



第一章 觀光休閒導論

1. 觀光休閒相關名詞定義
2. 觀光類型
3. 觀光現象的構成要素
4. 觀光運作系統及其構成要素



1.觀光休閒相關名詞定義

- 觀光的定義
- 旅客的定義
- 訪客的定義
- 遊憩的定義
- 觀光客的定義
- 旅客的定義
- 訪客的定義





觀光(Tourism)的定義(1/2)

- 世界觀光組織(UNWTO)的定義
 - 目的、地點、時間、活動
 - 個人離開日常熟悉的生活環境24小時以上，到外地從事相關餐飲、住宿、交通、旅遊及觀賞風景文物等活動
- 經濟觀點的定義
 - 供給需求、支出收入
- 技術觀點的定義
 - 龐大事業網絡
- 體驗觀點的定義
 - 新的體驗(新地點、新情境)



觀光的定義(2/2)

- 心理觀點的定義
 - 動機、目的、行為
- 整體觀點的定義
 - 不同消費者、不同目的、不同行為
- 行銷/傳播觀點的定義
 - 自我表達的一種形式





旅行 (travel) 的定義

- 旅行 (travel)
 - 是人們從某個地點去另外一個地點的旅程，經常與觀光交互使用
- 旅行行為
 - 交通、渡假中心、國家公園、觀光吸引物
- 旅行的目的
 - 觀光、商務、探訪親友、求學、遊學、參加會議展覽或多目的的組合





休閒的定義

● 休閒 (leisure)

- 休閒〈leisure〉，「休」人倚木而息，「閒」門下觀月，自古即有放鬆與悠閒之意境存在人們日常生活中。
- 自由時間、空閒時間或可自由運用的時間；免於工作、生活必需的活動或其他責任的時間
- 狹義：自由時間的具生產力的、創造力的、或思考性的使用方式
- 社會弱勢者認為只有富裕者擁有休閒 1-6



