

全国导游人员资格考试参考资料·湖北卷

全国导游 基础知识

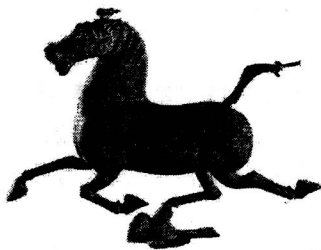
湖北省旅游局人事教育处 编

QUANGUO
DAOYOU
JICHU
ZHISHI

华中师范大学出版社

全国导游人员资格考试参考资料·湖北卷

全国导游基础知识



湖北省旅游局人事教育处编

新出图证(鄂)字10号

图书在版编目(CIP)数据

全国导游基础知识/湖北省旅游局人事教育处编. —武汉: 华中师范大学出版社, 2004.7

(全国导游人员资格考试参考资料·湖北卷)

ISBN 7-5622-2568-0/F·131

I. 全… II. 湖… III. 导游-基础知识-资格考核-参考资料
IV. F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第041900号

全国导游人员资格考试参考资料·湖北卷

全国导游基础知识

© 湖北省旅游局人事教育处 编

华中师范大学出版社出版发行

(武昌桂花山 邮编: 430079 电话: 027-67867362)

新华书店湖北发行所经销

石首市印刷厂印刷

责任编辑: 刘晓嘉

责任校对: 崔毅然

封面设计: 新视点

督 印: 姜勇华

开本: 850mm×1168mm 1/32

版次: 2002年7月第1版

印数: 6 101-11 200

印张: 8 字数: 205千字

2004年7月第2次印刷

定价: 23.00元

本书如有印装质量问题, 可向承印厂调换。

全国导游人员资格考试参考资料·湖北卷

编审委员会

主任：杜云生

副主任：李天汉 潘细汉 胡礼鸣 陈清银

委员：崔益同 吴福生 操福善 刘 晗

陈小平 刘俊刚 李 伟 陈 伟

金茂玫 刘惠敏

猎子 12月8号

全国导游人员资格考试参考资料·湖北卷

全国导游基础知识

执行主编：鄢志武

副主编：柴海燕 梁玥琳 刘军

前 言

长江孕育荆楚,自然装扮湖北。沧桑岁月和大自然的鬼斧神工使湖北旅游资源异彩纷呈。纵横交错的河流和星罗棋布的湖泊,构成了“水乡泽国”的绮丽景色。千百年来,景色优美、历史悠久、文化灿烂、物产丰饶、地灵人杰的荆楚大地如一颗明珠镶嵌在祖国的中部,于漫漫春秋岁月里闪烁。湖北以其秀丽的自然景观和丰富的人文景观吸引了无数海内外旅游者。

改革开放以来,我省旅游业取得了长足的发展,发生了显著的变化。尤其是“九五”以来,省委、省政府高度重视旅游业,提出把旅游业作为经济结构调整的战略重点、国民经济新兴产业和新的增长点来培育。国内经济的良好环境、国家旅游产业政策的正确导向以及政府主导旅游发展模式的成功推广,使我省旅游开发呈现出普遍性、层次性、多样性等特征,旅游开发全面推进,产品热点广泛分布,“一江两山”旅游区域的品牌效应正逐步显现。我省旅游产业体系初步建立,产业地位逐步增强,行业规模不断壮大,旅游产出水平大幅提高,旅游业已成为全省国民经济新的增长点,第三产业的龙头。2001年全省旅游业总收入达 352.55 亿元,相当于全省国内生产总值的 7.6%。

目前,全省共有星级饭店 465 家;旅行社 343 家,其中国际社 29 家;星级游船 16 艘。自 1989 年导游资格考试制度推行以来,已有 4215 人取得了导游资格证书,大批持证导游已成为旅行社的中坚力量。随着我省旅游业的迅猛发展,导游队伍规模加速壮大,整体实力不断增强,接待水平逐步提高,良好的行业风气逐渐形成。按照省委

省政府的要求,今后5年内,我省要实现从旅游资源大省向旅游经济强省的跨越,完成这一宏伟目标,要靠全省旅游战线广大从业人员持之以恒的努力。

素有“民间大使”美誉的导游,作为传播中华民族优秀传统文化、社会主义精神文明的使者,承担着向旅游者宣传湖北山川风物、历史文化和今日辉煌的重任,担负着增进旅游者对湖北的了解、扩大湖北知名度的历史使命,是旅游业的灵魂。因此,加强导游队伍建设,从整体上提高导游队伍的素质,是提升湖北旅游形象的一项重要工作。从2002年开始,我省将全面启动“导游队伍建设工程”。争取通过3年的努力,形成与国际旅游市场接轨的竞争、激励、监督相结合的机制,制定科学、规范的导游管理制度。加强旅游文化和专业知识教育,加大导游考试改革力度,强化导游培训考核制度,深入开展“争创全国文明导游员”和全省“争优创佳”活动,树立良好行业风气,实现导游队伍素质提高、规模壮大、流动有序、管理规范、发展合理的目标。

