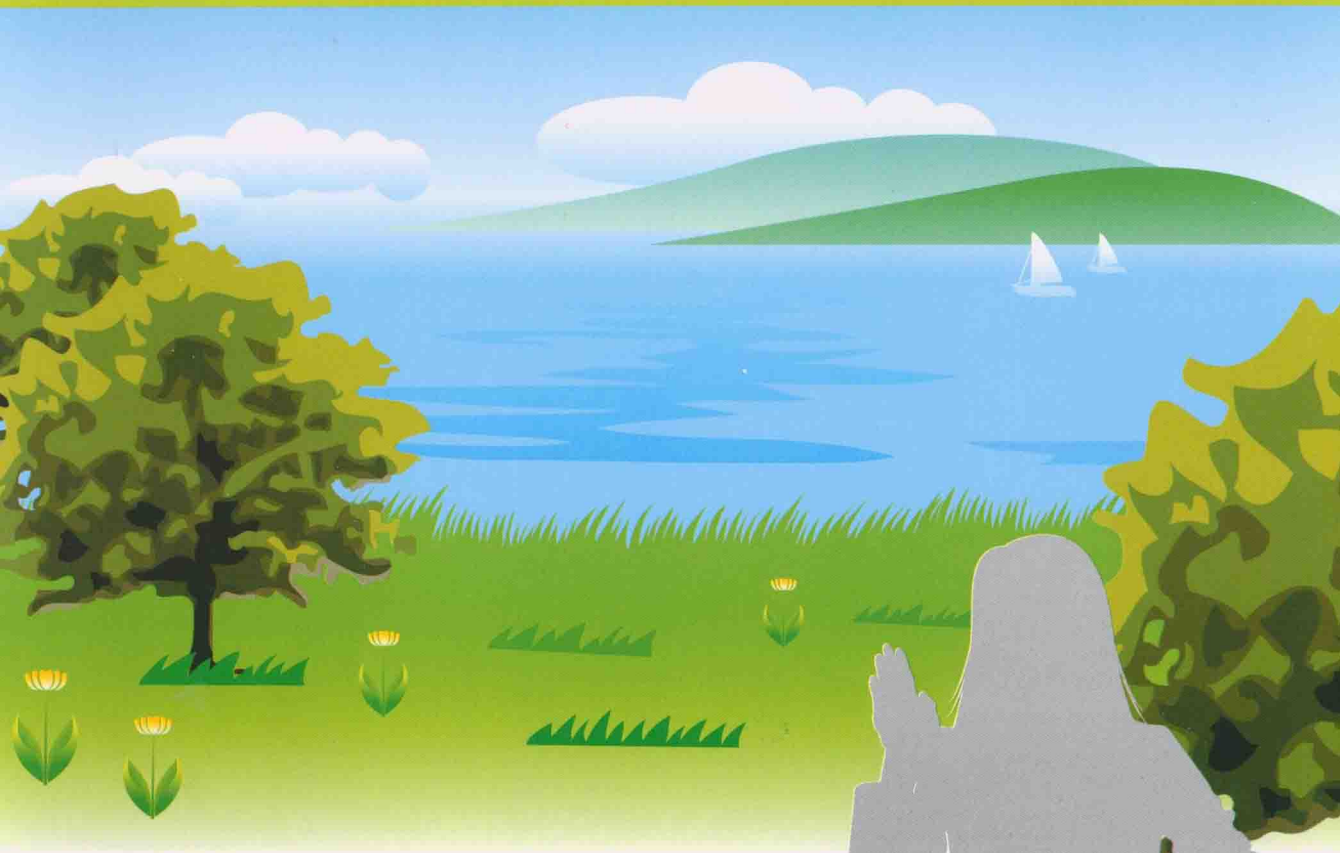




全国职业教育旅游服务与管理专业系列规划教材



旅游基础知识

李 伟 主编

清华大学出版社



全国职业教育旅游服务与管理专业系列规划教材



旅游基础知识

李 伟 主编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

《旅游基础知识》既是旅游服务与管理专业重要的入门基础课程,也是旅游职业人员从业的必修课。本书根据国际旅游服务业发展的新形势和新特点,结合旅游活动所涉及的范围和领域,系统地介绍了旅游概述、旅游资源、旅游经济、旅游市场营销、旅游企业经营与管理、旅游人力资源管理、旅游文化、旅游心理、旅游公共关系等基本知识,并通过案例分析讲解,启发学生深入学习、强化应用的技能培养,以达到学以致用目的。

