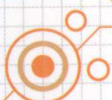




国家级示范性高等院校精品规划教材

# 旅游资源开发与规划

Lüyou  
Ziyuan Kaifa Yu Guihua



◎ 刘 春 / 主编



 天津大学出版社  
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

国家级示范性高等院校精品规划教材

# 旅游资源开发与规划

刘 春 / 主编

 天津大学出版社  
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

## 内 容 提 要

本书以旅游资源开发为核心,第一章至第三章为旅游规划资源篇,主要介绍了旅游资源的相关概念、旅游资源调查与评价的理论及技术;第四章至第十二章为旅游规划理论与方法篇,主要介绍了旅游规划的理论基础与技术方法,旅游市场的调查与市场分析,旅游规划的目标与主题形象定位,旅游功能分区与空间布局,旅游项目策划,旅游设施体系规划,旅游保障体系规划,最后对生态旅游、乡村旅游、度假区旅游等专项旅游规划进行了详尽的阐述。作为教材,本书力求体现系统性、科学性和针对性,做到理论阐述与案例分析相结合,基础理论与学科前沿问题相结合,同时注意理论探讨的深度与广度。

本书不仅可作为高等学校旅游管理专业的本科教材,亦可供旅游业内人士阅读和参考。

## 图书在版编目(CIP)数据

旅游资源开发与规划/刘春主编. —天津:天津大学出版社, 2010.6

国家级示范性高等院校精品规划教材

ISBN 978-7-5618-3467-1

I. ①旅… II. ①刘… III. ①旅游资源—资源开发—高等学校—教材  
②旅游资源—经济规划—高等学校—教材 IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 072450 号

出版发行 天津大学出版社

出版人 杨欢

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内(邮编:300072)

电 话 发行部:022-27403647 邮购部:022-27402742

网 址 www.tjup.com

印 刷 天津市泰宇印务有限公司

经 销 全国各地新华书店

开 本 185mm×260mm

印 张 14.75

字 数 368 千

版 次 2010 年 6 月第 1 版

印 次 2010 年 6 月第 1 次

定 价 29.00 元

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请向我社发行部联系调换

**版权所有 侵权必究**

# 前 言

近年来，全国各地纷纷兴起旅游经济发展热潮，我国大部分省、市都把旅游业作为支柱产业优先发展，旅游业为带动地方经济的快速发展起到了极大的促进作用。迅速发展的旅游业，使大部分风景名胜作为旅游资源被开发出来。但旅游规划是一项十分重要而复杂的工作，旅游规划是实现区域旅游业可持续发展的有效途径。

旅游规划基本理论和技术方法是旅游专业学生知识体系的重要组成部分。旅游规划需要熟悉各种相关的法律规范和国家标准，所以本书对此进行了详细论述。本教材是为旅游专业学生编写的一本专业课程教材，教材的内容涉及旅游规划工作的主要理论、技术和方法，本书吸收了国内外最新的研究成果，以期做到前沿、公允、全面。

本教材的编写团队是一个理论研究与实战经验结合较好的团队，他们一方面在大学任教，担任相关的教学与科研工作；另一方面参与了大量的旅游项目开发的实际工作，知道市场的需求、学生的需要，能够保证本书的理论性与实战性。本教材的内容共分为十二章，编写的具体分工如下：中南民族大学工商学院的刘春负责拟订全书写作大纲和统定稿工作，并编写第一章、第三章、第四章、第七章和第八章；王西方编写第二章和第九章；陈春梅编写第六章；邵晓晖编写第十章；刘苏衡编写第十一章；中南民族大学管理学院的王剑编写第五章和第十二章。

