

21世纪旅游专业系列规划教材



梁明珠 主编

中国旅游地理

(第二版)

Tourism Geography of China



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



21世纪旅游专业系列规划教材

中国旅游地理

(第二版)

梁明珠 主编

Tourism Geography of China



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游地理/梁明珠主编. —2 版. —广州: 暨南大学出版社, 2014. 6
(21 世纪旅游专业系列规划教材)
ISBN 978 - 7 - 5668 - 1024 - 3

I. ①中… II. ①梁… III. ①旅游地理学—中国—高等学校—教材 IV. ①F592.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 094989 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州市天河星辰文化发展部照排中心

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 18.75

字 数: 466 千

版 次: 2011 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 2 版

印 次: 2014 年 6 月第 2 次

印 数: 3001—6000 册

定 价: 37.50 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

21 世纪旅游专业系列规划教材编委会名单

学术顾问：（按姓氏笔画排列）

张永安 傅汉章

主 编：梁明珠

编 委：（按姓氏笔画排列）

王 华 文 吉 文 彤 朱 丽 刘 益

汪会玲 胡欣悦 郭淳凡 黄 向 梁彦明

傅云新 温碧燕 蒲 阳 廖卫华 黎耀奇

总 序

“21 世纪旅游专业系列规划教材”正在暨南大学管理学院旅游管理系广大教师的共同努力下逐步推出。这是作为国家特色专业、广东省名牌专业以及省级重点学科建设的重要成果之一，也是暨南大学旅游管理专业开办 20 多年来，由本科、硕士到博士点发展历程及专业积淀的展示。

旅游活动是当今世界参与人数最多、规模最大的社会活动之一，旅游业也是世界上最大的产业之一。自 20 世纪 70 年代末以来，中国旅游业快速发展，在 20 多年的时间里，实现了从旅游资源大国向世界旅游大国的历史性跨越，今后还将由世界旅游大国向世界旅游强国迈进。在旅游业快速发展的同时，我国旅游教育和旅游科研蓬勃开展。截至 2007 年底，全国共有高中等旅游院校 1 641 所，其中高等院校 770 所。在校生 70 多万人，其中就读旅游高等院校的学生近 40 万人。中国旅游教育方兴未艾，源源不断地为旅游业输送着大批专业人才。

旅游教育的发展壮大需要教材建设的支持。我国旅游教育界在过去的 20 年间出版了多套专业教材，为旅游学科的发展奠定了基础，为旅游教育作出了贡献。但随着旅游业的快速发展，旅游科研不断有新的突破，旅游教材必须吸收、反映这些新的成果，把最新的知识奉献给读者。面对旅游学科日新月异的大好局面，特别是最近几年形势的重大变化，我们处在高校旅游专业教学与科研第一线的教师既感到兴奋，同时也有要不断更新教学内容，补充新知识的压力。鉴于教材建设紧跟形势发展，反映旅游最新实践动态和最新研究成果的需要，我们组织了一批长期从事旅游专业相关课程教学和科研的教师编写了这套“21 世纪旅游专业系列规划教材”。

本套教材选题广泛，涵盖了旅游管理专业的各门课程，并且紧密结合国际、国内旅游活动、旅游业和旅游科研发展的实际，从较高的理论起点阐述了现代旅游管理和经营的一般规律，总结学科、行业、产业的经验教训，以最新的实际材料和旅游研究成果展现旅游学科体系的理论知识和实践技巧。在编写风格上，我们参阅和借鉴了国内外旅游学科及其他学科教材的经验，力图使本套教材呈现出理论全面、知识丰富、结构合理、形式活泼、内容科学及文字生动的特色。这套教材既可供高校旅游管理专业教学使用，亦可作为高等职业教育、自学考试以及旅游行业中、高级管理人员的培训教材。

旅游学是一门发展中的学科，丰富的理论内涵和综合的知识结构，飞速发展的社会实践，均需要进行不断深入的研究和精心的归纳。我们希望通过这套教材的出版，能与同仁共同推进旅游教育的发展和提高旅游教材的编写水平，为中国旅游教育贡献绵薄之力。

