

# 第一章 引论

## 第一节 现代旅游概念

旅游是人类社会历史发展的产物。旅游的概念是旅游学者对旅游现象本质特征的理论表述。随着人类旅游社会实践的不断深入，旅游学者对旅游的本质抽象概括将更加科学。由于种种原因，旅游概念至今仍是一个有争论的问题，学者们对这一问题的回答是多种多样的。

法国学者浪梅特森说：“旅游是一种清闲的活动，它包括旅行或离开定居点较远的地方逗留，其目的在于消闲，休息或为了

丰富他的经历和文化教养”。<sup>①</sup>

英国的伯卡特和梅特列克认为：“旅游是人们离开他经常居住或工作的地方，短期暂时前往一个旅游点运动和逗留在该地的各种活动。”<sup>②</sup>

德国耶那出版的《国家科学词典》解释说：“旅游是一种社会交往活动”。狭义的理解是那些暂时离开自己的住地。为满足生活和文化的需要，或各种各样的愿望，而作为经济和文化商品的消费者逗留在异地的人的交往”。

中国学者李天元和王连义认为：“旅游是非定居者出于和平目的的旅行和逗留而引起的现象和关系的总合。这些人不会导致在旅游地定居和就业。”

到目前为止，在国际上最具代表性的旅游定义，首推瑞士学者汉泽克尔和克拉曾夫 1942 年合著的《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现象和关系的总合。这些人不会导致长期定居，并不从事任何赚钱的活动。”这个定义到 70 年代被“旅游科学专家国际联合会”所采用，称为“艾斯特（AIEST）定义”。这个定义的优点在于指出旅游的某些基本特征，如旅游的综合性、异地性和业余性等。旅游者外出旅游是凭借自己拥有的经济能力和闲暇时间，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。

在我国古代，“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，谓之曰旅”。“失其本居，而寄他方”就是我国最早关于“旅行”的定义。而游，

（社会科学家）1986 年第一期

<sup>②</sup> 钟祿俊 龚晓宽主编：《旅游企业管理学教程》。四川大学出版社，1987 年 12 月

李天元、王连义：《旅游学概论》南开大学出版社 1994 年 5 月

即“遨游”就是游览的意思。《礼记·学纪》中有“息焉游焉”之言。在 1977 年修订出版的《现代汉语词典》中，对“旅游”概念作过通俗表述，即：“旅游”就是旅行游览。

旅游既是一种社会经济现象，又是一种社会文化现象。它必然随着社会经济和文化的发展变化而在内容和形式上不断地发展和变化。但不论其如何变化发展，纵观古今中外的各种旅游活动，不外乎是在旅行过程中，以求达到了解自然和社会，丰富和完善自我的目的的物质和精神活动。所以，我们认为，旅游是人们以了解自然和社会、丰富和完善自我为目的，非定居性旅行的高级生活方式。

现代旅游，是指第二次世界大战以后、特别是 60 年代以来迅速普及于世界各地的社会化大众旅游。它是现代社会居民以旅行为手段，以了解自然和社会、完善自我为目的的高级生活方式。这种生活方式的主要特点是短期性、异地性、业余性和享受性。这说明旅游特有的本质属性是一种生活方式，这种生活方式是人们较高层次需要的体现；这种生活方式在时间上较之日常生活方式是短期的，它必然带来离开居住地的空间位移，它能给旅游者带来精神和物质方面的享受；这种生活方式使旅游者的旅游动机在于了解和认识自然和社会，不断丰富和完善自己。

人类的旅游活动虽然历史悠久，但在第二次世界大战以前，无论是旅游者的人数，参加的阶层，旅程的距离以及旅游消费都受到较大局限。旅游业虽然在近代就开始出现，但此时在整个社会经济中还处于无足轻重的地位。直到第二次世界大战以后，和平与发展逐步成为时代主题，世界经济得到迅速恢复和发展，民众生活水平普遍提高，旅游作为解体性的活动才普遍开展起来，从而促进和加速了现代旅游业的发展，并形成了一个完整独立的旅游经济体系，成为国民经济中的重要组成部分，成为一个国际性大产业。

现代旅游作为现代社会居民的一种高级生活方式，说到底是一种高级消费方式，是人们在基本生活需要得到满足之后，还有多余的收入和闲暇时间而产生的新的消费需求。

旅游活动由三大要素构成：旅游主体、旅游客体、旅游媒介。旅游主体即旅游者；旅游客体即旅游资源；旅游媒介即旅游业。三大要素相互联系，相互依存，相互作用，构成旅游活动的整体，共同推动现代旅游的不断发展。

