



21世纪高等学校旅游管理专业(本科)教材



旅游管理学

TOURISM MANAGEMENT

(第三版)

李 昕◎编著

中国旅游出版社



21世纪高等学校旅游管理专业(本科)教材

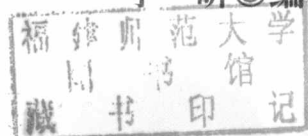


旅游管理学

TOURISM MANAGEMENT

(第三版)

李昕◎编著



1080724



T1080724

中国旅游出版社

责任编辑：付蓉
装帧设计：鲁筱
责任印制：冯冬青

图书在版编目(CIP)数据

旅游管理学 / 李昕编著. -- 3版. -- 北京: 中国
旅游出版社, 2012. 8
ISBN 978-7-5032-4489-6

I. ①旅… II. ①李… III. ①旅游经济-经济管理-
高等学校-教材 IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第175859号

书 名: 旅游管理学

作 者: 李 昕

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编: 100005)

http://www.cttp.net.cn E-mail: cttp@cna.gov.cn

发行部电话: 010-85166503

排 版: 北京中文天地文化艺术有限公司

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次: 2006年1月第1版 2012年8月第3版第1次印刷

开 本: 720毫米×970毫米 1/16

印 张: 21.75

印 数: 3000册

字 数: 405千

定 价: 48.80元

I S B N 978-7-5032-4489-6

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与发行部联系调换

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 旅游的概念	(2)
第二节 旅游的发展模式	(5)
第三节 旅游学研究	(9)
第四节 研究旅游学的基本方法和途径	(17)
补充阅读资料 国内旅游统计数据的用途	(19)
政府介入旅游业的原因	(20)
案例分析 变化中的世界	(20)
复习与思考	(22)
第二章 旅游系统	(24)
第一节 基本整体旅游系统	(24)
第二节 旅游者	(29)
第三节 旅游客源地	(35)
第四节 旅游过境通行地区	(39)
第五节 旅游目的地	(42)
补充阅读资料 中国旅游业迈入智慧旅游时代	(49)
案例分析 新加坡旅游的魅力	(51)
复习与思考	(52)
第三章 旅游业	(54)
第一节 住宿业	(54)
第二节 交通运输业	(57)
第三节 餐饮业	(65)

第四节 旅行代理商和旅游经营商	(68)
第五节 旅游吸引物	(70)
第六节 旅游相关商品的生产和供应商	(87)
补充阅读资料 4月杭州湾赏鸟	(88)
相辅相成的国外葡萄酒旅游业	(90)
高铁改变中国经济版图	(91)
案例分析 香港的旅游业	(93)
复习与思考	(97)
第四章 旅游市场	(99)
第一节 旅游市场的发展趋势	(99)
第二节 旅游消费者的决策过程	(101)
第三节 旅游市场细分	(106)
补充阅读资料 市场细分永不停息：万豪酒店的启示	(120)
中国出境游改变世界旅游格局 欧洲成热点目的地	(122)
案例分析 武汉草根休闲 远胜精英品位	(125)
复习与思考	(128)
第五章 旅游营销	(130)
第一节 旅游营销的性质	(130)
第二节 战略营销计划	(136)
第三节 旅游营销组合	(140)
补充阅读资料 旅游广告媒体投放策略	(148)
案例分析 马来西亚旅游红火的简单秘密	(150)
复习与思考	(156)
第六章 旅游对经济的影响	(157)
第一节 旅游活动的正面经济影响	(157)
第二节 旅游的经济代价	(170)
补充阅读资料 澳门步入黄金时代 年均 GDP 增长率超两位数	(176)
案例分析 奥运给青岛旅游插上腾飞翅膀	(179)
复习与思考	(182)

