



旅游资源学概论

主 编 陈学军

副主编 曹 薇

非外借



中国人口出版社
China Population Publishing House
全国百佳出版单位



东北大学出版社
Northeastern University Press

旅游资源学概论

主 编 陈学军
副主编 曹 薇

中国人口出版社
东北大学出版社

© 陈学军 2016

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游资源学概论 / 陈学军主编. —沈阳: 东北大学出版社; 北京: 中国人口出版社, 2016.12

ISBN 978-7-5517-1505-8

I. ①旅… II. ①陈… III. ①旅游资源—概论 IV.
①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 324144 号

出 版 者: 中国人口出版社

北京市西城区广安门南街 80 号
010-83519392, 83519401

东北大学出版社

地址: 沈阳市和平区文化路三号巷 11 号
024-83683655, 83687311

印 刷 者: 沈阳航空发动机研究所印刷厂

发 行 者: 中国人口出版社 东北大学出版社

幅面尺寸: 185mm×260mm

印 张: 15

字 数: 328 千字

出版时间: 2016 年 12 月第 1 版

印刷时间: 2016 年 12 月第 1 次印刷

组稿编辑: 郭爱民

责任编辑: 孙德海

责任校对: 希 贞

封面设计: 刘江旸

责任出版: 唐敏志

ISBN 978-7-5517-1505-8

定 价: 39.00 元

前言

2000年7月,世界旅游组织预测,到2020年中国将成为世界第一大旅游目的国和第四大旅游客源输出国,届时将有1.37亿国际旅游者到中国旅游,整个东亚及亚太地区接待国际旅游者人数可达到4.38亿,中国在这一区域市场中将占有31%的份额。2016年5月,中国国家旅游局发布了《中国旅游发展报告(2016)》。报告显示:世界旅游业带动的产业综合增加值中,有六分之一是由中国贡献的;世界旅游业创造的就业机会中,有四分之一来自中国旅游业。2015年,中国旅游业直接投资首次突破1万亿元,中国不仅是世界上最大的旅游市场,也是世界上最大、最富潜力、最佳的旅游投资市场。未来5年,中国政府通过实施旅游投资促进计划,旅游直接投资将达到3万亿元,带动社会投资12万亿元到15万亿元。

当前,我国国际旅游已经从单一的入境游发展成为出入境旅游并重格局,出境旅游市场更加活跃、发展空间潜力巨大。改革开放之初,中国的国际旅游仅限于单一的入境游,出境游起步较晚。但进入21世纪以来,中国公民出境旅游呈现井喷式增长,已形成入境与出境两大旅游市场并重的发展格局。相关统计数据表明,从入境市场看,中国已是世界第四大入境旅游接待国,入境旅游人数(含入境过夜游客)从1978年的180.92万人次增加到2015年的1.33亿人次,增长72.5倍,年均增长12.3%;旅游外汇收入从1978年的2.63亿美元增加到2015年的1136.5亿美元,增长431倍,年均增长17.8%。从出境市场看,中国是全球增长最快的客源输出国之一,已成为世界第一大出境旅游消费国。2014年,中国公民出境旅游人数突破1亿人次,达到了1.09亿人次,2015年上升为1.2亿人次,比1992年的298.87万人次增长了39倍。目前,中国公民出境旅游目的地已扩大到151个国家和地区,成为世界上重要的旅游客源国。

旅游业是当今世界发展最迅猛、最具活力与发展潜力的产业之一。旅游业对我国经济社会发展全局具有重要的战略意义,是国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。它不仅为人们提供了美好舒适的休闲度假环境,而且促进了国家社会经济的发展。旅游资源是旅游业发展的基础和先决条件。我国丰富多彩的自然地理环境和悠久灿烂的历史文化为我们提供了非常丰富的旅游资源,为旅游业的发展奠定了坚实的基础。总体来说,我国旅游资源具有种类多、分布广、地域组合特色突出、各地旅游资源互补性强、人文旅游资源与自然旅游资源交融性强、文化积淀丰厚、开发潜力巨大等特点。同时,在旅游资源的开发利用和旅游环境的建设中注重旅游业的持续、快速、

