

2008年河南省
中等职业学校对口升学考试复习指导

旅游类专业
(上册)

旅游概论 旅游心理学

河南省职业技术教育教学研究室 编



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

2008年

河南省中等职业学校对口升学考试复习指导

旅游类专业 (上册)

旅游概论

旅游心理学

河南省职业技术教育教研室 编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书为2008年河南省中等职业学校对口升学考试复习指导丛书之一,主要内容有:旅游概论与河南旅游、旅游心理学和参考答案,同时还收录了近两年河南省中等职业学校毕业生对口升学考试旅游类基础课试卷、参考答案及评分标准。

本书适用于参加旅游类专业对口升学考试的学生作为复习参考资料。

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。

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论·旅游心理学 / 河南省职业技术教育教学研究室编. —北京:电子工业出版社, 2008.2
2008年河南省中等职业学校对口升学考试复习指导. 旅游类专业. 上册
ISBN 978-7-121-05830-1

I. 旅… II. 河… III. ①旅游-专业学校-升学参考资料②旅游心理学-专业学校-升学参考资料
IV. F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第009171号

责任编辑:李影 张广

印刷:涿州市京南印刷厂

装订:涿州市桃园装订有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

开本:787×1092 1/16 印张:14.5 字数:371.2千字

印次:2008年2月第1次印刷

定价:21.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zllts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

前 言

为了做好2008年河南省中等职业学校毕业生对口升学考试指导工作,帮助学生有针对性地复习备考,我们组织有关专家和教师编写了这套《2008年河南省中等职业学校对口升学考试复习指导》。这套复习指导是以2008年河南省中等职业学校对口升学《考纲》为依据,以国家规划教材、河南省中等职业技术教育规划教材为参考编写的。每本复习指导包括复习内容和要求、题型示例、参考答案三部分内容,同时还收录了近两年河南省中等职业学校毕业生对口升学考试的试卷、参考答案及评分标准。

在编写过程中,我们认真贯彻《河南省人民政府贯彻国务院关于大力发展职业教育的决定的实施意见》(豫政[2006]20号)文件精神,坚持“以服务为宗旨、以就业为导向”的职业教育办学方针,以基础性、科学性、适应性、指导性为原则,紧扣《考纲》,着重反映了各专业(学科)的基础知识和基本技能,注重培养和考查学生分析问题和解决问题的能力。在内容选择和例题设计上,既适应了高考选拔性能力考试的需要,又注意了对中等职业学校教学工作的引导。在复习时,建议以教材为基础,以复习指导为参考,二者配合使用,效果更好。

本书是这套书中的一种,其中《旅游概论》部分,主编翁海燕,副主编史向丽、华超,参编张雅敏;《旅游心理学》部分,主编李长秋,参编孙璐。本书由康坤审稿。

由于经验不足,时间仓促,书中瑕疵之处,恳请广大师生及时提出修改意见和建议,使之不断完善和提高。

河南省职业技术教育教研室

2008年1月

目 录

第一部分 旅游概论与河南旅游

复习指导	1
旅游概论部分	1
绪 论	1
第一章 旅游的产生及其科学概念	5
第二章 旅游的本质、属性与特征	8
第三章 旅游的发展历程及其时代特征	14
第四章 旅游活动的构成要素	19
第五章 旅游业的构成	26
第六章 旅游市场	30
第七章 旅游与旅游业的影响和作用	35
第八章 旅游与旅游业的发展前景	38
河南旅游部分	41
第一章 河南省基本省情	41
第三章 自然景观旅游	44
第四章 人文景观旅游	47
第五章 河南旅游新干线	49
旅游概论及河南旅游题型示例	53
旅游概论部分	53
河南旅游部分	78

第二部分 旅游心理学

复习指导	84
第一章 心理学与你	84
第二章 如何对旅游者鉴貌辨色	89
第三章 良好旅游服务心理素质的培养	94
第四章 操作技能训练	105
第五章 旅游者的需要、兴趣及旅游动机	108

