

· 高等学校教材 · 成人自学用书 · 旅游职工读物



旅游地理学

雷明德 主编

西北大学出版社

旅游地理学

雷明德

主编

雷明德 王清廉 王钟印

王凌云 齐玉玮 刘振礼 编写

许惠芳 余国扬 周进步

D53/07

~~D535/34~~

西北大学出版社

1988.6

1176470

旅 游 地 理 学

雷明德 主编

*

西北大学出版社出版发行

(西安市太白路)

新华书店经销 西安电子科技大学印刷厂印刷

*

787×1092 1/16 开本 印张 15.75 字数 383 千字

1988 年 6 月第 1 版 1989 年 5 月第 2 次印刷

印数: 4001—11,000

ISBN 7—5604—0039-6/K·15 定价: 4.00 元

说 明

本书由西北大学、天津师范大学、河北师范大学、南开大学、北京旅游学院、广州师范学院和杭州大学有关教师联合编写。西北大学雷明德任主编。

1985年春,天津师范大学、南开大学、西北大学和河北师范大学等校有关教师为适应国内外旅游业的蓬勃发展和我国旅游地理教学的迫切需要,于天津开会,决定在各校教学实践和自编教材的基础上,充分吸收国内外有关科研成果,联合编写《旅游地理学》教材,并进行了初步分工。同年10月在广州成立高等学校旅游地理教学研究会期间,对本书部分初稿进行了审议,确定主编,责成主持统稿和定稿事宜。1986年春主编拟出详细统稿大纲,印发征求意见,并着手统稿。年底完成统稿工作,并油印试用于教学中。1987年4月在西安召开的高等学校旅游地理教学研究会第二次研讨会上,与会同志对本书统编稿进行了评审,认为统编稿基本上是成功的,反映了本学科的现状,建议稍加修改,尽早出版,以满足当前急需。

本书引言及第一、二、三章由西北大学雷明德执笔,第四章由北京旅游学院刘振礼和西北大学雷明德执笔,第五章由广州师范学院余国扬执笔,第六章由南开大学王凌云执笔,第七章由雷明德与杭州大学周进步执笔,第八、九章由河北师范大学王清廉执笔,第十章由天津师范大学王钟印执笔,第十一章由天津师范大学齐玉玮、王钟印执笔,第十二章由西北大学许惠芳执笔。全书由雷明德同志统稿。

先后参加广州和西安会议,对本书进行评审的同志有徐德宽、庞规荃、徐万临、陈联寿、杨冠雄、黄钧燊、郭剑刚、芦云亭、徐金发、潘家林、商辛丰、孙文昌、满安华、胡家让、毛丹、李秀英、阴治农、李占昌、李家声、孙建军及王伟萍等。赵弘毅、王清泉审阅了全部或部分书稿。书中插图由许惠芳、王钟印、王清廉、孙建军和雷明德等编选。西北大学地理系绘图室和天津师范大学地理系绘图室翻拍或清绘了部分插图。各编写单位和审稿单位的校领导对本书给予了大力支持。对上述同志均致谢忱。

限于编者水平,不妥之处,恳祈读者批评指正。

编者 1987年6月28日于西北大学

目 录

引言

第一章 概 论

- 第一节 旅游、旅游业的特征与地理学…………… (1)
- 第二节 旅游地理学的含义…………… (6)
- 第三节 旅游地理学研究的内容和任务…………… (7)
 - 一、旅游资源的普查和评价…………… (7)
 - 二、旅游区、旅游点及旅游交通的选择、布局 and 规划…………… (7)
 - 三、研究不同地区旅游环境和旅游活动的特点…………… (8)
 - 四、研究旅游客流的分布和动态…………… (8)
 - 五、调查研究旅游商品的分布和产量,合理布设商业网点,为组织旅游商品供应提供依据…………… (8)
 - 六、世界及各国、各地旅游地理、旅游区划和旅游路线的研究…………… (8)
 - 七、旅游地图的编制和审定…………… (9)
 - 八、旅游地理学基本理论的研究…………… (9)
- 第四节 旅游地理学研究与中国式旅游道路…………… (9)

第二章 旅游地理学研究简史

- 第一节 我国古代旅游地理学知识的积累…………… (11)
 - 一、我国古代文献文物古迹中的旅游地理资料…………… (11)
 - 二、历代帝王旅游及其他旅游轶事…………… (11)
 - 三、民间传统节日与旅游地理资料积累…………… (13)
 - 四、我国古代著名旅行家的游记资料…………… (13)

- 第二节 国外古代旅游活动及旅游地理资料的积累…………… (14)
- 第三节 近代旅游的兴起与旅游地理学的萌芽…………… (16)
- 第四节 现代旅游地理学研究的发展…………… (17)
 - 一、现代国外旅游地理学研究现状…………… (17)
 - 二、我国方兴未艾的旅游地理学…………… (18)

第三章 旅游资源地理 (一)

