

21世纪全国高职高专旅游系列实用规划教材



21st CENTURY
实用规划教材

中国

旅游地理

王瑜 王勇 · 主编

中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

F592.99

2

21 世纪全国高职高专旅游系列实用规划教材

中国旅游地理

王 瑜 王 勇 主 编

中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书是 21 世纪全国高职高专旅游系列实用规划教材之一。本书结合导游讲解、旅行社计调与外联工作实际,以旅游线路为线索,介绍我国各旅游区的主要景点(区),强调实用性和可操作性,对相关工作具有实际指导意义。全书共分 15 章,主要包括地理环境与旅游资源、中国自然旅游资源、中国人文旅游资源、中国旅游客源地理、中国旅游交通地理、中国旅游区划以及九大旅游区。每一章设置学习目标、章首案例、本章小结、关键概念、复习思考题、案例分析、技能训练、本章推荐阅读书目、相关链接等栏目。全书内容翔实,观点新颖,应用性强。本书既可作为高职高专旅游管理专业教材,也可作为旅行社、景点(区)人员培训教材,旅游爱好者也可通过此书获取相关旅游知识。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游地理/王瑜,王勇主编. —北京:中国林业出版社;北京大学出版, 2008. 8

(21 世纪全国高职高专旅游系列实用规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5038 - 5046 - 2

I. 中… II. ①王…②王… III. 旅游地理学—中国—高等学校:技术学校—教材 VI. F592.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 105066 号

书 名:中国旅游地理

著作责任者:王瑜 王勇 主编

总 策 划:牛玉莲 林章波

执行策划:郑铁志 吴迪

责任编辑:郑铁志 吴迪

出 版 者:中国林业出版社(地址:北京市西城区德内大街刘海胡同 7 号 邮编:100009)

网址: <http://www.cfph.com.cn> E-mail: cfphz@public.bta.net.cn

电话:编辑部 66170109 营销中心 66187711

北京大学出版社(地址:北京市海淀区成府路 205 号 邮编:100871)

网址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: pup_6@163.com

电话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者:北京市百善印刷厂

发 行 者:中国林业出版社 北京大学出版社

经 销 者:新华书店

版次印次:2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月第 1 次印刷

开 本:787mm×960mm 16 开本 20 印张 424 千字

定 价:30.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有 侵权必究

21 世纪全国高职高专旅游类系列规划教材 编写指导委员会

- 顾问:** 谢彦君 (东北财经大学旅游与酒店管理学院)
黄震方 (南京师范大学旅游系)
- 主任:** 李丰生 (桂林旅游高等专科学校)
- 常务副主任:** 林伯明 (桂林旅游高等专科学校)
- 副主任:** 卢 一 (四川烹饪高等专科学校)
朱承强 (上海师范大学旅游学院)
王昆欣 (浙江旅游职业学院)
吴忠军 (桂林工学院旅游学院)
- 委员:** (按拼音排序)
陈桂生 (长沙航空职业技术学院)
邓清南 (成都电子机械高等专科学校)
吉文丽 (新疆农业职业技术学院)
姜德刚 (渤海大学高职学院)
李建峰 (陕西财经职业技术学院)
谭传凤 (武汉商贸职业学院)
王 湘 (北京联合大学旅游学院)
王亚伟 (郑州牧业工程高等专科学校)
王 瑜 (福建商业高等专科学校)
谢 苏 (武汉职业技术学院)
赵桂毅 (淄博职业学院)
周国忠 (浙江旅游职业学院)
周 旗 (南阳师范学院环境科学与旅游学院)
- 秘书长:** 周江林 (桂林旅游高等专科学校)
牛玉莲 (中国林业出版社教材中心)
林章波 (北京大学出版社第6事业部)

编写人员名单

主 编 王 瑜 王 勇

副主编 邓清南

编 委 (按姓氏笔画排序)

王 杨 (河北师范大学职业技术学院旅游系)

王 勇 (山东淄博职业学院旅游系)

王 瑜 (福建商业高等专科学校旅游系)

