

PUP6

21世纪全国高职高专

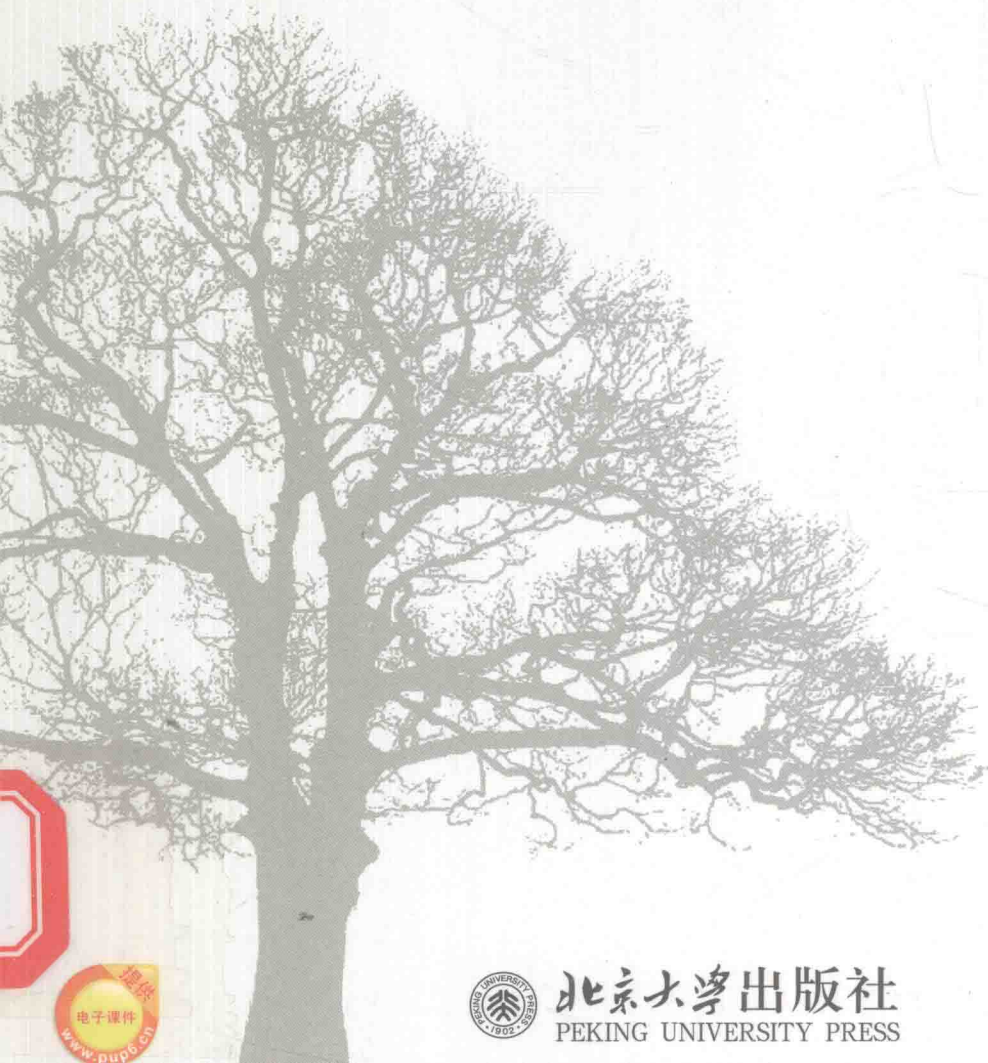
旅游系列

规划教材

旅游管理专业系列

旅游客源国概况

主编 金丽娟



北京大学出版社

PEKING UNIVERSITY PRESS



21 世纪全国高职高专旅游系列规划教材

旅游客源国概况

主 编 金丽娟
副主编 朱永文 王忠伟
柳 旭



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书的编写是为了适应“十二五”期间高等职业教育教学的改革和发展,满足我国市场经济体制下新型旅游管理岗位第一线的需要。本书系统、全面地介绍了国际旅游业市场概况,亚洲旅游区、欧洲旅游区、非洲旅游区、美洲旅游区及大洋洲旅游区等主要客源国的国家概况、发展简史、政治、经济、文化、民俗、主要旅游资源、主要旅游热点等。内容涵盖量大,有利于开拓学生的知识视野。

本书适用于高职高专旅游类专业学生使用,同时也可作为旅游行政管理工作者、旅游服务人员和出境旅游者的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游客源国概况/金丽娟主编. —北京:北京大学出版社, 2015. 1

(21世纪全国高职高专旅游系列规划教材)

ISBN 978-7-301-24883-6

I. ①旅… II. ①金… III. ①旅游客源—概况—世界—高等职业教育—教材 IV. ①F591

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第237377号

书 名: 旅游客源国概况

著作责任者: 金丽娟 主编

策 划 编 辑: 刘国明

责 任 编 辑: 刘国明

审 校: 刘仁军

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-24883-6/F · 4072

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博:@北京大学出版社

电 子 信 箱: pup_6@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 山东省高唐印刷有限责任公司

