

LÜYOU DILIXUE

旅游地理学

李学伦 主编



青岛海洋大学出版社

99
F591
18
乙

旅 游 地 理 学

主编 李学伦
编者 李学伦 董玉明 董志文
盛 红 柴寿升 李 平
王永红 郑建瑜 陈 娟

2011-12-8



青岛海洋大学出版社
青 岛



3 0103 7682 4

图书在版编目(CIP)数据

旅游地理学/李学伦主编. - 青岛: 青岛海洋大学出版社, 1998. 10
ISBN 7-81026-238-6

I. 旅… II. 李… III. 旅游地理学 N. F591

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 28386 号

青岛海洋大学出版社出版发行
(青岛市鱼山路 5 号 邮政编码: 266003)

出版人: 李建筑

山东电子工业印刷厂印刷

新华书店经销

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 15.75 字数: 366 千字

1998 年 10 月第 1 版 1998 年 10 月第 1 次印刷

印数: 1~1100 定价: 21.50 元

前 言

旅游地理学是随着旅游业的兴起和发展而形成和发展起来的,它是旅游业与地理学相互交叉、渗透、融合的产物。由于旅游业的综合性,旅游地理学的许多问题都必须从多种学科的角度进行综合研究,所涉及的内容非常广泛,但又不可能包罗万象。因此,旅游地理学既具有内容上的广泛涉科性,在研究方法上又具有高度的综合性,还因其直接服务于旅游业而具有很强的实用性和强大的生命力。本书紧紧围绕旅游地理学的特点,阐述那些与旅游业和旅游活动相关的地理学问题。

本书的前身是李学伦编写的《旅游地理学》胶印讲义,曾作为地理学专业、旅游管理专业 and 高校公共选修课的试用教材。1996 年经教材建设委员会组织校内外专家评审通过列入出版计划。根据评审专家提出的修改意见,由李学伦负责重新拟定了编写大纲,并组织有关教师多次讨论修改,还广泛征求并吸取了校内外有关专家的意见。

本书综合了旅游地理学及相关学科的新资料、新成果和新理论,比较系统地阐述了旅游业与旅游地理学的关系、旅游资源、风景审美与观赏、园林、文学艺术与旅游、饮食文化与旅游、风景名胜区与自然保护区、旅游交通、旅游地图、旅游开发与规划、旅游环境与旅游业可持续发展以及中国旅游地理区划等内容,侧重基础知识的阐释和基本理论的讨论,重视理论与实践的结合,举例典型,具有较强的实用性。另外,本书又具有较强的文化底蕴和丰富的文化内涵。

全书共分十二章,各章节编写分工如下:第一、二、三、五章,李学伦;第四章,李学伦、董志文;第六章,郑建瑜、李学伦;第七章,王永红、李学伦;第八章,董志文;第九章,盛红;第十章,柴寿升;第十一章,李平;第十二章,董玉明;附录的旅游地理资料由李学伦、陈娟选编;全书由李学伦统稿、定稿。书稿承蒙青岛大学张力果教授、中科院海洋所[韩有松]研究员审阅,并提出许多宝贵的修改意见和建议;编写过程中还得到杨作升、武心尧、庄振业等教授的热情帮助和指导,谨向他们表示衷心的感谢。

旅游地理学是一门新兴学科,随着旅游业的快速发展而发展十分迅速,许多理论还不成熟,对某些问题的认识也有歧见,加之编著者水平有限,书中难免有缺点甚至错误,恳请读者批评指正。

编 者

1998 年 4 月

目 录

第一章 旅游业与旅游地理学	(1)
第一节 旅游与旅游业	(1)
一、旅游的基本概念	(1)
二、旅游业	(2)
三、旅游业的构成	(2)
第二节 旅游地理学的形成与研究内容	(4)
一、旅游地理学的形成和发展	(4)
二、旅游地理学的含义与特性	(5)
三、旅游地理学的研究内容	(7)
第二章 旅游资源	(10)
第一节 概述	(10)
一、基本概念	(10)
二、旅游资源的分类	(11)
第二节 自然旅游资源	(13)
一、地貌旅游资源	(13)
二、水体旅游资源	(26)
三、大气圈旅游资源	(33)
四、生物旅游资源	(37)
第三节 人文旅游资源	(44)
一、历史遗迹	(44)
二、古代宏大工程	(45)
三、古代建筑	(47)
四、现代大型建筑工程	(50)
五、博物馆	(52)
六、宗教旅游资源	(52)
七、民俗风情旅游资源	(55)
八、现代人造景观与游乐园	(56)
第三章 风景审美与观赏	(60)
第一节 概述	(60)
第二节 风景审美特征	(61)
一、风景自然美	(61)
二、风景人工美	(65)
第三节 风景观赏	(68)