邓清南 (成都电子机械高等专科学校工商管理系)

刘婷婷 (渤海大学高职学院旅游系)

李 飞 (东北财经大学职业技术学院)

前 言

当今,旅游业已成为人类社会不可或缺的规模化空间地域活动,随着旅游市场的不断扩大,迫切需要一批熟悉相关岗位工作业务的素质高、能力强的旅游从业人员。而旅游地理知识无论对于旅游业从业者还是旅游者来说,都是实用性很强的知识。本书以此为出发点,针对导游讲解、旅行社计调与外联工作实际,以旅游线路为线索,介绍中国旅游资源、旅游交通及各旅游区主要景点(区)。本书既可作为高职高专旅游管理专业教材,也可作为旅行社、景点(区)人员培训教材。旅游爱好者也可通过本书获取相关旅游知识。

本书兼采众家所长,在体例和内容上都有一定的创新,特色主要表现在以下3个方面。

一是结构合理、体系完整:体现产学结合要求,在每一章特设技能训练,全书的结构设计采取理论与实践交替介绍的编写体例;既有对中国旅游资源总体情况的阐述,又兼顾各具特色的九大旅游区。

二是知识实用、强调应用:兼顾知识点和能力点,以提高学生素质为基础,以职业能力为本位,以应用为核心。在各章设置学习目标,学习目标分列出知识目标、技能目标 and 能力目标3个子目标。技能目标和能力目标以导游讲解和旅游线路设计为重点。

三是内容先进、教学适用:本书更新教学内容,力求与社会经济发展同步;每一章设置章首案例、本章小结、关键概念、复习思考题、案例分析、本章推荐阅读书目、相关链接等栏目,简洁实用、内容新颖、体例完整、操作性强,符合旅游管理相关专业学生培养目标和课程教学基本要求。

本书由王瑜、王勇主编,负责设计大纲,王瑜负责全书的修订与统稿工作。各章执笔人员如下:王瑜编写第1章、第3章、第5章、第9章;王勇编写第2章、第6章、第8章;刘婷婷编写第4章;李飞编写第7章、第12章、第14章;邓清南编写第10章;王杨编写第11章、第13章、第15章。

