



第一章

旅游概述

【学习目标】

1. 了解旅游定义;掌握旅游的本质;掌握旅游的基本属性和特点;理解旅游的类型。
2. 了解旅游活动三大要素;了解旅游者的概念;理解旅游者的形成条件;理解旅游者的分类;了解旅游业的基本概念;理解旅游业的特点;了解旅游业的构成。
3. 理解旅游影响的概念;掌握旅游对经济的积极和消极的影响;掌握旅游对社会文化的积极和消极的影响;掌握旅游对环境的积极和消极的影响。

【重点难点】

1. 旅游的本质;旅游的基本属性和特点;旅游的类型。
2. 旅游活动三大要素;旅游者的概念及形成条件;主要类型及特点。
3. 旅游业的概念;旅游业的特点。
4. 旅游影响的内容。



引导案例

中国旅游日诞生的时代背景

2011年4月10日经国务院批准,此后每年5月19日定为“中国旅游日”。中国旅游日的诞生,有特定的发展条件和时代背景。认真探讨和揭示其深层次原因,有助于引导人们深刻领会设立中国旅游日的现实意义,有利于广泛动员全社会力量办好中国旅游日。

一、中国已成为世界旅游大国

改革开放后,我国旅游业取得了突飞猛进、举世瞩目的发展成就。进入21世纪,我国已成为名副其实的世界旅游大国。三大旅游市场均居重要位次,国内旅游人均年出游超过1.5次,入境旅游位居世界第三位,出境旅游为亚洲第一。加快建设世界旅游强国,全方位提升我国在国际旅游界的地位,成为全国旅游界共同的心愿。当我国成为世界旅游大国以后,一些业内人士大声疾呼,争取设立中国特色的旅游日。

二、旅游已成为国民经济的重要产业

21世纪的第一个10年,由于我国旅游业在经济增长中的贡献率不断提高,国家将旅游业定位由国民经济新的增长点提升为国民经济的重要产业,各级政府空前重视发展旅游业。

在经受“非典”疫情、汶川特大地震、H1N1 流感、全球金融危机影响等考验的过程中,旅游业发挥了提振信心、刺激消费、逆势增长、扩大内需的作用。2009 年春,曾引发舆论关注的国民休闲计划、设立中国旅游日、发行旅游消费券等,被作为推动旅游业发展的政策性举措纳入政府文件。

三、节庆活动日益蓬勃发展

设立中国旅游日的动议,与近年来节庆活动的蓬勃发展紧密相关。改革开放前,全国人民所过的节日主要是纪念日和民俗节日,如“五卅运动”纪念日、“八一五”抗战胜利纪念日、“五一”国际劳动节、春节、中秋节等。20 世纪 80 年代初到 90 年代末,随着经济发展和社会繁荣,全国新增加了很多纪念日、宣传日、活动日,还有众多地域性的节庆活动,不仅设立渠道多元,而且行业性、地域性、专业性明显,且与地方性经济文化活动密切相关,如新疆吐鲁番葡萄旅游节、江苏宜兴陶瓷文化艺术节、浙江奉化弥勒文化节等,一乡一村也有采摘节、西瓜节、红叶节等。设立中国旅游日的设想,便在这个背景和思潮下产生了。

四、各地争相挖掘名人效应

旅游作为市场关注度很高的领域,一向是追逐“名人效应”、“名胜效应”。20 世纪 90 年代中期以后,受旅游综合效益不断扩大的促动,各地兴起一股抢注或争夺“名人”、“名胜”热。山东、湖北、河南都宣扬自己与诸葛亮的关系紧密;湖北襄樊市最终争取到更名为“襄阳”;滇、川、藏三省交界地都说自己是“香格里拉”,云南省设立了香格里拉县,四川省设立了香格里拉乡。浙江、江苏是设立中国旅游日的最先动议者,也是与明代大旅行家徐霞客关系最密切的地方,它们对中国旅游日的考量,也不排除上述类似因素的影响。

五、地方政府踊跃推动

据有关媒体报道,最先提出中国旅游日设想的是 1987 年上海《旅游天地》杂志,建议将《徐霞客游记》开篇日 5 月 19 日定为中国旅游日。在设立中国旅游日问题上,地方政府发挥了重要推动作用,将个人创意提升为一个地方的理想和愿望,并广泛地传播开来,从而明显增加了对外影响力。在“国发 41 号文件”决定设立旅游日后,浙江宁海县政府、江苏江阴市政府等立即组织开展宣传动员活动,举全县(市)之力争取把当地心目中的日期确定为“中国旅游日”。

