

吴 玲 / 总主编



21 世纪旅游专业系列规划教材

ERSHIYI SHIJI LÜYOU ZHUANYE XILIE GUIHUA JIAOCAI

中国旅游资源概论



ZHONGGUO LÜYOU ZIYUAN
GAILUN

赵利民 / 主 审
王金茹 / 主 编



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS
WWW.NENUP.COM

东北师范大学出版社



中国旅游出版社 CHINA TOURISM PRESS

ISBN 7-5032-3111-3

中国旅游资源概论



CONCEPT OF CHINA TOURISM RESOURCES

李天元 主编

旅游学概论 第2版

ISBN 7-5032-3111-3



中国旅游出版社 CHINA TOURISM PRESS

吴 玲 / 总主编



21 世纪旅游专业系列规划教材

ERSHIYI SHIJI LÜYOU ZHUANYE XILIE GUIHUA JIAOCAI

中国旅游资源概论

ZHONGGUO LÜYOU ZIYUAN
GAILUN

赵利民 / 主 审
王金茹 / 主 编



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS
WWW.NENUP.COM

东北师范大学出版社
长 春

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游资源概论/王金茹主编. —长春: 东北师范大学出版社, 2008. 4
ISBN 978 - 7 - 5602 - 5084 - 7

I. 中… II. 王… III. 旅游资源 - 概论 - 中国
IV. F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 011714 号

☐ 策划编辑: 杨占星
☐ 责任编辑: 杨占星 ☐ 封面设计: 宋 超
☐ 责任校对: 马 馨 ☐ 责任印制: 张允豪

东北师范大学出版社出版发行
长春市人民大街 5268 号 (邮政编码: 130024)

电话: 0431—85685389

传真: 0431—85685389

网址: <http://www.nenup.com>

电子函件: sdcbs@mail.jl.cn

东北师范大学出版社激光照排中心制版

吉林省吉育印业有限公司印刷

长春市经济技术开发区深圳街 935 号 (130033)

2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

幅面尺寸: 185mm×260mm 印张: 14 字数: 330 千

定价: 25.50 元

前 言

自改革开放以来,我国旅游业发展迅速,成为公认的朝阳产业。与此同时,国内的旅游教育也呈现繁荣景象。但是,我国旅游类教材目前参差不齐。为适应高等职业教育旅游课程教学的需要,我们从教学实际出发,结合多年从事旅游教学的经验,组织教师编写了《中国旅游资源概论》一书。

本书是高等职业院校旅游类专业系列教材之一,主要论述了旅游资源的含义、特征以及旅游资源的旅游价值、分类、研究对象,对中国旅游资源中的地质地貌、水体、气象气候、生物、建筑与园林、民俗、宗教、购物类等有代表性的旅游资源类型进行了具体、详细的介绍。另外,还阐述了旅游资源审美,保护旅游资源的调查与评价,旅游资源的规划与开发方面的内容。全书共十四章,每章编写程序为课前导读、各节内容、本章小结、思考与实践、参考答案。此外,作者在各节内容上突出案例,体现实用性。

本书由河北旅游职业学院酒店管理系王金茹组织编写。具体编写分工如下:王金茹负责全书框架的构建和内容的统筹;第一、七、十一章由河北旅游职业学院的姚雪峰编写;第二、四章由河北旅游职业学院的姚雪峰和河南鹤壁职业技术学院的孙伟华编写;第三章由滨州职业学院的司端勇编写;第五、六章由河北旅游职业学院的林晓丽编写;第八、九章由太原旅游职业学院的张锦华和河南鹤壁职业技术学院的孙伟华编写;第十、十二章由太原旅游职业学院的王志雄编写;第十三章由河北旅游职业学院的李冶编写;第十四章由河北旅游职业学院的王金茹和河南鹤壁职业技术学院的孙伟华编写。

在本书编写过程中,我们参考了大量文献书籍以及有关专家学者的论述,在此一并表示感谢!由于水平有限,加之旅游业的不断发展,书中差错和缺陷在所难免,敬请各位同仁和广大读者批评赐教。

编 者

2008年2月9日



目 录

第一章 绪 论	1
第一节 旅游资源的概述	1
第二节 旅游资源的形成、特征及旅游价值	5
第三节 旅游资源的分类和研究内容	12
本章小结	14
思考与实践	14
参考文献	15
第二章 地质地貌类旅游资源	16
第一节 地质作用与地质地貌类旅游资源	16
第二节 地质旅游资源	18
第三节 地貌旅游资源	22
本章小结	27
思考与实践	28
参考文献	29
第三章 水体类旅游资源	30
第一节 概 述	30
第二节 风景河段	33
第三节 湖泊旅游资源	34
第四节 瀑布旅游资源	37
第五节 泉水旅游资源	40
第六节 风景海域	42
本章小结	45
思考与实践	45
参考文献	47
第四章 气象、气候旅游资源	48
第一节 概 述	48
第二节 气候、气象景观	50
本章小结	52
思考与实践	52
参考文献	53
第五章 生物旅游资源	54
第一节 概 述	54



