

旅游学导论

INTRODUCTION TO TOURISM

主编 ◎ 张科　李璐

北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

旅游学导论

主　编　张　科　李　璐

副主编　张世艳　陈梓楠

参　编　王瑗琳　周　亚　王静思

北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内容提要

本书涵盖了旅游学研究的基本内容，体现了在新时代背景下旅游业发展的趋势和新态势。着重反映国际和国内旅游学术界的主流认识，从旅游者、旅游发展、旅游业、旅游产品、旅游目的地、旅游市场、旅游影响、可持续旅游发展和旅游业的未来等领域展开讨论，充分运用大量的实际案例，使读者对相关理论及其实际运用有更深层次的理解。

本书特点：（1）将旅游学中涉及的部分基本概念进行辨析，能够充分帮助学生分辨、理解和掌握旅游学的基本概念。（2）运用国际旅游学界统一认识的概念术语和研究成果，增强学生的国际化视野。（3）加入旅游餐饮、旅游目的地及其相关概念和旅游危机管理的内容，丰富学生对旅游学研究对象的认知。（4）增加专项旅游产品这一章节，能够让学生充分把握新型旅游形式的类型及发展趋势。（5）结合新时期国际及国内旅游发展的特点和目标，增加科技发展对旅游业的影响这一章节，与时俱进。

本书适合于应用型本科院校的旅游管理专业的学生作为教材，也可以作为广大旅游从业人员的参考书籍，具有实用性和参考价值。

版权专有　侵权必究

图书在版编目（CIP）数据

旅游学导论/张科，李璐主编. —北京：北京理工大学出版社，2016.12
ISBN 978-7-5682-3175-6

Ⅰ.①旅…　Ⅱ.①张…②李…　Ⅲ.①旅游学-教材　Ⅳ.①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 239692 号

出版发行／北京理工大学出版社有限责任公司
社　　址／北京市海淀区中关村南大街 5 号
邮　　编／100081
电　　话／（010）68914775（总编室）
　　82562903（教材售后服务热线）
　　68948351（其他图书服务热线）
网　　址／http：//www.bitpress.com.cn
经　　销／全国各地新华书店
印　　刷／北京国马印刷厂
开　　本／787 毫米×1092 毫米　1/16
印　　张／12.25
字　　数／288 千字
版　　次／2016 年 12 月第 1 版　2016 年 12 月第 1 次印刷
定　　价／50.00 元

责任编辑／王晓莉
文案编辑／王晓莉
责任校对／周瑞红
责任印制／李志强

图书出现印装质量问题，请拨打售后服务热线，本社负责调换

出版说明

用创新性思维引领应用型旅游管理本科教材建设

市场上关于旅游管理专业的教材很多，其中不乏国家级规划教材。然而，长期以来，旅游专业教材普遍存在着定位不准、与企业实践背离、与行业发展脱节等现象，甚至大学教材、高职高专教材和中职中专教材从内容到形式都基本雷同的情况也不少见，让人难以选择。当教育部确定大力发展应用型本科后，如何编写出一套真正适合应用型本科使用的旅游管理专业教材，成为应用型本科旅游专业发展必须解决的棘手问题。

北京理工大学出版社是愿意吃螃蟹的人。2015 年夏秋，出版社先后在成都召开了两次应用型本科教材研讨会，参会的人员有普通本科、应用型本科和部分专科院校的一线教师及行业专家，会议围绕应用型本科教材特点、应用型本科与普通本科教学的区别、应用型本科教材与高职高专教材的差异性进行了深入探讨，大家形成许多共识，并在这些共识基础上组建成教材编写组和大纲审定专家组，按照“新发展、新理念、新思路”的原则编写了这套教材。教材在四个方面有较大突破：

一是人才定位。应用型本科教材既要改变传统本科教材按总经理岗位设计的思路，避免过高的定位让应用型本科学生眼高手低，学无所用；又要与以操作为主、采用任务引领或项目引领方式编写的专科教材相区别，要有一定的理论基础，让学生知其然亦知其所以然，有发展的后劲。教材编写组最终确定将应用型本科教材定位为培养基层管理人才，这种人才既懂管理，又会操作，能为旅游行业广为接纳。

