

21 世纪高职高专新概念（财经类）系列教材

总主编 王宗湖

中国旅游地理

主编 王勇

副主编 李连慧 杨祖高

对外经济贸易大学出版社

摇(京)新登字 182 号

摇图书在版编目(CIP)数据

摇中国旅游地理/王勇主编. —北京:对外经济贸易大学出版社,2006

摇(21世纪高职高专新概念(财经类)系列教材)

摇ISBN 7-81078-698-9

摇 I. 中... 摇 II. 王... 摇 III. 旅游地理学 - 中国 - 高等学校:技术学校 - 教材 摇 IV. F592.99

摇中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 076779 号

©摇2006年摇对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有摇翻印必究

中国旅游地理

王摇勇摇主编

责任编辑:张摇宏

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街10号摇摇邮政编码:100029

邮购电话:010-64492338摇摇发行部电话:010-64492342

网址:<http://www.uibep.com>摇摇E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装摇摇新华书店北京发行所发行

成品尺寸:185mm×260mm摇17印张摇423千字

2006年8月北京第1版摇摇2006年8月第1次印刷

ISBN 7-81078-698-9

印数:0 001-5 000册摇摇定价:27.00元

21 世纪高职高专新概念（财经类）系列教材编委会

总主编：王宗湖

副主编：于声涛摇魏摇敏摇鲍仕梅

编摇委：（按姓氏笔划为序）

王摇勇摇马瑞萍摇任继文摇池小平摇陈国生
严国辉摇杨东进摇杨振科摇张摇卿摇武摇红
庞鸿藻摇姜玉霞摇倪摇荣摇黄志平摇符海菁
雷摇震

总摇摇序

当今世界，科学技术日新月异，知识经济初见端倪，国力竞争日趋激烈。针对这一知识化、信息化、全球化的时代特征，世界各国正在酝酿进行一场深刻的教育改革，以培养同时代要求相适应的高素质的劳动者和富有创造性的专业人才。

随着我国市场经济体制的逐步完善和对外开放的不断扩大，我国经济将完全融入世界经济体系之中。而教育水平的高低与经济的发展密切相关。作为我国高等教育的全新组成部分，职业教育应确立怎样的培养目标来适应时代要求，已成为人们普遍关心的问题。教育部在关于《面向21世纪教育振兴行动计划》的有关问题的回答中，对高职的培养目标是这样定位的：“高等职业教育应以培养基层和生产第一线技术应用型人才为办学宗旨，建立以基本素质和技术应用能力培养为主线的教学体系……专业课应加强针对性和实用性，实践教学要以培养学生专业应用能力为主……时间可占总课时数的1/3以上，至多可达50%……”可见，高等职业教育的培养目标，主要强调能力的培养和技术的应用，它要求我们的教育能够不断造就基本功扎实、操作能力强、又具有较高知识、技能的复合型、实用型人才。

教材作为“整个教育系统的软件”，它不仅反映着社会发展的要求，同时在某种程度上还直接决定着受教育者的培养质量，因而，世界各国都非常注意教材的开发和建设。但目前，我国职业教育教学和管理模式受传统教育思想和教育模式的影响较深，以能力为本位的教育观念还未能的教学领域完全形成，课程改革和教材开发还远远满足不了形势发展对高职教育的要求。因此，要适应21世纪知识经济时代发展和我国现代化建设的要求，高等职业教育必须加快课程体系改革和教材建设的步伐，建立符合时代特征和具有我国特色的职业教育新思想、新模式、新课程体系。有鉴于此，对外经济贸易大学出版社为适应教育发展的新形势，并努力推动高职高专院校的教材建设，委托我们组织全国职业院校的教师及具有企业工作经验的业务骨干，编写这套高职高专新概念（财经类）系列教材。本系列教材暂包括国际贸易、会计、市场营销、经贸英语、旅游管理、物流管理、电子商务等九大专业76门课程。

为使教材编写尽量适应高职教育的特点及时代发展的新要求，我们在编写过程中，尽可能把最新的研究成果吸收渗透到教材中来，在内容安排、教法选择、编写体例等方面也进行了较多的改革，甚至是新的尝试，使本套丛书具有以下特点：

