

【旅游目的地】

# 线性旅游目的地的概念框架与研究展望

杨效忠 李冬花 黄剑锋 陆林

**【摘要】**旅游目的地是旅游地理学的核心概念。旅游目的地空间形态、空间规模、空间关系的线性发展需要我们立足旅游地理学的学科视角,针对线性旅游目的地形成统一的概念界定,完善已有的旅游目的地认知体系。本文基于后结构主义的理论视角,构建线性旅游目的地的概念框架与研究体系,以期建立完整的“理论指导实践、实践完善理论”的旅游目的地反馈机制。研究认为:①线性旅游目的地是以特定的自然、文化主题为引领,以旅游基础要素的线性延展为基础,以旅游者、旅游经营者、旅游产品、旅游信息、旅游服务等各类要素主体的流动关系为根本,形成的沿特定方向关联互动的目的地组织共同体与空间连续体,具备关联性、流动性、动态性的空间组织特征。②线性旅游目的地作为旅游目的地时空关系交替演化的结果,具备发生发展的演化过程,既包括时间维度上组织结构线性整合的过程演化,也包括空间维度上各类要素主体集聚扩散的空间优化。③后结构主义的关系思维与尺度认知为线性旅游目的地关系的建构、关系的流动、空间的生成以及尺度的转换等时空演化研究提供了综合性的认知框架,而线性旅游目的地的概念框架与研究体系的确立,也推动了后结构主义向旅游地理学研究领域的理论拓展与实践延伸。

**【关键词】**线性旅游目的地;后结构主义;关系主义;关系空间;概念框架

**【作者简介】**杨效忠(1969-),男,安徽六安人,安徽师范大学地理与旅游学院,博士,教授,博士生导师,研究方向为旅游地理学,E-mail:1075742914@qq.com;李冬花,安徽师范大学地理与旅游学院;黄剑锋,安徽师范大学地理与旅游学院;陆林(通讯作者)(1962-),男,安徽芜湖人,安徽师范大学地理与旅游学院,博士,教授,博士生导师,中国地理学会会员(S110000078M),主要从事旅游地理教学与科研工作,E-mail:llin@263.net(芜湖241000)。

**【原文出处】**《地理学报》(京),2023.12.2939~2957

**【基金项目】**国家自然科学基金重点项目(41930644)。

## 1 引言

21世纪以来,伴随全球化、信息化、网络化交互作用的深化发展,旅游资源要素的空间模式与空间关系发生深刻变革<sup>[1]</sup>。从供给侧来看,快速交通网络与移动通信技术形成的时空压缩效应<sup>[2-3]</sup>,导致旅游要素的高度动态化和关系化,旅游目的地的空间关联效应与空间组合关系日益显著<sup>[4]</sup>。从需求侧来看,流动性作为现代社会的基本原则<sup>[5]</sup>,重新定义了人类旅游活动<sup>[6]</sup>,旅游活动的空间范围与空间选择不断拓宽<sup>[7]</sup>。旅游目的地作为一定空间范围内旅游资源、基础配套设施、旅游专用设施以及其他相关条件的有

机结合<sup>[8-9]</sup>,是一个明确的地理区域<sup>[10]</sup>,本质上是由各类旅游要素相互作用形成的综合性旅游产品。伴随旅游要素空间关系的日益强化,旅游目的地依托山脉、河流、道路、古道、运河等跨越不同地理单元、文化板块的线状自然、文化、交通要素为关联轴线<sup>[11]</sup>,由特定空间范围向连续空间范围“线性”整合的空间趋势日益显著<sup>[12]</sup>,绿道、风景道、遗产廊道、文化线路、旅游公路、线型旅游体验空间等旅游目的地空间供给形式与空间消费形式逐渐涌现。

旅游目的地空间形态、空间规模、空间关系的“线性”发展,需要我们超越结构主义静态化的研究

范式,针对旅游目的地的新型空间关系与新型空间结构进行动态开放的整体性审视,并在认识论、方法论层面形成新的阐释。后结构主义对结构主义“解构”的学术转向,推动了地理学研究的关系转向<sup>[13]</sup>,尤其是后结构主义对事物发展过程中相互影响的异质性关系的关注,为地理学的空间研究带来了实质性的理论和实践启发<sup>[14-15]</sup>。后结构主义强调空间的开放性与关系性<sup>[16]</sup>,注重不同要素间的关联互动关系<sup>[17]</sup>,理论视角由封闭性、决定性的结构研究转向动态、开放的关系研究<sup>[18-19]</sup>,为流动性背景下旅游目的地的空间关系研究提供了理论指引。因此,本文尝试基于后结构主义的理论视角,针对旅游目的地空间关系的“线性”发展,建立概念框架,并从过程、机制和尺度层面构建整体性的认知体系,以期为旅游目的地的发展研究提供新的理论视角与研究视域。

## 2 理论基础与概念界定

### 2.1 后结构主义

2.1.1 理论转向:从本质主义到关系主义 后结构主义是对结构主义的批判检视形成的新型思维模式与方法论革命<sup>[20]</sup>。结构主义强调基于二元对立的思维模式寻求固定的规则结构以揭示事物本质<sup>[21-23]</sup>,对时间、空间、人类主体的概念排斥使其忽略了事物的动态性、开放性及其自身的生产性<sup>[24]</sup>。20世纪60年代后期,Barthes、Derrida、Foucault等开启了批判结构主义的“解构”思潮——后结构主义。后结构主义强调事物是联系的产物而非本质自我的产物<sup>[25-26]</sup>,事物皆存在内在的规则结构,但更为重要的是事物在形成发展过程中的连通性<sup>[13]</sup>。这种连通性并非固化的存在,纵向上表现为事物本身与过去、现在和未来的联系,横向上表现为事物与特定社会条件、社会关系的联系<sup>[19]</sup>。关系主义的理论转向推动了社会学领域对空间概念的系统关注<sup>[17]</sup>,空间意识的复兴以及社会学研究的“空间转向”推动了地理学者对空间、场所的内涵进行重新解构与定义<sup>[27-29]</sup>,空间和场所被解读为“关系场中的节点”。

2.1.2 空间转向:从空间到关系空间 关系主义的理论转向推动地理学领域形成新的空间理念——关系空间<sup>[16]</sup>。空间由传统社会文化地理学中客观静态的活动容器转化为社会发展的重要组成部分与能

动因子<sup>[30]</sup>。从空间特征来看,关系空间由竞争、并存的各类关系所构成<sup>[31]</sup>,伴随关系的流动与展开,空间处于永恒的生成之中,竞争关系不断分割空间主权,并存关系则在特定空间中形成协同,驱动关系在地方、区域、全球尺度之间的整合、流动和跃迁<sup>[32-33]</sup>。从空间意义来看,关系空间推动地理学关注的社会空间现象更为复合多元,信息空间、流空间等空间理论的涌现更新了地理学传统的空间认知范畴<sup>[34]</sup>,各类要素相互依存、相互生产、相互建构的辩证关系引起广泛关注<sup>[35-36]</sup>。Massey<sup>[31]</sup>、Doel<sup>[33]</sup>、Cresswell<sup>[37]</sup>等学者开始通过连通性、开放性来解读空间,认为空间是被不断生成的异质关系塑造而成的流动性场域,创新网络演化、全球生产网络、全球旅游系统等跨越地理空间界限的研究议题受到地理学者的广泛关注<sup>[38-40]</sup>。

2.1.3 视角转向:旅游目的地概念内涵的再认识 后结构主义关系主义的理论转向、关系空间的空间转向,为旅游目的地空间组织结构线性发展的现象梳理和概念界定提供了认识论基础与方法论启示。在认识论层面,关系主义对连通性的解读,能够以关联性、开放性、生成性的理论视角透视旅游要素空间互动、空间扩张以及旅游目的地空间形式线性发展的组织特征,为旅游目的地向线性旅游目的地的概念延伸提供了组织层面的理论启示。在方法论层面,关系空间对尺度有界性的弱化,为旅游目的地由特定空间地域向连续空间地域动态扩张的空间形态、空间尺度分析提供了多类型、多层次的立体化研究体系。关系的流动、展开与生成,为点、线、面等不同空间形态目的地以及地方、区域、国家、国际等不同空间尺度目的地关联互动的空间实践建构了普遍的探索路径与方法逻辑。总的来说,后结构主义为旅游目的地向线性旅游目的地的概念延伸与建构提供了基本的理论依托与分析逻辑,是基于新的社会现实基础展开旅游目的地概念内涵再认识、再理解、再创新的重要理论视角。

### 2.2 线性旅游目的地

2.2.1 主题与关系建构:从旅游目的地到线性旅游目的地 旅游目的地的概念研究始于20世纪70年代,Gunn基于对旅游地域系统的微观研究提出旅游目的地地带的概念模型<sup>[9]</sup>,认为吸引物综合体、服务