——概述及自然风景旅游资源地理

- 第一节 旅游资源地理概述…………… (20)
 - 一、旅游资源(tourist resources)的含义…………… (20)
 - 二、旅游资源的产生、分布和特征…………… (20)
 - 三、旅游资源的分类…………… (22)
 - 四、旅游资源开发的原则和依据…………… (23)
- 第二节 地貌风景旅游资源地理…………… (25)
 - 一、地貌的主要类别和成因…………… (25)
 - 二、地貌风景旅游资源的类别和特征…………… (26)
- 第三节 水色风景旅游资源地理…………… (32)
 - 一、水色风景旅游资源的含义…………… (32)
 - 二、水色风景旅游资源的类型…………… (32)
- 第四节 天气、气候旅游资源地理…………… (45)
 - 一、天气、气象和气候的基本概念…………… (45)
 - 二、世界气候的主要类型…………… (46)
 - 三、气候条件与旅游活动…………… (47)
 - 四、中国气候旅游资源的成因和特征…………… (49)
 - 五、天气和气候风景旅游资源举

例.....	(50)
第五节 动、植物旅游资源地理	
.....	(53)
一、动、植物旅游资源的意义和特征.....	(53)
二、观赏动、植物的分类.....	(54)
三、世界动、植物旅游资源梗概.....	(55)
四、我国动、植物旅游资源状况.....	(58)
第六节 自然保护区旅游资源.....	(65)
一、保护自然环境是发展旅游的重要条件.....	(65)
二、自然保护区的含义和设立目的.....	(65)
三、我国自然保护区的建立和发展.....	(66)
四、我国参与世界自然保护区网的三个自然保护区.....	(67)
五、世界各国自然保护区的建设现状.....	(69)
第四章 旅游资源地理 (二)	
——人文景观旅游资源地理	
第一节 人文景观的含义、特征和分类.....	(71)
一、人文景观的含义.....	(71)
二、人文景观的特征.....	(71)
三、人文景观旅游资源的分类.....	(72)
第二节 古人类遗址旅游资源.....	(72)
一、古人类遗址的概念和意义.....	(72)
二、我国的古人类遗址.....	(73)
三、国外的古人类遗址.....	(73)
第三节 古代陵墓与石碑、雕刻旅游资源.....	(73)
一、古代陵墓的意义.....	(73)
二、我国的古陵墓旅游资源.....	(73)
三、我国的石碑、雕刻旅游资源.....	(75)
四、国外著名的陵墓旅游资源.....	(75)
第四节 伟大工程旅游资源.....	(76)
一、伟大工程旅游资源的含义.....	(76)
二、伟大工程旅游资源的特征和	

旅游意义.....	(76)
三、我国的伟大工程旅游资源.....	(77)
四、国外伟大工程旅游资源举例.....	(79)
第五节 城镇风貌与皇家建筑旅游资源.....	(80)
一、旅游意义.....	(80)
二、我国古都及城镇建筑的特色和成就.....	(80)
三、我国古代皇家建筑的特色和成就.....	(81)
四、我国的都市风貌和现代化艺术建筑旅游资源.....	(81)
五、国外古都与城镇建筑举例.....	(82)
六、几个世界著名皇宫.....	(83)
第六节 园林旅游资源.....	(83)
一、我国园林与旅游.....	(83)
二、我国园林艺术的特征和成就.....	(83)
三、国外园林艺术概况.....	(85)
第七节 风土民情旅游资源.....	(86)
一、含义和分类.....	(86)
二、我国的风土民情旅游资源.....	(87)
三、国外风土民情旅游资源举例.....	(90)
第八节 宗教旅游资源.....	(91)
一、宗教旅游资源概述.....	(91)
二、我国的宗教旅游资源.....	(92)
三、世界宗教旅游资源.....	(95)
第九节 社会风尚旅游资源.....	(95)
一、社会风尚在旅游中的意义.....	(95)
二、旅游者对我国社会现实与民族风尚最关注的方面.....	(96)
三、社会风尚的观赏旅游方式.....	(96)
四、国外社会风尚旅游简况.....	(96)
第十节 水库旅游资源.....	(97)
一、水库旅游资源的概况和含义.....	(97)
二、我国几个主要的大型水库.....	(97)
三、世界最大的人工湖.....	(98)
第十一节 文学艺术中的旅游资源.....	(98)

