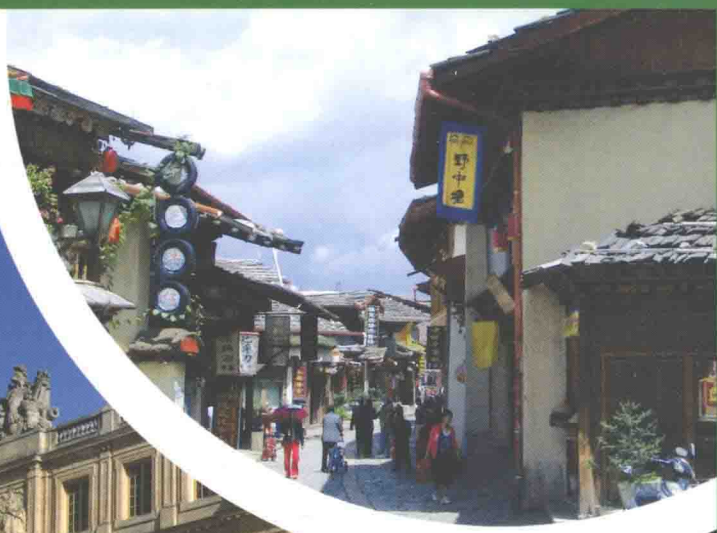
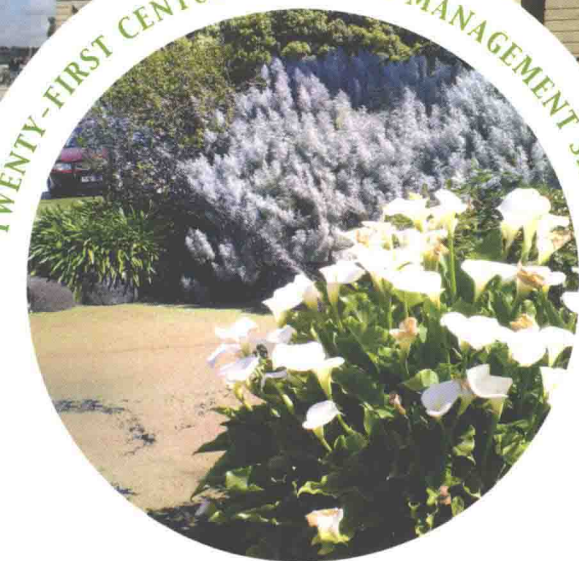


TWENTY-FIRST CENTURY TOURISM MANAGEMENT SERIES



复旦卓越 · 21世纪旅游管理系列

旅游概论

刘英琴 王素娟 主编



复旦大学出版社

www.fudanpress.com.cn



复旦卓越·21世纪旅游管理系列

旅游概论

刘英琴 王素娟 主编

TWENTY-FIRST CENTURY
TOURISM MANAGEMENT SERIES



复旦大学出版社

www.fudanpress.com.cn

图书在版编目(CIP)数据

旅游概论/刘英琴,王素娟主编. —上海:复旦大学出版社,2011.8
(复旦卓越·21世纪旅游管理系列)
ISBN 978-7-309-08329-3

I. 旅… II. ①刘…②王… III. 旅游-高等职业教育-教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 158484 号

旅游概论

刘英琴 王素娟 主编
责任编辑/罗翔

复旦大学出版社有限公司出版发行
上海市国权路 579 号 邮编:200433
网址:fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com
门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853
外埠邮购:86-21-65109143
江苏省如皋市印刷有限公司

开本 787×1092 1/16 印张 10.25 字数 207 千
2011 年 8 月第 1 版第 1 次印刷
印数 1—4 100

ISBN 978-7-309-08329-3/F·1736
定价:20.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。
版权所有 侵权必究

前言

QIAN YAN

1978年以后,中国的旅游业经过近三十年的发展,已步入了新的发展阶段,我国正在逐步实现由旅游大国向旅游强国的转变。为了提高旅游教育的质量,使从业人员对旅游的概况和最新发展动向有更为清楚、全面的了解,促进理论和实践更好地结合,我们编写了《旅游概论》教材。

