



严格依据最新甘肃省选拔万名高校毕业生下基层考试大纲编写

最新版

甘肃省选拔万名高校毕业生下基层考试专用教材

旅游专业知识

甘肃省选拔万名高校毕业生下基层考试命题中心 编

适用范围

万名高校毕业生下基层考试
事业单位考试
西部计划考试
进村进社考试

核心内容

旅游概论
最新旅游法律法规
最新实施消费者权益保护法
最新我国世界文化遗产名录



甘肃民族出版社



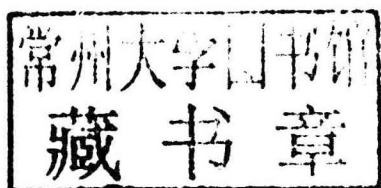
严格依据最新甘肃省选拔万名高校毕业生下基层考试大纲编写

最新版

甘肃省选拔万名高校毕业生下基层考试专用教材

旅游专业知识

甘肃省选拔万名高校毕业生下基层考试命题中心 编



万名高校毕业生下基层考试
适用 事业 单位 考试
范围 西部 计划 考试
进村 进社区 考试

核心 旅游概论
内容 最新旅游法律法规
最新实施消费者权益保护法
最新我国文化遗产名录

图书在版编目 (C I P) 数据

旅游专业知识 / 甘肃省选拔万名高校毕业生下基层
考试命题中心编. -- 兰州 : 甘肃民族出版社, 2014.3
甘肃省选拔万名高校毕业生下基层考试专用教材
ISBN 978-7-5421-2588-0

I. ①旅… II. ①甘… III. ①基层干部—招聘—考试
—中国—教材②旅游经济—经济管理—教材 IV.
①D630.3②F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第057818号

书 名: 甘肃省选拔万名高校毕业生下基层考试专用教材·旅游专业知识
作 者: 甘肃省选拔万名高校毕业生下基层考试命题中心 编
出 品 人: 吉西平
责任编辑: 瞿广业
封面设计: 刘 杰
出 版: 甘肃民族出版社(730030 兰州市城关区读者大道568号)
发 行: 甘肃民族出版社发行部(730030 兰州市城关区读者大道568号)
印 刷: 兰州万易印务有限责任公司
开 本: 880 毫米×1230 毫米 1/16 印张: 24
字 数: 380千
版 次: 2014 年 3 月第 1 版 2014 年 4 月第 1 次印刷
印 数: 1~2 000
书 号: ISBN 978-7-5421-2588-0
定 价: 96.00元

甘肃民族出版社图书若有破损、缺页或无文字现象,可直接与本社联系调换。
邮编:730030 地址:兰州市城关区读者大道 568 号 网址:<http://www.gansumz.com>
投稿邮箱:liuxintian@yahoo.com.cn
发行部:葛慧 联系电话:0931-8773271(传真) E-mail:gsmzgehui3271@tom.com

版权所有 翻印必究

前言

根据甘肃省人民政府下发的相关文件精神,我省将在今后几年内继续在全省范围内选拔 1 万名普通高校毕业生到基层教育、卫生、农牧、文化、旅游、社会保障等岗位工作。旅游专业岗位的招录力度不断加大,应考考生日益增多。

为了帮助甘肃考生在较短的时间内高效、便捷、准确地把握选拔万名普通高校毕业生到基层岗位工作招录考试旅游管理专业的复习脉络,本书编写组通过对甘肃近年旅游管理专业考试的研究,结合近年考试试题,认真总结考试规律和趋势,根据考生的要求和建议,精心编写了本套甘肃省辅导图书。本书着眼于考生复习实际,从“自学通关,一书过关”出发,全力打造甘肃省“万名下基层”考试第一套自学式辅导用书。