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 18.25印张 426千字

2015年1月第1版 2015年1月第1次印刷

定 价: 37.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

随着世界旅游业的快速发展,有着丰富旅游资源和日益发展壮大的中国已经成为世界旅游大国。我国的海外旅游客源市场范围十分广泛,其发展变化不仅与我国旅游业有着密切的关系,而且对世界旅游业也有着重要影响。了解我国主要旅游客源国的基本概况和旅游业发展情况,从而更准确地把握我国旅游客源市场的发展趋势,是加快我国旅游业发展的必要前提和条件,也是旅游从业人员必备的基本知识和素质。

“旅游客源国概况”是旅游类专业学生的必修课程之一,是一门介绍中国主要客源国家的国家概况、政治、经济、文化、民俗风情、旅游业发展概况等内容的课程。本课程旨在通过对主要客源国家相关知识点的学习,让学生了解我国各主要客源国的政治、经济、文化发展等方面的基本状况,以便于在今后的旅游服务工作中有针对性地做好入境旅游接待工作;让学生了解我国的各主要旅游客源国的旅游资源状况和旅游热点等方面的基本知识,以便于今后有针对性地做好旅游出境服务工作,更有效地指导旅游实际工作,促进我国旅游业的快速持续发展。

“旅游客源国概况”是一门知识性很强的课程,根据本课程知识累积的特性,在编写过程中注重知识性、时效性、趣味性相结合,编写了大量的知识链接,图文并茂,增加了可读性。由于篇幅所限,无法对每个国家及相涉国家所须掌握的所有知识一一详尽叙述,因此我们根据最近几年旅游客源市场的变化情况,选取了我国的一些主要客源国以及对今后的旅游服务工作最具指导意义的知识要点,编辑“旅游客源国概况”内容,以期引导任课教师在此基础上将各知识要点引申和扩展,帮助学生更好地完成该课程知识积累的任务。

本书由金丽娟任主编,朱永文、王忠伟、柳旭任副主编。具体编写分工为:金丽娟(鄂州职业大学)负责拟定提纲和全书的统稿,同时编写第3章;朱永文(杭州科技职业技术学院)编写第2章;王忠伟(黄河水利职业技术学院)编写第1章、第4章;柳旭(辽宁轻工职业学院)编写第5章、第6章。在统稿过程中,鄂州职业大学卫扬勇做了大量、细致的工作,在此致以深深的谢意!

本书在编写过程中参考并引用了相关文献与资料,在此谨向相关作者致以真诚的谢意!

由于作者水平有限,编写时间仓促,书中不足之处在所难免,恳请各位专家、广大读者批评指正。

编 者
2014年7月

目 录

1 旅游客源市场概述.....	1	2.4.4 旅游业概况	61
1.1 世界旅游业概况	3	2.5 橡胶王国——马来西亚	63
1.1.1 世界旅游业的产生与发展.....	3	2.5.1 概况	63
1.1.2 世界旅游组织与世界 旅游区	9	2.5.2 发展简史、政治、经济、 文化	64
1.2 中国国际旅游市场	14	2.5.3 民俗	65
1.2.1 中国旅游业概况	14	2.5.4 旅游业概况	68
1.2.2 中国人境旅游客源市场	19	2.6 黄袍佛国——泰国	71
1.2.3 中国出境旅游客源市场	23	2.6.1 概况	71
1.2.4 中国出入境旅游客源市场的 发展趋势	24	2.6.2 发展简史、政治、经济、 文化	72
课后习题	26	2.6.3 民俗	74
2 亚洲地区	27	2.6.4 旅游业概况	77
2.1 樱花之国——日本	28	2.7 椰子之国——菲律宾	80
2.1.1 概况	28	2.7.1 概况	80
2.1.2 发展简史、政治、经济、 文化	30	2.7.2 发展简史、政治、经济、 文化	82
2.1.3 民俗	32	2.7.3 民俗	83
2.1.4 旅游业概况	35	2.7.4 旅游业概况	86
2.2 泡菜之国——韩国	40	2.8 千岛之国——印度尼西亚	89
2.2.1 概况	40	2.8.1 概况	89
2.2.2 发展简史、政治、经济、 文化	41	2.8.2 发展简史、政治、经济、 文化	91
2.2.3 民俗	43	2.8.3 民俗	92
2.2.4 旅游业概况	47	2.8.4 旅游业概况	96
2.3 草原之国——蒙古	49	2.9 月亮之国——印度	99
2.3.1 概况	49	2.9.1 概况	99
2.3.2 发展简史、政治、经济、 文化	51	2.9.2 发展简史、政治、经济、 文化	101
2.3.3 民俗	52	2.9.3 民俗	104
2.3.4 旅游业概况	55	2.9.4 旅游业概况	107
2.4 花园之国——新加坡	57	2.10 石油王国——沙特阿拉伯	111
2.4.1 概况	57	2.10.1 概况	111
2.4.2 发展简史、政治、经济、 文化	58	2.10.2 发展简史、政治、经济、 文化	112
2.4.3 民俗	59	2.10.3 民俗	114
		2.10.4 旅游业概况	117
		课后习题	120

