

21

世纪旅游管理专业系列教材



旅游资源学

■ 主 编：鄢志武

■ 副主编：柴海燕 李志飞



全国优秀出版社
武汉大学出版社

F590.3
Y152

21世纪旅游管理专业系列教材

Introduction to Tourist Resources

旅游资源学

主 编：鄢志武

副主编：柴海燕 李志飞



A1064803



全国优秀出版社
武汉大学出版社

H590.3/02

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源学/鄢志武主编;柴海燕,李志飞副主编. —武汉:武汉大学出版社,2003.5

21 世纪旅游管理专业系列教材

ISBN 7-307-03785-8

I. 旅… II. ①鄢… ②柴… ③李… III. 旅游资源—高等学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 106380 号

责任编辑:路小静 责任校对:程小宜 版式设计:支 笛

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.whu.edu.cn)

印刷:湖北省通山县印刷厂

开本:787×980 1/16 印张:14.75 字数:259 千字

版次:2003 年 5 月第 1 版 2003 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 7-307-03785-8/F·784 定价:19.50 元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

21 世纪旅游管理专业系列教材

编写委员会
(按姓氏笔画排列)

主 任	张 薇			
副主任	张立明			
委 员	叶全良	邓 辉	陈 筱	
	张金霞	胡 静	崔 进	
	鄢志武	熊元斌	熊剑平	

总 序

随着世界的和平与稳定及经济的发展与人民生活水平的提高,旅游逐渐成为现代人类生活中不可或缺的重要内容,是人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一。中国自1978年改革开放以来,旅游经历了起步、发展和日趋成熟的几个阶段,尤其是20世纪90年代以后,中国旅游业的快速增长,使旅游经济产业化进程加快,旅游对整个社会的促进作用和关联作用日益突出,旅游业已成为全国经济新的增长点之一。21世纪之初,中国旅游业的综合实力已位居世界第五大旅游国,据世界旅游组织的预测,到2020年中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。

旅游实践的发展客观上为旅游学科的发展提供了千载难逢的机遇,对旅游学科理论提出了更加迫切的要求,给旅游研究工作与教育工作的进展创造了良好的外部环境。与我国旅游学科发展相适应的是我国旅游教育事业的进步,二十多年来我国旅游高等教育、中等职业教育获得了飞速发展,全国开办有旅游系(专业)的高等院校总数达200余所。伴随着高等旅游教育的迅速发展,旅游专业的教材建设也从无到有,从粗到精。为了进一步完善旅游管理专业教材体系,吸取国内外最新研究成果,充实教材内容,满足日益增长的旅游管理专业高等教育的发展需要,武汉大学出版社精心组织国内部分高等院校旅游管理专业的专家学者,编写了一套21世纪旅游管理专业系列教材。全套教材选题广泛,并紧扣教育部颁发的高等院校旅游管理专业教学指导计划。教材编写注重理论阐述与实际案例分析相结合,既考虑到国内外旅游业发展的现实需要,又注重理论研究的超前性和未来旅游业发展的宏观态势;既系统总结了旅游学科发展的研究现状和取得的研究成果,又指出了不同研究内容的未来发展方向;既注重使读者易于掌握研究的理论和方法,又关照技能的培养,体现系统、创新、前瞻、实用的特色。全套教材包括《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游资源学》、《旅游市场营销学》、《旅游法规》、《旅游文化学》、《旅游心理学》、《实用礼仪教程》、《旅游规划原理与实务》、《旅游景区管理》、《旅行社经营管理》、《导游业务》、《客源地概况》、《旅游企业财务管理》、《旅游管理信息系统》和《新编旅游英语》、《新

编导游英语》、《新编饭店英语》等共十几本教材。

本套教材既可作为高等院校旅游管理专业教学用书，又可作为高等职业教育、自学考试、职业培训或相关专业的参考用书。欢迎本专业师生和旅游行业人士选用。

21 世纪旅游管理专业系列教材

前 言

21 世纪是中国旅游业大发展的时期,旅游业的大发展迫切需要一批既具有扎实的理论基础,又具有很强实践操作能力的旅游专业人才。专业人才的培养离不开专业教材的建设,但关于旅游资源学的研究在我国还处于起步阶段,《旅游资源学》教材的编写也处于探索阶段。为了配合教学,适应旅游业发展的需要,编写了《旅游资源学》教材。

本书共分三篇:“旅游资源学总论篇”、“旅游资源学各论篇”、“旅游资源学的实践研究篇”,分别从旅游资源学的理论和实践两个环节出发,试图阐明旅游资源学的研究内容、不同类型旅游资源的特点以及旅游资源学的实践研究,以培养旅游专业的学生的理论与实践相结合的能力,为适应我国旅游业快速发展而尽绵薄之力。

本书由中国地质大学鄢志武担任主编,拟订提纲及完成全书的统稿工作。具体章节分工如下:鄢志武负责编写第 1、3、4、5、6 章及附录整理;柴海燕负责编写第 2、7、8、11、12 章;李志飞负责编写第 13、14、15 章;陈德琼负责编写第 9、10 章。

