

33

T-2/2-41

112

中等职业教育国家规划教材
全国中等职业教育教材审定委员会审定

旅 游 概 论

(旅游服务与管理专业)
(饭店服务与管理专业)

主 编 施筠君 李光坚
责任主审 李 曦
审 稿 倪路梅 王玉玲

高等教育出版社

内容提要

本书是中等职业教育旅游服务与管理、饭店服务与管理专业国家规划教材,是根据教育部2001年颁布的“旅游概论教学基本要求”编写的。

本书共分七章,主要内容包括:旅游概述、旅游简史、旅游活动的基本要素、旅游业的构成、旅游市场、生态旅游和可持续发展、旅游业的发展趋势等。在编写过程中,根据旅游中等职业学校学生的实际需要,吸收了国内外最新知识,较为详细地介绍了旅游概论的知识要点,注重理论与实际的紧密联系,对旅游概论的许多理论和实际问题进行了探讨和分析。

本书是中等职业学校旅游服务与管理、饭店服务与管理专业的教材,也可作为旅游行业岗位培训教材和旅游爱好者学习用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论/施筠君,李光坚主编. —北京:高等教育出版社,2002.7
ISBN 7-04-010952-2

I. 旅… II. ①施… ②李… III. 旅游—概论—专业学校—教材 IV. F59

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第042980号

旅游概论

施筠君 李光坚 主编

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市东城区沙滩后街55号

邮政编码 100009

传 真 010-64014048

购书热线 010-64054588

免费咨询 800-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

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

经 销 新华书店北京发行所

印 刷 化学工业出版社印刷厂

开 本 787×1092 1/16

印 张 7

字 数 170 000

版 次 2002年7月第1版

印 次 2002年8月第2次印刷

定 价 8.70元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

中等职业教育国家规划教材出版说明

为了贯彻《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》精神，落实《面向 21 世纪教育振兴行动计划》中提出的职业教育课程改革和教材建设规划，根据教育部关于《中等职业教育国家规划教材申报、立项及管理意见》（教职成〔2001〕1 号）的精神，我们组织力量对实现中等职业教育培养目标和保证基本教学规格起保障作用的德育课程、文化基础课程、专业技术基础课程和 80 个重点建设专业主干课程的教材进行了规划和编写，从 2001 年秋季开学起，国家规划教材将陆续提供给各类中等职业学校选用。

国家规划教材是根据教育部最新颁布的德育课程、文化基础课程、专业技术基础课程和 80 个重点建设专业主干课程的教学大纲（课程教学基本要求）编写，并经全国中等职业教育教材审定委员会审定。新教材全面贯彻素质教育思想，从社会发展对高素质劳动者和中初级专门人才需要的实际出发，注重对学生的创新精神和实践能力的培养。新教材在理论体系、组织结构和阐述方法等方面均作了一些新的尝试。新教材实行一纲多本，努力为教材选用提供比较和选择，满足不同学制、不同专业和不同办学条件的教学需要。

希望各地、各部门积极推广和选用国家规划教材，并在使用过程中，注意总结经验，及时提出修改意见和建议，使之不断完善和提高。

教育部职业教育与成人教育司

二〇〇一年十月

前 言

为了推进素质教育,中等职业教育对现有人才的培养规格、专业设置等方面作了相应的调整,并对课程改革和教材建设也提出了新的要求。旅游概论作为专业基础课之一,在增加学生的旅游专业知识、扩大学生的专业视野、培养学生的专业意识方面,起着非常重要的作用。事实上,旅游业发展变化异常迅猛,无论是旅游者的结构、旅游目的地吸引物,还是旅游形式、旅游市场,或是旅游业的构成,均发生了很大的变化。因此,本书在编写中力求体现当前旅游职业教育教学改革的精神,既考虑到有关旅游和旅游业基本知识,又注重新观点、新思想、新理论、新资料的实际运用,以培养能胜任旅游服务与管理、饭店服务与管理的中等专业人才。

本书在编写中力求体现以下特色:

1. 兼顾教材的系统性。科学系统地阐述旅游和旅游业的基本原理和知识,形成系统的知识体系。
2. 考虑到专业的要求,突出教材的重点。如旅游业的构成。
3. 注重教材的先进性。如假日旅游、生态旅游、旅游区(点)概述和旅游可持续发展等新知识,使学生掌握旅游和旅游业的最新动态。
4. 强调理论联系实际,加强实践能力的培养。

本书包括了旅游概述、旅游简史、旅游活动的基本要素、旅游业的构成、旅游市场、生态旅游和旅游可持续发展、旅游业的发展趋势等有关知识,内容充实,知识面宽,实用性强,适用于中等职业学校旅游服务与管理、饭店服务与管理专业学生及旅游从业人员学习使用。

本书教学为36学时,学时方案建议如下表,供参考。

序号	教 学 内 容	学时分配
一	旅游概述	4
二	旅游简史	3
三	旅游活动的基本要素	7
四	旅游业的构成	8
五	旅游市场	3
六	生态旅游与可持续发展	5
七	旅游业的发展趋势	2
	机动	4
	合计	36

