

高职高专**旅游与酒店管理**专业规划教材
校企合作教材



旅游学 概论

丁勇义 李玥瑾 ◎ 主 编
焦丁宁 刘丹丹 ◎ 副主编
曲 华 ◎ 主 审



TOUR



清华大学出版社

高职高专旅游与酒店管理专业规划教材

旅游学概论

丁勇义 李玥瑾 主 编

焦丁宁 刘丹丹 副主编

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书适应旅游业和高职教育发展的趋势,充分考虑创新型应用人才培养的目标要求,针对职业教育院校的教育特点和实际需要,紧密结合课程的特点编写而成。本书设置了三篇,共九章,每章附有最新资料或翔实的案例,并以此来介绍旅游的相关概念、旅游的历史、旅游活动的基本要素以及旅游对经济、生态环境、文化、社会产生的影响。本书突出了理论知识的应用和实践技能的培养,实现了旅游概论教学理论与实践的一体化。

本书为校企合作教材,实用性强,可作为高职高专院校旅游管理、酒店管理专业教材,也可以作为各级旅游主管部门的研究人员以及旅游行业从业人员培训、自学的参考用书。

本书配有课件,下载地址: <http://www.tupwk.com.cn>。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论 / 丁勇义, 李玥瑾 主编. —北京: 清华大学出版社, 2015
(高职高专旅游与酒店管理专业规划教材)

ISBN 978-7-302-40106-3

I. ①旅… II. ①丁… ②李… III. ①旅游学—高等职业教育—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 089483 号

责任编辑: 施 猛 易银荣

封面设计: 周晓苏

版式设计: 方加青

责任校对: 邱晓玉

责任印制: 宋 林

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62794504

印 装 者: 北京嘉实印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm

印 张: 15.75

字 数: 354 千字

版 次: 2015 年 7 月第 1 版

印 次: 2015 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1~2200

定 价: 29.00 元

产品编号: 045024-01

前言



随着我国旅游业的迅猛发展,中国已成为世界旅游大国。据世界旅游组织预测,到2020年中国将成为世界第一大旅游客源国和第四大旅游目的地国,因此,旅游市场对于旅游专业人才的需求量呈现逐年增加的态势,预计到2015年,旅游业对人才的需求量将达到1亿左右。

高等职业院校作为培养旅游行业从业人员的重要基地,在旅游行业专业人才的输送方面起到了至关重要的作用。而旅游专业教材编写的滞后,则将在一定程度上影响旅游专业高职教育的发展,阻碍人才的培养。本教材的编写,坚持以教育部文件为指导思想,由教学一线的教师和旅游企业管理者共同完成。作为旅游管理专业课改教材,本教材具有以下特点。

1. 先进性

根据国务院《关于加快发展现代职业教育的决定》的文件精神:高职院校以培养高等技术人才为根本任务,即课程内容应紧密联系旅游企业的发展现状,实施动态更新,保证将最前沿的知识和技能传授给学生,实现课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接。本教材的编写以此为依据,每章以旅游的自身性质和特点为主线,穿插介绍旅游业的最新概况,让学生对世界范围的旅游业发展有一个清楚的认识。

2. 实用性

每章以主题为中心将相关的知识组织到一起,使之更加贴近生活、贴近学生需要,使内容变得更易理解,有利于学生在活动中学习,在学习中实践。例如,每章都有知识目标、能力目标和素质目标,使学生明确学习的目的并能够及时感知自己在能力上的提高;每章开篇由案例引入,激发学生的学习兴趣;在章末提供基础知识练习题和拓展训练题,拓展训练围绕主题拓展,将专业理论和操作技能有机地、系统地结合在一起,与正文紧密联系。本书完整的内容体系、实用的教学内容将有效地传授学生技能,帮助学生提高实际操作能力。

