



现代旅游理论 与实践

云南人民出版社

主 编：钟明喜 骆静珊

副主编：严 健 田 里

现代旅游 理论与实践

责任编辑：杨 洁

封面设计：王玉辉

现代旅游理论与实践

主 编 钟明喜 骆静珊

副主编 严 健 田 里

云南人民出版社出版发行 (昆明市书林街100号)

云南省地震局印刷厂印装

开本：787×1092 1/32 印张：11 字数：260000

1990年10月第1版 1990年10月第1次印刷

印数：1—4000

ISBN 7-222-00586-2/G·32 定价：4.95元

理論是實踐
的先導

王德才一九四九

十二月八

目 录

编者献辞.....	(1)
-----------	-----

旅游性质篇

第一章 旅游是现代新兴产业.....	(5)
一、旅游的历史沿革及科学含义.....	(5)
二、旅游的构成及旅游业的特性.....	(9)
三、现代旅游业在国民经济中的作用.....	(13)
第二章 旅游是现代消费方式.....	(20)
一、消费方式的构成要素与层次.....	(20)
二、旅游作为现代消费方式的由来.....	(23)
三、旅游作为现代消费方式的特点.....	(26)
第三章 现代旅游的基本特征.....	(31)
一、国际旅游市场的动向.....	(31)
二、现代旅游的发展特征.....	(36)
三、现代旅游的发展趋势.....	(39)

旅游管理篇

第四章 旅游管理体制.....	(44)
一、旅游管理体制的涵义.....	(44)

二、我国旅游管理体制所应遵循的原则·····	(48)
三、我国旅游管理体制改革的方向·····	(51)
第五章 旅游社管理·····	(57)
一、服务质量的管理·····	(57)
二、经济效益的管理·····	(63)
三、工作人员的管理·····	(67)
第六章 旅游饭店管理·····	(72)
一、旅游饭店管理的性质和原则·····	(72)
二、旅游饭店管理的基本内容·····	(77)
三、旅游饭店管理现代化·····	(81)
第七章 旅游法制管理·····	(86)
一、旅游法制管理的必要性·····	(86)
二、对旅游者的法制管理·····	(87)
三、对旅游资源的法制管理·····	(91)
四、对旅游业的法制管理·····	(98)

旅游资源篇

第八章 旅游资源的分类·····	(103)
一、旅游资源的分类·····	(103)
二、旅游资源的结构与层次·····	(105)
三、旅游资源的特点·····	(107)
四、旅游资源的价值和功能·····	(109)
第九章 旅游资源的评价·····	(113)
一、旅游资源评价的原则·····	(113)
二、旅游资源评价的内容·····	(115)
三、旅游资源评价的方法·····	(117)

四、旅游资源开发条件评价·····	(123)
第十章 旅游资源的开发·····	(128)
一、旅游资源的保护·····	(128)
二、旅游资源的开发和利用·····	(130)
三、旅游区的形成·····	(131)
四、开发民族风情资源·····	(133)

旅游文化篇

第十一章 文化与旅游文化·····	(137)
一、文化·····	(138)
二、文化的产物·····	(140)
三、旅游文化·····	(142)
四、旅游的文化功能·····	(143)
第十二章 旅游的文化属性·····	(148)
一、旅游事业的文化特性·····	(149)
二、旅游景观的文化内涵·····	(150)
三、旅游活动的文化性·····	(152)
四、旅游设施的文化特色·····	(153)
第十三章 旅游文化的特征·····	(155)
一、现代性与流动性·····	(155)
二、开放性与世界性·····	(157)
三、大众性与综合性·····	(159)
四、地域性与民族性·····	(160)
第十四章 中国旅游文化·····	(163)
一、中国旅游的文化特色·····	(164)
二、中国旅游的文化传统·····	(169)

三、中国旅游文化的构成·····	(175)
四、发展中国旅游文化·····	(177)

旅游心理行为篇

第十五章 游客心态分析·····	(181)
一、游客的需要·····	(181)
二、游客的动机·····	(186)
三、游客的态度·····	(193)
第十六章 游客行为分析·····	(199)
一、游客的行为类型·····	(199)
二、影响游客行为的因素·····	(202)
三、游客在旅游前的行为特征·····	(206)
第十七章 导游心理分析·····	(209)
一、导游的职业心理素质·····	(209)
二、导游过程中的心理行为分析·····	(213)

