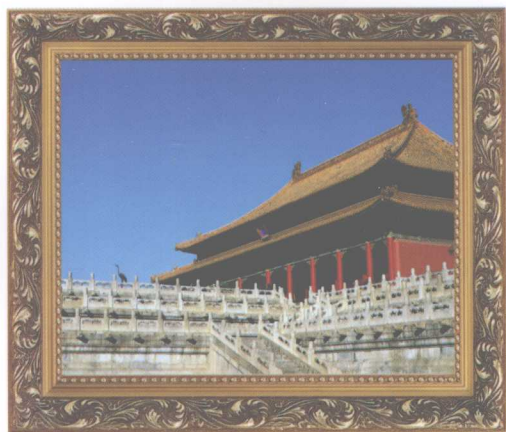


21 世纪高等教育旅游系列精品教材

旅游学概论

后东升 樊丽丽 主编
梁建龙 副主编



西北农林科技大学出版社

旅游学概论

后东升 樊丽丽 主编

梁建龙 副主编

西北农林科技大学出版社

内 容 提 要

旅游学与新兴产业——旅游业突飞猛进的发展形势一样,其理论研究的发展也是迅速的,它也是在实践中不断地探索和进步。本教材是根据我国高等院校旅游专业教学实际编写的,严格按照课程设置和教学目标设计安排教材内容,注重课程设置与教材编写的科学性、针对性和规范性,适合学科教学和行业发展要求;本教材从旅游学研究的对象和任务出发,循序渐进,对旅游的起源和发展、旅游活动的三要素、旅游市场、旅游管理及旅游可持续发展和发展趋势等多方面问题进行了相对系统的阐述。

本书可供高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校开设相关课程的学生使用,也可作为各类职业培训教材或教学参考书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论/后东升,樊丽丽主编. —杨凌:西北农林科技大学出版社,2007
ISBN 978-7-81092-361-3

I. 旅… II. ①后… ②樊… III. 旅游—高等教育—自学考试—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 121567 号

责任编辑 邵岩

装帧设计 优艺视觉工作室—晓凡

出版发行 西北农林科技大学出版社
地 址 陕西杨凌杨武路 3 号
邮政编码 712100
开 本 787×1092 1/16
印 张 13.5
字 数 302 千字

经 销 新华书店
销售电话 029-88339520
印 刷 万裕文化产业有限公司
版 次 2007 年 8 月第 1 版
印 次 2007 年 8 月第 1 次
定 价 22.80 元

本书如有缺页、倒页或脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

编写建议与投稿电话:010-84287266

版权所有 盗版必究

物 料 号 23011-1-1

前言

当今时代,旅游已经成为大多数人的—种休闲活动,是人们提升生活质量、追求精神享受的最重要方式之一。在社会物质生产达到—定程度时,人们的可自由支配收入和闲暇时间越来越多,人作为“社会人”的特征将更加明显,旅游活动对人们的影响也将越来越大。大规模、多类型和多层次的旅游需求需要跨行业的多个部门的参与才能得到满足,于是产生了旅游业及其相关产业。旅游业也因此被誉为最有前景的现代产业。

就全球旅游业而言,旅游业在20世纪60年代才形成规模。然而,经过近40年的发展,旅游业已经快速发展成为世界上最大的产业,其带来的旅游者流动和创造的收入均得到了高速而稳定的发展,即使在全球经济疲软和衰退时期,旅游业仍然能得到持续健康地发展。据世界旅游组织预测,到2020年,国际旅游者将达到16亿人次/年,他们每年的花费将超过20 000亿美元,平均每天的旅游花费为50亿美元。21世纪前20年,旅游业还将以每年4%的速度快速增长。

在中国,旅游业已经成为促进地方经济结构调整、区域开发和社会稳定发展的重要因素,并成为促进地方经济发展和创造就业岗位的最活跃力量。越来越多的地方政府认识到旅游业在创造外汇收入、回笼货币、扩大税收和增加地方财政收等方面的重要作用,各地区开发旅游业的热情高涨,旅游业的竞争也越来越激烈。中国入世后,我国的旅游市场已逐步开放,大量的海外资本进入中国后将加剧我国旅游业的激烈竞争态势;面对全球—体化趋势的到来,中国旅游业的发展迫切需要具有前瞻性、战略性的理论指导,研究旅游学科的形成、发展和演进规律对于发展我国的旅游产业具有重要的现实意义。

本书以旅游这—社会文化现象的产生和发展为脉络,分析旅游活动的构成与特征。从旅游活动主体、客体和媒体,即旅游者、旅游资源和旅游业三者之间关系入手,探讨旅游活动的基本规律。从旅游活动的表层现象——旅游经济影响入手,深入分析旅游活动的内涵,即旅游的社会文化和环境影响。本书系统阐述了旅游基本理论和旅游基础知识。本书具有系统性、理论性和创新性的特点。各章之间有着内在的联系,结构合理。本书既可作为高等院校旅游专业教材,也可供旅游企业管理与服务人员、旅游爱好者阅读参考。

