

全国高等学校旅游管理专业教材

# Travel

# 中国旅游地理

金海龙 石高俊 谭传凤 主编



高等教育出版社

全国高等学校旅游管理专业教材

# 中国旅游地理

金海龙 石高俊 谭传凤 主编

高等教育出版社

## 内容提要

本书是全国高等学校旅游管理专业教材。主要包括:旅游行为与旅游市场预测,旅游开发与区划,中国旅游资源类型与特点,中国自然旅游资源,中国人文旅游资源,东北旅游资源区,华北旅游资源区,内蒙古旅游资源区,陕甘宁新旅游资源区,华东旅游资源区,东南旅游资源区,华中旅游资源区,西南旅游资源区,青藏旅游资源区等。

本书还可作为高等教育自学考试用书,也可作为高职高专、旅游行业从业人员培训的教材和教学参考书。

## 图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理/金海龙等主编. —北京:高等教育出版社, 2002. 7 (2003 重印)  
高等学校本专科教材  
ISBN 7-04-009724-9

I. 中... II. 金... III. 旅游地理学—中国—高等学校—教材 IV. F592.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 043333 号

中国旅游地理

金海龙 石高俊 谭传凤 主编

出版发行 高等教育出版社  
社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号  
邮政编码 100009  
传 真 010-64014048

购书热线 010-64054588  
免费咨询 800-810-0598  
网 址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所  
排 版 高等教育出版社照排中心  
印 刷 北京印刷三厂

开 本 787×1092 1/16  
印 张 19.5  
字 数 470 000

版 次 2002 年 8 月 第 1 版  
印 次 2003 年 2 月 第 2 次印刷  
定 价 24.50 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

**版权所有 侵权必究**

# 前言

中国是世界上旅游资源最丰富的国家之一,不仅国土辽阔,地理环境复杂多样,而且历史文化源远流长,民族风情独特浓郁。得天独厚的资源条件一经与改革开放的英明政策相结合,我国旅游业便得以迅猛发展。短短 20 多年间,我国就已成为世界第五大入境旅游目的地国。再过 20 年,我国将实现从旅游大国向旅游强国的历史性转变。要实现这个转变,进一步发展以研究我国旅游资源与旅游环境的时空分布规律、形成原因及可持续开发利用为宗旨的中国旅游地理学,是非常重要的。为此,高等教育出版社及时地组织我们编写了这一教材。

作为一门综合性、科学性、区域性很强的交叉边缘学科,中国旅游地理涉及旅游学、社会学、心理学等数十门学科的广泛领域。我们尽管做了很大努力,但由于时间、资料等方面的原因,以及水平所限,书中浅陋和错误在所难免,故敬请专家和读者批评指正。

全书共分三部分,即上篇总论部分,主要介绍旅游地理研究的基本理论与方法,以及学科研究现状与发展趋势;中篇中国旅游资源部分,系统阐述中国旅游资源的基本特征、分区及各类旅游资源的特点;下篇中国区域旅游地理部分,主要讨论各区域旅游资源的形成条件、开发的优势与存在问题,开发方向与可持续发展对策。

本书的主要特点是:① 注意反映学科发展的新趋势,具有鲜明的时代特色;② 注重学术性与实用性的结合,各区旅游资源的开发,在阐明资源特色、开发优势条件和区划的基础上,还设计了一系列旅游线路;③ 内容翔实,体系完整。

全书共分十五章,各章执笔人分别是:第一章金海龙,第二章王哲,第三章谢雪梅,第四章楚新正,第五章石高俊、金海龙,第六章石高俊、金海龙,第七章李悦铮、赵冰茹,第八章班武奇、杨光,第九章王哲,第十章金海龙,第十一章郑建瑜、楚新正,第十二章郑耀星,第十三章谭传风,第十四章明庆忠,第十五章熊黎。本书由金海龙、石高俊拟纲,金海龙统稿、修改、定稿。

本书可作为高等学校旅游管理专业教材,自学考试与旅游从业人员的培训教材,还可作为城市与区域规划以及其他有关业务人员和科研人员的参考书。

本书的出版得到了高等教育出版社领导和有关部门的关心和支持。涂丽萍女士为本书的出版提供热情帮助与指导,倾注了大量心血。董琳老师、陆亦农老师、毋兆鹏老师和研究生黄佛君、杨学艳也为本书付出了辛勤劳动。本书编写过

程中参阅、引用了国内外学者的许多论著,限于篇幅,只列出主要部分,谨致衷心谢忱!

