

# 第 1 0 章 旅游地理

---

## 内容摘要

第 1 节 旅游业的兴起与发展

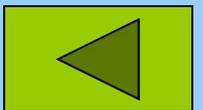
第 2 节 旅游者与旅游客源地与目的地

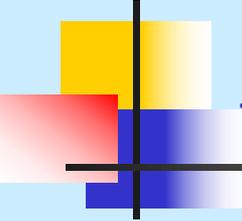
第 3 节 旅游地的文化特征

第 4 节 世界旅游资源与旅游地理

第 5 节 旅游开发的区域影响

思考题



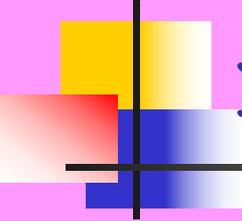


# 内容摘要

---

旅游业是客源地和目的地通过旅游行为主体产生空间相互作用的纽带，反映了一种特殊的区域关系。本章高度概括了旅游业的兴起与发展，深入探讨了旅游的区域特征，同时对旅游地的文化特征也做了比较详细的说明，并从心理学、经济学和地理学等角度分析了旅游动机产生的原因和影响旅游决策的主要因素，进一步概括了世界旅游资源的特点和区域分布、世界主要旅游国家的旅游资源特色，最后对旅游开发的区域影响做了全面、系统的分析，为倡导旅游的可持续发展提供了有利的理论基础。



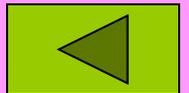


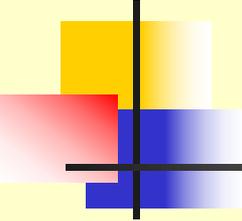
# 第1节 旅游业的兴起与发展

---

一、旅游业的兴起与发展

二、大众旅游的发展





# 一、旅游业的兴起与发展

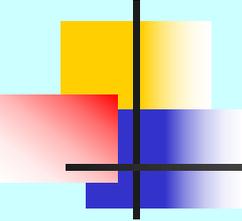
---

公元前8世纪，古希腊和其后的罗马帝国的兴起，对个城邦国之间的公务、贸易、考察等活动频繁，促进了人们的旅行活动。在当时，宗教旅游盛行，提洛岛、特尔斐和奥林匹斯山都是著名的宗教旅游胜地。

公元七八世纪，阿拉伯帝国盛行到圣地 — 麦加的活动，也对旅游活动起了很大的促进作用。13世纪以来，由于贸易的发展，旅游活动更加频繁起来。

到了十五六世纪，在欧洲，由于资本主义的萌芽，开始了对外扩张和寻找香料、黄金的“大航海”活动，科学考察和探险旅游极为盛行。“地理大发现”极大地扩大了人们的视野，增加了人们对世界的认识，对旅游活动的发展产生了重大影响。





## 二、大众旅游的发展

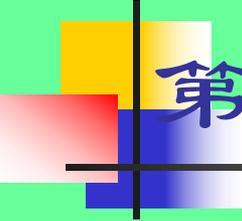
---

1841年，英国人托马斯·库克于7月5日组织了一个540人的旅游团从莱斯特到拉夫马勒参加禁酒大会，每人收取票费1先令，这是世界上第一次团队包价旅游。

1908年，斯塔特勒在美国纽约的步法罗建造了第一座商业饭店。

第二次世界大战后，交通条件的极大改善，飞机和汽车的普及，使人们出游更加方便快捷，缩短了旅行的时间距离，旅游业获得了空前的发展，旅游成了一种大众性的消费活动，甚至成了人们日常生活中不可缺少的部分。





