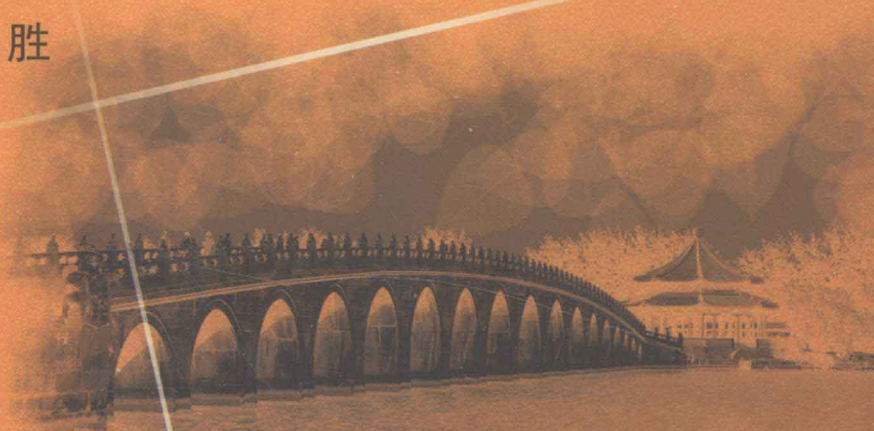


LUYOUXUE
GAILUN

旅游学概论

主编
郭胜



新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材



高等教育出版社

旅游学概论

主 编 郭 胜
副主编 李贤政

高等教育出版社

内容提要

本书是新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材之一。

本书主要内容有:旅游学概述、旅游的产生与发展、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游市场、旅游对经济、社会文化和环境的影响、WTO 与我国旅游业、旅游教育与人才培养等。

本书可作为高职高专院校旅游服务专业教材,也可供企事业单位相关从业人员培训、自学使用。

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论/郭胜主编. —北京:高等教育出版社,
2004. 6
ISBN 7-04-014819-6

I. 旅... II. 郭... III. 旅游—高等学校:技术学
校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 045896 号

责任编辑 刘 荣 封面设计 吴 昊 责任印制 潘文瑞

书 名 旅游学概论
主 编 郭 胜

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-82028899
传 真 021-56965341

购书热线 010-64054588
021-56964871
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
<http://www.hepsh.com>

排 版 南京理工排版校对公司
印 刷 江苏南洋印务集团

开 本 787×960 1/16
印 张 14.00
字 数 262 000

版 次 2004 年 6 月第 1 版
印 次 2005 年 5 月第 2 次
定 价 17.80 元

凡购买高等教育出版社图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请在所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材

编 委 会

(按姓氏笔画排列)

主任委员:

李 刚 无锡商业职业技术学院党委书记 教授

副主任委员:

马元兴 无锡商业职业技术学院副院长

张立彬 黑龙江旅游职业技术学院副院长

赵恒伯 江西旅游商贸职业学院院长

曹少华 长沙商贸旅游职业技术学院院长

委员:

刘叶飙 九江学院旅游系主任

李贤政 浙江商业职业技术学院烹饪旅游系主任

吴 玲 江西旅游商贸职业学院旅游系党总支书记

张志宇 山西财贸职业技术学院旅游系主任

林增学 桂林旅游高等专科学校管理系主任

郭 胜 无锡商业职业技术学院旅游管理系主任

姜福金 青岛职业技术学院旅游学院院长

徐桥猛 无锡商业职业技术学院旅游管理系副主任

黄明亮 江西旅游商贸职业学院旅游系主任

编写说明

21 世纪,旅游业进入蓬勃发展时期,根据世界旅游组织的预测,2020 年我国将成为世界最大的旅游目的地和第四大旅游客源国。旅游业表现出的科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源得到充分发挥等显著特征以及旅游业强劲增长的势头,已经成为我国国民经济新的增长点和许多地区国民经济的支柱产业。

