

绪 论

旅游是一种古老的社会活动，距今已有几千年历史可鉴。但是，在经济落后、交通闭塞的漫长岁月里，旅游却只有帝王将相、达官贵人、富贾巨商等少数上层人物才能享受，而且活动的天地也受到很大的局限。旅游发展成为社会的一种普遍现象，是在近代才开始迅速发展的，而风靡全球则是在第二次世界大战结束后几十年间的事。据世界旅游组织统计，1950年全世界的国际旅游人数为2530万人次，国际旅游者的花费（即国际旅游收入）总数为21亿美元。经过40年的发展，到1989年，全世界国际旅游人数为4.03亿人次，国际旅游花费达2087亿美元。在40年的时间内，国际旅游人数增长16倍，年均递增率7.4%，国际旅游花费增长98倍，年均递增率12.5%。这些数字清晰地显示出战后世界旅游高速发展的轨迹。而从旅游供给——旅游业来说，从英国人托马斯·库克于19世纪40年代开创了旅游业的先河迄今，虽然只有一百多年历史，然而，旅游业的发展速度之快，规模之大，却在世界各行业之冠。据联合国推荐的国民经济核算体系（SNA）进行的统计，国际旅游业与各国国内旅游业合计的总收入1990年为29000亿美元，1993年达35000亿美元。其产值超过石油、汽车工业，一跃而成为世界第一大产业。目前，国际旅游业的发展已对世界经济结构产生重大影响。正如世界旅游组织（WTO）秘书处在《2000年全球旅游业的预测研究》中指出：“旅游业已同石油、汽车工业一起成为国际贸易的三大支柱”。

从经济学的观点看，旅游活动必须建立在“可随意支配的收入”之上。而从人类生活需求的层次看，旅游是人们在满足日常的衣、食、住、行等基本生活需要后，追求更高层次的物质上和精神上享受的一种社会现象，尤其是现代旅游，更明显地看出它

是人类超出生存需要的一种高级的消费形式。因此，大众性的旅游活动必须有强大的社会经济基础作后盾。近半个世纪以来，正是世界各国尤其是西方资本主义国家经济首先得到迅速的恢复和发展，国民财富增加，带薪假期普遍推广，才能为人们外出旅游创造了必备的经济条件和闲暇时间。由于交通运输业、通讯业的飞速发展，先进的交通工具和通讯设备的不断更新，使世界的空间距离相对缩小，从而大大地缩短了旅行和信息传递的时间，使跨国旅游和远渡重洋的洲际旅游活动成为可能，大规模的大众性旅游活动才能顺利开展。工业文明带来的至今持久不衰的旅游热，不但说明人类的旅游活动是社会、经济、文化发展到一定阶段的必然产物，同时，也是对欧美发达国家之所以对现代国际旅游活动能率先兴起并占绝对优势的最好注脚。

一、什么是旅游学

在我国，旅游业是一项新兴的事业，就整个世界来说，旅游业也正处在不断实践探索的阶段。由于世界各国的社会制度、经济基础、历史条件、地理环境、风俗民情等方面都存在着较大的差异，因此，世界各国发展旅游业的模式也不尽相同。尽管世界上一些旅游业发达的国家对于旅游和旅游业的研究已取得可喜的进展，但更多的还是停留在经验总结和心理探索方面，尚未形成一门严谨的科学，到现在为止，世界上还没有成熟的旅游理论。但是，第二次世界大战后大众性的旅游发展已成为一种无处不在的世界性潮流，旅游业也从一个无足轻重的产业发展成为举世瞩目的国际性产业，这就迫使人们更加重视对旅游科学的研究。从 1990 年世界旅游组织发布的旅游主题：“旅游——未获认识的产业，尚待开发的服务”来看，也“集中的反映出人们对这一新兴产业的惊异和关注，以及认识其基本特征、把握其发展趋势的急迫心情。”

