第一章

旅游的涵义

旅游是发生在人类社会的一种现象，是人的一种活动，这种活动对社会经济领域、文化领域、政治领域和人类的生活方式等都能够产生巨大的影响。因此，必须对其本质和特征有一个基本的认识，并进一步认识人类的旅游活动及旅游业的特点和发展规律。

一、旅游的概念和涵义

“旅游”，作为一个科学概念，是随着旅游活动的出现及其在社会中的不断普及，这一现象开始引起人们的关注和研究而产生的。

中国是一个有着悠久历史的国家，有关旅游的词汇最早出现于《易经》中的“观国之光”一语，人们认为这便是“观光”一词的由来。封建社会时期，由于中国的经济曾一度发达，旅游形式也有了多种发展，并出现了“商旅”一词，以表达商人们所进行的商务旅行活动。

在西方的发展史上也曾出现过“旅行”(travel)这一“旅游”(tourism)的同义语，二者的概念在20世纪60年代随着旅游的发展出现了同化现象。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

有关旅游概念的科学研究，是旅游成为一种普遍的社会现象、“旅游学”作为一门独立的学科之后才出现的。人们从不同角度或出于不同目的，对旅游进行了不同程度的剖析和研究。

最早对旅游进行科学描述的是在1927年,德国学者蒙根·罗特力等认为：旅游是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的各种愿望，而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往。

后来(1942年)，瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫把旅游定义为：旅游是非定居者的旅行和暂时居留引起的现象和关系的总和，这些人不会导致永久的居留，并且不会从事赚钱的活动。这个定义到20世纪70年代为旅游科学专家国际联合会(AIEST)所采用,因而又被称为‘艾斯特(AIEST)定义”。

在研究旅游概念的过程中，人们逐渐产生了一些共识：(1)旅游是人们离开居住地去异地的访问活动。这反映了旅游活动的异地性。(2)旅游是人们在目的地所作的短暂停留和访问。这有别于永久性居留，反映了旅游活动的暂时性。

在对以往人们关于旅游的认识的基础上，现代旅游学认为：旅游是人们的旅行和暂时居留所引起的现象和关系的总和。这反映了旅游活动的综合性。

二、旅游的分类

对于旅游的分类,方法众多,如以地域范围、旅游目

的、费用来源、消费层次、组织形式、旅行方式等等来分类，较常用的主要有按地域范围和旅游目的来分类的两种方法。

按地域范围，可划分为国际旅游和国内旅游两大类。

所谓国际旅游，是指一个国家的居民跨越国界到别国进行的旅游。其又可细分为环球旅游、洲际旅游和跨国旅游等，在形式上既包括其他国家游客的入境旅游，也包括本国国人的出境旅游。在我国，由于历史的特殊原因，港、澳、台同胞来祖国大陆旅游时需支付外币及这些外汇收入对我国经济特殊作用，所以他们来大陆的旅游亦作为国际旅游对待。

所谓国内旅游，是指本国居民离开常住地到本国境内任何地区的旅游活动。

以旅游目的为划分标准，可分为消遣旅游、差务旅游和家庭及个人事务旅游。按照 1963 年联合国罗马国际旅游会议的划分，又可细分为度假旅游、商务旅游、医疗保健旅游、求学旅游、会议旅游、家庭事务(探访亲友)旅游、宗教旅游、体育运动旅游及其他类型旅游等。

还应该看到，无论依据什么标准对旅游进行分类，都应随着现代旅游的发展而发展，随时对新产生的旅游类型进行相应的研究。

三、旅游的特点及本质属性

旅游作为一种社会现象，在其发展历史中经过了古代、近代、现代 3 个阶段，每个阶段的内容、特点各不相

同，但纵观旅游发展历程，除了因时代影响而具不同特点外，还有其自身的最本质的特征。

（一）旅游的特点

1. 旅游是人们离开居住地的异地性活动

从旅游的定义可知，旅游是人们离开自己的居住地去异国他乡进行访问的活动，是由旅游者身体发生位移而产生的现象。人们之所以会到异地去，是由于人类天生的猎奇心理和“换换环境”的心理因素在起作用。一般说来，人们对于异地的憧憬和向往同距离和可进入性成正比，越是偏远难以到达的地方越容易引起人们的好奇。近几年兴起的西藏国际旅游热充分说明了这一点。

2. 旅游是业余性的消遣活动

旅游者在旅游目的地进行的参观访问及其他活动，必须是出于非就业目的，因而旅游可以看作一种休闲的生活方式。商务旅游虽然从事的是赚钱的活动，但由于其工商活动及会议必然要涉及交通工具、饭店食宿及接受他人服务，也存在异地性和短暂性的因素，在国际旅游统计中均把这一部分收入作为旅游收入的一部分，因而商务型出差也被作为一种旅游活动。