社区、中转通道和区内连接通道等旅游要素共同构成一个完整的目的地地域系统(图1)。国内学者在此基础上突出强调地理空间的逻辑<sup>[41-42]</sup>,认为旅游目的地是一定地理空间范围内旅游资源、基础配套设施、专用设备及其他条件的有机结合<sup>[43]</sup>。伴随全球化、信息技术革命以及交通运输技术的推进,旅游目的地的可进入性、连通性发生深刻变革,相关学者围绕旅游目的地在次区域、区域、全球等不同空间尺度上的空间组织模式与形成发展机制展开广泛讨论<sup>[35,44]</sup>。伴随旅游目的地由特定地理空间向动态关系空间的特征转向,目的地被视为涉及行动者个体层面、目的地层面、区域层面等多层次合作生产网络的组成部分,对于独立的目的地个体来说,与其他目的地以及更广泛的地理区域之间建立联系变得十分重要<sup>[45]</sup>。Baggio等在此基础上进一步强化了旅游目的地的关系属性与网络逻辑,认为旅游目的地是包含旅游资源、旅游服务、旅游产品及其相互作用关系的复杂网络系统<sup>[46]</sup>。

旅游要素空间关系的交织深化,不仅重塑了旅游目的地的概念内涵,也重构了传统的旅游目的地发展模式。其中,线路旅游被认为是强化旅游目的地空间关系、实现旅游地可持续发展的有效形式<sup>[47-48]</sup>。线路旅游是指基于统一主题,将特定区域的目的地和旅游活动联系在一起,通过开发配套产品和服务而获得更多发展机会的旅游组织形式<sup>[49]</sup>。跨越地理

距离和文化多样性的主题,往往能够与更大尺度的发展愿景相契合<sup>[50]</sup>,汇集更为广泛的资产和活动<sup>[51-52]</sup>。同时,主题不是刻意迎合旅游市场的产物,而是与区域历史、文化、景观、生活方式密切相关、对地方发展具有意义潜力,并能够反映区域旅游产品核心价值、本质属性的特定要素或符号<sup>[53]</sup>,这些要素能够驱动旅游者、旅游活动、旅游消费由单一目的地节点向多个目的地节点动态扩散<sup>[54]</sup>。在线路旅游的组织形式下,新型旅游目的地发展模式逐渐形成,并取得了较为显著的社会经济效益<sup>[55-57]</sup>。欧洲圣地亚哥·德·孔波斯特拉之路(Routes of Santiago de Compostela)、丝绸之路(Silk Road)、南非花园大道(The Garden Route)、美国66号公路(Route 66)、澳大利亚大洋路(Great Ocean Road)等地均基于线路旅游的组织形式,凭借特定主题的关系建构,形成沿一定方向关联互动的目的地集合体系——线性旅游目的地。

2.2.2 线性旅游目的地:概念依据、基本特征与概念界定 (1)概念依据。从学理依据上来看,旅游目的地是旅游地理学的核心研究对象<sup>[58]</sup>。在高速流动的当今社会,旅游目的地空间形态、空间规模、空间关系“线性”发展的趋势特征日益显著,逐渐成为旅游目的地建设发展的重要形式与展开路径。相关学者基于不同的学科视角与研究侧重,提出了绿道、风景道、遗产廊道、文化线路、旅游廊道、旅游公路、线型旅游空间等概念范畴,多侧重于静态的概念阐释

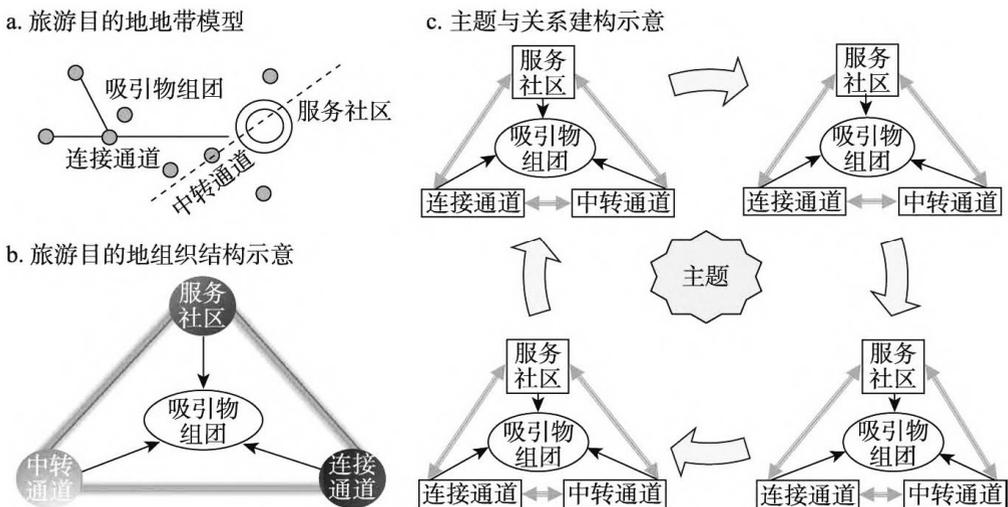


图1 旅游目的地与主题

注:旅游目的地地带模型根据 Gunn<sup>[9]</sup>改绘。

与碎片化的现象分析,在学理层面尚未形成完整的理论建构和系统性深入研究。因此,本文尝试厘清“线性旅游目的地”的概念内涵,回归旅游地理学基本概念、基本对象的理论探讨,基于新的社会历史条件形成对旅游目的地这一基本概念的认识与再思考,完善已有的目的地认知体系,建立完整的“理论指导实践、实践完善理论”的旅游目的地反馈机制。

从现实依据上来看,伴随现代交通体系与网络通信技术的日益完善,以旅游者为引领的旅游要素的空间传导速率不断提升,区域旅游边界效应逐渐弱化,旅游目的地的空间组织结构逐渐由点状向轴状、网络状动态演变<sup>[59]</sup>,空间结构的连通性不断增强。其中线路旅游作为有效的组织形式与工作方法,在各地的遗产保护、经济发展、区域合作、文化传承中发挥了重要作用,受到国际组织的广泛关注。基于此,本文尝试通过线性旅游目的地的概念界定,在现实层面回应新一轮科技革命所引发的旅游目的地空间组织形式的实践变革。线性旅游目的

地并非是对旅游目的地概念内涵的学理否定,而是基于新的社会条件和实践态势形成对旅游目的地概念内涵的补充阐释与深入认识。

(2)基本特征。线性旅游目的地的概念虽尚未统一提出,但已有研究针对其关联性、流动性、动态性的空间组织特征已形成基本认同(表1)。其中,关联性是线性旅游目的地空间组织的基础特征,主要指旅游目的地之间自然、社会、文化关系的建构与发展;流动性是线性旅游目的地的要素特征,主要指旅游目的地在稳定的自然、社会、文化关系基础上形成的以旅游者为引领的各类旅游要素的流动;动态性是线性旅游目的地的结构特征,指线性旅游目的地在旅游要素流动速率、流动规模不断强化的背景下空间组织结构所发生的动态变化。

首先,就关联性而言,线性旅游目的地通常以特定主题为引领,以交通基础设施等实际通道载体为依托,建构沿线目的地节点的组织关系<sup>[73-75]</sup>,形成主题引领、主线明确、主体联系通道顺畅的关联性组织

表1 相关概念内涵与基本特征

	概念内涵	基本特征	参考文献
绿道	为实现多种用途(可持续土地利用、生态、休闲、文化、美学)而规划、线性的空间结构,关联性、多设计、管理的线性要素组成的土地网络,是具有生态、游憩、文化、审美等多功能的,可持续发展的绿色开敞空间 沿河滨、溪谷、山脊、风景道路等自然、人工廊道建立的线形绿色开放空间	多功能性,可持续性,整体性功能	[60-62]
风景道	具有交通运输和景观欣赏双重功能的通道 旅游和交通功能相结合的、在路旁或视域之内具备景观、游憩、历史、文化、自然、文物等多重价值的景观道路	多功能性(价值混合体),节点、线路、域面的联合发展	[63-65]
遗产廊道	拥有特殊文化资源集合的线性景观 遗产廊道是特殊类型的遗产区域,其保护主体包括连续的河流、峡谷、道路、铁路线等,也涉及把遗产点串联形成的具有历史意义的线性廊道	景观的连续性、整体性、互动性,潜在的连接元素;多尺度类型	[66-67]
文化线路	基于陆路、水道或者混合类型通道的、能够反映人类互动和跨越较长历史时期的民族、国家、地区间交流的线路 基于特定历史路线、文化概念、人物或现象建立的旅行线路,以具有代表性、普遍性的主题为发展基础。该主题能够阐释区域记忆、历史和遗产,并且在与旅游机构或经营者合作的过程中,能够促进旅游产品的发展	主题,多尺度类型,多元价值,流动性,关联性	[68-70]
旅游公路	以旅游交通通行为主要功能并连接旅游景点或路侧具有旅游价值的带状公路廊道	主线、支线、服务节点的基本空间构成	[71]
线型旅游体验空间	以交通功能为基础、以满足旅游者体验需求为根本目的,在风景道及其辐射范围之内具备多元功能的一种线型旅游目的地形象	旅游资源的串联,空间的连续与外推,网状的空间开发模式,协调沿线的竞合关系	[72]

