



21世纪高等院校旅游管理专业联编教材

旅游学教程

● 主 编 邹春洋 单纬东
● 副主编 黄耀丽 陈文君



华南理工大学出版社



教育部高等職業教育教學管理委員會編制

旅游字教程

主編：張 明 副主編：張 明
編 寫：張 明 副編：張 明



北京人民交通出版社



校旅游管理专业联编教材

旅游学教程

Lüyou Lüyouxue Jiaocheng

主 编 邹春洋 单纬东
副主编 黄耀丽 陈文君

华南理工大学出版社

广州

内 容 简 介

本书是高校旅游管理专业的基础课教材。本教材的编写以旅游的历史发展、旅游的基本认识、旅游的研究对象、旅游的关联性四个层次作为主体部分,将旅游业有机地融合到旅游学的学科体系中。主要阐述旅游学的基本概念、成因、属性、特点、内容、类型和主要研究方法;旅游活动的主体、客体、媒体以及旅游者、旅游资源和旅游业的内容。系统分析了旅游活动的社会关联与影响,并介绍了旅游的历史发展,包括历史考察与未来发展。本书既可作为高等院校旅游管理专业的教材,也可供广大旅游工作者阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

旅游学教程/邹春洋,单纬东主编. —广州:华南理工大学出版社, 2005. 9

(21 世纪高等院校旅游管理专业联编教材)

ISBN 7-5623-2242-2

I. 旅… II. ①邹…②单… III. 旅游-高等学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 090039 号

总 发 行: 华南理工大学出版社 (广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

发行部电话: 020-87113487 87111048 (传真)

E-mail: scut202@scut.edu.cn

http://www.scutpress.com.cn

责任编辑: 罗月花 王 磊

印 刷 者: 广东省阳江市教育印务公司

开 本: 787×960 1/16 印张: 16 字数: 350 千

版 次: 2005 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

印 数: 1~5 000 册

定 价: 25.00 元

版权所有 盗版必究

“21 世纪高等院校旅游管理专业联编教材” 编委会

顾问 魏小安 (研究员, 原国家旅游局规划发展与财务司司长)

主任 徐印州 (教授, 中国商业经济学会副会长, 广东商业经济学会会长, 教育部工商管理学科专业教学指导委员会委员)

副主任 张永安 (教授, 博士生导师, 广东商业经济学会副会长)

康耀红 (博士, 教授)

余国扬 (教授)

主编 张伟强

副主编 肖 星 田 勇

编委 (按姓氏笔画排序)

马 莹 (海南大学)

甘巧林 (华南师范大学)

田 勇 (江西师范大学)

冯淑华 (江西师范大学)

庄伟光 (广东省社会科学院)

许秋红 (广东技术师范学院)

纪俊超 (海南大学)

李琼英 (华南师范大学)

肖 星 (广州大学)

陈 鸣 (广东技术师范学院)

陈文君 (广州大学)

张玉明 (广东商学院)

张伟强 (广东商学院)

胡 林 (广东商学院)

黄培伦 (华南理工大学)

董林峰 (海南大学)

傅云新 (暨南大学)

蔡茂生 (广东技术师范学院)

总 序

20 世纪 70 年代以来,随着全球经济社会以及高新技术的发展,旅游业迅速成长为一个充满活力和生机的新兴产业,为当今世界最大的朝阳产业之一。中国旅游业经历了一个从无到有、从小到大的历史发展过程。从严格意义上来说,中国旅游业的蓬勃发展并形成产业是近 20 年的事情。改革开放以来,中国旅游业的发展取得了举世瞩目的成就,中国已成为一个旅游大国,中国旅游业已名列世界前茅。根据世界旅游组织的预测,21 世纪中国将成为世界重要的旅游目的地。中国已经形成了一个结构比较完善、品质比较高端并积累了一定经验的旅游产业基础,与此同时,中国的旅游教育事业得到了空前发展,据不完全统计,到目前为止已经有近 200 所院校设有旅游管理或相关专业。