1. 在内容安排上，突出了“能力培养”和“创新教育”，加大了技能训练的比重

本套丛书各册教材，在基础理论讲授之后，每篇均加列“技能训练”专章，通过采用案例分析等形式，引导学生对本篇的重点、难点内容进行分析、讨论、练习和模拟训练；每章结束后针对本章重点内容设计了个案分析、关键词、讨论与思考等项目，以

达到强化学生对经济与管理理论和业务环节处理技巧的掌握。这些新增加的关于“能力培养”和“技能训练”等新内容,约占整本教材篇幅的1/3,基本上达到了国家对职业教育改革的要求。这种编写体例的运用在目前经济类课程的教材中还较少见,希望这种新的尝试能经日后的教学实践验证,成为一种“能力培养”和“创新教育”的有效方法。

2. 在编写体例上,积极探索模块教学,使学生容易理清教材的知识体系,迅速系统牢固地掌握知识

本套丛书各册均采用“篇、章、节”的结构,每篇开始之前,均有一段概括性文字,对本篇内容的重点与难点、目的与要求加以说明,使在学习之前能对整篇主要内容有所了解;每章之下又提出了具体的学习目标及应掌握的难点,以便学生明确具体的学习任务。这样,每篇作为教材的大模块,包含着“章”这样的小模块,小模块又通过具体的学习任务的确立映衬着大模块,既使大模块之间篇篇相连,又与小模块环环相扣,组成系统的“知识链”。这种先将一本教材中的相关知识切块“溶解”,最后又串联起来的编写思路及形式,符合人类的分析综合的思维特点,有利于学生在学习过程中迅速而系统地掌握知识。

3. 在教学方法上,注意吸收国外流行的教学理念,并尝试教学改革与教法创新

模拟教学、案例教学和启发式教学,源于国外,现在是我国经济专业比较流行和推崇的教学方法。在本套教材的编写过程中,我们注重了上述教学方法的综合运用,旨在增强学生的主动参与意识和创新意识,提高学习的功效。同时,我们还进一步借鉴了培养MBA的教学经验,在本套教材的编写方法上尽量运用提示、启发、引导、讨论和模拟等方法,其目的是使学生运用所学知识在进行初步的分析、综合、比较、分类后,达到将知识、技能抽象概括和具体化,提高学生灵活分析和解决问题的能力。这样,既与国家对于高职教育培养目标相吻合,又适合学生的学习思维特点,并容易激发学生的学习兴趣,所以,较之传统的教学方法有了较大的改革与突破。

4. 在学科建设上,积极探索和建立综合型、技能型、实践型的新科目

江泽民同志在第三次全国教育工作会议上指出:“职业教育和成人教育要使学生掌握必要的文化知识的同时,具有熟练的职业技能和适应职业变化的能力。”可见,现代职业教育呼唤综合型、应用型、技能型的新学科的设立。为反映这些要求,我们在每个专业都增设了“综合技能训练”课程,并以此为基础编写了经济管理类各专业实践课的应用教材。该科目在内容上以各专业的主要业务为线索,将骨干核心课程的知识高度浓缩、有机串联。将主干课中没有系统讲授而实际工作中必然牵涉到的知识纳入其中,弥补了原来系列教材的欠缺与不足。同时,该系列教材大量采用模拟教学和案例教学,让学生以“业务员、经济师、总经理”的身份参与学习与训练,独自策划交易,进行经济活动等,刻意营造一种仿真情境,让学生在“训练”中学习,在“情景”中增长才干和积累经验,有效地将知识转变为专业性的技能技巧,提高其解决和处理实际问题的综合能力。总之,各专业“综合技能训练”课程的设立,是按照教育部“要多增加综合课”的要求而设立的新型试验科目,其主要目的是通过运用灵活有趣的模拟训练及案例教学等手法,启发诱导学生的立体思维,全面提高其独立操作经济业务的综合实践能

