

普通高等教育  
**旅游管理**  
“十一·五”规划教材

# 旅游学

## 概论

周武忠 主编



化学工业出版社

普通高等教育旅游管理“十一五”规划教材

# 旅游学概论

周武忠 主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

旅游科学是一门交叉性学科,当前社会中,经济、政治、技术的不断变革,也使得旅游学出现了许多新的问题需要关注与亟待解决。本书在前人研究的基础上,对之前的研究进行修正与补充,注重学科体系建设,采用人本的研究思想,发掘新的研究视角,尤其关注旅游热点问题。

本书共包括导论、旅游史、旅游的特点与分类、旅游者、旅游资源、旅游产品、旅游业、旅游市场、旅游组织和政策法规、旅游的作用和影响十个模块,理论体系比较完善,研究更加深入,符合当前旅游学理论研究的发展趋势和旅游产业的发展潮流。本书集时代性、创新性、综合性和学术性于一体。

本书适合普通高校、高职高专院校旅游类专业及园林、林业等相关专业使用,也可作为旅游行业人员培训和职业资格考试教材。

### 图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论/周武忠主编. —北京: 化学工业出版社, 2009. 11

普通高等教育旅游管理“十一五”规划教材  
ISBN 978-7-122-06816-3

I. 旅… II. 周… III. 旅游-高等学校-教材  
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 182463 号

---

责任编辑: 唐旭华  
责任校对: 宋 玮

文字编辑: 李 曦  
装帧设计: 尹琳琳

---

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装: 北京云浩印刷有限责任公司

787mm×1092mm 1/16 印张 12¼ 字数 314 千字 2009 年 11 月北京第 1 版第 1 次印刷

---

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

---

定 价: 23.00 元

版权所有 违者必究

# 序

在各种产业中，旅游产业是发展速度最快的一种。由于发展速度偏快，会带来一些急功近利的问题，如旅游项目的粗放式开发、旅游景区的同质化竞争、旅游企业服务的诚信度缺失、文化资源开发的简单化、遗产类旅游资源的建设性破坏问题等。

在各种学科中，旅游学科是发展速度最快的一个学科。由于发展速度偏快，也同样出现了一些急功近利的现象。如办学条件不够而硬上，培养目标定位的雷同，实践环节与理论学习的比重把握不好，行业需求过旺对师资队伍的影响等，都是发展中出现的新问题。

在旅游产业发展和旅游学科发展的大背景下，我们的教材建设实际上起着重要的推动作用。这种推动作用主要表现在两个方面：一是为培养旅游产业急需的各种类型、各种层次的人才提供最基本的课本；二是总结学科发展的研究成果，将学术研究的结晶做大众化的表达。让千千万万学子在较短的时间里能够快速吸收最新的研究成果。

改革开放三十年来，我国的高等院校旅游专业教材建设取得了长足的进步。从教育部的部颁教材，到各省的地方自编教材，估计总数有近百套之多。百花齐放，蔚为大观。江苏的高等旅游院校的师资有组织地编写旅游管理教材（简称“苏版”），始于1999年。当时那套苏版旅游教材自2000年推出以来，得到全国许多兄弟院校的认可和使用，我们也收集了不少的反馈意见。根据收集的反馈意见，我们为现在这套教材（即由化学工业出版社出版的苏版旅游教材）所确立的编写指导思想如下。

一、1999年主编的苏版教材主要实现了一个目标，即把大家组织起来，完成了江苏省旅游教材从无到有的目标。本套教材的目标应该有所超越。我们这次的目标是完成教材从粗到精的质变。我们把大家的聪明才智和努力形成合力，共同打造一个江苏旅游学术界的新形象。

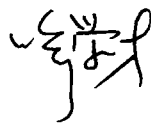
二、现在这套教材虽然是另起炉灶的工程，但前一系列教材好的东西我们还是要继承。有些基础比较好的书稿也不一定要大修大改。总之是发扬好的，完善不足。臻于至善是我们的共同目标。

三、这套教材要及时反映本领域的最新学术成果；要及时反映本领域最新的政策法规。

四、这套教材要追求世界性、前沿性和兼容性的统一。所谓世界性，就是我们编写教材的眼光应该是世界性的。我们不能只谈中国的，对本领域的世界范围的信息要有所涉及。所谓前沿性，就是要求我们的教材在介绍已经成为定论的东西的同时，也应适当跟踪正在出现的新理论、新概念和新方法。当然在措辞时应注意给读者以清晰的区分，不要让使用者分辨不清哪是定论，哪是未定之论。更重要的是用语要客观公正。因为教材不是学术专著，不是一家之言。所谓兼容性，就是说希望我们的每一本教材都应该追求多层面、多角度地包括相关的信息和知识。对有的教材而言，这种兼容性可能是理论、方法、案例几个内容的有机融合，而对另外某些教材来说，可能就是纵向、横向以及内在结构的知识和信息的表述。

五、文字风格上我们希望这套教材共同追求一种简洁明快的文风。

当然，我们的这套教材是否实用，要等着广大的用户评价。因此，我们真诚地期待着全国高等旅游院校的专业课教师以及广大学生的意见。因为学科尚在发展中，大家都在探索中，我们有一点可以承诺的是：我们会真诚欢迎所有使用者的批评意见。我们将随时记录读者的意见，在修订时吸收进去。“学，然后知不足；教，然后知困”，“止于至善”，古人的良训永远是我们的座右铭。



