旅游文化资源的开发与生态化建设研究

张雪婷 徐运保 著

吉林人民出版社

需要全本请访问 www.ertongbook.com

旅游文化资源的开发与生态化建设研究

张雪婷　徐运保　著

吉林人民出版社

前　言

近年来，随着中国经济的高质量发展，旅游产业迎来了巨大的发展机遇。旅游产业快速发展扩张，产业规模不断增大的过程中出现了一些产业结构变化，同时逐渐模糊甚至跨越原有的产业边界，通过融合方式形成新产业业态。由于文化产业与旅游产业本身有较高的关联度，两大产业的边界与结构形态正在被重塑，产业融合将成为一种趋势，并将对旅游产业结构升级产生重要影响。

基于此，本书以“文旅产业深度融合发展研究”为题，全文共设置七章：第一章简要阐述本书的研究背景、研究目的与意义；第二章内容包括文化与文化产业、旅游与旅游产业、文化与旅游的关系；第三章探讨文旅产业融合发展条件，内容涵盖文旅产业融合发展的必要性、文旅产业融合发展的动力因素、文旅产业融合发展的互动机制；第四章研究文旅产业融合发展路径，主要涉及文旅项目的规划策略、文旅资源的开发策略、文旅与城市文化的融合发展；第五章探索文旅产业融合发展模式，内容涵盖遗迹类旅游景区、民俗类旅游景区、场馆类旅游景区、主题公园类景区；第六章研究文旅创意产品设计与开发，内容涉及文旅创意产品发展概况、文旅创意产品的设计、文旅创意产品的开发；第七章探索文旅产业融合的保障体系与发展，内容囊括文旅产业的保障体系、文旅产业的发展趋势。

全书结构逻辑清晰，内容丰富详尽，集理论性、思想性、知识性、操作性、实用性与创新性于一体，是一本值得研究的著作。

笔者在撰写本书的过程中，得到了许多专家、学者的帮助和指导，在此表示诚挚的谢意。由于笔者水平有限，加之时间仓促，书中所涉及的内容难免有疏漏之处，希望各位读者多提宝贵的意见，以便笔者进一步修改，使之更加完善。

目　录

第一章　绪　论……1
　第一节　研究背景……1
　第二节　研究目的与意义……2

第二章　文化与旅游……5
　第一节　文化与文化产业……5
　第二节　旅游与旅游产业……10
　第三节　文化与旅游的关系……17

第三章　文旅产业融合发展条件……35
　第一节　文旅产业融合发展的必要性……35
　第二节　文旅产业融合发展的动力因素……37
　第三节　文旅产业融合发展的互动机制……49

第四章　文旅产业融合发展路径……60
　第一节　文旅项目的规划策略……60
　第二节　文旅资源的开发策略……67
　第三节　文旅与城市文化的融合发展……69

第五章　文旅产业融合发展模式……86
　第一节　遗迹类旅游景区……86
　第二节　民俗类旅游景区……93

第三节　场馆类旅游景区……99
第四节　主题公园类景区……101

第六章　文旅创意产品设计与开发……107
第一节　文旅创意产品发展概况……107
第二节　文旅创意产品的设计……116
第三节　文旅创意产品的开发……127

第七章　文旅产业融合的保障体系与发展……134
第一节　文旅产业的保障体系……134
第二节　文旅产业的发展趋势……142

结束语……147

参考文献……148

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第一章　绪　论

第一节　研究背景

产业之间互相打开产业边界，进行跨界耦合，以耦合促融合，直至融合为一个新产业形态的过程和现象，被称为产业融合。产业融合既是概念的融合，技术的融合，也是产业链和资金链的融合。目前，产业融合已经成为产业经济领域一种普遍的现象和发展模式，这不仅顺应了产业自身的发展需求，也是为了满足市场日益庞大和复杂的需要[1]。

文化产业和旅游产业因产业边界较为柔和、模糊，互相直接联系非常紧密。从20世纪开始，文旅融合在世界范围内呈现出蓬勃发展的趋势，很多发达国家通过向外辐射文化产业，来带动本国的旅游产业，促进了多国文化与文明的交流。可以说，文旅融合正在创造非常大的经济效益，在国家和地区的经济增长中逐渐占据重要位置。

