

地理学基本观点在旅游发展研究中的运用^{*}

窦 群

(国家旅游局旅行社饭店管理司, 北京 100740)

崔凤军

(北京大学城市与环境学系, 北京 100871)

提 要 本文从传统地理学经典的综合性、区域性、参照系选择等基本观点和方法出发, 探讨了地理学对促进旅游发展的一些领域, 尤其是从区域宏观经济角度对促进旅游业发展的贡献和作为进行了分析, 并认为在这个实践过程中, 地理学的理论体系、研究思路和应用领域也将得到丰富和发展。

关键词 地理学 基本观点 旅游 应用 认识

1 从地理学的区域性观点看促进旅游发展的动力机制和过程

1.1 区域经济发展水平是旅游活动的基础, 地理学对此具备良好的判断思路和方法

旅游是人类满足基本生活需求后的一种更高境界的消费活动, 所以, 没有一定的经济基础作保障, 旅游活动无从谈起; 对不同收入的消费者, 就因具备不同的支付能力而成为潜在的国内近距离、长距离, 近程、远程国际等多种层次的旅游者, 随着科学技术的发展, 甚至已经设想到未来的星际空间旅游。另一方面, 旅游过程的完成, 需要有食、住、行、游、购、娱一系列的服务条件作保障, 这些条件的保障要求旅游目的地(包括旅程经过区域)必须具备相应的经济发展水准才能达到。旅游客源发生地和旅游目的地的区域社会经济发展总体水平成为启动旅游发展的基本背景。而且这种区域差异在旅游活动中体现得非常突出。比如, 目前大量的远程国际旅游者来自欧美和日本等经济发达区域, 包括我国在内的许多发展中国家主要是居民的国内旅游活动, 出国旅游尚处于起步发展阶段, 而且基本局限于近距离的周边国家和地区; 对于尚未解决温饱问题的欠发达地区来讲, 居民有意识的、自主性的旅游活动还不能形成规模。

1.2 旅游客源地和旅游地的自然、人文背景差异是影响游客流向、流量的基本动力

游客在具备一定参加旅游活动的经济实力后, 其旅游(线路、时间)将很大程度上取决于旅游者个人的情况, 如身体状况、兴趣爱好等等。这就是旅游的选择性。人类个体的差异在很大程度上与成长环境(包括自然环境和人文环境)有很大关系, 因此, 游客参加旅游的方向和流量与旅游客源发生地和旅游目的地之间的区域自然、文化背景趋异和趋同程度有关, 而且, 这种相关关系还比较复杂。通常情况下, 区域自然状况差异越显著, 所引发旅游者的可能性越大。这种自然差异既可以是全年自然景观的绝对差异(如热、温、寒三个自然带之间), 也可以是年内反季节性差异(如南北半球的相同自然地带)。自然差异

^{*} 山东省自然科学基金资助, 编号 Q98E03140 (Supported by Natural Science Foundation of Shandong Province No. Q98E03140).

来稿日期: 1997-06-30; 收到修改稿日期: 1997-09-15。

所引发的旅游吸引力会使游客对旅游目的地具有特别向往的心情。比如，我国一些旅行社在对俄罗斯贝加尔湖地区的旅行者的调查中了解到，他们对我国第一位向往的旅游目的地是海南省的热带沙滩度假旅游，这正是由两地的气候差异所导致的游客旅行线路的选择性，类似于我国南方游客在冬季对东北的滑雪、冰灯等旅游项目的热衷。就区域文化背景对游客形成的影响而言则情况更为复杂，既有一般情况下基于趋异心理的探秘型旅游动机，也有热衷于趋同心理的寻根型（例如相同宗教信仰所引发朝觐旅游者），旅游业目前的发展状况表明，旅游引力趋同因素所形成的游客流量一般情况下可能更大一些。

基于以上两个方面，从区域总体角度出发，对旅游客源发生地和旅游目的地的自然、人文状况从宏观上进行比较分析，是促进旅游发展的基础工作，而这项工作正是地理学的专长所在。这里有一个必须处理好宏观和微观的关系的问题。进行旅游项目设计、旅游区规划是相当长一段时期地理学者参与旅游研究与实践工作的重要内容，因为这些工作往往是一些具体项目，得到了各地方政府和投资者的资金支持，适应了科技力量进入国家经济建设主战场的需要。但是，现在旅游界内已经沉痛地认识到，我国一个时期以来在旅游项目开发设计和旅游区规划等工作中有不少失误，由此也引发了前一段时间经济界和旅游业内对“人造景观”问题的热烈讨论，对全国纷纷上马的“西游记宫”和各种缩微景观投资失败的教训进行了研究。这个失败从地理学的观点看实际上就是犯了只见树木、不见森林的错误。就旅游吸引要素来讲是尤其讲求区域特色的：是区域的，所以是全球的^[1]。旅游资源因为具有明显的区域特色，所以才可能是具有世界意义的；旅游文化因为具有民族特色，所以才可能是全人类的。