在本书编写过程中参阅了大量的书刊资料,得到了中国林业出版社和北京大学出版社的大力支持,在此一并致谢。

由于编者水平有限,书中难免有浅陋与错误之处,不当之处,敬请专家学者和广大读者批评指正。

编 者

2008年5月

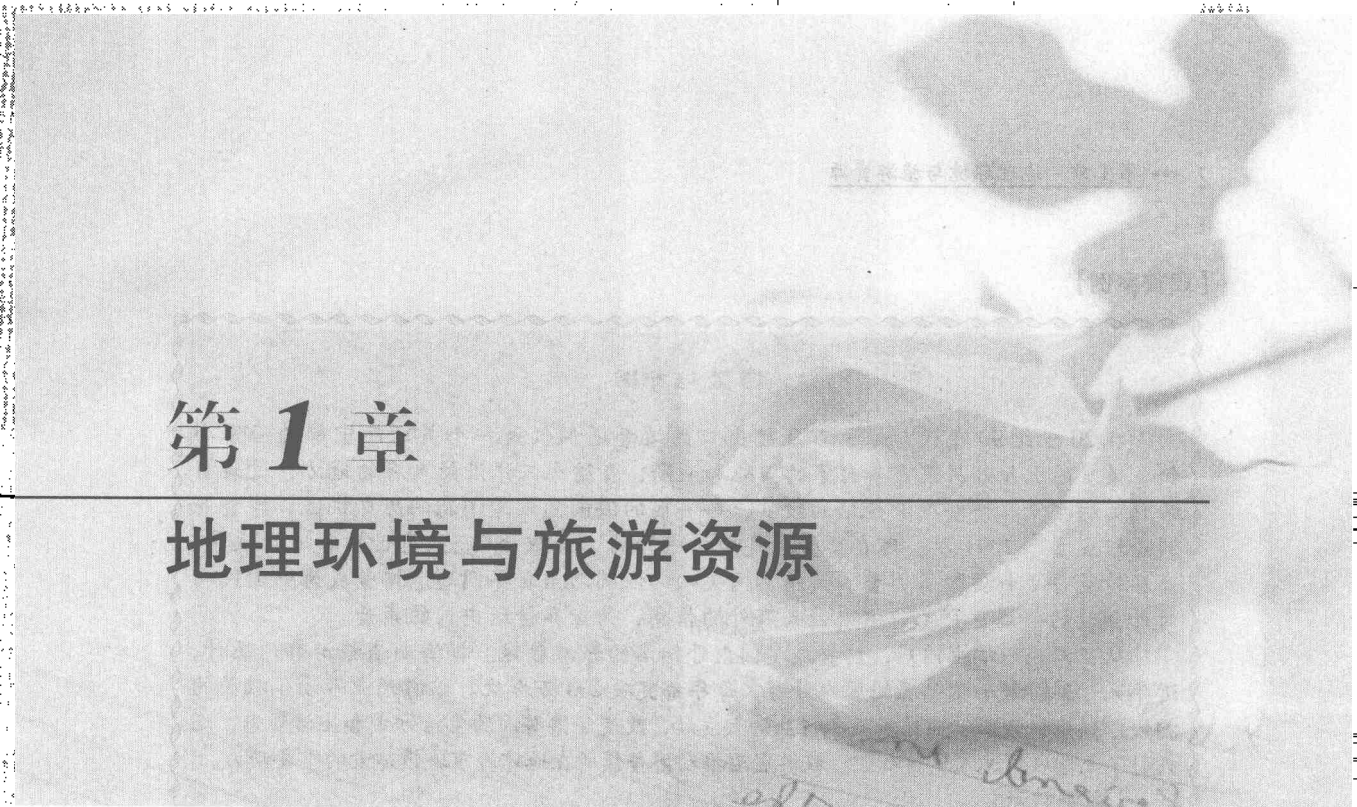
目 录

前言

第1章 地理环境与旅游资源	1
1.1 旅游与地理的关系	2
1.2 旅游资源的概述	11
1.3 中国旅游资源形成的地理背景和特征	20
第2章 中国自然旅游资源	27
2.1 地文景观旅游资源	28
2.2 水域风光旅游资源	36
2.3 生物景观旅游资源	43
2.4 天象和气候景观旅游资源	49
第3章 中国人文旅游资源	55
3.1 遗址遗迹旅游资源	56
3.2 建筑与设施旅游资源	62
3.3 旅游商品旅游资源	75
3.4 人文活动旅游资源	80
第4章 中国旅游客源地理	89
4.1 中国旅游客源市场	90
4.2 中国旅游客流地理	94
第5章 中国旅游交通地理	101
5.1 旅游与交通	102
5.2 旅游线路的设计	111
第6章 中国旅游区划	125
6.1 旅游区与旅游区划	126

6.2 中国旅游区划方案	128
第7章 东北林海雪原关东文化旅游区	133
7.1 区域地理环境和旅游资源特色综述	134
7.2 黑龙江省	138
7.3 吉林省	142
7.4 辽宁省	145
第8章 中原名山海景——京都古迹旅游区	154
8.1 区域地理环境和旅游资源特色综述	155
8.2 北京市	158
8.3 天津市	161
8.4 河北省	163
8.5 河南省	166
8.6 陕西省	170
8.7 山西省	174
8.8 山东省	177
第9章 西北沙漠草原丝路文化旅游区	184
9.1 区域旅游地理环境和旅游资源特色综述	185
9.2 新疆维吾尔自治区	188
9.3 甘肃省	191
9.4 宁夏回族自治区	194
9.5 内蒙古自治区	197
第10章 华中峡谷名山荆楚文化旅游区	204
10.1 区域地理环境和旅游资源特色综述	205
10.2 四川省	209
10.3 重庆市	214
10.4 湖北省	217
10.5 湖南省	221
第11章 江南园林水乡吴越文化旅游区	228
11.1 区域地理环境和旅游资源特色综述	229

