



高等院校旅游管理专业
系列教材

旅游地理

吴国清 编著

专家
讲课

推演旅游时空变化规律，诠释旅游地域分异本质。

南开大学出版社

高等院校旅游管理专业系列教材

旅游地理

吴国清 编著

南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

旅游地理 / 吴国清编著. —天津: 南开大学出版社,
2013.5

高等院校旅游管理专业系列教材

ISBN 978-7-310-04157-2

I. ①旅… II. ①吴… III. ①旅游地理学—高等
学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 069899 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:孙克强

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

230×170 毫米 16 开本 23.25 印张 2 插页 442 千字

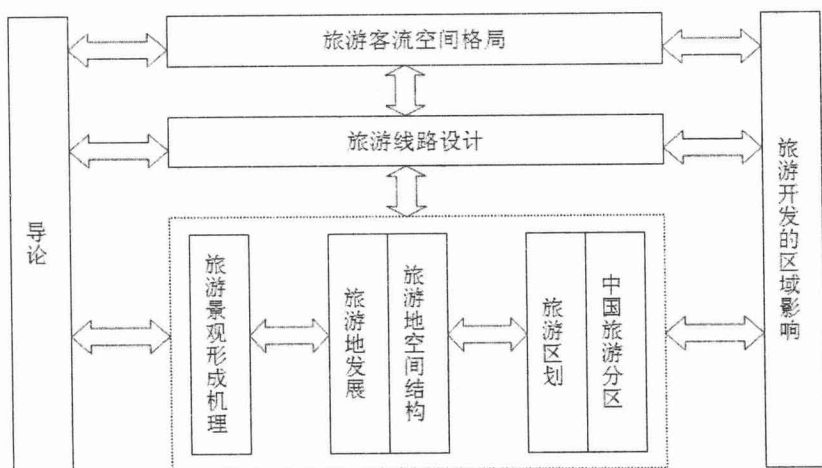
定价:39.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

前言

正如马特勒曾在《国际旅游地理》中强调“旅游几乎没有哪个方面与地理无关，地理也几乎没有哪个部门无助于研究旅游现象”，作为一门介于地理学与旅游学之间综合性、实用性很强的边缘学科，可以说旅游地理是随着现代旅游业的兴起而形成和发展壮大起来的。在解读、分析和指导旅游业发展，为区域社会经济文化作出突出贡献的同时，旅游地理研究正呈现出学术研究和社会实践密切结合，理论研究趋于系统化、跨学科和多视角，研究方法不断创新，注重预测分析、理论的应用和总结即“理论—实践”循环等特点，旅游地理的核心理论框架已臻成熟。

本书紧紧围绕相关旅游专业及人才培养的目标和需要，遵循内容的科学性与系统性、知识的前沿性与实用性、案例的典型性与代表性、表达的精炼性与准确性等原则，注重图文并茂、结构严谨、条理清晰，在对旅游地理发展及相关研究作一个概况“扫描”后，基于“时间—空间”维度，力图从“点”（旅游景观、旅游地）→“线”（旅游线路）→“面”（旅游区划）视角，剖析、推演旅游客流空间格局、旅游地空间结构嬗变、旅游地发展规律等，以推进旅游业的可持续发展。本书主要内容架构如图所示。



本书在编写过程中，得到了南开大学出版社以及该社孙淑兰老师的帮助和支持，在此特致谢忱！感谢上海师范大学旅游学院对本书编写工作的大力支持！另外，本书参考引用了很多国内外相关学者的研究成果，其中大部分已在参考文献中列出，在此对所有文献的作者致以深深的敬意和谢意！

