

旅游理论与实践探索文集

张凌云◎著

张凌云◎著
旅游教育出版社



张凌云◎著

旅游理论与实践探索文集

旅游教育出版社

策划编辑: 赖春梅

责任编辑: 陈 志

图书在版编目(CIP)数据

旅游理论与实践探索文集/张凌云著.

—北京: 旅游教育出版社, 2009.8

ISBN 978-7-5637-1788-0

I. 旅… II. 张… III. 旅游经济—中国—文集 IV. F592-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第040178号

旅游理论与实践探索文集

张凌云 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepdfx@163.com
印刷单位	中国科学院印刷厂
装订单位	河北省三河市金星装订厂
经销单位	新华书店
开 本	880×1230 1/32
印 张	15.5
字 数	426千字
版 次	2009年8月第1版
印 次	2009年8月第1次印刷
定 价	46.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

春风化雨 润物无声

谨以此书献给我的父亲张明晖先生（1934—2008），一位新中国培养的普通知识分子，一位儿女心中平凡而又伟大的父亲。

一片树林里分出两条路，我选了人迹更少的一条，从此决定了我一生的道路。

——[美]罗伯特·弗洛斯特（1874—1963，
美国著名现代诗人）《未选择的路》

人完全可以做到，既自由又不孤独，既具有批判的眼光又不怀疑一切，既独立又不与世界相脱离。

——[美]埃利希·弗洛姆（1900—1980，现代西方著名哲学家、
心理学家和人道主义伦理学家）《逃避自由》

路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

——屈原（约前 340—约前 278，战国时期
最伟大的浪漫主义诗人）《离骚》

世界对爱动情感的人是个悲剧，对爱思考的人是个喜剧。

——法国谚语

我思故我在。

——[法]勒奈·笛卡尔（1596—1650，哲学家、数学家）《沉思录》

思考已经思考过的问题，直到怀疑还是确信无疑。

——[德]君特·格拉斯（1927—，1999 年诺贝尔文学奖
得主）在阐释“启蒙”一词时所作的解释

你们能做个不受人惑的人吗？这个全凭自己的努力。如果你们不敢十分自信，我这里有一件小小的法宝，送给你们带去做一件防身的工具。这件法宝只有四个字：“拿证据来！”

——胡适（1891—1962，现代学者、历史学家、文学家、
哲学家）《对北大哲学系毕业生的赠言》

这块土地如此之新，许多东西尚未命名，提起它们时还须用手指指点点。

——[哥伦比亚]加西亚·马尔克斯（1927—，1982 年
诺贝尔文学奖得主）《百年孤独》

健康的学术研究是忠实于自己的研究方法和结论的研究，而不应受到外来势力的干扰。旅游研究与其他科学研究一样，只能在对自身坚定的忠实中，获得真正的意义和尊严。

——作者自言自语

序 言

茅于軾^①

呈现在读者面前的这本书,《旅游理论与实践探索文集》,是一位既有深厚经济学功底,又有旅游业务实际操作经验的中年学者的作品。

旅游业是全世界公认的朝阳产业。它每年的增长百分比远远超过经济增长或国民收入增长的百分比。这说明,人们在将其他方面的消费转移到旅游消费上来。这是世界性的普遍现象。针对这一现象,国际上出现了大量旅游经济的研究文章。我们借鉴他们的研究成果,可以大有裨益。但更重要的是,要研究我国的旅游业将出现什么形势,面临什么挑战。

我国经济的基本形势有两点和旅游业密切相关。一是,我国人口密度极高;二是,我国基本上仍然是穷国,但经济增长率可能很高。

先说人口密度。和美国相比,面积相仿但人口是美国的四倍多。从平均数看,中国的人口密度是美国的四倍。但如果细察人口的分布,我国分布的不均匀度远远大于美国,因为美国没有像中国那么多的高原、沙漠、戈壁和大山。我国青海、西藏的人口密度只有每平方公里6人和2人。我国有60%的人口居住在人口最密的12个省市里,其土地面积仅占

① 茅于軾,1950年毕业于上海交通大学机械系。20世纪70年代中,开始从事运输经济、数理经济研究;80年代中,就职于中国社会科学院美国研究所,并以访问学者身份在美国哈佛大学从事经济学研究。1993年退休后,出任北京天则经济研究所所长。并在国内外多所大学授课,先后担任亚洲开发银行、非洲能源政策研究组和联合国开发计划署顾问。著有《谁妨碍了我们致富》、《中国人的道德前景》、《择优分配原理——经济学和它的数理基础》、《生活中的经济学》等书,并发表了近百篇关于经济理论、经济政策、能源、环境、道德等方面的论文和研究报告。