我国旅游教育事业和我国改革开放同步。二十多年来,旅游教育事业的发展迅猛,到 2002 年末,全国高、中等旅游院校有约 113 所,在校学生达到 41.7 万人,形成了以中等职业教育为起点,并有高职高专教育、普通本科教育和研究生教育与各类型人才培养相结合的多层次、多渠道教育体系,为我国旅游业的发展作出了重要的贡献。党的十六大确定的全面建设小康社会的目标和加入 WTO 后旅游业发展的新形势,对旅游教育提出了新的要求。研究和解决旅游业发展过程中的现实问题,从而为旅游业的持续健康发展贡献力量,是各类旅游教育院校义不容辞的重要任务。

旅游学科是一门新兴学科,教材建设是旅游教育的主要任务,是旅游教学管理和旅游专业建设的重要环节,也是保证旅游学科教学质量的重要途径。全国高职高专旅游服务类专门课开发指导委员会在全国高职高专旅游服务类院校的专业建设,取得了可喜的成绩。本套新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材就是全国高职高专旅游服务类专门课开发指导委员会的成果之一。

本套规划教材包括三个专业共 28 本,分别是,旅游管理专业 10 本:《旅游学概论》、《旅游经济学》、《中国旅游景观》、《导游业务》、《模拟导游》、《旅游营销》、《旅游英语》、《旅游信息管理》、《旅游政策法规》、《旅游心理学》。酒店管理专业 10 本:《现代酒店管理》、《酒店营销学》、《康乐服务与管理》、《酒吧服务技术与管理》、《前厅与客房服务与管理》、《餐厅服务技术与管理》、《酒店礼仪》、《酒店服务心理学》、《酒店计算机管理系统教程》、《酒店技能实践与教程》。烹饪工艺专业 8 本:《中式烹调工艺》、《西式烹调工艺教程》、《烹饪原料学》、《中式面点工艺》、《西式面点工艺》、《食品雕刻与冷拼工艺》、《中式烹调实践教程》、《西式烹调实践教程》。我们计划用两年左右的时间完成全套教材的编写出版工作。

充分体现职业技术学院培养目标和办学特色是这套教材的重要指导思想。为了把握这一指导思想,编者的选择以位于职业院校教学一线的、富有教学经验的双师型

专任教师为主,教材的内容遵循理论与实践相结合原则、实用性原则、针对性原则,大胆引入最新旅游管理的科研成果和成功的实践经验,使这套教材具有时代特色和职业教育的气息。这是一种尝试,同时,我们坚信这是我国旅游服务高等职业教学的发展方向。

这套新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材是旅游高等职业教育工作者的大胆的教学改革实践,不可避免地存在许多问题,我们真诚请求专家、学者、广大教师和学生提出宝贵的意见,我们将认真收集意见,修改完善,使这套教材成为旅游服务类高等职业教育的“品牌”教材。

新世纪高职高专旅游服务类专业
规划教材编写委员会
2004年3月

前 言

本书是根据全国高职高专旅游服务类专门课开发指导委员会确定的旅游服务类专业主干课程“旅游学概论”的教学基本要求编写的,是新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材。

“旅游学概论”是旅游服务类专业的一门专业基础课和必修课,在旅游服务类专业教材建设中具有重要地位。为编写好这本教材,全国高职高专旅游服务类专门课开发指导委员会组织部分高职高专旅游院校的专业教师,在广泛吸收国内外学术成果和最新现代旅游业发展成就的基础上,深入钻研、反复商讨、精心写作,历时两年,终于完成此书。

本书的主要特点是:

1. 博采众长、理论充实,反映了现代旅游业发展的新观念、新思想、新方法。
2. 体系完整、内容充实、系统性强。
3. 理论联系实际,具有较强的实践性,并体现了国际国内旅游业发展的最新状况。

本书是为高职高专旅游服务类专业编写的,同时,本书也可以作为大专层次的自学考试用书和旅游从业人员的参考用书。

为便于学生使用和学习,本书从体系编排上做了较大的调整,增加了学习目标、本章小结、关键概念与词语、思考题等板块,对全书数据采用最新数据资料,以开阔学生视野,丰富学生的课堂知识。

本书由郭胜担任主编,李贤政担任副主编,具体编写分工为:郭胜第1、9章,虞艳第2章,彭磊义第3、7章,蔡海燕第4章,李贤政第5、8章,柏杨第6、7章,最后由郭胜、李贤政统稿定稿。