因资料收集及作者学术水平、研究经验等方面的原因，书中的疏漏错误之处肯定存在，敬请热心读者不吝赐教，以作进一步修正和提高！

作 者

2013年2月

目 录

前 言	1
第一章 导论	1
第一节 旅游地理学基本概念	2
第二节 国外旅游地理研究概况	15
第三节 中国旅游地理研究概况	20
第二章 旅游客流空间格局	29
第一节 旅游客流产生背景	30
第二节 旅游者空间行为	42
第三节 旅游客流空间移动规律	49
第三章 旅游景观形成机理	62
第一节 旅游景观形成的基本条件	63
第二节 自然旅游景观	71
第三节 人文旅游景观	89
第四节 旅游景观鉴赏	104
第四章 旅游地发展	115
第一节 旅游地概述	116
第二节 典型旅游地	130
第三节 旅游地评价	153
第五章 旅游地空间结构	161
第一节 旅游地空间结构构成	162
第二节 旅游地空间结构演进	182
第三节 旅游地空间结构优化	206
第六章 旅游线路设计	219
第一节 旅游线路概述	220
第二节 旅游线路设计理论基础	229
第三节 旅游线路设计实务	241

第七章 旅游区划	251
第一节 旅游区划概述	252
第二节 案例一：河南省旅游区划及启示	258
第三节 案例二：中国旅游区划方案	264
第四节 案例三：世界旅游区划方案	267
第八章 中国旅游分区	277
第一节 京华旅游大区	278
第二节 东北旅游大区	283
第三节 中原旅游大区	288
第四节 北疆旅游大区	294
第五节 西北旅游大区	295
第六节 江南旅游大区	300
第七节 皖赣旅游大区	305
第八节 华中旅游大区	308
第九节 青藏旅游大区	314
第十节 华南旅游大区	317
第十一节 西南旅游大区	323
第十二节 港澳台旅游大区	328
第九章 旅游开发的区域影响	336
第一节 旅游开发的区域经济影响	337
第二节 旅游开发的区域社会影响	339
第三节 旅游开发的区域文化影响	343
第四节 旅游开发的区域环境影响	347
第五节 区域旅游可持续发展	354
参考文献	364

第一章 导论

【学习导引】

旅游 (tourism) 已成为现代人类社会最重要的生活方式和社会文化活动之一。随着旅游业的蓬勃兴旺, 研究旅游活动的学科得到迅速发展, 其中少不了从地理学的角度去认识、研究和分析, 旅游地理学 (tourism geography) 便应运而生。作为一门介于地理学与旅游学之间综合性、实用性很强的边缘学科, 旅游地理学从开始出现就显现了强大的生命力, 已成为旅游研究的中坚力量。本章首先从厘清旅游地理学的概念入手, 重点探讨旅游地理学的研究对象、科学体系、与其他相关学科的关系, 并对旅游地理学的主要研究内容、研究方法等进行了阐述; 从国外、国内两个角度对旅游地理学的发展历程进行了回顾, 重点解读、分析了国内外旅游地理研究的特点, 对旅游地理学的发展趋势作了初步探讨。

【教学目标】

1. 掌握旅游地理学的基本概念。
2. 认识和领会旅游地理学的学科地位、主要研究内容和研究方法。
3. 了解国内外旅游地理研究的发展历程。
4. 分析和比较国内外旅游地理研究特点及发展趋势的异同。

【学习重点】

旅游地理学基本概念和主要研究内容; 国外旅游地理研究特点及发展趋势; 中国旅游地理研究特点及发展趋势。

关于什么是旅游 (tourism), 不同组织和学者曾给出多个定义, 比较有影响的是 1970 年的“艾斯特”(AIEST)^①定义: “旅游是非定居者的旅行和暂时居留引起的一切现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居, 并且不从事任何赚钱的活动”。为了统计上的方便, 世界旅游组织 (World Tourism Organization, 简称 WTO), 1991 年 6 月在加拿大召开“旅游统计国际大会”, 也对旅游的基本概念作了界定, 认为旅游是“人们为了休闲、商务和其他目的, 离开他们惯常的环境, 到某些地方以及在某些地方停留, 但连续不超过一年的活动”。虽然在具体界定旅游时还存在一定分歧, 但大都承认“旅游是一种离开常驻地, 在一定时间范围和空间距离内的一种活动过程”。可以说, 旅游本身就是人类的一种空间地域活动, 是一种时空经历, 是一种社会地理现象。

