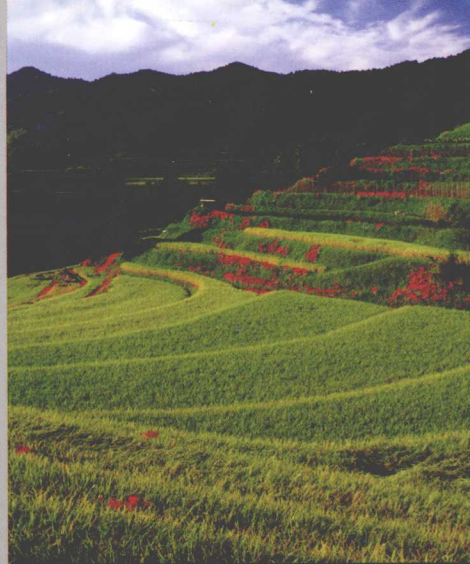


21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

生态旅游理论与实践

刘琼英 主编



中国科学技术出版社
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

生态旅游理论与实践

刘琼英 主编

中国科学技术出版社
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

· 北 京 ·
BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

生态旅游理论与实践/刘琼英主编. —北京:中国科学技术出版社,2009.2

21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

ISBN 978 - 7 - 5046 - 5378 - 9

I. 生… II. 刘… III. 生态型 - 旅游 - 高等学校:技术学校 - 教材 IV. F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 004111 号

自 2006 年 4 月起本社图书封面均贴有防伪标志,未贴防伪标志的为盗版图书。

内 容 提 要

本书围绕旅游行业的岗位特点和高职高专旅游专业学生的特点,从学生的兴趣爱好出发,力求科学性、趣味性、可读性、实用性相结合。

本书共分八章,主要内容包括:走进生态旅游,生态旅游概述,生态旅游资源,生态旅游者,生态旅游对利益相关者的要求,生态旅游产品,生态旅游市场、生态旅游的可持续发展等。

本书为高职高专旅游专业教材,也可作为旅游行业培训用书。

中国科学技术出版社出版

北京市海淀区中关村南大街 16 号 邮政编码:100081

策划编辑	林 培 孙卫华	责任校对	林 华
责任编辑	孙卫华 王 强	责任印制	安利平

发行部电话:010 - 84125725 编辑部电话:010 - 84120695

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

科学普及出版社发行部发行

北京蓝空印刷厂印刷

*

开本:787 毫米×1092 毫米 1/16 印张:14.25 字数:273 千字

2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5046 - 5378 - 9/F · 629 定价:22.80 元

(凡购买本社的图书,如有缺页、倒页、
脱页者,本社发行部负责调换)

丛书序

我国拥有世界上最为多样化的旅游资源，最为悠久的历史文化，最为丰富的劳动力储备，而且旅游教育体系比较完备，这是发展旅游业的突出优势。相对于高新技术、工业发展等方面与发达国家的差距，我国旅游业具有抢占全球高地的先天条件。旅游教育为旅游业抢占全球高地提供着人才保障，是变劳动力储备为人才优势，变旅游大国为旅游强国的重要途径。

近年来，随着我国旅游业的迅速发展，旅游高等教育，特别是高职高专教育，进入到一个新阶段。开办旅游管理专业的院校之多，招生数量之众，办学条件之好都大大超过了历史上任何一个时期。然而，作为高等院校基本建设之一的教材建设，却远远滞后于旅游教育发展的步伐，以致许多高等院校的旅游管理专业缺乏适用的教材，这势必影响旅游业继续发展的人才支撑，也不利于旅游高等教育的进一步发展。虽然有关部门、单位组织编写了一批旅游管理专业教材，但仍然远远满足不了旅游教育发展的需要。

上海财经大学的全华教授等国内有关高校的众多一线教师，即将编写出版一套“21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”。获悉此事，我甚感欣慰。翻阅系列教材的部分书稿，我认为这套教材体现了以旅游行业需求为导向，以应用为主，以必需、够用为度的编写思路，其突出特点有三。

