



普通高等教育“十二五”旅游管理专业规划教材

旅游资源学

主编 张吉献 李伟丽 《

✓ 本书论述了旅游资源的含义、审美特征、研究对象、研究内容和分类，以及旅游资源学的学科特点和研究方法，并对旅游资源中的地质地貌、水体、天象、气候和气象、生物、历史文物古迹、宗教文化、古典园林、民风民俗、都市城镇、旅游商品、世界遗产等具有代表性的旅游资源类型进行了具体、详细的介绍。为突出旅游资源的实践研究，本书还阐述了旅游资源的调查与评价、开发规划及旅游资源的保护与可持续发展等内容。



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



配电子课件



普通高等教育“十二五”旅游管理专业规划教材

旅游资源学

主 编 张吉献 李伟丽

副主编 何 静 丁晓楠 赵 鑫

参 编 张志高 张 亮 刘莹莹

T-590.3
164



机械工业出版社

本书论述了旅游资源的含义、审美特征、研究对象、研究内容和分类,以及旅游资源学的学科特点和研究方法,并对旅游资源中的地质地貌、水体、天象、气候和气象、生物、历史文物古迹、宗教文化、古典园林、民风民俗、都市城镇、旅游商品、世界遗产等具有代表性的旅游资源类型进行了具体、详细的介绍。为突出旅游资源的实践研究,本书还阐述了旅游资源的调查与评价、开发规划及旅游资源的保护与可持续发展等内容。

本书可作为高等院校旅游类专业的学生教材用书外,并可作为高等职业教育和自学考试专业用书,以及旅游从业人员的培训用书。

为方便教学,本书配备了电子课件等教学资源。凡选用本书作为教材的教师均可登录机械工业出版社教材服务网 www.cmpedu.com 免费下载。如有问题请致信 cmpgaozhi@sina.com, 或致电 010-88379375 联系营销人员。

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源学/张吉献,李伟丽主编. —北京:机械工业出版社,2014.10

普通高等教育“十二五”旅游管理专业规划教材

ISBN 978-7-111-48528-5

I. ①旅… II. ①张… ②李… III. ①旅游资源—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 266033 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:徐春涛 责任编辑:杨 洋

责任校对:徐春涛 封面设计:张 静

责任印制:李 洋

北京宝昌彩色印刷有限公司印刷

2015 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×260mm·17 印张·408 千字

0 001—3 000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-48528-5

定价:36.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010) 68326294

机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010) 88379649

机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前 言

近年来,我国旅游业发展如火如荼。据统计,2013年,全国国内旅游人数32.6亿人次,国内旅游收入26276亿元人民币,同比增长15.7%,继续保持较快发展。2014年8月,国务院颁发了《关于促进旅游业改革发展的若干意见》,提出了树立科学旅游观、增强旅游发展动力、拓展旅游发展空间、优化旅游发展环境、完善旅游发展政策等若干意见。预计到2020年,境内旅游总消费额将达到5.5万亿元,城乡居民年人均出游4.5次,旅游业增加值占国内生产总值的比重超过5%。展望未来,随着经济和社会的不断发展,旅游需求将会有增无减,潜力巨大。

旅游资源是旅游业发展的基础和先决条件。我国地域辽阔,同时又是一个多民族具有悠久历史的多民族国家,具有丰富多彩的自然风光、源远流长的灿烂文化、引人入胜的名胜古迹,一直以来以其独特的魅力吸引着中外游客。

发展旅游业必须对旅游资源本身进行科学认识,包括旅游资源的特征、审美,旅游资源的成因、发展和演化规律等。旅游资源多数属不可再生资源。我国旅游业经过几十年的发展已取得巨大的成就,与此同时,对旅游资源的盲目过度开发,破坏旅游资源等现象时有发生,这就要求我们要切实保护好生态环境,保护好各类旅游资源。只有这样才有可能对旅游资源进行合理开发,使旅游资源充分地、可持续地为旅游业发展服务。

