

WENHUA LVYOU CHANYE DE YANJIU

文化旅游产业的研究

■ 孙亚辉 著



天津出版传媒集团

 天津科学技术出版社

文化旅游产业的研究

孙亚辉 著

天津出版传媒集团



天津科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

文化旅游产业的研究 / 孙亚辉著. —天津: 天津
科学技术出版社, 2017. 7
ISBN 978-7-5576-3588-6

I. ①文… II. ①孙… III. ①旅游文化—旅游业—研
究 IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第194574号

责任编辑: 方 艳

天津出版传媒集团

 天津科学技术出版社出版

出版人: 蔡 颢

天津市西康路 35 号 邮编 300051

电话 (022) 23332695 (编辑部)

网址: www.tjkjcbbs.com.cn

新华书店经销

天津午阳印刷有限公司印刷

开本 787×1092 1/16 印张 17.75 插页 1 字数 520 000

2017 年 7 月 第 1 版第 1 次印刷

定价: 48.00 元

简 介

旅游，在大众眼中是游山观水的感性认识，却缺乏了旅游审美层次的深入。它是由行为逐渐上升为产业的、由理论向社会学科方向不断深入发展的过程。因此，旅游不但是大众的感性认识，更是由感官到心灵再到精神的审美享乐过程。文化与旅游相结合也是旅游由浅入深、由起始到发展的必然进程。

我们将五千年的中国历史文化应用于旅游中，不仅深化了旅游的层次，更提高了它的品位，也延长了旅游产品的生命周期，丰富了内涵。本书对文化旅游的开发与发展分别从资源的现状与规划，发展的路径及开发模式等方面做了详细的解析。

前言

从本质上讲，旅游是一种文化现象，而文化即为旅游的灵魂。所以体验异域文化可以丰富人的阅历，满足精神上的享受，这是作为旅游产业研究的主要目的。不论是旅游主体的需要还是要求与文化内涵，都是经营者所需考虑的问题。只有让旅游者对文化旅游资源产生强烈的吸引力，才能满足他们最大限度的精神需求。所以把握好文化，已是旅游产业发展的关键，也是旅游界经典的议题。

对于文化旅游产业的研究问题，《文化旅游产业的研究》一书，分别从文化与旅游的概论、旅游开发与文化旅游的相关研究、传统旅游观与文化历程、文化旅游的开发、可持续发展的文化旅游、文化旅游的开发与规划、旅行社产品设计与开发的实践性探索及文化旅游与城市文化的发展研究方面进行阐述，更加突出了它具有实践与先进性的特点。

文化旅游产业倍受人们瞩目，以可持续的发展为战略目标，为文化旅游产业的发展与生存留下资源与空间，这种思想是人们面对生存环境威胁后的反思，也得到各界行业的支持。粗放式的旅游资源开发得不到合理利用，产生严重的损害，因此文中指出要高度关注可持续发展体系，以达到实现新的文化旅游产业的发展目的。

目 录

第一章 文化与旅游概论	1
第一节 文化的概述	1
一、文化的词源	1
二、文化的界定	2
三、文化的结构层次	2
第二节 旅游的起源	3
一、旅游的时空划分	3
二、现代旅游发展动因分析	6
三、旅游动机中的文化因素	10
四、旅游的文化本质	11
第三节 旅游文化的概述	14
一、旅游文化的属性	14
二、旅游文化的概念	16
三、旅游文化的特性	17
四、旅游文化的形成与发展	17
五、旅游文化研究 20 年	24
第四节 旅游文化学的研究	26
一、旅游文化学的研究对象	26
二、旅游文化学的意义	26
三、旅游文化学的学习与研究方法	27
第五节 旅游与文化的关系	28
一、文化与旅游要素关系	28
二、文化在旅游业发展中的意义	38
第二章 旅游开发与文化旅游的相关研究	41
第一节 旅游开发和对文化的影响	41
一、旅游开发及其前景	41
二、旅游开发现状	50
三、旅游开发对文化的影响	55
四、以丽江古城与凤凰古城开发案为例进行分析	59
第二节 文化旅游与旅游文化的区别	64
一、旅游文化	64
二、文化旅游	65
三、文化旅游与旅游文化二者的区别	66