第一节 旅游地理学基本概念

什么是旅游地理学 (tourism geography)? 前苏联地理学家叶琳娜·阿姆布洛维奇在其《旅游地理》一书中作过一个简略定义: “旅游现象是在各种自然地理和人文地理场合下发生的, 它同地理学科有最直接的联系。所以就由专门的地理学来研究旅游, 这种地理学就是年轻的旅游地理学”。德国学者在 20 世纪 60 年代也曾给旅游地理学下过一个定义: “旅游地理学研究旅游的空间分布, 适合旅游和游憩目的的地区或区域的自然基础, 以及存在于旅游与旅游胜地和旅游地之间的相互作用和相互关系。”季涅夫 (1973) 的观点是: “旅游地理学是研究旅游经济的地域特点, 与旅游业有关的生产和服务活动的地域分布, 决定旅游业在不同国家和地区发展的条件、因素和资源。”我国学者郭来喜 (1985) 认为: “旅游地理学是研究人类旅行游览、休憩疗养、康乐消遣同地理环境以及社会经济发展相互关系的一门科学。”

旅游地理学是随着现代旅游业的兴起而形成和发展起来的。由于世界各国的经济发展水平以及不同学者和专家对旅游 (tourism)、游憩 (recreation) 等概念的内涵和外延看法上的不一致, 故而旅游地理学有多种不同的称呼, 在英国被称为旅游地理学 (geography of tourism)、休闲和旅游地理学 (geography of recreation and tourism), 加拿大学者称之为游憩地理学 (recreation geography)、闲暇地理学 (leisure geography), 日本和韩国的学者称之为观光地理学 (sightseeing geography),

^① 国际旅游科学专家协会 (法文名称为 Association Internationale de Experts Scientifique du Tourisme, 其词首构成缩称 “AIEST”)。

在前苏联则被称为游憩地理学等。

一、旅游地理学的研究对象

旅游是自然、社会、文化、经济的复合体, Jafari (1992) 指出, “为理解旅游业, 有必要将其作为一个整体或作为一个系统来研究”。将系统思想与方法引入旅游科学, 所研究的对象就是旅游系统 (tourism system), 即一个自然与人工相结合的复杂开放的巨系统, 具体是指由人类旅游活动过程必须具备的各种条件或基本要素, 即旅游主体 (旅游者)、旅游客体 (旅游资源) 和旅游媒介 (旅游业) 在一定的空间范围内相互联系、相互作用而构成的具有特定结构和功能的有机整体, 是人类旅游活动的空间组织形式。从 Neil Leiper 提出旅游系统概念以来, 关于旅游系统的定义、组成、结构、功能、特点等还没有达成一致, 在学者们构建的模型中设定的要素成分也有所差异。

Leiper 模型 (见图 1-1) 一直被广泛引用, 它包括旅游者、旅游业、客源地、旅游通道和目的地等五个要素, 在结构功能和空间结构两个层面上讨论旅游系统, 重点突出了客源地、目的地和旅游通道三个空间要素, 把旅游系统描述为由旅游通道连接的客源地和目的地的组合。^① Leiper 模型是个开放系统, 除了要素之间的相互作用外, 系统本身还与自然、社会、文化、经济、政治和技术等外部环境相互作用。

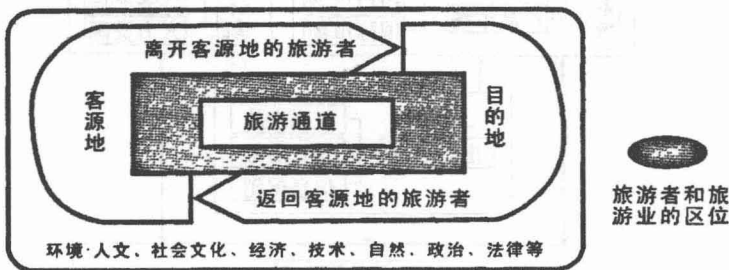


图 1-1 Leiper 的旅游系统模型 (引自 Neil Leiper, 1979)

Gunn (1994) 提出的旅游功能系统 (functional tourism system) 模型, 主要从结构—功能的角度分析旅游系统, 认为供给和需求两个最基本要素之间相互匹配构成了旅游系统的基本结构, 旅游者构成系统的需求子系统, 吸引物、促销、交通、信息和服务五个要素构成了供给子系统, 各要素之间存在强烈的相互依赖关系。(见图 1-2)

① 李文亮, 翁瑾, 杨开忠. 旅游系统模型比较研究[J]. 旅游学刊, 2005, (2): 20-24.

