

21世纪 高等院校 旅游管理 系列教材



Tourism Resources
Development and Management



旅游资源开发及管理

王国新 唐代剑 主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

21世纪 高等院校 旅游管理 系列教材



Tourism Resources
Development and Management



旅游资源开发及管理

王国新 唐代剑 主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

© 王国新 唐代剑 2007

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游资源开发及管理 / 王国新, 唐代剑主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2007. 12

(21 世纪高等院校旅游管理系列教材)

ISBN 978 - 7 - 81084 - 773 - 5

I. 旅… II. ①王…②唐… III. ①旅游资源 - 资源开发 - 高等学校 - 教材②旅游资源 - 资源管理 - 高等学校 - 教材 IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 174782 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连经济技术开发区兴华彩印包装有限印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm

字数: 396 千字

印张: 18

2007 年 12 月第 1 版

2007 年 12 月第 1 次印刷

责任编辑: 刘贤恩

责任校对: 何群 刘咏宁 那欣

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81084 - 773 - 5

定价: 26.00 元

前 言

旅游资源是旅游业发展的基础。我国是一个旅游资源大国,虽然旅游业从20世纪80年代初开始兴起,但对旅游资源学的研究大约在90年代初期才受到学界的关注,而对旅游资源开发与管理的研究就更加滞后。

2003年,我国《旅游资源分类、调查和评价》(GB/T 18972-2003)国家标准的发布解决了我国多年来对旅游资源的定义和分类系统不一致的问题,同时也要求旅游类院校在新的分类框架下对学生进行旅游资源学课程的教学。近年来,我国旅游资源开发的深度和广度都在不断加强,发达地区旅游资源开发开始从浅层次的观光类产品向深层次的文化体验和休闲度假类产品转型;随着航空业和铁路业的快速发展,我国中西部地区可进入性大大提高,从而掀起了旅游资源开发的热潮。截至2005年1月,我国已有各类旅游景区2万家左右,其中,A级旅游景区1401家。但在旅游资源开发的过程中,由于规划、建设和管理不当,资源和环境遭到破坏的现象也时有发生。以上种种情况都迫切要求旅游类院校加强旅游资源开发与管理方面的教学,针对我国的实际需要提高学生的理论水平,更新知识,培养能力,更好地服务于我国旅游业的发展需要。这本教材正是在这样的背景下诞生的。

本书是“21世纪高等院校旅游管理系列教材”中的一种。在编写过程中,我们比较注重内容的系统性和实用性。编写的体系尽量做到“系统全面,理论与实践相结合”。对旅游资源学的知识性内容,按照国家标准的体系进行了系统的介绍;对旅游资源开发与管理部分,将理论、实践和案例三者结合起来编写,以利于培养学生的技能。每一章还设有学习目标、本章小结、关键概念和基本训练等栏目,以方便老师教学和学生自学。为适应科技发展的需要,本书在资源开发与管理部分增加了旅游资源管理信息系统和3S技术的应用。为扩大学生的视野,还增加了国外旅游资源管理模式的介绍。

本教材共分为3篇21章,主要由浙江工商大学的老师和研究生编写,浙江林学院的张建国老师也参加了部分章节的编写。各章的作者及编写分工如下:唐代剑,第1、2章和第10~14章;王国新,第3~9章;张建国,第15~18章;程乾,第19~21章。参加本书编写工作的研究生还有:毛春红、吕璐璐、章美红、郭茹、栗动琴、林爱瑜、杨瑜。