一、观赏方法.....	(68)
二、观赏距离.....	(69)
三、观赏角度.....	(70)
四、观赏时机.....	(70)
五、观赏节奏.....	(70)
第四章 园林	(71)
第一节 园林的旅游功能与艺术风格.....	(71)
一、园林概述.....	(71)
二、园林的旅游功能.....	(72)
三、园林的艺术风格.....	(72)
第二节 中国园林艺术.....	(73)
一、中国古典园林的发展简史.....	(73)
二、中国古典园林的构景要素.....	(74)
三、中国古典园林的构景技法.....	(79)
四、中国园林的艺术特色.....	(82)
五、中国园林的艺术境界.....	(84)
第三节 中国园林的类型.....	(85)
一、地域分类.....	(85)
二、艺术风格分类.....	(86)
三、园林属性分类.....	(86)
第五章 文学艺术与旅游	(92)
第一节 概述.....	(92)
第二节 旅游文学.....	(92)
一、名胜楹联.....	(92)
二、题字.....	(93)
三、风景诗.....	(93)
四、散文游记.....	(95)
五、风物传说神话故事.....	(96)
第三节 中国传统艺术.....	(97)
一、书法.....	(97)
二、中国画.....	(98)
三、雕塑.....	(98)
四、传统工艺制品.....	(100)
第六章 饮食文化与旅游	(103)
第一节 概述.....	(103)
第二节 中国菜点.....	(104)
一、中国菜点的特色.....	(104)
二、中国的菜系.....	(105)

三、素膳	(108)
四、药膳	(108)
第三节 中国的饮料	(108)
一、中国酒	(108)
二、中国茶	(110)
三、矿泉水	(113)
第七章 风景名胜与自然保护区	(114)
第一节 风景名胜区	(114)
一、中国风景名胜区系统	(114)
二、中国风景名胜区的作用和保护	(115)
第二节 自然保护区	(119)
一、中国自然保护区及其分类	(119)
二、中国自然保护区的建立和建设	(120)
三、典型的自然保护区	(125)
第八章 旅游交通	(128)
第一节 旅游交通概述	(128)
一、旅游交通的作用	(128)
二、旅游交通的特性	(129)
第二节 旅游交通运输类型	(130)
一、公路旅游交通	(130)
二、航空旅游交通	(131)
三、铁路旅游交通	(132)
四、水运旅游交通	(133)
五、特种旅游交通	(133)
第三节 旅游交通规划	(134)
一、旅游交通规划的性质与作用	(134)
二、旅游交通规划的基本原则	(135)
三、旅游交通规划的程序	(136)
四、旅游交通规划的内容	(138)
第九章 旅游地图	(139)
第一节 旅游地图概述	(139)
一、旅游地图的性质与类型	(139)
二、旅游地图的基本特征	(141)
第二节 旅游地图的编辑设计	(142)
一、旅游地图的内容及其表示方法	(142)
二、旅游地图的非地图要素	(143)
三、旅游地图的投影、比例尺、开本及折叠方式	(144)
四、旅游地图的整饰设计	(145)

第三节 旅游地图的编制出版·····	(148)
一、旅游地图编绘·····	(148)
二、旅游地图的出版准备和制印·····	(149)
第十章 旅游开发与规划·····	(151)
第一节 旅游资源开发·····	(151)
一、旅游资源开发的含义·····	(151)
二、旅游资源开发的任务和内容·····	(152)
三、旅游资源开发的原则·····	(153)
四、旅游资源开发的方式·····	(155)
五、旅游资源开发的程序·····	(157)
第二节 旅游点、旅游线路和旅游区·····	(159)
一、旅游点的开发建设·····	(159)
二、旅游线路的开发建设·····	(161)
三、旅游区的开发建设·····	(163)
第三节 旅游开发规划·····	(165)
一、旅游规划的类型·····	(165)
二、旅游规划的原则和步骤·····	(166)
三、旅游规划的理论基础·····	(166)
四、旅游规划的内容·····	(167)
第十一章 旅游环境与旅游业可持续发展·····	(169)
第一节 旅游环境及其质量评价·····	(169)
一、旅游环境·····	(169)
二、旅游环境质量评价·····	(170)
第二节 旅游对环境的影响·····	(174)
一、旅游与环境的关系·····	(174)
二、旅游对环境的影响·····	(174)
三、旅游对环境消极影响的基本规律·····	(176)
四、旅游环境效应评估·····	(178)
第三节 旅游环境容量·····	(182)
一、旅游环境容量概述·····	(182)
二、旅游环境容量的特征·····	(182)
三、旅游环境容量的组成及计量·····	(183)
四、旅游容量在旅游规划管理中的应用·····	(187)
第四节 旅游业的可持续发展·····	(188)
一、基本概念·····	(188)
二、影响中国旅游业可持续发展的因素·····	(188)
三、旅游业可持续发展的对策·····	(189)
第十二章 中国旅游区划·····	(191)

