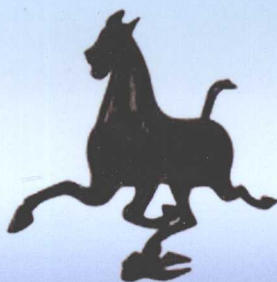


童地轴 编著

L Ü Y O U Y E G A I L U N

旅游业概论



安徽大学出版社

旅游业概论

童地轴 编著

安徽大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游业概论/童地轴编著. —合肥:安徽大学出版社,2009.7

ISBN 978-7-81110-576-6

I. 旅... II. 童... III. 旅游业—概论 IV. F59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 122773 号

旅游业概论

童地轴 编著

出版发行	安徽大学出版社 (合肥市肥西路3号 邮编 230039)	经 销	新华书店
联系电话	编辑部 0551-5108087 发行部 0551-5108871	印 刷	合肥创新印务有限公司
电子信箱	ahdxchps@mail.hf.ah.cn	开 本	710×1000 1/16
责任编辑	钱来娥	印 张	15
封面设计	孟献辉	字 数	277 千
		版 次	2009 年 7 月第 1 版
		印 次	2009 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81110-576-6

定价 28.00 元

如有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换

前 言

进入 21 世纪,中国旅游业迎来了新的挑战和发展机遇。如何抓住机遇,迎接挑战,在今后一段时间内实现从旅游大国向旅游强国迈进的目标,是我国旅游业界所要重点关注的。

本书从旅游产业的角度,浅显易懂地分析了旅游活动中所涉及的一般性经济现象、一般性经济关系和一般性经济发展规律,以便读者对旅游产业所包含的内容和运行状况有一个较全面的了解。全书包括旅游业概述、旅游者与旅游资源、旅游市场与旅游消费、旅游交通与旅游服务、旅行社与旅游饭店、旅游商品与旅游文化、旅游宣传与旅游人才、生态旅游与旅游审美八个章节。

目前,我国很多高等院校都设有旅游专业。本书针对大学生的实际情况,在内容、结构上均作了精心安排,突出了职业性、实用性与可操作性,深入浅出,可教可读。在系统介绍旅游产业经济基本理论和知识要点的基础上,重视旅游经济手段现实的运用性和可操作性。本书虽然从产业经济的角度来分析研究问题,但考虑到实用性和可读性,淡化了经济理论的分析,而是紧紧围绕旅游经济活动的各个方面,把其置于旅游市场的大环境中,借用经济学理论具体问题具体分析。

本书针对旅游业的发展形势,与时俱进,对热点问题提出了一些新的见解。例如,在旅游业的地位和作用、旅游人才的培养、旅游商品的销售以及旅游电子商务等方面都具有较强的实用性和现实意义。

本书可作为高等院校旅游专业学生的辅导教材,也可作为普通读者了解旅游业相关知识的一般读物。



本书在编写过程中参阅了国内外专家大量的研究成果和相关资料,在此一并表示感谢。由于时间仓促,加之水平有限,错误与疏漏在所难免,恳请读者批评指正。

童地轴

2009年6月

目 录

前言	1
第一章 什么是旅游业	1
第一节 旅游业的兴起和发展	1
一、旅游经济活动	2
二、科学技术与旅游业的发展	5
第二节 旅游业的含义、结构、性质和特征	8
一、旅游业的含义	8
二、旅游业的结构	10
三、旅游业的性质	17
四、旅游业的特征	20
第三节 旅游业的地位与作用	24
一、国民经济新的增长点	25
二、促进社会稳定发展	27
三、促进科技文化繁荣	29
四、旅游的消极作用	30
第二章 旅游者与旅游资源	34
第一节 旅游者	34
一、旅游者的含义	34
二、旅游者的类型	35
三、旅游者的动机	37
四、旅游者的心理特征	39
第二节 旅游资源	41



一、旅游资源的含义及特点	41
二、旅游资源分类	45
三、旅游资源的开发与保护	67
四、旅游城市品牌开发	74
五、世界遗产	78
第三章 旅游市场与旅游消费	82
第一节 旅游市场及其分类	82
一、旅游市场的含义	82
二、旅游市场细分	85
三、旅游市场竞争	87
第二节 旅游市场调查与预测	90
一、旅游市场调查	90
二、旅游市场预测	92
第三节 旅游价格和市场营销	94
一、旅游价格概述	94
二、旅游价格的制定	96
三、旅游目标市场	99
四、旅游市场营销	101
第四节 旅游消费	107
一、旅游消费的含义	107
二、旅游消费的特点	109
三、旅游消费的作用	112
四、旅游消费结构	113
五、旅游消费合理化	116
第四章 旅游交通与旅游服务	121
第一节 旅游交通	121
一、旅游交通的含义	121
二、旅游交通的作用	122
三、旅游交通的种类	123
四、旅游交通的选择条件	125
五、交通对旅游的影响	126

