

全国旅游专业系列教材

旅游景区 服务与管理

LÜYOU JINGQU FUWU YU GUANLI

王昆欣 主编

北科院

旅游教育出版社

F590.6
13

旅游景区 服务与管理

LÜYOU JINGQU FUWU YU GUANLI

王昆欣 主编

旅游教育出版社

责任编辑:杨晓娟

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区服务与管理/王昆欣主编. —北京:旅游教育出版社,2004.9

(全国旅游专业系列教材)

ISBN 7-5637-1212-7

I. 旅… II. 王… III. ①旅游-商业服务-专业学校-教材 ②旅游点-管理-专业学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第076717号

全国旅游专业系列教材

旅游景区服务与管理

王昆欣 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010)65178403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www tepcb com
E-mail	tepx @ sohu. com
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	14.75
字 数	235千字
版 次	2004年9月第1版
印 次	2005年8月第2次印刷
定 价	20.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

我国目前有各类旅游景区、景点数以万计,其中,列入《世界遗产名录》的世界自然、文化遗产等31项,国家重点风景名胜区177个。旅游景区已成为我国旅游业的重要组成部分,是展示中国历史悠久的民族文化、优美独特的山川景色和新世纪精神文明建设的窗口。

随着我国旅游业的迅猛发展,人们对旅游景区越来越重视,特别是在旅游饭店、旅行社、旅游交通等逐步得到发展和完善之后,人们对旅游景区的开发和利用给予了更多的关注,新景区的开发层出不穷,旅游景区已成为旅游业发展的热点。但在开发过程中,旅游景区人才短缺的问题却日益突显,既缺少旅游景区的经营管理和服务人才,也缺少旅游景区的专业技术人才。

基于这样的背景,为了加快培养旅游景区的经营管理人才和服务人才,诸多旅游院校相继开设了“旅游景区管理与开发”专业,本书即是根据旅游景区管理与开发专业的课程要求编写的“旅游景区服务与管理”专业课教材。

作为旅游专业一门新的应用性课程教材,本书以读者的实际需要和理解能力为出发点,结合旅游景区服务与管理的特点,从旅游景区的基本概念和分类入手,讨论和研究了以下基本内容:旅游景区的接待服务、导游服务以及商业服务的内容和规范,旅游景区的设施维护与管理,旅游景区的环境服务与管理,旅游景区的营销服务与管理,旅游景区的服务质量管理,旅游景区资源管理与可持续发展。

鉴于市场上同类教材不多,本书在编写过程中,力图在实际需要和现有理论的研究中间找到一个契合点,即结合案例着重阐述景区服务的方方面面,如服务理念、服务意识、景区服务的内容及相关服务技巧等,同时也融合景区管理的一些问题,重点是服务质量和市场营销管理问题进行编写。以期达到这样的目的,即使旅游专业的学生能树立正确的服务理念,掌握景区服务的基本知识和技能,并对景区管理的基础理论有一定了解。

旅游业是实践性很强的行业,旅游景区的服务与管理更是与实际工作密切相联,结合旅游教学和旅游实践的具体情况,本书注意体现了以下特点:

首先,突出实用,强调实践。按照以素质为基础、以能力为本位的职业教育教材编写方法进行编写,以切实体现现代职业教育理念。在框架的设计、内容的编写、案例的选择上首先考虑要符合景区服务管理第一线的实际,强调培养学生的动

手能力和解决实际问题的能力。

其次,重视基础,难度适当。为了使学生掌握旅游景区的基本知识,在内容选取上对与旅游景区相关的基础知识、基本理论和基本技能做了较系统的介绍,使学生能从较宏观的角度认识景区在发展中的有关问题,为今后进一步学习和发展打好基础。

第三,体例新颖,便于学习。在教材编写中提倡情景教学、案例教学,因此本书提供了大量的案例分析。为了拓宽学生的知识面,还将一些与旅游景区有关的小知识作为相关链接供学生参考。书中每章都有形式多样的思考与练习,如概念题、简答题、分析题和应用题等,便于学生自学、复习和自我检查。

