



全国导游人员资格考试系列教材

根据国家旅游局颁布的最新大纲全面修订编写

Quanguo Daoyou Jichu Zhishi

全国导游基础知识

全国导游人员资格考试教材编写组◎编

第②版

非
外
借



旅游教育出版社



全国导游人员资格考试系列教材

根据国家旅游局颁布的最新大纲全面修订编写

Quanguo Daoyou Jichu Zhishi

全国导游基础知识

全国导游人员资格考试教材编写组◎编

第2版

北京·旅游教育出版社

责任编辑:李荣强

图书在版编目(CIP)数据

全国导游基础知识 / 全国导游人员资格考试教材编写组编. --北京:旅游教育出版社, 2016. 4 (2017. 8 重印)
全国导游人员资格考试系列教材
ISBN 978-7-5637-3354-5

I. ①全… II. ①全… III. ①导游—资格考试—教材
IV. ①F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 058642 号

全国导游人员资格考试系列教材

全国导游基础知识

(第 2 版)

全国导游人员资格考试教材编写组 编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京艺堂印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	710 毫米×1000 毫米 1/16
印 张	24
字 数	382 千字
版 次	2017 年 5 月第 2 版
印 次	2017 年 8 月第 2 次印刷
定 价	38.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

作为专业的全国旅游教材出版机构,我社曾于1994年配合国家旅游局人教司编写出版了全国第一套导游人员资格考试教材。该套教材是全国诸多同类教材中历史最久、使用面最广、内容最权威的教材,对帮助广大考生学习导游专业知识、规范全国导游员考试起到了积极的推动作用。多年来,该套教材为适应旅游业的蓬勃发展,不断进行修订,因其权威性、实用性和先进性一直广受好评,畅销不衰。

为给国家和社会选拔合格和更高素质的导游人才,国家旅游局从2016年起实行全国统一的导游人员资格考试制度。同年,我社在以往导游考试教材基础上根据新大纲修订编写出新的导游考试教材。该教材为考生顺利通过导游考试发挥了积极作用。2017年,根据社会对考试情况的反馈,国家旅游局又及时修订了大纲以适应新形势的发展要求。我社在2016年统编教材的基础上组织了一批有多年旅游行业管理、一线旅游院校教学、导游人才培训和丰富命题经验的专家,组成导考教材编写组。编写组人员认真研究新大纲、讨论编写内容及体例,以服务考生为基本宗旨,严格按照新大纲修订编写了全国导游人员资格考试系列教材。

此套导考教材优点突出、特色鲜明,具体情况如下:

第一,整套教材编写与大纲紧密贴合。完全根据国家新大纲规定科目编写,具体每本书的框架构成也是根据所要求考生掌握的内容来制定的。内容全面涵盖要点,细处高度契合大纲条目。根据大纲“了解”“熟悉”“掌握”三个层级对内容的要求确定重点与非重点,全套教材论述详略得当;条目清楚,知识点明晰,使考生易于识记,便于应考。

第二,编写团队均来自旅游业内一线专家和学者。作者是多年从事旅游行政管理、旅游院校教学和旅游人才选拔培训的一线人员,有着丰富的实践经验和深厚的理论修养。他们的编写态度严谨、认真、精益求精。编审团队也由社内最专业的编辑和社外专家组成,进一步保证了知识的准确性、权威性。

第三,教材内容既有二十多年专业导考教材的深厚积淀,又体现了与时俱进的时代特色和先进性。此教材秉承了原教材的优点,又紧紧抓住旅游业发展

对导游人员素质提出的新要求,反映了国家旅游及相关行业进程的演变及新成果。

第四,教材备考体系全方位、立体化、高效能。根据新大纲的规定科目,我们的全国导游人员资格考试系列教材包括《政策与法律法规》《导游业务》《全国导游基础知识》《地方导游基础知识》。同时,我社还开发了与之配套的《全国导游人员资格统一考试模拟试题汇编》《全国导游人员资格统一考试教材考点精解》来帮助考生梳理每个科目的核心内容和重要知识点,并进行同步强化练习,巩固掌握知识点。除此之外,我社还将在纸质书出版后,及时在“我是导游”APP平台上推出与此配套的电子书、在线题库、考点精解、视频讲解辅导课程,帮助考生随时随地利用碎片时间高效学习备考。