我们期望本书能为我国旅游业的发展和旅游人才的培养作出微薄的贡献!

编 者

2002年5月

## 郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》。行为人将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。社会各界人士如发现上述侵权行为,希望及时举报,本社将奖励举报有功人员。

现公布举报电话及通讯地址:

电 话:(010) 84043279 13801081108

传 真:(010) 64033424

E-mail:dd@hep.com.cn

地 址:北京市东城区沙滩后街 55 号

邮 编:100009

|      |     |
|------|-----|
| 责任编辑 | 徐丽萍 |
| 责任绘图 | 郝 林 |
| 封面设计 | 王凌波 |
| 版式设计 | 胡志萍 |
| 责任校对 | 朱惠芳 |
| 责任印制 | 孔 源 |

# 目 录

|                   |    |
|-------------------|----|
| 上篇 总 论            | 1  |
| 第一章 绪 论           | 2  |
| 第一节 研究对象与任务       | 2  |
| 第二节 学科发展概述与发展趋势   | 8  |
| 复习思考题             | 15 |
| 主要参考文献            | 15 |
| 第二章 旅游行为与旅游市场预测   | 16 |
| 第一节 旅游者与旅游行为      | 16 |
| 第二节 旅游需求预测        | 22 |
| 第三节 中国旅游市场与客源分析   | 25 |
| 复习思考题             | 27 |
| 主要参考文献            | 27 |
| 第三章 旅游开发与规划       | 28 |
| 第一节 旅游开发产生的区域影响   | 28 |
| 第二节 旅游规划与旅游开发     | 33 |
| 第三节 旅游业的可持续发展     | 38 |
| 复习思考题             | 43 |
| 主要参考文献            | 43 |
| 中篇 中国旅游资源         | 45 |
| 第四章 中国旅游资源类型与特征   | 46 |
| 第一节 中国旅游资源概述      | 46 |
| 第二节 中国旅游资源开发的优势分析 | 49 |

第三节 中国旅游资源的分类与特征 51

第四节 中国旅游资源区划 54

复习思考题 55

主要参考文献 56

## 第五章 中国自然旅游资源

57

第一节 地质与地貌旅游资源 57

第二节 气象气候旅游资源 62

第三节 水体旅游资源 67

第四节 生物旅游资源 74

第五节 自然保护区旅游资源 79

复习思考题 84

主要参考文献 84

## 第六章 中国人文旅游资源

86

第一节 革命遗址与革命纪念地 86

第二节 古建筑与古典园林 88

第三节 宗教与古墓葬旅游资源 99

第四节 民俗风情与特色旅游商品 110

第五节 城市旅游资源 118

复习思考题 120

主要参考文献 121

## 下篇 中国区域旅游地理

123

## 第七章 东北旅游资源区

124

第一节 区域旅游资源的形成条件 124

第二节 区域旅游资源的特色 127

第三节 区域旅游资源开发的优势和存在问题分析 130

第四节 区域旅游资源开发的方向和对策 133

第五节 东北旅游地理区划 137

复习思考题 138

主要参考文献 138

---

**第八章 华北旅游资源区****139**

- 第一节 区域旅游资源的形成条件 139
- 第二节 区域旅游资源的特色 155
- 第三节 区域旅游资源开发的优势与存在问题分析 158
- 第四节 区域旅游资源开发的方向与对策 161
- 复习思考题 164
- 主要参考文献 164
- 附 历史文化名城、旅游特色景观、旅游路线建议及旅游资源分布图 165

