

第一章 旅游学概述

◎ 知识目标

1. 明确旅游的定义、性质和特点,比较各种不同观点下有关旅游的定义的异同;
2. 认识旅游的构成要素和分类,掌握各种旅游类型的划分方法;
3. 了解旅游学研究的概况,明确旅游学的研究对象和研究内容。

◎ 技能目标

1. 运用分类法对各种旅游活动进行适当的分类;
2. 运用定性分析法与定量分析法学习和研究旅游学。

案例导读

.....

李大爷看女儿是旅游行为吗?

李大爷是典型的湖区水乡渔民,他的祖祖辈辈都生活在南方的一个小渔村。自从有了三个女儿后,李大爷老两口就为了一家的生计,终年种地、捕鱼,劳碌奔波。而使老两口感到万分高兴的是,如今三个女儿都有了自已的事业。大女儿是北京市某政府部门的干部,二女儿担任上海某跨国公司的副总经理,小女儿移居加拿大。三个女儿非常孝顺父母。2008年大女儿把李大爷老两口接到北京住了近一年,期间女儿一家陪二老游遍了北京城的旅游景区,品尝了众多京城美食。2009年初老两口又被小女儿接到加拿大,在那里一直住到现在,而且每逢休息或节假日,女儿、女婿都要陪父母外出游玩,北美一些著名的大城市老两口都去过了。最近,二女儿又来信,要接李大爷老两口到上海居住,让小妹做好准备。

② 请思考

旅游是人们暂时离开自己的常住地到旅游目的地进行的一年以内的短期外出访问所引起的一切现象和关系的总和。案例中李大爷老两口在加拿大暂住的时间超过了一年,每逢节假日都外出游玩;而去北京探亲停留的时间没有超过一年,也游览了当地旅游景点,进行了相关消费。那么,李大爷老两口的探亲、游玩属于旅游行为吗?

旅游活动具有悠久的历史,发展到今天,已成为世界上一种普遍的社会文化现象,其具有的鲜明特点和丰富内容,对社会经济的发展产生了巨大的影响。因此,应全面深入并有针对性地研究旅游活动,揭示旅游这一社会文化现象产生、发展的客观规律以及旅游活动的本质等内容,从而促进未来旅游业持续健康地发展。

第一节 旅游的定义、性质与特点

旅游是人类社会发展到一定的历史阶段产生的一种社会文化现象。旅游活动发展到今天,人们对其已经积累了丰富的经验,对旅游的认识也在逐渐深入。本节将具体阐述各国学者及国际组织对旅游的定义的不同表述及旅游的性质和特点。

一、旅游的定义

在我国古代,很早就有“旅游”的概念了,但更多使用的是具有各自独立概念的“旅”字和“游”字。《周易》中有一条“旅”卦,“旅,小亨”,这里的“旅”即旅行的意思。《诗经》中的“伴俛尔游矣,优游尔休矣”,描写了当时人们非常悠闲地出行、游玩的情景,其中“游”字与当今人们对“旅行”的理解相近。“旅游”一词最早出现于南朝梁时诗人沈约的《悲哉行》中:“旅游媚年春,年春媚游人。徐光旦垂彩,和露晓凝津。”此诗句中的“旅游”已含有“外出旅行游览”的意思。“旅游”一词的出现,表明人们开始对旅行活动形成了比较完整系统的认识,即“旅游”是旅行并在异地进行的游览观光活动。随着历史的发展,到了现代社会,世界各国的许多学者和一些国际组织对旅游的定义有种种不同的表达,下面做简要介绍。

(一)国内外旅游学术界关于旅游的定义

(1)交往定义。旅游可以狭义地理解为那些暂时离开自己的住地,为了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活动。此定义由德国的蒙根·罗德在1927年提出,重点强调旅游是一种社会交往活动。

(2)动机定义。旅游可理解为暂时在异地的人的空余时间的活动,首先是出于修养的需要;其次是出于受教育、增加知识和交际的原因;最后是参加一定的组织活动,以及为了改变有关的关系的目的。此为20世纪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。

(3)时间定义。旅游是为了消遣而进行的旅行,在某一个国家逗留的时间至少超过24小时。此定义是美国通用大西洋有限公司的马丁·普雷博士在1979年提出的,这个定义强调的是“各国在进行国际旅游者统计时对逗留时间的统计标准”。

(4)相互关系定义。旅游可以定义为在吸引和接待旅游及其访问者的过程中,由于旅游、旅游企业、东道国政府及东道国各地区居民的相互作用而产生的一切现象和关系的总和。此为1980年美国密执安大学的伯特·麦金托什和夏西肯特·格波特对旅游的定义,这个定义强调的是“旅游引发的各种现象和关系”。

(5)生活方式定义。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。此为我国经济学家于光远在1985年对旅游下的定义,该定义强调旅游引发的各种现象和关系。

(二)“艾斯特”定义

“艾斯特”定义是由瑞士学者亨齐克和克拉普夫于1942年在他们合著的《旅游总论概要》中提出的,20世纪70年代被国际旅游科学专家协会(International Association of Scien-

tific Experts in Tourism, AIEST)所采用,成为该组织对旅游的标准定义。

“艾斯特”定义的基本内容是:“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。”该定义比较全面地揭示了旅游的内涵和本质要求。“旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和”包括了旅游者的活动和由此产生的各种社会现象和社会关系,揭示了旅游活动的社会性;而“非定居者旅行和暂时居留”、“这些人不会导致永久居留”与“不从事任何赚钱的活动”则阐明了旅游活动的短期迁移性,不具备就业特征。

“艾斯特”定义的优点在于指出了旅游的某些基本特征,如社会性、迁移性、业余性和时间性,即旅游者是凭借自己拥有的经济和闲暇时间条件而外出旅行,并不会导致永久居留。同时,旅游接待国(地区)必须为旅游者提供食、住、行、游、购、娱等相关服务。定义的不足之处是把“昼游夜归”(即不在外过夜)和商务旅游排除在外,而且难以把一般的出差旅行和具有消遣性的游览观光区别开来。

(三)世界旅游组织关于旅游的定义

1991年,世界旅游组织(World Tourism Organization)和联合国统计委员会对旅游的基本定义进行了新的界定:旅游是人们为了休闲、商务或其他目的而到其惯常环境之外的地方旅行,其访问的主要目的不应是以其所从事的活动从访问地获取报酬,并且暂时停留的时间不超过一年。

世界旅行组织定义将“艾斯特”定义中不够确切的“不从事任何赚钱的活动”的说法去掉,以“访问的主要目的不应是以其所从事的活动从访问地获取报酬”来作为区分游客和其他旅行者的标准,在概念上也把商务旅游包括在内。但是目前一些学者对此定义也提出了质疑,认为该定义自相矛盾,既强调“旅游是人们为了休闲、商务或其他目的”,又强调“旅游的主要目的不应是以其所从事的活动从访问地获取报酬”,而商务活动必然与从访问地获取报酬有关联。

综上所述,本书认为,旅游的定义可表述为:旅游是人们为寻求精神上的愉快感受而进行的短时期(不超过一年)非定居性旅行和游览过程中所发生的一切关系和现象的总和。

本定义首先强调旅游必须以旅行为前提,揭示旅游的本质是寻求精神上的愉快感受的特殊经历。这里的“精神上的愉快感受”包含着人身的自由感、精神上的解放感和特定需要的满足感等多种内涵。其次,扩大旅游概念的包容性(外延性)。如在商务活动、会议等活动中兼顾游览和消遣等,这种公务与游玩相结合的活动形式被包括在旅游范畴内,即只要在非定居地旅行时间内存在或发生非功利性的游览观赏活动就可称为旅游。但为了与纯消遣性旅游相区别,往往在“旅游”一词前冠以“商务”或“会议”等字样,以示与一般旅游的区别。

知识链接 1-1

古代的旅游概念

我国的文字中很早就产生了表达旅游和旅行的词汇。例如,《周易·上经·观卦第二十二》中有“观国之光”一词,是“观光”一词的由来,其实就是旅游的意思。并说“风行地上,观;先王以省方观民设教”,意思是和风吹行地上,先代君王因此省巡万方,观察民风,设布教化。这大概就是传说中的尧舜先王不辞辛劳、巡游天下的出处。而《周易·下经·旅卦第五十

六》对旅行和旅游活动作了详细的分析。卦辞中有“旅贞吉”一句，意思是旅行时能守持正，就能获得吉利。宋代的朱熹在注释《周易》时写道：“旅者，客居之名，羁旅之称；失其本居，而寄它方，谓之旅。”这就更深刻地阐述了“观”与“旅”的含义，指人们离开自己的定居地，到异地他乡观光游览，并能在物质上和精神上得到一定的满足。这 and 现代旅游的概念有很多相通之处。到了唐代，随着社会旅游的蓬勃发展，“旅游”一词开始被大量运用。例如，韦应物的“上国旅游罢，故园生事微”，白居易的“江海飘飘共旅游，一樽相劝散穷愁”等，充分反映了中国旅游的悠久历史。可以说旅游是中国古代文明的一个重要组成部分。

“旅”与“游”是有区别的，即将旅游分解为旅行与游览两部分。“旅行”的重点在“行”，即人们通过“行”来进行社会文化交流活动，而“旅游”的重点在“游”字，即欣赏风光景物。诠释“行”的代表人物有晋代的法显、唐代的玄奘、明代的郑和等，诠释“游”的代表人物有晋代的谢灵运、明代的唐伯虎、清代的袁枚等。同时，旅行与游览是不可分割的，既要“游”就要“行”，旅行在达到人们的政治、商务、宗教目的的同时，也须在长途跋涉的旅行途中游览一番。记叙人们的某些行为时用“旅行”一词，更多的时候则使用“旅游”一词，其表达更规范，在实践中的作用更鲜明，用途更广泛。

二、旅游的性质

旅游是现代社会的综合反映，必然要与社会的各个方面发生联系，其实质就是人类为适应在社会环境中的有序生活、实现自我超越和愉悦身心之目的而采取的一种新型的生存方式，是人类追求自身文化意识和价值实现的高度反映，被深深打上了时代的烙印，因此旅游具有社会性、文化性、经济性等性质。

1. 旅游的社会性

旅游活动总是在一定的社会生活中进行的，其本质表现为追求审美享受、身心愉悦的社会活动。旅游已成为一种普遍的社会存在，这种社会存在表现为旅游主体的社会性，即旅游的主体——旅游者已具有的社会意识、社会道德观念和社会变革能力；旅游客体的社会性，即旅游资源价值的实现必须通过社会的交换形式；旅游活动的社会性，即旅游是一项涉及政治、经济、文化等各个方面的社会活动，各种有关的社会活动互为条件、互为依托、互相支持，才能构成旅游。

2. 旅游的文化性

旅游是人类社会文化发展的产物，与文化有着不可分割的关系，在旅游活动中表现为一种大规模的文化交流。游客在感受游览地的文化的同时，也把本地和本国的文化带到了游览地，对文化的传播和交流起到了不可忽视的作用。旅游的文化性具体表现在三大方面：

(1) 旅游者具备一定的文化修养。由于旅游是一种非强制性的自愿行为，人们对旅游的需求反映了人类对未知世界探寻的强烈愿望，以此形成对他地、他国乃至整个社会的文化的向往和猎奇心理。一般来说，文化素质越高的人求知欲望越强烈，也就越容易克服对陌生环境的心理恐惧感，因此，人们对旅游的需求便体现了人们的文化修养和学识水平。由此可见，参与旅游需要具备较强的文化意识和文化修养。

(2) 旅游资源构成一定的社会文化环境。旅游资源包括自然旅游资源和人文旅游资源两大类型。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,必然具有一个国家或地区特有的文化色彩;而自然旅游资源虽然是自然形成,但要成为可供旅游者亲临其境直接进行观赏的客体,离不开文化的渲染与烘托,需要人类利用具有社会意识的劳动加以开发,将文化的情结根植于自然旅游资源之上,形成浓厚的文化积淀,使其具有民族与地方特色。

(3)旅游活动培育一定的社会文化机制。旅游是一种社会生活方式,由旅游生产力与旅游关系构成。其旅游服务设施的建设必须有相当发达的社会生产力和科学技术做后盾,而且在不同民族与地域的旅游设施建设过程中,逐渐形成具有该民族审美价值观与文化特色的旅游服务设施。旅游活动所表现的社会观念、生活方式、习俗禁忌等将在旅游目的地形成一定的社会文化机制。

3. 旅游的经济性

旅游是人类社会经济发展的产物,旅游的产生、发展与社会经济发展有着密不可分的联系。实践证明,经济水平越高的国家,其旅游业发展得越快,因为旅游的发展是以经济发展为前提条件的。旅游的经济性表现在以下两大方面:

(1)国家旅游的经济性。社会经济迅速发展,生产力水平不断提高,使得一个国家的国力大增,国民可支配的收入增加,加上劳动时间缩短、余暇时间延长,使涉外旅游快速发展。例如,第二次世界大战后,全球经济迅速发展,快捷的交通和通信条件使时空距离日益缩短,推进了跨国旅游的发展;也使旅游目的地国家的旅游外汇收入不断增长,由此体现出国家旅游的经济性。

(2)国民旅游的经济性。现代社会,由于人们思想观念与价值取向等存在差别,由此导致人们的旅游动机也各不相同。人们经济收入的高低是自身参与旅游活动的首要前提条件。有关权威机构分析表明,在正常条件下,当一个国家和地区的人均国民收入为2 500美元以上时,才会形成旅游愿望和需要,才可能产生旅游行为。事实证明,人们往往是在有节余的收入和闲暇时间之后才会产生强烈的旅游愿望,形成旅游需求的行为。

三、旅游的特点

随着时代的进步,旅游被赋予不同的时代特征,现代旅游是不断发展的社会产业,现代生产与生活的高度社会化必然使旅游具有与之相适应的特点。其主要特点表现在以下几个方面:

1. 游客的大众性

大众性是指大众的广泛参与。旅游活动范围已扩展到普通的劳动者阶层,参加旅游的人越来越多。同时,出现以团体包价旅游和结伴旅游为主的活动形式,并被社会广泛接受,形成人们普遍参与的群体性旅游活动。目前已有100多个国家经营国内国际旅游业务,表明旅游业是全民参与、充满活力和具有发展前途的产业。

2. 地域的集中性

尽管旅游者在各地区的分布不均衡,但他们往往集中到某些国家或地区的旅游景区(点)去旅游,并由于现代化的交通运输业的发展,旅游者的旅游表现为由国内旅游向跨国、跨洲或环球旅游转变的趋势。现代旅游的地域集中性不仅反映在国际旅游的分布格局上,而且具体到一个国家和地区同样呈现这一特性,且其流向的速度快、集中的程度高,如在欧

洲地区、东亚与东南亚地区的旅游旺季,游客的集中程度超过世界的任何其他地区。

3. 消费的高层次性

随着社会生产力的发展,人们会产生多种需要,既有为延续和发展生命所必需的物质需要,也有为发展智力、道德、审美等方面的精神需要。旅游是人们对基本生活需要满足后产生的高层次的享受型消费。这种消费,是人们对物质成果与精神成果的享用。实践证明,只有当人们的基本生活需要得到满足后,才会对享受性的旅游产生消费愿望。所以旅游消费是高层次的消费。

4. 旅游的季节性

旅游的季节性特点非常突出,尤其是四季分明的国家和地区,受旅游的季节性影响很大,游客的接待量波动幅度也很大。而主要依靠人文旅游资源吸引游客的国家和地区,受旅游的季节性影响就比较小。消遣型旅游受季节性制约多一些,商务型旅游几乎不受季节性影响。同时,旅游的季节性与世界各国和地区的假期密切相关,在节假日期间,旅游目的地呈明显的旅游旺季;而非节假日时期,一般呈明显的旅游淡季。

5. 服务的一体性

为游客提供食、住、行、游、购、娱一系列服务,为游客提供从离开家园到返回家园的全程服务,这是现代大众组团旅游的基本要求和旅游活动顺利开展的基本条件。因此,旅游企业要不断创新旅游产品,为旅游者提供全天候、全方位、全过程的服务,最大限度地满足旅游者的需求。

6. 增长的持续性

第二次世界大战结束后,世界经济的发展经历了种种危机和冲击,世界局部地区的冲突与战争此起彼伏,各种产业调整变化多多,唯独作为朝阳产业的旅游业“一枝独秀”,一跃成为名列世界前十位的支柱性产业,使得许多国家和地区都把旅游业作为主导产业优先发展。

第二节 旅游活动的构成要素与分类

旅游业是一个构成内容较复杂、活动特色鲜明、涉及社会面广的行业,正确认识旅游活动的构成要素与各要素的性质特征、明确和区别旅游活动的分类,对于全面认识旅游业和研究旅游业发展的潜力与前景具有特别重要的指导意义。

一、旅游活动的构成要素

(一) 旅游活动的六要素

旅游是以游览为主,集餐饮、住宿、交通、购物、娱乐于一体的综合性活动,这六个方面可以简称为旅游六要素,即食、住、行、游、购、娱。这六个最基本的要素是旅游活动的主体内容,它们相互依存,缺一不可。

1. 餐饮

饮食既是生理需要,又是旅游中的精神享受。这就要求旅游接待机构和旅游服务人员

在旅游活动过程中不仅要满足旅游者在餐饮方面的基本需要,并针对因生活习惯、身体状况、宗教信仰等原因而提出的饮食方面的特殊要求进行合理安排,充分满足不同类型与不同消费层次的旅游者的饮食需要。

2. 住宿

保持精力充沛是保证旅游活动顺利进行的一个重要方面,因此,要求旅游接待机构安排旅游者入住最方便的酒店,为其提供舒适、干净、整洁、安全的客房和良好的休息环境,并使旅游者享受到热情礼貌的服务。而到一些少数民族聚居地或乡村旅游的游客也可选择富有当地特色的民居或农舍入住,这样可以更直接、更深入地体验当地人们的生活,深入了解当地的历史和现状。

3. 交通

交通是连接旅游者与旅游对象、客源地与目的地的重要环节,是帮助旅游者实现空间转移的必要手段。在选择交通工具时,以及时、安全、舒适、方便为基本标准。在旅游活动中应尽量缩短候车(机、船)的时间与环节,使旅游交通与行程的主题相结合,与观光项目合理衔接。

4. 游览

游览是旅游活动的核心内容。在安排游览线路时,首先应注意在同一条游览线上避免重复经过同一旅游点,以免影响旅游者的满意程度;其次是游览的景点顺序要科学,同一线路应由吸引力一般的景点逐步过渡到吸引力较大的景点,以激发旅游者兴趣;最后是保证游览内容的丰富和无穷魅力,从而满足游客了解景点、增长见识的需要。

