

高职高专旅游与饭店管理专业教材新系
21世纪新概念教材

中国旅游地理

(第2版)

李娟文 主 编
游长江
刘名俭 副主编

东北财经大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游地理 / 李娟文, 游长江主编. —2版. —大连: 东北财经大学出版社, 2002.1 (2002.8重印)

21世纪新概念教材·高职高专旅游与饭店管理专业教材新系
ISBN 7-81084-007-X

. 中... . 李... 游... . 旅游地理学 - 中国 - 高等学校:
技术学校 - 教材 . F592.99

中国版本图书馆CIP数据核字 (2001) 第081334号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街217号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 4710523

营销部: (0411) 4710525

网址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: dufep@mail.dlptt.ln.cn

大连海事大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

开本: 787毫米 × 960毫米 1/16 字数: 372千字 印张: 18

印数: 26001—32000册

1999年7月第1版

2002年1月第2版

2002年8月第6次印刷

总策划: 许景行

组稿: 许景行

责任编辑: 李莉

责任校对: 童仁

封面设计: 冀贵收

版式设计: 丁文杰

定价: 21.00元

第2版前言

改革开放以来，我国旅游业有了长足的发展，但与世界上旅游业发达的国家相比，我国的旅游资源优势还未得到充分发挥，旅游产品还不够成熟，这需要国内旅游从业人员在充分了解我国各区域旅游资源、旅游环境条件的基础上，做出卓有成效的努力。所以，掌握中国旅游地理知识对从事或即将从事旅游行业的人员具有重要的意义，这也是我国不同层次旅游专业纷纷开设旅游地理课程的原因。

由于当前我国的有关旅游地理方面的教材，适用于高专高职旅游专业的教材较少见。本书依据教育部《21世纪高专高职教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的要求，以深入浅出、生动实用为指导思想，突出高层次性、职业性及新颖性的特点，力求针对高专高职的学生学习修订了本书。同时本书也可以作为大专层次自学考试用书和旅游从业人员的参考用书。

为了便于学生使用与学习，本书从体系编排上做了全新的调整，增加了学习目标、课堂讨论题、专题讨论题、实训题及自测题等板块；从学习内容上，对全书数据采用最新数据资料，同时使用了大量的小知识及补充阅读材料，以开阔学生视野，丰富学生的课堂知识。这些工作也更有利于教师的教学和学生的学习。

本书内容主要分为旅游地理总论和旅游地理分区两大部分，具体内容共分为15章。前4章为总论部分，后11章为分区部分。本书以中国特定地域为研究对象，全面研究了我国旅游资源形成的环境、特点、分布及其开发利用和发展规律，阐述了旅游活动与我国旅游地理环境之间相互作用和相互协调发展的关系，分析了各旅游分区的旅游业发展现状及原因，并详细介绍了各主要景区（点）。

本书由李娟文和游长江担任主编、刘名俭担任副主编。具体编写分工为：李娟文（第1、5、6、8章）、刘名俭（第2、13、14章、附录）、游长江（第3章第1、2节、第4章）、张建萍（第3章第3节、第9章）、陶秋琼（第10、15章）、杨云（第7章）、涂建华（第11章）、雷兴华（第12章）。最后全书由李娟文、刘名俭统稿定稿。

本书在修订编写过程中，得到了东北财经大学出版社的大力支持，在此表示衷心的感谢。由于时间和水平有限，本书虽经修订，错误和疏漏在所难免，期望得到读者的批评指正。

编者

2001年12月

目 录

第 1 章	绪论	1
	学习目标	1
1.1	旅游地理学简介	2
1.2	中国旅游地理简介	3
	本章小结	4
	关键概念	5
	课堂讨论题	5
	专题讨论题	5
	复习思考题	5
	实训题	5
	自测题	5
第 2 章	旅游与地理环境	6
	学习目标	6
2.1	旅游者与地理环境	7
2.2	旅游资源与地理环境	14
2.3	旅游业的区域影响	24
	本章小结	30
	关键概念	31
	课堂讨论题	31
	专题讨论题	31
	复习思考题	31
	实训题	31
	自测题	31
第 3 章	中国旅游资源地理	32
	学习目标	32
3.1	中国旅游资源形成的地理环境	33
3.2	中国自然旅游资源	38
3.3	中国人文旅游资源	53
	本章小结	71
	关键概念	71
	课堂讨论题	72

