



高等职业教育“十二五”规划教材 旅游类专业教材系列

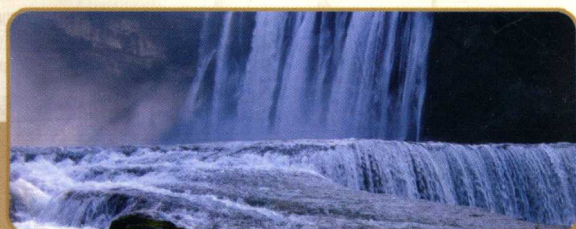
中国旅游地理

万剑敏 主编

(旅游资源篇)

第二版

ZHONGGUO LÜYOU
DILI



科学出版社

高等职业教育“十二五”规划教材

旅游类专业教材系列

中国旅游地理

——旅游资源篇

(第二版)

万剑敏 主编

冯 静 王 炎 副主编

陈金龙 朱 廉

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书共分为十二章,以高职高专院校旅游专业学生为对象,简化了中国旅游地理教材中的旅游客源地理、旅游规划、旅游环境容量等内容,突出了旅游行业实践中应用最为广泛的旅游资源部分,全面分析了中国旅游资源的成因及特征,介绍了其分类、分布和区域特征概况,并归纳了各省的旅游地理环境特征、旅游资源类型,对各行政区重点旅游景区、民俗风物等进行了分区描述。此外,本书每章章首还结合旅游行业实践设置了引导问题,增强了教材的实用性。

本书既可作为高职高专院校旅游专业的教学用书,也可供行业培训或相关从业人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理:旅游资源篇/万剑敏主编. —2版. —北京:科学出版社, 2013

(高等职业教育“十二五”规划教材·旅游类专业教材系列)

ISBN 978-7-03-038578-9

I. ① 中… II. ① 万… III. ① 旅游地理学-中国-高等职业教育-教材
IV. ① F592.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 215113 号

责任编辑:朱大益 / 责任校对:马英菊
责任印制:吕春珉 / 封面设计:子时文化

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

张主印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2007 年 10 月第 一 版	开本: 787×1092 1/16
2013 年 9 月第 二 版	印张: 22 1/2
2013 年 9 月第三次印刷	字数: 536 000

定价: 39.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换<骏杰>)

销售部电话 010-62134988 编辑部电话 010-62138978-2018

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303

第二版前言

《中国旅游资源概况》自 2007 年出版以来,被多所高职院校选为“中国旅游地理”课程的教材。对此,编者心怀感激,也深感责任重大。近年,教育部对高等职业教育提出了新的要求,制定了新的规划和行动纲领,旅游行业有了新发展,旅游资源也呈现出许多新的特点。为了满足旅游教育事业的新需要,编者决定对原有教材进行修订。

长期以来,“中国旅游地理”作为高职院校旅游专业的基础理论课,教学一直以理论讲述为主。如何与学生的职业技能和就业岗位相结合,是广大教师在教学中应该深思的问题。编者在多年教学实践中深入思考,认真研究该课程的知识体系和教学内容,以及高职院校学生的心理特点和学习规律,根据国务院《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010~2020 年)》及《教育部关于推进高等职业教育改革创新引领职业教育科学发展的若干意见》,以就业为导向,尝试对原教材进行修订,力争体现“工学结合”的特点。为方便教师选用,将书名变更为“中国旅游地理——旅游资源篇”,书中具体修订如下。

一是创新编写体例,增加问题引导,紧扣职业能力和就业岗位。

在各章章首增加了“学习目标”,明确本章的学习重点、难点;增设了“引导问题”,问题的设计紧扣学生将来就业可能遇到的工作场景,引导学生探究本节主要学习的内容,并且理解这门课程在将来的旅游实践中将会如何运用。每章章后设置“思考题”、“自测题”和“实训题”,“思考题”帮助学生整理归纳该章知识体系,“自测题”有助于学生自我巩固该章的知识要点,“实训题”方便教师组织课堂训练,提高学生的实践技能。