由于作者水平有限，加上时间仓促，本教材的疏漏、谬误之处在所难免，恳请各位读者不吝赐教。

刘春  
2010年3月





# 目 录

## 旅游规划资源篇

<b>第一章 旅游资源概述</b> .....	2
第一节 旅游资源的基本概念 .....	2
第二节 旅游资源的基本特性 .....	4
第三节 旅游资源分类体系 .....	6
<b>第二章 旅游资源调查</b> .....	10
第一节 旅游资源调查的种类与内容 .....	10
第二节 旅游资源调查的方法与步骤 .....	12
<b>第三章 旅游资源评价</b> .....	15
第一节 旅游资源评价的目的与内容 .....	15
第二节 自然旅游资源价值评价 .....	17
第三节 人文旅游资源价值评价 .....	19
第四节 旅游资源综合评价方法 .....	20

## 旅游规划理论与方法篇

<b>第四章 旅游规划概述</b> .....	28
第一节 旅游规划的基本概念 .....	28
第二节 旅游规划的类型 .....	31
第三节 旅游规划编制的要求与程序 .....	33
<b>第五章 旅游规划的理论基础与技术方法</b> .....	35
第一节 旅游规划的理论基础 .....	35
第二节 旅游规划的技术方法 .....	50
<b>第六章 旅游市场调查与市场分析</b> .....	52
第一节 旅游市场调查的主要内容 .....	52
第二节 旅游市场调查的方法 .....	53
第三节 旅游市场分析方法 .....	54
第四节 旅游市场调查工作流程 .....	55
第五节 旅游市场预测与定位 .....	56
<b>第七章 旅游规划的目标与主题形象定位</b> .....	60
第一节 旅游规划的目标定位 .....	60



第二节 旅游规划的主题形象定位 .....	62
<b>第八章 旅游功能分区与空间布局 .....</b>	<b>74</b>
第一节 旅游功能分区 .....	74
第二节 旅游空间布局 .....	79
第三节 旅游线路设计 .....	85
<b>第九章 旅游项目策划 .....</b>	<b>90</b>
第一节 旅游项目策划概述 .....	90
第二节 旅游项目策划的程序与方法 .....	92
第三节 旅游节庆的策划 .....	100
<b>第十章 旅游设施体系规划 .....</b>	<b>103</b>
第一节 旅游服务接待设施规划 .....	103
第二节 旅游基础设施规划 .....	105
第三节 旅游交通系统规划 .....	107
<b>第十一章 旅游保障体系规划 .....</b>	<b>121</b>
第一节 政策保障体系规划 .....	121
第二节 人力资源保障体系规划 .....	125
第三节 生态环境保障体系规划 .....	132
<b>第十二章 旅游资源概述 .....</b>	<b>139</b>
第一节 风景旅游区规划 .....	139
第二节 旅游度假区规划 .....	142
第三节 主题公园规划 .....	150
第四节 都市旅游规划 .....	158
第五节 生态旅游规划 .....	162
第六节 乡村旅游规划 .....	168
<b>附录 .....</b>	<b>178</b>
附录 1 《旅游规划通则》(GB/T 18971—2003) .....	178
附录 2 《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003) .....	190
附录 3 《风景名胜区规划规范》(GB 50298—1999) .....	207
<b>参考文献 .....</b>	<b>228</b>



# 第一章 旅游资源概述

## 第一节 旅游资源的基本概念

旅游资源是旅游业发展的基础，我国的旅游资源非常丰富，具有广阔的开发前景，在旅游研究、区域开发、资源保护等各方面均得到了广泛应用，越来越受到重视。

旅游界对旅游资源的含义、价值、应用等许多理论和实用问题进行了多方面的研究，《旅游规划通则》（GB/T 18971—2003）在充分考虑前人研究成果，特别是1992年出版的《中国旅游资源普查规范（试行稿）》的学术研究和广泛实践的基础上，对旅游资源的类型划分、调查、评价的实用技术和方法进行了较深层次的探讨，目的是为了更加适用于旅游资源开发与保护、旅游规划与项目建设、旅游行业管理与旅游法规建设、旅游资源信息管理与开发利用等方面的工作。

