

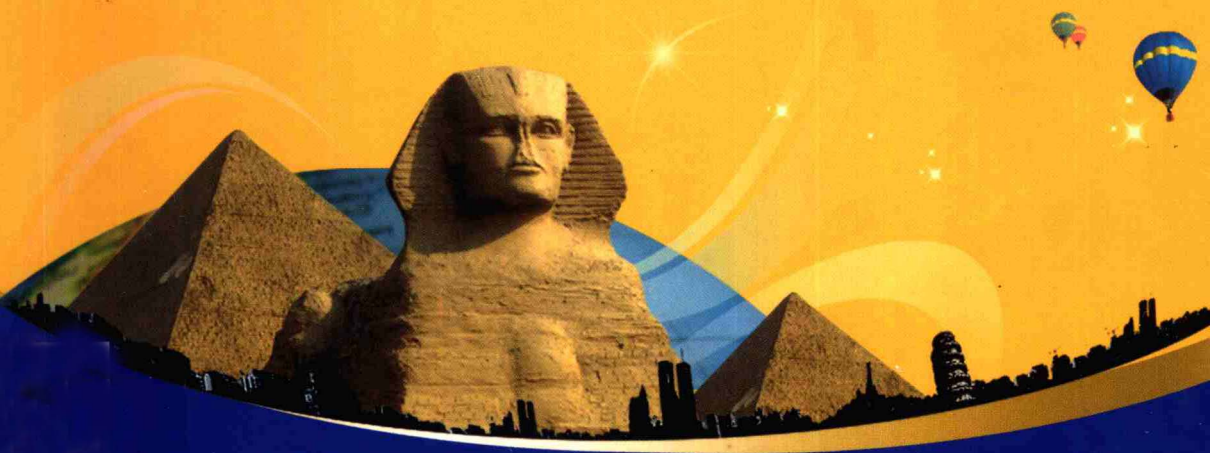


福建教育学院 梦山丛书

FUJIAN INSTITUTE OF EDUCATION

生态旅游

张弦 编著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS



福建教育学院 梦山丛书

生态旅游

张弦 编著

江苏工业学院图书馆
藏书章



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

生态旅游/张弦编著. —厦门:厦门大学出版社, 2006. 11

(福建教育学院梦山丛书)

ISBN 7-5615-2667-9

I. 生… II. 张… III. 生态型-旅游-高等学校-教材 IV. F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 121175 号

厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门大学 邮编:361005)

<http://www.xmupress.com>

xmup@public.xm.fj.cn

福建省金盾彩色印刷有限公司印刷

(地址:福州市福飞路江厝路 5 号 邮编:350013)

2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷

开本:787×960 1/16 印张:18 插页:2

字数:310 千字

定价:23.00 元

本书如有印装质量问题请寄承印厂调换

总 序

福建教育学院座落在福州市风景秀丽的大梦山下、西子湖畔。山湖的钟灵之气赋予了学院毓秀之神。五十个日月轮回,五十载花开花落,美丽的山湖见证着学院的培训历程,陪伴着学院研究的征途。为了党的教育事业,为了学院的培训研究,多少无悔的青春在这里闪光,多少年轻的血液在这里流淌,多少智慧的灵感在这里孕育。如今,辛勤耕耘的教育学院人,到了初尝收获的季节了,出版集培训与研究于一体的《梦山丛书》,是全院教职工的愿望,是全体培训学员的期盼。

入选这批《梦山丛书》的教材、著作是老师与学员们共同探索学科理论、探索基础教育培训的结晶。她的问世,推进着学院精品课程的建设,武装了《教育管理》、《实用计算机基础》、《常微分方程》、《计算机辅助化学教学》、《社会主义精神文明建设概论》、《学校发展与管理》、《马克思主义基本原理》等院级精品课程,形成了具有师范性成人性独特的学科培训教材;她的问世,提升着学院师训干训的层次与水平,《校长培训案例集》、《八闽校长办学方略精粹》、《校长培训与校长专业化发展》、《中学思想道德建设研究》、《求索综合实践活动常态之路》、《视频案例设计与制作》、《计算机实用技术技巧操作》、《英文写作课堂教学综合实践》等教材,支撑着国家级、省级骨干教师与省级学科带头人的培训,支撑着全省完中校长、骨干校长的培训;她的问世,强化了学院学术群的建设,《中国农地使用权流转研究》、《马克思主义哲学方法论》、《常微分方程精品课堂》、《性健康教育概论》、《教育管理》、《生态旅游》、《高等数学》、

