



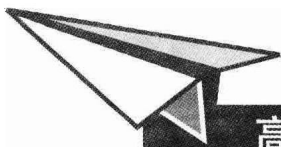
高等院校旅游专业系列教材

旅游企业岗位培训系列教材

何深 主编 / 贾晓龙 周红 副主编

旅游资源概论

清华大学出版社



高等院校旅游专业系列教材

旅游企业岗位培训系列教材

旅游资源概论

何深 主编 / 贾晓龙 周红 副主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

旅游资源作为旅游业赖以生存和发展的重要物质基础,在创造环境、扩大营销、提高企业竞争力、进行国际文化交流、促进经济发展、吸引旅游者、开展旅游活动中发挥着越来越重要的作用。本书结合我国丰富的地理山水环境和博大精深的中华历史文化古迹资源,系统介绍了旅游资源的含义、分类、价值、评价,介绍物质文化遗产、非物质文化遗产、新旅游资源等理论知识;并通过解读我国具有代表性的自然景观和人文景观,使学生能够感悟到我国旅游资源景观所蕴涵的自然知识、历史文化、人类文明和社会价值等,以达到提升审美意识与道德修养,强化旅游专业知识和职业素质培养的目的。

本书融知识性、趣味性、实用性于一体,具有理论适中、知识系统、内容翔实、图文并茂、注重与时俱进等特点,且采用新颖统一的格式化体例设计,既可作为普通高等院校本科旅游管理专业的教材,同时兼顾高职、成人高等教育以及旅游职业从业者的岗位培训,对于广大旅游爱好者来说也是一本非常有益的参考读物。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源概论 / 何深主编,贾晓龙,周红副主编. --北京:清华大学出版社,2010.10
ISBN 978-7-302-23225-4

I. ①旅… II. ①何… ②贾… ③周… III. ①旅游资源—概论 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 127240 号

责任编辑:龙海峰

责任校对:王凤芝

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机:010-62770175

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

邮 购:010-62786544

印 装 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印 张:23.5

字 数:457 千字

版 次:2010 年 10 月第 1 版

印 次:2010 年 10 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:39.00 元

产品编号:029867-01

编审委员会

编委会主任：

牟惟仲

副主任：

王纪平	吴江江	李大军	丁建中	宋承敏	吴海龙	王茹芹	吕一中
沙景禄	武裕生	李佐	刘劲	冯玉龙	黄大林	申海莲	王培贤
张承军	吕德方	赵鹏	随维林	米淑兰	王松	车亚军	宁雪娟

委员：

赵志远	郝建忠	仲万生	李宇红	王琦	赵丽	鲁瑞清	李洁
阎宏斌	程文军	韩铁	邢路	王建章	沈方民	刘庐际	王德顺
沙旭昆	曹景洲	徐经仪	崔晓文	程伟	肖淑敏	钟丽娟	时永春
黄中军	赵立群	何深	石宝明	蔡丽伟	童俊	马继兴	吴琼
陈玉峰	温智	杨昆	刘爱服	刘宏申	贾晓龙	侯雪艳	刘晨
李雨燕	李伟	潘素玲	王取银	李秀霞	梁冬梅	李岩	陈昱霖

主编：李大军

常务副主编：王琦

副主编：赵丽 武裕生 程伟 石宝明 何深

专家组成员：赵丽 王琦 李宇红 武裕生 时永春 崔晓文

序 言

随着我国改革开放进程的加快和国民经济的高速发展,随着交通和通信技术的不断进步,旅游景区的维护、旅游文化的挖掘、宾馆饭店设施的不断完善与提高,以及居民收入和闲暇时间的增多,使旅游正日益成为现代社会人们主要的生活方式和社会经济活动。大众化旅游时代已经到来,旅游业也以其强劲的发展势头成为全球经济中最具活力的绿色朝阳产业。

根据国家旅游局发布的《2007 年中国旅游业统计公报》显示,2007 年我国旅游业全年共接待入境旅游人数达 1.32 亿人次,同比增长 5.5%,外汇收入达 419 亿美元,同比增长 23.5%;国内旅游人数达 16.1 亿人次,同比增长 15.5%,收入达 7 771 亿元,同比增长 24.7%;旅游业总收入首次突破 1 万亿元,达 1.09 万亿元,同比增长 22.6%;出境旅游人数达 4 095 万人次,同比增长 18.6%。中国继续保持全球第四大入境旅游接待国、亚洲最大出境旅游客源国的地位。另外,根据国家旅游协会调查统计,居民因旅游每花 1 元钱就可以带动相关消费 5 元钱,直接或间接地刺激行业经济、促进 140 多个相关产业的发展。