然而,我国旅游业与发达国家和地区的旅游业相比还存在着较大差距。第一,我国住宿业、旅行社业、景区景点的发育程度都不是很成熟,而目前国外的饭店业、旅行社业、景区景点已经走上由单体向部门的融合又从部门融合发展到跨行业、跨地区的融合,形成了集团化、网络化、国际化、品牌化的跨国集团。第二,我国旅游业对当代科技手段的运用还远远落后于发达国家。目前发达国家旅游者三分之二的人已经实现了网上旅游,而我国还没有非常完备的网上旅游全程服务的企业,即使有些企业有,规模也很有限。第三,我国旅游业的发展环境,如景区景点的道路、标识,旅游咨询服务的网络建设等,还有很多不足之处。第四,我国在旅游管理专业人才的培养上也有待加强。长期以来我国旅游理论研究滞后于旅游实践,在高校旅游管理专业的教材建设上,表现出“引多创少”、“北强南弱”的现象。为适应 21 世纪旅游教育事业实践的需要和发展,丰富和加强旅游学科的建设,华南理工大学出版社组织了全国近 20 所高等院校的一批年富力强、富有创造力和实践经验的旅游管理专业中青年骨干教师、专家、教授编写了这套“21 世纪高等院校旅游管理专业联编教材”。

本套教材立足于博采众长、兼收并蓄、综合提高的总体原则,体现传统

与现代、理论与实践的结合，注重实用，突出实操与案例，并重视与国际接轨，形成了明显特色：（1）系统性强，本系列教材涵盖旅游管理专业的所有基础学科及新兴相关学科，每种教材自成体系的同时也兼顾到教材之间的横向联系；（2）严格根据教学计划、教学大纲的要求，编创结合，既保留经典的内容，更把原创的研究成果、新观点融入其中；（3）注重教材内容的区域特色与国际研究前沿的结合、中外案例的结合、成功与失败案例的结合，拓宽视野；（4）适应信息化教学的需求。根据教材的内容及该课程的教学特点有选择地配有专门开发的多媒体课件（软件），包括教学计划、教学大纲、教学内容、图表图片、电子地图等模块。课件界面友好，具有较强的二次开发功能，与常用的 Powerpoint 软件使用方法相同，教师可以根据具体教学情况适当增加、删减有关内容，使得教学实践活动更加生动与丰富多彩。

本套教材适合于各类高等院校的旅游管理专业本科生、专科生及相关专业学生作为教材，也可以作为从事旅游研究、旅游管理等有关人员提高研究和管理水平的参考书。

张伟强
2004 年 12 月



前 言

20世纪80年代以来,旅游业已经成为世界上发展最迅速、前景最广阔的新兴产业之一。我国大部分地区的政府都把发展旅游业作为振兴地方经济的龙头产业或主导产业之一,给予充分重视。与此同时,旅游已经成为我国生活中的重要活动内容,我国也正逐步成为世界旅游者向往的去处,旅游的市场与需求正在不断扩大。

为顺应这一态势,我们编写了这本高校旅游专业基础课教材。旅游涉及自然、社会、经济、文化、环境、心理等诸多领域,旅游学作为基础课程,本应在低年级安排;但它同时又是一门综合性课程,似乎安排在高年级更有利于巩固和梳理其系统知识。虽然目前市场上有大量的旅游学教材,但很少能兼顾处理好这种关系。究其原因,一是目前旅游学仍是一门未定型的新兴学科,在我国高等教育中被重视的程度不高;二是旅游学是实践性、社会性很强的学科,如何处理理论与实践的关系问题显然比较复杂。

为了更好地协调和处理旅游学理论与旅游业的关系,建立旅游学的基本框架,本教材的编写以旅游的历史发展、旅游的基本认识、旅游的研究对象、旅游的关联性四个层次作为本教材的主体部分,将旅游业有机地融合到旅游学的学科体系中。

本教材阐述旅游学的基本概念、成因、属性、特点、内容、类型和主要研究方法,重点是对旅游活动本质有初步的认识,并通过对旅游的定义建立旅游学与旅游业之间的有机关联;旅游活动的主体、客体、媒体分别阐述旅游者、旅游资源和旅游业的内容,旅游者流动规律和统计口径,以及将旅游景点纳入旅游业的研究范畴,探讨旅游业的竞争与合作,进一步体现理论与实践结合的紧密性。系统分析了旅游活动的社会关联与影响。旅游市场是建立这种关联的重要组成部分,涉及基本概念、市场供需等内容。关联性则强调旅游活动影响的评价与衡量,以及未来的演变趋向。并介绍了旅游的历史发展,包括历史考察与未来发展。从历史看今天,从今天看未来。通过对未来旅游业发展的展望,指出当今的旅游业应如何适应未来变化,迎接挑战。