2008 年清明  
于东南大学旅游学系

# 前 言

随着世界各国经济的发展和人民生活水平的不断提高,旅游成为人们日常生活的重要组成部分。到20世纪90年代为止,旅游业已经取代石油、钢铁、汽车等传统工业,成为全球第一大产业。纵观世界,旅游科学研究方兴未艾,旅游高等教育蓬勃发展。到2007年底,我国开办旅游管理专业的高校有770多家,江苏省目前也已有44所高校开办旅游专业。教材是旅游教学的基础。作为旅游高等教育的专业基础课程教材,迄今公开出版的《旅游学概论》相关教材和图书已逾70余种。

旅游科学是一门交叉性学科,当前社会、经济、政治、技术的不断变革,也使得旅游学出现了许多新的问题需要关注与亟待解决。与旅游业突飞猛进的发展形势相似,旅游学理论研究发展迅速,在实践中不断地完善和进步,其理论体系的完善过程也体现了一种动态性特征。随着社会经济的发展,旅游学科的范畴逐渐延伸和扩大,一些新事物正成为当前或未来一个时期研究和关注的焦点。面对新时期旅游学科发展的新特点,旅游学基础理论教材必须做到与时俱进,及时反映国内外最新研究成果,不断完善教育课程的内容体系。编写本书的初衷正是试图在传授旅游基本知识的同时,向读者展示最新的现代旅游科学的较完整的框架体系。

本书编写分工如下:第1章和第5章由东南大学周武忠教授和张中波、张乐编写,第2章由南京农业大学刘庆友副教授编写,第3章由南京林业大学郭剑英副教授编写,第4章和第10章由东南大学季玉群副教授编写,第6章和第7章由南京大学任黎秀副教授和陈仓、张烨编写,第8章由南京财经大学丁敏讲师编写,第9章由南京财经大学宋平讲师编写。全书由周武忠教授负责统稿。

由于编者水平有限,错误和疏漏在所难免,请读者批评指正。

编者  
2009年10月

# 目 录

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| <b>1 绪论</b> .....                | 1  |
| 1.1 旅游学的学科性质与地位 .....            | 1  |
| 1.1.1 旅游学的学科性质 .....             | 1  |
| 1.1.2 旅游学的学科地位 .....             | 2  |
| 1.2 旅游学的研究对象与任务 .....            | 3  |
| 1.2.1 旅游学的研究对象 .....             | 3  |
| 1.2.2 旅游学的研究任务 .....             | 3  |
| 1.3 旅游学的研究内容与框架 .....            | 4  |
| 1.3.1 旅游学的研究内容 .....             | 4  |
| 1.3.2 旅游学的研究框架 .....             | 6  |
| 1.4 旅游学的研究方法 .....               | 6  |
| 1.4.1 综合考察法 .....                | 6  |
| 1.4.2 统计资料分析法 .....              | 6  |
| 1.4.3 旅游图表法 .....                | 7  |
| 1.4.4 抽样调查法 .....                | 7  |
| 1.4.5 模式分析法 .....                | 7  |
| 1.4.6 野外工作法 .....                | 7  |
| 1.5 旅游学研究进展 .....                | 8  |
| 1.5.1 国内旅游学研究进展 .....            | 8  |
| 1.5.2 国外旅游学研究进展 .....            | 8  |
| 1.6 对未来旅游学研究展望 .....             | 10 |
| 思考题 .....                        | 11 |
| <b>2 旅游史</b> .....               | 12 |
| 2.1 古代的旅行活动 .....                | 12 |
| 2.1.1 原始社会早期的人类迁移活动 .....        | 12 |
| 2.1.2 人类旅行需要的产生 .....            | 12 |
| 2.1.3 中世纪旅行活动的发展 .....           | 13 |
| 2.1.4 世界古代旅行的主要形式 .....          | 15 |
| 2.1.5 中国古代旅行及主要形式 .....          | 16 |
| 2.2 近代旅游和旅游业的诞生 .....            | 20 |
| 2.2.1 17 世纪“大旅游”的兴起 .....        | 20 |
| 2.2.2 产业革命对近代旅游发展的推动 .....       | 20 |
| 2.2.3 近代旅游业的诞生 .....             | 21 |
| 2.3 现代旅游的大发展 .....               | 23 |
| 2.3.1 20 世纪上半期的世界旅游业 .....       | 23 |
| 2.3.2 现代旅游崛起的主要原因 .....          | 24 |
| 2.4 发展趋势 .....                   | 25 |
| 2.4.1 旅游信息化发展 .....              | 26 |
| 2.4.2 旅游国际化发展 .....              | 26 |
| 2.4.3 旅游可持续发展 .....              | 27 |
| 思考题 .....                        | 27 |
| <b>3 旅游的特点与分类</b> .....          | 28 |
| 3.1 旅游的概念和特点 .....               | 28 |
| 3.1.1 旅游的几种典型定义 .....            | 28 |
| 3.1.2 对旅游定义的归纳分析 .....           | 30 |
| 3.1.3 旅游的特点 .....                | 31 |
| 3.2 旅游的基本属性 .....                | 32 |
| 3.2.1 旅游是人类社会经济文明发展的产物 .....     | 32 |
| 3.2.2 旅游活动是人的高层次的审美实践的精神活动 ..... | 32 |
| 3.2.3 旅游活动是综合性的社会活动 .....        | 32 |
| 3.2.4 旅游是一种社会文化现象 .....          | 34 |
| 3.3 旅游的分类 .....                  | 34 |

|                         |    |                         |    |
|-------------------------|----|-------------------------|----|
| 3.3.1 按是否跨越国境国界划分.....  | 34 | 3.4 旅游发展的新视点(阅读材料)..... | 39 |
| 3.3.2 按照旅游者出游的目的划分..... | 36 | 3.4.1 生态旅游.....         | 39 |
| 3.3.3 其他分类方法.....       | 39 | 3.4.2 乡村旅游.....         | 43 |
|                         |    | 思考题.....                | 45 |

