



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

旅游资源概况

LÜ YOU ZIYUAN GAIKUANG

叶 宏◎主编



东北师范大学出版社
NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

旅游资源概况

主 编 叶 宏

副主编 陈 胜 花 柳 波 周英姿

编 委 陈 胜 花 郭红芳 柳 波 吕莉萍

欧阳晓晴 杨春娥 叶 宏 周英姿

东北师范大学出版社

长 春

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游资源概况 / 叶宏主编. — 长春: 东北师范大学出版社, 2015. 6

ISBN 978 - 7 - 5681 - 0262 - 9

I. ①旅… II. ①叶… III. ①旅游资源—中等专业学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 128287 号

☐ 责任编辑: 刘佳佳 ☐ 封面设计: 宣是设计

☐ 责任校对: 黄小凤 ☐ 责任印制: 刘兆辉

东北师范大学出版社出版发行

长春净月经济开发区金宝街 118 号 (邮政编码: 130117)

电话: 0431-82687213 010-82893125

传真: 0431-85691969 010-82896571

网址: <http://www.nenup.com>

东北师范大学出版社激光照排中心制版

北京市彩虹印刷有限责任公司印装

北京市顺义区顺平路南彩段 5 号 (邮政编码: 101300)

2015 年 6 月第 1 版 2015 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

幅面尺寸: 185 mm×260 mm 印张: 12 字数: 240 千

定价: 28.00 元

前 言

旅游业是一个全球性的朝阳产业。随着经济的发展,它已成为全球经济中发展势头最强劲、规模最大的产业之一。据预测,到2020年,中国将成为世界第一大旅游目的地。快速发展的旅游业需要一支熟悉旅游资源分布情况、懂得旅游资源鉴赏技巧、有志于从事旅游资源开发的旅游人才队伍。

本书以旅游资源分类体系为标准,以旅游资源基础知识为核心,以适应职业教育教学改革和发展为导向,努力从内容、形式和结构上推陈出新,并形成了三大鲜明特色:

1. 项目任务设计系统有序。本书以刚刚参加工作的小兰参与旅游资源开发为主线,结合中职旅游专业人才培养目标要求,按照循序渐进的认知规律,设置了旅游资源认知、自然旅游资源赏析、人文旅游资源赏析、旅游资源调查与评价、旅游资源开发与规划、旅游资源保护与可持续利用六大项目,以期通过递进式、系统性项目训练,使学生掌握旅游资源的分布情况、学会旅游资源的鉴赏方法,能够参与旅游资源的调查与开发工作。

2. 学习内容通俗易懂。本书的语言文字简明朴实、新颖活泼,并力求图文并茂,使本书通俗易懂、版面活泼,能够极大地提升学生的学习兴趣和求知欲望。

3. 教材体例特色鲜明。本书每一个项目都设置了【读一读】、【议一议】和【学习导航】,以激发读者的学习兴趣;每一个任务则通过【任务描述】、【任务解析】、【任务实施】、【任务小结】、【拓展提高】及【训练应用】,实现“教、学、做、评”一体化,以提高学生职业能力和职业素质。

本书的开发和编写得到了湖南外贸职业学院多位教师的积极参与和支持,叶宏博士担任主编,负责全书的总体框架设计、统稿和主审;陈胜花讲师担任第一副主编,负责编写框架设计以及前言和项目五的编写;吕莉萍副教授负责项目二的编写;郭红芳讲师负责项目六和项目三中任务一、二的编写;欧阳晓晴讲师负责项目四和项目三中任务三的编写。湖南广播电视大学的柳波讲师担任第二副主编,并负责项目一的编写;长沙市望城区职业中等专业学校的周英姿讲师和湘潭县职业学校的杨春娥老师为本书的编写提供了相关资料。本书的编写得到了广州长隆集团、长沙运达喜来登酒店、湖南海外旅游有限公司等知名旅游企业的大力支持,在此一并表示感谢。