第一节 旅游区划概述.....	(191)
一、旅游区划的目的和意义	(191)
二、旅游区划的原则	(192)
三、旅游区划系统	(193)
第二节 东北旅游地区.....	(194)
一、旅游环境特征	(194)
二、主要旅游区域	(195)
第三节 华北旅游地区.....	(198)
一、旅游环境特征	(198)
二、主要旅游区域	(199)
第四节 华东旅游地区.....	(210)
一、旅游环境特征	(210)
二、主要旅游区域	(211)
第五节 华中旅游地区.....	(215)
一、旅游环境特征	(215)
二、主要旅游区域	(216)
第六节 华南旅游地区.....	(219)
一、旅游环境特征	(219)
二、主要旅游区域	(220)
第七节 西南旅游地区.....	(223)
一、旅游环境特征	(223)
二、主要旅游区域	(224)
第八节 西北旅游地区.....	(228)
一、旅游环境特征	(228)
二、主要旅游区域	(228)
第九节 内蒙古与宁夏旅游地区.....	(230)
一、旅游环境特征	(230)
二、主要旅游区域	(231)
第十节 青藏旅游地区.....	(232)
一、旅游环境特征	(232)
二、主要旅游区域	(233)
主要参考文献.....	(234)
附录 旅游地理资料.....	(237)
一、国家历史文化名城	(237)
二、中国重要古文化遗存	(239)
三、国家级旅游度假区	(239)
四、其他旅游地理资料	(239)

第一章 旅游业与旅游地理学

旅游业是经济、社会发展到一定阶段的必然产物,是人类物质文明和精神文明的高度表现。本世纪 50 年代以来,旅游业蓬勃兴起,逐年增长,持续不衰,被称为朝阳产业。根据其总产值、就业人数及人均产值综合评价,至 1994 年底旅游业已成为世界第一大产业。旅游业具有“引爆作用”,它能活跃市场、增加就业、催化和带动其他产业、特别是第三产业的发展,是国民经济的新增长点。

第一节 旅游与旅游业

一、旅游的基本概念

旅游是一种社会现象、文化现象和经济现象,旅游作为一种特殊的生活方式,已成为现代人生活中不可缺少的内容。旅游不仅向人们展示出丰富多彩的生活,而且对于人们开阔眼界、增长知识、提高文化修养、增进健康、陶冶情操、加强民族间与各国人民间的交流、团结与友谊,发展民族文化,都具有重要的意义。

由于人们对旅游本质属性的理解不同,对旅游概念的解释也众说纷纭,很难统一表述。有人把旅游活动称为“观光”、“消闲活动”、“游憩”或“离家远行”等等,它们既包含了旅游的基本内容,也展示了其内容的不同的一面。

就旅游的行为而言,旅游是人们离开自己居住地的空间地理上的移动。就字意来看,“旅”是外出旅行,“游”则指游览、观光、娱乐和消遣,其中也涉及人际交往。从广义的角度来看,旅游是人类社会实践活动的一个方面,也是人类的一种特殊生活方式,它是现代人为了观光、游览、疗养、度假、考察、探险、猎奇、寻古、消遣、娱乐,或者为了商务、科学研究等,远离定居地或长期工作地面旅行于异地他乡(甚至是国际之间、洲际之间、乃至将来可能的星际之间)的活动。另外,政治互访、经贸往来、学术交流、体育和文化交往等活动,往往也包含旅游活动的内容,这也是一种广义的旅游。

现代旅游是社会消费的一种高级形式,是与高度发展的生产力相伴而生的,它首先出现于西方经济发达国家,目前已成为一种世界性的社会经济现象。因此,现代旅游标志着社会经济进步的。

旅游是现代人物质文化生活的组成部分。随着社会生产力的发展,人们对物质文化生活的追求也随之提高。当人们的衣、食、住、行得到基本满足后,必然会产生到外地旅游的愿望和需求,这反映出人类生活由贫困型——温饱型——小康型——现代型的变化规律。旅游是满足人们日益增长的物质需求和精神享受的主要形式,这种需求和享受是人们物质文化生活的全部内容,是人类生活需求向高层次发展的体现。

