



中国

ZHONGGUO LÜYOU DILI

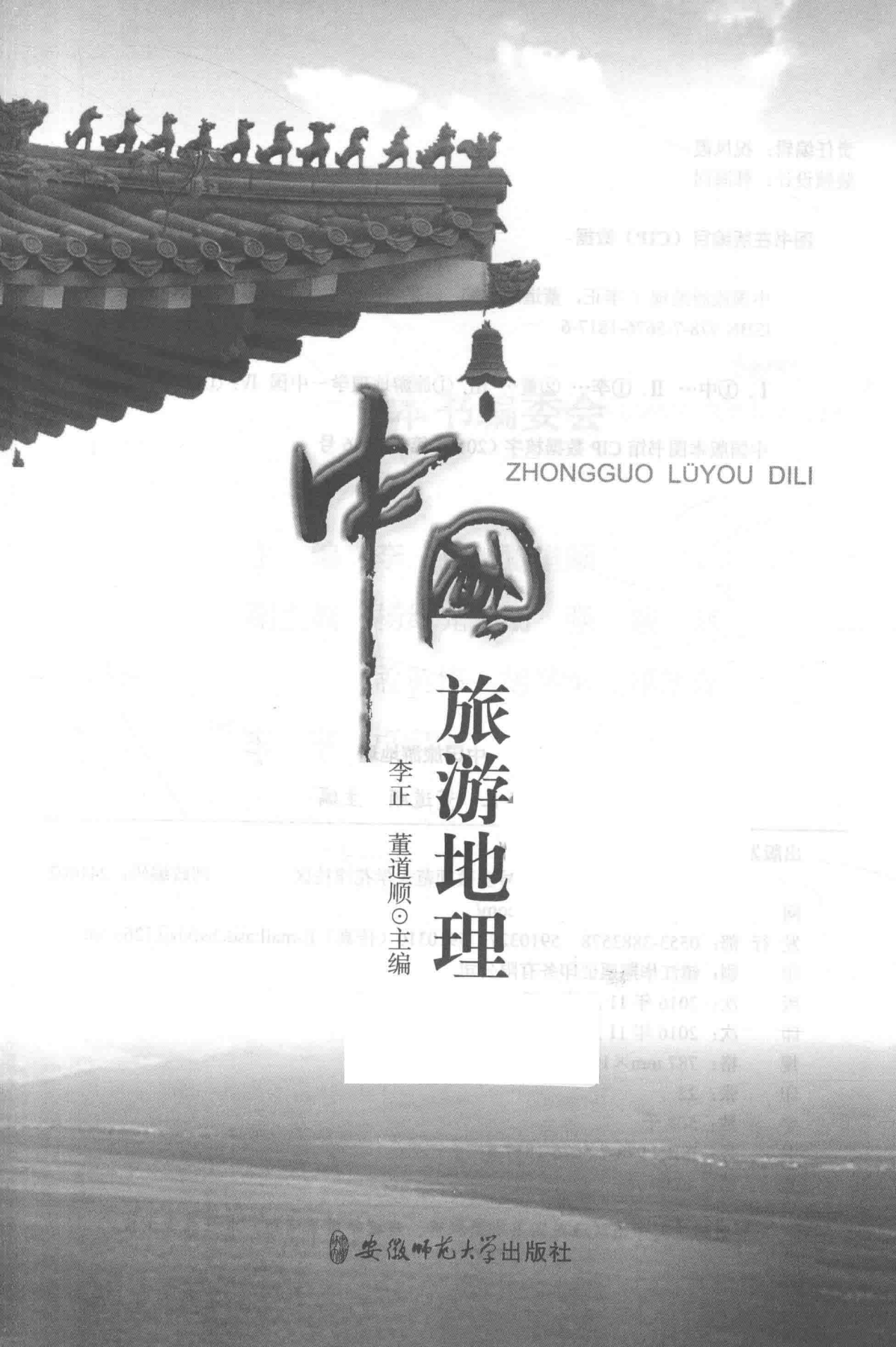
旅游地理

李正 董道顺◎主编

旅游业具有“无烟产业”和“永远的朝阳产业”的美称，它已经和石油业、汽车业并列为世界三大产业。中国是世界上旅游资源最为丰富的国家，改革开放以来，中国政府通过对旅游市场供需变化的合理分析和调控，大力合理规划和开发国内旅游资源，使中国的旅游业有了非常迅速的发展。