5. 购物

旅游购物是指旅游者在旅途中购买与旅游相关的产品的行为。这些产品有助于旅游活动的顺利进行,提高旅游体验的质量。购物在旅游消费中占有很大的比例。旅游者购入的产品大致有两类:一是非日常性的特殊商品,如纪念品、艺术品、家庭特殊用品等;二是满足旅游基本生活需要的一般消费品。通常购买纪念品、艺术品等可使旅游者感受到与日常购物完全不同的体验,使旅游活动的内容更加丰富多彩。

6. 娱乐

旅游娱乐是指旅游者在旅游活动中所观赏和参与的文娱活动。组织好旅游团(者)的文娱活动可缓解游客参观游览的疲劳,又可丰富和充实旅游活动,并起到文化交流与沟通的作用。特别是娱乐消遣型旅游是以娱乐消遣为主要项目的独立的旅游活动,要特别注重旅游活动的娱乐性和参与性。

(二) 旅游活动的“新六要素”

随着社会生产力的日益发展,旅游活动最基本的六要素已经成为旅游者最低层次的需求,资源、资金、环境、科技、文化、余暇六要素,则被称为旅游活动的“新六要素”,此六要素是旅游发展到一定时期的产物和要求,人们对它们不断地进行优化、组合、创新,从而促进旅游业的发展。

1. 资源

没有景观的地域分异就不可能吸引需求不同的旅游者,因此,旅游资源是形成旅游活动

的最基本的因子,是旅游业的基础。旅游业产生后,旅游资源的内涵逐渐丰富,外延不断扩大,成为旅游业发展不可缺少的条件。人类合理地开发和利用旅游资源,可以推动旅游业的持续发展。

2. 资金

旅游是一种商品与服务相结合的消费行为。旅游通过交换旅游产品的形式完成其价值的转移和增值,实现旅游的经济效益与社会效益。此外,从旅游资源的开发、旅游设施设备等硬件的建设到旅游服务机制等软件的提升,都离不开资金的有效供给,更重要的是旅游活动范围广,市场行情变化大,旅游突发事件较多,客观上要求必须从资金上为旅游业提供可靠的物质保证,才能使旅游活动顺利地展开。

3. 环境

环境与旅游密切相关。旅游环境是以旅游者为中心,包括旅游景区(点)与交通生活服务等一系列要素,由自然环境和人文环境构成的综合系统。目的地旅游环境的好坏对旅游产品质量及旅游服务在游客心中的地位的影响至关重要,直接关系到旅游活动能否健康开展。因此只有合理有效地利用环境、保护环境,构筑和谐文明的旅游环境,才能全面促进旅游业的发展。

4. 科技

旅游业是随着科学技术的应用而发展的。在国际经济一体化的高科技时代,科学技术成为旅游业持续发展的“引擎”,给现代旅游业注入新的生命与活力,引导旅游业在激烈的市场竞争中逐步转型成为世界前沿的十大支柱产业。纵观国际旅游业的竞争,无论是旅游市场的竞争,还是旅游资源的竞争,归根结底是旅游人才与科技的竞争。只有不断完善和优化具有高科技水平的人才创新机制,才能增强旅游业的核心竞争力,推进旅游业的科学发展。

5. 文化

一般认为,文化的构成有三个层面,即物质文化、管理文化和精神文化。物质文化即文化的物质形态,如建筑、器物等;管理文化即文化的管理形态,如管理制度、行为规则等;精神文化即文化的精神形态,如观念意识、价值取向等。旅游景区(点)、旅游设施设备、旅游服务与管理等都蕴涵着文化,文化贯穿于旅游活动的始终。可以说,旅游就是旅游者进行文化消费的一种文化活动。

6. 余暇

旅游活动得以实现还须具备余暇时间。21世纪以来,我国政府坚持以人为本,关注民生,进一步改革劳动用工制度,逐步推行新的假期制度,合理缩短劳动时间,有效增加余暇时间,为人们进行旅游活动提供宽裕的时间,给旅游业的发展和提升创造新的机遇,从而在更大的程度和范围内带动旅游产业乃至整个社会经济高速增长。

二、旅游活动的分类

1. 按旅游的地域范围划分

(1)本土旅游。本土旅游即国内旅游,指旅游者在居住国本土(海洋)内进行的旅游活动,包括本国公民在国内的旅游活动,也指在一个国家长期居住、工作的外国人在该国内进

行的旅游活动。从旅游发展的历程看,本土旅游活动是一个国家的旅游业发展的基础。

(2) 涉外旅游。涉外旅游即国际旅游,是指跨越国界的旅游活动,分为入境旅游和出境旅游两种方式。入境旅游是指他国公民通过国境或关境进入本国进行的旅游活动,出境旅游是指本国公民通过国境或关境到外国进行的旅游活动。

(3) 太空旅游。由于科学技术的进步与社会经济的飞速发展,人们可以跨越国际地域的限制,离开地球进入太空和宇宙进行旅游活动。目前,此类旅游活动还只是在极少数人中开展。然而,随着时代的进步,旅游观念的更新,太空旅游必将成为人类重要的旅游活动。

2. 按旅游活动的内容划分

(1) 观光休闲旅游。此类旅游活动包括观光旅游、度假旅游、娱乐旅游等。

(2) 探亲访友旅游。此类旅游活动是指以到旅游目的地进行探亲、访友为主要目的的旅游活动。

(3) 商务、会务、专访旅游。此类旅游活动包括商务旅游、公务旅游、会议旅游、修学旅游、考察旅游、专项旅游等。

(4) 寻根问祖旅游。此类旅游活动是指为了寻找人类的某一种族或其分支的渊源与分布,以传承地域特色文化、拓展人脉资源、探索社会发展新途径而进行的故地旅游、联谊旅游等。

(5) 宗教朝圣旅游。此类旅游活动主要是指宗教界人士或从事宗教活动的人们进行的以朝圣拜佛、取经传经、布道求法或宗教考察等为主要目的的旅游活动。

(6) 健康医疗旅游。此类旅游活动主要是指体育旅游、医疗旅游、健身旅游等。

(7) 其他旅游。此类旅游活动是指上述没有包括的旅游活动,如徒步旅游、探险旅游、科考旅游等。

3. 按旅游项目与特征划分

(1) 生态旅游。生态旅游是指具有保护自然环境和维护当地人民生活双重责任的旅游活动。生态旅游的内涵强调的是对自然景观的保护,是一种可持续发展的旅游。

(2) 农业旅游。农业旅游亦称农业观光旅游,分为传统农业旅游与现代农业旅游。前者是以原有的乡村田园风光为对象的特别的自发式、自助式的休闲旅行活动;后者以农业经济与乡村文化为背景,提供具有明确主题和全程服务的农业旅游产品。

(3) 红色旅游。红色旅游是指以 1921 年中国共产党诞生以后的革命纪念地、纪念物及其所承载的革命精神为吸引物,组织并接待旅游者进行参观游览,实现学习革命精神、接受革命传统教育、振奋精神、放松身心、增加阅历的旅游活动。

(4) 工业旅游。工业旅游分为工业遗产旅游与现代工商业旅游。前者是以历史上遗留下来的传统老工商业企业、建筑物等作为景观所构成的特色的工商业旅游产品;后者是以旅游现有地的名牌工商业企业设施和企业文化为主体,赋予特定内涵主题的新型旅游产品。

知识链接 1-2

我国的工业遗产旅游^①

工业旅游源于工业遗产旅游。在西方,遗产旅游的含义与我国历史文化和文物古迹的

^① 工业遗产能否成“旅游大餐”[EB/OL]. 2006-12-18[2011-09-28], <http://travel.gog.com.cn/system/2006/12/18/001067556.shtml>.

旅游含义相同。目前,国际上开展的工业旅游,从工业遗产到“活”着的工业,从传统工业到现代工业,几乎没有产业的限制。英国从工业考古到工业遗产的保护,再把工业遗产作为旅游吸引物,开了工业遗产旅游的先河。

工业遗产是人类社会变革时期工作领域和日常生活的见证,可以帮助人们更好地理解人类在不同历史阶段的生活和工作状况,是一座亟待整理、保护和开发的“富矿”。因此,发展工业旅游,应重视发展工业遗产旅游。事实上,在我国经济转型过程中,许多退出经营领域的厂矿成为了具有开发潜力的工业遗产旅游资源。

创办于1892年的烟台张裕公司,是中国第一个工业化生产葡萄酒的厂家,也是中国民族工业的代表。1992年,张裕公司投资450万元兴建了中国第一座专业酒文化博物馆——张裕酒文化博物馆。自2000年开始,张裕公司又投资4000多万元兴建了国内一流且具有世界级水平的集生产、旅游、观光为一体的张裕·卡斯特葡萄酒庄园。经过十几年的发展,张裕公司形成了以酒文化博物馆为中心,串联酒庄、葡萄基地、葡萄发酵区、现代化生产线的旅游线路,以独具特色的内容和形式而成为高技术、高品位、高层次的工业旅游名胜景点。

工业遗产旅游对寻找转型和再生之路的老工业区是一个非常好的启发。衰退中的老工业区废弃的厂矿区遗址、建筑的创意和改造余地较大,可在其中注入旅游商贸、休闲服务、艺术会展等概念,突出时尚、怀旧的元素,改造成迎合都市人品味的游憩商业空间;对那些规模宏大的工业遗址,可改造为工业遗产主题公园或工业旅游城,作为独特的物质文化遗产来保护和开发。

令人欣慰的是,工业遗产旅游正逐渐被有关部门重视。例如,在北京市,随着首钢集团完成搬迁,石景山区就提出了建设“首都休闲娱乐中心区”的战略构想。首钢作为一个历史时期的象征,留下了很多物质与精神财富。目前,这些遗留的资源已被列为石景山区南部综合旅游文化区的组成部分,打造出工业旅游的金字招牌。在重庆市,有关部门已着手工业遗产的普查,制定工业遗产保护开发规划,拟将现有的机械、兵工、啤酒等行业中的单位作为重庆工业特色旅游景点,形成重庆工业旅游的样板示范点。这些对于我国发展工业遗产旅游无疑是一个良好的信号。

目前,我国已有多处著名工业遗产被列入全国重点文物保护单位名单。其中,大庆油田第一口油井和青海省中国第一个核武器研制基地是首批进入全国重点文物保护单位名单的工业遗产。汉冶萍煤铁厂矿旧址、中东铁路建筑群、青岛啤酒厂早期建筑、石龙坝水电站、个旧鸡街火车站、钱塘江大桥、黄崖洞兵工厂旧址等入选第六批全国重点文物保护单位。如何有效地利用这些资源,已成为一个亟待解决的问题。

第三节 旅游学学科知识

现代旅游活动的形式越来越多样化,规模亦越来越大,对人类社会产生的影响也越来越深远,因此,许多专家、学者开始关注并研究旅游现象,在此基础上形成旅游学。旅游学是在深入研究旅游活动、探索旅游现象及内部各要素的联系与发展规律的过程中逐步建立和发展起来的一门学科。

一、旅游学的概念

旅游学就是将旅游作为一种综合的社会现象,以其涉及的各要素构成的有机整体为依托,以旅游者活动和旅游产业活动在运作过程中的内在矛盾为对象,全面研究旅游的本质属性、运行关系、内外条件、社会影响、发生发展及矛盾运动规律的新兴学科。

对于旅游学的概念可从以下方面理解:

首先,旅游学研究的旅游是一种综合的社会现象。旅游学的研究最初是从旅游的经济现象入手的。随着旅游的不断发展,旅游不仅为社会带来巨大的经济效益,而且对社会政治、文化教育、生态环境等方面造成了重要影响。因此,把旅游作为一种社会综合现象来研究,才能全面认识旅游学。

其次,旅游学研究的对象是旅游活动本身及相关要素。从旅游业内部构成要素来看,旅游学的研究对象包括旅游管理机构、旅行社、旅游交通、旅游饭店、旅游景区(点)、旅游商品与服务等要素;从旅游与社会的联系来看,旅游学的研究对象包括资源、环境、文化、科技、余暇、资金等要素。

最后,旅游学作为现代社会的一门新兴的学科,旅游业的不断发展会为其带来一系列的研究课题,使其研究领域愈加宽广,向研究者们不断提出新的挑战。因此,应通过科学的方法和有效的途径深入研究旅游业的运动发展规律,从而推进旅游事业的发展。

二、旅游学研究概况

(一)国外旅游学研究概况

国外对旅游学的研究,大致经历了以下三个阶段:

1. 启蒙阶段(19世纪末至20世纪30年代)

被公认为最早的研究旅游学的文章是1899年由意大利人博迪奥发表的《关于意大利外国旅游者的流动及其花费》一文。旅游学研究的序幕就此拉开,进入旅游学研究的启蒙阶段。1927年,意大利经济学家马里奥蒂出版了《旅游经济学讲义》,第一次较系统地研究了旅游经济现象。在此后的十几年里,德国、美国、日本等国也相继出现了研究旅游学的热潮,各种著作和文章层出不穷。1935年,德国学者吕克斯曼发表了《旅游业概论》,不仅研究了旅游的经济作用,而且研究了旅游的社会影响,并指出旅游政策和旅游宣传是促进旅游发展的重要手段。

该阶段主要把旅游活动作为经济现象来研究,并逐渐构建起了旅游学理论的基本框架,为以后对旅游现象的进一步认识与研究奠定了基础。

2. 成长阶段(20世纪40年代至50年代末)

第二次世界大战后,世界形势进入相对稳定时期,各国经济的恢复和发展带动了旅游业的扩大和稳定发展。1942年,由亨齐克和克拉普夫合著的《旅游总论概要》在瑞士出版,书中提出了多层次旅游现象,并提出需要多学科综合研究旅游现象的理论。1950年,日本学者田中喜一研究国际旅游的著作《旅游事业论》出版,从经济学的角度对国际旅游进行了深入研究。1954年,德国学者克拉普特在名为《旅游消费》的专著中阐述了旅游消费的动力和过程的论题。1955年,特罗伊西在意大利出版了《旅游及旅游收入的经济理论》一书,论述

了旅游的经济效益等内容。

该阶段的研究者们已经开始从不同的学科角度将旅游现象纳入自己的研究领域,体现了旅游学是将旅游作为一种综合现象研究的理念。

3. 发展阶段(20世纪60年代至今)

进入20世纪60年代后,大众化的旅游广泛开展,旅游研究也进入了全盛发展阶段。日本的前田勇教授主编的《观光概论》一书于1979年出版,该书全面论述了现代旅游学的基本体系。1980年,美国密执安大学的伯特·麦金托什和夏西肯特·格波特在合著的《旅游学》中较全面系统地阐明了旅游学的要素。20世纪90年代以后,西方国家旅游研究的重点是非经济领域与旅游业的关系。例如,1991年,美国著名的旅游学家克里斯·瑞安发表的《休闲旅游:一种社会科学视野》一书。因此,在这个阶段,各种学科的学者都从不同侧面研究旅游,组成了一个较完整的旅游学科体系。

(二)我国旅游学研究概况

在我国,最早研究旅游学的著作是江绍原在1935年所著的《中国古代旅行之研究》。新中国成立后,虽然出版了一些旅游方面的书刊杂志,但旅游学科的研究没有取得显著发展。直到1978年,为适应我国旅游业发展的需要,旅游学科研究和教育才逐渐发展起来。其过程大致分为以下三个阶段:

1. 创立阶段(1978—1990年)

1978年,国家旅游局联系国际旅游市场的动向,结合中国旅游发展的实际,着手制定具有中国特色的旅游业的方针政策,并于1981年出版了《兴旺发达的世界旅游业》丛书,系统地介绍了31个国家发展旅游业的经验和对我国旅游业发展的启示,并陆续编印了《中国旅游动态》、《旅游信息》等刊物,发表了《关于我国发展国际旅游业的论证报告》、《中国旅游事业发展规划(1986—2000年)》等重要文章。该阶段,对旅游学的研究主要是引进国外部分研究成果,集中地研究国内外旅游管理服务情况。

2. 成长阶段(1991—2000年)

这10年期间,随着我国旅游产业及国内外两个旅游市场的形成,旅游学研究从点向面扩展,从以经济管理学为主体,向社会学、市场学、环境学及人类学等学科方向深入,形成了比较完整的旅游学科研究体系。尽管我国旅游实践的发展对学科理论的发展有了更高的要求,但学科发展中仍然存在一些问题,如对旅游学的研究主要集中在旅游资源的开发、旅游规划、旅游饭店管理等方面,这表明国内的旅游学研究主要是对旅游发展实践过程中产生的一系列现象的解释,从理论上对旅游的发生、发展和运动规律的研究尚处于探索之中。

3. 发展阶段(2001年至今)

进入21世纪以后,随着我国社会经济的全面发展,旅游业迅猛发展,全面促进了旅游学科与教育的发展,在旅游学教育与研究方面取得了较大的进展。同时,旅游法制建设不断完善;旅游学与社会经济紧密联系;为国家重大问题的宏观决策提供科学的依据和基础保障;建立与完善了高水准的旅游教育事业;大批的旅游实用型人才和科研人才茁壮成长;旅游研究成果的数量不断增加,质量不断提高;学科研究日益向多元化、系列化、高效化的方向发展,实现了研究方法与研究效益的有机统一,形成了具有中国特色的旅游学科与教育事业的

新局面,向着国际一流的旅游学科的研究水平迈进。

知识链接 1-3

旅游学研究的新领域——城市旅游学

最早在旅游研究中提及城市旅游重要性的是美国学者斯坦斯菲尔德,他在1964年发表的著作《美国旅游研究中的城乡不平衡》中首次阐述了城市旅游研究的重要意义。城市旅游是一个不可忽视的领域,但由于当时对这个领域的认识不够和有关条件的限制,城市旅游研究基本上处于散乱、无序的状态,尚没有形成统一的理论和概念。到20世纪70年代,西方的专家、学者们开始认识到城市旅游研究的重要性,并曾经预言:“20世纪最后30年,对于欧洲主要的首都城市和众多的历史小城镇,最大的转变是大旅游时代来临。”城市在国际旅游中受到人们关注,但当时大部分的研究仍只停留在对一般现象的描述。20世纪70年代至80年代初期,旅游学作为一个研究领域,由于忽视了旅游基础理论的研究,尚没有形成旅游学界普遍认同的学科基础理论体系。城市旅游研究自然也随同整个旅游研究的一般进程处于分散和零星的状态。这种状况与城市作为人类政治、经济与文化的中心,社会活动的重要场所以及区域旅游业的重要支撑地位的地位很不相称。

