



高职高专“十一五”规划教材

★★★★★ 旅游管理系列

中国旅游地理

● 范黎光 张仁军 主编 武瑞营 主审



化学工业出版社

高职高专“十一五”规划教材
——旅游管理系列

中国旅游地理

范黎光 张仁军 主 编
樊莉莉 侯艳艳 副主编
武瑞营 主 审



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书从基础性、实用性角度,对自然旅游资源、人文旅游资源、旅游区划的内容做了介绍。在较为系统地阐述旅游地理学基本理论的基础上,对中国各旅游区划内的著名景点做了逐一详细介绍。

本书主要是为高职高专旅游管理类专业的学生撰写的教材,也可供从事导游工作的人员使用。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理/范黎光,张仁军主编. —北京:化学工业出版社, 2007.5

高职高专“十一五”规划教材——旅游管理系列

ISBN 978-7-122-00090-3

I. 中… II. ①范…②张… III. 旅游地理学-中国-高等学校:技术学院-教材 IV. F592.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 031576 号

责任编辑:于卉 蔡洪伟 张双进 文字编辑:刘艳
责任校对:王素芹 装帧设计:于兵

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印刷:北京云浩印刷有限责任公司

装订:三河市前程装订厂

720mm×1000mm 1/16 印张15¼ 字数312千字 2007年5月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定价:25.00元

版权所有 违者必究

高职高专“十一五”规划教材——旅游管理系列

编审委员会

主任委员 邱卫民

副主任委员 曹克广 陈中汉 丁志平 黄盛兰 乔子荣
屈守芳 周立雪

委员 (按姓氏汉语拼音排序)

白晓颖	柴 雨	丁玉平	樊莉莉	范黎光
冯永红	侯艳艳	黄昌霞	黄江亮	姜明新
蒋 芸	李 佳	李 曼	李光宇	李小波
李学芝	李永臣	林占生	刘 勇	刘长凤
刘晓杰	刘雅婧	卢 爽	马 磊	聂 旺
彭海学	宋雪莉	苏 静	孙 静	孙 悦
孙静涛	孙庆群	汤丰林	田 莉	田 莹
田敏娜	王 晶	王 湜	王 铁	王 薇
王 玉	王建茹	王丽华	王学艺	王艳青
武瑞营	杨 红	杨 涌	于卫东	张 宏
张翠菊	张仁军	张素娟	张秀军	张祖群
郑宝新				

前 言

中国旅游地理是旅游管理类专业开设的主要专业课之一。为适应教学改革的需要,我们编写了这本教材。

本教材是高职高专旅游(饭店)管理专业系列教材之一。参加编写的人员都是各旅游院校从事专业教学的一线教师。本教材在充分吸收本科、专科和中专教材优点的基础上,把握高职高专教育、教学的特点,强调职业技能和专业知识的掌握,并介绍必备的背景知识,努力体现以下主要特色:

1. 观点新。引入最新的观点,使学生能对本学科所涉及的最前沿的观点有一个基本的了解。

2. 内容全。学生通过本书的学习,能够掌握本学科的核心知识,基本胜任导游工作。

3. 可读性强。本书的编写注意使用通俗而趣味性强的语言,并注意图片的使用,旅游示意图和照片相辅相成使学生易读、爱读。

本书具体编写分工如下:绪论和第一章由范黎光编写;第二章至第四章和第八章由张仁军编写;第五至七章由侯艳艳编写;第九章和第十一章由樊莉莉编写;第十章由莫春雷编写;第十二章由吴黎军编写。

