



高职高专旅游管理专业规划教材

中国旅游地理

周凤杰 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



高职高专旅游管理专业规划教材

中国旅游地理

主 编 周凤杰

参 编 朱 斌 陈苹苹 高爱仙



机械工业出版社

本书在结构上分三大部分。第一部分为绪论,简明扼要地论述了旅游地理的基本问题;第二部分为总论,共八章,从我国整体角度出发,分类概括了中国各类主要自然旅游资源 and 人文旅游资源,使学习者掌握宏观与重点,为学习分论打下基础;第三部分为分论,共八章。将中国分成八大旅游区,分别论述其旅游环境特征,主要旅游地及景区、景点,为学习者从业打下良好的基础,培养即景导游的能力。本书在内容上力求简明扼要,既有理论探讨的深度,又有客观阐述的广度。本书编写观念新、资料全,在科学性、系统性前提下,做到详略得当,重点突出。

本书可作为高职高专旅游管理专业教材,也可作为自学考试各类旅游职业培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理/周凤杰主编. —北京:机械工业出版社,2003.7

(高职高专旅游管理专业规划教材)

ISBN 7-111-12678-5

I. 中… II. 周… III. 旅游地理学-中国-高等学校:技术学校-教材
IV. F592.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 061609 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:曹俊玲 责任编辑:常爱艳 版式设计:霍永明

责任校对:李汝庚 封面设计:饶薇 责任印制:路琳

北京蓝海印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2003 年 9 月第 1 版·第 1 次印刷

1000mm×1400mm B5·8.25 印张·297 千字

0 001—4 000 册

定价:20.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话(010) 68993821、88379646

封面无防伪标均为盗版

前 言

改革开放以来,我国旅游业高速发展。在接待人次和旅游收入等方面,都超过同期世界平均水平。进入新世纪以来,我国的旅游业发展更令人瞩目。旅游业已成为国民经济重要产业,在发展经济、增收外汇、扩大内需、拉动相关部门增长、增加就业等许多方面,发挥着重要作用。

旅游从业人员的素质,是旅游业进一步发展的关键。改革开放以来,我国在旅游专业教育方面,取得了不小的成就,使旅游从业人员素质得到很大提高。

本教材的编写,正是为了满足旅游专业教育日新月异的需求。《中国旅游地理》是高等院校旅游专业的一门基础课。旅游地理的知识,无论是对于旅游者,还是旅游从业者,都具有很重要的实用价值。长期以来,旅游地理教材体系不统一,内容差异很大,难易程度没有标准,给不同层次的教学工作带来一定的影响,尤其是针对高职层次的教材比较缺乏。本书的编写,力图弥补这一不足。针对高职教学特点,设计教材结构,选择教材内容,考虑难易程度,组织实际参加高职教学的教师进行认真编写。

本教材分绪论和上、下两篇。绪论部分论述旅游地理基本问题,由渤海大学周凤杰编写;上篇是总论部分,共分八章,系统阐述我国各大类型旅游资源的特点与分布,及其旅游价值、开发现状和前景,由渤海大学周凤杰编写;下篇是分论部分,共分八章,分别阐述我国八大旅游区域的旅游环境特征、旅游地及重要景区景点的特点与分布。其中第九、十、十二章,由合肥联合大学陈苹苹编写;第十一、十五、十六章,由三明高等专科学校高爱仙编写;第十三、十四章由渤海大学朱斌编写。

本教材在编写过程中,得到机械工业出版社领导、编辑的大力支持,渤海大学张利民女士对本教材的编写给予了多方面协助,在此一并表示真诚的谢意!

