

第一章 绪 论

学习目的

- 掌握旅游的本质、属性及基本定义
- 了解旅游学的研究对象、内容与学习方法
- 熟悉旅游活动的构成要素、主要特征与基本性质
- 熟悉旅游活动类型的划分与主要划分方法

基本内容

旅游的基本涵义

- 基本概念：旅游、旅行、游览
- 旅游的本质与属性
- 旅游的不同界定
- 旅游学的研究对象

旅游活动的构成

- 旅游活动的要素
- 旅游活动的特征
- 旅游活动的性质

旅游的基本类型

- 基本概念：旅游类型
- 划分旅游类型的方法

- 按地域范围划分
- 按旅游目的划分

第一节 旅游的基本涵义

一、旅游的本质与属性

旅游是人类社会生活的一项重要活动。在有文字记载的历史上，各个时代的人们都向往旅游，但旅游活动的大规模兴起则是在近代社会的产业革命之后。特别是第二次世界大战以后至今的时间里，随着社会生产力的巨大发展，科学技术的发明创造及其在生产中的广泛应用，旅游已逐渐成为一种全民性的现象，成为人类物质生活和精神生活的重要组成部分。随着旅游活动的演变、发展及其不断现代化，旅游作为一种大规模的社会文化现象，其本质内涵和社会意义日益凸现和鲜明起来，旅游活动与其他社会活动的本质差异更加明显。对于旅游本质的认识可从三个方面来理解。

（一）旅游是一种高层次的消费活动

旅游是一种高层次消费活动，并正在发展成为人们生活中的一种基本需要。人在与客观环境的相互作用过程中，在积极的生产活动和社会活动中，会产生多种多样的需要，既有着为延续和发展自己生命所必须的物质需要，也有着发展智力、道德、审美等方面的精神需要。而且，随着社会生产力的日益发展，人们对物质需要和精神需要的层次也不断地提高。按照马斯洛的需要层次理论的解释，人的需要可分为：生理需要、安全需要、社交需要、受尊重需要和自我实现的需要五个层次。上述五个需要层次是逐级上升的，当低一级的需要获得相对满足以后，追求高一

的需要就成为继续奋进的动力。而旅游需要是人的总体需要的一个组成部分，当人们在满足日常的衣、食、住、行等基本需要之后，便自然而然地追求更高层次的享受，产生旅游的需要。因为在旅游中，人们的社交、受尊重和自我实现的需要均可以得到体现和满足。因而，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。

（二）旅游是一种以审美为特征的消闲活动

旅游从本质上可以说是一种以审美为突出特征的消闲活动，是综合性的审美实践。人之所以区别于其它动物，就是在物质需求之外，还有更高尚的追求，审美便是其中之一。审美活动是人类生活的基本内容之一。审美享受是人生中最有价值的财富。因此，人们之所以喜欢旅游，就是因为旅游能够满足人们对自然美、艺术美、生活美的欣赏和享受。旅游审美活动内容是丰富多彩的，除了秀丽的自然景观，还有文物古迹、园林建筑、戏剧、音乐、舞蹈、绘画、雕塑、风俗习惯等人文景观。它集自然美、艺术美、生活美之大成。熔优美、崇高、喜悦、悲壮、秀丽、雄奇、幽雅为一炉，能够满足旅游者不同层次的各种审美需求。因而，旅游也可以说是一项综合性的审美实践活动。

（三）旅游是人类的一种社会交往活动

交往是人类历史发展的必然现象，是人类生活中最基本的一种社会活动，它体现了人类所共有的心理需求。人类通过交往可以达到思想、观点和情感的相互交流，从而建立起和谐、友好的人际关系。人的交往途径是多向性、多渠道的。有固定交往——在日常工作和学习方面的交往；有自由交往——在友谊和爱慕方面的交往；有政治交往——在国与国、政党与政党之间的交往；有业务交往——在社团、企业之间的交往；有邻交往——在邻居、朋友、亲属之间的交往。其交往模式有中心化交往模式和全通道化交往模式两种。中心化交往模式的特点是便于集中和统

