

示范性高等职业教育精品规划教材

旅游与酒店管理专业

SHIFANXING GAODENG ZHIYE JIAOYU JINGPIN GUIHUA JIAOCAI
LVYOU YU JIUDIAN GUANLI ZHUANYE



中国 旅游地理

ZHONG GUO

LVYOU DILI

主编/彭淑清

副主编/胡柳 金丽娟 刘娟



天津大学出版社

示范性高等职业教育精品规划教材
旅游与酒店管理专业

中国旅游地理

主 编 彭淑清
副主编 胡柳 金丽娟 刘 娟

内 容 提 要

为培养高职高专高技能应用型旅游人才的实际需要,本书遵循高职高专教材“工学结合”的核心理念,充分体现了培养学生职业素质的高等职业教育的教材特点。全书共分十二个章节,除第一章绪论外,分别从地文景观,水域风光,生物景观,气象、天象与气候景观,历史古迹与建筑,宗教文化,民俗风情,文学艺术,旅游资源的开发、保护与旅游业可持续发展,中国旅游地理区划,中国十一大旅游区概述对中国旅游地理进行了阐述。

本书理论结合实际,图文并茂,深浅适度,可读性强,可作为高职高专旅游类专业学生的教材和教学参考书,亦可作为广大旅游爱好者的旅游参考书。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理 / 彭淑清主编. —天津: 天津大学出版社, 2011. 8

示范性高等职业教育精品规划教材. 旅游与酒店管理专业
ISBN 978-7-5618-4115-0

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 176185 号

出版发行 天津大学出版社

出 版 人 杨欢

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内 (邮编: 300072)

电 话 发行部: 022-27403647 邮购部: 022-27402742

网 址 www.tjup.com

印 刷 廊坊市长虹印刷有限公司

经 销 全国各地新华书店

开 本 185mm × 260mm

印 张 19

字 数 474 千

版 次 2011 年 8 月第 1 版

印 次 2011 年 8 月第 1 次

定 价 38.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与我社发行部联系调换

版权所有 侵权必究

前言

Preface

旅游必须亲临其境方能获得旅游体验的特点，决定了旅游地理知识的必要性。掌握旅游地理的有关知识，熟悉我国旅游资源的特色，在此基础上分析旅游业发展的有利及不利因素，是我国旅游从业者必备的职业知识素养。因此，我国包括本科、高职高专、中专在内的各个层次旅游专业几乎都开设了“旅游地理”课程。一般来说，本科多以学习旅游地理学为主，以理论性强为特色；高、中职院校针对培养目标多以学习中国旅游地理为主，强调应用性及实用性。本书正是基于培养高职高专高技能应用型旅游人才的实际需要编写而成。

本教材的特点是理论与实践相结合。在编写过程中严格遵循高职高专教材“工学结合”的核心理念，以岗位核心技能为导向，将理论知识、核心技能、综合素质的要求有机地结合起来并充分贯彻到教学内容当中，充分体现培养学生职业素质的高等职业教育的教材特点。故全书在知识深度策划上以实用性知识为主，理论知识以够用为度，深浅度以能被学生掌握为准，着重强调学生分析问题、解决问题能力的培养。

在上述理念基础上，本书以读者的实际需要为出发点，结合旅游地理的特点，从旅游与地理的关系、旅游资源的概念入手，讨论和研究了以下基本内容：地文景观、水域风光、生物景观、天象与气候景观、历史古迹与建筑、宗教文化、民俗风情、文学艺术、旅游资源的开发保护与旅游业可持续发展、中国旅游地理区划、中国十一大旅游区概述等。内容丰富，图文并茂，深浅适度，可读性强。可作为高职高专旅游类各专业学生的教材和教学参考书，亦可作为广大旅游爱好者的旅游参考书。

本书由湖北大学职业技术学院、湖北省旅游学校彭淑清老师担任主编，负责统稿、定稿。湖北工业大学商贸学院胡柳老师、鄂州大学金丽娟老师、武汉交通职业学院刘娟老师担任副主编。具体分工如下：第一、三章，刘婷；第二章，彭淑清；第四章，刘娟；第五章，金丽娟；第六章，彭晓风；第七章，胡柳；第八章，黄美忠；第九章，曹菊枝；第十

