



教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

LÜYOUXUEGAILUN

旅游学概论

唐立军 主编

中央广播电视大学出版社

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

旅游学概论

唐立军 主编

中央广播电视大学出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游学概论 / 唐立军主编. —北京: 中央广播电视大学出版社,
2007. 1

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

ISBN 978 - 7 - 304 - 03774 - 1

I. 旅… II. 唐… III. 旅游—电视大学—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 008951 号

版权所有, 翻印必究。

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

旅游学概论

唐立军 主编

出版·发行: 中央广播电视大学出版社

电话: 发行部: 010 - 58840200

总编室: 010 - 68182524

网址: <http://www.crtvup.com.cn>

地址: 北京市海淀区西四环中路 45 号 邮编: 100039

经销: 新华书店北京发行所

策划编辑: 李 朔

责任编辑: 李永强

印刷: 北京集惠印刷有限责任公司

印数: 0001 ~ 4000

版本: 2007 年 1 月第 1 版

2007 年 1 月第 1 次印刷

开本: 787 × 1092 1/16

印张: 12.75 字数: 291 千字

书号: ISBN 978 - 7 - 304 - 03774 - 1

定价: 18.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

前言

随着经济社会的不断发展,旅游业已经从作为新的经济增长点的朝阳产业,逐步发展成为比较成熟的国民经济支柱产业,成为人们生活的重要领域和内容。旅游的普及性与大众性凸显了现代旅游发展的鲜明特征,也突出反映了人们生活质量提高、生活方式改变和消费模式转换的现实。现代旅游的发展,不仅需要旅游资源及产品的开发和有效供给,需要旅游市场及旅游环境的不断优化和完善,更需要旅游可持续发展的政策、规划和条件。建国以后,特别是改革开放以来,我国旅游业的发展取得了巨大成就,实现了从旅游资源大国向旅游大国的跨越,但仍需向现代旅游强国迈进。

旅游业的发展,需要一大批高素质的专门人才,需要一支懂专业、善经营、会管理、适应现代旅游发展的人才队伍,需要有更多的人学习、研究、关注、支持旅游业的发展,需要借助全社会的力量共同促进旅游业的发展,为全面建设小康社会和中国特色社会主义现代化建设事业服务。

旅游是在一定社会经济条件下产生的社会现象,现代旅游更加体现了这种社会现象的综合性。因此,旅游学一般都以旅游现象作为研究对象,研究旅游现象的产生、发展及其本质、规律,研究集合于旅游活动和旅游业的旅游要素及其相互关系和规律,具体研究的内容包括:旅游活动和旅游业产生的因素条件、发展历史、本质属性及规律;旅游活动的主体(旅游者)、客体(旅游对象)、媒体(旅游业)等要素的内容、关系及规律;旅游活动与旅游业的功能及其实现的条件及规律;旅游业的发展、组织管理与政策法规等。旅游的综合性与旅游行为活动的复杂性,决定了旅游业的综合性和集成性。旅游学的研究,也从经济、地理等不同视角走向跨学科、跨文化的综合性研究,经济学、管理学、地理学、文化学、历史学、社会学、传播学等社会科学理论与方法,都已渗透到旅游学的研究领域,并成为旅游学研究的重要依据和方法,促成了旅游学多层次的边缘性学科体系。

《旅游学概论》一书遵循对旅游的基本理解,以旅游的概念、旅游的产生与发展、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游市场、旅游效应、旅游规划、旅游组织、旅游产业政策与旅游业发展等重要的基本内容为架构,为了解、学习、

研究旅游提供了一个基础平台和窗口。在编写过程中,我们尽量吸收了国内外旅游类教材的优点,充分考虑广播电视教学的特性需要和旅游学概论与后续专业课程衔接的要求,注重教材的基础性、完整性、衔接性和适学性。为了便于读者学习,每章前面以导学形式明确了学习目标、学习方法和学习重点,每章最后列有复习思考题,供教师参考和学生课后复习。本教材拟配学习指导书,并与电视录像和网络 IP 课件共同构成多种媒体配合使用的教学支持体系,从而可以保证较好的学习效果。

