

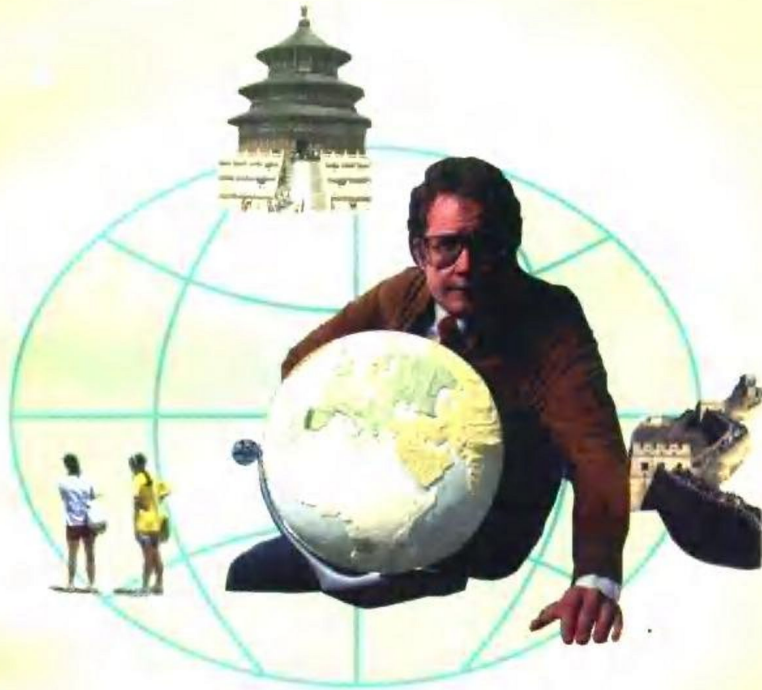
田里 编著

高等院校旅游管理专业大专教材



旅游学概论

LÜYOUXUEGAILUN



南开大学出版社



99
F590
64
2

高等院校旅游管理专业大专教材

旅游学概论

田里 编著

南开大学出版社

旅游学概论

田里 编著

南开大学出版社出版
(天津八里台南开大学校内)
邮编 300071 电话 23508542
新华书店天津发行所发行
天津宝坻第二印刷厂印刷

1998年11月第1版 1998年11月第1次印刷

开本: 850×1168 1/32 印张: 8.25

字数: 202千 印数: 1-5000

ISBN 7-310-01143-0
F·216 定价: 11.00元

高等院校旅游管理专业大专教材编委会

主 编 马 勇

副主编 田 里 赵西萍

编 委 (按姓氏笔划)

马 勇 毛福祿 田 里

甘朝有 孙淑兰 李亚利

张国洪 罗明义 罗兹柏

段开成 赵西萍 黎 洁

出版说明

旅游业作为 21 世纪的第一大产业和重要经济增长点，以其强劲的发展势头，受到世界各国和地区的广泛关注和积极扶持。由于我国改革开放和市场经济的发展，促使旅游业也取得了举世瞩目的辉煌成就，成为国民经济部门中颇具生机和活力的强劲产业。

随着我国旅游业的迅速发展，旅游教育事业也取得了很大发展。目前全国已有 160 多所院校设立了旅游专业，旅游专业的学科建设有了较大的进步。我国旅游专业已具备了多层次的学历教育，教材建设也日益完备。我社是出版旅游教材最早的出版社，曾出版了一批适用于旅游类教学的教材。之后，全国同类教材逐渐增多，但是，纵览各类教材，可以看出相对成熟、多种版本的是本科教材，针对旅游管理专业大专层次的教材还较少，且不够系统完整。因此，为了满足高等院校旅游管理专业大专层次的教学需要，我们特地组织全国众多长期从事旅游研究、旅游教学和管理知名专家、学者，共同编著了这套具有时代气息、可读性强、可操作性强的“旅游管理专业大专教材”。

这套教材先出版 10 册，分别为：《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游市场营销》、《旅游心理学》、《饭店管理概论》、《导游概论》、《旅游地理》、《旅游会计》、《旅游公共关系》、《旅游英语》。每册书约 18—20 万字。这套教材选题面宽，涵盖了旅游基础理论、旅游经济、旅游管理、旅游服务等几个方面，比较系统、全面地反映了当代国内外旅游专业的基本理论、方法和最新成果，适应了旅游管理大专层次教育的需要。

教材注意了知识的系统性、创新性和实用性。包括了旅游专业主要的课程，使旅游管理专业大专层次的学生能够系统、全面地学习旅游专业知识；在编写内容上，既阐明了现代旅游学的基本理论和基本知识，又在此基础上有所创新和突破，具有较高的学术水平；同时充分考虑到教学的需要，既注重理论方法，又强调管理实务与技能培养，结合大专层次的教学要求和特点，具有很强的实用性和针对性。