本书融入了旅游基础知识最新的实践教学理念,注重夯实基础、把握重点内容、集理论与实践于一体,具有知识面广、可读性高、实用性强等特点,因此本书既可作为旅游职业教育院校旅游管理专业各学历层次教学的首选教材,也可作为旅游在职从业者及管理人员的岗位培训教材,同时对于广大社会读者也是一本有益的读物。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游基础知识/李伟主编. —北京:清华大学出版社,2012.2

(全国职业教育旅游服务与管理专业系列规划教材)

ISBN 978-7-302-27289-2

I. ①旅… II. ①李… III. ①旅游—职业教育—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 233245 号

责任编辑:张 弛

封面设计:傅瑞学

责任校对:李 梅

责任印制:王秀菊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:清华大学印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:15.25

字 数:364千字

版 次:2012年2月第1版

印 次:2012年2月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:31.00元

编审委员会

主 任:

牟惟仲

副 主 任:

王茹芹	吕一中	钟 晖	王 琦	赵 丽	吴海龙	沙景禄	冯玉龙
武裕生	帅志清	随维林	李 佐	刘 劲	张承军	鲁瑞清	黄大林
申海莲	吕德方	王培贤	王 松	米淑兰	宁雪娟	车亚军	李大军

委 员:

张 兵	阎宏斌	程文军	韩 铁	邢 路	王建章	沈方民	王德顺
刘庐际	程 伟	贾晓龙	肖淑敏	时永春	何 深	李 洁	崔晓文
钟丽娟	赵立群	温 智	杨 昆	林 群	安锦兰	宋晓星	董晓霞
蔡丽伟	沙旭昆	曹景洲	徐经仪	马继兴	李 伟	蔡洪胜	童 俊
刘宏申	韩 瑞	李玥瑾	范 贞	丁玉书	李文洁	李秀霞	韩燕燕

丛书主编:

李大军

丛书副主编:

程 伟 时永春 何 深 武裕生 杨 昆 马继兴

专 家 组:

赵 丽 王 琦 钟 晖 武裕生 崔晓文 蔡洪胜



序

随着我国改革开放进程的加快和国民经济的高速发展;随着交通管理和通信技术的不断进步;随着旅游景区的开发维护和对旅游文化的深度挖掘;随着旅游服务接待设施设备的不断更新与完善,随着居民收入的大幅提高和节假日闲暇时间的增多,旅游正在日益成为现代社会人们的主要休闲方式和社会经济活动。大众化旅游时代已经到来,旅游业也在以其强劲的发展势头而成为全球经济中最具活力的绿色朝阳产业。

根据国家旅游局近年来发布的《中国旅游业统计公报》显示,2007年我国旅游业总收入首次突破1万亿元;2008年全国旅游人数达1.71亿;2009年在受到金融危机影响、全球旅游需求下滑的情况下,国内旅游业依然有11.7%的增幅,出境游也在持续回升。目前中国继续保持着全球第四大入境旅游接待国、亚洲最大出境旅游客源国的地位。另据国家旅游协会针对旅游经济的调查统计,居民因为旅游而每花1元就可以带动相关消费5元,直接或间接地刺激行业经济,促进140多个相关产业的连带发展。

旅游作为文化创意产业的核心支柱,在国际交往、商务活动、文化交流、赈灾恢复、拉动内需、解决就业、促进经济发展、丰富社会生活、构建和谐社会、弘扬中华文化、加深世界各国人民的友谊等方面发挥着越来越大的作用,因而已经成为我国服务经济发展的重要产业,在我国经济发展中居于举足轻重的地位。近年来,随着全球旅游业的快速发展,特别是北京奥运会、上海世博会、广州亚运会陆续在我国举办,不仅使我国的国际交往更加频繁,也为我国旅游业的大发展提供了一个难能可贵的良好机遇。为此,2009年国务院常务会议讨论并通过《关于加快发展旅游业的意见》,旅游业被正式确立为国民经济的战略性支柱产业,这是党中央和中国政府的伟大战略决策。