二是课程和教材体系创新。在人才定位确定后，教材编写组对应用型本科课程和教材体系进行了创新，核心是弥补传统本科教材过于宏观的缺陷，按照市场需要和业务性质来创新课程体系，并根据新课程体系创新教材体系，譬如在《旅行社经营与管理》之外，配套了《旅行社计调业务》《旅游产品设计与开发》《旅行社在线销售与门店管理》等教材。将《饭店管理》细化为《前厅服务与管理》《客房服务与管理》《餐饮服务与管理》，形成与人才定位一致的应用型本科课程体系和教材体系。与此同时，编写组还根据旅游业新的发展趋势，创新了许多应用型本科教材，如《乡村旅游经营与管理》《智慧旅游管理与实务》等，使教材体系更接地气并与产业结合得更加紧密。

三是知识体系的更新。由于旅游业发展速度很快，部分教材从知识点到服务项目再到业务流程都可能已经落后了，如涉旅法规的变更、旅游产品预订方式的在线化、景区管理的智慧化以及乡村旅游新业态的不断涌现等，要求教材与时俱进，不断更新。教材编写组在这方面做了大量工作，使这套教材能够及时反映中外旅游业发展成就，掌握行业变化动态，传授最新知识体系，并与相关旅游标准有机融合，尽可能做到权威、全面、方便、适用。

四是突出职业教育，融入导游考证内容。2016 年 1 月 19 日国家旅游局办公室正式发布了《2016 年全国导游人员资格考试大纲》（旅办发〔2016〕14 号），大纲明确规定：从 2016 年起，实行全国统一的导游人员资格考试，不指定教材。本套教材中的《旅游政策与法规》《导游实务》《旅游文化》等属于全国导游资格考试统考科目，教材紧扣《全国导游资格考试大纲》，融入了考证内容，便于学生顺利地获取导游证书。

为了方便使用，编写体例也极尽人性化，大部分教材各章设计了“学习目标”“实训要求”“小知识”“小贴士”“知识归纳”“案例解析”和“习题集”，同时配套相应的教学资源，无论是学生还是教师使用都十分方便。

当然，由于时间和水平有限，这套教材难免存在不足之处，敬请读者批评指正，以便教材编写组不断修订并至臻完善。希望这套教材的出版，能够为旅游管理专业应用型本科教材建设探索出一条成功之路，进一步促进并提升旅游管理专业应用型本科教学的水平。

四川省旅游协会副会长
四川省导游协会会长
四川省旅发委旅行社发展研究基地主任
四川师范大学旅游学院副院长
陈毓康

总 序

随着高等教育迈向大众化发展的趋势，人才培养逐渐由重理论、重学术向重实践、重能力转变，强调职业素质、职业技能与职业能力的培养，注重培养适宜时代发展需要的应用型人才。旅游管理作为一门应用性极强的学科，在探索应用型本科的专业建设、课程体系重构、教学手段革新、教学内容丰富等方面走在前列，对其他专业向应用型本科转型具有引领示范性作用。

2015 年 10 月国家旅游局、教育部联合出台了《加快发展现代旅游职业教育的指导意见》，其中指出要“加强普通本科旅游类专业，特别是适应旅游新业态、新模式、新技术发展的专业应用型人才培养。”在当今时代背景下，本套“旅游管理专业应用型本科规划教材”对推动普通本科旅游管理专业转型，培养适应旅游产业发展需求的高素质管理服务人才具有重要的意义。具体来说，本套教材主要有以下四个特点：

一、理念超前，注重理论结合实际

本套教材始终坚持“教材出版，教研先行”的理念，经过了调研旅游企业、征求专家意见、召开选题大会、举办大纲审定大会等多次教研活动，最终由几十位高校教师、旅游企业职业经理人共同开发、编写而成。

二、定位准确，彰显应用型本科特色

该套教材科学区分了应用型本科教材与普通本科教材、高职高专教材的差别，以培养熟悉企业操作流程的基层管理人员为目标，理论知识按照“本科标准”编写，实践环节按照“职业能力”要求编写，在内容上凸显了教材的理论与实践相结合。

