

21世纪旅游专业教材

旅游学

Tourism Science

主审◎孙文昌

编著◎郭伟 王明霞 等



中国旅游出版社

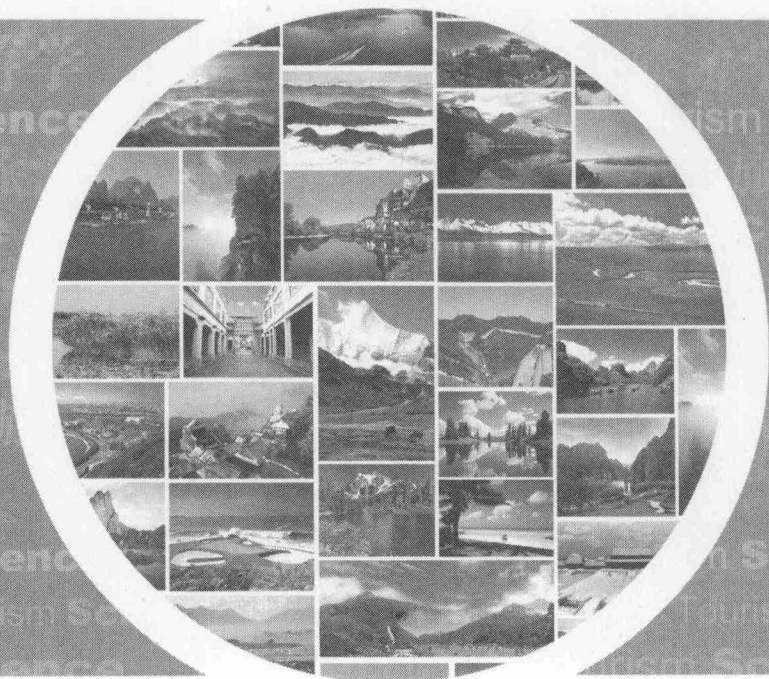
21世纪旅游专业教材

旅游学

Tourism Science

主 审◎孙文昌

编 著◎郭 伟 王明霞 等



中国旅游出版社

责任编辑：沈 奕 赵 杰

装帧设计：中文天地

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游学/郭伟 王明霞 等编著. -北京: 中国旅游出版社, 2009. 6
21 世纪旅游专业教材
ISBN 978 - 7 - 5032 - 3681 - 5

I. 旅… II. ①郭…②王… III. 旅游 - 教材
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 079812 号

书 名：旅游学

作 者：郭 伟 王明霞 等编著

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京新魏印刷厂

版 次：2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

开 本：720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张：22

印 数：1 - 1500 册

字 数：280 千

定 价：28.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3681 - 5

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

前 言

改革开放以来，中国的旅游业取得了辉煌的成就。随着旅游业的发展，我国旅游教育和旅游科研也有了长足进步，目前已形成了比较完整的专科、本科、研究生层次体系。这本教材主要面向两类读者：学习旅游专业的学生以及那些从事旅游工作并且希望更多地了解旅游专业知识的人士。

《旅游学》是在考察了目前国内出版的大批有关旅游学的教材和专著之后，以孙文昌、郭伟编著的《现代旅游学》为基础编写的。本书大量吸收了国内外旅游学科研究的成果资料，并结合中外旅游发展实践，阐明了旅游学的基本原理，揭示了旅游活动的基本规律。

为帮助学生更好地理解所学知识，本书突出如下特色：

1. 更新了结构设计。试图全面反映旅游学国内外研究成果。

(1) 每章开头的“本章内容提要”旨在提醒学生注意该章所讨论的重点内容。

(2) 每章中“阅读专栏”部分提供有关问题的研究背景和相关材料，旨在对旅游学的研究做出全面的介绍，有助于说明一些重要论题和概念，并附部分英文阅读材料，使学生了解国外相关研究成果，便于今后双语教学。