20世纪90年代以后,城市在国际旅游中成为进出国家的门户,其作为重要旅游目的地的价值逐步凸显。城市不仅是区域的经济、政治、文化中心,也成为了旅游活动中心。1994年,肖和威廉姆斯(Shaw & Williams)从分析城市在旅游业中的重要性入手,认为城市是在地理上集中了各种设施与吸引物的聚集地,其布局则处于最能满足旅游者与当地居民需要的地点上,并因为城市既有相似性又有独特性,而使城市旅游研究变得十分有意义。在这之后,城市旅游研究逐步发展起来。

与国外相比,我国城市旅游起步更晚。我国的经济成长、旅游发展是伴随着快速工业化和城市化而进行的。城市作为国家经济、政治、文化、科技教育和信息活动中心,日益发挥出其生产、生活、流通、组织和游憩等综合功能,城市旅游正作为一种新的社会综合现象越来越受到社会的关注。城市旅游研究也日益广泛而深入,其中,城市旅游形象是目前我国城市旅游中探索得比较多的问题。学者们一般都认为城市旅游发展的核心是建立独特、鲜明、有吸引力的旅游形象,依靠旅游形象来激发旅游者的旅游动机和需求。旅游形象研究可以说是现代城市旅游研究的新起点和主方向,研究对象由城市中心区扩展到城市地域(包括城市郊区)乃至大都市区,由单个城市扩展到区域城市群(带),由中心城市和旅游城市扩展到一般城市,使我国城市旅游体系日趋丰富和完善。

三、旅游学的研究对象与研究内容

(一) 旅游学的研究对象

旅游活动是一种复杂的社会现象,涉及社会的政治、经济、文化、环境等方面,而旅游学研究的是这些社会现象的内在联系,其研究的对象是随着旅游活动的不断发展而逐渐扩大的。人们对旅游学对象的研究是一个由点到面的过程,主要表现在以下几个方面:

(1) 旅游学最初的研究针对旅游的主体——旅游者所带来的经济利益,主要是对旅游者人数、旅行时间、消费能力等方面所进行的研究。

(2)进入 20 世纪中期,随着旅游活动的发展,在对旅游者研究的基础上,从社会效益的角度开始对旅游业进行研究。

(3)直至 20 世纪后期,旅游学的研究向旅游活动现象更广阔的范围拓展,即旅游活动及其构成的所有要素和关系。将旅游作为一种综合性的社会现象,全方位地从其外在现象联系内在成因进行研究分析,从而揭示其发展的一般规律。

如今,旅游学以旅游参与者的活动及其所涉及的社会关系与现象为研究对象,通过研究这些旅游现象来揭示其最广泛的、最本质的发展规律。

(二)旅游学的研究内容

旅游学的研究内容主要包括以下几个方面:

1. 旅游的性质与作用

对旅游的性质与作用的研究主要有旅游的概念、性质与特点,旅游的作用,旅游产生和发展的历程,旅游活动的内在矛盾及其运动规律。

2. 旅游活动参与者

旅游活动参与者包括旅游经营者、旅游中介、旅游消费者与活动相关者等。对旅游活动参与者的研究,主要有旅游活动参与者的旅游行为、活动方式与社会影响等方面。

3. 旅游资源

旅游资源是旅游活动参与者的吸引物,是旅游业的重要组成部分。对旅游资源的研究主要有旅游资源的特点与分类、旅游资源的评价和规划、旅游资源的开发与保护建设。

4. 旅游业

旅游业是一种由旅游企业和旅游行政管理部门构成、提供旅游产品和服务的社会综合性产业。因此,对旅游业的研究主要包括与旅游有关的交通运输业、旅游住宿业、旅行代理商和批发商、旅游风景区(点)、商品与娱乐服务等主要行业的发展。

5. 旅游组织与政策

当今时代,世界各国和地区都建立了不同性质、不同层次的旅游管理组织机构,制定并实施了旅游政策和法律制度,依此对旅游业进行全面规划、指导、推广、促进,所有这些都直接影响到旅游业的发展,因此有必要研究旅游组织与政策,从而更好地服务于旅游业。

6. 旅游市场

对旅游市场的研究主要包括旅游企业营销环境、市场调研分析、目标市场选择与营销战略等基本理论;推进旅游产品、价格、渠道、促销等的营销策略与管理对策;分析国际旅游市场、出入境旅游市场、国内旅游市场发展趋势,形成旅游市场营销学体系。

7. 旅游影响

旅游的发展会对旅游目的地和整个人类的社会经济、文化、环境产生较大的积极或消极的影响,反过来影响到旅游的可持续发展,因此我们要研究旅游影响的成因及内在矛盾,创新旅游理论与实践,从而促进旅游业永续发展。

四、旅游学的研究方法

学习旅游学概论这门课程是为了了解旅游学的理论知识,掌握旅游职业技能,为发展旅游业服务。其研究方法比较多,除了日常的课堂教学外,归纳起来有以下两类:

(一)定性分析法

定性分析法是依靠决策者的经验、逻辑思维和胆识,运用政治的、经济的、心理的方法对一些不易量化的问题,比如旅游者的消费态度、行为动机、心理趋势等进行定性分析。这种研究方法在旅游学中占有重要的地位。常用的定性分析法又有以下几种:

1. 调查观察法

调查观察法,即通过不同形式的调查方法了解、考察各种类型旅游者的日常旅游活动,了解他们的旅游行为动机、需求和爱好,经过对比和综合分析,研究或反映旅游资源与市场变化的原因,探索旅游发展的新途径。

2. 案例分析法

案例分析法即通过学习反映旅游活动的案例资料,或者通过对某一个体旅游者、旅游群体和旅游组织的连续调查和了解,研究其旅游活动的过程与内在规律。

3. 模式分析法

模式分析法即通过实地考察与调研,确立不同的模式,对旅游发展的常规模式(如欧美国家)和非常规模式(如西太平洋地区国家)的成功经验进行分析,寻找区域旅游发展的合理模式和特点。

(二)定量分析法

定量分析法是以数学、统计学、控制论、计量经济学等学科为基础,运用数学模型进行量化分析,以揭示事物产生、发展、变化的程度。旅游营销中的许多问题,比如旅游市场的规模与容量、增长率与市场占有、旅游的社会综合效应等,都需要进行定量的分析,以得到客观且较准确的结论,为经营者与行业管理部门作出正确决策提供科学依据。常用的定量分析法又有以下几种:

1. 统计分析法

统计分析法即运用概率论与社会统计学的方法,搜集反映各种旅游现象的信息,运用旅游统计资料,研究和探讨相关旅游市场的内在成因与变化规律,引导旅游业积极稳妥地发展。

2. 数学模型法

数学模型法是通过建立经济数学模型,采用特定符号和函数关系将评价目标和内容规定下来,把相互间的各种变化关系通过数学公式表达出来的一种定量分析方法。

3. 系统分析法

系统分析法是指在系统中某些要素不确定的情况下,确定问题的本质和起因,明确咨询目标,找出各种可行方案,并通过一定标准对这些方案进行比较,帮助决策者在复杂的问题和环境作出科学选择。

旅游活动的影响因素错综复杂,在对旅游经营管理问题进行具体分析的时候,需要根据实际情况运用多种方法进行综合分析,才能达到学习知识与培养技能的目的。

◎ 复习思考题

1. 简述旅游的定义、性质与特点。
2. 按旅游活动的内容,旅游活动可划分为哪些类型?
3. 试述旅游学的研究对象与国内外旅游学研究的现状。
4. 旅游学的研究方法有哪些?

实训拓展

.....

【实训项目】 旅游学科理论体系知识的认知

【实训方式和步骤】

- (1) 选择并阅读、记录一系列旅游学概论的典型教材与书籍(包括电子、多媒体等教材)。
- (2) 比较各种不同版本教材与书籍的主要观点和内容的异同。
- (3) 列出自己喜欢和欣赏的教材与书籍。
- (4) 由此总结出你和同学们认知理解的旅游学科理论体系知识。

第二章 旅游的起源与发展

◎ 知识目标

1. 了解古代旅行活动的概况,明确古代旅行的起源与进程;
2. 从产业革命的产生与发展历程认识其对近代旅游产生的重要作用;
3. 了解世界现代旅游的发展概况及影响其发展的因素。

◎ 技能目标

1. 能够区分和掌握旅行与旅游两者的区别和联系;
2. 能够根据产业革命的相关知识对近代旅游业进行实证分析研究。

案例导读

.....

数十位帝王为何巡游琅琊台?^①

“2007 中国·琅琊旅游文化周”的重头戏是:中国天文历法高层学术论坛于 2007 年 10 月 1 日上午 9 时在山东省胶南市丰泽山庄举行,3 位天文学方面的专家在论坛上作了学术报告。据了解,与会专家围绕琅琊台是不是中国最古老的天文台和中国二十四节气与四季划分的坐标展开论证,由此揭开历代帝王喜欢巡游琅琊台的真正原因。

据悉,在本次论坛上,中国徐福研究会常务理事毕长增作题为《琅琊台,岁之所始及二十四节气日出坐标》的学术报告,报告论证琅琊台是中国四季最分明的地方,是中国二十四节气、四季划分以及日出的主坐标;阐明琅琊台是季节之神四时主的供奉地,中国古代纪年每个周期从这里开始,从而得出结论:琅琊台是中国古代天文学和历法学的凝结点。

国际东亚科学技术与医学史协会副主席、中国科学院自然科学研究所原所长陈美东研究员,在论坛上论证了琅琊台是中国最古老的天文台之一。胶南市旅游度假区的一位工作人员说:“陈老在对琅琊台进行考证时显得非常激动,他认为琅琊台在天文学方面的作用是一个重大发现,他为琅琊台在中国天文学方面作出的重要贡献一直被忽视而感到非常遗憾。”研究会在 10 月 2 日组织研究人员到琅琊台实地考察,结合实际对琅琊台历史文化的挖掘、开发、利用作进一步研讨。

^① 十余帝王巡游为何 琅琊台今揭千古帝王之谜[EB/OL]. 2007-10-01[2011-09-01], <http://club.bandao.cn/showthreadm.asp?boardid=183&id=853914>。

请思考 …… ……

试分析,古代帝王之所以喜欢巡游琅琊台,除了游玩或寻觅长生秘方之外,其真正原因是什么?

旅游从人类早期的生产活动开始到现代全球性的人类活动,大致经历了古代旅游、近代旅游和现代旅游三个发展过程。本章从历史唯物论的角度阐述旅游的产生、发展历程以及各种类型的旅游活动等。

第一节 古代旅游的起源

一般来说,阶级社会产生以前(原始社会时期)的人类迁徙活动是为了生存而被迫进行的活动,和后来从原始社会末期到工业革命初期这一漫长的历史时期内所进行的旅行活动是不同的。旅行、旅游是人类社会发展到一定阶段的自发行为,是一种高级的需求。同时,旅游是旅行发展到一定阶段的产物,是旅行活动的深化和发展。

一、远古时期的旅行

原始社会前期即旧石器时代到新石器时代中期前,人类社会的生产工具主要是使用未经打磨的石器,只能栖身于原来的有限的地带中,靠采集果实维持生活,人类尚处于蒙昧时代。直到渔猎技术出现和火的利用,原始人类才开始了最早的迁徙活动,这种迁徙多是由于自然因素(如气候变化、自然灾害等)或是人为因素(如战争等)所致。我国考古学家通过对仰韶文化时期留下的近百处村落遗址进行研究,得出结论:这些遗址是某一原始部落趋利避害、反复迁徙的结果。这种迁徙活动是早期人类为了生存而被动地适应自然环境的一种“自然行为”。显然,这种行为与旅游的概念存在着相当大的差异。到了新石器时代晚期,人类才开始了具有明确目的意识的一种“自由行为”,主要表现为以下几种形式的旅行活动:

1. 部落首领巡游

我国古代神话中的旅行最早可以追溯到“伏羲氏始乘桴”。“桴”,今称筏,是用一定数量的竹或木编扎而成的水上交通工具。河姆渡新石器遗址中出土了迄今为止时间最早、保存最好的两支木桨。这些工具使旅行活动成为可能。《周易·上经·观卦第二十》中就曾提到古代先王效法风的精神,巡视各方,观察民情,设立教化的规范。《史记》中记载黄帝经常外出旅行,“作舟车以济不通,旁行天下”。而尧曾“身涉流沙,地封独山,西见王母”。禹则在治水成功后召集了全国的诸侯前往会稽山庆功封爵。因而,远古时期原始人类的旅行是从迁徙游历、了解习俗、察访民情开始的。

2. 原始宗教旅行

在原始社会,由于人类对自然界和自身的认识水平低下,无法解释一些自然现象与人类生命的生存发展现象,只能以自然崇拜、生殖崇拜和图腾崇拜三大类为主的原始宗教信仰来主宰人类的行动。我国远古时期宗教活动就已发展到一定的规模,许多祭祀活动都在远离人类居住地的地方进行。于是,原始宗教旅行逐渐盛行开来。

3. 商品交易旅行

原始社会的新石器时代晚期先后出现了人类社会的三次社会大分工。商人作为一个独立的从事商品交换活动的社会群体与阶层,为了经商而外出旅行,使商品交换成为人类的一种旅行活动。从考古发现的在公元前 5000 多年黄河流域出现的货币可推断出中国古代原始社会后期已经开始有旅行活动。这种旅行并非休闲度假活动,而是人的生存需要。

二、古代旅行的发展及特征

古代旅行的产生以阶级的出现为标志。在奴隶社会时期,生产力水平有了很大的提高,但是,从旅行活动的内容和方式来看,生产力的发展没有引起交通工具的重大变化,以自然力、人力、畜力为主的船、车旅行的活动范围很小;参加旅行的人极少,多为特权阶层,一般劳动者往往被排除在旅游者行列之外。

(一) 国外的古代旅行

1. 国外奴隶社会时期的旅行

一般认为,早在公元前 3000 年就在地中海和爱琴海上进行通商贸易的腓尼基人是世界上最早的旅行者。他们到处周游,西越直布罗陀海峡,东到波斯湾、印度,北至北欧波罗的海各地,其旅行目的是进行贸易活动。

古埃及在公元前 3000 多年就建成了统一的国家,并确立了以法老为主的中央专制政体。国家统治者大规模地修建金字塔和神庙,每年都要举行几次重大的宗教集会,吸引大批古埃及人前来参观游览。

波斯帝国是较早兴起商务旅行的国家。公元前 6 世纪中叶,从帝国首都苏萨直抵地中海和从巴比伦城直到巴克特里亚的两条“御道”的修建,为人们外出旅行提供了便利的交通。这条路后来成为“丝绸之路”西段的基础。

公元前 5 世纪,古希腊的奥林匹亚庆典既是宗教的集会,又是体育的盛会。奥林匹亚村是古代世界七大奇观之一宙斯神像的诞生地,每 4 年都要举行一次盛大的祭祀宙斯神的活动和大规模的运动(今天奥运会的前身)。同时,古希腊的公务、经商、宗教考察旅行盛行。希腊著名历史学家希罗多德曾游历了中东、南欧、北非,搜集了各时代、各民族有关旅游的资料,被称为“旅游文学之父”。

罗马帝国时期是世界古代旅行的全盛时期。其帝国疆域辽阔,地中海成为帝国的内海,海上运输十分畅通。全国境内修建了许多宽阔的大道,这种全国道路网络的兴建为人们沿路旅行提供了方便。罗马帝国时期,在政府所设驿站的基础上产生了旅店,以接待过往旅客。同时,由于国力强大,国际性商贸频繁,我国的丝绸就经过著名的“丝绸之路”远销罗马帝国各地。这个时期,罗马人已经在希腊的温泉和矿泉地建立了度假村。

这一时期的旅行活动虽然只涉及少数人,却标志着人类旅行活动发生了重要的转折,即旅行的目的已经明确地超越了商务、宗教信仰的范围,出现了以鉴赏艺术、保健疗养等为目的的多种旅行活动。

2. 国外封建社会时期的旅行

公元 7~8 世纪,阿拉伯帝国处于鼎盛时期。伊斯兰教的朝觐制度使得其宗教旅游规模扩大,经商和考察旅行也受到鼓励。著名旅行家有苏莱曼和马苏弟。苏莱曼曾到过印度、中

国等地经商,著有《苏莱曼游记》;马苏弟曾游历埃及、巴勒斯坦、印度、中国等地,著有《金色的草原》。

11世纪起,西欧的封建社会有了明显的发展,生产力有了一定的提高,剩余农产品增多,手工业与农业分离。社会分工的发展使交换活动日益频繁。专职的工商业者离开乡村,聚集在城堡、寺庙附近和交通要道口等处,因而逐渐形成工商业城市。例如,威尼斯、热那亚在当时已成为从事国际贸易的商业城市,它们吸引了许多过往的商人。同时,客棧、旅馆也随之兴起,促进了商务旅行的发展。

13世纪,伟大的意大利旅行家马可·波罗因经商来到中国,在元朝任职17年,先后到过今新疆、甘肃、浙江、福建等十几个省份,出使印度、菲律宾等国,著有《马可·波罗游记》。伊本·巴图塔被认为是中世纪最伟大的旅行家,同时又是一位史学家、地理学家、神学家。他用26年的时间,行程12万千米,游历了半个世界,足迹遍布亚、非、欧三洲大地。1346年,他以德里苏丹特使的名义访问了中国。他根据自己的旅游见闻写成的惊世之作《旅游者的欢乐》,成为了解发达的东方文化的极其宝贵的资料。

15世纪中后期,资本主义生产关系的萌芽促使航海技术取得突破性发展,迎来了地理大发现时代。1486年,葡萄牙航海家迪亚士发现了绕过非洲南端的好望角通往印度洋的新航线。意大利航海家哥伦布于1492年发现新大陆,开辟了由欧洲到美洲的新航线。1519—1522年,英国的麦哲伦又横渡大西洋环绕地球一周,证明了地圆学说。探险旅行开阔了中世纪人们的狭隘眼界,冲破了中世纪的漫长黑夜,激发了那些不知疲倦、富有进取精神的文艺复兴人士纷纷前往法国、德国、意大利等国家考察。

从1558年英国女王伊丽莎白一世继位起到西欧封建社会结束这段时期内,旅行活动又有了新的发展。1562年,威廉·特纳医生发表的一份研究报告中谈到英格兰、德国和意大利的天然温泉对治疗人体病症有一定疗效。此说一下子引起轰动,形成温泉旅行的潮流。这一潮流一直延续了近两个世纪才开始向海水浴场转移。而以教育为目的的旅行在这一时期也开始发展,人们已经从一些名人的经历中认识到旅行在增加对异国他乡事物的了解和开阔眼界方面所起到的作用。正如亚当·斯密在1776年所写的那样:“在英国,年轻人一到中学毕业,不等报考大学便被送往外国旅行,成为日渐浓厚的社会风气。人们普遍认为,我们的年轻人完成旅行归来之后会有很大的长进。”

