

教育部规划教材
中等职业学校旅行社服务与管理专业



导游基础知识

全国中等职业学校旅行社服务与管理专业教材编写组 编

范运铭 主编



高等教育出版社

教育部规划教材
中等职业学校旅行社服务与管理专业

导游基础知识

全国中等职业学校旅行社服务与管理专业教材编写组 编
范运铭 主编

高等教育出版社

内容提要

本书是教育部职业教育与成人教育司组织编写的全国中等职业学校旅行社服务与管理专业教材，是教育部规划教材。

本书共八章，主要内容有：旅游概述、中国历史常识、中国旅游地理基础、中国的民族民俗、宗教文化、中国的古代建筑、中国的古典园林、中国的饮食和风物特产。

本书可作为旅游职业高中、中专、技工学校旅行社服务与管理专业的教材，亦可作为旅行社从业人员自学用书。

图书在版编目 (CIP) 数据

导游基础知识/范运铭主编. —北京：高等教育出版社，2000.7

中等职业学校旅行社服务与管理专业教材

ISBN 7-04-008194-6

I. 导… II. 范… III. 导游-基本知识-专业学校-教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 29003 号

导游基础知识

全国中等职业学校旅行社服务与管理专业教材编写组 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
电 话	010-64054588 传 真 010-64014048
网 址	http://www.hep.edu.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	850×1168 1/32 版 次 2000年7月第1版
印 张	12 印 次 2000年7月第1次印刷
字 数	300 000 定 价 15.20 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

前 言

旅游是一种旅行游览生活方式，是健康的消闲休憩手段。随着世界经济的发展，全球参加旅游的人数越来越多，旅游业已成为世界上最大、最有发展前途的朝阳产业，因此被世界各国政府所重视。

我国旅游业虽然起步较晚，但其发展迅速，成绩喜人。据统计，1999年我国接待的海外过夜旅游者2704.7万，人数居世界第五位，首次超过英国；旅游外汇收入位居世界第七位，奠定了中国作为亚洲旅游大国的地位。目前，我国先后已有20多个省、市、自治区把旅游业定为支柱产业，列为经济的新增长点之一。

为了更好地配合我国旅游业的发展，提高旅游从业人员的文化素质，为中等职业学校旅行社服务与管理专业及其他旅游专业的学生提供一本适用的导游基础知识教材，我们积多年的理论与教学的经验，力求按照科学性、理论性、知识性、可读性相结合的原则，编写了这本教材。本书教学学时数（96学时）建议如下：

章 名	内 容	课时数
第一章	旅游概述	8
第二章	中国历史常识	12
第三章	中国旅游地理基础	16
第四章	中国的民族民俗	12
第五章	宗教文化	16
第六章	中国的古代建筑	10
第七章	中国的古典园林	10
第八章	中国的饮食和风物特产	12

本书由四川省旅游学校范运铭担任主编。四川省旅游学校赵嗣崇编写了本书第五章，范运铭编写了其余章节。四川大学旅游系石应平副教授，中国成都康辉旅行社、国家特级导游员周小丁，四川省旅游质检所主任、高级经济师张巨雄审阅了编写提纲和全书。石应平主审。

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！同时在编写过程中，得到了四川省旅游学校领导和同志们们的热情帮助和大力支持，在此一并表示感谢。

由于编写时间仓促，本教材疏漏之处在所难免，编者企盼在今后的教学和实践过程中，能有所改进和提高，恳请读者不吝赐教，以便于修订，使之日臻完善。

编 者

2000. 1. 25

目 录

第一章 旅游概述	1
第一节 旅游活动	1
第二节 旅游资源	13
第三节 旅游业	17
第二章 中国历史常识	31
第一节 中国发展简史	31
第二节 中国历史小常识	49
第三章 中国旅游地理基础	66
第一节 中国的地理、气候、水体及生物环境	66
第二节 中国的山地风景	74
第三节 中国的水域风景	89
第四节 中国的气象和生物风景	103
第五节 中国的自然保护区和风景名胜区	110
第六节 中国的历史文化景观	117
第四章 中国的民族民俗	121
第一节 中国的民族民俗概述	121
第二节 汉族	126
第三节 壮族、满族、回族、苗族	129
第四节 维吾尔族、彝族、土家族、蒙古族	139
第五节 藏族、朝鲜族、白族、纳西族	150
第六节 哈萨克族、黎族、傣族	161
第五章 宗教文化	169
第一节 概述	169
第二节 佛教文化	175
第三节 道教文化	199
第四节 基督教文化	208