由于时间和水平有限,本书错误和疏漏在所难免,希望得到广大读者的批评指正。

编者

2004年2月于无锡

目 录

第一章 旅游学概述	1
第一节 旅游的含义及特征.....	1
第二节 旅游学的研究对象.....	8
第三节 旅游学的学习和研究方法	14
本章小结	16
关键概念与词语	16
思考题	16
第二章 旅游的产生与发展	17
第一节 中国旅游历史发展	17
第二节 世界旅游历史发展	31
本章小结	39
关键概念与词语	40
思考题	40
第三章 旅游者	41
第一节 旅游者概述	41
第二节 旅游者需求的激励因素	56
第三节 旅游流及其运动规律	68
本章小结	76
关键概念与词语	76
思考题	77
建议浏览网址	77
建议课外必读和选读书目	77
第四章 旅游资源	78
第一节 旅游资源概述	78
第二节 旅游资源的评价	90

第三节 旅游资源的开发和保护	96
本章小结	102
关键概念与词语	103
思考题	103
第五章 旅游业	104
第一节 旅游业概述	104
第二节 旅行社	109
第三节 旅游饭店	113
第四节 旅游交通	120
第五节 旅游购物品	123
本章小结	125
关键概念与词语	126
思考题	126
建议浏览网址	126
建议课外必读和选读书目	126
第六章 旅游市场	128
第一节 旅游市场概述	128
第二节 全球国际旅游客流状况	132
第三节 中国旅游业与海外客源市场	138
第四节 旅游产品与旅游营销	145
本章小结	157
关键概念与词语	157
思考题	157
建议浏览网址	157
建议课外必读和选读书目	158
第七章 旅游对经济、社会文化和环境的影响	159
第一节 旅游业对经济的影响	159
第二节 旅游业对社会文化的影响	168
第三节 旅游业对环境的影响	174
本章小结	180
关键概念与词语	180

思考题·····	180
建议浏览网址·····	180
建议课外必读和选读书目·····	181
第八章 WTO 与我国旅游业 ·····	182
第一节 概述·····	182
第二节 WTO 与我国旅行社业的发展·····	187
第三节 WTO 与我国饭店业的发展·····	191
第四节 WTO 与我国三大旅游市场·····	195
本章小结·····	200
关键概念与词语·····	201
思考题·····	201
建议浏览网址·····	201
建议课外必读和选读书目·····	201
第九章 旅游教育与人才培养 ·····	202
第一节 我国旅游院校教育发展概述·····	202
第二节 旅游职业教育与人才培养·····	206
本章小结·····	209
关键概念与词语·····	209
思考题·····	209
主要参考文献 ·····	210

旅游学概述

学习目标

- 旅游的含义
- 旅游的特点和本质属性
- 旅游学的研究对象和方法

通过本章学习,要求学生掌握旅游的运动过程和特殊的活动规律;了解旅游的本质和特征。

第一节 旅游的含义及特征

一、旅游的含义

“旅游”,作为一个科学概念,是随着旅游活动的出现及其在社会中的不断普及而引起人们的关注和研究而产生的。

中国是一个有着悠久历史的国家,有关旅游的词汇最早出现于《易经》中的“观光之国”一语,人们认为这便是“观光”即“旅游”一词的由来。封建社会时期,由于中国的经济曾经一度发达,旅游形式也有了多种发展,并出现了“商旅”一词,以表达商人们所进行的商务旅游活动。

在西方的发展史上也曾出现过“旅行”(travel)这一“旅游”(tourism)的同一语,两者的概念在 20 世纪 60 年代随着旅游的发展出现了同化现象。

有关旅游概念的科学研究,是在旅游成为一种普遍的社会现象、“旅游学”作为一门独立的学科之后才出现的。人们从不同角度对“旅游”进行了剖析和研究。

1927 年,德国学者蒙根罗特力认为:旅游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的各种愿望,而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地

的人的活动。这是对旅游进行的最早的科学描述。

1942年,瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫把旅游定义为:旅游是非定居者的旅行和暂时居留引起的现象和关系的总和,这些人不会导致永久的居留,并且不会从事赚钱的活动。这个定义到20世纪70年代为旅游科学专家联合会(AIEST)所采用,因而又被称为“艾斯特(AIEST)定义”。