18世纪中叶,英国为掠夺殖民地,以通商为名组织了许多探险队,从事航海线路、生物、地质的研究。例如,英国航海家、探险家詹姆斯·库克曾先后三次做环球航海旅行。随后,达尔文在1831—1835年的环球航海旅行中,通过实地考察,找到了物种起源的科学解释,创立了伟大的进化论。

知识链接 2-1

我国古代的大旅行家孔子

孔子(公元前551—公元前479年),春秋时期的思想家、政治家、教育家、儒家学派创始人,也是一位大旅行家。他主张“父母在,不远游,游必有方”,从旅游的观点看,这是说要孝敬父母,在出游时要有确定的目标、方向,有充分的准备,选择适当的交通工具。孔子从33岁开始第一次旅行,到洛邑求教于老子;34岁第二次旅行,到齐国向齐太师学习;54岁时,带着学生第三次旅行,即周游列国,提倡“听乐观礼”的文化之游、教育之游。他曾立于岸边,驻

足桥上,览山川美景,叹世事人生;也曾到过杞、宋,探寻夏商遗存。孔子吟唱着“悠哉游哉,维以卒岁”度过了14年的周游生活,先后带领大批弟子游遍了今天的山东、河南、安徽、湖北等省,把一生的心血倾注在弟子身上,陆续整理或编著出《诗》、《书》、《礼》、《易》、《乐》、《春秋》,集春秋时代文化之大成,开创了文化教育旅游的先河。孔子一生游学、游仕,游学布道,纵论天下,为中华民族留下了宝贵的文化遗产。在游历过程中,孔子逐步因礼得仁,将仁与自然山水有机融合,形成了山水比德的经典旅游思想,孔子的思想自成体系,从“父母在,不远游,游必有方”到“有朋自远方来,不亦乐乎”,最终形成“智者乐水,仁者乐山”,“山水比德”的旅游思想,极大地提升了古代旅游文化的品位。孔子已经成为中国文化旅游的标志性人物。

(二)中国古代的旅行

1. 中国奴隶社会时期的旅行

中国进入奴隶社会后,由于生产工具和生产技术的进步,新的社会分工使得劳动产品增加,商品交换扩大。夏代发明的舟楫、车辆,到了商代更加普及和先进,牛、马等大牲畜也被普遍用于交通运输。这一时期商代商人的足迹东北到渤海沿岸乃至朝鲜半岛,东南达今日浙江,西南达至四川,西北远及新疆。周代旅行的形式主要是帝王巡游、政治旅行和商务旅行。西周时期的周穆王在“欲肆其心,周行于天下,将皆必有车辙马迹”的远游理想指导下取得了“西征”的胜利,开中国通往西方的先河。东周时,由于诸侯争霸,出现了士阶层。没落贵族和士人们为了宣传其政治主张和“致身卿相”的目的而朝秦暮楚,奔走不暇。此时商贾也被纳入“四民”(士、农、工、商)之列,远程贸易的商务旅行十分频繁。

2. 中国封建社会时期的旅行

秦汉时期是中国统一中央集权制封建国家建立和发展的时期。秦始皇不仅多次派出大臣、方士四处考察,前往名山大川举行祭祀活动,为其寻找“长生之药”,而且他自己也五次出巡,周游全国,成为封建帝王巡游的模范人物。

汉武帝热衷于对泰山的封禅和祭祀活动,并两次派遣张骞出使西域,开拓了“丝绸之路”,建立了与西域各国的友好关系。汉代的科学技术、史学、文学也有很大的发展。西汉著名的史学家、文学家司马迁就是学术考察旅行的杰出代表之一。帝王的开创性的全国巡游,开拓海外商务、外交旅行和文化交往之途以及探险旅行、学术考察风行,是秦汉时期旅游发展的特点。

魏晋南北朝时期是中国旅行和旅游的重要发展时期,突出表现为山水诗歌、游记等旅游文学创作的兴起。西晋末年,动荡而黑暗的社会政治环境使绝大多数知识分子无心仕途,寄情于自然风光,追求适意娱情的漫游之路。魏晋间,嵇康、阮籍等七人因不满时政而纵酒放歌,悠游于竹林之中。东晋的陶渊明辞官归隐田园,并作有《桃花源记》。南朝谢灵运是我国山水诗的鼻祖,其作品中充满了“壮志郁不用”、“泻为山水诗”的格调。东晋僧人法显远足印度求法,著有《佛国记》。北魏的酈道元把毕生的精力融入山川大地之中,著有《水经注》,被称为中国山水散文的鼻祖。这一时期的旅行和旅游以士人漫游和宗教旅游为主。

隋唐时期是中国封建社会的鼎盛时期。这一时期社会稳定,经济繁荣,旅行游览活动与海外的交往日益增多。在帝王巡游方面,隋炀帝在大运河开通后,沿水路出游,开创了我国旅游史上帝王舟游的新篇章。在宗教旅游方面,玄奘赴南亚求法,鉴真东渡日本弘法以及日

本、朝鲜和中国佛教徒之间的频繁交往,均说明了这一时期宗教旅行的风行程度。在士人漫游方面,隋唐实行科举取士制度,使得士人远游成风,造就了王勃、李白、杜甫和柳宗元等一批杰出的文学家、诗人和旅行家。元结则是把描写自然景物和抒情结合在一起的游记开拓者。在国际旅游方面,来华的外国使者、商人、学者、僧侣也络绎不绝,如日本曾先后 16 次派遣使者来唐朝学习文化。唐朝与阿拉伯地区的交往也很频繁,波斯人主要以香料来换取中国的茶、瓷器和丝织品。总之,士人漫游成风、宗教旅行盛行、国际旅游活跃和旅游创作繁荣,是这一时期旅游的特点。

宋元时期是中国封建社会发展和动荡交融的特殊历史时代。宋代汉民族的封建王朝日益衰败,但士人漫游活动极为普遍,游记文学进入鼎盛时期。范仲淹、苏轼和陆游等人写的《岳阳楼记》、《石钟山记》、《赤壁赋》和《入蜀记》等都是千古流传的旅游名篇。

明清时期是中国封建社会走向衰败、资本主义萌芽的时期,人们的旅游行为表现出日益成熟的特点,特别是在风光鉴赏、旅游经验总结和学术考察方面,比之以前更具有特色。旅行家郑和、徐霞客和医学家李时珍毕生都在远足旅行之中,分别留下了宝贵的航海资料、千古不朽的游记和医学名著。

3. 中国古代旅行的类型

中国古代的旅行活动具有形式多样、专业性强和人文色彩浓厚的特点。如果将这些特点以旅行目的来分析,可将中国古代旅行活动归纳为以下几种类型:

(1)帝王巡游。帝王巡游是集视察官吏、暗访民情、观赏风景于一体的职务旅行活动,最早记载到远古时期的黄帝。西周时期的周穆王是帝王巡游的代表人物之一。史书还记述了周穆王“西征”的故事和线路,且认为他西行巡游远达波斯(今伊朗),是中国通往西方道路的最早开拓者。春秋时期,齐桓公、齐景公都曾坐船巡游山东琅琊。秦始皇统一六国后,先后五次大规模巡游。汉武帝曾多次来到山东琅琊、东莱山等地巡游,到泰山举行盛大的封禅活动。清代乾隆皇帝六下江南,每次巡游都挥毫题词、大兴土木,建造楼台,给后世留下大量的史话和古迹,流传到今天已成为宝贵的文物古迹景观。

(2)官吏迁游。由于中国古代官吏的迁调制度等种种原因,使得大量的朝廷官员和地方各级官员在公务往来之机,带领随从,舟行车载,周游四方,如李白、杜甫、柳宗元、王安石、范仲淹、陆游、魏源等都是其中的代表。有的吟诗作赋,抒发情感;有的行于市井,了解民情,触及社会各个阶层,并笔录游记,给后世留下了很多名人掌故、趣谈传说,并经传承和不断完善至今,积淀为丰富的、较系统全面的中华民族的人文旅游资源。

(3)宗教旅行。佛教在中国兴起于西汉末年,魏晋南北朝时发展到鼎盛。由于佛教宗派庞杂,各宗派教义分歧,为探明教理,解决争端,僧人纷纷西行求取真经。三国时期,魏国的朱士行是第一位西行求学的中原佛僧。到后来的东晋法显,于公元 399 年从长安出发,经河西走廊、新疆,涉流沙,越葱岭(今帕米尔高原),历尽千辛万苦到达印度,为时 15 年,遍历约 30 多个国家,后把旅游中见闻写成《佛国记》,是中国与东南亚交通的最早记录,也是研究东南亚古代史的重要资料,受到中外学术界的极大重视。还有唐代高僧玄奘西去印度取经、高僧鉴真东渡日本,都是这一时期的典型代表。

(4)商贸旅行。商贸旅行是我国古代旅行的一种主要活动形式。如“丝绸之路”是古代连接我国和中亚、西亚、印度、巴基斯坦及西欧的桥梁,是亚欧人民经济文化交流的友谊之路。其开拓者是西汉时期著名的外交家、旅行家张骞,他在公元前 139—公元前 119 年两次

接受汉武帝的派遣出使西域,开辟了我国通往西方的经商之路。东汉班超出使西域,其手下甘英出使大秦(古罗马帝国),最远至波斯湾北端幼发拉底河河口。在先秦时期,我国与邻国的海上贸易也很发达,北起渤海辽东湾,南至广西北部湾一带,我国海上交通线完全开放,形成了活跃的“海上丝绸之路”。

(5)方士旅行。古代的文人学士、士大夫包括一些思想家、文学家、地理学家、旅行家通过寻访游历、寄情于山水来实现对人生目标的追求,如著名文学家李白、杜甫、柳宗元、陆游、袁枚等都是漫游的代表,这些文人在漫游过程中所创作的山水画、山水诗及散文游记,丰富了我国的文化宝库。北魏郦道元为确认山川形势,几乎走遍了今河北、山东、山西、河南等地,他所著的《水经注》是我国15世纪以前最著名的地理学专著。明代地理学家徐霞客,19岁起外出游历,在30年间,他的足迹遍及我国16个省市的大部分地区。他对我国广大地区的山脉、水道、地貌等进行考察研究,特别是对西南地区石灰岩地貌的考察取得了重大的成果,著有《徐霞客游记》。

(6)航海旅行。中国的航海业在世界上是发展较早的。在先秦时期就与日本、高丽(今朝鲜半岛)、安南(今越南)有海上交往的历史记载。在造船业和航海技术都已达到较高水平的隋唐时期,中国与海外各国来往频繁。宋末元初,随着指南针的运用和造船技术的发展,中国制造的船只最大载重约为上千吨,可容纳数百人。至明万历年间,郑和七下西洋,先后在太平洋、印度洋上航海旅行长达10多万海里(约18万多千米),历时20余载,共经过亚非30多个国家和地区。他的航行比1486年葡萄牙航海家迪亚士发现南非的好望角、开通印度洋的新航线早70多年,为中国乃至世界的航海旅行增添了光辉的一页。

此外,还有文史考察、对外交往、科考致仕、治学探险、移民开发、避乱迁徙等方面的旅行和旅游活动,这些活动经历了兴衰起伏、艰难曲折的发展过程,构成中国古代旅游史话的灿烂篇章。

(三)中外古代旅行的特点

古代社会历史发展漫长,其旅行、旅游活动随着社会历史的进程向前发展,与社会变化和自然环境的变迁相适应。从旅游特点来看,古代旅行活动经历了一个日益兴盛、不断繁荣的发展过程,主要呈现出以下几个特点:

(1)从旅游类型来看,商务旅行占主导地位,经商带动旅游是古代旅游的主要特点;宗教旅游十分发达,宗教旅游是仅次于商务旅游的古代主要旅游类型;公务巡游、探险考察、修学等旅行形式也逐渐产生和发展起来。

(2)从旅游主体来看,参加旅游的人主要是封建君王、地主商人、贵族及上层知识分子,广大劳动人民由于受政治、经济的压迫,客观上无能力参加旅游活动。

(3)从旅游媒介体来看,这一时期的旅游业还没有出现或至多处于萌芽状态;旅游资源多以自然状态形式存在,基本上未得到开发;旅游设施还很原始,交通工具主要是马车、帆船;旅馆、饭店的规模很小。

(4)从旅行的组织形式来看,人们的外出旅行是自发进行的,以自我服务为主,没有出现专门为旅行者服务的旅游接待行业。

第二节 近代旅游的产生与发展

近代旅游的产生首先源自 19 世纪欧美地区的产业革命,旅行在很多方面都开始具有了现代意义上旅游的特点。主要表现在:第一,因消遣目的而外出旅行的人数大量增加,从而使旅行具有了较为普遍的社会意义;第二,随着商业性客运专业经营的发展,人们大都借助专业性的商业服务来完成自己的旅行和游览活动;第三,团体旅游已经开始发展,这也是消遣性旅游发展的必然结果。

一、产业革命对旅游的推动

在 19 世纪后半叶,旅游有了突破性的发展,这在很大程度上是和产业革命的影响分不开的。它对旅游的发展具有重大影响,主要表现在:

(一)产业革命是近代旅游产生的经济基础

产业革命带来阶级关系的新变化,促进了社会财富的大幅增长,并使分配方式呈现新的形态。资产阶级逐步代替封建贵族和大土地所有者,他们有金钱和闲暇时间,对旅游和度假的需求已成为当时社会消费的一种需要。另外,商业和对外贸易的发展也促进了商务旅游活动的发展。随着生产力的提高和工人阶级的不懈斗争,工人的工资得以提高,获得了带薪假日,为近代旅游的产生奠定了经济基础。

(二)产业革命是近代旅游产生的内在需求

产业革命加速了城市化的进程,使人们的工作和生活地点的重心从农村转移到工业城市,从而最终导致人们产生为适时释放压力,逃避节奏紧张的城市生活,返回自由、宁静的大自然环境中去参加旅游活动的内在需求。产业革命也改变了人们的工作性质。由于枯燥、重复、单一的机器化大生产的劳动取代了原先那种随农时变化而忙闲有致的多样化农业劳动,促使人们强烈要求获得假日,以便能够从终年如一日的紧张的工作状态中获得喘息和调整的机会。

(三)产业革命是近代旅游产生的技术条件

产业革命促进了科学技术的重大革新和发展,特别是蒸汽机技术在交通运输中发挥了巨大的作用。1807 年,美国“克莱蒙特”号轮船已在哈德逊河上开始载人和运货。1816 年,蒸汽轮船首次出现在英吉利海峡的客货航运中。1838 年,英国蒸汽轮船“西留斯”号首次横渡大西洋成功,缩小了欧美之间的时间距离。对当时旅游发展影响最大的是铁路运输。1825 年,英国“铁路之父”乔治·史蒂文森建造的铁路正式投入运营,并在利物浦与曼彻斯特之间的线路上按照定期客运班次开始运行。

蒸汽机时代的到来使越来越多的人开始乘轮船、火车外出旅行,大大节省了旅行费用,提高了旅行效率,为近代旅游业的发展提供了技术条件。

二、国外的近代旅游

18 世纪中叶开始的产业革命最终把人类推向近代旅游的新阶段。1769 年瓦特制成了

首台单动式蒸汽机,促使蒸汽机技术被广泛应用于交通工具,人类有了机械动力的运载工具——火车和轮船。新式交通工具不仅速度快、运载量大,还具有票价相对低廉的优势,这使得远距离、大规模的人员流动成为可能。此外,产业革命也使社会财富极大增长,大量中产阶级加入旅游的行列。

产业革命带来了经济的繁荣,为近代旅游奠定了经济基础。但由于当时绝大多数人包括新兴的资产阶级在内都没有旅行的经验和传统,对异国他乡的情况及有关旅行的手续还不大了解,因此,社会上普遍需要一种能够联系旅游者与旅游对象的媒介的服务。由此,英国人托马斯·库克认识并预见到这种社会需要,率先设立了相应的组织机构,直接导致了旅游业的产生。

1841年7月,在最早建成铁路的英国,托马斯·库克组织了团体火车旅游,标志着近代旅游和近代旅游业的开始。这意味着专门为旅游者服务、为旅游活动提供便利条件的旅游服务行业已有可能逐渐从其他部门中分离出来,形成一个新行业——旅游业。

1845年,托马斯·库克放弃木工工作,开始专门从事旅游代理业务,成为世界上第一位专职的旅游代理商。他在英格兰的莱斯特城创办了世界上第一家商业性旅行社——托马斯·库克旅行社(即现在的通济隆旅行社),这成为旅行代理业务的开端,“为一切旅游公众服务”是它的服务宗旨。1845年8月,托马斯·库克第一次组织消遣性的观光旅游团。同年,他又组织350人乘火车和轮船到利物浦旅游。在利物浦之行中,他不仅自己当导游,还专门聘请了地方导游。旅游团所到之处受到热烈的欢迎,从此“托马斯·库克旅行社”的名字蜚声英伦三岛。1851年,他先后组织16.5万人参观在伦敦水晶宫举行的第一届世界博览会。4年后,世界博览会在法国巴黎举行,他又先后组织50多万人前往参观,这是世界上第一次组织的团体包价出国旅游。截至1864年,经托马斯·库克组织的旅游人数已累计突破100万人次。1872年,托马斯·库克组织了9位旅游者进行为期222天的世界首次环球旅行,使其旅行社名声大噪,也使托马斯·库克的名字成为旅游的代名词。

托马斯·库克旅行社的问世标志着近代旅游业的诞生,托马斯·库克本人也被誉为世界旅游业的创始人。此后,欧洲和世界其他国家成立了许多旅游组织。例如,1857年英国成立了登山俱乐部。法国、德国都于1890年成立了观光俱乐部。1850年,美国运通公司开始兼营旅行代理业务。1893年,日本设立了专门接待外宾的喜宾会,后改名为“日本观光局”。到20世纪初,托马斯·库克父子旅游公司、美国运通公司、比利时铁路卧车公司成为世界三大旅行代理公司。

三、中国的近代旅游

自1840年鸦片战争开始,中国被迫打开了自己封闭已久的大门。西方商人、传教士、学者和一些冒险家纷纷来到中国,他们深入中国内地考察、探险和旅游,并陆续在上海、广州、汉口、天津、北戴河、庐山等地大兴土木,建造房舍,供其享乐,从此西方文化开始渐渐进入中国。同时,出国旅行的中国人也在增加,大批的留学生出国学习,一些有识之士和革命先行者如孙中山、严复等人多次到西方国家考察和游历,这些在客观上促进了中国近代旅游的发展。

