



旅游学导论

● 主编 雷晓琴 谢红梅 范丽娟



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

高等职业教育“十三五”创新型规划教材

旅游学导论

主 编 雷晓琴 谢红梅 范丽娟
副主编 朱国铭 肖 文 龚晓青

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游学导论/雷晓琴, 谢红梅, 范丽娟主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2018. 9 (2018. 10 重印)

ISBN 978-7-5682-6346-7

I. ①旅… II. ①雷…②谢…③范… III. ①旅游学-高等学校-教材 IV
. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 210072 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 /

开 本 / 710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 / 11.5

字 数 / 206 千字

版 次 / 2018 年 9 月第 1 版 2018 年 10 月第 2 次印刷

定 价 / 29.80 元

责任编辑 / 张慧峰

文案编辑 / 张慧峰

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李 洋

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

前言

2014年8月21日,国务院颁布了《关于促进旅游业改革发展的若干意见》(国发〔2014〕31号),从树立科学旅游观、增强旅游发展动力、拓展旅游发展空间、优化旅游发展环境、完善旅游发展政策等多个方面提出了对我国未来一段时期旅游发展的具体要求,并明确到2020年境内旅游总消费额达到5.5万亿元,城乡居民人均出游4.5次,旅游业增加值占国内生产总值的比重超过5%的目标,这意味着国家为把旅游业打造成战略性支柱产业制定了时间表,也拉开了我国新一轮旅游发展的序幕。这就要求旅游产业在新的发展态势下,要更加注重与其他产业的融合,更加注重创造新的旅游发展模式,更加注重创造旅游消费需求和引领旅游消费潮流,并且要不断提升旅游者的消费体验,才能使传统的旅游业转型升级为现代服务业。旅游发展创新的前提之一便是拥有高素质的旅游专业人才。因此,培养既具有扎实理论基础,又熟练掌握实践技能的旅游专业人才成为目前旅游专业职业教育的当务之急。

在此背景下我们编写这本书,一方面是为了适应当前高校教育教学改革的需求,满足中国旅游业对多层次旅游专业人才的需要,帮助我国职业教育旅游专业学生和从业人员掌握先进的知识和技能;另一方面,以旅游产业最新发展动态为导向,以强化学生的市场化视野。

为了适应旅游管理教学改革的特点,本书以旅游学的研究对象为主线,既注重对旅游学的基本原理的阐述,又将当前旅游业发展中的热点问题和实践经验融入其中,突出新颖性和职业性。在编写时,我们既注意将旅游学中容易混淆的相关概念进行辨析,以帮助读者能够更好地理解旅游的基本概念;又加入了旅游餐饮、旅游购物等容易被传统教材所忽略的内容,力求让读者能够全面认识旅游学所涉及的研究对象。此外,本书还系统地阐述了智慧旅游、“互联网+旅游”以

及全域旅游的相关概念，并结合互联网时代的特点对我国旅游业未来的发展趋势进行了探讨，有助于读者紧跟现代旅游业发展的时代步伐。

本书共分8章，从旅游者、旅游业、旅游产品、旅游目的地、旅游市场、旅游影响、可持续旅游发展、旅游的发展模式以及旅游业的未来发展趋势等领域探讨了旅游学的基本概念，原理和方法，并列举了大量的真实案例作为知识补充。

本书由雷晓琴、谢红梅、范丽娟担任主编，朱国铭、肖文、龚晓青担任副主编，在编写过程中查阅并借鉴了国内外大量关于旅游理论的文献材料、著作和论文，并得到了许多兄弟院校的大力支持与帮助，在此一并表示感谢。由于编者水平有限，书中不足之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

编 者

目 录

第一章 旅游活动	(1)
第一节 旅游的概念	(2)
一、定义旅游的两种方法	(2)
二、旅游的基本内容	(4)
三、本书对旅游的定义	(5)
第二节 旅游活动的类型	(5)
一、旅游类型	(5)
二、国内旅游与国际旅游的比较	(6)
第三节 旅游活动的本质	(7)
一、旅游的审美本质	(7)
二、旅游的社会本质	(8)
三、旅游的生理本质	(9)
第四节 旅游的社会属性	(10)
一、旅游是社会经济到一定阶段的产物	(10)
二、旅游是社会政治、文化的产物	(11)
第五节 现代旅游活动的特点	(12)
一、综合性	(12)
二、大众性	(12)
三、持续性	(13)
第二章 旅游的产生与发展	(16)
第一节 旅游的历史分期	(17)
一、古代旅游 (19 世纪 40 年代以前)	(17)

