

21

世纪高职高专旅游管理专业系列教材

Tourism of Chinese Geography

中国旅游地理

■ 主 编 佟 蔚



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



世纪高职高专旅游管理专业系列教材

Tourism of Chinese Geography

中国旅游地理

■ 主编 佟蔚



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理/佟蔚主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2006. 1

21 世纪高职高专旅游管理专业系列教材

ISBN 7-307-04712-8

I. 中… II. 佟… 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(2005)第 106834 号

责任编辑: 路小静 责任校对: 程小宜 版式设计: 支 笛

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 武汉大学出版社印刷总厂

开本: 787×980 1/16 印张: 13.75 字数: 240 千字 插页: 1

版次: 2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-307-04712-8/F·941 定价: 19.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

21 世纪高职高专旅游管理专业系列教材

编 委 会
(按姓氏笔画排列)

主 任	李丰生	谢 苏	彭 萍
副主任	李肇荣	罗兹伯	
	周 昕	范运铭	
成 员	张 琥	佟 蔚	
	陈学清	饶莉啦	
	舒 晶	魏 群	

总 序

旅游是一种愉快而美好的活动，是人类社会生活的一项重要内容。随着我国旅游业的迅速发展，旅游在社会经济生活中的作用和影响越来越大，旅游院校的旅游教育与研究也在长足发展，并且为旅游业的各个部门培养输送了大批的专业人才。我国的旅游高等职业教育有别于传统的旅游高等普通教育模式，更突出旅游人才规模的专业技能性和岗位指向性，着力于体现旅游专业设置的职业性、教学内容的实用性，强调教学主体的“双元化”即旅游产业部门和教育部门的有效合作、教师队伍的“双师身份”和完备的实训手段。然而，目前各地虽然已出版了一批高职高专旅游专业教材，但从整体上看，旅游高等职业教育的教材建设仍然满足不了旅游形势和旅游高职高专教育发展的需要。

武汉大学出版社策划的丛书“21 世纪高职高专旅游管理专业系列教材”，是按照教育部关于《高职高专教育基础课程教学基本要求》和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》的要求，为了适应当今蓬勃发展的旅游高职高专教育的需要，覆盖了旅游高职高专教育的基础课程和专业主干课程，充分体现高职高专培养旅游人才的特点、目标及特色而出版的教材。全套丛书由桂林旅游高等专科学校等拥有雄厚旅游管理专业师资队伍以及较高教学水平的十几所高职高专院校共同参与编写，作者均是从事旅游教学和研究的中青年学者，有的在国外做过研究和学习，有更好的机会了解国内外的情况，使用最新资料和例证，能反映旅游业的最新动态。全套丛书共计 14 册，此套丛书内容精炼，符合高职高专旅游专业教学目的、教学内容深度和广度的要求，实用性强，紧扣高职高专教育培养人才的实用性特点，注重可

操作性。

我们期望本套教材的出版，能为旅游高职高专的教材建设尽微薄之力，更好地为广大旅游高职高专院校的师生服务。

桂林旅游高等专科学校 校长：

李丰生

前 言

随着社会和经济的不断发展，旅游已成为当今社会上一种重要的文化生活方式，旅游的人数越来越多，旅游也已成为世界上最大、最有发展前途的产业之一。我国旅游业虽然起步较晚，但发展速度快，成绩喜人，不过我国的旅游资源优势还未充分发挥出来，旅游产品还不够成熟。这就需要全体旅游从业人员在充分了解我国旅游资源、旅游环境条件的基础上做出努力，掌握中国旅游地理知识对从事旅游业的人员具有重要意义。

我国目前的高等职业教育旅游教材虽然种类较多，但大多数是以普通高等教育的教材为蓝本编写的，和高职学生的层次有一定差距。基于此，我们以深入浅出、生动实用为指导思想，参考了多本同类教材，在借鉴国内已出版的有关中国旅游地理著

述的基础上,以旅游资源为基础,力争在有限的教学时间内给学生提供更适用、更便于掌握的中国旅游地理知识。为此,本书在编写过程中做出如下努力。

1. 进一步明确学习和研究中国旅游地理的目的、任务和方法;
2. 注意旅游资源的分类和分类的实用性;
3. 在分区部分采用旅游线路的形式对各省(区)、市旅游资源进行串联介绍,力争使学生对全国各著名景区、景点有较深印象。

本书内容分为旅游地理总论和旅游地理分区两大部分。具体内容分为十一章,前三章为总论部分,后八章为分区部分。总论部分主要介绍中国旅游资源地理,分区部分以各省(区)、市旅游线路的形式对旅游景点进行介绍。本书以中国地域为对象,全面介绍了我国旅游资源形成的环境、特点、分布及其发展规律、开发利用前景,适合高职学生的层次水平。