## 4 旅游者..... 46

|                            |    |                        |    |
|----------------------------|----|------------------------|----|
| 4.1 旅游者的概念.....            | 46 | 4.3 影响旅游者需求的主观因素.....  | 52 |
| 4.1.1 国际联盟统计专家委员会的定义.....  | 46 | 4.3.1 个人需要与旅游动机.....   | 52 |
| 4.1.2 联合国的定义.....          | 47 | 4.3.2 影响旅游动机的因素.....   | 54 |
| 4.1.3 中国国家统计局对国际游客的界定..... | 47 | 4.4 旅游者的类型与特点.....     | 56 |
| 4.1.4 不同国家对国内旅游者的定义.....   | 48 | 4.4.1 观光型旅游者.....      | 57 |
| 4.1.5 中国国家统计局对国内游客的界定..... | 48 | 4.4.2 娱乐消遣型旅游者.....    | 57 |
| 4.2 旅游者产生的客观条件.....        | 49 | 4.4.3 文化型旅游者.....      | 58 |
| 4.2.1 可自由支配收入.....         | 49 | 4.4.4 度假保健型旅游者.....    | 58 |
| 4.2.2 闲暇时间.....            | 50 | 4.4.5 公务型旅游者.....      | 58 |
| 4.2.3 其他客观条件.....          | 51 | 4.4.6 家庭及个人事务型旅游者..... | 59 |
|                            |    | 4.4.7 宗教朝觐型旅游者.....    | 59 |
|                            |    | 4.4.8 购物型旅游者.....      | 59 |
|                            |    | 思考题.....               | 60 |

## 5 旅游资源..... 61

|                      |    |                         |    |
|----------------------|----|-------------------------|----|
| 5.1 旅游资源的概念和特点.....  | 61 | 5.3.1 旅游资源的调查.....      | 73 |
| 5.1.1 旅游资源的概念.....   | 61 | 5.3.2 旅游资源的评价.....      | 77 |
| 5.1.2 旅游资源概念的认识..... | 62 | 5.4 旅游资源开发与保护.....      | 85 |
| 5.1.3 旅游资源的特点.....   | 63 | 5.4.1 旅游资源开发.....       | 85 |
| 5.2 旅游资源的分类.....     | 66 | 5.4.2 旅游资源保护.....       | 87 |
| 5.2.1 旅游资源分类的意义..... | 66 | 5.4.3 旅游资源开发与保护的关系..... | 89 |
| 5.2.2 旅游资源的分类方法..... | 67 | 思考题.....                | 90 |
| 5.3 旅游资源的调查与评价.....  | 73 |                         |    |

## 6 旅游产品..... 91

|                          |    |                         |     |
|--------------------------|----|-------------------------|-----|
| 6.1 旅游产品的概念与特点.....      | 91 | 6.3.1 旅游产品的构成.....      | 95  |
| 6.1.1 旅游产品的概念.....       | 91 | 6.3.2 旅游产品的分类.....      | 97  |
| 6.1.2 旅游产品的特点.....       | 92 | 6.4 旅游产品的开发或规划与组合.....  | 100 |
| 6.2 旅游产品生命周期理论.....      | 93 | 6.4.1 旅游产品开发或规划的原则..... | 101 |
| 6.2.1 旅游产品生命周期的概念.....   | 93 | 6.4.2 旅游产品的开发运作过程.....  | 103 |
| 6.2.2 影响旅游产品生命周期的因素..... | 94 | 6.4.3 旅游产品的组合.....      | 104 |
| 6.3 旅游产品的构成和分类.....      | 95 |                         |     |



|                             |     |                      |     |
|-----------------------------|-----|----------------------|-----|
| 6.5 旅游线路的设计 .....           | 105 | 6.6 旅游商品 .....       | 109 |
| 6.5.1 旅游线路的类别 .....         | 105 | 6.6.1 旅游商品的定义 .....  | 110 |
| 6.5.2 旅游产品线路设计的<br>原则 ..... | 108 | 6.6.2 旅游商品的开发与营销 ... | 110 |
| 6.5.3 旅游线路设计 .....          | 109 | 思考题 .....            | 112 |

## **7 旅游业** .....

|                               |     |                                 |     |
|-------------------------------|-----|---------------------------------|-----|
| 7.1 旅游业的概念与构成 .....           | 113 | 7.5.2 旅游饭店在旅游业中的<br>作用 .....    | 126 |
| 7.1.1 旅游业的概念 .....            | 113 | 7.5.3 旅游饭店的类型 .....             | 127 |
| 7.1.2 旅游业的构成 .....            | 114 | 7.5.4 旅游饭店的分级与评定 ...            | 129 |
| 7.2 旅游业的性质与特点 .....           | 115 | 7.5.5 国外饭店形成与发展的<br>四个时期 .....  | 130 |
| 7.2.1 旅游业的性质 .....            | 115 | 7.5.6 我国饭店业的发展 .....            | 131 |
| 7.2.2 旅游业的特点 .....            | 116 | 7.6 旅游交通 .....                  | 132 |
| 7.3 旅游业的影响与作用 .....           | 118 | 7.6.1 交通与旅游交通的定义 ...            | 132 |
| 7.3.1 旅游业在国民经济中的<br>作用 .....  | 118 | 7.6.2 旅游交通在旅游业中的<br>作用 .....    | 133 |
| 7.3.2 旅游业在社会环境中的<br>作用 .....  | 120 | 7.6.3 旅游交通的特点 .....             | 134 |
| 7.4 旅行社 .....                 | 121 | 7.6.4 旅游交通的类型 .....             | 135 |
| 7.4.1 旅行社的产生与发展 .....         | 121 | 7.7 旅游景区(点) .....               | 137 |
| 7.4.2 旅行社的定义与经营业务<br>注册 ..... | 121 | 7.7.1 旅游景区(点)的定义 ...            | 137 |
| 7.4.3 旅行社的分类与业务经营<br>内容 ..... | 122 | 7.7.2 旅游景区(点)在旅游<br>业中的地位 ..... | 138 |
| 7.4.4 旅行社的性质与作用 .....         | 123 | 7.7.3 旅游景区(点)的类别 ...            | 139 |
| 7.4.5 旅行社的经营与管理 .....         | 125 | 7.7.4 旅游景区(点)的质量等<br>级与划分 ..... | 141 |
| 7.5 旅游饭店 .....                | 125 | 思考题 .....                       | 142 |
| 7.5.1 旅游饭店的概念 .....           | 125 |                                 |     |