2 旅游学导论

二、近代旅游（从 19 世纪中叶到第二次世界大战结束）	（ 18 ）
三、现代旅游（第二次世界大战结束到现在）	（ 18 ）
第二节 19 世纪以前的旅游活动史话	（ 19 ）
一、位移与迁徙——人类的生存抗争	（ 19 ）
二、商旅——新的生存方式的选择	（ 20 ）
三、旅行——新的生活方式的出现	（ 21 ）
第三节 近代旅游和旅游业的开端	（ 24 ）
一、近代世界产业革命是旅游业形成和发展的催化剂	（ 24 ）
二、交通运输是旅游业发展的前提	（ 25 ）
三、托马斯·库克与现代旅游业的诞生	（ 26 ）
第三章 旅游者	（ 29 ）
第一节 旅游者的界定	（ 30 ）
一、国际旅游者	（ 31 ）
二、国内旅游者	（ 33 ）
第二节 旅游者形成的客观条件	（ 36 ）
一、收入水平	（ 36 ）
二、闲暇时间	（ 38 ）
三、其他影响因素	（ 39 ）
第三节 旅游者形成的主观条件	（ 41 ）
一、旅游需要	（ 41 ）
二、旅游动机	（ 42 ）
第四节 旅游者的类型及其特点	（ 46 ）
一、旅游者类型划分的标准和意义	（ 46 ）
二、划分旅游者的基本类型	（ 47 ）
三、不同类型旅游者的基本特点	（ 47 ）
第四章 旅游对象	（ 51 ）
第一节 旅游资源	（ 52 ）
一、旅游资源的定义	（ 52 ）
二、旅游资源的产业意义	（ 54 ）
三、旅游资源的分类	（ 55 ）
四、旅游资源的特点	（ 57 ）
五、旅游资源的结构功能	（ 59 ）
六、旅游资源开发	（ 60 ）

第二节 旅游设施	(64)
一、旅游设施的分类	(64)
二、旅游设施与旅游资源的关系	(65)
三、旅游设施建设的原则	(65)
第三节 旅游服务	(66)
一、服务是旅游业的核心产品	(67)
二、旅游服务的定义	(67)
三、旅游服务的特点	(68)
四、旅游服务的质量	(69)
第五章 旅游业	(71)
第一节 旅游业的概念	(72)
一、什么是旅游业	(72)
二、旅游业的构成	(74)
三、旅游业的性质	(75)
四、旅游业的基本特点	(76)
第二节 旅行社	(77)
一、旅行社的定义	(77)
二、旅行社的分类	(78)
三、旅行社在旅游业中的作用	(80)
四、旅行社的业务	(81)
五、我国旅行社的发展现状	(84)
第三节 住宿业	(85)
一、住宿业的性质	(85)
二、住宿业的作用	(86)
三、住宿业的类型	(88)
四、住宿业的等级	(88)
第四节 旅游交通	(90)
一、旅游交通在旅游业中的作用	(90)
二、现代旅游交通的主要形式	(92)
第五节 旅游景区(点)	(94)
一、什么是旅游景区(点)	(94)
二、旅游景区(点)的类别	(95)
三、我国旅游景区(点)的质量等级划分与评定	(97)
四、旅游景区(点)在旅游业中的地位	(98)

4 旅游学导论

第六节 旅游业的产品	(98)
一、什么是旅游产品	(98)
二、旅游产品的特点	(99)
第六章 旅游市场	(102)
第一节 旅游市场概述	(104)
一、市场与旅游市场	(104)
二、旅游市场的特点	(105)
三、旅游市场的构成要素	(107)
四、旅游市场细分	(109)
第二节 旅游客流及其规律	(111)
一、什么是旅游客流	(111)
二、国际旅游客流规律	(111)
三、世界国际旅游客流的特点	(112)
第三节 我国的旅游市场	(112)
一、入境旅游市场	(112)
二、我国在国际旅游市场竞争中存在的问题	(115)
三、国内旅游市场	(117)
四、出境旅游市场	(120)
第七章 旅游活动的影响	(124)
第一节 旅游活动的经济影响	(125)
一、积极方面的影响	(126)
二、消极方面的影响	(130)
第二节 旅游的社会文化影响	(132)
一、积极方面的影响	(133)
二、消极方面的影响	(135)
三、正确认识旅游的社会文化影响	(137)
第四节 旅游的环境影响	(139)
一、旅游与环境的关系	(139)
二、积极方面的影响	(139)
三、消极方面的影响	(140)
第五节 旅游可持续发展	(141)
一、可持续发展理论的由来	(141)
二、可持续旅游发展的内容	(142)

