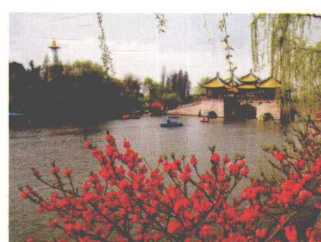
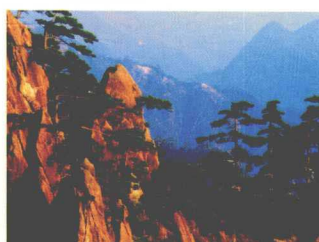
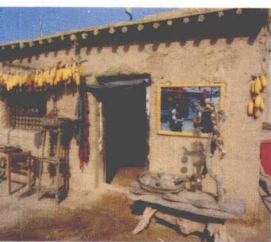


普通高等教育“十三五”旅游与饭店管理及会展策划与管理专业系列规划教材

总主编 刘 住

旅游资源学



主 编 唐云松

赠送
电子课件



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

普通高等教育“十三五”旅游与饭店管理及会展策划与管理专业系列规划教材

总主编 刘 佳

旅游资源学



主 编 唐云松
副主编 肖爱连



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源学/唐云松主编. —西安:西安交通大学出版社,2017.1
ISBN 978-7-5605-9349-4

I. ①旅… II. ①唐… III. ①旅游资源-高等学校-教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 007016 号

书 名 旅游资源学
主 编 唐云松
责任编辑 李逢国

出版发行 西安交通大学出版社
(西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)
网 址 <http://www.xjtupress.com>
电 话 (029)82668357 82667874(发行中心)
(029)82668315(总编办)
传 真 (029)82668280
印 刷 陕西天丰印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16 印张 10.625 字数 262 千字
版次印次 2019 年 1 月第 1 版 2019 年 1 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5605-9349-4
定 价 35.00 元

读者购书、书店添货、如发现印装质量问题,请与本社发行中心联系、调换。
订购热线:(029)82665248 (029)82665249
投稿热线:(029)82668133
读者信箱:xj_rwjg@126.com

版权所有 侵权必究

内 容 提 要

旅游资源学是旅游专业的基础课程，是培养旅游专业人才的起点。本书由教学经验丰富的教师团队参与编写。全书体例完整、结构清晰、内容充实，比较系统地讲解了各类旅游资源的特点、成因、评价方法、开发条件、开发模式选择。全书总共分为九章，以独特的视角分析评价旅游资源，发掘旅游资源特色，利用美学理论、文化学理论、经济学理论、市场学理论、可持续发展理论指导该书的编写。同时，注重国内外旅游资源利用成功案例的分析，注重理论与实践相结合，注重教学的实用性，注重学生国际视野、动手能力和创新能力的培养。

本书可作为普通高等院校旅游管理、酒店管理及相关专业的教学用书，也可作为旅游职业教育、旅游行业的培训教材，还可作为一般旅游服务人员和旅游爱好者的参考用书。

前言

Foreword

“旅游资源学”是旅游专业的基础课程,也是培养旅游专业人才的起点课程。对旅游资源的正确认识、超前认识,可以给旅游开发工作带来巨大的经济效益、社会效益、环境效益。基于此观点,我们组织编写了本教材,希望能够为培养新型旅游管理人才服务。

旅游资源是旅游开发的基础,是不可再生的资源。如何保护性开发、可持续利用旅游资源?如何避免“开发就是破坏的开始”?如何创新性地开发各种传统旅游资源?如何整体性开发旅游资源?这些都是本教材要探讨和解决的问题。本书由教学经验丰富的教师团队参与编写。全书体例完整、结构清晰、内容充实,比较系统地讲解了各类旅游资源的特点、成因、评价方法、开发条件、开发模式选择。全书总共分为十一章:第一章介绍了地质地貌旅游资源,第二章介绍了水体旅游资源,第三章介绍了气象气候旅游资源,第四章介绍了生物旅游资源,第五章介绍了历史文化旅游资源,第六章介绍了宗教文化旅游资源,第七章介绍了中国园林旅游资源,第八章介绍了民风民俗旅游资源,第九章介绍了乡村类旅游资源,第十章介绍了旅游资源开发条件分析,第十一章介绍了旅游资源开发模式选择。

