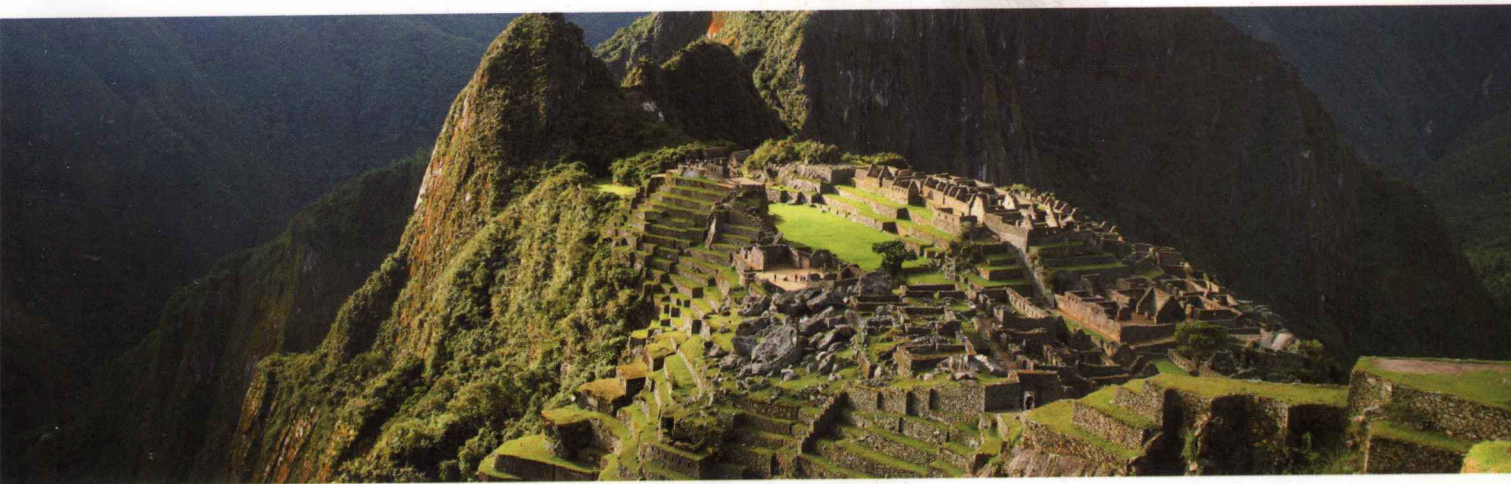


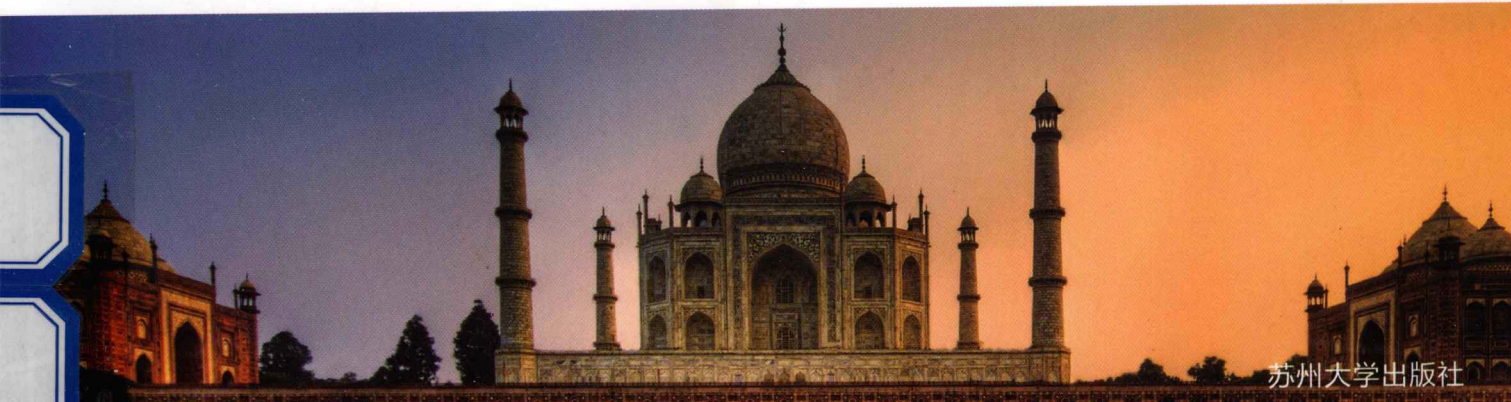
魏向东 黄泰 主编

世界著名 旅游景点赏析



世界旅游景点是指分布在世界各地的旅游景点的总和。这些景点是大地母亲46亿年演变史和6000年人类文明史共同创造的结果。我们的世界是文化多元的世界，很多国家或地区拥有各自不同的信仰、民俗、文化、语言，拥有不同的自然风貌和发展历史，形成了各自引以为傲、魅力独具的旅游景点。从旅游景点的分布来看，世界旅游景点可根据世界地理的洲际分区，细分为亚洲旅游景点、欧洲旅游景点、美洲旅游景点、大洋洲旅游景点、非洲旅游景点、南极洲旅游景点等，每个大洲的旅游景点还可根据国别或地区的不同进行细分。从旅游景点的属性来看，世界旅游景点可以根据旅游景点自身的自然人文属性、所开展旅游活动的性质属性等进行细分。总的来说，世界旅游景点是一个整体的概念，涵盖了全球所有的旅游景点。