3 欧洲地区	122	3.7.3 民俗	179
3.1 绅士之国——英国	123	3.7.4 旅游业概况	183
3.1.1 概况	123	3.8 森林之国——瑞典	184
3.1.2 发展简史、政治、经济、 文化	124	3.8.1 概况	184
3.1.3 民俗	127	3.8.2 发展简史、政治、经济、 文化	186
3.1.4 旅游业概况	130	3.8.3 民俗	187
3.2 浪漫之国——法国	134	3.8.4 旅游业概况	189
3.2.1 概况	134	课后习题	191
3.2.2 发展简史、政治、经济、 文化	135	4 非洲旅游区	193
3.2.3 民俗	137	4.1 金字塔之国——埃及	194
3.2.4 旅游业概况	140	4.1.1 概况	194
3.3 欧洲花园——意大利	143	4.1.2 发展简史、政治、经济、 文化	195
3.3.1 概况	143	4.1.3 民俗	197
3.3.2 发展简史、政治、经济、 文化	144	4.1.4 旅游业概况	201
3.3.3 民俗	146	4.2 黄金之国——南非	205
3.3.4 旅游业概况	149	4.2.1 概况	205
3.4 欧洲心脏——德国	151	4.2.2 发展简史、政治、经济、 文化	207
3.4.1 概况	151	4.2.3 民俗	209
3.4.2 发展简史、政治、经济、 文化	153	4.2.4 旅游业概况	212
3.4.3 民俗	154	课后习题	216
3.4.4 旅游业概况	157	5 美洲旅游区	217
3.5 旅游王国——西班牙	159	5.1 山姆大叔——美国	218
3.5.1 概况	159	5.1.1 概况	218
3.5.2 发展简史、政治、经济、 文化	161	5.1.2 发展简史、政治、经济、 文化	219
3.5.3 民俗	163	5.1.3 民俗	222
3.5.4 旅游业概况	165	5.1.4 旅游业概况	224
3.6 冰雪之国——俄罗斯	167	5.2 枫叶之国——加拿大	229
3.6.1 概况	167	5.2.1 概况	229
3.6.2 发展简史、政治、经济、 文化	169	5.2.2 发展简史、政治、经济、 文化	231
3.6.3 民俗	171	5.2.3 民俗	232
3.6.4 旅游业概况	174	5.2.4 旅游业概况	235
3.7 风车王国——荷兰	177	5.3 白银之国——墨西哥	238
3.7.1 概况	177	5.3.1 概况	238
3.7.2 发展简史、政治、经济、 文化	178	5.3.2 发展简史、政治、经济、 文化	240

5.3.3 民俗	241	6 大洋洲旅游区	261
5.3.4 旅游业概况	244	6.1 袋鼠之国——澳大利亚	262
5.4 咖啡王国——巴西	248	6.1.1 概况	262
5.4.1 概况	248	6.1.2 发展简史、政治、经济、 文化	264
5.4.2 发展简史、政治、经济、 文化	249	6.1.3 民俗	265
5.4.3 民俗	250	6.1.4 旅游业概况	267
5.4.4 旅游业概况	252	6.2 绵羊之国——新西兰	273
5.5 探戈王国——阿根廷	254	6.2.1 概况	273
5.5.1 概况	254	6.2.2 发展简史、政治、经济、 文化	274
5.5.2 发展简史、政治、经济、 文化	256	6.2.3 民俗	275
5.5.3 民俗	257	6.2.4 旅游业概况	277
5.5.4 旅游业概况	258	课后习题	281
课后习题	259	参考文献	282

1

旅游客源市场概述

学习目标

知识目标：了解世界旅游业的产生与发展，熟悉世界旅游区的划分，掌握中国重要的入境客源市场，了解中国出境市场的发展。

技能目标：能够根据中国出入境客源市场的发展特点，分析判断中国出入境旅游客源市场的发展趋势。

素质目标：能运用所学相关知识，分析相关客源市场的基本情况，为了解和分析入境市场打下基础。



课前导读

世界旅游业发展的主流趋势

当今,世界旅游业在经济全球化和世界经济一体化的作用下,进入了快速发展的黄金时代,并已发展成为世界第一大产业。从世界旅游业未来的发展方向看,在未来10~20年内,发展的主流趋势将表现在以下几方面。

(1) 市场细分化趋势。现代旅游者的旅游目的越来越个性化,而且旅游组织者也越来越重视从更深层次开发人们的旅游消费需求,因此旅游产品市场更加细分。除了传统的观光旅游、度假旅游和商务旅游外,特殊旅游、专题旅游更有发展潜力,像宗教旅游、探险旅游、考古旅游、修学旅游、蜜月旅游、购物旅游、奖励旅游、民族风俗旅游等,将会形成特色突出的旅游细分化市场。多年来国家级专项旅游产品的不断推出就是发展细分市场的重要举措。

(2) 彰显区域文化特色的度假胜地将成为主流产品和重要支柱。在未来的市场发展,观光型旅游并不会完全失去市场,但在传统的旅游客源国家中度假旅游将更为盛行,将会逐步取代观光旅游成为国际旅游的主体。以浓厚的区域文化内涵和生态、绿色、低碳的自然资源环境为支撑的度假胜地将是度假旅游产品的重要支柱,这些旅游度假胜地如地中海地区、加勒比海地区仍将是国际旅游者集中的地区。在环太具有丰富海滩资源的泰国、印度尼西亚、中国大陆沿海区域将是旅游者热衷于选择的目标。