1993年世界旅游组织(WTO)在关于旅游统计标准的一本科技手册中对旅游所下的定义是:旅游是指人们为了休闲、商务或其他目的而离开他们的惯常环境,到某些地方并停留在那里,但连续不超过一年的活动。

基于不同的目的——理论研究的、统计的、立法和行政的、市场开拓的,人们对旅游所下的定义还有很多。

在研究旅游概念的过程中,人们逐渐认识到,旅游是包含有众多特征很难准确给予定义的一个概念。但综合人们对旅游定义的不同表述,我们可以看到人们至少在以下三方面已经取得共识:

(1) 旅游是人们离开自己的定居地,去异地的活动。这一点反映了旅游活动的异地性。

(2) 旅游是人们前往旅游目的地,并在那里作短暂停留的访问活动,这种短期停留有别于移民性的永久居留。这一点反映了旅游活动的暂时性。

(3) 旅游是人们的旅行和暂时居留而引起的各种现象和关系的总和。它不仅包括旅游者的活动,而且涉及这些活动在客观上所产生的一些现象和关系。这一点反映了旅游现象的综合性。

参照世界上现有的较具有代表性的各种旅游定义,依据现代旅游发展的客观实际,本书将旅游定义为:旅游是人们以审美、娱乐和文化需要为目的的,离开常住地到异地的非定居性旅行和暂时停留中所进行的具有较高消费特征的社会、文化、生活的体验和需要活动。

二、旅游的特征及本质属性

旅游作为一种社会现象,在其发展历史中经历了古代、近代、现代三个阶段,每个阶段的内容、特点各不相同,但纵观旅游发展历程,除了因时代影响而具不同特点外,还有其自身的最本质的特征。

(一) 旅游的特征

旅游是人们离开居住地的异地性活动。

从旅游的定义可知,旅游是人们离开自己的居住地去异地进行访问的活动,是由旅游者身体发生位移而产生的现象。其主要特征有:

1. 旅游是业余性的消遣活动

旅游者在旅游目的地进行的参观访问及其他活动,必须是处于非就业目的,因而旅游可以看作是一种休闲的生活方式。商务旅游虽然从事的是赚钱的活动,但由于其工商活动及会议必然要涉及交通工具、饭店食宿及接受他人服务,也存在异地性和短暂性的因素,在国际旅游统计中均把这一部分收入作为旅游收入的一部分,因而商务型出差也被作为一种旅游活动。

2. 旅游具有广泛的文化性

旅游作为一种社会现象,不仅是经济活动而且是广泛意义上的文化活动。在旅游活动过程中,无论是欣赏自然景观、考察人文古迹,还是感受风土人情,都需要旅游者有一定的文化修养;旅游资源主要体现的是该地特有的文化内涵;旅游服务过程中则体现接待地人员特有的文化素质;旅游活动又使旅游者和接待地文化产生交流,促进了文化的传播。因此,旅游的文化性是无处不在的。

3. 旅游是一种高层次的消费活动

旅游是一种高层次的需求活动。当人们在满足日常的衣、食、住、行等基本需求之后,便自然而然地追求更高层次的享受,产生旅游的需求。按照马斯洛的需求层次论的解释,人的需求可分为生理需求、安全需求、社会需求、受尊重的需求和自我实现的需求5个层次。上述5个层次的需求是逐级上升的,只有当低一级的需求获得相对满足后,才会产生高一级的需求。在旅游中,人们的社交、受尊重和自我实现的需求都可以得到体现。因此,旅游是人们生理需求层次提高的表现,是一种高层次的消费活动。

4. 旅游是一种以审美为特征的活动

旅游在根本上是一种主要以追求愉快和美好为目的的审美过程,是人类社会发展到一定阶段时生活中不可缺少的活动。旅游审美活动的内容丰富多彩,除了秀丽的自然景观,还有文物古迹、园林建筑、戏剧、音乐、舞蹈、绘画、雕塑、风俗习惯等人文景观。它集自然美、艺术美、生活美之大成,融优美、崇高、喜悦、悲壮、秀丽、雄奇于一体,可满足旅游者不同层次的各种审美需求。旅游本身是一个创造美的职业,随着旅游业的发展,它必将带给人们更多更新更美的东西。