当前,随着全球旅游业的快速发展,旅游观念、旅游产品设计开发、旅游营销模式、旅游企业的运营方式与管理手段及用人标准等都在发生着巨大的变化,对旅游操作人才的需求也提出了更高的要

求。面对国际化旅游业激烈的市场竞争,旅游行业的从业人员急需更新观念、提高服务技能、提升业务水平与道德素质,旅游行业和企业也在呼唤“懂知识、会管理、能操作”的专业性实用型人才,加强旅游经营管理模式的创新,加速旅游经营管理专业操作技能型人才的培养已成为当前亟待解决的问题。

针对我国职业教育旅游服务与管理专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题,为适应社会就业发展急需,满足日益增长的旅游市场需求,我们组织了北京联合大学旅游学院、北京财贸职业学院、黑龙江工商职业技术学院、佛山职业技术学院、广州市商业学校、扬州江海职业技术学院、上海建桥学院、福州职业技术学院及中国旅行社、中国环境旅行社、哈尔滨俄风行国际旅行社、青岛牵手国际旅行社、杭州西湖旅行社、青海省旅行社、北京长富宫中心、青岛红日宾馆、成都顺达旅行社、江西九江飞扬旅行社、首旅集团公司培训部等全国各地的近百余所职业院校和旅游企业多年从事旅游职业教育教学和旅游实践活动的国内知名专家、教授与旅游企业经理共同精心编撰了本系列教材,旨在迅速提高职业院校学生和旅游从业者的专业素质,更好地掌握旅游服务技能,更好地为我国旅游事业做出贡献。

作为职业教育旅游服务技能培养的特色教材,本系列教材融入了旅游运营管理与实操实训的最新教学理念,坚持以科学发展观为统领,力求严谨,注重与时俱进;依照旅游活动的基本过程和规律,根据旅游业发展的新形势和新特点,全面贯彻国家新近颁布实施的旅游法律、法规和旅游业管理规定,按照旅游企业对用人的需求模式,注意解决学生就业、强化理论知识与实践应用的紧密结合,注重实践技能与岗位应用的培养训练,采取通过实证案例解析与应知应会讲解的方法,并注重教学内容和教材结构的创新。

本系列教材依据职业教育旅游服务与管理专业的教学大纲和课程设置,以旅游知识和旅游服务岗位技能实训为主线,对帮助学生尽快熟悉旅游服务各工作岗位的操作规程与业务管理,对帮助学生毕业后能够顺利走上社会就业具有特殊意义。

编委会

2010年7月



前言

旅游业作为文化创意产业的核心支柱产业,在国际交往、商务活动、文化交流、赈灾恢复、拉动内需、解决就业、促进经济发展、丰富社会生活、构建和谐社会、弘扬中华文化等方面发挥着越来越大的作用,已成为我国服务经济发展的重要产业,在我国经济发展中占有举足轻重的位置。旅游服务业以其强劲发展势头已成为全球经济中最具活力的绿色朝阳产业。

伴随着我国旅游事业的蓬勃发展,社会和旅游企业对掌握旅游基本理论、基本知识和实践技能的人才要求越来越高,需求量也越来越大。当前,面对国际旅游服务业激烈的市场竞争,加强旅游业经营管理模式的创新、强化旅游基础知识学习掌握、加速旅游职业服务技能人才的培养已成为当前亟待解决的问题。为满足日益增长的旅游市场需求,培养社会急需的旅游服务知识型、实用型、技能型人才,我们组织多年从事旅游基础知识教学和实践活动的专家教授,共同精心编撰了本书,旨在迅速提高学生和旅游从业者的专业素质,更好地服务于我国旅游事业。

本书作为职业教育旅游管理专业的特色教材,严格按照教育部“加强职业教育、突出实践技能培养”的要求。根据职业教育与教学改革的实际需要,结合全国职业院校技能教学大赛及学生就业实习中反映出来的各种问题,作者针对旅游服务业及旅游职业教育的特殊性,审慎地对教材内容进行了反复论证、精心设计、细心写作。本书对帮助学生全面掌握旅游基础知识、提高综合素质、顺利就业具有特殊意义。

