

旅游学教程

李冠瑶
刘海鸿 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



21
世纪经济与管理教材
旅游管理系列

旅游学教程

李冠瑶 刘海鸿 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

旅游学教程/李冠瑶,刘海鸿主编. —北京:北京大学出版社,2005.8

(21世纪经济与管理教材·旅游管理系列)

ISBN 978-7-301-09424-2

I. 旅… II. ①李… ②刘… III. 旅游-高等学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第084427号

书 名: 旅游学教程

著作责任者: 李冠瑶 刘海鸿 主编

责任编辑: 梁鸿飞 刘云艳

标准书号: ISBN 978-7-301-09424-2/F·1161

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926

出版部 62754962

电子邮箱: em@pup.pku.edu.cn

印刷者: 北京飞达印刷有限责任公司

经 销 者: 新华书店

730毫米×980毫米 16开本 18印张 320千字

2005年8月第1版 2008年3月第2次印刷

印 数: 5001—8000册

定 价: 28.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

前言

进入 21 世纪后,旅游在全球范围内正在成为现代人类社会重要的生活方式和社会经济活动之一。尤其是 20 世纪 90 年代以来,旅游业已发展成为继石油业、汽车业、房地产业之后世界经济中的重要支柱产业。

中国旅游业在改革开放中崛起。最近二十多年来,在政府宏观政策的扶持下,旅游企业迅速转变职能,显示出勃勃生机。中国已展现出亚洲旅游大国的鲜明形象,正朝着建设世界旅游强国的目标挺进。

根据国际国内旅游发展态势,旅游观念的变革与创新,以及旅游实践对从业人员基本素质和专业水平的要求,我们总结以往高校应用性教材建设的成功经验,编写出了这部有特色的、高质量的《旅游学教程》。

本书作为旅游专业的专业基础课教材,其重要任务是阐明旅游的特点和本质,揭示旅游活动的产生、发展同社会政治、经济、文化发展的关系;旅游活动的基本要素以及各要素之间的关系;旅游业的特点、结构、组织和社会经济作用;旅游活动的社会、经济和文化影响;旅游组织和旅游政策的重要意义。本书探讨的是旅游活动的一般规律,是旅游学专业理论与方法的综合与概括,对旅游学各分支学科和专业课具有普遍的指导意义。

本书在编写过程中坚持教材内容的科学性和创新性,突出教学方法上的互动性和参与性。在教材编写体例安排上,吸收国外 MBA 和 MPA 教材的特点,每一章均安排有知识要点、技能要求、练习与思考、案例分析、小组讨论等,并注意了各章节内容在全书中的地位、逻辑关系和侧重点。本书既可作为高等院校旅游管理专业本科生教材,也可作为旅游企业中高级管理人员的培训教材和业务参考书,还可作为热爱旅游专业人士的参考读本。

编 者

2004 年 12 月 10 日于山西财经大学

目录

第一章 总论	(1)
知识要点	(1)
技能要求	(1)
第一节 旅游的基本含义	(1)
一、旅游的本质与社会属性	(1)
二、旅游的定义	(6)
第二节 旅游活动的构成	(11)
一、旅游活动的要素	(11)
二、旅游活动的特征	(15)
第三节 旅游的基本类型	(18)
一、旅游类型划分的方法	(18)
二、按地理范围(地域特征)划分的旅游类型	(19)
三、按活动内容划分的旅游类型	(21)
第四节 旅游学研究的对象与任务	(34)
一、国外旅游研究概况	(34)
二、我国旅游研究的发展	(36)
三、旅游学研究对象与研究内容	(38)
四、旅游学的科学体系及与相关学科的关系	(41)
五、旅游学研究的方法论思考	(44)
本章提要	(45)
案例分析	(47)
练习与思考	(48)
小资料	(49)