一，传递信息快捷而准确，但群体成员之间缺乏直接沟通和联系，限制多、功能性强。机关、企业、学校等单位，多采用这种有组织有领导便于管理的交往模式。全通道化交往模式的特点是能主动而自由地与任何人交往，每一个人都可以成为交往的中心人物它是一种个体的行为，便于直接沟通和横向联系，限制少、功能性弱，但个体之间的交往不便于组织和管理。旅游具有这两种交往模式的优点，是一种较为理想的交往形式。它可以自由选择交往对象，走向社会最大空间，不受地域、国界、种族、性别、年龄、职业和文化等的限制在轻松、愉快的旅游中，人际关系较为和谐，少受固有偏见所限容易彼此畅所欲言、沟通思想感情，产生其他交往形式所达不到的良好效果。

在阐述了旅游的本质问题以后，有必要进一步阐明旅游的社会属性旅游的社会属性，可大致归纳为三个方面。

第一，旅游与社会、经济的关系。旅游与社会经济发展有着密切联系。社会生产力的发展水平决定了旅游的规模、内容、方式和范围。在原始社会生产力十分低下的条件下，人们只能为生存而四处奔波，没有旅游的物质基础，因而，没有旅游，只有为生存而进行的迁徙。从奴隶社会到十九世纪前期的几千年中，人类社会经历了几个社会形态，但总体上说还比较落后，旅游只有少数特权阶层和富有者才能享受，旅游活动的主要形式是宗教朝圣、经商和探险考察；旅游交通工具是以自然力、人力、畜力为动力的舟车；旅游内容单一，旅游活动范围小，长距离旅游很难实现。19世纪后半叶，工业革命使社会生产力得到迅速发展，社会财富的增加，都市的形成，使旅游活动发生了巨大的变化除了少数特权阶层和富有者外，许多中产阶级也能参加旅游；火车和轮船已成为旅游的主要交通工具；旅游的规模和范围大为扩大；旅游内容也丰富起来。第二次世界大战结束后，国际社会相对稳定，世界经济得到迅速恢复，个人收入的增加，工作时间的

缩短，闲暇时间增长，使旅游发生了质的变化，成为大众性的活动，旅游业因此得到迅猛发展。旅游交通工业除了火车和轮船外，又增加了飞机、汽车现代化交通工具的出现，使长距离的国际旅游成为现实，旅游的规模和范围得到空前的扩大，旅游内容更加丰富。总之，旅游与社会、经济有着密切的联系，社会、经济的发展水平，决定着旅游的规模、内容、方式和范围；反过来，旅游的发展又促进着社会的进步和经济的繁荣。

第二，旅游与政治、文化的关系旅游决不仅是纯粹的经济活动，而是包括着政治活动、文化交流、商业贸易、体育比赛、宗教朝圣等多方面内容，涉及政治、经济、文化等诸多领域的社会活动。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，不论是如何实际或重大，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，不仅仅限于经济作用旅游作为人民之间普遍性的交往活动，有利于增加各国人民之间的相互了解和友谊，有助于加强国家之间的友好关系，有利于民族之间的文化交流与合作，有利于缓和国际关系和促进世界和平。总之，旅游与政治、文化有着密切的关系，旅游对政治、文化产生着巨大的作用；反过来，稳定的政治环境、良好的文化氛围又促进旅游的迅速发展。

第三，旅游与日常生活的关系在现代社会中，旅游愈来愈成为人们社会生活的一项重要内容，成为人们物质生活和精神生活的一种需要。随着经济的发展、劳动条件的改善、生活水平的提高、闲暇时间的增加，旅游已经成为广大劳动者的普遍性活动。人们外出旅游，或游名山大川、欣赏自然风光，或游览名胜古迹，或接触他乡风土人情，或了解异国文化，目的都是调节生活节奏，寻求物质和精神的享受。有些国家已经把旅游列为衣、食、住之后的一项日常生活内容。德国近几年每年外出旅游的人

数（14 岁以上）占全国总人口的 55%，旅游排在吃、住、喝之后，列居第四位，其地位在日常生活中十分突出。在我国，随着经济的发展，人民生活水平的提高，工作时间的缩短，参加旅游的人数也逐年增多，旅游将日益成为我国人民日常生产中的一项重要内容。