旅游虽然不以从事经济活动为目的,但它是一种高层次的消费活动,并以经济形式表

现出来。旅游者为了实现旅游目的,必须对吃、住、行、游、购、娱等方面作出必要的安排和消费,而且社会也必须为这些活动提供必要条件,在旅游过程中,各种活动是互相依赖、互为条件和互相影响的,任何单项活动都不能构成旅游。因此,旅游是以经济形式表现出来的涉及方方面面的一项综合性社会活动。

归纳起来,可以把旅游概念概括如下:旅游是社会交往日益扩展的一种表现,是一种特殊的生活方式,即人们凭借自己可以自由支配的经济手段和闲暇时间,离开定居地(或工作地)到异地作短期旅行、游览,使游客得到一定的物质享受和精神满足,并由此产生经济、社会(文化)和生态环境效应的活动。因此,旅游具有异地性、暂时性、业余性、享受性、文化性、经济性、社会性等基本特征。另外,因旅游者动机和内容的不同,还可能具有政治性、健身性、科学性、增智性和愉悦性等辅助特性。

二、旅游业

旅游业是与旅游活动有关的企业、事业和业务活动的总称。旅游业的任务,一方面是为了满足旅游者的需要,另外也是为了取得经济效益,推动经济发展,同时还可促进文化的交流和传播。

旅游业与从事物质生产的农业(第一产业)、工业(第二产业)等不同,属于非物质生产部门,具有服务行业的特点,属于第三产业。旅游业的产品不是具体的物质产品,而是旅游者愿意出资购买包价线路,包括能吸引游客观赏的旅游网点(各种旅游资源、景区、景点及旅游设施)和服务。

旅游业作为一种产业,当旅游活动开始时就是旅游生产的开始,旅游活动结束时就意味着旅游生产和消费的终结。旅游生产不能贮存、不能转移、也不能用另外的产品替代。

旅游业虽然属于第三产业,但它比第三产业中的其他服务行业所涉及的问题要广泛得多、复杂得多。旅游业的发展需要各产业、各行业的互相配合;同时,其发展也可以带动许多产业、服务业以及与旅游有关的部门得到发展。另外,发展旅游业对科技、文化、经贸等活动也具有重要推动作用。

三、旅游业的构成

旅游业由主体、客体、服务体系和管理体系四个基本部分构成。

(一)旅游业主体——旅游者

旅游者即游客,是发展旅游业的重要条件。旅游活动的历史表明,没有旅游者的旅游活动,也就不会有旅游业,因此,旅游者是旅游业的主体。旅游者的数量、他们的消费水平是决定旅游业内部各种比例关系的主要因素。

众所周知,旅游需要消费,而且是一种高消费。要使广泛的社会阶层,特别是以工薪为生活来源的阶层参加到旅游行列中来,决定性的因素是让他们手中有足够供旅游消费的钱,因此,家庭消费余额是旅游者的先决条件。要使广大的劳动者具备这一条件,就需要有较高的、持续增长的社会生产率和人们物质生活水平的不断提高。

旅游需要花费时间。人要成为旅游者,自然必须具有可供自由支配的时间,即人们除了谋生(工作,工作前的学习和工作中的再学习)、睡眠以及家务劳动等必须的时间之外的

闲暇时间。科学技术的发展和劳动生产率的提高,使得有可能为劳动者增加一定的带薪假期,如我国每周双休日的实行,为广大劳动者参加旅游活动提供了必要的时间保证。

人们有了可以自由支配的金钱和闲暇时间,还需要有旅游动机。当一个人确认旅游是一种合理而值得消费的活动时,他才会把有限的经济结余和闲暇时间投入到旅游活动中去。社会的进步、科学和文化知识水平的提高、社会习俗风尚的改变,在很大程度上影响着人们的观念、情绪和爱好,也影响着人们旅游动机的确立。

旅游活动还要消耗体力,所以,旅游者必须有健康的体魄。随着物质文化生活的改善、社会医疗保健事业的发展,人类健康水平不断提高和生命周期不断延长,肯定会有越来越多的人加入到旅游者队伍中来。

(二)旅游业客体——旅游资源

旅游资源是旅游者游览、参观、娱乐的对象,因而是旅游业的客体。

旅游资源是发展旅游业的基础,没有旅游资源就不会有旅游者光顾。在旅游活动的六个环节中,游览是唱主角的中心环节,食、住、行、购、娱一般都不是最终目的,而是由游览这个最终目的派生出来的。因此,游览是旅游活动中最基本、最主要的内容。作为旅游者游览的对象,旅游资源就成为发展旅游业的基础。

