

贵州旅游

廖善友○编著



贵州民族出版社

贵州旅游

廖善友 编著

贵州民族出版社

序

大自然赋予贵州许许多多奇峰异洞、清溪翠湖、激流飞瀑、古树密林以及宜人的气候，我们的祖先留给贵州丰富多彩的古朴民风、历史遗迹、地方特产和黔味佳肴，为贵州旅游业的发展提供了极为丰富的条件。

随着经济的持续发展，贵州旅游事业方兴未艾。景区景点不断开发，项目内容日新月异；交通通讯迅猛发展，宾馆饭店鳞次栉比；旅游商品琳琅满目；国内外宾客纷至沓来；创汇收入逐年递增，从业人员成千上万。

贵州“九五”计划和2010年远景目标纲要中，旅游资源被列为重点开发的四大资源之一，明确规定了旅游业的发展目标，要把贵州逐步建成一个旅游大省。

作者适应贵州旅游发展的需要，将多年从事旅游教学与研究积累的资料写成此书，从理论上分析旅游的实质和价值，全面而详细地介绍贵州旅游资源及其开发管理、发展前景。全书充满热爱家乡的爱国主义思想内容。是大、中专有关专业的一本好教材，是我省旅游开发者、管理者、导游者、服务者的一本实用参考书，也是旅游者的一本导游指南。此书的出版，是对贵州旅游事业的贡献。

方嗣昭

1996年11月18日

目 录

绪 论	(1)
第一节 旅 游	(1)
一、旅游的概念	(1)
二、旅游是隐形贸易	(2)
三、旅游是大众生活的需要	(2)
第二节 旅游在国民经济中的作用	(4)
一、创汇	(4)
二、货币回笼	(5)
三、发展旅游, 促进其他经济部门的发展	(7)
四、发展旅游, 提供更多的就业机会	(7)
第三节 贵州的旅游业	(13)
一、中国的旅游业	(13)
二、贵州的旅游业	(15)
第一章 贵州概述	(17)
第一节 贵州的由来	(18)
一、贵州的由来	(18)
二、贵州的人口与民族	(19)
第二节 贵州的城市	(22)
一、贵阳市	(22)
二、六盘水市	(28)
三、遵义市	(28)
四、安顺市	(29)

五、都匀市	(30)
六、凯里市	(30)
七、铜仁市	(31)
八、兴义市	(32)
九、赤水市	(32)
十、清镇市	(33)
第三节 贵州的气候与地貌特点	(33)
一、贵州的气候特点	(33)
二、贵州的地貌特点	(36)
第四节 贵州的河流、湖泊及泉水	(40)
一、河流	(40)
二、湖泊	(49)
三、泉	(51)
第二章 贵州的资源	(53)
第一节 贵州的生物资源	(53)
一、珍稀植物	(53)
二、珍稀动物	(54)
第二节 贵州的矿产资源	(55)
一、煤矿资源	(56)
二、磷矿资源	(58)
三、汞矿资源	(60)
四、锑矿资源	(61)
五、铝土矿资源	(62)
六、锰矿资源	(63)
七、黄金资源	(64)
第三章 贵州的民族与民族文化	(70)
第一节 苗族与苗族文化	(70)

一、苗族的由来	(70)
二、族源与族称	(75)
三、服饰、饮食、居住	(76)
四、婚姻、家庭、姓氏	(78)
五、节日	(81)
六、丧葬习俗	(85)
第二节 布依族与布依文化	(87)
一、族源与族称	(87)
二、饮食、服饰、居住	(88)
三、布依族的婚姻、丧葬习俗	(90)
四、布依族的节日	(93)
第三节 侗族与侗家文化	(95)
一、族称与族源	(95)
二、生活习俗	(97)
三、侗族风情	(98)
第四节 水族与水族文化	(105)
一、族源与族称	(105)
二、水族的饮食、服饰与居住	(106)
三、水族礼仪	(109)
四、婚姻、丧葬习俗	(110)
五、水族的节日	(114)
第五节 瑶族与瑶族文化	(115)
一、族源	(115)
二、族称	(116)
三、瑶族的饮食、居住、服饰	(116)
四、瑶族的婚姻、丧葬习俗	(117)
五、瑶族的节日、舞蹈	(125)
第六节 仡佬族与仡佬文化	(126)

