

第一章 绪 论

第一节 旅游的基本概念

随着世界及各国经济的发展和人民生活水平的不断提高，旅游活动已成为人们日常生活的一个重要组成部分，“旅游”一词亦成为人们十分常见与常用的一个普通名词，但关于“旅游”一词的科学概念和定义至今并无一公认的说法。一般认为旅游一词，是以英文 Tourism 翻译过来的，并且考证出 Tourism 这个词首次出现是在 1811 年出版的《牛津词典》中。在此之前，于 1800 年出版的英文《牛津词典》中还出现了 Tourist 一词。不论 Tourism，还是 Tourist，都是从 Tour 这个词引伸而来的。在英语和法语里，Tour 都含有巡回的意思，而其语源皆出于法文的 Tourer。由 Tour 发展为 Tourist，是指以观光游览为目的的外来游客，以区别于为职业或其他特定目的而旅行的旅客（Business traveler）；至于 Tourism 原意是指游览的嗜好，而后才引伸为指有关游览的学问，这与 Journalism 一词被翻译成新闻学的情况有相似之处。

在我国的文献中，与“旅游”相近的有“观光”和“旅行”两个词。“观光”一词最早出现于二千多年前的《易经》和《左传》。《易经》中有“观国之光，利用宾于王”一词，《左传》中则有“观光上国”之语。在这里，观光可被理解为观看、考察一国的礼乐文物、风俗人情，即旅行游览的意思。“旅行”一词是指我国古代帝王的巡游、官吏的宦游、和尚道士的云游、文人墨客的漫游、学者的科学考察，以及群众性的踏青等活动。

“旅游”一词在我国出现则比较晚。1931 年编写的《辞源》中

只有“旅行”一词，其解释是：“今泛称外出作客”。这说明，那时虽然有旅游活动，但旅游作为一个普遍的概念还没有形成，也没有流行。1959年完成初稿，次年印行的《现代汉语词典》中关于“旅游”的解释是“旅行游览”，实际上是将它作为一个复合词，直至1979年修订的《辞海》，1981年截稿的《辞海》增补本都没有“旅游”一词的条目，仍只有“旅行”一词。实际上，自1964年11月国务院召开了“第一次旅游工作会议”以后，我国相继成立了“中国旅游出版社”、“中国旅游报社”和“上海旅游专科学校”，“旅游”一词在文献中和社会上才被广泛使用。1982年，国家将最高旅游行政管理机构更名为“中华人民共和国国家旅游局”，就肯定了“旅游”一词的客观存在性。

那么，什么是旅游呢？其实，对旅游这一概念的正确认识和理解已成为国际组织和学术界十分关注的问题。长期以来，国内外许多学者和有关国际组织给旅游这一概念下过多个定义，其中最具有代表性的定义有如下几种：

一、瑞士学者汉泽克尔（Hunziker）和克拉普夫（Krapf）在1942年提出，尔后被旅游科学专家国际联合会（International Association of Scientific Experts in Tourism）所采用的“艾斯特”（Aiest）定义：“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居，并且不从事任何赚钱的活动。”

二、美国参议员领导的一个研究小组在其《国家旅游政策研究最后报告》（National Tourism Policy Study Final Report）中提出：“旅游是人们出于日常上班工作以外的任何原因，离开其居家所在的地区，到某个或某些地方旅行的行动和活动。”

三、联合国的“官方旅行机构国际联合会”（AIGTO）认为：旅游是指到一个国家访问，停留超过24小时的短期旅客，其旅游目的属于下列两项之一，悠逸（包括娱乐、度假、保健、研究、宗教或体育运动）；业务、出使、开会等。

四、世界旅游组织(WTO)在1991年6月的“旅游统计国际大会”上对旅游基本概念重新作了定义：“旅游是指一个人旅行到他或她通常环境以外的地方，时间少于一段指定的时段，主要目的不是为了在所访问的地区获得经济效益的活动。”

五、中国学者唐友波等人在《旅游文化学发展》论著中提出：“旅游是人们为了寻求文化差异所进行的一种暂时性文化空间跨越的行为和过程，以及由此引起的社会行为、关系和影响的总和。”

六、黄辉实主编的《旅游经济学》则把旅游定义为：“旅游是一定社会经济条件下的一种人类社会经济活动，它表现为人们以寻求新的感受为主要目的离开常住地的一种综合性的物质文化活动。”