## **8 旅游市场** .....

|                                      |     |                       |     |
|--------------------------------------|-----|-----------------------|-----|
| 8.1 旅游市场概述 .....                     | 143 | 8.2.4 目标市场选择 .....    | 149 |
| 8.1.1 旅游市场的概念 .....                  | 143 | 8.3 世界旅游市场 .....      | 149 |
| 8.1.2 旅游市场的构成要素 .....                | 144 | 8.3.1 世界旅游市场的发展 ..... | 149 |
| 8.1.3 旅游市场的特征 .....                  | 144 | 8.3.2 世界六大旅游市场概况 ...  | 149 |
| 8.1.4 现代旅游发展状况和旅游<br>市场规模的衡量指标 ..... | 145 | 8.3.3 主要旅游市场分布 .....  | 150 |
| 8.2 旅游市场细分 .....                     | 146 | 8.4 中国旅游市场 .....      | 151 |
| 8.2.1 旅游市场细分的概念 .....                | 146 | 8.4.1 入境旅游市场 .....    | 152 |
| 8.2.2 旅游市场细分的原则 .....                | 147 | 8.4.2 国内客源市场 .....    | 153 |
| 8.2.3 旅游市场细分的标准 .....                | 147 | 8.4.3 出境旅游市场 .....    | 154 |
|                                      |     | 8.5 旅游市场营销 .....      | 156 |

|                                  |     |                               |     |
|----------------------------------|-----|-------------------------------|-----|
| 8.5.1 旅游市场营销的概念 .....            | 156 | 8.5.3 旅游消费者购买决策 .....         | 157 |
| 8.5.2 旅游市场营销环境的分析<br>和营销调研 ..... | 156 | 8.5.4 旅游市场营销组合策略 ...          | 158 |
|                                  |     | 思考题 .....                     | 159 |
| <b>9 旅游组织与政策法规</b> .....         | 160 |                               |     |
| 9.1 旅游组织概述 .....                 | 160 | 9.3 我国的旅游组织 .....             | 167 |
| 9.1.1 旅游组织与旅游发展 .....            | 160 | 9.3.1 我国旅游行政组织 .....          | 168 |
| 9.1.2 旅游组织类型 .....               | 160 | 9.3.2 我国旅游行业组织 .....          | 169 |
| 9.1.3 旅游行政组织 .....               | 161 | 9.4 旅游政策法规 .....              | 171 |
| 9.1.4 旅游行业组织 .....               | 163 | 9.4.1 旅游政策 .....              | 172 |
| 9.2 国际旅游组织 .....                 | 163 | 9.4.2 旅游法规 .....              | 173 |
| 9.2.1 国际旅游组织概述 .....             | 163 | 思考题 .....                     | 174 |
| 9.2.2 与中国有关的主要国际<br>旅游组织 .....   | 164 |                               |     |
| <b>10 旅游的作用与影响</b> .....         | 176 |                               |     |
| 10.1 旅游对经济的影响 .....              | 176 | 10.2.2 旅游对社会文化的消极<br>影响 ..... | 184 |
| 10.1.1 旅游对经济的积极<br>影响 .....      | 176 | 10.3 旅游对环境的影响 .....           | 186 |
| 10.1.2 旅游对经济的消极<br>影响 .....      | 181 | 10.3.1 旅游对环境的积极<br>影响 .....   | 187 |
| 10.2 旅游对社会文化的作用和<br>影响 .....     | 183 | 10.3.2 旅游对环境的消极<br>影响 .....   | 188 |
| 10.2.1 旅游对社会文化的积极<br>影响 .....    | 183 | 思考题 .....                     | 190 |
| <b>参考文献</b> .....                | 191 |                               |     |

### 本章提示

本章主要阐述了旅游学的学科性质、学科地位、研究对象、研究内容和研究方法,分析了国内外旅游学研究的特点和发展动态,提出了以旅游系统的整体观把握旅游学研究的总体框架。

## 1.1 旅游学的学科性质与地位

### 1.1.1 旅游学的学科性质

正确认识旅游学的学科性质,不仅可以解决学科的归属问题,而且对于深入进行旅游学的理论研究和实践应用具有重要意义。现代科学突出的特点是一方面高度分化,另一方面互相渗透,趋向一体化,形成一定的学科体系。自旅游学奠基以来,人们对它的学科性质有过不同的认识。在我国的国标学科名称中,在经济学学科名称下设立了“旅游经济学”(国标学科代码 79067),其下又包含了旅游经济学理论(7906710)、旅游经济管理学(7906720)、旅游企业管理学(7906730)、旅游事业史(7906740)、旅游经济学其他学科(7906799)等五个学科名称。而在国务院学位委员会 1997 年颁布的《授予博士、硕士学位和培养研究生学科专业目录》中,把“旅游管理学”(学科代码 120203)设在一级学科“工商管理学”(学科代码 1202)之下,与会计学(学科代码 120201)、企业管理学(含财务管理学、市场营销学、人力资源管理学,学科代码 120202)、技术经济及管理(学科代码 120204)并列为二级学科。无论是经济学科名下的旅游经济学还是管理学科属下的旅游管理学,或两者的全部,都不能涵括现代旅游学的全部内容。旅游学是一门综合性很强的交叉学科。

