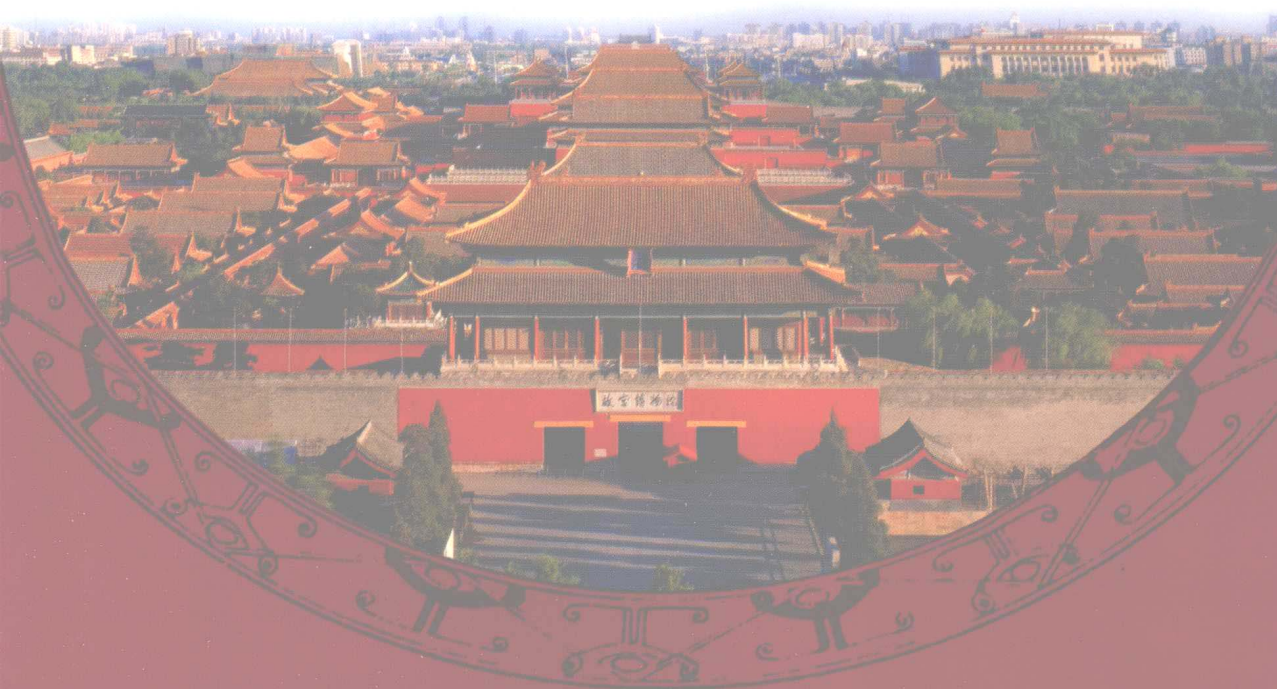


全国旅游专业规划教材

旅游 景观设计

LÜYOU JINGGUAN SHEJI

崔 莉 主编



旅游教育出版社

全国旅游专业规划教材

旅游 景观设计

LÜYOU JINGGUAN SHEJI

崔莉 主编

闫立杰 王碧 叶昊 副主编



旅游教育出版社

责任编辑:张瑞芳

图书在版编目(CIP)数据

旅游景观设计/崔莉主编. -北京:旅游教育出版社,2008.4

全国旅游专业规划教材

ISBN 978-7-5637-1577-0

I. 旅… II. 崔… III. 旅游区—景观—园林设计—高等学校—教材

IV. TU984.18

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 026740 号

全国旅游专业规划教材

旅游景观设计

崔莉 主编

闫立杰 王碧 叶昊 副主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
排版单位	首都经济贸易大学出版社激光照排部
印刷单位	北京晨光印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	13.25
字 数	210 千字
版 次	2008 年 6 月第 1 版
印 次	2008 年 6 月第 1 次印刷
印 数	1-5000 册
定 价	20.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言

