

全国通用教材

安徽 旅游资源

●主 审 陈小军

●主 编 刘 骏 齐 炜

ANHUI

LÜYOU

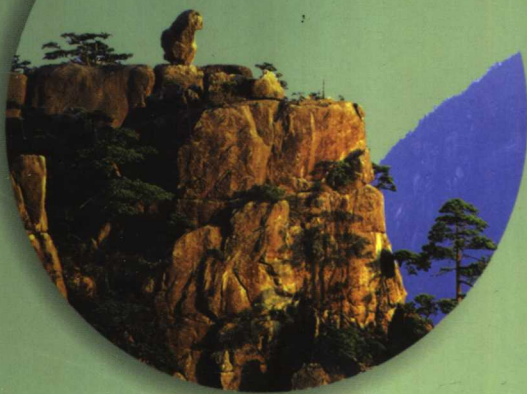
zìyuán

”

安徽旅游资源

ANHUI LÜYOU ZIYUAN

安徽旅游资源



安徽人民出版社

责任编辑:方红李芳杜宇民 装帧设计:王国亮

图书在版编目(CIP)数据

安徽旅游资源 / 刘骏 齐炜编著. —合肥:安徽人民出版社,
2007.4

ISBN 978-7-212-03038-4

I. 安... II. ①刘...②齐... III. 旅游资源—研究—安徽省

IV. F592.754

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 037808 号

安徽旅游资源

刘骏 齐炜 主编

出版发行:安徽人民出版社

地址:合肥市金寨路 381 号九州大厦 邮编:230063

发行部:0551-2833066 0551-2833099(传真)

经销:新华书店

制版:合肥市中旭制版有限公司

印刷:安徽省人民印刷有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:15.75 字数:380 千

版次:2007 年 4 月第 1 版 2007 年 4 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN978-7-212-03038-4

定价:30.00 元

印数:00001-03000

本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换

前言

旅游业是现代经济和社会发展的产物,对丰富人民生活、提高国民素质和生活质量具有重要作用。随着经济和社会的不断发展,旅游需求有增无减,旅游已成为现代社会的基本生活方式之一,也是当代社会人们生活质量提高的一个重要标志。旅游业的发展,需要有旅游资源作为基础。我国是一个地域辽阔、有着数千年悠久历史的多民族国家。多姿多彩的自然风光、源远流长的灿烂文化、风格各异的民俗风情、众多的名胜古迹,使我国成为世界上旅游资源最丰富并独具特色的国家。

旅游资源中多数属不可再生资源。盲目开发及过度消耗,会破坏或毁坏旅游资源。旅游业的可持续发展,要求我们切实保护好生态环境,保护好各类旅游资源。旅游资源种类繁多,形成机制多样,与所处的自然、社会环境密切相联,有着各自的发展与演化规律。只有掌握与理解各类旅游资源的成因、发展和演化规律,才有可能对旅游资源进行合理开发和深度开发,使旅游资源充分地、可持续地为旅游业发展服务。

安徽旅游资源十分丰富,堪称全国旅游资源大省,有许多名山、名水、名寺、名洞,其中有一些已经成为知名的旅游产品,并已产生了较好的经济效益。安徽独特的地理位置、多种气候和水文孕育了灵山秀水和丰富多彩的文化,在很早以前就吸引了无数文人骚客前来旅游,如大诗人李白、大旅行家徐霞客等都多次在安徽游历,留下了大量的墨宝和足迹。为适应安徽旅游业发展,满足旅游管理专业学生及旅游从业人员多方面发展需要,结合旅游业的实际工作需求,我们编写了这本《安徽旅游资源》。它可作高等院校旅游专业的教材,也可供导游、规划等人员参考。

本书第四章由刘骏执笔,第一、十章由齐炜执笔,第七章由周海燕执笔,第六章由王厚红执笔,第二章由湛莲莲执笔,第八、九章由宣秦倩执笔,第三、五章由邱竹青执笔。全书由刘骏、齐炜负责统稿、定稿,由安徽工业经济职业技术学院副院长陈小军负责审稿。

本书在撰写过程中,参考引用了部分国内外学者的研究成果,由于编写时间紧迫,所引用作品未能一一与原作者取得联系,在此深表歉意,并致以诚挚的谢意,欢迎作者及时和我们联系。本书的编写得到了安徽省旅游局计划财务处金鸣处长和安徽省旅游局行业规范管理处的大力指导和帮助;安徽师范大学旅游学院章锦河教授认真审阅了编写大纲,并提出了宝贵的意见。