为了促进旅游和文化产业的加速发展，国家相继出台了一系列政策和文件。2014年8月国务院发布的《关于促进旅游业改革发展的若干意见》中明确提出要用文化为旅游增色添彩，用旅游行为带动文化消费，赋予旅游文化灵魂。2018年4月8日，文化部与国家旅游局合并，旨在突出旅游的文化属性[2]。

习近平总书记在十九大报告中提出，坚持文化创造性转化、创新性发展。促进旅游和文化产业融合发展，是顺应国家战略和时代发展的需要，对延长旅游产

[1] 左大正．沈阳文旅产业深度融合研究[D]．沈阳：鲁迅美术学院，2021：1-3.

[2] 王满，邓崇真，孙丽．湖南省旅游产业和文化产业的融合发展研究[J]．南方农机，2021，52（15）：89-90+93.

业链、强化知名度、整合资源利用、带动人口就业、促进地区转型、经济复苏等具有重大作用。我国幅员辽阔地大物博，山川风景美不胜收，且我国是四大文明古国之一，悠久的历史留下了丰富多彩的文化资源，且对自然风光和人文景观的利用和开发从没有停止过。在当今经济飞速发展的大背景下，多种产业面临着挑战与机遇，由于文化产业和旅游产业特殊的产业特征，使得两大产业不仅彼此之间相互融合，且与其他产业直接的关系也很紧密，二者在进行产业融合方面具有天生的优势。

湖南历史悠久，文化底蕴深厚，文化旅游资源类型多样，有丰富多彩的服饰文化、饮食文化、龙舟文化、庙会文化、民俗文化、戏曲文化等。同时，还有建筑文化、书院文化、山水文化、名人文化、陶瓷文化等，具有良好的发展文化旅游产业的资源条件，同时，湖南文化旅游资源有较强的品牌影响力[1]。因此，通过分析文旅产业的现状，才能使湖南文旅深度融合，高效发展。

第二节　研究目的与意义

一、研究目的

文化产业与旅游产业的融合发展在经过多年的实践中，呈现出蓬勃的生命力。国内外各地区无不通过发展“文化带动旅游，旅游传播文化”这一模式来吸引游客。文旅产业融合的深度不断增强，其所带动的经济效益也在日益增长。

为响应习近平总书记提出“坚定文化自信，建设社会主义文化强国”的号召，深入贯彻落实振兴湖南发展，本文正积极进行文旅产业融合发展的调研与推进。但是文旅产业并不是这两大产业融合的终点，本文通过分析文旅产业发展现状，从实际情况入手，通过文化和旅游两大产业的相关概念和理论角度对文旅产业融合的问题进行剖析，找出融合中的症结所在。结合湖南政治经济发展的大背景，提出解决问题的方法与对策，使湖南文旅产业融合更加深入。

[1] 杨洪，邹家红．湖南省文化旅游产业发展研究 [J]．产业与科技论坛，2008（07）：64-66.

二、研究意义

产业融合是国内外目前研究的重点，更是经济发展大背景下必然的结果。文化产业和旅游产业在多方面都可以进行互补，这是文旅产业融合的基础和强劲的动力。

（一）理论意义

（1）文旅产业深度融合是近年来国内外研究的热点问题。通过对文化产业和旅游产业融合的研究能真正理解两大产业之间的联系，使得原本独立的理论体系产生耦合作用，相互交叉补充。

（2)针对湖南省目前文旅融合的现状提出符合湖南自身情况的建议和理论，在一定程度上填补了湖南文旅产业深度融合研究方面的空白，具有一定的理论价值。

（3）通过对文旅融合理论上的研究能够指导湖南文旅产业融合进入文旅融合阶段。这不仅需要文旅产业内部之间融合的更加深入，而且要与其他产业进行融合。

（二）实际意义

（1）文化和旅游产业是我国经济社会发展的重要组成部分，国家已将文化旅游产业作为战略性支柱产业，其在国民经济中发挥着十分重要的作用。随着我国全面建成小康社会和十四五规划到来，在产业融合的大背景下，文化旅游产业发展获得新的契机。推动湖南文旅产业深度融合，不仅是促进发展方式转变、增长动力转换、产业结构转型的需要，也是推动湖南发展、新时代振兴的需要。