为加强导游队伍的建设,按照国家旅游局的要求,湖北省旅游局根据全国导游人员资格考试改革的需要,组织编写了全国导游人员资格考试(湖北卷)参考资料。该参考资料结合了近几年旅游业发展的新情况、新形势,在原国家旅游局教材的基础上作了进一步的充实,同时还紧密联系导游工作实际,融科学性、知识性、实用性于一体,适合专兼职导游人员、旅游院校学生、旅游爱好者阅读。这套书的出版,对于提高湖北导游队伍素质,增强导游实践能力将起到积极的作用,从而为湖北旅游业的持续、健康、快速地发展提供人才保证,促进湖北社会经济的大发展。

本书编审委员会

目 录

第一章 旅游与旅游业知识简介	(1)
第一节 旅游活动及分类	(1)
第二节 旅游活动的主体、客体与媒介	(4)
第三节 旅游客源地及旅游接待地	(10)
第四节 旅游组织	(12)
第五节 中国的旅游业	(14)
第二章 中国历史常识	(18)
第一节 中国历史发展概况	(18)
第二节 中国历史小常识	(36)
第三章 中国旅游景观	(42)
第一节 中国的自然旅游景观	(42)
第二节 中国的人文旅游景观	(71)
第三节 我国的世界级及国家级名胜录	(72)
第四章 中国的四大宗教	(81)
第一节 概述	(81)
第二节 佛教	(83)
第三节 道教	(101)
第四节 基督教	(109)
第五节 伊斯兰教	(114)
第五章 中国的民族民俗	(120)
第一节 中国民族民俗概况	(120)
第二节 汉族	(123)
第三节 满族蒙古族维吾尔族回族朝鲜族	(126)

第四节	壮族土家族苗族黎族·····	(131)
第五节	藏族纳西族傣族·····	(136)
第六章	中国的古代建筑 ·····	(140)
第一节	中国古代建筑概述·····	(140)
第二节	京城与宫殿建筑·····	(146)
第三节	坛庙建筑·····	(151)
第四节	陵墓建筑·····	(155)
第五节	中国古代的重大工程·····	(159)
第六节	中国著名的楼阁、佛塔和古桥·····	(162)
第七章	中国古典园林 ·····	(167)
第一节	中国古典园林的起源与特色·····	(167)
第二节	中国古典园林的分类·····	(168)
第三节	中国古典园林的组成要素·····	(170)
第四节	中国古典园林构景的基本手法·····	(173)
第五节	中国现存著名古典园林·····	(174)
第八章	中国烹饪 ·····	(177)
第一节	中国菜系的划分·····	(178)
第二节	地方菜系简介·····	(179)
第九章	中国的风物特产 ·····	(185)
第一节	陶瓷器、丝织刺绣品和名茶·····	(185)
第二节	名酒、中药·····	(192)
第三节	漆器、金属工艺品和玉石木竹雕刻·····	(200)
第四节	文房四宝、工艺画、年画和风筝·····	(206)
第十章	主要旅游客源国及地区概况 ·····	(210)
第一节	主要旅游客源国概况·····	(210)
第二节	中国台、港、澳地区·····	(235)
	参考文献 ·····	(244)
	后记 ·····	(245)