第五节	伊斯兰教文化	219
第六章	中国的古代建筑	229
第一节	中国的古代建筑概述	229
第二节	中国的古代建筑工程	245
第三节	宫殿建筑与坛庙	256
第四节	陵墓建筑	267
第五节	中国著名的楼阁、佛塔、古桥	273
第七章	中国的古典园林	284
第一节	中国的古典园林概述	284
第二节	中国的古典园林的构成要素与构景手法	294
第三节	中国的现存著名古典园林	303
第八章	中国的饮食和风物特产	311
第一节	中国烹饪的主要风味流派	311
第二节	中国著名的工艺品	318
第三节	中国著名的风物特产	343

第一章

旅游概述

第一节 旅游活动

一、旅游的产生与发展

旅游是人类社会经济发展到一定水平的产物，并始终随着社会经济的发展而发展。旅游包括旅行与游览两个方面的内容，它是人类社会生活中的一项重要经济文化活动。

在人类历史上，原始社会就有了旅行活动。但这些活动都是因受自然因素（如发生自然灾害或生存的自然条件丧失）或特定人为因素（如战争）的威胁而被迫进行的，而且都是出于求生存的需要。

人类对外出旅行的主动需要始于原始社会逐渐解体和阶级社会开始形成时期。随着这个时期生产力的发展，三次社会大分工的出现和私有制的产生，生产的产品有了剩余，使旅行经商和出外交换产品成为一种主要的活动。人类最初有意识地外出旅行是出于经济目的的活动。

在奴隶社会时期，奴隶制国家社会经济的发展在客观上为旅行的发展提供了便利的物质条件，罗马帝国时期是西方古代旅行发展的全盛时期。到了封建社会时期，商品生产和商品交换的范

围和规模进一步扩大，商务旅行得到了迅速的发展。西方学者承认，在1840年以前，中国的经济发展在世界上居领先地位，这个时期除商务旅行外，还出现了帝王将相的巡游、教育旅行、探险旅行、宗教旅行等各种非经济目的的旅行活动。但是由于交通不发达，参加人数少，还不具有普遍的社会意义。

19世纪的产业革命促进了科学技术的发展，加速了城市化的进程和社会经济的发展。火车、轮船的出现，使大规模的人员流动成为可能，正是在这种社会背景条件下，使旅行活动的发展在很多方面都已开始具有了今天意义上的旅游特点。其主要表现是：第一，以消遣为目的而外出旅行的人数大量增加，并超过了商务旅行为代表的事务性访问活动。例如，在1842年，英国有200万人参加了火车旅行；1840年至1882年，美国旅欧人数由8000人增加到52812人；1890年，人数高达124077人。第二，为旅行和游览活动提供服务的条件基本形成。商业性的食宿设施和客运业务有了新的发展，而且在19世纪中叶出现了专门组织和安排旅游活动的旅行社。1841年，英国人托马斯·库克在英国正式创办了通济隆旅行社（Thomas Cook & Son Ltd），专门经营旅游业务，从而标志了近代旅游业的诞生。第三，在旅行社的组织下，团体旅游开始有了发展。第二次世界大战之后，世界经济迅速发展，人们的收入不断提高，带薪假日已在西方国家普及。喷气式飞机投入民航运营使人们飞越大洋的旅游更为迅速，加上各国政府对旅游业的支持，出现了“大众旅游”的新局面。它标志着现代旅游的产生和发展。

二、旅游的概念

（一）旅游与旅行

随着旅游活动的发展，人们对旅游的认识逐渐全面和深入，基于不同目的，人们从不同角度对旅游下了各种不同的定义。根据世界旅游组织的规定，旅游是指人们为了休闲、商务或其他目的离开

惯常环境,到其他地方访问,连续停留时间不超过一年的活动。

根据这个意义,旅游具有如下几个基本特征:

1. 旅游必须离开“惯常环境”

所谓“惯常环境”既包括居住地附近的地方,又包括人们经常去的地方。它一是指人们常去的地方,即使这个地方离他的居住地很远,如某人的度假别墅或第二住房均属“惯常环境”;二是指离一个人的居住地很近的地方,即使他很少去,也属“惯常环境”。旅游与旅行的根本区别在旅游必须离开“惯常环境”,而旅行则无需这个条件。

2. 旅游是以游览、消遣、求知为主要目的的活动

在现代旅游中,除了外出观光、度假、学习和文化交流等主要以游览、消遣、求知为目的的旅游外,外出参加会议、从事商务和业务活动等也属现代旅游的范围,因为参加这些活动需要乘坐各种交通工具,并在饭店下榻,多多少少包含着游览、消遣和求知的内容,直接或间接地参与了旅游消费。而那些外出谋求职业而获取报酬的人的外出活动,即使他们去他国,持有旅游签证,也不属于旅游活动。