安徽师范大学出版社



中国

ZHONGGUO LÜYOU DILI

旅游地理

李正
董道顺◎主编

责任编辑：祝凤霞

装帧设计：韩海岗

图书在版编目（CIP）数据

中国旅游地理 / 李正，董道顺主编. — 芜湖：安徽师范大学出版社，2016. 11
ISBN 978-7-5676-1817-6

I. ①中… II. ①李… ②董… III. ①旅游地理学—中国 IV. ①F592.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 303046 号

中国旅游地理

李正 董道顺 主编

出版发行：安徽师范大学出版社

芜湖市九华南路 189 号安徽师范大学花津校区

邮政编码：241002

网 址：<http://www.ahnupress.com/>

发 行 部：0553-3883578 5910327 5910310（传真）E-mail:asdcbsfxb@126.com

印 刷：镇江华翔票证印务有限公司

版 次：2016 年 11 月第 1 版

印 次：2016 年 11 月第 1 次印刷

规 格：787 mm×1092 mm 1/16

印 张：22

字 数：508 千

书 号：ISBN 978-7-5676-1817-6

定 价：46.00 元

凡安徽师范大学出版社版图书有缺漏页、残破等质量问题，本社负责调换。



前言

改革开放以来，中国旅游业高速发展，随着生活水平的日益提高，人们出门的机会日益增多。因此，对于旅游者来说，了解和熟悉有关旅游地理的知识是必要的；而对于旅游从业者来说，旅游地理更是一门不可或缺的应用性学科，掌握一定的旅游地理知识是基本职业素养。

本书是针对中等职业教育的特点，根据中等职业学校“中国旅游地理教学基本要求”以及旅游专业教育日新月异的需要，设计教材结构，选择教材内容，考虑难易程度，编写而成的。

《中国旅游地理》在结构上共分为五大模块。第一模块是旅游地理与旅游资源概述，简明扼要地论述了旅游地理与旅游资源的基本知识；第二模块和第三模块，分别是自然景观和人文景观，介绍了自然景观和人文景观的类型和特色；第四模块是区域旅游，从整体上交代了中国旅游区的划分，阐述了中国各旅游区的旅游特色和发展概况；第五模块是实训，主要是培养学生对旅游资源的鉴赏能力、提高学生旅游线路设计及导游词设计和讲解能力。

本书由旅游行业专业人士全程参与和悉心指导，在内容上力求简明扼要，既有理论探讨，又有实训练习，科学系统、详略得当地将旅游地理呈现在读者面前；在内容及形式上基本实现了中职与高职的无缝衔接，不仅能使学生熟练掌握中国旅游地理的相关知识，丰富学生的知识储备，而且能促进职业学校学生职业能力的培养和提高。

本书主要体现以下几大特色：

第一，体系完整。全书分五个模块，共 30 个项目，阐述了旅游资源、自然景观、人文景观、区域旅游等内容。

第二，图文并茂。为培养学生的区域空间概念和看图解意的思维能力，精心设计了各种生动直观的图表。



第三，信息量大。书中既有一定的理论阐述，也有实用的导读、复习思考题等内容。

第四，详略得当。本书在内容上力求简明扼要，既有理论探讨，又有客观阐述，科学系统、详略得当地将旅游地理呈现在读者面前。

本书结构规范严整，理论深浅适宜，形式活泼，语言文字精炼，可作为中等职业教育相关专业教材，也可以作为自学考试及各类旅游从业者阅读用书。

本书在编写过程中，承蒙许多同仁及行业专家提出宝贵的意见，并参考已出版的相关教材，在此向这些同仁、专家及相关著作权人一并表示感谢。

由于旅游行业发展变化快，加之著者水平有限，书中难免有不尽如人意之处，敬请广大读者提出宝贵意见。



目 录

绪 论

模块一 旅游地理与旅游资源概述

项目一：中国旅游资源概述	7
任务一：旅游资源概述	7
任务二：中国旅游资源的地理背景与特征	14
项目二：旅游资源鉴赏	18
任务一：旅游审美	18
任务二：旅游资源美感分析	20
任务三：旅游审美要求	27
项目三：中国旅游客源地理	30
任务一：旅游流的形成与特征	30
任务二：中国旅游客源市场与客流地理	33