全国总面积的 15%。这一地域的人口平均密度达到了每平方公里 509 人,是全国平均数(129 人/平方公里)的 4 倍,是美国平均数的 17 倍,成为全世界仅次于孟加拉、人口最集中的地区。

这种人口高密度分布的特点,使得近距离出游的景点处游人非常密集。每到假日游人如过江之鲫。大家对风景的观赏被人挤人、人拥人的感觉所破坏。因而,今后十几年内必须大量开发新景点,并发展中远距离的旅游,尽量疏导游客。另外,在时间上也要通过价格等手段削减旺季的超额负荷。

这几年,每到周末或长假,外出旅游的人数非常之多。飞机、火车统统爆满。有人估计,大城市中出行人数占总人数的 15%。但参加旅游的人中很少有农民,而农民却占了总人口的 70%。在未来的十几年内,将有约 1/3 的农民转为城市人口。再加上人口总数的增加,城市人口将增加 1 倍。相应的城市出游人数大约也要增加 1 倍。这还没有计入农民出游也会有所增加。所以,可以预计我国的旅游高潮还在后头。

人口年龄结构的变化,也会对旅游业有很大的影响。我国人口的平均年龄正在稳步上升,老年人的比例将会显著增加。老年人对旅游有其特殊的要求。看不到这一点,旅游业将失去一块市场。

从微观经济学来看旅游业,关键的问题是如何通过资源的优化配置减少浪费,增加收入。这方面张凌云的这本书进行了大量的探讨。他尤其还关心旅游业如何帮助国民经济的发展、增加就业、多挣外汇、减少地区间经济发展的不平衡等问题,对此他提出了许多有价值的建议。他对旅游业和环境保护的关系给予了高度的重视。如果我国的经济能保持过去 20 年的增长速度,10 年之内各个旅游景点的访问人数将成倍增加。环境问题,将成为旅游业的最主要问题。

在本文集中,关于旅游业的行业管理的讨论占了较大一部分篇幅。张先生曾经在中国旅游报社和国旅总社任过职。他对于这方面问题的讨论不是纸上谈兵,而是出于亲身的经验和独立的思考。这对于我国旅游行业和许许多多的旅游企业来讲,无疑是极有参考价值的。我希望这本书的出版能推动我国的旅游业更上一个台阶。

写于北京天则经济研究所

2002 年 10 月

目 录

旅行社行业深化改革的探讨·····	106
旅游沙龙中的经济与文化的对话·····	110
旅行社集团化发展的理论探讨·····	115
散客旅游市场的几个问题·····	119
旅行社承包得失谈·····	124
从资源到产品：我国旅游开发的艰难历程·····	126
试论我国度假区的市场定位和开发方向·····	129
也论旅游理论研究的几个问题·····	137
我国旅游业地域非均衡性增长研究初论·····	142
旅游业：劳动密集型行业的再质疑·····	150
市场评价旅游资源新的价值观·····	157
旅游者消费行为和旅游消费地区差异的经济分析·····	167
生态旅游：听起来很美·····	176
试论有关旅游产业在地区经济发展中的 地位和产业政策的几个问题 ·····	180
关于旅游景区公司上市争论的几个问题·····	187
少炒些概念，多做点实事·····	192
导游收受小费符合国际惯例·····	194
最低保护价，保护了谁？·····	196
从主题公园到主题城市·····	202
我国旅行社行业发展的几个理论问题·····	210
我国旅行社行业分类制度成因的再探讨·····	225
试论我国旅游业周期波动的复杂性和不规律性·····	230
北京奥运场址还能重新选择吗？·····	238
大众的“新旅游”，还是新的“大众旅游”？·····	243

