

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
高等职业教育旅游专业教学用书

旅游概论

赵长华 主编



旅游教育出版社

责任编辑:张瑞芳 舒 虹

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论/赵长华主编. —北京:旅游教育出版社,2003.7(2008.5)

ISBN 978-7-5637-0872-7

I. 旅… II. 赵… III. 旅游—概论 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 35723 号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
高等职业教育旅游专业教学用书

旅游概论

(第 3 版)

赵长华 主 编

吴 本 副主编

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)
E-mail	teptx@163.com
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	15
字 数	241 千字
版 次	2008 年 5 月第 3 版
印 次	2008 年 5 月第 1 次印刷
定 价	23.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

为落实《教育部关于以就业为导向深化高等职业教育改革的若干意见》的精神,加强教材建设,确保高质量教材进课堂,教育部决定制订“普通高等教育‘十一五’国家级教材规划”。

按照规划精神,我社在原有旅游高等职业教育教材的基础上进行了整理和提升,注重紧密结合行业实际,反映当代社会经济发展的最新面貌,在内容和体系上具有明显特色,解决一线教学实际需要。

新版高职教材在保持原教材优势的基础上,以方便教师教学和学生学习为宗旨,增设了课前导读、学习目标、案例分析、本章小结等模块,旨在在教师和学生之间搭建一个互动的平台,使教师能够更好地和学生沟通。文中示例、公式一律突出显示,目的是让读者花最少的时间掌握最有用的信息。与原版教材相比,本版教材在编排上主要具有以下显著特征:

精简优化了内容。在初版中,有些教材花大量篇幅介绍某些工种的岗位职责及主要任务,既占课时,又不便于教师教学。再版时,将这部分内容置于附录中,既便于教师灵活运用,又有利于学生分清主次。同时,针对旅游学科实践性强的特点,修订后的教材特别注意增补了一些案例,目的是强化案例教学的作用。在案例的处理上,有些案例有评析,可以帮助学生进一步掌握每章重点;有些案例没有评析,既给教师布置作业留下了余地,也可供学生自学使用。

更新增补了资料。根据旅游业最新发展情况,此次修订增补了最新行业法规,补充了入世后的相关内容,更新了旧的材料和数据,使本版教材能充分反映行业的最新发展和业内最新的研究成果。

权威专家严格把关。本教材的作者均为业内专家,有着丰富的教学经验及旅游企业的管理经验,能将教材中的“学”与“用”这两个矛盾很好地统一起来。在此基础上,经杜江等业内权威专家把关和专业编辑审读加工,确保了本教材的权威性和专业性。我们深信:只有专业的,才是最好的!

贴近教学的全新编排。增课前导读,帮助读者更好地理解各章内容;拟定学习目标,帮助教师与学生更好地沟通;补充有用信息,案例分析、思考与练习,让学生

尽快消化所学知识;改目录风格,人性化的设计,面面俱到,全书内容一览无余。

经过教育部组织的专家评审,“旅游高等职业教育系列教材”中的大部分被批准为普通高等教育“十一五”国家级规划教材,实现了行业教育与职业教育的平稳对接。

作为全国唯一的旅游教育专业出版社,有着丰富的旅游教育专业教材的编辑出版经验和庞大的专业作者队伍,我们有责任把最专业权威的教材奉献给广大读者,这也是我社教材受到广大读者认可的重要原因。

新版高职教材即将面世,我们想借这套教材的出版,探索一种全新的教材编写、出版模式,把一本本赏心悦目、专业实用的教材奉献给大家,使其真正成为您的贴心朋友。

旅游教育出版社

前言

旅游业自19世纪中期诞生起,仅经过一个半世纪的发展,至1992年就一跃成为世界最大的经济产业,被一致公认为是一颗新兴的产业明星。目前,旅游业产值已占到全球经济总产值的10%以上。

旅游业的快速发展对旅游人力资源的开发提出了迫切的要求。进入新世纪以来,我国加紧实施旅游人才战略,大力开发旅游人才资源,全面提高旅游队伍的素质,这无疑对于促进旅游业持续、快速、健康发展,推动我国积极参与国际竞争,实现成为世界旅游强国的目标具有十分重要的意义。

本套系列教材正是为了适应当前旅游业的发展形势和国务院关于加强高等职业教育技能培训的要求,而适时推出并不断完善的一套专业教材。《旅游概论》是本套系列教材中的一本,教学目标是使学生掌握旅游、旅游业的基本概念、基础知识和基础理论。

