

旅游述略



中国旅游出版社

旅 游 述 略

杨 时 进 著

中 国 旅 游 出 版 社

责任编辑：张嘉齐
装帧设计：吕大千
封面题字：刘炳森

旅 游 述 略

杨时进 著



中国旅游出版社出版

(北京东长安街6号)

北京孙史山印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行



开本：787×1092毫米 1/32 印张：5 字数：120千

1987年11月第1版 1987年11月第1次印刷

印数：5000册

统一书号：4179·1018 定价：1.30元

ISBN 7-5032-0048-0/F·5

前 言

党的十一届三中全会以来的近十年，可以说是我国旅游发展的最好时期，它的发展已经引起了世界旅游业同行的充分注意。

旅游业在我国的迅速发展不是偶然的，它是顺应我国社会、经济、文化、对外交往大发展的必然结果。可以这样认为：经济、社会、文化的发展是旅游业的存在和发展的依托，对外开放则是旅游业勃勃生机的条件；旅游业的发展必然成为促进经济、社会、文化的发展和对外开放的进程的积极因素。

近十年的实践证明，充分发挥中心城市在旅游业发展中的主导作用是十分重要的。因为中心城市是一定区域内的政治、经济、文化、交通的中枢；它所积聚的经济、物质、技术和人才资源是该区域旅游业发展的必要基础；它的知名度、影响力、经营机制和综合接待能力，是该区域经营活动的主轴。因此要认真考虑中心城市旅游业的开发和建设。

对于一个地区旅游资源价值的估计，不能只估计给当地经济、社会、文化增添的效益，还应该估计到对较大区域或全国增添的利益。

旅游业的发展，不仅要注重物质文明的建设，同时还要注重智力资源和人才开发的相应发展。因此，确定适当的旅游教育投资，建立相应的教育机制，培训旅游工作人才，是一项具有深远意义的任务。

我国旅游业必将有更大发展的前景，为此必须认真总结已有的经验教训，探索更大发展的规律。我正是怀着这种心情，写了一些文章。由于本人有种种的不足，错误之处望不吝指正。

杨时进

1987年5月31日

目 录

前言	(1)
旅游业——充满生命力的事业	(1)
旅游与生产力发展的关系	(5)
闲暇·消费·旅游及其价值	(8)
浅议旅游消费	(15)
旅游文化与社会发展	(18)
旅游文化及其在未来旅游业中的地位	(39)
充分发挥名胜古迹的旅游文化作用	(49)
旅游者夜晚文化生活初探	(61)
旅游业是维护世界和平的积极因素	(64)
旅游资源的传统概念需要突破	(69)
社会旅游景观建设之必要	(72)
现代旅游业是中心城市功能现代化所必需	(78)
现代文化——上海旅游资源的优势	(86)
再谈上海旅游资源的优势	(97)
附：上海近代史大事记	
对制定上海旅游发展战略规划的若干建议	(105)
浅谈中国式旅游道路	(109)
世界和中国旅游业发展规律之比较	(112)
中国旅游业在实践中的几个问题	(117)
制定旅游发展战略规划的几个原则	(127)
小议旅游宣传	(136)

区域旅游联合倡议	(141)
怎样观察旅游形势	(144)
旅游精神文明建设小议	(147)
认真消除障碍国际旅游客源的不利因素	(149)
后 记	(152)

旅 游 业——

充满生命力的事业

第二次世界大战以后,世界旅游业勃然兴起,不断发展,经久不衰。它为什么有如此顽强的生命力?这是由于它符合历史发展的基本趋向。一般地说,旅游业的产生和发展主要取决于以下五个基本条件:

一、社会生产力日益发展,社会产品日渐丰富,人们在生存需要基本得到满足之后,对生活的享乐提出更高的要求。

二、社会生活各个领域的科学化和现代化,为人际交往的扩大和延伸提供了可能,使世界范围的新文化不断渗入到当代居民的生活方式之中。

三、全社会文化不断普及与提高,社会福利制度日趋完善和合理化。

四、各国政府、国际组织对旅游业的认识不断深化,从而对旅游业给予积极扶持与指导。

五、相对和平的国际与国内环境的形成和发展。

除非世界战争的爆发和恶性经济危机席卷全球,否则旅游业的发展是会有增无已的。这在发达国家和地区表现十分明显。例如美国和联邦德国,每年出国旅游人数都各在千万人以上。全世界有 50 亿人口,参与旅游行列的多达 30 亿人次,这些人也多是欧美地区。这说明旅游在这些国家和地区

