

第一章

旅游概论



- 什么是旅游，它有哪些特征？
- 旅游活动分为哪些类型？
- 旅游包括哪些基本要素？
- 旅游市场的构成要素有哪些？



本章导读

随着社会的发展,旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。在我国,旅游业已是国民经济发展的支柱性产业之一。本章从旅游的基本常识开始,引导学生掌握有关旅游的基础知识,让学生对国内和 international 的旅游发展和概况有所了解。



经典案例

香港旅游业的发展

香港素有“购物天堂”、“美食天堂”之美誉,旅游业在香港的经济发展中占有举足轻重的地位。1996年香港共接待游客1 200万人次,旅游收入850亿港元,创历史最高纪录,其中1月份至6月份游客752.3万人次,比上年同期增长16%;1月份至6月份旅游收入409亿港元,比上年同期上升了17.6%。旅游业已经成为香港最能赚取外汇的第二大行业。2004年内访港旅客总数达12 245 862人次,增幅达44.6%,占总数的56.1%,内地继续成为香港的最大客源市场。“自由行”计划的进一步扩展是内地游客大幅增长的主要动力。由2004年7月1日开始,“自由行”扩展至华南及华东的32个城市,这些城市的1.58亿居民可以“自由行”名义申请访港。在2004年,“自由行”旅客人数达426万人次,占总数的34.8%;较2003年的134万人次(占总数27.9%)上升两倍多。2005年1~6月的内地访港旅客人数再创新高,达5 883 791人次,占到港旅客总数的54.1%;较2004年同期上升3.8%。

受到香港旅游发展局针对家庭旅客推广活动极具吸引力的机票及行程影响,南亚及东南亚市场在2004年首次取代台湾成为本港第二大客源市场,全年访港旅客总数达2 077 684人次,较2003年的1 359 622增长52.8%。多个客源国包括新加坡、马来西亚及印度都创出历史新高,增幅达37.2%~74.6%不等。2005年,南亚及东南亚市场再创新纪录,1~6月的访港旅客人数达1 116 581人次,较2004年同期上升22.7%。

中国台湾市场在2004退居香港的第三客源市场,访港台湾旅客总数共2 074 795人次,增长12.0%。2005年1~6月的台湾旅客人数达1 015 805人次,较2004年同期上升3.4%。

国外旅游市场的表现亦相当理想,其中增幅最大为澳洲、新西兰及南太平洋地区,达57.8%;其次为美洲和欧洲、非洲及中东地区,增幅分别为51.2%与45.8%。

案例简评 香港的旅游发展如火如荼,它的客源国不仅来自内地,也囊括了东南亚在内的所有地区。香港旅游业的发展是一个长期的过程,在这个过程中形成了它的特色

旅游资源,并且不断调整旅游政策吸引更多的游客,如此才促成了香港旅游业的兴旺发达。



理论链接

第一节 旅游的概念、特征及分类

一、旅游的概念

瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫于1942年在其合著的《普通旅游学纲要》中提出:“旅游是非定居者的旅行和逗留而引起的各种现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居,并且不从事任何赚钱的活动。”被称为“艾斯特定义”。这个定义的深刻之处在于,它指出旅游活动不单纯是某种单位的活动,旅游活动必然会产生相关的经济关系和广泛的社会关系。

旅游是现代社会中居民的一种短期性的非凡生活方式,这种生活方式的特点是:异地性、业余性和享受性。

——于光远

世界旅游组织于1991年6月25日在加拿大召开了“旅游统计国际大会”,对旅游的概念进行了重新的界定。指出旅游是:“人们为了休闲、商务和其他目的,离开惯常的居住环境,到某些地方去以及在某些地方停留,但连续不超过一年的活动。”

与“艾斯特定义”不同,该定义首先明确地说明旅游活动包括商务旅游。此外,强调旅游是离开惯常环境的旅行。所谓“惯常环境”包括两层含义:一是指人们经常去的地方,即使这个地方离他的居住地很远,如某人的度假别墅或第二住房。二是指离一个人的主要居住地很近的地方,即使他很少去。