★ 内容全面,服务甘肃考生

甘肃省选拔万名高校毕业生下基层旅游管理岗位招录考试的内容主要包括旅游法律法规、导游基础知识、旅游概论三部分内容,其分值比例大致相当。本书在编写过程中,严格依据知识点的分布规律,基本上涵盖了考试需要考查的所有考点。同时,精选与我省旅游事业发展密切相关的素材,体现了考试的地方特色,也反映了考试的发展趋势,以帮助考生了解考试动态、考试模式和考试内容,从方法上给考生以帮助。

★ 体例科学,利于复习备考

在体例上,本书严格依据考生思维和记忆规律,设置考点提示、命题点透析、真题回顾、跟踪训练、知识拓展等几个模块,模块之间紧密相连,一气呵成,顺应了考生的复习思维。

考点提示:根据每章的考核要求,用精炼的语言提示本章考点,帮助考生了解考试内容,把握章节脉络。

命题点透析:对考试命题点进行整合,以相对独立的知识体系为单元,以考点形式呈现考试内容,便于考生对命题点逐一突破。

真题回顾:在讲解中,我们有针对性地选取我省近年考试中出现过的试题,帮助考生在了解命题趋势和特点的基础上,对相关知识进行巩固和把握。

跟踪训练:每章的最后我们选取部分试题,帮助考生对本章内容进行巩固训练。该试题有的选自历年的考试真题,有些是命题专家根据考试趋势进行的预测,具有很高的价值。

同时,每个试题我们都给出精确的解析,帮助考生举一反三,有效掌握知识点。

知识拓展:对于考试中可能出现的亚重点或是需要考生了解的知识,本书采用“知识拓展”的形式进行呈现,进一步补充考试所需的知识框架。

★ 选材新颖,体现时代特色

本书在选材上以“新颖”为原则,紧追时代脚步,进而保证内容与考试的接轨,体现教材的时效性。我们对新增考点(《旅游法(2013年10月实施)》、《消费者权益保障法(2014年3月实施)》以及最新的世界文化遗产名录等)进行了有效的解读和训练,体现了新颖性和实效性的统一。

★ 高效便捷的售后支持

我们团队作出以下售后支持:首先,建立读者服务QQ群(14629979 293943727 314844732),及时在群内公布最新考试信息以及考试所需的完整法律法规等考试内容。其次,建立读者意见反馈机制,考生可通过(weigongedu@163.com)反馈意见,实现考生和我们的共赢。

最后,衷心希望本套图书的出版能对考生通过考试起到积极的指导和促进作用,并希望广大考生能够顺利通过考试,在基层工作之路上一展宏图。对于书中的不足和疏漏之处,希望专家、学者和广大考生批评指正,以使该套图书再版时更臻完善。

本书编写组

目 录

上 篇 旅游法律法规

第一章 旅游法律与旅游立法

【考点提示】	(3)
第一节 旅游法律	(3)
第二节 旅游立法	(6)
【跟踪训练】	(10)

第二章 中华人民共和国旅游法

【考点提示】	(12)
第一节 中华人民共和国旅游法概述	(12)
第二节 《旅游法》主要内容	(14)
第三节 旅游纠纷与旅游法律责任	(21)
【跟踪训练】	(23)

第三章 旅行社经营法规

【考点提示】	(25)
第一节 旅行社及其设立	(25)
第二节 旅行社的经营与管理	(29)
第三节 旅行社质量保证金管理	(37)
第四节 旅行社保险管理	(39)
【跟踪训练】	(41)

第四章 导游人员管理法规

【考点提示】	(43)
第一节 导游人员与导游证	(43)
第二节 导游人员的权利与义务	(48)
第三节 导游人员计分管理制度	(51)

2



第一节 消费者权益保护概述	(137)
第二节 消费者的权利和经营者的义务	(140)
第三节 消费者权益争议的解决	(142)
第四节 旅游投诉的管理	(146)
【跟踪训练】	(149)

中 篇 导游基础知识

第一章 中国历史文化

【考点提示】	(153)
第一节 中国发展简史	(153)
第二节 思想文化艺术成就	(159)
第三节 科学技术成就	(166)
第四节 中国历史常识	(169)
【跟踪训练】	(175)

