



全国高等院校旅游专业规划教材

Lüyou  
Dilixue Gailun

旅游

地理学概论

王欣 吴殿廷 张祖群 等编著



旅游教育出版社

全国高等院校旅游专业规划教材

# 旅游地理学概论

王欣 吴殿廷 张祖群 等编著

北京·旅游教育出版社

责任编辑:刘彦会

图书在版编目(CIP)数据

旅游地理学概论 / 王欣等编著. —北京:旅游教育出版社, 2015. 2

全国高等院校旅游专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 3130 - 5

I. ①旅… II. ①王… 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(2015)第 032347 号

全国高等院校旅游专业规划教材  
旅游地理学概论

王欣 吴殿廷 张祖群 等编著

出版单位	旅游教育出版社
地址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京市泰桃印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开本	<del>787</del> 毫米× <del>960</del> 毫米 1/16
印张	23.75
字数	378千字
版次	<del>2015</del> 年3月第1版
印次	2015年5月第1次印刷
定价	38.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

# 序 言

地理学研究空间特征和差异,提供了认识世界的空间视角和思维。从旅游的定义开始,空间问题伴随着旅游活动和旅游现象的方方面面。空间(移动)既是旅游不可或缺的外部特征,又蕴含着旅游的内部本质。人们发现空间、认识空间、体验空间、依恋空间、改变空间。从现象到知识,到技术,到哲学等层面,空间为我们提供了了解旅游的一把钥匙。

从事旅游研究和旅游业经营管理工作的经验表明,地理、经济、管理等学科知识和方法为旅游提供了最为有效和常用的支撑。实际上,对旅游研究和实践工作起到某种支撑作用的至少还包括心理、艺术、教育、历史、生态、环境艺术,以及人类学、法学、社会学等方面的知识和方法。若以我国对学科门类的划分来看,理学、经济学、管理学、农学、工学、艺术学、历史学、哲学、法学、教育学、文学、医学、军事学等全部学科门类均与旅游有关联。例如,我们能够见到旅游经济学、旅游地理学、旅游哲学、旅游生态学、旅游管理、旅游规划、旅游市场营销、酒店设计等专业、教材或课程,会遇到历史文化旅游、农业旅游、工业旅游、旅游教育、旅游法、康疗旅游(医疗)、军事旅游等旅游现象。这也正是旅游被称之为跨学科的重要原因。

但是,在众多关联学科中,地理、经济、管理等学科与旅游研究和实践工作的关系更加密切,为认识旅游现象,以及分析、预测、管理和控制旅游活动提供了最为成熟和系统的知识与方法。特别重要的是,地理知识和方法提供了深入洞悉旅游活动的基本视角,同时也为从事旅游研究和实践工作提供了不可或缺的能力。

本教材为即将从事旅游业具体工作(包括旅行社、景区、旅游酒店、规划开发设计单位、旅游节事策划和公关公司、政府旅游局等)的旅游管理专业本科生系统地介绍和阐释前述的知识、方法、视角和能力。与国内大学中常见的《旅游地理学》教材不同的是,本教材会从宏观的层面展示旅游地理学研究的概貌,但并不深入探究学术前沿,不是供即将从事旅游学术研究的博士生和教师做科研参考。同时,本教材与一些《旅游地理》教材也有所不同,它不是一部为导游从业者准备的旅游地理知识读本。本教材是为毕业后直接投身具体旅游业岗位的本科生提供以下几方面的帮助:

第一,掌握从业所需的必要地理知识。一个地理盲要做好旅游工作几乎是不

可能的。对区域历史文化和自然环境差异的认识,对时差、交通条件和季节性问题的认知,对区位和旅游市场的整体判断等,均是从事旅游业工作的必要常识。

第二,掌握旅游现象中的地理规律以及地理学提供的分析旅游现象的方法。旅游资源的地理成因和分布,旅游市场的分布,旅游者活动的空间规律,旅游地分区、布局、环境容量,旅游地的生命周期,旅游活动对旅游地的影响,旅游开发与规划的技术方法,可持续发展理念等,均是做好旅游业工作,特别是走上管理岗位所可能用到的知识和方法。学习旅游地理,将使从业者的工作从经验感受尽快上升到理性认识,进而通过方法的武装提升工作效能和创造性。