(3) 旅游者追求更为灵活多变的旅游方式。随着世界各地旅游设施的建立健全,世界性预订服务网络的普及完善,使散客旅游越来越方便。在追求个性化的浪潮下,目前世界上散客旅游人数已超过旅行社固定包价的旅游人数,散客旅游和中短距离区域内的家庭旅游在旅游者人数中所占比例将逐渐增加,小包价、个人委托代办服务也占有越来越重要的市场份额。

(4) 在旅游中追求更多的参与性和娱乐性。旅游者将转向追求那些富有活力、情趣、具有鲜明特点的旅游场所,喜欢那些轻松活泼、丰富多彩、寓游于乐、游娱结合的旅游方式。能亲身体验当地人民的生活,直接感受异国的民族文化风情,通过参与和交流得到感情的慰藉和心灵的撞击。因此,旅游产品设计开发将更加注重民族风情、地方特色、游娱结合。

(5) “银色市场”不断扩大。按照世界现行标准,一个国家老年人口比例超过总人口比例的7%即为老年型国家,这个比例仍在增加。西方主要客源国大都进入老年型国家,其中英国、德国、瑞士等国老年人比例已超过总人口的14%。现代的老年人对异国的古老传统文化比年轻人更感兴趣,对旅游休闲度假更有兴趣。同时在美国9.11事件之后,欧美出现了携孙辈一起出游的现象。银色市场越来越被各旅游接待国所重视,将来会成为一个很重要的市场面。

(6) 对旅游安全更为重视。民族冲突、宗教冲突、国际恐怖主义、政局动荡、传染性疾病、旅游目的地社会不安定等,都会随时对国际旅游业的发展形成局部威胁。在具备闲暇时间和支付能力的条件下,唯一能使旅游者放弃旅游计划的因素就是对安全的顾虑。旅游安全和旅游目的地的社会和谐将被越来越重视。

(7) 区域旅游势头不减。由于地缘和文化的因素,对大部分国家来说,邻近市场仍将是本国旅游客源的主体市场。区域经济一体化会以其“地利、人和”的优势,推动区域旅游业以更高的速度增长。亚太将成为世界滨海游乐业蓬勃发展的地区之一,中国—东盟自由贸易区以及东北亚的中日韩将是亚太地区重要的旅游度假区域接待板块(魏敏 2011)。

1.1 世界旅游业概况

旅游业,国际上称为旅游产业,是凭借旅游资源和设施,专门或者主要从事招徕和接待游客,为其提供交通、游览、住宿、餐饮、购物、文娱等6个环节的综合性行业。旅游业务主要有三部分构成:旅游业、交通客运业和以饭店为代表的住宿业。它们是旅游业的三大支柱。

1.1.1 世界旅游业的产生与发展

旅游(Tour)这个词来源于拉丁语的“tornare”和希腊语的“tornos”,其含义是“车床或圆圈和围绕一个中心点或轴的运动”。所以旅游指一种往复的行程,即指离开后再回到起点的活动;完成这个行程的人也就被称为旅游者(Tourist)。

人类的旅游活动,经历了位移—迁徙—旅行—旅游等几个阶段。现代大众旅游的蓬勃兴起,催生出一项生气勃勃的产业——旅游业。我国在1923年上海商业储蓄银行开设“旅行部”才有我国第一家经营旅游业务的企业。所以普遍认为我国的旅游业作为一项经济事业是20世纪20年代才产生的。从旅游者的角度讲,旅游有广义、狭义之分。狭义的旅游,指以休闲游乐为主要目的的旅行,大凡游览观光、度假、娱乐等旅行活动均属此类。广义的旅游,指一切离开常住地的社会活动,如会议出差、商务往来、文化交流、宗教活动、科学考察等。因此,广义的旅游可以理解为迁徙和位移。从历史的角度看人类旅游活动的演变,大致经历了3个历史阶段:古代旅游、近代旅游和现代旅游。

1. 古代旅游(19世纪40年代以前)

在原始社会的早期阶段,人类所有的活动都是围绕着求生存这一核心目的进行的。早期人类穴居野处,居无定所,为自然环境所迫,也为了寻找新的采集和狩猎的资源,扩大新的生存,不得不“迁徙往来无常处”。到了原始社会的新石器时代晚期,金属工具开始出现,生产效率较以前有了很大的提高,从而导致了劳动剩余物的出现

和增多。农业和畜牧业有了较快的发展，手工业也开始逐渐发展起来。到了原始社会末期，手工业日渐形成专门性的行业，并最终从家庭生产中分离出来。社会分工的发展使劳动生产率进一步得以提高，劳动剩余物的增多则加速了私有制的形成和商品交换的发展。随着生产分工和交换的扩大发展，到了原始社会瓦解和奴隶制社会开始形成之时，专门从事贸易经商的商人阶级开始出现。这便是第三次社会大分工，即商业从农、牧、手工业中分离出来。

