

EXPLOITATION
AND EVALUATION OF

旅游资源

评价与开发

张景群 主编



T
ourism
RESOURCES

西北农林科技大学出版社

Exploitation and Evaluation
of Tourism Resources



旅游资源评价与开发

张景群 编著

西北农林科技大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游资源评价与开发/张景群编著. —杨凌: 西北农林科技大学出版社, 2003.9
ISBN 7-81092-037-5

I.旅... II.张... III.①旅游资源—经济评价—中国 ②旅游资源—资源开发—中国 IV.F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 086720 号

旅游资源评价与开发

张景群 编著

出版发行: 西北农林科技大学出版社
地 址: 陕西杨凌杨武路 3 号 邮 编: 712100
电子邮箱: press0809@163.com 电 话: 029-7093302
印 刷: 西北农林科技大学印刷厂
印 次: 2003 年 9 月第 1 版第 1 次
开 本: 787×960 1/16
印 张: 22.625
字 数: 427 千字

ISBN 7-81092-037-5/F·7

定价: 29.50 元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系

序

旅游业作为新兴的无烟产业,正在成为我国新的经济增长点。旅游业明显的产业联动效应带动了商业、交通、餐饮、住宿等相关产业和行业的发展,同时创造了更多的就业机会。旅游已经融入了中国百姓的社会经济生活中,成为我国全面建设和进入小康社会的主要动力和内容之一,在中国社会发展中扮演着越来越重要的角色。

我国广袤的国土和多样化的气候滋育了锦绣壮丽的自然景观,众多的民族在漫长的历史中创造了具有特色风情的人文景观,古老而灿烂的历史文明孕育了上下五千年浓郁的文化底蕴……这些都形成了无比丰富的旅游资源,为中国旅游业奠定了雄厚的开发基础和广阔的发展空间。此外,我国加入WTO不仅会带来国际上先进的管理经验,而且也会加快我国旅游业的国际化进程。相信随着我国国民经济的不断快速发展,我国旅游业的国际地位将会进一步提高。

我国还有许多旅游资源尚待合理开发,还有许多景点需要在可靠评价的基础上开发建设。《旅游资源评价与开发》一书的面世,无疑会对旅游资源在开发过程中的定位、开发理念、保护与开发的关系、三大效益的同步发挥和旅游业的可持续发展等方面有积极作用。纵观本书,我觉得有以下特点:

1. 旅游业是当今方兴未艾的产业,是我国十大产业之一,而且发展前景非常广阔,有许多资源尚待进一步开发。本书从旅游资源的概念和范畴入手,对不同类型的旅游资源在建立评价方法的基础上,比较系统地阐明了开发的主题定位,开发的可行性与开发功能。《旅游资源评价与开发》提出的以资源为主体,以保护为前提,以产业化为目标的旅游资源开发思想,无疑会对我国旅游业的发展起到积极促进作用。

2. 生态旅游是旅游业的一大内容,是未来旅游业发展的主要方向,而森林资源是生态旅游的主体。创建适合农林院校办学特色和未来社会需求的旅游管理专业课程体系,编写具有鲜明特色的相关教材,是深化教学改革的重要举措。该书的出版满足了旅游管理专业教学需要,丰富了专业教学内容。

3. 该书吸收和体现了我国旅游资源开发的最新成果,特别是对我国历年来旅游资源开发成果的介绍,将加强学生对我国旅游产品的了解;引入的旅游业历年经济发展与趋势分析,将使学生明确我国旅游业发展的前景与国际战略地位;

开发精品景点的资源开发理念体现了中国旅游业与世界接轨的必然要求;相关规范性技术标准的引入,将对旅游资源逐渐步入规范化开发轨道起到推动作用。

4. 该书是作者长期理论教学和实践研究成果的结晶,是一本好的教科书,可作为旅游管理、森林资源保护与游憩专业教材,也可作为旅游资源开发者、旅游风景区管理者、导游员以及旅游界相关人士的参考书。



2003年9月

于西北农林科技大学

前 言

随着我国国民经济的飞速发展、人民生活水平的不断提高,旅游业在我国发展极为迅猛,而且被誉为新兴产业和朝阳产业。根据世界旅游组织预测,中国到2020年,将成为世界最大的旅游目的地国家,成为世界旅游市场的领头雁。

