

中等旅游职业技术教育系列教材

旅



游概论

黄维理 编著

中山大学出版社

中等旅游职业技术教育系列教材

旅游概论

黄维理 编著

中山大学出版社

·广州·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游概论/黄维理 编著. —广州: 中山大学出版社, 1995.12
(中等旅游职业技术教育系列教材/陈国强主编)

ISBN7-306-01068-9

I. 旅… II. 黄… III. ①旅游②旅游理论③旅游实践 IV. F.59

中山大学出版社出版发行
(广州市新港西路 135 号)

广州市中南印刷厂印刷 广东省新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 5.875 印张 14.5 万字

1995 年 12 月第 1 版 1995 年 12 月第 1 次印刷

印数: 1—10000 册 定价: 7.80 元

总 序

广东旅游业起步早，从实行对外开放起就发展，并迅速地形成了一定的规模。

广东，特别以广州为中心的珠江三角洲作为改革开放的先行者，旅游业作为国民经济的有机组成部分正为改革开放作出其应有的贡献。随着我国改革开放向前发展，来华旅游的人数在不断增长，为满足海外旅游者的需要，我国旅游涉外酒店不仅在数量上有很大增长，而且在经营管理水平和服务质量上亦有很大提高。广东是来华入境人数最多的省份之一，亦是旅游涉外酒店接待海外旅游者与外汇收入最多的省份之一。根据 1993 年国家旅游局统计，按拥有客房间数的多少排列，按国营酒店座数多少排列，按利用外资建设的酒店多少排列，广东都居于前 10 名之首。营业收入超 2 亿元的酒店全国有 15 家，广东占 6 家，第一、二、三名均在广州。获选进入 1994 年中国 500 家最大服务企业中的 30 家旅游涉外酒店，广东占 10 家，其中第一、二、三名都在广州。

广东旅游业起步早，作为旅游业的支柱之一的酒店业同样起步早、发展快，而且较早引进外资建设酒店，并且借鉴国外先进酒店的管理经验。为满足我省酒店业迅速发展的需要，省内有关大学先后建立了旅游酒店管理专业，有的还设立了硕士研究生点，但对为数众多基础层次的酒店人才的培养，就必须依靠相对集中于广州的旅游职业中学和中等专业学校来承担。这些旅游职业学校还利用其教学条件为酒店承担各种形式的培训工作，把正规教育与培训教育结合起来，十分有利于酒店人才的成长。这些

承担旅游职业技术教育的学校，对我省酒店业人才的培养，担任了一个十分重要的角色。

经过多年的实践，广州市旅游职业中学和中专都在酒店职业技术教育方面积累了许多经验，他们十分重视理论与实践的结合，重视同酒店紧密联系并建立起自己的教学实习基地，重视对学生进行专业应用能力的培养，重视职业技术教育的教材建设。这些学校都各自编有自己的教材，各具特色，各有所长。一直以来这些学校的领导都重视相互间教学经验的交流，并以各种形式的教学经验交流开展校际间的联谊活动。如何加强旅游职业技术教育，对我们来说是一个新的课题，正是这些学校的教师们在教学实践过程中一点一滴地把经验积累起来，也一步一步地解答着这个课题。如何能将这些教学成果加以巩固、提高和发展呢？这是他们在校际联谊活动中经常思考的问题。这些学校领导倡议编写一套有广州特色的中等旅游职业技术教育的教材来反映已取得的教学成果。这个倡议很快就得到了这些学校广大教师的支持，在近一年的时间里组织完成了这套教材的编写工作。

这套教材第一批共5种，已陆续推出，包括有《旅游概论》、《酒店公共关系》、《旅游职业道德》、《餐饮实务》、《客房实务》。将来还会根据教学的需要，编写第二批教材及教学参考用书。这套中等旅游职业学校的教材用书，同样也可作为旅游酒店广大从业人员的培训教材和自学参考书。

