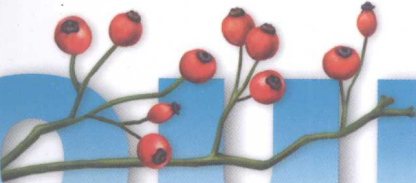


Tourism



全国高等职业教育规划教材·旅游与酒店管理专业

中国 旅游地理

张志宇 胡柏翠 主编 葛建军 副主编

杨学峰 主审



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

全国高等职业教育规划教材·旅游与酒店管理专业

中国旅游地理

张志宇 胡柏翠 主 编

葛建军 副主编

杨学峰 主 审

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

旅游地理是旅游服务与管理专业和饭店服务与管理专业的一门主干专业课程。

本书分为 13 章,即绪论、中国旅游交通、中国旅游区划、京华胜地——燕赵文化旅游区、白山黑水——关东文化旅游区、丝绸古道——塞外文化旅游区、华夏文明——中原文化旅游区、秀山丽水——吴越文化旅游区、山水峡谷——巴蜀和楚文化旅游区、岩溶景观——西南民俗文化旅游区、雪域藏乡——世界屋脊文化旅游区、南国风情——岭南文化旅游区和世界遗产等。

本书可作为旅游管理、饭店管理专业的教材,同时还可作为餐旅行业员工的培训教材或旅游爱好者的参考书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理 / 张志宇, 胡柏翠主编. —北京: 电子工业出版社, 2009.1

全国高等职业教育规划教材·旅游与酒店管理专业

ISBN 978-7-121-07874-3

I. 中… II. ①张…②胡… 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 (2008) 第 183219 号

策划编辑: 张云怡

责任编辑: 贾瑞敏

印 刷: 北京市海淀区四季青印刷厂

装 订: 涿州市桃园装订有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1 092 1/16 印张: 17.75 字数: 454.4 千字

印 次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 4 000 册 定价: 28.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前 言

旅游地理是旅游服务与管理专业和饭店服务与管理专业的一门主干专业课程。

旅游与地理密切相关，一方面，地理环境中的各要素相互联系和作用，构成了旅游资源的内涵，而地理环境的差异又使各地区的旅游资源具有了各自的特色与风格，并决定着旅游效益的高低；另一方面，人类的旅游活动也在不断地改变着地理环境。通过学习，使学生掌握旅游地理学的基本知识和理论，了解中国的地理条件和丰富多彩的旅游资源，对从事或即将从事旅游业的人员具有重要的意义。

编写旅游地理教材，体现在教学任务上就是：在具备了中国旅游地理知识、技能的基础上，掌握旅游区划的原则；熟知中国旅游资源的成因、内涵，掌握各地区典型景点，扩大人文景观的知识面。编写时做到资料翔实，有一定深度和内涵的描述和评价；体例上运用案例分析，并可通过对当地旅游资源的考察加深对旅游地理知识的理解。

编写中突出了职业性、技能性、可观性、实用性等特点，归纳起来有如下几点特色。

一 图片多。教材中安排有区划图、景点示意图等各种类型图片，图文并茂，增加了学生的感性认识。

二 增加“小知识”、“线路推荐”等知识卡片，平均每个省区有两到三张卡片，其目的是为了扩充学生对相关知识的理解。

三 每章的课后练习包括基本知识测试题和基本技能训练题。主要题型有填空题、选择题、简答题、技能题。目的是让学生借助所学的知识对当地旅游资源进行分析和评价，从而提高学生的分析和判断能力。

四 每章之后增加了建议浏览网站，其目的是让学生借助现代化信息工具，开阔视野，引发学习兴趣，扩大知识面。

五 多处借助图表进行分析，减少文字叙述，一目了然，便于学习和记忆。

本书分为13章，即绪论、中国旅游交通、中国旅游区划、京华胜地——燕赵文化旅游区、白山黑水——关东文化旅游区、丝绸古道——塞外文化旅游区、华夏文明——中原文化旅游区、秀山丽水——吴越文化旅游区、山水峡谷——巴蜀和楚文化旅游区、岩溶景观——西南民俗文化旅游区、雪域藏乡——世界屋脊文化旅游区、南国风情——岭南文化旅游区和世界遗产等。