（一）行业能力的导向性

旅游业的发展实践证明，旅游管理队伍大多来源于一线员工的晋升，需要理论素养，更需要能力建设。这套系列教材，不拘于学科知识体系框架，更加突出旅游行业岗位能力标准，使学生在课程学习后，能形成适合旅游发展需要的行业能力结构。

（二）学习兴趣的引导性

兴趣是最好的老师，旅游活动本身就是一种趣味活动，在知识和技术不断更新的情况下，旅游教材不仅应在内容上及时予以反映，更要激活学生不断探究旅游知识，掌握旅游管理技能的兴趣。这套教材重在学生对旅游业相关岗位兴趣的培养，在激发学生浓烈兴趣基础上，再提供经典的学习材料和进一步探索相关知识、培养相关能力的途径，变被动听讲为主动求索旅游管理知识和技能。

（三）因材施教的针对性

处在当今信息化社会中的大学生，思维活跃、接受能力强，而且精力充沛，追求着时尚和新潮。教材内容老套，教学手段落后，教学方法刻板，是当今大学生厌学的重要原

因。针对旅游本身就是青年人追求的生活时尚，这套教材版式活泼，图文并茂，做到了科学性、趣味性、可读性与当代大学生学习、思维特点的有机结合。每章有“学习目标”、“学习重点”、“引入部分”以及小案例或小对话，生动活泼，吸引学生进一步学习后续内容。教材中插入的“小知识”、“小资料”、网址等，不仅针对旅游行业特殊性，而且紧密结合当代大学生的思维特点，做到因材施教。

随着旅游业影响力的不断扩大，越来越多的莘莘学子步入高等学府，学习旅游专业；越来越多的高等院校开办旅游专业，输送旅游行业的新生力量；越来越多的出版单位和专家学者关注旅游教育，出版多种教材。欣喜之余，也企盼着在方方面面的努力下，旅游教材日臻完美，旅游教育日趋完善，中国早日由劳动力储备大国转变为旅游人才强国，由旅游教育大国转变为旅游教育强国。

中国旅游文化资源开发促进会副会长 魏小安

2008 年夏

丛书引言

高职高专教育是旅游行业人才培养最为有效的形式之一，而一套适合高职高专层次、把握现代服务业发展脉搏、切准旅游业岗位需求的教材，是许多高职高专院校孜孜以求的教学要件。为了落实教育部《关于以就业为导向深化高等职业教育改革的若干意见》的精神，确保高质量教材进课堂，“21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”编委会，在全国范围内，精选高职高专教学一线的教师，根据高职高专旅游专业课程设置的需要，针对当前高职高专学生的学习特点，编辑出版了“21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”。对于出版社和编者而言，这是一大挑战，而对于高职高专院校来说，实为一大幸事。

纵观这套教材，具有如下特点：

1. 定位明确：紧紧围绕旅游行业岗位的要求、标准编写。教材的结构符合学生学习动机，能够诱发学生的学习兴趣。遵循从实际到理论，从具体到抽象，从个别到一般，或者说是提出问题、解决问题、归纳总结问题，选用任务导向和案例分析。教学目标具体、层次分明、文字凝练、信息传递高效，让学生一目了然。

2. 特色突出：突出了高职高专特色和旅游行业特色，强化就业中要用到的技能，弱化理论和原理介绍。对操作性比较强的课程，实训内容占较大比例。每本书的参编人员要求必须有一名和本书内容对应的旅游企业在岗人员，确保其实用性。

3. 版式活泼：图文并茂，力图做到科学性、趣味性、可读性和实用性的有机结合，每章有“学习目标”、“学习重点”、“引入部分”、“正文”、“课后总结”等几个板块。使教材使用者能便捷地把握主要内容、重点、难点以及知识和能力要求。章节正文内容之前的“小案例”或“小对话”生动活泼，吸引学生进一步学习后续内容。教材中插入的“小知识”、“小资料”、网址等，为学生在兴趣驱使下，自主深化学习内容，提供了丰富的材料和便捷的途径。