六、我国旅游交通	127
第二节 旅游服务	135
一、旅游服务的意义	135
二、旅游服务的特点	138
三、旅游服务分类	143
第五章 旅行社与旅游饭店	146
第一节 旅行社	146
一、旅行社的设立	146
二、旅行社的种类	148
三、旅行社的权利和义务	149
四、旅行社的性质	150
五、旅行社的职能	151
六、旅行社的业务	152
七、旅行社的产品	154
八、旅行社的旅游线路	159
九、旅行社的销售策略	160
十、旅行社电子商务	166
第二节 旅游饭店	169
一、旅游饭店的地位和作用	169
二、旅游饭店的类型和等级	170
三、旅游饭店的前厅和客房服务	171
四、旅游饭店的餐饮服务	177
第六章 旅游商品与旅游文化	186
第一节 旅游商品	186
一、旅游商品的含义	186
二、旅游商品的特点	187
三、旅游商品的分类	188
四、旅游商品的开发	189
第二节 旅游文化	193
一、旅游文化的内涵与地位	193
二、旅游与文学	195



三、旅游与养生	197
四、旅游与宗教文化	197
第七章 旅游宣传与旅游人才	201
第一节 旅游宣传	201
一、旅游宣传的含义	201
二、旅游宣传的手段	203
三、导游宣传	206
四、旅游广告	208
第二节 旅游人才	213
一、旅游人才建设的意义	213
二、旅游人才的培养目标	214
三、旅游人才的培养任务	216
四、旅游人才的培养模式	217
五、旅游人才的激励和保障措施	219
第八章 生态旅游与旅游审美	221
第一节 生态旅游	221
一、生态旅游的含义	221
二、生态旅游的可持续发展	222
第二节 旅游审美	225
一、旅游审美的内容	225
二、旅游审美的特点	226
三、旅游审美的意义	228
参考文献	231

第一章 什么是旅游业

第一节 旅游业的兴起和发展

英国人托马斯·库克(Thomas Cook)于1841年7月5日组织了一批540人的旅游团从莱斯特到拉夫巴勒参加禁酒大会,每人收取票费1先令。这是世界上第一次团体包价旅游。随着社会劳动生产率的不断提高、社会财富的不断增加、交通工具的不断改善,旅游活动发展十分迅速。团体旅游和为游客办理旅游代理业务的旅行社的兴起和发展,使旅游变得更方便、轻松,真正成为一种愉快的享受。

其实,旅游,作为一种人类活动,其历史可以上溯到公元前8世纪,在我国则可以追溯到更早的历史时期。不过早期的旅游往往是与商业、探险和宗教活动相联系的,旅游活动也仅仅限于在极少数人中进行,旅游内容及方式都比较单调。而今天,旅游已成为人类生活不可缺少的重要组成部分,旅游内容也变得更加丰富多彩,旅游方式由过去的徒步、骑马和泛舟,变为乘坐汽车、火车、轮船和飞机,甚至有了乘坐宇宙飞船的太空旅游。可以说,随着社会的进步和生活条件的不断改善,各种各样的现代旅游活动也在突飞猛进地发展。

旅游业是指由旅游者的旅游活动引起的,旅游者同旅游企业之间以及旅游企业同相关企业或部门之间的经济联系。旅游企业为旅游者提供相应的吃、住、行、游、购、娱等服务,而旅游者向旅游企业给付一定的报酬,从而形成了旅游者与旅游企业之间的经济联系。旅游企业为安排好旅游者的旅游活动,需要同其他相关企业或部门发生经济关系。这些经济联系便构成了旅游经济的内容,它是国民经济运行的一部分,是一种社会产业。

随着社会的发展,旅游业在经济活动中的地位将会越来越重要。中国已经成为世界旅游的输出、输入大国。旅游是不同地域人们之间的交往,是人和自然



之间的交往,是不同文化观念、民族习俗之间的互相传播和互相影响的互动过程。因此,旅游业不仅仅是一项经济活动,它的内涵非常广泛,在我们构建和谐社会中将会起到越来越重要的作用。