3. 旅游具有广泛的文化性

旅游作为一种社会现象，不仅是经济活动，而且是广泛意义上的文化活动。在旅游活动过程中，无论是欣赏自然景观、考察人文古迹，还是感受风土人情，都需要旅游者有一定的文化修养；旅游资源主要体现的是该地特有的文化内涵；旅游服务过程中则体现接待地人员特有的

文化素质；旅游活动又使旅游者和接待地文化产生交流，促进了文化的传播。因此，旅游的文化性是无处不在的。

4. 旅游是一种高层次的消费活动

根据心理学家马斯洛的需要层次论解释，人的需要可分为生理需要、安全需要、社交需要、受尊重的需要和自我实现的需要 5 个层次。上述 5个层次的需要是逐级上升的，只有当低一级的需要获得相对满足后，才会产生高一级的需要。旅游需要是人们总体需要的一部分，但只有在食、衣、住、行等基本需要满足之后，才有可能产生旅游的需要，而在旅游过程中，社交、受尊重和自我实现的需要均可以得到满足。因此，旅游是人们生活需要层次提高的表现，是一种高层次的消费活动。

5. 旅游是一种以审美为特征的活动

追求美的生活环境和生活经历是人的天性之一。同样，在旅行游览的过程中，也必然要按一定的审美意识进行。从根本上说，旅游活动是一种寻求美、感受美的活动。旅途中如画的山水风光、壮丽的古老建筑、各异的风土人情、典雅的宾馆设施等等，都会给人以美的感受。旅游本身是一个创造美的职业。随着旅游业的发展，它必将带给人们更多更新更美的东西。

（二）旅游的本质属性

旅游业发展到今天，已成为人类社会最大的产业之一，而其涉及面之广泛更是波及到社会各个方面、各个层次。综合起来讲，旅游业可包括食、住、行、游、购、娱六大要素，可谓纷繁复杂。纵观人类旅游发展的历史，其本质

需要全本请访问 www.ertongbook.com

属性可归结为以下几点：

1. 旅游是人类社会经济发展的产物

旅游作为一种古老的社会活动，在古代只局限于少数人和狭小的范围。直至近现代，随着生产力的发展和人们生活水平的提高，旅游活动才发展成为大众旅游，并真正成为一种普遍的社会现象。

实际上，在古代，人们的外出游历活动还不能称为“旅游”，因为其不具备现代旅游的一些基本特征。所以，在一些专业旅游学著作中，一般把以往人们的外出游历活动称为“旅行”，19 世纪之后的活动才称为“旅游”。

在原始社会，由于人类生产力水平极其低下，人们在极短生存时间内所做的只是为生存而奔波，因此虽然进行了空间的位移，但并非属于真正意义上的旅行或旅游活动。

到了奴隶社会和封建社会，生产力和社会经济继续发展，剩余劳动产品的交换使商业逐渐发展。于是，商贾们的商旅和上层人士的远行成为这时期远游的主流。但是，由于人们经济水平有限，远行只限于少数的上层人物，距离也比现在近得多，并且受到交通和自然条件的限制。

工业革命之后，随着社会生产力的迅速发展，科学技术日益进步，经济条件改善，才出现了真正意义上的旅游。先进的交通设施和通讯设备使长途和国际旅游成为可能，人们闲暇时间增多和收入提高，这为人们外出旅游提供了充分的客观条件，而旅游目的地的接待设施和旅

游资源的不断完善为市场需求提供了可能。在这一社会环境条件下，旅游业必然迅速崛起并发展成为大众旅游。

纵观旅游的发展轨迹，旅游随着经济水平的发展而发展，并只有在生产力大发展的今天才取得了长足进步；随着生产力的发展，明天的旅游将会取得更大成果。

2. 旅游是一种社会文化的产物

社会文化从广泛意义上来说，是指人类在社会实践过程中创造的物质财富和精神财富的总和。旅游作为一种特定的社会实践活动，与社会文化具有紧密的联系。在旅游活动中，为了研究方便，一般把整个旅游活动分为 3 个部分，即主体——旅游者、客体——旅游资源、媒介——旅游业,通常称为‘旅游三要素”。在旅游活动整个过程中,这 3 个组成部分相互联系，相互作用，形成统一整体。这 3 个要素分别与社会文化相对应，均具有明显的文化特点。