本书由张志宇、胡柏翠担任主编。具体编写分工为：张志宇（第2、6、7、8章）、胡柏翠（第1、9、10章）、葛建军（第4、11、12章）、孙喜峰（第3、5、13章）。最后全书由张志宇统稿、定稿，杨学峰老师主审。

在编写过程中，作者参考和借鉴了许多文献、著作和网上资料。由于编写时间仓促，书中难免存在疏漏，敬请广大读者不吝赐教，以便修订，使之日臻完善。

编 者

2008年8月

《中国旅游地理》读者意见反馈表

尊敬的读者：

感谢您购买本书。为了能为您提供更优秀的教材，请您抽出宝贵的时间，将您的意见以下表的方式（可从 <http://www.huaxin.edu.cn> 下载本调查表）及时告知我们，以改进我们的服务。对采用您的意见进行修订的教材，我们将在该书的前言中进行说明并赠送您样书。

姓名：_____ 电话：_____

职业：_____ E-mail: _____

邮编：_____ 通信地址：_____

1. 您对本书的总体看法是：

☐很满意 ☐比较满意 ☐尚可 ☐不太满意 ☐不满意

2. 您对本书的结构（章节）：☐满意 ☐不满意 改进意见_____

3. 您对本书的例题：☐满意 ☐不满意 改进意见_____

4. 您对本书的习题：☐满意 ☐不满意 改进意见_____

5. 您对本书的实训：☐满意 ☐不满意 改进意见_____

6. 您对本书其他的改进意见：_____

7. 您感兴趣或希望增加的教材选题是：_____

请寄：100036 北京万寿路 173 信箱高等职业教育分社 收

电话：010-88254565 E-mail: gaozhi@phei.com.cn

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396；(010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

目 录

第1章 绪论	(1)
1.1 旅游地理概述	(1)
1.1.1 旅游地理学的概念及学科特点	(1)
1.1.2 旅游地理学的研究对象与研究内容	(3)
1.1.3 中国旅游地理的研究内容与研究意义	(3)
1.2 旅游资源概述	(5)
1.2.1 旅游资源的分类与特性	(5)
1.2.2 旅游资源的开发与保护	(10)
1.3 中国旅游资源	(12)
1.3.1 中国自然旅游资源	(12)
1.3.2 中国人文旅游资源	(17)
本章小结	(23)
思考与练习	(24)
第2章 中国旅游交通	(26)
2.1 旅游交通在现代旅游活动中的地位	(26)
2.2 旅游交通的类别及特点	(27)
2.2.1 火车旅游	(27)
2.2.2 飞机旅游	(27)
2.2.3 汽车旅游	(27)
2.2.4 船舶旅游	(28)
2.3 中国旅游交通网	(28)
2.3.1 铁路线网分布	(28)
2.3.2 公路运输	(31)
2.3.3 水路运输	(33)
2.3.4 航空运输	(33)
2.4 旅游地图	(34)
2.4.1 旅游地图的作用及特点	(34)
2.4.2 旅游地图的类别	(35)
2.4.3 旅游地图的使用	(35)
本章小结	(36)
思考与练习	(37)
第3章 中国旅游区划	(38)
3.1 概述	(38)
3.1.1 旅游区的概念和特性	(38)
3.1.2 旅游区划的意义及目的	(39)
3.2 旅游区划的原则	(40)

3.2.1 旅游区划的原则	(40)
3.2.2 旅游区划的等级单位系统	(41)
3.3 中国旅游地理分区	(42)
3.3.1 中国旅游地理景观地域分异特征	(42)
3.3.2 中国旅游地理分区	(43)
本章小结	(45)
思考与练习	(45)
第4章 京华胜地——燕赵文化旅游区	(46)
4.1 地理环境特征	(46)
4.1.1 自然地理环境特征	(46)
4.1.2 人文地理环境特征	(47)
4.2 旅游资源特点	(47)
4.2.1 名山荟萃, 山地景观独特	(47)
4.2.2 海滨富集, 水景资源突出	(47)
4.2.3 胜迹云集, 人文旅游资源博大精深	(47)
4.2.4 文化繁荣, 燕赵雄风千古流传	(48)
4.3 主要旅游胜地	(48)
4.3.1 北京市	(48)
4.3.2 天津市	(58)
4.3.3 河北省	(61)
4.4 旅游节庆和土特名产	(68)
本章小结	(68)
思考与练习	(69)
第5章 白山黑水——关东文化旅游区	(70)
5.1 地理环境特征	(70)
5.1.1 自然地理环境特征	(70)
5.1.2 人文地理环境特征	(71)
5.2 旅游资源特点	(71)
5.2.1 林海雪原, 白色旅游潜力无限	(71)
5.2.2 火山温泉、漠河极光, 尽显自然魅力	(72)
5.2.3 丰富多彩的民俗风情和多元复合的关东文化	(72)
5.2.4 颇具异域风情的城市建筑	(72)
5.3 主要旅游胜地	(72)
5.3.1 黑龙江省	(72)
5.3.2 吉林省	(76)
5.3.3 辽宁省	(79)
5.4 旅游节庆和土特名产	(84)
本章小结	(85)
思考与练习	(85)