然而，现代旅游业在 40 余年中也从起步、发展、腾飞而趋于

成熟，只要紧密结合旅游业的实践加以研究和总结，就不难发现现代的旅游活动以及为旅游活动提供各项服务的旅游业都存在着无国界的共同之处，这就是：第一，旅游是一种综合性的活动，由此应运而生的旅游业也必然是一项综合性、国际性的产业。它涉及到经济学、管理学、历史学、地理学、心理学、社会学、美学乃至建筑、园林、烹饪、文学艺术等边缘学科，它具有跨国界、跨地区、跨行业的特点。第二，尽管世界各国的社会、政治、经济结构不同，各国旅游业均有共同的内容可以探寻。例如，在经济管理上尽管各国管理体制和经营管理方法不尽相同，但有一些基本原则却是相通的，可以说，现代的旅游是一个世界性的概念。因此，研究旅游不能局限在一个国家或地区，而要着眼于全球。我们认为，“旅游学”应是一门以全球为整体，来研究人类旅游的发生、发展及其活动规律的科学。

旅游学的研究对象是什么呢？毛泽东同志在《矛盾论》中指出：“科学研究的区分就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一现象的领域所特有的某一矛盾的研究，就构成某一门科学的对象。”实践证明，在旅游活动这一领域中，特有的矛盾是多种多样的，而最为根本的矛盾是旅游需求和旅游供应这两个基本方面的对立统一关系。围绕着这一根本矛盾，不仅存在着旅游消费者（旅游者）和旅游经营者之间的对立统一关系，而且在旅游企业和旅游行政管理部门之间、旅游企业内部在经营管理方面的上下左右之间、旅游企业与旅游协作配套部门之间，以及一国各旅游经营单位同别国旅游经营单位在外联业务交往中也存在着对立统一关系。所以，旅游学是以旅行游览活动作为特定的研究领域、以旅行游览活动中的特有的矛盾及其发展变化规律作为主要研究对象的。

旅游科学研究的目的，就在于通过对旅游活动中客观存在的错综复杂的各种对立统一矛盾关系的研究、分析，掌握其内部固有的规律性，为国家旅游决策部门提供旅游规划和决策依据，并

为旅游企业提供工作实践的指导。因此，任何国家（地区）都必须重视对旅游学的研究，以此作为发展旅游事业的理论先导。

二、旅游概论的主要内容

旅游概论是旅游学的概括论述，因此，它的理论体系必然是旅游活动及其发展变化规律的反映。然而，由于旅游学是一门新兴的社会科学，要正确地概括和反映旅游活动尤其是现代旅游活动及其发展变化的客观规律还有赖于不断的实践和探索。本书的重点在于抓住人类旅游活动的基本要素、旅游业的组成以及旅游供求之间的纽带——旅游市场等主要内容，来阐述有关人类旅游活动的一些共同规律，结合我国旅游业的具体实践和旅游职业高中学校学生的实际水平和需要，把旅游概论主要研究内容概括为以下几个方面：

第一，阐述旅游的本质属性，即旅游的发生、发展与社会、经济、文化发展的关系及其历史规律性。

第二，阐述旅游的基本要素、产生旅游者的社会条件和个人条件，以及旅游活动的内容和形式。

第三，阐述构成旅游业的要素，以及旅游业在国民经济和社会发展中的地位、作用与影响。

第四，阐述旅游市场以及影响客源消长的因素。

第五，探讨世界及中国旅游业发展的前景。

应该特别指出的是，在过去对旅游的许多研究中，对于旅游意义的认识大都局限在娱乐、消遣、度假、游玩等一般意义上，而对旅游业效益的研究通常也是从经济学的角度出发，较重的着眼于经济意义。其实，旅游是一种范围广泛的活动，旅游者不仅能在旅游过程中通过参观、游览、考察，领略异地风情和开展各种专业学术活动，从中接受教育，增长知识，获得积极的休息，进行“劳动力的再创造”。同时，旅游活动还是民间外交的一种重要形式，它往往能成为政府外交的先导和起补充的作用，即具有发

