



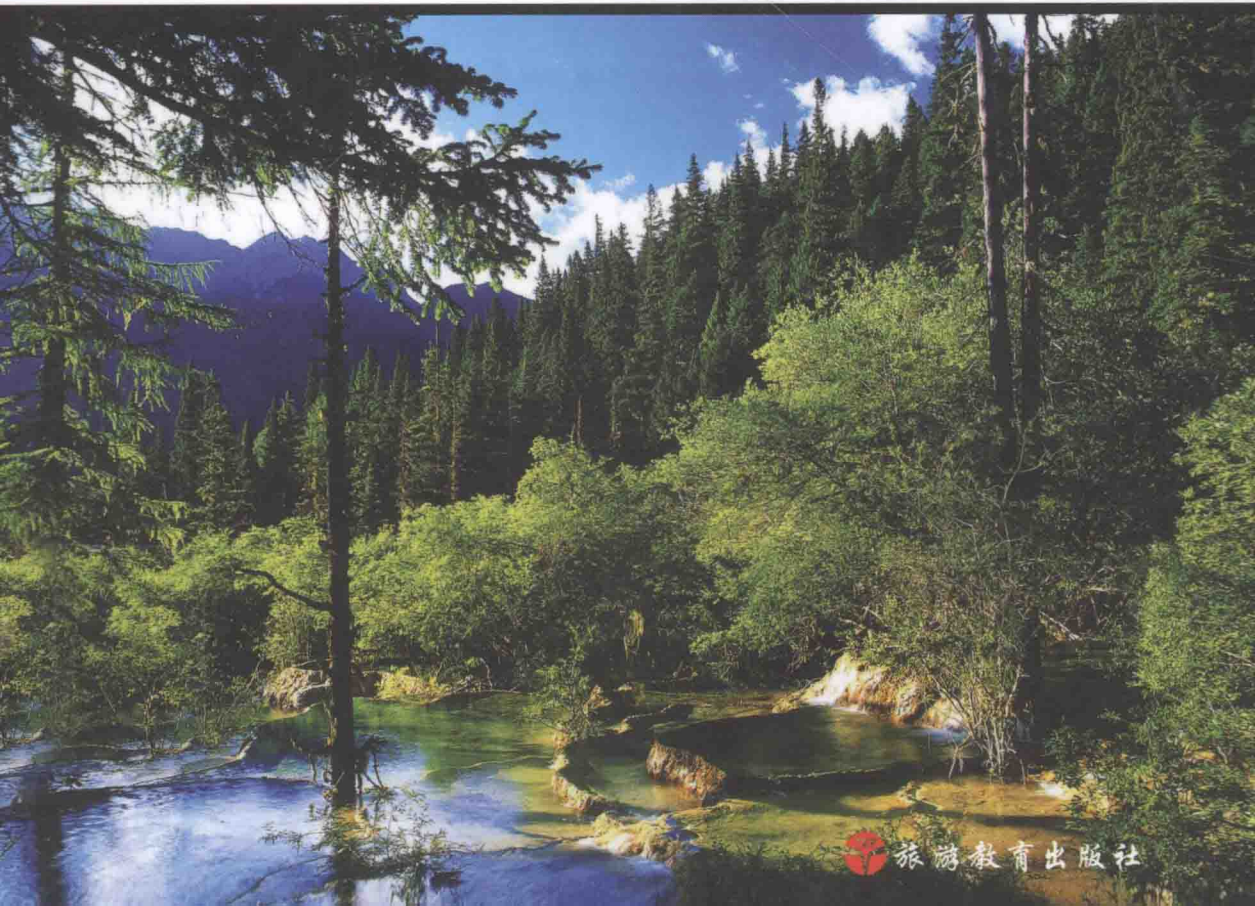
新编高职高专旅游管理类专业规划教材

谢彦君 总主编

ZHONGGUO LÜYOU DILI

中国旅游地理

李清霞 主 编



旅游教育出版社



新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

ZHONGGUO LÜYOU DILI

中国旅游地理

李清霞 主 编

责任编辑:孙延旭

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理/李清霞主编. —北京:旅游教育出版社,2012.9

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2461 - 1

I. ①中… II. ①李… III. ①旅游地理学—中国—高等职业教育—教材
IV. ①F592.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 176828 号

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

谢彦君 总主编

中国旅游地理

李清霞 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	21.5
字 数	341 千字
版 次	2012 年 9 月第 1 版
印 次	2012 年 9 月第 1 次印刷
定 价	36.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)