全书共分九章,以学习者应用能力培养为主线,根据国际旅游服务业发展的新形势和新特点,结合旅游活动所涉及的范围和领域,系统地介绍了旅游概述、旅游资源、旅游经济、旅游市场营销、旅游企业经营与管理、旅游人力资源管理、旅游文化、旅游心理、旅游公共关系等旅游基本知识,并通过案例分析讲解启发学生深入学习、强化应用技能培养,以达到学以致用目的。

由于本书融入了旅游基础知识最新的实践教学理念,注重夯实



基础、把握重点内容、集理论与实践于一体,具有知识面广、可读性高、实用性强等特点,因此本书既可作为旅游职业教育院校旅游管理专业各学历层次教学的首选教材,也可作为旅游在职从业者及管理人员的岗位培训教材,对于广大社会读者也是一本有益的读物。

本教材由李大军进行总体方案策划并具体组织,李伟主编并统稿,陈雄鹰和汪昕宇为副主编,由具有丰富旅游基础知识教学与旅游实践经验的丁玉书教授审定。编写分工:牟惟仲(序言),李伟(第一章、第三章),李秀霞(第二章),陈雄鹰(第四章、第九章),汪昕宇(第五章、第六章),李伟、马继兴(第七章),陈燕妮(第八章),蔡丽伟、李瑶、周鹏、马瑞奇(附录);华燕萍负责本书的修改和版式调整;李晓新负责本教材课件的制作。

在编写过程中,我们参考借鉴了旅游基础知识等相关方面的最新书刊资料,翻阅了国家历年出台的旅游管理法律、法规和规章制度,得到了中国旅游协会有关专家教授的具体指导,在此一并表示衷心感谢。为配合全国各类职业教育院校选用本教材,我们提供配套电子课件,读者可从清华大学出版社网站(<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>)免费下载使用。因作者水平有限、书中难免存在疏漏和不足之处,恳请专家和广大读者批评指正。

编 者

2011 年 12 月



目 录

第一章 旅游概述

第一节 旅游的本质、属性、特点及分类	2
一、旅游与旅游的本质	3
二、旅游的基本属性和特点	4
三、旅游的类型	7
第二节 旅游活动的基本要素	9
一、旅游者	9
二、旅游资源	13
三、旅游业	13
第三节 旅游影响	16
一、旅游对经济的影响	16
二、旅游对社会文化的影响	19
三、旅游对生态环境的影响	22
本章小结	25
复习思考题	25

26 第二章 旅游资源

第一节 旅游资源的分类	27
一、旅游资源的定义	27
二、旅游资源的分类	27
三、旅游资源的特点	32
第二节 旅游资源调查	34
一、旅游资源调查的含义	35
二、旅游资源调查的内容	35
三、旅游资源调查的方法	36



四、旅游资源调查的程序	36
第三节 旅游资源评价	37
一、旅游资源评价的原则	38
二、旅游资源评价的内容	38
三、旅游资源评价的方法	39
第四节 旅游资源开发与保护	41
一、旅游资源开发的概念	42
二、旅游资源开发的原则	42
三、旅游资源的保护	43
四、旅游资源的保护措施	44
本章小结	46
复习思考题	46

47 第三章 旅游经济

第一节 旅游产品	48
一、旅游产品的概念	48
二、旅游产品的构成	48
三、旅游产品的开发	50
第二节 旅游需求与供给	52
一、旅游需求	52
二、旅游供给	55
三、旅游需求和供给的均衡	58
第三节 旅游市场与价格	60
一、旅游市场	61
二、旅游价格	63
第四节 旅游消费与投资	66
一、旅游消费	66
二、旅游投资	70
本章小结	72
复习思考题	72

73 第四章 旅游市场营销

第一节 旅游市场营销环境	74
一、旅游市场营销宏观环境	74



二、旅游市场营销微观环境	75
三、影响旅游者购买行为的因素分析	77
第二节 旅游市场营销调研	78
一、营销调研的定义和作用	78
二、营销调研的类型	79
三、收集第一手资料的基本方法	80
第三节 旅游市场细分与目标市场选择	83
一、旅游市场细分	83
二、旅游市场细分的原则和标准	83
三、目标市场的选择	84
第四节 旅游市场营销 4P 策略	87
一、产品策略	87
二、定价策略	89
三、旅游促销策略	92
四、旅游渠道策略	93
本章小结	95
复习思考题	96