首先，旅游者产生于一定的社会文化背景中。一个人能否成为旅游者，客观上取决于个人的金钱、闲暇时间，主观上则取决于个人是否有外出旅游的愿望。一个人需具备一定的文化素质，具备对文化的需求，向往异域文化,倾向于美的感受,才能产生外出旅游的动机。

其次，旅游资源是一定社会文化的产物。旅游资源是旅游活动的客体，是旅游者参观访问的对象，分为人文旅游资源和自然旅游资源。就人文旅游资源而言，其本身就是社会文化的体现。自然旅游资源也必须由人类开发、改造才能成为可供人们欣赏的客体。在进行旅游资源的开

发、改造时，建设者的主观社会意识必然会给自然旅游资源打上深刻的社会文化印记。正如古人云：“文以地生辉，山以文益秀。”由此可见，人文旅游资源和自然旅游资源都是一定社会文化的产物。

再次，旅游业也表现为一定文化的产物。从旅游设施来看，不论是直接或间接为旅游者服务的设施，还是专门为旅游者提供服务的设施，都是当代社会科学文化发展的标志。仅从 Internet 进入饭店经营服务这一点我们就可以看到，现代化的旅游设施离不开社会科学文化的发展，而不同地区、国家、民族的旅游设施的不同风格则体现出不同的文化特色。旅游服务是最具个性化的产品。服务人员可以在服务过程中表现出个人的文化素质和修养，整个地区、国家、民族的服务水准则是一定社会的精神文化的反映。例如 新加坡‘ 文明之国 ’的美誉主要得益于文明礼貌的旅游服务。

综上所述，无论从哪一方面讲，旅游都表现为一定社会文化的产物。如果以此为据来研究人类旅游活动，必将大大地有利于人类文化事业的发展。所以，在研究领域，许多人认为‘ 旅游就是一种文化 ”。

3. 旅游是以经济行为表现出来的综合活动

首先，旅游者要在旅游过程中进行消费。马克思把人类的生活消费资料分为生存资料、享受资料、发展资料。在旅游活动中消费的物质资料属于发展资料和享受资料，用来满足个人休闲和知识才能的发展。旅游消费是一种高消费。在旅游过程中，无论是物质消费还是精神消费

都要有金钱的支出，旅游活动从此来看表现为物与物交换的经济形式。

其次，旅游业在组织旅游产品的经营过程中，综合提供包括吃、住、行、游、购、娱等各种服务活动，并且在旅游者的消费过程中通过收取各种费用体现出其服务的综合性。

在研究领域，人们也因此认为“旅游是经济”。

四、现代旅游的特征

现代旅游是第二次世界大战之后随着经济复苏、二次工业革命的展开而出现的。由于战后经济的发展、个人收入的提高、余暇时间的增多、带薪假期的出现、现代交通通讯工具的发展，人类旅游活动上升到一个新的阶段，并表现出新的特点：

（一）现代旅游活动形态以动、静结合为特点

所谓动，是指旅游活动中游客旅游线上的流动而言，也就是旅的过程。旅游者途经的地点和景物形成旅游线路。因此，只有动才能实现旅游活动。所谓静，是指旅游者在某一景区或旅游点的停留。从旅游经营者方面来看，旅游者在目的地停留时间越长，经济效益就越好，因而必须注意旅游接待设施的改善，调节吃、住、行、游、购、娱六要素的比例，使游客能延长停留时间。这样做不仅可以增加旅游收入，还可以减轻运输压力，降低游客旅途辛苦。只有了解现代旅游动、静结合的特点，正确筹划、布置旅游活动，才能获得最大经济效益和社会效益。

（二）现代旅游具有综合的社会性

旅游者生活在一定的社会环境之中，其进行的旅游活动都要不同程度地受到外界影响，形成多种现象的综合反映。首先，旅游者所进行的活动是一种消闲活动，而闲暇是生产力发展到一定阶段的社会现象。其次，旅游者在目的地国家和地区不可避免地与当地居民产生政治或经济联系，这也是一种社会现象的反映。再次，旅游本身是一项包含了食、住、行、游、购、娱的综合活动，旅游业各部门分别与六要素联系，而旅游业又与外界其他部门进行联系，形成一种综合的社会功能网，具有综合的社会性。

（三）现代旅游具有广泛的社会文化性

世界旅游组织（WTO）1980 年在《马尼拉宣言》中指出："旅游的经济利益，不论如何实际或重大，不是，也不能构成国家决定促进这一活动的唯一标准。"也就是说，旅游的作用是多方面的，不仅具有经济作用，还有助于提高旅游者的科学文化水平，促进文化传统的保留与开发，促成国与国之间的合作与交流，促进文化的传播与发展。