一、族源与族称·····	(127)
二、仡佬族的饮食、服饰、居住·····	(127)
三、仡佬族的婚姻及丧葬习俗·····	(128)
四、仡佬族的节日·····	(131)
第七节 仡佬族风情 ·····	(132)
一、族源与族称·····	(132)
二、仡佬族风俗·····	(133)
第八节 宗教与宗教文化 ·····	(135)
一、佛教·····	(138)
二、道教·····	(143)
三、伊斯兰教·····	(146)
四、天主教·····	(148)
五、基督教·····	(148)
第四章 贵州的特产 ·····	(152)
第一节 贵州的名烟名酒 ·····	(152)
一、贵州的名烟·····	(152)
二、贵州的名酒·····	(152)
第二节 贵州的名贵中药材 ·····	(161)
一、贵州的名贵药用植物资源·····	(161)
二、贵州药用动物资源·····	(163)
第三节 贵州著名的工艺制品 ·····	(163)
一、贵州三宝·····	(163)
二、贵州其它工艺制品·····	(165)
第四节 贵州独特的物产 ·····	(169)
一、水果类·····	(169)
二、贵州名茶·····	(172)
三、贵州著名的土特产·····	(173)

四、黔中名菜·····	(178)
五、贵州风味小吃·····	(182)
第五章 贵州的旅游资源及其分布·····	(188)
第一节 贵州旅游资源形成的地理基础·····	(188)
一、贵州有较大的国土面积·····	(188)
二、复杂的自然条件·····	(189)
三、有利的古地理环境·····	(189)
第二节 贵州旅游资源形成的人文基础·····	(190)
一、悠久的历史·····	(190)
二、丰富的文化艺术遗产·····	(190)
三、多姿多彩的民族风情·····	(191)
第三节 贵州自然景观旅游资源·····	(191)
一、地貌旅游资源·····	(192)
二、水景旅游资源·····	(193)
三、生物景观旅游资源·····	(195)
第四节 贵州人文景观旅游资源·····	(196)
一、古人类遗址·····	(196)
二、古墓葬·····	(196)
三、寺庙·····	(198)
四、故居、纪念地和名人轶事·····	(199)
五、风土民情旅游资源·····	(199)
第五节 贵州旅游资源分区及旅游线路·····	(200)
一、贵州旅游资源分区·····	(200)
二、旅游线路·····	(200)
附一：贵州省省级文物保护单位名单·····	(201)
附二：贵州自然保护区·····	(205)
附三：贵州省风景名胜·····	(207)

第六章	黔中——高原风光旅游区	(210)
第一节	旅游环境.....	(210)
第二节	旅游发展方向.....	(212)
第三节	主要风景名胜.....	(212)
第七章	安顺——喀斯特景观旅游区	(235)
第一节	旅游环境.....	(235)
第二节	旅游发展方向.....	(237)
第三节	主要风景名胜.....	(238)
第八章	遵义——古迹·雄关风景旅游区 ...	(258)
第一节	旅游环境.....	(258)
第二节	旅游发展方向.....	(260)
第三节	主要风景名胜.....	(261)
第九章	黔东南——民族风情旅游区	(278)
第一节	旅游环境.....	(278)
第二节	旅游发展方向.....	(281)
第三节	主要风景名胜.....	(282)
第十章	黔南——山水风光旅游区	(312)
第一节	旅游环境.....	(312)
第二节	旅游发展方向.....	(315)
第三节	主要风景名胜.....	(316)
第十一章	铜仁——名山胜水旅游区	(330)
第一节	旅游环境.....	(330)
第二节	旅游发展方向.....	(333)
第三节	主要风景名胜.....	(334)
第十二章	黔西南——高山峡谷风景名胜 旅游区	(355)

第一节	旅游环境	(355)
第二节	旅游发展方向	(358)
第三节	主要风景名胜	(359)
第十三章 黔西北——高原名珠·地下		
	世界旅游区	(378)
第一节	旅游环境	(378)
第二节	旅游发展方向	(381)
第三节	主要风景名胜	(381)
第十四章 六盘水——寻古探幽旅游区		
第一节	旅游环境	(394)
第二节	旅游发展方向	(396)
第三节	主要风景名胜	(396)
第十五章 赤水——桫欏竹海自然景观		
	旅游区	(400)
第一节	旅游环境	(400)
第二节	旅游发展方向	(402)
第三节	主要风景名胜	(402)
附四：贵州各类旅行社及宾馆一览表		(406)

绪 论

旅游，是社会经济发展到一定阶段的必然产物，属第三产业。第二次世界大战结束以来的近 50 年间，蓬勃发展起来的旅游业，保持着旺盛的增长势头，持续不衰。当今世界旅游业的收入已超过钢铁、军火工业而仅次于石油、汽车工业，居第三位，成为令世人瞩目的新兴行业。

第一节 旅 游

一、旅游的概念

（旅游，是人们在闲暇时间所从事的游憩活动的一部分，它是在一定社会经济条件下产生的一种社会经济现象，是人类物质文化生活必不可少的有机组成。亦可表述为：旅游是非定居者出于和平目的的旅行和逗留而引起的各种现象和关系的总合，这些人不导致在旅游地点定居和就业。）旅游还可以理解为：旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总合，这些人不导致长期定居，并且不从事任何赚钱的活动。旅游的目的主要是在于休养、受教育，扩大知识面和交际，以改善某些关系，得到心理上的满足。