这套教材的编写得到了国家旅游局教育司的热情鼓励，得到省市教育部门和省市旅游局的支持，在编辑出版方面得到中山大学出版社的具体帮助，这套教材的出版问世是各方参与者共同努力的结果。谨在此表示诚挚的谢意。希望这套教材的出版能促进广州市旅游职业技术教育的进一步发展。

陈国强

1995年9月于广州中山大学

导 言

旅游发展的历史差不多已有 5000 年，然而真正将旅游作为科学研究的对象，从理论上认真进行系统的探索和研究，却只有百把年。只有当旅游活动发展到相当成熟的阶段，达到一定的规模，而社会的旅游实践向人们提出一系列问题寻求解答时，旅游学才从其他学科中独立出来，自立门户，成为一门新的科学。

旅游是一种特殊生活，而生活总是包罗万象的。它涉及到方方面面，诸如政治、经济、宗教、历史、地理、民族、民俗、建筑、园林、营养烹饪、文学、艺术等等。因此，许多学科都从各自的观点和视角参与了对旅游活动和旅游业的研究，它们借助本学科的理论和方法，从一个侧面来揭示旅游活动的某个规律，取得了一定的学术成就，有利于旅游活动的开展。但是，旅游活动作为一项涉及经济、政治、文化等综合性的大众性的社会活动，仅从某一具体方面来研究是不够的。必须有一种科学来研究旅游的产生和发展、旅游的本质和社会属性、旅游业的形成和构成、旅游活动的内在规律、旅游活动所产生的经济作用和社会影响等等，这就成为旅游学特殊的研究对象。旅游学就是把旅游作为综合的社会现象，以世界为统一整体，来研究旅游的产生、发展及其活动的最一般规律的科学。旅游学是从旅游活动和其他具体旅游学科中抽象出来的、理论化的科学，因而对其他旅游学科具有一定的指导意义。

旅游概论便是旅游学的概括论述。其内容将在正文中一一展

开。在这里要强调的是，旅游概论是旅游专业学生的一门重要的专业基础课，学好这一门课程，就能为学习其他旅游课程打好理论基础。因此，必须认真努力学好。

首先，要认识到旅游业是方兴未艾的“朝阳产业”，旅游业已经成为世界上发展势头十分强劲的产业。且不说国内旅游，以国际旅游的发展为例，1950年，国际旅游的人次仅为230万，而1994年已达5.2846亿人次，45年增加了20倍以上。国际旅游收入也从1950年的21亿美元增长到1994年的3214.66亿美元。据世界旅游组织预测，到公元2000年，全球每年参加旅游人次将达30亿，其中国际旅游将达10亿人次，国际旅游收入为2万亿美元。更令我们鼓舞的是世界旅游组织预测21世纪初，中国将成为世界最大的旅游市场。中国的旅游业已经开始飞速地向前发展，有着广阔光明的前景。^①我们作为中国旅游业的从业人员，要对我们即将投身的产业有浓厚的兴趣，而兴趣是最好的老师。只要对一门学科产生了兴趣，才会有学习的动力，全心投入。

其次，要认识到旅游业又是一个高度竞争的产业，需要训练有素的从业人员。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，自不必说；即使是同一城市各旅游企业之间也存在竞争。如果不具备旅游学方面的理论，不了解旅游及其发展趋势，要想在竞争中取胜无异于缘木求鱼。因此，为了能够在激烈的竞争中取胜，为了能够使旅游企业在不断变化的市场环境中卓有成效地经营，需要对那些将要从事旅游业的年轻人进行有关的教育和训练。从学生这个角度而言，更需要认清形势和趋势，自觉地努力学习。今天的旅游业已进入专业化经营的时代，对从业人员的专业水平要求也越来越高，不学无术的人是不