三、体系创新，符合职业教育要求

本套教材按照职业教育“课程对接岗位”的要求，优化了教材体系。针对旅游企业的不同岗位，出版了不同的课程教材，如针对旅行社业的教材有：《旅行社计调业务》《导游实务》《旅行社在线销售与门店管理》《旅游产品设计与开发》《旅行社经营与管理》等，保证了课程与岗位的对接，符合旅游职业教育的要求。

四、资源配备，搭建教学资源平台

本套教材以建设教学资源数据库为核心，制作了图文并茂的电子课件，从方便教师教学，还提供了课程标准、授课计划、案例库、同步测试题及参考答案、期末考试题等教学资料，以便于教师参考；同步测试题中设置了单项选择题、多项选择题、判断题、简答题、技能操作题及参考答案，便于学生练习和巩固所学知识。

在全面深化“大众创业，万众创新”的当代社会，学生的创新能力、动手能力与实践能力成为旅游管理应用型本科教育的关键点与切入点，而本套教材的率先出版可谓是一个很好的出发点。让我们一起为旅游管理应用型本科教育的发展壮大而共同努力吧！

教育部旅游管理教学指导委员会副主任委员
湖北大学旅游发展研究院院长



前言

2014年8月21日，国务院颁布了《关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发〔2014〕31号），从树立科学旅游观、增强旅游发展动力、拓展旅游发展空间、优化旅游发展环境、完善旅游发展政策等多个方面提出了对我国未来一段时期旅游发展的具体要求，并明确到2020年境内旅游总消费额达到5.5万亿元，城乡居民人均出游4.5次，旅游业增加值占国内生产总值的比重超过5%的目标，这意味着国家为把旅游业打造成战略性支柱产业制定了时间表，也拉开了我国新一轮旅游发展的序幕。这就要求旅游产业在新的发展态势下，要更加注重与其他产业的融合，更加注重创造新的旅游发展模式，更加注重创造旅游消费需求和引领旅游消费潮流，并且要不断提升旅游者的消费体验，才能使传统的旅游业转型升级为现代服务业。旅游发展创新的前提之一便是拥有高素质的旅游专业人才。因此，培养既具有扎实理论基础，又熟练掌握实践技能的旅游专业人才成为目前旅游专业高等教育的当务之急。

教育部、国家发改委、财政部印发《关于引导部分地方普通本科高校向应用型转变的指导意见》的正式颁布，标志着我国高等教育“重技重能”时代即将来临，将进一步推动地方普通本科高校向应用型转变的发展。在此背景下我们编写本书，一方面是为了适应当前高校改革的需要，满足中国旅游业对多层次旅游专业人才的需求，帮助我国应用型本科旅游专业学生和从业人员掌握先进的知识和技能；另一方面，以旅游产业最新发展动态为导向，以强化学生的市场化视野。

为了适应旅游管理应用型本科教学的特点，本书以旅游学的研究对象为主线，既注重对旅游学的基本原理的阐述，又将当前旅游业发展中的热点问题和实践经验融入其中，突出新颖性和职业性。在编写时，我们既注意将旅游学中容易混淆的相关概念进行了辨析，以帮助读者能够更好地理解旅游的基本概念；又加入了旅游餐饮、旅游购物等容易被传统教材所忽略的内容，力求让读者能够全面认识旅游学所涉及的研究对象。此外，本书还系统地阐述了智慧旅游、“互联网+旅游”以及全域旅游的相关概念，并结合互联网时代的特点对我国旅游业未来的发展趋势进行了探讨，有助于读者能够紧跟现代旅游业发展的时代步伐。