第二章 中国自然景观

【考点提示】	(178)
第一节 地质地貌旅游景观	(178)
第二节 水域景观	(184)
第三节 生物景观	(188)
第四节 气候环境与天象景观	(190)
【跟踪训练】	(192)

第三章 中国主要民族民俗

【考点提示】	(194)
第一节 民俗概述	(194)
第二节 汉 族	(195)
第三节 北方地区主要少数民族	(196)
第四节 西南地区主要少数民族	(199)
第五节 中南和东南地区主要少数民族	(201)
【跟踪训练】	(204)

第四章 中国宗教文化

【考点提示】	(206)
第一节 各民族宗教信仰综述	(206)
第二节 佛 教	(207)



第三节 道 教	(214)
第四节 基督教	(218)
第五节 伊斯兰教	(221)
【跟踪训练】	(223)
第五章 中国古代建筑	
【考点提示】	(225)
第一节 中国古建筑概述	(225)
第二节 城防建筑	(230)
第三节 宫殿和坛庙建筑	(232)
第四节 中国古代陵墓建筑	(234)
第五节 中国古代其他著名建筑	(237)
【跟踪训练】	(244)
第六章 中国古典园林	
【考点提示】	(246)
第一节 中国古典园林概述	(246)
第二节 中国古典园林的构景要素与手段	(248)
第三节 现存著名古典园林	(251)
【跟踪训练】	(254)
第七章 中国饮食与风物特产	
【考点提示】	(256)
第一节 中国烹饪的风味流派	(256)
第二节 中国的名茶、名酒和中药	(258)
第三节 中国著名工艺美术品	(263)
【跟踪训练】	(273)
附 录 甘肃旅游资源	(276)

下 篇 旅游概论

第一章 旅游及其发展

【考点提示】	(287)
第一节 旅游综述	(287)
第二节 旅游的特征和种类	(289)
第三节 旅游的产生和发展	(292)
第四节 中国旅游的发展	(294)



【跟踪训练】	(298)
第二章 旅游者	
【考点提示】	(301)
第一节 旅游者的内涵	(301)
第二节 旅游者的产生条件	(304)
第三节 旅游者的类型及特点	(307)
【跟踪训练】	(309)
第三章 旅游资源	
【考点提示】	(312)
第一节 旅游资源综述	(312)
第二节 中国自然旅游资源	(315)
第三节 中国人文旅游资源	(319)
第四节 旅游资源的评价	(322)
第五节 旅游资源的开发	(324)
第六节 旅游资源的保护	(327)
【跟踪训练】	(328)
第四章 旅游业	
【考点提示】	(330)
第一节 旅游业综述	(330)
第二节 旅行社	(331)
第三节 旅游饭店	(333)
第四节 旅游交通	(336)
第五节 旅游景区	(340)
第六节 旅游购物业	(342)
【跟踪训练】	(344)
第五章 旅游产品	
【考点提示】	(346)
第一节 旅游产品概述	(346)
第二节 旅游产品的开发	(348)
【跟踪训练】	(350)
第六章 旅游市场	
【考点提示】	(352)
第一节 旅游市场综述	(352)
第二节 旅游市场细分	(353)



第三节 旅游者的流动规律	(354)
第四节 国内和世界旅游市场	(356)
【跟踪训练】	(359)
第七章 旅游组织与政策法规	
【考点提示】	(361)
第一节 旅游组织	(361)
第二节 旅游政策	(365)
第三节 旅游法规	(366)
【跟踪训练】	(368)
第八章 旅游业的未来发展	
【考点提示】	(370)
第一节 世界旅游业的发展趋势	(370)
第二节 中国旅游业的发展趋势	(371)
【跟踪训练】	(374)

