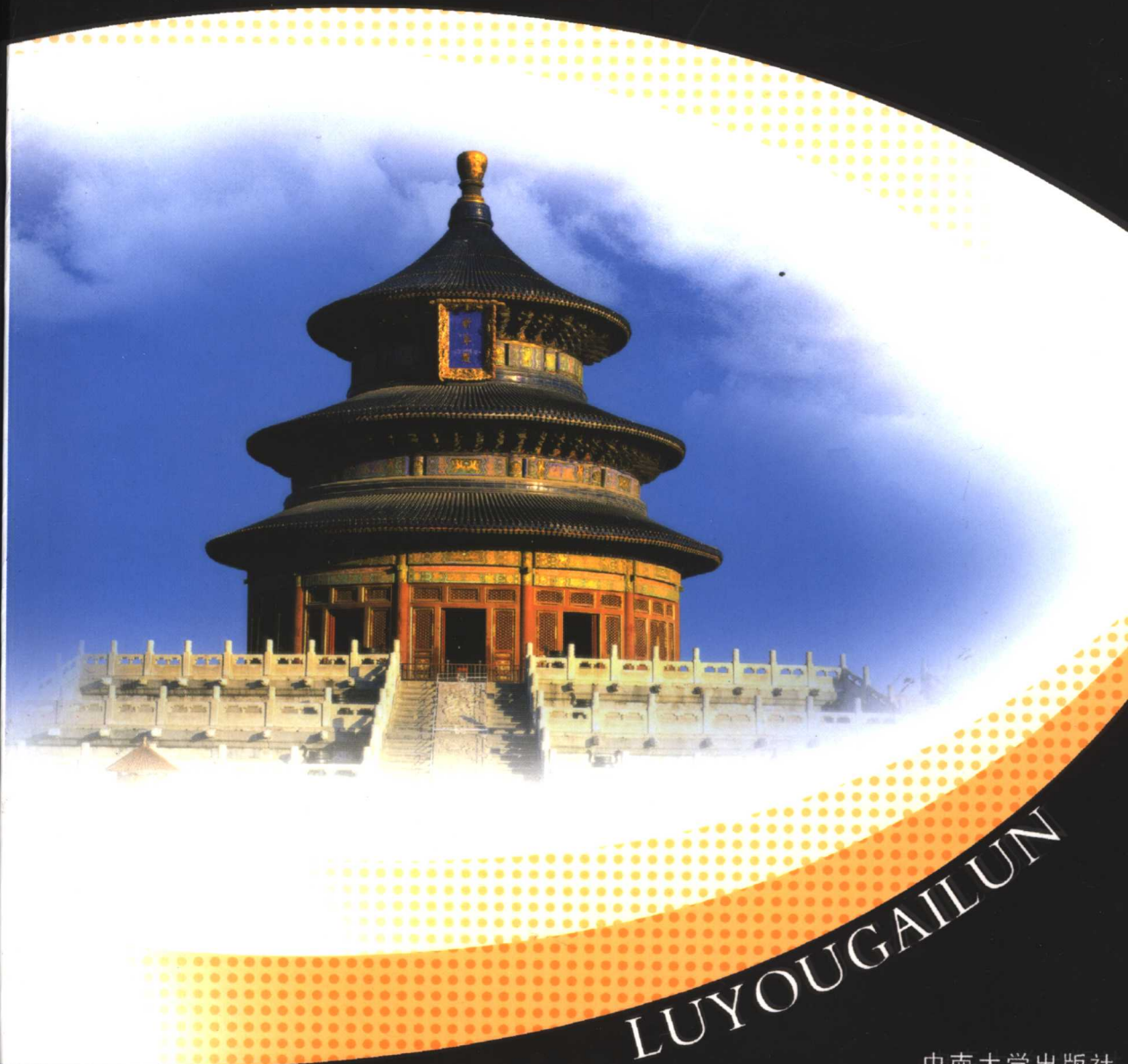


21世纪高职高专旅游与饭店管理专业规划教材



主编 李映辉

旅游概论



LUYOU GAILUN

中南大学出版社

21世纪高职高专旅游与饭店管理专业规划教材

旅游概论

主 编/李映辉

副主编/林飘华 龙凌江波



LUYOUGAILUN

中南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论/李映辉主编. —长沙:中南大学出版社,2005.7
ISBN 7-81105-072-2