担任本书主编的是王国新、唐代剑,最后由王国新统稿,唐代剑对全书进行了审校。

本书主要是为我国高等院校旅游管理、资源与环境、资源环境与城乡规划管理等

2 旅游资源开发及管理

专业的本、专科师生编写的，也可作为导游、旅游景区管理和旅游规划、策划人员的参考资料。

编 者

2007年9月于杭州

目 录

第1编 旅游资源总论

第1章 旅游资源 ⇨3

■ 学习目标 /3

1.1 旅游资源基本概念和理论 /4

1.2 旅游资源的形成和特征 /5

1.3 旅游资源与旅游业 /7

■ 本章小结 /7

■ 关键概念 /8

■ 基本训练 /8

第2章 旅游资源的分类 ⇨10

■ 学习目标 /10

2.1 旅游资源分类概述 /11

2.2 国内外旅游资源的分类系统 /13

2.3 国家旅游资源分类标准 /13

■ 本章小结 /16

■ 关键概念 /16

■ 基本训练 /16

第3章 旅游资源的调查 ⇨18

■ 学习目标 /18

3.1 旅游资源调查概述 /19

3.2 旅游资源调查的程序与组织实施 /22

3.3 旅游资源调查内容和方法的创新 /26

■ 本章小结 /27

■ 关键概念 /28

■ 基本训练 /28

第4章 旅游资源的评价 ⇨30

■ 学习目标 /30

4.1 旅游资源评价的理论基础 /31

4.2 旅游资源的景观价值评价 /31

4.3 旅游资源的开发利用评价 /33

2 旅游资源开发及管理

4.4 旅游资源—产品转化适宜性评价 /35

4.5 国家标准中的旅游资源评价方法 /40

4.6 旅游资源的计价 /42

■ 本章小结 /43

■ 关键概念 /44

■ 基本训练 /44

第2编 旅游资源开发理论与实践

第5章 旅游资源的开发 ⇨47

■ 学习目标 /47

5.1 旅游资源开发概述 /48

5.2 旅游资源开发理论基础及前沿 /49

5.3 旅游资源开发的一般方法及程序 /53

5.4 旅游资源开发规划 /55

■ 本章小结 /59

■ 关键概念 /60

■ 基本训练 /60

第6章 地文景观类旅游资源开发 ⇨61

■ 学习目标 /61

6.1 地文景观类旅游资源的分类 /62

6.2 地文景观类旅游资源的成因及开发要点 /68

6.3 地文景观类旅游资源开发实践——以深沪湾地质公园为例 /73

■ 本章小结 /76

■ 关键概念 /76

■ 基本训练 /76

第7章 水域风光类旅游资源开发 ⇨78

■ 学习目标 /78

7.1 水域风光类旅游资源的分类 /79

7.2 水域风光类旅游资源成因及开发要点 /81

7.3 水域风光类旅游资源开发实践——以天河潭为例 /85

■ 本章小结 /88

■ 关键概念 /88

■ 基本训练 /88

第8章 生物景观类旅游资源开发 ⇨90

■ 学习目标 /90

8.1 生物景观类旅游资源的分类 /91

8.2 生物景观类旅游资源成因及开发要点 /96

8.3 生物景观类旅游资源开发实践——以梅岭国家森林公园为例 /99

■ 本章小结 /102

■ 关键概念 /102

■ 基本训练 /102

第9章 天象与气候景观类旅游资源开发 ⇨104

■ 学习目标 /104

9.1 天象与气候景观类旅游资源的分类 /105

9.2 天象与气候景观类旅游资源成因及开发要点 /109

9.3 天象与气候景观类旅游资源开发实践——以长白山气象、气候旅游资源开发为例 /112

■ 本章小结 /114

■ 关键概念 /115

■ 基本训练 /115

第10章 遗址遗迹类旅游资源开发 ⇨116

■ 学习目标 /116

10.1 遗址遗迹类旅游资源的分类 /117

10.2 遗址遗迹类旅游资源成因及开发要点 /122

10.3 遗址遗迹类旅游资源开发实践——以西安半坡遗址为例 /125

■ 本章小结 /126

■ 关键概念 /126

■ 基本训练 /126