教材编写者为了突出上述特色，做了许多努力，他们的每一点努力，哪怕是细微之处的改进，都将会使教师使用教材时，更加得心应手，学生学习教材时，收益更多。

我相信随着这套教材走进课堂，教师备课、授课将更加轻松，学生的学习活动，将变得更加生动有趣，高职高专的教学质量，将得到进一步提升。

高 峻

2008 年 6 月 22 日

21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

编委会名单

顾问 程文栋 魏小安 石培华 高峻

主编 全华 于成国

委员 (以姓氏笔画为序)

马荣霞	王永刚	王晶	付向阳	刘琼英
朴松爱	张立达	张帆	张柏君	李飞
李婍	李森	李颖	杜炜	杨宏伟
陈昀	郑旭华	郑岩	俞彤	姜海涛
柏杨	凌强	唐飞	徐兢	崔广彬
曹洪珍	彭绪娟	韩雪琴	蒯兴望	

《生态旅游理论与实践》编委会

主编 刘琼英

副主编 胡世伟

编委 付洪利 李燕 杨帅

前 言

生态旅游在全球，尤其是发展中国家掀起了热潮。正如韦斯顿（David Western）所说，生态旅游如海啸一般席卷旅游界和环境保护界。然而，正如世界生态旅游学会所指出的那样，“尽管生态旅游具有带来积极的环境和社会影响的潜力，但是如果实施不当，将和大众旅游一样具有破坏性。”作为高职高专的学生——未来的旅游工作者，该如何认识生态旅游，如何去践行生态旅游的理念，这是摆在我们广大旅游教育工作者面前的难题。

本书作为高职高专规划教材，具有以下两方面的特点：

一是根据高职高专人才培养的要求，以培养学生的职业能力为重点，充分体现了职业性、实践性和开放性的要求。

二是体例新颖，资料翔实。全书各章节均有学习目标（知识目标、能力目标、技能目标），课前导读，课间阅读，课间思考，本章小结，课后作业等内容，针对性强，便于学生自学和教师使用。

本书由乐山职业技术学院刘琼英和成都理工大学工程技术学院胡世伟担任主编。乐山职业技术学院的付洪利和成都理工大学工程技术学院李燕担任副主编。刘琼英负责全书体系的拟定、提纲编写及统筹定稿。胡世伟编写了本书的第一章、第六章和第七章，并协助承担了统稿工作。付洪利编写了本书的第三章、第四章，李燕编写了本书的第二章、第八章，乐山职业技术学院杨帅编写了本书的第五章。

上海财经大学全华教授承担了本书的主审工作。

本书在编写过程中，参阅了大量同行专家的论著，在此对被参考和借鉴的书刊资料的作者表示诚挚的谢意！同时，特别感谢中国科学技术出版社给予我们这次编写、合作的机会。

生态旅游本身属于新生事物，对其内涵的认识学术界尚无统一的定论。再加上编写时间仓促，编者水平有限，本教材难免有疏漏之处，编者企盼在以后的教学和实践能够改进和提高，敬请读者批评、指导，以便修订，使之更加完善。

编 者
2008 年 11 月

目 录

第一章 走进生态旅游	1
第一节 从世界旅游业发展趋势看生态旅游	2
第二节 生态旅游的产生与发展	6
本章小结	12
第二章 生态旅游概述	13
第一节 生态旅游的基本概念及内涵	15
第二节 生态旅游的基本模式	24
第三节 生态旅游与传统旅游的比较	34
第四节 生态旅游面临的挑战	36
本章小结	41
第三章 生态旅游资源	43
第一节 生态旅游资源概述	44
第二节 生态旅游资源的分类	48
第三节 生态旅游资源的调查与评价	66
第四节 旅游活动对生态旅游资源和环境的影响	69
本章小结	72
第四章 生态旅游者	73
第一节 生态旅游者概述	73
第二节 生态旅游者形成条件	81
第三节 生态旅游者的行为特点及其保护行动指南	84
本章小结	90
第五章 生态旅游利益相关者	91
第一节 生态旅游利益相关者的范围界定	92
第二节 生态旅游对旅游者的要求	96
第三节 生态旅游对导游员的要求	98
第四节 生态旅游对旅游企业的要求	123
第五节 生态旅游对管理者的要求	125
第六节 生态旅游对社区居民的要求	127
本章小结	132
第六章 生态旅游产品	133
第一节 生态旅游产品概述	134
第二节 生态旅游线路的设计	138
第三节 生态旅游开发	144
本章小结	154

