



# LÜYOUXUE GAILUN

高等教育旅游管理专业统编教材



# 旅游学概论

主编  
方相林

郑州大学出版社

高等教育旅游管理专业统编教材

# 旅游学概论

---

---

LÜYOUXUE GAILUN

主 编 方相林

郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论/方相林主编. —郑州:郑州大学出版社,2002.9

ISBN 7-81048-650-0

I. 旅… II. 方… III. 旅游—概论—高等学校—教材  
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 061569 号

郑州大学出版社出版发行

(郑州市大学路 40 号

邮政编码:450052)

出版人:谷振清

发行部电话:0371-6966070

全国新华书店经销

郑州文华印刷厂印制

开本:787 mm × 1 092 mm 1/18

印张:19.875

字数:410 千字

版次:2002 年 9 月第 1 版

印次:2002 年 9 月第 1 次印刷

---

书号:ISBN 7-81048-650-0/F·9

定价:29.00 元

本书如有印装质量问题,由承印厂负责调换

# 高等教育旅游管理专业统编教材 编写委员会

主任

孙光华 贾修国

副主任

海萌辉 龙京红 程遂营 袁绍斌  
郭琰 魏新生 周旗 张吉献  
吴泽成 谢玉峰

委员(按姓氏笔画排序)

王昌伟 王易敏 王彩琴 方相林  
田孝蓉 刘志全 孙子文 李峰  
李瑞 李瑞玲 何惠 苟自钧  
赵建峡 贾静 高照明 郭书兰  
湛贵成 游明谦 甄尽忠 薛建红

编写委员会办公室主任

杨秦予

## 《旅游学概论》编者名单

.....▶ **主 编**  
方相林

.....▶ **副主编**  
张吉献 周旗 李学鑫 张宏伟

## 内 容 提 要

本书是高等教育旅游管理专业统编教材之一。它以“博采众长,以我为主,融合提炼,自成一家”为编写的基本原则,以揭示旅游发展规律为主线,在吸取中外学者旅游学研究最新成果和总结中外旅游业发展经验的基础上,运用理论与实践相结合、定性与定量分析相结合等方法,全面系统地分析和阐述了旅游学的基本理论、基本内容和基本方法。内容包括:旅游学的研究对象和任务、旅游的产生与发展、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游市场、旅游产品和旅游商品、旅游区、旅游组织、旅游业发展趋势等。

本书内容丰富,文笔通俗易懂。既突出了学科内容的前沿性与系统性,又体现了教材内容的时代性与开放性,更兼顾了教材的实用性。为方便学生学习、理解和掌握,每章前列有学习目标、重点和难点;章后均列出本章重点概念、小结、案例分析、思考题、练习题和学习参考书目。本书除可作为高等院校旅游类专业的教学用书外,还可作为高等职业院校、高等教育自学考试相关专业的参考教材,也可作为旅游企事业单位工作人员的培训教材。

## 总序

近年来,我国旅游事业的迅速发展,对于旅游管理人才队伍的建设和培养工作提出了更新的要求,加快旅游管理学科建设,为旅游企业、事业单位输送更多的优秀管理人才,已经成为旅游高等教育发展的紧迫任务。旅游管理专业教材建设是旅游管理学科发展和旅游高等教育发展的极为重要的环节,它关系到旅游管理人才队伍的质量,反映着我国旅游管理工作的最新理论研究成果和高校旅游管理专业教学水平的高低,更关系到我国旅游事业未来的发展。因此,如何编写出高质量、高水平、反映旅游业发展最新成果、适合我国目前旅游管理专业教学工作所急需的教材,是目前旅游管理学科建设和旅游教育工作中亟待解决的问题。

编写本系列教材的主旨在于:适应旅游事业发展和高校旅游专业教材建设发展的需要,克服高校旅游专业教材严重落后于旅游事业发展的形势,内容陈旧、体系结构不合理,理论脱离实际等长期困扰高校旅游教育发展的弊病;总结高校旅游专业教学实践经验,吸收现有教材及旅游理论研究中的最新成果;从旅游行业自身性质出发,突出应用性特点,充分运用各种数据、表格、图形等典型案例分析方法,增强说服力和吸引力;并力求精讲多练,增大练习课时内容,培养学生分析和应用能力以及实际操作的能力,达到提高学生综合素质的目的,为我国旅游事业更进一步的发展培养优秀的人才,促进我国旅游高校教材建设工作的发

展。本系列教材涵盖了旅游管理学科的基本课程,包括《旅游学概论》、《现代饭店管理》、《旅游会计学》、《旅游市场营销学》、《旅游心理学》、《旅游法规教程》、《旅游经济学》、《旅游资