六、旅游界人士积极响应

旅游界是倡导设立中国旅游日的主力军,无论是最先提出这个概念,还是促动地方政府积极“争取”,还是期望影响最终决策,都发挥了中坚性的作用。直接原因就是“行业情结”,即所谓“设立旅游日是旅游人的梦想”,“我国已有护士节、记者节、教师节,我们也应该拥有属于旅游界的节日。”

资料来源:中国旅游报,2011 年 4 月 15 日

第一节 旅游的本质、属性、特点及分类

旅游作为人类的一种特殊的生活方式和重要的社会现象,是人类社会发展到一定阶段的产物,并伴随着社会经济的发展而不断发展。



一、旅游与旅游的本质

（一）旅游的定义

旅游活动产生以后,旅游实践和内容就在不断丰富变化,人们对旅游定义的认识也在不断发展完善。迄今为止,关于旅游的定义众多,但还从来没有一个统一的为大家所采用的定义。

1. 一般词典对旅游的定义

一般词典对旅游一词的解释为人们因消遣性原因或目的而离家外出旅行的活动。

2. “艾斯特”定义

1942年由瑞士圣加仑大学教授亨泽克尔和伯尔尼大学教授克雷夫两位学者提出:“旅游是非定居者的旅行和暂时逗留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居,并且不会牵涉任何赚钱的活动。”定义明确指出旅游是人们短时期离家远行的社会活动,这一活动在接待地必然产生经济关系和广泛的社会关系,这种“现象和关系的总合”即为旅游。这一定义被“旅游科学专家国际联合会”所采用,因为该联合会英文简写为“IAEST”,故又称“艾斯特”定义。

3. 世界旅游组织对旅游的定义

世界旅游组织1991年6月在加拿大渥太华会议上对旅游的定义:旅游是人们为了休闲、商务或其他目的离开他们惯常环境,到某些地方停留在那里,但连续不超过一年的活动。这里所谓的“惯常环境”是指一个人的主要居住地区以及所有常去的地方。

综合上述定义,旅游的定义可以表述为:旅游是人们出于移民和就业任职以外的其他原因离开常住地前往异地的旅行和暂时逗留活动,以及由此所引起的各种现象和关系的总和。

（二）旅游的本质

1. 旅游是一种高层次的消费活动

按照恩格斯对物质资料消费类型的划分,人们的物质文化生活消费一般可分为生存消费、享受消费和发展消费。旅游消费应属于享受消费和发展消费,是一种高层次的物质文化生活消费活动。随着社会经济的不断发展和人民收入水平的不断提高,旅游这种高层次的物质文化生活消费活动无疑会表现出越来越强大的生命力和多样化的表现形式,从而使旅游成为人们物质文化生活的重要组成部分。

2. 旅游是一种以审美为特征的休闲活动

现代旅游不仅仅是一种物质资料的消费享受,而且也是一种重要的精神享受。从文化角度来看,实际上旅游既是文化的创造过程,也是文化的消费过程。所谓文化的创造过程,是指通过发展旅游可以展现和发掘世界各个国家、各个民族的文化内涵及其特质,从而创造出一种新的生活方式和物质文化形态。所谓文化的消费过程,是指通过旅游活动可以增强旅游者的审美情趣和意识,了解和欣赏旅游目的地优美的自然风光和独特的民族风情,既有益于旅游者的身心健康,又提高了旅游者的文化审美能力。从休闲角度来看,社会进步的一个重要衡量标准就是闲暇时间的多少与闲暇质量的高低,而旅游作为文化审美型的休闲活动,无疑是生存质量、生活质量提高的重要表现和基本途径之一。

3. 旅游是一种身心愉悦型的社会交往活动

交往作为人们社会生活中最基本的活动方式之一,其重要性和社会功能不言而喻。没有交往既不能形成群体,也不能构成社会,更不能形成人们认识自然、认识社会的能力。通过丰富多彩的旅游活动,使人们在感受自然、体验社会时,能够在身心愉悦的过程中加深思想的沟通、感想的交流、看法的交换,从而调动了人们之间交往的积极性和主动性,产生了在其他交往形式下难以达到的积极效果。这种交往正是来自人们对人身的自由、精神的解放、身心的愉悦以及对特定需要满足的切身体验。

