



高等院校旅游专业系列教材

旅游学概论

主编 石长波

副主编 张培茵 包仁库



哈尔滨工业大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

旅游学概论

主 编 石长波
副主编 张培茵 包仁库

哈尔滨工业大学出版社

《高等院校旅游专业系列教材》

编审委员会

顾问 赵敏 孟宪成 陈德祺 辛玖林

主任 吴晓滨

副主任 段光达 郑昌江 刘跃忠

委员 (按姓氏笔划)

王民 王立军 王庆华 申影

刘淑平 祁颖 汪洋 吴琼

张瑞平 宗占林 韩宗禹 董铁军

赖胜才

内容提要

旅游学概论是旅游专业的入门性课程。

本书是《高等院校旅游专业系列教材》之一。它以揭示旅游活动规律为主线,在广泛吸收国内外旅游学研究最新成果和观点的基础上,全面系统地分析和阐述旅游学的基本理论和基本内容。内容包括:旅游与旅游学、旅游的发展历史、旅游的发生、旅游资源、旅游业、旅游体验、旅游市场、旅游效应、旅游组织和旅游产业政策。

本书既重视学科内容的前沿性与系统性,又突出体现旅游学本身的时代性和开放性。为方便学生学习、理解和掌握,每章前列有学习目标,章后列出本章小结、基本概念、思考题和案例分析。

本书除可作为高等院校旅游专业的教学用书外,还可作为高等教育自学考试相关专业的参考教材及旅游企事业单位工作人员的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论/石长波主编. —哈尔滨:哈尔滨工业大学出版社,2004.2

(高等院校旅游专业系列教材)

ISBN 7-5603-1993-9

I.旅… II.石… III.旅游-高等学校-教材
IV.F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 010732 号

出版发行 哈尔滨工业大学出版社

社址 哈尔滨市南岗区教化街 21 号 邮编 150006

传真 0451-86414749

印刷 哈尔滨工业大学印刷厂

开本 787×960 1/16 印张 14 字数 248 千字

版次 2004 年 3 月第 1 版 2004 年 3 月第 1 次印刷

书号 ISBN 7-5603-1993-9/F·297

印数 1~4 000

定价 20.00 元

总 序

随着我国经济体制改革的不断深入,旅游业一跃成为我国的朝阳产业、支柱产业。旅游业的蓬勃发展,促进了旅游教育的繁荣。截止 2002 年年底,全国共有旅游类高等院校(包括设有旅游系或旅游专业的院校)407 所,比上年增长 30.99%,在校生 157 409 人,增长 54%。即使这样,仍然不能满足旅游业发展的需要。

旅游业是综合性很强的产业,同时也是一种文化性产业。尤其是我国入世以来,旅游业对从业人员的素质要求越来越高,已由满足上岗要求转变为适应行业发展的需求,由单纯的岗位技能掌握拓展为综合应用能力的具备。因而,旅游业对高等院校旅游专业的培养目标提出了全新的要求,其教材建设就显得十分重要。

本套教材是遵循系统阐述基础理论、基本知识,并紧密结合生产、经营和管理实际的原则,组织黑龙江大学、哈尔滨商业大学、哈尔滨师范大学、黑龙江工程学院等十几所院校教师编写的。本套教材包括《旅游学概论》、《酒店管理》、《旅游服务教程》等 15 种书。

本套教材具备四大突出的特点:

第一,结合旅游专业的培养目标和教学特点,采用集群模块课程的教学方法,突出“宽基础、活模块”方式,使全套书内容既有系统性,又有相对的独立性,以适应各院校独自办学的特点。

第二,吸纳了当前旅游业先进的管理思想和经营理念,保证了本套教材的先进性与经营管理相结合的实践性。

第三,采用了国际上比较流行的教材结构,每一章都有必要的说明和提示,并将课外的相关知识、案例穿插在其中,以指导学生自学、明确目的,调动学生学习的积极性和主动性。

第四,本套教材不仅适用于高等院校旅游专业,其中大部分教材也适用于酒店管理专业。另外,也可以作为高等教育自学考试教材和业内人士的自修参考书。

经过全体参编人员的共同努力,这套教材现已陆续出版,我们欢迎广大专家学者和教师批评指正。

在本套教材的编写过程中,得到了黑龙江省教育厅高教处的大力支持和明确指导,以及相关院校领导、专家学者和教师的帮助,在此,一并表示衷心的感谢!