本教材在编写中,参考了众多专家、学者的文献资料,在此对各位专家、学者表示感谢!并请各位专家、学者不吝赐教,对本教材多提宝贵意见。

编 者

目 录

前言	
绪论	1

上篇 总论部分

第一章 地貌旅游资源	21	第三节 古代伟大工程	72
第一节 我国地貌旅游资源概况	22	思考题	77
第二节 我国地貌景观主要类型	26	第五章 园林旅游资源	78
第三节 我国名山概览	33	第一节 中国园林发展简史、特点及成就	78
思考题	38	第二节 中国园林类型	84
第二章 水景旅游资源	39	第三节 我国现存名园	86
第一节 海滨旅游资源	39	思考题	86
第二节 江河旅游资源	41	第六章 宗教、陵寝旅游资源	87
第三节 湖泊旅游资源	45	第一节 我国宗教旅游资源	87
第四节 涌泉与瀑布	49	第二节 我国陵寝旅游资源	92
思考题	53	思考题	98
第三章 气候、气象和动植物旅游资源	54	第七章 文学、艺术旅游资源	99
第一节 气候与旅游	54	第一节 文学与旅游	99
第二节 气象与旅游	57	第二节 艺术与旅游	102
第三节 动植物旅游资源	61	思考题	106
思考题	65	第八章 民俗风情旅游资源	107
第四章 城市、建筑类与工程类旅游资源	66	第一节 民俗与旅游	107
第一节 城市旅游资源	66	第二节 我国民族与民俗概况	111
第二节 建筑类旅游资源	69	思考题	117

下篇 分论部分

第九章 京畿风貌——京、津、冀	思考题	188
旅游区	121	
第一节 旅游环境特征	121	
第二节 北京市	124	
第三节 天津市	129	
第四节 河北省	130	
思考题	133	
第十章 关东风情——东北		
旅游区	134	
第一节 旅游环境特征	134	
第二节 辽宁省	136	
第三节 吉林省	139	
第四节 黑龙江省	141	
思考题	144	
第十一章 民族摇篮——黄河中		
下游旅游区	145	
第一节 旅游环境特征	145	
第二节 陕西省	147	
第三节 山西省	151	
第四节 河南省	158	
第五节 山东省	163	
思考题	166	
第十二章 水乡泽国——长江中		
下游旅游区	167	
第一节 旅游环境特征	167	
第二节 上海市	170	
第三节 江苏省	172	
第四节 浙江省	176	
第五节 安徽省	180	
第六节 江西省	182	
第七节 湖北省	184	
第八节 湖南省	186	
第十三章 南国风物——东南沿海		
旅游区	189	
第一节 旅游环境特征	189	
第二节 福建省	191	
第三节 广东省	195	
第四节 海南省	199	
第五节 台湾省	201	
第六节 港、澳地区	205	
思考题	207	
第十四章 万方乐奏——西南		
旅游区	208	
第一节 旅游环境特征	208	
第二节 四川省	211	
第三节 重庆市	214	
第四节 广西壮族自治区	217	
第五节 贵州省	220	
第六节 云南省	223	
思考题	228	
第十五章 雪域藏乡——青藏		
旅游区	229	
第一节 旅游环境特征	229	
第二节 西藏自治区	232	
第三节 青海省	236	
思考题	238	
第十六章 牧歌驼铃——西北		
旅游区	239	
第一节 旅游环境特征	239	
第二节 内蒙古自治区	242	
第三节 宁夏回族自治区	244	
第四节 甘肃省	246	
第五节 新疆维吾尔自治区	249	

思考题	253	附录 E 中国被列入《世界遗产	
附录 A 中国十大风景名胜	254	名录》的项目	255
附录 B 中国历史文化名城（共		附录 F 全国首批国家级重点	
三批、99 座）	254	风景名胜區	255
附录 C 中国旅游胜地四十佳 ..	254	参考文献	256
附录 D 中国六大古都	255		

绪 论

一、关于旅游地理学

(一) 旅游地理学的概念、形成与发展

1. 概念

旅游地理学是地理学的分支学科，是研究人类的旅游活动与地理环境关系的新兴学科。

地理学是研究地球表面一切自然现象和人文现象的分布规律与空间关系的科学，它对于地表的一切现象均要回答三个问题：一是“这是什么”；二是“它在哪里”；三是“它为什么在那里”。由于地球表面的自然现象和人文现象纷纭复杂，因此地理学是一个极为复杂的科学的巨系统。自然地理学和人文地理学是它的两大基本分支。近些年来，应用地理学得到越来越广泛的发展，也成为它的一个基本分支，古老的地理学不断焕发出新的光彩。