第6章 丝绸之路——塞外文化旅游区	(87)
6.1 地理环境特征	(87)
6.1.1 自然地理环境特征	(87)
6.1.2 人文地理环境特征	(88)
6.2 旅游资源特点	(88)
6.2.1 大漠戈壁、冰川雪峰, 尽显雄浑、粗犷的自然魅力	(88)
6.2.2 草原绿洲、塞上江南, 边陲仍有幸福地	(89)
6.2.3 丝绸之路历史悠久, 文物古迹珍贵丰富	(89)
6.2.4 风格各异、绚丽多姿的民族风情	(89)
6.3 主要旅游胜地	(90)
6.3.1 甘肃省	(90)
6.3.2 新疆维吾尔自治区	(96)
6.3.3 内蒙古自治区	(100)
6.3.4 宁夏回族自治区	(103)
6.4 旅游节庆和土特名产	(106)
本章小结	(106)
思考与练习	(107)
第7章 华夏文明——中原文化旅游区	(109)
7.1 地理环境特征	(109)
7.1.1 自然地理环境特征	(109)
7.1.2 人文地理环境特征	(110)
7.2 旅游资源特点	(110)
7.2.1 名山大河、黄土高原, 自然资源丰富独特	(110)
7.2.2 民族摇篮、胜迹荟萃, 人文资源博大精深	(110)
7.2.3 文化艺术特色鲜明, 地方韵味浓厚	(111)
7.3 主要旅游胜地	(111)
7.3.1 陕西省	(111)
7.3.2 山西省	(116)
7.3.3 河南省	(124)
7.3.4 山东省	(130)
7.4 旅游节庆和土特名产	(134)
本章小结	(135)
思考与练习	(135)
第8章 秀山丽水——吴越文化旅游区	(137)
8.1 地理环境特征	(137)
8.1.1 自然地理环境特征	(137)
8.1.2 人文地理环境特征	(138)
8.2 旅游资源特点	(138)
8.2.1 名山众多、水景秀丽, 自然资源丰富	(138)
8.2.2 园林古城荟萃, 人文旅游底蕴深厚	(138)

8.2.3 吴越文化特色鲜明	(139)
8.3 主要旅游胜地	(139)
8.3.1 上海市	(139)
8.3.2 江苏省	(142)
8.3.3 浙江省	(149)
8.3.4 安徽省	(155)
8.3.5 江西省	(159)
8.4 旅游节庆和土特名产	(164)
本章小结	(164)
思考与练习	(165)
第9章 山水峡谷——巴蜀和楚文化旅游区	(166)
9.1 地理环境特征	(166)
9.1.1 自然地理环境特征	(166)
9.1.2 人文地理环境特征	(167)
9.2 旅游资源特点	(167)
9.2.1 峻岭名山各具风采,自然保护区众多	(167)
9.2.2 水体景观繁多,峡谷地貌突出	(168)
9.2.3 伟大的水利工程,遍布的三国遗迹	(168)
9.2.4 巴蜀和楚文化特色鲜明	(169)
9.2.5 红色旅游,生机无限	(169)
9.3 主要旅游胜地	(169)
9.3.1 重庆市	(169)
9.3.2 四川省	(173)
9.3.3 湖北省	(180)
9.3.4 湖南省	(185)
9.4 旅游节庆和土特名产	(191)
本章小结	(191)
思考与练习	(192)
第10章 岩溶景观——西南民俗文化旅游区	(193)
10.1 地理环境特征	(193)
10.1.1 自然地理环境特征	(193)
10.1.2 人文地理环境特征	(194)
10.2 旅游资源特点	(194)
10.2.1 岩溶地貌奇观荟萃	(194)
10.2.2 奇花异草遍布,珍禽异兽繁多	(195)
10.2.3 历史悠久和民风古朴	(195)
10.3 主要旅游胜地	(195)
10.3.1 云南省	(195)
10.3.2 贵州省	(201)
10.3.3 广西壮族自治区	(205)

