



教育部优秀教材
一等奖

高等院校旅游管理专业
系列教材

旅游学概论

第七版

李天元 编著



专家
讲课

旅游学研究的任务在于立足经验，揭示原理，服务现实需要，指引行业未来。

南开大学出版社

高等院校旅游管理专业系列教材

旅游学概论

(第七版)

李天元 编著

南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论 / 李天元编著. —7 版. —天津: 南开大学出版社, 2014.10

高等院校旅游管理专业系列教材

ISBN 978-7-310-04596-9

I. ①旅… II. ①李… III. ①旅游学—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 198163 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:孙克强

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2014 年 10 月第 7 版 2014 年 10 月第 40 次印刷
230×170 毫米 16 开本 21 印张 2 插页 395 千字

定价:39.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

前 言

自本书第一版面世，转眼间已逾二十余载。这期间，本书曾经多次修订，一直是国内同类教科书中销量最大者，并曾有幸荣获教育部 2002 年全国普通高等学校优秀教材国家级一等奖。特别是，在本书多年来的读者中，不少人如今都已成长为肩负重任的业界中坚。每当与其中的一些人偶遇，听他们提起对本书的回忆，编著者都觉得充满欣慰，备受鼓舞。

同以往情况一样，本次修订工作力求反映近年来旅游业的新变化以及旅游研究方面出现的新进展。不过，基本目的依然是为我国高等院校旅游专业的教学工作提供一本既注重与国际旅游学术研究中的普遍共识接轨，又力图反映我国旅游业和旅游研究新发展的旅游学入门教材，为广大旅游从业人员提供一本旅游学基础理论读物，以及为各级政府部门中从事经济和社会发展规划工作的人士提供一本借以了解旅游现象和旅游业常识的基本参考书。

本次修订工作所努力遵循的原则依然是：①注重现象介绍与原理论述的结合，强调对基本原理的揭示和理解；②注重理论与实践的结合，强调有关基本知识和理论在旅游业经营与管理工作中的实际意义；③注重与国际旅游学术界相关研究的比较，强调基本教学内容与国际社会中的普遍性共识接轨；④注重教学工作的需要，强调方便教师和学生的阅读和使用，并注意调整全书内容展开的逻辑性。

为了便于安排教学，考虑到全书各部分内容篇幅的相对均衡，本次修订工作对全书的内容安排做了新的调整，将全书内容分成了 9 章——第一章为旅游活动的历史发展；第二章为认识旅游活动；第三章为旅游者；第四章为旅游资源；第五章为旅游业；第六章为旅游业中的主要经营部门；第七章为政府调控与旅游组织；第八章为旅游市场；第九章为旅游的影响。对全书内容安排所做的上述微调，同时也是基于认识逻辑和方便教学的考虑。

尽管本次修订工作对章节的安排略有调整，但全书内容仍是主要由 4 个基本板块所组成。具体地讲，在内容上，第一章与第二章合为一个板块，旨在介绍有关认识旅游活动的基础知识；第三章与第八章合为一个板块，旨在讨论旅游需求与购买者市场；第四、五、六章合为一个板块，旨在讨论旅游目的地的旅游供给以及旅游业作为一个集合产业的基本构成；第九章作为影响研究板块，旨在介绍

和讨论旅游业的开发和大规模旅游活动的开展有可能带来的各种影响。读者将会发现，修订后的各章内容较之先前的版本都有所增删和调整。

有必要说明的是，任何一本书，特别是就其中所使用的数据而言，往往都是出版之时即是其“过时”的开始。不过，与有关专著和学术论文有所不同的是，对于类似本书这样的基础理论教科书来说，对数据资料的使用，其实大都是旨在服务于对有关原理的说明。读者在使用本书过程中，可尝试使用最新公布的相关统计数据去替换原有的历史数据。这不仅是一种很好的练习，有助于锻炼自己观察和分析问题的能力，而且有可能会得出某些新的发现。

在本次修订过程中，南开大学旅游与服务学院的各位同仁提供了很多有价值的信息和颇有见地的评论意见。此外，中国旅游研究院的戴斌院长、北京交通大学的张辉教授、北京旅游学院的张凌云教授、北京第二外国语学院的秦宇教授和厉新建教授等很多同行专家也都以各种不同的方式对本书的修订工作给予了多方面的支持和帮助。编著者在此一并向他们深表谢意。此外，在本次修订工作中，南开大学旅游与服务学院的博士研究生沈雪瑞和硕士研究生马兢肖帮助做了很多资料收集工作。本书文稿的打印和编辑工作则得益于张秀兰的协助。没有他（她）们的帮忙和辛劳，本次修订工作不可能顺利完成。

