



揭阳职业技术学院

经济管理系

《旅游学概论》教案

(2025-2026 学年第一学期)

教师姓名：何佳敏

所授专业：旅游管理

## 第一章 旅游活动的历史发展

教学目标：

- 1、了解世界与中国旅游发展的概况和各时期旅游的特点，理解旅游发展与社会、政治、经济、文化发展的联系。
- 2、理解战后现代世界旅游迅速发展的原因。

教学重点：世界旅游业的开端，现代世界旅游迅速发展的原因。

教学难点：世界与中国各时期旅游发展的特点以及旅游发展与社会、政治、经济、文化发展的联系。

思政目标：梳理旅游活动从古代出行到现代文旅融合的发展脉络，理解其与国家政策、社会进步的同频共振，培养历史唯物主义思维与民族自豪感。

教学方法：启发式讲授、对比法讲授

教学课时：2课时

教学步骤与内容：

### 第一节 世界旅游发展简史

#### 一、古代旅行（19世纪40年代以前）

##### （一）人类早期的迁移和旅行活动

- 1、为获取生活资料而被迫迁徙
- 2、为寻找生存环境而辗转迁移
- 3、为逃避战乱而远走他乡
- 4、为获取商业利益而踏上旅程

##### （二）原始社会末期至奴隶社会的旅行活动

就整个世界范围而言，人类有意识的外出旅行活动开始于原始社会末期，并在奴隶制社会时期得到了迅速发展。

就整个世界而言，人类有意识的、自愿的外出旅行活动是基于产品交换和贸易经商的目的而产生的，它始于原始社会末期，在奴隶社会得到发展，是社会经济发展到一定阶段的必然结果，因此，商贸旅行在漫长的古代旅行史中一直占有非常重要的地位。而朝圣旅行则是人们精神需求的表现，是人们在物质生活之外的一种深刻的精神向往。隆重而盛大的宗教庆典使消遣性旅行悄然兴起，但在古代旅行活动中并不占有主导地位。这一时期，人们的外出旅行是自发形式的，

是以自我服务为主，不可能出现专门为旅行服务的旅行接待行业，各种旅行活动的内容和项目也比较单一。

### （三）封建社会的旅行活动

奴隶制的西罗马帝国在奴隶起义和北方外族入侵的打击下，在公元476年灭亡。从这一年起，至17世纪中叶英国资产阶级革命爆发，是欧洲史上的中世纪。就整个世界旅游发展史来看，公元5世纪至19世纪40年代以前，是封建社会的旅行活动时期。

这一时期人类旅行活动的特征：

第一，整个封建社会，以经济为目的的商务旅行，在人们的旅行活动中居主导地位。

第二，非经济目的的旅行活动，如公务、宗教、观光、消遣、文化和修学等大众旅行，在这一时期都已产生和发展。

第三，非经济目的的旅行，特别是消遣旅行，参加者多为统治阶级及其附庸阶层人士，他们人数不多，没有普遍的社会意义。广大劳动人民由于受政治和经济的双重压迫，客观上无能力参加旅行活动。

第四，生产技术、社会经济和交通运输的发展与繁荣，为封建社会旅行的发展奠定了新的物质基础。

## 二、近代旅游业（19世纪40年代至二战）

19世纪40年代至第二次世界大战期间，无论是国内旅游还是国际旅游都有了突破性的发展。最显著的特征是：以休闲和消遣为目的的观光或度假旅行的人数已经超过商务旅行人数而跃居第一，并成为未来旅行的主流趋势。这在很大程度上是和工业革命的影响分不开的。

### （一）工业革命对旅游业的影响

1、使机器大生产代替了工场手工业，使生产效率不断提高，社会财富大大增加，为人们外出旅游奠定了物质基础。（经济方面）

2、促进了住宿业和餐饮业设施的完善、服务的改进和舒适程度的提高，为人们出游提供了方便。（经济方面）

3、加速了城市化进程，使生活环境发生变化（社会方面）

4、改变了人们的工作性质（社会方面）

- 5、带来了阶级关系的新变化（社会方面）
- 6、促进了科技进步和运输条件的革新（技术方面）
- 7、不但给社会带来物质财富，同时也促使人们价值观念发生变化。（观念因素）

## （二）近代旅游业的开端与发展

### （三）近代旅游发展的特征

- 1、工业化的发展使生产力水平提高，社会财富迅速增加，扩大了旅游人数。
- 2、近代旅游产生于近代交通工具发明之后，随着交通工具的改变，人们出行的方式也随之改变。
- 3、饭店业逐渐兴起，产生了主要为商务旅行者和中产阶级旅游者服务的商业饭店。
- 4、近代旅游开始成为一项经济活动，随着旅游人数的增加，旅游景点和旅游设施得到了迅速发展。

## 三、现代旅游业（二战后）

### （一）现代旅游迅速发展的原因

- 1、世界经济的发展和人均收入的增加（经济因素）
- 2、世界人口的增加（人口因素）
- 3、交通运输工具的进步（技术因素）
- 4、生产自动化程度的提高和带薪休假制度（社会因素）
- 5、城市化进程的加快（心理因素）
- 6、教育事业的发展和通讯技术的进步（心理因素）
- 7、旅游目的地建设有了较大发展（业界管理因素）
- 8、旅游代理商大量出现，廉价团体包价旅游进一步发展，使得外出旅游的费用减少和安全性能加大，减少了旅游者的麻烦，吸引了更多的人加入到旅游的行列（业界管理因素）
- 9、世界各国间政治、经济、文化等方面的联系加强，促进了现代旅游的发展。（社会环境因素）
- 10、各旅游接待国政府对旅游业普遍重视，为发展旅游业和便利旅游者来访，采取了支持态度和鼓励措施，对战后旅游活动的发展起了积极的推动作用（政府管

理因素)

## (二) 现代旅游的发展特点

### 1、世界性

### 2、大众普及性

### 3、社会性

### 4、地理集中性(空间上不均衡)

这一特点主要表现在:

第一,从全世界国际旅游接待量的地区分布格局看,国际旅游者集中于欧洲、北美和亚太地区等发达国家和地区,非洲、中东、南亚等地区的国际旅游接待量很小。

第二,就一个国家、地区或城市而言,旅游接待量在各地的分布往往也会呈现相对集中的特点。正是由于旅游活动地区分布的不均衡,才有了旅游热点、旅游温点和旅游冷点之说。旅游者的空间分布往往流向那些旅游资源丰富、经济相对较发达的地区。

旅游活动地理集中性的客观存在,对目的地旅游业的发展和旅游企业的经营既有有利的影响,也有不利的影响,认识旅游活动的地理集中性特点具有重要的现实意义。

### 5、季节性“(时间上不均衡)”

旅游季节性的成因,除了出游目的的影响之外,旅游季节性的形成原因在旅游目的地和旅游客源地都可找到。在旅游目的地方面,当地的气候条件和重大节事活动的召开时间等对来访旅游的季节性具有重大的影响;在旅游客源地方面,影响人们出游季节性的重要因素如人们的出游目的、该地旅游者的闲暇时间、传统习俗等。

认识现代旅游活动季节性特点的意义:第一,有助于认清季节性危害旅游业经营的严重性;第二,有必要建设和宣传适合全年来访的旅游目的地;第三,有必要注重旅游产品线的策划与开发,尤其是策划和开发具有卖点的淡季产品。如何克服来访旅游需求的季节性是一个必须予以正视的重大问题。

### 6、增长的持续性

### 7、旅游目的的广泛性与旅游方式的多样性

按照世界旅游组织的分类,把有下述六大类出游目的中任何一类的活动均划归为旅游的范围:(1) 休闲、娱乐、度假;(2) 探亲访友;(3) 商务、专业访问;(4) 健康、医疗;(5) 宗教/朝圣;(6) 其他。

从上述确认是否旅游行为的范围来看,旅游活动的目的并不只是观光游览,而是具有十分广泛的目的性。

旅游目的广泛性导致了旅游方式的多样性,除了传统的旅游方式外,还形成了一些特色鲜明的专项旅游,如艺术旅游、民俗旅游、美食旅游、购物旅游、寻根旅游、保健旅游、滑雪旅游、蜜月旅游等,可充分满足不同层次、不同类型旅游者的需要。

## 8、参与性

这里所说的“参与性”,是指旅游者在旅游全过程中必须亲临其境、身体力行的不可替代性。旅游活动有主动参与和被动参与之别,只有不断开发那些更富有活力、更具情趣和鲜明个性特征的旅游项目、旅游方式,才能更有效地发挥旅游者的主观能动性,使旅游活动更具自主性、随意性、趣味性、刺激性,以满足日益个性化的旅游需求。这才是强调旅游参与性的要义。

## 9、市场竞争的激烈性

现代旅游的竞争是全方位的、多层次的,也是空前激烈的。这种竞争不仅表现在国家之间,地区之间,还表现在旅游企业之间。无论是国际旅游市场还是国内旅游市场,在争夺旅游者、旅游代理商、扩大旅游市场占有率等方面都竭尽全力,采取各种措施加以竞争。旅游行业逐渐走向联合经营和集团经营的道路。

## 第二节 中国旅游发展简史

### 一、古代旅行(1840年以前)

#### (一) 先秦时期

中国人民的旅行活动由来已久。传说黄帝“披山通道,未尝宁居”,“迁徙往来无常处”。这说明中国在原始社会末期人们就经常进行迁徙活动。虽然这些活动是在生产力水平低下的情况下,人们主要是为了谋取生活资料而进行的,但却是中国人民旅游历史的开端。

传说中的夏禹可谓我国早期的旅行家。他为了治水,外居13年,“堙洪水、决江河而通四夷九州”,“疏三江五湖,注之东海”。为此踏勘山水地理,吃尽千

辛万苦，三过家门而不入，走遍了大半个中国。

夏、商、周的旅行，按其目的主要分为帝王巡游、政治游说、士人漫游和商务旅行。

## （二） 秦、汉时期

是中国统一的中央集权封建国家建立和发展时期。

## （三） 魏、晋、南北朝时期

对中国山水诗歌、游记等旅游文学创作的兴起和中国旅游历史都有着特殊的意义。

## （四） 隋、唐时期

是中国封建社会的鼎盛时期，经济和文化的发展，居于世界领先地位。随着沟通南北的大运河开凿，陆路和海路的开通，当时国内外交通都有巨大发展。此外，旅馆业也空前发展。交通与旅馆业的发展，为旅行活动提供了必要的物质条件，从而促进了旅行活动的盛行。再加上佛教由魏、晋、南北朝时开始兴盛，到唐代已发展到鼎盛时期，宗教旅行也很频繁。

## （五） 宋、元时期

我国封建社会继续发展的时期。中国古代的四大发明，有三项——火药、印刷术、指南针是在宋朝发明的。宋、元时期，由于指南针应用于航海，航海技术和造船技术都高度发展。最大的船已能容纳500—600人。已有多墙多帆的船，比阿拉伯和波斯船大得多，海上远航的范围已扩至东非海岸。

## （六） 明、清（鸦片战争以前）时期

是中国封建社会走向衰落，资本主义萌芽的时期。

## （七） 中国古代旅行的形式

- |          |        |        |
|----------|--------|--------|
| 1、帝王巡游   | 2、政治游说 | 3、士人漫游 |
| 4、学术考察旅行 | 5、外交旅行 | 6、宗教旅行 |
| 7、商务旅行   | 8、科举旅行 | 9、佳节庆游 |

## （八） 中国古代旅行的特点

1、参加旅行活动的多为帝王、贵族、官僚、地主等统治阶级及其附庸士大夫阶层。

2、国内著名的旅行家，多以学术考察旅行为主，而且多为无政府资助的私人旅

行。他们的旅行为我国科学技术和文化的发展，做出了巨大贡献。

3、中国古代形成多个政治文化古都，是旅行活动的中心地区。

4、中国古代交通工具先进，道路、邮传和馆舍制度完善，为旅行活动提供了良好的物质基础。

驿站是历代政府沿陆路、水路所设立的馆舍机构，主要用于传递官方文书、国家物资，招待来往的公务人员，供给宿舍、粮草、马匹、车船、脚夫等。

5、中国古代航海技术先进，而且将指南针应用于航海，不但组织过队伍庞大、声势浩荡的航海旅行团，而且开创了从印度直达东非的最短航线。

## 二、近代旅游（1840年-1949年）

这一时期，中国由封建社会逐步沦为半封建半殖民地社会，在各个领域、各个方面都发生了深刻的变化。旅游活动也不例外，随着外来文化、思想的入侵，现代交通的设置，国际交往的频繁，导致了近代旅游业的产生。

1923年8月，上海商业储蓄银行设立了“旅行部”，这是中国人自己设立的最早、规模最大的旅行社。当时上海商业储蓄银行总经理是陈光甫先生，所设的旅行部作为企业，承担旅行代理业务。1927年6月，旅行部更名为**中国旅行社**，正式领取营业执照，单独挂牌经营。1954年中国国际旅行社成立后，原来的“中国旅行社”便自行消失。但是，它在半封建半殖民地的中国，在创办国际旅游业，以及将国内国际旅游事业的管理，纳入有组织、有领导的企业经营范畴做出了贡献。

此外，还产生了“铁路游历经理处”、“公路旅游服务社”、“浙江名胜导游团”、“中国汽车旅行社”、“国际旅游协会”、“友声旅行团”、“精武体育会旅行部”、“萍踪旅行团”、“现代旅行社”等一批旅游组织和旅行社，但规模都不大。

随着铁路的兴建、轮船的通航，各大城市陆续修建了一些洋式楼房，兴办了西式饭店，有一些还是外国人办的。如北京的北京饭店、六国饭店、威尔根饭店、天津的利顺德饭店，在清朝末年已成为达官贵族与洋人游憩玩乐之所。

随着美国摩天大楼的兴起，在30年代，中国也出现了高层饭店，如上海的华懋(mao)饭店(今和平饭店)、百老汇大厦(今上海大厦)、国际饭店。24层的国际饭店成为当时远东的最高建筑。