本书由湖南大学唐云松和湖南涉外经济学院肖爱连、谭丹、陈奎、陈胜科、刘浪浪参与编写。其中,唐云松编写了第二、四、五、八章内容,肖爱连编写了第一章内容,谭丹编写了第三章内容,陈奎编写了第六章内容,陈胜科编写了第七章内容,唐云松、刘浪浪编写了第九章内容。全书由唐云松担任主编并负责全书的统稿工作,由肖爱连担任本书的副主编。

本书是编者长期教学实践的成果,是集体智慧的结晶,力求学习者能对旅游资源等相关知识有较深刻的理解和全面的把握,以达到培养高素质、复合型旅游人才的目的。本书可作为高等院校旅游管理、酒店管理等专业的教学用书,也可作为行业从业人员的学习参考用书和相关企业的岗位培训教材。

本书在编写过程中得到了有关领导、专家、研究生的大力支持和帮助,在此表示最诚挚的感谢。在编写过程中,我们参考了大量相关教材、著作、论文和网络资料,在此向相关作者一并表示衷心的感谢。另外,特别感谢西安交通大学出版社李逢国编辑对本书所付出的认真、细致的编辑工作。

由于编者的能力和学术水平有限,加之时间仓促,书中难免有疏漏和不足之处,肯请广大读者批评指正,以期本书能够不断完善、提升。

唐云松

2018年12月于长沙岳麓山下

目录

Contents

绪论	(1)
第一节 旅游资源概述	(1)
第二节 旅游资源学的研究对象、内容和方法	(2)
第一章 地质地貌旅游资源	(11)
第一节 地质地貌旅游资源概述	(11)
第二节 地质旅游资源	(14)
第三节 地貌旅游资源	(19)
第二章 水体旅游资源	(29)
第一节 水体旅游资源概述	(29)
第二节 江河旅游资源	(33)
第三节 湖泊旅游资源	(35)
第四节 瀑布旅游资源	(37)
第五节 泉水旅游资源	(38)
第三章 气象气候旅游资源	(41)
第一节 气象气候旅游资源概述	(41)
第二节 气象旅游资源	(44)
第三节 气候旅游资源	(48)
第四章 生物旅游资源	(50)
第一节 生物旅游资源概述	(50)
第二节 植物旅游资源	(53)
第三节 动物旅游资源	(56)
第四节 自然保护区	(59)
第五章 历史文化旅游资源	(62)
第一节 历史文化旅游资源概述	(62)
第二节 古遗址类旅游资源	(63)
第三节 古建筑类旅游资源	(67)
第四节 名人故居类旅游资源	(74)

第六章 中国园林旅游资源 (77)

第一节 中国园林概述 (77)

第二节 中国园林构景艺术 (78)

第三节 中国园林的分类 (86)

第四节 中国著名园林赏析 (89)

第五节 中外园林艺术比较 (97)

第七章 民风民俗旅游资源 (99)

第一节 民风民俗概述 (99)

第二节 民风民俗旅游资源的特点、旅游功能及开发模式 (101)

第三节 民风民俗旅游资源的分布 (106)

第八章 乡村旅游资源 (122)

第一节 乡村旅游资源概述 (122)

第二节 乡村旅游资源的特点 (124)

第三节 乡村旅游资源的分类与介绍 (126)

第四节 乡村旅游资源的价值与评价 (131)

第五节 乡村旅游资源的可持续发展 (133)

第九章 旅游资源开发 (136)

第一节 旅游资源开发概述 (136)

第二节 旅游资源开发的内容 (138)

第三节 旅游资源开发的条件 (140)

第四节 旅游资源开发的模式 (152)

参考文献 (158)

绪 论

随着经济发展,人民的收入水平得到了提高,加上交通的现代化,现代旅游业得到了迅速发展,中国的旅游业发展尤其为甚。2013年,中国旅游业增加值占全球GDP的9.5%,对全球经济增长的贡献达3.1%,创造了1亿多个直接就业岗位。旅游业对住宿餐饮业的贡献率超过90%,对民航和铁路客运业的贡献率超过80%。文化和旅游部预测,中国的旅游业还存在巨大发展潜力,未来将成为全球最大国内旅游市场。