力。由于是初次尝试，所以希望大家多加关注，并提出指导性的建议。

本套丛书的编写，得到了有关学校领导和学者、教授的大力支持，并引用了有关作者的部分资料，在此一并表示谢意。

本套丛书无论从体例安排到内容设置，从知识点的归纳到教法的运用，都进行了大胆探索和尝试，意欲为我国财经类高职高专教材的编写与探索尽微薄之力，但由于时间和水平有限，疏漏和不足甚至是错误在所难免。希望广大教师、读者多提宝贵意见，以便日后充实与完善。

21 世纪高职高专新概念（财经类）系列教材编委会

2005 年 1 月

编者的话

中国旅游地理是高职高专旅游管理专业的一门专业基础课程。掌握中国旅游地理知识对于旅游行业的从业人员具有重要的意义和实用价值。

本教材依据教育部《21世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的要求，在编写过程中，围绕着职业教育，十分重视职业岗位的针对性，按照适应职业岗位所需的知识和能力结构来确定，以培养学生职业素质和职业能力为目标，遵循学生的认知规律，增强教学内容的实用性，对理论的要求以“够用”和“实用”为度。同时，在把握理论科学性、先进性的同时，体现出理论的实用性和可操作性，也就是引导学生不仅能够学习掌握知识，还要学会如何去应用知识，做到学以致用。本书力求深入浅出、生动实用，突出了高层次性、职业性和新颖性的特点。全书概念明确，结构合理，篇幅适中，事例新颖，文字简明，可读性强，注重学生实际技能的培养，并处理好基本内容和新知识之间的关系，具有较强的实用性。

本教材可以作为高职高专旅游管理专业和旅游类其他专业的旅游地理教材，也可以作为自学考试、成人教育、旅游业从业人员在职培训教材用书。本教材由王勇担任主编，负责拟定全书的框架和全书的统稿工作。参加编写的有王勇（第一、二、三章及附录），杨祖高（第四、五、七章），李连慧（第六、十三、十四、十五章），梅振华（第八、九、十六章），尤陶江（第十、十一、十二章）。

由于作者水平有限，书中难免有疏漏和不足之处，敬请读者和有关专家给与批评指正。

编摇摇者

2006年5月



目 录

上篇 总论部分

第一章 绪论	(3)
摇摇【学习目标】	(3)
摇摇【重点难点】	(3)
摇摇第一节 旅游地理概述	(3)
摇摇第二节 旅游资源开发与保护	(5)
摇摇【个案分析】	(12)
摇摇【关键名词】	(13)
摇摇【讨论与思考】	(13)
第二章 中国自然旅游资源	(14)
摇摇【学习目标】	(14)
摇摇【重点难点】	(14)
摇摇第一节 地貌旅游资源	(14)
摇摇第二节 水体旅游资源	(20)
摇摇第三节 气象与气候旅游资源	(27)
摇摇第四节 生物旅游资源	(29)
摇摇【个案分析】	(33)
摇摇【关键名词】	(34)
摇摇【讨论与思考】	(34)
第三章 中国人文旅游资源	(35)
摇摇【学习目标】	(35)
摇摇【重点难点】	(35)
摇摇第一节 历史古迹类旅游资源	(35)
摇摇第二节 宗教建筑旅游资源	(52)

摇第三节摇园林旅游资源	(56)
摇第四节摇风土民情旅游资源	(64)
摇第五节摇风味特产旅游资源	(68)
摇第六节摇其他人文旅游资源	(74)
摇摇【个案分析】	(78)
摇摇【关键名词】	(79)
摇摇【讨论与思考】	(79)
第四章摇旅游交通与旅游线路	(80)
摇摇【学习目标】	(80)
摇摇【重点难点】	(80)
摇第一节摇中国旅游交通地理	(80)
摇第二节摇旅游线路设计	(85)
摇摇【个案分析】	(89)
摇摇【关键名词】	(89)
摇摇【讨论与思考】	(90)
第五章摇旅游信息与旅游地图	(91)
摇摇【学习目标】	(91)
摇摇【重点难点】	(91)
摇第一节摇旅游信息	(91)
摇第二节摇旅游地图	(95)
摇摇【个案分析】	(98)
摇摇【关键名词】	(98)
摇摇【讨论与思考】	(99)
第六章摇技能训练	(100)