而旅游指的是什么呢？尽管这是一个在日常生活中早已被人们熟知并常用的一个词汇，但在国内外的学术界至今也没有形成一个公认的看法，从字义上讲，“旅”是外出旅行的意思，“游”则有观光游览等含义，两者结合便成旅游。但是，作为一个现代科学概念，这样解释显然是不够的，它应该有一个确切的定义。在西方旅游界，比较公认的是“艾斯特”（IAEST——旅游科学专家国际联合会的简称）定义，它是由瑞士学者汉泽克尔（Hunziker）和克拉普夫（Krapf）在1942年提出，而后被“艾斯特”采用的。这一定义是“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居，并且不从事任何赚钱的活动”。世界旅游组织（WTO）在1991年6月召开的旅游统计国际大会上，对旅游的基本概念重新定义如下：“旅游是指一个人旅行到他或她通常环境以外的地方，时间少于一段指定的时段，主要目的不是为了在所访问的地区获得经济效益的活动。”在我国，很多学者在研究旅游这一特殊社会现象后，也对旅游下过多种定义，如著名经济学家于光远认为，“旅游是现代社会中居民的一种短期性的特殊生活方式，这种生活方式的特点是异地性、业余性和享受性。”还有学者对旅游下定义为“旅游是在一定的社会经济条件下产生的一种社会经济现象，是人们以游览为主要目的的非定居者的旅行和暂时居留引起的一切现象和关系的总和”，这一定义目前我国

得到比较一致的认同。

旅游和地理关系十分密切,可以说,没有与地理无关的旅游,也没有无助于研究旅游现象的地理。古代人们的地理知识有很多便是来源于旅游,而地理知识的丰富,又有指导旅游的意义。尤其是不同的空间区域地理环境,形成了不同的旅游环境和旅游资源,这不仅是旅游活动存在的必要条件,也使得科学上出现了旅游与地理相结合的研究对象,而这又是旅游地理学产生的直接原因。

2. 形成与发展

旅游的大发展,尤其是旅游资源和旅游市场的开发,为地理学提出了一系列的研究课题,在这种社会经济需求的前提下,旅游地理学便应运而生了。正如前南斯拉夫学者叶琳娜·阿姆布罗维奇在其编著的《旅游地理》一书中指出:“旅游现象是在各种自然地理和人文地理场合下发生的,它同地理学科有最直接的联系。所以,就有专门的地理学来研究旅游,这种地理学就是年轻的旅游地理学。”

说它年轻,确实,作为一门学科,旅游地理学形成的年代还不长,现代旅游地理学是随着现代旅游业的兴起和发展而形成发展起来的。19世纪末20世纪初,国际上才对旅游进行专门的探讨,从理论的角度进行研究。20世纪30年代,美国地理学家克·麦克麦理发表的《娱乐活动与土地利用关系》一文,被世界地理学界公认为是第一篇关于旅游地理研究的论文。后来,许多学者从不同角度对旅游下了各种定义。20世纪30~40年代旅游地理的研究内容大致分两方面:一是旅游地和旅游形态的个别地区的研究;二是旅游地自然环境的研究。二战之前,由于世界旅游业发展比较缓慢,因此对旅游地理的研究也比较缓慢。二战后,20世纪50年代以来,国外旅游地理论文增多,有的地理学家把旅游地理看作是经济地理的一部分,着眼于旅游的经济属性。1964年,加拿大地理学家伊罗·艾·沃尔夫认为,旅游地理应从经济地理中分离出来,成为一门独立的学科。70年代以后,许多地理学家要求系统地研究旅游地理学的理论方法,统一旅游地理学的术语,对旅游地类型进行分类和评价,并绘制旅游地图等。由于当时旅游业发展比较快,旅游地理方面研究发表的文献大量增加。美国学者伊恩·马特勒的著作《国际旅游地理》是具有代表性的著作。1976年,在莫斯科召开的第23届国际地理学大会上,第一次把旅游地理和疗养地理列为大会的一个专业组,这标志着旅游地理这门新学科得到了地理学家的承认,从此,旅游地理学作为地理学的一个分支被确立下来。

我国旅游地理学的研究起步于改革开放以后,这在时间上明显地落后于国外同行。二十多年来,我国旅游地理学的研究和教学队伍不断壮大,先后发表

了一批关于旅游地理学、中国旅游地理以及旅游开发等方面的专著和文章，并出版了一些普及性的读物。1988年，中国地理学会在人文地理专业委员会下设旅游地理组，这说明旅游地理学研究在我国地理科学领域中开始占有一定的位置。

