



新编中等职业教育
旅游类专业系列教材

LÜYOU

旅游概论

(第2版)

主 编 范德华



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

内容提要

本书共7章,包括旅游与旅游学,旅游的发展简史,旅游的基本要素,旅游业的构成,旅游的产品与市场,旅游业在现代社会中的作用与发展前景,旅游管理体制和旅游人才培养。并且在每章配有自测题和相关链接等,便于读者对知识的理解和应用。

本书可作为中等职业学校旅游类专业的教材,也可作为旅游岗位从业人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论/范德华主编.—2版.—重庆:重庆
大学出版社,2016.8
新编中等职业教育旅游类专业系列教材
ISBN 978-7-5689-0015-7

I.①旅… II.①范… III.①旅游—中等专业学校—
教材 IV.①F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第175302号

新编中等职业教育旅游类专业系列教材

旅游概论

(第2版)

主 编 范德华
副主编 余宏刚 刘 婷 周亦波
责任编辑:马 宁 版式设计:马 宁
责任校对:邬小梅 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行
出版人:易树平
社址:重庆市沙坪坝区大学城西路21号
邮编:401331
电话:(023) 88617190 88617185(中小学)
传真:(023) 88617186 88617166
网址: <http://www.cqup.com.cn>
邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)
全国新华书店经销
重庆川外印务有限公司印刷

*

开本:720mm×960mm 1/16 印张:12.75 字数:229千
2008年4月第1版 2016年8月第2版 2016年8月第6次印刷
印数:8 501—11 500
ISBN 978-7-5689-0015-7 定价:29.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

主任：

罗明义 (经济学博士,教授,博士生导师,云南省旅游协会会长,曾任
云南省旅游局局长)

副主任：

范德华 (云南旅游职业学院院长)

李启金 (湖北省旅游学校校长)

赵晓鸿 (四川省旅游学校校长)

朱维德 (贵州省旅游学校校长)

高 华 (湖南省张家界旅游学校校长)

韩 勇 (桂林市旅游职业中等专业学校校长)

易树平 (重庆大学出版社社长)

饶邦华 (重庆大学出版社总编辑)

常务委员：

韦明体 彭 萍 范运铭 宋宏生

委 员 (以姓氏笔画为序)：

马友惠 马煜焜 王明强 叶晓梅 江列多 刘根华 刘晓波
朱维德 陈吉瑞 陈怡君 杨红波 杨益红 杨雅利 张 琥
张兴贵 张伟强 岳楚华 屈泽周 金 梅 祝红文 赵 明
赵静洁 聂海英 袁浩镛 符 敏 蒋卫平 蒋小华 彭淑清
黎万国

随着全球性旅游与旅游业的快速发展,以及对旅游研究的逐渐深化,人们对旅游的认识也在不断提高。为适应旅游职业教育发展的需要,突出旅游基础理论研究的新发展、新成果,根据旅游中等职业学校的课程设置和教学大纲,我们组织编写了本教材。

本书自2008年出版以来,受到广大职业院校师生的欢迎和好评,纷纷选作教材。此次修订再版,是在2008年第1版的基础上,对全书部分概念进行了适当的更新,对于旅游业新的数据进行了及时的更新和替换。为适应中职教学的需要,本书突出基础理论,系统阐述了与旅游相关的概念。

由于本课程是旅游类专业的一门重要基础课程,是旅游从业人员必须具备的基础知识。本书立足旅游业的视野,从旅游的概念、旅游的发展史、旅游的基本要素、旅游业的构成、旅游业的产品与市场、旅游业在当代社会中的作用以及旅游人才的培养等几个层面对旅游进行全面的分析。全书内容详尽,浅显易懂,观点明确。

本书编写的主导思想是便于教和学,同时又注重实用性,在每章前后配有本章导读、关键词汇、本章小结、本章自测题以及相关链接等内容,有利于读者加深对理论知识的理解 and 应用。本书可作为中等职业学校(含中专、技校和职业高中)旅游类专业的教材,也可作为旅游岗位从业人员的培训用书。