第七章 旅游的社会文化影响	(183)
第一节 旅游的社会文化影响的特征	(183)
第二节 旅游的社会文化影响的正面效应	(187)
第三节 旅游的社会文化代价	(190)
第四节 与旅游的社会文化影响相关的其他因素	(196)
补充阅读资料 前门大街的旧与三里屯 village 的新	(201)
原住民迁走, 古村落顿失精气神	(202)
案例分析 少林景区陷“摘牌”危机	(204)
复习与思考	(207)
第八章 旅游对环境的影响	(208)
第一节 旅游环境的基本特性	(208)
第二节 旅游的环境代价	(211)
第三节 旅游对环境产生的积极影响	(217)
第四节 旅游承载力	(219)
补充阅读资料 天安门地区: 7天清理垃圾146吨	(225)
克罗地亚: 发展旅游 不忘保护环境	(226)
高铁考验湖北旅游承载力极限	(227)
案例分析 新西兰环境保护的不平坦之路	(229)
复习与思考	(232)
第九章 旅游目的地开发	(233)
第一节 旅游目的地的基本特性	(233)
第二节 旅游目的地的生命周期模式	(237)
第三节 旅游目的地生命周期理论的应用价值和缺陷	(242)
补充阅读资料 看新加坡如何多方吸引游客驻足“花园城市”	(247)
太空游快速推进 火星和土星将成为旅游目的地	(248)
案例分析 义乌演绎都市“变形记”	(249)
复习与思考	(252)
第十章 旅游的可持续发展	(254)
第一节 西方人本环境观和绿色观念	(254)

第二节 可持续旅游	(257)
第三节 新旅游和新旅游实践	(266)
第四节 替代性旅游	(269)
第五节 生态旅游	(274)
补充阅读资料 开展负责任的湿地旅游	(282)
旅游业昌盛 首个“世界遗产”面临除名危险	(284)
案例分析 “不丹模式”与可持续发展	(285)
复习与思考	(289)
第十一章 休闲与旅游	(291)
第一节 休闲的概念	(291)
第二节 休闲的类型	(295)
第三节 休闲体验的价值	(298)
补充阅读资料 休闲式度假	(302)
案例分析 阳澄湖：上海人的花园	(304)
复习与思考	(307)
第十二章 旅游研究	(309)
第一节 旅游研究的学科渊源	(309)
第二节 旅游研究的基本类型和方法	(311)
第三节 旅游研究的数据和过程	(316)
第四节 撰写研究报告	(323)
补充阅读资料 英国的国际旅客调查	(327)
现代抽样方法的先驱——盖洛普	(327)
案例分析 北京休闲市场调查报告	(328)
复习与思考	(336)
参考文献	(337)
第三版后记	(342)

第一章

绪论

自第二次世界大战结束以来,和平与发展成为世界的主题,科学技术飞速发展,带来了人类文明的突飞猛进,生产力的高度发达和世界经济持续高速的发展使人们的物质和文化生活水平得到了前所未有的提高。越来越多的人认识到了度假、旅行、休闲及体验异邦文化在生活中的重要性。人们认识到通过旅游活动,旅游者花费的是金钱、时间和精力,最终得到的是宝贵的回忆、美妙的感受和丰富的阅历,因此当代人普遍把旅游当做现代社会的一种基本生活方式。旅游正从一种主要以休息、娱乐或观光为中心的活动转变成一种生活方式的提高或者追求,正在日益成为一种人们个人发展以及生活方式形成的途径。在这种背景下,世界各国的旅游业都正在经历着一个快速发展的阶段,旅游和旅游业的重要性日益突显。根据世界旅游组织(WTO)的统计,在过去的50年中全世界的旅游入境人数增加了近30倍:1950年为2500万;1970年为1.66亿;1990年为4.58亿;2000年达到6.97亿。^①世界旅游及旅行理事会(WTTC)的统计数字显示,从20世纪90年代开始,旅游业已经发展成为世界第一大产业,1998年全世界1/10的就业岗位是旅游业提供的,旅游活动占全球经济活动的6%。^②世界旅游及旅行理事会发布的《2011~2021旅游业经济影响报告》认为,未来10年里,世界旅游行业对全球生产总值GDP的贡献每年将达到4.2%,总额为9.2万亿美元,并创造6500万个就业机会。^③中国的旅游业从20世纪80年代开始也进入高速发展的阶段,旅游业已经成为中国国民经济中的重要产业,并显示出在21世纪将继续快速发展的迹象。根据世界旅游组织的预测,中国将于2020年成为世界第一大旅游接待国和第四大客源输出国。届时,估计每年将有1.3亿游客前往中国,而中国公民出境旅游的人数将达到1亿,是目前亚洲各国出境游客