旅游审美篇

第十八章 旅游的审美特性·····	(227)
一、旅游是一个审美的过程·····	(228)
二、旅游业是创造美的行业·····	(231)
三、旅游资源是美的载体·····	(234)
第十九章 旅游审美欣赏·····	(238)
一、自然风景美赏析·····	(238)
二、旅游审美的路径·····	(252)
三、分类审美欣赏·····	(254)

旅游市场篇

第二十章 旅游商品与旅游市场·····	(257)
一、旅游商品·····	(257)
二、旅游市场的形成和发展·····	(263)
三、旅游市场的分类·····	(267)
四、旅游市场的细分·····	(269)
第二十一章 旅游市场竞争和营销策略·····	(273)
一、旅游市场竞争·····	(273)
二、旅游市场营销策略·····	(276)
第二十二章 旅游市场的预测与开拓·····	(287)
一、旅游市场的预测·····	(287)
二、旅游市场的分析·····	(291)
三、旅游市场的确定·····	(294)
第二十三章 旅游宣传·····	(297)
一、旅游宣传的作用和意义·····	(297)
二、旅游宣传的特征·····	(299)
三、旅游宣传的手段·····	(300)
四、现代旅游宣传策略·····	(304)

旅游规划篇

第二十四章 旅游规划的目的·····	(309)
一、为旅游业的发展决策服务·····	(310)
二、为旅游业的发展提供遵循客观规律的服务··	(312)
三、为统筹兼顾, 综合平衡服务·····	(313)

四、为正确指导旅游业发展服务·····	(314)
第二十五章 旅游规划的原则·····	(316)
一、坚持规划的客观性·····	(316)
二、坚持规划的综合性·····	(317)
三、坚持规划的科学性·····	(318)
四、坚持规划的适用性·····	(320)
第二十六章 旅游规划的内容·····	(323)
一、调查、评估报告·····	(323)
二、指导思想及方针·····	(325)
三、规划时间期限及空间范围·····	(326)
四、总体布局及区域功能·····	(327)
五、确立目标体系·····	(329)
六、制订分项开发、建设规划·····	(332)
七、确立发展步骤与重点·····	(335)
八、投资及效益估算与分析·····	(337)
后记·····	(341)

编者献辞

旅游和旅游业在我国蓬勃兴起，比人们预料的要快得多，效果要好得多。伴随着现代旅游和旅游产业的发展，对其理论方面的系统研究，开始引起人们的普遍关注。其所以如此，是客观形势发展的需要。

旅游活动是人类对文明境界脚踏实地的追求。人们喜爱旅游，不仅是因为人类需要愉悦的精神享受，还因为它是人们认识自然，认识社会，求知成才的大课堂；是进行爱国主义、国际主义思想教育的生动“教材”；是扩展视野，冲破封闭，陶冶情操的社会实践；是交流情感，沟通信息，建立相互了解、信任和增进友谊的桥梁。旅游业是伴随着人们的旅游活动而发展的，它是一个国家或地区经济文化发展到一定水平的必然产物。旅游业的发达兴旺是社会经济繁荣、昌盛、安定的重要标志。

旅游业在国民经济建设中发挥着越来越重要的作用。旅游业是以引导人们从事正常健康的物质和精神消费并为其消费服务的产业。它既是一门经济综合功能很强的文化产业，又是一门文化层次较高的经济产业。它的综合、渗透功能对许多经济文化产业都起着引导、传动、促进发展的作用，日益显示出“朝阳工业”的强大生命力。

我国是发展中的旅游大国。具有发展现代旅游和现代旅游

产业得天独厚的条件和理想的环境。东方彩霞，催人奋进，神州大地，令人神往。她不仅有壮美的山川，悠久的东方文明，辉煌的古代遗迹，叹为观止的艺术瑰宝，丰富多姿的民族风情，无以伦比的美味佳肴，更重要的是有优越的社会主义制度，有十一亿勤劳、善良、纯朴、好客的人民。完全可以肯定，在不远的将来，我国必将跻身于先进发达的旅游强国之林。