01 前言

随着社会的发展,人们生活水平的提高,旅游成为人们放松身心的普遍方式。旅游景观作为旅游区的一部分,是烘托旅游区主题的重要元素,同时也是旅游核心吸引物,倍受旅游者的关注。所以,旅游景观设计益发重要。但目前研究旅游景观设计的专业书籍较少。针对这一现状,本书从旅游需求出发,从旅游景观设计原理、景观构成、旅游者本身的角度对旅游景观设计进行了探讨。

本书共分为九章,前三章阐述了旅游景观设计的基础原理、方法及其发展历程,为学习旅游景观设计奠定了理论基础;第四章到第九章针对不同类型的旅游区的景观设计,引用实际案例,理论结合实践,剖析具体类型景区旅游景观的主题表达与设计风格。本书基于扎实的基础理论,以够用、实用为度,突出实践性,是具有较强指导作用的专业课教材。

本书编写工作的具体分工如下:

崔莉,负责全书大纲的拟订和全文的统稿与修改,同时编写第一章、第二章、第三章;闫立杰、王碧、叶昊,统稿并修改全书;顾韩、曾妍峰,负责编写第四章;郑永莉、杜洁,负责编写第五章;高春义、崔莉、岳莉然,负责编写第六章;张善峰、崔莉、崔晓云,负责编写第七章;顾韩、陈媛媛,负责编写第八章;岳莉然、高春义,编写第九章。感谢北京天一和恒景观规划设计院提供的景观案例素材。

由于编写时间及个人水平的限定,书中难免存在错误及疏漏,请读者多提宝贵意见,以便修订,使之不断完善。

编者

目 录

第一章 绪论	(1)
本章导读	(1)
第一节 旅游景观设计的概念体系	(1)
一、旅游景观设计相关概念体系	(1)
二、旅游景观的要素	(4)
三、旅游景观的分类	(4)
第二节 旅游景观设计在旅游规划中的地位和作用	(7)
一、旅游规划	(7)
二、旅游景观设计与旅游规划的关系	(8)
第三节 旅游景观设计的分类	(9)
一、旅游景观设计的广义分类	(9)
二、旅游景观设计的狭义分类	(9)
第四节 旅游景观设计的特性	(10)
一、安全性	(10)
二、主题性	(11)
三、体验性	(11)
四、生态性	(11)
五、舒适性	(12)
六、地域性	(13)
第五节 旅游景观设计的原理	(13)
一、构图基础	(13)
二、对景与借景	(14)
三、隔景与障景	(16)
四、引导与示意	(16)
五、渗透与延伸	(16)
六、尺度与比例	(16)
七、质感与肌理	(17)

八、节奏与韵律	(18)
九、象征与联想	(18)
十、色彩运用	(19)
本章小结	(19)
思考与练习	(19)
第二章 旅游景观设计的发展历程	(20)
本章导读	(20)
第一节 旅游区发展历史	(20)
一、旅游区概念	(20)
二、旅游区发展规模	(20)
三、旅游区管理发展历程	(21)
四、旅游区产品开发历程	(23)
第二节 景观设计发展历史	(24)
一、中国景观设计的发展	(24)
二、西方现代景观设计发展历程	(27)
第三节 中国旅游景观设计的产生及发展历程	(28)
一、旅游景观设计产生的原因	(28)
二、旅游景观设计发展历程	(29)
本章小结	(31)
思考与练习	(31)
第三章 旅游景观设计的基础理论	(32)
本章导读	(32)
第一节 消费行为学基础	(32)
一、旅游景观设计与旅游经济的相关性	(32)
二、旅游者消费行为是旅游景观设计的重要基础	(32)
第二节 景观生态学基础	(34)
第三节 行为地理学基础	(35)
一、行为地理学的概念和发展	(35)
二、旅游景观设计中的行为空间	(36)
三、旅游景观设计的个人空间	(37)
四、旅游景观空间设计特性	(38)
第四节 旅游景观设计要素	(39)
一、旅游区地形设计	(40)
二、旅游区植物景观设计	(41)
三、旅游区道路设计	(44)