11.2 上海市	231
11.3 江苏省	233
11.4 浙江省	236
11.5 安徽省	239
11.6 江西省	240
第 12 章 闽台宝岛风光侨乡文化旅游区	245
12.1 区域地理环境和旅游资源特色综述	246
12.2 福建省	251
12.3 台湾省	255
第 13 章 粤琼港澳椰林海岛岭南文化旅游区	264
13.1 区域地理环境和旅游资源特色综述	265
13.2 广东省	267
13.3 海南省	270
13.4 香港特别行政区	271
13.5 澳门特别行政区	273
第 14 章 西南岩溶山水民族风情旅游区	278
14.1 区域地理环境和旅游资源特色综述	279
14.2 云南省	283
14.3 贵州省	288
14.4 广西壮族自治区	292
第 15 章 青藏雪域高原藏族文化旅游区	299
15.1 区域地理环境和旅游资源特色综述	300
15.2 西藏自治区	303
15.3 青海省	306
参考文献	310



第1章

地理环境与旅游资源

学习目标

通过学习本章旅游与地理的关系、旅游资源分类和特征、中国旅游资源形成的地理背景和特征，了解旅游与地理的关系，熟悉地理环境的基本内容，掌握旅游资源的分类方法，为运用地理知识对各类旅游资源进行讲解奠定基础。

知识目标：了解旅游与地理的关系；
熟悉地理环境的基本内容；
掌握旅游资源的概念。

技能目标：掌握旅游资源的分类方法。

能力目标：形成运用地理知识，对各类旅游资源进行讲解的初步能力。

【章首案例】

博鳌与旅游

在20世纪90年代,位于万泉河出口的博鳌还仅仅是一个美丽而宁静的渔家小镇,镇里的1.5万居民守着自家的田地和渔船,在这个三江汇聚入海的地方,过着自给自足的生活。博鳌亚洲论坛的设立,给美丽的海南岛创造了新的历史机遇。博鳌亚洲论坛成立于2001年,现在博鳌已是名扬中外的“会议城”。来自世界各地的政界、商界精英每年都要聚首博鳌,讨论共同关心的亚洲乃至世界问题。博鳌成为中国民间对外开放的一扇窗户,为中国带来海外的信息,为世界传送中国的声音。

从亚洲论坛举办以后,博鳌成了国内外知名的旅游胜地。据海南省旅游部门统计,近年来,到博鳌小镇参观的国内外游客每年都突破200万人次。旅游产业带动了相关的餐饮、娱乐、金融、通信等服务行业的大发展,改变了博鳌人的生活方式和生活观念,还吸引了大量农民进入城镇就业。旅游成为推动博鳌镇所在地琼海市城镇建设的重要动力。

【案例启示】

人类的审美能力和愉悦要求是随着社会实践的发展而逐步形成、发展和丰富起来的,在不同的时代,人们对自然和社会的存在是否可以构成旅游资源的价值判断,会表现出极大的差异。旅游资源是旅游活动的客体,是满足旅游者旅游愿望的客观存在。一个地区旅游资源的特色,直接影响着该地区旅游客流的流量和流向,旅游业经营的规模、效益及其发展前景。

1.1 旅游与地理的关系

1.1.1 旅游及其要素构成

1.1.1.1 旅游的科学概念

(1) 早期的旅游定义

“旅游”一词在我国最早出现在南朝梁诗人沈约的《悲哉行》一诗:“旅游媚年春,年春媚游人。徐光旦垂影,和露晓凝津。时嚶起稚叶,蕙气动初频。一朝阻旧国,万里隔良辰。”从这首诗看,旅游一词在当时就已含有外出游览的意思。

在《韦伯斯特大字典》中,旅游(tour)一词被解释成“是一个人回到其出发地所经历的旅程;是一次出自商务、娱乐或教育的目的所做的旅行,旅行期间通常按计划线路访问不同的地方。”