《旅游概论》是旅游、酒店类学生的一门必修主干课程,是专业课程中的一门先导课程和基础课程,对激发学生专业兴趣和其他后续课程的学习具有重要意义。旅游概论具有综合性,学好旅游概论,可以体现旅游专业学生的综合素质。

本教材在继承同行专家学者成果精华的同时,也具有自己的鲜明特色,主要体现在以下几个方面:

(1) 以系统论为基础,逻辑性强。本书以系统论为基础,认真分析旅游发展现象及其规律,结合学生的认知特点,将全部内容分为五个子系统,每一部分既相对独立又互相联系,使学生所学知识融会贯通。

(2) 以旅游发展实践为基础,实践性强。基于旅游教学的特点,本书更加注重实践教学内容,每章都有案例导入和课后实训,并附有大量的旅游案例和教学资料,反映了现代旅游业发展的新观念、新思想和新方法,具有较强的实践性。

(3) 实施项目教学,可操作性强。每一章的课后实训,又可作为独立的实训项目,由浅入深,由简单到复杂,逐步激发学生的学习兴趣。每个实训项目有具体的实训要求,可操作性强。

本书共分为五章,由河北青年管理干部学院刘英琴、王素娟任主编,参加编写的人员及其负责编写的各章分别为:第一章由河北青年管理干部学院的李萌老师编写;第二章由河北青年管理干部学院的聂学东、杨凤明老师编写;第三章由河北师范大学的王晓毅老师编写;第四章由河北青年管理干部学院的王素娟老师编写;第五章由河北青年管理干部学院的刘英琴、聂学东老师编写。参加编写的人员还有河北青年管理干部学院的于佳、王元元、段晓莉老师,全书由刘英琴老师统稿。

本书在编写过程中,参阅了大量旅游方面的书籍、文献资料以及相关案例,在此谨



向编著这些著作、资料的专家、学者致以诚挚的谢意,除了书后列出的参考文献之外,还有不少论著未能一一标明,在此一并表示谢意。

在本书的编写过程中,还要特别感谢江南大学的王家骏教授和无锡城市职业技术学院的都大明老师,本教材的章节体系是由王家骏教授确定的,各种联系工作是由都大明老师帮助完成的,感谢他们的无私奉献和帮助。

由于时间和水平有限,本书错误和疏漏之处在所难免,希望得到广大读者的批评指正。

编 者

2011年7月

目 录

MU LU

第一章 理解旅游	1
第一节 旅游	1
一、旅游的概念	1
二、旅游的产生和发展	2
三、旅游的本质属性及特征	5
四、旅游活动的种类	6
第二节 旅游者	7
一、旅游者的内涵	7
二、旅游者必须具备的客观条件	8
三、旅游者必须具备的主观条件	9
四、不同类型旅游者的特点	10
第三节 旅游业	10
一、旅游业的概念	11
二、旅游业的特点	11
三、旅游业的作用	12
四、中国旅游业的发展	12
第四节 旅游系统与系统模型	15
一、旅游与旅游系统	15
二、旅游系统模型	17
第二章 需求子系统	23
第一节 旅游需要	24
一、马斯洛需要层次理论	24
二、旅游需要	26
第二节 旅游动机	30
一、旅游动机的概念	30
二、旅游动机的分类	31





三、旅游动机的影响因素	32
四、激发旅游动机	32
五、旅游动机的特点	33
六、不同旅游者的旅游动机分析	33
第三节 旅游行为	34
一、以何种方式出游	34
二、到哪里旅游? ——旅游者旅游目的地决策行为	38
三、何时出游? ——新假期制度下的闲暇时间	42
四、如何选择饭店? ——旅游者选择住宿评估要素分析	45
五、如何获得满意的体验?	47
 第三章 旅行子系统	56
第一节 旅游交通	57
一、旅游交通概述	57
二、旅游交通在旅游业中的作用	63
三、现代旅游交通体系	64
四、现代旅游交通发展存在的问题及发展方向	67
第二节 旅游者对交通方式的感知与选择	68
一、旅游交通心理	68
二、旅游交通心理需求	69
三、旅游交通方式感知及选择	71
第三节 旅游者流动规律	73
一、影响旅游者流动的因素	73
二、旅游者流动的规律	75
 第四章 旅游目的地子系统	79
第一节 旅游目的地分析	80
一、旅游资源分析	80
二、旅游产品分析	83
三、旅游设施分析	89
第二节 旅游规划与开发	96
一、旅游规划	96
二、旅游开发	97
第三节 旅游业对经济、社会及文化的影响	100