（二）旅游地理学的研究对象与研究内容

1. 研究对象

旅游是现实社会中一个非常复杂的社会现象，这一现象是由三个要素构成的，即活动的主体——旅游者，活动的客体——旅游资源，以及二者之间的媒介——旅游业。旅游科学体系的各门学科，都是从不同的侧面来研究这三大要素，旅游地理学的研究则主要侧重于旅游环境，即地理环境中与旅游密切相关的部分。因此，与地理环境关系最密切的旅游客体，即各种现有的和潜在的旅游资源，便成了旅游地理首要的研究目标。所以，我们可以将旅游地理学的研究对象高度概括为组成旅游环境的各类旅游资源，它们在空间和时间上的分布、演化及其相互关系，以及如何对它们进行合理的开发利用和保护。

2. 研究内容

对于旅游地理学的研究内容，国内外学者各有不同见解。一般认为，它主要应该包括如下几个方面：

（1）旅游资源研究。包括旅游资源的界定，旅游资源的分类，旅游资源的调查和旅游资源的评价等方面。

（2）旅游区划的研究。是指在充分研究旅游资源的基础上，为旅游区划提供理论依据，并制定出合理的区划方案。

（3）旅游区区域发展规划的制定。包括旅游环境容量的估算，旅游通道的评估与建设，区域旅游开发的综合条件评价，旅游路线与项目设计规划等。

（4）对旅游信息与旅游地图的研究。包括旅游信息的收集和传播，旅游地图的特点、种类、功能和旅游地图的编绘等。

国内外很多学者倾向于把对旅游客源的研究作为旅游地理学的一项重要研究内容，对此本书作者认为，这一内容放到旅游学概论中研究更为合适，区域旅游地理也会分别论及到不同区域的旅游客源问题，为减少旅游科学不同学科之间的交叉覆盖，因此本书不再专门涉及。

以上四个方面，在旅游地理学的研究中，其重要程度是不一样的。对旅游资源的研究，始终是旅游地理学的重点。其他方面，或者是对此研究的深化，或者是对此研究的必要补充，因而，总是居于次要地位。

我国旅游地理学是以区域旅游开发研究为主线而发展起来的，至今为止，主要开展了旅游开发与规划、旅游资源与旅游地开发评价、旅游环境容量、旅

游者行为与旅游流预测、旅游区划、旅游气候、旅游资源信息系统等方面的研究工作。虽然取得了一定成绩,但与国际水平相比,仍有不小的差距,主要表现为研究成果大多缺乏理论背景,理论研究缺乏系统化。

目前西方旅游地理学在研究内容上的发展趋势是:将研究的视野扩大到闲暇时间从事的所有活动,研究内容极其多样化;从传统的以旅游资源和旅游土地利用为重点的研究主题转移到以服务设施的空间经济分析、旅游者的空间行为、旅游目的地的营销、大区域旅游地的开发与规划等等。这些发展趋势,使西方旅游地理学既保持了注重实际问题研究的传统,又深化了应用理论的研究。

但是,我们也应该看到,不管是中国的旅游地理学,还是西方的旅游地理学,目前在研究方向上,都普遍存在着一个共同问题,这就是无限扩大的趋势。这看起来好像是学科研究的发展,学科不断进步的表现,但事实并非如此。正因为这种盲目扩大的趋势,使得旅游地理学的研究很难深入下去,许多基本问题尚有争议,亟待加强研究。同时旅游地理学也像地理学一样,成了一个包罗万象的大口袋,仿佛什么东西都可以装到里面去。以至于翻开我们手中不同版本的《旅游地理学》,就好像打开了不同的百宝箱,里面的内容相差之大,经常会出乎我们的意料。这种研究方向的无限扩大与不统一,还使旅游专业的学科教学受到影响,导致学生的困惑,使他们对该学科体系不能有一个明晰的把握。因此,对旅游地理学的研究对象与研究内容,给出一个比较公认的限定,是一个十分必要和紧迫的问题。