第三节 文化旅游的目的构建	66
一、文化符号	66
二、旅游符号化	70
三、场所	72
四、场所精神	73
第三章 传统旅游观与文化历程	78
第一节 传统旅游观	78
一、儒家的旅游观	78
二、道家的旅游观	80
三、旅游是人自觉的文化活动	81
第二节 传统旅游类型	82
一、古代帝王旅游	82
二、商人的商务旅游	82
三、文人和士大夫的游学、游玩	83
四、民间的旅游	84
五、宗教旅游	84
第三节 中国旅游文化的历程	84
一、先秦时期的旅游	84
二、秦汉、魏晋南北朝时期的旅游	85
三、隋、唐、宋时期的旅游	87
四、元、明、清时期的旅游	89
五、近代的旅游	91
第四节 传统文化背景与旅游文化	95
一、中国传统文化及其对旅游文化的影响	95
二、西方传统文化及其对西方旅游者的影响	100
第四章 文化旅游的开发	109
第一节 文化旅游的概述	109
一、现代旅游	109
二、文化旅游	111
三、文化旅游的特征	113
四、文化旅游的功能	116
五、文化旅游的主题类型	118
第二节 文化旅游开发规划	119
一、资源的调研	119
二、资源开发可行性的研究	120
三、有关文化旅游开发的思考	120
四、资源的评价	121
五、开发规划原则	125
六、资源主题形象定位	126

七、文化旅游开发项目设计	129
八、文化旅游产品的市场推广	131
第五章 可持续发展的文化旅游	133
第一节 可持续发展与文化旅游	133
一、可持续发展理论体系	133
二、可持续发展与文化旅游开发的关系	138
第二节 可持续发展文化旅游的创造性开发	141
一、创造性开发概述	141
二、创造性开发思路	145
第三节 可持续发展文化旅游资源的保护	151
一、资源保护的意义	151
二、出现的问题	157
三、保护对策	161
第六章 文化旅游的开发与规划	165
第一节 历史文化旅游的开发	165
一、历史文化旅游	165
二、开发的现状	169
三、开发规划	171
第二节 民俗文化旅游的开发	180
一、民俗文化旅游	180
二、开发的现状	180
三、开发规划	181
第三节 宗教文化旅游的开发	184
一、宗教文化旅游	184
二、开发的现状	184
三、开发规划	185
第四节 园林文化旅游的开发	186
一、园林文化旅游	186
二、开发的现状	187
三、开发规划	187
第五节 建筑文化旅游的开发	187
一、建筑文化旅游	187
二、开发的现状	188
三、开发规划	188
第六节 文化旅游商品的开发	190
一、文化旅游商品	190
二、开发的现状	190
三、开发规划	191

第七章 民族文化旅游产品设计与开发的实践性探索	192
第一节 民族文化旅游	192
一、理论基础	192
二、开发研究背景	196
三、开发研究目的与意义	199
第二节 民族文化旅游开发的现状	200
一、国内外研究的进展	200
二、以大理、丽江为例民族文化旅游发展存在的问题	207
第三节 民族文化旅游开发规划	209
一、开发研究方法与路线	209
二、发展路径分析	210
三、开发路径	213
四、开发模式	220
第八章 文化旅游与城市文化的发展研究	225
第一节 研究的目的与意义	225
一、研究的目的	225
二、研究的意义	225
第二节 城市文化结构与路径	227
一、城市文化的演化	227
二、城市文化的内容	229
三、城市文化的特性	230
四、城市文化结构	232
五、城市文化的传承与创新路径	234
第三节 城市文化的资本价值	236
一、城市文化资源与资本	236
二、文化的产业化	238
三、文化旅游与城市文化资源化	242
第四节 城市中的文化旅游	245
一、城市中的文化旅游需求	245
二、城市中的文化旅游供给	246
第五节 文化旅游对城市的创新与影响	247
一、文化旅游对城市文化传承与创新的影响路径	247
二、文化旅游对城市文化发展的意义	250
第六节 城市文化旅游的发展	254
一、城市文化旅游的发展模式	254
二、城市文化旅游竞争力评价	258
三、城市文化旅游发展对策研究	259
结语	270
参考文献	271