七、我国著名经济学家于光远在《旅游是现代人的特殊生活方式》一文中指出：“旅游是现代社会中居民的一种短期性的特殊生活方式，这种生活方式的特点是异地性、业余性和享受性。”

八、英文牛津词典上旅游被定义为：离家远行，又回到家里，在此期间参观游览一个或几个地方。

九、上海辞书出版社1979年出版的《辞海》称旅行是：体育活动的手段之一，也是文化休息的良好活动内容。有游览、参观、行军等形式。可以步行或利用各种交通工具。旅行能增长知识，扩大眼界，锻炼身体。

以上各种说法，都是从各自不同的研究角度出发，强调了旅游作为一种社会现象的某些基本特征，比如第一个定义，就用“非定居者”强调了旅游活动的异地性，用“这些人不会导致长期定居”强调了旅游活动的暂时性，用“不从事任何赚钱的活动”强调了旅游的非就业性，用“引起的现象和关系的总和”强调了旅游活动的综合性，显然，这个定义从消遣性旅游的研究角度，较好地把握了旅游的本质属性，因而在世界各地的旅游学界都有很大影响。

第二个定义，用“日常上班工作以外的任何原因”强调了旅

游活动的业余性，这种业余性不同于“艾斯特”定义中的非就业性，显然兼容了日常上班工作以外的赚钱活动；用“旅行的行动和活动”强调了旅游活动的综合性。可以说，这个定义强调了消遣性旅游的特征，而没有排斥商务性旅游。

第三个定义，强调了旅游活动的暂时性、异地性和消遣性，同时也强调了公务旅游、商务旅游和探亲访友等旅游活动。这个定义强调“停留超过 24 小时”，主要是出于方便统计和技术性需要，有合理的成分，也有不尽合理的地方。如当今比较活跃的边境旅游，游客既跨越国界又当日往返，就有可能不超过 24 小时。

第四个定义，强调了旅游活动的异地性、暂时性和非就业性，这与“艾斯特”定义阐述内容上相似，但这个定义明显地更倾向于技术性需要，主要是为了调查与统计的可操作性。这里的“通常环境”是为了排除那些在居住地以内的旅行和日常旅行；“少于一段指定的时段”是为了排除长久的移民活动。

第五个定义和第七个定义，显得有些匠心独具。第五个定义强调从文化学的角度概述旅游活动；第七个定义强调从社会学的角度概述旅游活动。第五个定义深化了对旅游活动产生的动机的探讨，这为旅游学的研究提出了更加专业化的课题。第七个定义，把旅游活动作为一种“特殊生活方式”是对当前旅游需求和旅游消费日益大众化、生活化和个性化趋势的高度概括，反映了旅游活动的社会学意义。

综上所述，可以发现，尽管各家之说表述方法不同，形式各异，但实际上却大同小异，都强调了从时间过程、空间位移、行为目的、活动性质的角度来研究旅游活动。因此，我们可以把旅游一词定义为：旅游是人类社会的一种短期性生活方式，是旅游者在旅行和暂时性停留中所引起的一切现象和关系的总和。

第二节 旅游的特点

旅游是一项内容丰富、形式多样、涉及面极广的社会经济现象，是人类社会一种短期性的特殊生活方式。旅游以其自身的本质特性，而从一般的社会活动中脱颖而出，受到了全社会的积极参与。概括地说，旅游具有休闲娱乐性、异地流动性、大众普及性、季节变动性、地理集中性等基本特点。

一、旅游的休闲娱乐性

所谓休闲娱乐性是指人们求趣求乐的目的可以通过工作之余的旅游活动去实现。旅游的休闲娱乐性主要体现在以下几方面：

第一，旅游是旅游者利用工作之余的闲暇时间所从事的活动。即使是某些与工作结合得比较紧密的旅游形式，只要我们从时间和内容上去分析，休闲娱乐都是其中不可缺少的组成部分。

第二，以休闲娱乐为目的的旅游，即以游览名山大川、欣赏文物古迹、体验异域风土人情、享受优质的旅游接待服务等形式，达到观光、消遣、休息、娱乐的目的，从而恢复体力、愉悦身心和增进健康。