结构(图2)。如Snowball等在南非的文化遗产路线研究中指出,特定主题能够将区域性的目的地节点、活动联系在一起,实现旅游吸引力的强化整合,并带来更为高效统一的目的地管理与营销<sup>[47]</sup>。Meyer认为文化线路建构了孤立城镇、城市、旅游历史城市之间的历史、经济、文化联系,使多样化、分散化的欧洲遗产具备相对一致的表现形式,丰富旅游者体验的同时也能够驱动旅游需求、旅游消费的外溢与扩散,是建立区域合作伙伴关系、刺激区域经济发展的有效工具<sup>[73]</sup>。

其次,就流动性而言,线性旅游目的地超越了旅游目的地固有的空间范畴<sup>[76]</sup>,主题轴线、交通干线将吸引物综合体、连接通道、中转通道、服务社区吸纳进一个流动性更高、连通性更强的高维目的地体系之中,跨区域的空间地理特征明显<sup>[77]</sup>,较点状、团块状目的地空间形态更为有机连续和多维自由。Ward-Perkins等认为线路旅游能够驱动旅游者沿特定方向的流动扩散,而这种流动性也是传播经济效益、缓解过度旅游的重要力量<sup>[53]</sup>。此外,张圆刚等在线型旅游体验空间的特征研究中指出,风景道内旅游者高度的定向流动能够带来旅游生产要素的空间集聚与扩散,促进目的地空间地域的连续与外推<sup>[72]</sup>。杨效忠等发展了对已有研究的认识,在线型旅游空间吸引力模型研究中指出,线性旅游目的地的动态景观具备显著的流动性特征,流动景观是线型旅游空间最重要、最基本的旅游吸引物<sup>[78]</sup>。

最后,就动态性而言,组织结构的关联性、空间结构的流动性使线性旅游目的地能够实现以旅游者为引领的各类要素主体的高效流动与跨地方聚合,不断创造、强化目的地的空间关系,以点、线、面等形式塑造新的目的地节点<sup>[79-80]</sup>。邱海莲等在哥伦比亚河历史公路的研究中指出,风景道旅游目的地具备线型空间的连续性与外推性、空间系统的开放性与整合性,作为一个开放的空间系统,其辐射区没有明确界限,不断动态变化<sup>[74]</sup>。前约旦步道协会主席Haddad进一步指出,线性旅游目的地是持续动态变化的,在发展中国家尤为明显,伴随宏观社会经济环境的变化,旅游基础设施不断完善,线性旅游目的地的空间组织结构的变化一直在发生,处于动态的涌现与生成之中<sup>[53]</sup>。

(3)概念界定。“性”多指事物本身所具有的作用、性质及属性,“形”多用于表示形象、形体、形状等外部形态,“型”多指模型、类型<sup>[81]</sup>。因此本文采用“线性”对旅游目的地空间关联的连通性思维进行指代,既包括外在空间形态的连通性,也涵盖内在组织结构的连通性,以突破“线型旅游空间”“线形旅游产品”等已有表述对线性旅游目的地外在空间形态、功能结构的表层关注,深入线性旅游目的地空间组织结构的关系本质。

关联性、流动性、动态性的空间组织特征决定了线性旅游目的地区别于其他目的地形式的产品结构与服务特征。从旅游产品构成来看,线性旅游目的

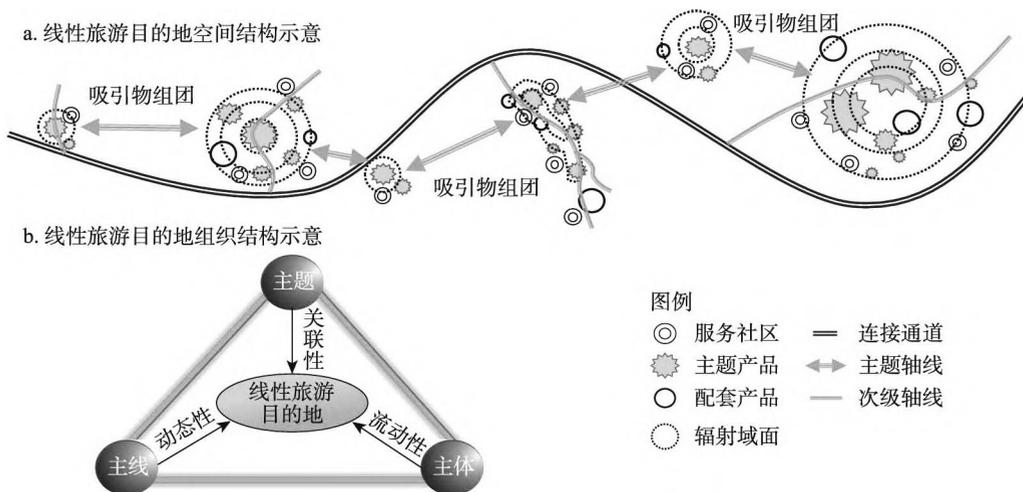


图2 线性旅游目的地的空间组织特征

地能够通过特定主题的关系渗透与价值引领,在不同旅游产品与产品生产之间建立有机联系。Meyer在线路旅游发展的关键问题研究中指出,主题不仅是线性旅游目的地的组织基础,住宿、餐饮、服务、购物等各类基础旅游要素的发生发展也均基于统一主题而展开<sup>[73]</sup>。从旅游体验特征来看,特定主题能够提供提供一个统一的体验框架,使旅游者沉浸在由整体叙事联系起来的事件、人物、景观、符号的连续序列中,形成连贯、强烈的情感体验,激发旅游者的深刻认知<sup>[82]</sup>。Hsu在台湾长途步道的旅游研究中指出,特定主题能够赋予旅游者探索、游览沿线相关目的地节点的动机与使命<sup>[86]</sup>。基于线性旅游目的地概念提出的学理依据与现实依据,结合已有研究对其空间组织特征、产品结构、体验特征的剖析,本研究认为线性旅游目的地是以特定的自然、文化主题为引领,以旅游基础要素的线性延展为基础,以旅游者、旅游经营者、旅游产品、旅游信息、旅游服务等各类要素主体的流动关系为根本,形成的沿特定方向关联互动的目的地组织共同体与空间连续体,具备关联性、流动性、动态性的空间组织特征。

### 3 理论适用性论证与分析框架

#### 3.1 理论适用论证

关系主义的连通性与关系空间的开放性、动态性、生成性既体现在线性旅游目的地以主题为引领的组织结构的构成与演化上,也体现在其空间结构的形态变化与尺度转换上。因此,本部分主要从线性旅游目的地的内在组织结构与外在空间结构出发,充分考察关系主义与关系空间在其中的具体表征。

从组织结构来看,关系主义与线性旅游目的地的组织结构过程具有高度的内在耦合性。一方面,从组织结构的构成来看,主题作为潜在的连接要素,是线性旅游目的地的组织关联核心。主题通常与目的地的文化、生产生活方式密切相关,无论主题是“莱茵河的城堡”还是“印度的民间节日”,都可以直接与潜在的消费者建立对话,传达共同的理解<sup>[11]</sup>。另一方面,从组织结构的演化来看,关联性的组织结构决定线性旅游目的地组织结构的发展演化并非是固化在特定空间地域的静态关系体系。Stoffelen认

为线性旅游目的地具备强大的扩散效应与外溢潜力,旅游活动的社会经济效应能够通过旅游者的经济足迹扩散到边缘地区,形成区域性的利益主体网络<sup>[83]</sup>,刺激沿线社区、目的地节点基于更广泛的经济发展目标建立紧密联系<sup>[84]</sup>。因此,关系主义连通性、历时性的研究视角与研究方法,为线性旅游目的地的组织结构研究提供了理论透视角与过程性分析框架。

从空间结构来看,关系空间与线性旅游目的地的空间结构特征具有显著的逻辑关联性。一方面,从空间形态特征来看,线性旅游目的地融合了点状、团块状旅游目的地“点轴”驱动、“多中心”驱动的空间优势,形成高效多向的要素流动与主体互动。Schuhber等认为线性旅游目的地能够有选择地连接阶段性地区、停留节点和目的地节点,建构商品、服务的空间通道以及思想、知识的交流通道,实现“区域-部门”集群的空间串联<sup>[85]</sup>,壮大区域旅游供给主体之间的关系规模<sup>[86]</sup>。另一方面,从空间尺度特征来看,线性旅游目的地在不同的空间尺度下基于不同的主题而运行,主题不同,旅游产品结构与旅游体验特征不同。同时,“点轴-多中心”的空间扩张模式也为线性旅游目的地在不同尺度之间的流动关联提供空间可能。MacLeod认为线性旅游目的地秩序化的旅游空间生产方式能够创造统一的体验框架,使旅游者充分体验目的地的多样性<sup>[87]</sup>。同时,线性旅游目的地也通常涉及不同尺度上的竞争与合作,具备多层次的旅游生态系统构成<sup>[88]</sup>。因此,关系空间中非嵌套、动态的尺度认识为线性旅游目的地的空间发展提供了认知基础与方法指导。