展各国人民之间友谊的政治用途。而发展旅游业，不仅能够多创外汇，开辟货币回笼的新渠道，提供更多的就业岗位，推动各经济部门和行业的发展，同时，它还是创造高度精神文明的好途径。因此，我们不应该把旅游业单纯地看成是一种商业，而低估了它可以谋求人类的相互了解、增进友谊、促进合作和推动世界和平的积极意义。这个观点已越来越被世界各国所接受。1980年9月在马尼拉举行的世界旅游会议《宣言》中指出：“旅游在国际关系和寻求和平方面，在促进各国人民之间的相互认识和了解是一个积极的现实因素。我国的旅游业是社会主义性质的旅游业，所以，无论是对旅游科学的研究，还是旅游业的具体实践都必须注意既重视它的经济效益，又注意它的社会效益。”

我国是具有五千年文明历史的多民族国家，优秀的民族文化血脉相承，兼收并蓄，滋长发展，从未中断。加上疆域辽阔，地貌奇特，风光优美，因此，具有世界一流的众多的人文旅游资源和自然旅游资源。同时，我国又是世界上旅游发生最早的国家之一，无论是开辟国际旅游路线，还是与旅游活动息息相关的交通、住宿等设施的建设和发展以及对入出境旅行者的管理方面，都曾对促进国内、国际旅游活动的发展做出过卓越的贡献，同时也为发展我国现代旅游业提供了可借鉴的有利条件。

然而，与世界旅游业发达国家相比，我国现代旅游业起步较晚，要使我国的旅游业后来居上，跻身于世界舞台，这里有个如何借鉴的问题。纵观欧美发达国家的旅游业所以能迅速发展，并占绝对优势，主要是政府的重视和支持，以及私人企业发挥主动性和积极性的结果。我国是社会主义国家，以前是以计划经济模式来发展国民经济的，而旅游业既然是国民经济的一个组成部分，自然要受到国家计划的统筹和制约。在党的十一届三中全会以前，我国的旅游业还是属于外事接待性质，主要靠行政指令运转，只讲投入，不讲产出，这种只依靠国家投资和经营的体制，缺乏竞争意识和发展的活力，导致旅游经济一直处在徘徊不前的局面。

党的十一届三中全会制定的“对内搞活经济，对外实行开放”的总方针总政策为中国拉开了改革开放的大序幕。我国旅游经济就是在这样的体制改革的大背景中迅速发展起来的，而且首先重视发展国际旅游业。而国际旅游业本身就具有“天然的市场属性”（因为国际旅游业是需求在外，供给在内的经济性产业，相对于国民经济其它行业，就意味着旅游需求完全是市场性的）。因此，在我国改革开放的十几年中，尽管国民经济的发展仍然受着计划经济模式的束缚，但在旅游产业却一直有着以需求为导向，并达到相当程度的市场化的良好基础。尤其是邓小平同志的南巡讲话的发表，使人们对“资本主义也可以有计划，社会主义也要有市场，市场和计划都是经济发展的手段”的认识日渐深刻，为在我国旅游经济领域中进行全面的改革奠定了理论基础。可以预见，随着我国市场经济体制的建立和运行，国民经济必将会取得历史性的伟大进步，而我国的旅游业也必然会以崭新的独特形象出现在国际旅游舞台，并在本世纪末跻身世界旅游大国之列。

三、旅游概论的学习方法

旅游概论是旅游专业学生的一门重要的专业基础课、入门课，学好了这门课程，就能为学习其它旅游学科奠定理论基础，所以，必须认真对待和学习。如前所述，旅游学是一门新兴的综合性社会科学，它是以人类旅游活动作为特定的研究领域的，行业的实践性强。而我国旅游业的实践时间较短，这就限制了我们对旅游活动的规律性的认识，所以，学习旅游概论要运用马列主义的科学方法，既要重视旅游的理论原理，又要注意理论联系实际；既要敢于借鉴和吸取外国的研究成果，又要重视我国的实践总结，只有这样，才能透过旅游这种全球性的社会现象把握它的规律性，并进一步运用它来指导我国旅游事业的实践。

