



工商管理经典译丛·旅游管理系列
Business Administration Classics

旅游学

(第10版)

TOURISM

(Tenth Edition)

查尔斯·R·格德纳 (Charles R. Goeldner)

J·R·布伦特·里奇 (J. R. Brent Ritchie) 著

李天元 徐虹 黄晶 译

 中国人民大学出版社



工商管理经典译丛·旅游管理系列

Business Administration Classics

旅游学

(第10版)

TOURISM

(Tenth Edition)

查尔斯·R·格德纳 (Charles R. Goeldner)

J·R·布伦特·里奇 (J. R. Brent Ritchie) 著

李天元 徐虹 黄晶 译

 中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游学: 第 10 版/格德纳, 里奇著; 李天元等译.
北京: 中国人民大学出版社, 2008
(工商管理经典译丛·旅游管理系列)
ISBN 978-7-300-09156-3

- I. 旅…
- II. ①格… ②里… ③李…
- III. 旅游
- IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 042673 号

工商管理经典译丛·旅游管理系列

旅游学 (第 10 版)

查尔斯·R·格德纳 著
J·R·布伦特·里奇
李天元 徐虹 黄晶 译

出版发行	中国人民大学出版社	邮政编码	100080
社 址	北京中关村大街 31 号		
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	河北涿州星河印刷有限公司	版 次	2008 年 5 月第 1 版
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	印 次	2008 年 5 月第 1 次印刷
印 张	34.5 插页 2	定 价	65.00 元
字 数	743 000		

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

《工商管理经典译丛·旅游管理系列》

出版说明

旅游业已成为当今世界规模最大的产业，是许多国家和地区实现经济腾飞和持续发展的有效切入点和重要突破口。近年来，我国旅游业一直保持快速发展的态势，旅游业已经成为许多地区经济发展战略的核心，成为我国国民经济的增长点。21世纪的前20年，我国旅游业的目标是要实现从“亚洲旅游大国”到“世界旅游强国”的历史性转变。据世界旅游组织预测，到2020年，中国将成为全球第一大旅游目的地国和第四大客源国。

为了顺利实现这一个宏伟的战略目标，我国旅游业迫切需要大量拥有先进旅游管理知识的专业人才队伍。目前，虽然我国拥有1000多所旅游院校和大量的旅游从业人员，但旅游人才的数量和质量依然无法满足我国旅游业飞速发展的需要。鉴于当今世界旅游业在产品设计、服务手段、经营管理方面的发展日新月异，创新层出不穷，就我国实际情况而言，更需一批拥有先进旅游管理知识和国际视野的中高层次人才将我国旅游业带入一个更高的境界。

为了适应中国旅游业进一步发展的需要，满足中国旅游业对多层次旅游专业人才的需求，帮助我国的旅游专业学生和从业人员提升知识水平和实践能力，分享世界其他国家和地区在发展旅游产业、管理旅游企业和开发旅游资源等方面的先进经验，中国人民大学出版社将陆续从国外优秀的出版公司引进出版一系列经典的旅游管理图书，这些图书被世界许多旅游院校和旅游从业人员广为使用，经过多年修订和改版，不仅在内容体系上日臻完善，同时吸纳了世界上的最新旅游管理知识和研究成果，从而保证其经久不衰。

值得一提的是，《工商管理经典译丛·旅游管理系列》中的每本书都经过了相关领域专家的充分论证和遴选，以使所选的每本书都具有权威性和代表性。要特别感谢北京大学、南开大学、香港理工大学等院校的旅游专家给予我们的大力支持，使我们得以出版一套高质量的旅游专业教材。另外，每本书从翻译、编辑加工、装帧设计到出版的各个流程都尽力保证高水平和高标准，力图奉献给读者一套翻译准确、文字流畅、形式新颖的旅游管理精品图书。愿我们精心组织出版的这套旅游管理教材能为我国旅游业的快速发展和宏伟战略目标的早日实现作出贡献。

中国人民大学出版社

译者前言 FOREWORD

接到这本经典著作的翻译任务，我们着实感到荣幸。自该书第1版问世至今，已整整过去了30年。在这期间，该书多次修订，始终是世界各地广泛采用的经典旅游教科书之一。我至今仍记得20多年前自己四处遍求此书而不得的情形，最后还是其当时的主编罗伯特·麦金托什教授远隔万里慷慨赠书，帮我解决了这一问题。