任何产业的发展,都是基于资源之上的,如工业的发展是基于矿产资源之上,农业的发展离不开土地资源,旅游业的发展离不开旅游资源。旅游资源是区域旅游业产生和发展的基础,旅游业的兴旺发达,在一定程度上取决于旅游资源的丰度和资源开发价值的大小。在此形势下,对如何合理地利用和科学地管理旅游资源的研究对国民经济和旅游业的健康持续发展是十分有意义的。

第一节 旅游资源概述

一、旅游资源的概念

旅游资源在国外被称作吸引物(tourist attraction),是指旅游地吸引旅游者的所有因素的总和。在我国,随着旅游业的发展,“旅游资源”这一名词已被人们所认同,并广泛得到应用。许多学者对这一概念,进行了诸多积极探讨,然而到目前为止,由于人们着眼点不同,对旅游资源这一概念的具体界定存在着明显不同的认识,提出了许多关于“旅游资源”的概念的阐述。例如:

凡事足以吸引旅游者的自然因素和社会因素均统称为旅游资源。

凡能为人们提供旅游观赏、知识乐趣、度假疗养、娱乐、休息、探险猎奇、考察研究及人们之间友好往来和消磨闲暇时间的客体 and 劳务都可以称为旅游资源。

凡能激发旅游者旅游动机、能为旅游业所利用的,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也可称为旅游资源。

在现实条件下,凡是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和称为旅游资源。

凡是能够吸引旅游者进行各种旅游活动的自然和社会因素及其产物都可以称之为旅游资源。

在自然和人类社会中,凡是能够激发旅游者旅游动机并进行旅游活动,为旅游业所利用并能产生经济、社会和生态效益的客体称为旅游资源。

在特定时代和地域空间中,人类认知能力所能够发现的一切具有旅游吸引力的客观存在称为旅游资源。

由旅游地资源、旅游服务及其设施、旅游客源市场三大要素构成的相互吸引、相互制约的

有机系统称为旅游资源,它是有关这三大要素相互吸引向性的总和。

原国家旅游局资源开发司与中国科学院地理研究所 1992 年出版的《中国旅游普查规范》中将旅游资源定义为:“自然界和人类社会凡能够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,都可视作旅游资源。”

此外,中国科学院遥感应用研究所阎守邕等人 1986 年利用微机建立中国旅游资源信息系统时,除传统的自然、人文资源外,还将旅游商品、旅游设施、交通设施也列入旅游资源。中国科学技术出版社 1992 年出版的《中国地理环境与自然资源》中,将饮食业、旅游业、商业列入旅游资源。谢彦君在 1995 年发表的文章认为,旅游资源除了旅游地吸引物外,还应包括旅游者和各种能传达旅游相关信息的标识物(如广告、宣传品等)在内。

20 世纪 90 年代初期,国家为开展旅游资源普查,组织旅游及各方面专家对旅游资源的内涵和外延进行了广泛研究,在上述观点的基础上,对“旅游资源”定义认为:“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,都可视作旅游资源。”

上述定义,多从旅游资源的功能和个别特性出发,没有反映旅游资源的本质属性。要给旅游资源下一个能反映其本质特征的概念,应该先从旅游资源的内涵入手,只有正确地把握旅游资源的内涵,充分理解其外延,才能对旅游资源这一概念提出科学的定义。

二、旅游资源的特征

旅游资源的内涵是旅游资源各种特性的总和,是旅游资源各种特性的综合反映。从强调学科理论系统和经济意义的角度出发,与其他所有的产业资源进行比较,可以认为旅游资源具有六个方面的基本特性,可以被表述为广泛多样性、不可移动性、环境依存性、可直接消费性、塑损两面性和被动外向性。

1. 广泛多样性

旅游资源既是旅游产品的前提和基础,又是旅游产品的核心构成。根据前面的定义,旅游业可以凭借和利用的资源的广泛丰富是其他任何产业无法与之相比的。旅游业所凭借和利用的资源可分为两大类,一类是与三大产业共享的资源,另一类是旅游业独享的资源,即通常特称的旅游资源。旅游资源包括自然性资源、历史性资源和社会性资源。几乎没有什么事物和因素不可以为旅游业所利用,从而意味着旅游业是一个潜力巨大的产业。