下篇摇分区部分

第七章摇中国旅游地理区划	(111)
摇摇【学习目标】	(111)
摇摇【重点难点】	(111)
摇第一节摇旅游地理区划	(111)
摇第二节摇中国旅游地理区划	(113)
摇摇【个案分析】	(115)
摇摇【关键名词】	(115)

摇摇【讨论与思考】	(115)
第八章 摇摇京津冀旅游区	(116)
摇摇【学习目标】	(116)
摇摇【重点难点】	(116)
摇摇第一节 摇摇旅游环境特征	(116)
摇摇第二节 摇摇北京市	(118)
摇摇第三节 摇摇天津市	(122)
摇摇第四节 摇摇河北省	(124)
摇摇【个案分析】	(127)
摇摇【关键名词】	(128)
摇摇【讨论与思考】	(128)
第九章 摇摇黄河中下游旅游区	(129)
摇摇【学习目标】	(129)
摇摇【重点难点】	(129)
摇摇第一节 摇摇旅游环境特征	(129)
摇摇第二节 摇摇陕西省	(131)
摇摇第三节 摇摇山西省	(135)
摇摇第四节 摇摇河南省	(139)
摇摇第五节 摇摇山东省	(142)
摇摇【个案分析】	(147)
摇摇【关键名词】	(147)
摇摇【讨论与思考】	(147)
第十章 摇摇长江中下游旅游区	(148)
摇摇【学习目标】	(148)
摇摇【重点难点】	(148)
摇摇第一节 摇摇旅游环境特征	(148)
摇摇第二节 摇摇上海市	(151)
摇摇第三节 摇摇江苏省	(153)
摇摇第四节 摇摇浙江省	(156)
摇摇第五节 摇摇安徽省	(158)
摇摇第六节 摇摇江西省	(161)
摇摇第七节 摇摇湖南省	(162)
摇摇第八节 摇摇湖北省	(165)
摇摇【个案分析】	(167)
摇摇【关键名词】	(169)
摇摇【讨论与思考】	(169)

第十一章 东南沿海旅游区	(170)
摇摇【学习目标】	(170)
摇摇【重点难点】	(170)
摇摇第一节 旅游环境特征	(170)
摇摇第二节 福建省	(173)
摇摇第三节 广东省	(175)
摇摇第四节 海南省	(178)
摇摇第五节 香港与澳门	(180)
摇摇第六节 台湾省	(181)
摇摇【个案分析】	(183)
摇摇【关键名词】	(184)
摇摇【讨论与思考】	(184)
第十二章 西南旅游区	(185)
摇摇【学习目标】	(185)
摇摇【重点难点】	(185)
摇摇第一节 旅游环境特征	(185)
摇摇第二节 四川省	(188)
摇摇第三节 重庆市	(190)
摇摇第四节 广西壮族自治区	(192)
摇摇第五节 云南省	(194)
摇摇第六节 贵州省	(196)
摇摇【个案分析】	(198)
摇摇【关键名词】	(200)
摇摇【讨论与思考】	(200)
第十三章 青藏旅游区	(201)
摇摇【学习目标】	(201)
摇摇【重点难点】	(201)
摇摇第一节 旅游环境特征	(201)
摇摇第二节 西藏自治区	(203)
摇摇第三节 青海省	(204)
摇摇【个案分析】	(206)
摇摇【关键名词】	(207)
摇摇【讨论与思考】	(208)
第十四章 西北旅游区	(209)
摇摇【学习目标】	(209)