新式交通工具和设施的出现大大方便了旅行和旅游。与之相适应,新式旅馆也相继在中国出现,特别是由于通商口岸的对外开放,西方来华人士骤增,西式旅馆不断营建,欧美式

大饭店和商业旅馆的经营方式也陆续被引进国内,导致中国旅馆业发生突破性的发展,新式旅馆纷纷出现。

20 世纪初期,国际旅游业蓬勃发展,一些外国旅行社如英国的通济隆旅游公司、美国的运通旅游公司开始在上海等地设立旅游代办机构,总揽中国旅游业务。旧中国的上海,民族资本集中,交通发达,思想观念最为开放,是中国与国际联系最为密切的城市,这些大大加速了旅游业的产生。1923 年,上海商业储蓄银行总经理陈光甫在该银行创设了旅行部。1927 年 6 月,旅行部从该银行独立出来,改名为“中国旅行社”(今中国港中旅集团公司),旅行社设立七部一处,分别是运输部、车务部、航务部、出版部、会计部、出纳部、稽核部和文书处。中国旅行社最早以代售铁路、轮船票为主要业务,后扩大到食、住、行、游、购、娱等方面,并且还创办了《旅行杂志》,这是中国第一本旅游杂志,是当时旅游者获取旅游信息的最佳途径之一。

与此同时,中国还出现了其他类似的旅游组织和旅行社,如铁路游历经理处、公路旅游服务社、浙江名胜旅游团、友声旅行团、萍踪旅行团等。这些旅行社和旅游组织承担了组织开展旅游活动的工作。1935 年,中外人士组成中国汽车旅行社。1936 年筹组国际旅游协会,开发旅游促销活动。由于这些旅行宣传工作的作用和日益迅速发展的旅行设施建设,旅游业在中国已经成为一个新兴的产业。

第三节 现代旅游的发展

现代旅游开始于第二次世界大战结束之后,特别是 20 世纪 60 年代以来,现代旅游业迅速发展,成为战后发展势头最强劲的行业之一,总体保持持续快速增长。旅游消费占全球总消费的比重达 10%,旅游业成为世界上最大的产业之一。

一、世界现代旅游的发展

(一)世界现代旅游的发展概况

世界旅游业在经历了萌芽、早期发展、波动、恢复及持续增长之后,进入现代发展时期,已经成为全球重要的产业。伴随着旅游业内外部各种环境要素的变迁,旅游产业规模、产业结构、产品类型及旅游者需求等均发生了变化。随着科学技术的发展和交通工具的不断完善,旅游活动的空间范围也因交通的便捷性及目的地可进入性增加而扩大。同时,国际间频繁的交往也推动了各国民间交往的开展。通过现代交通运输方式,长途国际、洲际甚至太空旅游兴起,直接带动酒店业、旅行社、服务业、农牧业等行业的恢复与繁荣,开创了现代旅游业的新局面。

20 世纪 80 年代,发达国家旅游者消费观念的改变和教育水平的提高,促使更多的公众开始关注现代化的生活方式,人们对于回归自然、鉴赏异域文化等需求上升,旅游成为人们生活的一个重要组成部分。与此同时,旅游行业的服务价格及服务水平亦公众化,旅游者的旅游购买力增加。航空运输业的规范化运作、机票价格的下降、现代经济型饭店的增多以及旅行社等机构服务的完善化,使得旅游产业日益规范化,产业规模也日渐上升。据有关资料显示,1986—1996 年,世界旅游业年平均增长速度为 9.4%,高于世界经济年平均增长率。

旅游业的稳定增长促进了各国社会的稳定和国际间交往的密切,使其成为众多国家和政府关注的重点。各国相继推出一系列旅游产业发展政策和发展战略,以推动旅游业和社会经济的前进步伐。

另外,为了促进世界现代旅游业的发展,世界性的旅游组织与机构,如世界旅游组织、世界旅游及旅行理事会等组织不断涌现,发挥了其应有的指导调控作用,使得旅游市场运作更加成熟稳固,旅游者的正当权利也得到了更好的维护,大大促进了世界旅游业进入迅速增长期,并保持较稳定的增长速度。虽然其间发生了海湾战争、恐怖活动、地震与海啸、世界经济危机等种种事件,在某些时期的增长速度相对缓慢,但总体而言,世界旅游业并没有出现全球范围内的衰退,而是继续保持增长的势头。

(二)影响世界现代旅游发展的因素

在当今世界市场范围内,现代旅游业的发展受到很多因素的影响和制约,主要表现在政治、社会、经济和科学技术等方面。

1. 政治因素

政治因素包括政治变化和 international 紧张局势的缓和,主要表现为全球化趋势下的国际政治局势相对稳定,国际交流增多,各国政府对旅游更加重视和支持。

(1)国际政治局势相对稳定。第二次世界大战以后,和平与发展成为了世界发展的主题,全世界随之进入经济和科技竞争的新时代,为现代旅游的发展提供了必要的前提和保障。

(2)各国政府对旅游的推动。为了保证旅游同其他行业协调发展,使旅游度假真正成为人人享有的权利,各国政府纷纷将旅游作为国家发展的一项重要内容,制定了有利于假期旅游发展的政策,甚至由地方政府、工会或相关组织提供资助或补助,组织国民外出旅游度假,并放宽或取消了出入境限制、简化通关手续等。

2. 社会因素

社会因素包括人口结构的变化,城市化的进程,生活和工作方式的变化以及人们对异国文化、生活方式的了解和兴趣的增强等。具体表现在以下几个方面:

(1)城市化进程加快。进入 21 世纪,许多国家的城市化进程加速发展。城市环境污染和从事单调乏味的重复性工作,使得城市居民的身心受到极大的压力。他们希望放松自己紧张的神经和身体,向往没有城市污染和工业污染的大自然,这也成为 21 世纪度假旅游迅速普及和持续发展的主要原因之一。

(2)带薪假期普及。随着科学技术的进步,生产效率不断提高,人们的闲暇时间增多,西方国家纷纷以立法的形式规定带薪假期制度。这种变化使人们的休闲活动得以更多地开展,使得作为休闲活动之一的外出旅游有了时间上的保证,从而使参加这种活动的人数迅速增加,且旅游的距离和逗留的时间也随之延长。

(3)教育事业进步。世界各国的教育事业不断向广度和深度发展,全民教育逐渐普及,人们的文化和审美素质不断提升,社会观念和生活方式发生了改变,从追求物质生活的丰富和充实转向追求身心的健康和享受,他们把旅游看成是体现自我人生价值的重要方面。这一情况对旅游热的兴起和发展无疑具有重要的影响。

3. 经济因素

当代世界经济发展迅速,使许多国家的国民收入水平和支付能力提高,从而也推动了旅游的迅速发展和普及。此外,世界经济全球化和一体化不断深入,各国之间政治、经济、文化等方面联系不断加强,有力地推动了文化旅游、商务旅游、会展旅游等旅游形式的发展。

4. 科学技术因素

科技的发展促进交通工具的全面提升。第二次世界大战以后,方便、快捷的汽车和民航运输业发展迅猛,扩大了人们的旅游空间,提高了旅行效率,使人们能在较短的时间内进行较长距离的旅行,特别是国际、洲际乃至环球旅游。与此同时,信息技术在旅游活动中广泛应用,饭店预订管理系统、银行结算系统和旅游信息系统的建立,都极大地方便了人们外出旅游。

(三)世界现代旅游发展的环境

由于经济的全球化,国家之间、地区之间相互影响、相互竞争和相互促进,形成了一个不可分割的有机整体,构成了一个旅游发展的大环境,这是现代旅游发展环境的主要特点。

1. 社会经济环境

(1)国家经济的发展。国家经济的发展为现代旅游的发展奠定了两个最基本的条件——金钱和时间。近30年来,发展中国家经济的兴起推动世界旅游业在更广阔的范围内发展,特别是东亚经济的发展,成为世界旅游发展中的新亮点。发达国家经济的复苏和发展中国家经济的崛起,大大推动了全球旅游业的发展。

(2)体验经济的来临。人类社会正迈入体验经济时代。美国著名的未来学家阿尔文·托夫勒在他的《第三次浪潮》中指出:“服务经济的下一步是走向体验经济,商家将靠提供这种体验服务取胜。”体验就是使每个人参与到一项活动中,让他们获得一次难忘的经历。旅游业与体验是密不可分的,每个人参加一次旅游活动都希望获得一次难忘的体验,这就要求旅游业在体验经济时代能够进行产品创新。

(3)经济环境的全球化。经济环境的全球化使少数网络化的跨国旅游公司通过多种方式实现全球化经营,如采用垂直一体化和水平一体化模式、斜线一体化模式等,即从经营等级到经营范围两方面进行扩张,这就促使各国旅游业不断推出自己的新卖点。

2. 社会文化环境

(1)人口及结构变化。发达国家人口结构的突出问题是老龄化,由此未来旅游市场持续增长的细分客源层是老年人和探亲访友者,空巢家庭和富裕的退休者是老年市场最具潜力的两个群体。晚婚、晚育和不育的社会潮流带来家庭模式的多样化,如未婚单身、单亲家庭、丁克家庭、双亲带子女家庭等,每一种类型的消费群体对旅游产品和服务的需求是不一样的。

(2)社会环境意识。随着社会环境问题的日益严重,如热带雨林受到威胁、环境污染、全球气候转暖、珊瑚礁褪色、全球性缺水带来的生存威胁等,公众的社会环境意识会越来越强烈,反映到旅游发展上,旅游者对目的地的社会环境越来越敏感,生态环境的好坏成为消费选择的一个重要标准。旅游目的地在制定发展战略时,比以往任何时候都更加注意可持续发展的理念。

(3)生活与工作环境的变化。越来越拥挤的城市导致了许多问题,使得越来越多的人通

过旅游回归大自然、亲近大自然、享受大自然,对自然的、天然的吸引物越来越感兴趣,为生态旅游和乡村旅游的发展提供了客源基础。工作模式的改变(全日制趋少,承包制增多)使工作时间与休闲时间的界限不再那么泾渭分明,工作与休闲兼顾的旅行增多。

3. 科学技术环境

(1)信息技术的渗透。对旅游业影响最大的技术是信息和流通领域的新技术。旅游产品信息可以进行适时交换和互动交换,使得旅游者可以更加自如地掌握旅行生活、出游时间和消费模式。供应商也必须面对由此带来的挑战和机会。同时,电子机票、旅行支票、智能卡都使得人类的旅行越来越方便,也促进了旅游需求与供给的增长。

(2)先进的交通工具和设备的出现。随着科学技术的进步,更快、更安全、更舒适的交通工具正在不断地出现,这使人们外出旅游变得更加方便。例如,磁悬浮列车的速度已经达到了400~500千米/小时,在1500千米距离以内,乘坐磁悬浮列车将比乘坐飞机更具有优越性。同时,特殊的交通工具和设备也为那些必须拥有先进设备才能够进行的难度较大的探险旅游和太空旅游提供了条件。

4. 法律安全环境

安全是旅游的基本要素,现代旅游的一个重要方面是从法律上构筑和谐安全的旅游环境,应从以下两个方面着手:

(1)健全国家行政法律体系。从法律制度上规范国内、国外两个市场,使对外旅游更加开放,出入境手续更加简便,这是保障与促进旅游发展的一个重要前提条件。进入21世纪以来,越来越多的国家放宽了出入国境的条件,极大地促进了国际经济与旅游等方面的交流合作。因此,未来的趋势为需要签证的国家越来越少,使用护照检验新技术,像欧洲的《申根协定》那样,若干国家之间取消边境检查,这些因素必将使国际旅游业发生飞跃性的发展。

(2)重视社会安全问题。安全是旅游的基本要素,动乱、战争、疾病、治安、灾害、恐怖事件都会给旅游带来预想不到的冲击。例如,2001年美国发生的“9·11”事件和2002年印度尼西亚发生的巴厘岛爆炸事件,就使当地的出入境旅游人次和收入大大降低。2003年传染性非典型肺炎在世界范围内的肆虐导致很多国家和地区的旅游人数和收入锐减,甚至一些国家还成为旅游禁地。同时,安全问题也影响着人们外出旅行的方式、旅游目的地和旅游交通工具的选择,如旅行交通工具由飞机改为火车或汽车,旅游目的地由远程地区改为周边地区,并多为自己觉得较安全和熟悉的地方。这些都严重地影响了世界范围内的旅游业的发展。

二、新中国旅游业的发展

中国的现代旅游业经历了1949年新中国成立至1978年改革开放之前的政治接待时期和1978年之后的全面发展时期。

(一)政治接待时期

由于受抗日战争、抗美援朝战争、各项政治运动、外国经济的封锁等一系列事件的压力,当时中国的生产力水平落后,商品经济不发达,基本不具备产生现代旅游活动的条件,国内旅游活动的规模也很小。旅游部门则以政治性接待为己任,基本上只从事接待来访友人的工作。新中国成立后最早的旅行社是1949年12月成立于福建厦门的华侨服务社,主要从

事接待回大陆探亲旅游的海外华侨、港澳同胞和外籍华人。此后几年中,全国各主要城市也都陆续设立了华侨服务社。20世纪50年代后期,来华自费旅游者人数逐渐增多,最初是苏联和东欧客人,后来发展到主要西方国家和第三世界国家的来华访问者。1965年,我国接待外国旅游者达12 877人次,创造了10年来接待外宾工作的最好成绩。1971年,我国在联合国的合法席位得以恢复,本着“宣传自己,了解别人”的宗旨,中国的旅游业出现转机。1972年,美国总统尼克松和日本首相田中的访华使我国在国际关系方面取得重大进展,为我国旅游业的发展提供了有利的国际环境。美、日游客来华数量逐渐增多,其他西方国家的游客亦开始来华访问。

(二)全面发展时期

1978年党的十一届三中全会以后,改革开放逐步深入和发展,社会生产力也迅速发展,人民生活水平大幅提高,为我国国际旅游业和国内旅游业的发展奠定了基础。同时,随着我国经济的发展、对外交往的频繁以及外汇创收的需要,旅游业成为国民经济中最具发展活力的产业,并进入全面发展时期。

第一,中国旅游业在全面发展时期迅速崛起,已经树立起“中国是世界旅游大国”的形象,成为推动世界旅游发展的极富活力的重要力量,成为国民经济的重要产业,在社会主义政治文明建设、经济建设、文化建设与和谐社会构建以及国际交往中发挥着积极作用,成为全面建设小康社会和中国和平崛起的重要内容,旅游活动成为人们的一种重要的生活方式。

第二,在改革开放不断深入发展的形势下,逐步建立和完善了与社会主义市场经济体制相适应的旅游体制。“十一五”规划期间,在进一步完善现代旅游企业制度和旅游市场机制的同时,采取了优秀旅游城市的创建、酒店星级评定与复核、旅行社审批与年检、导游队伍建设与管理、旅游质量监督与执法等有效的行业建设和管理手段,形成了较为完善的旅游管理体系,旅游法规建设、质量规范与管理等进一步加强,行业管理体制进一步完善和健全,旅游业成为规范、健康发展的国民经济支柱产业。

第三,随着社会经济的高速发展,人民生活水平不断提高,闲暇时间的增加以及交通条件的改善使得我国国内旅游、出境旅游、入境旅游三大市场高速持续发展。2010年,我国旅游业总收入为1.57万亿元,同比增长21.7%,已成为全球第四大入境旅游接待国和亚洲第一大出境旅游客源国。

知识链接 2-2

“十一”黄金周全国旅游接待人次和收入均大幅增长^①

2010年10月8日,国家旅游局副局长、全国假日办执行主任王志发在中央电视台新闻频道节目直播时,发布了2010年“十一”黄金周旅游统计数据。数据显示,2010年10月黄金周全国共接待旅游者2.54亿人次,按可比口径,比上年同期增长27.1%;其中过夜旅游者(仅限于住在宾馆饭店和旅馆招待所)为5 908万人次,按可比口径,比上年同期增长27.9%;一日游游客为1.95亿人次,按可比口径,比上年同期增长26.9%;实现旅游收入1 166亿元,其中民航客运收入56亿元,铁路客运收入25.2亿元,39个重点旅游城市实现旅游收入473亿元,其他旅

^① 班若川.“十一”黄金周全国旅游接待人次和收入均大幅增长[N].中国旅游报,2010-10-11(1).

游城市和景区实现旅游收入 612 亿元;旅游者人均花费支出 459 元。

在所实现的 1 166 亿元旅游收入中,纳入全国假日旅游统计预报体系的北京、天津、承德、秦皇岛、沈阳、大连、长春、吉林、哈尔滨、上海、南京、无锡、苏州、杭州、宁波、黄山、厦门、南昌、瑞金、青岛、洛阳、武汉、长沙、张家界、韶山、广州、深圳、桂林、海口、三亚、重庆、成都、广安、贵阳、遵义、昆明、西安、延安、银川 39 个重点旅游城市,“十一”黄金周期间共接待游客 9 215 万人次,其中过夜旅游者(口径同上)为 1 980 万人次,一日游游客为 7 235 万人次。纳入全国假日旅游统计预报体系的 119 个旅游景区(点),“十一”黄金周期间共接待 2 236 万人次,门票收入 11.3 亿元。“十一”黄金周期间,39 个重点旅游城市监测的 172 家商业企业,共实现销售收入 115.5 亿元,比上年同期增长 19%;监测的 169 家餐饮企业,共实现营业收入 4.44 亿元,比上年同期增长 14%。

三、现代旅游业的发展趋势

据世界旅游组织统计,全球每年参与各种形式的旅游活动达到 40 多亿人次。据权威机构预测,2015 年、2020 年全球国际旅游人次将分别达到 12 亿人次、16 亿人次。2020 年全球国际旅游消费收入将达到 2 万亿美元。

2020 年,世界旅游市场格局中变化最大的将是欧洲、东亚及太平洋地区。欧洲仍将是第一位的旅游区域市场,但其市场份额将由 60% 减至 46%,东亚及太平洋地区将是第二位的旅游区域市场,其市场份额将由 17.5% 增至 25.4%。

同时全球近 8 亿国际游客将集中流向前十位的旅游目的地——中国内地、中国香港特别行政区、法国、美国、西班牙、意大利、英国、墨西哥、俄罗斯和捷克。最引人注目的是,中国将以年均增长 7.8% 的速度发展成为全球最大的旅游目的地,中国将占到全球市场份额的 8%,年接待入境游客为 1.33 亿人次。

2020 年,全球出境旅游人数排名前十位的将依次是德国、日本、美国、中国、英国、法国、荷兰、加拿大、俄罗斯和意大利。其中,德国出境旅游人数占到全球市场份额的 10.2%,中国将名列前茅,具有上亿人次的出境旅游规模。

◎ 复习思考题

1. 为什么人类的迁徙活动不属于旅游活动?
2. 简述交通运输条件的发展对旅游发展的意义。
3. 为什么人们将托马斯·库克誉为旅游业的创始人?
4. 近代旅游业发展的根本原因是什么? 为什么?
5. 试述现代旅游业的发展趋势。

案例分析

体育盛会带动中国体育旅游产业

世界瞩目的中国北京奥运会在 2008 年 8 月成功举办后,中国不仅赢得了体育大国的地位,还因上百座奥运场馆继续进行相关的业务营运,获得了无限的商机和效益,并得到更多的实际利益。

菲律宾的《每日论坛报》2008年9月23日在题为《促进体育旅游业发展》的文章中称,北京奥运会是世界各国人民研究体育旅游产业发展的绝佳案例。中国不仅因举办奥运会向全世界展示了自己,奥运会后,中国还将因体育旅游产业的发展而得到更多的实际利益。文章称,北京奥运会把中国推到了全球媒体的聚光灯下,大批涌入北京看比赛的观众给中国带来了大量财政税收,通过售卖奥运会转播权,中国还赢得了不少收入,从北京奥运会举办前到北京残奥会结束,北京的旅馆入住率明显增加,餐厅也迎来了更多的食客,并由此带动购物、游玩、娱乐、休闲等一系列与体育旅游相关的活动。在奥运会召开的前后时期,特别是观看比赛的观众,也带动了北京周边的旅游热,使得亚洲以及世界各国许多游客更希望有机会去发现中国的其他地方。

奥运会的成功举办对中国的体育旅游发展有较强的带动作用。北京奥运会后,广州又成功举办了2010年亚运会,为广州乃至粤港澳地区的体育与旅游产业在更深更广的层面上展开合作,快速推动体育旅游业的发展提供了一个极好的契机。从时间层面上看,亚运会将推动体育旅游业不断升温 and 可持续发展;从地域空间层面上看,亚运会将推动体育旅游业实现区域联动式发展;从产业层面上看,亚运会将推动体育旅游业的产业竞争力增强和素质优化。借助亚运会的契机发展体育旅游业,是优化粤港澳地区乃至泛珠三角地区旅游产业结构,提高区域旅游素质和经营层次的一条良好途径,对于广东地区的旅游创汇也会有直接的影响。

总之,体育旅游业具有广阔的发展前景。体育盛会的举行对于推动中国旅游业的发展是一个极好的契机,无论对于体育旅游业的形象塑造还是旅游产品与服务质量的提升都有极其深远的意义。

结合上述资料请分析:

1. 我国举办奥运会和亚运会给体育旅游产业带来了哪些影响?
2. 根据菲律宾《每日论坛报》所发言论,请思考:我们是怎样通过奥运会促进旅游业的发展的?