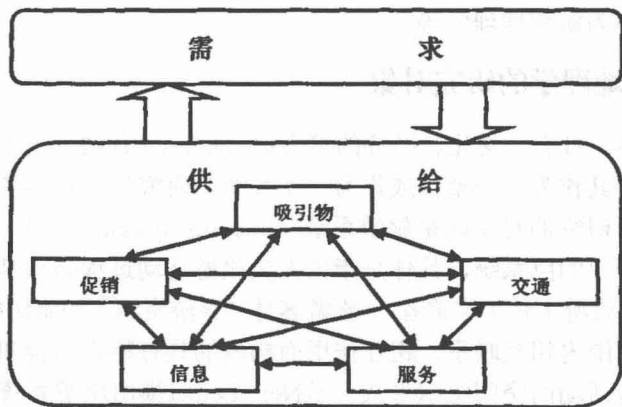


图 1-2 旅游功能系统模型（引自 Clare A. Gunn, 1994）

吴必虎，在Gunn-Mill-Morrison模型的框架下提出一个新的旅游系统概念模型，认为旅游系统包括客源市场系统、出行系统、目的地系统和支持系统四个部分。把交通和促销合并成一个出行子系统，增加了一个支持子系统，包括政策法规、环境保证和人力资源（在Gunn模型中是系统外在的影响因素）。（见图1-3）

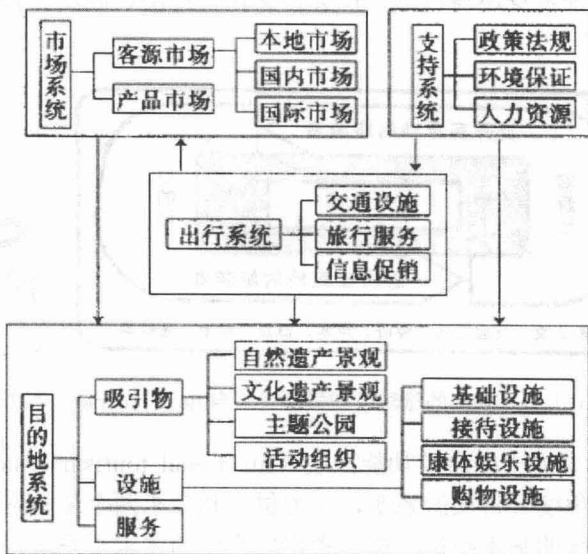


图 1-3 吴必虎的旅游系统模型（引自吴必虎，2001）

从学者们对旅游系统的界定来看，包含的要素和层次繁简不一，但基本内容较为一致，即旅游系统是一个动态开放的系统，由相互关联、相互作用的若干组

成部分(子系统)通过人流、物流、资金流、信息流等相互联系,构成一个复杂而有序的有机整体,总体上是一个涉及自然、社会、经济的复合系统,存在着发生、发展、兴衰、演替的过程,既是一个要素综合体,也是一个地域综合体。从地域结构来看,系统在不同地域组合和构成不同大小、等级和层次的子系统;从供求关系看,包括供给系统和需求系统两大部分;从地理空间角度看,包括旅游客源地、旅游目的地和旅游通道三个子系统;从旅游功能分析,包括需求(客源市场)、供给(旅游目的地)、支持和出游四大子系统;从要素结构来看,可划分出旅游客体、旅游主体和旅游媒体三个子系统。^①

