有涉及旅游的本质；并且，旅游并不是完全意义上的经济概念，如此定义有失偏颇。

（二）目的定义

20 世纪 50 年代，奥地利的维也纳大学旅游研究所对旅游是这样定义的：“旅游可以理解成是暂时在异地的人的空余时间活动，主要是出于修养；其次是出于受教育、扩大知识和交际的原因的旅行；再次是参加这样或那样的组织活动，以及改变有关的关系和作用。”该定义把各种旅游目的综合在一起，虽然有些冗繁，但却不乏一定的指导性。

（三）流动定义

1972 年，英国萨里大学的伯卡特和梅特利克提出：“旅游发生于人们前往和逗留在各种旅游地的流动，是人们离开他平时居住和工作的地方，短期前往一个旅游目的地运动和逗留在该地的各种活动。”这个定义指出了旅游的动态特征——流动，一切旅游都包含着流动，但并非一切流动都是旅游。

（四）时间定义

1979 年，美国通用大西洋集团有限公司马丁·普雷博士到中国讲学时说：“旅游是为消遣而进行旅行，在某一国逗留的时间至少超过 24 小时。”这个定义把停留时间考虑进来，有利于进行旅游统计，对旅游开发有利，所以有较为积极的意义。

（五）文化定义

法国学者让·梅特森认为：“旅游是一种休闲活动，它包括旅游行或在离开定居地点较远的地方逗留。其目的在于消遣、休息或为了丰富他的经历和文化教育。”该定义注意到了旅游的休闲本质和文化特性。

（六）艾斯特定义

1942 年，瑞士学者汉泽尔和克拉普夫在他们合著的《普通旅游学纲要》一书中给旅游下了这样的定义：“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致永久居留，而且不从事任何赚钱的活动。”这个定义的深刻之处在于，不是把旅游看成是某种单纯的活动，而是指出旅游活动中必将产生的相关的经济关系和



广泛的社会关系,即游客和旅游地、旅游企业之间存在着经济联系,游客与游客之间、游客与当地居民之间也发生一定的社会关系。这个定义,在20世纪70年代被国际机构“旅游科学专家国际联合会”(AIEST)所采用,因此被称为“艾斯特(AIEST)”定义。

(七) 我国学界对旅游的一些代表性定义

李天元在其《旅游学概论》中认为:“旅游是人们出于移民和就业任职以外的其他原因离开自己的常住地前往异国他乡的旅行和逗留活动,以及由此所引起的现象和关系的总和。”

王洪滨主编的《旅游学概论》认为:“旅游是人们离开常住地到异国他乡访问的旅行和暂时停留所引起的各种现象和关系的总和。”

邓观利在《旅游学》中认为:“旅游是在一定的社会经济条件下产生的一种社会经济现象,是人们离开常住地大规模流动,以寻求新的物质精神生活和新的业务联系为目的的旅行,是暂时居留而不导致定居和就业所引起的相互作用的一切现象和关系的总和。”

申葆嘉等在《旅游学原理》中提出:“旅游是产业革命以后分化自旅行的非定居者在地域上的移动和暂时逗留所引起的关系和现象的总和;他们不会导致长期居留,并且不利用旅游从事任何赚钱活动。”

谢彦君在《基础旅游学》中对旅游给出了一个简洁而明确的定义:“旅游是个人以前往异地寻求愉悦为主要目的而度过的一种具有社会、休闲和消费属性的短暂经历。”

(八) 本书的定义

通过比较不同学者对旅游所下的定义,我们认为:旅游是一种经济、社会和文化现象,它是指具备一定经济条件和闲暇的人们,离开自己惯常居住地,前往具有特定吸引物的目的地旅行、游览的行为活动。

三、世界旅游组织的定义

世界旅游组织于1991年6月25日,在加拿大首都渥太华召开了旅游统计国际大会,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、国际组织和旅游业代表组成的指导委员会,负责制定具体贯彻渥太华会议决议的计划,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》。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的惯常环境,去往他处并在那里逗留连续不超过一年的活动。”

这一定义有三个要点:第一,规定了外出目的,包括休闲、娱乐、度假,探亲访友,商务、专业访问,健康、医疗,宗教/朝圣等;第二,离开其惯常环境到其他地方的旅行;第三,在外连续逗留时间不超过一年。