本书共分十一章，从旅游者、旅游业、旅游产品、旅游目的地、旅游市场、旅游影响、可持续旅游发展、旅游的发展模式以及旅游业的未来发展趋势等领域探讨了旅游学的基本概

念、原理和方法，并列举了大量的实际案例作为知识补充。本书既可作为各大应用型本科院校旅游管理专业的教材，也可作为广大旅游从业人员的参考书籍，具有实用性和参考价值。

本书由张科、李璐设计大纲，并组织编写和最后统稿，各章的编写者均由不同院校的一线旅游管理专业教师担任，具体分工如下：第一、二、三章由王瑗琳编写，第四、六章由张世艳编写，第五章由陈梓楠编写，第七章由张科编写，第八章由周亚编写，第九、十章由李璐编写，第十一章由王静思编写。

在编写过程中，我们查阅并借鉴了国内外大量有关旅游基础理论的文献资料、著作和论文，在此对这些作者致以诚挚的谢意。

由于旅游业如今呈现出日新月异的发展态势，加之编者的学识水平有限，书中不足之处和遗漏之处难免，敬请广大读者和同仁不吝批评指正。

编　者

目 录

第一章　旅游的概念、性质及特点 …… 1

第一节　旅游的基本概念 …… 1

一、旅游的概念辨析 …… 1

二、旅游、旅行和观光 …… 4

第二节　旅游活动的基本特征 …… 6

一、普及性或大众性 …… 6

二、增长的持续性 …… 7

三、地理集中性 …… 8

四、季节性 …… 9

五、旅游种类多样性、个性化 …… 9

第三节　旅游活动的性质 …… 9

一、旅游活动是多种现象的综合体现 …… 9

二、旅游的基本属性 …… 10

第四节　旅游活动的类型 …… 11

一、按照地理范围划分标准 …… 11

二、按照旅行距离划分标准 …… 12

三、按照组织形式划分标准 …… 12

四、按照旅游目的划分标准 …… 13

五、其他划分标准 …… 15

第二章　旅游的产生和发展 …… 18

第一节　旅游的产生 …… 18

一、原始社会的迁徙和旅行 …… 18

二、奴隶社会旅游的萌芽 …… 19

第二节　西方旅游业的产生和发展 …… 19

一、古代西方的旅游活动 …… 19

二、近代西方旅游的兴起 …… 22
三、现代西方旅游的发展 …… 26
第三节 中国旅游业的产生和发展 …… 28
一、古代中国的旅游活动 …… 28
二、近代中国旅游的兴起 …… 32
三、现代中国旅游的繁荣 …… 33
第三章 旅游组织 …… 38
第一节 国际旅游组织 …… 38
一、国际旅游组织概况 …… 38
二、国际旅游组织类别 …… 39
第二节 我国的旅游组织 …… 42
一、旅游行政组织 …… 42
二、旅游行业组织 …… 44
第四章 旅游者 …… 48
第一节 旅游者的界定 …… 48
一、国际旅游者 …… 48
二、国内旅游者 …… 50
第二节 旅游者形成的条件 …… 50
一、客观条件 …… 50
二、主观条件 …… 53
第三节 旅游者的类型及其需求特点 …… 56
一、消遣型旅游者及其需求特点 …… 57
二、差旅型旅游者及其需求特点 …… 57
三、家庭及个人事务型旅游者及其需求特点 …… 57
四、特种旅游者及其需求特点 …… 57
第五章 旅游业 …… 60
第一节 旅游资源 …… 60
一、旅游资源的概念 …… 60
二、旅游资源的分类 …… 61
三、旅游资源开发和保护 …… 63
四、旅游吸引物 …… 66
第二节 旅行社 …… 67
一、旅行社的定义及特征 …… 67
二、旅行社的分类 …… 67
三、旅行社在旅游业中的作用 …… 68
第三节 旅游交通 …… 69
一、旅游交通的概念 …… 69

