

群众性社会主义精神文明建设丛书之三



建设旅游文化之路

05

名誉主编：李振潜

主 编：韦 钦 何邦泰

广西师范大学出版社

建设旅游文化之路

名誉主编 李振潜

主 编 韦 钦 何邦泰

广西师范大学出版社

建设旅游文化之路

李振潜 名誉主编

韦 钦 何邦泰 主编

☆

广西师范大学出版社出版

(广西桂林市育才路3号)

广西新华书店发行

广西师范大学出版社印刷厂印刷

*

开本787×1092 1/32 印张6 字数130千字

1990年9月第1版 1990年9月第1次印刷

印数: 1—3000册

ISBN 7-5633-0927-6/D·013

定价: 2.40元

《建设旅游文化之路》编委会

名誉主编 李振潜

主 编 韦 钦 何邦泰

副主编 曾有云 张志贤

覃成林 卢 清 黄 山

编 委 韦 钦 何邦泰 曾有云

张志贤 覃成林 卢 清

黄 山 廖日裕 苏全水



何邦泰主编（中左）与写作班子其他成员讨论全书撰写提纲



何邦泰主编（左第4人）完成全书统稿修改任务后同写作班子其他成员合影于桂林市政府楼前

前 言

改革开放以来,我国的社会主义旅游事业有了重大的发展,显示了强大的生命力。旅游业既有经济性质,又有文化性质,外国对此进行了许多研究。我国是社会主义国家,我们的旅游业应有不同于西方国家的社会主义特色。同是社会主义国家的旅游业,我国也要有符合自己国情的特色。对这个问题,近几年来我们国内已进行了一些研究,但对旅游文化的探讨则显得特别薄弱,许多内容众说纷纭。我们应该认真抓好这方面的研究工作,并要取得积极的成果。只有这样,才能发展我国的社会主义旅游事业。要研究好社会主义旅游文化,必须注意把社会主义精神文明的基本精神与原则融注于旅游文化之中,并且要体系化,制度化和规范化。这就要求我们把马克思主义关于精神文明建设的基本理论和我国社会主义旅游工作实际结合起来,而且要从我国国情出发,批判吸收外国旅游文化的经验教训。这无疑是一项艰辛的研究工作。能够这样做,我国社会主义旅游事业就真正成为有中国自己特色的旅游事业了,它的发展和兴旺就大有希望了。这本《建设旅游文化之路》,在这方面进行了具有开拓性的、体系性的研究,拿出了一套理论和实际相结合的观点与主张,虽然不一定很成熟,但还是值得充分肯定的。由于这样的专著在国内还是首次出版,应该说,这是一次可喜的探索,可以

起到启迪的作用。我们希望广大读者对此书提出宝贵意见，
以便于再版时修改完善。我们更希望此书能够“抛砖引玉”，
今后有更多更好的社会主义旅游文化建设的专著问世，共同
为发展和繁荣我国社会主义旅游事业而努力。

李振潜

1990年9月15日

目 录

前 言

……………中共广西壮族自治区委员会常委 李振潜
广西壮族自治区人民政府副主席

第一章	旅游文化的历史发展……………	(1)
第一节	旅游的产生与发展 ……	(1)
第二节	旅游文化的特点 ……	(5)
第三节	西方旅游文化及其局限性……………	(8)
第二章	我国旅游文化的特征……………	(16)
第一节	我国旅游文化发展概述……………	(16)
第二节	我国旅游文化的特征 ……	(23)
第三节	社会主义的旅游精神 ……	(27)
第三章	社会主义的旅游思想建设……………	(36)
第一节	社会主义旅游思想建设的必要性 ……	(36)
第二节	社会主义旅游思想建设的内容与特点 ……	(39)
第三节	社会主义旅游思想建设的途径 ……	(48)
第四章	社会主义的旅游道德建设……………	(56)
第一节	社会主义的旅游职业道德……………	(56)
第二节	社会主义旅游道德的特点……………	(64)
第三节	进行社会主义旅游道德建设的途径 ……	(68)
第五章	社会主义旅游区域建设……………	(74)
第一节	旅游区域的类型 ……	(74)