二、旅游定义的界定

旅游的定义是历史发展的产物。在中国，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，旅游一词被广泛使用也是在第二次世界大战以后。现代英语中 tourism 这个词汇，出现在《牛津字典》是 1811 年的事，以前是用 travel 一词。而 travel 又是由 travail 转换过来的，其原意是阵痛、艰苦、困难和危险。在中国历史上也有类似情况，人们总是把外出旅游看成是一种困难危险的事情。“在家千日好，出外一时难”，故而亲友们常祝愿“一路平安”、“一路顺风”。这些情况表明，在过去，由于外出旅游要受到食、住、行等条件的限制，要碰到严寒酷暑，要遭受天灾、人祸、野兽侵袭等的威胁，人们对旅游存有畏惧心理。今天，旅游已是调换生活环境和方式，接触新鲜事物的一种有乐趣的活动。这种因时代不同而发生的不同看法，是社会经济发展、生产力水平提高，交通、电讯、旅馆、餐饮业等方面都有了长足进步的结果。

关于旅游的定义，至今仍是一个争论不休的问题。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，对旅游的定义或解释也各有侧重。尽管如此，亦可从旅游的词义、国外有关定义以及综合特征定义等方面来揭示旅游的科学涵义。

（一）旅游”一词的词义

在中国古代，“旅”和“游”是两个各自独立的概念。“旅”，即旅行。古书曰：“旅者，客寄之名，羁旅之称。失其本居而寄

他方，谓之“旅”。“失其本居而寄他方”就是中国最早关于“旅行”的定义，它指人们在空间上从一个地方到另一个地方的移动过程。而“游”即邀游，也即游览的意思。《礼记·学记》中有“息焉游焉”的话，古人把“游”解释为“谓闲暇无事之为游”，这表明中国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。

所以，“旅游”就是旅行游览，是“旅行”和“游览”二种活动的统一。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。旅游是有动机内涵的，是旅行和游览的统一体；而旅行仅仅是一个为完成某个动机的一般空间流动过程。因此，有旅游必定有旅行，有旅行不一定有旅游；旅游者同时是旅行者，旅行者不一定是旅游者。在汉语中，“旅游”亦被称为“观光”，但严格说来，观光的涵义更接近游览。在旅游这个范畴的内涵里，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。游览仅只是旅游的一部分，游览只有和旅行结合起来才能被称为旅游。这也是旅游同一般参观游览即观光的根本区别。所以，尽管现代化交通工具日渐舒适，但绝大多数旅游者仍希望把更多的时间花在游览目的地而不是旅途中，故旅游界有句行话叫做“旅速游缓”，这是处理旅行与游览两者关系的正确原则。

（二）国外的定义

在国际上，比较有影响的旅游定义归纳起来有如下几类：

1. 交往定义。1927年，德国以蒙根·罗特为代表的一派，在其出版的《国家科学词典》中给旅游下的定义是：狭义的理解是那些暂时离开自己的住地，为了满足生活和文化的需要，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。在德语中，旅游是由“陌生者”和“交往”两个词

复合而成的，在这个定义中突出了“人的交往”的意思，故取名为交往定义。

2. 概念定义。1942年瑞士学者汉泽克和克拉普夫在他们合著的《普通旅游学纲要》中给旅游下的定义是：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；这些人不会导致永久居留，并且不从事任何赚钱的活动世界旅游组织曾提出用“人员运动”(movements of persons)一语取代“旅游”(Tourism)一词，其定义是指：人们出于非移民及和平的目的或者出于导致实现经济、社会、文化及精神等方面的个人发展及促进人与人之间的了解与合作等目的而作的旅行。这类定义一般从理论抽象出发，不是把旅游看作是某种单纯的活动，而是指出旅游活动中必将产生的相关的经济关系和广泛的社会关系。

3. 目的定义。50年代，奥地利维也纳经济大学旅游研究所对旅游所下的定义是：旅游可以理解成是暂时在异地的人的空余时间活动，主要是出于休养；其次是出于受教育，扩大知识和交际的原因的旅行；再是参加这样或那样的组织活动，以及改变有关的关系和作用。1966年，法国学者让·梅特森说：旅游是一种消闲的活动，它包括旅行或在离开定居地点较远的地方逗留；其目的在于消遣、休息或为了丰富他的经历和文化教养。这类定义把各种旅游的目的都综合在一起作了通俗而浅显的说明。

4. 流动定义。1972年，英国萨里大学的伯卡特和梅特利克认为：旅游发生于人们前往和逗留在各种旅游地的流动，是人们离开他平时居住和工作的地方，短期前往一个旅游目的地的运动和逗留在该地的各种活动。这一定义指出旅游最本质的特征是流动，一切旅游都包含着流动，但并非一切流动都是旅游。