97 第五章 旅游企业经营与管理

第一节 旅游企业质量管理	98
一、旅游企业质量管理的概念	98
二、旅游企业质量管理的实施	101
三、旅游企业质量管理的基本方法	103
第二节 旅游企业经营风险的管理	104
一、旅游企业经营中面临的主要风险	104
二、旅游企业风险管理的步骤	104
三、旅游企业规避风险的主要措施	106
四、旅游企业的危机管理	107
第三节 旅游企业的财务管理	108
一、旅游企业的成本费用管理	109
二、旅游企业的营业收入与利润管理	110
三、旅游企业财务报表与财务分析	112
第四节 旅游企业信息与网络技术管理	114
一、旅游企业信息与网络技术管理概述	114
二、旅游企业信息与网络技术应用体系	116
三、信息与网络技术应用对旅游企业的影响及其发展前景	117
本章小结	119

复习思考题	120
-------------	-----

121 第六章 旅游人力资源管理

第一节 旅游从业人员的招聘与选拔	122
一、旅游企业的员工来源和招聘渠道	122
二、旅游企业招聘工作的实施	124
三、旅游企业招聘选拔	128
第二节 旅游从业人员的绩效考评	130
一、旅游企业员工绩效考评的含义	130
二、旅游企业员工绩效考评的方法和实施	131
第三节 旅游从业人员的薪酬管理	135
一、旅游企业薪酬的构成	135
二、旅游企业薪酬设计的一般步骤	136
三、旅游企业工资和奖金	138
四、旅游企业福利待遇	141
第四节 旅游从业人员的激励管理	142
一、激励管理的模式	143
二、旅游企业激励的功能	143
三、旅游企业激励管理措施	144
本章小结	147
复习思考题	147

148 第七章 旅游文化

第一节 旅游文化概述	149
一、文化	149
二、旅游文化	150
第二节 旅游文化的特征	153
一、旅游文化的共性	153
二、旅游文化的特殊性	155
第三节 旅游文化分类介绍	156
一、旅游山水文化	157
二、古代建筑文化	160
三、古典园林文化	166
四、其他旅游文化简介	170
本章小结	173
复习思考题	173

174 第八章 旅游心理

第一节 旅游消费心理	175
一、旅游消费的需要和动机	175
二、旅游消费态度	177
第二节 旅游服务心理	179
一、酒店前厅服务心理	179
二、客房服务心理	180
三、餐厅服务心理	181
四、旅游购物服务心理	182
五、旅游交通服务心理	183
六、旅游者投诉心理	184
第三节 旅游管理心理	185
一、人际沟通	185
二、旅游从业人员的群体心理	185
三、旅游从业人员的心理保健	186
四、旅游从业人员心理调适方法	187
本章小结	189
复习思考题	189

191 第九章 旅游公共关系

第一节 旅游公共关系的构成要素、特点与职能	192
一、旅游公共关系的构成要素	192
二、旅游公共关系的特点	192
三、旅游公共关系的职能	194
第二节 旅游公共关系的策划	196
一、旅游公共关系策划的运作程序	197
二、旅游公共关系策划的原则	199
第三节 CIS 在旅游业中的应用	201
一、CIS 的概念及内涵	201
二、旅游企业的 CIS 形象战略	201
第四节 旅游公共关系危机处理	207
一、旅游业公共关系危机的类型	207
二、旅游业公共关系危机的基本特征	208
三、旅游业公共关系危机处理的原则	209
四、处理旅游业公共关系危机的方法和技巧	210
五、旅游业公共关系危机处理应该注意的问题	214