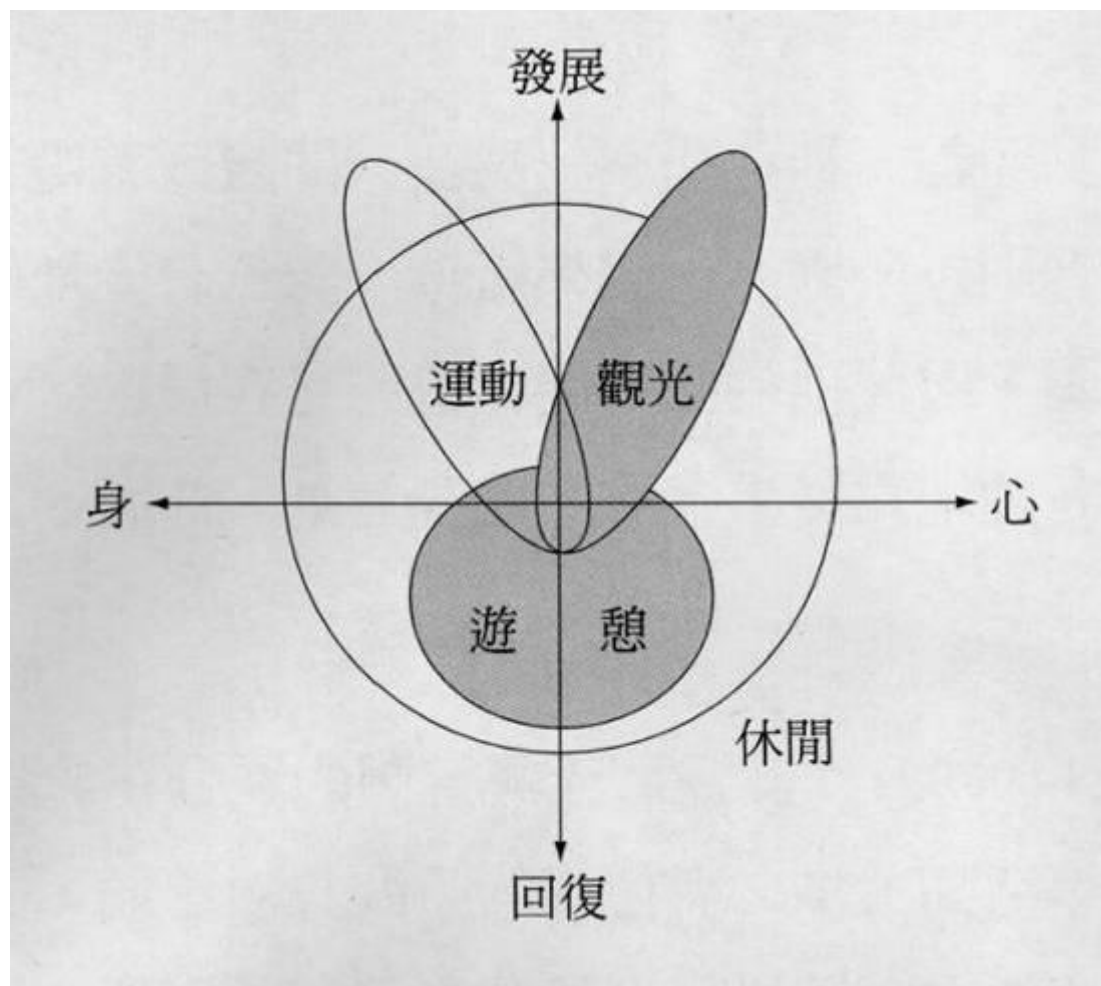
遊憩的定義

● 遊憩（recreation）

- 參與者認為具有遊樂性的任何型態的有意識的享樂。
- 遊憩能包含正常身體功能的、心理不正常的、或有損於物件、個人或社會的活動
- 遊憩〈recreation〉，re-creat一字而來，有再創造之意，即參與活動後有一種恢復 restoration、更新 refreshment 身心的體驗。



相關名詞關係示意圖



資料來源：李銘輝、郭建興，觀光遊憩資源規劃，2000



觀光客的定義(地點與時間差異)

- 觀光客

- 拜訪地點住宿設施待一晚以上

- 國際觀光客

- 來自他國，拜訪地點住宿設施待一晚以上

- 國內觀光客

- 國內旅客，拜訪地點住宿設施待一晚以上



旅客的定義(UNWTO)

- 旅客
 - 兩地以上旅行的人
- 國際旅客
 - 不同國家+兩地以上旅行的人
- 國內旅客
 - 居住國內+兩地以上旅行的人

V.S.

- 觀光客
- 國際觀光客
- 國內觀光客



訪客的定義(UNWTO)