第三,掌握从地理视角深入认识旅游现象的思维方法。地理学所秉持的综合和系统思维方法也将为深入分析旅游现象提供持久有效的帮助。对空间特征及其本质的深入思考,也将提供探究旅游活动本质的一种视角,进而引发我们去思考人们为什么旅游,旅游目的地对于人们究竟意味着什么,旅游对于人们的生活和生命本身的意义是什么。对空间的思考以及对空间的审美和体验还将为旅游从业者提供持久的工作乐趣和深层动力。

全书受北京第二外国语学院“2014年校级重点课程——旅游地理学”、“促进人才培养综合改革项目——促进旅游规划人才培养综合改革”、北京高等学校青年英才计划项目“文化创意产业与旅游业的融合发展模式研究”(编号:YETP1517)支持。另外,本书第十四章受国家哲学社会科学基金青年项目“我国文化创意旅游产业发展模式与对策研究”(编号:12CGL058)支持;本书第十八章受旅游业青年专家培养计划“北京市文化与旅游融合创新发展模式研究”(编号:TYEPT201401)、北京市社会科学基金项目“北京文化与旅游融合创新发展模式与战略研究”(批准号:14JDJGB014)支持。

本书由王欣、吴殿廷设计框架。吴殿廷、王永明编写了第十二、十三两章。张祖群编写了第十七章主体内容和第十八章第四节。杨文华编写了第十六章主体内容,参与编写了第十五章第三节。张立莉编写了第十六章部分内容和第三、四章部分内容。邹统钎编写了第十五章第二节。厉新建、宋昌耀编写了第十五章第一节。刘宵泉编写了第八章第四节。汤宇军编写了第十四章第一节。孙雪参与编写了第十五章第三节。胡晓晨参与编写了第三章第二节部分内容和第四章部分内容。李琦参与编写了第十八章第五节部分内容,其他内容由王欣编写。林越英、唐承财参与编写讨论。杨文华、张立莉、胡莹参与了全书校订、图文制作等相关工作。

# 目 录

第一章 绪 论 .....	1
第一节 旅游现象中的地理因素 .....	1
第二节 旅游职业中的地理知识 .....	5
第三节 本教材内容 .....	7
第四节 基本学习方法 .....	9
第二章 旅游活动的空间意义 .....	11
第一节 空间移动与旅游 .....	11
第二节 非惯常环境理论 .....	15
第三节 旅游活动中的空间价值 .....	20
第三章 旅游地理学的基础理论 .....	28
第一节 重要的地理学思想与理论 .....	28
第二节 旅游地理学的主要理论 .....	35
第四章 旅游资源的地理成因与分布 .....	54
第一节 多样化的旅游资源 .....	54
第二节 部分重要类型旅游资源的形成与分布 .....	57
第三节 旅游资源的空间分异 .....	81
第五章 旅游者的地理特征 .....	91
第一节 旅游者的地理特征对旅游行为的影响 .....	91
第二节 区域旅游市场特征与格局 .....	93
第六章 旅游者的空间移动 .....	98
第一节 空间移动强度与范围 .....	98
第二节 空间移动路径 .....	104

第三节 其他空间行为特征 .....	109
第四节 旅游流的空间扩散 .....	114
<b>第七章 旅游市场的空间结构 .....</b>	<b>118</b>
第一节 旅游市场圈层结构的形成 .....	118
第二节 旅游市场圈层结构的变化 .....	119
第三节 多种因素的综合作用 .....	123
第四节 到达目的地的市场层级结构 .....	123
<b>第八章 旅游目的地的空间特征 .....</b>	<b>128</b>
第一节 旅游目的地的空间层级与尺度 .....	128
第二节 旅游目的地空间结构 .....	130
第三节 形态各异的旅游功能空间 .....	136
第四节 旅游目的地的空间关系 .....	152
<b>第九章 旅游产业运行中的地理关联问题 .....</b>	<b>162</b>
第一节 旅游交通 .....	162
第二节 季节性问题 .....	167
第三节 旅游市场研究 .....	175
第四节 旅游开发选址与工程问题 .....	177
<b>第十章 旅游活动对区域的影响 .....</b>	<b>182</b>
第一节 旅游活动区域影响案例 .....	182
第二节 旅游活动对区域的经济影响 .....	185
第三节 旅游活动对区域的生态环境影响 .....	190
第四节 社会文化影响 .....	194
<b>第十一章 旅游空间分析与规划 .....</b>	<b>199</b>
第一节 旅游空间分析的内容 .....	199
第二节 空间分析方法与技术 .....	203
第三节 综合与可持续的旅游规划 .....	211
<b>第十二章 中国旅游区域地理概况 .....</b>	<b>215</b>
第一节 整体特征与旅游区划 .....	215

