



21世纪全国高等院校  
旅游专业现代应用型系列教材

# 中国旅游资源 基础

叶骁军 主编

南开大学出版社

21 世纪全国高等院校旅游专业现代应用型系列教材

总主编 叶骁军

# 中国旅游资源基础

主 编 叶骁军

副主编 马洪元 吴新宇 单鹏飞

南开大学出版社

天 津

**图书在版编目(CIP)数据**

中国旅游资源基础 / 叶骁军主编. —天津: 南开大学出版社, 2008.11

ISBN 978-7-310-03020-0

I. 中… II. 叶… III. 旅游资源—中国 IV. F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 163419 号

**版权所有 侵权必究**

**南开大学出版社出版发行**

**出版人: 肖占鹏**

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

\*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

\*

2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 21 印张 379 千字

**定价: 35.00 元**

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

**21 世纪全国高等院校  
旅游专业现代应用型系列教材  
编撰指导委员会**

(按姓氏笔画排列)

|     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 卜复鸣 | 王安国 | 王 冰 | 王仲君 | 王建平 | 王雅红 |
| 叶骁军 | 邓 辉 | 任 平 | 任昕竺 | 何若全 | 华国梁 |
| 朱 耀 | 朱俊彪 | 沈文娟 | 沈鸿秋 | 刘庆友 | 李亚非 |
| 李京霖 | 陆 峰 | 沙 润 | 杨新海 | 周武忠 | 肖 飞 |
| 俞晓红 | 喻学才 | 顾 钢 | 黄震方 | 蒋亚奇 | 鲁 斌 |
| 臧其林 | 魏向东 |     |     |     |     |

**21 世纪全国高等院校  
旅游专业现代应用型系列教材  
编写组**

|     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 叶骁军 | 王建平 | 陈来生 | 马洪元 | 于德珍 | 邢夫敏 |
| 柯 英 | 李 晓 | 黎宏宝 | 谢 佳 | 李雪东 | 陈建军 |
| 吴 捷 | 吴新宇 | 曹灿明 | 邵 兰 | 王雅红 | 许云华 |
| 蔡军伟 |     |     |     |     |     |

---

# 总 前 言

---

旅游,最时尚的活动。

旅游,最让人钟情的积极休闲方式。

当旅游成为一种产业,而且是世界最大的产业的时候,关于她的研究,关于她的人才培养——专业教育,便纷至沓来……

中国的旅游业离不开世界的土壤,中国的旅游教育是世界旅游教育的有机组成部分。中国最初的旅游教材主要是在借鉴国外教材的基础上编撰的。最初的教材,她们,是中国旅游教材的弹词开篇;她们,是中国旅游教育的奠基石;她们,是国产旅游教材的阶梯……

其后,旅游教材如雨后春笋,茁壮成长。

旅游科学是理论与实际密切结合的科学。中国高等教育已进入大众化时代,它要求每一个大学毕业生必须既具有高度的理论基础,也必须具备实际的工作能力。旅游教材应跟上现代社会的发展,告别一支粉笔一本书的时代,告别仅给教师一本书让教师自己制作PPT的时代,告别学生纸上写作业的时代,进入电脑网络教学的时代,进入通过现代教学手段实现理论与实践教学密切结合的时代。

我们这套教材是为适应高等教育大众化时代,要求本科教育培养现代化应用性新型人才的大趋势而产生的。她是由国内多所高等院校旅游类专业的资深教师联合编撰的最新旅游类专业新概念系列教材。

本教材适合旅游类专业(包括旅游管理、饭店管理、导游、餐饮与烹饪等专业)本科生使用,同时也适合于广大的旅游爱好者及相关培训使用。

教材具有以下特点:

1. 系统性。全套教材每本约 30 万字,包括旅游理论、旅游资源、旅行社管理、酒店管理、财会管理等模块。

2. 时效性。它采用了 21 世纪最新的体系、理论、观点、数据、资料和案例。

3. 统一性。全套教材体例统一,教学要素完整,章节层次脉络清楚。各章节有内容提要 and 练习。其他教学要素如教学大纲、重要概念、图片、表格、阅读材料、资料卡片等刻制在光盘中。

4. 实践性。重视实践活动,有书面及电子实训和练习。可用电脑和网络进行作业和实训。

5. 方便性。为了方便教师课堂教学和学生课后学习的需要,本书配有与教材相配套的网页式辅教电子软光盘。光盘采用 Frontpage 软件制作,版面活泼,色彩丰富,使用方便。内容包括课程教学大纲、全书各级目录、主要内容、重要概念、图片和表格、练习和思考,以及超级链接:扩展知识面的阅读材料、资料卡片等,生动、形象、直观,可与纸质教材相互配合使用。大幅度减轻教师负担,特别是基本免除教师板书之劳。