- 訪客

- 至非日常生活地點
- 停留少於連續12小時
- 不在該地從事報酬性活動

- 國際訪客

- 國內訪客

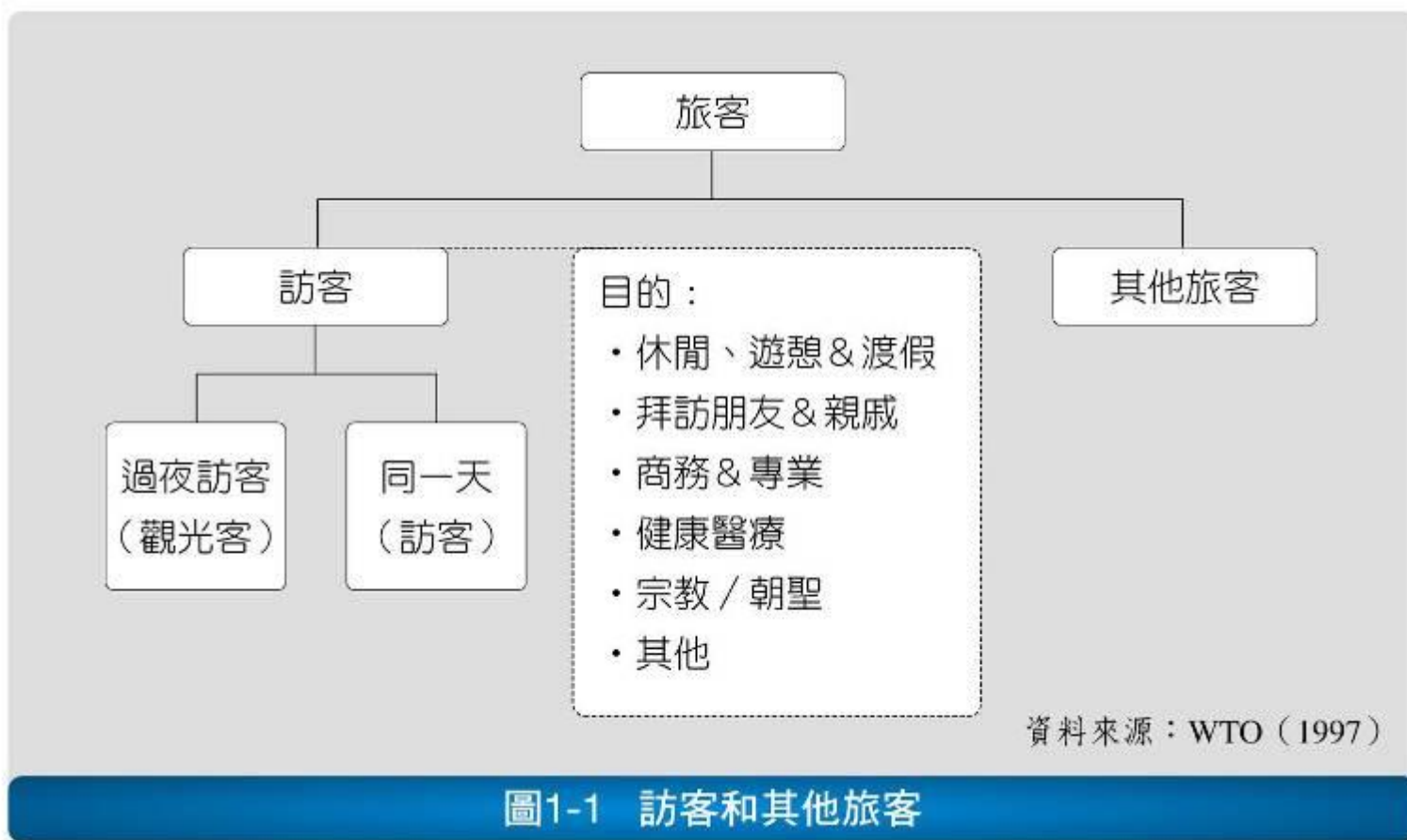
V.S.

- 觀光客
- 國際觀光客
- 國內觀光客

V.S.