第二节 分区概况 .....	219
第十三章 世界旅游区域地理概况 .....	235
第一节 基本格局和区划 .....	235
第二节 分区概况 .....	237
第十四章 旅游目的地空间演变 .....	270
第一节 空间功能演变——798 艺术区与宋庄 .....	270
第二节 旅游功能空间拓展 .....	276
第十五章 旅游产业空间格局演变 .....	282
第一节 旅游业的跨国经营 .....	282
第二节 枢纽与目的地 .....	289
第三节 高速铁路网对区域旅游格局的影响 .....	295
第十六章 旅游综合体的发展 .....	314
第一节 旅游综合体的概念、特征及类型 .....	314
第二节 我国旅游综合体发展 .....	321
第三节 我国旅游综合体发展案例 .....	325
第十七章 旅游地产的发展 .....	330
第一节 旅游地产的概念和特征 .....	330
第二节 旅游地产的发展 .....	332
第三节 旅游地产的基本类型与开发模式 .....	335
第四节 北京旅游地产发展分析 .....	339
第十八章 文化精神与空间再造 .....	347
第一节 空间体验与营造 .....	347
第二节 创意空间 .....	349
第三节 空间景观与文化系统重构——凤凰古城观察 .....	352
第四节 商业化与文化困惑——丽江古城观察 .....	358
第五节 文化精神与时代现象 .....	365



# 第一章

## 绪论

### 第一节 旅游现象中的地理因素

#### 1. 多样的自然与文化魅力——了解旅游现象的一扇窗口

人们具备一定的条件后,旅游就成为一项十分普遍和重要的需求。中国改革开放以前,普通居民很少有旅游的机会和条件,旅游还是一件奢侈品。对于地方政府来说,旅游的意义在于外交和创汇事业,旅游与外事工作常常是合并管理的。20世纪80年代开始,人们随着收入的增长和思维的进步,开始一批一批地到达黄山、庐山、桂林和北戴河这样的地方,住招待所、照景区纪念相、买土特产是常见的活动内容。随后,人们开始走出国门,从新马泰到欧洲,再到世界各地。

经过短短的30多年,今天的中国人均收入虽然仍落后于发达国家,但已经成为全球最大的旅游目的地和客源市场之一,赴欧洲和北美多国的中国游客甚至成为当地人均消费最高的客源群体。中国旅游产业从小到大,不断创新,古镇旅游、主题公园、旅游演艺等热点不断涌现。人们一批批地到访和发现新的旅游目的地。当一些游客来到丽江古城或凤凰古城的时候,惊叹于它们的美丽。另一些游客则认为丽江古城和凤凰古城都过于商业化,许多人已经向束河古镇、芙蓉古镇、泸沽湖进发,一些引领时尚的游客开始向白沙古镇、普者黑古镇,甚至可可西里、羌塘草原、雅鲁藏布大峡谷进发。在北京等都市周边,兴起了连绵成片的度假村、景观农业、户外俱乐部、汽车营地和露营地。每逢周末和假日,北京郊外的一些山谷里停满了自驾游的汽车,夜间灯火辉煌,欢闹声响彻山谷;在山地和田野中间,自行车爱好者成群结队,蔚然成风。一些同一车型的私家车主组成了各种俱乐部,常常数十辆车连成一队,浩浩荡荡奔赴山地、草原,甚至远赴西部边疆。