关于旅游资源的概念，学术界已有不少研究，而且争议很多。据不完全统计，旅游资源的概念有23种之多，本书选择比较有代表性的几种加以评述。

陈传康、刘振礼认为旅游资源是在现实条件下，能够吸引人们产生旅游动机并进行旅游活动的各种因素的总和，它是旅游业产生和发展的基础。这个概念虽然表明了旅游资源的一个重要属性——对旅游者的吸引力，但也至少存在以下两个问题：①显然忽略了旅游资源的潜在性，那些由于种种原因现在没有开发，而将来能用于旅游的事物和现象虽应属于旅游资源，但却被排斥在该概念之外；②概念的表述所包含的内容不明确，这里的各种因素到底指代哪些内容，读者难以把握。

郭来喜认为凡能够为旅游者提供游览观光、知识乐趣、度假疗养、娱乐休息、探险猎奇、考察研究以及友好往来和消磨闲暇时间的客体和劳务，即为旅游资源。这个概念试图从旅游者与旅游资源主客体之间的关系给旅游资源下定义，虽然能在一定程度上反映出旅游资源的内涵，但是还存在以下明显缺陷：①对旅游资源的基本属性——对旅游者的吸引力表述不明，这个属性是旅游资源最为本质的属性，在学术界也基本上得到了公认；②存在着试图以罗列内容来概念其对象的内涵，这种方式的表述不具备对对象内容涵盖的完整性，因为旅游者出游的目的是多种多样的，这里列举的充其量也只是其中比较重要的一部分，那些诸如朝拜、寻根、购物等显然属于旅游者出游目的的内容，却被此概念排除在外。

保继刚等学者认为旅游资源是指对旅游者具有吸引力的自然存在和历史文化遗产，以及直接用于旅游目的的人工创造物。这个概念是当前学术界公认的概念，在主流的旅游学术出版物中，它的出现频率很高。这个概念基本上比较完备地给出了旅游资源的内涵，它既包含了旅游资源最基本的属性——对旅游者的吸引力，又包含了旅游资源实体与非实体的形式。



但其同样存在着一些值得关注的问题：① 历史文化遗产本身的内涵在学术界尚有争论，这里到底包括哪些内容，不易让读者明白；② 用于发展旅游业的人工创造物到底是属于旅游资源还是属于旅游产品，值得商榷。

总的说来，目前学术界出现的旅游资源的概念或多或少地存在以下主要问题。① 对旅游资源本质属性把握不够，造成了读者对其基本内涵理解的模糊。② 对旅游资源内容概括得不完整，带来了一些理论上和现实上不必要的争议。③ 概念中的内容或其表述指代不清，有些概念中会出现比较含糊的词语，这些词语本身的内容就难以介定，如果出现在概念里，显然不太合适。④ 没有将旅游资源与旅游产品划清界线，旅游资源应该是旅游产品的基础，而旅游产品则应该是旅游资源开发的结果，两者的区别应该是很明确的。与此同时，在旅游资源的属性研究方面，这些概念大多都指出了其对旅游者的吸引力这一本质属性，这说明在这一点上研究者已经基本达成了共识，但对于旅游资源的潜在性还存有争议；在旅游资源的内容研究方面，这些概念也大多注意到了旅游资源的实体性与非实体性。针对这些研究现状，笔者认为，要弄清旅游资源的概念，首先必须搞清楚旅游资源的本质属性。

根据上述分析，旅游资源的本质属性可以归结为以下几点：吸引力、潜在性、自然与人文性。笔者认为，只要抓住这三点本质属性，就不难将旅游资源与其他概念区分开，也只有如此，才能给出旅游资源的完备概念。

根据研究者们对旅游资源所下的定义及其潜在性来分析，旅游资源应从广义和狭义两个方面来理解。广义的旅游资源指的是一切能对旅游者产生吸引力的潜在和现实的、自然与人文事物和现象的总称；而狭义的旅游资源指的是一切能对旅游者产生吸引力的现实的、自然与人文事物和现象的总称。