二是修改调整章节内容,增加了附录。

本书仍然保留了中国旅游资源总述和分区论述两大部分。总述部分全面介绍了中国旅游资源的分类、分布和区域特征概况。各区的重要旅游景点不是单纯罗列,而是根据旅游资源的类型和地理环境的特点划分了游览区,便于学生进行线路组合。景点涉及的历史、文化、民俗等知识,以“小资料”的形式进行补充,进一步拓展教材的涵盖面,丰富内容,增强可读性。此外,本书还增加了附录,方便学生查询。

三是更新数据,锤炼文字,打造精品。

本书统一采用了《中国统计年鉴(2012)》的数据,文字内容基本采用有可靠来源的最新资料,增补行业发展动态,使教材与时俱进,充分反映旅游行业的最新发展和业内最新的研究成果。进一步精雕细琢,锤炼文字,使行文更加流畅、精准,符合精品要求。

本书修订的具体分工如下:江西旅游商贸职业学院万剑敏负责编写第一、第二、第五、第六和第十二章及附录,唐山职业技术学院王炎负责编写第三和第四章,江西现代职业学院万田户负责编写第七章,三峡旅游职业技术学院陈金龙负责编写第八章,江西

旅游商贸职业学院冯静负责编写第九和第十章,江西旅游商贸职业学院朱廉负责编写第十一章。江西旅游商贸职业学院王光亮参与了第五~第七章和第十二章及附录的部分资料搜集、整理、核对工作。书中涉及山西、新疆、甘肃、宁夏的插图由王健拍摄,广东及澳门的照片由杨海林拍摄,其他插图若无特别说明,均由万剑敏拍摄。

编者在编写本书的过程中参考了不少专家、学者的著述和文献,力求使所述的内容更具准确性。在此谨向有关作者表示敬意和感谢!同时,对于负责本书出版的科学出版社及相关工作人员,致以深切的谢意。

由于时间有限,书中疏漏之处在所难免,恳请各位同仁和广大读者批评指正,并将意见及时反馈给编者(wjane868@163.com),以便修订完善。

编者

2013年8月

目 录

第一章 中国旅游资源概述	1
第一节 旅游资源的概念及其分类	1
一、旅游资源的概念	1
二、旅游资源的分类	3
第二节 中国旅游资源的地理环境和总体特征	5
一、中国旅游资源所处的地理环境	5
二、中国旅游资源的总体特征	6
第三节 中国旅游资源的区域分布	9
一、林海雪原火山生态旅游区分区(黑吉辽)	10
二、华夏文明名山古迹旅游区(京津冀鲁豫晋陕)	11
三、草原大漠蒙古族风情旅游区(内蒙古)	11
四、沙漠绿洲丝绸之路旅游区(新甘宁)	12
五、高原雪域宗教文化旅游区(青藏)	12
六、山川峡谷巴楚文化旅游区(川渝鄂湘)	13
七、岩溶地貌民族风情旅游区(滇黔桂)	13
八、江南水乡都市园林旅游区(沪苏浙皖赣)	14
九、椰风海韵侨乡城市旅游区(闽粤琼)	14
十、海岛都会中西文化旅游区(港澳台)	15
思考题	15
自测题	16
实训题	16
第二章 中国旅游资源的基本特征及其旅游价值	17
第一节 地文景观旅游资源	18
一、综合自然旅游区	18
二、沉积与构造旅游资源	20
三、地质地貌过程形迹	23
四、自然变动遗迹	25
五、岛礁	25
第二节 水域风光旅游资源	26
一、河段	26