《旅游概论》的主要内容为:

(1)旅游发展与历史的沿革。即研究旅游活动的产生与发展的历史及其与社会经济发展的关系。旅游是社会生产力发展到一定阶段的产物,旅游的历史沿革从一个侧面反映了人类社会发展的历史。

(2)旅游活动的本质和社会属性。旅游是以经济形式表现出来的一种综合性的社会活动,同时又是一种社会文化现象。它不仅对社会经济产生影响,而且也对社会政治和文化发生作用,它既有积极的一面,又有消极的一面。因此,旅游者、旅游企业经营者和从业者、旅游主管部门应自觉认识和正确对待发展旅游业所带来的各种社会效果,发挥其积极作用,控制其消极影响;在制订旅游发展计划时能综合考虑各种因素,从而保证旅游业的健康发展。

(3)旅游活动的基本要素和各要素之间的关系。作为旅游主体的旅游者必须具有一定的条件,如支付能力、闲暇时间、旅游动机等,同时,还必须具备能实现其旅游欲望与要求的旅游客体,即旅游吸引物,也就是旅游资源和旅游设施。因此,旅游资源的规划、开发、保护、利用和旅游设施的建设,就成为旅游研究的内容之一,而连接旅游主客体的介体——旅游业的产生和发展导致现代旅游大众化、普及化、国际化等特征的形成。

(4)旅游业的实质、结构和组织。对这两方面的研究,主要目的是为了对现代

旅游和旅游业的特点有一个正确认识,在了解和认识旅游业性质、结构和组织作用的基础上,通晓、掌握旅游业和国民经济其他部门与行业的关系、旅游业内部的构成和各个部门的职能与作用,初步掌握旅游经济活动的规律和旅游业经营管理的方法与技能。

(5)旅游管理组织和旅游政策法规。旅游业的特性决定了它与国民经济、社会发展有着密切关系,是一个政策性很强的产业,因此,统一规划和部署就显得尤为重要。而旅游管理机构 and 组织的建立、旅游政策法规的制定与实施,则从组织上和法律上对此起了保证作用,既有利于协调旅游业与国民经济相关行业、部门的关系和加强旅游行业之间的协作,又有利于旅游行业的自律与规范,更有效地保证了旅游业的健康、持续发展。

(6)旅游可持续发展。这是20世纪末在可持续发展理论上所形成的指导世界各国旅游业发展的一个新的理论和新的研究课题,它是各国进行旅游规划、旅游资源开发和旅游管理的指导方针,是使旅游业获得长期稳定和持续良好发展的保证。

(7)旅游业发展模式。每个国家社会、政治、经济、文化和旅游资源条件的差异决定了旅游业发展模式的不同。不论是发达国家还是发展中国家,均需根据自身国情,扬长避短,充分发挥自己的优势,选择符合本国国情的旅游业发展模式,这是其旅游业在日趋激烈的世界性竞争中获得成功发展的基础。

本书第三版在第二版基础上,努力吸收和采用国内外最新研究成果,反映当前最新的国内外动态、世界旅游业发展状况、我国“入世”后旅游业发展和“入世”承诺的履行状况以及应对“入世”的策略。第三版重写了第七章、第八章,增加了第十三章“旅游业发展模式”。全书观点鲜明,内容充实,贴近时代,贴近现实,更具现实意义和可读性,也有助于学生更好地了解当前世界旅游业发展动态。

本书主编赵长华,为复旦大学旅游系教授,统稿审定全书并撰写了本书前言、第一至第六章、第十章、第十一章。副主编吴本,为复旦大学旅游系副教授,第三版的修订主要由其负责,并撰写了第七章、第八章、第十三章。第九章和第十二章由黄晨晨撰写。

赵长华

2008年4月

目 录

第 1 章 旅游与旅游者	1
课前导读	1
学习目标	1
第一节 旅游.....	1
第二节 旅游者	14
本章小结.....	19
思考与练习	19
第 2 章 世界旅游的起源与发展	20
课前导读.....	20
学习目标.....	20
第一节 古代旅行	20
第二节 近代旅游和旅游业的诞生	25
第三节 现代旅游的大发展	30
本章小结.....	37
思考与练习	37
第 3 章 中国旅游的起源与发展	38
课前导读.....	38
学习目标.....	38
第一节 中国古代旅行	38
第二节 中国现代旅游业的诞生和发展	41
第三节 改革开放后的中国旅游业	44
第四节 加入世贸组织后的中国旅游业	52
本章小结.....	61
思考与练习	62
第 4 章 旅游业	63
课前导读.....	63
学习目标.....	63
第一节 旅游业的概念和构成	63