3. 旅游是人们外出进行的暂时的、短期的、停留不超过一年的活动

根据联合国《国际旅游统计暂行准则》的规定,在异国他乡旅游停留时间须在一年以内,以区别于移居性的长期居留。基于这一特征,那些到异国他乡学习时间在一年以内的学生,虽然不持有旅游签证,但也视为旅游者。

旅行的概念则比旅游要宽得多,凡是离开常住地,在两地方间因任何目的进行的空间移动,均可称之为旅行。因此,旅行者的人数就比旅游者多得多。后者只是前者的一个构成部分。例如,四川的农民南下到广东打工,这是旅行而不是旅游,因为他们是为了谋取报酬而去打工。

旅游是旅行与游览相结合的活动。游览是目的,旅行是实现

目的的手段。现代旅游正是这两者相结合的活动。

(二) 旅游产生的条件

旅游产生的条件是多方面的，但是在所有条件中，收入、时间和动机是三个必要的条件，而其他社会条件则视为充分条件。两者的结合就是旅游产生的充分必要条件。

1. 个人可自由支配的收入

一个人的收入水平或其家庭的富裕程度往往决定着他能否外出旅游和在外旅游消费水平的高低，以及旅游目的地选择。个人可自由支配的收入是指一个人或一个家庭的全部收入中扣除纳税、社会消费（衣、食、住、行、教育、保险）等必需消费部分之后的余额。可自由支配收入的水平意味着旅游支付能力，它是影响个人旅游需求的最重要的经济因素。

在全世界范围内，人们可自由支配的收入在不断增加，在 21 世纪，旅游消费在最终消费中所占的比重将不断上升。根据经济合作与发展组织公布的数字，其成员国国际旅游消费占个人最终消费的比重，从 1990 年的 2.8% 上升到 1999 年的 4%。以美国来说，在美国的个人消费中，其全部可自由支配收入中约有 30% 是用在旅游上。

2. 个人可自由支配的时间

人们的活动时间可分为谋生活动时间、必需的生理活动时间、家务活动和社会活动时间以及闲暇时间四大类。

(1) 谋生活动时间。谋生活动时间也就是大多数人的“上班时间”。随着现代社会劳动生产的提高，全人类的平均谋生时间明显地缩短，从而使闲暇时间增加。

(2) 必需的生理活动时间。每个人都有满足其生理所必需的活动，如吃、睡及其他生理活动。生理活动的内容和时间均比较固定，如八小时睡眠等。这是人们得以生存的前提。

(3) 家务劳动和社会活动时间。这些活动时间也是必需的和受到种种条件限制的。例如，抓紧业余时间，提高知识和技能，是

为了掌握必需的谋生手段，属于社会活动时间。

(4) 闲暇时间。这是指不受其他条件限制的完全可以根据自己意愿去利用、享受或消磨的时间。

但是，并非任何闲暇时间都可用于参加旅游活动，只有拥有一定数量而且连续集中的闲暇时间才有可能实现外出旅游。在现代社会，有利于产生旅游的闲暇时间是：周末的双休日、公共节假日、带薪假期。节假日往往是家人或亲友团聚活动的好时机。

据预测，在 21 世纪里，全世界劳动者每周将只需工作 30 小时，这为旅游活动提供了极其充裕的时间。

3. 旅游动机

一个人具备了以上的旅游基本客观条件之后，也不一定就会外出旅游。实现旅游活动和成为一名现实的旅游者，还必须具备主观条件。这一主观条件就是旅游动机。

动机是促使或引发一个人去做某事以满足自己的某种需要的内在动力。旅游动机也就是一个人为了满足自己的某种需要而决定外出旅游的内在动力。对于大多数消遣型旅游者来说，其外出旅游的动机概括地讲主要是出于满足两种需要：一种是逃避紧张现实的需要，以缓解长期的快节奏的现代生活和工作以及环境压力而造成的身心紧张而适时外出放松；一种是求奇、求新的需要，即为了满足求知和满足好奇心而外出旅游。

人们的旅游动机可划分为以下五种基本类型：

(1) 身体方面的动机。这方面动机是通过参加与身体有关的活动来消除紧张，主要包括度假休息、参加康体活动等。

(2) 文化方面的动机。人们寻求文化差异或寻找文化认同需要而产生的动机。如海外华人的寻根“热”、穆斯林赴麦加朝圣等，是对文化认同的寻求。而欧美客人赴我国西藏旅游，则是寻求文化差异的需要。