二、旅游的基本属性和特点

由于旅游是人类社会、经济和文化发展到一定阶段的产物,因此旅游活动有其独特的能够反映自身活动规律的基本属性和鲜明特点。

(一) 旅游的基本属性

1. 旅游的社会属性

旅游已经成为现代社会一种独特的生活方式,需要通过旅游者和旅游目的地之间的广泛接触和相互交流展开,并由此而产生和形成了一系列的社会关系和社会现象。因此,无论是休闲度假或审美体验,还是感受社会或交流思想等,都体现着非常浓厚的社会属性,表现为多样化的社会内涵与社会现象。

2. 旅游的文化属性

旅游是人类社会的一种文化现象。旅游需求是在满足了人类最基本的生存和安全需求以后而产生的一种享受和发展的需求。这种需求既有精神的,也有物质的,但更多地表现为人们对增长见识、陶冶情操、充分获得个性满足的需求。因此,旅游需求是一定文化背景下的产物,是文化驱使的结果。没有文化的发展,就不可能激发人们的旅游动机,也就不可能产生旅游。



旅游与文化从来都是密不可分的。旅游消费本质上是一种文化消费。旅游是导入畅旺人气、形成消费市场的产业;文化是旅游的核心价值和普遍追求。因此,文化与旅游的融合发展,就成为一种客观的需要和必然的趋势。

文化因旅游而生动,旅游因文化而精彩。例如张家界,因一片山水而有了一篇吴冠中的文章和画展;因山水文章成就了张家界蜚声海内外的名气;因名声远播而有了旅游市场的形成;因旅游市场而有了文化消费的需求;因文化消费需求而促进了地方民族传统文化的挖掘保护、开发利用和繁荣发展。而文化产品的发展,又极大地丰富了旅游内容,提升了旅游品位和旅游的综合效益。像张家界一样,很多山水景观旅游区,都走过了一条文化与旅游的融合发展之路。

旅游地区的文化产业发展,要特别注重研究旅游市场的特点、需求和规律,特别是游客的消费心理和需求。以旅游区的演艺节目和文娱活动为例:参观游览一天下来的游客,最迫切的愿望是放松心情,感受快乐。因此,这些演艺节目和文娱活动应该是轻松的、欢快的,最好是能参与互动和亲身体验的。



因为游客来自四面八方,不同民族、不同身份、不同层次的人们汇聚在一起,所以,这些演艺节目和文娱活动必须是大众化的。从内容上来说,应该是独具特色、文明健康、积极向上的。从效益上来说,则应该尽可能保障绝大多数游客能够方便参与,如内场与外场结合在一起,这样不管是什么季节和天气,不管是什么方面的游客都能到场观赏,享受到文化的愉悦,留下美好难忘的记忆。

张家界武陵源有一台演艺节目叫做《魅力湘西》,在策划和演出及场地设计等方面较好地满足了游客的普遍需求,因此受到游客的广泛欢迎。而另外有些旅游区的演艺节目则不尽如人意:有的过于“阳春白雪”,曲高和寡,可能几个艺术家自我感觉良好,但多数游客却并不看好;有的则过于低俗,一般游客难以接受;有的则不具特色,流于一般化,引不起游客兴趣,也留不下什么印象;有的则场地设计不行,季节不对或天气不好都不能接待游客,等等。这些状况造成的后果当然是可想而知的,其中的教训,值得我们认真研究和记取。

总而言之,在旅游与文化全面融合发展的新形势下,作为旅游区的文化产业发展,一定要注重研究旅游消费需求对文化活动和文化市场的基础性、带动性和主导性作用。面向游客的演艺节目和文娱活动,一定要突出特色、轻松欢快、互动参与、贴近大众,既具有一定的思想性和艺术性,又具有较强的观赏性和趣味性,真正使游客想看、爱看、能看、看得懂、印象深、评价好。只有大多数游客满意了,才能形成良好的口碑,旅游与文化的融合发展,才会产生良好的综合效益。