对于本次修订工作，尽管编著者主观上极尽所能，但限于个人视野和水平，加之时间匆忙，修订后的内容仍可能会有这样或那样的问题，诚望使用者指教和批评。

编著者

2013年12月

目 录

绪 论	1
第一章 旅游活动的历史发展	7
第一节 十九世纪以前的旅行活动	7
第二节 近代旅游和旅游业的开端	19
第三节 现代旅游的兴起	28
第四节 我国旅游业的历史发展	32
第二章 认识旅游活动	39
第一节 旅游活动的界定	39
第二节 旅游活动的类型	48
第三节 现代旅游活动的特点	54
第四节 旅游活动状况的基本测量指标	68
第三章 旅游者	74
第一节 旅游者的界定	75
第二节 决定个人旅游需求的客观因素	86
第三节 决定个人旅游需求的主观因素	95
第四节 旅游者的类别划分	107
第四章 旅游资源	116
第一节 认识旅游资源	116
第二节 旅游资源的开发	130
第三节 旅游资源的保护	143
第五章 旅游业	149
第一节 旅游业的概念	149
第二节 旅游业在促进旅游活动发展中的作用	156
第三节 旅游业的性质与特点	158
第四节 旅游业的产业	162
第六章 旅游业中的主要经营部门	173
第一节 旅行社行业	173

第二节	饭店与住宿业·····	185
第三节	旅游交通·····	203
第四节	旅游景点·····	217
第七章	政府调控与旅游组织 ·····	225
第一节	政府对旅游发展的干预·····	225
第二节	国家旅游组织·····	234
第三节	我国旅游业中的非营利组织·····	237
第四节	国际旅游组织·····	241
第八章	旅游市场 ·····	254
第一节	旅游市场的概念·····	255
第二节	旅游市场细分·····	257
第三节	全球国际旅游市场基本状况·····	260
第四节	我国的入境旅游市场·····	268
第五节	我国的国内旅游市场·····	279
第六节	我国居民的出境旅游·····	281
第九章	旅游的影响 ·····	287
第一节	旅游的经济影响·····	288
第二节	旅游促进经济发展的理论依据·····	298
第三节	旅游的社会文化影响·····	306
第四节	旅游的环境影响·····	314
第五节	可持续旅游发展·····	316
参考文献	·····	323

绪 论

半个多世纪以来，随着旅游活动在全球各地的开展，其规模之大，不仅成为令全世界关注的社会现象，而且也为旅游业的发展带来了前所未有的巨大商机。就全球总体而言，早在 20 世纪 60 年代，旅游业作为世界上发展势头最为强劲的产业之一，便被誉为 20 世纪的“经济巨人”。进入 21 世纪后，尽管全球旅游活动规模的成长时有挫折，但发展势头依然强劲，“已成为世界上一支重要的社会和经济力量”。作为这方面的反映，一个不争的事实是，当今世界上所有国家在编制其经济和社会发展计划时，几乎无不将发展旅游业纳为其中的一项重要考虑。而且，“对于有些国家来说，旅游已成为其国际贸易中最大宗的商品。在不少国家中，旅游业已发展成为国民经济中位列三甲的产业”（Goeldner and Ritchie, 2006）。

以全球国际旅游的发展为例。半个多世纪以来，全球国际旅游活动的规模不断扩大，从 1950 年的 2528 万人次发展到 2011 年的 9.82 亿人次；全世界的国际旅游收入总额持续增长，从 1950 年的大约 21 亿美元，一路增至 2011 年的 10300 亿美元。如果将世界各国的国内旅游发展也考虑进去，那么无论是全球旅游活动的规模，还是全球的旅游业创收，无疑都将更为可观。根据世界旅游组织（UNWTO）和亚太旅游协会（PATA）的估算，全球国内旅游的市场规模和消费开支皆为全球国际旅游市场的 10 倍（PATA, 2013）。事实上，对于包括我国在内的很多国家来说，特别是在促成旅游业的长期稳定发展方面，国内旅游更为重要。

