

全国高等学校旅游管理专业教材



Travel

旅游学概论

苏勤 主编



高等教育出版社

全国高等学校旅游管理专业教材

旅游学概论

苏 勤 主编

苏 勤 陆玉麒
胡 静 王晓峰 谢双玉 编

高等教育出版社

内容提要

本书以旅游这一社会文化现象的产生和发展为脉络,分析旅游活动的构成与特征。从旅游活动主体、客体和媒体即旅游者、旅游资源和旅游业三者之间关系入手,探讨旅游活动的基本规律。从旅游活动的表层现象——旅游经济影响入手,深入分析旅游活动的内涵即旅游的社会文化和环境影响。系统阐述了旅游基本理论和旅游基础知识。

本书大量吸收了国内外旅游研究的成果,反映了旅游研究的最新发展;新动向、新理论、新方法、新资料。本书注意与中国旅游实践相结合,具有较高的理论性和较强的应用性。

本书还可作为高等院校旅游类专业教材,又可作为旅游行业成人培训以及其他学校旅游专业的教材和教学参考书,还可供旅游开发规划、旅游行业管理、旅游企业管理等方面的决策者和研究者参考。

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论/苏勤主编;陆玉麒等编. —北京:高等教育出版社,2001

ISBN 7-04-009418-5

I. 旅… II. ①苏…②陆… III. 旅游经济学 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 77555 号

责任编辑 黎勇奇 封面设计 王凌波 责任绘图 朱 静
版式设计 周顺银 责任校对 胡晓琪 责任印制 宋克学

旅游学概论

苏勤 主编

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号

邮政编码 100009

电 话 010-64054588

传 真 010-64014048

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所

排 版 高等教育出版社照排中心

印 刷 中国科学院印刷厂

开 本 787×1092 1/16

版 次 2001 年 6 月第 1 版

印 张 13

印 次 2001 年 6 月第 1 次印刷

字 数 300 000

定 价 11.50 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

前言

现代世界旅游业从第二次世界大战后开始兴起,迅速普及到世界各地。到20世纪末,旅游业已发展成为世界上最大的产业,并且表现出强劲的持续增长态势。发展旅游业不仅对国民经济贡献显著,而且也有利于社会进步、文化发展和环境保护,充分显示了旅游业作为现代朝阳产业的旺盛活力。

中国旅游业在改革开放中崛起。经过短短20多年的发展,已表现出亚洲旅游大国的鲜明形象,旅游业也确立了国民经济新的增长点产业地位。值此世纪更替之际,中国正朝着建设世界旅游强国的目标奋进。

旅游业是市场导向和市场竞争都很强的产业。随着市场环境复杂多变,从20世纪80年代后期开始,旅游业经营管理进入一个现代化和专业化的时代,对从业人员的基本素质和专业水平的要求越来越高。为此,与我国旅游业高速发展相适应,我国的旅游教育事业也稳步发展起来,已经初步形成一套较为完善的旅游教育体系。但是,旅游学仍然是处于发展中的年轻学科,许多旅游基础概念还未形成一致定义,独立的旅游理论体系尚未建立,完整的旅游学科体系也未形成。基于此,建立旅游学科基础理论已成为旅游研究进一步深入的当务之急。

1999年,高等教育出版社组织全国部分高等院校旅游专业教师,编写了这本《旅游学概论》,力图反映旅游研究的最新发展并结合中国的旅游实践,使教材具有较高的理论性和较强的应用性。

本书由安徽师大旅游学院苏勤副教授担任主编。参加编写的人员有安徽师大苏勤(第一章、第二章、第五章),南京师大陆玉麒(第四章、第七章),华中师大胡静(第六章),新疆师大王晓峰(第三章、第九章),华中师大谢双玉(第八章、第十章)。全书由主编负责统稿。

本书的编写和出版,得到了安徽师范大学旅游学院陆林教授、高等教育出版社黎勇奇编辑和涂丽萍编辑的大力支持和帮助,在此我们深表谢意。本书的出版还获得安徽师范大学教材建设基金的资助。

