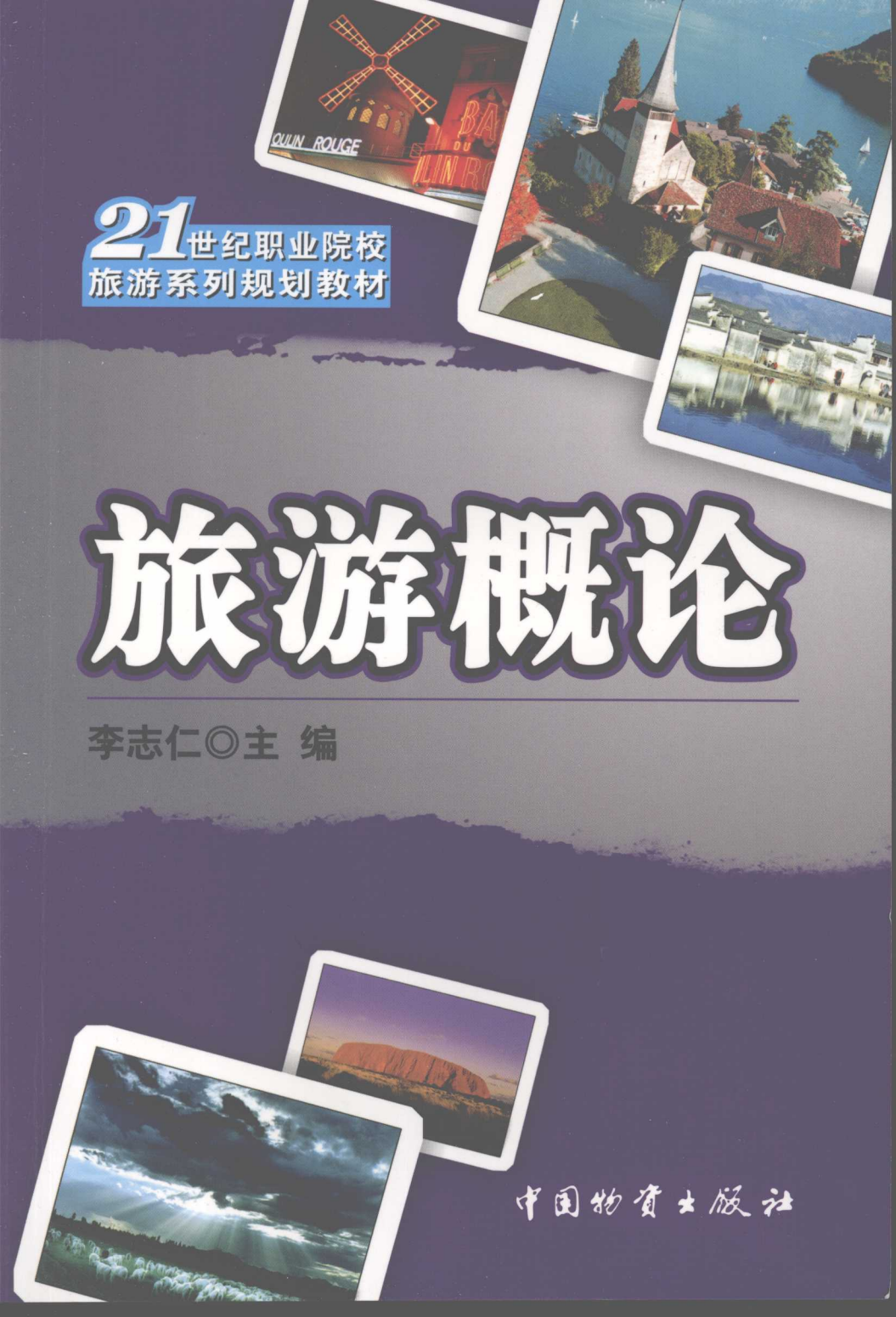




21世纪职业院校
旅游系列规划教材

旅游概论

李志仁◎主 编

中国物资出版社

21世纪中国旅游教育
教材系列

旅游概论

李天元 编

中国旅游出版社

21 世纪职业院校旅游系列规划教材

旅 游 概 论

李志仁 主编

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游概论/李志仁主编. —北京: 中国物资出版社,
2007. 6

(21 世纪职业院校旅游系列规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 2657 - 5

I. 旅… II. 李… 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 067729 号

责任编辑 康书民

责任印制 方朋远

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

利森达印务有限公司印刷

开本: 850mm × 1168mm 1/32 印张: 8.875 字数: 229 千字

2007 年 6 月第 1 版 2007 年 6 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5047 - 2657 - 5/F · 1093