	专题讨论题	72
	复习思考题	72
	实训题	72
	自测题	72
第 4 章	中国旅游地理区划	73
	学习目标	73
4.1	中国旅游地理区划概述	74
4.2	中国旅游地理区划方案	75
	本章小结	78
	关键概念	78
	课堂讨论题	78
	专题讨论题	78
	复习思考题	78
	实训题	79
	自测题	79
第 5 章	京畿要地——燕赵文化旅游区	80
	学习目标	80
5.1	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	81
5.2	旅游业概述	87
	本章小结	96
	关键概念	96
	课堂讨论题	96
	专题讨论题	96
	复习思考题	96
	实训题	96
	自测题	96
第 6 章	林海雪原——关东文化旅游区	97
	学习目标	97
6.1	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	98
6.2	旅游业概述	102
	本章小结	109
	关键概念	110
	课堂讨论题	110
	专题讨论题	110
	复习思考题	110
	实训题	110

	自测题	110
第 7 章	中华民族摇篮——中原文化旅游区	111
	学习目标	111
7.1	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	112
7.2	旅游业概述	114
	本章小结	126
	关键概念	126
	课堂讨论题	126
	专题讨论题	126
	复习思考题	126
	实训题	126
	自测题	126
第 8 章	峡谷巨川——巴蜀与楚文化旅游区	128
	学习目标	128
8.1	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	129
8.2	旅游业概述	133
	本章小结	143
	关键概念	143
	课堂讨论题	143
	专题讨论题	143
	复习思考题	144
	实训题	144
	自测题	144
第 9 章	山水神秀——吴越文化旅游区	145
	学习目标	145
9.1	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	146
9.2	旅游业概述	150
	本章小结	165
	关键概念	166
	课堂讨论题	166
	专题讨论题	166
	复习思考题	166
	实训题	166
	自测题	166
第 10 章	南国侨乡——岭南文化旅游区	167
	学习目标	167

10.1	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	168
10.2	旅游业概述	170
	本章小结	183
	关键概念	183
	课堂讨论题	183
	专题讨论题	183
	复习思考题	183
	实训题	183
	自测题	184
第 11 章	石林洞乡——西南少数民族农业文化旅游区	185
	学习目标	185
11.1	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	186
11.2	旅游业概述	193
	本章小结	205
	关键概念	205
	课堂讨论题	205
	专题讨论题	205
	复习思考题	205
	实训题	205
	自测题	205
第 12 章	坦荡草原——蒙古族游牧文化旅游区	207
	学习目标	207
12.1	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	208
12.2	旅游业概述	211
	本章小结	213
	关键概念	213
	课堂讨论题	213
	专题讨论题	214
	复习思考题	214
	实训题	214
	自测题	214
第 13 章	沙漠绿洲——西北少数民族游牧文化旅游区	215
	学习目标	215
13.1	旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	216
13.2	旅游业概述	220
	本章小结	228

关键概念	228
课堂讨论题	228
专题讨论题	229
复习思考题	229
实训题	229
自测题	229
第14章 世界屋脊——藏族高原游牧文化旅游区	230
学习目标	230
14.1 旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	231
14.2 旅游业概述	239
本章小结	243
关键概念	243
课堂讨论题	243
专题讨论题	243
复习思考题	243
实训题	243
自测题	243
第15章 特别行政区——港澳台旅游区	245
学习目标	245
15.1 旅游地理环境特征及其对旅游业的影响	246
15.2 旅游业概述	248
本章小结	254
关键概念	254
课堂讨论题	254
专题讨论题	254
复习思考题	255
实训题	255
自测题	255
自测题参考答案	256
附录	262
主要参考书目	269