已经成为居民生活不可缺少的需求。当然，目前，还有不少国家与地区不具备这样条件，但这不等于说，那些国家和地区的居民没有出门旅游的羡慕心理。只要条件一旦成熟，他们这种潜在的心理就会被诱发出来。我国的现实情况就是这样。例如江苏省江阴县华西村的农民，经过多年的艰辛劳动，发展了工、农、副、商业生产，改善了生活。几乎家家户户搬进了宽敞明亮的新居。全村普及了中小学教育，大学生也出现不少。这样，旅游便成了他们追求新的生活的乐趣。他们经常组织人到北京、上海、桂林乃至全国各地畅游。随着我国人民物质、文化生活的提高，可以预期，本世纪末或下世纪初，我国将会出现有计划国际旅游。1964年日本政府容许居民出国旅游时，人均国民年收入才七百美元，而我国到本世纪末将达到八百美元。这对旅游业的发展来说，无疑前景是很乐观的。

旅游不仅是消费，而且直接、间接地为生产发展服务。

首先，旅游除了观光外，还有科技、教育、文化等交流，经济、贸易的探索，各种专业的考察。据调查这一类的旅游，约占整个旅游人次中的30%左右。这一类旅游就是直接为发展生产、扩大经营和技术进步服务的。当然，既然是旅游，必然有消费，且是较高的消费，但不能认为它是单纯的消费行为。因为它们的目的是很明确的。如今的世界，正如马克思所说：“各个相互影响的活动范围，在历史的发展进程中愈来愈扩大，各民族的原始闭关自守状态则由于日益完善的生产方式、交往以及因而自发地发展起来的各民族之间的分工而消灭得愈来愈彻底，历史也就在愈来愈大的程度上成为全世界的历史”。旅游既是这一历史进程的产物，又是消灭闭关自守状态，促进各个国家和各个民族之间经济、

科技和思想、文化相互渗透进程的一种有效因素。

其次，观光、度假、疗养这一类的旅游活动，对发展社会生产和生产力也决不是无所作为的。它同样能为发展社会生产作出贡献，所不同的它直接地表现为一种消费形式，把事情的实质掩盖起来了。这里，重要的是要以辩证的观点去判断消费与生产的关系。马克思认为“生产媒介着消费，它创造出消费的材料，没有生产，消费就没有对象。但是消费也媒介着生产，因为正是消费替产品创造了主体，产品对这个主体才是产品。”（马恩选集二卷94页）毫无疑问，旅游是一种较为高级的消费。但是，这种消费，最终给予旅游主体的既是精神上的满足，知识上的充实，也是物质上的补偿和体力上的恢复，以便在尔后的工作、生产岗位上为发展生产、促进技术进步做出更多的贡献。把旅游视为“吃喝玩乐”的偏见已被实践证明是不正确的。对于旅游工作者来说，“吃喝玩乐”是我们服务于旅游者的重要形式，要把它做好是很不容易的。马克思说过：“吃喝是消费形式之一，人吃喝就生产自己的身体，这是明显的事实”。这一观点也是适用于我们的旅游工作。

至于旅游业作为一个创汇的渠道，其优越性则是世人公认的。通过旅游创造的外汇可以引进先进的装备和科学文化技术，将会直接地为社会生产服务。许多国家重视旅游业就是着眼于此。举几个数字说明：1984年，美国旅游业收外汇约114亿多美元；意大利旅游业创外汇37.5亿美元；西班牙旅游业创外汇收入77.2亿美元，成为该国的主要外汇来源；泰国的旅游外汇收入是仅次于大米出口的第二位外汇来源，也达11.4亿美元。可见，不论是发达国家、中等国家或发展中国家，都是着眼于外汇收入而很重视发展旅游业的。中国正

在进行社会主义现代化建设，需要建设资金。因此，国家把旅游业列为三大外汇来源之一，把旅游业列入国民经济发展计划之一部分。确定2000年全国旅游业要创外汇50到80亿美元的指标。这既为旅游业提出了新的奋斗目标，又为旅游业大发展提供了良机。从而使中国旅游业开始了新的发展时期。

