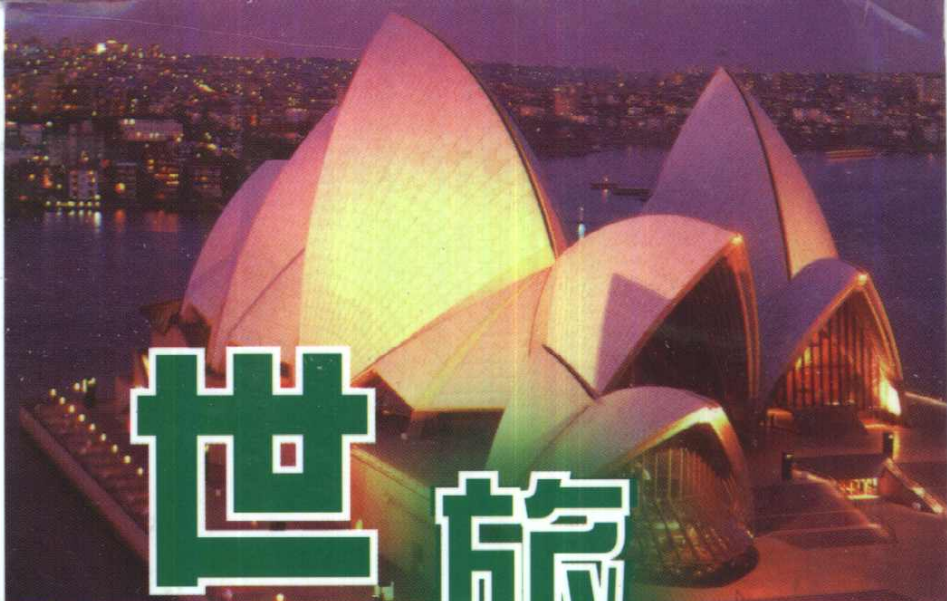


只有旅游这一健康
而愉快的活动，才能实
现人们“回归大自然”
的美好愿望。



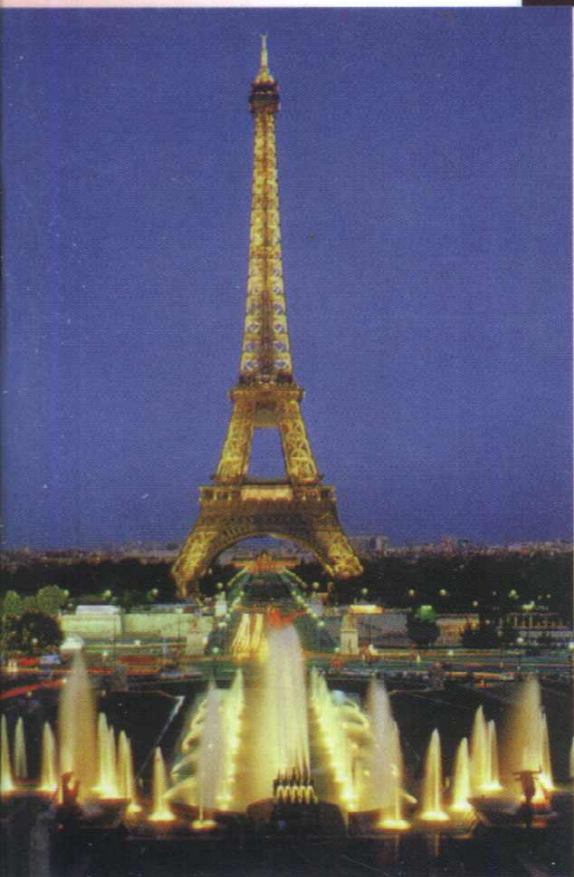
世界旅游经济地理

孙玉琴

袁绍荣

袁雄

主编



欧洲旅游篇

北美洲旅游篇

拉丁美洲旅游篇

亚洲旅游篇

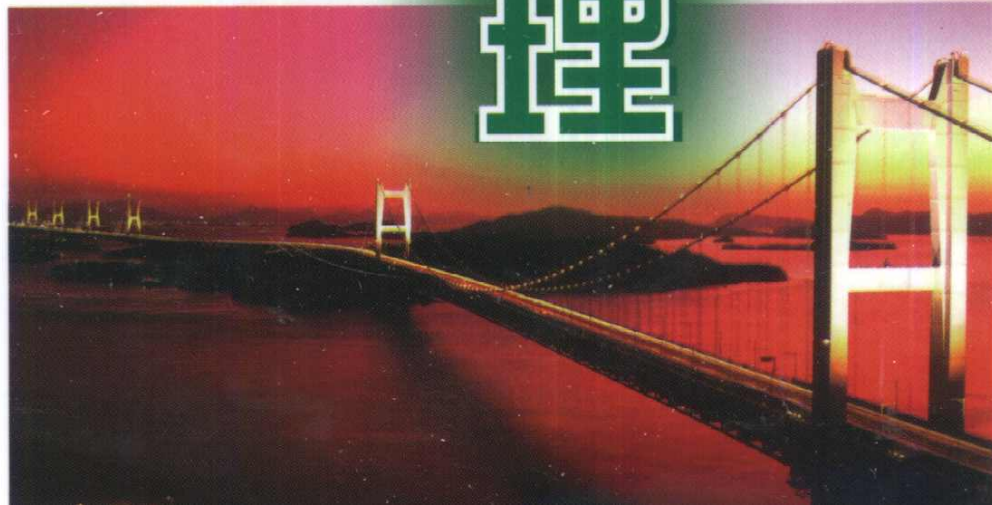
大洋洲旅游篇

非洲旅游篇

南美洲旅游篇

世界风情篇

华南理工大学出版社



世界旅游经济地理

(第三版)

主编 孙玉琴 袁绍荣 袁 雄

华南理工大学出版社
·广州·

图书在版编目(CIP)数据

世界旅游经济地理/孙玉琴,袁绍荣,袁雄主编.—3版.—广州:
华南理工大学出版社,2002.3

ISBN 7-5623-0761-X

I. 世…

II. ①孙…②袁…③袁…

III. 地理-旅游

IV. K93

华南理工大学出版社出版发行

(广州五山 邮编 510640)

责任编辑:黄丹丹 傅穗文

各地新华书店经销

中山市新华印刷厂有限公司印装

*

2002年3月第3版第3次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:12 字数:323千

印数:8001—11000册

