

21 世纪中等职业教育系列教材

旅游概论

LÜYOU GAILUN

主编 胡 滨



安徽教育出版社

21 世纪中等职业教育系列教材

旅 游 概 论

主编 胡 滨
编著 胡 滨 韩 雪 吴东霞
朱海滨 汪文平 辛 芳

安徽教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论 / 胡滨主编. —合肥: 安徽教育出版社,
2007.7

(21 世纪中等职业教育系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5336 - 4580 - 9

I. 旅… II. 胡… III. 旅游—专业学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 117968 号

责任编辑: 陈龙银

装帧设计: 许海波

出版发行: 安徽教育出版社

地 址: 合肥市回龙桥路 1 号

邮 编: 230063

网 址: <http://www.ahep.com.cn>

经 销: 新华书店

排 版: 安徽飞腾彩色制版有限责任公司

印 刷: 安徽省瑞隆印务有限公司

开 本: 787 mm×1092 mm 1/32

印 张: 8.75

字 数: 250 000

版 次: 2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 2 000

定 价: 14.50 元

发现印装质量问题, 影响阅读, 请与我社出版科联系调换

电 话: (0551) 2823297 2846176

前 言

进入 21 世纪,我国的旅游业迎来了新一轮的快速发展。我国经济持续多年的增长极大地提高了我国老百姓的生活水平,国人因公因私外出旅游,对旅游业的要求越来越高,对旅游从业人员的要求也越来越高,因此作为准备从事旅游业的人员来说,就必须及时了解旅游业的新动态、新变化。

《旅游概论》这本教材正是在这种背景之下应运而生。该教材特别适用于中等职业学校旅游服务与管理专业的学生,是一本有关旅游概论的专业基础课教材。它的定位是旅游概论的入门教材。基于这一定位,该教材的特点是:它不一定过于强调知识的系统性、全面性,而重在突出实用性和可操作性。其目的是让将来有可能从事旅游业的学生对旅游行业有一个大致的了解,为学好其他专业课程做一些准备工作。

本书共分七章。每章开头是本章的学习目标,告诉同学们通过本章的学习应该了解什么,掌

握什么;而在每一章之后都有本章知识要点,帮助同学们总结、归纳本章节的重点和要点。另外在每节之后都附有阅读材料,以期拓展同学们的知识面,帮助同学们在学完每一节后能够进一步地作些思考,也是对所学内容的一个应用。每章最后还有思考与练习,通过填空题、选择题、名词解释、简答题、案例分析和实践训练题等形式,复习巩固所学的内容。

由于各地旅游教育的情况有所不同,教学的环境和条件也不同,因此在本课程的教学上,可根据本地区实际情况,合理地安排教学进程。以下是教学课时分配建议,供参考。

	内 容	学时
第一章	旅游概述	5
第二章	旅游的产生与发展	3
第三章	旅游活动的构成要素	8
第四章	旅游业的构成及其经营行业	8
第五章	旅游市场	5
第六章	旅游与旅游业的影响和作用	5
第七章	旅游业的发展趋势	2
总 计		36

本书是全体作者共同努力的结晶,由胡滨担

任主编。具体分工如下：胡滨（前言和第一章）、韩雪（第二章和第七章）、吴东霞（第三章）、朱海滨（第四章）、汪文平（第五章）、辛芳（第六章）。最后由胡滨对全书进行统稿。

由于水平所限以及时间紧迫，本书中还有不少问题未及深入思考和探讨，疏漏之处在所难免，敬请读者批评指正。

本书编写组

目 录

第一章 旅游概述.....	1
第一节 旅游的产生与定义.....	1
第二节 旅游的属性.....	4
第三节 旅游的基本特点.....	8
第四节 旅游的基本类型	15
第五节 旅游组织	24
第二章 旅游的产生与发展	35
第一节 世界旅游历史发展	35
第二节 中国旅游历史发展	45
第三章 旅游活动的构成要素	61
第一节 旅游活动的三大要素	61
第二节 旅游活动的主体——旅游者	69
第三节 旅游活动的客体——旅游资源	85
第四节 旅游活动的媒介——旅游业.....	105
第四章 旅游业的构成及其经营行业.....	123
第一节 旅行社.....	123
第二节 旅游饭店.....	141
第三节 旅游交通.....	155
第四节 旅游景区(点)	164
第五章 旅游市场.....	179
第一节 旅游市场概述.....	179
第二节 中国旅游市场.....	187
第三节 旅游产品.....	196
第四节 旅游促销.....	209