“旅游资源与开发”是旅游管理专业必修的核心课程之一,编者试图应用旅游学、地理学、美学、规划学等相关学科的理论和方法,结合国内外旅游资源开发的实际对旅游资源特征与分类、旅游资源系统、旅游资源开发、规划与保护等进行全面系统的介绍与阐述。本书每章设有“学习目标”“本章小结”和“思考与练习”,题目形式多样,并附有“案例分析”,使得理论与实践结合更加紧密。为了便于教师的教和学生的学,本书配有电子课件。

本书由张吉献、李伟丽担任主编,何静、丁晓楠、赵鑫担任副主编。具体编写分工如下:第一章和第十一章由李伟丽完成;第二章和第十二章由张吉献完成;第三、四、八章由赵鑫完成;第五章由张志高完成;第六、七、十章由丁晓楠完成;第九、十三、十四、十五、十六章由何静完成;张亮、刘莹莹也参与了部分编写工作。全书由张吉献负责统稿、定稿。

由于编者水平有限,书中难免有错误与纰漏之处,恳请各位读者批评指正,沟通信箱 hdp316@163.com。

编 者

目 录

前言

第一章 绪论	1
第一节 旅游资源的概念	1
第二节 旅游资源学的学科研究	6
第三节 旅游资源的分类	8
本章小结	12
思考与练习	13
第二章 地质地貌旅游资源	15
第一节 概述	15
第二节 地质类旅游资源	18
第三节 地貌类旅游资源	26
本章小结	40
思考与练习	40
第三章 水体旅游资源	43
第一节 水体旅游资源概述	43
第二节 水体旅游资源的类型	45
本章小结	56
思考与练习	57
第四章 天象、气候和气象旅游资源	58
第一节 概述	58
第二节 天象旅游资源	60
第三节 气候旅游资源	61
第四节 气象旅游资源	62
本章小结	65
思考与练习	65
第五章 生物旅游资源	66
第一节 生物旅游资源的概念与特点	66
第二节 植物旅游资源	69
第三节 动物旅游资源	72
第四节 自然保护区	75
第五节 动、植物园及田园风光	80
本章小结	82
思考与练习	82

第六章 历史文物古迹旅游资源	85
第一节 历史文物古迹旅游资源的概念与分类	85
第二节 古人类文化遗址、古都和古战场遗址	86
第三节 古建筑类旅游资源	91
第四节 古代陵墓类旅游资源	111
第五节 名人遗迹与近现代重要史迹	113
本章小结	114
思考与练习	114
第七章 宗教文化旅游资源	117
第一节 宗教文化旅游资源概述	117
第二节 佛教旅游资源	120
第三节 道教旅游资源	128
第四节 基督教旅游资源	130
第五节 伊斯兰教旅游资源	131
本章小结	133
思考与练习	133
第八章 古典园林旅游资源	136
第一节 古典园林的概念与特点	136
第二节 中国古典园林的组成要素	137
第三节 中国古典园林的构景手法	139
第四节 中国古典园林的主要类型	141
第五节 中国古典园林的建筑类型	146
本章小结	148
思考与练习	148
第九章 民风民俗旅游资源	150
第一节 民风民俗的概念和类型	150
第二节 民风民俗旅游资源的旅游功能及分布	151
本章小结	158
思考与练习	158
第十章 都市城镇类旅游资源	160
第一节 历史文化名城	160
第二节 特色小城镇	166
第三节 现代都市风光	177
本章小结	181
思考与练习	181
第十一章 旅游商品类旅游资源	184
第一节 旅游商品的含义与特点	184

第二节 旅游商品的类型与地区分布	185
本章小结	196
思考与练习	196
第十二章 旅游资源的精华——世界遗产	198
第一节 世界遗产概述	198
第二节 中国的世界遗产	202
第三节 世界遗产与旅游	205
本章小结	207
思考与练习	207
第十三章 旅游资源与审美	210
第一节 自然旅游资源的审美特征	211
第二节 人文旅游资源的审美特征	214
本章小结	215
思考与练习	216
第十四章 旅游资源的调查与评价	217
第一节 旅游资源的调查	217
第二节 旅游资源调查类型与内容	218
第三节 旅游资源调查程序与方法	221
第四节 旅游资源评价	222
本章小结	229
思考与练习	229
第十五章 旅游资源开发	231
第一节 旅游资源开发的概念、内容、原则和意义	231
第二节 旅游资源开发的基础理论	234
第三节 旅游资源开发的可行性研究	239
第四节 旅游产品的开发模式	241
第五节 旅游资源开发的发展趋势	247
本章小结	248
思考与练习	249
第十六章 旅游资源的保护与可持续发展	250
第一节 可持续发展的基础理论和思想观念	250
第二节 旅游资源保护的意义和对策分析	254
第三节 旅游资源可持续发展实现的条件和措施	257
本章小结	260
思考与练习	260
参考文献	263