① 世界旅游组织2002年统计数字, www.world-tourism.org。

② WTTC Key Statistics 1998。

③ 中国新闻网, <http://www.chinanews.com/cj/2011/03-04/2883725.shtml>。

的总和。^①

面对旅游和旅游业的这种发展趋势，旅游业界的专业人员、从事旅游研究的学者、旅游专业的学生及广大旅游者完全有理由设想，如果旅游继续以当前的趋势和势头发展，在未来的50年或者整个21世纪中，旅游业将会继续成为世界第一大产业，并且将继续对社会的各个领域和人们的生活方式产生巨大的影响。因此，政府部门、企业、高等院校和研究机构都积极参与旅游业的发展。从旅游研究和旅游教育的角度来看，旅游或者旅游学已经成为一门越来越重要的学科。本书旨在从学术和专业的角度，借鉴国内外旅游理论研究的成果，综合和总结旅游管理学的理论，用其分析影响旅游发展的因素、旅游体系内部各个利益相关因素之间的关系、旅游和旅游业对社会生活和发展的各个领域的影响及旅游业未来的发展趋势，力图对旅游和旅游业的机理和结构进行更深入的剖析和认识，促进旅游学科在中国的建设和发展。

第一节 旅游的概念

“旅游”是人类的一种行为，在英文中“travel”（旅行）和“tour”（旅游）常常是可以互换使用的，其广义的、非学术性的含义和我们在日常生活中使用的“旅游”一词的中文含义大体相同，即在整体上泛指人们的旅行、探亲访友、观光、游览、休闲消遣、享受大自然、度假等活动的综合。世界旅游组织对旅游的定义摆脱了人们把“旅游”仅仅看成“度假”的刻板印象。世界旅游组织对旅游的官方定义是：“旅游指人们出于休闲、商务及其他目的到其通常环境之外的地区旅行或逗留不超过连续一年的活动。”^②

但是，如果把“旅游”（tourism）作为一门学问来研究，从旅游管理学的角度审视“旅游”，其涉及的范围就远远不只是狭义的“旅”和“游”的含义了。从学术研究的角度来看，“旅游”（tourism）也可以表示“旅游学”，利珀（Leiper）认为，“旅游（tourism）是成为旅游者的理论和独特的实践”。^③ 研究旅游既要研究广义的“旅游活动”中的内在矛盾和结构，也要研究旅游活动对外

^① 中国网，<http://www.china.org.cn/chinese/TR-c/234413.htm>，2002年11月20日；<http://www.china.org.cn/chinese/TR-c/235689.htm>，2002年11月20日。

^② World Tourism Organization. *Concepts, Classifications for Tourism Statistics*. Madrid, Spain: WTO.

^③ Leiper, N. (2003). *Tourism Management* (2nd Ed.). Frenchs Forest, Australia: Pearson Education Australia, p. 33.

部产生的各种影响。旅游学的研究重视旅游活动中的各种内外关系和相互影响。以此为基础,谢彦君将“旅游学”定义为,“旅游学的研究对象是旅游活动的内在矛盾,旅游学的任务就是要通过研究来认识这种矛盾的性质及其发生原因、形态结构、运动规律和它所产生的各种外部影响”。^①李天元给“旅游”下的定义也重视旅游活动中发生的各种关系,“旅游是非定居者出于和平目的的旅行和逗留而引起的现象和关系的总和”。^②一些学者认为,“旅游”涉及人类的外出活动和商业活动。例如,查德威克(Chadwick)将“旅游学”定义为,“有关人类及其商业活动的一个研究领域,即对人们出于商务、休闲娱乐或者个人原因等目的暂时离开其日常居住及工作环境的活动的研究”。^③