5. 时间定义。1979年，美国通用大西洋集团有限公司马丁·普雷博士到中国讲学时说：旅游是为消遣而进行的旅行，在某一国家逗留时间至少超过24小时。设在西班牙首都马德里的世

界旅游组织认为：为了消遣而外出旅行，旅客在某个国家的逗留时间至少超过 24 小时，谓之旅游这类定义的特点是对旅游者“逗留时间”作了明确规定，有利于统计工作。

6. 距离定义。加拿大政府部门给国内旅游者下的定义是：旅游者指到离开其所居社区边界至少 50 英里以外的地方去旅行的人。1973 年美国国家旅游资源评审委员会也提出类似的定义：旅游者是指为了出差、消遣、个人事务，或者出于工作上下班之外的其他任何原因而离家外出旅行至少 50 英里（单程）的人，而不管其在外过夜还是当日返往。以上两个定义虽是给国内旅游者下的，但仍可视为旅游的定义，其特点是以外出距离为标准来区分是否是旅游者（旅游），因此，称之为距离定义。

7. 技术定义这类定义多出某些工作（如统计、调查等）目的需要，也称为实践性定义。联合国“官方旅行机构国际联合会”对旅游所下的定义是：到一个国家访问，停留超过二十四小时的短期旅客，其访问目的属于下列两项之一：（1）悠逸（包括娱乐、度假、保健、研究、宗教或体育运动）；（2）业务、家庭、出使、开会，谓之旅游。旅游的技术性定义一般是根据人们外出的目的、逗留时间及其它标准来划，因而这类定义大多表现为对旅游者的定义及划分方法。

国际上关于旅游的定义还有许多，上述七类有着相当的代表性和影响力。

（三）综合定义

在上述各种旅游定义的概述中，各有其强调的侧重点。有的强调用自己的经济手段和为着自己的各种需求而外出旅行，但却忽视了现实生活中大量存在着的公费旅行；有的强调旅游的乐趣，但却忽视了以求知为目的而进行旅行的广泛性；有的虽然承认求乐、求知是外出旅行的目的，但却忽视了旅行活动与经商谋利的联系；有的强调旅客必须至少在外停留 24 小时，但却忽视

了边境旅行在旅游活动中的重要地位；有的强调旅游是现代社会中居民的一种特殊生活方式，但却忽视古代社会旅游活动对现代社会生活方式的启迪等。

综合人们对旅游定义的不同表述，我们可以看到人们至少在以下三个方面已经取得共识：（1）旅游是人们离开其定居地，去异国他乡的访问活动。这一点反映了旅游活动的异地性。（2）旅游是人们前往旅游目的地，并在那里作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。这一点反映了旅游活动的暂时性。（3）旅游是人们的旅行和暂时居留而引起的各种现象和关系的总和，它不仅包括旅游者的活动，而且涉及这些活动在客观上所产生的一切现象和关系。这一点反映了旅游现象的综合性。

鉴于上述分析，对旅游的定义可作如下表述：旅游是人们离开常住地到异国他乡访问的旅行和暂时停留所引起的各种现象和关系的总和。

三、旅游学研究对象

任何一门学科都有自己的研究领域和对象。关于旅游学的研究对象，曾引起人们不同角度的思考和探索：（1）旅游学是研究旅游者的科学。旅游活动最早呈现出来的现象，是个体的人对自然、对社会生活的一种生活体验，一种追求美和欢愉生活的需求。旅游者的动机、旅游目的地的选择、旅游方式、旅游感受及旅游中的人际关系，自然会引起人们的思考，并产生了数量不小，但零星而不系统的游记、传记、回忆、社会学和人类学、历史学的著作。（2）旅游学是研究旅游业的科学。现代旅游业的发展，鲜明而强烈地表现出旅游活动中的经济关系，使人们去研究它，探明其中的经济活动规律。旅游经济学、旅游管理学、旅游市场营销等都是这方面研究发展的产物。（3）旅游学是研究旅游

对旅游目的地的经济、社会及环境等方面影响的科学。

这些认识和思考都含有合理而积极的内容，都从不同方面深化了人们对旅游活动本质的认识。但是，旅游是一种综合性的现象，应该从总体上去把握它，揭示其最广泛的、最一般的规律。旅游学就是将旅游作为一种综合的社会现象，以世界范围为统一整体，研究旅游的产生、发展及其活动最一般规律的科学。