实训拓展

【实训项目】 本地(市县、乡镇)旅游业发展历史的调查

【实训方式和步骤】

- (1) 以班为调查单位组成调查队。
- (2) 根据调查内容将同学们分成若干项目组,针对本地(市县、乡镇)的旅游业,对其从开发一直到现在的发展历史情况进行调查。
- (3) 可以采取多种方式从以下方面进行调查:
 - ① 实地走访,向所调查的旅游行业企业单位的经营者或管理机构、附近居民了解该地区的旅游业从开发之日到现在的历史概况。
 - ② 调查该地区旅游业在其发展过程中存在或急需解决的问题。
 - ③ 搜集人们对该地(市县、乡镇)旅游业建设与社会发展及改革长远规划的意见和建议。
- (4) 撰写一份反映该地区(市县、乡镇)旅游业发展进程情况的调查报告。

第三章 旅 游 者

◎ 知识目标

1. 熟悉我国旅游统计中对游客范围的划定标准；
2. 理解国内外旅游者统计口径的异同；
3. 掌握旅游者形成的前提条件和必要条件；
4. 了解旅游者类型的各种划分方法，掌握按旅游目的划分的各种类型的旅游者的特点。

◎ 技能目标

1. 掌握国内外对国际旅游者和国内旅游者的划分标准，并能在实际工作中加以运用；
2. 掌握旅游者的消费行为与权利和义务，并能在实际工作中加以运用。

案例导读

.....

最宽泛的旅游者的定义

下面是世界旅游组织对“游客”、“过夜旅游者”、“不过夜旅游者”所下的定义。

游客(visitor)——任何出自不获得报酬的目的而访问其定居国以外的某个国家并在该国停留 12 个月以内的人。

过夜旅游者(tourist)——在所访问的国家的集体或私人住宿设施中停留一夜以上的任何游客。

不过夜旅游者(same-day visitor)——不在所访问的国家的集体或私人住宿设施中过夜的任何游客。

这些定义后来被用于修正国内旅游者的定义的依据。显然，这些定义宽泛得让人感觉不舒服。它既适用于到东京洽谈业务的纽约商人，也适用于到拉斯维加斯参加为期三天的会议的哈佛大学教授，还适用于到夏威夷追求娱乐和放松的柏林度假者。尽管这些“游客”都在其定居国以外的地方停留一夜以上，并且也没有在该地从事能获得报酬的活动，但他们之间在行为和动机上的差异是十分显著的。

用在目的地停留的时间长短作为标准来区别过夜旅游者和不过夜旅游者，对于主要对旅游者的行为感兴趣的研究者来说并没有多少价值。试想，一个只在阿卡普尔科(墨西哥南部港口城市)度过几个小时的游客就是一个不过夜旅游者，而他的行为与那些在阿卡普尔科度假地度过两周的过夜旅游者有什么区别呢？我们很可能从后者那里观察到更集中的观光、购物等行为，但这些根本不能说明他们与别的旅游者不一样。如果我们考虑乘客在游船上度过的情形时，这种区分就更成问题。所以，我们看到，世界旅游组织的定义对研

究旅游的人类学家和社会学家来说并没有多大用处。不过,对于类似于地理学这样的学科而言,世界旅游组织的这种宽泛的定义不会有什么问题。

? 请思考 …… ……

来自世界旅游组织编写的指南分别以“游客”、“不过夜旅游者”、“过夜旅游者”等定义为依据,对旅游者下了一个“一般意义”的定义,并被用于修正国内旅游者的定义的依据。你是从什么角度看旅游者的?你认为应该如何定义旅游者呢?

第一节 旅游者的定义

作为旅游活动主体的旅游者的旅游活动是一种社会现象。同时,旅游者也是旅游业赖以生存和发展的基础。因此,对旅游者的研究是旅游学里较重要的部分,根据旅游研究和旅游管理的实际需要,也有必要将国际旅游者和国内旅游者作出技术性的界定。

一、旅游者的定义分类

研究旅游者,首先接触到的就是旅游者的概念和界定问题,即什么样的人才能称之为旅游者。对旅游者的定义问题,不同的学科背景、不同的研究视角、不同的研究目的、不同的研究主体都会得出不同的结论。有关旅游者的定义可以分为以下两类:

1. 概念性定义

在 1811 年英文版的《牛津词典》中,第一次出现了旅游者(tourist)一词,其意为“以观光游览为目的的外来旅客”。1876 年瑞士的《世纪大百科词典》将旅游者解释为“出于一种好奇心,为了得到愉快而进行旅行的人”。这种认识未将非消遣性的旅游者(如商务旅行、宗教旅行、军事旅行、科学考察旅行等)包括进去。随着社会的发展,非消遣性旅游的规模逐渐扩大,人们对旅游者也有了新的认识。简单地说,旅游者就是离家外出到异国他乡旅行访问的人。以上这些定义都属于概念性定义。

2. 技术性定义

这类定义主要是为了满足实际工作的需要,一是统计工作中对规范旅游者统计口径的需要;二是在出入境中制定和执行有关政策的需要。与概念性定义比较起来,技术性定义具有较高的可操作性。基于这一原因,国际联盟(the League of Nations)、联合国组织(the United Nations)、世界旅游组织(World Tourism Organization)等国际组织乃至各国的旅游组织从很早就开始对这一问题进行了大量的研究。

二、国际上对旅游者的定义

(一)国际联盟专家统计委员会的定义

1937 年,国际联盟专家统计委员会将旅游统计中的“外国旅游者”解释为:“离开自己的居住国到另一个国家访问至少 24 小时的人。”

应列入来访旅游者范围的人有：

- (1) 为了消遣、家庭事务及身体健康方面的目的而出国旅行的人；
- (2) 为出席会议或作为公务(包括科学、行政、外交、宗教、体育等方面的会议或公务)代表而出国旅行的人；
- (3) 为商务原因而出国旅行的人；
- (4) 在海上巡游度假过程中登岸访问的人员,即使其上岸停留时间不足 24 小时,亦视为来访旅游者。

不能列入来访旅游者范围的人有：

- (1) 抵达某国就业任职(不管是否订有合同)或者在该国从事经营活动者,均不能列为旅游者；
- (2) 到国外定居者；
- (3) 到国外学习,膳宿在校的学生；
- (4) 边境地区居民中日常越境工作的人；
- (5) 临时过境而不停留的旅行者,即使在境内停留时间超过 24 小时也不能被界定为旅游者。

(二) 罗马会议的定义

1963 年,联合国在罗马召开的国际旅游会议上对来访旅游人次的统计范围作了新的规定。凡纳入旅游统计中的来访人员统称为游客。这里的“游客”实际上也就是汉语中人们泛称的旅游者。游客又分为两类,一类是在目的地停留过夜的旅游者;另一类是不在目的地过夜停留,而是当日往返的游客,称之为短程游览者或“一日游”游客,实际上也就是不过夜的旅游者。这一定义的基本特点有以下几点:

- (1) 将所有纳入旅游统计中的来访人员统称为“游客”。
- (2) 以在访问地的停留时间为标准,将游客进一步划分为停留过夜的旅游者和不停留过夜的旅游者。这两种不同类型的游客需要分别进行统计。
- (3) 根据来访者的定居国或常住国,而不是根据国籍来界定其是否属于应纳入旅游统计中的游客。
- (4) 根据访问目的来界定其是否应被纳入旅游统计中的游客。

罗马会议的定义也有不足之处,即它所界定的只是国际游客,而没有将国内游客考虑进去。

(三) 渥太华会议的定义

1991 年,世界旅游组织与加拿大政府在渥太华联合召开国际旅游统计工作会议,会上提出了一整套关于旅游统计的建议,联合国统计委员会采纳了这些建议。

他们将国际游客定义为:“任何前往其常住国以外某个国家进行旅行,并且离开自己常住环境的时间不超过 12 个月,其前去访问的目的不是为了从事获取报酬的活动的人。”国际游客包括国际旅游者和国际一日游游客。

而将国内游客定义为:“任何前往位于其常住国国内,但在自己常住环境外某个地点进行为期不超过 12 个月的旅行,其到该地点进行访问的主要目的不是为了从事可从该地获得报酬活动的人。”国内游客包括国内旅游者和国内“一日游”游客。

三、我国对旅游者的定义

(一)对国际旅游者的定义

国家统计局和国家旅游局根据我国的实际情况,从统计工作的需要出发,对国际旅游者作了如下的规定:凡是来我国观光,度假,购物,探亲访友,就医疗养,考察或从事文化、贸易、体育、宗教活动、参加会议等的外国人、外籍华裔、华侨和港澳台同胞,均属我国的国际旅游者;在来华旅游人次统计方面,凡纳入我国旅游统计的来华旅游入境人员统称为(来华)海外游客或国际旅游者。来华旅游入境人数不包括下列人员:应邀来华访问的政府部长以上官员及随从人员、外国驻华使(领)馆官员、外交人员以及随行的家庭服务人员和受赡养者;常住我国一年以上的外国专家、留学生、记者、商务机构人员等;乘坐国际航班过境不需要通过护照检查进入我国口岸的中转旅客;边境地区往来的边民;回大陆定居的华侨、港澳台同胞;已在我国大陆定居的外国人和原已出境又返回在我国大陆定居的外国侨民;已归国的我国出国人员。

为了便于界定,我国规定来华入境旅游者是指因上述原因或目的,离开其常住国(或常住地区)到我国大陆访问,连续停留不超过12个月,并且在我国大陆活动的主要目的不是通过所从事的活动获取报酬的人。按照在我国大陆访问期间停留时间的差别,可将海外游客划分为以下两类:

(1)海外旅游者,即在我国大陆旅游住宿设施内停留至少一夜的海外游客(过夜游客)。

(2)海外“一日游”游客,即不在我国大陆旅游住宿设施内过夜(而是当日往返)的海外游客(不过夜游客)。

可见,我国有关部门对旅游者的定义尽管与有关国际组织的表述不一致,但实质内容是一致的。当然,个别地方的解释有所不同。例如,按照我国对海外旅游者的解释,实际上将在亲友家过夜的来华旅游者排除在了统计范围之外。

(二)对国内旅游者的定义

在我国的国内旅游统计中,对纳入国内旅游统计范围的人员统称为国内游客。国内游客是指我国大陆居民和在我国常住1年以上的外国人、华侨、港澳台同胞离开常住地在境内其他地方的旅游设施内至少停留一夜,最长不超过6个月的人。国内游客也分为以下两类:

(1)国内旅游者,指我国大陆居民离开常住地,在我国境内其他地方的旅游住宿设施内停留至少一夜,最长不超过6个月的国内游客。

(2)国内“一日游”游客,指我国大陆居民离开常住地10千米以外,出游时间超过6小时但不足24小时,并未在境内其他地方旅游住宿设施内过夜的国内游客。

从以上我国在国内旅游统计方面对旅游者所作的界定中可以看出,它同世界旅游组织的建议基本吻合。但是,同我国在国际旅游统计方面所作的解释一样,国内旅游统计中并未将在亲友家中过夜的国内旅游者包括进去。由此不难看出,我国关于国内旅游人次的统计数据难免会低于其实际的数据。

第二节 旅游者的形成条件

旅游活动的出现是随着人类社会的发展而产生并不断完善的,旅游行为的实现是外部旅游条件和旅游者内部心理因素共同作用的结果,旅游者的形成取决于多方面的条件和因素。

一、旅游者形成的前提条件

(一)可自由支配收入

从经济角度讲,旅游活动的过程就是旅游者在食、宿、行、游、购、娱各环节上发生各种经济关系的过程。一个人或其家庭的收入水平,通常决定着他能否外出旅游及其旅游消费水平的高低。可见,个人或家庭收入达到一定的水平是一个人实现旅游活动的前提之一,也是实现旅游活动的重要物质基础。

当然,个人或家庭的收入并非全部都用于旅游,真正决定一个人能否实现旅游活动的个人或家庭收入水平实际上指的是其个人或家庭的可支配收入,更确切地说是其家庭的可自由支配收入。可自由支配收入又称可随意支配收入,指个人或家庭收入中扣除全部纳税和社会消费(健康人寿保险、老年退休金和失业补贴的预支等)以及日常生活必须消费部分之后余下的收入部分。个人可自由支配收入水平取决于人均收入所得,人均收入所得又取决于国民经济发展情况以及收入分配政策,而这些都影响着人们对旅游目的地的选择和对旅行方式的选择。随着人们的可自由支配收入的增加,人们出行旅游目的地范围将更广,行程将更远,而且出行的方式将更加多样化。研究表明,当一个家庭的收入尚不足以购买基本生活必需品时,该家庭成员很少外出旅游。然而,一旦这个家庭的收入水平超过这个临界点,用于旅游的消费就会增加。可见,可自由支配收入的水平不仅决定了一个人是否有条件外出,而且决定了旅游者的支付水平。

此外,可自由支配收入的水平不仅影响着人们的旅游消费水平,还影响到人们的旅游消费构成。旅游者可自由支配收入水平可以通过恩格尔系数进行相对衡量。恩格尔系数是一个家庭或个人收入中用于食物支出的比例,系数越低,则表明其可自由支配的收入越高,外出旅游的活动越多,旅游者在旅游中所跨越的距离越远,花费总量就越大;反之,则朝相反的方向变化。总之,可自由支配收入水平决定着一个人能否成为旅游者,并影响着旅游者的消费水平和消费构成,以及旅游者对旅游目的地和旅行方式的选择等。

(二)闲暇时间

随着社会的进步、经济的快速发展,社会劳动生产率越来越高,人们用于劳动的时间将越来越短,闲暇时间则不断增多。联合国颁发的《消遣宪章》中写道:“闲暇时间是指个人完成工作和满足生活需要之后,完全归他本身支配的一切时间。这段时间的使用是极其重要的,消遣和各种娱乐为补偿当代生活方式中人们的许多要求创造了条件,更为重要的是通过身体放松,竞技,欣赏艺术、科学和大自然,为丰富生活提供了可能性。无论在城市还是乡村,闲暇时间都是重要的,闲暇为人类的想象力和创造力的自由发展提供了空间。闲暇时间

是一种自由时间,是人类能掌握的为人和作为社会的有意义的成员的价值。”

闲暇时间是旅游者形成的另一个前提条件。人们的时间按使用的目的可分为四类,即工作时间、生理上需要调剂的时间、家务和社会交往时间、闲暇时间。正因为有闲暇时间,人们才有可能外出旅游,成为旅游者。许多单位实行的职工不定期休假制等也属闲暇时间的范畴,带薪休假的时间长而且集中,是人们外出旅游的最好时机。

总之,旅游者形成的前提条件之一便是有足够的闲暇时间。否则,外出旅游只能是奢谈。

二、旅游者形成的必要条件

(一)旅游动机

旅游动机是推动人们旅游的内在原因和动力。一般来说,人天生具有好奇心,有着追求新奇和寻求新的感受的内在动机,这种动机促使人们走向国内外不同地区,欣赏各地的自然景观,了解所到之地的风土人情、人文习俗,考察不同的社会制度,感受各有千秋的异域文化,领略精彩的世界。当人们产生了不同的旅游动机,并拥有了足够的旅游费用和闲暇时间时,就有了旅游的行为。因此,旅游动机是旅游者形成的必要条件。影响旅游动机的因素有以下几点:

1. 受教育程度

旅游者受教育程度的高低影响着旅游者文化水准的高低,而不同文化水平的旅游者的旅游动机有很大差别。文化程度较高的人,其求知欲较强,富有冒险和挑战精神,对文化内涵深厚的博物馆、美术馆、歌剧院、古人类文化遗址等以人文旅游资源为主题的旅游地兴趣较大,希望旅游活动的安排能变换环境,同时其旅游方式更多地表现为度假性质;文化程度较低的人则通常会选择较熟悉的景点或陌生的旅游目的地,且以自然旅游资源为主。

2. 职业和收入水平

人们的职业不同,社会角色不同,社会地位和环境不同,其旅游动机也各不相同。农民向往到大城市旅游,都市旅游成为他们的首选;商务人员、公务员、科技工作者等则希望到风景优美、鸟语花香的景点去感受大自然恩赐的幽静、清新。同样,人们可自由支配收入的多少和一次旅游总费用的高低直接影响旅游活动的范围和旅游动机的形成。例如,高收入者可以选择远程观光和度假,喜欢选择科技含量高的旅游项目。