应该说世界旅游组织的这一定义符合现代旅游的实际情况,是我们应该掌握的通常意义上的关于旅游的定义。

二、旅游的起源与发展

(一) 世界旅游的起源与发展

1. 古代旅行和旅游

人类最早的、真正意义上的旅行活动产生于奴隶社会。当时专门从事商品交换的商人,为了了解其他地区的商品生产与需求,为了到异地他乡交换产品,成了最早的旅行者。

古埃及约于公元前 3000 年形成了统一的国家,修建了众多金字塔和神庙,吸引了无数前来旅行的人们。古希腊、古罗马时代,旅行出现了空前繁荣。中世纪时期,人类由奴隶社会跨入了封建社会,世界范围内出现了一大批中央集权统治的封建王国。18 世纪到 19 世纪中期,随着资产阶级革命的基本完成,铁路、火车、轮船的出现,空间移动更加方便,使具有现代意义的旅游活动成为可能。

2. 近代旅游

近代欧美国家普遍爆发了资产阶级革命,并由此引发了世界范围的产业革命,这些都有力地推动了近代旅游的发展。

对近代旅游发展具有重要作用的是英国人托马斯·库克。托马斯·库克奠定了旅游业发展的基础,因而被称为“世界旅游业之父”。

1841 年 7 月 5 日,托马斯·库克利用包租火车的方式,组织 540 人从莱斯特到洛勃罗赫参加禁酒大会。1845 年,经过多年的准备,托马斯·库克正式创建了世界上第一个旅行社——托马斯·库克旅行社,它被大多数学者认为是近代旅游业诞生的标志。

为了扩大业务,1863 年托马斯·库克相继在瑞士、美洲、非洲、亚洲设立分公司,成为当时世界上最大的一家旅游企业。1872 年,该公司成功地组织了一次历时 222 天的 9 人环球旅游。

与此同时,欧洲和世界其他国家也成立了许多类似的旅游组织。20 世纪初,美国运通公司和比利时铁路卧车公司成为与托马斯·库克旅游公司齐名的三大旅行代理公司。从此,旅游业开始真正确立了自己的地位,逐渐发展成为国民经济中的一个新兴行业。

3. 现代旅游

现代旅游业迅速发展的原因有以下几方面。

(1)第一次世界大战后,各国都开始致力于国内的经济建设。

(2)科学技术突飞猛进,生产自动化取得了长足的进步,生产率极大提高,生活节奏加快,人们可用于自由支配的闲暇时间减少,因而对于旅游放松的需求增加,这些都为旅游业发展创造了必要的条件。

(3)交通运输工具的进步,缩短了时空的距离,使洲际、国际间的旅游成为可能。

(4)第二次世界大战后,工业发达国家的从业人员,身心普遍承受着巨大的压力,重返大自然成为时尚和潮流。

(5)带薪假期制度的推广,使劳动者在不减少劳动收入的情况下,有更多可供自己支配的闲暇时间。

(6)各国之间的联系不断加强,经济往来频繁,公务旅游发展较快。同时,各国政府对旅游业的重视,也成为推动旅游业发展十分重要的因素。

当今,现代旅游活动正在成为人类重要的社会、经济和文化现象。据世界旅游组织预测,到 2020 年,全球接待国际旅游者将达到 16 亿人次,国际旅游收入将达 20000 亿美元。

(二) 中国旅游的起源与发展

1. 中国古代的旅行和旅游

中国是世界旅行活动产生最早的国家之一。我国第一部诗歌总集《诗经》、古籍《山海经》和《史记》中,就有许多关于先民旅行的记载。

中国古代最早的旅行活动始于夏、商时期。商代是中国奴隶社会商品经济的繁荣时期,商人足迹遍布各地,商务旅行十分盛行。东周时期社会处于大变革之中,代表不同阶级和阶层的思想家、理论家周游列国,宣传自己的政治主张。孔子就是那时的代表人物。

秦汉时期是中国中央集权封建国家建立和发展时期。秦始皇统一中国后,五次出巡,周游全国,并多次登临泰山举行祭祀封禅活动。汉武帝时代,张骞出使西域,开辟了“丝绸之路”。

魏晋南北朝时期,是中国的山水诗歌、游记等旅游文学创作的繁荣时期。士人漫游、宗教旅行、学术考察是那时主要的旅游形式。法显所著《佛国记》和郦道元所著《水经注》,都是千古不朽的名著。

