

<<旅游地理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游地理学>>

13位ISBN编号：9787030278241

10位ISBN编号：7030278240

出版时间：2010-9

出版单位：科学出版社

作者：朱创业 编

页数：200

字数：300000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<旅游地理学>>

前言

随着现代社会的发展，旅游业已经发展成为世界最大的新兴产业之一，世界主要国家都把发展旅游业放在重要战略地位。

改革开放后，我国旅游业获得了迅速发展。

旅游业在人民生活和社会经济发展中的地位日益重要。

国务院于2009年12月颁发的《关于加快发展旅游业的意见》中明确提出：“把旅游业培育成为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”。

这标志着旅游业的发展已纳入国家战略体系，也预示着中国旅游业将迎来新一轮发展高潮。

在新的时期中国旅游业遇到了空前难得的发展机遇，由此也对与旅游业相关方面的教育提出了更高的要求。

如何在近些年中国旅游大发展的实践基础上，总结经验，提升理论，并融入旅游教育中，以期更好地为新世纪中国旅游业的发展服务，这是时代对旅游教育的要求。

在这样的时代背景下，为了适应中国旅游的发展和旅游地理学研究的需要，应四川省教育厅组织编写旅游系列精品教材的要求，我们组织编写了这本《旅游地理学》教材。

本书是在国内外以往出版的旅游地理学同类教材的基础上，吸取许多专家、学者的最新研究成果，结合多年的教学和科研实践进行编写的。

本书在编写过程中，特别注意以下几点：第一力求结构体系的完整。

正确处理资源、环境、经济、社会之间的相互关系已经成为世界各国旅游发展的共同战略，也是旅游地理学研究的主题。

因此本书打破传统教材以旅游资源和旅游开发为主的结构体系，以资源—环境—经济—社会为研究主线，强调旅游资源的合理开发、旅游环境的综合管理、旅游社会经济的可持续发展，建立了一套具有新意的结构体系，将全书内容分为旅游资源地理、旅游环境地理、旅游经济地理和旅游社会地理。

第二注意反映新近研究成果。

由于旅游地理现实问题的推动和相邻学科的理论引入，近年来，旅游地理学界不断涌现出新的观点和方法。

为了开阔视野，丰富和充实理论体系，拓展理论深度，本书介绍了这些最新的研究成果和学术观点。

比如，在旅游环境地理篇中，本书从国家“十一五”规划强调的划分主体功能区人手分析旅游的保护性开发，分析了全球旅游发展新趋势低碳旅游与可持续发展；在旅游经济地理篇，本书从研究旅游业微观主体空间活动规律角度出发，阐述了旅游经济区、旅游产业集群和区域旅游合作等内容。

第三大胆引入新的研究方向。

随着旅游业的蓬勃发展，人与人之间在地域空间中发生各种经济和社会文化上的行为联系和相互作用，产生各种各样的社会变化，带来了不少社会问题。

因此新世纪以来，旅游地理学的研究出现了明显的社会化趋向，更加重视旅游活动对社会因素的影响

。

<<旅游地理学>>

内容概要

本书基于旅游地域系统的相互作用，以资源—环境—经济—社会为主线，系统阐述旅游地理学的基本理论、方法和最新成果。

全书分为四大部分。

第一部分旅游资源地理，包括旅游资源的内涵、形成机理、地域分异规律、旅游资源调查与评价以及具体的旅游资源开发。

第二部分旅游环境地理，包括旅游和环境的辩证关系、旅游环境容量、环境保护、主体功能区与保护性开发、低碳旅游与可持续发展。

第三部分旅游经济地理，包括旅游经济活动与旅游产业分析、旅游经济区与旅游产业集聚、区域旅游合作。

第四部分旅游社会地理，包括旅游与扩大内需、旅游与游客满意度、旅游与社区发展、旅游与城乡统筹。

本书可作为高等院校地理科学、旅游管理、旅游规划、风景园林设计等本科专业教材，也适合于旅游研究机构、高等职业教育、自学考试的人员作为教材，也可供相关专业研究者、教学者、管理者参考。