第二节	旅游资源及其开发·····	(77)
第三节	旅游区域建设规划与要求·····	(87)
第六章	社会主义的旅游民俗文化建设·····	(102)
第一节	我国旅游民俗文化建设的丰富内容·····	(102)
第二节	我国旅游民俗文化建设的作用·····	(109)
第三节	进行社会主义旅游民俗文化建设的途径·····	(111)
第七章	社会主义的旅游娱乐设施建设·····	(119)
第一节	旅游娱乐活动与设施·····	(119)
第二节	旅游娱乐设施的特点·····	(127)
第三节	旅游娱乐设施建设的途径·····	(131)
第八章	社会主义的旅游环境建设·····	(135)
第一节	旅游环境与结构·····	(135)
第二节	旅游环境建设的指导思想与原则·····	(142)
第三节	旅游资源和环境景观的保护·····	(149)
第九章	我国旅游管理体制建设·····	(163)
第一节	我国旅游管理体制建设的历史发展·····	(163)
第二节	我国旅游管理体制的结构与特点·····	(169)
第三节	我国旅游管理体制建设的途径·····	(173)
后 记	·····	(180)

第一章 旅游文化的历史发展

第一节 旅游的产生与发展

旅游文化不象大海陆地、高原山川之类自然物，不是从来就有的，它是人类历史发展到一定阶段的产物。

这里所说的旅游，产生于19世纪，含有旅行和游览两层意思。前者是手段，后者是目的。其特点是“旅速游缓”。旅游有广义与狭义之分。广义的旅游活动，指一切具有旅游内容的旅行活动，如会议旅游、商务旅游、体育旅游、宗教旅游等。狭义的旅游活动，是指以游乐为主要目的的旅行，大体包括游览、观光、度假、娱乐等旅行活动。因此，旅游的定义可以大致表述如下：

人们为了寻求大自然、物质或精神文明的知识与美的享受，离开居住地，到经过选择的地方进行短期旅行游览的特殊生活方式。

旅游作为一种社会生活方式被确定下来，并为社会所广泛接受，这是近一个半世纪以来的事情。它的最主要的属性是异地消费性、度假性、求知求美性、综合性和大众性。由于人的兴趣是无所不包的，旅游的动机和需求必然千姿百态。所以，旅游几乎关涉到人类生产、生活、交往中所经历的一切方面。目前，全世界每年有近千亿人次出国旅游，近40亿人次在国内旅游。旅游越来越成为现代人寻求发展和自

我完善的一种方式，它正朝着有利于增进各国人民的友谊、增进世界和平与进步的方向发展，成了现代社会生活不可或缺的重要组成部分。

按照不同的分类标准，旅游可以分成不同类型。（1）按照旅游动机分为观光型和非观光型两类。观光型大体包括：游览山水、生日纪念、结婚度蜜月、疗养保健等；非观光型大致包括：文化学术、社会交往、业务洽谈、文体娱乐等。二者的区别在于：前者以观光为目的，除了游览一般不进行别的活动；后者将旅游活动作为专业活动的一种补充。

（2）按照游览的地域分，有国内旅游和国际旅游两类。

（3）按照游览方式分，有徒步、坐车、乘船、乘飞机等许多类。（4）按照旅游资源分，有山水风光、宗教文化、历史古迹、民俗风情等。（5）按照游览的线路分，有各种不同的专线旅游，如“丝绸之路”、“长江三峡”、“孔子故里”。（6）按照游览的组织方式分，有团体旅游和散客旅游。此外，还可以按其他标准进行多种分类，如按年龄分，按消费档次分。

原始社会的早期、中期，生产力水平低，物质财富十分匮乏，人们没有旅游的物质文化基础和精神文化需求，不可能产生旅游活动。到了氏族公社，情形起了变化。我国仰韶文化（母系氏族）和龙山文化（父系氏族）证明，那时，人们普遍住进了自建的住房，农业、畜牧业、手工业已经分离，社会有了剩余产品，酋长和一些首领占有较多的物质财富，私有财产也出现了，血缘家庭成了社会关系的主要单位，人与人的交往频繁起来。一句话，氏族社会的发展，为人们进行旅游活动从物质到精神准备了起码的条件，旅游活

动由此而出现。

人类早期的旅游活动不同于现代旅游，没有经贸性质，主要是一种社会文化活动。我国传说黄帝游历四方，造福于人；鲧禹父子风尘仆仆于九州治理洪水，这种旅行游历活动跟人类认识、改造大自然以求发展的目的是紧密联系在一起的。没有社会的需要，没有一定的文化作基础，就难于开展旅游活动。