10.4 旅游节庆和土特名产	(210)
本章小结	(211)
思考与练习	(211)
第 11 章 雪域藏乡——世界屋脊文化旅游区	(213)
11.1 地理环境特征	(213)
11.1.1 自然地理环境特征	(213)
11.1.2 人文地理环境特征	(214)
11.2 旅游资源特点	(214)
11.2.1 高原湖泊, 鸟兽栖息, 原始自然风貌突出	(214)
11.2.2 高原气候和热带风光相映成趣	(214)
11.2.3 古老的宗教文化和特色建筑	(215)
11.2.4 多姿多彩的民俗风情和内涵深蕴的藏乡文化	(215)
11.3 主要旅游胜地	(215)
11.3.1 青海省	(215)
11.3.2 西藏自治区	(218)
11.4 旅游节庆及土特名产	(222)
本章小结	(222)
思考与练习	(223)
第 12 章 南国风情——岭南文化旅游区	(224)
12.1 地理环境特征	(224)
12.1.1 自然地理环境特征	(224)
12.1.2 人文地理环境特征	(225)
12.2 旅游资源特点	(225)
12.2.1 热带、亚热带自然景观突出	(225)
12.2.2 地貌旅游资源丰富, 旅游价值颇高	(225)
12.2.3 带有异域文化色彩的岭南文化	(226)
12.2.4 现代建筑鳞次栉比, 尽显都市风貌	(226)
12.3 主要旅游胜地	(226)
12.3.1 福建省	(226)
12.3.2 台湾地区	(231)
12.3.3 广东省	(238)
12.3.4 海南省	(243)
12.3.5 香港特别行政区	(246)
12.3.6 澳门特别行政区	(248)
12.4 旅游节庆和土特名产	(249)
本章小结	(250)
思考与练习	(250)
第 13 章 世界遗产	(252)
13.1 世界遗产的由来与分类标准	(252)
13.1.1 世界遗产的由来	(252)

13.1.2 世界遗产的分类标准	(253)
13.2 世界遗产的保护与监测	(255)
13.2.1 世界遗产监测工作的由来	(255)
13.2.2 世界遗产监测工作的性质	(255)
13.2.3 世界遗产监测工作的内容	(256)
13.3 中国的世界自然与文化遗产	(257)
13.3.1 中国的世界自然与文化遗产概览	(257)
13.3.2 中国的世界遗产的保护与可持续发展	(262)
本章小结	(264)
思考与练习	(264)
附录一 中国国家地质公园一览	(266)
附录二 我国加入联合国“人与生物圈计划”的自然保护区	(271)
参考文献	(272)

第 1 章

绪 论

【学习目标】

1. 了解旅游地理学的概念、学科性质、研究对象与研究内容；
2. 掌握旅游资源的分类、开发与保护；
3. 了解中国各类旅游资源的基本特征及其旅游价值。

1.1 旅游地理概述

1.1.1 旅游地理学的概念及学科特点

旅游地理学是在旅游业大规模发展的背景下，伴随着旅游科学的发展而逐步发展起来的一门新兴学科。它直接服务于旅游业，而且越来越受到人们的普遍关注。

1. 旅游地理学的概念

旅游地理学是研究人类的旅游活动与地理环境、社会经济发展相互关系的一门新兴学科，是地理学的一个分支学科。

地球是人类的家园，人类一直都十分关心自己赖以生存和发展的地球表面的状况。随着人类社会的发展，地理知识的积累，逐步形成一门研究地球表面一切自然现象和人文现象空间分布以及两者间相互关系的一门学科，就是地理学，其研究的目的是为了更好地开发和保护地球表面的自然资源，协调自然与人类的关系。一般而言，根据研究对象的侧重点不同，地理学被分为自然地理学和人文地理学两大部分。自然地理学研究自然环境的特征、结构及其地域分异规律，包括大气圈、水圈、岩石圈、生物圈在内的自然环境是其研究的主要对象。人文地理学侧重研究人类社会经济活动所形成的人文环境的特征、结构及其地域分异规律，包括地球表面人类再生产活动、经济活动、聚落、文化、政治等活动在内的人类活动所创造的人文环境是其研究的对象。