本教材由北京工商大学唐立军主持编写,并负责总撰定稿,李俊、杨靓、王成仁、孙黎、伍尚参加了本书的编写,周佳、宁雅馨对书稿进行了校对,并为本教材编写做了大量事务性工作。

本教材的编写完成,得到了中央广播电视大学刘志敏副教授,北京联合大学旅游学院汪艳丽教授,北京工商大学张永副教授、冯俊副教授、冯颖茹副教授,中央广播电视大学出版社李永强编辑等的帮助和指导,在此表示衷心感谢。另外,在教材编写过程中,我们参阅了一些专著、教材、文献资料的内容和观点,在此,也一并向相关专家、学者深表谢意。

由于编写时间仓促和编者水平有限,教材中难免存在一些缺点和不足,恳请读者批评指正。

编 者

2006 年 12 月于北京

目 录

第1章 旅游导论 (1)

第一节 旅游的概念、性质与特点 (2)

第二节 旅游产生的基本因素 (9)

第三节 旅游的发展历史 (12)

第2章 旅游者 (19)

第一节 旅游者的基本概念 (20)

第二节 旅游者实现旅游活动的条件 (24)

第三节 旅游者的类型 (28)

第3章 旅游资源 (32)

第一节 旅游资源的概念和类型 (33)

第二节 旅游资源的开发 (39)

第三节 旅游资源的保护 (45)

第4章 旅游业 (51)

第一节 旅游业概述 (52)

第二节 旅行社 (55)

第三节 旅游交通 (61)

第四节 旅游饭店 (67)

第五节 旅游景区 (72)

第六节 旅游购物业 (76)

第5章 旅游市场 (80)

第一节 旅游市场概述 (81)

第二节 旅游供给与需求 (85)

第三节 旅游市场营销	(96)
第 6 章 旅游效应	(106)
第一节 旅游效应概述	(107)
第二节 旅游经济效应	(111)
第三节 旅游社会文化效应	(120)
第四节 旅游环境效应	(125)
第 7 章 旅游规划	(133)
第一节 旅游规划的基本概念	(134)
第二节 旅游规划的类型	(136)
第三节 旅游规划的编制	(141)
第四节 旅游规划的实施与控制	(145)
第 8 章 旅游组织	(149)
第一节 旅游组织概述	(150)
第二节 国际旅游组织	(156)
第三节 我国旅游组织	(163)
第 9 章 旅游产业政策与旅游业发展	(170)
第一节 旅游产业政策	(171)
第二节 世界旅游业的发展	(176)
第三节 我国旅游业的发展	(182)
参考文献	(195)

1

第 1 章

旅游导论

学习目标

通过本章的学习，理解旅游的基本概念、性质与特点，熟悉人类社会旅游活动的发展历程，掌握旅游产生的主要影响因素，并能运用知识点，整体把握旅游的基本属性，学会分析旅游现象。

学习方法

在学习中，应将教材内容与其他辅助教材内容相结合，丰富对所学内容的认识。应扩充阅读旅游类书刊、报纸、杂志等媒体中有关旅游的知识，从中领悟旅游的性质与特点。

学习重点

关键概念：

旅游 旅游性质

内容要点：

1. 旅游是一种综合性社会现象，具有多种形态；
2. 旅游活动的产生离不开经济、社会文化、政治、宗教、地理和交通等多种因素；
3. 旅游活动具有综合性、异地性、地理集中性、季节性等特征；
4. 旅游发展的历史脉络。

第一节 旅游的概念、性质与特点

从古罗马时期的夏季大陆旅行至托马斯·库克的团体旅游活动,再到现代世界范围的大规模公众旅游,从我国神话传说中周穆王拜见西王母、秦始皇周游全国的故事到唐宋元明清时期的帝王巡游以及民间旅行,再到近现代的大众出游,都说明了旅游与旅行活动的历史非常悠久。现代旅游不仅是一种社会现象、行为和活动,而且成为经济社会发展中具有重要地位的行业、领域和产业。因旅游活动而产生的一系列社会文化及相关问题,也越来越受到社会各方面的关注。对何谓旅游、旅游有何特征等基本问题的认识,应是学习和研究旅游的最基本问题和起点,了解和掌握旅游的发展历史也同样重要。

