

 新编旅游与酒店管理系列教材

旅游学 *lyouxue jiaocheng* 教程

主 编 张补宏
副主编 刘丹萍



华南理工大学出版社

 新编旅游与酒店管理系列教材

旅游学 *lyouxue jiaocheng* 教程

主 编 张补宏

副主编 刘丹萍



华南理工大学出版社

· 广州 ·

内 容 简 介

本教程是新编旅游与酒店管理系列教材之一,是旅游管理专业、酒店管理专业、会展经济管理专业本科基础课程教材。

本书主要内容包括:旅游学研究概述、旅游的发展历史、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游产品与旅游市场、旅游目的地、旅游发展的效应等。本书体系结构清晰,内容结合国内外旅游业发展的实际,融入大量案例资料,便于学生理解领会旅游学理论、研究方法,能为学习旅游管理领域知识奠定坚实的理论基础。

本书配有教师用教学课件,具体索取方式请参见最后一页“教学支持说明”。

图书在版编目(CIP)数据

旅游学教程/张补宏主编. —广州:华南理工大学出版社,2010.9
新编旅游与酒店管理系列教材
ISBN 978-7-5623-3350-0

I. ①旅… II. ①张… III. ①旅游—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 175872 号

总发行:华南理工大学出版社(广州五山华南理工大学 17 号楼,邮编 510640)

营销部电话:020-87113487 87110964 87111048(传真)

E-mail: scutcl3@scut.edu.cn http://www.scutpress.com.cn

责任编辑:王磊 庄严

印刷者:广东省农垦总局印刷厂

开本:787mm×960mm 1/16 印张:18.25 字数:399 千

版次:2010 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

印数:1~2 000 册

定价:30.00 元

版权所有 盗版必究

前言

中国正在从世界旅游大国向世界旅游强国迈进,旅游业成为推动中国经济增长的一大亮点,并作为一个重要的客源国对世界经济的增长产生影响。中国经济的持续稳定发展为中国旅游业发展奠定了良好的基础,一方面绝对巨量的人口资源和相对增长的具有消费能力的旅游消费者使中国国内旅游业和出境旅游呈现蓬勃发展的局面,中国目前已有包括美国等发达国家在内的130多个出境旅游目的地国家和地区,中国国际旅游的影响力正在逐步由周边国家和地区、欧洲、北美辐射到南美、非洲等区域。中国旅游业的蓬勃发展需要旅游人力资源的支持,因而旅游教育成为近十多年高等院校发展的热点,旅游管理专业从中等专科学校、高等专科学校、大学本科、研究生教育形成梯次发展的格局和快速大规模扩张的局面。掌握和理解旅游管理基本知识和技能需要从学习“旅游学”开始,“旅游学”是研究旅游形成、发展及其运行规律的基础性课程,在掌握“旅游”及其相关基本概念、原理以及建立学科框架体系的基础上,我们才可以分层次按专业属性逐步展开深入学习和研究。

本教程涵盖了国内外传统旅游学教材的经典理论和观点。第1章用概述的方法介绍了旅游与旅游活动的基本概念、旅游的主要类型、旅游的属性,旅游学研究对象确立的学术历程、关于旅游系统的各种学术主张、旅游学的研究对象和任务,旅游学研究的定性研究方法与定量研究方法,为旅游学学习做一个铺垫;第2章从史学角度回顾了旅游的产生与发展,从国外和中国两个脉络对旅游发展历史进行了简介。国外重点对古希腊、古罗马、文艺复兴时期、大航海时代、大旅游、工业文明时期等不同时期旅游的发展进行了简介和评价,国内从先秦、秦汉魏晋至元朝、明清时期旅游发展情况进行了简介和评价,最后对现代旅游进行了分析,分别从航空时代、大众旅游、选择性旅游、后现代旅游等现代旅游特点进行了阐释,帮助大家建立学习旅游学的历史观;第3章内容主要围绕旅游活动的主体—旅游者展开,对旅游者的定义、旅游者的类型、旅游者产生的条件、影响旅游体验质量及旅游者的