二、天然湖泊与池沼	27
三、瀑布	29
四、泉	29
五、河口与海面	30
六、冰雪地	31
第三节 生物景观旅游资源	31
一、树木	31
二、草原与草地	32
三、花卉地	32
四、野生动物栖息地	33
第四节 天象与气候景观旅游资源	34
一、光现象	34
二、天气与气候现象	35
第五节 遗址遗迹旅游资源	37
一、史前人类活动场所	37
二、社会经济文化活动遗址遗迹	39
第六节 建筑与设施旅游资源	41
一、综合人文旅游地	41
二、单体活动场馆	45
三、景观建筑与附属型建筑	46
四、居住地与社区	53
五、归葬地	55
六、交通建筑	57
七、水工建筑	58
第七节 旅游商品旅游资源	60
一、菜品饮食	60
二、中草药材及制品	61
三、传统手工产品与工艺品	61
第八节 人文活动旅游资源	64
一、人事记录	64
二、艺术	64
三、民间习俗	64
四、现代节庆	66
思考题	67
自测题	67
实训题	68



第三章 林海雪原火山生态旅游区(黑吉辽)	68
第一节 旅游地理环境特征与旅游资源类型	69
一、旅游地理环境特征	69
二、旅游资源类型	70
第二节 重点旅游资源	72
一、黑龙江省	72
二、吉林省	77
三、辽宁省	81
思考题	88
自测题	88
实训题	89
第四章 华夏文明名山古迹旅游区(京津冀鲁豫晋陕)	90
第一节 旅游地理环境特征与旅游资源类型	91
一、旅游地理环境特征	91
二、旅游资源类型	92
第二节 重点旅游资源	94
一、北京市	94
二、天津市	100
三、河北省	103
四、山东省	108
五、河南省	113
六、山西省	118
七、陕西省	124
思考题	130
自测题	131
实训题	132
第五章 草原大漠蒙古族风情旅游区(内蒙古)	133
第一节 旅游地理环境特征与旅游资源类型	134
一、旅游地理环境特征	134
二、旅游资源类型	135
第二节 重点旅游资源	137
一、重点旅游景区	137
二、特色民俗风物旅游资源	142
思考题	144

80	自测题	144
80	实训题	145
	第六章 沙漠绿洲丝绸之路旅游区(新甘宁)	146
05	第一节 旅游地理环境特征与旅游资源类型	147
55	一、旅游地理环境特征	147
55	二、旅游资源类型	148
77	第二节 重点旅游资源	150
18	一、新疆维吾尔自治区	150
28	二、甘肃省	157
28	三、宁夏回族自治区	164
88	思考题	169
00	自测题	169
12	实训题	170
	第七章 高原雪域宗教文化旅游区(青藏)	171
50	第一节 旅游地理环境特征与旅游资源类型	172
60	一、旅游地理环境特征	172
60	二、旅游资源类型	174
001	第二节 重点旅游资源	177
101	一、青海省	177
101	二、西藏自治区	181
111	思考题	191
118	自测题	191
134	实训题	192
101	第八章 山川峡谷巴楚文化旅游区(川渝鄂湘)	193
131	第一节 旅游地理环境特征与旅游资源类型	194
131	一、旅游地理环境特征	194
141	二、旅游资源类型	196
134	第二节 重点旅游资源	198
132	一、四川省	198
132	二、重庆市	204
131	三、湖北省	207
131	四、湖南省	212
141	思考题	218

自测题	219
实训题	220
第九章 岩溶地貌民族风情旅游区（滇黔桂）	221
第一节 旅游地理环境特征与旅游资源类型	221
一、旅游地理环境特征	221
二、旅游资源类型	222
第二节 重点旅游资源	223
一、云南省	223
二、贵州省	233
三、广西壮族自治区	240
思考题	246
自测题	246
实训题	247
第十章 江南水乡都市园林旅游区（沪苏浙皖赣）	248
第一节 旅游地理环境特征与旅游资源类型	249
一、旅游地理环境特征	249
二、旅游资源类型	250
第二节 重点旅游资源	251
一、上海市	251
二、江苏省	255
三、浙江省	262
四、安徽省	271
五、江西省	277
思考题	288
自测题	288
实训题	289
第十一章 椰风海韵侨乡城市旅游区（闽粤琼）	290
第一节 旅游地理环境特征与旅游资源类型	291
一、旅游地理环境特征	291
二、旅游资源类型	293
第二节 重点旅游资源	294
一、福建省	294
二、广东省	304