第三，对于旅游者来讲，无论各人的旅游动机、旅游内容、旅游形式有什么差异，但其追求身心的愉悦，想获得最大的审美享受却是一致的。把旅游当作一种特殊生活方式来享受，是人们忘情山水、物我融合、慰藉身心的求趣求乐本性使然。也就是说，有了休闲娱乐，才有了旅游。

二、旅游的异地流动性

所谓旅游的异地流动性是指人们求新求奇的审美需求是通过离开居住地到异地环境中去旅游而实现的：

求新求奇是人们的本能之一，而人对客观环境的认识 and 了解

总是受时间和空间的限制，因此就借助旅游离开居住地去认识通常环境以外的世界，以增长自己的见识，这就产生了旅游的异地性。同时，由于人们外出旅游不满足于只在某一处逗留，而是借助旅游不断地由一个景区到另一个景区，在空间位移过程中实现自己的旅游目的，这就使旅游具有了流动性。

当然，旅游也不是全在“动”中进行的，而是“动”和“静”的结合，旅游的停留就是“静”。就旅游者的愿望而言，总是希望“静短动长”，以便在有限的时间内能游览更多的景点，获得更充实的体验；对旅游经营者而言，则希望“静长动短”，这是因为旅游者在旅游目的地停留的时间越长，旅游者的消费就越大，旅游经营者就会获得更多的商业机会。因此，认识旅游的异地流动性特点，就成了合理安排好旅游行程和时间，兼顾旅游者和旅游经营者双方的要求和利益，处理好旅游者和旅游经营者之间关系的重要问题。

三、旅游的大众普及性

随着科学技术的迅猛发展，满足人们的旅游需求的外界条件日益成熟，使得人们在克服自然条件的影响、利用旅游资源、享受自然和历史遗产等方面有了巨大的进步。在这种背景下，旅游消费和需求日益大众化、生活化和个性化，从而形成了群体旅游的规模化，使旅游表现出了大众普及性的特点。

第一，旅游正在成为人类社会的基本需求内容。第二次世界大战前，旅游是少数人才能享受得起的权利，二战以后，特别是在本世纪 60 年代以后，大众阶层才真正形成了旅游队伍的主力，旅游度假已成为普通大众人人都可享有的基本权利。世界旅游组织在 1980 年发表的《马尼拉宣言》中明确提出：旅游也是人类社会最基本的需要之一。为了使旅游同其他社会基本需要协调发展，各国应将旅游纳入国家发展的内容之一，使旅游度假真正成为人人享有的权利。随之而形成的普通大众人人都能参加的、有组织

的团体旅游正在成为占主导地位的旅游形式。这种大众化旅游形式为现代旅游业的发展奠定了基础。旅游业为旅游者提供各种周到、细致和规范化的服务，又为大众旅游提供了方便、舒适、安全的条件，从而促进了大众化旅游的发展。

第二，旅游正在成为人们现代生活的重要组成部分。如果用统计数字来描绘当今世界旅游的情况，人们每年参与各种形式的旅游活动已达 35 亿多次。据统计，世界旅游业为全球 1 亿人创造了就业机会，约占世界就业人数总和的 1/16 (D. Edgell: Charting a Course International Tourism Course, 1990)。每年大约有 5 亿人为不同目的而参与某种形式的国际旅游。进入 90 年代以来，国际旅游者人数年均增长率超过 5%，旅游收入年均增长率可达 4.8%，而且这种增长态势还在持续发展。随着国际经济文化交流的进一步发展及各国享受薪金假期职工的增多与有薪假期的延长，各种形式的旅游更加成为人际交流与生活的必需。例如，英国平均每年外出旅游达 3 次的人占到全国人口的半数；在法国，平均每年度假外出 3 次的人也占到全国人口的 45%；在瑞典，这种相应的比例更高，已达到 75%。中国改革开放以来，旅游业发展迅速，旅游人数每年均以 10%~20% 的比例增长。这说明，在许多国家，旅游正在从奢侈的享受演变成为人们生活的必需之一。

第三，大众旅游越来越普及的又一个动力，就是政府组织、社会团体、企业公司的积极参与和热心资助。旅游正成为一种奖励员工的手段，形成了奖励旅游的独特模式。其表现如下：一、奖励旅游一般都由公司企业的首脑人物出面作陪，这对于参加者来说当然是一种殊荣；二、奖励旅游的目的地都经过特别挑选，而且必须耗费大量旅费才可能前往的地方；三、奖励旅游的活动内容也是由有关旅游企业特别安排，并且在旅游期间公司首脑往往还组织获奖者共商公司的发展大计，因而这种经历是难以获得的；四、对于未受奖励的人来说，他们一方面对获奖者表示羡慕，另一方面为自己未能获得这样的奖励机会而表示反省，因而便会在