在欧洲,由于国家之间交通便利、联系频繁,人们甚至把旅游分为过夜游和一日游两种,后者通常并不纳入常规的旅游统计范围。



第二节 旅游活动的类型

通过第一节的介绍,我们发现要在旅游的定义上达成共识几乎是不可能的。为什么会这样呢?个中原因主要在于,旅游活动本身是非常复杂的。为了增强对旅游概念的认识,我们还应对旅游活动的类型作进一步考察。

一、划分标准

现代社会,旅游的类型多种多样。有关旅游的分类,目前在学术界和实际工作部门都没有统一的标准。许多学者对现代旅游进行了分类,因研究角度和采取的标准不同,出现了多种分类结果。比较常见的分类标准是按是否跨越国境国界和旅游的形式及内容进行分类。

(一) 按旅游活动内容或旅游出游目的划分

以旅游活动内容或旅游者出游目的为标准,将旅游分为以下类型。

1. 观光旅游

观光旅游是指以欣赏自然风光、人文景观为活动内容的旅游,即通常意义上讲的“游山玩水”,是人类历史上最常见、最普遍的旅游形式。尽管自20世纪60年代以来度假旅游兴起,70年代以来会议旅游、文化旅游增多,但是观光旅游仍然是我国旅游市场上最主要的形式。我国旅游资源丰富,观光旅游吸引了大量旅游者,观光旅游经久不衰。历史相传的“五岳”、黄山、庐山、桂林山水、张家界、九寨沟等,都是著名的旅游胜地,从来都是观光旅游活动频繁的地方。

2. 娱乐休闲旅游

娱乐休闲旅游是以娱乐、休闲来消除紧张和疲劳,求得精神放松,享受临时变换环境所带来的欢愉为主要目的的旅游。现代社会生活节奏加快,城市生活越来越使人感到枯燥、疲累。因此,娱乐休闲旅游深受城市居民喜爱。这类旅游的具体形式有登山旅游、狩猎旅游、野营旅游、滑雪旅游、美食旅游等。娱乐休闲旅游的最大特点是游客的参与性强,感受亲切而又深刻。典型的休闲旅游形式是“3S”旅游:阳光(Sun)、沙滩(Sand)和海水(Sea)。3S旅游地通常具有异国情调,由滑雪场、棕榈海滩、高尔夫球场以及太阳伞等勾画出迷人图景,游客身处其中,自然无比惬意。

3. 度假保健旅游

度假保健旅游是指通过度假休息或接受医疗保健服务,以达到消除不适、增进身体和心理健康、治疗慢性疾病等目的的旅游。其具体形式主要有医疗旅游、保健旅游、避暑旅游、避寒旅游或温泉旅游、森林旅游、海滨旅游等。度假游一般都是过夜游,对旅游收入贡献最大的通常就是这类旅游。例如,西班牙之所以跻身于世界四大旅游强国(美国、西班牙、法国和意大利),其度假旅游比重在80%以上。在我国同期(2002年)的旅游中,休闲度假的只占16%。

4. 文化旅游

文化旅游是指为追求精神文化的满足,以文化交流为活动内容的旅游,主要包括历



绪 论

史文化旅游、民俗文化旅游、区域文化旅游、艺术交流旅游等形式。文化旅游是一种古老而又不断被赋予新内容的旅游形式,满足了人们深层次的文化需求。世界上不少国家在开展文化旅游方面卓有成效,如奥地利首都维也纳推出的音乐之旅、我国广州举办的“一日读懂两千年”的市民旅游活动、各地举办的学生夏令营和冬令营等。

为了树立中国改革开放和中国旅游业的总体形象,从1992年开始,中国国家旅游局组织了由多部门、多行业联合行动的大型主题旅游促销活动,每年策划旅游主题以及一批主题旅游线路或主题项目。例如,1992年为中国友好观光年,1993年的中国山水风光游,1995年的中国民俗风情游,2003年的中国烹饪王国游等,便是文化旅游与时俱进的重要表现。

5. 差旅旅游

差旅旅游是出于工作方面的需要(如经商、参加会议和展览等)而外出的旅行。其主要目的是完成自己的工作任务,由于它的活动形式表现出旅游的特点,需要提供旅游服务,同时为旅游目的地带来收益,所以也是重要的旅游类型。