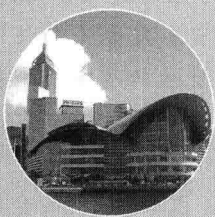
本章小结	215
复习思考题	215

216 附录 1 国务院关于加快发展旅游业的意见

221 附录 2 关于贯彻落实《国务院关于加快发展旅游业的意见》的通知

223 附录 3 关于加强旅游服务质量和市场秩序监督管理工作的意见

227 参考文献



第一章

旅游概述

【学习目标】

1. 了解旅游定义;掌握旅游的本质;掌握旅游的基本属性和特点;理解旅游的类型。
2. 了解旅游活动三大要素;了解旅游者的概念;理解旅游者的形成条件;理解旅游者的分类;了解旅游业的基本概念;理解旅游业的特点;了解旅游业的构成。
3. 理解旅游影响的概念;掌握旅游对经济的积极和消极的影响;掌握旅游对社会文化的积极和消极的影响;掌握旅游对环境的积极和消极的影响。

【重点难点】

1. 旅游的本质;旅游的基本属性和特点;旅游的类型。
2. 旅游活动三大要素;旅游者的概念及形成条件;主要类型及特点。
3. 旅游业的概念;旅游业的特点。
4. 旅游影响的内容。



引导案例

中国旅游日诞生的时代背景

2011年4月10日经国务院批准,此后每年5月19日定为“中国旅游日”。中国旅游日的诞生,有特定的发展条件和时代背景。认真探讨和揭示其深层次原因,有助于引导人们深刻领会设立中国旅游日的现实意义,有利于广泛动员全社会力量办好中国旅游日。

一、中国已成为世界旅游大国

改革开放后,我国旅游业取得了突飞猛进、举世瞩目的发展成就。进入21世纪,我国已成为名副其实的世界旅游大国。三大旅游市场均居重要位次,国内旅游人均年出游超过1.5次,入境旅游位居世界第三位,出境旅游为亚洲第一。加快建设世界旅游强国,全方位提升我国在国际旅游界的地位,成为全国旅游界共同的心愿。当我国成为世界旅游大国以后,一些业内人士大声疾呼,争取设立中国特色的旅游日。

二、旅游已成为国民经济的重要产业

21世纪的第一个10年,由于我国旅游业在经济增长中的贡献率不断提高,国家将旅游业定位由国民经济新的增长点提升为国民经济的重要产业,各级政府空前重视发展旅游业。



在经受“非典”疫情、汶川特大地震、H1N1 流感、全球金融危机影响等考验的过程中,旅游业发挥了提振信心、刺激消费、逆势增长、扩大内需的作用。2009 年春,曾引发舆论关注的国民休闲计划、设立中国旅游日、发行旅游消费券等,被作为推动旅游业发展的政策性举措纳入政府文件。

三、节庆活动日益蓬勃发展

设立中国旅游日的动议,与近年来节庆活动的蓬勃发展紧密相关。改革开放前,全国人民所过的节日主要是纪念日和民俗节日,如“五卅运动”纪念日、“八一五”抗战胜利纪念日、“五一”国际劳动节、春节、中秋节等。20 世纪 80 年代初到 90 年代末,随着经济发展和社会繁荣,全国新增加了很多纪念日、宣传日、活动日,还有众多地域性的节庆活动,不仅设立渠道多元,而且行业性、地域性、专业性明显,且与地方性经济文化活动密切相关,如新疆吐鲁番葡萄旅游节、江苏宜兴陶瓷文化艺术节、浙江奉化弥勒文化节等,一乡一村也有采摘节、西瓜节、红叶节等。设立中国旅游日的设想,便在这个背景和思潮下产生了。

四、各地争相挖掘名人效应

旅游作为市场关注度很高的领域,一向是追逐“名人效应”、“名胜效应”。20 世纪 90 年代中期以后,受旅游综合效益不断扩大的促动,各地兴起一股抢注或争夺“名人”、“名胜”热。山东、湖北、河南都宣扬自己与诸葛亮的关系紧密;湖北襄樊市最终争取到更名为“襄阳”;滇、川、藏三省交界地都说自己是“香格里拉”,云南省设立了香格里拉县,四川省设立了香格里拉乡。浙江、江苏是设立中国旅游日的最先动议者,也是与明代大旅行家徐霞客关系最密切的地方,它们对中国旅游日的考量,也不排除上述类似因素的影响。