^①《旅游调研》1995年5期，第45页。

会受到欢迎的。而旅游实业界也愈加注重招收受过专业教育的人才。

再次，要求掌握好学习方法。作为一个中等旅游职业学校的学生，应该为未来的工作做好知识储备和理论储备。具体地说对有关旅游各方面的知识应该博闻强记，拓展自己的知识层面；而对于基本理论，则应该通过认真听课，用心读书，思考消化，基本掌握，为我所用。当然，还应该适当地参加旅游活动和旅游业的实践，熟悉相关的知识，积累必要的经验等。只有理论与实践相结合，能独立解决旅游实践中问题的专业人才，才会是受旅游产业欢迎的新生力量。

目 录

导 言	(I)
第一章 旅游.....	(1)
第一节 旅游的定义.....	(1)
第二节 旅游的社会属性.....	(2)
一、旅游是社会经济发展到一定水平的产物.....	(3)
二、旅游是富于文化内涵的活动.....	(4)
三、旅游是一项享受性的活动.....	(4)
第三节 旅游的本质属性.....	(5)
一、异地性.....	(5)
二、流动性.....	(6)
三、审美性.....	(8)
第四节 旅游的种类.....	(8)
一、按旅游者游览的区域划分.....	(9)
二、按旅游目的划分	(10)
三、按旅游接待的形式划分	(12)
四、按旅游费用的来源划分	(12)
第五节 衡量旅游发展状况的量化标准	(13)
一、以货币为单位衡量旅游发展状况, 国际上 通常折算成美元	(13)
二、以人次为单位衡量旅游者的多少	(13)
三、计算旅游者在接待国或地区的过夜次数 或停留天数	(14)
四、以出游率为尺度	(14)

附录 国际性旅游组织	(15)
一、世界旅游组织 (WTO)	(15)
二、太平洋地区旅游协会 (PATA)	(17)
三、国际旅游科学专家协会 (AIEST)	(18)
四、世界旅行社协会 (WATA)	(18)
五、国际旅馆协会 (IHA)	(19)
第二章 旅游的历史发展	(21)
第一节 世界旅行和旅游发展概况	(21)
一、古代的旅行和旅游 (1840 年以前)	(21)
二、近代旅游 (1840 年~1945 年)	(25)
三、现代旅游 (1946 年至今)	(28)
第二节 现代旅游的特点	(28)
一、大众性	(28)
二、发展的持续性	(29)
三、地理上的集中性	(30)
第三节 我国的古代旅游	(31)
一、古代的旅行设施	(31)
二、中国古代的旅行和旅游	(34)
第四节 我国的旅游业	(37)
一、我国近代旅游业 (1840~1949 年)	(37)
二、新中国旅游事业 (1949 年 10 月至今)	(40)
第三章 旅游者	(46)
第一节 旅游者的定义	(46)
一、外国旅游者	(46)
二、“游客”的概念	(47)
三、我国官方的界定	(49)
四、国内旅游者	(50)
第二节 成为旅游者的客观条件	(50)

一、收入水平	(50)
二、闲暇时间	(51)
三、其他客观因素	(53)
第三节 旅游动机	(54)
一、求新、求异、求奇	(54)
二、求闲适	(55)
三、寻求尊重和自我实现	(55)
四、罗伯特·W. 麦金托什的分类	(56)
第四章 旅游资源	(58)
第一节 旅游资源及其特点	(58)
一、旅游资源的概念	(58)
二、旅游资源的特点	(60)
第二节 我国的旅游资源	(61)
一、自然旅游资源	(61)
二、人文旅游资源	(68)
第三节 旅游资源的开发	(76)
一、旅游资源的开发原则	(77)
二、旅游点的生命周期和再生性开发	(80)
三、对拟开发的旅游资源进行评价	(81)
第四节 旅游资源的保护	(83)
一、运用法律、行政、经济和技术等手段， 保护旅游资源	(85)
二、一些旅游城市取得阶段性成果	(86)
第五章 旅游业及其构成	(88)
第一节 旅游业及其特征	(88)
一、旅游业的定义及构成	(88)
二、旅游业的特征	(89)