第七章 生态旅游市场	155
第一节 生态旅游市场概述	156
第二节 生态旅游市场的特点和发展趋势	157
本章小结	165
第八章 生态旅游的绿色技术与可持续发展	166
第一节 生态旅游的绿色技术	166
第二节 生态旅游与可持续发展理念	177
第三节 生态旅游可持续发展的目标	184
第四节 生态旅游可持续发展的战略	186
本章小结	195
参考文献	196
附录	217

第一章 走进生态旅游

学习目标

知识目标

- 了解旅游业发展的新趋势
- 掌握生态旅游产生与发展的必然性

能力目标

- 树立良好的生态旅游专业意识
- 树立生态旅游的人文观念

技能目标

- 学会运用相关工具了解旅游业发展现状和趋势
- 学会综合分析生态旅游产生与发展的必然性

本章重点

- 旅游业发展的趋势
- 生态旅游产生的必然性
- 生态旅游发展的过程

本章难点

- 生态旅游产生的必然性

课前阅读

生态旅游富了流米村

“水泥路修到了家门口，村里建起了图书馆、篮球场、休闲广场，还有停车场，我们都用上了沼气、自来水，很多村民办起了农家乐，收入成倍增长……现在的生活安逸得很！”说起流米村的变化，村民曾泽民总有说不完的话。

“今年虽然遭受了冰雪灾害，李子产量有一定的减少，但果子的质量肯定比去年还好，市场价格也会比去年高，收入至少有10万元！”5月7日，流米村3组村民李学刚望着自家那挂满李子的果园自信地说。

20世纪90年代，省高县胜天镇流米村大部分村民外出打工，造成田土荒芜，成了有名的荒山村。2004年以来，该村村委立足该村实际，通过广泛调查和充分论证，确定了“旅游兴村、产业富民”的发展思路，制定了以发展流米李、苦竹为主的生态产业发展规划，引导农户大力进行产业结构调整。目前，该村现已发展流米李2000余亩，发展苦竹1700余亩，发展樱桃、梨等水果1000余亩，初步形成了一年四季有花看，有水果吃的产业规模。2006年流米村被省农牧厅评选为无公害

李子、苦笋生产基地，被省环保厅授予“省级自然生态园区。”去年产业收入达1200余万元，农民人均纯收入4309元，产业发展万元户不断涌现。

“以前出去打工，辛苦不说，一年还挣不到几个钱，今年，仅农家乐的收入就已经超过5万元了。办农家乐既挣到了钱，又照顾了家。”说起办农家乐，村民罗小兰感慨不已“要不是胜天镇党委政府的支持和支书谢成刚的鼓励，我哪能想到办农家乐哟！”

流米村因有千年古刹——流米寺而得名，悠久的历史 and 神奇的石洞流米传说，吸引成千上万的市内外游客前来朝圣探秘。利用这个优势，流米村大力发展农家乐，开展城郊生态休闲旅游，确定了“打造川南生态休闲旅游第一村”的发展目标。2007举办了“品李节”，今年又举办了“李花节”，有力地推动了城郊生态休闲旅游的发展。2007年，共接待游人20余万人次，旅游收入近600万元。

近年来，在各级部门的大力支持下，胜天镇先后投入资金13.8万元引导该村46户农户进行农房“四建五改”和房屋外观改造；补助资金12万元，修建了5千米连户路和景区步行道，改善了群众出行和游人步行条件；投入资金11万元，建成了集中供水池，让村民们吃上了清洁卫生的自来水；投入资金14万元，建成了高县第一个文化停车场；投入资金17万元，建成了流米村多功能综合服务中心，为服务群众创造了条件；投入资金14万元建成了流米村休闲广场；还投入资金20余万元修建了公厕、垃圾池、旅游导览指示牌等公共设施，为流米村旅游业发展奠定了坚实的基础。