本书第2版,由云南旅游职业学院院长范德华任主编,云南旅游职业学院余宏刚、湖北省旅游学校刘婷、四川省旅游学校周亦波任副主编。本书此次修订再版,由余宏刚更新增补资料和修改完善,范德华负责全书统稿和定稿。本书第1版编写分工:范德华编写第1章、附录,杨晨晖编写第2章、第4章,刘婷编写第3章、第6章,周亦波编写第5章、第7章。

在编写本书的过程中,我们参阅了最新的旅游资料和近年来出版的旅游概论等有关教材,但由于编者学识和时间有限,书中不足之处在所难免,恳请广大读者批评指正。

编 者

2016年3月

第 1 章 旅游与旅游学	1
1.1 旅游的概念	1
1.2 旅游的本质属性	6
1.3 现代旅游活动的类型	8
1.4 旅游学研究的对象与内容	13
本章小结	15
本章自测	16
第 2 章 旅游的发展简史	17
2.1 古代旅行(19 世纪 40 年代以前)	17
2.2 近代旅游的兴起	26
2.3 现代旅游的发展	31
2.4 世界旅游发展的总体趋势	45
本章小结	46
本章自测	46
第 3 章 旅游的基本要素	51
3.1 旅游者	51
3.2 旅游资源	60
3.3 旅游业	70
本章小结	73
本章自测	73

第4章 旅游业的构成	80
4.1 旅行社	80
4.2 旅游交通	87
4.3 旅游饭店	92
4.4 旅游景区(点)	101
4.5 旅游娱乐及旅游购物	105
本章小结	107
本章自测	107
第5章 旅游业的产品与市场	112
5.1 旅游产品	112
5.2 旅游市场	117
5.3 中国的旅游市场	123
5.4 旅游市场调研	135
本章小结	137
本章自测	138
第6章 旅游业在现代社会中的作用与发展前景	141
6.1 旅游业在现代社会中的作用	141
6.2 旅游业的发展前景	148
本章小结	155
本章自测	155
第7章 旅游管理体制和旅游人才培养	161
7.1 旅游管理体制概述	161
7.2 旅游人才的培养	168
本章小结	177
本章自测	177

附录	189
附录一 旅游资源的分类	189
附录二 旅游资源评价赋分标准	192
参考文献	194

第 1 章

旅游与旅游学

【本章导读】

本章主要介绍国内外关于旅游定义的情况,在此基础上明确旅游的概念性定义,进一步阐述了旅游活动的本质特征、本质属性和现代旅游活动的类型,最后介绍了旅游学研究的对象与内容。本章学习的重点是旅游定义,难点是旅游的本质属性。

【关键词汇】

埃斯特定义 旅游概念性定义 国内旅游 国际旅游 商务旅游 会议旅游 奖励旅游 团体旅游 散客旅游

1.1 旅游的概念

1.1.1 旅游定义概述

1) 国内外词典中对旅游的解释

“旅游”是旅游学研究的最基本概念。1811年,英国出版的《牛津词典》中对“旅游”(tourism)的解释是“出于消遣目的旅行”。其词义是:离家远行,参观游览一些地方又回到原地(家里)。显然,“tourism”源于含有巡回或环行意思的“tour”一词。这种定义只是旅游表面现象的描述,但表达了西方人已经认识到凭借工业革命的成果,尤其是先进交通工具的发明,可以大大地减少旅行途中的艰险,而实现安全返回的旅游愿望,排除了对长途旅行的恐怖感。这正反映了西方的旅游概念更倾向于表达人与自然的的关系。美国人多用“travel”一词,解释为“长途旅行,依次经过”,它是由“travail”转化而来,其词源具有“阵痛、艰苦、困难、危险”的含义,反映了旅行者外出旅行具有的一种恐惧心理。其根源在于当

时人们的旅行所能凭借的客观条件(主要是交通)的局限性。但1963年“罗马会议”提出将非消遣性的事务旅行纳入旅游统计范畴之后,“tourism”和“travel”这两个词的词语被进一步同化。

1959年,我国商务印书馆出版的《现代汉语词典》中对旅游的解释是:旅行游览。可见“旅游”是旅行和游览的复合词。所以,在现代汉语中,“旅游”和“旅行”二词可以大体相通。因此,旅游业界人士对有组织的旅游客人(团队)称“旅行团”或“旅游团”。