2. 不可移动性

除了现代人造旅游资源外,旅游资源是天生地设的、先人遗留的或传统形成的,既具有地理位置的固着性,又具有历史时代的传承性,时空内涵是其独有的魅力和价值,从而使旅游产品之间不存在相互替代性(与一般产品相比)。无论现在还是未来,人们都不能对原生的、最能吸引大众旅游活动的自然和社会性旅游资源作移动利用,也无法对其作“传神”的仿制。

3. 环境依存性

不可移动性进一步表明,旅游资源无不是与所处环境相伴生辉的。环境是旅游景观中的大尺度吸引因素,环境是旅游产品必不可少的大包装。一般产业的资源和产品与环境可以分离,通常也必须分离,消费者消费资源和产品时通常不用考虑其环境,也不会消费环境。旅游资源和产品与环境却不可分离,只有处在其自身存在的自然环境、社会环境或文化氛围中,才能充分体现其价值,予人以完整的欣赏体验效果。旅游者消费旅游资源和产品时必然要考虑其环境,也必然要消费环境。这是旅游资源与一般产业资源的另一个显著差异,它意味着,旅

游业的发展比其他产业的发展更需要重视环境保护,越要发挥旅游资源的经济功能,就越应保持和发挥旅游资源的社会、生态和文化功能。

4. 可直接消费性

既然旅游资源可直接利用,那么,旅游资源就可构成旅游产品的核心部分直接供游客消费。一般资源不能在保持原有品质和形态的状况下,直接作为产品的部分供人消费,只能作为生产原料或元素经高强度的改造、制作或加工后形成产品,其品质和形态几乎完全消失在产品中。但旅游资源则可以在保持既有品质和形态的状况下直接供游客消费,带给游客满足。二者这种差异的根本原因在于,一般产业资源本身不是消费者吸引物,而旅游业所仰赖的旅游资源本身就是旅游消费者吸引物,本身就具有或可以具有直接供旅游者消费的旅游产品的使用价值,旅游消费者最愿意购买或消费的是旅游资源本身的使用价值。因此,就自然和社会性旅游资源而言,尽可能保持其本色和原貌,是使旅游产品具有强大吸引力和持久生命力的首要任务。

5. 塑损两面性

与一般产品的资源不同,旅游资源作为旅游产品的核心成分具有恒值性,其价值和使用价值可以不因旅游消费活动的影响而贬损或丧失,可以持续不断地供不同的旅游者消费,同时保持其吸引力。加上旅游资源的整合力,使其又具有很强的可塑性,从而说明旅游产业经济具有可持续发展的优势。但另一方面,旅游资源又因具有旅游产品的使用价值,尤其是观赏价值,以及不可仿制和复制,而比一般产业资源易受损害,并且一旦受损,就难以恢复,甚至永远消失。可塑性与易损性的并存是旅游资源的一个突出矛盾,它说明人们的行为既可以使旅游业成为“永远朝阳型”产业,也可以毁掉旅游业。旅游经济可持续发展观的提出正是对此矛盾的合理回应。

6. 被动外向性

一般资源和产品可以主动走向四面八方供生产和消费,但是旅游资源的不可移动性决定了旅游产品整体上不可移动,所以,旅游资源和旅游产品只能被动地呆在原地,等待旅游产品的主体——旅游者主动移动前来消费。满足旅游者大范围移动的需要,滋生了旅行社服务和导游服务,并为大量的一般性服务行业创造了新的机会,产生了非常巨大的经济乘数效应。同时,旅游者移动也给不同国家、不同民族、不同文化的大规模直接接触、交流、理解和认同创造了最佳途径。

旅游资源的这六大特性是相互联系、相互印证的,既直接体现了旅游资源的本质内涵,又能涵盖和说明旅游资源的诸多外部特征,也为进一步探讨旅游业的本质属性和产业地位,认识和刻画旅游产品、旅游供给和需求、旅游市场、旅游消费、旅游投资的特性特点,奠定了更系统而可靠的理论基础。

第二节 旅游资源学的研究对象、内容和方法

一、旅游资源学的研究对象与内容

旅游资源学是专门研究旅游资源的形成、特点、分类、分区、开发利用和保护建设的一门综合性学科。旅游资源学的内容涉及很多相关学科,因此它也是一门边缘学科。旅游资源学研究的内容包括:旅游资源形成的基本条件,旅游资源的特征、分类和分区,旅游资源调查与评价