第二节	旅行社	69
第三节	旅游饭店	76
第四节	旅游交通	85
第五节	游览娱乐设施	91
第六节	旅游购物业	92
本章小结	95
思考与练习	96
第 5 章	旅游业的经济作用与影响	97
课前导读	97
学习目标	97
第一节	旅游业产业地位的确立	97
第二节	旅游业在国民经济中的作用	101
第三节	旅游业对国民经济发展的不利影响	111
本章小结	113
思考与练习	113
第 6 章	旅游的社会文化作用与影响	114
课前导读	114
学习目标	114
第一节	旅游促进社会文化发展	114
第二节	旅游的负面影响及其消除措施	118
本章小结	119
思考与练习	120
第 7 章	旅游资源	121
课前导读	121
学习目标	121
第一节	旅游资源概述	121
第二节	旅游资源分类	125
第三节	旅游资源调查与评价	129
第四节	旅游资源开发与保护	134
本章小结	138
思考与练习	138
第 8 章	旅游产品	140
课前导读	140
学习目标	140
第一节	旅游产品概述	140

第二节 旅游产品的分类·····	143
第三节 旅游产品的开发·····	146
本章小结·····	150
思考与练习·····	150
第9章 旅游市场 ·····	152
课前导读·····	152
学习目标·····	152
第一节 旅游市场综述·····	152
第二节 国际旅游市场·····	156
第三节 旅游市场调查·····	162
第四节 旅游市场宣传·····	165
本章小结·····	170
思考与练习·····	170
第10章 旅游组织与政策法规 ·····	172
课前导读·····	172
学习目标·····	172
第一节 旅游组织·····	172
第二节 旅游政策法规·····	182
本章小结·····	190
思考与练习·····	191
第11章 旅游教育 ·····	192
课前导读·····	192
学习目标·····	192
第一节 国外旅游教育·····	192
第二节 中国旅游教育·····	197
本章小结·····	204
思考与练习·····	205
第12章 旅游可持续发展 ·····	206
课前导读·····	206
学习目标·····	206
第一节 可持续发展理论·····	206
第二节 旅游可持续发展·····	209
第三节 旅游可持续发展的作用和意义·····	213
本章小结·····	216
思考与练习·····	217

第 13 章 旅游业发展模式	218
课前导读	218
学习目标	218
第一节 世界旅游业的发展模式	218
第二节 中国旅游业的发展模式	225
本章小结	227
思考与练习	227
参考书目	228

第 1 章

旅游与旅游者

课前导读

旅游是社会经济发展到一定阶段的产物。旅游作为人类一项特殊的社会实践活动,在历史长河中已存在了数千年。今天,旅游已成为人们生活的一个重要组成部分。当我们把旅游作为一个研究对象时,有必要对什么是旅游、旅游的本质属性、旅游活动产生的主观和客观条件、旅游活动的特点和种类等做具体阐述,对旅游活动的主体——旅游者进行科学的认定。

学习目标

通过学习本章,要达到以下目标:

- 掌握旅游的概念和它的本质属性
- 剖析旅游产生的条件
- 归纳旅游的特点和种类
- 对旅游者下一个科学的、可操作的定义
- 不同类型旅游者所表现的不同特点

第一节 旅 游

一、旅游的定义

旅游作为人类一项特殊活动和一种社会现象,已有几千年的历史。有人说,“旅游”这个词是外来语,是 1811 年从英国《牛津词典》的 tourism 词条翻译过来的,意思是离家远行,参观、游览一个或几个地方,然后又回到家里。也有人说“旅游”一词最早出现在 20 世纪 60 年代出版的《现代汉语词典》,解释为“旅行游览”。实际上早在魏晋南北朝时,一些诗人在诗歌中就已开始应用“旅游”一词,如南梁诗人沈约的《悲哉行》中就有这样的诗句“旅游媚年春,年春媚游人”,比英国要约

早 1300 年。唐代以后,“旅游”一词的使用频率就高了,如唐代诗人韦应物《送姚孙还河中》的“上国旅游罢,故园生事微,风尘满路起,行人何处归”;张籍《岭表逢故人》中的“过岭万余里,旅游经此稀”;白居易《宿桐庐馆同崔存度醉后作》的“江海飘飘共旅游,一樽相劝散穷愁”等。

