



高等院校应用型人才培养系列教材

GAODENG YUANXIAO YINGYONGXING RENCAI PEIYANG XILIE JIAOCAI

旅游资源开发与规划

LUYOU ZIYUAN KAIFA YU GUIHUA

◎ 梁明珠 / 主编



经济科学出版社
Economic Science Press



高等院校应用型人才培养系列教材
GAODENG YUANXIAO YINGYONGXING RENCAI PEIYANG XILIE JIAOCAI

旅游资源开发与规划

LUYOU ZIYUAN KAIFA YU GUIHUA

◎ 梁明珠 / 主编



经济科学出版社
Economic Science Press



图书在版编目 (CIP) 数据

旅游资源开发与规划 / 梁明珠主编. —北京: 经济科学出版社, 2007. 5

(高等院校应用型人才培养系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6302 - 6

I. 旅… II. 梁… III. ①旅游资源 - 资源开发 - 高等学校 - 教材②旅游资源 - 经济规划 - 高等学校 - 教材
IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 057349 号

梁明珠 \ 梁明珠 著



责任编辑：纪晓津

责任校对：徐领弟

技术编辑：董永亭

旅游资源开发与规划

梁明珠 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

北京欣舒印务有限公司印刷

永明装订厂装订

787×1092 16 开 18.5 印张 300000 字

2007 年 5 月第一版 2007 年 5 月第一次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6302 - 6/F · 5563 定价：27.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

总序

从当年声贯金陵的暨南学堂，到今日誉满五洲的“华侨学府”，整整一个世纪，肩负着“宏教泽而系侨情”办学使命的暨南大学，披荆斩棘，筚路蓝缕，高歌猛进，为中国华侨高等教育启山林、开先河，为人类文明和祖国建设育人材、献伟力，其教其义，可书可赞。而今的中华民族，侨居海外者最多，其子孙后代最多，求学需教者最多。作为华侨第一学府的世纪学堂，向海内外学人弘扬中华文华、培养高级人才，具有义不容辞的职责。

“始有暨南，便有商科”。暨南大学的管理学科也经历了近百年的传承与发展，为海内外的中华民族培养了数以万计的商界、业界、学界的高级管理人才。如今的暨南大学管理学院，秉承“侨校加名校”的发展战略，坚持“面向海外，面向港澳台”的办学方针，形成了涵盖工商管理和管理科学与工程两个一级学科博士点，跨越工商管理和行政管理两大平台共十余个专业的学科群，每年不仅培养数以千计的研究生，也培养数以千计的本科生，同时还要培养数以千计的专业学位的高级在职人员。深长厚重的教学沉淀，广博踏实的人才培养，使我们形成了“厚基础，重应用”的高级人才培养模式和教学风格，更积累了丰富而宝贵的应用型管理人才的培养经验和教学研究资料。基于此，我们动员全院相关学科的师资力量，编著一套适合21世纪经济管理需要的管理学科专业系列教材，并力求做到体系完整，格式规范，内容科学，方法实用，观点成熟，条理清晰，图文并茂，形式活泼，范例翔实，习题丰富，既便于教，又易于

学，教学相长，真正成为应用型管理人才的学习资源和依靠。

本套系列教材包括了企业管理、财务会计、市场营销、旅游管理、行政管理等5个大学本科专业领域的30门课程，既有一、二年级大学生的基础性课程教材，又有三、四年级大学生的专业性课程教材。特别适用于大学本科应用型管理人才（如中国大陆招收的海外生、成人教育学生等）的培养，也可作为大学经管类学生以及社会上自学、培训人员的学习参考书。

暨南大学管理学科应用型人才培养系列教材

编 委 会

2006年11月于暨南大学

前 言

旅游业是一个充满生机和活力的朝阳产业。经过近 30 年的发展，我国旅游业已取得了举世瞩目的成就，并成为国民经济中的一项重要产业。旅游业以其广泛的产业关联效应和乘数效应，日益显露出其在推动经济发展中的巨大作用。在部分地方，旅游业甚至还成为了当地的支柱产业。