(二) 旅游的本质属性

旅游,从其表象来看,表现为个人的行为或活动,即一个人离开居住地到其他地方进行一段时间的访问,但这种活动不仅有社会背景,而且本身也是一种社会行为。所以从本质上讲,旅游是一种通过个人行为表现的社会经济文化活动。在现代旅游活动中,旅游的这一本质体现得更加明显。

1. 旅游是人类社会经济发展的产物

旅游作为一种古老的社会活动,在古代只局限于少数人和狭小的范围。直到近、现代,随着生产力的发展和人民生活水平的提高,旅游活动才发展成为大众旅游,并

真正成为一种普遍的社会现象。

在远古时期,人类生活在茹毛饮血的部落群体中,为生存所迫,人们随着部落从一个地方迁徙到另一个地方,但这只是一种旅行而已(在一些专业旅游学著作中,一般把以往人们的外出旅历活动称为“旅行”,19世纪之后的活动才称为“旅游”)。随着三次社会大分工的出现,即畜牧业、手工业和商业从农业中分离出来,生产技术的进步、剩余产品的增加,产品交换的数量和范围的扩大,产生了专门从事商品交换的商人阶级,从而在人类历史上最先出现了经商旅行。虽然最初的经商旅行是个人出外谋生的活动,然而,它是一种社会的必然,是社会生产发展的需要。但是,由于人们经济水平有限,远行只限于少数的上层人物,距离也比现在近得多,并且受到交通和自然条件的限制。

工业革命之后,随着社会生产力的迅速发展,科学技术日益进步,经济条件改善,才出现了真正意义上的旅游。参加旅游的人数增多了,除了少数富有者外,许多中产阶级也参加进来;火车和轮船也相当发达,使旅游规模和范围发生了巨大变化。经营旅游开始成为一项经济活动,出现了作为经济行业的旅游业。第二次世界大战以后,国际政治形式呈现相对稳定状态,世界经济的迅速恢复和发展进一步推动了旅游业的迅猛发展。社会生产力的迅速发展、个人收入的提高、工作时间的缩短、闲暇时间的增多,使旅游成为群众性的活动。现代交通工具的发展和完善、科学技术和信息系统的革命,使国际旅游的规模越来越大。现代化旅游设施的大量建设,为旅游者提供了物质基础,增添了旅游的魅力和色彩。所有这一切说明了旅游随着经济水平的发展而发展,并只有在生产力大发展的今天才取得了长足进步;随着生产力的发展,明天的旅游将会取得更大成果。

2. 旅游是社会政治文化的产物

旅游不是纯粹的经济活动,而是包括政治活动、文化交流、人际交往、商业贸易、体育比赛、学术讨论等多方面的内容,是一项涉及政治、经济、文化各个方面的社会活动。

旅游作为人与人之间普遍性社会交往的一种活动,不仅有助于增加各国人民之间的相互了解和友谊,而且有助于加强国家之间的友好关系。正如1980年世界旅游组织在《马尼拉宣言》中所指出:“旅游的经济利益,不论是如何实际或重大,不是,也不能构成国家决定促进这一活动的惟一标准。”

旅游在缓和国际关系和寻求世界和平方面,在促进各国人民之间的相互认识和了解中,是一个积极的现实的因素。各国政府都十分重视旅游的社会作用。世界旅游组织每年都提出一个以和平、友谊、发展和促进等内容为主题的口号,来体现旅游的发展功能。

旅游要素与社会文化的关系表明,旅游还是一种文化活动。社会文化从广泛意

义上来说是指人类在社会实践过程中创造的物质财富和精神财富的总和。旅游作为一种特定的社会实践活动,与社会文化具有紧密的联系。在旅游活动中,一般把整个旅游活动分为三个部分,即主体——旅游者、客体——旅游资源、媒介——旅游业,通常称为“旅游三要素”。在旅游活动整个过程中,这三个组成部分相互联系、相互作用,形成同一整体。这三个要素分别与社会文化相对应,均具有明显的文化特点。