（资料来源：新农村商网（四川省频道），四川新闻网2008-08-25）

思考：为什么发展生态旅游给流米村带来了巨大变化？什么是生态旅游？生态旅游对旅游业的发展意味着什么？

第一节 从世界旅游业发展趋势看生态旅游

尽管目前尚难估计经济危机的影响程度，但可以肯定，从长远来看，世界经济的发展趋势不会改变。据日本国民经济研究协会研究，在21世纪，世界经济将继续保持强劲的增长势头，主要原因有：①全球政治局势趋于缓和，推动经济发展成为各国政府的第一目标；②新材料和生物工程等领域高新技术的应用推广、计算机的日益普及、信息传递方式的改革及传递速度的加快促成了统一的国际信息社会，这些发展和变革将会极大地推动世界经济的发展；③新兴工业化国家和地区经济迅速崛起，并在世界经济格局中占据着日益重要的地位。由于世界经济未来的高速发展可以通过“倍乘式效应”，带动国际旅游业以加倍的速度向前发展，可以预言，国际旅游业将进入新一轮高速增长阶段。从未来发展来看，世界旅游业将会出现以下七大趋势：

一、世界旅游市场重心东移，亚太地区迅速崛起

自 20 世纪 90 年代以来，国际旅游重心逐渐东移，北美和西欧在国际旅游业中传统的主导地位开始动摇，唯有亚太地区一枝独秀，其持续、高速增长令人瞩目，国际旅游业正在逐步形成欧、美、亚太地区三足鼎立的分布格局，2000~2007 年期间，亚太地区接待游客人次年均增长 8.9%，是世界平均水平的两倍。亚太地区旅游业飞速发展的原因有：①世界经济重心东移，亚太地区经济稳步增长，亚太地区增长率一直维持在 4% 的水平之上；②各国旅游环境得以改善，旅游管制逐渐宽松，交通可进入性亦不断提高，亚太地区国际客运量 2000 年就达到 1.89 亿人次；③古老的欧洲市场接近“封顶”程度，不可能有太大起色，而且欧洲客源对本区各目的地旺季时的拥挤和人满为患憎恶情绪与日俱增，因而强烈向往新旅游胜地，亚太地区则是其长距离出游的理想去处；此外，美元对欧洲主要货币的持续疲软影响了美国游客在欧洲的购买力，从而抑制了北美客源对欧洲各目的地的旅游需求，而亚太地区许多国家的货币汇率都同美元直接挂钩，美元的价值在这些国家相对又较为坚挺和稳妥，因此，美国游客出访亚太地区人次逐年上升。亚太地区旅游业的崛起对我国既是机遇又是挑战，一方面，作为亚太地区的旅游大国，我国旅游业可以通过亚太市场树立国家形象、左右世界市场；另一方面，又会遇到新加坡、日本、韩国等竞争对手强有力的挑战。因此，如何把握机遇、化挑战为力量，将是我国旅游业持续发展的关键。

二、距离限制逐步削弱，长程旅游渐趋兴旺

按照国际惯例，长程旅游一般系指出游距离超过 1500 英里或 2400 千米的旅游。预计世界长程旅游在世界旅游中的比例将会逐年上升，国际航运协会预测，在 21 世纪，世界航空运输量将增长近三倍，其中又以中、长程旅游为主，长程客运量所占比例将由 20 世纪 90 年代后期的 6% 剧增至 40%，到 2010 年，国际长程航线乘客量将会以年均 5% 的速度增长。长程旅游、尤其是横渡大洋的洲际旅游的兴起，是第二次世界大战后世界经济发展和科技进步的产物，而航空运输业的大发展则是其直接推动因素。一方面，自美国放松航空管制之后，世界民航业私有化、全球化和自由化三大趋势日渐明朗，竞争日益激烈亦推动飞机制造业迅猛发展，世界各主要飞机制造商竞相制造出更安全、快捷、舒适的新型客机；另一方面，由于航空公司单位旅途成本随旅程增长而递减，以及竞争中各航空公司竞相对长程旅客实行优惠票价或优惠卡制度，使长程旅游魅力日增。由此可见，长程旅游无论在时间、费用上还是舒适度上都显示出极为广阔的市场前景。由于航空运输的日新月异，地理距离的旅游制约作用明显减弱，加之闲暇时间增多，长程旅游者与日俱增。