6. 家庭及个人事务旅游

家庭及个人事务旅游指的是以探亲访友、寻根问祖、参加聚会或节庆活动等涉及处理家庭和个人事务为目的的旅游。这种旅游形式亦较多见,一些特定的人群成为其主体。我国旅居世界各地的华侨华人众多,每年都有大批华侨华人回国探亲访友、寻根问祖,特别是广东、福建等侨乡,接待的同胞更多。在每年的春节、劳动节、国庆节三个黄金周期间,探亲访友形成的旅游流就更为壮观。

7. 宗教朝觐旅游

宗教朝觐旅游是世界上最古老的旅游形式之一,它是指以宗教朝觐为活动内容的旅游,现在仍然有大量热衷参与者。其具体形式有宗教人士的云游、朝圣,非宗教人士到宗教圣地朝拜,对宗教建筑和宗教仪式的观光,欣赏宗教音乐的娱乐活动等。

8. 购物旅游

购物旅游是以到异地购物为目的并附带进行都市观光的旅游形式。这类旅游的吸引物是琳琅满目和价廉物美的商品,城市是主要的购物旅游目的地。作为我国特别行政区的香港,向来就有“购物天堂”之美誉,吸引着来自各地的游客。

(二) 按旅行距离划分

根据旅行距离划分,可以把旅游分为远程旅游和短程旅游。

远程旅游包括国内远程旅游和到外国旅游,特别是洲际旅游或环球旅游。这种旅游的特点是时间较长,花费较大。

短程旅游包括国内近距离旅游和到邻国近地旅游,耗时较短,支出较小。在多数情况下,人们出游的距离总是由近及远,这是因为社会经济的发展和人们收入的增加是逐步的。

(三) 按组织形式划分

按组织形式划分,可将旅游划分为团体旅游和散客旅游。

团体旅游是由一定数量的人们组织起来的以团体方式进行的旅游活动。团体旅游的组织者多为旅行社。此外,还有政府部门、企业和社团组织。团体旅游的特点是旅游活



动按计划进行,安全舒适,价格相对便宜。

散客旅游是指旅游者根据个人兴趣自行设计旅游线路和活动项目,个人、家庭或朋友结伴而行的旅游方式,他们虽然不经旅行社组织,但有时也通过旅行社办理单项委托服务。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行掌握。

(四) 按费用来源划分

按照费用来源,旅游可分为自费旅游、公费旅游和奖励旅游。

顾名思义,自费旅游就是旅游费用由旅游者个人承担的旅游。公费旅游就是旅游者本人利用职务之便,以开会、考察等名义进行的旅游,费用由所在单位报销。

奖励旅游是用人单位为了奖励贡献突出的员工而组织的免费旅游。它作为一种管理手段,起源于20世纪50年代。由于公司、企业把它作为提高劳动生产率的一个有效手段,所以这种旅游发展很快,具有广阔的发展前景。

(五) 按旅游目的地划分

按旅游者到达的旅游目的地是否跨越国境划分,可将现代旅游分为国内旅游和国际旅游。下面将着重对此进行论述。

二、国际旅游

国际旅游是指居民离开常住国,跨越国境到另一个或几个国家进行的旅游。根据跨越国境的方向可将国际旅游分为入境旅游和出境旅游。根据旅游的距离,又可将国际旅游分为跨国旅游、洲际旅游和环球旅游等形式。1872年,托马斯库克组织了9人旅游团,历经222天,经美国、日本、中国、新加坡、锡兰(今斯里兰卡)、印度、亚丁、苏伊士、巴勒斯坦、土耳其、希腊,完成了世界第一次团体环球旅游。2005年,我国的入境旅游人数约1.2亿人次,入境过夜旅游者约4700万人次,国际旅游外汇收入约300亿美元。

国际旅游一般具有以下特点:

(1) 旅途长,所需时间多,支出费用高,多数属于经济富裕人士的旅游或科学考察和探险性旅游。

旅途距离长,这是国际旅游最为明显的特点。除了邻国和小国以外,从一个国家到另一个国家之间(按首都至首都计),不是翻山越岭,就是漂洋过海,距离自然不是一个小数。于是,与此相适应的时间和费用当然会随之上升,因此经济条件不富裕的一般居民或消费者,是无法问津国际旅游的。