为了建立可靠的旅游资源评价与开发体系,加强对旅游资源的保护,实现旅游业的可持续发展,以适应旅游事业发展的要求;为了满足旅游管理专业、森林资源保护与游憩专业的教学需要,以及旅游管理、森林公园管理、导游管理和旅游风景区、自然保护区、森林公园、人文景观等资源开发人员的工作需要,我们编写出版了《旅游资源评价与开发》一书。内容包括各类旅游资源评价,旅游资源综合定量与定性评价,旅游资源开发的程序与可行性研究,我国旅游资源开发现状和旅游产业可持续发展等八个部分的内容。此外,作为范例,书中还列举了我国世界自然和人文遗产的有关评价和一些旅游资源开发的特例,以加强读者对我国已开发资源的了解,并且尽可能地深入浅出,达到理论与实践相结合的编写目的。

本书在编写过程中,得到了西北农林科技大学校、院领导的大力支持,西北农林科技大学副校长、博士生导师赵忠教授在百忙中为之作序;西北农林科技大学林学院院长苏印泉教授、副院长曹支敏教授以及杨茂生教授、刘晓帆教授审阅了书稿,并提出了宝贵的修改意见;赵玉珠、崩海章同志也做了一些工作;同时本书的编写吸收和参考了有关著作和论文,西北农林科技大学出版社及西北农林科技大学印刷厂也给予了极大帮助。在此书出版之际,谨对这些同志和单位致以衷心感谢。

由于水平有限,错漏难免,敬请读者批评指正。

编 者

2003年8月于杨凌

目 录

序	1
前言	1
绪论	1
第一章 旅游资源分类	7
第一节 旅游资源的概念和内涵	7
第二节 旅游资源分类	12
第三节 旅游资源的生成	19
第四节 旅游资源与旅游业的关系	23
例 1 中国世界文化遗产——万里长城旅游资源评价	24
例 2 中国世界文化遗产——秦始皇兵马俑旅游资源评价	28
第二章 自然旅游资源与评价	30
第一节 地质旅游资源	30
第二节 地貌旅游资源	36
第三节 气象气候旅游资源	49
第四节 水文旅游资源	54
第五节 生物旅游资源	62
例 3 中国世界自然遗产——九寨沟旅游资源评价	70
第三章 人文旅游资源与评价	75
第一节 历史文化名城旅游资源	75
第二节 古迹旅游资源	79
第三节 宗教文化旅游资源	86
第四节 文学艺术旅游资源	96
第五节 园林艺术旅游资源	106
第六节 现代都市风光旅游资源	118
例 4 中国世界文化遗产——孔庙、孔林、孔府旅游资源评价	121

第四章 社会风情旅游资源与评价	125
第一节 社会风情的含义、特点与功能	125
第二节 饮食习俗旅游资源.....	127
第三节 特色民居旅游资源.....	136
第四节 传统服饰旅游资源.....	141
第五节 婚葬与图腾旅游资源.....	150
第六节 民族节庆旅游资源.....	158
例 5 中国世界文化遗产——武当山建筑群旅游资源评价	162
第五章 旅游资源开发评价	167
第一节 开发评价的概念、原则及分类	167
第二节 旅游资源价值评价.....	172
第三节 旅游资源综合评价.....	177
第四节 旅游资源开发条件评价.....	182
第五节 层次分析法在旅游资源评价中的应用.....	190
例 6 中国世界自然遗产——武陵源旅游资源评价	196
第六章 旅游资源开发	203
第一节 旅游资源开发的概念、特点和任务	203
第二节 旅游资源开发的理论原理.....	206
第三节 旅游资源开发的主题定位.....	209
第四节 旅游资源开发模式.....	217
第五节 旅游资源开发与可持续发展.....	226
第六节 我国未来旅游资源开发.....	232
例 7 中国世界自然遗产——黄龙旅游资源评价	236
第七章 旅游资源开发可行性研究	242
第一节 可行性研究程序、概念及意义	242
第二节 旅游资源开发可行性研究.....	246
第三节 旅游资源开发投资与运营成本估算.....	250
第四节 生态效益评价.....	254
第五节 社会效益及环境评价.....	260
第六节 经济效益评价.....	263
第七节 国民经济效益评价.....	272

