

普通高等教育
旅游管理
“十一五”规划教材

旅游

资源学

喻学才 主编



化学工业出版社

普通高等教育
旅游管理
“十一五”规划教材

旅游

资源学

喻学才 主编



化学工业出版社

· 北京 ·

旅游资源是旅游产业的基础,也是旅游学科的主干课程。旅游资源学这本教材,主要解决的是让旅游者看什么的问题。全书包括三个主要的板块。第一部分:旅游资源定义、分类、资源本体评价和开发条件的评价。第二部分:旅游资源开发和旅游产品开发,包括建筑、文献、模拟景观等不同类型的旅游资源和旅游产品开发。第三部分:旅游资源保护。书后有与旅游资源课程学习关系密切的附录八种,如世界文化与自然遗产名录,是目前国内最完整、最新的一份世界遗产名录。本书每章开篇处都冠有简明扼要的内容提要 and 重点提示,章末附有从正文概括出来的思考题。

本书可用作高等院校旅游专业的本科教材,也可供旅游专业高职高专教学使用,以及从事旅游资源开发管理的从业人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源学/喻学才主编. —北京:化学工业出版社,
2008.8

普通高等教育旅游管理“十一五”规划教材

ISBN 978-7-122-03514-1

I. 旅… II. 喻… III. 旅游资源 IV. F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第121074号

责任编辑:唐旭华

文字编辑:李曦

责任校对:陈静

装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印刷:北京云浩印刷有限责任公司

装订:三河市前程装订厂

720mm×1000mm 1/16 印张17 字数338千字 2008年9月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686)

售后服务:010-64518899

网址:<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:29.00元

版权所有 违者必究

编委会名单

主 编 喻学才

编 委 周武忠 任黎秀 黄震方 刘庆友

王国聘 张维亚 王永忠 万绪才

陈肖静 张 捷 魏向东 丁正山

黄俶成 贾鸿雁 赵宁曦 郭剑英

王金池 朱应皋 余子萍

序

在各种产业中，旅游产业是发展速度最快的一种。由于发展速度偏快，会带来一些急功近利的问题，如旅游项目的粗放式开发、旅游景区的同质化竞争、旅游企业服务的诚信度缺失、文化资源开发的简单化、遗产类旅游资源的建设性破坏问题等。

在各种学科中，旅游学科是发展速度最快的一个学科。由于发展速度偏快，也同样出现了一些急功近利的现象。如办学条件不够而硬上，培养目标定位的雷同，实践环节与理论学习的比重把握不好，行业需求过旺对师资队伍的影响等，都是发展中出现的新问题。

在旅游产业发展和旅游学科发展的大背景下，我们的教材建设实际上起着重要的推动作用。这种推动作用主要表现在两个方面：一是为培养旅游产业急需的各种类型、各种层次的人才提供最基本的课本；二是总结学科发展的研究成果，将学术研究的结晶做大众化的表达。让千千万万学子在较短的时间里能够快速吸收最新的研究成果。

改革开放三十年来，我国的高等院校旅游专业教材建设取得了长足的进步。从教育部的部颁教材，到各省的地方自编教材，估计总数有近百套之多。百花齐放，蔚为大观。江苏的高等旅游院校的师资有组织地编写旅游管理教材（简称“苏版”），始于1999年。当时那套苏版旅游教材自2000年推出以来，得到全国许多兄弟院校的认可和使用，我们也收集了不少的反馈意见。根据收集的反馈意见，我们为现在这套教材（即由化学工业出版社出版的苏版旅游教材）所确立的编写指导思想如下。

一、1999年主编的苏版教材主要实现了一个目标，即把大家组织起来，完成了江苏省旅游教材从无到有的目标。本套教材的目标应该有所超越。我们这次的目标是完成教材从粗到精的质变。我们把大家的聪明才智和努力形成合力，共同打造一个江苏旅游学术界的新形象。

二、现在这套教材虽然是另起炉灶的工程，但前一系列教材好的东西我们还是要继承。有些基础比较好的书稿也不一定要大修大改。总之是发扬好的，完善不足。臻于至善是我们的共同目标。