生态旅游大众化, 还是大众旅游生态化?	271
中国旅游企业国际化的市场选择	280
危机与转机: 后 SARS 中国旅游业的再认识	316
旅游学术研究前沿的“二元结构”	322
旅行社产权改革、规模化经营和市场制度	324
我国旅行社行业市场垂直分工的规制性障碍	332
没有规则的游戏	346
关于北京市滑雪场水资源影响的研究	349
遗产保护的经济学思考	358
从创汇优先到平衡收支: 我国出境旅游发展战略的再认识	365
中国公民假日旅游趋势分析与对策	376
近年来国际旅游学术期刊和论文选题的特征分析	385
国际上流行的旅游定义和概念综述	403
2007 年北京入境旅游形势分析	413
旅游学研究的新框架: 对非惯常环境下消费者行为和现象的研究	428
让旅游成为我国公民一种普适的生活方式	435
2007 年度我国旅行社专题研究综述	438
社会实验: 旅游业对地区国民经济影响测度的一种简易方法	456
非惯常环境: 旅游核心概念的再研究	465
我思故我在: 当思考成为一种生活方式 (代后记)	479

旅游业区位问题初探

区位理论,是研究一定的经济活动为什么会在一定的地域范围内进行,以及一家的经济设施为什么会建立在一定的地域范围内的科学。

自19世纪初,德国经济学家杜能创立农业区位论后,区位理论的研究有了很大的进展。随着韦伯的工业区位论、费特尔的贸易区边界区位论、克里斯泰勒的中心地理论和廖什的市场区位论相继问世,区位理论研究的对象和内容也由农业、工业、商业一直拓展到对城市体系的研究。20世纪60年代初,美国学者克劳森(Clawson)提出了旅游业区位的三种指向以后,德福特(Defert)又提出旅游业布局的五条原理。但由于旅游地理学是一门崭新的学科,尚缺乏完整的理论体系,对于旅游业区位的研究尤显薄弱。我们认为,区位问题应该成为旅游地理学研究的一大重点。

旅游业生产和其他产业生产有相似的一面,旅游业生产也是一项经济事业,也需要消耗一定的资源、劳动力和资金,其产品也能供人们使用。而且,旅游业的生产也需要落实在一定的地域中进行。但是,旅游业生产又不完全类同于工农业生产,它还有着自己的独特之处。

首先,旅游业是以出售劳务为特征的服务性行业,旅游业的产品不是具体的物质产品,而是旅游者购买的包价线路。

其次,旅游业的生产过程是与旅游者的消费过程同步进行的,旅游产品是不储存的,因而具有季节性强的特点。

再次,在旅游业生产过程中,旅游产品一般是固定的,而旅游者是移动的。因此,在旅游业中主要的交通问题是游客的输送。正因为如此,德福特提出在旅游业生产中,距离虽要考虑,但更要考虑距离给游客造成的“心理影响”。

最后,旅游业的综合性很强,涉及面广,包括了食、住、行、游、购等一系列部门。

由于旅游业具有这些特点,这就决定了在研究旅游业区位问题时,不能简单照抄经典的工农业区位理论。旅游业的区位因素较其他产业更为复杂多样,主要包括旅游资源、旅游客源市场、劳动力素质、旅游地的基础设施、旅游区域的经济水平等方面。旅游资源,是指凡能激发旅游者旅游动机、为旅游业所利用、并由此产生经济价值的因素和条件;旅游客源市场,是指大量旅游者来源的地区,包括国际旅游和国内旅游两大部分;劳动力素质,是指旅游从业人员的劳动技能、受教育程度、文化素养等;旅游地的基础设施,是指道路交通、邮电通信、水电气暖和其他有关生活服务设备;区域经济水平,是指区域经济发展的程度、结构和发展方向等。这五个因素,共同构成了旅游业的主要区位因子。由于受交通费用和旅游时间的限制,一般来说,旅游点的吸引力范围是有一定限度的。每个旅游点的旅游产品销售都有一个门槛范围,要使旅游业获得必要的利润,旅游产品的实际销售范围必须要大于门槛范围。事实上,各个旅游点的门槛范围是不同的。根据门槛范围的大小,我们可以把旅游业布局大致分为下面三种类型。

资源型:这类旅游业布局的地域特点是,旅游资源非常丰富,对旅游者吸引力较大,但距经济发达的大城市和客源市场较远,旅游商品的门槛范围大。由于本地区经济发展水平较低,劳动力素质和基础设施的建设都要较经济发达地区差些,旅游商品的成本高,发展旅游业的条件比较艰苦。但由于资源上的优势,发展旅游业的潜力是十分巨大的。