3. 针对性

本书的编写严格依据高职学生的特点,遵循“从实际出发、学以致用”的基本原则,突显旅游行业相关知识的实用性和前瞻性,以实用性为基础,以案例教学为特色,突出实践教学环节,通过大量的案例分析和实践技能操作训练等内容,着力培养学生独立分析问题、解决问题的能力,确保培养内容与就业市场的需求达到无缝对接。如:基础理论的论

述以“必须够用”为度，更加突出实践；在结构编排上，注重结构的层次性和逻辑性，力争做到线索清晰；在文字表述上，图文并茂，使理论知识的讲述深入浅出、通俗易懂。

4. 参与性

黑龙江蓝太阳国际商务旅行社为国内旅游十强企业、哈尔滨十佳旅行社、黑龙江旅游高等院校实训基地，其总经理曲华为高级经济师、高级导游员、黑龙江旅游职业技术学院的客座教授。本教材由曲华总经理深度参与编写，其将自身多年从事旅游业的实践实验融入教学之中；其余作者都有高职高专课程“旅游学概论”的教学经历，而且均为“双师型”教师，教学经验丰富，理论知识完备。校企合作、强强联合，更加彰显了教材的实用性。

本教材由黑龙江旅游职业技术学院丁勇义老师和黑龙江省建筑职业技术学院李玥瑾老师担任主编；黑龙江中医药大学焦丁宁老师和黑龙江旅游职业技术学院刘丹丹老师担任副主编；黑龙江蓝太阳国际商务旅行社总经理曲华担任主审。丁勇义老师负责拟订、编写大纲并统稿。具体编写分工如下：第一章、第二章、第六章由丁勇义老师编写，第三章、第四章、第五章由李玥瑾老师编写，第七章由刘丹丹老师编写，第八章、第九章由焦丁宁老师编写。

本书在编写过程中，参考和吸收了部分专家和学者的研究成果，在此一并表示衷心感谢。

由于编者水平有限，书中难免有不足之处，恳请广大读者批评指正。反馈邮箱：wkservice@vip.163.com。

编 者

2015年3月

目 录

基础知识篇

第一章 旅游	2
第一节 旅游的概念	3
一、旅游的定义	3
二、相关概念间的关系	6
第二节 旅游活动的类型和特点	8
一、旅游活动的构成要素	8
二、旅游活动的基本类型	13
三、不同旅游活动类型的比较	18
四、旅游活动的特点	21
第三节 旅游的基本属性	22
一、旅游的消费属性	22
二、旅游的休闲属性	23
三、旅游的社会属性	23
第二章 旅游简史	25
第一节 近代旅游的产生	26
一、近代旅游产生的背景	26
二、近代旅游的开端	29
第二节 现代旅游的发展	33
一、现代旅游发展的原因	33
二、现代旅游发展的特点	38
三、现代旅游发展的前景	40
第三节 我国旅游的发展历程	43
一、我国近代的旅游活动	43
二、我国现代旅游业的发展	44
三、我国现代旅游发展的前景	46

现代旅游知识篇

第三章 旅游者	50
第一节 旅游者的概念	51
一、国际上关于旅游者的定义	51
二、我国关于旅游者的解释	54
第二节 旅游者产生的条件	55
一、旅游者产生的客观条件	55
二、旅游者产生的主观条件	62
三、影响旅游动机形成的因素	64
第三节 旅游者类型及消费特点	67
一、旅游者类型划分	67
二、旅游者消费特点	68
第四章 旅游资源	73
第一节 旅游资源的分类	74
一、旅游资源的定义	74
二、旅游资源的分类	75
三、旅游资源的特点	80
第二节 旅游资源调查	83
一、旅游资源调查的含义	83
二、旅游资源调查的内容	83
三、旅游资源调查的方法	85
四、旅游资源调查的程序	85
第三节 旅游资源评价	87
一、旅游资源评价的原则	87
二、旅游资源评价的内容	88
三、旅游资源评价的方法	89