由于成书时间较紧,加之作者水平所限,书中难免有不当之处,敬请读者指正。

编者

2000年8月

目 录

前 言	1
-----	---

第一章 绪 论	1
---------	---

第一节 旅游的概念	1
一、旅游概念的形成	1
二、旅游概念的类型	2
三、旅游的概念	4
第二节 旅游的本质与社会属性	4
一、旅游的本质	4
二、旅游的社会属性	5
第三节 旅游活动的构成与特点	7
一、旅游活动的要素	7
二、旅游活动的特征	8
第四节 旅游的基本类型	10
一、旅游类型的划分标准	10
二、按地理范围划分的旅游类型	10
三、按活动内容划分的旅游类型	12
第五节 旅游学的研究对象与任务	17
一、国外旅游研究概况	17
二、我国旅游研究的发展	19
三、旅游学研究对象与研究内容	20
四、旅游学的科学体系及与相关学科的关系	23
第六节 本书编写的指导思想	25
一、本书编写的指导思想	25
二、本书的结构安排	26

第二章 旅游的产生与发展	28
--------------	----

第一节 19世纪中叶以前的旅行发展	29
一、人类旅行的起源	29
二、人类旅行的发展	29

第二节 近代旅游的发展和旅游业的诞生 32

一、古代旅行向近代旅游转化 32

二、旅游业的诞生 33

第三节 现代旅游的发展 34

一、现代旅游迅速发展的原因 34

二、现代旅游的特点 35

第四节 中国旅游业的产生与发展 40

一、近代中国旅游业的诞生 40

二、现代中国旅游业的发展 41

第三章 旅游者

48

第一节 旅游者的传统概念 48

一、旅游者的传统定义 48

二、关于旅游者定义的思考 51

第二节 旅游者产生的条件 52

一、收入水平 52

二、闲暇时间 53

三、其他条件 54

第三节 旅游者的旅游动机 54

一、马斯洛的需要层次论 55

二、麦金托什的旅游动机论 56

三、帕洛格的心理类型模式 56

第四节 旅游者类型及其需求特点 57

一、旅游者类型及其划分 57

二、根据游客出行目的划分的旅游者的需求特点 58

第四章 旅游资源

61

第一节 旅游资源的概念 61

一、旅游资源的概念 61

二、旅游资源的重要性 63

第二节 旅游资源的分类与特点 64

一、旅游资源的分类 64

二、旅游资源的基本类型 65

三、旅游资源的特点 69

第三节 旅游资源的评价 71

一、旅游资源评价的目的与原则 71

二、旅游资源评价的内容 72

- 三、旅游资源评价的方法 73
- 第四节 旅游资源的开发 75
 - 一、旅游资源开发的可行性研究 75
 - 二、旅游资源开发的内容 77
 - 三、旅游资源开发的原则 79
- 第五节 旅游资源的保护 80
 - 一、旅游资源遭受破坏的原因 80
 - 二、旅游资源的保护措施 82

第五章 旅游业

86

- 第一节 旅游业的概念与构成 86
 - 一、旅游业的概念 86
 - 二、旅游业的构成 88
 - 三、旅游业的职能 89
- 第二节 旅游业的性质与特点 91
 - 一、旅游业的性质 91
 - 二、旅游业的特点 92
- 第三节 旅行社业 93
 - 一、旅行社的概念、性质与作用 93
 - 二、旅行社的分类 96
 - 三、旅行社的经营特点 97
 - 四、旅行社的基本业务 99
- 第四节 饭店业 100
 - 一、饭店业的发展 100
 - 二、饭店业在旅游业中的地位与作用 101
 - 三、饭店的类型 102
 - 四、饭店的等级 104
 - 五、现代饭店集团 105
 - 六、饭店业的发展趋势 108
- 第五节 旅游交通业 109
 - 一、旅游交通的作用 110
 - 二、现代旅游交通工具的类型与特点 111
 - 三、特种旅游交通 114
- 第六节 旅游产品 115
 - 一、旅游产品的概念 115
 - 二、旅游产品的构成 115
 - 三、旅游产品的特点 117

第六章 旅游市场

120

- 第一节 旅游市场概述 120
 - 一、市场的概念与旅游市场 120
 - 二、旅游市场的特点 121
- 第二节 旅游市场划分 122
 - 一、关于旅游市场划分 122
 - 二、旅游市场划分方法 123
- 第三节 全球国际旅游市场 124
 - 一、全球国际旅游客流量 124
 - 二、全球国际旅游客流分布 125
 - 三、全球国际旅游客源分布 128
 - 四、全球国际旅游客流规律 129
- 第四节 中国旅游市场 130
 - 一、中国国际旅游市场 130
 - 二、中国国内旅游市场 134