旅游资源的开发手段和模式在与时俱进,新的旅游资源层出不穷,旅游业发展日新月异,由于编者水平有限,书中若存在疏漏或不妥之处,敬请各方学者、专家不吝指正。

编 者

目 录

项目一 旅游资源认知	1
任务一 认知什么是旅游资源	2
任务二 认知旅游资源的分类	10
任务三 认知旅游资源与旅游业的关系	17
项目二 自然旅游资源赏析	22
任务一 地貌景观类旅游资源赏析	24
任务二 水域风光类旅游资源赏析	40
任务三 气候气象类旅游资源赏析	54
任务四 生物景观类旅游资源赏析	62
项目三 人文旅游资源赏析	73
任务一 遗址遗迹类旅游资源赏析	74
任务二 建筑与设施类旅游资源赏析	84
任务三 民族风情类旅游资源赏析	102
项目四 旅游资源调查与评价	115
任务一 旅游资源的调查	116
任务二 旅游资源评价	124
任务三 旅游资源分区	129
项目五 旅游资源开发与规划	142
任务一 认知旅游资源开发	143
任务二 认知旅游资源的开发模式	148
任务三 认知旅游资源的开发程序	158
项目六 旅游资源保护与可持续利用	166
任务一 认知什么是旅游资源的可持续利用	167
任务二 认知旅游资源开发现状及其存在的问题	173
任务三 认知旅游资源保护与可持续利用的对策	179
参考文献	185

项目一 旅游资源认知



读一读

好客山东欢迎您

山东历史悠久，文化灿烂，风光优美，是著名的“孔孟之乡，礼仪之邦”，传承着忠诚、仁义、豪爽、热情的人文精神，凝聚成“好客山东”旅游品牌形象，被誉为“文化圣地，度假天堂”。孔子在这里诞生，泰山在这里崛起，黄河在这里入海，奥运在这里扬帆，正是山东形象的生动写照。山东是历史文化大省，厚重的历史文化培育出了诸多名师大家——文圣孔子，武圣孙子，书圣王羲之，工圣鲁班，医圣扁鹊，农圣贾思勰，等等。2010年是世博旅游年，山东举办“观世博，游山东”活动，积极开发世博旅游产品，提升旅游服务质量，优化旅游发展环境，“唱响好客山东，喜迎世博宾朋”。



图 1-1

重庆是西南地区的重要中心城市，著名的“山城”，其历史源远流长，文化积淀深厚，拥有长江三峡，大足石刻等丰富的旅游资源，辐射力大，带动力强。山东是环渤海重要省份，齐鲁文化浓郁，滨海风情多彩。两省市区位环境不同，民俗风情各异，旅游资源、旅游市场差异性大，互补性强，合作潜力巨大。2010年山东省与重庆市共同举办“山东人游重庆，重庆人游山东”活动。为



图 1-2

此，山东省专门推出十大旅游精品线路，即海滨休闲度假游，山水圣人游，齐鲁精华游，红色经典游，高尔夫之旅，葡萄酒庄之旅，水浒文化之旅，黄河三角洲之旅，感恩自强、见证成长——中华成人之旅，山盟海誓——婚庆之旅等。

议一议：

1. 读完上面的资料，说一说你对旅游资源的理解。
2. 从上面的资料当中，找一找山东不同类型的旅游资源。
3. 结合山东与重庆旅游合作的案例，谈一谈旅游资源对旅游业的作用。



学习导航

导 言	旅游资源是人类旅游活动产生和发展的必然产物，是现代旅游业发展的前提之一。通常视旅游者 of 旅游活动的主体，旅游资源为旅游活动的客体。一个旅游地，一个城市，一个乡村，都有着它独特的旅游资源，有着它活跃的旅游活力，有着它集中的旅游设施，有着它优越繁荣的旅游文化，并随着时光的流逝，遗留至今，成为人类历史发展的宝贵遗产，成为我们追寻祖先足迹的极珍贵的印记。因此，旅游资源的认识是开展旅游资源调查、分析、开发、保护等活动的前提和基础，更是研究、了解、推进旅游业发展的基础。 本项目是全书重要概念和内容框架的基础，主要内容是旅游资源的基本概念、类型以及旅游资源与旅游业的关系。本项目主要包含以下三个任务：认知什么是旅游资源；认知旅游资源的分类；认知旅游资源与旅游业的关系	
学习 目标	知识目标	了解旅游资源的定义；掌握旅游资源的特征；熟悉旅游资源的主要类别；理解旅游资源与旅游业的关系
	能力目标	通过对旅游资源的系统学习，树立动态理解旅游资源概念的理念，并能客观地辨析各种旅游资源类别和特征，认知旅游资源对于旅游业的重要性
	素质目标	培养学生感受旅游资源的特征，学会区分不同类别的旅游资源
重点 与难点	重 点	在认识旅游资源概念的基础上，掌握旅游资源定义的要点、旅游资源的不同类别形式
	难 点	旅游资源的界定；旅游资源的分类
学习任务	任务一	认知什么是旅游资源
	任务二	认知旅游资源的分类
	任务三	认知旅游资源与旅游业的关系