章，韦燕生；第十一、十二章，刘强。

本书在编写过程中得到了湖北大学职业技术学院、湖北工业大学商贸学院、鄂州大学、武汉交通职业学院、武汉商业服务学院、天津大学出版社等单位领导和老师的大力支持，在此表示感谢！在编写过程中参考并引用了相关文献和图片，在此对文献及图片作者表示感谢！

由于编者能力有限，书中难免存在不当之处，敬请各位专家、读者批评指正。

编 者

2011年6月

教师教学支持方案

(教学课件)

建设立体化精品教材，向高校师生提供整体教学解决方案和教学资源，是天津大学出版社“服务高校教育”的重要方式。

为支持相应课程的教学工作，我们配套出版了该书的教学课件，向采用本教材的教师免费提供。该课件仅为教师获得并服务，授课教师如果想享受个性化的服务，可到天津大学出版社网址 www.tjup.com “下载中心”的旅游与酒店管理专业课程教材栏目中下载填写“旅游与酒店管理专业教师资源库”入库信息表，并详细填写如下开课情况证明，以邮寄或者传真方式一并交与我们，我们将在收到后一周内寄出相关课件或与您联系相关事宜。

通信地址：天津市南开区卫津路 92 号天津大学出版社 总编办

邮编：300072

电话：022-27405002

传真：022-27401094

E-mail: 973662685@qq.com

联系人：王馨

开课证明

兹证明_____大学_____学院_____系
_____专业第_____学年开设的_____课程，已采用天津大学出版社出版的_____（书名、作者）作为本课程教材，本专业共_____班，授课老师共_____位，学生共_____人。

授课老师需要与本教材配套的教学课件。

联系人：

通信地址：

邮编：

电话：

E-mail:

系（院）主任（签字）：

（系院办公室盖章）

年 月 日

丛书编委会名单

(排名不分先后)

主 任	谢 苏	薛兵旺	余远国	李啟金
	陈杰峰	雷国营		
执行主编	韩 鹏	金丽娟	赵 序	王明强
	曹菊枝	刘小红	周晓梅	曹艳芬
	卢丽蓉	韦燕生	李 敏	万 雯
	彭淑清	杜海忆	鄢向荣	夏绍兵
	胡志国	李龙星	易元红	胡 柳
	彭国平	陈吉瑞	江 波	郭学英
	李承燕	侯明贤	李 萍	张菊芳
	袁 露	王少蓉	曹明红	易红燕
	李萍娥	陈江美	祝碧青	吴尊华
	谭远景	吴小苹	吴明清	余 杨
	蒋永业	卢静怡	李远慧	梁 颖
	刘晓芬			



目 录
Contents

第一章 绪论

- 第一节 旅游地理学概述 // 1
- 第二节 旅游资源简述 // 4
- 第三节 中国旅游资源概述 // 8

第二章 地文景观

- 第一节 地质景观 // 12
- 第二节 地貌景观 // 22
- 第三节 山地地貌 // 30

第三章 水域风光

- 第一节 水景与旅游 // 38
- 第二节 海滨旅游 // 41
- 第三节 江河旅游 // 45
- 第四节 湖泊旅游 // 47
- 第五节 泉水旅游 // 52
- 第六节 瀑布旅游 // 57
- 第七节 冰雪旅游 // 60