第六章 旅游者的个性·····	116
第七章 旅游业员工的心理保健·····	122
第八章 旅游服务心理·····	127
第九章 旅游者的投诉心理·····	135
第十章 旅游者心理与旅游设施·····	138
第十一章 旅游管理心理·····	141
旅游心理学题型示例·····	145
综合测试题 1·····	162
综合测试题 2·····	165

第三部分 2006—2007 年试题

2006 年河南省普通高等学校对口招收中等职业学校毕业生考试 旅游类基础课试卷·····	169
2007 年河南省普通高等学校对口招收中等职业学校毕业生考试 旅游类基础课试卷·····	175

第四部分 参考答案

旅游概论与河南旅游题型示例参考答案·····	181
旅游心理学题型示例参考答案·····	200
综合测试题 1·····	215
综合测试题 2·····	216
2006 年河南省普通高等学校对口招收中等职业学校毕业生考试 旅游类基础课试卷参考答案及评分标准·····	218
2007 年河南省普通高等学校对口招收中等职业学校毕业生考试 旅游类基础课试卷参考答案及评分标准·····	222

第一部分 旅游概论与河南旅游

复习指导

旅游概论部分

绪论

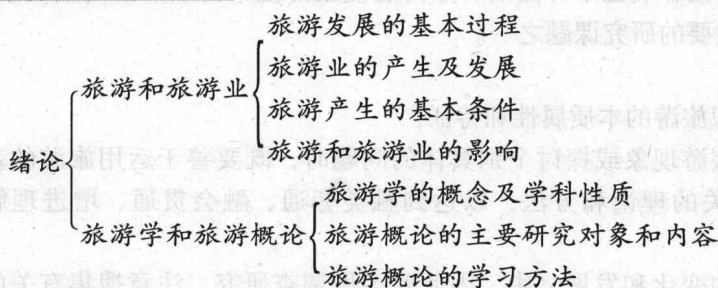


考纲要求

1. 了解旅游与旅游业的基本概况；
2. 了解旅游学的基本概念及其学科性质；
3. 掌握旅游概论的研究对象及其研究内容；
4. 了解旅游概论的学习方法。



知识结构





复习具体要求

(一) 重点名词

旅游学：是一门以全球为整体，研究人类旅游的产生、基础、结构、性质和运行手段及其发展规律的综合性基础理论学科。

(二) 一般了解

1. 旅游发展的基本过程

旅游作为人类的一种生活方式和一种社会文化现象已有悠久的历史。在古代，由于社会生产力水平低下、经济不发达、交通闭塞等原因，在相当漫长的岁月里，只有帝王将相、达官贵人、富贾巨商、文人学士有能力有条件享受。对于平民百姓而言，旅游当时被看做是一种奢侈的享乐活动。直到近代，旅游活动才逐渐开始形成并成为社会的一种普遍现象。而第二次世界大战结束后，世界各国的国内和国际旅游更是进入了“大众旅游”发展的新时代。

2. 旅游业的产生及发展

自古至今的旅游活动都离不开社会的供给。到近代，由于旅游需求的不断扩大和社会供给条件的不断完善、发展，导致了旅游业的产生。自从英国人托马斯·库克于19世纪40年代开创旅游业先河至今，旅游业仅仅才走过一百多年的发展历程。然而，旅游业的发展速度之快，规模之大，影响面之广，却一直位居世界各行业发展前列。由此，1992年旅游业一跃成为世界第一大产业。现如今，旅游业的发展已被认定为全球经济的推动力量，并对世界经济结构产生了重大影响。旅游业和石油、汽车工业一起成为国际贸易的三大支柱。

