

<<中国旅游地理>>

图书基本信息

书名：<<中国旅游地理>>

13位ISBN编号：9787030265326

10位ISBN编号：7030265327

出版时间：2010-2

出版时间：科学出版社

作者：杨载田 编

页数：327

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

中国现代旅游业自20世纪80年代以来，一直处于持续、快速发展之中，因此为之服务的中国旅游地理教材建设也要与时俱进，不断创新。

为此我已先后主编出版了三个版本的中国旅游地理教材，即全国高师地理教学改革研究会协作教材《中国旅游地理》（广东地图出版社，1994）、“湖南省高等教育‘九五’重点教材”《中国旅游地理》（科学出版社，1999）、“湖南省高等教育21世纪课程教材”《中国旅游地理》（第二版）（科学出版社，2004）。

我们把握住时代的脉搏，也较好地处理了继承性与创新性、认识性与客观性、现实性与前瞻性、学科性与兼容性、科学性与实用性等关系问题，所以每个版本都有所突破和发展，也曾获得省级优秀教材和优秀社科成果奖等奖项。

特别是《中国旅游地理》（第二版），得到旅游、地理学界的好评，教材使用单位遍布全国，其英文版权已经由Taylor & Francis集团下属的美国CRC出版公司购买。

《中国旅游地理》（第三版）在第二版的基础上又丰富了许多内容，注入了不少新的成分，特色也更为突出。

第一，体系更加完整。

为使本书既适合于高校旅游、地理、经济专业学生使用，又能满足其他专业学生学习及广大旅游爱好者自学的需要，特增加中国旅游地理基础篇，对旅游和旅游地理的最基本理论知识进行必要的阐述。

第二，图表直观生动。

为了培养学生看图解意的思维能力和发扬数千年来中国读书人“左图右书”的传统，书中使用了多幅图表来直观表达。

第三，时代面向性增强。

为使本书真正实现其价值和使用价值，书中的旅游产品开发、旅游区建设、中国的旅游市场和产品等内容均来自国家旅游局和各省（市、区）的旅游发展“十五”、“十一五”计划和2015年、2020年远景目标等政策性文件；同时，对新增加的国家重点风景名胜区、国家级历史文化名城、世界遗产名录、世界地质公园等高品质旅游景区和旅游城市进行补充。

<<中国旅游地理>>

内容概要

本书是作者20多年来从事中国旅游地理课程教学和研究工作的成果总结，是在《中国旅游地理》（第二版）的基础上改写而成。

全书共3篇14章。

上篇为中国旅游地理基础，共2章，对中国旅游地理的一般理论与实践、旅游开发与规划进行了精要阐述。

中篇为中国旅游地理总论，共4章，对中国的旅游资源环境、产品、市场、旅游地理分区，以及中国旅游的可持续发展问题进行了分析、总结和概括。

下篇为中国旅游地理分论，共8章，为全书的主体和重点，主要对中国的八大旅游协作区及34个旅游省（市、区）的旅游资源与环境特征、旅游开发与规划、主要旅游区建设进行逐一展示。

同时，每章章前有学习提示，章后有实践指引。

全书结构规范严谨、内容新颖、理论深浅适宜、图式活泼、语言文字精炼。

本书既可作为高校旅游、地理、经济等专业的适用教材，又可供旅游工作者和旅游爱好者自学，同时对广大旅游者的出行也具有参考价值。

作者简介

杨载田，衡阳师范学院资源环境与旅游管理系教授，中国徐霞客研究学会学术委员、中国丹霞地貌旅游开发研究会理事、全国都市农业协会理事、湖南省旅游学会首席专家、湖南省休闲农业协会特聘专家。