三、实现可持续旅游发展的关键	(143)
第八章 旅游业的未来发展	(146)
第一节 旅游业发展面临的挑战	(148)
一、当前我国旅游业发展存在的问题	(148)
二、传统旅游业面临新的挑战	(149)
第二节 科技发展对旅游业的影响	(150)
一、智慧旅游	(150)
二、旅游与“互联网+”	(153)
第三节 大数据时代下我国旅游业发展的新趋势	(154)
一、“非标准住宿”引起生活新消费，成为旅游经济新触点	(154)
二、度假市场成兵家必争之地，OTA 具体布局催生并购	(155)
三、酒店业抱团取暖成趋势，进军国际市场打造国际化企业	(155)
四、传统旅游产业转型升级，旅游产业线上线下加速融合	(155)
附：《中国旅游资源普查规范》	(157)
参考文献	(170)

从城镇菜市场直接购买；产品单一、形式单调、文化含量不足等弊端已经严重影响了乡村游的质量与发展。

1. 千篇一律，没有特色

乡村游，游的就是一种乡土文化，享受的是一种乡土乐趣。可如今，“土”的东西越来越少了，乡村游名义上是游乡村，实质上却在自觉不自觉地“游城市”。

2. 贪大求洋，竭泽而渔

先说“贪大”。很多乡村游从一开始就是以挣钱为目的，因此，本来比较适合小型化发展的乡村游，也急功近利地采取大规模经营。本来乡村的资源是有限的，比如说人们津津乐道的土鸡、土蛋，因为乡村游的规模变“大”了，这些带着“土”字的东西就相对变少了，一些不法经营者便以假充真，有时候干脆从大商场里买东西卖给游客。

再说“求洋”。一些乡村游的经营者，为了挣钱，对游客百般迎合，甚至大拆大建，令乡村越来越城镇化。

3. 原汁原味不可复制

乡村游要在挖掘乡村的特色上下功夫，真正让乡村游保持原汁原味。

讨论：通过上述案例，试述乡村旅游今后的发展趋势及所面临的问题。

第一节 旅游的概念

一般人理解的旅游，包含了旅游活动和旅游业两个概念。前者是从需求的角度解释，后者是从供给的角度理解。这就是我们常常说的理论性定义和技术性定义。

一、定义旅游的两种方法

对旅游概念的定义有两种方法：理论性定义和技术性定义。理论性定义（或者叫概念性定义）是用逻辑思维的方法（演绎与归纳）给事物定义，是为了探究旅游活动最本质的特征，发生、发展的原因、趋势和规律。技术性定义是用技术的方法（调查统计）给事物定义，这种定义大都根据人们离家外出的活动目的，在目的地停留的时间以及其他一些可能的标准去界定旅游者的范畴。所以，前者更看重旅游的“休闲、娱乐、精神享受”等接近本质的内容；后者只看重广义旅游的经济推动作用和对社会的影响效果。

1. 理论性定义

“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

会导致长期居住，并且不涉及任何赚钱的活动。”这是瑞士学者汉泽格尔和克拉普夫在1942年就提出来的，后来在20世纪70年代为“旅游科学专家国际联合会”（International Association of Scientific Experts in Tourism）所采用，该组织英文缩写为“Aiest”，中文译为“艾斯特”。

艾斯特定义阐明了旅游的以下本质。

（1）流动性。旅游产生于人们的外出运动和在不同地方或目的地的逗留活动。所以从严格意义来讲，在家里或在附近的休闲活动就不能算旅游。如郊区野炊。

（2）相依性。指的是“旅”与“游”的相互依赖性。两个因素缺一个都不是现代意义的旅游。有“旅”无“游”是出差，有“游”无“旅”是娱乐，是休闲。

（3）异地性。旅行和逗留发生在游客常居环境或定居、工作之外的地方。因此，旅游活动所带来的表现和结果与在居住地定居和工作的活动截然不同。旅游活动表现出自由、休闲、新奇，在乎过程中的体验，少有责任感。