3. 旅游活动产生的条件

站在经济学的角度去分析，旅游活动必须建立在“可随意支配的收入”之上。从人类生活需求的层次看，旅游是一种超出基本生活需要、满足物质和精神上享受更高层次享受的社会活动。因此，大众性的旅游活动必须有强大的社会基础作后盾。工业文明带来的至今持久不衰的旅游热，不但说明人类的旅游活动是社会、经济、文化发展到一定阶段的必然产物，同时也是对欧美发达国家现代国际旅游活动之所以能率先兴起并占绝对优势的最好注脚。

4. 旅游和旅游业的影响

旅游与旅游业的快速发展对人类来说，既有正面影响，也有负面影响。它的正面影响可以体现在对社会经济、文化教育、政治等各个方面的积极作用，但是同时其对环境、社会文化、伦理道德方面所带来的消极影响也不可低估。如何能使旅游健康持续和谐的发展下去，已成为人类目前所面临的最重要的研究课题之一。

5. 旅游概论的学习方法

(1) 掌握旅游概念、认识旅游的本质属性和特征；

(2) 在观察某种具体的旅游现象或探讨个别具体的问题时，既要善于运用旅游的基础理论原理，又要注意借鉴相关的理论和方法，以达到触类旁通、融会贯通、增进理解的目的；

(3) 旅游理论总在不断的变化和发展之中，因此要多做调查研究，注意搜集有关的旅游相关资料，开阔学术视野，不断提高观察和分析的能力。





(三) 重点问题

1. 旅游概论的主要研究对象

旅游概论是以旅行游览活动作为特定的研究领域，以旅行游览活动中特有的矛盾及其发展变化规律作为主要研究对象的。具体地讲，主要涉及旅游者、旅游资源和旅游业三方面，其中旅游者与旅游资源是主要研究对象，旅游资源相对处于从属地位。

2. 旅游概论的主要研究内容

- (1) 确立旅游概念，揭示旅游的本质、属性和特征；
- (2) 阐述和揭示旅游的发展历程及其不同时代特征与社会、经济、文化等的发展变化之间的内在联系；
- (3) 揭示旅游活动的实质和形态特征及旅游的构成要素；
- (4) 探讨旅游市场的形成、分布与发展变化状况以及影响旅游增长的因素，揭示现代旅游供需关系的发展变化规律；
- (5) 阐述旅游与旅游业的双重影响和作用，树立可持续发展的旅游发展观；
- (6) 探讨旅游与旅游业可持续发展的途径及未来发展趋势。



旅游信息

世界旅游日

世界旅游日 (World Tourism Day)，是由世界旅游组织确定的旅游工作者和旅游者的节日。1970年9月27日，“国际官方旅游联盟”（世界旅游组织的前身）在墨西哥城召开的特别代表大会上通过了将要成立世界旅游组织的章程。1979年9月，世界旅游组织第三次代表大会正式将9月27日定为世界旅游日。选定这一天为世界旅游日，一是因为世界旅游组织的前身“国际官方旅游联盟”于1970年的这一天在墨西哥城的特别代表大会上通过了世界旅游组织的章程。此外，这一天又恰好是北半球的旅游高峰刚过去，南半球的旅游旺季刚到来的相互交接时间。

为了阐明旅游的作用和意义，加深世界各国人民对旅游的认识和理解，促进旅游业的发展，世界旅游组织从1980年起每年都为世界旅游日确定一个主题，各国旅游组织根据主题和要求开展一系列庆祝活动。