这样的概念至少具有以下特点。① 包含了旅游资源的基本属性，即吸引力、潜在性、自然与人文性，这就让我们把握住了旅游资源的本质，从而能够将旅游资源与其他的资源区分开。② 内容上的完整概括，旅游资源有其极为特殊的地方，既有实体成分，又有非实体成分；既有现实成分，又有潜在成分；既有自然成分，又有社会成分。只有将这些成分完全包含的概念，才是一个完整的概念。③ 表述语言上的高度概括性，没有内容的罗列，简单明了。

旅游资源包括自然风光、历史古迹、繁华的城市、偏僻的乡村、著名的工艺品、诱人的风味食品、纯朴的风土人情等，是人们进行旅游活动的重要物质基础。按其属性大体可分为自然风景旅游资源和人文景观旅游资源两大类。前者指大自然创造出来的各种特殊的地理地质环境、景观和自然现象；后者指人类社会活动的产物，它记录了古今人类的政治经济活动，显示了不同时期的文化成就、艺术结晶和科技成果。旅游资源必须经过开发才能具有招徕能力。

一个国家或地区的旅游业发达与否，不仅取决于客观拥有旅游资源的丰富程度，更重要的是取决于主观上开发、利用、保护和发展这些旅游资源的合理性。科学合理的开发可使旅游资源充分发挥其文化属性，给人以知识的启迪、美的享受和精神上的乐趣，甚至可作为国家历史文化传统的象征而具有永续使用、长盛不衰的永恒价值。通过必要的旅游建设，旅游资源本身的价值可转化为经济上的收入，产生大量的经济效益和社会效益。目前由于日趋剧烈的国际旅游市场竞争，各国、各地区对旅游资源的开发也进入了新阶段。随着人类社会物质文明与精神文明的发展，以旅游资源为基础的游览项目开发，必须予以不断补充、更新与发展。





## 第二节 旅游资源的基本特性

旅游资源既与其他资源有共性，又有许多特性。

### 一、综合性

旅游资源的综合性首先表现为旅游资源多是由不同的要素组成的综合体。孤立的单个景物，往往很难作为一种旅游资源加以开发利用。即使资源的品位很高，也会影响其对游客的吸引力。因为游客总是期望花最少的时间和财力，游览与观赏到尽可能多的景物。另一方面，单个景物在不同层次、不同旅游动机的游客面前，真所谓是“众口难调”，只能吸引其中一部分甚至一小部分游客。再者，常讲的“红花需有绿叶衬”，说的是美需有组合，美需有层次。因此，一个地区不同类型、不同层次、不同尺度景物的数量越多、比例越协调、联系越紧密，就越能显示出其观赏价值，才能最大限度地释放出其对游客的吸引力。例如，杭州有山有水、有草有木、有洞有泉、有园林和寺庙、有古迹和遗址，不仅类型多样，而且组合有序、层次清晰、整体性强。无论游客的年龄、性别、职业、文化素养、兴趣爱好有何差别，在这里都能找到适合自己的游览地与观赏点，游客量久盛不衰，成为誉满海内外的“人间天堂”。

### 二、地域性

旅游资源存在于特定的地理环境中，是地理环境的重要构成要素，主要表现在旅游资源的地方特色和民族特色上。所谓地方特色，指不同地域有不同的景观，如北欧挪威海岸有许多伸入内陆的峡江景观，地中海沿岸有“三S”景观，非洲东部有“天然动物园”景观，中国西南有大面积岩溶地貌景观，长江中下游有水乡景观，热带海岸有红树林景观，这些都是大尺度自然景观。地域继续缩小，还有中、小尺度景观，这里的地方特色更加浓郁，如四川盆地的方山景观，江南丘陵的红层和丹霞景观，罗布泊滨区的雅丹景观，柴达木的盐湖和风蚀地貌景观，云南元谋盆地的土林景观，黑龙江五大莲池的熔岩火山景观等。民族特色的景观也有大、中、小尺度的区别，如中华民族、阿拉伯民族这样超级民族区内的景观特色，中国的园林、庙观、古建筑（亭、台、楼、榭……）等在世界很有特色，它是中华民族古老历史文化的结晶。中、小范围的民族景观，主要指各民族的历史文化特色和风俗习惯，如蒙古族的“那达慕”节日、傣族的“泼水节”、壮族的赛山歌、高山族的杵舞等，民族风情十分浓郁，富有巨大的吸引力。就全世界而言，这种异族风情、异国情调更是丰富多彩，引人入胜。总之，这些不同国家、不同民族的历史文化和风俗民情，都是具有地域活动局限的人们经过长期的历史活动形成的，地方和民族色彩在地域上的差异变化十分鲜明。