四、旅游区景观小品设计	(47)
五、旅游区建筑景观设计	(55)
六、旅游区水体景观设计	(57)
第五节 旅游景观设计过程与成果	(59)
一、旅游景观设计过程	(59)
二、旅游景观设计成果	(62)
本章小结	(64)
思考与练习	(64)
第四章 自然风景名胜区旅游景观设计	(65)
本章导读	(65)
第一节 自然风景名胜区旅游景观概述	(65)
一、自然景观的概念	(65)
二、自然景观的美学特征	(66)
三、自然风景名胜区	(67)
四、自然风景名胜旅游景观的特点	(68)
五、我国自然风景名胜规划及其发展	(69)
第二节 自然风景名胜区旅游景观设计	(71)
一、自然风景名胜的基本类型	(71)
二、自然风景名胜区旅游景观设计原则	(72)
三、自然风景名胜区旅游景观设计方法	(73)
第三节 自然风景名胜区旅游景观设计案例解析	
——四川罗江八卦谷地质公园旅游景观设计	(80)
一、规划理念	(80)
二、功能定位	(80)
三、主要景观区域及节点	(80)
四、现状及设计方案	(82)
本章小结	(85)
思考与练习	(85)
第五章 人文风景名胜区旅游景观设计	(86)
本章导读	(86)
第一节 人文风景名胜旅游区概述	(86)
一、人文风景名胜旅游区的界定	(86)
二、人文风景名胜旅游区的功能	(87)
三、人文风景名胜旅游区的分类	(88)

第二节 人文风景名胜区景观内容及方法	(90)
一、人文风景名胜区景观设计步骤	(90)
二、人文风景名胜区景观内容	(90)
三、人文风景名胜区景观设计重点	(92)
四、人文风景名胜区景观设计方法	(92)
五、人文风景名胜区景观表现手法	(93)
第三节 人文风景名胜区景观案例解析	(95)
一、苏州博物馆新馆人文景观设计解析	(95)
二、宏村人文风景名胜区景观案例解析	(96)
本章小结	(100)
思考与练习	(100)
第六章 城市公园旅游景观设计	(101)
本章导读	(101)
第一节 城市公园的发展历史及分类	(102)
一、城市公园历史概述	(102)
二、城市公园的分类	(104)
第二节 城市公园旅游景观内容及方法	(106)
一、城市公园旅游景观内容	(106)
二、城市公园旅游景观设计方法	(110)
三、专类公园设计	(125)
第三节 城市公园旅游景观案例解析	
——杭州花港观鱼景观设计	(128)
一、概况	(128)
二、分区和组景	(128)
三、布局特点	(132)
四、园林建筑	(132)
五、绿化配置	(132)
本章小结	(133)
思考与练习	(133)
第七章 度假区旅游景观设计	(134)
本章导读	(134)
第一节 旅游度假区的概念体系和分类	(134)
一、旅游度假区的定义	(134)
二、旅游度假区的特征	(135)
三、旅游度假区的类型	(135)

第二节 度假区旅游景观内容及方法	(137)
一、度假区旅游景观设计的内容	(137)
二、度假区旅游景观设计的方法	(138)
第三节 度假区旅游景观案例解析	(147)
一、中华名人文化园度假区景观规划设计分析	(147)
二、阿尔康西多度假区景观规划设计解析	(148)
本章小结	(148)
思考与练习	(149)
第八章 主题公园旅游景观设计	(150)
本章导读	(150)
第一节 主题公园概述	(150)
一、主题公园国内外发展状况	(151)
二、主题公园概述	(152)
第二节 主题公园旅游景观内容及方法	(158)
一、主题公园地形设计	(158)
二、主题公园植物设计	(161)
三、主题公园建筑设计	(162)
四、主题公园广场与道路设计	(164)
五、主题公园小品设计	(166)
六、主题公园标志牌设计	(167)
七、主题公园灯光照明设计	(168)
八、主题公园的景观创意	(168)
九、主题公园的设计手法	(169)
第三节 主题公园旅游景观案例解析	
——深圳欢乐谷景观设计	(172)
一、深圳欢乐谷简介	(172)
二、欢乐谷二期主题公园景观规划	(173)
本章小结	(176)
思考与练习	(176)
第九章 城市开放游憩空间旅游景观设计	(177)
本章导读	(177)
第一节 城市开放游憩空间概述	(177)
一、城市开放游憩空间概念及体系	(177)
二、城市开放游憩空间设计的基本原则	(178)