定价:18.00元

修 订 前 言

二战后,由于世界各国技术经济水平的提高,居民收入不断增加,人们在对物质生活提出高层次需求的同时开始对精神生活有了更高、更新的追求。旅游生活渐渐成为一种新时尚。为旅游者服务的旅游业也从此迅猛发展起来。旅游业不仅可以为各国居民提供大量就业机会,而且可促进各国经济贸易及各行各业的发展,所以旅游业受到世界各国的高度重视。我国自改革开放以来,国际交往增多,旅游业在其中起到纽带桥梁作用,越来越多的外国朋友及旅游者来我国观光游览,投资办企业;与此同时,由于我国经济的迅速发展,人民生活日渐富裕,出国旅游、考察和友好访问的人也越来越多。这就要求人们对世界的政治、经济、文化、旅游资源、风土民情等有所了解。为了方便对外交往和适应人们出国旅游的需要,我们组织编写了《世界旅游经济地理》一书。

该书自1994年9月出版以来,得到了广大师生和同行们的赞誉。然而,经过几年的使用,我们也发现了许多不足之处。此次修订是在广泛吸取使用者意见的基础上,经过认真的思考,仔细查阅资料,并根据世界旅游业发展变化趋势,调整和补充了一些内容,增加了部分国家旅游业发展情况介绍,并更新和添加了许多数字资料。

本书在编写和修订过程中,参阅了许多书刊和专著,在此对其作者表示衷心的感谢。此外,该书在编写和修订过程中,得到了江西财经大学工商管理学院、旅游管理系等各级部门领导和同事们的大力支持和帮助,在此表示深深的谢意!