第一章 文化与旅游的概论

第一节 文化的概述

自 19 世纪人类学、社会学、文化学及和文化有关的学科不断兴起之后,有关文化的定义便层出不穷。按照 1951 年《大英百科全书》的统计,世界上只在正式的出版物中予以文化所下的定义即达 160 种之多。迄今为止,已有 250 多种定义。可见文化现象十分复杂,对文化给予清楚又确切的定义是相当困难的。所以,为理解文化的含义进而解决其定义问题,可行的办法应是从“文化”词源上追溯其真实的含义及演变历程。

一、文化的词源

(一) 中文词源

“文化”一词在我国的一些文献中起初是分开出现的。“文”的本意为色彩交错,在《易·系辞下》中有“物相杂,故曰文”之说。“化”的本意是改变、变化之意。如《老子》中的“我无为而民自化”;《庄子·逍遥游》中的“北冥有鱼,其名为鲲……化而为鸟,其名为鹏”;《说文解字》中将“化”释为“教行也”,即改变人类原始蒙昧状态以及进行各种教化活动。“文化”最早联缀起来使用是在《易·贲卦·象传》中的“观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下”,这里“天文”指自然规律,“人文”指人伦社会规范,所谓“化成天下”含有教化天下人之意。从汉代开始,文献中正式出现“文化”一词。如刘向的《说苑·指武》中曰:“凡武之兴,为不服也,文化不改,然后加诛。”显然这里的“文化”是与“武力”相对应,是动词,具有“文治教化”之意。在中国古代其他文献中,例如《周易》《吕氏春秋》《史记》和《文心雕龙》等,都有许多关于文化现象的观察和文化含义的思索。

近代中国人所讲述的文化,则为 19 世纪末自日文转译过来的,它的内涵包括加工、修养、教育、礼貌及文化程度等多重意义。而随着时代的发展,文化的含义愈来愈丰富。

(二) 西文词源

在英文和法文中,文化一词为“culture”,它源于拉丁文的“cultura”,为动词,含有耕种、居住、练习、留心、注意和敬神等多种意思。由拉丁文派生出的英文和法文的“culture”、德文的“kultur”在 16、17 世纪逐渐由对树木、作物等的培育引申为对人类心灵、情操、风尚的化育。如今诸多的英文单词 agriculture(农业)、deep culture(深耕)、horticulture(园艺)中就可见其最初具有“耕作与作物培育、养殖”等意义。因此,“culture”首先被用来意指经过人们对田园的耕作,将原始的荒野变为稼禾繁茂的田园,也象征着人类文化生活的开始与演变。可见,西方文化含义的深化,源于人类的物质生产活动,逐渐引向精神领域的。由此,“culture”的外延逐渐扩大,内涵也逐渐丰富起来,渐渐接近了它的近代意义。

19 世纪中叶,一些新的人文学科如人类学、社会学、民族学等在西方兴起,文化的

概念也随之发生了变化,开始具有现代意义,并成了这些新兴学科的重要术语。最先把文化作为专门术语使用的是英国的“人类学之父”——爱德华·泰勒(1832—1917),他在1871年出版的《原始文化》一书中,把文化定义为:“从最为广泛的民族意义上看,文化或文明属于一个综合性体系。它主要包括知识、艺术、道德、信仰、法、习俗以及作为社会成员的人所学到的其他能力和习惯。”自此以后,西方学者为“文化”下了诸多定义,在定义中包括了“文化是人所创造的一切”“文化是物质价值和精神价值的总和”等观点,从不同的角度、不同的层面给文化作了界定。

二、文化的界定

由文化的词源我们了解到,中西方有关文化的含义是一个不断发展的过程,而因内涵的不确定性必然会造成外延的不确定性,所以很难给它下一个十分清楚而确切的定义。但综观文化的发展及其界定,可以将其分为广义的文化与狭义的文化两种。

(一) 广义的文化

广义的文化,又称“大文化”,主要重点在于人和自然的本质区分,认为凡人类有意识地作用于自然界与人类社会的一切活动及其结果,都属于文化。换言之,文化就是“人化自然”,即人类发挥其主观能动性,把人的智慧、创造性和感情注入自然,使自然成为被人所理解、沟通与利用的对象。梁漱溟是我国著名的文化学家,他曾提出:“文化,就是吾人生活所依靠之一切……文化之本义,应在经济、政治,乃至一切无所不包。”庞朴我国当代著名历史学家、文化史家、哲学史家、方以智研究专家,他主张从物质、制度和心理3个层面去把握文化要领和内涵。1999年版《辞海》将“广义文化”界定为“人类在社会实践过程中所获得的物质、精神的生产能力和创造的物质、精神财富的总和”。总之,文化应该说是包罗万象,在这个意义上引发深意,我们认为文化泛指人类在长期的历史发展过程中创造和形成的语言文字、性格特征、社会心理、传统道德、生活方式、思维模式及社会生产力水平等物质和精神要素及其相互作用的结果与表现。