## 第二节 现代旅游性质

纵观人类旅行、旅游历史的演变，尤其是世界现代旅游业的迅速发展趋势与世界政治、经济、科技文化发展的紧密联系，我们对现代旅游的本质属性作这样概括：现代旅游作为一种现代社会现象的反映，是人类社会经济和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、现代旅游是现代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范围里进行。旅游活动真正成为一种普遍的社会现象，是二次世界大战之后，随着世界经济的发展和生产力水平的不断提高而逐步发展变化的。第二次世界大战以后，世界各国经济进一步得到迅速发展，先进的交通工具和通讯设备不断更新，使长距离跨国旅游和洲际旅游成为可能。同时，社会为广大旅游者提供了丰富而独特的旅游资源，安全而便利的交通条件，舒适而完备的旅游设施，以及由于劳动生产率成倍增长，而有条件从物质生产部门分离出更多的社会劳动力来从事旅游产业，为旅游者提供系列全程服务。由于劳动生产率的提高，人们余暇时间普遍增多，旅游需求值增大，旅游大众化就成为可能。只有在现代世界经济发展的前提下，大众性、国际性、持续性的旅游活动才

得以开展。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由低级向高级发展的，也只有现代世界经济发展到今天，目前这样具有现代化、国际化、规模化的大众化的旅游活动才可能出现。所以我们认为，随着现代经济的发展，必然带来现代旅游的崛起和发展，是不以人们的主观意志为转移的客观规律。

## 二、现代旅游是现代社会文化发展的产物

从广义上讲，现代社会文化是人类在现代社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。从狭义上讲就是精神财富的总和。旅游业既是文化性很高的经济产业，又是经济性很强的文化事业。人类各种形式的旅游活动，归结起来，不外乎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，但两者是不可能截然分开的。在整个旅游过程中，旅游者在物质享受的同时得到精神享受；在精神追求中得到物质享受。精神活动和物质活动相互依存，互为条件。因此，旅游者所进行的一切活动实际都是社会文化活动。社会为旅游者提供的旅游客体，包括各种旅游资源和各种设施设备及服务都富有深刻的社会文化内涵，都与社会文化有着密切的联系。

首先，旅游者是依赖一定社会文化背景而产生的。一个人之所以成其为旅游者，首先要有旅游消费支付能力和充足的闲暇时间；其次要有旅游的需要和动机。前者是经济条件，后者属文化因素，即足以使旅游者产生旅游动机的文化条件。这个文化条件包括旅游者本人的文化素质，也包括足以吸引旅游者的游览地的社会文化环境。古代旅游者往往局限在少数富裕人家和文人学士之中；现代的旅游者也多数产生于生活富裕、文化发达的国家或地区。这说明，一个人要成为旅游者，除了有充足的旅游消费支付能力和时间外，还必须具备一定层次的社会文化素养，才能产

生外出旅游的动机和行为。

其次，旅游资源是一定社会文化的物质载体。旅游资源是旅游业借以吸引旅游者并供其参观的客观对象。旅游资源包括自然旅游资源和人文旅游资源两大类。旅游目的地的人文资源包括社会政治、经济、法律、道德、宗教、历史、科学、艺术和民俗风情等因素，都是社会文化因素，它具有国家、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，但这些自然地理条件要成为旅游者亲临其境直接进行观赏的客体，大凡都必须经过人类的劳动加以开发改造，将自然景观赋予人类智慧的印记。也就是说，人们开发旅游资源的过程就是人的主观能动性发挥的过程，是主体作用于客体的能动过程，在这个过程中人们总要赋予自然景观予社会意识，总要打上一定历史阶段社会文化的印记。天然风景一经装饰，带有民族色彩就具有文化内涵。没有文化内涵的纯自然景色是难于成为现实的旅游资源的。不管是人文资源，还是自然资源，都凝结着人类精神文化，都是社会文化的物质载体。

再次，旅游设施和旅游服务是一定社会文化的表现形式。不管是直接或间接为旅游服务的现代设施设备，都是以现代社会生产力和科学技术作为后盾的，都是科学技术在旅游业开发中的物质转化，而科学技术属于社会文化的范畴。各个国家、不同民族和不同地区的旅游设施设备，都具有不同的历史的艺术的文化内涵，具有异族的文化特色。所以，旅游设施既可以作为一种旅游媒介提供给旅游者使用，又可以供旅游者作为异族文化艺术来欣赏，从而增加它的魅力。旅游接待国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，特别是工作职员的语言举止都会表现出一国居民的一定文化素养，从整体服务水平和管理水平中，也可看出一国一定的文化风格和文化素质。因