编者

2007年7月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 旅游的概念	1
第二节 旅游活动的要素	3
第三节 旅游活动的分类	5
第四节 旅游学研究	12
复习思考题	21
第二章 旅游的起源与发展	22
第一节 西方的古代旅行	22
第二节 中国的古代旅行	24
第三节 世界近代旅游业的产生	28
第四节 中国近现代旅游业发展	31
复习思考题	33
第三章 旅游者	34
第一节 旅游者的定义	34
第二节 旅游者产生的客观条件	37
第三节 旅游者产生的主观条件	40
第四节 旅游者的类型及特点	44
第五节 旅游行为与旅游者权利和义务	47
复习思考题	54
第四章 旅游资源	55
第一节 旅游资源概述	55
第二节 旅游资源的分类	58
第三节 旅游资源的评价	65
第四节 旅游资源的开发	68
第五节 旅游资源保护	72
复习思考题	80
第五章 旅游业	81
第一节 旅游业概述	81
第二节 旅行社	86
第三节 旅游饭店	96

第四节 旅游交通业	102
第五节 旅游景区	110
第六节 旅游商品	119
第七节 旅游娱乐业	122
复习思考题	125
第六章 旅游市场	126
第一节 旅游市场概述	126
第二节 旅游市场的细分	129
第三节 旅游客流规律	133
第四节 中国国际旅游客源市场	139
第五节 中国国内旅游客源市场	145
第六节 旅游市场营销	148
复习思考题	153
第七章 旅游宏观管理	154
第一节 旅游法律法规	154
第二节 旅游组织	160
第三节 旅游业的国际惯例	166
复习思考题	170
第八章 旅游影响	171
第一节 旅游的经济影响	171
第二节 旅游的环境影响	175
第三节 旅游的社会文化影响	178
复习思考题	182
第九章 旅游可持续发展	183
第一节 旅游地容量	183
第二节 旅游业可持续发展	186
第三节 生态旅游	190
复习思考题	194
第十章 旅游业发展趋势	195
第一节 旅游业发展趋势	195
第二节 旅游业发展模式	202
复习思考题	207
参考文献	208

第一章 绪论

旅游是世界上最大规模的一种社会现象，对社会产生巨大的影响。旅游作为一种社会文化经济现象，有其复杂的运动过程及深刻内涵。旅游学就是以人类的旅游活动为研究对象的人文学科。

第一节 旅游的概念

人们对旅游的正确认识，是随着社会实践的不断发展而逐步形成的。由于人们所处的历史时代不同，各时期社会经济发展水平不一，对旅游的认识和确定旅游概念的角度与方法等也存在差异，因而对旅游的定义和内涵有不同的诠释。

一、旅游的定义

长期以来，一些组织和学者曾对旅游下过多个版本的定义。其中最著名、最广为接受的是1942年瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫在他们合著的《普通旅游学纲要》一书中给旅游下的定义，即“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，这些人不会导致永久居留，并且不从事任何赚钱的活动”。

这个定义较全面地概括了旅游的基本特性和旅游现象的综合性，说明旅游不仅是旅游者个人的活动，而且涉及与之相关的一切关系。由于其阐述深刻而又科学规范，产生了深远影响，后来被国际旅游界广泛接受。20世纪70年代，国际旅游科学家联合会正式采用了此定义。这个定义并不是把旅游看作是某种单纯的活动，而是强调了旅游活动中必将产生的相关的经济和社会关系，即旅游者、旅游地、旅游地居民和旅游企业等之间既存在着经济联系，也发生着相应的社会关系。

二、旅游的属性和特征

1. 审美性

旅游的审美性是指旅游是一种主要以获得心理快感为目的的审美过程，审美性贯穿于旅游活动的各个方面。

从旅游主体看，审美追求是旅游者普遍的旅游动机之一，旅游活动的每一个主要环节都能给旅游者带来美感。

从旅游客体看，旅游资源是美的载体，是吸引旅游者出游的主要因素之一。

从旅游媒体看，旅游业是创造美和生产美的行业。旅游业的任务就是生产和挖掘美的景观、美的商品、美的服务和管理，以满足旅游者的审美需求。

审美不仅体现在保护、开发和利用旅游资源上；而且体现在民族文化和旅游商品的开发上，也要按美的规律进行，同时要在美学基础上提高服务质量和管理质量。

2. 休闲娱乐性

旅游的休闲娱乐性是指旅游者求趣、求乐的目的,贯穿于旅游活动的全过程。

从旅游活动的形式看,旅游者是把旅游活动当作一种特殊的娱乐方式来享受。可以说,有了娱乐性,才有旅游。旅游活动的休闲娱乐性主要体现在两个方面:

一是旅游者利用闲暇时间所从事的活动。即使是某些与工作结合得比较紧密的旅游形式,在时间上仍体现为闲暇时间,在内容上休闲娱乐是其中不可缺少的组成部分。

二是旅游的目的是休闲娱乐。即旅游者以游览名山大川、欣赏文物古迹、体验异域风土人情、享受优质的旅游接待服务等形式,达到观光、消遣、休息、娱乐的目的,从而恢复体力、愉悦身心和增进健康。

对于旅游者来讲,虽然旅游动机、旅游内容和旅游形式存在差异,但其追求身心的愉悦、想获得最大的精神享受却是一致的。把旅游当作一种特殊生活方式来享受,是人们忘情山水、物我融合、慰藉身心的求趣、求乐本性使然。也就是说,有了休闲娱乐,才有了旅游。

3. 异地流动性

(1) 异地性。求新求奇是人们的本能之一,而人们对客观环境的认识 and 了解总是受时间和空间的限制。因此,人们要借助旅游的形式,离开居住地去认识外面的世界,观赏异地风光,体验异域情调,使精神和身体得到充分的放松和休息,并且增长了见识,从而产生了旅游的异地性。

(2) 流动性。由于人们外出旅游不满足于只在某一处逗留,而是借助旅游不断地由一个景区到另一个景区,在空间位移过程中实现自己的旅游目的,这就使旅游具有了流动性。因此,一个地区的特殊性越强,对域外旅游者的吸引力就越大,旅游者的感受也会越深,该地区的旅游业也就越兴旺。

(3) 暂时性。旅游是人们离开自己的居住地,到异国他乡访问的活动,这一过程从时间上说是短暂的,其在目的地的访问或逗留也是暂时的。这种暂时的或短期的停留有别于移民性的永久居留,即旅游者到目的地访问或逗留,是出于非居住目的,只是做短期逗留后再返回原居留地。

4. 高层次的消费性

按照马斯洛的需要层次理论的解释,人们的需要可分为生理需要、安全需要、社交需要、受尊重需要和自我实现的需要5个层次。这5个层次是逐级上升的,当低一级的需要得到相对满足以后,追求高一级的需要就成为继续奋进的动力。

旅游需要是人的总体需要的一个重要的组成部分。当人们在满足日常的衣、食、住、行等基本需要之后,便自然而然地追求更高层次的享受,产生旅游的需要。这是因为在旅游中,人的社交、受尊重和自我实现的需要均可以得到很好的体现和满足。因而,旅游是人们生活需要层次提高的表现,是一种高层次的消费活动,并且正在发展成为人们生活中的一种具体需要。

5. 交往性

交往是人类历史发展的必然现象,是人类生活中最基本的一种社会活动,它体现了人类共有的心理需求。人的交往途径是多向性、多渠道的,旅游是一种比较理想的交往方式,它

可以自由选择交往对象,走向社会的最大空间,不受地域、国界、种族、性别、年龄、职业和文化等限制。轻松、愉快的旅游可以产生其他交往形式所达不到的良好效果。因而,旅游活动是人类的一种积极健康的交往活动。

三、旅游带来的负面效应

1. 消费攀高

旅游者在旅游过程中的消费具有明显的失控倾向。俗话说,“穷家富路”,哪怕是一生节俭的人,一旦身在旅途,就表现的一反常态地慷慨大方。这其中的原因,有的可能是群体旅游相互谦让而最后哄抬了消费水平;有的可能是受其他旅游消费行为示范作用的影响;还有可能是受旅游目的的审美约束而不愿因消费这一环节的窘相而破坏了整个旅程。但不管哪种原因,都是个人对自身责任约束松弛在消费领域的表现。

2. 道德感弱化

这是旅游特征所引发的更为严重的社会问题。当一个人以旅游者身份“远在他乡为异客”时,往往倾向于摆脱日常生活中的清规戒律,人性中潜在的恶的东西总在自觉地或不自觉地流露。这种责任约束松弛在熟人看不见的地方常会发生。

3. 文化干涉

旅游者以异乡(国)人的身份前往旅游目的地,其耳濡目染的文化会同当地文化形成反差。在旅游地发展的不同生命周期阶段上,旅游者对这种文化反差会采取不同的态度,从顺应到漠视直到干涉。旅游者对当地文化的干涉表现为两种情况,而且是两种相互矛盾的情况:一种是旅游者对当地文化的古老、陈旧甚至落后表示蔑视,并极力张扬自身的文化,通过各种活动在当地人(尤其是青少年)中间发挥示范效应;另一种是旅游者出于好奇心理,以商业的态度对待当地文化中逐渐消亡或已经垂死的因素,如迷恋于表演性的土著居民的原始舞蹈和习俗。这种情况,都是旅游者本能的占有意识在文化上的体现。