（2）近年来，文化和旅游产业在市委、市政府的坚强领导下，产业规模逐步增长，产业结构调整步伐逐渐加快，产业发展空间不断扩大，投资热度进一步提升，居民文化和旅游消费日趋活跃，特别是文化和旅游的行政管理机构合并重组，为文旅产业融合发展奠定了良好的基础，文化和旅游产业在地区经济增长中的牵引作用日益凸显。针对湖南文旅产业在融合过程中出现的问题提出切实可操作的对策是用理论指导实践，在实践中验证理论。

（3）尽管湖南文化旅游产业发展取得了一定的成绩，但与总书记提出的“以人民为中心”的发展思想和“不断满足人民群众日益增长的美好生活需要”的工作要求相比，与国内先进地区建设世界文化名城，高质量推动文旅产业发展的实

践相比，与湖南建设国家中心城市对文旅产业大繁荣的自身发展诉求相比，还存在较大差距。湖南文旅产业发展还面临很大挑战和诸多困难，这些挑战和困难产生的原因大多是文化产业与旅游产业之间的融合不够深入所致，找到文化产业与旅游产业深度融合的方法、路径是湖南文旅产业发展的迫切需求。

第二章　文化与旅游

第一节　文化与文化产业

一、文化

自 19 世纪人类学、社会学、文化学及和文化有关的学科不断兴起之后，有关文化的定义便层出不穷，可见文化现象十分复杂，对文化给予清楚又确切的定义是相当困难的。所以，为理解文化的含义进而解决其定义问题，可行的办法应是从“文化”词源上追溯其真实的含义。

（一）文化的词源

（1）中文词源。“文化”一词在我国的一些文献中起初是分开出现的。“文”的本意为色彩交错，“化”的本意是改变、变化之意。如《老子》中的“我无为而民自化”；《庄子·逍遥游》中的“北冥有鱼，其名为鲲……化而为鸟，其名为鹏”；《说文解字》中将“化”释为“教行也”，即改变人类原始蒙昧状态以及进行各种教化活动。“文化”最早联缀起来使用是在《易·贲卦·象传》中的“观乎天文，以察时变；观乎人文，以化成天下”，这里“天文”指自然规律，“人文”指人伦社会规范，所谓“化成天下”含有教化天下人之意。从汉代开始，文献中正式出现“文化”一词。如刘向的《说苑·指武》中曰：“凡武之兴，为不服也，文化不改，然后加诛。”显然这里的“文化”是与“武力”相对应，是动词，具有“文治教化”之意。在中国古代其他文献中，例如《周易》《吕氏春秋》《史记》和《文心雕龙》等，都有许多关于文化现象的观察和文化含义的思索。

近代中国人所讲述的文化，则为 19 世纪末自日文转译过来的，它的内涵包括加工、修养、教育、礼貌及文化程度等多重意义。而随着时代的发展，文化的

含义愈来愈丰富。

（2）西文词源。在英文和法文中，文化一词为“culture”，它源于拉丁文的“cultura”，为动词，含有耕种、居住、练习、留心、注意等多种意思。由拉丁文派生出的英文和法文的“culture”、德文的“kultur”在16、17世纪逐渐由对树木、作物等的培育引申为对人类心灵、情操、风尚的化育。如今诸多的英文单词agriculture（农业）、deepculture（深耕）、horticulture（园艺）中就可见其最初具有“耕作与作物培育、养殖”等意义。因此，“culture”先被用来意指经过人们对田园的耕作，将原始的荒野变为稼禾繁茂的田园，也象征着人类文化生活的开始与演变。可见，西方文化含义的深化，源于人类的物质生产活动，逐渐引向精神领域的。由此，“culture”的外延逐渐扩大，内涵也逐渐丰富起来，渐渐接近了它的近代意义。

