

TRAVEL

国家旅游局人事劳动教育司指定用书

旅游高等职业教育系列教材

TRAVEL

旅游 概论

赵长华
主编

LU YOU GAI LUN

旅游教育出版社



☆旅游高等职业教育系列教材

☆国家旅游局人事劳动教育司指定用书

旅 游 概 论

赵长华 主编

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:赵龙根

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论/赵长华主编. -北京:旅游教育出版社,2000.7

ISBN 7-5637-0872-3

I.旅… II.赵… III.旅游-概论 IV.F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 35723 号

旅游高等职业教育系列教材
国家旅游局人事劳动教育司指定用书

旅游概论

赵长华 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850×1168 1/32
印 张	8.5
字 数	209 千字
版 次	2000 年 7 月第 1 版
印 次	2001 年 8 月第 2 次印刷
印 数	6001—17000 册
定 价	12.50 元

作者(按姓氏笔划顺序):

赵长华

黄晨晨

黄秋萍

目录

第一章 旅游与旅游者 ·····	1
第一节 旅游 ·····	1
一、旅游的定义·····	1
二、旅游的本质属性·····	3
三、旅游产生的条件·····	7
四、旅游的特点·····	12
五、旅游的种类·····	14
第二节 旅游者 ·····	18
一、旅游者的含义·····	18
二、我国对旅游者含义的认定·····	20
三、旅游者类型·····	21
第二章 世界旅游的起源与发展 ·····	25
第一节 古代旅行 ·····	25
一、古代旅行的产生·····	25
二、中世纪旅行活动的发展·····	27
三、古代旅行的主要形式·····	29

第二节	近代旅游和旅游业的诞生	32
一、	17世纪“大旅游”的兴起	32
二、	产业革命对近代旅游发展的推动	33
三、	近代旅游业的诞生	34
第三节	现代旅游的大发展	38
一、	20世纪上半期的世界旅游业	38
二、	现代旅游崛起的原因	39
三、	现代旅游的主要特征	40
四、	现代旅游发展现状与趋势	49
第三章	中国旅游的起源与发展	52
第一节	中国古代旅行	52
一、	古代的旅行和旅游活动	52
二、	古代旅行的主要形式与旅馆设施	54
第二节	中国现代旅游业的诞生和发展	55
一、	现代旅游业的崛起	55
二、	现代中国旅游业的新生	58
第三节	改革开放后的中国旅游业	60
一、	新时期中国旅游业的发展	60
二、	新时期中国旅游业发展的主要经验	67
三、	当前我国旅游业发展中存在的主要问题	68
第四节	加入世贸组织后的中国旅游业	70
一、	加入世贸组织为旅游业创造空前发展机遇	70
二、	加入世贸组织给旅游业带来的挑战	72
三、	应对加入世贸组织的策略	73
第四章	旅游业	75
第一节	旅游业的概念和构成	75
一、	旅游业的概念	75
二、	旅游业的性质和作用	77
三、	旅游业的特点	78
四、	旅游业的构成	80

第二节 旅行社	82
一、旅行社的性质	82
二、旅行社的种类	83
三、旅行社的业务	86
四、旅行社的作用	87
五、旅行社经营组织的主要产品	88
第三节 旅游饭店	89
一、旅游饭店的沿革	89
二、旅游饭店的功能	92
三、旅游饭店的种类	93
四、旅游饭店的等级	96
五、现代饭店的集团化经营	97
第四节 旅游交通	99
一、旅游交通的变迁与发展	100
二、现代旅游交通的发展	102
三、旅游交通的作用	106
第五节 游览娱乐设施	107
一、游览娱乐设施属旅游专用设施	108
二、游览娱乐设施的种类	108
三、游览娱乐设施的建设	108
第五章 旅游业的经济作用与影响	110
第一节 旅游业产业地位的确立	110
第二节 旅游业在国民经济中的作用	116
一、拉动国内生产总值的增长	116
二、扩大内需,回笼货币,增加国家和地方政府的财政收入	118
三、外汇收入的重要来源,服务贸易的“龙头”	119
四、提供大量就业机会	122
五、促进贫困地区脱贫致富	123
六、旅游业的乘数效应和带动功能	125
七、促进地区经济发展和区域合作	126