第七章 旅游的影响

138

- 第一节 旅游的经济影响 138
 - 一、旅游对经济的积极影响 138
 - 二、旅游对经济的消极影响 140
- 第二节 旅游的社会文化影响 142
 - 一、旅游对社会文化的积极影响 142
 - 二、旅游对社会文化的消极影响 144
 - 三、正确对待旅游的社会文化影响 145
- 第三节 旅游的环境影响 147
 - 一、旅游对环境的积极影响 147
 - 二、旅游对环境的消极影响 148

第八章 可持续旅游的发展

150

- 第一节 可持续旅游发展概述 150
 - 一、可持续旅游发展的由来和概念 150
 - 二、可持续旅游发展的实质 153
 - 三、可持续旅游发展的内容 155
 - 四、可持续旅游发展的关键与措施 157
- 第二节 我国旅游业的可持续发展 157
 - 一、我国实施旅游可持续发展战略的必要性 157
 - 二、影响我国旅游可持续发展的因素 158

三、实现我国旅游可持续发展的策略	159
------------------	-----

第九章 旅游组织与旅游产业政策	164
------------------------	------------

第一节 旅游组织	164
一、我国的旅游组织	164
二、国际性旅游组织	167
第二节 旅游产业政策	171
一、旅游产业政策的性质与作用	171
二、制定旅游产业政策的出发点	172
三、旅游产业政策的主要内容	172
四、旅游产业宏观管理与协调的基本手段	174

第十章 旅游发展的模式与趋势	176
-----------------------	------------

第一节 旅游发展模式	176
一、世界旅游业的发展模式	176
二、现阶段中国旅游业发展模式的基本特点	180
第二节 旅游业的发展趋势	182
一、世界旅游业的发展趋势	182
二、中国旅游业的发展趋势	188

参考文献	197
-------------	------------

第一章 绪 论

第一节 旅游的概念

一、旅游概念的形成

旅游是从早期旅行发展而来的。作为人类社会生活的一项重要内容,旅行的起源非常久远。但就全球看,由于世界各地、各民族的发展历史进程不同,因而人类的旅行活动究竟源自何时,并无统一的年代界定。从历史考察来看,腓尼基人、中国人和印度人可能是最早的旅行者,大约在公元前四千年左右他们就到处周游进行贸易交往。由于人类早期的旅行主要是出于经商和贸易的需要,旅行的目的和内容单一,旅行人数规模和范围有限,社会影响也较小,因此在相当长的时期内,“旅行”一词没有明确的科学概念的界定,只是作为一个日常用语。在我国的文献中,与旅游相近的还有“观光”一词,《易经》上曾有“观国之光”一语,意思是考察、观看一国的风貌人情。在我国古代,“旅”和“游”是两个各自独立的概念。古书曰:“旅者,客寄之名,羁旅之称。失其本居而寄他方,谓之旅”。而“游”即遨游。《礼记·后记》中有“息焉游焉”一语。此外,还有“闲暇无事谓之游”。可见,“旅游”就是旅行游览,是“旅行”和“游览”两种活动的有机统一。

现代英语中 tourism 这个词汇,最早出现在 1811 年出版的《牛津词典》,用于指因消遣目的而离家外出的旅行和逗留。

旅游活动虽然历史悠久,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结束之后,随着科学技术和社会生产力的发展,旅游已成为现代人社会生活的必要组成部分。旅游作为一种大规模的社会文化和社会经济现象,对社会生活产生了巨大的影响。19 世纪末 20 世纪初,随着旅游活动的广泛开展以及科学的不断发展,开始有学者就旅游活动及旅游业发展进行研究,旅游学科逐步形成发展起来。“旅游”作为旅游学研究的对象,对其概念进行明确界定,不仅是旅游研究的必要,而且也是旅游学科赖以形成的根本。

二、旅游概念的类型

给旅游以明确的科学严密的概念,不仅具有理论上的重大意义,而且对旅游的实践活动也有重要的意义。但是由于旅游活动涉及面广而复杂,也由于人们对旅游进行研究所基于的目的不同——理论的、统计的、市场的、管理的,等等,因而对旅游概念的认识仍然有着不同的理解。

旅游概念存在分歧的另一个重要原因是,旅游存在着两种不同的活动形式即以消遣度假为目的的消遣型旅游和以工商事务为目的的差旅型旅游。两种旅游活动目的、活动内容、活动特点等都有较大差异。因此,如何用一个严密精练的表述把二者统一在“旅游”的科学概念里的确有很大难度。学者们对旅游的概念主要有以下表述(表 1-1):