以上这些现象都在很短的时间内在中国出现,成为现代中国最不能忽视的经济、文化和社会现象之一,也为旅游从业者提供了巨大的市场机会和职业舞台。生活水平提高伊始,人们将旅游作为主要的消费形式和生活方式之一,可见旅游对于人们生活的重要性。要认识旅游现象,做好旅游业相关工作,需要从了解人们为什

么旅游开始。关于旅游活动的原因或动机,最为直观的就是我们生活的世界所存在的多样的自然与文化魅力。认识这些自然与文化魅力,是了解旅游现象的第一扇窗口。

是什么吸引着游客?简单地说,至少包括美丽的景观、新奇的事物、宜人的环境,以及美好的生活体验机会。除此之外,还有教育、医疗、商务、研究、逃避等许多其他因素,但旅游资源本身的美好是最为直观和常态的一种因素。

所谓美丽的景观,著名的例子有“桂林山水甲天下”、“童话世界”九寨沟、大堡礁的海底世界、普罗旺斯的薰衣草花海,还有一些人文方面的景观,如香港维多利亚湾的夜景,以及小桥流水意境的水乡古镇和园林等。

所谓新奇的事物,在自然景观方面,有挪威的峡湾景观、东非大草原及野生动物、敦煌雅丹,以及以“天坑地缝”为代表的中国南方喀斯特地貌等,在文化方面,有以金字塔、吴哥寺、长城等为代表的人类历史上的“奇迹”,还有麦加朝圣、藏传佛教、泸沽湖走婚等独特的文化现象,以及迪拜塔、三峡大坝等“现代奇迹”,另外,还有奥运会、西班牙斗牛节、那达慕大会等节事活动。

所谓宜人的环境,包括在欧洲地中海沿岸兴起的热那亚、戛纳等滨海度假地、中国的“四大避暑圣地”、都市周边的乡村度假设施,还有依托温泉、森林、水域等环境兴起的度假设施或目的地。

所谓美好的生活体验机会,包括香港的“购物之都”体验,各地传统的狂欢节、啤酒节、音乐节的愉悦体验,滑雪、冲浪、登山越野等运动挑战,迪斯尼乐园等主题娱乐,法国葡萄酒庄园、江南水乡、湘西古镇的别样生活等,均给予人们更为美好、愉悦、丰富和深刻的生活体验。

这些美丽的景观、新奇的事物、宜人的环境,以及美好的生活体验机会并非随处都在,而仅存在于世界上特定的地方。它们与一般的地方不同,具有特殊的美学、科学、文化以及哲学等方面的价值,从而成为这个世界上的稀缺资源。资源的稀缺性决定了人们需要从惯常居住的地方前往所向往的地方,并为此支付旅游成本。资源的稀缺性和区域的差异性是一个问题的两个方面,要认识旅游首先需要了解区域的特征和区域间的差异。

## 2. 旅游现象中涉及的地理问题

在旅游者的一次具体的旅游活动过程中,通常会涉及以下一些地理问题。第一,旅游目的地的选择,人们要判断一个旅游目的地是否适合自己,是否能够满足自己的需要,这需要对旅游目的地的基本情况有一定的认识,包括旅游吸引物、设施和服务,以及公共服务与环境等方面的情况。同时,旅游者会结合旅游的成本做出选择,旅游的成本包括交通、食宿和游览等方面的经济成本,旅游者要了解旅游

目的地的淡旺季和价格差异。旅游成本也包括时间、心理等方面的成本。第二,旅游行程的准备,主要包括行程线路的规划、对气候的了解及相应准备、对地方文化禁忌等问题的了解。第三,在旅游行程中,有对旅游吸引物的欣赏和体验,对自然与文化的了解会增进体验的效果。旅游过程中,旅游者通过与目的地环境和人的交互,对目的地产生多方面的影响。第四,在旅行结束后,旅游者通过各种信息交流和反馈对其他旅游者和旅游目的地产生影响。

在旅游产业系统中,旅游景区、旅行社、酒店、车船、规划设计、餐饮、购物等企业以及地方行业管理等领域的从业者的工作中也涉及很多地理方面的问题,主要包括旅游市场研究与营销、旅游规划与设计、地方性工程问题、旅游交通组织、地方文化与环境保护等方面。