本书由浙江省旅游学校施筠君和厦门旅游职业学校李光坚主编，陕西省旅游学校邵世刚参编。其中，施筠君编写第四章第一、二、四、五节，第六章和第七章；李光坚编写绪论，第一、二、三章；邵世刚编写第四章第三、六节和第五章。全书由施筠君统稿。

本书在编写过程中，参阅了大量的专著和书籍，在此对被参考和借鉴的书刊资料的作者表示诚挚的谢意。

由于编写时间仓促，编者学术水平有限，对书中的疏漏之处，恳请专家和读者不吝赐教，以便于修订，使之日臻完善。

编者

2002年1月

目 录

第一章 旅游概述	1	第三节 旅游饭店	55
第一节 旅游的产生	1	第四节 旅游区(点)	59
第二节 旅游的概念	3	第五节 旅游商场	64
第三节 旅游的本质属性	5	第六节 旅游娱乐业	67
第四节 旅游的特点	8	第五章 旅游市场	70
第五节 旅游的类型	9	第一节 旅游市场的概念	70
第六节 旅游组织	13	第二节 旅游市场的划分	73
第二章 旅游简史	16	第三节 我国的旅游市场	74
第一节 世界旅游简史	16	第六章 生态旅游与可持续发展	80
第二节 中国旅游简史	22	第一节 生态旅游	80
第三章 旅游活动的基本要素	29	第二节 国际比较与生态旅游	84
第一节 旅游者	29	第三节 旅游可持续发展	86
第二节 旅游资源	32	第七章 旅游业的发展趋势	91
第三节 旅游业	38	第一节 世界旅游业的发展趋势	91
第四章 旅游业的构成	46	第二节 我国旅游业的发展趋势	93
第一节 旅行社	46	主要参考书目	100
第二节 旅游交通	51		

第一章 旅游概述

虽然旅游古已有之，但绝非有了人类就有旅游。旅游是人类进化和社会、经济、文化发展到一定阶段的产物，并伴随着人类历史的演变而不断发展变化的。

第一节 旅游的产生

尽管世界各地社会发展有快有慢，旅游的产生有先有后，但就旅游活动来说，都经历了一个从萌芽、产生、发展而日趋成熟的过程。研究结果表明：旅游是从旅行中孕育又从旅行中分离出来的。

一、旅行导源于迁徙活动

在脱离动物界以后，在农业生产方式发明以前，人类在一段非常漫长的岁月里一直过着流动性生活。人们以松散的团伙组织，依靠采集、渔获、狩猎等集体劳动并共同分享劳动产品而延续生命，因而，采猎生活受自然环境的影响也最直接。

大自然中的植物生长都有明显的季节性，各类动物的行踪和聚散活动区域也随着季节的变更而变化。早期人类只有顺应自然条件和季节变化的规律进行采集和狩猎活动，根本没有能力也没有自主意识去对大自然进行人为的控制。因此，当一个地方的自然资源用完了，就迁移到另一个地方继续采集或狩猎，形成一种流动性的生存方式。可见，采猎生产活动的最大特征就是“季节性的迁移和集散”。这就是早期人类为生存需要而进行的迁徙活动，这种迁徙活动构成了早期人类的生产与生活不可或缺的内容。当然，早期人类的远途迁徙有的是受到诸如气候的变化、自然灾害以及战争等因素的威胁所驱使，但主要的还是由采猎生存方式固有的流动特点所决定的。这正是在远古的自然和社会条件下，人类不断拓展生活领域和生存空间的艰苦卓绝的活动。

尽管上述的迁徙活动并不符合现代的旅行概念，但在客观上，“迁徙”与“旅行”却有共同的外部特征——空间移动。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”。但在这里必须特别指出的是，正是这种迁徙活动，才极大地拓展了原始人的视野，为人类意识的产生和发展提供了活的源泉。所以，我们有理由认为早期人类的迁徙活动是对人类有自主意识的旅行“预演”，或者说，人类在尚不具备“旅行观念”时就已经开始“旅行”的实践了。

二、旅游在旅行的发展中孕育和分离

1. 旅行观念产生的基础和条件

众所周知,人类历史上的三次社会大分工的结果,首先使人类从流动性生活走向定居化,标志着人类的智慧的进步、理性的提高和劳动创造的文化意识的发展;第二,由于物质资料生产方式的改进,促使社会生产力水平的提高和剩余劳动产品的增多而产生了手工业,并从家庭劳动中分离出来;第三,随着社会分工越来越细,使得从事不同性质劳动的人员的劳动及其产品需要进行交换,互补有无,因而,许多产品的生产目的已不是单纯为了自己消费,而更多的是为了交换。这就标志着人类的剩余劳动产品已逐渐转化成商品,故而,商业也到了应运而生的历史阶段,这就是人类旅行观念产生的社会基础和条件,并促使有自觉目的的意识的旅行活动的萌芽。

