



国家法定假日最佳读本
自助游中国必备参考书

《中国经典自助游》编辑部 编著

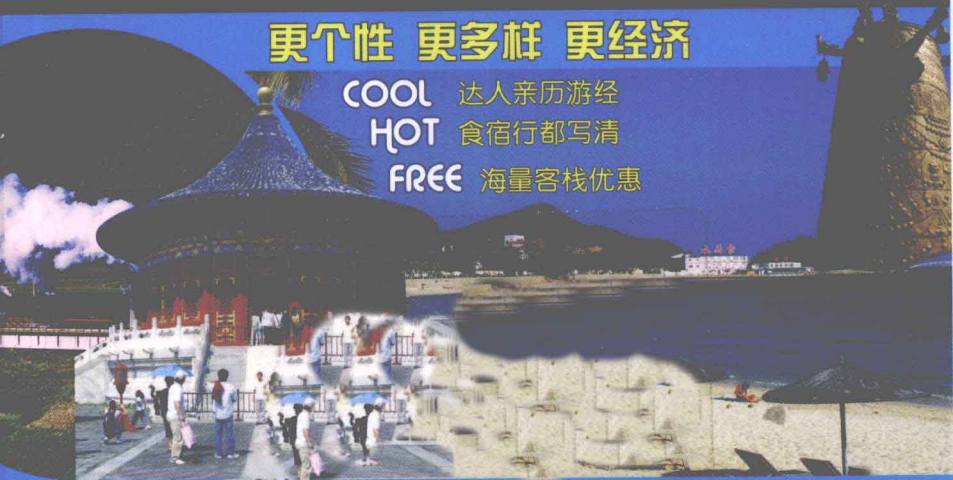
CHINA 中国

全彩修订第四版

经典自助游

更个性 更多样 更经济

COOL 达人亲历游经
HOT 食宿行都写清
FREE 海量客栈优惠



随身携带 查询攻略 畅游无极限

140个热点城市及周边全面推荐出行参考
2986个值得游玩的精华景点
586条推荐线路全新修订更为出行提供便捷
424幅实用旅游示意图
中国古镇网提供3000多家合作客栈5元抵用券



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

新者
旅游书架

• 给力呈献 •
全彩第四次修订

中国 经典自助游



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

中国经典自助游/《中国经典自助游》编辑部编著. —3版.—北京:中国铁道出版社, 2012.3

ISBN 978-7-113-14078-6

I. ①中… II. ①中… III. ①旅游指南—中国 IV.

①K928.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第278386号

书 名: 中国经典自助游
作 者: 《中国经典自助游》编辑部 编著

策划编辑: 聂浩智
责任编辑: 娄建国
版式设计: 先栋工作室
责任印制: 郭向伟

出版发行: 中国铁道出版社(北京市西城区右安门西街8号 邮码: 100054)
印 刷: 北京精彩雅恒印刷有限公司
版 次: 2009年5月第1版 2011年1月第2版
2012年3月第3版 2012年3月第6次印刷
开 本: 889mm × 1194mm 1/32 印张: 30 字数: 1000千字
书 号: ISBN 978-7-113-14078-6
定 价: 45.00元

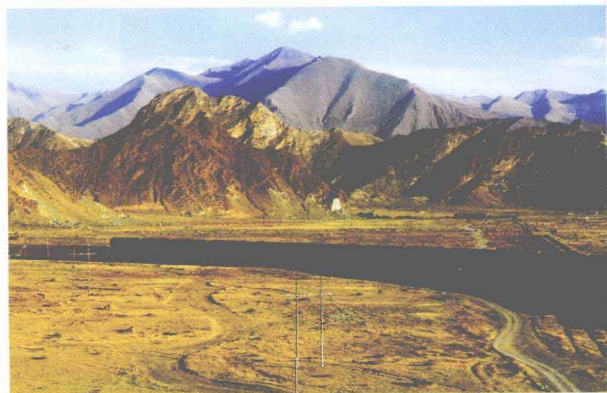
版权所有 侵权必究

凡购买铁道出版社的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社读者服务部联系调换。

电话: 市电(010)51873170 路电: (021)73170 (发行部)