(3) 交际方面的动机。这是人们为了进行社会交往、保持与社会经常接触而产生的一种动机，通常包括结识新朋友、探亲访

友、进行文化技术方面的交流等。

(4) 地位和声望方面的动机。这方面的动机主要出于关心个人成就和个人发展的需要的一些活动，主要包括事务、会议、学习、业余爱好、教育等类型。

(5) 购物方面的动机。这类活动动机不言而喻，在各地非常普遍，如近年来许多俄罗斯和南斯拉夫旅游者到中国旅游，就是专门来采购中国的丝绸之类的物品；而日本妇女的嫁前旅行，主要动机就是为了采购嫁妆。

4. 其他社会条件

收入和闲暇时间是旅游产生的两个基本条件。一个国家或社会的个人可自行支配收入越多，闲暇时间越多，越有条件产生更多的时间去旅游。然而，在当代社会中，旅游消费的增长大于收入的增长速度，这说明旅游的产生除了收入与闲暇时间两个基本条件以外，还有其他影响旅游产生的条件。这些条件可归纳为以下几个方面：

(1) 都市化。大都市是产生旅游的相当重要的条件。大都市人口拥挤，环境污染大，居民生活紧张，迫切要求通过旅游改变紧张单调的生活，解除身心的疲劳。我国北京、上海、广州、香港等大都市都是国内旅游的主要产生地，其原因之一就是都市化的缘故。在我国，城镇居民的出游率是农村的三倍左右。

(2) 政治环境因素。中外旅游发展的史实证明，旅游发展取决于生活安宁、社会稳定等因素。如果政治动荡、战争频繁、治安混乱，必将导致旅游的停滞不前。

(3) 国家政策。世界各国对出国旅游的政策不一，有的鼓励，有的限制，有的适度发展。例如，日本政府鼓励国民出国旅游；韩国为考虑本国经济发展和外汇储蓄，制定了一些限制出国旅游的政策，如征税、限制携带外币的数量等。

(4) 旅游业的发达程度。旅游是人们离开自己所熟悉的惯常环境的一种活动，一般消费者不可能是旅游的专家，因此需要事

先了解并做好在旅游过程中的各种安排。旅游业的发达，可在这些方面为旅游者提供必要的服务，解除旅游者的各种忧虑。

另外，人口结构及趋势、文化因素、汇率的变化等也会影响旅游的产生和发展。

总之，一个人只有同时具备了以上所述旅游产生的条件，才有可能成为旅游者而实现旅游活动。对于消遣旅游者而言，其收入水平、闲暇时间、旅游动机是三者缺一不可。

三、旅游活动的基本要素

(一) 旅游活动体系

由客源地、目的地和交通运输部门形成的旅游活动网络，就是旅游活动的体系。

1. 客源地

客源地是指产生旅游者的地区或旅游者原居住的地区。在国际旅游中，前述“地区”指国家，客源地则称为旅游客源国或旅游产生国。它的功能是产生旅游者。

2. 目的地

目的地是指旅游者到访的地区或旅游接待地区。在国际旅游中，则称其为旅游目的国或旅游接待国。它的功能是接待游客。

3. 交通运输部门

交通运输部门是指向旅游者提供自出发地至所访目的地之间的交通运输部门。它的功能是为旅游者往返提供交通工具服务。

(二) 旅游活动的基本要素

旅游活动的基本要素是指开展旅游活动必须具备的基本条件。它包括游客、旅游吸引物和旅游服务及其设施三个方面。三者缺一不可，共同构成旅游活动的整体。

1. 旅游者

即旅游者是指任何一个到他惯常环境以外的地方去旅游，连续停留时间不超过一年，其旅游的主要目的不是通过所从事的活

动、从访问地获取报酬的人。旅游者是指旅游活动的主体。旅游者按出游地分为国际旅游者（即海外旅游者）和国内旅游者；按出游时间分为旅游者（过夜）和一日游者（不过夜）。

2. 旅游吸引物

旅游吸引物是指自然界和人类社会中的，凡能对游客产生吸引力的各种事物和因素。它是旅游活动的客体。旅游吸引物有狭义和广义之分：狭义的旅游吸引物一般指有形的旅游资源，包括自然和人文两种旅游资源，如四川南坪的九寨沟、西安的兵马俑等；广义的旅游吸引物除了有形的旅游资源外，还包括旅游服务、社会制度、人民的生活方式等无形的旅游资源。