面对这个简单的例子，地理学者可以体会到自己对发展旅游的使命和责任。由于区域自然、人文状况千差万别，构成要素极其复杂，从综合角度对旅游客源发生地和旅游目的地的区域比较分析工作，非地理工作者莫属。而且，从科学研究方法上看，比较分析是地理学驾驭相当成熟、行之有效的一个研究思路和技能。地理学积极参与旅游发展研究和实践领域固然要重视旅游资源、旅游线路、旅游区开发等内容，但这些工作往往不是具有典型综合性特征的地理学科的优势，而是分属于风景规划等专门学科的领地。而制定区域发展战略长期以来是地理学积极参与国民经济规划的一个重要切入点，就旅游业来讲，一是综合性的区域旅游发展规划还没有引起各级地方政府的认识和重视；二是国内为数有限的综合性区域旅游发展战略，较多的是从经济、社会学的角度介入的，地理学者还没有积极开展这个领域的工作，然而，这可能却是地理学对旅游发展研究贡献最大的领域之一。

发展旅游的基础是激活并逐步增强从旅游客源地向旅游目的地的人流，这个过程的前提是对两个区域自然和人文状况的全面比较分析，找到启动并增强两地人流的“催化剂”。这种“催化剂”由于不是一种单要素构成的，而且具有强烈的时代性，所以其判断和发掘是一项及其复杂的工作，特别需要地理学者的敏感性和综合判断能力。以上海市为例，在相当长的时期内，她以东方大都市的魅力和“购物天堂”的美誉强烈地吸引着海内外的游客，尤其是国内游客，颇有皇帝的女儿不愁嫁的优越感，在这段时期，精明的上海人不但不可能考虑到还要到外地推销自己，而且有些人还因为外地游客在上海的饱和所带来的一系列问题而不情愿更多的人去上海。改革开放以来，随着我国经济的迅速发展，各地都下力气开发出了自身的王牌产品并很快占领市场，商品流通半径缩短、速度加快；一批区域性的经济中心城市的功能越来越显著。在这种情况下，上海市“老大”的地位被严重削弱，从

而出现了近几年去上海的国内游客连年下滑的局面,并由此引发了对商业等相关行业的冲击。此事引起了上海有关部门的高度重视,最近,上海组建了全国第一个旅游事业管理委员会,对旅游、商业等行业统筹管理,并推出了以东方明珠为代表的浦东新上海作为引发游客的“催化剂”,以期重整旗鼓,再塑东方大都市的形象。

2 从地理学综合性观点对旅游资源和旅游业的再认识

2.1 关于旅游资源内涵的认识

随着旅游的发展,人们对旅游资源的认识是逐步加深的,最早旅游吸引物概念基本上局限于自然或人文的客观实体;进一步发展到旅游吸引要素的概念,认识到文化等无形的旅游吸引力;目前已开始认识到将旅游吸引物(吸引要素)所在地看作区域来理解旅游资源,这实际上是地理学对旅游资源理解的一个重大贡献。即:发生旅游活动区域内的任何构成要素都没有办法不成为该区域旅游资源的组成部分。随着全球旅游业的蓬勃发展,市场竞争的日益加剧,人们已经越来越自觉地要求自己从区域自然和人文的综合性角度认识和开发旅游资源,这是以地理学的综合性观点作为支撑理论所做出的选择,并且已经得到旅游发展现实的充分证明。

2.2 区域旅游资源综合性特点的认识

一般情况下,旅游者固然是为某些旅游吸引要素所激发而决定参加旅行,但一旦这种旅行成为现实,旅游者所体验的是旅游吸引要素所在区域的全部自然和人文风貌,给旅游者留下整体印象和勾起回忆的往往也是旅游吸引要素所在区域的整体概念,这种旅游活动结束后对区域的整体印象,有些学者把它称作旅游地域系统^[2],类似于我们地理学所提到的区域综合体,或者生态学所提到的景观的概念,即特别强调综合性。