世界旅游理事会（WTTC）是一个非营利性的国际民间组织，20 多年来一直致力于测量和评价旅游业的发展对全世界、各大地区以及对经济合作与发展组织（OECD）成员国经济的影响。根据该组织的调查和研究，从 1991 年起，全球旅游业已成长为世界上最大的产业。这一结论的得出，其依据主要涉及两项指标。其中一项指标是全球旅游经济的年度总产出，另一项指标则是全球旅游业所带来的就业规模。以 1991 年的情况为例，① 该年全球实现的个人旅游消费总额为 16660 亿美元，约占全部个人消费总额的 11%；② 全球因公差旅的开支总额为 3340 亿美元，约占该年全球企事业单位公务开支总额的 1.2%。也就是说，将这两项合计，该年全球实现的旅游消费总额（含国际旅游和国内旅游，因私旅游和因公差旅）已高达 2 万亿美元；③ 全世界旅游企业该年的新增固定资产投资为 6130

亿美元, 约占该年所有各行业新增资本投资总量的 11.2%; ④该年世界各国用于旅游行政管理方面的政府开支为 2870 亿美元, 约占该年全球各地政府工作开支总额的 6.5%。将以上这四个方面的开支额汇总, 意味着 1991 年全球实现的旅游经济总产出为 29000 亿美元, 高于其他任何一个产业。在对就业的影响方面, 世界旅游理事会的调查统计结果显示, 1991 年, 全世界直接和间接就业于旅游业的人数总计为 1.83 亿人, 约占该年全世界就业劳动力的 10.2%。换言之, 全球每 10 个就业岗位中, 就有一个岗位是源自于旅游业。上述这两大指标的数据表明, 从 1991 年开始, 旅游业已发展成为世界上最大的产业。进入 21 世纪以来, 旅游业继续保持着作为世界第一大产业的地位。很显然, 对于这一具有如此重大经济意义的产业, 世人没有理由不去予以重视和研究。

世界各地的大量事实显示, 尽管旅游活动的开展如今已经大众化, 旅游市场的潜在能量仍有待充分释放。这意味着, 旅游业不仅是当今世界上最大的产业, 而且还是一个有着光明发展前景的产业。作为这方面的证据, 即便是在经济发达的工业化国家中, 参与出国旅游的人数在国民中所占的比重也并未达到封顶的水平。以流行出境旅游的英国为例, 每年的出国旅游人数, 也仅为全国人口的 1/3。另据有关调查, 在世界上堪称头号发达国家的美国, 国民中出国旅游的规模仅为国内旅游人次数的 10%。倘若将参与出国旅游的人数同全美人口数进行比较, 则出国旅游者在人口中所占的比重无疑将会更低。此外, 从大多数发展中国家的情况看, 即便是国内旅游度假活动, 尚远未成为国民生活的必需品, 至于出国旅游者在这些国家的人口中所占的比重, 无疑将会更低。但从发展趋势看, 随着这些国家的经济起飞和社会发展, 国民中越来越多的人不仅会成为国内旅游活动的参加者, 而且也会成为出国旅游活动的参加者。作为世界上最大的发展中国家, 我国以及印度近年来国民旅游需求规模 (包括国内旅游和出境旅游) 的快速增大, 就是这方面最明显的例证。总之, 半个多世纪以来全球的旅游活动发展历程以及今后的发展趋势都表明, 随着各国经济的发展、人们闲暇时间的增多、受教育程度的提高以及其他各种社会经济利好因素的促进, 旅游活动参加者的规模今后将会不断成长和扩大, 从而也决定了旅游业未来的光明前景, 决定了旅游业将会是一种永远的“朝阳产业”。对此, 很多权威的国际组织和知名学者都曾做过种种的乐观预测。作为其中的典型代表, 世界旅游组织 (UNWTO) 在其题为“2020 年旅游愿景” (*Tourism 2020 Vision*) 的研究报告中曾经预测, 在 2000 年至 2020 年期间, 全球国际旅游人次的年平均增长率将为 4.3%; 全球国际旅游收入的年平均增长率将为 6.7%。到 2020 年, 全球的国际旅游接待量将会达到或超过 16 亿人次。届时, 全球实现的国际旅游收入将会超过 1 万亿美元。基于这一预测, 如果根据世界旅游组织关于国际旅游与国内旅游之比例的经验数字, 将全世界各地的国内