(3) 每章内容都以“本章小结”收尾，帮助学生巩固所学知识。

(4) 各章后面提供材料分析，要求学生应用所学知识解决实际问题。可以用作书面作业，也可用于课堂讨论。

(5) 各章后面提供了与旅游有关的网站网址，以便为学生提供更多的信息源。

2. 增加“旅游信息管理与电子商务”内容。

3. 对未来旅游发展做了新的展望。以促使更多的人对旅游专业感兴趣，并进行更加深入的研究。

4. 增加了旅游职业生涯机会的介绍。了解旅游业中的职业；了解哪些职业符合学生个体的兴趣和能力；了解更多的就业信息源，增强学生职业信心。

书中收集了大量的统计数据，由于目前国内统计口径不一致及数据收集存在困难，所以有些数据还有待更新，但这并不影响我们对旅游学发展趋势所作的总体分析，我们也会继续努力。书中可能有许多不足之处，敬请读者批评指正。

燕山大学旅游管理专业是河北省旅游教育本科创新高地、河北省品牌特色专业、国家级特色专业建设点，在学科建设、教学改革、特色教材建设等方面将不断努力，创出特色。本书是2002年燕山大学教学改革项目之一，经过多年撰写和修订，反映了燕山大学旅游专业教学改革成果，也包含了燕山大学博士基金（B103）、河北省社会科学基金项目（HB08QRA014）、河北省教育厅2008年人文社会科学研究计划指令项目（S080407）、2008年度河北省社会科学发展研究课题（区域经济联合基金项目，项目编号：20080413）、2007年河北省科学技术研究与发展指导计划项目（074572257）的部分研究成果。

本书由燕山大学经济管理学院旅游系郭伟和王明霞担任主编，贵州师范大学殷红梅担任副主编，青岛大学孙文昌先生担任主审。参加编写的人员有首都经贸大学李姗、李云鹏（第七章旅游信息管理与旅游电子商务），山东师范大学田红（第二章的部分内容），燕山大学王潞（各章英文阅读专栏），燕山大学刘丽娟、赵建强（各章因特网练习），以及燕山大学翁钢民、付岗、宋娜、王立岩、陈红梅、冯麟茜、李胜芬、张龙、逯宝峰，中国环境管理干部学院王慧元、臧传芹、申雨璇等参与了第十章中外旅游发展研究的撰写工作，硕士研究生索虹、李中晶、司鲁东、张秋娟、张苗苗、李京、郝娟、李菡、王颖，王会层等进行了大量的数据和资料的收集和整理工作。全书由郭伟负责统稿，孙文昌先生主审。

本书由“燕山大学教材出版基金”资助出版。在此感谢多年来一直关心和帮助旅游专业发展的燕山大学校领导、教务处领导以及相关部门、院系的领导和老师们。本书参考和引用了部分相关教材、著作和论文的研究成果，并标注或列入书中和书后的参考文献中，在此对这些专家学者表示崇高敬意。

旅游学是一门新学科。新学科的建立、发展和成熟需要长时间的过程，需要几代人的努力。我们诚恳地欢迎读者和使用者提出宝贵意见，共同推动旅游学的学科发展。

CONTENTS 目 录

前 言	1
第一章 绪 论	1
第一节 旅游的界定	1
一、“旅游”一词的来源	1
二、旅游的定义和特点	3
三、旅游的本质	5
第二节 国内外旅游学研究现状	8
一、国外旅游学研究现状	8
二、国内旅游学研究现状	10
第三节 旅游学的研究对象和内容	12
一、旅游学的研究对象	12
二、旅游学的研究内容	14
三、旅游学的学科体系	16
第四节 旅游学的研究方法	19
本章小结	20
第二章 旅游简史	23
第一节 古代旅行时期	23
一、古代旅行的特点	24

	二、西方各时期旅行情况及著名的旅行家	24
	三、中国的古代旅行	27
第二节	近代旅游业的诞生	32
	一、产业革命对旅游的影响	32
	二、托马斯·库克对旅游业的贡献	33
	三、近代中国旅游业	35
第三节	现代旅游业	36
	一、现代旅游业迅速发展的主要原因	37
	二、现代旅游业的基本特征	38
	三、世界旅游业的发展趋势	40
	四、当代中国旅游业	42
	本章小结	52
第三章	旅游者及旅游客流	56
第一节	旅游者的界定	56
	一、旅游者的基本概念	57
	二、我国对旅游者的界定	60
	三、旅游者的统计标准	63
第二节	旅游者产生的条件	65
	一、收入水平	66
	二、闲暇时间	67
	三、旅游动机	68
	四、其他条件	70
第三节	旅游者的基本类型	74
	一、旅游类型的划分	74
	二、旅游者的基本类型	74
第四节	旅游客流的形成	84
	一、旅游客流的概念	84
	二、影响客源消长的主要因素	85
	三、世界旅游客流的地域划分	88