第 1 章

1

绪 论

学习目标

- 1.1 旅游地理学简介
- 1.2 中国旅游地理简介

本章小结

关键概念

课堂讨论题

专题讨论题

复习思考题

实训题

自测题

学习目标

了解有关旅游地理学的基本概念（包括学科性质、研究对象、研究内容及重点），明确中国旅游地理与旅游地理学之间的关系，弄清学习本教材应掌握的侧重点和应采用的学习方法。

了解中国旅游地理的有关知识，掌握我国各地旅游地方特色及发展旅游业的有利与不利的条件，是我国旅游从业人员应具备的职业知识素养。因此，我国包括本科、大专、中专在内的各个不同层次旅游专业几乎都开设了有关旅游地理的课程。为此有必要对两者进行简单的介绍，弄清各自学习的目标和应注意的侧重点。

1.1

旅游地理学简介

1.1.1 旅游地理学的概念及学科性质

旅游地理学是随着现代旅游业的蓬勃发展而兴起的地理学分支学科。地理学向来以研究各种人类活动与地理环境之间的关系，促进人类社会经济健康发展为己任。当人类旅游活动由少数人的个别行为转化为大众化普遍活动，并对人类社会经济活动及其赖以生存的自然环境产生越来越明显的影响后，许多地理学家以高度的社会责任感，运用地理学的理论与方法，对这一人类社会经济现象进行了分析研究。研究人类旅游活动产生、发展及分布的时空规律，分析其与地理环境之间联系与制约关系，及其对人类社会经济的影响，并在此基础上形成和发展了旅游地理学。因而旅游地理学是研究人类旅游与地理环境、社会经济之间关系的科学。

在这一概念中，“人类旅游”包括三大要素：主体（旅游者）、客体（旅游资源与旅游环境条件）、媒介（旅游业）——是旅游地理学研究的对象；“旅游与地理环境、社会经济发展之间的关系”是旅游地理学研究的重点；促进旅游业及社会经济的发展是旅游地理学研究的最终目的。

旅游地理学研究的最终目的是促进旅游业与社会经济的发展，有关旅游地理学的理论和方法的教学活动为旅游从业人员具备必要的知识素养作准备。很明显这是一门直接服务于旅游业的实用性很强的应用学科。

地理环境包括自然地理环境和人文地理环境，其内容已经十分丰富。而人类旅游又是涉及面极广的社会活动，其活动内容包括观光游览、探亲访友、文化娱乐、康体休闲、探险猎奇、科学考察、访古探幽、会议交流、商务考察、宗教朝拜、民族采风等方方面面；旅游资源的形成与分类，旅游客源的分布与旅游客流的流向及旅游业地方特色的形成等则更为复杂。因而，以人类旅游与地理环境、社会经济发展为研究重点的旅游地理学，不仅涉及自然地理学、人文地理学及经济地理学，而且还涉及考古学、历史学、社会学、民族学、宗教学、园林学、环境学、美学、文学、心理学、公共关系学等各门科学，是一门多学科交叉的边缘科学。

1.1.2 旅游地理学研究的主要内容

旅游地理学研究的内容主要是围绕着旅游三要素与地理环境之间的关系而展开的，具体包括以下几个方面：

1) 旅游者地理研究

旅游者地理研究包括旅游者形成的地理背景，旅游客源、客流的地理分布、动态变化及其形成原因，旅游客源市场的未来发展趋势等。

2) 旅游资源地理研究

旅游资源地理研究包括旅游资源的类型划分、地域分布、形成条件、旅游资源评价与开发规划，旅游资源保护与环境容量等。

3) 旅游业地理研究

旅游业地理研究包括旅游区划、旅游地方特色定位与营造、区域旅游业发展战略与规划、旅游线路设计、区域旅游网络构建、旅游业各主要组成要素的空间结构与合理布局、区域旅游影响等。