编审委员会

2004年2月

前 言

在 21 世纪,人类文明的发展及由此引发的人类精神世界的追求将使旅游成为人类离不开的经历,旅游业也将因此迎来它前所未有的发展空间,旅游产业在我国国民经济中将扮演着更重要的角色。这就对旅游业技术和管理人才培养和建设工作提出了更高的要求,提高旅游从业人员的素质,为旅游业培养出应用性、复合型高级技术和管理人才成为旅游高等教育亟待完成的使命。

本书作为旅游专业入门性课程的用书,将重点介绍旅游学的内容和学科体系,系统阐述构成旅游活动的诸多要素,旅游产业的特征与管理,旅游审美体验过程,旅游对旅游者、环境、经济、文化产生的诸多效应及如何实现旅游的可持续发展等。

本书第一章由哈尔滨商业大学旅游烹饪学院石长波编写,第二章、第四章、第五章的 5.6 节由哈尔滨商业大学旅游烹饪学院王玉编写,第三章由哈尔滨商业大学旅游烹饪学院孙琦编写,第五章的 5.1~5.5 节由大庆职业技术学院包仁库编写,第六章、第八章由哈尔滨商业大学旅游烹饪学院张培茵编写,第七章、第九章由黑龙江工程学院管理系董森编写。

本书在编写过程中难免存在一些不足之处,敬请读者不吝赐教。

作 者
2004 年 1 月

目 录

第一章 旅游与旅游学	1
1.1 旅游的概念	1
1.2 旅游的本质与特征	4
1.3 旅游的构成与类型	7
1.4 旅游学研究对象与内容	11
第二章 旅游的发展历史	23
2.1 古代旅游	23
2.2 近代旅游	35
2.3 现代旅游	43
第三章 旅游的发生	56
3.1 旅游者的定义	56
3.2 实现旅游的主观条件	63
3.3 实现旅游的客观条件	70
3.4 旅游者的类型	74
第四章 旅游资源	79
4.1 旅游资源的概念及特点	79
4.2 旅游资源的分类	86
4.3 旅游资源的开发	89
4.4 旅游资源的保护	94
第五章 旅游业	100
5.1 旅游业概述	100
5.2 旅游服务	104
5.3 旅行社业	110
5.4 旅游交通运输业	113
5.5 旅游餐饮住宿业	115
5.6 旅游产品	121
第六章 旅游体验	127
6.1 旅游体验及质量	127
6.2 旅游审美观赏	131

6.3	旅游景观美的形态	133
6.4	旅游审美体验经历的心理要素	136
6.5	旅游审美体验过程	138
第七章	旅游市场	143
7.1	市场与旅游市场	143
7.2	旅游市场营销	148
7.3	旅游市场细分化	154
7.4	旅游客流及其运动规律	161
第八章	旅游效应	172
8.1	旅游效应的概念与类型	172
8.2	旅游的经济效应	174
8.3	旅游的环境效应	178
8.4	旅游的社会文化效应	181
8.5	旅游的可持续发展	186
第九章	旅游组织和旅游产业政策	195
9.1	旅游组织	195
9.2	旅游产业政策	207
	参考文献	213

第一章 旅游与旅游学

学习内容与目标:

- 1.1 旅游的概念
- 1.2 旅游的本质与特征
- 1.3 旅游的构成与类型
- 1.4 旅游学研究的对象与内容

通过本章的学习,学生应在掌握旅游的基本概念、旅游的本质与特征、旅游的基本属性、旅游活动的构成和类型的基础上,对旅游世界的基本认识和旅游学科体系有一总体把握。

你正在出发进行一次远航,同我一起进入一个充满浪漫而神秘色彩的旅游世界,去探索旅游这个主题。假设预言家和未来学家是正确的话,那么你将研究世界上规模最大的行业。旅游业是一个变幻莫测、生机盎然、蒸蒸日上、充满无限活力和挑战的行业,可是,你有没有想过,旅游现象虽然已深入人心并日趋普及,但历史上对于旅游和旅游者从来没有过一个统一的定义被采用过。至今为止,给旅游一个统一的定义仍是一个困扰研究者们的难题,给旅游下一个准确的定义远不像看上去那么容易。

1.1 旅游的概念

1.1.1 旅游概念的各种提法

1. 词典中对旅游的解释

旅游一词最早出现在 1811 年出版的《牛津词典》中,将其解释为离家远行,又回到家里,在此期间参观游览一个或几个地方。这种定义只是旅游表面现象的描述。

1927 年,在德国以蒙根·罗特为代表出版的《国家科学词典中》将旅游定义为:狭义的理解是那些离开自己的住地,为了满足生活或文化的需求,或个人各种各样的愿望,而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人