2) 旅游学者及研究机构和旅游组织对旅游的定义

不仅各种词典对旅游的解释不同,长期以来,国内外的许多学者和国际组织对旅游定义的界定也多种多样。其中较有代表性的有以下几种:

(1) 瑞士学者对旅游的定义(“埃斯特”定义)

瑞士学者汉泽克尔(Hunziker)和克拉普夫(Krapf)于1942年在其合著的《普通旅游学纲要》中提出,后来在20世纪70年代又被“旅游科学专家国际联合会”(International Association of Scientific Experts in Tourism)所采用的“埃斯特”(Aiest)定义:“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。这些人不会导致长期定居,并且不从事任何赚钱的活动。”

埃斯特定义中,用“非定居者”强调了旅游活动的异地性,用“不会导致长期定居”强调了旅游活动的暂时性,“不从事任何赚钱的活动”则强调了旅游活动的非就业性,而“现象和关系的总和”强调了旅游活动的综合性。埃斯特定义从消遣性旅游的研究角度,较好地把握了旅游的本质属性,因而在世界各地的旅游学界都有很大影响,是目前较有权威性的定义。

(2) 英国学者对旅游的定义

1972年,英国萨里大学的伯克特(Burkart)和梅特利克(Medlik)认为:旅游发生于人们前往和逗留在各种旅游地的流动,是人们离开他平时居住地和工作的地方,短期暂时前往一个旅游目的地运动和逗留在该地的各种活动。

这一定义指出了旅游最本质的特征,即人的流动,一切运动都包含着流动,但并非一切流动都是旅游。

(3) 美国学者对旅游的定义

1980年,美国密执安大学的罗伯特·麦金托什和夏希肯特在《旅游学——要素、实践、基本原理》一书中指出:旅游可定义为在吸引和接待旅游及其访问学者的过程中,由于旅游者、旅游企业、东道国政府及东道国各地区的居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。

(4) 联合国的“官方旅行机构国际联合会”(AIGTO)对旅游的定义

联合国的“官方旅行机构国际联合会”(AIGTO)认为:旅游是指到一个国家访问,停留超过 24 小时的短期旅客,其旅游目的或是悠逸(包括娱乐、度假、保健、研究、宗教或体育运动)或是业务、出使、会议等。

本定义强调了旅游活动的暂时性、异地性和消遣性,同时也强调了公务旅游、商务旅游和探亲访友等。本定义中强调“停留超过 24 小时”主要是出于方便统计和技术性需要,存在不尽合理的地方,排斥了当日往返的旅游活动。

(5) 世界旅游组织对旅游的定义

1991 年,世界旅游组织在加拿大的渥太华召开的国际旅行与旅游统计大会上将旅游定义为:旅游是指人们为了消遣、商业和其他目的离开通常环境去往他处,并在那里连续停留不超过 1 年的活动。

本定义中“通常环境”主要是排除在居住地以内的旅行、在住所与工作场所之间频繁或长期的旅行、定期的社区旅行。“不超过 1 年”的标准则是为了排除长久的移民活动。同时指出:“访问的主要目的不应是通过所从事的活动而从访问地获取报酬。”本定义也强调了异地性、暂时性、非就业性,但更倾向于技术性需要,主要为调查与统计的可操作性。

3) 旅游定义类型归纳总结

虽然各家说法表述不同,归纳起来,旅游可以有两种定义类型,即概念性定义和技术性定义。

(1) 概念性定义(Conceptual Definition)

概念性定义是从学术研究角度出发,旨在提供一个理论框架,用以确定旅游的基本特点以及将它与其他类似的或相关的,但是又不同的活动区别开来。综合人们对旅游定义的不同表述,可将旅游定义中的核心内涵概括为:

①旅游活动的异地性。旅游是人们离开平时居住和工作的地方,去异国他乡访问活动。

②旅游活动的暂时性。旅游是人们前往旅游目的地,并在那里作短暂停留的访问活动。这种短暂停留有别于移民性的永久居留。消费者在目的地的逗留时间有一定的限度。按照《联合国国际旅游统计暂行准则》,这一时间限度是 1 年以内。但在国内旅游方面,世界各国对时间限度无统一标准。目前我国旅游统计中对国内旅游的界定是,在外地停留时间不超过 6 个月。