第四节 旅游资源开发与保护.....92	三、我国旅游购物业的发展现状与 展望 138
一、旅游资源开发的概念 92	
二、旅游资源开发的原则 93	第七节 旅游娱乐业..... 140
三、旅游资源的保护 94	一、旅游娱乐业的基本含义和基本 作用 140
四、旅游资源的保护措施 95	二、旅游娱乐产品的分类 142
第五章 旅游业 100	三、旅游娱乐项目介绍 143
第一节 旅游业的含义和特征..... 101	
一、旅游业的基本含义 101	现代旅游关联知识问题篇
二、旅游业的构成 101	第六章 旅游市场..... 150
三、旅游业的性质 102	第一节 旅游市场的概念、特点及 功能..... 151
四、旅游业的特点 102	一、旅游市场的概念 151
第二节 旅行社业..... 104	二、旅游市场的特点 151
一、旅行社的概念、性质和作用 104	三、旅游市场的功能 152
二、旅行社的主要类型 106	第二节 旅游市场细分..... 155
三、旅行社的基本业务 108	一、旅游市场细分的概念和意义 155
四、我国旅行社的发展概况 110	二、旅游市场细分的方法 156
第三节 旅游饭店业..... 111	第三节 我国的旅游市场..... 162
一、旅游饭店业的含义 111	一、我国入境旅游市场 162
二、饭店业发展阶段 112	二、我国主要的境外客源市场 165
三、现代饭店集团的经营管理模式 114	三、我国旅游业在国际市场竞争中 存在的问题 166
四、我国饭店业的发展概况 117	四、我国国内旅游市场 168
第四节 旅游交通业..... 119	五、我国出境旅游市场 170
一、旅游交通业的含义与作用 119	六、旅游市场宣传 172
二、现代旅游交通的类型和特点 120	
三、我国旅游交通发展存在的问题 123	第七章 旅游的影响..... 177
四、我国旅游交通发展的方向 123	第一节 旅游对经济的影响..... 177
第五节 旅游景区业..... 125	一、旅游对经济产生的积极影响 178
一、旅游景区的概念 125	二、旅游对经济产生的消极影响 181
二、我国旅游景区的主要类型和等级 评定 126	第二节 旅游对社会文化的影响..... 183
三、旅游景区在旅游发展中的地位和 作用 135	一、旅游对社会文化的积极影响 183
第六节 旅游购物业..... 136	二、旅游对社会文化的消极影响 184
一、旅游购物品 136	第三节 旅游对环境的影响..... 186
二、旅游购物品的类型和作用 137	一、旅游对环境的积极影响 186

二、旅游对环境的消极影响	188	第三节 主题公园体验	209
第四节 旅游业与可持续发展	190	一、主题公园概述	209
一、可持续发展的内涵	190	二、主题公园的现状与趋势	211
二、旅游业的可持续发展	192	第九章 旅游组织与旅游政策法规	219
第八章 旅游体验	197	第一节 旅游组织	219
第一节 旅游体验概述	198	一、旅游组织的分类	220
一、体验与旅游体验	198	二、旅游组织的职能	220
二、旅游体验的内容	199	三、国际性旅游组织	221
三、旅游体验的特点	200	四、我国的旅游组织	226
四、旅游体验的类型	201	第二节 旅游政策法规	230
第二节 旅游体验的质量	203	一、旅游政策的内涵	230
一、旅游体验的情境	204	二、旅游法规的内涵	230
二、旅游体验的参与元素	204	三、国际性的旅游政策法规	231
三、旅游体验过程	204	四、我国现行的旅游政策法规	233
四、旅游体验的质量	206	参考文献	241

