



面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

中国旅游地理

Tourism Geography of China

■ 主编 孙素



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

中国旅游地理

Tourism Geography of China

主 编 孙 素

副主编 姚雪峰

参 编 薛顺岩



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内容提要

本教材共分十四章,绪论部分阐述了旅游地理的基本概念和基本问题,是学习本课程的先导知识;第二章到第五章系统阐述了各种旅游要素及我国各大类别的旅游资源的特点、形成、分布以及旅游价值、开发现状和前景;第六章到第十四章分别阐述了我国主要旅游区的概况,对提高学生独立思考的能力有实质性的意义。

本教材可以作为高等院校旅游服务类专业教材,也可作为企事业单位相关高级从业人员提高业务素质的拓展培训教材。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理/孙素主编. —北京:北京理工大学出版社, 2010.7

ISBN 978-7-5640-3340-8

I. ①中… II. ①孙… III. ①旅游地理学—中国 IV. ①F592.99

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第125957号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京市通州京华印刷制版厂

开 本 / 710毫米×1000毫米 1/16

印 张 / 17

字 数 / 326千字

版 次 / 2010年7月第1版 2010年7月第1次印刷

责任校对 / 王 丹

定 价 / 38.00元

责任印制 / 母长新

图书出现印装质量问题, 请与本社市场部联系, 电话: (010) 68944990

出版说明

Publisher's Note

根据世界旅游组织的预测, 2020年中国将成为世界第一大旅游目的地国, 并成为世界第四大旅游客源国。在我国旅游业迅速发展的过程中, 需要大量优秀的专业人才。旅游业是我国“十一五”期间发展的重点领域之一, 据国家旅游局统计数据显示, 2009年全国旅游业从业人员约为600万人, 而实际需要专业旅游人才在800万人以上, 因此人才缺口至少在200万人以上, 平均每年需求约增40万人。

教材建设是旅游人才培养的基础。随着我国旅游教育层次与结构的完整与多元化, 高等教育对旅游专业人才的培养目标更为明确, 也急需一套与我国旅游教育发展相匹配并符合高等院校旅游教育现状的专业教材。

根据教育部提出的“要紧紧抓住提高人才培养质量这条生命线, 确保教学工作的中心地位, 以培养满足国家和地方发展需要的高素质人才为目标, 以提高学生国际竞争能力为重点, 整合各类教学改革成果, 加大教学过程中使用信息技术的力度, 加强科研与教学的紧密结合”的宏观要求, 为配合各高等院校进一步贯彻落实《教育部关于加强高等学校本科教学工作提高教学质量的若干意见》《教育部关于启动高等学校教学质量与教学改革工程精品课程建设工作的通知》及《教育部办公厅关于印发〈国家精品课程建设工作实施办法〉的通知》的精神, 切实推进教育创新, 深化教学改革, 促进现代信息技术在教学中的应用, 共享优质教学资源, 进一步促进教授上讲台, 全面提高高等教育教学质量, 提升我国高等教育的综合实力, 推动全国高等院校“精品课程”建设工作, 并着眼于“十二五”国家级规划教材的申报工作, 北京理工大学出版社策划出版了《面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果》。

本系列教材由四川大学历史文化(旅游)学院、四川师范大学历史文化与旅游学院等十多所高等院校联合编写, 全面地研究和借鉴国外相关教材的教学方法, 融入国内著名学校先进的教学成果, 根据教育部相关教学大纲的指导思想进行编写, 使教材建设具有实用性和前瞻性, 与市场结合得更加紧密, 并面向全国高等院校旅游专业课程的建设, 大力推广, 在全国范围内普及。