社会分工的发展使得不同产品交换的地域范围不断扩大。正是由于这一发展，人们需要了解其他地区的生产和需求情况，需要到其他地区去交换自己的产品或货物，因而也便产生了旅行外出的需要。所以，人类最初的外出旅行实际上远非消闲和度假活动，而是人们出于现实的产品交换或经商的需要而促发产生的一种经济活动。综观历史上遗留下来的诸多著名的古老旅行线路，例如“丝绸之路”（图 1.1）、“香料之路”、“琥珀之路”、“食盐之路”等，都是这类活动踏出的踪迹。所以，联合国以及世界旅游组织在很多研究报告中都曾指出，在最初的年代中，主要是由商人开创了旅行的通路。



图 1.1 古代丝绸之路

古代旅游具有以下特点。

(1) 交通工具落后，制约了人类远行的脚步。19 世纪 40 年代以前，旅行交通沿袭了数千年的传统的方式。步行、人力、兽力为主。速度慢，八百里加急是皇帝紧急情况下专用的最快速度了。折算成里程速度为 33.3 华里/小时 (16.66km/h)。载重量低，四轮马车、大木船是载人最多的交通工具了。成本高，基于这个因素，传统交通运行成本比现代交通高了许多。超出了普通大众的承受能力。交通落后，人类大规模地，频繁地远行旅游基本不可能。



图 1.2 古代官宦旅行

(2) 出游人少，难以形成专门的产业。历史上，只有占极少数的王公、皇族、贵族、僧侣（图 1.2）等有占有社会资源的特权，还有出游的消费外，绝大多数普通大众由于经济条件、自由时间和社会地位的制约，被排除在旅游的行列之外。因此，没有一定规模的消费动力的推动，为旅游服务的产业——旅游业就难以形成。旅游者大多采取自助游的方式。

(3) 游客活动范围小, 社会的影响力弱。交通落后限制了人类远行的脚步。人类在地球上的活动范围大大受到限制, 旅游活动对社会的影响力度就相对有限。像国际的交往, 民间的往来, 文化的交流, 科技的交流都受限制。因此, 旅游既不能成为经济产业, 也不会成为十分被重视的社会现象。

知识链接 1-1

中国古代旅游

中国古代旅游有很多种, 让人感到很新鲜。

古代帝王旅游。中国古代社会是重视儒家伦理等级的社会, 统治阶级与庶民百姓的旅游风尚存在差别, 而封建帝王出游规模之宏大、排场之奢华又堪称其最。据载, 黄帝打败炎帝后巡游天下, “东至于海, 登九山, 及岱宗。西至于崆峒, 登鸡头。南至于江, 登熊、湘, 北逐荤粥, 合符釜山, 而邑于涿鹿之阿, 迁徙往来无常处……”此可视为中国帝王的早期旅游。秦始皇统一全国后, 为巩固统一局面, 先后进行了 5 次大规模的巡游。西汉武帝在位期间, 为了宣扬其文治武功, 东巡 13 次, 沿途经过西岳华山、中岳嵩山和东岳泰山等著名旅游胜地, 遍及许多重要地区。

古代商人的商务旅游。中国历史上的商务旅游活动开展得很早。史书所载的“犍牵车牛远服贾”(《尚玉·酒浩》)就属于殷末周初商人的商务旅游活动。在《周易》中有许多围绕商务旅行的内容: 如“复卦”中的第二个爻辞说:“休复, 吉”, 意思说是商旅美满地归来。李白的《长干行》所反映的就是商人的出门之久和行程之远, 以及由此导致的家人对远行经商之人的切切思念。白居易的《琵琶行》中的“商人重利轻别离, 前月浮梁买茶去”, 也是歌女对其行商夫君的抱怨。此外, 古代社会交通不便, 山林草泽密布, 社会服务业不发达, 所以出门在外风险不少, 这造成了中国古代商务旅游的诸多艰难。

文人和士大夫的游学、游玩。荀子说:“不登高山, 不知天之高也; 不临深溪, 不知地之厚也。”(《荀子·劝学》)这说的是学习必须深入实地, 联系实际。而要做到这一点, 就必须出游考察。司马迁说:“异时诸侯并争, 厚招游学。”这里的“游学”特指文人的外出求学活动, 同时指旅游者在旅途中的行为。司马迁本人就是游历祖国名山大川、深入实地进行学习考察的杰出代表。在士大夫中, 喜欢旅游者也很多。如唐代陈子昂曾任右拾遗, 他写下的《登幽州台歌》中就有“前不见古人, 后不见来者”千古之绝句。唐代柳宗元被贬谪永州、柳州后, 写出了许多脍炙人口的游记散文。

平民旅游。中国古代的下层社会成员, 有着自己特定的旅游方式及风俗。古语云: 父母在, 不远游, 游必有方。再加上受古代意识里的旅行遇怪、遇险等观念的影响, 因此近游方式相对较多。传统的旅游活动有踏青、端午节划龙舟、重阳节登高等。

2. 近代旅游 (19 世纪到第二次世界大战结束)