思 考 题

1. 什么是旅游学？旅游学的主要研究对象是什么？
2. 旅游概论有哪些主要内容？如何学好这门课程？

第一章 旅 游

人类的旅游活动发展到今天，已经积累了丰富的经验，人们对旅游的认识也在逐步扩大和深入。然而，旅游却是一个内涵非常丰富的概念，人们对旅游给予什么具体的规定，它的本质属性是什么，有哪些基本特点和类型？这就是本章要着重探讨的内容。

第一节 旅游的定义

旅游的定义是历史发展的产物。在我国，第二次世界大战以前还鲜见“旅游”二字，更多的是习用“旅行”一词。在国外，旅游一词被广泛运用也是在第二次世界大战以后的事。

那么，什么是旅游？在目前，由于国内外学术界对旅游的内涵和外延有着不同的理解，因此，对旅游的解释或定义也各有侧重。在西方，诸多学者和一些国际组织对旅游的定义中，最具有代表性的要首推瑞士的汉泽克尔和克拉普夫两位学者在他们合著的《普通旅游学纲要》中所下的定义：“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的一切现象和关系的总和。这些人不会导致永久居留，并且不从事赚钱活动。”该定义被旅游科学专家国际联合会所采用。这个定义的优点在于指出旅游的某些基本特征，如综合性、异地性和业余性。即旅游者外出旅游是凭借自己拥有的经济手段和闲暇时间，旅游者外出旅行需要暂时居留异国他乡，但不会导致永久居留。同时，旅游接待国（地区）必须为旅游者提供食、住、行、游、购、娱等综合服务。不足的是把“昼游夜归”（即不在外过夜）和商务旅游排除在外，而且难于把一般的出差旅行和具有消遣性的游览观光加以区别。

我国的古代，“旅”和“游”是两个各自独立的概念。“旅者，客寄之名，羁旅之称。失其本居而寄他方，谓之为旅”。 “失

其本居，而寄他方”就是我国最早关于“旅行”的定义。而“游”即遨游就是游览的意思。《礼记·学记》中有“息焉游焉”的话。古人把“游”解释为“谓闲暇无事于之游”，这说明我们的先民对于外出游览活动必须是在业余时间进行的观念是很强的。故后人对那些整天不务正业而四处游荡的人谓之为“游手好闲”之辈是不无道理的。

“旅游”就是旅行游览，这是1977年修订出版的《现代汉语词典》中所作的解释。可见，“旅游”是旅行和游览的复合词。所以，在现代汉语中，“旅行”和“旅游”二词可以大体相通，这是我国对“旅游”这个概念最通俗的表述。然而，严格地说，旅行和旅游是有区别的。旅行是人们在空间上从一个地方到另一个地方的行进过程。它的目的广泛，包括外出开会、公务出差、迁居、外出求学等必须的旅程。而旅游是以游览为主要目的的一种旅行。所以，在汉语中，旅游亦称为“观光”。可见，在旅游这个实践的范畴里，旅行只是游览所凭借的手段和形式，而游览才是旅行的目的和内容，这也是旅游同一般旅行的根本区别。所以尽管现代的交通工具日渐舒适，但多数的旅游者都希望把更多的时间花在游览的目的地而不是旅程中，故旅游界有句行话叫“旅快游缓”。世界旅游业发达的国家，都十分重视旅游交通的发展，以满足旅游者惜时如金的心理需求。

通过以上简要分析，可知旅游活动必然要和社会产生广泛联系，尤其是现代的旅游，更要涉及到社会、经济、政治、科学、文化、民族、宗教等各个领域，因此，旅游是一种综合性的社会活动。从消费角度说，旅游也是一种文化性消费（行为），它必然会随着社会、经济和文化的发展变化而在内容和形式上随之不断的发展和变化。如目前国际上出现的会议旅游、工商业务旅游和购物旅游的大量增加，说明旅游的范围在不断扩大。但不论旅游形式和内容如何发展变化，纵观古今中外的各种旅游活动，归结起来，不外是有关物质性和精神性的两大类活动，而且不论何种形