社会主义现代化建设为发展具有中国特色的现代旅游和旅游产业铺平了道路，打下了坚实的物质和精神基础。党的十一届三中全会以来的十一年间，旅游业已逐步发展成为在国民经济建设中举足轻重的产业。很多地区把旅游业的开发建设列为经济社会发展战略重点之一。在改革开放大潮的推动下，旅游业的“硬”、“软”件建设得到了有效加强；接待手段、交通条件、景观开发建设、旅游管理人才的培养等都有了重大改善和提高。可供不同层次旅游者吃、住、行、游、娱、购的设施形成体系，成龙配套。旅游者可以安全、舒适、便捷地完成旅游计划，达到旅游目的。当前，国际旅游方兴未艾，国内旅游随着人民物质文化的提高，也雨后春笋般的发展起来。

旅游和旅游业的迅速崛起，以其良好的经济和社会效益向人们展示着这项新型产业发展的宽广前景。对于现代旅游基础理论的研究，无需讳言，我们的起步似乎更晚了些，同旅游业发展步伐相比也滞后了许多。尽管旅游院校、旅游科研单位、各级旅游行政管理部门、旅游企业的管理人员以及热心于旅游理论探索的社会各界人士已重视到这一紧迫问题，积极开展这一工作，也出现了许多研究成果，但是，总的来看，旅游理论还显得薄弱；用现代旅游理论指导现代旅游业的发展还有待于加强。同时，旅游理论研究队伍还不壮大，研究的领域还不够

广泛，对已研究出来的成果缺乏有效的深化和推广。要建立起具有社会主义中国特色的现代旅游理论体系还需下很大的功夫，走很长的路程。理论是实践的先导，高速发展中的旅游和旅游业呼唤着现代旅游理论的指导。

江泽民总书记指出：“鉴于世界和中国的许多新情况、新问题，鉴于我们党在中国社会主义建设中担负着重大的责任和国际共产主义运动中所处的地位，有必要把学习和研究马克思主义基本理论，在马克思主义指导下研究和探讨当代重大的政治、经济、社会问题，作为一项紧迫问题，提到全党面前来。”基于这一要求，我们开始实施对现代旅游基本理论的研究计划。我们自知力不从心。但是，强烈的时代责任感和当代中国旅游业发展的振奋人心的大好形势，促使着我们在这一领域里进行一次有意义的探索，旨在为现代化旅游和旅游业的健康、规范、协调发展尽一点绵薄之力。昆明大学旅游系，云南大学政治学与行政管理学系，昆明市旅游局的部份教师、实际工作者们，结合教学、科研和实际工作合作编撰了本书。这是一次跨学科，跨行业集体研究的尝试，也是旅游管理部门同教学科研单位互相借鉴、取长补短的结晶。我们深深感到：旅游实践是人类社会与自然界紧密结合的大舞台；旅游产业是继其它经济、文化产业发展之后而异军突起的新事物。对于现代旅游基本理论的总结、深化、充实、完善，也只有得到全社会重视，多学科的共同努力，才可以实现。

《现代旅游理论与实践》是昆明市旅游系统市旅游局和昆明大学旅游系组织编写的第一本关于现代旅游基础理论的专著。从策划到统编定稿用了不到半年的时间；各篇作者都担负着繁重的工作，完全是利用业余时间进行调查、讨论、写作的，付出了艰苦的劳动。全书共分八篇二十六章，第一篇旅游

性质；第二篇旅游管理；第三篇旅游资源；第四篇旅游文化；第五篇旅游心理行为；第六篇旅游审美；第七篇旅游市场；第八篇旅游规划。本书有一定的理论系统性、实践性和可读性。可作为旅游院校、旅游职业学校师生的辅助教材，也可作为旅游从业人员提高管理、服务水平，以及旅游爱好者了解旅游基本理论的参考读物。

由于现代旅游基础理论的研究目前尚处于探索阶段，其难度一点也不亚于从无到有创建一种新兴产业。加之我们都是在边学习、边研究、边消化中编写，因而此书不可避免地存在着很大的局限性、不成熟性和不完整性，甚至也许显得有些幼稚，她犹如一个初见天地的婴儿，迫切需要社会的关怀和扶持。我们将她奉献给读者，奉献给战斗在旅游系统的朋友们，并恳切希望得到各界人士的批评指正。

一九八九年十一月八日

旅游性质篇

第一章 旅游是现代新兴产业

从二次世界大战后兴起的现代旅游，正以惊人的速度向前发展，对各国的政治、经济、文化，以及人们的生活方式产生着深远的影响，并成为迅速崛起的第三产业中的一个重要部门。加强对现代旅游的研究，不仅对于发展旅游业，而且对于发展整个国民经济，都具有十分重要的意义。