第一章

绪论



学习目标

1. 掌握旅游资源的概念，正确理解旅游资源的内涵。
2. 掌握旅游资源的特征。
3. 正确认识旅游资源与旅游业的关系。
4. 了解旅游资源学的研究对象和内容。
5. 熟悉旅游资源学的学科特点和研究方法。
6. 掌握旅游资源分类的概念、分类原则、依据及方法。
7. 能够进行区域旅游资源分类。

第一节 旅游资源的概念

旅游资源 (Tourism Resources) 是旅游活动三要素之一，是旅游活动的客体，是旅游业发展所必需的物质基础。

一、旅游资源的概念及其内涵

旅游资源这一概念是随着旅游活动的发展而出现和变化的。旅游资源的内涵非常丰富，目前在旅游学界尚无统一的定义，看法上也存在分歧。在英文中，旅游资源又被称作旅游吸引物 (Tourist Attractions)，其本身既包括能刺激旅游者产生旅游动机的各种因素，又包含决定旅游者的旅游行为能否实现的一系列中介条件，是一个内涵极为广泛的概念。

旅游业是国民经济产业中的一门新兴产业，为之提供理论指导的旅游科学还不够成熟，具体表现在其理论体系与框架还不够完善，如对旅游资源概念的理解与界定还未达成共识。

(一) 国内学者对旅游资源的概念及其内涵的理解

在中国，从 20 世纪 70 年代到 80 年代，经济学、地理学和社会学的一批学者，相继转为研究旅游科学，他们在撰写论文和专著时都涉及对旅游资源概念的理解和解释，并从不

同角度对旅游资源下了定义。其中,以下几种说法最具代表性和影响力:

“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。”^①

“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。”^②

“凡能为人们提供旅游观赏、知识乐趣、度假疗养、娱乐休闲、探险猎奇、考察研究以及人民友好往来和消磨时间的客体和劳务,均可称为旅游资源。”(孙文昌,现代旅游开发学,青岛:青岛出版社,2002:19)

“所谓旅游资源,专指地理环境中具有旅游价值的部分,也即旅游者在旅游过程中感兴趣的环境因素和可以利用的物质条件。”

“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都可构成旅游资源。”

“旅游资源是指对旅游者具有吸引力的自然存在的历史文化遗产,以及直接用于旅游目的的人工创造物。”

“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、环境效益的各种事物和因素都可视为旅游资源。”(国家旅游局开发司,1992)

“凡能对旅游者产生美感和吸引力,并具有一定旅游功能和价值的自然与人文因素的事与物的综合。”

“旅游资源是旅游地资源、旅游服务及其设施、旅游客源市场三大要素相互吸引、相互制约的有机系统,是有关这三大要素相互间的吸引向性的总和。”

(二) 外国学者对旅游资源的概念及其内涵的理解

西方学者常将旅游资源称作旅游吸引物(Tourist Attractions)。它包括旅游地的旅游资源、适宜的接待设施和优良的服务等因素的总和,甚至还包括舒适快捷的旅游交通条件。

旅游吸引物必须是那些给旅游者以积极的效益或特征的东西,它们可以是海滨或湖滨、山岳风景、狩猎公园、有趣的历史纪念物和文化活动、体育运动以及令人愉悦舒适的会议环境。

更有从技术经济角度给旅游资源所下的定义:旅游资源是在现有技术和物质条件下,能够被用作组织旅游活动的自然的、技术的和社会经济的因素。

(三) 对旅游资源的概念及其内涵的认识

目前对旅游资源的概念及其内涵的理解存在着很多的观点,那么如何去界定旅游资源?在探讨这个问题之前,有必要从以下三个方面进行分析。

1. 吸引力

这是指旅游资源具有激发旅游者旅游动机的吸引力,这应成为旅游资源理论的核心成分。西方学者也将旅游吸引物作为旅游资源的代名词。旅游吸引力就是将游客从客源地吸引到目的地旅游观光的能力。

^① 陈传康,刘振礼.旅游资源鉴赏与开发.上海:同济大学出版社,1990:4.