把旅游作为人类活动的一种空间表现形式来研究的旅游地理学,其研究侧重点应是旅游活动中的环境作用机制、地理变换过程与空间运作组织等,“空间”是旅游地理研究始终关注的焦点。旅游者经过旅游通道由“居住地—旅游地—居住地”的地理空间移动过程,即人的流动造成人与环境的直接相互作用,是旅游的本质,即以旅游客源地、旅游目的地和联系这两者的旅游通道为主构成的旅游系统首先是一个空间系统。因此,旅游地理学主要从时空维度探讨各种类型等级的地域旅游系统的形成、发展与布局规律性,预测地域旅游系统的变化,研究关于地域旅游系统最佳功能的建设等,通过揭示时空维度上旅游主体、旅游媒体和旅游客体之间相互联系、相互制约的基本规律,为旅游业服务。

旅游地理主要研究构成现代社会旅游活动的三大基本要素,即旅游主体、旅游客体、旅游媒介的地理问题,旅游地理学将更深入地研究旅游现象中的人地关系,即探析地理背景下旅游现象的时空变化规律。旅游地理学研究在 21 世纪的总任务是积极推进旅游开发研究,促进世界旅游业可持续发展:首先,促进旅游地开发力度进一步加大,形成更多、更新、更能满足旅游消费者的旅游产品;其次,注意研究各地旅游消费趋势对旅游地的意义,并在此基础上引导旅游消费合理化;再次,致力延长旅游地生命周期,让旅游地永葆青春,使旅游者总在其旅游承载力上下很小范围内波动。^②

二、旅游地理学的科学体系

旅游地理学的科学体系由理论、知识、技术三部分构成,每一部分又由相关内容组成,它们相互联系、互为补充,共同形成旅游地理学的大系统。旅游地理学是一门年轻的学科,学科的理论与方法等尚不完备和成熟,需要在实践中不断修正、充实和提高(韩杰,2002)。目前,旅游地理学的基础理论研究已经得到学术界的高度重视,旅游地理学研究从概念、理论、区域到应用,已形成了独具特

① 张亚林. 旅游地域系统及其构成初探[J]. 地理学与国土研究, 1989, 5(2): 39-43.

② 许春晓. 21 世纪中国旅游地理学的新领域: 旅游资源非优区研究[J]. 旅游学刊, 2000, (1): 59-62.

色的学科体系,随着研究的深入,在旅游地理学内部出现了普通旅游地理学(旅游地理学)、区域旅游地理学和应用旅游地理学等三个分支领域,表明旅游地理学的知识结构更加完整,学科建设日趋成熟。(见图 1-4)