本书在编写过程中参考了大量的文献资料,在此对各位作者深表感谢。由于编者水平所限,书中难免出现不妥之处,敬请同行专家和读者指正,以期改正完善。

编 者

2007年2月

目 录

绪论	1	二、植物景观	13
一、旅游地理学的概念及其与旅游地理的区别	1	第四节 气象与气候旅游资源	14
二、旅游地理学的研究对象与基本内容	1	一、自然美景	14
三、本书的研究内容	1	二、人工美景	14
第一章 旅游资源概述	3	三、冰雪运动	14
第一节 旅游资源的概念及分布特点	3	第三章 人文旅游资源	15
一、旅游资源的概念	3	第一节 城市旅游资源	15
二、旅游资源的分类	3	一、城市的旅游优势及特点	15
三、旅游资源的分布特点	3	二、城市建筑模式	15
第二节 旅游资源的审美	3	三、中外城市及建筑比较	15
一、旅游资源美感研究的意义	3	第二节 宫廷与礼制建筑	16
二、旅游资源审美特征	4	一、宫廷、礼制建筑与旅游	16
三、旅游资源美感分析	4	二、中国著名的宫廷与礼制建筑	16
四、旅游审美方法	5	第三节 园林	17
五、审美的总体要求	6	一、园林艺术特征与成就	17
第二章 自然旅游资源	7	二、园林分类	18
第一节 地貌旅游资源	7	第四节 长城	19
一、地貌对旅游的影响	7	一、长城的概念	19
二、主要地貌类型及其旅游价值	7	二、长城修筑史	19
三、关于五岳	8	三、烽火系统	20
第二节 水景旅游资源	10	第五节 宗教旅游资源	20
一、水景与旅游	10	一、中国的宗教政策	20
二、海洋旅游	10	二、道教	20
三、湖泊旅游	10	三、佛教	21
四、江河旅游	11	四、基督教	22
五、涌泉旅游	11	五、伊斯兰教	22
六、瀑布旅游	12	第六节 陵寝旅游资源	22
第三节 动植物旅游资源	13	一、葬俗的产生	22
一、动植物与旅游	13	二、葬俗与旅游	23
		三、陵寝的沿革	23
		四、陵园的建筑布局	23
		五、中国著名古代陵墓	24

第七节 民风民俗旅游资源	25
一、民风民俗旅游资源的概念	25
二、民风民俗旅游资源的特点	25
三、民风民俗旅游资源的作用	26
第八节 文化艺术旅游资源	26
一、文化艺术旅游资源的概念	26
二、文化艺术旅游资源的特点	26
三、文化艺术旅游资源的作用	26
第四章 中国旅游地理区划	28
第一节 旅游区划概述	28
一、旅游区划的概念	28
二、旅游区划的原则	28
第二节 中国旅游地理区划方案	28
第五章 华北	30
第一节 北京	30
一、北京概述	30
二、北京名胜	31
第二节 天津	36
一、天津概述	36
二、天津名胜	38
第三节 河北	40
一、河北概述	40
二、河北名胜	42
第四节 山西	48
一、山西概述	48
二、山西名胜	50
第五节 内蒙古	53
一、内蒙古概述	53
二、内蒙古名胜	54
第六章 东北	58
第一节 黑龙江	58
一、黑龙江概述	58
二、黑龙江名胜	60
第二节 吉林	64
一、吉林概述	64
二、吉林名胜	66
第三节 辽宁	68
一、辽宁概述	68
二、辽宁名胜	70
第七章 西北	75

第一节 青海	75
一、青海概述	75
二、青海名胜	77
第二节 甘肃	80
一、甘肃概述	80
二、甘肃名胜	81
第三节 新疆	83
一、新疆概述	83
二、新疆名胜	86
第四节 宁夏	89
一、宁夏概述	89
二、宁夏名胜	91
第五节 陕西	93
一、陕西概述	93
二、陕西名胜	95
第八章 华东	100
第一节 浙江	100
一、浙江概述	100
二、浙江名胜	101
第二节 上海	106
一、上海概述	106
二、上海名胜	108
第三节 江苏	111
一、江苏概述	111
二、江苏名胜	113
第四节 安徽	117
一、安徽概述	117
二、安徽名胜	119
第五节 江西	123
一、江西概述	123
二、江西名胜	124
第六节 福建	129
一、福建概述	129
二、福建名胜	129
第七节 山东	133
一、山东概述	133
二、山东名胜	134
第九章 华中	139
第一节 河南	139
一、河南概述	139

二、河南名胜	140	一、贵州概述	183
第二节 湖北	147	二、贵州名胜	185
一、湖北概述	147	第三节 四川	189
二、湖北名胜	148	一、四川概述	189
第三节 湖南	157	二、四川名胜	191
一、湖南概述	157	第四节 重庆	196
二、湖南名胜	158	一、重庆概述	196
第十章 华南	162	二、重庆名胜	198
第一节 广东	162	第五节 西藏	200
一、广东概述	162	一、西藏概述	200
二、广东名胜	164	二、西藏名胜	202
第二节 广西	167	第十二章 港澳台	208
一、广西概述	167	第一节 香港	208
二、广西名胜	169	一、香港概述	208
第三节 海南	171	二、香港名胜	209
一、海南概述	171	第二节 澳门	215
二、海南名胜	173	一、澳门概述	215
第十一章 西南	177	二、澳门名胜	217
第一节 云南	177	第三节 台湾	224
一、云南概述	177	一、台湾概述	224
二、云南名胜	178	二、台湾名胜	228
第二节 贵州	183	参考文献	241