^② 孙文昌,陈元泰.应用旅游地理学.长春:东北师范大学出版社,1989:24.

2. 存在的形式

旅游资源与地球上其他资源一样,是客观存在的,有自然因素形成的物质资源,也有根植于物质资源的基础上所产生的无形的非物质资源,如文化艺术作品及其创作过程、神话传说等。这些非物质资源依附于物质资源而产生,两者的结合往往能产生更大的旅游吸引力,如“许仙和白娘子”就为故事的发生地——杭州西湖断桥和镇江金山寺注入了活的灵魂,长期以来吸引大量游客。所以无论它们归属于哪种存在形式,均应成为旅游资源的重要组成部分。

3. 发展变化

旅游资源并不是一成不变的,它本身带有发展性,具体可以从以下三个方面来看:

(1) 阶段性 任何作为旅游资源的自然或人文的现象或因素,完全是由于其他的原因而存在的,当人们对它们产生浓厚的审美兴趣时,它们才成为旅游资源。

(2) 开发程度 旅游资源从状态上看有两种,未开发的和已开发的旅游资源。旅游资源的开发实际上是将潜在的旅游资源转变为现实的旅游资源,这是一个利用深度的问题。而那些过度开发导致人为损坏严重的旅游资源,有些已经不能作为旅游资源。所以,从长远的观点看,无论其是否经过开发,只要是对游客具有吸引力的事物、现象或因素,均应认为属于旅游资源。

(3) 范畴外延 随着社会的进步,科技水平的提高和人们多样化旅游需求的兴起,旅游资源的范畴不断外延。人们不再满足于传统意义上的“观光式”旅游,而是向参与型、休闲度假型等方面发展;旅游的方式也在向多样化方面发展,如工业旅游、农业旅游、科技旅游、海底旅游、太空旅游等。这些都将使我们不得不重新审视一下前面所谈到的旅游资源问题,新的旅游方式必然依赖于新的旅游资源。实际上,当前旅游资源范畴的扩大已是一个不可争辩的事实。

基于以上的这些认识,我们认为: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力、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。简单地说,旅游资源是能够诱发旅游动机和实施旅游行为的诸多因素的总和。它不仅是作为一定地理空间范围内的旅游目的地,也包括旅游者和各种能传达旅游地相关信息的事与物。

二、旅游资源的特征

(一) 区域性

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。因此,旅游资源的区域差异是客观存在的。不仅自然旅游资源存在区域差异,人文旅游资源也同样存在区域差异。因为地理环境的区域分异规律主要制约着自然地理环境,而人总是生活在一定的自然地理环境中,人类在适应自然、顺应自然、求得自身的生存发展过程中,创造出灿烂的文化。这些文化不可避免地带上一定的地域色彩。例如,民居建筑特色的区域差异,民族服饰、饮食文化等的区域差异,都同气候的区域分异有着十分密切的联系。

(二) 观赏性

旅游资源与其他资源最主要的区别,就是它有美学特征,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,也就不构成旅游资源。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……

(三) 独立性和垄断性

旅游资源的区域差异,意味着资源的可模仿性极差,难以被模仿或复制。尽管许多有关民族风情的主题园仿制了逼真的诸如竹楼、蒙古包等兄弟民族的村寨或居室,但它缺乏地域背景、周边环境与民族习俗等的依托,在游客的视域中,真假泾渭分明,无法替代。那些历史感强的资源,更无法离开特定地理环境的历史背景,否则将失去其本身的历史价值与观赏价值。长江三峡、桂林山水、壶口飞瀑等资源的特定地理环境,更是无法用人工力量来搬迁或异地再现。

(四) 文化属性

旅游资源除具有美学观赏性外,还具有丰富的文化内涵。不论是自然赋存或社会创造,不论是自然为主辅以人文,还是以人文为主利用自然的各类不同形成机制的旅游资源,都有其科学性和自然、社会哲理。正是旅游资源这种深层次的文化内涵,才使它具有对游客的吸引力。旅游作为一种文化型的经济活动,文化成为旅游的核心。