最后,感谢所有参与本套教材论证、编写的专家、学者及对此套教材提出宝贵意见的用户和读者!我们将以优质的服务、专业的知识为考生尽心竭力地服务,为国家导游人才的选拔和培养贡献自己的一份力量。

旅游教育出版社

目 录

第一章 旅游活动与旅游业	1
第一节 旅游活动及其分类	1
第二节 旅游活动的主体和客体	6
第三节 旅游业的构成与我国旅游业的发展	10
第四节 旅游市场与国际旅游组织	11
第二章 中国历史文化	16
第一节 中国历史概述	16
第二节 中国科技文化	26
第三节 中国哲学与文学	38
第四节 中国书画艺术	44
第五节 中国历史文化常识	46
第六节 中国共产党的发展历程、重大事件和成功经验	60
第三章 中国旅游景观	68
第一节 旅游景观概述	68
第二节 地貌旅游景观	69
第三节 水体旅游景观	74
第四节 气象、气候和天象旅游景观	81
第五节 动植物旅游景观	83
第六节 中国的世界遗产及其他	85
第四章 中国的民族与民俗	94
第一节 中国民族民俗概述	94
第二节 汉 族	95

第三节	中国北方部分少数民族	99
第四节	中国西南部分少数民族	105
第五节	我国南方部分少数民族	115
第五章	中国的宗教文化	119
第一节	中国宗教概述	119
第二节	佛 教	120
第三节	道 教	136
第四节	基督教	144
第五节	伊斯兰教	148
第六章	中国古代建筑	153
第一节	中国古代建筑概述	153
第二节	中国古代城市规划、城防建筑与古镇古村	162
第三节	宫殿与坛庙	167
第四节	陵墓建筑	172
第五节	中国著名的楼阁、佛塔、古桥	177
第七章	中国古典园林	185
第一节	中国古典园林的起源、特色与分类	185
第二节	中国古典园林之造园艺术	187
第三节	中国古典园林的常见构景手段	193
第四节	中国现存的著名园林	194
第八章	中国饮食文化	198
第一节	中国饮食文化概述	198
第二节	中国四大菜系	200
第三节	中国风味特色菜	201
第四节	地方名点小吃	205
第五节	名茶与名酒	211
第九章	中国的风物特产	218
第一节	中国陶瓷器	218
第二节	中国四大刺绣	220

第三节	漆器、金属工艺品和玉石木雕刻	221
第四节	文房四宝、年画、剪纸和风筝	227
第十章	中国旅游诗词、楹联、游记鉴赏	232
第一节	中国汉字的起源与演变规律	232
第二节	诗词格律及楹联常识	234
第三节	中国旅游诗词名篇赏析	243
第四节	中国旅游名联赏析	267
第五节	中国游记名篇赏析	282
第十一章	主要旅游客源国(地区)概况	304
第一节	港澳台地区概况	304
第二节	亚洲主要客源国概况	312
第三节	欧洲主要客源国概况	331
第四节	美洲主要客源国概况	353
第五节	大洋洲、非洲主要客源国概况	360
附录	国家 AAAAA 级旅游景区	368

第一章

旅游活动与旅游业

第一节 旅游活动及其分类

一、旅游活动概述

(一) 旅游的概念

根据世界旅游组织的定义,旅游是指人们出于休闲、商务或其他原因离开自己的惯常环境到其他地方旅行、停留不超过一年的活动。

这里的“惯常环境”包括居住地附近的地方和人们经常去的地方。一是指人们常去的地方,即使这个地方离他的居住地很远,如某人在他地的度假别墅或第二住宅均属惯常环境;二是指离一个人的居住地很近的地方,即使他很少去,也属惯常环境。