(2) 一般需要繁琐的手续,旅游者可能还会遇到语言、货币、礼仪、生活习惯不相同或不协调等障碍。

出于国家利益和国家管理的考虑,任何国家的居民要实现跨国旅游,都必须得到国家政府当局的许可或批准,并要办理相应的手续。同时,旅游者到了国外后,会遇到语言差异、货币不同等诸多麻烦,还有生活习惯(如饮食)等方面的不适应。因此,发展国际旅游,不管是走出去还是请进来,都与一个国家或地区的人口素质、开放化程度和国际化程度有着直接的联系,我们不能脱离这些具体条件来谈国际旅游。

(3) 发达国家的国际旅游比不发达国家的人次多。



国际旅游的发展,需要有发达的经济条件作为支撑。旅游作为一种商品,它并不是一般的生活必需品,而是属于选购品甚至是奢侈品。消费者只有达到一定的经济条件以后,才会产生对这种产品的需求。美国的一些研究情况表明,年收入在 15 000 美元以上的家庭外出旅游的可能性,比年收入在这个水平以下的家庭高出 2 倍,年收入在 25 000 美元以上时,外出旅游的可能性更大。

三、国内旅游

国内旅游是指一个国家的居民离开常住地在本国境内进行的旅游。长期居住在一个国家的外国人在这个国家旅游,再回到常住地,也是这个国家的国内旅游。在国内旅游中,又可以根据距离远近将国内旅游划分为地方性旅游、区域性旅游和全国性旅游三种具体形式。地方性旅游的范围,一般是在本省(自治区、直辖市)范围内;区域性旅游,距离延伸到了附近的省市,如从上海到杭州,成都到重庆,贵阳到昆明等,均应看成是区域性旅游;全国性旅游的距离则更长,跨越 3 个或 3 个以上的省级行政区。

我们来看一下 2005 年国内旅游和国际旅游的几个数据。这一年,全国国内旅游人数超过 12 亿人次,同期入境旅游仅为 1.2 亿人次,后者是前者的 1/10;国内旅游总收入 5 286 亿元,接近全年旅游业总收入 7 686 亿元的 70%。针对我国的具体国情而言,在今后相当长的时间内,我们可以判断,国内旅游将仍是多数省份的主要旅游形式。

考虑到国内旅游发展的速度要受经济发展状况的制约,加上我国加入 WTO 以后的开放程度增加,因此,今后一个时期我国的入境旅游、出境旅游和国内旅游的发展战略格局被确定为:大力发展入境旅游,规范发展出境旅游,全面提升国内旅游。

第三节 旅游活动的性质

旅游作为一种活动或现象,在历史上已经存在了很长时间。然而,把旅游现象作为一个研究领域,则是最近几十年的事情。虽然时至今日,旅游现象已经是深入人心并成为大众触手可及的东西,但是关于旅游的本质问题我们还未能获得满意的答案。一些功利性的观点弥漫在学术丛林之中,乃至一些实际上并无新意的、简单的重复描述充斥于各种理论文献,更增加了我们辨别问题的难度。让我们先从旅游活动的本质说起。

一、旅游活动的本质

正如对旅游下定义是非常困难的一样,要想对旅游活动的本质作出准确的界定也是不容易的。要回答旅游活动的本质是什么,就必须思考这样几个问题:人们为什么要进行旅游?人们从旅游中能得到什么?从旅游中得到的东西,为什么通过别的方式不能实现?

先说第一个问题:人们为什么要进行旅游?首先,人类是自然界最重要的一类“活物”,能动性是人类的固有特征,因此天然就会有某种程度的游走或流动。其次,人类要从外界吸取能量和资源,才能满足自身生存和发展的需要,当近处的能量和资源被消耗殆尽时,必须迁移到别的地方。第三,虽然人类在自己的惯常居住地能够满足其生存



发展之所需,但是人类还有求新、求变、求美的本能或倾向,随着信息条件、交通条件和经济条件的改善,外地的旅游吸引物便极有可能使他们努力前往。

第二个问题:人们从旅游中能得到什么?最直接也是最基本的回答是四个字:一饱眼福。不管到何地去旅游,对旅游者而言,主要的目的是为了“看”。这里的“看”,是“好看”,接着还应加上“好玩”、“好吃”等。对以自然风光为主要内容的旅游,其本质就是通过领略秀丽风光,获得美的享受;对以人文历史背景或者科学考察为主题的旅游,就不仅是一个好“看”的问题了,人们从中获得的是知识、价值、文化等能够触及智慧和心灵的东西,例如,游客看了秦始皇兵马俑,在表达自己的感受时绝不会是简单的“好看”。这里,我们可以简单地小结一下:人们从旅游中获得的主要是美的享受,同时也可能是科学知识、价值观念或者其他的某种东西。