式的旅游，都必须以旅行为前提，以游览为目的。因此，我们认为对“旅游”这个概念可作如下表述：旅游是人们带有游览目的的非定居性旅行和暂时停留中所进行的物质和精神活动的总和。

这定义所以强调“旅游”是带有游览目的的行为，一则为了把旅游与一般的旅行加以区别（因为对一般的旅行者来说，社会同样要为他们提供食、住、行或购物等各项服务）；二则可以把一些比较复杂或有争议的旅游形式诸如会议旅游、购物旅游、工商业务旅游等包容在内。不管是以开会、购物、业务活动为主，游览为辅，还是以开会、购物、业务活动为辅，游览为主，只要有游览活动，从概念上说，同样可称为“旅游”。至于在旅游前面加上“会议”、“购物”、“业务”等字样，那只是说明旅游活动的不同类型罢了。

第二节 旅游的本质属性

纵观人类旅行、旅游历史的演变，尤其是现代旅游业的迅速崛起及其发展趋势，可以看出旅游是人类社会、经济、文化发展到一定阶段的产物，是人类超出生存需要的一种消费形式。

一、旅游是人类社会经济发展的产物

旅游虽然是一项古老的社会活动，但在古代，却只能局限在少数人和狭小的范围里。旅游活动真正成为社会的一种普遍现象，不断扩大活动的天地，是随着社会生产力水平的不断提高而逐步发展变化的。

在原始社会，社会生产力水平低下，人们为了生存不得被束缚在为谋取生活资料的生产劳动中，哪有闲暇时间去游乐。尽管游览起源于人类早期的生产劳动，但在原始生产力和社会状况下，人们的实践更多是属于功利和实用性的。原始社会人们的四处狩猎，为生存而游荡迁徙，是一种被动的活动，并没有成为一种享受，一种娱乐，严格来说，是称不上为旅游活动的。

到了奴隶社会、封建社会，使人类历史得以进入一个新的发展阶段。生产工具的更新，生产力的进步，产生了阶级，有了贫富悬殊，出现了剩余劳动产品的交换。于是人们才能有为了娱乐享受或经商以及宗教活动而进行的旅行和游览活动。但早期意义的旅行和游乐活动，也仅局限在少数人和一定范围。纵使一些上层人物要远游，也要受到地理条件的限制和路途风险的阻隔。

到了近代，由于工业的革命，社会经济迅速发展，生产力水平不断提高，科学技术日益进步，并通过不断的社会斗争，国民收入增加，劳动时间缩短，余暇时间延长，广大劳动人民和知识分子才会有外出旅游的金钱和时间。尤其是第二次世界大战以后，世界经济进一步得到迅速发展，先进交通工具和通讯设备不断更新，使长距离的跨国旅游和洲际旅游成为可能。同时，社会才能为广大旅游者提供丰富而独特的旅游资源，安全而便利的交通条件，舒适而完备的食宿设施，以及由于生产率成倍增长，而有条件从物质生产部门腾出更多的劳力来接待各地的旅游大军，为广大旅游者提供包括翻译导游等一系列的服务。只有在这个前提下，大众性、国际性的旅游活动才得以顺利开展。现代旅游业的崛起和迅速发展，说明人类的旅游活动是随着人类社会经济的发展而发展的，也只有社会生产力水平发展到今天这个程度，具有现代化、国际化的大规模的大众性旅游活动才会出现，这是不以人的意志而转移的客观规律。

二、旅游是一定社会文化的产物

1984年出版的《中国大百科全书·人文地理学》中指出：“旅游与文化有着不可分割的关系，而旅游本身就是一种大规模的文化交流，从原始文化到现代文化都可以成为吸引游客的因素；游客不仅汲取游览地的文化，同时也把所在国的文化带到游览地，使地区间的文化差别日益缩小。”人类各种形式的旅游活动，归结起来，不外是有关物质性和精神性的两大类活动。虽然，有的着眼