2. 商人开创了旅行的先河

随着商业的产生和商人的出现,商品交换关系发展到了一个崭新的阶段。它不同于早期的以物易物,而是以商人为中介的发达的商品流通形式。因此,为了推销商品,不断扩大购销渠道,占领更多市场,商人们就得及时掌握各地的产销信息,并外出进行产品交换和长途贩运活动,于是,具有明确功利目的的经商旅行活动就应运而生。在商业利益驱动下,商人们已“遍走了他们所知道的世界”。所以,就整个世界而言,可以说是商人开创了旅行的先河。

3. 经商旅行孕育着旅游的因子

诚然,旅行经商,其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。然而,正是由于商业利益的驱动,才使商人们的足迹遍布天下。为了促成交易,商人们自是免不了上要结识官宦、士林,下要接触百姓人家,这实质上就是一种广泛的社会交往活动。而通过社会交往获得人际沟通 and 关系的和谐,不但是经商之道,而且能够给人一种精神上、心理上的愉快感受。这一切都反映了经商旅行已具有现代意义上的旅游气息和某种内涵。

4. “享乐旅行”的出现标志着旅游的诞生

所谓“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。在古代的这种享乐旅行,有的自开始就具有非功利性享乐活动的自觉目的;而更多的则是在经商旅行或为其他事务功利目的的旅行过程中,留出一段时间所进行的游览观光活动。它标志着旅游的诞生,意味着旅游与旅行的分离。因此,享乐旅行实质上就是具有现代旅游意义和本质特征的古代理游活动。

三、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

人是万物之灵,是因为人是有意识的。然而,意识并非从来就有,而是物质世界长期发展的结果。人的生存意识、社会意识、精神文化意识等,是随着人类自身的进化和社会历史的发展而产生和发展的。由此可以了解,享乐旅行或旅游之所以发生,是源于人类文化意识的发展,尤其是审美意识的发展和精神生活需求的提高,并非有了人类就有旅游。

人类的任何活动或者是对生活方式的选择必须符合历史发展的条件,并在一定的历史条件下进行,而不能单凭个人的意志而随心所欲。在这个历史条件中,经济条件是起决定作用。即人们只有在衣、食、住、行等基本生存条件得到保障的前提下,才会产生外出旅游的享乐念头。如果一日三餐尚且自顾不暇,哪敢奢求更高级的生活享受?正如德国哲学家费尔巴哈所说“皇宫中的人所想的,和茅屋中的人所想的是不同的”的哲理名言。由此不难明白,为什么旅游不可能出现在人类还处在蒙昧时期和社会生产力水平极低的原始社会,而只能产生在社会、

经济、文化发展到一定程度的阶级社会中。

综上所述,可以得出如下的结论: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,以及社会、经济、文化等的发展和进步。就个体而论,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。所以,旅游是超出生存需要而具有享受性的一种社会活动方式。

因此,从整个人类历史来考察,人类具有自觉目的意识的旅行萌芽于原始社会的末期。而具有现代意义的旅行和旅游活动是文明社会的产物,即形成于人类社会、经济、文化发展到一定历史阶段的阶级社会中,并首先在世界的文明古国中出现。

第二节 旅游的概念

人类的旅游活动发展到今天,已经积累了丰富的经验,人们对旅游的认识也在逐渐扩大和深入。

一、旅游的定义

旅游的定义是历史发展的产物。

在西方语言中,“旅游”一词的英语原文是“Travel”,即有“长途旅行,依次经过”的意思,从工业革命开始,西方语言中就普遍使用英文“Tourism”(旅游)一词(最早见于1811年英国出版的《牛津词典》),其词义是:离家远行,参观游览一些地方又回到原地(家里)。显然,“Tourism”源于含有巡回或环行意思的“Tour”一词。

我国的古代,与旅游活动有关的词汇除了“观光”一词外,更多使用的是具有各自独立概念的“旅”字和“游”字。从现有资料看,把“旅”和“游”连用成“旅游”一词者,最早见于南朝梁沈约的《悲哉行》一词“旅游媚年春,年春媚游人”。此诗句已含有外出旅行游览的意思,与当今人们对旅游概念的理解相近。旅游一词的出现,不但标志着人类游览空间的拓展,同时表明古人开始形成对旅行、游览、旅游这三者的不同概念,使旅游必须是通过旅行并在异地进行游览活动的概念延伸至今。

在西方的诸多学者和一些国际性组织对旅游的定义中,最具有权威性的首推“艾斯特”定义,它是由瑞士的汉泽克尔和克拉普夫在他们合著的《普通旅游学纲要》中所下的定义:“旅游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。”该定义于20世纪70年代被旅游科学专家国际联合会所采用。这个定义的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。即旅游者外出旅游是凭借自己拥有的经济和闲暇时间条件而外出旅行,并需要暂时居留异国他乡,但不会导致永久居留。同时,旅游接待国(地区)必须为旅游者提供食、住、行、游、购、娱等综合服务。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。

通过对旅游的产生及其内涵发展变化的考察,可以得到如下几点启示:

第一,纵观旅游从萌芽、产生到不断变化和发展的历程,可以得出旅游是人类文化意识作用和经济条件成熟而选择的一种生活方式的结论;而对异域的自然和文化的探索精神以及对异

地情调的向往和获得身心愉悦感受、体验的欲望，正是驱使人们外出旅游的主要动力，并由此决定了旅游者进行跨地域流动和跨文化交流的必然性。

第二，“旅游”是以旅行方式离开常住地到异地进行的一种综合性的社会活动，因而必然地要与自然的、社会的方方面面发生各种各样的联系，是一种复杂的社会现象。

第三，自古至今的旅游，尽管在外部形式或各种条件都存在着较大的差异并处在不断发展变化之中，但却一直有着内在传统和本质联系——通过旅游来愉悦身心的目的是不变的。

第四，对旅游的定义既要注意到旅游的历史传统和一贯本质联系，又要重视旅游的现代化特征。

因此，旅游的定义可作如下表述：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。

本定义首先强调旅游必须以旅行为前提，并在异地进行诸如游览、参观、消遣娱乐等活动，以区别于在常住地的游览、休闲娱乐等活动。同时，揭示旅游的本质——寻求精神上愉快感受的特殊经历。这里的“精神上的愉快感受”包含着人身的自由感、精神上的解放感和特定需要的满足感等多种内涵，使旅游与具有功利目的的一般旅行或其他社会活动相区别。

其次，扩大旅游概念的包容性（外延性）。诸如在商务活动、出席异地会议等过程中兼顾游览和消遣等这种公务与游玩相结合的活动形式包容在旅游范畴之内，即不论是以商务、会议活动为主，游览消遣为辅，或是相反，只要在整个外出旅行计划内或者说在某一段完整的旅行时间内，存在着或发生着非功利性的游览观赏活动，从理论上说，同样可称为旅游。但是，为了与纯消遣性旅游相区别。往往在“旅游”前面冠以“商务”或“会议”等字样，以表明旅游的不同类别，如“会议旅游”、“商务旅游”等。

二、旅游与旅行、游览之间的联系和区别

游览、旅行和旅游本是三个不同的概念，但从旅游的定义来考察，三者之间又有必然的内在联系。

游览是一种“边走边看”，即具有“步移景异”功能和动与静相结合的活动形式。因此，游览活动既可以在人们的常住地进行，也可以在异地进行。

旅行是指人们在空间上从一个地方到另一个地方的行进过程，它的目的广泛，包括为就业或商贸活动、求学、迁居（移民），或其他具有明确功利目的所必要的旅程。当然，也包括为了到异地进行游览参观活动的行程。

而旅游是一种排除功利目的的旅行和游览相结合，以获得精神愉快感受的消遣性、娱乐性的社会活动。所以，在旅游这个实践范畴里，旅行是旅游所凭借的手段或前提，只有不受功利约束而进行悠闲自得的游览参观等活动才是旅游的目的和内容。

由此可见，只有旅行而没有游览构不成旅游；而没有以旅行为前提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。这就是旅行、游览、旅游这三者之间的内在联系和区别。

三、旅游的内容

旅游是以“游”为主，集食、住、行、游、购、娱于一体的综合性社会活动，因此，所谓旅

游的内容是指旅行、游览、住宿、饮食、购物和娱乐等六个方面，这是立足于现代旅游而言的。

旅游是在异地他乡从事的活动。一个人的旅游首先必须以他凭借一定的交通工具离开常住地为前提，因此，旅行是旅游的一个重要内容。对于部分旅游者而言，乘坐某一类型的交通工具是他出行、出游的主要目的，那么，旅行更是旅游的重要内容。

游览是旅游的主要目的和内容。人们通过对异地他乡自然山水的游览、对文物古迹的欣赏、对风土人情的领略等来完成旅游活动，增长知识、扩大视野，达到积极的休息和愉悦身心的效果。

以“食”来说，表面看无异于在家中日常生活的重复，实质上它的价值已得到升华。因为，旅游者在具有异乡情调的宾馆、饭店用餐，不仅有高雅舒适的环境，而且还有训练有素的服务人员提供着优质的服务。在这种特殊的就餐氛围中，人们最重视的已不是吃的“内容”，而是吃的“形式”了，即更重视在被服务过程中的感受、体验，使原本的对物质上的需求变成在感觉上、思维上、情感上第一系列多样化统一的精神活动，因而具有审美价值。又如异地购物和参加各种形式的娱乐活动，与在常住地相比，都能为旅游者提供更丰富多彩的文化信息和体验、感受的条件。因为旅游者置身于异地文化氛围中，通过购物、娱乐活动媒体，可以进一步观察异质文化的个性或异地文化的特色，体验在不同时空中与他人进行交往沟通的不同感受，了解不同价值观念的人群的生活情趣和人生追求，有利于不同价值观的沟通和谅解。

因此，旅游是包含了食、住、行、游、购、娱等内容的综合性的活动。

第三节 旅游的本质属性

旅游的实质就是人类为适应人生规律，实现自我超越和愉悦身心之目的而采取的一种特殊的生活方式，是人类追求自身价值实现的文化意识的反映。简明而言，旅游在本质上是以获得人身自由感、精神上的解放感和特定需要的满足感——身心愉悦感受为主要目的的一种特殊生活经历。