隋唐时期,国内外旅游达到鼎盛。京杭大运河的开凿,极大地便利了南北往来。玄奘、鉴真是唐朝杰出的宗教旅行家。

宋元时期,指南针发明并应用于航海,促进了海上“丝绸之路”的发展,加强了与西方各国的贸易往来。

明朝时,国内科学考察旅行之风极盛,学术著作成就不菲。杰出的航海家郑和、旅行家徐霞客、医药学家李时珍等,分别留下了宝贵的航海资料、千古不朽的旅游和医药名著。清朝时期,由于朝廷腐败,经济衰落,旅行活动不大景气。

2. 中国近代旅游

随着中国封建社会的大门被打开,国际性经济、政治、文化思想的交流逐渐增多。中国近代旅游业就是在这样的背景下形成的。

中国旅游业形成的标志是中国旅行经营机构的建立。1923年8月15日,上海商业储蓄银行总经理陈光甫,首先在银行内部成立“旅行部”。1927年6月1日,旅行部从银行独立出来,正式领取了营业执照,成为中国第一家旅行社——中国旅行社。

为了扩大影响,1927年中国旅行社创办了我国第一本旅游行业的专业杂志——《旅行杂志》。

与此同时,中国还出现了许多类似的旅游组织。但在当时的环境下旅游业作为一种产业,规模小、水平低,对国民经济发展的作用十分有限。

3. 中国现代旅游

大体可分为以下两个时期。

第一个时期从1949~1977年。这一时期,由于当时国内、国际经济、政治等各种复杂的原因,旅游业的发展尚未提到日程上来。这一时期的旅游业还处于萌芽阶段。

第二个时期从 1978 年至今。这一时期,是我国旅游业真正起步和发展的重要时期。我国的旅游业在 20 世纪 90 年代取得了令人瞩目的成就。

经过 20 多年的发展,中国旅游业实现了从“事业型”向“产业型”的转变,产业形象和地位鲜明地树立了起来,而且在国民经济和社会发展中的作用不断增强。

我国是世界公认的旅游发展最快的国家之一,已实现了从旅游资源大国向亚洲旅游大国的历史性跨越,跻身世界旅游十大接待国和十大创汇国之列。

三、旅游的本质属性及特征

旅游从本质上来说是以审美愉悦为出发点、不讲究直接物质回报、涉及经济政治等多方面因素的文化活动,是人类社会发展到一定时期的基本活动之一。

(一) 旅游的基本属性

(1) 旅游具有消费属性。旅游活动是一种消费活动,是一种重视精神需要、追求审美体验的文化消费活动。

(2) 旅游具有休闲属性。它与一切休闲行为相一致,表现出明显的休闲性质。

(3) 旅游具有社会属性。旅游活动是在一定的社会条件下进行的文化消费活动。

(二) 旅游的基本特征

(1) 异地性特征。旅游的异地性是指人们离开其通常居住和工作的地方,前往异地他乡进行旅游。

这里所说的“通常居住和工作的地方”,是指一个人在一年以上的较长时间内居住和工作的地方,包括他的永久居住地和非定居的长住地。

(2) 暂时性特征。所谓暂时性:首先是指旅游者完成一次旅游活动后,必须返回其定居地或长住地,不在旅游目的地定居或长期居留;其次是指旅游者在目的地逗留的时间有一定的限度。