21 世纪旅游专业系列规划教材编委会
2008 年 10 月

前言

随着社会的发展,旅游业已成为全球经济发展势头最强劲和规模最大的产业之一。在过去的30年里,中国旅游业取得了突飞猛进的发展,也取得了举世瞩目的成就。中国有4/5以上的省级行政区把旅游业确定为“支柱产业”。2009年12月,国务院明确提出把旅游业定位为国民经济的战略性支柱产业;2010年,中国已跃居全球第三大入境旅游接待国和第四大出境旅游消费国,旅游业对中国经济社会发展的积极作用更加凸显。世界旅游组织预计,到2020年,中国将成为世界第一大入境旅游接待大国,国际旅游人数将达到1.37亿人次。与此同时,中国旅游教育事业也以惊人的速度在发展,到2009年末,全国已有852所高等院校开设旅游专业,旅游专业学生人数突破了49万。旅游业的发展也要求旅游教育从理论上跟踪、总结旅游业的成败得失,并及时反映到教学当中。

中国地域辽阔、历史悠久,自然景观丰富多彩,人文景观璀璨夺目,其独有的东方神韵一直强烈地吸引着中外旅游者。旅游资源是旅游业发展的基础和先决条件,旅游业的良性发展依托于旅游资源的科学开发。近年中国旅游业的发展成就有目共睹,但旅游资源的盲目开发、无序开发、过度开发造成经济损失和社会资源浪费的例子屡见不鲜。因此有必要结合中国的旅游地理特征,对与中国旅游资源有关的理论知识重新进行廓清和认识,以指导旅游开发。

在编修《中国旅游地理》的过程中,我们考察了目前国内出版的大批旅游教材和专著,本着对原有合理框架体系不做大调整的原则,对书稿内容进行补充,力求使本教材起点高、立意新,并有所突破,特别是对原有的资料与信息做了更新,其中,第一章做了较大的调整。在教材的结构体例和内容上,我们十分注重基本理论和基本知识的共识性与术语规范性,严格参照中国制定的相关行业标准,同时根据20多年来从事旅游教学的体会,从中国乃至世界旅游业发展的新视角、大视野、大思路出发,大量吸收最新的旅游研究成果,使本教材既紧跟时代步伐,又有所创新。

本书的内容共分为十章,第一章是绪论,第二至十章是对中国旅游资源地理知识进行分类介绍,在吸取国内出版的同类旅游教材优点的同时,主要突出以下特点:

(1) 以介绍中国的旅游资源为主,有关地理知识为辅,并有机地使中国旅游地理知识融入旅游资源知识结构体系中;

(2) 突出旅游资源的系列性和完整性,以廓清旅游资源分类的无序性和不合理性;

(3) 本书每章都具备本章要点、章节内容、本章小结、关键词、思考与练习等部分,



有利于读者对每章内容的重点、术语进行把握。

因此本书既适用于旅游管理专业的教学和从业人员参考，亦适用于地理、历史、建筑与规划、园林、广告、新闻等相关专业的教学和从业人员参考，也可作为导游考试的参考、辅助教材和旅游开发投资参考书目，同时还可作为各地政府海外宣传的重要参考资料。

本书由暨南大学旅游研究所梁明珠教授负责体例的编制、内容结构的安排、大部分章节的撰写，以及全书的统定。其中第四章、第八章部分内容由李伟撰写。访问学者韩山师范学院旅游管理系杨佩群参与了此次编修，负责资料与信息的更新。陈小洁、廖慧娟、伍锋、吕瑞娥、蒋伟、于健慧、钟金凤、管培新、刘志宏、高志洋、陈毓敏等负责校对和资料收集，在此一并表示感谢。