第五节	旅游客流的运动规律及其发展趋势	90
一、	世界国际旅游市场的客流规律	90
二、	中国国际入境旅游客流特征与发展趋势	93
三、	中国国内旅游客源市场的特征与发展趋势	100
四、	中国出境旅游客流概述	105
	本章小结	106
第四章	旅游资源	111
第一节	旅游资源的概念和特点	111
一、	旅游资源的概念	111
二、	旅游资源的特点	113
第二节	旅游资源的分类	115
一、	旅游资源的基本类型	115
二、	中国旅游资源分类	116
第三节	旅游资源的调查与评价	118
一、	旅游资源的调查	118
二、	区域旅游资源综合调查	119
三、	专门目的旅游资源调查	121
四、	旅游资源评价	122
第四节	旅游资源的开发与保护	126
一、	旅游资源开发的基本原则	126
二、	保护旅游资源就是保护旅游业	128
三、	旅游资源遭受破坏的原因	129
四、	保护旅游资源的对策	131
	本章小结	134
第五章	旅游业	137
第一节	旅游业的概念和特点	137
一、	旅游业的概念	137
二、	旅游业的特点	140

第二节	旅游业的构成	143
	一、旅行社业	143
	二、饭店业	144
	三、旅游交通业	145
	四、旅游购物品经营业	152
	五、旅游观赏娱乐业	156
第三节	旅游企业	158
	一、旅游景区(点)	158
	二、旅行社	160
	三、旅游饭店	163
	四、旅游车船公司	167
	本章小结	170

第六章

	旅游产品及市场促销	174
第一节	旅游产品	174
	一、旅游产品的概念	174
	二、旅游产品的特点	175
	三、旅游产品的质量	177
	四、创建名牌旅游产品	179
第二节	旅游目的地	183
	一、旅游目的地的界定	183
	二、旅游目的地的分类	188
第三节	旅游产品的宣传促销	189
	一、宣传促销的形式与作用	189
	二、宣传促销的基本原则	193
	三、中国旅游产品的宣传促销	194
	本章小结	196

第七章

	旅游信息管理与旅游电子商务	199
第一节	旅游信息与旅游信息管理	200

	一、旅游信息	200
	二、旅游信息管理	203
第二节	旅游信息系统	204
	一、旅游信息系统	204
	二、旅游信息系统开发	208
第三节	旅游业信息管理	212
	一、饭店信息管理	213
	二、旅行社信息管理	215
	三、旅游汽车公司信息管理	218
	四、旅游目的地信息管理	220
第四节	旅游电子商务	224
	一、电子商务与旅游企业结合的必然趋势	224
	二、旅游电子商务概述	226
	三、旅游电子商务发展过程	227
	四、旅游电子商务的构建	230
	五、旅游电子商务对传统旅游业的影响	235
	本章小结	238
第八章	旅游影响	243
第一节	旅游影响的概念和类型	243
	一、旅游影响的概念	243
	二、旅游影响的类型	244
第二节	旅游对经济的影响	245
	一、旅游对经济的积极影响	245
	二、旅游对经济的消极影响	251
	三、国际上评价旅游业经济作用的指标	253
第三节	旅游对社会文化的影响	257
	一、旅游对社会文化的积极影响	258
	二、旅游对社会文化的消极影响	260
第四节	旅游对生态环境的影响	261