与我所熟悉的前几版相比，第10版的修订令人耳目一新。无论是国际旅游学术研究的最新进展与动向，还是旅游业发展的最新实践与趋势，在本版中都得到了全面的反映和颇有见地的评价。应当说，这与本书享誉国际旅游学界和业界的两位作者不无关系。查尔斯·格德纳是美国科罗拉多大学利兹商学院市场营销和旅游学荣誉教授，至今仍担任该学院可持续旅游研究中心联席主任，他曾是《旅游研究》的创刊主编。至于布伦特·里奇这个名字，我国旅游学界更不陌生。他是加拿大卡尔加里大学旅游管理学教授、世界旅游教育与研究中心主任。此外，他还是世界旅游组织旅游教育理事会主席。

坦率地讲，对于翻译这样一部名著，我是有压力的。或许有人认为译书工作乃“雕虫小技，壮士不为也”。但实际上，如同我过去的一位同事所感叹的那样，“译事之难，非身临其中难知其甘苦”。别的不说，单是如何根据上下文将北美人士惯用的“travel”一词在中文的“旅行”与“旅游”之间进行分辨，以及如何将“tourism”一词根据上下文在中文的“旅游活动”、“旅游业”、“旅游现象”、“旅游学”之间进行分辨，其费思耗时之程度恐非局外者所能理解。另外，对于我们认为原文中的可能性错误，我们也不揣冒昧地加了译者注，希望能引起读者的注意。总之，我们尽了最大的努力。但由于我们的知识和水平有限，译文中仍会有不妥甚至错误之处，诚望读者批评指教。

参加本书翻译工作的有：李天元（序言、第1~3章、第18~20章、术语表），徐虹（第12~17章），黄晶（第4~8章），臧德霞（第9章），唐娟（第10章），高静（第11章）。全书由李天元审校和统稿。

李天元
于南开大学



序言 PREFACE

旅游是一门科学，也是一门艺术，同时还是一种吸引、运送和接待旅游者并满足其需要和欲求的商业（参见第1章关于旅游的其他定义）。

近年来，世界各国都在采取措施提高自己的旅游接待量。航空旅行费用的下降，以因特网为代表的各种科技手段的不断发展，为世界各国以及各旅游企业提供了促进国内外旅游发展的新机会。世界各国的政界和实业界领袖们几乎都认识到了旅游业发展所能带来的经济利益。但是，在采取措施发展本国旅游经济方面，各国有着很大的差异，有的国家在引导旅游设施的建设和经营方面收效甚微。人们早已认识到了旅游发展所带来的经济利益，如今，正在对旅游的社会影响给予更多的关注。旅游发展所带来的社会影响既可能是正面的，也可能是负面的，这取决于旅游目的地如何对其旅游发展进行规划和管理。

本书的主要编写目的是为大学“旅游学”课程提供一本教科书。但本书也提供了很多有价值的信息，因而可用于指导很多旅游组织和企业的工作，包括：国家/州/省/地方政府旅游管理部门、会议与旅游局、商会、旅游规划与开发组织、旅游促进机构、旅游住宿企业、旅游景点/吸引物、交通承运商、燃油供应和汽车制造企业以及其他对人员流动感兴趣或有关的组织和企业。

► 本版的创新之处

第10版的修订与更新旨在探究自第9版出版以来旅游发展方面出现的新动向，讨论其带给旅游业的各种变化。本版的创新之处包括：

- 更新了版面设计；
- 全面反映了世界旅游资源分布状况的变化；
- 增加了对危机管理的讨论；
- 对未来旅游发展作了新的展望；
- 讨论了因特网在旅游调研、市场营销与促销宣传中的应用；
- 更新了各章后面的因特网练习；

- 更新了各章后面的因特网网址, 以便为学生提供更多的信息源。

► 内容与结构

本书重点探讨旅游学中的主要概念, 使旅游业发展成为可能的各项要素, 以及旅游业成为国家财富的一个重要来源的原因。本书在撰写时基于全球视角, 根据已有的成功经验去讨论旅游发展的原理、实践与哲学。新版本对旅游的全球性影响, 包括经济影响和社会影响, 都给予了更多的关注。

若要实现旅游业的成功发展, 众多部门就必须紧密配合, 协同工作, 以打造出消费者满意的旅游体验。全书分为六个部分, 探讨不同的旅游业成分以及它们的功能和重要意义。

第一部分为旅游学总论。分别讨论旅游发展的全球性影响、旅游发展的历史以及旅游业中的职业生涯机会。

第二部分介绍为旅游者提供商品和服务以及旅游目的地的政府旅游管理部门和私营部门。其中各章分别讨论旅游组织、客运交通部门、住宿和饮食服务部门、旅行代理商和旅游批发商以及旅游景点部门。