世界旅游景点是旅游经济发展的基本依托，是旅游产业中的主体产品，是旅游产业链的中心环节，决定着旅游目的地的核心竞争力。旅游发展的最终目的是为了促进旅游目的地社会、文化、经济、环境的可持续发展。旅游景点的合理开发保护是实现旅游可持续发展的关键所在。首先，旅游景点是自然文化资源的集聚区，自然也成为重点保护的對象。世界遗产名录正是联合国为促进世界遗产保护而做的重要努力。其次，旅游景点是旅游活动开展密集区，通常面临着较大的环境压力，也是加强游客管理、宣传环保知识、加强环境保护的重点区域。另外，旅游景点是外来游客、当地居民、旅游从业人员等交流频繁的地区，外来文化对当地社会文化的影响与冲击不容忽视，如何合理应对这种社会文化影响，也成为旅游景点可持续发展的重要任务。



大学通识课系列教程

世界著名旅游景点赏析

魏向东 黄 泰 主编

苏州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

世界著名旅游景点赏析 / 魏向东, 黄泰主编. — 苏州: 苏州大学出版社, 2012. 1
大学通识课系列教材
ISBN 978-7-81137-928-0

I. ①世… II. ①魏… ②黄… III. ①景点—世界—高等学校—教材 IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 007170 号

世界著名旅游景点赏析

魏向东 黄泰 主编

责任编辑 许周鹁

苏州大学出版社出版发行

(地址: 苏州市十梓街1号 邮编: 215006)

苏州恒久印务有限公司印装

(地址: 苏州市友新路28号东侧 邮编: 215128)

开本 889 mm×1 194 mm 1/16 印张 7.5 字数 444 千

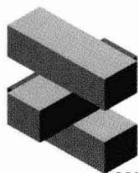
2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81137-928-0 定价: 48.00 元

苏州大学版图书若有印装错误, 本社负责调换

苏州大学出版社营销部 电话: 0512-65225020

苏州大学出版社网址 <http://www.sudapress.com>



大学通识课系列教程编委会

(以姓氏笔画为序)

王安列	王苏光	方建勋	冯 芸
朱 旗	刘 峰	汤哲声	杨 谔
杨和平	邱德华	胡 莹	黄 泰
董志国	戴云亮	魏向东	

《世界著名旅游景点赏析》编委会

主 编 魏向东 黄 泰

编 委(以姓氏笔画为序)

王 丽	王翊安	孙剑冰
吕晓玲	伍 静	吴 捷
吴 瑞	倪玉屏	黄 利
黄 泰	魏向东	

序 言

2011年11月,我正在瑞士参加中瑞项目“行动学习法”的管理培训。行动学习的要旨就是从实践中学习,在合作中学习,在学习中行动,又在行动中学习。所以瑞方安排的课程丰富多彩,不仅有课堂上教授的讲述,还有实战专家领着到旅游开发比较成功的景点参观。我们看到了卢塞恩清澈的城市河道,见识了伯尔尼的文化遗产保护,登上了阿尔卑斯山的雪峰,参观了历尽沧桑的罗马时代的古城遗迹,也体验了瑞士高质量、有秩序的小城生活和卓有成效的质量管理体系。古人说“读万卷书,不如行万里路”,在书本上学到的知识,不经过亲身的体验,往往难以化为自己的财富。旅游正是这样一种有益于人生的活动。

旅游景点是激发旅游者出游的核心吸引物,也是旅游者消费体验的主体对象。世界范围内的旅游景点丰富多样、种类繁多、分布广泛,是大地母亲46亿年演变史和6000年人类文明发展史共同创造的结果,通常具有较高的自然生态价值、历史文化价值、科学考察价值和旅游观赏价值。不同的旅游景点,蕴含的旅游价值各不相同,如果匆匆一过,也就无法从中获得收益,因而学会赏析各类景点,是有思想的旅游者都必须做的功课。

当今中国,出境旅游发展迅速,越来越多的中国人走出国门,在领略世界奇景的同时陶冶了自己的身心,开阔了眼界。人们对国门之外的自然景观与人文胜迹有着迫切的了解欲望,游遍全球是很多人的梦想。本书系统地介绍了世界范围内的著名旅游景点,通过阅读本书,可以熟悉世界著名旅游景点的类型、分布、资源特色及主要游览体验活动,掌握各种不同类型旅游景点的主要赏析方法,可以提升对世界著名旅游景点的认识水平和赏析能力。