本书既可作为旅游专业教材和旅游景区员工的岗位培训教材,也可作为旅游景区服务与管理人士的参考用书。

本书由浙江旅游职业学院、杭州市旅游职业学校的作者共同完成,其分工如下:王昆欣(第一章、第九章、附录)、冯海霞(第二章、第三章、第四章、第七章)、韩永良(第五章、第六章)、金小娅(第八章)。王昆欣教授担任主编,负责全书大纲的设计与制定,并对全书进行统稿和修改完善。

教材的出版是一个不断完善的过程,作为国内唯一一家旅游教育专业出版社,希望得到广大师生一如既往的关心和支持。对教材使用中的问题,更希望得到广大师生的积极反馈,我们定会不断以专业的精神提高我社教材的专业品质,回报广大师生与读者对我们的厚爱。

旅游教育出版社

目 录

第1章 概述	(1)
本章导读	(1)
第一节 旅游景区的基本概念与类型	(1)
一、旅游景区的定义	(2)
二、旅游景区的基本类型	(3)
第二节 旅游景区的基本特征及作用	(8)
一、整体性	(9)
二、可创性	(10)
三、地域性	(11)
第三节 旅游景区(点)的等级评定	(12)
一、旅游景区等级评定的背景及意义	(12)
二、旅游景区等级评定标准和办法	(15)
本章小结	(22)
思考与练习	(22)
第2章 旅游景区接待服务	(23)
本章导读	(23)
第一节 售票服务	(23)
一、售票服务工作流程	(23)
二、售票服务工作难点	(24)
第二节 入门接待服务	(27)
一、验票服务	(27)
二、咨询服务	(30)
第三节 投诉受理服务	(34)
一、正确看待游客投诉	(34)
二、游客投诉原因分析	(34)
三、游客投诉心理分析	(35)
四、游客投诉受理方法	(36)

案例分析	(41)
本章小结	(44)
思考与练习	(44)
第3章 旅游景区导游服务	(46)
本章导读	(46)
第一节 景区导游服务的作用	(46)
一、加深游客的游览感受	(46)
二、引导游客的游览行为	(47)
三、提高景区的综合收益	(47)
第二节 景区导游服务的主要内容	(47)
一、信息标志	(47)
二、电子导游	(50)
三、人员导游	(51)
第三节 景区人员导游服务技能	(52)
一、语言运用技能	(52)
二、导游讲解技能	(55)
三、心理服务技能	(60)
四、旅游审美引导技能	(62)
案例分析	(65)
本章小结	(66)
思考与练习	(67)
第4章 旅游景区商业服务	(70)
本章导读	(70)
第一节 旅游景区娱乐服务	(70)
一、娱乐项目概述	(70)
二、娱乐服务要求	(74)
第二节 旅游景区购物服务	(76)
一、旅游商品的特点	(76)
二、游客购物心理	(77)
三、商品推销技巧	(79)
第三节 旅游景区餐饮服务	(83)
一、餐饮服务的基本要求	(83)
二、景区餐饮服务的特点	(84)
第四节 旅游景区客房服务	(85)
一、客房服务的基本要求	(86)

二、景区客房服务的特点	(87)
案例分析	(89)
本章小结	(91)
思考与练习	(91)
第5章 旅游景区设施维护与管理	(93)
本章导读	(93)
第一节 旅游景区设施类型和要求	(93)
一、旅游景区设施的概念、特点和分类	(93)
二、旅游景区的基础设施	(94)
三、旅游景区的接待服务设施	(99)
四、旅游景区的娱乐活动设施	(99)
第二节 旅游景区设施设备管理	(100)
一、旅游景区设施设备管理概述	(100)
二、旅游景区设施设备前期管理	(102)
三、旅游景区设施服务期管理	(104)
四、旅游景区设施维修与更新	(108)
第三节 旅游景区设施的安全管理	(110)
一、设施安全管理的基础工作	(110)
二、旅游景区游艇(船)设施的安全管理	(112)
三、旅游景区索道及游乐设施的安全管理	(113)
四、旅游景区漂流管理	(114)
本章小结	(115)
思考与练习	(115)
第6章 旅游景区环境管理	(116)
本章导读	(116)
第一节 旅游景区环境容量的确定	(116)
一、环境容量的概念	(116)
二、环境容量的内容	(117)
三、环境容量调控与管理战略	(121)
第二节 旅游景区的游客管理	(122)
一、正确引导游客的旅游行为	(122)
二、游客管理	(124)
三、加强管理人员与游客的沟通	(125)
第三节 旅游景区环境管理的内容	(126)
一、旅游景区的环境保护	(126)