经过将近三年的策划与组织,旅游教育出版社的“新编高职高专旅游管理类专业规划教材”终于要整体付梓印行了。本套丛书不管是在编写宗旨的确立还是在撰著者的遴选方面,都经历了一个较为严谨而细致的过程,这也为保证丛书的质量奠定了一个良好的基础。

中国的高等旅游教育和旅游产业发展,已经度过了三十多个春秋。从20世纪70年代末的筚路蓝缕到今天已蔚为大观的局面,这当中包含了几代学人和业者共同努力、共同创业的艰辛。在今天看来,尽管在这个知识和行业共同体中曾经并依然存在着观点、思想和认识上的碰撞和摩擦,但一路前行的步伐却始终没有停止过。这也是中国旅游教育界、旅游产业界呈现于世人的最令人鼓舞的风貌和景观。

在整个高等旅游教育体系中,职业教育的发展,只是在最近的十几年中才真正被政府纳入到大力发展的战略框架当中,并在今天形成了占据旅游高等教育半壁江山的势头。如果站在整个旅游高等教育的视野来审视旅游职业教育和普通教育在整个旅游高等教育中的局面,大家会有一个基本的共识:旅游高等职业教育在人才培养方面,无疑更加体现了专业细分、供需对接、学为所用的人才培养效率和效果,并不像旅游本科教育那样,每年的毕业生有70%以上流入其他行业或领域,从而造成社会教育资源的极大浪费。这个问题学界多有认识、阐述和呼吁,并一致认为,其根源在一定程度上是由本科专业目录管理过于僵化的行政机制所造成。值得欣慰的是,最新的本科专业目录调整方案中,已经增设了饭店管理专业,这一举措借鉴了旅游专业高等职业教育按照旅游大类进行专业细化的成功方面,昭示了旅游大类下设专业(二级学科)进一步有限度细化的趋势。

不过,尽管旅游专业的高等职业教育有其成功的地方,但也不是没有问题。在专业格局有了科学摆布的前提下,人才培养的质量就取决于具体的人才培养方案了。在这当中,各个学校所拥有的教学资源、师资队伍、教材、教学法等方面的准备,就成为关键的教育因素。如果仔细盘点目前我国旅游专业高等职业教育在这一方面的家底,其实还很不容乐观。在我看来,由于我们对职业教育在认识上还不够成熟,准备上还不够充分,操作上还有待完善,加之旅游职业教育向来多以接待服务为教育的主体内容,缺乏硬技术、高门槛,因此,中国的旅游职业教育,依然显得离岗位培训距离不远、差异不大。在知识体系和职业技能的衔接方面,始终没有找到最好的途径和策略。因此,旅游职业教育在培养人的职业深度发展空间方面,始终有浅薄无力的缺欠。这是一个需要警觉,同时也是一个需要时间才能加以解决的问题。

旅游教育出版社在策划本套丛书的初期,就曾意识到这个问题,并有努力解决这一问题的想法。在本套丛书的书目确定、作者遴选、写作宗旨的厘定等方面,都试图对上述问题作出回应。从各位作者所做的努力来看,本套丛书还是在一定程度上解决了这个问题。整套丛书中,不乏在这方面做得很好的,也有在其他方面展现了充分特色的著作。因此,希望本套丛书的面世能够给旅游职业教育提供一套比较适用的教材资源。

本套丛书的作者都来自职业教育工作的教学与科研第一线,他们在各自所长的学科领域也都多有建树。作为本丛书的主编,我十分感谢他们在编写过程中所作出的巨大努力以及展现出来的合作与奉献精神。

由于水平所限,加之本人对旅游职业教育的理解缺乏深度,因此,本套丛书还是会存在总体架构、基本思想和具体编写工作方面的诸多不足甚至错谬。希望广大读者和其他人士对本书的缺欠不吝赐教,以图再版时予以修正,避免贻误学生。