本书内容主要包括三大部分,第一大部分系统介绍了世界旅游景点的概念、类型及分布特征,并重点阐述了旅游景点赏析的方法与思路:一方面是赏析的内容或视角,包括旅游景点的地理位置、形成过程、资源特色、景观构成、美学价值、游赏活动、可持续性;另一方面是赏析的知识技巧准备,包括选择好赏析位置、把握好赏析时机、安排好赏析节奏、调整好赏析心情等。第二大部分是世界著名旅游景点的实例赏析,也是本书的主体,具体赏析评价了名山秀岳、地质公园、水域风光、生物景观、文明古迹、建筑奇观、宗教圣地、城市风情、主题公园、度假天堂等10种景点类型、73个世界著名旅游景点。第三大部分对旅游景点的可持续消费进行了分析和展望,主张旅游景点可持续消费伦理观,以期科学引导人们的景点消费行为。总体来说,本书从世界著名旅游景点的介绍和赏析方法论入手,以具体景点的实例赏析为主体和重点,最后对未来游客的景点赏析消费行为给予科学的引导和展望,体系完整,结构清晰,重点突出。

旅游能够丰富人们的精神文化生活,满足人们寻求新异、休闲度假、康乐健身、增长见识等

2 ◎ 世界著名旅游景点赏析 ◎

多种精神需求。随着社会经济的不断发展进步,旅游正逐渐发展演变为人们的一种基本生活方式,旅游景点赏析也成为我们每个人必备的一门生活知识。希望本书能给各位提供一些帮助,通过学习,了解世界,通过行动,认识世界,学习加行动,则拥有世界。

最后,需要说明的是,本教材在编写过程中,引用了一些文献和图片资料,限于篇幅只列出部分,谨向各位作者深表谢意!

主 编

2011 年 12 月

目

录

世界著名旅游景点赏析

序言	(1)
第一章 绪论	(1)
第一节 世界旅游景点及特征	(1)
第二节 世界旅游景点分类体系	(3)
第三节 世界旅游景点赏析方法	(5)
第二章 名山秀岳	(11)
第一节 景点概述	(11)
第二节 著名景点赏析	(15)
一、日本富士山(Fujiyama)	(15)
二、乞力马扎罗山国家公园(Kilimanjaro National Park)	(17)
三、珠穆朗玛峰(Mount Qomolangma)	(18)
四、中国黄山景区(Mount Huang Scenic Spot)	(20)
五、加拿大落基山脉国家公园群(Rocky Mountain Parks)	(23)
六、美国大雾山国家公园(Great Smoky Mountains National Park)	(25)
七、瑞士少女峰(Swiss Jungfrau Region)	(27)
八、新西兰库克山国家公园(Mount Cook National Park)	(29)
第三章 地质公园	(32)
第一节 景点概述	(32)
第二节 著名景点赏析	(35)
一、美国黄石国家公园(Yellowstone National Park)	(35)
二、马来西亚兰卡威地质公园(Langkawi Island Geopark)	(39)
三、美国科罗拉多大峡谷国家公园(Grand Canyon National Park)	(42)
四、美国化石林国家公园(Petrified Forest National Park)	(45)
五、阿根廷冰川国家公园(Glaciers National Park)	(48)
六、新西兰东格里罗国家公园(Tongariro National Park)	(51)
七、澳大利亚乌鲁鲁国家公园(Uluru-Kata Tjuta National Park)	(54)
八、中国云南石林世界地质公园(Yunnan Shilin Karst Geopark)	(57)

第四章 水域风光	(61)
第一节 景点概述	(61)
第二节 著名景点赏析	(64)
一、日本琵琶湖(Lake Biwa)	(64)
二、俄罗斯贝加尔湖(Lake Baikal)	(66)
三、尼亚加拉大瀑布(Niagara Falls, USA and Canada)	(69)
四、伊瓜苏瀑布(Iguazu Falls)	(71)
五、冰岛蓝湖温泉(Iceland Blue Lake Hot Spring)	(73)
六、新西兰罗托鲁瓦火山温泉(Rotorua Volcanic Hot Spring)	(75)
七、美国阿拉斯加冰河湾(Glacial Gulf of Alaska)	(77)
第五章 生物景观	(80)
第一节 景点概述	(80)
第二节 著名景点赏析	(84)
一、南非克鲁格国家公园(Kruger National Park)	(84)
二、澳大利亚大堡礁(the Great Barrier Reef)	(87)
三、坦桑尼亚塞伦盖蒂国家公园(Serengeti National Park)	(92)
四、澳大利亚卡卡杜国家公园(Kakadu National Park)	(95)
五、哥伦比亚洛斯卡蒂奥斯国家公园(Los Katios National Park)	(99)
六、美国红杉树国家公园(Redwood National Park)	(101)
七、英国皇家植物园邱园(Kew Garden)	(104)
八、中国西双版纳国家自然保护区(Xishuangbanna National Nature Reserve)	(107)
第六章 文明古迹	(110)
第一节 景点概述	(110)
第二节 著名景点赏析	(112)
一、希腊罗得岛太阳神(Helios of Rhode Island)	(112)
二、中国秦始皇陵(Mausoleum of the First Qin Emperor)	(114)
三、法国凡尔赛宫(Versailles)	(117)
四、意大利庞贝古城遗迹(Pompeii City Remains)	(120)
五、希腊雅典卫城(Athen Acropolis)	(123)
六、墨西哥玛雅古迹(Chichen Itza-Mexico)	(126)
第七章 建筑奇观	(129)
第一节 景点概述	(129)
第二节 著名景点赏析	(134)
一、埃及金字塔(Egyptian Pyramids)	(134)
二、中国万里长城(the Great Wall of China)	(137)
三、意大利罗马大斗兽场(Colosseum of Rome)	(140)
四、印度泰姬陵(Taj Mahal, India)	(144)
五、意大利比萨斜塔(the Leaning Tower of Pisa)	(147)