旅游业在中国是一个新兴的行业，中国对旅游地理的研究尚待完善，本书必然会存在一些不成熟和疏漏之处，恳请有关专家和读者批评指正，以共同推进该学科的发展。

编者

2014年5月于广州

目 录

总 序 / 1

前 言 / 1

第一章 绪 论 / 1

第一节 关于旅游地理学 / 1

第二节 旅游资源 / 2

第三节 中国的世界遗产 / 8

第二章 地文景观 / 17

第一节 地文景观的主要类型 / 17

第二节 岩溶地貌 / 21

第三节 丹霞地貌 / 24

第四节 海岸地貌 / 26

第五节 其他地貌 / 27

第六节 山地资源 / 28

第七节 风景名山 / 31

第八节 五岳名山 / 34

第三章 水域风光 / 41

第一节 水景与旅游 / 41

第二节 江河胜景 / 42

第三节 湖库姿色 / 46

第四节 瀑布景观 / 52

第五节 泉水价值 / 55

第六节 湿地利用 / 60

第七节 滨海景观 / 67



第四章 天象资源 / 70

- 第一节 大气景观 / 70
- 第二节 天象奇观 / 72
- 第三节 气候景观 / 74
- 第四节 气候优越的旅游城市 / 78
- 第五节 避暑胜地 / 81

第五章 生物景观 / 86

- 第一节 生物资源概述 / 86
- 第二节 植物景观 / 90
- 第三节 动物景观 / 97
- 第四节 生态旅游与自然保护区 / 101

第六章 历史古迹 / 109

- 第一节 文物遗址 / 109
- 第二节 古都名城 / 112
- 第三节 水利路桥 / 118
- 第四节 民居建筑 / 122
- 第五节 古代建筑 / 124
- 第六节 古典园林 / 132
- 第七节 帝王陵墓 / 139

第七章 宗教文化 / 145

- 第一节 中国四大宗教 / 145
- 第二节 宗教文化与建筑 / 151
- 第三节 宗教名山 / 164

第八章 现代景观 / 174

- 第一节 城市景观 / 174
- 第二节 产业资源 / 178
- 第三节 康体设施 / 184
- 第四节 主题公园 / 187
- 第五节 博物展馆 / 190



第九章 乡土风情 / 193

第一节 民俗风情 / 193

第二节 节会庆典与民间歌舞、民族服饰 / 196

第三节 乡村旅游 / 199

第十章 购物美食 / 202

第一节 特产名品 / 202

第二节 旅游纪念品 / 210

第三节 名街名店 / 217

第四节 美食佳肴 / 219

参考文献 / 224

附 录 / 226

第一章 绪 论

【本章要点】

1. 旅游与地理的关系。
2. 旅游地理学的学科属性。
3. 旅游资源的概念。
4. 旅游资源的特征。
5. 旅游资源的分类。
6. 中国旅游地理的知识体系。
7. 中国的世界遗产。

第一节 关于旅游地理学

一、旅游与地理的关系

自古以来，旅游与地理总是紧密地联系在一起。从古代社会的帝王巡游天下、文人漫游山水、高僧云游四海等少数人有限的特殊旅游活动，到当今社会人们涌向海滩、投身自然而又流连都市的大规模旅游活动，都是以旅游者在地理环境中的空间流动为基础。旅游几乎没有哪个方面与地理无关，地理也几乎没有哪个部分无助于研究旅游现象。

现代地理环境既包括各地地形、气候、水文、生物等自然要素构成的自然地理环境，也包括人类社会自身历史过程所形成的各地居民、城乡聚落、风俗民情、政治军事等方面的人文地理环境，各地区地理环境的丰富性及差异性，是旅游活动最基本的外在动力。

旅游地理学是伴随着旅游活动的扩展而逐渐发展起来的一门学科。在古代，人们主要通过旅游来积累地理知识。13 世纪末期，大旅行家马可·波罗的游记记录了他长途跋涉的经历。我国明代旅行家和地理学家徐弘祖历时 34 年，游遍祖国名山大川，写成地理名著《徐霞客游记》。在近现代社会，随着旅行社的诞生，组团旅游的发展，西方地理学者不仅利用自己掌握的地理知识和区域研究成果，积极撰写导游材料和旅行指南等，而且成为最早涉猎旅游研究领域的主角，旅游地理学也就应运而生。