（四）现代旅游具有很强的政治性

许多国家在发展旅游业时，把旅游的政治影响放在一个相当高的位置上，主要是出于以下几个方面的认识：旅游是积极的民间外交，在旅游中，不同国度、不同信仰的人走到一起直接交往，十分有利于增进国际间了解，加强国与国之间和平外交关系；旅游有利于改善和提高一个国家在世界上的形象，各国通过发展国际旅游，使境外

游客直接对本国进行包括历史、风俗、法律、制度等各方面国情的深入了解，从而纠正由于地域生疏而产生的误会；同时，一国旅游的发展也要靠本国政策的支持，因而旅游业与其他产业相比更易受到社会政治环境的影响。

（五）现代旅游具有重要的经济性

在发展旅游业的过程中，不仅会促进某地区的经济启动，而且会带来整个社会经济的发展。所以，旅游业又被称为“龙头产业”。其经济性主要表现在以下几个方面：对于旅游者而言，作为发展消费和享受消费，旅游是一种高消费的活动。旅游过程包含了食、住、行、游、购、娱等各个环节，旅游者随时都要付出金钱，并希望得到比平时更高的享受。因此，与其他消费形式相比，旅游具有高消费的特点。对接待地而言，旅游业不但可以促进其经济发展、赚取外汇、增加就业机会等，而且旅游业的发展速度远比其他产业快，并有着光明的前景。这一切都说明旅游业有利于目的地经济的发展。当然，在协调不当的情况下，旅游业也会对当地经济造成负面影响。

（六）现代旅游具有突出的大众性

现代旅游又被称为“大众旅游”，这是不同于历史上任何时期的。大众性的一层含义是指旅游活动已不仅限于上层少数人士，而是已普及到社会各个阶层的广大群众，并已成为人人享有的权利；另一层含义是指现代旅游活动已开始形成以有组织的团体包价为代表的大众型旅游模式，且这一模式已成为占支配地位的旅游形式。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

（七）现代旅游的发展具有持续性

由于二次世界大战后旅游活动日益普及并成为人们生活的必要组成部分，自 20 世纪 50 年代起，世界旅游业一枝独秀、经久不衰，虽历经数次经济危机的打击，仍表现出持续上升的趋势。自 20 世纪 50 年代以来，国际旅游者人次年平均增长率为 10%，而旅游消费几乎每 6 年就翻一番。例如：1950 年国际旅游人次仅为 0.25 亿，1985 年达 3.3 亿，1996 年则达到 5.9 亿。

（八）现代旅游具有地域上的集中性

随着旅游的发展，人们的足迹已遍布世界的各个角落，但是从总的统计来看，旅游者往往集中于某些地区。世界上的国际旅游客源地和接待地主要集中在经济发达国家和地区。就国内旅游而言，游客也往往集中于风景名胜地和经济发达地，而不是平均分散于各个省市，接纳这些游客多的地市便形成了旅游热线和旅游热点。

（九）现代旅游具有明显的季节性

现代旅游的季节性的形成有两方面的原因：一方面是旅游资源受气候条件影响大时易形成季节性；另一方面是消遣性和带薪假期的游客外出旅游易形成季节性。旅游的季节性，使旅游地出现淡、平、旺 3 个季节，尤以淡、旺季最为明显。对于旅游经营者来说，应开发出具有季节互补功能的旅游产品，以减少因季节性造成的损失。

（十）现代旅游供给出现了现代化和社会化的特点

现代旅游随着社会科技发展而不断发展。人们在产

生旅游需求的同时，旅游经营者在旅游经营和产品生产中也广泛运用了现代化的手段。例如：人们在旅游过程中使用的信用卡、电脑联网预订系统等，都可称得上现代化的旅游供给。旅游产业化则产生了其与社会其他部门的协作，旅游业的发展也协调着整个社会的发展，这正是旅游产业化和社会化的典型标志。

（十一）现代旅游的市场发育日趋成熟

这主要表现在商品专业化程度不断提高、旅游产品种类空前丰富及旅游市场竞争日趋激烈等方面，而旅游市场的日趋成熟最终造成了各地区旅游业的迅速崛起和发展。

第 二 章

旅游业的构成和产业特点

一、旅游业的定义和特点

（一）旅游业的定义

旅游活动的主体为旅游者，客体为旅游资源或旅游吸引物。连接二者的条件、信息、移动手段及服务设施，我们称之为旅游媒介——旅游业。

学术界对旅游业的定义为：旅游业是以旅游者为对象，为其旅游活动创造便利条件，并提供其所需商品和服务的综合性产业。

旅游业是一个综合性产业，涉及许多经济性和非经济性部门。从广义来看，我们可以把非经济部门（如旅游管理机构、旅游院校、旅游协会）、非盈利性的旅游咨询机构以及相关的文化部门等并入旅游业中，这使旅游业有了“大旅游”的特征。但是，从产业的角度出发，任何产业都必须是追求经济利益的，这一产业内部的各个企业也都必须是以盈利为目的的。因此，我们必须重点分析盈利性的经济性部门。