编者

2008. 4

---

## 内容简介

---

本书是国内多所高等院校旅游专业联合编写的纳入出版规划的旅游类专业全国通用系列教材之一,它采用了 21 世纪最新的体系、理论、观点、数据和案例。本书分上下两编。上编系统地论述了关于旅游区划分的相关理论,以及对世界和中国旅游区的具体划分;下编则将全国 34 个省级政区分为 10 个旅游区,分别论述其旅游环境、旅游业现状、重要景点景区的特色和欣赏价值。

本书的特点是,既有理论的阐述,又有景点景区的实际描绘,以增强该课程的生动性和实用性。本书具有较强的实用性和先进性,适合作为本科学生的教材使用。本书同时也适合于广大的旅游爱好者及相关学者使用。

为了方便教师课堂教学和学生课后学习的需要,随书附有与教材相配套的辅教光盘,内容包括全书各级目录、主要内容、重要概念、丰富的图片和表格、练习和思考以及超级链接;扩展知识面的阅读材料、古典诗词、资料卡片等,生动、形象、直观,可与纸质教材相互配合使用,免除教师板书之劳。

---

# 绪 论

---

## 一、学习旅游资源学方面系列课程的必要性

《中国旅游资源基础》是旅游资源学方面的系列课程之一。

旅游资源学方面系列课程一般应包括《旅游资源学概论》、《中国旅游资源基础》、《世界旅游资源基础》、《中国休闲旅游资源基础》等课程。

旅游资源学系列课程是旅游学有关专业的必修课。学习旅游资源学可以使我们了解旅游资源学的基本理论,了解我国和其他国家丰富多彩的旅游资源,从而更好地利用旅游资源、开发旅游资源,使其更好地为旅游业所利用。

学习旅游资源学可以更好地理解旅游资源的特征、观赏价值、开发价值及科学地位,提高我们的工作能力。

学习旅游资源学可以提高个人素质修养。旅游资源是大自然赐予人类的资源,是前人智慧和勤劳的结晶,是人类共同的财富。它可以激发我们热爱大自然,培养良好的人文情怀。它可以激发我们的爱国主义热情,更好地为旅游事业做出贡献。

## 二、旅游资源学的研究对象

旅游资源学的研究对象是一切客观存在的旅游资源。包括自然旅游资源、人文旅游资源和社会旅游资源三大类。

旅游资源有的已经为人们所利用,成为旅游业的客体,它们当然是我们的研究对象。对于暂时还没有为人们所利用,但存在进行开发的可能性、有潜在的吸

引力的旅游资源,也是我们研究的对象。

自然旅游资源是指自然形成的风光景物。包括地形地貌(如山景、水景)、气候气象、动植物以及一些特殊的自然现象(如潮汐、日月食)等。但是,旅游资源学不是自然地理学,它不是全面研究上述现象,而只研究与旅游活动有关的上述现象。

人文旅游资源是有关人类活动的一切遗存物,如城市、乡村、建筑物、文物、工艺品等,它们无疑也是旅游资源学研究的对象。

社会旅游资源是指特定社会文化区域中,对旅游者产生吸引力的人群及与生活有紧密联系的事物和活动,包括文化风韵、民情风俗,以及正在兴起的消闲度假场所等。

### 三、旅游资源学方面系列课程的学习方法

旅游资源学是一门强调资源空间分布与外表形态的科学。因此,它与地理学有着密切的联系。在学习过程中,我们应该多看地图,多看照片,以取得感性的认识。不仅要看旅游地图,还应看地形图、交通图。当然,旅游资源分布图、景区景点平面图是读图的重点。凡能通过现代记录介质和手段阅读的材料和地图,亦可通过光盘和网络等进行阅读。

学习旅游资源学要抓住重点。教材内容丰富,数据繁多,只有抓住重点和特征,才能收到较好的学习效果。

坚持课前预习;课堂上认真听讲,记好笔记;课后进行复习并阅读参考资料(不仅包括传统的论著和论文,也包括电子材料如光盘、网络等)的学习程序。对重点的材料要根据教材和笔记重新整理出应当记忆的简明材料,以便考试和实际应用,这才是大学里正确的基本学习方法。