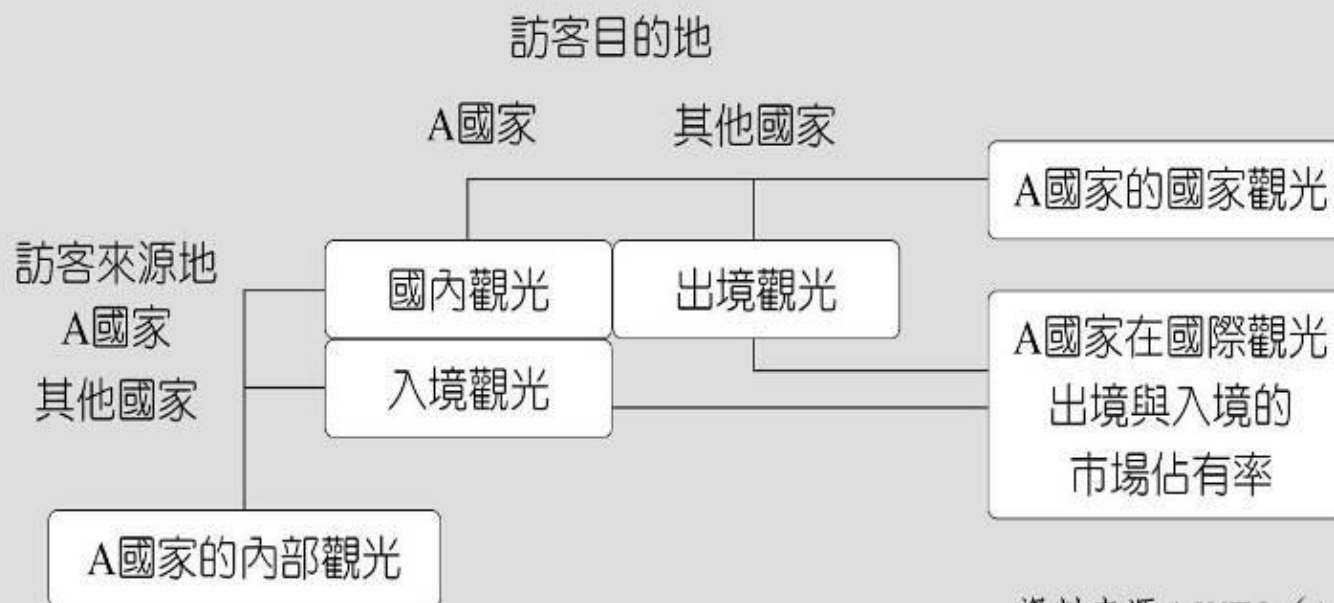
- 旅客
- 國際旅客
- 國內旅客

比較旅客、訪客、觀光客





2.觀光類型

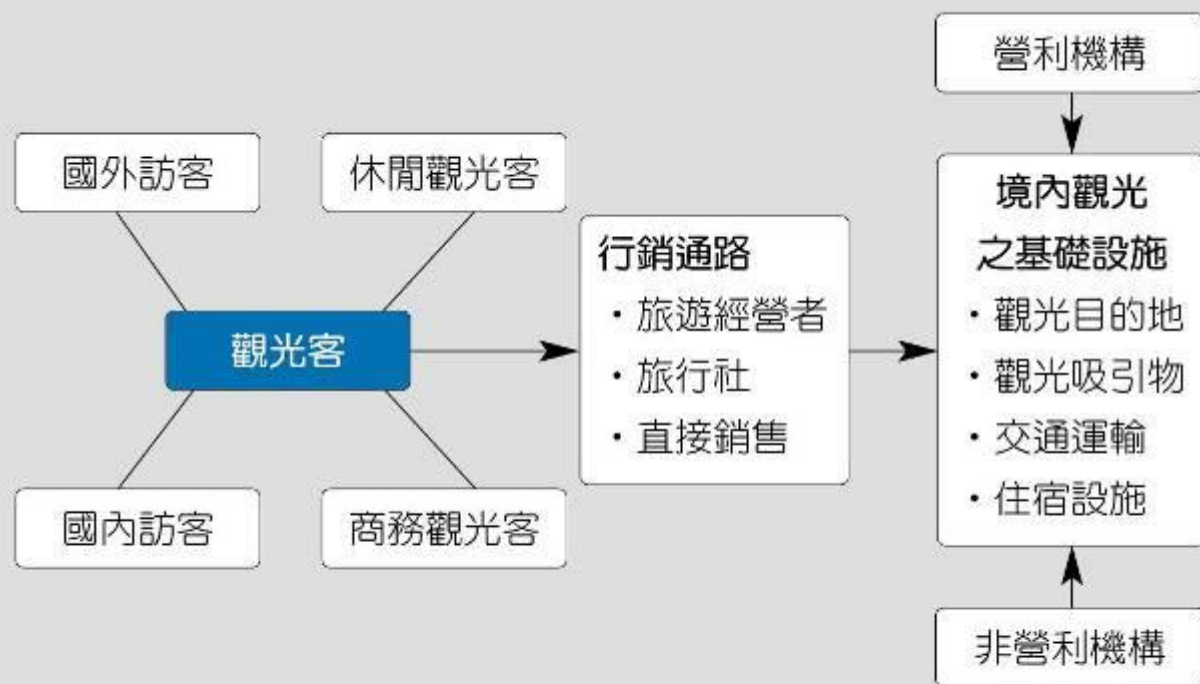


資料來源：WTO (1995a)