本书的编写是一次探索,更是一次尝试,无论是体系还是内容,都有许多值得探讨之处。由于编写、出版时间仓促和编者的水平有限,书中的错误和疏漏在所难免,恳请各位专家、读者批评指正。

编者

2006年10月

目 录

前 言	1
第1章 旅游资源概论	1
1.1 旅游资源概述	1
1.1.1 旅游资源的含义	1
1.1.2 旅游资源的特点	1
1.2 旅游资源的分类	3
1.2.1 分类的原则和依据	3
1.2.2 旅游资源分类方案	5
1.3 安徽概况	13
1.3.1 位置	13
1.3.2 面积	13
1.3.3 人口	13
1.3.4 行政区划	14
1.3.5 旅游发展	15
第2章 安徽地质地貌类旅游资源	18
2.1 概述	18
2.1.1 地质旅游资源的概念	18
2.1.2 地质旅游资源形成的基础	20
2.1.3 地质地貌类旅游资源的类型	21
2.1.4 地貌景观旅游资源	28
2.2 山岳	30
2.2.1 花岗岩名山	30
2.2.2 火山及熔岩名山	34
2.2.3 丹霞风光	35
2.2.4 其他自然因素形成的名山	36
2.3 峡谷	40
2.3.1 河流型峡谷	40
2.3.2 构造型峡谷	40
2.4 洞穴	42
2.4.1 洞穴的形成过程	42
2.4.2 安徽洞穴资源概况	42
第3章 水域风光	48

3.1 概述	48
3.1.1 水体资源与旅游	48
3.1.2 水体的旅游功能	49
3.1.3 水体旅游资源的主要类型	49
3.2 河段景观	50
3.2.1 长江下游水系	50
3.2.2 淮河中游水系	52
3.2.3 新安江水系	53
3.3 湖泊与池沼景观	55
3.3.1 天然湖泊	55
3.3.2 人工湖泊	58
3.3.3 池沼及湿地	60
3.4 瀑布景观	63
3.4.1 瀑布的旅游价值	63
3.4.2 瀑布景观	63
3.5 泉流景观	66
3.5.1 泉水的旅游价值	66
3.5.2 温泉	66
3.5.3 其他具有特殊意义的泉流	68
第4章 生物景观	71
4.1 概述	71
4.1.1 生物旅游资源的概念	71
4.1.2 生物旅游资源的功能	71
4.1.3 生物旅游资源的分类	72
4.2 植物景观	72
4.2.1 树木	72
4.2.2 花卉	77
4.3 观光、生态旅游景观	79
4.3.1 大圩农家乐观光园	79
4.3.2 合肥植物园	80
4.3.3 毛集农业生态旅游景区	80
4.3.4 周潭镇大山村生态旅游	80
4.3.5 阜阳生态乐园	81
4.3.6 颍上迪沟景区	81
4.3.7 砀山万亩酥梨观光园	82
4.3.8 青龙湾生态旅游区	82
4.4 野生动物	83
4.4.1 陆地动物	83
4.4.2 水生动物	85

4.4.3 鸟类动物	86
第5章 气象、气候与天象景观	89
5.1 概述	89
5.1.1 气象、气候与天象旅游资源的特点	89
5.1.2 气象、气候与天象旅游资源的主要类型	90
5.2 云雾景观	91
5.2.1 黄山云海	91
5.2.2 九华山云海	91
5.3 雨景	92
5.3.1 寿唐烟雨	92
5.4 霞景与日出、日落景	92
5.4.1 黄山日出、日落	92
5.4.2 九华山日出、晚霞	92
5.4.3 西湖晚照	93
5.4.4 硖石晴岚	93
5.5 宝光景	93
5.5.1 黄山佛光	94
5.5.2 九华山佛光	94
5.6 雾凇、雨凇景	94
5.6.1 黄山雾凇、雨凇	94
5.6.2 九华山雾凇、雨凇	95
第6章 安徽遗址遗迹	97
6.1 概述	97
6.1.1 遗址遗迹的概念	97
6.1.2 遗址遗迹的旅游价值	97
6.1.3 安徽悠久凝重的历史	98
6.2 安徽古战场	98
6.2.1 大泽乡起义	98
6.2.2 决战垓下与霸王别姬	99
6.2.3 张辽威震逍遥津	100
6.2.4 风声鹤唳古战场	100
6.2.5 宋金顺昌之战	102
6.2.6 宋金采石之战	104
6.2.7 元末红巾军起义	106
6.2.8 太平军两克庐州与三河大捷	108
6.2.9 太平天国之安庆保卫战	110
6.3 古人类遗址	112
6.3.1 东至县旧石器时代古人类头骨化石	112
6.3.2 繁昌县人字洞旧石器遗址	113

