



高等院校应用型人才培养系列教材

GAODENG YUANXIAO YINGYONGXING RENCAI PEIYANG XILIE JIAOCAI

中国旅游地理

ZHONGGUOLUYOU DILI

◎ 梁明珠 / 主编



经济科学出版社
Economic Science Press



高等院校应用型人才培养系列教材

中国旅游地理

ZHONGGUOLUYOU DILI

◎ 梁明珠 / 主编



经济科学出版社
Economic Science Press

策划编辑：纪晓津

责任编辑：纪晓津

责任校对：徐领柱

版式设计：代小卫

技术编辑：董永亭

中国旅游地理

梁明珠 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

天宇星印刷厂印刷

河北三佳集团装订厂装订

787 × 1092 16 开 19 75 印张 330000 字

2006 年 12 月第一版 2006 年 12 月第一次印刷

ISBN 7 - 5058 - 5905 - 6/F · 5166 定价：28.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

总 序

从当年声贯金陵的暨南学堂，到今日誉满五洲的“华侨学府”，整整一个世纪，肩负着“宏教泽而系侨情”办学使命的暨南大学，披荆斩棘，筚路蓝缕，高歌猛进，为中国华侨高等教育启山林、开先河，为人类文明和祖国建设育人才、献伟力，其教其义，可书可赞。而今の中华民族，侨居海外者最多，其子孙后代最多，求学需教者最多。作为华侨第一学府的世纪学堂，向海内外学人弘扬中华文华、培养高级人才，具有义不容辞的职责。

“始有暨南，便有商科”。暨南大学的管理学科也经历了近百年的传承与发展，为海内外的中华民族培养了数以万计的商界、业界、学界的高级管理人才。如今的暨南大学管理学院，秉承“侨校加名校”的发展战略，坚持“面向海外，面向港澳台”的办学方针，形成了涵盖工商管理和管理科学与工程两个一级学科博士点，跨越工商管理和行政管理两大平台共十余个专业的学科群，每年不仅培养数以千计的研究生，也培养数以千计的本科生，同时还要培养数以千计的专业学位的高级在职人员。深长厚重的教学沉淀，广博踏实的人才培养，使我们形成了“厚基础，重应用”的高级人才培养模式和教学风格，更积累了丰富而宝贵的应用型管理人才的培养经验和教学研究资料。基于此，我们动员全院相关学科的师资力量，编著一套适合 21 世纪经济管理需要的管理学科专业系列教材，并力求做到体系完整，格式规范，内容科学，方法实用，观点成熟，条理清晰，图文并茂，形式活泼，范例翔实，习题丰富，既便于教，又易于学，教学相长，真正成为应用型管理人才的学习资源和

依靠。

本套系列教材包括了企业管理、财务会计、市场营销、旅游管理、行政管理等5个大学本科专业领域的30门课程,既有一、二年级大学生的基础性课程教材,又有三、四年级大学生的专业性课程教材。特别适用于大学本科应用型管理人才(如中国大陆招收的海外生、成人教育学生等)的培养,也可作为大学经管类学生以及社会上自学、培训人员的学习参考书。

暨南大学管理学科应用型人才培养系列教材

编委会

2006年11月于暨南大学

前言

改革开放以来,我国旅游业获得了长足的发展,并成为国民经济部门中颇具活力的强劲行业。在部分省市,旅游业甚至成为当地的支柱产业。进入 21 世纪后,我国旅游业在世界旅游业的地位和形象不断提高,2003 年旅游外汇收入和接待人数已跃居世界第五位。预计在 2010 年,来中国旅游的外国游客将达 6400 万人次,届时,中国在世界旅游国的排名将升至第三名。与此同时,我国旅游教育事业也有飞速的发展,2005 年已有 600 多所高等院校开设旅游专业,旅游专业学生人数突破了 30 万人。旅游形势的发展,要求旅游教育从理论上跟踪、总结旅游业的成败得失,并及时反映到教学理论中。