(三) 旅游地理学的学科性质

1. 边缘性

旅游地理学是旅游和地理两种不同性质学科有机结合的产物,是两者之间的一门边缘学科,具有自然科学和社会科学双重属性。作为地理学的一个分支学科,它的范围不仅涉及到地理科学,而且同多种与旅游相关的学科都有密切联系,例如历史学、考古学、民俗学、宗教学、建筑学、文学艺术、美学等。所以旅游地理学具有多学科交叉的边缘性。

2. 应用性

旅游地理学是适应大众旅游和旅游产业发展的需要而产生的一门应用学科。之所以这样说,是因为旅游地理学能够直接服务于旅游业,推动旅游业的发展。较早撰写《旅游地理学》专著的英国学者赫·罗宾逊,就曾强调旅游地理学具有应用地理的性质。作为一门应用学科,它的研究课题应具有较强的针对性、具体性和技术性,要为解决具体问题、满足现实的实际需要服务。旅游地理学发展至今,已开展了大量的以区域旅游开发为中心的应用课题研究,并

在旅游资源的评价方法、旅游地的规划手段、旅游容量的估算以及旅游业发展的技术手段更新等方面的研究上,都取得了积极的成果。作为一门应用学科,旅游地理学还在不断扩大其为旅游实践服务的深度与广度,并力图满足旅游业发展中不断出现的新需求。旅游地理学的理论与知识,甚至可以说对每一个旅游者和旅游从业者个人都具有实用价值。现代旅游作为一种日益蓬勃发展的社会化生活方式和社会化经济产业,决定了旅游地理学有着广阔的用武之地。这也正是它作为应用学科发展的生命力所在。

(四) 旅游地理学的学习目的和学习方法

1. 学习目的

(1) 旅游业发展的需要。旅游是一种重要的经济活动。20 世纪 50 年代以来,和平与稳定的国际环境,使大众化的群体旅游空前发展,并迅速形成规模,在世界各地一直保持着快速发展的态势。很多国家和地区的旅游业成为其国民经济的支柱产业。我国旅游业在改革开放后,经历了 20 多年的建设和发展,已经完成了其性质变革和功能变革,旅游事业已经转变成为一项在国民经济中占重要地位的经济产业,旅游活动也由单一的观光旅游发展为集观光、度假、商务、考察等多功能于一体的综合性旅游。旅游业的大发展,急需要用完善的理论知识作为其实践的指导,但是,由于我国的旅游事业发展较晚,旅游科学的研究也明显晚于西方各国,很多理论问题还需要不断地去研究和解决,其中就有很多是旅游地理学涉及的范围。所以,学习旅游地理学,是当前旅游业发展的需要。

(2) 旅游专业发展的需要。旅游地理学在中国的发展,以 1980 年中国科学院成立旅游地理组为明显标志。它起步虽晚,但发展比较迅速。现实的需要不仅使得原来从事地学研究的专家投入这一工作,而且许多有关学科的专家和学者也都纷纷效力于此,以至可以说,旅游地理学成为一个时期以来的最热门的学科之一。有关旅游地理学的论文在报刊上所占比重大,还出版了多部专著和译著。但是,正因为从事这一专业的人员来源很不相同,在许多重要问题上很难形成共识,仁者见仁,智者见智,这固然会给学术带来百家争鸣的兴旺景象,也有利于学科之间的渗透,但在研究上很难形成合力,也就使得旅游地理学研究广博有余而深度不足。旅游地理学是旅游专业的基础学科,它的研究和发展会直接影响到旅游专业其他学科的研究和发展,因此,学习旅游地理学,是旅游专业发展的需要。

(3) 旅游从业的需要。随着我国旅游事业的大发展,对旅游方面的人才需求越来越迫切。旅游专业教育从无到有,从弱到强,全国出现了一些旅游方面的高等院校,还有很多高等院校增办了旅游专业,为旅游业发展提供了大量专

门人才。几乎所有的相关院校的旅游专业都开设了旅游地理课程,有的还培养出了旅游地理学方面的硕士和博士。教育界之所以如此重视旅游地理学科的教育,是因为它在旅游业从业实践中是不可缺少的知识,是学习其他旅游专业知识的基础。作为旅游从业者的个人,一定要具备这方面的知识。