一、环境与生态的界定	261
二、旅游对生态环境的积极影响	262
三、旅游对生态环境的消极影响	263
四、旅游生态环境的保护对策	264
本章小结	265

第九章

旅游组织和管理	267
----------------------	-----

第一节 国际性的旅游组织	267
一、世界旅游组织	268
二、世界旅行社协会	269
三、亚洲太平洋旅游协会	270
第二节 国家旅游行政组织	271
一、国家旅游行政组织概述	271
二、我国国家旅游行政组织	271
第三节 国家旅游行业组织	274
一、国家旅游行业组织概述	274
二、中国旅游行业组织	274
第四节 旅游政策与旅游法规	275
一、旅游政策	275
二、旅游法规	277
三、旅游业国际惯例	279
本章小结	283

第十章

中外旅游发展研究	285
-----------------------	-----

第一节 世界各地旅游发展概述	285
一、欧洲地区	286
二、东亚太平洋地区	289
三、美洲地区	293
四、非洲地区	296
五、中东地区	296

六、南亚地区	297
第二节 我国旅游业发展国情	298
一、我国是一个大国	298
二、我国是一个古国	299
三、我国是一个发展中国家	300
四、我国是一个远国	301
五、我国是一个社会主义国家	301
第三节 我国旅游发展战略及其发展趋势	302
一、政府主导型旅游发展战略	302
二、旅游可持续发展战略	307
三、国际旅游市场开拓	310
四、旅游产业结构渐趋完善	313
五、国内旅游的发展	318
六、区域旅游及其协调发展	319
七、加速中西部地区旅游开发	323
八、突出中国特色	327
九、旅游管理走向知识化法制化管理	330
本章小结	331
主要参考文献	335

图表目录

图 1-1	旅游系统空间结构	13
图 1-2	旅游系统	13
表 2-1	全世界国际旅游业的平均增长速度	40
表 2-2	世界各旅游景区接待国际游客人数预测	40
表 2-3	2020 年世界十大旅游目的地与世界十大客源国	41
图 3-1	旅游者产生模式图	73
表 3-1	1985 ~ 2007 年来华入境旅游者年龄特征	87
表 3-2	按国别看中国接待外国旅游者人数	94
表 3-3	1993 ~ 2007 年国内旅游人均花费水平一览表	103
表 4-1	旅游资源分类表	116
表 7-1	旅游信息的内容及类型	201
表 7-2	旅游信息管理的研究内容	204
表 7-3	信息系统的四层六类划分	205
表 7-4	旅游管理任务层次表	206
图 7-1	旅游信息系统的金字塔形结构	206
表 7-5	信息化饭店建设的主体内容	214
图 7-2	旅行社内部业务概念化流程	216
图 7-3	旅行社外部业务信息流程	217
图 7-4	旅游电子商务框架	230
表 10-1	我国入境旅游市场结构	311
表 10-2	2000 ~ 2007 年中国国际旅游外汇收入构成	314

阅读专栏目录

阅读专栏 1-1: “旅游”一词多义	2
阅读专栏 1-2: 中国旅游学研究探源新论	11
阅读专栏 1-3: 相关学者对旅游学研究对象的探讨	14
English Reading Material 1-4: The content of tourism degree courses in the UK	18
阅读专栏 2-1: 中国旅游史研究现状	28
阅读专栏 2-2: 孔子的“比德说”	29
English Reading Material 2-3: The History of Tourism	34
阅读专栏 2-4: 世界旅游业发展的趋势	41
English Reading Material 3-1: Tourism Statistics	59
阅读专栏 3-2: 旅游者的统计	63
阅读专栏 3-3: 旅游者类型的另一种思考	83
阅读专栏 4-1: 旅游资源开发的道德价值	125
English Reading Material 4-2: Developing New Attractions	127
阅读专栏 4-3: 我国部分地区旅游资源和环境的破坏	130
阅读专栏 5-1: 旅游产业集群的探讨	139
阅读专栏 5-2: 旅游业面临的三大挑战	142
English Reading Material 5-3: The Travel Trade	144
阅读专栏 5-4: 旅游职业生涯	168
阅读专栏 6-1: ISO 9000 族国际质量认证体系	179
English Reading Material 6-2: The Meaning of Tourism Destination	185
阅读专栏 6-3: 旅游产品促销组合	192