#### 3.2 分析框架

线性旅游目的地的发生发展具备多元空间形态与多尺度空间特征。尺度是地理学的核心概念<sup>[89]</sup>,最初与制图学密切相关<sup>[90]</sup>。20世纪80年代,Taylor基于结构主义的视角,将尺度的概念引入人文地理学研究<sup>[91]</sup>,通过权力关系等级与空间结构层次的对应关系,建立社会、政治、经济过程的分析层次<sup>[92]</sup>。20世纪90年代,伴随后结构主义的兴起,尺度等级化的结构主义倾向逐渐受到批判,后结构主义秉持更加开放、关联的尺度观,认为“全球-国家-地方”的

嵌套层级结构应当被“连通性”所替代<sup>[93]</sup>。后结构主义视域下,尺度不再是社会关系的封闭容器,更加关注尺度被社会行动者及其实践活动塑造和转换的过程<sup>[94]</sup>。这一转变的实质在于从关注尺度本体转向关注行动者为实现特定目标或发展优势所采取的表达手段或政治策略<sup>[95]</sup>,即尺度隐喻和尺度实践。然而,尽管“连通性”日益重要,人类主体及其社会经济过程仍然存在于由地方、区域、国家等组成的现实世界<sup>[96]</sup>,单纯地关注尺度隐喻与尺度实践缺乏实体尺度支撑<sup>[97]</sup>,难以厘清线性旅游目的地的尺度变化过程。因此,本文结合后结构主义对尺度的非物质理解,综合尺度本体、尺度隐喻与尺度实践,关注不同尺度线性旅游目的地行动主体、制度逻辑及其结构变迁的实践过程,建立线性旅游目的地空间组织结构的综合性分析框架(图3)。

具体而言,在内在的组织结构上,明确主题引领、主体协同的旅游目的地组织结构过程。主题是线性旅游目的地的组织基础,主题不同,旅游目的地各类要素主体的关系建构方式与关联程度存在差异,并作用于目的地整体空间组织结构的线性整合。Ward-Perkins等在针对线性旅游目的地的理论

实践研究中指出,线性旅游目的地是在强有力的主题基础上发展起来的,除了旅游吸引物,目的地在内的住宿、餐饮、服务、购物等配套产品和服务均围绕特定主题而展开<sup>[53,73]</sup>。因此,需要将旅游目的地主题、旅游目的地的各类要素主体作为核心,探索主题关系建构的过程差异与阶段特征。在旅游目的地主题上,考察不同主题的社会建构过程,分析不同类型主题在旅游目的地关系生产中的过程特征与一般规律,明确区域旅游目的地自然、社会、文化关系形成发展的主题驱动与建构路径。在旅游目的地的要素主体上,探索政府组织、行业协会、旅游企业、社区居民以及旅游者等权力主体与社会组织的关系生产过程,归纳总结线性旅游目的地基础旅游要素、核心旅游要素以及创新旅游要素的流动过程和关系效应。

其次,在外在的空间结构上,构建多尺度、多中心的目的地空间连续体。Lourens在圣地亚哥·德·孔波斯特拉之路与南非米德兰兹线路(Midlands Meander)的案例研究中指出,线性旅游目的地的长度、规模、主题存在较大差异,涉及地方、区域、国际等不同尺度,并在不同的空间尺度上吸引不同类型、不同规模的旅游者<sup>[49]</sup>。因此,需要遴选地方、区域、国家、国际

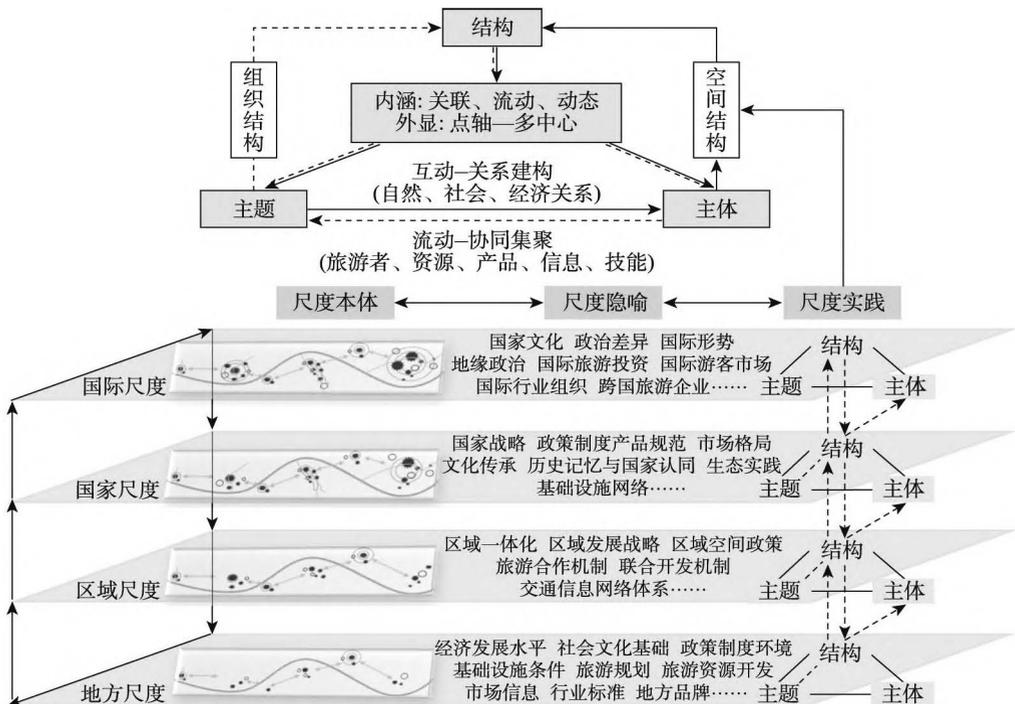


图3 线性旅游目的地分析框架

等不同空间规模的线性旅游目的地,分析总结线性旅游目的地的空间形态特征与空间关联机制。在空间形态上,基于特定空间尺度的线性旅游目的地,分析目的地节点、轴线、网络的空间优化过程,剖析旅游者、旅游资源、旅游企业、旅游信息等旅游要素集聚扩散的空间特征。在空间尺度上,深入刻画不同空间尺度上线性旅游目的地空间组织结构的特征差异与尺度效应,结合不同空间尺度的发展环境与行动主体,探索线性旅游目的地尺度关联、尺度转换的行动机制,总结目的地空间关联的内源动力与外源拉动路径,建立多尺度、综合性的空间分析体系。

#### 4 研究展望

后结构主义的关系思维溶解了事物的空间边界<sup>[98]</sup>。Amin认为地方不存在禁止边界,通过多样性节点的并列集聚,能够形成在时间和空间上延伸更

远的关系实体,并由此产生不断动态变化的组织特征和空间形态<sup>[99]</sup>。Jones基于后结构主义的尺度认知提出平面本体论,认为我们对尺度的认知不仅包括向上向下的垂直想象,还包括辐射水平空间性,这种水平和垂直的结合也许能提供认知世界的框架<sup>[100]</sup>。因此,本文进一步基于后结构主义的关系思维及尺度认知,从关系的建构、关系的流动、空间的生成以及尺度的转换出发,将线性旅游目的地置于水平和垂直相结合的尺度框架内进行综合考察,从过程、机制和不同尺度空间模式3个层面进行研究展望的归纳与讨论(图4),以期形成关于线性旅游目的地多层次、多维度、多视角的综合性认知体系。

#### 4.1 线性旅游目的地发展演化的过程研究

4.1.1 主题建构过程 主题作为定位和识别旅游产品的有效方式,能够整合和推广一系列旅游景点



图4 线性旅游目的地的研究展望

与活动,并进行连贯营销。Benur等在旅游产品集中度和多元化的研究框架中指出,主题能够有效降低区域旅游发展的协调成本和不确定性,形成效率与经济性的综合优势<sup>[101]</sup>。因此,主题是线性旅游目的地发展演化过程的核心与基础。相关研究可以从以下方面展开:①自然主题的建构研究。从综合人地关系、社会建构视角出发,遴选依托山脉、河流、海岸线等自然生态景观进行关系建构的线性旅游目的地,分析自然景观系统、自然符号系统的价值内涵与传播路径,梳理自然主题引领下线性旅游目的地的符号体系及发展历程。②文化主题的建构研究。围绕文化线路、线性文化遗产、历史线路以及重大文化工程等文化主题,基于社会认同理论、社会网络理论、文化记忆理论、符号互动理论探索文化主题形成发展的资源基础与要素体系,分析文化主题要素在区域旅游产品发展中的价值渗透路径与意义关联特征。③交通主题的建构研究。围绕自驾、骑行、徒步等交通、户外、冒险主题的线性旅游目的地,分析交通主题在目的地关系建构中的塑造力量、行动主体与响应过程,基于对比分析的视角总结交通主题建构的关键环节与特征差异。

