



21世纪高等院校旅游管理专业联编教材

旅游地理学

- 主 编 郑冬子
- 副主编 蒋梅鑫 廖伟迅 梁锦梅



华南理工大学出版社



中国地理学会地理学专业委员会
中国地理学会旅游地理学专业委员会

旅游地理学

主编 李 旭

副主编 王德海 魏小铁 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元

编委 王德海 魏小铁 李天元 李天元



21世纪高等院校旅游管理专业联编教材

旅游地理学

Lüyou Dilixue

主 编 郑冬子
副主编 蒋梅鑫 廖伟迅 梁锦梅

华南理工大学出版社

·广州·

内 容 简 介

本书是在总结以往教材特点、面向 21 世纪旅游业发展,并大量吸收国内外资料的基础上编写而成的。书中以旅游活动与地理环境的关系为主线,建立了新的理论和知识体系,形成了一套关于旅游现象的具有新意的解释逻辑。

本书主要讨论和介绍了旅游地理学的基本理论和方法问题、旅游现象与地理环境的关系、旅游活动的时空特征、旅游环境与生态、旅游文化地理、旅游景观与审美、旅游资源、旅游区划与规划、旅游产业系统与区域发展、旅游可持续发展、旅游国际市场变化等方面的理论与实践问题。

本书适合高等院校地理专业、旅游管理专业、旅游规划专业及其他相关专业的学生、研究者和管理者阅读。

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游地理学/郑冬子主编. —广州:华南理工大学出版社, 2005. 8
(21 世纪高等院校旅游管理专业联编教材)
ISBN 7-5623-2208-2

I. 旅… II. 郑… III. 旅游地理学-高等学校-教材 IV. F591

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 028783 号

总发行: 华南理工大学出版社 (广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

发行部电话: 020-87113487 87111048 (传真)

E-mail: scut202@scut.edu.cn http: //www. [scutpress.com.cn](http://www.scutpress.com.cn)

责任编辑: 黄丹丹

印刷者: 广东省阳江市教育印务公司

开本: 787×960 1/16 印张: 17.5 字数: 388 千

版次: 2005 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

印数: 1~3 000 册

定 价: 28.00 元

版权所有 盗版必究

“21 世纪高等院校旅游管理专业联编教材” 编委会

- 顾问** 魏小安 (研究员, 原国家旅游局规划发展与财务司司长)
- 主任** 徐印州 (教授, 中国商业经济学会副会长, 广东商业经济学会会长, 教育部工商管理学科专业教学指导委员会委员)
- 副主任** 张永安 (教授, 博士生导师, 广东商业经济学会副会长)
康耀红 (博士, 教授)
余国扬 (教授)
- 主编** 张伟强
- 副主编** 肖 星 田 勇
- 编委** (按姓氏笔画排序)
- | | |
|----------------|----------------|
| 马 莹 (海南大学) | 甘巧林 (华南师范大学) |
| 田 勇 (江西师范大学) | 冯淑华 (江西师范大学) |
| 庄伟光 (广东省社会科学院) | 许秋红 (广东技术师范学院) |
| 纪俊超 (海南大学) | 李琼英 (华南师范大学) |
| 肖 星 (广州大学) | 陈 鸣 (广东技术师范学院) |
| 陈文君 (广州大学) | 张玉明 (广东商学院) |
| 张伟强 (广东商学院) | 胡 林 (广东商学院) |
| 黄培伦 (华南理工大学) | 董林峰 (海南大学) |
| 傅云新 (暨南大学) | 蔡茂生 (广东技术师范学院) |