印数: 0001—3000 册

定价: 16.80 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)



编写说明

当前旅游业作为国民经济的重要产业之一，发展迅猛，已经成为国民经济新的增长点，它引领着先进社会生产力的发展要求，又代表着先进文化的前进方向。近年来许多中高等院校纷纷开办了旅游专业，为了适应旅游人才发展的需要，全国职业教育商贸专业委员会和中国商经学会商贸职业教育研究会共同组织编写了此套旅游系列教材。

本系列教材借鉴和吸收了国内外旅游基础理论和实践前沿最新成果，根据职业院校教学计划的要求，重点放在学科体系、内容体系、结构体系创新上，既有简明易懂的理论知识，又侧重了强化知识应用和可操作性，因此，具有一定的科学性、新颖性、实用性和示范性。

本书是根据旅游教育和旅游业发展的实际需要，阐述了旅游现象及旅游业发展的基本理论和规律。主要内容包括：旅游的性质和特征，旅游的产生与发展，旅游者，旅游资源，旅游业，旅游组织等。本书内容全面、系统、新颖，语言流畅，通俗易懂，并吸收了国内外的最新研究成果，加入了较多的实例介绍，增强了教材的实用性。

《旅游概论》一书由山东城市服务技术学院李志仁老师任主编，由广西商业学校冯奕东老师、山东城市服务技术学院张会静老师、广西商业高级技工学校席静老师、广西商业高级技工学校黄传禧老师任副主编。参加此书编写的有山东城市服务技术学院李志仁老师（第三、四章），广西商业学校冯奕东老师（第六、



七章), 山东城市服务技术学院张会静老师 (第五章), 广西商业高级技工学校席静老师 (第二、八章), 广西商业高级技工学校黄传禧老师 (第一章、第九章)。

本书在编写过程中, 参阅了大量的专著和资料, 在此, 对所参考和借鉴书刊资料的作者深表谢意。由于编写水平有限, 疏漏之处在所难免, 恳请读者不吝赐教, 以便进一步修订完善。

2007 年 5 月



目 录

第一章 绪 论	1
第一节 旅游的概念及本质属性	1
第二节 现代旅游的特点	9
第三节 旅游的基本类型	19
第四节 旅游活动的构成要素	33
案例分析：生态旅游	38
第二章 旅游的产生与发展	41
第一节 古代的旅行活动	41
第二节 近代旅游和旅游业的兴起	51
第三节 现代旅游的发展及其原因	57
第四节 我国旅游业的产生和发展	67
案例分析：托马斯·库克与旅游业的诞生	80
第三章 旅游者	82
第一节 旅游者的概念	82
第二节 实现旅游活动的客观因素	89
第三节 实现旅游活动的主观因素	96
第四节 旅游者类型	102



案例分析：文化产业的历史机遇	西藏巧打文化旅游牌	107
----------------	-----------	-----

第四章 旅游资源	110
-----------------	------------

第一节 旅游资源的概念	110
第二节 旅游资源的分类与特点	115
第三节 旅游资源的开发	123
第四节 旅游资源的保护	134

案例分析：井冈山打造“红色名片”，华夏热起“井冈潮”	141
----------------------------	-----

第五章 旅游业	144
----------------	------------

第一节 旅游业的概念和作用	145
第二节 旅游业的性质和特点	148
第三节 旅行社	155
第四节 旅游交通	163
第五节 旅游饭店	171

案例分析：坐火车游地球又回来啦——当今各国铁路旅游掠影	178
-----------------------------	-----

第六章 旅游市场	182
-----------------	------------

第一节 旅游市场的概念	182
第二节 旅游市场的划分	187
第三节 全球国际旅游市场	190
第四节 我国的旅游市场	196

案例分析：“欧洲游”的三种旅游模式	208
-------------------	-----



第七章 旅游的影响	210
第一节 旅游对经济的影响	210
第二节 旅游对社会文化的影响	214
第三节 旅游对环境的影响	218
第四节 可持续旅游发展	220
案例分析：野三坡旅游影响	231
第八章 旅游管理体制和旅游人才培养	235
第一节 旅游管理体制	235
第二节 我国发展旅游业的方针政策	241
第三节 旅游人才的培养	246
案例分析：国家旅游局“十五”期间旅游教育培训主题及相关活动内容表	251
第九章 旅游组织	253
第一节 国家旅游组织	253
第二节 我国的旅游组织	256
第三节 国际旅游组织	265
案例分析：北京旅游行业协会公布本市 31 家景区测评情况	272
参考文献	275