六、美国帝国大厦(the Empire State Building)	(149)
七、澳大利亚悉尼歌剧院(Sydney Opera House)	(151)
第八章 宗教圣地	(156)
第一节 景点概述	(156)
第二节 著名景点赏析	(161)
一、耶路撒冷旧城(Old City of Jerusalem)	(161)
二、梵蒂冈(Vatican City)	(165)
三、德国科隆大教堂(the Cathedral of Cologne)	(169)
四、法国巴黎圣母院(Notre-Dame Cathedral)	(172)
五、意大利罗马万神殿(Rome's Patheon)	(175)
六、沙特阿拉伯麦加大清真寺(Mecca Mosque)	(178)
七、中国布达拉宫(the Potala Palace)	(182)
第九章 城市风情	(186)
第一节 景点概述	(186)
第二节 著名景点赏析	(188)
一、美国纽约(New York)	(188)
二、日本京都(Kyoto)	(190)
三、法国巴黎(Paris)	(193)
四、奥地利维也纳(Vienna)	(196)
五、俄罗斯莫斯科(Moscow)	(197)
六、埃及开罗(Cairo)	(199)
七、英国伦敦(London)	(200)
八、澳大利亚悉尼(Sydney)	(203)
第十章 主题公园	(206)
第一节 景点概述	(206)
第二节 著名景点赏析	(209)
一、美国迪斯尼乐园(Disneyland, USA)	(209)
二、中国香港海洋公园(China Hong Kong Ocean Park)	(212)
三、瑞典里瑟本游乐园(Liseberg Amusement Park)	(216)
四、南非太阳城(Sun City, South Africa)	(219)
五、英国奥尔顿塔(Alton Towers)	(222)
六、加拿大奇幻乐园(Canada's Wonderland)	(224)
第十一章 度假天堂	(227)
第一节 景点概述	(227)
第二节 著名景点赏析	(230)
一、爱琴海(Aegean Sea)	(230)
二、意大利威尼斯(Venice)	(234)
三、美国夏威夷(Hawaii)	(239)

4 ◉ 世界著名旅游景点赏析 ◉

四、印度尼西亚巴厘岛(Bali Island)	(242)
五、突尼斯(Tunisia)	(245)
六、加拿大温哥华(Vancouver)	(248)
七、墨西哥坎昆(Cancun Mexico)	(250)
八、澳大利亚黄金海岸(Gold Coast)	(252)
第十二章 可持续旅游消费	(255)
第一节 可持续旅游消费内涵	(255)
第二节 可持续旅游消费伦理观	(259)
第三节 可持续旅游消费展望	(264)
参考文献	(267)

第一章

绪论

旅游,离开日常生活的地方,去异地寻求非惯常环境下的愉悦精神体验,已经成为当代人们的一种重要生活方式。在我们居住的地球上,广泛分布着神奇优美的自然景观和令人叹为观止的人文景观。世人络绎不绝地去游历、体验和欣赏它们。然而,每个人的审美不同、对景观的认识深度不同,所获得的旅游体验和感受也不尽相同。罗丹有句名言:“美是到处都有的。对于我们的眼睛,不是缺少美,而是发现美。”如何去发现旅游景点的美?如何真正领略和体验旅游景点的魅力?学习和掌握旅游景点赏析的基本方法和技能,可以提升我们发现美的能力。

第一节 世界旅游景点及特征

1. 世界旅游景点的概念与范畴

旅游景点是旅游资源开发的结果。具体而言,旅游景点即旅游吸引物,是以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的区域场所,能够满足游客参观游览、休闲度假、康乐健身等旅游需求,具备相应的旅游服务设施并提供相应的旅游服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构 and 明确的地域范围,包括风景区、文博场馆、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、游乐园、动物园、植物园及工业、农业、经贸、科教、军事、体育、文化艺术等各类旅游景点。