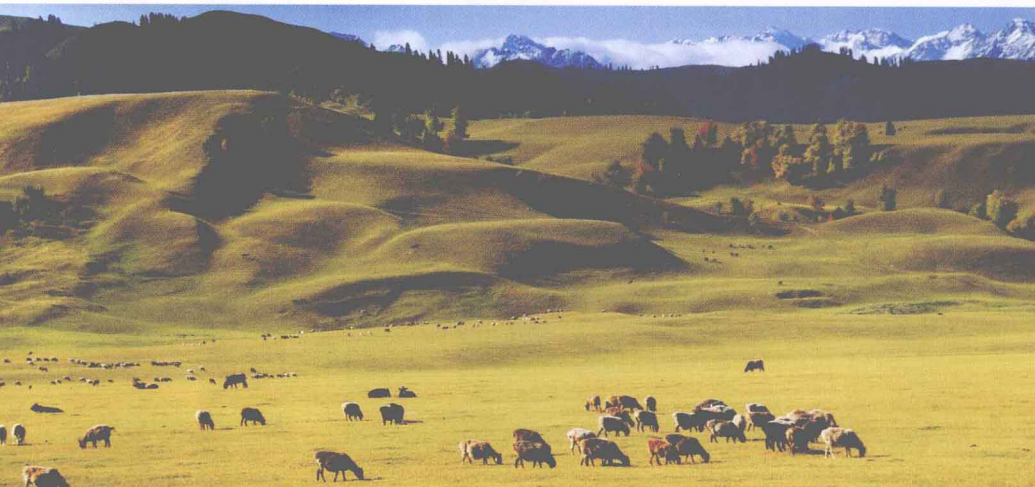
打击盗版举报电话: 市电(010)63549504 路电: (021)73187