的交往。

2002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。

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,国内外的许多学者及有关研究机构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,“非定居者”强调了旅游活动的异地性,“暂时居留”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。

(2) 美国参议院领导的一个研究机构认为:旅游是人们出于日常上班工作以外的任何原因,离开其居家所在的地区,到某个或某些地方旅行的行动和活动。

本定义中,“日常上班工作以外的任何原因”强调了旅游活动的业余性,这种业余性兼容了日常工作以外的赚钱活动;“旅行的行动和活动”则强调了旅游活动的综合性。本定义强调了消遣型旅游的特征,而没有排斥商务性旅游。

(3) 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。

(4) 英国旅游局(BTA)前执行主任里考瑞什认为:旅游是人的运动,是市场的运动,而非一项产业的运动,总之,是流动人口对接待地区及其居民的影响。

(5) 1980年,美国密执安大学的罗伯特·麦金托什在Robert. McIntosh《旅游学——要素、实践、基本原理》一书中指出:旅游是由游客、旅游企业、东道主政府和东道主地区在吸引和接待旅游及其游客的过程中产生的现象与关系之和。

(6) 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,其旅游目的属于下列两项之一:①悠逸(包括娱乐、度假、保健、研究、宗教或体育运动);②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,但排斥了当日往返的旅游活动。

(7) 1991 年,世界旅游组织(WTO—World Tourism Organization)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逗留连续不超过一年的活动。

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。“不超过一年”则为了排除长久的移民活动。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。

1.1.2 对旅游定义的进一步探讨

对旅游定义的关注具有学术和实践两方面的意义。首先旅游的研究需要有一个标准的定义以建立研究对象的参数;其次,没有统一标准的定义,对旅游经济活动的研究或研究旅游对地方、国家和全球经济影响的度量就缺乏统一的口径。上述各种定义从各个不同的研究角度出发,强调了旅游作为一种社会现象的某些基本特征,每一种阐述都有其优点和不足之处。综合以上不同表述,我们可以看到人们至少在以下四个方面达到了共识:

(1) 旅游活动的异地性,旅游的前提是要离开常住地到目的地的空间位移。

(2) 旅游活动的暂时性,强调时间过程上的暂时性,不导致长期居住。

(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,它不仅包括旅游者活动,而且涉及这些活动在客观上所产生的一切现象和关系。

虽然各家说法表述不同,归纳起来,笔者认为,旅游可以有两种定义类型,即概念定义和技术定义。概念性定义(Conceptual Definition)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。技术定义(Technological Definition),用它来为统计和立法提供旅游信息。各种旅游技术性定义所提供的含义或限定在国内和国际范畴上都得到了广泛的应用。笔者倾向的旅游的概念定义是东北财

经大学谢彦君所著的《基础旅游学》(中国旅游出版社,1999)中的定义:“旅游是个人以前往异地寻求审美和愉悦为目的而度过的一种具有社会、休闲和消费属性的短暂经历。”而技术定义如上述定义(6)和定义(7)。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。

1.2 旅游的本质与特征

1.2.1 旅游的本质

关于旅游活动的本质特性,由于研究的角度不同,因而各自得出的结论也不同。又由于旅游活动在现代商品社会极易显出的经济意义,许多人倾向于从经济的角度去解答这个问题。但是,旅游作为一项经济活动是19世纪以后的事,而在这之前,非经济性的旅游现象早已出现。再者,若非首先在旅游活动中已经存在了旅游主体与旅游客体的一种特定关系,旅游作为一项经济活动就会失去依托。因此,尽管经济性是现代旅游的突出特性,但它不可能成为旅游的本质特性。笔者倾向于北京旅游学院陈刚在《旅游学刊》(1992年第4期)“论旅游的审美本质”一文中的观点,旅游是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。诚然动物也有大规模的迁徙活动,候鸟可以飞行几千里觅食、过冬,鱼也可以游很远的路程产卵,但这都不能等同于人类的旅游活动。因为动物的迁徙活动都不是由意识支配的,它们在这种活动中也不可能体验人在旅游中获得的满足和愉悦的感觉。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。

随着人类社会实践的不断发展,人类征服自然的能力不断增强,对自然的认识日益深入,大自然成为人类征服和改造的对象,而不再是压抑人的力量,人类在与自然斗争中的每一次胜利,标志着人与单纯依附于自然的动物界的距离又增大了一步,标志着人类日益成为理想化的人,人类面对自然不再感到恐怖和战怵,而是时刻联想到人类征服和改造自然的勇气、力量和智慧。因而,自然成了人的本质力量的象征和显现,人类在自然中到处都能感