本书由佟蔚担任主编,参加编写的有佟蔚(第一、二、四、五章,第六章第一、二、五、六、七节,第七章第一、二、三、五节)、杨祖高(第二、九、十、十一章)、黄爱忠(第八章、第六章第三、四节,第七章第四节),全书由佟蔚统稿。

本书在编写过程中,得到了武汉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,希望得到广大读者的指正。

目 录

第一章 绪论.....	1
第一节 旅游与地理.....	1
第二节 旅游资源与地理环境.....	3
第二章 旅游资源地理——自然景观	
旅游资源.....	6
第一节 地质地貌旅游资源.....	6
第二节 水景旅游资源	15
第三节 气象气候旅游资源	21
第四节 动植物旅游资源	24
第五节 风景名胜区与自然保护区	
旅游资源	26

第三章 旅游资源地理——人文景观旅游资源	31
第一节 古遗址遗迹与革命纪念地	32
第二节 古建筑、古园林、古陵墓、古工程	33
第三节 文化艺术与宗教文化	42
第四节 民俗风情与菜肴、特产	47
第四章 中原古迹名山旅游区	50
第一节 概述	50
第二节 北京旅游	53
第三节 天津旅游	59
第四节 河北旅游	62
第五节 山东旅游	67
第六节 山西旅游	71
第七节 河南旅游	77
第八节 陕西旅游	81
第五章 江南山水园林旅游区	87
第一节 概述	87
第二节 上海旅游	90
第三节 江苏旅游	93
第四节 安徽旅游	101
第五节 浙江旅游	105
第六节 江西旅游	111
第六章 华南山海风情旅游区	117
第一节 概述	117
第二节 福建旅游	120
第三节 广东旅游	124
第四节 海南旅游	127
第五节 香港旅游	130
第六节 澳门旅游	133
第七节 台湾旅游	135
第七章 华中名山峡谷旅游区	140

第一节 概述·····	140
第二节 重庆旅游·····	143
第三节 四川旅游·····	146
第四节 湖北旅游·····	152
第五节 湖南旅游·····	156
 第八章 西南岩溶山水旅游区·····	 162
第一节 概述·····	162
第二节 贵州旅游·····	164
第三节 广西旅游·····	167
第四节 云南旅游·····	170
 第九章 青藏高原景观旅游区·····	 175
第一节 概述·····	175
第二节 西藏旅游区·····	178
第三节 青海旅游区·····	182
 第十章 西北边塞风情旅游区·····	 184
第一节 概述·····	184
第二节 甘肃旅游区·····	187
第三节 新疆旅游区·····	190
第四节 宁夏旅游区·····	193
第五节 内蒙古旅游区·····	195
 第十一章 东北林海冰雪旅游区·····	 197
第一节 概述·····	197
第二节 辽宁旅游区·····	199
第三节 吉林旅游区·····	201
第四节 黑龙江旅游区·····	204
 参考文献·····	 208

第一章 绪论

第一节 旅游与地理

一、旅游与地理的关系

旅游是一种复杂的社会现象，是人类在一定地理空间上的短时间的迁移活动，因此，旅游与地理是紧密联系在一起的。

“旅游几乎没有哪个方面与地理无关，地理也几乎没有哪个部分无助于研究旅游现象”^①。人类的旅游活动由来已久，可以追溯到远古时代。在古代，人们的地理知识主要来自于旅游，但古代的旅游活动仅限于诸如帝王巡游天下、文人漫游求学、高僧云游求

^① [美] M·马特勒，黄国英译：《国际旅游地理》，郑州：河南人民出版社，1984：

经、商人经营求利等。虽然这些只是极少数人的出游活动，但就是在这些有限的出游活动中，人们也总结出了地理知识。如意大利人马可·波罗游历中国后写成的《马可·波罗游记》，我国明代伟大的地理学家徐宏祖游历名山大川，历时 34 年写成的《徐霞客游记》，都是通过自身的旅游活动来积累地理知识的。

旅游，作为人类追求精神与物质享受相结合的一种最大满足的途径，就是以在不同地理环境下的审美经历与体验为主要内容的。旅游活动，是以旅游者在地理环境中的空间流动为基础的，旅游活动的异地性和空间流动性是区别于其他休闲活动最根本的特征，旅游的全部复杂性都是在一定的地理环境里表现出来的，旅游取决于一系列的地理、气候、地形和居民等因素，由此决定了旅游与地理环境的紧密联系。

二、旅游地理学的性质与研究内容

目前，在我国地理学界和旅游学界，就旅游地理学的研究对象而言，比较有影响的说法是：旅游地理学是一门研究旅游现象与地理环境和社会经济发展之间相互关系的新兴学科，是属于人文地理学的一门分支学科。