I. 旅... II. 李... III. 旅游—概论 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 067960 号

旅游概论

主 编 李映辉

☐责任编辑 谭 平

☐责任印制 文桂武

☐出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路

邮编:410083

发行科电话:0731-8876770

传真:0731-8710482

☐印 装 湖南大学印刷厂

☐开 本 730×960 1/16 ☐印张 18 ☐字数 339 千字 ☐插页 1

☐版 次 2005 年 7 月第 1 版 ☐2005 年 7 月第 1 次印刷

☐书 号 ISBN 7-81105-072-2/G·001

☐定 价 24.00 元

图书出现印装问题,请与经销商调换



总序

随着我国加入 WTO,旅游业作为服务贸易的一个重要组成部分,迎来了空前的发展机遇。目前,旅游业已成为我国经济三个新的增长点之一,共有二十多个省、市、自治区将旅游业作为支柱产业或先导产业。但与此同时,我国的旅游业也面临着许多严峻的挑战,外国资本正大量进入,市场竞争与人才竞争越演越烈。为了应对这种挑战,我国旅游业急需充实一大批高素质的应用型、外向型人才,以提高参与国际竞争的能力。与之相适应,近年来,我国旅游高职高专教育发展迅猛,2004 年全国高职高专院校旅游专业招生人数、在校生规模、毕业学生人数等指标都达到了历史最高水平。但在旅游高职高专教育迅速发展的同时,既具有前瞻性、时代性,又体现应用性、技能性等职业教育特点的教材却非常缺乏,因此出版一套适合现代旅游高职高专教育的专业教材势在必行。

为此,湖南省旅游学会旅游教育专业委员会、湖南省旅游局培训中心与中南大学出版社共同策划开发了一套“旅游与饭店管理”专业系列教材,教材的编委会由业内权威专家组成,作者均为有着丰富教学经验及旅游企业管理经验的教授、学者和骨干教师,编委会对每本书的大纲、内容进行了严格的审定,确保了教材的权威性与专业性。

根据高职高专应用型人才培养目标,这套教材既具有高等教育的知识内涵,又具有职业教育的职业能力内涵,主要体现了以下特点:

第一,以综合素质为基础,以能力为本位。

本套教材把提高学生的能力放在突出的位置,符合教育部旅游高职高专教育的教学要求和人才培养目标。理论联系实际,注重创新能力培养和综合素质培养,力求把学生培养成为旅游企业一线迫切需要的高素质人才。突出了应用性、实践性等高等职业教育特色。

第二,以社会需求为基本依据,以就业为导向。

适应社会需求是职业教育生存和发展的前提,也是职业教育课程设置的出发点。本套教材以旅游企业的工作需求为依据,探索和建立根据企业用人“订

单”进行教育与培训的机制，既具有针对性，又兼顾适应性，既使学生具有较强的就业岗位实际能力，又有一定的相关岗位的适应能力和可持续发展职业基础。

第三，关注旅游专业的最新发展趋势，体现前瞻性、新颖性、时代性。

本套教材充分反映了旅游行业的最新发展和最新研究成果，反映了旅游业中的新知识、新方法、新理念，采用了最新的行业法规及最新的资料与数据。

第四，贯彻学历教育与职业资格证考试相结合的精神。

本套教材把职业资格证考证的知识点与教材内容相结合，将实践教学体系和行业职业资格鉴定标准实行捆绑，设计了与报考导游资格证、职业经理人资格证等基本相同的课程体系和标准版块，学生在获得学分的同时，也能获得职业资格证书考核的相关知识。

“百年大计，教育为本”，我曾经当过多年高校教师，深感教育事业的崇高与责任。当知识经济时代拂面而来，当 WTO 真实地走进了我们的生活，人才竞争已经成为一个国家、一个产业的关键。现在，我国旅游业面临着极好的发展机遇，而旅游从业人员的素质高低，关系到旅游产业的兴衰成败，编写好的教材，培养高素质人才比以往任何时候都显得更为重要。我诚恳地希望和期待旅游院校的老教师们和旅游业的全体同仁，奋发图强，再接再厉，努力培养高素质的旅游人才。同时，也恳切希望这套吸纳国内旅游学者最新研究成果、凝聚众多旅游专家心血的教材的出版，能为我国旅游教育事业的发展作出贡献。