戈尔德纳(Goeldner)等学者认为,为了更好地定义、描述和研究“旅游”,可以把旅游放到一个包含多种利益相关群体的较大结构体系中。这个较大结构体系包括以下四个主要组成部分。

旅游者 旅游者寻求心理和生理的体验和满足。旅游者的这种特点主要影响旅游目的地的选择和喜爱的休闲活动的种类。

提供旅游商品和服务的企业 企业家把旅游当做挣钱的机会,提供旅游市场需要的商品和服务。

东道地社区或地区的政府 政治家把旅游当做本地区经济发展中的一个致富因素。他们关注本地区人民从旅游业中得到的收入、从国际旅游者获取的外汇收入及直接和间接的旅游税收收入。

东道地社区 东道地人民通常把旅游当做一种文化和就业因素。例如,国际游客的数量会对当地社区产生积极或消极的影响。^④

韦弗(Weaver)和劳顿(Lawton)从旅游学研究和旅游管理学的角度,在戈尔德纳的研究成果的基础上,将“旅游”进一步分割成多种相互关联和影响的“过程、活动和结果”,这些和旅游相关的“过程、活动和结果”总和构成了一个利益相关群体的结构体系(见图1-1)。在这个体系中,除了戈尔德纳等学者归纳的四个因素(旅游者、旅游企业、东道地政府及东道地社区)外,还包含客源地政府、高等教育机构和非政府组织。在这个体系中,各个利益相关群体之间相互联系,相互影响,共同起作用。根据这个旅游利益相关群体的结构体系,

① 谢彦君. 基础旅游学 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001. 9.

② 李天元. 旅游学概论 [M]. 天津: 南开大学出版社, 2002. 34.

③ 史蒂芬·佩吉等著, 刘劭莉等译. 现代旅游管理导论 [M]. 北京: 电子工业出版社, 2004. 8.

④ Goetdner, C., Ritchie, J. and McIntosh, R. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (8th Ed.) [M]. New York: John Wiley & Sons, 2000. 14.

可以把“旅游”（或曰“旅游学”）描述为：“在吸引、运送、接待和管理旅游者及其他来访者的过程中，旅游者、旅游供给商、东道地政府、东道地社区、客源地政府、大学、社区学院和非政府组织通过相互作用而产生的各种过程、活动和结果的总和”。^①这个体系中的任何两个利益相关群体之间的关系都是双向的、相互影响和相互作用的。这个体系的另一个特点是包含了高等社区学院和综合性大学，这充分体现了高等教育机构不但在职业技能培训方面起着重要的作用，而且在培养高层次人才、学术研究和理论创新方面同样发挥着重要的作用。这也体现了旅游学研究作为一个学科领域正在不断地发展和成熟。

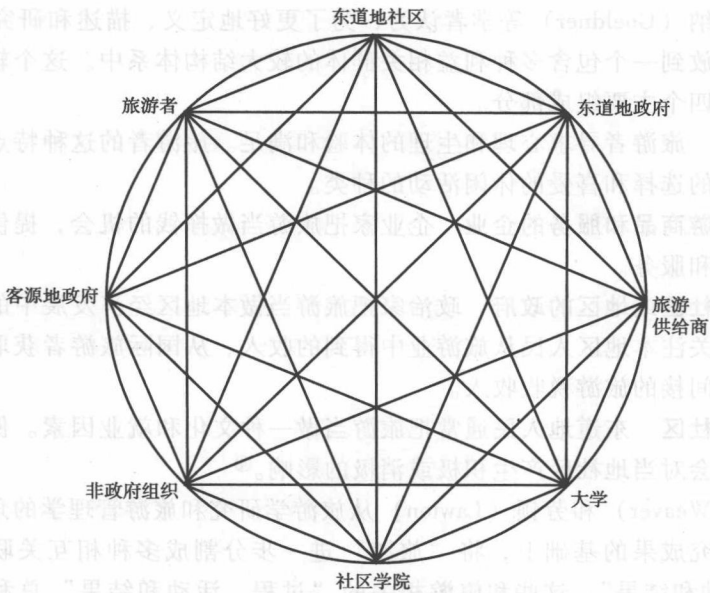


图 1-1 旅游利益相关群体的结构体系

资料来源：Weaver, D. and Lawton, L. (2006). *Tourism Management* (3rd Ed.). Milton, Australia: John Wiley & Sons Australia, p. 3.