第一章 旅游与旅游业知识简介

第一节 旅游活动及分类

一、旅游活动的产生

纵观人类发展历史，旅游作为一种活动，并不是与人类的发展演化“相伴相生”的，而仅仅是人类社会经济发展到一定阶段的产物。实际上，人们有意识地外出旅行最初是由产品或商品交换所引起的，而这从深层次上又与人类历史上出现的三次社会大分工紧密相联：(1) 原始社会末期，由于产品出现剩余，私有制的产生，商品交换成为当时社会发展的必然趋势，从而产生了一个新的社会阶层——专门从事商品交换的群体。(2) 封建社会时期，生产的产品和商品交换的品种、范围、方式和规模较以前进一步扩大，除此之外，还出现了一些新的旅行游览方式：帝王巡游、文人漫游、贵族子弟求学和宗教朝圣等。但由于参与人数较少，不具有普遍意义。(3) 近代，欧洲在数百年期间，经历了文艺复兴运动，特别是19世纪发生的产业革命等一系列重大变革，加速了社会经济的发展，促进了科学技术的进步。蒸汽机技术用于交通工具，使人类有了机械动力的运载工具——火车、轮船，从而使人们大规模的远距离的流动成为可能。此外，产业革命也使社会财富极大增长，中产阶级人数日益增加，大量中产阶级家庭加入旅游的行列。在最早建成铁路的英国，商人们开始利用包租火车的形式把大批游客运送到游览地。旅游需求逐渐形成社会化规模，越来越多的人需要有人代他们办理从启程到返家过程中的一切事务。这意味着专门为旅游者服务、为旅游活动提供便利条件的活动已有可能逐渐从其他部门中分离出来，形成一个新的

行业——旅游业。可以说，近代旅游和旅游业孕育于向近代转型的欧洲，最终由产业革命催生而成。

1841年，英国人托马斯·库克组织500多人包租火车从莱斯特到洛勃赫参加禁酒大会。这次旅行并非观光度假，库克也非组织包租火车团体旅行的第一人，但由此造成的社会影响较大，此后人们纷纷效仿。库克本人则以此为开端，多次组织类似活动，并于1845年正式成立托马斯·库克父子旅游公司，最终成为职业旅行代理商，而且是那个时代最有影响的旅行代理商之一。于是后人便以1841年那次活动作为近代旅游开端的标志，也将1845年成立的托马斯·库克父子旅游公司作为近代最早旅游企业。

第二次世界大战后，旅游进入了现代发展阶段，世界经济迅速发展迅速，人们收入大幅度提高，私人汽车拥有量增多，带薪假日在西方社会逐渐普及，特别是原来主要用于军事用途的航空喷气机技术用于民航运输，使人们越洋远程旅游变得更加方便与舒适，越来越多的普通劳动者加入旅游者的行列。旅游已成为一种“大众旅游”活动，从而标志着现代旅游的产生。

二、旅游的概念及本质特征

（一）旅游的概念

对旅游概念的解释，不同时期、不同国家、不同版本的书籍有着不同的解释，我们采用世界旅游组织（WTO）的定义：旅游是指人们出于休闲、商务或其他目的，到惯常环境以外的地方连续不超过一年的旅行和逗留活动。上述所讲的“惯常环境”通常包括：（1）常住地及周围地区；（2）常去的地方；（3）第二住宅等。需要提到的是：旅游的主体——游客不在访问地从事维持谋生性的活动。

（二）旅游的本质及其特征

旅游在本质上是一种追求审美愉悦、体验生理和心理快感的活动，是一种没有物质回报，相反要以时间、金钱和物质为代价获取精神享受的活动。旅游在本质上属于人类文化活动。

旅游活动的本质规定了它的基本属性，即消费属性、休闲属性和社会属性。现代旅游是现代人的一种重要的消费活动。基于这种消费属性，只有具备一定支付能力的人才能成为现实的旅游者。现代旅游是人们处置自己自由时间的一种积极形式，它只发生在自由时间之内，是休闲行为的一种。因而只有拥有足够的闲暇时间的人才能够从事旅游活动。

旅游活动最显著的外部特征是它同时具有空间上的异地性和时间上的暂时性，并且在运行过程中呈现出牵连地区甚广的综合性特点。异地性是指旅游是发生在旅游者日常生活地点以外的活动，因此要以行为主体的空间位置移动为前提。这一点使旅游有别于其他文化和休闲活动。暂时性是指旅游只是发生在旅游者生活中某一时段的活动。旅游活动中的异地性和暂时性互为前提，两者缺一不可。旅行者离开常住地后，在一定的时间之内还要返回，在空间上表现为往复的运动。而且每一次具体的往复都是一次随机的个别行为，不是、也不会导致有规律的重复。

三、现代旅游活动的基本要素

现代旅游活动由旅游主体、旅游客体和旅游媒介这三者通过市场相互结合作用而构成，这三个因素被看作旅游活动的三个基本要素。旅游主体是旅游者，是旅游现象发生的主要因素，处于旅游活动的中心地位。旅游客体指旅游活动的目标，即旅游景点，目标对旅游者产生吸引力，使其活动有了具体指向，才有了具体的旅游行为。旅游媒介指以旅行社为代表的旅游服务业，它是连接旅游主体和客体的纽带。古代旅游并无旅游业的介入，旅游主体直接介入客体。在当今社会，旅游活动高度依赖旅游业，如果没有旅游业作为桥梁和纽带，绝大多数游客的旅游活动很难成行。