本系列教材适合高等院校旅游类专业使用, 也可作为企事业单位相关高级从业人员业务素质提高的拓展培训教材, 欢迎广大师生及专家学者对本套教材提出批评和意见。

北京理工大学出版社

前言

Preface

旅游业是我国国民经济中一个重要的产业部门，具有相当的产业规模和市场地位。旅游是现代人类社会日益兴盛的规模化空间地域活动，因此有关旅游地理的知识无论对于旅游者还是旅游从业人员，都具有很强的实用性。中国旅游地理学是随着我国旅游业的兴起而创建和发展起来的新学科，是旅游专业的一门基础课程。

中国旅游地理学在短短20余年的发展历程中，对我国旅游资源的普查、详查、评价、论证等工作起了一定的指导作用，直接或间接地促进了我国旅游事业的发展。旅游业的发展离不开旅游专业教育，教材的编写与使用也是其中一个重要的方面。

本教材在充分借鉴国内已出版的中国旅游地理相关著述的基础上，从中国现代旅游业的实际需要和高等院校学生的实际水平出发，深入浅出地介绍了中国旅游地理学的基本知识、原理和方法，从新的角度构建了一个旅游地理知识的逻辑体系，符合我国旅游事业和旅游学科发展的实际要求。

本教材明确了学习与研究中国旅游地理的目的与方法、旅游资源的基本性质、中国的旅游资源和客源地区与客流类型等内容，注意有关旅游资源分类的明晰与实用，强化了各类旅游资源的旅游意义、功能与价值分析，力图使中国旅游地理的基本知识结构趋于明晰，使中国旅游区划更加合理，区域特色更加鲜明。教材每章的开头都安排了本章导读、学习目标和章首案例，章尾安排了课堂练习、技能操作和思考习题，有利于学生把握基本理论知识并形成创新性思维。

本教材在编写过程中参考了众多专家、学者的文献资料，在此对相关作者表示崇高的敬意和真诚的谢意。虽然编者在编写过程中竭尽所能，力求本书内容的科学性和准确性，但是由于专业水平有限，书中错误在所难免，恳请各方面人士多提宝贵意见。

编者

课程介绍

Course Introduction

一 课程性质

“中国旅游地理”作为高等院校旅游管理类专业的基础课程，旨在介绍中国旅游地理学的基本理论、研究内容和科学体系，使学生了解旅游地理学及其发展动态，认识人类旅游活动的产生和发展规律及其与地理环境的关系，理解旅游地理学的研究内容、任务、特点和方法，掌握旅游地理学的基本原理、方法和技能。

二 培养目标

本教材通过精心设计学习情境，力图提高学生的实际工作能力。主要达到三个目标：

◎知识目标

通过本课程的学习，使学生掌握中国旅游地理的基本知识，掌握中国丰富的旅游资源以及发展旅游业的地理条件，了解中国不同地域的景观特色并能正确解释其地理成因，了解景点开发的基础知识。

◎能力目标

通过本课程的学习，使学生掌握主要旅游地和主要旅游线路，具备自助旅游的能力；掌握阅读旅游地图的技能；提高导游服务能力、组织协调能力、分析处理问题的能力及应变能力；具备导游词的创新能力、旅游活动的策划能力等。

◎素质目标

通过本课程的学习，要求学生树立辩证观点，理解旅游活动与旅游资源保护的关系，自觉做生态环境保护的卫士；培养积极乐观的生活情趣，在旅游中陶冶情操、提高修养和素质；通过对祖国锦绣山河的了解来增强爱国热情，通过对祖国灿烂文化的学习来增强民族自豪感、自信心，进而为我国旅游业的发展作出贡献。

三 学科定位

本课程是在旅游学概论、旅游经济学、旅游心理学等课程之后开设的专业核心课程，可为旅游服务礼仪、景区规划与开发等后续课程的学习打下良好的基础，是旅游专业的支撑课程。

第一章 绪论 / 1

- 第一节 旅游地理学概述 / 2
- 第二节 中外旅游地理学的发展 / 7
- 第三节 中国旅游地理的研究内容、方法及意义 / 13

第二章 旅游者、旅游流与旅游客源 / 17

- 第一节 旅游者概述 / 19
- 第二节 旅游行为与旅游行为层次 / 21
- 第三节 旅游流的形成及时空分布特征 / 28
- 第四节 中国旅游客源市场与客流类型 / 35