中国近代旅游的特点：

1、古代中国的传统旅行方式如商务旅行、求学旅行等继续存在并有所发展。

2、由于西方文化的入侵，使中国人的旅游观念发生了变化，平民阶层开始步入旅游队伍。

3、随着现代化交通的发展，旅游的空间形式也得到进一步拓展，旅游人数越来越多，去的地方越来越远。

4、出国旅游者与入境旅游者明显增加。

5、诞生了中国旅行社，为旅客服务的旅游组织逐渐成为一个独立的行业。但旅游业规模小、水平低，对国民经济的作用十分有限。

6、由于政府腐败无能，大量人文旅游资源遭到破坏。

7、涌现了一批新的旅游胜地。

总结：中国近代是充满灾难和斗争的半封建半殖民地社会，当时的中国，外有列强干涉，内有腐败政府，社会动荡不安，人民生活水平低下，社会上大多数人都疲于生活上的奔波，无能力也无暇参与旅游活动，这就决定了旧中国的旅游业不可能有较大的发展、也不可能有更多的中国人加入旅游行列。

### 三、现代旅游（1949年以后）

现代中国的旅游是指中华人民共和国建立以来的旅游历史。中华人民共和国成立后，随着我国社会主义建设的逐步发展，人民生活水平的日益提高，我国的国际地位和威望相应提高，我国的旅游事业也逐步发展起来。

#### （一） 初创时期（1949年—1965年）

新中国第一家旅行社：1949年11月19日，厦门成立**福建厦门华侨服务社**。

1954年4月15日，新中国第一家面向外国人的旅行社——**中国国际旅行社**在北京成立，同时在全国主要城市建立14个分、支社。

1964年7月22日设立**中国旅行游览事业管理局**，作为国务院的直属机构，与中国国际旅行社总社合署办公，两块牌子，一班人马。随后又成立了华东和中南两个旅行游览事业管理局。这标志着我国旅游事业进入了一个新时期，走上了正常发展的轨道。

本阶段的旅游发展特点：

1、这一阶段的旅游业有了较快的发展，开始走上了正常发展的轨道。

2、客源成分发生了变化，民间团体组成的旅行团、自费旅游者和散客数量

增多。

3、由于1960年以后中苏关系的恶化，我国的国际旅游市场，由前苏联转向西方资本主义国家，客源市场更为广泛。

4、这一时期的旅游业仍以政治接待为主，作为经济行业的旅游业职能还不健全。

## （二）停滞时期（1966年—1977年）

正当世界上现代旅游以空前的速度向前发展的时候，沿着正确轨道前进的我国旅游业却遭受到“文化大革命”的10年浩劫，旅游工作处于萧条、停滞状态。

“文革”时期，从国旅总社到分社，业务停止，大批翻译和业务干部遭到摧残和迫害，旅游工作处于瘫痪状态。“文革”期间，旅行社成立了“世界革命串联站”，让旅游者吃忆苦饭，参加批斗大会，并强迫他们早请示，晚汇报等，对旅游者拍照也乱加干涉，扣照相机、强行曝光现象时有发生。

1970年，根据周恩来总理关于“中国旅游局的机构还是需要保留”的精神，外交部提出《关于旅游工作体制改革的意见》，基本上恢复了“文化大革命”前的格局。1971年2月，毛泽东主席在中国旅行游览事业管理局《关于接待外国人来访计划的报台》上批示：“人数可略增加，右派也可来一点”。同年3月15日，国务院在北京召开旅游工作会议，周恩来总理接见会议代表，并提出“宣传自己，了解别人”的正确方针。于是，旅游又开始恢复。1974年1月3日，经国务院批难，成立了**中国旅行社**，以便分工负责，对口接待，并与1972年8月18日经党中央批准恢复的**华侨旅行社总社合署办公**。

## （三）全面发展时期（1978年以后）

1978年，党的十一届三中全会以后，我国实行“对外开放，对内搞活”的方针，国民经济得到迅速恢复和发展。我国旅游事业经过恢复，开始进入了一个新的发展阶段。

1978年，经国务院批准，中国旅行游览事业管理局改为“**管理总局**”，各省、市、自治区也相应成立了旅游局。

1980年6月27日，国务院批准团中央《关于成立中国青年旅行社的请求》报告，成立**中国青年旅行社**，在我国形成三大国营旅行社并立的局面。

1982年8月23日，全国人民代表大会常务委员会作出决议，将中国旅行游览

事业管理总局更名为中华人民共和国**国家旅游局**。

1983年10月5日，世界旅游组织在印度新德里举行第五届全体大会，一致通过接纳中国加入世界旅游组织，成为第106个正式成员国。

30多年来，我国旅游业取得了巨大成就，旅游业已成为国民经济的重要组成部分，其经济地位日趋明显；从中央到地方建立起了一套旅游管理体制，制订了一系列走中国式旅游道路的方针政策；国内旅游业迅速崛起，国际旅游业上了新台阶；旅游产品丰富多彩，向结构性优化迈出了关键步伐；旅游生产力显著提高，旅游产业形象更趋鲜明；旅游人力资源开发和旅游人才培养，取得了显著成绩。

**发展阶段：**以入境旅游为主的发展阶段（1978-80年代中期）、入境旅游和国内旅游并行发展阶段（80年代中期-1997年）、入境旅游、国内旅游和出境旅游全面发展阶段（1997年至今）。

本章作业：试述第二次世界大战后世界旅游兴起的主要原因有哪些？认识这些原因的意义何在？

## 第二章 认识旅游活动

教学目标：

- 1、能采用探究式学习法研究并理解旅游的定义，深刻理解旅游的本质和社会属性，理解旅游活动的基本特点。
- 2、了解旅游的构成要素与基本类型。
- 3、了解旅游活动的主要统计指标。

思政目标：聚焦“食住行游购娱”六要素与红色旅游、乡村旅游的结合，引导学生认识要素配置服务于文化传承、国家战略的核心价值，强化家国情怀。

教学重点：旅游的定义与本质属性；旅游的构成要素与类型。

教学难点：旅游的概念界定；旅游的构成要素。

教学方法：讲授法、讨论法，谈话法。

教学课时：4课时

教学步骤与内容：

### 第一节 旅游的基本含义

## 一、“旅游”的概念界定

“旅游”是旅游研究中的一个基本概念，产生时间悠久，但内涵上却与时俱进，到目前还没有一个定论。

### （一）“旅游”一词的词义

唐孔颖达《周易正义》中对“旅”字的解释是：“旅者，客寄之名，羁旅之称；失其本居，而寄他方，谓之为旅。”“游”，本义是“饰于旗帜上下垂的飘带”，在生活中人们把那些随心所欲“优哉游哉”的旅行活动，如狩猎、游览、游玩、游学、游说等均称为“游”。

国外的tourism一词，最早见于1811年英国的《牛津词典》，意思是“离家远行，又回到家里，在此期间参观、游览一个或几个地方。”以前用的是travel一词，即有“长途旅行、依次经过”的意思。

旅游在我国历史上名称很多，不同人出游用不同的词汇：巡游（巡幸）、宸游、宦游、漫游、云游、周游、仙游、神游等。

在古汉语中，跟“旅游”意义相近的还有“旅行”、“观光”一词。这两个词出现得更早，如《易经》中：“观国之光，利用宾于王”（意思是：观察王国的光辉，对作为国王的宾客是有利的）。《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、风俗人情等。“观光”一词强调的是“游”，其行为特征是参观或游览，而忽视了对“旅”的反映。

“旅游”、“旅行”、“游览”的关系：

游览是一种“边走边看”，即具有“步移景异”功能和动静相结合的活动形式。因此，游览活动既可以在人们的常住地进行，也可以在异地进行。

旅行是指人们为完成某个动机的一般空间流动过程，是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，包括为就业或商贸活动、求学、迁居（移民），或其他具有明确功利目的所必要的旅程。当然，也包括为了到异地进行游览参观活动的行程。

“旅游”是“旅行”和“游览”二种活动的有机统一。旅行是游览所凭借的手段和形式，游览是旅行的目的和内容；只有旅行而没有游览构不成旅游，而没有以旅行为前提的游览也仅是游览而不是旅游，只有旅行和游览相结合才能构成

完整意义的旅游。这就是旅行、游览、旅游这三者之间的内在联系和区别。

“旅速游缓”是处理旅行与游览两者关系的正确原则。旅游是快速的流动和舒缓的观赏之结合。在观赏景物的时候，人们又要求相对的舒缓，方能获得最大的审美体验。

## （二）国外的旅游定义

### 1、经济定义

奥地利经济学家哈尔曼（Herman Von Schulland）认为：“旅游是外国或外地人口进入非定居地并在其中逗留和移动所引起的经济活动的总和。”

此类定义只强调旅游所引起的经济现象，但却忽略了旅游休闲、审美的重要内涵，没有涉及到旅游的本质。

### 2、概念定义

#### （1）艾斯特定义

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，而且不从事任何赚钱的活动。**”这一定义在20世纪70年代为“旅游科学专家国际联合会”（AIEST）所采用，所以也被称为“艾斯特”（AIEST）定义。

#### （2）世界旅游组织1985年定义

### 3、交往定义

### 4、目的定义

### 5、流动定义

### 6、时间定义

### 7、距离定义

### 8、文化定义

### 9、相关定义

### 10、方法定义

### 11、动、静定义

### 12、概念性定义和技术性定义

伯卡特和梅德利克认为，旅游概念性定义包含五个特征：

- A. 旅游是人们向目的地空间流动，并在目的地停留的运动。
- B. 所有的旅游都包含两个要素：到达旅游目的地的旅程以及在旅游目的地的活动和停留。
- C. 旅游和停留都发生在人们日常居住和工作地之外，因此旅游者旅游和停留的活动不同于当地居民的活动。
- D. 向目的地的运动具有暂时性和短期性的特点，旅游者将计划在几天、几周或几个月内返回其居住地。

E. 人们出于永久居住或工作之外的目的去往旅游目的地。

旅游的技术性定义包括三个特征：

A 旅游的目的（如商务、度假、探亲、访友等。）

B 旅游时间（包括离开常住地以及在旅游目的地停留的最长时间和最短时间，旅游者离开常住地以及在

目的地停留的最短时间一般为24小时，最长不超过1年。）

C. 游客是否被当作旅游者的情况（如在特定地点上船/离开的游船乘客以及在旅游目的地停留时间少于24小时的游客。）

概念性定义决定了旅游的基本特点，并将它与其它类似的、有时是相关的但又不相同的活动区分开来；技术性定义多是为了调查和统计工作的需要，有助于实现可比性国际旅游数据收集工作的标准化。

### （三） 国内的旅游定义

#### （四） 对“旅游”概念的界定

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方面已经达成共识：

1、旅游是人们离开自己的定居地，去异国他乡访问的活动。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。

鉴于以上分析，对“旅游”定义表述如下：旅游是人们以满足游览、消遣、休养和文化需要等为主要目的而离开常住地到异地他乡进行的旅行和暂时停留所引起的各种现象和关系的总和（参田里版）。

**两种说法：**一是将旅游作为旅游者的活动来解释，二是作为旅游学研究对象来解释，重点强调“由此引发的各种现象和关系”，或者说是“由此所引发的各种过程、活动和结果”。

本书（李天元版）的定义：**旅游活动**是指人们出于移民和就业之外的目的，暂时离开自己生活的惯常环境，前往他乡开展的旅行和逗留活动；作为旅游学研究对象，“**旅游**”是指人们出于移民和就业之外的其他原因，离开自己的惯常环境前往异国他乡的旅行和逗留活动，以及由此所引起的各种现象和关系的总和（属于综合定义，主要借鉴了艾斯特定义）。

### 讨论：

下列这些活动是不是旅游？

A. 张先生乘船到温州，上午九点到。上岸后先后跑了几个服装、鞋帽市场进货，忙到傍晚，又赶晚班船回上海。上了船之后，他才有工夫凭窗眺望落日景色。

B. 李教授应邀到四川成都参加三星堆文化遗迹学术研讨会，三天内除了参观遗迹展览馆、开会、整理资料，几乎足不出户，第四天一早就匆忙飞回上海。

C. 小王一行三人，利用暑假，参加上海青年旅行社的旅游团到成都、乐山、峨眉山转了一圈，看了杜甫草堂、武侯祠、青羊宫，登上峨嵋金顶看到了难得一见的佛光，参观了乐山大佛，还到沙湾参观了郭沫若故居。虽然只有短短一周，至今回想起来仍心潮澎湃，激动不已。

## 二、旅游的本质与社会属性

### （一）、旅游的本质

- 1、旅游是一种高层次的消费活动
- 2、旅游是一种以审美为特征的消闲活动
- 3、旅游是一种社会交往活动

### （二） 旅游的社会属性

- 1、旅游与社会经济的关系（社会现象，经济现象）

2、旅游与政治、文化的关系（政治现象、文化现象）

3、旅游与日常生活的关系（日常生活现象）

### 三、旅游活动的基本特征

（一）异地性和**流动性**

（二）暂时性

（三）非移民性和非就业性

（四）旅行与逗留的合成性

（五）**综合性**

第一，是人们参加旅游活动时，其行为动机的多重性。现代旅游是包括吃、住、行、游、购、娱等多项内容的综合活动。人们不再是单纯为了游山玩水、观光游览而外出旅游，而是把品尝风味、享受美食，体验豪华而富有异乡情调的生活环境、体验现代化的交通工具、购买土特产品、领略神奇而梦幻般的娱乐境界等多种需求结合起来，形成自己的旅游动机。

第二，是现代旅游业的发展依赖于各行各业的综合发展，如旅馆业、饮食业、商业、交通运输业、建筑业、文教、卫生等，都是现代旅游业赖以发展的重要因素。

第三，旅游已不仅仅是旅游者离开常住地前往异地的旅行和访问活动，而且是有广泛和深刻影响的综合性社会现象。这种综合性通常表现为旅游者、旅游企业、目的地政府以及目的地居民四者之间所产生的错综复杂的关系。