6.3.3 含山大城墩遗址	113
6.3.4 巢湖新石器时代古人类遗址	115
6.3.5 含山凌家滩遗址	115
6.3.6 薛家岗古文化遗址	115
6.4 古采矿、冶炼遗址及遗物	117
6.4.1 金牛洞古采矿遗址	117
6.4.2 万迎山古冶炼遗址	117
6.4.3 花山石窟群	118
6.4.4 中国最早的硫化铜采冶遗物——冰铜锭	119
6.4.5 罗家村冶铜遗址(大炼渣)	119
6.4.6 木鱼山古铜都遗址	120
6.4.7 铜井山古采冶铜遗址	120
6.5 摩崖石刻	122
6.5.1 安徽天柱山摩崖石刻	122
6.5.2 齐云山摩崖石刻	122
6.5.3 浮山摩崖石刻	122
6.5.4 九华山摩崖石刻	122
6.5.5 黄山摩崖石刻	123
第7章 建筑与设施	125
7.1 综合人文旅游地	125
7.1.1 教学科研实验场所	125
7.1.2 康体游乐休闲度假地	127
7.1.3 宗教与祭祀活动场所	127
7.1.4 园林游憩区域	134
7.1.5 文化活动场所	136
7.1.6 社会与商贸活动场所	138
7.1.7 动物与植物展示地	139
7.2 单体活动场馆	145
7.2.1 体育健身场馆	145
7.2.2 歌舞游乐场馆	146
7.3 景观建筑与附属型建筑	146
7.3.1 佛塔	146
7.3.2 楼阁亭台建筑	147
7.3.3 城(堡、墙)	152
7.3.4 碑碣(林)	153
7.3.5 广场	154
7.3.6 建筑小品	155
7.4 居住地与社区	156
7.4.1 特色街巷	156

7.4.2 特色社区	158
7.4.3 名人故居与历史纪念建筑	159
7.4.4 书院	163
7.4.5 会馆	165
7.5 归葬地	166
7.5.1 陵区陵园	166
7.5.2 墓(群)	168
7.6 交通建筑	171
7.6.1 桥	171
7.6.2 车站	172
7.6.3 港口、渡口与码头	173
7.6.4 航空港	174
7.6.5(古)栈道	174
7.7 水工建筑	175
7.7.1 水库观光游憩区段	175
7.7.2 水井	175
7.7.3 运河与渠道段落	176
7.7.4 堤坝段落	178
第8章 旅游商品	179
8.1 概述	179
8.1.1 旅游商品的含义	179
8.1.2 旅游商品的特征	179
8.2 菜品饮食	179
8.2.1 徽菜	180
8.2.2 名酒	181
8.2.3 名茶	183
8.3 农林畜产品与制品	186
8.3.1 山珍及干鲜果品	186
8.3.2 著名副食品	189
8.3.3 水产品与制品	191
8.3.4 中草药材与制品	192
8.4 传统手工产品与工艺品	194
8.4.1 文化艺术品	194
8.4.2 工艺品	195
第9章 人文活动	198
9.1 概述	198
9.1.1 人文活动与旅游资源	198
9.1.2 人文旅游资源	198
9.2 人事记录	199