(2) 国际机构定义

1942年,瑞士学者汉泽尔和克拉普夫在他们合著的《普通旅游学纲要》中给旅游下的定义是:“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致永久居留,而且不从事任何赚钱的活动。”

这一定义在20世纪70年代为“旅游科学专家国际联合会”(AIEST)所采用,所以也被称为“艾斯特”定义。

(3) 时间定义

1979年,美国通用大西洋集团有限公司马丁·普雷博士到中国讲学时说:“旅游是为消遣而进行旅行,在某一国逗留的时间至少超过24h。”将停留时间引入到旅游定义中来,根据旅游这一特殊的社会经济活动与其他活动不同而做出时间的限制,既对旅游业的开发有利,又便于对旅游者进行统计分析和研究。

综合人们对旅游定义的不同表述,我们可以看到人们至少在以下3方面已经取得的共识:①旅游是人们离开自己的定居地,去他乡异国访问的活动。这一点反映了旅游活动的异地性。②旅游是人们前往旅游目的地,并在那里做短暂停留的访问活动。这种短期停留有别于移民性的永久居留。这一点反映了旅游活动的暂时性。③旅游是人们的旅行和暂时居留引起的各种现象和关系的总和。这不仅包括旅游者的活动,而且涉及这些活动在客观上所产生的一切现象和关系。这一点反映了旅游现象的综合性。

从以上分析,我们可以认为:旅游是人们以寻求新的感受和业务联系为目的,离开常住地到异国他乡短期停留而不导致定居和就业所引起的一切现象和关系的总和;它既是一种文化生活,又是一种综合性的社会经济活动。

【小资料1-1】

郦道元,北魏地理学家。他深感前人的《山海经》《禹贡》《周礼·职方》《汉书·地理志》等过于简略,在跋山涉水、实地考察的同时,着力搜集有关水道的文献史料,以为汉代桑钦的《水经》做注的方式编写了一本《水经注》。《水经注》共40卷,记述了1252条河道沿岸的地理沿革、历史古迹、城邑建筑、风土人情、传说故事。《水经注》不仅对《水经》做了修正、补充和阐释,而且对祖国山水做了讴歌和赞美;既具有珍贵的地理学价值,又在文学史上占有重要的地位。

1.1.1.2 旅游要素构成

旅游要素构成主要有“三要素”和“六要素”说法。

(1) 三要素说

从供给和需求来说,旅游有三要素,即旅游者、旅游资源和旅游业。

旅游者是旅游活动的主体 在旅游活动的要素中,旅游者处于主体地位。旅游活动的发展历史表明,旅游实践乃是有先有旅游者的旅游活动,后有为旅游者服务的旅游从业队伍。旅游者是旅游活动的主导因素,他们的数量、消费水平、旅游方式等是决定旅游业内各种比例关系及其相应协调的主要因素,因而是旅游活动的主体。

旅游资源是旅游活动的客体 在旅游活动构成的各要素中,旅游资源处于客体或对象的地位。当一个人有了足够用于旅游花费的金钱和时间,并且有外出旅游以满足娱乐和求知的愿望之后,他首先考虑的是去哪个国家或地区才能满足自己的旅游需求,这时,吸引旅游者的决定性因素就是合乎其口味的旅游资源。固然,一个人准备去某国或地区旅游时,同时也会考虑到那里的生活条件和服务设施,但这只是第二、三位的需要,而那些具有不同民族特色和地区特色的旅游资源,没有别的办法可以替代,必须自己亲临其境才能获得真正的精神满足。所以,旅游资源是旅游活动的客观基础,是一个国家和地区招徕客源、开拓市场、发展旅游的重要的物质基础和条件。

旅游业是旅游活动的媒体 相对于旅游者和旅游资源来讲,旅游业是旅游活动构成的媒体。旅游业是实现旅游活动的媒介、手段和条件。现代旅游中,完成旅游活动的要素已不再只是旅游者和旅游资源,而是将旅游业这一中介也包括进来,因为大众旅游的特点之一便是利用旅游业提供的便利服务完成旅游活动,这已经成为一种规范化的模式。在现代大众旅游阶段,几乎没有旅游者不再利用旅游业提供的旅游服务。虽然使用旅游业提供的旅游服务并非是旅游者的旅游目的,但旅游业在客源地与目的地之间以及在旅游动机与旅游目的的实现之间架起一座便利的桥梁。