---

# 目 录

---

|     |     |
|-----|-----|
| 绪 论 | (1) |
|-----|-----|

## 上编 旅游资源学通论

|                  |      |
|------------------|------|
| 第一章 旅游资源的概念与特征   | (3)  |
| 第一节 旅游资源的概念      | (3)  |
| 第二节 旅游资源的特征      | (5)  |
| 第三节 旅游资源的观赏      | (10) |
| 第二章 旅游资源的分类      | (14) |
| 第一节 旅游资源的认识性分类   | (15) |
| 第二节 旅游资源的专项工作性分类 | (20) |
| 第三章 旅游区域的划分与等级   | (27) |
| 第一节 旅游区域的划分与等级   | (27) |
| 第二节 中国旅游区划       | (30) |
| 第四章 旅游资源评价与旅游容量  | (34) |
| 第一节 旅游资源评价       | (34) |
| 第二节 旅游容量问题       | (37) |
| 第三节 旅游容量的测定与影响因素 | (39) |
| 第四节 旅游容量在实践中的应用  | (43) |

## 下编 中国旅游资源分论

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| <b>第五章 华北旅游区(京津冀鲁)</b>  | (47)  |
| 第一节 华北旅游区旅游资源基础         | (47)  |
| 第二节 北京旅游副区              | (51)  |
| 第三节 天津—冀北旅游副区           | (61)  |
| 第四节 济南旅游副区              | (69)  |
| 第五节 青岛旅游副区              | (73)  |
| 第六节 本区其他旅游资源            | (76)  |
| <b>第六章 华东旅游区(沪苏浙皖赣)</b> | (80)  |
| 第一节 华东旅游区旅游资源基础         | (81)  |
| 第二节 上海旅游副区              | (84)  |
| 第三节 南京旅游副区              | (90)  |
| 第四节 浙北旅游副区              | (121) |
| 第五节 皖南旅游副区              | (133) |
| 第六节 赣北旅游副区              | (136) |
| 第七节 本区其他旅游资源            | (138) |
| <b>第七章 中原旅游区(豫晋陕)</b>   | (139) |
| 第一节 中原旅游区旅游资源基础         | (140) |
| 第二节 豫北旅游副区              | (142) |
| 第三节 晋北旅游副区              | (150) |
| 第四节 西安旅游副区              | (155) |
| 第五节 本区其他旅游资源            | (164) |
| <b>第八章 华南旅游区(闽粤琼桂)</b>  | (171) |
| 第一节 华南旅游区旅游资源基础         | (172) |
| 第二节 闽南旅游副区              | (174) |
| 第三节 广州旅游副区              | (178) |
| 第四节 海南旅游副区              | (183) |
| 第五节 桂林旅游副区              | (187) |
| 第六节 本区其他旅游资源            | (190) |
| <b>第九章 华中旅游区(鄂湘)</b>    | (192) |
| 第一节 华中旅游区旅游资源基础         | (192) |
| 第二节 武汉旅游副区              | (194) |

|      |                   |       |
|------|-------------------|-------|
| 第三节  | 鄂西旅游副区            | (198) |
| 第四节  | 鄂北旅游副区            | (200) |
| 第五节  | 长沙旅游副区            | (202) |
| 第六节  | 湘西旅游副区            | (204) |
| 第十章  | 西南旅游区(渝川云贵)       | (207) |
| 第一节  | 西南旅游区旅游资源基础       | (207) |
| 第二节  | 重庆旅游副区            | (210) |
| 第三节  | 成都旅游副区            | (219) |
| 第四节  | 昆明旅游副区            | (232) |
| 第五节  | 贵阳旅游副区            | (235) |
| 第六节  | 滇西旅游副区            | (237) |
| 第七节  | 本区其他旅游资源          | (242) |
| 第十一章 | 西北旅游区(甘青宁)        | (244) |
| 第一节  | 西北旅游区旅游资源基础       | (245) |
| 第二节  | 陇东旅游副区            | (249) |
| 第三节  | 兰州旅游副区            | (249) |
| 第四节  | 河西旅游副区            | (251) |
| 第五节  | 西宁旅游副区            | (256) |
| 第六节  | 银川旅游副区            | (259) |
| 第七节  | 本区其他旅游资源          | (261) |
| 第十二章 | 东北旅游区(辽吉黑)        | (264) |
| 第一节  | 东北旅游区旅游资源基础       | (264) |
| 第二节  | 大连旅游副区            | (266) |
| 第三节  | 沈阳旅游副区            | (270) |
| 第四节  | 长春旅游副区            | (273) |
| 第五节  | 哈尔滨旅游副区           | (275) |
| 第六节  | 本区其他旅游资源          | (278) |
| 第十三章 | 内蒙古、新疆、西藏旅游区      | (282) |
| 第一节  | 内蒙古旅游区旅游资源基础与旅游景点 | (282) |
| 第二节  | 新疆旅游区旅游资源基础与旅游景点  | (285) |
| 第三节  | 西藏旅游区旅游资源基础与旅游景点  | (288) |
| 第十四章 | 香港、澳门、台湾旅游地区      | (291) |
| 第一节  | 香港地区旅游资源基础与旅游景点   | (291) |