根据旅游学的研究对象，旅游学的研究任务是：从旅游与社会经济发展的关系出发，对旅游的本质和属性、旅游活动的生产与发展、旅游市场、旅游的作用和影响等方面的问题，作出比较科学的阐释。具体来讲，旅游学研究的内容主要包括：

1. 阐明旅游的本质与属性，揭示旅游活动的产生和发展，以及与社会经济发展的关系。
2. 阐述旅游活动的基本要素，揭示旅游者、旅游资源、旅游业各要素的内部结构及其各要素之间的关系。
3. 研究旅游业的结构和组织，揭示旅游的实质及其职能作用。
4. 研究旅游市场的供求关系，揭示客源消长的诸种因素。
5. 研究旅游活动及旅游业所产生的各种社会效果，揭示旅游的社会意义。
6. 阐明旅游管理组织和旅游政策的意义，揭示旅游组织和社会政策在发展旅游业中的作用。
7. 分析世界及中国旅游业发展的前景，提示旅游发展的未来趋势。

从学科属性上看，旅游学是一门综合性质的学科，涉及众多的学科领域。目前，旅游学在我国正处在形成和建设过程中，从其涉及的学科领域来看主要有五个方面：一是经济系列，如旅游经济学、旅游市场学、旅游营销学等；二是文化系列，如旅游历史、旅游文学、旅游美学、旅游社会学等；三是管理系列，如饭

店管理、旅行社管理、风景区管理等；四是工程系统，如旅游规划、旅游产品设计、饭店工程设备维修等；五是技巧系列，如旅游导游、旅游会计、旅游统计、旅游交通等。

学习和研究旅游学是旅游专业的一门重要专业基础课。学习这门学科，应该做到：认真学习理论知识，从科学体系上把握这门学科。旅游是一项综合性的社会经济活动，必须运用全面、系统的观点，考察旅游的产生和发展过程，分析旅游学科概念范畴的内在矛盾，透过复杂的旅游现象把握其发展的规律性，摸清它的基本概念、规律和原理，从科学体系的高度把握这门学科。

理论联系实际，注重实际能力的锻炼提高。旅游学是一门应用性和实践性特征很强的学科，必须把学到的理论知识反复应用于实践，通过实践来检验、丰富和充实书本理论知识，惟此才能深刻领会和发展理论。③借鉴和学习国外旅游业发展和旅游研究的成功经验。国外发达国家旅游业发展起步较早，旅游学的研究也积累了许多成果，只有通过旅游这种全球性的社会现象来把握它的规律，借鉴和吸收国外的研究成果，才能更好地用它来指导旅游发展的实践

第二节 旅游活动的构成

一、旅游活动的要素

任何关系活动都是由不同的要素所构成。构成旅游活动的基本要素是：旅游的主体——旅游者，旅游的客体——旅游资源，旅游的媒体——旅游业。主体、客体和媒体三者相互依存，相互制约，紧密结合，构成旅游活动的整体——人类生活的高级消费形式，并产生经济效益和社会效益。

（一）旅游者 是旅游活动的主体

在旅游活动构成的各要素中，旅游者处于主体地位。旅游者是旅游活动的首要条件，一切旅游活动都是围绕旅游者而进行的，没有旅游者就没有旅游活动，也就没有由旅游活动而产生的各种经济或社会现象。在旅游活动构成中，旅游主体以个体行为意向和群体市场特点向其他要素提出要求，即产生旅游需求，由此产生旅游活动的运转。旅游活动的发展历史表明，旅游实践乃是先有旅游者的活动，后有为旅游者服务的旅游从业队伍的。旅游者是旅游活动的主导性因素，他们的数量、消费水平、旅游方式等等，是决定旅游业内部各种比例关系及其相应协调的主要因素。旅游资源的开发和利用，旅游业的发展规模和速度，都直接受旅游者的客源结构、旅游流向和活动变化规律的制约和影响，一个地区的旅游开发通常就是以客源市场为导向的开发。因而，旅游者是旅游活动的主体。