第二节 植物旅游资源	57
第三节 动物旅游资源	62
本章小结	64
思考与实践	65
参考文献	66
第六章 自然保护区	67
本章小结	72
思考与实践	72
参考文献	74
第七章 建筑与园林类旅游资源	75
第一节 概 述	75
第二节 建筑类旅游资源	76
第三节 园林类旅游资源	92
本章小结	96
思考与实践	96
参考文献	98
第八章 民俗类旅游资源	99
第一节 民俗旅游资源概述	99
第二节 中国民俗	102
本章小结	113
思考与实践	113
参考文献	115
第九章 宗教旅游资源	116
第一节 宗教概述	116
第二节 佛 教	122
第三节 道 教	128
第四节 基督教与伊斯兰教	132
本章小结	135
思考与实践	135
参考文献	136
第十章 饮食、购物类旅游资源	138
第一节 中国的名食佳肴	138
第二节 中国的茶	142
第三节 中国的酒	149
第四节 中国的土特产品	154
本章小结	160
思考与实践	160
参考文献	161



第十一章 旅游资源的审美	163
第一节 概 述	163
第二节 旅游资源的美学特征	166
本章小结	170
思考与实践	170
参考文献	171
第十二章 旅游资源的保护	172
第一节 概 述	172
第二节 旅游资源保护	174
附：《保护世界文化和自然遗产公约》	178
本章小结	184
思考与实践	184
参考文献	185
第十三章 旅游资源调查与评价	186
第一节 旅游资源的调查	186
第二节 旅游资源的评价	189
附：中华人民共和国国家标准 (GB/T 1972~2003 年)	197
本章小结	199
思考与实践	200
参考文献	201
第十四章 旅游资源规划与开发	202
第一节 旅游资源的规划	202
第二节 旅游资源的开发	204
附：旅游规划通则 (GB/T 1971~2003 年)	207
本章小结	213
思考与实践	213
参考文献	215



第一章 绪 论

【课前导读】

第二次世界大战以来,随着世界经济的快速发展,旅游活动已经成为全球性的大众性的活动,成为人们现代生活不可分割的一部分。旅游资源作为现代旅游活动的基本要素之一,是旅游活动得以实现的客体方面因素,也是游客决定是否出游的最基础的条件。本章主要阐述关于旅游资源的一些最基本理论,包括旅游资源的概念、形成、特点、旅游价值、分类和研究对象。

【学习目标】

- ☞ 旅游资源的概念和内涵
- ☞ 旅游资源的形成、特征及旅游价值
- ☞ 旅游资源的分类、研究对象

第一节 旅游资源的概述

一、旅游资源的概念

旅游资源(tourist resources)在国外被称为旅游吸引物(tourist attraction),是旅游活动的客体。旅游活动离不开旅游资源,旅游资源是旅游业发展的前提。旅游资源作为一种特殊的资源,具有自己的属性和特点。那么,什么是旅游资源?它的科学概念是什么?多年来许多学者对此作了许多研究和探讨,从不同方面界定这一概念。

1. 刘振礼

“旅游资源,又称旅游吸引物,即在现代社会能够吸引旅游者产生旅游动机并实施旅游行为因素的总和。它们能够被旅游业利用,并且在通常情况下能够产生社会效益、环境效益和经济效益。”(《新编中国旅游地理》,南开大学出版社,1996年)

2. 黄辉实

“旅游资源就是吸引人们前来游览、娱乐的各种事物的原材料,这些原材料可以是物质的,也可以是非物质的,它们本身不是旅游目的物和吸引物,必须经过开发才能成为有吸引力的事物。”(《旅游经济学》,上海社会科学出版社,1985年)

3. 孙文昌

“旅游资源应指凡能激发旅游者旅游动机的,能为旅游业所利用的,并由此而产生经济效益和社会效益的自然和社会的实在物。”(《应用旅游地理学》,东北师范大学出版社,1989年)



4. 郭来喜

“凡是能够为人们提供旅游观赏、知识乐趣、度假疗养、娱乐休息、探险猎奇、考察研究以及人们友好往来和消磨时间的客体 and 劳务。”（《旅游地理学》，科学出版社，1985 年）