根据累帕(Leiper)<sup>①</sup>提出的旅游系统模型(见图1-1),旅游系统包括五方面的要素,其中游客为最基本的要素,其次是旅游客源地、交通通道和旅游目的地,另外还包括旅游产业要素(如旅行社、航空公司、交通部门、宾馆、餐厅、娱乐部门等一切为旅游者提供服务的相关机构)。累帕在对旅游进行定义时抓住旅游者空间移动这一显著特征,将旅游视为客源地与目的地及旅游通道相连的空间系统,提出了所有旅行活动都会涉及的地理因素。

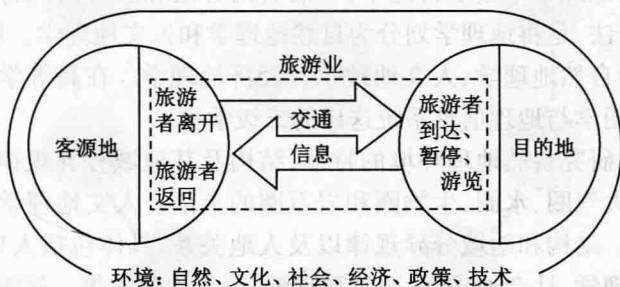


图1-1 累帕旅游系统模型示意图

### 3. 地理学对旅游工作的支撑作用

一方面,旅游现象涉及很多地理问题,展现出一些地理空间的特征和规律;另一方面,发展相对成熟的地理科学为认识和研究旅游现象提供了独特和有效的知识、方法和视角(见表1-1)。

<sup>①</sup> Leiper N. Tourism management[M]. Collingwood, VIC:TAPE Publication, 1995.

表 1-1 地理学科对旅游现象认识和研究的支撑关系

学科下划分(或二级学科)	地理学科在旅游现象认识和研究中的运用
自然地理学	自然类旅游资源调查、评价与开发,旅游资源区划,遗产旅游、生态旅游开发,旅游气候与季节性研究,景观设计,产品开发设计(露营地、高尔夫、海滨),地域工程地质问题,旅游影响(环境容量),旅游工程地质分析
人文地理学	旅游动机、文化类旅游资源调查、评价与开发,旅游资源区划,遗产旅游、文化旅游保护和开发,社区旅游建设与管理,旅游影响研究与应对,文化创意旅游开发
经济地理学	区域旅游产业组织、区域旅游开发与规划、旅游产品开发与生命周期、区域旅游市场研究、预测与营销、旅游交通组织
地图学与地理信息系统	旅游地图、旅游地理信息系统、智慧旅游

地理学是理学学科门类下的一级学科,发展历史悠久,已形成成熟、独立、系统的学科体系。在地理学一级学科之下,一般有两分法和三分法两种二级学科划分方式。所谓两分法,是将地理学划分为自然地理学和人文地理学。所谓三分法,是将地理学划分为自然地理学、人文地理学和经济地理学。在高等学校的学科体系中,还设置了地图学与地理信息系统这样的二级学科。

自然地理学研究自然地理环境的特征、结构及其地域分异规律。所谓自然地理环境,主要指大气圈、水圈、生物圈和岩石圈的上部。人文地理学研究各种人类活动的空间特征、结构和地域分异规律以及人地关系,具体包括人口地理学、聚落地理学、文化地理学、社会地理学、政治地理学、行为地理学等。旅游地理学作为一门学科通常被纳入人文地理学二级学科下。经济地理学研究经济活动的空间特征、结构及与地理环境的关系,包括通论经济地理和部门经济地理,如工业地理学、交通运输地理学、农业地理学、商业地理学等。

从国内外产业和学术发展的历史来看,地理学远较旅游学发展得成熟,建立了更加完备的研究范式、概念体系和方法体系,是对旅游现象研究支持和贡献最为显著的学科之一,同经济学、管理学等学科一道,为旅游学科的建立和发展提供了不可或缺的借鉴和帮助。