一、旅游的概念与类型

(一) 旅游的基本概念

旅游的基本含义就是旅行游览,对“旅”和“游”两字的解释自古就有。《周易正易》中将“旅”字解释为:“旅者,客寄之名,羁旅之称;失其本居,而寄他方,谓之为旅。”而对于“游”字,《诗经》、《庄子》等国学经典著作中也有详细的注解,有出行、审美及观赏游玩之意。中国古汉语以及现代汉语对于“旅游”较多地是从字面意思上进行解释。随着旅游活动的多样化、丰富化以及现代旅游的产生与发展,对“旅游”的深层内涵进行解释与概念界定就显得至关重要。

旅游是在一定社会经济条件下产生的社会现象,旅游活动具有综合性特征,不仅单纯地表现为出行行为,而且涉及一系列社会现象和内容。因此,国内外对于旅游概念的界定也就有许多种,尚未达到统一认识。国内外学者以及旅游组织对于旅游的定义整体上可以分为两类:一是概念性定义或理论性定义,二是技术性定义或实践性定义。概念性定义是从理论角度出发,对旅游行为所作的解释;技术性定义则是从旅游实际工作角度出发,为了方便旅游调查与研究,参照一定的分类标准,对旅游者进行界定与划分,并因此对旅游所作出的定义。而国内外学术界多是从理论角度出发对旅游进行阐释,其定义表现为概念性定义。

1. 国际上比较典型的旅游概念性定义

(1)“离家远行,又回到家里,在此期间参观游览一个地方,或几个地方。”这是1811年英国《牛津词典》里对“旅游”的解释,也是对旅游最早的一个定义描述。

(2)“旅游是非定居者的旅行和暂时逗留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居,并且不牵涉任何赚钱的活动。”这一定义是1942年瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫在其著作《普通旅游学概要》中提出来的。20世纪70年代,旅游科学专家国际联合会(AIEST)采用该定义为旅游的标准定义,故其又被通称为“艾斯特(AIEST)”定义。这是目前在旅游学术界比较有影响的定义。

(3) “旅游是人类的活动,即市场的活动,而不是一项产业的活动,总之,是流动人口对接待地区及其市民的影响。”这是英国前旅游局执行官考瑞什对旅游的解释。此定义突出的是旅游的社会影响,从东道地社会环境等角度出发,强调旅游的活动效应。

(4) “旅游是一种消闲的活动,它包括旅行或在离开定居地较远的地方逗留,其目的在于消遣、休息或为了丰富他的经历和文化修养。”这是法国学者让·梅特森在1966年提出的对旅游的解释。此定义更加突出的是旅游的文化休闲性质,更加具体地解释了旅游的内涵。

(5) 1980年,美国密执安大学商学院旅馆和餐饮管理系教授罗伯特·麦金托什和查尔斯·戈尔德耐在其著作《旅游学——要素、实践、基本原理》中提出:“旅游可定义为,在吸引和接待旅客及其访问者的过程中,由于游客、旅游企业、东道地政府及东道地居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。”除此之外,查尔斯·戈尔德耐等在其另一部著作《旅游业教程——旅游业原理、方法和实践》中进一步将旅游定义为:“旅游是由游客、旅游企业、东道地政府和东道主地区在吸引和接待旅游及其游客过程中产生的现象与关系之和。”

与之前几种定义的不同之处在于,这两个定义超出“旅游者”这一单个旅游行为主体的概念范围,引入旅游活动其他参与主体,将旅游活动中各个环节的参与角色连接起来,突出旅游活动的要素关联性,从现代意义上重新解释了旅游行为,即旅游不是旅游者个人的活动,与其相关联的还有政府行为、旅游企业行为以及目的地居民的行为,使得旅游的研究范围更加广泛。

2. 国际旅游组织对旅游的定义

(1) 1980年,世界旅游组织(World Tourism Organization)在马尼拉会议结束之后,曾经提出用“人员流动(movements of persons)”一词取代“旅游(tourism)”一词,并将“人员流动”定义为:“人们出于非移民及和平的目的,或者出于能够导致实现经济、社会、文化以及精神等方面的个人发展及促进人与人之间的了解与合作等目的而进行的旅行活动。”该定义更加突出的是旅游的运动属性,即旅游活动不是静态的旅游者行为,而是旅游者的流动,并且旅游者流动能够实现经济、社会、文化等各方面的发展变化。