本书由江西财经大学、江西师范大学、华东交通大学、合肥联合大学、暨南大学、山西师范大学、天津外国语学院等院校主持编写。具体撰稿分工如下:第一、三、四、五、十六章(孙玉琴),第二、十九章

(袁绍荣),第六章(梁明珠),第七章(袁雄),第八、十八章(周洪),第九章(张诚),第十章(袁峰),第十一章(刘桂玲),第十二章(徐军),第十三章(孙玉琴、王建军),第十四章(时临云),第十五章(冯建平),第十七章(刘影),第二十章(宋国英)。

全书由江西财经大学孙玉琴、袁绍荣主持修订,书中不妥之处,敬请广大读者指正。

编 者

目 录

世界旅游经济地理总论

第一章 世界旅游经济地理概论·····	(3)
第一节 世界旅游经济地理的研究对象·····	(3)
第二节 世界地理区划和国际旅游市场·····	(4)
第三节 国外古代旅游的产生和发展·····	(9)
第四节 近代国际旅游业的发展和特点 ·····	(14)
第五节 现代国际旅游业发展特征及趋势 ·····	(16)

欧洲旅游篇

第二章 西欧旅游区 ·····	(39)
第一节 现代旅游业的发源地——英国 ·····	(39)
第二节 以“时髦”著称的法国 ·····	(46)
第三节 欧共同体中心——比利时 ·····	(54)
第四节 “风车之国”——荷兰 ·····	(59)
第三章 南欧旅游区 ·····	(62)
第一节 “旅游王国”——西班牙 ·····	(62)
第二节 “露天历史博物馆”——意大利 ·····	(68)
第三节 国际奥运会的发源地——希腊 ·····	(77)
第四节 以旅游业为支柱的“袖珍国家” ·····	(80)
第四章 中欧旅游区 ·····	(85)
第一节 世界最大的旅游客源市场——德国 ·····	(85)
第二节 “世界公园”——瑞士 ·····	(90)
第三节 “音乐之邦”——奥地利 ·····	(94)

第四节 酷爱自由的民族——匈牙利	(99)
第五章 北欧旅游区	(105)
第一节 “极地之国”——挪威	(105)
第二节 “冰与火之国”——冰岛	(108)
第三节 “童话之国”——丹麦	(111)
第六章 东欧旅游区	(115)
第一节 “东欧古国”——乌克兰	(115)
第二节 跨洲大国——俄罗斯	(118)

北美洲旅游篇

第七章 北美旅游区	(128)
第一节 世界“旅游经济”大国——美国	(128)
第二节 地广人稀的经济大国——加拿大	(145)

拉丁美洲旅游篇

第八章 中美旅游区	(153)
第一节 美洲的文明古国——墨西哥	(153)
第二节 哥伦布最早“发现”的西印度群岛	(158)
第九章 南美旅游区	(162)
第一节 “黄金之国”——哥伦比亚	(162)
第二节 “赤道之国”——厄瓜多尔	(165)
第三节 拉美最大的国家——巴西	(168)
第四节 美洲内陆之国——玻利维亚	(172)
第五节 通往南极洲的“桥梁”——阿根廷	(175)

亚洲旅游篇

第十章 东亚旅游区	(182)
第一节 亚洲经济大国——日本	(182)
第二节 “三千里江山”——朝鲜	(193)

第三节	中国的部分邻国·····	(198)
第十一章	东南亚旅游区·····	(207)
第一节	“亚洲旅游王国”——新加坡·····	(207)
第二节	“黄袍佛国”——泰王国·····	(212)
第三节	“佛塔之国”——缅甸·····	(217)
第四节	“锡和橡胶王国”——马来西亚·····	(222)
第五节	“万岛之国”——印度尼西亚·····	(226)
第六节	亚洲惟一的天主教国家——菲律宾·····	(231)
第十二章	南亚旅游区·····	(234)
第一节	“高峰之国”——尼泊尔·····	(234)
第二节	南亚古国——印度·····	(240)
第三节	“印度洋上的珍珠”——斯里兰卡·····	(251)
第十三章	西亚旅游区·····	(256)
第一节	巴比伦古国——伊拉克·····	(256)
第二节	伊斯兰教诞生地——沙特阿拉伯·····	(259)
第三节	基督教诞生地——巴勒斯坦和以色列·····	(263)
第四节	小亚细亚惟 一的国家——土耳其·····	(266)