《社会主义精神文明建设论》等著作教材,汇集了学院学科群体的力量,展露了学科学术的优势。有的著作、教材还是国家、省“十五”科研项目。这一切都让我们深感欣慰。

但是,研究是认识向着未知领域的扩展,在这个意义上,研究的领域是无限的,而我们的认识是有限的。因此,我们的研究只能是阶段性局部性的认识,是有待检验、有待发展的研究。

《梦山丛书》是我们一个阶段研究的记录,更是我们深化研究、扩展研究的行动宣言。我们坚信,继她之后,老师们会有更多更新更可喜的成果问世,这,也就是《梦山丛书》出版的最大愿望。

《梦山丛书》编委会

2006年9月

前言

生态旅游在 20 世纪 80 年代兴起后,就以每年 20%~25% 的速度迅猛发展。它作为旅游业可持续发展的一种实践形式,被认为是实现旅游业可持续发展的首要的、必然的选择,因而在世界范围内得到了普遍重视,并已成为现代旅游的替代品。近年来,随着环境意识的日益增强和可持续发展战略的广泛实施,生态旅游逐渐为人们所了解、熟悉,但我国生态旅游尚处于发展初期,还不够成熟,生态旅游人才短缺,旅游从业人员生态旅游知识缺乏已成为各旅游区发展生态旅游的制约因素,尤其是当今我国旅游业正面临快速增长的大好时机,国内旅游的逐年增长,使得生态旅游已由原来的专项旅游逐渐被大众所接受。如何适应旅游业发展对生态旅游人才和生态旅游专业知识的需要,在旅游区的开发与规划建设中既保护旅游资源和旅游环境,又充分发掘和体现中华民族的文化精华,并取得经济效益、社会效益和环境效益的有机统一,将是我国旅游业实现可持续发展的关键所在。同时也为培养具有生态旅游专业知识的旅游管理人才提出了新的要求。

本书是为高职高专旅游类专业而编写的,对如何把握高职高专教育的特点和要求,在编写过程中进行了一定的探索。因此,在编写中致力于建立生态旅游本身的学科体系和生态旅游实践的可操作性,在内容上体现生态学和可持续发展理论体系。全书主要内容如下:

绪论主要叙述生态旅游发展的背景及国内外生态旅游发展现状、生态旅游与其他旅游形式的关系以及生态旅游在旅游业中的地位。

第一章主要对生态旅游的概念及其内涵、生态旅游的特征和基本模式、生态旅游业及其与传统旅游的差异进行了阐述。

第二章主要阐述生态旅游者的概念、特征,生态旅游者的心理特征分析,生态旅游者的形成及生态意识的培养。

第三章主要讲述生态旅游资源的概念、特征、功能、分类及开发利用。

第四章主要对生态文化进行论述。

第五章主要对生态旅游环境及生态旅游环境容量进行分析,并对生态旅游环境影响评价和生态旅游环境保护的具体实施进行了探讨。

第六章主要叙述生态旅游产品开发和规划的类型、原则,自然保护区规划的指导思想、设计程序和要点,及生态旅游导游的培养和要求。

第七章从管理的角度阐明生态旅游管理的概念、特点、职能与实现生态管理的的基本原则、内容和方法。

第八章分析了生态旅游市场的发展和发育特征及生态旅游市场的开拓和营销。

第九章阐述了生态旅游与可持续发展的关系及生态旅游可持续发展的目标与判断原则。

由于生态旅游是一个新兴的领域,涉及的学科较多,再加上作者知识和经验不足,所以书中难免存在许多错误和缺陷,恳请读者批评指正。

作 者

2006年9月

目 录

总 序

前 言

绪 论	(1)
一、生态旅游的兴起	(1)
(一)从旅游业发展角度看	(1)
(二)从旅游需求和供给角度看	(2)
(三)从旅游目的地角度看	(3)
二、生态旅游的发展现状	(3)
(一)国外生态旅游的发展	(3)
(二)我国生态旅游的发展	(9)
三、生态旅游与其他旅游形式的关系	(13)
(一)生态旅游与可持续旅游	(13)
(二)生态旅游与自然旅游	(14)
(三)生态旅游与大众旅游	(14)
(四)生态旅游与探险旅游	(16)
四、生态旅游在旅游业中的地位	(16)
(一)生态旅游有利于旅游资源的合理利用和环境保护	(16)
(二)生态旅游有利于当地社区的发展	(17)
(三)生态旅游有利于旅游业的合理布局	(17)
(四)生态旅游有利于提高旅游业管理水平	(17)
(五)生态旅游尊重自然规律,促进旅游可持续发展	(17)
思考题	(18)
第一章 生态旅游概述	(19)
第一节 生态旅游的概念及内涵	(19)

一、生态旅游概念及内涵的界定	(19)
二、生态旅游的基本特征	(24)
三、生态旅游与传统旅游的比较	(25)
第二节 生态旅游的基本模式	(27)
一、社区参与模式	(28)
二、环境教育模式	(30)
三、生态环境补偿模式	(30)
第三节 生态旅游的效应	(31)
一、生态旅游的经济效应	(31)
二、生态旅游的环境效应	(32)
三、生态旅游的社会效应	(32)
第四节 生态旅游业	(33)
一、生态旅游业的特征	(34)
二、生态旅游业的结构	(35)
三、生态旅游与生态旅游业的区别与联系	(40)
思考题	(41)
第二章 生态旅游者	(42)
第一节 生态旅游者的概念与分类	(42)
一、生态旅游者的概念	(42)
二、生态旅游者的分类	(44)
第二节 生态旅游者的心理特征分析	(45)
一、生态旅游者的心理特征演变	(45)
二、生态旅游者的出游动机	(46)
三、生态旅游者的审美特性	(47)
第三节 生态旅游者的形成	(50)
一、原始生态意识阶段	(51)
二、生态意识淡漠阶段	(51)
三、生态意识觉醒阶段	(52)
四、生态意识高涨阶段	(52)
第四节 生态旅游者的特征	(53)
一、生态旅游者的价值取向	(53)
二、生态旅游者的市场特征	(53)
三、生态旅游者的行为特征	(54)

第五节 生态旅游意识的培养	(57)
思考题	(59)
第三章 生态旅游资源	(60)
第一节 生态旅游资源概述	(60)
一、生态旅游资源的概念和内涵	(60)
二、生态旅游资源的争议	(62)
三、生态旅游资源的特性	(64)
四、生态旅游资源的功能	(67)
第二节 生态旅游资源的分类	(73)
一、生态旅游资源的分类依据	(73)
二、生态旅游资源分类系统	(74)
三、生态旅游资源概述	(75)
第三节 生态旅游资源的开发利用	(85)
一、生态旅游资源开发的必要性及意义	(85)
二、生态旅游资源开发利用的内容	(87)
三、生态旅游资源开发利用的原则	(88)
四、生态旅游持续开发利用的措施	(92)
思考题	(93)
第四章 生态文化	(95)
第一节 生态文化的内涵	(95)
一、生态文化的概念与构成	(95)
二、生态文化在发展生态旅游方面的作用	(97)
第二节 生态美学	(99)
一、生态美学的概念	(99)
二、生态美的内涵	(100)
三、生态美学对生态旅游发展的意义和作用	(101)
第三节 生态环境伦理	(102)
一、生态环境伦理的发展	(102)
二、生态环境伦理的主要内容	(104)
三、环境伦理在生态旅游中的作用	(107)
四、生态旅游环境伦理的基本原则	(109)
五、生态旅游的道德规范	(110)
思考题	(114)