一 旅游的历史沿革及科学含义

研究现代旅游，首先要了解人类旅游发展的简要过程、现代旅游的科学含义及其特征。

1、旅游的历史沿革

任何事物都有一个发生、发展的过程。通过对某类事物发生、发展过程的考察，将能更深刻、更全面地认识和理解该类事物。旅游活动是人类社会中的一项历史悠久的社会活动。当奴隶社会出现了部分剩余产品后，便出现了最早旅游现象，即“古代旅游”。此后在漫长的历史长河中，伴随着生产力的

缓慢进步，古代旅游亦在逐渐地发展着。古代旅游不仅与政治、经济、宗教、文化活动溶为一体（如在我国就出现了西汉张骞出使西域的“政治旅游”，唐僧玄奘“西天取经”的“宗教旅游”等等），而且范围狭小，主要限于统治阶级和上层社会的成员。而广大黎民百姓因迫于生计，很难外出游历，只是在经济、宗教活动中附带参与一些少量的、近区域的旅游活动。

“近代旅游”是在19世纪40年代，资本主义产业革命时期出现的。1841年7月，英国人托马斯·库克首次组织了570名游客乘火车旅游，随即创办第一家专门经营旅游业务的“通济隆旅行社”，从而揭开了近代旅游的序幕，使旅游业成为社会生产中一个独立的部门。此后，欧美许多国家相继建立了旅行社。随着生产力的巨大进步，旅游得到迅速的发展，并日益显示出它的价值。旅游的主体不断扩大，除了皇室、贵族等特权阶层外，资产阶级中上阶层日益增多；旅游活动的内容和范围在不断扩大；旅游的目的逐渐向娱乐方向转变。这一阶段历时100余年，直到二次世界大战爆发为止。这个阶段为现代旅游的大发展作了各方面的准备。

二次世界大战后，旅游进入了一个崭新的阶段，即“现代旅游”的阶段。战后，世界局势日趋稳定，尤其是新的科学技术革命，使资本主义再一次得到迅速发展；经济的繁荣和社会的安定，使人们外出旅游的欲望日益增强；而交通条件的改善，尤其是超音速大型客机的出现，使世界各地距离日益“缩短”。此外，发展中国家为振兴本国经济，急需大量外汇，也竞相发展旅游……。这一切都促使着现代旅游以前所未有的速度向前发展。

2、现代旅游的特征

现代旅游与传统旅游比较，具有以下特征：

首先，旅游主体的大众化。经济的繁荣；交通的改善，人们闲暇时间的增多，使旅游活动日益普及，成为人们生活中不可缺少的组成部分。据统计，1950年参加国际旅游的人数仅是2350万人次，30年以后，即1980年人数达到2.85亿人次，增加了11倍。如加上国内旅游则增长更快。1984年全世界旅游总人数达38亿人次，若以世界平均人口计算，50亿人中近80%的人在該年都进行了一次旅游。当然，旅游首先在发达国家普及。进入70年代以来，国际旅游人次按总人口平均计算，联邦德国、加拿大、荷兰、瑞士等国占60%以上；英、法、意大利则占23%至34%。进入80年代后，日本、美国人的国内旅游人均达两次以上。近年来，发展中国家的旅游也得到迅猛的发展。例如，我国1986年国内游客达2.7亿人次，国内旅游收入达106亿元，年度增长率高达1.5%和30%。国际旅游从游客的成分看，不仅有“身缠万贯”的资本家、大农场主和职位显赫的高级官员以及高级知识分子，也有一般政府职员、教师和律师；还有青年学生、家庭妇女和普通工人。这些不同阶层的人组成了庞大的现代旅游大军。

其次，旅游空间的扩大化。即旅游覆盖面越来越大。随着科学技术的进步和交通工具的发展，世界各地的“距离”日趋缩小。加上人们求知、探秘和搜奇欲望的增长，旅游活动的空间日趋扩大，“空白空间”逐渐缩小，就连南极洲也留下了旅行者的足迹。旅游空间的不断扩大，区域或地区局限性的逐渐消失，都为发展中国家发展旅游业，振兴本国经济开辟了广阔的前景。