4) 旅游地图研究

旅游地图研究包括各类旅游地图的编制及使用。

1.2

中国旅游地理简介

1.2.1 中国旅游地理与旅游地理学的异同

中国旅游地理与旅游地理学都是将地理学的有关理论与方法运用于旅游研究的结果。在学科性质及研究内容的大框架方面，二者并没有根本的区别。但二者的研究对象是有差异的，其研究要达到的直接目标的侧重点也不相同。

旅游地理学将整个人类旅游活动作为研究对象，主要研究人类旅游与地理环境及社会经济发展之间关系的一般规律，强调其共性，旨在建立旅游地理学的理论体系与方法论，以指导区域旅游地理的研究工作。

中国旅游地理则以中国及其不同等级旅游区域的旅游活动作为研究对象，属区域旅游地理学范畴，重点研究各特定地域内旅游及各组成要素的特征及其形成环境，强调地方特色和知识性，旨在指导各地域充分发挥当地旅游优势，形成地方特色，直接推动各地旅游业及社会经济的发展。因此，旅游地理学的学习侧重于旅游地理学一般理论和方法的掌握及其运用，而中国旅游地理的学习则是在了解旅游地理一般理论与方法的基础上，侧重掌握中国及不同等级旅游区旅游各组成要素的基本特征及主要特色，对其重要景区及旅游线路有所了解，并将其作为旅游从业人员必备的基础知识。同时，中国旅游地理注意分析各地旅游特色，介绍各地特色旅游资源和主要景区及主要旅游线路，对旅游者可以起到选择目的地的参谋作用和导游作用，被誉为旅游者的“良师益友”。

1.2.2 本教材的内容安排

本教材的内容可分为旅游地理学基本理论方法、中国旅游地理总论和中国旅游地理分区三大部分：其中，第1、第2章从旅游者、旅游资源与旅游业三个方面阐述了旅游与地理环境之间的关系，介绍了旅游地理学的基本概念、理论与方法；第3章、第4章，为中国旅游地理总论部分，从中国这个地域整体的角度，对中国旅游资源进行分类介绍，并在

此基础上，按照中国地域内客观存在的旅游地域差异，进行了旅游区划，将全国划分为十大旅游区和一个特别行政区；第5章至第15章为旅游地理分区部分，主要从各旅游区旅游地理环境出发，分析各旅游区旅游业发展条件的优、劣势及其现状特征，介绍区内主要旅游景区与旅游线路，探讨该区旅游业可持续发展的努力方向。

1.2.3 学习中国旅游地理的方法

1) 地图辅助学习法

由于中国旅游地理的内容都与中国一定地域紧密的联系在一起，各地域的地理位置、旅游地理环境对各地旅游特色的形成影响至深，以中国地图及各地地图作为辅助学习工具，把课本的有关内容落实到图上，就会更为清楚明了，容易掌握。

2) 综合分析主导原则法

旅游涉及面广，影响旅游业及区域旅游特色的方面极多，因此在进行区域旅游分析时，一定要全面考虑各方面的因素，对其进行综合分析，找到作用最大的主导因素，并以此为依据总结区域旅游特征与特色。

3) 对比分析法

有比较才有鉴别。地区旅游业发展的优势条件及旅游特色，一定是本地有、它地无，或本地强、它地弱的条件和特点，而这些条件和特点的发现必须通过对比分析来获得。对于学习者来说，对比分析也不失为一个增强理解和记忆的方法。

4) 实地考察法

实际考察调查研究是地理学传统的行之有效的学习和研究方法。书本的许多知识就来自于实地考察。学习者若能够对书本上介绍的内容进行实地考察，不仅能增强理解，加深印象，而且可能会有自己的新发现，产生新的体验。

5) 调查与统计分析法

抽样调查与统计分析是对难于得到标准答案的社会现象的一种调查方法。旅游活动的许多方面是很难得到标准答案的，如旅游者的旅游消费、旅游需求等，都会因各方面条件的约束、个人各方面素质的差异而各不相同，所以在旅游业研究中多采用这种方法。