（4）暂时性。前往旅游目的地的活动是临时的、短暂的，最终是要回到原住地去的。

（5）非定居性和非就业性。旅游不是为了在访问地定居和就业。

这个定义将旅游活动与人类其他社会活动区别开来，属于理论性的定义。

2. 技术性定义

联合国的“官方旅行机构国际联合会”（AIGTO）认为：

旅游是指到一个国家访问，停留时间超过24小时的短期游客，其旅游目的属于下列两项之一：

（1）悠逸（包括娱乐、度假、保健、研究、宗教和体育运动）；

（2）业务、出使、开会等。

这个定义是一个国际旅游的定义。很显然，从逻辑上说，这个定义不够严密，但明显地出于技术性需要，是为了调查与统计的可操作性，属于技术性的定义。

3. 两种旅游定义的关系

前一种定义称为狭义的旅游概念，后一种定义称为广义的旅游概念。在学习本课程过程中应该怎样去理解两个概念的关系呢？这就要看我们学习的目的和目标是什么。前文提及，现代社会对旅游活动关注和研究的动力是经济，是市场，是产业，这也是我们学习的目的和动机。所以，我们更倾向于从广义的立场去理解旅游。理由如下：

（1）任何有目的的旅行常与休闲消遣相伴。公务旅行和商务旅行大多伴随

着消遣旅游活动。旅途过程的消遣旅游活动符合狭义旅游活动的特征——异地性、非定居性、非职业性、消遣性。所以不能排除在旅游活动之外。

(2) 任何旅行活动都有旅游经济意义。出于任何目的到非长住地（国）访问，对接待地（国）都有经济贡献和社会影响，对接待地（国）有旅游经济或产业的意义。

(3) 世界共识。国际组织公认事务（包括公务、商务等）访问者应纳入旅游统计人员的范围内。

二、旅游的基本内容

其一，旅游学研究的范围。旅游学研究的范围包括旅游者、旅游活动、为旅游活动服务的经营产业、旅游活动和旅游业对旅游目的地的影响——经济影响、社会影响、文化影响、政治影响等。

其二，定义内容的因果关系。旅游者的旅游活动是因，旅游业及其对旅游目的地的影响是果。旅游业及其对旅游目的地的影响是由旅游活动引起的。反过来，又对旅游活动和旅游者有反作用的影响。旅游地开发的成败、人员的素质对旅游者的兴致、未来出游地的选择、出游的决策有助（或败）兴的作用。

其三，“非就业性”的解释。定义中的旅游活动是“不牵涉任何赚钱的活动”。指的是旅游者出游的非就业性质。这里表述了旅游活动有别于人类其他社会活动的排他性的规定，强调旅游活动的休闲性、消遣性。这就容易把现代旅游概念中的“会议旅游”“商务旅游”“会展旅游”等广义的旅游经济现象排斥在外。

应该这样理解。休闲性、消遣性肯定是旅游活动最本质的特征。狭义的旅游自然包含在内。而跨地区的会议旅行、商务旅行，甚至政治旅行等往往附带地计划了消遣、观光的内容，这个内容自然符合“非就业性”的特征。即使其动机是非“非就业性”的，其异地流动的消费，也增加了旅游目的地的经济收入，影响了社会和文化。所以从技术的层面讲，也应看作是旅游。（参见表 1.1）

表 1.1 2015 年国际旅游游客人数及收入

年份	旅游人数/万人次		变化率/%		旅游接待收入/ 千万美元		变化率/ %	
	2014	2015	15/14	14/13	2014	2015	15/14	14/13
全世界	546 269	567 033	3.8	5.4	346 703	341 682	7.2	10.4
非洲	18 477	18 800	1.7	0.7	6 530	6 915	5.9	8.5

续表

年份	旅游人数/万人次		变化率/%		旅游接待收入/ 千万美元		变化率/ %	
	2014	2015	15/14	14/13	2014	2015	15/14	14/13
美洲	107 176	111 944	4. 4	3. 0	84	95 239	0. 2	4. 8
东亚及太平洋地区	76 973	83 624	8. 6	10. 6	61 990	69 349	11. 9	18. 7
欧洲	329 819	337 240	2. 3	5. 1	174 811	189 820	8. 6	11. 0
中东	9 875	11 041	11. 8	10. 0	5 129	6 653	29. 7	6. 8
南亚	3 949	4 384	11. 0	11. 0	3 159	3 706	17. 3	13. 1