绪 论

一、旅游地理学的概念及其与旅游地理的区别

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关系的一门新兴学科。

2. 旅游地理学与旅游地理的区别

旅游地理学偏重于旅游地理理论的研究和阐述；旅游地理则是在旅游地理理论的指导下对某一特定区域内旅游事实的记述和分析。

二、旅游地理学的研究对象与基本内容

旅游地理学的研究对象是旅游与地理环境及社会经济发展间的关系。

一般认为旅游地理学研究的内容主要有以下几个方面。

1. 旅游客源研究

包括旅游者概念、旅游者产生的条件及其背景、旅游者行为规律、旅游客流等。

2. 旅游资源研究

包括旅游资源的概念、范畴、分类，各类旅游资源产生的条件、特征和分布规律，旅游资源调查，旅游资源评价等。

3. 旅游规划开发研究

包括旅游规划开发、旅游环境容量、旅游资源保护、旅游交通和旅游路线设计等。

4. 旅游区域影响研究

包括旅游区对社会、环境和经济等的影响。

5. 旅游区划研究

包括旅游区划的理论依据和区划方案等。

6. 旅游信息与旅游地图

包括旅游信息的收集和传播，旅游地图的特点、种类、功能等。

三、本书的研究内容

为适应高等职业教育教学特点，本书本着“必需、够用”的原则，研究内容有以下几个方面。

1. 自然旅游资源

研究自然旅游资源的分类、各类自然旅游资源的特征和分布规律，以及自然旅游资源审美等。

2. 人文旅游资源

研究人文旅游资源的分类、各类人文旅游资源的特征和表现，以及人文旅游资源审美等。

3. 旅游区划

介绍旅游区划的理论依据、区划方案和本书所采用的具体分区方案及相关分区内容等。

第一章 旅游资源概述

第一节 旅游资源的概念及分布特点

一、旅游资源的概念

有观点认为，凡是能进一步有利于经济生产和使用价值提高者，都可称为资源。对于旅游业来讲，其发展的根本动力源泉在于市场的规模及潜力，即游客的规模和潜力。因此，凡是能吸引游客的产生，使其从潜在的客源转化为现实的客源的一切因素，均可称之为旅游资源。

二、旅游资源的分类

旅游资源按照不同的标准，分类方式很多。通常，旅游资源按其本质属性分为：

1. 自然旅游资源

自然旅游资源包括地文景观类、水域风光类以及生物景观类。

2. 人文旅游资源

人文旅游资源包括古迹与建筑类、消闲求知健身类和购物类。

三、旅游资源的分布特点

1. 时空性

时空性是指旅游资源在分布上由于时间和地域的不同而有不同的表现特征。

2. 综合性

综合性是指旅游资源在分布上一般都是综合存在的，既有自然旅游资源，又有人文旅游资源。

第二节 旅游资源的审美

一、旅游资源美感研究的意义

旅游资源包括自然和人文两大类，无论哪种，它都是能够对旅游者产生吸引力，使旅游者产生旅游动机并付诸旅游行为的因素。旅游资源能产生吸引力的核

心因素是旅游资源能产生美感。人们从事旅游活动,主要是为了追求美,获得美的享受。旅游资源美感的研究意义对旅游从业者来讲,就是要善于将景物的形体美和内在美的特征与游客的审美需要和美感情趣的内容结合起来,激发他们的想象力,促使他们与审美对象(旅游资源)产生情感交流,达到物我交融、天人合一的境界,从而获得极大的美的享受。对于旅游业经营者而言,就是要将旅游资源所蕴含的美充分表现出来,不断发现美、创造美,以吸引更多的旅游者,从而获取较佳的经济效益。