(2) 六要素说

从旅游环节来说,旅游者在旅游过程中所进行的活动主要是游、行、食、住、购、娱等,即旅游的六要素。

“游”是旅游的中心环节 它是旅游者动机和目的之所在,人们通过“游”而得到精神的陶冶和物质享受。有了“游”的动机,旅游者就会离开习惯了的常住地,去获取新的知识,去享受异地生活的美。“游”也是旅游者外出旅游的主要内容,有的旅游者喜欢投身到大自然的怀抱,以享受山川的壮美、阳光的明媚;有的旅游者喜欢凭吊历史古迹,追溯人类社会历史的变迁。

“行”是旅游的基本环节 “行”是指旅游的空间转移。首先,旅游过程中的一个景点到另一个景点的转移,从住宿地到景点间的转移都要通过“行”来完成。其次,“行”在旅游的全过程中也是花时间最长,需用支出最多的项目。据不完全统计,在旅游的全过程中,几乎有一半是在“行”中度过的;最后,“行”也影响和决定着旅游活动的形式和内容,以“行”的方式命名的旅游也日渐增多,例如,航空旅游、汽车旅游、江河漂流、登山旅游,等等。

“吃”“住”是旅游的重要环节 “吃”“住”是指旅游中的餐饮和住宿。对旅游者来说,“吃”“住”是恢复体力完成旅游的生理保证;也是旅游服务质量的重要体现,影响旅游者对旅游的满足程度。随着社会经济的发展,为了满足旅游者求新求奇的心理,无论去旅游地或住宿地,住宿的建筑风格和餐饮的品味都正走向民族化、特色化。今天,建筑文化、餐饮文化正成为重要的旅游资源。

“购”“娱”也是旅游的重要环节 “购”是指旅游购物,“娱”是指旅游中的娱乐。

旅游过程中的游、行、食、住、购、娱六大环节构成了丰富的旅游过程,这六大环节既互相衔接又有交叉,由此构成旅游的整体。

1.1.2 地理环境概述

地理环境 (geographical environment) 是能量的交错带,位于地球表层,即岩石圈、水圈、土壤圈、大气圈和生物圈相互作用的交错带上,其厚度约 10 ~30km。地理环境与人类的生产和生活密切相关。地理环境可分为自然地理环境、人文地理环境 (包括经济地理环境和社会文化地理环境)。2 种环境在地域上和结构上又是互相重叠、互相联系的,从而构成了各地区综合性、差异性很强的整体地理环境,而各地区地理环境的差异性,正是旅游活动最根本的外在动力。

1.1.2.1 自然地理环境

自然地理环境是由岩石、地貌、土壤、水、气候、生物等自然要素构成的自然综合体。根据其所受人类社会的影响程度的差别,自然地理环境又可分为天然地理环境和人为地理环境。天然地理环境 (原生自然环境) 指只受到人类间接或轻微影响而原有自然面貌未发生明显变化的地方,例如,极地、高山、大荒漠、大沼泽、热带雨林、某些自然保护区以及人类活动较少的海域等;人为地理环境 (次生自然环境) 指受到人类直接影响和长期作用而使自然面貌发生重大变化的地方,例如,农业、工矿、城镇等利用地以及放牧的草场和采育的林地等。自然地理环境有以下基本特点。

(1) 结构的整体性

自然地理环境各要素相互联系、相互作用、相互制约,形成了自然地理环境的整体性。自然地理环境的整体性可以从 2 个方面来理解。一方面,自然地理环境各要素并不是彼此孤立的,而是作为一个整体存在的;各要素在特征上保持协调一致,并与总体特征相统一。例如,我国西北内陆地区因深居大陆内部、距海遥远,形成干旱的环境特征,其地貌、水文、植被、土壤等要素都体现出干旱环境的特征。另一方面,