(二) 狭义的文化

狭义的文化被称为“小文化”,它的意义主要是排除广义文化概念中有关物质性的部分,将文化限定在人类精神创造活动及其结果层面。上述爱德华·泰勒的界定就是狭义文化的界定。显然,狭义的文化是指人类创造的精神文明成果,它包括文字、文学、思想、学术和教育等精神领域。实际上,狭义的文化相当于广义文化中的精神财富。

三、文化的结构层次

(一) 文化结构层次的划分

关于文化的结构层次,有以下几种观点。

两分说:物质文化和精神文化。

三分说:物质文化、制度文化、精神文化。

四分说:物质文化、制度文化、行为文化(风俗习惯等)、精神文化(思想与价值等)。

(二) 各层次文化释义

1. 物质文化

物质文化是人类所从事的物质产品创造活动和它劳动产品的总和。由人类加工自然创造的各种器物,即“物化的知识力量”,构成物质文化层。它具有可感性的特征,即

它是有形的、具有物态实体的文化事物，是文化创造的物质基础及其表现。从文化的结构层次看，物质文化处于文化结构的表层。

2. 制度文化

制度文化是人在社会实践与人际交往中，为了处理与解决各种社会矛盾、调整人与人之间的社会关系而建立的各种社会规范、准则、法律的总和，是人创造的符合人生存的社会环境，以及人与人之间关系的规范和准则，包括经济制度、婚姻制度、家族制度、法律制度、宗教社团以及教育、艺术组织等。制度文化处于文化结构的中层。

3. 行为文化

行为文化是人在社会实践特别是人际交往中约定俗成的习惯与定势，表现在日常生活中的民风民俗是其常见形态，它具有鲜明民族性和地域性的行为特点。

4. 精神文化

精神文化为人类在长期社会实践与意识活动中创造、提炼同时升华出来的价值观念、审美情趣、宗教信仰与思维方式的总和。它是以观念形态呈现的文化现象，具有抽象性和相对独立性的特征，因而精神文化处于文化结构的深层。

需要说明的是，文化的各个层次实际上是一个有机整体，它们相互制约、相互影响、相互作用，并在一定条件下相互转化，因而互为表里，不能割裂。这里只是为了给分析文化内涵提供一个切入点，才分层论析。

第二节 旅游的起源

对于旅游是在怎样的社会背景和条件下产生和发展的这一问题，不同的学术流派有着不同的看法。关于旅行的历史考察，分析其社会历史背景最能体现旅游演变和旅游起源的时事特征。目前，对于旅游活动的发展历程，人们通常按时间顺序将其划分为古代旅游、近代旅游和现代旅游。然而帝王的巡行，15、16 世纪的航海及贸易等不同阶层不同目的的外出活动，也被归为了旅游现象，但是这些活动或是以治国安邦为目的，或是以生产经营为目的，又或是以掠夺和开拓市场为目的，并非出于自己对目的地别样生活的向往，并没有真正触及旅游的实质。因此，将其笼统地归为旅游活动是有待商榷的。为了正确而全面地认识旅游的产生与发展。我们将分别从社会的不同发展阶段来进行分析。

一、旅游的时空划分

（一）原始社会（距今 1 万年前）

在距今 1 万前的原始社会，人类主要是以采集和捕鱼作为自己的主要生存方式。人类，仅仅是自然的一个组成部分，很大程度上受制于自然。人类出于生存的需要，不断地选择和寻找新的能够生存的地方。此时的迁徙活动，带有很强的被迫性和求生性。例如鱼类洄游、候鸟南迁北移、兽类因气候变异而成群迁徙，这属于动物在本能驱使下对自然环境做出的反应。原始的人类迁徙不过是这种动物性本能的延伸，与现代的旅游活动相比有着本质的差别，这样的迁徙只能算是人类的空间位置的移动，而与旅游毫无关系。因此，“原始人类从一地到另一地的迁徙都是因自然因素及特定人为因素而被迫进