基础知识篇



第一章 旅游

知识目标

1. 了解旅游的含义。
2. 理解旅游活动的类型和特点。
3. 掌握旅游的基本属性。

能力目标

1. 掌握旅游与迁徙、旅行的区别与联系。
2. 通过学习, 使学生对旅游产生新的认识, 为将来从业奠定基础。

素质目标

1. 培养审美意识。
2. 学会用历史唯物主义观分析旅游现象。

案例导入

请看下面两则材料。

A: 张先生乘船到温州, 上午九点到, 上岸后先后跑了几个服装、鞋帽市场进货, 忙到傍晚, 又赶晚班船回上海。上了船之后, 他才有时间凭窗眺望瓯江日落的景色。

B: 小王一行三人, 利用暑假, 参加上海青年旅行社的旅游团到成都、乐山、峨眉山转了一圈, 看了杜甫草堂、武侯祠、青羊宫, 登上峨眉金顶看到了难得一见的佛光, 参观了乐山大佛, 还到沙湾参观了郭沫若故居。虽然只有短短一周, 但这段经历至今回想起来还让小王等人心潮澎湃, 激动不已。

张先生、小王二人都认为自己的这一经历属于旅游, 那么张先生、小王两人到底谁说对呢?

第一节 旅游的概念

“世上本无路，走的人多了，便也成了路”。旅游的人多了，旅游也就形成了一种社会现象或者一种社会风气。那么，什么是旅游呢？到目前为止，国内外学术界对其内涵和外延均有着不同的理解。因为旅游活动从产生以后，它的旅游实践和内容就在不断丰富变化，所以，人们对旅游定义的认识也在不断发展完善，因此，对旅游的定义还没有一个统一的解释，至今学者们还在探究这个难题。

一、旅游的定义

旅游是一项古老的社会活动，已经有几千年的历史，而“旅游”一词的产生一定比旅游活动的产生要晚，其最终产生的时间至今众说纷纭。较常见的说法有如下几种。

（一）“旅游”一词的来源

旅游(Tour)来源于拉丁语的“tornare”和希腊语的“tornos”，其含义是“车床或圆圈，围绕一个中心点或轴的运动”。这个含义在现代英语中演变为“顺序”。后缀-ism被定义为“一个行动或过程；以及特定行为或特性”。而后缀-ist则指“从事特定活动的人”。词根tour与后缀-ism和-ist连在一起，指按照圆形轨迹的移动，可见，旅游指一种往复的过程，即指离开后再回到起点的活动。

“旅游”从字义上很好理解。“旅”是旅行，外出，即为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程；“游”是外出游览、观光、娱乐，即为达到这些目的所进行的旅行，两者合起来即旅游。所以，旅行偏重于行，旅游不但有“行”，且包含“观光”“娱乐”的含义，是旅行和游览的统一体。

我国的“旅游”一词最早出现在沈约的《悲哉行》：“旅游媚年春，年春媚游人。徐光旦垂彩，和露晓凝津。时嚶起稚叶，蕙气动初苹。一朝阻旧国，万里隔良辰。”唐朝贾岛《上谷旅夜》诗：“世难那堪恨旅游，龙钟更是对穷秋。故园千里数行泪，邻杵一声终夜愁。”有人统计，“旅游”这个词在《全唐诗》里就出现了22次，著名诗人高适、韦应物、白居易、张籍等都在作品中用过这个词。而沈约、白居易等人，他们作品中的“旅游”都含有游览、观光的意思。

随着世界的发展，到19世纪初期，旅行在很多方面已经开始具有现代意义上旅游的特点。到19世纪中叶，无论是国内还是国际旅游都有了新的突破性发展。到20世纪初，随着科技的发展，旅游活动便广泛地开展起来，许多国内外学者或旅游机构将旅游活动及旅游业作为研究的对象。他们对旅游内涵和外延的不同理解，对旅游学科的发展起到了促进作用。

（二）对旅游概念的各种解释

国内外学者对于旅游的概念及其内含和外延的理解各有不同，但相关研究探讨一直在

持续,下面是各方面对于旅游的定义。

1. 词典中对旅游的解释

(1) 旅游一词最早出现在1811年英国出版的《牛津词典》中,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。这只是旅游字面的含义,没有揭示其本质。