模块二 自然景观

项目一：地貌旅游资源	38
任务一：地质地貌与旅游	38
任务二：中国地貌旅游资源	42
项目二：水域风光旅游资源	52
任务一：水域风光旅游资源概述	52
任务二：水域风光旅游资源类型	57
项目三：气象气候与生物旅游资源	64
任务一：中国气象气候旅游资源	64
任务二：中国动植物旅游资源	70



模块三 人文景观

项目一：历史遗迹	82
任务一：历史遗迹概述	82
任务二：历史遗迹类旅游资源	84
项目二：古典建筑	93
任务一：古典建筑旅游资源概述	93
任务二：中国古典建筑类型及特点	96
任务三：中国古典园林建筑	103
项目三：古帝王陵墓	115
任务一：古帝王陵墓概述	115
任务二：历代古帝王陵墓	119
项目四：宗教文化	126
任务一：宗教文化与旅游	126
任务二：中国宗教文化	129
项目五：民族民俗与地方风物特产	135
任务一：中国民族风俗概述	135
任务二：地方风物特产	138
项目六：其他人文旅游资源	145
任务一：城市与现代建设人造旅游吸引物	145
任务二：文化艺术旅游资源	150

模块四 区域旅游

项目一：旅游区划概述	156
任务一：概述	156
任务二：旅游区划方案	158
项目二：北方历史文化古迹疗养旅游区	161
任务一：概述	161
任务二：北京旅游区	163
任务三：天津旅游区	167



任务四：河北旅游区	169
项目三：黄河中下游历史古迹游览旅游区	175
任务一：概 述	175
任务二：河南旅游区	177
任务三：山西旅游区	181
任务四：陕西旅游区	184
任务五：山东旅游区	188
项目四：长江中下游山水名胜园林购物旅游区	193
任务一：概 述	193
任务二：上海旅游区	197
任务三：江苏旅游区	201
任务四：浙江旅游区	208
任务五：安徽旅游区	214
任务六：江西旅游区	218
任务七：湖南旅游区	223
任务八：湖北旅游区	227
项目五：粤闽琼岭南风情特区文化旅游区	232
任务一：概 述	232
任务二：广东旅游区	235
任务三：福建旅游区	239
任务四：海南旅游区	244
项目六：西南岩溶巴蜀风光高原探险民俗旅游区	250
任务一：概 述	250
任务二：云南旅游区	255
任务三：贵州旅游区	260
任务四：广西旅游区	264
任务五：重庆旅游区	269
任务六：四川旅游区	273
任务七：青海旅游区	285
任务八：西藏旅游区	288
项目七：蒙宁新甘风沙草原景观古迹民族特色旅游区	296
任务一：概 述	296



任务二：内蒙古旅游区	299
任务三：宁夏旅游区	303
任务四：新疆旅游区	306
任务五：甘肃旅游区	310
项目八：东北冰雪景观运动避暑旅游区	314
任务一：概 述	314
任务二：辽宁旅游区	317
任务三：吉林旅游区	323
任务四：黑龙江旅游区	327

模块五 实 训

实训项目一：中国著名景观类旅游资源美感鉴赏	334
实训项目二：盱眙铁山寺国家森林公园实地考察	335
实训项目三：设计中国历史文化古迹类旅游专线	336
实训项目四：盱眙景点美食骑行一日游	337
实训项目五：旅游资源开发与保护案例分析	338
实训项目六：设计导游词	340

绪 论

导 读

旅游业具有“无烟产业”和“永远的朝阳产业”的美称，它已经和石油业、汽车业并列为世界三大产业。中国是世界上旅游资源最为丰富的国家，改革开放以来，中国政府通过对旅游市场供需变化的合理分析和调控，大力合理规划和开发国内旅游资源，使中国的旅游业有了快速的发展。