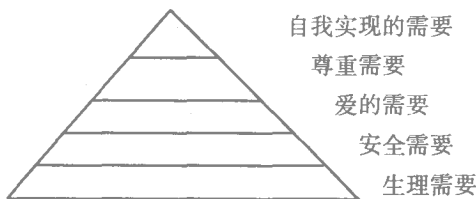
此，我们认为，作为旅游纽带的旅游设施和服务，既是一定社会文化环境创造出来的物质条件，又是一定社会文化在旅游业中的表现形式。

### 三、现代旅游是新型的高级消费形式

首先，旅游动机是人们较高层次需要的表现形式。恩格斯曾对人类生活需要进行过三个层次的分类：一是生存需要，二是享受需要，三是发展需要。按上述分类，旅游显然与第二和第三层次需要密切联系。美国人本主义心理学家亚伯拉罕·马斯洛提出著名的人的五个层次需要理论：

- (1) 生理需要：食物、饮水、氧气等；
- (2) 安全需要：治安、稳定、秩序和受保护；
- (3) 爱的需要：情感、集体荣誉感、感情联系；
- (4) 受尊重的需要：自尊、声望、成功、成就；
- (5) 自我实现的需要：自我实现。

这些需要之间的关系可图示如下：



从上述需要的金字塔式结构中，我们不难看出它们之间的层次关系。只有在较低层次的需要得到满足之后，才会向上一级层次的需要发展。人们决定外出旅游同马斯洛的需要层次理论中两个较高层次的需要有密切联系。所以，旅游动机是人们较高层次需要的表现形式，较高层次的需要转化为消费行为，一般都是以高级消费形式表现出来的。所以，我们说，现代旅游是新型的高

级消费形式。

其次，旅游是一种以精神享受为主的消费。旅游给予旅游者的精神享受，主要是通过旅游的审美本质而实现的。在旅游过程中，旅游者以任意的空间和时间形式自由审美，使游览中的景观“感发心情和契合心情”，从而获得特殊的审美效果。旅游给旅游者带来的精神享受可细分为托志、泄忧、陶情、省悟等。从发展趋势看，旅游消费中精神享受的地位更为重要。

再次，旅游是一种文化性很高的消费。旅游消费与一般消费相比，其最大的不同就是旅游消费具有很高的文化性。这一点我们从现代旅游是现代社会文化的产物中去认识，也就是说，要认识旅游活动主体的文化特征，认识旅游活动客体的文化特征，认识旅游活动媒介的文化特征，一句话，要认识旅游活动三要素与一定社会文化紧密相关，离开社会文化就不可能产生现代旅游，文化性很高的旅游消费当然也就不会出现。

最后，旅游是一种经济性很高的消费。旅游消费与一般消费相比，还有一个重要的特点，就是旅游是一种经济性很高的消费。这主要表现在，一方面，旅游消费的发展水平受到经济发展水平的制约；另一方面，旅游消费的发展又是经济发展的重要推动力。

#### 四、现代旅游是现代社会现象的综合反映

现代旅游是现代社会人们的旅行游览活动。如果我们把一次旅游活动作为一个完整的运动过程看待，就不难发现其运动形态由两大部分组成，一部分是线上运动，即旅游者从离家外出到结束旅游返至家中。旅游者始终处在移动状态。一部分是点上的运动，指旅游者在旅游目的地的逗留活动。旅游者在“线上”和“点上”运动过程中都是在具体的社会环境中发生和进行的。由于旅游者在旅游过程中都要同这一社会环境中的诸多方面接触和打交道，这一环境中的几乎一切现象都程度不同地作用于旅游者

的旅游活动之中，因而旅游活动也就成了社会环境中各种现象的综合反映。当然，旅游毕竟是人的闲暇活动，而且作为消遣旅游重要目的之一的文化交流在一定程度上也属社会活动。从需求方面看，可以说没有哪一个旅游者是为了促进旅游目的地的经济发展或者为了缓和国家间政治紧张局势而外出旅游的，从这个意义上讲，现代旅游是一项以文化交流为基础，涉及经济、政治、社会等许多方面的综合性大众社会活动。