6) 溯源阅读拓展知识领域法

中国旅游地理所涉及的知识面非常广，但各门相关知识又不可能在书本中系统介绍，对于其中的一些内容必须采用溯源阅读拓展知识领域的方法，才能领会得更深更透，以解除死记硬背、一知半解的烦恼。如学到园林旅游资源，可阅读《中国园林史话》、《中国园林美学》之类参考书；学到建筑旅游资源，可阅读《中国建筑史》之类参考书；学到各旅游区介绍的地域特色文化，可阅读《中国文化史纲》、《中华文化史》一类的书籍……这样做不仅能将课本知识理解更深更透彻，更重要的是可使学习者在知识素养方面获得一个大的提高。

本章小结

旅游地理学是研究人类旅游与地理环境及社会经济发展之间关系的科学，学习旅游地理学强调掌握其一般理论与方法及其实际运用能力。中国旅游地理则是将旅游地理学的有

关理论、方法运用于中国或中国各旅游分区的科学，所以学习中国旅游地理，必须了解旅游地理学的有关理论与方法，并能在教材及教师的引导下，将其运用于中国各特定旅游区域，掌握中国整体及各特定旅游区域旅游组成要素的基本特征，特别发展旅游业的优势资源、条件，及其在此基础上形成的地方特色，并对能反映各区域特色的重点旅游景点、景区及旅游线路有一定的了解。

关键概念

旅游地理学 (p.2)

课堂讨论题

你认为作为一个旅游从业人员必须具备哪些方面的知识素养？

专题讨论题

1.1 旅游地理与旅游地理学有何区别与联系？

复习思考题

1.1 旅游地理学研究的重点是什么？具体包括哪些内容？

1.2 学习中国旅游地理重点要掌握哪些知识？

1.3 学习中国旅游地理可采用哪些学习方法？

实训题

1.1 了解旅游地理知识对旅游从业人员有何意义？

自测题

1.1 旅游地理学研究的最终目的是（ ）。

A. 研究人类旅游与地理环境之间关系

B. 研究人类旅游与社会经济之间的关系

C. 促进旅游业与社会经济的发展

D. 促进地理环境的发展

1.2 下列各要素中，属于旅游三要素中客体部分的是（ ）。

A. 旅游者

B. 旅行社

C. 旅游资源

D. 旅游环境条件

1.3 名词解释：旅游地理学

1.4 中国旅游地理研究以何作为研究对象？

第 二 章

2

旅游与地理环境

学习目标

- 2.1 旅游者与地理环境
- 2.2 旅游资源与地理环境
- 2.3 旅游业的区域影响

本章小结

关键概念

课堂讨论题

专题讨论题

复习思考题

实训题

自测题

学习目标

认识旅游的三大要素（旅游者、旅游资源、旅游业）与地理环境之间的关系；了解旅游者的基本特性及其在地理空间上的流动和分布规律、旅游资源的形成；学习旅游者产生的四大地理背景、旅游资源的分类标准和分类方法、旅游资源的调查与评价、旅游资源开发规划；掌握旅游者、旅游资源、旅游业的基本概念以及旅游业对旅游地区的社会、经济、文化、环境等各个领域的影响。

第二次世界大战以来，随着世界经济的恢复和发展，旅游已成为风靡全球的具有广泛性和群众性的活动，成为现代文明和人们生活不可分割的组成部分。旅游也是一种复杂的社会现象，是人类在一定地理空间上的短时迁移活动。因此，旅游与地理环境息息相关、不可分离。旅游从供给和需求的角度可分为三大要素：旅游者、旅游资源和旅游业。不难看出，旅游的全过程是紧紧围绕旅游者这一主线展开的，在三者之间，旅游者是旅游的主体，旅游资源是旅游的客体，旅游业是旅游的媒介。本章主要揭示了旅游者、旅游资源和旅游业三者分别与地理环境之间的关系。