旅游与地理环境息息相关，了解旅游地理学和中国旅游地理学的有关知识，掌握中国各地旅游资源特色和旅游业发展基本情况，是旅游专业人员的基本素质。



◎ 知识目标

1. 掌握旅游地理学的概念;
2. 了解旅游学与地理学的关系;
3. 掌握中国旅游地理的基本知识体系;
4. 了解中国旅游地理学的发展情况。

◎ 能力目标

1. 丰富学生的旅游地理学知识, 开阔眼界;
2. 提高学生知识储备, 为就业奠定基础;
3. 对学生进行爱国主义教育, 提高学生的民族自豪感, 激发其热爱祖国大好河山的真挚情感。

◎ 素质目标

1. 培养学生对中国旅游地理知识的兴趣;
2. 培养学生协作学习、探究学习能力;
3. 培养学生理解能力、创新思维能力;
4. 理论与实践相结合, 提高学生实践能力。

一、旅游地理学与旅游地理

旅游地理学 (Geography of Tourism) 是地理学的分支学科, 是研究人类旅行游览与地理环境关系的学科。旅游地理学不仅同地理学的许多分支学科关系密切, 而且与社会学、民俗学、考古学、历史学、建筑学、园林学、经济学彼此渗透, 因此它又是一门边缘学科。

旅游地理是在旅游地理学理论的指导下对某一特定区域内旅游事实的记述和分析, 以叙述说明的方式对自然旅游资源、人文旅游资源及其他旅游资源进行阐述。

从旅游院校的培养目标考虑, 学生更需要掌握旅游地理方面的知识, 当然不能脱离旅游地理学基础理论的指导。

二、旅游与地理的关系

旅游是人们在闲暇时间离开居住地或工作地, 暂时地、短期地到另外一个地方进行的以娱乐消遣、休闲度假或文化需要为主要目的的游憩活动, 也是人类在一定地理环境中进行的一种特殊活动。这种活动与地理环境有着深刻而广泛的联系, 旅游地理学就是基于旅游与地理环境之间的特殊关系, 以及地理学对旅游研究、旅游业发展的重要作用和意义而逐步产生和发展起来的。

(一) 旅游与地理环境

人类旅游活动由来已久。无论是古代社会帝王巡游天下、文人漫游山水、高僧云游四海等少数人有限的特殊旅游活动, 还是当今社会人们涌向海滩、投身田园、行走都市的规模化大众旅游活动, 无不以旅游者在地理环境中的空间流动为基础。旅游活动的异地性和



空间流动性,是其区别于其他休闲活动最根本的特征,也决定了旅游与人文及地理环境的紧密联系。

旅游包含旅游主体(旅游者)、旅游客体(旅游资源)以及旅游媒体(旅游业)三大要素。旅游活动,都是紧密围绕旅游资源展开的,在整个旅游系统和旅游活动的全过程中,地理环境为旅游活动提供载体,没有一定的地理环境,旅游活动就无法顺利展开。

1. 地理环境是旅游资源的组成部分,是旅游资源存在的物质基础

地理环境包括自然地理环境和人文地理环境两个方面。自然地理环境由各地的地形地貌、气象气候、水文水体、生物植被等自然要素所构成;人文地理环境则是在各地自然环境基础上,由人类社会经济发展过程中所形成的各地历史文化背景、经济活动、民风民俗和城乡风貌等人文要素构成。其中,奇异优美的自然景观,舒适宜人的气候条件,特殊罕见的生态环境,异国他乡的民族风情,风格迥异的建筑景观,以及丰富多彩的经济文化活动,都可作为吸引旅游者开展旅游活动的场所和对象。显然,地理环境中具有观赏价值、科学价值、历史价值的自然景观和人文景观构成了旅游资源的重要组成部分。一方面,自然环境是人们开展旅游活动的基本场所和对象,因此被称为“旅游的第一环境”。另一方面,千差万别的旅游资源总是存在于一定的地理环境之中,丰富多彩的旅游资源总是源于复杂多样的地理环境。因此,旅游资源与地理环境密不可分。