第二节 旅行社	(90)
一、我国旅行社的性质	(90)
二、我国旅行社的作用	(91)
三、我国旅行社的类型及其任务	(91)
四、旅行社质量保证	(93)
五、导游员等级评定	(94)
第三节 旅游交通	(95)
一、旅游交通的作用	(95)
二、旅游交通的类型	(96)
三、市区交通工具	(104)
第四节 旅游酒店	(106)
一、旅游酒店的类型	(106)
二、旅游酒店的等级	(107)
三、旅游酒店的作用	(109)
四、旅游者对旅游酒店的基本要求	(110)
五、旅游酒店集团	(114)
六、我国自己的酒店管理公司	(116)
第六章 旅游市场	(118)
第一节 旅游市场的概念	(118)
一、市场与旅游市场	(118)
二、旅游需求市场和旅游供应市场	(119)
第二节 旅游者流动规律及世界六大旅游区	(120)
一、旅游者的流动规律	(120)
二、客源消长的相关因素	(122)
三、世界旅游区的划分	(124)
第三节 旅游市场的划分	(128)
一、划分旅游市场的宏观标准	(128)
二、划分旅游市场的微观标准	(129)

第四节 我国入境客源市场·····	(131)
一、港、澳、台市场·····	(131)
二、日本市场·····	(132)
三、美、加市场·····	(133)
四、西欧市场·····	(133)
五、韩国市场·····	(134)
六、东南亚市场·····	(134)
七、大洋洲市场·····	(135)
八、俄罗斯、蒙古市场·····	(136)
第五节 我国国内旅游·····	(136)
第六节 我国人民的出境旅游·····	(139)
一、港澳游·····	(139)
二、边境旅游·····	(140)
三、出国旅游·····	(141)
第七节 旅游商品·····	(141)
一、旅游商品的概念·····	(141)
二、旅游商品的特性·····	(142)
三、旅游购物品·····	(144)
第七章 旅游和旅游业的作用·····	(147)
第一节 旅游业对经济的作用·····	(147)
一、为国家创汇、创税、回笼货币·····	(147)
二、提供就业的机会和岗位·····	(149)
三、带动相关行业的发展·····	(149)
第二节 旅游的积极作用·····	(151)
一、对旅游者及其常住国的作用·····	(151)
二、对旅游目的国的积极作用·····	(153)
第三节 旅游的消极作用·····	(154)
一、环境污染·····	(155)

二、社会污染·····	(157)
第四节 旅游污染的控制·····	(158)
一、正确认识旅游, 加强教育, 提高人民觉悟·····	(158)
二、加强法制管理, 健全管理体制·····	(159)
三、生产健康的旅游产品, 丰富旅游活动的内容 ····	(159)
四、明确职责范围, 事事有人管理·····	(159)
第八章 旅游业的未来·····	(161)
第一节 国际旅游业的发展趋势·····	(161)
一、高新技术的导入使用, 使国际旅游更加方便、 快捷、舒适·····	(161)
二、随着大众旅游的发展, 旅游活动的方式日趋 多样化、个性化、文化化·····	(162)
三、国际旅游者的流向向东亚及太平洋地区转移, 但世 界旅游业的总格局在近期内仍将大致不变·····	(163)
第二节 我国旅游业的广阔前景·····	(164)

第一章 旅 游

第一节 旅游的定义

就全球而论,“旅游”一词的问世是在 1800 年的英国牛津字典上,定义是:离家远行,又回到家。1911 年,出现了“Tourism”一词,意为游览的嗜好,引申为有关游览的学问。德国的《国家科学词典》把“旅游”解释为“一种社会交往活动”。而日本文则把汉语中的“游览”称为“观光”,出自我国《易经》中的“观国之光”一语。

“旅游”一词在我国出现则比较晚。1931 年编写的《辞源》只有“旅行”一词,其解释是:今泛称外出作客曰旅行”。这虽然并不意味着那时没有旅游活动,但作为一个普遍的概念,则未形成并流行。1959 年完成初稿,次年印行的《现代汉语词典》中关于“旅游”的解释是“旅行游览”,实际上是将它作为一个复合词。直至 1979 年修订的《辞海》,1981 年截稿的《辞海》增补本都未有“旅游”一词的条目,仍只有“旅行”一词:“体育的手段之一。也是文化休息的良好活动内容。有游览、参观、行军等形式。可以步行或利用各种交通工具。旅行能增长见识,扩大眼界,锻炼身体。”