需求心理、旅游消费者行为分析进行了阐述。第4章介绍旅游的客体—旅游资源，对旅游资源的概念及其内涵、分类、评价以及开发与保护进行叙述。第5章从旅游业概述入手，分别介绍了旅游业的构成、不同国家和地区旅游业的发展模式，旅游业的未来等。第6章对旅游产品概念、构成和开发与组合旅游流理论进行介绍，简述了旅游市场及市场细分概念和国际国内主要客源市场情况。第7章简述了旅游目的地概念、类型和旅游目的地生命周期理论，从目的地管理的角度介绍了旅游规划、目的地形象管理、目的地营销系统，最后简介了旅游目的地可持续发展的相关问题，提出可持续发展的趋势“生态旅游”，阐述旅游目的地环境容量问题以及可能采取的对策。第8章阐述了旅游发展对经济、环境、社会文化三个方面的效应，分别就旅游发展对经济、环境、社会文化效应的内涵，以及分别对积极和消极进行评析，并分别提出可能采取的对策。

本教程内容信息量大，综合性较强，一方面在经典理论知识介绍的同时，充实大量新的内容、数据和案例，使学习过程生动活泼；另一方面将诸多经典的旅游学研究理论、观点融合在教程中，使同学们学会从多角度、多层面理解旅游学内容。

本教程适合旅游类专业（包括旅游管理、酒店管理、会展管理）等本科专业使用，可作为旅游管理类研究生教材使用。

本教程第1、2章由刘丹萍博士撰写，第3、6章由杨莹老师执笔，杨柳同学参加了其中部分内容的编写，第4、5、7、8章由张补宏撰写，全书由张补宏统稿。北京第二外国语学院硕士生徐施同学和华南理工大学经济与贸易学院硕士生杨柳同学做了大量资料收集整理的工作。本书的大纲得到华南理工大学经济与贸易学院李力教授的指导，在此表示感谢。

编者

2010年6月

目 录

1 旅游学研究概述	(1)
1.1 旅游与旅游活动	(1)
1.1.1 旅游与旅游活动的概念	(1)
1.1.2 旅游的主要类型	(3)
1.1.3 旅游的属性	(4)
1.2 旅游学研究的对象与任务	(5)
1.2.1 旅游学研究对象确立的学术历程	(5)
1.2.2 关于旅游系统的各种学术主张	(7)
1.2.3 旅游学的研究对象及任务	(12)
1.3 旅游学研究的基本方法	(13)
1.3.1 定性的研究方法	(13)
1.3.2 定量的研究方法	(15)
2 旅游的发展历史	(17)
2.1 国外早期的旅游活动	(17)
2.1.1 古希腊文明中的旅游	(17)
2.1.2 古罗马文明中的旅游	(20)
2.1.3 文艺复兴时期的旅游	(23)
2.1.4 大航海时代的旅游	(24)
2.1.5 大旅游	(26)
2.2 工业文明中的旅游	(28)
2.2.1 轮船时代	(29)
2.2.2 陆上交通的改进和铁路时代	(29)
2.2.3 现代旅游业的标志——托马斯·库克旅行社	(30)
2.3 中国古代的旅行活动	(32)
2.3.1 先秦时期的旅行和旅游	(32)
2.3.2 秦汉时期的旅游	(33)
2.3.3 魏晋至元朝时期的旅游	(34)
2.3.4 明清时期的旅游	(37)