## 第二节 旅游活动的构成、类型与统计指标

### 一、旅游活动的构成要素

在中国，旅游活动“六要素论”和“三体论”（又称“三要素说”）是有关旅游构成的两大观点，曾盛行一时。1991年以孙尚清主持出版的《中国旅游经济发展战略研究报告》为标志，提出了“行、住、食、游、购、娱”六要素概念。此后一直沿用至今，并大量出现在旅游专业的教科书中。“六要素说”认为，旅游活动主要包括食、住、行、游、娱、购六个要素(或环节)。“三体说”则提出，旅游主体、旅游客体和旅游媒体三者的联系与运动产生了旅游活动。

旅游六要素，实际上指的是旅游活动内容构成的基本要素，即从旅游活动角度界定；旅游三体，实际上指的是旅游活动体系构成的基本要素或旅游活动得以

开展的基本要素，即从旅游综合体角度界定。

(一) 旅游活动内容的构成要素

“行、住、食、游、购、娱”六要素。

(二) 旅游活动体系的构成要素

- 1、旅游活动的主体——旅游者
- 2、旅游活动的客体——旅游资源
- 3、旅游活动的媒体（中介体）——旅游业

二、旅游活动的基本类型

(一) 按旅游地域划分

(二) 按旅游目的划分

(三) 按旅行距离划分：远程旅游、近程旅游。

(四) 按组织形式划分：团体旅游、散客旅游。

(五) 按旅游者消费水平划分：豪华旅游、标准等旅游、经济等旅游。

(六) 按计价方式划分：包价旅游、非包价旅游。

(七) 按费用来源划分：自费旅游、公费旅游（包括奖励旅游）。

(八) 按旅行方式划分：航空旅游、铁路旅游、汽车旅游、游船旅游、自行车旅游、徒步旅游等。

旅游方式在一定程度上反映了旅游活动开展的便捷性和舒适性，现代旅游方式已经成为旅游者旅游经历中的重要组成部分。

(九) 按旅游资源特征划分：海滩旅游、山地旅游、城市旅游、温泉旅游、丛林区旅游等。

(十) 按社会特征划分：个别旅游、家庭旅游、结伴旅游等。

(十一) 按旅游者的意识特征划分：有意识的自觉旅游、少意识的捎带旅游。

(十二) 按年龄特征划分：儿童旅游、青年旅游、中年旅游、老年旅游。

三、旅游活动的统计指标（注意现实的操作）

(一) 旅游人数

是以人数或人次为单位衡量来访旅游者的多少，包括旅游者人数指标和旅游者人次指标。旅游者人次往往会高于旅游者人数。

旅游人数一般有入境旅游人数、出境旅游人数、国内旅游人数之分。旅游者

人数（过夜）与一日游游客人数（不过夜），如何有效统计。详参P71-72。

（二）旅游收入和旅游支出

（三）停留天数

是以旅游者的过夜次数或停留天数来衡量某地旅游的发展状况，通常是指旅游者在旅游期间的人均停留天数。这一尺度主要是为了配合来访旅游人次更全面地说明旅游接待情况而设计的，详参P74-75。

（四）其它旅游指标

包括旅游出游率（旅游总出游率、旅游净出游率）、旅游重游率以及其他社会性标准。

本章作业：

- 1、试述并分析“艾斯特”对旅游的定义。
- 2、试析旅游季节性的成因。

### 第三章 旅游者

教学目标：

- 1、了解国际旅游者和国内旅游者的概念，理解旅游者的基本特征。
- 2、理解旅游者形成的主客观条件。
- 3、了解旅游者的分类系统与不同类型旅游者的需求特点。

思政目标：从旅游从业者视角，引导学生基于不同群体的收入与时间特征，设计适配性产品，强化“以人为本、服务民生”的职业使命。

教学重点：旅游者的形成条件和类型

教学难点：旅游者的概念界定

教学方法：讲授法、问题法与讨论法

教学课时：4课时

教学步骤与内容：

（由旅游者的重要性和研究意义引入新课）

#### 第一节 旅游者的概念界定

一、国际旅游者

（一）国际上的定义

最早提出“旅游者”(Tourist)一词的人:英国人萨缪·佩吉(Samuel Pegge) 1800年提出。

1811年英国的《牛津词典》中对“Tourist”解释是“以观光为目的的外来旅客”。1876年瑞士出版的一部字典上将“旅游者”解释为:旅游者就是出于一种好奇心,为了得到愉快而旅行的人。这些解释比较简单,未将非消遣性旅游包括进去,属于概念性定义。

首次对“国际旅游者”的明确定义:1937年国际联盟统计专家委员会提出——“国际旅游者是离开常住国到另一个国家访问超过24小时的人”。

从该定义来看,焦点是在外逗留时间必须在24小时以上,即必须在外过夜,才能算为旅游者,这种时间上的限制忽视了当天往返的边境的过界旅游。同时,战后欧美国家由于高速公路发达,他们可以驾驶高速汽车到邻国去进行一些娱乐消遣活动而当日返回,并不过夜。如果把这部分人排除在旅游者之外,显然不利于对旅游市场的研究,也不能全面地反映旅游业的经营状况。(详参P79-80。)

定义的修正与完善:国家官方旅游组织联盟1950年对国家旅游者定义的修订、罗马会议定义(1963年)、1991年世界旅游组织定义等。

## (二) 我国的定义

随着1978年我国对外开放政策的实施和接待入境旅游的发展,旅游统计工作也开始着手进行。1979年,我国国家统计局对国际旅游者的解释做了如下规定:

旅游者是指来我国参观旅行、探亲、访友、休养、考察或从事贸易、业务、体育、宗教活动、参加会议等的外国人、华侨和港澳同胞。并指出海外游客中不包括下列8种人员:

- (1) 应邀来华访问的政府部长以上官员及其随行人员。
- (2) 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瞻养者。
- (3) 在我国驻期已达一年以上的外国专家、留学生、记者、商务机构人员等。
- (4) 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。
- (5) 边境地区(因日常工作和生活而入境而出境)往来的边民。
- (6) 回大陆定居的华侨、港澳台同胞。
- (7) 已在我国大陆定居的外国人和原已出境又返回我国大陆定居的外国侨民。
- (8) 已归国的我国出国人员。

## 二、国内旅游者

### (一) 国际上的定义

世界各国关于国内旅游者的定义，归纳起来主要有三种类型。

一种是以外出距离为标准来区分是否旅游者，如美国和加拿大的定义。其突出特点是以外出路程为标准区分是否为旅游者，而不论其是否在外过夜。从旅游应具备的经济影响来考虑，作这种规定还是有可取之处的。因为在大多数情况下，外出单程在50英里以上，基本都已超出自己所居住的城市或社区的界限，其外出消费就会发生在其他城市或社区。从这方面来看，单程50英里的标准是合理的。

当然，这一规定标准也有其不足之处。因为各个城市和社区的面积大小不一，人们在其中居住的具体位置也千差万别，机械执行单程50英里以上的标准，就忽略了一些住在城市或社区边缘的人越过城市或社区边界不足50英里的旅游活动，使旅游统计低于实际发生的数字。而且，有些外出旅行虽然单程超过50英里，但显然并不是旅游，这些人当然也不是旅游者。为此，有的国家机构在强调旅行距离的同时，又作了一些限制性规定。如美国许多调查机构都规定，下述几种情况不能列为旅游：火车、飞机、货运卡车、长途汽车和船舶的驾驶及乘务人员的工作旅行；因上下班而往返于某地的旅行；学生上学或放学的日常旅行；军队执行任务的旅行活动。

另一种是以旅行者在外滞留的时间长短(是否在外过夜)来区分是否旅游者，如英国和法国。英国在国内旅游统计方面所强调的是必须在外过夜，而不管旅行距离如何。法国在开展国内旅游调查时强调外出旅行超过24小时但不足4个月。这一定义的合理之处，在于以是否在外过夜为标准统计旅游人次，基本可以真实地反映出国内旅游的发展状况，并且与1984年世界旅游组织给国内旅游者所下的定义在标准方面基本一致。另外，这个定义虽然没有明确提到旅行距离，但实际上已间接地涉及了旅行距离问题。因为在通常情况下，一个人外出旅行的路程如果没有超出足够远的距离或者说没有超出自己居家所在地区的范围，他一般是不会在外过夜的。

这个定义当然也存在一个问题，即如果一个人外出旅行的距离很远，已经超出了其居家所在地区的行政边界，但如果他并不在外过夜而是当日返回，虽然在访问地区无住宿消费，但其它消费是很可能发生的。这种人当然应算是旅游者。

所以英国的旅游统计工作将这类人员列为一日游游客或当日往返游客(dayvisitor)，即不过夜的旅游者，弥补了上述定义的不足。

第三种是将停留时间和旅行距离同时作为界定旅游者的标准，如澳大利亚。澳大利亚产业经济局在旅游统计工作中对旅游者的定义是，“离开自己的惯常居住地，到至少40公里以外的某地去访问的人，在该地至少停留24小时，但最多不超过12个月。

## (二) 我国的定义

我国国内旅游统计的系统：国内游客——国内旅游者、国内一日游游客。

根据我国国内旅游统计的规定，下列人员不在国内游客统计之列：

- (1) 到各地巡视工作的部以上领导。
- (2) 驻外地办事机构的临时工作人员。
- (3) 调遣的武装人员。
- (4) 到外地学习的学生。
- (5) 到基层锻炼的干部。
- (6) 到其他地区定居的人员。
- (7) 无固定居住地的无业游民。

总之，关于旅游者的定义大体可分为两大类，一类是**概念性定义**，专家学者多偏重于此类定义；另一类是**技术性定义**，即偏重于统计便利的定义，官方多偏重于此类定义。目前占统治地位的不是学者们的界定，而是官方的定义。需要注意的是，旅游者的定义应与旅游的定义相一致。

小结：根据游客旅游期间是否跨越国境，可以将其分为国际游客(international visitors)和国内游客(domestic visitors)，并可根据其在目的地的逗留时间的长短，可以进一步将两种游客分为国际旅游者(过夜)和国际一日游游客(不过夜)、国内旅游者(过夜)和国内一日游游客(不过夜)。

思考：

1、下列人员，哪一类不属于旅游者？

- (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) 到国外或到他乡学习，膳宿在校的学生。
- (3) 为工商业务原因而出国旅行的人。

(4)在海上巡游过程中登岸访问的人员，停留时间超过或不足24小时。

答案：(2)?

2、下列人员，哪一类不属于我国旅游统计中的来华旅游的海外游客：

(1)在我国大陆旅游住宿设施内停留一夜以上的香港同胞。

(2)不在我国大陆住宿设施内过夜(而是当日返回)的澳门同胞。

(3)在我国大陆住宿设施内过夜的华侨。

(4)在华东师范大学学习已超过一年的外国留学生。

答案：(4)

### 三、旅游者的基本特征

(一) 异地性

(二) 短暂性

(三) 享受性

(四) 消费性

(五) 业余性

(六) 地域性

## 第二节 旅游者的形成

### 一、旅游者的形成条件

(一) 足够的可随意支配收入

一个人能否成为旅游者和实现旅游活动，首先有赖于社会经济的发展。没有整个社会经济的发展，没有整个社会生产力的提高，就不可能出现现代旅游，大众化的旅游者也不可能出现。国际上有这样的经验统计，当一个国家人均国民生产总值达到800—1000美元时，居民将普遍产生国内旅游动机；达到4000—10000美元时，将产生出国旅游动机；超过10000美元时，将产生洲际旅游动机；人均国民生产总值低于800美元的国家，则主要发展国际接待旅游。这说明社会经济发展与旅游消费需求相互影响，反映了旅游者人数增长趋势与国内生产总值增长趋势相近的规律。

可支配收入和可随意支配收入是西方旅游研究中经常使用的两个术语。所谓可支配收入(disposable income)指扣除全部纳税后的收入。可随意支配收入(discretionary income)指扣除全部纳税及社会消费(如健康人寿保险、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(衣、食、住、行等)之后所余下的收入部分。很多研究表明,当一个家庭的收入不足以购买基本生活必需品时,该家庭很少会外出旅游。然而一旦这个家庭的收入水平超过这一临界点,该家庭用于旅游的消费便会迅速增加。当然,这一收入临界点在各国并非相同。在80年代初的美国,这一临界收入约为15000美元。美国人口统计局、美国旅游资料中心以及很多市场调研公司的调查结果都表明,人们的外出旅游与家庭收入水平有着直接的关系。例如,在美国,年收入在15000美元以上的家庭外出旅游的可能性,比年收入低于这一水平的家庭大两倍。年收入在25000美元以上的家庭外出旅游者更多,相当于年收入在5000美元以下家庭外出旅游数量的五倍。

此外,收入水平不仅影响着人们的旅游消费水平,而且会影响到人们的旅游消费构成。例如家庭富有的旅游者会在食、宿、购、娱等方面花较多的钱,从而使交通费用在其全部旅游消费中所占的比例减小;而在经济条件次之的旅游者消费构成中,交通费用所占的比例肯定较前者为大。其原因在于食、宿、购、娱等方面节省开支比较容易,相比之下要想在交通方面省钱则较为困难。

## (二) 足够的闲暇时间

### 1、闲暇时间的概念

在现代社会生活中,人生时间可分为以下五个部分:

- ① 法定的就业工作时间,例如我国实行的八小时工作制。
- ② 必需的附加工作时间,例如必要的加班加点,必要的第二职业工作时间等。
- ③ 用于满足生理需要的生活时间,例如吃饭、睡觉、家务等。
- ④ 必需的社会活动时间,例如出席必要的社交约会,学校召开的学生家长会等。
- ⑤ 余暇,亦称自由时间或者**可随意支配时间**。

根据上述时间构成,可以将全部时间划分为两大类:工作时间(①+②)和非工作时间(③+④+⑤)。与此同时,可以将一个人在这些不同类别时间内开展的活动,划分为不得不为的限制性活动与可随意而为的自由活动这两种不同性质的活动。如果将这些不同类别的时间和不同性质的活动放到一起进行比较,两者之间的关系如下表所示。