第二节 城市开放游憩空间旅游景观设计及方法	(179)
一、城市开放游憩空间旅游景观设计	(179)
二、城市开放游憩空间构成元素设计	(186)
三、城市开放游憩空间夜景规划	(191)
第三节 城市开放游憩空间旅游景观设计案例解析	(192)
一、大连海之韵广场景观设计解析	(192)
二、青岛五四广场景观设计解析	(195)
本章小结	(197)
思考与练习	(198)
参考文献	(199)

第一章

绪 论

本章导读

当我们置身于名山大川、古迹名胜、碧海蓝天中,尽享旅游带来的乐趣时,景观已经成为观赏的重要组成部分,甚至成为旅游不可或缺的要素之一。相应的,旅游景观设计已经从自发和附属,逐步发展成为独立的学科,并建立起有一定原理、内容、标准和方法的综合性知识与技术体系。

第一节 旅游景观设计的概念体系

一、旅游景观设计相关概念体系

(一) 景观的含义

“景观(Landscape)”,无论在西方还是在中国都是一个内涵丰富的概念。西方的“景观”一词最早出现在希伯来文的《圣经·旧约全书》中,它被用来描写所罗门皇城(耶路撒冷)的瑰丽景色。在我国,“景观”是作为“风景”的同义词出现在文学艺术领域的。从东晋开始,山水画(风景画)就已从人物画的背景中脱胎而出,独立成为一个门类,景观(风景)很快就成为艺术家们的研究对象,丰富的山水美学理论堪称举世无伦,因此也才有中国园林景观的臻美。从“景观”的最初出处来看,它的含义同“风景”、“景致”、“景色”相一致,都是视觉美学意义上的概念。

1885年,德国地理学家温墨在《历史的景观学》一书中第一次将“景观”定义为地理学的概念,但当时对景观内涵的认识在学术界分歧较大。1949年,俄国地理学家宋采夫对景观提出著名的定义:“自然地理景观应该是在发生上如此一致的地域,在它的范围内,能观察到地质构造、地貌形态、地表水和地下水、小气候和土壤、植物群落和动物群落的同一种相互联系、相互制约的结合体有规律的典型的重复。”^①显然,从地理学角度来看,景观的理论核心是自然综合体,具有均一性、多样

① 孙文昌. 现代旅游开发学. 2版. 青岛:青岛出版社,2001.

性和完整性等基本特征。

现在“景观”是一个含义广泛的术语,不仅在地理学中经常使用,而且在建筑、园林、日常生活等许多方面出现,被广泛地运用于各个领域:地理学家,把景观作为一个科学名词,定义为一种地表景象,或综合自然地理区,或是一种类型单位的通称,如城市景观、森林景观等;艺术家,把景观作为表现与再现的对象,等同于风景,在这一意义上一直延续着它的最初含义;建筑师,则把景观作为建筑物的配景或背景;生态学家,把景观定义为生态系统或生态系统的子系统(如 Naveh, 1984; Forman, 1995);而更常见的是,景观被城市美化运动者和开发商等同于城市的街景立面,霓虹灯、园林绿化和小品。^① 将这一概念移植到旅游学中来,我们将其理解为一个地区的整体外貌,即各景观要素组成的相互联系、和谐的综合体。

“Landscape”——风景、景色、景观、地景。

景观是指土地及土地上的空间和物体所构成的综合体。景观是复杂的自然过程和人类活动在大地上的烙印,是多种功能(过程)的载体,因而可被理解和表现为:

- (1) 风景:视觉审美过程的对象;
- (2) 栖居地:人类生活其中的空间和环境;
- (3) 生态系统:一个具有结构和功能、具有内在和外在联系的有机系统;
- (4) 符号:一种记载人类过去、表达希望与理想,赖以认同和寄托的语言和精神空间。^②