第五章 生态旅游环境	(115)
第一节 生态旅游环境概述	(115)
一、生态旅游环境的定义与内涵	(115)
二、生态旅游环境的构成	(116)
三、生态旅游环境的特点	(118)
第二节 生态旅游环境容量	(121)
一、生态旅游环境容量的概念与构成	(121)
二、生态旅游环境容量的影响因素	(124)
三、生态旅游环境容量的特征	(126)
四、生态旅游环境容量的量测方法	(127)
五、生态旅游环境容量的调控	(131)
第三节 生态旅游环境影响评价	(135)
一、生态旅游环境影响评价的概念和意义	(135)
二、生态旅游环境影响评价的一般要求	(136)
三、生态旅游环境影响评价的基本步骤	(136)
四、生态旅游环境影响评价的内容	(136)
五、生态旅游环境影响评价的方法	(137)
第四节 生态旅游环境的保护	(139)
一、生态旅游环境问题的类型	(140)
二、生态旅游环境问题产生的原因	(142)
三、生态旅游环境的保护对策	(144)
思考题	(148)
第六章 生态旅游产品开发与规划	(149)
第一节 生态旅游产品开发概述	(149)
一、生态旅游产品的概念与构成	(149)
二、生态旅游产品的特征与内容	(150)
三、生态旅游产品的开发原则	(152)
四、生态旅游产品开发的步骤	(154)
第二节 生态旅游活动开发	(155)
一、生态旅游活动形式	(155)
二、生态旅游活动项目	(158)
三、生态旅游项目开发	(160)
第三节 生态旅游线路设计	(162)

一、生态旅游线路的类型	(162)
二、生态旅游线路设计的原则	(163)
三、生态旅游线路设计的内容	(165)
四、生态旅游线路设计的程序及形式	(165)
第四节 生态旅游设施的开发与设计	(167)
一、生态旅游设施设计的原则	(167)
二、生态旅游设施设计的要点	(168)
三、建筑材料的选择	(169)
四、生态旅游接待设施的设计	(169)
五、生态旅游基础设施的设计	(171)
第五节 生态旅游商品的开发与设计	(173)
一、生态旅游商品的类别	(173)
二、生态旅游商品的设计	(174)
第六节 生态旅游规划	(176)
一、生态旅游规划的定义与类型	(176)
二、生态旅游规划的目标、特点与要求	(177)
三、生态旅游规划的原则	(178)
四、生态旅游规划的模式	(179)
五、生态旅游开发的总体规划	(184)
第七节 自然保护区生态旅游开发规划	(187)
一、自然保护区发展生态旅游的现状	(187)
二、自然保护区发展生态旅游的重要意义	(188)
三、自然保护区生态旅游规划的指导思想	(190)
四、自然保护区生态旅游具体设计要点	(191)
五、自然保护区生态旅游开发程序	(193)
第八节 生态旅游导游	(196)
一、导游在生态旅游中的作用	(196)
二、生态旅游对导游素质的要求	(198)
三、生态旅游导游队伍建设	(199)
思考题	(200)
第七章 生态旅游管理	(202)
第一节 生态旅游管理概述	(202)
一、生态旅游管理的概念	(202)

二、生态旅游管理的特征	(203)
三、生态旅游管理的职能与原则	(205)
第二节 生态旅游管理的内容和方法	(210)
一、对旅游者的生态管理	(210)
二、对旅游目的地社区的生态管理	(212)
三、生态旅游企业管理	(215)
四、生态旅游市场管理	(219)
第三节 生态旅游管理的手段	(222)
一、生态旅游行业管理的主体	(222)
二、生态旅游管理的手段	(223)
第四节 生态旅游管理的科学化	(227)
一、进一步加强生态旅游管理的科学理论研究	(227)
二、建立和加强生态旅游管理机制	(228)
三、建立一支高水平的管理人员和从业人员队伍	(229)
第五节 生态旅游认证与生态旅游规范化建设	(234)
一、国际生态旅游认证的发展状况及特点	(234)
二、生态旅游规范化建设	(237)
思考题	(239)
第八章 生态旅游市场	(240)
第一节 生态旅游市场发展概况	(240)
一、发展中国家生态旅游市场的发展情况	(241)
二、发达国家生态旅游市场的发展情况	(242)
第二节 生态旅游市场的发育特征	(242)
一、基础市场大而实际规模小	(243)
二、要求参与者有较高的环保意识	(243)
三、生态旅游市场正在成长且发展很快	(244)
四、生态旅游的开展主要在偏远、敏感的地区,消费较高	(244)
五、国家公园和保护区是生态旅游的主要场所	(244)
六、生态旅游市场的目标定位	(244)
第三节 生态旅游市场的开拓和营销	(245)
一、生态旅游市场调查	(245)
二、生态旅游市场开拓	(246)
三、生态旅游市场营销	(248)