表：时间类别与活动类别的关系

活动类别 时间类别	限制性活动	自由活动
工作时间	法定就业工作、附加工作	工间休息
非工作时间	生理生存活动、必须的社会活动	休闲活动

## 2、闲暇时间的类型和分布

余暇的分布情况可划分为：

① 每日余暇。这部分余暇很零散，虽可用于娱乐和休息，但却不可用于旅游。

② 每周余暇。即周末工休时间。我国实行每周五日工作制，周末假日为两天，在交通条件较为便利的地区，不少人常利用周末外出旅游度假。

③ 公共假日。即人们通常所说的节假日。各国公共假日的多寡不一，我国的公共假日目前每年累计11天，连续长假往往是家庭外出旅游度假的高峰时间。

④ 带薪假期。目前经济发达的工业化国家中大都规定对就业员工实行带薪休假制度。

总之，旅游需要有时间，余暇是实现旅游活动不可缺少的重要条件。对于就业人员来说，需要有一定数量而且比较集中的余暇才有可能实现外出旅游。当然，对于退休人员应根据实际情况另当别论。另外，对于商务、公务旅游者和部分奖励活动而言，由于其旅游是工作的需要，无需考虑有无闲暇时间，主要由其所在的组织视情况而定。

### （三）旅游动机（主观因素，重点）

#### 1、旅游动机是旅游需要的反映

一个人真正能够成为旅游者，除了需要具备上述客观条件外，还需要具备主观条件，即旅游动机。

动机是推动和维持一个人做出某一行为的主观因素。旅游动机是指促发人们从事旅游活动的内在驱动力，是直接推动旅游者旅游行为产生的内部动因，是形成旅游者的心理因素和主观条件。

动机是需要的反映，需要是促使动机产生的原因。动机产生于人的需要，并和行为紧密相联，是需要的表现形式以及需要和行为的中介。一个人的行为动机

总是为满足自己的某种需要而产生的，有什么样的需要，便会有什么样的动机表现出来。

### 马斯洛的需要层次论。

## 2、旅游动机的基本类型

日本学者田中喜一在1950年出版的《旅游事业论》中将旅游动机分为四类：心情的动机、身体的动机、精神的动机和经济的动机。

美国学者罗伯特·麦金托什将旅游动机也分为四类：身体健康的动机、文化动机、交际动机和地位与声望的动机。

由于旅游动机的多样化，其分类很难统一和全部概括。归类的目的在于能指导旅游业经营者在把握旅游市场、制订旅游产品销售和服务计划时，充分考虑不同类型游客的不同需要和动机，以满足不同类型游客的需要，促进旅游业的发展。

## 3、影响旅游动机的因素

### (1) 内在因素

学习、态度、知觉、人格等心理因素。

人的个性心理可以分为不同的心理类型，不同的心理类型对旅游动机及旅游目的地选择有着不同影响。美国学者帕洛格提出，将游客心理分为五种心理类型：依赖型（自我中心型）、近依赖型（近自我中心型）、中间型、近冒险型（近多中心型）、冒险型（多中心型）。自我中心型与多中心型处于两个极端，人数很少，中间型人数最多，为正态分布图。

### (2) 外在因素

受教育程度、年龄、性别、社会阶层、微社会群体、职业、身体状况、个人可自由支配收入、余暇时间（个人）；政治、经济、文化与治安等因素（社会）。

### (四) 其它条件

## 1、旅游目的地的社会条件

## 2、旅游业的发展程度

## 3、家庭和个人因素

家庭生命周期、户主的学历、职业、年龄、种族、性别、身体状况等。

综上所述，旅游者产生的**必备基本条件**是收入水平、闲暇时间和旅游动机，其余的只是作为促进或限制旅游者产生的条件而存在。三个基本条件与其它因素

相互联系、相互影响，共同促成或限制着旅游者的产生。

## 二、认识旅游者形成条件的意义

一个人只有同时具备了旅游者产生的客观条件和主观条件才能成为旅游者，实现旅游活动。从另一角度讲，所有这些因素亦都可构成能否实现旅游活动的障碍因素。只有这些障碍因素全部克服后，人们才能真正外出旅游。

在上述因素中，客观因素是保证条件（支持条件），主观因素是根本的内因，主观因素亦受客观因素的限制。全面认识这些因素，对发展旅游业，特别是对旅游业的市场营销工作有一定的实际意义。对于收入、时间、身体、家庭负担等障碍因素，旅游业是无法或者说很难帮助人们克服的，因而旅游业在选择自己的目标市场时必须重视和考虑这些因素。但对于旅游动机，旅游业则可采取主动行为，利用各种推销宣传手段，激发人们对旅游的兴趣，促使其产生旅游动机。

### 第三节 旅游者的类型

世界旅游组织首先将旅行者分为纳入旅游统计者和不纳入旅游统计者两部分。不纳入旅游统计者包括：边民过境上班者、游牧民、停留时间不足24小时的中转过境旅客、难民、往来于本国与就任地之间的军人（包括家属和随从人员）、往来于本国与就任地之间的领事代表、往来于本国与就任地之间的外交人员、临时移民、永久移民。纳入旅游统计者通称为游客。游客又分为过夜旅游者和短程游览者两类。

许多学者常常把旅游者类型的划分与旅游的类型划分联系在一起，有何种类型的旅游活动，就有何种类型的旅游者。如根据游客出行的外在特征划分：按旅游地域、目的、旅行距离、组织形式、消费水平、计价方式、费用来源、旅行方式等为标准划分旅游者的类型。

下面对按旅游目的划分的主要类型旅游者的特点作一简要说明。

#### 一、消遣型旅游者

##### （一）观光型旅游者

是指以观赏游览异国他乡的自然景观、名胜古迹、城市风光、风土人情等为主要目的的外出旅游者。

1、世界上最常见、最基本的旅游者类型，出游规模大，也是我国旅游者的主体。

2、对旅游景点特色较敏感，喜欢到知名度高的地方旅游。

- 3、有旅游审美的需求。
- 4、在旅游地逗留时间短、重游率低。
- 5、花费较少，对价格比较敏感。
- 6、出游的季节性强。
- 7、选择的自由度高。

#### （二）度假型旅游者

- 1、寻求消遣、休息、娱乐和享受。
- 2、目的地相对固定（重游率较高），停留时间较长（一周至数月）。
- 3、对环境、设施条件要求较高，对旅游产品的质量、旅游安全和价格比较敏感，但消费较高，关注当地居民对旅游者的态度。

#### 二、公务型旅游者

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，在完成公务的前提下进行参观游览等活动的旅游者。

（一）有一定的身份地位，对旅游产品和服务质量要求较高。

（二）费用主要由团体的公费开支，支付能力较强，对价格不太敏感，消费较高。

（三）因为公务在身，对旅游目的地、出行时间、停留时间没有太多选择余地（出行活动的自由度小），一般以就近短途和短时为多。

（四）人数相对较少，但出行次数较多，季节性不强（只要是工作需要，就会随时出行）。

#### 三、个人事务型旅游者

是出于探亲访友、参加婚丧仪式、联系调动工作、疗养治病、购物或解决其他个人事务而外出的旅游者。与前几种类型相比特点复杂些，一般的特点有：

（一）总的来说，出行的季节选择性较差，往往带有偶然性和突发性。（与公务旅游者相似）

（二）没有选择旅游目的地的自由。（与公务旅游者相似）

（三）对价格比较敏感。（与观光型旅游者相似）

#### 四、特种旅游者

特种旅游是在传统常规旅游方式的基础上发展起来的一种新兴的更高形式的特色旅游活动产品，又称“专题旅游”、“专项旅游”、“特色旅游”、“主题旅游”

等，强调自主性、个性化、目的性。如艺术旅游、宗教旅游、民俗旅游、工业旅游、农业旅游、生态旅游、医疗保健旅游、体育旅游、探险旅游等。特种旅游者是指通过参与一种特色专题的旅游活动以满足自身某方面特殊兴趣与需要的旅游者。这种旅游者的出现是大众旅游向个性化旅游发展的必然结果。

(一) 对特殊旅游主题要求较高

(二) 对旅游服务的要求较高

(三) 自主参与性强

(四) 旅游项目和线路一般具有新奇性或探险性

(五) 要求参加者有一定知识修养、较强的环保意识和良好的素质，同时还要有健壮的体魄和坚强的意志

本章作业：

- 1、简述马斯洛“需要层次论”的内容要点。
- 2、试述按旅游目的划分的不同类型旅游者的特点。

## 第四章 旅游资源

教学目标：

- 1、理解旅游资源的概念、特征及分类
- 2、了解旅游资源的价值决定
- 3、了解并掌握旅游资源开发的涵义、内容和原则，了解旅游资源开发项目可行性研究的主要内容。
- 4、了解旅游资源遭受破坏的主要原因和对策

思政目标：中国地大物博，旅游资源丰富，有利于培养学生的文化自信，同时积极践行保护和弘扬中国传统文化，强化学生的民族自信心、自豪感，增强民族责任感与使命感，培养爱国主义情怀

教学重点：

- 1、旅游资源的概念和分类
- 2、旅游资源的开发与保护

教学难点：旅游资源的概念与价值决定

教学方法：讲授法、讨论法，辅以案例分析与多媒体等手段

教学课时：6课时

教学步骤与内容：

## 第一节 认识旅游资源

### 一、旅游资源的概念

人们对旅游资源的概念尚未形成一个统一的认识。参P115-118。

基于供给角度的定义：旅游资源是指在自然和人类社会中能够激发旅游者旅游动机并进行旅游活动，为旅游业利用并能产生经济、社会、环境效益的客体（事物或因素）。

说明：旅游资源的存在不是以能够为旅游业所利用为前提，也并非必然带来经济效益。

基于需求角度的定义：凡是能够造就对旅游者具有吸引力的环境的自然事物、文化事物、社会事物或其他任何客观事物，都可构成旅游资源。（本教材采用）

说明：这一定义强调旅游资源是拉动旅游者来访的吸引力本源，这是旅游资源的吸引功能；吸引力的核心因素是某些具体事物，实际上同以它为核心的活动环境有关；某一事物作为旅游资源的地位不是永恒的；“都可构成旅游资源”这一表述的使用，还暗示旅游资源的可创造性。

旅游资源具有作为旅游活动客体的基本属性，具有能对旅游者产生吸引力的功能，具有**开发后**能产生经济、社会、环境效益的功能。

### 二、旅游资源的类型

旅游资源分类的目的是为了对其进行有效的利用、保护、开发和建设。由于旅游资源本身的复杂性和范围的广泛性，使得对其类型的划分必须从不同的角度、采用不同的方法进行。

- （一）按基本属性分：自然旅游资源、人文旅游资源
- （二）从利用角度分：可再生旅游资源、非可再生旅游资源
- （三）按开发现状分：现实旅游资源、潜在旅游资源
- （四）根据品位或管理级别分类：世界级、国家级、省级和市（县）级旅游资源。
- （五）按吸引程度分：热点旅游资源、温点旅游资源、冷点旅游资源。

### 三、旅游资源的特征

- （一）价值特征（1、2为价值本身，3、4为价值的判断）

- 1、审美性（观赏性）
- 2、吸引性（本质特征）
- 3、吸引力的定向性
- 4、旅游价值理解的民族文化性

#### （二）空间特征

- 1、地域性
- 2、不可移动性

三层含义：第一，旅游资源的本体不能向旅游者移动，否则就将在根本上丧失旅游者，该种资源也不成其为旅游资源。第二，当旅游资源被开发成旅游产品并被出售时，资源及产品的所有权不能转移。第三，旅游资源小距离搬迁并没有在根本上改变旅游资源的不可移动性。另外，旅游资源的仿制品由于脱离了特定的历史成因和空间环境而不在具有原真性，缺乏原有的意义和魅力。

#### （三）时间特征

- 1、季节性
- 2、时代性

#### （四）经济特征

- 1、相对永续性和不可再生性（易损性）（有条件）
- 2、垄断性
- 3、可创新性

#### （五）多样性与综合性（要素及其组合特征）

### 四、旅游资源的价值决定

#### （一）衡量旅游资源价值的客观标准

旅游资源的根本价值在于对旅游市场的吸引力，在于对旅游者的吸引功能。衡量这一价值的唯一客观标准时该项旅游资源所能吸引来访游客的数量。

#### （二）旅游资源的价值决定

一项旅游资源的价值大小，主要取决于其自身的品质及其坐落地点或可进入程度这两个方面的结合情况。这一品质必须是已为客源地居民所了解或感知的品质。

## 第二节 旅游资源的开发

## 一、旅游资源开发的含义、必要性及其参与者

旅游资源开发是指旅游经营者为了发挥、改善和提高旅游资源的吸引力而进行的开拓和建设等技术经济活动。

对于一个旅游目的地来说，要使其潜在的旅游资源转化为现实的旅游资源，使潜在的资源优势转化为现实的经济功能，开发工作无疑至关重要；对于现实的旅游资源项目，有时也有必要根据情况的变化进行再生性开发（与旅游产品的生命周期有关）。

旅游资源开发的参与者：政府主导、企业运作。

## 二、旅游资源开发项目的价值评价

旅游资源要成为具有吸引力的旅游景观，必须经过适当的开发和利用才能得以实现。就旅游资源的开发利用而言，其首要的问题是对旅游资源的开发价值进行科学评价，这是一项非常重要的基础性工作。

评价标准：美学价值、社会文化价值、市场价值。

## 三、旅游资源开发项目可行性研究

### （一）可行性研究的概念

概念：可行性研究是指在对该旅游资源开发项目进行投资决策之前，就该项目的开发在经济上是否可行开展调查和研究。

主要目的：是为该开发项目的投资决策提供可靠的客观依据。

### （二）可行性研究报告的内容

- 1、阐明项目开发者的实力和资格
- 2、分析和预测市场需求
- 3、分析该项目开发和经营方面的微观条件
- 4、分析当地的宏观社会经济条件

## 四、旅游资源开发的原则

- （一）独特性（特色）原则
- （二）多样性原则（综合性原则）
- （三）力求经济原则
- （四）保护性开发原则
- （五）协调性原则

## **(六) 市场导向原则**

### **五、旅游资源开发的主要内容**

#### **(一) 树立旅游形象**

#### **(二) 解决和改善旅游地的可进入性**

可进入性是指旅游目的地同外界的交通联系以及旅游目的地内部交通的通畅和便利程度。提高可进入性不仅包括陆路、水路、空中通道以及通讯的基础设施建设,也包括交通运输工具的运营安排,以达到“进得来,散得开,出得去”的目的。