本教材主要针对两类读者：高等院校旅游管理专业的学生，以及从事旅游业的广大工作者。为了更好地帮助他们理解和处理所接触的知识、信息，我们汇集了许多类型的教学法。

每一章节开头都列有本章学习要点，引领学习方向，并尽可能地安排导言，设立学习场景与情境。每章附有本章小结，目的在于帮助学生归纳和强化所学内容。

本教材汇集了较多的案例与相关资料，也提供了一定数量的网络资源及其链接方式，有利于学习者更好地领会书本知识。在此基础上，本教材提供了两种练习模式，包括课堂讨论题和复习思考题。课堂讨论题主要针对案例资料或社会现象，要求学生运用所学知识来解答和分析问题；复习思考题主要检验学生对章节重要概念和要点的掌握程度。

本教材的基本框架由广东商学院邹春洋和广东技术师范学院单纬东提出，经全体参编人员讨论后确定。由邹春洋和单纬东任主编，佛山科技学院黄耀丽、广州大学陈文君任副主编。参编人员还有：广东商学院秦学、刘少和、张玲、皮平凡，广东技术师范学院温锦英，惠州学院杨志英。本教材的具体分工如下：邹春洋负责第1章、第11章以及前言部分的编写；张玲负责第2章的编写；陈文君负责第3章的编写；黄耀丽负责第4章的编写；温锦英负责第5章第1至第5节的编写；单纬东负责第5章第6节和第10章的编写；皮平凡负责第6章的编写；杨志英负责第7章的编写；刘少和负责第8章的编写；秦学负责第9章的编写。最后由邹春洋和单纬东统稿。

感谢华南理工大学出版社为我们提供了这样一次合作的机会，感谢他们为此付出的种种努力和辛勤劳动。在编写过程中，虽然我们对旅游学的知识体系进行了系统的梳理和研究，但离不开众多专家学者对旅游研究的深厚积累，为此我们感谢书末所列参考文献的著作者们。

虽然我们对本教材抱有诚挚的期望，也付出了艰苦努力，但旅游学仍在迅速发展，本教材的不足之处，盼望有关专家和广大读者批评指正，以便进一步的修订与完善。

编 者

2005年6月



1 什么是旅游	(1)
1.1 旅游的概念	(1)
1.1.1 旅游定义概述	(2)
1.1.2 旅游的本质与属性	(4)
1.1.3 旅游的理论定义与技术性定义	(8)
1.2 旅游活动形成的必要条件	(10)
1.2.1 旅游吸引物	(10)
1.2.2 支付能力	(11)
1.2.3 闲暇时间	(12)
1.2.4 旅游动机	(13)
1.3 旅游活动的类型划分	(15)
1.3.1 划分标准	(15)
1.3.2 国内旅游和国际旅游	(17)
1.4 旅游研究的基本方法	(18)
1.4.1 旅游研究领域的学科投入	(18)
1.4.2 几种主要的旅游研究方法	(19)
2 旅游发展的历史考察	(23)
2.1 旅游渊源	(23)
2.1.1 人类的迁徙活动	(23)
2.1.2 旅行的发展	(23)
2.1.3 游览的出现	(24)
2.2 古代旅行	(24)
2.2.1 西方古代的旅行活动	(24)
2.2.2 中国古代的旅行活动	(26)
2.2.3 古代旅行的特点	(29)
2.3 近代旅游的兴起	(29)
2.3.1 产业革命对旅游的影响	(29)
2.3.2 旅游的蒸汽时代	(30)
2.3.3 托马斯·库克与旅游业的诞生	(31)