圖1-2 一個國家的觀光類型



國家觀光模式



資料來源：Nielson (2001)

圖1-3 簡易的國家觀光模式



3.觀光現象的構成要素

- 觀光現象是由包含在觀光系統中六個構面內各要素的個別運作、相互連結運作、相互直接或間接影響下所產生的總體表現

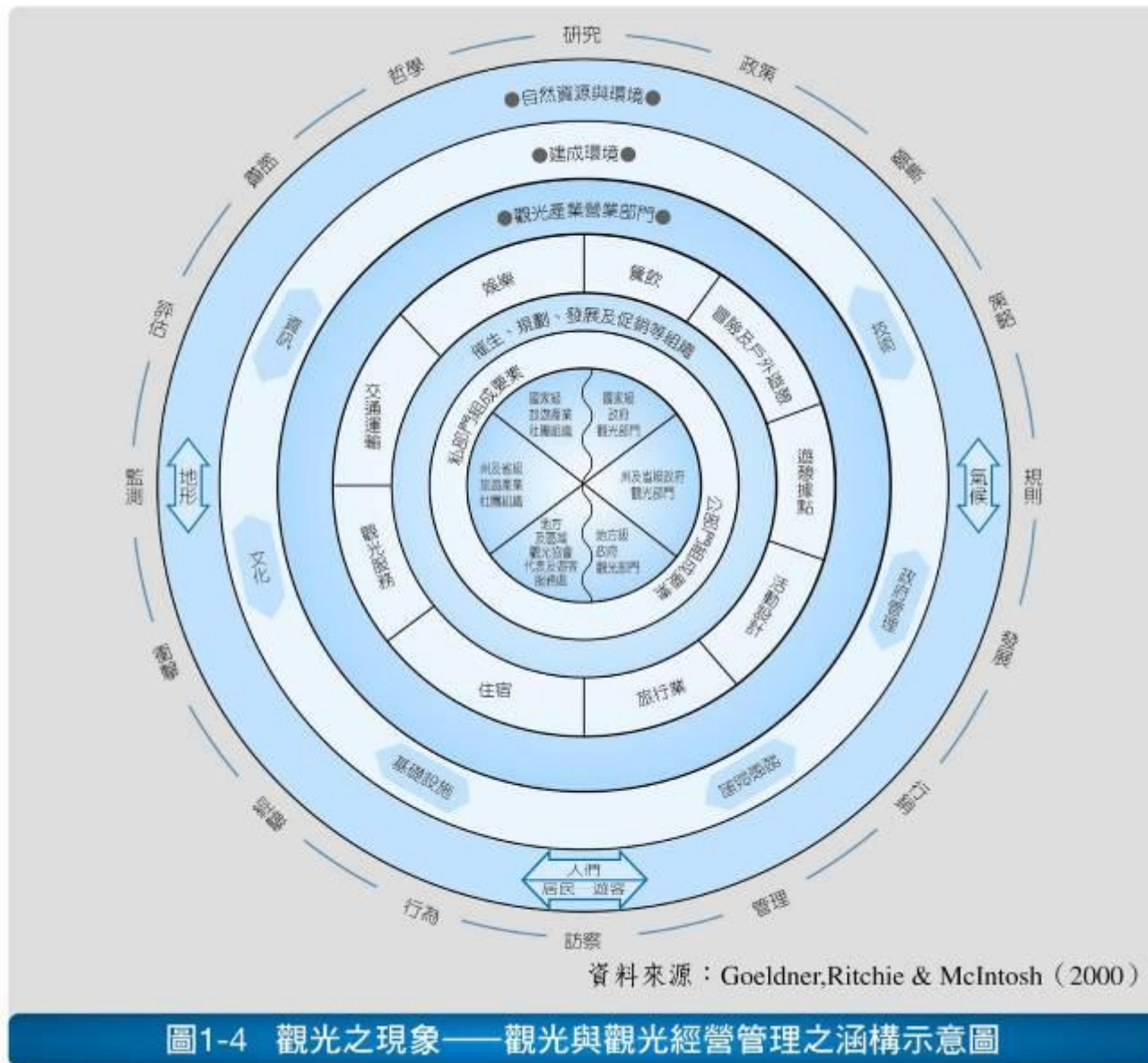




觀光系統構面

- 自然資源與環境
- 建成環境
- 觀光產業營運部門
- 規劃、發展、推廣和催生機構
- 公私部界面
- 觀光的程序、活動和產出結果

觀光現象構成示意圖





觀光系統構面(一)