广义理解:旅游可进入性是指旅游者进入旅游目的地的难易程度和时效性。是连接旅游者需求与各种具体旅游产品的纽带,是旅游线路实现其价值的前提条件。具体内容包括:交通状况、通信条件、手续的繁简程度、旅游地的社会环境。

#### **(三) 建设和完善旅游基础设施**

#### **(四) 建设和完善旅游上层(接待)设施**

#### **(五) 旅游点的规划、建设与管理**

#### **(六) 培训能够胜任专业水平的旅游服务工作人员(完善旅游服务)**

### **六、旅游资源开发的方式**

#### **(一) 对天然风景区的开发**

#### **(二) 对现有的旅游资源进行改建和扩建**

#### **(三) 对已遭损坏的旅游资源进行修缮和重建**

#### **(四) 人工创造新的旅游资源**

#### **(五) 对非实体性的社会资源,经过开发形成新的旅游资源**

## **第三节 旅游资源的保护**

旅游资源保护是指人们在开发和利用旅游资源过程中,充分运用各种手段,使旅游资源不受损坏的活动。旅游资源的保护不仅包括旅游资源本身的保护,而且还涉及周围环境的保护问题。

### **一、旅游资源保护的意义**

旅游资源是旅游业存在和发展的根本基础,如果开发利用得当,可以用之不尽。因为旅游者带走的只是印象和感受(旅游购物品除外),不能带走旅游资源本身,旅游资源具有永续利用的特点。但如果旅游资源的开发与管理工作不当则会

使旅游资源遭受破坏，从而危及旅游业。因此，破坏旅游资源就是破坏旅游业，保护旅游资源就是保护旅游业。旅游资源保护是旅游业持续兴旺发展的根本保证。

旅游资源的保护是为了延长旅游资源的生命周期，奠定旅游业发展的基础，维护和实现旅游资源的经济和社会价值。如果不加强对旅游资源的保护，必然会造成旅游资源质量下降，减弱其对游客的吸引力；或大大缩短旅游资源的生命周期，其价值不但不能充分实现，甚至会导致旅游资源的不复存在，使旅游业失去存在的基础。正因为这样，世界各国都极为重视旅游资源的保护，采取相应手段和措施对不同类型的旅游资源进行保护和利用。

## 二、正确处理两个关系

### （一）保护与近期需要的关系

### （二）保护与开发的关系

## 三、旅游资源遭受破坏的原因

### （一）自然破坏

自然破坏主要是指由自然因素和自然界的变化的对旅游资源和环境造成的破坏。按成因可分为三种：

#### 1、突发性的自然灾害

是指由于地震、火山、台风、洪水、海啸、滑坡、雪崩、泥石流、山火等引起的对旅游资源的破坏。尽管这种突发性自然灾害并不多见，可一旦发生，往往会毁掉部分或全部旅游资源。

#### 2、自然风化

#### 3、动物活动造成的破坏

### （二）人为破坏

#### 1、旅游活动本身对景物的破坏和环境的污染（包括旅游者的不当行为）

#### 2、建设性的破坏（主要表现为旅游业及其他行业从业者的不当行为）

##### （1）直接拆毁文物古迹

##### （2）旅游开发建设、工程建设的破坏

##### （3）旅游区发展工业带来污染破坏

#### 3、旅游经营和管理不善（主要表现为当地居民的不当行为）

#### 4、战争的破坏

#### 四、旅游资源保护的对策

- (一) 针对自然作用的危害
- (二) 针对旅游者方面的原因
- (三) 针对当地居民和旅游业方面的原因

本章作业：

- 1、列举并解释旅游资源的特点。
- 2、试述旅游资源破坏的原因及其保护对策。

### 第五章 旅游业

教学目标：

- 1、理解旅游业的概念、构成、性质和特点
- 2、了解或掌握旅游业各构成企业的基本内涵和发展概况
- 3、理解旅游产品的概念、特点及质量管理的基本途径

思政目标：引导学生辩证看待旅游业中的协同关系，避免单一产业过度商业化，兼顾文化遗产、生态保护与游客体验，培养统筹兼顾、可持续发展的系统思维。

教学重点：

- 1、旅游业的构成与特征
- 2、旅行社、旅游饭店、旅游交通的经济活动规律

教学难点：

- 1、旅游业的概念、构成与性质
- 2、旅游产品的概念

教学方法：问题法、对比法、案例法讲授，多媒体辅助

教学课时：6课时

教学步骤与内容：

#### 第一节 旅游业概述

##### 一、旅游业的界定

###### (一) 旅游业定义的简要回顾

日本旅游学者土井厚将旅游业与旅游社业等同起来。

美国的格德纳教授和加拿大的瑞奇教授在其合著的2006年新版《旅游学》一

书中指出：旅游业是参与为游客提供旅游体验的多种经济活动、多种服务或多种行业的集合体。

## （二）传统的产业界定标准

产业是其主要业务或产品大体相同的企业类别的总称。旅游业距离传统产业的界定标准相去甚远，表现在：

1、旅游业并非是由同类企业所构成，各相关企业的主营业务或主要产品自然也不尽相同。

2、在旅游业中，因旅游业务的开展而发生的投入和产出难以清晰测算和确定。

3、在旅游业中，绝大多数旅游企业实际上都隶属于某一传统的标准产业。

宏观经济学家普遍认为，从理论上讲，旅游业不构成一项标准的产业。

## （三）旅游业的界定标准

概念性界定：以旅游消费者为服务对象，为其旅游活动的开展创造便利条件并提供其所需商品和服务的综合性产业。

基本含义：

1、旅游业是由一系列相关行业组成的**综合性经济**产业。

2、旅游业的中心内容是为**旅游者**提供直接的服务。

与传统产业概念界定的区别：

1、是一个需求取向的定义，而非供给取向的定义。

2、界定标准是基于相同的服务对象，而非基于相同的业务或产品。

## 二、旅游业的构成

### （一）“三大支柱”说

联合国《国际产业划分标准》将旅游业划为三个组成部分，即旅行社、交通客运部门和以旅馆为代表的住宿业。旅行社、旅游饭店和旅游交通称为现代旅游业的“三大支柱”。

### （二）“五大部门”说

英国的维克托·米德尔顿从国家或地区的旅游发展出发（旅游目的地市场营销角度），把旅游业划分为旅行社、交通客运部门、以旅馆为代表的住宿业、游览场所经营部门和各级旅游管理组织（支持作用）五个部分。

### （三）“三大类型”说

1、直接为旅游者提供产品和服务的主体部门有（直接旅游企业）：住宿业、餐饮业、旅行社业、交通业、游览娱乐业（由众多娱乐场所、主题公园、风景区、风景点等组成）、旅游购物品经营业。这是保证旅游活动顺利进行的基础。

2、间接为旅游者提供产品和服务的部门和行业有（间接旅游企业）：商业、银行业、保险业、海关、公安、邮电通信、文化艺术、卫生教育等。这些相关行业和部门从不同方面、不同领域支持了旅游活动，并为旅游者服务。

3、管理部门指的是对旅游行业实施领导和管理的机构，包括行政管理组织（各级旅游局）和行业管理组织（如中国旅游协会、中国旅游饭店协会、中国国内旅游协会、中国旅游车船协会等以及各省、直辖市及自治区相应协会）。

我国旅游业的基本构成，八大部门：交通运输部门、旅游景点部门、住宿服务部门、餐饮服务部门、旅游纪念品/用品零售部门、娱乐服务部门、旅行社部门、旅游行政机构和旅游行业组织。（前六个分别为旅游者提供行、游、住、食、购、娱等项服务）。

### 三、旅游业的性质和特点

（一）旅游业的性质（本质属性）：是一项文化型的经济产业

（二）旅游业的特点

- 1、综合性与**联动性**（关联与带动）
- 2、服务性与劳动密集型（劳动密集型的服务业产业）
- 3、外向性与开放性（政策性较强的产业）
- 4、依赖性与敏感性（而非脆弱性）

### 5、季节性

### 四、旅游业的作用（在促进旅游活动发展中的作用）

- （一）旅游供给者（供给作用）
- （二）供需之间的桥梁（组织作用）
- （三）提供便利的服务者（便利作用）

## 第二节 旅行社业

### 一、旅行社的定义

旅行社是指从事招徕、组织、接待旅游者等活动，为旅游者提供相关旅游服

务,开展国内旅游业务、入境旅游业务或者出境旅游业务的企业法人。内容参P156。凡是经营上述旅游业务的营利性企业,不论其使用的具体名称是旅游公司,还是旅游服务公司、旅行服务公司、旅游咨询公司或其他称谓,都属于旅行社企业。

## 二、旅行社的类型

### (一) 欧美国家的旅行社分类

欧美国家根据旅行社经营的业务类型将旅行社划分为两大类:

#### 1、旅游批发经营商

#### 2、旅游零售商

### (二) 我国的旅行社分类

从改革开放至20世纪90年代中期,我国旅行社分为三类:第一类旅行社、第二类旅行社和第三类旅行社。P161。

1996年国务院颁布《旅行社管理条例》,按经营范围将我国的旅行社划分为两类:国际旅行社、国内旅行社。

2009年2月国务院颁布了新的《旅行社条例》,也是按照经营范围,将我国旅行社规范为两大类,一类是经营国内旅游业务和入境旅游业务的旅行社,另一类是经营国内旅游业务、入境旅游业务和出境旅游业务的旅行社。

我国对旅行社企业的类别划分是**基于**对旅行社行业行使宏观管理,规范旅行社行业发展,确保旅游接待质量的需要而做出的规定,而不是旅行社企业在经营业务方面自然分工的结果。各类旅行社除了经营范围不同,在业务职能上并无根本区别。

我国旅行社与欧美旅行社的**不同**:

第一,我国的旅行社企业并无主营批发者与主营零售者之分。所有的旅行社企业都是批零兼营,既经营批发业务,也经营零售业务。

第二,在零售业务,特别是在代理预订方面,我国旅行社的代理佣金不是向被代理企业收取,而是向顾客收取手续费。

### (三) 按经营业务划分

#### 1、组团旅行社(简称组团社)

组团社是指在客源地招徕游客,解答咨询并将报名参游者组织成旅行团的旅行社。

## 2、接待旅行社（简称地接社）

地接社是指在目的地负责接待来访旅行团并安排其在当地活动的旅行社。

实际上，旅行社企业中并不存在绝对意义上的组团社或地接社。通常的情况是，各地之间有业务合作关系的旅行社彼此互为接待社和地接社。

## 三、旅行社在旅游业中的作用

（一）从旅游者需求角度看，旅行社是旅游活动的组织者

（二）从旅游目的地供给角度来看，旅行社是旅游产品的销售渠道

（三）旅行社是旅游信息和咨询服务的提供者（旅行社是旅游业的前锋）

## 四、旅行社的基本业务

（一）设计、组织和促销旅游产品

（二）公关协调、接待服务

## 五、旅行社产品的类型、销售渠道、销售形式

（一）旅行社产品的类型

### 1、全包价旅游

多为15人（国际）或10人（国内）以上的旅游团所采用。即参加旅游团的旅游者采取一次性预付旅游费用的方式将各种相关旅游服务全部委托一家旅行社办理。

### 2、半包价旅游

指在全包价旅游的基础上，扣除中、晚餐费用的一种包价形式。其目的在于降低产品的直观价格，提高产品的竞争能力，同时也是为了更好地满足旅游者在用餐方面的不同要求。

### 3、小包价旅游

又称为可选择性旅游，由非选择部分和可选择部分组成。非选择部分包括接送、住房和早餐，旅游费用由旅游者在旅游前预付；可选择部分包括导游、风味餐、节日欣赏和参观游览等，旅游者可根据时间、兴趣和经济情况自由选择，费用既可预付，也可现付。

### 4、零包价旅游

是一种独特的产品形态，多见于发达国家。参加这种旅游的游客必须随同前往和离开旅游目的地，但在旅游目的地的活动是完全自由的、形同散客。旅游考

参加零包价旅游的好处在于可以获得团体机票价格的优惠,并可由旅行社统一代办旅游签证。

## 5、单项服务委托

又称委托代办业务,它是旅行社根据旅游者的具体要求而提供的各种有偿服务。旅游者需求的多样性决定了旅行社单项服务内容的广泛性,其中常规性的服务项目主要包括:导游服务、交通集散地的接送服务、代办文通票据和文娱票据、代订酒店客房、代客联系参观游览项目、代办护照、签证等旅行证件、代办旅游保险。

### (二) 旅行社产品的销售渠道

#### 1、直接销售

#### 2、间接销售

### (三) 旅行社产品的销售形式

通常,参加某次旅游活动的人数在15人(或10人)以上者,称为团体旅游;而低于15人(或10人)者,称为散客旅游。

#### 1、团体旅游

多采用包价方式,方便旅游者,价格便宜,经济效益好,操作方便,但缺乏自由度,成团较难。

#### 2、散客旅游

多采取单项服务委托的方式,经济效益较差,且操作难度大,游客费用较高,但有充分的自由。

散客接待量的大小往往是一个旅游目的地成熟程度的重要标志。目前我国旅行社针对散客开展的业务主要包括散客成团业务和委托代办业务(当地单项委托、联程委托)。

## 第三节 饭店业

### 一、住宿业的演进 (P167-169)

#### (一) 客栈时期

客栈,英文称为“inn”,是指乡间或路边的小客店,供过往的客人寄宿之地。早在公元前600年,欧洲就已出现了客栈。12世纪到18世纪之间,客栈日益盛行,主要为宗教徒和经商者服务。中世纪时期的客栈,以英国的客栈最为著名。古代

东方也有客栈，不管是在古巴比伦、古埃及，还是古代中国，都有不同类型的客栈。

## （二）大饭店时期(18世纪末至20世纪初)

主要服务于王室贵族和社会名流。

## （三）商业饭店时期（20世纪初至50年代）

美国人斯塔特勒是商业饭店的开创者。服务对象主要是商务旅行者。

## （四）现代新型饭店时期（20世纪50年代至今）

- 1、接待对象更加大众化
- 2、多功能化
- 3、多样化
- 4、集团化
- 5、饭店的管理水平和服务质量的要求越来越高，竞争日趋激烈
- 6、保持民族风格和地方特色
- 7、饭店管理与服务趋于规范化、个性化