* 资料来源：世界旅游组织，2015 年

三、本书对旅游的定义

旅游是非定居者出于和平目的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。

第二节 旅游活动的类型

一、旅游类型

对一个事物进行类别划分，不同的目的有不同的标准。常用的对旅游活动划分的标准有：

1. 按地理标准划分

其可分为国内旅游、国际旅游（包括出境旅游与入境旅游）、洲际旅游和环球旅游。

（1）国内旅游。

涉及某个特定国家的常住居民在本国国内所进行的旅行。根据国际旅游组织（WTO）的解释，不属于本国居民的长住性的外国人（如使馆人员）在所在国境内的旅游活动，也应归为国内旅游。国内旅游根据在目的地停留的时间，又分为过夜旅游和不过夜的一日游。国内一日游是否纳入国内旅游的统计中，各国的做法不一。

（2）国际旅游。

游客到非常住国家的旅游活动叫做国际旅游。国际旅游又分为入境旅游和出境旅游。入境旅游，其他国家或地区的居民前来本国旅游称为国际入境旅游；出

境旅游，涉及该国的常住居民在另外一个国家所进行的旅游。

我国对入境旅游的界定有特殊的情况。我国港、澳、台地区的居民，由于台湾尚未统一，香港和澳门作为特别行政区高度自治，尤其是港澳台同胞来大陆旅游时需要交付外币，以及外汇收入对大陆地区的经济意义，仍视为入境旅游。出于类似原因，大陆居民赴上述三地区旅游也被视为出境旅游。为了与外国人有所区别，我国有关部门针对这一特殊情况采用了“海外”一词，避开了“国际”一词。

2. 按其他标准划分

(1) 按旅行距离划分：远程旅游、近程旅游。

(2) 按出游目的和归属划分：消遣旅游、事务旅游（包括商务旅游、公务旅游和会议旅游等）、个人和家庭事务旅游（主要指探亲访友和求学旅游等）。

(3) 按组织形式划分：团体旅游、散客旅游。

(4) 按计价方式划分：包价旅游、非包价旅游。

(5) 按年龄划分：儿童旅游、老人旅游、中年旅游、青年旅游等。

(6) 按费用划分：自费旅游、公费旅游（包括带薪奖励旅游）。

(7) 按行为方式划分：航空旅游、铁路旅游、汽车旅游、游船旅游等。

(8) 按活动内容划分：观光旅游、民俗旅游、考古旅游、会议旅游等。

二、国内旅游与国际旅游的比较

是否跨越国界是划分国内旅游与国际旅游的根本标准。从产业意义的角度来看，两者存在以下差别：

第一，从消费程度来看，国内旅游消费水平低于国际旅游。

第二，从停留时间来看，国内旅游逗留的时间短于国际旅游。

第三，从便利程度来看，国内旅游比国际旅游便利。既没有大的语言障碍，也不需要办理什么繁杂的手续。

第四，从经济作用来看，国际旅游对接待国家来说，可以通过争取外汇的方式增加经济总量，用于弥补国际收支逆差。国内旅游只是促进国内财富的重新分配，其总量并不增加。

基于以上原因，各国的国内旅游需求发展一般先于国际旅游需求。旅游发展的普遍规律是由近及远。但国内旅游业不能赚取外汇，不能增加国家经济的总量，所以，各国发展旅游业总是优先发展国际旅游。这取决于政府的政策导向和市场的发育程度。即便如此，国内旅游市场需求的庞大规模仍然推动着国内旅游业的蓬勃发展。据世界旅游组织估算，在全世界旅游总人次中，国内旅游约占90%以上。

第三节 旅游活动的本质

旅游是一种复杂的社会现象，其审美和娱乐的核心本质构成旅游者追求的目标。旅游活动的真正目的是追求审美、享乐、身心自由的愉悦。当然，旅游活动是建立在一定的物质条件基础上的，是物质生活条件达到一定水平和层次之后对精神享受的追求，是一种高层次的精神文化活动。而且，旅游活动构成的“小社会”，与日常社会中的社会有很大的不同，是一种偶然的、自由的、非功利的组合，是一种积极健康的社会交往模式。