图 1-1 平地竖千峰

世界旅游景点是指分布在世界各地的旅游景点的总和。这些景点是大地母亲 46 亿年演变史和 6 000 年人类文明史共同创造的结果。我们的世界是文化多元的世界,很多国家或地区拥有各自不同的信仰、民俗、文化、语言,拥有不同的自然风貌和发展历史,形成了各自引以为傲、魅力独具的旅游景点。从旅游景点的分布来看,世界旅游景点可根据世界地理的洲际分区,细分出亚洲旅游景点、欧洲旅游景点、美洲旅游景点、大洋洲旅游景点、非洲旅游景点、南极

洲旅游景点等,每个大洲的旅游景点还可根据国别或地区的不同进行细分。从旅游景点的属性来看,世界旅游景点可以根据旅游景点自身的自然人文属性、所开展旅游活动的性质属性等进行细分。总的来说,世界旅游景点是一个整体的概念,涵盖了全球所有的旅游景点。

2. 世界旅游景点的作用和地位

世界旅游景点在旅游活动开展、旅游经济效益、旅游可持续发展等方面发挥着重要作用。从旅游活动来看,旅游景点通常是具有高度观赏价值、文化价值的自然或文化集聚分布区,它的最大特点是具有较强的吸引力、能够激发旅游动机、促成出游行为。它是旅游活动开展的空间载体,也是旅游消费活动(观赏体验)的主体对象。从经典推拉模式来看,旅游景点正是拉动游客前来游玩的旅游产品的主体成分。

世界旅游景点是旅游经济发展的基本依托,是旅游产业中的主体产品,是旅游产业链的中心环节,决定着旅游目的地的核心竞争力。旅游发展的最终目的是为了促进旅游目的地社会、文化、经济、环境的可持续发展。旅游景点的合理开发保护是实现旅游可持续发展的关键所在。首先,旅游景点是自然文化资源的集聚区,自然也成为重点保护的对象。世界遗产名录正是联合国为促进世界遗产保护而做的重要努力。其次,旅游景点是旅游活动开展的高密度区,通常面临着较大的环境压力,也是加强游客管理、宣传环保知识、加强环境保护的重点区域。另外,旅游景点是外来游客、当地居民、旅游从业人员等交流频繁的地区,外来文化对当地社会文化的影响与冲击不容忽视,如何合理应对这种社会文化影响,也成为旅游景点可持续发展的重要任务。

可见,旅游景点是旅游活动的触发器、经济发展的重要载体、跨文化交流的重要场所、可持续发展的重要模式。旅游景点是旅游系统的核心成分,这也决定了旅游景点的地位和作用体现在多方面的。

3. 世界旅游景点的主要特征

(1) 分布广泛与地域多样性

差异性和新奇感是旅游的原动力。几乎在地球的每一个角落,都有让我们心灵震撼的旅游景观。从低温严寒的南极冰盖,到广袤狂野的热带雨林,都留下了旅游者的足迹。世界旅游景点丰富多样,分布广泛。不同的大洲、不同的国家或地区、不同的经纬度,通常拥有不同的地形、气候、植被、温度、降水,不同的民风民俗、历史文化、宗教信仰,综合地域条件不尽相同,这

也为分布在各地的旅游景点烙下了鲜明的地域特色。地域多样性和地域差异性旅游景点的基本属性,也是旅游景点的重要魅力所在。

(2) 文化多元与民族多样性

文化是指人在改造客观世界、协调群体关系、调节自身情感的过程中表现出来的时代特征、地域风格和民族样式。我们通常把文化细分出东方文化、西方文化,物质文化、精神文化,原始文化、现代文化等。世界旅游景点无论从时代特征、地域风格、民族样



图 1-2 民俗泼水节

式,还是从东西方差异、历史时代差异、物质精神差异来看,都具有多元特性,即分布在不同地区的旅游景点,都是以上各种属性的独特组合品。马克思主义认为,民族是“人们在历史上形成的一个有共同语言、共同地域、共同经济生活以及表现于共同文化上的共同心理素质的稳定的共同体”。可见,民族具有独特性,不同民族之间存在差异性,也具有旅游的吸引力,每个民族的旅游景点也通常具有鲜明的民族特色。目前,全世界有大小民族2 000多个,可见民族多样性已成为世界旅游景点的重要特征。

(3) 属性复杂与类型多样性

旅游景点本身就是一个复杂的概念,其类型多样、内容广泛,且具有动态演变性。旅游景点的属性特征是复杂的,有些旅游景点是自然景观,有些是人文古迹,还有些是人造景点。具体到各类旅游景点之间或者各类旅游景点内部,属性特征也不尽相同。比如,湖泊景观与山岳景观不同,黄山景观与庐山景观不同,它们的景观属性、旅游属性、文化属性、价值属性等都不尽相同。由此可见,旅游景点类型的多样性决定了其属性复杂性。反过来,



图 1-3 高山雪峰

属性是对旅游景点进行类型细分的基本依据,根据不同的属性特征,可以将旅游景点细分出多种类别,从而达到对旅游景点内涵范畴科学认识的目的,也为旅游产品体系的合理配置和高效开发奠定了基础。