9.2.1 人物	199
9.2.2 事件	205
9.3 艺术	207
9.3.1 文艺团体	207
9.3.2 文学艺术作品	208
9.4 民俗	209
9.4.1 民俗的特点	209
9.4.2 民俗与旅游	209
9.4.3 安徽民俗风情	210
9.5 现代节庆	219
9.5.1 中国黄山国际旅游节	219
9.5.2 中国安庆黄梅戏艺术节	219
9.5.3 中国马鞍山国际吟诗节	219
9.5.4 中国铜陵青铜文化节	219
9.5.5 中国淮南豆腐文化节	219
9.5.6 中国宣城文房四宝之乡文化旅游节	220
9.5.7 中国巢湖牡丹观赏节	220
第10章 旅游资源的保护	221
10.1 旅游资源保护的意义	221
10.1.1 保护自然旅游资源就是保护自然生态系统	221
10.1.2 保护人文旅游资源就是保护人类文化	222
10.1.3 保护旅游资源就是保护旅游业的可持续性发展	222
10.2 旅游资源衰败及破坏的原因	223
10.2.1 旅游资源的自然衰败	223
10.2.2 旅游资源的人为破坏	223
10.3 旅游资源的保护对策	225
10.3.1 旅游资源保护的法制化对策	225
10.3.2 旅游资源保护的宣传对策	226
10.3.3 旅游资源保护的管理对策	226
附 录	229
附录一 中国列入联合国世界自然文化遗产名录	229
附录二 国家重点风景名胜区	230
附录三 中国优秀旅游城市名单	234
附录四 中国历史文化名城	237
附录五 中国国家地质公园	237
附录六 安徽国家 A 级旅游景区(点)名录表	240
参考文献	242

第1章 旅游资源概论

通过本章的学习,了解旅游资源的含义、特点、分类及分类的方案,了解安徽的地理状况,掌握安徽旅游资源概况。

1.1 旅游资源概述

1.1.1 旅游资源的含义

旅游资源有物质的,也有非物质的;有有形的,也有无形的。人们对于山川、泉瀑、园林、寺塔等形态化的物质资源,认同感强。对于像安徽徽文化等无形的、不易为人们感知和触摸到的、非物质的旅游资源,往往缺乏对其本质的理解与认可。实际上,精神的、非物质的旅游资源,是在物质基础上产生的,并依附于物质而存在。

旅游资源是一个发展的概念,旅游资源的范畴还在不断扩大。在区域旅游业发展的不同历史阶段以及全国乃至全球旅游业发展所处的不同历史阶段,对旅游资源的内涵会有不同的理解与认识。随着科技的进步,旅游资源的科技含量增加,资源潜能将进一步得到发挥。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。人们遨游太空、登上月球旅游的愿望也会成为现实。而且科技进步本身即可形成新的旅游资源,目前一些世界发达国家,纷纷利用高科技大做文章,建造大型综合性旅游景点与游乐场所。旅游资源的范畴已几乎到了无所不包的程度。但对其品评与开发,都应以市场需求为导向。

与土地、矿产、海洋等资源一样,旅游资源也有它的价值属性。对人文旅游资源的价值属性,人们的认识较为一致。因为它是人类劳动的直接成果,凝结着前人的智慧和汗水,是历史过程的产物,毫无疑问是有价值之物。而且它的现存价值,与时间存在着明显的正相关关系。对于自然旅游资源,人们却错误地认为它不包含人类劳动,是无价值之物,故无需进行价值补偿,不参与生产价值的运动。这种错误的观念导致对资源进行野蛮、粗放的掠夺式开发,致使生态环境的急剧恶化,使资源遭受严重破坏与大量浪费。实际上,许多无法用货币单位表明其自身价值的自然旅游资源,恰恰是它有价值的表现。

1.1.2 旅游资源的特点

旅游资源,既有与其他各种资源所共有的属性,又有它自己所独有的特性:

1. 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,都依托于一定的地域空间,因而旅游资源的区域差异必然会引起旅游资源特色的差异性。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差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,他们在适应自然、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。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,都同气候的区域差异有着十分密切的联系。

2. 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、嗅觉美和视觉美等。它们都给游客以符合生理、心理需求的美的享受,使人们的精神、性格、品质等在各类旅游资源中找到对象化的表现。

3. 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,它难以模仿或复制。尽管许多有关民族风情的主题园逼真地仿制了诸如竹楼、蒙古包和安徽宁国的恩龙山庄等兄弟民族的村寨或居室,但它们缺乏地域背景、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。黄山迎客松、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。

4. 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。不论是自然赋存还是社会创造,不论是自然为主辅以人文还是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。但应指出的是,自然情趣作为人的精神享受的一部分,要受到人的文化修养和精神境界的制约。文化修养和精神境界的高低直接影响着人们对旅游景观的欣赏水平。因此文化内涵的深浅,艺术水准的高低,在某种场合不与吸引力大小成正比。甲骨文具有很高的历史价值,但不可能吸引大批人去观赏,就是这个道理。