这套教材由湖北大学旅游学院院长马勇教授担任主编，参与教材编写的单位有南开大学、湖北大学、云南大学、西安交通大学、武汉大学、青岛大学、苏州大学、重庆师范学院、暨南大学等院校，是众多专家、学者集体智慧的结晶，出版后对我国旅游类大专层次的教学具有十分积极的意义。由于时间较紧，教材中所存缺点和不足在所难免，敬请广大专家、同行和读者批评指正。

南开大学出版社

1998年8月1日

前 言

我们正一天天走近 21 世纪。当新世纪的帷幕就要拉开的时候，我们发现，遍及全球的大众化旅游的黄金时代已经到来，伴随着全球经济的增长，人们闲暇时间和收入的增多，交通和通讯技术的不断进步，以及冷战结束后政治隔障的消除，等等，全球大众化的群体旅游正从和平与稳定的国际环境中脱颖而出，并始终保持着高速发展的强劲势头。旅游活动从单一的观光旅游向着集观光、度假、商务、探险、考察等多功能于一体的综合性旅游发展，旅游的社会经济地位和作用日益显著，旅游业所取得的巨大成就为举世所瞩目。正是为了适应国际、国内旅游业蓬勃发展的需要，《旅游学概论》一书才应运而生。本书借鉴和吸收了国内外有关旅游理论研究的相关成果，总结概括了旅游业发展的实践经验，较全面、系统地阐述了旅游学研究的基本理论和内容。全书主要内容包括：绪论、旅游的产生与发展、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游市场、旅游的作用与影响、旅游发展模式与战略。全书将理论与实际紧密结合，既注重定性分析，又重视定量研究，从而具有较强的理论性、科学性、系统性和实用性。不仅是旅游自考师生必备的教科书和参考书，也对从事旅游研究和管理的人员具有重要的参考价值。

《旅游学概论》一书由云南大学旅游学院田里教授编写第一至五章，云南大学旅游学院刘惠余同志编写第六至八章。云南省旅游局副局长罗明义博士审阅了书稿，并提出宝贵的修改意见；南开大学出版社的孙淑兰老师对书稿的编写和出版付出了辛勤的劳动；书稿参考和查阅的大量书籍、报刊和资料，已在参考文献中一一列出。在此，向他们表示由衷的感谢和深深的敬意。

由于时间和水平所限，书中尚有疏漏或不足之处恳请读者批评指正。

作者

1998年6月于昆明

旅游管理专业大专教材（第一批）

旅游学概论	田里	编著
旅游经济学	罗明义	编著
旅游市场营销	赵西萍	编著
旅游心理学	甘朝有	编著
饭店管理概论	黎洁 肖忠东	编著
导游概论	毛福祿 樊志勇	编著
旅游公共关系	张国洪	编著
旅游会计	李亚利 张慧凤	编者
旅游英语	段开成	编著
中国旅游地理	罗兹柏	编著

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 旅游的基本涵义	(2)
一、旅游的本质与属性	(2)
二、旅游定义的界定	(6)
三、旅游学研究对象	(10)
第二节 旅游活动的构成	(12)
一、旅游活动的要素	(12)
二、旅游活动的特征	(16)
三、旅游活动的性质	(19)
第三节 旅游的基本类型	(23)
一、旅游类型划分的方法	(23)
二、按地域特征划分类型	(27)
三、按旅游目的划分类型	(28)
第二章 旅游的产生与发展	(35)
第一节 中国旅游历史发展	(36)
一、古代中国的旅游	(36)
二、近代中国的旅游	(42)
三、现代中国的旅游	(45)
第二节 世界旅游历史发展	(50)
一、古代的世界旅游	(50)
二、近代的世界旅游	(54)
三、现代的世界旅游	(56)
第三节 现代国际旅游发展	(59)

一、现代国际旅游发展的原因	(59)
二、现代国际旅游的地域格局	(61)
三、现代国际旅游发展的特点	(66)
第三章 旅游者	(71)
第一节 旅游者的基本概念	(72)
一、国际旅游者	(72)
二、国内旅游者	(74)
三、旅游者特点	(76)
第二节 旅游者的形成条件	(77)
一、旅游需要分析	(77)
二、旅游动机激发	(83)
三、旅游行为决策	(90)
第三节 旅游者类型与特点	(97)
一、消遣型旅游者	(97)
二、差旅型旅游者	(98)
三、家庭及个人事务型旅游者	(100)
第四章 旅游资源	(102)
第一节 旅游资源的分类	(103)
一、旅游资源的概念	(103)
二、旅游资源的分类	(105)
三、旅游资源的特征	(109)
第二节 旅游资源的评价	(112)
一、旅游资源评价的目的	(112)
二、旅游资源评价的内容	(113)
三、旅游资源评价的方法	(116)
第三节 旅游资源的开发	(121)
一、旅游资源的功能	(121)
二、旅游资源的开发	(122)