摇摇【重点难点】	(209)
摇摇第一节摇摇旅游环境特征	(209)
摇摇第二节摇摇内蒙古自治区	(211)
摇摇第三节摇摇宁夏回族自治区	(213)
摇摇第四节摇摇甘肃省	(214)
摇摇第五节摇摇新疆维吾尔自治区	(216)
摇摇【个案分析】	(218)
摇摇【关键名词】	(220)
摇摇【讨论与思考】	(220)
第十五章摇摇东北旅游区	(221)
摇摇【学习目标】	(221)
摇摇【重点难点】	(221)
摇摇第一节摇摇旅游环境特征	(221)
摇摇第二节摇摇黑龙江省	(223)
摇摇第三节摇摇吉林省	(224)
摇摇第四节摇摇辽宁省	(226)
摇摇【个案分析】	(227)
摇摇【关键名词】	(228)
摇摇【讨论与思考】	(228)
第十六章摇摇技能训练	(229)
附录	(233)

上篇 总论部分

第一章

摇摇论绪摇摇

课前准备

【学习目标】

本章主要讲授中国旅游地理的学科性质和研究内容、旅游资源的分类及开发与保护。通过学习，学生应能够了解旅游地理学的基本概念、学科性质、研究对象和研究内容；理解旅游活动与旅游地理环境之间的相互关系；掌握旅游资源的分类、开发与保护。

【重点难点】

1. 旅游地理的概念和学科性质；
2. 旅游资源的分类。

学习内容

第一节 摇摇旅游地理概述

一、旅游地理学的概念及学科性质

摇摇旅游地理学是地理学的分支学科，是研究人类旅游活动与地理环境、社会经济之间关系的学科。

旅游是人类社会发展到一定历史阶段所产生的一种社会文化现象。从历史上看，人类的旅游活动出现得非常早。古希腊在公元前5世纪，贸易、宗教和体育旅游活动就十分盛行。中国古代社会也出现过内容各异、形式多样的旅游活动，比较有代表性的有帝王巡游、士人漫游、宗教旅行以及商务旅行。纵观人类旅游发展史，不难得出以下结论：旅游活动的发展是以人类社会经济的发展为基础的。人类的旅游活动具有异地性、暂时性和愉悦性的特点。

但时至今日，国内外学术界仍然对旅游的定义众说纷纭，没有统一的认识。各国专家学者及国际组织对旅游的定义有很多，比较有权威的定义是“艾斯特”定义和世界旅游组织定义。艾斯特定义是由瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫于1942年提出的，后来被“旅游科学专家国际联合会”所采用。这一定义的一般叙述是：“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，并且不从事任何赚钱的活动。”世界旅游组织（WTO）在1991年6月召开的旅游统计国际大会上，对旅游的定义如下：“旅游是指一个人旅行到他或她通常环境以外的地方，时间少于一段指定的时段，主要目的不是为了在所访问的地区获得经济效益的活动。”

地理学是古老的学科，我国最早的“地理”这一名词出现在《易经·系辞》。地理学是研究地球表面一切自然现象和人文现象的分布规律与空间关系的科学，其研究对象是人类生存的地理环境。地理学有自然地理学和人文地理学两大分支。

旅游与地理关系十分密切。人类的旅游活动都是在一定的地理环境空间中进行的，并以一定的地理环境事物作为观赏对象，而地理环境的区域差异性又形成了各地不同的旅游环境和旅游资源。旅游与地理密不可分，相互影响，由此产生了新的学科——旅游地理学。

旅游地理学是旅游学与地理学之间的一门边缘科学，属于人文地理学的范畴，具有极强的综合性和应用性。

二、旅游地理学研究的主要内容

（一）研究对象

摇摇 旅游活动有三要素：旅游活动的主体，即旅游者；旅游活动的客体，即旅游资源；还有二者之间的媒介，即旅游业。旅游地理学的研究对象就应当涵盖旅游活动的三要素，而其重点则应放在旅游环境，即地理环境与旅游密切相关的部分。