二、旅游景区的环境卫生管理	(129)
三、旅游垃圾问题与处理	(130)
四、旅游景区厕所管理	(133)
本章小结	(137)
思考与练习	(137)
第7章 旅游景区营销服务与管理	(138)
本章导读	(138)
第一节 旅游景区营销概述	(138)
一、景区营销的特点	(138)
二、景区营销的内容	(140)
第二节 旅游景区市场定位	(141)
一、景区市场调研	(141)
二、目标市场定位	(146)
第三节 旅游景区产品策划	(148)
一、景区产品策划的原则	(148)
二、景区产品策划的方法	(149)
第四节 旅游景区产品销售	(153)
一、景区产品的销售渠道	(153)
二、景区产品的促销方法	(154)
案例分析	(158)
本章小结	(159)
思考与练习	(160)
第8章 旅游景区服务质量管理	(161)
本章导读	(161)
第一节 旅游景区服务质量管理概述	(161)
一、旅游景区服务质量的内容	(161)
二、旅游景区服务质量管理的重要性	(162)
三、旅游景区服务质量管理的内容和方法	(164)
第二节 旅游景区服务质量的人员管理	(167)
一、对员工的服务质量管理	(167)
二、管理人员服务质量的监督	(168)
第三节 旅游景区服务质量的控制	(171)
一、实行全面质量管理	(171)
二、加强质量的负反馈控制	(173)
三、服务质量控制方法的选择	(173)

第四节 旅游景区服务质量的标准化管理	(175)
一、旅游景区标准化管理工作背景	(175)
二、旅游景区标准化管理体系	(175)
三、旅游景区服务质量内部标准的制定	(177)
本章小结	(180)
思考与练习	(180)
第9章 旅游景区资源管理与可持续发展	(182)
本章导读	(182)
第一节 旅游景区资源管理概述	(182)
一、旅游景区资源管理的意义	(182)
二、旅游景区资源管理问题	(183)
第二节 旅游景区资源保护与利用	(184)
一、景区资源保护的重要性	(184)
二、景区资源遭破坏的原因	(185)
三、景区资源保护与合理利用	(187)
第三节 旅游景区资源管理	(189)
一、景区资源的科学调查与评价	(189)
二、景区资源规划开发的管理	(193)
三、景区资源利用过程中的管理	(195)
第四节 旅游景区资源的可持续发展	(195)
一、可持续旅游发展的核心内容	(195)
二、旅游景区可持续发展的目标	(197)
三、旅游景区可持续发展的策略	(198)
案例分析	(199)
本章小结	(202)
思考与练习	(202)
附录1 旅游区(点)质量等级的划分与评定(修订)	(204)
附录2 风景名胜区管理暂行条例	(217)
附录3 国家重点风景名胜区名录	(219)
附录4 首批国家AAAA级旅游区(点)名单(187家)	(222)

第1章

1

概述

本章导读

目前我国已有各类旅游景区、景点数以万计,其中,列入《世界遗产名录》的世界自然和文化遗产 31 项,国家级风景名胜区 177 个,各类自然保护区 1551 处,国家级森林公园 439 个,国家地质公园 85 个,国家级重点文物保护单位 1168 处,4A 级旅游区 439 个。可以说,旅游景区是展示中国历史悠久的民族文化、优美独特的山川景色和新世纪精神文明建设的窗口,对我国旅游业发展起着重要作用。

第一节 旅游景区的基本概念与类型

旅游景区是一个国家和地区人文资源、自然景观的精华,是展示民族文化和民族历史的窗口。人们往往是通过当地一些历史文化、风土人情、自然景观的了解,进而了解该地区的政治、经济、社会、文化。旅游景区就像一个窗口,人们透过窗口认识一个国家和地区。因此,旅游景区通常是旅游目的地的标志之一。