三、这套教材要及时反映本领域的最新学术成果；要及时反映本领域最新的政策法规。

四、这套教材要追求世界性、前沿性和兼容性的统一。所谓世界性，就是我们

编写教材的眼光应该是世界性的。我们不能只谈中国的，对本领域的世界范围的信息要有所涉及。所谓前沿性，就是要求我们的教材在介绍已经成为定论的东西的同时，也应适当跟踪正在出现的新理论、新概念和新方法。当然在措辞时应注意给读者以清晰的区分，不要让使用者分辨不清哪是定论，哪是未定之论。更重要的是用语要客观公正。因为教材不是学术专著，不是一家之言。所谓兼容性，就是说希望我们的每一本教材都应该追求多层面、多角度地包括相关的信息和知识。对有的教材而言，这种兼容性可能是理论、方法、案例几个内容的有机融合，而对另外某些教材来说，可能就是纵向、横向以及内在结构的知识和信息的表述。

五、文字风格上我们希望这套教材共同追求一种简洁明快的文风。

当然，我们的这套教材是否实用，要等着广大的用户评价。因此，我们真诚地期待着全国高等旅游院校的专业课教师以及广大学生的意见。因为学科尚在发展中，大家都在探索中，我们有一点可以承诺的是：我们会真诚欢迎所有使用者的批评意见。我们将随时记录读者的意见，在修订时吸收进去。“学，然后知不足；教，然后知困”，“止于至善”，古人的良训永远是我们的座右铭。



2008 年清明

于东南大学旅游学系

前言

旅游资源是旅游产业的基础,研究旅游资源的开发利用,主要解决的是让旅游者看什么的问题。研究旅游资源当有五大眼光:一曰科学的眼光,二曰美学的眼光,三曰文化的眼光,四曰经济的眼光,五曰战略的眼光。

所谓科学眼光,就是从旅游资源的分类,到评价指标的确立,比较范围的确定,都应按科学的态度和科学的方法办事。在当前全国性旅游开发热潮中,尤其要强调这一点。最常见的现象是,其一,资源评价夜郎自大,缺少起码的系统比较。其二,不熟悉、不遵循旅游资源开发的特殊规律,用城市规划和风景园林规划的观点和方法来处理旅游资源开发问题。如将旅游区的道路建得和经济开发区毫无二致就是一例。

所谓美学眼光,就是要创造富有个性的美景,供旅游者欣赏。旅游者花钱花时间旅游,目的就是为了发现美、欣赏美。粗制滥造、毫无美感的景点,旅游者是不会把钞票送来的;即使来了,他们也只会感觉自己受了欺骗。

所谓文化眼光,就是旅游开发者管理者应该懂文化,因为任何旅游景点的灵魂都是文化。它们或为历史文化,或为民俗文化,或为山水文化,或为宗教文化,或为建筑文化。没有文化内涵的景点是不存在的,即使像张家界、九寨沟这样的自然遗产,在对其特色的认识和评价上,依然有人类积累的文化价值观在发挥作用。如果不能自觉地运用先进的文化理念来管理自然遗产,结果只能是付出惨重的代价。九寨沟的开发由开始的沟里游沟里住到后来的沟里游沟外住,学费是昂贵的。张家界的生态环境恶化,修复的代价比开发以来收入总和还要大,由此可见一斑。

所谓经济眼光,就是旅游资源开发的最终目的是为了赚钱,创造经济效益。当然经济效益是重要的,但不是惟一的。许多地方开发旅游,造成较严重的环境问题,错就错在把经济效益当成了惟一的指标。只要我们在旅游开发的同时重视可持续发展国策的贯彻,旅游开发可能招致的后遗症就可得到遏止。

所谓战略眼光,就是旅游资源的开发应有全局观念和前瞻意识。首先,旅游资源开发战略的制定,在一定的空间范围内应具有普遍适用的特点,战略是整体思维,但应适用于局部现象;其次,开发战略虽然立足现在,但要考虑与过去的继承关系和与未来的发展关系,既不能干割断历史、邯郸学步的蠢事,也不能鼠目寸光,只顾眼前,无视长远。