八、扩大国际交流,促进改革开放·····	127
第三节 旅游业对国民经济的不利影响·····	129
第六章 旅游的社会文化作用与影响 ·····	132
第一节 旅游促进社会文化发展·····	132
一、促进国民素质的提高·····	132
二、提高人们的生活、生命质量·····	132
三、进行爱国主义教育的有效途径·····	133
四、促进民族文化的发展与保护·····	133
五、有利于环境保护工作和社区设施的改善·····	134
六、加强人民之间相互了解和友好往来·····	134
七、推动科学技术和文化艺术交流·····	135
八、促进世界和平与发展·····	135
第二节 旅游对社会文化发展的不利影响·····	136
第七章 旅游资源 ·····	139
第一节 旅游资源概述·····	139
一、旅游资源的基本概念及其属性·····	139
二、旅游资源的特点·····	140
三、旅游资源的分类·····	143
第二节 旅游资源的开发·····	146
一、旅游资源开发的含义和内容·····	146
二、旅游资源开发的基本原则·····	147
三、旅游资源开发的条件·····	149
第三节 我国旅游资源开发与保护·····	151
一、我国旅游资源的开发·····	151
二、我国旅游资源开发利用中存在的主要问题·····	152
三、我国旅游资源的保护·····	155
四、我国旅游资源的保护措施·····	158
第八章 旅游产品 ·····	161
第一节 旅游产品概述·····	161
一、什么是旅游产品·····	161

二、旅游产品的组成	162
三、旅游产品的特性	163
四、旅游服务	165
第二节 旅游产品的开发	166
一、旅游产品开发的原则	166
二、旅游产品开发的策略	167
三、旅游产品的定位	169
四、旅游产品的形象设计	169
五、质量是旅游产品的生命	171
第三节 旅游商品	172
一、旅游商品的概念	172
二、必须重视旅游商品的开发与设计	173
第九章 旅游市场	175
第一节 旅游市场综述	175
一、旅游市场的概念	175
二、旅游市场的特点	176
三、旅游市场的分类	178
第二节 国际旅游市场	180
一、世界国际旅游客流的基本状况	180
二、世界国际旅游客源的流动规律	183
三、影响客源的主要因素	185
第三节 旅游市场调查	188
一、旅游市场调查的重要性	188
二、旅游市场调查的内容	189
三、旅游市场调查的方法与技巧	190
第四节 旅游市场宣传	192
一、旅游市场宣传的形式与作用	192
二、宣传促销的基本原则	195
三、我国的旅游宣传	196
第十章 旅游组织与政策法规	199

第一节 旅游组织	199
一、旅游组织概述	199
二、中国旅游组织	200
三、国际旅游组织	206
第二节 旅游政策法规	211
一、旅游政策是发展旅游业的保证	212
二、我国当前的旅游政策	212
三、旅游法规是旅游政策的具体化	217
四、我国当前的旅游法规	217
第十一章 旅游教育	223
第一节 国外旅游教育	223
一、国外旅游教育概况	223
二、美国旅游教育	225
三、瑞士、英国旅游教育	226
四、发展中国家的旅游教育	227
第二节 中国旅游教育	229
一、中国旅游教育概述	229
二、中国旅游教育特征	231
三、旅游院校教育	231
四、旅游培训	235
五、中国旅游教育中存在的主要问题和发展前景	237
第十二章 旅游可持续发展	243
第一节 可持续发展理论	243
一、可持续发展理论产生的背景	243
二、可持续发展理论的基本内容	245
第二节 旅游可持续发展	246
一、旅游可持续发展理论的形成	247
二、旅游可持续发展理论的核心内容	249
三、旅游可持续发展的目标	251

第三节 旅游可持续发展的作用和意义	252
一、旅游可持续发展的重要作用	252
二、我国旅游可持续发展的战略与策略	254
后记	258

第一章

旅游与旅游者

旅游是一项古老的活动,旅游也是一项现代的活动。旅游从一开始就是人类社会实践活动的一部分,而现在已成为全球性的社会现象,因此有必要对旅游概念、性质、特点等作一研究。作为旅游活动主体的旅游者,也需予以科学的界定和分析。