河南安阳殷墟出土的甲骨文具有很高的文化价值,但任何一种旅游资源的吸引力都有定向性,它只能吸引旅游市场的某一部分,而不可能对全部旅游市场都具有同样强度的吸引力(如宗教类旅游资源只对信仰宗教的人士和对宗教充满好奇的人具有吸引力;探险类旅游资源只对爱冒险的旅游者具有吸引力)。

因此,在发展旅游业,开发旅游资源的过程中,应根据自身的资源特性选择特定的旅游市场作为自己的目标市场。

(五) 不可再生性

旅游资源,除人工可以栽培与繁殖的动植物外,可以说是一种不能再生的资源,一旦破坏将不复拥有。地面上的古建筑,总是有减无增,会一天比一天少下去。旅游资源的这种不可再生性决定了其保护的重要性。

(六) 整体性

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,“众口难调”,只能吸引其中一部分甚至是一小部分游客。

再者,人们常讲的“红花需有绿叶衬”,说的是美要有组合,美要有层次。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。

(七) 时限性

时代的变迁,季节的变化,都会对旅游资源的含义、特性、吸引力大小等产生影响或变化。例如,漂流类旅游资源中被誉为“中原第一漂”的河南南阳西峡的鹳河漂流,一年

中适宜漂流的时间从五·一到十月底,其中七、八月份为鹤河漂流的旺季。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段内。

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,显得格外有意义。



小资料

千年赶一街,一街赶千年——大理三月街

大理三月街又名“观音市”,是白族盛大的节日。它既是云南古老而繁荣的贸易集市,也是大理白族自治州各族人民一年一度的民间文艺体育大交流的盛大节日。每年农历三月十五至二十日在大理城西的苍山脚下举行,白族人民都要换上节日的盛装,敲着八角鼓,打着霸王鞭,耍龙舞狮,赛马赛龙舟,庆祝自己的盛大节日。节日期间结棚为市,万商云集,大宗交易各地土特产品、中草药材、骡马牲畜和日用百货。人们按照传统习惯,白天进行贸易,晚上在宿营地唱歌跳舞,热闹非凡。

三月街的起源与宗教活动有关。传说观音菩萨在三月十五治服了为害人民的罗刹,为此,白族人民年年相聚,举行拜祭活动,后演变为一年一度的街期,故此节又称“观音节”“观音街”。当今,在政府的关怀下,三月街更加繁盛,规模越来越大,活动内容也更加丰富,白族及附近的汉、彝、纳西、藏、傈僳、回等族群众共同参加这个盛会。

三、旅游资源与旅游业的关系

旅游资源是发展旅游业的重要基础,主要是因为:

(一) 旅游资源是旅游业赖以生存和发展的最基本条件

旅游业,国际上称为旅游产业,就是以旅游市场(旅游需求)为对象,凭借旅游资源和设施,为旅游活动的开展创造有利条件,专门或者主要从事招徕、接待旅游者,为其提供所需商品及服务的综合性行业。没有旅游资源,就不会有旅游者,旅游业就无法存在和发展。

(二) 旅游资源是旅游业创收的凭借基础

- 1) 旅游业创收的六大要素:游(览)、购(物)、娱(乐)、食、住、行。
- 2) 旅游业通过游、购、娱三个环节直接利用旅游资源而创收。
- 3) 旅游业通过食、住、行三个环节间接利用旅游资源而创收。
- 4) 旅游资源的质量和地理位置影响旅游业创收的多少。