资料来源:中国旅游报,2010年9月1日

3. 旅游的经济属性

旅游尤其是现代旅游与经济的关系十分密切。从旅游活动形成的经济基础来看,旅游是社会经济发展到一定程度的产物。经济发展的水平,决定着旅游的规模、内容、方式和范围。从旅游活动过程来看,旅游者的食、住、行、游、购、娱都需要依托经营特定的旅游活动过程的企业来有序完成,同时,旅游者的旅游需求和旅游行为能否实现,也必须依赖于旅游者自身的经济实力。



国家旅游局发布 2010 年上半年旅游经济运行报告

旅游业总体发展情况

2010年上半年旅游经济运行总体良好,增长动力比较充足,旅游消费保持旺盛,旅游市场较快增长,企业经营效益明显好转。预计:国内旅游人数 10.97 亿人次,比上年同期增长 8.6%;国内旅游收入 6055 亿元,增长 20.6%。入境人数 6550 万人次,增长 5.5%;旅游外汇收入 215 亿美元,增长 14.5%。旅游总收入 7500 亿元,增长 19%。同时,由于北方冬春寒冷期较往年偏长以及大范围旱涝等自然灾害,国内旅游人数增长略低于预期的 10% 增速;上海世博会有效带动了东部地区旅游客源增长,但对东北和中西部地区客源产生了一定程度的分流效应;人民币升值进一步刺激出境旅游。

三大市场发展情况

(一) 国内旅游市场保持较快增长。根据第一季度数据和第二季度部分数据预测:2010 年上半年,国内旅游人数 10.97 亿人次,比上年同期增长 8.6%。其中,城镇居民出游 5.07 亿

人次,增长 11.1%;农村居民出游 5.90 亿人次,增长 6.5%。国内旅游收入 6055 亿元,增长 20.6%。其中城镇居民出游花费 4254 亿元,增长 26.0%;农村居民出游花费 1801 亿元,增长 9.7%。

(二) 入境旅游市场加速回升。根据 1~5 月我国入境旅游统计调查数据预计:上半年我国入境人数 6550 万人次,比上年同期增长 5.5%;其中外国人 1240 万人次,增长 21.5%;香港同胞 3950 万人次,增长 3.7%;澳门同胞 1120 万人次,下降 4.0%;台湾同胞 240 万人次,增长 13.6%。入境过夜旅游人数 2700 万人次,同比增长 10.0%。旅游外汇收入 215 亿美元,同比增长 14.5%。

(三) 出境旅游市场增长强劲。根据 1~5 月我国出境旅游统计调查数据预计:上半年我国出境人数 2680 万人次,比上年同期增长 19.0%。其中,赴台旅游持续大幅增长,上半年大陆居民赴台旅游 62.26 万人次,增长 101.0%。

企业经营业绩稳步回升

旅游管理部门监测的行业信息显示,上半年全国星级饭店接待量增长 15%,营业收入增长 20%。重点监测的 3975 家旅游景区游客接待量增长 5%;门票收入和综合营业收入增幅均超过 10%。旅行社接待国内游客增长 20%;接待入境游客增长 5%;组织出境旅游增长 15%。

资料来源:中国政府网,2010 年 7 月 15 日(节选)

4. 旅游的休闲属性

旅游的目的表现为通过各种娱乐和消遣性活动达到生理和心理的审美和愉悦体验。在旅游的整个过程中,都表现出自然、随兴、轻松、娱乐的特点,表现出与一切休闲行为相一致的品性。从旅游活动内容的构成看,休闲心理和休闲行为构成了旅游活动的主体部分;从旅游休闲的时间特点看,一般都是在人们可自由支配的时间内发生的,如周末、公休日、带薪假期等。

(二) 旅游的主要特点

1. 异地性

旅游活动发生是以旅游者的空间移动为前提的。“异地”是指与自己日常生活环境完全分离的另外地方。从心理学的角度来分析旅游的异地选择,主要是人们出于对异地情调的向往和异域风光的感受,以及对异地人文与民俗特点的感悟。因为只有新鲜的、未知的、特别的事物才能引起旅游者浓厚的感受兴趣,才能激发旅游者强烈的旅游需求的产生。因此,当人们具备了一定条件后,就想改变一下自己的生活环境,去欣赏和领略异地的自然风光和民俗风情,可以说,旅游者购买的是异地感受、记忆和阅历。