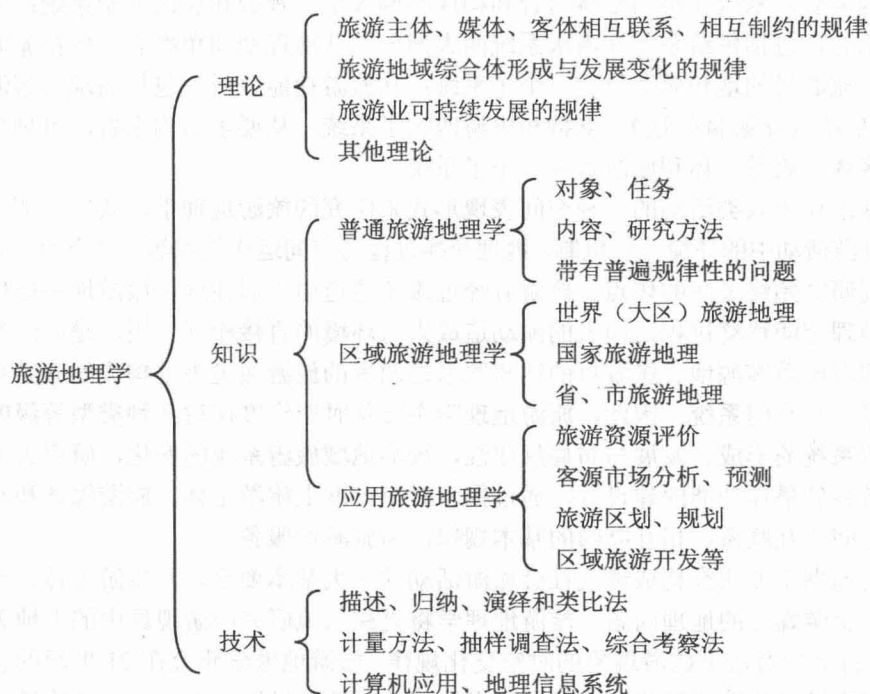


图 1-4 旅游地理学的科学体系（引自韩杰，2002）

旅游地理学在极短的时期内吸纳了众多相关学科的理论与研究方法,基础理论研究薄弱,关于旅游地理学的学科属性、研究任务、研究对象、研究内容等基本范畴至今仍百家争鸣,呈现出混沌的发展轨迹。旅游地理学自身的理论体系、研究方法仅初具框架,各专业学者基本都是站在原所属学科角度上研究旅游地理学,其成果深深打上了原属专业的烙印,使旅游地理学的“筐”中装入了过于庞杂的内容,给人以包罗万象、百科全书式无所不包的感觉,而其中真正属于自身学科建设、具有学科特色的内容反而有些贫乏和模糊。英国旅游地理学家科波克(Coppock, 1980)曾告诫并预见:“毫无疑问,未来研究中大的进展将是在概念上和理论上。因为,如果没有足够的概念网络,除了案例研究的数量增加以外,将不能有什么别的进步。”

三、旅游地理学与其他相关学科的关系

旅游地理学是随旅游业的发展而兴起的介于地理学与旅游科学之间的一门新兴的边缘学科和应用性很强的应用学科,也是一门多学科介入的综合学科,具有显著的区域性、综合性、应用性、边缘性、前瞻性等特征。旅游地理学和其他研究旅游的学科相比,具有研究内容的广泛性、研究方法的多样性和研究视角的多维性等综合性优势^①,它以自己独特的空间研究角度给地理学的进一步发展注入了生机和活力,也使地理学这门古老科学又找到了一个新的生长点,所取得的大量旅游地理研究成果,不仅促进了自身学科的发展,也在促进旅游业这个全球第一产业的发展中发挥着不可低估的作用,同时为旅游学科的建立和发展作出了重大贡献。

1. 与地理学科的关系

旅游和地理是紧密联系在一起的,古代人们的地理知识即来源于旅游,而地理知识的丰富又有指导旅游的意义。马特勒曾在《国际旅游地理》中强调:“旅游几乎没有哪个方面与地理无关,地理也几乎没有哪个部门无助于研究旅游现象。”从某种角度来说,旅游的本质特征是人的流动造成人与环境的直接相互作用,牵涉资源、环境、区域、产业、流动等诸多方面,任何对此要作出透彻的理解、解释以及预测都离不开地理学的观点。就构成现代社会旅游活动的三大基本要素来说,旅游者(旅游主体)的产出、流向、规模及其行为特征等有着深刻的地理背景;旅游地(旅游客体)的形成、价值和开发条件等直接受到当地环境的制约;而旅游产业(旅游媒介)的发展状况不仅受制于当地旅游资源和外在客源市场,还受制于整个旅游系统的各种经济地理条件。

早在20世纪60年代,墨菲(Murphy)就指出:“室外游憩活动的地理研究包括系统地理学的几乎所有主要分支的各个方面。”布里腾(Britton)认为:“旅游研究因为某些地理学家坚持认为旅游地理与某一学科框架相匹配而受到损害。……旅游是一种非均匀的时空分布现象,因此,它可以从地理学各分支学科来进行研究。”在从地理学角度来认识旅游这一复杂现象的过程中,旅游地理学的发展融汇了自然地理、经济地理、人文地理、城市地理、区域地理、历史地理、民族地理、旅游环境、地理信息系统等不同领域,既吸纳了自然地理学、经济地理学、社会人文地理学领域的理论方法,也汇入了相关学科的研究人员。

2. 与旅游学科的关系

旅游经济学、旅游心理学、旅游社会学、旅游市场学、旅游法学、旅游规划

^① 冯卫红,苗长虹.旅游产业集群:旅游地理学研究的微观领域[J].人文地理,2008,(3):97-101.