行的，是因生存的需要，原始人类迁徙活动的被迫性和求生性都说明它们不同于现今意义上的旅游”。

（二）农耕社会时期（近1万年前—18世纪）

在这段历史时期，人类社会正处于从小生产自给经济转化为大生产市场经济的过程中，人类开始从被动地在大自然中摄取食物变为主动地利用自然资源去创造食物，并在这一过程中大大提高了农业生产技术和生产率，促使农业社会最终形成。农业社会中，人们将土地作为最基本的生产和生活资料，农村人口是社会人口的主体。由于农村居民日出而耕、日落而息的生活方式以及较强的定居性特点，人们在主观上缺乏对旅游的需求；同时，农业生产率的不断提高、农业剩余产品的不断增多以及社会大分工使得手工业和商业逐渐从农业中分离出来。为了实现产品的交换，商人需要到异地从事贸易活动，而这样的贸易活动并不是真正意义上的旅游，而是商人以商品交换为目的的、单纯的经济活动，其本身就是一种谋生行为，并非因主观上想要得到消遣、娱乐和放松。因此，在全世界各地，商务活动作为当时最主要的活动形式之一，也并非是真正意义上的旅游。中国在这个历史阶段经历了“盛唐时期”和“资本主义萌芽”两个封建经济发展的高峰时期。在这两个时期，虽然出现了如帝王出巡、官吏宦游、士人漫游、买卖商游、节庆会游等活动，但这些活动只是少数人的享乐性旅行，并不具有社会意义。并非是因当时社会普遍富裕而出现的广泛活动，既没有普遍的社会需要，也不是一种广泛的生活形态。

当然，我们并不否认在农耕社会同样存在着旅游现象，“就整个世界而言，人类有意识地外出旅行活动应始于原始社会末期”。例如，黄帝打败炎帝后巡游天下，“东至于海，登丸山，及岱宗。西至于空桐，登鸡头。南至于江，登熊、湘。北逐荤粥，合符釜山，而邑于琢鹿之阿，迁徙往来无常处……”；又如，具有“欲肆其心，周形于天下，将皆必有车辙马迹”远游思想的周穆王也是早期出游的帝王之一，他的行迹遍及我国西北地区。再如，文人、士大夫或因怀才不遇，或因逃避现实而进行的山水游历，著名的文学家李白“一生好入名山游”，望庐山瀑布中写下“日照香炉生紫烟，遥看瀑布挂前川，飞流直下三千尺，疑是银河落九天”的著名诗句。唐代陈子昂曾任右拾遗，写下的《登幽州台歌》中就有“前不见古人，后不见来者”的千古绝句。

综观整个农耕社会，我们不难得出，由于土地为基本的生产、生活资料，农村人口为社会人口的主体，当时人们惯有的生活方式使其缺乏对旅游的需求；而作为社会最主要的外出活动——经商，只是一种追求商品交换与贸易的纯粹的经济活动，其目的是为了谋求生存，并没有表现出商人对旅游的主观愿望。所以，此时的商业活动并不能作为旅游活动来研究；此时具有外出享乐、游览动机的旅游者只集中于皇室、贵族、官僚和僧侣等特权阶级，如国家、城邦之间的遣使互访，统治阶层有关人士的出外游玩、享乐旅行、朝圣，文人、显贵、名流的游历以及殖民、探险等活动。他们享有充裕的自由时间与不劳而获的巨额财富，但是他们仅仅只是社会当中极少数的组成部分，因此旅游并没有得到真正的发展和普及，不具有普遍的社会意义。

（三）工业社会时期（18世纪以后）

欧洲在中世纪末发起的文艺复兴运动带来了欧洲人文主义思想的大解放，为后来工业革命的发生做好了物质和精神准备；而18世纪70年代在英国发生的工业革命则在社

会财富和观念意识两方面为现代旅游现象的出现做好了准备。18 世纪后的旅游分为旅游成长阶段和旅游发展阶段。

1. 旅游成长阶段——近代旅游

1841 年 7 月 5 日, 英国人托马斯·库克以包租火车的方式组织 570 人从莱斯特前往洛赫伯勒参加当地的禁酒大会, 往返 24 英里。与以往利用火车进行团体旅行不同的是, 托马斯·库克不仅事先联系铁路局以每人 1 先令的低廉票价发售了往返车票, 而且还提供了含住宿、全程陪同等在内的包价旅游服务。此次活动的成功使托马斯·库克萌生了强烈的旅行代理意识。1865 年, “托马斯·库克父子公司”成立, 全面拓展旅游业务。托马斯·库克以其卓越的贡献被誉为“世界旅游业之父”。紧随着托马斯·库克旅行社发展的脚步, 欧洲和世界其他国家也相继成立了专业性经营旅游业务的旅游公司。