---

**第九章 内蒙古旅游资源区****169**

- 第一节 区域旅游资源的形成条件 169
- 第二节 区域旅游资源的特色 175
- 第三节 区域旅游资源的开发方向与对策 177
- 复习思考题 181
- 主要参考文献 181

---

**第十章 陕甘宁新旅游资源区****182**

- 第一节 区域旅游资源的形成条件 182
- 第二节 区域旅游资源的特色与开发优势和存在问题分析 201
- 第三节 区域旅游资源开发的方向与对策 207
- 复习思考题 213
- 主要参考文献 213

---

**第十一章 华东旅游资源区****215**

- 第一节 区域旅游资源的形成条件 215
- 第二节 区域旅游资源的特色 222
- 第三节 区域旅游资源开发的优势与存在问题分析 230
- 第四节 区域旅游资源开发的方向与对策 231
- 复习思考题 233
- 主要参考文献 233

---

**第十二章 东南旅游资源区****235**

- 第一节 区域旅游资源的形成条件 235
- 第二节 区域旅游资源的特色 238
- 第三节 区域旅游资源开发的优势与存在问题分析 241

---

第四节 区域旅游资源开发的方向与对策 242

复习思考题 244

主要参考文献 244

第十三章 华中旅游资源区

245

---

第一节 区域旅游资源的形成条件 245

第二节 区域旅游资源的特色 250

第三节 区域旅游资源开发的优势与存在问题分析 257

第四节 区域旅游资源开发的方向与对策 258

第五节 华中旅游资源区精品旅游线路简介 260

复习思考题 261

主要参考文献 262

附 华中旅游资源区示意图 263

第十四章 西南旅游资源区

264

---

第一节 区域旅游资源的形成条件 264

第二节 区域旅游资源的特色 273

第三节 区域旅游资源开发的优势与存在问题分析 277

第四节 区域旅游资源开发的方向与对策 280

复习思考题 285

主要参考文献 285

附录 国家级自然保护区名录和世界文化遗产及国家级、省级风景名胜区名录 286

第十五章 青藏旅游资源区

290

---

第一节 区域旅游资源的形成条件 290

第二节 区域旅游资源的特色 293

第三节 区域旅游资源开发的优势与制约因素分析 296

第四节 区域旅游资源开发的方向与对策 300

复习思考题 302

主要参考文献 302

# 上 篇 总 论

# 第一章 绪 论

中国是世界上旅游资源最为丰富的国家。1999年,中国业已成为仅次于法国、西班牙、美国和意大利的世界第五大旅游目的地国和旅游收入第七大国。中国在世界旅游业发展中具有举足轻重的地位。旅游业的快速发展,离不开对自然旅游资源、人文旅游资源和其他旅游资源的合理规划与开发。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重要。

## 第一节 研究对象与任务

### 一、研究对象与学科特点

中国旅游地理是研究中国旅游资源和旅游环境的时空分布规律、形成原因和可持续开发利用的学科。它既是一门伴随着中国旅游业的发展而迅速兴起的新兴学科,又是一门将旅游学与中国地理有机结合在一起的综合性学科。

中国旅游资源的丰富是与国土辽阔、自然环境复杂、民族众多、历史悠久密切相关的。

中国幅员辽阔,陆地面积约  $960 \times 10^4 \text{ km}^2$ , 约占世界陆地总面积的6.5%, 仅次于俄罗斯和加拿大,居世界第三位。陆地疆域的辽阔意味着陆地疆界漫长(约22 230 km)和接壤的邻国多(15个),这对开展边境商贸旅游和跨国旅游是有利的。同时,我国又是一个重要的海洋大国。根据《联合国海洋公约》的规定,我国的内水、领海、大陆架和专属经济区面积共约  $300 \times 10^4 \text{ km}^2$ 。