● 自然資源與環境

- 觀光模型中最基礎的構面，包含三個要素：地形、氣候、人
- 地形和氣候：是一個目的地的主要且無法改變的特性
- 人：可區分為目的地之居民和現存或潛在訪客





觀光系統構面(二)

● 建成環境

- 指目地的之人造環境
- 例如當地文化、基礎設施、超級設施、科技、資訊、和監督管理





觀光系統構面(三)

● 觀光產業營運部門

- 交通運輸部門
- 住宿部門
- 餐飲服務部門
- 觀光吸引物
- 冒險和戶外遊憩部門
- 旅行業和觀光服務





觀光系統構面(四)

- 規劃、發展、推廣和催生機構
 - 由不同的公私機構專業人士所組成的，包括夢想家、政策決定者、策略規劃者、以及個別人士和團體
 - 他們產出正確且好的決策和結果，不但要做對的事，更要把事情做對





觀光系統構面(五)

- 公私部門介面

- 指公私部門在觀光規劃和發展上相互整合及合作，以發揮整體的效益





觀光系統構面(六)

- 觀光的程序、活動和產出結果
 - 意義：指在觀光系統內外環境中進行的所有觀光程序作業和活動，以及所產生的結果
 - 觀光衝擊：觀光衝擊伴隨著觀光發展而產生，有正面和負面的衝擊
 - 觀光現象：多元化、多變化、結構複雜





● 觀光的程序、活動和產出結果

■ UNWTO建議分析探討觀光特質的角度

- 旅客、直接和間接供應商、規劃和管理機構
- 影響觀光的因素：經濟、科技、季節性因素，與環境、基礎設施和政治情況有關的因素
- 觀光衝擊：實質環境、經濟和社會文化衝擊
- 觀光需求和供給間的互動



觀光運作系統及其構成要素

- 觀光運作系統
- 觀光運作系統其構成要素



4.觀光運作系統及其構成要素

● 觀光運作系統

■ 意義：指觀光供給面的私有企業、非營利組織、和政府彼此運作的系統。

■ 意涵

- 所有要素是相互依賴的
- 觀光系統是非常動態的
- 觀光系統是非常困難管理的
- 每一個要素及其成員都依賴市場的特性

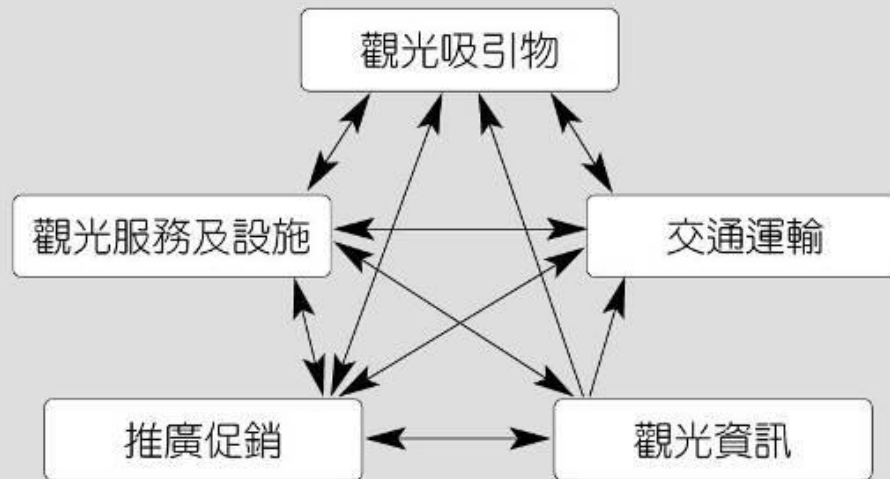


● 觀光運作系統其構成要素 (1/2)