第一章

绪 论

本章学习目的:

通过本章的学习,了解旅游的概念和本质属性,熟悉旅游的特点;熟悉掌握旅游的基本类型构成,了解影响旅游的一些因素。

本章主要内容:

1. 旅游的概念及本质属性;
2. 旅游的特点;
3. 按地理范围、旅游目的、旅行距离、旅行方式、组织方式等标准对旅游的类型划分;
4. 旅游活动的“三要素”说和“六要素”说。

第一节 旅游的概念及本质属性

旅游作为人类的一项特殊活动和一种社会现象,已经具有漫长的历史。从19世纪中叶英国人托马斯·库克开始,人们将旅游作为一种产业来经营,迄今也有一百多年了。这一百多年来,



随着人类社会的飞速发展与科学技术的巨大进步，旅游业已成为当今世界最具活力的产业之一。现代旅游是指第二次世界大战结束以后，特别是20世纪60年代以来迅速普及于世界各地的社会化旅游活动和旅游现象。为了更好地认识和理解现代旅游，首先需要回答的一个问题便是：什么是“旅游”？

一、关于旅游的概念

在历史遗留下来的中文语汇中，原本并不存在“旅游”一词。无论是久负盛名的《辞海》、《辞源》、《康熙字典》，还是20世纪60年代以前出版的汉语词典，我们都很难从中发现“旅游”字样的词条。这在很大程度上说明国人对“旅游”一词的使用恐怕是比较晚的事情。

关于旅游，人们普遍认为是从早期旅行发展而来的。由于早期人类旅行主要是出于经商、贸易及政治目的，旅行的内容较为单一，规模和范围有限，社会影响也较小。因此，在相当长的时期内，“旅行”一词只是作为一个日常用语，并没有明确的科学概念和界定。随着时代的进步、经济的发展和人民生活水平的不断提高，旅游活动日渐成为人类日常生活的一个重要组成部分，“旅游”一词因此成为一个十分常见与常用的普通词汇。

“旅游”一词在我国出现较晚。但与“旅游”词义相近的“观光”和“旅行”这两个词，在两千多年前的古典文献中就已出现。《易经》中有“观国之光，利用宾于王”之语，《左传》中则有“观光上国”一词，这里的“观光”，可以理解为观看、考察一国的礼乐、文物、风俗人情，即旅行游览的意思。《礼记·曾子问》中有“孔子曰：三年之丧练，不群立，不旅行。”这里的“旅行”可理解为离开常住地，到外地办事或游览等，可结伴而行，也可独行。后来，随着社会的发展，经济和文化内容日益丰富，旅游的种类在中国历史上也多了起来，诸如帝王的



巡游、官吏的宦游、僧道的云游、文人墨客的漫游及群众性的踏青和游春等活动。1931年编写的《辞源》对“旅行”一词的解释是：“今泛称外出做客。”这说明，那时虽然有旅游活动，但旅游作为一个普遍的概念还没有形成，也没有流行。1960年出版的《现代汉语词典》中关于“旅游”的解释是“旅行游览”，实际上是将它作为一个复合词。直至1979年修订的《辞海》、1981年定稿的《辞海》增补本，都没有“旅游”一词的条目，仍只有“旅行”一词。在1964年11月国务院召开“第一次旅游工作会议”以后，我国相继成立了“中国旅游出版社”、“中国旅游报社”和“上海旅游专科学校”等单位，“旅游”一词在文献中和社会上才被广泛使用。1982年，国家将最高旅游行政管理机构更名为“中华人民共和国国家旅游局”，从而就肯定了“旅游”一词的客观存在性。

在日常用语中，“旅行”的含义范围往往宽于“旅游”。也就是说，所有的旅游者肯定都属于旅行者，而所有的旅行者却不一定是现今意义上的旅游者。

然而在另一方面，我们也应看到，人们的旅游活动所涉及的内容十分广泛，根据常用的概括性说法，包括行、游、住、食、购、娱等诸多方面。其中的“行”，即指旅行。在这个意义上，旅行作为旅游活动内容构成的组成部分之一，其含义范围显然又小于旅游。上述事实和分析表明，在科学的现代旅游研究中，对于“旅行”一词应当慎重使用，不可无原则地随意将“旅行”和“旅游”用作等同的概念，否则很可能造成误解。