表 1-1 国内外学者及研究机构关于旅游研究的定义

主要观点	学者及机构	主要特点
1. 旅游狭义的理解是那些暂时离开自己的住地,为了满足生活和文化的需要,或个人各种各样的愿望,而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往。	蒙根·罗特(德)	强调旅游是人与人的交往。
2. 旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居,并且不牵涉任何赚钱的活动。	汉泽克尔(Hunziker), 克拉普夫(Krapf)(瑞士)	强调旅游活动中必将产生的相关经济关系和广泛社会关系——旅游内涵的综合性。
3. 旅游发生于人们前往和逗留在各种旅游地的流动,是人们离开他平时居住和工作的地方,短期暂时前往一个旅游目的地运动和逗留在该地的各种活动。	伯卡特,梅特利克(英)	强调旅游的重要特征是流动以及旅游具有异地性和暂时性。
4. 旅游是暂时在异地的人的空余时间活动,主要是出于休养;其次是出于受教育,扩大知识和交际原因的旅行;再是参加这样或那样的组织活动,以及改变有关的关系和作用。 旅游是一种消闲的活动,它包括旅行或离开定居点较远的地方逗留。其目的在于消遣、休息或为了丰富旅行者的经历和文化教育。	让·梅特森(法) 维也纳经济大学旅游研究所(奥地利)	强调旅游的基本目的是消遣和增长知识。
5. 旅游是人的运动,是市场的运动而非一项产业的运动,总之,是流动人口对接待地区及其居民的影响。	里考瑞什(英)	强调旅游活动的本质是人的流动以及旅游对东道社会的重要影响。

续表

主要观点	学者及机构	主要特点
6. 旅游是人们离开通常居住和工作的地方,暂时前往目的地的旅行和在该地停留期间所从事的活动,以及旅游目的地为了满足旅游者的需要而创立的各种设施。	Coopet, Fletcher, Gilbrt, Wanhill(英)	强调旅游者的活动以及由旅游活动而引发的目的地的旅游供给。
7. 旅游是在吸引和接待旅游及其访问者的过程中,由于游客、旅游企业、东道政府及东道地区的居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。	罗伯特·麦金托什, 夏希肯特·格波特 (美)	强调旅游所引发的各种现象和关系,即旅游的综合性。
8. 旅游是为消遣而进行的旅行,在某一国家逗留的时间至少超过 24 小时。	马丁·普雷(美)	强调旅游者的逗留时间至少超过 24 小时。
9. 旅游是非定居者出于和平目的的旅行和逗留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致在旅游地定居和就业。	李天元(中)	强调旅游的综合性、暂时性和非就业性。

从上述对旅游定义的不同表述中,可以看到不同学者对旅游认识和研究的出发点和侧重点不同。大体可归纳为两种,一种是从旅游者的活动角度出发,强调旅游者的活动目的、活动性质、活动时间;另一种是从旅游者活动与旅游目的地的关系的角度出发,强调旅游者的旅游活动及其所引发的各种现象和关系。两种表述各有其合理性。因为旅游首先是作为旅游主体的人的活动——即旅游者的旅游活动导致了各种旅游需求,旅游者的活动进而产生了旅游供给即旅游业的活动。但旅游又不仅仅是旅游者的活动,旅游的内涵是综合性的社会现象。旅游者往返于出发地与目的地的旅游活动和在目的地逗留期间的访问活动,由此会引起广泛多样的经济现象、社会现象、文化现象乃至政治现象。而旅游者、旅游企业、目的地政府以及目的地居民之间也会因不可避免的直接或间接接触而产生错综复杂的关系。在这个意义上,作为旅游学的研究对象,旅游的定义不应仅仅是指旅游者的活动,而应将旅游业的活动以及旅游的影响等,因旅游者的活动而引发的各种现象和关系也包括在内,从而构成旅游学的研究领域。只有这样,才能全面和深入地认识和研究旅游,揭示旅游的本质和客观规律性。