19 世纪之后, 现代意义的旅游才真正出现。首先是以消遣为目的而外出观光、休

闲、度假的人数在规模上逐步占了上风，开始超过了以求生存为目的的商务旅行或其他旅行行为。

(1) 产业革命对旅游业的影响。产业革命给人类社会带来了深刻的变化，当然也会对当时旅游活动的发展产生影响。这些影响主要发生在以下几个方面。①产业革命加速了城市化的进程，最终会导致人们适时逃避城市生活的紧张节奏和拥挤嘈杂的环境压力从而对回归自然的追求；②产业革命造就了资产阶级，从而扩大了参与外出旅游的队伍；③科学技术的进步为大众旅游创造了条件，蒸汽技术在交通运输中的普遍有效地运用，为现代旅游业产生创造了条件。

(2) 交通运输的发展。在铁路运输问世之前的近两个世纪中，欧美人外出旅行时可供使用的最先进的交通运输工具莫过于公共马车。实际上，公共马车运输的速度和费用都制约着其使用者范围的扩大。铁路客运的出现使人们开始抛弃这类陈旧的旅行方式，越来越多的人开始选择乘坐轮船，特别使选择乘坐火车外出旅行和旅游。

(3) 托马斯·库克与近代旅游业的诞生。托马斯·库克（1808—1892，图 1.3）敏锐地观察到大众旅游的兴起和需要，决意设立一种新的业务组织去适应和满足这种旅游中介需要，从而开创了旅游经营的先河。

1841 年 7 月 5 日，托马斯·库克通过包租火车，组织了一次规模很大的团体旅游活动。参加这次旅游活动的人数多达 570 人。他们从英格兰中部城市莱斯特出发，目的地是 12 英里之外的洛赫伯勒。此行的目的是去参加戒酒大会，当天晚上返回莱斯特城。这次活动普遍被认为是世界上第一次团体火车旅游（图 1.4），并被认为是近代旅游业开端的标志。



图 1.3 托马斯·库克

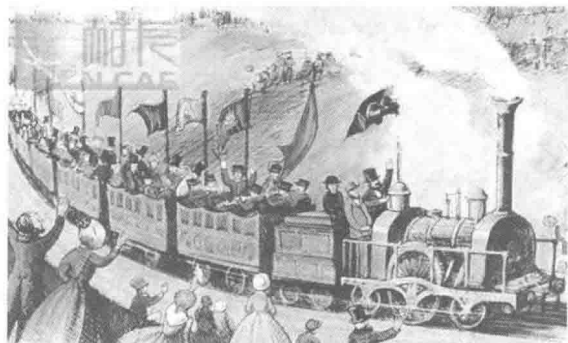


图 1.4 托马斯·库克组织的火车旅游

1845 年，托马斯·库克决定开办商业性的旅行社业务，并于当年夏天组织了首次 350 人的团体消遣旅游。这次团体旅游活动的组织具有以下一些特点。①出于纯商业性的营利目的；②过夜旅游而不是一日往返游；③这次旅游活动的组织有“专业”性质；④这次旅游活动编写了历史上第一本导游指南；⑤这次旅游活动开了导游的先河。1872 年，托马斯·库克首创了组织环球旅游的先例；在这次环球旅游中，该旅行团到访了中国的上海。总之，托马斯·库克在组织旅游业务方面的开创精神和托马斯·库克旅行社的成功经营，特别是对旅游业务的经营，在世界各地都产生了很大的影响，在世界旅游业发展史中具有重要的地位。托马斯·库克的名字几乎成了旅游的代

名词，托马斯·库克被誉为近代旅游业的先驱。托马斯·库克创办旅行社的活动标志着近代旅游业的诞生。

(4) 近代旅游的特点。交通变革时代，人类频繁远行成为可能。火车、轮船的出现，使旅游活动的规模、范围和内容都发生了翻天覆地的变化。人类大规模频繁远行有了可能的条件。与传统交通相比，近代交通速度快、载人大，成本低廉，是近代旅游活动产生的物质条件。

旅游人数增加，旅游不是王公贵族的专利。产业革命产生了大量的中产阶级和资产阶级。让大量的新生中产阶级有了出游的财富和机会，也有了出游的要求。尤其是欧洲文艺复兴时期以来，人们从对神的崇敬、膜拜转而到对人本身的重视。人文主义的思潮，让人们更多地关注到人的生活质量和享乐。所以，郊游、踏青、社交、休闲旅游逐步成了时尚。

旅游需求的增长，催生了为旅游服务的专门行业。近代旅游者数量的猛烈增长，就需要为广大游客服务的公共的服务产业。这时候标志性的事件就是英国牧师托马斯·库克在 1845 年成立的“托马斯·库克旅行社”，这是世界第一家专门为游客服务的，以收取佣金为代理方式的第一个旅游企业。它标志着旅游产业的产生，也标志着旅行社的产生。

3. 现代旅游（第二次世界大战结束到现在）

第二次世界大战后，世界有一个较长时间的相对和平的时期。政治稳定、生产恢复、经济繁荣、推动了旅游迅猛发展。旅游队伍由社会的上层人士逐步扩展到平常的百姓人家，旅游活动真正成为—种大众性活动。