一、文学艺术与旅游的关系.....	(98)	二、公路旅游交通.....	(118)
二、我国文学艺术及其旅游意义	(99)	三、水运旅游交通.....	(118)
三、世界文学艺术旅游资源举例	(102)	四、航空旅游交通.....	(119)
第十二节 纪念地、博物馆旅游资 源.....	(102)	五、城郊旅游交通.....	(119)
一、纪念地、博物馆的旅游意义	(102)	六、特种旅游交通.....	(120)
二、我国的纪念地、博物馆旅游 资源.....	(103)	第五节 我国旅游交通概况.....	(120)
三、国外纪念地、博物馆旅游资 源概略.....	(104)	一、我国交通运输概况.....	(120)
第十三节 消遣娱乐性旅游资源	(105)	二、我国客流交通地理.....	(122)
一、消遣娱乐性旅游资源概述	(105)	三、我国的城市旅游交通.....	(123)
二、我国的消遣娱乐性旅游资源	(105)	四、我国的特种旅游交通.....	(124)
三、国外消遣娱乐性旅游资源简 貌.....	(106)	第六节 国际旅游交通简况.....	(124)
第五章 旅游客流的流向和流量		一、国际航空旅游交通.....	(124)
第一节 旅游客流流向和流量的地 理分布.....	(107)	二、国际铁路旅游交通.....	(126)
一、国际旅游客流的流向及流量	(107)	三、国际海洋旅游交通.....	(127)
二、我国旅游客流的流向及流量	(108)	第七章 旅游生态与旅游环境保护	
第二节 影响旅游客流流向及流量 的因素.....	(109)	第一节 建立和维护生态平衡, 美化生态和社会环境.....	(130)
一、旅游者因素.....	(109)	第二节 发展旅游与环境保护的矛 盾.....	(131)
二、旅游地接待因素.....	(110)	一、旅游区对游客吸引力的相对 性.....	(131)
三、旅游交通运输因素.....	(112)	二、发展旅游与保护环境的矛盾 表现.....	(132)
四、社会因素.....	(112)	三、经济增长与保护环境矛盾趋 于尖锐化.....	(132)
第六章 旅游交通地理		第三节 旅游业对具体环境的不良 影响.....	(133)
第一节 旅游交通地理概述.....	(114)	一、不良影响的发生.....	(133)
第二节 旅游交通的特点.....	(115)	二、不良影响的发展.....	(133)
第三节 旅游交通布局原则.....	(116)	第四节 生态和社会系统的容量 极限.....	(134)
第四节 旅游交通类别及其优势比 较.....	(118)	一、旅游生态系统的功能.....	(134)
一、铁路旅游交通.....	(118)	二、旅游区的其他功能.....	(135)
		第五节 生态环境损失的经济评价	(136)
		一、旅游业近期经济利益的狭 隘性.....	(136)
		二、旅游服务设施条件的评价	(136)
		第六节 制定有利于保护环境的旅 游政策.....	(137)

- 一、关于环境资源的总政策的基本内容…………… (137)
- 二、发展旅游业和保护环境的
具体任务…………… (137)
- 三、环境政策分析评价的步骤
…………… (137)

- 第七节 我国旅游资源和旅游环境
的保护…………… (138)
- 一、自然旅游资源的保护…………… (138)
- 二、人文旅游资源的保护…………… (139)
- 三、风景旅游区的保护…………… (140)

第八章 旅游点、旅游地与旅游观赏

- 第一节 旅游点的建设…………… (141)
- 一、旅游点的含义…………… (141)
- 二、旅游点建设的意义和内容 (141)
- 三、旅游点建设的原则…………… (141)

- 第二节 旅游地类型与旅游区的划
分…………… (143)
- 一、旅游地的含义…………… (143)
- 二、划分旅游地类型的意义… (143)
- 三、划分旅游地类型的依据和方
法…………… (144)
- 四、旅游区的概念…………… (146)
- 五、划分旅游区的意义…………… (147)

- 第三节 旅游景观构景与旅游观赏
…………… (147)
- 一、旅游景观构景的概念…………… (147)
- 二、旅游景观构景的类别…………… (148)
- 三、自然地物构景原则与观赏
…………… (149)
- 四、建筑景观设计构景原则… (149)
- 五、旅游景观命名艺术…………… (150)
- 六、旅游景观构景中的美学评价
…………… (151)
- 七、旅游观赏…………… (154)

第九章 旅游规划

- 第一节 概述…………… (156)
- 第二节 旅游业发展规划…………… (156)
- 一、旅游业发展规划的重要意义
…………… (156)
- 二、旅游业发展规划的类型和内
容…………… (157)

- 三、制定旅游业发展规划的步骤
…………… (157)
- 四、旅游业发展规划的模式… (158)
- 五、旅游业发展规划中应注意的
问题…………… (158)

- 第三节 旅游资源开发利用规划
…………… (159)

- 一、制定旅游资源开发利用规划
的意义…………… (159)
- 二、旅游资源开发利用规划的步
骤、方法和内容…………… (159)

- 第四节 旅游城市规划…………… (161)

- 一、旅游城市和历史文化名城
…………… (161)
- 二、旅游城市规划的重要意义
…………… (163)
- 三、旅游城市规划的内容和原则
…………… (163)
- 四、旅游城市规划中几个应注意
的问题…………… (165)

- 第五节 风景名胜区规划…………… (166)

- 一、风景名胜区的含义及其规划
的必要性…………… (166)
- 二、风景名胜区规划的一般原则
…………… (167)
- 三、风景名胜区规划中应注意的
问题…………… (167)

- 第六节 旅游路线的设计规划… (168)

- 一、旅游路线的概念…………… (168)
- 二、设计规划旅游路线的意义
…………… (169)
- 三、旅游路线的种类…………… (169)
- 四、旅游路线设计规划的原则
…………… (170)

- 第七节 旅游业客源组织规划… (170)

- 一、客源组织规划的重要作用
…………… (170)
- 二、客源组织规划的步骤和内容
…………… (171)

- 第八节 旅游设施建设规划…………… (172)

- 一、旅游饭店的地位和作用… (172)
- 二、旅游饭店的类型和等级… (172)