历年世界旅游日的主题口号——

1980年：旅游业的贡献：文化遗产的保护与不同文化之间的相互理解。

1981年：旅游业与生活质量。

1982年：旅游业的骄傲：好的客人与好的主人。

1983年：旅游和假日对每个人来说既是权利也是责任。

1984年：为了国际间的理解、和平与合作的旅游。

1985年：年轻的旅游业：为了和平与友谊的文化和历史遗产。

1986年：旅游：世界和平的重要力量。



- 1987年：旅游与发展。
- 1988年：旅游：公众教育。
- 1989年：施行者的自由活动创造了一个共融的世界。
- 1990年：旅游：一个还未被完全认识的产业，是一个有待开发的服务。
- 1991年：交流、信息与教育：旅游业发展的生命线。
- 1992年：旅游：幸社会经济的稳定和人民之间的交流的重要因素。
- 1993年：旅游业发展和环境保护：营造持续的和谐与发展。
- 1994年：高质量的服务、高质量的员工、高质量的旅游。
- 1995年：WTO：为世界旅游业提供了20年的服务。
- 1996年：旅游业：宽容与和平的因素。
- 1997年：旅游业：21世纪提供就业机会和倡导环境保护的先导产业。
- 1998年：政府与企业的伙伴关系：旅游的开发和促销的关键。
- 1999年：旅旅游：为新千年保护世界遗产。
- 2000年：技术和自然：21世纪旅游业的双重挑战。
- 2001年：旅游业：和平和不同文明之间对话服务的工具。
- 2002年：经济旅游：可持续发展的关键。
- 2003年：旅游：消除贫困、创造就业和社会和谐的推动力。
- 2004年：旅游拉动就业。
- 2005年：旅游：消除贫困、创造就业和社会和谐的推动力。
- 2006年：旅游让世界受益。
- 2007年：旅游为妇女敞开大门。

第一章 旅游的产生及其科学概念

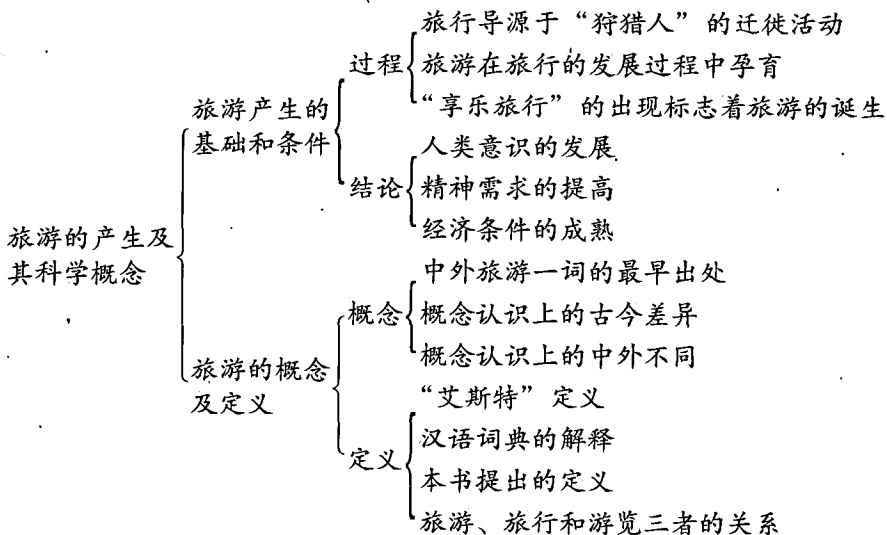


考纲要求

1. 了解旅游产生的基础和条件；
2. 了解旅游的概念及其内涵的发展与变化；
3. 掌握旅游、旅行和游览的联系和区别；
4. 熟练掌握旅游的定义。



知识结构



复习具体要求

(一) 重点名词

1. 享乐旅行：是指出自消遣娱乐和享受人生价值的需要而进行的非功利性的旅行活动。
2. 旅游（“艾斯特”定义）：是非定居者的旅行和暂时居留而引起的一切现象和关系的总和。这些人不会导致永久居留，并且不从事赚钱活动。
3. 旅游：是人们为寻求精神上的愉快感受而进行的非定居性旅行和游览过程中所发生的一切关系和现象的总和。