(4) 爱国主义教育需要。在我国,各种形式的教育,尤其是学校教育,它所开设的课程,不管是人文科学,还是自然科学,无不是智育教育和德育教育的统一,而爱国主义教育无疑是德育教育的一项重要内容。一个人,热爱自己的祖国,是天经地义的,这出自于人类最朴素的情感,但仅有这些显然是不够的,它不足以激发出一个人极大的坚定不移的爱国激情。也就是说,爱国主义的情感,很大程度上是靠后天养成的,学校教育在这方面责无旁贷。而学校教育中,空洞的说教于事无补,必须靠事实说话,给爱国一个充分的理由。旅游地理学在这方面有着得天独厚的条件。因为中国有着世界上第三大国的面积,有着数不尽的山川河流、秀美风光,有着生生不息世代相传的五千年文明史,以及它留给我们的大量的、令世人瞩目的文化遗产。旅游地理学把世界上最丰富、最瑰丽的旅游资源展示出来,这不是最好的最有说服力的爱国主义教育的教科书吗?

2. 学习方法

(1) 坚持马克思主义世界观和方法论。世界观是人们对整个世界的总的根本的看法,它是人们思想中带有根本性的东西,支配着人们对各种事物的具体看法和具体态度。因此,能否形成科学的世界观,对每个人来说,都是十分重要的。只有形成科学的世界观,才能形成科学的方法论,才能形成正确的人生观。而这些,正是一个人的立世之本。

马克思主义的世界观是惟一科学的世界观。一个人世界观的养成,要受到诸多因素的影响,而在教育大众化的今天,学校教育无疑是一个重要的影响因素。因此我们的学校教育,一定要担当起这一份责任,利用一切可利用的机会,采取各种切实可行的办法,加强对学生科学世界观的教育和培养。而这种教育与培养,在各类旅游专业教育中,显得尤为重要。原因主要有如下两方面:一是旅游专业的教育内容。就拿旅游地理学来说,它研究人类的旅游活动和地理环境之间的关系,而旅游资源是其研究的重点。其中,既有以地貌、水体、气象气候、生物等构成的自然旅游资源,也有各种人类活动形成的人文旅游资源,如城市、建筑、园林、宗教、文化艺术、民情风俗等等,里面不乏一些具有唯心色彩的内容。如果学生没有一个科学的世界观,是很难理解与把握的。二是旅游专业教育的培养目标。旅游专业教育,是为旅游业发展提供各类从业人员,其毕业生大多从业于旅游饭店和旅行社业,每天接触的旅客形形色

色,从业的场所大多是星级宾馆等高消费场所。因此作为旅游业从业人员,只有具备正确的世界观和人生观,才不容易迷失自己的人生目标与方向。

(2) 理论和实际相结合。应用性是旅游地理学的一个重要属性,学习旅游地理学,一个最重要的目的,就是要使学生掌握相关本领,为旅游业发展服务。我国在旅游地理学学科建设方面,当前仍处于初创阶段,有许多理论和方法仍需要研究,而且是要结合我国旅游业发展现状和地理特色进行研究。我国的旅游业发展时间不长,很多薄弱环节还有待在正确理论指导下进行解决,旅游地理学在这方面肯定是责无旁贷。尤其是中国已经加入了世界贸易组织(WTO)后,中国的旅游业往何处去,中国的旅游地理学往何处去,如何在与世界接轨的同时,又能保持住我们固有的特色,这些,都需要我们理论结合实际的去探讨,去解决。因此,只有理论和实际相结合,才能学好旅游地理学,才能用好旅游地理学。

二、关于中国旅游地理

中国旅游地理从属于旅游地理学的一个重要分支——区域旅游地理学,它是研究中国范围内人类的旅游活动和地理环境之间关系的学科,它同样具有边缘性和应用性两大学科性质。旅游地理学和旅游地理之间也有明显的差别,这就是,旅游地理学偏重于旅游地理理论的研究和阐述,文体以分析论述为主;旅游地理则是在旅游地理学理论的指导下,对某一特定区域内旅游事实的记述和分析,文体以叙述说明为主。从旅游院校的培养目标来看,学生更需要旅游地理方面的知识,作为我国的旅游院校学生,中国旅游地理的知识尤为重要。当然,这些知识的获得,都不能脱离旅游地理学基础理论的指导。