刘绵松

2005 年 6 月于长沙

（序作者为湖南省旅游局副局长、湖南省旅游学会副会长）





前言

旅游业是当今世界发展最快的产业之一，而改革开放以来的 20 多年则是我国旅游业快速发展的时期，其成就令世人瞩目。伴随旅游业的高速发展，国内外的旅游学术研究也取得了丰硕的成果。但是，毋庸讳言，作为一门年轻的学科，旅游学还远未成熟；我国的旅游学研究因为起步晚，就更显稚嫩。在此背景下，我国的旅游学研究者 and 旅游教育工作者作出了巨大的努力，推动着旅游研究和旅游教育的发展，表现之一就是编写出版了为数不少的优秀的旅游专业本专科教材，这是旅游教育和旅游研究的十分重要的基础工程。“旅游学概论”或“旅游概论”是高等院校旅游专业的重要专业基础课程，其教材应该对旅游学研究涉及的重要方面进行系统的阐述，对旅游各方面的知识进行综合归纳。已经出版的以《旅游学概论》、《旅游学原理》、《基础旅游学》、《旅游概论》等命名的教材，数量很多，其中不乏优秀者，但大都存在这样或那样的不足，这种现象其实再正常不过了。使用者不同，其要求也就不一样。大家见到的这本教材不叫《旅游学概论》而曰《旅游概论》，一方面是基于对旅游学研究现状的考虑；另一方面是根据高职高专学生的实际需要和该课程在高职高专课程体系中的定位与任务而确定的。

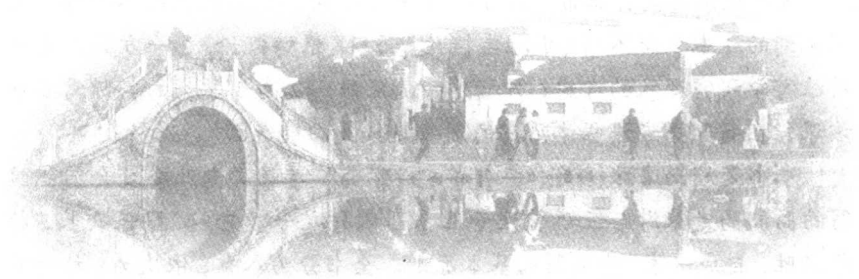
本书是湖南省旅游局、湖南省旅游学会旅游教育专业委员会组织编写的高职高专旅游与饭店管理专业系列教材之一。它以“博采众长，特色取胜，自成一家”为编写的基本原则。全书分为八章，依次为：旅游的概念、性质与特点，旅游的产生与发展，旅游者，旅游资源，旅游业，旅

游市场,旅游效应和旅游业的发展趋势。章节顺序的安排,既考虑逻辑性、系统性,又照顾教学的方便。在本教材的编写中,我们力求在以下几个方面有所作为:一是注重内容的新颖性,注意理论与实践的紧密结合,充分吸纳国内外旅游学研究的最新成果,跟踪反映旅游业发展实践中产生的新材料、新问题,突出教材内容的前沿性、时代性与开放性;二是充分考虑专科学生的认知能力、思维特点和本书在系列教材中所担负的任务以及旅游业实际状况,突出教材内容的系统性,同时把握好教材的难易与深浅;三是注重实用性,重视对学生实践能力的培养,体现高职高专旅游与饭店管理专业应用型人才培养的特点。

本书是集体合作的结果,由李映辉主持编写,负责全书框架的确定;林飘华、龙凌、江波任副主编。具体写作分工如下:前言、第一章,李映辉;第二章,郑新红;第三章,周美芳;第四章,张翔;第五章,江波;第六章,林飘华;第七章,龙凌;第八章,龚敏。最后由李映辉总统稿、定稿。本教材除可作为高职高专旅游类专业的教学用书外,还可作为旅游企事业单位员工的培训教材和自学读物。本书在编写过程中,参考引用了大量教材、专著及其他文献资料,在此谨向有关作者表示深深的谢意。同时也要感谢中南大学出版社文援朝社长、周兴武副编审的大力支持。说实话,从策划到完稿,我们感觉时间特紧,加上水平有限,书中不足之处在所难免,恳请专家、学者和使用本教材的广大师生及其他读者不吝赐教、批评指正。