之所以把旅游学看做是综合性的交叉学科,一是因为旅游活动的综合性以及由此而决定的旅游产业构成的综合性,使得旅游学理论研究也必须体现多学科综合的特征,主要体现为旅游学涉及社会学、经济学、美学、心理学、市场学、地理学、管理学、史学、法学、文化学、医学、教育学、生态学、环境学、政治学、交通学等多学科,并与这些学科有着千丝万缕的密切联系。但旅游学并非只是这些学科的汇集杂合,而是横截了这些学科中可以作为旅游现象的过程和一般规律,并运用规律指导旅游开发和旅游活动,因而具有高度的复杂性和综合性。二是因为旅游活动作为一种综合性的社会经济文化现象,涉及社会的方方面面:文化旅游和传统旅游要求使用人文的方法和理论;由于人们的行为方式不同,旅行的原因也不同,所以有必要运用心理学理论和方法确定促销旅游产品的最佳方案;游客需要政府发给护照和签证方可穿越国界,而大多数国家的旅游发展部门属于政府管辖的机构,因此政治机构的参与要求运用政治学方法;任何行业一旦成为经济巨头,就会影响很多人的生活,它不仅会引起社会学家、地理学家、经济学家和人文学家的重视,还会引起立法机构的重视,由于

立法机构为旅游业制定法律和法规、创造法律环境，因此又产生了法律方法等。

总而言之，旅游的范围如此广大、复杂、包罗万象，它所涉及的范围十分广泛，要解决由此而引发的各种社会问题也必然涉及许多社会科学领域和相关学科。旅游作为一门新兴的交叉学科，旅游理论主要是通过“解决问题”式的途径逐步从以上相关学科移植、渗透和融合而来的，这些理论进入旅游学领域之后，逐渐与旅游学中特有的概念、研究对象、特有的问题相结合，又经过一个相当长的过滤、积淀、整合过程，最后成为旅游学独特的理论系统，但其他任何一门学科都不可能单纯解决旅游活动所引发的全部问题和矛盾，因此，有必要运用跨学科方法来研究该领域，不同的方法适用于不同目的的旅游研究，这样就产生了新的交叉学科——旅游学。

### 1.1.2 旅游学的学科地位

作为一门新兴的学科，旅游学科在整个社会科学体系内居于何种地位？目前学术界尚没有清晰的答案，而对此问题的回答需要对学科和社会科学进行必要的分类。目前学术界对于学科的概念并没有严格的规定，但对于学科的划分通常是通过对人类知识的区分来实现的。目前最普遍的方法是把人类知识分为4类：以物理学为研究对象的物理科学；以生物和生命现象为研究对象的生命科学；以人和人类社会为研究对象的社会科学；以人类信仰、情感、道德、美德为研究对象的人文学（人文学通常只作为一种学科，而不是一种科学）。在我国，社会科学与人文学常常混淆，产生了诸如“文科”、“语法科”、“文史”、“人文社会科学”等说法。从目前社会科学的发展趋势来看，社会科学的性质与研究方法逐渐向生物科学接近，而与人文科学疏远。在此学科分类体系中，旅游学显然隶属于社会科学，那么旅游学在社会科学中处于何种地位？怎样处理旅游学与其他各门社会科学之间的关系？

#### 1.1.2.1 从旅游学在社会科学的层次来看，旅游学属于单科性社会科学层次

社会科学中的诸学科不仅性质各异，而且还有层次之分。郑杭生在《社会学概论新修》一文中把全部社会科学分为一般、特殊和个别3个层次：属于第一层次的是哲学科学（历史唯物论），为一般层次；属于第二层次的是社会学、历史学这样的综合性社会科学，为特殊层次；属于第三层次的是经济学、政治学、教育学等专门的社会科学，为个别层次。旅游学显然属于个别层次，是一门单科性的社会科学，这是因为旅游活动是整个社会活动的一部分，旅游系统是整个社会系统的一个子系统。因此，旅游学与哲学的关系是单科性社会科学与一般科学的关系，主要通过社会学作为中介与哲学相联系，是个别与一般的关系；旅游学与社会学的关系是单科性科学与综合性科学的关系，是特殊与个别的关系；旅游学与其他单科性学科的关系是并列关系，是个别与个别的关系。需要说明的是，旅游学属于单科性社会科学这种提法与旅游学是综合性学科并不矛盾，这是从不同层面对旅游学定位而出现的结果，不要产生误解。

#### 1.1.2.2 从旅游学的学科性质来看，旅游学属于应用性的社会科学

社会科学发展到现在，已经形成了彼此相联又相互区分的框架体系。对此，我国台湾地区学者魏镛提出了一种以人为中心的社会科学框架体系，把各门学科区分为五大类：第一类是基本社会科学，主要包括人类学、心理学、社会学、政治学、经济学和地理学，这些学科比较倾向于人类社会基本知识的追求及理论的建造，故称为基本社会科学，上述六科除地理学外，均直接研究人类行为，故亦可称之为“行为科学”。第二类是应用社会科学，主要包括教育学、行政学等比较倾向于实际应用的学科，称之为应用社会科学。近年来这些学科除了利用基本社会科学的发现与理论之外，自身也从事于独立的创作性的研究或称之为原本的