2. 地理环境的地域差异性旅游需求产生的重要原因

各地自然与人文环境的地域差异性地理环境最基本、最突出的特征。旅游者(客源市场)的流向、规模及其行为特征,都有着深刻的地理背景,各地地理环境的差异性和丰富性与人类各自居住环境的局限性和单调性,激发了人类最本能的内在心理需求——对异地地理环境的好奇心和探索欲,从而导致人们旅游需求的产生。一般来说,两地间地理环境的差异性越大,对旅游活动的外在驱动力就越强。在不同国家和地区之间,不同民族聚居地之间,不同气候带之间,沿海与内陆之间,都市与乡村之间……由于地理环境的巨大差异,容易产生较大规模的旅游流动。

3. 地理环境影响着旅游业的发展乃至旅游活动的全过程

在旅游体系中,旅游媒体即旅游产业的发展受制于与地理环境密切相关的本地旅游资源和外在客源市场,还受制于本地及整个旅游系统的各种经济地理条件,如旅游客源地与目的地之间的空间距离、内外交通条件、旅游目的地的接待条件、旅游政策条件等。较远的空间距离、较长的时间距离和较高的经济距离,落后的旅游交通和接待条件,突发或频发的自然灾害以及不利的政治环境(如社会动荡)等,都可能成为旅游者通往旅游目的地和旅游业发展的障碍。而任何旅游活动的进行,都必定要与旅游系统所处的自然、人文地理环境发生空间摩擦并克服其中的地理障碍,由此就决定了任何旅游活动的产生和实现,都必定要受到旅游目的地、旅游客源地、旅游通道这三种地理环境的影响与制约。而以“游”和“娱”为核心和导向,包括吃、住、行、购等多种生活要素在内的现代旅游活动,其突出的综合性、流动性及规模化发展特征,更加深了旅游活动与地理环境之间的相互作用



用关系。

4. 旅游活动影响和改变着地理环境

旅游活动是一种综合性很强的人类社会地理空间活动，它受制于地理环境的同时也影响着地理环境的方方面面，如自然、经济、社会和文化等。这种影响更多地表现为对旅游目的地地理环境的影响，而且这种影响与旅游活动的规模大小、频繁程度和科学管理水平有着十分密切的关系。一般来说，对自然环境而言，旅游活动会促进和刺激旅游地自然资源及其环境的保护，但也可能导致对该地野生动植物、水、大气等自然要素和生态环境的污染和破坏；对经济发展而言，旅游活动会促进旅游地的经济发展和带动劳动就业，同时也可能造成该地通货膨胀、地价上涨、经济脆弱；对社会文化而言，旅游活动可促进落后地区开放意识、经济意识的增强和人们文化水平的提高，但也可能带来不良社会风气、地方特色丧失、传统文化虚假化等问题。这些正面或负面的影响正随着现代旅游业的快速发展而日渐强烈。为了保障旅游业的可持续发展，全面分析和研究旅游活动对旅游地理环境的影响，寻求消减其负面影响的途径和措施，是旅游地理学一项重要而有意义的研究内容。

(二) 旅游学和地理学

旅游学是一门研究人类活动与地理环境相互关系的科学。旅游作为人们的一种暂时性空间置换生活，在一定时空上的角色转换过程，正是人类同赖以生存的地理环境之间愈来愈重要的相互作用形式。以旅游客源地、旅游目的地和联系这两者的旅游通道为主体构成的旅游系统首先是一个空间系统。客源地地理环境与目的地地理环境的空间相互作用，是旅游最基本的特征和成因。两种不同特色的地理环境可相互构成旅游客源地和目的地，而两地之间相互作用的程度可能又与两地间（旅游通道）的空间距离、地理障碍、交通条件有关。作为包含吃、住、行、游、购、娱等要素的综合性、规模化现代大众旅游活动，既要受到旅游系统中不同地理环境的全方位制约，又要对这个系统中的地理环境产生多方面的影响。可以说，旅游的复杂性表现于一定的地理环境之中。就构成现代社会旅游活动的三大基本要素而言：旅游者（旅游主体）的产出、流向、规模及其行为特征，都有其旅游系统的深刻地理背景；旅游资源（旅游客体）的形成、价值和开发条件更是直接受旅游系统，尤其是当地地理环境的制约；而旅游产业（旅游媒介）的发展状况，不仅受制于本地旅游资源和外在客源市场，还受制于本地及整个旅游系统的各种经济地理条件。