健康发展具有更为重要的意义。

本书以中华人民共和国国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003)为依据,在此基础上构建本书的基本框架结构,以期编写出集系统性、实用性和创新性为一体的旅游资源教材。根据国家教育部关于旅游管理专业培养目标和课程设置的要求,结合近年本学科建设情况和旅游行业发展现状,综合作者多年的教学实践经验,在本书编写过程中,力求突出如下几个方面的特色。第一,在教材编写过程中注意以旅游可持续发展观与生态文明建设理论为指导,以国家颁布的旅游资源相关标准为依据。在旅游资源分类、旅游资源保护与开发等方面,既介绍国家有关的规定内容,同时又按照旅游资源分类体系组织教材结构。尤其注意强调在开发、利用旅游资源方面,坚持以可持续发展观和生态文明建设相关理论为指导,体现旅游可持续发展的要求。凸显生态文明建设理念,增强旅游资源永续利用的观念。第二,在加强基本理论与基础知识教学的同时,注意结合我国典型的、富有代表性的旅游资源进行案例分析,尤其是注重近年来国民经济建设和社会发展中出现的新型旅游资源和旅游业态的介绍,力求做到深入浅出,理论联系实际。第三,在教材编写中,不仅注重教材结构的系统性和完整性,而且注意吸收本学科的新成果、新资料。特别是注意学科相关理论研究成果的更新及旅游资源开发、保护方面的新发展、新变化,突出教材的时效性。

旅游资源学是旅游管理专业的专业必修课程,是提高学生专业能力和基本素质的主干课程,有助于学生了解并掌握旅游资源的基本概念与分类,各类旅游资源的具体内容及其成因、特点和开发功能,初步了解旅游资源调查、评价的基本方法及旅游资源的开发模式,丰富有关旅游资源学的基本知识,培养旅游资源鉴赏能力,提高旅游审美素养,为学习旅游管理其他专业课程(如旅游规划与开发、旅游景区管理等)及从事导游员工作、景区管理工作、旅游资源保护与开发工作奠定坚实的基础。

本书是专门为高等学校旅游管理专业编写的专业教材,也可供导游服务、饭店管理、地理科学、环境科学、城市规划专业使用,同时还可供高等职业技术学院相关专业以及从事旅游管理、旅游规划、项目策划、旅游开发及导游人员作为培训或自学教材。

本书由陈学军主编,并承担设计大纲、组织编写和最后统稿工作。具体各章分工如下:陈学军编写第一、六、七、十、十一章;曹薇编写第八、九、十二章;张武、陈学军编写第二、三、四、五章。

在本书的编写过程中,编者参阅了大量的旅游资源学等相关方面的图书、期刊与电子文献;没有前人的研究成果作为基础,本书是难以完成的。在此,谨向从事旅游资源学教学与研究的各位专家学者表示最衷心的感谢。限于编者水平,而且编写时间仓促,因而本书无论是在体系还是在内容方面,难免存在值得商榷之处,恳请学界同人和读者批评指正,以便我们不断完善。

编者

2016年12月

目 录

第一章 导 论	001
第一节 旅游资源的概念	001
一、旅游资源的界定	001
二、旅游资源的内涵	002
第二节 旅游资源的特点	003
一、旅游资源的共同特点	003
二、自然旅游资源的特点	004
三、人文旅游资源的特点	005
第三节 旅游资源的分类	005
一、旅游资源分类概述	005
二、旅游资源分类方案	006
第二章 地文景观类旅游资源	011
第一节 概 述	011
第二节 地质作用和地貌成因	013
一、外动力地质作用	013
二、内动力地质作用	014
第三节 综合自然旅游地	016
一、山丘型旅游地	016
二、谷地型旅游地	016
三、沙砾石地型旅游地	016
四、滩地型旅游地	017
五、奇异自然现象	017
六、自然标志地	018
七、垂直自然地带	018
第四节 沉积与构造	019
一、断层景观	019
二、褶皱景观	019