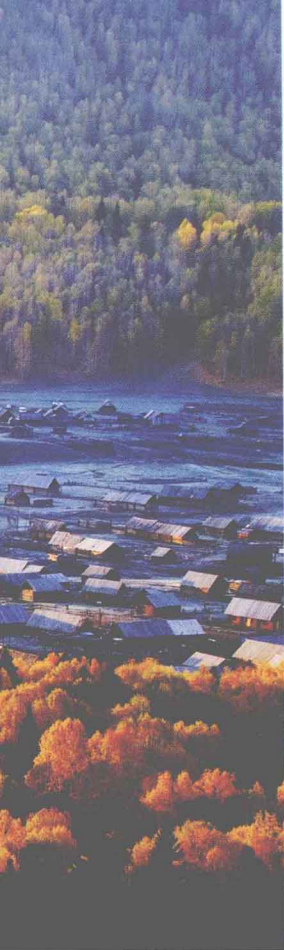




西藏
人文地理风光

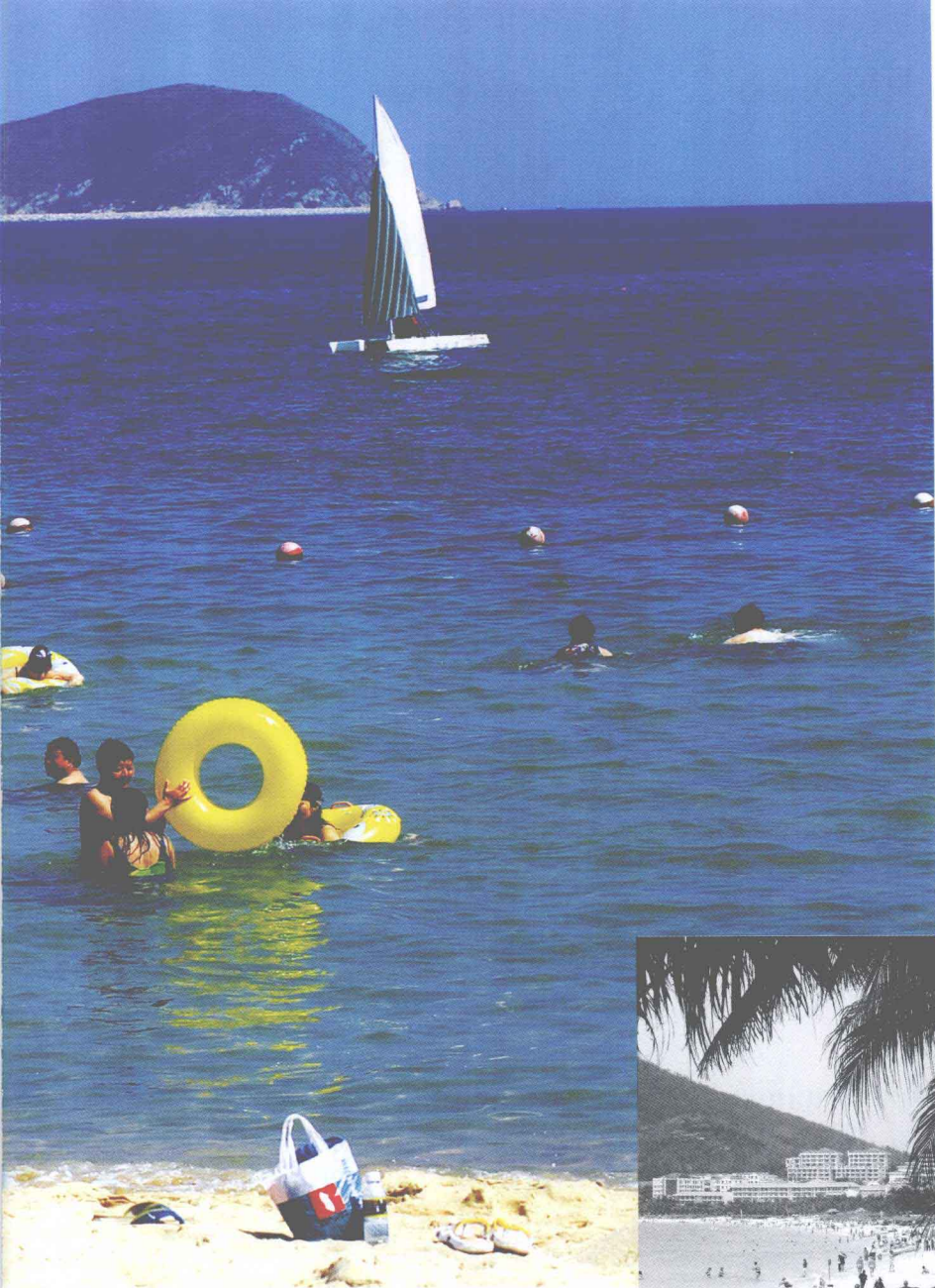
新疆旅游风光



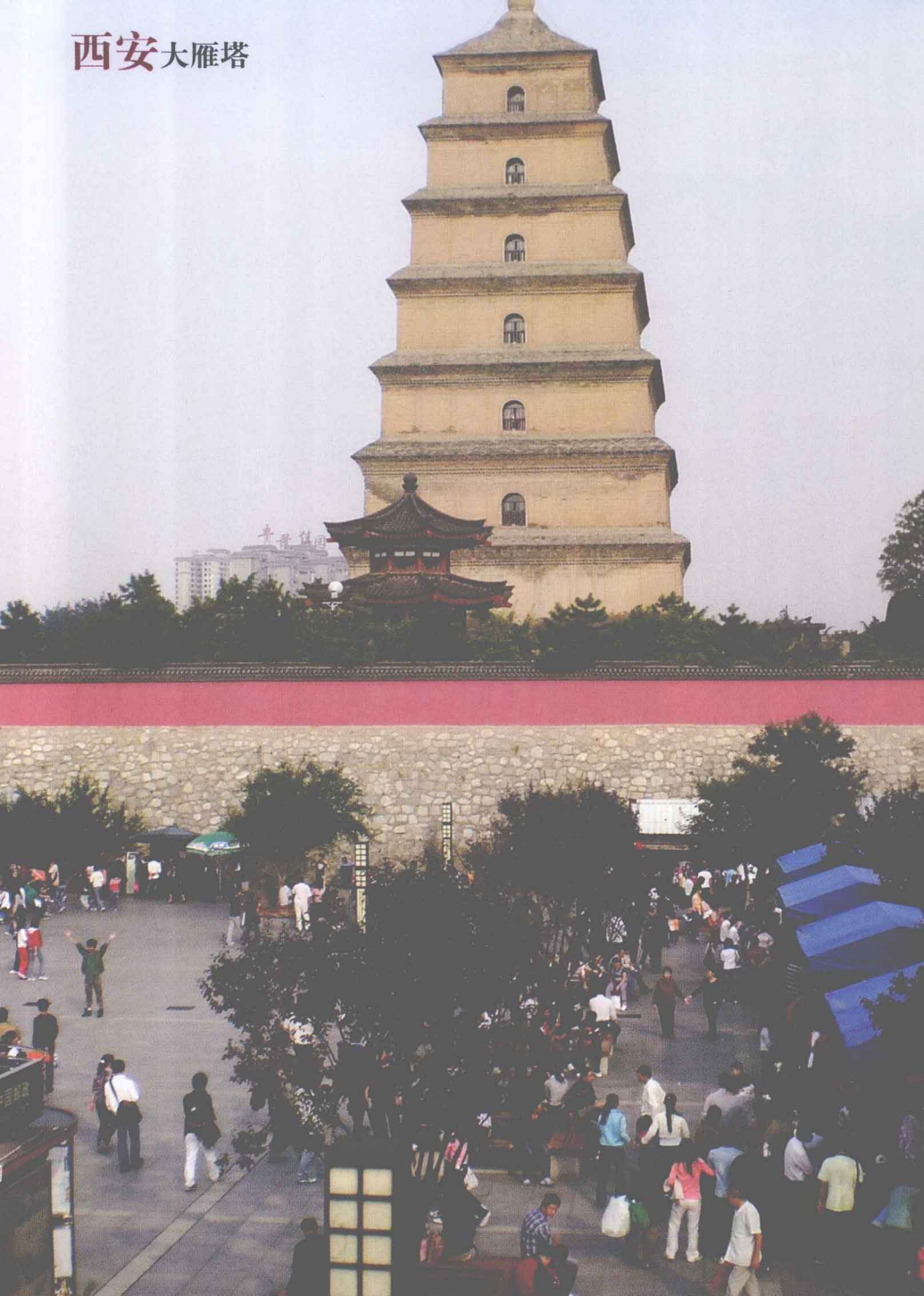




三亚旅游风光



西安大雁塔



苏州小桥流水人家



2012 年全新升级版修订团队

本书由9位资深“驴友”负责此次修订，来弥补信息的不足，为读者提供了更多的旅游资讯和贴切的优惠服务，希望能在旅途中为读者有所帮助。



杨鹏：网名刀锋女孩，从小在西藏长大，从大学开始，就游走四方，去过云南、甘南、陕西、江西婺源、安徽、湖北、南京、上海、浙江、四川等地，旅行不仅仅是游走，而是一种享受。一路走来，环保的理念一直伴随，同时也是《中国经典自助游》的主编。



周宁：摄影爱好者，自由撰稿人。喜欢游走于不同城市间，酷爱旅行。善于拍摄建筑，风光类图片。对各地不同的风土人情，当地文化颇感兴趣。善于发现旅行过程中的细微之处。



李冬梅：旅行占据了她的大部分时间，走遍了全国和周边国家，尼泊尔的鱼尾峰、越南的美奈海滩、柬埔寨的吴哥窟，菲律宾的长岛……多年的旅途生活让她最终把归宿锁定在拉萨—青藏、川藏、滇藏、中尼公路，这些都是她的最爱。



刘金炜：网名翠梦漫游，青海师范大学在读学生，利用大学期间游走于西北各省区，自称为户外的二等品，对户外运动有自己独到的观念，青海湖是他的最爱。他的目标就是走遍西部地区的每一个偏远的学校，在每个学校都留下他作为老师的身影。