2.4 现代旅游	(41)
2.4.1 航空时代	(41)
2.4.2 大众旅游	(42)
2.4.3 选择性旅游	(42)
2.4.4 后现代旅游	(45)
3 旅游者	(54)
3.1 旅游的基本单位	(54)
3.1.1 旅游者	(55)
3.1.2 国际旅游者的定义	(55)
3.1.3 国内旅游者的定义	(57)
3.2 旅游者的类型	(59)
3.2.1 按旅游目的划分	(59)
3.2.2 其他划分旅游者的方法	(64)
3.3 旅游者产生的条件	(65)
3.3.1 有“闲钱”	(65)
3.3.2 有“闲时”	(66)
3.3.3 有动机	(67)
3.3.4 其他因素	(74)
3.4 影响旅游体验质量的因素及旅游者的需求心理	(75)
3.4.1 影响旅游体验质量的因素	(75)
3.4.2 旅游者的需求心理及消费行为	(77)
3.5 旅游消费者行为分析	(81)
3.5.1 韦哈布、克拉克姆珀和罗森菲尔德的模型	(81)
3.5.2 斯莫尔的模型	(82)
3.5.3 马西森和沃尔的模型	(83)
4 旅游资源	(88)
4.1 旅游资源的概念及其内涵	(88)
4.1.1 旅游资源的概念	(88)
4.1.2 旅游资源概念的内涵	(90)
4.1.3 旅游资源的特点	(91)
4.2 旅游资源的分类	(93)
4.2.1 旅游资源的基本分类	(94)
4.2.2 其他分类	(96)

4.2.3	我国现行的技术性分类	(97)
4.3	旅游资源评价	(102)
4.3.1	旅游资源评价的概念及其意义	(102)
4.3.2	旅游资源的评价标准	(103)
4.3.3	旅游资源的评价方法	(105)
4.4	旅游资源的开发与保护	(109)
4.4.1	旅游资源开发的含义	(109)
4.4.2	旅游资源开发的基本原则	(110)
4.4.3	旅游资源开发的内容	(113)
4.4.4	旅游资源的保护	(115)
5	旅游业	(119)
5.1	旅游业概述	(119)
5.1.1	旅游业定义	(119)
5.1.2	旅游业的构成	(121)
5.1.3	旅游业的性质	(122)
5.1.4	旅游业的特点	(122)
5.2	旅游业的构成	(126)
5.2.1	旅行社	(126)
5.2.2	旅游饭店	(130)
5.2.3	旅游交通	(136)
5.2.4	旅游景区(点)	(141)
5.2.5	旅游购物	(144)
5.2.6	旅游娱乐	(147)
5.3	旅游业的发展模式	(149)
5.3.1	常规旅游发展模式	(149)
5.3.2	其他旅游发展模式	(151)
5.3.3	我国旅游发展模式	(153)
5.4	旅游业的未来	(155)
5.4.1	世界旅游的发展趋势及特点	(155)
5.4.2	中国旅游发展的趋势及特点	(159)
5.4.3	未来影响旅游业发展的因素	(161)
6	旅游产品与旅游市场	(166)
6.1	旅游产品	(167)

6.1.1	旅游产品概述	(167)
6.1.2	旅游产品的构成与分类	(176)
6.1.3	旅游产品的开发与组合	(178)
6.2	旅游流	(182)
6.2.1	旅游流的概念及其特征	(182)
6.2.2	旅游流的形成	(184)
6.3	旅游市场	(188)
6.3.1	旅游市场概述	(188)
6.3.2	旅游市场细分	(191)
6.3.3	国际旅游市场	(194)
6.3.4	中国旅游市场	(197)
7	旅游目的地	(209)
7.1	旅游目的地概述	(209)
7.1.1	旅游目的地的概念	(209)
7.1.2	旅游目的地的类型	(210)
7.1.3	旅游目的地生命周期理论	(212)
7.2	旅游目的地管理	(213)
7.2.1	旅游规划	(213)
7.2.2	旅游目的地形象管理	(225)
7.2.3	旅游目的地营销系统	(234)
7.3	旅游目的地可持续发展	(238)
7.3.1	可持续发展概述	(238)
7.3.2	旅游业可持续发展	(239)
7.3.3	旅游目的地可持续发展的主要方式——生态旅游	(241)
7.3.4	旅游目的地环境容量的测评	(242)
7.3.5	我国旅游目的地可持续发展的对策探讨	(245)
8	旅游发展的效应	(252)
8.1	旅游发展对经济的效应	(252)
8.1.1	旅游发展的积极经济效应	(253)
8.1.2	旅游发展的经济代价	(258)
8.2	旅游发展对环境的效应	(260)
8.2.1	旅游环境的特征	(260)
8.2.2	旅游发展对环境的正面效应	(261)