第四章 生物景观

- 第一节 生物资源与旅游 // 65
- 第二节 种类丰富的生物旅游资源 // 70

第三节 生物旅游资源的保护与开发 // 88

第五章 气象、天象与气候景观

第一节 气象、天象、气候与旅游 // 91

第二节 气象、天象景观 // 93

第三节 气候景观 // 98

第六章 历史古迹与建筑

第一节 历史古迹 // 103

第二节 古代建筑 // 110

第三节 古都名城 // 115

第四节 宫廷与礼制建筑 // 122

第五节 古典园林 // 127

第六节 帝王及名人陵墓 // 139

第七节 长城 // 145

第八节 其他古迹 // 148

第七章 宗教文化

第一节 宗教概述 // 154

第二节 中国的四大宗教 // 155

第三节 宗教与旅游 // 174

第八章 民俗风情

第一节 民俗风情与旅游 // 180

第二节 绚丽多彩的民俗风情 // 183

第九章 文学艺术

第一节 文学艺术旅游资源特点和功能 // 203

第二节 文学艺术旅游资源的类别 // 205

第十章 旅游资源的开发、保护与旅游业可持续发展

第一节 旅游资源的开发与保护 // 215

第二节 旅游业的可持续发展 // 221

第三节 世界文化与自然遗产 // 228

第十一章 中国旅游地理区划

第一节 中国旅游地理区划概述 // 237

第二节 中国旅游地理区划方案 // 243

第十二章 中国十一大旅游区概述

- 第一节 燕赵文化旅游区 // 247
- 第二节 关东文化旅游区 // 251
- 第三节 中原文化旅游区 // 255
- 第四节 巴楚文化旅游区 // 260
- 第五节 吴越文化旅游区 // 266
- 第六节 岭南文化旅游区 // 272
- 第七节 西南少数民族文化旅游区 // 276
- 第八节 蒙古族游牧文化旅游区 // 280
- 第九节 西北少数民族文化旅游区 // 282
- 第十节 藏族高原游牧文化旅游区 // 285
- 第十一节 港澳台中西文化旅游区 // 288

参考文献 // 293

第一章

绪论

教学目的和要求

- (1) 了解旅游和地理的关系、旅游地理学发展的概况,认识旅游地理学的研究对象和内容。
- (2) 熟悉旅游资源的概念及分类,掌握我国旅游资源形成的地理背景和旅游资源的基本特征。

关键词汇

旅游地理学; 地理环境; 旅游资源; 自然旅游资源; 人文旅游资源; 人口; 民族; 地貌轮廓特征; 气候特征

第一节 旅游地理学概述

一、旅游与地理的关系

旅游,是人们为满足某种精神和物质需要,离开常住地到异域作短期逗留,以达到游览、休憩、娱乐、扩大视野等目的。在现代社会中旅游活动已成为日常生活的一部分,就空间而言几乎无所不至。可以说旅游是发生在地理区域间位移的特殊经历或体验,它们无一不是以目的地的地理环境为依托。地理环境包括由各地地形、气候、生物、水文等自然要素构成的自然地理环境;又包括各地在长期社会发展中形成的由历史文化、风俗民情、城乡聚落等方面构成的人文地理环境;还包括由各地工农业、交通、商贸与服务业等产业活动所形成的经济地理环境。这三种地理环境在地域上和结构上相互叠加、相互联系,从而构成了各地区差异性很大的整体地理环境,也就奠定了各地区旅游的基本格调。它是吸引旅游者来访的重要的或决定性的因素,而且其质量还将影响来访旅游者的访问经历和满意程度。所以旅游活动具有它的地理属性。因此,人们常常把地理环境尤其是自然地理环境称为“旅游第一环境”。在古代,人们主要通过旅游来积累地理知识,如明代的旅行家和地理学家徐宏祖,历时30多年,游遍我国的名山大川,著成传世地理著作《徐霞客游记》。现代社会对于旅游和地理的关系研究得更深入,更广泛,形成了“旅游地理学”这门学科。

同时,旅游业的发展也离不开地理环境,地理环境是旅游业发展的依托和基础。地理环境的承载力决定了该地旅游者的容量,关系到该地旅游业的经济效益、社会效益和环境效益。但另一方面,由于旅游业的大发展亦带来了诸多“副产品”——垃圾、废气、废水及建设性破坏等。随着旅游业的开发和旅游者的来访,一些旅游带来的副产品被直接排放到环境中,旅游目的地的环境因此不可避免地会发生变化。这种旅游对目的地环境的影响从一开始就不是潜在性的影响,而是事实上的影响。这种影响只有建立在科学规划的基础上,才能尽量减少或避免对环境的破坏。