4.1.2 关系生产过程 Weidenfeld等通过对旅游目的地特定主题和空间关系的评估,认为基于特定主题的关系生产为旅游地提供了创新和增强竞争力的机会<sup>[102-103]</sup>。关系生产作为主题建构的结果表征,是线性旅游目的地发生发展的重要过程。相关研究可以从以下方面展开:①自然关系的生产过程研究。分析生态伦理、环境正义、公平与效率以及可持续发展等自然环境理念在线性旅游目的地发展演化中的传播过程与组织路径,总结线性旅游目的地自然关系的关联路径与价值转化模式。②社会关系的生产过程研究。基于社会关系网络视角,分析线性旅游目的地不同利益主体社会观念、行为方式与社会关系的变化过程及其空间影响,考察目的地内外交互社会关系的稳定变量与连续变量,总结社会关系演变在目的地空间组织结构发展演化中的作用特征。③经济关系的生产过程研究。分析线性旅游目的地的旅游市场规模、资源配置以及经济组织模式的特殊性,识别其经济活动的核心主体、合作模式与整

合路径,根据耦合协调模型、旅游吸引力模型、旅游经济联系强度模型分析线性旅游目的地旅游经济发展的空间格局、空间溢出效应与空间收敛性。

4.1.3 要素流动过程 主题的关系建构实现旅游要素在更广泛时空尺度上的关联流动,如Murray等在西班牙圣地亚哥·德·孔波斯特拉之路的旅游研究中指出文化线路的旅游消费、旅游需求是动态扩散的<sup>[65]</sup>,并非集中在特定的目的地节点,叠加现代信息技术带来的时空压缩效应,线性旅游目的地的流动性特征更为突出。相关研究可以从以下方面展开:①基础要素的流动过程研究。旅游者作为旅游目的地的要素流动的基础构成,分析旅游者消费行为的时空动态模式,构建线性旅游目的地关联性、流动性、动态性的空间体验模型。②核心要素的流动过程研究。旅游产品作为目的地发展演化的核心要素,包括正在利用的旅游吸引物、旅游服务、旅游设施以及旅游购物品等要素<sup>[104]</sup>,分析线性旅游目的地的旅游产品要素的空间配置与功能布局特征,总结旅游服务、旅游设施以及旅游商品线性整合的空间特征与流动规律。③创新要素的流动过程研究。分析服务技能、管理经验、营销策略等技术创新要素的关联互动过程,剖析市场信息、游客信息、政策信息等信息创新要素的一体化发展模式,识别线性旅游目的地的创新要素的集散节点及其与旅游创新活动、创新能力的空间耦合。

4.1.4 空间优化过程 线性旅游目的地的空间优化涉及旅游目的地的节点、轴线以及网络等多元目的地的空间形态优化与生成的关联集成分析<sup>[85]</sup>。相关研究可以从以下方面展开:①空间节点优化过程研究。分析不同层级目的地的节点的空间辐射范围与空间拓展方式,根据复杂网络理论构建目的地的节点旅游要素空间传输、空间集聚、空间匹配的指标与评价体系,分析目的地的节点空间优化的资源策略、区位策略、交通策略与制度策略。②空间轴线优化过程研究。遴选典型的目的地集聚轴线,基于区域空间结构理论探索目的地轴线联动的经济、交通、资源、技术基础,分析不同规模层级目的地的轴线集聚的空间格局特征与空间战略意义。③空间网络优化过程研究。分析整体网络节点的联系密度以及网络关系构

建的关键因子,总结线性旅游目的地空间网络优化的重心移动过程与关系扩张规律及其与域内城市、城镇节点的整合发展历程。

#### 4.2 线性旅游目的地发展演化的机制研究

4.2.1 社会环境机制 线性旅游目的地作为旅游目的地的时空关系交替演化的结果,在时间上依赖于特定主题的关系建构,而主题又往往与区域自然环境、社会文化特征紧密相关<sup>[105]</sup>。相关研究可以从以下方面展开:①历史区位和地理环境机制。区域历史文化资源、自然地理景观的集聚程度与集聚方式是线性旅游目的地形成发展的资源禀赋基础。因此,需要归纳总结区域历史地理环境特征,探索历史区位要素、自然环境要素对线性旅游目的地空间组织结构的影响机制。②市场环境机制。市场需求的阶段性转型不断推动旅游产品的组织联动与空间协同,这就需要我们剖析当代旅游者旅游体验需求的特征趋势,探究线性旅游目的地发展演化的需求牵引机制、资本整合机制、要素配置机制与资源流动机制。③社会环境机制。基于高质量发展的时代主题,总结线性旅游目的地的价值体系与意义功能,分析线性旅游目的地在区域政治经济发展、文化传承、社会公平以及生态文明建设中的正向促进机制与价值输出机制。

4.2.2 集聚扩散机制 Flognfeldt 与 Asero 等指出线性旅游目的地整体的功能效应取决于目的地节点或集群之间集聚扩散的作用水平及关系程度<sup>[106-107]</sup>。因此,集聚扩散机制是线性旅游目的地关系生产与要素流动的重要机制形式。相关研究可以从以下方面展开:①集聚机制。分析线性旅游目的地旅游要素节点集聚、轴线集聚与多中心网络集聚的空间关系特征,探究线性旅游目的地旅游要素、旅游产业空间集聚的主题引领机制、关系建构机制与设施联通机制。②扩散机制。研究线性旅游目的地旅游要素流动扩散的全新组合、全新路径与全新比较优势,总结线性旅游目的地要素扩散的关系结构机制、地理邻近机制、产业辐射机制与政策网络机制,剖析旅游要素扩散过程中旅游者、旅游地居民、旅游企业以及相关政府部门等利益主体的参与互动机制。③协同集聚机制。基于线性旅游目的地的组织关联特征分

析不同要素、不同主体的空间诉求,梳理线性旅游目的地的旅游要素协同集聚的产业关联机制、辐射带动机制、知识溢出机制与制度匹配机制。

4.2.3 尺度关联机制 旅游目的地通常会在特定主题的基础之上展开合作以提升市场份额<sup>[49]</sup>,因此,线性旅游目的地通常会突破固定、独立的层次,以线路的形式或目的地网络的形式延伸到广阔的地理区域<sup>[11]</sup>。相关研究可以从以下方面展开:①尺度上推机制。结合线性旅游目的地在不同空间尺度上的发展环境特征,厘清各类环境因子间的综合作用与互动机制,识别空间组织关系向上流动的主控因子与抵抗力量,探索跨尺度合作组织、基础设施网络的建设机制与促进机制。②尺度下推机制。分析不同尺度线性旅游目的地发展演化的尺度环境与尺度冲突,探究线性旅游目的地强化地方特色、品牌形象与旅游吸引力的逻辑控制机制与空间限定机制,分析上级尺度线性旅游目的地向下级尺度旅游目的地尺度转换的边界条件和环境诉求。③多尺度关联机制。分析不同尺度上线性旅游目的地的动态演化与时空耦合的互馈机制,总结目的地关联关系尺度推进与空间拓展的突破路径和关键因子,梳理不同尺度线性旅游目的地演化发展的过程耦合机制与尺度协调机制。

4.2.4 协同创新机制 线性旅游目的地是“人-信息-交通-地”耦合的体验系统<sup>[78]</sup>,需要制度化力量激活,强化旅游业及相关产业之间的协同关系,以促进目的地关系网络的价值创造。相关研究可以从以下方面展开:①政策协同创新机制。基于线性旅游目的地的制度政策网络,分析政策促进目的地关联关系的作用机制与阶段演进的时空特性,识别线性旅游目的地一体化建设发展的政策需求与制度需要。②交通协同创新机制。分析线性旅游目的地产品空间网络与区域综合交通网络的空间耦合与空间差异,探索跨区域旅游交通的协同联动对目的地组织结构、空间结构的整合机制、联通机制与集体行动机制。③信息协同创新机制。分析市场信息、游客信息、技术信息以及政策信息的传播特征与创新传播路径,探究线性旅游目的地综合信息数据库及其传播媒介空间建设发展的行动创新机制与监管创新机

制,考察线性旅游目的地空间关联、资源共享与产业融合发展中的信息交换机制。

#### 4.3 线性旅游目的地发展演化的不同尺度空间模式研究

后结构主义推动空间研究视角由存在与结构性研究转向生成与关系性研究<sup>[108]</sup>,强调空间在地方、区域、全球不同尺度之间的变动、演绎与联结,这需要我们在关注线性旅游目的地在同一尺度上关系建构、关系流动与空间生成的同时,也要关注不同尺度上线性旅游目的地组织作用关系及其外在环境的尺度特征差异。