旅游与旅行不同,后者的主体称为旅行者(traveler)。它们的区别在于:一是旅游必须离开惯常环境,而旅行则不一定,如某人每天上下班或周末去剧院看戏是一种旅行,他并未离开惯常环境;二是活动的主体是否在访问地通过活动来获取报酬,旅游的主体不以此为目的。

(二) 旅游活动的基本特征

1. 旅行与逗留的合成性

旅游活动是由旅行活动与逗留活动构成的。前者包括游客在其出发地与旅游目的地之间的交通往返活动和在旅游目的地不同地区之间的空间转移活动;后者则包括游客在旅游目的地逗留期间的参观游览活动和其他活动。

2. 异地性

旅游活动是人们离开自己惯常的居住地,前往异国他乡的旅行和访问活

动,所以它不同于人们在惯常环境范围内开展的任何旅行活动。

3. 暂时性

按照世界旅游组织的规定,旅游活动是指人们在旅游目的地的停留时间不超过一年的活动,否则便属于定居性质。

4. 非移民性和就业性

旅游活动是人们除了移民和就业之外的外出旅行和访问活动。因此,人们移居他乡的旅行活动与人们去异国他乡打工挣钱的旅行活动均不属于旅游活动。这里,需要注意的是商务旅游活动虽然在某种意义上也是为了“挣钱”,但是却不是从所访问之地获取工资性报酬。

(三) 旅游活动的基本要素

1. 旅游活动内容构成要素

从旅游活动内容的构成来看,其基本要素即人们通常概括的行、游、住、食、购、娱六大要素。

从旅游活动类型来看,除传统的观光旅游和度假旅游外,其拓展的类型可概括为“商、养、学、闲、情、奇”。其中,“商”是指商务旅游、会议会展、奖励旅游等类型的旅游活动;“养”是指养生旅游,包括养生、养老、养心、体育健身等健康类旅游活动;“学”是指研学旅游,包括修学旅游、科考、培训、拓展训练、摄影、采风、各种夏令营和冬令营等类型的旅游活动;“闲”是指休闲度假旅游,包括乡村休假、海滨休假、山林休假、城市休假等类型的旅游活动;“情”是指情感旅游,包括婚庆、婚恋、纪念日旅游、宗教朝觐等各类精神和情感的旅游活动;“奇”是指探奇,包括探索、探险、探秘、新奇体验等探索类旅游活动。

2. 旅游活动体系构成要素

从旅游活动体系来看,其基本要素包括旅游活动的主体、旅游活动的客体和旅游活动的中介体。

(1) 旅游活动的主体。旅游活动的主体是旅游者。人们要实现出外旅游需求,成为现实的旅游者,必须具备三个条件,即旅游动机、足够的可自由支配收入和足够的闲暇时间。其中可自由支配的收入是指人们全部收入中扣除应缴的税金和所需的生活与社会消费之后的余额;闲暇时间是指人们在进行日常工作、学习、生活与必要的社会活动所需时间之外的可自由支配的时间。

(2) 旅游活动的客体。旅游活动的客体是旅游资源。它是自然界和人类社会凡能对游客产生吸引力的各种事物和因素。旅游资源包括自然旅游资源和人文旅游资源两大类。

(3) 旅游活动的中介体。旅游活动的中介体是指为游客提供各种便利性旅游服务的旅游业,如交通客运业、旅行社业和饭店住宿业等。旅游业作为旅游

主体和旅游客体之间的中介主要是为游客提供各种旅游设施和旅游服务,以方便游客实现其旅游经历和体验。

二、旅游活动的类型

现代旅游活动领域越来越广,参加旅游的人数越来越多。旅游的方式也多种多样,因而旅游活动可从不同角度进行分类。以下是对旅游活动的四种主要分类。

(一)按地理范围划分

按地理范围划分,旅游活动分为国际旅游和国内旅游两大基本类型。

1.国际旅游

国际旅游是指跨越国界的旅游活动。它分为入境旅游和出境旅游。前者是外国居民到本国的旅游活动,后者是本国居民去他国的旅游活动。有必要说明的是,无论是我国内地居民赴港澳台地区开展的旅游活动还是港澳台地区居民来祖国内地或大陆开展的旅游活动,从严格的意义上讲都不属于国际旅游,但由于目前港澳地区作为我国的特别行政区所实行的是不同于内地的社会制度,台湾地区尚未与大陆实现统一,加上这些区域的经济各自独立,所以内地或大陆与港澳台地区居民之间的旅游往来,目前仍按出境旅游和入境旅游统计。

