



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

国内导游基础知识

GUONEI DAUYOU JICHU
ZHISHI

○主 编 曾雄鸣 丁海峰



江苏凤凰教育出版社 凤凰职教

图书在版编目(CIP)数据

国内导游基础知识/曾雄鸣,丁海峰主编.—南京:江苏凤凰教育出版社,2013.6(2023.9重印)

ISBN 978-7-5499-2963-4

I.①导… II.①曾… ②丁… III.①导游—中等专业学校—教材 IV.①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第120748号

书 名 国内导游基础知识

主 编 曾雄鸣 丁海峰
副 主 编 陈月娜
责任编辑 张 晨
装帧设计 汤 欣
出版发行 江苏凤凰教育出版社
地 址 南京市湖南路1号A楼,邮编:210009
出 品 江苏凤凰职业教育图书有限公司
网 址 <http://www.fhmooc.com>
照 排 南京紫藤制版印务中心
印 刷 三河市鑫鑫科达彩色印刷包装有限公司
厂 址 三河市李旗庄镇崔家窑,邮编:065299
电 话 0316-3456566
开 本 787毫米×1092毫米 1/16
印 张 13
版次印次 2013年8月第1版 2023年9月第10次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5499-2963-4
定 价 32.00元
批发电话 025-83658831
盗版举报 025-83658893

如发现质量问题,请联系我们。

【内容质量】电话:025-83658873 邮箱:sunyi@ppm.cn

【印装质量】电话:025-83677905

编 委 会

顾 问：沈 健 陈海燕 杨湘宁 孙真福
策 划：尹伟民 刘克勇 杨志霞 徐 宁 王巧林
主 任：杨 新
副主任：张荣胜 王国海 曹华祝 徐 忠 吴 魏
委 员：王稼伟 谢心鹏 陈志平 孙伟宏 甘志雄
许振华 张 波 张希成 马 松 吕成鹰
周 俊 王志强 潘晓群 张兵营 杨晓华
姜 峻 徐志方 黄学勇 王亮伟 杨建良
金玉书 缪世春 黄少基 陈乃军 李太云
邓立新 赵建康 芮新海 刘 波 秦榛蓁
缪正宏 王生宁 巫伟钢 孙秀华 王巍平
虞静东 季 军 黄 晨 葛伯炎 戴建坤
金同实 王胜发 王 伟 张圣琪 臧其林
庞志勤 刘 勇 黄熙宗 钱文玉 王慕启
徐祥华 陈大斌 冷耀明

总序

这套系列教材无论在体例设计与逻辑架构上,还是在内容构成与呈现形式上,皆是务实与创造并重、规范与创新兼备,显示着编写者宽阔的视野和开阔的思路,予人耳目一新之感。在共建共享的合作机制下,编写人员克服“繁、难、散、旧”等传统教材编写过程中容易出现的通病,着力于“实”,尝试于“新”,指向于“活”。内容选择紧扣产业发展与企业用工需求,内容呈现方式也更加灵活。不仅给教师使用时提供了发挥与创造的空间,也让这套教材更具柔性,为教学活动提供了更为广阔自由的空间。同时,该系列教材还体现了专业与专业之间的叠加整合,甚至是异构融合。在系列化的整体架构下,相关专业之间可以顾盼呼应、相互支撑,从而在各自独立成书的基础上形成系列化、集成化、规模化的总体效应。

教材的设计编写要为提高教育教学质量服务。我们基于工作过程开发的以典型工作任务或案例为主体的项目化教材充分体现了“专业与产业对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产对接”,教师要以开放的思维和姿态,充分利用教材中反映产业升级和技术进步的知识元素,调动学生内在的学习动力和发展潜力,引导学生在实践中学习,在学习中实践。此外,该系列教材中亦有许多与德育相关的教学资源。教师在教学中要引导学生树立正确的人生观、世界观、价值观,提

高学生的道德水平和科学文化素养,让学校的课堂不仅是促进学生成才的平台,同样也是引领学生成人的园地。

我们相信,这套教材通过广大师生的创造性使用,一定会展现出自身的个性化魅力,有力促进示范校建设迈向更高的发展层次。同时,我们也真切地希望大家在使用中能及时反馈意见、提出建议,从而保证这套系列教材日臻完善。