今后的工作中努力奋发向上。因此，奖励旅游作为一种激励手段和奖励办法，正在成为高级旅游市场的重要组成部分。

四、旅游的季节变动性

旅游的季节变动性是指旅游者外出旅游时间的选择和旅游接待地企业经营业务上所体现的明显淡、旺季差异性。

首先是旅游目的地受所在地理位置的制约，自然条件有季节的更替变化，以欣赏自然景观为主要对象的旅游活动，就随着这种季节变化而表现出明显的季节差异性。如浙江钱塘江观潮之旅，就受天文现象的季节影响，而表现出显著的客流量集中于较短时段的发展趋势；又如哈尔滨的观冰灯之旅，只有在冰天雪地的寒冷冬季，才有吸引力和客观条件，这种旅游才有意义。

再者是旅游者受所在地的社会文化背景影响，使旅游者客流的流向、流量集中于一年中相对较短时段出现高潮。如传统节日出现的旅游和宗教旅游活动的季节变化则很明显，但真正对旅游季节性形成重大影响的是以休闲娱乐为主要目的的度假型旅游。以英国的度假旅游为例，每年 7 至 9 月份出游者约占出国度假者中的 28%，1 至 3 月份的出游者仅占 12%，11 至 12 月份的相应比例约占 15%。我国学校教育实行春、秋两季学年制，7 至 8 月份为暑假，2 月份为寒假，这为国内旅游的开展创造了很有潜力的季节性旅游市场。

第三，有的旅游活动既受自然因素影响，也受社会因素影响，旅游的季节变动性也比较强。如我国山岳风景区开展的旅游活动，以黄山为例，旅游观光者多以国内客源为主（1988—1992 年境外客源仅占客源总量的 4.7%）。对国内旅游者而言，1 至 3 月和 12 月正值年初和年末，受传统习俗和生活习惯的影响，居民很少外出旅游，到山岳景区的更少，4 至 5 月春游，7 至 8 月暑假旅游，特别是“五·一”和“十·一”节假日，是黄山一年中的客流高峰日。受社会和季节性因素的影响，4 至 5 月、7 至 8 月和 10 月

为黄山旅游适宜季节，6月、9月和11月为一般季节，1至3月和12月为不适宜季节。这种季节变化趋势正好与黄山风景区的自然季节性基本一致。

五、旅游的地理集中性

旅游的地理集中性是由区域性旅游表现出来的。在世界旅游发展中，区域性旅游一直保持绝对优势。在欧洲，区域性国际旅游者约占80%，北美与亚太地区则约占50%。

旅游的地理集中性在一些主要客源国表现得更为突出。美国与加拿大各自接待对方的旅游者约占其接待入境总人数的50%左右。西班牙接待的旅游者中，来自法国、葡萄牙、英国与德国的旅游者达70%以上，如果再加上荷兰、比利时、意大利与瑞士的旅游者，那就超过了80%。造成区域性国际旅游发生的原因是多方面的，主要是距离近，交通方便，节约时间与开支，签证及旅游手续简便，文化传统相近，语言障碍少。

区域旅游的发展直接导致了地区间旅游发展的不均衡。无论从旅游者人数上，还是从旅游者消费额上讲，欧洲一直占着绝对优势，而非洲与中东所占比例很小。在世界国际旅游人数（人次）中，欧洲接待的约占65%~70%，美洲占20%，而中东与非洲一起才占5%。在世界国际旅游总收入中，欧洲占60%，美洲约占20%~25%。

旅游的地理集中性对旅游业的规模化经营是有利的。但对某一个区域而言，其旅游的环境承载力就有一定的阈值，如果旅游者的数量超过了某一区域的临界值，便会带来负面影响和严重威胁，破坏区域旅游的可持续发展。因此，旅游的地理集中性问题必须引起有关政府部门和旅游企业的关注。