总 序

20世纪70年代以来,随着全球经济社会以及高新技术的发展,旅游业迅速成长为一个充满活力和生机的新兴产业,为当今世界最大的朝阳产业之一。中国旅游业经历了一个从无到有、从小到大的历史发展过程。从严格意义上来说,中国旅游业的蓬勃发展并形成产业是近20年的事情。改革开放以来,中国旅游业的发展取得了举世瞩目的成就,中国已成为一个旅游大国,中国旅游业已名列世界前茅。根据世界旅游组织的预测,21世纪中国将成为世界重要的旅游目的地。中国已经形成了一个结构比较完善、品质比较高端并积累了一定经验的旅游产业基础,与此同时,中国的旅游教育事业得到了空前发展,据不完全统计,到目前为止已经有近200所院校设有旅游管理或相关专业。

然而,我国旅游业与发达国家和地区的旅游业相比还存在着较大差距。第一,我国住宿业、旅行社业、景区景点的发育程度都不是很成熟,而目前国外的饭店业、旅行社业、景区景点已经走上由单体向部门的融合又从部门融合发展到跨行业、跨地区的融合,形成了集团化、网络化、国际化、品牌化的跨国集团。第二,我国旅游业对当代科技手段的运用还远远落后于发达国家。目前发达国家旅游者三分之二的人已经实现了网上旅游,而我国还没有非常完备的网上旅游全程服务的企业,即使有些企业有,规模也很有限。第三,我国旅游业的发展环境,如景区景点的道路、标识,旅游咨询服务的网络建设等,还有很多不足之处。第四,我国在旅游管理专业人才的培养上也有待加强。长期以来我国旅游理论研究滞后于旅游实践,在高校旅游管理专业的教材建设上,表现出“引多创少”、“北强南弱”的现象。为适应21世纪旅游教育事业实践的需要和发展,丰富和加强旅游学科的建设,华南理工大学出版社组织了全国近20所高等院校的一批年富力强、富有创造力和实践经验的旅游管理专业中青年骨干教师、专家、教授编写了这套“21世纪高等院校旅游管理专业联编教材”。

本套教材立足于博采众长、兼收并蓄、综合提高的总体原则,体现传统

与现代、理论与实践的结合，注重实用，突出实操与案例，并重视与国际接轨，形成了明显特色：（1）系统性强，本系列教材涵盖旅游管理专业的所有基础学科及新兴相关学科，每种教材自成体系的同时也兼顾到教材之间的横向联系；（2）严格根据教学计划、教学大纲的要求，编创结合，既保留经典的内容，更把原创的研究成果、新观点融入其中；（3）注重教材内容的区域特色与国际研究前沿的结合、中外案例的结合、成功与失败案例的结合，拓宽视野；（4）适应信息化教学的需求。根据教材的内容及该课程的教学特点有选择地配有专门开发的多媒体课件（软件），包括教学计划、教学大纲、教学内容、图表图片、电子地图等模块。课件界面友好，具有较强的二次开发功能，与常用的 Powerpoint 软件使用方法相同，教师可以根据具体教学情况适当增加、删减有关内容，使得教学实践活动更加生动与丰富多彩。

本套教材适合于各类高等院校的旅游管理专业本科生、专科生及相关专业学生作为教材，也可以作为从事旅游研究、旅游管理等有关人员提高研究和管理水平的参考书。

张伟强

2004年12月



前 言

《旅游地理学》是人文地理学新兴的一门分支学科，是地理专业、旅游管理专业、旅游规划专业以及相关的人文社会科学高等教育的必修或选修课程。

本书根据21世纪高等教育旅游专业和相关专业人才的培养特点和要求，针对旅游地理学的基本科学原理和实践，深入浅出地介绍了旅游地理学的基本知识、原理和方法，从本学科发展的新的角度构建了一个旅游地理知识的逻辑体系，讨论了新的学科问题。这个特点符合我国旅游事业和旅游科学发展的实际要求。近20年来，旅游事业在我国发展迅速，旅游空间不断地扩大，旅游资源不断地丰富，旅游市场、旅游经济、旅游者的旅游方式等都在发生新的变化。进入21世纪，旅游产业受到社会更大的关注，科学地认识旅游现象，科学地规划和设计旅游资源与旅游产业等实质性工作对旅游地理学提出了更高的要求。在科学意义上对旅游业发展和旅游行为的时间空间现象进行理论总结，是旅游地理学的新任务。