“旅”和“游”的单独出现,在我国则还要早。《周易》中专门有一条“旅”卦,“旅,小亨旅贞吉”,“旅之时义大矣哉”,这里的旅即旅行的意思。《诗经·柏舟》中的“微我无酒,以敖以游”,这里的游指遨游,游览。唐代孔颖达的《周易正义》中的“失其本居而寄他方,谓之为旅”,“谓闲暇无事于之游”,可以说这是我国最早给旅行、游览下的定义了。从上述我们可以看出,我国先民很早就已觉察到旅游是一项必须在闲暇时间进行,并离开常住地到异地旅行的活动。

将旅游作为一种社会现象,进行较系统、全面而科学的研究,则是 20 世纪的事。由于人们所处的历史时代不同,各时期社会经济发展水平不一,对旅游的认知和确定旅游概念的角度与方法等也存在差异,因而对旅游的定义和内涵有着不同的诠释。正如有些专家所说,有多少人研究旅游现象,就会产生多少个有关旅游的定义。

1. 有关旅游的不同定义

(1) 1927 年德国蒙根·罗特提出的交往定义,强调旅游是“作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往”。

(2) 1935 年德国格吕克斯曼提出的关系定义,第一次将旅游确定为非实质性的实体,认为旅游是“旅居人与当地人之间各种关系的总和”。

(3) 1942 年瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫提出的综合定义,指出“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。这些人不会寻求永久居留,并且不从事任何赚钱的活动”。

(4) 20 世纪 50 年代,奥地利维也纳经济大学旅游研究所提出的动机定义,突出了旅游是出于休养、教育、扩大知识和交际等动机的活动。

(5) 世界旅游组织前身联合国国际官方旅游组织联盟提出了时间定义,强调到一地逗留时间必须超过 24 小时。

(6) 1974 年英国萨里大学 A. J. 伯卡特和 S. 梅特利克提出的流动定义,提出“旅游是发生于人们前往和逗留在各种旅游地的流动”,强调旅游的流动性。

(7) 日本旅游学家律田新教授提出的目的定义,认为旅游主要是为了达到考察别的国家或地方的文物制度,观赏游览风光等目的。

(8) 1980 年美国密执安大学罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特提出的相关定义,强调旅游活动中旅游者、旅游企业、东道国政府、东道地居民的相互作用及由此产生的一切现象和关系。

(9) 雅法尔·雅法利提出的文化定义,突出了旅游是一种文化现象。

上述定义中对后来产生较大影响的是汉泽克尔和克拉普夫的旅游定义,可以说是众多有关旅游的定义中最符合科学规范,也是较完整的一个。这个定义较全面地概括了旅游的基本特性和旅游现象的综合性,说明旅游不仅是旅游者个人的活动,而且涉及与之有关的一切关系。由于其阐述深刻而又科学,产生了深远影响,后来被国际旅游界广泛接受。20世纪70年代,国际旅游科学家联合会(International Association of Scientific Experts in Tourism)正式采用了此定义,所以又被称为艾斯特定义(IASET)。

2. 审视、研究旅游达成共识的几个方面

(1) 旅游必须是旅游者离开自己的定居地到异国他乡旅行的活动,不以谋生和赢利为目的。

(2) 旅游是旅游者前往旅游目的地作短暂停留的活动,它完全不同于移民性质的长期居留,因为旅游者不会在旅游目的地要求就业。

(3) 旅游是旅游者旅行和暂时居留而引起的各种现象和关系的总和,既包括旅游者主体的活动,也包括由此在客观上产生的所有现象和关系。

这些共识维系了很长一段时间。然而,伴随国际交往、合作的日益频繁,旅游业的蓬勃发展和世界经济全球化趋势的不断加强,在近几十年里涌现出了新的旅游现象,其中有些具有营利性特征,如现代商务旅游、会展旅游、贸易旅游。因此原先的关于旅游不具有经济性质的论断就显得不够完善与精确了。

现在我们结合上述变化,对旅游作出以下定义:

旅游,是人们以满足某种精神和物质需要为目的,离开常住地到异国他乡作短期停留,但不要求定居和就业所引起的一切现象和关系的总和。它既是一种文化生活,又是一种综合性的社会经济活动。