**4.3.1 国际尺度的典型模式研究** 在国际尺度,线性旅游目的地的发展演化涉及多层主体力量与多元要素互动<sup>[109]</sup>,相关研究应重点关注国际形势、国家文化、政治差异、地缘政治环境等国际性要素对目的地关系拓展的促进与制约,基于对全球-地方权力网络关系的认知,以国际-国家-区域-地方的多尺度关系思维进行目的地空间组织模型的构建与实践。在今后的研究中,可以以丝绸之路旅游带、万里茶道为典型区域,剖析国际尺度线性旅游目的地的主题建构过程以及自然、社会、经济关系的生产特征,探究跨国企业、跨国投资、跨国服务设施、高端国际人才等国际旅游要素的流动过程与集聚扩散特征,考察目的地建设发展过程中国际主体、国家主体以及地方主体的多元合作机制、政策协调机制与应急管理机制。

**4.3.2 国家尺度的典型模式研究** 国家尺度是线性旅游目的地融入国家战略、贯彻国家战略政策的先行尺度,是线性旅游目的地发挥历史记忆与国家认同、文化传承创新、生态文明建设等意义功能的主要阵地<sup>[110-111]</sup>。国家层面统一的政策制度、产品规范、市场引导以及基础设施网络的综合建设,为线性旅游目的地的发展提供了强有力的政策保障与科学指引。在今后的研究中,可以重点关注长城、大运河、长征线路、黄河、长江、珠江旅游带、沿海黄金旅游带以及G318公路等目的地,分析国家尺度线性旅游目的地发展的核心要素特征及其空间组织的关联机制,总结国家尺度线性旅游目的地的建设发展对新时代文化繁荣发展重大工程的促进机制,研究国家

尺度线性旅游目的地经济功能、社会功能、文化功能、生态功能、教育功能等多元功能与多重价值的释放整合模式。

**4.3.3 区域尺度的典型模式研究** 区域一体化、区域协调发展驱动线性旅游目的地向区域间的空间关联与组织联动,区域尺度是线性旅游目的地发展演化的关键尺度<sup>[112]</sup>。区域旅游合作通道、资源联合开发以及区域间交通信息网络体系是区域尺度上线性旅游目的地发展演化的核心要素,是目的地关系联动与空间关联的重要基础。在今后的研究中,应聚焦区域尺度线性旅游目的地节点、轴线之间的组合特征与支配关系,识别旅游要素流动扩散的机制障碍与政策堵点,总结线性旅游目的地经营管理体制机制优化创新的突破路径,选取京张体育文化旅游带、巴蜀文化旅游走廊、杭黄自然生态和文化旅游廊道等区域尺度的线性旅游目的地,分析区域尺度线性旅游目的地产业融合、业态创新以及资源整合的空间组织中心,分析区域间目的地关联关系的文化整合机制与文化认同机制。

**4.3.4 地方尺度的典型模式研究** 地方尺度是线性旅游目的地发展演化研究的基础尺度,是旅游目的地关联发展的创新实验区<sup>[113]</sup>。在地方尺度上,线性旅游目的地的形成发展与地方经济发展水平、政策制度环境、基础设施条件、社会文化基础等要素密切相关,自下而上的自主发展特征明显。在今后的研究中,可以以皖南川藏线、海南环岛风景道、金寨中国红岭公路为例,研究线性旅游目的地在地方尺度上的关联强度、关联密度与关联形态,探索地方主题符号系统与地方品牌形象的塑造机制与强化路径,总结目的地以及各类旅游要素关联关系在地方尺度的生产组织模式,探索地方旅游交通及其关联性设施的发展完善机制、旅游资源综合开发与保护的政策促进机制、交通联动机制与信息分享机制。

## 5 结论讨论

### 5.1 结论

本文从后结构主义的理论视角出发,针对旅游目的地“线性”发展的空间现象,提出线性旅游目的地的概念框架与研究体系,主要得出以下结论:

(1)旅游目的地是旅游地理学的核心概念,旅游目的地空间形态、空间规模、空间关系的“线性”发展需要我们立足本学科视角,形成关于线性旅游目的地相对独立、统一的概念界定,完善已有的旅游目的地认知体系,建立完整的“理论指导实践、实践完善理论”的旅游目的地反馈机制。

(2)线性旅游目的地是以特定的自然、文化主题为引领,以旅游基础要素的线性延展为基础,以旅游者、旅游经营者、旅游产品、旅游信息、旅游服务等各类要素主体的流动关系为根本,形成的沿特定方向关联互动的目的地组织共同体与空间连续体,具备关联性、流动性、动态性的空间组织特征,是现代化背景下旅游产品的重要供给形式与空间消费形式。

(3)后结构主义与线性旅游目的地的空间组织研究之间具有良好的理论适用性,线性旅游目的地发生发展的演化过程既包括时间维度上组织结构线性整合的过程演化,也包括空间维度上各类要素主体集聚扩散的空间优化。后结构主义的关系思维与尺度认知为线性旅游目的地关系的建构、关系的流动、空间的生成以及尺度的转换等时空演化研究提供了关联、流动、动态的综合认知框架。

## 5.2 讨论

旅游目的地空间组织结构的演变往往基于一定的社会背景与实际土壤,研究范式和理论概念的发生过程也表现出一定的历史传承性与时代创新性<sup>[16]</sup>。从旅游目的地到线性旅游目的地,是不同社会历史条件下对旅游目的地认知思维、认知理论转变的体现。旅游目的地是旅游地理学的核心概念,核心概念是学科发展的基础和根本,针对核心基础概念展开宏观的、哲学层面的探讨对学科发展具有重要意义<sup>[14]</sup>。基于此,旅游地理学需要立足本学科视角,针对旅游目的地线性发展的空间现象,展开哲学层面的认识论、方法论的探讨,明晰线性旅游目的地的学术内涵与实践价值,以促进学科发展。同时,线性旅游目的地作为关联性的目的地空间体系,是后结构主义的关系思维及关系空间在旅游地理学领域的理论实践。因此,后结构主义理论视角下线性旅游目的地概念框架与研究体系的确立,不仅推动

了后结构主义向旅游地理学研究领域的理论拓展,也促进了后结构主义关系思维、关系空间在实体空间地域上的实践检验。

近年来,国土空间规划体系、国家文化公园体系、国家风景道体系等国家战略体系对“线性”自然、文化资源空间价值的发掘与优化日益突出<sup>[15]</sup>,赋予线性旅游目的地新的时代任务与时代价值。同时,从环境资源本底来看,中国兼具广阔的自然地理环境与深厚的历史文化底蕴,山脉、河流、谷地、海岸线形成自然要素的带状延伸,迁移路线、商品交易路线、文明交流路线形成文化要素的线状遗存,为线性旅游目的地的形成发展提供优良的历史区位与地理环境。因此,本文基于新的社会、经济、技术、制度条件,初步构建线性旅游目的地的概念框架与研究体系,以期为国内外旅游目的地理论实践的创新研究提供新视角、新思路与新借鉴。

需要指出的是,后结构主义视域下线性旅游目的地的建设发展仍存在一定的挑战。首先,在方法实践层面,空间的开放性与旅游目的地管理的有界性往往存在一定的矛盾,而线性旅游目的地的关系建构与流动是一个复杂的多层次过程,对旅游基础设施、旅游信息、旅游服务、旅游政策之间的连通性、协调性要求较高。未来应将更多的社会、经济、文化、制度、信息数据纳入线性旅游目的地的实践研究当中,基于大数据驱动的方法论,建立线性旅游目的地的信息收集与测量系统,丰富线性旅游目的地的科学研究案例,提炼不同类型、不同阶段线性旅游目的地的创新转型的关键举措,厘清线性旅游目的地建设发展的实践条件与范围。其次,在理论认识层面,线性旅游目的地的关联性、流动性、动态性的基本特征是“象思维”这一中国传统哲学思维在旅游目的地研究中的延伸与投射,“象思维”强调事物在同一层次或不同层次的流动与转化<sup>[16]</sup>,侧重“生”,现有的旅游目的地研究受西方“体思维”的影响显著,注重“分”,侧重空间结构、功能结构的静态解剖与分割,未来线性旅游目的地的空间组织关系研究需要整合国内外的思维认知模式,加强“生”与“分”的辩证分析,针对线性旅游目的地的动态关系与静态秩序形成整体性的思考与认识。