二、旅游地理学的学科属性

旅游地理学是旅游业发展到一定阶段的必然产物，是在旅游活动迅速发展，与地理环境的关系日益显现的情况下产生的，其边缘性是其突出的学科属性。

旅游地理学是旅游与地理两种不同性质的学科有机结合的产物，由于旅游现象的综合性和复杂性，使得旅游地理学的研究范围涉及社会学、经济学、历史学、民俗学、考古学、建筑学、园林学、生态学、文学、美学、宗教、艺术等众多学科领域，是一门多学科交叉的边缘学科。

三、中国旅游地理的知识体系

中国旅游地理是在旅游地理学的一般原理与方法体系下，对有关旅游的中国区域地理知识的有机组合与分析研究。从旅游地理学的形成与发展历程看，区域旅游地理既是旅游地理学研究的重要基础，又是在旅游地理学指导下特定区域的实用旅游地理知识体系。中国旅游地理包括中国旅游资源形成的地理背景，中国旅游资源的类型、特征、结构、分布及其成因等等。由于旅游资源在旅游活动中的基础性，以及旅游资源与旅游地理环境联系的紧密性，目前中国旅游地理知识体系在很大程度上是以旅游资源地理为主干内容的。

考虑到目前我国高校旅游管理专业课程设置已开设了旅游资源开发与规划、旅游景区管理、旅游市场营销、旅游调查方法、旅游信息管理等相关课程，且旅游资源开发与规划、旅游景区管理等课程属于必修课程，为了避免课程讲授内容的重复和合理分配课时，本教材将课程内容集中在中国旅游资源地理的研究与分析上，以利于旅游管理专业的学生能循序渐进地、系统地掌握旅游管理专业的相关知识。

第二节 旅游资源

一、旅游资源的概念

旅游资源（Tourism Resources）这一概念是现代旅游活动发展的伴生产物，它构成了旅游业发展的物质基础，也是进行旅游开发的依据。中国旅游界对旅游资源的含义、价值、应用等许多理论和实用问题进行了多方面的研究，由于研究侧重点和研究角度的不同，先后出现过各种不同的定义。

中山大学旅游学院保继刚教授认为：“旅游资源是指对旅游者具有吸引力的自然存在和文化遗产，以及直接用于旅游目的的人工创造物。”黄辉实（1985）则认为：“旅游资源就是吸引人们前往游览、娱乐的各种事物的原材料。这些原材料可以是物质的，也可以是非物质的。它们本身不是游览的目的物和吸引物，必须经过开发才能成为有吸引力的事物。”还有学者认为，旅游资源是能够诱发旅游动机和实施旅游行为的诸多因素的总



和。它不仅是一定地理空间范围内的旅游目的地,也包括旅游者和各种能传达旅游地相关信息的事与物。

分析各位学者的各种定义,可以看出,虽然它们各自的出发点和强调的重点有所不同,但就资源的基本属性而言,各家学说均有一个共同点,就是都强调了旅游资源具有吸引旅游者这一属性,指出了它的吸引力和引诱力,这可谓是旅游资源的理论核心。

实际上,当旅游资源理论从国外引入中国时,译者把“attraction”翻译成为“资源”,造成人们对“resource”(资源)的错误理解。西方学术界就直接将旅游资源称为“旅游吸引物”。“旅游吸引物”是指旅游地吸引旅游者的所有因素的总和。它包括旅游资源、完备的接待设施和优良的服务与劳务,甚至还包括快捷舒适的旅游交通条件。

目前,围绕着旅游资源的吸引属性这一理论核心,旅游资源的研究范畴更加宽泛了。针对旅游资源的概念界定的不一致,中国科学院地理科学与资源研究所和国家旅游局规划发展与财务司于2003年在原有的《中国旅游资源普查规范》的基础上,又共同起草了《旅游资源分类、调查与评价》,对旅游资源的概念重新加以确定。标准定义旅游资源为“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”。该概念在强调资源具有吸引力的同时,还重点强调了旅游资源产生的三大效益:经济效益、社会效益和环境效益。这种提法符合现代经济“可持续发展”的原则,在实际操作中具有积极的作用。因此,与其他提法相比,这一定义有着较强的先进性和科学性。