8.2.3 旅游发展对环境的负面效应	(262)
8.2.4 旅游环境保护措施	(264)
8.3 旅游发展对社会文化的效应	(265)
8.3.1 文化的含义与旅游对社会文化效应的含义	(265)
8.3.2 旅游发展对社会文化的积极效应	(266)
8.3.3 旅游发展对社会文化产生的负面效应	(268)
8.3.4 旅游接待地的文化调适	(274)
参考文献	(279)

1 旅游学研究概述

□ 学习要点

1. 掌握旅游与旅游活动的概念、属性；
2. 了解旅游学的研究对象和任务；
3. 初步掌握旅游学的主要研究方法。

旅游是一门科学，也是一门艺术，同时还是一种吸引、运送和接待旅游者并满足其需求和欲求的商业。从本章开始，同学们学习旅游学的航程已经开始，如果预测专家以及未来学家的预言是正确的，那么，你正在接触的就是当今世界上最大的产业，它太多的问题需要你们去探究。

或许，同学们首先应该考虑的就是这样一些问题：什么是旅游？究竟哪些人是旅游者？人类的旅游行为是从何时开始的？旅游学的研究对象是什么？旅游研究具体用到哪些方法？

1.1 旅游与旅游活动

在日常生活中，“旅游”二字在不同的情境下，蕴含不同的含义，如以下四句情境对话：你去旅游了吗？你是做旅游工作的吗？你是学旅游的吗？你是研究旅游的吗？这里“旅游”二字均有不同的指向，第一句话是指消费者的一种休闲行为，包含有旅游活动的意思；第二句话是指一种职业，如导游、酒店工作者；第三句话指的是学校教育的专业分类，如“旅游管理专业”、“酒店管理专业”等；第四句话指的是一种研究领域。在“旅游管理专业”学习和旅游领域研究中我们必须从学术的角度对旅游的概念进行严格的界定。

1.1.1 旅游与旅游活动的概念

一般来说，有关旅游的定义都旨在将短期来访者及其消费行为与当地居民的经济行为和影响区分开来。瑞士教授沃特尔·汉兹科（Walter Hunziker）和科特·克拉普夫（Kurt Krapf）在1942年发表了有关旅游业一般理论的文章，该理论后来被他人加以引述。这两位瑞士教授是这样给旅游下定义的：“旅游是由非本地居民的旅行和短暂停留所引起的各种现象和关系的总和；其前提是这些旅行和短暂停留不会导致他们长期的居

住或从事任何赚钱的活动。”这一概念后来为国际旅游专家协会（AIEST）所接受（即惯常所说的“AIEST 定义”）。

可以认为，上述关于“旅游”的定义前半部表述了“旅游”的外延，后半部是“旅游”的内涵。我们可以这样进一步理解它：

第一，按照这一表述，构成旅游的是一系列的现象和关系，是一种非实体性的结构；

第二，导致这一系列现象和关系产生，从而成为旅游核心要素的是旅游者，即定义中所称的“非定居者”；

第三，这些人行为的目的和性质是非经济性的。

1963 年，在罗马举行第一届政府间旅游会议后，联合国统计委员会于 1968 年通过了以下指导原则：从统计学意义上讲，“旅游者”一词指的是任何前往不属于自己居住国的其他国家的个人，其前往该国的动机可以是除了谋求职业以外的任何其他动机。国际官方旅游组织联盟（IUOTO，即后来的世界旅游组织）同意这个定义，但建议将“旅游者”分为两类：一类是在所到访的国家或地区至少住一个晚上的旅游者；一类是“不过夜游客”或“一日游游客”。

总体来说，目前国际上给“旅游”下定义主要有以下两种不同角度：

（1）概念定义（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、有时是相关的，但是又不相同的活动区别开来。如前面的“AIEST 定义”。