二、旅游的本质属性

本质属性决定了事物和现象的归属。正确理解旅游的本质属性,可以使人们对旅游有更深刻的认识,从而在对它的发展、管理和处理其与社会的关系等方面,更能做到符合社会发展的一般规律。

旅游究竟属于一种什么性质的活动?实际上,从20世纪60年代起就开始讨论这一问题了。意大利学者马里奥蒂最早提出旅游是属于经济性质的一种社会现象,这一观点得到德国学者鲍尔曼的支持。此后,在相当长时间里,旅游被普遍视为一项具有重要经济意义的活动,这一认识深刻地影响着学术界,尤其是经济学的思想。但是,早在20世纪30年代至40年代,德国的格吕克斯曼和瑞士的汉泽克尔、克拉普夫就提出了旅游现象属于非经济性质活动的观点。第二次世界大战后,一些社会学家、历史学家、文化界人士逐渐持文化论看法。不过,近期来更多的学者已越来越注意到旅游现象的非经济性本质的东西,即使一些原来持经济论的

专家学者也开始扬弃自己的观点,建议广泛使用文化人类学和社会学的方法研究旅游。从旅游发展的历史进程看,旅游是人类社会经济和文化发展到一定阶段的产物,因此它必定具备经济活动和文化活动的特点,但旅游活动是人在具体的社会环境中进行的,所以它必然会综合反映社会环境中的多种复杂现象。

1. 旅游是人类社会经济发展的产物

旅游的产生、发展与社会经济发展有密不可分的联系。原始社会时期,社会生产力极其低下,为了维系生命,人们不得被束缚在为谋取生活资料的生产劳动中,没有闲暇去游乐。尽管人们为谋生而四处漂泊、狩猎、迁徙,但是这是一种被生活所迫的被动行为,不构成享受和娱乐,因此不能称其为旅游。进入奴隶社会,人类历史发展到一个新的时期,社会分工扩大,生产力提高,产生贫富差别,奴隶制的发展与繁荣为人们外出进行经商、宗教等旅行活动提供了物质条件。但这种最原始的旅行,由于受到社会条件和生产力落后的限制,只局限在极少数人范围内,无论从人次、地域范围来看都很小。近代资产阶级革命的爆发和随之而来的产业革命,使生产关系发生深刻变革,生产力有了极大提高,社会财富的急剧增长、城市化进程的加快,改变了人们的工作性质、生活方式和外出旅游活动。19世纪30年代开始的铁路革命和交通运输技术的进步,使旅游规模发生了质的变化。19世纪中期,以托马斯·库克旅行社为首的一大批旅游经营机构的诞生、职业导游的出现、旅游指南手册的问世以及一批现代化饭店的崛起和后来为旅游活动提供方便、安全的金融工具——旅行支票、信用卡的产生,使旅游经营成为一项经济活动,旅游业遂成为一个经济行业。第二次世界大战后,世界局势的相对缓和和趋于稳定、全球经济的恢复与快速增长、国民收入的增加、工作时间的缩短、余暇的延长,让越来越多的人具备了外出旅游的条件。旅游成为一项大众化、平民化、普及化的活动。由此可见,人类旅游活动的产生、发展是社会经济发展的必然结果。

2. 旅游是一种社会文化现象

首先,旅游是人类物质文化生活和精神文化生活的一个最基本的组成部分。它是以在更大的自然和社会空间中获取新的感受和心理快感为旨的审美过程和自娱过程,可以说,在广览博闻中享受美感和愉悦感,是每个旅游者的起码需求。尽管旅游动机各不相同,或观光名胜古迹,或欣赏山水风光,或考察异域风情,或探亲访友,或追故怀旧……但开阔眼界,寻求超常生活的感受,陶冶情操,提高自身文化素养等等所表现出的强烈的文化欲望是一致的。当社会不断前进,进入高科技的信息时代,人们更是越来越注重旅游活动的文化内涵。

其次,旅游者追求的以丰富而新鲜的审美感受形成的精神和文化生活价值,是靠旅游目的地的旅游资源、旅游设施、旅游服务体现的,而这些都是有一定社会文化的反映。由历史、宗教、艺术、科学、民俗风情等社会文化因素组成的人文旅游资源具有鲜明的国家、民族、地域的文化色彩。自然景观在人们开发利用过程中也被赋