4. 物质摄取

旅游者客居异地,在旅游过程中除了眼看、耳闻、鼻嗅、口尝之外,还有收纳的倾向:好古者可能希望得到当地古迹中的一件文物;奇石癖好者不惜重金买下珊瑚石,搬不动的就动手摸摸、用刀刻刻,告诉人们“我曾到此一游”。文明一点的摄下影像回家后自得其乐。凡此种种,都体现了旅游者固有的占有欲望。

第二节 旅游活动的要素

一、旅游活动的三要素

构成旅游活动的基本要素是:旅游的主体——旅游者、旅游的客体——旅游资源、旅游的媒体——旅游业。主体、客体和媒体三者相互依存,相互制约,紧密结合,构成旅游活动的整体——人类生活的高级消费形式,并产生经济效益、社会效益和环境效益。

1. 旅游者旅游活动的主体

旅游者是旅游活动的首要条件,一切旅游活动都是围绕旅游者而进行的。在旅游活动构

成中,旅游主体以个体行为意向和群体市场特点向其他要素提出要求,即产生旅游需求,由此产生旅游活动的运转。旅游者是旅游活动的主导性因素,他们的数量、消费水平、旅游方式等,是决定旅游业内部各种比例关系及其协调的主要因素。旅游资源的开发和利用,旅游业的发展规模和速度,都直接受旅游者的客源结构、旅游流向和活动变化规律的制约和影响。一个地区的旅游开发通常就是以客源市场为导向的开发。

2. 旅游资源是旅游活动的客体

在旅游活动构成的各要素中,旅游资源处于客体或对象的地位。旅游资源是激起旅游兴趣并导致各种旅游活动的最直接的因素,是保证旅游供给与发展旅游事业的重要物质基础。

旅游资源是指客观存在于自然环境和社会生活中,能对旅游者产生一定吸引力的事物和现象。旅游资源并不是泛指自然界和人类社会中存在的所有事物和现象,而是特指那些能够满足旅游者美的享受的审美对象。

3. 旅游业是旅游活动的媒体

相对于旅游者和旅游资源来说,旅游业是旅游活动构成的媒体。它是旅游主体和旅游客体得以结合,最终实现旅游活动的条件和手段。利用旅游业提供的便利服务完成旅游活动已成为现代化旅游的一种规范化的旅游模式。

旅游业是旅游发展的产物,同时也是旅游发展的推动者。旅游业在推动旅游发展方面的作用首先体现在它是旅游供给的重要提供者。一个旅游目的地的旅游供给可划分为五大类:自然旅游资源、旅游基础设施、旅游上层设施、交通运输、文化资源。如果把文化资源归入旅游资源,就不难看出在全部旅游供给中,绝大部分是由旅游业提供的。如果只有旅游需求而没有旅游供给,大众旅游便不可能形成。所以说,没有旅游业,便没有现代意义上的大众旅游。

二、旅游消费的六要素

旅游者在旅游中的消费可以被分解为六大要素,即吃、住、行、游、购、娱,从而形成“六要素”说。从六大要素的角度考察旅游者消费的结构特征有助于判断旅游地的性质,了解当地旅游发展所带来的经济效益的结构来源,认识旅游业的潜力所在,从而制定出适当的旅游发展政策。

1. 饮食

饮食既是生理需要,又是旅游中的享受之一。让旅游者在旅行中得到“吃”这个要素上的满意,就要求接待者——旅行社必须与当地的餐饮业建立良好的合作关系。

在旅游过程中,有的旅游者对餐饮方面会提出特别的要求,如由于宗教信仰、生活习惯、身体状况等原因提出饮食方面的特殊要求等,对此,接待者要认真负责、合情合理地处理。

2. 住宿

休息好是旅游活动顺利进行的基本条件之一,旅游接待方如果不能依照客人的要求来安排住宿,或者安排的住宿条件不符合游客的要求,将直接影响接待工作的质量。

通常情况下,旅游者会被安排入住酒店。这种住宿方式最大的优点在于舒适、干净、整洁的客房,加上热情礼貌的服务,能为游客提供良好的休息环境。但在一些少数民族的地

区,游客也可以选择富有民族特色的当地民居入住,这样可以更直接、更深入地体验当地风情。

3. 交通

行是旅游活动不可缺少的内容,是联系旅游者与旅游对象、客源地与目的地的重要环节。旅游交通是实现旅游“行”的必要手段。旅游交通提高了旅行的舒适程度,也丰富了旅游活动的内容。

交通工具的选择,应以迅速、舒适、安全、方便为基本标准。交通工具的选择应与旅程的主题相结合,同时要保证交通安排的合理衔接,减少候车(机、船)的时间。

4. 游览

游览是旅游活动中最基本和最重要的内容,是旅游者期望的旅游活动的核心部分。

在游览的线路安排上,要注意两点:

一是尽量避免重复经过同一旅游点。同一条游览线上应避开重复经过同一旅游点,以免影响旅游者的满意程度。

二是游览的景点顺序要科学。同一线路的游览点应由一般的旅游点逐步过渡到吸引力较大的旅游点,使旅游者感到高潮迭起,而非“每况愈下”。

同时,游览活动的速度也应该要求快慢适中。游览的内容越丰富,越具有魅力,但过于强调景点的数量,往往只能走马观花,不能满足游客想详细了解景点、增长见识的需要,难免留下遗憾。

5. 购物

旅游购物是指旅游者购买与旅游相关的产品,这些产品有助于旅游活动的进行,也能够提高旅游体验的质量。购物消费在旅游消费中占有很大的比例。

旅游者购入的产品大致有两类:一类是非日常性的特殊商品,如纪念品、艺术品、特殊的家庭生活用品等;另一类是作为满足旅游过程中的基本生活需要的一般消费品。

6. 娱乐

旅游娱乐是指旅游者在旅游活动中所观赏和参与的文娱活动。组织好旅游团(者)的娱乐活动不仅可以缓解游客参观游览的疲劳,而且可以丰富和充实旅游活动,起到一种文化交流的作用。

旅游中的娱乐与娱乐消遣型旅游是有区别的。前者只是一次旅游活动中的一种旅游行为,而每一次旅游活动并不一定以娱乐为主要动机;后者是指以娱乐消遣为主要动机的旅游活动,是一次独立的旅游活动。两者的共同之处都是注重旅游活动的娱乐性和参与性。

第三节 旅游活动的分类

一、旅游活动分类标准

旅游活动由于旅游者的动机、活动范围、交通工具使用、旅游资源利用、经济条件的不同以及旅游业经营者组织的方式不一样,而表现出不同的形式和类型。根据人们常用的旅游活动类型的提法,可归纳出以下划分标准。

1. 按地理范围划分

旅游活动按地理范围划分,有国内旅游、国际旅游、边境旅游、洲际旅游和环球旅游。

2. 按旅游目的划分

旅游活动按旅游目的划分,有观光旅游、文化旅游、度假旅游、宗教旅游、商务旅游、购物旅游以及探险旅游等。按此特征划分的旅游活动类型是旅游活动中最基本的类型。

3. 按旅行距离划分

旅游活动按旅游距离划分,有远程旅游、近程旅游。

远程旅游是指旅行路程比较遥远的旅游,在国际旅游中一般是指国际或环球旅游。这种旅游的特点是时间较长、花费较大。短程旅游,即近距离旅游,在国际旅游中,一般指邻国旅游。此种旅游相对耗时较短,支出较小。

4. 按旅行方式划分

旅游活动按旅行方式划分,主要有汽车旅游、自行车旅游、航空旅游、火车旅游和徒步旅游等形式。

5. 按活动内容划分

旅游活动按活动内容划分,有观光旅游、文化旅游、保健旅游、公务旅游、娱乐消遣旅游、考古旅游及民俗旅游等。

6. 按组织形式划分

旅游活动按组织形式划分,可分为团体旅游、散客旅游。

7. 按享受程度划分

旅游活动按享受程度划分,可分为豪华、标准、经济3个主要档次。这种划分方式反映着有关旅游产品的价格和旅游者所能得到的服务程度。

现代国际旅游市场有两点值得重视:一是豪华型旅游者,其消费额平均要比中低档要高出好几倍;二是经济型旅游者,吃、住、行的费用一般要求大众化,总是想方设法节省开支。

8. 按计价方式划分

旅游活动按计价方式划分,可分为包价旅游、非包价旅游。

包价旅游是旅行社以一定的价格向市场推销的成批量组合的旅游路线产品。它分为全包价和小包价两种,前者包括一次旅游活动的全部旅游服务,后者只包括其中主要的几项服务,如有的只包食宿和交通,有的在每日餐饮中只包其中一餐,也有只包交通的情况等。总之,根据市场需求及包价产品的吸引力,包价旅游的内容可以灵活设计。

非包价旅游是指旅行社根据旅游者的需要按单项计价的旅游活动。它分为选择旅游和单项委托。前者多为团体,即旅行社将达到同一旅游地的单一游者组合成团,再根据各个旅游团对旅游地要求提供的不同旅游服务项目分别计价。后者多为个体,即旅行社受旅游者的委托而提供的按单项计价的服务。非包价旅游对象主要是散客,所以非包价旅游又称散客旅游。

9. 按费用来源划分

旅游活动按费用来源划分,可以分为自费旅游、公费旅游、奖励旅游和社会旅游等主要形式。其中,社会旅游是一种由社会给予福利性补贴的旅游,这种情况多见于欧洲,是指由

政府、工作单位或工会提供资助或补贴,帮助一些收入过低的贫困家庭实现外出旅游。奖励旅游是指企事业单位为了激励员工的积极性,增加凝聚力,将旅游活动作为一种奖励方式,组织员工进行不同程度的免费旅游活动。近年来,奖励旅游已成为世界旅游业所瞩目的重要市场。