四、旅游活动的分类

由于切入角度不一样，对旅游活动的分类就有了不同标准，本书只介绍三种分类。

1. 按地理范围划分

可分为国际旅游与国内旅游两类。国际旅游包括境外居民的人境国际旅游和本国本地区居民的出境国际旅游。一般情况下,各国的国内旅游规模远大于国际旅游规模。

2. 按照出游目的划分

世界旅游组织把旅游划分为休闲娱乐度假、探亲访友、商务及专业访问、健康医疗、宗教和其他等六种类型。

3. 按照组织形式划分

可分为团队旅游和散客旅游。团队又分全部包价和部分包价两种形式。团队旅游曾是大众旅游时代人们出游的主要方式,但是近年来更加个性化和多样化的散客旅游形式越来越受到游客的欢迎。

思考题

1. 旅游活动发展演化的三个历史时期是什么?
2. 近代旅游业最早的创始人是谁? 创始于何时?
3. 何为旅游? 其本质和基本属性是什么?
4. 何为旅游活动的三要素?
5. 旅游活动有哪几种分类方法?

第二节 旅游活动的主体、客体与媒介

一、旅游活动的主体

旅游活动的主体是旅游者,简称游客。游客在旅游活动中处于中心地位,没有游客,就没有旅游活动,也不会有旅游企业。

(一) 旅游者的概念

出外旅游的人即旅游者,这一点大家都不会有疑问。但实际上由于存在大量介于边缘难以准确认定的事实,给旅游统计工作带来困难。为此,世界旅游组织对有关概念做出统一的解释。根

据这些解释，国家旅游局也对有关概念做出相应的解释。

1. 游客——指任何因为休闲、观光、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动，离开常住国（或常住地）到其他国家（或地方），其连续停留的时间不超过12个月，并且在其他国家（或地方）的主要目的不是通过所从事的活动获取报酬的人。

游客不包括因工作和学习在两地有规律往返的人。游客按出游地分国际游客（即入境游客）和国内游客。按出游时间分旅游者（过夜游客）和一日游旅游者（不过夜游客）。

2. 入境旅游人数——指来我国观光、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动的外国人、华侨和港澳台同胞等入境游客。统计时，入境游客按每人入境一次统计1人次。入境旅游人数包括入境（过夜）旅游者和入境一日游游客。

3. 入境旅游者——指入境游客中，在我国旅游住宿设施内至少停留一夜的外国人、华侨和港澳台同胞。

4. 入境一日游游客——指入境游客中，未在我国旅游住宿设施内过夜的外国人、港澳台同胞。入境一日游游客应包括乘坐游船、游艇、火车、汽车来华旅游，在车（船）上过夜的游客和机车船上的乘务人员，但不包括在境外（内）居住而在境内（外）工作，当天往返的港澳同胞和周边国家的边民。

5. 国内游客——指在国内观光游览、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动的本国居民，其出游的目的不是通过所从事的活动谋取报酬。国内游客包括国内（过夜）旅游者和国内一日游游客。统计时，游客按每出游一次统计1人次。

6. 国内（过夜）旅游者——指国内居民离开惯常居住地在境内其他地方的旅游住宿设施内至少停留一夜，最长不超过12个月的国内游客。国内旅游者应包括在我国境内常住一年以上的

外国人、港澳台同胞。但不包括到各地巡视工作的部以上领导、驻外地办事机构的临时工作人员、到外地学习的学生、到基层锻炼的干部、到境内其他地区定居的人员和无固定居住地的无业游民。

7. 国内一日游游客——指国内居民离开惯常居住地 10 千米以上，出游时间超过 6 小时，不足 24 小时。

(二) 制定旅游者定义的原则

以上解释是我国当前旅游统计工作中对旅游者统计的依据。这里有 4 点原则要注意：

1. 游客是统计旅游入次数时使用的基本概念和基本单位。
2. 游客即旅游者的一个重要标准是看其是否离开惯常环境。惯常环境既包括常住地，也包括常住地以外经常去的地方。国家旅游局对游客的解释“游客不包括因工作或学习在两地有规律往返的人”就是这一标准具体化和可操作性的表述。常住地指一个人在近一年的大部分时间居住的城镇（或乡村）或虽然在这个城镇（或乡村）只居住了较短的时期，但在 12 个月内仍将返回的这个城镇（或乡村）。