编委会



前 言

《国内导游基础知识》是获取导游资格证书的必修课程,是导游人员整体知识构架体系的重点,是培养导游深厚的文化底蕴和人文素养的重要课程。

本教材坚持以职业实践为主线,根据专业课程标准的的要求,整合理论与实践知识,采用主题化模式,将传统学科体系课程中的知识、内容转化为若干个主题,每个主题分成相应的教学项目。主要有民族风俗、宗教文化、中国古代建筑文化、中国古典园林欣赏、中国美食风物、旅游文学等主题。各主题包括“学习目标、工作任务、案例导入、基本知识、知识拓展、巩固练习”等项目,以满足旅游行业对导游人员的知识能力与职业素质的要求,并使学生具有知识内化、迁移和拓展学习的能力。

本书呈现形式力求新颖多样,图文并茂,并配以三维动画为主的教学软件,图、文、声、像配合得当,直观鲜明,趣味性强。构建了以学习者为中心、以自主学习为基础的新形式。引导学生把静态的知识结论建立在动态的思考之上,把抽象的理论知识建立在直观的感知之上。教材内容力求生活化、情境化和形象化。为配合教学的需要,本教材以软件形式配以丰富的数字化资源,包括课程标准、教学课件、电子教案、三维动画软件、试题库、实训项目、在线测试等。

本教材主要由江苏省扬州商务高等职业学校旅游管理教学团队骨干教师进行编写,参与编写的有丁海峰(主题五)、陈月娜(主题七)、陈云(主题八)、童薇(主题四)、彭莉莉(主题二)、吕雯(主题六)、张俊洋(主题三)、吉晓静(主题一)等。在编写中除一线教师参与外,我们还邀请了高级导游、扬州金牌导游、2012年全国导游大赛二等奖获得者、扬州中国青年旅行社导游张建的参与(主题九)及对全文的审核,力求使教材能够符合市场的需求。

此外,本书的编写还借鉴了国内外同仁的研究成果和相关学术著作,在此深表感谢!由于水平所限,本书的编写还有不当之处,请各位专家和读者不吝指教!

编 者

2013年7月



目 录

主题一 旅游与旅游业基础知识	1
任务一 旅游的概念、分类及特点.....	2
任务二 旅游活动的构成要素.....	4
任务三 旅游业与旅游市场.....	5
任务四 中国当代旅游业发展概况.....	7
主题二 中国历史概述	13
任务一 原始社会至春秋战国时期.....	13
任务二 秦至鸦片战争以及半殖民地半封建社会时期.....	18
任务三 中国历史常识 1.....	29
任务四 中国历史常识 2.....	34
主题三 中国的年节民俗	39
任务一 中国的年节民俗概述.....	39
任务二 掌握汉族的主要传统节日.....	47
任务三 少数民族的节日和风俗概述.....	56
主题四 中国自然景观与旅游	63
任务一 山水景观知识.....	63
任务二 气候景观知识.....	80
任务三 动植物景观知识.....	84
主题五 中国古建筑文化与旅游	89
任务一 中国古建筑的发展历史.....	89
任务二 宫殿及坛庙知识.....	96

任务三	中国帝王陵墓建筑	101
任务四	中国古代建筑典范	109
主题六	中国古典园林欣赏与旅游	116
任务一	中国古典园林的演变	116
任务二	中国古典园林的叠山理水成就	124
任务三	中国古典园林的动植物景观	130
任务四	中国古典园林的常见构景	136
主题七	现代建筑和主题公园	142
任务一	现代建筑知识	142
任务二	现代主题公园	146
主题八	旅游文学与旅游	151
任务一	了解对联	151
任务二	诗词	156
任务三	小说、游记及其他	163
主题九	风物特产与旅游	168
任务一	烹饪文化知识	168
任务二	酒文化知识	175
任务三	茶文化知识	180
任务四	中草药知识	185
任务五	民间工艺知识	189

主题一

旅游与旅游业基础知识

旅游是人类社会经济发展到一定阶段的产物,人们有意识地外出旅行最初是由产品或商品交换引起的。原始社会末期,随着私有制的产生,社会中出现了一部分人专门从事不同地区和不同行业之间的物物交换,由此产生了早期的商业旅行。到了奴隶社会和封建社会,随着生产力的不断发展,商品生产和商品交换的范围和规模进一步扩大,商业旅行有了新的发展。与此同时,一些非经济目的的旅行在这个时期也相继产生,如帝王将相的巡游、文人墨客的漫游、贵族子弟的求学游、宗教信仰徒的朝圣游等。但是,一方面由于这些旅行在总体上规模仍然较小,还未形成社会性需求;另一方面社会中也并没有完全形成相应的交通、住宿等服务的社会化供给,因此,这一时期的旅行还不是真正意义上的现代性旅游。