## 二、饭店的定义

饭店是指以有形的建筑空间、设施为依托，为旅游者等社会公众提供住宿、餐饮、购物和娱乐等综合性服务的企业。

饭店按不同习惯也被称为旅馆、旅店、旅社、酒店、宾馆、宾舍、招待所、度假村、俱乐部、大厦、中心等，服务对象是社会公众，主要是外出进行旅游活动的旅游者。旅游饭店的水平代表着一个国家或地区旅游业发展的程度。

## 三、饭店的类型

饭店分类的目的：一是有利于饭店明确市场营销对象，有针对性地开发产品，满足不同的需要，同时也能使宾客在选择饭店时有明确的目标。二是有利于饭店进行宏观管理和调控，树立旅游目的地良好形象。

### （一）根据饭店市场分类

#### 1、商务型饭店

大中城市，从事商务或公务活动的客人为主，设施齐全、服务要求高。

#### 2、度假型饭店

多位于风景区或疗养度假地，以度假、休闲、娱乐、健身为目的。

### 3、会议饭店

政治、经济中心城市，接待各种会议团体，配备专门的会议设施和设备。

### 4、长住饭店

也称公寓饭店，多位于商业中心，家庭式布局 and 气氛。

#### (二) 根据坐落地点分类

- 1、旅游地饭店
- 2、城市饭店
- 3、海滨旅馆

#### (三) 根据饭店与交通方式的关系分类

- 1、汽车饭店
- 2、铁路饭店
- 3、机场饭店
- 4、港口饭店

#### (四) 根据饭店规模分类

- 1、大型饭店（500间客房以上）
- 2、中型饭店（300-500间客房）
- 3、小型饭店（300间客房以下）

#### (五) 根据饭店的档次或等级分类

- 1、低档饭店、中档饭店、高档饭店
- 2、一至五星级（含白金五星级）饭店

星级是用星的数量和颜色表示旅游饭店的等级，星级越高，表示饭店档次越高，星级的划分以饭店的建筑、客房面积、装饰、设施设备及管理、服务项目、服务水平为依据进行评定。

#### (六) 根据经营管理方式分类

- 1、独立经营饭店
- 2、合作经营饭店
- 3、委托经营饭店（连锁饭店）

#### (七) 根据经济类型分类（P150）

- 1、国有饭店
- 2、集体饭店
- 3、民营饭店
- 4、合资饭店
- 5、外资饭店
- 6、股份制饭店

#### (八) 根据计价方式分类

##### 1、欧式计价饭店

饭店客房价格仅包括房租，不含食品、饮料等其他费用。世界各地绝大多数饭店均属此类。

##### 2、美式计价饭店

客房价格包括房租以及一日三餐的费用。目前，尚有一些地处僻远的度假型

饭店同此类型。

### 3、修正美式计价饭店

客房价格包括房租和早餐以及午餐或晚餐的费用，以使宾客有较大的自由安排白天活动。

### 4、欧陆式计价饭店

房价包括房租及一份简单的欧陆式早餐即咖啡、面包和果汁。此类饭店一般不设餐厅。

### 5、百慕达计价饭店

此类饭店的房价包括房租及美式早餐的费用。

## 四、饭店的等级及其评定

欧美西方国家对饭店等级的评定通常是由饭店行业组织或由代表消费者的某些组织进行评定。在社会主义国家以及很多发展中国家，饭店等级评定多是在国家旅游组织的领导下进行。

星级评定简介。考核内容、实施原则，我国的现行做法。

## 五、饭店业中的集团化经营

### （一）集团化与集中率

集中化程度是指一个行业中的企业平均规模。平均规模越大，集中化程度就越高。集中化程度越高，则意味着同行竞争者的数目越少。衡量集中化程度的指标是集中率，通常用该行业中一批最大的企业所占据的份额来表示。就饭店而言，通常是以大型饭店公司所拥有的客房数在饭店业客房供给中所占的份额来表示。参P172-174的统计数据 and 介绍。

### （二）饭店集团

#### 1、饭店连锁集团

是一种由某一饭店公司以品牌为纽带将若干成员饭店统一于该公司旗下开展联号经营的紧密型饭店集团，即所有成员饭店都使用相同的店名店徽，经营相同的产品/服务，采用相同的营业规程，实行相同的服务标准。

#### （1）集团化经营的优势（集中到一点：规模经济）

资本优势、技术经济优势、市场营销优势、集中采购优势、管理效率方面的优势、分散风险的优势。

## (2) 成员饭店的类型

完全成员：拥有产权和经营权

租赁成员：签订租赁合同，只有经营权，没有产权。

管理合同成员：签订管理合同，饭店连锁公司代理或参与经营管理。

特许经营成员：饭店连锁公司出让特许经营权，并不派员参与经营管理，只是对其经营工作给予指导。

## 2、饭店合作集团

饭店合作集团是若干独立经营的饭店为了追求通过联合集体行动带来的规模经济，而自愿组合建立起来的一种饭店合作组织。是一种以共同利益为纽带，在自愿基础上形成的松散型联合组织。类型：

- (1) 营销合作集团
- (2) 采购合作集团
- (3) 员工培训合作集团
- (4) 预订系统合作组织

## 六、我国饭店业的发展

### (一) 规模与档次结构

改革开放之初那种只提供食宿接待服务、实行招待所式管理的老饭店已经完全为服务功能多样化、经营管理专业化的现代化饭店所取代。参P180-181表与数据。

### (二) 集团化发展

## 第四节 旅游交通业

### 一、旅游交通业的定义

旅游交通是指旅游者通过某种手段或方式，实现从一个地点到达另一个地点的空间转移过程。旅游交通业是指凭借运输、通讯工具和交通线路，促使旅游者和旅游信息实现空间位移的物质生产部门。

现代旅游交通包括交通路线、运输工具、交通通讯设备、交通管理等四个方面的内容。旅游交通既包括旅游者的常住地和旅游目的地之间的往返过程，也包括旅游目的地之间、同一旅游目的地内各旅游景点之间的移动过程。交通业发展

是一个国家（地区）旅游接待能力的重要组成因素。

## 二、旅游交通的任务和作用

### （一）任务

实现便利往来，克服空间距离和时间距离。

### （二）作用

#### 1、旅游交通是旅游业产生和发展的前提条件

2、从需求方面看，旅游交通是旅游者完成旅游活动的先决技术条件

3、从供给方面看，交通运输是目的地旅游业的命脉

4、旅游业经济收入稳定而重要的来源

#### 5、旅游活动的重要形式

## 三、旅游交通方式的类型

### （一）公路(交通工具：汽车)

包括乘坐私人小汽车和乘坐公共客运汽车或长途公共汽车两种。

主要优点：灵活方便、行动自由、交通费用相对较低、可直达旅游点、能随时停留、便于携带行李、便于观赏沿途风光等。缺点：能耗大、安全系数低、不适合长途旅行，会造成拥挤和污染等问题。

### （二）航空(交通工具：飞机)

### （三）铁路(交通工具：火车)

优点主要包括：运力大、票价低、安全性高、不会受到交通堵塞问题的干扰，受气候等自然条件影响也较小，车内活动自由，途中可沿途观赏风景，人均能耗低、污染小等。不足之处是速度慢，长时间旅行，客人容易疲劳。我国多数线路火车的设备和水平较差，需不断改进和完善。

### （四）水路(交通工具：轮船)

水路客运业务主要可划分为四种，即海上远程定期班轮服务、海上短程渡轮服务、游船服务和内河客运服务。主要优点：客运能力大；运输成本低，票价便宜；环境舒适、悠闲。但速度慢、灵活性差，易受气候、水文等自然因素影响和限制。P189-190。

### （五）特种旅游交通

#### 1、缆车

2、畜力：牛、马、驴、骆驼或畜力车，马、狗等拉的雪橇

3、人力：自行车、三轮车、手划船

4、风力：帆船、热气球

参考：主要通讯手段——电话、电报、传真、邮政等。

#### 四、我国旅游交通的发展

(一) 航空运输

(二) 铁路运输

(三) 公路运输

#### 五、影响旅游者选择旅行方式的因素

(一) 旅行目的

(二) 运输价格

(三) 旅行距离

(四) 旅行偏好和经验

其他因素：天气、旅伴、目的地的地理位置特点等。

### 第五节 旅游景区业

#### 一、旅游景点的定义

广义的旅游景区/点是指任何一个可供旅游者或来访游客参观游览或开展其他休闲/娱乐活动的场所。

狭义的旅游景区/点是指专为供来访公众参观、游乐或增长知识而设立和管理的长久性休闲活动场所。**特点：**

**专用性：**只有那些职能是专供游人参观、游览或开展其他休闲活动的场所才称为旅游景区。

**长久性：**长期固定的场所，发挥固有的职能。

**可控性：**旅游景区必须有人行使管理和控制。

一般实行购票准入。

#### 二、旅游景点的类别

(一) 按设立性质分：商业性旅游景点、公益性旅游景点

(二) 按所依赖资源的成因分：自然旅游景点、人文旅游景点

(三) 按内容的复杂程度分：单一型旅游景点、复合型旅游景点

#### （四）按内容或表现形式分

- 1、古代遗迹和历史建筑
- 2、博物馆
- 3、美术馆
- 4、**风景名胜区**
- 5、**森林公园和地质公园**
- 6、**自然保护区**
- 7、**园林**
- 8、野生动物园区
- 9、主题公园
- 10、**度假区**
- 11、早期产业旧址
- 11、**经济建设和工农业参观点**

#### （五）按质量等级分

新的国家标准《旅游区(点)质量等级的划分与评定》将旅游区(点)质量等级划分为五级，从高到低依次为AAAAAA、AAAA、AAA、AA、A级。

### 三、旅游景点在旅游业中的地位（和作用）

旅游景点往往是展现当地旅游资源精华的场所，是旅游业发展的**基础**。就旅游消费者行为而言，人们对交通、住宿、饮食等方面的需求属于派生性需求，对旅游者的来访起着一种支持或保证的作用。相比之下，景点产品对旅游者的来访则起着一种激发或吸引的作用，是诱导人们外出旅游的**先决条件**，人们对景区产品的需求构成了**根本性需求**。正是在这个意义上，同旅游业中其他行业的服务产品相比较，景区产品在目的地旅游业整体产品构成中居于**中心的地位**，是旅游业创收的**重要支柱之一**。

### 四、旅游景点经营长期成功的关键

- （一）竞争状况
- （二）顾客需求层次的变化
- （三）新型应用技术的发展

## 一、旅游产品的概念

界定：旅游产品是旅游经营者凭借旅游吸引物和旅游设施，向旅游者提供的用于满足其一次旅游活动所需的服务与实物的总和。

旅游者在一次旅游活动中所购买的各种单项产品和服务的总和就是一个单位的旅游产品。一个国家或地区在一年中接待了多少旅游人次，就意味着它向旅游者提供了多少次旅游活动，也即销售了多少个单位的旅游产品。在旅游活动中，一条旅游路线就是一个单位的旅游产品。

单项旅游产品这一概念主要是针对各旅游企业而言的，是指旅游企业借助一定的设施和设备面向旅游消费者市场提供的服务项目。

整体旅游产品是以旅游者在目的地停留期间的访问活动为核心，构成一次完整旅游经历的各种有形因素和无形因素的集成或总和。

**旅游商品**是旅游者在旅游目的地国家和地区旅游过程中购买的各种物质产品，又称旅游购物品。

包括：旅游工艺品、旅游纪念品、文物古玩及其复制品、土特产品、旅游食品、旅游日用品，在价格上、质量上具有吸引力的其他商品。

## 二、旅游产品的性质和特点

(一) 性质：旅游产品是一种服务性产品

(二) 特点

- 1、无形性
- 2、不可转移性（空间与所有权上）
- 3、生产与消费的同时性（不可分割性）
- 4、不可储存性（即时效性，时间上）
- 5、综合性与整体性
- 6、依赖性

## 三、认识旅游产品的质量

(一) 旅游产品质量的重要性

(二) 衡量质量的标准

外部标准：能够实现顾客满意。

内部标准：能够符合并满足该项服务工作本身的规范要求。

内部标准是优质服务的保障，外部标准则是目的或结果。

#### 四、质量管理的基本途径

- (一) 要使员工有做好工作的愿望
- (二) 要使员工有做好工作的本领
- (三) 要有做好服务工作的条件
- (四) 要有严格的保障措施

本章作业：

- 1、试析旅游产业的综合性。
- 2、比较欧美国家与我国对旅行社的分类。(P212-4)
- 3、列举并解释旅游产品的特点。(P212-9)

## 第六章 旅游组织

教学目标：

- 1、了解政府对旅游发展行使干预的动机、必要性和主要手段。
- 2、了解国家旅游组织的概念、主要职能和世界国家旅游组织的模式。
- 3、了解并熟悉我国旅游组织的基本状况和主要国际旅游组织。
- 4、理解旅游行政组织的概念、职能，旅游行业组织的概念、职能。

思政目标：聚焦旅游行政组织的政策引导、旅游企业组织的市场实践，引导学生认识旅游组织服务于国家战略的核心价值

教学重点：

- 1、政府对旅游发展行使干预的主要手段。
- 2、世界国家旅游组织的模式。

教学难点：旅游行政组织和旅游行业组织的概念、职能。

教学方法：启发式讲授

教学课时：2课时

教学步骤与内容：

### 第一节 政府对旅游发展的干预

#### 一、政府支持发展旅游和旅游业的动机

- (一) 政治动机

(二) 社会发展动机

(三) 经济动机

二、政府干预旅游发展的必要性

1、旅游企业所有权的分散性及其追求自身利益而各行其是的自由性，决定了各旅游行业或企业之间不存在自动的协调。这只能靠政府有意识地进行干预。

2、以基础设施为代表的公共产品的提供是旅游目的地政府的责任。

3、旅游目的地形象的塑造需要政府的参与和决策。

4、政府有责任在保护消费者利益和防止不公平竞争等方面对旅游业的行为进行约束和管理。

5、为了防止或抑制旅游发展有可能带来的负面影响和促成可持续旅游的实现，政府必须对旅游业的发展进行干预。

三、政府干预旅游发展的常用手段

(一) 需求管理

1、旅游目的地的对外促销与宣传

2、控制游客进入量

3、通过控制价格去影响需求

4、为来访游客提供信息服务

(二) 供给管理

1、控制土地的沿途

2、行使建筑物管制

3、市场管制

4、实行特别征税

5、实行投资鼓励政策

## 第二节 旅游组织概述

### 一、旅游行政组织

旅游行政组织是指一个旅游目的地中代表目的地政府负责管理该地旅游事务的行政组织。它运用行政命令和法规等手段，对旅游经济组织及其活动进行组织、指挥、监督。按照管辖范围的不同，旅游行政组织分为国家旅游组织和地方旅游组织。

