

上 篇 总 论

第一章 绪论

中国是世界上旅游资源最为丰富的国家。1999年,中国业已成为仅次于法国、西班牙、美国和意大利的世界第五大旅游目的地国和旅游收入第七大国。中国在世界旅游业发展中具有举足轻重的地位。旅游业的快速发展,离不开对自然旅游资源、人文旅游资源和其他旅游资源的合理规划与开发。离不开对旅游市场供需变化的科学分析与调控。因此,学习研究中国旅游地理十分重要。

第一节 研究对象与任务

一、研究对象与学科特点

中国旅游地理是研究中国旅游资源和旅游环境的时空分布规律、形成原因和可持续开发利用的学科。它既是一门伴随着中国旅游业的发展而迅速兴起的新兴学科,又是一门将旅游学与中国地理有机结合在一起的综合性学科。

中国旅游资源的丰富是与国土辽阔、自然环境复杂、民族众多、历史悠久密切相关的。

中国幅员辽阔,陆地面积约 $960 \times 10^4 \text{ km}^2$, 约占世界陆地总面积的6.5% 仅次于俄罗斯和加拿大,居世界第三位。陆地疆域的辽阔意味着陆地疆界漫长(约22 230 km)和接壤的邻国多(15个),这对开展边境商贸旅游和跨国旅游是有利的。同时,我国又是一个重要的海洋大国。根据《联合国海洋公约》的规定,我国的内水、领海、大陆架和专属经济区面积共约 $300 \times 10^4 \text{ km}^2$ 。

中国的自然环境复杂多样。从大地构造部位看,中国处于太平洋板块、亚欧板块、西伯利亚板块和印度洋板块等四大板块共同作用的交汇地区,尤其是印度洋板块自南向北的俯冲,使青藏高原迅速隆起,造成我国地势西高东低,呈阶梯状展布和以山地、高原为主体的复杂地表结构。在纵横交错形成我国网状骨架的山地中,又镶嵌了四大高原,四大盆地和三大平原。其中,第一、第二大盆地(塔里木盆地、准噶尔盆地)中又分布着我国第一、第二大沙漠即塔克拉玛干沙漠和古尔班通古特沙漠。沙漠的边缘,则是串珠状分布的农业发达、人口集中的沃野绿洲。复杂多样的地形必然对大气环流产生影响,加上地理纬度位置、太阳辐射、海陆位置与洋流的影响,使我国气候具有季风气候明显、大陆性气候强、水热同期和气候类型多样的四个基本特点。由于我国地跨温带、亚热带、热带多种

气候带，而且因地形崎岖，往往在不同范围内形成尺度不一的气候差异。多样化的地形和气候条件又为我国动植物的生长繁衍提供了多样化的环境基础，因而我国又是世界上动植物资源最为丰富的国家之一。仅野生动物我国就有 2 000 多种，其中鸟类 1 170 多种，兽类 400 多种，两栖和爬行类 500 多种。而且，其中不乏诸如大熊猫、金丝猴、野马等被世界公认为稀有珍贵的动物和特产动物。我国现有 120 多个国家级自然保护区和 300 多个国家森林公园，目前已被联合国教科文组织列入世界人与生物圈保护区网的就有近 20 处。

中国是一个人口众多的国家。2000 年的全国第五次人口普查结果表明，仅我国大陆（不含港澳台地区）人口就已达 12.65 亿，占全球总人口的 1/5 以上。我国有 56 个民族，各民族都有自己的语言，传统和民族习俗。这些各具特色的民族传统和习俗，以及与各地自然条件相联系的多种生产、生活习俗，构成了我国丰富多彩的民族风情旅游资源。各民族因所处自然环境、社会历史条件和从事的生产活动不同而形成各自的特色民居，比如，北京的“四合院”、蒙古族的“蒙古包”、哈萨克族的“账房”、傣族的“竹楼”、侗族的“木楼”、拉祜族的“掌楼”、黎族的“船形屋”等等。我国各民族在长期的生产、生活实践中，还形成了自己的传统节日。如汉族的春节、元宵节、清明节、端午节、中秋节、重阳节等，藏族的浴佛节、雪顿节、望果节、达马节等，信仰伊斯兰教的维吾尔、回族等十多个民族的开斋节、古尔邦节、圣纪节等，还有彝族的庆年节、火把节等，傣族的泼水节，壮族的歌婆节，锡伯族的“西迁节”，瑶族的达努节，羌族的领歌节，苗族的赶歌节，基诺族的尝新节等等。此外，我国各地还有许多规模盛大，气氛热烈的传统盛会，如哈萨克族的“阿肯弹唱会”，蒙古族的“那达慕大会”，侗族的“三月三歌会”等等，都对游客有着强烈吸引力。同时观赏绚丽多彩的各民族服饰，品尝鲜美的各民族风味食品，领略风格独特的少数民族音乐、舞蹈、美术、民间工艺、民间文学等，对游客来说，都是一种难得的精神享受。

中国历史悠久，有文字记载的历史长达 5 000 多年，文化遗存极为丰厚。至少在距今 180 万~10 万年前的旧石器时代早期，我国就已有以巫山人、元谋人为代表的“西侯度文化”和蓝田人、北京人为代表的“北京人文化”。距今 10 万~5 万年前的旧石器时代中期，有丁村人、河套人所代表的“丁村文化”和“河套文化”。距今 5 万~1.2 万年前的旧石器时代晚期，有山顶洞人为代表的“山顶洞文化”。距今 1.2 万~1 万年的中石器时代，有大荔人所代表的“沙苑文化”。距今约 1 万年左右，中国进入新石器时代。这一时期的文化遗址分布更加广泛，南起海南岛的南缘，北到黑龙江省的北部，东到黑龙江省的抚远，西至新疆的喀什。自旧石器晚期至距今 5 000 年前，中国处于母系氏族公社时期。反映这一时期的文化遗址较突出的是黄河中下游的“仰韶文化”、“半坡文化”和长江下游的“河姆渡文化”。大约在距今 5 000 年前，我国黄河流域和长江流域的一些氏族部落先后进入父系氏族公社时期。黄河流域的“大汶口文化”、“龙山文化”和“齐家文化”，长江流域的“屈家岭文化”、“青莲岗文化”和“良渚文化”基本属于这一时期的文化遗存。