旅游景区是旅游业的重要组成部分,作为一种旅游产品,其功能是供游人游览、娱乐。我们通常将吃、住、行、游、购、娱作为旅游业的六要素,其中,娱、游二要素与旅游景区直接相关,吃、住、行、购等要素与旅游景区的关系也比较密切。旅游景区能较好地满足人们希望通过旅游活动增长知识、开阔视野、愉悦心情、探险猎奇、扩大交往、陶冶情操等愿望。

随着我国旅游业的快速发展,旅游景区越来越受到重视。特别在旅游饭店、旅行社、旅游交通等行业逐步发展和完善之后,人们对旅游景区的开发和利用给予了更多的关注。在我国,旅游景区是旅游业中发展最快的一个方面,它已经成为中国旅游业发展的生力军,是国家旅游形象的重要组成部分。

一、旅游景区的定义

正确理解和认识旅游景区定义,掌握其本质,是本节的重点之一。我们首先来考察对其相关概念的描述。

风景名胜区 国务院于1985年6月7日发布的《风景名胜区管理暂行条例》中对风景名胜区概括为“凡具有观赏、文化或科学价值,自然景物、人文景物比较集中,环境优美,具有一定规模和范围,可供人们游览、休息或进行科学、文化活动的地区”。

旅游区 根据中华人民共和国国家标准《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T17775-1999)规定,旅游区为“经县级以上(含县级)行政管理部门批准成立,有统一管理机构,范围明确,具有参观、游览、度假、康乐、求知等功能,并提供相应旅游服务设施的独立单位。包括旅游景区、景点、主题公园、度假区、保护区、风景区、森林公园、动物园、植物园、博物馆、美术馆等”。

有些学者(王洪滨 1997)认为,旅游区是由一定数量的旅游点组成的,拥有一定质量的旅游内容和一定质量的接待设施,在相应的分布范围足以供旅游者停留一定时间的旅游空间。具体地说,旅游区应具备以下条件:

(1)旅游区应有一个或一个以上的中心城市,这类城市既是游客集散的枢纽站,又是旅游者的膳、宿、交通和购物的供应中心。

(2)旅游区内存在着一定数量不同特色的旅游点,以便连接短距离旅游路线和串联各旅游点时不使旅游者游兴低落,并且能形成进得来、散得开、出得去的最佳格局。

(3)旅游区一般来说都与行政区划相一致,以便对旅游区的总体开发有统一规划。这样,旅游区可以是一座旅游城市,如一些著名的风景和历史文化名城,像法国的巴黎,意大利的罗马,我国的北京、西安、桂林等等。旅游区也可以是一个景区,如北京的八达岭长城、杭州的西湖风景区、承德的避暑山庄等等。

有些学者(崔凤军 2001)提出了风景旅游区的概念。“风景旅游区”是指以原生的、自然赋存的或历史遗存的景观(自然或人文—自然复合体)为载体,向大众旅游者提供的旅游观光对象物。它应当包括向大众游客开放的风景区、森林公园、历史文化名城(镇)、自然保护区、主题公园等,原则上不包括游乐园、室内博物馆、美术馆等。

有些学者(约翰·斯沃布鲁克 英国 2001)就景点的概念作了解释。景点应该是一个独立的单位、一个专门的场所,或者是一个有明确界限的、范围不可太大的区域,交通便利,可以吸引大批的游人闲暇时来这里作短暂停留。

风景名胜区和旅游区的概念有相似的地方:首先,两者都具有游览、观赏的作用;其次,都强调应是自然或人文景物组成。两者也有不同之处:前者是以“风景”

和“名胜”为主的自然和人文景物,而且以自然景物为主,忽略甚至不包含一些主题公园、博物馆等,也不包括相应的旅游基础设施和服务设施。后者范围较广,几乎将所有可以为旅游业所利用的资源都看作旅游区,而且强调了在这些区域里能提供相应的旅游服务设施。这样看,风景名胜区应该是旅游区的组成部分。