自然地理环境的整体性还表现为某一要素的变化会导致其他要素以至整体环境状态的变化,即具有“牵一发而动全身”的效应。例如,滥伐森林和植树造林都会对自然地理环境带来一系列的不同影响。由此,人类在改造某地理环境要素时,应注意对其他要素以至整个环境所带来的可能影响。

(2) 地域的分异性

自然地理环境各要素的相互联系、相互制约和相互渗透,构成了自然地理环境的整体性,但各个地区之间又存在着差异,这就是自然地理环境的地域分异。地域分异规律包括纬度地带性规律、经度地带性规律、垂直地带性规律和非地带性现象等内涵。

纬度地带性分异规律 纬度地带性分异规律是地域分异规律的基础,即指由于太阳辐射在地表按纬度分布不均,形成了各自然景观带的东西延伸,沿着纬度变化的方向做有规律的更替。从赤道向两极与纬线平行,大致可分为7个自然带,依次是:热带雨林带、热带草原带、热带沙漠带、温带草原带、温带森林带、苔原带、冰原带。每个自然带气候、土壤、水文、植物、动物都有一定的特点。因此,处于不同纬度地带的区域,其自然、人文景观都有明显的差异。

经度地带性分异规律 经度地带性的形成原因主要是海陆分布不平衡,在海陆分布因素影响下,由于水分条件的差异,从滨海往内陆方向,各种自然景观带大致沿着经度变化的方向逐渐更替。例如,中纬地区在一般情况下降水量与离海洋的距离成反比,大陆景观按照距离海洋的远近随经度变化,从滨海地区往内陆方向显示出各种自然地带的逐渐更替,由森林带变为草原带、荒漠带。

垂直地带性分异规律 从山麓到山顶的水热状况随着海拔高度的增加发生变化,形成了自然景观的垂直地带性分异。垂直地带性的主要原因是海拔高度差别,海拔高度差别引起温度、日照、降水、气压等要素的差别。气温随海拔高度上升而下降的速率称温度垂直递减率,山体只要有500m左右的高度,就会出现垂直地带性现象,平均高度每上升100m温度下降1℃。

【小资料1-2】

秦岭山区(海拔2000m左右)一般在10月中旬开始降雪,高山地区(海拔3000m以上)8月下旬就有降雪,到次年5月结束,在秦岭主峰太白山的高山亚寒带和寒带是“冬季银装素裹,六月积雪仍存”。夏季在太白山能领略春、夏、秋、冬四季景色,被誉为著名关中八景之一的“太白积雪六月天”正是古人对高山寒带气候的形象描述。

非地带性分异规律 地球表面并不是所有事物都具有地带性的分布规律,像海陆

分布、地势起伏等,在自然界的分布就不具备地带性规律,叫做非地带性因素。非地带性因素叠加在地带性因素之上,使地带性分布规律变得不很完整或不很鲜明,使自然环境更加复杂。例如,北半球高纬度的苔原带和针叶林带呈东西延伸、南北交替的现象十分明显,而南半球相同纬度绝大部分是海洋,因而没有苔原带和针叶林带的分布。

一般来说,各地的地理环境都具有那个地带的地带性特征,同时又不同程度地受非地带性因素的影响,具有非地带性特征。在地带性和非地带性因素相互作用下,形成了复杂的自然地理环境。地域分异规律是地理学理论的基石。

1.1.2.2 人文地理环境

人文地理环境是人类为了生存发展的需要有意地利用自然所创造的地理景观,它反映了人类伟大的创造力和长期劳动所得的丰硕成果。人文地理环境通常包含社会文化地理环境 and 经济地理环境。

(1) 社会文化地理环境

社会文化地理环境包括人口、社会、国家、民族、语言、文化和民俗等方面的地域分布特征和组织结构关系,而且涉及社会各种人群对周围事物的心理感应和相应的社会行为。社会文化地理环境是人类社会本身所形成的一种地理环境。