2.3 人力资源是区域旅游资源中具有活性的核心要素

长期以来,由于旅游资源被局限地理解成为客观存在的、静止和被动的旅游吸引物,或者至多扩大地理解为旅游目的地这个客体本身的接待条件(即侧重于交通、城市建设水准等),忽视了旅游资源中的核心要素——人的因素,特别是由人的素质所决定的旅游服务质量问题。例如,前段时间,我国一些具有世界级意义的著名旅游景点由于长期以来疏于对旅游市场的规范管理,特别是对旅游从业人员的要求标准降低,导游等服务人员未按国家要求进行任职资格考核和上岗前的严格培训,形成“是人就能干旅游”的全民参与旅游经营的局面,导致对参游客人强行购物、索要小费等严重败坏当地旅游形象的事情接连发生,在国际、国内造成不良影响,使游人谈之色变,不敢涉足,这种著名旅游景点给外界的形象就不再是原有的旅游吸引物,而是欠佳的整体旅游环境,造成这种局面的直接原因不是客观的旅游资源(即狭义的旅游资源和旅游资源)本身,而是当地开发和经营这种旅游资源的人。其结果必然是导致这些著名旅游目的地客源急剧下降、游人停留时间减少,基本是“踩点”而过。

以上过程的恶性循环必然给当地旅游业以沉重的打击,而这些地区的旅游业往往在当地经济中占有举足轻重的地位,同时旅游业强烈的产业关联性特点又会导致这些地区社会、经济的全面下滑,教训极为惨痛。这是一种典型的因旅游目的地疏于对人力资源的认识和开发所导致的恶性循环。其根源在于对旅游业这一新的产业存在着严重的粗放经营和依赖

性极强的靠天吃饭的思想，以为大自然在本区域内造就的美景和老祖宗留下来的文化遗产就是本地发展旅游资源的全部，从此可以坐享其成。这正是对旅游资源片面理解所导致的一种掠夺性、破坏性直至毁灭性发展旅游的错误做法。从地理学对区域认识的整体角度着眼，全面认识区域旅游资源的内涵，重视旅游资源中人的要素的重要性是扭转这种错误思路的前提，也是旅游实际工作的当务之急。综观世界旅游发展长胜不衰、真正实现“朝阳产业”的国家和地区，没有一个不是对当地旅游从业人员素质有着极其严格的要求和完善的管理制度。实际上，在旅游行业内的酒店业经常讲到的所谓“软件和硬件”的关系是全面理解旅游资源的一个最简单的例子，一座建筑上再富丽堂皇的酒店，如果没有严格管理制度监控下、高素质从业人员所提供的宾至如归般的服务，它就不可能实现客人纷至、财源滚滚的经营目标。

2.4 旅游环境概念的提出及其内涵

从理论上理解，为了便于在学术中对旅游资源已沿用的狭义概念产生混淆，建议用旅游环境这个概念来表述包括人的要素在内的广义旅游资源概念，以纠正因概念局限理解所造成的工作偏差。比如，我们可以说，旅游目的地调动一切积极因素、为游客创造一个良好的旅游环境是当地发展旅游业的基本目标，这个旅游环境应当包括旅游吸引物构成的自然、人文环境和旅游从业人员所提供的旅游服务环境，其中前一种环境在旅游初级发展阶段起较大作用，在发展上有较大的局限性；后一种环境则是发展旅游的动力源泉，是实现旅游永远成为“朝阳产业”的根本出路。

3 地理学参照系的概念对旅游资源层次和区域旅游业定位的认识

3.1 区域发展参照系的选择是一个极其复杂的、含有时空概念的系统工程

地理学中对有关区域进行研究的前提是确定一个适当的参照系，在这个参照系之下再研究区域的定位与开发问题。比如，同样是一个青岛市，它在山东半岛、环渤海经济圈和亚太地区中的位置相去甚远，因此开发战略的定位也绝对不可能一致，其原因就是把它放在不同的参照系之下所得出的不同结果。一个区域的发展，其最恰当的参照系选择是一个非常复杂的问题，因为它不仅牵扯到空间概念，也与时间概念紧密相关。一个区域的发展现状往往决定其不能超越局限的参照系发展，这是对客观事实的尊重；但总是局限于目前的参照系，不适度着眼于更大的参照系并为此做准备、逐渐过度直至跃入更高的参照系，区域的发展也无从谈起，这个问题的核心在于对区域目前情况的判断及其适当参照系的选择、发展速度的选择和更外围参照系的准确选择。

3.2 区域旅游产品具有明显的层次性，并因参照系不同而具有强弱不同的功能

从参照系的角度出发，以蓬莱仙境这个旅游景点为例，从烟台市范围看，它是首屈一指的旅游目的地；从山东省范围看，是较为重要的旅游目的地；从全国范围看仅具有一般意义；从全球范围吸引海外客人角度着眼，影响力极其有限。这不是一种简单的人为主观认识和评价，而是由旅游资源本身所具有的辐射力所决定的，可以理解为区域旅游资源的腹地，也就是旅游业内所经常提到的旅游产品的层次性。我国既有象长城、兵马俑这样的世界名牌旅游产品，也有象长白山、海南岛这一层次的全国名牌以及省级名牌、市级名牌等等，它们对游客的吸引能力也相应具备不同的等级。借鉴参照系的思路，选择适合本地