的内容与方法,旅游资源开发规划的原则、内容、方式、程序、方法以及旅游资源和旅游环境的保护对策。

（一）研究旅游资源形成的自然环境、社会条件与历史背景

地球约有 45 亿年的历史,在漫长的演变过程中,经历了沧海桑田的巨大变化。地壳发展的历史是各种自然景观资源形成的历史,是不同时期地质作用的产物和自然记录。

1. 内外动力地质作用

在地质历史中,地壳受到广泛的内力作用,产生变形或变位,使地面抬升或沉降,产生褶皱、节理或断裂,从而形成大陆和海洋、山脉和裂谷、高原和盆地以及火山等各种地貌形态。与此同时,来自地球外部的动力通过风化、剥蚀、搬运、沉积和成岩等作用,对由内力作用所形成的各种地表形态进行破坏、改造和精雕细刻。由于各种岩石的矿物成分、化学成分、胶结程度、结构构造、产出状态不同,它们抵抗风化和其他外力侵蚀作用的程度也不一样,反映在地表形态特征上,更是差异显著,从而形成了丰富多彩和具有旅游价值的地貌景观旅游资源。

从总的地壳发展来看,内力作用占着主导地位,其作用的趋势是在改造地壳的特质和构造的同时使地壳表面变得高低不平。地壳运动主要表现形式有垂直运动和水平运动,虽然这些运动在短时间内难以为人类所察觉,但长期的发展规模宏大且猛烈。地壳不同部位受到强烈挤压、拉伸或扭动,会产生褶皱、断裂或扭曲,从而塑造出各种造型的地质地貌景观。各种不同的岩石由于本身性质的差异,往往构成奇特的造型景观。外力作用是在内力作用的基础上改造地壳表面的物质,同时削高填注,从而使地表趋于起伏较小的平缓状态。风化作用十分普遍,造就了许多天然奇观和典型的地质景观。剥蚀作用与搬运作用形成的地质景观更是多种多样。由于地表水和地下水在可溶性岩区的溶蚀、沉积作用,造就了诸如桂林山水和昆明石林等喀斯特观赏景观。由于地表水的强烈冲蚀、切蚀、磨蚀等侵蚀作用,形成了诸如峡谷等有价值的景观。由于海水侵蚀作用,形成了海滩、海蚀崖、海蚀柱、海蚀洞穴等旅游胜地。雪山上的冰塔林、高山上的冰川湖和沙漠戈壁上的“蘑菇石”、沙海绿洲等是冰川剥蚀消融和风沙吹蚀等外力地质作用铸造的奇观。

总之,在内、外力地质作用下,地壳物质组成、构造和地表形态不断在变化发展。目前地球上的各种自然风光资源,主要是内、外力地质长期作用、发展变化的结果,是不同时期地质作用的自然记录,也是研究地壳发展历史的最新“史料”。

2. 不同区域的气候差异对旅游资源产生不同作用

旅游资源分布具有明显的纬度地带性、经度地带性、垂直地带性和集中性特性。

(1) 纬度地带性特征主要是由于气候差异造成的。在气温高、降水充沛、气候湿热的热带和亚热带,地表和地下岩溶十分发育,可形成我国南方各种类型的岩溶地貌和溶洞、地下河。在中纬度沿海地区,由于海水温度适宜,阳光充足,形成了众多的海滨、海岛旅游景区和景点。温带气温较低,降水量较小,地表岩溶也较发育,如华北地区。由于人口密集,陆上旅游资源十分丰富,一些名山大川文化古迹,多在中纬度地区。

(2) 经度地带性主要受气候干湿程度的制约。一般说来,距海洋越远,大气降水越少,植被覆盖越差,气候越加干燥,风沙作用也越大。造成了海滨沙丘旅游资源、内陆河湖景观、高原景观和沙漠中的残山、奇石、风蚀地貌景观。

(3) 垂直地带性是由于气温和热量随高度变化而形成的。西北山区和青藏高原有著名的冰山雪峰,多为冰原或冰川覆盖,是登山旅游、科学考察和冰雪运动的理想之处。中高山地区,多深谷险滩,是探险旅游者漂流和进行深山考察的佳境。平原和山地交接地带,形成奇险的陡