到了19世纪,产业革命加速了社会经济的发展,促进了科学技术的进步,火车、轮船的出现,使大规模的人员流动成为可能;与此同时,城市化进程的加速,推动了城市住宿业和餐饮业的发展,出现了提供正规服务的商业旅馆。正是在这样的背景下,英国旅行商托马斯·库克创办了世界上第一家旅行社,专门经营旅行业务。19世纪末,随着内燃机的发明、汽车业的兴起,以及20世纪初第一架飞机的问世,欧洲各国之间和欧美两大洲之间的空中往来更为便捷。第二次世界大战之后,世界经济的快速发展、带薪假日在西方国家的普及、喷气式飞机用于民航和各国政府对旅游业的支持,促进了“大众旅游”局面的出现,现代旅游业也随之产生并得到迅速发展。

学习目标

1. 了解旅游的发展历史、概念与特征。
2. 掌握旅游活动的基本要素。
3. 了解旅游市场的概念、要素及分类。
4. 了解旅游组织的概念及国际、国内旅游组织。

任务一

旅游的概念、分类及特点

知识点 1 旅游、旅行的概念及区别

一、旅游

根据世界旅游组织的定义,旅游是指人们为休闲、商务或其他目的离开惯常环境,到其他地方访问,连续停留时间不超过一年的活动。这里的“惯常环境”包括居住地附近的地方和人们经常去的地方。它一是指人们常去的地方,即使这个地方离他的居住地很远,如某人在他地的度假别墅或第二住宅均属惯常环境;二是指离一个人的居住地很近的地方,即使他很少去,也属惯常环境。

二、旅行与旅游的区别

旅行,指远行,外出行走,去外地办事。旅行和旅游的区别在于:一是从时间上看,旅行先于旅游;二是从空间上看,旅游必须离开惯常环境,而旅行则不一定;三是从目的上看,旅行是为了行万里路,读万卷书;四是从方式上看,旅行一般是指个人的行走或远行,旅游通常是团体出行,时间上相对短暂。总之,旅游就是旅行游览活动,是一种复杂的社会现象,涉及社会的政治、经济、文化、历史、地理、法律等各个领域。

知识点 2 旅游的分类

现代旅游的领域越来越广,参与的人数越来越多,旅游的内容与方式也多种多样,因而旅游活动可以从不同角度进行分类,如按地理范围分,可以分为国际旅游、国内旅游;按旅游距离分,可以分为远程旅游、近程旅游。以下主要介绍按旅游目的的分类。按照人们外出旅游的目的,旅游活动可以分为消遣性旅游和事务性旅游。

一、消遣性旅游

消遣性旅游是指以休闲为主要目的而开展的旅游。其种类较多,主要有:

1. 观光旅游。是以领略异国他乡的自然风光、都市景观或社会风情为主要内容的旅游。它是世界上开展得最为普遍的消遣性旅游类型,也是目前我国接待量最大的市场类型。

2. 度假旅游。出于休养身体,或者为暂时摆脱日常工作和生活环境的紧张压力而前往海滨、山区等优雅而清静的地方生活和放松一段时间的旅游。其活动方式逍遥自在,活动内容随意自由。

3. 文化旅游。泛指以体验异乡社会风情、了解他乡文化教育为主要内容的旅游。由于文化的范畴很广,因而这类旅游的表现形式不尽相同,其中主要涉及探索和了解旅游目的地社会的民族历史、生活方式、风俗习惯、民族艺术、社会组织和文化教育等内容。

4. 探险旅游。通常是指人们到人迹罕至的地方,以探险猎奇为主要内容的旅游。参加这种旅游的多为中青年人士中的乐于冒险者。目前,世界上比较常见的这类旅游是江河漂流和登山活动。

5. 专业旅游。通常指以前往旅游目的地考察和交流某一领域的专业知识为主要目的而开展的旅游。由于参加这类旅游活动的多为某一领域的同行人士和专家学者,所以这类旅游实际上属于特殊兴趣旅游。

二、事务性旅游

事务性旅游系指因公或因个人事务而外出开展的旅游。主要包括:

1. 公务旅游。通常指政府部门(部长以上除外)、党派组织和社会团体人员因公出访异国他乡的差旅性访问活动。这类访问活动之所以被纳入旅游活动,是因为:第一,访问期间大多伴有消遣性旅游;第二,在目的地访问期间的消费被列入当地旅游收入账户。

2. 商务旅游。指工商界人士因商务需要而出访异国他乡的访问活动。它被纳入旅游活动的原因与公务旅游相同。商务旅游者由于出访频率高,不受季节影响和消费水平高,故是一个颇有价值的市场,尤其对航空公司和高档饭店更是如此。

3. 会议旅游。指因参加会议而前往异国他乡的访问活动。随着世界经济的发展和国内外交流的日益频繁,各种类型的会议数量也不断增多。因此,会议旅游也是一个各国旅游业界普遍关注的重要市场。

4. 家庭和个人事务旅游。这类旅游活动包括探亲访友、外出参加亲友婚礼、出席在外求学子女的开学或毕业典礼、外出参加某种培训班或短期修学等。

知识点 3 旅游的特点

一、旅行与逗留的合成性

旅游是由旅行活动与逗留活动构成的。前者包括游客在其出发地与旅游目的地之间的交通往返活动和在旅游目的地不同地区(或景点)之间的空间转移活动;后者则包括游客在旅游目的地逗留期间的参观游览活动和其他活动。

二、异地性

旅游是人们离开自己惯常的居住地,前往异国他乡的旅行和访问活动,所以它不同于人们在惯常环境范围内开展的任何旅行活动。

三、暂时性

按照世界旅游组织的定义,旅游是指人们在旅游目的地的停留时间不超过一年的活动,否则便属于定居性质。

四、非移民性和非就业性

旅游是人们除了移民和就业之外的外出旅行和访问活动。因此,人们移居他乡的旅行

活动与人们去异国他乡打工挣钱的旅行活动均不属于旅游活动。这里,需要注意的是商务旅游虽然在某种意义上也是为了“挣钱”,但是却不是从所访问之地获取工资性报酬。

任务二

旅游活动的构成要素

知识点 1 旅游活动的基本要素

从旅游活动体系来看,其基本要素包括旅游活动的主体、旅游活动的客体和旅游活动的中介体。

一、旅游活动的主体

旅游活动的主体是旅游者。人们要实现出外旅游的需求,成为现实旅游者,必须具备三个条件,即旅游动机、足够的可自由支配收入和足够的闲暇时间。其中,可自由支配收入是指人们全部收入中扣除应缴的税金和所需的生活与社会消费之后的余额;闲暇时间是指人们在进行日常工作、学习、生活与必要的社会活动所需时间之外的可自由支配的时间。

二、旅游活动的客体

旅游活动的客体是旅游资源。它是自然界和人类社会凡能对游客产生吸引力的各种事物和因素。旅游资源包括自然旅游资源、人文旅游资源和社会旅游资源。其中,前两类旅游资源多为有形旅游资源,后一类旅游资源为无形旅游资源,如旅游服务质量、居民生活方式、社会制度、居民好客态度等。

三、旅游的中介体

旅游的中介体是指为游客提供各种便利性旅游服务的旅游业,如交通客运业、旅行社业和饭店住宿业等。旅游业作为旅游主体和旅游客体之间的中介主要是为游客提供各种旅游设施和旅游服务,以方便游客实现其旅游经历和体验。

知识点 2 旅游活动内容六要素

从旅游活动内容的构成来看,其基本要素即人们通常概括的食、住、行、游、购、娱六要素。依据这六要素,在安排和进行旅游活动时,要特别注意以下几点。“食”:这是首要的,只有吃得好,才能游得好,所以一定要吃饱、吃好、吃干净。“住”:不能住太贵的饭店,因为出来主要是旅游而不是睡觉,所以干净、舒适即可。“行”:选择游览目的地,一定要注意该处进得去,也出得来。“游”:游是核心,一定同导游配合好,可领略到更多乐趣和知识。“购”:异地他乡购些物品也是乐趣之一,但只购当地独有的,当地非常便宜的。“娱”:娱乐乃人之常情,玩一些当地喜闻乐见的项目,注意安全,切勿到不适当的场所。

