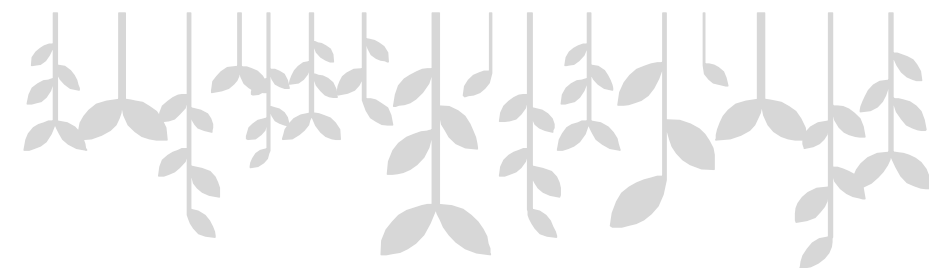




全国普通高等院校旅游管理类“十三五”规划教材
教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目配套规划教材

总主编 © 马勇



旅游学概论

主编 © 邓爱民 孟秋莉

Essentials of Tourism



 华中科技大学出版社 有限责任公司
HuaZhong University of Science & Technology Press Co.,Ltd



第十章 旅游业

第一节 旅游业的构成

第二节 旅游业的性质与特点

第三节 旅行社行业

第四节 旅游住宿

第五节 旅游餐饮

第六节 旅游交通

第七节 旅游景区

第八节 旅游娱乐

第九节 旅游购物

学习目标

通过本章学习，应当达到以下目标：

- 旅游业的构成、性质与特点
- 旅行社行业
- 旅游住宿
- 旅游餐饮
- 旅游交通
- 旅游景区
- 旅游娱乐
- 旅游购物



第一节 旅游业的构成

一、旅游业的定义

二、旅游业的具体构成



一、旅游业的定义

旅游业是以旅游资源和旅游设施为依托，
以旅游者为主要对象，
向旅游者提供旅游活动所需的各种产品和服务的综合性产业。



二、旅游业的具体构成

关于旅游业的构成，主要有以下三种观点：

1. “三大支柱”说

根据联合国的国际标准产业分类体系，通过对从事旅游业务的具体部门加以分析，可以得到旅游业主要由三部分构成，即旅行社、交通客运部门和以旅馆为代表的住宿业部门，属于这三个部门的企业因而也构成为三种类型的旅游企业。在国内，人们通常将旅行社业、住宿业和交通运输业称为旅游业的“三大支柱”。



2. “五大部门”说

在国际学术中比较具有代表性的一种观点认为，人们对旅游业的称谓通常是以特定的地域或特定的旅游目的地作为单位，因此从国家或地区的旅游发展角度来看，旅游业由以下五大部门组成：**住宿接待部门、游览场所经营部门、交通运输部门、旅行业务组织部门和目的地旅游组织部门**。与“三大支柱”说相比，增加了以景点为代表的游览场所经营部门和各级旅游管理组织。



3. “六大旅游活动行业”说

从食、住、行、游、购、娱来看，按照我国目前的情况，旅游业的构成应包括以下行业：旅行社业、以饭店为代表的住宿业、餐饮业、交通客运业、景区游览业、旅游娱乐业、旅游用品和纪念品销售行业。

旅游产业是指旅游业和为旅游业直接提供物质、文化、信息、人力、智力、管理等服务和支持的行业的总称。

因此，旅游业由旅行社行业、住宿业、餐饮业、交通客运业、景区游览业、旅游娱乐业和旅游购品经营业构成。



第二节 旅游业的性质与特点

一、旅游业的性质

二、旅游业的特点

一、旅游业的性质

旅游业作为国家产业结构中第三产业的一员，本质上具备产业的性质，而产业从事的是经济性质的活动，因此旅游业的本质属性是**经济性**。

旅游经营者向旅游者提供具有一定文化内容的、有特色的产品和优质服务，满足旅游者的需求，帮助旅游者实现其旅游愿望，同时表现了旅游目的地国家或地区的文化发展水平，因此旅游业具有**文化性质**。