三、海南省	312
思考题	318
自测题	318
实训题	319
第十二章 海岛都会中西文化旅游区（港澳台）	320
第一节 旅游地理环境特征与旅游资源类型	321
一、旅游地理环境特征	321
二、旅游资源类型	322
第二节 重点旅游资源	323
一、香港特别行政区	323
二、澳门特别行政区	327
三、台湾省	331
思考题	338
自测题	338
实训题	339
附录	340
参考文献	349

第一章

中国旅游资源概述



学习目标

旅游资源是旅游业产生和发展的基础。通过对本章的学习，学生应掌握旅游资源的概念、分类，了解并掌握中国旅游资源所处的地理环境及中国旅游资源的总体特征、中国旅游资源的分区及各区域的总体特点。



引导问题

1. 导游小李在首都机场迎接一批来自美国的游客，这些游客都是第一次来到中国。那么，小李在进行概况讲解时需要介绍哪些方面的内容？
2. 一名来自新加坡的商务客人到上海一家五星级酒店的前台进行咨询，他有一周时间，想对中国的石窟艺术进行考察。假如你是前台工作人员，你将为他提供怎样的建议呢？
3. 林玲游完杭州西湖后，感到眼前所看到的景色与诗文中的“西湖十景”相差甚远，如果你是她的导游，你将如何引导她欣赏“西湖十景”并缓解她的失落感呢？

第一节 旅游资源的概念及其分类

一、旅游资源的概念

旅游资源是旅游业产生和发展的基础。旅游资源的概念伴随现代旅游活动的产生而出现，并随着旅游业的不断发展而深化。目前，我国学术界对旅游资源尚未有统一的定义，看法上存在分歧，在定义的表述上各有侧重，但在以下几方面有着一致的理解。

1. 旅游资源是客观存在的

旅游资源同其他资源一样,是一种客观存在,是旅游业发展的物质基础。旅游资源有在自然进化中天然形成的,如高山、溶洞、雾凇、瀑布等,也有人类社会创造的,如宫殿、桥梁、园林等;有具象的,如风景名胜、文物古迹、购物场所等,也有抽象的,如社会风气、文明程度等,这些都是客观存在的。有人认为,诗词歌赋、故事传说、未解之谜等都是无形的,不可感知,不可触摸,因而不应该算作旅游资源的范畴。但实际上,它们产生于客观世界,并依附于物质基础而存在。若没有歌曲《太阳岛上》的广为传唱,哈尔滨的太阳岛恐怕很难被外地游客熟知;若没有陆游的《钗头凤》,绍兴的沈园恐怕也只能淹没在江南众多的园林当中;若没有鲁迅笔下的“孔乙己”,咸亨酒店(图1-1)恐怕要另辟蹊径创出自己的品牌。正是由于这些“精神”的产物同物质景观相结合,才使得单纯的物质景观得以升华,产生了巨大的美感和旅游吸引力。因此,无论是具体形态的物质景观,还是源自物质景观的精神文化,其实质都是客观存在的。



图 1-1 咸亨酒店

2. 旅游资源对旅游者具有吸引力

对旅游者不能产生吸引力的自然和人文资源,不可能催生旅游活动,也就不能算作旅游资源。对旅游者具有吸引力是确定旅游资源概念的前提条件。当然,这里所说的有吸引力是指对相当一部分人有吸引力,而不是对个别人,否则探亲访友的对象也要被列入旅游资源。有些资源对游客有吸引力,但限于目前的科学技术条件,暂时无法让普通游人到达的,如太空、深海、极高山等,可称其为“潜在的旅游资源”。而一些对游人有很大吸引力,但不对外开放的资源,如濒危物种的核心保护区、私家园林和个人收藏品,也不能算作旅游资源。