第三章 旅游交通与旅游线路 / 41

- 第一节 旅游交通概述 / 42
- 第二节 旅游交通方式及其选择 / 45
- 第三节 旅游线路 / 52

第四章 中国自然旅游资源 / 61

- 第一节 地文景观旅游资源 / 62
- 第二节 水体景观旅游资源 / 73
- 第三节 气候景观旅游资源 / 80
- 第四节 生物景观旅游资源 / 81

第五章 中国人文旅游资源 / 85

- 第一节 遗址、遗迹 / 87
- 第二节 古都古城、古建筑与古工程 / 92

第三节 古典园林、古墓葬 / 100

第四节 宗教艺术 / 105

第六章 中国旅游区划 / 115

第一节 旅游区划概述 / 117

第二节 中国旅游区划的方案及分区 / 122

第七章 东北旅游大区 / 127

第一节 旅游环境条件 / 129

第二节 黑龙江旅游亚区 / 132

第三节 吉林旅游亚区 / 134

第四节 辽宁旅游亚区 / 137

第八章 华北旅游大区 / 141

第一节 旅游环境条件 / 142

第二节 北京旅游亚区 / 145

第三节 天津旅游亚区 / 150

第四节 河北旅游亚区 / 152

第五节 山东旅游亚区 / 155

第六节 山西旅游亚区 / 157

第七节 河南旅游亚区 / 160

第九章 西北旅游大区 / 163

第一节 旅游环境条件 / 164

第二节 陕西旅游亚区 / 166

第三节 甘肃旅游亚区 / 171

第四节 新疆旅游亚区 / 173

第五节 宁夏旅游亚区 / 175

第六节 内蒙古旅游亚区 / 178





第十章 华东旅游大区 / 183

- 第一节 旅游环境条件 / 184
- 第二节 上海旅游亚区 / 186
- 第三节 江苏旅游亚区 / 188
- 第四节 浙江旅游亚区 / 191
- 第五节 安徽旅游亚区 / 193
- 第六节 江西旅游亚区 / 196

第十一章 华南旅游大区 / 201

- 第一节 旅游环境条件 / 202
- 第二节 福建旅游亚区 / 204
- 第三节 广东旅游亚区 / 207
- 第四节 海南旅游亚区 / 210
- 第五节 台湾旅游亚区 / 212
- 第六节 港澳旅游亚区 / 215

第十二章 华中旅游大区 / 219

- 第一节 旅游环境条件 / 220
- 第二节 四川旅游亚区 / 222
- 第三节 重庆旅游亚区 / 227
- 第四节 湖北旅游亚区 / 229
- 第五节 湖南旅游亚区 / 232

第十三章 西南旅游大区 / 237

- 第一节 旅游环境条件 / 238
- 第二节 云南旅游亚区 / 240
- 第三节 贵州旅游亚区 / 244
- 第四节 广西旅游亚区 / 247

第十四章 青藏旅游大区 / 253

第一节 旅游环境条件 / 254

第二节 西藏旅游亚区 / 256

第三节 青海旅游亚区 / 258

参考文献 / 262

2017.174

第一章 绪 论

CHAPTER ONE

■本章导读

本章介绍了旅游地理学和中国旅游地理学的有关知识,阐述了旅游地理学的基本概念和基本问题,如旅游地理学的形成与发展历史等,还回顾了中国旅游地理的发展史,明确了学科体系的基本构成,并探讨了旅游地理学与相邻学科的关系。