5. 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。例如地面上的古建筑,总是有减无增,会一天比一天少下去。泉城济南,过去那种“家家泉水、户户垂柳”的美好景象,由于对水源地缺乏保护,已不复存在,甚至连著名的趵突泉、珍珠泉也濒临断水的危机。旅游资源的这种不可再生性决定了对其保护的重要性。巨大的需求对旅游产品的开发、销售,可能是一种难以抗拒的诱惑,但同时旅游资源也可能是一股无法估量的潜在破坏力。有人把旅游资源强调为能加以永续利用的资源,突出旅游资源供旅游者就地享用,不可能占为己有,更无法随身带走,游客买到的是经历,带走的是感觉,旅游资源却安然不动。值得指出的是,旅游资源的这种可永续利用,是有种种条件限制的。例如石灰岩溶洞,即使游客高度文明,自觉维护洞穴环境,但若 not 控制洞穴容量,让过多游客拥入,

会改变洞穴小气候,加速洞穴化学沉积物的风化和破坏。

6. 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。此外,单个景物,在不同层次、不同旅游动机的游客面前,真所谓“众口难调”,只能吸引其中一部分甚至是一小部分游客。再者,常讲的“红花需有绿叶衬”,说的是美需有组合,美需有层次。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。例如杭州,有山有水、有草有木、有洞有泉、有园林和寺庙,有古迹和遗址,不仅类型多样,而且组合有序,层次清晰,整体性强,无论游客的年龄、性别、职业、文化素养、兴趣爱好有何差别,在这里都能找到适合自己的游览地与观赏点,因而游客量久盛不衰,成为誉满海内外的“天堂”世界。

7. 时限性

时代的变迁,季节的变化,都会促使旅游资源的含义、特性、吸引力大小等产生影响或变化。20世纪90年代初,中东海湾战争战场,随着时间的推延,现已成为追求猎奇者的旅游热点地区。气候的季节性变化,也直接对旅游资源产生影响。例如开展冰雪旅游,只能在严寒的冬季;大连、青岛海滨避暑城市,盛夏季节才备受青睐;北京西山的红叶,要到深秋才能展现其魅力;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,会导致有关旅游线和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。

1.2 旅游资源的分类

旅游资源分类是研究、认识旅游资源及开发利用旅游资源的重要基础,具有重要的理论意义和实践意义。旅游资源的分类过程,实际上是人们加深对旅游资源属性的认识过程。旅游资源分类的目的,在于将众多繁杂的旅游资源条理化、系统化,通过各种分类系统的建立,加深对旅游资源整体或区域旅游资源属性的认识,掌握其特点和规律,为进一步开发、利用、保护及科学研究旅游资源服务。

1.2.1 分类的原则和依据

1. 分类的原则

所谓旅游资源分类,就是根据旅游资源的同质性和差异性,按一定的目的和需要将旅游资源进行集合归类。旅游资源分类是以比较为基础,通过比较、认识、归纳,识别出旅游资源之间的相似点和差异点,并根据其相似点归并出较大的类型,再根据其差异点将每个大的类型划分为较小的类型,从而将五花八门的旅游资源区分为具有一定从属关系的不同等级类型的系统。例如,根据旅游资源成因的相似性把旅游资源区分为自然旅游资源(它们均是天然赋存的,自然界形成的)与人文旅游资源(它们均是人为作用下形成的)两大类型。然后再分别根据自然旅游资源与人文资源各自内部的差异性,分别进一步划分出次一级类型(如自然旅游资源又

可分为地质、地貌、水体、气象气候与天象、生物等次一级自然旅游资源类型,人文旅游资源又可分为历史古迹、古建筑、陵墓、园林、宗教文化、民族风情、文学艺术等次一级人文旅游资源类型),从而分别形成具有一定从属关系的不同等级的自然旅游资源和人文旅游资源的类别系统。

旅游资源分类的原则是旅游资源分类的依据,旅游资源分类只有遵循旅游资源分类的原则,才能保证旅游资源分类的科学性和实用性。为此,旅游资源分类必须遵循以下原则:

(1) 同质性原则

旅游资源的分类,首先应该根据其同质性区分出较大的类别,即把具有共同属性的旅游资源划归一类,同一级同一类型的旅游资源应该具有一定的共同点(或相似性)。如上所述,自然旅游资源这一大类中各种旅游资源同样具有相似性,但自然旅游资源和人文旅游资源却存在明显的差异性。