源规划与开发》、《旅行社经营管理》、《导游实务》、《河南景区景点现场导游英语》、《旅游服务礼仪》、《中外民俗》、《中国旅游文化》、《旅游企业财务管理》等。适用于高等教育旅游饭店管理、旅行社管理和旅游规划管理各专业方向的教学要求,也适宜于旅游行业各部门从事实际工作的同志自修学习。

参加本系列教材编写工作的单位有:郑州大学、河南大学、河南师范大学、河南财经学院、南阳师范学院、中州大学、开封大学、信阳师范学院、安阳师范学院、洛阳师范学院、河南职业技术学院、河南商业高等专科学校等高校旅游院系。各高校都派出了教学经验丰富的高水平教师参加了教材编写组,在总结多年来旅游专业教学经验和充分吸收现有教材理论研究成果的基础上,经认真研究讨论,结合目前各院校教学工作中的特点编写出了本系列教材。

河南省旅游局和河南省教育厅高教处对本系列教材的编写工作给予了大力的支持和具体的指导,在此表示深深的感谢。

由于旅游行业发展速度较快,再加上编写时间比较仓促,本系列教材的疏漏和不足之处在所难免,恳请各位专家、读者不吝赐教,以便使之更加完善。

**高等教育旅游管理专业统编教材编写委员会**

2002年3月



## 前 言

伴随着世界旅游业的持续发展,我国旅游业的发展也进入了快速增长的时期。2001年,中国入境旅游总人数达8 901万人次,国际旅游外汇收入177.92亿美元,分别相当于1978年的49倍和68倍;国内旅游总人数7.84亿人次,国内旅游收入达到3 522亿元人民币;全国旅游总收入达4 946亿元人民币,占当年全国国内生产总值的5%。现在我国已成为世界上第五大旅游目的地国,旅游业正在成为我国国民经济新的经济增长点和重要产业。与此同时,我国的旅游教育也得到了迅速发展。到2001年,全国开设旅游专业的院校达1 152所,其中高等院校311所,在校生人数为10.22万人次。为适应旅游教育发展的需要,在20世纪90年代初、中期,全国曾出版过多种版本的高等旅游专业教材《旅游学概论》,对旅游学的研究内容进行了较为系统的阐述。但由于受多种因素的限制,多数教材中对许多概念的解释和观点的表述纷繁,引用的部分统计数据比较陈旧,一些理论问题没有涉及到或阐述不够等,所有这些问题都给旅游学教学带来了一定的不便。

本教材是各位编者结合多年来的旅游学教学实践,在广泛吸纳国内外旅游学的研究成果,充分借鉴我国旅游业发展的经验的基础上编写而成的。为构建新世纪的旅游学教学内容体系,推动旅游学研究的深入进行,本教材在编写过程中注意了以下几个方面:第一,注重理论与实践的紧密结合,注意吸纳国内外旅游学研究的新思想、新观点和新方法,突出教材内容的前沿性;第二,积极探索旅游学研究的某些基础理论问题,如旅游学的学科体系、学科性质等,力图在教材中体现出旅游学研究内容的系统性和完整性;第三,引用较新的旅游统计数据,从而使本书能更好地反映时代的气息和脉搏,更切合旅游实际;第四,密切关注世界和我国旅游发展的动态,将旅游学的

研究融入国际旅游大环境中,力图使教材内容体现出开放性;第五,运用多学科的理论和方法,对旅游活动进行综合研究;第六,为便于读者学习、理解和掌握,每章前列有学习目标、重点和难点,各章后附有阅读材料或案例分析、练习题等内容,体现出了教材的实用性。

本书既可以作为高等院校旅游类专业的教科书,又能作为高等职业院校、高等教育自学考试的参考教材,同时,对从事旅游学研究和旅游管理人员也有一定的参考价值。

随着我国加入 WTO,我国旅游业将面临新的机遇和挑战。在旅游业持续快速发展的形势下,尚有许多旅游学问题需要我们去探索和研究。由于作者水平有限,加之编写时间仓促,书中错误和不当之处在所难免,欢迎各位专家、学者及广大读者批评指正。

编者

2002年6月25日

# 目 录

▶ 1 绪论	
▶ 1.1 旅游的概念、特点与属性	\3
----- 1.1.1 旅游的基本概念	\3
----- 1.1.2 旅游的特点	\5
----- 1.1.3 旅游的基本属性	\10
▶ 1.2 旅游的构成与类型	\12
----- 1.2.1 旅游的构成要素与旅游系统	\12
----- 1.2.2 旅游的类型	\16
▶ 1.3 旅游学的研究对象和内容	\19
----- 1.3.1 旅游学的研究对象	\19
----- 1.3.2 旅游学的主要研究内容	\20
----- 1.3.3 旅游学的学科性质	\21
----- 1.3.4 旅游学的理论体系	\21
▶ 1.4 旅游学的研究方法	\22
----- 1.4.1 综合考察法	\23
----- 1.4.2 统计资料分析法	\23
----- 1.4.3 定性分析与定量分析结合法	\23
----- 1.4.4 采样调查法	\23
----- 1.4.5 旅游图表法	\24
----- 1.4.6 坚持运用多学科知识的综合方法	\24