19世纪中叶，一些新的人文学科如人类学、社会学、民族学等在西方兴起，文化的概念也随之发生了变化，开始具有现代意义，并成了这些新兴学科的重要术语。最先把文化作为专门术语使用的是英国爱德华·泰勒，他在《原始文化》一书中，把文化定义为：“从最为广泛的民族意义上看，文化或文明属于一个综合性体系。它主要包括知识、艺术、道德、信仰、法、习俗以及作为社会成员的人所学到的其他能力和习惯。”自此以后，西方学者为“文化”下了诸多定义，在定义中包括了“文化是人所创造的一切”“文化是物质价值和精神价值的总和”等观点，从不同的角度、不同的层面给文化作了界定。

（二）文化的界定

由文化的词源我们了解到，中西方有关文化的含义是一个不断发展的过程，而因内涵的不确定性必然会造成外延的不确定性，所以很难给它下一个十分清楚而确切的定义。但综观文化的发展及其界定，可以将其分为广义的文化与狭义的文化两种。

（1）广义的文化。广义的文化，又称“大文化”，主要重点在于人和自然的本质区分，认为凡人类有意识地作用于自然界与人类社会的一切活动及其结果，都属于文化。换言之，文化就是“人化自然”，即人类发挥其主观能动性，把人的智慧、创造性和感情注入自然，使自然成为被人所理解、沟通与利用的对象。总之，文化应该说是包罗万象，在这个意义上引发深意，我们认为文化泛指人类在长期的历史发展过程中创造和形成的语言文字、性格特征、社会心理、传统道德、生活方式、思维模式及社会生产力水平等物质和精神要素及其相互作用的结

需要全本请访问 www.ertongbook.com

果与表现。

（2）狭义的文化。狭义的文化被称为“小文化”，它的意义主要是排除广义文化概念中有关物质性的部分，将文化限定在人类精神创造活动及其结果层面。狭义的文化是指人类创造的精神文明成果，它包括文字、文学、思想、学术和教育等精神领域。实际上，狭义的文化相当于广义文化中的精神财富。

“文化”和“文明”两词很相近，但两者是不同的。从时间上看，文化先于文明出现，文化存在于人类生存的始终，人类在文明社会之前便已产生原始文化，文明则是人类文化发展到一定阶段的产物；从内容上看，文化的外延比文明更宽泛，文化是人类征服自然、社会及人类自身的活动、过程、成果等多方面物质和精神的总和，而文明则主要是指文化成果中的精华部分；从表现形态上看，文化是动态的渐进的不间断的发展过程，文明则是相对稳定的静态的跳跃式发展过程；从性质上来看，文化是中性的，这是因为文化是人类在征服自然和社会过程中化物化人的活动、过程和结果的一种客观存在，既有优秀成果，也有糟粕，既有有益于人类的内容，也有不利于人类的因素，所以既有正面文化也有负面文化，而文明则和某种价值观相联系，它是指文化的积极成果和进步方面，作为一种价值判断，它是一个褒义的概念，是正面文化形成的结果。

（三）文化的结构层次

关于文化的结构层次，有以下三种观点：

两分说：物质文化和精神文化。

三分说：物质文化、制度文化、精神文化。

四分说：物质文化、制度文化、行为文化（风俗习惯等）、精神文化（思想与价值等）。

（1）物质文化。物质文化是人类所从事的物质产品创造活动和它劳动产品的总和。由人类加工自然创造的各种器物，即“物化的知识力量”，构成物质文化层。它具有可感性的特征，即它是有形的、具有物态实体的文化事物，是文化创造的物质基础及其表现。从文化的结构层次看，物质文化处于文化结构的表层。

（2）制度文化。制度文化是人在社会实践与人际交往中，为了处理与解决各种社会矛盾、调整人与人间的社会关系而建立的各种社会规范、准则、法律的总和，是人创造的符合人生存的社会环境，以及人与人之间关系的规范和准则，包括经济制度、婚姻制度、家族制度、法律制度、宗教社团以及教育、艺术组织等。制度文化处于文化结构的中层。