知识点 3 旅游活动内容新六要素

从旅游活动的发展来看,其延伸要素有商、养、学、闲、情、奇六要素。其中,“商”指商务旅游,包括商务旅游、会议旅游、奖励旅游等;“养”指养生旅游,包括养生、养老、体育健身等;“学”指研学旅游,包括修学旅游、科考、培训、拓展训练、摄影、采风、夏令营和冬令营等;“闲”指休闲度假旅游,包括乡村休闲、都市休闲、各地度假等;“情”指情感旅游,包括婚庆、婚恋、纪念日旅游等;“奇”指探奇旅游,包括探索、探险、探秘、娱乐、新奇体验等。

任务三

旅游业与旅游市场

知识点 1 旅游业的概念及其三大构成

一、旅游业的概念

旅游业是凭借旅游资源和设施,专门或主要从事招徕、接待游客,为其提供交通、游览、住宿、餐饮、购物和文娱等服务的行业。旅游业在国际上被称为旅游产业(tourist industry),即旅游业在性质上是一个经济性产业。我国将其定位为国民经济和服务业中的战略性支柱产业。与其他行业相比,旅游业的主要特征有:它是一个综合性的产业;它是一个劳动密集型的服务性产业;它是一个脆弱性的产业,其发展受到多种因素的影响。

二、旅游业的三大构成

旅游业的构成有几种说法。一是从国民经济各行业中为游客提供产品和服务角度出发,旅游业主要由三部分构成,即旅行社业、交通客运业和以饭店为代表的住宿业。

二是从一个国家或地区旅游业的发展出发,旅游业主要由五大部分构成,即除了上面的三大支柱外,还包括以景区景点为代表的游览场所经营部门和各级旅游管理组织。

知识点 2 旅游市场的概念及其构成要素

一、旅游市场

旅游市场,从经济学的角度说,是旅游产品供求双方交换关系的总和,反映的是旅游产品供求所引起的各种经济现象和经济关系。

从市场营销学角度说,旅游市场通常是指旅游产品的消费市场和旅游客源市场,即指某一特定旅游产品的现实购买者和潜在购买者。

二、旅游市场的构成要素

从经济学的角度说,旅游市场由旅游市场主体、旅游市场客体和旅游市场中介三个要素构成。其中,旅游市场主体是指参与旅游产品交换的买者和卖者,即旅游产品的消费者和旅游产品的供应者;旅游市场客体是指可供交换的旅游产品;旅游市场中介是指介于旅游产品买者和卖者之间的各种有形的和无形的媒介和桥梁,如旅游中间商和其他中介机构以及旅游价格、旅游竞争、旅游网站、旅游信息与旅游问询中心等。

知识点 3 我国三大旅游市场及其特点

一、入境旅游市场及其特点

我国入境旅游市场由外国市场、华侨市场和港澳台地区市场三部分组成。其主要特点有:

1. 我国的入境旅游人数一直在上升,由 1980 年在世界排名第 18 位上升到 2013 年的第 4 位。
2. 在入境游客人数中,中国香港、澳门游客一直占绝大多数,如 1978 年占 86%,2013 年仍占 80%。
3. 我国的外国人旅游市场基本稳定,除美国一直是我国旅游的主要客源国外,主要集中在东北亚和东南亚地区。以韩国、日本、俄罗斯和美国游客为主,2013 年四国的来华旅游人数占入境外国游客人数的 42.29%。
4. 随着我国入境游客人数的增多,我国的旅游外汇收入也在稳步增加,在世界各国的排名不断上升,从 1980 年的第 34 位上升到 2013 年的第 4 位。

二、国内旅游市场及其特点

我国国内旅游市场是指大陆范围内的旅游市场,即境内旅游市场。其主要特点有:

1. 国内旅游市场规模大,发展潜力足。无论是出游人数还是旅游消费总额都远远超过了入境旅游市场。自 20 世纪 80 年代以来,我国国内旅游人数一直在增加,从 1984 年的 2 亿人次增加到 2014 年的 36 亿人次,我国已成为世界最大的国内旅游市场。
2. 旅游形式以散客为主。在国内旅游中,绝大多数游客采取的是自助游,旅行社组织的只占很小一部分。
3. 旅游消费增长快,但消费水平仍较低。1985 年,我国国内旅游消费总额为 80 亿元,2013 年增至 2.54 万亿元,年均增长 22.8%。然而,在人均消费额上,2013 年我国国内游客的支出折合美元约为 124 美元,而同年我国接待入境游客则人均支出为 400 多美元。