(2) 1927年,德国以蒙根·罗德为代表出版的《国家科学词典》中对旅游进行了定义。狭义的理解是那些暂时离开自己的住地,为了满足生活和文化的需要,或各种各样的愿望,而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往。值得注意的是:这个定义强调的是旅游是一种社会交往活动。

(3) 《韦伯斯特大学词典》中对旅游的解释是:“以娱乐为目的的旅行;为旅游者提供旅程和服务的行业。”

(4) 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:“旅行和游览”。

(5) 《中国百科大词典》对旅游的定义是:旅游是人们观赏自然风景和人文景观的旅行游览活动。包括人们旅行游览、观赏风物、增长知识、锻炼身体、度假疗养、消遣娱乐、探索猎奇、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。从经济学角度看,旅游是一种新型的高级消费形式。

2. 研究机构和旅游组织对旅游的定义

(1) 美国参议院领导的一个研究小组在其《(美国)国家旅游政策研究报告》中提出: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,到其他某个或某些地方旅行的行动和(逗留)活动。此定义指出:旅游的原因不能是工作、赚钱等因素,强调了闲暇时间的概念;“旅行的行动”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,但没有排斥商务性旅游。

(2) 联合国“官方旅行机构国际联合会(ALGTO)”的定义:旅游是指到一个国家访问,停留时间超过24小时的短期旅客,其目的地属于下列两项之一。首先,悠逸,包括娱乐、度假、保健、研究、宗教、体育运动;其次,公务,包括业务、出使、开会等。这个定义强调的是旅游活动的暂时性、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。它主要在时间、内容上给出了较具体的界定,主要是出于方便统计和出于技术性上的需要,但排斥了当日往返的旅游活动。

(3) 1991年6月,世界旅游组织(World Tourism Organization, WTO)在加拿大的渥太华召开的国际旅行与旅游统计大会上对旅游的定义:旅游是人们出于休闲、商务或其他目的,短期(不超过一年)离开自己的惯常环境,前往他乡的旅行活动以及在该地的停留访问活动。这个定义强调的是“惯常环境”,主要排除的是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。它重点强调了旅游活动的暂时性、异地性和非就业性,但更倾向于技术性需要,主要是为调查和统计提供方便。

(4) 中国国家旅游局的定义：旅游是指人们为了休闲、商务和其他目的，离开他们惯常的环境，到某些地方去以及在某些地方停留，但停留时间不超过一年。这个定义强调了三个方面：①指出离开“惯常环境”的旅行距离；②指出停留时间“不超过一年”；③指出旅游目的是“休闲、商务或其他”。

3. 国内外学者对于旅游的定义

20世纪初旅游学科才逐步形成和确立，而“旅游”的定义却一直未达成一致，这一直困扰着国内外学者，至今，这一问题在旅游学术界还争论不休。不同学者对旅游的认识和研究的出发点与侧重点不同，其得出的结论自然也不同，其中，国内外学者关于旅游研究的定义如表1-1所示。