5. 国家旅游资源开发司

“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。”（1992 年）

各位专家和学者的观点虽然在表述上有所不同，但这些观点是有其共性的：

1. 承认旅游资源具有吸引功能

旅游资源只有对旅游者产生吸引力，才能够引起旅游动机，最后付诸旅游行动。旅游资源区别于其他资源的关键之处就在于它是对旅游者具有核心吸引力的要素，它能够激发旅游者的旅游愿望，吸引旅游者到异地进行旅游观赏、探险猎奇、休闲娱乐、科学考察、文化交流等旅游活动。

2. 承认旅游资源的客体属性

旅游资源是一种客观存在，既包括物质的，也包括非物质的。无论旅游资源的形式如何，是有形的、具体的，如名山大川、奇花异兽、文物古迹、园林建筑等，还是无形的、抽象的，如民俗风情、文学宗教、典故传说、社会风尚等，都是旅游资源的组成部分。

3. 承认旅游资源具有效益功能

旅游资源能够被旅游业所利用，产生经济、社会、环境效益。旅游资源是一个国家或地区旅游业发展的基础，它能被旅游业利用，并带来经济效益。旅游资源的社会效益是指旅游资源本身孕育着文化内涵和自然的或社会的哲理，使旅游者在旅游活动过程中，受到不同价值观念、不同思想文化等影响。旅游资源对生态环境的功能效益已得到大家的普遍认同，例如一个城市中风景名胜地，密布的绿色植物不仅能够吸收空气中的污染物，而且能够减少噪声污染，增加空气中的氧气含量，是这个城市的绿色天窗。

【小资料】 瑞士是欧洲中部的一个“山国”，山区占国土总面积的 60%；同时，尽管瑞士的面积仅 4 万多平方千米，但大小湖泊星罗棋布，山清水秀，气候宜人，每年前来这个素有“花园之国”美誉国家旅游观光的游客多达上千万。然而，瑞士的自然环境始终保护得非常完好，这不能不说是个奇迹。19 世纪 20 年代，英国人前来攀登阿尔卑斯山，瑞士从此有了旅游业。今天，旅游业已成为瑞士继机械、化工之后的第三大产业，每年接待的游客多达 1000 万，旅游创汇居世界第十二位。瑞士全国人口只有 700 多万，但每年接待的外国游客超过全国人口的 40%。

综上所述，旅游资源的概念应该同时反映旅游资源的上述三个基本点，即旅游资源是指能够激发旅游者旅游动机并进行旅游活动，被旅游业所利用，能够带来经济、社会和环境效益的自然和社会各种事物和因素。

二、旅游资源的内涵

我们对旅游资源的概念有了基本了解之后，就来理解旅游资源的内涵。

（一）旅游资源的核心是对旅游者的吸引力

旅游者从客源地被吸引到旅游地，就是因为旅游地拥有吸引游客的因素。旅游地的吸

引因素是非常多的,它们既可以是苍山翠岭、奇石异洞、繁华都市、静谧小镇、宗教寺院、风土人情等,也可以是一个古老的传说、一次热闹的国际文化盛事、一次空前的博览交易会。我们也应看到由于旅游者个体和群体旅游需求的表现形式以及旅游动机的多样性,旅游资源的吸引力在某种程度上是旅游者的主观反映,就某项具体的旅游资源而言,它可能对某些旅游者吸引力很大,而对另外一些旅游者则无多大吸引力,甚至根本没有吸引力。所以,旅游资源对旅游者的吸引力是就旅游者群体而言,而不是以个人的爱好为标准。

(二) 旅游资源可以是物质的,也可以是非物质的;可以有形的,也可以是无形的

大山名川、瀑布湖泊、动物植物、宫殿园林、文物古迹这些旅游资源是有形的客观实体,易于被人们认可,它们是旅游资源中很重要的一部分。一些无形的、非物质的旅游资源,例如文化艺术、高尚品德、神话故事等,由于它们是无形的、非物质的精神产品,不易被人们感受。实际上,无形的、非物质的旅游资源是在物质基础上产生的,并依附于一定的物质而存在,例如许仙和白娘子的故事会让人们不约而同地想起西湖的断桥,海派文化离不开上海的社会环境和历史文化背景。这些无形的、非物质的旅游资源,如果进行充分挖掘,不仅可以拓宽旅游的内容,而且可以为有形的、物质的旅游资源增加内涵,提高它们的旅游吸引力。