(2) 1991年6月25日,世界旅游组织在加拿大渥太华组织召开了“旅游统计国际大会”,其后成立了由政府、国际旅游组织和旅游业代表组成的指导委员会。该指导委员会于1993年2月在美国纽约组织召开联合国统计委员会第27次会议,通过了世界旅游组织《对旅游统计的建议》报告。根据此报告,世界旅游组织制定的一本技术手册对“旅游”的技术性定义为:“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。”此定义突出了旅游活动的目的性、异地性,并且对时间进行了限制,从旅游统计角度,对旅游活动进行了规定。目前该定义较多地被国际旅游统计与研究领域采纳,用以统计国家和区域范围内的旅游人数、研究旅游目的、分析旅游市场等,是较具代表性的旅游技术性定义。

3. 我国学术界对旅游的定义

我国学术界出于旅游研究与教学的需要,总结出多种旅游的定义,其中比较有代表性的定义有:

(1)“旅游是个人以前往异地寻求审美和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。”这是谢彦君等在《旅游学概论》中的定义。该定义从单个旅游者角度出发,强调旅游的体验性以及旅游活动的社会文化娱乐性,并与旅游者的消费行为相联系,突出旅游的经济性。

(2)“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。”这是李天元在《旅游学概论》中的定义。该定义对旅游概念的解释,突出了对旅游的目的和行为特点的概括。

(3)“旅游是旅游者在自己可自由支配的时间内,为了满足一定的文化享受目的,如休憩、娱乐、保健、求知、增加阅历等,通过异地游览的方式所进行的一项文化体验和文化交流活动,并由之而导致的一系列社会反应和社会关系。”这是魏向东在《旅游学概论》中的定义。该定义与其他定义的不同之处在于强调旅游的文化性质,包括旅游目的的文化性、旅游活动的文化性以及社会文化影响作用,文化成为贯穿旅游定义的灵魂与核心。

(4)“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,是人们离开常住地的大规模流动,以寻找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。”这是邓观利在《旅游学》中的定义。此定义将旅游活动与定居、就业进行了区分,强调旅游只是因暂时居留而产生的综合社会经济活动,也是在旅游行为层面上突出旅游者的流动性。

4. 对旅游定义的共同阐释

国内外学术界以及组织机构对旅游的各种定义均是在旅游活动丰富化以及旅游业发展的背景中,为了开展对各种旅游现象与关系的研究而对旅游内涵所作出的阐释。各类定义的表述也透射出旅游的丰富内涵,虽然表述各一,但有着共同之处,主要是:

(1)旅游活动是旅游者实施的。无论定义中是否提到旅游的基本要素,旅游行为都有着实施主体——旅游者,旅游者的旅游行为是产生其他一切现象与关系的根源。同时,旅游者旅游的目的有许多种,有的定义将其概括为文化目的,有的定义将其概括为休闲娱乐健身等目的,但均不是就业或者离开居住地的定居目的。在这一方面,国内外的解释是有共识的。

(2)旅游活动是有着特定对象的,也称为旅游客体或旅游资源。旅游客体是旅游活动的另一个基本要素。通常意义上的旅游客体是指各种旅游资源,旅游者凭借对旅游资源的欣赏、利用等,实现旅游的目的。旅游活动的展开,离不开旅游客体。各种旅游定义中,无论是对旅游目的的解释,还是对旅游行为的解释,均是与旅游客体分不开的。

(3)旅游者的旅游活动是在不同于居住或工作环境的地点完成的。对于这一点,国内外各种观点也已达成共识,即旅游是离开常住地、前往异地(无论距离常住地多远)的旅

游者流动行为。

(4) 旅游者旅游活动的实施和旅游目的的实现是依托旅游媒介即旅游业来完成的。这一点在各种定义中虽未有明确表述,但却内含于其中。旅游媒介是旅游不可或缺的基本要素。

通过对旅游基本概念的分析,我们可以明确:旅游者、旅游客体、旅游媒介构成旅游的三个基本要素,是相互联系、相互制约、相互促进的统一整体。旅游是人们在具备一定的可自由支配收入和闲暇时间的前提下,借助一定的交通工具,前往异地,利用旅游资源与设施,以满足精神与物质需求的活动。