旅游地理学研究旅游现象与地理环境的关系。这个关系是人文地理学研究的人地关系的一个重要的组成部分和特殊表现，是影响旅游地理学理论和知识体系框架的基本关系。由于旅游地理学是一门新兴学科，其理论体系尚不完善，也不十分确定，因此不同的教材和不同的学者对此有不同的表述和不同的理解。但旅游现象与地理环境的关系对旅游地理学的基本意义是不会改变的。正是基于这一点，本教材十分明确地突出了旅游现象与地理环境的关系在本学科框架中的地位，从而形成了教材的一个特点。

对旅游现象与地理环境的关系的解释是本教材的重要出发点。这个出发点直接关系着整个理论框架和逻辑关系。旅游现象与地理环境的关系有三个层面，即旅游者与地理环境的关系、旅游资源与地理环境的关系和旅游产业与地理环境的关系。地理环境是旅游现象发生的基础，而社会经济是旅游现象发生的活跃的制约因素。在此基础上，形成了教材的理论的、知识的和解释的框架。这会使学习者始终有个清晰的阅读线索和理解的途径，使思维总



是围绕着学科的基本关系展开，以便整体把握知识结构。

本教材还突出了旅游现象的社会文化性质，反映了旅游地理学中人地关系的特殊性。对人的讨论主要反映在第二章旅游活动的时空特征、第四章旅游文化地理、第五章旅游景观与审美、第八章旅游产业系统与区域发展和第十章国际旅游中的客源市场变化等部分中。这些讨论充分展示了旅游文化的丰富的社会经济内涵。事实上，教材从绪论开始到结束通篇贯穿着旅游活动的人文本色，涉及理论与实践、环境与旅游活动的各方面关系、旅游活动的特殊文化现象等。

各章分别从不同的角度和领域讨论了旅游活动的概念、原理与方法。如在绪论中归纳了旅游地理学中的一些基本理论问题，对学科的内在逻辑等进行了解释。第一章则明确提出旅游与地理环境这个学科的基本课题及基本的理论关系。第二章和第三章，则在第一章提出的基本关系的概念下，根据旅游活动的现象和性质讨论有关的原理。第四章介绍和讨论了旅游系统中，社会经济和历史等综合文化因素与地理环境相互影响下形成的旅游文化地理现象。第五章介绍并分析了旅游景观类型的审美特征和结构，突出了旅游地理学中的主观与客观的审美统一原理。第六至九章讨论旅游活动和旅游产业的科学发展观，包括旅游区划与规划、旅游产业的区域发展及其可持续性。第十章为教材提供一个开阔的理论与实践的视野，深刻分析了国际客源市场的形成与发展等问题，讨论了日本这个重要的客源国对中国的意义。

教材在理论和知识的建构中形成了旅游地理学的环境观、资源观、区域观、文化观和审美观等，可以概括为旅游地理学特殊的自然观、人文观和发展观。

教材广泛吸收了前人的研究成果和以往教材的优点，同时也形成了新的特色。在旅游地理学的知识系统和逻辑建构、基本原理和学科观念等方面具有新意。同时提出了一些重要的理论和实践方面的问题。对提高大学生自学和独立思考能力，并直接面对学科发展的未来，关注学科的根本性问题方面具有实质性意义。

教材使用了大量的图表，充分运用了统计分析方法，直观、生动而又形象地解释和说明了各种各样的学术问题和理论知识，不仅给学习者提供了极大的方便，而且使他们对定性与定量的研究方法及其相互关系加深了认识。