学、旅游营销学等,分别从不同的着眼点和侧重点来研究旅游这一复杂多面的社会现象,共同构成了一个水乳交融的整体。如就旅游地理与旅游经济的关系来说,离开旅游经济,旅游地理失去的是其本质属性;而离开旅游地理,旅游经济就会失去活动的依附根据,旅游经济活动各种运作指标的实现与获取必须通过一系列旅游地理指标的实现而成为现实。可以说,旅游地理研究是达到旅游经济活动目的的一种有效的、必需的途径与方法。

与旅游经济学、旅游心理学、旅游市场学等平行学科相比,旅游地理学的研究特点是从空间上进行综合分析,如以旅游动机为例,旅游心理学重在剖析其形成的内在机制和外在表现;旅游地理学则强调与其他事物的联系、作用及后果,主要探讨旅游因素、地理因素对旅游者行为及对旅游客流的作用力度等,两者有着明显差异。

3. 与其他学科的关系

旅游现象是在自然、经济、人文、社会多种地理场合发生的,因此旅游地理学涉及面非常广,其研究内容不仅涉及地理学的许多领域,同时与心理学、行为学、市场学、管理学、生态学、社会学、犯罪学、环境学、信息学,以及历史、民族、考古、建筑、园林、宗教、文学、艺术、医学等许多学科有着密切的联系,与一些基础学科或应用学科发生着或多或少、时强时弱的交流,如心理学之于游客行为研究,历史学之于旅游地历史文化研究,建筑学之于旅游景观规划设计研究,经济学之于客源市场研究等。众多学科的相互渗透使旅游地理学成为一门真正的多学科交叉学科和综合性边缘学科。

四、旅游地理学的主要研究内容

旅游是人类特有的生活方式之一,在特定的时空范围内,旅游者受旅游产品的吸引,从客源地至目的地的空间往返行为构成了旅游活动的基本框架。由于旅游本身就是一种复杂的社会地理现象,再以地理学的知识背景来研究旅游,其研究内容的纷繁复杂程度可想而知。米切尔(Mitchell)曾将旅游地理学研究内容的发展归结为“鸟足理论”,认为其发展像鸟足一样,由一个研究点而分叉,成为几个相近的研究内容,而同时可能有多个研究点,随着时间的推移,研究的前沿变得毫无秩序,一片混杂。^①虽然有些夸张,但将旅游地理学的研究内容归为几个研究领域确实是十分困难的事情,也没有一个现成的客观标准。关于旅游地理学的主要研究内容,专家们有着不同的看法:

- 郭来喜(1985)认为应包括旅游地起因及其产生的地理背景,旅游者的

^① Mitchell L. S. Tourism Research in the United States: A Geographic Perspective[J]. Geojournal, 1984, 9 (1): 1-15.

地域分布、移动规律与发展预测,旅游资源的类型与地域组合及其技术经济评价、开发利用论证,旅游区(点)布局与建设规划,旅游区划与旅游地域组织体系,适合不同对象的旅游路线组织与方案设计,旅游与环境保护和污染防治对策,旅游业对地域经济综合体形成的作用与影响等。

- 皮尔斯(D.Pearce, 1989)从平衡旅游供给与需求角度出发,把旅游地理学的研究体系划分为六大部分:供给的空间模式(spatial pattern of supply)、需求的空间模式(spatial pattern of demand)、旅游地地理(the geography of resorts)、旅游流(tourist movement and flows)、旅游效应(the impact of tourism)和旅游空间模型(model of tourist space)。
- 保继刚(1999)的观点认为,旅游地理的研究内容主要包括旅游产生的条件及其地理背景、旅游者行为规律、旅游流(旅游需求)预测、旅游通道、旅游资源评价、旅游地演化规律和重要旅游地研究、旅游环境容量、旅游区划、旅游开发的区域影响、旅游规划等。
- 吴必虎(2000)通过对部分旅游地理学家的调查,认为属于旅游地理学的研究内容有旅游资源、旅游产生的条件及地理背景、旅游规划、旅游环境容量、旅游交通、旅游区划、旅游线路设计、旅游地图等,支持率均在90%以上。^①