还有一个问题,从旅游中得到的东西,为什么通过别的方式不能实现?这主要是由旅游吸引物(旅游资源)的独特性和不可替代性所决定的。不管是自然类旅游资源,还是人文类旅游资源,其存在的空间、时间和具体方式都是确定或相对确定的,游客必须到达指定地点、在规定的时间内去欣赏。例如,峨眉山的佛光,游客去五台山绝对看不到;你不在恰当的时间赶到那里,也看不成。又如,遵义会议会址,你也不能仿制一套,放在北京城让人参观,你必须亲自到遵义去才行。

二、旅游活动的基本属性

鉴于旅游活动的复杂性,以至于我们要一言以蔽之地归纳旅游活动的本质变得非常困难。下面,我们从五个方面来分析旅游活动的基本属性,从而对它的本质有进一步的认识。

(一) 旅游的审美属性

旅游在根本上是一种主要以追求愉快和美好为目的的审美过程,是人类社会发展到一定阶段时生活中不可缺少的活动。人在物质需求之外,之所以要追求美,是因为审美活动是人类生活的基本内容之一,审美享受是人生活中最有价值的财富。而在旅游的全过程中,则充满了为人们所津津乐道的自然美、艺术美、生活美等多种美的成分,人们可通过欣赏和享受美的东西,而达到欢娱和自由的目的,提高生活的质量和自身的修养。

旅游者的审美要求,体现在旅游的吃、住、行、游、娱、购六大要素的各个方面。有些人以品尝美味佳肴为乐,有些人追求舒适的美,还有些人乐于游山玩水。即使旅游者根本不以审美为初衷,但各种美的因素始终贯穿于旅游的全过程,并影响着旅游者能否参加旅游的抉择。

(二) 旅游的消费属性

人类活动有两大领域:生产领域和消费领域。生产领域担负着物质生活资料和精神生活资料的生产使命,消费活动则是出于维持生存、保证劳动能力的再生产乃至实现个人、社会发展等目的而对生产成果的耗用。旅游全过程不创造任何外在的、可供消费的资料,却吞噬着旅游者以往的积蓄和他人的劳动成果。即使是仅限于个人的流连山水、陶醉于大自然美的恩赐,也是在消磨本可以用于创造财富的生产时间。所以,对旅游者



而言,旅游无疑是一种消费行为,而且还是一种高消费行为。旅游的主要目的虽然是游览,但是,整个旅游生活的每一分钟都意味着要付出金钱。

然而,旅游消费却有大不同于日常消费之处,突出表现在重视精神内容,追求审美体验,在某些方面表现出对日常生活消费的畸变。例如,旅游地提供的旅游产品,通常都会比惯常居住地高出许多价格,但游客一般也能够承受。

(三) 旅游的休闲属性

旅游者在旅游目的地停留期间,除了吃、喝、拉、撒、睡这些满足生理需要的活动之外,所有其他活动几乎都是休闲行为,包括观光、游览、与人交往、看电视、听广播、阅读书报、聊天、室内消遣、体育锻炼、观看演出、参加活动等等。

这里值得强调的是,休闲是有别于紧张的工作劳累而言的。从某种程度上讲,休闲是对日常工作与生活环境及其方式的一种逃逸,它有着特定的积极意义。法国建筑师勒科尔西比埃说过:“休闲这个词绝不仅反映一种不应提倡的惰性,而是一种付出劳动的巨大努力,一种发挥个人主动性、想像力和创造性的劳动;一种既不能出售也不能盈利的忘我的劳动。休闲是走出机器化这座地狱的大门,它能为每个家庭带来幸福,挣脱陋室的羁绊。”

(四) 旅游的教育属性

英国哲学家弗朗西斯·培根曾经指出:“对年轻人来说,游历是教育的一部分,对年长者来说,游历则是其经历的一部分。”旅游的教育属性是十分明显的,人们到外地去旅游,能够开阔视野,增长知识,陶冶情操,启迪智慧。