因此，旅游与地理环境之间的关系是非常密切的，可以说是一种既相互依赖又相生相克的关系。

二、旅游地理学的历史

作为一门学科，旅游地理学的历史尚短，它是随着现代旅游业的发展而兴起的一门新兴学科。20世纪30年代，美国学者麦克默里（K. McMurry）在《地理评论》上发表了《娱乐活动与土地利用关系》一文，被认为是旅游地理学的开山之作，标志着现代旅游地理学的诞生。1976年，在第23届国际地理大会上成立了旅游地理专业组，旅游地理学正式成为地理学的一门分支学科。

在发达国家，旅游地理学的发展是相当快的，并相继出现了一批颇具影响力的代表性著作，如英国鲁宾孙（H. Robinson）的《旅游地理学》，苏联科特梁罗夫的《游憩与旅游地理》，美国巴特勒（Butler R.）的《国际旅游地理》、皮尔斯（D. Pearce）的《旅游开发》、马西森和沃尔（Mathieson & Wall G.）的《旅游：经济、自然和社会影响》，加拿大史密斯（Stephen L. J. Smith）的《游憩地理学》，等等。他们对旅游的研究以其多样化和多角度的研究视野为特点，在从事理论性的研究时常常注意针对特定的案例，因此旅游地理研究表现为较明显的实证性质。在发达国家中，英国、加拿大、新西兰、法国等国从事旅游地理理论研究者相对较多，影响较大；而美国、德国、日本等国从事旅游地理学者则着眼于实际开发和规划者较多。

总的来说，旅游地理学的发展趋势大致有以下几个方面。

第一，各国学者对自己研究领域的称谓虽略有差别，但总的趋势是将研究视野放到闲暇时间从事的所有活动。

第二，理论与实用研究并举。随着旅游地理学研究领域的拓展，应用研究方法的多样化，旅游地理学者在注重实用的同时兼顾理论的提升与完善。

第三，旅游地理学者从传统的旅游资源、土地利用研究重心，转移到以服务设施的空间经济分析，旅游者的空间行为与旅游目的地的推销，旅游目的地生命周期与环境容量，大区域旅游开发与规划，旅游对于区域自然、经济和社会文化影响的过程与机制等为研究主题。

第四，参与多学科的融合研究，注重新技术手段的运用。旅游业是一个产业面广，本身结构比较松散的行业，它给学者们提出的大都是涉及因素很多的综合性问题。要解决这些问题，各学科专家必须走到一起。由于科学技术在西方国家已高度发达，旅游学者非常注重新技术手段在旅游研究教学中的应用，如旅游信息系统的建立和运用等。

我国现代旅游地理学的研究起步较晚，始于20世纪70年代末期，而真正发展则是在20世纪80年代，虽然只有短短30余年的历史，但发展却非常之快。早期的开拓性学者有林超、陈传康、郭来喜、杨冠雄、吴传钧、卢云亭等，80年代以后活跃在旅游地理研究界的有楚义芳、保继刚、彭华、吴必虎、陆林、马耀峰等一批学者。他们先后发表了一批关于旅游地理学、中国旅游地理、旅游开发、旅游者行为研究等方面的专著和论文，并出版了一些普及性读物，许多院校也开设了相应专业与课程，在促进我国旅游业的发展中起到了非常重要的作用。有些研究成果已达到国际水平，如旅游地的综合开发个案研究、关于旅游资源评价和旅游环境容量的理论研究、国内旅游者行为规律研究、主题公园研究等。但从总体上看，我国旅游地理学的发展同发达国家相比仍存在很大的差距。主要表现

