

李娟文 游长江 主编

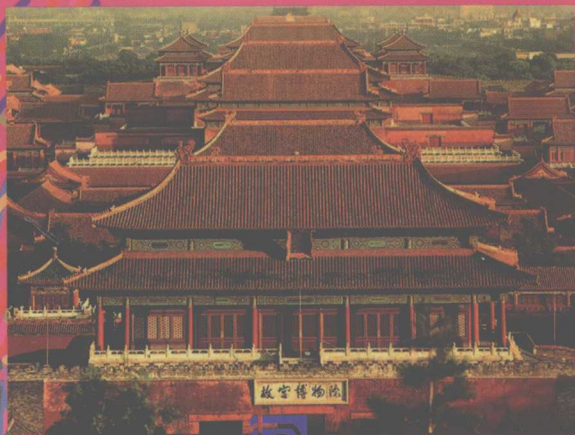
中国

旅游地理

高等专科旅游管理专业

系列教材

ZHONGGUOLUYOUDILI



东北财经大学出版社

高等专科旅游管理专业系列教材

中国旅游地理

李娟文 游长江 主编

东北财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理/李娟文,游长江主编.-大连:东北财经大学出版社,1999.7

高等专科旅游管理专业系列教材

ISBN 7-81044-497-2

I. 中… II. ①李… ②游… III. 旅游业-经济地理
-中国-高等学校:专业学校-教材 IV. F592.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字(99)第 29173 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: reader@dufep.com.cn

大连理工大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

开本: 850×1168 毫米 1/32 字数: 310 千字 印张: 12 3/8

印数: 1-6 000 册

1999 年 7 月第 1 版

1999 年 7 月第 1 次印刷

选题策划、组稿: 许景行 杨耀先

责任编辑: 孟 耀

责任校对: 刘铁兰

封面设计: 冀贵收

版式设计: 吴 伟

定价: 18.00 元

“高等专科旅游管理专业系列教材”

编写委员会

(按姓氏笔划排列)

主任委员

刘 住 陈 纲

副主任委员

李 力 许景行

委 员

马 勇	孙子文
李 力	刘 住
许景行	陈 纲
杨哲昆	郑旭华
周振东	党金学
梁 智	谢北立

总 序

改革开放 20 年来,我国旅游业有了较大发展,其营运方式经历了由计划轨道向市场轨道的转换,旅游市场从单一的观光市场发育为多元的结构市场。在此期间,国际旅游业也发生了巨变,一种适应个性化、多样化需求的新旅游模式——“新时代旅游”,正在取代适应大众化、单一化常规需求的旧旅游模式——“大众旅游”。另一方面,随着知识经济时代的到来,传统旅游企业的组织和功能、管理理念、营销哲学、经营手段、服务措施等,已经并正在受到全面挑战,发生重大变化。

为适应上述转换和变化,迎接 21 世纪中国旅游业的黄金时代,我国旅游管理学科建设必须有较大发展,教材建设应当与之同步。“高等专科旅游管理专业系列教材”的推出,正是顺应了这一要求。

本套教材的出版,旨在弥补我国高等专科旅游管理专业教材建设的相对不足与滞后,满足新时期国内普通专科、高等职业技术教育、自考专科、成人教育专科、电大专科及岗位培训等对旅游管理专业新教材的要求。

本套教材共有 23 种,涵盖“旅行社管理”方向和“酒店管理”方向的必修与选修教材,具体如下:

1.《现代管理基础》;2.《旅游法规》;3.《旅游学概论》;4.《旅游经济学》;5.《旅游心理学》;6.《旅游美学》;7.《旅游英语》;8.《旅游交际礼仪》;9.《旅游公共关系学》;10.《旅游市场营销管理》;11.《旅游企业会计》;12.《旅游企业财务管理》;13.《旅游信息管理》;

14.《中国旅游海外客源市场概况》;15.《旅行社运行与管理》;16.《中国旅游地理》;17.《导游原理与实务》;18.《酒店管理概论》;19.《酒店实用英语》;20.《前厅客房服务与管理》;21.《餐饮服务与管理》;22.《酒店设备运行与管理》23.《食品营养与卫生》。

本套教材力求摒弃反映传统计划经济体制要求的陈旧内容,充实反映中国社会主义市场经济体制的新内容,并考虑与国际市场接轨的要求,充分吸收反映学科发展新貌和中外旅游实践新动态的海内外研究最新成果,突出专科教材的特征,侧重理论指导下的管理实务与运作,简化以学科知识新体系为背景的知识要点的陈述,适当增大图、表、例和典型案例等内容的比例,着眼于国内餐旅企业新岗位群的诸多最新现实需要,强化知识的应用性和可操作性,借以提高学生的专业技能和整体素质。