(3) 综合性特征。综合性是指旅游活动涉及众多行业和部门,是一种综合性经济活动,并构成多种复杂的社会关系。

四、旅游的类型

(一) 按旅游地域划分,可分为国际旅游和国内旅游两种

国际旅游是指:一个国家的旅游者到另外一个国家进行的跨越国界的旅游活动。

其特点是:旅游者的旅游活动跨越了国界,受国籍的限制,需要办理相关的出入境手续。

国际旅游通常可分为入境旅游和出境旅游。入境旅游指另外一个国家或地区的居民到本国或本地区的旅游活动;出境旅游指本国或本地区的居民到其他国家或地区的旅游活动。

国内旅游是指:人们在居住国范围内进行的旅游活动。

参加国内旅游的旅游者,没有国籍的限制,旅游者可以是本国公民,也可以是长住该国

的外国人。

(二) 按旅游目的划分,可分为六类

(1) 休闲、娱乐、度假类。观光旅游属此类。

(2) 探亲访友类。

(3) 商务、专业访问类。公务旅游、会议旅游、修学旅游、专项旅游、奖励旅游等均为此类。

(4) 健康医疗类。包括体育旅游、保健旅游、生态旅游等。

(5) 宗教、朝拜类。指以朝拜、传经布道为主要目的的旅游。

(6) 其他类旅游。指未能划入上述各类的旅游,如过境旅游、探险旅游等。

(三) 按组织形式划分,可分为团体旅游和散客旅游

团体旅游又叫集体综合旅游,是指旅游者按照旅行社制定的旅游日程、路线、交通工具、收费标准做出选择,事先登记、付款,到时整团出行的旅游。

散客旅游又叫个别旅游,是指旅游者自行选择旅游日程、路线,再由旅行社为其安排机票、旅馆等单独出行的旅游。

第二节 旅游的基本要素

一、旅游活动的主体——游客

旅游活动的主体是参加旅游活动的人,即游客。

1978年,世界旅游组织根据1963年罗马定义的精神,对游客作了如下的分类和规定。

游客是指离开惯常环境到其他地方去旅游,连续停留不超过12个月,其主要目的不是通过所从事的活动从访问地获取报酬的人。

游客分为旅游者(又称过夜游客)和游览者两类。

(一) 旅游者

是指离开惯常环境到其他地方去旅游,时间在24小时以上、1年以内,主要目的不是通过所从事的活动从访问地获取报酬的游客。

1. 国际旅游者

一般包括外国人和国外侨民。我国将国际旅游者称为入境旅游者,包括来华的外国人和华侨。

一个旅行人,当他刚刚爬上了一座峻峭险陡的山峰,坐在山顶上休息一会儿,在这个休息的时间里,他感觉到甜美的欢乐。

——司汤达(法)

2. 国内旅游者

通常是指离开常住地到国内其他地区,停留时间在 24 小时以上、1 年以内的游客。其中,我国规定旅游者在旅游地停留的时间为 6 个月以内。国内旅游者没有国籍限制。

(二) 游览者

游览者又称一日游游客。是指不在旅游目的地(国)集体或私人的住宿设施中过夜的游客。

一日游游客又分为国际一日游游客和国内一日游游客。

二、旅游活动的客体——旅游资源

(一) 旅游资源的概念、地位和作用

1. 旅游资源的概念

旅游资源指自然界和人类社会凡能对游客产生吸引力,为旅游业所开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和现象。

2. 旅游资源在旅游业中的地位和作用

首先,旅游资源是旅游活动的客体,它是游客游览观赏的对象,离开了旅游资源,旅游业便失去了存在的意义。

其次,旅游资源能吸引大量的游客来访,使旅游业的各部门获得巨大的经济效益。

(二) 旅游资源的分类

1. 自然旅游资源

是自然界中亿万年来形成的具有吸引力的事物和现象。《中国旅游资源普查规范》规定,自然旅游资源包括地文景观、水域风光和生物景观等。

2. 人文旅游资源

是由人类的社会历史活动所形成,能够反映时代风貌而具吸引力的各种事物和现象。《中国旅游资源普查规范》规定,人文旅游资源包括古迹与建筑、休闲求知健身和购物三大类。

(三) 旅游资源的特点

1. 美学观赏性

旅游资源同其他资源最主要的区别在于,具有突出的美学特征和较强的观赏性。在游览活动中,旅游资源的美学特征越突出,观赏性越强,对游客的吸引力就越大。

2. 地域独特性

旅游资源的分布,在空间上具有明显的地域性特征,即不同的旅游资源具有相应的地域环境和其他特定的条件。一个地方的自然景物和人文风情越有独特的地方特色,越能吸引游客。

3. 不可转移性

旅游资源是在一定地理条件下形成的,其形态、环境都是独有的,是不可转移的。

4. 吸引力的定向性

旅游资源吸引力的产生,对旅游者来说具有相对的主观性。因此,任何一项旅游资源,只对旅游市场的某一部分具有吸引力,而不可能对旅游市场的全部旅游者具有相同的吸引力。

5. 旅游资源的可创性

旅游资源并不是一成不变的、死板的,而是可以由人们创造、制作而再生、再现的动态性资源。

6. 永续性和不可再生性

旅游资源在利用过程中,其自身是不会被游客的旅游活动所消耗掉的,游客只是从各种旅游活动中获得自身所需的身心放松和美好感受。如果保护不当,旅游资源一旦遭到破坏,将是不可再生的。