(二) 一般了解

1. 旅游产生的基础条件

旅游是人类自身的进化和在社会发展历程中产生的，其基础条件是人类意识的发展、精神需求的提高和社会、经济、文化等的发展和进步。就个体而言，旅游者的产生，是追求自身价值实现的文化意识和经济条件成熟的结果，旅游是超出生存需要而具有享受性的一种新的生活方式和社会活动方式。可以简单地概括为旅游的产生源于人类意识的发展、精神需求的提高和经济条件的成熟。

2. 迁徙和旅行的区别

“迁徙”和“旅行”虽有共同的外部特征——空间移动。但不同的是，前者是早期人类为了生存而被动地适应自然环境的一种“自然行为”；后者却是人类社会进化到一定阶段、具有明确目的意识的一种“自由行为”。

3. 人类旅行观念产生的社会基础

人类社会大分工，这是旅行观念产生的社会基础，并促使有自觉目的意识的旅行活动的萌芽。这三次社会大分工分别是农牧的分离，手工业的出现，商业的出现。

4. 经商旅行和现代旅游的区别

旅行经商，目的在于获得商业利润，是一种功利性的经济活动，并非为了消遣娱乐、游览观光，而现代旅游的本质多是非功利性的。

5. 中外旅游一词的最早出处

中国“旅游”一词，最早见于南朝梁诗人沈约的《悲哉行》一诗。西方“Tourism”（旅游）一词，最早见于1811年英国出版的《牛津词典》。

6. 中西方旅游概念认识和表述的倾向

西方人对旅游的认识和表述倾向于表达人和自然的关系，中国人更倾向于表达人与社会的关系。

7. 中国古代与“旅游”有关的词汇

在我国古代，更多使用的是具有各自独立概念的“旅”字和“游”字。由于“游”字的内涵的不断丰富，围绕“游”在派生出诸多词汇，如巡游、游幸、游宦、游学、云游、游冶、游燕、游荡、游赏、游历、游玩、游览等。

8. “艾斯特”定义的优、缺点

其优点在于指出旅游的某些基本特征，如综合性、异地性和业余性、暂时性；不足的是把“昼游夜归”（即不在外过夜）和公务旅游排除在外，而且难于把一般的出差旅行和具有消遣性的游览观光加以区别。

(三) 重点问题

旅游、旅行和游览的联系和区别

旅行、游览、旅游三者之间既有联系又有区别。这三者本三个不同的概念，但从旅游的定义来考察，三者之间又有必然的内在联系。只有旅行而没有游览构不成旅游；而没有以旅行为前提（即在常住地）的游览也仅是游览而不是旅游。只有旅行和游览相结合才能构成完整意义的旅游（概念）。（旅行是旅游所凭借的手段或前提，游览是旅游的目的和内容）。