书籍目录

前言第1章 绪论 1.1 旅游地理学的研究对象与任务 1.1.1 旅游地理学的学科属性 1.1.2 旅游地理学的研究对象 1.1.3 旅游地理学的研究任务 1.2 旅游地理学的研究内容与方法 1.2.1 研究内容 1.2.2 研究方法 1.3 旅游地理学的产生与发展 1.3.1 国外旅游地理学的发展历程 1.3.2 中国旅游地理学的发展历程 1.3.3 旅游地理学研究的发展趋势 资源篇第2章 旅游资源概述 2.1 旅游资源的概念及类型 2.1.1 旅游资源的概念 2.1.2 旅游资源的分类 2.2 非传统旅游资源的概念及类型 2.2.1 非传统旅游资源的概念 2.2.2 非传统旅游资源的类型 2.2.3 基于非传统旅游资源的专项旅游产品第3章 旅游资源的形成及地域空间分异 3.1 旅游资源的形成机理 3.1.1 自然旅游资源的形成 3.1.2 人文旅游资源的形成 3.2 旅游资源的地域空间分异 3.2.1 自然旅游资源的地域分异 3.2.2 人文旅游资源的地域差异第4章 旅游资源的调查与评价 4.1 旅游资源调查 4.1.1 旅游资源调查概述 4.1.2 旅游资源调查的内容 4.1.3 旅游资源调查的程序 4.1.4 旅游资源调查的方法 4.2 旅游资源评价 4.2.1 旅游资源评价的原则 4.2.2 旅游资源评价的内容 4.2.3 旅游资源定性评价 4.2.4 旅游资源定量评价第5章 旅游资源区划 5.1 旅游资源区划概述 5.1.1 旅游区划的内涵 5.1.2 旅游区划的目的和意义 5.2 旅游资源区划的基本原则和方法 5.2.1 旅游资源区划原则 5.2.2 旅游资源区划方法 5.3 中国旅游资源区划 5.3.1 中国旅游资源区划研究现状 5.3.2 中国旅游资源区划方案举例 5.4 世界旅游资源区划 5.4.1 世界旅游资源区划研究现状 5.4.2 世界旅游资源区划方案举例第6章 旅游资源开发 6.1 旅游资源开发概述 6.1.1 旅游资源开发的概念 6.1.2 旅游资源开发的原则 6.1.3 旅游资源开发的类型 6.1.4 旅游资源开发的形式 6.2 旅游资源开发的内容 6.3 旅游资源开发规划 6.3.1 旅游资源开发规划的概念 6.3.2 旅游资源开发规划的基本理论 6.3.3 旅游资源开发规划的内容 环境篇第7章 旅游与环境 7.1 旅游环境概述 7.1.1 环境 7.1.2 旅游环境的定义 7.1.3 旅游环境的特征 7.2 环境对旅游的影响 7.2.1 自然环境对旅游的影响 7.2.2 人文环境对旅游的影响 7.3 旅游对环境的影响 7.3.1 旅游对环境的积极影响 7.3.2 旅游对环境的消极影响第8章 旅游环境容量与环境保护 8.1 旅游环境保护 8.1.1 相关概念 8.1.2 旅游环境保护的必要性 8.1.3 旅游环境保护的对策 8.2 旅游环境容量 8.2.1 旅游环境容量概述 8.2.2 旅游环境容量的测算 8.2.3 旅游环境容量的应用第9章 主体功能区划与保护性旅游开发 9.1 主体功能区的理论内涵 9.1.1 主体功能区的提出 9.1.2 主体功能区的内涵 9.1.3 主体功能区的类型 9.1.4 主体功能区划的意义 9.2 保护性旅游开发 9.2.1 开发与保护的关系 9.2.2 保护性旅游开发的内涵 9.2.3 保护性旅游开发的特征 9.2.4 主体功能区划促进保护性旅游开发 9.2.5 各主体功能区的保护性旅游开发要点第10章 低碳旅游与可持续发展 10.1 低碳经济概述 10.1.1 低碳经济的提出 10.1.2 低碳经济的概念 10.1.3 低碳经济的发展 10.2 低碳旅游的理论内涵 10.2.1 低碳旅游的定义 10.2.2 低碳旅游的内涵 10.2.3 低碳旅游与生态旅游的关系 10.3 低碳旅游：可持续旅游发展的新方式 10.3.1 可持续旅游发展 10.3.2 低碳旅游的发展措施 经济篇第11章 旅游经济活动与旅游产业 11.1 旅游经济活动概述 11.1.1 旅游经济的概念 11.1.2 旅游经济活动的运行 11.2 旅游经济活动的空间影响力 11.2.1 旅游经济活动的地区影响力 11.2.2 旅游经济活动的国家影响力 11.3 旅游产业在国民经济中的地位与作用 11.3.1 旅游产业的含义 11.3.2 旅游产业在国民经济中的地位 11.3.3 旅游产业在国民经济中的作用第12章 旅游经济区与旅游产业集群 12.1 旅游经济区 12.1.1 旅游经济区概念 12.1.2 旅游经济区特征 12.2 旅游产业集群 12.2.1 相关概念辨析 12.2.2 旅游产业集群的类型 12.2.3 旅游产业集群空间特征 12.2.4 旅游产业集群形成及发展 12.3 旅游产业集群与旅游经济区的关系 12.3.1 实现区域旅游经济的互动发展 12.3.2 推动旅游产业集群的完善升级第13章 区域旅游合作 13.1 区域旅游合作概述 13.1.1 区域旅游合作的内涵 13.1.2 区域旅游合作的地理学背景 13.2 区域旅游合作机制 13.2.1 区域旅游合作主体 13.2.2 区域旅游合作机制 13.3 区域旅游合作基本模式 13.3.1 点-轴形态模式 13.3.2 单核辐射形态模式 13.3.3 双核联动模式 13.3.4 核心-边缘模式 13.3.5 网络型模式 社会篇第14章 旅游与扩大内需 14.1 扩大内需概述 14.1.1 扩大内需的提出 14.1.2 扩大内需的举措 14.2 旅游在扩大内需中的优势和贡献 14.2.1 旅游业是扩大内需战略的消费热点 14.2.2 旅游消费在扩大内需中的优势 14.2.3 旅游业对扩大内需的贡献 14.3 旅游业对扩大内需的对策 14.3.1 政府及相关部门发挥主导作用 14.3.2 旅游企业的积极努力第15章 旅游与游客满意度 15.1 游客满意度的含义 15.1.1 游客满意度概念 15.1.2 游客满意度模型 15.2 游客满意度的度量 15.2.1 游客满意度级度 15.2.2 游客满意率 15.2.3 游客满意度指标体系 15.3 游客