虽然旅游业同时具备经济性和文化性两种属性，但这两种属性的作用和地位是不一样的。

经济性是旅游业的本质属性，因此可以说旅游业是具有丰富文化内涵的经济产业。

二、旅游业的特点

1.综合性

旅游业作为旅游主体与客体之间的媒介，要提供包括食、住、行、游、购、娱等各个方面的一体化服务，提供多种多样的旅游产品满足旅游者多样化的旅游需求。旅游业作为核心，将这些在传统产业划分标准下分别属于若干相对独立的行业联系在一起，旅游业因涉及各行业的联动从而具有综合性的特点。

2.服务性

旅游业属于第三产业即服务业，是以出售劳务为特征的服务性行业。旅游业的产品主要是为旅游者提供满足其需求的服务，它向旅游者提供的产品是固定有形的设施和无形的服务，其中以无形的服务为主，有形设施和产品是旅游业为旅游者服务的依托和手段。从旅游产品总体来看，其价值并不是物化于消费品之中的，价值更多的是体现在服务中。

3.敏感性

旅游业的经营随时会受到多种内部和外部因素的影响和制约。内部因素某一部分出现脱节，都会造成整个目的地旅游供给的失调；外部因素一旦出现不利变化，都可能对旅游业的经营产生影响。

4. 依托性

旅游业以旅游资源为发展基础。旅游业必须以自然景观资源或人文景观资源为依托，因此从某种意义上讲，旅游资源的丰富与否，在很大程度上影响和决定了旅游业的发展。

5. 涉外性

旅游具有异地性的特征，旅游者需要离开客源地到不同的旅游目的地进行旅游活动。跨国界的活动开展需要执行我国的对外政策、侨务政策和统战政策，因此国际旅游具有很强的政策性。

第三节 旅行社行业

一、旅行社的定义

二、旅行社的分类

三、我国旅行社的基本业务

一、旅行社的定义

定义

从事招徕、组织、接待旅游者等活动，为旅游者提供相关的旅游服务，开展国内旅游业务、入境旅游业务或出境旅游业务的企业法人。

二、旅行社的分类

1. 国外旅行社的分类

1) 欧美国家旅行社的分类

- (1) 旅游批发商、经营商
- (2) 专项旅游策划、组织商
- (3) 旅游零售商

2) 日本旅行社的分类

一般旅行社，可以承担外国人来日本旅游、日本人出国旅游、日本人和外国人在日本国内旅游等业务，即可以从事国际和国内旅游业务；

国内旅游业，承担日本人及外国人在日本国内的旅游服务；

旅游代办业，作为一般旅行社和国内旅游业的代理人，承办主要旅游业务和附带的旅游服务项目，与旅游者办理签订合同等事项。



2.我国旅行社的分类

2009年国务院颁布《旅行社条例》代替1996年的《旅行社管理条例》。该条例并未对旅行社做出明确分类。该条例规定申请设立旅行社，经营国内旅游业务和入境旅游业务的，应当具备下列三个条件，即有固定的经营场所、有必要的营业设施和有不少于30万元的注册资本。国内旅游业务是指招徕、组织和接待中国内地居民在中国大陆(含沿海岛屿)境内开展旅游的经营经营活动。入境旅游业务是指招徕、组织、接待外国居民来我国旅游、香港特别行政区和澳门特别行政区的居民来内地旅游、台湾地区居民来大陆旅游，以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人、港澳台居民在中国大陆(含沿海岛屿)境内开展旅游的经营经营活动。

《条例》同时规定旅行社取得经营许可满两年，且未因侵害旅游者合法权益受到行政机关罚款以上处罚的，才可以申请经营出境旅游业务。出境旅游业务是指旅行社招徕、组织、接待中国内地居民出国旅游，赴香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区旅游，以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人，在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民出境旅游业务。基于对旅行社经济类型的考虑，将“外商投资旅行社”作为上述旅行社中的一个亚类，其中包括中外合资经营旅行社、中外合作经营旅行社和外资旅行社，并规定除了因我国签署的自由贸易协定，内地与港、澳地区关于建立更紧密经贸关系的安排，或其他另有规定者外，外商投资旅行社不得经营招徕和组织中国内地居民出境旅游的业务。