研究,获得许多有价值的发现,并提出一些关于基本科学范围的新理论,所以也不能说是完全应用性的科学。第三类是规范性的社会科学,主要指法律学,其主要内容为建立人类社会行为之规范,在各种社会科学中独树一帜。第四类是分析性的社会科学,主要包括统计学,是一种建立在数学和逻辑学上的知识和方法。第五类是记载性的社会科学,主要包括历史学,主要任务是记载和整理人类活动的经验。按上述框架体系,笔者将旅游学定位于应用性社会科学,这首先是由于旅游学本身所呈现出的明显的“跨学科”特征,说明了旅游研究主要是借鉴社会学、人类学、心理学、地理学、历史学、经济学等学科的理论来研究旅游活动中的问题,是作为这些学科理论在旅游研究领域中的应用,但自身也存在若干独创性的理论研究。其次,从知识形成的路径来看,旅游学知识体系的形成需要更多的实践来推动,而不是相反,旅游研究所涉及的基本概念几乎都是来源于旅游实践,从旅游者的技术性定义到某一区域旅游吸引物、旅游资源、旅游产品的界定,都是以实践为导向的。

## 1.2 旅游学的研究对象与任务

### 1.2.1 旅游学的研究对象

从世界范围看,旅游学研究开始于现代社会,相对于其他比较成熟的学科,属于十分年轻的学科,因而,对旅游学的研究对象、学科性质、学科体系、研究方法等基础理论问题还有很多争议,旅游学研究在历时不到一个世纪的发展进程中,也取得了许多可喜的成果,不论在研究内容的认定和研究方法的运用,还是在研究内容的组合或理论与概念的构架上,都逐渐从单纯发展到丰富、浅薄发展到深刻,从旅游现象的描述到旅游内涵的探索,尽管到今天仍不能说已经成熟,但旅游学是富有生命力的新兴学科。

旅游学的研究对象是什么?各个旅游学者有着不同的认识。

林南枝认为:旅游学是研究旅游最一般的规律的科学,是旅游活动之综合概括,包括了旅游史、旅游业、旅游文化、旅游经济等。

李天元认为:旅游学是研究旅游者、旅游业以及双方活动对旅游接待地区社会文化、经济、环境之影响的科学。

明庆忠认为:旅游学是以旅游现象和过程为对象,研究旅游复合体产生、演化运行规律以及旅游活动运动规律的一门科学。

田里认为:旅游学是以世界范围为统一整体,以旅游的社会经济条件为特点,研究各类旅游的发生、发展及活动规律的科学。

编者认为,旅游学是一门关于研究旅游系统的一般规律的科学。旅游系统包含三个层次:第一层次是以游客为中心的旅游活动,第二层次是以旅游企(事)业为中心的旅游产业,第三层次是以行业管理为中心的旅游事业。

### 1.2.2 旅游学的研究任务

由前文所述可知旅游学的研究对象是旅游活动的内在矛盾,所以旅游学的任务就是要通过研究来认识这种矛盾的性质及其发生原因、形态结构、运动规律和它所产生的各种外部影响。旅游学的研究任务如下。

① 阐明旅游活动的本质及与社会经济发展的关系。

- ② 研究旅游活动的类型和主要内容。
- ③ 研究发展旅游业的各种条件、基本要素及各要素之间的关系。
- ④ 研究旅游活动发展所产生的基本影响。
- ⑤ 分析世界和我国旅游业发展的前景和需要解决的主要问题。

# 1.3 旅游学的研究内容与框架

## 1.3.1 旅游学的研究内容

加拿大旅游学家斯蒂芬·史密斯在其名著《旅游分析手册》中对现代旅游的研究内容作了如下几点精彩的描述。

### 1.3.1.1 旅游作为一种人的经历

旅游是人们所进行的并时常从中感到乐趣的一种活动，旅游者会产生不同的心理、会有不同的身心感受、会获得不同的满足感、会有不同的行为。要深入了解旅游现象，就要研究人的行为：其一，人为什么要旅游，为什么一些人旅行而另一些人不旅行，旅游需要是怎样形成的，动机是什么，怎样解释这种行为；其二，从旅游中考察存在于人类常规经历之外人类内在心理和行为、预测旅游决策，心理学家、行为学家将有用武之地，这些理论会使得对人类的未来行为的方向和预测成为可能；其三，旅游者的旅游期望是什么，如何实现，旅游将给旅游者带来什么？由于人们的行为和方式不同，旅行的原因也不同，就有必要运用心理学的方法解释和预测旅游行为、确定设计和促销旅游产品。

### 1.3.1.2 旅游作为一种社会行为

毫无疑问，旅游带来利益，但并非十全十美，旅游不是一个绝对的理想产业，代价和利益的增长并不成比例，发展旅游会产生什么社会效应，下面列举出旅游带来的利益：可以提供技能型和非技能型就业机会；产生所需外汇供应；增加收入、增加国民生产总值、有助于经济多元化；可通过地方产品和资源来发展；加强遗产与传统的保护，打破语言、阶级、种族、政治、宗教和社会文化的障碍，促进国际间交流与和平，促进全球一体化。但下面又可以列举出旅游让社会付出代价的一面：形成对资源的过度需求；自然物理环境恶化；导致污染、犯罪、卖淫、赌博发生率提高；传统文化的异化和消失；经济和政治的脆弱性增强；文化、宗教、艺术的商业化。社会学将用人文方法研究社会、社会机构和社会关系，旅行将怎样深深影响他们的个人和家庭及社会关系。

### 1.3.1.3 旅游作为一种地理现象

从客源地到旅游目的地的旅行是旅游的一个固有的区别特征。地理学研究有助于确认和分析旅游功能区域的存在，也可将其进而作为划分或评价某个旅游协作组织的地理覆盖范围的基础。预测客源地和旅游目的地之间的旅游流量是地理研究的另一个重要领域，可对旅游区域、度假区和旅游走廊进行形态学分析，对于旅游规划也很重要。