第六章 旅游与旅游业的影响和作用·····	221
第一节 旅游与旅游业对经济的影响和作用·····	221
第二节 旅游与旅游业对社会文化的影响和作用·····	228
第三节 旅游与旅游业对环境的影响和作用·····	233
第四节 旅游可持续发展·····	236
第七章 旅游业的发展趋势·····	247
第一节 世界旅游业的发展趋势·····	247
第二节 我国旅游业的发展趋势·····	253
《思考与练习》参考答案 ·····	266

第一章 旅游概述



学习目标

1. 了解旅游产生的条件。
2. 掌握旅游的特征和类型。
3. 理解旅游的定义及不同旅游类型的区别。

第一节 旅游的产生与定义

我们知道,尽管世界各地社会发展有快有慢,旅游的产生也有先有后,但是,就旅游活动来说,都经历了从萌芽、产生、发展和逐渐成熟的历史过程。

一、旅游的产生

旅游的产生是人类进化和社会进步的结果,是社会经济、文化发展到一定阶段的产物,带有明显的历史时代的特征。总的来说,旅游的产生有以下几个方面的原因。

(一)人类自身的进化和社会分工带来了旅游的萌芽

人类自身的进化使人类有了思想,进而有了审美意识,有了旅游潜在的需求。人类的思想具有创造性的意识和追求美的意识,人们为了得到身心的愉悦感受,可以不辞千辛万苦旅行到遥远的地方去体验。

社会的大分工使人们有了交换产品的需求,从而促进了人类的空间移动。在经历了第一次社会大分工后,人类进入了农、牧分工时期,之后又进入了人类历史上的第二次、第三次社会大分工,使手工业、商业从农业生产中分离出来。人们一开始是为了满足生存需要而在小范围内进行产品交换,后来发展到为了获得商业利润而到更远、更大的市场去销售。为此,商人们几乎走遍了他们所知道的地方,于是这样的空间移动就成了有目的、有意识的旅行了。

(二) 古代旅行活动为旅游的诞生奠定了基础

古代旅行活动形式多样,主要有以下几种:有帝王为了巩固自己统治的政治旅行,有弘扬宗教文化和朝圣的宗教旅行,有获取经济利润的商务旅行,也有纯粹为了享乐的观光旅行等。在当时,人们进行享乐观光旅游,追求的是消遣娱乐、享受人生价值,并不带有功利性。无疑,这些旅行活动为旅游的诞生打下了基础。

(三) 经济发展和现代交通工具的出现促进了旅游的诞生

18 世纪 60 年代,工业革命首先从英国开始,使得不少科技成果运用到了交通事业方面,从而促进了交通事业的发展,出现了现代交通工具。这为真正意义上的旅游的产生提供了有利的条件。1841 年,英国人托马斯·库克组织了一次商业性的旅游活动,它标志着真正意义上的旅游的诞生。

综上所述,尽管世界各地社会发展的进程不一,旅游产生的时间各不相同,但基本上都离不开上述的条件,并且都经历了由萌芽、产生、发展到日趋成熟的过程。

二、旅游的定义

“旅游”是旅游研究的最基本概念,各国旅游学者根据不同的需要对旅游有不同的解释,这里就不一一叙述了。世界旅游组织和联合国统计委员会认为:“旅游是人们为了休闲、商务和其他目

的,离开他们惯常的环境,到某些地方去以及在那些地方停留的活动。”