在旅游基本概念混淆、研究视野不够开阔、研究方法比较单一和传统、描述性工作多、新技术手段的应用尚处于初步阶段、研究成果大多缺乏理论背景、理论研究尚不够系统化等。但是随着我国旅游业的持续快速发展,以及在世界旅游业中排名的不断上升,中国旅游业引起了世界的高度关注。世界旅游组织先后参与了四川等7个省级旅游发展总体规划的编制工作,中国学者在与国外专家的合作中丰富了自身的知识,也发现了自身存在的差距。在这种情况下,学者们开始对旅游地理学的任务、性质、发展方向等问题重新进行思考,出现跨学科研究和新的研究领域;新技术手段不断应用,研究的视野大大扩展;同时学科获得的重视程度和支持力度也不断加强。

三、旅游地理学的概念

什么是旅游地理学?旅游地理学是研究人类的旅游活动与地理环境、社会经济发展之间相互关系的一门学科。它是地理学的一个分支学科,属于人文地理学的范畴。在国际上亦称休闲和旅游地理学(如英国)、游憩地理学或闲暇地理学(如加拿大)、观光地理学(如日本、韩国)等。

旅游地理学是一门综合性的、多学科交叉的边缘学科,涉及地理学、社会学、经济学、历史学、宗教学、人类学、建筑学、园林学、民俗学、美学等。因此旅游地理学的许多课题都必须从多种学科的角度进行研究。

旅游地理学又是一门直接服务于旅游业、实用性很强的应用学科。因为旅游地理学研究的最终目的是促进旅游业与社会经济的和谐发展,为人们能够合理地利用和保护旅游资源提供必要的理论指导与技术支持。

四、旅游地理学的研究对象及内容

任何一门学科都有其特定的研究对象和研究内容,旅游地理学的研究对象是整个人类的旅游活动与地理环境之间的关系。大体言之,包括旅游的主体——旅游者及其活动;旅游的客体——旅游资源;主体与客体的纽带——旅游业。其研究内容主要包括以下几个方面。

1. 旅游资源的研究

旅游资源,在西方一些国家被称为旅游吸引物,是实现旅游活动的基本要素之一,是旅游活动的客体和旅游业发展的物质基础。旅游资源的研究包括旅游资源的定义、分类、观赏、调查、评价、开发与保护,等等。

2. 旅游客源的研究

旅游者是旅游活动的主体,旅游客源是旅游业发展的根本市场基础。旅游客源的研究包括旅游者的概念、旅游者的基本类型、旅游者产生的地理背景、旅游动机、旅游者行为规律、旅游需求预测,等等。

3. 旅游区划的研究

旅游区划是从发展旅游的角度出发,根据旅游地域分工原则,按照旅游资源的地域分异性及社会、经济、文化等条件,在地域上划分出不同等级的旅游区,制定相应的发展规划。为因地制宜地发展旅游业提供保障,从而达到合理开发利用和保护旅游资源的目。

4. 旅游规划的制定

旅游规划包括旅游开发规划、旅游环境容量、旅游资源保护、旅游线路设计等，为旅游业的发展提供科学的法律依据。

5. 旅游影响的研究

旅游影响包括旅游开发对区域经济、环境、社会文化等方面的正面和负面影响，以及如何保持旅游业可持续发展，等等。

6. 旅游信息与地图

旅游信息与地图包括旅游地理信息系统的建立和运用，旅游地图的绘制与表现形式等。

中国旅游地理是从旅游地理学的角度来研究中国各类旅游资源的，属于区域旅游地理学范畴。对中职和技校学生来说，需要的更多的是旅游地理方面的知识，因此，本书将侧重于中国旅游资源地理的学习，强调地域特色，增强学生对旅游资源的认知能力与实际应用能力等。

第二节 旅游资源简述

一、旅游资源的概念

目前人们对旅游资源的概念还未形成统一的解释，本书采用国家旅游局、国家技术监督局《旅游规划通则》（2003）给出的定义：“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，并可以产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素，统称为旅游资源。”