(4) 时代特征鲜明与季节变化性

任何旅游景点都是特定地理空间场所的产物。地理空间场所都具有特定的自然特征和历史发展轨迹,具有自然的四季变化特征和历史时代特征。世界旅游景点的时代特征,一方面是指任何旅游景点都是在一定的时代背景下形成的,具有时代的烙印;另一方面,旅游景点的发展演变会随着时代的变迁而变化。这也警示我们,尊重旅游景点发展的生命周期,保护其时代特征和文化脉络,是旅游景点保护的重要任务。季节性通常是指旅游景点会随着一年的四季变化而变化,这一特征在自然类旅游景点中尤为突出,比如黄山的春夏秋冬四季景致各不相同,却都独具魅力,季节性使它的景点更加丰富多样。人文景观同样也受到自然环境的四季影响,体现出综合景致的季节性变化,比如中国的万里长城,春夏秋冬的旅游体验各不相同。

第二节 世界旅游景点分类体系

分类是认识事物的一种基本方法。对世界旅游景点进行赏析,首先要对旅游景点进行分类,这样才能使景点赏析具有针对性。世界旅游景点地域分布广泛,内容范畴复杂多样,目前并没有全球统一的分类标准。

旅游景点分类的标准有很多,比如旅游景点的自身基本属性、地域分布、旅游功能、利用可持续性、管理级别、发展阶段性、到访游客量等。分类标准或出发点不同,分类的意义也有所不同。比如,可以直接根据旅游景点的年接待游客量对世界旅游景点进行等级划分,可将世界旅游景点划分出可再生景点与不可再生景点两大类,也可将世界旅游景点细分出国内的与国外的、私有的或公共的、成熟的或新建的等。本书从基本属性、地域分布、旅游功能三个方面对世界旅游景点进行分类。

1. 按基本属性划分



图 1-4 赞比亚—津巴布韦接壤处的维多利亚瀑布

可以将世界旅游景点划分出自然旅游景点、人文旅游景点和现代人造旅游景点三大类。自然旅游景点可细分出山岳景点、地质公园、水域风光、生物景观等类别;人文旅游景点可细分出文明古迹、建筑奇观、宗教圣地、城镇风情等类旅游景点;现代人造旅游景点包括人造主题公园等。在此基础上还可进行细分。比如,山岳景点可根据岩石性质细分出花岗岩、砂岩、石灰岩、变质岩类山岳景点,也可根据气候地带性特征分出热带、温带、寒带、

冰川类山岳景区等。水域风光旅游景点可根据水体类型细分出河流景点、湖泊景点、溪流景点、瀑布景点、温泉景点、海洋景点,以及水面景点、水底景点等。地质公园可根据地质基础的差异细分出地质地貌型地质公园、古生物化石地质公园、地质灾害地质公园、典型地质构造地质公园、水文地质遗址地质公园等。地质地貌型地质公园则可进一步细分出古冰川遗迹、岩溶地貌、丹霞地貌、峡谷地貌、湿地地貌、海蚀地貌等多种地貌类型的地质公园。生物景观则可细分出陆地生物景观、湿地生物景观、海洋生物景观、人工生物景观等。另外,文明古迹可以根据其历史文化脉络进一步划分;建筑奇观可以根据其建筑风格、特点、构造等进一步细分;宗教圣地可根据教派类别或宗教文化等细分出伊斯兰教、基督教、佛教等景点类别;城镇风情可根据民风民俗、语言、服饰、饮食等细分出多种类别。总而言之,特色是旅游景点的生命线,也是旅游景点分类的基本切入点。反过来,分类有助于我们更好地把握旅游景点的属性特色。

2. 按地域分布划分

首先,根据洲际分布,将世界旅游景点划分出亚洲旅游景点、欧洲旅游景点、非洲旅游景点、美洲旅游景点、大洋洲旅游景点、南极洲旅游景点等。其次,根据国别或地区不同,亚洲旅游景点可以细分出中国旅游景点、日本旅游景点、韩国旅游景点,以及蒙古、越南、马来西亚、新加坡、印度尼西亚、菲律宾、斯里兰卡、马尔代夫、巴基斯坦、土耳其、伊朗、尼泊尔、印度、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦等各国旅游景点。欧洲旅游景点可以细分出法国旅游景点、意大利旅游景点、德国旅游景点,以及西班牙、英国、希腊、比利时、荷兰、奥地利、瑞士、芬兰、挪威、瑞典、丹麦、俄罗斯、乌克兰、立陶宛等各国旅游景点。非洲旅游景点可以细分出突尼斯旅游景点、埃及旅游景点、南非旅游景点,以及肯尼亚、刚果(金)、埃塞俄比亚、喀麦隆、尼日尔、塞内加尔、津巴布韦等各国旅游景点。美洲旅游景点则包括北美洲的加拿大、美国、墨西哥、古巴等各国旅游景点,以及