在上述各种旅游定义中,以两位瑞士学者汉泽克尔(Hunziker)和克拉普夫(Krapf)的表述较为科学和影响广泛。在他们合著的《旅游总论概要》(1942)中给旅游下的定义,由于对旅游这一概念概括全面,表述精练,得到了较为广泛的认同。并且于 70 年代为“旅游科学专家国际联合会”(AIEST)所采用,所以又习称为“艾斯特”(AIEST)定义。这一定义的深刻之处在于,它较为全面地揭示了旅游的内涵和基本特征。旅行和逗留“引起的现象和关系的总和”的表述不仅包括了旅游者的活动,而且也涵盖了由此产生的各种社会现象和社会关系,反映了旅游内涵的综合性。“非定居者”的表述体现了旅游活动的异地性。“旅行和暂时居留”以及“这些人不会导致长期定居”指出了旅游活动的暂时性。“不牵涉任何赚钱的活动”则说明了旅游活动的非就业性。

但是,“艾斯特”定义中关于“非定居者”、“不牵涉任何赚钱的活动”的表述或者说中文释文还不够严谨与确切,可能会误导人们对旅游定义的理解。因为现代旅游既包括以消遣度假为目的的消遣型旅游,也包括以工商事务为目的的差旅型旅游。而在以工商事务为目的的差旅型旅游中,毫无疑问牵涉到大量的“赚钱的活动”。比如商务洽谈、签订合同以及展览推销等工商事务,它们都是公司企业赚钱活动的组成部分。因此,人们根据“艾斯特”定义的中文释义,很可能得出因工商事务而外出的旅行和逗留不属于旅游范畴的误解。而旅游一词作为日常生活用语,其所指的确不包括以工商事务为目的的差旅外出,一般都是指人们因消遣度假而离家外出旅行的活动。以工商事务为目的的差旅型外出则称之为“出差”,旅游作为日常生活用语的释义,可能会进一步加剧人们对旅游科学概念的误解。

三、旅游的概念

综合以上分析,依据现代旅游发展的客观实际,我们将旅游的概念归纳为:旅游是人们出于和平的目的,离开长住地到异国他乡访问的旅行和暂时居留所引起的现象和关系的总和。

第二节 旅游的本质与社会属性

一、旅游的本质

旅游作为人类社会生活的一项重要活动,源远流长。但在19世纪上半叶以前,旅游活动仅限于社会上层的享乐活动,以及以经商贸易为主的旅行活动,并没有普遍的社会意义,还不能称之为现代意义的旅游。而现代旅游是一种大众旅游。旅游已发展成为一种全民性的活动,成为现代人们物质和精神生活的必要组成部分。作为一种大规模的社会文化活动,旅游活动区别于人类其他活动的根本性质可以归结以下三点:

1) 旅游是人类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。从社会生产发展的角度看,旅游发展的基础是经济的发展,只有当社会生产力发展,人们收入水平不断提高,闲暇时间增加时,旅游才能成为大众性的活动。而从人类需要发展的角度看,随着人类社会的发展,人类会产生多种多样的需要。既有为了生存和发展的物质需要,又有为了享受的精神需要。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会不断提高。旅游需要作为人的总体需要的一个组成部分,属于精神需要的范畴,是人们的物质需要如衣、食、住、行等基本满足之后,进而产生的一种追求高层次享受的精神需要,是一种高级的消费活动。并且随着社会生产力的发展,旅游正在发展成为人们生活中的必要组成部分。

2) 旅游是人类一种积极而健康的交往活动。人具有自然属性和社会属性。作为社会生活的主体,人总是处在一定的社会关系之中,是社会关系的体现者(如生产、政治、经济、文化、民族、宗教与家庭关系等)。因此,人与人的交往是人类历史发展的固有现象,也是人类社会生活中的一种最基本的社会活动。人类通过交往可以交流思想与情感,增进相互了解与理解,从而建立与

协调一定的人际关系。在现代社会,科技发展不仅提高了人们的生活水平,也变革了人们的生活方式,社会交往的意义也愈加重要。而在人类多种多样的交往方式中,旅游是一种较为理想的开放式的交往形式。在旅游活动中,每个人都是主动和自由的,可以不受地域、种族、性别、年龄等的限制。每个人都可以抛却自己角色的羁绊而还原为一个原来的自我,自然、纯朴。并且旅游的场景与氛围也易于使人们沟通与交往,产生其他交往形式所达不到的良好效果。因此,旅游是人类一种积极而健康的交往活动。