本套教材编写由国内处于学科领先地位的多所高校院系负责人牵头,各书的作者从这些高校学术群体中择优选聘。参加本套教材编写的单位有:东北财经大学渤海酒店管理学院、上海旅游高等专科学校、郑州大学文博学院旅游管理系、桂林旅游高等专科学校、海南大学文学院旅游系、浙江大学旅游学院、湖北大学旅游学院、西安外国语学院旅游系、中国旅游管理干部学院。

由于编写时间仓促,本套教材疏漏之处在所难免,恳请读者不吝赐教,以便于修订,使之日臻完善。

“高等专科旅游管理专业系列教材”

编写委员会

前 言

随着社会和经济的不断发展,人们的旅游需求不断增长,旅游已成为现代社会的基本生活方式之一,也是当代社会人们生活质量管理提高的一个重要标志。

中国土地广袤,地貌类型多样,海岸线绵长,气候多样,有极其多样的自然景观。中国是一个多民族的国家,历史悠久,文化底蕴深厚,形成了中国特有的人文景观。丰富的自然景观和人文景观构成了中国大地上丰富的旅游观赏内容,它们以特有的自然美和艺术美,强烈地吸引着国内外的旅游者。中国旅游业的飞速发展正是凭借了如此丰富多彩的旅游资源。

改革开放以来,我国旅游业有了长足的发展,但与世界旅游业发达的国家相比,我国的旅游资源优势还未得到充分发挥,旅游产品还不够成熟,这需要我国全体旅游从业人员在充分了解我国及当地旅游资源、旅游环境条件的基础上,做出卓有成效的努力。所以,掌握中国旅游地理知识对从事或即将从事旅游行业的人员具有重要的意义,这也是我国不同层次旅游专业纷纷开设旅游地理课程的原因。

纵观当前我国的有关旅游地理方面的教材,其中本科及中专教材不仅版本多,而且较完备,然而适用于大专层次旅游专业的教材却较少见。基于此,我们以深入浅出、生动实用为指导思想,力求针对大专层次的学生编写本书。同时本书也可以作为自学考试用书和旅游从业人员的参考用书。

本书内容主要分为旅游地理总论和旅游地理分区两大部分,

具体内容共分为十四章。前三章为总论部分,后十一章为分区部分。本书以中国特定地域为研究对象,全面研究了我国旅游资源形成的环境、特点、分布及其开发利用和发展规律,阐述了旅游活动与我国旅游地理环境之间相互作用和相互协调发展的关系。

本书由李娟文和游长江担任主编,参加编写的有:李娟文(绪论、第四、五、七章)、刘名俭(第一、十二、十三章)、游长江(第二章第一、二节、第三章、张建萍(第二章第三节、第八章)、陶秋琼(第九、十四章)、雷兴华(第十、十一章)、杨云(第六章)。最后全书由李娟文统稿。

本书在编写过程中,得到了东北财经大学出版社的大力支持,在此表示深切的谢意。

由于时间和水平有限,错误和疏漏在所难免,期望得到读者的批评指正。

编 者

目 录

绪论	1
第一章 旅游与地理环境	6
第一节 旅游者与地理环境	6
第二节 旅游资源与地理环境	19
第三节 旅游业的区域影响	36
第二章 中国旅游资源地理	49
第一节 中国旅游资源形成的地理环境	49
第二节 中国自然旅游资源	59
第三节 中国人文旅游资源	78
第三章 中国旅游地理区划	112
第一节 中国旅游地理区划概述	112
第二节 中国旅游地理区划方案	115
第四章 京畿要地——燕赵文化旅游区	121
第一节 旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	121
第二节 旅游业概述	132

第五章 林海雪原——关东文化旅游区	149
第一节 旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	149
第二节 旅游业概述	156
第六章 中华民族摇篮——中原文化旅游区	172
第一节 旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	172
第二节 旅游业概述	176
第七章 峡谷巨川——巴楚文化旅游区	195
第一节 旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	195
第二节 旅游业概述	203
第八章 山水神秀——吴越文化旅游区	220
第一节 旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	220
第二节 旅游业概述	229
第九章 南国侨乡——岭南文化旅游区	255
第一节 旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	255
第二节 旅游业概述	260
第十章 石林洞乡——西南少数民族农业文化 旅游区	275
第一节 旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	275
第二节 旅游业概述	288

第十一章	坦荡草原——蒙古族游牧文化旅游区	… 310
第一节	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	310
第二节	旅游业概述	316
第十二章	沙漠绿洲——西北少数民族游牧文化	
	旅游区	323
第一节	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	323
第二节	旅游业概述	330
第十三章	世界屋脊——藏族高原游牧文化	
	旅游区	345
第一节	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	345
第二节	旅游业概述	358
第十四章	特别行政区——港澳台旅游区	366
第一节	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	367
第二节	旅游业概述	370
主要参考书目		381