▶	<b>2 旅游的产生与发展</b>	
▶	2.1 世界古代的旅游	\35
-----	2.1.1 旅行的产生	\35
-----	2.1.2 奴隶社会旅行的形成	\36
-----	2.1.3 封建社会旅行的发展	\37
▶	2.2 世界近代旅游业的产生	\39
-----	2.2.1 工业革命对促进旅行向旅游转化的影响	\39
-----	2.2.2 世界近代旅游业的产生	\40
-----	2.2.3 世界近代旅游业的特征	\42
▶	2.3 世界现代旅游的发展	\42
-----	2.3.1 世界现代旅游业发展概况	\43
-----	2.3.2 世界现代旅游发展的原因	\48
-----	2.3.3 世界现代旅游发展的特点	\50
▶	2.4 中国旅游发展概况	\51
-----	2.4.1 中国古代的旅行	\51
-----	2.4.2 中国近代的旅游	\55
-----	2.4.3 中国现代的旅游	\56
▶	<b>3 旅游者</b>	
▶	3.1 旅游者的基本概念	\73
-----	3.1.1 国际旅游者的定义	\73
-----	3.1.2 国内旅游者的定义	\75
▶	3.2 旅游者的形成条件	\77
-----	3.2.1 客观条件	\78
-----	3.2.2 主观因素	\81
▶	3.3 旅游者在不同旅游阶段的需求心理	\87
-----	3.3.1 准备阶段	\87

-----	3.3.2	旅途阶段	\89
-----	3.3.3	游览阶段	\91
-----	3.3.4	结束阶段	\92
▶	3.4	几种主要类型旅游者的特点	\93
-----	3.4.1	观光型旅游者	\93
-----	3.4.2	娱乐消遣型旅游者	\94
-----	3.4.3	医疗保健型旅游者	\95
-----	3.4.4	文化型旅游者	\95
-----	3.4.5	公务型旅游者	\96
-----	3.4.6	家庭事物型旅游者	\97
-----	3.4.7	宗教朝觐旅游者	\97
-----	3.4.8	购物型旅游者	\98
▶	4	旅游资源	
▶	4.1	旅游资源的概念	\105
-----	4.1.1	旅游资源的定义	\105
-----	4.1.2	旅游资源的分类	\106
-----	4.1.3	旅游资源的特征	\116
▶	4.2	旅游资源的评价	\119
-----	4.2.1	旅游资源评价的概念	\119
-----	4.2.2	旅游资源评价的内容	\120
-----	4.2.3	旅游资源评价的方法	\121
▶	4.3	旅游资源的开发	\128
-----	4.3.1	旅游资源开发的含义	\128
-----	4.3.2	现实旅游资源与潜在旅游资源	\128
-----	4.3.3	旅游资源开发工作的必要性	\129
-----	4.3.4	旅游资源开发项目的可行性研究	\130
-----	4.3.5	旅游资源开发工作的主要内容	\131
-----	4.3.6	旅游资源开发工作的原则	\132
-----	4.3.7	旅游资源开发的类型和方式	\135
▶	4.4	旅游资源的保护	\136

----- 4.4.1	保护与开发的辩证关系	\136
----- 4.4.2	旅游资源遭受损害和破坏的原因	\137
----- 4.4.3	保护工作的原则与措施	\138

## ▶ 5 旅游业

### ▶ 5.1 旅游业的概念、性质与特点

----- 5.1.1	旅游业的概念	\145
----- 5.1.2	旅游业的性质	\146
----- 5.1.3	旅游业的特点	\147

### ▶ 5.2 旅行社

----- 5.2.1	旅行社的性质和类型	\150
----- 5.2.2	旅行社的作用	\151
----- 5.2.3	旅行社的主要业务	\151
----- 5.2.4	中国旅行社的特点及发展趋势	\152

### ▶ 5.3 旅游饭店

----- 5.3.1	旅游饭店的兴起与发展	\153
----- 5.3.2	旅游饭店的作用	\154
----- 5.3.3	旅游饭店的类型	\154
----- 5.3.4	现代饭店集团	\160

### ▶ 5.4 旅游交通

----- 5.4.1	旅游交通的作用	\162
----- 5.4.2	旅游交通的特性	\164
----- 5.4.3	旅游交通的主要类型	\165
----- 5.4.4	中国的旅游交通	\168