(二) 旅游景观

旅游景观是旅游活动形成的载体,是旅游业发展的依托,又是人类社会传播文化、传承文明的重要工具。一般而言,旅游景观按其属性可分为自然旅游景观和人文旅游景观两大类。前者主要是指因自然条件形成的景观,如山水、森林、天象、动物等;后者则指在人类历史长河中不断沉积形成的物质或非物质的景观,如文物、古迹、文化、艺术等。在现实旅游活动中,旅游景观往往是以自然景观和人文景观的复合体呈现出来的。旅游景观规划设计的目的,就是要通过对自然景观和人文景观的合理布局 and 有效整合,充分展现旅游景观整体的观赏价值、历史文化价值、科学价值和生态价值,更好地实现其经济效益、环境效益和社会效益。

(三) 旅游景观设计

“Landscape Architecture”, 1858 年由美国建筑师奥姆斯特德提出,有很多译法与理解,分别为“景观建筑学”、“造园”、“风景园林”、“景园”等。我们认为,译为“景观规划设计”较妥切,因其已超出风景园林专业的传统范畴,是随现代生活的发

① 孙文昌. 现代旅游开发学. 2 版. 青岛:青岛出版社,2001.

② 俞孔坚. 论景观概念及其研究的发展. 北京林业大学学报, 1987, 9(4): 433—438.

展而变化,适应旧时代要求而设立的专业,1901年于哈佛大学由奥姆斯特德创系,核心是人类户外生存环境的建设,重点是各种环境的规划与设计。

旅游景观设计(Tourism Landscape Design)是景观设计与多学科交叉的一个专向设计学科,旅游景观设计要充分考虑设计学、市场学、消费行为学、生态学等多方面的因素,从整个旅游景区的主题出发,根据旅游者的旅游消费与审美需求进行景观设计立意和构思、有序安排景观要素及合理设计景观格局,通过旅游功能分区和分地段景观设计等手段,对景观加以控制、维护和管理,最终实现旅游景观的可持续发展。

旅游景观设计是现代旅游开发与规划研究中的一个重要分支,它是以旅游学基本理论为指导,在分析旅游市场需求、旅游环境容量、旅游各要素变化与发展等问题的基础上,运用景观生态学原理规划、设计旅游景观的实践活动,是旅游总体开发与规划的重要步骤,也是景观管理的重要手段。

旅游景观设计是旅游规划设计的重要组成部分,同时旅游景观本身也是旅游吸引物。研究旅游景观设计,还要对旅游者和旅游景观之间的关系进行深入的分析,因为旅游者与景观之间的关系是处在动态的变化之中的。

(四)景观规划

景观规划,是指在较大尺度范围内,基于对自然和人文过程的认识,协调人与自然关系的过程,具体说是为某些使用目的安排最合适的地方和在特定地方安排最恰当的土地利用(俞孔坚,2003)。景观规划最基本的含义,就是利用景观学原理来指导景观建设。其内容包括,视觉景象(创造符合审美要求的环境形象)、环境生态(创造符合生态原则的环境空间)、人文景象(营造特定的精神环境)三大方面内容。但现阶段景观学还没有形成一套完整、系统的原理和方法,景观规划师往往借鉴相关学科的原理和方法来进行景观的规划与设计。目前,生态规划的思想、土地利用规划的思想、可持续发展的规划思想等被广泛应用在景观规划领域。

这个概念解释来源于俞孔坚,最早可以追溯到1987年俞孔坚发表于北京林业大学学报的《论景观概念及其研究的发展》,之后在很多文章中相继使用“景观”概念,归根溯源是这篇文章给“Landscape”贴上了“景观”的标签。景观本意是“具有美好视觉感受的东西”,通俗点讲是“有景可观”,也就是“亮点”,在这点上它只需要“设计”,因为“亮点”不具有预见而且根本就没有预见的作用,“景观”是风景园林规划中的“设计阶段”的特殊环节,所以规划不服务于它。至于后面所谓的“景观的发展”和其内涵的扩大,那是风景园林的范畴。所以事实上并不存在“景观规划”,只有“景观设计”和“风景园林规划”。