【补充资料】

断桥残雪是著名的西湖十景之一,是西湖冬季的一处独特景观。断桥位于浙江杭州西湖白堤东端,是西湖三大情人桥之一。它的名字与中国民间故事《白蛇传》中缠绵悲怆的爱情故事联系在一起。民间故事《白蛇传》中白娘子与许仙相识在此,同舟归城,借伞定情。其实,断桥之名得于唐朝,古时桥上有门,门上有檐,每逢下雪时,中间一段的雪都在门檐上,桥上只有两头有雪,远远望去桥像断了一样,所以称为“断桥残雪”。最早记载“断桥残雪”的是唐代张祜,他的诗中有一句“断桥荒藓涩”,从中可知断桥是一座苔藓斑驳的古老石桥。大雪初霁,原来苔藓斑驳的古石桥上,雪已残而未消,难免有些残山剩水之感,于是就拟出了“断桥残雪”这一西湖难得的景观。

(三) 旅游资源是一个发展的概念

随着社会的发展,科学技术的进步,旅游资源的科技含量增加,原来不是旅游资源的事物和因素,今天可以成为旅游资源予以开发。例如,由于航天事业的发展,旅游者已经实现了遨游太空的梦想。2001年4月30日,第一位太空游客、美国人蒂托快乐地进入国际空间站,开始了他为期一周的太空观光生活。太空旅游的开辟使普通人也能够像宇航员一样畅游星际之间。此外,由于科学技术的发展和资金的积累与集中,一些新颖的创意也能够得以实现,这在现代人造景观建设中尤为突出。投资逾200亿港元的香港迪士尼乐园于2005年9月12日正式开幕,总面积126公顷,坐落在大屿山,妙想天开的幻想世界中打造出永恒的国度,充满了迷人的故事。中世纪的古堡,银河系的山脉,会伐木和会飞翔的大象,以及会说话的蛇和爱唱歌的熊,都生动地展现在旅游者的眼前;充满奇生妙趣的美国小镇大街,探险世界,幻想世界,明日世界四个主题区及香港迪士尼乐园酒店、迪士尼好莱坞酒店,让旅游者的梦想一一实现。同时,旅游业的激烈竞争,旅游者旅游需求的多样化、个性化,迫使旅游业经营者必须想方设法来迎合旅游者的需要,不断创造新的旅



游项目,所以旅游资源的内容也日益丰富。旅游资源的范畴随着时代的推移、经济的发展、科技的进步和旅游需求的多样化而将会不断扩大。

【小资料】

有消息报道,英国“维珍银河号”太空旅游业务将于2008年正式推出,第一批游客在全球限额100人,其中分配给中国内地的只有两个名额。到目前为止,已经有超过13500人在维珍公司进行了太空旅游预约登记,有报道说中国内地已经有两名神秘人物报名。

目前,世界上遨游过太空的只有5名游客。美国人蒂托作为第一位真正意义上的太空游客,开启了人类太空旅游的帷幕。南非人沙特尔沃特和美国人奥尔森也分别于2001年和2005年遨游太空。2006年9月18日,世界首位女太空游客阿努谢赫·安萨里踏上“飞天之旅”,成为第四位太空游客。2007年4月10日,第五位太空游客西蒙尼和两位俄罗斯宇航员进入空间站。这五位的花费都不菲,体验半分钟的失重感觉就要支付4万元人民币,首位女太空游客的全程费用高达2500万美元。据了解,“维珍银河号”太空游每位乘客需要花费20万美元的太空旅游费用。

(四) 旅游资源具有效益功能

“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。旅游资源是随着旅游业的发展而出现的专业术语,具有资源的一般属性,更有自己的特殊性,旅游资源的利用是能产生经济、社会和环境效益的。宋代名人范仲淹任杭州太守时就通过大兴游乐业来解决江浙一带的饥荒问题。他评价旅游资源的价值时说:“荒政之施,莫此为大。”旅游资源本身具有丰富的社会和文化内涵,旅游者从旅游资源的观赏和体验上可以开阔眼界,增长知识,寄寓情怀,陶冶情操。相当多的旅游资源为旅游者提供了放松身心的场所与环境。例如,远离尘嚣闹市的丘陵或低山区,植被覆盖率较高,空气清新,水质洁净,又无噪声干扰,为旅游者创造了一种宁静、轻松的环境。同时,我们也应看到旅游资源的效益只存在于一定的时间、开发条件、利用方式下,其抽象的价值很难确定。随着现代社会的发展进步,一些旅游资源可能失去原有的魅力,而旅游资源的新价值会不断被发现和开发。