任务一 认知什么是旅游资源



任务描述

小兰所在的旅游投资公司计划在国内投资开发一项有发展潜力的旅游资源，她有幸能与其他同事一起参与该项目。现在，小兰要做的第一件事情就是搞清楚什么是旅游资源，旅游资源有什么特征以及旅游资源形成的基本情况。



任务解析

实施任务	完成标准	完成任务的思路	完成任务的技能点和知识点
资源与旅游资源	了解资源与旅游资源	从资源概念出发,了解基本的资源类型,再到与旅游资源的关系	资源概念,资源类型,资源与旅游资源的关系
旅游资源的概念	了解旅游资源的概念	总结各种旅游资源的概念,界定旅游资源,并分析	各种旅游资源的概念,旅游资源的界定
旅游资源的特征	了解旅游资源的特征	从旅游资源概念出发来分析旅游资源的特征	旅游资源的各种特征,学会辨别不同类型的旅游资源
旅游资源的形成	了解旅游资源的形成过程	从旅游资源存在出发来解析旅游资源的形成过程	旅游资源形成过程分析



任务实施

案例引入

广州旅游特色的认识和营造

作为国家重点旅游城市,改革开放以来,广州旅游业发展迅速,成就显著,但从更高层次要求来看,其发展现状并未令人十分满意。

按照传统的旅游资源认识,广州旅游资源有两个不足:其一,旅游资源的规模小,特色不明显,区域知名度不高;其二,旅游景点少,分布散,难以组织内容丰富的旅游精品线路。

然而,游客的选择给了我们有益的启示。到北京的旅游者多去长城、故宫;到杭州的游客必游西湖;而到广州的游客则很可能是跑高第街,逛灯光夜市,看北京路专卖店。游客的选择证明了:商业文化与现代开放气息是广州真正独特的旅游吸引之所在。“到广州购物、体验开放气息”实际上已经成为对广州游客的首要吸引。

与全国其他省份相比,广州发展旅游的优势有二:第一,商业文化底蕴厚重;第二,改革开发的气息浓郁。

思考:

- (1) 广州旅游资源具有哪些特征?
- (2) 广州旅游资源的特色是什么?
- (3) 广州旅游资源产生的效益如何?

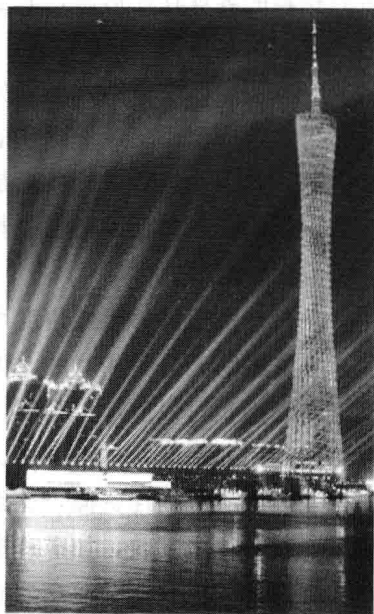


图 1-3

一、资源与旅游资源

资源顾名思义即资财的来源,是一种可以利用并产生价值的物质。一般认为“资源”是指一国或一定地区内拥有的物力、财力、人力等各种物质要素的总称。当今资源的概念被广泛地用在各个领域,经济学有自然资源、人力资源的概念,环境科学有环境资源概念,教育上有教育资源概念等。马克思在《资本论》中说:“劳动和土地,是财富两个原始的形成要素。”恩格斯的定义是:“其实,劳动和自然界在一起才是一切财富的源泉,自然界为劳动提供材料,劳动把材料转变为财富。”马克思、恩格斯的定义,既指出了自然资源的客观存在,又把入(包括劳动力和技术)的因素视为财富的另一不可或缺的来源。可见,资源的来源及组成,不仅是自然资源,而且还包括人类劳动的社会、经济、技术等因素,还包括人力、人才、智力(信息、知识)等资源。

《经济学解说》将“资源”定义为“生产过程中所使用的投入”,这一定义很好地反映了“资源”一词的经济学内涵,资源从本质上讲就是生产要素的代名词。按照常见的划分方法,资源被划分为自然资源、人力资源和加工资源。自然资源如阳光、空气、水、土地、森林、草原、动物、矿藏等;社会资源包括人力资源、信息资源以及经过劳动创造的各种物质财富。据此,资源是指一切可被人类开发和利用的物质、能量和信息的总称,它广泛地存在于自然界和人类社会中,是一种自然存在物或能够给人类带来财富的物质。或者说,资源就是指自然界和人类社会中一种可以用以创造物质财富和精神财富的具有一定量的积累的客观存在形态,如土地资源、矿产资源、森林资源、海洋资源、石油资源、人力资源、信息资源等。