二、按地理范围划分的旅游活动类型

国内旅游和国际旅游在旅游统计中有重要意义。旅游活动通常是由近及远、先国内而后国外进行的,国内旅游是一个国家或地区发展旅游业的基础。

1. 国内旅游

国内旅游是指常住国内的人们为了休闲、商务或其他目的,离开他们的惯常居住环境,到国内某些地方去以及在某些地方停留不超过一年的活动。国内旅游的主要特征是常住国内,旅游界限不超出居住国的政治疆域。

根据旅游者游览距离的远近,国内旅游可分为地方性旅游、区域性旅游和全国性旅游。

(1) 地方性旅游。地方性旅游一般是指当地居民在本区、本县、本市范围内的旅游,实际上是一种短时间、近距离、活动项目较少的旅游活动,常由亲戚朋友或家庭、小集体自由组织。

(2) 区域性旅游。区域性旅游是指人们离开居住地,到邻省、邻市、邻县的旅游区(点)的旅游活动。例如,长沙居民去张家界三日游、厦门组织的武夷山七日游就属于区域性旅游。

(3) 全国性旅游。全国性旅游是指跨越多个省份的旅游活动。例如,由广州经湖南,到北京、新疆等地的旅游活动就属于全国性的旅游。

2. 国际旅游

国际旅游是指人们为了休闲、商务或其他目的,离开他们的常住国,到其他国家或地区,停留时间不超过一年的活动。

国际旅游又可分为跨国旅游、洲际旅游和环球旅游等形式。

(1) 跨国旅游。跨国旅游是指以不跨越洲界为界限的旅游活动,如欧洲各国在欧洲内的跨国旅游就属于这一类型。

(2) 洲际旅游。洲际旅游是指跨越洲际界限的旅游活动。

(3) 环球旅游。环球旅游是指以世界各洲的主要国家(地区)的港口风景城市为游览对象的旅游活动。环球旅游消费大,多数属于经济宽裕人士的度假观光旅行,或科学考察和探险性旅游。

国际旅游与国内旅游的关系是,国际旅游是国内旅游的延伸和发展,国内旅游则是一国或地区旅游业发展的基础。

三、按旅游目的划分的旅游活动类型

按旅游者的旅游动机和主要目的来划分,旅游活动可分为观光旅游、度假旅游、商务旅游、公务旅游、会议旅游、修学旅游、保健旅游、购物旅游、宗教旅游和探险旅游 10 种主要类型。

1. 观光旅游

观光旅游即以游览观光为主要目的的旅游,它是最为普通、最为常见的旅游活动类型。观光型旅游主要表现为访名胜古迹、观自然风光旅游,寻根旅游,探亲访友旅游,参观重大建设成就旅游等。观光旅游的特点是:第一,观光范围广,观光的内容不仅有自然风光、动植物等,而且包括历史古迹、文化名胜、民族风情、人民生活、建设成就等;第二,适应性强,无论老幼妇孺,也不论何种职业与何种身份的人,都适宜进行观光旅游,实际上,几乎各种形式的旅游都或多或少包含着观光旅游的内容;第三,接待方便,参加观光旅游的人一般没有什么特殊要求,便于安排接待。

2. 度假旅游

度假旅游是指人们利用假期进行休养和消遣的旅游活动方式。度假旅游大多是人们为了身心健康或为了改变日常生活而到海滨、山林、温泉等空气新鲜、风景优美的地方所进行的消遣休闲活动。度假旅游主要表现为海滨旅游、乡村旅游、森林旅游、野营旅游和度假区(度假村、度假中心)旅游等形式。度假旅游的特点是:第一,度假旅游的地点相对固定,度假旅游者到达目的地后,一般活动范围不大,往往局限于住地及周围地区;第二,度假旅游更强调休息,度假旅游者的目的主要是在紧张工作之余消除疲劳,以增强身心健康;第三,度假旅游者的重复性较高,如果是理想的度假地,就会吸引旅游者多次重复前往度假;第四,度假旅游者对度假地的娱乐设施的要求优先于对住宿设施的要求,这是因为度假旅游者一般停留时间较长,只要求住宿条件经济、卫生即可,而希望有更多的体育、娱乐设施,以供安排每天的消遣活动。