中国的自然环境复杂多样。从大地构造部位看,中国处于太平洋板块、亚欧板块、西伯利亚板块和印度洋板块等四大板块共同作用的交汇地区,尤其是印度洋板块自南向北的俯冲,使青藏高原迅速隆起,造成我国地势西高东低,呈阶梯状展布和以山地、高原为主体的复杂地表结构。在纵横交错形成我国网状骨架的山地中,又镶嵌了四大高原,四大盆地和三大平原。其中,第一、第二大盆地(塔里木盆地、准噶尔盆地)中,又分布着我国第一、第二大沙漠,即塔克拉玛干沙漠和古尔班通古特沙漠。沙漠的边缘,则是串珠状分布的农业发达、人口集中的沃野绿洲。复杂多样的地形必然对大气环流产生影响,加上地理纬度位置、太阳辐射、海陆位置与洋流的影响,使我国气候具有季风气候明显、大陆性气候强、水热同期和气候类型多样的四个基本特点。由于我国地跨温带、亚热带、热带多种

气候带,而且因地形崎岖,往往在不同范围内形成尺度不一的气候差异。多样化的地形和气候条件又为我国动植物的生长繁衍提供了多样化的环境基础,因而我国又是世界上动植物资源最为丰富的国家之一。仅野生动物我国就有2 000多种,其中鸟类1 170多种,兽类400多种,两栖和爬行类500多种。而且,其中不乏诸如大熊猫、金丝猴、野马等被世界公认为稀有珍贵的动物和特产动物。我国现有120多个国家级自然保护区和300多个国家森林公园,目前已被联合国教科文组织列入世界人与生物圈保护区网的就有近20处。

中国是一个人口众多的国家。2000年的全国第五次人口普查结果表明,仅我国大陆(不含港澳台地区)人口就已达12.65亿,占全球总人口的1/5以上。我国有56个民族,各民族都有自己的语言,传统和民族习俗。这些各具特色的民族传统和习俗,以及与各地自然条件相联系的多种生产、生活习俗,构成了我国丰富多彩的民族风情旅游资源。各民族因所处自然环境、社会历史条件和从事的生产活动不同而形成各自的特色民居,比如,北京的“四合院”、蒙古族的“蒙古包”、哈萨克族的“账房”、傣族的“竹楼”、侗族的“木楼”、拉祜族的“掌楼”、黎族的“船形屋”等等。我国各民族在长期的生产、生活实践中,还形成了自己的传统节日。如汉族的春节、元宵节、清明节、端午节、中秋节、重阳节等,藏族的浴佛节、雪顿节、望果节、达马节等,信仰伊斯兰教的维吾尔、回族等十多个民族的开斋节、古尔邦节、圣纪节等,还有彝族的庆年节、火把节等,傣族的泼水节,壮族的歌婆节,锡伯族的“西迁节”,瑶族的达努节,羌族的领歌节,苗族的赶歌节,基诺族的尝新节等等。此外,我国各地还有许多规模盛大,气氛热烈的传统盛会,如哈萨克族的“阿肯弹唱会”,蒙古族的“那达慕大会”,侗族的“三月三歌会”等等,都对游客有着强烈吸引力。同时观赏绚丽多彩的各民族服饰,品尝鲜美的各民族风味食品,领略风格独特的少数民族音乐、舞蹈、美术、民间工艺、民间文学等,对游客来说,都是一种难得的精神享受。