旅游活动也考虑进去,那么,到2020年,全世界旅游活动的总体规模将会达到160亿人次,全世界的旅游消费总额将会达到7~8万亿美元。2011年,世界旅游组织又发布了《2030年旅游业展望》(*Tourism Towards 2030*),进一步预测2030年全球国际旅游活动规模将达到18亿人次,届时全球每天会有500万人出国旅游。经济学家和一些有识之士也早就指出,在21世纪的世界经济中,旅游业的地位将会变得更加重要。

旅游需求的增长速度之快、旅游经济的作用之大、旅游业的发展前景之光明,使得各国政府都对发展旅游业给予了越来越大的关注。20年前还有少数国家的政府出于某种原因不支持发展旅游业,甚至反对发展旅游业,然而到了21世纪的今天,这种情况已经荡然无存。在当今世界上,所有国家的政府,无论是发展中国家还是发达国家,几乎无一例外地都在积极支持发展本国的旅游业,特别是积极支持发展接待入境游客的国际旅游业。

然而,在旅游活动和旅游业的发展过程中,人们的确也遇到了不少复杂的问题和矛盾。这些问题虽然未必是刚刚发生的新问题,特别是其中有些问题很早便已提出,并且已有很多人对其发表过见解并提出过不少可能的解决方案,但是我们很难说人们对这些问题的不同认识已经完全得到解决。例如,有人认为发展旅游业有利于促进当地经济的发展;而有人则不以为然,并举出例证说,在有些水土资源适合发展农业并且长期以来一直以农业为经济支柱的地区,由于旅游业的发展而使大批青壮年农民弃田从事旅游服务,致使大量的耕地或被占用或遭荒芜,其结果是破坏了当地的经济结构,使当地经济依赖旅游业这一“建在流沙之上的大厦”,严重危及了当地经济的健康发展。再比如,有人认为利用外资发展旅游业,一可解决自己的资金不足问题,二可引进先进的管理技术和经验,三可利用外方的力量去影响和扩大自己的客源;而有人则以很多发展中国家利用外资发展旅游业的结果为例证,认为外国旅游企业的打入意味着目的国旅游外汇收入漏损量的扩大,使大量的旅游外汇又流回国外,对当地经济的促进作用十分有限。更有甚者,还有人认为外国独资旅游企业的大量进入客观上制约了当地社区对发展旅游业的参与,从而不利于当地旅游业可持续发展的实现。最后一个例子是,旅游企业人士似乎总是在抱怨客源不足,总是希望旅游者来得越多越好;而有人则指出,一个地区的旅游接待量不可超越当地的承载能力,一旦超过这一极限,发展旅游给当地社会经济带来的好处都将会被超载经营的代价所抵消。

不但对上述问题的认识不一,其他常见的矛盾情况也有很多。例如,人们普遍赞成扩大交通运力,增加航班,扩大交通设施网络,使旅行更加便利,但同时人们又普遍反对由此而带来的噪声增加;旅游者在旅游过程中都希望求新、求异,不喜欢各地的情况千篇一律,但同样还是这些旅游者,如果到了旅游目的地后语

言不通而又没有翻译,旅游服务设施的舒适程度不能满足他们所熟悉的本国标准,或者当地的饮食完全不照顾他们的口味,那么他们首先便会投诉这些问题。有人认为国际旅游活动的开展可消除不同国家或民族之间的偏见和误解,从而能避免战争的发生,有利于世界和平,而有人则认为国际旅游活动规模的增长等于是在毁灭那些传统的民族文化和尚保持自然原状的地区。对于旅游的前景,有人认为由于旅游的发展,世界正在趋于同一化,各地的不同之处会逐渐消失,所以外出旅游终将变得毫无意义并因而走向消亡;而有人则认为,人总是要动的,其基本特点便是要探索和考察,这一特点永远也不会消失,因而旅游的发展永无止境。

人们之所以对同一个问题有不同的看法,其基本原因之一是有些人没能站在适当的立场上,从适当的角度去认识问题,对旅游没有一个比较全面的、历史的、逻辑的了解和认识。所谓适当的立场,便是旅游目的地社区的立场,而不是狭隘行业或企业的立场。所谓适当的角度,便是同时兼顾和满足旅游者、旅游业和旅游接待地区居民三方利益的角度。只有站在这一高度和角度上,加之对有关旅游发展的经验和科学有全面的了解,才能正确认识、分析旅游和旅游业的发展所带来的利好和问题。