旅游活动的主体是处于一定社会关系之中的社会的人。旅游者是来自不同国度、不同民族的人，因而都具有不同的生活方式和不同的思想感情。他们到其他国家地区去旅游，又必然要与旅游接待国中的各种人员相接触。在这种接触的过程中，双方势必会在某些思想观点、思想意识、生活方式、道德观念、风俗习惯等方面产生交流和影响。因而，旅游者本身不论走到哪里总是生活和活动在一定社会关系之中的社会的人。

旅游的主体是随着社会历史发展而不断演变着的历史的人。在封建社会中，由于社会条件的限制，旅游的主体只限于皇室贵族和士大夫阶层等少数的人。到了资本主义社会，由于社会生产力有了大幅度的提高。社会经济水平条件有了极大的改善，作为古代旅游主体的个别皇室贵族和零散的士大夫知识分子，就为豪商巨富的近代资产阶级所代替。现代科学技术的飞速发展，生产力水平的极大提高，劳动人民生活水平的进一步提高和闲暇时间

的进一步增多，旅游者的主流又将为广大劳动群众所代替。因此，作为旅游主体的旅游者绝不是与世隔绝，一成不变的抽象的人，而是随着社会进步而不断变化着的历史的人。

虽然旅游者是处在一定历史阶段中的社会的人，但并非所有的人都能成为旅游者。形成旅游者必须具备三个基本条件：一是自由支配的收入水平，即除了支付衣、食、住、行等日常的必需品外，还有余额可供其它项目选择；二是有一定的余暇时间，即扣除了正常工作时间、家务休息时间以后的时间，且余暇时间应有连续性；三是具有旅游动机，即人们对旅游活动有兴趣，这与人们的受教育程度和素养水平相关。此外，还有其他一些客观和主观的条件，只有具备了上述三个基本条件和其他一些条件，一个人才能成为现实的旅游者。

（二）旅游资源是旅游活动的客体

在旅游活动构成的各要素中，旅游资源处于客体或对象的地位。旅游资源是激起旅游兴趣并导致各种旅游活动的最直接的因素，是保证旅游供给、发展旅游事业的重要物质基础。一个国家或地区旅游资源的拥有与否及丰富程度，是决定和影响旅游发展的根本前提条件之一。当一个人有了足够用于旅游花费的金钱或时间后，从其娱乐和求知等旅游目的出发，他首先考虑的必然是去哪一个国家或地区才能满足自己的旅游需求，这时，吸引旅游者的决定性因素，就是合其口味的旅游资源了。固然，当一个人准备去某国或某地区旅游时，同时也会考虑到那里的生活条件和服务设施，但这只是第二、三位的需要。只有那些具有不同民族特色和地区特色的旅游资源，没有别的办法可以替代，其观感也不是靠别人的介绍或纸上的字画就能真切感受到的，必须自己亲临其境才能获得真正的精神满足。所以，旅游资源是旅游活动的客观基础，是一个国家招徕客源、开拓市场、发展旅游业的重要的物质基础和条件。

旅游资源是指客观存在于自然环境和社会生活中，能对旅游者产生一定吸引力的事物和现象。但是，旅游资源与自然界和社会中的事物和现象既有联系，又有区别。它们二者之间的联系表现在：自然界和人类社会是旅游资源产生的基础，各种自然旅游资源和人文旅游资源都分别来源于自然界和人类社会，它们的内容就是存在于自然界和人类社会中的事物和现象。它们二者之间的区别则在于：旅游资源虽然来自于自然界和人类社会中的事物和现象，但它却不是等于而是高于自然界和人类社会中的事物和现象。旅游资源并不是泛指自然界和人类社会中存在的所有事物和现象，而是特指那些能够满足旅游者美的享受的审美对象。因为旅游实际上就是一种带有美的享受性质的娱乐消遣活动，在旅游的整个过程中自始至终都贯穿着审美的活动。而旅游资源的功能又恰恰是为旅游者提供自然美、社会美和艺术美。由于旅游活动与审美活动存在着不可分割的联系，因此绝不可以把旅游资源与自然界和人类社会中的各种事物和现象简单地等同起来。