黄河和长江这两条母亲河哺育了灿烂的华夏文化，而远古的石器和彩陶、商周青铜器、琳琅满目的秦汉工艺品、笔走龙蛇的晋唐书法、凝重典雅的宋元山水画和风格各异的明清小说，则组成了中华文化传统的主链和独特的中华民族文化风貌。琴、棋、书、画是中国传统文化中最有东方情韵的珍宝，人称“华夏四绝”。中国的戏剧和杂技，则更是外国旅游者喜爱的国粹。中国的武术和奇妙的气功，以及中医中药，也都是吸引世界各国游客的宝贵资源。

可以说，世界旅游组织预测的 21 世纪五大时尚旅游产品——海洋旅游、文化旅游、生态旅游、沙漠旅游和探险旅游，我国都有得天独厚的丰富资源。

根据人类好奇、求知心理的一般规律推断，自然与人文景观差异越大的地区和人群，彼此间的吸引强度也越大。因而吸引强度最大的应该是异质文化之间，其次是同质文化区域内的不同文化区间，再次是同一文化区内的不同民族、区域之间。而且，不论同质还是异质文化区中，历史越悠久，文化景观越丰富的地区，吸引强度也越大。

虽然文化因素在吸引游客方面的作用与日俱增，但旅游者在作出旅游决策时，会综合考虑自然、文化、社会、经济、政治、技术、环境等诸多因素。除了自然环境和文化背景的差异产生吸引力外，经济因素也是重要原因。这主要表现在两个方面：① 经济发达地区往往是主要的旅游客源地。因为经济发达首先会带来高额的人均收入，从而使出游者的愿望有条件实现。国际上有这样的经验统计，当人均国内生产总值达到 800~1 000 美元时，居民将普遍产生国内旅游的动机；达到 4 000~10 000 美元时，将产生国际旅游的动机，超过 10 000 美元时，将产生洲际旅游的动机。因此，世界上的主要客源国中，绝大多数是经济发达国家。其次，经济发达国家人们的闲暇时间多。二战后世界旅游业之所以在全球范围内以惊人的速度发展，目前已成为全球第一大产业的重要原因之一，是主要客源国家带薪休假制的普及；② 经济发达地区也往往是主要的旅游接待地。因为经济发达往往会带动文化的发达和信息传递手段的现代化，有利于建设先进而完备的旅游接待设施，尤其是对相对落后的国家产生学习和效仿的吸引力。国际旅游者对美国的感知就说明了这一点（表 1-1）。

表 1-1 国际旅游者对美国作为一个旅游目的地的感知（据保继刚，1999）

旅游期望	墨西哥	日本	英国	德国	法国	澳大利亚	委内瑞拉	意大利	荷兰	瑞典	比利时
见识一种不同的文化和生活方式		+			+	-	+	+			
享受一种令人激动的夜生活、跳舞与娱乐、高级餐馆	+	+									
参观有重要历史意义的地方	-	-	-	-	-	-	-				
游览美丽的风景		-									
结识有趣的新朋友		+	+		+	-	+	+	+		
学习对自己的事业和社会生活有帮助的新事物	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
度一次取价低廉的假期	+		-	-	-		-	-	-		
买有趣的礼物和纪念品		-			-	+					
参加夏季体育运动或日光浴					+	+					
参加冬季体育运动	+	-	-	-	-	-		-	-	-	-
体验一下轻松的生活			-					-			-
参加室外活动：如野营和徒步旅行	+	+					+			+	

注：+ 表示这个旅游期望对促进旅美特别重要；- 表示对阻碍旅美特别重要。

我国 20 世纪 90 年代以来旅游业的快速发展也与经济的快速增长有关。1993—1997 年我国经济年平均增长率为 11%，比世界同期的经济年均增长率高 7.3 个百分点，比西方发达国家

高8.8个百分点，比发展中国家高 4.7 个百分点，增长速度属世界首位。1997 年，我国的经济总量已跃居世界第七位。

我国 2000 年人均国内生产总值为 7 067.5 元人民币(854.6 美元)，即已步入普遍产生国内旅游动机的阶段。实际上，由于城乡居民的人均收入存在很大差距，如 2000 年城镇居民年人均可支配收入为 6 280 元，农村居民年人均现金收入只有 2 381.56 元，因而目前国内旅游和出境旅游的主体是城镇居民，尤其是沿海发达地区的城镇居民，已成为我国国内旅游和出境旅游的主要客源地。需要指出的是，我国从整体上看目前仍属于不发达的发展中国家。近年来旅游业的发展，尤其是入境旅游者和旅游外汇收入的增加，主要还是由于外国旅游者对我国的历史文化和自然风光有浓厚兴趣(表 1-2)。

表 1-2 国际旅游者对中国作为旅游目的地的感知(据保继刚,1999)

旅游期望	泰 国	马 来 西 亚	印 度 尼 西 亚	澳 大 利 亚	日 本	墨 西 哥	加 拿 大	美 国	德 国	法 国
体验不同的文化和生活方式	-	+	±	-	±	-	+	+	+	±
参观重要的历史古迹	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
欣赏美丽的自然风光	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
追求宜人的气候	±	-	-	-	-	-	-	±	-	-
购买精美的工艺品、礼物、纪念品	+	+	-	-	+	+	+	+	±	±
品尝精美可口的食物	+	+	+	+		+	+	+	±	±
享受舒适的接待设施	+	-	-	-	-	+	+	+	-	-
学习有助于自身事业或社会生活知识	±	+	-	±	±	-	±	±	±	±
廉价的度假(低廉的费用开支)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
参加冬季运动	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
参加娱乐活动	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
会见有意义的人	±	+	-		-	-	±	±	±	±
参观社会主义制度下的建设成就	+	+	-	-	-	-	±	±	±	±

注：+ 表示旅游者有此期望；- 表示旅游者无此期望；± 表示部分旅游者有此期望；± 表示个别旅游者有此期望。

综上所述，中国旅游地理这门学科的研究对象是中国的旅游资源和旅游环境，研究它们的时空分布规律和成因，以及进行科学合理开发的思路和途径。因此，它既是旅游科学(包括旅游学、旅游资源学、旅游经济学、旅游管理学、旅游心理学等)与中国地理(包括中国自然地理、中国经济地理)相互交叉、渗透的综合学科，又以服务于中国旅游业发展为宗旨。欧美一些旅游业发达的国家，也都把各自国家的旅游地理视为应用性很强的科学。所以，高度的综合性和显著的实用性是本学科的两大大特点，也是推动其不断发展的主要动力。