综上所述，我们可以认为，韦弗和劳顿总结的“旅游利益相关群体的结构体系”和其对“旅游”所下的定义比较有利于旅游管理学的学习和研究。

① Weaver, D. and Lawton, L. *Tourism Management* (3rd Ed.) [M]. Milton, Australia: John Wiley & Sons Australia, Ltd., 2006. 3.

第二节 旅游的发展模式

很多学者都认为,旅游发展的历程通常是沿着从低级阶段到高级阶段的轨迹前进的。这种发展模式的形式是由于旅游的发展一定会受到社会、文化和经济等因素的影响和制约。旅游的这种发展模式在发展中国家的旅游发展中表现得尤为明显。表 1-1 列出了旅游发展的四个阶段和每个阶段所表现出的一些基本特征。

表 1-1 旅游发展阶段模式

旅游发展阶段	主要特征	规划和管理的程度
初级阶段	入境游客的数量很少 混合型地方经济 目的地未被发现 缺少国际形象 企业家对旅游的投资兴趣很小 在旅游设施方面的投资很少 几乎没有各种规模的酒店,住宿设施的规模很小	缺少旅游规划 旅游规划和管理不是优先考虑的事项 管理的风险很低
影响阶段	意识到旅游市场的重要性 由于入境游客人数增加,现有的住宿设施爆满 购买第二套住房的人数增加 酒店连锁集团和旅游经营商前来考察 政府提高了对旅游业的认识	需要对旅游发展速度和旅游规划进行评估
发展阶段	旅游经营商、旅游目的地和政府机构进行旅游促销活动 多国酒店连锁集团与当地合作修建大型酒店 改进旅游设施,包括提升餐馆、酒吧和公共服务设施的功能 混合型经济的性质发生了变化 环境、社会和经济因素的影响打破了社区的平衡,造成了一定程度的紧张和消极影响	修改规划政策以适应旅游的快速发展
延续阶段	旅游目的地继续发展,但是更有选择性地促进营销活动 维护旅游设施变得更加紧迫 旅游业在经济中占支配地位 反对发展大众旅游呼声日益增加	在旅游领域采用更精确、更先进的规划技术

资料来源: Lumsdon, L. . *Tourism Marketing* [M]. London, UK: International Thomson Business Press, 1997. 8; 有改动。

如前所述,从20世纪50年代开始,世界旅游业得到了空前飞速的发展,带来了全球性的“旅游革命”,世界进入了大众旅游(Mass tourism)时代。有关人士和组织也都预测,进入21世纪后,世界旅游业将继续高速发展。但是普恩(Poon)对世界旅游业的发展提出了不同的观点,她编录了从第二次世界大战结束时的1945年到世界进入21世纪初叶的社会发展大事件和旅游增长率年表,并据此绘制了全新的旅游生命周期图,提出了“旧旅游”(Old tourism)和“新旅游”(New tourism)的新概念^①(见图1-2)。普恩预言“旧旅游”将走向衰落,“新旅游”将取而代之。