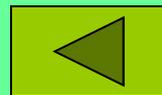
## 第2节 旅游者与旅游客源地与目的地

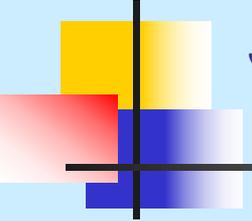
---

一、旅游者

二、客源地与目的地

三、客源地与目的地的关系





# 一、旅游者

---

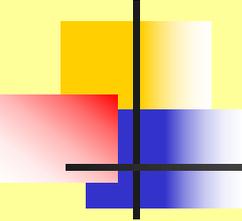
## (一) 国际上的定义

1. 国际旅游者
2. 国内旅游者

## (二) 中国对游客的定义

1. 游客
2. 海外旅游者
3. 海外一日游游客
4. 国内旅游者
5. 国内一日游游客





## 二、客源地与目的地

---

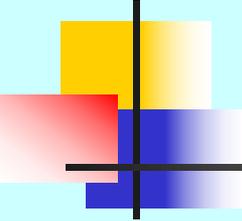
旅游表现为客流和信息流在客源地和目的地之间的流动，反映了一种特殊的区域关系。

**1 客源地：**是产生旅游者的地域，即游客的来源地。

**2 目的地：**是旅游吸引物比较集中，有旅游接待服务设施，具备旅游功能的区域，它是旅游流指向的目的区域。世界主要的旅游目的地包括：地中海、加勒比海、东南亚、肯尼亚、阿尔卑斯山等地。

**3 交通连接：**交通是联系客源地和旅游区的桥梁。





# 三、客源地与目的地的关系

---

## 1 客源地和目的地相一致

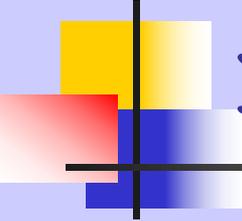
这是以美国为代表的经济发达，同时旅游业也相应发达的国家。

## 2 客源地和目的地相对应

地中海、加勒比海、东南亚的一些国家地理位置优越，旅游资源丰富独特，又与主要客源国相毗邻，形成客源地和目的地相对应的关系，如西欧对地中海，北美对加勒比海，东北亚对东南亚等。

## 3 客源地与目的地的分散与集中





## 第3节 旅游地的文化特征

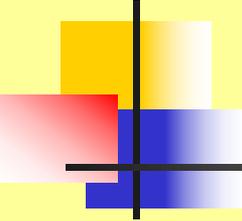
---

一、文化的概念和旅游地文化

二、旅游地文化的要素

三、旅游地文化的基本特征





# 一、文化的概念和旅游地文化

---

文化是一个涵盖十分广泛的概念，它包括知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗及其它社会现象。

旅游地文化指的是，在一定地理空间上的旅游资源与传统文化相结合的一种复合文化形态。



## 二、旅游地文化的要素

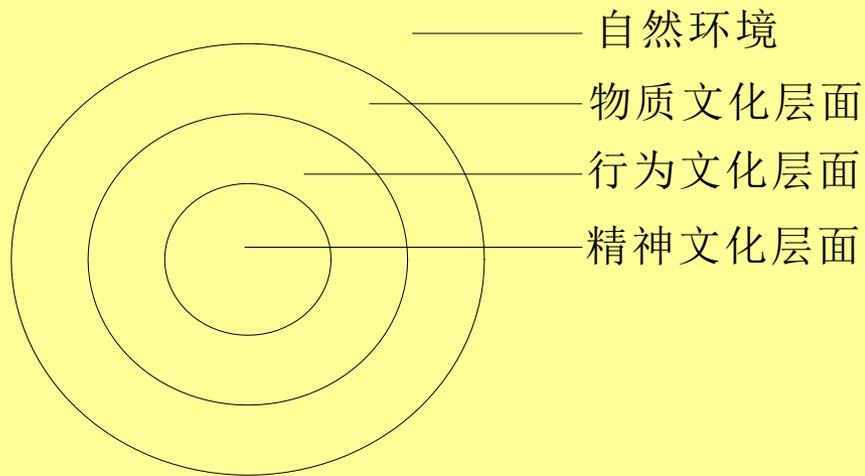
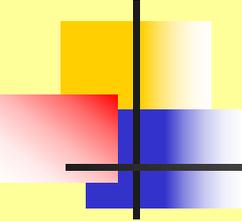