(1) 现代旅游发展的战后背景。

① 飞机在旅游业的应用。1919 年，德国开通了世界上第一条国内民用航线，这家运输公司就是后来的德国汉莎航空公司。1927 年 10 月 28 日，泛美航空公司开辟了第一条国际航空信件邮递航线。1928 年 1 月 16 日，泛美航空公司在同一航线上运送了第一批乘客。1958 年，波音 707 喷气式飞机（图 1.5）开始投入使用，每小时平均飞行 800~1 000km，这意味着，用同样长的时间空中旅行者可以到达远得多的地点，这对商务旅行来说具有特殊的价值。20 世纪 70 年代初，泛美航空公司开始使用新型的波音 747 客机，将 352 名乘客从纽约送到伦敦，它标志着大型喷气式客机的开始。



图 1.5 航空旅游客机

② 海滨度假的兴起。海滨旅游资源的开发与保健有很大的关系。18 世纪初，海水与健康有关的说法才为英国人所接受，海滨旅游地开始兴起，如斯卡伯勒城、布赖顿等。随着全球经济稳定持续地发展，旅游活动首先在发达欧美国国家盛行起来。加上喷气式飞机大量使用，使长距离旅行成为可能。于是，海滨旅游成为大众旅游的目的地。

③ 私人汽车和度假旅游。1905 年，英国 2/3 的度假者要在假日期间乘坐火车，到 1970 年，这个数字便下降为 1/7。在这个时期，英国拥有的私人汽车数由 200 万辆上升到 1 100 万辆，到 20 世纪 80 年代末则上升为 2 000 万辆。随着私人交通工具的普及，人们开始积极地改善公路状况。1920 年，美国建立全国的公路网。同时，汽车旅行者的出现产生了最早的针对汽车旅客的旅馆，后来演变为现在的汽车旅馆。

(2) 大众旅游。第二次世界大战后，世界经济迅速发展，人们收入的增加和支付能力的提高对旅游的迅速发展和普及起了极其重要的刺激作用，有的学者称为大众旅游的时代到来了。1951 年，国际旅游人数共 2 528.2 万人，到 2000 年就上升到 69 800 万人，50 年增加近 30 倍。1950 年，国际旅游收入达到 21 亿美元，到 2010 年上升到 4 760 亿美元，增长了 200 多倍。

(3) 21 世纪以来的全球旅游（图 1.6）。2005 年 1 月 31 日世界旅游组织发表年度报告显示，2004 年国际旅游人数达到 7.6 亿人次，为历史新高。这一数字比 2003 年增长了 10%，增幅也是 20 年来的最高水平；2005 年世界国际旅游抵达人数达到 8.08 亿人次，比 2004 年增长了 5.5%；2006 年国际旅客人数达到 8.42 亿人次，同比增长了 4.5%，超出了旅游界的预期。



图 1.6 全球旅游的兴起

世界旅游组织指出，尽管欧洲等成熟的旅游市场仍然是世界旅游的主要目的地，但新兴经济国家以及发展中国家的旅游业增长速度非常快。2010 年新增加的 5 200 万入境旅游者中，欧洲接纳了 1 900 万，亚太接纳了 1 700 万，美洲、中东和非洲各接纳了 600 万、500 万及 300 万。所有区域当年的旅游业增长速度都超出了长期平均值，其中，中东的增长速度最快，达到 13%，其次是亚太、非洲、美洲和欧洲。2011 年世界各地旅游业呈现积极增长态势，国际游数量客较 2010 年增长 4 500 万人次，增长

了 4.81%。2012 年国际游客数量比 2011 年上升了 4%，达到 10 亿 3 500 万人次，历史上首次突破 10 亿大关。从区域来看，新兴国家与地区的旅游业保持着强劲增长势头，到亚太地区旅游的国际游客人数上升了 7%，达到 2 亿 3 300 万人次，其中，到东南亚地区旅游的国际游客上升了 9%，另外，北非地区、中东欧地区的国际游客人次也增长了 8%，到欧洲旅游的国际游客数量增长了 3%，世界旅游组织预测，2010 年至 2020 年的 10 年，全球游客数量平均每年将增长了 3.8%，其中亚太地区将以 8% 的速度成为全球旅游最具活力的地区之一。

(4) 现代旅游表现特点。

① 旅游交通工具成熟。表现为立体交通体系的形成。飞机技术尤其是汽车技术的成熟,游客出游有更多的选择自由。旅游的方式也出现了多样化的趋势:国际游、国内游;观光游、休闲游、考察游;自驾车、团队游等。

② 大众化旅游时代到来。普通大众成了旅游的主流——无论从出游的人次的总量增长上来看,还是从旅游内容的构成上来看(以大众观光为主流),普通大众占了主要优势。所以我们把20世纪至今,称为大众旅游的时代。

③ 旅游业获得了国民经济的重要地位。现代旅游所获得的经济总量,使之成为当今世界第一大经济产业。尤其在发达国家,远远超过其他任何行业的收入。而且现代人逐渐认识到,旅游业对其他行业的拉动和影响作用是无比大的,所以,旅游业在国民经济中占了越来越重要的作用。