学习 目标

- 了解旅游地理学的形成与发展历史
- 了解旅游地理学与相邻学科的关系
- 掌握旅游地理学的概念、研究对象和研究内容
- 掌握中国旅游地理学的研究内容及研究方法

案例

到什么地方去旅游

湖北武汉某大学一年级新生计划利用节假日一起外出旅游，但是选择目的地时意见不统一。同学甲说长江三峡风景好，还可以去看世界上最大的大坝，首推去三峡；同学乙说武当山是道教名山，登山和了解太极可以去武当山；同学丙觉得应该通过旅游了解我国的历史与文化，想到西安去；同学丁则倾向去体验探险的刺激，建议去鄂西山区的野外生存训练基地去漂流、攀岩。还有同学选择去北京、张家界、庐山……

问题：如果你是他们其中的一员，你会选择哪个目的地？你作出的选择受什么影响？

案例分析：人们外出旅游选择旅游目的地时，受感知距离、旅游偏好、个人收入等多种因素的影响，所以说旅游决策是一个综合性的过程。

第一节 旅游地理学概述

一 旅游地理学的科学范畴及其形成

（一）旅游地理学的科学范畴

旅游地理学（Geography of Tourism）是地理学的分支学科，是研究人类的旅游活动与地理环境关系的新兴学科。

旅游是人类社会发展到一定历史阶段产生的一种社会文化现象。从历史上看，人类的旅游活动出现得非常早。古希腊在公元前5世纪，贸易、宗教和体育等旅游活动就十分盛行。中国古代也出现过内容各异、形式多样的旅游活动，比较有代表性的有帝王巡游、士人漫游、宗教旅行及商务旅行。纵观人类旅游发展史，不难得出

以下结论：旅游活动的发展是以人类社会的经济发展为基础的；人类的旅游活动具有异地性、暂时性和愉悦性的特点。国内外学术界对旅游的定义众说纷纭，没有统一的认识，比较有权威的定义是“艾斯特”定义和世界旅游组织定义。艾斯特定义是由瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫于1942年提出的，后来被“旅游科学专家国际联合会”所采用。这一定义的一般叙述是：“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象及关系的总和。这些人不会导致长期定居，并且不从事任何赚钱的活动。”世界旅游组织（UNWTO）在1991年6月召开的旅游统计国际大会上，对旅游如下定义：“旅游是指一个人旅行到他或她通常环境以外的地方，时间少于一段指定的时段，主要目的不是为了在所访问的地区获得经济效益的活动。”

地理学是古老的学科，我国“地理”这一名词最早出现在《易经·系辞》。地理学是研究地球表面一切自然现象和人文现象的分布规律与空间关系的科学，其研究对象是人类生存的地理环境。地理学有自然地理学和人文地理学两大分支。

旅游与地理的关系十分密切，人类的旅游活动都是在一定的地理环境空间中进行的，并以一定的地理环境事物作为观赏对象，而地理环境的区域差异性又形成了各地不同的旅游环境和旅游资源。旅游与地理密不可分，相互影响，由此产生了新的学科——旅游地理学。旅游地理学是旅游学与地理学之间的一门边缘科学，属于人文地理学的范畴，具有极强的综合性和应用性。

（二）近代旅游业的兴起与旅游地理学的产生

19世纪40年代至第二次世界大战结束这段历史时期，随着资本主义生产关系在欧美的确立，尤其是资本主义工业革命引起的生产力大发展，社会财富增加，汽车、轮船、火车、飞机等现代化交通工具的出现，使得大规模的公众旅游成为可能。旅行社的出现，标志着旅游作为一个产业诞生了。

世界上第一个旅行社是英国牧师托尔斯·库克创办的“通济隆旅行社”。1841年7月5日，他包租一辆列车，组织了540人从莱斯特到洛赫巴勒去参加禁酒大会。这也是世界上第一次有组织的集体打折的团体旅行。由于库克的精心组织，这次旅游活动获得极大成功。从此，委托库克筹办旅行的人愈来愈多。正是在这种背景下，库克于1845年在他的家乡莱斯特正式创办了通济隆旅行社。随后，他又成功地组织了国内旅游、跨国旅游，并于1872年组织9名游客，用222天时间，周游了全世界。他开环球旅游的先河，受到世人的瞩目和赞誉，被公认为近代旅游业的创始人。