2. 暂时性

旅游在时间上的特点,就是旅游者在旅游目的地做短暂的逗留,有别于移民性的永久居留。旅游只发生在旅游者工作和生活期间之外的某个时段。对于大多数旅游者来讲,只有在完成所承担社会工作之余,有充分闲暇时间,才能参加旅游活动。旅游又往往在假期进行,而假期一般是短暂的。假期结束后,旅游者回到常住地;对于接待地来说,旅游者只是来去匆匆的过客。



3. 流动性

正是由于旅游的异地性和暂时性,从而决定了旅游的流动性成为必然,即从旅游者的常住地向旅游目的地的流动,然后又从一个景区向另外一个景区转移。没有异地的选择,就不会出现旅游流动行为,也谈不上实现旅游的审美体验和休闲放松的目的。

4. 综合性

旅游是一种综合性的活动。旅游者在外出旅游期间,离不开旅行社、餐饮业、旅馆饭店业、交通运输业、邮政电信业的支持,以满足其吃、住、行、游、购、娱等方面的需求。旅游者外出进行旅游活动的形式多种多样,如观光、探险、娱乐、探亲访友等,对旅游活动客体内容的要求千差万别。旅游资源也是多种多样的,既有自然资源,也有人文资源;既有物质的,又有精神的。旅游者选择旅游的形式也是千差万别的,有选择跟团、探险、自驾游等。旅游活动和社会的、经济的、文化的、自然的要素都有联系,涉及经济社会的方方面面,正是诸多因素构成了旅游活动的综合性。

5. 享受性

旅游的目的主要是为了游览、消遣和娱乐。人们追求游览、消遣和娱乐是实现自我发展和完善的手段,同时对吃、住、行、游、购、娱也有更高的要求。这种活动是现代人的文化消费,也是在追求精神和物质的享受,因而享受性这一特点同古代的旅行、观光有根本的不同。

三、旅游的类型

旅游类型多种多样,有关旅游的分类到目前为止还没有统一的划分标准,但学者们普遍接受的划分方法主要有以下几种。

(一) 按照地域范围划分

依据地域范围作为划分的标准,一般可以将旅游划分为国际旅游和国内旅游。

1. 国际旅游

国际旅游是指一个国家的居民跨越国界到另一个国家(或地区)或几个国家去而进行的旅游活动。

根据旅游者的流向,国际旅游包括了入境旅游和出境旅游两种情况。以我国为例:其他国家或地区的居民前来我国旅游,称为国际入境旅游,简称入境旅游;我国居民离开我国到境外其他国家或地区去旅游,称为国际出境旅游,简称出境旅游、出国旅游。此外,根据国际旅游范围的大小,可以分为跨国旅游、洲际旅游和环球旅游。

2. 国内旅游

国内旅游是指一个国家的居民离开自己的常住地,到本国境内其他地区所进行的旅游活动。按照世界旅游组织的解释,并不属于所在国或地区居民的常住外国人在所在国或地区进行的旅游活动也属国内旅游,如各国驻华的使馆人员在我国境内所进行的旅游活动。

国内旅游根据旅游者是否在旅游目的地停留过夜,划分为过夜旅游和不过夜的一日游。而根据国际旅游范围的大小,也可以划分为地方性旅游、区域性旅游和全国性旅游。

(二) 按照旅游的目的划分

依据旅游的目的作为划分的标准,一般可以划分出观光类、休闲度假类、公务事务类、购

物类、特色与专项类等不同的类型。

1. 观光类旅游

观光类旅游以领略异国他乡的自然风光、都市景观和民族风情为主要活动内容的消遣性旅游活动。它是人类最早旅游形式,也是世界上开展得最为普遍的旅游活动类型。这种旅游形式一般能够给游客带来人身的自由和精神上的愉悦感受与体验,满足其最基本的旅游需求。根据有关统计,前来我国旅游的境外海外游客中约有 70% 是以观光游览为目的的。

2. 休闲度假类旅游

休闲度假类旅游是人们为了调节生活节奏、陶冶情操、休息疗养、提高生活质量,而到环境幽雅、景色优美、设施良好的旅游目的地生活一段时间的旅游活动。如号称世界旅游王国的西班牙,在每年接待几千万的国际游客中,大多数都进行属于休闲型的游海滩、寻阳光和海水浴等度假保健相结合的旅游活动。休闲度假类旅游的特点是逗留时间较长、消费水平相对较高、活动悠闲自在,而且游客也会多次去比较熟悉的旅游目的地。