根据各地文化的差异,可以把世界划分成独具特色的五大文化圈:欧洲文化圈(俗称西方文化,大致包括欧洲本土、美洲、澳大利亚、新西兰及亚洲北部);东亚文化圈(俗称东方文化或儒教文化,大致包括中国、日本、朝鲜、韩国、蒙古、越南及东南亚的华人);阿拉伯文化圈(俗称伊斯兰文化);非洲文化圈以及太平洋群岛土著人文化圈。每一个文化圈都有自己独特的自然地理环境,有自己的民族、人文风情、文化、经济发展进程等。例如,法国的绘画、奥地利的音乐、希腊和意大利的雕塑及中国的园林等,很容易吸引向往艺术的人群,激发他们的旅游动机。

全世界共有 2000 多个民族,各民族都有自己独特的民族特点、传统习俗、生活方式、文化氛围,构成丰富多彩的民族风情。我国除汉族外,共有 55 个少数民族,各民族的居住、饮食、服饰、生产、婚丧、宗教、语言等都有强烈的地域特色和民族风格。

(2) 经济地理环境

经济地理环境主要指自然条件和自然资源经人类开发利用后形成的地域生产综合体的经济结构,包括工业、农业、交通和城乡居民点等各种生产力实体的地域配置条件和结构状态。

经济发达地区既是主要的旅游客源地,又是发达的旅游目的地。据世界旅游组织统计,西欧、北美两大经济发达地区在 20 世纪 80 年代以前旅游接待人次及外汇收入占到世界总数的 90%,80 年代以后虽然有所下降,但仍占到 80% 左右。

当今世界有2种经济发达地区：一是具有工业化较早的传统经济中心，如西欧各国；二是历史较短的后起之秀，例如，美国。这2种地区都因为有先进而完善的基础设施和现代化的旅游设备、壮观的世界级大城市风貌、丰富的生活条件而产生较强的旅游吸引力。

一些经济欠发达的偏远乡村，生活节奏慢，环境人为化较弱，传统民俗风情氛围较浓，从20世纪90年代以来，乡村的田园风光和农家生活所产生的旅游吸引力越来越强。

1.1.3 旅游与地理环境

人类旅游活动无不以旅游者在地理环境中的空间流动为基础，旅游活动的异地性和空间流动性，是区别于其他休闲活动最根本的特征，由此决定了旅游和地理环境的紧密联系。

旅游全部复杂性都表现于一定的地理环境。就构成现代社会旅游活动的三大基本要素而言：旅游者的产出、流向、规模及其行为特征，都有其旅游系统的深刻的地理背景；旅游资源的形成、价值和开发条件更是直接受旅游系统，尤其是当地地理环境的制约；而旅游业的发展状况，不仅受制于本地旅游资源和外在客源市场，还受制于整个旅游系统的各种地理条件。

1.1.3.1 旅游者与地理环境

自然地理环境千差万别，变幻莫测，激发人类探索和体验的动机，人类历史上最早的旅行家、探险家就是在这斑斓的自然界的吸引下，揭开了人类旅行的帷幕，开创了古代旅游先河。据世界旅游组织统计，当今旅游者中，回归自然、投入自然的观光休闲旅游仍是主流，所以说自然地理环境是激发人类旅游行为的最早的、也是最持久的因素。

根据对全球近代旅游目的地分析，以及对旅游者旅游动机趋势的调查预测，气候温和湿润、阳光充足、环境优美奇特的自然地理环境，其旅游吸引力强度最大。可以说，中纬度地带的旅游目的地的旅游吸引力强度大于高纬度地带；中低纬度地带内的岛屿和迎风海岸的沿海地带吸引力大于内陆地带；内陆地区奇特优美的自然景观旅游吸引力强度大，并且原始程度越高其旅游吸引力强度也越大。

1.1.3.2 旅游资源与地理环境

(1) 地球的圈层结构形成了多种类型的自然旅游资源

地球表层是岩石圈、生物圈、水圈、大气圈4个圈层的相互交接地带，它们是自