三、旅游饭店的布局和建设规划	(173)
第九节 旅游商品生产供应规划	(174)
一、旅游商品的含义	(174)
二、旅游商品生产和供应对旅游业发展的作用	(174)
三、旅游商品生产、供应规划的内容	(174)
第十节 旅游专业人材培养规划	(175)
一、旅游专业人材培养的意义	(175)
二、旅游专业人材培养规划的几个问题	(175)
第十章 旅游地图	
第一节 地图的基本概念	(177)
第二节 旅游地图的作用和分类	(178)
一、旅游地图的作用	(178)
二、旅游地图的分类	(178)
第三节 旅游地图的专题内容	(180)
第四节 旅游地图的表示	(181)
一、旅游地图的表示方法	(181)
二、国外旅游地图表示方法举例	(182)
三、我国旅游地图现状	(183)
第五节 旅游地图编制	(184)
一、地图比例尺的使用	(184)
二、地图投影及其应用	(184)
三、旅游地图的设计	(187)
四、编绘旅游地图的工艺	(188)
五、制版印刷	(188)
第十一章 中国旅游地理区划	
第一节 总论	(190)
一、中国旅游地理区划的目的和任务	(190)

二、中国旅游地理区划的原则	(191)
三、中国旅游地理区划	(193)
第二节 中国旅游地理区划分区概述	(194)
一、东北雪原林海旅游地区	(194)
二、中原古迹名山旅游地区	(197)
三、东部名山园林旅游地区	(200)
四、华南热带风光旅游地区	(203)
五、西南岩溶风光旅游地区	(206)
六、川、鄂、湘名山峡谷旅游地区	(209)
七、塞外草原风光旅游地区	(212)
八、西北干旱景观旅游地区	(214)
九、青藏雪山高原旅游地区	(217)
第十二章 世界旅游地理分区	
第一节 世界旅游区的划分	(220)
一、分区的原则	(220)
二、世界旅游分区	(221)
第二节 欧洲旅游区	(221)
一、西欧与地中海旅游亚区	(221)
二、东欧与苏联旅游亚区	(226)
三、北欧旅游亚区	(227)
第三节 美洲旅游区	(227)
一、北美旅游亚区	(228)
二、加勒比旅游亚区	(228)
三、南美旅游亚区	(220)
第四节 亚大旅游区	(230)
一、东亚旅游亚区	(231)
二、东南亚旅游亚区	(231)
三、大洋洲旅游亚区	(232)
第五节 西亚旅游区	(233)
第六节 南亚旅游区	(234)
第七节 非洲旅游区	(235)
第八节 南极洲旅游区	(237)

编 后 语

参考资料

引 言

旅游是人类生活中极其经常而普遍的活动。古代旅游多为少数统治者所享受，目的单一，活动分散，范围较小。近代旅游随着社会发展而逐渐成为一种专门的经济事业，成为有组织及规模较大的活动。现代旅游已成为一种高尚文明的地域性文化娱乐活动，它深入地贯穿于人们的政治、经济、文化、教育、科学、艺术、军事、体育、娱乐和休息等各方面。因此，严格的说，旅游是在一定社会条件下产生的一种社会经济现象，是人们以游览为主要目的的非定居的旅行和暂时居留所引起的一切现象和关系的总和。旅游在开扩人们的思想，丰富人们的文化生活，促进人类社会生产活动中，都有着十分重要的作用。旅游随着生产和生活水平的不同及旅游者文化素养的不同而有着不同的内容、形式和规模。

人类旅游活动，按活动范围可分为国内旅游（包括居住地旅游、地区性旅游和全国性旅游）、国际旅游（包括国外旅游、跨国旅游、洲际旅游和环球旅游）；按运输方式分为徒步旅游、骑马旅游、骑自行车旅游、乘火车旅游、乘汽车旅游、乘轮船旅游和乘飞机旅游等；按旅游动机分为观光旅游、登山旅游、海洋旅游、疗养旅游、历史旅游、文化旅游、寻根旅游、宗教旅游、狩猎旅游、探险旅游和科学考察旅游等。

旅游业是利用自然山川、风景名胜、文物古迹、风土民情、花草树木、虫鱼鸟兽、文化艺术、城市乡镇建设等旅游资源，以及各种交通、通讯、饮食、住宿、游乐设施、旅游商品等旅游设施，为满足旅游者多种旅游目的而提供服务的独特的经济部门。是19世纪中叶以来在工业发达、经济发展、科学进步、交通运输繁荣到一定阶段时出现的人类利用和改造自然环境、传布生产和生活经验，交流见闻，互相促进，互相服务，增进友谊的社会公益事业。是人类提高文化素养，开阔知识视野、改善劳动条件、美化生活环境、积极养精蓄锐的愿望在社会生活，特别是经济生活中的反映。

旅游及旅游业的发展，在陶冶人们性格、锻炼意志、丰富文化艺术宝库中有着重要作用。

随着旅游活动的发展，在地理学中逐步形成了旅游地理学这个分支。它是地理学的一个重要方面，也是地理学应用的一个方面。它对地理学的发展起着重要的促进作用。而地理学的发展也增强了旅游及旅游业的科学性和实践性，促进了旅游活动及旅游业的发展。

地理学是一门古老而又年青的基础科学。它是地球科学中研究地球表面，即人类生活在其中的地理环境的科学。地理学主要研究地球表面自然和人文地理要素的类别、结构、分布状况和分布规律。地理学依照研究的对象有自然地理学和人文地理学的不同，部门地理学和区域地理学之分。自然地理学研究自然地理环境及其组成要素的特征、分异和发展变化的规律；人文地理学研究人文现象同地理环境的关系。部门地理学分别研究各单一地理要素的特征、分布及其发展变化的规律；区域地理学研究各类地理区域内的各地理要素的区域组合和相互联系，以揭示区域特征、区域差异和区际联系。