我国旅游产业实际发端于 20 世纪 80 年代(此前的国民旅游活动规模很小),旅游研究和学科建设也随着产业的兴起而建立和发展起来。而我国的地理学由于历史的原因,较经济学、管理学和人类学等学科发展得更早、更为成熟,因而对旅游研究的支撑作用更为突出。从研究者的背景来看,对我国旅游学科早期建立和发

展产生重大影响的一批学者均具有地理学科背景。一大批当代旅游研究的中坚力量代表也都具有地理学科背景。

由于旅游现象关联的领域广泛而复杂,又由于旅游研究广泛地受惠于地理、经济、管理等其他学科的支撑,因而旅游学科常被描述为跨学科或多学科体系。如图1-2所示,旅游学与地理学交叉领域成为旅游地理学,旅游学与经济学交叉领域成为旅游经济学。就目前各学科的发展现状而言,旅游学科的发展还很不完善,从概念、研究内容到研究方法等,均未能建立统一的诸如地理学、经济学一样的学科体系。在前述跨学科或多学科体系之中,如果去掉与关联学科的交叉部分,则旅游学科的“内核”还显得十分薄弱。但是,旅游现象涉及之广,现象之普遍和重要,均是毋庸置疑的,我们很难将旅游学科简单地纳入经济学,或者地理学或人类学之中。这也是旅游学的一个特殊而重要的特征。

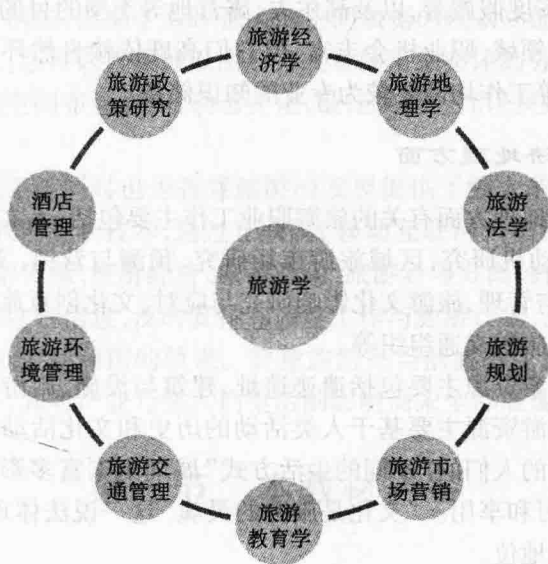


图1-2 旅游学的学科框架

## 第二节 旅游职业中的地理知识

### 1. 自然地理方面

在旅游职业中,与自然地理方面高度相关联的具体工作主要包括:自然类旅游资源的调查与研究、自然遗产旅游资源保护与开发、生态旅游开发与管理、旅游气

候与季节性问题研究与应对、生态景观设计、基于自然资源的旅游产品(露营地、高尔夫、滑雪、海滨)开发、旅游环境影响与容量控制等。

自然类旅游资源包括地文景观、水域风光、生物景观、天气与气候景观等多种类型,包括数十种具体类型。对自然类旅游资源的调查与研究需要具备广泛的地理学知识,涉及地貌、水文、气候、全球变化等具体专业,以及地质、生物、环境艺术等其他学科。

以自然遗产为核心的旅游资源开发是观光旅游业发展的重要基础。对此类资源的管理已有世界遗产、自然保护区、风景名胜区、森林公园、地质公园等体系。

生态旅游是当前得到认同的开发模式。季节性问题主要是指旅游业随季节变化而显著波动的现象。季节性问题是影响旅游业发展的普遍问题,对此没有完美解决方案,但是需要注意一些缓解问题的策略。

滑雪旅游、海滨度假旅游,以及高尔夫、露营地等类型的目的地或设施,是现代旅游业发展的热点领域,职业机会丰富,但它们高度依赖自然环境条件,从事规划设计、建设和经营等工作均需要较为专业的知识储备。

## 2. 人文和经济地理方面

与人文和经济地理方面有关的旅游职业工作主要包括:人文类旅游资源调查、评价与开发,旅游动机研究,区域旅游市场研究、预测与营销,文化旅游保护和开发,社区旅游建设与管理,旅游文化影响研究与应对,文化创意旅游开发,区域旅游开发与规划、管理,旅游交通组织等。