一般认为，“旅游”一词是从英文“Tourism”翻译过来的，据考证“Tourism”这个词首次出现是在1811年出版的《牛津词典》中。在此之前，1800年出版的《牛津词典》中还出现过“Tourist”一词。无论是“Tourism”，还是“Tourist”，都是从“Tour”这个词引申而来的。在英语和法语里，“Tour”都含有



“巡回”的意思，而其语源出于法文的“Toured”。因此，在国外学者的观点中，“旅游”是从早期的“巡回”，即旅行发展而来的，是特指因消遣目的而离家外出的旅行和逗留。

还有一点需要一提的是，虽然我们说英文中的“旅游”一词是“Tourism”，但是在同为讲英语的国家中，人们在使用习惯上有时也存在差别。例如，在美国，长期以来，人们在谈及旅游时多使用“Travel”一词，而且时至今日这种情况仍很普遍。相比之下，在以英国为代表的其他讲英语的国家中，人们则一直倾向于使用“Tourism”一词。实际上，同中文中的“旅行”和“旅游”一样，英文“Travel”和“Tourism”这两个词在很多语境下使用时，其词义所指也是有区别的。但是自从1963年联合国国际旅游会议（旅游研究中多简称“罗马会议”）提出，将非消遣性的事务或差旅旅行也纳入旅游统计范畴之后，“Travel”和“Tourism”这两个词在使用上开始出现词义同化的趋向，特别是在英语的旅游统计文献中表现得较为明显。但是，由于除美国之外的多数说英语的国家在谈及旅游业和旅游活动时，都普遍使用“Tourism”一词，所以，随着国际旅游学术交流的增多，近些年来，越来越多的美国学者和旅游组织也都开始采用“Tourism”一词表达“旅游”这一概念。

如上所述，人们对旅游所下的定义很多。让我们先来看一下其中在国际旅游研究中流传较广、引用较多、影响较大的一些定义：

1. 艾斯特定义。1942年，瑞士学者汉泽克尔（Hunziker）和克拉普夫（Krapf）在其合著的《普通旅游学纲要》一书中提出：“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。这些人不会导致长期定居，并且不从事任何赚钱的活动。”到了20世纪70年代，这一定义又为“旅游科学专家国际联合会”所采用。因该联合会英文简写为“AISET”，所以，又



称为“艾斯特”定义。

艾斯特定义比较全面地揭示了旅游的内涵和基本特征。

第一，“旅行和暂时居留所引起的现象和关系的总和”的表述，不仅包括了旅游者的活动，而且也涵盖了由此产生的各种社会现象和社会关系，反映了旅游内涵的综合性。

第二，“非定居者”的表述，体现了旅游活动的异地性。

第三，“旅行和暂时居留”及“这些人不会导致长期定居”，指出了旅游活动的暂时性。

第四，“不从事任何赚钱的活动”，说明了旅游活动的非就业性。

艾斯特定义较全面地揭示了旅游的内涵和基本特征，但也存在着不足。其中，关于“非定居者”和“不从事任何赚钱的活动”的表述可能对旅游的定义产生误解，因为现代旅游既包括以消遣度假为目的的消遣性旅游，也包括以工商事务为目的的差旅型旅游，而在以工商事务为目的的差旅型旅游中，如商务旅游、会展旅游等都是公司、企业公关行动的重要组成部分，毫无疑问牵涉到大量的“赚钱的活动”。

2. 世界旅游组织的定义。世界旅游组织在1995年6月的旅游统计国际大会上对旅游基本概念重新作了如下定义：“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某些地方停留的活动。”并确定这种在外地的暂时停留“不超过一年”。同时指出“访问的主要目的不应是通过所从事的活动从访问地获得报酬”。

3. 旅游是人们离开自己通常居住和工作的地方，短期暂时前往某地的旅行和在该地停留期间的各种活动。（译自Burkart, A. J. & Medlik, S. *Tourism: Past, Present and Future*, London, Heinemann, 1974. 该书被国际学术界誉为旅游学“经典”教科书）



4. 李天元的定义。“旅游的定义可以概括为：旅游是非定居者出于和平目的旅行和逗留而引起的现象和关系的总和，这些人不会导致在旅游地定居和就业。”这一定义是李天元在其《旅游学概论》一书中提出的，并明确说明是在“艾斯特”定义基础上“概括”而成的。（详见李天元《旅游学概论》第34页，南开大学出版社2000年8月版）