3. 旅游资源能够为旅游业开发和利用, 并产生经济效益

旅游资源伴随人类的旅游活动而出现, 是可以被开发和利用的。资源一词, 本身属于经济学范畴, 离开资源的经济价值来谈资源是毫无意义的。例如, 一条啤酒生产线, 当它只用于生产啤酒时, 不能算是旅游资源, 而当经营者推出一个“啤酒之旅”项目, 让讲解员引导人们来参观并品尝新鲜的生啤, 向人们讲解该厂的历史和企业为民服务的宗旨时, 这条生产线就变成了旅游资源。因为它被旅游业所开发利用了, 并产生了经济效益和社会效益。

在不同的历史发展阶段和不同条件下, 对旅游者能够产生吸引力的资源是不同的, 能够被开发和利用的旅游资源也不尽相同, 这也是旅游资源的定义尚不能统一的原因之一。随着旅游业的不断发展和旅游理论研究的深入, 人们对旅游资源的认识将会不断明晰, 最终将会形成一个较为通用可行的旅游资源概念。

本书采用的旅游资源的概念源自国家质量监督检验检疫总局2003年2月24日发布, 从2003年5月1日起实施的国家标准 GB/T 18972—2003《旅游资源分类、调查与评价》。旅游资源 (tourism resources), 指的是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。

二、旅游资源的分类

中国国土广袤、山川锦绣、文化灿烂、民族众多、风俗迥异、物产丰饶, 因而形成了无比丰富的旅游资源。中国的旅游资源种类繁多、形态多样。依据 GB/T 18972—2003, 中国旅游资源可分为8个主类、31个亚类和155个基本类型, 见表1-1。

表 1-1 旅游资源分类

主类	亚类	基本类型
A (地文景观)	AA (综合自然旅游地)	AAA (山丘型旅游地)、AAB (谷地型旅游地)、AAC (沙砾石地型旅游地)、AAD (滩地型旅游地)、AAE (奇异自然现象)、AAF (自然标志地)、AAG (垂直自然地带)
	AB (沉积与构造)	ABA (断层景观)、ABB (褶曲景观)、ABC (节理景观)、ABD (地层剖面)、ABE (钙华与泉华)、ABF (矿点矿脉与矿石集聚地)、ABG (生物化石点)
	AC (地质地貌过程形迹)	ACA (凸峰)、ACB (独峰)、ACC (峰丛)、ACD (石/土林)、ACE (奇特与象形山石)、ACF (岩壁与岩缝)、ACG (峡谷段落)、ACH (沟壑地)、ACI (丹霞)、ACJ (雅丹)、ACK (堆石洞)、ACL (岩石洞与岩穴)、ACM (沙丘地)、CAN (岸滩)
	AD (自然变动遗迹)	ADA (重力堆积体)、ADB (泥石流堆积)、ADC (地震遗迹)、ADD (陷落地)、ADE (火山与熔岩)、ADF (冰川堆积体)、ADG (冰川侵蚀遗迹)
	AE (岛礁)	AEA (岛区)、AEB (岩礁)