关于旅游资源的分类、开发、利用和保护等问题分别见第二、十、十一章。

旅游资源一般都具有自然形成的特点,并且随着社会物质文明与精神文明的发展而不断得到补充和发展。旅游资源具有文化属性,它能给人以知识的充实、美的享受和精神的满足,还能推动人与人之间的彼此了解和思想文化交流。旅游资源具有转变成物质财富的可能性,具有商品属性,因而被称作“旅游商品”。

(三)旅游服务体系——旅游媒介

旅游服务体系是指直接或间接为旅游业服务的企业和部门的总称。服务体系以发挥各种服务职能和提供各种服务为媒介,使旅游主体(旅游者)的旅游需求和旅游客体(旅游资源)的功能(开发为旅游商品)成为现实,从而达到旅游企业家的经营目的。

随着社会经济的发展,物质和文化生活水平的不断提高,旅游已成为日益广泛的群众性活动。据不完全统计,90年代以来每年有几十亿人次参与旅游活动,如果没有具有专门知识和技能的服务体系,很难适应这种日益扩大的大规模旅游活动的开展。

旅游服务体系由旅游公司、旅行社、宾馆饭店、交通运输、通讯、商业网点、游乐或娱乐场所等部门组成,主要为旅游者的食、宿、行、游、购、娱提供各种服务。

在旅游服务体系中居于中心地位的是旅游公司或旅行社,它们既是综合性服务体系,又是各部门利益的相应代表者,还承担着旅游主体与客体的履约义务。其基本职责是:(1)根据旅游行政管理部門的统一规定和安排,调查和掌握国内外旅游客源及整个旅游市场的动态,积极招徕游客,扩大客源;(2)规划与开发各种理想的旅游路线,为游客代办各种出入境等手续;(3)建立与国内外交通、食、宿等部门及与旅游业同行之间的密切联系,组织国内外游客在本国、本地区或赴海外某国、某地区进行旅游活动;(4)运用广泛的宣传和信息传播手段,为游客提供咨询服务;(5)为游客提供包括订票、交通、食宿安排、导游、购物、娱乐、通讯等在内的各种服务,确保旅游者安全、舒适,并获得理想收获。

(四)旅游管理体系

旅游管理体系是指国家从中央到地方各级政府对旅游业实行管理的机构或部门,一般包括两个相互联系而又相互区别的政治结构 and 经济结构。

政治结构是实现国家各级行政主管部门对旅游业进行日常领导、监督和必要支持的体制,故又称行政管理体制,主要通过方针、政策、法规等对旅游业实行宏观管理。

经济结构是运用经济规律(市场规律)对旅游业进行管理的体制,故又称经济管理体制,主要依据客观经济规律对旅游业进行管理。归根结底,经济管理体制反映的是旅游业上层建筑与经济基础之间、生产关系与生产力之间相互依存、相互制约和相互促进的关系。

世界上的旅游管理体制大致有三种模式:一是多数资本主义国家实行的以私有制为基础,以市场调节为主的旅游管理体制;二是部分国家实行的以国家所有制为基础,以统一计划为主导的管理体制;三是介于两者间的体制。

我国改革开放以来的旅游管理体制是“运用价值规律,坚持统一性与灵活性相结合”的体制。1981年国务院“关于旅游工作的决定”中,确定了“统一领导、分散经营”的原则。统一领导就是统一政策、统一法规、统一制度、统一纪律和统一协调;分散经营是在统一领导的前提下,分工负责、分级管理,充分发挥各有关地方、部门、单位的积极作用。1984年全国旅游工作会议上决定,在旅游业的开发建设中,实行“国家、地方、部门、集体和个人一起上”,“内资和外资一起上”的方针。

随着我国改革开放政策的不断深入,旅游管理体制改革的不断深化。行政管理体制以转换职能为主要改革目标,实行政企分开、简政放权,政府主管部门不再直接经营旅游企业。其主要职责是:(1)从实际出发,制定发展规划、资源开发、智力开发和人才培训方案;(2)制定旅游政策、法规和制度,并实施宏观指导和监督;(3)协调旅游业内部以及与其他有关部门的关系;(4)负责对国外的协调、合作,参加国际旅游组织和会议;(5)派出驻外机构。