3.其他旅行社分类方式

1) 客源地旅行社和旅游目的地旅行社

2) 传统旅行社和在线旅行社(OTA)

Online Travel Agency(OTA)是前文欧美国家对旅行社分类中提到的“在线旅游代理商”，按照我国旅游相关法律法规规定的旅行社分类标准，OTA译为“在线旅行社”更为合适，同时能与目前发展火热的各类旅游互联网企业相区分。

2013年颁布的《旅游法》第四十八条规定：“通过网络经营旅行社业务的，应当依法取得旅行社业务经营许可，并在其网站主页的显著位置标明其业务经营许可证信息。”



表 4-1 我国与网络相关的旅游运营商分类

运营商分类	盈利模式	经营主体		代表企业
在线旅游 经营企业	通过向旅游者销售 旅游产品而获取收益	在线旅行社	网络旅游运 营商	携程网、途牛旅游网、 同程旅游、艺龙网等
			传统旅行社建 立的网络平台	芒果网、遨游网等
		旅游供应商的销售网站		航空公司、酒店和景 点的直销网站
在线旅游 服务商	作为旅游企业线上 服务的提供者,向旅游 企业收取佣金或广 告费	旅游垂直搜索网站		去哪儿网、酷讯网等
		截图(Alt + A) 点评类网站		到到网、驴评网等



三、我国旅行社的基本业务

1. 包价旅游

即欧美国家的package tour或inclusive tour，是指旅行社经过事先计划、组织和编排旅游活动项目，向大众推出的包揽一切有关服务工作的旅游形式。一般规定旅游的日程、目的地、行、宿、食、游的具体地点及服务等级和各处旅游活动的内容安排，并以总价格的形式一次性收取费用，即我国业内人士所称的全包价旅游(产品)。通常以团体为主，按照国际惯例，团体指人数至少为15人的旅游团。在我国根据现行的行业管理，团体同行人数至少为10人(包括旅行社导游人员在内)。

2. 散客旅游

所谓散客旅游，是相对于团体旅游而言的，按照国际上的行业惯例，主要指个人、家庭及15人以下的自行结伴旅游者。我国旅行社对散客业务主要分为散客成团和委托代理。散客成团业务，是指将来自不同客源地的旅游者就地临时拼组成团去某一目的地旅游。这种旅游团一般不设导游陪同，旅游者可以根据自己的兴趣自行旅游。



第四节 旅游住宿

一、住宿业的演进

二、饭店的分类

三、住宿业发展趋势

一、住宿业的演进

1. 客栈时期(产生—19世纪初)

2. 饭店时期(19世纪初—20世纪中叶)

3. 以现代饭店为主的多种住宿设施竞争时期(20世纪中叶至今)



二、饭店的分类

根据接待对象可分为商务型饭店、度假型饭店、长住型饭店、会议型饭店等；根据地理位置可分为城市饭店、城郊饭店、乡村饭店、景区饭店、海滨饭店、公路饭店、机场饭店等；根据客房数量可将饭店划分为600间客房以上的大型饭店、300间至600间的中型饭店、300间以下的小型饭店；根据经营方式可将饭店划分为独立经营饭店、集团经营饭店、联合经营饭店；根据价格形式可将饭店划分为欧式计价饭店、美式计价饭店、修正美式计价饭店、欧陆式计价饭店、床位与早餐式计价饭店等；根据饭店的档次或等级可分为经济型饭店和星级饭店。