一、旅游业对经济的影响	100
二、旅游业对社会的影响	102
三、旅游业对文化的影响	103
第四节 旅游可持续发展	104
一、可持续发展理论	104
二、旅游可持续发展提出的作用及意义	105
三、我国在旅游可持续发展方面存在的主要问题	106
第五章 旅游市场营销子系统	111
第一节 旅游市场营销调研与分析	112
一、营销导论	113
二、旅游消费者行为	116
三、旅游营销机会分析	119
四、旅游市场营销调研	121
第二节 营销战略与规划	128
一、营销战略：市场细分和趋势	129
二、营销战略：战略、定位和营销目标	134
第三节 营销计划的实施	138
一、营销计划和 4P 理论	138
二、旅游产品策略——深度开发	138
三、旅游产品定价策略——灵活定价	140
四、旅游分销渠道策略——快捷便利	140
五、旅游产品促销策略——多样化	141
第四节 营销计划的控制与评价	142
一、旅游市场营销管理	142
二、旅游市场营销计划	143
三、旅游市场营销控制	144
参考文献	154



第一章 理解旅游



学习目标

通过本章的学习,使学生在掌握旅游的基本概念、旅游的本质特征、旅游的基本属性、旅游活动的构成和类型的基础上,对旅游世界和旅游学科体系有一个基本认识和把握。



案例导入

15 世纪,西班牙、葡萄牙和英国已是海上强国,极力到海外寻找黄金和香料。1492 年,哥伦布得到西班牙国王的同意,率船出海,航行 70 天,发现美洲。随后又 3 次到美洲。1497 年,葡萄牙国王也派人向东航行,开辟了通往印度的海上航行新航线。后来,麦哲伦又开辟了环球旅行新航线。这些探险和航海活动,不仅扩大了人们的视野和活动范围,也加强世界各地人民的相互往来,对旅游的发展产生了深远的影响。

资料来源 傅云新:《旅游学概论》,广州:暨南大学出版社,2004 年,第 25 页。

第一节 旅 游

一、旅游的概念

(一) 旅游的定义

1. 1936 年,第一次定义国际旅游者

在两次世界大战的间歇期间,世界国际旅游收入增长迅速,因此在统计上迫切需要一个更准确的定义。1936 年举行的一个国际论坛上,国家联盟统计专家委员会首次提出,“外国旅游者是指离开其惯常居住地到其他国家旅行至少 24 小时以上的人”。1945 年,联合国(取代了原来的国家联盟)认可了这一定义,但是增加了“最长停留时间





不超过6个月”的限定。

2. 世界旅游组织的定义

1991年6月25日,世界旅游组织在加拿大召开的“旅游统计国际大会”上对旅游基本概念作出了新的定义:旅游是指“人们为了休闲、商务和其他目的,离开惯常环境,到其他地方访问或停留,但连续时间不超过一年的活动”。

这里的“惯常环境”包括居住地附近的地方和人们经常去的地方。它一是指人们常去的地方,即使这个地方离他的居住地很远,如某人的度假别墅或第二住房皆属惯常环境;二是指离一个人的居住地很近的地方,即使他很少去,也属惯常环境。

(二) 旅游和旅行

旅游包括过夜游和一日游两种。它同旅行的根本区别有二:一是旅游必须离开惯常环境,而旅行则无此规定;二是旅行的主体一般在访问地通过活动获取报酬,而旅游的主体不以此为目的。

