

WILEY



工商管理经典译丛·旅游管理系列

Business Administration Classics

# 旅游学 (第12版)

TOURISM (Twelfth Edition)

查尔斯·R·格德纳 (Charles R. Goeldner) 著

J·R·布伦特·里奇 (J.R. Brent Ritchie)

李天元 徐虹 黄晶 译

 中国人民大学出版社

2019.11

11月11日 星期五

# 旅游学

11月11日 星期五

11月11日 星期五

11月11日 星期五



工商管理经典译丛·旅游管理系列

Business Administration Classics

# 旅游学 (第12版)

TOURISM (Twelfth Edition)

查尔斯·R·格德纳 (Charles R. Goeldner) 著

J·R·布伦特·里奇 (J.R. Brent Ritchie)

李天元 徐虹 黄晶 译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游学: 第 12 版/格德纳等著; 李天元等译. —北京: 中国人民大学出版社, 2014. 10  
(工商管理经典译丛. 旅游管理系列)  
ISBN 978-7-300-20229-7

I. ①旅… II. ①格… ②李… III. ①旅游学 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 243105 号

工商管理经典译丛·旅游管理系列

**旅游学 (第 12 版)**

查尔斯·R·格德纳 著  
J·R·布伦特·里奇  
李天元 徐虹 黄晶 译  
Lüyouxue

---

出版发行	中国人民大学出版社	邮政编码	100080
社 址	北京中关村大街 31 号		
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511770 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	<a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a> <a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京鑫丰华彩印有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2014 年 11 月第 1 版
印 张	30.5 插页 2	印 次	2014 年 11 月第 1 次印刷
字 数	758 000	定 价	65.00 元

---

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

# 译者前言

30多年来,由罗伯特·麦金托什教授创始的《旅游学》一直是世界各地高等旅游教育广泛使用的经典教材之一。中国人民大学出版社曾于2008年将该书的第10版引入我国,组织翻译和出版了该版的中译本,受到国内广大读者的普遍欢迎和好评。

继第10版之后,作者又先后两次对该书进行了修订和更新,旨在及时反映旅游业的新发展、新变化,以及旅游研究领域中出现最新进展。对此,中国人民大学出版社决定引进该书目前最新的第12版,并再一次将新版的翻译任务交给了我们。我等一方面为人大出版社的信任深感荣幸,同时也很有压力。该版的两位联袂作者皆为当今世界旅游学界颇有名望的专家。其中查尔斯·R·格德纳是美国科罗拉多大学博尔德分校利兹商学院旅游学与市场营销学荣誉教授,《旅行研究杂志》的创刊主编,至今仍担任该校可持续旅游研究中心的联席主任;J·R·布伦特·里奇是加拿大卡尔加里大学的旅游管理学资深教授、该校世界旅游教育与研究中心主任,并担任联合国世界旅游组织旅游教育理事会主席。如何做好这一名著的翻译工作,使译文既能体现原作的思想本意,又切实能令国人读懂,并尽可能地不失原作的表述风格,对于我们来说无疑都是很大的挑战。

总之对于这一最新版的翻译工作,我们算是极尽了努力。虽然如此,我们也深知,限于自己的水平和能力,本版译文中仍可能会有欠妥甚至错误之处。为此,我们诚望继续得到广大读者的指教和批评。

担任本版翻译工作的人员为李天元(序言、第1~5章、第18~20章、旅游业中常用英文缩写词精选)、徐虹(第12~17章)和黄晶(第6~11章)。参与工作的其他人员还包括张秀兰和李曼(文稿整理)。全书译文由李天元负责审校和统稿。

李天元

于南开大学

# 前言

短短几年之前，太空旅游还只不过是少数宇航先锋的梦想，而如今已成了很多一流大报旅游栏目中无不涉及的报道专题。在腰缠万贯的富豪们纷纷出资排队等候前往太空旅游的同时，普通旅游者所关注的则是空客 A380 这一运力超 800 人的巨型客机的出现。美国波音公司对此作出的反应是，准备将形体较之略小、自重相对较轻的波音 787 型梦幻客机投入商业服务。最重要的是，如今很多的旅游组织商都已认识到，旅游业若要实现兴旺发展，就必须适应科技进步、油价高企、气候变化以及其他众多方面的环境变化。而且，虽然长期以来旅游组织商的业务工作一直都是凭借人力开展，但如今人们已经预见到，即将到来的机器人时代将注定会改变旅游业的未来面貌——突出表现为，不仅很多常规项目的旅游服务工作适合由机器人去承担，而且旅游产品供应方面所需开展的很多重复性的工作，同样也适合使用机器人去完成。