旅游作为文化创意产业的核心支柱,在国际交往、商务活动、文化交流、赈灾恢复、拉动内需、解决就业、促进经济发展、丰富社会生活、构建和谐社会、弘扬中华文化等方面发挥着越来越大的作用,因而成为我国服务经济发展的重要产业,在我国经济发展中占有举足轻重的位置。

旅游业发展不仅具有强大的促进经济发展的助推作用,而且在强身健体、陶冶情操、修身养性、丰富社会生活方面也有积极的影响,更重要的是旅游对缓解世界政治军事紧张局势、构建国际社会和谐具有极其深刻的政治意义。

当前,随着全球旅游业的快速发展,旅游观念、产品、营销方式、运营方式及管理手段等都在发生着巨大的变化,面对国际旅游业激烈的市场竞争,旅游行业的从业者急需更新观念、提高服务技能、提升业务与道德素质,旅游行业和企业也在呼唤“有知识、懂管理、会操作、能执行”的专业实用型人才。加强旅游经营管理模式的创新、加速旅游经营管理专业技能型人才培养已成为当前亟待解决的问题。

针对我国高等教育“旅游管理”专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题,为适应社会就业急需、为满足日益增长的旅游市场需求,我们组织多年在一线从事旅游教学和实践活动的国内知名专家教授及旅游企业家共同精心编撰此套教材,旨在迅速提高大学生和旅游从业者的专业素质,更好地服务于我国已经形成规模化发展的旅游事业。

作为普通高等教育旅游管理专业的特色教材,本套系列教材坚持以科学发展观为统领,力求严谨,注重与时俱进;在吸收国内外旅游界权威专家学者最新科研成果的基础上,

融入了旅游运营与管理的最新教学理念;依照旅游活动的基本过程和规律,根据旅游业发展的新形势和新特点,全面贯彻国家新近颁布实施的旅游法律法规和旅游业管理规定;按照旅游企业对用人的需求模式,结合解决学生就业、加强职业教育的实际要求;注重校企合作、贴近行业企业业务实际,强化理论与实践的紧密结合;注重管理方法、管理能力、实践技能与岗位应用的培养训练,采取通过实证案例解析与知识讲解的写法;严守统一的创新型格式化体例设计,并注重教学内容和教材结构的创新。

本系列教材的出版,对帮助学生尽快熟悉旅游操作规程与业务管理,帮助学生毕业后能够顺利走上社会就业具有特殊意义。

编委会

2009年3月

前言

旅游业作为文化创意产业的核心支柱,已成为当今世界经济发展最快的“绿色朝阳产业”。旅游资源作为旅游业赖以生存和发展的重要物质基础,在创造环境、扩大营销、提高企业竞争力、进行国际文化交流、促进经济发展、吸引旅游者、开展旅游活动中发挥着越来越重要的作用。随着世界现代服务经济——旅游业的快速发展,不仅对行业本身服务内容与服务质量提出了新的要求,也对景区景观等旅游硬件资源环境与社会文化及民族风情等旅游人文资源提出了更高的要求。

当前,面对国际旅游业激烈的市场竞争,加强旅游资源的规范化开发利用和维护管理,加速旅游资源专业人才培养已成为目前亟待解决的问题;为满足日益增长的旅游市场需求、为了培养社会急需的旅游资源技能人才,我们组织多年从事旅游资源教学和实践活动的专家教授共同精心编撰了此教材,旨在迅速提高大学生和旅游从业者的专业素质,更好地服务于我国旅游事业。

旅游资源是一门理论性和实践性很强的专业课程。全书共三篇、十三章,即“物质文化遗产篇”、“非物质文化遗产篇”、“新旅游资源篇”。本书在吸收国内外旅游界权威专家最新科研成果的基础上,依照旅游活动的基本过程和规律,按照大学旅游管理专业应用型人才的培养目标,根据旅游业发展的新形势和新特点,全面贯彻国家新颁布实施的各项旅游法律法规和旅游资源管理规定,结合我国丰富的地理山水环境和博大精深的中华历史文化古迹资源,系统介绍了旅游资源的含义、分类、价值、评价,介绍物质文化遗产、非物质文化遗产、新旅游资源等知识概念;并通过解读我国具有代表性的自然景观和人文景观,使学生能够感悟到我国旅游资源景观所蕴涵的自然知识、历史文化、人类文明和社会价值,以达到提升审美意识与道德修养,强化旅游专业知识和职业素质培养的目的。