例 8 中国世界自然和文化遗产——峨眉山—乐山大佛旅游资源评价	274
第八章 中国旅游资源开发	279
第一节 中国旅游资源的总体特点	279
第二节 中国旅游资源的开发与管理	286
第三节 中国旅游资源的开发历程	297
第四节 中国旅游产品的开发	309
第五节 中国旅游业国际竞争力分析	320
附表 1 国家级自然保护区名录	333
附表 2 国家级风景名胜区名录	336
附表 3 中国古代石窟名录	339
附表 4 国家级森林公园名录	343
附表 5 国家级地质公园名录	347
附表 6 贴现因数表	348
主要参考文献	350

绪论

一、旅游资源与旅游业

旅游资源是自然界和人类社会中能对旅游者有吸引力、能激发旅游者的旅游动机,具备一定旅游功能和价值,可以为旅游业开发利用,并能产生经济效益、社会效益和环境效益的事物和因素。

旅游业(Tourism Industry)是一个综合性行业,它把行、住、吃、游、购、娱各个环节联为一体,提供“一条龙”服务,通过产业关联带动、吸纳就业等功能,推动和刺激着经济增长和社会进步。世界旅游组织(WTO)则把旅游业定义为为游客提供服务和商品的行业。旅游业以直面服务、产销合一为其主要行业特征。在旅游产业体系中,旅行社扮演着直接供应商、旅游中间商和旅游目的地接待服务的角色。

旅游资源是旅游业赖以生存和发展的前提条件,是旅游业产生的物质基础,是旅游的客体,是旅游产品和旅游活动的基本要素之一。旅游资源只有通过合理地开发建设,才能转化为旅游产业,这一过程即是产业的转化过程,同时也是旅游产品的形成过程。

二、旅游业发展概况与趋势

1. 世界旅游业发展概况与趋势

旅游从何时兴起已无从考证,但我们知道真正的大规模的国际旅游产生于第二次世界大战以后。二战以后,西方发达国家经历了一个持续稳定的发展和增长时期,国际环境的相对稳定、科技的高速发展、人们生活和消费观念的改变、交通运输业的发达、人们收入的大幅度提高、带薪休假的产生和兴起,都使得人们的旅游需求日益高涨,并使旅游业得到了蓬勃的发展。从1950年开始,世界旅游业便以每年7.1%的速度增长,到1998年,接待人次从2500万人次增长到6.25亿人次,国际旅游收入也从21亿美元增加到4447亿美元,较1950年增长了210.8倍,年均增长达11.8%。1992年,世界旅游收入超过了石油、汽车工业收入,成为世界上第一大产业;1996年旅游总产值已经达到36000亿美元,占世界国民生产总值的10.7%,同年,旅游总投资7660亿美元,占世界总投资的

11.9%，旅游业总税收为 6530 亿美元，占世界税收总额的 10.4%，旅游业就业人数达 2.55 亿人，占世界总就业人数的 1/9。旅游业的发展规模已经在世界经济的发展中占据了相当重要的地位。

在过去的 50 年中，世界旅游处于持续的发展之中，但是也呈现出这样一种趋势：全球旅游人次每隔 10 年的增长率在不断下降，说明国际旅游活动在经历加速增长后期后开始进入缓慢增长期。国际旅游收入的增长在 20 世纪 70 年代达到高峰后，增长速度也在放慢，不过还是超过了全球经济的增长速度。虽然 20 世纪 90 年代全球经济增长放缓，但国际旅游仍取得了年均 6.39% 的增长率。国际旅游业已经成为世界经济中不可或缺的一部分。