大洋洲旅游篇

第十四章	游人注目的大洋洲·····	(273)
第一节	大洋中的大国——澳大利亚·····	(273)
第二节	地球上最南边的国家——新西兰·····	(280)
第三节	太平洋中的新兴岛国·····	(283)

非洲旅游篇

第十五章	北非旅游区·····	(292)
第一节	“金字塔古国”——埃及·····	(292)
第二节	“地中海的门户”——摩洛哥·····	(298)
第三节	非洲旅游大国——突尼斯·····	(301)

第十六章	东非旅游区.....	(305)
第一节	世界天然动物园——坦桑尼亚.....	(305)
第二节	“野生动物王国”——肯尼亚.....	(310)
第十七章	南非旅游区.....	(317)
第一节	“铜矿之国”——赞比亚.....	(317)
第二节	两洋交通要冲——南非共和国.....	(320)
第十八章	西非和中非旅游区.....	(325)
第一节	非洲大陆最西端——塞内加尔.....	(326)
第二节	海外黑人重返故乡——塞拉利昂.....	(327)
第三节	“盆地之国”——刚果民主共和国.....	(328)
第四节	“西非屋脊”——喀麦隆.....	(330)

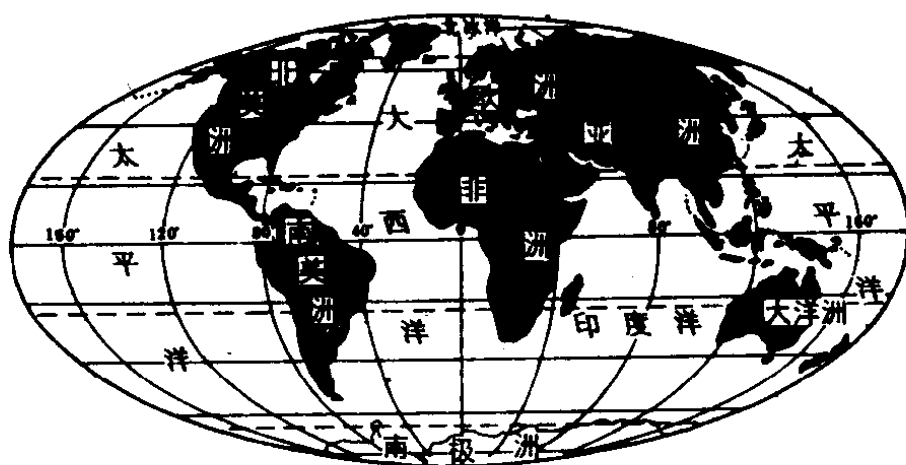
南极洲旅游篇

第十九章	地球上最南端的大陆.....	(335)
第一节	最晚被发现的大陆.....	(336)
第二节	神秘诱人的旅游地.....	(337)

世界风情篇

第二十章	世界各地风土民情大观.....	(345)
第一节	世界各地生活习惯管窥.....	(345)
第二节	世界各地主要节日览胜.....	(355)
第三节	世界少数民族奇特风情.....	(367)

世界旅游经济地理总论



第一章 世界旅游经济地理概论

旅游地理学,目前有中国旅游地理和世界旅游地理之分,《中国旅游经济地理》一书另有出版,本书有关中国旅游地理的内容,均未涉及,特此说明。

第一节 世界旅游经济地理的研究对象

世界旅游经济地理学是研究世界各大洲主要国家和地区旅游业的发展特点和旅游资源的分布规律,及其开发利用经济效益的科学。旅游业自上个世纪 40 年代产生以来,发展缓慢;但自本世纪 60 年代起,有了突飞猛进的发展,其发展的速度,超过了其他任何一项经济事业。据统计,在 1978 年全世界国际国内旅游人数仅 12.6 亿人次,旅游业总产值为 3050 亿美元,到 1984 年国际国内旅游人数增加到 43.2 亿人次,按当年全世界总人口 44 亿计算,几乎平均每人参加过一次旅游活动。据资料介绍,1996 年国际国内旅游业总产值已达 36000 亿美元,成为世界第一大产业。至今,世界旅游事业依然方兴未艾,被誉为“朝阳产业”。《世界旅游经济地理》一书,就是从旅游业经济效益的角度出发,研究全世界的旅游资源分布规律和开发利用的经济效益,为旅游业和旅游者提供可靠的信息和咨询服务。