### 三、不可转移性和垄断性

旅游资源具有不可移动性，其他资源经过开发，或以其自身，或以其产品，均可以输往其他地方以供利用。正是由于旅游资源的不可转移性，造成了旅游资源的稀缺性，这就为个体经营



者进行垄断经营提供了前提。

旅游资源具有不可转移性，其形态特征、生态环境和旅游功能都是独有的，不可复制，也不能移动。宏伟壮丽的长江三峡是不能仿造的；沈从文故居与熊希龄故居不可转移；沱江与吊脚楼组成的意境不可转移；幽深碧蓝的天山天池，同其四周的雪山、绿树相结合，也具有不可移动性。当旅游资源被开发成旅游产品并被出售时，同样具有不可转移性，在异地创制或生产的旅游产品与旅游资源本体相比在价值上一般都要大打折扣，这是由模拟的性质和能力决定的。

#### 四、不可再生性

除人工可以栽培与繁殖的动植物外，旅游资源是不能再生的资源，一旦破坏将不复拥有，如地面上的古建筑总是有减无增。有 600 多年历史的噶丹寺是西藏拉萨著名三大寺之一，在 1969 年被毁夷为平地。泉城济南，过去那种“家家泉水、户户垂柳”的美好景象，由于对水源地缺乏保护，已不复存在，甚至连著名的趵突泉、珍珠泉也濒临断水的危机。旅游资源的这种不可再生性决定了其需要保护的迫切性。巨大的需求对旅游产品的开发、销售，可能是一种难以抗拒的诱惑，但同时旅游资源也可能是一股无法估量的潜在破坏力。有人把旅游资源强调为能加以永续利用的资源，突出旅游资源供旅游者就地享用，不可能占为己有，更无法随身带走，游客买到的是经历，带走的是感觉，旅游资源却安然不动。需要强调的是，旅游资源的这种可永续利用，是受条件限制的。例如，在石灰岩溶洞内，即使游客高度文明，自觉维护洞穴环境，但若不控制洞穴容量，让过多游客涌入，就会改变洞穴小气候，加速洞穴化学沉积物的风化和破坏。

#### 五、观赏性

旅游资源与其他资源最主要的区别就是它的美学特征，即具有观赏价值。尽管旅游动机因人而异，旅游内容与形式多种多样，但观赏活动几乎是所有旅游过程都不可缺少的。从一定意义上说，缺乏观赏性就不构成旅游资源。形形色色的旅游资源，既有雄、秀、险、奇、幽、旷等类型的形象美，又有动与静的形态美；既有蓝天、白云、青山、绿水、碧海、雪原的色彩美，又有惊涛骇浪、叮咚山泉、淙淙溪涧、苍莽松涛等的声色美；既有建筑景观的造型美、气势美、时代美，又有地方特色菜肴的味觉美、嗅觉美和视觉美……它们都能给游客以美的享受，使旅游者的精神、性格、品质等在最有美质的各类旅游资源中找到对象化的表现。孔子“登泰山而小天下”的哲理悟性，至今仍给世人以启示。