贾世海：网名老贾，曾为旅游类图书出版人，策划出版图书《色彩之旅——新疆》《梦幻之旅——人一生要去的五十个地方》。现为西藏人文地理杂志社图片记者，常驻拉萨，喜户外徒步运动，曾徒步雅鲁藏布大峡谷南迦巴瓦峰大本营、纳拉错高山圣湖等。



秦学光：网名老兵，酷爱登山穿越等户外运动。在他10多年的户外生涯中走遍大江南北，在20世纪90年代就独立完成梅里雪山转山，徒步漓江，穿越库布奇沙漠等经典线路。目前他在唐山经营天鹰户外用品店，闲娱之余依旧行走在他所热爱的山水林间。



张军玲：被大家亲切地称为玲子，国内资深旅游顾问。从业10年来，玲子以其独特的视角为数以万计的驴友进行设计线路，与驴友们完成一个个独特而愉快的旅程。她走遍了大江南北，目前工作于康辉旅游集团。



徐峻巍：网名庙小二，喜欢古镇旅行。喜欢行走在古镇古村落的青砖黑瓦之间。无论是具有小资风情的丽江、凤凰，还是古朴民风的屯堡、阆中，都留下了他的足迹。2005年创办中国最权威的古镇网站《中国古镇网》，希望给去古镇古村的朋友提供更多帮助。



王世隽：网名蓝月，一直在西部旅行，几乎把西部的角角落落走了个遍，著有《八条顶级线路玩转西部》一书，他的手绘地图在网络上被转载了无数次，让爱旅行的朋友喜欢得不得了，以至于赢得了许多粉丝，经常向他求助。