受到人的伟大和人性的光辉,到处都能发现绚丽灿烂的美。这样,旅行与游览就不再是痛苦和恐惧的事情,人类在这种活动中所体验到的是自信、充实、舒畅、愉悦、自豪等情感,这种情感正是一种审美情感。这种活动及其所产生的体验在人类的实践中反复发生,使体验不断深化,终于积淀为现代人类的旅游情感。因而,旅游感受不是一种单纯的生理快感,而是在人类实践中出现的社会性情感,它蕴蓄着丰富的社会内容。

旅游最初依附于人类的其他社会实践活动之中,比如宗教、外交、贸易等,这些活动的直接目的都不是为了旅游,而是有具体的功利性。但是这些活动又不可避免地地带有一定的旅游色彩,在某瞬间能够使人摆脱公务,产生一种愉悦的感受。比如站在泰山之巅俯视翻腾的云海,或者在沙漠之中目睹壮丽的黄昏,这些景象常常具有一种震撼人心的力量,它能完全地占有人的心灵,使人一刹那间沉醉于这种审美境界之中。这种感觉如此强烈,以至人们希望能不断地从实践活动中获得这种精神上的满足,于是,一种专门用来满足人类这种需要的新型的社会活动便逐渐地从其他社会实践活动中分化出来。当人类社会发展到一定的历史阶段,旅游终于从人类的生产实践活动中脱离出来而成为独立的以审美为本质的活动。随着生产力水平的不断提高,物质财富的丰富,闲暇时间的增多,经济条件的改善,旅游获得了充足的发展动力,最终成为现代的综合性的社会活动。

旅游审美活动与人类其他类型的审美活动不同。在其他类型的审美活动中,审美对象一般都是比较确定的,比如艾青的一首诗,罗丹的一座雕塑,人们在这些审美活动中获得的审美感受也都是比较纯粹的。但在旅游审美活动中,确定的审美对象消失了,人们面对的是多姿多彩的审美化的生活,从踏上旅途开始,甚至旅行前的计划和期望带来的快乐可以理解成审美活动已经开始,一直延续到旅游结束的一种与日常生活不同的新鲜充实的感受,当旅行结束时仍回味无穷。这种审美化的生活包括艺术美、自然美以及社会美等各种审美形态。而欣赏者从中获得的审美感受也是多种多样的,因而,旅游审美活动是一种综合性的审美活动。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,创造出一个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。

因此,旅游是综合性的审美实践活动。旅游者在旅游活动中欣赏的是一种审美化的生活,旅游快感的获得是通过美的体验实现的。

1.2.2 旅游的基本属性

1. 消费属性

在现代旅游活动中,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。旅游活动,在其全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“吞噬”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),他也是在利用本可以用于创造财富的生产时间。所以,旅游无疑是消费活动,而不是生产活动。

2. 休闲属性

休闲和劳动,是人类生活不可缺少的对应的两个方面,旅游的休闲属性可以从以下三个方面表现出来:

(1)从旅游的目的上看,旅游表现为借助各种客体给人以愉悦的活动,达到审美体验,这显然区别于为谋生而进行的劳动,也不同于为维持生存而进行的活动(如睡眠、吃饭、做家务)。在旅游的全过程中,占主导地位的是自然开放的随意性,这是与休闲行为相一致的品性。

(2)从旅游的活动构成上看,旅游的这种休闲行为实际上又是众多休闲行为的再组合。

(3)从旅游发生的时间上看,旅游是发生在自由时间的行为。表面上看,旅游与劳动在分享时间上表面上是矛盾的,但旅游是积极的休闲活动,在功能上与劳动互为前提,有利于工作的补充和人格的完善,改善生活质量,开阔视野。旅行带来新的知识、认识和理解,打破人类思维的狭隘性,并可能会重新发现自我。

3. 社会属性

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,并随社会发展和时代影响而演变,从60年代的追求3S(Sun, Sand, Sea)到今天的回归自然、生态旅游等,旅游者的审美意识和追求发生了时代性的演变。

1.2.3 旅游的特征

旅游的两个突出特征是异地性和暂时性。

异地性特征是指旅游活动的发生要以行为主体的空间移动为前提,旅游者要向旅游目的地移动。旅游的暂时性特征是指旅游仅发生在旅游者人

生时间波谱某一时段上的行为。

1.3 旅游的构成与类型

1.3.1 旅游的构成要素与旅游系统

旅游活动是一种涉及面极其广泛的综合性社会经济文化活动,它涵盖了旅游活动过程中的食、行、住、游、购、娱各个环节。旅游活动由旅游主体、旅游客体、旅游媒体三个要素构成。