（二）研究内容

旅游地理的研究内容主要包括以下几个方面。

1. 旅游者的研究

包括旅游者形成的地理背景，旅游客源地、客流的地理分布、变化及未来发展趋势等。

2. 旅游资源研究

包括旅游资源的分类、地理分布、形成条件，旅游资源的评价、开发、保护与环境容量等。

3. 旅游业的研究

包括旅游区划、区域旅游业发展战略与规划、旅游线路设计等。

4. 旅游信息与旅游地图的研究

包括旅游信息的收集与传递，各类旅游地图的编制及使用等。

第二节 旅游资源开发与保护

旅游资源是旅游活动三要素之一，是旅游活动的客体，是旅游业发展所必需的前提和物质基础，因而也是旅游地理学研究的主要内容。

一、旅游资源的概念和分类

1. 旅游资源的概念

旅游资源即旅游吸引物 (tourist attractions)，是指凡能激发旅游者旅游动机的，能为旅游业所利用的，并由此而产生经济效益和社会效益的自然和社会的实在物。

2. 旅游资源的分类

根据旅游资源的自身属性，可以将其分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类。

自然旅游资源是指天然赋存的旅游资源，包括地质地貌、水体、生物、气候、气象及宇宙类等。

人文旅游资源是指由于人类活动而产生的旅游资源，包括历史古迹、园林、民风民俗、文学、人造景观、旅游商品等。

1992年，国家旅游局颁布的《中国旅游资源普查规范》，将旅游资源分为6大类、74种基本类型（见表1-1）。

表 1-1 中国旅游资源普查分类表

类	基本类型	类	基本类型
1. 古迹 和建 筑类	(1) 人类文化遗产	3. 地文 景观类	(1) 典型地质结构
	(2) 社会经济文化遗址		(2) 标准地质剖面
	(3) 军事遗址		(3) 生物化石点
	(4) 故城河古城遗址		(4) 自然灾变遗迹
	(5) 长城		(5) 名山
	(6) 宫廷建筑群		(6) 火山岩溶景观
	(7) 宗教建筑与礼制建筑群		(7) 蚀余景观
	(8) 殿(厅)堂		(8) 奇特与象形山石
	(9) 楼阁		(9) 沙(砾石)地风景
	(10) 塔		(10) 沙(砾石)滩
	(11) 牌坊		(11) 小型岛屿
	(12) 碑碣		(12) 洞穴
	(13) 建筑小品		(13) 其他地文景观

续表

类	基本类型	类	基本类型	
1. 古迹 摇和建 摇筑类	(14) 园林	4. 生物 景观类	(1) 树林	
	(15) 景观建筑		(2) 古树名木	
	(16) 桥		(3) 奇花异草	
	(17) 雕塑		(4) 草原	
	(18) 陵寝陵园		(5) 野生动物栖息地	
	(19) 墓		(6) 其他生物景观	
	(20) 石窟	5. 消闲求 知健身类	(1) 科学教育文化设施	
	(21) 摩崖字画		(2) 休闲疗养和社会福利设施	
	(22) 水工建筑		(3) 动物园	
	(23) 厂矿		(4) 植物园	
	(24) 农村渔牧场		(5) 公园	
	(25) 特色城镇与村落		(6) 体育中心	
	(26) 港口		(7) 运动场所	
	(27) 广场		(8) 游乐场所	
	(28) 乡土建筑		(9) 节日庆典活动	
	(29) 民俗街区		(10) 文艺团体	
	(30) 纪念地		(11) 其他消闲求知健身活动	
	(31) 观景地	6. 购物类	(1) 市场与购物中心	
	(32) 其他建筑或其他古迹		(2) 庙会	
	2. 水域 风光类		(1) 风景河段	(3) 著名店铺
			(2) 漂流河段	(4) 地方产品
			(3) 湖泊	(5) 其他物产
			(4) 瀑布	
			(5) 泉	
		(6) 现代冰川		
		(7) 其他水域风光		

二、旅游资源的特点

1. 地域性

旅游资源的空间分布具有明显的地域性。自然旅游资源中的生物、水文受自然条件的影响，呈明显的地域性分布。不同的地域则表现出不同的景观特征。在地球表面，自然景观具有明显的纬度地带性、经度地带性和垂直地带性。而许多人文旅游资源是以自然条件为基础的，受其影响，分布也具有一定的地带性。如建筑、民族风情等。也正是由于不同地域的旅