（2）技术定义（Technological Definition）

技术定义是一个狭义的定义，主要从旅游者活动的幅度来确定旅游者的类型，技术定义的目的是为规范统计立法并为旅游公共管理提供信息。各种旅游技术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。这种技术定义的具体指标一般包括：非定居者在异国他乡停留的时间长度，如通过是否过夜将旅游者分为过夜旅游者和一日游游客；非定居者离开常住地的距离，如我国将离开常居地 6 小时，或离开常居地 10 公里的休闲活动定义为一日游游客。不同的国家具体的技术指标不尽相同，这主要由于各国旅游业发展水平不同，旅游统计的规范不同。

与旅游相关的另一个概念是旅游活动，旅游活动是“非定居者旅行和短暂停留所引起的各种现象和关系”中的主要内容之一，包括旅游者的活动和旅游产业活动，在书面语言中一般多指旅游者的活动，具体的旅游活动包括观光、度假、保健、会议、修学等形式。

旅游活动的构成要素可以从主体、客体、媒体进行分析，旅游者是旅游活动的主体，旅游者根据自己的动机和需要安排自己的旅游活动，旅游活动的形式、内容围绕旅游者的意愿展开。旅游资源是旅游活动的客体，是旅游者审美的对象，对旅游者产生吸引力，成为旅游者满足旅游需求的客观指向。旅游业是旅游活动的媒体，旅游业的所有

活动都直接或间接地围绕旅游者的需要进行,为所有旅游活动创造环境或条件,提供服务和支

1.1.2 旅游的主要类型

根据不同的划分标准,旅游可分为不同的类型。

(1) 按地域范围划分。在一个特定的国家里,旅游通常可以分为以下几个类型:

- ①国内旅游,指某个特定国家的常住居民在本国内部进行的旅游;
- ②入境旅游,指其他国家和地区的常住居民到某个特定国家进行的旅游;
- ③出境旅游,指某个特定国家的常住居民到另外一个国家进行的旅游。

同样的旅游类型也可以用“地区”而不是“国家”来加以描述。若如此,那么这些旅游类型就不是指一个国家或一些国家了。我们可以采用不同的方法组合成三种基本的旅游类型:

- ①境内旅游,包括国内旅游和入境旅游;
- ②国民旅游,包括国内旅游和出境旅游;
- ③国际旅游,包括入境旅游和出境旅游。

“国内”一词在旅游业中的意思不同于在国民账户中的意思。在旅游业中,“国内”一词保留了其原有的营销方面的含义,也就是指在本国国内旅行的居民。而在国民账户中,“国内”一词指的是本国常住居民和非常住居民在相关国家国内旅行时的活动与消费,也就是国内旅游和入境旅游。

(2) 按组织形式划分,一般分为团体旅游和散客旅游。团体旅游主要指旅行社组织的团队旅游,旅游者的行程以旅行社安排的既定线路进行,享受约定的标准化服务。散客旅游是指旅游者自行安排行程,按照自己的意愿选择旅游线路以及各种相应的服务。随着家用小轿车的普及,一种不同于传统交通模式的自驾游成为散客旅游的新形式。

(3) 按计价方式划分,一般分为包价旅游和非包价旅游。包价旅游是指旅行社团体旅游一般以综合报价的形式,向旅游者收取标准统一的费用,安排涉及旅游者餐饮、住宿、交通、游览等主要环节的旅游。包价旅游分全包价旅游和半包价旅游。综合报价包括了全部主要行程费用的称全包价旅游,半包价旅游指只包括部分行程费用的旅游。全包价旅游行程中仍然会有旅行社安排的自费项目。非包价旅游是指旅游者自助安排支付旅游费用的形式。