三、节理景观	019
四、地层剖面	019
五、钙华与泉华	020
六、矿点矿脉与矿石聚积地	020
七、生物化石点	021
第五节 地质地貌过程行迹	021
一、凸峰	021
二、独峰	021
三、峰丛	022
四、石(土)林	022
五、奇特与象形山石	022
六、岩壁与岩缝	023
七、峡谷段落	023
八、沟壑地	023
九、丹霞	024
十、雅丹	024
十一、堆石洞	024
十二、岩石洞与岩穴	024
十三、沙丘地	025
十四、岸滩	025
第六节 自然变动遗迹	025
一、重力堆积体	025
二、泥石流堆积	026
三、地震遗迹	026
四、陷落地	026
五、火山与熔岩	026
六、冰川堆积体	027
七、冰川侵蚀遗迹	028
第七节 岛 礁	028
一、岛区	028
二、岩礁	028
第三章 水域风光类旅游资源	030
第一节 概 述	030
一、水体与旅游的关系	030
二、水体的构景要素	030

第二节 河 段	031
一、观光游憩河段	031
二、暗河河段	034
三、古河道段落	034
第三节 天然湖泊与池沼	034
一、观光游憩湖区	034
二、沼泽与湿地	037
三、潭池	037
第四节 瀑 布	038
一、悬瀑	038
二、跌水	039
第五节 泉	039
一、冷泉	040
二、地热与温泉	040
第六节 河口与海面	042
一、观光游憩海域	042
二、涌潮现象	042
三、击浪现象	043
第七节 冰雪地	043
一、冰川观光地	043
二、长年积雪地	044
第四章 生物景观类旅游资源	045
第一节 概 述	045
一、生物景观旅游资源的吸引因素	045
二、生物的旅游功能	046
三、生物景观旅游资源的特征	046
第二节 树 木	046
一、林地	046
二、丛树	047
三、独树	048
第三节 草原与草地	048
一、草地	048
二、疏林草地	049
第四节 花卉地	049
一、草场花卉地	049

二、林间花卉地	049
第五节 野生动物栖息地	050
一、水生动物栖息地	050
二、陆地动物栖息地	051
三、鸟类栖息地	053
四、蝶类栖息地	055
第六节 自然保护区	056
一、自然保护区的概念及意义	056
二、我国自然保护区的类型	057
三、自然保护区的功能划分	057
第五章 天象与气候景观类旅游资源	059
第一节 概 述	059
一、大气景观旅游资源的概念	059
二、大气景观旅游资源的特征	059
第二节 光现象	060
一、日月星辰观察地	060
二、光环现象观察地	060
三、海市蜃楼现象多发地	061
第三节 天气与气候现象	062
一、云雾多发区	062
二、避暑气候地	062
三、避寒气候地	062
四、极端与特殊气候显示地	063
五、物候景观	063
第六章 遗址遗迹类旅游资源	064
第一节 史前人类活动场所	064
一、人类活动遗址	064
二、文化层	067
三、文物散落地	067
四、原始聚落	067
第二节 社会经济文化活动遗址遗迹	068
一、历史事件发生地	068
二、军事遗址与古战场	068
三、废弃寺庙	069
四、废弃生产地	069

五、交通遗迹	072
六、废城与聚落遗迹	073
七、长城遗迹	074
八、烽燧	075
第七章 建筑与设施类旅游资源	076
第一节 综合人文旅游地	076
一、教学科研实验场所	076
二、康体游乐休闲度假地	077
三、宗教与祭祀活动场所	079
四、园林游憩区域	087
五、文化活动场所	092
六、建设工程与生产地	095
七、社会与商贸活动场所	098
八、动物与植物展示地	098
九、军事观光地	099
十、边境口岸	100
十一、景物观赏点	100
第二节 单体活动场馆	101
一、聚会接待厅堂(室)	101
二、祭拜场馆	103
三、展示演示场馆	105
四、体育健身场馆	106
五、歌舞游乐场馆	107
第三节 景观建筑与附属型建筑	108
一、佛塔	108
二、塔形建筑物	110
三、楼阁	110
四、石窟	111
五、长城段落	114
六、城(堡)	114
七、摩崖字画	115
八、碑碣(林)	116
九、广场	117
十、人工洞穴	118
十一、建筑小品	118