时至今日,已经没有哪个国家的经济发展能够脱离全球经济的影响而独立存在。特别是对于刚刚加入 WTO 不久的中国来说,更是如此。在此大背景下,我国

的旅游资源开发必然表现出以下三大趋势。

一、经济全球化背景下的旅游资源开发趋势

旅游资源开发将更加市场化，旅游资源的评价将更加标准化，旅游项目的组织将更加商品化。旅游资源开发中计划经济的痕迹将逐渐消失。

二、文化区域化与旅游资源开发战略的发展趋势

文化的区域化是历史的必然，旅游资源开发将更加重视地域文化内涵的挖掘，旅游资源的利用将更加重视文化特色的保护，旅游项目的组织将更加重视针对个性差异的特殊文化服务。

三、科技进步与旅游资源开发战略的发展趋势

交通业、通信业和互联网虚拟现实技术等科学技术的突飞猛进，将对旅游资源开发产生划时代的影响。人类对旅游资源的传统认识将会不断地被突破，比如，太空旅游资源的开发，将会大大拓展地球人的视野。

学习旅游资源学，除了应具五大眼光外，还需要培养两种能力。

一曰信息处理能力。我们现在就生活在信息社会，这是前人所未有遭遇到的破天荒的大变化。生活在这样一个成天都被海量信息包围着的时代，既幸福，也惶惑。幸福的是，我们十分容易获得各类信息。比如，只需随身带个手提电脑，几乎可以把所有我们教学科研所常用的图书杂志和报纸的信息网罗殆尽。要是过去，别说买不起，那么多的图书就是存放，你个人也没有那么多的空间。现在好了，你几乎不花钱就可以取得成千上万册图书信息。但我们会惶惑，惶惑的是，虽然那么多信息可以任我使用。但我要会用啊。不会用，他是他，你是你，有等于无。学习旅游资源课，同理，你不会缺少信息，比如你可以阅读教材，你可以上图书馆阅读有关参考书，你可以在期刊网上下载阅读相关杂志，你可以浏览《中国旅游报》、《旅游学刊》、《旅游科学》等专业报刊上大量的信息。不管你有什么渠道取得信息，最后还是要你的大脑来加工处理。否则，复制再多的信息在你的优盘上，还是他是他，你是你，等于零。因此，我建议大家平时还是要多动笔，要花大量的时间用于处理所获信息。要思考，要分析，要动笔整理。不要以为信息已经复制在电脑里，需要时再照着念，或者要考试时再强记一阵子。那样学习是投机的学习方法，因为考过了，你也就忘记了。没有花脑筋思考加工的知识是不可能长久的。只有真正掌握了的知识才永远属于你。

二曰项目创新能力。人最重要的能力是创新能力。如果我们从小学到中学，从中学到大学，从本科到研究生，永远只知道重复前人的研究成果，永远没有属于你的新贡献，那你的存在又有什么意义呢？我们学习前人创造的知识，是为了进一步去创造新知识，去丰富和完善这个世界。就本课程而言，创新主要体现在旅游项目策划创新上。我们所生活其中的这个世界还存在许多问题，比如环境污染问题，东西南北发展不平衡问题，社会贫富对立，两极分化的问题，都等着我们去解决。比如，旅游资源开发方面存在的最重要的问题，一个是同质旅游资源开发如何避免重复雷同的问题，一个是旅游开发和遗产保护的关系问题。仅仅这两个问题中就蕴藏

着无限的创新机会。

本书由喻学才教授担任主编。第 1 章、第 8 章、第 12 章由东南大学喻学才、季欣编写；第 2 章、第 3 章、第 5 章由南京大学赵宁曦、杨威、张茂盛、张勤编写；第 4 章、第 11 章由扬州大学潘宝明编写；第 6 章由苏州大学王专编写；第 7 章由苏州科技学院许京怀编写；第 9 章、第 13 章由金陵科技学院朱敏编写，第 10 章由金陵图书馆杨晓虹编写；第 14 章由金陵科技学院张维亚编写。