编 者

2005年5月





目录

第一章 旅游的概念、性质与特点	1
本章导读	1
第一节 旅游的概念	1
第二节 旅游的性质和特点	6
第三节 旅游的类型	9
本章小结	16
阅读材料	17
思考题	23
第二章 旅游的产生与发展	25
本章导读	25
第一节 古代旅行	25
第二节 近代旅游的兴起与特点	30
第三节 现代旅游与旅游产业的发展	33
本章小结	50
阅读材料	50
思考题	55
第三章 旅游者	56
本章导读	56

第一节 旅游者的基本概念与类型	56
第二节 旅游者的形成条件	69
第三节 旅游决策与期望	81
本章小结	92
案例分析	93
思考题	97
第四章 旅游资源	99
本章导读	99
第一节 旅游资源的概念与类型	99
第二节 旅游资源的调查	105
第三节 旅游资源的评价	108
第四节 旅游资源的开发与保护	114
本章小结	123
阅读材料	123
思考题	130
第五章 旅游业	131
本章导读	131
第一节 旅游业概述	131
第二节 旅行社业	135
第三节 旅游餐饮住宿业	141
第四节 旅游交通业	147
第五节 旅游观赏娱乐业	151
第六节 旅游购物品经营业	153
第七节 旅游电子商务	155
第八节 旅游业产品	160
本章小结	174
案例分析	176
思考题	178

第六章 旅游市场 179

本章导读 179

第一节 旅游市场的概念 179

第二节 旅游市场的划分 182

第三节 国际旅游市场的空间分布 184

第四节 中国旅游市场的空间分布 191

本章小结 211

阅读材料 212

思考题 214

第七章 旅游效应 215

本章导读 215

第一节 旅游效应的概念与类型 215

第二节 旅游的经济效应 217

第三节 旅游的环境效应 223

第四节 旅游的社会文化效应 225

第五节 可持续旅游发展 230

本章小结 238

阅读材料 238

思考题 246

第八章 旅游业的发展趋势 248

本章导读 248

第一节 世界旅游业的发展趋势 248

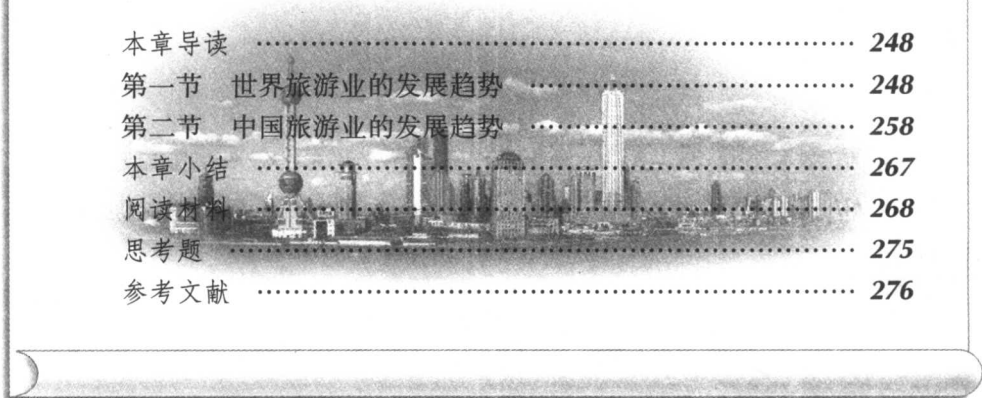
第二节 中国旅游业的发展趋势 258

本章小结 267

阅读材料 268

思考题 275

参考文献 276



第一章 旅游的概念、 性质与特点



本章导读

- * 掌握旅游的概念,并且对各种旅游定义的差异和得失有所认识
- * 理解旅游与迁徙、旅行的关系
- * 学会分析并理解旅游的本质和基本属性
- * 熟悉旅游活动的基本特点
- * 掌握旅游类型的划分及其意义