面对所有这些方面的挑战，旅游业都必须拿出对策。与此同时，各种旅游博客以及诸如 Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitter, MySpace 之类的社交网站的大量出现，也改变了旅游传播方式的潮流。对于如何去应对由此带来的各种市场机会和业务交易，旅游业同样也得拿出对策。除此之外，安全问题仍将是旅游业需面对的挑战和额外成本。所有这些因素都意味着，对于旅游业这一全球最具活力的产业，人们需要不断地进行重新评估。

虽然旅游学的基本原理始终未变，但对于这些原理的实际应用，人们则必须根据旅游业中出现的新发展和更具挑战性的经济时期的出现，不断地进行重新评价。尽管旅游业目前已然是世界上最大的产业，但是，随着数以百万计来自中国、印度、巴西、俄罗斯等新兴经济体的旅游者开始出国旅游——探求新奇的文化、享受舒适的气候和开展娱乐活动，旅游业的规模将会进一步增长。与此同时，工业化国家中数以百万计的“婴儿潮”时期出生的人，如今也都已步入了退休年龄。他们会利用自己充裕的闲暇时间增加外出旅游的次数。随着人们上网及看电视时间的增多，所有的人都会在某些相关信息的引诱和刺激之下，背起行囊去一睹当今的天下奇观。面对所有这些情况，旅游业都必须拿出自己的应对之策。为此，《旅游学》（第 12 版）的内容设计旨在检讨近年来旅游业发展中出现的各种变化，并将这些变化同对旅游学基本理论的讨论联系起来。

本书的编写目的主要是为大学的“旅游学”课程提供一本教材。但本书中也提供了很多有价值的信息，因而也可用于指导各种旅游组织和各类旅游企业的工作开展，其中包括：国家/州/省/地方政府旅游管理部门、会议与旅游局、商会、旅游规划与开发组织、旅游促进

机构、旅游住宿企业、旅游景点、交通承运商、燃油供应和汽车制造企业，以及其他各类对“人员流动”感兴趣或与之有关的组织和企业。

## 本版中的内容更新

---

同第 11 版相比，第 12 版在内容上有所更新。由于旅游业中的情况变化很快，本版修订工作所涉及的内容包括：介绍旅游业中的新发展，更新有关的数据资料，更新对行业领军者的介绍，拓展对某些旅游部门的情况介绍，增添新的信息网站，增列相关的参考文献，并对术语表进行扩充。此外，本版中对家庭客房、分时共享、会议业务、可持续旅游、气候变化、社交媒体、移动营销等专题内容的讨论，在篇幅上也都有所增加。