(4) 按年龄特征划分,一般分为儿童旅游、青年旅游、中年旅游和老年旅游等。

此外,按照旅游的目的还可以划分为度假、观光、保健、修学、宗教朝觐等多种目的的旅游形式。

1.1.3 旅游的属性

关于旅游的本质属性，可以从不同的角度进行研究。从旅游者角度出发，旅游是一种活动或者是一种生活方式，这种活动的目的是为了满足不同旅游者的需求，带给旅游者的一般是精神上的愉悦感和心灵的平衡。从旅游作为一种现象和关系而言，旅游更多地体现了其社会性、文化性、经济性的特点。所以我们可以从三个层次诠释旅游的本质属性：第一层次以审美、愉悦和追求文化差异为内容的文化性，第二层次以消遣闲暇时间为特征和以群体现象为标志，旅游客流依一定规律流向异地暂时居留的社会性，第三层次是以旅游产品和服务供需关系为枢纽的经济性。图 1-1 诠释了旅游的本质属性。

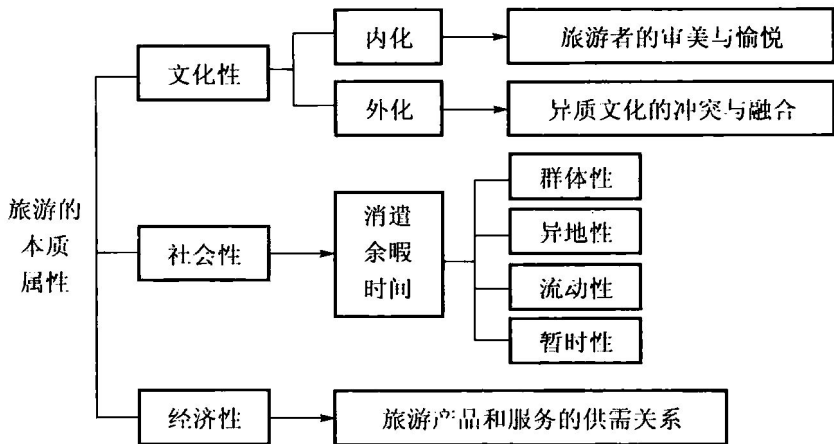


图 1-1 旅游本质属性的层次划分

资料来源：董观志. 旅游学概论. 大连：东北财经大学出版社：46.

(1) 旅游的文化属性。旅游需求是人们满足生理需求和安全需求之后的更高层次的需求，是一种发展和享受的需求。这种需求既包括精神的需求，又包括物质的需求，即使是物质的需求也蕴含了丰富的文化内涵，因此旅游更多的是满足人们的审美需要。人们在游览名山大川、人文古迹、文博场馆时，在享受美餐、选购纪念品时，在行程中接受各种服务时，无不追求一种美感，而这种美正是文化的展现。旅游是人们审美需要与审美对象的有机结合，这种结合体现了文化的属性。

(2) 旅游的社会属性。人类的旅游欲望不是本能的和天生的，不是与生俱来的，旅游需要是依社会性而存在的，是社会发展的产物，并随社会发展和时代影响而演变。首先，旅游是人类社会发展进程中产生的一种社会现象，随着生产力的发展和产业的大分工，旅行成为促进商业发展的主要方式。伴随商业的发展，人们旅行的目的不再是单一为了谋生，而是为了娱乐、休闲等多种目的。其次，不同的历史阶段，人们旅游需求、旅游行为表现出不同的特征，旅游体现出不同社会发展阶段的时代意义。再次，进

入现代社会,人们拥有了较多的余暇时间,旅游成为全社会的一种大众化的特殊生活方式,呈现群体性、异地性、流动性和暂时性的特征。

(3) 旅游的经济属性。从旅游者的角度来看,旅游需要花费旅游者的积蓄,实现在旅游行程中“吃、住、行、游、购、娱”等各环节的消费,因此我国在1999年改革假日制度时,出于拉动国内需求的需要,将调整的新的春节、五一、国庆假期,称为“黄金周”,可见旅游消费在国民经济中的重要性。从旅游企业而言,它们通过采购相关农副产品,为旅游者提供相应的产品和服务,从而更好地满足旅游者消费的需要。因此旅游是具有明显的消费性,是能够在国民经济发展中发挥重要作用的经济产业。