旅游景点的含义较为直观和简单,旅游区的含义则较为广泛,它一般涵盖旅游景点,其类型也更丰富,规模也相对较大,而旅游景区应该介于两者之间。

那么,旅游景区应该如何定义?它包括了哪些内容呢?首先,它是旅游资源的重要表现形式之一,是各种旅游资源展现给游人的载体;其次,它一般是将旅游资源经过人为开发,使其可以激发旅游者的兴趣和吸引力,本质上是一种旅游产品;第三,只要是能够激发人们的旅游兴趣和需求,并能提供给人们游览、休息和科研的区域,都应该是旅游景区。所以,旅游景区是一种特殊的地域空间载体,它通过向旅游者提供层次丰富、形式多样的各类旅游产品和服务,来满足人们观光体验、度假休闲、康体娱乐、科考科普、探险访问、文化修学等方面的需求。

综上所述,旅游景区是具有美学、科学和历史价值的各类自然景观和人文景观的地域空间载体,它能够激发人们的旅游兴趣和需求,为人们提供参观、游览、度假、康乐、科研等产品和服务。它包括旅游景点、主题公园、度假区、保护区、风景区、森林公园、动物园、植物园、博物馆、美术馆等。

二、旅游景区的基本类型

旅游景区的分类有助于了解旅游景区的性质和对旅游景区的服务与管理。由于旅游景区与旅游资源的关系密切,对旅游景区的分类往往参照旅游资源的分类系统。

2003年国家颁布了《旅游资源分类、调查与评价》国家标准(GB/T 18972-2003,2003),提出和规定了旅游资源类型体系。如表1-1所示的分类系统。它共包括8个主类、31个亚类、155个基本类型。

表1-1 旅游资源分类国家标准体系

主类	亚类	基本类型
A 地文景观	AA 综合自然旅游地	AAA 山丘型旅游地等(7个类型)
	AB 沉积与构造	ABA 断层景观等(7个类型)
	AC 地质地貌过程形迹	ACA 凸峰等(14个类型)
	AD 自然变动遗迹	ADA 重力堆积体等(7个类型)
	AE 岛礁	AEA 岛区等(2个类型)

续表

主类	亚类	基本类型
B 水域风光	BA 河段	BAA 观光游憩河段等(3个类型)
	BB 天然湖泊与池沼	BBA 观光游憩湖区等(3个类型)
	BC 瀑布	BCA 悬瀑等(2个类型)
	BD 泉	BDA 冷泉等(2个类型)
	BE 河口与海面	BEA 观光游憩海域等(3个类型)
	BF 冰雪地	BFA 冰川观光地等(2个类型)
C 生物景观	CA 树木	CAA 林地等(3个类型)
	CB 草原与草地	CBA 草地等(2个类型)
	CC 花卉地	CCA 草场花卉地等(2个类型)
	CD 野生动物栖息地	CDA 水生动植物栖息地等(4个类型)
D 气象与气候景观	DA 光现象	DAA 日月星辰观察地等(3个类型)
	DB 天气与气候现象	DBA 云雾多发区等(5个类型)
E 遗址遗迹	EA 史前人类活动场所	EAA 人类活动遗址等(4个类型)
	EB 社会经济文化活动遗址遗迹	EBA 历史事件发生地等(8个类型)
F 建筑与设施	FA 综合人文旅游地	FAA 教学科研实验场所等(11个类型)
	FB 单体活动场馆	FBA 聚会接待厅堂(室)等(5个类型)
	FC 景观建筑与附属型建筑	FCA 佛塔等(11个类型)
	FD 居住地与社区	FDA 传统与乡土建筑等(8个类型)
	FE 归葬地	FEA 陵区陵园等(3个类型)
	FF 交通建筑	FFA 桥等(5个类型)
	FG 水工建筑	FGA 水库观光游憩区段等(6个类型)
G 旅游商品	GA 地方旅游商品	GAA 菜品饮食等(7个类型)
H 人文活动	HA 人事记录	HAA 人物等(2个类型)
	HB 艺术	HBA 文艺团体等(2个类型)
	HC 民间习俗	HCA 地方风俗与民间礼仪等(8个类型)
	HD 现代节庆	HDA 旅游节等(4个类型)
8 主类	31 亚类	155 基本类型