资源按照性质分类,可以分为自然资源、社会经济资源和技术资源;按用途分类,可以分为农业资源、工业资源和信息资源;按状况分类,可以分为现实资源、潜在资源和废物资源。其中自然资源的概念是最重要、最核心、使用最广的概念。自然资源是指天然存在的自然物,不包括人类加工制造的原材料,如土地资源、矿山资源、水利资源、生物资源、海洋资源等。

从自然资源的再生性角度可以把自然资源划分为再生资源和非再生资源。再生资源和非再生资源的区分是相对的。再生资源即在人类参与下可以重新产生的资源,如农田,如果耕作得当,可以使地力常新,不断为人类提供新的农产品。再生资源有两类:一类是可以循环利用的资源,如太阳能、空气、雨水、风和水能、潮汐能等;一类是生物资源。非再生资源又称耗竭性资源,这类资源的储量、体积可以测算出来,其质量也可以通过化学成分的比例来反映,如矿产资源。

资源是一个广义的概念,旅游资源是资源概念在旅游业中的延伸和引用,其实质是一种客观存在的、对旅游者产生吸引力并能产生效益的物质。资源和旅游资源是两个不同层次的、又相互联系的概念。可以说,旅游资源是资源的一种类型,是资源的重要组成部分。资源中的一部分被开发利用成了旅游资源,可以说资源是旅游资源的基础,而作为一种特殊的资源,旅游资源的产生、形成、发展,丰富了一般意义上的资源内涵,如旅游现象中的文化属性,是其他资源所不具有的,但人文资源确实存在而成了一种特殊的资源。

如森林、草场、水、动物资源均可被旅游业所利用和开发,一些山地、溶洞、海洋等,环境资源中的空气、气候、阳光等更是成为吸引旅游者的重要因素。所以资源的一部分被开发利用后成为旅游资源。

二、旅游资源的概念

旅游资源是旅游的三大要素之一,是旅游的客体。旅游资源是激起旅游者各种旅游活动最直接的重要因素,是旅游业赖以存在和发展的重要物质基础和保证。在旅游业的食、住、行、游、娱、购诸方面中,“游”是中心,因而旅游资源是旅游业的支柱之一。目前旅游界对旅游资源尚无统一的公认术语。旅游资源,国外有时亦称作旅游吸引物。旅游资源这一概念是随着现代旅游活动的产生而出现的,其概念的内涵和外延随着旅游业的迅速发展而得到丰富。人们对旅游资源的了解、认识和研究,是随着旅游业的发展而不断加深、完善的,尤其是20世纪80年代以来旅游资源开发规划的热潮推动了旅游资源的研究。我国最早的旅游资源定义可以追溯到1982年。由于旅游学科本身是一门综合的、新兴的、具有边缘性质的学科,可以说学术界至今对旅游学科是否成为一门独立科学尚未定论。中外学者们关于旅游资源的定义和争论就像旅游资源本身那样多种多样和层出不穷。

《中国导游知识大全》认为旅游资源具有吸引功能、旅游价值、可开发性和广泛性等基本属性。因此,凡能对旅游者产生游览观赏、知识乐趣、度假休养、娱乐消遣、探险猎奇、考察研究等吸引力,能消磨闲暇时间并产生经济价值的客体 and 劳务皆属旅游资源。它们可以是物质的,也可以是精神的,可以是自然的,也可以是加工制造的,有些可永续利用的,有些则是在游览过程中被消耗掉的(如狩猎、垂钓等)。

在此基础上,由国家旅游局资源开发司、中国科学院地理研究所在1992年制定的《中国旅游资源普查规范(试行稿)》中对旅游资源定义为:“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,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素都可视作旅游资源。”这个概念被中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局的《中华人民共和国国家标准》(GB/T18972—2003)收录而成为旅游行业内公认标准。我们可以发现旅游资源需要具备两个条件:第一个是能使旅游者得到一定的物质享受和精神满足,能够吸引旅游者;第二是具有一定的经济、社会、文化价值,能给旅游业、社会及环境带来一定的经济效益、社会效益和环境效益。同时具备了这两个条件的事和物,就可称之为“旅游资源”。