二、研究内容与研究任务

中国旅游地理的主要研究对象是中国的旅游资源，因而其研究内容也必然围绕中国旅游资源的开发来确定，那么，什么是旅游资源、旅游资源的内涵有哪些呢？

保继刚、楚义荃(1999)认为，旅游资源的概念应包括这样一些内涵：①旅游资源存在于旅游目的地，这就排除了从客源地到目的地之间的因素；②“资源”的概念本身即意味着“有用”。因而，旅游资源应是形成从客源地到旅游地去的客流的促进（有用）因素，同时还必须是恒起促进作用的因素；③旅游资源应该是直接用于欣赏，消遣等的因素，而不包括为了达到这些目的而必须使用的纯粹接待因素；④在不同的地方，旅游资源的构成不一样，一个地方只是纯粹属于接待的因素，在另一个地方可能就是旅游资源。因此，“旅游资源是指对旅游者具有吸引力的自然存在和历史文化遗产，以及直接利用于旅游目的的人工创造物”，旅游资源可以是有具体形态的物质实体，如风景、文物，也可以是不具有实物形态的文化因素，如民情风俗等。

杨振之(1996)则认为，旅游资源是关于旅游的主体（客源市场）、客体（旅游地资源）和介体（旅游服务与服务设施）的相互间的吸引向性的总和。这就是说，旅游行为的发生因素和客源市场的形成变化因素也是旅游资源的一部分。

郭来喜(1982)认为，凡能为旅游者提供旅游观赏、知识乐趣、度假疗养、娱乐休息、探险猎奇、考察研究以及友好往来和消磨闲暇时间的客体和劳务，均可称之为旅游资源。这就是说，将旅游服务也应列入旅游资源的范畴。

申葆嘉(1999)将旅游资源分为社会资源和专用资源，前者包括自然与社会环境、基础设施资源、可用于旅游投资的社会财力和物力。后者包括旅游服务设施资源、旅游吸引诸因素资源、旅游专业劳动力。

陈传康、刘振礼(1990)提出，旅游资源是在现实条件下，能够吸引人们产生旅游动机并进行旅游活动的各种因素的总和，它是旅游业产生和发展的基础。

总之，我国学术界由于所持观点和所依据的原则不同，对旅游资源的概念众说纷纭，其定义已有三四十种之多。但学者们公认一点，即强调旅游资源具有吸引旅游者这一属性。因此，笔者认为“旅游资源是能吸引人们产生旅游动机，并产生经济、社会、环境效益的物质景观实体和精神文化因素的总和”。它包括使旅游活动得以实现的“客体（自然与人文景观）和”载体（基础设施和旅游服务），因为它们是吸引旅游者的对象。没有客体，旅游活动便是无源之水。而没有载体，旅游者就难以达到目的，得不到预想的物质与精神享受。在旅游活动中，因旅游接待设施和旅游服务水平低所导致的“只此一次，绝不再来”的情况屡有发生。反之，由于接待设施良好，尤其是接待人员素质高服务周到，而使旅游者产生再次旅游的动机和强烈欲望的情况也比比皆是。可以这么说，在构成“旅游生产力”的两大要素，即旅游生产资料（自然、人文景观资源，以及旅游接待设施）和旅游“生产者”（旅游专业人员）中，后者是最活跃和最能动的因素，是对旅游者产生吸引的诸因素中不可或缺的。

此外，旅游资源又分“现实旅游资源”和“潜在旅游资源”。前者如北京故宫和安徽黄山、陕西秦皇兵马俑等已开发的旅游地。后者，比如被称为“20世纪地理大发现”，世界最大峡谷——我国雅鲁藏布江大峡谷，尽管目前对多数旅游者来说还很难进入，但按照“吸引力”标准，它无疑又

是对旅游者具有巨大吸引力的垄断性旅游资源。随着交通条件和信息通讯条件的改善，它成为中青年旅游者修学和科考的理想旅游地，将是顺理成章的事。何况到月球这样的地外星体旅游曾被认为是遥不可及的事，也因 2001 年 4 月 28 日美国富豪丹尼斯·蒂托乘坐俄罗斯宇宙飞船登上月球而成为现实，蒂托也因此成为全球“太空旅游第一人”。因此，不宜将目前尚不能大规模开发利用的潜在旅游资源排除在旅游的资源之外。

旅游资源的范畴确定了，以中国旅游资源为主要研究对象的中国旅游地理这门学科的研究内容也就可以随之确定了。即：中国旅游资源的形成与分布规律；中国旅游资源的调查评价与区划；在评价与区划基础上的区域旅游规划，其中包括旅游交通，旅游信息系统和旅游线路的设计，旅游环境保护与旅游资源的可持续开发利用；以及旅游人力资源的开发等等。另外，要开发利用好中国的旅游资源，研究旅游客源市场和中国区位条件也是必要的。

通过以上中国旅游地理主要研究内容的确定，本学科的研究任务可以概括为：掌握中国旅游资源的形成分布规律，了解中国区位与旅游客源市场，制订科学合理的区域旅游发展战略，为中国旅游资源的可持续开发利用提供理论依据和实践基础。

三、本学科的研究方法

中国旅游地理作为一门中国地理与旅游学之间的交叉学科，主要的研究方法如下：

1. 实地调查法。旅游景观资源是形成和分布在一定的地理区域内的。无论是古代或现代的旅游活动，都是在一定的空间范围内进行的，其目的、规模和效果都受地理环境的制约，具有明显的区域差异。因此，要了解这些资源的形成和分布规律、资源的数量和类型、资源的功能和开发价值，必须经过实地调查研究，按照《中国旅游资源普查规范》填写“基本类型调查表”，准确记录资源名称、所属行政区、经纬度和海拔高度、类型，描述和特征数据、环境背景与开发保护现状等。此外，还要配合以照片和说明，以及拍照的时间（年月日时分）。必要时还应采集实物标本，供分析、测试和鉴定。

2. 问卷调查法，即在民航、铁路、公路的站点或宾馆、旅游地等处，用预先设计好的调查表，采取问卷的形式，收集旅客的职业、年龄、性别、兴趣、流向等资料，以便了解某旅游地对旅客的吸引程度和吸引原因，并通过分析来掌握客源市场的情况。