本版中所作的修订和内容更新，旨在探究自本书第 11 版面世以来旅游业中出现的各种新动向，并讨论这些新发展带给旅游业的各种变化。第 12 版中的新增内容包括：

- 增设了“领军者介绍”专栏。
- 增设了“环球透视”专栏。
- 第 3 章中新增了有关科学技术、会议中心、体育场馆及公共设施等方面的管理工作职位的信息，并对学生实习一节的内容作了更新。
- 第 5 章中新增了关于航空业的信息，更新了关于邮轮业的信息，并增添了将乘火车旅行作为一项旅游吸引物的讨论内容。
- 第 6 章中新增了“美食旅游”内容。
- 第 7 章中全面讨论旅游产品流通渠道的变化情况，并新增了有关未来情况及移动营销的信息。
- 第 11 章中更新了有关老龄旅游者的信息，并新增了“同性恋旅游”内容。
- 第 15 章中新增了有关护照、签证、旅游伦理及政府政策影响等方面的信息，并对旅游目的地愿景与旅游目的地使命之间的区别作了澄清。
- 对第 17 章的内容作了大幅修订，全面更新了有关可持续发展以及有关气候变化的信息。
- 第 18 章和第 19 章中更新讨论了互联网在旅游调研以及旅游营销中的应用。
- 第 19 章中增添了有关社交媒体、博客及播客等方面的最新材料。
- 第 20 章中通过识别诸如太空旅游之类的旅游发展新趋势，对旅游业发展之未来作了新的展望。
- 第 15 章和第 20 章中增添了有关危机管理的内容。
- 对各章结尾部分的“互联网练习”作了修订和更新。
- 各章中更新后的所有各项网址，皆可在威立出版公司为本书伴设的网站上进行查阅，网址是：[www.wiley.com/college/goeldner](http://www.wiley.com/college/goeldner)。

## 结构与内容

---

本书重点探讨旅游学中的主要概念，使旅游业发展成为可能的各项要素，以及旅游业成

为国家财富的一个重要来源的原因。本书在撰写时基于全球视角，根据已有的成功经验去讨论旅游发展的原理、实践与哲学。第12版中对旅游发展所带来的全球性影响——包括经济方面的影响和社会方面的影响，给予了更多的关注。

若要实现旅游业的成功发展，众多部门必须紧密配合，协同工作，以打造出能令消费者满意的旅游体验。全书分为六个部分，探讨不同的旅游业成分以及各自的功能和重要意义。

第一部分为旅游学总论。讨论旅游发展的全球性影响、旅游发展的历史以及旅游业中的职业生涯机会。

第二部分介绍为旅游者提供商品和服务以及旅游目的地的政府旅游管理部门和私营部门。其中各章分别讨论旅游组织、客运交通部门、住宿和饮食服务部门、旅行代理商和旅游批发商以及旅游景点部门。

第三部分讨论旅游动机、旅游行为以及旅游社会学。

第四部分探讨旅游规划，进一步分析旅游现象的成分构成。其中各章分别讨论旅游政策的制定、旅游供给与需求预测、旅游的经济影响、旅游规划以及环境问题。考虑到环境问题日渐重要，该部分特别着力于充分探讨旅游业管理/环境管理相交界面的问题——因为两者在这一问题上存在很多潜在的冲突。

第五部分探讨的主要领域包括旅游调研和旅游市场营销。

第六部分讨论人们对2020年及2030年旅游业发展情况所作的预测，并就今天的旅游业应如何做好准备提出建议，以使旅游业能适应未来的发展和迎接明天的挑战。

## 特 色

---

为了帮助学生更好地理解 and 掌握所介绍的知识，本书对若干不同的教学方法进行了整合。

各章开头部分的“学习目的”旨在提醒学生留意该章所讨论的重点内容。

每一章中的“导言”部分旨在提出有关问题的讨论背景，并提供一些相关内容供学生参阅。为了有助于阐明一些重要的论题和概念，书中根据情况需要插入了相关的专栏、图表、照片以及互联网网站。每章的讨论内容都以“本章小结”收尾，以帮助学生巩固所学知识。

每章后面所列的“重点概念”，用于检查学生对该章主题的理解。

为了检查学生对有关主题内容的理解，书中提供了三种类型的练习。复习与讨论题可用于检查学生对该章内容要点的记忆，有些问题则属于至关重要的思考性问题。案例题以假定情况为例，要求学生应用所学知识解决问题。这些案例题可用作书面作业，也可用于课堂讨论。此外，书中还设计了一系列的互联网练习题，其目的是通过让学生去访问一些重要的旅游业网站，并基于自己所作的调查来回答问题，从而提高学生使用互联网的熟练程度。本版中增大了这类练习题的题量。

本版的新增特色之一，是针对时下旅游业发展方面的研究课题，设置了一个新的专栏——“环球透视”，可用作引导学生开展课堂讨论的话题，或是以该专栏中的内容为基础，鼓励学生深入思考时下旅游业发展方面的重点问题。