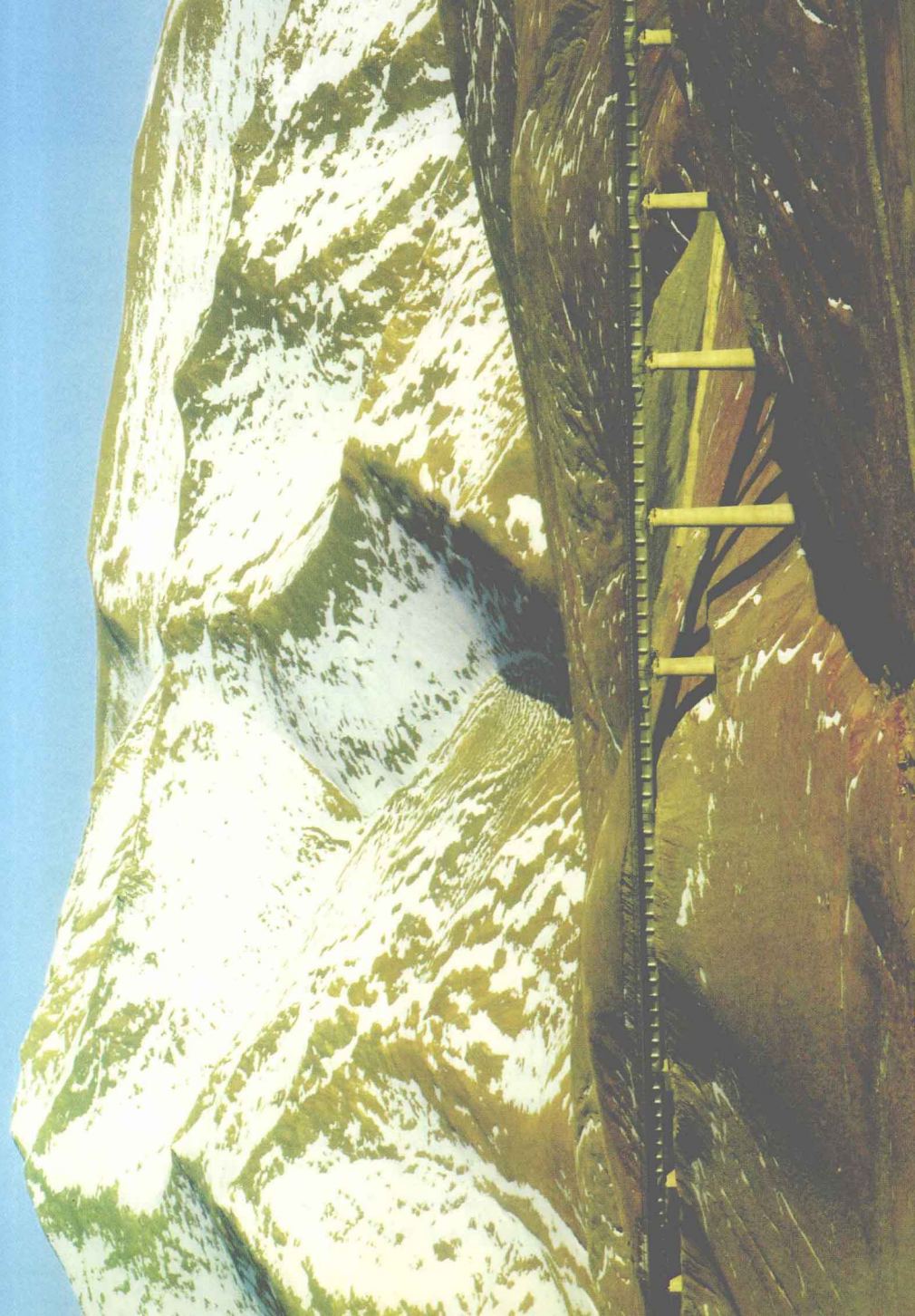
自助旅行在中国

无论是一望无垠的草原，还是无边无际的大海；无论是雄伟豪迈的山峰，还是神秘幽静的森林；还有那古香古色的村寨、朝气蓬勃的都市、静淌的河流、诡谲的峡谷、金黄的沙漠、飞泻的瀑布……一切的美景尽在旅途中，而各种各样愉快的旅程尽在您的选择中。

本书以“经典”、“经济”两大特色，囊括了“精打细算”的线路设计和经典景点介绍，向广大驴友介绍自助旅游该如何在低成本中玩出精彩和刺激，成就您一段段绚烂而美好的回忆！

让我们随着一年四季走一圈，计划一下您心中期待已久的下一次旅程吧！“正月里来是新春”，正月是举家团圆欢度春节的时候。当大兴安岭雪花漫天飘舞，而海南岛上鲜花还在盛开！是否可以选择去另一个完全不同的地方，过一个与以往不同的新年呢？“草长莺飞二月天”，放风筝的时节别忘了也放飞一下自己的心灵！三月可是踏青的好时候，“烟花三月下扬州”、“大理三月好风光”，含苞待放的鲜花，稚嫩的绿芽，展现了一个充满生机和活力的新世界。“清明时节雨纷纷”，在这个清幽怀古的季节，翻看历史回访过去，让人仿佛拥有了诗人般的情怀，抒发出“你是爱，是暖，是诗的一篇，你是人间四月天”的诗情画意；五月，天气开始明显转暖，你是否想迫不及待地穿上花裙子来一次绿野仙踪的奇遇，“五月榴花妖艳烘”，夏天就要来了！“毕竟西湖六月中，风光不与四时同。接天莲叶无穷碧，映日荷花别样红。”大诗人的优美诗词，给予了六月风景极高的评价，满眼饱满的五颜六色，让走在期间的您也变得很夺目很绚丽；“盈盈一水七月间”，七月是放暑假的季节，老师们同学们不要浪费了悠长假期，您的家乡也能呈现出独具特色的美景，让人目不暇接；转眼到了“八月十五月团圆”，是否想体验“举杯邀明月”的自娱自乐，还是独乐不如众乐，邀三五好友一起赏菊花品肥蟹呢？歌中唱道“九月天高人浮躁”，九月已经开始慢慢走进秋季，金灿灿、红艳艳成了这时候的主题，为何不到农家走走，尝一尝熟透的鲜果，赶一次热闹的市集？“空山新雨后，天气晚来秋”，十月正值秋天，沉甸甸的季节，也是您一年当中收获的季节，在忙碌的生活当中抽出几天走进自然吧，看竹听雨登山，呼吸新鲜空气；冬月，凉意日盛，出门别忘了加件衣，身体健康最重要。不过南方依然还有阳光、沙滩、日光浴，您也很想漫步其中吧！另外，很多著名景点已开始转入淡季，想避开拥挤人群的您，这时可以做个旅游计划呀；十二月像是信使，背着鼓鼓的包裹，总结全年的生活，在优雅别致的历史景观中游览，或许有助于您更好地思考和畅想未来，年复一年，生命正是这样如此这般，妙不可言！