3) 旅游是人类一种以审美为特征的消闲活动。旅游最基本的形式是游览观光,而消遣型旅游则是现代旅游最重要和普遍的旅游类型。因此,旅游从本质上说还是一种审美活动。追求美是人类文明的主要特征。在旅游活动中,通过美的感受——游览名山大川、欣赏文物古迹、体验风土人情等,达到陶冶情操,愉悦身心,增长见识的目的。旅游活动的审美情趣是丰富多样的,自然景观给人以自然美,人文景观给人以艺术美和社会美,从而满足人们不同层次的审美需求。而旅游这种审美活动作为人们物质生活水平与文化生活追求提高的表现,必须以闲暇时间为前提。所以说,旅游是人类一种以审美为特征的消闲活动。

二、旅游的社会属性

从旅游发展的历史演变看,旅游活动涉及了社会生活的众多层面,体现了多种社会现象和社会关系。因此,有必要进一步阐明旅游发展与人类社会发展的相关关系,即旅游的社会属性。

(一) 旅游与社会经济的关系

旅游是人类社会经济和文化发展到一定阶段的产物,旅游的产生与发展是和社会经济的发展密切相关的。社会生产力的发展水平决定了各个时代旅游的规模、内容、方式和范围。在人类社会初期,由于生产力十分低下,人类的生存无时不处在饥饿和自然灾害侵袭的威胁之中,客观上不具备旅行的物质基础,当然更谈不上旅行的主观愿望与动机。尽管也经常发生从一地到另一地的迁移活动,但都是出于生存的需要,不是真正意义上的旅行和旅游。从原始社会末期和奴隶社会初期,出现第三次社会大分工,人类因经商而产生外出旅行的愿望起,直到19世纪工业文明出现以前,这漫长的几千年中,人类社会经历了奴隶社会和封建社会,但都是属于农业社会时期,生产力发展缓慢,社会经济发展水平低下。因此旅行活动的规模有限,只有社会上层和少数富有者才能享受旅行;旅行活动内容单一,经商和宗教旅行占居主导地位;这一时期交通工具十分落后,以自然力、人力和畜力为动力来源,旅行活动也局限在很小的范围内。

到了19世纪后半叶,工业革命大大推动了社会生产力的发展。工业革命还促进了城市化的进程,由此也极大地改变了人们的生产与生活方式,使旅游活动发生了质的变化。旅游在社会生活中的地位日渐重要;由于社会财富和人们生活水平的提高,参加旅游的人数增多,旅游开始成为具有相当意义的社会现象;火车和轮船成为主要交通工具并大大改善了交通条件,旅游的规模和范围也发生了巨大的变化;作为经济产业的旅游业开始形成。

二战以后,国际政治形势相对稳定,世界经济得以迅速恢复,一系列科技发明和创造推动了社会经济迅猛发展。随着人们收入水平提高,闲暇时间增多,旅游需求日益发展。而另一方面旅游业不断发展壮大,旅游设施不断现代化,旅游供给也日趋完善。这一切都促使旅游迅速普及于世界各地,成为大众性社会活动。

由此可见,旅游的产生和发展是社会经济发展的必然产物。社会经济的发展水平决定着旅游发展的水平,而旅游的发展反过来又促进了社会经济的繁荣。

(二) 旅游与社会政治、文化的关系

旅游活动作为一种社会现象,首先是作为旅游者的人的活动。尽管旅游者旅游活动的动机不同,活动形式和内容也多种多样,但都属于人们一种暂时或短期性的特殊生活方式,总体上属于社会文化范畴。因此,旅游活动是以人员流动与交往为特征,涉及经济、政治等许多方面的社会文化活动。旅游在增进各国人民相互了解和友谊,缓和国际关系和维护世界和平方面,是一个积极的现实的因素。同时,旅游还有助于改善和提高东道国的国际形象。旅游也因此被称为“民间外交”,受到世界各国政府的高度关注。从1980年开始,世界旅游组织每年都提出一个宣传口号,其中有些宣传口号十分鲜明地反映了旅游与社会政治十分密切的关系。比如,1980年,旅游为保存文化遗产,为和平及相互了解作贡献。1984年,旅游为国际谅解、和平与合作服务。1986年,旅游——世界和平的促进力量。1989年,旅游者自由往来,创造团结的世界。1992年,旅游通过社会经济一体化,增加各国人民相互了解的途径。此外,由于国际旅游活动的开展要跨越国界,需要考虑国家关系以及办理护照、签证等出入境手续,这些都使旅游活动涉及政治方面的问题。