星级饭店作为饭店的等级划分具有权威性，世界各地普遍都对本国饭店实行分等评级，以控制饭店产品的质量 and 保障旅游者权利。



星级饭店的划分起源于法国，国际上饭店的等级一般划分为五个层次，以星号的多少作为标识，由低到高分别为一星级、二星级、三星级、四星级和五星级，代表着建筑物、装潢、设备、设施、服务项目、服务水平等。但在实际中，由于种种原因，世界各地对饭店等级的层次划分并不统一，有的地方划分为四个等级，有的地方划分为七个等级。

我国的饭店等级划分为五个等级，特殊的是五星级之中包含白金五星级。



三、住宿业发展趋势

1. 饭店集团化发展

1) 饭店连锁集团

饭店连锁集团是一种以某一饭店公司的品牌为纽带，将若干成员饭店统一于该品牌旗下，实行集团化联号经营的紧密型饭店集团。本集团旗下所有的各成员饭店都使用相同的店名和店徽，经营相同的产品服务，采用相同的营业规程，提供相同水准的接待服务。如我国的锦江、如家、格林豪泰和国外的洲际、希尔顿、雅高、凯悦等。

2) 饭店合作集团

饭店合作集团是独立饭店企业在饭店连锁集团盛行的压力下，在某些方面采取联合行动而产生的，即若干独立经营的饭店为追求通过集体联合行动所带来的规模效益而自愿组建起来的一种饭店合作组织。根据成员饭店间的主要合作领域，饭店合作集团可以分为营销合作集团、采购合作集团、员工培训合作集团和预订系统合作组织，且主要以前两者为主。



2. 住宿业多样化发展

随着旅游需求的多样化发展，住宿需求市场也呈现散碎化发展，分时度假、露营野营等住宿业态是住宿业多样化的代表。

分时度假是将饭店(多以度假村为主)的一间客房或一套旅游公寓的使用权分成若干个周次，按10至40年甚至更长的期限，以会员制的方式一次性出售给客户，会员获得每年到酒店或度假村住宿7天的一种休闲度假方式，并且通过交换服务系统会员可以将自己的客房使用权与其他会员异地客房使用权进行交换，以此实现低成本的到各地旅游度假的目的。这种模式可以很好地解决客房闲置率高的问题，在中国具有很大的市场潜力。

我国近年来以汽车露营为代表的露营旅游发展迅速，这种新兴的旅游方式作为住宿的一种选择，十分具有吸引力。露营者一般自驾、租赁房车或租住小木屋、小别墅等，露营地供水供电，提供网络服务、热水淋浴、洗熨设备等，一般来说能够提供多种设施和服务，以提高旅游者的舒适度。



第五节 旅游餐饮

一、旅游餐饮的概念与分类

二、旅游餐饮发展趋势

三、旅游餐饮产品设计

一、旅游餐饮的概念与分类

饭店

1

饭店作为旅游六要素中“食”、“住”的主要供给者，是旅游餐饮的主要代表，尤其体现为跟团游中食宿打包这一形式。饭店早餐一般为自助餐形式，中晚餐一般为桌宴形式，具体菜品随饭店的档次而不同。国内经济型旅行团常见为“十菜一汤”的菜品，而一般高档饭店的宴会不仅菜品种类多、质量好，并且非常讲究环境的设计，对于宴会菜单的设计以及餐具的配置都有严格规定。

特色餐馆

2

特色餐馆，主要指经营特色菜品的餐馆、传统老字号餐饮店、主题餐厅等。它往往围绕一个特定的主题对餐厅进行装饰，甚至食品也与主题相配合，营造出一种或温馨或神秘，或怀旧或热烈的气氛，千姿百态，精彩纷呈。

大排档、旅游快餐点

3

这类旅游餐饮价格低廉、方便快捷。食摊大排档主要供应地方小吃，由于花样繁多而且价格较低，特别受游客的喜爱。快餐服务点多分布在景区内部，方便游客购买，是游客为节约时间的首选，快餐服务点的设置也可以省出大量的就餐空间，减少投入，增加销售额，很多景区的餐饮服务大都以快餐服务为主。