1.2 旅游学研究的对象与任务

众所周知,人类的旅游活动涉及诸多社会群体、诸多生产与服务部门。探讨旅游学的研究对象,其实就是要确定旅游的系统,凡纳入到该系统的事物,都应该成为旅游学的研究对象。因此,在正式阐述旅游学的研究对象之前,需要先了解一下旅游学研究对象的学术发展历程,以及关于旅游系统的各种学术主张,然后再确立本教材所主张的旅游学研究对象。本节还介绍了目前国内外关于旅游现象研究的主要理论流派。

1.2.1 旅游学研究对象确立的学术历程

(1) 最早的论述

旅游,首先是作为一种社会现象来被人们认识、探究的。最早发表著作提出有关旅游现象研究成果的,是1927年意大利罗马大学的马里奥蒂(A. Mariotti),他出版了《旅游经济讲义(Lezioni di Economia)》一书,首先从经济学角度对旅游现象作了系统的剖析和论证。他首先对旅游现象的形态、结构和活动要素加以研究,得出一个结论,认为旅游活动是属于经济性质的社会现象。1928年,马里奥蒂出版了该书的续编,并于1940年修订再版,最终完成了他的理论体系。

(2) 开始突破旅游现象研究的经济学视角

1935年,柏林大学的葛留克斯曼(G. Glücksmann)教授出版了《旅游总论(Allgemeine Fremdenverkehrskunde)》一书,对旅游现象作了系统研究,探讨了旅游现象的产生、基础、性质和社会影响,得出了与马里奥蒂不同的结论。他认为,旅游现象是“在旅居地短时间旅居的人与当地之间各种关系的总和”。葛留克斯曼的研究方法与马里奥蒂不同,他不是像马里奥蒂那样只停留在对旅游现象表面浅层上的考察,而是从旅游现象的发生、渊源、基础、性质和社会影响等深层次的关系中着手探索,得出了“研究旅游现象是一个研究这种现象的基础、发生的原因、运行的手段、性质及其对社会影响等问题,范围非常广泛的领域,需要从不同学科去研究而不是只从经济学的角度去考察它”的结论。

(3) 提出旅游现象的社会学范畴

1942年,瑞士圣加伦大学的亨泽克尔(Walter Hunziker)教授和伯尔尼大学的克雷夫(Kurt Krapf)教授发表了名为《旅游总论概要(Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre)》的专著,在这本著作中,他们认为,旅游现象本质是具有众多相互作用要素和方面的复合体,这个复合体是以旅游活动为中心,与国民、保健、经济、政治、社会、文化、技术等社会中各种要素和方面相互作用的产物。在这个基础上,亨泽克尔和克雷夫提出了旅游现象多方位、多层面的结构思想,并且认为,需要通过多学科综合进行研究的见解。从这一点出发,他们还得出了旅游现象不具有经济性质的结论,而认为更接近于社会学的范围,并且进一步论断了旅游经济也不应该是经济学的一个分支。

在我国,作为国内旅游学基础理论研究的先行者和探路者,申葆嘉教授曾经指出,按社会科学的规范,有关旅游现象的研究可以分为基础理论研究、专业理论研究和应用理论研究。基于此,申教授倡导以宏观的旅游现象作为旅游学的研究对象和范围。随后,我国有不少学者探讨了这一问题,但占主导地位的还是从旅游产业或者经济学视角来界定旅游学的研究对象。

(4) 简评

实际上,旅游学以其自身具有的条件而作为一门独立学科存在的时间并不长。起初,它是建立在其他学科,如经济学、地理学、社会学、社会心理学、文化人类学、市场营销学以及历史学等基础之上的。在真正的旅游学科还没有形成之前,这些学科在某种程度上加深了我们对“旅游”的认识。但是,既然国内外学界普遍认为,现在是到了将旅游学作为一门独立学科来发展的时候了,前述的那种多学科(Multidisciplinary)研究现状就必须得到改变,因为多学科研究很可能导致“旅游学”花费了过多的时间和气力对其他学科进行借鉴,且这些借鉴行为常常只是引入某一单一学科的理论和方法论范式,结果只是得到若干具体的理论而难以实现真正的有关旅游现象的综合性、整体性、根本性认识。