### 第三节 现代旅游特点

现代旅游是同社会化的大生产紧密结合的，现代生产的高度社会化必然使旅游具有与之相适应的社会化特点。这一特点的主要表现是：

#### 一、游客的大众性

现代旅游不同于历史上任何时代的旅游，首先表现为它的大众化。所谓大众化，一是指旅游参加者的范围已扩展到普通的劳动大众，旅游活动在世界各地各个阶层都普遍开展起来。旅游度假已经不再只是上层阶级独享，它已成为普通大众人人都可享有的权利。世界旅游组织（WTO）在 1980 年发表的《马尼拉宣言》中明确指出，旅游也是人类社会基本需要之一。1992 年来华旅游的外国人数中，职员、工人和农民已占 60%（见表一）。二是参加旅游的人数越来越多，旅游去处越来越远。据世界旅游组织提供，1991 年全球国际旅游者 45 千万人，比 1970 年的 15.9 千万人增 3 倍。

附表一

## 1991—1992 年来华旅游外国人数 (按职业分)

单位:人

项 目	1991 年	占总人数比重%	1992 年	占总人数比重%
专业技术人员	359485	13.3	410284	10.2
行政管理人員	263691	9.7	475492	11.9
办 事 员	255003	9.4	439031	11.0
商 人	574193	21.2	902854	22.5
服务人员	127007	4.7	229411	5.7
农 民	55398	2.0	83339	2.1
工 人	447702	16.5	552247	13.8
其他职业人員	354944	13.1	621694	15.5
无职业人員	272610	10.1	292075	7.3

前西德每年到国外旅游的人次与总人口相比,平均几乎每人每年要外出旅行一次。我国经济还不发达,人民生活还未达到普遍富裕的程度,但由于对外开放不断扩大,民众物质文化生活不断改善,参加旅游活动的人数逐年增加。1992年,我国国内旅游总人数达3.3亿人次。三是群体性、规范性旅游增加。现代旅游突破了历史上一直以个体为单位的旅游消费形式,变成结伴同行、团体包价的群体性旅游为代表的规范化旅游形式。使旅游者在旅游组织的具体安排下,借助各类旅游企业提供的产品和服务,按照预定的时间、线路和活动内容,有计划地完成全程旅游活动。四是旅游作为一种激励员工的手段,已被企业或各种组织所广泛采用。职员、工人已普遍把集体组织旅游视为更能吸引自己的因素。

## 二、发展的广泛性

旅游的发展有赖于社会生产力水平的提高。现代旅游首先在西方经济发达国家兴起。60年代以后，大多数欧美国家致力于国际旅游事业的投资，形成旅游业发展在世界范围内广泛分布的特点，至今在世界旅游市场中仍占主导地位。全世界90%以上的国际旅游者来自发达国家和地区，同时，他们又接待世界80%的国际旅游者。第二次世界大战后，由于旅游业经受世界多次经济萧条的冲击仍然兴旺不衰，显示了它是一个很有活力和发展前途的产业。发展中国家的旅游业也普遍发展起来。非洲1992年国际旅游入境人数1700万人，国际旅游收入为51.67亿美元，分别占世界国际旅游市场份额和收入份额的3.6%和1.8%。目前，世界已有100多个国家经营国内、国际旅游业，有100多个国家参加联合国的世界旅游组织。由于世界各国和各地地区的旅游事业的普遍发展，使旅游者几乎可以无处不到，区域边远地区旅游的限制性正在逐渐消失。

## 三、地理的集中性

随着现代科学技术的发展和交通工具的进步，各地空间方面的时间距离不断缩小，旅游跨度增加。但是，现代旅游者不是较平均地分布在地球表面各个地区，也就是说，不可能平均分布到每个国家或地区。恰恰相反，他们往往集中到某些地区或国家去旅游，甚至集中到某些景点参观游览或从事其它旅游活动。1992年欧洲地区接待国际旅游者2.875亿，占世界总份额的60.5%。1990年法国接待入境旅游者5146.2万人，占全球总数的11.44%。我国接待入境旅游者1048.4万人，占全球总数的2.22%（详情见表二）。现代旅游的地理集中性不仅反映在全世界国际旅游的分布格局上，具体到一个国家同样也呈现这一特性。到我国来旅游的国际游客也不是平均分散到各省市各景点的，而是按游客的需要去他们所理想的地方旅游。1992年北京