曾主持湖南省普通高校重点建设专业、重点建设课程、精品课程，以及湖南省哲学社

<<中国旅游地理>>

书籍目录

第三版 前言 第二版 序 第二版 前言 上篇 中国旅游地理基础 第一章 中国旅游地理的一般理论与实践
 第一节 旅游与旅游系统 第二节 旅游地理学的学科理论与方法 第三节 旅游地理实践 第二章
 旅游开发与规划 第一节 旅游者活动行为分析 第二节 旅游资源评价 第三节 旅游资源开
 发与旅游环境保护 第四节 旅游区域开发规划 中篇 中国旅游地理总论 第三章 中国旅游资源地理
 第一节 中国的旅游环境与资源特征 第二节 中国旅游资源的地域类型及其分布 第四章 中国的
 旅游市场与旅游产品 第一节 中国的旅游市场 第二节 中国的旅游产品 第五章 中国旅游可
 持续发展问题 第一节 旅游可持续发展的一般理论 第二节 中国旅游可持续发展的成果 第
 三节 21世纪中国旅游可持续发展对策 第六章 中国旅游地理分区 第一节 中国旅游地理区划
 第二节 中国旅游地理分区 下篇 中国旅游地理分论 第七章 东北关东文化林海雪原火山熔岩风光旅游
 区 第一节 旅游资源与旅游环境特征 第二节 旅游省概述 第八章 华北黄土文化名山沃野海景
 风光旅游区 第一节 旅游资源与旅游环境特征 第二节 旅游省(市)概述 第九章 华东吴越淮
 河文化山水园林都市旅游区 第一节 旅游资源与旅游环境特征 第二节 旅游省(市)概述 第
 十章 华中荆楚巴蜀文化名山胜水旅游区 第一节 旅游资源与旅游环境特征 第二节 旅游省(市
)概述 第十一章 东南沿海闽粤文化南国山海岛风光旅游区 第一节 旅游资源与旅游环境特征
 第二节 旅游省(区)概述 第十二章 西南民族风情岩溶山水风光旅游区 第一节 旅游资源与旅
 游环境特征 第二节 旅游省(区)概述 第十三章 青藏藏传佛教文化高原雪域草原风光旅游区
 第一节 旅游资源与旅游环境特征 第二节 旅游省(区)概述 第十四章 西北丝路文化绿洲草原
 大漠风光旅游区 第一节 旅游资源与旅游环境特征 第二节 旅游省(区)概述 主要参考文献

章节摘录

插图：根据我国的国情，国家旅游局和统计局将国际旅游者解释为：“来我国参观旅行、探亲、访友、休养、考察或从事贸易、业务、体育、宗教活动、参加会议等的外国人、华侨和港澳台同胞。”

国内旅游者是指：“国内居民离开惯常居住地，在境内其他地方的旅游住宿设施内至少停留一夜，最多不超过十二个月的国内游客。”

国内一日游客是指：“离开惯常居住地10km以上，出游时间超过6小时而不足24小时，并未在境内其他地方的旅游住宿设施内过夜的游客。”

无论国际旅游者还是国内旅游者，都具有异地性、暂时性、享受性、回味性，以及求新、求知、求乐的共同心理特征，都具有可自由支配的收入、足够的闲暇时间和外出旅游的愿望和兴趣等条件。

2.旅游资源旅游资源（tourist attraction），是旅游活动的客体，是指旅游地吸引旅游者的所有因素的总和。

全国旅游标准化技术委员会于2003年发布的《旅游区（点）质量等级的划分与评定》（GB/T 17775-2003）中规定，旅游资源是指“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，”对旅游资源的理解必须从外延和内涵两方面去进行，既可把现今地理圈中一切有形实体和相关环境囊括在内，同时对旅游资源也要进行必要的限定。

例如，旅游资源必须对旅游者产生吸引力，可以为旅游业开发利用，开发利用后应产生经济效益、社会效益和环境效益等。

旅游资源一般具有空间分布上的集中性、时间分配上的季节性、吸引功能的垄断性、易损性和不可移动性等特点。

旅游资源依据其吸引强度可分为世界级、国家级、区域级、地方级四个层次；按其形成和属性可分为自然和人文两个类型；根据功能可分为观光游览型、参与体验型、休闲度假型、购物型等；按资源的客体属性可分为物质性、非物质性和物质与非物质共融性三种；按资源发育背景可分为天然赋存性、人工创造性和两者兼具的复合性三类；按资源可持续利用潜力可分为可再生性旅游资源与不可再生性旅游资源。

全国旅游标准化委员会将旅游资源分为8个主类、31个亚类、155个基本类（详见第二章表2.1）。

<<中国旅游地理>>

编辑推荐

《中国旅游地理(第3版)》：21世纪高等院校教材

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>