【小资料】

在雅典举办2004年奥运会3周年纪念会上,希腊旅游部长帕利·彼得拉利亚表示,雅典奥运会是希腊旅游业获得长足发展的重要里程碑。奥运会之后,前来希腊旅游的人数持续增长,2005年和2006年旅游人数分别增长5.6%和8.44%。2006年,人口约1100万的希腊接待了创纪录的1570多万名旅游者。希腊中央银行统计数据,2005年希腊旅游业带来的经济收入高达110亿欧元,占国民生产总值的6.1%,与2004年相比增长了6.7%。希腊从旅游业获得的纯收入在欧洲国家排名第四位。

(五) 旅游资源的质量影响旅游业发展

旅游资源是旅游业存在和发展的凭借,离开了一定的旅游资源,要开展旅游活动、发展旅游业就等于是“无米之炊”,是不可想象的。虽然影响旅游业快速发展的因素很多,但是在其他条件相似的情况下,旅游资源本身质量的高低具有重要意义。旅游资源丰富、



优越的地区,旅游资源质量就高,对旅游者的吸引力就大,旅游市场就广阔,在旅游业竞争中的优势就大,旅游业就会得到快速发展。世界上许多城市之所以成为热点旅游城市,就在于其拥有知名度高、吸引力大的特色旅游资源。

第二节 旅游资源的形成、特征及旅游价值

一、旅游资源形成的条件

旅游资源是旅游业发展的基本前提,是旅游活动的客体。旅游资源形成的基本条件是地理环境的差异性。对于旅游者来说,他们长期居住和生活的环境总是具有一定的局限性,不同的地理环境和由此产生的文化差异,就会对他们产生强烈吸引力,使旅游者到旅游资源所在地进行旅游观赏、消遣娱乐、休憩疗养、科学考察、民俗探奇等等,旅游资源也因它对旅游者产生吸引功能而形成。旅游资源按照属性可以分为自然旅游资源和人文旅游资源。

(一) 自然旅游资源形成的条件

自然旅游资源是在自然地理环境背景中产生的,能使人们产生美感的自然环境或物象的地域组合,如地质、地貌、水文、气候、生物等,及其相互组合而成的自然环境,基本上是天然赋予的。形成自然旅游资源的条件包括:

1. 自然地理环境的差异性

自然地理环境的差异性是指不同地理环境不仅存在着地质、地貌、水文、气候、生物、土壤等各单一要素间的差异,而且由这六大要素所构成的一个个自然综合体的整体特征也各不相同,可以说没有任何两个地区的自然地理环境是完全相同的。正是这种强大的差异,才产生强烈的感官刺激,才唤起旅游者的好奇心,产生旅游行为。例如,生活在寒冷地区的人们总希望去温带或副热带地区旅行以避寒,生活在山区的人们愿意去观赏坦荡的平原或海天一色的风光。景点、景区都是由自然旅游资源各构成要素以不同比例组合而成的,从而形成了各景点、景区不同的自然旅游资源特色。这种差异性是由自然环境各要素在一定地点、一定区域内的组合而形成的,是由自然环境的地域组合规律所决定的。

自然旅游资源的差异性包括纬度地带性差异和非地带性差异。纬度地带性差异是由于太阳辐射在地表按纬度分布不均,形成了各自然景观带东西延伸,沿着纬度变化的方向作有规律的更替而形成的,从赤道到两极依次出现热带、温带、寒带等气候带,并形成了相应的自然景观带。非地带性差异是由于海陆分布、地势起伏及岩浆活动等地球内力作用影响形成的,它包括:(1)经度地带性差异。它是在海陆分布因素影响下,由于水分条件的差异,从滨海往内陆方向显示出各种自然景观带大致沿着经度变化的方向逐渐更替的地域差异,形成了湿润地区、半湿润地区、半干旱地区和干旱地区等不同的干湿地区。(2)垂直地带性差异。它是由于海拔的不同,从山麓到山顶的水热状况随着海拔高度的增加而变化,形成了自然景观的垂直地带性分异规律,所谓“一山有四季,十里不同天”就是垂直地带性差异的真实写照。在地带性分异规律和非地带性分异规律的共同作用下,形成了千姿百态的自然旅游资源,如中国的四大自然奇观(吉林雾凇、桂林山水、长江三峡、昆明

石林)主要就是由于自然环境的差异性而形成的。

2. 地球的圈层结构

地球表层是岩石圈、生物圈、水圈、大气圈四个圈层的相互交接地带,它们是自然旅游资源形成的本底,在地球各个圈层中均可形成各种旅游资源。例如,岩石圈表层可形成地文旅游资源,生物圈可形成生物旅游资源,水圈可形成水体旅游资源,大气圈可形成大气旅游资源。随着社会的发展和科技的进步,地球各个圈层中自然旅游资源的范畴会不断扩大。