第三部分讨论旅游动机、旅游行为以及旅游社会学。

第四部分探讨旅游规划, 进一步分析旅游现象的成分构成。其中各章分别讨论旅游政策的制定、旅游供给与需求预测、旅游的经济影响、旅游规划以及环境问题。考虑到环境问题日渐重要, 该部分特别着力于充分探讨旅游业管理/环境管理相交界面的问题——因为两者在这一问题上存在很多潜在的冲突。

第五部分探讨的主要领域包括旅游调研和旅游市场营销。

第六部分展望 21 世纪旅游发展, 并为今天的旅游业应如何做好准备提出建议, 以使旅游业能够适应未来的发展并迎接明天的挑战。

► 特点

为帮助学生更好地理解 and 掌握所介绍的知识, 本书对若干不同的教学方法进行了整合。

每章开头部分的学习目的旨在提醒学生注意该章所讨论的重点内容。每章中的“导言”部分旨在提出有关问题的讨论背景, 并提供一些相关内容供学生参阅。为了有助于阐明一些重要的论题和概念, 书中根据情况需要插入了相关的专栏、图表、照片以及因特网网站。每章的讨论内容都以“本章小结”收尾, 以帮助学生巩固所学知识。

在某些章的后面, 作者提供了一些阅读材料。这些从有关杂志、政府报告和行业出版物中摘录的阅读材料都是一些实例, 用以说明该章所讨论的那些概念正在如何付诸实践。每章后面列出的关键术语用于检查学生对该章主题的理解。经过更新的因特网网址目录列出了该章中曾提到的所有网址, 此外, 还增列了其他一些相关网址, 供学生查询更多的相

关信息。

为了检查学生对有关主题内容的理解，书中提供了三种类型的练习。复习与讨论题可用于检查学生对该章内容要点的记忆，有些问题则属于至关重要的思考性问题。案例题以假定情况为例，要求学生应用自己所学知识解决问题。这些案例题可用作书面作业，也可用于课堂讨论。此外，书中还设计了一系列因特网练习，其目的是通过让学生去访问一些重要的旅游业网站，并基于自己所作的调查来回答问题，从而提高学生使用因特网的熟练程度。

对于采用本书作为教材的教师来说，有一本《教师手册》(ISBN 0-471-78132-0)可供参考。该《教师手册》的内容包括教学建议、教学要点、测验题及其答案。本教材的《教师手册》和教学课件通过网站提供，网址是：<http://www.wiley.com/college>。

► 致谢

值此第10版出版之际，我们首先要祝福许许多多旅游专业的学生，因为他们一直在使用本书先前的版本。我们还要对他们通过给我们以及给我们的出版商写信所做的参与表示感谢。

对所有以电话或信件形式反映其建设性意见，从而为本版及其先前版本的撰写和修订作出贡献和提供帮助的教育工作者，我们深表谢意。

我们十分感谢本书原稿的审阅者们所做的有益评论。他们包括：

Denis Auger, 渥太华大学

David Baker, 东伊利诺伊大学

Bridget Bordelon, 新奥尔良大学

Jerusha M. Bloyer, 北卡罗来纳州立大学

John Bullaro, 加利福尼亚州立工业大学 (California Polytechnic State University)

Liping Cai, 普度大学

Joseph Chen, 东密歇根大学

Larkin Franks, 胡德山社区学院 (Mount Hood Community College)

Zaher Hallab, 南密西西比大学

M. J. Linney, 埃尔帕索社区学院 (El Paso Community College)

Nancy Gard McGehee, 弗吉尼亚技术大学 (Virginia Polytechnic University)

Tony Psyck, 纽约州立大学莫里斯维尔分校

Robert Robertson, 迈阿密戴德社区学院 (Miami-Dade Community College)

Roberta Sebo, 约翰逊威尔士大学

Patty Silfies, 西肯塔基大学

Dallen Timothy, 亚利桑那州立大学

Muzzo Uysal, 弗吉尼亚技术学院与州立大学 (Virginia Polytechnic Institute and State University)

我们尤其要感谢澳大利亚詹姆士库克大学 (James Cook University) 旅游学系的

Philip L. Pearce 为本书撰写了第 9 章“消遣旅游的动机”。我们还要特别感谢西肯塔基大学饭店、餐馆和旅游管理系副教授 Richard F. Patterson 博士为本书编写了很多因特网练习,并感谢科罗拉多大学的 Cindy DiPersio 和 Jacqui Goeldner 承担了本书的校对工作。