(二) 旅游活动的类型

不管是出于休闲娱乐、陶冶情操、商业活动等目的,还是出于修学考察等目的,人们外出旅游总是带有一定的目的性,并且通过旅游活动的完成来实现各自的目的。随着世界范围内经济贸易的发展、社会科技文化交流的增多、旅游规划以及宣传活动的丰富,加上旅游者经验日益丰富化、旅游区域可进入性的提高以及旅游购买能力的增强,世界范围及区域范围的旅游活动日益频繁,旅游者的规模也不断扩大。旅游目的不同、旅游者个人因素的差异、旅游环境的差别等,使得旅游活动的具体内容及形式呈现出多样化的特征。根据国内外旅游调研、统计以及相关因素,我们可对旅游活动进行如下划分:

(1) 按旅游者的地理活动范围不同,旅游可以分为:环球旅游、洲际旅游、国际旅游、国内旅游以及区域旅游等类型。

(2) 按照旅游者的旅游目的不同,旅游可以分为:休闲旅游、商务旅游、会议旅游、探亲访友旅游、修学旅游等类型。

(3) 按照旅游内容的不同专题,旅游可以分为:工业旅游、农业旅游、城市旅游、郊区旅游、观光旅游、体验旅游、民俗旅游、探险旅游、生态旅游、红色旅游等类型。

(4) 按照旅游组织方式及旅游者规模不同,旅游可以分为:团体旅游、散客旅游等类型。

(5) 按照旅行方式不同,旅游可以分为:航空旅游、铁路旅游、汽车旅游、游船旅游、徒步旅游等类型。

(6) 按照旅游的计价方式与费用不同,旅游可以分为:包价旅游、非包价旅游、公费旅游、自费旅游等类型。

二、旅游的性质

旅游是旅游者以文化为基本属性的特定活动,是涉及多领域、多内容的综合性社会现象。其性质突出表现在以下几个方面:

1. 旅游是社会、政治、经济等现象的集合体

旅游是人类的社会化活动。从旅游活动产生到现代旅游的发展,旅游行为都离不开人类的社会活动,单靠个人不依靠任何外界力量,是无法实现旅游活动的。旅游的产生和发展与特定社会条件、政治与经济环境有着紧密的联系。而旅游活动本身,也牵涉众多的社会政治

及经济因素,如社会观念的变迁、社会环境的稳定、政治环境的融洽、经济发展和人们收入水平的提高等,都对旅游有重要影响。旅游从某种意义上讲,也推动着社会政治、经济的发展。首先,旅游者介入陌生的环境,给东道地社会观念造成影响,不同地区人们的交流加深,对异域文化的了解和体验,均促使社会朝着更加文明化、开放化方向发展。其次,旅游活动的开展,推动不同国家和地区的旅游交流,促进各自的政治、经济交往。总之,旅游活动是社会综合性活动,是社会政治、经济现象的集合体。

2. 旅游是人类文化需求的反映

人类旅游活动的目的多种多样,但其共同之处在于通过旅游实践的完成,旅游者获得某种身体和心灵的放松以及精神方面的享受。旅游者希望借旅游的机会,领悟与感受异域文化与氛围。人们在日常生活、工作等压力下以及在熟悉环境中,容易产生逃脱压力、求新求异、放松身心等需求,所以会为了追求精神上的愉悦与异域文化的体验而外出旅游。通过观光、游览、与异域文化的沟通与融合等活动,一方面,旅游者身心得到熏陶,精神上得到放松;另一方面,旅游者的阅历也有所增加。正是因为对于不同于自己成长地、居住地或工作地的异样环境的向往,以及对于异域文化的欣赏,人类才产生了外出旅游、实现追求的欲望。因此,旅游反映了人类文化需求的现状和变化。