第11章 建筑与设施类旅游资源开发 ⇨128

■ 学习目标 /128

11.1 建筑与设施类旅游资源的分类 /129

11.2 建筑与设施类旅游资源成因及开发要点 /133

11.3 建筑与设施类旅游资源开发实践——以上海现代设施旅游资源开发与研究为例 /135

■ 本章小结 /137

■ 关键概念 /137

■ 基本训练 /137

第12章 旅游商品类旅游资源开发 ⇨139

■ 学习目标 /139

12.1 旅游商品类旅游资源的分类 /140

12.2 旅游商品类旅游资源成因及开发要点 /144

12.3 旅游商品类旅游资源开发实践——以云南旅游商品开发为例 /147

■ 本章小结 /148

■ 关键概念 /148

■ 基本训练 /149

第13章 人文活动类旅游资源开发 ⇨150

■ 学习目标 /150

13.1 人文活动类旅游资源的分类 /151

13.2 人文活动类旅游资源成因及开发要点 /158

13.3 人文活动类旅游资源开发实践——以'99昆明世博会为例 /160

4 旅游资源开发及管理

- 本章小结 /163
- 关键概念 /163
- 基本训练 /163

第14章 可持续的旅游资源开发 ⇨164

- 学习目标 /164
- 14.1 旅游资源开发存在的问题 /165
- 14.2 旅游资源的开发与保护 /168
- 14.3 旅游资源开发的科学发展观 /171
- 本章小结 /174
- 关键概念 /174
- 基本训练 /174

第3编 旅游资源管理理论与实践

第15章 旅游资源管理 ⇨179

- 学习目标 /179
- 15.1 旅游资源管理概述 /180
- 15.2 旅游资源的保护与开发管理 /185
- 本章小结 /186
- 关键概念 /187
- 基本训练 /187

第16章 旅游资源管理的理论体系 ⇨189

- 学习目标 /189
- 16.1 区位理论 /190
- 16.2 比较优势理论 /191
- 16.3 体验经济理论 /193
- 16.4 可持续发展理论 /194
- 本章小结 /196
- 关键概念 /196
- 基本训练 /196

第17章 旅游资源保护管理 ⇨198

- 学习目标 /198
- 17.1 旅游资源保护管理概述 /199
- 17.2 旅游保护政策法规建设 /202
- 17.3 旅游资源保护管理体制建设 /204
- 17.4 旅游资源保护与社区管理 /205
- 本章小结 /209
- 关键概念 /210
- 基本训练 /210

第18章 旅游区资源开发管理 ⇨213

- 学习目标 /213

18.1	旅游资源开发过程管理	/214
18.2	不同类型旅游资源的开发管理	/218
18.3	不同所有权类型与不同经营主体的旅游资源开发管理	/224
18.4	区域旅游资源的开发管理	/225
■	本章小结	/228
■	关键概念	/228
■	基本训练	/228
第 19 章	旅游资源的现代信息化管理	⇨230
■	学习目标	/230
19.1	旅游资源信息化管理概述	/231
19.2	旅游资源管理信息系统	/237
19.3	3S 技术在旅游资源管理中的应用	/242
■	本章小结	/256
■	关键概念	/256
■	基本训练	/256
第 20 章	国外旅游资源管理模式	⇨257
■	学习目标	/257
20.1	英国旅游资源管理模式	/258
20.2	美国旅游资源管理模式	/258
20.3	澳大利亚旅游资源管理模式	/260
20.4	日本旅游资源管理模式	/262
■	本章小结	/264
■	关键概念	/264
■	基本训练	/264
第 21 章	中国旅游资源管理实践	⇨265
■	学习目标	/265
21.1	西湖国家风景名胜区旅游资源管理	/266
21.2	自然保护区旅游资源管理实践	/271
■	本章小结	/274
■	关键概念	/274
■	基本训练	/274
主要参考文献	⇨275	