为了便于学习和掌握世界旅游经济地理知识,先解释以下几个概念:

旅游——旅游者以寻求新的感受为目的,暂时离开常住地,到异地作短时间停留的一切活动。

旅游者——为了娱乐或公务而离开定居地至少 24 小时,在异国他乡吃、住、行、游、购、娱,从而达到物质和精神上满足的人。

旅游资源——旅游者在旅行目的地想看的和想做的事物的综合体及经过开发可以吸引游客的东西。

旅游业——以旅游市场为对象,为旅游者进行旅游活动创造便利条件并提供其所需商品和服务的综合性产业。

第二节 世界地理区划和国际旅游市场

世界地理区划,通常是指世界七大洲和四大洋。国际旅游市场是世界旅游组织(总部设在西班牙马德里)根据旅游客源特征来划分的,分为六大旅游市场。

一、世界旅游地理区划

我们所居住的地方是一个巨大的、旋转着的、略扁的球体,叫做地球。地球在宇宙中则是一个较小的行星,其赤道半径为 6 378 公里,极半径为 6357 公里,地表面积为 5.1 亿平方公里,其中海洋面积达 36 109 万平方公里,而陆地面积仅 14 950 万平方公里,人类居住在陆地表面。

由于地球不停地自西向东自转,形成太阳每天东升西落的现象。因此,在地球上,东边要比西边先看到太阳。然而地球是圆球,到底哪是东边?哪是西边?这就必须要划一根假设的界线。于是国际规定,通过英国伦敦格林威治天文台原址的那一条经线,为本初子午线,又称 0° 经线,与它相对应的那条经线,太平洋中的那条 180° 经线,为国际日期变更线,从 0° 经线向东到 180° 经线的范围内,称为东半球;从 0° 经线向西到 180° 经线的范围内,称为西半球(图 1-1)。 180° 经线的西边,就是东半球的最东边,每一天都是从这里开始的,也就是一天中最先见到太阳的地方; 180° 经线的东面是西半球的最西边,是一天的终点。为了不使某些国家或城市被分割到两个半球,故实际上把从西经 20° 向东经过 0° ,再到东经 160° 的范围,称为东半球;把从西经 20° 经线向西,经过 180° ,再到东经 160° 的范围,称为西

半球。东、西两个半球的地图,就是根据后一种划分法绘制的。在地球陆地的七大洲中,亚洲、欧洲、非洲和大洋洲的绝大部分,都在东半球,南美洲和北美洲则在西半球,而南极洲则以南极点为中心,跨东西两半球,东半球占 $3/5$,西半球占 $2/5$ 。世界四大洋中的印度洋全部在东半球,而太平洋、大西洋、北冰洋则分属东西两半球。