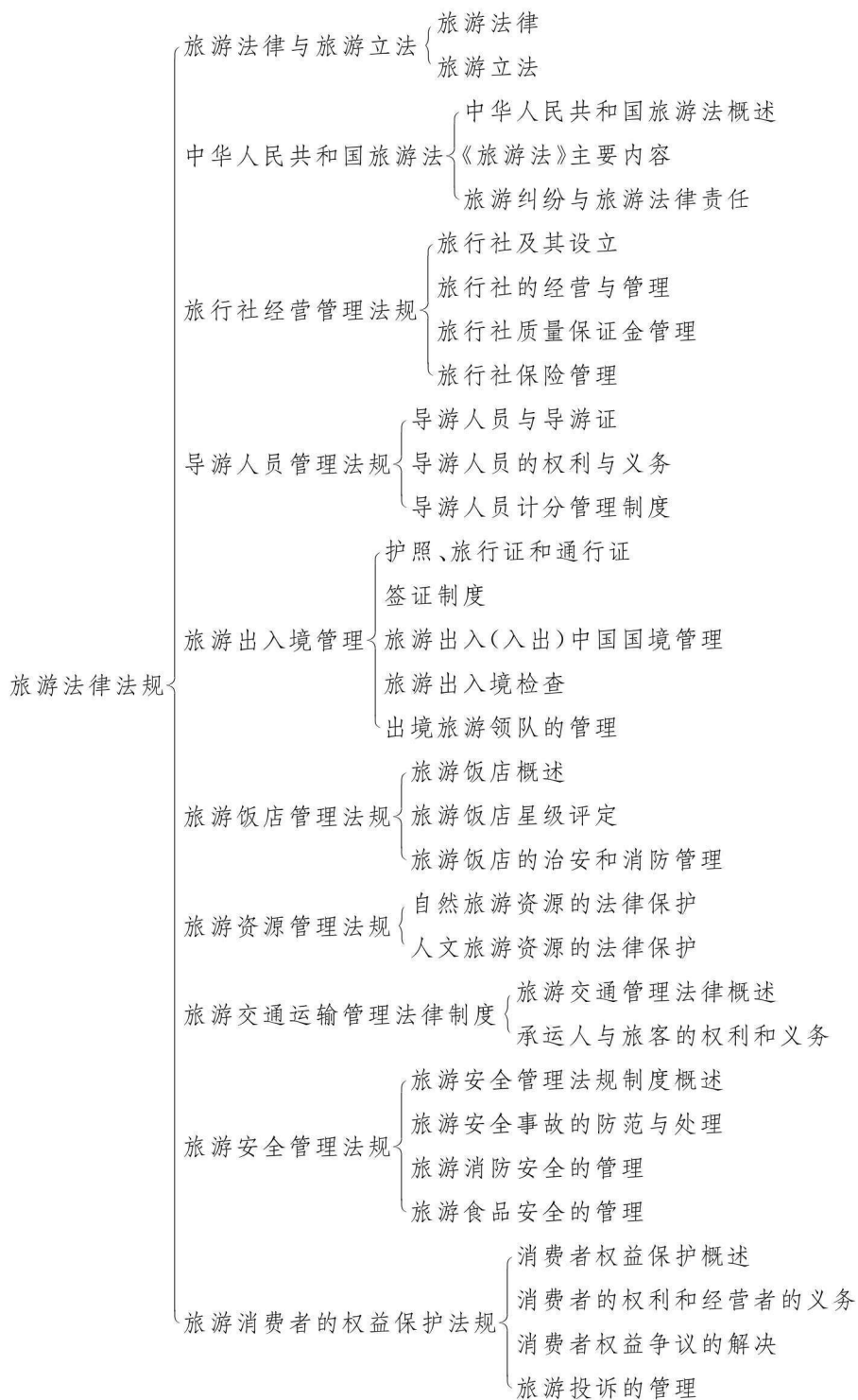
上 篇



旅游法律法规

- 第一章 旅游法律与旅游立法
- 第二章 中华人民共和国旅游法
- 第三章 旅行社经营管理法规
- 第四章 导游人员管理法规
- 第五章 旅游出入境管理法规
- 第六章 旅游饭店管理法规
- 第七章 旅游资源管理法规
- 第八章 旅游交通运输管理法律制度
- 第九章 旅游安全管理法规
- 第十章 旅游消费者的权益保护法规