三、旅游活动的媒介——旅游业

(一) 旅游业的概念

广义的旅游业是指以旅游资源(含旅游设施)为凭借,为人们的旅游活动提供各种服务而从中获取经济效益的行业的总称。主要包括交通、游览、住宿、购物、餐饮和娱乐六大方面。

狭义的旅游业,按传统的观点,由旅行社、旅游饭店、旅游交通三大部分组成,它们共同构成了旅游业三大支柱。

目前,也有学者提出,旅游业的组成,应包括旅行社、旅游饭店、旅游交通和旅游商品四大部分。

实际上,旅游业的组成范围是相当广泛的,有直接的,还有间接的。直接的指住宿业、餐饮业、旅行社、交通运输业和游览娱乐业。间接的还涉及商业、银行业、保险业、海关、邮电通讯等。

(二) 旅游业的特点

1. 综合性

旅游业是一项综合性产业,除了需要为游客提供吃、住、行、游、购、娱等多方面的服务,还需要多种不同类型的企业为游客提供其他更多的商品和服务,它必然涉及国民经济中多个行业和多个部门。只有各行业、各部门之间通力合作,才能满足游客的整体需求。因此,旅游业具有综合性的特点。

2. 依托性

旅游业的依托性主要表现在以下三点。

首先,旅游业以旅游资源为依托。旅游资源是发展旅游业的客观基础,而且旅游资源是否丰富,是否有特色,直接影响旅游业发展的规模和速度。

其次,旅游业的发展依托于国民经济的发展。

一方面,国民经济的发展水平,决定人们可自由支配收入的多少及闲暇时间的长短,从而决定了旅游者的数量、消费水平和消费频率,决定旅游需求的总体水平;另一方面,国民经济发展的水平还决定旅游供给的水平,表现为对旅游资源和旅游设施的投入能力。

最后,旅游业的发展依托于各相关行业和相关部门的通力合作、协调发展。

3. 敏感性

旅游业是一个非常敏感的产业,各种自然和社会因素的任何微小的变化都会导致旅游业发生较大的波动,从而对旅游业产生影响,而且反应迅速。

4. 涉外性

许多旅游活动跨越国界或超越国籍,是国际间广泛的人际交往活动。因此,旅游业是一项涉外性和政策性很强的产业。

5. 劳动密集型

作为一项服务性产业,旅游业是一个劳动密集型产业,因此,旅游业的管理者及员工的素质,对旅游业的发展具有较大的影响。同时,大力发展旅游业有利于增加社会就业机会,减轻社会压力。

(三) 旅游业的作用

旅游业在旅游活动中具有以下重要的作用。

首先,它是连接旅游主体和旅游客体、使得旅游活动能够顺利开展的媒介。

其次,旅游业是旅游供给的重要提供者,它所提供的各种服务,能够满足广大游客的需求。

再次,旅游业具有组织作用,它能根据市场的需要,组织系列的配套产品,通过各种方式组织客源,有利于旅游事业的迅速开展。

旅游业对国民经济的整体发展也具有深远的影响。具体表现在如下六个方面。

- (1)可以增加外汇收入,平衡国际收支。
- (2)可以拓宽货币回笼渠道,促进经济繁荣与稳定。
- (3)可以增加就业机会,减轻社会压力。
- (4)能够带动相关的经济部门或行业的发展,促进经济结构的调整与优化。
- (5)有助于增加政府税收,为国家积累资金。
- (6)可以平衡地区经济发展,缩小地区差别等。

第 三 节 旅游市场

一、旅游市场的概念及构成要素

(一) 旅游市场的概念

旅游市场是一个无形的市场。

从经济学的角度来看是指在旅游产品交换过程中所产生的各种经济现象和经济关系。

从市场学的角度来看是指旅游产品的供给者和需求者(现实购买者或潜在购买者),即旅游产品的供给市场或客源市场。

(二) 旅游市场的构成要素

旅游市场构成的基本要素包括:旅游产品的生产者和供应者,他们是旅游市场的卖方主体;旅游产品的使用者或消费者,他们是旅游市场的买方主体。

可供交换的旅游产品指旅游市场的客体——旅游资源。

旅游产品的价格,通过买卖双方的调节作用,而对旅游产品的供给和需求产生影响。

二、国际旅游市场

(一) 欧洲市场

欧洲市场自 20 世纪 50 年代以来,一直是最重要的国际旅游接待地,在国际旅游接待人次和国际旅游收入方面始终居各大旅游市场之首。同时,欧洲地区还是世界上最重要的国际旅游客源地。