## 参考文献:

- [1]任以胜,陆林,韩玉刚.新旅游资源观视角下旅游资源研究框架.自然资源学报,2022,37(3):551-567.
- [2]吴康,方创琳,赵渺希,等.京津城际高速铁路影响下的跨城流动空间特征.地理学报,2013,68(2):159-174.
- [3]Bridge G. Mapping the terrain of time-space compression: Power networks in everyday life. *Environment and Planning D: Society and Space*, 1997, 15(5): 611-626.
- [4]郭向阳,穆学青,明庆忠,等.旅游地快速交通优势度与旅游流强度的空间耦合分析.地理研究,2019,38(5):1119-1135.
- [5]熊伟,黄媚娇,蔡晓梅,等.新流动范式下非流动性的研究进展与展望.地理研究,2022,41(3):748-763.
- [6]Urry J. *Sociology beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century*. London: Routledge, 2000: 2-3.
- [7]孙九霞,周尚意,王宁,等.跨学科聚焦的新领域:流动的时间、空间与社会.地理研究,2016,35(10):1801-1818.
- [8]Gunn C A, Turgut V. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. 4th ed. New York: Routledge, 2002: 34-37.
- [9]Gunn C A. *Vacation Scape: Designing Tourist Regions*. 2nd ed. New York: Van Nostrand Reinhold, 1988: 15-25.
- [10]Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 2000, 21(1): 97-116.
- [11]World Tourism Organization, European Travel Commission. *Handbook on Marketing Transnational Tourism Themes and Routes*. Madrid: World Tourism Organization, 2017: 15-21.
- [12]朱鹤,唐承财,王磊,等.新时代的旅游资源研究:保护利用与创新发展的应用.自然资源学报,2020,35(4):992-1016.
- [13]Doel M A. *Poststructural Geographies: The Diabolical Art of Spatial Science*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999: 1-26.
- [14]Allen J, Massey D, Cochrane A. *Rethinking the Region*. London: Routledge, 1997: 25-55.
- [15]蔡晓梅,曹婧,刘俊.拼装理论在人文地理学研究中的应用与展望.地理学报,2022,77(10):2633-2649.
- [16]郭文.西方社会文化地理学新范式的缘由、内涵及意义.地理研究,2020,39(3):508-526.
- [17]Murdoch J. *Post-structuralist Geography: A Guide to Relational Space*. London: Sage, 2006: 30-34.
- [18]夏光.后结构主义思潮与后现代社会理论.北京:社会科学文献出版社,2003:95-97.
- [19]蔡晓梅,刘美新.后结构主义背景下关系地理学的研究进展.地理学报,2019,74(8):1680-1694.
- [20]Peters M A, Burbules N C. *Poststructuralism and Educational Research*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2004: 18-20.
- [21]费尔迪南·德·索绪尔.普通语言学教程.高名凯,译.北京:商务印书馆,1980.
- [22]李克建.教育研究:从结构主义到后结构主义.全球教育展望,2011,40(11):55-60,77.
- [23]魏屹东.语境同一论:科学表征问题的一种解答.中国社会科学,2017(6):42-59,206.
- [24]Landow G P. *HyperText/Theory*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1994: 300.
- [25]周怡.社会结构:由“形构”到“解构”:结构功能主义、结构主义和后结构主义理论之走向.社会学研究,2000,15(3):55-66.
- [26]郑震.西方建构主义社会学的基本脉络与问题.社会学研究,2014,29(5):165-190,243-244.
- [27]Soja E W. The socio-spatial dialectic. *Annals of the Association of American Geographers*, 1980, 70(2): 207-225.
- [28]Hartshorne R. The concept of geography as a science of space, from Kant and Humboldt to Hettner. *Annals of the Association of American Geographers*, 1958, 48(2): 97-108.
- [29]钱俊希.后结构主义语境下的社会理论:米歇尔·福柯与亨利·列斐伏尔.人文地理,2013,28(2):45-52.
- [30]Crag M, Thrift N. *Thinking Space*. London: Routledge Press, 2000: 2.
- [31]Massey D. *Power-geometries and the Politics of Space-time*. Heidelberg: University of Heidelberg, 1999.
- [32]Massey D. Landscape as a provocation-reflections on moving mountains. *Journal of Material Culture*, 2006, 11(1-2): 33-48.
- [33]Doel M A. Post-structuralist geography: A guide to relational space by Jonathan Murdoch. *Annals for the Association of American Geographers*, 2007, 97(4): 809-810.
- [34]Castells M. Grassrooting the space of flows. *Urban Geography*, 1999, 20(4): 294-302.
- [35]Cornelissen S. *The Global Tourism System: Governance, Development and Lessons from South Africa*. London and New York: Routledge, 2017: 1-7.
- [36]魏雷,朱竑.地理学视角下非物质文化遗产的跨地方实践.地理学报,2022,77(2):492-504.
- [37]Cresswell T. *Geographic Thought: A Critical Introduction*.

West Sussex: Wiley-Blackwell, 2013: 196-218.

[38]曹湛,戴靓,吴康,等.全球城市知识合作网络演化的结构特征与驱动因素.地理研究,2022,41(4):1072-1091.

[39]Broekel T, Hartog M. Explaining the structure of inter-organizational networks using exponential random graph models. Industry & Innovation, 2013, 20(3): 277-295.

[40]Franklin A. Tourism as an ordering: Towards a new ontology of tourism. Tourist Studies, 2004, 4(3): 277-301.

[41]李翠玲,秦续忠,赵红.旅游目的地品牌忠诚度与整体印象影响因素研究:以新疆昌吉州为例.管理评论,2017,29(7):82-92.

[42]杨振之,陈顺明.论“旅游目的地”与“旅游过境地”.旅游学刊,2007,22(2):27-32.

[43]保继刚.旅游开发研究:原理、方法、实践.北京:科学出版社,2000.

[44]史甜甜,翁时秀.后结构主义视角下的旅游系统及新议题展望.旅游学刊,2020,35(11):68-77.

[45]Haugland S A, Ness H, Grønseth B O, et al. Development of tourism destinations: An integrated multilevel perspective. Annals of Tourism Research, 2011, 38(1): 268-290.

[46]Baggio R, Sainaghi R. Mapping time series into networks as a tool to assess the complex dynamics of tourism systems. Tourism Management, 2016, 54: 23-33.

[47]Snowball J D, Courtney S. Cultural heritage routes in South Africa: Effective tools for heritage conservation and local economic development? Development Southern Africa, 2010, 27(4): 563-576.

[48]Pedrosa A, Martins F, Breda Z. Tourism routes: A scoping review. European Journal of Tourism Research, 2022, 32: 3216-3243.

[49]Lourens M. Route tourism: A roadmap for successful destinations and local economic development. Development. Southern Africa, 2007, 24(3): 475-490.

[50]Rogerson C M. Tourism routes as vehicles for local economic development in South Africa: The example of the magaliesberg meander. Urban Forum, 2007, 18(2): 49-68.

[51]Fagence M. Rural tourism and the small country town. Tourism Recreation Research, 1991, 16(1): 34-48.

[52]Lew A A. Scenic roads and rural development in the U.S. Tourism Recreation Research, 1991, 16(2): 23-30.

[53]Ward-Perkins D, Beckmann C, Ellis J. Tourism Routes and Trails: Theory and Practice. Boston: CABI Publishing, 2019: 144-149.

[54]Stoddart H, Rogerson C. Tourism routes, local economic promotion and pro-poor development: The case of the crocodile ramble. Africa Insight, 2009, 38(4): 10-26.

[55]Murray M, Graham B. Exploring the dialectics of route-based tourism: The Camino de Santiago. Tourism Management, 1997, 18(8): 513-524.

[56]Hsu M C. Across the administrative boundaries: The first mile of the long-distance trail collaboration in Taiwan. Tourism Planning & Development, 2022, 19(3): 235-244.

[57]Briedenhann J, Wickens E. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas: Vibrant hope or impossible dream? Tourism Management, 2004, 25(1): 71-79.

[58]张潇,陆林,徐雨晨.基于《Tourism Geographies》的近十年国外旅游地理研究进展.人文地理,2019,34(6):26-34,109.

[59]郭向阳,穆学青,明庆忠,等.旅游地交通服务功能与旅游强度协调时空分异特征:以云南省为例.自然资源学报,2020,35(6):1425-1444.

[60]Little C E. Greenways for America. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1990: 1-25.

[61]Ahern J. Greenways as a planning strategy. Landscape and Urban Planning, 1995, 33: 131-155.

[62]广东省住房和城乡建设厅.广东省绿道网建设总体规划.<http://www.gdgreenway.net/>.

[63]克莱尔·冈恩,特格特·瓦尔.旅游规划:理论与案例.吴必虎,吴冬青,党宁,译.大连:东北财经大学出版社,2005.

[64]余青,樊欣,刘志敏,等.国外风景道的理论与实践.旅游学刊,2006,21(5):91-95.

[65]余青,吴必虎,刘志敏,等.风景道研究与规划实践综述.地理研究,2007,26(6):1274-1284.

[66]Charles A F, Robert M S. Greenways. Washington: Island Press, 1993: 167.

[67]Byrne D. The need for a transnational approach to the material heritage of migration: The China-Australia corridor. Journal of Social Archaeology, 2016, 16(3): 261-285.

[68]李伟,俞孔坚.世界文化遗产保护的新动向:文化线路.城市问题,2005(4):7-12.

[69]ICOMOS. Charter on Cultural Routes. Quebec: ICOMOS 16th General, 2008.