在 21 世纪的前 20 年，虽然国际旅游业的发展已经由快速发展走向缓慢增长，但世界旅游市场仍拥有相当大的发展潜力和广阔空间。据预测，即使到 2020 年，国际旅游人数只占世界潜在旅游人口的 7%，欧洲为 14%、美洲为 8%、东亚为 10%、南亚为 1%，整个旅游市场仍然拥有广阔的空间。世界旅游组织曾对未来的国际旅游作了预测，他们认为，在未来几年里，国际旅游业将保持良好的发展势头，2010 年全球国际旅游人次将达到 10 亿人次，2015 年达到 12 亿，2020 年达到 16 亿。2000~2020 年国际旅游活动的年平均增长率为 4.4%，其中，2000~2010 年的平均增长率为 4.0%，2010~2020 年的平均增长率为 4.8%。2020 年全球国际旅游消费收入将达到 20 000 亿美元，国际旅游年均增长率为 6.7%，远远高于世界财富年均 3% 的增长率。届时，国际旅游人数将占世界总人口的 3.5%，欧洲将继续保持世界最大的旅游目的地的地位，但是其国际旅游年增长率(3.1%)将低于世界旅游年增长率。东亚太地区将成为世界第二大国际旅游目的地，中国将成为最大的国际旅游目的地国家，与此同时也将成为第四大旅游客源国。

2. 我国旅游业的发展概况与趋势

我国疆域辽阔，拥有丰富的旅游资源。既有风景秀丽的江南水乡，也有粗犷豪迈的西北风情；我国拥有悠久的历史文化，目前已经公布了 99 个国家级历史文化古城，长城、故宫、颐和园等已经被列入世界文化遗产名录；我国还是一个拥有多个民族的国家，各个民族的习俗和风情很容易使人产生强烈的向往之情，所有这些都为我国旅游业的发展奠定了一个良好的基础。

我国旅游业起步较晚，真正的发展应该是在改革开放以后。在这 20 年里，我国无论是入境和出境旅游人数、旅游收入，还是旅游业在世界旅游市场中的地位，都得到了很大的提高。2002 年我国接待入境过夜旅游人数达 3680 万人次，旅游外汇收入达到 203.9 亿美元，国际排名均为第五。较 1995 年接待入境过夜旅游人数 2003.4 万人次、旅游外汇收入 87.33 亿美元分别增长了 0.84 倍和

1.34 倍,同年我国两项指标世界排名分别为第八位和第十位。

在未来旅游业的发展方面,我国的自然风光资源和社会历史文化资源还远远没有得到开发,尤其是我国的中西部地区,众多的自然资源还没有向游客揭开神秘的面纱。随着东部旅游资源的深度开发,中西部旅游资源的相继开发和旅游条件的改善,我国对世界的吸引力将会越来越大。据世界旅游组织预测,2020年,我国将成为世界最大的旅游目的地国家,接待旅游人次将达 1.37 亿;同时也将成为世界十大旅游客源国之一,出游人次将达 1 亿。另外,旅游收入在国民生产总值中的份额也呈明显的增长趋势,旅游业与国民经济的相关程度越来越高,2000 年我国旅游总收入占 GDP 的 3.55%,到 2010 年将升至 8%。但是,这个比例与世界旅游业总产出占世界 GDP 总量的 10.7% 相比,仍有不小的差距。从这一点来看,我国的旅游业现在还处于发展的初级阶段,未来还有很大的发展空间。

三、旅游业的行业优势

旅游业的飞速发展始于第二次世界大战以后。在战后的这段时间里,旅游业逐渐成长为各国国民经济和世界经济的支柱产业。旅游业不像工业产业,会随着社会和经济的发展而成熟,再而衰退,可以说它永远是一个朝阳产业,只要人们对外界美好事物的好奇和追求没有泯灭,旅游业就永远不会停止发展。随着经济的发展和技术的进步,旅游业将拥有更加美好的发展前景。

1. 旅游市场存在着巨大的潜在需求

人们一直对外面的世界充满着某种憧憬和向往,希望更多地了解这个世界,甚至浩瀚无垠的宇宙。随着经济的发展、社会的进步,人们外出旅游的愿望将越来越强烈。

首先,个人收入水平和社会劳动生产率的提高,使人们物质基础更加雄厚,空闲时间更加充裕,从而使需求层次不断提高。人们对生活享受和休闲的需求成为产生旅游需求的客观基础。全球工业化日趋发展的未来社会,整个人类都在寻找一种回归自然的生活方式以满足自身需求。面对丰富多彩的各种旅游信息,走进自然、外出旅游就成为人们的一种美好选择。尤其是世界经济呈现的全球化的趋势使人们相互沟通、相互了解的愿望越来越强烈。可以预见,随着全球经济的一体化发展,人们对旅游的潜在需求会越来越强,旅游业的市場也会越来越大。