第四节 生态旅游市场发展趋势·····	(252)
一、生态旅游市场的变化·····	(252)
二、生态旅游市场发展趋势·····	(253)
三、我国生态旅游发展的前景·····	(256)
思考题·····	(257)
第九章 生态旅游与可持续发展·····	(258)
第一节 生态旅游可持续发展概述·····	(258)
一、生态旅游可持续发展的概念及内涵·····	(258)
二、生态旅游可持续发展的特点·····	(261)
第二节 生态旅游可持续发展目标·····	(262)
一、满足旅游者生态感受和体验的需要·····	(262)
二、保护生态旅游资源和生态环境,使之不受污染和破坏·····	(263)
三、强持续性效率目标·····	(263)
四、建立一整套旅游生态持续性评价体系及 市场管理机制,使之规范化和科学化·····	(264)
五、建立人与自然多方面的协调关系, 保护旅游地的生命力和多样性·····	(264)
六、保证旅游地居民的生活质量和旅游地文明的公平发展·····	(265)
第三节 生态旅游可持续发展战略和判断原则·····	(265)
一、生态旅游可持续发展战略·····	(265)
二、生态旅游可持续发展的判断原则·····	(269)
思考题·····	(271)
参考文献·····	(272)

绪论

一、生态旅游的兴起

20 世纪 60 年代以来,全球的生态环境问题急迫地提到国家政策的高度。进入 80 年代以后,世界范围内的人口增长、环境恶化、资源加速枯竭、粮食危机和贫困等问题呼唤人类理性的回归,人们认识到掠夺性开发自然资源带来后果的严重性,不得不重新认识人与自然的关系,寻找人类活动的经济目标、生态目标和社会目标的统一性和协调性,确定一种科学的长期发展模式,确保地球的永续繁荣和昌盛。而在寻找这种优化的人与自然的关系中,可持续发展的思想应运而生。其核心是强调既要满足局部利益,又要兼顾整体利益;既要满足当前需要,又要兼顾长远发展;既强调对资源进行合理开发和利用,维持生态平衡,又要促进可更新资源的不断增殖和后续利用。可持续发展的思想一提出就得到了全社会的广泛认同,人们普遍认识到,旅游业是环境依存度很高的产业之一,良好的环境和自然生态是旅游业赖以发展的基础,是实现旅游业可持续发展的基本条件。生态环境的恶化直接导致了旅游环境质量的下降,威胁到旅游业的可持续发展。在此背景下,生态旅游作为可持续发展旅游的一种最佳模式也应运而生。它立足于旅游业的可持续发展,是人与自然的协调发展的必然产物。

综观世界旅游业的发展,生态旅游得以迅速发展的背景有三个方面:

(一)从旅游业发展角度看

旅游业是一种资源型产业,它的可持续发展有赖于旅游资源的可持续利

用。旅游业的快速发展使它对世界国民生产总值的贡献越来越大,并成为世界最大的吸收就业的产业部门。人们看到旅游带来巨大经济效益的同时,也意识到传统旅游缺乏对旅游与生态环境之间关系的科学认识,忽略了对旅游资源和生态环境的保护。在旅游资源开发和管理方式上带来了众多生态环境问题,极大地危害了旅游业赖以生存的资源环境,威胁着旅游业的持续发展。尤其是以自然观光为主要目的的旅游,多为远离城市、远离人口密集的边远地区、贫困地区及生态环境脆弱的地区,旅游业的发展造成当地资源和能源巨大消耗。自然环境的破坏造成了对当地生活方式、社会结构的破坏等一系列生态问题。人们对最初为了促进旅游业发展而提出的“旅游业是无烟工业”、“旅游业是无污染工业”的说法提出了质疑,开始寻求新的旅游方式,以减少对人类社会、自然环境的消极影响。生态旅游作为一种对自然和人文旅游资源有着特别保护责任的旅游发展模式,可以通过减轻环境压力实现旅游景观资源的可持续利用,通过保护旅游景观资源和文化的完整性,在保证旅游者获得特殊经历的同时,保护未来旅游业赖以生存的资源环境,平衡经济利益,实现代际之间的利益共享,因而是实现旅游业可持续发展的必然选择。

(二)从旅游需求和供给角度看

旅游需求和供给之间的复杂关系是建立在人们的感知、期望、态度和价值观念动态变化的基础上的。当今世界许多人常年生活在与大自然相对隔离的城市里,工业化、城市化给城市带来了严重的污染,人们感到生活紧张、工作压力大、竞争激烈,对回归大自然,回避紧张生活的需求也越来越旺盛。越来越多的旅游者非常重视出游地的环境质量。特别是经济发达国家,旅游市场较为成熟,一些收入殷实、受教育水平较高的旅游者,对特种旅游更感兴趣。人们不愿循规蹈矩,重复别人的做法,而追求新奇、追求知识、追求新的体验,崇尚自然,寻求刺激。再加上新闻媒介的宣传,不少人将视角移向诸如生态旅游这样的特种旅游活动,参加生态旅游成为一种时尚。这种旅游市场需求的变化导致了旅游者旅游动机的巨大转变,为生态旅游的兴起提供了强大的需求拉力,同时促使生态旅游在各地蓬勃发展,也成为保护当地自然生态和文化生态的有效方式。

(三)从旅游目的地角度看

在那些经济相对落后,位置比较边远、偏僻的地区,人类活动破坏少,工业污染较小,生态结构保存比较完整,为保持生物多样性,保护珍稀动植物资源和传统文化,国家和地方政府往往在这些地区划定范围实行保护。但是,一个地区的自然环境是当地居民经济、生态、社会和文化存在的资源基础,如果单纯保护,势必对当地居民的生产和生活造成不利影响。实践证明,采取封闭式管理不能解决自然保护和地区经济发展之间的矛盾。与其他的资源利用相比,生态旅游应当是大多数保护区选择发展的最佳战略。在这些地区开展生态旅游,不仅可以促进该地区经济的发展,而且能更有效地保护自然与文化生态系统,是实现旅游目的地社会、经济、文化可持续发展的良好途径。

二、生态旅游的发展现状

(一)国外生态旅游的发展

1. 国外生态旅游的发展现状

生态旅游最初源自人类环境伦理观的觉醒。1965年 Hetzer 在反思当时文化、教育和旅游的基础上提出了“生态性旅游”(ecological-tourism)的发展思路,他认为生态性旅游有四个要点:减少环境影响,增强对当地文化的尊重,让当地居民受益,满足参加者的娱乐需求。1983年,国际自然与自然资源保护联盟特别顾问、墨西哥专家 H. Ceballos lascurain 正式提出生态旅游(eco-tourism)一词,他强调生态旅游是“为了考察、观赏、欣赏风景、野生动植物以及能在此地发现的所有现存的文化现象的特点的目的,到较为偏僻未被污染的地方旅行”。生态旅游概念提出后受到国际旅游组织和学术界的广泛重视,并成为现代旅游理念。1986年在墨西哥召开的国际环境会议上专门讨论了生态旅游的发展问题。1987年世界自然基金会会对拉丁美洲加勒比海地区的伯利兹、哥斯达黎加、多米尼加、厄瓜多尔、墨西哥等国家的10个生态旅游案例做了专门研究,于1990年出版了《生态旅游:潜能与陷阱》的研究报告,它对