客源型(市场型):这是配置在人口密度高、地区经济发达的现代化城市或其近邻地区的一种类型。这里的土地利用率高,工商企业密集,旅游资源相对贫乏,尤其是自然旅游资源更为短缺。但旅游需求很大,旅游商品的门槛范围较小,因而往往旅游资源的经济价值较大,效用较高,旅游业的资金利用率也较高。这类地区发展旅游业的空間十分有限,潜力不足,向四周扩散布点、开发新的旅游资源是发展旅游业的主要趋势。

混合型:这是介于资源型和客源型之间的一种类型。这类地区旅游资源和客源的分布在空間上互相重叠或接近,旅游业的发展兼有资源和客源的优势。混合型旅游业布局面临的问题是,如何协调旅游业与城市其他经济部门之间的关系,有效地利用和保护旅游资源、旅游环境,正

确合理地确定城市的性质和职能,明确城市经济发展的重点和方向,调整不合理的经济结构。

应该指出,旅游业的这三种布局类型彼此间的区分并不是绝对的、不变的。例如,区域经济的发展、人口密度的增长,有可能使资源型布局向混合型布局过渡,反之亦然。

从宏观布局看,客源型和混合型旅游业生产的分布比较密集,而资源型则零星分散。一般来说,客源型和混合型旅游业的发展水平较资源型要高,但各类旅游区地理背景不同、区位条件各异,在发展旅游业时,也应该各有侧重。下面我们以日本旅游业为例分别予以说明。

在日本,旅游业布局的三种类型都存在。北海道、冲绳岛、仙台等地为资源型;东京、横滨、大阪等城市为客源型;京都、奈良、名古屋等则为混合型。东京是现代化的国际城市,人口密度高达每平方公里 5 334 人,新宿区的人口密度竟高达每平方公里 17 998 人。周围的横滨、千叶也都是全国人口密度最高的地区之一,客源市场十分巨大。据日本东洋经济社调查,东京市民的消费购买力指数为 137.8,居全国之首,旅游购买力也十分旺盛。1983 年,东京共发行了 330 310 张海外旅游券,占全国的 17.3%,远远超过了其他府县。东京不仅是个工商业发达的都市,还是日本的首都,基础设施精良,劳动力素质高。据统计,东京的水道普及率达 99.9%,公共下水道普及率为 72%,均居全国第一。收发邮件的业务量、人均邮件数也为全国最高。东京的电话机总数占全国的 13.6%,也是全国的首位。此外,东京的各种大学、专修学校的师生人数都名列全国的榜首。这些都是东京发展旅游业的优势。但是,东京的工商业用地和居民生活用地十分紧张,地租昂贵。目前,尽管在东京已建有 54 处野营地、35 个海水浴场、21 个高尔夫球场和 9 处游乐场,同时,设有国立公园、国定公园和都立自然公园,但这些在全国所占的比重还是相当小的。为了增加新的旅游资源,1983 年又建立了东京迪斯尼乐园。

从旅馆业建设看,东京地区因受高地租的影响,旅馆建筑多以高层为主。日本的旅馆一般分西式和日本式两种。据日本厚生省统计,1982 年,东京共有 253 所西式旅馆,占全国的 10%;西式客房 40 351 间,占全国的 19%。显然,东京的西式旅馆规模要大于全国平均水平。而东京的日本式旅馆虽然为数众多,但其规模都不大,散布于街头巷尾的“夫妻店”很多。近年来,这类旅馆因经营艰难而大量减少。1965 年,东京有大小日本式旅

馆共 3 752 所, 到 1983 年仅剩下 2 635 所。目前, 水准较高、经政府造册登记的西式旅馆有 51 家, 共有客房 21 264 间, 占全国的 27.7%。注册的日本式旅馆在整个东京只有 9 所, 客房 284 间, 仅占全国的 0.3%。东京的都市旅馆共安排了 3 万多名就业人员, 占全国都市旅馆就业人口总数的 60%, 而东京疗养地旅馆仅 1 所, 占全国的 1.1%, 就业人员 50 名, 占全国的 0.4%。总之, 东京旅馆业充分体现了旅馆规模大、等级高、占地少、容量大、利多、流动量大、旅客逗留时间短等特点, 因而在东京也缺乏诸如国民保养中心、国民休暇村等中、长期度假胜地, 而适宜短时消遣、娱乐的咖啡馆、酒吧、卡巴莱(一种伴有歌舞表演的餐馆)、麻将房、舞厅和保龄球场等场所的数量均远远超过全国其他地区。东京旅游业的内部结构和发展方向基本上反映了客源型旅游业布局的一般特征和趋向。京都则是属于混合型旅游业布局。京都是日本的旅游名城, 自公元 781 年起, 到明治维新止, 一直是日本的国都。京都市内文化古迹甚丰, 仅国家级的重要古代建筑就有 254 处之多, 是日本极为珍贵的文化遗产。京都市还有 8 个地区被列为历史风土保存区, 12 个地区被划为历史风土特别保存区。这两类地区共占地 20 730 公顷, 占全国同类保存区的 40%, 其数量之多、占地之大都居全国第一位。京都不仅人文资源丰富, 自然旅游资源也十分优厚, 京都市附近的山阴海岸国立公园和琵琶湖国定公园都是日本著名的自然风景胜地。