③旅游活动的非就业性。目的上不从事任何赚钱的活动,是处理自己的业余时间的方式。

④旅游活动的综合性。旅游是人们的旅行和暂时居住而引起的各种现象和

关系的总和。它不仅包括旅游者的活动,而且包括这些活动在客观上所产生的
一切现象和关系。

鉴于以上分析,依据现代旅游发展的客观实际,可以对旅游概念性定义为:
旅游是人们出于主观审美、娱乐和社会交往等非就业性目的,暂时离开自己的常
住地到目的地作短暂停留所引起的一切现象和关系的总和。

(2) 技术性定义 (Technological Definition)

技术性定义是从实践研究角度出发,用它来为统计和立法提供旅游信息。
如上述联合国的“官方旅行机构国际联合会”(AIGTO)对旅游的定义和世界旅
游组织对旅游的定义。技术性定义的采用有助于实现可比性国际旅游数据收集
工作的标准化。

1.1.2 旅游活动的本质特征

旅游活动发展到今天如此普遍,是社会经济、文化和科技迅速发展的结果。
因此,现代的旅游必然具有高度的精神文明和物质文明的特点,人类旅游活动除
了因时代的影响而具有不同时代的特点外,还具有与一般社会活动和社会性消
费形式不同的本质特征,即审美性、异地性、流动性、季节性等特点。

1) 旅游是一种审美性的活动

旅游的审美性,是指为了获得精神上的解放和最大的审美享受而进行旅游。
旅游活动是 19 世纪以后的旅游主体在审美意识的支配下的一种自发行为,这种
行为在个人意愿和兴趣的影响下受个人支付能力及其他能力的制约,但旅游的
基本出发点、整个过程和最终效应都是以获得精神享受为指向,旅游是靠经济支
撑的精神活动,这种精神活动是靠美感享受而获得的,旅游是综合性审美实践。

如何理解旅游的审美本质?人类的旅游活动不是基于人的本能,而是人类
社会实践活动的产物。有人认为人的旅游欲望是天生的、本能的,这是不正确
的。原始人的生活中也不存在旅游这种社会现象,他们逐水草而居,时常迁徙。
当一个地方水草枯竭之后,就要踏上陌生的旅途,去寻找一个水草丰美的地方。
因而,这种时空运动常常是被迫的,出于谋生的目的。旅游的审美性是旅游者所
追求的自觉目的。因此,从旅游美学的本质上说,旅游是一种寻找美、感受美的
活动。从物质方面得到的主要是感官或生理上的愉悦和满足,从精神方面获得
的则是心理上、意识上的美的感受。随着社会的发展进步,人们的审美意识也
不断加强,审美视野将得到扩大,审美经验日益丰富,通过旅游来获得审美享
受的欲望也就更为强烈。

同时,旅游是旅行和逗留相结合的活动。旅游的目的在于游览、消遣和娱乐,人们追求实现自我发展和完善的手段,审美追求,获得身心愉悦不仅是旅游者最初的旅游动因,而且贯穿在旅游的全过程,渗透到旅游活动的一切领域。旅游的过程一般包括食、住、行、游、购、娱6个环节,每一个环节都能给旅游者以美或不美的感受。这种活动是现代人的文化消费,也是在追求精神和物质的享受,这是与古代旅行、观光所不同的。因此,从某一角度来说,现代的旅游业就是创造美的事业,它的任务就是为旅游者生产和挖掘美的景观、美的艺术、美的产品,提供美的(优质的)服务和管理。现代旅游与历史上的旅游现象的重要区别就在于旅游业这一媒介的出现。但这一媒介并未改变旅游审美活动的本质。在人类的其他实践活动之中,组成旅游业的各种因素,比如交通、食宿等,仅仅具有日常生活的实用性。但是在旅游审美活动中,这些因素完全超出了这种实用意义,而具有了审美价值。旅游者旅游是旅游审美活动的主体,而与之对应的旅游审美客体就是旅游业与旅游对象相互作用共同构成的一种特殊环境,我们把这种环境称为旅游审美环境。我们需要研究如何运用审美规律,创造出一种独具魅力的旅游审美环境,以便充分满足旅游者的审美需求,保证旅游审美活动的实现。