根据世界旅游组织将全球划分为六大旅游区(欧洲、美洲、东亚与太平洋、非洲、中东和南亚)的格局,国际旅游还可分为区间旅游和区内旅游。前者系指一大旅游区的居民赴其他五大旅游区旅游,后者系指一大旅游区的居民在本大区范围内各国家之间的旅游。

2.国内旅游

国内旅游是指一个国家的居民离开其常住地,到本国境内其他地区开展的旅游活动。根据这一定义,外国侨民和常住该国的外国人在其居住国境内开展的旅游活动均属该国的国内旅游。

国内旅游与国际旅游的关系是:从旅游发展的历程来看,国内旅游是一国旅游业发展的基础,国际旅游则是国内旅游的延伸和发展。二者之间的差别除了是否跨越国界外,还表现在文化语言、是否办理准入手续和旅游消费性质上的差异(国内旅游消费只是促进国内财富在本国境内不同地区间的重新分配,而国际旅游消费则注定会导致国家间财富的转移)。

如果从一个国家的角度来看,国内旅游与入境旅游结合起来称为境内旅游,即这两类旅游者的旅游活动均是在一国范围内进行的;而国内旅游与出境旅游结合起来则称为国民旅游,即这两类旅游活动的主体均为一国的国民。

(二)按旅行距离划分

按照客源地与旅游目的地之间距离的长短,旅游活动分为远程旅游和近程旅游两大类。

1.远程旅游

远程旅游通常是指远距离的国际旅游活动,尤其是指到 1000 千米以外的国家或地区去旅游。

2.近程旅游

近程旅游又称短程旅游,通常是指在 240 千米以内的旅游活动。

作为旅游活动发展的基本规律之一,人们外出旅游的活动范围总是由近及远,所以近程旅游活动总是率先发展。这是因为:第一,旅游费用较少;第二,文化传统和生活习俗较接近;第三,通常交通比较便利;第四,出游时间易于灵活掌握。

(三)按组织形式划分

按照活动开展的组织形式,旅游活动分为团体旅游和散客旅游两大类。

1.团体旅游

团体旅游亦称团队旅游,是指以有组织的集体形式开展的旅游活动,尤指以包价形式组织的团体旅游。按照欧美地区的行业惯例,团体旅游的人数至少为 15 人;而按我国旅游行业的现行惯例,团体旅游人数至少为 10 人(不包括导游)。团体包价旅游的旅游计划是由旅行社安排的,旅游者须提前一次性交纳旅游费用。开展团体旅游对旅行社来说主要优点是有助于组织相关服务产品的批量生产,从而降低单位产品的生产成本;对旅游者来说则安全感较强,价格相对便宜,其缺点是自由度低。

2.散客旅游

散客旅游分为散客自助游和散客团旅游,前者是指旅游者自行安排旅游行程,以零星现付的方式购买各项旅游服务的旅游形式,包括全自助游和半自助游。后者是指旅游者以个人身份参加旅行社组织的各项服务以单价为基础计算的团体游形式,包括小包价旅游和组合旅游。开展散客旅游的优点是自主性强,行动自由,没有团队统一活动的限制,其缺点是劳心费神,安全感差,费用相对较高。

(四)按旅游目的划分

按照人们出外的旅游目的,旅游活动分为消遣性旅游和事务性旅游。

1.消遣性旅游

消遣性旅游是指以消闲为主要目的而开展的旅游活动。其种类较多,主要有:

(1)观光旅游。是以领略异国他乡的自然风光、都市景观或社会风情为主要内容的旅游活动。它是世界上开展得最为普遍的消遣性旅游活动类型,也是目前我国接待量最大的市场类型。

(2) 度假旅游。是出于休养身体,或为暂时摆脱日常工作和生活环境的紧张压力而前往海滨、山区等幽雅而清静的地方生活和放松一段时间的旅游活动。其活动方式自由自在,活动内容随意自由。

(3) 文化旅游。泛指以体验异乡社会风情、了解他乡文化教育为主要内容的旅游活动。由于文化范畴很广,因而这类旅游的表现形式不尽相同,其中主要涉及探索和了解的有旅游目的地社会的民族历史、生活方式、风俗习惯、民族艺术、社会组织和文化教育等内容。

(4) 宗教旅游。多指宗教信徒以前往特定宗教圣地朝拜为主要目的的旅游活动。它虽是一种古老的旅游形式,然而在今天仍是世界各地普遍可见的旅游活动。

(5) 探险旅游。通常是指人们到人迹罕至的地方,以探险猎奇为主要内容的旅游活动。参加这种旅游活动的多为中青年人士中的乐于冒险者。目前世界上比较常见的这类旅游活动是江河漂流和登山活动。

2. 事务性旅游

事务性旅游系指因公或因个人事务而外出开展的旅游活动。主要包括:

(1) 公务旅游。通常指政府部门(部长以上除外)、党派组织和社会团体人员因公出访异国他乡的差旅性访问活动。这类访问活动之所以纳入旅游活动是因为:第一,访问期间大多伴有消遣性旅游活动;第二,在目的地访问期间的消费被列入当地旅游收入账户。

(2) 商务旅游。指工商界人士因商务需要而出访异国他乡的访问活动。它被纳入旅游活动的原因与公务旅游相同。商务旅游者由于出访频率高,不受季节影响和消费水平高,故是一个颇有价值的市场,尤其对航空公司和高档饭店更是如此。

(3) 会议旅游。指因参加会议而前往异国他乡的访问活动。其被纳入旅游活动的理由同上。随着世界经济的发展和国内外交流的日益频繁,各种类型的会议数量也不断增多,因此,会议旅游也是一个各国旅游业界普遍关注的重要市场。

(4) 家庭和个人事务旅游。这类旅游活动包括探亲访友、出外参加亲友婚礼、出席在外求学子女的开学或毕业典礼、外出参加某种培训班或短期修学等。

三、旅游活动的特点

从对旅游业的发展和旅游经营管理具有现实意义角度出发,旅游活动的特点是:

(一) 普及性

旅游活动的普及性是指旅游活动参加者的人员范围已经扩展到普通劳动

大众,即外出旅游已不再只是少数人的特权,而是已经发展成为普通大众享有的权利。

旅游活动的普及性意味着旅游市场的规模性和其发展的持续性,预示着旅游业发展具有光明的前景。

(二) 综合性

旅游活动的综合性是指旅游活动内容的多样性和涉及方面的众多性。前者系指旅游活动包括行、游、住、食、购、娱等多种内容;后者系指要满足旅游者旅游活动中的这些需要,涉及经济社会中许多部门和行业。

旅游活动的综合性要求旅游目的地的旅游部门要做好与相关部门或行业的协调配合,才能保证旅游产品的有效供给。

(三) 季节性

旅游活动的季节性是指人们外出旅游时间分布的不平衡性或旅游目的地的游客接待量在时间分布上的不平衡性,从而形成旅游活动的旺季、平季和淡季。

形成旅游活动季节性的原因主要有:一是旅游目的地的气候条件;二是旅游客源地居民的放假时间;三是人们出游时间方面的传统习惯影响。

旅游活动的季节性要求目的地旅游经营者要认清季节性对旅游经营带来的影响,要策划和开发在淡季时能吸引游客的旅游产品。

(四) 地理集中性

旅游活动的地理集中性是指旅游活动在空间分布上的不平衡性,即游客相对集中于某些地区乃至某些地点。从全球来看,游客多集中于欧洲、北美和亚太地区,而在这些地区又多集中于一些热点城市和热点地区。