本版的另一新增特色是设置了“领军者介绍”专栏，介绍当今旅游业中的一些领袖人物



和一家世界一流的旅游目的地设计公司 (WATG)。此举旨在彰显这些行业领军者对旅游业所作的杰出贡献。

## 其他可供使用的资源

---

对于采用本书的教师来说, 有一本《教师手册》(Instructor's Manual) (ISBN 978-1-118-15224-9) 可供参考。该《教师手册》中的内容包括教学建议、教学要点、测验题及其答案。该《教师手册》的电子版可通过威立出版社为本书伴设的网站获得, 网址是: [www.wiley.com/college/goeldner](http://www.wiley.com/college/goeldner)。此外, 该网站还可提供本书的教学课件以及书中所涉及的互联网信息源。

本书配有专门设计的题库软件, 可供采用本书的教师免费下载。需要者可访问网站 [www.wiley.com/college/goeldner](http://www.wiley.com/college/goeldner), 先点击“Visit the Companion Sites”, 然后再点击“Instructor Companion Site”。

## 致 谢

---

值此第 12 版出版之际, 我们首先祝福许许多多旅游专业的学生, 因为他们一直在使用本书先前的版本。我们还要对他们通过给我们以及给本书出版商写信的方式所做的参与表示感谢。

对所有以电话或信件形式反映其建设性意见, 从而为本版及先前版本的撰写和修订工作作出贡献和提供帮助的教育工作者, 我们深表谢意。

我们十分感谢本书原稿的所有审阅者, 感谢他们对稿件内容所做的有益点评。他们当中包括:

科林斯堡市旅游局 (Fort Collins Convention & Visitors Bureau) 总裁兼首席执行官 Jim Clark

华盛顿州立大学 (Washington State University) 的 Dogon Gursoy

中佛罗里达大学 (University of Central Florida) 的 Tammie J. Kaufman

西肯塔基大学 (Western Kentucky University) 的 Richard F. Patterson

查尔斯顿学院 (College of Charleston) 的 Wayne W. Smith

黑山州立大学 (Black Hills State University) 的 Daniel M. Spencer

亚利桑那州立大学 (Arizona State University) 的 Victor Teye 和 Dallen J. Timothy

在本次修订工作中, 他们的点评意见所给予我们的指导程度之高, 不论怎样强调都不为过。我们一直都在努力保持本书的创始者罗伯特·麦金托什 (Robert W. McIntosh) 博士为我们订立的质量标准, 值此, 我们再一次向他老人家致敬。

我们尤其要感谢澳大利亚詹姆斯库克大学 (James Cook University) 旅游学系的 Philip L. Pearce 为本书撰写第 9 章“消遣旅游的动机”。我们还要特别感谢西肯塔基大学饭店、餐馆和旅游管理系副教授 Richard F. Patterson 博士为本书编写了很多互联网练习题, 并感谢科罗拉多大学的 Cindy DiPersio 承担本书的校对工作。

我们还要感谢威立出版公司的员工, 特别是 JoAnna Turtletaub, Mary Cassells, Julie Kerr, Jenni Lee 和 Amy Weintraub 所给予的支持。最后, 我们尤其要感谢加拿大卡尔加里大学的 Deb Angus 孜孜不倦地为本书整理书稿、设计图片、编写索引及《教师手册》。

**查尔斯·R·格德纳** (科罗拉多大学)

**J·R·布伦特·里奇** (卡尔加里大学)

Tourism: Principles, Practices, Philosophies, 12th edition by Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie  
ISBN: 1-118-07177-8

Copyright © 2012, 2009, 2006 by John Wiley & Sons, Inc.

All Rights Reserved.

AUTHORIZED TRANSLATION OF THE EDITION PUBLISHED BY JOHN WILEY & SONS, New York, Chichester, Brisbane, Singapore AND Toronto.

No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of John Wiley & Sons Inc.

Simplified Chinese version © 2014 by China Renmin University Press.