虽然旅游的功与过是人们长期以来争论不休的问题,但有一点可以确认无疑,这便是各国在制定自己的经济发展规划时,几乎都会把旅游业考虑进去。旅游业在不少国家的经济中都占据着重要的地位。而要搞好旅游业,提高旅游业在国民经济计划中的地位,则要在坚持以国家利益为重的前提下,满足旅游者的需要和当地人民的需要。也只有同时满足旅游者和当地人民的需要,才能实现国家的利益。因此各方的利益和需要都必须予以满足,各方彼此间的利益冲突都必须调和一致。在这个意义上,了解旅游和正确认识旅游对于各级政府参与制定政策和规划工作的人员是十分必要的。

旅游业是一项高度竞争的产业。不仅各国旅游业,特别是面对相同客源市场的邻近国家旅游业之间竞争激烈,而且同一旅游目的地内的各旅游企业也存在竞争。如果不了解旅游者,不了解旅游体系的构成要素及各要素之间的关系,不了解现代旅游活动的特点及其发展趋势等必要的知识,要想在竞争中取胜是非常困难的。在旅游业中,无论是旅行社、住宿业还是交通客运业,它们所面对经营和为之服务的皆为同一旅游市场。特别是对于住宿业和交通客运业这些早在旅游业问世之前便已存在的传统行业来说,其经营者应当认识到,几乎没有哪些旅游者是为了住饭店而住饭店,为了乘飞机而乘飞机。旅游者对这些传统行业的产品和服务的购买只是完成旅游经历的手段而不是旅游目的本身,也就是说,旅游者对这些传统行业的产品和服务的需求实际上都是属于一种派生性需求。显然,在当今的市场条件下,这些传统行业的经营管理人员如果不能将本企业的经营置于旅

游业中去考虑,要想取得长久的经营成功几乎是不可能的。正因为如此,像美国的康奈尔大学饭店管理学院和瑞士的洛桑旅馆学校这些传统上专门致力于旅馆经营管理教学的院校,从20世纪80年代开始,都已将旅游学纳入了自己的课程设置。所以,为了能够在竞争中取胜,为了能够使旅游企业在不断变化的市场环境下成功地经营,需要对那些将要从事旅游业工作的人员进行旅游专业教育和训练。今天的旅游业已进入专业化经营的时代,对从业人员专业水平的要求也越来越高。这不仅意味着旅游实业界将会愈加注重招收接受过旅游专业教育的人才,同时也意味着旅游业中的不少在职人员将会随着专业化要求的发展,有必要重返学校进修学习和更新知识。

至此,人们可能会问,什么是旅游学?或者,人们该如何去界定旅游学的研究范畴?旅游活动的开展所牵涉的层面很多,至少牵涉到旅游者、为旅游者提供服务的旅游企业、旅游接待地区的居民即所谓东道社会、旅游接待国和接待地区的政府等不同群体的利益,以及由于旅游活动的开展而使上述所有各方彼此之间产生和出现的各种关系和现象。因此,旅游学是研究旅游者及其旅游活动、旅游业及其开发和经营活动,以及研究旅游供求双方活动的开展对旅游接待地区的社会、经济和环境之影响的一门社会科学。

事实上,对于旅游学的这一界定,国际学术界中多有共识,并且有很多非常相似的表述和解释。例如:

● 著名旅游学术期刊《旅游研究纪年》(*Annals of Tourism Research*)的前任主编、美国威斯康星大学的J.贾法利教授曾提出:“旅游学的研究对象是离开其常居住地而外出的旅游者,针对其需要而提供服务的旅游业,以及旅游者和旅游业双方的活动对东道地的社会文化、经济及物质环境的影响。”(“Tourism is a study of man away from his usual habitat, of the industry which responds to his needs, and of the impacts that both he and the industry have on the host socio-cultural, economic, and physical environments.”)(Jafari, 1977)。