(一) 中国旅游地理的研究内容

中国旅游地理的研究内容主要是中国的各种旅游资源,它们的空间分布、地域组合、发展演变、以及开发利用和保护。具体说来,主要有如下几个方面:

(1) 中国旅游资源的形成与分布规律。

(2) 中国旅游资源的调查与评价。

(3) 中国旅游区划。

(4) 中国各大旅游区的区域规划。其中包括旅游交通、旅游信息系统、旅游线路设计、旅游环境保护和旅游资源的可持续开发利用。

通过以上对中国旅游地理研究内容的确定,可以概括出本学科的主要研究任务,即掌握中国旅游资源的形成与分布规律,研究旅游区划并做好旅游区划工作,制定科学合理的区域旅游发展战略,为中国旅游资源的可持续开发提供

理论依据和实践基础。

(二) 研究中国旅游地理的意义

学习和研究中国旅游地理,意义十分重大,主要可以达到以下四方面的目的:

1. 提高旅游从业者的知识水平和文化素养

中国旅游地理的知识,是从事旅行社经营和导游业务工作必备的基础知识。学好中国旅游地理,尤其是有关中国的旅游资源地理,旅游客源与客流地理,旅游交通地理,各地景区景点的特色与分布,旅游路线设计等知识,对旅行社的旅游产品开发、宣传促销、客源组织等具体经营管理工作,都是非常重要的。同时,有关中国旅游地理的知识,特别是中国旅游资源地理及各地景区景点的知识,更是从事我国导游业务工作所需要的最基本、最具体的业务知识之一。

2. 为从事我国区域旅游开发与旅游业经营管理工作提供重要的科学依据和相关知识

对我国旅游地、一个景区乃至景点的合理开发,都应在掌握有关中国旅游地理的整体背景知识的基础上进行。只有正确认清本地区旅游资源的特色和地位,本地区客源市场及其客流状况,本地区旅游业发展的地理条件及其在全国的定位等,才能制定出有利于本地区的旅游发展规划和景区景点的合理建设布局,以及旅游业相关设施的建设布局和经营管理,最终有利于实现我国旅游业与区域旅游开发的可持续发展。中国是一个旅游大国,到20世纪末,中国已经成为仅次于法国、西班牙、美国和意大利的世界第五大旅游目的地,并成为旅游收入第七大国。旅游业的快速发展,离不开对旅游资源的合理利用与开发,离不开对旅游市场供需变化的科学分析与调控。因此,学习研究中国旅游地理十分必要。

3. 为进一步从事科学研究打好区域旅游地理的知识基础

旅游地理是一门有关人类旅游活动与地理环境之间关系的学科。对于区域旅游地理知识的学习研究,是从事旅游地理理论与应用研究的基础。因此学习与研究中国旅游地理,无疑会为进一步从事有关旅游地理的科学研究打下非常有利的基础。

4. 普及旅游地理知识,提高旅游者的旅游欣赏水平

目前,世界的旅游业已经进入大众化普及的时代,中国在改革开放之后,随着经济形势的好转,人民生活水平的提高,旅游在国民生活中越来越成为一种重要的普遍的需求。我国2000年人均国内生产总值为7067.5元人民币,(折合为854.6美元),即已步入普遍产生国内旅游动机的阶段。国际上有这样

的经验统计：当人均国内生产总值达到 800~1000 美元时，居民将普遍产生国内旅游的动机；达到 4000~10000 美元时，将产生国际旅游的动机；超过 10000 美元时，将产生洲际旅游的动机。随着我国旅游人数的不断增加，中国旅游地理知识在民众中的普及越来越重要。旅游是一项开阔眼界、陶冶情操、激发爱国情感的美好活动，有了中国旅游地理的知识，旅游者可以在中国土地上更好、更有效地进行旅游活动，并能大大提高其旅游欣赏水平，增加旅游的收获。

从以上可以看出，作为旅游专业教育的一门基础课，中国旅游地理是一门十分重要的学科。

三、关于旅游资源

不论是旅游地理学，还是中国旅游地理，研究的对象都是以旅游资源作为重点。因此，关于这一概念，我们有必要首先加以研究探讨。

（一）旅游资源的概念和分类

1. 概念

旅游资源一词，是随着现代旅游业的兴起和发展而新出现的专业术语。作为一个十分重要的概念，目前还没有一个公认的定义。一般认为，凡能激发旅游者的旅游动机，为旅游业所利用，并由此产生经济效益、社会效益和环境效益的事物与条件均可成为旅游资源。