2) 旅游是一种异地性活动

旅游的异地性是指人们须离开其通常居住和工作的地方到异地他乡进行旅游。这里所说的“通常居住和工作的地方”是指一个人在一年以上的较长时期内居住和工作的地方。异地性是旅游的基本特征,它标志着旅游过程中的一切活动是在异地进行,因而,决定着旅游者跨地界、国界、洲界流动的必然性,表明了旅游活动可以促使人类超越地缘、种族和不同意识形态的界限而走在一起,进行跨文化交流与不同价值观的沟通和谅解从而增进彼此之间的友谊。

虽然旅游动机多种多样,但游览审美、求新求异却是基本的出发点。心理学研究表明,事物对人的反复出现会降低人对它的感受性,就是说当人们长期生活在一种环境中,对自己所熟悉的环境就会感到平淡无奇和乏味。相反,对现有的环境中看不到、听不到的陌生的远方世界,会引起特殊的悬念和联想。因此,当人们在具备一定条件时,就想改变一下自己的生活环境,渴望去欣赏和领略异地的风光、风俗、生活,从而开阔眼界、增广见闻,获得在常住地所得不到的新知识、新快乐、新感受。科学技术越进步,物质越丰富,生活环境越舒适,为什么人们反而越向往旅游,其道理正在于此。

3) 旅游是一种流动性的活动

旅游的异地性,决定了旅游的流动性。因为旅游者为了实现旅游的目的,首

先必须能够从自己的常住地转移到异地景区,然后从一个景区向另一个景区转移,这就产生了流动,也就是旅行。只有流动(旅行),游览才能获得更广阔的空间形式,所以,旅游必须以旅行为前提。

然而,旅游还有“静态”的因素。静,就是停留,实质上旅游就是一种动与静或者说是行和游相结合的活动。从旅游业经营者来说,旅游者在目的地停留时间越长,经济效益越好。旅游者在一定旅游时间计划内,所经过的城市(地区)越多,就意味着旅游者疲于旅途辛苦,而且加剧了民航、铁路运力的紧张,并降低了旅游资源(景点)和各种设施的利用率,造成直接或间接的经济损失,因此,在旅游线路的设计和安排上除了要充分考虑到旅游流动性的“动态”因素,还要考虑到旅游流动性的“静态”因素,这样才能获得更大的经济效益和社会效益。

4) 旅游是一种季节性的活动

旅游的季节性,是指旅游活动因受到自然条件和社会文化背景的制约而呈现出旅游淡季、旺季的差异性。自然条件的影响,主要指那些以自然风光为主体的旅游目的地,因受所处地理位置的制约,其旅游观赏功能的发挥有明显的季节性。社会文化的主要影响,一是指因某些人文旅游资源诸如传统的民俗、民间的节庆活动和某些宗教纪念日都有一定的时间(季节)性。二是指因受传统习俗的影响,导致人们出游时间相对集中在一定的季节里。例如我国的国庆节和春节,由于假期时间较长,也人为地在全国各地形成了“假日旅游”的高潮。

1.2 旅游的本质属性

旅游是人类社会经济和文化发展到一定阶段的产物,是以经济活动表现出来的综合性社会活动,旅游活动要在具体的社会环境中发生和进行,因而旅游的性质便成了社会环境中多种现象的综合反映。旅游作为人类超出生存需要的一种高级消费活动,具有经济属性、社会文化属性和高级属性等。

1.2.1 经济属性

1) 旅游者与旅游企业之间是一种经济交换关系

在现代旅游活动中,旅游者在外旅游过程中,接触最多的是旅游企业。因为旅游者吃、住、行、游、购、娱等活动都和旅游企业密不可分。因此,旅游者与旅游

企业之间形成了旅游需求者和供给者的关系。旅游者要实现各项旅游活动、享受旅游产品和服务,必须向旅游企业支付一定的货币,即旅游者与旅游企业之间是一种经济交换关系。所以,旅游者的来访带来市场机会并促使旅游业的产生与发展,也对旅游目的地的经济产生影响,旅游活动所导致的经济现象也因此而产生。

2)旅游活动是一种经济支出活动

旅游是消费活动,而不是生产活动。旅游者在其旅游过程中不向社会也不为旅游者个人创造任何外在的可供消费的资料,相反却花费着旅游者以往的积蓄和他人的劳动成果,即使在比较极端的情况下,例如一个人流连山水,陶醉于大自然(而非人化)的美的恩赐,或不花钱旅游(奖励旅游等),他也是在消磨本可以用于创造财富的生产时间。旅游活动受一个人的收入水平或其家庭的富裕程度限制,不仅限制是否能出游,而且还限制出游的级别。