3. 公务类旅游

公务类旅游是指不以游览为主要目的,而是在公务事务活动过程中所产生的旅游行为,特点是在完成公务的同时,进行参观游览。主要形式有公务旅游、商务旅游、会议旅游、奖励旅游等。这类旅游通常表现为消费层次高、出行频繁、无季节性、一般对价格不敏感等特点,可为旅游地带来较高的经济效益,为许多国家和地区所青睐。



效益明显 会展业成“香饽饽”

涵盖了展览和会议的会展经济被誉为“会下金蛋的母鸡”,因其对服务业的强大拉动作用,正在被越来越多的城市和企业看好。

“如果在一个城市开一次国际会议,就好比有一架飞机在城市上空撒钱。”德国慕尼黑展览公司总裁门图特曾经说过的这句话,很好地诠释了当前全国各地纷纷筹建会议中心、出台招徕会议奖励政策的原因。

会展业包括展览和会议,其对服务业的拉动效应,国际公认的比例是 1 : 9,其中,旅游业是最大的受益行业。在日前由中国旅游饭店业协会、中国旅行社协会、杭州市人民政府、萧山区人民政府共同主办的 2010 中国会议经济与会议酒店发展大会上,国务院发展研究中心市场经济研究所所长、研究员任兴洲说,从区域发展来看,会展经济不仅会带动第三产业的综合发展,如餐饮、物流、通信、广告、城市建设、交通建设等,而且对第二产业的引导和综合服务作用也十分突出。从企业发展来看,会展能为企业品牌提供一个庞大的销售、展示的载体,能为品牌的宣传和推广提供综合性服务,能够综合检验品牌的市场价值。

据了解,自 2002 年以来,我国各地纷纷出台鼓励扶持措施,把会展业作为带动产业经济和拉动消费的龙头之一。会展活动每年产值超过 1000 亿元,拉动经济上万亿元。

中国会展经济研究会常务副会长陈泽炎说,中国会展经济的一大特色是各级政府在其发展过程中的主导与推动作用。在政府重视和引导下,不少后发会展城市兴起,成为我国会展经济持续发展的生力军。



陈泽炎说,2006年至2008年期间,政府主导型展会占全国展会数量比例大约是21%,平均每个展会面积达到7万平方米,均属大展之列。全国现有的300多个展览场馆中,绝大部分是由各级政府直接投资或通过土地置换投资。“十一五”期间,全国有29个省区市把会展业列入本地经济发展规划之中,40多个城市设立了会展办、会展协会组织等。

目前,各地频频出招争抢会展业蛋糕,在资金和税负方面给予优惠。据不完全统计,全国有近20个城市设立了会展业专项扶持资金,规模由500万元至3000万元不等。

据中国会展经济研究会统计,目前我国每年接待属于“国际大会和会议组织(ICC A)”统计范围的国际会议近200场,举办各种展览会5000多场,举办各种节庆活动7000个左右。

资料来源:中国旅游报,2010年12月20日

4. 购物类旅游

购物类旅游是以购物为主要目的的旅游活动。随着社会经济的不断发展和人民生活水平的不断提高,购物旅游已成为与观光游览相结合的一种发展潜力巨大的重要旅游方式。据有关资料显示,每年进入香港的国际游客中有60%左右的人是为了购物,其购物费用也占全部旅游费用支出的60%左右,从而使香港这个弹丸之地成为世界的“购物天堂”。

5. 特色与专项类旅游

此类旅游是为了满足游客某一方面的特殊需要与兴趣而进行的一种具有某种特色的或专项的旅游活动,所以也称特色旅游、专题旅游或专项旅游。这种旅游的特征主要是:旅游的生态环境和文化环境的原始自然性,旅游线路和内容的新奇探险性,旅游活动形式的自主参与性。其形式如某种特色文化游、宗教游、种族游、探险游、生态环境游等。