中国历史悠久,有文字记载的历史长达5 000多年,文化遗存极为丰厚。至少在距今180万~10万年前的旧石器时代早期,我国就已有以巫山人、元谋人为代表的“西侯度文化”和蓝田人、北京人为代表的“北京人文化”;距今10万~5万年前的旧石器时代中期,有丁村人、河套人所代表的“丁村文化”和“河套文化”;距今5万~1.2万年的旧石器时代晚期,有山顶洞人为代表的“山顶洞文化”;距今1.2万~1万年的中石器时代,有大荔人所代表的“沙苑文化”。距今约1万年左右,中国进入新石器时代。这一时期的文化遗址分布更加广泛,南起海南岛的南缘,北到黑龙江省的北部,东到黑龙江省的抚远,西至新疆的喀什。自旧石器晚期至距今5 000年前,中国处于母系氏族公社时期。反映这一时期的文化遗址较突出的是黄河中下游的“仰韶文化”、“半坡文化”和长江下游的“河姆渡文化”。大约在距今5 000年前,我国黄河流域和长江流域的一些氏族部落先后进入父系氏族公社时期。黄河流域的“大汶口文化”、“龙山文化”和“齐家文化”,长江流域的“屈家岭文化”、“青莲岗文化”和“良渚文化”基本属于这一时期的文化遗存。

黄河和长江这两条母亲河哺育了灿烂的华夏文化,而远古的石器和彩陶、商周青铜器、琳琅满目的秦汉工艺品、笔走龙蛇的晋唐书法、凝重典雅的宋元山水画和风格各异的明清小说,则组成了中华文化传统的主链和独特的中华民族文化风貌。琴、棋、书、画是中国传统文化中最有东方情韵的珍宝,人称“华夏四绝”。中国的戏剧和杂技,则更是外国旅游者喜爱的国粹。中国的武术和奇妙的气功,以及中医中药,也都是吸引世界各国游客的宝贵资源。

可以说,世界旅游组织预测的21世纪五大时尚旅游产品——海洋旅游、文化旅游、生态旅游、沙漠旅游和探险旅游,我国都有得天独厚的丰富资源。

根据人类好奇、求知心理的一般规律推断,自然与人文景观差异越大的地区和人群,彼此间的吸引强度也越大。因而吸引强度最大的应该是异质文化之间,其次是同质文化区域内的不同文化区间,再次是同一文化区内的不同民族、区域之间。而且,不论同质还是异质文化区中,历史越悠久,文化景观越丰富的地区,吸引强度也越大。

虽然文化因素在吸引游客方面的作用与日俱增,但旅游者在作出旅游决策时,会综合考虑自然、文化、社会、经济、政治、技术、环境等诸多因素。除了自然环境和文化背景的差异产生吸引力外,经济因素也是重要原因。这主要表现在两个方面:① 经济发达地区往往是主要的旅游客源地。因为经济发达首先会带来高额的人均收入,从而使出游者的愿望有条件实现。国际上有这样的经验统计,当人均国内生产总值达到 800~1 000 美元时,居民将普遍产生国内旅游的动机;达到 4 000~10 000 美元时,将产生国际旅游的动机,超过 10 000 美元时,将产生洲际旅游的动机。因此,世界上的主要客源国中,绝大多数是经济发达国家。其次,经济发达国家人们的闲暇时间多。二战后世界旅游业之所以在全球范围内以惊人的速度发展,目前已成为全球第一大产业的重要原因之一,是主要客源国家带薪休假制的普及;② 经济发达地区也往往是主要的旅游接待地。因为经济发达往往会带动文化的发达和信息传递手段的现代化,有利于建设先进而完备的旅游接待设施,尤其是对相对落后的国家产生学习和效仿的吸引力。国际旅游者对美国的感知就说明了这一点(表 1-1)。

表 1-1 国际旅游者对美国作为一个旅游目的地的感知(据保继刚,1999)