3. 商务旅游

商务旅游是以经商为目的,将商业经营与旅行游览结合起来的一种旅游活动。它是旅游史上最早的旅游形式之一。商务旅游的特点是:第一,旅游频率高,由于寻求商务发展,加上市场行情不断变化,这类人员常常需要外出,在国际旅游中,商务旅游者出国旅行次数最多,是各种国际旅游者中重游率最高的旅游者;第二,消费水平高,商务旅游者的旅行经费是由公司开支,他们的旅游消费标准要比其他类型旅游者高;第三,对旅游设施和服务质量要求高,由于业务需要,商务旅游者往往要求下榻的饭店具有完善的现代通讯设施和便利的运输工具,要求服务人员有敏捷、熟练的服务。

4. 公务旅游

公务旅游是指政府人员因公出访在公务之余进行的参观游览活动。这种旅游虽然在国际旅游中所占比重较小,但接待规格较高,旅游企业都十分重视这种旅游的接待。公务旅游包含的内容甚广,诸如文学艺术、医疗卫生、文化教育、科学技术等。公务旅游的特点是:第一,多采取团体形式,旅游团一般由同一职业或具有共同兴趣的人员组成,如医生旅游团、律师旅游团等;第二,专业性强,旅游团除进行一般的参观游览外,每到一地均要求与其专业对口的单位和人员进行座谈交流。

5. 会议旅游

会议旅游是利用召开或出席会议的形式进行旅游活动。它包括两重含义:首先,召开或出席会议本身就是一种旅游。因为会议往往都安排在饭店里,需进行住宿和饮食消费,参加会议的人员大多来自会议地点以外的地区,需提供交通运输服务。其次,在会议期间或会后

常常组织一些参观游览活动。会议旅游的特点是：第一，消费水平高，购买力强，会议参加者的开支多为公司、企业或国家负担，因此，他们对住宿、饮食要求高，这样除了食宿与交通费用高以外，往往购物消费也相当高；第二，停留时间长，会议参加者既要开会，又要旅游，所以逗留时间相对一般旅游者要长；第三，计划性强，任何会议的举办都有周密的计划，多少人员，开多少天，需要多少床位、多少餐座、多少交通工具，事先都要做好切实的计划和安排；第四，对接待设施和服务要求高，国际会议要求具有现代化的会议设施，良好的交通、通讯设施和一批懂得国际会议惯例、善于组织国际会议的专门人才和高效率服务。

6. 修学旅游

修学旅游是以学习为目的的外出旅游活动。近期，随着世界各国之间文化交流的加强，修学旅游也得到迅速发展。各国之间相互派送留学生、培训生，学习对方的文化、历史和科学技术。一些在校学生也利用假期到外国访问、研修，增加对异国文化的了解。这种类型的旅游形式，主要有考古旅游、文化旅游、地质旅游、生物考察旅游、电影节和音乐节旅游、专业学习旅游、工业旅游、民族风貌考察旅游等。

7. 保健旅游

这类旅游主要是为了躲避炎热或严寒，换换环境，寻求幽静风雅的生活，欢乐轻松的假期，治疗某些慢性疾病，以达到消除疲劳有益于健康的最终目的。寻求有益于健康旅游的主要为三种人：富裕国家中的某些国际旅游者、高收入人群中的某些国际旅游者、某些中老年国际旅游者。这种保健型旅游的表现形式，主要有疗养旅游、森林旅游、温泉旅游、度假村旅游和治疗疾病旅游等。

8. 购物旅游

购物旅游是一种以购买异地商品为主要目的的旅游活动。它是随着社会发展，交通发达，人们生活水平提高而逐渐发展起来的一种购物与观光游览相结合的旅游方式。据统计，每年进入香港的国际旅游者中有60%的人是为了购物，其购物费用占全部旅游费用支出的60%，使香港成为世界的“购物天堂”。

9. 宗教旅游

宗教旅游是以朝圣、拜佛、求法、取经或宗教考察为主要目的的旅游活动，它是一种最古老的旅游形式。一些宗教信徒或出自对各种神灵、佛祖的虔诚，或出于对名山古寺、教堂圣殿以及丰富多彩的古代宗教建筑形式的迷恋，热衷于这种既能达到宗教目的又能通过游览活动获得审美乐趣的宗教旅游活动。

10. 探险旅游

探险旅游是一些富于冒险精神的人到未开发地区进行的旅游活动。它分为两类，即猎奇性探险旅游和科学考察性探险旅游。前者指某些人为寻求新奇感满足其好奇心而到人迹罕至的地方所做的探险；后者指有目的的科学考察活动。探险旅游是大众旅游的先导，一些新的旅游地往往为探险旅游者首先发现，然后经过开发建设而成为众多旅游者前往之处。探险旅游的特点是旅途艰辛，事前要做大量准备工作。探险旅游的形式主要有冒险旅游、奇观旅游、原始地旅游等。如约旦的观沙漠奇景旅游、英国的乘热气球旅游等都属于探险旅游。