旅游信息

★ 中国历届大型旅游活动主题年

1992年：友好观光年“游中国，交朋友”。

1993年：中国山水风光游“锦绣河山遍中华，名山圣水任君游”。

1994年：文物古迹游“保护文物古迹，促进旅游发展”。

1995年：民俗风情游“中国——56个民族的家”；“众多的民族各异的风情”；“探访中华民族风情 难忘神奇经历”。

1996年：休闲度假游“96中国——崭新的度假天地”。

1997年：中国旅游年“十二亿人喜迎‘97中国旅游年’”；“游中国——全新的感受”。

1998年：98华夏城乡游“中国 改革开放二十年 现代城乡 多彩生活”。

1999年：99生态环境游

2000年：2000年神州世纪游

2001年：2001年中国体育健身游

2002年：中国民间艺术游

2003年：中国烹饪王国游

2004年：中国百姓生活游

2005年：中国旅游年

2006年：中国乡村游

2007年：中国和谐城乡游

第二章 旅游的本质、属性与特征

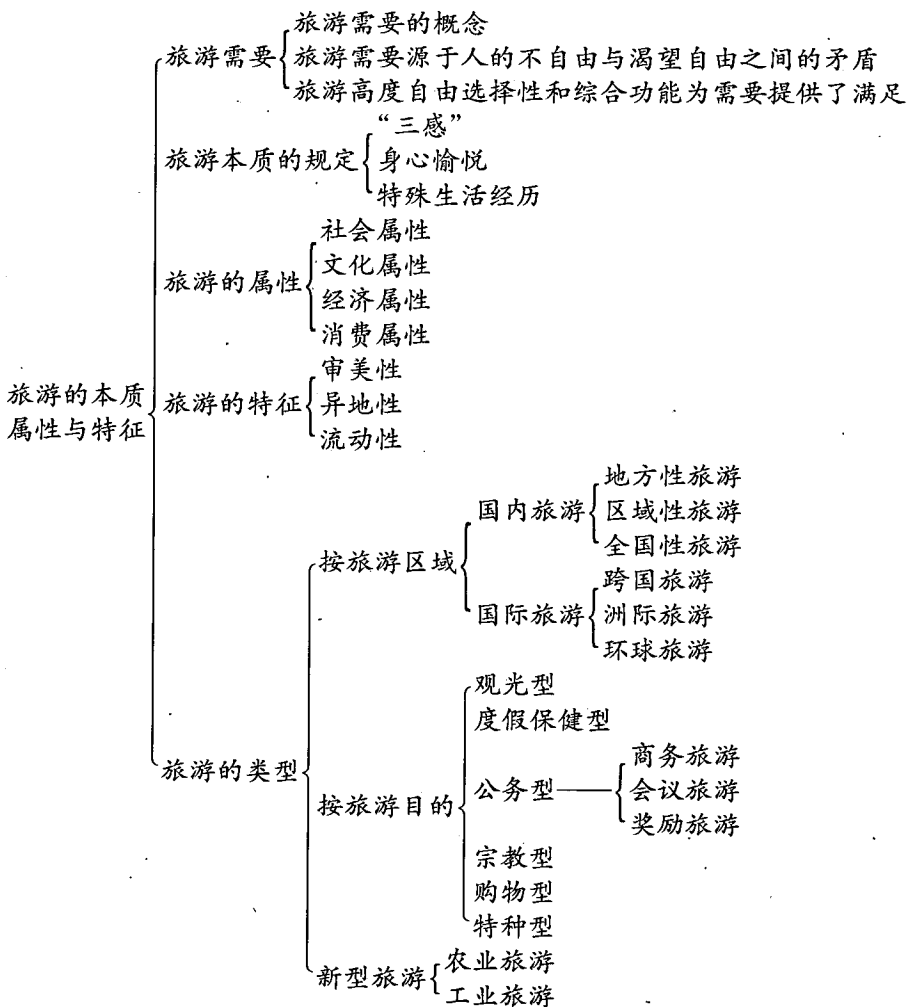


考纲要求

1. 了解旅游需要产生的原理；
2. 掌握旅游本质的规定；
3. 熟练掌握旅游的四大大基本属性、特征及其类型。



知识结构





复习具体要求

(一) 重点名词

1. 旅游需要：是指人们在满足生存条件以外感到缺少什么东西，又期望通过旅游获得这些东西而产生的一种心理现象。
2. 国内旅游：指一个国家（地区）的居民在其国家（地区）的境内所进行的旅游活动。
3. 国际旅游：指一个国家（地区）的居民跨越国界（国界）到另一个或几个国家（地区）所进行的旅游活动。
4. 地方性旅游：一般是指当地居民在本区、本县、本市的范围内的当日旅游。
5. 区域性旅游：指离开居住地到邻近地区的风景名胜点的旅游活动。
6. 全国性旅游：指跨省份的旅游，主要是指离开本省市到全国旅游城市和具有代表性的著名风景名胜地的旅游活动。
7. 跨国旅游：泛指离开所在国到另一个国家或多个国家进行的旅行游览活动。
8. 洲际旅游：指跨越洲际界限的旅行游览活动。
9. 环球旅游：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。
10. 观光旅游：指旅游者到异国他乡进行游览自然山水、鉴赏文物古迹、领略风土民情，从中获得自然美、艺术美、社会美的审美情趣，以达到积极的休息和愉悦身心的效果。
11. 公务旅游：指以公务旅行中的旅游活动阶段。
12. 商务旅游：商人在经商过程中有意识地开展一些的旅游观赏活动。
13. 会议旅游：实质上就是开会与旅游相结合的一种社会活动。
14. 奖励旅游：因个人业绩和贡献而获得各相关的政府机构和企事业单位所提供的一种公费旅游奖励。
15. 宗教旅游：主要是以朝圣、拜佛、求法、取经或宗教考察为主要目的的旅游活动。
16. 购物旅游：是一种以购物为主要目的的旅游活动。
17. 特种旅游：是指旅游者为了满足某方面的特殊需要与兴趣而进行的一种具有特色的专题旅游活动，也称为“特色旅游”、“专题旅游”或“专项旅游”。