（3）行为文化。行为文化是人在社会实践特别是人际交往中约定俗成的习惯与定势，表现在日常生活中的民风民俗是其常见形态，它具有鲜明民族性和地域性的行为特点。

（4）精神文化。精神文化为人类在长期社会实践与意识活动中创造、提炼同时升华出来的价值观念、审美情趣、宗教信仰与思维方式的总和。它是以观念形态呈现的文化现象，具有抽象性和相对独立性的特征，因而精神文化处于文化结构的深层。

需要说明的是，文化的各个层次实际上是一个有机整体，它们相互制约、相互影响、相互作用，并在一定条件下相互转化，因而互为表里，不能割裂。

二、文化产业

文化产业是一种特殊的文化形态和经济形态。文化产业就是按照工业标准，生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。联合国教科文组织对文化产业的这一定义只包括可以由工业化生产并符合系列化、标准化、生产过程分工精细化和消费的大众化这四个特征的产品，比如书籍报刊等印刷品和电子出版物有声制品、视听制品等及其相关服务，而不包括舞台演出和造型艺术的生产与服务。事实上，世界各国对文化产业并没有一个统一的说法。

1997 年，美国出台的“北美行业分类系统”，把新闻出版、影视、通信和信息四大门类融为一体，形成了一个认知文化产业的体系，并且从文化产品具有知识产权的角度进行界定，一般使用“版权产业”，鲜有“文化产业”一词。而同期欧盟的主流观点来自当年发行的《文化产业报告》中的定义，即文化产业是基于文化意义内容的生产活动，其界定的范围比较宽泛，主要包括文学艺术、音乐创作、新闻出版印刷业、广播影视业、音像业和网络业等，除此之外摄影、体育、艺术拍卖、文化演出等一切具有现代文化内容标识的产品、产业与其他贸易活动也被纳入文化产业的体系当中。

日本则认为，凡是与文化相关联的产业都属于文化产业。除传统的演出、展览、新闻出版外，还包括休闲娱乐、广播影视、体育、旅游等，他们称之为内容产业，更强调内容的精神属性。

尽管世界各国对文化产业从不同角度进行了不同的定义，但文化产品的精神性、娱乐性等基本特征不变，因此，文化产业是以生产和提供精神产品为主要活动，以满足人们的文化需要为目标，具有精神性、娱乐性的文化产品的生产、流

通、消费活动。应该说，文化产业的大规模发展使审美的商品属性充分体现了出来，而且使得审美生产与消费呈现出规模化的效应。

1979 年，我国第一家营业性音乐茶座伴随改革开放的春风在广州市东方宾馆诞生了，开始了文化作为消费品的尝试，这被认为是我国文化市场的雏形和文化产业的萌芽。

2003 年 9 月，文化部制定下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》，将文化产业界定为：“从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。文化产业是与文化事业相对应的概念，两者都是社会主义文化建设的重要组成部分。文化产业是社会生产力发展的必然产物，是随着中国社会主义市场经济的逐步完善和现代生产方式的不断进步而发展起来的新兴产业。”

2004 年，国家统计局将“文化及相关产业”界定为为社会公众提供文化娱乐产品和服务的活动，以及与这些活动有关联的活动的集合。所以，中国对文化产业的界定是文化娱乐的集合，区别于国家具有意识形态性的文化事业。

2007 年 10 月，党的十七大报告明确提出，大力发展文化产业，繁荣文化市场，增强国际竞争力。运用高新技术创新文化生产方式，培育新的文化业态，加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系。

2009 年 7 月，国务院常务会议讨论并原则通过了《文化产业振兴规划》，这是中华人民共和国成立以来文化产业的第一次专项规划，标志着我国政府已经坚定把发展文化产业上升到国家战略层面，并进入实施阶段。

2010 年 4 月，财政部、中国人民银行、文化部等九部委联合制定的《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》发布。