3. 资料统计分析法。这是自然科学和社会科学都常用的方法。例如，根据统计部门发布的有关旅游者、旅游接待设施和旅游服务的统计资料，如全国及各地区旅游者各年各月出入境人数、全国及各地区的旅游收入、各地区拥有宾馆、饭店、客房和旅游专业人员的数量等。通过分析这些资料，可以了解全国及各地区旅游业发展的总体水平。

4. 旅游图表分析法，旅游图是将各类景物，景点和旅游设施、旅游路线等要素，按一定比例投影在平面上，并用一定的符号和颜色表示所构成的图件。旅游图的种类很多，有旅游资源图、旅游交通图、导游图，各种专题图（如全国或各地区自然保护区图、国家级风景名胜区分布图等）和综合图（如不同层次和级别的旅游规划图）等。这些旅游地图对旅游者、研究者和旅游管理者往往是不可缺少的，从中可以了解区域旅游资源的分布规律和差异，以及旅游资源的开发程度等。

四、本学科与其他学科的关系

根据中国旅游地理的研究对象、研究内容和研究任务，作为一门综合性边缘学科和应用学科，它必然要与许多相关学科有密切联系。除了前述地理学和旅游学等相关学科外，还涉及规划学、园林学、建筑学、生态学、民俗学、民族学、宗教学、社会学、经济学、信息学、环境学、考古学、历史学、交通运输学、古典文学美学和心理学等众多学科，它们相互交叉、渗透，相互补充与提高。因此，学习和掌握这些学科中与旅游相关的知识，是十分必要的。

第二节 学科发展概述与发展趋势

一、旅游的产生与发展

古人有意识的旅行活动出现在第一次社会大分工以后。随着社会生产力的发展，劳动剩余物和商品交换开始出现，并进入阶级社会，灌溉农业发达的中国、埃及、巴比伦以及古希腊、古罗马等出现了人类早期的旅游活动。早在公元前 3000 多年前，古埃及就兴建了规模宏大的金字塔，吸引游人前往观赏，出现了祭祀旅行。据成书于 3 000 多年前的《穆天子传》记载，英俊的周穆王喜欢驾着华贵的八骏车四出巡游，并曾西巡至西王母之国。西王母在风景如画的瑶池（即新疆天池）设盛宴款待穆王一行，留下千古佳话。后有唐代诗人李商隐作诗曰：“瑶池阿母绮窗开，黄竹歌声动地哀，八骏日行三万里，穆王何事不重来”。后世的秦皇、汉武帝、隋炀帝、唐太宗、清圣祖（康熙）、清高宗（乾隆）等封建帝王也都率领文武百官，频繁出游巡视，留下许多轶闻墨迹。

公元前 8 世纪以后，古希腊和古罗马也兴起了观光、公务、考察、疗养等旅行活动。当时古希腊城邦之间的公务、考察往来频繁，尤其是奥林匹亚节庆期间进行的“宙斯神大祭”，既是宗教庆典，又是体育盛会，吸引了众多游客。古罗马以庙宇观赏、古迹游览，风景欣赏和矿泉疗养为特点的旅行，则把古代旅行与旅游推向鼎盛时期。

公元 7 世纪兴起，8 世纪臻于极盛的阿拉伯帝国，当时地跨亚、非、欧三大洲。以穆斯林为主体的宗教朝觐旅行十分活跃。与此同时，以经商为主的公务旅行和以求知求学为内容的考察旅行也开始出现。

公元 1271 年，意大利旅行家马可·波罗（1254—1324 年）大致沿古代陆上丝绸之路东行，历时三年半到达中国，公元 1295 年又经海上丝绸之路回到威尼斯。一部《马可·波罗游记》所记载的中国和盛产黄金的亚洲，极大地激发了欧洲人渴望到东方寻宝和发财的欲望。但由于奥斯曼的兴起，控制了当时的东西交通咽喉，因而哥伦布和麦哲伦等人以探寻新航路去东方为目的的“航海旅行”开始了。从 1492 年哥伦布从西班牙启程，到 1522 年麦哲伦船队完成环球航行，是继中国人郑和远航之后人类航海史上的又一壮举。

18 世纪至 19 世纪前半叶，西欧出现以回归大自然为特点的自然风光旅游。在法国大文豪卢梭和拜伦、歌德、海涅等诗人、文学家的感召下，旅游成了当时浪漫主义的时代精神。人们开始热衷于阳光浴、冷水浴、海水浴等休闲疗养旅游。当时崇尚大自然的风气，成为后来旅游业大发

展的精神基础。

纵观我国乃至世界古代的旅行与旅游，虽然延续的时间漫长，但因受当时政治、经济、交通等条件的制约，出游大多以独立个体进行，除了封建帝王、达官贵族和文人墨客外，普通民众广泛参与的极少，旅行的范围也受到局限，不可能出现旅游业。

二、近代旅游业的兴起与旅游地理学的萌生

近代旅游诞生的标志是旅游业的出现。19世纪40年代至第二次世界大战结束的这段历史时期，随着资本主义生产关系在欧美确立，尤其是资本主义工业革命引起的生产力大发展，社会财富增加，汽车、轮船、火车、飞机等现代化交通工具的出现，使得大规模的公众旅游成为可能。旅行社的出现，标志着旅游作为一个产业诞生了。

世界上第一个旅行社是英国牧师托尔斯·库克创办的“通济隆旅行社”。1841年7月5日，他包租一辆列车，组织了540人从莱斯特到洛赫巴勒去参加一次禁酒大会。这也是世界上第一次有组织的集体折扣的团体旅行。由于库克的精心组织，这次旅游活动获得极大成功。从此，委托库克筹办旅行的人也愈来愈多。正是在这种背景下，库克于1845年在他的家乡莱斯特正式创办了通济隆旅行社。随后，他又成功地组织了国内旅游、跨国旅游，并于1872年组织9名游客，用了222天时间，周游了全世界。开环球旅游之先河，受到世人的瞩目和赞誉，被公认为近代旅游业的创始人。