第一章 旅游法律与旅游立法

考点提示

本章主要讲述了旅游法律和旅游立法的基本常识,要求考生对旅游经营和旅游活动中的法律法规有基本法律认识与理解,能够知晓旅游法律关系构成及其主要内容,重点掌握我国旅游立法的现状和旅游局行政许可的相关内容。

命题点透析

第一节 旅游法律

考点 1 旅游法的概念 重点等级★

在我国,从立法角度论及旅游法律规范建设,从而正式触及旅游法概念,应当是在 20 世纪改革开放初期。从世界旅游立法现实看,在一般理论意义上解读,旅游法概念有广义和狭义之分:

广义旅游法是指调整旅游活动领域中各种社会关系的各种法律规范之总称。它既包括国际旅游法,且包括国内旅游法;既包括旅游程序法,还包括旅游实体法;既包括公法,又包括私法;既包括旅游行政管理规范,也包括旅游产业经营规范,还包括旅游消费行为规范等。

狭义旅游法指《中华人民共和国旅游法》以及诸如《旅行社条例》、《导游人员管理条例》等各单个调整旅游活动中各具体法律关系的有关法律法规等单项法。它们既包括国务院及旅游主管部门制定颁布的单行旅游行政法规和部门规章,也包括各地方权力机关或行政机关制定颁布的地方性旅游法规规章。

考点 2 旅游法律法规调整的对象 重点等级★

旅游法律法规调整的对象,即旅游法律、法规调整的基本社会关系,主要指旅游活动中(包括旅游管理、旅游经济、旅游消费等活动在内)形成的体现或反映一系列关联旅游特点的社会关系。

(1)旅游行政管理部门与旅游经营者之间纵向行政管理与被管理的关系。旅游行政管理部门与旅游经营者之间,属于一种纵向管理与被管理的关系,主要靠旅游行政管理部门依法行政的权利和旅游经营者依法接受管理的义务来实现。

(2)旅游经营者与旅游者之间、旅游经营者之间横向合同的法律关系。旅游经营者与旅游者之间,旅游企业之间,均属于一种横向主体平等的合同关系,因此,调整他们之间的关系,主要依靠双方在法律框架下各自履行和享受合同约定的权利义务来实现。

(3)旅游企业内部纵向层级领导与横向协作的关系。旅游企业内部关系,属于一种既有纵向上下层级领导、又有横向部门协作形成的纵横交错关系,这些关系的法律调整,不仅需要依据管理者与被管理者的权利义务依法设定,也需要依靠协作部门依法和协议内容来得到实现。



(4)旅游涉外多主体、多层面关系。旅游涉外关系调整涉及的主体与内容较广泛,包括因国际法与相关旅游协定形成国际间法律适用关系;外国旅游企业和中国旅游企业的法律地位及相互关系;中国境内中外旅游企业间关系及其与旅游者的关系;中国旅游行政管理部门与中外旅游企业间的管理关系。

考点3 旅游法律关系及其特征

重点等级★★

旅游法律关系是旅游法律规范体系对旅游社会关系进行调整,从而在旅游主体之间形成一种权利与义务的关系。旅游法律关系的特征主要有:

(1)旅游法律关系是具有法律效能的社会关系。旅游法律关系是旅游法律法规对旅游社会关系调整的结果,其产生、结构等必然依据有关旅游活动规范的基本法律规则。

(2)旅游法律关系是涉及权利与义务内容的社会关系。权利与义务是旅游法律关系能够成立的前提与核心,旅游法律关系能否实现,直接决定于权利和义务的法理构成与法意履行。

(3)旅游法律关系是由国家强制力保证实现的社会关系。



旅游法律关系能够成立的前提与核心是(D)