二、旅游资源审美特征

1. 自然旅游资源审美特征

自然旅游资源的美,首先体现在形式上,如形态美、色彩美、嗅觉美、声音美、质感美、动态美和朦胧美等。

自然旅游资源的美,同时体现在内容上,即自然旅游资源的文化内涵上。

自然旅游资源的美,还体现在象征上,如牡丹象征富贵,苍松象征刚强。

因此,对于自然旅游资源的美,应按照由形式到文化内涵再到隐喻象征的思路去审美。如对莲花的审美,首先看到的是莲花的洁白,自然会联想到周敦颐的《爱莲说》,进一步还会联想到莲花象征的高洁品行。

2. 人文旅游资源审美特征

人文旅游资源的美主要体现在历史、文化、民族、地域和参与性等方面。因此,在审美时要注意从以上几个角度去把握人文旅游资源的美。

三、旅游资源美感分析

1. 形态美

按照中国传统美学分析,形态美包括以下几种:

(1) 雄 会使人产生仰慕、敬畏,增人豪情,催人奋进。

(2) 秀 使人心绪平和,利于愉情养神,让人感到舒畅自由。

(3) 险 能激励人们不畏险阻、百折不挠、奋力进取。

(4) 幽 有“柳暗花明又一村”的效果,可使人超然物外,助人潜心静思,宜养性抒情。

(5) 奇 能启迪人的智慧,激励人们勇于创造和敢于超越的精神。

(6) 奥 是一种比“幽”更为封闭的空间里的神秘景观,更易使人超然物外。

(7) 旷 如范仲淹《岳阳楼记》中的“观八百里洞庭,水波浩渺”,使人解脱烦忧,心胸开阔。

(8) 野 它是指未受人类破坏或很少受人类干扰的自然景观,如一首诗里形容大漠之野,“大漠孤烟直,长河落日圆”。

我国常有“泰山雄、峨眉秀、华山险、青城幽、黄山奇、武陵奥”的说法。

2. 色彩美

自然景观色彩由各种不同色彩有机组合而成,按景观类别可分为山色、石色、天色、水色、雪景和植物色。不同的色彩可以使游客产生不同的审美感受。所谓“智者乐水,仁者乐山”,在一定意义上就反应了山色、水色对人们审美的影响。

心理学家还证明,不同的颜色能够影响人的情感:蓝色使人感到宁静和满足,使人血压平稳;绿色使人感到安详、快乐,益于养目;黄色代表时尚与进取,使人振作;红色使人兴奋、脉搏加快、血压上升,使人联想到权力。