目前,我国重点客源市场为日韩两国,一旦以欧美客源为主的长程旅游市场形成规模和气候,我国以其东方古国形象可望成为未来世界著名的远东旅游目的国。

三、组团趋势不断下降,散客旅游方兴未艾

散客旅游是人们突破传统团体旅游约束、追求个性化的行为表现,具有决策自主性、内容随机性和活动分散性等特点。早在20世纪60年代,散客旅游便是最主要的旅游形式,70年代团体旅游取而代之,80年代以来,旅游的组团趋势不断下降,散客旅游再度兴起并成为旅游市场的主流,目前欧美各国的散客市场份额约占70%~80%,美国达90%。散客旅游的产生和迅猛发展是旅游需求高质量化和日趋成熟的表现,人们希望通过散客旅游挖掘自身潜力、完善自我并向自我提出挑战,这种追求最高层次需要实现的意识的不断增强,使得他们在高质量需求的支配下不再青睐于那些所谓“赶鸭子”式的规范化旅游模式。而旅行经验的积累、出游恐惧感的淡化和自行设计线路能力的提高,则为实现这一需求提供了可能。此外,旅游业连锁集团的出现、旅游信息中心的建成、电脑预订系统的投入使用,也都是散客旅游发展的外部保障因素。

最近几年,我国入境游客中散客增长最快,目前已超过团体并占据了主导地位,然而目前,我国散客旅游接待却基本处于等客上门状态,远未形成旅行社主动开发产品、积极对外招徕的潮流,因此,尽快形成散客市场,开发个性化、多样化和参与式旅游产品,形成国内国际销售网络,建立方便散客的社会大环境,已成为我国旅游业的当务之急。

四、“银色市场”规模趋于庞大

“银色市场”即老年人客源市场,按照世界现行标准,一个国家如果总人口中老年人比例超过7%即为老年型国家。目前,西方主要旅游客源国大都进入老年型国家,其中,英、德、瑞士等国老年人比例已超过14%。据预测,21世纪前10年中,欧洲55岁以上人口将增长10%,65岁以上人口将增长54%,这一增长率还会不断提高,因此,全球“银色市场”份额将不断扩大。在美国,老年游客是增长最快的细分市场,占美国整个海外旅行的28%。《欧洲旅游箴言报》指出,1998~2000年期间,欧洲“银色市场”年均增长10%,目前每年进行约2亿人次旅行,预计2001~2010年期间,55岁以上人口出游人数将会增长78%。世界旅游组织预言“提供保健设施与重视老年游客是有效开发未来旅游市场的决定因素。”许多旅游目的地国家已注意到这一市场日益广阔的发展前景,例如,英国旅游部门已将旅游市场的开发重点放在55~65岁游客需求上。老年市场通常支付能力强、闲暇时间充裕、出游欲望强烈、旅行经验丰富,愈来愈多的老年人希望通过出游来开始人生的第二个春天。由于老年人对异国古老的传统文化表现出比年轻人更为

浓厚的兴趣,长期以来,到我国旅游的外国游客中,50 岁以上游客占 30% 以上。因此,研究老年人的需求习惯和特点,开发适合老年人的旅游产品,在产品价格、类型、销售渠道上更好地满足老年人需要,是我国旅游市场营销工作的一个重点。