【小知识2—1】

旅游：旅行游览；

遨游：指无拘无束随意出游；

宸游：指古代帝王出游。

交游：结交朋友；

神游：感觉中好像亲游了某地；

壮游：怀抱壮志而远游。

仙游：成仙，游于仙界；

宦游：旧指在外求官或做官；

“游”的种类

冶游：野游，指结伴外出游览；

云游：指僧人道士行踪不定的漫游；

巡游：指漫步、闲逛；

郊游：在郊外游览；

优游：悠闲，闲暇自得的样子；

卧游：指看内容生动的游记、图片或影片等；

周游：到各地游览；

串游：指闲逛、散步。

2.1

旅游者与地理环境

旅游者作为旅游活动的主体，其产生受到了地理环境的持续影响。在地理环境中与旅游者的产生密切相关的组成因素被称为旅游者产生的地理背景。旅游者的流动是旅游的本质特征之一，旅游者的流动在地理空间上的分布具有一定的规律。本节主要探讨了旅游者的定义、旅游者产生的地理背景及旅游客流等问题。

2.1.1 旅游者

1) 旅游者的定义

旅游是一项内容丰富、形式多样、涉及面极广的社会经济现象，是人类社会一种短期性的特殊生活方式。作为旅游者的人是旅游活动的主体，换言之，旅游是人的活动，旅游业的一切生产经营活动都是围绕旅游者开展的，可以说旅游者是各旅游企业乃至旅游业赖以生存和发展的基本条件及源泉。因此，正确认识旅游者，对于发展旅游业，指导旅游实践，具有重要的理论价值和现实意义。

出于统计及其他方面的考虑，根据旅游者出游地的行政区域范围将旅游者分为两大类，即国际旅游者和国内旅游者。

(1) 国际旅游者

1937年国际联盟统计委员会首次提出了“国际旅游者”的定义，即“国际旅游者是指至少利用24小时访问自己长期居住地之外的国家的人”，并做了众多规定。1963年罗马

联合国旅行和旅游会议（又称罗马会议）在1937年国际联盟定义的基础上做了新的补充，提出了“游客”（Visitor）、“旅游者”（Tourist）和“短途旅游者”（Excursionist）三个概念。游客是指“除为获得一个有报酬的职业以外，基于任何原因到一个不是常住国家访问的人”。游客包括旅游者和短途旅游者。旅游者，即到一个国家去逗留至少24小时的游客，其旅行目的有闲暇的消磨（娱乐、度假、健康、学习或运动等）、工商业务、探亲访友、出使和开会等。短途旅游者，即到一个国家逗留不到24小时的游客（包括航海环游的游客）。

1967年联合国统计委员会通过了罗马会议关于国际旅游者的定义，1970年经济与发展组织旅游委员会也采纳了这个定义，以后世界各国也都基本上采纳了这个定义。

1979年中国国家统计局和国家旅游局对国际旅游者做了如下明确规定：国际旅游者是指来中国参观旅行、探亲、访友、休养、考察或从事贸易、业务、体育、宗教活动、参加会议等的外国人、华侨和港澳台同胞，并规定下列八种人不属于旅游者：应邀来我国访问，由部长以上率领的党、政、议会、军队代表团；各国驻华使馆人员；常驻我国的外国专家、留学生、新闻记者等；乘国际班机直接过境的旅客、机组人员和在口岸逗留不过夜的铁路员工及航员；边境地区往来的居民；归国定居的华侨，港、澳、台同胞；到中国定居的外国人和原已出境又返回中国定居的外国侨民；归国的中国出国人员。

（2）国内旅游者

1985年世界旅游组织对国内旅游者做了如下定义：“任何以消遣、闲暇、体育、商务、公务、会议、疗养、学习和宗教等为目的，而在其居住国不论国籍如何，所进行24小时以上1年之内旅行的人，均称为国内旅游者。”

1993年中国进行国内旅游抽样调查，把调查对象——国内旅游者定义为：祖国大陆居民中，离开常住地到其他地方从事游览、度假、参观、访友等旅游活动（也包括外出探亲、治病、疗养、考察、参加会议和从事经济、科技、文化、教育、体育、宗教等活动），在外停留时间不足半年的人，但不包括：以谋求职业并获得报酬为目的的旅行；到各地巡视工作的部级以上领导；时间超过半年以上的驻外办事处工作人员；到外地学习的学生和到基层锻炼的干部。这个定义与世界旅游组织于1991年在加拿大召开的旅游统计国际大会上确定的定义相一致。