南美洲的巴西、阿根廷、玻利维亚、秘鲁、厄瓜多尔、哥伦比亚、委内瑞拉等各国旅游景点。大洋洲旅游景点可以细分出澳大利亚旅游景点、新西兰旅游景点、巴布亚新几内亚旅游景点等。最后,还可以对各国的旅游景点进行地域划分,比如我国的南北古典园林景点的细分、海滨旅游城市与内陆旅游城市的划分等。对世界旅游景点进行空间划分是一项非常重要的工作,既有利于游客认识旅游景点,也是分析旅游景点发展演变的基础。

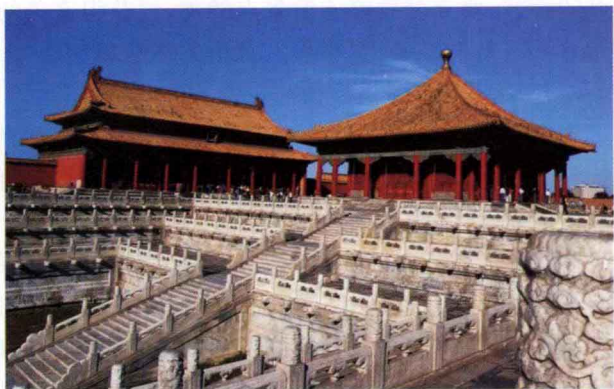


图 1-5 中国北京故宫建筑

3. 按旅游功能划分

可以细分出观光类旅游景点、休闲类旅游景点、度假类旅游景点,以及节事、会展、商务、康体疗养、购物、参与型等各类旅游景点。观光类旅游景点包括自然观光和人文观光两大类,自然观光类包括山岳景点、水域景点、生物景点、气候景点等多类观光景点,人文观光类包括城镇风光、建筑观光、遗迹遗址观光等多类观光景点。休闲类旅游景点侧重于休闲功能,休闲是旅游景点的重要功能,其业态级别较高,主要面向本地居民和外来休闲游客,已成为旅游发展的一种主流方向。人的休闲需求是多样的,对应的休闲景点类别也是多样的,比如休闲城市、休闲景区、室内休闲、博彩娱乐休闲等。度假类旅游景点中,国外的海滨度假、温泉度假起步较早,随后出现了湖滨度假、山地度假、温泉度假、乡村度假等多种度假景点类型。国内的度假类旅游景点起步较晚,目前仍然规模较小,这和我国居民的可支配收入水平、休闲习惯等密切相关。近年来,国内海滨度假、山地度假、温泉度假得到较快发展,国内居民出国度假的人数也逐年增多。日益强劲的度假需求,正在促进度假类旅游景点类别的不断丰富和发展。

另外,等级是旅游景点分类的一种重要角度。尽管国内旅游景点有 A 级景区评价分类标准,但世界上并没有统一的等级分类标准。目前比较认可的是“世界遗产”的冠名。联合国教科文组织为保护那些具有重要价值的自然和文化遗产,1976 年成立了世界遗产委员会,陆续将一些世界著名景点评定为世界遗产并载入世界遗产名录。能进入世界遗产名录的旅游景点都具有很高的自然或文化遗产价值,通常也是热点旅游景区。世界遗产的成功申请会极大地提高旅游景点的知名度和旅游收益。截至 2010 年第 34 届世界遗产委员会大会结束时,世界遗产名录收录的全球世界遗产总数增至 911 处。本教材赏析的旅游景点不少都是世界遗产。

第三节 世界旅游景点赏析方法

旅游景点审美是复杂的,赏析旅游景点离不开一些基本方法。一方面,要理清赏析的逻辑思路和内容体系,即要搞清楚旅游景点的赏析应该从哪些方面开展。另一方面,作为一名欣赏

景点的游客,要充分领略旅游景点的美,要获得完美的旅游体验,就需要懂得如何赏析,即要知道做好哪些赏析准备,熟悉景点赏析的注意事项。

1. 从哪些方面进行赏析

旅游景点的赏析,通常需要回答以下几个方面的问题,即旅游景点在哪里,如何形成的,有何特色,景观构成,美在哪里,适合哪些旅游活动,是否和谐永续。

(1) 景点位置

任何旅游景点都是一种客观的空间存在,有具体的地理位置。谈到某一旅游景点,首先需要回答的是该景点在哪里,这也是进行旅游景点赏析的起点。景点位置在很大程度上决定着景点特色,也是旅游景点赏析的重要切入点。主要表现为:其一,某一特定的地理位置,拥有特定的气温、降水、土壤、地貌、植被等综合自然地理条件,有助于我们了解旅游景点的自然景观特色;拥有特定的语言、风俗、宗教、饮食等综合社会文化特征,有助于梳理旅游景点的文化特色。其二,地理位置有助于我们了解旅游景点的活动特色,比如,海滨具有3S休闲度假的优势,山区则适合观光、康体疗养活动的开展等。其三,地理位置也是旅游景点自然美和人文美的重要映射面。总而言之,地理位置是标注着旅游景点时空意义的空间坐标,任何旅游景点的赏析都离不开空间意义的解读,离不开在哪里这个基本问题。