第1编 旅游资源总论

第 1 章

旅游资源

■ 学习目标

1.1 旅游资源基本概念和理论

1.2 旅游资源的形成和特征

1.3 旅游资源与旅游业

■ 本章小结

■ 关键概念

■ 基本训练

学习目标

通过本章的学习，了解旅游资源基本概念和理论，旅游资源的形成和特征，旅游资源与旅游业的相互关系，掌握其知识要点及相关知识。

● 1.1 旅游资源基本概念和理论

旅游现象是由客体（旅游资源）、主体（旅游者）和介体（旅游业）三大要素构成的综合体。旅游资源（tourism resources）经过开发和建设后即成为能够吸引旅游者的产品——旅游吸引物（tourist attractions），这是旅游活动的主要对象。因此，旅游资源是旅游业发展所依赖的不可或缺的基础。正是由于旅游资源的存在，才产生了旅游吸引力，导致游客的旅游活动的出现，因此，对旅游资源研究是旅游学研究最基本的内容之一。

从现代旅游业的发展看，区域旅游开发的前提是对区域旅游资源状况的认识和评价。而建立与认识旅游资源的概念影响到旅游资源的分类、调查、评价及旅游产品开发等诸多方面。何谓旅游资源？由于人们在对旅游的认识上存在差异，因而对旅游资源的概念也就产生了不同的见解。

国内外学者曾对旅游资源给出了不同的定义。直到20世纪90年代我国尚未形成一个为旅游学界公认的旅游资源的定义。

苏联地理学家普列奥布拉曾斯基对旅游资源的定义是：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经济的自然的、技术的和社会经济的因素。

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

李天元等认为：“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。”

苏文才、孙文昌将旅游资源描述为：“在自然界或人类社会中凡能对旅游产生吸引性、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。”

上述国内学者的定义多数都是从旅游资源的吸引力角度给出的，还有一些学者是从旅游资源开发或旅游业发展的角度来界定的，这使得旅游资源的概念变得更广泛。

如郭来喜认为，“凡能为旅游者提供游览观赏、知识乐趣、度假疗养、娱乐休息、探险猎奇、考察研究以及友好往来和消磨闲暇时间的客体和劳务，均可称为旅游资源”，从而将劳务（服务）也引入旅游资源的定义。

申葆嘉更加重视社会资源的意义，认为旅游资源包括社会资源和专用资源两部分。其中前者包括基础设施资源、自然与社会环境、可用于旅游投资的社会财力和物力；后者包括旅游服务设施资源、旅游吸引诸因素资源、旅游专业劳动力。

谢彦君则将概念的内涵进一步扩大，认为旅游资源除了一般所指外，还应包含旅游者和各种能传达旅游地相关信息的标识物（如广告、宣传品等）在内。

我们认为，旅游资源是一个开放的系统，它的概念可以界定为：凡能吸引旅游者产生旅游动机，并可被用来开发旅游产品的各种自然、人文客体或其他事象，都可称为旅游资源。

目前，国内比较权威，且被广泛接受的有关旅游资源的定义来源于国家旅游局制定、由国家质量监督检验检疫总局发布的《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972—2003）国家标准。其定义如下：

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,均称为旅游资源。

● 1.2 旅游资源的形成和特征

1.2.1 旅游资源的形成

地理环境及人文环境的地域差异性旅游资源形成的基本条件。而人们居住环境的相对稳定性同旅游资源分布的地域差异性形成反差,促使人们离开常居地到异地去旅游,产生旅游现象。

1) 自然旅游资源形成的基本条件

自然旅游资源是具有观赏性及游娱性的自然景观与自然环境。它是自然界的诸多因子,在不同的历史形成条件及演变阶段,作用于不同的地理环境而形成的,而且它始终处于发展变化之中。

(1) 地球的圈层蕴含了构成自然旅游资源的基本要素,岩石、生物、水和大气是构成自然旅游资源的基本要素。因此,将人类活动所及的各个圈层中丰富的自然资源转化为可利用的旅游资源,其潜力是巨大的。

(2) 自然旅游资源的分布受地理环境地域差异规律影响。组成地理环境的各要素之间相互联系、相互制约并结合成一个综合整体,但其各个组成部分还存在着差异,这就是地理环境的地域差异。影响地域差异有两个基本因素:一是地带性差异,是指太阳辐射在地球表面的分布不均,引起地理环境沿纬度方向延展,呈现南北方向上的更替差异;二是非地带性差异,是指由于地表组成和结构不均而产生的差异。自然旅游景观的分布因此呈现出全球性、区域性、地方性的地域差异规律。