1991年6月15日,中国参加了世界旅游组织(WTO)在加拿大渥太华的会议,会上确定了世界公认的关于旅游的新定义:“旅游是指包括人们为了休闲、商务和其他目的,离开他们惯常的环境,到某些地方去以及在某些地方停留,但连续不超过一年的活动。”这个定义我国旅游界一直沿用至今,“全国导游人员资格培训”丛书中的旅游概念也采用这一定义。

综合人们对旅游定义的不同表述,我们可以看到如今至少在以下三个方面人们已经取得了共识:其一,旅游是人们离开自己的定居地,去异国他乡访问的活动。这一点反映了旅游活动的异地性。其二,旅游是人们前往旅游目的地,并在那里作短暂停留过程的访问活动。这种短期停留有别于移民性的永久居留。这一点反映了旅游活动的暂时性。其三,旅游是人们的旅行和暂时居住而引起的各种现象和关系的总和。它不仅包括旅游者的活动,而且包括这些活动在客观上所产生的一切现象和关系。这一点反映了旅游活动的综合性。



阅读材料

“旅游”一词溯源

“旅游”一词,诞生在我国南北朝时期。南朝梁诗人沈约写有《悲哉行》一诗,诗云:“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。”这是迄今所知“旅游”一词见于中国典籍的开始,它比西方“Tourism”一词的出现要早1300多年。

中国旅游业图形标志的含义

图形标志是一种公共信息符号,它通过图形表达某种事物的含义,是能够相互沟通的世界性语言。国际上很多国家和地区早有各种旅游图形标志。

中国国家旅游局经过对多种方案的比较和研究,于1985年确定选用“马超龙雀”作为中国旅游业的图形标志。

“马超龙雀”是1969年在甘肃武威出土的东汉(公元25—220年)时期的一件青铜制品,这件文物集我国当时绘画、雕刻、冶炼铸造艺术于一体,是件国宝。铜马昂首扬尾,四蹄腾空,筋骨刚健,体态飘逸。它没有轡头、绳索,不受任何束缚,自由、奔放、轻盈、潇洒,奔驰如飞燕。后经历史学家考证,东汉张衡的《东京赋》云:“龙雀蟠蜿,天马半汉。”《后汉书》也有“明帝至长安,迎取飞廉并铜马”的记载,故正名曰“马超龙雀”,简称“天马”。

选择“马超龙雀”作为中国旅游业的图形标志,其含义是:

- (1) 天马行空,逸兴腾飞,无所羁缚,象征前程似锦的中国旅游业。
- (2) 马是古今旅游的重要工具,奋进的象征,旅游者可以在中国尽兴旅游。
- (3) “马超龙雀”青铜制品,象征着中国数千年光辉灿烂的文化历史,代表文明古国的伟大形象,吸引全世界的旅游者。



想一想

在你的旅游经历中,给你印象最深的是哪个景点(景区)?请简要说明理由。

第二节 旅游的属性

从表象来看,旅游表现为一种社会个体的行为或活动,是人们的空间流动,即一个人离开惯常居住地到其他地方进行一段时间的访问;但从本质上讲,它是一种通过个人行为表现的社会经济文化活动。旅游作为人类在基本的生存物质需要得到满足以后产生的一种高层次的精神文化追求的活动,具有以下四个方面的基本属性。

一、消费属性

在旅游活动过程中,必然地要涉及食、宿、行、游、购、娱等多种

要素,而每一要素的发生,显然都是一种消费行为。从实际效用上说,旅游消费主要是一种心理体验过程,是为了谋求精神上的欢娱;日常消费则主要是为了维持人们日常生活的必需所做出的购买行为。从实质上看,旅游消费不可能完全超脱一般性的日常消费,由于消费导向及意义的不同,旅游消费在某些方面可能表现为日常消费的畸变。

因此,对个人而言,旅游是一种较高层次的消费活动,但是随着社会经济的发展,旅游正发展成为现代社会人们生活中的一种基本需求。现代社会人们除了进一步发展自身的物质需求外,同时还产生了对精神文化生活的追求和享乐的需要。而旅游则恰恰是满足人们社交需求的一种较好的形式。