三、出境旅游市场及其特点

出境旅游需求是我国公民的境内旅游需求向境外的延伸,是我国旅游业发展的必然结果。我国公民的出境旅游包括出国旅游、边境旅游和港澳台地区旅游。其主要特点有:

1. 出境旅游发展速度快,消费水平高。出境旅游人数由 1987 年的 32.8 万人次增至

2014年的1.09亿人次,年均增长29.9%;出境旅游消费由1991年的4.17亿美元增至2013年的1293亿美元,年均增长24%。目前,我国已成为世界第一大出境旅游市场和第一大出境旅游消费国。

2. 因私出境和个人出游所占比重高。如2013年,我国出境旅游人数为9819万人次,而因私出境旅游人数则高达9196.9万人次,占出境旅游总人数的93.66%;在出境旅游总人数中,2013年旅行社组织的只占小部分,占71.2%的是个人出游。

3. 出境旅游目的地以亚洲国家和地区为主。2002年,我国赴亚洲国家和地区的旅游人数为4195万人次,占当年出境旅游总人数的85.5%;2012年,列为出境旅游目的地首站的前十位国家和地区中,除美国外其余9个均位于亚洲,其总人数为7233.52万人次,占当年出境旅游总人数的87%。

任务四

中国当代旅游业发展概况

中华人民共和国成立特别是改革开放以来,我国旅游业在党和政府的重视和支持下获得了健康和快速的发展,不仅旅游人数和旅游收入增长很快,跻身世界前列,而且建立了比较完善的旅游产业体系,形成了入境旅游、国内旅游和出境旅游全方位发展的格局,成为世界旅游大国。

我国旅游业的发展阶段可以从不同角度划分。从发展历程中表现的主要特征来划分,可以分为改革开放前和改革开放后两个时期。

知识点1 改革开放前(1949~1977年)

改革开放前的时期即政治任务接待时期,这个时期的旅游业在性质上是作为外事工作的一部分开展的,工作重心在入境旅游的接待上。接待业务的主要特点是:第一,接待对象局限在外国友好团体与其成员以及华侨、台港澳同胞和其家属,因而接待规模小;第二,旅游接待的目的不是为了经营,而是作为政治任务来完成;第三,旅游接待单位均为事业性质,接待中不计成本;第四,旅游主管部门与旅行社融为一体,一套人马两个牌子,旅游行政管理职能为旅游接待业务所取代。因此,这个时期只能说是我国旅游业的初始时期。

知识点2 改革开放后(1978年至今)

这个时期为自1978年改革开放起至目前的30多年。旅游业发展走的是与西方旅游发达国家截然不同的道路,即先入境、后国内、再出境的发展途径。在这个时期,我国旅游业实现了在产业属性上从事业性质向经济性质的转变,产业体系从单一向综合的转变,旅游管理方式从微观到宏观的转变,旅游业的发展从策略层面到战略层面的转变。这个时期我国旅游业大体上可以细分为打基础、发展和提升三个阶段。

一、打基础阶段(1978~1990年)

根据国际旅游业的一般发展规律,旅游业在其打基础阶段的显著特点是高投入、高速度、低质量、低效益。首先,因为旅游业总体来说是劳动密集型行业,但是在其打基础阶段,需要建设许多基础设施和旅游设施,如机场、车站、公路、饭店等,要投入大量资金,以形成接待能力。其次,一方面由于打基础阶段接待设施不完善,从业人员缺乏经验,因而服务质量较低,管理水平不高,经济效益低下;另一方面由于接待人数基数小,一定数量接待人数的增加往往表现为增长速度较快。最后,在打基础阶段,旅游业的管理体制、法律法规和配套政策也有一个逐步形成和完善的过程。因此,在打基础阶段,旅游业的发展主要表现为以外延扩大再生产为主的规模扩大的速度型发展模式。

在这一阶段,我国旅游业发展的主要特征是:第一,旅游业发展的重心是以增加旅游外汇收入为主的入境旅游,国内旅游除小规模的小规模和公务活动外,采取了“不提倡、不宣传、不反对”的政策,因而入境旅游人数增长速度快于旅游收入的增长速度。第二,旅游业进入产业体系的培育和全面构建。1985年,国务院批转国家旅游局《关于当前旅游体制改革几个问题的报告》中提出,旅游业的发展要从只抓国际旅游转变为国际、国内旅游一起抓;从只搞旅游接待转变开发、建设旅游资源与接待并举;从以国家投资为主建设旅游基础设施转变为国家、地方、部门、集体、个人一起上,自力更生与利用外资一起上;旅游经营单位(旅行社、旅游饭店、旅游汽车和游船公司等)由事业单位转为企业,从所属的行政管理部门独立出来,自主经营。