2011 年 3 月公布的我国《国民经济和社会发展“十二五”规划纲要》中提出推进文化产业转型升级，推进文化科技创新，改造提升传统产业，培育发展新兴文化产业，增强文化产业整体实力和竞争力，这一战略目标的确立更为加快文化旅游发展，促进文化与旅游融合提供了难得的机遇。

2018 年 3 月通过的国务院机构改革方案合并了文化部与国家旅游局，不再保留原文化部、国家旅游局，而是将文化部、国家旅游局的职责整合，组建文化和旅游部，作为国务院组成部门。

如今，我国经济发展步入新常态，文化产业如果能保持健康、快速、可持续发展，就能在培育经济新增长点、推动经济结构深层次调整中发挥更大作用。

第二节　旅游与旅游产业

一、旅游

对于旅游是在怎样的社会背景和条件下产生和发展的这一问题，不同的学术流派有着不同的看法。关于旅行的历史考察，分析其社会历史背景最能体现旅游演变和旅游起源的时事特征。目前，对于旅游活动的发展历程，人们通常按时间顺序将其划分为古代旅游、近代旅游和现代旅游。然而 15、16 世纪的航海及贸易等不同阶层不同目的的外出活动，也被归为了旅游现象，但是这些活动或是以治国安邦为目的，或是以生产经营为目的，又或是以开拓市场为目的，并非出于自己对目的地别样生活的向往，并没有真正触及旅游的实质。因此，将其笼统地归为旅游活动是有待商榷的。为了正确而全面地认识旅游的产生与发展。我们将分别从社会的不同发展阶段来进行分析。

（一）旅游的发展历程

1. 原始社会的旅游

在距今 1 万前的原始社会，人类主要是以采集和捕鱼作为自己的主要生存方式。人类，仅仅是自然的一个组成部分，很大程度上受制于自然。人类出于生存的需要，不断地选择和寻找新的能够生存的地方。此时的迁徙活动，带有很强的被迫性和求生性。例如鱼类洄游、候鸟南迁北移、兽类因气候变异而成群迁徙，这属于动物在本能驱使下对自然环境做出的反应。原始的人类迁徙不过是这种动物性本能的延伸，与现代的旅游活动相比有着本质的差别，这样的迁徙只能算是人类的空间位置的移动，而与旅游毫无关系。

因此，原始人类从一地到另一地的迁徙都是因自然因素及特定人为因素而被迫进行的，是因生存的需要，原始人类迁徙活动的被迫性和求生性都说明它们不同于现今意义上的旅游。

2. 农耕社会时期的旅游

在农耕社会时期，人类社会正处于从小生产自给经济转化为大生产市场经济

的过程中，人类开始从被动地在大自然中摄取食物变为主动地利用自然资源去创造食物，并在这一过程中大大提高了农业生产技术和生产率，促使农业社会最终形成。农业社会中，人们将土地作为最基本的生产和生活资料，农村人口是社会人口的主体。由于农村居民日出而耕、日落而息的生活方式以及较强的定居性特点，人们在主观上缺乏对旅游的需求；同时，农业生产率的不断提高、农业剩余产品的不断增多以及社会大分工使得手工业和商业逐渐从农业中分离出来。为了实现产品的交换，商人需要到异地从事贸易活动，而这样的贸易活动并不是真正意义上的旅游，而是商人以商品交换为目的的、单纯的经济活动，其本身就是一种谋生行为，并非因主观上想要得到消遣、娱乐和放松。因此，在全世界各地，商务活动作为当时最主要的活动形式之一，也并非是真正意义上的旅游。中国在这个历史阶段经历了“盛唐时期”和“资本主义萌芽”两个经济发展的高峰时期。这两个时期间，虽然出现了如官吏宦游、士人漫游、买卖商游、节庆会游等活动，但这些活动只是少数人的享乐性旅行，并不具有社会意义。并非是因当时社会普遍富裕而出现的广泛活动，既没有普遍的社会需要，也不是一种广泛的生活形态。