本书作为普通高等教育旅游管理专业的特色教材,坚持以科学发展观为统领,根据我国旅游资源开发利用与管理保护的实际情况,既注重在旅游活动中充分发挥景区景观环境资源的作用,又注重历史古迹、秀美山水与人文民俗、多民族传统文化的有机结合。这将有助于学习者更好地掌握旅游资源的基本理论知识与学科体系,并能够循序渐进地运用于旅游服务与旅游管理实践活动。《旅游资源概论》教材的出版,对帮助学生尽快掌握我国旅游资源专业知识、毕业后能够顺利走上社会就业具有特殊意义。

本书融知识性、趣味性、实用性于一体,具有理论适中、知识系统、内容翔实、图文并茂、注重与时俱进等特点,且采用新颖统一的格式化体例设计,既可作为普通高等院校本科旅游管理专业的教材,同时兼顾高职、成人高等教育以及旅游职业从业者的岗位培训,对于广大旅游爱好者来说也是一本非常有益的参考读物。

本教材由李大军进行总体方案策划并具体组织,何深主编并统稿,贾晓龙、周红为副

主编并协助统稿,由具有丰富旅游实践经验的著名旅游专家武裕生教授审定。作者分工:程伟(第十、十一章),李丽虹(第一、四、六章),刘雁琪(第三、八章),刘妍(第二章),贾晓龙(第五章),何深(绪论、第七、九章),高丽敏(第十二章),周红(第十三章),李瑶、马瑞奇(附录);李晓新负责本教材课件的制作。

在编著的过程中,我们参考借鉴了大量有关旅游资源方面的最新书刊资料,翻阅了国家历年出台的旅游资源管理保护法律法规和旅游景区评级标准及相关旅游统计数据,并得到我国著名旅游资源和业界专家教授的具体指导,在此一并致谢。由于编写时间紧、作者水平有限,书中难免存在疏漏和不足,恳请专家和广大读者给予批评指正。

编 者

2009 年 12 月

目 录

绪论	1
----------	---

上篇 物质文化遗产篇

第一章 园林旅游资源	11
第一节 北京颐和园	11
第二节 北京北海公园	22
第三节 北京恭王府花园	29
第四节 河北承德避暑山庄	33
第五节 苏州古典园林	38
第六节 西藏拉萨罗布林卡	44
第二章 城市旅游资源	47
第一节 山西平遥古城	47
第二节 云南丽江古城	54
第三节 澳门城市景观	59
第三章 宗教旅游资源	66
第一节 佛教旅游资源	66
第二节 道教旅游资源	78
第三节 基督教旅游资源	91
第四节 伊斯兰教旅游资源	95
第四章 古代遗址、陵墓旅游资源	100
第一节 北京周口店“北京人”遗址	100
第二节 河南安阳殷墟遗址	105
第三节 陕西秦始皇陵及兵马俑	109
第四节 吉林高句丽王城、王陵及贵族墓葬	114
第五节 明清帝王陵寝	118
第五章 山水旅游资源	128
第一节 五岳之首——山东泰山	128

第二节	安徽黄山	132
第三节	四川峨眉山	137
第四节	福建武夷山	143
第五节	江西庐山	148
第六节	湖南武陵源	152
第七节	四川黄龙	156
第八节	四川九寨沟	161
第六章	建筑旅游资源	166
第一节	北京天坛	166
第二节	万里长城	171
第三节	四川都江堰	179
第四节	山东曲阜三孔	183
第五节	西藏布达拉宫	187
第六节	北京故宫	192
第七节	安徽西递、宏村古民居	196
第八节	广东开平碉楼	200
中篇 非物质文化遗产篇		
第七章	商品旅游资源	209
第一节	景泰蓝	209
第二节	陶瓷	211
第三节	玉器	215
第四节	织锦	218
第五节	年画	224
第六节	风筝与剪纸	228
第七节	文房四宝	233
第八章	饮食旅游资源	239
第一节	中国饮食旅游资源概述	239
第二节	中国的菜系	243
第三节	茶	249
第四节	酒	259