二、发展阶段(1991年至20世纪末)

在这个阶段,我国旅游业的发展不仅表现为规模进一步扩大,而且经济效益也在稳步提高。其主要特征是:第一,形成了入境、国内和出境旅游全方位发展的格局。2000年,入境旅游人数达8344.39万人次,国内旅游人数为7.44亿人次,出境旅游人数为1047.26万人次。第二,形成了比较完善的旅游产业体系。旅游活动的食、住、行、游、购、娱等供给要素成龙配套,使旅游供给能较好地适应旅游需求。第三,建立了从中央到地方、从旅游管理部门到旅游企业的旅游市场促销体系,实现了从旅游宣传到目的地营销的转变。1992年的“中国友好观光年”拉开了全国“旅游主题年”的序幕,此后每年都确定了一个主题,集中开展宣传促销和产品推广活动。第四,旅游经济效益大大提高,集中表现为旅游外汇收入的增长速度超过了旅游接待人数的增长速度。1991~2000年,我国入境旅游人数年均增长10.8%,而旅游外汇收入则年均增长21.4%。

三、提升阶段(2001年至今)

进入21世纪后,我国旅游业既面临着加入世界贸易组织后国外旅游企业全面进入我国的严峻挑战,也拥有我国国内旅游市场体系与国际旅游市场体系全面对接以及2008年奥运会和2010年世博会的发展机遇。因此,在这个阶段,我国旅游业需要在前两个阶段的基础上进一步提升发展水平、发展质量和改变发展方式。

这个阶段的主要特征是:第一,游产业定位的提升。随着我国旅游业的发展、对旅游产业属性认识的逐步深化,旅游产业经历了由经济性产业到国民经济新的增长点,再到国民经

济中的重要产业,最后定位为国民经济的战略性支柱产业。第二,大型旅游企业集团化发展。旅游企业集团化是我国旅游经济成长的必然规律,既是市场竞争的必然结果,也是中国旅游企业的发展方向。它标志着中国旅游产业素质的提升。第三,旅游标准化建设加速推进。自1995年成立全国旅游标准化技术委员会起,特别是21世纪以来,已经颁布了一系列旅游行业标准,使我国成为世界上旅游业标准最多的国家。旅游标准化的推进不仅有效地提升了我国旅游业的整体服务质量,而且也推动了旅游业综合竞争力的提升。第四,旅游规划先行,推动旅游业科学发展。“先规划,后建设,不规划,不建设”,把规划放在旅游发展的首位是进入21世纪后各地旅游主管部门的共识,对促进旅游资源的有效利用、文化遗产和环境的有效保护以及旅游的可持续发展起到了科学指导作用。第五,旅游发展步入了法制化轨道。自1999年以来,国家先后制定和公布了《导游人员管理条例》《中国公民出国旅游管理办法》《旅行社条例》和《中华人民共和国旅游法》等法规,标志着我国旅游业全面进入了依法兴旅、依法治旅的新阶段。特别是2013年颁布的《中华人民共和国旅游法》,不仅是我国旅游业发展史上的重要里程碑,而且也是促进旅游业持续健康发展的重要制度基石。

知识点3 中国旅游标识与旅游日

一、中国旅游标识

为了对外宣传我国旅游的形象,便于国际旅游市场对我国旅游的识别和扩大我国旅游的市场影响力,1983年国家旅游部门在广泛征求意见后,将“马踏飞燕”确定为中国旅游业的标识。该标识由长城烽火台、地球和中国旅游标识——在甘肃武威出土的汉代铜奔马“马踏飞燕”三个部分组成。标识的下面为铜质镀金的长城烽火台,中部为铜铸镀金浮雕的地球,顶部为铜铸的“马踏飞燕”。