一、旅游经济活动

(一)旅游活动和旅游经济活动

旅游作为人们消遣游乐活动的一种生活方式很早就出现了。旅游活动的出现和发展,与社会经济条件有着密切的关系。旅游活动和商品经济发展到一定程度时就产生了旅游经济活动。

旅游活动是社会经济发展到一定历史阶段的必然产物。旅游从产生时期的极少数人的游乐消遣活动发展成现代的大众化旅游,归根结底是由于社会生产力的发展和人们消费水平的提高。一个国家或地区只有经济发展起来了,人们有了可自由支配的收入,在满足了衣、食、住、行等基本生活需要之后,仍有可自由支配的资金,这时旅游的动机才会表现得强烈。如果又具备了闲暇时间、交通便利等条件,人们的旅游动机就会变成旅游行动。旅游者在旅游过程中必须获得吃、住、行、游、购、娱等方面良好的接待服务,才能实现旅游的目的。这种需要服务和提供服务之间,是一种经济现象。

旅游业凭借旅游资源为国内外游客提供旅行和游览服务,包括旅游资源的开发,旅行社、旅游中心设立的宾馆、商店、餐厅,为游客组织的交通运输服务,旅游娱乐场所,旅游地特产和纪念品的生产、推销及其他一切为满足游客旅游需要而提供的服务。由于旅游活动的开展而导致的旅游服务的供给,无论对客源地区还是对东道地区的经济均有不同程度的直接或间接的客观影响,从而使旅游活动表现出经济现象的特征。

(二)旅游经济活动的要素

旅游者在旅游活动中的吃、住、行、游、购、娱等需要,是通过商品交换关系从社会各方面获得的。旅游经济活动就是在旅游活动过程中通过商品交换关系而展开的。就其本质来说,旅游经济活动是通过商品交换所形成的旅游者与旅游经营者之间的关系的总和。在这些关系中,旅游者通过市场的商品交换来获取旅游活动中的吃、住、行、游、购、娱等方面的需求,而旅游经营者则通过提供旅游者所需求的产品和服务获得利润。因此,旅游活动中的供求关系通过市场机制,即供求机制、竞争机制和价格机制等发挥经济作用。

旅游经济活动主要包含吃、住、行、游、购、娱等六个要素,但在某种意义上可



以扩大为十个要素,即还包含体、疗、学、悟。体育和疗养是非常重要的两大要素,学习与感悟是旅游中非常重要的精神要素。这十大要素可以归类为:基础要素,包括吃、住、行;游乐要素,包括游、购、娱;康体要素,包括体育运动和疗养;精神要素,包括学习和感悟。

(三)旅游经济活动的过程

旅游经济活动是在商品交换的条件下形成的,并随着商品交换的发展而发展,它是通过商品交换关系所形成的旅游者与旅游经营者之间的一种社会经济关系。因此,旅游经济活动的实现,是在整个社会经济活动中进行的,受到整个社会经济的影响和制约。旅游经济活动的实现过程,就是旅游者与旅游经营者在商品交换中所形成的旅游需求与旅游供给之间的矛盾运动过程。实现旅游需求与旅游供给平衡有着诸多社会条件及影响因素。社会经济状态为旅游经济活动所提供的环境和条件,旅游经营者所提供的旅游产品、服务水平以及价值和价格体系,旅游者的支付能力,旅游者的旅游心理以及可支配的闲暇时间等都是解决旅游经济活动过程中旅游需求与供给的平衡的重要条件和因素。

在市场条件下,旅游需求与供给的平衡是通过市场调节来实现的。旅游经营者和旅游主管部门在市场调节中发挥主导作用,表现为分析市场状况、了解市场需求,有针对性地提供旅游产品和旅游服务,以满足旅游者的需求。旅游主管部门要通过宏观调控,制定价格、税收、信贷等相关政策、法规,促进旅游需求与旅游供给的相对平衡,从而让旅游经济活动在旅游需求与旅游供给中顺利实现。

(四)旅游经济的发展

旅游经济活动是在商品交换的条件下开展的一种社会经济活动,同时也是整个社会经济活动中一个有机的组成部分。因此,随着商品经济的发展和经济社会活动的发展,旅游经济活动也必然随之发展。

1. 旅游经济活动在社会经济活动总量中所占比例不断提高。随着社会经济的发展,旅游经济活动所涉及的部门及行业不断增多,在整个社会经济活动中的地位日益重要。现代旅游业涉及邮电通讯、交通运输、建筑、商业、农业、金融、保险等行业,已经成为关联性很强的产业,旅游业的发展必须同与其相关联的产业同步发展。