于物质享受，有的侧重于对精神文化的追求，但两者不可能截然分开。在整个旅游过程中，物质和精神活动总是相互依存、相互补充的。因此，旅游者所进行的一切活动以及社会为广大旅游者提供的各种条件和服务，都无不与社会文化相联系。

第一，旅游者是依赖于一定社会文化背景而产生的。一个人能否成为旅游者，首先要有金钱的支付能力和足够的闲暇时间。其次，必须有外出旅游的需求和欲望。前者是经济因素，为人们外出旅游提供了可能性；后者属于文化因素，即足以使旅游者产生旅游动机的文化背景。这个文化背景包括旅游者本人的文化素养，也包括足以吸引旅游者的游览地的社会文化环境。它使人们有了外出旅游的必要性。古代的旅游者所以局限在少数富裕人家和文人学士之中，现代的旅游者所以多数产生于经济富裕、文化发达的国家，正在于此。这说明，一个人要成为旅游者，除了有足够的金钱和时间外，还必须具备对于文化的需求，才能产生外出旅游的动机。

第二，旅游资源是一定社会文化环境的化身。旅游资源是旅游的吸引物，是旅游者参观游览的对象，而旅游资源不外是自然旅游资源和人文旅游资源两大类型。旅游接待地的人文旅游资源包括社会政治、经济、法律、道德、宗教、历史、科学、艺术和民俗风情等因素，这都是社会文化因素，它必然具有国家、民族和地区的文化色彩；而自然旅游资源虽然是天赋的自然地理条件，即我们常说的自然景观。但是，这些自然景观要成为可供旅游者亲临其境直接进行观赏的客体，还必须经过人类的劳动加以开发改造，如修理道路，增添食宿等基础设施和服务设施，才具有接待能力。而人们在开发旅游资源的过程中总离不开自己的社会意识，总要打上自己所处社会文化的印记。而天然风景一经装饰，带有民族色彩就具有文化内涵。诚如古人所云：“山水无绿不成景，风景无文没有情”。又说“文以地生辉，山以文益秀”，可见，不管是人文资源，还是自然资源，都是凝结着人类精神文化的“作

品”，是一定社会文化环境的化身。

第三，旅游设施和服务是一定社会文化环境的自我表现形式。首先从旅游设施来说，不管是直接或间接为旅游服务的公共基础设施，还是专门为旅游活动服务的设施、设备的建设，都必须有相当发达的社会生产力和科学技术作后盾，尤其是现代化的旅游设施更离不开先进的科学技术装备，而科学技术属于社会文化的范畴。同时，不同国家、民族和地区的旅游设施，必然具有异族历史的、艺术的、建筑的、美术及雕塑等方面的内容，因而就具有异族文化的特色。所以，作为旅游媒介的旅游设施既可以作为一种物质条件供旅游者使用，又可以供旅游者作为异族文化、艺术来欣赏，从而增加它的吸引魅力。

接待国（或地区）在向旅游者提供各项旅游服务时，必然要在内容和形式上展示出本国家、本民族和本地区历史遗留下来的各种文化和现有的社会道德风貌。特别是服务人员包括直接与游客接触的工作人员，他们的言谈举止都会表现出一国居民的文化素养。就整个服务工作质量来说，管理者和经营者的文化、气质、管理才能都必然得到充分的显示。因此，作为旅游的媒介——旅游设施和服务，既是一定社会文化环境创造出来的物质和非物质条件，又是一定社会文化环境的自我表现。

综上所述，可以看出，不论是旅游者的产生，旅游资源的开发和旅游设施的建设，乃至对旅游者所提供的各种服务，都是一种社会文化的实践，因此，它必然随着社会文化的不断发达而使旅游的文化内涵更加丰富。

三、旅游是人类超出生存需要的高级消费形式

根据马克思、恩格斯关于人类的需要分为生存需要、享受需要和发展需要三个方面的理论，说明旅游是人类生活需求层次提高的表现。实践证明，人类为了生存所必须满足的物质和文化需要最基本的是衣、食、住、行四大方面，因此，超出生存需要的