绪 论

了解中国旅游地理的有关知识，掌握我国各地旅游地方特色及发展旅游业的有利和不利的条件，是我国旅游从业人员应具备的职业知识素养。因此，我国包括本科、大专、中专在内的各个不同层次的旅游专业几乎都开设了有关旅游地理的课程。一般来说本科多以学习旅游地理学为主，大中专多以学习中国旅游地理为主。为此有必要对两者进行简单的介绍，弄清各自学习的目标和应注意的侧重点。

一、旅游地理学简介

(一) 旅游地理学的概念及学科性质

旅游地理学是随着现代旅游业的蓬勃发展而兴起的地理学分支学科。地理学向来以研究各种人类活动与地理环境之间的关系，促进人类社会经济健康发展为己任。当人类旅游活动由少数人的个别行为转化为大众化普遍活动，并对人类社会经济及其赖以生存的自然环境产生越来越明显的影响后，许多地理学家以高度的社会责任感，运用地理学的理论与方法，对这一人类社会经济现象进行了分析研究。研究人类旅游活动产生、发展及分布的时空规律，分析其与地理环境之间的联系与制约关系，及其对人类社会经济的影响，并在此基础上形成和发展了旅游地理学。因而旅游地理学是研究人类旅游与地理环境、社会经济发展之间关系的科学。

在这一概念中，“人类旅游”包括三大要素：主体（旅游者）、客体（旅游资源与旅游环境条件）、媒介（旅游业）——是

旅游地理学研究的对象；“旅游与地理环境、社会经济发展之间的关系”是旅游地理学研究的重点；促进旅游业及社会经济的发展是旅游地理学研究的最终目的。

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，有关旅游地理学的理论和方法的教学活动是为旅游从业人员具备必要的知识素养做准备。很明显这是一门直接服务于旅游业的实用性很强的应用学科。

地理环境包括自然地理环境和人文地理环境，其内容已经十分丰富。而人类旅游又是涉及面极广的社会活动，其活动内容包括观光游览、探亲访友、文化娱乐、康体休闲、探险猎奇、科学考察、访古探幽、修学求知、会议交流、商务考察、宗教朝觐、民族采风等方方面面；旅游资源的形成与分布，旅游客源的分布与旅游客流的流向及旅游业地方特色的形成等则更为复杂。因而，以人类旅游与地理环境、社会经济发展为研究重点的旅游地理学，不仅涉及自然地理学、人文地理学及经济地理学，而且还要涉及考古学、历史学、社会学、民族学、宗教学、建筑学、园林学、环境学、美学、文学、心理学、公共关系学等各门科学，是一门多学科交叉的边缘科学。

（二）旅游地理学研究的主要内容

旅游地理学研究的内容主要是围绕着旅游三要素与地理环境之间的关系而展开的，具体包括以下几个方面：

（1）旅游者地理研究：包括旅游者形成的地理背景，旅游客源、客流的地理分布、动态变化及其形成原因，旅游客源市场的未来发展趋势等。

（2）旅游资源地理研究：包括旅游资源的类型划分、地域分布、形成条件，旅游资源评价与开发规划，旅游资源保护与环境容量等。

（3）旅游业地理研究：包括旅游区划、旅游地方特色定位与

营造、区域旅游业发展战略与规划、旅游线路设计、区域旅游网络构建、旅游业各主要组成要素的空间结构与合理布局、区域旅游影响等。

(4) 旅游地图研究：包括各类旅游地图的编制及使用。

二、中国旅游地理简介

(一) 中国旅游地理与旅游地理学的联系与区别

毫无疑问，中国旅游地理与旅游地理学都是将有关理论与方法运用于旅游研究的结果，在学科性质及研究内容的大框架方面，二者并没有根本的区别。但二者的研究对象是有差异的，其研究要达到的直接目标及内容的侧重点也不相同。

旅游地理学将整个人类旅游活动作为研究对象，主要研究人类旅游与地理环境及社会经济发展之间关系的一般规律，强调共性，旨在建立旅游地理学的理论体系与方法论，以指导区域旅游地理的研究工作。

中国旅游地理则以中国及其不同等级旅游区域的旅游活动作为研究对象，属区域旅游地理范畴，重点研究各特定地域内旅游及各组成要素的特征及其形成环境，强调地方特色和知识性，旨在指导各地域充分发挥当地旅游优势，形成地方旅游特色，直接推动各地旅游业及社会经济的发展。

因此，旅游地理学的学习侧重于旅游地理一般理论和方法的掌握及其运用。而中国旅游地理的学习则是在了解旅游地理一般理论与方法的基础上，侧重掌握中国及不同等级旅游区旅游业各组成要素的基本特征及主要特色，对其重要景区及旅游线路有所了解，并将其作为旅游从业人员必备的基础知识。