二、旅游的产生和发展

(一) 古代旅游和旅行

旅游是人类社会经济发展到一定阶段的产物,从人类早期的生产活动开始萌芽,发展到现在成为一种全球性的活动。在人类原始社会早期阶段,由于生产工具的落后和生产力的低下,人类的生存无时无刻不处在饥饿和自然灾害侵袭的威胁之中。随着新石器时代的到来,生产工具的改进,生产效率的提高,畜牧业和原始农业开始形成和发展,出现了人类历史上的第一次社会大分工。但是,人们的劳动所获除供自己食用之外,几乎没有什么劳动剩余物,人们的社会活动基本上也只限于在自己的氏族部落范围内进行。也就是说,到新石器时代中期为止,由于缺乏劳动剩余物,人类还不具备有意识地外出旅行的需要。虽然在此之前的人类也有从一个地方转移到另一个地方的迁移活动,但这些活动都是因自然因素(如气候、天灾等生活环境的破坏)或特定人类活动(如战争)的威胁而被迫进行的,都是出于生存的需要。因此,可以说,新石器时代中期以前,人类客观上既无旅行的物质基础,主观上亦无外出旅行的愿望,人类迁移活动完全出于被迫或求生,不属于现今意义上的旅行和旅游。

新石器时代晚期,随着金属工具的推广和改良,农业和畜牧业有了较快的发展,手工业也逐渐发展起来。社会生产力的加速发展,促使手工业日益成为专门性的行业,并促使它们从家庭生产中分离出来,从而出现了人类历史上的第二次社会大分工,即手工业同农业和畜牧业的分离。到第二次社会大分工之后,很多产品的生产目的就是为了交换,交换本身也就成为一种重要的社会职能。随着商品生产和交换的发展,到原始社会瓦解和奴隶社会形成时期,开始出现了不从事生产、专门从事商品交换的商人阶级。这就是第三次社会大分工,即商业从农、牧、手工业中分离出来。商品经济的发展使得产品交换的地域范围不断扩大。人们需要了解其他地区的生产情况,需要到其他地区

交换自己的产品或商品,因而便产生了旅行经商或外出交换产品的需要。出于商品交换的需要,人类的旅行开始了。可见,人类历史上有意识的外出旅行最初是由产品或商品交换引起的。这一时期人类旅行的开始,并非是消遣和度假活动,而是由于人们为了扩大对其他地区的了解、接触的需要而产生的一种活动。因而在最初年代,主要是商人开创了旅行的道路。

(二) 近代旅游

到了近代,欧洲在数百年间经历了文艺复兴、启蒙运动以及英、法等国的资产阶级革命等一系列重大变革,不仅社会发生了翻天覆地的变化,人们的思想也逐步从封建宗教神权的禁锢下解放出来。在社会变迁中力量日益强大的中产阶级积极倡导并实践以人为本、注重人生享受、注重现世幸福的新观念和 New 生活方式。在这种思潮的影响下,能够给人带来美的享受和精神愉悦、使生活更加丰富多彩的旅游活动开始受到欢迎,成为生活中越来越受重视的内容之一。但是,限于当时的条件,特别是交通条件,多数人还不可能经常外出旅行,更不可能仅出于消遣和娱乐的目的去做长距离的旅行。

18 世纪中叶开始的产业革命最终把人类推向近代旅游的新阶段。产业革命对旅游发展的重大影响有以下四点。

第一,产业革命加速了城市化的进程,并且使人们工作和生活地点的重心从农村转移到工业城市。这一变化最终导致人们需要适时逃避节奏紧张的城市生活,产生对返回自由、宁静的大自然环境中去的需要。

第二,产业革命也改变了人们的工作性质。随着大量人口涌入城市,原先那种随农时变化而忙闲有致的多样性农业劳动,开始为枯燥、重复的单一性大机器工业劳动所取代。这终将促使人们强烈要求假日,以便能够从终年如一日的紧张状态中获得喘息和解脱的机会。

第三,产业革命带来了阶级关系的新变化。过去往往只有地主和贵族才有金钱和时间从事非经济目的的消遣旅游活动。产业革命造就了工业资产阶级的地位,从而使生产财富不再只流向封建贵族和大地主,还流向资产阶级,因而扩大了有财力外出旅游的人数。此外,产业革命还造就了出卖劳动力的工人阶级。随着生产力的提高和工人阶级的不懈斗争,使资产阶级有可能增加工人的工资以及给予他们带薪假日。虽然这是资本家榨取相对剩余价值的一种欺骗手段,但对广大劳动阶级来说,他们将有可能加入旅游活动的行列。但应当指出的是,工人阶级要求带薪假日的斗争经历了一个多世纪,直到 20 世纪上半叶在社会立法才真正获得胜利。