由此可见, 欧洲产业革命的完成及其所引发的一系列重大社会经济变革, 为近代旅游的产生与成长提供了物质条件和精神基础。例如, 铁路、轮船时代的到来极大地减少了旅途时间, 使出行变得快捷而舒适; 工业城市聚落的出现使人们对程式化的生活感到厌倦等。到了 19 世纪, 因旅游目的而外出的人数大量增加, 超过商务出行, 成为主流。旅游专业经济组织如雨后春笋般地出现, 产业雏形基本形成, 旅游活动成为社会普遍的经济文化现象。

2. 旅游发展阶段——现代旅游

在第二次世界大战结束后的 60 年间, 和平稳定的国际局势、迅速发展的世界经济和突飞猛进的科学技术为旅游及旅游业的持续增长提供了环境前提和物质保障; 生产自动化水平的提高使普通劳动者的闲暇时间延长; 城市化的日渐扩大促使更多人群产生了旅游的愿望; 特别是各国政府认识到旅游的经济价值和社会价值后, 出台了各种倾斜性政策和鼓励措施, 促进了旅游业的全面发展。以上各种因素都使世界旅游的发展发生了前所未有的巨大变化: 第一, 现代旅游已成为一种大众性的活动, 成为各阶层人们生活的组成部分; 第二, 旅游业成为世界上最大的产业, 显现出旺盛的发展势头, 并成为很多国家和地区的“支柱产业”; 第三, 旅游的社会文化影响日趋增大, 成为各地文化交流的主要手段之一, 并呈现出影响文化发展方向的趋势。

从现代旅游及旅游业的发展趋势看, 现代旅游业已成为一个出售经历和体验的行业。早在 20 世纪 80 年代, 美国未来学家约翰·奈斯比特 (John Naisbitt, 2003) 在《大趋势》一书中就曾预测: “电信通讯、信息技术和旅游业是 21 世纪服务产业中经济发展的原动力。”另一位美国著名未来学家阿尔温·托夫勒 (Alvin Toffler, 2006) 在《未来的冲击》中大胆预言: “来自消费者的压力和希望经济继续上升的人的压力将推动技术社会朝着未来体验生产的方向发展……服务业最终还是会超过制造业, 体验生产又会超过服务业……体验工业可能会成为超工业化支柱之一, 甚至变成服务业之后的经济的基础。”约瑟夫·派恩 (B. Joseph Pine, 1999) 和詹姆斯·H. 吉尔摩 (James H. Gilmore, 1999) 提出了体验经济时代的来临, 宣告继产品经济和服务经济之后, 又一种新的经济形态——体验经济, 将渐成主流。而旅游业是与生俱来的体验经济, 属于天然的、名副其实的体验经济, 行业。在派恩与吉尔摩看来, 人类的体验可分成娱乐、教育、逃避现实和审美 4 个部分, 而这 4 个部分无一不和旅游紧密相关。派恩认为“体验工业的产生是继农业、工业和服务业之后又一个划时代的社会”。

根据联合国世界旅游组织（UNWTO）公布的统计数据，从第二次世界大战后到 20 世纪末的半个多世纪中，“国际旅游活动从战后初期 1950 年的约 0.253 亿人次，发展到 2014 年的约 11.38 亿人次，增长了约 45 倍。国际旅游收入也由 1950 年的约 21 亿美元飙升至 2014 年的约 9051 亿美元，增长了近 431 倍。2015 年，即使企业在多种影响旅游业的可变因素作用下，全球旅游市场增幅仍达到 3%~4%。旅游业越过石油、汽车及钢铁等传统工业，成为世界上的“第一大产业”。