<<旅游地理学>>

满意度的实践意义 15.3.1 有助于旅游资源评价和开发 15.3.2 有助于旅游市场的开拓 15.3.3 有助于建立游客忠诚度第16章 旅游与社区发展 16.1 社区发展概述 16.1.1 社区的内涵 16.1.2 社区发展的内涵 16.1.3 旅游对社区发展的影响 16.2 旅游社区与社区旅游 16.2.1 旅游社区 16.2.2 社区旅游 16.3 社区参与旅游发展 16.3.1 相关概念界定 16.3.2 社区参与旅游发展的内容 16.3.3 社区参与旅游发展的阶段 16.3.4 社区参与旅游发展的模式第17章 旅游与城乡统筹 17.1 城乡统筹概述 17.1.1 城乡统筹的提出 17.1.2 城乡统筹的内涵 17.1.3 现代田园城市：城乡统筹发展新理念 17.2 旅游发展与城乡统筹 17.2.1 旅游在城乡统筹中的作用 17.2.2 城乡统筹背景下旅游发展的重点区域 17.3 城乡统筹与旅游发展的热点问题 17.3.1 土地流转与乡村旅游 17.3.2 现代观光农业 17.3.3 城郊旅游地产 17.3.4 城乡旅游互动与农民旅游参考文献