3. 旅游服务及其设施

旅游服务及其相应设施是联接旅游活动主体和客体的纽带。旅游服务是指旅游目的地的旅游行业人员以一定的物质资料为凭借，为满足旅游者在旅游活动过程中各种需求而提供的服务。旅游设施是指旅游目的地的旅游行业人员为旅游者提供服务时所依托的各项物质设施和设备，包括交通运输设施、食宿接待设施、游览娱乐设施和旅游购物设施等。为满足旅游者的需求，作为旅游目的地的国家或地区，必须在数量和质量上提供相应的旅游服务和设施。

四、旅游活动的分类

现代旅游的发展，使参加旅游的人数越来越多，旅游方式也日趋多样化，本书介绍常见的两种。

（一）按旅游的地理范围划分

任何一个国家（地区）按旅游的地理范围划分，均存在两种不同形式的旅游——国际旅游和国内旅游。

1. 国际旅游

国际旅游是指跨越国界的旅游活动。它分为入境旅游和出境旅游。前者是他国公民到本国的旅游活动，后者是本国公民到他

国的旅游活动。国际旅游还可分为区间旅游和区内旅游。

2. 国内旅游

国内旅游是指人们在居住国范围内的旅游活动。它的特点是从事这种旅游活动的人没有国籍限制，它可以是本国公民，也可以是长住该国的外国人。例如，常驻我国使、领馆人员在我国范围内进行的旅游活动，对我国而言，仍属我国国内旅游。

国内旅游与国际旅游的关系是：国内旅游是一国旅游业发展的基础，国际旅游是国内旅游的延伸和发展。

(二) 按旅游目的划分

按照世界旅游组织的规定，旅游活动按人们出游的目的可分为六大类，即休闲、娱乐、度假类，探亲访友类，商务、专业访问类，健康医疗类，宗教朝拜类和其他类。

1. 休闲、娱乐、度假类

这类旅游目的就是为了身心放松。属于这一类的旅游活动有观光旅游、度假旅游、娱乐旅游等，其中观光旅游是最普遍、最常见的一种。实际上，几乎各种形式的旅游都或多或少地包含观光旅游的内容。

2. 探亲访友类

探亲访友类旅游属于社会访问活动。这是一种以到旅游目的地走亲访友为主要目的的旅游活动。其特点是旅游目的明确，人均旅游费用支出少。

3. 商务、专业访问类

商务、专业访问类旅游是旅游史上最早的旅游形式之一。其特点是活动安排与旅游者个人职业或所在单位的经济活动相关联。这类旅游活动主要有商务旅游、业务旅游、会议旅游、学习旅游、专项旅游和奖励旅游等。在当今世界，由于国际经济联系日益紧密，商务旅游发展的速度将超过其他类型的旅游发展速度。

4. 健康医疗类

随着经济的发展，人们日益重视和关注个人的健康。体育旅

游、保健旅游和生态旅游成为人们喜欢的旅游活动之一。

5. 宗教朝拜类

宗教旅游是一种最古老的旅游形式，它是一种以朝拜、传经布道为目的的旅游活动。

6. 其他类

这里是指未列入上述各类的旅游活动，如探险旅游等。

此外，旅游还可按计价方式、组织形式、费用来源、旅行方式、旅行距离等来划分。

五、旅游客源市场

（一）旅游市场的概念

市场是个广泛使用的多义词，它既可指交易场所，也可指交换关系，与经济社会制度也有关系。在旅游业中，旅游市场是指旅游产品的经常购买者和潜在购买者，也就是人们常说的客源市场。这种理解有两种用法：一是用于地域方面，指某一个或某几个旅游产生国或地区，例如日本市场、东南亚市场等；二是超越不同地理区域的界限，指具有某些相同特点的旅游者，如青年旅游市场、老年旅游市场等。

从经济学的角度讲，旅游市场的基本构成要素包括：

- （1）旅游产品的生产者或供应者，即旅游市场的卖方。
- （2）旅游产品的使用者或消费者，即旅游市场的买方。
- （3）可供交换的旅游产品。它作为买卖双方交换的产品构成旅游市场的客体。
- （4）价格。它对买卖双方能否成交和交易数量起调节作用，对旅游产品的供需双方产生较大的影响。
- （5）中间商。中间商是旅游市场的重要组成部分。旅游产品的生产者和消费者往往离不开中间商的协调和配合。

（二）国际旅游市场的划分

国际旅游市场的划分一般以客源产生的地理区域和旅游接待