经济管理体制以改革经营机制、提高旅游企业生机和活力为主要目标,调动国家、集体和个人等一切可以调动的积极因素,吸收外国企业及个人资金参与我国旅游开发,加快旅游业的开发建设。其主要职责是:(1)保证旅游企业的经营自主权,增强企业活力,提高管理水平和经营效能;(2)调动全体劳动者的积极性,发挥其智慧和创造才能,能动地进行旅游开发和建设;(3)在旅游市场竞争日益激烈的条件下,指导旅游企业不断创新和自我完善。

第二节 旅游地理学的形成与研究内容

一、旅游地理学的形成和发展

古代人们的地理知识大都来源于旅行。旅行在我国有着悠久的历史,历代帝王的巡狩、官场沉浮的宦游、文人墨客的漫游、和尚道士的云游以及民众的出游等等,都是古老的

旅游形式,留下了大量的游记、散文、专著及其他形式的记载,其中往往包含了旅游地理的知识。成书于战国时代的《山海经》被公认为我国最早的地理学著作,记载了中国的许多山川、风物和古迹;西汉司马迁的《史记》、东汉班固的《西域风土记》、唐代高僧玄奘的《大唐西域记》、北魏酈道元的《水经注》、宋代沈括的《梦溪笔谈》、明末徐弘祖的《徐霞客游记》等等名著,无不具有旅游地理的内容,说明旅游地理学很早就已在我国萌芽。至于我国独有的地方志,总数有上万种十万余卷,其中大部分都辟有专卷记述当地的山川风物、名胜古迹、民风民俗、节日喜庆等。可以毫不夸张地说,我国拥有世界上最丰富的古典旅游地理文库,它们是研究我国古代旅游活动和旅游地理、开发我国旅游资源、发展我国旅游业的珍贵资料。

但是,旅游地理学作为一门学科,其形成时间还不长。旅游地理学是随着旅游业的兴起和发展而形成和发展起来的。近代旅游业产生于19世纪末20世纪初,它的出现虽然引起了许多学者的注意,但多半是社会经济学家从经济学的发展角度来探索它。地理学家运用地理学观点和方法研究旅游业始于本世纪30年代,McCurry的《娱乐活动与土地利用关系》被认为是旅游地理学研究的首作。30~40年代,旅游地理的研究内容大致分为两个方面,一是旅游地和旅游形态的个别地区的研究,二是旅游地自然环境的研究,而以前者居多。

50~60年代,国际上对旅游地理学的认识存在着比较大的分歧,有的把它纳入经济地理学范畴,有的当作应用地理学的一部分,有的作为文化地理学的一个分支,还有的主张作为一门独立的学科。尽管对旅游地理学的学科属性有不同的理解,但这毕竟说明了人们对旅游地理学已经比较重视起来。

70年代以后,许多地理学家要求系统地研究旅游地理学的理论、方法,统一旅游地理学的术语,对旅游地类型进行分类和评价,编绘旅游地图等。旅游地理学的研究逐渐深入,发表的论著也大量增加。当代最具代表性的旅游学著作有《旅游地理学》(Robinson, 1976)、《观光地理学》(浅香幸雄,1974)、《地理与旅游研究》(Brouno, 1965)、《旅游地理》(Ambrozio, 1979)、《游憩与旅游地理》(Котляров, 1978)、《游憩地理学:区位与旅行的研究》(Stephenetal, 1983)、《旅游地理学:综述与展望》(Mitchell, 1985)。

我国系统地开展旅游地理学的研究始于70年代末期,经过近20年的发展,已取得很大的成绩,成为地理学的一个重要分支学科。研究的领域主要集中在旅游开发和规划、旅游地开发个案研究、旅游资源评价和旅游环境容量的理论研究等。

我国的旅游业是改革开放的直接产物,旅游地理学要更好地为发展旅游业服务,必须顺应时代潮流确定研究的主体方向。为此,在研究内容上,要从目前以资源、旅游开发研究为主,扩展到从相互联系的角度对资源、市场、环境的系统研究;在研究方法上,要坚持理论与实用研究相结合的宗旨;在研究方式上,应当提倡多学科交叉、融合,加强国际合作,有选择地引进国外研究成果。

二、旅游地理学的含义与特性

(一)旅游地理学的含义

旅游地理学是现代旅游业发展到一定阶段时,地理学与旅游学相互交叉、渗透的产

物。旅游学是以旅游业为研究对象的一门社会经济学分支,但它的研究要涉及到许多地理问题,其中包括自然地理学和人文地理学的基础知识和基本理论,故旅游学要以一定的地理学理论作为基础;而研究旅游中的地理问题又是地理学直接应用的重要方面,地理学理论知识的丰富,又有指导旅游的意义。前苏联著名地理学家阿布洛维奇在《旅游地理》中提出:“旅游现象是在各种自然地理和人文地理环境下发生的,它同地理学科有最直接的联系。所以就有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。”