是为序。

谢彦君

2011年7月22日于灵水湖畔

前言

中国旅游地理是一门集知识性和理论性为一体的学科,对旅游者和旅游从业人员来讲,都是非常重要的一门学问。本书在校级精品课的基础上,总结了编者十几年从事高职高专《中国旅游地理》积累的教学经验,参阅了大量相关教材、著作,精心编写而成。

本书1~3章为总论性内容,是后面各具体章节内容的统帅和理论方法指导。首先简要介绍了旅游地理和中国旅游地理的基本理论、方法,强调旅游地理的空间性及以区域差异分析为主的研究学习方法,重点介绍了学习旅游地理的特殊方法和工具——旅游地图;旅游资源是旅游地理的核心内容,本书重点介绍了旅游资源的类型及中国主要旅游资源;区域旅游地理差异主要体现在旅游区划方案的制订上,其中旅游区划的任务和原则等是学习旅游分区的理论指导。

4~14章将全国按照地理区位、旅游资源的相似性和旅游活动组织的便利性,分为11个旅游大区,形成由旅游大区—旅游省/市—旅游区构成的三级旅游区划,各级旅游区的内容组织,均以区位、旅游资源特点和旅游线路为框架,体现了中国旅游地理的地理学特性。

在编写本书的过程中,主要考虑以下几点因素:

1. 内容的取舍

中国旅游地理这门学科既有比较杂的理论内容,也有广泛的知识性。如何兼顾理论性和知识性的统一,使教材既不流于一般景区、点等知识性资料的堆积,又有一定的理论主线将相关的知识内容贯穿起来,是中国旅游地理教材编写不可回避的问题。为此,总论在旅游地理系统的空间要素框架内,重点选择了旅游资源和旅游区划两部分内容,而区域部分则以地理学的方法论为指导,形成由区位、区域差异(区域旅游资源特点)和区域联系(区域旅游线路)组成的内容架构。

2. 内容的针对性

使教材内容适合高职高专层次学生的学习,考虑以职业岗位能力要求为出发点,确定教材内容。高职高专旅游管理专业学生可能就业的职业岗位如旅行社的

导游、计调,旅游集散中心的咨询岗位等,这些岗位需要具有比较全面的旅游资源(景区、点)的信息及旅游线路设计的能力。教材内容的安排,侧重于这些能力的提升。比如,关于中国旅游资源,舍去了关于旅游资源的调查、评价和开发等内容,仅介绍了旅游资源的含义、性质和类型,这些知识基本可以满足高职高专学生了解中国丰富多样旅游资源的需要。

3. 内容的时代性

随着旅游的快速发展,中国各地区旅游业发展非常迅速。在编写教材过程中,注意将一些最新的变化,反映在教材中。

4. 学生的学习基础

在多年的教学过程中,编者发现高职高专学生普遍存在对中国各省区地理知识掌握比较薄弱的现象,尤其是地理空间方位概念比较弱,在授课过程中,往往需要先补充关于各省区的大量自然地理或人文历史地理背景知识。为此,教材在分区部分,以拓展知识的形式,补充了各省区的相关地理知识。受教材篇幅、制图等因素限制,大量地图无法充实到教材中去。建议在学习过程中,选用必要的《中国旅游地理册》配合教材应用,学习效果更好。

5. 职业技能的训练

主要体现在章后练习题的设计方面。尤其是一些实训题目,需要学生亲自参与资料的收集、讨论、演示,通过这些训练,可以提升学生的职业技能。

本书主要分工如下:中州大学李清霞老师负责大纲的拟定、地图及表格制作、全书统稿工作,同时编写了第一、二、三、四、七、八和十一章,中州大学郭柳剑老师编写了第五、六章,赵鑫老师负责编写了第九、十、十二、十三和十四章。

编写过程中,得到河南省旅游局有关专家的指导,在此表示感谢。由于编者能力有限,不足之处在所难免,敬请各位专家和同仁赐教。

编者

2012年6月6日

新编高职高专旅游管理类专业 规划教材编委会

主 任 谢彦君

委 员 (按音序排列)