第一节 旅 游

一、旅游的定义

旅游作为人类一项特殊活动和一种社会现象,已有好几千年的历史。有人说,“旅游”这个词是外来语,是1811年从英国《牛津词典》的tourism 词条翻译过来的,意思是离家远行,参观、游览一个或几个地方,然后又回到家里。也有人说“旅游”一词最早出现在20世纪60年代出版的《现代汉语词典》,解释为“旅行游览”。实际上早在魏晋南北朝时,一些诗人在诗歌中就已开始应用“旅游”一词,如南梁诗人沈约的《悲哉行》中就有这样的诗句:“旅游媚年春,年春媚游人”;比英国要约早一千三百年。唐代以后,“旅游”一词的使用频率就高了,有唐代诗人韦应物《送姚孙还河中》的“上国旅游罢,故园生事微,风尘满路起,行人何处归”;张籍《岭表逢故人》中的“过岭万余里,旅游经此稀”;白居易《宿桐庐馆同崔存度醉后作》的“江海漂漂共旅游,一樽相劝散穷愁”等。

“旅”和“游”的单独出现,在我国则还要早。《周易》中专门有一条“旅”卦,“旅,小亨旅贞吉”,“旅之时义大矣哉”,这里的旅即旅行的意

思。《诗经·柏舟》中的“微我无酒，以敖以游”，这里的游指遨游，游览。唐代孔颖达的《周易正义》中的“失其本居而寄他方，谓之谓为旅”，“谓闲暇无事于之游”，可以说这是我国最早给旅行、游览下的定义了。从上述我们可以看出，我国先民很早就已觉察到旅游是必须在闲暇进行，并离开常住地到异地的一项活动。

将旅游作为一种社会现象，进行较系统、全面而科学的研究，则是20世纪的事。由于人们所处的历史时代不同，各时期社会经济发展水平不一，对旅游的认知和确定旅游概念的角度与方法等也存在差异，因而对旅游的定义和内涵有不同的诠释，渍然就不足为怪了。正如有些专家所说，有多少人研究旅游现象，就会产生多少个有关旅游的定义。

我们将有关旅游的定义作一整理和归纳，可以分作这样九种：(1) 1927年德国蒙根·罗特提出的交往定义。该定义强调旅游是“作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往”。(2) 1935年德国格吕克斯曼提出的关系定义。该定义第一次将旅游确定为非实质性的实体，认为旅游是“旅居人与当地人之间各种关系的总和”。(3) 1942年瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫提出的综合定义。该定义指出“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会寻求永久居留，并且不从事任何赚钱的活动”。(4) 50年代，奥地利维也纳经济大学旅游研究所提出的动机定义。该定义突出了旅游是出于休养、教育、扩大知识和交际等动机的活动。(5) 世界旅游组织前身联合国国际官方旅游组织联盟提出的时间定义。该定义强调到一地逗留时间必须超过24小时。(6) 1974年英国萨里大学A·J·伯卡特和S·梅特利克提出的流动定义。该定义提出“旅游是发生于人们前往和逗留在各种旅游地的流动”，突出了旅游的重要特征——流动。(7) 日本旅游学家律田新教授提出的目的定义。该定义认为旅游主要是为了达到考察别的国家或地方的文物制度，观赏游览风光等目的。(8) 1980年美国密执安大学罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特提出的相关定义。该定义强调了旅游活动过程中旅游者、旅游企业、东道国政府、东道地居民的相互作用，并由此产生的一切现象和关系。(9) 雅法尔·雅法利提出的文化定义。该定义突出了旅游是一种文化现象。

上述定义中对后来产生较大影响的是汉泽克尔和克拉普夫的旅游定义,可以说是众多有关旅游的定义中最符合科学规范,也是较完整的一个。这个定义较全面地概括了旅游的基本特性和旅游现象的综合性,说明旅游不仅是旅游者个人的活动,而且涉及与之有关的一切关系。由于其阐述深刻而又科学,产生了深远影响,后来被国际旅游界广泛接受。70年代,国际旅游科学家联合会(International Association of Scientific Experts in Tourism)正式采用了此定义,所以又被称为艾斯特定义(IASET)。

但是,不管人们从什么角度审视和研究旅游现象,不管关于旅游有多少个定义,我们依然可以找出达成共识的几个方面:

- 旅游必须是旅游者离开自己的定居地到异国他乡旅行的活动,不以谋生和盈利为目的。

- 旅游是旅游者前往旅游目的地作短暂停留的活动,它完全不同于移民性质的长期居留,因为旅游者不会在旅游目的地要求就业。

- 旅游是旅游者旅行和暂时居留而引起的各种现象和关系的总和,既包括旅游者主体的活动,也包括由此在客观上产生的所有现象和关系。

这些共识维系了很长一段时间。然而,伴随国际交往、合作日益频繁,旅游业的蓬勃发展和世界经济的全球化趋势的不断加强,在近几十年里涌现出了新的旅游现象,其中有些旅游现象具有经济营利行为的特征,如现代商务旅游、会议展示旅游、贸易旅游,因此原先的关于旅游不具有经济性质的论断就显得不够完善与精确了。

现在我们结合这变化,给旅游下以下的定义:

旅游是人们以满足某种精神和物质需要为目的,离开常住地到异国他乡短期停留但不要求定居和就业所引起的一切现象和关系的总和。它既是一种文化生活,又是一种综合性的社会经济活动。

二、旅游的本质属性

本质属性决定了事物和现象的归属。正确理解旅游的本质属性,可以使人们对旅游有更深刻的认识,从而在对它的发展、管理和处理其

与社会的关系等方面,更能做到符合社会发展的一般规律。

旅游究竟属于一种什么性质的活动?实际上,从20世纪60年代起就开始讨论这一问题了。意大利学者马里奥蒂最早提出旅游是属于经济性质的一种社会现象,这一观点得到德国学者鲍尔曼的支持。此后,在相当长时间里,旅游被普遍视为一项具有重要经济意义的活动,这一认识深刻地影响着学术界,尤其是经济学界的思想。但是,早在30年代至40年代,德国的格吕克斯曼和瑞士的汉泽克尔、克拉普夫就提出了旅游现象属于非经济性质活动的观点。第二次世界大战后,一些社会学家、历史学家、文化界人士逐渐持文化论看法。不过,近期来更多的学者已越来越注意到旅游现象的非经济性本质的东西,即使一些原来持经济论的专家学者也开始扬弃自己的观点,建议广泛使用文化人类学和社会学的方法研究旅游。从旅游发展的历史进程看,旅游是人类社会经济和文化发展到一定阶段的产物,自然它必定具备经济活动和文化活动的特点,但旅游活动是人在具体的社会环境中进行的,所以它必然会综合反映社会环境中的多种复杂现象。

(一) 旅游是人类社会经济发展的产物

旅游的产生、发展与社会经济发展有密不可分的联系。原始社会时期,社会生产力极其低下,为了维系生命,人们不得不被束缚在为谋取生活资料的生产劳动中,没有闲暇去游乐。尽管人们为谋生而四处飘泊、狩猎、迁徙,但是这是一种被生活所迫的被动行为,不构成享受和娱乐,因此不能称其为旅游。进入奴隶社会,人类历史发展到一个新的时期,社会分工扩大,生产力提高,产生贫富差别,奴隶制的发展与繁荣为人们外出进行经商、宗教等旅行活动提供了物质条件。但这种最原始的旅行,由于受到社会条件和生产力落后的限制,只局限在极少数人范围内,无论从人次、地域范围来看都很小。近代资产阶级革命的爆发和随之而来的产业革命,使生产关系发生深刻变革,生产力有了极大提高,社会财富的急剧增长、城市化进程的加快,改变了人们的工作性质、生活方式和外出旅游活动。19世纪30年代开始的铁路革命和交通运输技术的进步,使旅游规模发生了质的变化。19世纪中期,以托马斯·库克旅行社为首的一大批旅游经营机构的诞生、职业导游的出现、旅游

指南手册的问世以及一批现代化饭店的崛起和后来为旅游活动提供方便、安全的金融工具——旅行支票、信用卡的产生,使旅游经营成为一项经济活动,旅游业遂成为一个经济行业。第二次世界大战后,世界局势的相对缓和和趋于稳定、全球经济的恢复与快速增长、国民收入的增加、工作时间的缩短、余暇的延长,让越来越多的人具备了外出旅游的条件。旅游成为一项大众化、平民化、普及化的活动。由此可见,人类旅游活动的产生、发展是社会经济发展的必然结果。