二、现代旅游发展动因分析

现代旅游的形成基础包括精神和物质两个方面。社会成员普遍具有旅游欲望，势必促成现实的和潜在的旅游需求。而客观物质条件则决定了大众化旅游的当前规模和基本形式。

（一）旅游动机——实现个人旅游需求的主观条件

旅游者是指旅游活动的主体，是旅游业赖以生存和发展的关键。旅游动机是引发主体产生旅游活动的直接动因，所以旅游者的旅游动机系旅游业发展的重要信息来源与导向，旅游动机直接影响旅游市场预测、旅游活动策划、旅游资源开发、旅游产品定位、旅游服务方式等旅游运作过程中的各个环节。

动机（motivation），简单来说就是推动人从事某件事情的念头或愿望，是行为产生的原因或动力。凡是引起个体去从事某项活动并使活动指向定目标，以满足个体需要的愿望或意志，都可以叫作这一活动的动机。换句话说，动机就是激励个人做出某种行为的内在驱动力。从心理学上来讲，动机能够激励和维持人的行动，并将行动导向某一目标，以满足个体某种需要的内部动因。动机是个体内在的过程，个体最终所产生的行为是这个内在过程的结果。从定义中可以看到，动机的产生需要具备两个条件，一个是能引起个体内部不平衡状态的内在需要，另一个是能激起个体为满足需要而产生行为的外在诱因。动机由需要与诱因共同组成，动机的强度或力量既取决于需要的性质，也取决于诱因力量的大小。由于个体的差异性以及需求和诱因的差异性，动机也是多样性的。

动机和需要之间存在着密切的关系。一个人的行为动机总以满足自己的某种需要而产生的，动机是需要的表现形式，有什么样的需要就会产生与之相呼应的行为动机。

基于动机和与需求之间的关系，我们再来分析一下什么是旅游动机。旅游动机是为了满足什么需要？旅游动机是直接推动人离开居住地行使旅游活动的内部动因或动力，是激发人们外出旅游的内在驱动力，也是促使一个人有意于外出旅游以及选择到何处去、开展何种旅游活动的心理动因。

旅游动机的产生和人类的其他行为动机一样都来自人的内在需要，并且要受旅游者个体状况及社会环境等外在诱因的影响，例如旅游者的经验、经济收入、文化水平、闲暇时间，还有广告宣传、口碑等各种外在诱因。也就是说，个体只有在具有外出旅游的需要的条件下，同时满足一定的客观条件，才能产生旅游动机，从而最终推动主体进行旅游活动。

此次，我们主要选取马斯洛的需要层次理论进行旅游动机分析。依据个体发动和维持旅游行为的能动心理去研究人们泛化意义上的旅游愿望、旅游兴趣和旅游意图（目的）。美国心理学家马斯洛在出版的《调动人的积极性的理论》一书中提出了人类的“需要层次理论”，指出人的基本需要呈现递进关系的 5 个层次。

1.生理需要 (physiological needs)

人的最基本的需要, 包括对食物、氧气、水、睡眠等的需要。

2.安全需要 (safety needs)

包括在社会环境中的人身安全需要, 秩序与稳定。

3.社交的需要 (social needs)

包括社交、情感方面的需要。

4.受尊重的需要 (esteem needs)

包括威信、成功、受人尊重的需要。

5.自我实现的需要 (self-actualization needs)

包括实现自我的潜能、充分发挥个人能力的需要。

马斯洛认为, 人的需要总由低级到高级呈上升的趋势, 高级需要的出现要以低级需要的满足为条件。当一个人的低级需要得到满足后, 追求高一级的需要才能成为推动行为的动力。马斯洛也认为, 低级层次的需要(生理、安全)可以通过外部条件得到满足, 而高级层次的需要(社交、获得尊重、自我实现)必须从自身内部获得满足, 而且需要越是得到满足, 就越会对人的发展产生激励作用。

马斯洛的需要层次理论为理解人们旅游动机的产生、旅游者的旅游行为提供了理论依据。仍处于解决生理、安全需求状况的人们一般不会萌发旅游的动机, 旅游是一种较高层次的需求, 是人们为了更好地认识世界、认识自己的一种意愿行为, 是社交、获得尊重及自我实现的一种重要途径。需要越往高层过渡, 旅游需要的量值就越大、越丰富。我们可以设想, 在阶梯形的需要层次结构图中, 旅游需要将呈现出倒阶梯形的图形与之重叠。