接待外国旅游者 120 万人次，云南只接待 16.0 万人次。这种旅游热点与冷点的差异有其诸种原因，但这个差异性正好说明旅游在地理上的集中性。即使在同一旅游城市中，旅游者也往往集中旅游某些区域或景点。如英国的首都伦敦是世界上著名的城市之一。市区内的特拉法格广场、西敏寺、白金汉宫等又是外来游客比较集中的参观游览点。据有关资料证明外来旅游者有 85% 以上的要到上述景点参观游览。

## 附表二

旅游主要目的地国际旅游者入境人数

1990 年 名次	国 别	入境人数 (千)		1985 年 名次	1985 年—1990 年 年均增长率	占全球总数 (%)	
		1990 年	1985 年			1990 年	1985 年
1	法 国	51462	36748	1	7.0	11.60	11.44
2	美 国	39772	25417	3	9.4	8.96	7.91
3	西班牙	34300	27477	2	4.5	7.73	8.55
4	意大利	26679	25047	4	1.3	6.01	7.08
5	匈牙利	20510	9724	10	16.1	4.62	3.03
6	奥地利	19011	15168	5	4.6	4.28	4.72
7	英 国	18021	14449	6	4.5	4.06	4.50
8	德 国	17045	12686	8	6.1	3.84	3.95
9	加拿大	15258	13171	7	3.0	3.44	4.10
10	瑞 士	13200	11900	9	2.1	2.97	3.70
11	中 国	10484	7133	12	8.0	2.36	2.22
12	希 腊	8873	6574	13	6.2	2.00	2.05
13	捷克斯洛伐克	8100	4869	15	10.7	1.83	1.52
14	葡萄牙	8020	4989	14	10.0	1.81	1.55
15	南斯拉夫	7880	8436	11	-1.4	1.78	2.63

1990 年 名 次	国 别	入境人数 (千)		1985 年 名 次	1985 年—1990 年 年均增长率	占全球总数 (%)	
		1990 年	1985 年			1990 年	1985 年
16	马来西亚	7477	2933	19	20. 6	1. 68	0. 91
17	墨西哥	6393	4207	16	8. 7	1. 44	1. 31
18	(香港地区)	5933	3370	17	12. 0	1. 34	1. 05
19	荷 兰	5795	3329	18	11. 7	1. 31	1. 04
20	泰 国	5299	2438	20	16. 8	1. 19	0. 76
全球总计		443824	321240		6. 7	100. 00	100. 00

#### 四、旅游的季节性

根据旅游资源的不同性质和不同的旅游类型，现代旅游的季节性非常突出。一般来说，主要依赖自然旅游资源吸引游客的国家和地区，旅游接待量的季节性波动就比较大；主要依靠人文旅游资源吸引游客的国家和地区，旅游接待量的季节性波动就比较小。消遣型旅游受季节性制约多一些；事务型旅游几乎不受季节性影响。四季分明的国家和地区，四季中接待游客的波动量比较大些；四季不太分明的国家和地区，四季中接待游客量就比较稳定一些。

为进一步说明现代旅游季节性强的特点，我们可应用《1992年中国旅游年鉴》提供的资料进行对照分析（见表三）。

附表三

## 1992 年各月来华旅游入境人数

单位：人

月 份	总 计	外国人	华 侨	港澳同胞	台湾同胞
全 年	38114945	4006427	165077	32625671	1317770
一 月	2747498	216552	14611	2451756	64579
二 月	3027582	232935	10406	2692671	91570
三 月	3047716	313709	12336	2606641	115030
四 月	3372270	320267	13690	2912420	125893
五 月	3099841	336514	11859	2616661	134807
六 月	2970740	344702	14418	2516196	95424
七 月	3319210	335891	15474	2846881	120964
八 月	3477353	386590	12680	2958115	119968
九 月	3201702	415380	13322	2643038	129962
十 月	3443222	434453	14805	2867020	126944
十一月	3107824	333477	14042	2655468	104837
十二月	3299987	335957	17434	2858804	87792

## 五、增长的持续性

战后世界经济的发展经历了许多曲折和起伏兴衰的变化过程，尤其是西方国家的经济都经历了多次经济危机的冲击。唯独旅游业“一枝独秀”；至今方兴未艾。自 50 年代以来，国际旅游人数平均增长 10%，而旅游消费几乎每 6 年翻一番。整个 70 年代，旅游人数平均增长 6%，国际旅游收入增长 17.8%，为同期国际贸易增长率的 3 倍。1980 年至今，全球国际旅游者入境