总体来看,旅游地理学是一门研究旅游行为与旅游环境相互关系的边缘学科,为旅游业发展提供指导是其基本任务,因而旅游地理学的研究内容应是与发展旅游相关的多种地理问题,即从综合性、地域性的观点出发,去探讨其形成、演变和发展的基本规律,从而指导旅游业的前进。旅游地理学的精髓在于以旅游学与地理学为学术资源的精致合成并进而有所发现,坚持时空视角及着重时空视角下的构建,旅游地理学的核心所在是发现更多的关于旅游现象的时空表达及旅游现象的时空变化规律。^②(见图1-5)

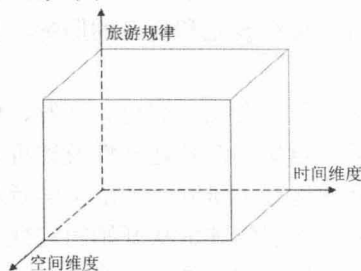


图 1-5 旅游地理学研究的时空维度

① 吴必虎, 冯若梅, 张丽. 90年代中国旅游地理学进展研究[J]. 经济地理, 2000, 20(3): 91-95, 128.

② 陈晓蓉. 基于时空视角的旅游地理学内容研究[J]. 地理与地理信息科学, 2011, 27(1): 81-84.

1. 旅游客流

旅游的产生涉及许多地理背景方面的问题,由地理环境的差异性形成的旅游资源的互补性是旅游产生的重要条件,旅游者的行为特征也受地理条件及其他因素的制约而具有时空变化规律。旅游流是旅游目的地与旅游客源地在空间相互作用的过程中形成的旅游客流、信息流、资金流、物资流、文化流的集合。旅游客流,指旅游者从客源地向旅游目的地的流动,即一定量的人群在地理空间中的频繁移动,是旅游流的主体,其他形式的旅游流伴随旅游客流产生或为之服务,因而旅游客流是旅游地理学研究的重点之一。

皮尔斯在《当代旅游:地理学分析》(第二版)中,从旅游模型、游客空间行为动机到国际、国内游客流研究,都进行了详细的综述和重点内容论述。由于新西兰官方旅游统计的便利,在国际及国内游客流方面的研究中,新西兰旅游地理学家作出了杰出的贡献,处于领先地位。我国学者对旅游客流的研究主要在旅游引力模型的应用、国家级风景名胜区市场域模型、世界遗产地出游市场、旅游客源市场空间结构及演变、旅游者空间行为、旅游客流时间分布特征等方面。近年来,旅游地理学者在旅游流时空演变、消费变动及区域差异、气候与客流量变化等方面取得较大突破,旅游流研究呈现多维视角,更加关注入境旅游流、旅游流网络、旅游流平衡点等领域。

2. 旅游资源

旅游资源是旅游活动产生的必要条件。何谓旅游资源(tourism resources)?目前学术界还没有统一定论。2003年2月24日发布的《旅游资源分类、调查与评价》(中华人民共和国国家标准)所给出的“旅游资源”的定义为:“自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素。”在欧美西方国家,通常把旅游资源称为旅游吸引物(tourism attraction),指旅游地吸引旅游者的所有因素的总和,不仅包括旅游资源,还把适宜的接待设施和优良的服务,甚至快速舒适的旅游交通条件也涵盖在内。

旅游资源的形成、分类、时空变化、评价、开发、保护等是主要研究范围。西方国家旅游吸引物的研究主要集中在其适宜性及评价方面,早期的旅游地理学者对各种旅游吸引物的适宜性进行了研究,如法国学者对山地、海岸的研究,英国学者对森林的研究等。旅游吸引物评价从开始的定性评价到后来的定量评价,评价技术越来越复杂,但评价技术和评价目的清晰度却受到质疑。我国对旅游资源评价尚无公认的标准,前期的评价方法主要有经验评价和单因子评价,近期则主要是建立评价数学模型,考虑多因子的定性与定量相结合,还有学者尝试对旅游资源的价值进行了评价。旅游资源评价是旅游开发中最重要的部分,加强运用