从区域经济发展水平看, 除关东地区外, 京都所处的近畿是全国人口又一稠密地区。这里的大阪和神户两大港口城市, 经济基础雄厚, 尽管战后这里的生产地位较京滨地区相对下降, 但就全国而言, 仍然是高水平的工业综合发展地域。因而, 京都地区的旅游客源市场也很广大。据统计, 大阪市的居民消费购买力指数高达 125.8, 仅次于东京, 位居全国第二。与京都府相邻的福井县的居民消费购买力指数也达 106.6。京都本地的指数虽然不高, 但家庭消费中用于求知娱乐的比重达到 9.54%, 超过了东京。因此, 京都地区发展旅游业可以说是兼取资源和客源的双重优势。

1950 年, 京都与奈良被国家指定为国际文化游览城市, 这就确定了京都的城市性质、职能和发展方向。京都虽位于阪神工业带中, 但其产业结构则明显不同于阪神地区。京都第三产业的产值占其全部工业产值的 63%, 超过全国的平均水平, 为近畿地区之首。在工业产值中, 又以纺织、

食品和电机为主,重化工业比重较小,传统工业相当发达。京都的西阵织、友禅染、清水陶器等都是久负盛名的传统工艺品。1976年,日本政府指定的77种受保护和扶植的工艺品中,有11种产于京都,而其他大城市如东京、名古屋、大阪等也仅各占1种。传统工业的生产大多是以家庭工业形式组织的,因此,京都的小工厂很多,这也是京都不同于阪神大城市的地方之一。近年来京都的现代工业虽有增加,但从布局上看,多偏于南郊,而传统家庭工业区则集中于市西北部。京都地区经济发展采取的这种保存和开发并举的战略,在一定程度上是由旅游业发展的需要所决定的。

从旅游业本身看,京都是个古城,是日本传统文化的荟萃之地。因而,在建设旅游设施时,也尽量考虑到与其传统的民族文化相协调、统一。京都除了料理店较多外,其他如咖啡馆、酒吧、卡巴莱、夜总会、舞厅、弹子房等都要少于全国其他大城市。

京都的旅馆结构也不同于东京。据统计,1982年京都府注册西式旅馆和注册日本式旅馆的数量分别占全国的4.8%和4.7%,两者基本持平。尽管京都只是个文化古城,建造现代化高层建筑受到一定的限制,但市内的生活设施还是较完备的,这些都是旅游业发展的便利条件。可以这样说,京都地区旅游业的发展是混合型旅游业布局成功的一个范例。

北海道地处日本北部边陲,是日本面积最大的行政区。这里地广人稀,开发较晚,目前仍为日本经济发展的后进地区。正因为北海道的城市化发展缓慢,自然景观才保存得较为完好,受人类活动的影响轻微。北海道的自然公园是全国最多的,设有5个国立公园、4个国定公园、14个道立公园,共占地838 013公顷,并有195处温泉地,居全国之冠。由于北海道地域广阔、地价低廉、环境清静,适宜发展大规模的户外休假旅游。北海道共拥有88个高尔夫球场、14个野外体育活动场、79处海滨浴场、61处旅游牧场和144个野营地,这些设施数量在全国都是占第一位的。北海道位于日本最北部,属寒温带气候,冬长夏短,是开展冬季运动的理想场所。在这里共建有95处滑雪地、46个溜冰场,这些冬季运动场所也是全国最多的。此外,北海道还有两个供游人娱乐的气枪射击场(东京和京都尚没有这类射击场)。总而言之,北海道的旅游资源很丰富,但客源显得很不足。北海道地区的消费购买力指数仅为86.8,一般家庭求知娱乐的开支也只占到全部生活支出的7.74%,距北海道最近的青森