编 者

2008 年 6 月

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 旅游资源的定义	1
1.2 旅游资源的范畴	2
1.3 旅游资源的研究内容	2
1.4 旅游资源的研究方法	3
第 2 章 旅游业的基础——旅游资源	5
2.1 旅游资源的内涵	5
2.1.1 狭义的界定	5
2.1.2 广义的界定	6
2.1.3 灵活的界定	6
2.1.4 系统的界定	7
2.2 旅游资源的特征	8
2.2.1 观赏感觉的吸引力	9
2.2.2 分布的地域性	9
2.2.3 种类的多样性和结构的综合性	9
2.2.4 性质的时代性和季节的动态性	10
2.2.5 使用的可持续性和开发利用的脆弱性	10
2.2.6 内涵的文化性、科学性	11
2.2.7 评价的复杂性	11
2.3 旅游资源的分类	12
2.3.1 分类的原则	12
2.3.2 按旅游资源吸引系统的界定分类	12
2.3.3 按风景资源的规模、级别、价值及管理范围分类	12
2.3.4 按经营性质分类	12
2.3.5 按《中国旅游资源普查规范》分类	13
2.3.6 按旅游活动的性质和功能分类	15
2.3.7 按旅游者的需求心理分类	15
2.3.8 按景观属性、资源特色分类	16

第3章 自然旅游资源	18
3.1 自然旅游资源的成因及分类	18
3.1.1 自然旅游资源形成的基本条件与地学基础	18
3.1.2 自然旅游资源的主要成因类型	21
3.2 自然旅游资源风景美学的结构特征	23
3.2.1 形象美	23
3.2.2 色彩美	26
3.2.3 动态美	27
3.2.4 朦胧美	27
3.2.5 听觉美、嗅觉美	27
3.3 自然旅游资源的地学构景要素	28
3.3.1 风景地质	28
3.3.2 风景地貌	29
3.3.3 风景水	34
3.3.4 风景气象气候	36
3.3.5 风景生物	37
3.3.6 天文风景	39
第4章 人文旅游资源	42
4.1 历史类旅游资源	42
4.1.1 历史类旅游资源的分类	42
4.1.2 世界文化与自然遗产	43
4.1.3 历史文化名城	44
4.1.4 文物古迹旅游	44
4.2 宗教类旅游资源	45
4.2.1 道教文化与旅游	45
4.2.2 佛教文化与旅游	47
4.2.3 伊斯兰教文化与旅游	50
4.2.4 基督教文化与旅游	52
4.3 园林类旅游资源	54
4.3.1 中国古典园林的历史及风格	54
4.3.2 中国古典园林的构成要素	55
4.3.3 中国古典园林的分类及比较	56
4.4 文化娱乐类旅游资源	57
4.4.1 观赏类文化娱乐	57
4.4.2 专题类文化娱乐	57
4.4.3 节庆类娱乐活动	57

4.4.4	民俗类文化娱乐活动	58
4.5	购物类旅游资源	58
4.5.1	旅游纪念品的分类	59
4.5.2	旅游纪念品的销售	60
第5章	旅游资源的调查和评价	62
5.1	旅游资源调查的目的和内容	62
5.1.1	旅游资源调查的目的	62
5.1.2	旅游资源调查的分类	62
5.1.3	旅游资源调查的指导思想	62
5.1.4	旅游资源调查的重点	63
5.1.5	旅游资源调查的内容	64
5.2	旅游资源调查的方法和程序	65
5.2.1	旅游资源调查的方法	65
5.2.2	旅游资源调查的程序	66
5.3	旅游资源评价的目的和内容	68
5.3.1	旅游资源评价的目的	68
5.3.2	旅游资源评价的内容	69
5.4	旅游资源评价的基本原则、理论基础及依据	73
5.4.1	旅游资源评价的基本原则	73
5.4.2	旅游资源评价的理论基础	74
5.4.3	旅游资源评价的依据和因素	75
5.5	旅游资源评价的方法	75
5.5.1	定性评价方法(体验性评价)	76
5.5.2	定量评价方法及模型(技术性评价)	78
5.5.3	中国旅游资源分类、调查与评价的国家标准	95
第6章	旅游资源的开发与利用	106
6.1	旅游资源开发利用简史	106
6.1.1	萌芽与兴起阶段	106
6.1.2	蓬勃发展阶段	108
6.1.3	产业化、现代化发展阶段	109
6.2	旅游资源开发利用的原则	110
6.2.1	通盘考虑,合理配置的原则	110
6.2.2	遵纪守法、分期实施的原则	111
6.2.3	经济效益与社会效益相统一的原则	112
6.2.4	可持续发展的原则	112