3. 旅游是一种审美与精神享受活动

人们接触各种自然美景、地质地貌、奇山异水、异域风俗、民风民情的活动,是一种感受、体验与参与的过程,在此过程中,旅游者自身的心灵受到感染与熏陶。旅游者无论出于何种目的外出旅游,不可避免地都会接触到各种旅游资源。不管是自然旅游资源还是人文旅游资源,从旅游者接触其开始,直到旅游活动的完成,整个环节就是一种欣赏、体验、参与与评价的思维活动与行为过程。而贯穿于这一过程的主要活动就是审美,包括对于美景、奇景、异景以及异域风情的欣赏与评价,故旅游是一种审美活动。而不管此种审美活动的效果如何,旅游者的初衷以及实现旅游的过程都是为了获得精神上的享受,因而旅游又是一种精神享受活动。

三、旅游的特点

旅游是人类文明进步的产物,日益成为现代社会中人们生活消费的重要内容。虽然在不同的历史时期、不同条件下,旅游活动有着不同的形式、内容,但其所呈现的基本特点是一致的。

(一) 综合性

旅游活动是社会政治、经济现象的综合体现。旅游者的旅游活动涉及吃、住、行、游、购、娱等内容,不仅仅表现为游览观赏活动,而且围绕着这些基本旅游活动,产生各种旅游企业与旅游服务设施与机构,如旅行社、旅游咨询中心、旅游集散中心、旅游饭店、旅游交通运输设施等。除此之外,旅游者的旅游活动也因其旅游目的的不同、旅游需求与旅游行为的不同而表现出多种形式,有观光旅游、文化旅游、民俗旅游、修学旅游、会议旅游、探亲

访友旅游等类型。旅游者的旅游活动不是单个主体的活动,而是各种要素的综合体,因而具有综合性的特点。

(二) 异地性

从旅游的定义可以看出,旅游是人们离开自己的居住地或者工作场所,前往其他地区的旅行活动。异地社会经济、文化、资源等的差异性,对人们产生吸引力,为了进行文化交流、体验异域民俗风情、获得身心放松等,人们加入旅游者大军。旅游活动具有的异地性,表现为旅游者在不同空间范围内的移动。

(三) 流动性

旅游活动的异地性,使得旅游者离开自己的常住地前往他地旅行,而在这一过程中,旅游者发生了空间位移,借助于各类交通工具,实现两地间的移动。这也体现出旅游活动的流动性特点。正是因为这一特点,旅游者的活动才引起一系列的旅游要素流,产生旅游积聚与扩散。

(四) 地理集中性

随着人们收入水平的提高、闲暇时间的增多以及旅游地可进入性的提高,越来越多的人外出旅游,尤其是第二次世界大战以来,国际范围内的旅游活动日益频繁,旅游已经超越区域、国家范围,走向国际,旅游者的足迹踏遍世界各地。甚至近年来,由于航空技术的发展,已经有人实现了太空旅游的梦想。虽然旅游者的目的地日益增多,但从世界范围的普遍趋势来看,旅游者的活动区域在地理空间上呈现出区域集中分布的状态。也就是说,旅游者的活动相对集中于某些国家或者地区、区域以及区域内的旅游点。

1. 呈现地理集中分布特征的原因

(1) 旅游资源分布的非均衡性。由于自然历史、政治经济以及社会发展的具体情况因地区不同而有差异,旅游资源在空间区域分布上也表现出一定的差异性,即世界不同国家、同一国家内部不同区域旅游资源类型、数量以及吸引力大小不同。而吸引旅游者的旅游资源是旅游活动的客体,其空间分布的差异导致旅游者分布的空间差异性,表现为旅游者在资源分布集中的区域集中。

(2) 区域影响力的差异性。不同国家和地区的区域影响力不同,使得其在吸引外来旅游者的程度方面存在差异。区域影响力越强,其他区域的人们对其向往程度也就越高,人们将其选作旅游目的地可能性就越大。这就导致了不同区域旅游者人数分布的非均衡性。