教材知识面宽，基础理论坚实。在纵向的旅游活动与地理环境的关系原理的结构上，形成各章递进的、多层次和多领域的学科大框架，较为合理地



解决了教材在知识的广度和理论的深度之间的相互关系问题。

每章都在开头作了学习要点的提示，结尾也安排有小结、课堂讨论题和复习思考题，有利于学习者把握基本理论知识和形成创新性思考。

这里需要特别提出的是，我们有幸邀请到日本学者、博士德村志成教授加入本书的编写工作。目前他是北京交通大学等多所中国高校的客座教授。作为著名学者，他谦逊热情，思维敏捷，观点新颖。他将自己的最新研究成果付诸本书，着重讲述了日本国际客源市场变化及其对中国旅游业的意义，具有很高的学术价值。

在本书的编辑和组稿过程中，始终得到华南理工大学出版社的积极协助和精心安排，特别是出版社的罗月花和王磊等同志在编纂的组织工作中发挥了十分重要的作用。

教材中的资料、信息和观点必定受到作者学识所限，问题和不足在所难免。殷切希望广大读者提出批评和建议，在此深表谢意！

本书撰写成员及分工如下：

主 编 郑冬子

副主编 蒋梅鑫 廖伟迅 梁锦梅

绪 论 郑冬子（海南大学）

第1章 王 红（海南大学）

第2章 蒋梅鑫 蔡燕华（江西师范大学）

第3章 钟业喜 刘运伟（江西师范大学）

第4章 郑冬子（海南大学）

第5章 梁锦梅（嘉应学院）

第6章 廖伟迅（韶关学院）

第7章 李洁琼（海南大学）

第8章 王发兴（韶关学院）

第9章 李 兵（韶关学院）

第10章 德村志成 [日]（北京交通大学）

主 编

2005年2月10日



目 录

0 绪 论	(1)
0.1 旅游地理学的基本问题	(1)
0.1.1 旅游与地理	(1)
0.1.2 旅游地理的空间认知	(2)
0.1.3 旅游地理学的基本问题	(3)
0.2 旅游地理学的研究对象与研究内容	(4)
0.2.1 旅游地理的现象和旅游地理学的概念	(4)
0.2.2 旅游地理学的研究内容	(5)
0.3 旅游地理学与相邻学科的关系	(7)
0.3.1 地理科学是旅游地理学的基础	(7)
0.3.2 社会科学为旅游地理学提供了广泛的知识来源	(7)
0.3.3 旅游学对旅游地理学具有特殊意义	(7)
0.3.4 现代科学技术手段是旅游地理学的技术基础	(8)
0.4 旅游地理学的发展	(8)
0.4.1 古代旅游思想	(8)
0.4.2 近现代旅游地理学的发展	(10)
1 旅游与地理环境	(13)
1.1 人类的旅游活动	(13)
1.1.1 旅游与旅游活动	(13)
1.1.2 旅游活动的历史	(14)
1.1.3 旅游活动的类型	(15)
1.1.4 旅游活动的性质	(16)
1.1.5 旅游活动的特征	(17)
1.2 旅游活动与地理环境	(18)
1.2.1 地理环境概述	(18)
1.2.2 旅游活动与地理环境之间的关系	(19)



1.2.3 旅游活动与地理环境之间矛盾的分析	(27)
1.3 地理环境与旅游资源	(29)
1.3.1 旅游资源概述	(29)
1.3.2 地理环境与旅游资源的形成	(32)
1.3.3 地理环境与旅游资源的关系	(35)
2 旅游活动的时空特征	(39)
2.1 旅游者与旅游行为	(39)
2.1.1 旅游者	(39)
2.1.2 旅游行为	(41)
2.2 影响旅游行为的基本因素	(44)
2.2.1 收入水平	(44)
2.2.2 闲暇时间	(45)
2.2.3 感知环境	(45)
2.2.4 最大效益原则	(45)
2.2.5 旅游偏好	(47)
2.3 旅游需求	(48)
2.3.1 旅游需求的概述	(48)
2.3.2 旅游需求的产生	(49)
2.3.3 旅游需求的特征	(52)
2.4 旅游活动的特征	(53)
2.4.1 旅游活动的含义	(53)
2.4.2 旅游活动的特征	(54)
3 旅游环境与生态	(58)
3.1 旅游环境类型及其生态特征	(58)
3.1.1 旅游环境的类型	(58)
3.1.2 旅游环境的生态特征	(60)
3.2 旅游环境容量	(61)
3.2.1 旅游环境容量的概念体系	(61)
3.2.2 旅游环境容量的基本特征	(62)
3.2.3 旅游环境容量的量测	(63)
3.3 旅游活动与旅游环境容量的关系	(74)