二、旅游交通的主要形式 …… 70
三、旅游交通在旅游业中的作用 …… 73
第四节 旅游住宿 …… 74
一、旅游住宿的概念及特征 …… 74
二、旅游饭店的概念及特征 …… 75
三、旅游饭店的等级和分类 …… 75
四、旅游住宿在旅游业中的作用 …… 78
五、其他旅游住宿形式 …… 78
第五节 旅游景区 …… 82
一、旅游景区的概念 …… 82
二、旅游景区的分类 …… 82
三、旅游景区在旅游业中的作用 …… 82
四、旅游景区、旅游景点和风景名胜区 …… 83
第六节 旅游餐饮 …… 84
一、旅游餐饮的概念 …… 84
二、旅游餐饮的分类 …… 84
三、旅游餐饮在旅游业中的作用 …… 84
第七节 旅游购物 …… 85
一、旅游购物的概念 …… 85
二、旅游购物的特点 …… 86
三、旅游购物的作用 …… 87
第六章 旅游产品 …… 91
第一节 旅游产品的概念及特点 …… 91
一、旅游产品的概念 …… 91
二、旅游产品的特点 …… 92
第二节 旅游产品的类型 …… 93
一、根据旅游者的组织形式分类 …… 93
二、根据产品包含的内容分类 …… 93
三、根据旅游产品的档次分类 …… 93
四、根据旅游产品的所需时间分类 …… 94
五、根据旅游产品的活动范围分类 …… 94
六、根据旅游活动的内容分类 …… 94
第三节 旅游产品的供给 …… 95
一、旅游产品供给的内容 …… 95
二、旅游产品供给的特点 …… 97
三、旅游产品供给原则 …… 97
第四节 专项旅游产品 …… 99
一、遗产旅游 …… 99

二、会展旅游 …… 99
三、生态旅游 …… 100
四、乡村旅游 …… 100
五、都市旅游 …… 101
六、其他专项旅游产品 …… 101
第五节 旅游商品 …… 103
一、旅游商品的概念 …… 103
二、旅游商品的特点 …… 103
三、旅游商品的分类 …… 103
第七章 旅游目的地 …… 108
第一节 旅游目的地概述 …… 108
一、旅游目的地的概念界定 …… 108
二、旅游目的地的基本特征 …… 110
第二节 旅游目的地的分类 …… 111
一、按照空间范围划分 …… 111
二、按旅游资源的性质特点和旅游需求划分 …… 112
三、按照旅游目的地的构成形态划分 …… 112
第三节 旅游目的地生命周期 …… 113
一、旅游目的地生命周期理论的产生和发展 …… 113
二、巴特勒旅游目的地生命周期理论 …… 113
三、巴特勒旅游目的地生命周期理论的意义及局限 …… 115
第八章 旅游市场 …… 119
第一节 旅游市场概述 …… 119
一、旅游市场及其特点 …… 119
二、旅游市场的划分标准 …… 122
三、旅游客流规律 …… 125
第二节 旅游需求与供给 …… 126
一、旅游需求 …… 126
二、旅游供给 …… 132
第九章 旅游影响 …… 139
第一节 旅游影响 …… 139
一、旅游影响的背景 …… 139
二、旅游影响的类型 …… 139
第二节 旅游经济影响 …… 140
一、积极影响 …… 140
二、消极影响 …… 141
第三节 旅游社会文化影响 …… 141

一、积极影响…… 141
二、消极影响…… 142
第四节 旅游环境影响…… 143
一、旅游与环境…… 143
二、积极影响…… 144
三、消极影响…… 144
第十章 可持续旅游发展 …… 147
第一节 可持续发展…… 147
第二节 可持续旅游发展…… 148
一、可持续旅游发展概念…… 148
二、可持续旅游发展的内容和实质…… 149
第三节 承载力…… 152
一、承载力的概念…… 152
二、影响承载力的因素…… 152
三、承载力的动态性…… 155
第十一章 旅游业的未来 …… 157
第一节 旅游业发展面临的挑战…… 157
一、当前国内旅游业发展中存在的问题…… 157
二、传统旅游业正面临新形式的挑战…… 158
第二节 科技发展对旅游业带来的影响…… 160
一、智慧旅游…… 160
二、旅游与“互联网+” …… 164
三、全域旅游…… 166
第三节 移动互联网时代下我国旅游业发展的新趋势…… 171
一、“非标准住宿”将引爆生活新消费，成为旅游经济新触点 …… 171
二、度假市场成兵家必争地，OTA 巨头加速布局催生更多并购 …… 171
三、酒店业抱团取暖成趋势，进军国际市场打造国际大企业…… 171
四、自由行飞速发展，行程规划类个性定制平台“一哄而上” …… 172
五、旅游跨界玩法或成企业寻求利益的新捷径…… 172
六、旅游行业细分市场周边游、亲子游、邮轮再升级…… 173
七、传统旅游巨头积极拥抱线上，线上线下加速融合…… 174
八、旅游 B2B 领域继续迅猛发展，或将有巨头产生 …… 174
参考文献 …… 177