### ▶ 5.5 旅游业的作用

----- 5.5.1	旅游业的经济作用	\169
----- 5.5.2	旅游业的政治作用	\173
----- 5.5.3	旅游业的社会作用	\174
----- 5.5.4	旅游业的文化作用	\174
----- 5.5.5	旅游业的环境作用	\175

▶	<b>6 旅游市场</b>	
▶	6.1 旅游市场的概念	\183
-----	6.1.1 市场与旅游市场	\183
-----	6.1.2 旅游市场的特征	\183
-----	6.1.3 旅游市场的发展	\184
▶	6.2 旅游市场的基本理论	\185
-----	6.2.1 旅游市场类型及影响因素	\185
-----	6.2.2 旅游需求	\190
-----	6.2.3 旅游供给	\198
-----	6.2.4 旅游市场竞争手段	\202
▶	6.3 旅游市场的划分	\203
-----	6.3.1 旅游市场划分的概念和意义	\203
-----	6.3.2 旅游市场的划分方法	\203
▶	6.4 国际旅游市场概况	\205
-----	6.4.1 国际旅游业的空间分布	\205
-----	6.4.2 国际旅游市场的空间分布	\210
-----	6.4.3 国际客流规律及变化	\211
▶	6.5 中国旅游客源市场的空间分布	\215
-----	6.5.1 中国国际(入境)旅游市场分布	\215
-----	6.5.2 重点客源市场的选择	\220
-----	6.5.3 中国主要国际(入境)客源市场特点	\222
-----	6.5.4 中国国内旅游客源市场	\226
▶	6.6 中国旅游业在国际市场竞争中存在的问题	\229
-----	6.6.1 中国距世界上大多数主要客源国和地区的位置较远	\229
-----	6.6.2 中国旅游业面临着周边国家和地区的激烈竞争	\230
-----	6.6.3 中国旅游产品的开发和质量尚存在的问题	\232
-----	6.6.4 市场宣传和海外促销工作仍有待进一步改进	\232

▶	<b>7 旅游产品和旅游商品</b>	
▶	7.1 旅游产品	\239
-----	7.1.1 旅游产品的概念	\239
-----	7.1.2 旅游产品的特性	\240
-----	7.1.3 旅游产品的构成	\242
-----	7.1.4 旅游产品与旅游资源的关系	\247
▶	7.2 旅游商品	\248
-----	7.2.1 旅游商品的概念与特性	\248
-----	7.2.2 旅游商品的分类	\249
-----	7.2.3 旅游商品的开发	\249
-----	7.2.4 旅游商品的经营	\252
▶	<b>8 旅游区</b>	
▶	8.1 旅游区及其划分	\261
-----	8.1.1 旅游区的概念	\261
-----	8.1.2 旅游区的特性	\262
-----	8.1.3 旅游区的分类	\263
-----	8.1.4 旅游区划的原则	\264
-----	8.1.5 旅游区分级系统	\265
▶	8.2 旅游区规划	\266
-----	8.2.1 旅游区规划的目的	\266
-----	8.2.2 旅游区规划的类型	\267
-----	8.2.3 旅游区规划的原则	\269
-----	8.2.4 旅游区规划的内容	\270
▶	8.3 旅游区线路设计	\272
-----	8.3.1 旅游线路的概念	\272
-----	8.3.2 旅游线路的类型	\272



		8.3.3 旅游区线路设计	\273
	▶	8.4 中国旅游区旅游景观观赏	\274
		8.4.1 中国旅游景观的审美形态	\274
		8.4.2 中国旅游区主要旅游景观的审美特征	\275
		8.4.3 旅游观赏	\286
▶	9	<b>旅游组织</b>	
	▶	9.1 旅游组织的类型及其功能	\297
		9.1.1 旅游组织的分类	\297
		9.1.2 旅游组织在旅游业中的作用	\298
		9.1.3 旅游组织的经费来源与分配	\299
	▶	9.2 中国旅游组织及其功能	\299
		9.2.1 中国旅游行政管理机构	\299
		9.2.2 中国旅游行业组织	\301
	▶	9.3 国际性旅游组织	\305
		9.3.1 世界旅游组织	\305
		9.3.2 世界旅行社协会联合会	\308
		9.3.3 国际民用航空组织	\309
		9.3.4 国际饭店与餐馆协会	\310
		9.3.5 国际旅游联盟	\311
		9.3.6 国际社会旅游局	\312
		9.3.7 国际旅游学会	\312
		9.3.8 世界旅行与旅游理事会	\312
		9.3.9 国际旅游科学专家协会	\312
		9.3.10 国际青年旅舍联盟	\313
		9.3.11 其他国际性旅游组织	\313
▶	10	<b>旅游业的发展</b>	
	▶	10.1 旅游业发展的方式和途径	\323