(二) 一般了解

旅游需要产生的原理

旅游需要源于人的不自由（被局限）与渴望自由（超越局限）之间的矛盾性。人类的不自由和种种被局限的客观存在，是人类旅游需要产生的前提（即有不足之感），而追求个性价值实现的文化意识，是个人旅游需要产生的不可或缺的基本条件（即有追求满足之感）。

旅游能够满足人们需要的原因

旅游的高度自由选择性和综合功能为人们的不同需要的满足提供了条件。（1）旅游拓



展了人们的生活领域,产生了与日常生活的疏离;(2)旅游的综合功能丰富了旅游者愉悦身心的内容和形式。

(三) 重点问题

1. 旅游本质的规定

简而言之,旅游在本质上是以获得人身的自由感、精神上的解放感和特定需要的满足感——身心愉悦感受为目的的一种特殊生活经历。

2. 旅游的社会属性

(1) 旅游主体具有社会的文明性。旅游既是在人类自身进化和社会发展历程中产生的,又是以人为本的一种社会活动,所以说旅游的主体——旅游者,已是具有社会意识、社会道德观念和社会变革能力的社会人。

(2) 旅游客体具有社会发展的变化性。自古至今的旅游活动都离不开社会的供给。作为旅游的客体——旅游资源以及所能提供的各种条件,总是随着社会的发展变化而不断发展变化的,因而必然会被打上社会的印记。

(3) 旅游价值观具有社会的进步性。随着社会的发展进步,人们对旅游的观念也在不断发生变化。现代旅游在旅游动机、目的和方式上越来越趋于细分化、多样化和个性化。通过人们旅游价值观的改变,可以看出是由于社会的发展进步促使人们人生观、价值观变化的原因。

3. 旅游的文化属性

旅游与文化有着不可分割的关系,而旅游本身就是一种大规模的文化交流,从原始文化到现代文化都可以成为吸引游客的因素;游客不仅汲取游览地的文化,同时也把所在国的文化带到游览地,使地区间的文化差别日益缩小。

(1) 旅游者是依赖于一定社会文化背景而产生的。一个人能否成为旅游者,首先要有金钱的支付能力和足够的闲暇时间。其次,必须有外出旅游的需求和欲望。前者是经济因素,为人们外出旅游提供了可能性;后者属于文化因素,即足以使旅游者产生旅游动机的文化背景。它包括旅游者本人的文化意识,也包括足以吸引旅游者的游览地的社会文化环境。

(2) 旅游资源是一定社会文化环境的化身。旅游资源是旅游的吸引力因素,是旅游者参观游览的对象,包括自然旅游资源和人文旅游资源两大类型。旅游接待地的人文旅游资源包括社会、政治、经济、法律、宗教等因素,这些都是社会文化因素,它必然具有国家、民族和地区的文化色彩。另一方面,自然旅游资源虽是天赋的自然地理条件,但是必须经过人类劳动加以开发改造,才能供游客亲临其地开展旅游活动。因为融入了社会劳动,自然的旅游资源也由此染上了文化色彩。可见,无论是人文旅游资源,还是自然旅游资源,都是一定社会文化环境的化身。