图10-2 旅游地文化的图层结构示意图



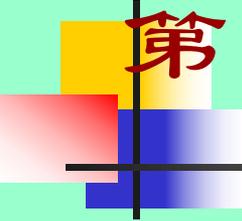


## 三、旅游地文化的基本特征

---

- (一) 地域性
- (二) 大众性
- (三) 综合性
- (四) 直观性
- (五) 季节性



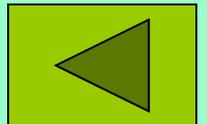


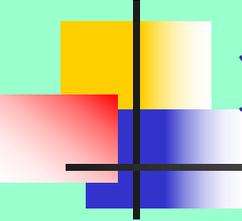
# 第4节 世界旅游资源与旅游地理

---

一、世界旅游资源

二、世界主要旅游地国家

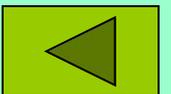


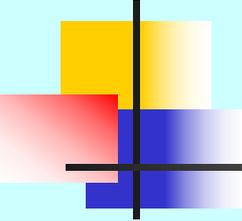


## 第5节 旅游开发的区域影响

---

- 一、旅游对区域的经济影响
- 二、旅游对区域的环境影响
- 三、旅游对区域的社会影响
- 四、旅游对区域的文化影响

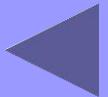


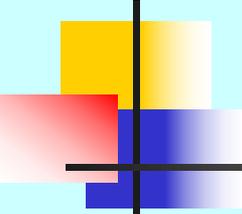


# 一、旅游对区域的经济影响

---

- 一、旅游业的经济特性
- 二、旅游与经济发展
- 三、旅游与收支平衡
- 四、旅游与就业
- 五、旅游与税收
- 六、旅游与经济结构
- 七、旅游对区域经济的消极影响





## 二、旅游对区域的环境影响

---

### 一、旅游与环境的关系

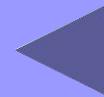
旅游与环境之间有独立关系、冲突关系和共生关系三种。

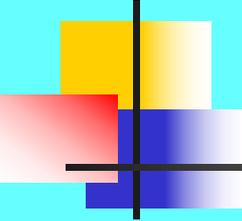
### 二、旅游对自然环境的影响

- 1 旅游与植物
- 2 旅游与水质
- 3 旅游与大气质量
- 4 旅游与野生动物
- 5 旅游与地质

### 三、旅游对人文环境的影响

- 1 旅游对风景区的影响
- 2 城市基础设施的变化



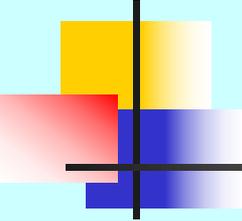


# 三、旅游对区域的社会影响

---

- 一、旅游地居民态度从欢迎到憎畏
- 二、示范效应
- 三、旅游和社会道德
- 四、旅游与宗教
- 五、旅游与语言
- 六、旅游与健康





# 四、旅游对区域的文化影响

---

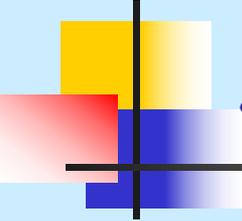
## 一、旅游与文化的变更和交流

- 1 游客
- 2 时间、空间和交流
- 3 文化经纪人

## 二、旅游对文化的影响 —— 以工艺美术品为例

- 1 传统艺术形式的复兴
- 2 传统艺术形式的退化





# 思考题

---

- 1 客源地与目的地的关系有那几种？分析旅游的区域特征
- 2 讨论感知环境是否是旅游地的宣传促销的理论基础
- 3 影响旅游决策的最大效益原则如何影响区域旅游开发？
- 4 结合旅游开发的区域影响，谈谈你对可持续旅游发展的理解