2. 旅游经济活动的地域范围越来越广。随着科学技术的发展,人们征服自然的能力不断增强,人们能抵达的领域也越来越多。昨日不能抵达的领域,今天已能抵达;今天不能抵达的,明天也可能抵达。从整个世界来看,人们可以进行洲际旅游,甚至太空旅游。旅游经济活动已经成为一种世界性的经济活动。



3. 参加旅游经济活动的人数越来越多。如今,越来越多的人参加到旅游活动中来。同时,旅游者平均参加的旅游活动次数也在不断增加,旅游活动越来越成为社会上更多人的一种消费行为,旅游经济活动在人们经济生活中的地位也越来越重要。

(五)旅游经济活动的条件

旅游经济活动与经济社会的发展水平、旅游资源的价值、旅游行业服务水平以及旅游者可支配的收入和闲暇时间等都是分不开的,这些因素都是旅游经济活动顺利进行的必要条件。

1. 经济社会发展水平。一个国家或地区的经济社会发展水平包括工业、农业、交通运输业以及商业、金融业和服务业等相关第三产业所达到的水平,同时还涵盖该国家或地区的文化、教育、卫生、公共管理等已达到的水平。一个国家或地区,只有经济社会有了一定的发展,其公民才有外出旅游的需求,也才具有能力接待其他国家或地区的旅游者。世界上有许多国家和地区,由于其经济社会发展水平较高,既是旅游生产地,又是旅游目的地。所以说,经济社会发展水平,是一个国家或地区旅游活动的基础。

2. 旅游资源价值。旅游资源是旅游者旅游活动的客体,是一个国家或地区发展旅游的凭借。一个国家或地区旅游经济活动的规模大小、旅游业的发展水平,取决于旅游资源的多少和旅游资源的可观赏价值。旅游者外出旅游的基本目的就是通过旅游获得精神文化等方面的享受。旅游资源就是为旅游者提供游览、观赏、度假、疗养、娱乐、休息、探险猎奇、考察研究的客体以及应有的服务,使旅游者获得充分的精神与物质享受,从而获取审美价值。旅游资源潜在的价值越大,吸引力也就越大。所以说,旅游资源价值状况如何是旅游经济活动的重要条件之一。

3. 旅游服务水平。旅游服务是旅游经营者提供的一种无形的旅游产品,在整个旅游活动中占据主要地位。旅游服务水平包含旅游服务的项目数量和质量,二者构成了总体旅游服务水平。旅游服务的项目数量,是旅游经营者所能提供的旅游者所需要的吃、住、行、游、购、娱等方面的需求。旅游服务质量是指旅游经营者所提供的各种服务的好坏。旅游服务的好与坏的衡量标准,是指在一定的等级、规格前提下,其服务的内容和水平是否达到了应该达到的规格和要求,是否能满足旅游者的需要。

旅游服务水平和旅游经济活动密切相关。旅游服务水平越高,旅游经济活动就越顺利,规模也会越大;反之,旅游服务水平越低,旅游经济活动就越困难,规模也会受到限制。



4. 旅游者的可支配收入。旅游者进行旅游经济活动,其本身也要具备一定的条件。旅游者的可支配收入是其进行旅游活动的基础,并决定着旅游中旅游者的支付水平。所谓“可支配收入”,是指居民家庭在支付个人所得税和社会消费之后,所余下的全部实际现金收入(不包括借贷收入)。一般来说,人均可支配收入与生活水平成正比,即人均可支配收入越高,生活水平越高。生活水平越高,消遣、旅游的机会就越多。人们在满足了衣食住行之后逐渐把消费的重点放在了旅游休闲上,这使得旅游这一原本属于奢侈物的消费品现已成为很多人释放自己个性、丰富自身价值的必需品。

5. 旅游者的可支配时间。旅游者进行旅游活动时,必须投入一定量的闲暇时间。人们的时间按使用目的可分为工作时间、生活时间、社会交往时间和闲暇时间。闲暇时间就是全部时间扣除前面三部分时间后的余额。有了闲暇时间,旅游活动就成为可能。闲暇时间会随着社会劳动生产率的提高而增加。能使闲暇时间增加的关键是提高劳动生产率,减少工作时间。工作时间越少,闲暇时间就越多,进行旅游活动所需的时间问题就能得到保障。