首先,旅游者产生于一定的社会文化背景中。一个人能否成为旅游者,客观上取决于个人的金钱、闲暇时间,主观上则取决于个人是否有外出旅游的愿望。一个人需具备一定的文化素质,具备对文化的需求,向往异地文化,倾向于美的感受,才能产生外出旅游的动机。

其次,旅游资源是一定社会文化的产物。旅游资源是旅游活动的客体,是旅游者参观访问的对象。旅游资源分为人文旅游资源和自然旅游资源,就人文旅游资源而言,其本身就是社会文化的体现。自然旅游资源也必须由人类开发、改造才能成为可供人们欣赏的客体。在进行旅游资源的开发、改造时,建设者的主观社会意识必然会给自然旅游资源打上深刻的社会文化印记。正如古人云:“文以地生辉,山以文益秀。”由此可见,人文旅游资源和自然旅游资源都是一定社会文化的产物。

再次,旅游业也表现为一定文化的产物。从旅游设施来看,不论是直接或间接为旅游者服务的设施,还是专门为旅游者提供服务的设施都是当代社会科学文化发展的产物。仅从 Internet 进入饭店经营服务这一点,我们就可以看到,现代化的旅游设施离不开科学文化的发展,而不同地区、国家、民族的旅游设施的不同风格则体现出不同的文化特色。旅游服务是最具个性化的产品。服务人员可以在服务过程中表现出个人的文化素质和修养,一个地区、国家、民族的服务水准则是一定社会的精神文明文化的反映。例如:新加坡“文明之国”的美誉主要得益于文明礼貌的旅游服务。

3. 旅游是现代社会生活发展的必然产物

随着社会生产力的发展、劳动条件的改善、人民生活水平的提高,旅游越来越成为广大人民群众物质生活和精神生活的一个基本组成部分。有些国家已经把旅游列为衣、食、住后的一项日常生活的主要内容。据世界旅游组织预测,到 2020 年,全球将接待 16 亿人次的国际旅游者,国际旅游消费将达 2 万亿美元,国际旅游人数和消费平均增长率将分别达到 4.35% 和 6.7%,远远高于世界经济平均增长 3% 的幅度。

在我国,随着经济的发展,人们生活水平稳步提高,参加旅游的人数逐年增加。国内旅游的发展速度很快,由 1985 年约 2.4 亿人次发展到 2002 年约 8.78 亿人次,已形成世界上人数最多的国内旅游市场。

我国的出境旅游经历了一个从无到有、从“出境探亲游”到“公民自费出国游”的发展过程。1997 年,国务院批复了由国家旅游局和公安部共同制定的《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》,使出境旅游走上了规范化的轨道。截止到 2003 年 11

月,国务院已批准 28 个国家和地区作为我国公民自费出境旅游目的地,并开展了几乎与所有毗邻国家的边境旅游,赴香港、澳门地区的旅游规模也在不断扩大。2002 年,我国出境人数达到 1 660 万人次,中国已经成为亚洲地区一个新兴的客源输出国。这说明,我国旅游已经发展成为广泛的群众性活动。

三、现代旅游的特征

第二次世界大战结束后,特别是从 20 世纪 50 年代开始,国际的政治形式呈现相对稳定的局面,世界经济的迅速恢复和发展、国民收入增多、带薪假日增加、交通工具的现代化使旅游进入了一个新的阶段,并表现出新的特点:

1. 现代旅游活动形态以动静结合为特点

所谓动,是指旅游活动中游客在旅游线上的流动,也就是旅游的过程。旅游者途经的地点和景物形成旅游线路。因此,只有动才能实现旅游活动。所谓静,是指旅游者在某一景区或旅游点的停留。从旅游经营者方面来看,旅游者在目的地停留时间越长,经济效益就越好,因而必须注意旅游接待设施的改善,调节吃、住、行、游、购、娱六要素的比例,使游客们延长停留时间。这样做不仅可以增加旅游收入,还可以减轻旅游运转压力,降低游客旅途辛苦。只有了解现代旅游动、静结合的特点,正确筹划、布置旅游活动,才能获得最大经济效益和社会效益。