English Reading Material 8-1: Economic Impacts of Tourism.....	256
阅读专栏 8-2: 长白山奖励环保游客.....	265
English Reading Material 9-1: The World Tourism Organization.....	269
阅读专栏 9-2: 泰国的旅游行政组织.....	273
阅读专栏 10-1: 公共产品、准公共产品.....	304
English Reading Material 10-2: The “Sustainable Tourism” Concept	310

第一章 绪论

本章内容提要

- 旅游的界定：“旅游”一词的来源、旅游的定义和特点、旅游的本质
- 国内外旅游学研究现状：国外旅游学研究现状、国内旅游学研究现状
- 旅游学的研究对象和内容：旅游学的研究对象、旅游学的研究内容、旅游学的学科体系
- 旅游学的研究方法



旅游是一种复杂的社会经济现象，它是随着人类社会的发展而出现和发展的。第二次世界大战以后，旅游已成为人类社会生活的一项重要内容，并广泛影响着人类社会的经济、政治、文化等方面的发展。深入、系统地研究旅游学既有理论价值，又有实践意义。旅游学是一门年轻的学科，旅游学学科体系的确立和理论化是长期的任务，需几代人的努力，非一朝一夕所能完成。

第一节 旅游的界定

一、“旅游”一词的来源

“旅游”一词，最早见于1600年前的南北朝时期我国诗人沈约的《悲哉行》诗句：“旅游媚年春，年春媚游人。”到唐代，游历山水成为文人墨客的时尚，在山水文学中常会见到“旅游”一词，其中《全唐诗》中就出现22次，如“上国旅游罢，故国生事微”（韦应物）、“相识仍远别，欲归翻旅游”（高适）、“忆昔鄱阳旅游日，曾听南家争捣衣”（陈陶）、“华发始相遇，沧江仍旅游”（皎然）、“忆昨旅游初，迄今

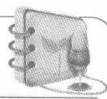
十五春”（白居易）、“过岭万余里，旅游经此稀”（张籍）等。这里“旅游”与“观光”在内涵上是同义。

“观光”一词在文献中出现要比“旅游”还早。远在3000年前《易经·观卦》中就有“观国之光，利用宾于王”的句子，意思是“观察王国的光辉，作为国王的宾客有利”（周振甫注）。观光，即观看、考察。目前，我国台湾地区及受汉文化影响的日本、韩国都在文献中使用“观光”一词，其旅游管理机构称“观光局”，学术团体称“观光学会”，出版的旅游书刊用“观光”一词。当然，这些地方有时也用“旅游”一词，如日本1963年颁布的《旅游基本法》就是以“旅游”代替了“观光”。

“观光”一词在旅游学上的运用有两层意义：一是说明这种社会现象的出现同人类文明史相平行，在东方文化曙光刚刚升起的商周时代就已出现“观光”概念，并在战国时明确提出，指明了旅游在文化史上的久远性；二是说明观光是现代旅游的基本内容和主要特征。

同“旅游”相近的还有“旅行”。“旅行”一词在文献中出现的时间大体与“观光”处于同一时代。在《礼记·曾子问》中有“孔子曰：‘三年之丧，练不群立，不旅行’”。这里“旅行”理解为离开常驻地，到外地办事或游览等，结伴而行，也可一人行。后来，随着社会的发展，经济和文化内容日益丰富，旅行种类在中国历史上也多起来，有学习的参观、游览的观光、买卖的商旅、帝王的巡游、官吏的宦游、和尚道士的云游、文人墨客的漫游、学者进行考察以及群众性的踏青、游春等。在古代，各个学科体系在没有建立前，一些概念不可能有哲学的概括。尤其像古代旅行活动，人数有限，目的和内容又比较单一，对社会影响也比较小。因此，当时“旅游”、“观光”和“旅行”的概念在内涵上没有质的区别，在外延上也没有明确的界定，以今天在汉文化圈中使用旅游概念时出现这种差别也是必然的。

阅读专栏 1-1：“旅游”一词多义



无论是汉语中的“旅游”，还是英语中的“Tourism”，在使用中都存在一词多义的情况。请看下列对话：

对话一：“暑假期间你去了哪？”“到西藏旅游去了。”