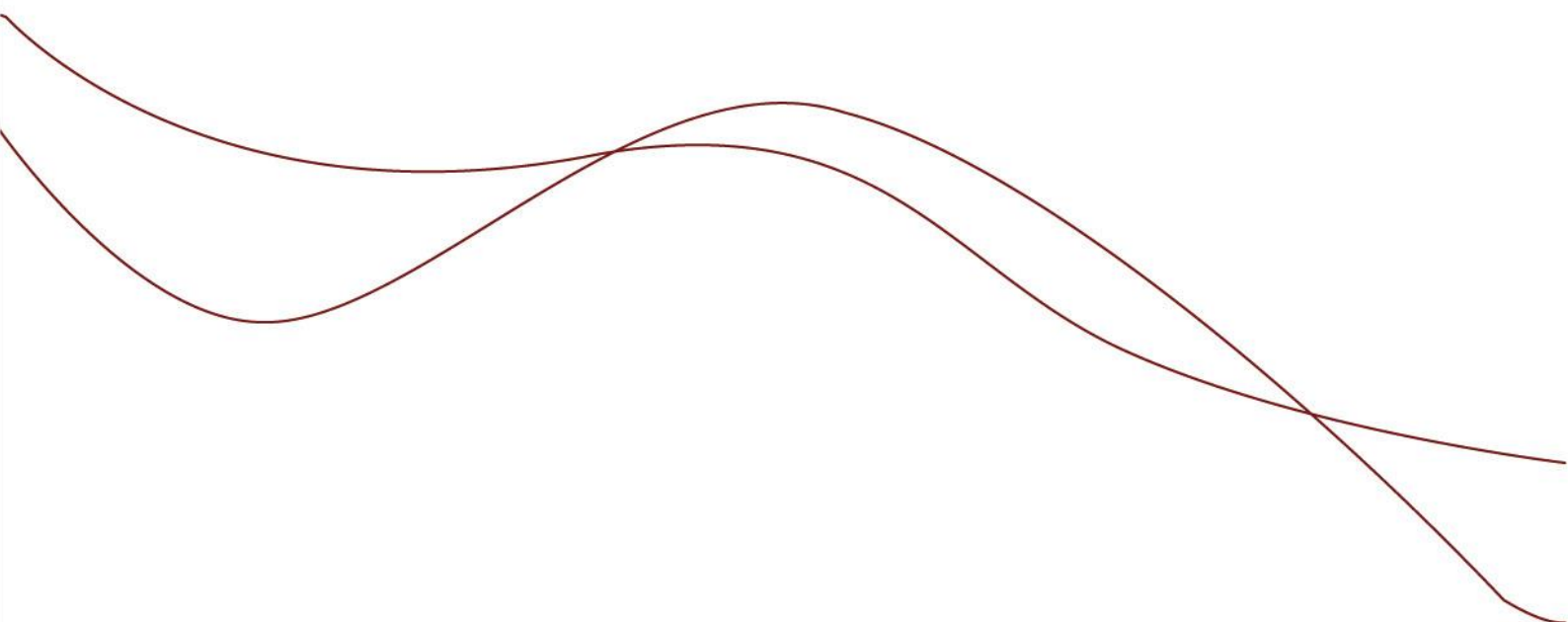




京都风景
JINGDUFENGJING

观光、度假、休闲辨析



观光、度假和休闲，是最常被提起的旅游活动类型和旅游产品形态，似乎也是旅游学习研究者、旅游开发经营者、旅游规划管理者首先需要明确其各自内涵、辨别其各自供需逻辑的基本概念，但遗憾的是，在旅游业已经形成为巨大产业和事业的今日中国，对此三者的内涵特旨、供需逻辑，既没有深入精细的学界讨论，也缺乏有益实践的业界共识。笔者尝试探讨观光、度假和休闲的各自逻辑，以期抛砖引玉。