本质上,旅游业各种形式的创收都是以旅游资源为凭借基础的。

(三) 旅游资源决定着旅游业发展的规模

旅游资源的数量、丰度、分布和地域组合,直接影响旅游业发展的规模。

（四）旅游资源的开发可以促进旅游地区的经济发展

旅游业是一个带动力很强的产业，它的发展可带动很多相关产业的发展，从而促进旅游地区的经济发展。

（五）旅游资源的生命周期关系到旅游业发展的持续性

旅游资源生命周期的长短，取决于旅游资源吸引力的变化。

1) 影响旅游资源吸引力的主要因素：

① 因环境污染、旅游服务质量下降，接待能力不足等，使旅游资源吸引力减弱。

② 因旅游者的兴趣发生转移，使旅游资源吸引力减弱。

2) 通过不断开发、更新和再生旅游资源的吸引力，延长旅游资源的生命周期，保证旅游业的持续发展。

3) 在旅游资源开发、更新过程中，一定要注意严格保护，合理开发，这样才能使旅游业永续发展。

第二节 旅游资源学的学科研究

一、旅游资源学的研究对象和内容

旅游资源学是专门研究旅游资源的一门学科，它直接将旅游资源作为研究对象，主要就旅游资源的成因、分类、开发及合理保护等方面进行综合性的研究。具体研究内容包括以下几个方面：

（一）研究旅游资源的形成机制和条件

自然旅游资源是内、外地质作用和各种自然因素的相互作用、相互影响、长期演化的综合结果，人文旅游资源则是在特定的社会环境和历史文化背景下形成的。所以，我们必须从研究旅游资源的成因开始，挖掘旅游资源蕴藏的科学价值和深远的文化内涵，从而最大限度地发挥和实现旅游资源的效益功能。

（二）研究旅游资源的分类及特点

在认识各类旅游资源成因的基础上，要找出各类旅游资源的差异性及特殊性，吸引旅游者的主要原因就是旅游资源鲜明而独特的内在特性（色）。据此我们可以进行旅游资源的科学分类，为旅游资源的开发打下基础。

（三）研究旅游资源的开发利用

旅游资源的开发利用实际上就是将旅游资源加工改造成具有旅游功能的吸引物或旅游环境的技术经济过程，使潜在的旅游资源优势转变为现实的旅游经济发展优势。由于不同属性的旅游资源，其特色及由此而产生的吸引力不同，所以应研究采用不同的开发利用方案。

（四）研究旅游资源的合理保护

当今世界，人类生存环境和条件正遭受到前所未有的破坏，保护自然旅游资源本身就是维护生态平衡的重要内容，而保护人文旅游资源则是保护文化完整性和民族精神传统文

化延续的需要。旅游业要想走可持续发展的道路,必须合理保护好旅游资源,关于这一点,1995年联合国教科文组织、环境规划署和世界旅游组织在“可持续旅游发展世界会议”上通过的《可持续旅游发展宪章》中指出:“可持续旅游发展的实质,就是要求旅游与自然、文化和人类生存环境融为一体,且这三者关系的平衡与协调,使许多旅游目的地各具特色,旅游发展不能破坏这种脆弱的平衡关系。”所以说,绝不可以以牺牲旅游资源及其环境为代价,片面强调经济效益,一定要正确处理好旅游开发与合理保护的关系,特别强调以可持续发展的观念来指导旅游资源开发。

二、旅游资源学的学科特点与研究方法

(一) 旅游资源学的学科特点

旅游资源由于其形成空间的广泛性,形成时间的漫长性,形成过程的复杂性,形成因素的多重性,从而增加了对其开展研究的难度。

首先,从旅游资源学所涉及的相关学科体系上看,旅游资源学需要运用地质学、地貌学、水文学、气象学、天文学、地理学、生态学、生物学,以及历史、民俗、宗教、古建筑、文学艺术、数学等诸多学科的知识与研究成果来开展学科研究,由此不难看出,旅游资源学具有跨学科性质。

其次,由于旅游资源的形成和形成之后,还会受自然与人类双重因素的影响而发生变化,易于遭受破坏而难以再生,所以,必须将动态、发展变化的思想,尤其是可持续发展的理论,融入旅游资源学的学科研究中。

(二) 旅游资源学的研究方法

旅游资源学作为一门具有跨学科性质的新兴学科,其学科方法的形成还要通过相邻或相关学科研究方法的移植、渗透和融合来实现。具体的研究方法包括以下三个方面:

1. 实地调查

野外调查是旅游资源评价、开发规划及合理利用与保护的最基础的工作,主要包括三个方面的内容:

1) 调查了解区域旅游资源形成的背景条件(地貌、水文、生物、气象气候、历史等),找出其整体特色及内在联系。

2) 旅游资源属性(具体特征)调查。

3) 旅游资源开发条件(社会经济等方面)的调查。

上述3个方面的资料需通过野外观察、测量、记录、录音、摄影、摄像等才能获得,因此,要特别注意收集第一手资料。

值得一提的是,近十余年来,现代遥感技术应用于旅游资源调查已取得了很好的效果,关于此方面国内外已有成功的实例。遥感技术应用于旅游资源调查最大的优点在于其整体性强、直观、成本较低、工作速度较快。但是,现代遥感技术的应用必须与地面调查结合起来。

2. 资料数据的统计分析

将实地收集的第一手资料和收集到的第二手资料(前人的工作资料)进行分析,对一

些可以量化的资料及数据,可先分类,再上机处理,以求从量上初步得到一些有关规律性、精确性、预测性的统计分析资料,进而对研究区内的旅游资源有一个较全面的认识,以把握全区的总貌和重点。

3. 归纳总结

在分析研究的基础上,要进行全面系统的归纳总结,具体有三大方面的工作要做:①旅游资源相关图件的编制;②旅游资源研究报告的编写;③专题研究论文的撰写。

第三节 旅游资源的分类

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

一、旅游资源分类的原则

旅游资源分类的原则是分类的准绳、标准,只有遵循一定的原则才能保持分类的科学性和实用性。具体原则如下:

- 1) 以旅游资源的定义作为出发点,确定分类的范围和内容。
- 2) 以旅游资源的属性为主要标准。
- 3) 考虑资源的成因、特点、形式、年代等特征。
- 4) 尽可能系统化、规范化。

二、传统分类法

关于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:

(一) 按资源的性质和成因划分

1. 自然旅游资源(山水、气象气候、动植物等)

自然旅游资源是依照自然发展规律天然形成的旅游资源,它是由自然界中地理环境各要素和自然现象构成的。吸引人们前往进行旅游活动的自然景观,基本上是天然赋予的,在自然物上尽管有人类的加工、修饰和美化,但以自然景物为主。

2. 人文旅游资源(文物古迹、文化艺术等)

人文旅游资源是在人类历史发展中形成的,具有人类社会文化属性的,由人类社会行为促使形成的可观赏的事物;是能够吸引人们旅游活动的,反映古今人类物质文明与精神文明的事物;是一个民族、一个国家风貌和特征的集中反映;记录着人们政治经济活动,并反映其文化艺术的结晶。

(二) 按利用方式和效果划分

- (1) 游览鉴赏型 如优美自然风光、著名古建筑及园林等。
- (2) 知识型 如文物古迹、博物展览、自然奇观等。

(3) 体验型 如民风民俗、节庆活动、宗教仪式等。

(4) 康乐型 如度假疗养、康复保健、人造乐园等。

(三) 按开发利用的变化特征,并结合资源的性质、成因划分

1. 原生性旅游资源

原生性旅游资源是指那些在成因、分布上具有相对稳定和不变特点的自然、人文景观和因素(山川风光、生物景观、气候资源、文物古迹、传统民族习俗和风情、传统风味特产)。

2. 萌生性旅游资源

萌生性旅游资源是指成因、分布上具有变化特征的自然、人文景象和因素(现代建筑风貌、现代体育文化科技吸引力以及趣处、社会新貌与民族新风尚、博物馆与展览馆、名优特新产品及美食购物场所、自然力新作用遗迹、人工改造大自然景观)。