19世纪下半叶，欧美国家相继成立了很多承办旅游业务的机构，如英国于1857年、1885年成立的“登山俱乐部”和“帐篷俱乐部”，美国的“运通公司”从1850年起就兼营旅行代理业务，并于1891年发售旅行支票；法国于1857—1875年间成立的“法兰西阿尔卑斯俱乐部”和“伦敦野营俱乐部”。1889年在格勒诺布市成立的法国第一个地方性旅游同业联合会。并于1910年4月8日正式设立国家旅游局。德国于1890年成立的“观光俱乐部”，1901年成立巴伐利亚官方旅行社。20世纪初，美国的运通公司、英国的通济隆旅行社和以比利时为主的“铁路卧车公司”，成为世界上旅行代理业的三大公司。其中的通济隆旅行社，至今仍是世界上最大的旅游企业之一。

我国的近代旅游业出现于20世纪20年代。1923年8月，上海商业储备银行设立“旅行部”。1927年6月正式成立“中国旅行社”，这是中国人自己建立的最早旅行社。

旅游业的兴起和发展一直受到学者们的关注，地理学者是涉及这一研究领域的先驱之一。20世纪30年代初，麦克默里 McMurry K 发表在美国《地理评论》上的论文——《娱乐活动与土地利用的关系》，被公认为旅游地理学的开世之作。随着全球旅游业的发展，从事旅游研究的地理学者也愈来愈多。他们以独特的空间分析方法研究旅游活动，从而推动了旅游地理学这一边缘性应用学科的发展，也对促进旅游业发展和人类生活质量的提高，作出了重要贡献。

三、国外旅游地理学发展趋势

（一）现代旅游业的发展

在国外，对旅游地理的研究是随着近代旅游业的兴起而出现的，随着近代旅游业的发展而成熟的。二战结束以来，全球进入现代旅游业发展时期。国际旅游业这半个多世纪的发展进程，大

体经历了五个阶段：

1. 起步阶段(1950—1960)。其特征是高速低效。旅游人数和旅游收入的年均增长率分别为 10.6% 和 12.6%，但旅游业劳动生产率低，游客人均消费水平为 99 美元。

2. 增长阶段(1960—1970)。其特征是中速中效。旅游人数和旅游收入年均增长率 8.7% 和 10.1%，而游客人均消费水平提高到 112 美元。

3. 发展阶段(1970—1980)。其特征是高速高效。旅游人数和旅游收入年均增长率分别为 5.9% 和 19%，国际旅游收入增长很快。游客人均消费由 112 美元增加到 359 美元，10 年内增长了 3 倍多。

4. 成熟阶段(1980—1990)。其特征是低速高效。旅游人数和旅游收入年增长率为 3.8% 和 8.5%，虽然总的增长速度比以前 3 个阶段都低，但旅游收入的增长快于旅游人数的增长。同时，游客人均消费达到 554 美元，反映出国际旅游已由数量增长型向经济效益型转换，已成为趋向成熟发展的阶段。

5. 稳步增长阶段(1990 年以后)。其特征是旅游人数与旅游收入增长率相同或接近。据总部设在马德里的世界旅游组织(WTO)发布的统计,1999 年国际旅游人数为 6.57 亿,比 1998 年增长了 3.2%。同年的国际旅游收入也增加 3.2% 达到 4 550 亿美元。世界旅游组织还预测,到 2020 年国际旅游人次将达到 16 亿,国际旅游业的总消费将达到 2 万亿美元,国际旅游人次将以年均 4.3% 的速率增长,收入以 6.7% 的速率增长,远远超过同期世界财富每年增长 3% 的最大可能速度。理论研究的结果和事实都表明,旅游活动是人类追求高生活质量的必然选择,是人的需求中处于高层次和人的全面发展的必然结果。只要世界经济和人类社会继续向前发展,旅游业就必然会欣欣向荣,以旅游为研究对象的学科也就会兴旺发达。

(二) 旅游地理学研究进展

与国际旅游业的发展相适应,国外旅游地理学的发展大致经历了以下 3 个大的阶段:

1. 初级阶段(二战结束—60 年代中期)。这一阶段地理学者对于旅游的研究是零散的,参加研究的主要是对旅游业/旅游活动的实际报告和分析。这与现代旅游业刚刚起步是一致的。此阶段的研究成果以英国人文地理学家科波克(Coppock J T)关于确定“杰出自然美地区”的研究,美国学者克莱门特(Clement H G)关于亚太地区旅游开发潜力的研究为代表。

2. 奠定基础阶段(60 年代中期—70 年代中期)。这一阶段西方发达国家的经济持续快速增长,社会发展也有了质的飞跃。部分发展中国家和地区的经济也增长很快,是人们生活水平迅速提高的时期。同时,世界旅游业也进入快速稳定发展期。这一时期旅游地理学的研究以多样化特点。比如,1969—1974 年加拿大、英国、美国开展的旅游资源评价;欧美国家开展的旅游地与旅游区域的开发研究;发达国家在政府关注下开展的旅游客流调查分析。比如,1967—1969 年英国地理学家罗杰斯(Rodges H B)主持的第一次实验性全国游憩资源调查;还有旅游活动对区域的自然、经济和社会文化影响的研究等。这一时期地理学者所作的大量旅游研究的实际工作,为旅游地理学的发展奠定了基础。

3. 发展阶段(70 年代中期以后)。这一时期,包括地理学者在内的旅游相关学科的学者们都开始了更富有理性成分的研究,并取得丰硕的成果。例如,英国地理学家鲁滨逊(Robinson H, 1976)的《旅游地理学》美国地理学家马特利(Matley I M, 1976)的《国际旅游地理学》加拿大地理学家史密斯(Smith L J, 1983)的《游憩地理学》等,都是这一时期有代表性的研究成果。为了

适应旅游地理学快速发展的要求，国际地理组织开始将旅游地理学摆上重要议事日程。如 1976 年在莫斯科召开的第 23 届国际地理学大会上，第一次把旅游地理学作为专业组。1981 年在东京召开的第 24 届国际地理学大会继续执行这一分组原则。自此，旅游地理学已经作为地理学的一个分支被确立下来。

20 世纪 80 年代以来，旅游地理学的发展更为迅速，科学性进一步提高。表现为旅游地理学的研究论文大幅增加，其中描述性的论文比例下降，数理方法的运用呈上升走势。显然，旅游地理学的快速发展和科学化，既与战后世界旅游业迅速发展有关，也与地理学在五六十年的计量革命后所具有的理性层次和定量传统有关。