第一章

旅游的概念、性质及特点

【学习目标】

1. 掌握旅游的概念、基本属性及现代旅游活动的特点。
2. 熟悉旅游活动类型的划分方法。
3. 了解各种旅游活动类型的特点。

第一节　旅游的基本概念

旅游（Tour）来源于拉丁语的“Tornare”和希腊语的“Tornos”，其含义是：“车床或圆圈；围绕一个中心点或轴的运动。”这个含义在现代英语中演变为“顺序”。后缀-ism 被定义为“一个行动或过程；以及特定行为或特性”，而后缀-ist 则意指“从事特定活动的人”。词根 tour 与后缀-ism 和-ist 连在一起，指的是按照圆形轨迹的移动，所以旅游是指一种往复的行程，即指离开后再回到起点的活动，完成这个行程的人也就被称为旅游者（Tourist）。

在我国传统的著名辞书里，无论是《辞海》《辞源》，还是《康熙大辞典》，我们都难以发现“旅游”一词。这足以说明“旅游”一词在我国的出现只是近代的事情。追溯其来源，我们不难发现，“旅游”一词在我国的出现始于 20 世纪 60 年代。1964 年，国务院将我国国家旅游管理机构定名为“中国旅行游览事业管理局”。为简便上口，将“旅行”和“游览”简化合并成“旅游”二字，“旅游”一词自此出现，并在文献中和社会上得到迅速的推广和使用，最终得到学术界的认可。由此可见，旅游作为人们离家外出的一种活动，其基本的含义和内容就是“旅行+游览”。

一、旅游的概念辨析

从旅游学科诞生以来，一些国际组织和学者都曾给旅游下过很多种定义。这些定义基本上可以划分为两类：一类从理论抽象出发而给出的定义，即所谓概念性定义或理论性定义

(Conceptual Definitions)；另外一类是人们出于某些工作需要，如统计工作的需要而对旅游做出的比较具体的定义，即所谓技术性定义或实践性定义（Technical Definitions）。由于技术性定义多是为了调查和统计工作的需要，所以大多是对旅游者的定义及划分，而对旅游的界定更多侧重概念性定义。

在旅游研究中常为人们所引用，比较有影响力的概念性定义有如下几种：

1. 德国学者的定义

以蒙根·罗特为代表的德国学者在1927年出版的《国家科学词典》中把旅游定义为："那些暂时离开自己的住地，为了满足生活和文化的需求，或个人各种各样的愿望，而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往。"① 旅游一词在德语中是由"陌生"和"交往"两个词复合而成的，因此该定义重点突出了"交往"的含义。

2. 瑞士学者的定义

瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫（1942）认为："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，并且不牵涉任何赚钱的活动。"①到20世纪70年代被"旅游学科专家国际联合会"采用为该组织对旅游的标准定义，所以这一定义常常被人们简称为"艾斯特"（AIEST）定义。这个定义的优点指出了旅游的某些基本特征，如综合性、异地性、暂时性和非就业性。但这个定义也有不足之处，比如"不牵涉任何赚钱的活动"，由于中文对"赚钱活动"的涵盖比较广泛，不仅就业打工是赚钱活动，商贩摆摊设点等直接的钱货交易也是赚钱活动，甚至外出进行商务谈判、洽定合同，以及展销活动等工商事务也可以说是公司企业赚钱活动的组成部分。因此，根据这一定义，很可能会使因工商事务性原因而外出的旅行和逗留不属于旅游的范畴。

对以商务出差或出席会议为代表的差旅性或事务性外出访问活动是否属于旅游或者是否应纳入专业研究中的旅游概念所涵盖的范围这一问题，目前学术界并未形成统一认识，但是大量的事实证明：