其次,旅游的经济基础不断增强。一方面,用于旅游资源开发和投资的资金越来越充裕,景点可以得到很好的建设、维护、开发和完善,也可以修建更好的配套设施,如宾馆饭店、交通路线,配备现代化交通工具及安全设施,使旅游业硬件

日趋完善;另一方面,信息技术的高度发达使各种与旅游有关的信息唾手可得,消费者可以凭借迅捷、透明的市场信息作出决策,极大地方便了旅游愿望的实现。

2. 旅游资源存在一定的垄断性

在旅游业为消费者提供的产品中,旅游资源是关键。优美的自然风景、良好的人文环境以及悠久的历史和历史遗迹是最初激发人们旅游意识的源泉。但是,这些自然景观、人文景观、人造景观都有其独特性,本身不可重复,它们不可能从一个地方迁徙到另一个地方。世界上不可能有第二个长城和故宫,也不可能第二个埃及金字塔,每一个旅游景点都有自己独特的旅游主题。随着旅游景点的形成和发展,它们的独特性也被赋予到景点名称中,成为其固有的内涵。人们一提到该景点就会产生对景点的直观印象,从而将众多景点区别开来,形成价值判断。因此,如果把旅游景点看做产品,就可以断定出旅游景点没有替代品的结论。这就是旅游资源的垄断性,这种垄断性将会使旅游业更加丰富多彩,更具独特性,以满足人们多样的需求。

3. 旅游业是一个劳动力密集且成本相对较低的产业

与资本密集型产业和现代的高科技产业相比,在从业人员的智力素质方面,旅游业的要求相对较低。不过,这并不是说旅游业不需要高学历人才、高级管理人才,而是说旅游业从业人员呈现金字塔型结构:塔顶是少量的管理人员,塔基是众多的普通服务人员。一些发达国家的实践表明,旅游业安排就业的平均成本要比其他产业低 36.3%,旅游业每增加一个直接就业人数,就可以增加有关联的间接就业人数 5 人以上。据权威研究报告显示:全世界目前每 9 个就业人员中就有一个是旅游就业,而在一些热带岛国更是全民投入旅游业。景观、人是旅游业的基本生产要素,从这一点来看,旅游业在任何社会都有强大的生存基础。

4. 旅游行业的前景和地位

据统计资料表明,当一国人均国民生产总值达到 300 美元时,居民将普遍产生国内旅游的动机;当达到 1000 美元时,将产生国际旅游的动机;超出 3000 美元时,将会产生洲际旅游的动机。在过去的半个世纪里,国际旅游人数和旅游收入的年平均增长率分别为 7.5% 和 12%,远远超出了世界经济的总体发展速度,也超出其他单项产业的发展速度。1992 年,旅游业已经超出石油、汽车工业,成为世界第一大产业。世界旅游理事会(WTTC)曾于 1996 年指出:无论用哪一种经济指标(总产出、附加值、资本投资、就业和税收贡献)来衡量,旅游都是世界上最大的产业。而且,在今后的 10 年中,旅游业仍然会保持强劲的增长势头。

四、国内旅游业面临的机遇和挑战

1. 国内旅游业面临的机遇

(1) 国际和国内环境变化提供了发展机遇

旅游需求属于较高层次的需求,当人们的可支配收入和可支配时间增加到一定水平,并保持着不断增长的时候,再加上配套的基本设施也已经基本齐全,旅游业就会快速发展起来。我国经过 20 多年的经济建设,特别是旅游基础设施建设,在各方面为旅游业的成长创造了条件,我国旅游业正面临着快速发展的历史机遇。