2.4 现代旅游的发展	(32)
2.4.1 现代旅游发展的战后背景	(32)
2.4.2 现代旅游发展的主要特征	(34)
3 旅游者	(37)
3.1 旅游者的定义界说	(37)
3.1.1 旅游者的传统定义	(38)
3.1.2 旅游者的系统定义	(42)
3.2 旅游者的类型	(44)
3.2.1 旅游者类型划分标准	(44)
3.2.2 旅游者分类系统	(44)
3.2.3 按出行目的划分旅游者类型及其特点	(45)
3.3 旅游者流动规律	(47)
3.3.1 旅游流的涵义	(47)
3.3.2 旅游者流动的基本模式	(48)
3.3.3 影响旅游流的主要因素	(49)
3.3.4 国际旅游流的发展格局和趋势	(50)
4 旅游资源	(56)
4.1 什么是旅游资源	(56)
4.1.1 众多关于旅游资源的定义阐释	(56)
4.1.2 旅游资源的特征	(59)
4.2 旅游资源的分类	(61)
4.2.1 按基本成因和属性分类	(61)
4.2.2 根据旅游活动内容划分	(62)
4.2.3 我国旅游资源分类标准	(64)
4.3 旅游资源评价	(64)
4.3.1 什么是旅游资源评价	(64)
4.3.2 旅游资源评价的目的	(65)
4.3.3 旅游资源评价的原则	(65)
4.3.4 旅游资源评价的内容	(66)
4.3.5 旅游资源评价体系和方法	(66)
4.4 旅游资源开发	(67)
4.4.1 旅游资源开发的原则	(68)
4.4.2 旅游资源开发的内容	(69)
4.4.3 旅游资源开发的基本表现形式	(70)



4.5 旅游资源保护与可持续发展	(71)
4.5.1 旅游资源遭受破坏的原因	(71)
4.5.2 旅游资源的保护措施	(73)
5 旅游业	(78)
5.1 旅游业透视	(78)
5.1.1 什么是旅游业	(78)
5.1.2 旅游业的构成	(80)
5.1.3 旅游业的特点	(80)
5.2 旅游交通运输	(82)
5.2.1 旅游交通的界定	(82)
5.2.2 旅游交通在旅游业中的作用	(85)
5.2.3 旅游交通的类型	(85)
5.3 旅游饭店与相关服务	(89)
5.3.1 饭店的形成与发展	(89)
5.3.2 饭店的类型	(90)
5.3.3 饭店的等级划分与我国的星级评定	(91)
5.3.4 饭店在旅游业发展中的作用	(92)
5.3.5 餐饮服务业	(93)
5.4 旅行社与旅行社代理	(94)
5.4.1 旅行社的类型	(95)
5.4.2 旅行社的业务与经营特点	(96)
5.4.3 因特网与旅行社	(98)
5.5 旅游景区、旅游娱乐业及其他	(99)
5.5.1 旅游景区	(99)
5.5.2 娱乐业	(102)
5.5.3 旅游购物业	(103)
5.5.4 旅游节庆与会展业	(105)
5.6 旅游业的竞争与合作	(107)
5.6.1 旅游竞争与合作的形成与发展	(107)
5.6.2 旅游竞争与合作的理论基础	(111)
5.6.3 旅游业可持续竞争能力的获取	(113)
6 旅游市场	(116)
6.1 旅游市场的概念与类型	(116)
6.1.1 旅游市场的概念	(116)



6.1.2 旅游市场的分类	(117)
6.2 旅游市场的构成要素与特征	(118)
6.2.1 旅游市场的构成要素	(118)
6.2.2 旅游市场的特征	(119)
6.3 旅游需求	(120)
6.3.1 旅游需求及其形成	(120)
6.3.2 旅游需求规律	(121)
6.4 旅游供给	(127)
6.4.1 旅游供给的概念	(127)
6.4.2 旅游供给的主要内容	(128)
6.4.3 旅游供给规律	(129)
6.4.4 影响旅游供给的因素	(130)
6.4.5 旅游需求与旅游供给的矛盾运动	(132)
7 旅游业的经济影响	(138)
7.1 旅游业的经济特征与地位	(138)
7.1.1 旅游业的经济特征	(138)
7.1.2 旅游业的经济周期	(140)
7.1.3 旅游业的地位	(142)
7.2 旅游业积极的经济影响	(143)
7.2.1 增加外汇收入, 平衡国际收支	(143)
7.2.2 扩大内需, 加快货币回笼	(145)
7.2.3 增加政府税收	(145)
7.2.4 调整地区产业结构, 带动相关行业的发展	(145)
7.2.5 增加就业机会, 缓解社会压力	(146)
7.2.6 旅游扶贫致富, 缩小地区差别	(147)
7.2.7 改善投资环境, 扩大国际间的合作	(148)
7.3 旅游业的经济影响衡量	(149)
7.3.1 旅游业的经济成本	(149)
7.3.2 旅游乘数效应	(151)
7.3.3 旅游卫星账户 (TSA)	(155)
8 旅游的社会文化影响	(159)
8.1 旅游活动与社会文化的互动	(159)
8.1.1 旅游的文化属性	(159)
8.1.2 文化的旅游价值	(160)