从旅游六大要素的关系来看,旅游景观作为旅游者的游览对象只是旅游活动形成的要素之一,只有保持地域景观的整体性,使每个旅游景观成为诸要素有机联系的整体,才能更好地组织旅游活动。因此,旅游景观规划设计应综合考虑旅游各要素,整体协调规划。

二、旅游景观的要素

(一) 旅游对象

旅游对象,是指旅游目的地内吸引游客兴趣的事物,即旅游吸引物。旅游对象的种类繁多,自然界中的水域风光、动植物、遗址遗迹、风物、建筑等都可以理解为旅游对象。

(二) 旅游环境感知

旅游环境感知,是指人对旅游环境综合的、整体的反映。游人通过感官感觉到大量的旅游环境信息,通过选择、整合等一系列心理过程,以自己的旅游需求、态度和过去的经验为理解依据,赋予旅游环境以意义,并从中获得愉悦。在游客游览的过程中,旅游对象以其属性对人的感官系统起作用,使游客体验游憩带来的愉悦,从而完成旅游活动。例如,眼睛除了能辨别光的明暗以外,还有很强的辨色能力。眼睛对色彩的知觉是不同的,视野区的边缘地带是色盲区,只能区分对比强烈的明暗而不能区分色彩,视水平线附近的辨色能力最强。色觉视野分为水平方向的色觉视野和垂直方向的色觉视野。在正常光亮条件下对人眼的色觉视野的实验表明,人眼对白色的视野最大,对黄色、蓝色、红色的视野范围逐渐减小,而对绿色的视野最小。(见图1-1)

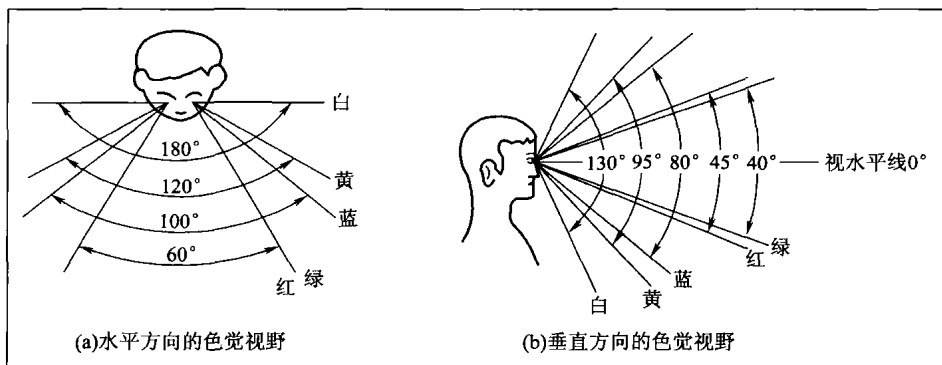


图1-1 色觉视野

(三) 旅游感知条件

感知条件,是游人感知旅游景观资源的制约因素,旅游景观的物象特征吸引度与游人构成了一种特殊的因果关系,旅游景观要具备清晰、生动、突出等物象特征,才能吸引游客。同时,游客自身的年龄、教育程度、经历等也影响旅游者对旅游景观的感知。因此旅游景观设计要兼顾旅游资源条件和旅游者消费倾向,进行设计。

三、旅游景观的分类

旅游景观具有广泛性和多样性,有着极为丰富的构成体系。目前,关于旅游景

观的分类尚无统一的专业标准,由于分类者的角度和方法不同,分类的方式也有所不同,在这里我们参考现有的旅游风景资源分类系统对旅游景观进行分类。

在《风景名胜区规划规范》(GB 50298—1999)和《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003)两个规范中,对旅游风景资源进行了如下详细分类。