3.3.1	旅游活动对环境的影响	(74)
3.3.2	旅游环境容量超载及其影响	(75)
3.3.3	旅游环境容量的合理规划和利用	(77)
4	旅游文化地理	(80)
4.1	旅游文化的概念	(80)
4.1.1	文化的概念	(80)
4.1.2	旅游文化	(84)
4.2	旅游文化的地域类型	(87)
4.2.1	旅游文化区	(87)
4.2.2	旅游文化地域类型	(89)
4.3	中国旅游文化地域类型分析	(93)
4.3.1	中国旅游文化地域类型的形成	(93)
4.3.2	中国旅游文化地域类型的初步划分	(94)
5	旅游景观与审美	(96)
5.1	旅游景观的形成	(96)
5.1.1	旅游景观的概念由来	(96)
5.1.2	旅游景观形成的特点	(97)
5.1.3	自然旅游景观的形成	(97)
5.1.4	人文景观的形成	(101)
5.2	旅游景观的分类系统	(103)
5.3	旅游景观审美	(105)
5.3.1	旅游景观审美概念	(105)
5.3.2	旅游景观的观赏方法	(108)
5.3.3	景观观赏的分类	(108)
5.4	中国的旅游景观	(109)
5.4.1	山地自然景观	(109)
5.4.2	水域景观	(114)
5.4.3	人文景观	(116)
6	旅游资源结构与评价	(121)
6.1	旅游资源分类	(121)




6.1.1	按旅游资源本身的属性分类	(121)
6.1.2	按旅游资源特征与旅游活动体验分类	(122)
6.1.3	按旅游目的对旅游资源分类	(123)
6.1.4	按旅游资源属性决定的开发利用方式分类	(124)
6.1.5	其他分类方法	(124)
6.2	旅游资源结构的地域组合	(125)
6.3	旅游资源评价	(126)
6.3.1	旅游资源评价的目的与原则	(126)
6.3.2	旅游资源评价的内容	(128)
6.3.3	旅游资源评价的方法	(130)
6.4	中国旅游资源概要	(136)
6.4.1	中国旅游资源形成的大环境	(136)
6.4.2	中国旅游资源的总体特征	(142)
7	旅游区划与旅游规划	(145)
7.1	旅游区划的目的、原则与方法	(145)
7.1.1	旅游区的概念与特点	(145)
7.1.2	旅游区划的目的	(146)
7.1.3	旅游区划的原则	(146)
7.1.4	旅游区划的方法	(147)
7.2	中国旅游地理区划方案与等级	(149)
7.2.1	中国旅游区划概况	(149)
7.2.2	中国旅游地理区划方案	(149)
7.3	旅游区划与旅游规划的关系	(155)
7.3.1	旅游规划概述	(155)
7.3.2	旅游规划研究的发展	(156)
7.3.3	旅游区划与旅游规划的关系	(158)
7.4	旅游规划的内容与组成要素	(159)
7.4.1	旅游规划的内容	(159)
7.4.2	旅游规划的组成要素	(163)
7.5	区域旅游、旅游地与旅游线路的规划与设计	(165)
7.5.1	区域旅游规划	(165)