二、休闲属性

旅游是一种积极的、健康的休闲活动。工业化水平的提高、生活节奏的加快、城市化程度的加速、人口的密集等,使得人们自由生活的空间越来越小,再加上都市的喧嚣与污染,人们迫切需要在紧张的工作之余放松一下身心,呼吸一下新鲜空气,以消除日复一日的紧张与疲劳。

从主观上来讲,人们外出旅游旨在借助各种休闲活动来调节原有的程式化的生活。其实,旅游是生活的休闲阶段,是多种休闲活动的集合。旅游者在目的地停留期间,除了吃、喝、睡等满足生理需要的活动之外,所有其他活动,如观光、游览、聊天、购物、棋牌、健身等都具有鲜明的休闲性质。换句话说,旅游还是人们打发闲暇时间的一种积极的手段。但是,用于旅游的闲暇时间必然需要具备一定的完整性,因此,人们的旅游行为就往往集中于公休假日。例如在我国,双休日和春节、“五一”、“十一”三个黄金周的时间自然成了旅游的高峰期,前者适宜于短程旅游休闲,后者则适合到较远的地方去体验异域风情。

三、社交属性

旅游是实现不同地区人们之间相互交往和交流的一种形式。首先,通过到异地旅游,人们不仅可以亲身了解到其他地区的政治、经济、文化、历史、地理、社会面貌和风俗民情,而且在旅途之中还可以接触到当地不同性别、年龄和职业的居民,通常交往是自由自在的,既不受地域、种族和信仰的限制,又不存在固定的偏见,因而这种交往是自然的、大方的、纯真的,气氛也比较轻松、愉快,容易沟通彼此的思想感情,达到相互了解、增进友谊的目的。

四、审美属性

旅游是一项综合性的人类活动,它集自然美、生活美、艺术美于一体,将文物、古迹、建筑、雕刻、书法、绘画、戏剧、音乐、风情、美食等熔于一炉,除了能够最大限度地满足人们的审美需求外,还能满足人们生理、认识等方面的需求与欲望。从主体来看,审美追求是旅游者的普遍动机。尽管旅游的动机、形式和内容是千差万别的,但有一点是共同的,即都是为了获得身心的愉悦、追求最大限度的审美享受。例如:旅游活动一般包括食、住、行、游、购、娱六个环节,而每一个环节都存在着是否按“美的规律”办事的问题,同时每个环节都给旅游者带来“美不美”的感受。从客体来看,旅游资源是体现美的载体。因为旅游业是创造美和生产美的行业,旅游业的任务就是适应经济建设和旅游者的需要,生产和发掘美的景观、美的艺术、美的商品,提供美的(也就是优质的)服务和管理。旅游活动中的一切,有的表现为静态美,有的表现为动态美,总之都被美化了。旅游者在欣赏自然风光之美、文化艺术之美和社会生活之美中,感受到万物存在与运动的意蕴,从而物我融合、景我融合,最终得到心灵的慰藉。



阅读材料

被列入《世界遗产名录》的中国遗产地

地域名称	批准时间	遗产种类
长城	1987. 12	文化遗产
北京故宫、沈阳故宫	1987. 12	文化遗产
陕西秦始皇陵及兵马俑	1987. 12	文化遗产
甘肃敦煌莫高窟	1987. 12	文化遗产
北京周口店北京猿人遗址	1987. 12	文化遗产
山东泰山	1987. 12	文化与自然双重遗产
安徽黄山	1990. 12	文化与自然双重遗产
湖南武陵源国家级名胜区	1992. 12	自然遗产
四川九寨沟国家级名胜区	1992. 12	自然遗产
四川黄龙国家级名胜区	1992. 12	自然遗产
西藏布达拉宫	1994. 12	文化遗产
河北承德避暑山庄及周围寺庙	1994. 12	文化遗产
山东曲阜的孔庙、孔府及孔林	1994. 12	文化遗产
湖北武当山古建筑群	1994. 12	文化遗产
江西庐山风景名胜	1996. 12	文化景观
四川峨眉山—乐山风景名胜区	1996. 12	文化与自然双重遗产
云南丽江古城	1997. 12	文化遗产
山西平遥古城	1997. 12	文化遗产
江苏苏州古典园林	1997. 12	文化遗产
北京颐和园	1998. 11	文化遗产
北京天坛	1998. 11	文化遗产
重庆大足石刻	1999. 12	文化遗产
福建武夷山	1999. 12	文化与自然双重遗产
四川青城山和都江堰	2000. 11	文化遗产
河南洛阳龙门石窟	2000. 11	文化遗产