第九章 民俗旅游资源	266
第一节 民俗旅游资源的概念	266
第二节 民俗旅游资源的作用	268
第三节 民俗旅游资源的类型	269
第四节 少数民族民俗	272

第十章 艺术旅游资源	284
第一节 书法绘画艺术	284
第二节 雕刻艺术	291
第三节 壁画艺术	296
第四节 戏曲艺术	298
第五节 音乐舞蹈艺术	302

下篇 新旅游资源篇

第十一章 主题景观旅游资源	307
第一节 游乐园	307
第二节 主题微缩景园	309
第三节 宗教主题景区	311
第四节 影视城	315
第五节 主题展会	318

第十二章 特色旅游资源	321
第一节 红色旅游资源	321
第二节 节庆旅游资源	330

第十三章 博物馆资源	338
第一节 中国博物馆事业	338
第二节 私立博物馆	342
第三节 特色博物馆	346

附录	350
-----------	-----

参考文献	362
-------------	-----

绪论

旅游资源是发展旅游业的基本条件之一,对旅游资源的认识,也是随着旅游业的兴起而出现和不断深化的。由于旅游业是一项新兴产业,而旅游资源相对于其他单一的传统资源,在内容和构成上都要复杂得多,因此对旅游资源的确切定义,目前国内外尚未形成统一的表述。

一、旅游资源的定义和分类

(一) 定义

国家旅游局和中国科学院地理研究所制定的《中国旅游资源普查规范(试行稿)》,对旅游资源的定义比较确切和规范:“所谓旅游资源是指,自然界和人类社会,凡能对旅游者有吸引力、能激发旅游者的旅游动机,具备一定旅游功能和价值,可以为旅游业开发利用,并能产生经济效益、社会效益和环境效益的事物和因素。”也有的专家将旅游资源定义为:“具有游览、观赏价值的景观、风貌或能够吸引旅游者进行各种旅游活动的自然和社会因素。”

一般认为,旅游资源既是旅游业赖以生存和发展的前提条件,也是旅游业产生的物质基础;既是旅游的客体,又是旅游产品和旅游活动的基本要素之一。构成旅游资源的基本条件:一是对旅游者有吸引力,能激发人们的旅游动机;二是具有可利用性,随着旅游者旅游爱好和习惯的改变,旅游资源的包容范畴不断扩大;三是资源的开发能产生不同的经济效益、社会效益和环境效益。

(二) 分类

1. 按传统旅游资源观分类

按照传统旅游资源观进行分类,具体包括:自然景观资源、人文景观资源、民俗风情资源、传统饮食资源、文化资源和工艺品资源以及都市和田园风光资源等。

2. 按现代旅游产业资源观分类

按照现代旅游产业资源观进行分类,具体包括:观光型旅游资源、度假

型旅游资源、生态旅游资源和滑雪、登山、探险、狩猎等特种旅游资源及美食、修学、医疗保健等专项旅游资源。

3. 本教材分类

(1) 物质文化遗产篇：包括园林旅游资源、城市旅游资源、宗教旅游资源、古代遗址、陵墓旅游资源、山水旅游资源、建筑旅游资源。

(2) 非物质文化遗产篇：包括商品旅游资源、饮食旅游资源、民俗旅游资源、艺术旅游资源。

(3) 新旅游资源篇：包括主题景观旅游资源、特色旅游资源、博物馆资源。

二、中国旅游资源的总体特点

(一) 旅游资源为中国十大资源之一

中华人民共和国全国人民代表大会环境与资源保护全国委员会出版的《中国资源》一书指出,中国有十大资源即:土地资源、水资源、矿产资源、能源资源、气候资源、森林资源、草地资源、物种资源、海洋资源和旅游资源。

(二) 中国旅游资源四大特征

1. 多样性

中国是世界上旅游资源最丰富的国家之一,资源种类繁多,类型多样,具备各种功能。中国拥有类型多样、富有美感性的、不同尺度的风景地貌景观,这在世界上是独一无二的。从海平面以下 155 米处的吐鲁番盆地的艾丁湖底,到世界第一高峰——珠穆朗玛峰,绝对高差达 9 000 多米。