根据上述分类系统,我们将旅游景区分成两个大类,即自然景观类和人文景观类。这种分类方法主要是按景观的基本成因和属性来进行,较直观、易理解。见表1-2。

表1-2 旅游景区的基本类型

类型	主要景观
自然景观类	地文景观
	水域风光
	生物景观
	天象与气候景观
人文景观类	遗址遗迹
	建筑与设施
	旅游商品
	人文活动

(一) 自然景观类

以自然景观为主的景区称之为自然景观类旅游景区。自然景观是大自然赋予的,包括山水风景、气象气候、植物动物等等。它是在一定地域环境中形成的自然景观单元,如地球岩石圈表面形成山川、峡谷、溶洞、奇石等地质地貌旅游景观;水圈形成海洋、江河、湖泊、飞瀑、流泉等水文水景旅游景观;生物圈内有数以万计的动植物及其繁衍进化演变形成的生物类旅游景观;大气圈形成有风雨、雷电、冰雪等气象气候旅游景观等。

1. 地质作用形成自然资源的基础

地球的内营力是决定海陆分布、岩浆活动、地势起伏等的地球内能,它对自然旅游景观形成具有一定的控制作用。从全球地质构造和地壳结构来看,地壳可分为洋壳、陆壳、过渡型地壳。构造活动带有六大板块,20多个小板块,各个板块构造的不同部位有不同的地质动力作用,形成不同的自然景观。如太平洋板块与亚欧板块的俯冲带,形成火山与地震活动较强的阿留申群岛—日本群岛—琉球群岛—菲律宾群岛岛弧带,这是以海洋、岛屿、火山、温泉等自然景观为主的旅游区。印度板块与亚欧板块的碰撞,形成青藏高原,是以高山冰川为主要景观的旅游区。

各种内动力地质作用可以形成不同类型的自然景观,如火山作用形成现代火山地貌、地热景观;构造运动形成若干断陷湖泊、断块山、峡谷等旅游景观;地质作

用下形成的岩石及地层中的化石也是重要的旅游资源。此外,风蚀、水蚀、冰蚀和岩溶等外营力作用在不断改变着地表形态,形成诸如雅丹地貌、丹霞地貌、喀斯特地貌和千奇百怪的冰蚀景观等。

2. 地球表面水体形成了水域风光

地球表面的水体有海洋、冰川、河流、湖泊、瀑布、涌泉等多种类型。它们与地质、地貌、气候、植被等因素相结合,形成丰富的水域风光旅游景观。海洋占地球表面的71%,其中心部分为洋,边缘部分为海。陆地边缘形成滨海旅游资源,海洋内部形成珊瑚礁、海洋生物及海火、海光等海洋奇景。河流既是重要的构景素材,又是刻画地表形态的主要动力。在同一条河流的上、中、下游河段,由于不同的水文特征,造成江河源头神秘莫测,上中游峡谷众多,下游河汉纵横、河网密布,特色迥然不同。在河流流经的不同地球景观带形成了不同的地貌和景观各异的风光走廊。如在亚洲中部的高原地区,大江大河呈放射状向四方奔流入海,形成高山峡谷、丘陵与平原、湖泊与洼地等自然景观。在美洲西部,科第勒拉山系迫近太平洋,入海河流均比较短小,而东部地形开阔,在五大湖区形成尼亚加拉、安赫尔等世界著名的大瀑布旅游区。此外,地表洼地积水而成的湖泊、地下水出露而成的温泉和矿泉等也都是重要的水域景观。

3. 气候的区域性差异形成了气象气候景观

气候作为某一地区的多年天气综合特征,也是外动力作用的决定性因素之一,对旅游资源中风景地貌的塑造、风景水体的形成、观赏生物的生长和演变,有着控制性的影响。地球表面气候的差异,首先取决于太阳辐射。由于太阳辐射强度具有随纬度升高而减弱的趋势,导致高低纬度之间分别形成冰原带到热带雨林带等对比明显的自然景观,成为重要的旅游资源。其次,海陆分布、巨型地貌形态和大气环流对大气能量和水汽的输送与交换产生巨大影响,从而形成气候的区域性差异和不同的自然景观。如,同处在北温带,近海地区为阔叶林旅游景观,而远离海洋的内陆却形成干旱荒漠旅游景观。第三,地表局部抬升(山地)导致气候要素(气温和降水)发生垂直向上的变化,形成随高度而变化的立体自然旅游景观。