第二章 旅游的产生与发展	(50)
知识要点	(50)
技能要求	(50)
第一节 旅行活动的产生	(50)
一、原始社会人类的迁徙	(51)
二、社会分工与劳动剩余物的出现	(52)
三、人类旅行的出现	(53)
第二节 奴隶制社会旅行的发展	(54)
一、奴隶制社会国外旅行的发展	(54)
二、奴隶制社会中国旅行的发展	(55)
第三节 封建社会旅行的发展	(56)
一、封建社会欧洲旅行的发展	(56)
二、中国封建社会旅行的发展	(57)
第四节 近代旅游和旅游业的开端	(59)
一、近代旅游现象出现的背景	(59)
二、托马斯·库克的主要活动及其意义	(60)
三、中国近代旅游的开端	(63)
第五节 现代旅游发展状况	(66)
一、战后旅游迅速发展的原因	(66)
二、国外现代旅游发展状况	(67)
三、中国的现代旅游	(69)
本章提要	(71)
练习与思考	(72)
小组讨论	(72)
第三章 旅游者	(73)
知识要点	(73)
技能要求	(73)
第一节 旅游者的概念	(74)
一、国际旅游者	(74)
二、国内旅游者的定义	(79)
三、旅游者的特点	(81)
第二节 决定个人旅游需求的客观因素	(82)
一、收入水平	(82)



二、余暇时间	(84)
三、其他客观因素	(87)
第三节 决定个人旅游需求的主观因素	(88)
一、旅游动机和旅游需要	(88)
二、旅游动机的类型	(91)
三、形成旅游动机的具体因素	(93)
四、研究旅游动机的意义	(96)
第四节 不同类型旅游者的特点	(97)
一、消遣型旅游者	(97)
二、差旅型旅游者的特点	(99)
三、家庭及个人事务型旅游者的特点	(100)
本章提要	(100)
练习与思考	(101)
案例分析	(101)
小组讨论	(102)
第四章 旅游资源	(103)
知识要点	(103)
技能要求	(103)
第一节 旅游资源的概念	(104)
一、旅游资源与旅游对象	(104)
二、旅游资源在旅游活动三因素中的结构功能	(107)
第二节 旅游资源的分类与特点	(110)
一、旅游资源的分类	(110)
二、旅游资源的特点	(115)
案例分析	(118)
第三节 旅游资源的开发	(119)
一、旅游资源开发的概念	(119)
二、旅游资源开发的原因	(120)
三、旅游资源开发的目标和内容	(121)
四、旅游资源的评价及开发项目的可行性研究	(123)
五、旅游资源开发的原则	(125)
案例分析	(129)
小组讨论	(130)



第四节 旅游资源的保护	(130)
一、旅游资源进行保护的必要性	(130)
二、旅游资源遭受破坏的原因	(131)
三、旅游资源的保护	(132)
第五节 旅游景点	(135)
一、旅游景点的概念	(135)
二、旅游景点的类别	(136)
三、旅游景点在旅游业发展中的重要作用	(138)
四、景点经营中应注重的主要问题	(140)
第六节 旅游区(点)及旅游线路的形成	(142)
一、旅游地	(142)
二、旅游地的规模和范围	(143)
三、旅游线路的类型和设计原则	(144)
本章提要	(146)
练习与思考	(147)
案例分析	(148)
小组讨论	(149)
第五章 旅游业	(150)
知识要点	(150)
技能要求	(150)
第一节 旅游业的性质	(151)
一、旅游业的定义	(151)
二、旅游业的构成	(152)
三、旅游业的行业特点	(154)
四、旅游业的作用	(155)
第二节 旅行社	(156)
一、旅行社的定义	(156)
二、旅行社的分类	(156)
三、旅行社的作用	(158)
四、旅行社的业务性质	(159)
第三节 旅游饭店	(160)
一、旅游饭店的分类	(160)
二、饭店的等级	(161)