旅游作为一种社会文化活动可以说处处都打上了文化的烙印。旅游者外出旅游是源于人的精神需要,旅游者要依据一定的社会文化背景才能产生;而旅游资源都不可避免地反映了一定的社会文化环境;旅游设施和旅游服务则在内容和形式上展现了东道社会精神文化和物质文化。譬如民族历史、生活方式、风俗习惯、文学艺术、建筑、服饰、饮食等。

(三) 旅游与社会日常生活的关系

旅游作为人类社会生活的一项重要内容已有很长的历史。在现代社会,随着社会经济的程度发展和人们生活水平的不断提高,旅游已成为人们现代生活的必要的组成部分。世界旅游组织(WTO)在1980年发表的《马尼拉宣言》中明确提出旅游也是人类社会基本需要之一。为了使旅游同其他社会基本需要协调发展,各国应将旅游纳入国家发展的内容之一,使旅游度假真正成为人人享有的权利。人们通过旅游,短期改换一下生活环境,或欣赏山水风光,或体验风土人情,不仅可以愉悦身心,陶冶情操,而且还可以开阔视野,增长见识,都可以获得精神和物质上的享受。所以,在现代社会,人们生活水平日益提高,物质需求得到一定满足的情况下,旅游已发展成为人们日常生活中的必要组成部分。经济发达国家的情况已经充分证明了这一点。虽然旅游的发展和普及程度由于受社会经济水平的影响而各国不一,但是实践表明旅游的发展与普及已是大势所趋。

在我国,发展社会主义生产力就是为了满足人民群众不断增长的物质和文化生活的需要,这也是发展我国旅游业的根本目的。随着我国改革开放深入发展,综合国力不断增强,人民生活水平稳步提高,闲暇时间越来越多,旅游发展也十分迅猛。这说明,旅游在我国正在发展成为广泛的大众性活动,旅游正在成为人们日常生活的重要内容。

第三节 旅游活动的构成与特点

一、旅游活动的要素

旅游是涉及众多方面的综合性社会文化现象,它由旅游者、旅游资源和旅游业组成。其中旅游者是旅游的主体,旅游资源是旅游的客体,旅游业是旅游的媒体。主体、客体和媒体之间相互依存,相互制约,紧密结合,共同构成旅游这一复杂的综合体。

(一) 旅游者

在旅游活动的构成要素中,旅游者是旅游活动的主体。旅游者是旅游活动的首要 and 主导因素,因为旅游首先是人的活动,是人们离开其常住地的外出旅行以及在目的地停留期间所从事的全部活动。也因为旅游者的旅游活动与旅游企业及东道社会不可避免地接触,才引发了一系列错综复杂的社会现象和社会关系。因此,没有旅游者就不会有旅游活动,也不会有旅游的社会现象。

旅游者旅游活动规模的不断扩大,使得外出旅游的人群形成一个具有足够规模的市场,产生出可借以经营的多种商业机会,进而促进了旅游业的产生与发展。而旅游业作为一个“市场导向的行业”,从它诞生的那一天起,它的一切开发和接待服务工作无一不是针对和围绕旅游者的需求而提供的。旅游活动的发展历史证明,旅游实践是先有旅游者的旅游活动,而后才有旅游业的经营活动。作为旅游活动主体的旅游者的数量、消费水平、旅游方式等,影响和决定着旅游业的发展水平及其内部构成。

而旅游资源作为旅游活动开展的对象,其开发和利用也直接受到旅游者的客源结构、旅游流向以及旅游活动变化规律的影响和制约。一个地区的旅游开发通常也就是以客源市场为导向、以旅游资源为依托的开发。

旅游者作为旅游活动的主体,表现的是处在一定社会关系之中的,具有一定社会文化背景的人。旅游者来自不同国度,属于不同民族,具有不同的生活方式和不同的思想情感。他们离开常住地前往异国他乡的过程中,不可避免地要与东道社会的人群接触交往,而产生一系列复杂的社会关系。而这种接触与交往既是旅游者访问异国他乡的客观结果,同时也是旅游者外出旅游的重要动机之一。许多旅游者外出旅游就是要体验异域风情,了解他乡文化。