狄保荣 韩玉灵 计金标

姜文宏 罗兹柏 王昆欣

张广海 张新南 朱承强

目 录

第一章 中国旅游地理概述	1
第一节 旅游地理学概述	1
第二节 中国旅游地理概述	8
第三节 旅游地图简介	11
第二章 中国旅游资源	19
第一节 旅游资源概述	19
第二节 中国自然旅游资源	36
第三节 中国人文旅游资源	50
第三章 中国旅游区划	74
第一节 旅游区划的基本常识	74
第二节 中国旅游区划方案	76
第四章 东北旅游大区	85
第一节 东北旅游大区旅游地理	85
第二节 黑龙江旅游地理	90
第三节 吉林旅游地理	96
第四节 辽宁旅游地理	102
第五章 京畿旅游大区	109
第一节 京畿旅游大区旅游地理	109
第二节 北京旅游地理	113
第三节 天津旅游地理	119
第四节 河北旅游地理	123

第六章 黄河中下游旅游大区	130
第一节 黄河中下游旅游大区旅游地理	130
第二节 山东旅游地理	135
第三节 山西旅游地理	140
第四节 河南旅游地理	147
第五节 陕西旅游地理	156
第七章 华东旅游大区	165
第一节 华东旅游大区旅游地理	165
第二节 上海旅游地理	170
第三节 江苏旅游地理	174
第四节 浙江旅游地理	179
第五节 安徽旅游地理	186
第八章 长江中上游旅游大区	192
第一节 长江中上游旅游大区旅游地理	192
第二节 四川旅游地理	196
第三节 重庆旅游地理	202
第四节 湖北旅游地理	206
第五节 湖南旅游地理	211
第六节 江西旅游地理	216
第九章 华南旅游大区	223
第一节 华南旅游大区旅游地理	223
第二节 福建旅游地理	227
第三节 广东旅游地理	234
第四节 海南旅游地理	241
第十章 港澳台旅游大区	247
第一节 港澳台旅游大区旅游地理	247
第二节 台湾旅游地理	250
第三节 香港旅游地理	256
第四节 澳门旅游地理	260

第十一章 西南旅游大区	265
第一节 西南旅游大区旅游地理	265
第二节 云南旅游地理	268
第三节 贵州旅游地理	276
第四节 广西旅游地理	281
第十二章 青藏高原旅游大区	287
第一节 青藏高原旅游大区旅游地理	287
第二节 青海旅游地理	291
第三节 西藏旅游地理	296
第十三章 西北旅游大区	303
第一节 西北旅游大区旅游地理	303
第二节 宁夏旅游地理	307
第三节 甘肃旅游地理	310
第四节 新疆旅游地理	315
第十四章 内蒙古草原旅游大区	323
第一节 内蒙古草原旅游大区旅游地理	323
第二节 各旅游区旅游地理	327
主要参考文献	333

引言

中国旅游地理是将旅游地理(学)相关理论和知识应用于中国这一特定区域空间的一门融知识性、理论性为一体的学科,属于区域地理学的一门分支。因此,了解旅游地理(学)的研究对象、理论体系、研究内容等基本学科知识,有助于我们对中国旅游地理知识体系的学习和总体把握。

学习目标

- 认识旅游和旅游地理系统,理解旅游地理的研究对象,了解旅游地理的研究内容,掌握中国旅游地理的重点学习内容。
- 掌握中国旅游地理观念和学习方法。
- 熟悉各类旅游地图,并掌握应用旅游地图技能。

第一节 旅游地理学概述

一、旅游地理学的研究对象、学科性质

(一) 旅游与地理环境的关系

1. 旅游

旅游是人们外出旅行进行的游览观光活动。这种活动由来已久,但成为学科研究的对象,是随着现代旅游活动及旅游业的迅猛发展而成为一个重要社会现象之后的事情,不过短短一百年的时间。所以至今没有关于旅游的确切定义,国际上较公认的是爱斯特(AIEST)定义:“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和。这些人不会导致长期定居,且不牵涉任何赚钱的活动。”

从性质上看,旅游是一项以不同地域之间的人员流动为特征,涉及经济、文化、政治等方面的社会文化活动(李天元,2000)。从地理空间角度看,旅游表现为由三种空间形式——旅游客源地、旅游目的地和旅游通道构成的旅游地理模型(见图1-1),其中空间性和异地性是旅游的主要地理特性。