地理学一词始见于我国西周《易经·系辞》和古希腊埃拉托色尼的《地理学》，我国的

解释是关于大地的道理。国外则是关于大地的记述 (Geography)。我国古老的地理著作有《禹贡》、《山海经》等。在研究方法上, 地理学曾经经历过多次变化, 古代地理学主要探索关于地球的形状、大小和有关的测绘方法, 或对当时已知的国家和地区的情况进行记述; 近代地理学开始于18世纪末和19世纪初, 强调因果关系的研究; 现代地理学从静态的定性描述向动态的定量分析发展, 特别是通过统计分析、电子计算机和遥感技术的应用, 逐步开展对分布规律和原理的研究, 建立模式和进行系统分析, 从而向对地理效应的预测和预报方向发展。

地理学还应当包括历史地理学和地图学。前者研究人类历史时期的自然地理、政治地理和经济地理, 以及它们在各历史时期的格局、变化和发展规律, 历史地理学还应包括地理学史的研究; 后者则是关于测绘地图的原理、方法、符号、印刷等的科学, 地图属于地理学的工具和手段之一, 也是表现地理学成果的一种方式。

旅游及旅游业均与地理学有着广泛的联系, 这些联系便是旅游地理学形成和发展的基础。

第一章 概 论

第一节 旅游、旅游业的特征与地理学

现代旅游促进了旅游业的发展。旅游业这个特殊的社会公益行业 and 现代化的国民经济部门,其特征与地理学研究紧密相关。

一、地域性

地域分异现象和地域分异规律是地理学研究的重要内容,不同地域表现了不同的地理个性和风貌特征,也给予人们的生产和生活活动以不同的影响和地理感受。

受自然地理条件和人文地理因素的影响,旅游资源的形成、开发和利用,都有着显著的地域性特征,形成了各具一格的旅游点。如我国游览城市中,有因地理条件差异而所谓“山城”(重庆)、“泉城”(济南、福州)、“冰城”(哈尔滨)、“水城”(苏州、绍兴)、“花城”(广州)、“春城”(昆明)、“江城”(武汉)、“日光城”(拉萨)、“瓜果城”(兰州、伊宁)和“不夜城”(漠河)等;也有因资源和生产布局不同而组成所谓“钢都”(鞍山)、“煤都”(抚顺、大同)、“瓷都”(景德镇、佛山)、“陶都”(宜兴)、“锡都”(个旧)、“林都”(伊春)等。

许多旅游区因地理环境不同而各具特色。我国东部海滨及夏威夷群岛、黑海海滨、地中海沿岸、加勒比海等地区具有和煦的阳光与洁净的海滩;青藏高原的喜马拉雅山地区,集中了登山爱好者仰慕的、海拔8000多米的高峰;其它高山、大山、名山虽各地均有,但其特色各不相同;闻名世界的奇峰异洞(岩溶地貌),则以我国的桂林、阳朔、肇庆和云南路南石林以及南斯拉夫的斯洛文尼亚等地为代表;山地滑雪胜地首推阿尔卑斯山区(瑞士、奥地利)、落基山(加拿大)及我国的长白山区;引人入胜的天然动物园大多在东非;标志着世界文明结晶的历史古迹则集中在中国、印度、中东地中海沿岸和秘鲁等国家或地区;佛教寺庙以南亚、东南亚(缅、泰、柬)、中国和日本最多;我国黄土高原是世界上著名的黄土居住区。至于风土民俗、风味佳肴、名贵土特产、工艺珍品等,更是具有明显的地域分异现象。

旅游者对于旅游对象的选择,由于受民族特征和生活习惯的影响,其某些爱慕也带有显著的地域性。所以如此,与旅游者的国籍和所在地区的地理环境密切相关。如北欧人因久居阴湿寒冷地区而追求温暖明亮的阳光、洁净的海滩和寂静的森林;日本等岛国孤悬海洋,资源短缺,见闻有限,因而出国学习常是旅游者较普遍的要求;许多美国人出国旅游,既不仅为消遣,也不单为学习,而是消磨富裕的空闲时间的一种社会现象,他们以旅游作为提高自己社

会声望的一种途径；我国的会议旅游多以公务、学术交流、科学考察为目的。

所有这些地域性特征，都要求在开发旅游资源，兴办旅游业和组织旅游活动、进行旅游建设时，要因地制宜，合理布局，突出特点，发挥地区优势。

二、季节性

地球上的任何区域，都由于地理位置、海陆关系和地形起伏等要素而决定其个性特征，这些特征表现在时间变化上即为季节性。地理上的季节性，反映在旅游及旅游业上，不仅有淡季和旺季的差异，而且表现在由此而引起的旅游业各方面的季节性变异上。

同一旅游区在不同季节有着不同的利用价值。地理上称为我国三大火炉的重庆、武汉、南京，盛夏的游客远少于春秋季节；风光旖丽的北戴河、青岛海滨和天山天池、长白山天池等山地胜景，其旅游价值，冬春远逊于夏秋季节；海南岛的“天涯海角”全年无冬，四季皆可戏水；昆明、桂林等四季常春，深秋、隆冬和初春正是久居寒冷地区人们避寒和游览的胜地；千里冰封，万里雪飘的寒冬，黑龙江、吉林、内蒙东北部、天山、祁连山等地到处银装素裹，是溜冰滑雪的最好时期。我国和世界不少学术会议、科学考察、体育和文化活动，夏季多在我国北方、西北或东北进行；春秋则在黄河或长江中下游地区；冬季常在华南、沿海及昆明、桂林等地进行。这些都反映了季节性地理特征对旅游业的影响。因此，研究和掌握不同地区的季节性规律，对于合理安排客流，调节不同季节的客容量、收费标准和旅游商品供应、贮存等，要都具有重要意义。