最后附送您一首节气民谣，“春雨惊春清谷天，夏满芒夏暑相连，秋处露秋寒霜降，冬雪雪冬小大寒。”赶快为新一年的旅游作好打算吧！



八大发展趋势展望中国旅游

在一个瞬息万变的巨大行业中，探寻即将出现的趋势并非易事，但旅游业专家已经帮我们选出了一些最具代表性的趋势。以下是旅游业的八大发展趋势。

趋势1：回归大自然，洞天福地式的景观受宠

由于人们长期生活在拥挤嘈杂、空气污浊的工业化都市中，因此，向往清新、恬静的自然生活就成为了大都市生活者旅游的渴望。清新的空气、有山有水、悠闲自在是城市人群对于景区的要求，而一些原生态的自然景观就变成了香饽饽。这两年非常火爆的九寨沟、香

格里拉、西藏游，就是这种向往自然的体现，而那些拥有着原生态的区域，只要具备一定的基础和特色，开发出更多自然风景区是完全可能的，并且，一定会有较大的市场，浙江一带开发的很多景点比如“小九寨沟”等就引来了源源客流，值得借鉴。

心目中理想旅游目的地的特征

空气清新的：77.4%

悠闲自在的：59.1%

建筑风格有特色的：50.4%

宁静的：47.8%

远离城市的：45.2%

乡村田园气息的：38.3%

配套设施齐全的：27.8%

野生动物丰富的：25.2%

都市化的：11.3%

人口众多的：7.0%

有山有水的：60.0%

完全是自然景观的：53.0%

有名胜古迹的：49.6%

安全的：46.1%

有特色美食的：43.5%

交通发达的：33.0%

植物种类丰富的：26.1%

人迹罕至的：13.0%

购物场所丰富的：7.8%

喧闹的：3.5%

趋势2：旅游不再走马观花，而是休闲放松

过去人们很少有机会和时间出游，因此，一次出游总是希望能将万千风景尽收眼底，所以，“走马观花”式的游览成为了旅游的主要方式。由于都市生活者日常生活越来越紧张、工作压力越来越大，导致当前的城市消费者更多通过旅游来延缓神经和释放压力，调查显示，有88.5%的人外出旅游的主要目的是休闲度假。这对于旅游市场来说，风景数量的多少已经不是问题，而能够给人们长时间放松的特色景点才能更好地

满足人们的需求。如何对旅游景点在休闲氛围的营造上、旅游景点的主题上下工夫，是旅游市场主管方需要给予关注的。比如丽江这两年成为了中国旅游休闲的品牌典范，就在于丽江营造了一个“读书，睡觉，发呆，做梦”的放松的氛围，加上各类结合纳西族东巴少数民族文化的挖掘，让丽江不仅是放松之城，也是文化之城。如何让旅游景点带给游客“柔软时光”，是当前旅游市场需要面对的问题。

旅游目的:

休闲度假: 88.5%

访亲较有: 28.3%

学习体验: 23.0%

宗教朝拜: 6.2%

观光购物: 39.8%

商务: 25.7%

保健疗养: 12.4%

其他: 1.8%

趋势3: 互联网成为旅游信息的重要渠道

由于休闲放松和深度旅游成为人们的旅游需求,于是,人们在外出旅游之前,总是希望了解更加全面准确的旅游信息,所以互联网的优势就得到了发挥。调查显示,八成以上的消费者通过互联网查找旅游信息,一个旅游景区的口碑是不是足够好,在网上就会一览无余,而围绕网络滋生出来的各种类似驴友会、产外探险组织等的兴起与发展,使得互联网不仅成为信息平台,也成为重要的互动和沟通平台,因此,围绕互联网的旅游目的地营销将是非常有效的营销手段,旅游企业可以采取网络软