第一节 旅游的概念

浪漫而神秘的旅游世界是令人神往的,如今旅游已经成为人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一,旅游业则已成为世界上发展势头最强劲的产业。然而,你是否想到过,虽然旅游业正在蓬勃发展,旅游者的队伍在不断扩大,“旅游”一词对绝大多数人已不再陌生,但是,什么是旅游,这样一个看似简单的问题至今还没有一个统一的答案。长期以来,由于人们观察、认识问题的角度不一样,国内外学术界及其他相关组织和机构对旅游的内涵及外延有着不同的理解,因而对旅游的定义有着许多种不同的提法。给旅游一个科学的为大家所公认的定义仍是令旅游学者们感到非常棘手的问题,但解决这个问题远不像看上去那么容易。

一、早期的旅游定义

“旅游”一词在我国最早出现在南朝梁诗人沈约的《悲哉行》一诗：“旅游媚年春，年春媚游人。徐光旦垂彩，和露晓凝津。时嘤起稚叶，蕙气动初频。一朝阻旧国，万里隔良辰。”据统计，“旅游”一词在《全唐诗》中曾出现 22 次，著名诗人贾岛就曾以“旅游”作为诗题。其他著名诗人如高适、韦应物、白居易、张籍等都在诗句中用过“旅游”这个词。从沈约到白居易等人，他们作品中的“旅游”大体都含有外出游览、观光的意思。而在沈约之前，古汉语中已大量使用独立的“旅”和“游”字。“旅”，古汉语中指在外做客，旅行；“游”，指游玩、游览、游历，对离家远游的人常称为“游子”。

在西方，旅游(Tourism)一词最早见于 1811 年英国出版的《牛津词典》。而 Tourism 是从 Tour 引申而来的。在《韦伯斯特大字典》中，旅游(Tour)一词被解释成“是一个人回到其出发地所经历的旅程；是一次出自商务、娱乐或教育的目的所作的旅行，旅行期间通常按计划的线路访问不同的地方”。

二、偏重于经济、产业角度的旅游定义

从学术的角度对旅游进行系统的观察、思考和研究，最早恐怕是经济学家所为。他们给旅游下过种种定义，其中比较典型的是奥地利经济学家 Herman Von Schullard 所阐述的观点，他认为“旅游是外国或外地人口进入非定居地并在其中逗留和移动所引起的经济活动的总和”。此后所有从经济角度定义旅游概念时都深受该观点的影响。把旅游纯粹当成一种经济活动，而忽略其文化、审美、休闲等功能，这类旅游定义显然存在严重缺陷。

三、偏重于文化审美角度的旅游定义

随着旅游研究的深入，人们越来越注意到旅游的文化内涵，有人甚至力主旅游是一种社会文化行为。

法国学者让·梅森特认为，“旅游是一种休闲的活动，它包括旅行或在离定居地点较远的地方逗留。其目的在于消遣、休息或为了丰富他的经历和文化教育”。

N·雷坡尔认为，“所有的休闲都带有某种逃逸的意思”，但“旅游却因其包含有空间的逃逸而不同于一般的休闲行为。旅游者向一个或几个休闲目的地的旅行过程就是这种逃逸的表现”。道格拉斯·皮尔斯也认为，“从一个更为技术性的意义上来说，可以把旅游看做是人们出自休闲和娱乐的目的而旅行以及暂时居留而引起的关系与现象”。

日本旅游学家律田新在《现代观光论》中指出：“所谓旅游，是人们离开日常

生活圈,再返回原地,以去考察别的国家、别的地方的文物制度,观赏游览风光等为目的的旅行。”这个定义在日本旅游界极具代表性。

我国学者从审美、文化角度所下的旅游定义中以冯乃康、谢彦君的观点最具代表性。冯乃康认为,旅游“是以去异地寻找审美享受为主要内容的一种短期生活方式”。谢彦君将旅游定义表述为:“旅游是个人以前往异地寻求愉悦为主要目的而度过的一种具有社会、休闲和消费属性的短暂经历。”我们认为这一表述最接近旅游的本质。