因此，从旅游者的角度看，通过旅游可以获得丰富的地理知识，而地理知识的丰富，又具有指导旅游的重要意义；从旅游研究的角度看，“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门无助于研究旅游现象”。在古代，人们主要通过旅游来积累地理知识。13世纪末期意大利的马可·波罗长途跋涉，历时3年半来到中国，20余年后又回到故乡威尼斯，由此写成一部“世界奇异书”《马可·波罗游记》，成为世界闻名的大旅行家。中国明代旅行家和地理学家徐弘祖，历时34年，游遍祖国名山大川，著成传世之地理著作《徐霞客游记》。在近现代，随着旅行社的诞生、组团旅游的发展，西方地理学者不仅利用自己掌握的地理知识和区域研究成果，积极撰写导游材料和旅行指南等，并成为最早涉猎



旅游研究领域的主角，旅游地理学也应运而生。在当代，旅游地理学已成为旅游研究领域的一支重要生力军，当今国际上知名的旅游学者中，就有不少以旅游的地理研究见长。

三、中国旅游地理学的发展

旅游地理学是随着现代旅游业的发展而兴起的一门新学科。但是，旅游行为的出现，却并非从现代才开始的，它甚至可以上溯到人类文明的早期。

《山海经》是载有中国各地山川风物与古迹的典籍，书中指出山有“游乐之山”和“游戏之山”之别。《论语》一书也记载了孔子周游列国，观礼、观风，游览名山大川的情况，并总结出高山与流水的不同美学效果。西汉伟大的史学家、旅行家司马迁，在 20 余年间，行程万里，足迹遍长城内外、大江南北，“纵观山川形势，考察风光，访问古迹，采集传说”，撰写传世名著《史记》，其中的《货殖列传》可看成最早的中国旅游地理记述专篇。北魏地理学家酈道元，一生考山探水，撰写成描述祖国河川及沿岸地形和风物为主，内容广博的综合性地理名著《水经注》。元代汪大渊《岛夷志略》，明代马欢《瀛涯胜览》、费信《星槎胜览》等叙述了南洋、南亚、东南亚许多国家的见闻。明末徐弘祖的《徐霞客游记》对许多著名山川进行了具体生动的描写，尤其对岩溶地貌的考察和研究被公认为世界在这方面研究的鼻祖。中国在地图编绘方面也有悠久的历史。马王堆出土的前汉地图具有较高的水平，晋代司马裴秀总结出“绘图六体”，唐代已经出现了长安风景名胜导游图册。古人也早已注意到旅游的经济效益，范仲淹任杭州太守时，曾利用兴办游乐事业以解决江浙一带的饥荒问题，并认为“荒政之施，莫此为大”。

现代旅游地理学专著出现于 20 世纪 20 年代。20 世纪 30 年代中国学者便发表了关于风景区的文章。中国系统开展旅游地理学研究是从 1979 年年底中国科学院地理研究所组建旅游地理学科组开始的。中国关于旅游地理学的研究起步虽然较晚，但发展迅速。由于现实的需要，不仅原来从事地理学研究的专家投入这一工作，而且许多相关学科的专家学者也纷纷致力于此。许多学科的仁人志士已进行了大量有关工作，特别是在旅游资源规划开发和旅游地理学教学方面。有关旅游地理学的论文在期刊上所占比重大，其中以有关旅游开发的文章数量最多；多部专著和译著陆续面世。有关院校开设了旅游地理课程，还培养了旅游地理学方面的硕士和博士研究生。

模块一 旅游地理与旅游资源概述

导 读

中国是具有五千多年发展历史的文明古国，是世界上旅游活动兴起最早的国家之一。中国的旅游活动源远流长，当代中国的旅游业是对具有悠久历史传统的中国旅游业的继承和发展，是在现代物质文明和精神文明的基础上，充分利用文化历史、自然风光、民族民俗等资源，大力发扬中国各族人民热情好客的优秀品质和良好的服务精神，为扩大中国人民和世界各国人民的友好交往和友谊，为满足人民群众日益增长的物质文化生活需要而发展起来的。