旅游活动的地理集中性要求旅游目的地做好旅游规划和宣传促销工作,要求旅游经营者做好企业选址和市场营销工作。

第二节 旅游活动的主体和客体

一、旅游活动的主体

旅游者旅游活动的主体,因而也是旅行社赖以经营的市场对象。目前,世界各国对国际旅游者的界定基本一致,但是对国内旅游者的界定和统计标准却不尽相同。下面是世界旅游组织对旅行者和各类游客的划分方法和我国的一些特殊规定。

(一) 旅行者、游客、旅游者和一日游游客

(1) 旅行者 (traveler, traveller) 指在两个或两个以上地点进行旅行的人。旅行者包括游客和非游客。

(2) 游客 (visitor) 包括旅游者 (tourist) 和一日游游客 (excursionist)。

(3) 旅游者是指任何一个到他 (她) 惯常环境以外的地方去旅行, 其停留时间在 24 小时以上、一年以内, 主要目的不是通过所从事的活动从访问地获取报酬的人。旅游者是游客的一部分, 即游客中那些在访问地或访问国的住宿设施中过夜的人, 也称过夜游客。

(4) 一日游游客是指那些不在访问地或访问国住宿设施中过夜的游客。一日游游客主要分为三类:

第一类是从惯常居住地出发并于当日返回的人;

第二类是从目的地地区或国家来的一日游游客, 即那些在目的地地区或国家停留然而又不过夜的过境客人;

第三类是乘坐游船到达某一地区或国家的人, 即使游船在港口停留几天, 然而船上乘客每晚均回船上过夜。他们对所访问的地区或国家来说均是一日游游客。

(二) 国际游客、国际旅游者和国际一日游游客

国际游客、国际旅游者和国际一日游游客除范围不同外, 在本质内容上与旅行者、游客、旅游者和一日游游客相同。我国由于未完全实现祖国统一, 所用名称及范围与世界旅游组织的规定有所不同。

1. 国际游客 (我国称之为入境游客)

国际游客包括国际旅游者和国际一日游游客两类。我国旅游统计中则分别称之为入境过夜旅游者和入境一日游游客。

2. 国际旅游者 (我国称之为入境旅游者)

国际旅游者是指在访问的国家的住宿设施中至少住宿一个晚上的外国人。我国规定, 入境旅游者不仅包括外国人, 而且还有华侨、港澳台同胞。

3. 国际一日游游客 (我国称之为入境一日游游客)

国际一日游游客是指不在访问的国家的住宿设施中过夜的外国人。我国的入境一日游游客包括: 乘坐游船、火车、汽车来华旅游, 且在车船上过夜的外国人、华侨、港澳台同胞以及乘务人员, 但不包括在境外 (内) 居住而在境内 (外) 工作、当天往返的港澳同胞及周边国家的边民。

(三) 国内游客、国内旅游者和国内一日游游客

我国对国内旅游者和国内一日游游客的规定与世界旅游组织的规定有所不同。

1. 国内游客

国内游客包括国内旅游者(过夜游客)和国内一日游游客。

2. 国内旅游者(过夜游客)

国内旅游者系指国内居民离开常住地到国内其他地区的旅游住宿设施内至少停留一夜,最长不超过12个月的国内游客,包括在我国境内常住一年以上的外国人和港澳台同胞。但不包括到各地巡视工作的部级以上领导、驻外地办事机构的临时工作人员、调遣的武装人员、到外地学习的学生、到基层锻炼的干部、到境内其他地区定居的人员和无固定居住地的无业游民。