农家乐餐饮

4

这类旅游餐饮随着乡村旅游、农业旅游的发展而愈加受到游客欢迎。农家乐餐饮为游客提供地道的农家饭，原料新鲜、绿色、有机，使游客在农家品尝五谷杂粮和天然野味的同时，身心得到一种回归自然的享受。

二、旅游餐饮发展趋势

1. 特色化

对旅游者来说，旅游目的地的饮食文化是深具吸引力的要素之一，在旅游目的地品尝地方风味是旅游者对目的地的期望之一。构成旅游饮食文化的一个基本前提，是根植于不同空间饮食文化的质的差异性。

2. 参与度高

在体验经济已经来临的今天，很多旅游者已不再满足于只是游览和品尝，他们对菜肴的制作过程非常感兴趣，常常向服务员或厨师询问某些菜品的制作方法和工艺流程。

3. 绿色化

随着生态旅游、农业旅游、乡村旅游的发展，旅游餐饮的绿色有机成为一大发展趋势，绿色饭店、绿色餐饮等给旅游者留下深刻印象。开发时尚健康的绿色餐饮，提供无污染、天然的绿色菜品。

三、旅游餐饮产品设计

1. 旅游餐饮产品种类设计

对于旅游餐饮业而言，餐厅经营的食物种类直接关系到企业的经营特色。任何一家餐饮企业在开店之前都要确定该店的风格，而食物种类的确定对经营风格起着至关重要的作用。设计合适的旅游餐饮食物种类，有利于体现餐饮企业的经营特色，促进企业协调发展。

2. 旅游餐饮产品包装设计

随着旅游餐饮生态化、有机化的发展，在产品包装设计方面有很多新型包装材料得到广泛应用。一方面，包装废弃物造成的环境污染问题已成为世界关注的焦点，很多国家相继制定法律法规控制和规范包装容器生产市场。另一方面，由于包装材料与食品相接触，安全必须得到有效的保障。

3. 旅游餐饮产品生产设计

旅游是季节性很强的活动，餐饮业在经营中既要兼顾旅游的“旺、淡”两季，又要设法减少食品垃圾。解决该问题的有效方法是将工业化与手工操作相结合、中心厨房配送与分散餐点加工相结合。



第六节 旅游交通

一、旅游交通的概念

二、旅游交通的分类

三、影响旅游者选择旅游交通方式的因素

一、旅游交通的概念

概念

是指旅游者利用某种交通手段，
实现从一个地点到达另外一个地点的空间转移过程。

随着交通技术的进步，如今的旅游交通覆盖水、陆、空三大领域，包括汽车、飞机、火车、轮船等，这些旅行方式之间相互补充，相互配合，发挥各自优势，克服各自缺陷，为旅游者的旅游活动提供便利的代步条件。

二、旅游交通的分类

1.陆路旅游交通

2.航空旅游交通

3.水路旅游交通



三、影响旅游者选择旅游交通方式的因素

因素一

公共关系除了注重内部的传播与沟通外，更多的是大量的外部传播与沟通，要妥善协调好大量的外部公众关系。

因素二

公共关系并不局限于组织内部的群体关系与个人关系，更注重与不见面的、远距离的公众进行沟通，重视对公众环境的监测，兼顾组织内部与外部、现在与未来的关系。

第七节 旅游景区

一、旅游景区的概念

二、旅游景区的分类

三、旅游景区的功能

一、旅游景区的概念

从广义角度讲，任何一个可供公众参观游览或者开展其他消遣活动的场所都可以被看作旅游景区，如一座历史建筑、一所学校、一个自然保护区等。

从狭义角度讲，规范意义上的旅游景区是指由某一组织或企业行使管理的封闭式景点，特殊之处表现在有明显的界线与外界隔开，并设有固定的出入口，能够对来访者的出入提供有效控制。作为旅游业的组成部分，这一概念显然更加具有说服力。