(四) 按旅游动机的不同划分

(1) 心理方面的 如宗教圣地、重大历史事件、探亲等。

(2) 精神方面的 如科学知识、消遣娱乐、艺术欣赏等。

(3) 健身方面的 如沙疗、温泉疗、各项运动等。

(4) 经济方面的 如各地土特产等。

(5) 政治方面的 如国家政体状况、各种法律等。

(五) 依照旅游资源的结构划分

(1) 旅游景观资源 包括自然旅游景观资源、人文旅游景观资源、社会民俗资源。

(2) 旅游经营资源 包括旅游用品工业资源、旅游食用资源、旅游人才资源等。

(六) 按旅游资源动态划分

1. 稳定类旅游资源

(1) 长久稳定型 包括宗教圣地、古建筑、山岳、江湖等。

(2) 相对稳定型 包括小型造型地貌、瀑布、冰川等。

2. 可变类旅游资源

(1) 规则变化型 包括泉水、候鸟、云雾等。

(2) 不规则变化型 包括海市蜃楼、现代建筑风貌等。

(七) 旅游资源普查分类结构

1992年,由国家旅游局资源开发司和中国科学院地理研究所主编的《中国旅游资源普查规范》提出了旅游资源普查分类结构。旅游资源由“大类”和“基本类型”组成。

1. 自然旅游资源

(1) 地表类 典型地质构造、标准地层剖面、古生物化石点、自然灾变遗迹、观赏岩洞、名山风光、峡谷风光、峰林景观、石林风景、土林风景、丹霞景观、大山风光、黄土景观、沙漠景观、戈壁景观、风蚀风光、海蚀风光、沙滩、岛屿风光等。

(2) 水体类 湖泊风光、瀑布风光、名泉风光、风景河段、漂流河段、冰川风景、浪潮景观、游览海域。

(3) 生物类 森林风光、草原风光、古树名木、珍稀植物群落、特殊物候景观、野生动物栖居地、典型的自然生态景观。

(4) 气候与天象类 避暑胜地、避寒胜地、云海、雾海、冰雪风景、树挂奇观、天象胜景。

2. 人文旅游资源

(1) 历史类 古人类遗迹、古城遗址、古工矿遗址、古作坊遗址、历史交通贸易遗址、古代文化科学教育遗址、历代军事遗址、历史纪念地、名人故里、古墓葬、帝王陵寝、古代水利工程、古桥梁、古代宫殿建筑、古园林、古代宗教建筑、古塔或塔林、历史祭祀建筑、石窟造像、摩崖石刻、岩画、古宅院、古衙署、传统街区、古城镇及其他古代建筑。

(2) 近现代类 地方标志建筑、地方代表性建筑、现代城市风貌、工矿设施、水电工程、车站、港口、桥梁、其他水工交通设施、农林场、养殖场、农林业实验基地、科教设施、社会福利设施、休养设施、城市著名雕塑、纪念陵园、名人故居、名人陵寝墓地及其他纪念性建筑、仿古建筑。

(3) 文化游乐体育类 动物园、植物园、其他类型公园、游乐场所、狩猎场、文化设施、著名体育运动场馆。

(4) 风情胜地类 特色城镇、商业闹市街区、民俗街区、购物中心、乡土建筑、典型民族村寨、城乡盛会、节庆活动、民间艺术、地方特产、名菜名食、特殊医疗。

(八) 按旅游资源的性质和成因划分

这是目前应用最广的分类方法，共分为 11 类。

(1) 地质地貌类 包括岩石、化石、地层、构造遗迹、地震灾变遗迹、山岳峡谷、火山、岩溶、海岸与岛礁、干旱区景观、冰川。

(2) 水体类 风景河段、漂流河段、湖泊、瀑布、泉、潮汐。

(3) 生物类 植物、动物、自然保护区、动植物园及田园风光。

(4) 气象气候与天象类 气象、气候、天象。

(5) 历史遗迹类 古人类遗址、古都、古战场遗迹、名人遗迹、近现代重要史迹。

(6) 古建筑类 长城、城墙、宫殿、坛庙、亭、台、楼、阁、厅、堂、榭、舫、廊桥、运河、堰、堤防、居民坊、表、阙、经幢。

(7) 古代陵墓类 帝王陵墓、纪念性陵墓、崖墓与悬棺。

(8) 城镇类 历史文化名城、小城镇、现代化都市。

(9) 古典园林类 帝王苑囿、士大夫私家园林、寺观园林。

(10) 宗教文化类 佛教文化、道教文化、伊斯兰教节日和基督教节日等。

(11) 社会风情类 民俗、丝、瓷和工艺品、饮食文化。

(九) 按照旅游资源的等级及管理范围分类

(1) 最高层次 特别资源——世界级旅游资源。

(2) 高级层次 国粹资源——国家级旅游资源。

(3) 中级层次 优秀资源——省级旅游资源。

(4) 基本层次 一般资源——县级旅游资源。