我们还要感谢威立出版公司的员工,特别是 JoAnna Turtletaub, Melissa Oliver, Tzviya Siegman 和 Scott Amerman 所给予的支持。最后,我们尤其感谢卡尔加里大学 (University of Calgary) 的 Deb Angus 孜孜不倦地为本书整理书稿、设计图片、编写索引和《教师手册》。

查尔斯·格德纳 (科罗拉多大学)

布伦特·里奇 (卡尔加里大学)



John Wiley 教学支持信息反馈表

www.wiley.com

教师您好, 若您需要与 **John Wiley** 教材配套的教辅 (免费), 烦请填写本表并传真给我们。
也可联络 **John Wiley** 北京代表处索取本表的电子文件, 填好后 **e-mail** 给我们。

原书信息

原版 ISBN:

英文书名 (Title):

版次 (Edition):

作者 (Author):

配套教辅可能包含下列一项或多项

教师用书 (或指 导手册)	习题解答	习题库	PPT 讲义	学生指导手册 (非免费)	其他
------------------	------	-----	--------	-----------------	----

教师信息

学校名称:

院/系名称:

课程名称 (Course Name):

年级/程度 (Year/Level): 大专 本科 Grade: 1 2 3 4 硕士 博士 MBA EMBA

课程性质 (多选项): 必修课 选修课 国外合作办学项目 指的双语课程

学年 (学期): 春季 秋季 整学年使用 其他 (起止月份 _____)

使用的教材版本: 中文版 英文影印 (改编) 版 进口英文原版 (购买价格为 _____ 元)

学生: _____ 个班共 _____ 人

授课教师姓名:

电话:

传真:

E-mail:

联系地址:

邮编:

约翰威立股份有限公司北京代表处

John Wiley & sons (Asia) Pte Ltd

北京市海淀区北太平庄路 18 号, 城建大厦 A 座 506-509 室 (邮政编码 100088)

TEL: 86-10-82255050

FAX: 86-10-82255877

E-MAIL: ksong@wiley.com.sg, yli@wiley.com.sg

Tourism: Principles, Practices, Philosophies, 10e by Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie

ISBN: 0-471-45038-3

Copyright © 2006 by John Wiley & Sons, Inc.

All Rights Reserved.

AUTHORIZED TRANSLATION OF THE EDITION PUBLISHED BY JOHN WILEY & SONS, New York, Chichester, Brisbane, Singapore AND Toronto. No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of John Wiley & Sons Inc.

尊敬的读者：

感谢您购买和使用中国人民大学出版社的_____一书，我们希望通过这张小小的反馈卡来获得您更多的建议和意见，以改进我们的工作，加强我们双方的沟通和联系。我们期待着能为更多的读者提供更多的好书。

请您填妥下表后，寄回或传真回复我们，对您的支持我们不胜感激！

1. 您是从何种途径得知本书的：

书店 网上 报刊 朋友推荐

2. 您为什么决定购买本书：

工作需要 学习参考 对本书主题感兴趣

随便翻翻

3. 您对本书内容的评价是：

很好 好 一般 差 很差

4. 您在阅读本书的过程中有没有发现明显的专业及编校错误，如果有，它们是：_____

5. 您对哪些专业的图书信息比较感兴趣：_____

6. 如果方便，请提供您的个人信息，以便于我们和您联系（您的个人资料我们将严格保密）：

您供职的单位：_____

您教授的课程（教师填写）：_____

您的通信地址：_____

您的电子邮箱：_____

请联系我们：

电话：62515732 62514162

传真：62514775

E-mail: rdcbsjg@crup.com.cn rdjg@rdjg.com.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村大街甲59号文化大厦15层 100872

中国人民大学出版社工商管理出版分社

内容简介

本书站在全球的视角，重点探讨了旅游学的主要概念，以及旅游发展的原理、实践与哲学。本书在以前版本的基础上，增加了对危机管理的讨论，对未来旅游发展作了新的展望，讨论了因特网在旅游调研、旅游市场营销中的应用等。本版对旅游的全球性影响，无论是经济影响还是社会影响，给予了更大的关注。

为了帮助读者更好地理解 and 掌握知识，本书在有些章的后面提供了“阅读材料”，用以说明所讨论的概念如何付诸实践。经过更新的因特网网站目录可供学生查寻更多的信息。此外，书中提供了三种类型的练习，分别是“复习与讨论题”、“案例题”和“因特网练习”，用以检测学生对相关内容的理解。