旅游资源的区域旅游产业发展方向和规模是避免当地旅游发展不走或少走弯路的一个重要方法。

3.3 区域旅游产业定位的客观性对旅游业整体发展有深远的影响

近年来,随着舆论导向一再宣传旅游业已超过钢铁、汽车等产业成为全球第一大产业的信息;特别是我国旅游业蓬勃发展的形势,各地政府部门决策者普遍增强了对发展旅游的重视,越来越多的区域发展战略提出要把旅游业作为本地的支柱产业、龙头产业、先导产业或重点产业来发展。对此必须吸取前段时间我国所出现过的“开发区热”的教训,对区域旅游产业定位这个问题作出客观、科学的分析,尤其要围绕旅游资源吸引强度这个指标,对客源市场的范围和数量、质量作一系统的研究已刻不容缓。以酒店业为例,1978年我国实行改革开放初期,国门刚刚打开,面对带着到东方文明古国探秘心理而来的众多海外客人,由于当时缺少相应水准的接待条件和能力,着实令旅游行业为难了不少。经过近二十年的发展,在这种被动局面得到根本扭转的同时,近年来,又出现了有些旅游热点城市高星级旅游涉外酒店的全年平均开房率不足一半、有的甚至仅维持在20%~30%的可怜局面;在酒店硬件和服务水平与国际水准相比毫不逊色的情况下,销售价格仅相当于发达国家的50%,而且酒店业内杀价竞争的事情愈演愈烈,造成许多酒店债台高筑,不但收不回建设成本,而且靠贷款建设的酒店负债越滚越大,实际上已经成为银行的“打工仔”。造成这一突出问题的根本原因就是一些区域缺少对旅游资源吸引强度的分析,特别是缺少对区域旅游资源所能吸引的客源的预测分析。面对这一事实,就更加提醒我们,区域旅游发展必须有客观的定位才能通过合理的规模和速度达到理想的效益。由此也看到,地理学者参与旅游研究与实践的使命任重而道远。

4 结论

旅游活动本身和地理学有着天然的联系,应特别注意主动运用地理学的观点和方法开展工作,即使是在做一些具体的旅游项目中也不能因微观的和技术上的要求过于复杂而忽视了地理学基本理论的指导,否则,就很可能陷入盲目性而导致项目的缺憾和失败。目前,针对发展旅游的实际需要,地理学者应当坚定地倡导和开展地理学的理论建设,去指导旅游研究与实践工作;同时旅游研究和实践工作也能够为丰富和发展地理学的理论和方法作出应有的贡献,为地理学参与国民经济建设开辟新的领域,这是新时期学科建设的一个重要思想。

参 考 文 献 (References)

- 1 Chen Shupeng. Globalization of basic research. In: Laboratory of Resource and Environment Information System. Geo-information Science and Regional Sustainable Development. Beijing: Survey and Mapping Publishing House, 1995. 138. (In Chinese) [陈述彭. 基础性研究的全球性. 见:中国科学院资源与环境信息系统国家重点实验室. 地理信息科学与区域持续发展. 北京:测绘出版社, 1995. 138.]
- 2 Guo Laixi, Bi Dengqi, Wang Shun. Research on development of Chinese golden coast. Beijing: Science Press, 1994. (In Chinese) [郭来喜, 毕登启, 王舜. 中国黄金海岸开发研究. 北京:科学出版社, 1994.]

ON THE BASIC GEOGRAPHY IDEAS APPLYING IN TOURISM RESEARCH

Dou Qun

(Travel Agency & Hotel Management Dept. National Tourism Administration, Beijing 100740)

Cui Fengjun

(Department Urban and Environmental Sciences, Peking University, Beijing 100871)

Key words geography, basic ideas, tourism, applying, understanding

Abstract

Traveling is closely connected with geography. For a long time, geographic experts have taken part in much research and practice to promote the tourism development, and have done a good deal in this field, yield much economic and society effect. Geography still has much potential work that can be done in promoting the tourism development. To turn this objection into realization, the most important task is not the other one, but the theory construction of geography itself. Through reviving the traditional basic geographic ideas and methods, such as comprehensive, regional and consulting system selection, especially from the point of macroeconomics, this paper studies the great contribution of geography in promoting the tourism development, and concludes that, during the course of applying in tourism applying research, the geographic theory system, its train of thought and applying scope can be enriched and developed much also.

作 者 简 介

宴群,男,1989年毕业于华东师范大学地理系,1998年在中科院地理所获得博士学位。主要从事地理信息系统技术应用、旅游经济等研究。公开发表学术论文20余篇。