(2) 差异性原则

较大类别的旅游资源中,必然存在一定的差异性,既然有差异,就可以再划分为不同的类型,而这又要根据它们的相似性。例如,自然旅游资源大类中,地质、地貌、水体等又存在着明显的差异性,可以再划分出次一级的类型。而在划分次一级旅游资源类型时,依然要根据它们的相似性进行划分,如根据岩石、化石、地层、构造遗迹、地震灾害遗迹等成因的相似性划入自然旅游资源中次一级的地质旅游资源类。同理,把佛教文化、道教文化、伊斯兰教文化、基督教文化划入人文旅游资源中次一级的宗教文化旅游资源类,但这里必须切实注意,所划分出的次一级旅游资源类型的旅游资源,必须完全对应于上一级类型的旅游资源,而且次一级旅游资源的类型数必须大于相对应的上一级旅游资源类型数,更不能出现次一级旅游资源类型与上一级旅游资源类型的错位。

(3) 递次性原则

旅游资源是一个复杂的系统,它可以分为若干个不同层次的类型。所以,在分类时应该逐级进行,先根据同质性把旅游资源分为高一级的类型,在划分次一级类型时同样必须根据它们的相似性进行。照此类推,继续划分更低一级的类型。也就是说,从不同角度将旅游资源的基本架构分解为几大类,而几大类整合在一起仍能够保持旅游资源基本架构的整体性与完整性。然而,几大类之间应该是独立的,不会出现相互包容或重叠的情况。不过,应该特别指出,不同级别的旅游资源的划分应该采用不同的准则,而同一类型直接划分次一级类型,则应该采用相同的准则,以避免出现分类的重叠。

2. 分类的依据

旅游资源的分类既要遵循一定的原则,又要有一定的科学依据。由于旅游资源的属性、特点不同,因而分类的依据也就不同。按照不同的依据,又有不同的分类方法。但总的看来,旅游资源分类的主要依据如下:

(1) 按照旅游资源的成因分类

按成因分类,可分为自然赋予形成的旅游资源、人类历史形成的旅游资源、天然与人工相结合的旅游资源和人工创造的旅游资源4种类型。旅游资源形成的基本原因,是旅游资源分类的重要依据。目前,被学术界广泛接受的自然旅游资源和人文旅游资源的划分,就是根据其自然界赋存的或人为的这个依据来划分的。在自然旅游资源大类中,水体旅游资源类中的湖泊旅游资源类,就是根据各自的成因,又分为构造湖、火山口湖、堰塞湖、喀斯特湖、冰川湖、河

迹湖、海迹湖、风蚀湖、人工湖等几类。

(2) 按照旅游资源的功能分类

根据旅游资源能够满足开展旅游活动需求的作用的不同,可以将旅游资源区分为观光游览型(以自然风光、园林建筑、古建筑、城镇风貌、珍稀动植物为主,以供旅游者观光游览)、文化知识型(以历史古迹、古建筑、宗教文化、文化艺术、社会风情和富有文化科学内涵的各类博物展览为主,使旅游者获得一定的科学文化知识,开阔眼界,陶冶情操,增长阅历)、参与体验型(以漂流、攀岩、狩猎、民俗风情、节庆活动、宗教朝圣等为主,使旅游者可以置身其中,得到切身体验,以乐在其中,乐在其身)、购物型(以纪念品、土特产为主,可供旅游者购买)、情感型(以名人故居、名人陵墓、各类纪念地为主,可供开展祭祖、探亲访友、怀古、传统教育等旅游活动,以表达旅游者思古、怀念、敬仰等情感)、康乐疗养型(以温泉、海滩、度假村、康乐保健中心为主,使旅游者从中得到休闲、娱乐、疗养和保健)等不同类型的旅游资源。有的旅游资源能够满足开展多种旅游活动的需求,具有多种旅游功能,因而可以属于几种不同的类型。依据旅游功能分类,目的在于认识和充分发挥各种旅游资源的作用,为开展多种形式的旅游活动服务。

(3) 按照旅游资源的属性分类

根据旅游资源的性质、特点、状态和存在形式的不同,可以将旅游资源分为不同的类型。如自然旅游资源可分为原始自然型和风景型两种,人文旅游资源可分为固态型、动态型和劳务型3种。又如人文旅游资源可分为历史古迹、园林、宗教文化、古建筑、社会风情、文化艺术等不同的基本类型,自然旅游资源可分为地质旅游资源、地貌旅游资源、水体旅游资源、生物旅游资源和气象、气候与天象旅游资源等。