续表

主类	亚类	基本类型
B (水域风光)	BA (河段)	BAA (观光游憩河段)、BAB (暗河河段)、BAC (古河道段落)
	BB (天然湖泊与池沼)	BBA (观光游憩湖区)、BBB (沼泽与湿地)、BBC (潭池)
	BC (瀑布)	BCA (悬瀑)、BCB (跌水)
	BD (泉)	BDA (冷泉)、BDB (地热与温泉)
	BE (河口与海面)	BEA (观光游憩海域)、BEB (涌潮现象)、BEC (击浪现象)
	BF (冰雪地)	BFA (冰川观光地)、BFB (长年积雪地)
C (生物景观)	CA (树木)	CAA (林地)、CAB (丛树)、CAC (独树)
	CB (草原与草地)	CBA (草地)、CBB (疏林草地)
	CC (花卉地)	CCA (草场花卉地)、CCB (林间花卉地)
	CD (野生动物栖息地)	CDA (水生动物栖息地)、CDB (陆地动物栖息地)、CDC (鸟类栖息地)、CDE (蝶类栖息地)
D (天象与气候景观)	DA (光现象)	DAA (日月星辰观察地)、DAB (光环现象观察地)、DAC (海市蜃楼现象多发地)
	DB (天气与气候现象)	DBA (云雾多发区)、DBB (避暑气候地)、DBC (避寒气候地)、DBD (极端与特殊气候显示地)、DBE (物候景观)
E (遗址遗迹)	EA (史前人类活动场所)	EAA (人类活动遗址)、EAB (文化层)、EAC (文物散落地)、EAD (原始聚落)
	EB (社会经济文化活动遗址遗迹)	EBA (历史事件发生地)、EBB (军事遗址与古战场)、EBC (废弃寺庙)、EBD (废弃生产地)、EBE (交通遗迹)、EBF (废城与聚落遗迹)、EBG (长城遗迹)、EBH (烽燧)
F (建筑与设施)	FA (综合人文旅游地)	FAA (教学科研实验场所)、FAB (康体游乐休闲度假地)、FAC (宗教与祭祀活动场所)、FAD (园林游憩区域)、FAE (文化活动场所)、FAF (建设工程与生产地)、FAG (社会与商贸活动场所)、FAH (动物与植物展示地)、FAI (军事观光地)、FAJ (边境口岸)、FAK (景物观赏点)
	FB (单体活动场馆)	FBA (聚会接待厅堂/室)、FBB (祭拜场馆)、FBC (展示演示场馆)、FBD (体育健身馆场)、FBE (歌舞游乐场馆)
	FC (景观建筑与附属型建筑)	FCA (佛塔)、FCB (塔形建筑物)、FCC (楼阁)、FCD (石窟)、FCE (长城段落)、FCF (城/堡)、FCG (摩崖字画)、FCH (碑碣/林)、FCI (广场)、FCJ (人工洞穴)、FCK (建筑小品)
	FD (居住地与社区)	FDA (传统与乡土建筑)、FDB (特色街巷)、FDC (特色社区)、FDD (名人故居与历史纪念建筑)、FDE (书院)、FDF (会馆)、FDG (特色店铺)、FDH (特色市场)
	FE (归葬地)	FEA (陵区陵园)、FEB (墓/群)、FEC (悬棺)
	FF (交通建筑)	FFA (桥)、FFB (车站)、FFC (港口渡口与码头)、FFD (航空港)、FFE (栈道)
	FG (水工建筑)	FGA (水库观光游憩区段)、FGB (水井)、FGC (运河与渠道段落)、FGD (堤坝段落)、FGE (灌区)、FGF (提水设施)

续表

主类	亚类	基本类型
G (旅游商品)	GA (地方旅游商品)	GAA (菜品饮食)、GAB (农林畜产品与制品)、GAC (水产品与制品)、GAD (中草药材及制品)、GAE (传统手工产品与工艺品)、GAF (日用工业品)、GAG (其他物品)
	HA (人事记录)	HAA (人物)、HAB (事件)
H (人文活动)	HB (艺术)	HBA (文艺团体)、HBB (文学艺术作品)
	HC (民间习俗)	HCA (地方风俗与民间礼仪)、HCB (民间节庆)、HCC (民间演艺)、HCD (民间健身活动与赛事)、HCE (宗教活动)、HCF (庙会与民间集会)、HCG (饮食习俗)、HGH (特色服饰)
	HD (现代节庆)	HDA (旅游节)、HDB (文化节)、HDC (商贸农事节)、HDD (体育节)
数量统计		
8 个主类	31 个亚类	155 个基本类型

第二节 中国旅游资源的地理环境和总体特征

一、中国旅游资源所处的地理环境

1. 广袤的国土疆域

中国位于亚洲大陆东部，东南濒临太平洋，向西北绵延至亚洲大陆内部。中国整个陆地疆域面积约 960 万平方千米，位居世界第三，仅次于俄罗斯和加拿大。除陆地之外，中国还有海域面积约 473 万平方千米，海上分布着 7 600 多个岛屿。中国海岸线总长度 3.2 万多千米，其中大陆海岸线 1.8 万多千米，岛屿海岸线 1.4 万多千米。