五、地方政府踊跃推动

据有关媒体报道,最先提出中国旅游日设想的是 1987 年上海《旅游天地》杂志,建议将《徐霞客游记》开篇日 5 月 19 日定为中国旅游日。在设立中国旅游日问题上,地方政府发挥了重要推动作用,将个人创意提升为一个地方的理想和愿望,并广泛地传播开来,从而明显增加了对外影响力。在“国发 41 号文件”决定设立旅游日后,浙江宁海县政府、江苏江阴市政府等立即组织开展宣传动员活动,举全县(市)之力争取把当地心目中的日期确定为“中国旅游日”。

六、旅游界人士积极响应

旅游界是倡导设立中国旅游日的主力军,无论是最先提出这个概念,还是促动地方政府积极“争取”,还是期望影响最终决策,都发挥了中坚性的作用。直接原因就是“行业情结”,即所谓“设立旅游日是旅游人的梦想”,“我国已有护士节、记者节、教师节,我们也应该拥有属于旅游界的节日。”

资料来源:中国旅游报,2011 年 4 月 15 日

第一节 旅游的本质、属性、特点及分类

旅游作为人类的一种特殊的生活方式和重要的社会现象,是人类社会发展到一定阶段的产物,并伴随着社会经济的发展而不断发展。



一、旅游与旅游的本质

（一）旅游的定义

旅游活动产生以后,旅游实践和内容就在不断丰富变化,人们对旅游定义的认识也在不断发展完善。迄今为止,关于旅游的定义众多,但还从来没有一个统一的为大家所采用的定义。

1. 一般词典对旅游的定义

一般词典对旅游一词的解释为人们因消遣性原因或目的而离家外出旅行的活动。

2. “艾斯特”定义

1942年由瑞士圣加仑大学教授亨泽克尔和伯尔尼大学教授克雷夫两位学者提出:“旅游是非定居者的旅行和暂时逗留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居,并且不会牵涉任何赚钱的活动。”定义明确指出旅游是人们短时期离家远行的社会活动,这一活动在接待地必然产生经济关系和广泛的社会关系,这种“现象和关系的总合”即为旅游。这一定义被“旅游科学专家国际联合会”所采用,因为该联合会英文简写为“IAEST”,故又称“艾斯特”定义。

3. 世界旅游组织对旅游的定义

世界旅游组织1991年6月在加拿大渥太华会议上对旅游的定义:旅游是人们为了休闲、商务或其他目的离开他们惯常环境,到某些地方停留在那里,但连续不超过一年的活动。这里所谓的“惯常环境”是指一个人的主要居住地区以及所有常去的地方。

综合上述定义,旅游的定义可以表述为:旅游是人们出于移民和就业任职以外的其他原因离开常住地前往异地的旅行和暂时逗留活动,以及由此所引起的各种现象和关系的总和。

（二）旅游的本质

1. 旅游是一种高层次的消费活动

按照恩格斯对物质资料消费类型的划分,人们的物质文化生活消费一般可分为生存消费、享受消费和发展消费。旅游消费应属于享受消费和发展消费,是一种高层次的物质文化生活消费活动。随着社会经济的不断发展和人民收入水平的不断提高,旅游这种高层次的物质文化生活消费活动无疑会表现出越来越强大的生命力和多样化的表现形式,从而使旅游成为人们物质文化生活的重要组成部分。

2. 旅游是一种以审美为特征的休闲活动

现代旅游不仅仅是一种物质资料的消费享受,而且也是一种重要的精神享受。从文化角度来看,实际上旅游既是文化的创造过程,也是文化的消费过程。所谓文化的创造过程,是指通过发展旅游可以展现和发掘世界各个国家、各个民族的文化内涵及其特质,从而创造出一种新的生活方式和物质文化形态。所谓文化的消费过程,是指通过旅游活动可以增强旅游者的审美情趣和意识,了解和欣赏旅游目的地优美的自然风光和独特的民族风情,既有益于旅游者的身心健康,又提高了旅游者的文化审美能力。从休闲角度来看,社会进步的一个重要衡量标准就是闲暇时间的多少与闲暇质量的高低,而旅游作为文化审美型的休闲活动,无疑是生存质量、生活质量提高的重要表现和基本途径之一。