三、国际性和大众性

旅游在一定意义上是一种人文地理现象，旅游业不仅关系到社会的许多方面，而且远不受国度的限制。地理学上关于国内外区域研究和人文地理各领域的研究，不仅与旅游者计划安排旅游活动直接相关，而且也是布局、规划和组织国内外旅游业的重要依据。

无论哪个国家或地区，只要经济发展到一定的水平，旅游活动就不再是少数人的单独活动，而日趋成为广大人民群众在和平时期的一种大规模的暂时性移动，成为一般居民活动中较为普遍的现象。由于交通日益方便，科学技术日渐发达，国际贸易不断加强，各国人民的友好往来日益频繁，大量的旅游活动逐渐超越了国内范围，成为国际间、民族间或地区间增进友谊、交流文化、促进贸易发展的一条重要渠道，这在工业发达的国家表现尤为突出。在经济上各国旅游业共处于一个世界市场之中，旅游业经营的质量、收费标准、管理水平等同时受制国内和国际两个市场的共同检验。

据测算，1980年全世界有16.5亿人参加了不同形式的旅游活动，平均每2.7人中就有一人进行旅游。有人预测，到本世纪末，全世界将有30亿人外出旅游，即约每1.9人中就有一人参加旅游。据报导1978年欧洲14个主要国家，大约1/2至1/3的人外出旅游过；法国总人口5300万，每年有2700万出国旅游；近数十年美国经济并不景气，但美国人的经济收入仍普遍有所增加，衣食住的基本生活费不断下降，约有75—80%的人能支付外出旅游费用，不仅每年大约有6亿人次的国内旅游，而且去国外的可达2300多万人；苏联人收入较低，每年约有400万人出国旅游，其中80%去东欧，但由于每年约7000万人有100多天的带薪假日，因而实际上约有1亿人参加了国内的各种旅游活动。

我国是一个发展中的社会主义国家，人民收入一般尚不高，旅游活动方兴未艾，但近年也有较大发展。据北京、广州等九大城市1983年不完全统计，共接待游客425万多，其中中国游客约172万；北京颐和园接待游园人次每年不少于500万；人口不过万人的北戴河海滨，1980年夏接待来客72万。会议旅游、假日旅游、教学旅游、科学考察旅游及农民观光旅游等，是我国国内旅游较普遍的形式，旅游已开始成为社会各阶层人们的较普遍活动。

四、经济性

在人与自然的关系中，人文地理学，特别是经济地理学是一个极其重要的研究领域，各种资源的合理开发、利用和保护，在极大程度上影响着旅游业的开展。经济地理中的生产配置原理，为发展旅游业提供了重要的理论依据。

旅游是人类的一种特殊的经济行为和社会活动，旅游业是一种特殊的经济事业，有人把它叫做“无烟工业”或“无形贸易”，这未必完全妥当，但其经济性却勿容置疑。旅游业是通过多种“风景资源出口”和其它经济措施来为国家创造财富，积累资金，增加外汇收入的，具有明显的经济特点。旅游业也是以旅游经营者为一方所提供的劳务与产品和以旅游者为一方的消费和购物所进行的一项交换，这种交换虽不同于一般的商品交换，但又带有普通商品交换的特征。因此，它又必须服从于商品交换的基本规律。旅游价格既受市场消费者的需求状况所制约，又具有同行业强烈的竞争性。这就要求旅游经营者，不仅应创建引人入胜的旅游项目，还要求提供舒适、安全、方便的条件和优良的服务质量，以及公平、合理的价格。否则在激烈的国内外商业竞争中便会失利。

旅游业的经济性还表现在投资小、见效快、利润高等方面。因而要求实行企业化管理按经济规律办事，进行成本核算，充分发挥投资效益。

旅游业在世界经济中是一个值得重视的部门。1979年世界旅游业总收入5040亿美元，其中国际旅游总收入750亿美元，比1950年的21亿美元增加了30多倍；1980年国际旅游收入达925亿美元，比上年又增长17%，在世界经济萧条的情况下，仍然保持了较高的增长率。

旅游业在许多国家或地区的国民经济中，居于举足轻重的地位。1978年西班牙外贸赤字63亿美元，而它的国际旅游收入为55亿美元，弥补了赤字的87.3%。意大利1979旅游收入63亿美元，除弥补58.4亿美元的外贸赤字外，尚有剩余。

应当说，旅游业不仅可以带来巨额收入，同时也是解决就业的一项重要措施。素以“欧洲公园”著称的瑞士，全国40%的就业人员均与旅游业有关。

五、综合性

综合性是地理学与旅游业兼而有之的特征。地理学的综合性反映在自然地理及人文地理各要素的内在关联和制约规律方面，它为旅游业提供了广泛的条件。

旅游业的综合性则反映了旅游业的设施、活动、组织、管理等各方面的关联和个性特征。旅游业涉及到许多领域，它是一项高度综合的经济事业和服务事业，既与国民经济各部门的发展相联系、相适应，又要受各经济部门的制约。