7.5.2 旅游地规划	(170)
7.5.3 旅游线路设计	(177)
8 旅游产业系统与区域发展	(182)
8.1 旅游产业定位和产业系统	(182)
8.1.1 旅游产业定义	(182)
8.1.2 旅游产业属性	(183)
8.1.3 旅游产业特征	(184)
8.1.4 旅游产业系统	(188)
8.2 世界旅游产业发展现状与趋势	(194)
8.2.1 世界旅游产业发展现状	(194)
8.2.2 世界旅游产业发展趋势	(201)
8.3 中国旅游产业发展现状与对策	(203)
8.3.1 中国旅游产业发展现状及存在的问题	(204)
8.3.2 中国旅游产业发展的基本对策	(213)
9 旅游可持续发展	(221)
9.1 旅游可持续发展的内涵	(221)
9.1.1 可持续发展的基本理论	(221)
9.1.2 旅游可持续发展的基本内涵	(224)
9.1.3 旅游可持续发展的重要意义	(226)
9.2 旅游可持续发展的理论体系	(228)
9.2.1 实现旅游可持续发展的目标与原则	(229)
9.2.2 旅游可持续发展的研究体系	(229)
9.2.3 旅游可持续发展的实现途径	(232)
9.3 中国旅游可持续发展的战略	(233)
9.3.1 我国旅游可持续发展的战略目标	(233)
9.3.2 我国旅游可持续发展的战略重点	(234)
9.3.3 我国旅游可持续发展的战略原则和框架	(235)
9.3.4 我国实施旅游可持续发展的战略措施	(235)
10 国际旅游中的客源市场变化	(241)
10.1 旅游与旅游市场的形成	(242)



10.1.1 旅游与旅游动机	(242)
10.1.2 旅游市场	(242)
10.2 日本国际客源市场的发展过程及特征	(243)
10.2.1 发展过程	(243)
10.2.2 国际旅游发展的特征	(244)
10.3 日本国际客源市场对中国的重要性	(253)
10.3.1 日本旅游者的重要性	(253)
10.3.2 访中占有率变化之意义	(255)
参考文献	(260)





0 绪 论

□学习要点

- 了解旅游地理学的几个基本问题；
- 掌握旅游地理学的学科性质、研究内容、与相邻学科的关系；
- 了解学科简史，掌握现代旅游地理学的发展特征；
- 通过绪论的学习，初步建立旅游地理学的学科观念，学会运用旅游地理学的基本方法解决有关的理论与实际问题。

0.1 旅游地理学的基本问题

0.1.1 旅游与地理

旅游地理学是旅游学科的一个应用基础学科，提供相关的基本知识、基本法则，是从事旅游学研究和旅游产业实践的人员所必须具备的专业素质和知识预备。

旅游，关乎地理，地理则阐明旅游。这是两者间的一种普遍联系。旅游，游于各地之间，这便产生了旅游中的地理问题。凡是冠名以“旅游”的学科和专业，都不能脱离地理知识，并要遵守地理法则。旅游知识及旅游法则与地理知识及地理法则统一于一体。旅游地理学便是探讨这类知识和法则的学科。

在地理的范畴中，描述事物的属性和过程要遵守空间差异法则，这是根本的要求。因此，旅游现象及其运动特征应该由区域变化给出解释，并导出所谓区域属性。旅游行为通过五官感觉和精神活动，体验和展示无限丰富的地理差异所包含的审美。旅游是一种高尚的物质和精神活动。旅游活动和旅游文化体现着人类与自然的和谐的精神，而旅游地理则展示着文化和自然的多样性，并给人们提供理解多样性的基本逻辑和解释框架。

旅游涉及广泛的知识领域，包括自然、民族、历史、文化、艺术、宗教、伦理等多方面知识，但在地域空间上却是综合的。这里的一切知识都是被综合在地理上的，地理的综合是旅游的法则。

在这些不同的知识领域中，自然方面的知识占据基础的地位。这里的自然领域，主要是指地表自然地理环境，包括地质地貌、土壤、地表水、动植物、大气等，对人类历史、民族文化、艺术、宗教等因素的特征和形态有直接的、长期的影响和作用，从而在