三、旅游资源的特征

作为一种资源类型,旅游资源具有区别于其他资源所固有的特征,对这些特征的了解和认识,可加深对旅游资源概念的理解,对旅游规划和开发具有重要的指导意义,并且也是衡量旅游资源的一种指标体系。

1. 客观存在性

旅游资源同其他资源一样,是客观存在的,是旅游活动发生、发展不可或缺的客体基础。可以说客观存在性是旅游资源的本质特征。旅游资源包括自然界和人类社会的各种事物和因素,它可以是物质的,例如文物古迹、娱乐场所、购物场所,甚至一些特殊的劳务

等；也可以是精神的、非物质的，例如民俗风情、文学艺术、社会文明程度等。所有的这些都是客观存在的。

2. 吸引力

吸引力是旅游资源最主要的特征，对游客的吸引力是旅游资源实用价值和基础性的主要体现。旅游资源在现代旅游活动中，作为客体，它与主体（旅游者）的关系是密不可分的，所有对旅游资源的界定中，均能看到一个共同的、没有异议的“要点”，无一不强调旅游资源对旅游者的吸引功能，而西方直接将“旅游吸引物”作为对旅游资源的界定。旅游资源与其他资源相比，最大的特征就是它能激发“旅游者动机”和“旅游行为”，吸引旅游者进行旅游活动，推动旅游者、旅游资源、旅游业的互动。可以说旅游吸引力是判别是否属于旅游资源的重要依据。从价值角度来说，旅游资源的实用价值和基础性主要体现为对游客的吸引力。游客之所以从客源地到某一旅游地去旅游，就是因为这一旅游地有吸引游客的对象。例如优美的自然风光、驰名的文物古迹、舒适的气候环境、奇特的景物等。

3. 效益性

旅游资源伴随人类的旅游活动而出现，能够为旅游业开发和利用，并产生经济效益、社会效益、生态效益，甚至旅游者效益。资源一词，本身属于经济学范畴，离开资源的经济价值来谈资源是毫无意义的。虽然有很多事物对旅游者具有吸引力，能激发旅游者的旅游动机，但因为条件限制尚未被旅游业利用，没有产生效益，也不能为旅游业所利用并产生经济效益的，还不能称之为旅游资源，只能称之为潜在的旅游资源。旅游资源范畴和吸引功能都是为了旅游资源的最大效益功能，所以，旅游资源效益性是旅游资源开发的终极目标，也是旅游业发展的终极目标。

4. 广泛性

旅游资源的客观存在极为广泛，在地域空间分布上十分广泛，在地球上不同的区域都有旅游资源的分布。旅游资源既有自然风光，又有人文景观，类型十分丰富，特别是人文旅游资源，几乎包括了大千世界一切令人们感兴趣的事物和因素。旅游资源以不同的形式分布于各个地区各个领域，既有天上的，也有地上的，还有地下的；有在陆地的，有在海洋的，有在城市的，有在乡村的。可以说，一切有形和无形的自然与社会景象和因素，都蕴涵着旅游吸引力，在一定条件下都有可能成为旅游资源。《中国旅游资源普查规范》中对旅游资源的划分共有74种，中科院地理研究所“中国旅游资源普查分类表”将旅游资源分为8个大类，108个小类。

5. 地域性

任何形式的旅游资源必然受到当地自然、社会、文化、历史、环境的影响和制约。地域性表现在旅游资源的差异上，一种景观、一种戏曲、一种饮食、一种宗教、一种民俗都体现了地域的差异，这种差异形成了不同的地域特色；地域性还表现在旅游资源所在地域的相对固定上，一旦被移植其特有的内涵将发生变化，即所谓的“南橘北枳”。从自然环境来看，由于受地理纬度、海陆位置、大地构造等因素的影响，各地域具有明显的差异，形成各具特色的旅游资源。人文旅游资源主要与各地不同的人类历史有关。文物古迹多分布在人类文明发展较早、人类活动较频繁的地区；而现代城市、游乐项目多分布于现代经济较发达

的地区；少数民族风情多分布于远离政治经济中心的边远地区。

6. 整体性

旅游资源的整体性，也称为旅游资源的综合性。一种旅游资源与另一种旅游资源之间，旅游资源与社会、自然环境之间，都存在着深刻的内在联系。它们相互依存，相互作用，互为条件，彼此影响，构成了一个有机整体。旅游资源的功能实现往往是由多种要素协调配合而形成的，孤立的景物要素很难形成有吸引力的旅游资源。在一个旅游地区，通常有多种类型的旅游资源交叉分布，它们相互联系、相互依存、相互衬托，共同形成一个和谐旅游资源整体或综合旅游资源区。在自然旅游资源中，整体性特征表现得尤为明显，它们都植根于共同的地学基础。任何一个人文旅游资源也都凝结着不同时期社会文明的各种积淀和产物。几千年的历史说明一个事实：特定时空条件下的自然环境，形成了独具特色的天然景观，并产生了与之相应的地方民族文化，这种文化又反作用于滋生它的自然环境，创造了相应的有其自身特点的人文景观。