第四节 居住地与社区	126
一、传统与乡土建筑	126
二、特色街巷	129
三、特色社区	129
四、名人故居与历史纪念建筑	130
五、书院	130
六、会馆	133
七、特色店铺	134
八、特色市场	134
第五节 归葬地	135
一、陵寝陵园	135
二、墓(群)	136
三、悬棺	137
第六节 交通建筑	138
一、桥	138
二、车站	139
三、港口渡口与码头	140
四、航空港	141
五、栈道	141
第七节 水工建筑	142
一、水库观光游憩区段	142
二、水井	142
三、运河与渠道段落	143
四、堤坝段落	145
五、灌区	146
六、提水设施	146
第八章 旅游商品	148
第一节 旅游商品概述	148
一、旅游商品的概念	148
二、旅游商品的特点	148
三、旅游商品的地位和作用	149
第二节 旅游商品的类型	150
一、菜品饮食	150
二、农林畜产品及其制品	153
三、水产品及其制品	155

四、中草药材及其制品	155
五、传统手工产品与工艺品	156
六、日用工业品	157
七、其他物品	158
第九章 人文活动类旅游资源	159
第一节 人事记录	159
一、人物	159
二、事件	160
第二节 艺 术	160
一、文艺团体	160
二、文学艺术作品	160
第三节 民间习俗	164
一、地方风俗与民间礼仪	164
二、民间节庆	165
三、民间演艺	165
四、民间健身活动与赛事	165
五、宗教活动	166
六、庙会与民间集会	168
七、饮食习俗	169
八、特色服饰	169
第四节 现代节庆	170
一、旅游节	170
二、文化节	170
三、商贸农事节	171
四、体育节	171
第十章 旅游资源调查与评价	172
第一节 旅游资源调查	172
一、旅游资源调查的目的	172
二、旅游资源调查的原则	172
三、旅游资源调查的类型	173
四、旅游资源调查的内容	174
五、旅游资源调查的程序	175
六、旅游资源调查的方法	183
第二节 旅游资源评价	184
一、旅游资源评价的目的	184

二、旅游资源评价的原则	185
三、旅游资源评价的内容	186
四、旅游资源评价的方法	189
五、国家标准中的评价方法	196
第十一章 旅游资源开发	200
第一节 旅游资源开发概述	200
一、旅游资源开发的概念	200
二、旅游资源开发的意义	201
第二节 旅游资源开发的原则	202
一、特色性原则	203
二、市场导向原则	203
三、综合效益原则	203
第三节 旅游资源开发的阶段和程序	204
一、旅游资源开发的阶段	204
二、旅游资源开发的程序	208
第十二章 旅游资源保护与可持续发展	211
第一节 旅游资源开发的影响	211
一、旅游资源开发对经济的影响	211
二、旅游资源开发对自然环境的影响	212
三、旅游资源开发对社会与文化的影响	213
第二节 旅游资源保护	214
一、破坏旅游资源的因素	214
二、旅游资源保护的必要性	216
三、旅游资源保护的对策与措施	217
第三节 旅游可持续发展战略	220
一、可持续发展的思想	220
二、旅游业与可持续发展	222
参考文献	225

第一章

导 论

◆ 第一节 旅游资源的概念 ◆

众所周知,旅游是由旅游主体(旅游者)、旅游中介体(旅游业)、旅游客体(旅游资源)所构成的综合体。其中,旅游资源是旅游活动的对象物,从旅游业发展的实践来看,对旅游资源赋存状况的认识、分类和评价,是旅游开发的前提与基础。没有旅游资源,旅游开发就无从谈起,正所谓“巧妇难为无米之炊”。