二、旅游资源的特征

由于人类旅游活动、旅游业、地理环境和人们审美观的差异等多方面复杂的原因,旅游资源具有以下特征:

(一) 种属的多样性

广义而言,一地的多数景物、场所或活动都可以引起外地旅游者的兴趣。人的兴趣是广泛的,因此旅游吸引物也具有广泛性。从旅游资源的类型和内容上看,自然旅游资源包括了地球四个圈层中所涵盖的所有旅游吸引要素,即从天上到地下(壳)所有可为旅游业利用的类型;人文旅游资源,几乎包括了古今一切令各种不同层次的人们感兴趣的事物和因素。一个地区的旅游资源种类越多,对旅游者的吸引力也就越大。

(二) 分布的地域性

各种旅游资源都有一定的地域分布差异性,这种差异会导致同类事物由于所处的地区和地域的不同而形成不同的特色和风格,使旅游资源具有不同的地方性和民族性。例如,中国饮食方面有“南淡北咸,西辣东甜”的地方风味;自然山水方面有“北雄、南秀、西旷、东密”的景观特色。旅游资源的地域特色越突出,其旅游吸引力就越大,从而带动旅游者的空间移动。

(三) 结构的组合性

虽然每个资源单体可能具有吸引旅游者的观赏价值,但若孤立存在的话,是很难吸引



旅游者的。一个旅游区往往是各种旅游景观或景物要素的综合体，其吸引功能往往是由一种以上旅游景观或景观要素协调配合所形成的组合性吸引功能。例如，杭州西湖，首先是湖、山、气象巧妙配合而成的天然美景，然后是历代开发者在这美好的山水之间布置了无数的人文景观，形成自然山水与人文景观的巧妙配合。这两种配合使西湖风景区的“资源配置”十分和谐得当。桂林、苏州、昆明等名城和泰山、黄山等名山都具有很好的结构组合性。

（四）时代性和季节变化性

在不同的历史时期和社会经济条件下，旅游资源的含义是不同的。另外，随着人类物质文明和精神文明的进步，人们的兴趣及时尚潮流会随着时间的推移而变化；随着时代的发展，人们旅游动机的多样性对旅游资源的内涵要求也是多方面的。旅游资源的时代性正好满足了这种要求。所以，由于岁月的增长、时代的变迁、历史的演变、人为因素等的影响，不少旅游资源可能降低或失去其原有意义，而原来并不是旅游资源或没有发现、没有建成的某些项目，在新条件下可能成为旅游资源。例如，帝王的宫殿和陵墓、古城的城墙、宗教的寺庙、火山喷发的岩浆、地震遗址等，其原先建成或发生时可能并不是为了旅游，但随着时间的推移和旅游者需求的变化，许多已成为颇具吸引力的旅游热点。

旅游资源变化还表现在自然景观的季节变化上。某些自然景色只在特定的季节和时间里出现，如吉林雾凇，只有在入冬后才能形成。另外，同样的景物在不同的季节里表现出不同的特征。例如，同一座山，在春、夏、秋、冬四季有不同的景色。由于自然界节律或节气的影响，一些旅游节日也呈现出季节性，如端午节的中华龙舟赛、潍坊的风筝节等。旅游资源的季节性，使得旅游具有明显的“淡季”和“旺季”之分，如海滨城市青岛，一年之中，以夏季旅游最为火爆。

（五）永续性和不可再生性

对旅游资源而言，旅游者可以利用它、观赏它，却不会带走旅游资源本身，所带走的只是各种印象、美感、意境和心灵的感受，它不会被旅游者消耗掉。因此，从理论上说，旅游资源是可以长期地，甚至是永久地使用下去的，具有无限重复使用的永续性特征。

但是，这种“永续性”并非绝对成立，如果开发利用不当，就会造成资源的破坏甚至消失。在现实中，自然旅游资源除了受到全球或局部地区环境衰退的影响（如大自然的风化侵蚀作用、自然灾害破坏）之外，游人接待过量，再加上游人的不文明旅游行为（如乱扔垃圾、随地吐痰、随意践踏花草等），正在使自然旅游生态环境受到严重的威胁。人文旅游资源的破坏也十分常见。战争、某些政治运动、人们的无知行为曾使众多名胜古迹遭受灭顶之灾，不负责任的胡乱开发经常造成“建设性破坏”，现在过多的游人接待量及游人的不文明行为对旅游景物的破坏力也不容低估。