我国旅游总局教育司组织编写的《旅游直论》一书中给旅游下的定义是：“旅游是在一定的社会经济条件下产生的一种社会经济现象，是人们以游览为主要目的的非定居者的旅行和暂时居留引起的一切现象和关系的总合。”

二、旅游是隐形贸易

旅游是隐形贸易或称为无形贸易，这就是旅游的实质。

对于旅游者来讲，要参观、游览、休息、度假，就必须消费。通过吃、住、行、游、购物、娱乐来获得满足；而对于经营旅游业的企业来说，诸如旅行社、宾馆、饭店、航空公司、娱乐中心、各大商场等，为旅客服务就能取得收入。有消费就有收入，这种需求与供给的关系就形成了市场，¹⁾ 在市场中进行商品交换。假设一个美国朋友从纽约到贵州黄果树瀑布旅游，他在黄果树的吃、住、行、购等的花费，都相当于我国产品、劳务不出口就换回了外汇，这种旅游服务获得的盈利在某种程度上可以说更具有灵活性和直接性。

从旅游经济角度分析，旅游是旅游者在作空间的移动，流动就能形成交易的市场。

据统计资料表明：接待一个外国游客的收入，相当于出口 2 吨粮食、9 吨煤炭的价值。

三、旅游是大众生活的需要

旅游是人们的消闲活动。人们只有在吃饱、穿暖并有可自由支配的资金、更多的可自由支配的时间，有健康的体魄、浓厚的游兴，才能构成旅游。反之，如果温饱问题尚未解决，大谈旅游，那只能是纸上谈兵，很难为人们所接受。因此说，旅游是生产力发展到一定阶段而产生的社会经济现象。我国自改革开放以来，进一步解放生产力，经济增长以每年两位数的高速度向前发展，经济效益十分显著，国民经济上了几个台阶，极大丰富了人们的物质生活，“仓廩实而知旅游”，这就为外出旅游提供了物质条件；

1995年5月1日起开始实行的5天/周工作制，更为人们的旅游活动提供了条件。近年来，各种旅游团队及零散游客正日益增多。

旅游成为人们的必需亦是突出了现代旅游的最大特点——大众性或普及性。在现代社会中，人们的工作和生活的节奏明显加快，工作的紧张和单调、生活的枯燥、城市的噪音、街道的拥挤、夏天城市的“热岛效应”、冬天城市的“窄巷效应”，使人们的身心长期处于超压状态，不可避免地希望有机会放松，以便恢复体力，舒展精神。城里人想到郊外欣赏大自然风光，城外的人则想领略城市风情，这种“围城”现象也是旅游风行的助动力。

大众旅游兴起于本世纪60年代的欧洲，尤以英国、法国、瑞典最为典型，经过几十年的发展，旅游度假在人们生活中占据日益重要的比重，成为大众生活不可缺少的部分。

随着旅游进入千家万户，旅游业应运而生，旅游商品、旅游服务，成为大众的需求。恰如美国人福特采用先进技术使汽车从富有的象征，成为大众化的消费品一样，我们也应抓住旅游消费大众化这一时机，因地制宜，大力发展旅游事业，借以带动其他产业的发展。现今，贵阳市在全省旅游行业中所占比重已超过50%，旅游业被正式列入贵阳市社会经济发展计划，作为全市后续性、支柱型产业来扶持发展。

旅游是高层次领域的活动，它的发展趋势是从单一的观光、游览向综合性的经贸旅游、文化旅游、度假旅游方向发展。旅游在发达国家早已形成热潮，成为增长知识、提高自身地位的一件大事。因此，每年都有大量的国民出国旅游或在国内旅游。例如美国每年为国民出国旅游支出近100多亿美元，法国、德国每年约有58%的国民出国旅游，就连以保守著称于世的英国，亦有33%的国民出国旅游。

第二节 旅游在国民经济中的作用

旅游在国民经济中的作用，实质上是指旅游业在国民经济中的作用。

1945年5月8日，欧洲战争结束；1945年8月15日，日本宣布无条件投降，第二次世界大战正式结束。自此以后约50年间，整个世界局势基本处于相对稳定，仅局部地区存在小规模武装冲突。在这种相对和平安定的环境里，全世界人口大量增加，城市化进程有所加快，科技进步了、生产力发展了，经济增长较快，人们就业机会增多，生产、生活环境有了很大的改善。越来越多的人利用更多的闲暇时间参加到旅游的行列之中，旅游在各个国家均得到了不同程度的发展。