一、旅游的审美本质

审美，就是人们对美的事物的观赏、欣赏，为美的事物所陶醉，从而满足人们精神享受的需要，达到身心畅快的目的。

1. 旅游活动追求精神享受

旅游六要素中，“吃、住、行”是手段，“游、购、娱”是目的。因为去“游”，所以需要“旅”。游“名山大川”，重在“名”和“大”。逛的“名山胜水”，重在“名胜”。炫耀的是“我去过某某地方”，连最初级的观光旅游也是为了精神的满足。即使是旅途中的购物，其纪念的价值也大于其功能的价值。没有人会说去新疆的目的是为了去买削价货。自然风景的雄奇险峻幽、人文景观的古绝殊美能满足人们各种审美、精神享受的需求。“十里不同俗”带来新奇感，有吸引力，可使人放松精神，促进身体健康。通过对自然美的欣赏，人文美的熏染，社会美的陶冶，可以获得精神的满足，提高鉴赏能力，丰富精神内涵，获得自由畅快的享受。所以说，旅游的吸引力在其一段特殊的经历，是与惯常生活不同的、与众不同的、与过去经历不同的经历。这种经历就是自由畅快的精神享受。

2. 审美享受是旅游活动的本质

人们乐于去旅游，因为旅游的过程中充满了自然、艺术、人文的美。人们通过美的陶冶和欣赏，丰富了精神世界，达到欢娱、自由畅快的目的，提高生活的质量和自身的修养。旅游者的动机是追求自由、畅快的精神享受（审美），是人类社会发展到一定时期人们生活中的基本生活内容。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，是自由畅快的精神享受。人们常常对旅游的描述是“让心情放飞”“回归自然”“梦幻旅程”“浪漫时光”，等等，说明人们对旅游的向往在于心情的舒畅、精神的畅快、审美的感受——点点滴滴可追忆。

二、旅游的社会本质

1. 社会交往是人类的基本需求

社会性是人类有别于一般动物最本质的特征。社会交往也是人类最基本的社会活动。先秦学者荀况言：“人，力不若牛，走不若马，而牛马为用，何也？曰：人能群，彼不能群也。”“群”就指的社会，强调人之为人，成为大千世界的中心和主宰，在于人能结成社会，成无敌的强大力量。群、社交、交际、公关、交往都是社交活动。在古代自然经济为主要形态的社会中，人们追求的是自给自足，“万事不求人”。就像孔子所描述的理想社会“鸡犬之声相闻，老死不相往来”。彼时人类的社会性特征尚不十分突出，对社会交往的要求远远不及现代强烈。现代社会行业分工越来越细化，人对社会的依赖越来越强。可以说，任何人离开社会都无法生存。所以，社会交往既是生存发展的必修课，也是人类文明的重要内容，是人类生存的基本需求。

2. “中心化交往模式”下的人们受到压抑

社会交往可以划分为两种相反的类型。一种是因“事”而交往的功利型社会交往，另一种是因“情”而联系的自然型社会交往。日常的社会交往以前一种模式为主导，因为它涉及生存之道。日常的社会交往离不开个人对社会的依赖、对他人的依赖。个人的价值在社会交往中体现出来。日常的社会交往主要是因“事”而联系的生存交往。老师与学生、上级与下级、生意的甲方与乙方等，是一种“中心化交往模式”。即是说，交往的双方或群体有一个左右局势的中心，别的人只能处于屈从的地位。这是一种有组织，有领导，便于管理的社会交往模式。它的特点是便于集中和统一，传递信息快捷而准确。但群体成员之间缺乏直接沟通和横向联系，限制多，功利性强。多数人，甚至大多数人在“中心化交往模式”中是被动的，是被支配的、压抑的。人们戴着面具，不真实，心情当然不愉快、不舒畅。即使因“情”而联系的亲情、爱情、友情等，也受社会的规范，道德的约束而显得不自由。长期如此，人们感到疲累而不利于身体健康。所以人们有追求精神自由畅快的强烈要求。

3. “全通道化交往模式”是人们追求的健康愉快的社会关系

旅游状态下的社会交往模式，与日常的社会交往模式有很大的不同，它是一种全通道化的交往模式（有别于中心化交往模式，总是服从别人）。参与交往者自发地开创交往渠道，主动而自由地与任何人交往，每个人都可以成为交往的中心人物。旅游活动可以自由地选择交往对象，不受地域、种族、阶级、等级、性别、年龄等的限制。“全通道化的交往模式”是主动、自由的社会交往，是积极健康的交往形式。就像网络上的虚拟交往模式一样，双方不认识，就能自由畅快