第三节 旅游的基本属性

从旅游发展的历史演变看，旅游是人类社会经济和文化发展到一定阶段的产物，无疑具有经济现象和文化现象的特点。但旅游活动是在具体的社会环境中进行的，涉及社会环境中的方方面面，因而旅游活动便成了社会环境中多种现象的综合反映。为此，旅游的基本属性包括以下几个方面：

第一，旅游是人类社会的基本需要之一。现代旅游已经成为一种特殊的短期性生活方式，大众旅游构成了现代旅游的主体。这种规模化的旅游促进了旅游者与旅游目的地的广泛接触和相互交流，由此产生了一系列的社会现象和社会关系。

第二，旅游是人的文化需求。恩格斯曾经把人类的需求划分为三个层次：一是生存的需要；二是享受的需要；三是发展的需要。生存的需要是人对生存所必须满足的生活资料（即衣、食、住、行四大方面）的需要。在满足基本生存条件之后，才会产生带有享受性的旅游需求。所以，旅游是人们生活水平提高，超出生存需要的需求。这些需求有精神方面的，也有物质方面的，但更多的是表现为人们对自己知识视野的扩大和个性的满足方面的需求，也就是对文化的需求。这就是现代旅游的客源国主要集中于经济和文化发达国家的原因所在。这种需求促进了探险旅游、修学旅游、观光旅游、民俗风情旅游等旅游活动的蓬勃发展。就旅游目的地的旅游资源、旅游设施和旅游服务而言，正由于是一种地域文化的积淀和历史遗产的渗透，体现出鲜明的地域特色和民族个性，唯有如此，旅游目的地才能对旅游客源市场产生吸引力，形成旅游市场形象。例如宗教旅游、美食旅游、民俗旅游、文物古迹旅游等等各种专项旅游，正越来越受到旅游者的青睐，这些专项旅游具有丰富的文化内涵，满足了旅游者的精神和文化需求。

第三，旅游是一种经济现象。旅游是社会经济发展到一定历

史阶段的必然产物。旅游从产生时期的极少数人的游乐消遣活动发展成现代的大众化旅游，归根结底是由于社会生产力的发展，使人们消费水平提高的结果。一个国家或地区只有经济发展起来了，人们有了可自由支配的收入，并且在满足了衣、食、住、行等基本生活需要之后，仍有可自由支配的资金，这时旅游的动机就表现得强烈，如果又具备了余暇时间、交通便达等条件，人们的旅游动机就会变成旅游行动。旅游者在旅游过程中必须获得吃、住、行、游、购、娱等方面良好的接待服务，才能实现旅游的目的。这种需要服务和提供服务之间，是一种经济现象。就旅游供给方面而言，旅游业凭借旅游资源而为国内外游客提供旅行和游览服务，包括旅游资源的开发，旅行社，旅游中心设立的宾馆、商店、餐厅，为游客组织的交通运输服务，旅游娱乐场所、休养区设施，旅游地特产和纪念品的生产、推销及其他一切为满足游客旅游需要而提供的服务。由于旅游活动的开展而导致的旅游服务的供给，无论对客源国还是对东道地区的经济均有不同程度的直接或间接的客观影响，从而使旅游活动表现出经济现象的特征。

第四，旅游是一项涉及政治的社会现象。一方面，在现代国际交往中，旅游素有“民间外交”的美称。这种民间外交比起正式外交，具有手续简便、出入方便的优点，对于国与国之间增进了解，消除误解，推动和维护世界和平有着明显的作用。另一方面，国际旅游活动也在一定程度上体现了世界局势和国际关系。例如，欧共体在建立欧洲联盟的进程中达成一项欧盟成员国互免签证的协议。这项协议实施后，欧盟各国公民可以自由选择在国内的任何一个国家入境、出境，通行无阻，这样就极大地便利了欧盟成员国旅游者去欧盟各国从事商务和度假旅游。这说明旅游具有显而易见的政治色彩。

综上所述，旅游是一种满足人类社会基本需要的文化现象，同时也是一种经济现象和政治现象。但是，旅游毕竟是人类社会成员的一种特殊的暂时性生活方式，是人们以自己可以自由支配的

经济手段和闲暇时间为条件，为达到求新、求奇、求趣、求知、求美等目的而旅行和暂时居留的活动。因而，旅游最基本的还是一种文化现象。由此说来，旅游的属性应该是一种以文化为主，带有经济属性和政治色彩的综合社会现象。