表1-1 国内外学者关于旅游研究的定义

序号	学者	定义	特点
1	蒙根·罗德(德国, 1927年)	那些暂时离开自己的住地，为了满足生活和文化的需要，或各种各样的愿望，而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往	该定义强调旅游的交往性，指出旅游是一种社会交往活动
2	汉泽克尔和克拉普夫(瑞士, 1942)	非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会引起永久居留，并且不从事赚钱的活动	该定义强调旅游的综合性，指出旅游活动中必将产生经济关系和社会关系
3	伯卡特和梅特列克(英国, 1974)	旅游发生在人们前往和逗留在各地过程中，旅游的活动是人们离开他平时工作和居住的地方，短期暂时前往一个旅游目的地运动和逗留的活动	该定义强调旅游的流动性，指出旅游的本质特征是异地性和暂时性
4	马丁·普雷(美国, 1979)	为了消遣而进行的旅行，在某一个国家逗留的时间至少超过24小时	该定义强调旅游的时间性，指出了各国在统计国际入境旅游人数的时间标准
5	伯特麦金托什和夏西肯特格波特(美国, 1980)	在吸引和接待旅游及其访问者的过程中，由于游客、游旅企业、东道主政府及东道主地区的居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和	该定义强调旅游的综合性，指出旅游引发的各种现象和关系
6	黑塞(德国)	“旅游就是艳遇”。既然是“遇”，自然是可遇而不可求。旅行中的艳遇，陌生的地方，陌生的人，在美景的衬托之下更显出浪漫情调。艳，奇幻迷离，让人意犹未尽；遇，一场风花雪月的邂逅，一个怦然心动的瞬间	该定义强调旅游是艳遇，指出旅游的异地性、审美性、享受性
7	于光远(中国, 1985)	现代社会中居民的一种短期的特殊的生活方式，这种生活方式的特点是：异地性、业余性和享受性	该定义强调旅游是一种生活方式，指出旅游的异地性、业余性和享受性
8	谢彦君(中国, 2004)	个人以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	该定义强调旅游是一种体验，指出旅游是一种享受异地愉悦和体验的短暂经历

(三) 综合定义

关于“旅游”的定义，众说纷纭，以上只是列举了一些具有代表性的，但归纳起来，旅游的定义大体可以分为两类：一类是依据惯例，从理论抽象角度出发给出的概念性定义(Conceptual Definition)；另一类是为满足统计工作的需要，对旅游边界进行划定的技术性定义(Technical Definition)。所谓“概念性定义”就是为了明确一个现象的根本特征，使之与其他相似却不不同的现象相区别，而提供一种理论框架，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，但又不同的活动区别开来，是对该现象在理论上的高度抽象和概括。如以上列举的学者们的定义。“技术性定义”又称“实物定义”，其主要特征是在定义中采用了将一些可量化或者可借以区别限定的标准，将旅游活动与其他活动有效地加以区别，它所涵盖的范围更广些。如国际联合会组织(AIGTO)给旅游下的定义。

上述定义，虽然从各自不同的研究对象出发得出结论，但其仍具有下列共同点：首先，人们外出旅游的主要目的是为了获得审美和愉悦的体验。其次，旅游的异地性特征，即旅游活动的前提是人们必须离开自己的惯常居住地前往异地。最后，旅游的暂时性特点，即旅游者只是在目的地暂时停留，不会永久居住。因此，本书认为，旅游是指人们前往异地以寻求审美和愉悦为主要目的而离开自己的惯常居住地，前往异地的暂时逗留，以及由此而引起的现象和关系的总和。这些目的包括观光、休闲、娱乐、度假、保健、工业、农业、宗教、体育及公务等，但不包括就业。

二、相关概念间的关系

旅游萌芽的基本特征之一是人口在空间上的流动。从历史上看，人口的流动又分三种：迁徙、旅行、旅游。下面对除旅游之外的两个概念加以介绍。

(一) 迁徙

原始社会人类的迁徙是夹杂着被迫性与求生性的迁徙行为，是人们出于谋生的目的，或者出于自然原因(如气候等对生存环境的破坏)，或者出于人为原因(如战争的威胁)而被迫离开定居地，以求获得一个和平的生存环境，不再回到原来的定居点。如非洲原始人类向亚洲、欧洲的迁徙；亚洲东北部的因纽特人、印第安人踏过白令海峡向美洲大陆迁徙，成为那里的原始居民。现代的移民实际上与迁徙没有本质的差别，因此，处于迁徙或移民过程中的人，并不是真正的旅游者。