由于旅游是人类社会、经济、文化等发展到一定历史阶段的产物，是一种具有消费性、享受性的综合性社会活动方式，因此，旅游具有社会属性、文化属性、经济属性和消费属性。这些属性都在不同层面上诠释着旅游的本质。

一、旅游的社会属性

1. 旅游者具有社会特性

旅游既是在人类自身进化和社会发展历程中产生，又是以人为本的一种社会活动，可见，作为旅游的主体——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. 旅游客体的社会性

自古至今的旅游活动都离不开社会的供给。在古代，虽然没有专门为旅游服务的旅游业，但古代社会对旅客在诸如车、船、马、轿等交通工具，以及客栈、餐馆等食宿设施设备的提供也是社会性的普遍存在。作为旅游的客体——旅游资源以及社会对旅游活动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，故而，必然地会被打上社会的印记。在旅游发展历史上所表现出来的种种不同的旅游特征，其主要根源就在于不同时代的社会综合发展水平

和旅游供给条件的差异。

3. 社会的发展和进步，促使人们旅游观念发生变化

随着社会的进步，人们对旅游的观念也在不断发生变化。例如，传统的中国人看旅游，会有不务正业、吃喝玩乐之嫌。在“文化大革命”初期，旅行社接待外国旅游者的正常业务活动，还被视为“崇洋媚外”和为资产阶级生活方式服务的一种罪过而受到批判；如今的中国社会，越来越多的人已乐于将旅游作为业余生活的首选，其中包括一些经济并不宽裕，但能节衣俭食或利用其他机会去旅游的人士。而且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。这种旅游价值观的变化，其主要根源也在于社会的发展进步促使人们的人生观、价值观的变化所使然。

二、旅游的文化属性

1984年出版的《中国大百科全书·人文地理学》中指出：“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。”在整个旅游过程中，物质和精神活动总是相互依存、相互补充的。因此，旅游者所进行的一切活动以及社会为广大旅游者提供的各种条件和服务，都无不与社会文化相联系。

1. 旅游者是由一定社会文化背景而产生的

一个人能否成为旅游者，必须有外出旅游的需求和欲望。这属于文化因素，即足以使旅游者产生旅游动机的文化背景。一个人的旅游需要的产生是与文化意识的作用息息相关。由于旅游是一种非强制性的自愿行为，因此，人们对旅游的需求，不仅体现了一个人对自身精力以及金钱、时间具有支配的自由权，而且反映了人类对未知世界（环境）的探寻和求索的强烈愿望，乃至对异质文化和异域情调的向往和猎奇的心理。因为旅游不但可以为人们提供丰富多彩的异地生活内容，而且能够提供全方位、全身心的感受和体验，以使人类渴望和表现自由的愿望得以实现。这就是使芸芸众生产生旅游需要、确立旅游动机、出现各种形式的旅游行为所不可或缺的文化因素。

2. 旅游资源是—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、道德、宗教、历史、科学、艺术和民俗风情等因素，它们都是社会文化因素，必然具有国家、民族和地区的文化色彩；而自然旅游资源虽然是天赋的自然地理条件，但是要成为可供旅游者亲临其境直接进行观赏的客体，还必须经过人类的劳动加以开发改造。而人们在开发旅游资源的过程中总离不开自己的社会意识，总要打上自己所处社会文化的印记。而天然风景一经装饰，带有民族色彩，就具有文化内涵。诚如古人所云：“山水无绿不成景，风景无文没有情。”又说“文以地生辉，山以文益秀”。可见，不管是人文旅游资源，还是自然旅游资源，都是凝结着人类精神文化的“作品”，是—定社会文化环境的化身。

3. 旅游设施和管理服务是—定社会文化环境的自我表现形式

首先从旅游设施来说，不管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的建设，都必须有相当发达的社会生产力和科学技术作后盾，而科学技术属于物

质文化的范畴。同时，不同国家、民族和地区的旅游设施，必然具有异族历史、艺术、建筑、美术及雕塑等方面的内容，因而就具有异族文化的特色。所以，作为旅游媒介的旅游设施既可以作为一种物质条件供旅游者使用，又可以供旅游者作为异族文化、艺术来欣赏，从而增加它的吸引魅力。而接待国（地区）在向旅游者提供各项旅游服务时，必然要在内容和形式上展示出本国家、本民族和本地区历史遗留下来的各种文化和现有的社会道德风貌。特别是旅游从业人员的言谈举止都会表现出一国居民的文化素养。

综上所述，可以看出，不论是旅游者的产生，旅游资源的开发和旅游设施的建设，乃至对旅游者所提供的各种服务，都是一种社会文化的实践，因此，必然随着社会文化的不断发展而使旅游的文化内涵更加丰富多彩。