四、“总和”或多目的论者的旅游定义

英国学者伯卡特(Burkitt)和梅特利克(Medlik)在其合著的《旅游的未来》(Tourism Past, Present and Future)中提出:“旅游是指人们到其正常生活和工作以外的目的地的临时和短期的运动,以及他们停留在这些目的地上的一切活动。”

瑞士学者汉泽克尔(Hunziker)和克拉普夫(Krapf)于1942年合著的《普通旅游学纲要》中给旅游下的定义是:“旅游是非定居者的旅行和暂时居留所引起的现象和关系的总和。这些人不会导致永久定居,并且不从事任何赚钱的活动。”

1980年,美国罗伯特·麦金把什和查尔斯·R·戈尔德耐两位教授在合著的《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者及其他访问者的过程中,由于游客、旅游企业、东道国政府及东道地区的居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。”查尔斯·R·戈尔德耐等在《旅游业教程:旅游业原理、方法和实践》(第8版)中的定义是:“旅游是由游客、旅游企业、东道国政府和东道主地区在吸引和接待旅游者及其他来访游客的过程中产生的现象与关系之和。”

我国学者李天元在其《旅游学概论》中提出:“旅游是人们出于移民和就业任职以外的其他原因离开自己的长住地前往异国他乡的旅行和逗留活动,以及由此所引起的现象和关系的总和。”马勇认为:“旅游是人类社会的一种短期的生活方式,是旅游者在旅行和暂时性停留中所引起的一切现象和关系的总和。”《中国百科全书》中“旅游学”部分则指出:“旅游是人们观赏自然风景和人文景观的旅行游览活动。包含人们旅行游览、观赏风物、增长知识、体育锻炼、度假疗养、消遣娱乐、探险猎奇、考察研究、宗教朝觐、购物留念、品尝佳肴以及探亲访友等暂时性移居活动。从经济学观点看,是一种新型的高级消费形式。”

五、官方或半官方的旅游定义

1979年,英国旅游协会给出了一个旅游定义:“旅游是指与人们离开其日常

旅游概论

生活和工作地点向目的地作暂时的移动以及在这些目的地作短期逗留有关的任何活动。”这是十分宽泛的定义。

还有一个很著名的定义,是1981年“旅游专家国际联合会(International Association of Scientific Experts in Tourism)”采用汉泽克尔与克拉普夫的定义而提出的。该联合会英文名称缩写为Aiest,该定义也就简称“艾斯特”定义。专家们认为,旅游是“由人们向既非永久定居地亦非工作地旅行并在该处逗留所引起的相互关系和现象的总和”。

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。

世界旅游组织(WTO)在1980年马尼拉会议之后,曾提到要用“人员往来”(Movements of Persons)一语取代“旅游”(Tourism)一词,对该用语的定义是指人们出于非移民及和平的目的,或者出于能够实现经济、社会、文化及精神等方面的个人发展及促进人与人之间的了解与合作等目的而进行的旅行活动。

1993年,世界旅游组织给出的旅游定义为大多数国家的旅游行业管理部分所采用。该定义是这样表述的:旅游是人们出自非获取报酬以外的任何目的而向其日常环境以外的地方旅行并在该地停留不超过一年所产生的活动。

1997年,在世界旅游组织、世界旅游理事会(WTTC)与地球理事会(Earth Council)联合制定的《关于旅游业的21世纪议程》中给旅游下的定义是:旅游是指人们离开其惯常环境,为休闲、商务或其他目的而去往他处并在那里逗留连续不超过一年的活动。

六、本书对旅游的定义

1. 旅游的定义

上面列举了多种有代表性的旅游定义,人们之所以不厌其烦地对旅游定义进行探讨,是因为对旅游定义的讨论具有学术和实践两方面的意义。综合以上不同表述,我们可以看到人们在以下三个方面取得了共识:第一,旅游是人们离开自己的定居地,去异国他乡访问的活动,这一点反映了旅游的异地性;第二,旅游是人们前往旅游目的地,并在那里作短期停留的访问活动,这种短期停留有别于移民性的永久居留,这一点反映了旅游的暂时性;第三,旅游不以就业为目的。