(二) 旅行

人类旅行的产生，是人们出于迁徙以外的任何目的，离开自己的常住地到异地作短暂停留并按原计划返回的行为，所以，人类的旅游行为虽然孕育于人类的迁徙和旅行行为

中，但迁徙和旅行都不是人类纯粹意义上的旅游行为。

旅行作为一种经济活动产生于原始社会末期，它是伴随商业活动的兴起而产生的。商业的发展，促使商人到处奔走，旅行活动由此而开始。旅行仅仅是为完成某个动机的一般空间流动过程，旅游则包含旅行和游览。有旅游必定有旅行，有旅行不一定有旅游；旅游者同时是旅行者，旅行者不一定是旅游者。

由此可以看出，迁徙、旅行、旅游，三者的共同点是都有空间位置的移动。不同的是，迁徙仅仅重视的是地理位置的移动结果，可以说是为移动而移动，到达目的地就完成任务；旅行看中的是沿途的风光。阿尔卑斯山脉的公路边有句很著名的话：慢慢走，欣赏啊！道出的就是旅行者的心声；而旅游则是对目的地的观光、欣赏，对行程并不重视。

知识链接1-1

荷花展旅游六要素——吃住行游购娱一应俱全

正在古猗园举行的“绿地·海域观园”首届上海荷花展，为游古猗园、赏荷花的市民、游客考虑周到。针对旅游六大要素，开展贴心服务。

■吃

老字号“上海古猗园餐厅”就在古猗园南门外西侧约30米，荷花展期间，这里是人气最旺之处，点上一笼南翔小笼，叫上两三道清爽小菜，配上古猗园特色的竹叶茶，那叫一个“舒服”。荷花展期间，餐厅大厨们还从洪泽湖买来最鲜美的藕节、藕带、莲心、荷叶等等，反复琢磨，不断改进，推出了22道创意荷花菜肴，道道都有“荷”元素；又结合夏令食客追求清爽、素雅的“味蕾”，推出可单点也可做成荷花宴的销售策略，客人的餐桌上随处都是荷花展上养颜、营养又美味的佳肴。

■住

古猗园周边有实惠的经济型酒店、星级酒店以及朴实的农家乐、乡村度假村等。

■行

地处南翔的古猗园，距离市区非常近，又紧挨着地铁11号线，从市区前往古猗园，不论是自驾、公交还是地铁，都十分方便。

■游

除了观荷、赏荷外，首届荷花展期间的古猗园，还有五大旅游特色：明代建筑、猗猗绿竹、幽静曲水、花石小路、楹联诗词。

■购

荷花展专为游客设计了众多旅游纪念品，以小、巧、特取胜，将古猗园之精华汇聚于小巧玲珑的方寸天地中。荷花展期间，古猗园南门售品部将成为荷花展纪念品展示、销售中心，苏州刺绣、嘉定竹刻、景德镇瓷器、荷花折扇、荷花书签及缸栽荷花、睡莲、碗莲等都有售。

■ 娱

首届上海荷花展,安排了丰富多彩的文化、娱乐活动,供市民游客在赏荷之余随意选择。包括以“品荷之韵味、赏莲之雅趣”为主题,重点在5个厅堂内推出的荷花顾绣展、荷花绣片展、荷花青花瓷器展、荷花书画展、荷花插花等文化展示活动;开展荷花摄影大赛、名家现场书画写生、“雅荷游学”青少年科普夏令营、荷花科普游园会等参与性强的活动。

资料来源: http://xmwb.xinmin.cn/xmwb/html/2013-07/02/content_34_2.htm

第二节 旅游活动的类型和特点

一、旅游活动的构成要素

旅游活动作为人类的一种生活方式和一种社会文化现象已有悠久的历史。因此,旅游活动也就具备了它的发展特点和构成要素,下面来看旅游活动都由哪些要素组成。

(一) “三要素”论

旅游活动由三个基本要素构成,旅游的主体——旅游者,旅游的客体——旅游资源,旅游的媒体——旅游业,三者缺一不可,三者共同构成旅游活动。

1. 旅游活动的主体——旅游者

旅游者,从字面上理解,就是游客,即从事旅游活动的人们。旅游者就是暂时离开常住地,通过游览、消遣等活动,以获得精神上的愉快感受为主要目的的人。

旅游者作为旅游活动要素之一的旅游主体,是旅游资源开发的基本目的,也是旅游业得以生存和发展的基本条件。没有了主体,也就没有了旅游活动,旅游资源开发便失去了市场价值和针对目标,旅游业也就成了无源之水和无本之木。