旅游是隐形贸易，具有投资少、见效快的特点，几十年来常盛不衰，从未发生过“经济危机”，据有关资料测算，到2000年时，旅游总收入将超过2万亿美元，这引起了各国政府的关注。旅游对国民经济的作用十分明显，充分表现在：

一、创汇

对于国际旅游，因游客使用的货币与接待国不一致，必须进行兑换。对于游客所属国来讲是货币支出，对于旅游接待国来讲则是货币收入。货币是具有一定含金量的，它代表着物质财富，货币流动意味着财富的转移。旅游实际上是带动物质财富从国内流出，注入到国外。1994年，我国旅游业创汇73.23亿美元，这表明其他国家向我国转移了相当于73.23亿美元的物质财富，1995年我国旅游创汇87亿美元，1996年我国旅游创汇102亿美元。我们拥有这些外汇，可以平衡外贸收支、弥补外贸赤字，或者直接购买国内急需的产品。旅游业这一朝阳产业，正在为我国的社会

主义现代化建设作出积极贡献。1994 年贵州旅游创汇超过 1000 万美元，这对于贵州进口急需设备起到了支持作用，弥补了外汇资金的不足。

旅游使许多国家获益，以 1990 年的旅游创汇为例：美国为 405.75 亿美元，法国为 216 亿美元，意大利为 197 亿美元，西班牙为 186.8 亿美元，英国为 149 亿美元，奥地利为 130 亿美元，德国为 106 亿美元，中国为 22.18 亿美元。

而象西班牙、奥地利、瑞士、意大利等国家，国内资源匮乏，对外的正常商品贸易存在巨额逆差。这些国家凭借适中的地理位置、优越的旅游资源，努力创造自己的优势产业，用旅游收入、侨汇收入和银行吸收的存款收入来弥补差额。在这些国家中，旅游业起到的作用是其他产业无法比拟的，也可以说，旅游业拯救了这些国家。

也有的国家把旅游业称为“无烟工业”、“无形出口”、“风景出口”、“阳光、空气和海水出口的事业”，通过发展旅游业来赚取外汇，用于支援国际贸易，弥补贸易逆差、平衡国际收支，发展旅游业是一种理想的、可行的、振兴经济的有效途径。

二、货币回笼

对国内旅游来讲，所取得的旅游收入被称为货币回笼。贵州省 1993 年旅游收入 3 亿元人民币，依靠旅游业，向社会回收了 3 亿人民币，这笔钱恰好相当于修建一条贵（阳）——黄（果树）高等级公路的资金。为贵州的建设，改变落后面貌起到了积极的作用。

任何一个国家都需要有计划地投放和回笼货币，以推动整个社会机制的正常运行。货币的投放量和回笼量大致有一定的比例，即货币投入社会，随之而来的是一定数量的货币回笼。流通的货币数量必须与流通的商品数量相适应，如果在商品投放量不变或

增加不大的情况下，社会上的流通货币过多，则会引起货币贬值、通货膨胀。随着人们手中货币量的不断增加，其购买需求也会相应提高。这种购买能力的增加对有限的商品市场构成威胁，即使人们将钱存入银行储蓄，但由于钱可以自由支取，这对市场来说仍是潜在的威胁。有效的商品供给不能增加，这种结余存款的数量愈大，潜在的威胁也愈大，所以，国家投放货币之后都要设法回笼货币。

回笼货币的方法主要有两种：①向市场投放相应数量的物质商品。②供应服务性消费品。

在国家的物质商品供应能力有限、一时难以扩大物质商品投放量的情况下，转移人们的购买倾向，鼓励人们多消费服务产品，通过旅游消费和娱乐消费来实现必要的货币回笼。

发展旅游业最明显的经济作用是增加旅游目的地的财富和经济收入。1994年贵州黄果树风景区旅游收入900多万元人民币；荔波漳江风景区旅游收入为500多万元人民币，这对当地的经济建设和发展起到了积极的推动作用。作为国内旅游消费来讲，旅游收入与支出对国家财富总量的增减并无影响，它只能引起地区的财富流动和重新分配，起到调节地区购买力的作用。

发展旅游业，无论是国际旅游或是国内旅游，都可以增加国家税收。税收是为国家提供“公共产品”的资金来源，没有足够的财政收入，国家便无法行使其政府职能。国家的旅游税收目前主要来自两个方面：一是从国际旅游中获得的税收，包括入境签证费、出入境时交付的商品海关税、机场税和护照税等等；另一方面来自旅游业的各有关营业部门，包括各旅游企业的营业税和所得税等；再者是旅游业通过自身形象的树立，带动其他经济部门的发展，这些相关部门扩大业务量，提高了经济效益，在某种意义上也可以看作是旅游增加了国家的税款。