(3) 旅游目的地的可进入性差异。一个地区的信息传播情况、交通便利程度以及社会容纳接受程度等均会影响外在人群进入该地的几率。而由于旅游地的自然因素以及社会经济各要素发展水平与程度不同,旅游者进入这些地区的条件也就存在差异。因而,可进入性强的旅游目的地的旅游者到访人数会多于可进入性差的旅游目的地的旅游者到访人数,使得在整体区域范围内,旅游者在不同旅游目的地的分布亦出现非均衡性,呈现出地理集中分布的特征。

2. 地理集中性的具体表现

旅游地理集中性表现为某些地区的旅游接待量或者旅游者人数在全球或者全国总量中所占比例较高,世界范围内或者同一国家的旅游接待量由主要旅游国家和地区所分配。全球各地区和我国各地区具体旅游分布格局见表1-1和表1-2。

表1-1 各地区国际旅游接待量在全球总量中的份额

单位: %

年 份 地 区	1960	1970	1980	1990	2000
全世界	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
欧 洲	72.5	70.5	66.0	62.6	57.7
美 洲	24.1	23.0	21.3	20.4	18.5
东亚和太平洋	1.0	3.0	7.3	11.4	16.0
非 洲	1.1	1.5	2.5	3.3	3.9
中 东	1.0	1.4	2.1	1.6	2.9
南 亚	0.3	0.6	0.8	0.7	0.9

资料来源:李天元:《旅游学概论》,63页,天津:南开大学出版社,2003。

表1-2 2005年我国各地区入境旅游接待量一览表

地 区	接待入境旅游人数(人次)	国际旅游收入(万美元)
广 东	18 969 850	645 739
北 京	3 629 177	361 891
上 海	4 445 428	355 588
福 建	1 973 894	130 529
江 苏	3 783 023	225 974
浙 江	3 480 469	171 626
云 南	1 502 817	52 801
辽 宁	1 301 955	73 777
天 津	740 071	50 901

资料来源:根据国家旅游局统计资料整理得来。

(五) 季节性

人类的旅游活动在时间层面上呈现出季节性的特点,这是旅游业、旅游产品与其他产品的不同之处。旅游活动的类型多样化、旅游资源的季节差异性、旅游者闲暇时间的不均衡性

等因素的存在,使得旅游者选择不同时间段出游。如海滨度假旅游,往往是在气候适宜而又与度假者居住地的气候形成反差的季节比较盛行;滑雪旅游、冰灯观赏等冬季的旅游项目则是在气候寒冷的时候比较火爆;农业采摘游等旅游活动更带有时令性,只有在特定的旅游项目开展条件具备时,才具有市场。

对于某一特定的区域来说,旅游的季节性可能会比较明显,长时间内季节反差较大,而从整个国家以至世界层面来看,旅游的季节性可以在空间范围内得到平衡,但仍避免不了旅游的季节差异。如我国地域辽阔,具备各种自然人文旅游资源,而且横跨几个气候带,自然气候多样,但从全国范围内来看,公众只要有旅游需求,并且具备旅游出行能力,则基本上能够体验到带有季节差异的旅游经历。如近年来春节期间我国旅游南北两头热,广东、海南等南方游客前往北方的哈尔滨、长春等地旅游,北方旅游者则前往海南、云南、福建等地旅游,就是旅游者旅游活动季节性的体现。旅游业发展至今,季节性差异已经不再更多地表现为旅游发展的制约点,而是被开发出来,以季节反差为特点,吸引着大批旅游者。

此外,旅游者旅游时间的差异性也是导致旅游活动季节性差异的原因之一。旅游从根本上说是一种游憩休闲享受活动,闲暇时间是旅游活动完成的必备要素。而旅游者尤其是参加工作的人士,并不是拥有充足的自由时间,这也导致旅游活动的季节性差异。如我国教师在寒暑假享有带薪假期,因而对于这些人士来说,寒暑假就成了他们的出游高峰期。

而对于一些单纯依赖自然旅游资源的国家和地区来说,旅游资源的季节性效应,使得旅游者的需求同样存在季节性波动,导致此类地区的旅游景区、旅行社、饭店等旅游企业每到淡季时,经营效益低下,旺季时又人满为患。为了维持经营以及弥补淡季时的亏损和资源浪费,很多企业在淡季纷纷采取策略,吸引旅游者。