旅游活动是整个人类社会地域活动的重要组成部分，旅游是当代世界上最大规模的一种社会现象，是人类生活的基本需求。旅游，从字面理解：“旅”是旅行、外出，“游”是外出观光、娱乐。但是关于旅游的科学界定，在国内外的学术界至今仍众说纷纭，没有形成一个统一的说法。在国际上比较权威的定義是“艾斯特”定义和世界旅游组织定义。“艾斯特”（IAEST——旅游科学专家国际联合会的简称）定义，是由瑞士学者汉泽克尔（Hunziker）和克拉普夫（Krapf）在 1942 年提出的，而后被“艾斯特”采用。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月的“旅游统计国际大会”上,对旅游基本概念重新下了定义:“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。”目前我国比较认同的定义为“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。”

旅游活动是一种在人与自然、人与人之间发生的实践活动,是以旅游者在旅游环境中的空间流动为基础的,因此旅游与地理关系十分密切。包括各地地形、气候、水文、生物等自然要素在内的自然地理环境和由各地居民、城乡聚落、风俗民情、政治军事等方面构成的人文地理环境,以及由各地工农业、交通运输业、商贸与服务业等产业活动形成的经济地理环境,它们在地域上和结构上既相互重叠又相互联系,从而构成了各地区综合性与差异性都很强的整体地理环境,而各地区地理环境的差异性,正是旅游活动产生的最基本的外在动力。可以这么认为,没有与地理无关的旅游活动,也没有无助于研究旅游现象的地理,旅游地理学是地理学在旅游活动中的应用。由于其目的在于为旅游业服务,旅游地理学在国际上又称为休闲和旅游地理学、游憩地理学、闲暇地理学、观光地理学。

2. 旅游地理学的学科特点

(1) 旅游地理学是一门综合性很强的边缘学科。旅游地理学是从地理学的角度来研究有关旅游活动,因此无疑它是属于地理科学范畴。同时,旅游现象是在自然、经济、人文的多种地理背景下发生的,因此旅游地理学的研究内容不仅涉及自然地理学的许多领域,而且还广泛涉及经济地理学和社会人文地理学的范畴。旅游主体之间、主体与各种地理要素组成的地理环境之间形成了复杂的关系,在分析地理问题时必须采取综合的观点进行全面的系统分析。此外,旅游地理学除了以地理学的理论、知识为基础外,还与社会学、民俗学、考古学、历史学、建筑学、经济学、宗教学、心理学、管理学、生态学、美学等多学科有着密切的联系。这些学科彼此渗透,使旅游地理学成为一门多学科综合性的边缘学科。各学科边缘的交叉、碰撞、组合也推动了旅游地理学的发展。

(2) 旅游地理学是一门实践性很强的应用学科。旅游地理学因旅游事业的兴起而产生,反过来又可以为旅游活动的开展和旅游事业的发展服务,因此特别注重其应用性研究。作为一门实用性很强的学科,它从一开始出现就显现出了强大的生命力,成为旅游研究的中坚力量,使地理学这门古老学科又找到了一个新生长点,并在促进旅游业这个全球最大的产业中发挥着不可低估的作用。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、旅游地的规划与开发、旅游交通建设、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。随着旅游业的发展,旅游地理学不断扩大其为旅游实践服务的深度与广度。事实上,我国旅游业的发展就能很好地说明这一点。我国旅游业发展初期,在迫切的旅游需求推动下,许多地理学专家转而从从事旅游资源开发、评价和规划工作,从实践中逐渐摸索和完善适合我国国情的旅游地理学科的理论体系,并且力图使地理学满足旅游业发展中不断涌现出的新需求。

1.1.2 旅游地理学的研究对象与研究内容

1. 旅游地理学的研究对象

旅游活动是一种复杂的社会经济现象,涉及广阔的空间,具有多样性的特点,它通常由三个基本要素构成,即旅游活动的主体(旅游者)、旅游活动的客体(旅游资源及环境条件)、旅游活动的媒介(旅游业)。同时旅游也是旅游者在一定的空间和时间上的行为活动,它以地理环境为载体,因而旅游也是一种地理现象。旅游地理学的研究对象涵盖旅游活动的三个要素,而其侧重点在于旅游环境,即地理环境中与旅游活动密切相关的部分。因此,旅游地理学的研究对象可以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。旅游地理学研究的最终目的是促进旅游业与社会经济的发展。