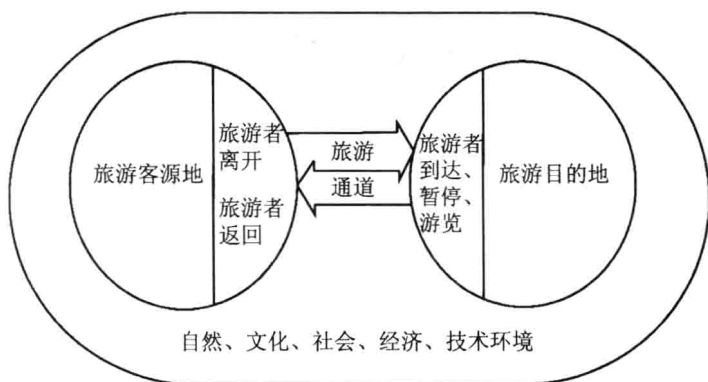


图 1-1 旅游地理模型

(转引自:保继刚,等. 旅游地理学. 北京:高等教育出版社,1993)



特别提示

旅游活动有广义和狭义之分。狭义指游人以游览观光为主要目的所从事的各种活动。广义指与旅游有关的各种活动,既包括游人的游览活动,也包括旅游开发者所从事的开发活动、旅游经营者从事的经营活动和旅游管理部门从事的管理活动。



拓展知识

爱斯特(AIEST)指旅游科学专家国际联合会,上述定义是瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫(Hunziker and Krapf)于1942年在《普通旅游学纲要》中提出,后来被爱斯特于1981年采用,后称为爱斯特定义。

2. 旅游与地理环境的关系

任何活动都受所处地理环境的影响,没有哪种活动像旅游一样与地理环境之间存在这样天然的密切联系,这是由旅游的异地性、空间流动性决定的。

旅游与地理环境的影响是双向的,旅游受地理环境的制约,同时,地理环境对旅游具有反作用。这种双向的相互作用呈现出既相互促进又相互矛盾的两面性,并且体现在旅游地理系统的各个方面。

(1) 地理环境是旅游活动开展的基础。

①地理环境是旅游资源存在的地理基础。地球上的各种旅游资源都是在一定的自然地理环境和人文地理环境中孕育出的。不同的地貌景观、水体景观、气候类型和生物景观等自然旅游资源离不开所处大的地理环境背景的制约,比如:我国西南地区的岩溶景观,离开了西南地区广泛分布的石灰岩地貌和热带、亚热带的湿润气候,是不可能形成的。民族风情、历史遗迹、传统文化、建筑园林等人文旅游资源更是由区域独特的人文历史过程积淀而成的,比如:长城主要分布在我国的北方地区,这是由中央政权与北方游牧民族长期对峙的历史过程所决定的;而如果非要把傣族的泼水节放到北京,则很难让人接受。

②不同的地理环境条件影响旅游者的产生。旅游者之所以出游,既有内在的心理因素,也有外在的环境条件的影响。游客所处的经济地理环境、社会地理环境和文化地理环境对游客的出游影响较大。旅游是一定经济条件下的产物,地区的经济发展水平是一个重要的环境条件,事实上,经济发达地区是当今世界最主要的客源地。而游客所处环境的社会风气、文化特征也影响游客的出游心理,进而促进旅游者的产生。另外,游客所处地理环境与旅游目的地环境的差异性,是激发游客外出旅游的主要外部动力,其差异程度用地理梯度反映。地理差异大、梯度大,则对游客的出游驱动力大。不同地区之间、不同文化之间、不同的气候类型区之间、沿海和内陆之间,由于巨大的地理差异,往往出现大规模的旅游流。

③旅游业的发展也受地理环境的影响。旅游业是由与游客消费“食、住、行、游、购、娱”六要素对应的旅游餐饮业、旅游住宿业、旅游交通运输业、旅游景点游览业、旅游购物业、旅游娱乐业以及依托六大产业开展业务的旅行社业所构成。旅游系统所处地理环境的整体状况影响旅游业的发展,比如我国西部地区的旅游业,虽然有优越的旅游资源条件,但是由于目的地较弱的经济环境条件以及与客源市场的距离较远,因此至今相对于我国旅游总体发展水平仍然有一定差距。