按照世界旅游组织所作的有关解释，国家旅游组织是指一个国家中为中央政府所承认，负责管理全国旅游行政事务的组织机构。**国家旅游组织可以是政府机构，也可能不是政府机构。**

#### （一）国家旅游组织的模式（设立形式）

当前世界各国政府建立的国家旅游组织的模式主要有：

1、由国家政府直接设立，在编制上作为国家政府的一个部门或机构（政府设立的官方组织）

##### （1）旅游委员会模式

##### （2）旅游部模式

##### （3）混合职能部模式

##### （4）职能部下设旅游局

##### （5）旅游局模式

2、经国家政府承认，代表国家政府执行全国性旅游行政事务的半官方组织

3、经国家政府承认，代表国家政府行使旅游行政管理职能的民间组织

#### （二）各国国家旅游组织存在差异的原因

1、政治经济制度

2、旅游业发达水平

3、旅游业在国民经济中的地位

#### （三）国家旅游组织的职能

## 二、旅游行业组织

旅游行业组织是指在旅游业发展过程中为加强行业间及旅游行业内部的沟通与协作，提高行业声誉，促进行业发展，由旅游企业、团体、个人自愿组成的民间团体。以自愿和非盈利为原则，具有独立法人资格。基本职能有：

1、作为行业代表，与政府机构或其它行业组织商谈有关事宜。

2、加强成员间的信息沟通，通过出版刊物等手段发布行业发展的有关统计分析资料。

3、开展联合推销和市场开拓活动。

4、组织专业研讨会，为行业成员开展培训班和专业咨询业务。

5、制定成员共向遵循的经营标准、行规会约，并据此进行仲裁与调解。

- 6、对行业的经营管理和发展问题进行调查研究,并采取相应措施加以解决。
- 7、阻止行业内部的不合理竞争。

### 第三节 我国的旅游组织

中国的旅游组织主要分为旅游行政组织、旅游行业组织、旅游教育与学术组织。

#### 一、旅游行政组织

三个层次:

- 1、国家旅游局(发展历程、主要职责和职能部门)
- 2、省、自治区、直辖市人民政府下设的旅游局(主要职能)
- 3、省级以下的地方旅游行政机构

上述情况表明,我国各级旅游行政组织作为各级政府的职能部门,是按行政系统逐级建立的。

#### 二、旅游行业组织

含义与性质。

##### (一) 宗旨与任务

##### (二) 全国性的旅游行业协会

主要包括中国旅游协会、中国旅游饭店协会、中国旅行社协会、中国旅游车船协会、中国旅游报刊协会等。

中国旅游协会是一带有总会性质的综合性组织。宗旨和任务、组织机构、主要活动。

##### (三) 地方性的旅游行业协会

### 第四节 国际旅游组织

#### 一、国际旅游组织的现状

国际旅游组织有狭义和广义之分。狭义的国际旅游组织指成员来自多个国家并为多国利益工作和服务的全面性国际旅游组织(例如世界旅游组织WTO)。广义的国际旅游组织则还包括那些其工作范围部分地涉及国际旅游事务的国际组织(例如经济合作与发展组织OECD),以及专门涉及某一旅游行业的国际性旅游同业组织(例如国际航空运输协会IATA)。

按组织地位分，可分为政府间组织和非政府间组织。

按照组织的工作内容划分，可分为全面涉及旅游事务的专职性国际旅游组织，专门涉及某一旅游行业的同业组织，以及部分涉及旅游事务的一般性国际组织。

### （一）政府间组织

#### 1、全球性政府间组织

联合国是世界上规模最大的与旅游有关的全球性政府间国际组织。联合国中有许多处理与旅游有关事务的机构，根据这些机构或代理组织在工作中参与国际旅游事务的范围和程度，可分为以下几种：

（1）间接同旅游事务有关的组织，如万国邮政联盟（UPU）。

（2）部分地涉及某些旅游事务的组织，如国际劳工组织（ILO）、世界卫生组织（WHO）、世界银行中的国际复兴开发银行（IBRD）、国际金融公司（IFC）、联合国教科文组织（UNESCO）。

（3）专门涉及旅游业某些具体部门的组织，如国际民航组织（ICAO）、政府间海事协商组织（IMCO）。

（4）全面涉及旅游事务的组织，如世界旅游组织（WTO）。

#### 2、地区性政府间组织

（1）区域集团。如欧洲联盟（EU）、美洲国家组织（OAS）。

（2）共同利益集团。如经济合作与发展组织（OECD）：该组织设有旅游委员会，以促进其成员国之间的旅游合作与发展。

（3）行业专门组织。如欧洲民航会议（ECAC）。

### （二）非政府间组织

所谓非政府间组织，是指来自不同国家的个人、企业及团体机构基于共同的兴趣或利益（而并非由国家之间签订条约）而组建的国际组织。其成员代表个人或企业或机构团体而非代表国家政府。但是，这类组织也不反对政府机构作为成员加入。

#### 1、全球性组织

根据成员的代表身份，可划分为：

（1）以个人为成员的组织，例如国际旅游科学专家协会（IASSET）。

（2）以公司企业为成员的组织，例如国际航空运输协会（IATA）、国际铁路联盟

(IUR)、国际饭店协会 (IHA) ——P240、世界旅游代理商协会 (WATA)、国际会议组织商协会 (ICCA)、世界专业国际会议管理协会 (PCMA)、世界旅游理事会 (WTTC)、世界一流酒店组织 (LHW)。

(3)以政府机构及行业团体和协会为基本成员的组织,例如国际旅游联盟(AIT)、国际学生旅游大会(ISTC)、国际社会旅游局(BITS)、国际青年旅馆联合会(IYHF)、国际青年旅游与交流局(IBTEY)、国际旅游新闻工作者和旅游作家联合会(FIJET)、世界旅行社协会联合会(UFTAA)。

## 2、地区性组织

例如欧洲航空公司协会(AEA)、北美旅游协会(NTA)、欧洲旅游委员会(ETC)、拉丁美洲旅游组织联盟(COTAL)、加勒比旅游协会(CTA)、太平洋亚洲旅游协会(PATA)、东盟旅游协会(ATA)、非洲旅游协会(ATA)等。

## 二、与我国有关的国际旅游组织 (P231-239)

- (一) 世界旅游组织
- (二) 世界旅游理事会
- (三) 太平洋亚洲旅游协会
- (四) 国际航空运输协会
- (五) 国际民用航空组织
- (六) 世界旅行社协会联合会
- (七) 国际饭店业协会

本章作业:

- 1、政府干预旅游发展的必要性何在?
- 2、简述世界国家旅游组织的主要模式。

## 第七章 旅游市场

教学目标:

- 1、理解旅游市场的概念、特点、功能、类型。
- 2、了解旅游市场细分的标准和方法。
- 3、理解并掌握国际旅游客流、客源的地理分布格局和流动规律。
- 4、了解我国旅游市场的基本概况。

思政目标:：立足国家战略，引导学生认识旅游市场作为文化传播与国家发展的

重要载体，树立“市场服务家国、文旅赋能发展”的核心导向

教学重点：旅游市场的概念、旅游市场细分的方法、国际旅游客流的地理分布格局和流动规律。

教学难点：旅游市场细分的标准和方法

教学方法：启发式讲授、问题与讨论法、多媒体辅助

教学课时：4课时

教学步骤与内容：

## 第一节 旅游市场的概念和特点

### 一、旅游市场的概念

“旅游市场”概念的几层含义：

(1) 旅游市场是指旅游产品的交换场所（经济学角度，一般释义）。是指购买地域，而不是消费地域。旅游市场分为国际市场和国内市场就是这层含义。

(2) 旅游市场指的是旅游产品的现实购买者和潜在购买者（市场营销角度）。这些购买者按照共同的性质形成一个群体，如我们平时所说的“青年旅游市场”、“商务客人市场”等。

(3) 旅游市场是联系旅游生产者和旅游消费者的纽带。

(4) 旅游市场是旅游产品交换关系的总和（经济学角度）。我们所说的“卖方市场”、“买方市场”就是指这一层意思。

旅游市场的定义通常包括广义和狭义两种。

(一) 广义的旅游市场是指在旅游产品交换过程中所反映的各种经济现象和经济关系的总和。

(二) 狭义的旅游市场是指一定时期内，某一地区中存在的对旅游产品具有购买欲望和支付能力的现实和潜在的购买者，即旅游客源市场。

### 二、旅游市场的特点

(一) 异地性（指向性）

(二) 多样性

(三) 波动性

(四) 旅游需求的整体性

(五) 旅游需求的高弹性

## （六）世界性

## （七）季节性

### 三、旅游客源市场的重要性

只有首先满足顾客的需要，才能进而满足旅游企业自身的需要；如果没有顾客，企业的生产或投资则无异于一种浪费；就旅游开发而言，如果不了解需求市场的规模、市场的来源和目标市场人群的状况，不了解旅游客流的基本规律，不了解本企业或目的地在市场竞争中的强项和弱点，那么这种旅游开发将是一种盲目的开发。

## 第二节 旅游市场细分

### 一、概念

市场划分这一概念，是美国的市場学家温德尔斯密在20世纪50年代中期提出来的。

旅游市场细分是指根据旅游者之间需求的差异性，把一个整体旅游市场划分为若干个旅游者群体的过程。旅游市场上有各种不同需求的旅游者，进行市场细分首先要发现不同旅游者之间的**需求差别**，然后把**需求相同**的旅游者归为一类，每一类就形成一个小的细分市场。

### 二、方法

#### （一）地理细分

1、按区域：世界旅游组织(WTO)根据世界各地的旅游发展情况和客源集中程度将世界旅游市场划分为六大区域：欧洲市场、美洲市场、东亚和太平洋地区市场、南亚市场、中东市场、非洲市场。这是一种传统的、重要的市场划分。后来把东亚和太平洋地区市场、南亚市场合并为亚洲和太平洋地区市场，共五大区域。还可进一步细分。

2、按客源重要程度：一级客源市场、二级客源市场、机会客源市场。

3、按旅行距离分：远程旅游市场、近程旅游市场。

4、据旅游流向分：一级市场、二级市场、机会市场；

5、按国境：国际旅游市场（出境旅游市场、入境旅游市场）、国内旅游市场及其进一步细分。

参考简介：在国际旅游收入方面，一直稳居世界前15位的国家和地区有：美国、西班牙、法国、意大利、英国、奥地利、中国、德国、加拿大、澳大利亚、中国香港、墨西哥。在国际旅游消费方面，一直稳居世界前15位的国际旅游支出国包括：美国、德国、日本、英国、法国、意大利、加拿大、荷兰、奥地利、瑞典、比利时。

## （二）人口细分

- 1、按性别标准分：男性旅游市场和女性旅游市场
- 2、按年龄标准分：青年人旅游市场、中年人旅游市场和老年人旅游市场

## （三）心理细分

如按出游动机或目的，一般分为观光旅游市场、度假旅游市场、探亲访友旅游市场、商务旅游市场等。

## （四）行为细分

- 1、购买方式：散客旅游市场、团体旅游市场
- 2、消费水平：豪华旅游市场、标准旅游市场和经济旅游市场
- 3、旅行方式：航空来访者市场、游船来访者市场、自驾车旅游市场等

当站在旅游目的地的立场进行市场细分时，通常多以地理因素为依据；对于微观层次的旅游企业来说，则宜依据旅游者的某些技术特征进行细分。深入细分。

### 第三节 全球国际旅游市场基本状况

#### 一、国际旅游市场规模

总量与增速。

#### 二、国际旅游客流的地理分布格局

几个阶段的数据对比。

欧-美比翼双飞格局、欧-美-亚太“三足鼎立”到欧-亚太-美“三足鼎立”新格局。

原因：亚太经济的迅速崛起与该地区居民出国旅游需求的发育；欧美地区的国际旅游客源主要为区内客源，而且欧美两地互为主要客源地，欧美各国旅游需求市场发展成熟，增速放缓，市场规模已接近封顶程度；作为世界最大的国际旅游客源地，欧洲旅游者对区内各主要旅游目的地已经比较熟悉，势必会寻求新的旅游目的地，其中一个主要去处便是亚太地区。

### 三、全球国际旅游客源的地区分布

各阶段的数据对比和变化。

自20世纪80年代至今，全世界国际旅游客源的地区分布格局基本上一直是欧洲居首位，美洲次之，亚太地区居第三位。中国的变化。注意引用最新资料。

### 四、旅游客流规律与发展趋势

旅游客流规律反映的是旅游者在流向与流量方面变化与发展的基本法则。

(一) 从总体上讲，人们外出旅游地区范围的发展总是由近及远

原因：交通费用较小；旅程时间较短；风俗习惯和文化传统比较接近，易于适应；在旅行手续以及交通情况方面相对便利。

(二) 旅游客流主要源自于经济发展水平较高的国家和地区

原因：

- 1、人均收入水平高，消遣型旅游需求市场的发育程度高；
- 2、工商业发达，差旅型旅游需求市场规模大；
- 3、居民受教育程度高，容易把握旅游信息。

(三) 超大型城市往往都会形成重要的旅游中心

不仅是重要的旅游客源地，而且是重要的旅游接待中心。原因：

- 1、拥有较多的旅游吸引物，并且旅游服务设施完备
- 2、往往都是交通枢纽，是来访游客的重要集散地。

(四) 亚太地区在全球旅游业中的地位持续提升

(五) 全球远程国际旅游的增长速度将会继续高于区内国际旅游

## 第四节 中国旅游市场

### 一、入境旅游市场（国际客源市场）

(一) 市场格局

根据世界旅游组织的解释，入境旅游是指非所在国的居民在该国的经济疆域内进行的旅游。根据我国对来华海外旅游者的界定，我国旅游业的海外客源由三部分人员构成：外国人，包括外籍华人在内；海外华侨；港澳台同胞。