三、旅游资源的分类

随着旅游业的发展，旅游资源的范畴在不断地发展变化，涉及自然、社会、人文等多个方面，在分类中难免会发生重叠、重复的现象，所以难以给旅游资源做出相对完整统一

的分类方案。我们可以从各自的角度，按照不同的需要，遵循不同的原则和分类标准，对旅游资源进行分类。需要特别强调的是，无论何种分类都必须遵循“全覆盖、不交叉”的原则。

下面介绍几种旅游资源的分类方法，总体的分类方法如表 1-1 所示。

表 1-1 旅游资源的分类方法

分类标准	主要类别
国家标准《旅游资源分类、调查与评价》	地文景观、水域风光、生物景观、天象与气候景观、遗址遗迹、建筑与设施、旅游商品、人文活动
风景资源的规模、级别、价值及管理范围	世界级旅游资源，国家级和大型旅游资源，省、市、自治区和中型旅游资源，县级以下及小型旅游资源
旅游者的需求心理	心理方面的旅游资源、精神方面的旅游资源、健身方面的旅游资源、政治方面的旅游资源、经济方面的旅游资源
旅游资源的功能	观光游览型旅游资源、文化知识型旅游资源、参与体验型旅游资源、购物型旅游资源、情感型旅游资源、康乐疗养型旅游资源

（一）按《旅游资源分类、调查与评价》标准分类

本分类按 2003 年 10 月国家颁布的标准（GB/T18972-2003），并依据旅游资源的性状，即现存状况、形态、特性、特征等，对稳定的、客观存在的实体旅游资源与不稳定的、客观存在的事物和现象，进行区分总结，将其分为“8 主类”、“31 亚类”和“155 个基本类型”三个层次。在 8 个主类中，前 4 个主类在属性上属于自然旅游资源，后 4 个主类属人文旅游资源。具体分类如表 1-2 所示。

表 1-2 《旅游资源分类、调查与评价》分类方法

主类（8 类）	亚类（31 类）
地文景观	综合自然旅游地、沉积与构造、地质地貌过程形迹、自然变动遗迹、岛礁
水域风光	河段、天然湖泊与池沼、瀑布、泉、河口与海面、冰雪地
生物景观	树木、草原与草地、花卉地、野生动物栖息地
天象与气候景观	光现象、天气与气候现象
遗址遗迹	史前人类活动场所、社会经济文化活动遗址遗迹
建筑与设施	综合人文旅游地、单体活动场馆、景观建筑与附属型建筑、居住地与社区、归葬地、交通建筑、水工建筑
旅游商品	地方旅游商品
人文活动	人事记录、艺术、民间习俗、现代节庆



(二) 按风景资源的规模、级别、价值及管理范围分类

1. 世界级旅游资源

(1) 进入《世界遗产名录》的旅游资源。

截至 2013 年 6 月, 中国已先后有 45 处列入《世界遗产名录》。

(2) 纳入世界自然保护区网的旅游资源。

截至 2013 年底, 中国被列入联合国“人与生物圈”计划的自然保护区已达 32 个。

(3) 纳入《世界地质公园名单》的旅游资源。

截至 2013 年, 中国已有 29 处进入《世界地质公园名单》。

(4) 纳入《国际重要湿地名录》的旅游资源。

截至 2013 年, 中国已有 46 处进入《国际重要湿地名录》。具体湿地名称如下:

表 1-3 中国纳入《国际重要湿地名录》的湿地

湿地名称	湿地名称
青海鸟岛自然保护区	江苏大丰麋鹿自然保护区
青海扎陵湖湿地	江苏盐城沿海滩涂湿地
青海鄂陵湖湿地	广东湛江红树林保护区
海南东寨港红树林保护区	广东惠东港口海龟保护区
香港米埔湿地	广东海丰公平大湖省级自然保护区
江西鄱阳湖自然保护区	广西山口红树林保护区
湖南东洞庭湖自然保护区	广西北仑河口国家级自然保护区
湖南洞庭湖自然保护区	四川若尔盖国家级自然保护区
湖南西洞庭湖自然保护区	云南大山包湿地
吉林莫莫格国家级自然保护区	云南纳帕海湿地
吉林向海自然保护区	云南拉什海湿地
黑龙江扎龙自然保护区	云南碧塔海湿地
黑龙江洪河自然保护区	西藏玛旁雍错湿地
黑龙江三江自然保护区	西藏麦地卡湿地
黑龙江兴凯湖自然保护区	上海崇明东滩自然保护区
黑龙江省七星河国家级自然保护区	上海长江口中华鲟湿地自然保护区
黑龙江省南瓮河国家级自然保护区	福建漳江口红树林国家级自然保护区
黑龙江省珍宝岛国家级自然保护区	湖北神农架大九湖湿地
黑龙江东方红湿地国家级自然保护区	湖北沉湖湿地自然保护区
辽宁大连斑海豹保护区	湖北洪湖省级湿地自然保护区
辽宁双台河口湿地	浙江杭州西溪湿地公园
内蒙古达赉湖自然保护区	甘肃省尕斯库勒国家级自然保护区
内蒙古鄂尔多斯自然保护区	山东黄河三角洲国家级自然保护区

2. 国家级和大型旅游资源

(1) 已审定和公布的国家级重点风景名胜区。

截至 2013 年底, 中国已先后审定和公布了七批 225 处国家级重点风景名胜区。



(2) 已审定和公布的国家级森林公园。

截至2013年10月15日,中国已建立778处国家级森林公园。

(3) 已审定和公布的国家级自然保护区。

截至2013年底,中国已建立407处国家级自然保护区。

(4) 已审定和公布的国家级重点文物保护单位。

截至2013年,国务院先后公布了六批4295处国家级重点文物保护单位。

(5) 已审定和公布的国家级历史文化名城和优秀旅游城市。

截至2013年11月18日,国务院先后确定为国家级历史文化名城的城市共有123座。

截至2013年底,经国家旅游局审核,全国共有339个城市被命名为中国优秀旅游城市。

(6) 已审定和公布的国家级地质公园。

截至2013年4月,中国已有国家级地质公园219处,其中121处已经建成。

此外,还有旅游部门、农业部门、水利部门确定的5A、4A级旅游区(点),国家级花卉博览园,水利风景旅游区等。

3. 省、市、自治区和中型旅游资源

各省、市、自治区已审定和公布的省级重点风景名胜区、森林公园、自然保护区、文物保护单位。这些旅游资源在其所在的省、市、自治区内具有较高的知名度和美誉度,主要客源为本省、市、自治区的居民。

截至2012年12月,中国经审定命名的省级风景名胜区有737处。

4. 县级以上、小型旅游资源

这类旅游资源的等级相对较低,在县级以下的区域内具有较高的知名度和美誉度,客源几乎均为本地居民,通常是本地居民和周边地区居民平时及周末的休闲旅游场所。

(三) 按旅游者的需求心理分类

1. 心理方面的旅游资源

家乡、宗教圣地、重大历史事件、远方的朋友、崇敬的历史和现代名人等。

2. 精神方面的旅游资源

各种科学知识、各种消除紧张的娱乐活动、文学艺术欣赏等。

3. 健身方面的旅游资源

各种休假、各种运动及沙疗、温泉疗、海水疗法等治疗方式。

4. 政治方面的旅游资源

国家政体状况及各种法律、政策、方针等。

5. 经济方面的旅游资源

各地土特产、经济情报资料、产品样品等。

(四) 按旅游资源的功能分类

1. 观光游览型旅游资源

以自然风光、园林建筑、古建筑、城镇风貌、珍稀动植物为主。

2. 文化知识型旅游资源

以历史古迹、古建筑、宗教文化、文学艺术、社会风情、博物展览为主。