此外,在特定的时空下,康乐气候环境和天象奇观,更是重要的旅游资源,前者如山岳与海滨的避暑胜地,热带与亚热带的避寒胜地等;后者如吉林雾凇、黄山云海、峨眉佛光、蓬莱仙境(海市蜃楼)等。

4. 地球生物的多样性形成了生物景观

生物是地球表面有生命物体的总称,从大的方面可以分为植物、动物、微生物三类。其中,地球动物种类不少于50万种,植物种类不少于100万种,微生物的种类目前尚难以统计。在地球发展的不同历史时期,由于地理环境条件的不同,生物种群也在不断演化。大量的古生物,因地质环境的变迁而灭绝,其遗体或遗迹保存在地层中,成为重要的旅游资源。另一些动植物,在特定的条件下生存下来,成为

再现古地理环境和研究古生物演变的“活化石”,如大熊猫、银杏、水杉等,并成为重要的观赏性动植物。为保护这些珍稀动植物而建立的各类自然保护区,已成为科学研究和旅游开发的重要场所。

不同地理环境下生存的植物群落或动物群落,在景观上存在着明显的地域差异,可以形成独具吸引力的旅游资源。

生物和自然地理环境密切相关,特别是绿色植物通过光合作用参与地球上的物质交换和能量循环,对净化空气和美化环境具有极为重要的作用。绿色植物,已成为现代城市环境优劣的重要衡量标准和绝大多数旅游区必不可少的组成部分。

(二)人文景观类

以人文景观为主的景区称之为人文景观类旅游景区。人文景观类旅游景区是人类生产、生活活动的艺术成就和文化结晶,它以其多姿多彩的造型、宏微有序的布局、五彩缤纷的色调、神奇奥妙的物象,展示了人类活动的大千世界,给游客以不同的美感。大体而言,其成因可归于以下几个方面。

1. 珍贵的历史遗存

在人类发展的历史长河中,不同阶段具有不同的文化现象和特征,并形成了许多反映时代特点的风物。它们从不同的角度展示了特定历史条件下的生产力发展水平和社会生活风貌,是古代人类文明的珍贵遗产。随着现代旅游活动的日益兴盛,凭吊悠久的历史文化遗产成为旅游者外出旅游的动机之一。于是,众多的古人类遗迹遗址、古代建筑、雕塑、壁画、文学艺术、伟大工程、帝王陵寝、名人故居等,成为重要的旅游资源,许多地方凭借文物古迹的强大吸引力成为人们游览的热点。如“北京猿人”遗址和陕西半坡遗址遗物,将人类文明的历史追溯到距今几十万年以前,因其对了解人类进化和社会发展具有重大意义而一直备受关注。历史上许多工程浩大的陵墓,如中国的秦始皇陵、明代十三陵,印度的泰姬陵,埃及的金字塔,建筑恢弘,文物价值极高,为众多猎奇寻古者所向往。被誉为“石头史书”的建筑,是最能反映时代风俗和文化特点的实体,也是旅游活动的中心,如城墙、堡垒、楼阁、殿堂、桥塔、亭榭等,都是重要的旅游资源。其他,如石碑、雕刻、水利工程、古城等历史遗存,名人活动和生活过的地方,重大历史事件的遗址遗迹,神话传说所依托的地点或建筑,也都以其独特的价值成为重要的旅游景观。

2. 显著的社会文化差异

显著的社会文化差异是人文景观形成的又一重要原因。由于地域不同、社会形态不同、民族不同,其社会文化也有很大不同,正是社会文化的差异,造成一居住地的人群对于另一地的未知感,从而导致旅游者从一地向另一地移动。

社会文化差异的形成,是文化地域分工的必然结果。文化是人类创造的,也是现实存在的。人与文化,或者说人与其生活方式,总是分布于一定的地理空间范围内。世界上存在着多种文化,这些文化对其所在的地理环境产生着不同程度的影