2. 旅游活动的客体——旅游资源

旅游活动的客体是旅游资源。旅游资源指旅游活动的目标即旅游吸引物,目标对旅游者产生吸引力,使其活动有了具体指向,才有了具体的旅游行为。

旅游者具备了足够用以支付的资金、时间及健康的身体后,选择某地或某国出游,因为那里有吸引他们的环境,可能是自然因素、人文因素、其他社会现象等,这些资源必须由旅游者自己身临其境才能获得真正的精神满足。事实证明,旅游资源是一个国家或一个地区招徕客源、开拓市场、发展旅游业的物质基础和前提条件,也是旅游业赖以生

存的物质基础。

3. 旅游活动的媒体——旅游业

旅游业是旅游活动的媒介或媒体。它是指为旅游活动的主体旅游者与旅游活动的客体旅游资源之间的有机联系提供服务条件的中介。也就是说,在旅游者(主体)和旅游资源(客体)之间,必须要有能实现旅游活动的物质条件(旅馆、交通等)和与之适应的旅游服务(其核心是旅行社)作为依托和媒介,其重要作用如同化学反应中的催化剂一样。

由于人们生活日趋富裕,对旅游的要求也相应提高,他们不仅要求住宿、交通必须有保证,而且要求整个旅游过程更加方便、舒适、安全,旅游企业作为中介物就应运而生。它专门从事旅游活动的组织安排,在旅游者与旅游资源之间架起了桥梁,起着媒介作用。既为旅游者办理住宿和交通的预订、安排和联络等服务性工作,并且保证旅游者在旅游全过程中的安全;同时向旅游者提供旅游点的各种情报信息,指导旅游线路和旅游方法。因此,旅游企业已成为推动旅游活动普及的一种重要媒介,它使旅游由原来只为少数达官显贵、豪门富贾所享的“专利品”,发展成为社会性的、大众化的娱乐活动。

由此可以看出,旅游活动的三要素是相互联系、相互依赖、相互制约的,他们共同构成了旅游活动的统一体,其中一个要素的变化都将引起其他要素的变化。

(二) “六要素”论

“六要素”指旅游活动开展所涉及的内容构成中的吃、住、行、游、娱、购六大要素,被简称为旅游六要素,六要素是旅游活动最低层次的需要,也是其能够顺利开展的最基本的保证。离开六要素,旅游活动就无法进行下去。

1. 吃

吃是指旅游餐饮,即通过向旅游者提供餐饮,补充旅游者在旅游途中体力消耗所需的营养及水分,满足生理上的物质需要,同时也有助于旅游者品味、领略异国异地的饮食文化及风土人情,获得精神文化方面的享受。

旅游在外,品尝当地名菜、名点,无疑是一种“饮食文化”上的享受。我国有八大菜系,川菜、鲁菜、苏菜、粤菜、闽菜、浙菜、湘菜、徽菜;中国地方特色小吃有北京小吃、天津小吃、上海小吃、广东小吃、陕西小吃、四川小吃、武汉小吃、福建小吃,等等。这些都是旅游在外的食客们不可错过的美食“福利”。

2. 住

住是旅游活动中非常重要的一项,如果休息不好,游客就没有精力和体力游览,旅游活动就无法顺利完成。

随着旅游业的发展,旅游设施也在不断完善,不断地满足不同旅游者的需求。有星级酒店,装修得富丽堂皇,舒适、安全、卫生、实行人性化管理;有适合年轻人住宿的“青年旅社”,其特点是舒适、价格低廉;如今,“沙发客”这一旅行方式正在中国兴起,全