第二节 旅游产生的基本因素

一、旅游产生的经济因素

(一) 社会分工的产生

人类早期的生活极其简单,没有社会范围的交往活动,而只是在自然分工的基础上进行着简单的物质生活,如捕鱼、狩猎、采集等。在频繁爆发的自然灾害面前,人类没有能力抵抗,而在当时的情境下,由于连基本的物质生活都无法得到满足,人们关心的只是如何与自然界斗争,根本没有劳动剩余,所有人的活动也仅在本氏族部落内进行,故离开本部落而外出旅行的可能性基本为零,即使有外出活动也只是带有逃难性质的迁徙活动,与其后发生的有目的旅行活动性质根本不同。人类三次社会大分工推动了社会生产的发展,劳动剩余物不断增加,人们之间的分工超出了自然分工范围,单个劳动产品所有者不是拥有各种劳动产品,而只是拥有自己生产的产品。为了满足更多的需求,人们就必须要进行交换。特别是第

三次社会大分工即商业从农业、手工业与畜牧业中分离出来之后,不同产品的交换范围扩大,不同地域间的交换行为经常发生,长距离异地交换需求的产生,使得人们离开自己的居住地外出从事经济活动,这也是早期人类旅行行为产生的主要推动因素。

(二) 商品交换行为的产生与发展

商品交换历程经历了简单的物物交换、一般等价物、货币交换等基本发展阶段,交换的商品种类不断增加,交换的规模也在不断地扩大。尤其是金属货币固定地充当一般等价物后,商品交换的目的也发生了变化,除了满足基本商品需求外,储藏更多的金属货币、增加财富也成为经商者的主要目的。而社会生产以及商品经济的发展与繁荣,使社会产品种类更加丰富。由于产品所有者分布的地域广泛,为了实现交换,不同区域间就发生了联系。在早期人类社会,各种信息沟通技术欠发达,不同区域间联系的主要渠道就是经商者的旅行。随着商品经济的发展以及商品交换规模的扩大,经商者的人数、旅行距离与时间等都不断地增加,旅行者的足迹踏遍了众多区域,甚至超越了国家界限,进行国际间、洲际间旅行。

(三) 国家及地区经济的发展与繁荣

人类发展史也是一部经济发展史,从原始社会、奴隶制社会、封建社会到资本主义社会以及社会主义社会,人类的社会生产和经济发展水平、产品种类以及生产方式等都处于不断的发展与进步之中。任何一种社会发展阶段,经济水平都出现过高潮时期。而社会经济的发展与繁荣,使得人们生活水平相对提高,社会劳动剩余物增加,国家和区域间交往更加密切。尤其是资本主义产业革命爆发以后,工业生产的发展推动了旅行行为的进一步发展。伴随着资本主义经济发展以及工人追求自身权利的斗争加剧,公众的收入水平增加,在主观上促使休闲旅游等行为发生。同时,国家及地区经济的繁荣,给人们提供了多种产品,使得人们的基本生活得到满足,发展与享受需求也就随之产生。旅游活动作为一种享受行为,也就具备了产生的客观经济条件以及主观需求条件。

(四) 公众高层次生活需求的出现

不论是古代贵族的休闲娱乐、祭祀度假旅行,还是贤人雅士的游山玩水活动,或是近现代意义上的以文化与享受为目的的旅游,其本质都在于人们对于非寻常环境、异域文化的追求,超越了人类基本生理需求的范围,上升为精神愉悦、身心舒畅、社会地位的体现等多种更高层次的需求。也正是由于此种高层次需求的出现,人们才会在主观上产生旅游的动力。

二、旅游产生的社会文化因素

(一) 社会环境的稳定

任何社会商品交换行为的发展、经商者的异地流动都离不开稳定的社会环境。纵观人类社会史,但凡战乱与动荡时期,社会极不稳定,人们整天生活在水深火热之中,即便有外出旅行的需要,也是在心情担忧、紧张甚至恐惧的状态下完成旅行活动的,并不能真正体现出旅行的真实目的。而社会环境的相对稳定,使得旅行者的安全感提升,并且增加出行的动力。尤其是对于现代大众化旅游来说,稳定的社会环境给公众提供了和平的背景以及各种