我国2004年发布的《旅游景区质量等级的划分与评定》中对旅游景区做出了详细定义，即旅游景区(tourist attraction)是以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的空间或地域。本标准中旅游景区是指具有参观游览、休闲度假、康乐健身等功能，具备相应旅游服务设施并提供相应旅游服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构和明确的地域范围，包括风景区、文博院馆、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、游乐园、动物园、植物园，以及工业、农业、经贸、科教、军事、体育、文化艺术等各类旅游景区。



二、旅游景区的分类

1. 一般分类标准

按照旅游景区的设立性质进行分类，可分为**商业性旅游景区**和**公益性旅游景区**。

前者指投资者完全以营利为目的而设立和经营的旅游景区，实质是旅游企业

后者指政府或社会团体出于社会公益目的而设立和管理的旅游景区，一般不实行门票制。

按照景区形成的原因可分为**自然旅游景区**和**人文(人造)旅游景区**。

前者是大自然的产物，

后者则是人为产物，包括历史上的人为遗产和现代的人造结果。

2. 国外分类标准

- 1) 古代遗迹(ancient monuments)
- 2) 历史建筑(historic buildings)
- 3) 博物馆(museums)
- 4) 美术馆(art galleries)
- 5) 公园和花园(parks and gardens)
- 6) 野生动物园区(wildlife attractions)
- 7) 主题公园(theme park)
- 8) 早期产业旧址(industrial archeology site)



3.我国分类标准

我国的旅游景区按质量划分为五个等级，从高到低依次为5A级、4A级、3A级、2A级和A级。旅游景区质量等级的标志、标牌、证书，由国家旅游行政主管部门统一制作和颁发。旅游景区的质量等级评定工作按照国家和地方两级进行。国家旅游局负责组织全国旅游景区质量等级评定委员会；各省、自治区、直辖市旅游局负责组织地方旅游景区质量等级评定委员会。全国旅游景区质量等级评定委员会负责5A级、4A级和3A级旅游景区的评定工作，地方旅游景区质量等级评定委员会负责2A级和A级旅游景区的评定工作。



三、旅游景区的功能

公游憩功能

- 1 旅游景区能够提供休憩、陶冶身心、放松心情、促进人与自然文化的融合，优美神奇的大自然景色可以陶冶情操，底蕴深厚的人文景观可以启发灵感。

景观功能

- 2 每一个旅游景区，不论其整体或局部、实物或空间，大多数都具有特色鲜明的美的形象、美的环境和美的意境。它们由世界历史上的各种物体的形、色、质、光、声、态等因素相互影响、相互交织、相互配合而成，使人感受到险、秀、雄、幽、旷、奥、坦等千变万化的自然之美和瑰丽多彩的人文之美。

生态功能

- 3 旅游景区具有保护自然环境、改善生态环境、防灾减灾、造福社会的生态功能。

科教功能

- 4 旅游景区有展现历代科技文化、纪念先人先事先物、增强德智育人的寓教于乐功能。



第八节 旅游娱乐

一、旅游娱乐的概念

二、旅游娱乐的起源

三、旅游娱乐业的作用

一、旅游娱乐的概念

旅游娱乐，是指旅游者以追求心理愉悦为过程和目的，在旅游目的地营业性文化娱乐场所中购买和消费旅游娱乐产品或服务的经济文化行为，涉及文学、艺术、娱乐、音乐、体育等诸多领域，能够丰富旅游者生活，满足旅游者精神需求。狭义的旅游娱乐一般指游乐园和主题公园，这与业界将“娱”和“游”要素统称的游览娱乐经营部门主要分为风景区和主题公园是一致的。