| 旅游期望                    | 墨西哥 | 日本 | 英国 | 德国 | 法国 | 澳大利亚 | 委内瑞拉 | 意大利 | 荷兰 | 瑞典 | 比利时 |
|-------------------------|-----|----|----|----|----|------|------|-----|----|----|-----|
| 见识一种不同的文化和生活方式          |     | +  |    |    | +  | -    | +    | +   |    |    |     |
| 享受一种令人激动的夜生活、跳舞与娱乐、高级餐馆 | +   | +  |    |    |    |      |      |     |    |    |     |
| 参观有重要历史意义的地方            | -   | -  | -  | -  | -  | -    | -    |     |    |    |     |
| 游览美丽的风景                 |     | -  |    |    |    |      |      |     |    |    |     |
| 结识有趣的新朋友                |     | +  | +  |    | +  | -    | +    | +   | +  |    |     |
| 学习对自己的事业和社会生活有帮助的新事物    | +   | +  | +  | +  | +  | +    | +    | +   | +  |    |     |
| 度一次取价低廉的假期              | +   |    | -  | -  | -  |      | -    | -   | -  |    |     |
| 买有趣的礼物和纪念品              |     | -  |    |    | -  | +    |      |     |    |    |     |
| 参加夏季体育运动或日光浴            |     |    |    |    | +  | +    |      |     |    |    |     |
| 参加冬季体育运动                | +   | -  | -  | -  | -  | -    |      | -   | -  | -  | -   |
| 体验一下轻松的生活               |     |    | -  |    |    |      |      | -   |    |    | -   |
| 参加室外活动:如野营和徒步旅行         | +   | +  |    |    |    |      | +    |     |    | +  |     |

注: + 表示这个旅游期望对促进旅美特别重要; - 表示对阻碍旅美特别重要。

我国 20 世纪 90 年代以来旅游业的快速发展也与经济的快速增长有关。1993—1997 年,我国经济年平均增长率为 11%,比世界同期的经济年均增长率高 7.3 个百分点,比西方发达国家

高8.8个百分点,比发展中国家高4.7个百分点,增长速度属世界首位。1997年,我国的经济总量已跃居世界第七位。

我国2000年人均国内生产总值为7067.5元人民币(854.6美元),即已步入普遍产生国内旅游动机的阶段。实际上,由于城乡居民的人均收入存在很大差距,如2000年城镇居民年人均可支配收入为6280元,农村居民年人均现金收入只有2381.56元,因而目前国内旅游和出境旅游的主体是城镇居民,尤其是沿海发达地区的城镇居民,已成为我国国内旅游和出境旅游的主要客源地。需要指出的是,我国从整体上看目前仍属于不发达的发展中国家。近年来旅游业的发展,尤其是入境旅游者和旅游外汇收入的增加,主要还是由于外国旅游者对我国的历史文化和自然风光有浓厚兴趣(表1-2)。

表1-2 国际旅游者对中国作为旅游目的地的感知(据保继刚,1999)

| 旅游期望             | 泰国 | 马来西亚 | 印度尼西亚 | 澳大利亚 | 日本 | 墨西哥 | 加拿大 | 美国 | 德国 | 法国 |
|------------------|----|------|-------|------|----|-----|-----|----|----|----|
| 体验不同的文化和生活方式     | -  | +    | ±     | -    | ±  | -   | +   | +  | +  | ±  |
| 参观重要的历史古迹        | +  | +    | +     | +    | +  | +   | +   | +  | +  | +  |
| 欣赏美丽的自然风光        | +  | +    | +     | +    | +  | +   | +   | +  | +  | +  |
| 追求宜人的气候          | ±  | -    | -     | -    | -  | -   | -   | +  | -  | -  |
| 购买精美的工艺品、礼物、纪念品  | +  | +    | -     | -    | +  | +   | +   | +  | +  | +  |
| 品尝精美可口的食物        | +  | +    | +     | +    |    | +   | +   | +  | +  | ±  |
| 享受舒适的接待设施        | +  | -    | -     | -    | -  | +   | +   | +  | -  | -  |
| 学习有助于自身事业或社会生活知识 | +  | +    | -     | +    | +  | -   | +   | +  | +  | +  |
| 廉价的度假(低廉的费用开支)   | -  | -    | -     | -    | -  | -   | -   | -  | -  | -  |
| 参加冬季运动           | -  | -    | -     | -    | -  | -   | -   | -  | -  | -  |
| 参加娱乐活动           | -  | -    | -     | -    | -  | -   | -   | -  | -  | -  |
| 会见有意义的人          | ±  | +    | -     |      | -  | -   | +   | +  | +  | +  |
| 参观社会主义制度下的建设成就   | +  | +    | -     | -    | -  | -   | +   | +  | +  | +  |