二、科学技术与旅游业的发展

旅游业是随着社会经济的发展、科学技术的进步和人们生活水平的提高而产生和发展的。当我们迈入知识经济时代时,科学技术早已融入旅游业的方方面面。“科学技术是第一生产力”。历史的发展证明:社会生产的每一次飞跃式进步,都是依赖于科学研究的新发现以及新技术的应用。

(一)产业革命时期

从整个世界的旅游发展史来看,到19世纪中叶,旅游活动才真正作为一个产业开始出现,而这种变化主要归功于产业革命的影响。产业革命是指资本主义由工场手工业过渡到大机器的生产阶段。它首先发生在18世纪60年代的英国,之后很快向欧洲大陆和北美发展。从18世纪中叶到19世纪中叶,世界主要资本主义国家相继完成产业革命。产业革命带来交通方式的变革,促进了经济的快速发展,同时也为旅游业的发展提供了巨大的需求市场,需求的发展刺激了旅游供给的发展。

产业革命以发明和使用机器为主要特征,它在生产领域和社会关系上引起了根本性变化,也为旅游业的诞生准备了条件。产业革命首先带来了生产效率的提高,同时也培育了一个巨大的商务市场,积累了丰富的物质产品。产业革命之后,各资本主义国家开始不断地向外输出商品。财富的增加促进了人口的迅速增长,同时也极大地加速了城市化进程,促进了城乡之间人员的流动,刺激了



旅游业的发展。

(二) 蒸汽机时代

1705 年,纽可门、考利和赛维利一道,试制出了第一台真正算得上是动力机的蒸汽机。早期蒸汽动力技术的发展,已初步向人类社会预告了即将兴起的第一次工业革命的信息,预告了蒸汽时代的到来。1769 年,瓦特在新设计的蒸汽机上安装曲轴、连杆等器件,使它更为自动化。蒸汽时代的这两项技术对后来交通和旅行业的发展产生了持久的影响,其中的一项成果就是火车的发明。

1814 年,史蒂芬森研制了一台蒸汽机车,能以每小时 6 公里多的速度牵引 8 辆装有 30 吨煤的货车。经过不断改进,1825 年,他驾驶自己设计的机车,运载 450 名旅客,以每小时 24 公里的速度从达灵顿驶到斯托克顿。1825 年 9 月,斯蒂芬森建造了世界上第一条铁路,开创了陆路现代化运输繁荣新纪元。英国在 1830 年修建了利物浦和曼彻斯特之间的铁路,1839 年开始运送旅客。之后,英国和欧洲大陆各主要人口中心之间修建了铁路干线,这些铁路干线后来又逐步延伸到布莱顿等日见发展的海滨胜地。铁路时代的到来,使人们逐渐抛弃了以马车为交通工具的旅行方式,使一般劳动者能够用低廉的价格和较少的时间去享受旅游的乐趣,从而使大规模的外出旅游活动逐步发展起来。

随着短途旅行市场发育成熟,企业家们便开始以特种车票的方式为公众组织短途旅行,从而刺激了铁路旅行业的发展。短途旅行者一般都乘坐定期的客运列车,但铁路公司有时也增设专列,以便把旅行者运往他们的目的地。

正如 19 世纪初铁路在陆地上得到发展一样,蒸汽动力也同样被用以驱动新一代轮船。1807 年,罗伯特·高尔顿造出一艘长 45 米的蒸汽机船,就是著名的“克莱蒙号”,是第一艘正式使用的蒸汽机船,又称“汽船”。它速度快,载量大,能缩短旅游时间,降低旅行费用,直接推动了旅游活动的发展。

(三) 内燃机时代

1859 年,法国工程师勒努瓦制造了第一台内燃机。这是一台煤气机,效率很低。1876 年,德国工程师奥托制成了按四冲程原理工作的煤气机,称为“奥托循环机”,这是内燃机划时代的进步。四冲程循环内燃机,是继蒸汽机出现之后,人类机械史上、动力工程领域当中的又一巨大贡献。同蒸汽机相比,内燃机具有液体燃烧、结构紧凑、体积轻巧、热效力高等特点。之后,内燃机被广泛应用到汽车产业。到第一次世界大战爆发,英国已有 13 万辆私人汽车,美国也有 200 万辆。