● 国际知名旅游专家E.希思和G.沃尔也认为:“旅游学作为一门学科,所研究的是离开惯常居住地而外出旅游的人,针对其需要而提供服务的旅游企业,以及双方(活动)对旅游接待地区经济、自然环境和社会的影响。所研究的内容包括旅游者的动机及其活动经历,旅游接待地区居民的期望和行为变化,以及各种旅游企业和组织机构在其中所扮演的角色。”(“The study of tourism is the study of people away from their usual habitat, of the establishments that respond to the requirements of travelers, and of the impacts they have on the economic, physical, and social well-being of their hosts. It involves the motivations and experiences of the tourists, the expectations of and adjustments made by residents of reception areas, and

the role played by the numerous agencies and institutions that intercede between them.”) (Heath & Wall, 1992)。

● 此外,前香港理工学院酒店与旅游管理系主任高藩(Frank M. Go)也曾写道:“可以认为,旅游学的研究对象包括个人及团体因消遣性和/或差旅性目的而暂时从一个地方前去另一地方的旅行,针对这些旅行者在途中以及在目的地停留期间的需要而提供的接待服务,以及旅行者和旅游业双方对东道地区的经济影响、社会文化影响和生态环境影响。”(“Tourism may be defined as the moving of individuals and groups from one geographic location to another for pleasure and/or business purposes on a temporary basis, the catering to the needs of travelers while en route and at the destination, and the economic, socio-cultural and ecological impacts both travelers and the industry have on the destination area.”) (Go, 1994)。

如果我们翻阅那些在世界上影响较大的旅游学经典教科书,便不难发现其篇幅之大几乎涉及了上述有关问题的方方面面。但是,限于国内旅游院校开设本课程的时间条件和教学目的,本教材只是对旅游理论和实践两个方面的基本问题,进行概要的阐释和论述。具体讲,主要是阐释社会经济发展与旅游活动之间的关系,阐述现代旅游活动的种类、表现形式并论述其开展特点,分析旅游活动的体系构成及各要素之间的关系,介绍旅游业及其管理的基本知识,论述旅游对接待地区经济、社会和环境的基本影响,以及探讨旅游和旅游业发展的基本规律。

旅游学概论是各旅游专业都必须开设的专业基础课。同社会科学中所有其他学科一样,它需要以旅游发展的实践为基础,从整理和了解旅游现象中分析并总结旅游发展的逻辑性和合理性,从而发现其活动规律。社会科学的研究需要运用理论、历史和政策来探索和揭示社会现象,对旅游的研究也要以马克思主义理论和我国发展旅游的政策为指导,以马克思主义的立场、观点和方法去观察和分析问题。这也应是我国旅游研究有别于他国之处。当然,旅游是一种世界性的社会现象。我国发展旅游和开展旅游研究的历史很短,因而我们有必要了解和吸取世界各国在发展旅游方面的经验和教训,有必要学习和借鉴国际学术界在旅游研究方面所取得的共识性成果。旅游发展的基本规律是不因国界而改变的。只有认清这一点,才能使我国旅游业的发展少走弯路,使我国尽早跻身世界旅游强国的行列。

第一章 旅游活动的历史发展

【学习目的】

本章以历史唯物主义认识论为指导，观察人类旅游活动的历史发展。通过本章的学习，旨在引导学生认识旅游活动的发展与社会经济的关系；了解旅游发展史上的一些代表性事件；熟悉现代旅游活动规模得以不断增大的原因，并了解改革开放以来我国旅游业发展的基本轨迹。

【主要内容】

1. 十九世纪以前的旅行活动
2. 人类早期的迁移活动；旅行需要的出现；中外不同历史时代旅行活动发展情况的比较；19世纪以前旅行发展的特点
3. 近代旅游和旅游业的开端
4. 产业革命的影响与“旅游”一词的问世；旅游发展史上的铁路时代；托马斯·库克的活动与旅游业的出现
5. 现代旅游的兴起
6. 现代旅游的概念；战后旅游快速恢复与发展的原因
7. 我国旅游业的历史发展
8. 旧中国的旅游业；新中国改革开放前的旅游业；改革开放之后的旅游业发展

第一节 十九世纪以前的旅行活动

谈到旅游活动的发展，常有人会说“旅游活动，自古有之”。此话虽然不无道理，可是并不准确。说其不无道理，是因为若追溯人类旅游活动的渊源，的确可以说是自“古”有之。说其并不准确，则是因为这一表述很容易产生误导，甚至有可能使人误以为自有了人类之日起，旅游活动便自然而然地存在。其中一个原

因就在于,人们对于“古代”(ancient time)这一概念的理解和使用并不统一。以中外史学研究中的情况为例。在世界史研究中,“古代”通常是用于指奴隶制社会瓦解之前的那段历史时期;而在中国史研究中,“古代”这一概念的时间范畴则延伸至封建社会时期。显然,倘若说旅游活动是自古有之,那么究竟“古”及何时?而且,这是否意味着自有了人类之日起,旅游活动便自然地无条件存在?此外,倘若说旅游活动自古有之,那么,无论是在中国古代的辞书中,还是在19世纪以前任何外国的语言词典中,为何都见不到“旅游”这一词条?