由于世界各国的经济发展水平以及历史、文化背景的差异,加之学者们对旅游地理学的理解不尽一致,相应的研究范围有所不同,故对旅游地理学还有其他的称谓,如休闲与旅游地理学(Geography of Recreation and Tourism)、游憩地理学(Recreation Geography)、闲暇地理学(Leisure Geography)等;由于语言文字的关系,日本、韩国多称之为观光地理学。

80年代以来,我国学者对旅游地理学的研究不断深入,部分学者认为,“旅游地理就是研究旅游资源的分布规律、开发条件、利用价值,以及有关旅游区、点、线规划布局,与周围经济综合体的制约关系”等(北京第二外国语学院旅游系,《旅游地理讲义》,1983)。郭来喜(1985)则认为:“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学科。”

旅游实践活动使我们进一步认识到,旅游地理学不能仅仅局限于旅游资源及旅游区点的开发研究,还应研究旅游业其他构成要素所涉及的地理问题,如旅游者旅游动机以及流向的地理因素,再如旅游服务设施布局与地理环境的关系,等等。因此,不妨认为,旅游地理学是顺应旅游业发展,从旅游主体、客体和媒介等方面研究人类旅游活动所涉及的所有地理学问题以及旅游活动与地理环境相互关系的学科。

(二)旅游地理学的特性

旅游地理学以边缘性、综合性和实用性为主要特点。

旅游地理学是伴随着旅游业的兴起而产生、随着旅游业的发展而发展的,是长期以来旅游学与地理学相互交叉、渗透、融合的产物。它所研究的内容既不包括旅游学的全部,也不包括地理学的全部,只研究那些与旅游相关的各种地理问题,在学科性质上必然具有旅游与地理两种学科的边缘特性。

地理学本身已是一门综合性极强的学科,由于旅游业的综合性,使得旅游地理学更以综合性为显著特点。其综合性主要表现在研究范围的广泛性和涉科性。它除涉及地理学各分支学科的内容外,还涉及社会学、历史学、经济学、民族学、民俗学、宗教学、考古学、建筑学、园林学、环境学、心理学、美学、文学、艺术、医学等诸多学科的知识。旅游地理学的许多问题都必须从多种学科的角度进行综合研究,但也不可能研究上述各学科的全部,而只能是其中与旅游活动相关的地理因素。从这个意义上说,旅游地理学又是一门内容广泛的综合学科。

旅游地理学直接服务于旅游业,因而也是一门实用性很强的学科,具有强大的生命力(因旅游业是朝阳产业)。旅游地理学除其理论体系的研究外,特别注重实用性的研究,这一点在世界许多旅游发达国家尤为注意。旅游地理学研究的应用课题范围很广,如旅游资源的开发、旅游区、点、线的布局和规划,旅游环境和资源的保护,旅游服务体系及设施

的定位,旅游流的测定技术和预报技术等。

旅游地理学可以帮助旅游者选择旅游目的地,制定旅行计划,提高对旅游资源的鉴赏能力,激发旅游兴趣;旅游地理学还能够帮助人们合理开发利用旅游资源、掌握客流规律,有效地控制旅游业规模和进行合理布局,提高旅游业经济效益和社会效益。因此,旅游地理学知识应该是每个旅游从业者必不可少的职业素养,也是广大旅游者的良师益友。

三、旅游地理学的内容

关于旅游地理学的内容,有的学者比较重视旅游主体的研究(Pearce,1989),有的相对重视旅游客体的研究(郭来喜,1985)。旅游既然是在一定时间尺度上的空间行为,它所涉及的地理环境问题是多方面的。因此,旅游地理学就是运用地理学理论、方法和技术研究旅游主体、客体以及媒介所涉及的地理因素和地理环境,以及它们之间的关系。归纳起来,旅游地理学的主要研究内容如下。

(一)旅游者及其行为规律

主要研究激发旅游者旅游动机的产生与发展的地理因素,游客数量与流向的时空分布与发展预测,旅游者决策行为、空间行为以及行为规律等。旅游者行为规律研究的意义不仅在于揭示旅游行为本身,而且是旅游资源评价和开发、旅游服务设施选点和布局的依据。