表 1-1 风景资源分类表

大类	中类	小类
自然 景观 资源	1. 天景	(1)日月星光(2)虹霞蜃景(3)风雨阴晴(4)气候景象(5)自然气象(6)云雾景观(7)冰雪霜露(8)其他天景
	2. 地景	(1)大尺度山地(2)山景(3)奇峰(4)峡谷(5)洞府(6)石林石景(7)沙景沙漠(8)火山熔岩(9)蚀余景观(10)洲岛屿礁(11)海岸景观(12)海底地形(13)地质遗迹(14)其他地景
	3. 水景	(1)泉井(2)溪流(3)江河(4)湖泊(5)潭池(6)瀑布跌水(7)沼泽滩涂(8)海湾海域(9)冰雪冰川(10)其他水景
	4. 生景	(1)森林(2)草地草原(3)古树名木(4)珍稀生物(5)植物生态类群(6)动物群栖息地(7)物候季相景观(8)其他生物景观
人文 景观 资源	1. 园景	(1)历史名园(2)现代公园(3)植物园(4)动物园(5)庭宅花园(6)专类游园(7)陵园墓园(8)其他园景
	2. 建筑	(1)风景建筑(2)民居宗祠(3)文娱建筑(4)商业服务建筑(5)宫殿衙署(6)宗教建筑(7)纪念建筑(8)工交建筑(9)工程构筑物(10)其他建筑
	3. 胜迹	(1)遗址遗迹(2)摩崖题刻(3)石窟(4)雕塑(5)纪念地(6)科技工程(7)游娱文体场地(8)其他胜迹
	4. 风物	(1)节庆庆典(2)民族民俗(3)宗教礼仪(4)神话传说(5)民间文艺(6)地方人物(7)地方物产(8)其他文物

表 1-2 旅游资源分类表

主类	亚类	基本类型
A 地文景观	AA 综合自然旅游地	AAA 山丘型旅游地 AAB 谷地型旅游地 AAC 沙砾石地型旅游地 AAD 滩地型旅游地 AAE 奇异自然现象 AAF 自然标志地 AAG 垂直自然地带
	AB 沉积与构造	ABA 断层景观 ABB 褶曲景观 ABC 节理景观 ABD 地层剖面 ABE 钙华与泉华 ABF 矿点矿脉与矿石积聚地 ABG 生物化石点
	AC 地质地貌过程遗迹	ACA 凸峰 ACB 独峰 ACC 峰丛 ACD 石(土)林 ACE 奇特与象形山石 ACF 岩壁与岩缝 ACG 峡谷段落 ACH 沟壑地 ACI 丹霞 ACJ 雅丹 ACK 堆石洞 ACL 岩石洞与岩穴 ACM 沙丘地 ACN 岸滩
	AD 自然变动遗迹	ADA 重力堆积体 ADB 泥石流堆积 ADC 地震遗迹 ADD 陷落地 ADE 火山与熔岩 ADF 冰川堆积体 ADG 冰川侵蚀遗迹
	AE 岛礁	AEA 岛区 AEB 岩礁