三、旅游地（线）的形成·····	(126)
第四节 旅游资源的保护 ·····	(134)
一、旅游资源破坏的原因·····	(134)
二、旅游资源的保护方式·····	(135)
三、旅游资源保护的措施·····	(136)
第五章 旅游业 ·····	(139)
第一节 旅游业的构成 ·····	(140)
一、旅游业的概念·····	(140)
二、旅游业的作用·····	(143)
三、旅游业的特点·····	(145)
第二节 旅行社 ·····	(147)
一、旅行社的分类·····	(147)
二、旅行社的作用·····	(150)
三、旅行社的职能·····	(153)
第三节 旅游饭店 ·····	(155)
一、旅游饭店的作用·····	(155)
二、旅游饭店的类型·····	(156)
三、现代饭店集团·····	(161)
第四节 旅游交通 ·····	(163)
一、旅游交通的作用·····	(163)
二、旅游交通的类型·····	(166)
三、旅游交通的特点·····	(169)
第六章 旅游市场 ·····	(172)
第一节 旅游市场概述 ·····	(173)
一、旅游市场的概念·····	(173)
二、旅游市场的特点·····	(175)
三、旅游市场的作用·····	(177)
第二节 旅游市场划分 ·····	(179)

一、旅游客流规律·····	(179)
二、旅游市场分类·····	(181)
三、旅游市场细分·····	(184)
第三节 中国旅游市场·····	(187)
一、国际旅游市场·····	(187)
二、国内旅游市场·····	(191)
三、市场竞争激烈·····	(194)
第四节 旅游市场营销·····	(197)
一、市场营销的作用·····	(197)
二、市场营销的策略·····	(198)
三、市场营销的方式·····	(200)
第七章 旅游的作用及影响·····	(205)
第一节 旅游的经济影响·····	(206)
一、旅游业的经济地位·····	(206)
二、旅游业的经济作用·····	(208)
第二节 旅游的社会影响·····	(212)
一、旅游的政治作用·····	(212)
二、旅游的社会作用·····	(215)
第三节 旅游的环境影响·····	(220)
一、保护自然环境·····	(220)
二、美化自然环境·····	(220)
第四节 旅游的消极影响·····	(221)
一、旅游的环境污染·····	(221)
二、旅游的社会污染·····	(223)
第八章 旅游发展模式与战略·····	(226)
第一节 旅游发展趋势·····	(227)
一、国际旅游发展格局·····	(227)
二、国际旅游业发展趋势·····	(230)

第二节 旅游发展模式·····	(234)
一、国际旅游发展比较·····	(234)
二、国际旅游发展模式·····	(238)
第三节 旅游发展战略·····	(242)
一、旅游发展的超前战略·····	(242)
二、旅游发展的推进战略·····	(244)
三、旅游发展的跳跃式非均衡战略·····	(245)
参考文献·····	(248)

第一章 绪 论

学习目的

- 掌握旅游的本质、属性及基本定义
- 了解旅游学的研究对象、内容与学习方法
- 熟悉旅游活动的构成要素、主要特征与基本性质
- 熟悉旅游活动类型的划分与主要划分方法

基本内容

旅游的基本涵义

- 基本概念：旅游、旅行、游览
- 旅游的本质与属性
- 旅游的不同界定
- 旅游学的研究对象

旅游活动的构成

- 旅游活动的要素
- 旅游活动的特征
- 旅游活动的性质

旅游的基本类型

- 基本概念：旅游类型
- 划分旅游类型的方法

- 按地域范围划分
- 按旅游目的划分

第一节 旅游的基本涵义

一、旅游的本质与属性

旅游是人类社会生活的一项重要活动。在有文字记载的历史上，各个时代的人们都向往旅游，但旅游活动的大规模兴起则是在近代社会的产业革命之后。特别是第二次世界大战以后至今的时间里，随着社会生产力的巨大发展，科学技术的发明创造及其在生产中的广泛应用；旅游已逐渐成为一种全民性的现象，成为人类物质生活和精神生活的重要组成部分。随着旅游活动的演变、发展及其不断现代化，旅游作为一种大规模的社会文化现象，其本质内涵和社会意义日益凸现和鲜明起来，旅游活动与其他社会活动的本质差异更加明显。对于旅游本质的认识可从三个方面来理解。