A. 旅游媒介

B. 旅游客体

C. 旅游主体

D. 权利和义务

【解析】权利与义务是旅游法律关系能够成立的前提与核心,旅游法律关系能否实现,直接决定于权利和义务的法理构成与法意履行。

考点4 旅游法律关系的要素

重点等级★★

旅游法律关系要素,是构成旅游法律关系的主体、客体和内容三要素。这是任何一个旅游法律关系构成的基础要件,且须同时具备,缺少其中任何一个要素,都不可能构成旅游法律关系。

1. 旅游法律关系的主体

旅游法律关系主体是参与旅游法律关系,依法享有权利、承担义务的当事人。因此,任何一个旅游法律关系至少涉及两个主体。旅游法律关系主体包括自然人、法人和其他组织三大类。

现阶段我国旅游法律关系主体主要有:①各级旅游行政管理部门。它们分别代表国家和地方政府参与旅游法律关系,为旅游管理法律关系的管理主体;②其他行政管理部门。根据《旅行社条例》规定,除旅游行政管理部门外,工商、价格、商务、外汇亦对口管理相关旅游事宜,以及文物保护、环保、交通、海关、金融、公安等涉及旅游行为管理的职权部门;③旅游业经营组织。包括旅行社、旅游公司、旅游酒店、旅游商店、旅游景区、景点经营商等直接从事旅游经营的经济组织;④旅游事业单位:包括从事旅游规划、咨询、策划、研究、人才培养、职业教育等社会组织;⑤旅游者,包括国际游客和国内游客两类;⑥相关协作行业组织;⑦外国旅游组织。

考点拓展

自然人的完全民事行为能力

自然人成为旅游法律关系主体,需要其满足法律规定的“完全民事行为能力”要件:①年满18周岁,或年满16周岁,并以自己劳动收入为主要生活来源;②非精神病患者。

2. 旅游法律关系的客体

旅游法律关系的客体是旅游法律关系主体权利和义务共同指向的对象。能够作为旅游法律关系客



体的有物、行为、与主体相联系的人身权益、知识产权等。

(1)行为。旅游法律关系客体的行为是指旅游法律关系成立后,其主体为实现旅游法律关系内容(权利和义务)而实施的有意识活动。旅游法律关系行为客体一般可分为两类:①作为行为。如旅行社向旅游者提供游览服务行为;旅游饭店向旅游者提供食宿方便行为等。②不作为行为。如旅游经营者不得作为单方享受权利或承担义务的霸王格式条款。

(2)物。所谓旅游法律关系客体的物是存在于旅游法律关系主体之外、作为主体财产权的有形对象物品,以及能够由旅游法律关系主体支配、使用、经营的其他有形物质财富。主要物可分为以下五大类,诸如:①旅游景观;②旅游经营设施;③旅游商品;④货币和有价证券;⑤其他有形物品等。

(3)人格。所谓旅游法律关系客体的人格,是与主体(包括自然人、法人和其他组织)人身不可分离而密切联系的可显现的具象性精神利益。一般表现为名誉、荣誉、姓名(或名称)、肖像(或标志)、生命尊重、身体健康等。

(4)知识。所谓旅游法律关系客体的知识,是主体创造的知识或精神成果,包括商标、品牌、著作、荣誉称号、发明专利等。

3. 旅游法律关系的内容

旅游法律关系的内容是指旅游法律关系主体依法或协约享有的权利和承担的义务以及权利和义务实现的程序与形式。

旅游法律关系的内容是旅游法律关系的核心,决定着旅游法律关系的性质。

(1)权利是旅游法律关系主体依法具有作为或不作为一定行为或要求他人作为或不作为一定行为的法律许可。不同的旅游法律关系主体所享有的权利并不相同。在一般旅游法律关系中,主体权利的类型基本可以概括为:①行政管理权。②合法财产权。③人身人格权。④知识产权。⑤消费者权益。⑥损害赔偿请求权。

(2)义务是旅游法律关系的主体依据旅游法律规范,必须作为或不作为一定行为的法律责任。不同的旅游法律关系主体承担不同的法律义务,其内容一般与权利相对应,一方当事人的权利常常是另一方当事人的义务。反之亦然。