旅游让人们拥有更广阔的见识并结识更多的朋友, 开阔的眼界又为旅游者赢得更多的尊重。旅游者的收获是通过旅游挑战自己、重新认识自己、实现自我。因此, 旅游是一种高层次的需求, 是能够让人们自我满足的重要途径; 同时, 旅游的魅力也不断地激发越来越多的人通过旅游来完善自我。

借用马斯洛的需要层次理论研究旅游行为, 我们可以把人对普遍意义上的旅游需求归结为 5 种需要的集中体现。例如, 旅游活动中的餐饮、住宿等需要属于第一层次——生理需要。旅游地应有安定的政治局面, 旅游地及旅途上要有必要的人身安全保障, 这是第二层次——安全需要。旅游可以提供较平时更多的社交机会, 人们可以进行与以往不同的情感交流, 这适合第三层次——归属和爱的需要。如果旅游者不能确认在旅游过程中可以得到他人的尊重, 恐怕其数量就远不如现在这样庞大。因此, 期望在旅游中获得尊重相关于第四层次——尊重的需要。旅游提供了特殊的自我价值实现的机会。事实上, 人们寻求冒险旅游的心理基础主要为自我实现。这正符合第五层次——自我实现的需要。所以, 通过旅游活动与马斯洛理论的对照, 我们可以发现旅游具有满足人的需要的特殊功能。

对旅游动机的研究实际上是对旅游者心理的研究。旅游者心理的复杂性直接导致了旅游动机的复杂性。而旅游动机来源于人的基本需要, 因此基本需要的多样性又决定了旅游动机的多样性。由于旅游形式、内容的多样性, 不同学者对旅游动机的研究结果也比较纷繁。国外研究中比较具有代表性的研究者有罗伯特·麦金托什, 他通过实证研究,

把旅游动机分为 4 大类，即“追求身体健康的动机、精神需求的动机、交际的动机、科研与求和的动机”；田中喜一也把旅游动机分为心情的动机、身体的动机、精神的动机和经济的动机 4 大类。世界旅游组织将旅游动机归纳为“消遣与更换环境、休息和松弛、寻求赏心悦目的环境、人际关系、在某些活动中露面以表现自己和发挥创造才能、对外部世界的好奇心、运用感觉器官的乐趣、游乐等。”

罗伯特·麦金托举例旅游的动机为：追求健康的动机，包括休息、运动、游戏、治疗等；精神需求的动机，包括艺术、风俗、语言、宗教。交际的动机，包括在异地结识新朋友、探亲访友、摆脱日常工作及家庭、事务等；科研与求知的动机，包括考察、交流、会议、求学、从事个人兴趣研究等。

随着我国逐步走向小康社会，大众旅游市场的发展进一步激发了旅游者的旅行需求。人均 GDP 的增长以及闲暇时间的增多进一步引发了旅游动机的多样化及向更高层次的发展。目前，常见到的旅游动机有：工作之余的放松、逃避压力、自我价值实现、增强家庭的亲情关系、寻找性接触机会、提升威信与威望、希望加强社会关系的了解与互动、愿望的实现、购物需求的满足、获取经历与体验、社会知识增长的需要、渴望了解异文化的生活习俗、个人化的社会炫耀、趋从时尚等。约翰·托马斯把这些旅游动机分成了 18 个种类。

表 1-1 旅游动机分类

教育和文化方面	(1) 观察别的国家人民是怎样生活、工作和娱乐的 (2) 浏览特别的风景名胜 (3) 更多地了解新鲜事物 (4) 参加一些特殊活动
疗养和娱乐方面	(5) 摆脱每天的例行公事 (6) 过一下轻松愉快的生活 (7) 体验某种浪漫生活
种族	(8) 访问自己的祖籍、出生地 (9) 到家属或朋友曾经去过的地方
其他	(10) 气候 (11) 健康 (12) 体育活动 (13) 经济方面 (14) 冒险活动 (15) 取得一种“胜人一筹”的本事 (16) 适应性（不落人后） (17) 考察历史 (18) 了解世界的愿望

旅游动机的丰富也激发了旅游产品的创新。近年来，乡村游、影视游、购物游、分时度假等不断丰富大众旅游市场，旅游者又会受到大众市场的激发产生新的旅游动机。因此，可以说旅游动机的研究是一个复杂的、动态性的研究，旅游企业需要根据不同群体、不同目的地和不同情境下的旅游动机，为旅游管理、市场策划做出正确的决策方案。