7. 季节性

旅游资源随季节的变化而变化，主要是由自然地理条件，特别是气候的季节性变化决定的。节日庆典活动只在特定的时段举行，也会形成旅游的旺季、淡季和平季，同时也受人为的季节性因素的影响。同一个旅游景区在不同的季节呈现不同的面貌，如“西湖十景”中的苏堤春晓、曲院风荷、平湖秋月、断桥残雪，分别是春、夏、秋、冬的代表性景观。最为典型的季节性旅游资源有吉林雾凇、钱塘江潮、香山红叶等，这些驰名中外的景观都只有在特定的季节才能观赏到。

8. 被保护性

旅游资源是有限的，一些旅游资源是不可再生的。旅游资源中无论是自然资源还是人文资源，一旦遭到损坏，其再利用便发生困难，一些重要的文物古迹等历史遗存，是在特定的历史条件下形成的，很多都是唯一的、不可复制的，遭到损坏即便进行人工修复也会丧失历史价值。就算是可再生的旅游资源，其永续性也是有条件的，它只有在对旅游资源进行适度开发和切实保护的条件下才能实现。所以必须强化旅游资源的被保护性，必须提倡文明旅游，加强对旅游资源的保护。

四、旅游资源的形成

世界性巡游始于公元前 1490 年的古埃及，古埃及女王荷赛普赛特访问旁特（Punt）诸国（现在的索马里），此行被视为世界上第一次以和平游览观光为目的的旅游活动。中国旅游业可追溯到殷周时代。公元前 10 世纪，周穆王曾巡行焉居、禺知、昆仑丘（现今新疆、青海一带）。之后的数个世纪，随着交通工具和交通路线的发达，旅游业已走向社会产业化和全球化，特别是有了飞机、汽车和高速公路等交通工具和设施以后，旅游资源大幅度被挖掘和形成。

在人类活动所涉及的地球各个圈层，均可形成各种自然旅游资源。地表圈层各组成要素，包括地质、地貌、气候、水文、土壤、植被、动物等，在一定地域或一定地点相互联系、相互制约，形成了具有内部相对一致性的自然景观单元。岩石圈表面形成山川、峡

谷、溶洞、奇石等地质地貌类旅游资源；水圈形成海洋、江河、湖泊、飞瀑、流泉等水文水景类旅游资源；生物圈内有数以万计的动植物及其繁衍进化演变成的生物类旅游资源；大气圈形成风雨、雷电、冰雪等气象和气候旅游资源。此外，地表自然景观呈现出地带性差异，形成全球性、大陆性、海洋性、区域性、地方性的千姿百态的自然景观旅游资源。综合来看，自然旅游资源的形成原因主要有六个方面：第一，地质构造和地质作用形成了自然景观旅游资源；第二，地球水体的水文特征形成了水体、水文旅游资源；第三，气候的区域性差异形成了气象气候旅游资源；第四，地球生物的多样性形成了生态旅游资源；第五，地球的圈层结构和地球景观带的分异规律形成了圈层式的旅游资源；第六，自然现象的外力形成了独特的自然现象旅游资源。

人文旅游资源是整个人类生产、生活的艺术成就和文化结晶，展示了人类活动的大千世界，显示了人类的智慧。人文旅游资源不同于自然旅游资源，其形成有着很深的人为作用因素。人文旅游资源形成可归因于以下五个方面：第一，珍贵的历史遗存；第二，显著的民族文化地域差异；第三，宗教神话的影响；第四，伟人名人的效应作用；第五，人文科技作用的影响。

“世界遗产”的诞生和发展形成了特殊的旅游资源。1972年，联合国教科文组织通过了一项《保护世界文化和自然遗产公约》（即《世界遗产公约》），对世界文化和自然遗产的定义作了明确的规定。中国的世界遗产名录共有45处，具体如下。