(续上表)

地域名称	批准时间	遗产种类
明清皇家陵寝:明显陵(湖北钟祥市)、清东陵(河北遵化市)、清西陵(河北易县)、盛京三陵	2000.11	文化遗产
安徽古村落:西递、宏村	2000.11	文化遗产
山西大同云冈石窟	2001.12	文化遗产
云南三江并流	2003.7	自然遗产
高句丽王城、王陵及贵族墓葬	2004.7	文化遗产
澳门历史城区	2005.7	文化遗产
四川大熊猫栖息地	2006.7	自然遗产
安阳殷墟	2006.7	文化遗产



想一想

通过本节的学习,请你从审美属性的角度,简要地给同学们介绍一处世界遗产名录中所列遗产地的基本情况。

第三节 旅游的基本特点

旅游是一项内容丰富、形式多样、涉及面非常广泛的社会经济现象,是人类社会一种短期性的特殊生活方式。概括地说,旅游具有普及性、持续性、地缘性、季节性、脆弱性和综合性等基本特点。

一、普及性

随着科学技术的发展,满足人们旅游需求的条件日趋成熟,人们在克服自然条件的影响、利用旅游资源、享受自然和历史遗产等方面有了巨大的进步。在这种背景下,旅游消费需求变得日益大众化和生活化,越发表现出了大众普及性的基本特点。

(一) 旅游是现代社会的 basic 需求

第二次世界大战前,可以说旅游是少数人享受的权利。但到了二战以后,大众阶层逐步成为旅游队伍的主力军,旅游度假成了普通大众都可享有的基本权利。世界旅游组织在 1980 年发表的《马尼拉宣言》中明确提出:“旅游也是人类社会最基本的需要之一。”旅游业的从业者们为大众旅游提供了各种周到、细致和规范化的服务,这就为大众旅游提供了方便、舒适、安全的条件,从而促进了大众旅游的快速发展。

(二) 旅游是现代生活的重要组成部分

随着国际经济文化交流的发展,各国职工的增多和带薪假期的延长,各种形式的旅游成为人际交流和生活的必需。例如,英国平均每年外出旅游达 3 次的人已占全国人口的半数,法国平均每年外出度假 3 次的人占 45%,瑞典更是高达 75%。中国改革开放以来,旅游业发展迅速,旅游人数每年均以 20% 的比例增长。目前,经国务院批准的中国公民出境旅游目的地国家和地区总计已达 109 个。这说明,许多国家的旅游正在发生演变,即从奢侈的享受演变为生活的必需。

(三) 旅游是奖励员工的重要手段

以旅游方式作为奖励办法正成为一种激励员工的重要机制,由此发展并形成了奖励旅游的独特模式。这一模式,对于受奖者来说当然是一种殊荣;对于未受奖励者来说,一方面对受奖者表示羡慕,另一方面为自己没有获得这样的奖励而表示反省,从而激励自己在今后的工作中努力奋发向上。由于对公司、企业凝聚力的形成具有特殊作用,奖励旅游正在成为现代企业普遍采用的手段。

二、持续性

第二次世界大战以来,国际旅游总体发展趋势是持续上升的。这与世界经济、文化、科学技术的发展是分不开的。同时国际局势