第四,科学技术的进步,特别是蒸汽机技术在交通运输中的应用,使大规模的人员流动成为可能。自 1769 年詹姆斯·瓦特发明了蒸汽机后,这一技术很快就被应用于制造新的交通运输工具。但是,对当时旅游发展影响最大的还是铁路运输。1825 年,英国享有“铁路之父”之称的乔治·史蒂文森建造的斯托克顿至达林顿的铁路正式投入运营。在铁路客运问世之前的近两个世纪中,欧美人外出旅行以公共马车为主要交通工



具。铁路时代的到来使人们逐渐抛弃这一陈旧的旅行方式,越来越多的人开始乘轮船,特别是乘火车外出旅行和旅游。

新式交通工具的使用使得远距离大规模的人员流动成为可能,旅游需求逐渐形成社会化规模。越来越多的人需要有人代他们处理从启程到返家过程中的一应事务。这意味着专门为旅游者服务、为旅游者活动提供便利条件的活动已有可能逐渐从其他部门中分离出来,形成一个新行业——旅游业。可以说,近代旅游和旅游业孕育于向近代转型的欧洲,最终由产业革命催生而成。

对近代旅游发展具有重要作用的是英国人托马斯·库克。托马斯·库克奠定了旅游业发展的基础,因而被称为“世界旅游业之父”。

1841年7月5日,英国人托马斯·库克组织500多人包租火车从莱斯特到洛勃罗赫参加禁酒大会。这次旅行并非观光度假,库克也非组织包租火车团体旅行的第一人,但是作为中介者依靠广告这样的活动,库克却是第一人。此后人们纷纷效仿,库克本人则以此为发端,多次组织类似活动,并且最终成为职业旅行代理商,而且是那个时代最有影响的旅行代理商之一。这次往返行程只有24千米的团体活动,成为托马斯·库克发展旅游业的起点。

1845年,经过多年的准备,托马斯·库克正式创建了世界上第一个旅行社——托马斯·库克旅行社,这被认为是近代旅游和旅游业诞生的标志。1855年,他组织从英国莱斯特前往法国巴黎的旅游,在巴黎停留游览4天,全程采用一次性包价。此举是“铁路旅游史上的创举”,事实上也是世界上组织出国包价旅游的开端。1872年他亲任导游,组织了历时70天的环球旅游。1872年,他创办了最早的旅行支票,这种支票可以在世界各大城市通行。他还编印、发行了世界上最早的旅行杂志《利物浦之行手册》,成为早期的旅游指南。托马斯·库克的名字也成了旅游的代名词而在欧美地区家喻户晓。托马斯·库克的活动说明了人们对旅游的需求已经成熟,这种把人们的外出旅游组织成一揽子服务的旅游业务,开创了一种崭新的旅游方式,体现了现代旅游的基本特征。

(三) 现代旅游

二战后,旅游进入现代发展阶段。在各主要工业国家,随着战后经济的恢复和发展,人们的收入水平普遍大幅度提高,私人汽车逐渐普及。原来主要用于军事的航空喷气技术转向民用,既大大提高了运速,也使机票价格大幅度下降,越洋远程旅游变得前所未有的方便。于是,越来越多的普通劳动者加入旅游者的行列,旅游作为大众性的活动普遍开展起来,并形成独立的旅游经济体系,成为国民经济的一个重要组成部分。现代旅游业迅速发展的原因有如下几方面。

(1) 第二次世界大战后,各国都开始致力于国内的经济建设。虽然局部战争时有发生,但就全球而言,和平与发展始终占据着主导地位,这为战后世界经济的恢复和旅游业的发展提供了必要的前提和保证。