文、体验营销、视觉营销等方式传递快捷直观的旅游信息。



获取旅游信息的渠道

互联网: 87.8%

电视: 57.4%

亲朋好友及熟人介绍: 48.7%

旅游公司的宣传册: 39.1%

广播: 22.6%

杂志: 60.9%

报纸: 50.4%

书籍: 43.5%

户外广告: 26.1%

其他: 1.7%

同时,旅游网站对人们了解旅游信息越来越重要。调查显示,75.2%的公众会去旅游目的地风景区的网站查询旅游信息,68.3%的公众会去专业的旅游网站,48.5%的会去门户网站的旅游频

道。因此,旅游行业加大旅游目的地的网站建设,利用旅游专业网站和门户网站旅游频道来传递信息,提高旅游信息传递的有效性……对于引导人们的旅游消费非常重要。

趋势4: 自然旅游资源、有文化内涵的旅游区将会人满为患

中国的旅游景点非常多,要“游遍中国”也不是一件简单的事情。调查显示,一些拥有优美自然风光和文化内涵的旅游景点受到了人们的极大偏爱。

调查显示,西藏是城市生活者最向往的国内旅游地(46.4%),其次是云南(24.5%)、九寨沟(18.2%)和海南(17.3%)。这些地方的共同特点不仅在于

自然资源丰富，拥有色彩缤纷的风俗民情，还在于这些地方在人们心目中的“旅游品牌”的地位较为突出。而这些区域如何能够满足“人满为患”的旅游大军的需求，国内其他的旅游风景区如何能够打造强有力的品牌，都是值得思考的。



最向往的国内旅游地区

西藏: 46.4%	云南: 24.5%
九寨沟: 18.2%	海南: 17.3%
新疆: 9.1%	北京: 7.3%
张家界: 5.5%	黄山: 4.5%
上海: 4.5%	青岛: 3.6%
大连: 3.6%	桂林: 3.6%

趋势5：告别黄金周，梦想白金假期

黄金周带动了都市人的旅游热，但是经过很多年之后，黄金周的出行不便、人潮拥挤以及价格高涨的局面，也让黄金周不再“黄金”，假日经济正在遭遇前所未有的“寒流”，对于这些关注旅游出行的季节和时间的城市人群来说，每年能够有的年假成为他们对于旅游时间的最佳安排。调查显示，虽然有一半左右人会选择在国家规定的节假日期间外出旅游，但是“公司年假”的中选率已经紧随其后，相对国家规定的节假日，公司年假时间较长，可以自由选择休假时间，这样可以避开出游高峰，提高旅游的质量。因此，平时努力工作，等待属于自己的放松

假期，成为都市人生活方式的一个重要组成部分。当然，这也提醒旅游市场，如果把宝全部都押在黄金周，可能会赚了吆喝但是收益就不会像过去那么可观了。如何抓住人们的白金假期来设计产品和服务，对于旅游市场来说值得思考。而且，出行的方便性(25.3%)是人们在黄金周期间出游时最关注的方面。在出行的方便性中，有44.7%的关注旅游车票是否容易购买，34.4%的关注交通的通畅性，20.9%在乎景区游客的数量。总体来看，由于黄金周旅游人群过于集中，导致车票紧张、交通不畅等现象已经成为影响黄金周出游的主要因素。

黄金周期间出游的考虑因素

出行方便性: 25.3%	旅行花费: 13.7%
旅游中的安全性: 11.2%	景区的特色: 10.9%
景区的服务: 9.6%	出行方式: 9.1%
目的地周边餐饮: 7.4%	住宿条件与服务质量: 6.8%
景区的去污与卫生设施: 6.8%	旅游点的周边环境: 5.2%
其他: 0.8%	