作为旅游业未来的从业人员,仅仅从语义的角度来了解“旅

游”还是不够的，应该熟知旅游的综合定义。

维也纳经济大学旅游学院对“旅游”所下的定义是：“旅游可以理解为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，扩大知识和交际的原因的旅行；再者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。”

日前全球旅游界公认的旅游定义则出自于瑞士两位教授的笔下。克尔和普拉普夫在 1942 年合写的《普通旅游学纲要》中写道：“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。这些人不会导致永久居留，并不从事赚钱活动。”这个定义已被旅游科学专家联合会（AISET）通过，简称“艾斯特”定义。这个定义明确指出：旅游的目的地不是旅游者的永久居住地，而是非定居地；旅游的目的不是为了赚钱，也不是搬家。这样，在“旅行和暂时居留”的过程中，就一定要和某些人和组织打交道，解决行、住、食、游、购、娱的问题，要和某些人和组织发生关系。这些人和组织就是旅游目的地的政府、旅游企业及其从业人员以及当地居民等等。

旅游所涉及的范围很广，它既是一种经济现象，又是一种文化现象。把它仅仅理解为是一种单纯的经济活动是不全面的。随着经济和文化的不断发展，旅游活动的内容和形式也会随之而变化发展。但不管什么样内容和形式的旅游，它总是人类一种周期性的特殊生活方式，这种生活方式的特点值得我们去探讨。

第二节 旅游的社会属性

旅游发生与发展的历史表明，旅游活动是人类社会经济和文化发展到一定阶段的产物。只有当社会经济和文化水平达到相当的高度时，旅游才会产生。

一、旅游是社会经济发展到一定水平的产物

在原始社会，生产力水平非常低下，人类为了生存，有时为畜牧的方便，“逐水草而居”，有时因为战争或天灾，从一个地方迁徙到另一个地方，但究其实质都不是真正意义上的旅游。

到原始社会瓦解和奴隶制形成时期，商人作为专门从事商品交换的一群人从农业、畜牧业、手工业中分离出来独立存在。由于商品经济需要产品的交换，因而，商人活动的范围不断扩大，这就产生了旅行的需要。我国把“商旅”二字拼在一起，实在是历史实践的深刻概括，当初，的确是商人开创了旅行的道路。

其后，人类经历了奴隶社会、封建社会，人类的生产力尽管有了不同程度的发展，但毕竟剩余劳动产品有限，只有享有特权的少数统治者和少部分巨商才是富有的。而外出旅游却需要有相当数量的金钱支持，因而能够参加旅游活动的人只是少数，其中大部分是王公贵族、富商、僧侣。旅游的形式不外乎是外交、王室官宦巡游、探险考察、宗教朝觐、经商和修学等活动。同时，由于交通工具落后，仅限于骑马乘舟，长距离的国际旅游和洲际旅游很难成行。

近代工业革命使社会经济迅速发展，资产阶级登上历史舞台。《共产党宣言》指出：资产阶级在它的不到一百年的阶级统治中所创造的生产力，比过去一切世代所创造的全部生产力还要多，还要大。自然力的征服，机器的采用，化学在工业中的应用，轮船的行驶，铁路的通行，电报的使用，整个整个大陆的开垦，河川的通航，仿佛用法术从地下呼唤出来的大量人口——过去哪一个世纪能够料想到有这样的生产力潜伏在社会劳动里呢？！火车轮船的广泛使用，使旅游活动的规模和范围相当巨大，经营旅游活动开始成为一种经济行业——旅游业。特别是“二战”以后，许多国家经济起飞，人民收入大幅度增加，带薪假期普及，