有学者曾在 20 世纪 80 年代提出过这样的经验统计,当一个国家的人均国民生产总值达到 800~1 000 美元时,其居民将普遍会产生国内旅游的意愿;当人均国民生产总值达到 4 000~10 000 美元时,则将产生出国旅游的意愿。目前,我国人均国民生产总值已达 1 100 美元,普通家庭可以从事国内游,而较富裕家庭已开始出国游。因而,人们的收入是决定能否外出旅游的物质条件,这个收入是指可自由支配收入,亦称可随意支配收入。

1.2.2 社会文化属性

1)旅游主体具有社会的文明性

旅游既是在人类自身进化和社会发展历程中产生的,又是以人为本的一种社会活动。作为旅游的主体——旅游者,其行为与活动都是时代与社会特征在人身上的反映。旅游是旅游者前往目的地旅行和在该地停留访问的活动。以消遣性旅游为例,旅游活动是一种休闲活动,是一种短期性特殊的生活方式。旅游活动最基本的表现特征是不同国家、地区之间的人员流动以及接触和交往。这些休闲、生活方式和人员交往,都属于社会现象,并且这些社会现象都是由旅游者的活动所引起的。

2)旅游客体具有社会文化发展的变化性

首先,旅游客体主要是指旅游资源,人们在保护和开发旅游资源的过程中总离不开自己的社会意识,总要打上自己所处社会的印记。另外旅游设施的修建,

如修筑道路、增添食宿等基础设施和服务设施,都离不开先进的科学技术装备,而先进的科学技术是当代社会发展的最新成果。

其次,旅游与文化有着不可分割的关系,而旅游本身就是一种大规模的文化交流,从原始文化到现代文化都可以成为吸引游客的因素;游客不仅吸取游览地的文化,同时也把所在国或地区的文化带到游览地,使地区间的文化差别日益缩小。人们旅游的目的之一就是体验异地的风情,了解旅游目的地的文化,如旅游目的地的民族历史、生活方式、风俗习惯、文学艺术、建筑风格、着装服饰及饮食特色等,以至于来访旅游者或多或少地参与其中,体验这些方面的有关内容,同时旅游者也会以自己表现出来的本民族文化影响旅游目的地的居民。

所以,从社会文化角度来考察,一个完整旅游活动的运作过程,既是文化消费的过程,又是文化交流与创造(生产)的过程,即文化始终蕴含在旅游活动过程中。可见,文化是旅游的灵魂。

1.2.3 高级属性

人类的旅游欲望不是本能的和天生的,不是与生俱来的,旅游的前提是具有审美意识,它是社会性的。旅游需要,是社会发展的产物。旅游是一种较高层次的消费活动,是人们满足基本生活需求之后,拿出部分收入和时间进行这种特殊的活动,是社会发展的必然趋向并随着社会发展和时代影响而演变。恩格斯对人类生活的分类:一是生存;二是享受;三是发展。生存需要是人类最基本的、低层次的需要,只有当低层次的需要得到满足后人们的需要才会上升到高层次的需要。旅游就是人类需要层次提高的表现,它超出了生存需要,具有享受性;同时,也会包括发展自己知识、才能和个性的需要。例如,在经济发达的国家,如欧洲、北美等地区的国家,旅游成为人们生活的必需。也就是成为生活中排在衣、食、住之后的一项日常生活的主要内容。“享受一下临时变换环境所带来的愉悦”,已成为一些旅游者的口头禅。旅游也就成为生活中一个必要的组成部分。

1.3 现代旅游活动的类型

目前,国内外旅游学者对旅游活动类型的划分,尚无统一的标准,人们往往根据自己的研究目的和视角,选用不同的划分方法,因而所划分出来的旅游类型也是结果各异。同时应用任何一种标准所划分出来的任何一种旅游类型,都会