旅游业所以是一项富有生命力的事业，还因为它与国计民生息息相关。

中国旅游业发展较迟，开始起步时为国民经济有关部门带来种种负担——旅馆、饭店、交通、通讯、食品供应、商业服务等都不适应。但是它也给国民经济等有关部门的发展带来了机会。比如：旅游业的发展促进了交通、通讯事业的网络化、现代化；促进了建材、食品、纺织、手工工业及农副产品有计划的增产和发展；也促进了商业网点、城建布局、文化教育的合理化与多样化。此外，它对于文物保护、城乡环境的美化都具有积极的意义，至于旅游业的发展会扩大社会就业、有助于沟通城乡之间、先进地区与后进地区之间的交往，流通新鲜空气，传播新思想、新观念、新知识、新生活方式……更是不言而喻的。

基于上述认识，我确信旅游业是一项富有生命力的事业。它于国、于民都十分有益，我们全党全民都应当重视并支持它的发展，让它在国民经济园地中开花结果。

旅游与生产力发展的关系

多年来，旅游被一部分人视为“吃喝玩乐”的行为和单纯的消费性行为，实践证明，这种看法是不正确的。旅游是现代人们生活的需求之一，是合理的社会现象。中国党和政府把旅游业作为国民经济的重要组成部分，纳入国民经济的发展计划之中，强调它是推动社会生产力发展的生动活跃的因素之一，把消费与生产统一起来。这是由于：

一、旅游业是科技昌明、生产力发展、社会进步和由此带来的社会分工日趋专业化的结果，是历史进步的必然产物。它的出现不是以人的意志为转移的，人们对它只能因势利导，以积极的姿态迎接它的诞生，扶持它的发展，历史为旅游业的形成创造了必要的条件，又要求旅游业成为推动历史前进的必要动力。

二、旅游业的出现，向国民经济各个部门和社会各个领域提出了严峻的挑战，带来了所谓承受力的问题。但是更重要的是：它为国民经济各个部门和社会各个领域带来了新的发展良机。这是事物发展的本质和主流。

三、旅游是大规模的群体行为。它是随着生产力的发展，生产社会化的扩大，和与此相适应的人际间社会交往日益延伸和扩展的一种积极反应。这种以人际交流为特征的社会交往关系的发展，本身就意味着对社会生产力的进步产生积极的影响。

四、旅游作为一种社会性行为，是以可供居民自由支配

的经济结余和闲暇时间为其直接条件的。旅游行为是居民闲暇消费的一个重要层次。在这中间带薪的闲暇时间起了关键的作用。实际上闲暇时间是社会的一项莫大的财富。马克思说：“闲暇时间——不论是闲暇时间还是从事较高级活动的时间——自然要把占有它的人变为另一主体，于是他作为另一主体又加入直接生产过程，对于正在成长的人来说，这个直接过程就是训练，而对于头脑里具有积累起来的社会知识的成年人来说，这个过程就是‘知识的’运用，实验科学，有物质创造力的和物化中的科学”（《政治经济学批判》（1856~1858年草稿））。这就是说，闲暇时间的消费过程，主要是表现为人的精神为文化消费的过程，同时也是人们从事文化再创造的过程。首先它使人——这一消费主体变成具有新的创造才能的人，同时又激励人们去从事新的创造性的社会活动——物质的和精神的，技术的和艺术的——创造活动。而旅游作为人的精神文化生活之一种，正是凭借着自己所特有的生动而活跃的形式使人变成为另一主体的一种积极行为，它自然也算得是推动科技进步和生产力发展的积极因素。

五、人类的旅游活动，既有以观光、娱乐、休息、保健为直接目的的旅游模式，也有科技交流、专业考察、文化探源等以探求新知识为直接目的的旅游模式。这后一种旅游模式，集中到一点也可以说是智力投资，是引进软件的一个桥梁或途径，它是直接有益于焕发人的聪明才智和创造能力的。这中间当然有消费，但更重要的是为生产发展服务。

六、以观光、休息、保健为主的旅游行为，不单是消费行为也是为着生产的。消费媒介于生产，生产媒介于消费。马克思说：“吃喝是消费形式之一，人吃喝就生产自己的身

体，这是明显的事实”。而改造自然，改造社会的主体的人就是生产力中一个活跃的因素。

七、旅游业可以创造外汇、积累资金。而外汇资金则可以引进先进技术装备，兴办工业、交通和教育等，能直接为生产服务。

以上诸点说明，称旅游业是推动社会生产力发展的一个生动而活跃的因素，似乎是不过分的。

闲暇·消费·旅游及其价值

闲暇时间，对于旅游业的重要性是人所共知的，人们早已承认它是构成旅游客源的第二个因素，这已无需赘述。但是值得进一步探讨的问题是闲暇时间的发生及由此而发生的闲暇消费的构成的一般规律，进而探讨何以形成人的旅游消费及旅游消费如何随着时间、条件的变化而变化，以便始终能够较好地为满足社会需要而起其应有的积极作用，这是一件很有意义的工作。