人数以 6.5%左右的速度增长。根据世界旅游组织统计 1992 年世界国际旅游接待人数达 4.76 亿人次，国际旅游收入 2790 亿美元（附表四）。我国的旅游业也保持快速、持续发展的好势头。1992 年来华旅游的外国人 400.6 万人，比上年增 32.3%。国内旅游 3.3 亿人次，比上年增 10%。在今后历史发展过程中，只要不发生新的世界大战或全球性的经济危机，世界旅游增长的持续性不会改变，世界旅游业将继续发展。我国只要保持社会的稳定，坚持改革开放，保证国民经济的健康发展，旅游业一定能持续发展和快速增长。

附表四

## 全球国际旅游者入境人数及收入

1970—1991

年度	入境人数 (千)	增长率 (%)	收 入 (百万美元)	增长率 (%)
1970	159690		17900	
1975	214357	34.23	40702	127.39
1980	284841	32.88	102372	151.52
1985	321240	12.78	116158	13.47
1986	330918	3.01	140000	20.53
1987	356839	7.83	171314	22.37
1988	382062	7.07	197661	15.38
1989	415661	8.79	211361	6.93
1990	443824	6.78	254724	20.52
1991	450000	1.39	278000	9.14

## 六、服务的一体性

由于科学技术的发展和人们旅游需求层次的不断提高，现代旅游服务的一体化特点越来越明显。所谓服务一体化，就是为游客提供食、住、行、游、购、娱系统服务；为游客提供离开家园到返回家园的全程服务。这既是现代大众旅游组团旅游的基本要求，也是现代化、国际化的大规模的群体性旅游活动能顺利开展的基本条件。所以，在现代旅游业的发展过程中，必须认真把握旅游服务一体化的特点，充分应用现代科学技术，“编织”旅游服务网络，用一体化的优质服务去占领旅游市场，推动现代旅游的发展。

## 第四节 现代旅游类型

现代旅游是一种复杂的社会现象，它涉足广阔的空间，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。旅游业是综合性，交叉性很强的产业。所以，国内外对旅游尚未有确切而统一的分类。世界旅游组织和国际旅游专家学者曾根据需要，从不同角度对旅游形式进行分类。主要有区域划分法、资源划分法、性别年龄划分法、支付水平划分法、旅游动机划分法、旅游目的划分法等等。由于现代旅游是一项跨地区、跨国界的活动，而且旅游必须以旅行为手段，是带有游览目的的综合性活动，因此，我们按地理区域来划分旅游类型；按旅游者的动机和目的来划分旅游者类型。旅游者类型的划分将在“旅游活动主体”一章中来讨论。

按旅游地理区域划分，全部旅游现象由国际旅游和国内旅游两大部分构成。

### 一、国际旅游

所谓国际旅游是指一个国家的居民跨越国境线到另一个或几

个国家进行的旅游。其中又包括两种情况，一种是其它国家的居民来我国访问旅游。又称为入境旅游；一种是我国居民到其它国家去旅游，又称出境旅游。所以，国际旅游包括入境旅游和出境旅游。

按全球空间划分，国际旅游可分为跨国旅游、洲际旅游和环球旅游。

跨国旅游泛指离开住在国到另一个国家或多个国家进行的旅行游览活动。以不跨越洲界为限。如欧洲或亚洲本区内的出国旅游就属于这一类型。

洲际旅游指跨越洲际界限的旅行游览活动。如亚洲国家的旅游者到欧洲国家的旅游活动就叫洲际旅游。这类旅游受制约因素较多，如航空的发展状况，语言的障碍等。

环球旅游指以世界各洲的主要国家（地区）的港口风景城市为游览对象的旅游活动。如英国的“伊丽莎白女王二世号”游船，号称“千人百日游全球”的旅游活动就属环球旅游。

## 二、国内旅游

国内旅游指的是一个国家的居民离开长住地到本国境内其它地方去进行的旅游。国内旅游可分为地方性旅游、区域性旅游和全国性旅游三种具体形式。

地方性旅游一般是当地居民在本区、本县、本市的范围内的旅游。实际上是一种短时间、近距离的参观游览活动及休闲度假活动，多数和节假日的娱乐生活活动相结合，时间短、活动项目较少，常是亲朋好友或家庭自发组织的旅游方式。

区域旅游是指离开居住地到邻近地区的风景名胜点的旅游活动。如我国上海组织的苏州三日游、杭州五日游及厦门组织的武夷山七日游等。

全国性旅游，是跨多个省份的旅游，主要是指到国内重点旅游城市和具有代表性的著名风景名胜地的旅游活动。如从我国昆明