因本书编写者的水平所限,时间仓促,书中存在许多不足之处,请学界同仁和读者批评指正。同时,在本书的编写过程中,参阅了大量的旅游资源学方面的书刊杂志,借本书出版之际,向从事旅游资源学研究的专家学者表示衷心的感谢,没有他们的研究成果和编辑们的辛苦劳动就没有本书的问世。

编 者

目 录

第一篇 总论篇.....	1
第一章 绪 论	3
第一节 旅游资源概述	3
第二节 旅游资源学的学科研究	9
第二章 旅游资源的特点与分类	12
第一节 旅游资源的特点	12
第二节 旅游资源的分类	16
第二篇 各论篇.....	23
第三章 地质地貌类旅游资源	25
第一节 概 述	25
第二节 地质旅游资源	29
第三节 地貌旅游资源	37
第四章 水体类旅游资源	47
第一节 水体与旅游	47
第二节 水体旅游资源的分类及特征	48
第五章 生物旅游资源	65
第一节 生物与旅游	65
第二节 植物旅游资源	67
第三节 动物旅游资源	70
第四节 自然保护区	73

第六章	气候、气象及宇宙旅游资源	77
第一节	气象旅游资源	77
第二节	气候旅游资源	79
第三节	宇宙旅游资源	81
第七章	历史古迹类旅游资源	83
第一节	古人类、古文化遗址和古城镇	83
第二节	宫殿与礼制建筑	90
第三节	陵寝建筑	94
第四节	宗教遗址	99
第五节	楼阁与古桥	106
第六节	中国古代伟大工程	108
第八章	园林旅游资源	112
第一节	中国古典园林的起源与特征	112
第二节	中国园林的分类	114
第三节	中国古典园林的组成要素和常见构景手段	116
第九章	民风民俗旅游资源	120
第一节	民俗的概念和类型	120
第二节	中国主要民族的民俗简介	122
第十章	文学艺术中的旅游资源	134
第十一章	旅游人造景观	145
第一节	旅游主题公园的概念与特点	145
第二节	旅游主题公园的发展历程	149
第三节	旅游主题公园的类型和意义	153
第十二章	旅游商品	157
第一节	旅游商品的概念及特点	157

第二节 旅游商品的类型·····	158
第三篇 旅游资源学的实践研究 ·····	165
第十三章 旅游资源的调查与评价 ·····	167
第一节 旅游资源的调查·····	167
第二节 旅游资源的评价·····	175
第十四章 旅游资源开发 ·····	184
第一节 旅游资源开发的理念·····	184
第二节 旅游资源开发的可行性研究·····	188
第三节 旅游资源开发的模式·····	194
第十五章 旅游资源保护与可持续发展 ·····	201
第一节 旅游资源保护·····	201
第二节 旅游资源的可持续发展·····	209
附 录 ·····	212
附录一 中国的世界遗产名录·····	212
附录二 中国的国家级重点风景名胜区·····	215
附录三 中国历史文化名城·····	220
附录四 国家地质公园·····	221
参考文献 ·····	223

第一篇

总论篇

第一章

绪 论

第一节 旅游资源概述

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、旅游资源的基本概念

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形成共识。

(一) 国内学者对旅游资源概念的理解

从 20 世纪 80 年代开始, 一些学者根据其研究的实践和理解, 从不同角度上给出了旅游资源的定义。

“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合。”^①

“旅游资源应指凡能激发旅游者旅游动机的, 能为旅游业所能利用的, 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。”^③

“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

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

③ 转引自孙文昌《现代旅游开发学》. 青岛: 青岛出版社, 2002: 19

旅游过程中感兴趣的环境因素和可以利用的物质条件。”^①

“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。”^②

“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。”^③

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^④。

“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。”^⑤

“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。”^⑥

(二) 外国学者对旅游资源概念的理解

西方学者常将旅游资源称做旅游吸引物 (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，能够被用做组织旅游活动的自然的、技术的和社会经济的因素。

从上述的概念中，无论是国内还是国外，我们可以看出有共同之处，也有因各自所强调的重点不同出现意见不统一之处。

(三) 对旅游资源概念的认识

目前对旅游资源概念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 转引自周进步，庞规荃，秦关民．现代中国旅游地理学．青岛：青岛出版社，2000：91

② 李天元．旅游学概论．天津：南开大学出版社，2000：89

③ 保继刚，楚义芳，彭华．旅游地理学．北京：高等教育出版社，1993：52

④ 转引自孙文昌．现代旅游开发学．青岛：青岛出版社，2002：20

⑤ 辛建荣．旅游地学．天津：天津大学出版社，1996：16~17

⑥ 杨振之．旅游资源开发．成都：四川人民出版社，1996：33

1. 吸引力

即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。吸引力就是将游客从客源地吸引到目的地旅游的观光。

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,它本身是带有发展性质的概念。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,也促使旅游资源的范畴不断外延。人们不再满足于传统意义上“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,我们以为:旅游资源是指存在于特定的地域空间之中,能够吸引旅游者产生旅游活动的自然与社会各种事物、因素和现象的综合。