县消费购买力指数也只有 76.1。这里距全国人口密度大、经济水平较高的“三湾一海”地带较远，整个地区的基础设施也不完备，水道普及率、公路铺设率都低于全国平均值。北海道的旅馆种类和档次较多，除有西式旅馆 167 所、日本式旅馆 4 684 所外，还有青年旅行招待所 79 处、国民宿舍 18 个、国民休养中心 9 所、国民休暇村 1 地和民宿 11 家，使得北海道的旅游项目更富有乡村野趣。目前，北海道旅游业已有一定的发展。根据西方学者弗洛伦斯提出的“区位系数”统计指标，我们对北海道、京都和东京分别作了初步统计。

从下面附表中可看出，北海道与旅游业紧密相关的服务行业的区位系数都大于 1，这说明北海道的旅游业在地区产业结构中占一定的比例，但这只是相对于本地区而言。表格中北海道有些行业的区位系数比东京还高，这并不说明北海道的旅游业集中化和专业化程度比东京高，而是因为北海道的经济部门相对量少，结构比较单一。从绝对量上看，无论是饮食店，还是出租汽车数，东京都比北海道多出 1 倍以上。此外，北海道地域广大，面积比东京大 38.7 倍，而人口比东京少一半。因此，其旅游业发展的实际区域水平是远不及东京发达的。当然，北海道地区发展旅游业也有像东京那样的大都市所无法具备的优势和长处，其发展潜力是十分巨大的。

由上所述，我们可以明显地看出旅游业的三种不同布局形式和特点，以及各自所面临的问题。这些现象和问题在我国旅游业中也同样存在。因此，认真研究和正确认识地区旅游业的区位问题，对于发挥地区优势、扬长避短地发展地区旅游业有着积极、重要的意义。

附表 日本三大地区的旅游区位系数对比表

	旅 馆	饮食店	出租汽车	娱乐场
北海道	1.83	1.83	2.96	1.58
京 都	0.99	1.23	0.93	0.94
东 京	0.54	1.50	1.59	0.37

注：区位系数的计算公式如下：

$$\text{区位系数} = \frac{\text{该地区该种行业就业人数}}{\text{该地区全部就业人数}} \div \frac{\text{全国该种行业就业人数}}{\text{全国全部就业人数}}$$

（原载《旅游论丛》1985 年第 2 期）

试论旅游需求的层次结构

——与陆立德、郑本法同志商榷

读了陆立德、郑本法两同志的《社会文化与旅游动机》一文后（载《旅游时代》1985年第3期），很受启发。但我对陆、郑二位提出的“对异质文化的向往是旅游的主要动机”这一说法，持有不同意见。现提出来求教于陆立德、郑本法同志及广大读者。

旅游动机是旅游者的主观愿望，为了更客观地考察旅游者的消费行为，我们应用旅游需求这一概念。所谓旅游需求是指旅游者具有一定的余暇时间、有一定可自由支配的收入、愿意也有可能按一定价格购买旅游商品的数量。从经济学的角度看，旅游商品也是一种消费品，因而消费者在购买旅游商品时，也存在着一种偏好和倾向。根据马斯洛的需求层次理论，人的需求自低向高依次分为生理、安全、归属、自尊和自我发展五个层次。在旅游需求中也同样存在着类似的分层结构。太平洋地区旅游协会曾作过一次抽样调查，结果表明度假者更多地计较生活方面的舒适，如关心膳食供应、气候状况以及娱乐设施等，而对文化活动如参观建筑物、庙宇和教堂等较少感兴趣。据调查，旅游者选择一个旅游地的最主要因素为：热情友好的当地居民、舒适的接待设施、美丽的自然风光、合理的价格；其次的因素是：富有吸引力的风俗习惯和生活方式、宜人的气候、美观精巧的手工艺品、精美可口的食物；再次属于无关紧要的因素有：令人满意的购物环境、富有异国情调的环境、与历史或家族有联系、特殊的娱乐设施等。另外，美国有关机构对全美国选出的典型家庭所进行的1005次有组织的私人访问表明，除了“怀旧和习惯等特殊原因”外，选择休假地点的主要目的是为了观赏美丽的风光，获