中国不仅有纬向地带性的多样气候带变化,还有鲜明的立体气候效应,尤其在横断山脉地区,即所谓“一山有四季,十里不同天”。中国不论南北东西都有繁花似锦的美景,不仅有类型多样的海滨、山地、高原、高纬度地区的避暑胜地,而且还有银装素裹的冰雪世界,以及避寒休闲度假胜地海南岛。多样的风景地貌和多功能的气候资源,为生物界提供了优越的生存栖息环境,使自然景观更加多姿多彩。

不论是从旅游资源供给的角度还是从旅游消费的角度看,中国拥有世界旅游活动的各种资源和要素,可以开发成为适合现代旅游趋势的各种旅游产品。很少有像中国这样的国家具有如此多样和复杂的旅游资源系统,一方面是由于中国的国土辽阔,地质复杂,气候多样;另一方面也与中国历史悠久、文明发达有关。资源种类的丰富度和多样性是中国旅游资源的一大重要特征。

2. 丰厚性

中国旅游资源不仅种类多样,而且每种资源的积淀丰厚,拥有各种规模、年代、形态、品类的资源特征。不论是古代建筑、古城遗址、帝都王陵、禅林道观、园林艺术、民俗风情,

还是自然山水风景、海湖河流、山川原野,都多姿多彩,不可胜数,其资源之丰厚足以位于世界各国前列。

以花岗岩山景为例,既有节理发育又经风雨剥蚀塑造的,以奇峰怪石、辟天摩地而著称的黄山;也有因断层发育使巨大花岗岩体突兀凌空,以险称绝的华山;还有因花岗岩主峰特性而导致球状分化,由其形成的造型奇异的各种小尺度的风景地貌散见各地。

3. 古老性

中国是古人类的发源地之一,也是世界文明的发祥地之一,流传至今的宝贵遗产构成了极为珍贵的旅游资源,其中许多资源以历史久远、文化古老、底蕴深厚而著称。古老的中华文明是中华民族各族人民共同的精神财富,既有各兄弟民族文化融合的结晶,又吸取了世界各民族文化之长。

中华人民共和国成立以来发现的旧石器时代遗址数不胜数,遍及 32 个省、自治区、直辖市。云南开远小龙潭的古猿化石分属于森林古猿和腊玛古猿;云南禄丰石灰坝发现的古猿化石,据测定距今已有 800 万年历史。在众多的古人类遗存中,以元谋人历史最早(距今 170 万年),周口店龙骨山的古人类遗物最丰富,龙潭洞猿人化石的一具头盖骨最完整。

中国旅游资源的古老性还表现在,远在数千年之前,中国的先人就开发和发明了一系列的工艺美术、宏大建筑,在世界文明史上留下了辉煌的一章。仰韶文化、半坡遗址、安阳殷墟、咸阳秦城、京杭运河、万里长城、秦兵马俑坑等,无不以古称胜。

4. 奇特性

中国拥有数不尽的特有旅游资源。在自然奇观方面,有一年一度的大理蝴蝶泉的蝴蝶盛会,洱源的万鸟朝山的鸟吊山奇景,能发出不同音符鸣叫的峨眉弹琴蛙,每届中秋的钱塘大潮,西藏高原上的周期性的水热爆炸泉,吉林松花江边的雾凇等。人文方面的奇景更是丰富多彩,秦始皇陵兵马俑坑和铜车马被誉为世界第八大奇迹,已建成的兵马俑博物馆每年吸引上百万游人驻足。

长沙马王堆汉墓的完整女尸和大量帛书,江陵凤凰山汉墓保存完好的男尸,满城陵山汉墓的金缕玉衣,丝绸之路上的楼兰古城和众多古迹,徐州的汉墓,这些墓葬地和出土文物珍品成了吸引旅游者回溯历史的最佳场所。敦煌莫高窟被公认为世界艺术宝库。雄踞凌云山,俯视三江的乐山大佛,坐像高 71 米,体宽 28 米,实属世界上最大的石像。

三、中国旅游资源的主要类型

(一) 山景

中国是一个多山的国家,据统计,中国的山地丘陵约占全国土地面积的 43%。作为

旅游资源,旅游名山是雄、奇、险、秀、幽和人文景观的结合。一般是指风景名胜区中的山岳、自然保护区和森林公园中的山岳、历史名山、佛教道教名山、冰山雪峰和登山地、有科考意义的山岳。