四、按旅行方式划分的旅游活动类型

1. 汽车旅游

汽车旅游,是以汽车为主要交通工具的旅游方式,可分为两种形式。一种是旅游者在整个旅游过程中基本以乘坐或自己驾驶汽车进行的旅游活动。目前,我国城市居民私家车拥有量越来越多,自驾车出游成为有车族首选的出游方式。自驾车旅游多为亲朋好友结伴同行的休闲型家庭旅游,目的地主要是居住城市周边的景区(点)。另一种是在一定的旅游区域范围内,利用汽车作为交通工具而开展的旅游活动。

2. 自行车旅游

自行车旅游是以自行车为主要交通工具,依靠人的体力和机械的功能进行的旅游活动。此项旅游活动有强身健体、磨炼意志、节约能源、无污染等多种优点。有些自行车爱好者甚至骑车环游世界。

3. 航空旅游

航空旅游是以飞机为主要交通工具的旅游活动,是各种类型旅游交通中速度最快的。旅游者可以居高临下观赏风光,同时飞机还是一部分旅游者娱乐享受的工具,因此航空旅游是集观赏和娱乐于一体的旅游活动。

4. 火车旅游

火车旅游是以火车为主要交通工具的旅游活动。真正的火车旅游是以乘火车为手段而开展的旅游项目。

5. 徒步旅游

徒步旅游是指离开定居地,以旅游对象为目的,不使用任何交通工具,仅靠步行而进行较长距离的旅游游览活动。

五、按组织形式划分的旅游活动类型

1. 团体旅游

团体旅游是指一定数量的有着共同或相似目的的人们组织起来,以集体方式进行的旅游活动。团体旅游一次参与活动的人数一般在15人以上,旅游者的基本活动项目的费用按一次计算,先购买后消费,一次购买逐步消费。典型的团体旅游是旅行社组织的团体包价旅游。团体旅游是自20世纪50年代以来旅游活动中所采取的主要方式,在国际旅游和国内旅游中都广泛存在。

2. 散客旅游

散客旅游是相对于团体旅游而言的,主要是指个人、家庭或结伴(一般不超过15人),不经过旅行社或只办理委托手续,并按零星价格承办,以非团体方式进行的旅游活动。旅游者一般自己选定或安排旅游日程和旅游活动。散客旅游的特点是参与的人数少,具有明显的分散性和随意性,活动自由灵活,自主性和选择性强,旅游者能根据个人意愿安排旅游日程、路线、项目和内容。近年来,世界范围内的散客旅游有日渐流行的趋势。

六、其他类型

1. 按旅游资源特征划分,有海滩旅游、山地旅游、城市旅游、温泉旅游,丛林旅游等。
2. 按年龄划分,有儿童旅游、青年旅游、中年旅游和老年旅游。
3. 按旅游者的需求特点划分,有一般兴趣旅游和特殊兴趣旅游。

综上所述,依据不同的划分标准,可将旅游划分为多种不同的类型。应当注意的是,对旅游类型的划分不是为了划分而划分,换言之,这些划分是有目的进行的;划分的结果应对认识和研究旅游业的经营和管理有实际意义。

【参考资料】

红色旅游

红色旅游是指以中国共产党领导全国人民在革命战争时期形成的纪念地、标志物为载体,以其所承载的革命历史、事迹为内涵,组织接待旅游者缅怀学习、参观的主题性旅游活动。

2004年12月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《2004—2010年全国红色旅游发展规划纲要》,就发展红色旅游的总体规划、总体布局 and 主要措施作出明确规定。《纲要》中提出的12个“重点红色旅游区”分别是:

以上海为中心的“沪浙红色旅游区”,主题形象是“开天辟地,党的创立”;

以韶山、井冈山和瑞金为中心的“湘赣闽红色旅游区”,主题形象是“革命摇篮,领袖故里”;

以百色地区为中心的“左右江红色旅游区”,主题形象是“百色风雷,两江红旗”;

以遵义为中心的“黔北黔西红色旅游区”,主题形象是“历史转折,出奇制胜”;

以滇北、川西为中心的“雪山草地红色旅游区”,主题形象是“艰苦卓绝,革命奇迹”;

以延安为中心的“陕甘宁红色旅游区”,主题形象是“延安精神,革命圣地”;

以松花江、鸭绿江流域和长白山区为重点的“东北红色旅游区”,主题形象是“抗联英雄,林海雪原”;

以皖南、苏北、鲁西南为主的“鲁苏皖红色旅游区”,主题形象是“东进序曲,决战淮海”;

以鄂豫皖交界地域为中心的“大别山红色旅游区”,主题形象是“千里跃进,将军故乡”;

以山西、河北为主的“太行红色旅游区”,主题形象是“太行硝烟,胜利曙光”;

以渝中、川东北为重点的“川陕渝红色旅游区”,主题形象是“川陕苏区,红岩精神”;

以北京、天津为中心的“京津冀红色旅游区”,主题形象是“人民胜利,国旗飘扬”。

资料来源:中国旅游报。