五、重视环境保护,生态旅游渐成时尚

旅游业是一项资源依赖型产业,进入 20 世纪 90 年代,在强烈环保意识和绿色消费浪潮的驱动下,生态旅游(Ecotourism)应运而生并成为国际旅游的新时尚。有学者因此指出“20 世纪 90 年代是发展生态旅游的分水岭。”所谓生态旅游,它是一种与传统大众旅游相对而言的、强调资源利用与保护、追求适度开发规模和游客密度以及最小环境负面影响的自然旅游活动,其主要功能是协调和平衡旅游业和环保之间的关系,以实现旅游业的可持续发展和资源的可持续利用,它强调观光旅游、自然保护和文化保存相结合,因而是一项肩负环境责任、具备环境伦理的高品位、高格调旅游活动。生态旅游目前已成为全球热点、并呈现出强劲的增长势头,例如,到 20 世纪末美国的生态旅游者就已经达到了 4800 万人次,日本出国游客中有 20% ~ 40% 在从事探险和生态旅游,西班牙有半数游客由海滩旅游转向生态旅游。

我国具备开发生态旅游与生俱存的比较优势,有着丰富的自然资源和淳朴的民族文化。而清新、静谧、幽美、舒畅的自然和人的和谐氛围,正是生态旅游的独特魅力之所在,因此,迎合世界潮流、发挥自身优势开发生态旅游,是我国旅游业提高国际地位的理想途径。

六、各国政府竞相增加旅游投入

自 20 世纪 80 年代以来,各国政府在加快旅游业发展、推动经济增长与社会进步的产业政策引导下,不断增加旅游投入,以期获取更高的产出效果。由于旅游产品的不可移动性决定了旅游市场促销的重要意义远远超过其他商品市场,因此,多数国家的旅游预算经费主要用于促销工作。

当前,我国主要竞争对手每年旅游促销投入都在千万美元以上,如新加坡为 7800 万美元、韩国为 4100 万美元、菲律宾为 8000 万美元,而我国由于旅游总投入较少,旅游促销一直在经费短缺的约束下勉力而为,近几年虽然维持在每年 3000 万元人民币的水平,但由于多在境外以外汇支付,实际金额只有 350 万美元。由于增加促销投入的关键是确定合理的促销筹资渠道,我国有必要参照国际惯例,向星级饭店加收 3% ~ 4% 的服务费,向出境游客收取一定服务费,按创汇额由财政返回部分旅游的基金,等等。

七、现代信息技术将广泛应用于世界旅游业

如果说 20 世纪 60 年代商业航空的长足发展直接带动了大众旅游的

形成和兴起是旅游业的第一次革命,那么,始于20世纪90年代初的现代信息技术的应用可谓旅游业的第二次革命,旅游业自此逐渐升级为一个信息密集型产业,旅游者需要信息来选择出游地点,旅游从业人员则利用信息进行市场分析预测、制定策略和培训员工,旅游目的地根据信息,利用新的在线服务等高科技手段进行销售,因此,信息技术将成为未来旅游业的生存基础。目前,信息技术在旅游营销领域应用最为广泛,如互联网、交互式电视、小立墙等新型促销手段。其中使用最多的是因特网,世界旅游组织调查结果显示,世界上至少有25个国家通过网络系统传送旅游信息,50个国家使用软盘进行促销,亦有少数国家提供关于世博系统的信息。由此可见,信息技术在旅游业、尤其是在市场营销的应用已成为当今旅游业发展的一个趋势,我国唯有审时度势,紧紧跟随这一趋势,才能不在激烈的竞争中败北。但限于财力,我国目前不可能悉数采取这些新技术而摒弃传统的销售手段,只能是在不断改进传统销售手段的同时,力争尽快采取一些适合我国的新式促销手段。

从以上趋势分析中,我们可以看出:生态旅游的发展是在旅游业发展大趋势的引领下蓬勃发展起来的,是一种符合旅游业发展趋势的旅游形式。因此,流米村通过发展生态旅游取得了巨大变化也就不足为奇了。