此外,不同的色彩还被赋予了特殊的意义:红色代表热情、革命和尊贵;绿色代表和平与安全;白色代表纯洁和高尚;黑色代表悲伤与死亡;黄色象征君权和高贵,代表珍贵。

3. 声音美

如溪水的潺潺声、泉水的叮咚声、林海松涛、空谷回声,都能带给人们美的享受。

4. 嗅觉美

如花果的香味、清泉的甘冽,能带给人美的感觉。

5. 质感美

如丝绸的光滑、柔软和富有弹性,珠玉的光泽和硬度,也能带给人美的感觉。

6. 动态美

如流云飞瀑、月转星移,能带给人们美的享受。

7. 朦胧美

朦胧美能引发人的想象力,使人思维活跃,启迪人的创造能力。如“千呼万唤始出来,犹抱琵琶半遮面”,让人感受的就是一种朦胧美。

四、旅游审美方法

1. 定点透视法

指旅游者在欣赏旅游资源时,必须找到一个准确的审美视角,这种审美视角的定位,关键在于选择最佳观赏点。

2. 散点透视法

指边走边看,随意转身,自由俯仰,多角度进行观赏。

3. 分离欣赏法

指将特定的对象从周围的现实背景中抽取剥离出来,使特定的旅游景观从其他复杂的自然现象中突出出来。

4. 联想欣赏法

联想欣赏法是一种由某景物产生的感觉联想到另外某一形象的欣赏方法。它可以在物与物的相似性类比中形成,也可以在物与事、物与人的接近性联系中深

化形象,使景物显示出新的意境。

5. 想象欣赏法

指在观察、采集到的某景物的基础上,经过游客头脑重新组合而创造出新的形象的欣赏方法。

6. 情景交融法

情景交融法是指观赏者在旅游审美中,触景生情,并通过想象使情景交融,达到物我合一的境界。主要有以下两种表现方式。

(1) 触景生情 在旅游审美中,游客由不同的景物产生不同的情感。

(2) 寓情于景 指游客在旅游审美中,把自己当时的心情或情感寄托于所欣赏的景物之中。

五、审美的总体要求

旅游景观均处于特定的时空范围中,因此在审美时,要注意以下几个方面的要求。

1. 把握观赏时机

观赏景物有一定的时间性,时间选择不当,会影响审美效果。

2. 选择好观赏位置和特殊的观赏姿态

每种景物都有其最佳的审美视角和审美距离,在进行旅游审美时,观赏位置和距离选择不当,同样会影响审美效果。

3. 安排好观赏节奏

观赏景物时,有时需要停下来,驻足观赏;有时需要走起来,边走边赏;有时需要快速游览观赏;有时需要慢速游览观赏。因此,在旅游审美之时,要注意安排好观赏节奏,动静结合,快慢相宜。

4. 有针对性地选择审美对象

要能够根据游客不同的需求特点,选择适合游客需求特点的审美对象。

第二章 自然旅游资源

第一节 地貌旅游资源

一、地貌对旅游的影响

1. 地貌对自然旅游资源的影响

它决定了风景的骨架、气势和纹理的主要特征，也影响动植物生长。

2. 地貌对人文旅游资源的影响

人们的思维和性格必将体现于一切人文景观中，而且一定的人文景观必须植根于一定的地貌基础之上，并与之协调。

3. 地貌对旅游项目的影响

它在很大程度上决定着旅游项目的兴建和选择，进行项目规划时首先要考虑该地的地貌特点，并且通过人为的努力突出其特点，弥补其不足。

二、主要地貌类型及其旅游价值

我国规定 500~1000 米为低山，1000~3500 米为中山，3500~5000 米为高山，5000 米以上为极高山。每种类型的山岳适合开展的旅游活动的类型也是不同的。

1. 登山探险圣地——高山和极高山

通常高山和极高山不适合开展观光旅游，但却是登山探险和科学考察的旅游胜地。虽然从事这种旅游活动的人为数不多，但旅游收入却非常可观。

2. 观光旅游胜地——中山和低山

(1) 花岗岩地貌 花岗岩地貌是由地壳岩石岩浆岩中的火山侵入岩所形成的地貌，常因断层发育而形成悬崖陡壁。中国花岗岩地貌分布广泛，以黄山、华山、泰山的景色最为著名。

(2) 丹霞地貌 丹霞地貌为红色砂砾岩在内、外营力的作用下发育而成的地貌。广东仁化的丹霞山、承德的棒槌山和福建的武夷山等都属于此种地貌的典型。

(3) 流纹岩地貌 流纹岩地貌为酸性喷出岩所形成，常有流纹构造。以浙江的雁荡山最为典型。

(4) 熔岩地貌 熔岩地貌由岩浆喷出地表凝固形成。如黑龙江的五大连池、吉林的长白山。

(5) 岩溶地貌 岩溶地貌是以碳酸类岩石为主的可溶性岩石在以水为主的内、外营力的作用下形成的地貌, 又称喀斯特地貌。典型的有广西桂林石林、云南路南石林等。

(6) 海岸地貌 海岸地貌是在地质构造运动、海浪和潮汐的冲刷与堆积、生物作用和气候因素等共同作用下所形成的地貌。主要存在于海滨地区。

3. 其他地貌

(1) 雅丹地貌 雅丹地貌是由强大的风力侵蚀、搬运与堆积而形成的地貌。典型的有新疆的乌尔禾、罗布泊和将军崖。

(2) 冰川地貌 冰川地貌主要是由冰川的侵蚀与堆积所形成的地貌。主要存在于四川的贡嘎山, 新疆的阿尔泰山、天山等地。

三、关于五岳

五岳包括东岳山东泰山、西岳陕西华山、北岳山西恒山、南岳湖南衡山、中岳河南嵩山。

1. 泰山

泰山雄峙于山东中部。泰安城北的人称泰山古称岱山、岱宗, 春秋时改称泰山。泰山前邻孔子故里曲阜, 背依泉城济南, 面积达 426 平方千米。主峰玉皇顶海拔 1545 米, 气势雄伟, 拔地而起, 有“天下第一山”之美誉。1987 年被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》。泰山最引人入胜的地方是泰山是中国历史上唯一受过皇帝封禅的名山。同时泰山也是佛、道两教兴盛之地, 是历代帝王朝拜之山。