19世纪下半叶，欧美国家相继成立了很多承办旅游业务的机构，如英国分别于1857年、1885年成立的“登山俱乐部”和“帐篷俱乐部”；美国的“运通公司”从1850年起兼营旅行代理业务，并于1891年发售旅行支票；法国于1857—1875年间成立的“法兰西阿尔卑斯俱乐部”和“伦敦野营俱乐部”；法国于1889年在格勒诺布市成立第一个地方性旅游同业联合会，并于1910年4月8日正式设立国家旅游局；德国于1890年成立“观光俱乐部”，1901年成立巴伐利亚官方旅行社。

20世纪初,美国的运通公司、英国的通济隆旅行社和以比利时为主的“铁路卧车公司”,成为世界上旅行代理业的三大公司。其中的通济隆旅行社,至今仍是世界上最大的旅游企业之一。旅游业的兴起和发展一直受到学者们的关注,地理学者是涉及这一研究领域的先驱之一。20世纪30年代初,麦克默里(McMurry·K)发表在美国《地理评论》上的论文——《游憩活动与土地利用的关系》,被公认为旅游地理学的开世之作。随着全球旅游业的发展,从事旅游研究的地理学者也愈来愈多。他们以独特的空间分析方法研究旅游活动,推动了旅游地理学这一边缘性应用学科的发展,也对促进旅游业的发展和提高人类生活的质量,作出了重要的贡献。

二 旅游地理学与相邻学科的关系

(一) 地理学与旅游学

地理学是一门研究人类活动与地理环境相互关系的科学。它通常可划分为自然地理学和人文地理学两部分(或分为自然地理学、人文地理学和经济地理学三部分),分别以地球表面的自然地理环境和各种人类社会经济活动的空间现象及问题为主要研究对象。旅游学是研究旅游主体、旅游客体、旅游媒体三者之间的关系及其发生、发展和活动规律的科学。旅游三要素及整个旅游系统与地理环境的密切联系,决定了旅游学与地理学的关系密不可分。

1. 地理学与旅游学的产生和发展互不分离

地理环境先于人类而存在,人类的产生与发展始终处于对地理环境的不断认知、顺应、利用和改造之中。人类自诞生之日起,就有了空间位移——旅行。在古代,历代帝王的巡游,官场沉浮的宦游,文人学者的漫游,宗教人士的云游,因信仰而进行的祭祀和拜谒旅行,因商业贸易而进行的商业旅行,王公贵族的狩猎和矿泉疗养,一般民众的消闲出游,都是早期的旅游形式。正是通过旅游,人类对地理环境的认识不断加深,人类的地理知识、旅行知识得以不断积累和丰富,同时也涌现了一大批地理学家、旅行家及其传世之作,如中国早期的《山海经》,北魏地理学家郦道元及《水经注》,唐玄奘及《大唐西域记》,明代旅行家、地理学家徐霞客及《徐霞客游记》,还有13世纪意大利的马可·波罗及《马可·波罗游记》、14世纪阿拉伯的白图特及《亚洲非洲旅行记》等。反过来,地理知识、旅行知识的丰富和传播进一步刺激了人类旅游活动的欲望。正是人类对大千世界永无止境的好奇心、探索欲,对优质化、多样化、差异性的地理环境、生活环境的不断追求,才产生了蓬勃发展的近现代旅游业。因此,旅游学与地理学自古以来就紧密结合,互不分离。

2. 旅游学研究需要以地理学知识和技能为指导

旅游学是随着现代旅游业的发展而兴起的一门新学科,它是从其他学科领域不断汲取营养而迅速成长起来的。而旅游三要素与地理环境密不可分的联系决定了旅游研究需要吸收地理学的知识,并以之为基础和指导。