壁、悬崖、峡谷、深壑,往往成为幽涧、瀑布、深潭、温泉、溪流等风景秀美之地。众多名山即分布在这些地带。对于海拔较高的山脉自身也存在垂直分带性,形成不同类型的动植物组合的规律性分布。

(4)集中性特性是地球内外力综合作用的结果。资源有大范围的集中,也有小范围的集中;有团块状集中,也有条带状集中。我国碳酸盐类地层分布就是团状集中,而火山岩的分布则集中成条带状。矿泉和湖泊的分布也表现出明显的集中性。

3. 自然景观资源与人文景观资源的结合

人文景观资源是人类活动的历史遗迹,是人类改造自然的客观记录。因此,自然环境是人文景观资源的载体,对人文景观资源的形成有重大影响:一方面,自然环境是基础,有什么样的自然环境,形成的人文遗迹必然与之相适应。由于自然环境的差异,在不同自然环境基础上形成不同的人文旅游资源存在明显的地域分异规律,如我国西部的大漠风光和西部文化遗迹,黄河中下游古文化遗址,西南岩溶景观和少数民族风情旅游资源,青藏高原登山探险和宗教文化旅游资源等。另一方面,以自然景观资源为载体的人文景观资源,构成相互融合的旅游资源,必将大大提高旅游资源的整体价值,如我国陆上的丝绸之路,川西泸沽湖母系社会观光旅游资源等。

人文景观资源分为两类:一是人类生产、生活遗迹,二是文化等其他活动的遗迹。前一类人文景观资源,是人类在适宜的自然环境下,在改造自然基础上的人类活动遗迹,往往与人文景观所依托的自然条件共同构成整体旅游资源,如各类古代墓穴、古代水利工程等。这些人文遗迹是在一定条件下才保存下来,各种相关资源已经形成了一个相互联系和依托的自然系统。对这类资源的保护,离不开对地质条件研究基础上的系统规划。文化旅游资源与自然景观资源的融合,更加起到整体旅游资源升值的效果。如佛教、道教的各种庙宇以及各种名人故居,往往是以山川为载体。文化气息为山川增加了内涵,优美的自然环境衬托出文化的高深脱俗,二者的和谐本身就是极具特色的旅游资源。另外,像三峡自然景观中的文化遗迹、各种溶洞、石林中的名人书刻,无不成为自然景观资源的重要组成部分并为之添彩增色。

自然资源的景观能使游客形成属于自己的认识,体现景点的不同特质;人文景观的历史内涵,从亲身游感知和心理品味到感悟古人哲理思想内涵的完整过程,属于资源的最高层次,即理性层次。二者互相结合,互相依赖,达到具有更深的文化蕴涵与更高的审美魅力的层次,能够实现人文景观与自然景观的资源综合价值。

(二)研究旅游资源的合理保护对策

保护旅游资源是维系人类生存环境条件、继承和延续人类文明成果的重要方面,是衡量一个国家和民族是否具有远见卓识和文明觉悟程度的重要标志。要从可持续旅游发展的高度,切实保护好旅游资源。1995年通过的《旅游可持续发展宪章》指出:旅游可持续发展的实质是要求旅游与自然、文化和人类的生存环境成为一个整体,以协调和平衡彼此间的关系,在全球范围内实现经济发展目标与社会发展目标的统一。应当承认,经济开发与资源保护是有一定矛盾的,但如果能正确规划、科学安排,两者是有可能得到完满的统一的。一般地说,对资源的合理开发是一种最好的保护。我们既不能脱离国家和地方现有条件、水平和需要,离开经济建设和旅游业发展,单纯强调旅游资源的保护;又不能片面追求经济利益,忽视对旅游资源的保护;更不能以牺牲旅游资源和环境为代价,去换取一时的经济效益。

(三)旅游资源的分类

在中国,对于旅游资源的分类,不同的部门有不同的分类体系,执行不同的标准。主要有

建设部门提出并归口的《风景名胜区规划规范》、旅游部门提出并归口的《旅游资源分类、调查与评价》、林业部门提出并归口的《自然保护区生态旅游规划技术标准》《中国森林公园风景资源质量等级评定》等。