(2) 经济的持续发展为旅游业的发展创造了条件

旅游业的发展与经济的发展水平密切相关。大众出游的前提是可支配收入的提高,GDP 的不断增长使人们具备了出游的经济基础。目前我国经济正进入新一轮稳定增长时期,据统计数据表明:当人均国内生产总值超过 800 美元时,旅游业将会出现排浪式的发展。我国有些城市已经超过了 800 美元,从国外的旅游业发展进程来看,这正是旅游消费急剧膨胀的时期。但我国居民近几年来出游率和旅游消费对国民经济的贡献率还不高,比起一些旅游发达国家还有差距。因此,我国的旅游业发展空间将非常巨大。

(3) 旅游产业是我国新的经济增长点

我国正在进行产业结构调整,旅游业作为第三产业中的龙头产业,被确定为国民经济新的增长点,各地采取很多扶持措施促进其发展,旅游业总体的发展环境和投资环境比以往任何时候都好。

(4) 西部开发为西部地区的旅游业发展创造了条件

国家的西部大开发战略将使西部的基础设施建设加速,为旅游业的发展打下良好的基础,同时西部诸省为发展地区经济,都把发展旅游行业作为本省的支柱产业或重点行业,这将极大促进该行业的发展。

(5) 加入 WTO 对旅游业的积极影响

加入 WTO 后,中国旅游业以及与旅游相关的各个行业将加快对外开放步伐,进一步优化中国的旅游环境。面对加入 WTO 后国际激烈的竞争环境,我国旅游业将会吸引更多的客源和采用更先进的管理技术,从而促进旅游业的发展。

2. 国内旅游业面临的挑战

虽然我国拥有良好的发展环境和机遇,但我国旅游业各方面还不完善,存在着许多需要改进的地方。

(1) 我国旅游业产业结构亟待调整

我国加入 WTO 后,旅游业以前受到的国家保护必将逐步放开,国内旅游企

业将和世界级的国外旅行商站在一起,在同样的条件下竞争,这种威胁已经迫在眉睫。我国旅游业像我国许多其他产业一样,结构性矛盾非常突出,旅游产品、宾馆饭店以及旅行社的结构化调整势在必行。

目前,就旅游资源开发而言,我国旅游市场中以观光旅游为主的中低档产品占据绝对比重。为满足不同消费者的需要,要求旅游企业丰富旅游产品的结构品种、不断开发旅游新产品,形成观光旅游、度假旅游、特种旅游、主题旅游等品种以及高、中、档旅游产品之间的平衡和协调发展。

此外,旅游饭店的结构和档次结构不平衡,饭店提供的产品雷同,无法适应个性化旅游者的需要;旅行社产业大多规模较小、各个地方不均衡、管理混乱、服务质量差,没有形成“集团化大型旅行社—专业化中型旅行社—网络化小型旅行社”的金字塔型结构;地域和部门的条块分割、地方保护主义是全行业合纵联横的一大阻碍;一些地区的基础建设还比较差,景点开发比较落后,法律条文还不够完善,旅游企业的经营管理水平不高、缺乏国际水准的管理人才……这些都是我国旅游业急需改善、提高和解决的问题。

(2) 世界旅游业竞争加剧

我国加入 WTO 后,一是会很快面临国际旅游业巨头们强有力的挑战;二是我国居民将可以进入更多的国家去旅游,这将导致国内出境旅游大幅增加,从而可能会使中国旅游业受到冲击;三是东南亚国家竞争能力也较以前有所增强。随着中国的开放,交通和信息技术的日益发达,出境旅游的方便,东南亚国家和地区原来具有的优良服务和旅游经济意识,廉价的地面交通和航空运输业,特有的异国风情和文化都将对中国旅游业形成强有力的挑战。

3. 发展前景和趋势

根据统计表明,当一国人均 GDP 达到 800~1000 美元时,已进入旅游发展的排浪式消费阶段。2000 年年底,我国人均 GDP 已经超过 800 美元,有的城市如上海、深圳已经远远超过这一标准。与此同时,城乡居民的“恩格尔系数”将分别降至 40%和 50%左右。我国的旅游业将进入一个新的发展阶段。

据世界旅游组织预测,大约在 2015 年,中国的旅游业将进入旅游业发展的高级阶段——出境旅游阶段;到 2020 年,中国将成为世界第一大旅游目的地国。整个东亚及亚太地区接待旅游者人数将达 4.38 亿,其中将有不少于 1.37 亿的国际旅游者到中国旅游,也就是说,中国至少在这一区域市场中占到 31%的份额。