(二) 洞景

中国洞穴资源数以千计,洞穴分布和岩性、构造、气候条件、地下水作用都有密切关系。中国洞穴主要分布在贵州、广西、云南、湖北、湖南、四川、江西、广东、浙江、安徽、江苏以及山东、辽宁、河北、北京等省区岩溶发育地区。

(三) 水景

水景按其形态,可以细分为“河、湖、瀑、泉、海”等不同类型。

1. 河景

中国江河如织,从涓涓细流的山涧到坦荡宽阔的大江皆有特色。在众多的河景中,尤以桂林一阳朔间神奇的漓江和雄伟磅礴的长江三峡为佼佼者。咆哮奔腾的黄河峡谷、诗情画意的富春江、潺潺流水的武夷山曲溪,均系别具情趣、以水景为主体的不同尺度的旅游资源。

2. 湖景

波光潋滟的湖泊自古被人们视为风景佳地。中国拥有大小湖泊 2 万多个,许多湖泊因其风光明媚而具有疗养价值与旅游价值。“淡妆浓抹总相宜”的西湖驰名于世,全国以“西湖”命名的湖泊不下数十处。中国著名的旅游名胜,从水天一色的鄱阳湖与洞庭湖,烟波浩渺的太湖与五百里滇池,美如碧玉的洱海、天山天池、赛里木湖和阿尔泰山的哈纳斯湖,到京都侧畔的昆明湖。

3. 瀑景

中国疆域辽阔,地势复杂,为瀑布大量发育提供了基本条件。据统计,中国大小瀑布至少在数百个以上,瀑布群也不下数十个。其中,比较著名的有:庐山瀑布群、雁荡山瀑布群、黄果树瀑布群、九寨沟瀑布群、天柱山瀑布群、壶口瀑布、长白山瀑布等。

4. 泉景

据粗略统计,全国泉的总数当有 10 万之多。其中,水质好、水量大或因奇水怪泉而闻名遐迩的“名泉”也有上百处之多。因地下水的储存条件不同,它们中有四季如汤的温泉、刺骨冰肌的冷泉、喷涌而出的承压水泉、汨汨外流的潜水泉、水雾弥漫的喷泉、时滴时停的间歇泉、去病医疾的药泉、甘甜爽口的矿泉,还有离奇古怪的水火泉、甘苦泉、鸳鸯泉,更有北京西山的玉泉、杭州西湖的虎跑泉、江西庐山的聪明泉。

5. 海景

在中国疆域之内,漫长曲折的海岸线长达 18 000 多公里,分布着至少 6 500 个岛屿,50 多个群岛和列岛。海景旅游资源包括海蚀奇观、沙滩风景、五彩卵石、海滩森林、海底

花园、大海波澜、神奇岛屿、海市蜃楼、海上观日、神秘海火。其中既有避暑胜地,也有避寒胜地。

(四) 生物景观

中国具有世界上特有的奇花名木,珍禽异兽。珍稀特有动物资源如大熊猫、金丝猴、白唇鹿、黑颈鹤、扬子鳄等,均为中国特有物种。银杏、银杉、金钱松、白豆杉等皆为珍稀裸子植物;被子植物中,中国占世界总科数的53%,其中不乏古老类群和特有物种。许多动植物既能起到烘托主景作用,又能独立成景,构成颇具魅力的旅游资源。

一些动植物的栖息繁衍区,如黑龙江扎龙鹤乡,江西与青海鸟岛,福建鸳鸯溪,云南大理蝴蝶泉,世界罕见的物种基因库——武夷山自然保护区,有动植物生命摇篮之称的西双版纳自然保护区,景色奇秀的张家界国家森林公园,列入联合国教科文组织世界生物圈保护区网络的长白山、卧龙和鼎湖山自然保护区等,都是发展旅游业得天独厚的地方。

(五) 历史古迹

中国作为一个文明古国,历史古迹遍及各地,尤以黄河流域最为集中,可供人们游览观赏并获得知识启迪的有古人类遗址、帝都宫苑、园林建筑、宝刹古寺、石窟碑碣、名人故居、革命文物等。