摩托化的发展进程改变了旅游的实质。多数人放弃了铁路,开始使用便捷



的汽车旅行,汽车旅馆、摩托旅馆也因此应运而生。

(四)喷气机时代

从1903年莱特兄弟发明飞机,在北卡罗来纳州的上空开始第一次空中飞行开始,飞机与旅游的关系越来越密切。早期发明的飞机,主要是用于战争,但不久也开始转向民用。1919年,德国一家运输公司开通了世界上第一条国内民用航线,即柏林—莱比锡—魏玛航线,这家运输公司就是今天的德国汉莎航空公司的前身。

早期的飞机主要是螺旋桨飞机,其速度为每小时400公里。而真正空中旅游时代的到来与波音707的发明和使用有很大的关系。50年代末,以美国波音707为代表的世界第一代喷气式客机诞生。1958年,波音707喷气式飞机开始投入使用,每小时平均飞行800~1000公里。这意味着,用同样长的时间,空中旅行者可以到达更多更远的地点,这对商务旅行来说具有特殊的价值。1959年1月25日,美国航空公司首次驾驶喷气式飞机横跨美国大陆,从洛杉矶直飞纽约。

70年代初,泛美国际航空公司开始使用新型的波音747客机,将352名乘客从纽约送到伦敦,它标志着大型喷气式客机时代的开始。喷气式飞机出现后,大批状况良好的二手螺旋桨飞机涌向市场。于是,很多较小的公司廉价购买这些飞机,以开辟包机旅行业务。

(五)信息时代

信息革命以巨大的冲击力改变了传统旅游业的面貌,信息技术正在旅游业的各个领域中得到广泛的应用,这使得旅游业的产业结构等产生了一些新的发展趋势。

旅游信息的产生是多源的、海量的。在互联网时代,旅游信息在海量生成的同时,传播的速度更快,范围和平台更加广阔,特别是由用户产生的信息来源,更加新鲜,也更为实际和有用。旅游信息的发展,让数据变为资源,变为可以赚钱的卖点。这样的旅游资源是最具有挖掘价值的。深度挖掘旅游信息,延长和不断上传产品信息,是发展旅游信息行业的根本。

信息技术和通讯技术的进步为旅游业的发展提供了进一步的技术支持。随着信息技术的不断发展和通讯技术的不断提高,旅游者能够获取旅游信息的渠道越来越多。而且,信息技术还为不同的旅游者提供了交流旅游经验的平台,这愈发使得原本为经验品的旅游产品透明化。信息技术在旅游业的各个领域已得到了较为普遍的应用,其应用水平已经成为旅游业现代化水平的重要标志之



一。信息革命将以从未有过的巨大冲击力,创造旅游业发展的新时代,它刺激着旅游市场的飞速发展和结构变化,改变着旅游业的产业构成,形成了旅游业发展的新机遇。

(六) 计算机时代

电子计算机的出现,对现代旅游业也产生了重要影响。20世纪60年代以来,一场新技术革命的浪潮冲击着全世界,对各行各业都产生了深远的影响,也使得世界旅游业能继续充满活力地向前发展。当今世界上大型的饭店集团都有自己的计算机客房预订系统、宾客账目结算系统、客房管理系统和视频服务系统等。旅游者可以通过客房预订系统在世界各地的饭店办理客房预订手续,随时获得世界各地饭店的可供出租客房、客房预订处理等信息。通过客房管理系统,可以了解到客房设备使用情况的各種信息,对饭店的冷暖气、照明、通风等设备进行自动开启、关闭和调节,最大限度地节约能源费用,减少饭店成本。通过计算机视频服务系统,顾客在客房一按键就可以得到最新的运动比赛项目比分、气象预报、飞机火车时刻表,预订机座、餐厅、出租汽车,定做礼品以及电子游艺等服务。电子计算机在旅游业中的广泛应用,使旅游部门面对量大而又多变的客流能及时进行处理,保证了旅游业在经过本世纪60~70年代的大发展后仍然能继续不断地向前发展。

随着科学技术的进步,人类将会翻开太空旅游的新篇章。旅游业的发展必须依赖科学技术的进步,科学技术是旅游业发展的真正动力。

第二节 旅游业的含义、结构、性质和特征

一、旅游业的含义

旅游业是以旅游资源为凭借、旅游设施为条件、旅游服务为依托而获取经济和社会效益的一种服务产业。它是国民经济诸多产业中一种综合性服务产业。旅游业通过旅游经济活动,为旅游者提供吃、住、行、游、购、娱一条龙综合服务,属于第三产业范畴。

旅游资源、旅游设施、旅游服务是旅游业的三大要素。旅游资源,包括自然风光、历史古迹、革命遗址、建设成就、民族习俗等,是经营旅游业的吸引能力;旅