三、旅游的经济属性

旅游现象不可能出现在人类还处在蒙昧时期和社会生产力水平极低的原始社会，只有到了阶级社会，由于生产工具的更新、生产力的进步，产生了阶级，有了贫富悬殊，出现了剩余劳动产品的交换，人们才能有为了娱乐享受或经商以及宗教活动而进行的旅行和游览活动。但是古代旅游者亦仅局限在少数权贵和富有人士中。

到了近代，由于工业革命，社会经济迅速发展，生产力水平不断提高，科学技术日益进步，使得国民收入增加、劳动时间缩短、余暇时间延长，人们才有外出旅游的金钱和时间。尤其是第二次世界大战以后，世界各国的经济进一步得到迅速发展，先进交通工具和通讯设备不断问世，使长距离的跨国旅游和洲际旅游成为可能。同时，由于各地丰富而独特的旅游资源，安全而便利的交通条件，舒适而完备的食宿设施，以及随之出现的大量旅游从业人员，使得大众性、国际性的旅游活动顺利开展。这是从社会经济角度来论证旅游的经济属性，是问题的一个方面。

另一方面是从个人的旅游动机来认识旅游的经济属性。生活在同一个阶级社会中的人们，由于经济地位不同，思想观念、价值取向，乃至对事物的态度等都存在着差别。就是说，一个一日三餐尚且自顾不暇或暂时还缺少可以随意支配的金钱的人，是不可能会有强烈的旅游欲望的。经济收入的多少不仅是个人作为支付旅游费用的外部支持条件存在于旅游消费过程中，而且首先在于它是刺激旅游需要、强化旅游需要而产生旅游欲望、确立旅游动机的内在因素（条件）。事实证明，人们往往是因为有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的。

需要指出的是，从旅游历史发展的角度来考察，经济因素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、国力的迅速提升和人民的日益富裕，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。那时的人们要去旅游，首先考虑已非旅游费用的支付能力，而是想到何地旅游或采取何种方式才能实现更完美的旅游愿望问题。不过，纵使有一天人人都成为富翁，但只要在流通领域中还需要金钱的交换，只要外出旅游依然要花钱，那么，旅游的经济属性就依然存在。

四、旅游的消费属性

所谓“消费”，就是人类对自己的一切劳动成果的耗用。在旅游活动过程中，旅游者不但

没有为个人或社会创造任何财富，相反，却在耗用着自己的金钱、时间和他人（社会）的劳动成果——物质和精神生活资料。因此，旅游行为是消费行为。

根据马克思、恩格斯关于人类的需要分为生存需要、享受需要和发展需要三个方面的理论，说明旅游是人类生活需求层次提高的表现。实践证明，人类为了生存所必须满足的物质和文化需要最基本的是衣、食、住、行四大方面，因此，超出生存需要的生活就具有享受性；同时，也会包括发展和表现自己知识、才能和个性的需求。只有当人们的生存资料已得到满足，无虑于温饱，才会产生对享受资料和发展资料的进一步的需求，才会产生对具有享受性的旅游消费的强烈愿望。所以，旅游是人们生活水平提高、超出生存需要的一种高级消费形式。

所谓高级消费，主要是就旅游消费水平和消费结构而言。旅游的主要目的在于游览，但它必须和衣、食、住、行等物质消费，以及属于游览、娱乐等一系列的劳务消费有机地结合，才能实现完美的旅游愿望。可以说，任何一个旅游者，尤其是现代的旅游者，整个旅途生活的每一分钟都意味着要付出金钱。而旅途中所有的消费都具有满足人们基本生活之上的享受和发展需要的价值，因此，旅游的消费是比一般的生活更高级的消费形式。

需要指出的是，虽然从人类不同生活层次需求的角度说，旅游是超出生存需要的高级消费形式，但是随着社会物质文明和精神文明的高度发展，在人们越来越富裕的前提下，人们的消费观念、消费结构必将产生相应的变化，因而，旅游就会成为人们生活的必需，即成为生活中一个必要的组成部分。不过，从目前特别是对发展中国家的广大人民来说，旅游仍然是一种比较奢侈的消费形式，尤其是跨国、跨洲或环球旅游。

第四节 旅游的特点

旅游作为一种社会性的消费形式和活动方式，同一般消费或社会活动相比较，既有类同之处，又有自身的个性特征，并随着社会的发展而不断演变。

一、广泛性

旅游的广泛性共有三层含义：一指旅游者构成的广泛性；二指旅游地域的广阔性和活动领域的多面性；三指旅游内容的丰富性及其所属性质的多样性。古代旅游不仅在旅游者构成上，而且在旅游天地和活动领域都受到很大的局限；而现代旅游，不仅涉足到地球的各个角落，而且深入到社会的各个领域和方方面面，尤其是在旅游者的人员构成上，已打破了长期被少数权贵和富有人士所垄断的格局，而日趋大众化、平民化。因此，旅游的广泛性特点只有在现代社会才得以充分的体现。