三、旅游饭店的产品及其特点	(162)
四、旅游饭店的作用	(164)
五、饭店业的集团化经营	(164)
六、我国旅游饭店业的发展	(168)
第四节 旅游交通	(169)
一、旅游交通的作用	(169)
二、旅游交通的类型	(171)
三、影响旅游者选择旅游交通方式的因素	(173)
第五节 旅游服务	(174)
一、服务是旅游业的核心产品	(175)
二、旅游服务的概念	(175)
三、旅游服务的特点	(176)
四、旅游服务质量管理	(177)
第六节 旅游产品	(178)
一、旅游产品的概念和构成	(178)
二、旅游产品组合与开发	(180)
本章提要	(180)
练习与思考	(181)
案例分析	(181)
小组讨论	(183)
第六章 旅游组织	(184)
知识要点	(184)
技能要求	(184)
第一节 政府在旅游业发展中的主导作用	(184)
一、充分发挥政府在旅游业中的主导作用	(185)
二、旅游产业宏观管理与协调的基本手段	(186)
三、政府对旅游业管理行使的有效措施	(187)
第二节 国家旅游组织	(190)
一、国家旅游组织及其设立形式	(190)
二、国家旅游组织的职能	(191)
第三节 我国的旅游组织	(191)
一、旅游行政组织	(192)
二、旅游行业组织	(195)



第四节 国际旅游组织	(197)
一、世界旅游组织(WTO)	(197)
二、太平洋亚洲旅行协会(PACIFIC SALA TRAVEL ASSOCLATIOM, 简称 PATA)	(201)
三、国际旅游联盟(ALLIANCE INTERNATIONAE DE TOURISME-AIT)	(201)
四、世界旅行社协会联合会(UNIVERSAL FEDERATION OF TRAVEL AGENTS, ASSOCIATION-UFTAA)	(202)
五、妇女旅游组织国际联合会(IN TERNATIONAL FEDERATION OF WOMEN'S TRAVEL ORGANIZATIONS, IFWTO)	(202)
六、国际饭店业协会(INTERNATIONAL HOTEL ASSOCIATIONIHA)	(203)
七、国际旅游科学专家协会(INTERNATIONAL ASSOCIATION OF SCIENTIFIC ESPERTS INTOURISM)	(203)
八、其他机构	(203)
本章提要	(204)
练习与思考	(205)
案例分析	(205)
小组讨论	(207)
案例分析	(207)
小组讨论	(209)
第七章 旅游市场	(210)
知识要点	(210)
技能要求	(210)
第一节 旅游市场的概念及内容	(210)
一、旅游市场的概念	(210)
二、旅游市场的构成要素	(211)
三、旅游市场的特点	(213)
四、旅游市场的作用	(215)
第二节 旅游者流动规律	(217)
一、旅游者的流向、流量与流速	(217)
二、旅游客流规律	(218)
第三节 市场细分	(221)
一、市场细分的标准和作用	(221)



二、旅游市场细分的依据	(223)
第四节 中国旅游业的客源市场	(227)
一、海外来华客源市场	(227)
二、国内旅游市场	(231)
三、出境旅游市场	(233)
本章提要	(237)
练习与思考	(237)
案例分析	(238)
小组讨论	(242)
第八章 旅游影响	(243)
知识要点	(243)
技能要求	(243)
第一节 旅游的经济影响	(244)
一、制约旅游经济影响发挥作用的因素	(245)
二、旅游对经济发展的积极影响	(246)
三、旅游对经济的消极影响	(250)
四、旅游经济乘数效应	(253)
第二节 旅游的社会文化影响	(254)
一、旅游对社会文化的积极影响	(254)
二、旅游对社会文化的消极影响	(256)
第三节 旅游的环境影响	(259)
一、旅游对环境的积极影响	(259)
二、旅游对环境的消极影响	(260)
第四节 旅游可持续发展	(261)
一、可持续发展的提出	(261)
二、旅游可持续发展	(262)
三、旅游业可持续发展的目标	(262)
四、可持续旅游发展的实现途径	(263)
第五节 旅游容量	(264)
一、容量的概念	(264)
二、旅游饱和与旅游超载	(265)
本章提要	(267)
补充阅读	(267)