由于受食物、交通工具、道路等方面的限制，人类早期的旅游活动，往往局限于少数上层首领的小圈子中，没有现代旅游的大众化，也没有个体旅游的方式。随着社会生产力的发展，特别是随着金属工具的大量使用，先进的车船等交通工具、驿站和馆舍的出现，指南针、筹算等工具的发明，各种馈赠礼品——工艺丝织品、漆器、陶器（旅游工艺品）越来越多，越来越精美，货币代替了以物易物的交换，人的素质的提高和文化意识的增强，从而使人们旅游的欲望萌发出来。于是，原来较为单纯的旅游活动发生了变化，演化成了多种多样的旅游活动，文化旅游活动出现了，商务旅游活动也出现了，并逐渐把旅游作为社会的普遍生活现象。在历史上，尼罗河沿岸和地中海地区，首先出现了宗教旅游，巴比伦在公元前4000年有了商务旅游。在中国，君王的观光旅游——巡游，从夏朝起就开始了，侍从们手持旅游地图，到处游览奇山秀水。到周朝，巡游就成了君王们的高级生活享受。周宣王就死于游山玩水之中。周穆王驭“八骏”遨游，从洛阳出发，经太行山，过河套，穿西宁，溯黄河源头，登昆仑山，转喀什东归，真可谓旅游君王了。以后，经商旅游、会议旅游、政治外交旅游……都陆续出现了。著

名的“丝绸之路”，就是中国古代中外商业旅游专线。蒸汽机诞生，火车、轮船、飞机的相继出现，使陆地大海的每一角落成为人类旅游和交往的地方。新的生产方式带来了生活方式的变化，旅游进而成了一种产业，现代旅游因而兴起，旅游终于成了一种生活方式为社会所公认。

世界旅游业的兴起与发展有两个标志：一是19世纪40年代英国人托马斯·库克发起经营包车旅游，继而成立了专门经营旅游业务的机构——旅行社；二是本世纪50年代在英国开始的包机旅游，使旅游业进入现代大众旅游的时代。

马克思主义认为，一定社会的生活方式，归根到底取决一定社会的物质生活资料的生产方式。旅游，作为现代人的一种生活方式，是社会化大生产的产物。旅游的发展依赖于交通的发展，世界旅游业的兴起与发展正是以交通运输的发展为条件的。1825年，人类历史上第一辆蒸汽火车在英国投入运转，以后的20年，欧洲资本主义国家铁路线延长了50多倍，从而在较广泛的区域内结束了坐马车旅行的历史。1841年7月5日，牧师托马斯·库克与铁路公司签订合同，包租一列火车，组织他的教友546人去旅行。以后，他走上了利用包车安排类似的旅行的经营之路。1845年他创办了包括食、住、行的旅行社，成了旅游史上第一位以赚钱为目的的旅游企业家。接着，他首次启用导游，并逐渐同世界各地的旅馆、轮船公司、铁路公司以至摄影部门建立密切联系，为游客提供价格低、服务质量高、内容丰富、有安全舒适感的全程服务。1855年，他将经营范围从英吉利海峡扩大到欧洲大陆，开始了包价旅游。1865年，他成立了旅游公司——托马斯·库克父子公司。1872年，他自任导游，带一个团体作

了一次环球游。在库克的带动下,欧洲各国纷纷成立了各种旅游公司、协会,使旅游业逐渐兴盛起来。1910年,法国政府决定设国家旅游局,成为世界上第一个由政府管理私人旅游业的国家。第二次世界大战以后,世界旅游业继续发展,喷气式飞机波音707和彗星飞机开始客运业务。特别是70年代第一架波音747投入商业服务以来,世界旅游的大众化真正实现。以英国为例,1951年居民度假达2650万天,其中只有5.5%是在国外度过的,到1979年,5800万天假日中已有20%在国外度过。“都市文化”速度加快,机器噪音和工业污染,这些都导致人们向往自然风光。人们收入的增加也使大众旅游成为可能。据统计,现在世界上每年进行旅游活动的人次达40亿,旅游业已经成为世界第三大创汇产业。

第二节 旅游文化的特点

广义的旅游文化是指同旅游活动相关的一切物质和精神财富的总和。狭义的旅游文化是指旅游系统内部的精神文化财富,大体包括旅游的精神、道德、价值观、科技、规划、民俗、娱乐、制度、法规、组织,以及旅游从业人员所遵循的旅游规范和传统等。旅游文化同其他形态的文化相比较,其主要特点如下:

一 创新性

旅游文化作为人类独特的文化成果,在文化发展史上是一种创新。

首先,它是人类创新意识的产物。社会生产力发展到

一定程度，人们便需要开拓与之相适应的物质文明与精神文明。这种创新意识的不断发展，就为旅游文化的产生与发展准备了思想基础，人类没有创新意识，旅游文化是不能产生的。

其次，旅游文化始终以创新的姿态和面貌运动、演变着。社会生产力的新发展，总是丰富旅游文化，推动旅游文化的发展。从新石器时代到铁器时代，再从蒸汽机时代到电子时代，旅游活动凭借先进物质文化成果，不断扩展。当代发展的宇航事业，又把旅游文化的发展扩展到地球外的无限广阔的星空。据科学家预测，到2020年，月球上将建造一些度假胜地，月球将成为人类的旅游佳境。

再次，旅游文化大系统中的任何一个子系统的任何一个方面，都必须建立在创新的基点上，否则，它便没有生命力，不能适应人们日益增长的物质生活和精神生活的需要。

二 求美性

求美性和创新性一样，是旅游文化最根本的特性。马克思主义认为，人按照美的规律改造世界和寻求发展。求美，是人的一种本质属性。旅游，是人的这种本质属性的体现。人为什么要旅游？不论古人或现代人，归根结蒂是一种对美的追求。凡经营管理旅游业，或者开发旅游资源，发展旅游的“软件”与“硬件”，都要以求美为重要原则。

三 开放性

旅游文化是开放的世界。开放是同封闭相对立的。“鸡犬之声相闻，老死不相往来”是典型的封闭。开放性，是指一事

物系统与他事物系统及周围环境相互间保持经常性的联系、流通，彼此互相作用和影响。旅游文化的开放性首先表现在它自身的不断扩展上，随着人类历史的发展，旅游文化的内含、外延都在不断扩展丰富；其次，表现在它同社会其他事物相互间无时不在的联系、作用、影响和制约；第三，旅游文化大系统同内部各子系统，如旅游资源、旅游者和旅游经营者等等，都是开放的体系，每个子系统之间存在着紧密的联系，息息相关，互为促进，互为影响。

四 消费性

旅游文化，是消费文化。因为，旅游不论古今中外都是一种社会的高消费方式。这种高消费的生活方式在不同历史阶段的表现不同。古代主要局限于君王、贵族、富豪等极少数人，他们通过旅游，进行惊人的高消费。在现代，旅游已经发展到人民大众之间，经营旅游业的国家企图借此增创外汇，发展经济，有的发达国家还通过旅游来消费掉人们手中积存的过多金钱，以“平衡”政府财政的收支。旅游者的消费，是形成旅游客源市场的重要原因，也是诱发发展中国家发展现代旅游业的一个重要原因。旅游文化的消费性，是它不同于其他文化的一个重要特点。

五 服务性

有消费，便有服务。旅游者的消费靠旅游经营者的服务来实现和完成。

旅游文化的服务性特点，表现在彻底性、综合性等方面。旅游业的服务不同于社会其他行业的服务，其他行业的

服务主要限于顾客与服务者之间短暂时间的交往，而旅游服务则贯穿旅游活动的始终，而且牵涉到许多与旅游相关的部门，如住宿服务——宾馆部门；交通服务——交通部门；购物服务——商业部门；电讯服务——邮电部门；出入境服务——海关；文化娱乐活动服务——文化部门；货币兑换服务——金融部门；安全保卫服务——公安部门；观光游览服务——环境保护、园林、文物部门；等等。

第三节 西方旅游文化及其局限性

一 世界旅游区域的划分

目前，按地理位置和旅游发展状况可以将世界分为六大旅游区。这六大旅游区是：东亚和太平洋地区，南亚地区、中东地区、非洲地区、欧洲地区、美洲地区。还有一种意见，把世界六大旅游区划分为：西欧、地中海旅游区；北美旅游区；拉美、加勒比海旅游区；中东、非洲旅游区；亚洲、太平洋旅游区；苏联、东欧旅游区。

欧洲旅游区是世界最发达的旅游区。一是旅游业起步早；二是出国旅游人数多；三是接待国际旅游者多；四是国际旅游消费金额和外汇收入高。这四大指标均居世界各旅游区的前列。世界旅游组织主办的《信息》杂志1986年的统计资料表明：该年世界上接待国际旅游人数和旅游外汇收入名列前40名的国家和地区中，欧洲占18名且排在前列。欧洲旅游区的旅游业比较发达的主要有：联邦德国、英国、法国、西班牙、意大利、瑞士、瑞典、荷兰、苏联、南斯拉