旅游地理是适应大众旅游和旅游产业发展的需要而产生的。它应用地理学的理论知识，开展以区域旅游开发为中心的科学研究，在旅游资源的评价、旅游地的规划、旅游容量的估算、旅游设施的配置等方面取得了积极的成果，并已经运用到实践中去。旅游从其社会性质来讲，是一种社会经济和文化活动。旅游地理学以旅游为基础，研究人类旅游活动与地理环境的关系。因为旅游业的综合性，决定了旅游地理学的综合性，它除了以地理学的理论知识为基础以外，还涉及许多学科领域，如历史、宗教、民族、园林、建筑、环境、文学艺术等方面。因此，旅游地理学同时具有地理学科属性、应用学科属性和边缘学科属性。

旅游地理学是有关地理和旅游方面综合性的应用学科，其研究内容必定是与旅游业发展有着密切关系的地理方面的问题。具体来说，旅游地理学的研究内容包括旅游客源的研究、旅游的起因及其产生的地理背景、旅游者的地域分布及其移动规律；旅游资源的研究，包括旅游资源的评价、界定、分类与开发利用论证；区域旅游发展规划的制定，包括旅游区（点）布局与规划建设方案的制定、旅游路线设计等；旅游开发的区域影响研究，包括旅游业发展对地域经济综合体形成的影响等；旅游信息系统与旅游地图的研究，包括系统的建立和运用、旅游地图的绘制等。

第二节 旅游资源与地理环境

旅游资源是旅游业赖以生存和发展的基本前提,是旅游活动的客体。旅游资源的形成是以地理环境的差异性为基本条件的,这是因为地理环境如果无差别,将不会形成吸引力,也就不会形成旅游资源。因此可以说,无论是何种旅游资源,必然存在于一定的地理环境当中。旅游资源应当是能够吸引游客前来消费的吸引物,凡是能够吸引旅游者进行各种旅游活动的自然和社会因素均可称为旅游资源。换句话说,凡是能吸引旅游者并为他们带来知识、乐趣或享受的客体或劳务,都属于旅游资源的范畴。

一、旅游资源的概念

旅游资源的核心是它的旅游吸引功能,因此,凡能为旅游者提供游览观赏、休养度假、娱乐休息、探险猎奇、考察研究、探亲访友等各种旅游行为的客体与劳务,均可称为旅游资源。另一种提法认为:凡是能够直接使旅游者产生旅游动机、实施旅游行为,并能为旅游业所利用,产生一定经济、社会与环境效益的任何旅游地吸引力因素,都可作为旅游资源。

从以上种种提法不难看出,各种旅游资源概念的提法有一个共同点,即能吸引游客的一切因素,称为旅游资源。这说明旅游资源的范围相当广泛,内容十分庞杂。不同地区其旅游资源构成不同,并且它只存在于旅游目的地,是直接用于欣赏、消遣的因素,不包括从客源地到目的地之间的以及纯接待的因素。旅游资源的多寡、特色、赋存和分布情况,直接影响一个国家和地区旅游业的发展。

二、旅游资源的分类

既然旅游资源的范畴极其广泛,以至于在现代社会很难找出哪一类事物和现象一定不能作为旅游资源来使用。根据对旅游资源的研究和实际开发的需要,可将旅游资源进行以下分类。

(一) 按旅游资源的属性分

按属性分类是比较常见的分法。旅游资源按其属性可分为自然景观旅游资源和人文景观旅游资源两大类。自然景观旅游资源是旅游的第一环境;而人文景观旅游资源是古今人类文明的劳动结晶,是人类为了生存、发展的需要,有意识地利用自然而创造的地理景观,有着民族性和时代性的特色,也是旅游活动不可缺少的吸引物。

（二）按旅游资源的市场特性和开发现状分

旅游资源按其市场特性和开发现状可分为现实旅游资源、潜在旅游资源和人工旅游资源三类。现实旅游资源既有自然旅游资源也有人文旅游资源，它们现在正在使用中。潜在旅游资源可以是历史遗存、自然景观，也可以是一些独特的、具有吸引力的景观或风俗风情，往往具有较高的旅游价值，但目前还不具有旅游吸引力。人工旅游资源是指原来并不存在，而由人工创造的旅游资源。

（三）按旅游资源的产生分

按旅游资源的产生可分为天然赋存的、人类历史上形成的、天然和人工相结合的以及人工创造的四类。天然赋存的旅游资源一般都是自然生态环境；人类历史上形成的旅游资源一般包括历史文化古迹，如石刻龛窟、古建筑等；天然和人工相结合的旅游资源有大型园林景观及人工湖泊等；人工创造的旅游资源主要指古代寺庙、宫殿、桥梁及现代为增加旅游吸引力而建设的主题公园、人造景点等。