1. 世界文化遗产（28处）：周口店北京人遗址，甘肃敦煌莫高窟，长城，西安秦始皇陵及兵马俑坑，北京故宫，武当山古建筑群，曲阜孔庙、孔林、孔府，承德避暑山庄及周围寺庙，布达拉宫（大昭寺、罗布林卡），苏州古典园林，山西平遥古城，云南丽江古城，北京天坛，北京颐和园，重庆大足石刻，皖南古村落西递、宏村，明清皇家陵寝，河南洛阳龙门石窟，四川青城山和都江堰，大同云冈石窟，高句丽王城、王陵及贵族墓葬，澳门历史城区，殷墟，开平碉楼与村落，福建土楼，河南登封天地之中古建筑群，元上都遗址，云南红河哈尼梯田。

2. 世界自然遗产（10处）：四川九寨沟，四川黄龙，湖南武陵源，云南三江并流，四川大熊猫栖息地，中国南方喀斯特，三清山，中国丹霞，中国澄江化石地，中国新疆天山。

3. 世界文化与自然遗产（4处）：山东泰山，安徽黄山，四川峨眉山—乐山大佛，福建武夷山。

4. 世界文化景观遗产（3处）：江西庐山，山西五台山，杭州西湖文化景观。



任务小结

本次任务采用从描述到解析再到比较的途径，先后介绍了资源、旅游资源等重要概念，描述了不同学者对于旅游资源的不同界定，并解析了旅游资源的特征，以便让小兰能够区别旅游资源和其他资源的不同之处。此外，本次任务还简单介绍了主要旅游资源的形成过程，让小兰对旅游资源有一个整体的认知。



拓展提高

《世界遗产公约》

《世界遗产公约》的全名是《保护世界文化和自然遗产公约》(Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage)。《世界遗产公约》的标志,象征着文化遗产与自然遗产之间相互依存的关系。中央的正方形是人类创造的形状,圆圈代表大自然,两者密切相连。这个标志呈圆形,既象征全世界,也象征着保护。(如图 1-4)

《世界遗产公约》自 1972 年 11 月由联合国教科文组织大会通过后,美国于 1973 年 12 月率先加入公约。《世界遗产公约》是加入国家最多的国际公约之一,是遗产保护领域最具普遍性的国际法律文书。



图 1-4



训练应用

任务编号	1-1
任务名称	某地区的旅游资源调研
任务描述	通过各种有效手段对某个地区的旅游资源进行调研,了解本地区旅游资源的情况,并把收集到的旅游资源制成 PPT,与其他组同学一起分享
任务要求	1. 工作过程要求 要求以小组为单位完成,每个小组成员都积极参与到团队合作中来。 2. 工作成果要求 PPT 不少于 10 张,其中必须包含旅游图片,展示时间不少于 5 分钟,展示时语言表达要清晰、流畅
工作成果	
自我评价	
教师评价	

任务二 认知旅游资源的分类



任务描述

通过对第一个任务的学习，小兰已经对旅游资源有了一定的认识，但是面对类型多样的旅游资源，小兰又开始糊涂了。现在小兰要做的第二件事就是搞清楚不同的旅游资源是怎么分类的。



任务解析

实施任务	完成标准	完成任务的思路	完成任务的技能点和知识点
旅游资源分类的概念	了解分类、旅游资源分类的概念以及旅游资源分类的意义	从分类概念出发，了解旅游资源分类的界定，再到旅游资源分类的作用和意义	旅游资源分类，旅游资源分类的意义
根据旅游资源属性分类	了解自然旅游资源和人文旅游资源	以旅游资源属性分类为基础，学会区分自然旅游资源与人文旅游资源	自然旅游资源，人文旅游资源
根据旅游资源规模、价值、级别分类	了解国家级大型旅游资源、省市级中型旅游资源、县级小型旅游资源	以旅游资源规模、价值、级别为基础，学会区分国家级大型旅游资源、省市级中型旅游资源、县级小型旅游资源	国家级大型旅游资源，省市级中型旅游资源，县级小型旅游资源
根据旅游资源利用状况分类	了解已开发的旅游资源，已列入规划的旅游资源，有潜在开发价值的旅游资源	以旅游资源利用状况为基础，学会区分已开发的旅游资源，已列入规划的旅游资源，有潜在开发价值的旅游资源	已开发的旅游资源，已列入规划的旅游资源，有潜在开发价值的旅游资源
根据旅游资源保存状况分类	了解保存完整完善的旅游资源、部分保存完好的旅游资源、破坏严重的旅游资源、完全破坏只剩遗址传说的旅游资源	以旅游资源保存状况为基础，学会区分保存完整完善的旅游资源，部分保存完好的旅游资源，破坏严重的旅游资源，完全破坏只剩遗址传说的旅游资源	保存完整完善的旅游资源，部分保存完好的旅游资源，破坏严重的旅游资源，完全破坏只剩遗址传说的旅游资源