我国地域辽阔、历史悠久,自然景观丰富多彩,人文景观璀璨夺目,其独有的东方神韵一直强烈地吸引着中外旅游者。旅游资源是旅游业发展的基础和先决条件,旅游业的良性发展需依托于旅游资源的科学开发。近年来,我国旅游业的发展成就有目共睹,但旅游资源的盲目开发、无序开发、过度开发造成的经济损失和社会资源浪费的例子并不鲜见。因此,有必要结合我国的旅游地理特征,对与我国旅游资源有关的理论知识重新进行廓清和认识,为旅游开发提供指导。

在编写《中国旅游地理》的过程中,我们考察了目前国内出版的大量旅游教材和专著,力求使本教材起点高、立意新、框架体系更为合理,并有所突破。因此,在教材的结构体例和内容上,我们十分注重基本理论和基本知识的共识性与术语规范性,严格参照我国制定的相关行业标准,同时根据多年来从事旅游教学的体会,从中国乃至世界旅游业发展的新视角、大

视野、大思路出发,大量吸收最新的旅游研究成果,使本教材既紧跟时代步伐,又有所创新。

本书的内容共分为十章,第一章是旅游资源总论,第二至第十章是对中国旅游资源的地理知识进行分类介绍,在吸收国内出版的同类旅游教材优点的同时,主要突出以下特点:

(1) 以介绍中国的旅游资源为主,介绍有关地理知识为辅,并有机地使中国旅游地理知识融入旅游资源知识结构体系中;

(2) 突出旅游资源的系列性和完整性,以廓清旅游资源分类的无序性和不合理性;

(3) 本书每章共分为本章要点、章节内容、本章小结、重要概念、思考与练习等部分,有利于读者对每章内容的重点、术语有所把握。

本书既适用于旅游管理专业的教学和从业人员参考,也适用于地理、历史、建筑与规划、园林、广告、新闻等相关专业的教学以及从业人员参考和作为导游考试的参考、辅助教材;本书也可作为旅游开发投资参考书目,同时还可作为各地政府的旅游业海外促销的重要参考资料。

本书是由暨南大学旅游研究所梁明珠教授负责体例的编制、内容结构的安排、大部分章节的撰写,以及全书的统定。其中第四章、第八章部分内容由李伟撰写。梁明珠教授的学生陈小洁、廖慧娟、伍锋、杨凤影、苏黎、秦浩、孟清超、吕瑞娥、蒋伟、于健慧等进行校对和资料收集,在此一并表示感谢。

旅游业在我国是一个新兴的行业,我国对旅游地理的研究尚待完善,本书难免会存在一些不成熟和疏漏之处,恳请有关专家和读者批评指正,以共同推进该学科的发展。

编者

2006年9月于广州

目 录

前 言

第一章 旅游资源总论

第一节	旅游资源的概念	2
第二节	旅游资源的特征	2
第三节	旅游资源的分类	4
第四节	中国旅游地理的知识体系	8
第五节	中国的世界遗产	9

第二章 地文景观

第一节	地文景观的主要类型	17
第二节	岩溶地貌	20
第三节	丹霞地貌	24
第四节	海岸地貌	26
第五节	其他地貌	28
第六节	山地资源	29
第七节	风景名胜山	32
第八节	五岳名山	37

第三章 水域风光

第一节	水景与旅游	46
第二节	江河胜景	48
第三节	湖库姿色	52

第四节	瀑布景观	59
第五节	泉水价值	63
第六节	湿地利用	70

第四章 天象资源

第一节	大气景观	79
第二节	天象奇观	81
第三节	气候景观	84
第四节	气候优越的旅游城市	87
第五节	避暑胜地	91

第五章 生物景观

第一节	生物资源概述	99
第二节	植物景观	104
第三节	动物景观	111
第四节	生态旅游与自然保护区	117

第六章 历史古迹

第一节	文物遗址	128
第二节	古都名城	130
第三节	水利路桥	137
第四节	民居建筑	142
第五节	古代建筑	145
第六节	古典园林	154
第七节	帝王陵墓	163