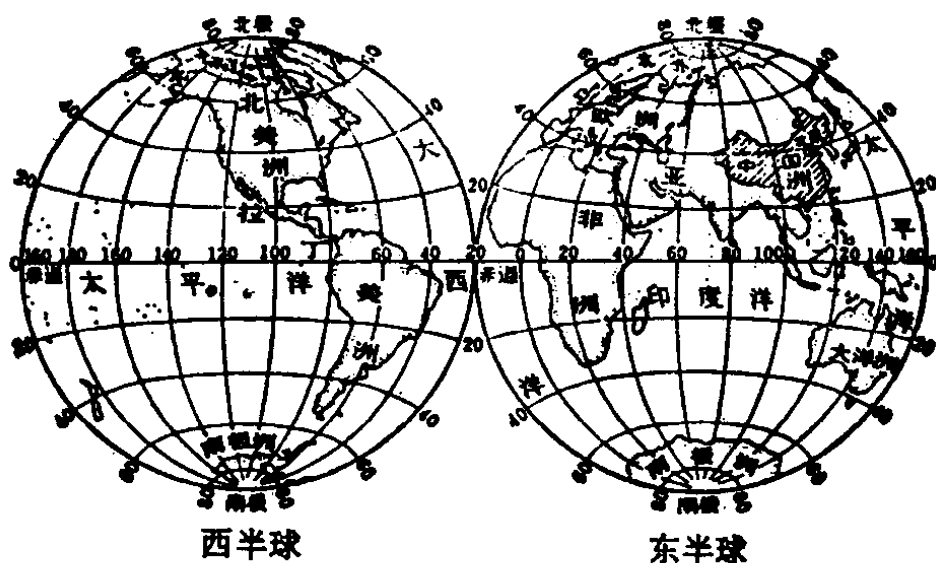


图 1-1 东西两半球图

地球又以赤道(0 纬度)为中心线,将地球分为南北两个半球。从赤道向北,直到北极点(90°)的范围,称为北半球;从赤道向南,直到南极点(90°)的范围,称为南半球。由于地球是个圆球体,各地所受太阳的光照不同,因此,在南北回归线(23.5°)之间,受太阳的光照最多,称为热带;从南北回归线到南北极圈(66.5°)之间,受太阳光照适中,称为温带;南北极圈之内,受太阳光照最少,称为寒带。地球上两个温带和两个寒带,但是季节恰恰相反。又由于地球自转轴与公转轨道面成 66.5° 的倾斜,但在旋转时,其倾斜方向始终不变,因此,又使地球上形成一年四季的特点。

因世界各地的地理位置、海拔高度和所处纬度不同,形成了各不相同、各具特色的自然风光旅游资源;又由于历史演变、民族迁徙、居民的生活方式和习惯的影响,形成了富于历史特色和民族特色的人文景观旅游资源。自然风光旅游资源是旅游的第一环境,是地理环

境的组成部分,包括山、水、气、光、动植物等,是天然赋予的、自然环境中特殊的、具有强大吸引力的部分,具有种类的多样性和分布的地域性等特征。人文景观旅游资源是古今人类文明的劳动结晶,是人们在生产和生活中所创造出来的各种文化艺术、建筑工程、民族风情等,具有鲜明的民族性和时代性,如历代名胜古迹、古今建筑工程、城市风貌、工艺美术、民族风情、美味佳肴等。《世界旅游经济地理》就是研究世界七大洲的自然风光旅游资源和人文景观旅游资源的分布规律与开发利用条件及所取得的经济效益的一门学科。

二、世界六大旅游市场

目前,为了便于对旅游业进行统计分析,世界旅游组织将全球划分为六大旅游市场。

1. 欧洲旅游市场

是目前世界上最大的旅游市场,1975 年欧洲市场的国际旅游人数占国际旅游总人数的 73.2%,其国际旅游收入占国际旅游总收入的 64.56%。

20 余年来,欧洲市场接待的国际游客人数和获取的国际旅游收入在世界旅游市场所占份额虽有逐年下降的趋势,但其 1998 年接待的国际游客人数和获取的国际旅游收入仍占世界旅游市场总额的 50% 以上,因此,它目前仍然是国际最大的旅游市场。

2. 美洲旅游市场

是世界第二大旅游市场,目前其接待的国际旅游者人数占国际旅游者总人数的 19.2%,其国际旅游收入占世界国际旅游总收入的 27.3%。

3. 东亚太平洋地区旅游市场

1998 年国际旅游者达 8690 万人次,国际旅游收入达 737.4 亿美元,分别占世界总数的 13.9% 和 16.6%,是世界六大旅游区增长比例较快的旅游市场。

4. 非洲旅游市场

表 1-1 世界六大旅游市场国际旅游者人数统计表

(占总人次%)