1. 住建部门的风景资源分类

住建部门在风景名胜区建设中,执行的是国家标准《风景名胜区规划规范》(GB 50298—1999)。该标准将风景资源分为自然资源和人文资源两大类,每一大类下面又分为 4 个种类,每个种类又分为若干小类,如表 1-1 所示。

表 1-1 风景资源分类

大类	中类	小类
自然资源	1. 天景	(1)日月星光;(2)虹霞蜃景;(3)风雨阴晴;(4)气候景象;(5)自然声象;(6)云雾景观;(7)冰雪霜露;(8)其他天景
	2. 地景	(1)大尺度山地;(2)山景;(3)奇峰;(4)峡谷;(5)洞府;(6)石林石景;(7)沙景沙漠;(8)火山熔岩;(9)蚀余景观;(10)洲岛屿礁;(11)海岸景观;(12)海底地形;(13)地质珍迹;(14)其他地景
	3. 水景	(1)泉井;(2)溪流;(3)江河;(4)湖泊;(5)潭池;(6)瀑布跌水;(7)沼泽滩涂;(8)海湾海域;(9)冰雪冰川;(10)其他水景
	4. 生景	(1)森林;(2)草地草原;(3)古树古木;(4)珍稀生物;(5)植物生态类群;(6)动物群栖息地;(7)物候季相景观;(8)其他生物景观
人文资源	1. 园景	(1)历史名园;(2)现代公园;(3)植物园;(4)动物园;(5)庭宅花园;(6)专类游园;(7)陵园墓园;(8)其他园景
	2. 建筑	(1)风景建筑;(2)民居宗祠;(3)文娱建筑;(4)商业服务建筑;(5)宫殿衙署;(6)宗教建筑;(7)纪念建筑;(8)工交建筑;(9)工程构筑物;(10)其他建筑
	3. 胜迹	(1)遗址遗迹;(2)摩崖题刻;(3)石窟;(4)雕塑;(5)纪念地;(6)科技工程;(7)游娱文体场地;(8)其他胜迹
	4. 风物	(1)节假庆典;(2)民族民俗;(3)宗教礼仪;(4)神话传说;(5)民间文艺;(6)地方人物;(7)地方物产;(8)其他风物

2. 旅游部门的旅游资源分类

对于旅游资源的分类,旅游部门执行的是国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB 18972—2003),该标准从旅游资源单体入手,基本上涵盖了所有的旅游资源类型,既包括自然旅游资源,又包括了人文旅游资源。这个分类体系把所有的旅游资源分为了 8 个主类、31 个亚类、155 个基本类型,如表 1-2 所示。但该标准主要强调旅游资源的单体属性。

表 1-2 旅游部门对旅游资源的具体分类

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;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 长年积雪地
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 天象与气象景观	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

续表 1-2

主类	亚类	基本类型
E 遗址遗迹	EA 史前人类活动场所	EAA 人类活动遗;EAB 文化层;EAC 文物散落地;EAD 原始聚落
	EB 社会经济文化活动遗址遗迹	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
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
	E 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 栈道
	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
8 主类	31 亚类	155 基本类型

虽然分类体系和标准不同主要体现管理部门的需要,但是其背后的科学机理是基本相同的;按照分类和分层相结合的思路,以多层次和多类型构成一个矩阵式的资源构造体系。

(1)分类层次基本一致。各种标准都将旅游吸引物分为2~3个层级,如《旅游资源分类、调查与评价》将旅游资源分为主类—亚类—基本类型三个层级,《风景名胜区规划规范》将风景资源分为大类—中类—小类三个层级。《中国森林公园风景资源质量等级评定》《自然保护区生态旅游规划技术规程》将风景资源分为两级。

(2)类型构成基本一致。各种类型分类方式都是将所有的旅游吸引物大致分为人文吸引物、自然吸引物两大类。根据格子的考虑有所侧重、突出或增加类型。如《风景名胜区规划规范》将风景资源分为自然资源和人文资源;《旅游资源分类、调查与评价》将旅游资源扩充为8个主类,地文、水文、天象、生物4个主类为自然资源,遗址遗迹、建筑与设施、旅游商品、人文活动4个主类为人文资源。