知识链接 1-2

个性化、大众化旅游兴起 旅游微时代正悄然到来

当人们越来越习惯在微博上记录生活,在微电影中体会情感的时候,人们发现以个性化、大众化为需求的微旅游悄然兴起,并成为一种个性张扬,更富刺激的独特旅行方式,深受年轻一代主流消费人群的喜爱。

微旅游区别于远距离、长时间的旅游行为,具有近距离、短时间、低成本、慢体验的特点。它不需要长时间精心计划和刻意安排,其核心价值是追求旅游当中的自由。旅游者可以在自己喜欢的地方随意停留,并且以自己喜爱的方式接触旅游目的地。对于大众而言,可以免除长途跋涉的疲惫奔波和烦琐的旅游筹备,就近、随性地进行一次旅行,以达到彻底放松身心、体验另一种生活的乐趣。

对于现在的上班族来说,周末是他们出游的最好时机,哪怕是周五晚上突然蹦出想出去走走的念头,只需在网上搜些攻略,周六就可以背上背包出发了。随着城镇化的高速发展,大城市产生了通病,如太急、太挤、太忙。因此,微旅游自然成为新型旅游生活的新要求。比如以郊区采摘游、特色游、民俗游等不同类型的微旅游悄然进入我们的生活。微旅游不是一股流行浪潮,而是一种必然趋势,将成为旅行的主要方式。

1.1.2 世界旅游组织与世界旅游区

1. 世界旅游组织

世界旅游组织是联合国系统的政府间国际组织,最早由国际官方旅游宣传组织联盟(IUOTPO)发展而来。其宗旨是促进和发展旅游事业,使之有利于经济发展、国际间相互了解、和平与繁荣。

世界旅游组织是世界上唯一全面涉及国际间旅游事务的全球性政府间机构,同时也是当今旅游领域中最具知名度并且最具影响力的国际性组织。主要负责收集和分析



旅游数据,定期向成员国提供统计资料、研究报告,制定国际性旅游公约、宣言、规则、范本,研究全球旅游政策。

该组织最早可追溯到1898年设立旅游协会的国际联盟,1919年改称国际旅游同盟,1925年5月4日至9日在荷兰海牙召开了国际官方旅游协会大会。1934年在海牙正式成立国际官方旅游宣传组织联盟。1946年10月1日至4日在伦敦召开了首届国家旅游组织国际大会。1947年10月在巴黎举行的第二届国家旅游组织国际大会上决定正式成立官方旅游组织国际联盟,成为联合国附属机构,其总部设在伦敦,1951年迁至日内瓦。1969年联合国大会批准将其改为政府间组织,1975年1月2日正式改用现名,总部设在西班牙马德里,1976年成为联合国开发计划署在旅游方面的一个执行机构。2003年11月成为联合国专门机构。

世界旅游组织成员分为正式成员(主权国家政府旅游部门)、联系成员(无外交实权的领地)和附属成员(直接从事旅游业或与旅游业有关的组织、企业和机构)。联系成员和附属成员对世界旅游组织事务无决策权。截至目前,世界旅游组织有正式成员154个。

世界旅游组织的组织机构包括全体大会、执行委员会、秘书处及地区委员会。其中全体大会为最高权力机构,每两年召开一次,审议该组织重大问题。执行委员会每年至少召开两次。执委会下设5个委员会:计划和协调技术委员会、预算和财政委员会、环境保护委员会、简化手续委员会、旅游安全委员会。秘书处负责日常工作,秘书长由执委会推荐,大会选举产生。地区委员会系非常设机构,负责协调、组织本地区的研讨会、工作项目和地区性活动。每年召开一次会议。共有非洲、美洲、东亚和太平洋、南亚、欧洲和中东6个地区委员会。

世界旅游组织确定每年的9月27日为世界旅游日。为不断向全世界普及旅游理念,形成良好的旅游发展环境,促进世界旅游业的不断发展,该组织每年都推出一个世界旅游日的主题口号。

1975年5月,世界旅游组织承认中华人民共和国为中国唯一合法代表。1983年10月5日,该组织第5届全体大会通过决议,接纳中国为正式成员国,成为它的第106个正式会员。1987年9月,在第7次全体大会上,中国首次当选为该组织执行委员会委员,并同时当选为统计委员会委员和亚太地区委员会副主席。1991年,再次当选为该组织执委会委员。

2. 世界旅游区

旅游区,是指自然地理与人文地理环境特征基本相似,自然旅游风光与旅游特征基本相近的地理区域综合体。也称为旅游区或文化旅游区。根据旅游地理区划的基本原则,采取综合性区划命名法将世界划分为五大旅游区:亚洲旅游区、欧洲旅游区、非洲旅游区、美洲旅游区和大洋洲旅游区。

1) 亚洲旅游区基本概况

亚洲旅游区位于东半球的东北部,北临北冰洋,南临印度洋,东临太平洋,西面与欧洲旅游区相连、与非洲旅游区毗邻(亚欧旅游区以乌拉尔山、乌拉尔河、大高加