第七章 宗教文化

第一节	中国四大宗教	171
第二节	宗教文化与建筑	178
第三节	宗教名山	195

第八章 现代景观

第一节	城市景观	210
第二节	产业资源	214

第三节	康体设施·····	222
第四节	主题公园·····	225
第五节	博物展馆·····	228

第九章 民俗风情

第一节	民俗风情的概念·····	234
第二节	民俗风情的分类及特点·····	234
第三节	民俗风情的旅游价值·····	236
第四节	节会庆典与民间歌舞·····	237

第十章 购物美食

第一节	特产名品·····	245
第二节	旅游纪念品·····	255
第三节	名街名店·····	265
第四节	美食佳肴·····	266

附录·····	273
---------	-----

建议阅读材料·····	303
-------------	-----

参考文献·····	304
-----------	-----

第一章

旅游资源总论

【本章要点】

- 旅游资源的概念
不同的概念表述和比较。
- 旅游资源的特征
种属的多样性、分布的地域性、结构的组合性、时代性和季节变化性、永续性和不可再生性。
- 旅游资源的分类
介绍四种分类方案。
- 中国旅游地理的知识体系
- 中国的世界遗产

第一节 旅游资源的概念

旅游资源 (tourism resources) 是构成旅游业发展的基础。我国旅游界对旅游资源的含义、价值、应用等许多理论和实用问题进行了多方面的研究, 由于研究侧重点和研究角度的不同, 先后出现过各种不同的定义。但各家学说均有一个共同认可点, 这就是都强调了旅游资源具有吸引旅游者的这一属性, 指出了它的吸引力和引诱力, 这可谓旅游资源的理论核心。

实际上, 旅游资源理论从国外引入中国时, 译者把 “attraction” 翻译成为 “资源”, 造成人们对资源 “resource” 的错误理解。西方学术界就直接将旅游资源称为 “旅游吸引物”。“旅游吸引物” 是指旅游地吸引旅游者的所有因素总和。它包括旅游资源、适宜的接待设施和优良的服务与劳务, 甚至还包括快捷舒适的旅游交通条件。

目前在围绕着旅游资源的吸引属性这一理论核心, 旅游资源的研究范畴更加宽泛了。针对旅游资源的概念界定的不一致, 中国科学院地理科学与资源研究所和国家旅游局规划发展与财务司于 2003 年在原有的《中国旅游资源普查规范》的基础上, 又共同起草了《旅游资源分类、调查与评价》的国家标准, 对旅游资源的概念重新加以确定。旅游资源的标准定义为 “自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力, 可以为旅游业开发利用, 并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素”。该概念在强调资源具有吸引力的同时, 还重点强调了旅游资源产生的三大效益: “经济效益”、“社会效益” 和 “环境效益”。这种提法是符合现代经济 “可持续发展” 原则的, 在实际操作中具有积极的作用。因此, 与其他提法相比, 这一概念的定义有着较强的先进性和科学性。

第二节 旅游资源的特征

由于人类旅游活动、旅游业、地理环境和人们审美观的差异等多方面复杂的原因, 旅游资源具有以下特征:

一、种属的多样性

广义而言,一地的多数景物、场所或活动都可以引起外地旅游者的兴趣。人的兴趣是广泛的,因此旅游吸引物也具有广泛性。从旅游资源的类型和内容上看,自然旅游资源包括了地球四个圈层中所涵盖的所有旅游吸引要素,即从天上到地下(壳)所有可为旅游业所利用的类型;人文旅游资源,几乎包括了古今一切令各种不同层次的人们感兴趣的事物和因素。

二、分布的地域性

各种旅游资源都有一定的地域分布差异性,这种差异会导致同类事物由于所处的地区和地域的不同而形成不同的特色和风格,使旅游资源具有不同的地方性和民族性。例如,中国饮食方面有“南淡北咸,西辣东甜”的地方风味;自然山水方面有“北雄、南秀、西旷、东密”的景观特色。