一、旅游资源的界定

对旅游资源的正确认识,有赖于一个相对科学的旅游资源概念的建立,这直接影响到旅游资源分类、调查、评价,以及旅游规划、旅游开发等各个方面。与中国学者不同的是,西方国家的学者往往把旅游资源称作旅游吸引(物),即 tourist attraction。它所包含的内容非常丰富,在有的情况下是指旅游地吸引旅游者的所有因素的总和。它包括旅游资源、适宜的接待设施和优良的服务,甚至还包括舒适快捷的旅游交通等。当然,在大多数情况下,旅游吸引(物)是旅游资源的代名词,二者可通用。

随着我国旅游业的发展,旅游资源的研究受到众多学者和旅游行业从业者的重视。然而,到目前为止,尚未形成一个学界与业界公认的旅游资源的概念。由于人们看问题的立场不同,学术背景和研究视角有别,因而对旅游资源的概念也有各种不同的解释。其中,较为常见的具有代表性的旅游资源概念有如下几种:

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。(陈传康,刘振礼)

凡是能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、考察研究及人民友好往来和消磨闲暇时间的客体和劳务,都可称为旅游资源。(郭来喜)

凡是对旅游者产生吸引力,并具备一定旅游功能和价值的自然与人文因素的原材料,统称为旅游资源。(卢云亭)

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。(保继刚,楚义芳)

旅游资源是指在自然界或人类社会中凡能对旅游产生吸引向性、有可能被用来规划开发成旅游消费对象的各种事与物(因素)的总和。(苏文才,孙文昌)

凡是能够造就对旅游者具有吸引力环境的自然事物、文化事物、社会事物或其他任何客观事物,皆可构成旅游资源。(李天元)

从以上诸位学者对旅游资源的界定可以看出,虽然各家表述方法不尽相同、形式有别,但实际上大同小异。其共同之处是,都强调旅游资源对游客具有吸引力这一属性。随着旅游业的发展,人们对旅游资源的认识也日益深入。

2003年,由中国科学院地理科学与资源研究所和国家旅游局规划发展与财务司联合编制,国家质量监督检验检疫总局对外公布的《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003)明确指出,旅游资源是指“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”。这一国家标准,对我国旅游资源学的教学,以及旅游资源开发、旅游规划实践产生了积极的社会影响,被旅游教育工作者和旅游行业从业者广泛采纳,因此本书也采用了这一定义。

二、旅游资源的内涵

所谓“资源”,一般指生产资料或生活资料的来源。也就是说,凡是资源对人类生产、生活都具有实用价值,而且是生产、生活中最基本的物质基础或原材料,例如矿产资源、土地资源、森林资源、水资源等。实用价值(即“有用”)和基础性(即作为原材料)是资源的共性。从上述国家标准对于旅游资源的界定可以看出,旅游资源与一般资源相比,具有较为丰富的内涵和独特的属性。

(一) 吸引力是核心

旅游资源作为资源的一部分,应具有资源的共性。旅游资源在旅游业发展中具有可利用的价值,并作为其重要的基础。旅游资源的实用价值和基础性主要表现为对旅游者具有吸引力。旅游吸引力是判断事物是否属于旅游资源的重要依据。只有那些对游客有一定的吸引力、有可能为旅游业所利用的事物才属于旅游资源。

(二) 内容发展变化

旅游资源既包括已被开发利用的,也包括尚未开发利用的内容。根据旅游资源是否已经被开发利用,可将旅游资源分为现实的旅游资源和潜在的旅游资源。旅游资源是一

个不断发展的概念。随着经济的发展、科技的进步、人们生活水平的提高,人们的旅游需求呈现出多样化、个性化发展趋势,旅游资源的范畴随之不断扩展,如太空旅游、全域旅游等新兴旅游业态的出现。