旅游业同交通（铁路、公路、航空、海运、江河运输和城乡交通网等）、城建、园林、文物、商品、旅店、餐厅、出版、农业、轻工、工艺品、邮电、通讯、医疗、卫生、环境保护、

畜牧业、林业、渔业、文化、教育及其他服务行业均有密切联系，且是旅游业赖以发展的基础。旅游区和旅游点的勘测、规划和建设等，均应有综合观点，才能收到良好的经济效益。

旅游要同国民经济发展的各方面相适应。人类旅游活动的增长取决于整个国民经济的发展，同时旅游业的发展也会促进国民经济各部门的发展。由于劳动生产率的提高，直接从事物质资料生产的人数将会逐渐减少。发达国家正从“工业化社会”向“信息社会”过渡，社会服务行业愈来愈显得重要，有人预测几年后日本就业人数的73%将从事服务性行业。人们收入的增加，假日的延长，都会带来旅游人数的增长和旅游业的繁荣。

六、多样性

旅游活动的内容是极其多种多样的，它包括旅行、探亲、访友、讲学、参观、游览、度假、消遣、娱乐、疗养、登山、滑雪、采集（动物、植物及矿物标本）、狩猎、垂钓、游泳、划水、访古、探幽、捕捞、猎奇、朝觐(jin近)、购物、品尝佳肴、采访、实习和考察等，旅游者可以出于一种或多种动机而进行旅游活动。目前，普及国内外的会议旅游，常为接待地区或接待国竭力竞争的内容之一。奥林匹克运动会举世瞩目，每每有数十万游客进入接待国。

旅游内容的多样性，表明了旅游业的复杂性。每一旅游区或旅游点，均有自己独特的旅游资源及独特的个性风格。在特点突出的基础上，又应力求内容的多样性，以争取更多的游客和更大的经济效益。为此目的，就得从自然和人文两个方面研究地区或地点的地理学特征，从地质、地貌、气候、水文、植被、动物群等到历史、文物、风俗民情；从工业、农业、交通运输业到政治、经济、文化、教育、城市建设、人口研究等进行分析考察，只有这样才能在突出特点的基础上力争多而不冗，使游人留连往返，回味无穷。

总之，旅游业的开展与地理学的研究，关系甚为密切，发展旅游业要借助于地理学的研究，而地理学在旅游业的发展中也会更加充实和提高。

第二节 旅游地理学的含义

本世纪40年代以来，随着旅游业的蓬勃兴起，对旅游资源的开发、利用、旅游交通建设、客流分析和旅游区布局、建设等一系列问题，需要从地理学角度进行研究，因而就逐步产生了旅游地理学(Geography of tourism or Geography of recreation)。旅游是以各种不同方式分配空间和利用时间的现象，构成旅游的三大要素，是旅游主体(旅游者)、旅游客体(风景名胜、娱乐活动、风味佳肴等旅游者观览和享受的对象)和旅游媒介或旅游手段(旅游宣传、组织、运输与接待设施)等，就成为旅游地理学研究的课题。因此，旅游地理学是研究人类旅行、游览、休假、疗养、康乐、消遣等同地理环境间相互关系的一门科学，又称为游憩地理学。旅游地理学研究某国或某地区旅游资源的开发、利用、建设，旅游交通布局，旅游客源和客流动态，旅游点、旅游区建设规划，旅游环境保护，旅游地图编制与旅游分区等。换言之，旅游地理学是用地理学的基本理论和方法，研究旅游和旅游业中有关旅游资源、旅游环境、旅游交通、旅游客源、客流、旅游景区建设及旅游区划等的理论和实践的一门应用性较强的新兴学科。

旅游地理学既包括自然地理学、人文地理学、区域地理学、历史地理学和地图学的许多

内容,同时又与社会学、历史学、民族学、考古学、经济学、人类学、运输学、建筑学、文学、园林学、环境学、生态学及系统工程学等密切相关。因此,旅游地理学是地理学与社会经济科学之间的一门新兴的边缘科学。

第三节 旅游地理学研究的内容和任务

旅游地理学的基本任务是在实地考察的基础上,全面评价旅游资源,综合论证其发展条件,为正确开发和合理布局旅游区、旅游点,科学地确定其发展方向,有计划地组织客流等提供理论和数量依据。

旅游地理学的具体内容和任务,可以概括为以下几个方面。

一、旅游资源的普查和评价

旅游资源是发展旅游业的物质基础,发展旅游业首先要普查旅游资源,评价其开发利用前景,为旅游区、旅游点的布局和旅游设施的安排提供依据。

旅游资源可以分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类。自然旅游资源由地质、地貌、气候、水文、植被和动物群等自然条件受内外营力长期作用而形成,如名山大川、奇峰异洞、岩溶峡谷、水帘瀑布、沸井矿泉、海滨沙滩、晨昏潮汐、秋月春花、云海日出、飞禽走兽、森林草原、峰顶天池、高原湖泊、瀚海沙洲、湖光林影、冰封雪飘、碧波万顷等。人文旅游资源是古今人类长期生产和生活活动的产物,如古人类遗址、历史古迹、文化遗存、墓葬遗址、庙宇宫殿、寺观道院、园林苑囿、亭台楼阁、壁画石刻、艺术珍品、建筑群落、塔影虹桥、平原奔马、林区狩猎、水乡泛舟、冰灯晚会、海滨戏水、模拟古代生活、领略风土民情、品尝地方风味、欣赏建筑工艺、高山滑雪、草原牧群、蒙古毡包、黄土窑洞等,因地制宜,因时而殊,因物而名,因人而显,具有地域性、时间性、历史性、民族性和艺术性等特色。总之,旅游天地广阔,内容丰富多彩,两大类旅游资源相互补充,相映成趣。