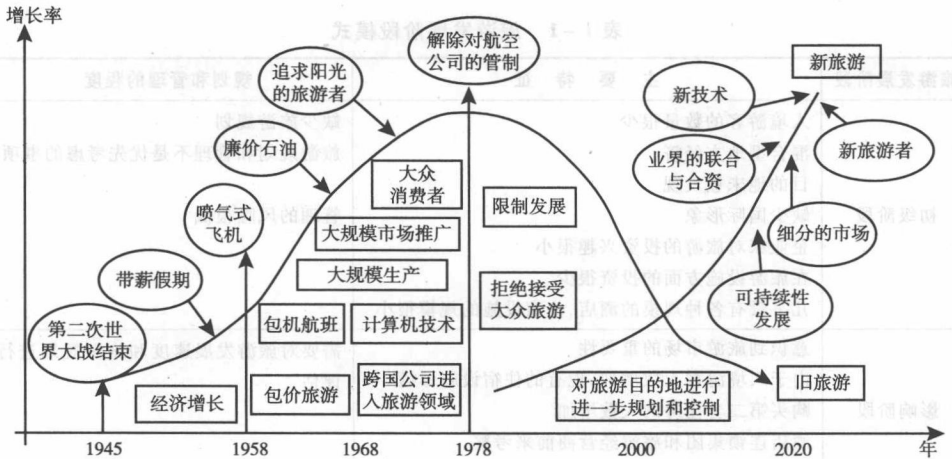


图1-2 旅游生命周期图

资料来源: Lumsdon, L.. *Tourism Marketing* [M]. London, UK: International Thomson Business Press, 1997. 278.

普恩把传统的大众旅游称为“旧旅游”,认为旧旅游中的旅游者的消费行为和特点与“新旅游”中的旅游者完全不相同。旧旅游者(传统的大众旅游者)满足于单一的、可预见的、3S型(sun, sea, sand)的、随大流型的度假体验,而新旅游者的旅游经验更丰富,更具独立性和灵活性,他们重视与众不同的体验,更了解旅游目的地的历史和文化,更清醒地意识到自己在旅游活动中的行为对旅游目的地和敏感环境的影响。新旅游者也知道什么是“正确”的旅游行为

^① Poon, A.. *Tourism, Technology and Competitive Strategies* [M]. Oxford, UK: CAB International. 1993.

和如何“正确”地进行旅游消费。

在普恩的旅游生命周期图中,旧旅游在20世纪70年代末期达到顶点,并开始走向衰落,而新旅游则从这个时期开始兴起并持续向前发展。按照普恩的逻辑预测,到2020年新旅游的规模将超过旧旅游在20世纪70年代末期所达到的顶峰,并将继续显示出发展的势头。普恩的旅游生命周期图显示,第二次世界大战结束后,由于科学技术的突飞猛进、世界经济的高速发展和社会进步等诸多因素,世界旅游业(旧旅游,即“大众旅游”)一直持续快速发展。到20世纪70年代末期,美国于1978年通过了《航空公司解除管制法》,^①由于放松了管制,世界航空市场得到了进一步的活跃。以此为标志,世界旅游业得到了空前的发展,达到了顶峰。但是此后,由于诸多因素的限制,旧旅游的发展速度开始减缓,而新旅游则开始兴起并不断增长。导致这种新旧旅游的兴衰变化的主要原因如下:^②

新消费者 新旅游消费者的旅游经验更丰富;对环境更敏感;寻求旅游体验和生活质量,而不是3S型的度假。新消费者的出现使旅游市场出现了新的格局。现在,旅游市场的破碎程度远远超过了20年前,因此使寻求标准化的市场营销策略陷入了进退两难的地步。

新技术 越来越多的新技术应用到旅游领域,而新技术的发展速度超过了旅游消费市场的变化速度。这意味着,可以采用先进的技术对旅游消费市场进行更精确的细分。而且旅游消费者不必依靠旅游经营商的帮助就可以很容易地选择旅游目的地和旅游服务,而且几乎不用花钱,也没有风险。借助新技术,旅游供应商有可能以很小的代价调整和协调其提供的旅游产品,因此不必采用规模经济的方式也能获得利润。

限制发展 所有旅游企业都面临着越来越多的与环境相关的限制因素。人们都已经普遍认识到,不应该接受那些消耗能源高、对环境影响大的旅游服务。同时,越来越多的国际组织、政府和跨国公司不得不屈服于旅游发展造成的负面影响,停止发展和开发一些受环境等因素限制的旅游项目。

全球性新实践 在新旅游中,传统的规模经济和经验曲线已经不再适用于旅游的所有领域。旅游新时代的特点包括:旅游需求的超级细分、旅游供给和销售的灵活性及通过非规模经济手段获取利润。

如上所述,按照普恩提出的旅游生命周期理论模型,以大众旅游为标志的旧

^① <http://www.all56.com/list0.php?docid=6511>.