综观整个农耕社会，我们不难得出，由于土地为基本的生产、生活资料，农村人口为社会人口的主体，当时人们惯有的生活方式使其缺乏对旅游的需求；而作为社会最为主要的外出活动——经商，只是一种追求商品交换与贸易的纯粹的经济活动，其目的是为了谋求生存，并没有表现出商人对旅游的主观愿望。所以，此时的商业活动并不能作为旅游活动来研究；此时具有外出享乐、游览动机的旅游者只集中于皇室、贵族、官僚和僧侣等特权阶级，如国家、城邦之间的遣使互访，统治阶层有关人士的出外游玩、享乐旅行、朝圣，文人、显贵、名流的游历以及殖民、探险等活动。他们享有充裕的自由时间与不劳而获的巨额财富，但是他们仅仅只是社会当中极少数的组成部分，因此旅游并没有得到真正的发展和普及，不具有普遍的社会意义。

3. 工业社会与现代旅游

欧洲在中世纪末发起的文艺复兴运动带来了欧洲人文主义思想的大解放，为后来工业革命的发生做好了物质和精神准备；而 18 世纪 70 年代在英国发生的工业革命则在社会财富和观念意识两方面为现代旅游现象的出现做好了准备。18 世纪后的旅游分为旅游成长阶段和旅游发展阶段。

（1）旅游成长阶段——近代旅游。欧洲产业革命的完成及其所引发的一系列重大社会经济变革，为近代旅游的产生与成长提供了物质条件和精神基础。例

如，铁路、轮船时代的到来极大地减少了旅途时间，使出行变得快捷而舒适；工业城市聚落的出现使人们对程式化的生活感到厌倦等。到了 19 世纪，因旅游目的而外出的人数大量增加，超过商务出行，成为主流。旅游专业经济组织如雨后春笋般地出现，产业雏形基本形成，旅游活动成为社会普遍的经济文化现象。

（2）旅游发展阶段——现代旅游。在 20 世纪中期，和平稳定的国际局势、迅速发展的世界经济和突飞猛进的科学技术为旅游及旅游业的持续增长提供了环境前提和物质保障；生产自动化水平的提高使普通劳动者的闲暇时间延长；城市化的日渐扩大促使更多人群产生了旅游的愿望；特别是各国政府认识到旅游的经济价值和社会价值后，出台了各种倾斜性政策和鼓励措施，促进了旅游业的全面发展。以上各种因素都使世界旅游的发展发生了前所未有的巨大变化：第一，现代旅游已成为一种大众性的活动，成为各阶层人们生活的组成部分；第二，旅游业成为世界上最大的产业，显现出旺盛的发展势头，并成为很多国家和地区的“支柱产业”；第三，旅游的社会文化影响日趋增大，成为各地文化交流的主要手段之一，并呈现出影响文化发展方向的趋势。

（二）现代旅游发展动因

现代旅游的形成基础包括精神和物质两个方面。社会成员普遍具有旅游欲望，势必促成现实的和潜在的旅游需求。而客观物质条件则决定了大众化旅游的当前规模和基本形式。

1. 实现个人旅游需求的主观条件因素

旅游者是旅游活动的主体，是旅游业赖以生存和发展的关键。旅游动机是引发主体产生旅游活动的直接动因，所以旅游者的旅游动机系旅游业发展的重要信息来源与导向，旅游动机直接影响旅游市场预测、旅游活动策划、旅游资源开发、旅游产品定位、旅游服务方式等旅游运作过程中的各个环节。

动机，简单来说就是推动人从事某件事情的念头或愿望，是行为产生的原因或动力。凡是引起个体去从事某项活动并使活动指向定目标，以满足个体需要的愿望或意志，都可以叫作这一活动的动机。换句话说，动机就是激励个人做出某种行为的内在驱动力。从心理学上来讲，动机能够激励和维持人的行动，并将行动导向某一目标，以满足个体某种需要的内部动因。动机是个体内在的过程，个体最终所产生的行为是这个内在过程的结果。从定义中可以看到，动机的产生需要具备两个条件，一个是能引起个体内部不平衡状态的内在需要，另一个是能激

需要全本请访问 www.ertongbook.com