3. 性别和年龄差异

旅游者的性别对旅游动机的形成有重要影响。由于男性和女性在家庭、社会中扮演的角色不同,又有不同的生理特点和生活情趣,其旅游动机存在很大的差异。例如,男性旅游者大都喜欢探险、登山、滑雪、野营及各类运动健身型户外体育活动,而女性旅游者更热衷于度假、购物和相关休闲活动,因而男性和女性旅游者对旅游目的地、旅游方式、旅游活动安排的选择有很大的差异。例如,日本男子外出旅游多为做生意,日本女子则主要以购物为目的。从年龄来看,儿童、少年、青年、中年和老年人的旅游选择具有明显差异。儿童活泼可爱、好奇心强,喜欢游戏娱乐类的旅游活动;青少年喜欢结伴而行,追求猎奇心理和求知欲望的满足;中年人在工作和事业上已取得一定成绩,具有较多的生活经验,他们的旅游动机大都倾向于务实、求名或出自专业爱好,往往更喜欢各类专题旅游活动。

另外,家庭结构、社会关系、传统习俗、季节变化等都是影响人们旅游动机的重要因素。

(二)旅游者心理需求

旅游动机促使人们产生旅游行为,动机是心理需求的表现形式,一个人的动机总是为了满足自己的某种需求而产生的。各种各样的心理需求使旅游者产生旅游动机,如受尊重的需求和自我实现的需求,探新求异的心理需求,回归自然的心理需求,逃避紧张现实、调节身心节律的心理需求等。

知识链接 3-1

旅游者的气质类型与服务要求^①

根据心理学的相关原理,人的气质分为胆汁质、多血质、黏液质和抑郁质四种类型,与其相对应,旅游者则分为兴奋型、活泼型、安静型和内向型四种气质类型。

1. 兴奋型旅游者的表现及服务要点

该类客人性情急躁,在候车、办手续、进餐、结账时稍需等候就很不耐烦,显得心烦气躁;他们对人热情,易兴奋激动,喜欢大声说话而且直率;走路、做事毛手毛脚;喜欢显示自己的长处,乐于助人,有冒险精神,乐于参与富有刺激性的活动;难以克制自己,遇到问题和麻烦便大声吵闹,易发火动怒,一旦动怒就难以平静;常忘事、丢失东西。

接待这类客人应注意:① 服务速度快,开房、送餐、结账时力求高效率,不拖拉;② 避免与他们发生争执或冲突,出现矛盾主动回避,不要激怒他们;③ 注意提醒他们不要丢失东西。

2. 活泼型旅游者的表现及服务要点

这类客人活泼大方,情感丰富,爱说爱笑,显得聪明伶俐;他们爱交际,常主动与服务员攀谈,拉家常,并建立友谊;富有同情心,遇事与他们商量,容易获得谅解;喜欢打探消息,对各种新闻感兴趣;爱热闹,喜欢参加新颖、热烈的活动,但受不了寂寞和孤独。

接待这类客人应注意:① 多介绍、安排新奇有趣、富有刺激性的活动;② 对他们主动热情的交谈要诚恳以待,不要不理不睬;③ 提供服务速度要快,多变换花样,避免呆板。

3. 安静型旅游者的表现及服务要点

这类客人温和而稳重,不苟言笑,不爱与服务员攀谈,说话做事慢慢腾腾;喜欢清静,恋旧,不喜欢经常变换花样;不容易受感动,面部表情不丰富,常给人一种捉摸不透、难以接近的感觉,若有事与他们商量,他们会考虑很久,显得很谨慎;喜欢参加节奏轻松的活动;喜欢故地重游,买东西认牌子,保守,对新的活动项目、新的情况接受较慢。

接待这类客人应注意:① 安排住房所处位置应僻静、少被打扰;② 活动项目安排缓和而简明;③ 有事交代,应直截了当,说慢点;④ 凡事不要过多催促,允许他们考虑。

4. 内向型旅游者的表现及服务要点

此类客人喜欢独处,身处公共场合时,喜欢在不显眼的地方默默地待着,且不苟言笑,显得腼腆而羞怯;不爱凑热闹,不爱参加热烈和有竞争性的活动;不愿成为大家注意的目标;说

^① 魏乃昌,魏虹.服务心理学[M].2版.北京:中国物资出版社,2006:82-85.

话做事都很斯文,步履显得很柔弱;不爱交往,不爱主动与人交谈,有什么想法和意见也不说,且自尊心特别强,爱因小事而怏气。

接待这类客人应注意:① 特别尊重、照顾他们;② 说话态度温和、诚恳,切勿出现命令或指责;③ 不和他们开玩笑,说无关的事,以免引起误会;④ 安排住房所处位置应清静而不冷僻,对其多关照、少打扰;⑤ 有事与他们商量,把话说清楚,说话慢一点,以免引起他们的猜忌和不安。

三、旅游者形成的其他条件

除上述的前提条件和必要条件外,还有其他一些条件影响着旅游者的形成。

(一)社会人口的数量和结构

在出境旅游中,同是经济发达的国家,一般来说,人数越多的国家,出国旅游的人数越多。人口结构对旅游人数的影响也较大。例如,独生子女家庭要比多子女家庭的旅游条件好一些,出游的可能性较大。

(二)生活观念和生活方式的改变

随着经济的发展和社会的进步,人们的价值观念和消费模式发生了变化,越来越多的人把旅游当成生活中不可缺少的一部分,认为旅游是生活的权利,是一种时尚。

(三)城市化与环境的变迁

大城市是旅游者产生的重要基地。一般来说,大城市家庭平均收入较高,家务劳动自动化和社会化程度较高,受教育程度高的人比例较大,再加上城市拥挤喧闹,污染较重,居民感到生活紧张,迫切需要利用旅游活动暂时躲避一下尘世的喧嚣,于是产生的旅游者就相对较多,且更容易购买旅游产品。

(四)旅游业的发达程度

旅游业的日趋发达为旅游者的大量产生创造了条件。首先,旅游交通的发展,特别是私人汽车的增加,使旅游成为了轻而易举的事。其次,信息化的发展使人们足不出户便可知天下事,并且激发了人们的好奇心和探索心理,希望看一看外面的世界。最后,旅游服务机构设有旅游咨询业务,使人们有充分选择的余地。

(五)旅游产品的推陈出新

各个旅游接待地想方设法推出适应各类旅游者的专门化、特色化的产品,如商务旅游、会议(奖励)旅游、生态旅游、徒步旅游、登山旅游、自行车旅游、蜜月旅游、家庭旅游、女青年愉快购物旅游等,从而促使更多的人成为旅游者。

(六)政府和社会团体的重视和鼓励

政府和社会团体的重视和鼓励对旅游者的影响作用也很大,比如举办一些宣传促销、招徕游客的活动,简化手续,方便旅游者,鼓励和引导国民的消费和闲暇消遣趋向等都有利于旅游者的产生。

第三节 旅游者的分类与特征

在旅游研究和实际工作中,经常需要根据研究和工作的目的将旅游者按不同的标准划分为不同的类型。而这些不同类型的旅游者,其需求特点也各有差异。

一、旅游者的分类

目前对旅游者尚无统一的分类标准。许多学者常常把旅游者类型的分类与旅游类型的分类联系在一起,有何种类型的旅游活动,就有何种类型的旅游者。下面介绍几种常见的旅游者类型的分类方法。

(1)按旅游目的分类,可以把旅游者划分为观光游览型旅游者、娱乐消遣型旅游者、公共事务型旅游者、个人及家庭事务型旅游者、医疗保健型旅游者、文化知识型旅游者、生态探险型旅游者、宗教传承型旅游者。

(2)按地理范围分类,可以把旅游者划分为国内旅游者、国际旅游者、环球旅游者等。

(3)按组织形式分类,可以把旅游者划分为团体旅游者、散客旅游者、自助旅游者等。

(4)按消费水平分类,可以把旅游者划分为经济型旅游者、标准型旅游者、豪华型旅游者等。

(5)按费用来源分类,可以把旅游者划分为自费旅游者、公费旅游者、奖励旅游者等。

(6)按旅游方式分类,可以把旅游者划分为飞机旅游者、火车旅游者、汽车旅游者、轮船旅游者、自行车旅游者等。

(7)按计价方式分类,可以把旅游者划分为全包价旅游者、半包价旅游者、零包价旅游者等。

此外,也可按享受程度、旅行距离或者客源地等标准进行划分。在实际研究和工作中,有时需要运用两种或多种标准对旅游者进行细分。划分旅游者类型只是为一定的研究目的服务,是根据实际需要而选择和进行的。

二、按旅游目的分类的旅游者特点

从对旅游者的各种分类标准来看,不同类型的旅游者所表现出的特点有其共性也有其个性。下面对按旅游目的划分的各种类型的旅游者的特点作简要说明。

(一)观光游览型旅游者

观光游览型旅游者以观赏游览异国他乡的名胜古迹、风土人情等为主要目的,是最古老、最常见、最基本的旅游者类型,也是我国旅游者类型的主体。其特点为:希望通过观赏游览异国他乡的自然景观和人文景观增长见识,开阔视野,陶冶情操,获得新、奇、异、美、特的感受;在旅游地逗留时间短,重游率低,花费较少,对旅游景点的特色和价格比较敏感。

(二)娱乐消遣型旅游者

娱乐消遣型旅游者以放松精神、享受临时变换环境所带来的欢娱为主要目的。在发达国家的所有旅游者中,娱乐消遣型旅游者所占比重最大。其特点为:追求娱乐、参与、消遣、

刺激和享受;对旅游产品的质量、旅游安全和价格比较敏感;外出旅游的季节性较强,几乎都会选择旅游目的地最好的季节;利用带薪假期外出旅游;对旅行方式的选择自由度大;重游率较高,出游和停留时间较长。

(三)公共事务型旅游者

公共事务型旅游者是根据工作需要,以贸易合作、商务洽谈、出席会议、举办展览、科学文化交流等为主要目的。其特点为:有一定的身份地位,对旅游产品和服务质量要求较高;费用主要由其所在的团体公费开支,支付能力较强,对价格不太敏感,消费较高;因为公务在身,对旅游目的地和旅游时间没有太多选择余地,一般以就近短途和短时为多;人数相对较少,但出行次数较多,季节性不强。

(四)个人及家庭事务型旅游者

这类旅游者的需求比较复杂。他们兼具消遣型和公务型的某些特点。例如,在出游时间上,他们中虽有不少人利用带薪假期探亲访友,但大部分人还都选择在传统节假日外出探亲,而各国传统节假日又不尽相同。因此,其总体特点为:出行季节性较差;对旅游价格比较敏感;没有选择旅游目的地的自由。

(五)医疗保健型旅游者

医疗保健型旅游主要有疗养旅游、休闲度假旅游、温泉旅游、森林旅游、体育保健旅游、气功专修旅游等形式。医疗保健型旅游者的主要目的是,通过参加有益于身心健康的旅游活动,治疗某些慢性疾病,消除日常工作疲劳。其特点为:有较高的收入,有较多的闲暇时间;保持健康或恢复健康的欲望较强;对旅游项目中的保健、康体、医疗等功能比较敏感;停留时间较长;近距离旅游者较多。

(六)文化知识型旅游者

文化知识型旅游是一种旨在观察社会、体验民俗民风、丰富历史文化积累、增长知识的旅游形式。这类旅游者主要是想通过文化知识旅游达到休息、充实大脑和娱乐的目的,同时获得知识的启迪。其特点为:具有较高的文化素养,对导游的文化知识基础有较高的要求,对旅游日程安排的周密性和旅游线路的科学性比较敏感。

(七)生态探险型旅游者

生态探险型旅游是目前国际、国内旅游市场新兴的一种高级旅游形式。它强调观光旅游、自然保护与文化保存相结合,是一种肩负环境责任、具备环境伦理的旅游新项目。这类旅游者主要是通过旅游达到了解大自然、宣传和保护大自然的休息和娱乐的目的,同时达到充实大脑和获得知识的启迪的目的。其特点为:具有较高的自然科学、社会科学综合知识和生态意识;具有某种专长或特殊兴趣,乐于与当地居民交流;一般经过专门的培训;对旅游日程安排的周密性和旅游线路的科学性比较敏感。

(八)宗教传承型旅游者

宗教传承型旅游是指以宗教朝圣、拜佛、求法、取经、考察等为主要目的的旅游形式。宗教传承型旅游是世界上最古老和最稳定的旅游类型。这类旅游者主要是想通过旅游达到宗教交流、陶冶身心、祈求平安的目的。其特点为:注重宗教景点场所的原真性和接待形式的规范性,强调灵验性和归宿感;具有很高的市场稳定性和重游率。

知识链接 3-2

当代旅游者呈现的八大特征

1. 不吝嗷花钱,但注重价值

旅游消费对人们来说还带有几分温饱之后的“奢侈消费”的味道,所以偶尔出门旅游一次是做好了花钱的准备的,但花钱要花得值。所谓“值”,就是游客的综合感受。旅游作为无形产品,很难定量地确定每处景点活动及商品服务的价值。产品特色、环境舒适、服务到位、景区居民热情好客,都是体现价值的要素。

2. 远离尘世,但与社会保持联系

远离城市的喧嚣去享受一份短暂的宁静或欢乐,这是当代旅游者共同的愿望。但这种远离尘世与看破红尘的出家截然不同。旅游者虽身在他乡异国,但仍会不断与他的社交圈和家庭频繁沟通联络,并希望及时了解居住地的情况。因此旅游规划中要充分考虑包括手机和电视等方式对旅游者信息渠道的多元化和畅通性的影响。

3. 渴望真实,又希望模仿

旅游者希望到品位很高的旅游城市和旅游景区旅游。但因条件的制约,不可能踏遍千山、走遍天下,于是许多人工吸引物和景区就应运而生。深圳的锦绣中华、中国民俗文化村、世界之窗,昆明的世博园、民俗村都是很成功的范例。美国拉斯维加斯有一家酒店,把威尼斯水城移植到内华达州的沙漠中,要入大堂去总台,需坐船通过水道进入,可以让客人欣赏真实还原的威尼斯风光。

4. 中产阶层人数和经验丰富的旅游者不断增加

旅游属于“奢侈品”,因此,相当大比例的旅游者来自中产阶层,而且这一阶层的队伍随着经济的发展正日益壮大。同一处旅游景观,对不同经历的旅游者来说,其感受可能大相径庭,这就给负责旅游供给的经营者提出了更高的要求:满足新老客人的要求,让他们各得其所。深圳华侨城的各种人造景观项目不断推陈出新就是一例。

5. 环境保护意识和追求豪华享受并存

在旅游开发中,至关重要的是保护环境。如今推出的生态旅游、绿色酒店、绿色食品等,都是一个很好的发展方向。旅游者大批出游,其间享受虽未必豪华,但旅游景点超容量地接待,不可避免地会对环境和设施造成破坏。因此通过产品分档、价格调节、总量限制等办法来进行控制,是为国家、地区和子孙后代可持续发展而必须要做的大事。

6. 寻找独处与强调社交

旅游者外出,寻求一个与家庭、亲人、朋友、情侣相对分割的清静环境,但同时他们又希望在旅游中进行事实上的交往,或结识新朋友,或增加情趣,或获得知识和信息,这一静一闹、一分一合,都需要对旅游景点作两方面的设计。

7. 休假时工作与工作时找乐趣

在个人计算机技术高度发达的今天,旅游者出门时往往会带上笔记本电脑。笔记本电脑就是一个包罗万象的移动办公室。在到达旅游目的地后,旅游者可利用电脑查资料、发信

息,或进行一些上班时未完成的工作。从群体看,旅游度假与会议融为一体,更是我国许多机构和企业通行的一种旅游方式。因此度假地要搞好网络通信建设,以此来吸引更多的客源。

8. 旅游与家庭生活的相互补充

全家外出是一个增强家庭亲和力的大好机会,夫妻、儿女之间可以通过旅游活动加强沟通和增进感情。但是,旅游者也想有个静心休憩的空隙。因此,国外在度假地住宿设施中采取了有分有合的设计,既可以让父母有单独休息的空间,又有半隔离的供孩子自由娱乐的天地,能让他们尽兴玩耍而不影响大人们休息。

以上八点是世界旅游发展中显现的旅游者特征。在我国,这些特征表现得有强有弱,有显有隐,因此必须高瞻远瞩,未雨绸缪,做好旅游超前规划,才能适应旅游市场发展的需要。

第四节 旅游者的消费行为与权利义务

所谓旅游消费行为,是指旅游者从自身的享受和发展需要出发,凭借环境和旅游相关企业创造的条件,在旅游过程中对以物质形态和非物质形态存在的食、宿、行、游、购、娱中所接触到的旅游客体的购买、享用和体验过程。

一、旅游者的消费行为

(一) 旅游者消费行为的内容

旅游者的消费行为是指旅游消费者在旅游动机的引导下,为了达到一定的目的,选择、比较并最终购买旅游服务产品的过程。它包括消费者为什么购买、购买什么样的旅游产品、在何时何地购买、以何种方式购买,以及旅游者对旅游服务的具体要求、影响旅游者消费行为的各种因素。同时还要明确在旅游过程中的食、宿、行、游、购、娱及经济、社会、文化等因素。

(二) 旅游者消费行为的模式

旅游者消费行为方式是多种多样的,是多种因素综合作用的结果。通过以下模式的分析,可以从经济和心理两个角度来更深刻地了解旅游者的消费行为。

1. 边际效应模式

此模式主要用于分析旅游者增加一个单位产品的消费,其满足状况的变化,从而最终确定旅游者效应最大化的消费量。首先,根据边际效应理论,随着旅游者购买同一旅游产品次数的增多,其边际效应是递减的,这就提醒旅游企业旅游服务的改进是永无止境的。其次,旅游者选择哪一种服务主要取决于在相同价格下,哪种服务带给旅游者的边际效应更高。最后,按照边际效应理论,旅游企业可以从降低价格和增加服务的效应两方面入手来提高旅游者的满意度。

2. 刺激—反应模式

心理学家通过研究得出的结论认为,人的行为是外部环境刺激的结果,行为是对刺激的

必然反应。在旅游者购买旅游服务过程中,旅游企业的广告、宣传、推销、促销等外在因素会作用于旅游者的消费行为;亲朋好友、家庭成员等相关群体也会发表一些对旅游服务的评价和观点,这些同样会影响旅游者的消费行为;旅游者个人的学习、对外部信息的吸收以及旅游者个人的心理因素、外在的因素最终决定了消费者的消费行为。