首先,旅游资源是旅游活动的客体 and 对象,也是一个国家或地区旅游业赖以发展的最根本凭借,因此是旅游学研究的一项重要内容。旅游资源作为存在于一定地域空间的地理环境的有机组成部分,恰是与地理环境关系最直接、最密切的旅游要素,其特色、价值与分布直接受制于所在地的地理环境。由此决定了旅游资源及其开发研究是地理学研究的基本立足点,地理知识(尤其是自然旅游资源研究所需的自然地理知识)是旅游资源研究的重要基础和指导。

其次,旅游者旅游活动的主体,其旅游动机是旅游活动的根本内在依据。旅游客源是旅游业发展的根本前提和制约,旅游客流是给整个旅游系统带来不同的社会经济后果和文化、生态影响的根本因素。为此,对旅游者、旅游客源、旅游客流的研究不仅是旅游学研究的主要内容,还对旅游业发展和决策具有重要的指导意义。而对旅游者旅游动机和需求的研究,对旅游者空间行为和决策的研究,对旅游客源中间分布、目标定位、规模预测的研究,对旅游的区域影响的研究,都恰是人文地理学研究的主要内容。

再次,旅游业是实现现代旅游活动的媒介,是直接为旅游活动提供便利条件和服务的综合性经济产业。它以旅游资源为基础,以客源市场为导向,以旅行社、旅游宾馆饭店、旅游交通、旅游购物娱乐等为支撑,能给一个国家或地区带来综合的经济、社会和生态效益,同时也受到整个地区、国家乃至国际相关地理因素的影响和制约,因而牵涉面广、连带性强。研究旅游业发展,就要研究区内、区外,甚至国内、国外影响区域旅游业发展的宏观环境及背景条件;研究旅游业发展,就要研究旅游业在一个国家或地区的国民经济发展中的产业地位、发展潜力、发展方向和战略目标;研究旅游业发展,就要研究实现旅游业与地区经济、社会、生态协调发展的途径和措施,而这恰需要研究人类经济活动的空间现象和问题的经济地理学的支持。

3. 地理学在现代旅游发展领域发挥着重要作用

任何一门学科要获得发展和繁荣,都必须不断寻找自己学科的用武之地,找到与现实社会经济结合的合点。现代旅游业的蓬勃发展及其对地理知识的强烈需求促成了地理学向旅游领域的不断渗透和扩展。

旅游作为一种社会文化活动,社会文化地理学不断应用于旅游研究;旅游作为一项新兴的经济产业,经济地理学不断参与其中;而在旅游环境与旅游资源尤其是自然环境与自然旅游资源的研究方面,自然地理学科发挥着必不可少的作用。几乎可以说,整个地理学的理论与知识体系都可构成旅游活动研究的基础。

(二) 地理学与社会科学

凡是具有旅游价值的社会文化现象都会对旅游活动产生影响。社会文化现象也有一定的空间属性,与旅游地理学有着理论意义上的联系。相关的学科主要有历史学、文化学、社会学、民俗学、人类学、考古学、宗教学、经济学、环境学、建筑学、园林学、心理学、美学等。此外,管理科学的多个分支与现代旅游地理学相交叉。

（三）地理学与现代科学技术

现代科学技术是旅游地理学进行科学研究并解决实际问题的基本手段。旅游地理学的信息处理、观测、实践等需要不同的技术手段才能完成，如地理信息系统、系统论方法、信息论方法、计算机模拟等，可用于确定旅游资源结构和优势、模拟客流、建立旅游市场模型等实际问题。