旅游资源是旅游业发展的基础和先决条件，旅游业的良性发展有赖于旅游资源科学合理的开发与规划。近年来，我国旅游业在规模和经济效益上取得了十分显著的成绩，但在数量和规模扩张的背后，旅游资源盲目、无序、过度开发所造成的经济损失和社会资源浪费现象屡见不鲜。因此，有必要在科学理论的指导下，对旅游资源进行科学的规划开发，以实现旅游业的可持续发展。

20 世纪 80 年代中期至今，编者一直从事旅游资源开发与规划的教学和研究，目睹了我国旅游业发展的过程，深感《旅游资源开发与规划》的理论知识对指导旅游业健康、有序发展的重要性。因此，在编写过程中，除吸取大量国内外出版的旅游教材和专著的精华之外，还将编者多年的教学体会、科研成果和规划案例融入其中，力求使本书既能与国际先进理念接轨，又能与中国当前的旅游发展实践相结合。

在结构上本书共分为九章，内容涉及旅游开发与规划的各个方面，具体包括旅游资源的分类与评价；旅游地评价；旅游开发与保护案例；旅游规划的理论、方法、内容和技术指标；旅游规划的成果形式等，主要突出以下特点：

(1) 既遵循教学规律，又体现国家标准和规范化要求，

突出了教材的时代性。

(2) 既注重体现可持续发展理念对旅游资源开发与规划的指导性, 又从多角度透视旅游这一特殊的社会和经济现象, 突出了教材的系统性。

(3) 既注重基础理论的体现, 又关注当代旅游研究的最新成果, 把普及与提高、理论与实践有机地融合起来, 有较强的可读性和自学指导性, 突出了教材的实用性。

(4) 根据实用性人才的需求特点, 各章均设置了本章要点、本章小结、重要概念、思考和练习等内容, 有利于读者对每章的重点内容和关键术语实现准确、快速的把握。

本书由暨南大学旅游规划设计研究院常务副院长梁明珠教授负责体例的编制, 内容和结构的安排, 大部分章节的撰写, 以及全书的统定。具体撰写分工为: 第一章由梁明珠、吕瑞娥、蒋伟编写; 第二章由伍锋编写; 第三章由梁明珠、张欣欣、刘林林、李伟编写; 第四章由梁明珠、陈小洁编写; 第五章由梁明珠、廖慧娟、张欣欣、郭蔓编写; 第六章由梁明珠、廖慧娟、张欣欣、于键慧、蒋伟编写; 第七章由蒋伟编写; 第八章由沈智慧、刘林林编写; 第九章由梁明珠、江娟编写; 刘林林、江娟编写了各章小结, 廖燕玲、赵斐参与了书稿的校对工作。

本书适用于旅游高等院校、旅游研究机构、高等职业教育、自学考试的人员作为教材, 也适用于旅游行业管理、旅游职业培训使用, 对理论研究、学历教育、职业培训以及实际工作都具有实用性和参考价值。

目前, 我国对旅游资源开发与规划的研究尚待完善, 本书难免会存在一些不成熟和疏漏之处, 恳请有关专家和读者批评指正, 以共同推进该学科的进一步发展。

编者

2007年3月

目 录

142	第一章 旅游资源概述	
142	第一节 相关概念	2
142	第二节 旅游资源的分类	4
142	第三节 世界遗产及其专题学习网站	12
142	第四节 教材的知识体系框架	17
181	第二章 旅游调查	
181	第一节 旅游调查种类与内容	24
181	第二节 旅游调查方法	32
281	第三章 旅游资源评价	
281	第一节 旅游评价目的与内容	46
281	第二节 自然旅游资源价值评价	47
281	第三节 人文旅游资源价值评价	58
281	第四节 旅游资源价值综合评价	61
281	第五节 旅游综合评价方法	68
315	第四章 旅游地评价	
315	第一节 旅游地开发条件评价	77
315	第二节 旅游地感知度评价	80
315	第三节 旅游地竞争力评价	83
315	第四节 旅游地形象与品牌力评价	87
315	第五节 旅游开发效益评价	95