（三）旅游业是旅游活动的媒体

相对于旅游者和旅游资源来说，旅游业是旅游活动构成的媒体。它是旅游主体和旅游客体得以结合，最终实现旅游活动的条件和手段。在现代旅游中，完成旅游活动的要素已不再只是旅游者和旅游资源，而是将旅游业这一中介体也包括进来，利用旅游业提供的便利服务完成旅游活动已成为现代化旅游的一种规范化的旅游模式。在现代大众旅游中，几乎没有什么旅游者不再利用旅游业提供的旅游服务。虽然使用旅游业提供的旅游服务并非是旅游者的旅游目的，但旅游业在客源地与目的地之间以及在旅游动机与旅游目的的实现之间架起了一座便利的桥梁。在已经具备了需求条件的前提下，旅游者不再为旅游过程中可能遇到的各种困难而担心，他们的旅行以及在旅游目的地期间的生活和活动都可由有关的旅游企业为其安排。旅游业的这种便利作用对旅游活

动的发展无疑也是一个重要的刺激。正是这种便利作用的刺激，才使得旅游活动的规模越来越大，并且使人们外出旅游的距离也越来越远。

旅游业是旅游发展的产物，同时也是旅游发展的推动者。旅游业在推动旅游发展方面的作用首先体现在它是旅游供给的重要提供者。有些旅游学者认为，一个旅游目的地的旅游供给可划分为五大类：自然旅游资源、旅游基础设施、旅游上层设施、交通运输、文化资源。如果把文化资源归入旅游资源，就不难看出在全部旅游供给中，绝大部分是由旅游业提供的。在现代大众旅游中，旅游活动的完成乃是需求和供给双方联合作用的结果。如果只有旅游需求而没有旅游供给，大众旅游便不可能存在和发展。

旅游业在推动旅游发展的另一作用是它的组织作用。在供给方面，旅游业需要根据市场的需要组织自己的一系列配套产品。在需求方面，旅游业更是通过各种方式为自己的产品组织客源。从旅游业诞生之日起，它的组织作用就表现得非常突出，而且正是由于这种组织作用才使旅游业从无到有并推动了旅游活动的规模化发展。

二、旅游活动的特征

人类的旅游活动发展到今天的群体性旅游，是人类社会经济、文化和科技迅速发展的产物。人们通常把现代旅游的特征概括为娱乐性、综合性、灵活性、大众性和广泛性。这些特征在一定程度上都说明旅游这种综合性的社会活动同一般的社会活动的区别。然而，旅游却是自古以来从未中断过的一种社会现象，只是古代旅游和现代旅游大不相同。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，时代不同，旅游也必然具有不同时代的特征。因而，人类旅游活动除了因时代的影响而具有不同时代的特征外，还有其自身最本质的特性，这就是审美

性、异地性、流动性、综合性这些特征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，概莫能外。

（一）旅游活动的审美性

旅游是一项综合性的审美活动，它集自然美、生活美、艺术美为一体，熔文物、古迹、建筑、雕刻、绘画、书法、音乐、戏剧、风情、美食等于一炉，除能够最大限度地满足人们的审美需求外，还能满足人们的生理、认识等方面的需求与欲望。因而，旅游作为一种特殊的社会实践，在本质上是一种生动形象、自然具体的审美教育活动，能寓教于情，特别是散布在各地的人文景观美，由于贯注了创造者的思想感情，更能够激发旅游者的审美共鸣，产生强烈的美感作用。首先，从主体看，审美追求是旅游者的普遍动因。旅游的具体动机可以是多种多样的，有时甚至是千差万别的，旅游的形式和内容也不断地发展变化，但有一个共同点，就是为了获得身心的愉悦，追求最大程度的审美享受。从这个意义说，旅游是一种寻找美、感受美的活动，审美活动贯穿于旅游活动的全过程和渗透到旅游活动的一切领域。旅游活动一般包括食、住、行、游、购、娱六个环节，而每一个环节都存在是否按“美的规律”办事的问题，同时每个环节都给旅游者以美不美的感受。其次，从客体看，旅游资源是体现美的载体。旅游的天地很广，所涉及的事物多种多样，旅游审美的渠道也极多，不过就审美对象而言，不外是自然美、社会美、艺术美。凡被列为旅游资源者，必然是其所蕴涵的美比较突出，美感特征强烈，极有感召力的事物和现象。因此，可以说旅游资源是美的载体。再次，从媒体看，旅游业是创造美和生产美的行业。旅游业的任务就是适应经济建设和旅游者的需要，生产和挖掘美的景观、美的艺术、美的商品、提供美的（也就是优质的）服务和管理。审美原理不仅体现在保护、开发、利用旅游资源上，而且对民族文化和旅游商品的开发上也要按美的规律进行，同时要在美学基础