注: + 表示旅游者有此期望; - 表示旅游者无此期望; ± 表示部分旅游者有此期望; + 表示个别旅游者有此期望。

综上所述,中国旅游地理这门学科的研究对象是中国的旅游资源和旅游环境,研究它们的时空分布规律和成因,以及进行科学合理开发的思路和途径。因此,它既是旅游科学(包括旅游学、旅游资源学、旅游经济学、旅游管理学、旅游心理学等)与中国地理(包括中国自然地理、中国经济地理)相互交叉、渗透的综合学科,又以服务于中国旅游业发展为宗旨。欧美一些旅游业发达的国家,也都把各自国家的旅游地理视为应用性很强的科学。所以,高度的综合性和显著的实用性是本学科的两大大特点,也是推动其不断发展的主要动力。

## 二、研究内容与研究任务

中国旅游地理的主要研究对象是中国的旅游资源,因而其研究内容也必然围绕中国旅游资源的开发来确定,那么,什么是旅游资源、旅游资源的内涵有哪些呢?

保继刚、楚义芳(1999)认为,旅游资源的概念应包括这样一些内涵:① 旅游资源存在于旅游目的地,这就排除了从客源地到目的地之间的因素;② “资源”的概念本身即意含着“有用”。因而,旅游资源应是形成从客源地到旅游地去的客流的促进(有用)因素,同时还必须是恒起促进作用的因素;③ 旅游资源应该是直接用于欣赏,消遣等的因素,而不包括为了达到这些目的而必须使用的纯粹接待因素;④ 在不同的地方,旅游资源的构成不一样,一个地方只是纯粹属于接待的因素,在另一个地方可能就是旅游资源。因此,“旅游资源是指对旅游者具有吸引力的自然存在和历史文化遗产,以及直接利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,也可以是不具有实物形态的文化因素,如民情风俗等。

杨振之(1996)则认为,旅游资源是关于旅游的主体(客源市场)、客体(旅游地资源)和介体(旅游服务与服务设施)的相互间的吸引向性的总和。这就是说,旅游行为的发生因素和客源市场的形成变化因素也是旅游资源的一部分。

郭来喜(1982)认为,凡能为旅游者提供旅游观赏、知识乐趣、度假疗养、娱乐休息、探险猎奇、考察研究以及友好往来和消磨闲暇时间的客体和劳务,均可称之为旅游资源。这就是说,将旅游服务也应列入旅游资源的范畴。

申葆嘉(1999)将旅游资源分为社会资源和专用资源,前者包括自然与社会环境、基础设施资源、可用于旅游投资的社会财力和物力。后者包括旅游服务设施资源、旅游吸引诸因素资源、旅游专业劳动力。

陈传康、刘振礼(1990)提出,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。

总之,我国学术界由于所持观点和所依据的原则不同,对旅游资源的概念众说纷纭,其定义已有三四十种之多。但学者们公认一点,即强调旅游资源具有吸引旅游者这一属性。因此,笔者认为“旅游资源是能吸引人们产生旅游动机,并产生经济、社会、环境效益的物质景观实体和精神文化因素的总和”。它包括使旅游活动得以实现的“客体”(自然与人文景观)和“载体”(基础设施和旅游服务),因为它们是吸引旅游者的对象。没有客体,旅游活动便是无源之水。而没有载体,旅游者就难以达到目的,得不到预想的物质与精神享受。在旅游活动中,因旅游接待设施和旅游服务水平低所导致的“只此一次,绝不再来”的情况屡有发生。反之,由于接待设施良好,尤其是接待人员素质高服务周到,而使旅游者产生再次旅游的动机和强烈欲望的情况也比比皆是。可以这么说,在构成“旅游生产力”的两大要素,即旅游生产资料(自然、人文景观资源,以及旅游接待设施)和旅游“生产者”(旅游专业人员)中,后者是最活跃和最能动的因素,是对旅游者产生吸引的诸因素中不可或缺的。