第五章 旅游开发与保护

第一节	旅游开发基本原理	102
第二节	旅游资源开发特点	109
第三节	旅游开发内容	111
第四节	旅游开发程序与步骤	116
第五节	旅游资源保护与可持续发展	120

第六章 中外旅游开发与保护案例

第一节	世界遗产的保护与利用案例	135
第二节	旅游项目开发案例	145
第三节	历史名镇(街)开发与保护案例	157
第四节	旅游度假区开发原理与案例	163
第五节	生态旅游开发与保护原理与案例	170

第七章 旅游规划理论与方法

第一节	旅游规划基本理论	184
第二节	旅游规划方法	187
第三节	旅游规划类型与编制	190

第八章 旅游规划内容与技术指标

第一节	旅游业发展规划	196
第二节	旅游区总体规划	200
第三节	旅游规划的技术指标	202

第九章 旅游规划成果

第一节	旅游规划成果形式	209
第二节	规划文本框架	211
第三节	规划成果管理	215

附 录

附录一	旅游规划通则	218
附录二	中国优秀旅游城市检查标准	228
附录三	旅游资源分类、调查与评价	239

附录四 旅游区(点)质量等级的划分与评定	242
附录五 国际古迹保护与修复宪章(威尼斯宪章)	257
附录六 保护历史城镇与城区宪章	259
附录七 威尼斯宪章(威尼斯保护历史性城市的国际宪章)	262
附录八 世界遗产名录提名的标准	264
附录九 佛罗伦萨宪章	265
附录十 保护世界文化和自然遗产公约	269
附录十一 雅典宪章	279
附录十二 马丘比宪章	280
参考文献	281

第一章

旅游资源概述

【本章要点】

- 旅游资源、旅游产品、旅游吸引物的概念以及相互间的关系
- 各种不同分类标准下旅游资源的具体分类
- 世界遗产基本知识及其专题学习网站
- 本教材的知识体系框架

Shichangyucejufu
高等院校应用型人才培养系列教材

第一节 相关概念

一、旅游资源的概念

“旅游资源”这一概念是现代旅游活动发展的伴生产物，它构成了旅游业发展的物质基础，是旅游开发的依据。我国旅游资源非常丰富，且在原有的资源基础上不断地进行着资源创新，具有广阔的开发前景，在旅游研究、区域开发、资源保护等方面得到广泛的应用，并越来越受到重视。

我国旅游界对旅游资源的含义、价值、应用等理论与实用问题进行了多方面的研究，由于研究的侧重点和角度不同，先后出现过多种不同的定义。但经比较发现，各定义都有一个共同点，就是都强调了旅游资源具有吸引旅游者这一属性，指出了它的吸引力和引诱力，这正是旅游资源的理论核心。实际上旅游资源理论从国外引入中国时，译者把“attraction”翻译为“资源”，造成人们对资源“resource”的错误理解。西方学术界直接将旅游资源称为“旅游吸引物”。“旅游吸引物”是指旅游地吸引旅游者的所有因素总和，它包括旅游资源、适宜的接待设施和优良的服务与劳务，甚至还包括快捷舒适的旅游交通条件。

针对旅游资源概念界定的不一致，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于2003年在原有的《中国旅游资源普查规范》基础上，又共同起草了《旅游资源分类、调查与评价》的国家标准，对旅游资源的概念重新加以确定。该标准定义旅游资源为“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都可视为旅游资源。”该概念在强调旅游资源具有吸引力的同时，还重点强调了旅游资源产生的三大效益：“经济效益”、“社会效益”和“环境效益”。这种提法是符合现代经济“可持续发展”原则的，在实际操作中具有积极的作用。因此，与其他提法相比，该定义有着较强的先进性和科学性。