续 表

实施任务	完成标准	完成任务的思路	完成任务的技能点和知识点
根据其他标准分类	了解其他分类依据和分类情况	以分类标准为出发点,划分不同的其他旅游资源类别	旅游资源来源分类,旅游资源功能分类,旅游动机分类,旅游资源的增长更新的情况分类,资源特性和游客体验分类
国家标准分类法	了解国家标准分类法的具体分类办法	以国家颁布的法规标准为依据,划分为8个主类,31个亚类和155个基本类型	《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003)



任务实施

案例引入

四川旅游资源

四川省是中国的旅游资源大省,旅游资源得天独厚,峨眉山——乐山大佛、都江堰——青城山、九寨沟、黄龙、大熊猫栖息地“五大世界遗产”蜚声中外。中国列入世界遗产名录的共31处中,四川就有5处,是中国世界遗产最多的省份之一。四川列入联合国“人与生物圈保护网络”的自然保护区有4处,国家级重点风景名胜区15处,国家级自然保护区22处,国家级森林公园30处,世界地质公园2处,国家级地质公园11处,全国重点文物保护单位128处,中国历史文化名城7座,中国优秀旅游城市21座,中国最佳旅游城市1座。四川是全国第二大藏区,最大的彝族聚居区和唯一的羌族聚居区,民族风情独具特色,灯会、花会、转山会、赛马会、火把节等民族节庆丰富多彩。川菜、川酒、川茶更是享有盛名,倾倒无数中外游客。据初步统计,四川拥有各类国家级旅游资源250多处,得天独厚的旅游资源,蕴涵巨大的开发潜力和美好的发展前景。



图 1-5

思 考:

- (1) 找一找四川旅游资源有哪些类型。
- (2) 说一说四川旅游资源是怎么形成的。
- (3) 谈一谈四川旅游资源类型的发展前景。

一、旅游资源分类的概念

旅游资源的分类，是根据旅游资源的相似性和差异性进行归并或划分出具有一定从属关系的不同等级类别的工作过程。在所划分出的每一种类别中，其属性上彼此有相似之处，不同类别之间则存在着一定差异。

旅游资源的合理分类对旅游事业的管理者、决策者的工作有重要的意义。旅游资源的分类可以使众多繁杂的旅游资源条理化、系统化，为进一步开发利用、科学研究提供方便。旅游资源的分类过程，实际上是人们加深对旅游资源属性的认识过程。旅游资源分类的目的，在于通过各种分类系统的建立、补充，加深对旅游资源整体或区域旅游资源属性的认识，掌握其特点、规律，为进一步开发、利用、保护及科学研究服务。

二、根据旅游资源属性分类

旅游资源的属性，就是它的性质和特点以及成因、状态等。根据旅游资源的属性，分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类。所谓自然旅游资源是自然形成的而不是人为的自然景观和因素。所谓人文旅游资源是人类在发展过程中，人为创造的社会政治、经济和文化活动的记录和遗存，也称人文景观。这种两分法是最常见、最基本的划分方式，也是最容易操作的方法。

1992 年，在这种属性分类的基础上，国家旅游局和中国科学院地理研究所制定的《中国旅游资源普查规范》提出将旅游资源分为三大景系、十大景类和 95 个景型。

表 1-1 《中国旅游资源普查规范》的分类方案

旅游资源	自然景系	地文景观景类（16 景型）
		水文景观景类（7 景型）
		气候生物景类（13 景型）
		其他自然景类（1 景型）
	人文景系	历史遗迹景类（21 景型）
		现代人文吸引物景类（21 景型）
		抽象人文吸引物景类（7 景型）
		其他人文景类（1 景型）
	服务景系	旅游服务景类（7 景型）
		其他服务景类（1 景型）

三、根据旅游资源规模、价值、级别分类

这种方法是除了属性分类外最常用的方法，依据的分类标准是旅游资源的规模大小、价值高低和级别等次。一般分为国家级大型旅游资源、省市级中型旅游资源、县级小型旅游资源三类。

国家级大型旅游资源是指在国内都具有较高的知名度，具有较大规模，价值较高，级别由国务院或者国务院授权的行政部门审批的旅游资源。这类旅游资源都带有“国家”名称在内，如国家级森林公园、国家级地质公园等。