1）在工商事务及会议旅游中，几乎都有消遣旅游活动作为其组成部分。

2）任何旅游接待国或地区都把因事来访者的消费纳入本国或本地区的旅游收入，而并非也不可能把消遣旅游和事务访问分立为两个账户，因为两者的访问目的虽然不同，但它们在目的地的消费对接待国或地区的客观影响却是一样的。

国际旅游组织公认事务访问者属于旅游者。因此，差旅性访问纳入旅游概念这一点在各旅游组织和大多数旅游研究者中已经形成共识。

3. 英国学者的定义

英国萨里大学的伯卡特和梅特利克在1972年将旅游定义为："发生于人们前往和逗留各种旅游地的流动，是人们离开他平时居住和工作的地方，短期暂时前往一个旅游目的地运动和逗留在该地的各种活动。"② 这一定义指出了旅游最本质的特征——人的流动，一切运动都包含着流动，但并非一切流动都是旅游。

---

①刘毅．中国旅游百科全书（第1册）[M]．北京：中国大百科全书出版社，1999：1.

②蔡敏华．旅游学概论 [M]．北京：人民邮电出版社，2008：24.

4. 世界旅游组织的定义

1995 年世界旅游组织和联合国统计委员会针对旅游统计问题，在技术上对旅游给出了一个界定，把旅游定义为："人们为了休闲、商务和其他目的，离开他们惯常的环境，到某些地方去以及在那些地方停留不超过一年的活动。"[①]这个定义主要包括三部分：旅游动机、较大的空间转移和时间界定。它重点强调了旅游的实践性，因此也被称为旅游的实践性定义。

5. 美国学者的定义

1980 年，美国密执安大学的罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特在《旅游学——要素、实践、基本原理》一书中指出旅游是在吸引和接待旅游及其访问者的过程中，由于旅游者、旅游企业、东道国政府及东道国各地区的居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。这个定义强调的是旅游引发的各种现象和关系，即旅游的综合性。

6. 国内学者的定义

李天元（2000）认为旅游是"非定居者出于和平的目的的旅行和逗留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致在旅游地定居和就业"。①

赵长华（1999）将旅游定义为"人们以寻求新的感受和业务联系为目的，离开常住地到异国他乡短期停留而不导致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"。②

从上述国内外的组织机构和学者对旅游的各种定义中，可以看到人们对旅游的一些共识：

其一，旅游总是为了满足一定的需要而外出，是带有一定目的性的。旅游最初的目的是以消遣享乐为主，而发展到现代旅游已经走向大众化，成为人们生活常态的组成部分。随着人们旅游经历的丰富和消费心态的日益成熟，人们更加重视自己的亲身经历，即通过实践来认识周围的事物。旅游形态呈现出由较低层次的"观光旅游"向更为高级的消费模式"体验旅游"逐步过渡的趋势，更加强调游客自身的积极参与和自身体验，使游客真正感受到旅游中的乐趣。其最大的特征是注重旅游者的体验效能，终极目的是得到快乐感、亲切感和实现自我价值。

其二，旅游是人们离开自己的定居地，去异国他乡访问的活动。这一点反映了旅游的异地性。

其三，旅游是人们前往旅游目的地，并在那里做短暂停留的访问活动。这种短期停留有别于移民性的永久居留，这一点反映了旅游的暂时性。

其四，旅游是人们的旅行和暂时居住而引起的各种现象和关系的总和。具体地讲，这里的所谓各种现象，主要是指由于旅游者的旅游活动所引发的有关经济现象、社会现象、文化现象乃至政治现象。所谓各种关系，主要是指旅游者、旅游企业、目的地政府及目的地居民四者之间因各自追求利益的不同而在相互直接或间接接触或打交道过程中所引发的彼此之间错综复杂的关系。这一点反映了旅游现象的综合性。

---

①李天元．旅游学概论（第 4 版）［M］．天津：南开大学出版社，2003：34.

②洪帅．旅游学概论（第 2 版）［M］．上海：上海交通大学出版社，2011：4.