第四节 旅游学的研究对象和内容

一、旅游学的研究对象

众所周知，任何一门独立的分支学科都拥有自己独特的研究领域。那么，旅游学的研究对象是什么呢？自旅游学奠基以来，众说纷纭，无一定论。这不仅是因为每个学者对旅游学的定义的见解会随其研究范围的偏重而不同，更是因为旅游学所研究的范围非常广泛，以至于很难用一两句话来概括其全部内容。

旅游是人类的一种特殊性的社会经济活动。构成旅游活动的六大要素（食、住、行、游、购、娱）几乎与国民经济的各个部门都直接或间接相关。

正是由于旅游的这种综合性，因此作为全面系统研究这一活动的旅游学的研究对象，我们可以概括为四个方面，即旅游者、旅游管理者、旅游资源和旅游设施。旅游学就是研究这四个要素的基本特征与相互之间的关联作用及其运行规律的科学。

旅游者是指为了满足物质和精神享受的需要，暂时离开常住地，在异国异地至少逗留 24 小时以上的人。旅游者可以说是旅游学研究的主体。

旅游管理者是指那些为了使旅游者在旅游过程中能获得物质和精神方面的享受，而提供硬件设施和服务的管理人员和服务人员的统称。

旅游资源包括自然旅游资源和人文旅游资源两大部分，它是旅游业赖以存在和发展的物质基础。从现代旅游业的发展角度来

理解，凡是能激发旅游者的旅游动机，为旅游业所利用，并由此产生经济效益与社会效益的现象和事物均称为旅游资源。

旅游设施是指能支撑旅游业发展的各种硬件系统，它涵盖的范围很广，包括能够为旅游者提供一切服务的交通、饭店、通讯、娱乐等各类设施。随着现代旅游业的发展和竞争的日益加剧，旅游设施在现代旅游业中的地位和作用日益突出，因此，它是旅游学研究对象中的重要组成部分。

二、旅游学的主要研究内容

旅游学的建立和发展不仅取决于其研究对象的确立，学科体系的完善，而且更为重要的是旅游学本身具有广阔而丰富的研究领域。从前面我们叙述的内容可以看到，旅游学的研究内容主要集中在以下几个方面：

1. 旅游者的数量与分布

这可以说是旅游学研究的基本内容。旅游者既是自然的人，亦是社会的人。旅游学在研究旅游者的数量和分布问题时，着重探讨旅游者的产生与动机、数量与构成、流量与流向的相互关联作用和分布规律。透过旅游者静态分布的考察，探讨其动态运行的规律性。

2. 旅游资源的评价与开发

旅游资源是旅游目的地赖以吸引旅游者最重要的因素，也是确保旅游开发成功的必要条件。旅游学在这一领域里着重探讨各国各地区旅游资源的分类与评价，包括分类指标的确定和分类方法的选择；探讨各国各地区旅游资源的特色、分布与组合条件，为合理开发利用旅游资源提供条件；探讨旅游资源的开发与保护的模式和有效途径，以及旅游资源的可持续利用等问题。

3. 旅游业的经营与管理

旅游业是以旅游资源为凭借，以旅游设施为条件，为满足旅游者的各种需求而提供服务的经济产业。旅游业经营与管理的研

究主要集中在旅游市场的研究，着重探讨旅游市场的运行机制、旅游目标市场的选择、营销组合和定价策略等。旅游企业的经营与管理，着重探讨旅游企业的组织结构、成本控制与功能性管理等。

三、旅游学的研究方法

旅游学是从综合的角度研究旅游活动及其所反映的各种现象和关系演变规律的边缘性学科。研究旅游问题既要借鉴科学研究中一般的归纳、演绎和类比的基本方法，又要根据学科自身的特点加以深化和创新，这样才能推动和提高旅游学科的理论水平和研究成果的实用价值。简而言之，旅游学的研究方法主要有以下几种：

1. 综合考察法

这是研究自然与社会现象和规律时常用的一种研究方法。旅游是一种以文化为主，带有经济和社会属性的综合现象。因此，研究旅游问题就必须广泛地对与之有关的条件和因素进行综合的考察分析，才能得出科学的正确结论。如对旅游资源的评价与开发，就必须综合地考虑一定区域内自然旅游资源和人文旅游资源的种类构成、地域组合、价值功能以及开发前景等因素，同时还要分析旅游资源所在区域的区位条件、经济基础和社会条件等因素，才能得出客观的、公正的评价结论，制定出合理的、可操作的开发规划，从而将旅游资源的潜在优势转化成现实的经济优势。