杰出的科学哲学家纳格尔(Nagel)在论及一种社会现象怎样才能被作为一门科学来研究时,提出了一个具有社会科学方法论含义的论题,他说:“一旦出现解释必须系统化和由事实证据来支配,科学就产生了;在解释性原理的基础上,对知识进行组织和分类正是各门科学的有区别的目标。”他的这段话应该成为我们确立某一学科研究对象的基本原则和努力方向。

回顾旅游学研究对象的学术发展历程,我们可以发现,学者们一直努力的实质,就是要确定究竟应该如何将异常复杂的、多样性的旅游活动统领到一个系统内。经过多年的探索,学者们都承认一点,旅游学的研究对象不能排除包括作为旅游者的人、旅游消费的具体活动、旅游产品的供给与管理、旅游的影响等在内的任何一个成分,而是需要从这些成分中抽离出一个共性的东西,那就是旅游系统。

1.2.2 关于旅游系统的各种学术主张

系统是当今社会广泛应用的一个概念。系统是普遍存在的,无论是自然界还是人类社会各个领域都广泛存在着各种类型、不同层次的系统。现代旅游是一个影响广、涉及宽、要素多的消费活动和大产业。面对这样一个纷繁复杂的社会现象,传统的研究方法和手段是难以把握和驾驭的。因此,国内外有不少学者都不约而同地借助系统论这样的方法和思路对其加以研究和分析。

简单地说,旅游系统就是运用系统论思想来研究旅游问题。旅游系统论的观点要求研究者把旅游视为一个相互依赖又相互作用的平衡推进、协调发展的综合体,这样,旅游系统就成了旅游学研究的对象。这里介绍几个影响较大的模型。

1.2.2.1 三体说

(1) 基本内涵

即将旅游系统理解为主体、客体和介体(也称媒体)以及三者的相互关系。旅游主体即旅游者;旅游客体为旅游对象物,它包括旅游景观、旅游设施等;旅游媒体是指旅游企业或旅游经营者,它们在旅游者与旅游对象之间起着桥梁作用,是克服旅游障碍的重要保证。同时,旅游主体、旅游客体、旅游媒体并不是孤立地存在的,而是在一个有机整体中共存,并形成了一个相互依存、相互作用、相互促进的稳定关系。旅游学就是要研究如何使三者之间形成一个协调、平衡的良性关系,从而提高旅游者的旅游活动质量,提高旅游地的经济效益和社会效益。

(2) 评介

“三体说”提出后,学界褒贬不一,且对其质疑逐渐占了上风。有学者指出:“把旅游的主体、客体和介体定义为旅游学研究对象的核心,太过于一般化,而没有体现旅游现象的特殊性。因为任何人为的行动,乃至任何生命活动,似乎都离不开行为的主体、客体和介体”。同时,“三体说”还存在一个理论上的硬伤——关于旅游介体的认识。有些学者认为,旅游介体是指旅游客源地和旅游目的地连接起来的旅游交通,但更多的学者认为其指旅游业。前者虽然有一定道理,但却失之片面,因为促使旅游活动发生的绝非仅仅是旅游交通,旅游业不仅通过营销刺激其产生,也通过各个部门的协作使得旅游活动能正常进行。正是因为旅游业的存在,大众旅游的出现才成为可能。而后者认为旅游介体就是旅游业,产生了一个逻辑上的混乱,即旅游资源的归属问题。在“三体说”中,旅游资源应该作为旅游活动的对象归为旅游客体。但同时,旅游资源以景点景区的形式表现出来又不得不归于旅游介体之下。总之,“三体说”搭建了一种学科体系的框架,对从整体上把握旅游学科体系是有意义的,但也存在着缺陷。

1.2.2.2 六要素说

1991年以孙尚清主持出版的《中国旅游经济发展战略研究报告》为标志,提出了