中国旅游标识

该标识物的基座用红樱桃木制作,正面嵌有“中国优秀旅游城市”及中华人民共和国国家旅游局颁发的中英文字样的镀金铜牌。铜质镀金长城烽火台,既是中国万里长城的标志,也是一个城堡的象征,表明中国旅游业的历史源远流长和城市旅游业在中国旅游业中占有十分重要的基础地位;铜铸镀金浮雕地球的正反面突出了中华人民共和国版图,象征着中国旅

旅游业是对外开放的先导产业,也表明了中国的旅游城市要面向世界,向现代化、国际化的目标奋进;铜铸“马踏飞燕”,潇洒地奋蹄于地球之上,象征着中国旅游业蓬勃崛起的形象和光辉灿烂的前景,也表明中国旅游业已昂首屹立于世界。

二、中国旅游日

中国旅游日是在 2011 年 3 月 30 日的国务院常务会议上通过的决议确定的,时间为每年的 5 月 19 日。它虽是一个非法定的节假日,但每年的这一天我国各地都要举行隆重的旅游节庆活动。

该节日起源于 2001 年 5 月 19 日,浙江宁海人麻绍勤以宁海徐霞客旅游俱乐部的名义,向社会发出设立“中国旅游日”的倡议,建议《徐霞客游记》首篇《游天台山日记》开篇之日(5 月 19 日)定名为中国旅游日。



中国旅游日
China Tourism Day

中国旅游日标识

知识点 4 世界旅游组织与世界旅游日

一、世界旅游组织

世界旅游组织(World Tourism Organization, WTO)是全球唯一的政府间国际旅游组织。该组织是由 1925 年在荷兰海牙成立的国际官方旅游组织联盟(IUOTO)发展而来的。2003 年 11 月成为联合国的专门机构。现有 156 个正式会员国和 6 个联系成员。总部设在西班牙马德里。

该组织的宗旨是促进和发展旅游事业,使之有利于经济发展、国际间相互了解、和平与繁荣。其主要工作是收集和分析旅游数据,定期向成员国提供统计资料、研究报告,制定国际性旅游公约、宣言、规则、范本和研究全球旅游政策。

该组织确定每年的 9 月 27 日为世界旅游日。旨在不断向世界普及旅游理念,形成良好的发展环境,促进世界旅游业的不断发展。该组织每年推出一个世界旅游日的主题口号。

我国于 1983 年加入该组织,成为其 106 个正式成员国之一。2003 年 11 月,该组织的第 15 次大会在北京召开。此后,该组织的高级官员(包括秘书长)多次应邀来我国出席有关旅游庆祝活动。此外,我国还与该组织开展了若干技术合作项目,如聘请该组织的国际专家参

与制定西藏、云南、贵州、四川的中、长期旅游发展规划,资助建立天津中国旅游管理干部学院等。



世界旅游组织标识

二、世界旅游日

世界旅游日(World Tourism Day)为每年的9月27日,是由世界旅游组织确定的旅游工作者和旅游者的节日。1971年世界旅游组织的前身国际官方旅游组织联盟应非洲官方旅游组织的建议,拟设立“世界旅游日”。1979年9月27日,世界旅游组织第3次代表大会正式确定9月27日为世界旅游日,1980年开始实行。设立世界旅游日,意义在于纪念世界旅游组织成立章程的通过,引起公众对旅游事业的重视,促进旅游的宣传工作和各国在旅游方面的交流与合作。从1980年起,世界旅游组织的各成员国围绕该组织制定的当年世界旅游日主题开展纪念活动,如发行纪念邮票、开辟旅游新线路等。

三、太平洋亚洲旅游协会

太平洋亚洲旅游协会(Pacific Asia Travel Association, PATA),成立于1952年1月。它是一个民间性、行业性、地区性的、非政府间的国际旅游组织,总部设在美国旧金山,下设两个分部,一个设在菲律宾马尼拉,分管该组织中东亚地区事务,另一个设在澳大利亚悉尼,分管南太平洋地区事务。该组织的宗旨是:发展、促进和便利世界其他地区的游客前来太平洋地区各国旅游以及太平洋地区各国居民在本地区内开展国际旅游。该组织的成员较广,既有国家旅游组织和本地区各国的各种旅游协会,也有旅游企业和与旅游相关的组织团体。我国于1993年3月正式加入该组织,成为其官方会员。此外,北京、上海、广州市旅游局和中国国际航空公司、中国国际旅行社总社等15个单位经国家旅游局推荐,也分别加入了该组织,成为其官方会员、航空公司会员或企业会员。



太平洋亚洲旅游协会标识