二、相关概念

(一) 旅游吸引物

旅游吸引物 (Tourist Attractions) 这个名词首先出现在西方, 目前在我国的应用也日益增多。国外学者霍洛韦 (J. C. Holloway) 认为: “旅游吸引物必须是那些给旅游者积极的效益和特征的东西, 它们可以是海滨或湖滨、山岳风景、狩猎公园、有趣的历史纪念物或文化活动、体育运动, 以及令人愉悦的舒适会议环境。”内尔·雷坡 (Neil Leiper) 在他的《旅游吸引物系统》一文中, 将旅游吸引物定义为一个综合系统, 由三个要素所组成: “旅游者或人的要素, 核心或中心的要素, 标识或信息的要素。当这三种要素合而为一时, 便构成旅游吸引物。”

随着旅游业的发展和人们旅游需求的多元化, 旅游吸引物的范围在不断扩大, 而且有进一步扩大的趋势。究竟什么是旅游吸引物? 厉新建等在《旅游资源研究的深层次思考》一文中指出, 旅游吸引物是指对旅游者具有基本吸引作用的自然因素、社会因素以及其他任何因素; 张凌云从旅游者的角度指出旅游资源即旅游吸引物; 喻小航在《论旅游产品特点的新视角——论旅游产品的本质特征》中提出旅游吸引物就是具有吸引力的旅游资源。

可以得出: 旅游吸引物具有两个基本的特性: 一是对旅游者具有吸引力; 二是促使旅游者开展旅游活动。

综上所述, 旅游吸引物的定义可以表述为: 对旅游者具有某种吸引力, 促使其产生旅游动机, 并进一步开展旅游活动的各种事物和现象的总和。

(二) 旅游产品

同其他产业一样, 旅游业也有自己的产品, 这就是人们所称的旅游产品。目前, 学者们对旅游产品的定义存在很大的分歧, 在我国理论界关于旅游产品的概念大致可以分为两种: 一种是广义的理解, 如林南枝、陶汉军合著的《旅游经济学》一书中, 就从不同角度对旅游产品下了定义。“从旅游目的地的角度出发, 旅游产品是指旅游经营者凭借着旅游吸引物、交通和旅游设施, 向旅游者提供的用以满足其旅游活动需求的全部服务”, 而“从旅游者的角度

出发，旅游产品就是指旅游者花费了一定的时间、费用和精力所换取的一项经历”。另一种是狭义的理解，如谢彦君著的《基础旅游学》一书中，认为旅游产品是指为满足旅游者的愉悦需要而在一定地域上被生产或开发出来以供销售的物象与劳务的总和。

(三) 旅游资源、旅游吸引物及旅游产品的相互关系

通过对上述概念的阐述，我们可以看出：旅游资源、旅游吸引物、旅游产品是三个不同的概念，需要对它们进行区分。本书围绕旅游区（点）这一核心概念，指出旅游区（点）与旅游资源及旅游吸引物的关系，如图 1-1 所示。

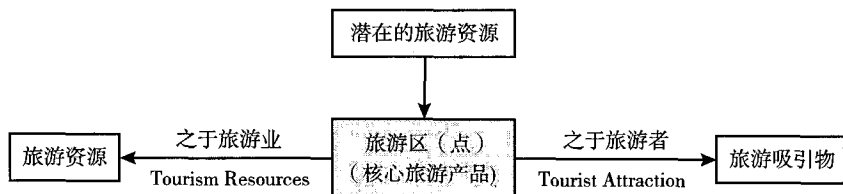


图 1-1 围绕旅游区（点）的相关概念关系

资料来源：廖卫华、梁明珠：《旅游区（点）分类体系研究——兼析对旅游资源与产品开发管理的意义》，载于《南方经济》，2005年第6期。

对图 1-1 说明如下：

旅游区（点）作为旅游产品，是旅游者前往异地旅游的主要吸引物。因此，从旅游者的角度而言，旅游区（点）被视为旅游吸引物，而且是核心旅游吸引物，旅游者消费的是作为核心旅游产品的旅游区（点），而非旅游资源。另外，对于旅游开发及利用者来说，由于旅游区（点）仍有进一步开发和利用的可能，则可被视为旅游资源，是有待进一步开发的旅游资源。