续表

主类	亚类	基本类型
B 水域风光	BA 河段	BAA 观光游憩河段 BAB 暗河河段 BAC 古河道段落
	BB 天然湖泊与池沼	BBA 观光游憩湖区 BBB 沼泽与湿地 BBC 潭池
	BC 瀑布	BCA 悬瀑 BCB 跌水
	BD 泉	BDA 冷泉 BDB 地热与温泉
	BE 河口与海面	BEA 观光游憩海域 BEB 涌潮现象 BEC 击浪现象
	BF 冰雪地	BFA 冰川观光地 BFB 长年积雪地
C 生物景观	CA 树木	CAA 林地 CAB 丛树 CAC 独树
	CB 草原与草地	CBA 草地 CBB 疏林草地
	CC 花卉地	CCA 草场花卉地 CCB 林间花卉地
	CD 野生动物栖息地	CDA 水生动物栖息地 CDB 陆地动物栖息地 CDC 鸟类栖息地 CDE 蝶类栖息地
D 天象与气候景观	DA 光现象	DAA 日月星辰观察地 DAB 光环现象观察地 DAC 海市蜃楼现象多发地
	DB 天气与气候现象	DBA 云雾多发区 DBB 避暑气候地 DBC 避寒气候地 DBD 极端与特殊气候显示地 DBE 物候景观
E 遗址遗迹	EA 史前人类活动场所	EAA 人类活动遗址 EAB 文化层 EAC 文物散落地 EAD 原始聚落
	EB 社会经济文化活动遗址遗迹	EBA 历史事件发生地 EBB 军事遗址与古战场 EBC 废弃寺庙 EBD 废弃生产地 EBE 交通遗迹 EBF 废城与聚落遗迹 EBG 长城遗迹 EBH 烽燧
F 建筑与设施	FA 综合人文旅游地	FAA 教学科研实验场所 FAB 康体游乐休闲度假地 FAC 宗教与祭祀活动场所 FAD 园林游憩区域 FAE 文化活动场所 FAF 建设工程与生产地 FAG 社会与商贸活动场所 FAH 动物与植物展示地 FAI 军事观光地 FAJ 边境口岸 FAK 景物观赏点
	FB 单体活动场馆	FBA 聚会接待厅堂(室) FBB 祭拜场馆 FBC 展示演示场馆 FBD 体育健身场馆 FBE 歌舞游乐场馆
	FC 景观建筑与附属型建筑	FCA 佛塔 FCB 塔形建筑物 FCC 楼阁 FCD 石窟 FCE 长城段落 FCF 城(堡) FCG 摩崖字画 FCH 碑碣(林) FCI 广场 FCJ 人工洞穴 FCK 建筑小品

续表

主类	亚类	基本类型
F 建筑与设施	FD 居住地与社区	FDA 传统与乡土建筑 FDB 特色街巷 FDC 特色社区 FDD 名人故居与历史纪念建筑 FDE 书院 FDF 会馆 FDG 特色店铺 FDH 特色市场
	FE 归葬地	FEA 陵区陵园 FEB 墓(群) FEC 悬棺
	FF 交通建筑	FFA 桥 FFB 车站 FFC 港口渡口与码头 FFD 航空港 FFE 栈道
	FG 水工建筑	FGA 水库观光游憩区段 FGB 水井 FGC 运河与渠道段落 FGD 堤坝段落 FGE 灌区 FGF 提水设施
G 旅游商品	GA 地方旅游商品	GAA 菜品饮食 GAB 农林畜产品与制品 GAC 水产品与制品 GAD 中草药材及制品 GAE 传统手工产品与工艺品 GAF 日用工业品 GAG 其他物品
H 人文活动	HA 人事记录	HAA 人物 HAB 事件
	HB 艺术	HBA 文艺团体 HBB 文学艺术作品
	HC 民间习俗	HCA 地方风俗与民间礼仪 HCB 民间节庆 HCC 民间演艺 HCD 民间健身活动与赛事 HCE 宗教活动 HCF 庙会与民间集会 HCG 饮食习俗 HCH 特色服饰
	HD 现代节庆	HDA 旅游节 HDB 文化节 HDC 商贸农事节 HDD 体育节

从以上两种分类标准不难看出旅游风景资源可归纳为两大类:自然景观资源与人文景观资源。这是旅游界常用的分类法。需要说明的是,这两类旅游景观并没有绝对严格的界限,许多人文景观与自然景观是彼此协调、相互融合的。

第二节 旅游景观设计在旅游规划中的地位和作用

一、旅游规划

旅游规划,是资源与市场的匹配,是对旅游产品的生产与交换的系统构想,它建立在一定现实的调查与评价基础上,通过一系列方法寻求最佳决策,以实现经济效益、社会效益和环境效益最大化。

旅游规划,是对旅游未来发展全面而系统的安排;旅游景观设计运用技术手段、设计方法,从而表达旅游规划思想。旅游说到底,是“做市场”,它的策划项目是为规划和设计的成果打开销路服务的,是为经济服务的,它对业主来说是“驱动力”,对游客来说是增长见识和体验异地文化的机会,旅游规划和景观设计,是同一个项目推向市场的两个不同“驱动力”。