### 1.3.1.4 对旅游的经济学研究

许多地区对于本地旅游企业的发展很感兴趣，因为这个行业具有从其他地区吸引货币收入的潜力。旅游业也可成为保护当地重要遗址、节庆活动和文化活动的积极力量。不幸的是，成功地吸引旅游者来欣赏和维持当地重要特色的同时，也带来了破坏这种特色的因素。成千上万的游客每天到达永久居住人口可能只有几千人的地区，可能会很快将原先吸引旅游

者的那些真正特性淹没掉。作为一种社区财源的旅游业的前途在于对旅游业可能产生的收益和可能要付出的代价都要从实际出发进行评价。

### 1.3.1.5 旅游作为一种商业活动

这方面研究包括企业结构和管理效率的提高,应付该行业固有的风险和不确定性的各种策略。旅游业对于外部力量来说是特别脆弱的。某个外国存在的政治不稳定和恐怖主义等问题,会阻碍旅游者到该国的旅行,也会为可替代该国的旅游目的地,带来意想不到的收益。流行病、自然灾害、气候问题、货币汇率变化、新的税收立法规定或出入境手续的变化,都可能很快使互相竞争的各个旅游目的地相对吸引力发生戏剧性变化。旅游经营者通常依赖个人的经验和与其他经营商的联系来了解、预计和应付这些问题。然而,只有当他们具有获得专业文献、参加专题讨论会或接触有关咨询人(不论民间的还是政府的)的途径时,才有可能使其应付问题的机制得以改善。对于旅游经营者所面临的问题,既需要进行实用性旅游研究,也需要进一步开展基础性学术研究。

### 1.3.1.6 旅游作为一种行业

旅游业并不仅仅是许许多多各不相同的企业,而是一个政策性很强的行业。更确切地说,广义的旅游业是若干相关行业的集合体,包括交通、住宿、餐饮服务、各种吸引物和活动项目,以及零售经营活动等。旅游业的一个重要特点是具有劳动密集性。一定的收入水平在旅游业中所维持的就业机会要远比同样收入水平在其他行业中所维持的就业机会多得多。

旅游业也是地区间和国际间现金流的重要来源。各级政府都鼓励旅游业的发展,因为它能够带来新的财富和创造新的就业机会。各级政府也应关注旅游业的社会和环境效应。如

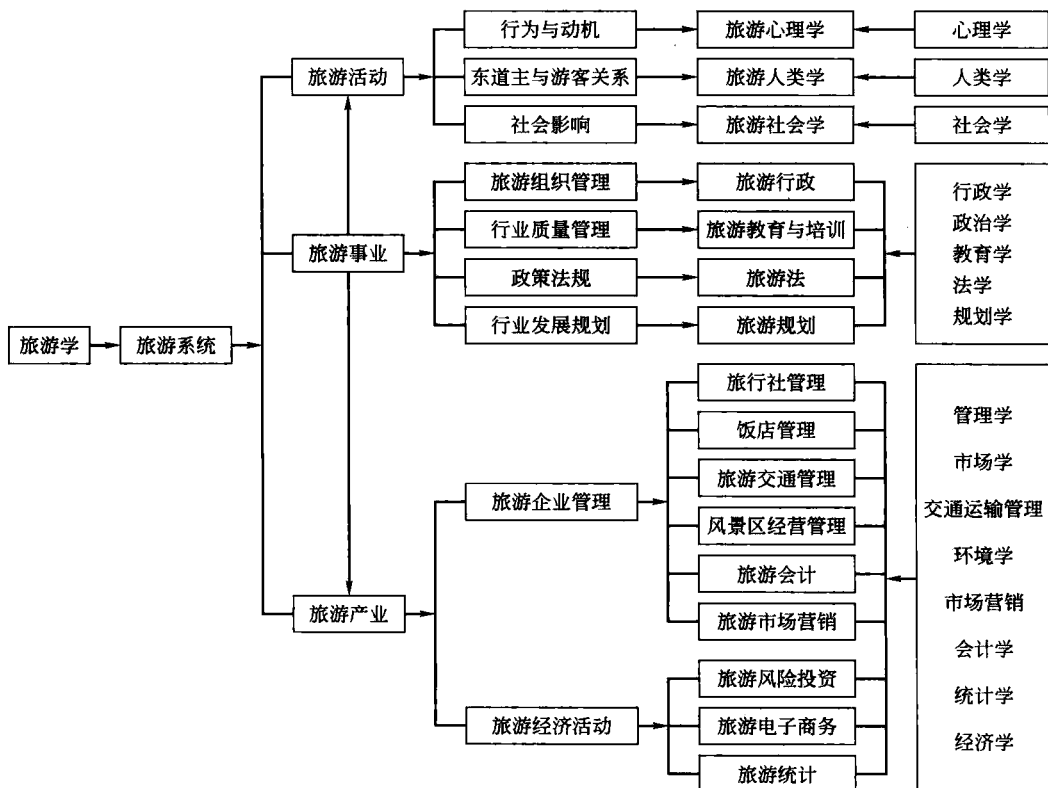


图 1-1 旅游学科体系

果想达到收益增到最大而问题减到最少的目的，各级政府在制定各项政策时，以实际研究为基础，会使旅游业发挥更大的作用。

### 1.3.2 旅游学的研究框架

旅游学是一门综合性的交叉性学科，与它所统驭的相关的分支学科一起，构成了研究旅游现象的综合学科体系。在这个体系中，包含着有所不同但互相关联的三大模块。第一个模块集中研究旅游者活动，这是旅游学的核心领域，旅游学作为一门跨学科的性质，集中体现在这一模块当中，这一模块在方法论上也比较广泛地吸收了诸多人文学科的成果。第二个模块集中研究旅游产业活动，这是旅游学的扩展领域，在方法论上比较多地吸收了管理学和经济学的成果。第三个模块是由一些研究旅游者需要（或需求）与旅游产业供给二者之间的关系的学科构成的。