二、旅游娱乐的起源

旅游娱乐业的兴起和发展与国家工业化和人民生活水平的改善密切相连。它最早的雏形是古希腊、古罗马时代的集市杂耍，通过音乐、舞蹈、魔术及博彩等手段营造气氛、吸引游客。随着手工业向机械工业迈进、城市的大量出现，这种小型的流动的娱乐形式逐渐演变为专门的以户外为主的游乐场所。到20世纪上半叶，其形式也从轻松温和的草地花园式，转化为以机械游乐器具为特色、追求喧嚣刺激的游乐园。第二次世界大战后，随着生活方式日趋多样化，以及科技的发展和经济的繁荣，形成了主题公园的旅游景区创新概念，“童话乐园”、“探险乐园”、“野生动物园”等相继在欧美等地发展起来。特别是美国于1955年在洛杉矶建立起第一个现代意义的主题公园后，以主题公园为代表的旅游娱乐业在世界各地得到广泛发展，从规模到科技和文化含量都有较大突破。

与西方发达国家相比，我国旅游娱乐业的起步较晚。自20世纪80年代起，中国旅游娱乐业开始起步，到1985年前后，以中小型的游乐园为主，直到1985年广州东方乐园的出现，标志着中国主题公园的出现。中国旅游娱乐业真正被纳入到行业管理始于1997年，国家旅游局颁布了《游乐园(场)安全和服务质量》国家标准，之后又在此基础上起草了《旅游景区质量等级的划分与评定》，再次对主题公园和游乐园进行质量评定和分级。



三、旅游娱乐业的作用

作用

- 1.丰富旅游活动内容，增强旅游产品吸引力
- 2.提高旅游产品竞争力，增加旅游收入
- 3.减轻季节波动影响，平衡旅游收支
- 4.提高旅游活动质量，丰富文化内涵

第九节 旅游购物

一、旅游购物相关概念

二、旅游商品的分类

三、发展旅游购物的必要性

一、旅游购物相关概念

概念

旅游者所购买的具有纪念性、艺术性、地方性、民族性、礼品性、实用性、便携性等有形商品，也称为旅游购物品。

二、旅游商品的分类

1. 旅游纪念品

旅游纪念品是旅游商品的核心，也是最常见的形式，具有显著的纪念性、地方性、艺术性、收藏性和礼品性，形式内容十分丰富，如工艺品、仿制品和土特产等。



旅游纪念品

2. 旅游日用品

旅游日用品是旅游者在旅行过程中经常使用的物品，实用性是其最突出的特征。



旅游日用品

三、发展旅游购物的必要性

旅游购物资源对旅游者具有很强的吸引力

- 1 如今，购物已成为旅游者重要的旅游活动，甚至成为很多游客必不可少的一次经历，对旅游者具有很强的吸引力。

发展旅游购物是提高旅游业整体经济效益的

- 2 购物是旅游活动很重要的环节，同旅游娱乐业一样，旅游购物品的需求弹性比较大，经济收入相对具有无限性，直接影响着旅游业的整体效益。

发展旅游购物可以丰富旅游活动的行为层次

- 3 旅游购物品本身就是一项独特的旅游资源，经开发可以吸引旅游者，并可成为专项旅游活动，增加旅游乐趣，丰富旅游活动的行为层次。

旅游购物品是无声的旅游宣传品

- 4 对旅游目的地而言，也是一种持久有效的宣传资源，有助于树立我国旅游业的良好形象，提高知名度，对旅游目的地的旅游宣传有着潜移默化的功效。



本章小结

1.综合不同视角的旅游业定义，并与旅游产业相区分，将旅游业的构成分为：旅行社行业、住宿业、餐饮业、交通客运业、景区游览业、旅游娱乐业和旅游购物经营业。

2.经济性和文化性是旅游业的属性，经济性是其本质属性。与其他产业相比，旅游业具有综合性、服务性、敏感性、依托性和涉外性等特点。

3.旅行社作为旅游中间商，是饭店业、交通客运业、景区等旅游供应商的产品分销渠道，OTA(在线旅行社)同样如此。我国旅行社的基本业务分为团体包价和散客旅游。

4.旅游住宿业、旅游餐饮业、旅游交通业、旅游景区业、旅游娱乐业和旅游购物业构成旅游业的主体，与旅游六要素对应，并随着科技的进步和时代的变更，呈现多样化、创新化的趋势。



Thank You