（一）旅游是一种高层次的消费活动

旅游是一种高层次消费活动，并正在发展成为人们生活中的一种基本需要。人在与客观环境的相互作用过程中，在积极的生产活动和社会活动中，会产生多种多样的需要，既有着为延续和发展自己生命所必须的物质需要，也有着发展智力、道德、审美等方面的精神需要。而且，随着社会生产力的日益发展，人们对物质需要和精神需要的层次也不断地提高。按照马斯洛的需要层次理论的解释，人的需要可分为：生理需要、安全需要、社交需要、受尊重需要和自我实现的需要五个层次。上述五个需要层次是逐级上升的，当低一级的需要获得相对满足以后，追求高一级

的需要就成为继续奋进的动力。而旅游需要是人的总体需要的一个组成部分，当人们在满足日常的衣、食、住、行等基本需要之后，便自然而然地追求更高层次的享受，产生旅游的需要。因为在旅游中，人们的社交、受尊重和自我实现的需要均可以得到体现和满足。因而，旅游是人们生活需要层次提高的表现，是一种高层次的消费活动。

(二) 旅游是一种以审美为特征的消闲活动

旅游从本质上可以说是一种以审美为突出特征的消闲活动，是综合性的审美实践。人之所以区别于其它动物，就是在物质需求之外，还有更高尚的追求，审美便是其中之一。审美活动是人类生活的基本内容之一。审美享受是人生中最有价值的财富。因此，人们之所以喜欢旅游，就是因为旅游能够满足人们对自然美、艺术美、生活美的欣赏和享受。旅游审美活动内容是丰富多彩的，除了秀丽的自然景观，还有文物古迹、园林建筑、戏剧、音乐、舞蹈、绘画、雕塑、风俗习惯等人文景观。它集自然美、艺术美、生活美之大成。熔优美、崇高、喜悦、悲壮、秀丽、雄奇、幽雅为一炉，能够满足旅游者不同层次的各种审美需求。因而，旅游也可以说是一项综合性的审美实践活动。

(三) 旅游是人类的一种社会交往活动

交往是人类历史发展的必然现象，是人类生活中最基本的一种社会活动，它体现了人类所共有的心理需求。人类通过交往可以达到思想、观点和情感的相互交流，从而建立起和谐、友好的人际关系。人的交往途径是多向性、多渠道的。有固定交往——在日常工作和学习方面的交往；有自由交往——在友谊和爱慕方面的交往；有政治交往——在国与国、政党与政党之间的交往；有业务交往——在社团、企业之间的交往；有友邻交往——在邻居、朋友、亲属之间的交往。其交往模式有中心化交往模式和全通道化交往模式两种。中心化交往模式的特点是便于集中和统

一，传递信息快捷而准确，但群体成员之间缺乏直接沟通和联系，限制多、功能性强。机关、企业、学校等单位，多采用这种有组织有领导便于管理的交往模式。全通道化交往模式的特点是能主动而自由地与任何人交往，每一个人都可以成为交往的中心人物。它是一种个体的行为，便于直接沟通和横向联系，限制少、功能性弱，但个体之间的交往不便于组织和管理。旅游具有这两种交往模式的优点，是一种较为理想的交往形式。它可以自由选择交往对象，走向社会最大空间，不受地域、国界、种族、性别、年龄、职业和文化等的限制。在轻松、愉快的旅游中，人际关系较为和谐，少受固有偏见所限。容易彼此畅所欲言、沟通思想感情，产生其他交往形式所达不到的良好效果。

在阐述了旅游的本质问题以后，有必要进一步阐明旅游的社会属性。旅游的社会属性，可大致归纳为三个方面。

第一，旅游与社会、经济的关系。旅游与社会经济发展有着密切联系。社会生产力的发展水平决定了旅游的规模、内容、方式和范围。在原始社会生产力十分低下的条件下，人们只能为生存而四处奔波，没有旅游的物质基础，因而，没有旅游，只有为生存而进行的迁徙。从奴隶社会到十九世纪前期的几千年中，人类社会经历了几个社会形态，但总体上说还比较落后，旅游只有少数特权阶层和富有者才能享受，旅游活动的主要形式是宗教朝圣、经商和探险考察；旅游交通工具是以自然力、人力、畜力为动力的舟车；旅游内容单一，旅游活动范围小，长距离旅游很难实现。19世纪后半叶，工业革命使社会生产力得到迅速发展，社会财富的增加，都市的形成，使旅游活动发生了巨大的变化。除了少数特权阶层和富有者外，许多中产阶级也能参加旅游；火车和轮船已成为旅游的主要交通工具；旅游的规模和范围大为扩大；旅游内容也丰富起来。第二次世界大战结束后，国际社会相对稳定，世界经济得到迅速恢复，个人收入的增加，工作时间的