(2) 科学技术突飞猛进,生产自动化取得了长足的进步,生产率极大提高,劳动时

间大大缩短,人们可用于自由支配的闲暇时间有所增加,这些都为旅游业发展创造了必要的条件。

(3) 交通运输工具的进步,缩短了时空的距离,使洲际、国际的旅游成为可能。尤其是高速公路的建造,使汽车成为欧美发达国家旅游者在假日里进行短途旅游的主要交通工具。

(4) 第二次世界大战后,工业发达国家的从业人员,身心普遍承受着巨大的压力,重返大自然成为时尚和潮流。而且随着大众文化水平的不断提高,人们对生活质量和生命价值表现出前所未有的关注,人们渴望通过旅游获取知识、开阔眼界、陶冶情操。

(5) 带薪假期制度的推广,使劳动者在不减少劳动收入的情况下,有更多可供自己支配的闲暇时间。越来越多的劳动者加入到旅游者的行列,从而使现代旅游具有鲜明的大众化特征。

(6) 各国之间的联系不断加强,经济往来频繁,公务旅游发展较快。同时,各国政府对旅游业的重视,也成为推动旅游业发展十分重要的因素之一。

当今,现代旅游活动正在成为人类重要的社会、经济和文化现象。据世界旅游组织预测,到2020年,全球接待国际旅游者将达到16亿人次,国际旅游收入将达20 000亿美元。

三、旅游的本质属性及特征

旅游的本质属性是由旅游的目的决定的。尽管人们外出旅游的目的和动机多种多样,但从根本上来说,是为了寻求内心的愉悦和精神上的满足。因此,旅游从本质上来说是以审美愉悦为出发点、不讲究直接物质回报、涉及经济政治等多个方面因素的文化活动,是人类社会发展到一定时期的基本活动之一。

(一) 旅游的基本属性

旅游的审美文化本质,决定了它具有消费性、休闲性和社会性等基本属性。

1. 消费属性

旅游的全过程,不向社会也不为旅游者个人创造任何外在的、可供消费的物质资料,相反却不断地消费旅游者以往的积蓄和他人的劳动成果,因此,旅游活动是一种消费活动,是一种重视精神需要、追求审美体验的文化消费活动。

2. 休闲属性

旅游是在相对自由或闲暇的时间内所进行的自由、随意的审美文化活动,是观光、游览、消遣、聊天、交流、健身、运动等众多休闲活动的重新组合。因此,它与一切休闲行为相一致,表现出明显的休闲性质。

3. 社会属性

旅游活动是在一定的社会条件下进行的文化消费活动。不同的社会文化对旅游主





体的旅游需求、旅游媒介提供的旅游服务、旅游客体的文化内涵都产生强烈的影响,使旅游活动体现出鲜明的社会属性。

(二) 旅游的基本特征

1. 异地性特征

旅游的异地性,是指人们离开其通常居住和工作的地方,前往异地他乡进行旅游。这里所说的“通常居住和工作的地方”,是指一个人在1年以上的较长时间内居住和工作的地方,包括他的永久居住地和非定居的常住地。

2. 暂时性特征

所谓暂时性,首先是指旅游者完成一次旅游活动后,必须返回其定居地或常住地,不在旅游目的地定居或长期居留。其次是指旅游者在目的地逗留的时间有一定的限度。按照《联合国国际旅游统计暂行准则》的规定,这一限度指1年以内,如果在目的地逗留时间达到或超过1年,其在该地的活动则不再视为旅游,其人也不再被视为旅游者。但是,目前世界各国对旅游者逗留时间的限度并不统一。