2. 分类

根据不同的分类标准，可以将旅游资源作不同的类别划分：

（1）根据旅游资源的产生原因，可以将其分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类。自然旅游资源，是指天然赋存的旅游资源，由地貌、水体、气象气候、生物等等自然地理要素构成。人文旅游资源，指的是由人类活动而产生的旅游资源，由城市、建筑、园林、宗教、陵寝、文化艺术、民情风俗等等构成。

（2）根据其存在属性及开发利用的现状与特点，1992 年中国科学院地理研究所与国家旅游局资源开发司在《中国旅游资源普查规范（试行稿）》中，对旅游资源作了如下的分类：

1) 地文景观类。共有 13 种基本类型：典型地质构造、标准地层剖面、生物化石点、自然灾害遗迹、名山、火山熔岩景观、蚀余景观、奇特与象形山石、沙（砾石）地景观、沙（砾石）滩、小型岛屿、洞穴、其他地文景观。

2) 水域风光类。共有 7 种基本类型：风景河段、漂流河段、湖泊、瀑布、泉、现代冰川、其他水域风光。

3) 生物景观类。共有 6 种基本类型: 森林、古树名木、奇花异草、草原、野生动物栖息地、其他生物景观。

4) 古迹与建筑类。共有 32 种基本类型: 人类文化遗址、社会经济文化遗址、军事遗址、古城和古城遗址、长城、宫廷建筑群、宗教建筑与礼制建筑群、殿(厅)堂、楼阁、塔、牌坊、碑碣、建筑小品、园林、景观建筑、桥、雕塑、陵寝陵园、墓、石窟、摩崖字画、水工建筑、厂矿、农林渔牧场、特色城镇与村落、港口、广场、乡土建筑、民俗街区、纪念地、景观地、其他建筑和其他古迹。

5) 消闲求知健身类。共有 11 种基本类型: 科学教育文化设施、休疗养和社会福利设施、动物园、植物园、公园、体育中心、运动场馆、游乐场所、节日庆典活动、文艺团体、其他休闲求知健身活动。

6) 购物类。共有 5 种基本类型: 市场与购物中心、庙会、著名店铺、地方产品、其他物产。

(3) 根据目前已开发利用否, 又可将旅游资源分为现实旅游资源和潜在旅游资源。现实旅游资源指的是目前人类已经开发利用的旅游资源种类, 潜在旅游资源则是至目前还没有开发利用, 但随着社会的发展和科技水平的进步, 将来会被开发利用的旅游资源。例如世界上最大的峡谷——我国雅鲁藏布江大峡谷, 尽管目前对多数旅游者来说还很难进入, 但是, 因为它有强大的吸引力, 随着交通等方面条件的改善, 不久的将来, 它肯定会成为一个重要的旅游地。2000 年 4 月 8 日, 美国富豪丹尼斯·蒂托乘坐俄罗斯宇宙飞船登上月球, 成为全球太空旅游第一人。由此可以看出, 我们不宜将目前尚不能大规模开发利用的潜在旅游资源排除在旅游资源之外。

(二) 旅游资源的特点

从旅游资源的分布规律来看, 它存在着地域性和综合性两个特点; 从旅游资源的利用上来看, 它存在着永续利用性和无可替代性两大特点。

1. 地域性

自然旅游资源主要与各地自然条件相关。因为各种旅游资源都分布在一定的空间范围内, 都反映着一定的地理环境的特点。由于不同的地域表现而有不同的景观, 所以一个地区的地质地貌、水文、气候、动植物都会有所差异。在地球表面, 由于纬度不同, 各地接收太阳辐射的强度不同。而距离海洋远近不同, 又会导致各地干湿状况不一样, 所以各种旅游资源具有明显的纬度地带性和经度地带性。在地球大气的低空, 气温的垂直递减率是每升高 100m, 气温要降低 0.6°C , 所以某些自然旅游资源还具有垂直地带性。

人文旅游资源主要与人类历史有关。因为世界各地历史发展存在巨大的差