予丰富的内涵,因此,旅游资源无疑凝聚着人类的精神文化,是社会文化环境的集中体现。不同国家、不同民族、不同地域的旅游设施所包含的历史、艺术内容与审美价值观及反映的文化个性也是不同的。至于旅游接待国和接待地区所提供的一系列服务,更是从形式到内容表现出特定环境、特定地域的特有的历史文化和当代的社会道德风貌,无论是经营者、管理人员,还是服务人员,他们的一言一行、一举一动,乃至服饰礼仪,都显示了一个国家或地区的民族文化特色。

最后,旅游发展到当代,其文化内涵在不断充实,不断丰富。从最早的自然山水的观光旅游,发展到休闲度假型旅游,在今天人们又崇尚和热衷于特色旅游、专项旅游,例如:文化旅游、文物古迹旅游、宗教旅游、民俗风情旅游、美食旅游、荒漠旅游……这些精神旅游、专项旅游都蕴涵着极其丰富的社会文化内容,自然也不同程度的满足了旅游者的物质文化和精神文化需求。

3. 旅游是人类一项综合性的社会活动

旅游活动的内容十分广泛,它涉及政治、经济、文化等领域的方方面面,如和平交往、科技合作、文化交流、贸易往来、会议展示、学术考察、商务活动、体育比赛、宗教朝圣等。旅游者的旅游消费也涉及政治、经济、文化等方面,构成一项综合性的社会活动。可以说,在整个旅游过程中,任何一项单独活动都不能构成旅游;同时,缺少某些方面也不能成为旅游。各种有关的社会活动互为条件、互为依托、互相支持,才能构成旅游。

此外,旅游作为人民之间普遍的社会交往活动,不但促进了地区之间、国家之间的友好关系,也增进了人民之间的相互了解和友谊。正因为如此,各地方政府和各国政府十分重视旅游的社会作用。从历年世界旅游组织提出的口号也清楚地反映了旅游的社会作用。

4. 旅游是一项高级消费活动

旅游是人们在满足了对基本生活必需品需要后产生的高层次、高档次的享受型消费。它既有基本生存需要的消费,又有发展需要和享受需要的消费,更多的是对后者的消费。即使为满足生存需要的旅游消费,也远远超出日常生活的消费水平。哪怕是一位平时生活十分节俭朴素的普通劳动者,一旦外出旅游,为了得到物质和精神生活的享受,为了追求审美情趣和情感愉悦,通常都会表现出异乎寻常的大方和阔绰。

5. 旅游是人类的一种精神活动

旅游属于高层次的生活方式,是人们为了得到在日常生活中得不到的那种生活体验的精神活动。尽管旅游者的出游动机是各种各样的,而且在旅途中要消耗大量体力,但其最终目的是要通过旅游饱览优美宜人的自然景色,观赏历史悠久的名胜古迹,去除疲劳和紧张,使身心获得完全放松,从而进入心旷神怡和可以随意塑造自我的意境。在旅游过程中,人们所得到的是完全不同于日常生活中的物质

占有欲望的满足,是一种精神文化占有欲的满足。例如,只有你亲自登上泰山,才能体会到泰山作为五岳之尊的雄伟气势,才能产生“一览众山小”的豪迈气概;再如当人们到陕西旅游时,那一望无际的秦川绿野、古朴无华的黄土风情和大量印烙着我国历史轨迹的文化遗存,会让他们得到一种在其他地区得不到的无与伦比的审美享受,使人浮想联翩,心潮翻腾。这些是只有亲临其境的人才能产生的一种精神占有的满足感,这种精神生活的享受和体验,是只有通过旅游才能获得的。

三、旅游产生的条件

促使旅游产生的主要条件是收入水平和闲暇的短长;当然还有其他一些社会条件。当这些条件都具备之后,那么个人动机就起决定性作用了。

1. 个人可自由支配的收入

个人可自由支配收入是旅游产生的首要条件。收入如果只能维持温饱,那旅游就是一句空话。第二次世界大战后,正是许多国家经济获得巨大发展,居民可自由支配的收入大大增加,越来越多的人在拥有足够的支付能力后,才有可能参加旅游活动的。一个人的收入水平,或者说一个家庭的收入水平,决定旅游能否实现、旅游消费水平的高低,以及对旅游目的地选择。