人文类型的旅游资源主要包括遗迹遗址、建筑与设施、旅游商品、人文活动等类型。各类人文旅游资源主要基于人类活动的历史和文化活动,又具有显著的地域特征。不同地方的人们的“不同的生活方式”展现出丰富多彩的人文魅力,吸引着人们去了解、学习和享用。“文化是旅游的灵魂”这一说法体现了文化在旅游吸引力构成中的重要地位。

对人文类旅游资源的管理有世界文化遗产、世界重要文化景观、国家历史文化名城(镇、街区)、重点文物保护单位等体系。

各地不同的经济条件、服务业发展基础、各种文化差异,如政治与政策、经济体系结构、汇率、宗教、文化禁忌、文化包容性与排他性等,均是旅游工作中需要研究的问题。

文化旅游是近年世界和中国旅游目的地开发的热点,新的产品、业态和发展模式不断涌现。古镇旅游、城市文化街区、文化创意旅游近年来发展迅速,也契合了现代人对文化精神产品的热切需求。

### 3. 旅游地理信息方面

旅游地理信息方面,主要有旅游地图(传统)制作和运用,旅游地理信息系统开发、管理和运用,以及智慧旅游的研发与运用等工作。

旅游地图是旅游目的地活动的导引,近年来也发展出一些新的形式,使其具有更加细分的服务内容和服务对象,或者具有更多的文化内容和艺术信息。

旅游地理信息系统是地理信息系统(geographic information system, GIS)在旅游领域的运用。它是以旅游地理信息数据库为基础,在计算机硬件、软件支持下,运用系统工程和信息科学的理论和方法,综合地、动态地获取、存储、管理、分析和应用旅游地理信息的多媒体信息系统。旅游地理信息系统利用地理信息系统强大的数据管理功能,能够高效地分析数据并输出直观的图形,为管理者和研究者的工作提供便利和支持。例如,借助于 GIS 强大的空间数据的检索功能,可以从系统中查出所需的属性信息,还可以直观地以图形方式看到信息实体的分布,为管理和决策者掌握旅游资源的空间布局、实时动态变化、最佳线径选择以及最佳景组合方案等提供科学的依据。

旅游地理信息系统同时也为智慧旅游的发展提供了强大的支持。智慧旅游,是利用云计算、物联网等新技术,通过互联网(移动互联网),借助便携的终端上网设备,主动感知旅游资源、旅游经济、旅游活动、旅游者等方面的信息,及时发布,让人们能够及时了解这些信息,及时安排和调整工作与旅游计划,从而达到对各类旅游信息的智能感知、方便利用的效果。智慧旅游是当前旅游业发展最具革命性意义的变化因素之一,其对产业乃至人们生活的影响尚未全部展现出来。

## 第三节 本教材内容

### 1. 旅游地理学的研究内容

#### (1) 范畴

旅游地理学,顾名思义是研究旅游活动或现象中的地理特征、规律和问题的一门学科。

我国旅游地理学开创者之一的郭来喜(1985)将旅游地理学定义为: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。刘振礼(1996)提出:旅游地理学是研究人类的旅游活动与地理环境、社会经济发展相互关系的新兴学科。

在我国,从 20 世纪 80 年代初到 21 世纪 10 年代,旅游活动的动机、模式、产品

形态、产业规模、结构和影响等均发生了巨大的变化,旅游活动或现象中的地理问题也发生了新的变化。旅游地理学的范畴和研究内容也在不断发生变化。关注重点从早期的资源开发和产业发展,不断向业态创新、目的地管理、文化保护与发展、智慧旅游、利益协调和伦理问题等领域延展。

在国际上,由于对旅游活动的认识差异和学术体系的不同,旅游地理学的范畴和研究内容也存在一些差异。例如,有“旅游地理学”(geography of tourism)、“旅游与休闲地理学”(geography of tourism and leisure)、“游憩地理学”(geography of recreation)和“闲暇(休闲)地理学”(geography of leisure)等称谓,日韩等地还有“观光地理学”概念。目前,国际上尚无对旅游地理学称谓、范畴和研究内容的一致公认的看法。