2. 现代旅游具有综合的社会性

旅游者生活在一定的社会环境中,其进行的旅游活动都要不同程度地受到外界影响,形成多种现象的综合。首先,旅游者所进行的活动是一种消闲活动,而闲暇是生产力发展到一定阶段的社会现象。其次,旅游本身是一项包含了食、住、行、游、购、娱的综合活动。旅游业各部门分别与六要素联系,而旅游业又与外界其他部门进行联系,形成一种综合的社会功能网,具有综合的社会性。

3. 现代旅游具有广泛的文化性

旅游与文化的关系十分密切,可以说文化是旅游的灵魂,旅游是文化传播的重要载体。旅游业的发展完全可以在弘扬民族文化、传播先进文化,促进文化资源走向市场方面发挥突出作用。也就是说,旅游的作用是多方面的,不仅具有经济作用,还有助于提高旅游者的科学文化水平,促进文化的传播与发展。

4. 现代旅游具有很强的政治性

许多国家在发展旅游业时,把旅游的政治影响放在一个相当高的位置上,主要是由于以下几方面的认识:第一,旅游是积极的民间外交,在旅游中,不同国度、不同信仰的人走到一起直接交往,十分有利于增进国际间了解、加强国与国之间和平外交关系;第二,旅游有利于改善和提高一个国家在世界上的形象,各国通过发展国际旅游,使境外游客直接对本国进行包括历史、风俗、法律、制度等各方面国情的深入了解,从

而纠正由于地域生疏而产生的误会;第三,一国旅游的发展也要靠本国政策的支持,因而旅游业与其他产业相比更易受到社会政治环境的影响。

5. 现代旅游具有重要的经济性

在发展旅游业的过程中,不仅会促进一个国家和地区的经济启动,而且会带来整个社会经济的发展。所以,旅游业又被称为“龙头产业”、“先导产业”。对于旅游者而言,作为发展消费和享受消费,旅游是一种高消费的活动。旅游过程包含了食、住、行、游、购、娱等各个环节,旅游者随时都要付出金钱,并希望得到比平时更高的享受。因此,与其他消费形式相比,旅游具有高消费的特点。对接待地而言,旅游业不但可以促进其经济发展,赚取外汇、增加就业机会等,而且旅游业的发展速度远比其他产业快,并有着光明的前景。这一切都说明旅游业有利于目的地经济的发展。当然,在协调不当的情况下,旅游业也会对当地经济造成负面影响。

6. 现代旅游具有突出的大众性

现代旅游又被称为“大众旅游”,这是不同于历史上任何时期的。大众性的一层含义是指旅游活动不仅限于上层少数人士,而是已普及到社会各个阶层的广大群众,并已成为人人享有的权力;另一层含义是指现代旅游活动已开始形成有组织的、以团体包价为代表的大众型旅游模式,且这一模式已成为占支配地位的旅游形式。

7. 现代旅游的发展具有持续性

第二次世界大战以后,旅游活动日益普及并成为人们生活的必要组成部分。自20世纪50年代起,世界旅游业一枝独秀、经久不衰,虽历经数次经济危机的打击,仍表现出持续上升的趋势。自20世纪50年代以来,国际旅游人次年平均增长率为10%;而旅游消费几乎每6年就翻一番。例如1950年国际旅游人次仅为0.25亿,1985年达3.3亿,1996年则达到5.9亿,2003年达到了7.87亿人次。

8. 现代旅游具有地域上的集中性

随着旅游的发展,人们的足迹已遍布世界的各个角落,但是从总的统计来看,旅游者往往集中于某些地区。世界上的国际旅游客源地和接待地主要集中在经济发达国家和地区。就国内旅游而言,游客也往往集中于风景名胜地和经济发达地,而不是平均分散于各个省市,接纳这些游客多的地市便形成了旅游热线和旅游热点。

9. 现代旅游具有明显的季节性

现代旅游的季节性的形成有两方面的原因:一方面是旅游资源受气候条件影响大时易形成季节性;另一方面是消遣性和带薪假期的游客外出旅游易形成季节性。旅游的季节性,使旅游地出现淡、平、旺三个季节,尤以淡、旺两季最为明显。对于旅游经营者来说,应开发具有季节互补功能的旅游产品,以减少因季节性造成的损失。

10. 现代旅游供给出现了现代化和社会化的特点

现代旅游随着社会发展而不断发展。人们在产生旅游需求的同时,旅游经