3. 需求—动机—行为模式

当旅游者产生旅游需求而得到满足时,就会引起一定程度的心理紧张感。当进一步出现满足需求的目标时,需求就会转化成动机。动机是推动旅游者进行旅游消费的原动力。旅游者通过旅游消费获得满足后,心理紧张感就会消失。最终的消费结果又会影响下一次旅游需要的产生,新的循环周期又开始了。旅游者的消费行为受到经济因素、社会因素、文化因素等外在因素的影响。同时,旅游者的个人因素也会潜移默化地渗透到旅游者的决策过程中。

(三) 旅游者消费行为的实现

旅游决策、旅行和游览、返回家园是旅游者消费行为过程的三个阶段,旅游者在旅游过程中的不同阶段具有不同的心理需求。

1. 出游前的旅游决策阶段

旅游决策对大多数人来讲是一项重要的决策,旅游决策是旅游者面对各种旅游信息、机会或备选旅游方案进行整理、评估、筛选,直至最终作出决策的过程。

旅游者在确定旅游目的地时,需要占有尽可能多的资料和信息,这些信息主要来源于三方面。第一,口碑效应。旅游者的亲戚、朋友、同学、同事等熟人的观点对旅游者的旅游决策会施加一定的影响。第二,民间渠道。它是指旅游者通过网络、报刊、图书、电影、电视等途径获取的,由非旅游组织或个人提供的有关旅游的信息。第三,官方宣传。它是指旅游接待国或地区为了吸引游客、发展旅游业而进行的一系列广告宣传和推销活动。其信息量大,影响面宽,对旅游者的决策会产生很大影响。

旅游者在确定了旅游目的地之后,就需要结合自己的闲暇时间安排确定旅游日程,然后决定游览逗留时间。此外,旅游者还要选择切合自身利益的旅游方式。如果参加旅行社组团旅游,只需要按照旅行社的统一安排去做便可;若选择自行出游,还需亲自确定旅游日程安排,包括游览时间、游览景点的确定,交通工具的选择和投宿饭店的搜寻等。

2. 旅行和游览阶段

旅行是整个旅游活动的主体和核心部分,是一个丰富多彩又引人入胜的过程。这个阶段旅游者的消费行为包括:

(1) 旅游观赏与体验。旅游观赏是指旅游者通过视听感官对外部世界中所展示的美的形态进行欣赏,旨在从中获得愉快的感受。旅游观赏是旅游审美活动的主要形式之一,是对旅游景观所包含的美景要素的具体感受和把握的过程。当旅游者踏上出游的旅途后,便开始了旅游的体验。旅游体验是一个过程,即旅游者通过与外部世界取得联系,从而改变其心理水平并调整其心理结构的过程,是旅游主体的内在心理活动与旅游客体所呈现的表面形态和深刻含义之间相互交流或相互作用的结果。

(2) 旅游交往。旅游交往与日常交往的不同之处在于:旅游交往是一种异地暂时性的个人间非正式交往。旅游交往开始于旅游购买之时,终止于旅程结束之时。在为寻根、探亲、

访友而进行的旅游消费活动中的旅游交往,也是极为重要的一种交往。例如,1976年美国黑人作家阿历克斯·哈利的小说《根》出版后,引起轰动,许多美国黑人纷纷前往冈比亚寻根,掀起了世界寻根旅游的热潮。旅游交往具有非约束性。旅游交往期间,由于交往对象一般是脱离了原社会系统的,他们之间的交往往往是自愿的和平等的,是以情感沟通或物品交易为主要内容的,这种角色的变化,使得旅游者的心态也发生了变化,他们经常不顾年龄、社会地位、长幼之分,以旅游者身份进行旅游体验与交流。

(3)旅游参与。旅游者在旅游消费过程中暂时脱离了常规扮演的社会角色,开始扮演一个全新的角色,并由此引发出一些不同常规的行为。他们深入当地社会,渴望通过各种活动体验异地文化。比如,音乐爱好者到奥地利维也纳旅游时,会去考察音乐大师海顿、莫扎特、舒伯特、施特劳斯等人的生平和遗迹,搜集有关材料,参加音乐节等活动。

旅游参与的最高境界是游客不再被当地居民看成是旅游者,而是受欢迎的客人。对许多西方旅游者来说,旅游的最高境界就是与当地人在一起聊天,即使是旅游结束回到家后,旅游者仍会兴致勃勃地向亲戚或朋友介绍、谈论自己与当地人的谈话以及他们在旅游目的地的见闻。

(4)旅游消费。旅游消费是旅游者暴露在外最显著的行为特征之一。旅游消费在量上等于旅游者在旅游过程中支出的总和,是旅游学研究的重要领域。旅游消费具有以下特点:

①旅游消费行为主要是一种心理体验过程。旅游活动中,旅游者不断地体验着旅游生活的酸甜苦辣,当消费过程结束后,体验记忆会长久保留在头脑中。消费者愿意为体验付费,因为这个过程是美好、难得、独一无二、不可复制、不可转让、转瞬即逝的。

②旅游消费过程中的交换行为表现为旅游者通过支付货币而获得消费,如暂时的观赏、使用和享用权利。旅游产品形象的多样性,使旅游者对旅游产品不同组成部分的消费行为也不完全一样。如对旅游客源地产品的消费,旅游者用货币换来对旅游消费对象的暂时观赏权,这种观赏权以信用的形态体现在门票上。

③旅游消费有较高的价格弹性。旅游消费是追求与享乐的高层次消费,必然随着旅游者的收入水平、产品价格的变动而变化;同时多数项目都处于对核心旅游消费的追加地位,表现出其从属地位和弹性支出,如娱乐、购物消费。当然有些项目的价格弹性呈刚性,如交通、饮食、住宿、旅游景点价格等。

④旅游消费中包含较多的冲动型购买。旅游者在旅游过程中的消费不像居家消费时那样理智。旅游者容易盲从,因为旅游过程中见到的多是平时很少见到的地方特产、工艺品和其他旅游纪念品,这些新奇、陌生的东西容易激发旅行者的购买欲。购买旅游纪念品,一则日后留作纪念,二则送给自己的家人、亲人和朋友,以便和他们共享旅途的愉快和幸福。

3. 返回家园阶段

当旅游者结束了旅游目的地全部游览活动之后,就开始踏上返回居住地的旅途,旅游者的角色将从旅游者转为普通居民。重新回到自己的家园,并不意味着旅游消费行为的结束。人们尽管已回到家中,但心仍未随自己的身体一起回来,旅游过程中所发生的一切仍然萦绕在旅游者的脑海中,使旅游者的心情难以平静,在向亲朋好友讲述那些令人高兴而又难忘的经历或者不愉快的事情时,继续享受着旅游的快乐或发泄不满,激动的情绪与正常的工作生活同时存在于一个时空中。所以只有旅游者恢复了日常生活的秩序,旅游消费行为才算真

正结束。

二、旅游消费的引导与创新

旅游产品的消费需求弹性较大,不但有个人需求,还有社会需求;既有显性的当前消费需求,也有潜在的发展前景的未来消费需求,因此,要对旅游产品的消费需求进行合理引导与创新。

1. 建立合法合理的佣金制度

为保障旅游服务人员的合法权益,实行佣金分配制度的公开、公平和透明,企业与导游之间的结算要有第三方监督,避免佣金机制的暗箱操作,从而使导游从过去想方设法赚回扣的怪圈中走出来,积极提升自身的服务技能与水平,获得与自己的努力相符的工资性收入。同时,各级政府及旅行社要大力设计开发能充分体现资源优势的旅游产品,以满足不同层面消费者的心理预期及不断变化的消费需求,使旅行社从价格战中走出来,创建一个公平、良性的竞争环境,促进旅游业朝着正确的方向长期稳定地发展。

2. 发展低碳生态旅游产品

2009年的哥本哈根气候峰会让全世界认识了一个新的名词——低碳经济。2010年4月22日第41届世界地球日的主题是“低碳生活”,中国的主题为“珍惜地球资源,转变发展方式,倡导低碳生活”。2010年6月5日是世界环境日,中国的主题是“低碳减排、绿色生活”。注重资源保护,降低消耗,低碳化已成为旅游业重要的发展方向。国家提倡开发绿色旅游资源,建设绿色旅游产品,开展绿色旅游经营,实行绿色旅游管理,培育绿色旅游消费。各级政府和行政管理部门应支持各旅行社大力发展诸如生态休闲游、绿色度假等生态旅游产品,把人与自然的和谐发展完全融入到旅游产品当中去。

3. 创建独具特色的旅游品牌

我国国土广袤,旅游资源得天独厚,有山川秀美的自然生态景观,历史悠久的灿烂古代文明遗存,多姿多彩的少数民族民俗文化,均可构成独具特色的旅游品牌资源。只要我们的旅游经营者站在全球的高度,从旅游消费者心理感应角度出发,把这些无比丰厚的旅游资源优势开发成世界级的、不可复制的、展示一方民族文化背景、各具特色的文物名胜古迹旅游、少数民族风情旅游、生态自然避暑旅游等特色名牌旅游产品,提高旅游产品的内涵,就能最大地满足人类高层次精神需求,实现社会可持续发展及人们不断增长的旅游需求。

知识链接 3-3

旅游者的消费需求

马克思把人类的需求分为两种。一种是按人类需求的发展层次来分,即分为生存的需求、发展的需求和享受的需求。人们只有先满足生存的需求,而后才会有发展与享受的需求。按此分类,旅游的需求属于享受的需求。人们在为满足生存和发展的需求而疲于奔命时,是不可能有余钱和余暇去旅游的。这种划分虽然常用,但难以展现旅游需求的多样性。另一种是按人们的需求类别来划分的,即分为生理的需求、精神的需求和社会的需求,这种划分可以将旅游需求的多样性加以体现。

1. 生理方面的需求

(1) 休闲的需求。休闲是旅游需求中一种重要的需求,为许多人所喜爱,特别是过着紧张生活的都市人都希望能在假期远离城市的喧嚣,到山野、农村去获得休闲的乐趣。休闲的需求虽然是生理的需求,但与吃饭、穿衣等生理的需求相比,已是层次较高的生理需求。

(2) 健身的需求。健身需求即旅游目的是为运动和锻炼身体,如到相关场地去打高尔夫球、爬山、滑雪等。健身需求已成为越来越时尚的旅游需求。

(3) 特殊饮食的需求。人们到一个地方去旅游,总少不了要品尝当地有特色的果品和菜肴,如去广东品尝荔枝或去江浙品尝大闸蟹。

(4) 医疗的需求。疗养和治疗某种疾病也是旅游需求的一种,如到有特殊资源的地方去做泥疗、沙疗等。

2. 精神方面的需求

(1) 了解和欣赏大自然的需求,如欣赏桂林山水、乘飞船遨游太空等。

(2) 了解和欣赏人文地理的需求,如游览中国故宫、参观埃及的金字塔、法国的卢浮宫以及了解少数民族的生活习俗和风土人情等。

(3) 宗教信仰的需求,如到普陀山进香、到麦加朝圣等。

(4) 冒险或探险的需求。这种旅游正成为一种时尚,如攀岩、漂流、徒步穿越北极或沙漠等。

(5) 购物的需求。到旅游目的地购物已成为旅游的一项重要内容。购物很难说是精神还是生理的需求,只能说体现出精神方面的需求,如到南非购买钻石饰品等。

3. 社会方面的需求

社会方面的旅游需求更为复杂,难以进行细分,如探亲访友、参加各种社会活动的旅游等。社会方面的旅游需求也不易界定。外出经商、参加会议、出差等,都有旅行的活动,而且有时会顺便进行旅游活动,但是否将其划入旅游的社会需求尚需研究。不过,在旅游的需求中有社会方面的需求则是无疑的。值得注意的是,在旅游需求中也存在一些不健康、涉嫌违法等方面的需求。

对旅游者来说,一次旅游往往只能满足其中一种或两三种需求。同样一次旅游,对不同的旅游者来说,其需求也是不同的,而且依不同人群的年龄、性别、文化背景、收入水平等方面的不同,在旅游需求上各有差异。

三、旅游者的权利与义务

旅游者的权利与义务,是指旅游者在进行旅游消费活动中所享有的基本权利和应承担的职责。这些权利和义务主要体现在吃、住、行、游、购、娱的旅游活动中。

(一) 旅游者的权利

1. 享有对所购买的旅游产品真实情况的知悉权利

旅游者可以要求旅游经营商(即旅行社)全面真实地介绍旅游线路、旅游景点、旅游价格、住宿标准、餐饮标准、旅游车船、旅游保险、导游服务等具体情况。旅游经营商必须真实可靠地提供上述信息,不能以欺诈手段和虚假广告从事旅游招徕活动,否则要承担相应的法

律责任。

2. 享有人身、财产安全不受侵害的权利

旅游者在进行旅游消费活动过程中享有的人身权和财产权受到国家法律的保护。人身权包括生命健康权、人身自由权、姓名权、著作权、名誉权、肖像权、发明权等其他人身权利；财产权包括财产所有权、继承权等其他财产权利。旅游经营者不得侵犯旅游者上述的基本权利，所提供的旅游产品和旅游服务必须符合保障旅游者人身、财产安全的要求。外国旅游者在我国旅游期间，其人身、财产权也同样受到我国法律的保护。

3. 享有对旅游产品和服务的选择权

旅游者有自主选择旅游经营商和自由选购旅游产品的权利。旅游经营者应提供各种相关条件和真实可靠的信息让旅游者自主决定或挑选比较，旅游者也有拒绝接受某种旅游产品和服务的权利。

4. 享有公平交易并获得价质相符的旅游产品和旅游服务的权利

公平交易作为买卖双方的基本要求在旅游消费活动中同样受到法律的保护。旅游经营者所提供的旅游产品和旅游服务必须与旅游者所购买的价格相符，并对其产品和服务确定公平、合理的价格，接受相关部门和社会的监督。旅游消费者有权对所购买的旅游产品和旅游服务要求有一定的质量及标准的保障，对旅游经营者的强制性交易行为有权给予拒绝。因某些特殊原因需要改变行程或服务标准的，必须征得旅游消费者同意；涉及更改合同内容的，经营者与消费者双方应平等协商解决。

5. 享有人格、民族风俗习惯受到尊重的权利

旅游者的人格、民族风俗习惯应受到尊重。旅游经营者及服务人员对旅游者的民族、肤色、生活习俗等不得有任何歧视。

6. 享有因合法权益受损害时获得赔偿的权利

旅游者在旅游活动中遭受到人身、财产的损失，只要与旅游经营者有直接或间接的关系，或旅游经营者所提供约定的旅游服务低于国家标准或行业标准，致使旅游者的合法权益受到侵害时，旅游者就有权要求有责任的单位或个人进行赔偿。要求赔偿的方式可以向旅游行政管理部门或其委托的旅游质量监督机构投诉，也可以向人民法院起诉。

7. 享有对旅游产品和服务及对旅游者权益保护的监督权利

旅游者有权为维护自身的合法权益进行监督，旅游经营者应虚心接受旅游者的监督、批评、意见或建议，并认真改进服务工作。

8. 享有法律法规所规定的其他权利

旅游者作为消费者的一员，享有我国法律对消费者权益保护的各项权利，也享有我国现行法律对公民保护的其他权利。

(二) 旅游者的义务

旅游者在享有和行使自己权利的同时，也须履行相应的义务。这些义务包括：

- (1) 旅游者有遵守旅游地法律法规的义务。
- (2) 旅游者有尊重当地的民族风俗习惯和行为规范的义务。

- (3) 旅游者有爱护自然、保护旅游环境、保护生态环境的义务。
- (4) 旅游者有维护公共利益、维护公共秩序的义务。
- (5) 旅游者不能从事危害国家安全的活动,不能有损害民族尊严的行为。

◎ 复习思考题

1. 罗马会议上是如何界定应纳入旅游统计中的游客的概念的? 这一定义有哪些优缺点?
2. 我国如何界定海外来华旅游人员以及国内游客?
3. 影响旅游动机的因素有哪些?
4. 按照旅游目的划分的旅游者类型有哪几种? 每种类型的旅游者有哪些需求特点?

案例分析

旅游王国——西班牙旅游业的成功经营之道

近年来,随着旅游业的不断升温和市场竞争的日益激烈,各地都在积极进行旅游宣传促销活动,由旅游业界编印的各种宣传品也越来越多。在各种形式的旅游产品交易会、展销会、推介会或博览会上,随便走一圈,即可得到许多图文并茂的宣传品。纵观这些花花绿绿、形形色色的旅游手册、旅游画册、旅游指南和导向图等,无论是对“老外”还是国人,无论是对海外华侨还是港澳台同胞,都用同一版本、同一画面、同一词句、同一口号,给人千篇一律之感,毫无个性的雷同化、脸谱化和大众化已成为国内在旅游宣传方面的一大缺陷。

世界旅游大国西班牙每年都制作大量精美的广告、画册、旅游手册等,在世界各地进行有针对性的宣传促销:对经济发达的欧美地区,隆重推出“阳光普照西班牙”的口号,主要介绍休闲度假产品;对东南亚、南美洲市场,却推出“冒险与史诗”的口号,以探险、寻古和文化旅游胜地为主要宣传产品;对其他国家和地区,则推介为游览观光的好去处。众所周知,现代旅游者在地域、国情、习惯、爱好和收入等方面存在差异,出游的动机和选择旅游目的地很难相同,有人喜欢名山大川、名胜古迹,有人却酷爱主题公园、度假娱乐。只有对旅游对象进行有针对性的宣传推介,才能使旅游产品适销对路并满足海内外游客不同层次的旅游需求。

长期以来,西班牙都是一个旅游业非常发达的国家,接待人数和创汇收入列世界前三位。其旅游业如此兴旺发达,除本身拥有一流的“软硬件”之外,很大程度上得益于灵活多变和有针对性的宣传举措,市场定位精准而又细化,从而取得宣传效果和促销效益的双丰收。西班牙在旅游宣传方面的成功确实值得我们学习和借鉴。

结合上述资料请分析:

“旅游王国”西班牙的旅游业在经营上的成功经验表现在哪些方面?

【实训项目】 辩论分析旅游黄金周的利弊及其应对措施

【实训方式和步骤】

(1) 选出 6~8 名学生代表分别组成正反两方,对旅游黄金周的利弊及其应对措施等问题进行辩论。

(2) 由其他同学组成双方的智囊团后援,并邀请老师或专家对辩论进行分析点评。

(3) 可以采取多种方式从以下方面进行辩论分析:

① 广泛搜集有关旅游“黄金周”与“带薪休假”方面的信息资料。

② 双方可采取陈述、单个辩论、团体综合辩论分析的形式。

③ 可借助网络、录像、图片等多种信息资料辅助辩论分析。

(4) 最后由老师或专家点评,总结旅游黄金周的利弊及其应对措施。