6.2.5	突出特色与坚持创新的原则	113
6.3	旅游资源开发利用的程序	114
6.3.1	组建旅游资源开发规划领导小组	114
6.3.2	旅游资源的调查与评价	114
6.3.3	旅游资源开发利用的可行性研究	115
6.3.4	确定开发目标与开发次序	115
6.3.5	对开发规划方案进行优选	115
6.3.6	实施开发规划方案	115
6.3.7	旅游资源开发利用的监控与调整	116
6.4	区域旅游资源开发利用的模式	116
6.4.1	资源价值高、区位条件优越、区域经济背景好的地区	116
6.4.2	资源价值高、区位条件较好、区域经济背景差的地区	117
6.4.3	资源价值高、区位条件不好、区域经济背景差的地区	118
6.4.4	资源价值低、区位条件优越、区域经济背景好的地区	118
第7章	旅游资源的保护	120
7.1	旅游资源遭受破坏的最常见方式	121
7.1.1	自然衰败	121
7.1.2	战争、社会动乱造成的破坏	121
7.1.3	规划不当造成的破坏	121
7.1.4	管理不科学造成的旅游资源破坏	122
7.1.5	建设性破坏	122
7.2	旅游资源保护的意義	123
7.2.1	旅游资源保护的迫切性和严肃性	123
7.2.2	保护自然遗产	124
7.2.3	保护人类文化遗产	124
7.3	旅游资源保护的原则	126
7.3.1	可持续利用的原则	126
7.3.2	与环境不可分离的原则	126
7.3.3	和谐协调存在的原则	127
7.3.4	以科技进步促进保护的原则	128
7.4	旅游资源保护的方法	129
7.4.1	建立全国完整的旅游资源保护体系	129
7.4.2	加快立法, 树立对旅游资源保护的法制观念	130
7.4.3	科学确定游人容量, 坚持功能分区利用	131
7.4.4	健全管理体制, 协调各方步调	132
7.4.5	正确处理旅游资源—旅游业—地方经济的关系	134

第 8 章 旅游资源与旅游产品开发	136
8.1 旅游景点的开发	136
8.1.1 景点的类型	136
8.1.2 景点开发条件的评估	137
8.1.3 景点资源的评价	138
8.1.4 景点位置	139
8.1.5 景点开发的原则及手法	139
8.2 旅游线路的开发	142
8.2.1 旅游线路的定义	142
8.2.2 旅游线路与游览线的区别	143
8.2.3 旅游线路开发的意义	143
8.2.4 旅游线路的分类	144
8.2.5 旅游线路的等级	144
8.2.6 旅游线路开发的可行性评估	145
8.2.7 旅游线路开发与设计策略	145
8.2.8 旅游交通	146
8.3 旅游项目的开发	146
8.3.1 旅游项目的分类	147
8.3.2 旅游项目开发的可行性研究	147
8.3.3 旅游项目开发的原则	148
第 9 章 建筑旅游资源的开发	150
9.1 民居旅游资源	150
9.1.1 构架庭院	150
9.1.2 洞式住宅(窑洞)	152
9.1.3 少数民族民居	152
9.2 宗法建筑旅游资源	153
9.2.1 宗法建筑概说	153
9.2.2 宗法建筑分类	153
9.3 宗教建筑旅游资源	155
9.3.1 宗教建筑概说	155
9.3.2 宗教建筑的分类	156
9.4 宫殿建筑旅游资源	158
9.4.1 工程规模	158
9.4.2 总体布局	158
9.4.3 单体结构	158
9.4.4 室外陈设	159