#### 六、时限性

时代的变迁，季节的变化，都会促使旅游资源的含义、特性、吸引力大小等产生影响或变化。20 世纪 90 年代初中东海湾战争战场，随着时间的推移，现已成为追求猎奇者的旅游热点地区。气候的季节性变化，也直接对旅游资源产生影响。例如，开展冰雪旅游只能在严寒的冬季；大连、青岛等海滨避暑城市，盛夏季节才备受青睐；北京西山的红叶，要到深秋才能展现其魅力；民俗风情中的节庆活动，如藏族每年秋收前举行的“望



果节”、傣族的“泼水节”、白族的“三月街”、蒙古族的“那达慕”等，都只能出现在某些特定的时间。旅游资源的这种时限特性，会导致有关旅游线路、旅游点呈现出旺季和淡季、热点和冷点。因此，重视不同类型旅游资源的组合，从而延长旺季时段，促使淡季不淡，具有格外重要的意义。

### 第三节 旅游资源分类体系

所谓分类，也叫归类，就是根据事物的特点和属性，按照不同的目的和依据，将事物区分为不同类别的过程。它是认识、了解和深入研究某种事物的一种方法，并广泛应用于日常生活、工作和学习之中。通过对分类对象进行比较，识别出事物之间的不同特点，然后根据这些特点，将事物划分为不同的类型。

我国旅游资源品种多、分布广、储量丰富，有着极大的开发与利用潜力。为了深入认识与研究旅游资源，以便更好地开发利用，更大限度地满足旅游者的需求和取得良好效益，必须对旅游资源进行科学分类，这是一项既有理论意义又有实践意义的工作。

旅游资源的分类工作，许多学者从不同的角度进行了研究，提出了不同的分类体系，分别如下。

对中国旅游资源分类系统的研究，是从1990年开始的。当时中国科学院地理研究所做的“普查分类表”，将旅游资源划分为8大类108种，8大类分别为地表类、水体类、生物类、气候天象类、历史类、近现代类、文化游乐体育胜地类和风情胜地类。此后，该所配合国家旅游局资源开发司，于1992年编制了《中国旅游资源普查规范（试行稿）》（以下简称《规范》）。该规范将上述分类体系作了调整，形成了2大类6类74种基本类型的分类系统（见表1-1）。

表 1-1 1992 年编制的《规范》的旅游资源分类系统

自然旅游资源		
100 地文景观类	200 水域风光类	300 生物景观类
101 典型地质构造	201 风景河段	301 树林
102 标准地质剖面	202 漂流河段	302 古树名木
103 生物化石点	203 湖泊	303 奇异花草
104 自然灾害遗迹	204 瀑布	304 草原
105 名山	205 泉	305 原生动物栖息地
106 火山熔岩景观	206 现代冰川	306 其他生物景观
107 蚀余景观	207 其他水域风光	
108 奇特与象形山石		
109 沙（砾石）地风景		
110 沙（砾石）滩		
111 小型岛屿		
112 洞穴		
113 其他地文景观		
400 古迹与建筑类	500 消闲求知健身类	600 购物类
401 人类文化遗址	501 科学教育文化设施	601 市场和购物中心
402 社会经济文化遗址	502 修疗养和社会福利设施	602 庙会



续表

人文旅游资源		
403 军事遗址	503 动物园	603 著名店铺
404 古城和古城遗址	504 植物园	604 其他产品
405 长城	505 公园	605 其他物产
406 宫廷建筑群	506 体育中心	
407 宗教建筑与礼制建筑群	507 运动场馆	
408 殿(厅)堂	508 游乐场所	
409 楼阁	509 节日庆典活动	
410 塔	510 文艺团体	
411 牌坊	511 其他消闲求知健身活动	
412 碑碣		
413 园林		
414 景观建筑		
415 桥		
416 雕塑		
417 陵寝陵园		
418 墓		
419 石窟		
420 摩崖字画		
421 水上建筑		
422 厂矿		
423 农林牧渔场		
424 特色城镇与村落		
425 港口		
426 广场		
427 乡土建筑		
428 民俗街区		
429 纪念地		
430 景观地		
431 其他建筑或其他古迹		