2. 统计资料分析法

这是旅游学的基本研究方法之一。旅游统计资料是旅游活动最客观、最现实的反映，它对研究旅游活动的规律性具有重要作用。例如在调查研究一个国家和地区的自然景观和旅游资源时，必须运用大量的基本统计资料，进行分类评价与分析。只有做好旅游统计资料的分析工作，才能正确地评价旅游资源，科学地规划旅游开发方案，有效地开发旅游资源。又如在研究旅游业的发展

问题时，往往需要掌握旅游者各年各月入出境的人数，各个旅行社接待游客的人数，各省市旅游区接待旅游者的人数、年龄和性别结构、职业构成，旅游收入和创汇情况，拥有接待旅游者的饭店数、房间数、床位数、交通运输条件和从业人员数等统计资料，然后对其进行分析，才能把握现状基础和发展趋势，进行科学的决策和管理。

3. 旅游图表法

旅游的最基本特征是其活动的空间性和过程性。如各类景区、景点和旅游线路、旅游设施等都可以用不同符号在图上表示。在现实的旅游活动中使用旅游图是常用的手段和方法。导游图、交通图、资源分布图、旅游线路图以及各类专题旅游图等，是旅游开发者、管理者、欣赏者、研究者必备的工具和资料。因此，旅游图表法是旅游学的基本研究方法之一。

4. 抽样调查法

这是科学研究（特别在社会科学领域）中常用的一种方法。旅游是一种综合性的社会经济文化现象，涉及到文化、经济、政治和社会的许多方面，动态性强。采用随机的抽样调查法，研究旅游的某个方面问题往往是最经济、最省时、最有效的方法。如在一些国家的饭店、机构、过境处（海关等）备有请旅游者填写的表格，向旅游者征询意见或做调查，从这些调查资料的分析研究中，即可掌握旅游者的动机、兴趣、线路选择要求等，从而了解客源市场的现状，预测变化趋势。

综上所述，随着科学技术的发展，尤其是地理信息系统（GIS）的推广，旅游学研究的方法和手段也发生着深刻的变化。现在，旅游学信息的获取主要靠系统的观察记录（如旅游年鉴、旅游统计年鉴等），并辅以普查和典型调查。而旅游学信息的处理、存贮、传递和分析使用，主要是依靠计算机处理系统。使用的思维方法则以系统思维为主，其中包括从整体出发的分析与综合结合、归纳与演绎、统计分析结合、定性分析与定量分析结合、宏

观分析与微观分析结合、动态分析与静态分析结合等。所以，旅游学的方法论基础是自然辩证法以及在此基础上逐渐发展起来的系统思想。

思 考 题

1. 如何理解旅游的基本概念与特点？
2. 简述旅游的基本属性有哪些？
3. 试分析旅游学的研究对象。
4. 简述旅游学的主要研究方法。

第二章 旅游的产生与发展

旅游是人类社会的一种特殊的短期性生活方式，是一种综合性的社会经济文化现象，也是人类社会经济发展到一定阶段的产物，并伴随着社会经济的发展而发展。纵观世界旅游史，旅游从人类早期的迁徙活动开始萌发，发展到现在的产业化规模，共经历了古代旅行、近代旅游和现代旅游三个历史阶段。

第一节 古代旅行

一、旅行的产生

人类的旅行活动到底始于何时、何地、何人，要作出准确的回答是很困难的，因为无论是从考古中还是从史籍中都还没有找到确切的证据。但是，如果我们从分析旅行活动产生条件的角度着手，就可以对这个问题作出大致准确的结论。

1. 三次社会大分工是旅行产生的根本前提

旅行活动肯定要以人类产生旅行需求为前提。那么，人类旅行需求是在什么条件下产生的呢？

在原始社会前期，由于生产工具的落后和生产力的低下，人类的生产活动主要是采集和渔猎，几乎没有什么剩余物，人类无时不处在饥饿、野兽和自然灾害的威胁之中，自然不会有旅行的需求。在这段时期，尽管人类也有从一个地方转移到另一个地方的迁徙活动，但这些活动都是因自然因素（气候、自然灾害等对生活环境的破坏）或特定人为因素（部落间的战争等）的威胁而