除了以上类型外,还可以根据旅行距离的远近划分为近程旅游和远程旅游;根据旅游费用的来源划分为自费旅游和公费旅游;根据旅游的组织形式的不同划分为团体旅游和散客旅游;根据游客需求特点的不同划分为一般兴趣旅游和特殊兴趣旅游等类型。

第二节 旅游活动的基本要素

旅游活动就其体系构成而言,所涉及的基本要素包括作为旅游活动主体的旅游者、作为旅游活动客体的旅游资源和作为旅游活动媒体的旅游业。这三大要素相互依存、相互制约、紧密结合,构成旅游活动的整体。

一、旅游者

旅游是人的活动,是人类社会实践活动的一部分。可以说,没有旅游者就没有旅游活动。因此,作为旅游者的人是旅游活动的主体。

(一) 旅游者的定义

1. 国际旅游者的定义

最早有关国际旅游者的定义是在1937年由临时国际联盟统计专家委员会提出的。把旅游者定义为“离开定居国到其他国家访问旅行超过24小时的人”。

1963年联合国在罗马召开国际旅行与旅游会议,给出旅游者的定义:“除为获得有报酬

的职业以外,基于任何原因到一个不是自己通常居住的国家访问的人。”这个定义有如下特点:一是以来访者的目的区分其是否旅游者。二是根据来访者的定居地(通常居住国),而不是根据其所属国籍来界定其是否属于国际旅游者。三是根据来访者停留时间,将国际旅游者分为(过夜)国际旅游者和(不过夜的)一日游游客(或短程旅游者)。

1991年6月,世界旅游组织在加拿大召开了“旅游统计国际大会”,并完成了《旅游统计国际大会建议书》。该书对旅游的定义和其他一些基本概念重新统一了认识:旅游是指一个人旅行到他(或她)通常环境以外的地方,时间少于一段指定的时段,主要目的不是为了在所访问的国家或地区获得经济效益的活动。“通常环境”排除了那些在居住地以内的旅行和日常休闲;“少于一段指定的时段”则排除了长久居留行为。因此,把这种“人们离开居住地,在所访问地停留时间超过24小时的旅行、游览行为”称为旅游活动,从事该活动的人被称为旅游者。

2. 国内旅游者的定义

对于国内旅游者的定义目前尚未达成共识,各国在参照世界旅游组织所提供的国内旅游者定义的基础上,针对本国情况又分别给出了自己的定义。

美国对国内旅游者的定义是:旅游者是指为了出差、消遣、个人事务,或者出于工作上下班之外的其他任何原因而离开家外出旅行不少于50英里的人,而不管其在外过夜还是当日返回。

英国对国内旅游者的定义是:基于上下班以外的任何原因,离开居住地外出旅行过夜至少一次的人。

世界旅游组织认为:国内旅游者是指在本国某一目的地旅行超过24小时而少于一年的人,其目的是休闲、度假、运动、商务、会议、学习、探亲访友、保健或宗教等。

中国国家统计局规定,国内游客是指任何一个为休闲、娱乐、观光、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动而离开常住地到我国境内其他地方连续停留时间不超过6个月,并且在其他地方的主要目的不是通过所从事的活动获取报酬的人。国内游客包括在我国境内长住一年以上的外国人、华侨和港澳台地区同胞。

国内游客分为两类:国内旅游者和国内一日游游客。国内旅游者是指我国大陆居民离开常住地在境内其他地方的旅游住宿设施内至少停留一夜,最长不超过6个月的国内游客;国内一日游游客是指我国大陆居民离开常住地10千米以上,出游时间6小时以上24小时以下,并未在境内其他地方的旅游住宿设施过夜的国内游客。同时规定,下列人员不在国内游客统计之列:到各地巡视工作的部级以上领导;驻外地办事机构的临时工作人员;调遣的武装人员;到外地学习的学生;到基层锻炼的干部;到境内其他地区定居的人员;无固定居住地的无业游民。

(二) 旅游者的形成条件

旅游行为的产生,是外部旅游条件和旅游者内部心理因素相互作用的结果。旅游行为的主体是旅游者,他们的产生既取决于旅游者所具有的客观条件,又取决于旅游者本人的主观条件。这些条件涉及社会生活的各个方面,但最直接的是可自由支配收入、闲暇时间和旅游动机。

1. 可自由支配收入

旅游虽然是一种社会文化现象,更是建立在一定经济收入基础之上的活动。对某个国