本书的主要编写目的是为高等院校旅游学课程提供一本教科书，其内容也适合旅游组织和企业用于学习和工作参考。

作者简介

查尔斯·R·格德纳 (Charles R. Goeldner)

科罗拉多大学博尔德分校利兹商学院旅游学与市场营销学荣誉教授，该院可持续旅游研究中心主任，《旅行研究杂志》(*Journal of Travel Research*) 创刊编辑。

J·R·布伦特·里奇 (J. R. Brent Ritchie)

卡尔加里大学旅游管理教授，该校世界旅游教育与研究中心主任，世界旅游组织旅游教育理事会首任主席。

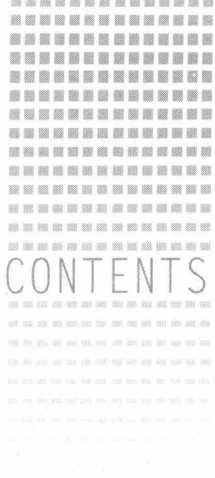
译者简介

李天元 南开大学商学院旅游系教授，博士生导师。1981年起从事旅游教育。曾留学英国萨里大学旅游管理系，并在美国密歇根州立大学公园和娱乐资源管理系做富布赖特访问教授。主要研究方向：旅游学理论、旅游业市场营销。

徐虹 南开大学商学院旅游系教授，系主任，硕士生导师。1980年进入南开大学，先后获经济学学士、旅游管理硕士、企业战略管理博士学位。主要研究方向：旅游产业经济理论、旅游竞争力管理、旅游企业战略管理和财务管理。

黄晶 南开大学商学院旅游系副教授，硕士生导师。1988年进入南开大学，先后获管理学学士、旅游管理硕士、管理学博士学位。主要研究方向：服务营销与管理、旅游市场营销、旅游学基础理论。

策划编辑 丁一
责任编辑 胡志敏 邢伯春
封面设计 李亚莉
版式设计 楠竹文化+赵星华



目录 CONTENTS

第一部分 旅游学总论

第 1 章 正确认识旅游	3
导言	4
什么是旅游?	4
旅游的构成与旅游管理	11
研究旅游学的基本角度	18
经济意义	21
旅游发展的得与失	27
本章小结	29
第 2 章 旅游发展的历史沿革	35
导言	36
早期开端	37
早期(以及后来)的旅游吸引物	48
早期的经济影响	50
最早的旅行代理商	50
历史上的交通运输	50
住宿	53
旅行发展的大事年表	53
本章小结	58
第 3 章 职业生涯机会	67
导言	68
就业预测	68
旅游业工作的要求	68
职业生涯范围	69

第二部分 旅游业的组织

旅游业中的职业生涯发展路径	75
实习	77
有关职业生涯的其他信息源	77
本章小结	78
第4章 旅游组织的类别	85
导言	86
国际组织	87
开发性组织(国际组织和国家组织)	90
地区性国际组织	91
全国性组织	92
地区性组织	98
州级和社区组织	98
本章小结	102
第5章 客运交通	109
导言	110
航空业	112
铁路运输业	118
汽车客运业	120
小汽车	123
游船业	128
其他旅行方式	132
本章小结	133
第6章 食宿接待与相关服务	139
导言	140
住宿业	140
饮食服务业	151
会议筹划者	155
会议	155
本章小结	156
第7章 分销过程中的组织	163
导言	164
旅行代理商	165
因特网	176

包机组织者	179
旅游批发商	179
专项分销商	181
选择销售渠道	183
本章小结	183
第 8 章 旅游景点和娱乐场所	189
导言	190
景点	191
博彩	196
娱乐	199
娱乐表演	205
节日和盛会	206
购物	208
教育	209
出版	210
营销与宣传组织	211
其他杂项服务	211
本章小结	211
第 9 章 消遣旅游的动机	225
导言	226
聚焦旅游消费者	226
对理论的需要	233
动机模型的开发	237
本章小结	237
第 10 章 添彩人生的文化旅游和国际旅游	243
导言	244
重要性	244
体验生活旅游	245
浪漫的消遣旅游	247
开发和促销方式	247
人类地理学(地理学和人类学)	249
根据体验划分的不同旅游目的地类型	251
其他吸引因素	253
旅游与和平	260

第三部分
理解旅游行为