（三）国外旅游地理学发展趋势

保继刚、楚义荦 (1999) 认为，以往旅游地理学研究对旅游业发展的贡献表现在四个方面：

- 1) 为以旅游为主导产业的区域开发提供必需的资源分析和区域分析依据；
- 2) 测从游客源地到目的地之间的旅游流量；
- 3) 对旅游区域的内部结构、旅游地的社区状况、游客源地至目的地之间的旅游通道的深入研究，为旅游规划提供基础；
- 4) 为其他研究旅游的社会科学学者提供重要的背景资料。

面对世界旅游业的最新发展趋势，旅游地理学研究也将随之调整，以求与之相适应。目前，值得注意的世界旅游市场与旅游地理学发展走势是：

1) 散客旅游将愈来愈多于团体旅游，短线旅游多于长线旅游，地区性旅游和中程旅游将成为旅游的主体。这就要求旅游地理学的研究更加多样化。

2) 一个国家或地区将愈来愈难以单独成为对游客具有长期吸引力的旅游目的地。而且，旅游业将愈来愈多地与其他相关行业结盟。如旅游代理商将更多地与国际航空业、宾馆饭店业联合，组建大型跨国公司等。这就要求旅游地理学的研究者要以更加开放的姿态，更多地组织跨地区、跨学科的综合研究。

3) 自主参与式旅游将愈来愈多于陈列参观式、单纯表演式旅游。这就要求旅游地理学必须将研究视野扩展到人们闲暇时间所从事的所有活动。

4) 欧洲和北美的中老年游客对文化旅游的兴趣与日俱增。这就要求旅游地理学加强旅游文化地理的研究，并将包括文化旅游在内的 21 世纪世界旅游的五大时尚。旅游产品的开发将作为研究重点。

5) 互联网和电脑、光盘将成为旅游宣传的主要手段，网上预订也将成为旅游时尚。这就需要旅游地理学研究尽快采用高新技术手段，建立旅游信息系统，使研究、教学和咨询一体化。此外，旅游地理学研究将更加注重宏观战略研究与微观实证研究结合，构建理论体系与实用研究并重。

四、中国旅游地理研究进展

（一）中国古代的旅游地理著作

中国虽在近现代的旅游业发展及旅游地理学研究滞后于西方，但古代的旅游与旅游活动，有关旅游和山水景观的著作都远超前于西方。

先秦时代的诗歌集《诗经》写的是民间的出游活动，这是有关中国人旅游的最早记载。上下几千年的中国历史中，有关封建帝王的“巡游”、士大夫阶层的“宦游”、文人学士的“漫游”和宗教僧侣与道士的“云游”更是多见于史载。其中最值得称颂的是司马迁、酈道元、陆游、法显、玄奘和徐宏祖，以及他们给后人留下的珍贵史料。

西汉史学家司马迁自公元前 126 年起用了 20 多年时间考察了长城内外、大江南北的古迹民情，写成了不朽名著《史记》，其中的《货殖列传》成为我国最早旅游经济地理之作。

北魏地理学家酈道元游历我国的名山大川，对 1 252 条河流进行考察，寻根溯源，详尽记述了河流所经地区的山陵、水脉、城邑、关津的地理和历史事件。他撰写的《水经注》一书，是当时我国历史上最全面系统的综合性地理著作。

宋代陆游在从浙江赴四川任职的途中，以日记形式记载了所经地区的名山胜水，撰成著名的《入蜀记》，开我国以日记形式描绘山河景观之先河。

东晋法显留学印度 15 年，游历南亚和东南亚 30 余国后撰写而成的《佛国记》，是世界上最早、规模空前的旅行巨著。

唐代玄奘沿古丝绸之路，云游中亚和印度 17 年，归国后撰写了《大唐西域记》。为当时的人们了解新疆、中亚和印度的民俗风情，也为后人了解我国的对外交往历史，留下了极为宝贵的资料。

明初郑和于 1405—1433 年之间，七次率领庞大船队出海远航，航程达十万里，遍历亚非 30 多个国家和地区，对中国与东南亚、西亚、北非之间的经济文化交流，作出了伟大贡献。留下的旅行记有随行人员马欢所著《瀛涯胜览》、费信所著《星槎胜览》、巩珍所著《西洋蕃国志》和郑和航海图等珍贵史料。

明末徐宏祖 23 岁起出游，行程数万里，历时 34 年。他在《徐霞客游记》中，对许多自然地理现象作了科学解释，对北至燕、晋，南达云、贵的祖国美好河山进行了认真考察和生动形象的描述。《徐霞客游记》不仅是我国古代的一部杰出旅游地理著作，而且在世界旅游地理文献中也占有重要地位。

（二）中国现代旅游地理研究进展

中国现代旅游地理研究开始于改革开放初期。1978 年陈传康在华东师大所作的《地理学的新理论和实践方向》报告中指出：“地理学结合某些特殊环境和任务也形成一些综合研究方向，主要有环境地理学、旅游地理学和灾害地理学。”1979 年底，中科院地理研究所组建了以郭来喜为学术带头人的旅游地理学科组。陈传康、郭来喜、杨冠雄等学者成为现代中国旅游地理研究的主要开拓者。

20 世纪 80 年代中期，中国旅游地理研究经过几年的工作积累，开始进入收获期。一些旅游地理的学术著作开始正式出版。先后有周进步的《中国旅游地理》（1985）、戴松年等的《中国旅游地理》（1986）、刘振礼等的《旅游地理》（1987）、雷明德等的《旅游地理学》（1988）、卢云亭的《现代旅游地理学》（1988）、陈传康等的《北京旅游地理》（1989）、孙文昌等的《现代旅游地理学》（1989）等。与此同时，旅游地理的专业地位也得到加强。1987 年 12 月，中国地理学会在人文地理专业委员会下，设立了旅游地理学专业组。国内地理刊物刊登的旅游地理研究论文在 1980—1989 年间达到 105 篇。这一时期的研究以区域旅游资源开发为主题。