(2) 旅游活动对地理环境的反作用。旅游者的旅游活动可能促进、也可能干扰自然地理环境和人文地理环境的进程。合理有效的旅游活动会促进自然的美化、环境的改善、经济发展和当地居民收入的提高等。比如:生态旅游的发展,自然保护区的建立确实起到了保护自然生态环境和野生动植物的作用。但一些不科学、不文明的旅游行为可能有意、无意中造成地质地貌景观的破坏、水体大气的污染、生物的非自然化改变、地方文化的异化、文物古迹的破坏、旅游目的地物价上涨等后果,也是不可避免的事实。



拓展知识

对于旅游业的认识,传统看法认为旅游业由“旅游饭店、旅游交通和旅行社”3

大支柱构成。目前主要观点有:

①世界旅游组织认为:从需求角度界定旅游业,将旅游业定义为由游客需求或旅行行为引起的产业集合,除了“食住行游购娱”之外,游客需要消费的其他产业中的部分,如邮电、通信、保险、金融、汽车维修,甚至旅游教育、政府部门由旅游带动的部分等,也属于旅游业的范围。

传统产业的界定是从生产角度定义的,即以同类技术、提供同一种产品作为划分产业的标准。上述旅游业并不提供同一种产品,也不以同类技术生产该产品,即在目前的产业分类体系中,旅游业实际上分散在各个相关产业部门中。

②按照目前我国旅游统计情况,旅游业包括与游客消费“食、住、行、游、购、娱”六要素对应的旅游餐饮业、旅游住宿业、旅游交通运输业、旅游景点游览业、旅游购物业、旅游娱乐业以及依托六大产业开展业务的旅行社业。

(二) 旅游地理学的研究对象

旅游地理学是在旅游活动及旅游业飞速发展的形势下,伴随着旅游学的发展及地理学在旅游实践领域的应用而兴起的。旅游学以旅游活动、旅游业为研究对象,涉及大量地理问题,而研究旅游现象中的地理问题是地理学的应用领域之一,所以旅游地理学应运而生。

旅游地理学是研究人类旅游活动与地理环境之间关系的学科。但具体的研究范围,学界的看法并不完全一致。主要有以下两种:

(1)与地理环境关系最密切的部分即作为旅游客体的旅游资源为主要研究范围(周凤杰,2003等)。

(2)以旅游系统(李永文,2004)或旅游地域系统(张林等,2007)为研究对象,研究范围包括旅游者、旅游资源和旅游业,侧重于旅游活动的作用机制、过程和空间组织(罗兹柏,2000)等问题研究。

(三) 旅游地理学的学科性质

1. 人文地理学科分支

地理学分为自然地理学和人文地理学。旅游地理学是从地理学角度研究旅游活动和旅游现象的,由于旅游活动本质上属于社会文化活动,故在地理学学科体系中,属于人文地理学的分支。

2. 交叉学科

旅游地理学是建立在地理学和旅游学两大学科体系上的边缘学科,其形成需要旅游学和地理学的理论支撑。同时,旅游现象的文化性、社会性和经济性的特性,也涉及大量的社会学、民族学、历史学、文学艺术、建筑学、园林学等知识。

3. 应用学科

我国旅游地理学的发展过程就是地理学不断参与旅游实践并在实践应用中不

断提升的过程。以旅游开发和规划为主要的实践应用内容,从旅游资源的开发、规划到旅游者、旅游市场研究,研究范围逐渐完善,在旅游资源调查和评价、开发和规划、旅游者行为规律、旅游可持续发展、旅游环境容量等方面取得了一定成果,研究内容逐渐完整。

二、旅游地理学的研究内容

从我国旅游地理学主要开拓者郭来喜先生在 1985 年提出八项旅游地理研究内容,到保继刚于 1993 年提出旅游地理的十项内容,旅游地理学的研究内容体系存在共同的特点,即主要内容是在解决旅游实际应用性问题的基础上总结出来的,各部分内容之间缺乏内在的理论联系。另外,对学科基础理论问题重视不够,同时学科研究技术工具的研究没有得到重视。



拓展知识

郭来喜的八项研究内容:旅游地起因及其产生的地理背景;旅游者的地域分布、移动规律与发展预测;旅游资源的类型和地域组合及其技术经济评价开发利用论证;旅游区(点)布局与建设规划;旅游区划与旅游地域组织体系;适合不同对象的旅游线路组织和方案设计;旅游与环境保护和污染防治对策;旅游业对地域经济综合体形成的作用与影响。