(3) 地质作用是塑造自然旅游资源的原动力。地表上每一个自然旅游景观都有一部地质作用的演变形成史:内动力地质作用是决定海陆分布、岩浆活动及地势起伏的力量;外动力地质作用是在地壳外部,由气圈、水圈、生物圈产生的改变地表形态、岩石特征的力量,如风化、重力崩塌、剥蚀、搬运及堆积作用等。内外动力地质作用交替进行,塑造出了千姿百态的地表形态,苍山翠岭、流泉飞瀑、奇峰峡谷等交相辉映,使自然旅游资源成为一个丰富瑰奇的宝库。

(4) 地表水体的水文特征。地球表面的水97.2%分布在海洋。海是大洋的边缘部分,在其边缘形成了海滩旅游资源,世界海滨地带(尤其是低纬海滨地带)多形成旅游热点。陆地表面水圈呈现为河流、湖泊、冰川、涌泉和溪流,其光、影、声、色、味等均为生动的风景素材,是风景中不可缺少的水文景观旅游资源。

(5) 气候的区域性因素对自然旅游资源的影响。由于气候的区域差异,以及气候要素在垂直方向上的变化可以形成不同的康乐气候、气候景观,可以满足人们追新求异、避寒避暑等需求。气候本身同其他自然地理要素相结合,形成了热带雨林景观、干旱沙漠景观等。气候要素在垂直方向上的变化,可以形成自然景物在垂直方向上的交替变化,形成“十里不同天”的奇异气候旅游资源。如庐山的云雾、吉林的雾凇、蓬莱的海市蜃楼、峨眉山的佛光等,为大自然平添神奇。

(6) 地球生物的多样性。地球的生物圈由动物、植物、微生物等有机体构成,其中地球动物种类不少于50万种,植物种类不少于100万种。地球表面分布的丰富

的生物旅游资源是风景区的构景因素,而且具有疗养、休闲等功能,其在自然旅游资源中的地位十分重要。由于地球历史的演化、生物的演变遗留下来的大量的古生物化石、古老物种,也成为珍稀的动植物旅游资源。

2) 人文旅游资源和社会旅游资源形成的基本条件

人文旅游资源和社会旅游资源是指人类长期的社会劳动和生产实践所创造和积累起来的文明成果,是物质财富和精神财富的总和。

(1) 历史的承继性。人类历史不断发展演化,不同历史时期的生产力发展水平和社会生活的种种方面,通过古人类遗址、建筑、陵寝、文学艺术、伟大工程等多种形式承继下来,构成人文旅游资源的主体。

(2) 文化的差异性。人文旅游资源形成的另一个重要原因是文化的差异性,它是空间向度上的不同地域、不同民族等的社会文化差异。文化受地理环境的影响是显著的,在不同条件的自然环境下就可能形成不同的文化。不同国家和地区的人们形成了种种不同的生活方式、生活习惯,乃至不同的城镇布局、建筑风格等,呈现出颇富魅力的异域风情等。

(3) 社会的创新性。随着社会自身的发展进步或者是为了适应一定的市场需求,新的旅游景观也会不断形成,如一些文化、游乐、体育胜地和游乐场所(如动物园、植物园、游乐场所、文化设施等),以及各类城市建筑、商业中心、购物中心、会务中心等。这其中比较典型的创新现象就是主题公园的兴起与发展,如迪斯尼乐园、深圳世界之窗等。

1.2.2 旅游资源的特征

旅游资源同其他资源一样有其自身的特征。正确认识其特征,对于合理开发利用旅游资源、组织旅游活动具有十分重要的意义。

1) 旅游资源的多样性

从旅游资源的定义可以看出,旅游资源内涵非常宽泛,既包含自然因素,又包含人文以及其他因素,如历史的、当代的、有形的、无形的因素等。总之,旅游资源的多样性与客观世界的复杂性和人们旅游动机的多样性都是分不开的。