(二) 美洲市场

美洲市场是世界第二大国际旅游接待地和第二大国际旅游客源市场。

(三) 东亚和太平洋市场

东亚和太平洋市场自 20 世纪 60 年代以来,成为世界第三大国际旅游接待地和第三大国际旅游客源市场。该市场的最大特点是发展速度快,旅游接待人次和旅游收入的增长速度始终高于世界平均增长率。

(四) 非洲市场

近年来,非洲市场国际旅游接待量增长较快,高于世界平均增长率,但旅游接待量和旅游收入占全球的比例仍较低。

(五) 中东市场

中东地区在 20 世纪 70 年代以前,曾经是世界重要的国际旅游接待地之一。

（六）南亚市场

南亚市场的国际旅游业自 20 世纪 80 年代以来发展迅速，旅游接待人次和旅游收入增长速度均高于世界平均水平，但占全球的份额依然很小。

三、中国旅游市场

（一）境外来华旅游市场

境外来华旅游市场由三部分构成，即外国人、海外华侨和港澳台同胞。其中港澳台同胞一直占我国入境游客的绝大部分。据世界旅游组织预测，到 2020 年，中国将成为世界第一大旅游目的地，年接待入境游客将达 1.37 亿人次。

（二）国内旅游市场

国内旅游市场是我国旅游市场的重要组成部分。目前，国内旅游市场发展速度较快，前景十分看好。

国内旅游市场的主要特点是：规模庞大，短程旅游比重大，以散客旅游为主，人均消费水平较低。

（三）出境旅游市场

我国出境旅游市场由边境游、港澳游和出国游三部分组成。我国出境旅游市场以近距离的港澳游和到东南亚及周边国家的边境游为主。

目前，我国正式开放的边境旅游口岸有近 40 个。随着我国公民出境旅游政策的进一步放宽和人民生活水平的不断提高，我国的出境旅游仍会持续增长。据世界旅游组织预测，到 2020 年，中国的出境旅游将占世界第四位，出境旅游的游客将达到 1 亿人次。

第 四 节 旅游组织

一、旅游组织概述

（一）旅游组织的概念

旅游组织是指为了加强对旅游行业的引导和管理，适应旅游业的健康、稳定、迅速、持续发展而建立起来的具有行政管理职能或协调发展职能的专门机构。

（二）旅游组织的分类

1. 以旅游组织的职能范围为划分标准，将其分为国际性旅游组织、国家级旅游组织和地方性旅游组织。

2. 以旅游组织的职能性质为划分标准，将其分为旅游行政组织和旅游行业组织。

二、国际性旅游组织

国际性旅游组织主要有以下几种。

(一) 世界旅游组织(WTO)

世界旅游组织是世界上唯一全面涉及旅游事务的全球性政府间机构。成立于1975年,总部设在西班牙的马德里。

其宗旨是:促进和发展旅游事业,推动各国经济建设,增进国际间的相互理解,维护世界和平。

我国于1983年加入世界旅游组织,成为其第106个正式成员。

(二) 太平洋亚洲旅行协会(PATA)

太平洋亚洲旅行协会是亚太地区的非政府间的国际组织。1952年成立于美国的夏威夷,总部设在美国的旧金山。

其宗旨是:促进亚太地区旅游和旅游业的发展。

中国国家旅游局于1993年正式加入该组织,成为其正式会员。

(三) 国际航空运输协会(IATA)

国际航空运输协会是一个以全世界国际航空公司为会员的全球性民间组织。1945年成立于古巴的哈瓦那。

其宗旨是:促进安全、正规和经济的航空运输,促进航空商业发展,促进与联合国国际民航组织的合作。

中国航空协会于1978年成为该协会的正式会员。

(四) 国际民航组织(ICAO)

国际民航组织是联合国的一个专门机构,成立于1947年,总部设在加拿大的蒙特利尔。

其宗旨是:推进国际间航空运输安全与合作。

我国于1974年正式加入该组织。

(五) 世界旅行社协会联盟(UFTAA)

世界旅行社协会联盟是世界上最大的民间国际旅游组织,1966年成立于意大利的罗马,总部设在比利时的布鲁塞尔。

其宗旨是:将有信誉的旅行社建成一个世界性的协同网络,保障会员的经济、法律和社会利益。

1995年中国旅游协会被接纳为正式会员。

(六) 国际旅馆协会(IHA)