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| 第二节 澳门地区旅游资源基础与旅游景点····· | (296) |
| 第三节 台湾省旅游资源基础与旅游景点·····  | (301) |
| 思考与练习·····               | (312) |
| 主要参考文献·····              | (318) |
| 后 记·····                 | (321) |

**上 编**

**旅游资源学通论**



---

# 第一章 旅游资源的概念与特征

---

## 本章提要

本章论述旅游资源的概念、旅游资源的综合特征和自然旅游资源、人文旅游资源、社会旅游资源的个性特征,以及旅游资源的美学观赏方法。

## 第一节 旅游资源的概念

关于旅游资源(tourist resources)的概念,或者说定义,目前学术界和旅游界还没有公认一致的说法。西方学者常常使用旅游吸引物这一概念。在有的情况下,旅游吸引物是指旅游地吸引旅游者的所有因素的总和,它包括了旅游资源、适宜的接待设施和优良的服务,甚至还包括了快速舒适的旅游交通条件。例如,霍洛韦(J. C. Holloway)1986年在*The Business of Tourism*一书中认为,“旅游吸引物必须是:那些给旅游者积极的效益或特征的东西,它们可以是海滨或湖滨、山岳风景、狩猎公园、有趣的历史纪念物或文化活动、体育运动,以及令人愉悦的舒适会议环境”。在大多数情况下,旅游吸引物是旅游资源的代名词,二者通用。近年来,“旅游吸引物”这一名词在我国的应用亦日益多见。

从资源学的角度看,旅游资源是资源的一个区种。从旅游学的理论角度看,

旅游资源是旅游活动的客体,是旅游业赖以存在的基础。也可以说,没有旅游资源,就没有旅游业。

## 一、关于旅游资源的概念

我国学术界对旅游资源的概念,有种种不同的说法:

1. 陈传康等在《旅游资源鉴赏与开发》一书中认为,“旅游资源是在现实条件下,能够吸引人们产生旅游动机并进行旅游活动的各种因素的总和。它是旅游业产生和发展的基础”。

2. 保继刚等的《旅游地理学》认为,“旅游资源是指对旅游者具有吸引力的自然存在和文化遗产,以及直接用于旅游目的的人工创造物。旅游资源可以有具体形态的物质实体,如风景、文物,也可以是不具有具体物质形态的因素”。

3. 王洪滨等的《旅游学概论》认为,“凡是对旅游者具有吸引力的自然因素、社会因素或其他任何因素,都可构成旅游资源”。

4. 班武奇等的《中国旅游资源》认为,“旅游资源是经过人类开拓创建、文化熏陶,有相对稳定的地理位置,能供多数人游览观赏,或者说多数人公认有旅游价值的山川景物”。

5. 刘振礼等的《新编中国旅游地理》认为,“旅游资源(tourist resources),可称作‘旅游吸引(因素)’(tourist attraction),即在现代社会能够吸引旅游者和产生旅游动机并实施旅游行为的因素的总和。它能够被旅游业利用,并且在通常情况下能够产生社会效益、环境效益和经济效益”。

6. 杨时进等的《旅游学》认为,“凡是自然力和人类社会造成的,有可能被用来规划、开发成旅游消费对象的物质或精神的诸多因素,都可以视做旅游资源”。

7. 国家旅游局《中国旅游资源普查规范》(试行本)中认为,“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,都可以视为旅游资源”。

## 二、旅游资源概念的内涵

旅游资源概念就其内涵而言具有如下特点:

1. 旅游资源相对旅游主体而言,处于旅游客体位置。因为,旅游资源是旅游活动中现实的客观存在,它是被旅游主体实践活动和认识活动指向的对象。

2. 旅游资源是自然创造物和人工创造物,它存在于旅游现象之前。

3. 旅游资源不是单一性的专门类资源,而是复合型的专门类资源,其复合程度之大,可以囊括自然界和人类历史文化。