项目一：中国旅游资源概述

◎ 知识目标

1. 掌握旅游资源的概念和基本分类；
2. 熟悉旅游资源的性质；
3. 熟悉中国旅游资源的基本特征；
4. 了解中国旅游资源形成的地理背景。

◎ 能力目标

1. 掌握中国主要旅游资源的地理分布和特点，并能在空白地图上填出；
2. 能够综合分析中国旅游资源的主要类别与代表性景观的内在联系；
3. 能根据自然和人文旅游资源的特点进行导游讲解。

◎ 素质目标

1. 培养学生对中国旅游资源知识学习的兴趣；
2. 培养学生对中国旅游资源的热爱和保护责任；
3. 培养和提升学生的导游讲解水平。

任务一：旅游资源概述

【任务描述】

旅游资源是旅游业发展的前提和基础。世界各国在经度、纬度、区位上都有着各种各样的差异，不同区域具有不同的地理环境特征，不同的地理环境中孕育形成了不同类型、各具特色的旅游资源。因此，旅游资源在类型、性质及特点等方面有着很大的差异。作为旅游从业者，应了解、掌握旅游资源的基本概念、形成原因、资源分类和性质特点，为从事旅游业及未来职业发展奠定良好的知识基础。

【相关知识】

一、旅游资源的概念

旅游资源作为旅游活动的对象，是一国、一地区发展旅游业最基本的前提。《中国旅游资源普查规范》将旅游资源定义为“自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力，可



以为旅游业开发利用，并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素”。

中国使用的“旅游资源”这一概念，是具有特殊含义的资源概念，基本等同于西方旅游界普遍使用的“Tourism Attraction”（可译为“旅游吸引物”或“旅游吸引因素”）这一专用术语的含义。旅游资源作为旅游吸引因素，可以是天然的，也可以是人造的；可以有形的，也可以是无形的；可以是具象的，也可以是抽象的；可以是真实的，也可以是虚构的。如除自然景观、历史遗迹外，一个地方的人造景观、娱乐场所、会议设施、商贸与节庆活动、特殊技艺的操作表演、神话传说以及“社会新貌”“都市风光”之类的抽象概念，均可成为吸引旅游者的旅游资源。

旅游资源与一般旅游资源含义的共同点在于“可利用性”。作为旅游资源的旅游吸引因素必须能为旅游业所利用，并产生相应的效益。现实条件下就能利用的旅游吸引因素是现实的旅游资源；在明确预见的将来能利用的旅游吸引因素，则是潜在的旅游资源。

二、旅游资源的分类

旅游资源的范畴极其广泛，以至于在现代社会很难找出某一类绝对不可能被用作旅游资源的事物和现象。中国旅游资源量大分布广，开发价值和潜力巨大。根据旅游研究及旅游开发的实际需要，可将旅游资源作不同的分类。

（1）按旅游资源的成因性质，可将旅游资源分为自然旅游资源和人文旅游资源，这也是目前运用最多的旅游资源分类体系，即把自然地理环境中的旅游吸引因素归为自然旅游资源，人文地理环境中的旅游吸引因素归为人文旅游资源，然后再把这两大系列旅游资源作进一步细分。

自然旅游资源是指地球表面自然存在的各种自然地理要素，它从地球出现时就存在，并随着地表的自然变迁而变化。它是人文景观形成的物质基础。自然旅游资源分类如表1-1-1所示。

表 1-1-1 自然旅游资源分类

旅游资源	景观类型	基本类型
自然 旅游 资源	地文景观类	典型地质构造、标准地层剖面、生物化石点、自然灾变遗迹、名山、火山熔岩景观、蚀余景观、奇特与象形山石、沙（砾石）地、沙（砾石）滩、岛屿、洞穴、其他地文景观等
	水域风光类	风景河段、漂流河段、湖泊、瀑布、温泉、冰川、其他水域风光等
	生物景观类	森林、古树名木、奇花异草、草原、野生动物栖息地、其他生物景观等
	气候与天象类	避暑胜地、避寒胜地、云海、雾海、冰雪风景、树挂奇观、其他气候与天象景观等