现在,不仅是发达国家,相当一部分发展中国家,其居民消费结构中恩格尔指数^①也在不断下降,这样,居民收入中除去必要的日常生活开支,就有更多的积余可用于教育、旅游等方面。在实际生活中,旅游消费在个人最终消费中的比重正在不断提高。根据经济合作与发展组织公布的统计资料,其成员国国际旅游花费占个人最终花费的比重,由1980年的1.6%上升到1990年的2.8%。从增长速度看,旅游消费正在超过人们收入的增长和最终消费的增长。20世纪90年代,美国居民国内旅游花费已超过用于衣着和购买新轿车的费用,也超过国防费用平均支出。现在美国人用于旅游、休闲的支出约占全部消费支出的1/3,这与美国人均国民收入的增长有密切的关系。20世纪50年代,美国工薪阶层平均工资每小时不到3美元,70年代每小时为3.23美元,80年代陡增到每小时8美元以上^②,到20世纪末又在80年代基础上翻了近一倍。事实上,各国工薪阶层的收入,不论纵向比较还是横向比较,以及在国民收入中份额的比较,都有了很大提高。这为外出旅游创造了良好条件。而且随着个人可自由支配收入水平的提高,旅游消费水平和消费构成还会发生变化。

我国自改革开放以来,国民经济保持了持续高速发展。国内生产总值由1978

^① 系指为维持基本日常生活的必需品开支(食物、衣着等)在家庭总开支的比重,由19世纪德国统计学家厄恩斯特·恩格尔发现。

^② 何光炜,新世纪新产业新增长——旅游业成为新的经济增长点研究。北京:中国旅游出版社,1999:143。

年3 624亿元人民币激增到2006年209 407亿元,当年人均国内生产总值达到15 930.79元,人民的生活水平有了极大提高。20世纪80年代中期以后,国内旅游呈现迅速增长势头,到90年代,我国居民出境旅游人次也逐年增加,这与人民生活水平和生活质量提高有直接关系。据国家统计局公布资料,十几年来,我国城镇和农村居民的人均年收入均持续较大幅度增长,2006年城镇居民人均可支配收入达到11 759元,农民的人均纯收入达到3 587元,城乡居民家庭消费支出的恩格尔系数已分别下降到35.8%和43%。同时,中国的储蓄率高达46%,居民储蓄存款15.6万亿元,并且预计中国的高储蓄率还将持续10到20年。收入的增加使得个人旅游消费需求和支付能力明显提高,旅游消费群体进一步扩大,2006年,我国国内旅游人数达到13.9亿人次,出入境游超过1.5亿人次。可见,社会生产力的不断发展、社会财富总量的日益积累、国民人均收入和可自由支配收入的相应增长,是旅游产生的最基本条件之一。

2. 个人可自由支配的时间

人类的活动时间,大体上可以分为谋生活动时间、生理必需活动时间、家务和社会活动时间、闲暇活动时间,其中只有闲暇或者说余暇,才能成为人们可用于旅游的可自由支配时间。闲暇越长、越多,那么越有条件产生更多的旅游。

闲暇可以分作四种:

(1) 每天工作以后的闲暇。这部分时间可用于休息、娱乐,但不足以用于旅游。

(2) 周末闲暇。现在世界上除少数国家外,绝大多数国家都实行每周5天工作制。我国从1995年5月1日起开始实行每周5天工作制,从而促进了国内短程旅游的发展。

(3) 节假日。节假日多为全家团聚、亲友约会、休闲观光的好时机,因此节假日往往是旅游的高峰时期。各国公共假日长短不一,多数与本国民族传统节日有关,西方国家主要节假日集中在圣诞节、复活节。我国自2000年起开始实行全年10天公共节假日制,包括国庆节、五一劳动节、春节、元旦。自2008年起,我国对国家法定节假日制度进行了调整,全年公共节假日总天数为11天,增加了清明、端午、中秋三个传统节日,将春节放假的起始时间调整为除夕,并允许周末上移下错,与国家法定节假日形成两个七天的“黄金周”(春节和国庆节)和五个三天的“小长假”(元旦、清明、五一劳动节、端午、中秋),这不仅增加了国家法定节假日的传统文化影响力,还增加了假日的次数,为人们的出行创造了更多的便利条件。

(4) 带薪假期。现在除发达国家对就业职工实行带薪休假制度外,亚洲、拉丁美洲等一些发展中国家也积极推行带薪休假制度。世界工业化进程的加快使工薪者劳动时间大为缩短。1936年法国第一个以立法形式宣布劳动者可以每年享受至少6天的带薪假期。英国于1938年通过了《带薪休假条例》,第二次世界大战