生活就具有享受性，同时，也会包括发展和表现自己知识、才能和个性的需求。只有当人们的生存资料已得到满足，无虑于温饱，才会产生对享受资料和发展资料的进一步的需求，才会产生对具有享受性的旅游消费的强烈愿望。所以，旅游是人们生活水平提高，超出生存需要的一种社会活动。

所谓高级消费，主要是指旅游消费水平和消费结构而言。一般来说，旅游消费结构可分为两大类，一类是物质消费，包括食、住、行、购等的实物结构；另一类是精神消费，主要指游览、娱乐以及在旅游过程中所享受到的具有无形效用的劳务性消费价值结构。旅游的主要目的在于游览，但它必须和衣、食、住、行等物质消费以及属于游览、娱乐等一系列的劳务消费有机地结合，才能实现完美的旅游愿望。可以说，任何一个游客，尤其是现代的游客，整个旅途生活的每一分钟都意味着要付出金钱。而旅途中所有的消费都是在满足人们基本生活之上的享受和发展的需要，因此，旅游的消费是比一般的生活更高级的消费形式。

第三节 旅游的特点及类型

旅游活动是人类相互沟通和联系的一种重要形式，具有明显的时代特征。而旅游活动的形式和内容也是随着时代的发展而不断演变的。但是万变不离其宗。通过对旅游活动的特点及其类型的研究和分析，可以从中了解旅游活动的一些规律性的东西。

一、旅游的特点

人类的旅游活动发展到今天的群体性旅游，是社会经济、文化和科技迅速发展的产物，因此，现代的旅游必然具有高度的精神文明和物质文明的特点，具体来说，通常把旅游的特点概括为娱乐性、综合性、灵活性、效益性、大众性和广泛性。这些特点在一定程度上都能说明旅游这种综合性的社会活动（消费形式）同一般的社会活动的区别。然而，旅游却是自古至今从未中断过的

一种社会现象，而古代旅游和现代旅游却大不相同。古代旅游无论在审美的时空上，或是物质生活上都受到很大的局限，可见，时代不同，旅游也必然富有不同时代的特征。但是，研究的结果表明，人类旅游活动除了因时代的影响而具有不同时代的特点外，还有其自身最本质的特性，这就是审美性、异地性、流动性。这些特性贯穿于人类旅游活动的始终，无论是过去未来，还是古今中外，概无例外。

下面着重对旅游的审美性、异地性、流动性的基本特点加以分析。

（一）审美性

人类自从脱离动物界以后，不仅把大自然作为自己的认识对象和改造对象，同时，也逐渐把它作为自己的欣赏对象。因此，早期人类的审美意识（微弱的）是从最初的社会实践开始的。在远古的自然和社会条件下，旅行（早期意义的旅行——迁徙和四处狩猎活动等）曾经是人类开拓生活的艰苦卓绝的壮举。同时，旅行游览作为一种特殊的社会实践，如同生产和其他社会实践一样，也必然是按照一定的审美意识进行的，正如马克思在《1844年哲学经济学批判手稿》中指出：人是按照“对象的内在标准”和“美的规律”去改造事物的。所以，尽管旅游动机复杂多样，旅游的形式和内容不断发展变化，但有一个共同点，就是为了获得身心的愉悦，即获得最大的寻美享受。从本质上说，旅游是一种寻找美，感受美的活动。从物质方面得到的主要是感官或生理上的愉悦和满足，从精神方面获得的则是心理上、意识上的美的感受。随着社会的发展进步，人们的审美意识也会不断加强，审美视野将得到扩大，审美经验日益丰富，通过旅游来获得审美享受的欲望也就更为强烈。

审美追求不仅是旅游者最初旅游动因，而且贯穿在旅游的全过程和渗透到旅游的一切领域。旅游的过程一般包括食、住、行、游、购、娱六个环节，每个环节都能给旅游者以美不美的感受。人