- 觀光吸引物
- 觀光服務及設施
- 交通運輸
- 觀光資訊
- 推廣促銷



● 觀光運作系統其構成要素 (2/2)



資料來源：Gunn (1994)

圖1-5 觀光供給面的運作系統



觀光吸引物 (1/4)

- 構成觀光供給面最強力的要素
- 提供主要功能
 - 引誘、刺激和提升旅行的興趣
 - 提供來自旅行的遊客滿意，這是真正的旅行產品





觀光吸引物 (2/4)

表1-1 依所有權分類的觀光吸引物

政府機構	非營利組織	商業部門
國家公園	歷史遺址	主題樂園
州立公園	嘉年華會（節慶）	渡輪旅遊
野生生物保護區	組織性露營	購物中心
景觀／歷史道路	老人旅館	小吃特產店
遊憩區	歷史建築（古蹟）	休閒渡假村
國家級紀念物（遺跡）	劇院	高爾夫球場
野生動物禁獵區	花園	劇院
動物園	博物館	雕刻店
腳踏車道／健行步道	慶典遊行	工廠參觀
動物園區	自然保留地	賽車場

資料來源：Gunn（1994）



觀光吸引物 (3/4)

表1-2 依資源基礎分類的觀光吸引物

自然資源為基礎	文化資源為基礎
海灘度假區	歷史遺址
露營區	考古地區
公園	博物館
滑雪勝地	道德地區
海上渡輪	節慶（嘉年華會）
高爾夫球場	醫療中心
自然保護區	貿易中心
組織性露營	劇院
腳踏車道 / 健行步道	工廠參觀
景觀道路	會議中心

資料來源：Gunn（1994）



觀光吸引物 (4/4)

表1-3 依停留時間長短分類的觀光吸引物

短時間停留	長時間停留
景觀道路區	休閒渡假村
自然地區	組織性露營區
歷史古蹟 / 遺址	渡假住宅區
小吃特產店	觀光賭場
寺廟	觀光牧場
動物園	會議中心

資料來源：Gunn (1994)



鹿港老街



大溪老街



宜蘭傳統藝術中心



九份老街





3. 1. 2000



歷史





舊金山市 同性戀大遊行 文化傳統



義大利『威尼斯嘉年華』





巴西『里約熱內盧嘉年華』



Jessica & Noqem

Disney World





觀光服務及設施

● 依所有權-管理權型態分類

- 獨立所有權和管理權，為典型家庭事業
- 加盟店、連鎖直營店、和其他多營業單位的組織
- 半政府商業設施，一般稱為特許事業
- 非營利組織



交通運輸

- 主要功能

- 將旅客自其出發地運送至目的地，或是將遊憩區內的旅客自某一定點運送至下一個遊憩點

- 附屬功能

- 成為觀光景點









觀光資訊

- 觀光資訊內容物

- 地圖、導覽手冊、錄影帶、雜誌文章、導遊旁白、摺頁、和旅客軼聞等

- 提供觀光資訊的主要目的

- 在於讓消費者或遊客瞭解與觀光目的地有關的人、事、時、地、物等等說明

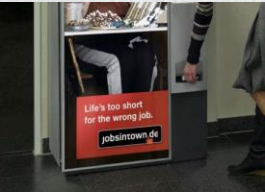




推廣促銷

- 活動分類
 - 付費廣告、不付費的媒體宣傳、公共關係、和促銷誘因，如小禮物和折扣
- 推廣促銷的內容必須考量其他供給面要素，才不致於相互矛盾或衝突





洛杉磯 台灣觀光宣傳廣告



倫敦



參考資料

- 陳思倫，” 觀光學－從供需觀點解析產業”，第一章觀光的現象及系統，前程文化，台北縣，2009。
- 黃晉偉，” 城市與觀光 “