3. 国内一日游游客

国内一日游游客指国内居民离开惯常居住地10千米以上,出游时间超过6小时,不足24小时,并未在境内其他地方的旅游住宿设施中过夜的国内游客。

二、旅游活动的客体

旅游资源是旅游活动的客体,即游客进行旅游活动的对象物。

(一) 旅游资源及其功能

旅游资源的本质特征是对游客具有吸引力。吸引力的大小取决于该项旅游资源自身的品质和坐落地点。旅游资源的品质是指旅游资源本身的特色,特色越突出或独特性程度越高,对游客的吸引力就越强。当然,前提是这一品质必须为客源市场所认知。旅游资源的坐落地点是指该项旅游资源所在地距离主要客源地区的远近及可进入性程度。距离越近,可进入性程度越高,对游客的吸引力就越强。可进入性是指游客进入和离开旅游资源坐落地点的交通便利性和通畅性。交通条件越好,运输设施越现代化,可进入性程度就越高。

旅游资源吸引力的大小具体表现为在一定时期内来访游客数量的大小,即接待游客人次的多少。

旅游资源的功能是指它对人类社会所具有的效用和价值。旅游资源的效用和价值主要分为两个方面:一是对游客来说,旅游资源的功能主要表现为观赏消闲、娱乐健身和增智益神三个方面,其中观赏消闲是最基本的功能;二是对旅游目的地国家或地区来说,旅游资源的功能表现为通过旅游业的发展所取得的经济效益、社会效益和环境效益。

(二) 旅游资源分类

旅游资源包括的范围很广,种类繁多,可采用不同的分类标准。

1. 从旅游资源的内容属性分类

(1) 自然旅游资源。自然旅游资源是指亿万年来在自然地理环境的演变之中形成的能对游客产生吸引力的资源。根据中华人民共和国国家标准《旅游资

源分类、调查与评价》(GB/T 18972-2003),自然旅游资源分为四大类,即地文景观类、水域风光类、生物景观类和天象与气候景观类。

(2)人文旅游资源。人文旅游资源是人类创造的,反映各时代各民族政治、经济、文化和社会风俗民情状况而对游客产生吸引力的资源。根据中华人民共和国国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972-2003),它也分为四大类,即遗址遗迹类、建筑与设施类、旅游商品类和人文活动类。

(3)社会旅游资源。社会旅游资源是指能够反映和体现一个国家或地区社会经济发展面貌而对游客具有吸引力的资源。它包括经济建设成就、科技发展成就、社会发展成就、居民生活方式、居民好客态度等。

2.从旅游资源再生性分类

(1)可再生性旅游资源。可再生性旅游资源是指那些在使用过程中因某些因素造成较大损坏而可通过适当的途径进行自然恢复或人工再造的资源。

(2)不可再生性旅游资源。不可再生性旅游资源是指那些在漫长的历史中形成,并保留至今为旅游所利用的难以恢复本来面貌的自然遗存和文化遗存,如某些典型的生态环境、古建筑、古文化遗址等。

3.从旅游资源利用状态分类

(1)现实的旅游资源。现实的旅游资源是指不仅本身具有吸引魅力,而且有条件并正在接待大批游客来访的旅游资源。

(2)潜在的旅游资源。潜在的旅游资源系指本身具有吸引功能,但由于受交通和接待条件的影响,目前尚不大为外界所认知,暂时来访游客很少的旅游资源。

4.从旅游资源管理级别分类

(1)世界级旅游资源。属于这一级别的旅游资源是那些已被列入《世界遗产名录》的名胜古迹、自然遗产和已被列入联合国“人与生物圈”保护区网络的自然保护区。这类旅游资源的品位和知名度最高,是全人类的宝贵遗产。

(2)国家级旅游资源。属于这一级的旅游资源主要包括国务院公布的国家历史文化名城、国家级风景名胜区、全国重点文物保护单位以及林业部门批准的国家级自然保护区、国家森林公园等。它们是中华历史文化的瑰宝,具有重要的历史文化价值、科学研究价值和艺术欣赏价值。

(3)省级旅游资源。属于这一级的旅游资源主要包括省级历史文化名城或名镇、省级风景名胜区、省级文物保护单位、省级森林公园等。

(4)市(县)级旅游资源。属于这一级的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。