三 旅游地理学的研究对象和研究内容

（一）旅游地理学的研究对象

在国际上，由于各国社会经济发展水平不同，学者们对旅游概念的理解不同，及语言文字使用上的差异，旅游地理学又被称为休闲和旅游地理学、游憩地理学、闲暇地理学、观光地理学、娱乐地理学或康乐地理学等。名称不同，相应地，研究范围也略有不同，但研究对象还是基本一致。

旅游地理学是一门研究人类旅游活动与地理环境及社会经济发展之间相互关系的新兴学科，主要从旅游的主体（旅游者）、客体（旅游资源）和媒介（旅游业）三个方向研究旅游活动与地理环境、社会经济发展之间的相互关系。

（二）旅游地理学的研究内容

旅游者与旅游环境之间的关系错综复杂，决定了旅游地理学的研究内容是非常广泛的。

一般认为旅游地理学研究的主要内容应包括以下几个方面。

（1）旅游者研究。即旅游客源研究，包括旅游者概念、旅游产生的条件及地理背景，旅游动机与旅游者行为规律（重点是决策行为、空间行为及其实际意义），旅游客源、客流（旅游需求）的地理分布、动态变化及发展预测等。

（2）旅游资源研究。包括旅游资源的界定与分类，各类旅游资源的形成条件、特征和分布规律，旅游资源的调查与旅游资源和旅游地评价（研究重点），旅游资源开发与保护等。

（3）旅游业发展与布局研究。主要包括区域旅游业发展战略研究，旅游业各组成要素空间结构合理布局研究等，其中包括旅游主题形象研究、旅游产品开发、旅游网络与线路构建等。

（4）旅游地研究。包括旅游地演化规律（如旅游地生命周期、旅游地空间竞争与联合等），重要旅游地研究（如城市旅游、主题公园等）。

（5）旅游规划研究。主要研究旅游规划的一般理论、方法和实际应用，大量的实际工作是在旅游地理研究基础上编制旅游、发展规划与旅游区规划。

（6）旅游区划研究。包括旅游区划的理论依据与区划方案等。

（7）旅游信息系统与旅游地图研究。包括旅游信息的收集和传播，旅游地理信息系统的建立和运用，旅游地图的绘制与表现形式等。

(8) 旅游开发的区域影响研究。即旅游开发对区域经济、环境与社会文化等方面的正面和负面影响。

(9) 旅游地理学的学科理论研究。主要研究旅游地理学的研究对象、学科属性、内容方法以及学科的产生和发展等。

知识链接

世界旅游组织概况

世界旅游组织 (World Tourism Organization) 是联合国系统的政府间国际组织, 由国际官方旅游宣传组织联盟 (IUOTPO) 发展而来, 总部设在西班牙首都马德里。其宗旨是促进和发展旅游事业, 使之有利于经济发展、国际相互了解、和平与繁荣。它主要负责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, 研究全球旅游政策。1975年5月, 世界旅游组织承认中华人民共和国为中国唯一合法代表。1983年10月5日, 该组织第五届全体大会通过决议, 接纳中国为正式成员国, 成为它的第106个正式成员。

第二节 中外旅游地理学的发展

一 国外旅游地理学的发展

(一) 国外旅游地理学发展简史

与国际旅游业的发展相适应, 国外旅游地理学的发展大致经历了以下几个大的阶段:

1. 初级阶段 (“二战” 结束—20世纪60年代中期)

这一阶段地理学者对于旅游的研究是零碎的, 研究主要是对旅游业、旅游活动的实际报告和分析。这与现代旅游业刚刚起步是一致的。

此阶段的研究成果以英国人文地理学家科波克 (Coppock J T) 关于确定 “杰出自然美地区” 的研究和美国学者克莱门特 (Clement H G) 关于亚太地区旅游开发潜力的研究为代表。

2. 奠基阶段 (20世纪60年代中期—70年代中期)

这一阶段西方发达国家的经济持续快速增长, 社会发展也有了质的飞跃。部分发展中国家和地区的经济也增长很快, 人们生活水平迅速提高。同时, 世界旅游业