3. 区分游客和其他旅行者的另一重要标准是其前往该地的主要目的是否为通过所从事的活动从该地获取报酬。这一点实际上是从统计的角度，对旅游活动消费属性确认。

4. 区分一个游客是国际游客还是国内游客并不依据该游客的国籍，而是依据他的常住国或常住地。常住国是指一个人在近一年的大部分时间所居住的国家（或地区）或虽然在这个国家（或地区）只居住了较短的时期，但在 12 个月内仍将返回的这个国家（或地区）。

二、旅游活动的客体

旅游活动的客体主要指旅游吸引物，即游客进行旅游活动的对象。它和旅游主体一起构成同一事物的两个方面，缺少任何一个条件都不会有旅游行为的发生。旅游客体主要表现为旅游目的

地的旅游资源。

(一) 旅游资源及其功能

旅游资源是指自然界和人类社会凡能对游客产生吸引力，可以为发展旅游业开发利用，并能产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素。

旅游资源的本质特征是对游客具有吸引力，吸引力的大小取决于旅游资源固有的质量和所处的地理位置。旅游资源固有的质量是指旅游资源本身的特色及旅游市场对它的认知。特色越浓，认知的程度越高，对游客的吸引力越强。旅游资源所处的地理位置是指它所在的地点距离客源地区的远近及可进入性的程度。可进入性是指游客进入和离开旅游资源所在地的道路及交通运输的便利性和通畅性。道路越好，交通运输设施越现代化，可进入性的程度就越高。旅游资源吸引力的大小表现为在一定时期内来访的游客的数量大小，即接待的游客人次的多少。

旅游资源的功能指的是它对人类社会所具有的效用和价值。

旅游资源的效用和价值主要分为两个方面。一是对游客来说，旅游资源的功能主要表现为观赏休闲、娱乐健身和增知益神三个方面，其中观赏休闲是旅游资源最基本的功能。二是对旅游目的地国家或地区及其旅游经营者来说，旅游资源的功能表现为所取得的经济效益、社会效益和环境效益。旅游资源是一个国家或地区发展旅游业的基础和凭藉。

(二) 旅游资源分类

旅游资源包括的范围很广，种类繁多，按照其形成的条件，可将旅游资源分为两大基本类型，即自然旅游资源和人文旅游资源。

1. 自然旅游资源

自然旅游资源是亿万年来由自然地理环境的演变而形成的具有旅游功能的事物和因素。根据《中国旅游资源普查规范》，自然旅游资源分为三大类，即地文景观类、水域风光类和生物景

地文景观类
水域风光类
生物景观类

观类。

2. 人文旅游资源

人文旅游资源是人类创造的，反映各时代各民族的政治、经济、文化和社会风俗民情状况，具有旅游功能的事物和因素。根据《中国旅游资源普查规范》，它也分为三大类，即古迹与建筑类、休闲求知健身类（包括科教文化设施、休息疗养和社会福利设施、动物园、植物园、公园、体育场馆、游乐场所、节庆活动、文艺团体等）和购物类（包括市场与购物中心、著名店铺、地方产品等）。

总之，上述旅游资源的分类只是结合我国旅游资源的实际情况进行的。实际上，还可以从其他角度进行不同的分类。并且，上述分类只考虑到旅游资源的实物形态，而没有将无形的旅游资源，如一个国家或地区居民游客的好客态度、社会制度等包括进去。但是需要提到的是：旅游资源必须经过科学的规划与开发，才能供游客“享用”。

三、旅游活动的媒介

旅游业通常被称作旅游活动的媒介，它是联结旅游主体和客体的纽带。旅游业是产业革命和近代旅游发展的产物，它的介入使旅游活动从此纳入市场的框架。在这个框架内，旅游业的经营活动给人们带来了极大的便利，促进了整个社会旅游活动的大规模发展；而人们用于旅游消费的支出又通过旅游业这一渠道有效地转换、回流，成为整个社会经济收入的重要来源。

（一）旅游业的构成与特点

旅游业是直接为旅游活动提供便利条件和服务的综合性产业。它由旅行社、饭店、交通运输等行业（即三大支柱产业）复合而成，在这些行业中，旅行社集中体现了旅游业的媒介作用。旅行社是组织旅游活动和接待旅游者的中介组织，是联结旅游者和旅游对象、旅游者和其他接待行业、旅游业内部各行业各部门的纽带和桥梁，近代旅游业的诞生就是以旅行社的出现为先导和标志的。