二、旅游资源的形成条件

(一) 自然旅游资源形成的基本条件

1. 地球的圈层结构及其相应的自然旅游资源

我们居住的地球是太阳系九大行星之一。地球具有明显的圈层结构,一般可将其分为内圈与外圈。其中内圈从地心向地球表面的方向依次分为:地核(Core),地幔(Mantle)和地壳(Crust),现代地质学直接观察内部的深度只到距地面约12千米的地下深处为止。而与旅游资源关系最为密切的还是地球的外圈,即岩石圈(Lithosphere)、大气圈(Atmosphere)、水圈(Hydrosphere)和生物圈(Biosphere)。在人类活动所及的地球各个圈层,均可以形成各种自然旅游资源。诸如岩石圈中形成的各种奇妙深邃的地下地质旅游资源,岩石圈表面形成的千姿百态的地貌旅游资源;水圈形成的江湖湖海等波涛粼粼的水体旅游资源;生物圈形成的动物、植物、微生物以及陆生、水生生物等生物旅游资源;大气圈内瞬息万变的气象旅游资源和温湿凉热等气候旅游资源。

2. 区域综合自然地理环境决定了自然旅游资源的形成与演化

综合自然地理环境反映着整个地球表面所有自然要素的结构、成因、动态和发展规律。这些自然要素包括地质、地貌、气候、水文、土壤、植被、动物等。各种自然地理要素之间相互联系、相互制约、有规律的结合而构成具有内部相对一致性的整体。一定自然旅游资源的形成与演变,决定于一定的综合自然地理环境。如黄山自然旅游景观的“四绝”——奇松、怪石、云海、温泉,即决定于垂直构造节理发育的花岗岩山岳地貌、暖湿的气候、茂盛的植被、特定的泉水涌出条件等。反之,没有暖湿的气候也就没有满山的奇松;没有构造节理强烈发育的花岗岩及其地貌,也就没有怪石和温泉。

3. 地质作用和地质构造是自然旅游资源的地质形成营力和物质基础

地质构造是地壳运动长期演变的结果,它决定着该地区的地层、岩石、构造形迹、岩浆活动、变质作用及地貌形态等。这些对自然旅游资源的景观类型与形成均具有一定的控制作用。

从全球构造与地壳结构来看,按地壳类型可划分为洋壳、陆壳和过渡性地壳。全球地壳又被构造活动带分为6大板块,20多个小板块,各个板块构造的不同部位具有不同的动力地质作用,形成不同的自然旅游资源。太平洋板块与欧亚板块的俯冲带,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,是以海洋、岛屿、火山、温泉等自然景观为主的旅游区。印度板块与欧亚板块的碰撞,形成地壳厚度最大的青藏高原,是以高山冰川为主要自然景观的旅游区。

各种内力和外力地质作用形成了不同类型的自然景观,如构造运动形成了断块山、断陷湖及峡谷;火山活动形成地貌、地热、地面流水、地下水、冰川和风等,外动力地质作用均形成多姿多彩的地表自然旅游资源。

此外,地质作用所形成的岩石矿物及地层中的古生物化石也是重要的旅游资源。但是,绝大多数的地表景观是内、外地质作用共同形成的。

4. 地球水体的水文特征

地球表面的水体主要有:江河、湖泊、海洋、瀑布、涌泉、冰川等,当它们与地质、地貌、气候、植被等因素相结合后,往往会形成各具魅力的水域风光旅游的资源。

海洋占地球表面的71%,其中心部分为洋,边缘部分为海。在海底地质构造与海底地貌特征、海洋气候与洋流生物等因素的控制下,陆地边缘形成滨海旅游资源,海洋内部形成珊瑚礁、海洋生物等海洋奇景旅游资源。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既形成不同地貌部分,又形成景色各异的风光走廊。如在亚洲中部的高原地区,大江大河呈放射状从四方奔流入海,形成高山与峡谷、丘陵与平原、湖泊与洼地等自然景观。河流由于流经地区的地层软硬不同,地质构造复杂,地貌上多呈阶地陡崖,形成瀑布景观。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自然旅游资源。

5. 气候的区域性差异

气候为某一地区多年天气的综合特征,由太阳辐射、大气环流、下垫面性质等因素相互作用所决定。它也是外动力地质作用的决定因素之一。它对自然旅游资源中风景地貌的雕塑,风景水体的形成,观赏生物的生长与演变等都有着控制性的影响。各种特定时空条件下的康乐气候环境本身就是重要的自然旅游资源,如山岳与海滨的避暑胜地,热带与亚热带的避寒胜地等。在一定气候条件下,大气中的冷、热、干、湿和风、云、雨、雪、霜、雾、雷、电及光等,各种物理和化学现象本身都是自然旅游资源。

地球表面气候的差异,形成的原因有3种。

(1) 不同纬度具有不同的太阳辐射强度,从而形成全球气候的纬度分带;

(2) 即使为相同的纬度,也由于距海洋的远近、海岸线形态及地貌结构的不同,而出现不同的气候及景观;

(3) 局部山岳地貌形成垂直气候分带,即不同的高度上会出现不同的气候及相应的景观。

6. 地球生物的多样性

生物是地表生物圈生命物种的统称,从大类上可划分为植物、动物与微