(三) 形态多元

旅游资源既有自然的,也有人文的;既有物质的,也有非物质的;既有有形的,也有无形的:具有多种形态。有些旅游资源,例如民俗文化、文学艺术等,由于它们是无形的、非物质的精神产品,不易为人们所感受,其本质也不易被人们理解与认可。实际上,这些非物质的、精神的旅游资源,是在物质的基础上产生的,总是与一定的物质基础相联系,并依附于一定的物质而存在。充分发掘无形的、精神的旅游资源,不仅可以拓宽旅游的内容,还可以为有形的、物质的旅游商品创造出新的附加值。从而提高文化软实力,讲好中国故事,传播好中国声音。

◆ 第二节 旅游资源的特点 ◆

一、旅游资源的共同特点

(一) 广域性

旅游资源在地域分布上十分广泛。在地球上不同的地区都有旅游资源的分布,不管是干旱的热带荒漠,还是寒冷的极地,全球各地都有种类繁多的旅游资源。

(二) 区域性

各种旅游资源既是地理环境的组成部分,它们的形成和存在又受到地理环境的影响与制约。随着地理环境的区域变化,旅游资源也存在着一定的地域差异。自然旅游资源如此,人文旅游资源也是如此,正所谓“一方水土养一方人”。千城一面、景观趋同是旅游业发展的大敌。

(三) 不可移动性

各种旅游资源都分布在与之相适应的地理环境和区域环境中,带有强烈的地方色彩和区域特征。这正是旅游资源个性特征的体现,也是旅游资源吸引力的源泉,而与之相适应的环境是个性特征及内涵存在的必要条件。离开了具体的环境,旅游资源的个性、特殊的内涵及吸引力往往会大大降低乃至消失,正所谓“皮之不存,毛将焉附”。因此,旅游资源的开发利用一般应在景观赋存地区进行,即旅游基本上是旅游者移动到旅游资源地的活动,而不是把资源运到其他地方再加工利用。比如,“橘生淮南则为橘,

生于淮北则为枳，叶徒相似，其实味不同。所以然者何？水土异也。”

（四）重复使用性

与通常意义上的资源不同，旅游业相对而言污染少，被称为无烟工业；旅游资源被开发后可以长期供人们参观、体验，损耗很少或几乎没有损耗。人们可以把风景定格在自己的相片中、留存在记忆中，长期回味，并不会造成旅游资源的损失。因此，旅游资源可以长期供人们开发利用。但与此同时，要重视加强保护：一方面，减少自然和人为的破坏；另一方面，为自然景观与人文景观的存在和发展创造良好的条件，如保护生态环境、保护地方文化等。从而延长旅游资源重复使用的期限，乃至实现永续利用。

（五）文化属性

旅游资源都具有一定的文化内涵，即蕴藏着一定的科学性和自然或社会的哲理。人们通过观光、游览、参与、体验，可以获得各种知识与美的享受，从而丰富知识、提高智力水平、增加美感。

旅游资源的文化内涵是其吸引旅游者的一个重要方面，但要获得这种文化享受，往往和旅游者的文化修养、精神境界有密切关系。文化修养和精神境界的高低，直接制约着人们对旅游景观的欣赏水平。例如，当人们看到斜阳余晖、鸥鹭翔集的景象时，脑海中浮现的是“落霞与孤鹜齐飞，秋水共长天一色”，而不是“哇塞，好多鸟，真好看！”。

二、自然旅游资源的特点

（一）天然性

天然性即自然属性。自然旅游资源的形成、发展、分布与特点，主要受自然因素的影响和自然规律的制约。自然旅游资源的天然性能给予人朴实、天然、圣洁、自由、自在等独特的美感，使人抒发返璞归真的情怀。由于自然旅游资源具有天然性，所以在开发利用时要特别注意保护生态环境，尊重自然规律。

（二）季节性与时限性

自然景观受到气候或其他因素的影响，常有季节性、周期性的变化。不同的季节、不同的气候条件下，自然景观有所不同，甚至有些景观只能出现在一定的时间内。由于自然景观的季节变化、周期变化或时限性的影响，使旅游资源的吸引力也发生变化，因而出现了旅游的淡季与旺季。因此，调整旅游活动的内容、丰富游客的参观体验、制定不同季节的旅游价格，做到淡季不淡，是旅游开发者应该重视的问题。