(4) 按照旅游者的旅游动机分类

从旅游者旅游动机的不同,可以把旅游资源分为心理方面、精神方面、健身方面、政治方面、经济方面的旅游资源。

(5) 按照旅游资源的结构分类

根据旅游资源的结构,可将旅游资源分为旅游景观资源和旅游经营资源。旅游景观资源又可分为自然旅游景观资源、人文旅游景观资源、社会民俗资源,旅游经营资源又可分为旅游用品工业资源、旅游食用资源、旅游食品资源等。

此外,人们还可以依据旅游资源开发利用的变化特征,并结合资源的性质、成因等,把旅游资源分为原生性旅游资源(具有相对稳定特点的自然、人文景观和因素,如传统民族习俗和风情、山川风光、气候资源、文物古迹等)和萌生性旅游资源(具有变化特征的自然、人文景观和因素);依据旅游资源形成时间的不同,将旅游资源区分为古代建筑和现代建筑;依据旅游资源的价值及管理的生长情况,可分为可再生、不可再生、可更新旅游资源;依据旅游资源的利用现状,可分为已开发利用、正在开发利用、未开发利用(或称潜在的)旅游资源。

1.2.2 旅游资源分类方案

由于分类的目的、要求、依据不同,形成了多种分类方案。以下主要介绍3种分类方案。

1. 《中国旅游资源普查规范》中的分类法

中国科学院地理科学与资源研究所、国家旅游局规划发展与财务司主编的《旅游资源分类、调查与评价》中,对旅游资源的类型划分、调查、评价的实用技术和方法,进行了较深层次的探讨,目的是为了更加适用于旅游资源开发与保护、旅游规划与项目建设、旅游行业管理与

旅游法规建设、旅游资源信息管理与开发利用等方面的工作,将旅游资源分为 8 大类 155 种基本类型(见表 1-1)。

表 1-1 旅游资源分类表

主类	亚类	基本类型
A 地文景观	AA 综合自然旅游地	AAA 山丘型旅游地 AAB 谷地型旅游地 AAC 沙砾石地型旅游地 AAD 滩地型旅游地 AAE 奇异自然现象 AAF 自然标志地 AAG 垂直自然地带
	AB 沉积与构造	ABA 断层景观 ABB 褶曲景观 ABC 节理景观 ABD 地层剖面 ABE 钙华与泉华 ABF 矿点矿脉与矿石积聚地 ABG 生物化石点
	AC 地质地貌过程形迹	ACA 凸峰 ACB 独峰 ACC 峰丛 ACD 石(土)林 ACE 奇特与象形山石 ACF 岩壁与岩缝 ACG 峡谷段落 ACH 沟壑地 ACI 丹霞 ACJ 雅丹 ACK 堆石洞 ACL 岩石洞与岩穴 ACM 沙丘地 ACN 岸滩
	AD 自然变动遗迹	ADA 重力堆积体 ADB 泥石流堆积 ADC 地震遗迹 ADD 陷落地 ADE 火山与熔岩 ADF 冰川堆积体 ADG 冰川侵蚀遗迹
	AE 岛礁	AEA 岛区 AEB 岩礁
B 水域风光	BA 河段	BAA 观光游憩河段 BAB 暗河河段 BAC 古河道段落
	BB 天然湖泊与池沼	BBA 观光游憩湖区 BBB 沼泽与湿地 BBC 潭池
	BC 瀑布	BCA 悬瀑 BCB 跌水
	BD 泉	BDA 冷泉 BDB 地热与温泉
	BE 河口与海面	BEA 观光游憩海域 BEB 涌潮现象 BEC 击浪现象
	BF 冰雪地	BFA 冰川观光地 BFB 常年积雪地
C 生物景观	CA 树木	CAA 林地 CAB 丛树 CAC 独树
	CB 草原与草地	CBA 草地 CBB 疏林草地
	CC 花卉地	CCA 草场花卉地 CCB 林间花卉地
	CD 野生动物栖息地	CDA 水生动物栖息地 CDB 陆地动物栖息地 CDC 鸟类栖息地 CDE 蝶类栖息地
D 天象与气候景观	DA 光现象	DAA 日月星辰观察地 DAB 光环现象观察地 DAC 海市蜃楼现象多发地
	DB 天气与气候现象	DBA 云雾多发区 DBB 避暑气候地 DBC 避寒气候地 DBD 极端与特殊气候显示地 DBE 物候景观
E 遗址遗迹	EA 史前人类活动场所	EAA 人类活动遗址 EAB 文化层 EAC 文物散落地 EAD 原始聚落
	EB 社会经济文化遗址遗迹	EBA 历史事件发生地 EBB 军事遗址与古战场 EBC 废弃寺庙 EBD 废弃生产地 EBE 交通遗迹 EBF 废城与聚落遗迹 EBG 长城遗迹 EBH 烽燧