简言之,旅游者就是离家外出到异国他乡旅行和访问的人。但是一个人能否成为旅游者还受多种主客观条件制约。就主观因素而言必须具有旅游动机,而客观因素则包括必须具有一定的可随意支配收入和闲暇时间。此外,还有其他一些客观条件。一个人只有同时满足个人旅游需求的主观条件和客观条件才能成为现实的旅游者,实现其旅游活动。

(二) 旅游资源

在旅游活动的构成要素中,旅游资源是旅游活动的客体。旅游资源是吸引旅游者、激发旅游者旅游动机的直接因素,也是旅游业借以创收的前提。因此,旅游资源是一个国家和地区旅游业赖以存在和发展的最基本的条件。就旅游者的旅游活动来看,当一个人具备了外出旅游的客观条件,并且也产生了旅游需求的时候,他首先需要考虑的是到何处去,作何种旅游才能满足自己

的旅游需求。而此时,异国他乡的自然因素、人文因素,不同的地域组合和表现特征就成为吸引旅游者前往的决定性因素。显然,如果没有旅游资源所构成的具有吸引力的环境,旅游者便不会前来访问,旅游活动也无从开展。尽管旅游者也会考虑旅游地的生活条件和服务水平,但这些都是旅游者旅游活动所派生出来的次要需求。而旅游资源由于自然和人文要素的组合不同而各具特色,既不可移动,又不可替代,只有亲临其境,亲历其事才能真切感受,获得真正的精神满足。

所以,旅游资源是旅游活动的客观对象。一个国家和地区,旅游资源的特色和丰富程度是其旅游业发展成功的客观基础。而对旅游资源的利用与开发水平,也直接影响到一国或一地区旅游活动的规模、类型以及发展水平。

旅游资源作为旅游活动的客体,其构成要素多种多样。自然因素、人文因素或其他任何因素以及由它们共同组合所形成的综合体,均可构成对旅游者具有吸引力的环境,成为旅游资源。旅游资源的表现形式也是多种多样的,广泛存在、分布于客观世界。

(三) 旅游业

旅游活动构成要素中,旅游业是旅游活动的媒体。旅游业把旅游者和旅游资源联系在一起,使旅游活动顺利开展,成为实现旅游活动的条件和手段。旅游业是旅游发展的产物,也是旅游发展的推动者。在近代旅游业产生之前,旅游活动主要是一种自发的、少数人参加的活动,旅游主体和客体直接联系;旅游者外出旅游活动大多表现为漫游探险等方式,缺乏对旅游客体的了解和认识;同时也没有基本的旅游设施和旅游服务,旅游者旅游活动缺乏组织性和存在诸多不便。因此,早期旅游活动规模小、范围小。而旅游业诞生之后,它在旅游者和旅游资源之间起着一种媒介和桥梁作用,通过旅游业提供各种旅游供给以及对旅游市场进行组织,使得旅游活动方便易行,从而大大推动了旅游发展。

不难看出,旅游业诞生之后,完成旅游活动的要素已不再只是旅游者和旅游资源,旅游业在客源地与目的地之间以及旅游动机与旅游目的的实现之间架起一座便利的桥梁。利用旅游业提供的规范化的旅游模式完成旅游活动,已成为广大民众中占支配地位的旅游形式,而旅游业的发展和规划,也成为旅游目的地的旅游开发工作的重要组成部分。旅游业作为旅游活动的媒体,已经成为推动旅游活动开展最积极、最活跃的一个因素。

二、旅游活动的特征

旅游作为人类社会生活的一项重要活动,有其本身的基本特征。

(一) 审美性

旅游是一种综合性的审美活动,它集自然美、艺术美、生活美为一体,熔风光、文物、古迹、建筑、雕刻、绘画、书法、音乐、戏剧、风情、美食于一炉,可以满足人们多种多样的审美情趣。而且旅游活动本身就是一种审美的社会实践,是一种生动形象、自然具体的审美教育活动。审美性贯穿旅游活动的各个要素。从旅游主体看,审美追求是旅游者普遍的旅游动机之一。旅游者的旅游形式和内容可能会千差万别,但有一个共同点就是为了陶冶情操、愉悦身心,获得美的享受。旅游活动的行、游、住、食、购、娱每一个环节都能给旅游者以美感。从旅游客体看,旅游资源是美的载体。旅游资源同其他资源的区别,就是在于它有着美学的特征,具有观赏价值。旅游资源蕴涵着丰富的自然美、社会美和艺术美,对旅游者产生极大的吸引力。从旅游媒体看,旅游业是创造