二、综合性

所谓综合性，是指旅游是集食、住、行、游、购、娱于一体的社会活动。它意味着一个完美的旅游过程，实质上就是上述各要素之间的相辅相成和各个环节环环紧扣的整体运作过程。需要指出的是，尽管古代社会对旅客也能提供诸如食、住、行等设施设备的服务，但与现代的旅游业对旅游活动所提供的全方位、全过程的一条龙服务相比较却不相同日而语。前者仅是维持旅游者的生存条件，谈不上是一种享受；后者却具有增添旅游生活乐趣和精神享受的无形效

用和价值。可见，随着社会对旅游供给条件的发展和改善，旅游的综合性特点就越显著，其综合价值功能的发挥就越充分。

三、参与性

就广义而言，参与包括直接参与和间接参与。例如购物活动，既可亲自筹办，又可由他人代购；又如参加某种学术会议，既可亲自出席，也可由他人代为宣读论文等，都具有参与性。不过，旅游活动却不能替代，世界上也绝无可替代他人旅游的好事。因此，这里所说的“参与性”，是指旅游者在旅游全过程中必须亲临其境、身体力行的不可替代性。虽然旅游活动没有直接参与和间接参与之分，但却有主动参与和被动参与之别。因此，只有不断开发那些更富有活力、更具情趣和鲜明个性特征的旅游项目、旅游方式，才能更有效地发挥旅游者的主观能动性，使旅游活动生活更具自主性、随意性、趣味性、刺激性，以满足日益个性化的旅游需求。这才是强调旅游的参与性的要义。

四、季节性

所谓季节性，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。

自然条件的影响，主要指那些以自然风光为主体的旅游目的地，因受所处地理位置的制约，其旅游观赏功能的发挥具有明显的季节性。如钱塘江观潮在农历八月十五最为壮观，泰山观日出需在秋冬为宜，并非一年四季都具有旅游吸引力。

社会文化因素的主要影响，一指因某些人文旅游资源诸如传统的民族、民间的节庆活动和某些宗教纪念日都有一定的时间（季节）性。二指因受传统习俗的影响，导致人们出游的时间相对集中在一定的季节里。例如具有中国人文特征的祭祖（包括探亲）和清明节扫墓等习俗，正是广大港澳台同胞和一些华侨、外籍华人选择在春节和清明节前后回内地、大陆和回国旅游的主要动因。而西方的圣诞节期间，也同样会掀起一阵旅游热潮。三指人们的带薪假期和闲暇时间的分布具有一定的季节性。一般而言，学校师生集中在寒暑假出游；北欧国家的带薪假期相对集中在1—3月；而我国的三大节日（五一节、国庆节、春节）假期时间的延长，又在全国范围内形成了“假日旅游”的高潮。

第五节 旅游的类型

旅游是一种复杂的社会现象，现代旅游已涉足广阔的空间，深入到社会、经济、政治、科学、文化、民族、宗教等各个领域，扩大到社会生活的各个方面。因而，旅游项目也具有多样性，即呈现出不同的旅游形式，而且大量地交叉进行。因此，目前国内外对旅游尚未有比较确切统一的分类法，这里只能按照统计需要和惯例，对旅游作以下分类。

一、按旅游区域划分

按旅游区域划分，可分为国际旅游和国内旅游。

世界旅游发展史表明，旅游活动是按照由近及远、先国内后国外的规律发展的。可以说，

国内旅游是国际旅游的先导，而国际旅游是国内旅游发展的必然。

1. 国内旅游

所谓国内旅游，是指一个国家（地区）的居民在其国家（地区）的境内所进行的旅游活动。由于旅游者的旅游支付能力有大小，闲暇时间有长短，旅游需求有差异，旅游距离也有远近，因而，国内旅游又可分为地方性旅游、区域性旅游和全国性旅游三种具体形式。

（1）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。实际上是一种短时间、近距离的参观游览活动，多数和节假日的娱乐生活活动相结合，时间短、活动项目较少，常是亲朋好友自发组织或家庭式、小集体的旅游方式。

（2）区域性旅游。是指离开居住地到邻近地区的风景名胜点的旅游活动。例如，北京旅游部门组织的承德避暑山庄五日游，上海组织的苏州三日游、杭州三日游以及厦门组织的武夷山七日游，等等。

（3）全国性旅游。是指跨省份的旅游，主要是指到全国重点旅游城市和具有代表性的著名风景名胜地的旅游活动。如从广州经桂林、西安、北京、上海的旅游路线；或从北京经南京、苏州、上海、杭州、福建武夷山、厦门等一线的旅游活动，都属于全国性旅游。

2. 国际旅游

所谓国际旅游，是指一个国家（地区）的居民跨越国界到另一个或几个国家（地区）所进行的旅游活动。根据旅游地区的国界和旅游者的国籍来划分，有两个部分：一是本国居民到另一国（地区）或数国（地区）所进行的旅游活动，即出境旅游；二是其他国家（或地区）的居民来本国所进行的旅游活动，即入境旅游。

不过，在我国大陆（内地）旅游统计资料上，将一国内实行不同社会制度的港澳同胞和台湾同胞赴内地（或大陆）旅游和内地（或大陆）居民赴香港、澳门特别行政区和台湾地区的旅游也纳入国际旅游的范畴。