3. 综合性特征

综合性,是指旅游活动涉及众多行业 and 部门,是一种综合性经济活动,并构成多种复杂的社会关系。

四、旅游活动的种类

旅游活动的分类方式多种多样,下面主要介绍两种分类。

(一) 按地理范围分类

旅游活动按地理范围分为国际旅游和国内旅游。

1. 国际旅游

国际旅游是指跨越国界的旅游活动,分为入境旅游和出境旅游。

入境旅游是指他国公民到本国进行的旅游活动,出境旅游是指本国公民到他国的旅游活动。

2. 国内旅游

国内旅游是指人们在居住国内进行的旅游活动,包括本国公民在国内的旅游活动,也指在一国长期居住、工作的外国人在该国内进行的旅游活动。

从旅游发展的历程看,国内旅游是一国旅游业发展的基础,国际旅游是国内旅游的延伸和发展。

(二) 按旅游目的分类

根据世界旅游组织的规定,旅游活动按人们出游目的可分为六大类。

1. 休闲、娱乐、度假类

属于这一类旅游活动的有观光旅游、度假旅游、娱乐旅游等。

2. 探亲、访友类

这是一种以到旅游目的地走访亲友为主要目的的旅游活动。在旅游过程中,游客可能顺便观光游览,但这不是其主要目的。

3. 商务、专业访问类

其特点是其活动同游客个人职业或所在单位的经济活动相关联。这类旅游活动主要有商务旅游、公务旅游、会议旅游、修学旅游、考察旅游、专项旅游等,也可将奖励旅游归入这一类,因为奖励旅游与游客个人职业及所在单位的经济活动存在紧密关系。

4. 健康医疗类

主要是指体育旅游、保健旅游、生态旅游等。

5. 宗教朝圣类

主要是指宗教界人士进行的以朝圣、传经布道为主要目的的旅游活动。

6. 其他类

上述五类没有包括的其他旅游活动,例如探险旅游等。

(三) 按组织形式分类

按组织形式划分,旅游可分为团体旅游和散客旅游。

1. 团体旅游

团体旅游,其基本形式是团体包价旅游,是指旅游者按照旅游批发商制定的旅游日程、路线、交通工具、收费标准作出选择,事先登记、付款,到时整团出行的旅游。团体包价旅游的特点是:游客可以预知旅游费用,并获得价格优惠;享受旅行社提供的全部旅游安排和全陪服务,安全性强。但其旅游安排相对固定,旅游活动缺乏灵活性。

团体包价旅游曾是大众旅游时代人们出游的主要形式。目前,在全包价旅游基础上,还发展出半包价旅游和小包价旅游等形式。

2. 散客旅游

散客旅游又叫个别旅游,是指旅游者自行选择日程、路线,再由旅行社为其安排机票、旅馆等单独出行的旅游。

散客旅游具有高度的灵活性,但一般不享受价格优惠。近年来,能够体现个性化特征的散客旅游越来越普遍。

此外,旅游活动还可以按距离、计价方式、费用来源和旅行方式来划分。

第二节 旅游者

一、旅游者的内涵

旅游者,又称游客,是指离开惯常环境到其他地方去旅游,时间在24小时以上、1



年以内,主要目的不是通过所从事的活动从访问地获取报酬的人(不包括因工作或学习在两地有规律往返的人)。

旅游者可以分为国际旅游者和国内旅游者。国际旅游者是指暂时离开本国常住地而到另一个国家进行游览的旅游者;国内旅游者是指暂时离开居住地前往本国境内其他地区参观游览的旅游者。国内旅游者和国际旅游者的根本区别在于是否跨越国界。

1963年联合国在罗马召开的国际旅游会议上对“国际旅游者”作了界定,提出凡纳入旅游统计中的来访人员统称为“游客”。游客是指除为获得有报酬的职业外,基于任何原因到一个不是自己常住的国家访问的人。并以在访问地是否停留过夜为标准分为“过夜旅游者”和“一日游游客”。世界旅游组织成立后,将这一定义作为本组织对应纳入旅游统计人员的解释。

二、旅游者必须具备的客观条件

(一) 支付能力和闲暇时间

旅游是一项能给人带来精神享受的活动,但并非具有旅游愿望的人都能够成为现实的游客。一个人的支付能力和闲暇时间从客观上限制了其外出的可能性。因此,有可自由支配收入和连续性闲暇时间是自费旅游者实现出游愿望的两个最基本的客观条件。“可自由支配收入”,是指个人收入中扣除支付应缴纳的个人所得税和日常衣、食、住等必需的生活消费开支和必要的社会消费开支之后剩余的部分;“闲暇时间”,是指一个人在日常工作、学习、生活及其他日常的限制性活动之外可以随意支配的自由时间。作为实现个人旅游需求的客观条件,闲暇时间具有相对集中、历时较长的连续性特征。在现代社会闲暇时间的四种具体表现形式即每日闲暇、每周闲暇、公共假日和带薪假日中,后三个时段的闲暇都可以用于旅游,其中带薪假日是最便于出游的时段。我国目前实行每周双休制,春节、“十一”旅游黄金周,传统节日的短期假日,这些制度的确立,极大地推动了我国国内旅游的发展,出现了假日旅游的火爆现象。