事实上,世界各地的相关研究都显示,现今意义上的旅游活动是由人类最初的旅行活动发展和演变而来。这一点如今已成为人们的普遍共识。然而尽管如此,我们似乎不宜将某一事物的渊源与该事物的本身混作一谈。换言之,我们不宜因现今意义上的旅游活动可溯源于最初的旅行活动,而将人类很早便已有之的旅行活动等同为现今意义上的旅游活动。

一、原始时代早期的迁移活动

同样,即便可以说传统意义上的旅行活动是“自古有之”,那么这是否意味着自有了人类之日起,也便有了旅行活动?或者说,旅行活动是否是随着人类的出现而无条件存在?对这些问题的回答,我们既不宜凭借古代神话传说(不论是中國有关王母娘娘的传说,还是西方的古希腊神话)去做想当然的联想,更不可根据个人对某些主张的好恶而去主观臆断。唯一科学的途径只能是本着历史唯物主义的认识论,依据有关历史上的客观事实去进行分析和得出结论。

历史学的很多研究成果都证明,在原始时代(the primitive age)的前期,人类是以天然或打制的石块为劳动工具,在自然分工的基础上,靠渔猎和采集为生。由于工具的简陋和生产能力的低下,人类的生存无时不处于饥饿以及自然灾害侵袭的威胁之中。到了新石器时代,随着磨制石器的出现,生产效率开始有了较大的提高。在这一时期中,原始饲养业和原始农业开始出现,从而导致了人类历史上第一次社会分工的出现。在这一时期中,尽管人类还发明了制陶术和弓箭,但所有这些进步的出现,都未能有效地改变当时社会生产的落后面貌。人们的劳动所获,除了供自己食用之外,几乎没有剩余。另一方面,人们的社会活动基本上也只是限于在自己所属的氏族部落范围之内进行。这些事实说明,由于物质基础的缺乏和社会生活范围的制约,截至新石器时代中期,人类并不存在有意识地自愿外出旅行的需要。

在这一时期中,尽管有关史实显示,人类确实存在从一个地方转移去另一个地方生活的迁移活动(migration),但我们必须看到,首先,当时的这类迁移活动,都是迫于某些自然因素(例如气候变化、重大天灾等因素对人类生存环境的影响)

或迫于特定人为因素（例如战争）的威胁而发生，因而都具有被迫性的特点；其次，所有这类迁移活动的发生都是出于谋求生存的需要，因而都具有求生性的特点。据此我们不难理解，这类迫于生存需要而远走他乡的迁移活动，充其量属于逃荒、避难或移民活动，而不是出于心甘情愿的、自觉主动的需要。

至此，我们可以得出这样一种基本结论：在原始社会的早期，由于社会经济条件的限制，人们客观上不具备能借以开展旅行活动的物质基础，主观上也不存在外出旅行的愿望。虽然当时确有迁移活动发生，但这些活动所具有的被迫性和求生性特点，说明它们既不属于真正意义上的自愿旅行，更谈不上是现今意义上的旅游活动。

二、人类旅行需要的出现和旅行活动的历史发展

1. 旅行需要最初得以产生的社会经济背景

到了新石器时代晚期，金属工具开始出现。生产工具的改进和生产效率的提高，使得劳动剩余物开始逐渐增多。随着金属工具的推广，不仅农业和畜牧业有了较快的发展，并且手工业也逐渐开始发展起来。到了原始社会末期，手工纺织技术已发展到开始使用简单的织机，此外，冶金、建筑、运输以及工具制造等生产领域也都开始出现。随着社会生产力的发展，手工业开始逐渐从家庭生产中分离出来，成为专职性的工作，并最终导致了第二次社会分工的出现。社会分工范围的扩大促进了劳动生产率的进一步提升，并加速了私有制的形成。尤其需要强调的是，随着社会分工（specialization of labor）的发展，不同从业者之间的产品交换也因此成了普遍的现象。