通过对国际旅游者和国内旅游者的分析可以看到，旅游者具有以下几个显著特点：第一，非定居者；第二，逗留时间超过24小时；第三，不谋职取酬。因此，对旅游者可作如下定义：旅游者是指为了物质和精神享受需要，暂时离开常住地，在异国异地至少停留24小时而作旅行的人。

2) 旅游者的特征

根据对旅游者定义的理解和旅游活动自身的特性，作为旅游活动主体的旅游者应具有以下特征：

（1）异地性

对于旅游者而言，其旅游目的地均为异地他乡。因为人们对客观环境的认识和了解总是受到时间和空间的限制，只有借助旅游，离开居住地去认识常住环境以外的环境，才可以增长见识，这就产生了旅游的异地性。同时，要求旅游者应具备一定的自然和人文的环

境适应性和心理承受能力，即对旅游地的气候、地形等自然条件和饮食、习俗等人文环境能够接受并适应。

（2）闲暇性

人们的旅游行为受时间限制影响较大，因此闲暇时间的有无及长短，影响旅游者的旅游动机和行为。在许多经济发达国家，不少人常利用周末、假日外出旅游度假；再如节日假期多为全家团聚、共同活动的时间，所以连续2—4天的节日假期往往是家庭外出旅游作短期旅游度假的高峰时间。较长距离的旅游只能利用历时较长而且比较集中的余暇时间，所以带薪假期的发展，时间长而且集中，为人们外出旅游提供了绝好的出游时机。

（3）享受性

获得充分享受是旅游者的最终目的，这是由其旅游动机所决定的。无论是观光游览、寻幽探奇、博览采风、增长见识、开阔眼界，还是体育运动、度假疗养、文化交流等，其最根本的目的是为了满足某种心理或生理的需要，使身心得到愉悦。

（4）消费性

旅游作为一种新型高级的物质文化生活消费形式，旅游者必须具有可自由支配的收入、足够的闲暇时间、外出旅游的愿望和兴趣等条件；旅游消费同一般消费相比较，具有鲜明的特点。旅游者的消费活动可以说是以精神享受为主的消费活动，是以满足旅游者发展需要为主的消费活动，也是综合性消费活动，即集食、住、行、游、购、娱于一体的消费活动。同时，消费层次决定了旅游者的旅游活动行为层次。

（5）地域性

旅游者由于所处的自然环境、经济水平、社会制度、文化背景、风俗习惯等不同，具有明显的地域差异性，从而导致各地旅游者旅游动机的差异性。

2.1.2 旅游者产生的地理背景

能激发旅游者的旅游动机形成和旅游行为实现的并具有恒定持续影响的地理环境称为旅游者产生的地理背景。地理背景之所以能激发人们产生旅游的需求，主要是因为地理环境的差异性和丰富性与人类各自居住环境的局限性与单调性之间的矛盾，激发了人类最本能的内在心理——好奇心。在地理环境诸组成因素中，与旅游者的产生密切相关的主要有自然地理因素、文化地理因素、经济地理因素、生态环境因素等四个方面，可称为旅游者产生的四大地理背景。

1) 自然地理背景

自然地理环境是地貌、水文、气候、植物、动物等要素组成的。在地球上没有任何两地区的自然地理环境是完全相同的，只有差异才能唤起人们的好奇心、激发人们的旅游欲望，故自然地理环境被人们称为旅游的第一环境。正如美国地理学家姆·马特勒所说：“影响旅游活动场所的一切因素中，最重要的是自然因素。”

自然地理环境的复杂性、多样性、地带性的特点也反映在自然旅游资源的各个方面，因而自然旅游资源也具有地带性和多样性的特点，如亚热带地区冬季温暖的气候，构成冬季避寒旅游的条件；炎热地区高山夏季的凉爽气候，又能使其成为夏季避暑胜地；而登山