同时，中国旅游地理注意分析各地旅游特色，介绍各地特色旅游资源和主要景区及主要旅游线路，对旅游者可以起到选择目的地的参谋作用和导游作用，被誉为旅游者的“良师益友”。

(二) 本教材的内容安排

本教材的内容可分为旅游地理学基本理论方法、中国旅游地理总论和中国旅游地理分区三大部分。其中：第一章从旅游者、旅游资源与旅游业三个方面阐述了旅游与地理环境之间的关系，介绍了旅游地理学的基本理论与方法；第二章、第三章，为中国旅游地理总论部分，从中国这个地域整体的角度，阐述中国旅游资源、旅游业及旅游客源、客流的基本特征，对中国旅游资源进行分类介绍，并在此基础上，按照中国地域内客观存在的旅游地域差异，进行了旅游区划，将全国划分为十大旅游区和一个特别行政区；第四章至第十四章为旅游地理分区部分，主要从各旅游区旅游地理环境出发，分析各旅游区旅游业发展条件的优、劣势及其现状特征，介绍区内主要旅游景区与旅游线路，探讨该区旅游业可持续发展的努力方向。

（三）学习中国旅游地理的方法

（1）地图辅助学习法。由于中国旅游地理的内容都与中国一定地域紧密地联系在一起，各地域的地理位置、旅游地理环境对各地旅游特色的形成影响至深，以中国地图及各地地图作为辅助学习工具，把课本的有关内容落实到图上，就会更为清楚明了，容易掌握。

（2）综合分析主导原则法。旅游涉及面广，影响旅游业及区域旅游特色的方面极多，因此在进行区域旅游分析时，一定要全面考虑各方面的因素，对其进行综合分析，找到作用最大的主导因素，并以此为依据总结区域旅游特征与特色。

（3）对比分析法。有比较才有鉴别。地区旅游业发展的优势条件及旅游特色，一定是本地有、他地无，或本地强、他地弱的条件和特点，而这些条件和特点的发现必须通过对比分析来获得。对于学习者来说，对比分析也不失为一个增强理解和记忆的方法。

（4）实地考察法。实际考察调查研究是地理学传统的行之有

效的学习和研究方法。书本的许多知识就来自于实地考察。学习者若能够对书本上介绍的内容进行实地考察，不仅能增强理解，加深印象，而且可能会有自己的新发现，产生新的体验。

(5) 抽样调查与统计分析法。抽样调查与统计分析是对难于得到标准答案的社会现象的一种调查方法。旅游活动的许多方面是很难得到标准答案的，如旅游者的旅游消费、旅游需求等，都会因各方面条件的约束、个人各方面素质的差异而各不相同，所以在旅游业研究中多采用这种方法。

(6) 溯源阅读拓展知识领域法。中国旅游地理所涉及的知识面相当广，但各门相关知识又不可能在书本中系统介绍，对于其中的一些内容必须采用溯源阅读拓展知识领域的方法，才能领会得更深更透，以解除死记硬背、一知半解的烦恼。如学到园林旅游资源，可阅读《中国园林史话》、《中国园林美学》之类参考书；学到建筑旅游资源，可阅读《中国建筑史》之类参考书；学到各旅游区介绍的地域特色文化，可阅读《中国文化史纲》、《中华文化史》一类的书籍……这样做不仅能将课本知识理解得更透彻，更重要的是可使学习者在知识素养方面获得一个大的提高。

第一章 旅游与地理环境

第二次世界大战以来，随着世界经济的恢复和发展，旅游已成为风靡全球的具有广泛性和群众性的活动，成为现代文明和人们生活不可分割的组成部分。旅游也是一种复杂的社会现象，是人类在一定地理空间上的短时迁移活动。因此，旅游与地理环境息息相关、不可分离。旅游从供给和需求的角度可分为三大要素：旅游者、旅游资源和旅游业。不难看出，旅游的全过程是紧紧围绕旅游者这一主线展开的，在三者之间，旅游者是旅游的主体，旅游资源是旅游的客体，旅游业是旅游的媒介。本章主要揭示了旅游者、旅游资源和旅游业三者分别与地理环境之间的关系。

第一节 旅游者与地理环境

旅游者作为旅游活动的主体，其产生受到了地理环境的持续影响。在地理环境中与旅游者的产生密切相关的组成因素被称为旅游者产生的地理背景。旅游者的流动是旅游的本质特征之一，旅游者的流动在地理空间上的分布具有一定的规律。本节主要探讨了旅游者的定义、旅游者产生的地理背景及旅游客流等问题。

一、旅游者

(一) 旅游者的定义

旅游是一项内容丰富、形式多样、涉及面极广的社会经济现象，是人类社会一种短期性的特殊生活方式。作为旅游者的人是