此外,旅游资源又分“现实旅游资源”和“潜在旅游资源”。前者如北京故宫和安徽黄山、陕西秦皇兵马俑等已开发的旅游地。后者,比如被称为“20 世纪地理大发现”,世界最大峡谷——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,但按照“吸引力”标准,它无疑又

是对旅游者具有巨大吸引力的垄断性旅游资源。随着交通条件和信息通讯条件的改善,它成为中青年旅游者修学和科考的理想旅游地,将是顺理成章的事。何况到月球这样的地外星体旅游曾被认为是遥不可及的事,也因2001年4月28日美国富豪丹尼斯·蒂托乘坐俄罗斯宇宙飞船登上月球而成为现实,蒂托也因此成为全球“太空旅游第一人”。因此,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的资源之外。

旅游资源的范畴确定了,以中国旅游资源为主要研究对象的中国旅游地理这门学科的研究内容也就可以随之确定了。即:中国旅游资源的形成与分布规律;中国旅游资源的调查评价与区划;在评价与区划基础上的区域旅游规划,其中包括旅游交通,旅游信息系统和旅游线路的设计,旅游环境保护与旅游资源的可持续开发利用;以及旅游人力资源的开发等等。另外,要开发利用好中国的旅游资源,研究旅游客源市场和中国区位条件也是必要的。

通过以上中国旅游地理主要研究内容的确定,本学科的研究任务可以概括为:掌握中国旅游资源的形成分布规律,了解中国区位与旅游客源市场,制订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利用提供理论依据和实践基础。

### 三、本学科的研究方法

中国旅游地理作为一门中国地理与旅游学之间的交叉学科,主要的研究方法如下:

1. 实地调查法。旅游景观资源是形成和分布在一定的地理区域内的。无论是古代或现代的旅游活动,都是在一定的空间范围内进行的,其目的、规模和效果都受地理环境的制约,具有明显的区域差异。因此,要了解这些资源的形成和分布规律、资源的数量和类型、资源的功能和开发价值,必须经过实地调查研究,按照《中国旅游资源普查规范》填写“基本类型调查表”,准确记录资源名称、所属行政区、经纬度和海拔高度、类型,描述和特征数据、环境背景与开发保护现状等。此外,还要配合以照片和说明,以及拍照的时间(年月日时分)。必要时还应采集实物标本,供分析、测试和鉴定。

2. 问卷调查法,即在民航、铁路、公路的站点或宾馆、旅游地等处,用预先设计好的调查表,采取问卷的形式,收集旅客的职业、年龄、性别、兴趣、流向等资料,以便了解某旅游地对旅客的吸引程度和吸引原因,并通过分析来掌握客源市场的情况。

3. 资料统计分析法。这是自然科学和社会科学都常用的方法。例如,根据统计部门发布的有关旅游者、旅游接待设施和旅游服务的统计资料,如全国及各地区旅游者各年各月出入境人数、全国及各地区的旅游收入、各地区拥有宾馆、饭店、客房和旅游专业人员的数量等。通过分析这些资料,可以了解全国及各地区旅游业发展的总体水平。

4. 旅游图表分析法,旅游图是将各类景物,景点和旅游设施、旅游路线等要素,按一定比例投影在平面上,并用一定的符号和颜色表示所构成的图件。旅游图的种类很多,有旅游资源图、旅游交通图、导游图,各种专题图(如全国或各地区自然保护区图、国家级风景名胜区分布图等)和综合图(如不同层次和级别的旅游规划图)等。这些旅游地图对旅游者、研究者和旅游管理者往往是不可缺少的,从中可以了解区域旅游资源的分布规律和差异,以及旅游资源的开发程度等。