根据旅程的长短，又可把国际旅游分为跨国旅游、洲际旅游和环球旅游三种具体形式。

（1）跨国旅游。泛指离开常住国到另一个国家或多个国家进行的旅行游览活动。以不跨越洲界为限，如欧洲本区内的出国旅游就属于这一类型。

（2）洲际旅游。指跨越洲际界限的旅行游览活动，如北美国家的旅游者到欧洲的旅游活动，或美国人到中国（亚洲）、日本人（亚洲）到美国的夏威夷（北美）的旅游活动都属洲际旅游。这种旅游受制约的因素较多，如航空业的发展、语言的障碍，等等。

（3）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。如英国的“伊丽莎白女王二世号”游船，号称“千人百日游全球”的旅游活动，属于环球旅游。环球旅游消费大，多数属于经济宽裕人士的度假观光旅游或科学考察和探险性旅游。

二、按旅游目的划分

按旅游目的划分，可分为观光旅游、度假旅游、公务旅游和专项旅游四大类型。

1. 观光旅游

观光旅游不仅是人类早期的旅游形式，也是目前最普遍和最主要的旅游活动类型。所谓观光旅游，主要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，以达到消遣娱乐、积极休息和愉悦身心的效果。这种

游山玩水式的旅游方式与专题或专项旅游相比较,能够给旅游者带来回归自然和精神上自由解放的体验和感受,能够满足所有旅游者最基本的旅游需求,达到扩大视野、增进知识、调节身心之功效。同时,观光旅游还有其他许多具体形式和内容,如旧地重游、寻根访祖、探亲会友等形式。这种旅游形式多数是由于怀念故土、眷恋乡情而引起的故土重游、探亲、寻根和参观游览相结合的活动形式。如美国人到欧洲的故土游、美国黑人到非洲的寻根游,以及大量的我国海外华侨、外籍华人和港澳台同胞回“唐山”、返大陆的探亲、问祖等活动。

2. 度假旅游

参加这类型旅游活动的旅游者,多数来自经济发达国家或经济富裕的旅游者或一些中老年的人士。他们为避寒避暑,寻求幽雅清静的生活环境,欢度假期、治疗疾病,或参加一些有益健康的体育运动和一些有趣味、有特色的消遣娱乐活动,以达到消除疲劳、减少疾病、适意娱情、增进健康的目的。如温泉疗养旅游早期就非常盛行,如今海滨度假更加兴盛。号称世界旅游王国的西班牙,每年接待几千万的国际旅游者,大多数属于游海滩、寻阳光和海水浴等度假保健相结合的活动。

3. 公务旅游

公务旅游,是指以某种公务为主要目的的旅游。它是在旅行过程中产生的旅游行为。这种以某些具体功利性目的和旅游相结合的旅游形式,是旅游内涵的一种延伸。主要有商务旅游和会议旅游等形式。

(1) 商务旅游。商务旅游虽然在近几年发展最快,但仍属于传统的旅游形式之一。商人在经商过程中有意识地开展一些旅游观赏活动自古至今并不少见。

商务旅游之所以日渐盛行,关键在于当今商务活动内容和范围的不断拓展。由于第二次世界大战后有了相对持久的国际和平环境,使世界各国之间的经济贸易和友好交往日渐频繁。同时,随着世界经济一体化的加快,跨国技术合作、企业开拓市场等活动日渐增多。因此,当今的商务活动天地十分广阔,它包括商务考察、调查投资或合作机会、进行具体项目的业务洽谈、视察所属公司企业的经营活动、参加各种层次和规模的贸易展示会,乃至拜访客户或供货商,等等。这就能为商务旅行者在公务之余提供更多的旅游机会和更广阔的游览空间,因而,促进了商务旅游的快速发展。并成为旅游业赖以生存的一个主要市场。

(2) 会议旅游。会议旅游是第二次世界大战后兴起并迅速发展的一种重要旅游形式,也是使旅游业界瞩目和竞相发展的经营项目。会议旅游的内涵旨在强调会议之余或在会议进程中截取一段时间所开展的旅游活动,其实质就是开会与旅游相结合的一种社会活动。

在国际有各种专业会议、政务会议、协会会议、集团公司会议,以及各种展销会、商务洽谈会,等等。由于国际性会议出席规格高,而且必须提前筹备,因而具有消费大、时间长、计划性强等特点,比一般的旅游接待能获得较高的经济效益。据统计,每年全球会议旅游总支出达2800亿美元以上,并以每年8%~10%的速度增长,故成为世界各国尤其是旅游业发达国家(地区)竞相发展的一个旅游项目。其中美国、瑞士、法国、英国、意大利、德国、奥地利等国是国际会议旅游的主要接待国,而亚洲的泰国、菲律宾、新加坡、香港地区也已成为接待国际会议旅游的后起之秀。

需要指出的是,会议旅游不仅指国际性会议旅游,随着各国旅游业的普遍发展,国内会议旅游也成为国内旅游的一种形式,并成为各省市尤其是风景旅游城市旅游业重点开发的旅游项