本书参考《旅游资源分类、调查与评价》《风景名胜区规划规范》等其他学者的分类,以复合资源分类法,先根据资源的类型、属性和成景条件将旅游资源分为自然景观和人文景观两个大类,再按照大类的功能、开发和活动方式来划分10个小类,并将这10个小类分成十章分别阐述,然后对旅游资源的开发条件和开发模式进行分析。所以全书的框架即为三部分,第一部分为自然旅游资源:第一章为地质地貌旅游资源,第二章为水体旅游资源,第三章为气象气候旅游资源,第四章为生物旅游资源;第二部分为人文旅游资源:第五章为历史文化旅游资源,第六章为宗教旅游资源,第七章为古典园林旅游资源,第八章为民风民俗旅游资源,第九章为都市城镇类旅游资源,第十章为乡村类旅游资源;第三部分为旅游资源的开发条件和模式:第十一章为旅游资源开发条件分析。

(四)旅游资源学的研究方法

对旅游资源学的研究,首先要从对旅游资源的认识开始,旅游资源的认识可以通过调查和联系历史等方式进行,目前主要的研究方法有三种,分别是实地调查法、社会调查法和3S技术。

1. 实地调查法

旅游资源种类繁多,各自有着与所处环境适应的、特有的演化规律与进程。要认识旅游资源,掌握旅游资源的形成机制,揭示与比较旅游资源的历史、科学、艺术价值,就必须深入实地考察。尤其是自然旅游资源,它是由地质、地貌、水文、气候、动物、植物等自然条件在内外应力长期作用下形成的,是各种自然因子综合影响的结果。因此对它的认识与了解,更要从资源所在地域自然环境的考察、分析着手。通过考察、分析与比较,才能掌握各种旅游资源的特点与魅力,才能提出符合可持续发展要求的利用与保护策略。

2. 社会调查法

社会调查法是有目的、有计划、有系统地搜集有关旅游资源现实状况或历史状况材料的方法。它综合运用历史研究法、观察研究法等方法以及谈话、问卷、个案研究、测验或实验等科学方式,对有关社会现象进行有计划的、周密的、系统的了解,并对调查搜集到的大量资料进行分析、综合、比较、归纳,然后依据在调查中所获得的第一手资料来分析和研究社会现象及其内在的规律。对诸如民俗风情、都市文化等人文类旅游资源的认识与利用,对旅游资源开发决策过程中客源市场的定位与分析,对旅游资源开发地区的社会经济、社会环境容量等方面,都必须进行深入的社会调查。社会调查可根据不同目的采用座谈访问、参与观察、社会测量、随机抽

样等不同方法进行。

3. 历史分析法

研究人类发展的历程,研究人类发展的遗存,了解人类过去的生活环境,判断已经消逝的社会经济形态和社会生活水平,都要采取历史分析的方法。人类及其社会的发展是互相联系而不可分割的整体,在人文旅游资源中,相当部分是人类社会各历史时期生产、生活、宗教、艺术等方面的文化遗产,并且有很强的地方性和民族性。对其研究,只有采用历史分析方法,才能正确判断其历史价值,才能真正了解其产生原因与演化历程。

4. 3S 技术

3S 技术指的是全球定位系统(global positioning system)、地理信息系统(geographic information system)、遥感技术(remote sensing)。它是空间技术、传感器技术、卫星定位与导航技术和计算机技术、通信技术相结合,多学科高度集成的对空间信息进行采集、处理、管理、分析、表达、传播和应用的现代信息技术。遥感技术具有不受地面条件限制、观测范围大、成像周期短等特性,可以弥补传统调查方法中周期长、野外劳动强度大的不足。遥感目前被应用于调查旅游资源现状、探索开拓新旅游资源、旅游资源监测和旅游地图导航图制作等方面。GPS 具有观测点之间无需通视、定位精度高、观测时间短、提供三维坐标、全天候作业等特点,其在旅游业主要应用于辅助遥感技术进行旅游资源调查评价、测量高程和导航。GIS 在旅游业应用较为成熟,体现在旅游地理信息系统(TGIS)、旅游空间布局、生态旅游、旅游规划、旅游制图 5 个研究方面。移动 GIS 技术在旅游空间定位服务、旅游交通宏观调控、旅游业管理等有着广阔的应用。