2) 旅游资源的地域性

地域性是指旅游资源分布有一定的地域范围,存在地域差异,带有地方色彩。无论是我国的长城、埃及的金字塔,还是东非的天然动物园和英格兰的绿景,都对旅游者构成了吸引力。因为旅游者天生有求新、求异的心理需要,这使得旅游者在一定的条件下跨越空间限制前往异地游览。

3) 旅游资源的吸引力的定向性

旅游资源对不同的旅游者有不同程度的吸引力,所以,任何一项旅游资源都有吸引力定向的特点,只能吸引某些市场部分,而不可能对全部旅游市场都具有同样大的吸引。

4) 旅游资源的可创新性

人们的兴趣、需要以及时尚潮流会随着时间的推移发生变化,当旅游产品处于成熟或衰退期时,需要积极开发新的适销对路的产品,这使得人造旅游资源的创新成为必要和可能。有些传统旅游资源匮乏的地区,为了发展旅游业,也会人为地创造一些旅游资源。新加坡便是这方面的典型例子之一。由于高科技的应用可提高旅游产品质

量,并能使旅游资源的潜能得到充分发挥,所以高科技在旅游资源创新中的作用显得越来越重要。例如月球旅行、海底探秘、环球航行都属于此类。

● 1.3 旅游资源与旅游业

1.3.1 旅游业

旅游业是指以旅游者对象,以满足旅游市场需求为目的,为开展各种旅游活动创造便利条件并提供所需产品和服务的综合性产业。旅游业的发展依赖于区域旅游资源的禀赋条件及对旅游资源的开发程度和开发水平。良好的旅游资源禀赋条件是区域旅游业发展的基础。

1.3.2 旅游资源与旅游业

区域旅游业的发展与旅游资源的关系极为密切。

1) 旅游资源是旅游业发展的重要基础

旅游业的产生和发展是以旅游活动的出现为基础的,在旅游活动内容的“行、住、食、娱、购、游”等六大要素中,行、住、食是旅游活动的必备条件;“娱、购”是旅游活动的主要内容;“游”则是旅游活动的核心内容。而旅游资源作为旅游活动的对象与客体,是对旅游者产生定向吸引力的根本原因。因此,没有旅游资源,就不会有旅游活动,更无法谈及旅游业。旅游业的发展带来了相关产业的发展,同时,旅游业的范畴也进一步扩大,行业界限也变得更加模糊,但无论如何,旅游资源作为区域旅游业发展基础的地位是不会动摇的。

2) 旅游资源质量影响旅游业发展水平

旅游资源质量影响区域旅游业的发展水平。这是因为旅游资源的质量直接影响到旅游需求的形成和增长,影响着旅游客源市场规模的大小。一般来说,旅游资源质量越高,对旅游者的吸引力越大,越能刺激旅游需求的增长,对旅游业的发展就会起到更大的促进作用。

3) 旅游资源影响旅游业的产业结构

旅游资源条件影响区域旅游产业结构的形成。旅游资源通过行业结构和产品结构而影响区域旅游产业结构的形成。旅游开发方向会随着区域旅游资源的不同而发生变化,同时行业结构和产品组成也会有所不同。如海岛旅游资源所产生的休闲度假旅游的性质决定了夏威夷旅游消费结构中住宿和餐饮占50%以上的比重。在各行业协调发展的前提下,确定不同的龙头行业,可对区域旅游业发展起到积极的带动作用,这也是旅游产业结构战略部署中的重要内容。

■ 本章小结

本章的主要内容 of 旅游资源基本概念和理论,旅游资源的形成和特征,旅游资源与旅游业相互关系等。国内外的学者关于旅游资源的定义以及相关理论存在不同的见解。地理环境及人文环境的地域差异性为旅游资源形成的基本条件。旅游资源同其他资源一样有其自身的特征,正确认识其特征,对于合理开发利用旅游资源、组织旅游活动具有十分重要的意义。旅游业的发展依赖于区域旅游资源的禀赋条件