对于以商务旅游为代表的非自费旅游来说,游客旅游需求的产生条件虽与个人可自由支配收入和闲暇时间无关,但差旅性外出这一性质决定了他们的外出仍受到财力和时间的限制。

(二) 其他影响因素

除了以上两个最重要的客观条件外,一个人能否实现外出旅游,还要受到个人方面许多其他客观因素的影响和制约。如一个人的身体状况,包括年龄、健康情况、性别等;一个人所处的家庭生命周期阶段或家庭拖累状况等。比如很多调查显示,家中有4岁以下婴幼儿的家庭外出旅游的可能性很小。

三、旅游者必须具备的主观条件

(一) 旅游动机及其基本类型

一个人真正能够成为旅游者,除了需要具备上述客观条件外,还需要具备主观条件。这便是旅游动机。旅游动机是指促发一个人有意于旅游以及到何处去、作何种旅游的内在的心理原因。大众旅游的实践证明,相当多旅游者的旅游动机中都包含有探新求异的需要或者说好奇心和探索的需要,还有逃避现实的需要等。美国著名教授罗伯特·W·麦金托什提出,由这些具体需要产生的旅游动机,可以划分为四种基本类型,分别是:身体方面的动机,包括如度假休息、参加体育活动、海滩消遣、娱乐活动等直接与保健有关的活动,另外还包括遵医嘱或建议做异地治疗,洗温泉、矿泉,做医疗检查及类似的疗养活动;文化方面的动机,这方面动机的特点都是希望了解异国他乡的情况,包括了解其音乐、艺术、民俗、舞蹈、绘画及宗教;人际方面的动机,包括希望接触他乡人民,探亲访友,逃避日常的例行琐事及家庭或邻居之类的微社会环境,结交新朋友等;地位和声望方面的动机,包括个人成就和个人发展的需要,属于这类动机的旅游包括事务、会议、考察、研究、求学、追求业余嗜好等类型的旅游,旅游者可以通过旅游实现自己想被人承认、引人注目、获得好名声等愿望。事实上,人们外出旅游很少只出于一个方面的动机,往往是出于多种动机,满足人们的多种需要。

(二) 影响旅游动机的因素

人们不同动机的形成从根本上说是个人因素影响的结果。在影响旅游动机的个人因素中,一个人的个性心理因素起着首要的作用。其中较有代表性的是美国学者斯坦利·C·帕洛格提出的旅客心理类型模式。帕洛格通过对数千美国人的个性心理因素的研究发现,人们可被划分为五种心理类型,即自我中心型、近自我中心型、中间型、近多中心型和多中心型。心理类型属于自我中心型的人,其特点是思想谨小慎微,多忧多虑,不爱冒险;行为上表现为喜安逸、好轻松,活动量小,喜欢熟悉的气氛和活动。同自我中心型相反,另一个极端类型是多中心型。属于这一心理类型的人,其特点是性格开朗、兴趣广泛多变;行为上表现为喜新奇、好冒险,活动量大,不愿随大流,喜欢与不同文化背景的人相处。这类人虽然也需要旅游业为其提供某些基本的旅游服务,如交通和住宿等,但更倾向于有较大的自由性、灵活性,并且有些人甚至会尽量不使用或少使用旅游企业的旅游服务。除了这两个极端类型之外,中间型属于表现特点不明显的混合型。近自我中心型和近多中心型则分别属于两个极端类型与中间型之间略倾向于各极端特点的过渡类型。这一模式显示,属中间型心理类型的人居绝大多数,而自我中心型和多中心型这两个极端的人数比例很小,即所谓中间大、两头小的正态分布。它还反映出,在这个心理类型连续曲线上,越是靠近多中心型者,外出旅游的可能性就越大。

个人旅游动机形成的影响因素除了个人心理类型之外,还包括个人的文化修养以及年龄和性别。此外,某些客观外界因素,如社会历史条件、微社会环境因素(个人周围