进入 90 年代以后，中国旅游地理研究的范围迅速扩大，探讨学科理论和方法，旅游市场和旅

游者行为,省区旅游地理研究成果,尤其是城市旅游、主题公园、旅游环境和旅游地图的研究成果大量涌现,有关的学术著作大批问世。先后有王兴中的《旅游资源景观论》(1990)、陈传康等的《旅游资源鉴赏与开发》(1990)、陈安泽等的《风景地理学概论》(1991)、庞规荃的《中国旅游地理》(1991)、张述林的《风景地理学原理》(1992)、张忠孝的《青海旅游资源》(1992)、徐金发的《新疆旅游揽胜》(1992)、秦关民等的《系统旅游地理学》(1993)、陈涛才的《自然风景旅游》(1993)、保继刚等的《旅游地理学》(1993)、杨桂华等的《旅游资源学》(1994)、宋德明等的《中国旅游资源地理》(1994)、袁绍荣等的《中国旅游经济地理》(1995)、刘振礼等的《新编中国旅游地理》(1996)、石高俊的《中国旅游资源》(1996)、王清廉等的《中国旅游地理》(1997)、苏文才等的《旅游资源学》(1998)、周进步等的《现代中国旅游地理学》(1998)、孙文昌的《现代旅游开发学》(1999)、保继刚等的《旅游开发研究》(2000)等。与此同时,包括上述作者在内的大批旅游地理学者在国内外各种地理刊物和旅游刊物上发表了数百篇旅游地理学术论文,其中仅1990—1998年在国内十种刊物上发表的论文就达392篇(表1-3)。另外,中国地理学会还于1992年正式设立旅游地理专业委员会,标志着旅游地理学的学科地位有了机构保障。总之,这一时期中国旅游地理研究的成果,无论是数量还是质量都超过80年代。本学科的理论体系日臻完善,与其他相关学科的联系更为广泛和深入。80年代以后开展的城市旅游、主题公园、旅游者行为、旅游环境、旅游信息系统等研究,以及旅游资源分类、调查、评价与开发规划的系统研究,都大大提升了我国旅游地理研究的水平。但是,这一时期我国旅游地理研究的方法仍以描述性为主。其他方法虽已得到重视,但还不够。

表 1-3 国内地理刊物刊登旅游地理论文概况(据保继刚,1999)

刊物名称	1980—1989	1990—1998	共计	所占比例/%
地理学报	—	14	14	2.82
地理科学	2	10	12	2.41
地理研究	2	11	13	2.62
经济地理	29	62	91	18.31
人文地理	13	83	96	19.31
热带地理	14	42	56	11.27
地理学与国土研究	23	79	102	20.52
地域研究与开发	15	74	89	17.91
自然资源学报	1	7	8	1.61
干旱区地理	6	10	16	3.22
共计	105	392	497	100
所占比例/%	21.13	78.87	100	

进入新世纪以来,中国旅游地理研究跨入新的发展阶段,出现了以下四大基本趋势:

1) 学科理论体系的构建、基本概念的研究和应用受到高度重视。学科理论体系将从以往只注重中国旅游资源的调查分类、评价、区划与规划的研究,向中国旅游客源市场和交通、通讯等基

基础设施建设，与旅游人才队伍培养与旅游服务质量提高，旅游主体、旅游客体和旅游综合研究的方向发展。尤其是我国旅游资源分类，调查评价的国家标准即将出台，这将大大促进中国旅游地理研究的科学化。

2) 研究内容将更为丰富多样。从目前以研究资源、旅游开发的区域社会经济条件为主，将扩展到资源、市场、环境三者相互关系的系统研究。一些基本概念的研究和应用，也将愈来愈多地与国际上通用、被旅游发达国家实践证明有效的概念接轨，从而改变过去存在的随意定义新概念或扩大某些国际上已通用的概念，导致我们的研究成果在国际上无法交流的状况。

3) 定量研究愈来愈广泛。无论是旅游需求预测中的趋势外推模型，引力模型、特尔菲法的应用，还是旅游资源开发潜力指数计算，旅游地气候、地形的适宜性评价，数理方法已被愈来愈多地用于本学科的研究。

4) 学科研究更加注重思路的理性化。国际旅游业的发展和国外旅游地理的研究进展表明，旅游地理的研究应该与旅游业的发展紧密联系。在当前，一个国家、一个地区愈来愈难以单独成为对游客具有长期吸引力的旅游目的地，旅游者散客化、需求多样化的新形势下，旅游地理研究也必须有大视角、大思路。已往存在的“单兵作战”，“以邻为壑”的研究方式和旅游开发方式，已愈来愈难以适应旅游业快速发展的需要。因此，用更加开放的大旅游、大区域观点和大思路，推动中国旅游地理研究向跨学科、跨地区的更加综合的方向发展将是今后一大趋势。

新世纪伊始，已有一批反映上述学科发展趋势的研究成果问世。其中以著作形式出现的有保继刚等的《城市旅游的理论与实践》(2001)、吴必虎的《区域旅游规划原理》(2001)、孙钢的《新世纪中国区域旅游发展大思路》(2001)和刘锋的《中国西部旅游发展战略研究》(2001)等。

表 1-4 2020 年世界十大旅游目的地预测

国家(地区)	接待旅游者人数 /万人次	占世界市场份额 /%	1995—2020 年增长率 /%
1. 中国	13 710	8.6	8.0
2. 美国	10 240	6.4	3.5
3. 法国	9 330	5.8	1.8
4. 西班牙	7 100	4.4	2.4
5. 中国香港	5 930	3.7	7.3
6. 意大利	5 290	3.3	2.2
7. 英国	5 280	3.3	3.0
8. 墨西哥	4 890	3.1	3.6
9. 俄罗斯	4 710	2.9	6.7
10. 捷克	4 400	2.7	4.0
总计	70 880	44.2	

资料来源 国家旅游局:《新世纪、新产业、新增长》。

当前，人类经济活动已经进入生产国际化的高级阶段——全球化阶段，从而使各国之间、各

地区之间的经济联系更加紧密。随着中国加入世界贸易组织 (WTO), 我国的旅游业也面临着加快发展的良好机遇。包括世界旅游组织 (WTO) 在内的权威性组织均认定, 今后 20 年中国将成为全球首位旅游目的地国, 2020 年来华的国际旅游者将达到 1.37 亿人次, 出国旅游者可望突破 1 亿人次 (表 1-4)。要实现上述目标, 中国必须建设上千项旅游精品工程及其相应的支持体系, 这就为中国旅游地理这门学科提供了广阔的发展空间。加上西部大开发战略的实施, 更使中国旅游地理的研究有了用武之地。

复习思考题

1. 中国旅游地理的研究内容与任务是什么? 它对你所学专业有何作用?
2. 比较有关“旅游资源”的不同定义, 谈谈你对它的理解。
3. 通过对本章的学习, 你认为中国旅游地理研究和中国旅游业的发展前景如何?