1. 旅游活动的主体——旅游者

旅游者,又称游客,指离开自己的居住地到旅游目的地作旅游访问的人。旅游的发展历史证明,旅游是先有旅游者的旅游活动,然后才有为旅游者服务的旅游从业队伍的。旅游者是旅游活动的主导性因素,他们的数量、消费水平、旅游方式是决定旅游业内部各种比例关系及其相互协调的主要因素。因而旅游者是旅游活动中最活跃的因素,居于主体地位。

2. 旅游活动的客体——旅游资源

旅游资源是指客观存在于自然环境和人文环境中,能对旅游者产生一定吸引力的事物和现象。在旅游活动的各个构成要素中,旅游资源处于客体或对象的地位。当一个人有了足够用于旅游花费的资金或时间后,从其娱乐和求知等旅游目的出发,他首先考虑的必然是去哪一个国家或地区才能满足自己的旅游需求。这时,吸引旅游者的决定因素,就是合乎其口味的旅游资源了。固然,当一个人准备去某国或某地区旅游时,同时也会考虑到那里的生活条件和服务设施,但这只是第二、三位的需要。那些具有不同民族特色和地区特色的旅游资源,其观感不是靠别人的介绍或纸上的字画就能真切感受到的,没有别的办法可以替代,必须旅游者自己身临其境才能获得真正的精神满足。所以,旅游资源是旅游活动的客观基础,是一个国家、一个地区招徕客源、开拓市场、发展旅游的重要的物质基础和条件。

3. 旅游活动的媒体——旅游业

旅游业是以旅游者对象,为旅游活动创造便利条件并提供其所需商品和服务的综合性产业。旅游业的范围极为广泛,涉及到许多经济部门和非经济部门,其中最直接的部门是旅行社、旅游饭店和交通等。

旅游业是联系旅游主体和旅游客体之间的媒介体、桥梁和纽带。在现代旅游活动中,旅游者对旅游服务的需求主要通过旅游业来提供。在现代大众旅游阶段,几乎没有哪个旅游者不在利用旅游业提供的旅游服务。虽然使用旅游业提供的旅游服务并非旅游者的旅游目的,但旅游业在客源地与目的地之间以及在旅游动机与旅游目的的实现之间架起了一座便利的桥

梁。在已经具备了需求条件的前提下,旅游者不必再为旅游过程中可能遇到的各种困难而担心,他们的旅行以及在旅游目的地期间的生活和活动都可以由有关的旅游企业为他们安排。旅游业的这种便利作用对旅游活动的发展无疑也是一个重要刺激,使得旅游活动的规模越来越大,并且使人们外出旅游的距离也越来越远。

旅游活动的三要素是相互联系、互为制约的,他们共同构成了旅游活动的统一体,其中一个要素变动必然引起其他要素的相应变动。比如,旅游者的旅游兴趣和决策,直接影响到旅游地的选择;旅游者的客流量和流向以及旅游者的时空变化,会影响旅游地的开发规划和规模、服务设施的规模和档次需求;如果旅行社的旅游宣传很有特色,旅游地本身也具有吸引力,就会反过来影响游客流向和流量的变化。因此,三大要素构成了一个旅游活动的整体。

1.3.2 旅游的类型

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,选用不同的划分方法,因而所划分出来的旅游类型也是各异。同时应用任何一种标准所划分出来的任何一种旅游类型,都会同使用其他标准划分出来的类型发生相互交叉和联系。这从另一个侧面说明了旅游的复杂性和多样性。现综合大多数学者的观点,列出如下划分方式。

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

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,非本国居民的常住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、全国性旅游三种形式:

①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,多数与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。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。是跨多个省份的旅游,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、福建武夷山和厦门等路线的旅游活动都属于全国性旅游。

(2) 国际旅游

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三种具体形式:

①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。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(北美)到中国(亚洲)、日本人(亚洲)到美国的夏威夷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。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。

2. 按旅游目的划分

按旅游者的旅游动机和主要目的来划分,旅游可分为观光型、保健型、公务型、宗教型、购物型、休闲型、求知型、猎奇型等几种主要类型。

(1) 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旅游观光的向往。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,寻求幽静的生活、欢乐轻松的休假期,治疗某些慢性疾病,以达到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。

(3) 公务型

即出于职业的需要,以办展览、进行贸易和商务洽谈、出席会议或进行