(二) 旅游是一种社会文化现象

旅游是人类物质文化生活和精神文化生活的一个最基本的组成部分。它是以在更大的自然和社会空间中获取新的感受和心理快感为宗旨的审美过程和自娱过程,可以说,在广览博闻中享受美感和愉悦感,是每个旅游者的起码需求。尽管旅游动机各不相同,或观光名胜古迹,或欣赏山水风光,或考察异域风情,或探亲访友,或追故怀旧……但开阔眼界,寻求超常生活的感受,陶冶情操,提高自身文化素养等等所表现出的一种强烈的文化欲望是一致的。当社会不断前进,进入高科技的信息时代,人们更是越来越注重旅游活动的文化内涵。

其次,旅游者追求的以丰富而新鲜的审美感受形成的精神和文化生活价值,是靠旅游目的地旅游资源、旅游设施、旅游服务体现的,而这些都是一定社会文化的反映。由历史、宗教、艺术、科学、民俗风情等社会文化因素组成的人文旅游资源具有鲜明的国家、民族、地域的文化色彩。自然景观在人们开发利用过程中也被赋予丰富的内涵,因此,旅游资源无疑凝聚着人类的精神文化,是社会文化环境的集中体现。不同国家、不同民族、不同地域的旅游设施所包含的历史、艺术内容与审美价值观及反映的文化个性也是不同的。至于旅游接待国和接待地区所提供的一系列服务,更是从形式到内容表现出特定环境、特定地域的特有的历史文化和当代的社会道德风貌,无论经营者、管理人员,还是服务人员,他们的一言一行、一举一动,乃至服饰礼仪,都显示了一个国家或地区的民族文化特色。

第三,旅游发展到当代,其文化内涵在不断充实,不断丰富。从最早的自然山水的观光旅游,发展到休闲度假型旅游,人们在今天又崇尚

和热衷于特色旅游、专项旅游,例如:文化旅游、文物古迹旅游、宗教旅游、民俗风情旅游、美食旅游、荒漠旅游……这些精神旅游、专项旅游都蕴含着极其丰富的社会文化内容,自然也不同程度地满足了旅游者的物质文化和精神文化需求。

(三) 旅游是人类一项综合性的社会活动

旅游活动的内容十分广泛,它涉及政治、经济、文化等领域的方方面面,如和平交往、科技合作、文化交流、贸易往来、会议展示、学术考察、商务活动、体育比赛、宗教朝圣等。旅游者的旅游消费也涉及政治、经济、文化等方面,构成一项综合性的社会活动。可以说,在整个旅游过程中,任何一项单独活动都不能构成旅游;同时,缺少某些方面也不能成为旅游。各种有关的社会活动互为条件、互为依托、互相支持,才能构成旅游。

此外,旅游作为人民之间普遍的社会交往活动,不但促进地区之间、国家之间的友好关系,也增进人民之间相互了解和友谊,正因为如此,各地方政府和各国政府十分重视旅游的社会作用。从历年世界旅游组织提出的口号也清楚地反映了旅游的社会作用。

(四) 旅游是一项高级消费活动

旅游是人们在满足了对基本生活必需品需要后产生的高层次、高档次的享受型消费。它既有基本生存需要的消费,又有发展需要和享受需要的消费,更多的是对后者的消费。即使为满足生存需要的旅游消费,也远远超出日常生活的消费水平。哪怕一个平时生活十分节俭朴素的普通劳动者,一旦外出旅游,为了得到物质和精神生活的享受,为了追求审美情趣和情感愉悦,都会表现出异乎寻常的大方和阔绰。

(五) 旅游是人类的一种精神活动

旅游属于高层次的生活方式,是人们为了得到在日常生活中得不到的那种生活体验的精神活动。尽管旅游者的出游动机是各种各样的,而且在旅途中要消耗大量体力,但其最终目的是要通过旅游饱览优美宜人的自然景色,观赏历史悠久的名胜古迹,去除疲劳和紧张,身心获得完全放松,从而进入心旷神怡和可以随意塑造自我的意境。在旅游过程中,人们所得到的是完全不同于日常生活中的物质占有欲望的