们通过游览山水，鉴赏文物古迹，领略风土民情，购买异地商品，享用旅游设施，接受优质服务，就能从中感受到自然风光美，文物古迹美，风土人情美，旅游设施美，风味佳肴美，乃至服务态度美等等不同的美感体验。要说古代的旅游由于社会条件的限制，许多旅游者尚需备尝旅途之苦，那么社会发展 to 具有高度物质文明和精神文明的时代，旅游者所追求的不仅是精神文化方面的美的享受，同时也追求物质文化方面美的享受。因此，从某一角度说，现代的旅游业就是创造美的事业，它的任务就是为旅游者生产和挖掘美的景观、美的艺术、美的商品，提供美的（优质的）服务和管理。

（二）异地性

所谓异地性，是指人们为了达到追新求异、游览审美等各种目的，必须到另一个不是常住的地方去。

那么，旅游活动为什么要到异地呢？这不但有人类“远方崇拜”的天性问题，从心理学角度看，也是人们想“换换环境”和追新猎奇的心理因素在起作用。

所谓“远方崇拜”，就是人类想感知到现有的生活环境中所看不到、听不到的远方世界。人类不断开拓前进的动力正来源于对远方世界所产生的憧憬、遐想、求索和探险的精神。而“换换环境”和追新猎奇正是旅游动机的直接体现。虽然旅游动机多种多样，但审美追求，求新求异却是基本出发点。心理学告诉我们，事物对人刺激的反复出现，会降低人对它的感受性，就是说当人们长期生活在一种环境中，对自己所熟悉的环境就会感到平淡无奇和乏味，即司空见惯和相互依存冲淡了审美主体对审美客体的美感体验。相反，对任何一个陌生地方或事物就会引起特殊的悬念和联想。因此，当人们在具备一定条件时，就想改变一下自己的生活环境，就渴望去欣赏和领略异地的风光、风俗、生活，从而开阔眼界、增广见闻，获得在常住地所得不到的新知识、新快乐、新感受。科学技术越进步，物质越丰富，生活环境越舒适，为什

么人们反而对遥远陌生的自然和人文趋之若鹜，正在于此。

（三）流动性

旅游的异地性，决定了旅游的流动性。因为旅游者为了实现旅游目的，首先必须能够顺利地以自己的常住地转移到异地景区，然后从一个景区向另一个景区转移，这就产生了流动，也就是旅行。只有流动（旅行），游览才能获得更广阔的空间形式，所以，旅游必须以旅行为前提。

然而，旅游还有“静”的因素。静，就是停留，实质上旅游就是一种动和静或者说是行和游相结合的活动。从旅游业经营者来说，旅游者在目的地停留时间越长，经济效益越好。但近几年来，不少入境旅游者在我国热点城市的平均停留时间却在缩短，而人均旅经的城市数目却有增无减，这就意味着游客在城市（景点）游的时间减少，而在城市间行的时间相对增加，这不仅使游客疲于旅途辛苦，而且加剧了民航、铁路运力的紧张，并降低了旅游资源（景点）和各种设施的利用率，造成直接和间接的经济损失，这是旅游业之大忌。鉴于此种情况，在旅游外联工作上就得充分注意到旅游流动性这个本质特征并加以正确运筹，才能获得更大的社会效益和经济效益。

二、旅游的类型

旅游是一种复杂的社会现象，当今的旅游已涉足广阔的空间，深入到社会经济、政治、科学、文化、民族、宗教等各个领域，扩大到社会生活的各个方面，因而，旅游项目也具有多样性，即呈显出不同的旅游形式，而且大量地交叉进行。因此，目前国内外对旅游尚未有比较确切统一的分类法，多数是从多角度划分：如按区域划分；按观赏对象（资源）划分；按旅游者的性别、年龄划分；按使用的交通工具不同划分；按旅游费用支付水平划分；按旅游动机目的划分等等。

由于现代旅游是一项跨地区、跨国界的活动，而且旅游与旅