老师您好，若您需要与 **John Wiley** 教材配套的教辅（免费），烦请填写本表并传真给我们。  
也可联络 **John Wiley** 北京代表处索取本表的电子文件，填好后 **e-mail** 给我们。

**原书信息**

原版 ISBN:  
英文书名 (Title):  
版次 (Edition):  
作者 (Author):

**配套教辅可能包含下列一项或多项**

教师用书 (或指 导手册)	习题解答	习题库	PPT 讲义	学生指导手册 (非免费)	其他
------------------	------	-----	--------	-----------------	----

**教师信息**

学校名称:  
院/系名称:  
课程名称 (Course Name):  
年级/程度 (Year/Level): 大专 本科 Grade: 1 2 3 4 硕士 博士 MBA EMBA  
课程性质 (多选项): 必修课 选修课 国外合作办学项目 指定的双语课程  
学年 (学期): 春季 秋季 整学年使用 其他 (起止月份\_\_\_\_\_)  
使用的教材版本: 中文版 英文影印 (改编) 版 进口英文原版 (购买价格为\_\_\_\_元)  
学生: \_\_\_\_\_个班共\_\_\_\_\_人

授课教师姓名:  
电话:  
传真:  
E-mail:  
联系地址:  
邮政编码:

---

**WILEY-约翰威立商务服务 (北京) 有限公司**  
**John Wiley & Sons Commercial Service (Beijing) Co Ltd**  
北京市朝阳区太阳宫中路 12A 号, 太阳宫大厦 8 层 805-808 室, 邮编 100028  
Direct +86 10 8418 7815 Fax +86 10 8418 7810  
Email: [iwang@wiley.com](mailto:iwang@wiley.com)

## 教师教学服务说明

中国人民大学出版社工商管理分社以出版经典、高品质的工商管理、财务会计、统计、市场营销、人力资源管理、运营管理、物流管理、旅游管理等领域的各层次教材为宗旨。

为了更好地为一线教师服务，近年来工商管理分社着力建设了一批数字化、立体化的网络教学资源。教师可以通过以下方式获得免费下载教学资源的权限：

在“人大经管图书在线”（[www.rdjg.com.cn](http://www.rdjg.com.cn)）注册，下载“教师服务登记表”，或直接填写下面的“教师服务登记表”，加盖院系公章，然后邮寄或传真给我们。我们收到表格后将在一个工作日内为您开通相关资源的下载权限。

如您需要帮助，请随时与我们联系：

中国人民大学出版社工商管理分社

联系电话：010-62515735，62515749，82501704

传真：010-62515732，62514775                      电子邮箱：[rdcsjg@crup.com.cn](mailto:rdcsjg@crup.com.cn)

通讯地址：北京市海淀区中关村大街甲 59 号文化大厦 1501 室（100872）

教师服务登记表

姓名	<input type="checkbox"/> 先生 <input type="checkbox"/> 女士		职 称		
座机/手机			电子邮箱		
通讯地址			邮 编		
任教学校			所在院系		
所授课程	课程名称	现用教材名称	出版社	对象（本科生/研究生/MBA/其他）	学生人数
需要哪本教材的配套资源					
人大经管图书在线用户名					
院/系领导（签字）： 院/系办公室盖章					

# 目 录

## 第一部分 旅游学总论

<b>第 1 章 正确认识旅游</b> .....	3
导 言.....	3
什么是旅游.....	4
旅游活动的要素构成与旅游业管理 .....	10
旅游学的基本研究方法 .....	16
经济意义 .....	18
旅游发展的得与失 .....	25
<b>第 2 章 旅游发展的历史沿革</b> .....	29
导 言 .....	29
早期开端 .....	30
早期（以及后来）的旅游吸引物 .....	39
早期的经济影响 .....	41
最早的旅行代理商 .....	41
历史上的交通运输 .....	42
住 宿 .....	44
旅行发展的大事年表 .....	44
<b>第 3 章 职业生涯机会</b> .....	52
导 言 .....	52
就业预测 .....	52
旅游业的从业要求 .....	53
职业生涯范围 .....	53
旅游业中的职业生涯发展路径 .....	63
实 习 .....	65
有关职业生涯的其他信息源 .....	66