^② Lumsdon, L. *Tourism Marketing*[M]. London, UK: International Thomson Business Press, 1997. 278.

旅游的发展速度开始减缓，而新旅游开始兴起并加速发展；但是事实显示，大众旅游不但没有完全退出舞台，而且在世界的很多地区仍然很兴旺地快速发展着。因此可以预言，大众旅游和新旅游这两种旅游模式将会长期并存。其原因主要来自两个方面：一方面是经济因素，大众旅游能够为目的地国家和地区带来可观的经济收入；另一方面是社会心理因素，因为很多旅游者通常都不一定愿意自己安排旅游行程，也不希望到达旅游目的地后自己寻找住处，他们往往希望能够不用学习外语就可以获得相关的旅游产品和服务；希望不必花费很多钱就可以享受到比较舒适的住宿设施并且吃到自己熟悉的食物。尽管如此，从旅游管理者、经营者、研究者和学习者的角度，了解旧旅游和新旅游的基本特点、两者之间的不同之处及新、旧旅游的兴衰趋势将有助于进一步学习和理解旅游管理理论和实践。

不论旅游业发展的趋势如何，它通常总是受到来自四个方面的因素的影响或者制约：经济因素、技术因素、社会因素和政治因素（见图 1-3）。因此，从旅游管理的角度，我们应该关注并分析经济、技术和社会对旅游业发展产生的潜在影响。例如，通信技术的迅速发展不但对旅游者如何购买旅游产品和如何获得旅游目的地的信息等方面产生巨大的影响，而且也对经济和工业发展的性质产生了重要的影响。同样，我们也应该关注政府在旅游发展过程中扮演的重要角色，例如，政府可以以官方的名义进行促销、修建交通等基础设施、制定促进旅游业发展的框架性法律和法规等。

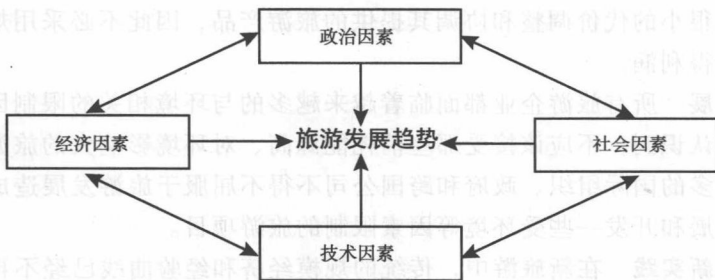


图 1-3 制约旅游发展趋势的诸因素

资料来源：Hall, C. *Introduction to Tourism: Dimensions and Issues* [M]. Frenchs Forest, Australia: Pearson Education Australia, 2003. 59.

第三节 旅游学研究

旅游学几乎涵盖我们社会的全部领域。国内外学者现在都普遍倾向于认为旅游学是一门复合型的学科，具有多学科性和跨学科性。例如，研究文化和历史传统旅游，需要采用人类学的研究方法；人们的旅行行为多种多样、旅行原因各异，所以要用心理学的方法研究如何对旅游产品进行市场推广和营销；地理学家关注旅游者的空间活动和地理环境、气候及地貌景观等因素与旅游活动的关系，他们采用地理学的方法对旅游进行研究；旅游是一种社会活动，因此要采用社会学的研究方法分析个体和群体的旅游活动对社会的影响；为了保证旅游企业的有效运转和健康发展，需要采用管理学的方法对旅游企业中的多种问题进行分析和研究；旅游作为一种经济现象，对地区、国家乃至世界的经济发展产生巨大的积极和消极影响，因此有必要采用经济学的方法对旅游进行分析和研究，等等。