第二节 生态旅游的产生与发展

一、生态旅游的产生

国际自然保护联盟(IUCN)特别顾问、墨西哥专家豪·谢贝洛斯·拉斯喀瑞(H. Ceballos - Lascurain)在1983年首次在文章中使用“生态旅游”这一概念。它不仅被用来表征所有的观光自然景物的旅游,而且强调被观光对象不应受到损害,是在持续管理的思想指导下开展的旅游活动。随着经济的增长、科学技术的发展和社会的进步,一方面在人们生活水平日益提高的同时,人们的生活环境和生活质量却面临下降的威胁,广大旅游者对回归大自然、欣赏大自然美景、享受原野风光和自然地域文化的需求与日俱增;另一方面,却面临着许多旅游区已不同程度地遭受到污染和破坏的被动局面,有些旅游区的环境和生态污染十分严重,影响了旅游业的进一步发展。因而,如何使旅游业的增长与环境保护协调发展,怎样既发展旅游业,又保护好自然生态环境,既开发旅游资源,又保证持续利用,诸如此类的问题迫切需要寻求新的解决方法和应对措施。因此,生态旅游这一内涵丰富的概念便应运而生了。

“生态旅游”概念一经提出之后,世界上很多组织和研究者都从不同的角度对生态旅游进行了界定,至今尚未有一个统一认可的定义,对生态旅游的内涵也众说纷纭。虽然,2002年被世界旅游组织定义为生态

旅游年，并要求各会员组织相关的生态旅游活动，但只是一个口号，并没有在普通旅游人群中获得认可。同时，在中国，尤其在地方政府，许多地方是具备丰富生态旅游资源的，但是当地官员不重视推介。同时，国内外的主流旅游展会均以“高、大、全”的目标为主，谢绝生态旅游的展示。另外，各地的旅行社在组织线路上只重视热点旅游地区的开发，缺少前进性的战略性眼光，不看重生态旅游的潜在市场。

不过，随着《全国生态保护“十一五”规划》的发布，关于生态旅游的目标已得到了党中央、国务院和各部委的认同：生态旅游应该保护自然资源和生物的多样性、维持资源利用的可持续性，实现旅游业的可持续发展。为了更好地实现这一目标，生态旅游应该促进地方经济的发展，唯有经济发展之后才能真正切实地重视和保护自然；同时，生态旅游还应该突出对旅游者的环境教育意义，生态旅游的经营管理者也更应该重视和保护自然。

在召开的世界生态旅游峰会上，世界旅游组织秘书长弗朗加利在他的致词中指出：“生态旅游及其可持续发展肩负着三个方面的迫在眉睫的使命：经济方面要刺激经济活力、减少贫困；社会方面要为最弱势群体创造就业岗位；环境方面要为了保护自然和文化资源提供必要的财力。生态旅游的所有参与者都必须为这三个重要的目标齐心协力地工作。”

不难看出，生态旅游是与生态环境保护、可持续发展理念等注重人与自然协调发展的理念密切相关的旅游方式，它的产生具有一定的必然性。关于生态旅游的内涵和外延等的详细探讨，我们将在本教材的第二章当中进行。

二、生态旅游的发展

课间阅读

生态旅游还是“生态碎片”

当前，随着旅游业的空前发展，人们对旅游提出了更高更多的要求，最受欢迎的无疑是“生态旅游”了。

许多风景名胜区都纷纷打出了自己是“生态旅游”最佳选择地的口号。

日前，一位从欧洲旅游回来的朋友在同我谈起当前人们比较热衷的“生态旅游”时说，欧洲人崇尚的“生态旅游”与我们的“生态旅游”是两种完全不同的概念。他们的生态旅游是出于欣赏型、享受型、保护型的，而我们的有些所谓的“生态旅游”，已近乎是掠夺、破坏了。诚然，友人的这种说法，存在一定的偏见，但也在一定程度上反映出“生态旅游”与“保护生态”目前在我们发展旅游业中已出现了一定的矛盾，应该引起有关部门及游客们的高度注意。

以“走进自然、感受生态”为主旨的生态旅游，正日益受到人们的