中国历史上作为中央王朝的帝都或封建割据政权首府,从禹都阳城到元明清三代帝都的北京,不下百余处。其中安阳、北京、西安、洛阳、开封、南京、杭州居于显赫地位,被称为中国七大古都,遗留古迹很多。

(六) 文化胜迹

历史与文化之间有着不可分割的渊源关系。在中国的文化遗存中,宗教文化影响深远,五台、普陀、峨眉、九华是中国著名的四大佛教圣地,厦门南普陀、宾川鸡足山、泉州开元寺、杭州灵隐寺等,亦终年香火不绝。寺庙、道观、经堂是建筑艺术的精华,而造像、壁画、碑碣、题楹等也极富文化价值。

敦煌莫高窟、吐鲁番柏孜克里克、大同云冈、洛阳龙门、天水麦积山、永靖炳灵寺、巩县石窟、大足石窟固原须弥山、庆阳北石窟、剑川石宝山、杭州飞来峰石窟等都是中国著名的石窟艺术精华。

(七) 古建筑工程

古代中国创造的众多浩大工程,今天已经成为中外游人重要的游览参观地,如长城、京杭运河、都江堰、古栈道、赵州桥、应县木塔等。其他如石木结构的布达拉宫,宫墙厚达1米以上,用块块方石垒砌;耸立百米石峰上的云岩寺,靠两条铁索贯连,堪称建筑界的一绝。五台山南禅寺大殿为中国现存最古老的唐代木结构建筑,在世界建筑史上也占有重要地位。

（八）古典园林

中国造园艺术有“世界园林之母”之称。它把建筑、山池、园艺、雕刻、绘画、书法、装饰、美学等融于一体,使生景、画景、意境巧妙结合,虽为人作,却有自然之理,得自然之趣。中国古典园林又可分为皇家园林、第宅园林和寺庙园林等。皇家园林以规模宏大、庄重、豪华为主要特色。保存下来的皇家园林有圆明园、颐和园、北海公园、承德避暑山庄等。第宅园林有使人不出城郭而获山水之怡,身居闹市而又具林泉之致。

现存的第宅园林集中在苏州,如沧浪亭、拙政园、留园、网师园等。寺庙园林是园林艺术和宗教艺术结合的产物,比较著名的有苏州狮子林、灵岩寺,南京灵谷寺、栖霞寺,镇江金山寺和扬州大明寺等。

（九）民族风情

中国是一个多民族国家,56个民族都有自己的历史文化、服饰装饰、民风习俗、喜庆节日和衣食住行特点。各民族都有好客的传统,许多民族能歌善舞、习俗奇异、居室别致、服饰精美,与客源国家的文化差异度大,有很强的吸引力。

例如:东北的暖居、陕西和山西的窑洞、豫西的天井窑院、新疆的土拱房、西藏的碉房、内蒙古的毡包、福建永定的土楼、西南山区的干栏;回族的羊皮筏、藏族的牛皮船、怒族的独木舟、江南水乡的小桥流水、傣族的竹桥、独龙族的藤桥、羌族的竹索桥、彝族的竹篾网桥、藏族的溜索、壮族的风雨桥;云南纳西族和云南泸沽湖摩梭人的“走婚”、甘南藏族的“抢婚”、黔南瑶族的“探婚”;汉族的春节、元宵节、清明节、端午节、中秋节,黎、壮、侗、苗等族的“三月三”,大理白族的“三月街”,彝、白等族的火把节,傣族的泼水节,蒙古族的那达慕,等等。

内蒙古、新疆、云南、贵州、西藏、四川等地是少数民族聚居地区,少数民族风情与当地独特的自然风光结合,形成了极富民族特色的旅游氛围,具有大力开发民族风情旅游的巨大潜力。

（十）美味佳肴

中国菜肴名誉四海,色香味形兼美。八大菜系,各具千秋,其共同的特点是用料考究,刀工精细,制作精绝,百菜百味,回味无穷,余香满口。

（十一）历史文化名城

中华人民共和国国务院1982年2月批准将具有重大历史价值和革命意义的24座城市批准为第一批国家历史文化名城,以后又陆续公布了第二批和第三批国家历史文化名城38座和37座。

这些城市中有作为统一国家的国都:西安、北京、洛阳、开封、南京;有南北对峙或三足鼎立的王朝帝都:成都、大同(平城)、杭州(临安);有诸侯国或封王都城:曲阜、江陵、