年份	总人次 (百万)	欧洲		美洲		东亚太地区		非洲		中东		南亚	
		人次 (百万)	%	人次 (百万)	%	人次 (百万)	%	人次 (百万)	%	人次 (百万)	%	人次 (百万)	%
1975	206.9	151.5	73.2	47.0	22.7	6.5	3.1	3.5	1.7	3.0	1.4	1.5	0.7
1977	243.6	172.0	70.6	52.5	21.6	8.3	3.4	4.6	1.9	3.9	1.6	1.9	0.8
1979	270.3	196.0	71.8	49.5	18.1	13.8	5.1	5.3	1.9	3.7	1.4	1.9	0.7
1981	300.0	202.0	67.3	75.0	25.0	17.0	5.7	6.2	2.1	6.0	2.0	2.0	0.7
1985	325.0	220.0	67.7	53.5	16.5	34.0	10.5	8.0	2.5	7.0	2.2	2.5	0.8
1988	399.0	250.0	64.1	72.6	18.6	42.0	10.8	12.0	3.1	9.0	2.3	4.5	1.2
1992	476.0	287.5	60.5	102.1	21.4	58.3	12.4	17.0	3.6	7.2	1.5	3.5	0.7
1993	500.0	296.5	59.3	106.5	21.3	68.5	13.7	17.9	3.6	7.2	1.4	3.4	0.7
1994	528.5	329.8	59.6	107.2	20.5	77.0	14.1	18.6	3.5	9.9	1.5	3.9	0.7
1995	567.4	337.2	59.4	111.9	19.7	84.0	14.8	18.7	3.3	11.1	1.9	4.4	0.8
1996	592.8	347.3	58.6	115.7	19.5	89.2	15.0	19.6	3.3	15.1	2.5	4.5	0.8
1997	610.7	361.5	59.2	118.5	19.4	87.9	14.4	23.2	3.8	14.8	2.4	4.8	0.8
1998	625.2	372.5	59.6	120.2	19.2	86.9	13.9	24.9	3.9	15.6	2.5	5.1	0.8

表 1-2 世界六大旅游市场国际旅游收入统计表

(占总收入%)

年份	总收入 (亿美元)	欧洲		美洲		东亚太地区		非洲		中东		南亚	
		收入 (亿美元)	%	收入 (亿美元)	%	收入 (亿美元)	%	收入 (亿美元)	%	收入 (亿美元)	%	收入 (亿美元)	%
1975	386.0	249.2	64.6	91.3	23.6	21.6	5.6	13.1	3.4	10.7	2.8	3.09	0.8
1977	524.0	315.0	60.1	130.0	24.8	34.0	6.5	18.5	3.5	16.0	3.0	4.5	0.9
1979	750.0	500.0	66.7	160.0	21.3	50.0	6.7	18.0	2.4	19.9	1.6	6.7	0.9
1981	106.0	680.0	64.2	229.0	21.6	80.0	7.6	25.0	2.4	30.0	2.8	12.0	1.2
1985	1050.0	590.0	56.2	266.0	25.3	116.5	11.1	21.5	2.1	40.0	3.8	16.0	1.5
1988	1950.0	1180.0	60.5	290.0	14.9	245.0	12.6	45.0	2.3	70.0	3.6	23.0	1.2
1992	2790.0	1472.1	52.8	765.7	27.5	432.9	15.5	51.7	1.8	43.6	1.6	21.2	0.8
1993	3240.8	1625.7	50.2	955.5	29.5	525.9	16.2	63.6	2.0	49.9	1.5	20.2	0.6
1994	3467.0	1748.9	47.7	954.1	30.3	619.0	18.3	66.0	1.8	51.0	1.1	32.0	0.8
1995	3726.0	1898.0	50.9	952.0	25.6	702.0	18.8	69.0	1.9	67.0	1.8	37.0	0.99
1996	4231.2	2146.7	50.7	1063.3	25.1	822.1	19.4	76.2	1.8	82.4	1.9	39.5	0.93
1997	4359.8	2181.5	50.1	1187.6	27.2	766.2	17.6	90.2	2.1	91.4	2.1	42.8	0.98
1998	4447.4	2261.0	50.8	1212.3	27.3	737.4	16.6	95.5	2.2	97.2	2.2	44.0	1.0