旅游资源的表现形式可以有形的物质景观，如自然风光、历史古迹等；也可以是非物质形态的精神事象，如神话传说、音乐歌舞、社会文明等。

旅游资源是一个发展的概念，随着社会的发展、科学技术的进步、人们生活水平的提高、生活方式的转换、视野的开阔，那些传统的旅游方式早已不能满足人们日益增长的旅游需求，旅游资源的内容已越来越丰富，范畴也越来越广阔。从旅游活动的地域来看，旅游者已可到达他们想去的任何地方：从世界最高峰到大洋海底，从繁华的都市到杳无人烟的沙漠或严寒的极地，甚至是浩渺的太空；从旅游活动的形式来看，现代旅游已不仅仅只是局限于山水观光，而是要寻求亲身体验、感受刺激、康体疗养、增长知识，重在娱乐性、参与性、体验性。各种探险旅游、科考旅游、生态旅游、工业旅游、农业旅游、校园旅游等蓬勃兴起。旅游资源的范畴无所不及：除传统的自然风光、名胜古迹、风土民情之外，过去属于其他行业的事物如驰名工厂、水库电站、著名店铺、科研基地、文教单位、文化名人、战争遗迹、火山及地震等，甚至监狱等都可用来发展旅游业。因此，从地理的范畴来讲在现代社会里已很难找出哪一类事物和现象绝对不能用作旅游资源了。从长远的角度看，凡是对旅游者具有吸引力的事物，无论其经过开发与否，都应属于旅游资源的范畴。

二、旅游资源的分类

因为旅游资源的范畴极广，根据不同的需要，可从不同的角度对旅游资源进行分类。下面主要介绍三种分类方法。

1. 依据旅游资源的属性及成因分类

这是一种最基本的旅游资源分类方法。依据旅游资源的属性及成因，可把旅游资源分为两个基本的类型，即自然旅游资源和人文旅游资源（见表1-1）。

表1-1 旅游资源分类表

类别	基本类型	类型	类别	基本类型	类型
自然 旅游 资源	地文景观	典型地质构造遗迹 标准地层剖面 生物化石点 岩石与矿物 自然灾害遗迹 山岳景观 峡谷景观 火山熔岩 岩溶景观 风沙地貌 丹霞地貌 海岸与岛礁 其他地貌	人文 旅游 资源	古典园林	帝王园林 私家园林 寺庙园林 公共园林
		文学艺术			游记、诗词 楹联、题刻 神话传说 书法、绘画 影视、戏曲 音乐、舞蹈
	水域风光	江河 湖泊 瀑布 泉 海洋 其他水体		宗教文化	宗教建筑 宗教活动 宗教艺术
	大气与太空景观	气象 气候 天象奇观 太空景观		城乡风貌	历史文化名城 现代都市 特色城镇 乡村景观
人文 旅游 资源	生物景观	森林景观 草原景观 古树名木 奇花异卉 观赏动物 表演动物 珍奇动物 自然保护区	现代设施	现代建筑与大型工程 科学教育文化设施 体育健身设施 娱乐休闲设施	
		文物古迹	古人类遗址 军事遗址 古建筑 石窟碑碣 古代工程 陵墓 名人遗址 重要史迹 其他古迹	民俗风情	传统民居 民族服饰 特色饮食 婚恋 节日庆典 礼仪
			饮食与购物	名菜佳肴 土特产品 旅游纪念品 购物中心与特色市场 著名店铺	

另外, 根据我国 2003 年《中国旅游资源普查规范》的标准分类, 旅游资源可分为 8 主类、31 亚类、155 基本类型 (见表 1-2)

表 1-2 《中国旅游资源普查规范》分类

主类 (8 类)	亚类 (31 类)	基本类型 (155 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	37 类
水域风光	河段、天然湖泊与池沼、瀑布、泉、河口与海面、冰雪地	15 类
生物景观	树木、草原与草地、花卉地、野生动物栖息地	11 类
天象与气候景观	光现象、天气与气候现象	8 类
遗址遗迹	史前人类活动场所、社会经济文化活动遗址遗迹	12 类
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	49 类
旅游商品	地方旅游商品	7 类
人文活动	人事记录、艺术、民间习俗、现代节庆	16 类