(二)旅游资源及其开发

主要研究旅游资源分类、数量、规模、级别、质量、特点、成因、调查与评价,开发利用与保护,观赏、科学、历史和文化价值等。只有弄清了资源本底条件及其观赏、科学和历史文化价值,才能制订出全面、合乎实际的旅游发展规划,也才能客观地制订一个地区的旅游发展战略和目标。

旅游资源内在属性的定位、定性和定量分析是对旅游资源本质的高层次研究。所谓定位,指每一景观类型在景区内发生的环境位置,定性是对景观本质特性的鉴定,定量指景观组成物质的量变关系。只有把旅游资源的外部景观和内在本质结合起来,才能更深入地了解旅游资源的观赏价值、科学价值和文化价值,使游客的感受达到升华的境界。

(三)旅游环境及其保护

主要研究旅游环境在旅游业发展中的作用,旅游环境评价指标体系、环境演变的监测预报及其技术,旅游环境合理容量,旅游活动对环境影响的方式、渠道、后果,旅游环境保护的途径和措施等。

环境问题是当今世界三大问题之一。人类生存环境的保护,已经引起全世界广泛的关注。但是,发展旅游业和保护环境在目标方面存在着相互矛盾又相互依赖的关系。因为优美的环境是吸引游客的先决条件,但旅游业的发展或多或少的又对社会环境和生态环境带来负面影响,从而危害它自身赖以生存的基础。发展旅游业与保护环境之间这种既矛盾又依赖的关系,决定了旅游经济战略研究的两重性:既要向旅游要效益,又要保护旅游环境。为了使旅游开发保持稳定和可持续发展,对旅游环境保护的研究尤为重要。

(四)旅游地

主要研究旅游地的形成、性质、类型、特色、吸引游客范围、容量以及规划建设原则与

方法等。

旅游地泛指旅游景点或旅游景区所在的地域综合体,它是—定地理空间上的旅游资源与旅游基础设施、旅游专用设施及其他相关条件有机结合形成的旅游者滞留和活动的目的地,有的称之为旅游目的地或旅游胜地。

旅游地是一种具有特殊功能的社区,在空间上分为旅游活动区(旅游资源之所在)和接待区(旅游服务设施集中的场所)两部分。按照旅游业在旅游地经济结构中的地位,旅游地分为两种基本类型:一种是以旅游业为主要产业的旅游地,旅游活动区和接待区构成其土地利用的主体;另一种旅游地,旅游业只是其重要产业之一,而土地利用结构还反映这一社区的其他功能。

旅游地的研究对于划定其管理范围和保护带、综合协调旅游业内部各项事业以及旅游业与其他行业的关系、统筹安排各种公共设施和工程技术设施、提出有效地保护和科学地开发利用旅游资源的措施、进行总体布局、确定景区划分、合理地组织旅游交通等方面具有重要的指导意义。其目标是使其成为可充分满足旅游者需要,又带来经济、社会和环境生态效益的旅游胜地。

(五)旅游业

主要研究旅游业发展方向与发展战略、旅游业布局、旅游城市和游览区的规划、旅游业与其他有关部门的关系、旅游设施的定位、旅游线路设计、旅游业的经济、社会和生态环境效益等。

旅游业的发展,会改变原来经济综合体的布局和结构、组成和比例关系,同时还会对一个地区地理环境和社会文化诸方面带来相应的变化。因此,正确评价旅游业及其区域影响,对指导旅游业发展具有极其重要的意义。

(六)旅游交通

主要研究旅游交通在旅游业中的地位、作用,各种交通方式的可达性和各类交通工具的特性、功能、匹配关系及空间布局等。

交通运输是旅游流形成的纽带和媒介,是旅游业的基本要素之一,是人—景关系的直接联系渠道。没有旅游交通,现代大规模的旅游业就无法形成和发展。

(七)旅游地图

主要研究旅游地图的特点、内容、功能、分类、编制原则和技术方法以及旅游地图的使用等。

旅游地图是运用地图学的基本原理和方法编制的反映地理环境、景点分布、旅游服务设施、交通等旅游内容的专题性地图。它是旅游业、导游和旅游者不可缺少的工具。它的出现,更加沟通了人—景之间的联系,使游人能够便捷地实现游览活动,是选择最佳旅游线路、寻找最佳景物的向导,是自我导游的顾问,还可作为制定旅游规划的基础。

(八)旅游区划

首先研究旅游区划原则和区划指标,然后研究具体的区域区划,在区划的基础上进行分级、分类及区域间相互关系的研究。

旅游区划的根本目的是为了客观地了解各个旅游区的不同性质和特征,揭示旅游区的内在规律,查明其区域的基本优势以及区域间的联系与区别。为在大范围内形成合理的