章节摘录

插图：环境管理是协调人类社会经济发展与环境保护关系的重要途径和手段，也是环境保护工作的重要内容。

环境管理是应用各种手段，对损害环境质量的人类活动施加影响，促进人类调整自己的经济活动和社会行为，实现经济与环境协调发展。

旅游环境管理是环境管理的有机组成部分，是对旅游区域的资源与生态环境的管理。

它是通过调整人们的旅游经济行为，实现旅游业发展与环境保护的协调。

其基本概念是指运用规划、法律、经济、技术、行政、教育等手段，对一切可能损害旅游环境的行为和活动施加影响，从而协调旅游发展与环境保护之间的关系，使旅游经济得到长期稳定的增长，以实现经济效益、环境效益、社会效益的有机统一。

旅游环境管理通过各种手段鼓励、引导甚至强迫人们保护环境，对环境保护具有极其重要的意义。

8.1.2 旅游环境保护的必要性1. 旅游环境保护是旅游环境问题日益加剧的迫切需要随着旅游业的迅速发展和旅游产业规模的不断扩大，旅游活动和旅游业对其周围环境的作用和影响也更加明显和强烈，旅游环境问题更加突出，已经对经济和社会的可持续发展构成了严重威胁。

旅游环境的污染和破坏，必然会导致旅游资源质量的损害，甚至使得一些旅游资源的消失和不可再生，最终影响到旅游业的发展；如果旅游业的发展受到阻碍，必然会减弱保护和改善环境的能力，从而造成旅游环境质量的进一步恶化。

要处理好旅游与环境之间的关系，实现旅游与环境的良性循环，必须尽快解决日益严重的旅游环境问题，加强旅游环境保护的措施，走可持续发展的道路。

2. 旅游环境保护是维护生态平衡的重要内容旅游环境中的自然环境部分，是历经亿万年的自然演变过程而得以保存下来的珍贵资源。

对旅游自然资源的保护不仅是旅游环境保护的重要内容，而且对维护生态系统的平衡具有积极的意义。

旅游的自然环境如自然保护区、世界自然遗产和一些风景名胜区的的核心，多分布在人类难以到达的区域和宗教圣地。

由于这些景观和环境的保存是和人类极少涉足其中和宗教力量的控制紧密联系在一起，其实际的生态系统往往是极为脆弱的。

因此随着旅游业的不断介入，这些旅游自然资源已经或正在成为旅游开发的主要对象，若开发不当或开发后管理不善，违反自然生态的发展规律，很容易造成自然生态系统不可逆转的破坏，人类历史遗留下来的珍贵自然遗产将被毁于一旦。

3. 旅游环境保护是旅游业实现可持续发展的根本保证旅游业可持续发展则是可持续发展思想在旅游业中的具体贯彻和应用，是近三十年来人们对旅游发展和环境效益不断进行探索的产物。

对旅游资源及其生态环境的保护，对旅游业的可持续发展至关重要。

可持续发展的旅游业，必须是建立在人们对旅游资源的适度开发、旅游资源可持续利用和生态环境承载力不断提高的基础之上的。

因此我们必须把旅游资源保护提到应有的高度上来，避免旅游活动对自然资源、生物多样性和生态环境造成负面影响，也避免旅游开发对当地文化遗产、传统风俗和社会生活方式形成不良的影响，从而实现旅游业的可持续发展，为后代子孙造福。

<<旅游地理学>>

编辑推荐

《旅游地理学》由科学出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>