5. 谢彦君的定义。“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。”这一定义是谢彦君在其《基础旅游学》一书中提出的。谢彦君的定义不仅强调“旅游的根本目的在于寻求审美和愉悦体验”，而且特别强调“旅游是一种个人的行为，至少在某个环节上表现为个人有目的、有计划、能加以决策的主动行为，也就是说，即使在某些被动的情况下，他也有决定取舍或至少保持貌合神离的权利”。正如该书作者自己所说，他的这一定义“显然把以往习惯上被认定为旅游的大量现象都拒之门外了”。（详见谢彦君《基础旅游学》第49页，中国旅游出版社1999年10月版）

从以上简要的介绍与分析说明可以看出，学者专家们在对旅游的“本质特征”认识上还存在着不少分歧。为了更全面地反映旅游的“本质特征”，本书在充分考虑各种学术见解的基础上，提出如下的旅游定义：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某些地方停留，但连续停留时间不超过一年的活动。

旅游概念由三个要素组成：离开惯常环境的旅行距离；停留时间不超过一年；旅行目的不是就业和移民。

旅游活动是人类的生活需求之一，是较高品位和格调的消费方式，是精神追求和文化享乐的新型载体。经济越发达，社会越进步，外出旅游在现代人们生活需求结构中的地位就越发突出，



旅游是较发达社会评估生活质量的重要指标。

当然，有关旅游的定义还有很多，这里不再一一列举。

二、旅游的本质属性

旅游因其本质上的审美和自娱的规定以及活动构成上的特点而具有消费属性、休闲属性和社会属性。

（一）旅游的消费属性

人类的活动包括两大领域：生产领域和消费领域。生产领域肩负着物质生活资料和精神生活资料的生产的使命，而消费活动是出于维持个体生存、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活动成果的耗用。旅游在其全过程中不为社会也不为旅游者个人创造任何外在的可供消费的资料；相反，却吞噬着旅游者以往的积蓄和他人的劳动成果。即使在比较极端的情况下，如仅限于个人的流连山水，陶醉于大自然（而非人化）的美的恩赐，他也是在消磨本可以用于创造财富的生产时间。所以，旅游无疑是消费行为，不是生产行为。

旅游活动是人的生命长河中的一段插曲，因此旅游消费不会完全超脱一般的日常消费。然而，从消费的导向和构成以及各部分的意义上看，旅游消费确有不同于日常消费之处，突出地表现在重视精神内容、追求审美体验，甚至在某些方面表现出对日常生活消费的畸变，而这些均决定于旅游的本质规定性以及旅游所具有的外部特征。

（二）旅游的休闲属性

旅游所具有的休闲属性是由以下几个方面决定的：

1. 旅游的目的表现为借助各种可以娱情悦性的活动达到审美体验，这显然区别于为谋生而进行的劳动，也不同于为维持生存而必须从事的活动，如睡眠、吃饭、操持家务等，与出于社交目的而进行的应景往来也有区别。在旅游的全过程中，总是自然



开放的随意性和畅神自娱的目的性占据着主导地位，表现出与一切休闲行为相一致的品性。

2. 旅游是发生于自由支配时间的行为。虽然在自由支配时间中人可以从事任何乐于从事的事情，如参加劳动、睡大觉、沉迷于游戏、网络，但通常人们都利用自由时间从事一些积极的休闲活动，如文化学习、体育锻炼、文化娱乐、业余爱好、社会交往、旅游与消遣等。这些休闲行为从功能上看，显然与劳动有所不同，甚至在分享人生时间上还存在着矛盾。但二者在个人或集体生活中实际上具有同样性质的意义，发挥着互为前提的功能，是人类生活不可缺少的相互对应的两个方面。法国著名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，更是一种付出劳动的巨大努力，一种发挥个人主动性、想象力和创造性的行为；一种既不能出售也不能赢利的忘我的劳动。休闲是走出机械化这座地狱的大门，它能为每个家庭带来幸福，挣脱陋室的羁绊。”

与其他休闲方式相比，旅游在使用自由支配时间时有一个明显的特点，即要求用于旅游的自由时间具有相对完整性。这一内容我们将在第三章中详细探讨。

3. 从旅游的活动构成上看，旅游这种休闲行为实际上又是众多的休闲活动的再组合。换言之，旅游是生活的休闲阶段。旅游者在目的地停留期间，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、听广播和音乐、阅读书刊、聊天、室内消遣、体育锻炼、观看节目演出、参加俱乐部活动等。

（三）旅游的社会属性

以往人们在分析旅游的性质时，主要强调它具有的经济属性，或充其量认为旅游是一种“社会经济现象”。这种判断的依据是在旅游全过程中所离不开的消费（支付）行为。这在表面