旅游资源虽范围广泛,但概括起来,有些是相对“永恒性”资源,有些则明显带有“暂时性”特征。前者只要注意环境保护,便可以较长期发挥作用;后者则随时间而变迁,随旅游对象的不同而意义有所不同。

旅游地理学,一方面要对各类旅游资源进行普查分类,了解其特征、规模、数量、分布和辅存状况,对开发、利用条件作出技术经济评价,对开发程序和投资效果进行论证;另一方面还要根据国内外旅游业发展的趋势、客源状况和旅游市场的变化,预测各种旅游资源开发的适宜时期和利用方式,为制定旅游业发展规划提供依据。

二、旅游区、旅游点及旅游交通的选择、布局 and 规划

各旅游区、旅游点的选择和内容布局需要规划,而旅游区和旅游点所在地区更需要规划。两者均涉及到区域规划、城市规划、交通运输及古今建筑、文学艺术、工艺美术、建筑结构、景观修饰、生态平衡、环境保护、饮食供应、文娱设施、生活服务及邮电通讯等许多方面。这些决定着旅游区、旅游点接待游客的数量和各方面的负荷量,旅游区、旅游点的选择和建设,又必须与所在地区的总体发展规划相协调。尤其各旅游区、点间的旅游交通,是

使其发挥最大效益的关键,因此,交通路线、交通工具的布局、规划就成为资源开发利用和建设的重要内容。如果脱离整体规划,缺乏科学论证,孤立建设旅游区、旅游点,或无足够的交通设施,就会顾此失彼,产生盲目性,造成投资大、效益低的不良后果。

三、研究不同地区旅游环境和旅游活动的特点

各旅游区、旅游点由于地理条件和历史发展的不同,其风格各异,同一旅游区、旅游点的旅游价值也可以因季节变化而有所不同。中纬与低纬,海滨和内陆、平原和高山、闹市和山林等旅游区和旅游点的旅游价值均有显著差异。旅游者因民族、国情、生活经历、职业分工、性别年龄、兴趣爱好、文化素养、宗教信仰及专业擅长等的不同,旅游动机与追求也有所差异。度假观光、娱乐消遣、医疗保健、体育锻炼、科学考察、教学实习、避暑消寒、宗教朝觐、探亲访友、避市尘喧嚣、求山林静读等都可能成为旅游者的追求。因之,旅游地理学研究者,必须区别情况,因时、因地、因人、因事地安排各种旅游活动和旅游路线,设置各种旅游设施和服务项目。设置的方案应力求经济实惠,交通方便,时间节约,观览内容丰富多样且富有科学性和趣味性。

四、研究旅游客流的分布和动态,合理调节旅游区、旅游点的负荷

客源分析、旅游客流分布和动态的研究,着重解决游客流动及对旅游地一定时期和单位面积内所提供的接待量,有计划地均衡旅游地多种机构、设施、场地,探讨淡旺季负荷规律,使旅游地旺季不过挤、淡季不过闲,要来的能来,欲停的可停,想走的能走,能吸引更多的游客,又不至于因过份拥挤而破坏了旅游地的环境和景色,损伤了旅游者的游兴。

客流分布和动态研究,必须与交通运输设施、食宿及商品供应等相结合,否则缺乏措施保证的客流研究,是会陷入盲目性的。

五、调查研究旅游商品的分布和产量,合理布设商业网点,为组织旅游商品供应提供依据

旅游者在旅途中除交通和住宿费以外,花费最大的就是用在购置传统工艺品、纪念品及地方土特产上,有的甚至超过交通费用。我国地大物博,历史悠久,民族工艺品世代相传,品种繁多,工艺精湛,在国际上久负盛誉。但有许多传统特产由于生产组织不当而产销失调,或因产品不易保存,或因工艺濒于失传,或因地处偏远,因而生产萧条。目前我国不少旅游地仍无专门的旅游商品供应,有的虽有供应,但品种不全,质次价高;传统手工艺品、土特产和纪念品的生产量少,布局松散,材料有的短缺,有的过分“土”气等。均需进行深入全面地调查研究,挖掘和摸清其资源分布状况和规律,有计划地组织生产,恢复传统工艺,增加产品数量,提高质量,以增加货源,活跃旅游市场,扩大就业面,增加地方财政和人民群众的经济收入。

六、世界及各国各地旅游地理、旅游区划及旅游路线的研究

随着世界各国旅游事业的发展,世界旅游地理区划及各国旅游地理区划日渐需要。这方面的理论和方法也需要在实践中逐步积累和总结,以推动旅游地理研究和旅游事业的发展。世界有举世闻名的旅游区,各国各地又都有自己的著名旅游区,所有旅游区都各具特色,它们又都是不同风格的许多旅游点、景点所组成。为了便于组织游客,制定旅游路线,进行旅游