（二）旅游业的特点

旅游业是旅游活动发展到一定阶段的产物。作为一项产业，它必须以追求经济利益为目的，但发展旅游业又并非仅仅是为了追求经济利益，它在一定程度上也具有公益性目的，如提高人类的生活质量、增长人们的见识和学识等。从广义上讲，旅游业应该是“旅游事业”的一部分；旅游事业’既包括追求经济利益的旅游产业，也包括非盈利性的公益性机构，如前所述的旅游管理机构、旅游院校、旅游协会等。也就是说；旅游事业’并非以发展经济为唯一目的，而旅游产业则在于通过对旅游的推动、促进和提供便利服务来从中获取经济收益。

旅游业的主要构成是各类旅游企业，而企业作为经济实体也以盈利为目的，进行独立核算。此外，我国也把旅游业作为国民经济的组成部分。所有这些说明，旅游业从根本上来说是经济性产业。

旅游业除具有经济性这一根本性质外，还有如下的特点：

1. 综合性

旅游业的存在是通过满足旅游者的需要而获取盈利，而旅游者的需要是多样的，包括食、住、行、游、购、娱在内的综合性的需要。要满足这些综合性需要，就必须与其他行业紧密联系，虽然这些行业分属若干相互独立的行业，但由满足旅游者需要这一关系纽带综合在了一起。

2. 依赖性

首先，一国一地旅游业的发展必须依赖有特色、含金

量高的旅游资源。其次，旅游者的产生有赖于国民经济的发展水平，而接待国的经济发达程度也决定了旅游供给的情况，因此旅游业依赖于国民经济发展。再次，旅游业要与其有关部门和行业通力协作、协调发展，任何一个相关行业脱节都会造成旅游业经营困难。

3. 带动性

因为旅游业是一项涉及面很广的产业，旅游业发展起来后，必然使直接为旅游者服务的行业首先得到发展，而间接为旅游者服务的许多行业也会受刺激而得到相应发展。

4. 涉外性

旅游服务从业务上分主要有 3 项：一是组织本国人在国内进行游览活动；二是组织本国人出国进行旅游活动；三是接待外国人来国内进行旅行游览活动。后两项业务活动都是具有涉外性质的业务。

5. 季节性

旅游活动的季节性强，直接导致了旅游业的经营具有明显的季节性。这就影响到旅游供求之间的比例。只有设法缩小淡、旺季的差别，才能有效提高旅游业的经济效益。

二、旅游业的产业构成

旅游业是一个综合性产业，是一个产业群，涉及的范围很广。按照在产业内部的地位和作用，其可分为核心产业和外围产业两部分。其核心产业主要包括旅行社、旅游

饭店、旅游交通、旅游景点、旅游商品五大支柱行业。

（一）旅行社

旅行社是组织和接待旅游者的中介组织。它被旅游者要求提供服务，包括旅游信息、旅游路线、预订和导游等等。因此，旅行社在旅游业中占有十分重要的地位。

1. 旅行社的分类

在国际上，旅行社按业务特点分三大类：

（1）旅游经营商（Tour Operator）。这是组织并推销产品的一种旅行社。这类旅行社通常根据旅游资源和旅游设施以及旅游者的实际要求，批量购买运输公司、旅馆、目的地经营接待业务的旅行社、观光景点等旅游企业的产品，把这些产品组合成包价旅游路线，然后通过各种渠道销售给旅游大众。旅游经营商一般经济实力雄厚，并有广泛的社会联系，不仅同本地旅游代理商保持密切联系，而且有直设零售网点，是旅游卖方市场的主体部分。

（2）旅游批发商（Tour Whole Salor）。这类旅行社在业务上与旅游经营商并无多大区别，人们通常将旅游批发商与旅游经营商作为同义词。二者唯一不同点在于：旅游经营商有自设零售网点，除了可向中间代理商出售其包价产品外，还可向旅游大众直接推销自己的产品；旅游批发商则从不直接向旅游大众出售旅游产品。

（3）旅行代理商（Travel Agent）。这是旅游零售商中的典型代表。一般讲来，旅游代理商的角色是代表顾客向旅游批发商和经营商以及有关行、宿、食、游、娱等方面的旅游企业购买其产品，反过来也可以说旅游代理商的业

需要全本请访问 www.ertongbook.com