2. 旅游地理学的研究内容

旅游者与旅游环境之间的关系错综复杂,决定了旅游地理学的研究内容是非常广泛的。国内外学者对此也有不同的见解。一般认为,旅游地理学比较公认的研究内容应包括以下方面。

(1) 旅游者研究。主要包括旅游者的地理背景,旅游客源地,客流的地理分布、变化以及未来发展趋势等。

(2) 旅游资源研究。主要包括旅游资源的界定,旅游资源的分类、地理分布、形成条件,旅游资源的评价、开发利用、保护与环境容量等。

(3) 旅游区划的研究。主要包括旅游区划的原则、区划指标,区域分级、分类区划及区域相互关系的研究。

(4) 区域旅游发展战略与规划的制定。主要包括旅游环境容量的估算,区域旅游开发的综合条件评价,旅游线路与项目设计规划,旅游客源组织规划,旅游管理机构设置等。

(5) 旅游信息与旅游地图的研究。主要包括旅游信息的收集与传递,旅游地图的特点、种类、功能和旅游地图的编制及使用等。

在旅游地理学的研究中,对上述内容研究的重要程度是不一样的,其中对旅游资源的研究是旅游地理学的重点,其他方面是对此研究的深化或必要补充,相对处于次要地位。

1.1.3 中国旅游地理的研究内容与研究意义

1. 中国旅游地理的研究内容

中国旅游地理是旅游地理学的一个重要分支——区域旅游地理学,它是从旅游地理学的角度来研究中国区域内各类旅游资源、发展旅游的地理环境和地理特征、旅游区(点)布局等问题,以及以中国为地域单元的地理环境中旅游诸要素的发生、发展、分布及地域分布规律和它们之间的关系,为正确评价和开发中国旅游资源、建设中国旅游区提供科学依据。中国旅游地理的研究内容主要有以下几个方面。

(1) 中国旅游资源的形成条件与分布规律。

(2) 中国旅游资源的调查与评价。

- (3) 中国旅游区划。
- (4) 中国区域旅游发展战略与规划的制定。
- (5) 中国旅游信息与旅游地图。

由此可见,研究中国旅游地理的主要任务,就是要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发展提供理论依据和实践基础。

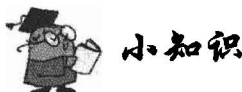
2. 中国旅游地理的研究意义

对中国旅游地理的学习与研究,不论是对旅游从业人员专业水平的提高和对旅游爱好者旅游地理知识的丰富,还是对旅游业的可持续发展,都具有十分重大的意义。

(1) 有利于旅游地理知识的普及与旅游者旅游欣赏水平的提高。旅游活动是普及性的、大众性的活动,旅游也不再是少数人享有的特权,人人均有享受休闲和旅游的权利。在改革开放以后,随着经济的发展,人民生活水平的提高,旅游在国民生活中越来越成为一种普遍的需求,旅游人数不断增加。国际旅游专家曾这样分析,当一国人均国民生产总值达到 800~1000 美元时,居民将普遍产生国内旅游动机;达到 4000~10 000 美元时,居民将普遍产生国际旅游动机;超过 10 000 美元时,居民将普遍产生洲际旅游动机。据世界旅游组织预测,我国将在 2020 年成为世界最大的旅游目的地国家。因此,普及旅游教育已成为实现社会可持续发展的重要措施,中国旅游地理知识在民众中的普及也越来越重要。通过对中国旅游地理知识的了解,可以使旅游者在中国土地上开展更有效的旅游活动,并能大大提高其旅游欣赏水平,从而增加旅游活动的收获。

(2) 有利于旅游从业人员专业知识水平与文化素养的提高。中国旅游地理知识是旅游从业人员工作必备的基础知识。通过中国旅游地理的学习与研究,使旅游从业者掌握有关中国旅游资源地理分布、各大旅游景区(景点)的特色与分布、旅游区划、旅游交通地理、旅游线路设计等知识,提高其旅游资源的观察、判断、口头表达的能力;掌握编排最佳旅游线路的能力;提高阅读旅游地图能力、利用网络收集旅游信息的能力,以及归纳区域旅游资源特色的能力等,从而有利于旅游产品开发、宣传促销、客源组织等具体经营管理工作的开展。