目前学术界较为一致的看法，也是实际运用最多的分类方法，是根据旅游资源的本体性质和成因差异所做的分类，即把自然地理环境中的旅游吸引因素划归为自然旅游资源，把人文地理环境中的旅游吸引因素划归为人文旅游资源。

自然旅游资源是由自然地理环境要素组成的自然综合体，具体可分为地貌、水体、气候、动植物等；人文旅游资源是人类为了生存、发展的需要，有意识地利用自然而创造的地理环境，具体可分为历史古迹、宗教遗存、古今伟大建筑、风俗民情、工艺美术、各种娱乐设施等。

自然旅游资源和人文旅游资源尽管有着较为明显的区别，但又有一定的联系。自然旅游资源尽管是天然的，但一般都经过一定的人工开发，或多或少地带有一定人文因素；而人文旅游资源通常是在自然景观的基础上，经过人类的再创造形成的与自然景观特色相协调的景物。

三、旅游资源的分布与地理环境

地理环境的差异性旅游资源形成的基本条件，自然旅游资源和人文旅游资源必然存在于一定的地理环境之中。自然旅游资源主要与各地自然条件相关。各地自然环境的形成与地壳形成、大气环流等方面因素有着直接的关系，也与其地理区位有着密切的关系。这些因素决定了当地河流的水量及季节变化、山体的走向及高度、岩石风化的强弱和动植物的种类等。因此，自然旅游资源有着明显的地域性。各种自然因素之间还会相互制约和相互作

用,因而某些自然旅游资源的分布会出现相互伴生或互为条件的现象。如峡谷的深度直接与流水的切割强度、岩石的软硬程度有关。人文旅游资源主要与人类历史有关。文物古迹的分布和人类活动有着密切的关系。人类文明发展较早、人类活动较频繁的地区,文物古迹分布的种类、数量就多。而人类在早期发展过程中,必定要寻找适合人类生活和活动的地方居住、发展,这样就形成了地理环境较好的地方人文景观,旅游资源相对分布就多一些。在历史上我国少数民族曾经受到压迫和排挤,因此少数民族多居住在比较偏远的地区,因此少数民族文化受外来文化影响较少,民族风情较好地保存下来。

可以看出,旅游资源的分布具有多样性和综合性、地域性和地带性。旅游资源并不是单独存在的,而是多种资源的相辅相成,才能组成完美的景观。一个地区的旅游资源要素种类越多,结合越紧密,综合性越强,比例越协调,其旅游吸引力就越大。如东岳泰山,就是山水、建筑、植物、石刻艺术、历史事件等各方面有机地组合在一起,才形成了我们现在所看到的一切。中国的自然风光可以总结为“北雄南秀”,这就是因为自然旅游资源具有地域性和地带性所造成的。

四、旅游资源的保护

旅游业的发展,产生了一定的经济效益和社会效益,但是同时也产生了污染。虽说旅游业对环境的污染相对要小于其他行业的污染,但其对旅游环境和景物的污染,特别是对旅游生态系统的污染是严重的。自然界的生态平衡是长期自然选择的结果,也是比较脆弱的,旅游业无计划、盲目地开发,势必会导致自然生态平衡的破坏。

旅游环境污染表现在多方面,如大气、水质、垃圾、噪声及旅游点长期超负荷接待、无计划开发等,甘肃敦煌莫高窟就是一个典型的例子。因为旅游环境污染,致使莫高窟壁画脱落。

自20世纪70年代以来,环境保护已作为世界性的问题提到议事日程,旅游环境保护可以说是旅游产业可持续发展的关键所在,旅游环境保护,可以通过保护目的地水源、大气、动植物、文物古迹、各类非物质及口头文化,以及限制人为过度影响等方面来实行。要做好旅游环境的保护,除了要建立健全各种环保法规、控制环境容量、引导旅游流的流向以外,对游客进行环境保护意识的教育也是必不可少的。

第二章

旅游资源地理——自然景观旅游资源

第一节 地质地貌旅游资源

一、概述

地貌是指地球内力和外力相互作用于地球表面物质的结果。由于地质作用形成的各种具有旅游开发价值的地质地貌现象，就是地质地貌旅游资源。我国地貌格局是中生代燕山运动奠基的，而现在的地势差别，主要是喜马拉雅运动的结果。我国是一个多山的国家，山地、高原占绝对优势，同时也有许多山间盆地、低山丘陵和广阔的平原。

地貌成为旅游资源，其作用在于地貌形态本身就可构成各种可供观赏的旅游资源，地貌形态还是构成