8.1.3 旅游改变社会文化	(161)
8.1.4 社会文化影响旅游	(162)
8.2 旅游对社会文化的积极影响	(163)
8.2.1 旅游对整个人类社会文化的积极影响	(163)
8.2.2 旅游对客源地社会文化的积极影响	(164)
8.2.3 旅游对旅游地社会文化的积极影响	(166)
8.3 旅游对社会文化的负面效应	(167)
8.3.1 “旅游负效应”概念	(167)
8.3.2 旅游的社会负效应	(168)
8.3.3 旅游的文化负效应	(169)
8.4 对旅游地社会文化变迁的管理	(172)
8.4.1 旅游可持续发展的文化要求	(172)
8.4.2 旅游地社会文化变化的测评	(173)
8.4.3 旅游地社会文化的有效管理	(173)
9 旅游业的环境影响	(183)
9.1 旅游对环境的积极影响	(183)
9.1.1 资源保护	(183)
9.1.2 环境的改良	(185)
9.2 旅游业的可持续发展	(187)
9.2.1 可持续发展与旅游	(187)
9.2.2 可持续发展型旅游的基本原则	(188)
9.2.3 实践中的可持续发展型旅游	(191)
9.2.4 未来的挑战	(194)
9.3 生态旅游：一种人地和谐的旅游发展观	(195)
9.3.1 生态旅游的内涵	(195)
9.3.2 生态旅游的可持续发展承诺	(196)
10 旅游行业管理	(200)
10.1 旅游组织	(200)
10.1.1 旅游组织的作用	(200)
10.1.2 国际旅游组织	(201)
10.1.3 国家旅游组织	(203)
10.2 旅游行业信息化管理	(206)
10.2.1 旅游信息化的内涵	(206)
10.2.2 旅游信息化的研究内容和发展趋势	(207)



10.2.3 国内外旅游业信息化管理的发展状况	(208)
10.3 旅游行业标准化化管理	(209)
10.3.1 标准化的基本概念	(209)
10.3.2 标准化分类与等级	(210)
10.3.3 旅游标准化的内涵	(211)
10.3.4 旅游标准化的作用和地位	(211)
10.3.5 旅游标准化的性质与特点	(214)
10.3.6 国内外旅游标准化的现状与发展	(215)
11 旅游业的未来	(218)
11.1 影响旅游业未来发展的因素	(218)
11.1.1 社会因素	(218)
11.1.2 经济因素	(221)
11.1.3 技术因素	(221)
11.1.4 政治因素	(223)
11.2 旅游业的未来发展趋势	(223)
11.2.1 旅游者需求的多样化、高质化、个性化	(223)
11.2.2 世界旅游格局的平衡发展趋势	(224)
11.2.3 中国旅游业的未来	(226)
11.3 新千年旅游业：新现实，新前景	(229)
11.3.1 现实的推动力量	(229)
11.3.2 新现实，新前景	(231)
参考文献	(237)



1 什么是旅游

□ 学习要点

- 了解不同的旅游定义
- 认识旅游活动的基本属性、特点
- 了解旅游类型划分中国际旅游与国内旅游的区别
- 学习旅游研究的基本方法，发现自己感兴趣的东西

旅游业已成为世界上发展最快的产业。据世界旅游组织预测，到 2020 年，中国接待入境旅游者人数将达到 1.4 亿人次，成为世界上最大的旅游目的地。世界旅游组织收集的关于国际游客的最新数据显示，2004 年中国内地接待旅客 4 180 多万人次，击败强劲对手意大利（3 710 万人次），登上全球十大旅游胜地第四名。故宫和长城的受欢迎程度，已超越意大利的佛罗伦萨乌菲兹美术馆及比萨斜塔。进入新千年的中国旅游业，已成为世界旅游热潮中的核心力量之一，在国民经济建设中发挥着越来越重要的作用，旅游活动也成为人们生活的重要内容。