(3) 有利于旅游业的可持续发展。旅游业作为“无烟产业”,在转变经济增长模式,实现社会生产生活结构调整的过程中,其重要性与日俱增。作为“朝阳产业”,旅游业自身的发展也存在各种新问题。其中,如何实现旅游业的可持续发展就是一个十分重要的问题。旅游是具有双刃性的,在促进社会经济和文化发展的同时,也会加剧环境损耗和导致地区特色的消失。因而,旅游业的发展必须建立在可持续发展基础之上。可持续发展的实质,就是要求旅游与自然、文化和人类生存环境成为一体,这三者之间的平衡关系使许多旅游目的地各具特色。因此,对我国旅游地、景区(景点)的合理开发,都要建立在有关中国旅游地理的整体知识基础之上,充分考虑当地旅游资源的特色及本区发展旅游业的区位优势,认清当地的客源市场及其客流状况等,才能制定出适合本地区旅游发展需求的旅游发展规划和景区(景点)的合理建设布局,以及与旅游业相关的基础设施建设布局和经营管理,从而有利于实现我国旅游业与区域旅游开发的可持续发展。



中国旅游地理学的发展

作为一个具有 5000 多年历史的文明古国，中国的旅游也有着悠久的历史。在中国浩如烟海的古代文献中，朴素的旅游地理记述见诸于诗歌、散文、游记和专著之中。20 世纪 30 年代，我国学者发表了一些关于风景区的文章，但中国旅游地理是在改革开放后旅游业迅速发展的巨大现实需求和地理学大变革背景下出现的，随即得到了快速发展，其研究理论日趋深化，成为地理学中一门重要分支学科。我国旅游地理学发展大致可分为如下三个阶段。

1. 初创阶段（1979—1991 年）

中国旅游地理学进入系统研究的标志是 1979 年年底中国科学院地理研究所组建旅游地理学科组。此后，不少学者发挥地理学的综合性、区域性和实践性的特点，同旅游开发实践相结合，使旅游地理学在实践中逐步形成和发展起来。其中郭来喜、陈传康作为我国旅游地理学的开拓者，同时也是最富成效的实践者，大大推动了我国旅游地理学的发展。郭来喜等编写，北京旅游学院印行的《中国旅游地理讲义》（1981）则是我国最早的一部旅游地理教材。1985 年李旭旦主编的《人文地理学概论》首次列入了旅游地理学条目（郭来喜撰写），标志着旅游地理学正式成为地理学的一门分支学科。

2. 发展阶段（1992—1998 年）

1992 年，中国地理学会正式设立旅游地理专业委员会，这标志着旅游地理学学术研究得到了组织方面的保障，也标志着旅游地理学研究进入了一个新的发展时期。这一阶段，旅游地理学在各方面都取得了很大进展，主要表现在：旅游地理学家参与了高层次旅游决策，如郭来喜倡导设置生态旅游主题年的建议被国家旅游局采纳，将 1999 年旅游主题定为生态环境游。这一阶段，原有理论在实践中得到进一步验证和提高，旅游地理学研究的领域和内容也逐步扩大和深入，旅游可持续发展思想受到了旅游地理学界的高度重视，并贯穿于开发实践中。技术应用也呈多样化和现代化，传统技术方法得到革新，定性与定量相结合的方法得到普及，高新技术如 RS、GIS、GPS 等技术也在资源普查和规划中得到运用。

3. 深化阶段（1999 年以后）

1999 年保继刚主编，出版了第一本较高水准的《旅游地理学》教材，对旅游地理学的学科体系进行了梳理，2004 年他又对中国自 1978 年以来的旅游地理学的发展进行了反思，指出了旅游地理学研究过程中存在的主要问题。同时，学术界对旅游地理学研究的不同理论与观点也大量出现。不同研究领域的融合与分野，可能要同时发生在旅游地理学研究历程当中，并最终促成旅游学科走向成熟。旅游地理学的研究将会借助于量化和实证的科学方法，使之不断得到深化。

资料来源：《旅游地理学》张林等。天津：南开大学出版社，2007。

1.2 旅游资源概述

1.2.1 旅游资源的分类与特性

旅游地理学的主要研究对象之一是旅游环境。因此，旅游客体，即各种现有的和潜在的