考点5 旅游法律关系的产生、变更和终止

重点等级★★★

旅游法律关系的产生是相关当事人的权利与义务以旅游法律关系形式构成。旅游法律关系的变更是旅游法律关系的主体、客体、内容发生了变化。旅游法律关系的终止是相关当事人之间涉及旅游法律关系权利与义务的关系消灭。

旅游法律关系的产生、变更和终止,并非无缘无故,而是要合法有据,这合法有据就是旅游法律的事实。按照是否与旅游法律关系主体意志有关,旅游法律事实还可分为法律行为和法律事件两大类。

(1)法律行为。即:当事人由自己意识支配的设立、变更、终止旅游法律关系的法律行为。法律行为成立应具备四大要件,即:行为主体合法;行为内容合法;行为形式合法;意思表示真实。

(2)法律事件。即:与当事人主观意识无关、能导致一定旅游法律后果、引起旅游法律关系产生、变更和终止的客观事件。

旅游法律的事实具有下列三大显著特征:①具备可被旅游法律法规所确认性。②具备客观存在性。即具有客观具体的“确在状态”,故主观意识不能作为旅游法律事实;③具备引起旅游法律关系的产生、变更和终止的当然性。



旅游法律事实可分为(CD)

- A. 法律产生
- B. 法律结果
- C. 法律事件
- D. 法律行为

【解析】按照是否与旅游法律关系主体意志有关,旅游法律事实还可分为法律行为和法律事件两大类。

第二节 旅游立法

考点1 立法与旅游立法 重点等级 ★

立法是国家立法机构依照一定程序和立法依据,在可以行使的职权范围内,设立、修改、废止法律规范的法制建设行为。它既包括拥有立法权的国家权力机构的国家法设立、修改、废止行为,也包含国家行政机关和地方权力机关在法律授予职权内的法规规章的设立、修改、废止行为。

旅游立法是国家立法机构,依照一定程序和立法依据,在可以行使的职权范围内,设立、修改、废止旅游法律规范的法制建设行为。其既包括旅游根本法或专门法的设立、修改、废止行为,也包括涉及某一方面的旅游单项法的设立、修改、废止行为。在我国,目前还包括国务院、国家各行政管理部门,以及地方权力机关的旅游法规规章的设立、修改、废止行为。

考点2 我国旅游立法 重点等级 ★★

1. 我国旅游立法的环境

我国旅游立法的环境大体由三部分构成:

(1)国内法环境。这主要包括国内法律体系用以调整 and 促进旅游业发展的各种政策、法律、法规,以及执行这些政策、法律、法规的各种机构和公众的法律意识环境。

(2)国际法环境。这是指我国加入的有关旅游范畴的国际组织、国际公约,以及中国旅游各项活动遵守的有关国际惯例的现实环境。

(3)国内外旅游产业环境。其中包括国内外旅游管理规范状态,国内外旅游产业发展、经济规模、产能效益、产值影响和旅游消费等诸多方面对旅游立法建设的积极或消极作用环境。

2. 我国旅游立法的现状

(1)普通法与专门法并存。在我国旅游法律规范层面上,客观存在两种同时调整旅游社会关系的法律规范,它们分别是:①由诸如合同法、企业法、文物保护法、环境保护法等国家法形成的规范旅游活动的各种通用性法律规则的普通法;②由诸如《旅行社条例》、《导游人员管理办法》、《风景名胜区条例》、《江西省旅游条例》等行政法规和地方规章规范旅游活动形成的专门法。

(2)系统化进程。①行业经营法律规范。我国旅游立法系统化表现为从饭店、旅行社到景区(点)都有相应的法律法规,构成规约不同旅游经济经营主体行为的法律框架;②主体活动法律规范。从旅游经营者到旅游从业人员以及旅游消费者等各种主体行为亦有对应的法律规范,构成规约不同旅游法律关系当事人的法律框架;③多层面、多维度法律规范。从国家旅游法律规范系列到地方、部门旅游法规规章系列,构成上下贯通,左右沟通的法律规范系统。