因此,随着国民经济的快速发展以及旅游设施的完善,中国成为未来旅游大国已成必然。

第一章 旅游资源分类

第一节 旅游资源的概念和内涵

一、旅游资源的概念

旅游资源是地球上资源的一个类型。资源(resources)通常是指可供开发利用,并能够为人类服务的自然界各种物质的天然来源。资源一般又常称为自然资源,它按其可重复利用性又可划分为可更新的自然资源和不可更新的自然资源。旅游资源在其开发和利用的特定条件下,不仅包括了可更新的自然资源和不可更新的自然资源,而且 also 包括了人文资源。

1. 旅游资源概念综述

随着我国旅游业的发展以及我国与国外交往的进一步加强,“旅游资源”这一名词已被人们认同。然而对“旅游资源”这一概念的界定却有不同的认识,因而关于“旅游资源”的概念有着多种阐述。

旅游资源是发展旅游的基本条件之一。对旅游资源的认识,是随着旅游业的兴起而产生并不断深化的。由于旅游业是一项新兴产业,而旅游资源相对于其他单一的传统资源,在内容和构成上都要复杂得多,因此,对旅游资源的确切定义,目前国内外尚未形成统一的表述。现就一些专家对旅游资源一词的定义介绍如下:

“凡是能够造就对旅游者具有吸引力环境的自然因素、社会因素或其他任何因素,都可构成旅游资源”(李天元、王连义);

“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);

“目前已经利用和尚未利用的、能够吸引人们开展旅游活动的有关自然过程、人类活动以及它们的不同时期形成的各种产物之总称”(阎守邕等)；

“凡是经过开发能够吸引游客的东西都可称之为旅游资源”(何礼荪)；

“能够使旅游者发生兴趣,有足够的力量吸引他们前来,并由此可获得经济效益的各种要素的集合”(晓鞍)；

“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)；

“凡能够吸引旅游者产生旅游动机,并可能被利用来开展旅游活动的各种自然、人文客体或其他因素,都可称为旅游资源”(甘枝茂、马耀峰)；

国家旅游局和中国科学院地理研究所制定的《中国旅游资源普查规范(试行稿)》对旅游资源的定义为:“所谓旅游资源是指自然界和人类社会,凡能对旅游者有吸引力、能激发旅游者的旅游动机,具有一定旅游功能和价值,可以为旅游业开发利用,并能产生经济效益、社会效益和环境效益的事物和因素”。

2. 旅游资源概念的同质性

从以上认识可以看出,有关旅游资源的描述,其共同之处在于旅游资源必须对游客有一定的吸引力,促使游客产生旅游动机。其不同之处主要在于具体内容的概括与表述上有差异。

一般认为,旅游资源是旅游业赖以生存和发展的前提条件,是旅游业产生的物质基础,是旅游的客体,是旅游产品和旅游活动的基本要素之一。构成旅游资源的基本条件:一是对旅游者有吸引力,能激发人们的旅游动机;二是具有可利用性,随着旅游者旅游爱好和习惯的改变,旅游资源的包容范畴不断扩大;三是资源的开发能产生不同的经济效益、社会效益和环境效益。

3. 旅游资源的概念

随着旅游业的发展,旅游项目在不断增加,人们异地环境体验欲也在不断增强,因而有关旅游资源的概念也在进一步深化。旅游资源作为一种发展中的概念,本书将其定义为:凡能够吸引旅游者产生旅游动机,并能被利用来开展旅游活动、形成旅游产业的各种资源都称为旅游资源。从这一概念不难看出,旅游资源应使旅游者产生旅游动机,对被开发的项目产生兴趣,使资源在保护的前提下能形成一种产业。就资源而言,能被开发成旅游业的资源有可能是有形的或无形的,也有可能是自然的或人文的,或是现存的、恢复的、创造的等等。

二、旅游资源的内涵

1. 旅游资源的基础性

旅游资源实用价值的主要体现是对游客的吸引力。游客之所以从客源地到