三、结构的组合性

虽然每个资源单体可能具有吸引旅游者的观赏价值,但若孤立存在的话,是很难吸引旅游者的。一个旅游区往往是各种旅游景观或景物要素的综合体。例如,杭州西湖,首先是湖、山、气象巧妙配合而成天然美景,然后是历代开发者在这美好的山水之间布置了无数的人文景物,形成自然山水与人文景观的神奇配合。这两种配合使西湖风景区的“资源配置”十分和谐得当。桂林、苏州、昆明等名城和泰山、黄山等名山都具有很好的结构组合性。

四、时代性和季节变化性

在不同的历史时期和社会经济条件下,旅游资源的含义是不同的。另外,随着人类物质文明和精神文明的进步,人们的兴趣及时尚潮流会随着时间的发展而变化;随着时代的发展,人们旅游动机的多样性对旅游资源的内涵要求也是多方面的。旅游资源的时代性正好满足了这种要求。所以,随着岁月的增长、时代的变迁、历史的演变、

人为因素等的影响,不少旅游资源可能降低或失去其原有意义,而原来并不是旅游资源或没有发现、没有建成的某些项目,在新条件下可能成为旅游资源。如帝王的宫殿和陵墓、古城的城墙、宗教的寺庙、火山喷发的岩浆、地震遗址等,其原先的建成或发生可能并不是为了旅游,但随着时间的推移和旅游者需求的变化,许多已成为颇具吸引力的旅游热点。

旅游资源变化还表现在自然景观的季节变化上。某些自然景色只在特定的季节和时间里出现,如吉林雾凇,只有在入冬后才能形成。另外,同样的景物在不同的季节里表现出不同的特征。例如,同一座山,在春夏秋冬四季有不同的景色。同时由于旅游资源的季节性,使得旅游具有明显的“淡季”和“旺季”之分,如海滨城市青岛,一年之内夏季旅游最为火爆。

五、永续性和不可再生性

对旅游资源而言,旅游者可以利用它、观赏它,而不会带走旅游资源本身,所带走的只是各种音响、美感、意境和心灵的感受,它不会被旅游者消耗掉。因此,从理论上说,旅游资源是可以长期地,甚至是永久地使用下去的,具有无限重复使用的永续性特征。但是,这种“使用永续性”并非绝对成立,如果开发利用不当,也会造成资源的破坏甚至消失。在现实中,自然旅游资源除了受到全球或局部地区环境衰退的影响之外,游人接待过量,再加上游人的不文明旅游现象(如乱扔垃圾、随地吐痰、拈花惹草,等等),正在使自然旅游生态环境受到严重的破坏。人文旅游资源的破坏也十分常见。战争、某些政治运动、人们的无知行为曾使众多名胜古迹遭受灭顶之灾,不负责任的胡乱开发经常造成“建设性破坏”,现在过多的游人接待量及游人们的不文明行为对旅游景物的破坏力也不容低估。

第三节 旅游资源的分类

随着旅游业的发展,旅游资源的范畴在不断的发展变化,加上旅游资源是多因子构成的,在分类中难免会发生重叠、重复的矛盾,所以难以给旅游资源制订比较完整统一的分类方案。可以从各自的角

度,按照不同的需要,遵循不同的原则和分类标准,对旅游资源进行分类。

下面介绍几种旅游资源的分类方法,总体的分类见表1-1。

表1-1

旅游资源的分类方法

分类标准	主要类别
国家标准《旅游资源分类、调查与评价》	地文景观、水域风光、生物景观、天象与气候景观、遗址遗迹、建筑与设施、旅游商品、人文活动
风景资源的规模、级别、价值及管理范围	世界级旅游资源、国家级和大型旅游资源、省、市、自治区和中型旅游资源、县级以上、小型旅游资源
旅游者的需求心理	心理方面的旅游资源、精神方面的旅游资源、健身方面的旅游资源、政治方面的旅游资源、经济方面的旅游资源
旅游资源的功能	观光游览型旅游资源、文化知识型旅游资源、参与体验型旅游资源、购物型旅游资源、情感型旅游资源、康乐疗养型旅游资源