9.4.5	室内装饰	160
9.5	园林旅游资源	160
9.5.1	东西方园林的发展	160
9.5.2	东西方园林建筑的比较	161
9.6	风景区建筑	163
9.6.1	风景区建筑概述	163
9.6.2	风景建筑应处理好的几个关系	164
9.7	建筑旅游资源评价的标准与方法	165
9.7.1	建筑旅游资源评价的标准	166
9.7.2	建筑旅游资源评价的方法	167
9.7.3	我国目前建筑遗产类旅游产品类型	168
第 10 章	文献旅游资源的开发	169
10.1	文献与旅游文献	169
10.1.1	文献及文献信息源	169
10.1.2	文献学的内涵	170
10.1.3	旅游文献及其特点	170
10.2	旅游文献的类型与内容	171
10.2.1	旅游文献的类型	171
10.2.2	旅游文献的内容范围	173
10.3	旅游文献的利用方法	174
10.3.1	旅游文献的采集	174
10.3.2	旅游文献的检索	175
10.3.3	旅游文献的服务	178
第 11 章	民俗旅游资源的开发	180
11.1	民俗	180
11.1.1	民俗文化的功能	180
11.1.2	民俗文化的作用	181
11.2	民俗旅游资源的分类	182
11.2.1	民族风俗类	182
11.2.2	地域风俗类	184
11.2.3	时令风俗类	185
11.2.4	行为风俗类	187
11.3	民俗旅游资源的特征	189
11.3.1	社会性和集体性	189
11.3.2	类型性和模式性	190

11.3.3	传承性和播布性	191
11.3.4	相对稳定性和变化性	192
11.4	成功的民俗旅游资源开发示例	193
11.4.1	'95 中国民俗风情游	193
11.4.2	湖北秭归屈原汨国际龙舟节	193
11.4.3	'99 昆明世界园艺博览会	194
第 12 章	同名名胜旅游资源的开发	196
12.1	同名名胜及其分类	196
12.1.1	名人型	196
12.1.2	名事型	197
12.1.3	名篇型	197
12.2	同名名胜形成的原因	197
12.2.1	因外形相似而同名	197
12.2.2	因时空变迁而同名	197
12.2.3	因历史记载信息不足而同名	197
12.2.4	因乡土情结而同名	197
12.2.5	因战乱迁徙而同名	198
12.2.6	因政治因素而同名	198
12.2.7	因宗教因素而同名	198
12.2.8	因名人效应而同名	198
12.3	同名名胜的开发原则与争端处理	199
12.3.1	同名名胜的开发原则	199
12.3.2	同名名胜争端的处理方法	200
第 13 章	模拟景观旅游资源的开发	202
13.1	模拟景观的定义及发展历史	202
13.1.1	模拟景观的定义	202
13.1.2	模拟景观的发展历史	202
13.2	模拟景观的类型	204
13.3	模拟景观的开发	205
13.3.1	模拟景观开发的意义	205
13.3.2	模拟景观的开发要素	206
13.3.3	模拟景观的开发规划	209
13.4	模拟景观的生命周期	210
13.4.1	生命周期的定义	210
13.4.2	模拟景观的生命周期	211

第 14 章 风水学与旅游资源的开发	213
14.1 风水流变	213
14.1.1 原始社会	213
14.1.2 秦汉时期	214
14.1.3 魏晋时期	215
14.1.4 唐宋时期	216
14.1.5 明清时期	216
14.1.6 民国以后	216
14.2 风水学中的环境观	217
14.2.1 “聚气”	217
14.2.2 “藏风”	217
14.2.3 “得水”	218
14.3 风水学在旅游资源开发中的应用	219
14.3.1 风水对风景区规划的启示	219
14.3.2 风水对园林规划的启示	220
附录一 保护世界文化和自然遗产公约	222
附录二 世界遗产的申报程序	229
附录三 世界文化与自然遗产名录	230
附录四 国际古迹保护与修复宪章	244
附录五 国家历史文化名城名录	246
附录六 全国重点风景名胜区名录	247
附录七 全国重点文物保护单位名录	249
附录八 国家重点自然保护区名录	251
参考文献	254