(资料来源: 国家旅游局, 中国科学院地理研究所, 1992)

在近年各区域旅游规划中, 人们逐渐认识到《规范》在 20 世纪 90 年代初拟定时, 许多旅游资源的形式尚未为人们所确认, 非具象类的资源, 如神话传说、山水诗词、名胜楹联等特殊形式也没有加以体现。研究人员认识到, 旅游资源不同于一般的矿产资源、水土资源, 它具有广泛性、复杂性、重叠性, 本身很难采用一套统一的测量指标进行量化处理。加上上述一些难以回避的困难, 使旅游资源的定量评价较难采用《规范》所提供的数据进行可比性分析。在这种情况下, 要对区域旅游资源进行定量评价, 需要另行设计一套适合于专家打分、实行权重分配情况下的模糊量化处理, 以实现对不同属性的旅游资源之间的定量评价。正是基于这样一种考虑, 研究人员于 1997 年提出了旅游资源分级分类系统修订方案(下称《修订方案》), 该体系把旅游资源分成景系、景类和景型三个层次, 又根据景型规模将旅游资源分成景域、景段和景元三个等级(见表 1-2)。

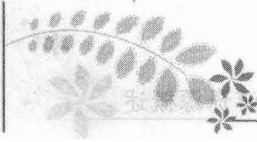


表 1-2 旅游资源系统等级

旅游资源系统	自然旅游资源景系	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 (21 景型)
	人文旅游资源景系	历史遗产景类 (21 景型)
旅游资源系统	自然旅游资源景系	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)
	服务资源景系	旅游服务景类 (7 景型)
		其他服务景类 (1 景型)

(资料来源: 中国科学院地理研究所, 国家旅游局计划统计司, 1997)

由中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局发布, 从 2003 年 5 月 1 日起正式实施的《旅游资源分类、调查与评价》国家标准, 依据旅游资源的性状即现存状况、形态、特性、特征等, 对稳定的、客观存在的实体和不稳定的、客观存在的事物及现象等旅游资源进行了详细分类, 分类结构为“主类”、“亚类”、“基本类型”三个层次, 具体内容如表 1-3 所示。

表 1-3 旅游资源分类

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 地质地貌过程形迹	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
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





续表

主类	亚类	基本类型
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 废墟与聚落遗迹 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
	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 HGH 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
数量统计		
8 主类	31 亚类	155 基本类型

注：如果发现本分类没有包括的基本类型时，使用者可自行增加。增加的基本类型可归入相应亚类置于最后，最多可增加 2 个。编号方式为：增加第 1 个基本类型时，该亚类 2 位汉语拼音字母+Z；增加第 2 个基本类型时，该亚类 2 位汉语拼音字母+Y。

(资料来源：中国国家旅游局，旅游资源分类、调查与评价，2003)

## 第二章 旅游资源调查

### 第一节 旅游资源调查的种类与内容

在确定旅游开发战略时，首先要进行旅游资源调查。旅游资源调查是对旅游资源进行考察、勘察、测量、分析、整理的一个综合工作过程。通过旅游调查可以了解旅游资源的赋存状况，掌握旅游资源的利用状况和一些相关数据，寻找开发利用潜力；可以供旅游主管部门和规划部门制订旅游规划和进行旅游宣传；可以建立旅游资源档案资料，以便于进行旅游资源管理；可以促进旅游资源的保护；可以供旅游资源研究使用。

#### 一、旅游资源调查的种类

##### 1. 概查

在旅游资源调查的开始阶段，要对全部调查区域进行全面普查，以便对被调查的旅游规划区域有一个初步的了解，大致把握哪些区域的旅游资源具有开发价值及可待发展的旅游项目，哪些资源具有进一步开发价值。一般利用比例尺小于 1:500 000 的地理底图进行，或在被调查的旅游区域内利用行政区划的界定，依据现有的地理行政区域即行政区划，针对每个行政区划内的重点景点进行标注，了解区域旅游资源的基本分布情况，以便于掌握该地区的基本旅游带，并将各区域具有代表性的区域旅游资源标注在大比例的示意图上。