国际旅馆协会是国际旅馆业的一个行业性民间组织,1946年成立于英国伦敦,总部设在法国巴黎。

其宗旨是:联合国旅馆协会,研究国际旅馆业和国际游客交往的有关问题,促进会员间的交流与合作,协调旅馆业和有关行业的关系,维护本行业的利益。

三、我国的旅游行政组织

国家旅游局是我国的旅游行政主管部门,它对外代表我国的国家旅游组织,对内负责统管我国的旅游业。

省、自治区、直辖市旅游局主管所在省、自治区、直辖市的旅游行政工作。省级以下的地方旅游行政管理机构负责本行政区域内的旅游行政管理工作。省级及省级以下的旅游行政管理机构受地方政府和国家旅游局双重领导。

四、我国的旅游行业组织

旅游行业组织泛指旅游业中的各种行业协会。其主要任务是维护行业成员的共同利益,协调行业内部成员之间的关系,进行调查研究、信息咨询和人员培训。

(一) 中国旅游协会

中国旅游协会是由中国旅游行业的有关社团组织和企事业单位在平等自愿的基础上组成的全国综合性旅游行业协会,具有独立的社团法人资格。它是1986年1月经国务院批准,正式成立的第一个旅游全行业组织。协会接受国家旅游局的领导、民政部的业务指导和监督管理。

(二) 中国旅游协会旅游城市分会

简称为“中国旅游城市协会”,2000年8月成立于北京。它是由中华人民共和国境内的、旅游经济已形成一定规模的城市在平等自愿的基础上组建的全国性、非营利性社团组织。

其宗旨是:根据国家关于发展旅游业的方针政策和有关法律、法规,研究探索具有中国特色的城市旅游业发展中的有关问题,促进城市旅游业的发展和城市旅游管理水平的提高。

协会接受国家旅游局和中国旅游协会的领导。

(三) 中国旅行社协会

中国旅行社协会1997年10月成立于北京。它是由中国境内的旅行社、各地区性旅行社协会或其他同类协会单位,按照平等自愿的原则结成的全国旅行社行业的专业性协会,业经中华人民共和国民政部正式登记注册的全国性社团组织,具有独立的社团法人资格。协会接受国家旅游局的领导、民政部的监督管理和中国旅游协会的业务指导。

(四) 中国旅游饭店业协会

原名“中国旅游饭店协会”,1986年2月成立于北京。它是由中国境内的旅游饭店和地方饭店协会、饭店管理公司、饭店用品供应厂商等相关单位,按照平等自愿的原则结成的全国饭店行业的专业性协会,是非营利性的社会组织,具有独立的社团法人资格。

(五) 中国旅游车船协会

1988年10月成立于桂林。它是由中国境内的旅游汽车、游船企业和旅游客车及配件生产企业、汽车租赁、汽车救援等单位,在平等自愿的基础上组成的全国旅游车船行业的专业性协会,是非营利性的社会组织,具有独立的社团法人资格。

(六) 中国旅游报刊协会

成立于1993年8月,是以全国与旅游信息传播相关的报纸、期刊及相关的大众传媒单位为主,同时吸收旅游企业报刊参加,按平等自愿原则结成的全国性专业组织,是非营利性社会组织,具有独立的社团法人资格。



重点回顾

人们为了休闲、商务和其他目的,离开惯常的居住环境,到某些地方去以及在某些地方停留,但连续不超过一年的活动。

旅游具有异地性、暂时性、综合性三个特征。

按旅游地域划分,可分为国际旅游和国内旅游两种;按旅游目的划分,可分为休闲、娱乐、度假类,探亲访友类,商务、专业访问类,健康医疗类,宗教、朝拜类,其他类旅游六类;按组织形式划分,可分为团体旅游和散客旅游。

旅游的基本要素包括旅游活动的主体——游客,旅游活动的客体——旅游资源,旅游活动的媒介——旅游业。

从经济学角度来看是指在旅游产品交换过程中所产生的各种经济现象和经济关系;从市场学的角度来看是指旅游产品的供给者和需求者(现实购买或潜在购买者),即旅游产品的供给市场或客源市场。



巩固练习

1. 简述现代旅游业迅速发展的原因。
2. 旅游的基本特征是什么?
3. 旅游业在旅游活动中具有什么作用?