案例分析	(269)
案例分析	(270)
小组讨论	(271)
练习与思考	(271)
主要参考文献	(273)
后记	(275)

第一章

总论

知识要点

通过本章的学习,掌握

- 旅游的定义、各类定义的异同性。
- 旅游的本质与属性。
- 旅游活动的构成要素、特征、性质及衡量旅游活动发展状况的指标。
- 旅游的基本类型、划分方法。
- 旅游学研究对象。

技能要求

通过本章的学习,能够

- 在错综复杂的旅游现象和盘根错节的关系中真正揭示旅游活动的内在规律。
- 客观地、实事求是地评价各学术观点。
- 对于有争议的问题,能提出不同观点的理论依据。
- 能独立思考,提出自己的见解。

第一节 旅游的基本含义

一、旅游的本质与社会属性

(一) 旅游的本质

旅游作为人类社会生活的一项重要活动,源远流长。但在19世纪上半叶以



前,旅游活动仅限于社会上层的享乐活动以及以经商贸易为主的旅行活动,并没有普遍的社会意义,还不能称之为现代意义的旅游。而现代旅游是一种大众旅游。旅游已发展成为一种全民性的活动,成为现代人们物质和精神生活的必要组成部分。作为一种大规模的社会文化活动,旅游活动区别于人类其他活动的根本性质可以归结以下三点:

1. 旅游是人类一种高层次的消费活动。旅游是一种高层次消费活动,并正在发展成为人们生活中的一种基本需要。从社会生产发展的角度看,旅游发展的基础是经济的发展,只有当社会生产力发展,人们收入水平不断提高,闲暇时间增加时,旅游才能成为大众性的活动。而从人类需要发展的角度看,随着人类社会的发展,人类会产生多种多样的需要。既有为了生存和发展的物质需要,又有为了享受的精神需要。而且,随着社会生产力的日益发展,人们对物质需要和精神需要的层次也会不断提高。旅游需要作为人的总体需要的一个组成部分,属于精神需要的范畴,是人们的物质需要如衣、食、住、行等基本满足之后,进而产生的一种追求高层次享受的精神需要,是一种高级的消费活动。并且随着社会生产力的发展,旅游正在发展成为人们生活中的必要组成部分。

2. 旅游是人类一种积极而健康的交往活动。人具有自然属性和社会属性作为社会生活的主体,人总是处在一定的社会关系之中,是社会关系的体现者(如生产、政治、经济、文化、民族、宗教与家庭关系等),因此,人与人的交往是人类历史发展的固有现象,也是人类社会中一种最基本的社会活动。人类通过交往可以交流思想与情感,增进相互了解与理解,从而建立与协调一定的人际关系。在现代社会,科技发展不仅提高了人们的生活水平,也变革了人们的生活方式,社会交往的意义也愈加重要。而在人类多种多样的交往方式中,旅游是一种较为理想的开放式的交往形式。在旅游活动中,每个人都是主动和自由的,可以不受地域、种族、性别、年龄、政治制度、宗教信仰等的限制。每个人都可以抛却自己角色的羁绊而还原为一个原来的自我,自然、淳朴。并且旅游的场景与氛围也易于使人们沟通与交往,产生其他交往形式所达不到的良好效果。因此,旅游是人类一种积极而健康的交往活动。

3. 旅游是人类一种以审美为特征的消闲活动。追求美是人类文明的主要特征。在旅游活动中,通过美的感受——游览名山大川、欣赏文物古迹、体验风土人情等,达到陶冶情操,愉悦身心,增长见识的目的。旅游活动的审美情趣是丰富多样的,自然景观给人以自然美,人文景观给人以艺术美和社会美,从而满足人们不同层次的审美需求。因此,旅游从本质上说还是一种审美活动。而旅游这种审美活动作为人们物质生活水平与文化生活追求提高的表现,必须以闲