##### 2. 普查

普查是指对一个旅游资源调查区域的各种旅游资源进行综合性调查，这一层次上的调查是对整个旅游区域进行的全面细致的调查。相对于概查来讲，这是投入的调查人员最多，搜集的资料和数据最全面，耗费的时间周期最长，而且需要运用的调查技术手段也是最多的基础性调查工作。一般在 1:500 000~1:200 000 的地理底图上进行调查工作，也可以依据当地的行政区域划分来进行调查，或根据明显的旅游景区或旅游带来进行分区调查。

普查以实地调查为主，由实地考察人员依据区域旅游资源调查内容中旅游景点的各项指标进行现场观测和调研，这些资料要比书面收集到的资料更有可信度和可操作性。

普查所获得的区域旅游资源情况也是未来旅游规划部门制订全区域、全方位旅游规划与开发计划的第一手资料，这些资料有利于旅游行政部门对本行政区域内的区域旅游资源有一个系统全面的了解和全局性的把握。这种全面性的普查工作需要在今后日益加大力度，这项工作在今后旅游业发展亟待解决的一项基础性调查工作。



### 3. 详查

详查是在概查和普查的基础上进一步所做的调查工作,在普查工作中,根据收集到的调查资料,可以初步判断出该区域的重点旅游景区和有潜在开发势头的旅游景点,当然这些判断一定要密切结合当前旅游企业经营特点和未来旅游企业的发展趋势,要注重旅游景点的经济价值与开发的可能性和营利性。在普查工作的基础上,详查侧重在旅游景点的高质量和高层次上下工夫,进行更为详细的实地勘察工作。详查一般在 1:50 000 或更小的地理底图上进行。这项调查工作所调查的内容不仅涉及旅游景点本身,而且对于景点周围地区的可进入性和社会经济发展情况(如当地的交通、能源、排污、投资环境、未来客源市场)都应该有一个详细的调查资料作为佐证,要求关键性数据要亲自测量、图像资料要齐全。必要时可以召集有关专家召开现场会或座谈会进行现场评估和考察,确定该旅游景点或旅游区的发展方向和未来开发的重点项目,最后可以针对该景区在收集各种材料的基础上撰写以此为专题的调查报告。

### 4. 专业调查

专业调查是指对具有开展专业或科普旅游意义的旅游资源进行深入的、专业性的调查过程。专业性调查要由该领域的专业人员组成,如对具有国际学术价值的地质剖面、珍稀濒危动植物、恐龙等珍贵化石,就需要相关领域的专家来进行考证。尽管专业考察旅游人数不多,但它们滞留时间较长、开销较大,所以是旅游开发中不可忽视的一个重要方面。

## 二、旅游资源调查的内容

### (一) 旅游资源调查的原则

在旅游资源的具体调查过程中,有多种划分方法。但在调查其具体内容时,要注意全面性和具体性相结合的原则。

#### 1. 全面性原则

对于旅游资源的调查,比较全面的是中科院地理制作的普查分类表,根据旅游资源的自身特点划分为 8 大类、31 亚类、155 种资源类型。

#### 2. 具体性原则

在进行旅游资源调查中,从调查所覆盖的范围来看,表 1-3 所列内容已经非常广泛。但在调查某一种具体资源的时候,还应该兼顾它的具体细节性内容,做到全面性与具体性相结合。

### (二) 旅游资源调查的内容

旅游资源调查的具体细节性内容包括以下几个方面。

#### 1. 自然地理条件

##### (1) 地质地貌

地质地貌包括其成因、类型、特征、记载的名称、海拔、坡高、坡向、相对高度、数量、分布组合、景观年代、地理遗迹等。