(续上表)

F 建筑与设施	FA 综合人文旅游地	FAA 教学科研实验场所 FAB 康体游乐休闲度假地 FAC 宗教与祭祀活动场所 FAD 园林游憩区域 FAE 文化活动场所 FAF 建设工程与生产地 FAG 社会与商贸活动场所 FAH 动物与植物展示地 FAI 军事观光地 FAJ 边境口岸 FAK 景物观赏点
	FB 单体活动场馆	FBA 聚会接待厅堂(室) FBB 祭拜场馆 FBC 展示演示场馆 FBD 体育健身馆场 FBE 歌舞游乐场馆
	FC 景观建筑与附属型建筑	FCA 佛塔 FCB 塔形建筑物 FCC 楼阁 FCD 石窟 FCE 长城段落 FCF 城(堡) FCG 摩崖字画 FCH 碑碣(林) FCI 广场 FCJ 人工洞穴 FCK 建筑小品
	FD 居住地与社区	FDA 传统与乡土建筑 FDB 特色街巷 FDC 特色社区 FDD 名人故居与历史纪念建筑 FDE 书院 FDF 会馆 FDG 特色店铺 FDH 特色市场
	FE 归葬地	FEA 陵区陵园 FEB 墓(群) FEC 悬棺
	FF 交通建筑	FFA 桥 FFB 车站 FFC 港口渡口与码头 FFD 航空港 FFE 道
	FG 水工建筑	FGA 水库观光游憩区段 FGB 水井 FGC 运河与渠道段落 FGD 堤坝段落 FGE 灌区 FGF 提水设施
G 旅游商品	GA 地方旅游商品	GAA 菜品饮食 GAB 农林畜产品与制品 GAC 水产品与制品 GAD 中草药材及制品 GAE 传统手工产品与工艺品 GAF 日用工业品 GAG 其他物品
H 人文活动	HA 人事记录	HAA 人物 HAB 事件
	HB 艺术	HBA 文艺团体 HBB 文学艺术作品
	HC 民间习俗	HCA 地方风俗与民间礼仪 HCB 民间节庆 HCC 民间演艺 HCD 民间健身活动与赛事 HCE 宗教活动 HCF 庙会与民间集会 HCG 饮食习俗 HGH 特色服饰
	HD 现代节庆	HDA 旅游节 HDB 文化节 HDC 商贸农事节 HDD 体育节
数量统计		
8 主类	31 亚类	155 基本类型
[注]如果发现本分类没有包括的基本类型时,使用者可自行增加。增加的基本类型可归入相应亚类,置于最后,最多可增加两个。编号方式为:增加第1个基本类型时,该亚类2位汉语拼音字母+Z;增加第2个基本类型时,该亚类2位汉语拼音字母+Y。		

2. 《中国旅游资源普查分类表》中的分类法

中国科学院地理所 1990 年发表的《中国旅游资源普查分类表》中,将旅游资源分为 8 大类 107 个小类(见表 1-2)。

表 1-2 《中国旅游资源普查分类表》中的分类法

类	基本类型	
(1) 地表类	类型地质构造 标准地层剖面 古生物化石点 自然灾变遗址 观赏岩洞 名山风光 峡谷风光 峰林风光 石林风光 土林风光	丹霞景观 火山风光 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 其他
(2) 水体类	湖泊景观 瀑布景观 名泉景观 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 雾海	冰雪风景 树挂奇观 天象胜景
(5) 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 历史军事遗址 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 独立古塔或塔林 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 其他古代建筑
(6) 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 其他交通设施 农林场 养殖场	农林业试验基地 科教设施 社会福利设施 疗养养设施 城市著名雕塑 纪念陵园 名人故居 名人陵寝墓地 其他纪念性建筑 仿古建筑