应当说，早在第一次社会分工即畜牧业和农业出现后，游牧部落与农业部落间的产品交换现象便已经开始萌发，但由于当时生产力低下，劳动剩余物数量有限，因而产品交换的范围和规模都有限。但第二次社会分工出现后，随着社会分工范围的扩大，劳动剩余产品的增多，产品交换的规模以及所涉及的地域范围也在不断扩大。特别是，以手工业者为典型，很多行业从事生产的直接目的就是为了用于交换。在这种情况下，交换自然也就演变成了一项重要的社会职能。随着产品交换的发展，到了原始社会瓦解和奴隶社会开始形成之际，专门从事易货贸易的商人阶级也开始出现。这便是人类社会历史发展史上的第三次社会分工，即商业从农、牧、手工业中分离出来。这种易货贸易（barter and trade）的出现和发展，使得产品交换的地域范围进一步扩大。简言之，为了实现产品交换，人们需要了解其他地方的产品生产和市场需求情况，需要前往其他地区去交换产品或货物，对外出旅行的需要也由此而产生。

所以，人类最初的主动旅行外出，远非出于消遣性动机，而是出于实用主义

的商贸目的,出于交易货品的需要而自发产生的一种经济活动。正如世界旅游组织在其有关研究报告中曾指出的那样,“在最初的年代中,主要是商人开创了旅行的通路”。

2. 奴隶制时代的旅行发展

在人类社会的发展史上,奴隶制无疑是一种相当残酷的社会制度。不过,“在当时的条件下,采用奴隶制是一个巨大的进步”(恩格斯语,中央编译局,1972:220),因为它实现了社会生产各行业之间、体力劳动与脑力劳动之间更进一步的分工,使生产力的提高、交换的扩大、艺术和科学的创立等诸多发展成为可能,从而使人类能够取得较之原始社会更大的进步。

在奴隶制时代(the slavery age)的西方社会中,奴隶制国家的发展与繁荣,客观上为当时旅行活动的发展提供了便利的物质条件。这一点在古罗马帝国(the Roman Empire)表现得最为典型。在罗马帝国强盛时期,其疆域空前广大,北部边界深入到现在欧洲的英格兰、德国、奥地利、匈牙利、罗马尼亚等地,东部边界达到西亚的幼发拉底河,南部包括了非洲的埃及和苏丹北部,西部边界濒临大西洋。此时,罗马帝国的大规模侵略扩张已告停止,国内社会秩序相对稳定,因而促进了社会经济在原有基础上的进一步发展。在生产技术方面,这一时期出现了带轮子的耕犁和割谷机,水磨得到广泛使用。建筑领域已开始应用复滑车起重装置。矿山开采已开始应用排水机,技术分工已经比较细密。手工业方面已经能够生产简单的机械。在农业方面,埃及和北非一带改善了灌溉系统,扩大了耕地面积,粮食生产大为发展。欧洲的高卢(今之法国)和西班牙等地则兴起了矿业、手工业和葡萄种植业。航海技术的进步使得地中海变成了罗马帝国的“内湖”,海上运输十分发达。

特别值得一提的是,罗马帝国政府在全国境内修筑了许多宽阔的大道。在图拉真皇帝在位时期(公元98~117年),这些道路网络的总长度已达到80000公里。虽然这些道路网络的兴建是出于政治和军事目的,但客观上也为人们沿路旅行提供了很大的方便。此外,罗马帝国时期旅店的产生,也是在沿途由政府所设驿站的基础上发展起来的。罗马帝国的驿站之间相距8~10公里。通过采用驿马接力的方式,罗马人一天之内可完成长达160公里的旅程。罗马帝国政府设置这些驿站的最初目的,是为了供政府公务人员中途歇息,但后来也接待沿路往来的民间旅客。随着过往旅行者的人数不断增多,不仅政府又在沿路开设了一些官办旅店,而且更多的私营旅店也随之发展起来。这些住宿接待设施的发展及其所带来的便利,反过来也推动了旅行人数的增加,当然,当时旅行活动的开展基本上都是在本国境内进行,特别是以近距离的旅行为主。但当时也有跨国经商的长途旅行,大多是贩运粮食、酒、油、铅、锡和陶器等基本商品,此外也贩运各地出产的奢