3. 地质作用

地球的内力作用可以形成火山地貌、山岳地貌、峡谷地貌、陷落湖泊、地热、地震遗址等景观。例如,“形如串珠”的黑龙江省五大连池就是由于公元1719~1721年火山爆发堵塞了当年的河道而形成的五个互相连通的熔岩堰塞湖。地球的外力作用可形成风沙地貌、流水地貌、喀斯特地貌、丹霞地貌、海岸地貌、冰川地貌等景观。位于克拉玛依市区东北110千米处的乌尔禾风城是有名的“魔鬼城”,由赭红和灰绿岩层构成的桌状山经过千百万年的流水侵蚀和风沙冲击,看上去像是一座座古代的城垣、堡垒和宫殿,还有许多逼真的动植物造型景观。每到夏秋季节,这里常常会刮起七八级大风,风沿着谷地吹过,卷着砂石发出凄厉的声响,有如鬼哭狼嚎,“魔鬼城”的名字就是这样得来的。在内外力共同作用下,地表形成造型各异的形态,与其他自然资源组合成丰富多彩的自然旅游资源。

4. 地球演变历史

在地球数十亿年的自然演进过程中,地理环境的演变、构造运动、岩浆与火山活动,都记录在地层和岩石里,它们不仅是地质历史的“记录者”,而且是自然旅游资源形成的基石,塑造了蔚为壮观的旅游景观,遗存下丰富多彩的自然旅游资源。地层及地层中的古生物化石具有重要的科学考察价值,地层中的岩石差异,在特定的区域环境下,形成不同的地貌旅游景观,例如,坚硬的花岗岩分布区形成了雄险奇特的黄山、华山,岩层平缓的红色沙砾岩形成了“色如渥丹,灿若明霞”的广东仁化的丹霞山,节理垂直、断裂发育特别的流纹岩形成了中国素有“海上名山,寰中绝胜”的浙江雁荡山……另外,一些岩石本身也可构成重要的旅游资源,如南京的“雨花石”、宁夏的“贺兰石”、泰山的“泰山石”等。

5. 气候条件

气候是自然环境的重要组成要素,对自然旅游资源的形成具有重要的意义,对自然旅游资源中地貌旅游资源的雕塑、水体旅游资源的形成、生物旅游资源分布影响的作用也极大。由于不同的气候条件产生气候地域差异,形成康乐气候、避寒胜地、避暑胜地等。同时,在特定的条件下,大气的冷、热、干、湿、风、云、雨、雷、电等变化及形成的佛光、云瀑、海市蜃楼等都直接或间接成为自然旅游资源。我国黄山云海、吉林雾凇、蓬莱海市蜃楼、峨眉佛光等奇特景观,就是受到气候条件影响而形成的。

【补充资料】

黄山一年之中有云雾的天气达200多天,云海波澜壮阔,一望无边,每年11月至次年5月,都是观黄山云海的最佳季节。黄山大小山峰、千沟万壑都淹没在云涛雪浪里。黄山云海的形成,有其原因和规律。黄山山高谷低,林木繁茂,日照时间短,水分不易蒸

发,因而湿度大,水汽多。雨后常见缕缕轻雾,自山谷升起。黄山云海是由低云(云底高度低于2500米)和地面雾形成的。低云主要是层积云,这是其特点。黄山每年11月至次年3月间,有97%的云海由层积云形成,只有3%由层云或雾形成。每年6~9月,有淡积云和浓积云形成的云海,约占这个时期云海总数的6%。冬春季节,大气中低层的气温低,层积云的凝结高度低(约在800~1200米之间),冷空气活动频繁,过程性天气活动明显,在雨雪天气后,常出现大面积的云海,尤其是壮观的云海日出。入夏后渐渐进入梅雨季节,随着气温升高,云的凝结高度升到1500米左右,云层高度超过或接近大部分峰顶,这时候云雾笼罩,不易看到云海。每年7~8月,为黄山盛夏,这段时间常受太平洋副热带高压控制,气温上升,低云的凝结高度也上升到全年的最高度。山的阴面,湿度大,容易形成对流。上午到午后,山头周围常有淡积云和浓积云形成,但由于云层高于峰顶,因而云海少见。在傍晚或早晨,偶尔可以看到由积云、层积云形成的云海,但由于环流影响,极易被破坏,云海维持的时间较短。每年入秋以后,约9~10月,由于北方冷空气的影响,气温下降,低云的凝结高度也随之下降。冷空气过后,常出现层积云较高的大面积云海。

(二) 人文旅游资源形成的条件

人文旅游资源是人类在长期的生产实践和社会生活中所创造的艺术成就和文化结晶,是能激发旅游者旅游动机的物质财富和精神财富的总和。影响人文旅游资源的条件包括:

1. 自然环境

人文旅游资源是人类活动的产物,自然环境通过影响人类的活动而使人文旅游资源的形成和分布表现出很大差异。由于自然环境的不同,不同地区的人们在生产方式、生活习惯和风俗人情上表现出来的特点各不相同。例如,从居住习俗上看,我国的傣族多居住在竹楼里,是因为受炎热多雨的气候影响;利用黄土的直立性强和易于开凿的特点,居住在黄土高原的陕西人则住在窑洞中;而我国的游牧民族——蒙古族则居住在拆卸方便的蒙古包中。正是这种丰富多彩的自然环境差异,铸造出吸引旅游者的重要的人文旅游资源。

2. 不同地域的社会文化

在自然因素和人文因素影响下,各个地区的文化差异也相当明显,呈现出颇具魅力的地域文化和异域风情,这是人文旅游资源形成的又一个重要原因。社会文化包括社会形态、民族构成、生活方式、观念信仰、兴趣爱好、风俗习惯等内容。生活在不同地域的人们,社会文化表现出极大的差异。正是这种差异形成旅游者从一地向另一地移动,并且由于世界各地的社会文化的差异程度和数量非常庞大,这种差异会长期存在,成为人文旅游资源形成的永恒动力。

【小资料】

由于地理和文化上诸多方面的原因,世界历史上有五大文化圈和十二个文化区,即希腊(罗马)文化圈、希伯来(基督教)文化圈、汉(儒家)文化圈、印度(佛教)文化圈、伊斯兰(阿拉伯)文化圈和西亚北非文化区、欧洲文化区、印度和印度边缘文化区、中国文化区、东南亚文化区、黑非洲文化区、中美和南美文化区、北美文化区、澳洲文化区、斯拉夫文化区、日本文化区、太平洋群岛文化区。

3. 古代历史遗迹

历史遗迹是指人类发展过程中保存下来的古人类遗址、建筑园林、陵寝、墓葬、文学



艺术、伟大工程、名人遗迹、宗教文化等。任何历史遗迹都是当时人类智慧与技术水平的结晶，都记载着那个社会生产力发展水平和人类的审美意识，反映着当时社会的方方面面。由于它们是历史的载体，形象地记录着人类的过去，能引发人们对往事的思绪，像古代人们拜神求佛的寺庙现在给我们遗留下来丰富的宗教艺术、建筑艺术、文化艺术，不同历史时代遗留下的不同遗迹构成的人文旅游资源是相当丰富的。

4. 根据旅游者的需求创造

伴随着旅游业的不断发展，为适应旅游市场的不断扩大、满足旅游者对旅游资源多样化的需求，旅游资源的范畴也在不断扩大，新的旅游景区、景点正在不断形成。在一些客源充足、经济发达、交通便捷的城市，为满足旅游者多方面的需要而创造了大量的人造景观，如美国洛杉矶的迪士尼乐园、中国的苏州乐园等，形成了新的人文旅游资源。

【小资料】

1955年美国著名动画片制作者沃尔特·迪士尼成功地在加利福尼亚州建成了世界上第一个现代大型主题公园——迪士尼乐园。他将以往制作动画电影所运用的色彩、魔幻、刺激、娱乐与当时业已衰落的机械游乐园功能相融合，使游乐形态以一种戏剧性、舞台化的方式表现出来，用主题情节暗示和贯穿各个游乐项目，极大地改进了游乐方式，给游客独特的体验。迪士尼乐园开幕后引起了巨大轰动，使游人趋之若鹜，主题公园这种形式很快风靡美国各地。

二、旅游资源的特征

由于旅游资源的内涵十分丰富、广泛，任何事物在特定条件和特定环境中都可能成为旅游资源，所以旅游资源的特征也是多种多样的。旅游资源具有一般资源所共有的属性，同时具有一些不同于其他资源的特征。认识这些特征，对于我们合理开发和利用旅游资源，发展旅游业有着十分重要的意义。概括来说，旅游资源主要有下面几个方面的特征：

（一）多样性

旅游资源是从自然、社会若干要素中截取的具有吸引力的部分，旅游资源的多样性主要表现在品种的多样性、类型的复杂性、分布的广域性。其中既有看得见的、具体的、属于物质的自然风光和历史文化实物，又有看不见的、摸不着的、只能体验感受的、属于精神的、抽象的风俗民情、传说典故；既有古代的，如古塔、古典园林，也有现代的，如都市、主题公园。它们从不同的形式渗透于旅游业的各个领域、各个地区，有的在天上，有的在地下，有的在海洋，有的在陆地，有的在都市，有的在乡村。甚至可以这样说，世界上任何一种客观存在都可能构成旅游资源，人类所能达到的任何地区都可能旅游资源可供开发利用。