保继刚的十项研究内容:旅游产生的条件及其地理背景;旅游者行为规律;旅游流(旅游需求)预测;旅游通道;旅游资源评价;旅游地演化规律和重要旅游地研究;旅游环境容量;旅游区划;旅游开发的区域影响;旅游规划。

旅游地理学的研究内容应在考虑学科性质的基础上,将地理学、旅游学的理论与旅游实际需要相结合,不断发展完善。

地理学是研究作为人类生活空间的地球表层的学科(R. J. 约翰斯顿,2004)。着重研究地球表层自然和社会各因素的空间关系,探索它们相互联系、相互作用的规律性,探索地球表层的整体和各个区域的形态、结构、功能及其演变的规律性(胡兆亮,1994)。这种规律性主要体现在三个方面:地域分异规律、地域综合规律(区域空间关系、区域结构、区划等)和地域发展规律(人地关系发展、区域周期性规律等)。前两方面是关于空间维度分析,地域发展规律则侧重时间维度的探讨(见图 1-2)。

同时,由于地球表层空间要素的复杂性,地理学形成由自然地理学、人文地理学、经济地理学、区域地理学和地理学方法论五大学科构成的学科体系。这些学科中的理论方法理应成为旅游地理内容体系的组成成分。比如:将地理学方法论中的地图学应用于旅游领域形成旅游地理学中旅游地图。

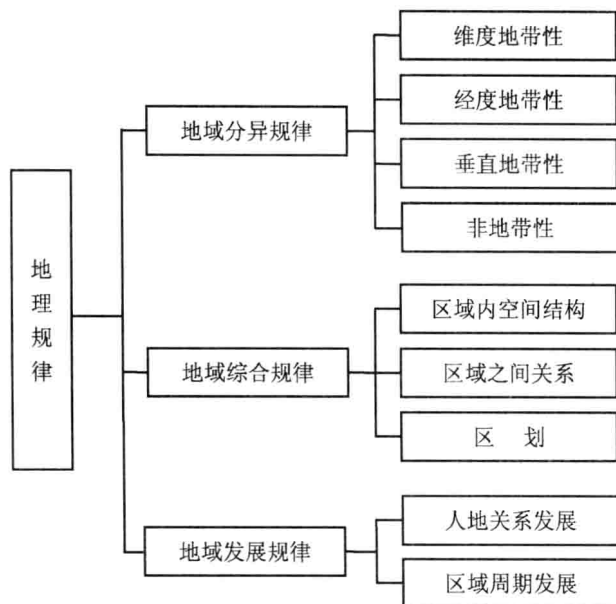


图 1-2 地理学基本规律

旅游作为一种社会性的经济现象,其发展离不开市场经济规律的制约,旅游供需理论也是旅游地理研究内容的一部分。刚恩提出的旅游功能系统模型抓住了旅游系统的经济本质关系,供给和需求的匹配是旅游系统最基本的结构,而供给系统则反映吸引物、服务、交通、促销和信息之间的相互依赖、共同作用,提供市场需求的旅游产品,体现出旅游产品组合性的特点(见图 1-3)。

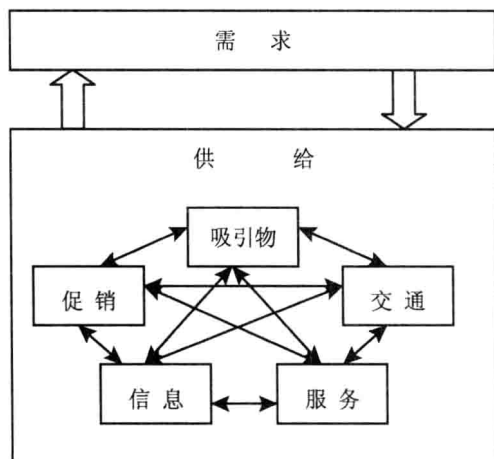


图 1-3 旅游功能系统模型

[引自:李文亮,翁瑾,杨开忠. 旅游系统模型比较研究. 旅游学刊,2005(2)]