暇时间为前提。旅游是众多消闲活动的再组合,旅游者在目的地停留期间,除了吃、喝、拉、撒、睡这些满足人的生理需要的活动之外,所有其他活动几乎都是消闲行为,包括观光、游览、与人交往、看电影、看电视、听广播、听音乐、阅读、聊天、室内消遣、体育锻炼、观看节目演出、参加俱乐部活动等等。旅游最基本的形式是游览观光,而消遣型旅游则是现代旅游最重要和普遍的旅游类型。所以说,旅游是人类一种以审美为特征的消闲活动。

(二) 旅游的社会属性

从旅游发展的历史演变看,旅游活动涉及了社会生活的众多层面,体现了多种社会现象和社会关系。因此,有必要进一步阐明旅游发展与人类社会发展的相关关系,即旅游的社会属性。

1. 旅游是人类社会经济发展的产物

旅游的产生与发展是和社会经济的发展密切相关的,它是人类社会经济和文化发展到一定阶段的产物。社会生产力的发展水平决定了各个时代旅游的规模、内容、方式和范围。在人类社会初期,由于生产力十分低下,人类的生存无时不处在饥饿和自然灾害侵袭的威胁之中,客观上不具备旅行的物质基础,当然更谈不上旅行的主观愿望与动机。尽管也经常发生从一地到另一地的迁移活动,但都是出于生存的需要,不是真正意义上的旅行和旅游。从原始社会末期和奴隶社会初期,出现第三次社会大分工,人类因经商而产生外出旅行的愿望起,直到19世纪工业文明出现以前,在这漫长的几千年中,人类社会经历了奴隶社会和封建社会,但都是属于农业社会时期,生产力发展缓慢,社会经济发展水平低下。因此旅行活动的规模有限,只有社会上层和少数富有者才能享受旅行;旅行活动内容单一,经商和宗教旅行居主导地位;这一时期交通工具十分落后,以自然力、人力和畜力为动力来源,旅行活动也局限在很小的范围内,洲际或国际等长距离旅游几乎很难实现。

到了19世纪后半叶,工业革命大大推动了社会生产力的发展。工业革命还促进了城市化的进程,由此也极大地改变了人们的生产与生活方式,使旅游活动发生了质的变化。旅游在社会生活中的地位日渐重要;由于社会财富和人们生活水平的提高,参加旅游的人数增多,旅游开始成为具有现代意义的社会现象;火车和轮船成为主要交通工具并大大改善了交通条件,使旅游的规模和范围发生了巨大的变化;作为经济产业的旅游业开始形成。

第二次大战以后,国际政治形势相对稳定,世界经济得以迅速恢复,一系列科技发明和创造推动了社会经济迅猛发展。随着人们收入水平提高,闲暇时间增多,旅游需求日益发展。而另一方面旅游业不断发展壮大,旅游设施不断现代



化,旅游供给也日趋完善,为旅游者提供了物质基础,增添了旅游的魅力和色彩。这一切都促使旅游迅速普及世界各地,成为大众性社会活动。

由此可见,旅游的产生和发展是社会经济发展的必然产物。社会经济的发展水平决定着旅游发展的水平,而旅游的发展反过来又促进了社会经济的繁荣。

2. 旅游是社会政治、文化的产物

旅游活动作为一种社会现象,首先是作为旅游者的人的活动。尽管旅游者旅游活动的动机不同,活动形式和内容也多种多样,但都属于人们一种暂时或短期性的特殊生活方式,总体上属于社会文化范畴。因此,旅游活动是以人员流动与交往为特征,涉及经济、政治、文化等许多方面的社会活动。旅游在增进各国人民相互了解和友谊,缓和国际关系和维护世界和平方面,是一个积极的现实的因素。同时,旅游还有助于改善和提高东道国的国际形象。旅游也因此被称为“民间外交”,受到世界各国政府的高度关注。正如 1980 年世界旅游组织(World Tourism Organization, WTO)在《马尼拉宣言》中所指出:“旅游的经济利益,不论是如何的实际或重大,不是,也不能构成国家决定促进这一活动的惟一标准。”并且每年都提出一个以和平、自由、友谊和促进等内容为主题的宣传口号,来体现旅游的发展功能。比如:

1980 年,旅游为保存文化遗产,为和平及相互了解作贡献。

1984 年,旅游为国际谅解、和平与合作服务。

1986 年,旅游——世界和平的促进力量。

1989 年,旅游者自由往来,创造团结的世界。

1992 年,旅游通过社会经济一体化,增加各国人民相互了解的途径。

2000 年,技术与自然:21 世纪旅游业面临的双重挑战。

2001 年,旅游业:为和平与文明之间的对话而服务的工具。

2002 年,生态旅游:可持续发展的关键。

2003 年,旅游业:一种消除贫困、创造就业与社会和谐的驱动力。

2004 年,体育与旅游:增进互相了解、文化与社会发展的动力。

资料来源:中国旅游网。

此外,由于国际旅游活动的开展要跨越国界,需要考虑国家关系以及办理护照、签证等出入境手续,这些都使旅游活动涉及政治方面的问题。

旅游作为一种社会文化活动可以说处处都打上了文化的烙印。旅游者外出旅游是源于人的精神需要,旅游者要依据一定的社会文化背景才能产生;而旅游资源都不可避免地反映了一定的社会文化环境;旅游设施和旅游服务则在内容和形式上展现了东道社会精神文化和物质文化。譬如民族历史、生活方式、风俗



习惯、文学艺术、建筑、服饰、饮食等。正所谓“山不在高，有仙则名；水不在深，有龙则灵”，旅游资源自身就是凝聚着人类精神文化神韵的“神仙”，是旅游地社会文化环境的体现。因此，旅游业既是一定社会文化环境创造出来的物质和非物质的旅游媒介，又是一定社会文化环境的自我表现形式。

澳大利亚推出土著人旅游业发展战略

土著人是澳大利亚的原住民，有自己独特的文化和传统，加上土著人居住的独特自然环境，其旅游资源非常丰富。根据澳大利亚时代报(*The Age*)布里斯班报道，最新的澳洲当地旅游调查结果显示：大约80%的外国旅客对于参观以澳洲原住民为主题的风景名胜有极高的兴趣。另外，也有超过三分之一的游客，希望学习澳洲原住民的文化。旅游的动机是寻找保留古老文化的民族或居民，以了解他们的文化、风俗和习惯。

为了缩小地区差距，澳大利亚政府选择以旅游业作为提高土著人居住地区经济发展水平的突破口，并推出了“土著人旅游业发展战略”。澳大利亚政府在规划上给予了土著人地区大力支持，要求各地方政府在制定当地旅游发展规划时，必须统一考虑土著人旅游发展计划，把土著人旅游列入当地社区、州和全国旅游计划的一部分。在强调土著人自力更生的同时，澳大利亚联邦和州政府也根据不同情况给予补助，联邦银行还提供优惠政策，向土著人发放低息和无息贷款。澳大利亚政府非常注意把开发旅游与保护文化遗产结合起来。

资料来源：张国洪，《中国文化旅游》，2001年11月，南开大学出版社。

3. 旅游是现代社会生活发展的必然产物

旅游作为人类社会生活的一项重要内容已有很长的历史。在现代社会，随着社会经济的高度发展和人们生活水平的不断提高，旅游已成为人们现代生活的必要的组成部分。世界旅游组织(World Tourism Organization, WTO)在《马尼拉宣言》中明确提出旅游也是人类社会基本需要之一，为了使旅游同其他社会基本需要协调发展，各国应将旅游纳入国家发展的内容之一，使旅游度假真正成为人人享有的权利。人们通过旅游，短期改换一下生活环境，或欣赏山水风光，或体验风土人情，不仅可以愉悦身心，陶冶情操，而且还可以开阔视野，增长见识，都可以获得精神和物质上的享受。所以，在现代社会，人们生活水平日益提