2. 多样的自然地带

中国的陆地疆域北起黑龙江省的漠河，南至南沙群岛曾母暗沙，纵跨约 5 500 千米，从南到北分布了赤道带、热带、亚热带、暖温带、中温带、寒温带共 6 个温度带，并相应地呈现出热带雨林与季雨林、亚热带常绿林、暖温带落叶阔叶林、中温带针叶林与落叶林、寒温带针叶林植被景观。当北国千里冰封、万里雪飘之时，在南方的海南岛仍是一派鸟语花香的夏日景象。在东西跨度上，陆地疆域西起新疆帕米尔高原，东至黑龙江与乌苏里江汇流处，横贯约 5 200 千米，跨 5 个时区。当乌苏里江迎来旭日东升之时，帕米尔高原还是漆黑寂静的午夜。由于大气环流的控制与距海洋远近的差异，加上青藏高原的影响，我国由东南及东北沿海地带向西北内陆依次形成了湿润的森林地带、半湿润森林草原地带、半干旱的草原地带和干旱的荒漠地带。

中国的地形整体上呈现两个基本特征：一是总体地势西高东低，呈三级阶梯分布；二是地貌类型复杂多样，山地、高原、丘陵、平原等地貌类型齐全，以山地为主。我国

是世界上山地最多、分布最广的国家,而且也是地势最高、高差起伏最大的国家。山地高原的屏障作用,不仅造成了局部自然环境的非地带性差异,还间接阻碍了人类社会不同聚落之间的交流融通,形成了民族种类的多样性。

3. 悠久的历史文化

中国是世界最大的文明古国,是人类历史文明的主要发源地之一。从原始社会氏族公社时期算起,中华民族拥有 5 000 余年的文明发展史,在漫长的历史长河中,在不同时期的政治、经济、社会制度背景下,形成了风格各异、内容丰富的历史文化,留下了丰富多彩的古迹和文化艺术。

4. 多彩的民俗风情

中国是世界上人口最多的国家,拥有 56 个民族。同一地区甚至分布着不同民族,由于其所在的地理环境的差异和特有的历史发展过程,形成了不同的风俗民情,构成了一道多姿多彩的民族民俗风景线。

广袤的国土疆域和多样的自然地带、深厚的历史文化和多彩的民俗风情构成了中国旅游资源所处的最基本的地理环境。

二、中国旅游资源的总体特征

旅游资源作为一种特殊资源,既有世界上一般资源的共同属性,也有与其他资源所不同的自身的特性。旅游资源是地理环境的一部分,具有地理环境组成要素的时空分布特征和动态分布特征;旅游资源是旅游现象的载体,作为旅游业不可或缺的一部分,具有经济特征;旅游现象随着人们物质文化生活水平的提高而产生,因而旅游资源还具有文化属性。

(一) 旅游资源的空间特征

1. 广泛性

旅游资源不仅品种多样,类型复杂,而且广泛分布于众多领域。其中既有看得见的自然风光和文物古迹,又有看不见、摸不着,只能体验感受的风俗民情、传说典故。有史前的生物进化遗址和地质剖面,也有现代化的摩天大楼和时尚的购物街区;有物质的,也有精神的;有经济的,也有文化的。在表 1-1 中可以看到,旅游资源可分为 8 个大类、31 个亚类和 155 个基本类型。这些种类繁多、内容丰富的旅游资源存在于极为广泛的空间,它们以不同的形式,渗透于各个领域、各个地区。有的在天上,有的在地下,有的在海洋,有的在陆地,有的在都市,有的在乡村。总之,几乎所有领域都有旅游资源的存在。

2. 区域性

旅游资源的分布具有明显的区域性特征,即不同的旅游资源具有其存在的特殊条件