近年来我国入境旅游市场的排序：亚洲、欧洲、美洲、大洋洲、非洲市场。

我国接待的入境旅游者以港澳台同胞为主，占总数的80%以上。港澳台是中

国十分重要的客源市场。

我国入境旅游业10大客源国的构成与排序的变化。

以2004与2005年为例，我国旅游业前10位客源国的排列顺序依次为：日本、韩国、俄罗斯、美国、马来西亚、新加坡、蒙古、菲律宾、泰国和英国。

## （二）市场特点

- 1、华侨旅游市场和港澳台旅游市场是我国最主要的入境旅游市场。
- 2、经济发达国家旅游市场是我国较有潜力的海外旅游市场。
- 3、目前我国国际旅游市场的消费居于中等水平。
- 4、中老年游客比重大，青少年游客比重小。
- 5、团体包价游客比重大，散客比重小。
- 6、观光游客比重大，会议、商务旅游者比重小，旅游活动缺乏娱乐性、参与性。

## （三）主要入境客源市场

### 1、近程市场

- （1）港澳台市场
- （2）日本市场
- （3）韩国市场
- （4）俄罗斯市场
- （5）东盟市场
- （6）澳大利亚市场
- （7）印度

### 2、远程市场

- （1）北美
- （2）西欧市场

## （四）重点客源市场的选择

### 1、旅游产品需求函数模型

### 2、选择重点客源市场时的考虑因素

- （1）有关该客源国居民出国旅游市场潜力的因素
- （2）有关前往该东道国旅游的消费开支的影响因素
- （3）有关该东道国旅游供给形象的影响因素

客源市场的多元化有助于分散市场风险，而目标市场的重点化有利于集中有限的营销资源，更为有效地开展市场营销工作。追求两者的统一才是理想的旅游市场战略。

#### （五）我国旅游业在国际客源市场竞争中的不利因素

1、我国的地理位置距欧美这两个世界上最重要的国际旅游客源产生地较远。

两点不利之处：交通费用昂贵，易受经济危机和油价上涨的打击。

2、周边国家和地区旅游业的激烈竞争。

东亚和太平洋地区所面临国际客源市场的相似性（日本、西欧、北美），竞争对手的优势。

3、我国旅游产品的开发和质量存在问题，旅游产品种类与结构缺乏竞争力。

主要表现。

4、目的地营销和海外促销工作仍有待改进。

促销手段的改进。问题：营销经费不足；营销工作的水准和促销技术尚需改进和提高。

## 二、国内旅游市场

### （一）市场构成

- 1、**公务商务旅游市场**（重要组成部分）
- 2、**新婚蜜月旅游市场**（很有潜力的市场）
- 3、**离退休人员旅游市场**
- 4、**在校师生旅游市场**
- 5、**农民和个体户旅游市场**

### （二）发展特点

- 1、市场规模大，发展潜力足
- 2、短程旅游所占比重大（原因：金钱、时间）
- 3、旅游形式以散客旅游为主
- 4、旅游消费总额增长迅速，但人均消费水平仍较低（但保持上升势头）
- 5、旅游者具有广泛性的特点
- 6、旅游内容相对单一，旅游活动以观光度假、探亲访友为主
- 7、国内旅游已经成为并将继续成为扩大内需、拉动经济一个不可忽视的大市场

### （三）发展趋势

国内旅游市场规模将会继续发展和扩大，消费水平也将会有较大幅度的提高。国家会进一步认识国内旅游市场的重要性，并将国内旅游作为国家旅游经济发展的基点。

### 三、出境旅游市场

一个国家国民旅游的组成：本国居民的国内旅游、本国居民的出境旅游。

#### （一）市场构成

- 1、出国旅游
- 2、边境旅游
- 3、港澳台旅游

#### （二）市场特点

- 1、增长速度快（人次、消费额）
- 2、出境旅游目的地选择范围拓宽
- 3、客流流向以亚太地区为主
- 4、港澳游份额最大
- 5、出境旅游消费保持较高水平
- 6、多国旅游（人们希望用最少的费用旅游更多的国家）

#### （三）发展前景

- 1、国民家庭的实际收入水平将会继续提高，随着带薪年假的逐渐普及，因消遣性目的而出境旅游的人群规模将会不断增大。
- 2、中国与世界经济联系将会更加紧密，以商务旅游为代表的因公出境旅游的市场规模将会进一步增大。
- 3、我国对国民出境旅游的开放政策，将有力地推动我国国民出境旅游的发展。
- 4、我国出境旅游市场的迅速发育与成长，已经引起国际社会越来越多的关注和重视。

本章作业：

- 1、简述旅游市场细分的方法。
- 2、在全球国际旅游人次中，近距离的国际旅游何以会占绝大比重？
- 3、你如何认识我国旅游业在国际客源市场竞争中存在的问题？为什么？

## 第八章 旅游的影响

教学目标：

- 1、了解旅游在经济、社会、环境方面的积极作用和消极影响。
- 2、理解旅游可持续发展的概念、内容、原则、特征以及方式。
- 3、了解旅游承载力的概念、实质和认识意义。

思政目标：辩证分析旅游对生态环境、文化遗产的双重影响，强调“绿色旅游、可持续发展”理念，培养学生关注旅游负面影响的批判思维与整改意识，增强社会责任感

教学重点：旅游经济影响的积极作用、环境影响的消极作用

教学难点：可持续旅游发展的内容与原则、旅游承载力的概念

教学方法：启发式讲授、讨论法

教学课时：2课时

教学步骤与内容：

旅游影响又称为旅游效应，是指出于旅游活动(包括旅游者活动和旅游产业活动)所引发的种种利害影响。这不仅表现在对旅游活动主体本身的影响，也包括对其他相关的利益集团产生的超越活动主体范围的影响，而后者便是旅游活动的外部效应，它是旅游效应研究尤其需要予以关注的方面。主要讨论旅游发展对旅游目的地的各种影响。

### 第一节 旅游的经济影响

#### 一、积极影响

(一) 增加外汇收入，平衡国际收支

旅游创汇具有传统商品出口所不具备的很多优点：

- (1) 换汇率高
- (2) 结算及时
- (3) 免受进口关税壁垒影响

(二) 扩大内需，回笼货币，增加目的地经济收入和政府税收

(三) 带动相关行业的发展（带动功能和乘数效应）

(四) **促进贫困地区脱贫致富**，平衡地区经济发展，缩小地区差别

(五) 提供就业机会

## 二、消极影响

(一) 有可能引起物价上涨

(二) 有可能对产业结构产生不利影响

(三) 过分依赖旅游业会影响国民经济的稳定

(四) **有可能产生外汇漏损**

## 三、旅游促进经济发展的理论依据

(一) 旅游收入在旅游目的地经济中的流转

旅游乘数是用以测定来访旅游者的单位消费额对旅游目的地经济影响程度的系数。

注入与漏损：入境旅游形成的国际旅游收入“注入”到旅游接待国的经济之中，不仅直接增加了旅游接待国的财富，而且这些资金通过在旅游接待国经济中的流转，可起到刺激该国经济发展的作用。“漏损”的原因：由于聘用外国雇员、购买进口设备和物资等原因导致直接旅游收入流失国外；上缴税金、储蓄等。

(二) 旅游乘数的类型

1、营业收入乘数

2、收入乘数

3、就业乘数

(三) 影响旅游乘数效应的因素

1、旅游收入的漏损量

2、旅游目的地的产业结构和生产能力

自给程度越高，旅游收入的乘数效应也就越大。

学习附录——“旅游卫星账户”。

## 第二节 旅游的社会文化影响

### 一、积极影响

(一) 促进国民素质的提高

(二) 促进民族文化的保护和发展

(三) 促进生活环境的改善

提高生活质量，实现生命价值；促进目的地生活环境的改善。

(四) 有助于推动科学技术的交流和发展

(五) 增进国际间的相互了解和促进世界和平

## 二、消极影响

(一) 不良的“示范效应”(社会生活及思想意识)

1、旅游者在旅游接待地的某些消费行为和消费态度可能在一定程度上会刺激当地居民。他们开始对自己的传统生活方式感到不满，从而先是在装束打扮和娱乐方式方面盲目模仿，继而发展到有意识的追求，从而使扒窃、卖淫、诈骗、毒品、走私贩私等犯罪和不良社会现象增多，并引发一系列专门针对旅游者的犯罪行为，影响社会秩序的安定。人们不难发现，在很多国家中，大凡旅游者集中地区多是上述犯罪行为的高发区。

2、由于受社会历史因素的影响，旧时代洋人特权、高傲、种族优越的遗毒在发展中国家中仍未完全灭绝，导致崇洋思想的泛滥。

3、受西方性自由思想的影响，传统的道德观念受到冲击，其结果是婚姻破裂增多和离婚率上升。

(二) 干扰东道主居民的正常生活(游客与当地居民的关系上的矛盾与冲突)

(三) **文物古迹遭到破坏**，当地文化被不正当地商品化(文化方面)

## 三、正确认识旅游的社会文化影响(P303-304)

旅游对目的地社会文化的很多影响并非都是无条件存在或必然产生的。认识旅游对社会文化的影响，主要目的是要在澄清认识的基础上采取措施，发展旅游对社会文化的积极作用，最大限度地抑制其消极影响。

### 第三节 旅游的环境影响

旅游对目的地环境的影响是旅游影响研究中的又一重要领域，也是当今世界各地都在讨论的热点课题。在这一领域的研究中，所谓环境，既包括旅游目的地的自然环境，也包括该地的人造物质环境。

#### 一、积极影响

(一) 使历史建筑和古迹遗址得到维护、恢复和修整

(二) 使休闲和娱乐场所以及相关设施的数量得以增加

(三) 使道路和其他交通基础设施得以改善

(四)使旅游接待地区的环境保护以及绿化等环境容貌改进工作得以重视和维持

(五)旅游为旅游资源的保护提供了动力(有开发效益)

## 二、消极影响

(一)造成水质和空气质量下降,并使噪声增加

(二)使人口密度增大,人口拥挤、交通阻塞,致使当地居民的生活空间相对缩小

(三)长期大量接待来访旅游者,会使当地历史古迹的原始风貌甚至其存在寿命受到威胁

(四)大规模旅游活动的开展将加剧对自然环境和生态系统的损害及破坏

(五)旅游接待设施的建设缺乏规划,其过度开发和建设会使当地原有的自然景观遭到破坏

## 第四节 可持续旅游发展

### 一、可持续旅游发展的含义

人们提出了一系列旨在降低和控制旅游消极影响的旅游发展概念,如低影响旅游、选择性旅游、负责任旅游、温和旅游、绿色旅游等,并引进了“可持续发展”概念。旅游可持续发展理论是可持续发展理念在旅游领域中的具体运用和展示。

“可持续发展”(sustainable development)既要以满足当代人的需要为目的,同时也要以不损害后代人为满足其自身需要而进行发展的能力为原则。所以,就其所主张的社会发展观而言,可持续发展思想强调的是代际公平分配,以使当代及未来人类的需要都能够有条件得到满足;就其经济观而言,强调经济的发展和增长必须建立在维护地球自然系统这一基础之上;就其生态环境观而言,强调人类应与大自然和谐相处,使人类赖以生存的自然环境能够切实得以保护。

### 二、旅游可持续发展理论的内容

关于旅游可持续发展的目标,1990年在加拿大召开的Globe'90国际大会上,比较全面系统地表述:

1、增进人们对旅游所产生的环境效应和经济效应的理解,强化其生态意识。

(协调与可持续性原则)

2、促进旅游的公平发展。(公平性原则)

- 3、改善旅游接待地区的生活质量。（发展的原则）
- 4、向旅游者提供高质量的旅游经历。（协调与可持续性原则）
- 5、保护未来旅游开发赖以生存的环境质量。（保护的原则）

《可持续旅游宪章》指出：“可持续旅游发展的**实质**，就是要求旅游与自然、文化和人类生存环境成为一体，自然、文化和人类生存环境之间的平衡关系使许多旅游目的地各具特色，旅游发展不能破坏这种脆弱的平衡关系。”

可持续旅游的**核心要点**是：确保当代人在进行开发的同时，不损害后代人为满足他们的旅游需要而进行旅游开发的可能性。即从长远出发，全面认识旅游的影响，实现代际平衡。**直接目标**：实现维护旅游环境质量与保证游客经历质量之间的均衡。还需注意经济利益的合理分配。

### 三、实现可持续旅游发展的关键

对于旅游目的地来说，在实现可持续旅游发展方面，一个核心问题便在于该地的旅游承载力以及基于旅游承载力的目的地旅游管理。

旅游承载力是指在不至于导致当地的环境质量和来访游客的旅游经历质量出现不可接受程度的下降这一前提之下，一个旅游目的地所能接纳的最大游客活动量或所能接纳外来游客的最大能力。

旅游承载力的涉及层面：旅游用地和接待设施的承载力、物质环境承载力、生态环境承载力、社会承载力。

与可持续发展概念一样，旅游承载力这一概念的实质也在于资源管理问题。一个旅游目的地的承载力极限既取决于该地的客观物质条件，同时在一定程度上也取决于该地的管理决策和管理能力。用于预防和控制消极影响扩大化的主要措施：

- 1、端正认识（不能单纯从经济的观点看待旅游业的发展）
- 2、加强旅游规划、防止超负荷发展。
- 3、健全法制、加强管理
- 4、加强宣传教育，进行旅游伦理建设

本章作业：

- 1、旅游业在国民经济发展中有什么重要的作用？
- 2、旅游对社会的积极作用和消极影响有哪些？