（二）综合性

世界上绝大部分的旅游资源都不是单一存在的，而呈现综合分布的特点。世界上的主要旅游地区大多是自然和人文旅游资源组合分布的综合体。例如中国的黄山，既有闻名于世的“奇松、怪石、云海、温泉”四绝，同时又是徽派文化发源地，不仅有大自然造就的天下无双的山水风光，而且有大量展现中国古老文化的人文景观。黄山风景区是自然旅游资源和人文旅游资源的完美结合。同时，自然和人文诸景观要素往往在互相联系和制约的环境中不断



产生和发展着,很少存在孤立的、与周围其他景观要素互不联系的单一景象。例如杭州西湖,首先是湖、山、气象巧妙配合而成的天然美景,所谓“水水山山处处明明秀秀,晴晴雨雨时时好好奇奇”,然后是历代开发者在它的山水之间布置的无数的人文景物,形成自然山水与人文景观的奇妙配合。旅游资源的吸引功能也往往是一种以上旅游资源协调配合所形成的综合性吸引功能。例如在旅游景观资源中,常常离不开山水草木的综合,亭台楼阁、文物古迹与名山秀水的综合,滨海旅游度假地往往是海水、沙滩与阳光的综合体,民族风情则更是由相关因素综合构成。即使是比较单一的旅游吸引因素为突出主体的旅游资源,也需要其他地理环境因素作陪衬与烘托。在旅游活动中,旅游者的动机往往是多种多样的,他们的出游大多数是想看到更多的景观类型,所以旅游资源的综合性更能适应游人的观景要求,是旅游活动丰富多彩的的决定性因素,也是一个旅游区开发的优势所在。

(三) 地域性

旅游资源的地域性是旅游审美活动最根本的客观依据。不同地理环境在自然景观和人文景观上的差异,是人类旅游活动的基本动力。旅游资源总特征、景观基调、色彩都具有地域特色。例如三S景观主要分布在中低纬度的砂质海岸,奇特的喀斯特山水风光则分布在热带和亚热带石灰岩发育的地区。历史古迹在人类文明的发祥地表现形式也各不相同,如中国的万里长城、埃及的大金字塔、雅典的古代神庙。高耸的教堂在西方国家随处可见,而香火缭绕的庙宇则大多在东方国度远离红尘的山野中。

(四) 季节性

旅游资源的季节性是由纬度、地势、气候、日月运动等因素决定的。纬度的高低使地面获得的热量出现了差异,因此出现了一年四季景观的变化。严寒而漫长的冬季,使河湖封冻,树叶枯落,以绿色旅游为内容的观光业出现淡季,而以滑雪、滑冰为内容的体育旅游进入旺季。除了地理纬度的因素外,地势的高低、坡向等也会直接影响自然景观发生季节变化和垂直变化。例如中国的昆明,位于亚热带地区,但云贵高原的地势使它成了远近闻名的“春城”。高山峡谷区,即使在适于旅游的旺季,也会出现从山麓至山顶的景观四季变化,形成“一山有四季,十里不同天”的奇特景观。自然景观的季节性变化使旅游业出现了淡季和旺季。如钱塘观潮,因日月起潮力的变化和杭州湾口的喇叭状构造,使最大的涌潮出现在农历八月十六至十八,观潮者若错过潮生日,就不能看到有“天下壮观”之称的钱塘秋潮胜景。又如北京香山红叶,也出现在秋天很短一段时间,错过这个机会,红叶景象就失去了观赏价值。

(五) 萌变性

旅游资源具有萌变性的特点。所谓萌变性,就是它产生时并非具有旅游的属性,后来因某种原因,使它发生了质的变化,形成了旅游资源。如名人故居,在主人尚未变为名家时,他的住宅不过为几间普通的房子,后来主人成了名人,房子也变为旅游资源。房子前后并未变,变化的是房子的不同性质的用途。再如地质再变遗址,从性质上讲,这是大灾难,不仅有大量的人民死亡,造成的财产损失就更难以计算。可是,灾变后许多地方保留的现场遗址,成了人们参观和科学考察的基地。如美国华盛顿州的海圣伦斯火山,1980年5月18日大爆发,喷出的426亿立方米的火山灰、石(其威力相当于美国投向日本广岛原子弹的500多倍),给附近造成近百人的死亡和失踪,全部经济损失达10亿美元。当时的美国总统巡察了灾区之后说:“从长远观点看来,火山爆发将会使人们对它产生巨大的科学兴趣,甚至使这个地区变成旅游