由于知识背景、研究领域、研究目的、使用者等诸多方面的差异，目前我们所看到的关于旅游的定义五花八门，种类繁多，各具特色。而真正影响到旅游学学科发展的关键问题关键在于，理论学术研究给出的旅游定义与旅游行业发展中所描述的概念存在明显的差异，导致了理论研究与实践应用的脱节。因此，研究和学习旅游学知识，首先必须从历史分析、学术探究、本质属性以及与旅游业的对接等不同侧面建立起对旅游概念的清晰认识和一致理解。

1.1 旅游的概念

一说起旅游，我们往往首先想到那些去某地观光、度假、消遣或探亲访友的人们，他们以种种方式打发自己的休闲时光，或驾车兜风，或登山探险，或欣赏大自然美景，或进行各种体育活动。可是，如果我们再进一步考察这一问题时就会发现，在各种推介和宣传活动以及官方的统计中，旅游者也包括那些出席正式会议、商业会议或参加其他形式的专业活动、各种学术考察和科学研究活动的人们等等。我们也常说旅游包含“食、住、行、游、购、娱”六大要素，我们心目中的上述旅游者们的活动是否都具备这六大要素呢？造成这一模糊认识的根源就在于对旅游活动的认识差异，或者说是



“旅游是什么”问题答案的不统一。长期以来旅游的定义一直都是困扰着旅游研究人员的难题。所以本书对旅游定义的解释,主要在于求得对旅游概念的一种客观认识,更好地使本书的旅游学知识体系建立起内在的逻辑关系。

1.1.1 旅游定义概述

“旅游”是旅游学的最基本的概念,各国专家学者及国际组织对旅游的定义很多。目前的大多数旅游书籍、教材和专著也都对旅游的概念提出了一种标准定义或解释,这些概念通常都会受到专家的知识背景(如社会学、地理学、经济学、政治学等),或满足某种使用目的(如立法、运作、统计等)的影响。为了更全面准确地了解旅游的内在涵义,我们概要地从旅游定义的演变来予以考察。

1.1.1.1 早期的旅游定义

“旅游”一词在我国最早出现在南朝诗人沈约(441—513)的《悲哉行》一诗中:“旅游媚年春,年春媚游人。徐光旦垂彩,和露晓凝津。时嚶起稚叶,蕙气动初频。一朝阻旧国,万里隔良辰。”在此之前,古汉语中的“旅”和“游”都是分开独立使用的。《易经》中专讲商客贾旅的一卦称之为“旅”卦,表明自古“旅”就和经商联系在一起。唐孔颖达的《周易正义》中对“旅”有更明确的解释:“旅者,客寄之名,羁旅之称;失其本居,而寄他方,谓之为旅。”“游”,古文亦写作“遊”,本义是“饰于旗帜上下垂的飘带”,在生活中被引申为“游行”、“游玩”、“游观”等。《毛传》曰:“游,观也。”《广雅·释詁》又说:“游,戏也。”后又引申为浮行于水中,人能像鱼一样无拘无束、自由自在地“游之泳之”。所以人们把那些随心所欲“优哉游哉”的旅行活动,如狩猎、游览、游玩、游学、游说等均称为“游”。故朱熹《论语集注》云:“游者,玩物适情之谓。”可以说,中国古代的“游”,就是指由旅游而达到的那种自在逍遥的精神境界,也是人的本质、人的理想的体现。后来的文学作品中的“旅游”都承袭了这一含义。

国外的“旅游”(Tour)一词,最早见于1811年英国的《牛津词典》,意思是“离家远行,又回到家里,在此期间参观、游览一个或几个地方。”后来《韦氏伯斯特大字典》中进一步解释成:“一个人回到其出发地所经历的旅程;是一次出自商务、娱乐或教育目的所作的旅行,旅行期间通常按计划的线路访问不同的地方。”很显然,这一释义与当时的流行活动远航、漫游或圈游的意思相近,和中国古时的暂时离家寻求娱乐的精神目的有所不同。

1.1.1.2 被经济化的旅游定义

旅游为世人所重视缘于其经济功能的显现,因而从学术角度对旅游进行系统观察与思考首先就是经济学家所为。在经济学家看来,“旅游的功能是从国外向国内输入资金,其意义在于旅游支出对该经济体中的各部门尤其是饭店经营者所产生的影响”。在