旅游学研究的多学科关系可以用一个简图表示（见图 1-4）。这些相关学科与旅游学研究的主要关联如下：

经济学 研究旅游的经济影响及旅游对经济发展产生的各种动力。

地理学 研究地理环境、气候及地貌景观等因素与旅游活动的空间关系，旅游区域划分，旅游资源的分布及分类。

历史学 研究旅游的演变发展史，从历史学的视角研究和解释旅游吸引物的含义。

法学 研究旅游者、旅游从业者及旅游企业应该遵循的法律框架。

生态学 研究旅游对自然环境的影响。

社会学 用社会学的理论框架分析和研究人们的旅游休闲活动及旅游对社会发展产生的各种动力。

心理学 研究人们的旅游动机和需要。

工商管理学 研究旅游企业的管理及各种类型的旅游组织的活动和行为。

人类学 研究旅游者和旅游目的地居民之间的关系和旅游活动对旅游目的地的文化影响，并从人类学的视角研究和解释人文旅游吸引物的含义。

营销学 研究旅游产品的市场推广、营销及旅游市场细分。

农学 研究乡村旅游和农场旅游对乡村多样化及乡村建设的影响。

政治学 研究旅游政策的制定、旅游的地缘政治、旅游对政治的影响及政治对旅游的影响。

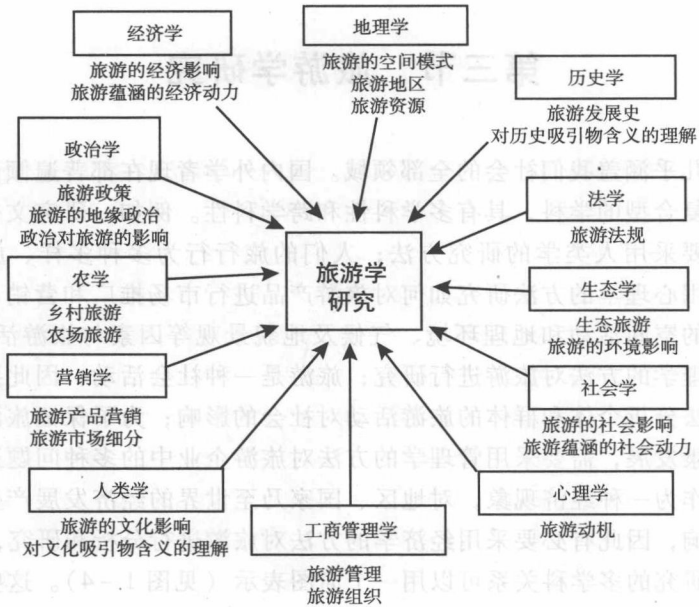


图 1-4 旅游学研究的多学科关系

资料来源: Weaver, D. and Lawton, L. *Tourism Management* (3rd Ed.) [M]. Milton, Australia: John Wiley & Sons Australia, 2006. 16.

旅游学的跨学科性也体现在高等学校对旅游学科的课程的设置上。虽然国外有相当一部分高等学校都设有专门的旅游系或旅游学院, 开设旅游专业的课程, 但是也有相当一部分旅游课程并不是在这些专门的旅游系、院中开设的, 而是设置在一些非旅游系、院或专业中 (见图 1-5)。

同行评审旅游学学术刊物的发展历程可以反映出旅游学研究的学术地位正在逐步提升。在英文中, 同行评审学术刊物 (Refereed academic journal) 表示在该刊物上刊登的文章都是经过同行专家的严格盲审 (Double-blinded peer review) 合格后才发表的, 因此这类学术刊物被学术界广泛地认为能够展示代表本学科或专业的最新的、最前沿的发展成果, 具有学术同行认可的、很高的学术地位。表 1-2 列出了截止到 2006 年的世界主要同行评审英文版旅游学学术刊物的名称和创刊时间。