图 1-6 南非大圣卢西亚沼泽公园

(2) 发展轨迹

旅游景点是有生命周期的,任何旅游景点都有其起步、发展、成熟、更新或消亡的过程,有其特定的发展轨迹和生命历程。回答好旅游景点是如何形成的,有助于从时间序列上解读旅游景点的魅力,有助于梳理旅游景点的文化脉络。比如,对山岳景点进行赏析,我们需要了解山岳的地质成因、开发的时间、主要的发展历程等;对大堡礁等生物景点的赏析,离不开

对珊瑚成因的了解;同样,万里长城、巴黎凯旋门、麦加等历史文化景点,离开了对时间的了解,便无法全面了解旅游景点的意义。总而言之,时间是旅游景点的生命脉络,也是开展旅游景点赏析的重要内容,它和空间位置相结合,构成旅游景点赏析的时空逻辑。

(3) 有何特色

特色是美,是魅力,是价值;特色是旅游景点的基本生命线。进行旅游景点赏析的最关键任务就是要发现旅游景点的特色。通过将某一旅游景点与其他熟悉的同类旅游景点进行比较,有助于发现其特色和不同之处。特色通常是凸显的,比如西藏布达拉宫、麦加大清真寺的建筑特色和庄严、肃穆的宗教氛围;吴江同里古镇的三桥凸显出与其他江南古镇的不同之处;苏州水陆并行水城与水上威尼斯各具特色。对于任何一个旅游景点,通常都有独特之处,比如山岳景点可以比峻峰秀谷,地质公园比地质科考差异,水域景点可以比水质生态,生物景点比特色生物,建筑景点比建筑风格、布局结构,宗教景点比宗教建筑、相关传说,度假景点比气候特色、活动体验,等等。人无我有是特色,人有我优也是特色。总体而言,旅游景点特色的比较和发掘是多方面的,是旅游景点赏析的重点和难点。

(4) 景观构成

旅游景观是旅游产品的核心,也是旅游吸引力的核心。它包括物质景观和非物质景观两个方面。旅游景点的美是由景观元素经合理配置而形成的。要对旅游景点进行赏析,需要搞清楚旅游景点由哪些景观要素,以及各种景观要素之间的组合关系。中国苏州拙政园是江南古典园林的杰出代表。作为私家园林,拙政园远远没有北京故宫面积大,然而恰恰是这面积一般的私家园林,却通过精妙的造园手法,巧妙配置相应的景观元素,塑造了造园艺术的最高境界。各类旅游景点都有其独特的构景元素,比如海滨有沙滩、阳光、海水、游艇等;山岳有峡谷、山峰、岩石、山泉、瀑布等;当代景观建筑或历史古建筑则有建筑材料、建筑布局、外观及内部构造等。解读旅游景点的景观构成,有助于系统地审视旅游景点的美。另外,非物质景观是一种非常重要的景观类别,它本身可能没有客观具体的固定形式,但“看景不如听景”,一些看似平淡无奇的景致,正因为有了人文的因素而声名远播。历史典故、民间传说、戏曲文艺等将会给旅游景点增添更多美丽的色彩。



图 1-7 中国古典园林建筑

(5) 美在哪里

审美价值是旅游景点的突出价值之一。无论是自然景点还是人文景点,都有某些美的东西吸引着旅游者。旅游景点的美可以体现在形态美、色彩美、声音美、嗅觉美、动态美、结构美、质感美等多个方面。比如,山水有美的形态,具体可包括雄、奇、险、秀、幽、旷、野等多种形态美感;姹紫嫣红的鲜花树木、晶莹剔透的冰雪雾凇、七彩斑斓的霓虹佛光等色彩美往往能激发游客丰富的想象力;流水潺潺、幽谷莺啼、夜幕钟声等美妙声音往往能激发游客对大自然的热爱之情;芬芳的鲜花、甘甜的泉水、青草的气息给人以沁人心脾的嗅觉美;奔腾的江水、戏水的鸳鸯、盘旋的候鸟给人以精神振奋的动态美;对称的宫殿、弯曲的小路、精巧的园林给人以不同方式的结构美;柔和的月光、清澈的泉水、峻拔的山峰传达出不同的质感美。另外,除了物美、景美,还有人美、文化美,只要我们学会用美好的心态、综合的眼光去发现多维的美,便能从观赏的景点中获取更多的美感享受。

(6) 适合哪些旅游活动

对于游客而言,旅游景点的核心意义在于其开展的旅游活动或旅游项目。旅游活动是游客切实参与和体验旅游景点的具体方式,其本身就是一个景点赏析过程。首先,搞清楚某一旅游景点适合开展哪些性质或类别的



图 1-8 赛马