第二节 旅游资源的分类

随着旅游业的发展，旅游资源的范畴在不断地变化，涉及自然、社会、人文等多个方面，在分类中难免会存在重叠、重复的矛盾。因此，可以按照不同的需要，遵循不同的原则和分类标准，对旅游资源进行科学的分类。

下面介绍几种常见的旅游资源分类方法：

一、按旅游资源的成因分类

分类依据是根据旅游资源形成的不同原因，即由在旅游资源形成过程中占主导地位的因素所决定的具体分类方法。

（一）自然赋存形成的旅游资源

自然界因素是这类旅游资源形成的主导因素。与地球各圈层有直接的关系，是各种自然要素相互联系、相互制约以及规律运动的结果，是一种以大自然造物为吸引力源泉的旅游资源。如山岳、滨海、湖泊、天象奇观、森林、野生动物栖息地等。

（二）人类历史形成的旅游资源

这类旅游资源是人类历史上各种社会文化活动的结果，是人类历史漫长的形成过程中逐步积累沉淀而成的，其形成与分布受历史、民族、意识形态等方面因素的影响，并形成明显的地域性、民族性和历史性。如古人类遗迹、帝王陵寝、古代宫殿建筑、历史纪念地、社会风情、宗教文化等。

（三）天然和人工相结合的旅游资源

这类旅游资源是由自然要素和人工要素相结合、相互作用而形成的，有着自然和人工的双重主导因素。具体是指对原有自然要素的重新组合，并经过一定的人类创新过程而形成的旅游资源，具有人工加工的痕迹。如野生动物园是在原有动植物资源的基础上，将其原有的生存环境进行一定的范围划分，投入一定的人力、物力、财力等对其进行经营和管理，进而形成对旅游者具有吸引力的旅游资源。

（四）人工创造的旅游资源

人工创造是这类旅游资源形成的关键要素。它是指对可获得的人力、物力、财力和信息资源的重新组合和加工而创造出来的旅游资源，具有明显的人为痕迹，如享誉全球的迪斯尼乐园正是人工创造的典范。人类科技的发展、思维的创新等是这类旅游资源不断创新与发展的源泉。

二、按景观属性分类

按景观属性可以将旅游资源分为两大类，即自然旅游资源和人文旅游资源，这是一种较为传统的分类方法，也得到了大多学者专家的认同。在两个大类的基础上还可以划分出各自不同的基本类型，以及进一步列出不同类型下的具体旅游资源种类。概况如表 1-1 所示。

表 1-1 旅游资源分类表（按景观属性分类）

大 类	基本类型	种 类
自然旅游资源	地文景观类	山岳、洞穴、海岸、特异地貌等
	水域风光类	海、江、河、湖、瀑、泉等
	气候气象类	宜人气候、冰雪雾凇、天象奇观等
	生物景观类	动、植物景观
人文旅游资源	古迹和建筑类	遗址、古都名城、古建筑、陵墓、石窟、园林等
	现代景观类	大型工程、博物馆、公园、游乐场、娱乐康体设施等
	民俗风情类	节会庆典、民间工艺、习俗、服饰等
	文化艺术类	宗教文化、文学、曲艺、书法碑楹等
	购物饮食类	特产、著名铺店、佳肴等

国家标准 GB/T 18972—2003《旅游资源分类、调查与评价》中的旅游资源分类也是以景观属性作为划分标准，并且进一步的细化、专业化和规范化。

三、按资源的等级及管理范围分类

资源的等级是指由资源的规模、级别和价值决定的在整个旅游资源体系中某种旅游资源所占的位置；管理范围则指某一旅游资源的所有权、使用权、经营权等属于何种组织机构。

（一）世界级旅游资源

1. 进入《世界遗产名录》的旅游资源

截至 2006 年 7 月，我国已先后有 33 处文化和自然景观被列入《世界遗产名录》，包括泰山、黄山、武夷山、庐山、峨眉山——乐山、武陵源、九寨沟、黄龙、青城山——都江堰、三江并流等。