闲暇时间的发生不是偶然的，是生产发展，劳动生产率增长的结果。社会闲暇时间的拥有量取决于技术进步和社会生产力的水平。可以这样说，经济日益发展，为社会带来日益增多的闲暇时间量，这是客观规律。今天，一些发达的资本主义国家，由于电子工业、核能工业蓬勃兴起，自动控制理论广泛应用，卫星、航天技术高度发展，社会生产力水平达到了空前的高度，劳动生产率的极大提高，从而使社会闲暇时间的拥有量相应地提到了一个前所未有的高度。据统计，近一百年来，世界发达国家的工作时间缩短了一半，从每周工作六天，每天工作十二小时，缩短到每周工作五天，每天工作七小时。

社会闲暇时间的总量，是经过不同的途径和形式——社会福利机制和法定的劳动制度，在不同阶层和职业的人们中间进行分配的，使社会成员获得不同数量的闲暇时间。只有当闲暇时间落实到各社会成员并被合理利用时，闲暇时间才

能转化成为有益于社会的财富。

闲暇时间是促成社会闲暇消费的基本条件之一。另一重要条件是社会各成员所拥有的可自由支配的经济因素——消费水平。这两条是相辅相成的。实际上是技术进步，生产力发展所孪生的一对。科技落后，生产力水平低，需要人们超时劳动那自然就无闲暇可言。经济收入少，昂格尔系数高，消费便只能是低水平的。可见，当人们还只能为着温饱工作时，也就谈不上闲暇消费。闲暇消费，意味着人们的生存需要已经得到了必须的满足，人们为社会（含家庭）所必须提供的劳动时间已减少到足以为自己留出必须的闲暇时间，从而有可能转而去寻求享受和发展的需要。这里包括每天和每周生产工时的缩短，每天每周家务时耗的减少，每年或每半年有一定的带薪假期，因此，要求社会生产现代化、科学化，也要求社会生活（含家庭生活）的现代化和科学化。做不到这样两个“化”，人们便不能从繁重的公务和家务劳动中解脱出来，也就不可能有足够的闲暇时间（且不说经济节余这一条）去寻求享受的乐趣和创造发展的新条件。下面这张图表可以部分地说明这一问题。

内 容	时 间	性 别	
		男	女
工 作		8	8
上 下 班 往 返		1.5	1.5
家 务 劳 动		1.9	3.2
照料、教育子女		1.3	1.5
睡 眠		7.8	7.4
学 习		1.4	0.7
娱 乐、交 际		2.1	1.7
全 天 合 计		24	24

这张表是对某城市部分企业、事业单位抽样调查的结果（引自吴铎同志《简化社会生活方式》一文）。当然，这只能是一个粗略的调查，未必十分精确。但从此表中我们可以看出以下几点：第一、由于我国社会生产力还不发达，劳动时间还做不到每周五天、每日七小时的水平；第二、交通条件落后，家庭电器化程度低，上下班时间花费较多，用于家务劳动时间更多，妇女尤为劳累；第三、用于寻求享受和发展需要的时间不到八分之一，妇女只有十分之一，睡眠时间也不够充分。相反，在广州部分职工家庭有足够的住房面积，有全套的电器用具——洗衣机、电冰箱、电器蒸锅、煤气灶、电风扇等，加之交通条件比较方便，他们就有较多的时间进行各种积极的消费活动。

社会学家把居民的生活方式——狭义的生活方式，即指消费生活的水平和结构——分为不同的层次。因为，消费是指满足人的不同层次需要的行为。无疑消费结构是取决于消费水平的。人们根据不同的消费水平去实现自己的各种需求。这些消费需求，通常被社会学家区分为生存的需求、享受的需求和发展的需求。一般说，在居民的生存需求得到基本满足以后，就会自然地向社会提出超生存的需求——享受和发展的需求。这类需求的实现不仅需要充分的经济节余，而且需要有足够的闲暇时间，所以也不妨称这类消费为闲暇消费。

闲暇消费一般包括改善居住条件，美化居住环境，添置较高的生活用品（含先进的交通工具），寻求较高的物质享受，参加各种娱乐活动、体育拳操锻炼、业余文化科技学习或研究、进行业余创作、旅行游览以及其它各种有益身心的志趣型活动（如学盆栽、养鱼鸟等）。总之，闲暇消费主要表