主要参考文献

1. 保继刚, 楚义芳编著. 旅游地理学. 北京: 高等教育出版社, 1999
2. 周进步 庞规荃 秦关民著. 现代中国旅游地理学. 青岛: 青岛出版社, 1998
3. 刘振礼, 王兵编著. 中国旅游地理. 天津: 南开大学出版社, 1996
4. 唐发华 仇奔波. 世界旅游地理. 南京: 江苏教育出版社, 1996
5. 吴必虎著. 区域旅游规划原理. 北京: 中国旅游出版社, 2001
6. 刘锋著. 中国西部旅游发展战略研究. 北京: 中国旅游出版社, 2001
7. 卢云亭著. 现代旅游地理学. 南京: 江苏人民出版社, 1998
8. 陈传康, 刘振礼著. 旅游资源鉴赏与开发. 上海: 同济大学出版社, 1990
9. 申葆嘉著. 旅游学原理. 上海: 学林出版社, 1999
10. 赵济 陈传康主编. 中国地理. 北京: 高等教育出版社, 1999

第二章 旅游行为与旅游市场预测

第一节 旅游者与旅游行为

一、旅游者的定义

旅游者是旅游活动的主体，旅游者的定义随着旅游在人们生活中地位的提高，旅游业在国民经济中地位的变化，其范围在不断地扩展，内容也在逐渐地丰富。

按照旅游者出游的区域可将其分为国际旅游者和国内旅游者。

（一）国际旅游者的定义

1. 国际联盟统计委员会的定义。1937年国联统计委员会认为：“旅游者是指离开定居国到其他国家旅行 24 h 以上的人。”并具体规定出旅游者的范围。

以下几种外出的人为国际旅游者：

- (1) 以娱乐、家庭、健康为目的旅行的人；
- (2) 参加国际会议的人；
- (3) 为商业而旅行的人；
- (4) 在海上旅途中，停靠某国作短暂逗留的人。

以下几种外出的人不属于国际旅客：

- (1) 到另一国家谋求职业或长期居住的人；
- (2) 出国求学的在校生；
- (3) 边境居民跨国到邻国工作的人；
- (4) 途经别国但不做法律意义上停留的人。

2. 国际官方旅游组织联盟的定义。1950年国际官方旅游组织联盟对上述定义作了范围上的修改。

- (1) 将出国求学的学生归入旅游者；
- (2) 途经别国但不做法律意义上停留的人为过境旅行者；
- (3) 在别国访问不超过 24 h 的为短途国际旅游者。

3. 联合国旅行与旅游会议的定义。1963年联合国在罗马举行的旅行和旅游会议上定义是“除为获得有报酬的职业以外，以任何原因到一个不是常住国家

去访问的人”。同时把“旅游者”(tourist)和“短途旅游者”(excursionist)二者统一成“游客”(visitor)。

4. 联合国统计委员会的定义。1976年联合国统计委员会关于国际游客(international visitors)所下的定义是：

(1) 国际游客包括下列人员：以休闲、医疗、宗教、探亲、体育运动、会议、学习、过境等为目的而访问它国的人。②中途停留在国际航线中的轮船或飞机上的乘务人员。③逗留时间不到一年的外国商业、企业和技术人员。④国际团体雇用的任职不超过一年或回国作短暂停留的侨民。

(2) 国际游客不包括下列人员：①移民或就业进入目的国家。②外交官、军事人员及随出访它国。③避难、流民以及边境工作人员。④逗留时间超过一年的人。

(3) 将国际游客划分成过夜和不过夜的旅游者。

5. 世界旅游组织的定义。1995年世界旅游组织将国际旅游者分为国际游客、国际旅游者(过夜)和国际一日游游客三类，其定义如下。

(1) 国际游客：国际游客(international visitors)指因各种目的到常住国以外其他国家旅游，时间不超过一年的人员，包括国际过夜旅游者和国际一日游游客在内，其主要目的不是为了从受访问国获得任何经济报酬。具体包括：以娱乐、健身、宗教、探亲、运动、研究、度假为目的到某国家的访问者，包括通过该国到第三国的人员；在一国暂时停留的飞机和轮船上的全体员工；在一国停留不超过一年的其他国家的公务人员，包括为安装设备而停留的其他国家的技术人员，跨国公司因商务(出差、开会、业务、研究等)到某一国家停留不超过一年的职员；一个国家回国作短暂停留而不超过一年的侨民等。对于以求职、移民、驻军、外交人员、边境工作者身份到某一国家，以及难民、流浪者和在他国停留一年以上者不属于国际游客的范围。

(2) 国际旅游者(过夜)国际旅游者(international tourists)指一个游客到某一国家旅游，至少停留一夜(24h)，至多不超过一年，包括上述国际游客人员范围。是为了休闲、开会、商务、求学和探亲访友等目的。旅游者必须是在旅游目的国过夜的国际游客。

(3) 国际一日游游客：国际一日游游客(international excursionists)指游客到某一国家旅游但不过夜(不超过24h)，其目的不是为了从受访问国获得任何经济报酬，包括途经某国停留并允许免办签证入关的轮船上或飞机上的乘客。游客不在旅游目的国过夜，只是十分短暂的停留。

(二) 国内旅游者的定义

目前国内旅游者还没有一个普遍认同的定义。各国参照世界旅游组织的定义，结合本国情况对国内旅游者进行定义。

1. 世界旅游组织的定义。在国内以休闲、度假、运动、商务、会议、学习、探亲访友、健康、宗教等为目的出游的人为国内旅游者。国内旅游者也可分为过夜和不过夜两种类型。

2. 北美国家的定义。加拿大和美国是以出行距离来定义国内旅游者的，而且标准并不统一。例如美国有的州，采用出行距离80km来定义是否为国内旅游者，有的坚持用160km。加拿大各省也都有自己的标准，如安大略省用40km，而旅游调查中采用最小距离为80km的标准。

3. 欧洲国家的定义。欧洲国家采用在异地逗留时间的长短来界定是否为国内旅游者。例如法国旅游总署的定义是，凡以下列原因离开自己的主要居所，外出旅行超过24h但不超过4