其实,关于旅游范畴的定义,可以区别为概念性定义和技术性定义。概念性定义(Conceptual Definitions),又称理论性定义,旨在提供一种观念性的理论框架,用以认识旅游的本质特征;技术性定义(Technical Definitions),又称实践性定义,主要解决实践中的统计问题,满足法律上以及行业管理上的需要。两类定义本应统一于旅游的本质属性,然而,实践中存在不少难以调和的矛盾,在目前情

况下,我们认为可以允许两类定义保持一定的独立性。基于此,本书凡涉及对旅游概念的理解时,不能拘泥于某类定义,这是需要特别说明的。

关于旅游的概念性定义,根据以上分析,笔者认为可作如下表述:旅游是人们以寻求审美享受和休闲娱乐为主要目的,离开其惯常生活环境去往他处并在那里作短暂逗留的一种特殊经历。

然而,按照该定义,以工商事务及出席会议为代表的差旅性或事务性外出访问活动就不属于旅游,显然又与下面几点事实存在出入:

(1) 在工商事务及会议等差旅期间,旅行者大多安排有参观或游览活动内容。

(2) 任何一个旅游接待国或地区都把因事来访者在当地的消费纳入本国或本地区的旅游收入,而不是也不可能把消遣旅游和事务访问分立为两个收入账户。因为,第一,实际操作中很难区分;第二,两者的访问目的虽然不同,但他们在目的地的消费开支对该地经济的客观影响却是一致的(当然也有其他许多不同的地方)。

(3) 包括联合国在内的众多权威性国际组织都认为应将事务性访问者纳入旅游者的统计范畴。因此,虽然现代旅游活动的主要构成部分是消遣旅游,但把差旅型访问活动纳入旅游概念是各国旅游组织和相当一部分旅游研究者所认同的(参见李天元《旅游学概论》)。

因此,就有必要对旅游作出基于实践考虑的技术性定义。上面列举的定义中,1993年世界旅游组织给出的旅游定义和1997年世界旅游组织、世界旅游理事会、地球理事会联合制定的《关于旅游业的21世纪议程》中所表述的定义,都属于技术性定义,两者也没有什么不同,而以后者更为流畅易懂。这一定义有三个要点:第一,规定了外出目的,包括休闲、娱乐、度假、探亲访友、商务、专业访问、保健疗养、宗教朝觐及其他;第二,离开其惯常环境到其他地方的旅行;第三,在外连续逗留时间不超过一年。

2. 旅游与迁徙、旅行的关系

人类历史上曾有过的典型的人口空间流动现象归纳起来主要有三种:迁徙、旅行和旅游。它们分别产生于不同的社会历史条件下,并出于不同的目的而发生。迁徙是最古老的人口流动现象,一直可以追溯到人类的初期,甚至人类祖先的生活时期。当人类的生存完全受制于自然力的束缚时,为了摆脱饥饿和自然灾害的威胁,人们总是不得不从一个地方迁移到另一个地方,逐水草食物而居,以求获得一个更好的生存环境。历史的脚步不断向前迈进,人类所面临的威胁不仅来自自然界,还有来自不同人群之间的战争。充满血腥的战争迫使人们离开自己原来的家园,迁徙他处。显然,迁徙最大的特点是离开定居地,但并不计划再回来。现代的移民实际上与迁徙没有本质的区别。所以,处于迁徙(或移民)过程中

旅游概论

的人,不是旅游者。

旅行也是与人类生活紧密相随的一种现象,并且随着社会生产力的不断发展以及人类对外部世界的知识的不断积累而拓展其空间尺度。早在人类审美和休闲娱乐意识产生之前,人们就可能经常发生离开其常住地到异地作暂时停留并按计划返回的行为,这便是旅行。旅行可以是出于迁徙以外的任何目的而发生,包括各历史时期的游说、经商、出使、公务访问、探亲访友、求学求医等,当然也包括出自审美和休闲目的而到异地逗留的情况。所以,尽管旅行与旅游在外部特征上完全一致,都具有异地性和暂时性,但在出行目的这一核心点上却是不同的。从本质上讲,旅游是以审美享受和休闲娱乐为目的的,由此决定了旅行与旅游的关系是统属关系,旅行的内涵比旅游广泛得多,所有的旅游都要经过旅行过程,但并非所有的旅行都是旅游(参见谢彦君《基础旅游学》)。