2. 根据旅游资源管理级别的分类

(1) 世界级旅游资源

世界级旅游资源主要包括被联合国教科文组织批准列入《世界遗产名录》的名胜古迹、世界级地质公园和列入联合国“人与生物圈”计划的自然保护区等旅游资源。

(2) 国家级旅游资源

国家级旅游资源主要包括由国务院审定公布的国家风景名胜区、国家历史文化名城和国家重点文物保护单位, 以及国家级自然保护区和国家森林公园。

(3) 省级旅游资源

省级旅游资源主要包括省级风景名胜区, 省级历史文化名城, 省级文物保护单位, 以及省级自然保护区, 省级森林公园, 有的省还公布了历史文化名镇。

(4) 市(县)级旅游资源

市(县)级旅游资源主要包括市(县)级风景名胜区和市(县)级文物保护单位。

3. 根据旅游资源利用状况分类

(1) 不可再生旅游资源

不可再生旅游资源一般指那些自然生成或在长期历史发展过程中的遗存物。这类旅游资源一旦在旅游过程中遭到人为的破坏, 很难恢复, 即使部分复原, 其原有的旅游观赏价值也会大大降低。

(2) 可再生的旅游资源

可再生的旅游资源一般指那些在旅游过程中被部分消耗掉,但仍能通过适当途径延续和恢复存在的旅游资源。

三、旅游资源的特点

旅游资源涉及自然、经济、社会等多方面的因素,是一种特殊的资源,既具一般资源的共性,又有许多自己所独有的特性。大致归纳如下。

1. 广域性和多样性

旅游资源具有空间分布的广域性、内容的多样性的特点。从空间而言,从城市到乡村,从高山到深谷,从赤道到极地,甚至是遥远的太空,旅游资源无处不在。那些旅游业发展落后的地区并不一定是缺乏旅游资源,而是缺乏对旅游资源的发现、潜力的发掘和开发能力;从内容而言,因为各种自然的、人文的因素都有成为旅游资源的可能,如前所述的昔日的监狱、废弃的矿井、荒芜的沙漠甚至火山、地震遗址等都可以成为旅游资源,故旅游资源具有多样性的特点。

2. 地域性和地带性

旅游资源的地域性即指旅游资源的总特征、景观基调、色彩等具有地域分布特色。地域性可以表现为地带性或非地带性的差异。地带性差异以自然环境中的气候、植被、水体等因素最为明显,由此形成自然旅游资源的地带性特征。如我们常用“北雄、南秀、西旷、东密”形容中国风景特征,中国饮食方面有“北咸南淡、西辣东甜”的地方风味,即指地带性规律。非地带性差异以地质地貌、某些人文旅游资源表现最为突出。如典型的地貌造型、民族风情、文学艺术等。文物古迹多分布在人类文明发展较早、人类活动频繁的地区;现代城市及游乐项目多分布于现代经济较发达的地区;少数民族风情则多分布于边远地区,因为古代少数民族因人少受到压迫和排挤而不得不逃到偏远荒芜地区以求生存,如今正因为地处偏远、较少受到外来文化的干扰,独特的民族风情才得以保持下来。旅游资源的这种地域差异是引起人们产生旅游动机的原因之一,并且旅游资源的地域差异越大,对旅游者的吸引力越强。

3. 组合性和综合性

在特定地域中,绝大部分旅游资源都不是单一存在的孤立个体,而是各资源要素相互联系、相互渗透、相互依存而共同形成的资源体。例如,在杭州西湖风景区,湖光山色之中点缀着众多人文胜迹,亭台楼阁掩映其间,使杭州赢得“人间天堂”的美誉;桂林山水甲天下,是由漓江的水与两岸的奇峰相映衬而形成的。总的说来,自然资源离不开人文资源的烘托点染、藻饰精镂;人文资源离不开自然资源的造型布局、设色构图,共同构成完美的观赏对象。

旅游资源的组合性和综合性越强,其吸引强度就越大,开发利用的价值也就越大。

4. 季节性与节律性

旅游资源的季节性是指旅游资源的特征和吸引力随季节不同而发生的变化,尤以气候、生物、水体等旅游资源的季节性变化最为明显。例如,哈尔滨的冰雪景观只有在冬季