(五) 旅游的社会属性

旅游是社会发展到一定阶段的产物,特定时期的人们所进行的各种各样的旅游,不可避免地要打上这一时期社会历史的烙印。人们的旅游方式和内容,都会因此而呈现出不同的社会特征和时代特征。所以,我们要正确地认识旅游现象,必须结合当时当地的社会情况来做判断,否则极有可能脱离实际,得出片面性的结论。

三、旅游活动的性质

旅游活动的性质,主要体现在以下三个方面。

(一) 审美性

首先,从主体上看,审美追求的是旅游者旅游的普遍动因。旅游的具体动机固然多种多样,形式和内容也千差万别,但都有一个共同点,就是为了获得身心的愉悦,追求最大限度的审美享受。可以说,审美贯穿于旅游活动的全部过程,渗透到旅游活动的一切领域。

其次,从客体上看,旅游资源是体现美的载体。不管是自然风光类旅游资源,还是人文历史类旅游资源,都有极强的美感特征,给人以美的享受。

再次,从产业经济的角度看,旅游业是创造美和生产美的行业。旅游业的任务就是要适应经济建设和旅游者的需要,生产和挖掘美的景观、艺术和商品,提供美的服务和管理。

(二) 异地性

旅游的发生必须以行为主体的空间移动为前提,这就是旅游活动的异地性。异地性



在很大程度上说明了旅游地的特色是否鲜明，是否的确给人别具一格的感受。可以说，一个地区给人感觉异地性越强，对于外地旅游者吸引力就越大，旅游者的感受也会越深，该地的旅游业也会更加兴旺。虽然，我们在理论上表述“异地性”很容易，但在实践中却难以认定。城镇幅员不一，社区大小各异，不管按什么标准，都难有统一的结果。特别是在进行旅游统计时，这便成为最棘手的问题之一。

（三）暂时性

旅游的暂时性是指旅游仅是发生在旅游者人生时间波谱中某一时段上的行为。和平常的工作活动、生活活动相比，除了专门的旅游工作者外，人们花在旅游流动上的时间绝对是很少的一部分。当然，也正是由于旅游时间的短暂，才更加促成了旅游之美。旅游的暂时性表现在，旅游者按计划出游，也照计划返回，一切都安排得紧凑有序，不容耽搁。所以，这段时间也往往被看成是对正常生活时间的一种逸出。与“异地性”一样，确定空间界限的难题在确定时间界限时也依然存在。

第四节 现代旅游活动的特点

在上一节中，我们考察了旅游的内涵，分别从属性、性质两个角度作了阐述。在本节里，我们结合旅游的产业特征和外部表现，再来分析它有哪些特点。自 20 世纪 50 年代开始，国际形势由战争转向和平稳定，世界经济迅速恢复、国民收入增多、带薪假日增加、交通工具的现代化等因素使旅游进入了一个新的阶段，我们称之为“现代旅游阶段”。现代旅游以前所未有的速度不断发展，呈现出鲜明的特点。

一、普及性

现代旅游活动的普及性主要表现在下面四个方面：

第一，旅游的重要性越来越引起社会的广泛重视，旅游资源开发力度加大，原来一些鲜为人知的旅游景观逐渐呈现在世人面前。同时，在经济建设过程中产生的大量人造景观或景点，也进一步刺激了人们的旅游需求。

第二，交通状况的改善，使得旅游资源的可进入性大为改观。例如，湖南著名的武陵源国家级风景名胜区（主要景区张家界），便是位于地势二三级阶梯的交界地带，交通十分不便，如果不借助于铁路、飞机或高速公路，恐怕只会是“养在深闺无人识”。又如，旅游资源极为丰富的云南省，近些年来把重点放在了交通条件的改善上，高等级公路直通各大景点，促进了旅游业的大发展。

第三，旅游景区服务设施和服务质量的好转，也是吸引大批游客前来观光游览的重要因素。如果旅游景区服务设施齐全，服务质量上乘，游客在这里能够得到称心如意的服务，不仅以后还会再来，而且还可能说服他的朋友、亲人、同事等前来旅游。

第四，旅游业的竞争日益激烈，旅游消费价格越来越趋于大众化。偶尔到某个著名景区去旅游，对于广大工薪阶层或普通居民而言，都不再是一件可望而不可即的事。这是现代旅游活动普及化的最直接体现。