泰山兼具古、丽、幽、妙, 摩崖碑碣数不胜数, 庙宇观堂遍布满山, 山势壮丽, 自然景观巍峨、雄奇、沉浑。全山有古建筑群 20 多处, 历史文化遗迹 2000 多处, 历代文人雅士吟咏题刻和碑记无数。泰山的自然风光更是泰山吸引人之处, 泰山高峰峻拔, 雄伟多姿, 既是天然的山岳公园, 又是东方历史文化的缩影。

游泰山的最佳时间为每年的 3 月到 11 月。游泰山要看四个奇观: 泰山日出、云海玉盘、晚霞夕照和黄河金带。

2. 华山

华山, 古称西岳, 位于陕西省华阴市境内, 距西安 120 公里。它南接秦岭, 北瞰黄河, 扼守着大西北进出中原的门户, 素有“奇险天下第一山”之称。

华山是由一块完整、硕大的花岗岩体构成的, 它的历史衍化可追溯到 1.2 亿年前。据《山海经》记载: “太华之山, 削成而四方, 其高五千仞, 其广十里。”

现在的华山有东、西、南、北、中五峰, 主峰有南峰落雁、东峰朝阳、西峰

莲花，人称“天外三峰”，还有云台、玉女二峰相辅于侧，36小峰罗列于前，虎踞龙盘，气象森森。因山上气候多变，形成“云华山”、“雨华山”、“雾华山”、“雪华山”，给人以仙境美感。

华山是中华民族文化的发祥地之一。据清代著名学者章太炎先生考证，“中华”、“华夏”皆因华山而得名。《史记》中也有黄帝、尧、舜华山巡游的事迹，秦始皇、汉武帝、武则天、唐玄宗等十数位帝王也曾到华山进行过大规模祭祀活动。自隋唐以来，李白、杜甫等文人墨客咏赞华山的诗歌、碑记和游记不下千余篇，摩崖石刻多达上千处。

华山还是道教圣地，被道教尊为第四洞天，自周末始就有道家于此布道。在历代高道中，以陈抟、郝大通、贺元希最为著名。山上现存72个半悬空洞、20余座道观，其中玉泉院、东道院、镇岳宫被列为全国重点道教宫观。

华山还是神州九大观日处之一。华山观日处位于华山东峰（亦称朝阳峰），朝阳台为最佳观日地点。华山的著名景区达210余处。

3. 恒山

北岳恒山位于山西省浑源县境内，西衔雁门关，东跨河北省，连绵数百里，囊括十八景。历史上，周成王曾来此巡狩，秦皇、汉武曾到此巡视、祭奠。唐、宋、明、清四朝帝王都把祭祀恒山当作大事。恒山是我国著名的道教圣地和旅游胜地，景区面积147.51平方公里，含15个分区，是一处集观光游览、科研考察等多种功能于一体的综合性风景名胜區。

恒山旅游资源丰富。自然风光、人文景观、英才传说、名人掌故、风土民俗、艺术戏曲等无不成景。恒山保留了众多珍贵的文物古迹。许多文物古迹的结构、造型、装饰、雕刻、彩画等在中国古建筑史上有着重要地位，具有极高的科研价值和艺术观赏价值。特别是罕见的北魏高空古建筑悬空寺，“危岩缀虚空，石阁轻如纸”，镶嵌在万仞峭壁之间，令游人叹为观止。

4. 衡山

衡山又称南岳，位于湖南省衡山县。由于气候条件较其他四岳为好，处处是茂林修竹，终年翠绿，奇花异草，四时放香，自然景色十分秀丽，因而又有“南岳独秀”的美称。衡山山势雄伟，72群峰层峦叠嶂，气势磅礴。主峰祝融峰海拔1290米。衡山素以“中华寿岳”、“五岳独秀”、“文明奥区”著称于世。“衡山四绝”代表衡山的特色，它们是“祝融峰之高，藏经殿之秀，方广寺之深，水帘洞之奇”。

5. 嵩山

嵩山自古有中岳之称，位于河南省登封市。嵩山自然景观优美，山体从东至西横卧，故有“中岳如卧”之说。太室山和少室山各有36峰，共计72峰，峰峰有典故，山上还有谷、洞、潭、瀑等各类景致。夏季层峦叠嶂，满山俱是郁郁苍苍的林木；冬季雪后漫山银装，景色佳绝。

嵩山名胜古迹遍布，其中有中国六最：禅宗祖庭——少林寺，现存规模最大