## 第二部分 旅游业的组织

<b>第 4 章 旅游组织的类别</b> .....	71
导 言 .....	71

国际组织 .....	71
开发性组织 (国际性组织和全国性组织) .....	78
地区性国际组织 .....	79
全国性组织 .....	80
地区性组织 .....	89
州级和地方社区组织 .....	89
旅游教育与教育组织 .....	92
<b>第 5 章 客运交通 .....</b>	<b>96</b>
导 言 .....	96
航空业 .....	99
铁路运输业 .....	107
巴士汽车客运业 .....	110
小汽车 .....	113
邮轮业 .....	118
其他交通方式 .....	122
<b>第 6 章 食宿接待与相关服务 .....</b>	<b>126</b>
导 言 .....	126
住宿业 .....	126
饮食服务业 .....	140
会议行业 .....	144
其他服务 .....	149
<b>第 7 章 分销过程中的组织 .....</b>	<b>152</b>
导 言 .....	152
旅行代理商 .....	154
互联网 .....	162
包机组织者 .....	164
旅游批发商 .....	165
旅游批发商的行业组织 .....	168
观光和接待服务代理商 .....	169
专项中间商 .....	170
选择销售渠道 .....	171
<b>第 8 章 旅游景点、娱乐场所和其他旅游吸引物 .....</b>	<b>175</b>
导 言 .....	175
景 点 .....	176
博 彩 .....	181
娱 乐 .....	184
娱乐表演 .....	191
节庆盛事 .....	192

体育盛事·····	193
购 物·····	194

### 第三部分 理解旅游行为

<b>第 9 章 消遣旅游的动机</b> ·····	201
导 言·····	201
聚焦旅游消费者·····	201
对理论的需要·····	208
动机模型的开发·····	211
<b>第 10 章 添彩人生的文化旅游和国际旅游</b> ·····	216
导 言·····	216
重要性·····	216
体验生活旅游·····	218
浪漫的消遣旅游·····	220
开发和促销方式·····	220
人类地理学·····	222
根据体验划分的不同旅游目的地类型·····	224
其他旅游吸引因素·····	226
旅游与和平·····	235
<b>第 11 章 旅游社会学</b> ·····	241
导 言·····	241
对个人的影响·····	241
对家庭的影响·····	242
对社会的影响·····	242
人生特点与外出旅游·····	244
新出现的团体旅游模式·····	250
社会(补贴性)旅游·····	251
旅游主要社会影响的总结·····	254
国际旅游者·····	254
旅游的障碍·····	256

### 第四部分 旅游供给、旅游需求、旅游政策、旅游规划与开发

<b>第 12 章 旅游供给及其构成要素</b> ·····	263
导 言·····	263
供给要素·····	263
自然资源·····	265
人造环境·····	266
经营部门·····	267



好客精神和文化资源·····	272
供求的匹配·····	275
<b>第 13 章 需求的测量与预测</b> ·····	<b>283</b>
导 言·····	283
需求为何重要·····	283
对某一目的地的需求·····	283
需求测量·····	285
预测方法·····	287
<b>第 14 章 旅游的经济影响</b> ·····	<b>296</b>
导 言·····	296
旅游的经济影响：基于国际视角·····	297
对国际旅游收入和国内旅游收入的比较·····	299
最优化·····	301
经济乘数·····	307
旅游卫星账户·····	313
<b>第 15 章 旅游政策：结构、内容和形成过程</b> ·····	<b>319</b>
导 言·····	319
旅游政策的定义·····	320
旅游政策的核心：打造具有竞争力/可持续性的旅游目的地·····	322
旅游目的地管理的主要限制因素·····	322
旅游政策：结构、内容和形成过程·····	327
旅游政策的形成过程·····	331
把政策转化为现实·····	334
危机管理政策的形成·····	335
<b>第 16 章 旅游规划、开发与社会问题的思考</b> ·····	<b>339</b>
导 言·····	339
规划一个具有竞争力/可持续性的旅游目的地·····	339
旅游规划的本质·····	341
旅游规划与旅游政策的联系·····	341
旅游规划的必要性·····	344
规划过程·····	346
旅游开发目标·····	347
供给开发工作中的障碍·····	348
旅游开发的政治因素·····	350
旅游潜力的开发·····	353
<b>第 17 章 旅游业与环境</b> ·····	<b>360</b>
导 言·····	360