旅游学科体系可以用一个框架图来描述，图 1-1 说明旅游研究的跨学科性质及其与相关学科的关系。

## 1.4 旅游学的研究方法

旅游学是从综合的角度研究旅游活动及其所反映的各种现象和关系演变规律的边缘性学科。研究旅游问题既要借鉴科学研究中一般的归纳、演绎和类比的基本方法，又要根据学科自身的特点加以深化和创新，这样才能推动和提高旅游学科的理论水平和研究成果的实用价值。简而言之，旅游学的研究方法主要有以下几种。

### 1.4.1 综合考察法

这是研究自然与社会现象和规律时常用的一种研究方法。旅游是一种以文化为主，带有经济和社会属性的综合现象。因此，研究旅游问题就必须广泛地对与之有关的条件和因素进行综合的考察分析，才能得出科学的正确结论。如对旅游资源的评价与开发，就必须综合地考虑一定区域内自然旅游资源和人文旅游资源的种类构成、地域组合、价值功能以及开发前景等因素，同时还要分析旅游资源所在区域的区位条件、经济基础和社会条件等因素，才能得出客观的、公正的评价结论，制定出合理的、可操作的开发规划，从而将旅游资源的潜在优势转化成现实的经济优势。

### 1.4.2 统计资料分析法

这是旅游学的基本研究方法之一。旅游统计资料是旅游活动最客观、最现实的反映，它对研究旅游活动的规律性具有重要作用。例如在调查研究一个国家和地区的自然景观和旅游资源时，必须运用大量的基本统计资料，进行分类评价与分析。只有做好旅游统计资料的分析工作，才能正确地评价旅游资源，科学地规划旅游开发方案，有效地开发旅游资源。又如在研究旅游业的发展问题时，往往需要掌握旅游者各年各月出入境的人数，各个旅行社接待游客的人数，各省市旅游区接待旅游者的人数、年龄和性别结构、职业构成，旅游收入和创汇情况，拥有接待旅游者的饭店数、房间数、床位数、交通运输条件和从业人员数等统计资料，然后对其进行分析，才能把握现状基础和发展趋势，进行科学的决策和管理。



### 1.4.3 旅游图表法

旅游的最基本特征是其活动的空间性和过程性。如各类景区、景点和旅游线路、旅游设施等都可以用不同符号在图上表示。在现实的旅游活动中使用旅游图是常用的手段和方法。导游图、交通图、资源分布图、旅游线路图以及各类专题旅游图等,是旅游开发者、管理者、欣赏者、研究者必备的工具和资料。因此,旅游图表法是旅游学的基本研究方法之一。

### 1.4.4 抽样调查法

这是科学研究(特别在社会科学领域)中常用的一种方法。旅游是一种综合性的社会经济文化现象,涉及文化、经济、政治和社会的许多方面,动态性强。采用随机的抽样调查法,研究旅游的某个方面问题往往是最经济、最省时、最有效的方法。如在一些国家的饭店、机构、过境处(海关等)备有请旅游者填写的表格,向旅游者征询意见或做调查,从这些调查资料的分析研究中,可掌握旅游者的动机、兴趣、线路选择要求等,从而了解客源市场的现状,预测变化趋势。

### 1.4.5 模式分析法

模式分析是一种描述性分析工具,用于刻画现象的结构、形态、关系和流程,具有很强的表现力和抽象力。对于复杂的现象,模式分析试图通过用单纯的文字叙述、图像描述、数字公式等形式加以重构、解释和预测。一个模式图可以表明任何结构过程的主要组成部分以及这些部分之间的相互关系。在社会科学中,模式分析具有揭示出系统之间的次序及其相互关系的构造功能、解释和启发功能、预测功能等优点。加拿大旅游学家斯蒂芬·史密斯的《旅游分析手册》中,大量地介绍了一些旅游研究常用的模式。由于模式是一种趋向于定式化思维的研究方法,不可避免地具有不完整、过分简单以及含有某些未被阐明的假设等缺点。因此,模式的运用有一个适宜性的问题,必须针对自己的研究目的去选择正确的模式。

### 1.4.6 野外工作法

这是社会学和环境科学中广为使用的研究方法,也是一种实证性的研究方法。旅游现象的发生、发展都具有空间性特征,而野外工作强调直接的观察、访问、记录和测量等方法 and 手段的应用,因此,成为旅游研究的重要方法之一。毫无疑问,旅游景区景点的研究离不开细致的野外工作,且对旅游的社会文化影响开展研究来说,这种方法常常是最重要的方法。运用野外工作法,对我们研究旅游发展与社会文化变迁、环境演变、收入渠道、经济发展水平、传统技艺传承、社会结构变革、宗教特征和艺术生活等方面的关系都有很大帮助,实际上也是获得这些方面的认识和知识的基本渠道。

综上所述,随着科学技术的发展,尤其是地理信息系统(GIS)的推广,旅游学研究的方法和手段也发生着深刻的变化。现在,旅游学信息的获取主要靠系统的观察记录(如旅游年鉴、旅游统计年鉴等),并辅以普查和典型调查。而旅游学信息的处理、存贮、传递和分析使用,主要是依靠计算机处理系统。使用的思维方法则以系统思维为主,其中包括从整体出发的分析与综合结合、归纳与演绎、统计分析结合、定性分析与定量分析结合、宏观分析与微观分析结合、动态分析与静态分析结合等。所以,旅游学的方法论基础是自然辩证法以及在此基础上逐渐发展起来的系统思想。