大家都知道“观光”一词语出《诗经》的“观国之光，利用宾于王”，是日本人在明治时代开始将其“改造”成为专有名词和学术术语的，但在日本，“观光”的内涵与我们中国大陆地区说的“旅游”几乎类同，是一个最大的概念，而我们说的“观光”，日本人叫“周游型观光”，这些年干脆继续发挥他们的拿来主义传统，用英语 tourism 的音译词来表达我们说的“观光旅游”、“商务旅游”等概念了。我们还知道，不但中日韩等汉字文化圈国家间会有旅游术语的同文歧义现象，就是在同样说中文的中国大陆、台湾、香港、新加坡之间，也会有不同。所以，这里讨论的“观光”、“度假”和“休闲”，是指中国大陆语境中关于旅游活动类型或旅游产品形态的概念。



传统的观光，似乎更强调旅游者去“看”新奇特异的自然风景、名声响亮的文物古迹和充满异域情调的社会风情。现在的观光，似乎是在“看”的基础上更强调了深刻地了解“看”的对象。但无论是传统的观光还是现在的观光，都十分强调“看”的对象——旅游资源及吸引物的新鲜、奇特、怪异、罕有，比如名山大川、皇宫古刹、海市蜃楼、三峡大坝等。



度假旅游，强调在一个地方停留过夜甚至留宿多日，一个北京人，去三亚住几天，天天在海里游泳，在海滩晒太阳，是度假；跑到香港，吃美食、逛商店、看夜景，是度假；在北京郊区的农家或度假村住一夜回来，也是度假。笔者把度假的特点简化归纳为“非日常环境中的日常生活”，也就是换个环境过舒服日子。好的度假体验，应该从“非日常环境”和“日常生活”两个方面去打造。先说这“非日常环境”，还是以—个北京人为例，他去三亚、香港度假，换的是大环境。到郊区度假，换的是小环境——有别于日常城市环境的自然山野、乡村集落。再说这“日常生活”，人们去度假，不想在度假地克服重重困难，他们想踩在洁净舒适的院子里，吃到可口的饭菜，睡在干净整洁的床上，他们希望度假区的生活至少可以像在家里一样起居方便、安心惬意。由是观之，能够吸引更远的人来换大环境度假的地方，旅游资源、环境条件的独特性似乎还很重要，与观光旅游追捧新奇特异的旅游资源这一点很像；但给附近城市居民换小环境度假的旅游资源、环境条件几乎是遍在的，只要有清新的空气可以呼吸，有河流、湖泊、草地、森林可以徜徉，有农田瓦舍鸡犬炊烟可以放眼，就好。至于那地方是不是新、奇、特、异、怪，一点都不重要，寻常风景里也有美、野草也有美。

休闲强调如何消磨时间，在家读书、烹饪甚至睡觉，是居家休闲；到公园里散步、去体育馆打羽毛球、去另一个街区吃饭，是日常休闲；到郊区去玩一天，就是旅游意义上的休闲了。



我们常常听到“要从观光型旅游向休闲度假型旅游转变”的说法，其实，并不是说休闲、度假要取代观光，真实的情况是，观光可能也在增长，但休闲、度假的增长更快而已。观光资源是稀缺的，并不是每一个地方都有条件发展观光，但休闲度假资源几乎是遍在的，有巨量城市人口，可开发近郊型度假地；有稀缺型资源，可开发吸引全省全国甚至全球游客来访的度假地。当然，也有同时具有观光、度假、休闲功能的目的地，还有，休闲度假地做好了也有可能成为观光地——大家都来看它独具特色的经营内容或设施等。



总而言之，观光强调去看独特的旅游吸引物，度假强调换个环境过舒服日子，休闲强调在离家近的地方消磨短暂时光。换个说法就是，观光和长距离度假像吃大餐，近距离度假和城郊度假如家常便饭，而休闲活动更像是小吃零食了，当然，它们各有滋味。

本文刊载于《中国旅游报》6月11日 第11版

作者：乌恩

北京林业大学园林学院旅游系副教授

北京京都风景生态旅游规划设计院 院长



京都风景



北京京都风景生态旅游规划设计院
Jingdufengjing Ecotourism Planning and Design Institute