(3) 旅游业的旅游设施和管理服务是一定社会文化环境的自我表现形式。无论是直接或间接为旅游服务的公共基础设施,还是专门为旅游活动服务的设施建设,都必须依赖先进的社会生产力和科学技术,而科学技术本身就属于物质文化的范畴;不同国家、民族和地区的旅游设施,必然具有异族文化的特色。不同国家、地区所提供的旅游服务,也必然要在内容和形式上展示出本国、本地区的文化特色。旅游从业人员的文化气质和文化修



养,也必然在提供旅游接待服务过程中得到显现。所以说,旅游业的旅游设施和服务,既是一定社会文化环境创造出来的物质和非物质条件,又是一定社会文化环境的自我表现形式。

综上所述,无论是旅游者的产生,旅游资源的开发和旅游设施的建设,包括提供的对旅游者所提供的各种服务,都是社会文化的实践,旅游是一种带有浓厚文化色彩的社会活动,文化是旅游的灵魂。

4. 旅游的经济属性

纵观人类旅游活动的产生、发展历史,不难看出旅游是伴随着社会生产力水平的不断提高而发展变化的。一方面,从社会经济角度分析,国民收入的增加、劳动时间的缩短、余暇时间的延长,先进交通工具不断的问世,使得大众性、国际性旅游活动能够顺利开展。另一方面,个人旅游动机的形成也同样显示出旅游具有的经济属性。事实证明,人们往往是因为有了节余的收入和闲暇时间,并在外界各种有关信息的刺激下,促使旅游需要的强化,而产生外出旅游的强烈愿望。从旅游历史发展的角度来看,经济因素(条件)对旅游者的产生和各国旅游活动的发展一直起着决定性的作用。然而,随着人类社会经济的快速发展、国力的提升和广大人民越来越富裕,经济因素对旅游的制约作用将从主导地位降为从属或次要地位。

5. 旅游的消费属性

旅游行为是消费行为,而非生产行为;旅游是一种超出生存需要的高级消费形式。

(1) 根据人类的需要的需分为生存需要、享受需要和发展需要三个方面的理论,可以说明旅游是人类生活需求层次提高的表现,旅游是人们超出生存需要的一种社会活动。

(2) 旅游消费和一般生活消费相比较,是一种更高级的消费活动。旅游的高级消费包括消费水平和消费结构两方面,食、住、行、购四个方面属于物质消费,游览、娱乐属于精神消费。作为一个现代的旅游者,整个旅途生活的每一分钟都意味着要付出金钱,所以旅游就是花钱买享受。

6. 旅游的特征

旅游除了娱乐性、综合性、灵活性、效益性、大众性和广泛性外,还有其自身最本质的特性。

(1) 审美性。从旅游美学的本质上说,旅游是一种寻找美、感受美的活动,从物质方面得到的主要是感官或生理上的愉悦和满足,从精神方面获得的则是心理上、意识上的美的感受。

(2) 异地性。它是旅游的基本特征,即人们为了满足旅游需要,达到追新求异、游览审美等各种目的,必须到另一个不是常住的地方去。原因是人们有“远方崇拜”的天性及想“换换环境”和对异域情调向往等心理因素。

(3) 流动性。旅游的异地性,决定了旅游的流动性。旅游者为了实现旅游目的,首先必须能够顺利地自己的常住地转移到异地景区,然后从一个景区向另一个景区转移,就产生了流动,即旅行。只有流动(旅行),游览才能获得更广阔的空间形式,所以,旅游必须以旅行为前提。

另外,旅游的“季节性”也受到人们的关注。季节性,是指旅游活动因受到自然条件和社会文化背景的制约而呈现出淡季、旺季的差异性。