## (2) 研究内容

关于旅游地理学的研究内容,一些学者提出了自己的看法。

保继刚和楚义芳编著的《旅游地理学》(1999年,2012年第三版)是国内目前使用最为广泛的旅游地理学教材。该教材提出旅游地理学的研究内容主要包括:旅游者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。近年来我国引进的一些原版教材和翻译教材分别提出了不同的研究内容。

需要特别说明的是,“旅游地理学”与“旅游地理”在学界的一般认识中是完全不同的概念。“旅游地理学”是一门学科,是对旅游活动或现象中的地理特征、规律和问题的专门研究;“旅游地理”是一类知识,是对旅游活动的区域特征或对某个区域的旅游现象的具体认识。

从教材的适应对象或者说教学的目的来看,“旅游地理学”适合于从事旅游学或地理学专业的偏于学术研究方向的学生(如研究生)来学习,通过学习了解旅游地理学研究的概貌和前沿。“旅游地理”既适合于从事导游业务的学生作为业务知识学习,也适合于其他旅游行业从业者作为基础知识来学习。对于很多旅游管理专业的普通本科生而言,培养和学习的目标应当是为即将进入旅游行业准备必要的知识、方法和思维方式,一般“旅游地理学”教材会显得理论内容过多过深,而一般“旅游地理”教材又缺失了基本理论的介绍。本教材力图兼顾“学”与“识”,编写的目标是为这类普通的旅游管理专业本科生准备一部从业所需基本理论、知识和方法的教材,使学生通过学习达到前述的三个目的:掌握从业所需的必要地理知识,掌握旅游现象中的地理规律以及地理学提供的分析旅游现象的方法,掌握从地理视角深入认识旅游现象的思维方法。



## 2. 本教材基本内容

本教材大体分为三大部分。

前三章为第一部分或者称总论部分。第一章从旅游与地理的关系引入,介绍旅游与地理的关系及学习和认识旅游地理的方法。第二章介绍旅游活动的空间意义。空间活动既是旅游的核心特征,也承载了重要的意义和价值。非惯常环境的理论是基于空间变换的认识旅游的独特视角。第三章讲述旅游地理学的基础理论,包括地理学的一般思想、理论以及旅游地理学的具体理论。

第二部分包括第四章到第十三章。从第四章到第九章分别从旅游活动的各个方面讲述旅游活动中的地理问题、现象和规律。第四章介绍旅游资源的地理成因与分布。第五章、第六章介绍旅游者的地理特征和空间活动规律。第七章介绍旅游市场的空间特征。第八章介绍旅游目的地的空间特征。第九章则从整体上介绍旅游产业运行中的重要地理问题。第十章和第十一章分别从旅游活动对空间的影响及其应对两个方面介绍旅游影响与旅游规划。第十二章和第十三章全景介绍中国旅游地理概况和世界旅游地理概况。

第三部分从第十四章到第十八章,是本教材的“高级课程”部分。这一部分以案例分析为主体,主要介绍与空间相关联的旅游业新问题、新观察和新思考。第十四章讲述旅游空间的发展变化问题。第十五章介绍当代中国和世界旅游发展格局的一些重要变化。第十六章和十七章分别就旅游综合体和旅游地产两个影响较大的具体事务进行介绍和分析。第十八章从文化精神与空间再造的视角介绍旅游世界中最新的现象与相关思考。

按照以上几个部分的划分,讲授和学习者也可根据实际需要安排学习内容。总体而言,本教材是专门为一般普通高校旅游管理类专业的本科生编写的适用教材。他们中的大部分学生将在本科毕业后直接投身旅游职业,并将通过数年或十多年的努力走上中层管理岗位。对于某些重点院校的本科生,他们中的大部分将继续深造并接触研究工作,本教材将引导他们自学更多研究成果,思考现实问题。

## 第四节 基本学习方法

### 1. 系统的分析和思维方法

系统的认识问题、分析问题和解决问题是地理学的基本方法,也是学习旅游地理学应掌握的基本方法。在本课程的学习过程中,学习者将接触到十分广泛的内容和信息,既要求对广泛知识面的积累,又要求掌握从海量信息中寻找关系、层次