第二节 旅游的性质和特点

一、旅游的本质

所谓本质,是指一事物区别于其他事物的根本属性。人们对旅游本质的认识和理解是存在分歧的,有人认为旅游是一种经济活动,有人认为旅游是社会文化活动,还有人认为旅游是社会经济活动或社会经济文化活动。这些不同的认识,可能是由于以下原因造成的:第一,旅游具有综合性的特点,旅游活动涉及文化的、政治的、经济的因素;第二,人们探讨旅游现象,最早是从经济角度开始的,从而把旅游现象作为经济现象对待,把旅游活动作为一种经济活动来研究,更可能与人们对旅游业在国民经济发展中的重要意义的功利性认识有关;第三,人们对旅游概念内涵的理解不一致,已如前述,而且“旅游”一词在不同的语境下使用时,往往会有不同的含义,有时指旅游活动,有时指旅游业或旅游行业,等等,因此,对其性质的认识就可能出现差异;第四,一般地理解,旅游活动有多种不同的形式,按照人们前往异国他乡的访问目的进行划分,便可以有消遣旅游、商务旅游以及个人或家庭事务旅游等,很难说这些不同类型的旅游活动属于同一种性质,这就不可避免地将旅游的本质笼统地归纳为社会经济活动或社会经济文化活动。但是,人类其他活动中又有多少是不属于社会经济活动或社会经济文化活动?这又如何能将旅游同人类其他活动区别开来?

旅游的本质从根本上说是由旅游的目的决定的。而我们都得承认一个简单的事实:真正的旅游者外出旅游的主要目的是寻求审美享受和休闲娱乐。因此,旅

游在本质上是一种主要以获得心理快感为目的的审美过程和自娱过程,是为了寻求愉悦而发生的行为,是人类社会发展到一定阶段时人类最基本的活动之一。

二、旅游的基本属性

旅游是人类社会经济和文化发展到一定阶段的产物,它无疑具有文化现象和经济现象的属性。但旅游是在具体的社会环境中进行的,涉及社会环境的方方面面,因而旅游是社会环境中多种现象的综合反映,为此,旅游的基本属性包括以下几个方面:

1. 旅游是一种消费行为

人生的活动包括两个领域:生产领域和消费领域。生产领域担负着物质生活资料和精神生活资料的生产的使命,而消费活动是出于维持个体生存、保证劳动力再生产乃至实现个人社会发展等目的而对生产成果的耗用。旅游在其全过程中不向社会也不为旅游者个人创造外在的可供消费的资料,相反,却耗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,如仅限于个人的流连山水,陶醉于大自然的美的恩赐,他也是在消磨本可以用来创造财富的生产时间。当然,旅游可以积累和创造新的旅游文化,新的旅游文化甚至能够成为后人的旅游资源。但总的说来,旅游是一种消费行为,而不是生产行为。而且旅游消费大不同于日常消费,突出地表现在其重视精神内容、追求审美体验,甚至在某些方面表现出对日常生活消费的畸变。

2. 旅游是一种休闲行为

旅游的目的表现为借助各种可以娱情悦性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必须从事的活动,如睡眠、吃饭、操持家务等,其与出于社交目的而进行的应景往来也有区别。在旅游的全过程中,自然天放的随意性和畅神自娱的目的性占据着主导地位,表现出与一切休闲行为相一致的品性。从旅游的活动构成上看,旅游这种休闲行为实际上又是众多休闲活动的再组合。换句话说,旅游是生活的休闲阶段。

3. 旅游是一种文化行为

人类的旅游活动与文化有着不可分割的关系,旅游本身就是一种文化和文化交流活动。一方面,从原始文化到现代文化都可以成为吸引游客的因素;另一方面,旅游又对文化产生深刻影响。旅游者不仅汲取旅游目的地的文化,同时也把自己日常生活环境的文化带到目的地,使地区间的文化发生交流和融合。旅游是人的一种行为,而人是文化动物,人的各种有意识的行为都无不具有文化印记,旅游自然也打上了文化烙印。

4. 旅游是一种社会现象