与使用其他标准划分出来的类型发生相互交叉和联系。

1.3.1 按地域范围划分

按地域范围可分为国内旅游和国际旅游两种类型。

1) 国内旅游

国内旅游是指人们在居住国境内开展的旅游活动,通常是指一个国家的居民离开自己的常住地到本国境内其他地方去进行的旅游活动。根据世界旅游组织的解释,并不属于本国居民的常住性外国人在所在国境内进行的旅游活动亦属于国内旅游。国内旅游可以根据在目的地停留的时间,划分为过夜旅游和不过夜一日游。国内旅游又可以根据旅游活动范围的大小,划分为地方性旅游、区域性旅游、全国性旅游 3 种形式。

(1) 地方性旅游

地方性旅游一般是当地居民在本区、本县、本市的范围内的旅游。这实际上是一种短时间、近距离的参观游览活动,多数和节假日的娱乐性相结合,时间短、活动项目少,常是和亲朋好友或家庭、小集体自发组织的旅游方式。

(2) 区域性旅游

区域性旅游是指离开居住地到邻近地区的风景名胜点的旅游活动。如北京旅游部门组织的承德避暑山庄五日游,上海组织的苏州三日游、杭州五日游以及厦门组织的武夷山七日游等。

(3) 全国性旅游

全国性旅游是指跨多个省份的旅游,主要是指到全国重点旅游城市和具有代表性的著名风景名胜地的旅游活动。如从广州经桂林、西安、北京、上海的旅游路线,或从北京经南京、苏州、上海、杭州、福建武夷山、厦门等一线的旅游活动都属于全国性旅游。

2) 国际旅游

国际旅游是指一个国家的居民跨越国界到另一个或几个国家去访问的旅游活动。根据旅游者的流向,又可分为入境旅游和出境旅游。根据国际旅游的范围大小,又可分为跨国旅游、洲际旅游和环球旅游 3 种具体形式。

(1) 跨国旅游

跨国旅游泛指离开居住国到另一个国家或多个国家进行的旅游活动。以不跨越洲界为界限。如亚洲本区内的出国旅游就是属于这一类。

(2) 洲际旅游

洲际旅游是指跨越洲界限的旅游活动。如北美国家的旅游者到欧洲的旅游活动,或美国人到中国(亚洲)、日本人(亚洲)到美国夏威夷(北美)的旅游活动都属洲际旅游。这种旅游受制约的因素较多,如航空工业的发展状况、语言障碍等。

(3) 环球旅游

环球旅游是指以世界各洲的主要国家(地区)的港口风景城市为游览对象的旅游活动。如英国的“伊丽莎白女王二世号”游船,号称“千人百日游全球”的旅游活动,属于环球旅游。环球旅游消费大,多数属于经济宽裕人士的度假观光旅行或科学考察和探险性旅游。

1.3.2 按旅游目的划分

按1963年联合国旅游会议(罗马会议)对游客访问目的的分类,可划分为度假旅游、医疗保健旅游、求学旅游、宗教旅游、体育活动旅游、商务旅游、公务旅游、会议旅游、探亲访友旅游等。为结合目前旅游活动的开展情况,一般按旅游者旅游目的划分为观光型、度假保健型、公务型、宗教型、购物型、特种型等。

1) 观光型

观光型即以游览观光为主要目的,是最普通和常见的旅游活动类型。目前观光型主要表现为访名胜古迹旅游、观自然风光旅游、寻根旅游、探亲访友旅游、参观重大建设成就旅游等方式。在国外,被称为世界七大奇观之一的埃及金字塔以及希腊的古迹、瑞士的风光等早已成为世界各国旅游者心目中的观光旅游圣地。中国北京故宫和万里长城、杭州西湖、西安兵马俑等,已成为大多数观光旅游者的必到之地。

2) 保健型

这类旅游主要是为了回避炎热或严寒,调节环境,寻求幽静的、欢乐轻松的休假期,治疗某些慢性疾病,以达到消除疾病、有益于健康的最终目的。这种保健型旅游的表现形式,主要有疗养旅游、森林旅游、温泉旅游、度假村旅游、治疗疾病旅游等。例如号称世界旅游王国的西班牙,每年接待几千万的国际旅游者,大多数属于游海滩、寻阳光和海水浴等度假与保健相结合的活动。

3) 公务型

公务型即出于职业的需要,以办展览,进行贸易和商务洽谈,出席会议或进