一、按《旅游资源分类、调查与评价》标准分类

本分类为2003年国家颁布的标准(GB/T18972-2003),依据旅游资源的性状,即现存状况、形态、特性、特征等原则,对稳定的、客观存在的实体旅游资源与不稳定的、客观存在的事物和现象,进行区分总结,将其分为了“8主类”、“31亚类”和“155基本类型”三个层次。具体分类见表1-2。

表1-2

《旅游资源分类、调查与评价》分类方法

主类(8类)	亚类(31类)
1. 地文景观	综合自然旅游地、沉积与构造、地质地貌过程形迹、自然变动遗迹、岛礁
2. 水域风光	河段、天然湖泊与池沼、瀑布、泉、河口与海面、冰雪地
3. 生物景观	树木、草原与草地、花卉地、野生动物栖息地
4. 天象与气候景观	光现象、天气与气候现象
5. 遗址遗迹	史前人类活动场所、社会经济文化活动遗址遗迹
6. 建筑与设施	综合人文旅游地、单体活动场馆、景观建筑与附属型建筑、居住地与社区、归葬地、交通建筑、水工建筑
7. 旅游商品	地方旅游商品
8. 人文活动	人事记录、艺术、民间习俗、现代节庆

二、按风景资源的规模、级别、价值及管理范围分类

(一) 世界级旅游资源

1. 进入《世界遗产名录》的旅游资源

截至2006年7月,我国已先后有33处列入《世界遗产名录》。

2. 纳入《世界自然保护区网》的旅游资源

截至2004年底,我国被列入联合国“人与生物圈”计划的自然保护区已达26个。

3. 纳入《世界地质公园》名单的旅游资源

截至2005年2月,我国已有12处景点进入世界地质公园名单。

(二) 国家级和大型旅游资源

1. 已审定和公布的国家级重点风景名胜区

截至2005年底,我国已先后六批审定和公布了187处国家级重点风景名胜区。

2. 已审定和公布的国家级森林公园

截至2006年1月12日,我国已建立627处国家级森林公园,面积超过1100万公顷。

3. 已审定和公布的国家级自然保护区

截至2006年2月23日,我国已建立265处国家级自然保护区。

4. 已审定和公布的国家级重点文物保护单位

截至2006年5月底,国务院先后六批公布了2352处国家级重点文物保护单位。

5. 已审定和公布的国家级历史文化名城和优秀旅游城市

截至2005年11月2日,国务院先后确定为国家级历史文化名城的

城市共有 103 座。截至 2005 年底止, 经国家旅游局审核全国有 247 个城市被命名为中国优秀旅游城市。

6. 截至 2005 年 9 月, 我国已先后公布了 138 个国家级地质公园

如黑龙江五大连池国家地质公园、黄河壶口瀑布国家地质公园、四川黄龙国家地质公园等。

(三) 省、市、自治区和中型旅游资源

各省、市、自治区已审定和公布的省级重点风景名胜区、森林公园、自然保护区、文物保护单位。

(四) 县级以下、小型旅游资源

三、按旅游者的需求心理分类

(一) 心理方面的旅游资源

家乡、宗教圣地、重大历史事件、远方的朋友、崇敬的历史和现代名人等。

(二) 精神方面的旅游资源

各种科学知识、各种消除紧张的娱乐活动、文学艺术欣赏等。

(三) 健身方面的旅游资源

各种休假、各种运动及沙疗、温泉疗、海水法等治疗方式。

(四) 政治方面的旅游资源

国家政体状况及各种法律、政策、方针等。

(五) 经济方面的旅游资源

各地土特产、经济情报资料、产品样品等。