[70]Council of Europe Cultural Routes. The Baku Cultural Routes Declaration-Council of Europe cultural routes: Cultural tourism for intercultural dialogue and social stability. Baku: Council of Europe Cultural Routes, 2014.

[71]王萌萌,孔亚平,陈兵,等.旅游公路概念、属性及分

类.公路,2019,64(3):176-181.

[72]张圆刚,陈希,余润哲,等.线型旅游体验空间:风景道的体验性逻辑嬗变.自然资源学报,2020,35(2):284-296.

[73]Meyer D. Tourism routes and gateways: Key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro-poor tourism. ODI Discussion Paper, 2004.

[74]邱海莲,余青.作为线型旅游目的地的风景道空间结构:以哥伦比亚河历史公路为例//转型与重构:2011中国城市规划年会论文集,2011.

[75]余青,邱海莲.基于词频的风景道产品谱系:以美国蓝岭风景道为例.北京交通大学学报(社会科学版),2014,13(1):44-49,86.

[76]任唤麟.基于地理特征的跨区域线性文化遗产旅游形象策略研究.地理与地理信息科学,2017,33(1):95-101.

[77]任唤麟.跨区域线性文化遗产类旅游资源价值评价:以长安-天山廊道路网中国段为例.地理科学,2017,37(10):1560-1568.

[78]杨效忠,王杏,苏会.游客移动性视角下线型旅游空间吸引力模型研究.旅游学刊,2022,37(6):43-54.

[79]Massey D. A global sense of place. *Space Place & Gender*, 1991, 38(2): 166-186.

[80]陆林,鲍捷,凌善金,等.桂林-漓江-阳朔旅游地系统空间演化模式及机制研究.地理科学,2012,32(9):1066-1074.

[81]杜进祥,向东.“线形”“线性”与“线型”辨析.科技与出版,2002(4):32-33.

[82]Lund N F, Kimbu A N. Applying the Hollywood script-writing formula to destination branding. *Current Issues in Tourism*, 2021, 24(8): 1058-1078.

[83]Stoffelen A. Tourism trails as tools for cross-border integration: A best practice case study of the Vennbahn cycling route. *Annals of Tourism Research*, 2018, 73: 91-102.

[84]Meschik M. Sustainable cycle tourism along the Danube cycle route in Austria. *Tourism Planning & Development*, 2012, 9(1): 41-56.

[85]Schuhbert A, Thees H, Herbold V, et al. Cultural tourism routes as incubators for innovation and economic diversification: A potential analysis in the framework of the new silk road initiative in Azerbaijan. *Zeitschrift Für Wirtschafts Geographie*, 2020, 64(4): 211-232.

[86]Bagiran Ozseker D. Towards a model of destination innovation process: An integrative review. *The Service Industries Journal*, 2019, 39(3-4): 206-228.

[87]MacLeod N. The role of trails in the creation of tourist space. *Journal of Heritage Tourism*, 2017, 12(5): 423-430.

[88]Trunfio M, Campana S. Drivers and emerging innovations in knowledge-based destinations: Towards a research agenda. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2019, 14: 100370. DOI: 10.1016/j.jdmm.2019.100370.

[89]Marston S A. The social construction of scale. *Progress in Human Geography*, 2000, 24(2): 219-242.

[90]张衔春,胡国华,单卓然,等.中国城市区域治理的尺度重构与尺度政治.地理科学,2021,41(1):100-108.

[91]Taylor P J. A materialist framework for political geography. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 1982, 7(1): 15-34.

[92]马学广,李鲁奇.城际合作空间的生产与重构:基于领域、网络与尺度的视角.地理科学进展,2017,36(12):1510-1520.

[93]Thrift N. Intensities of feeling: Towards a spatial politics of affect. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 2004, 86(1): 57-78.

[94]刘云刚,王丰龙.尺度的人文地理内涵与尺度政治:基于1980年代以来英语圈人文地理学的尺度研究.人文地理,2011,26(3):1-6.

[95]MacKinnon D. Reconstructing scale: Towards a new scalar politic. *Progress in Human Geography*, 2011, 35(1): 21-36.

[96]Latham A. Rethorising the scale of globalisation: Topologies, actor-networks and cosmopolitanism//Herod A, Wright M K. *Geographies of Power: Placing Scale*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 2002: 115-143.

[97]Brenner N. The limits to scale? Methodological reflections on scalar structuration. *Progress of Human Geography*, 2001, 25(4): 591-614.

[98]Pothukuchi K. Book review: Post-structuralist geography: A guide to relational space. *Planning Theory*, 2007, 6(1): 100-104.

[99]Amin A. Regions unbound: Towards a new politics of place. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 2004, 86(1): 33-44.

[100]Jones M. Phase space: Geography, relational thinking, and beyond. *Progress in Human Geography*, 2009, 33(4): 487-506.

[101]Benur A M, Bramwell B. Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 2015, 50: 213-224.

[102]Weidenfeld A, Butler R W, Williams A M. Clustering and compatibility between tourism attractions. *International Journal*

of Tourism Research, 2010, 12(1): 1-16. DOI: 10.1002/jtr.732.

[103]Weidenfeld A, Butler R W, Williams A M. The role of clustering, cooperation and complementarities in the visitor attraction sector. *Current Issues in Tourism*, 2011, 14(7): 595-629.

[104]罗浩,冯润.论旅游景区、旅游产品、旅游资源及若干相关概念的经济性质. *旅游学刊*, 2019, 34(11): 116-123.

[105]Nagy K. Heritage tourism, thematic routes and possibilities for innovation. *Club of Economics in Miskolc*, 2012, 8(1): 46-53.

[106]Flognfeldt Jr T. The tourist route system—models of travelling patterns. *Revue Belge de Géographie*, 2005, 1(1/2): 35-58.

[107]Asero V, Gozzo S, Tomaselli V. Building tourism networks through tourist mobility. *Journal of Travel Research*, 2016, 55(6): 751-763.

[108]Belsey C. *Poststructuralism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2002: 5.

[109]Pechlaner H, Thees H, Manske Wang W, et al. Local service industry and tourism development through the global trade and infrastructure project of the New Silk Road: The example of

Georgia. *The Service Industries Journal*, 2021, 41(7-8): 553-579.

[110]张环宙,吴茂英,王龙杰,等.国际游客对大运河遗产价值的感知:基于跨地方主体性的视角. *地理研究*, 2022, 41(12): 3183-3198.

[111]邹统钎,韩全,秦静.“千年运河”品牌基因谱系识别与空间分异研究. *地理研究*, 2022, 41(3): 713-730.

[112]Olsen M. Tourism themed routes: A Queensland perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 2003, 9(4): 331-341.

[113]Del Chiappa G, Bregoli I, Kim A K J. Inter-sectorial collaboration in networks: A boundary object approach to wine route. *Tourism Planning & Development*, 2019, 16(6): 591-611.

[114]翁时秀,闫罗彬,王华.以综合思维引领丹霞地貌与旅游地理研究创新:彭华先生的地理学思想与学术贡献. *地理研究*, 2018, 37(12): 2411-2419.

[115]国务院.关于印发“十四五”旅游业发展规划的通知[2022- 01- 20].<http://www.gov.cn/zhengce/content/2022-01/20/content5669468.htm>.

[116]王树人,喻柏林.论“象”与“象思维”. *中国社会科学*, 1998(4): 38-48.

## Conceptual Framework and Research Perspectives of Route Tourism Destinations

Yang Xiaozhong Li Donghua Huang Jianfeng Lu Lin

**Abstract:** Tourism destination is the core concept of tourism geography. With deepening development of globalization, informatization, and network interaction, profound change has occurred in the spatial form, scale, and relationship of tourism destinations. Route tourism destinations have become an important product of modern tourism and a new spatial form of tourism consumption. Therefore, based on the relationalism perspective of post-structuralism, this study developed a conceptual framework and research system of route tourism destinations, and is intended to provide theoretical support and practical reference for related research. It is believed that the spatial organization and the spatial scale of tourism resource elements have undergone profound changes, and that the characteristics of the era of mobility require us to dismiss the traditional static and structured destination cognition system, and reconsider tourism resources under the background of modernization. The new cognitive system and multiscale analysis framework will improve on the existing cognitive structure of the tourist destination. Route tourism reflects a community organization and spatial continuum of relevance, fluidity, and dynamics formed by interaction in a specific direction with certain themes of nature, culture, and transportation as the relevant axes. Moreover, route tourism is the result of the linkage and spatial association of various tourism elements such as resources, services, infrastructure, and stakeholders. The theoretical perspective of post-structuralism provides a basis for the study of route tourism destinations, and relational linkage and relational space have robust theoretical applicability in the development and evolution of the organizational structure and spatial structure of route tourism destinations. The evolution of the process, mechanism, and multiscale research of route tourism from the perspective of post-structuralism theory provides a reference plan for further theoretical and practical development, and for expansion of new perspectives and new fields of tourism destination research.

**Key words:** route tourism destination; post-structuralism; relationalism; relational space; conceptual framework