



全国高等院校旅游专业统编教材

Lüyou Ziyuan Kaifa Ji Guanli

旅游 资源开发及管理

全 华 主编



旅游教育出版社

全国高等院校旅游专业统编教材

旅游资源开发及 管理

主 编 全 华

副主编 王艳平 龙江智

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:董茂永

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源开发及管理/全华主编. —北京:旅游教育出版社,2006.5

全国高等院校旅游专业统编教材

ISBN 7-5637-1347-6

I. 旅… II. 全… 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(2006)第026218号

全国高等院校旅游专业统编教材

旅游资源开发及管理

主 编 全 华

副主编 王艳平 龙江智

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)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
排版单位	首都经贸大学出版社激光照排部
印刷单位	中国科学院印刷厂
装订单位	河北省三河市金星装订厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	17
字 数	273千字
版 次	2006年5月第1版
印 次	2006年5月第1次印刷
定 价	24.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

为适应旅游业的发展要求,满足旅游高等教育的需要,我们根据高等院校旅游专业的课程设置、教学目标,在国家旅游局人事劳动教育司的主持下,集合国内旅游高等院校的众多专家学者,自20世纪90年代起,先后出版了系列旅游高等院校教材。该套教材出版以来,得到了广大院校师生和业界的普遍好评,至今仍是众多院校的首选教材,一版再版。迄今为止,该套教材不仅为众多院校广泛使用,而且是规模最大、品种最多的一套高等院校旅游专业教材。

但是我们深知,教材出版本身是一个不断完善的动态过程,需要产业的推动、研究的深化、时间的积淀,更需要广大师生的参与。本着这一目的,根据21世纪旅游业的发展要求与广大师生的殷切希望,我们根据教育部与国家旅游局对旅游学科的规划与行业要求,对本套教材进行了必要的增补与修订,以确保该系列教材的科学性、权威性。

与原教材相比,本版教材注意了课程设置与教材编写的科学性、针对性、规范性,使整套教材更适合学科教学 and 行业发展要求。在此基础上,本版教材强调了教材的研究含量,旨在倡导教材编写的严肃性、高等教育的研究性,避免教材编写中存在的简单雷同现象,体现了国家骨干教材应有的规范性与原创性。可以说,本版教材更加贴近了我国高等院校旅游专业教学实际,严格按照课程设置和教学目标设计安排教材内容,使高等教育教材的先进性与研究性得到充分保证。

在此次增补与修订中,我们始终强调教材编写应有的学术规范,无论从选题确定,乃至注释引文、参考文献,每一个细节都力求体现教材编写应有的学术规范。为了实现这样的目标,我们先后在全国广泛遴选作者,聘请在学科研究与教学领域有所建树的专家学者担任教材的编写工作。不少作者都有相关领域的专著成果作为教材写作的支撑,为本套教材的研究含量提供了必要保障。

作为国内唯一一家旅游教育专业出版社,我们始终得到广大旅游院校师生的关心与帮助,在新世纪,我们更期待着大家一如既往的呵护。我们希望将我们的教材建设成为一个开放式的园地,能始终站在学科研究与行业发展的前沿,随时反映旅游教育最新发展的动态。我们期待着教材使用者的意见和建议,更期待着潜在作者的新思路、新理念、新观点、新教学方式——我们定会“从善如流”,不断调整完善现有教材,不断吸纳新的作者、新的观点。

前言

旅游资源是吸引旅游者进行旅游活动的“吸引物”，是旅游业赖以存在和发展的重要物质基础。某些旅游资源无须采掘、储存、运输，就能开发成旅游产品，为旅游者利用，这是旅游业与其他产业的重要区别之一。一些旅游目的地的旅游产品，几乎就是旅游资源的就地展现。20世纪80年代的张家界、九寨沟就是凭借其独特的旅游资源魅力，以未加人工雕琢的野性美，走出“深闺”，一举成名。由此可见，旅游资源对于旅游业的重要性，是不可替代的。

旅游资源的研究，与旅游专业其他领域的研究相比，成果积累相对比较丰富，不仅已出版的著述较多，而且中华人民共和国国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003)已经颁布并正在实施。但是，前一阶段的旅游资源方面的著作，大多以表述各类旅游资源特征、主要资源现状及其分布为主要内容。在e时代，对于资源表述，学生不必仅从教科书上了解，借助网络，许多有关旅游资源的“鲜活”材料，可以信手拈来。

本教材试图突破各种资源特征描述的局限，尝试着构建旅游资源学的学科框架，提炼一些带有规律性的“理论积淀”。同时，兼顾教材的规范性、科学性、通用性和严谨性。

本着理论联系实际，力求反映当前旅游资源最新成果的初衷，结合最近主持或参加的大连市旅游资源普查、山西省旅游业发展“十一五”规划考察、甘肃省旅游发展总体规划资源考察、内蒙古自治区旅游发展规划考察、杭州市(包括市辖八区和五个郊市县)旅游资源考察、福建宁德旅游资源考察、广西柳州地区旅游规划考察、西藏林芝地区旅游资源考察、张家界旅游资源调查等等横向课题，以及国家重点科技项目(攻关)计划专题(96-920-37-01)“重点旅游景区旅游生态环境评估方法与技术研究”、国家自然科学基金项目(30200040)“森林公园旅游活动生态效应的变化机制及调控研究”的部分成果，我们编写了《旅游资源开发及管理》。

本书具体分工如下：东北财经大学的全华负责全书写作大纲的拟定和全书统稿，并编写第二、五章；东北财经大学的王艳平编写第三、九、十章；东北财经大学的龙江智编写第六章；山西大学的杨宏伟编写第四、八章初稿；长沙第一师范的周大庆编写第一章第二、三节初稿；青海大学的陈金林编写第十一章初稿；湖南娄底学

院的王业良编写第一章第一节的初稿;湖南娄底学院的黄亚芬参与编写第七章初稿;我指导的研究生王超、刘明明、裴沛、何世辉等在资料整理、翻译以及编排方面,做了大量工作。

本书在写作过程中,参考、引用了国内外众多文献资料,尤其是我博士研究生时期的导师,中国科学院地理科学与资源研究所研究员毛汉英、陈田,硕士研究生时期的导师孙文昌教授,博士后时期的导师何建民教授,以及吴传钧(院士)、陆大道(院士)、尹泽生、吴必虎、周建明、李平、方创琳、黄金川、牛亚菲、钟林生、刘家明、刘锋、Robert J. P. 等老师们,提供了许多珍贵资料,在此对他们不遗余力、鼎力扶持的厚恩,表示衷心的感谢。特别感激旅游教育出版社的孙延旭老师、东北财经大学的谢彦君教授和国家发改委的石培华教授,没有他们的支持,就没有本书的出版。对于引用的资料,在文中尽可能地作出了标注,有极少数文献未能明确原作者,或标注有误,敬请原作者和读者谅解。由于作者水平有限,疏漏、谬误之处在所难免,恳请读者不吝赐教。

全 华

2005年11月20日于大连

目 录

第一章 旅游资源学概述	(1)
第一节 研究对象和内容	(1)
一、研究对象	(1)
二、研究内容	(1)
第二节 相关概念	(2)
一、资源与旅游资源	(2)
二、单体与景点	(5)
三、旅游点与景区	(6)
四、风景与景观	(6)
五、旅游吸引物与旅游产品	(7)
第三节 旅游资源属性	(8)
一、地理区域性	(8)
二、空间固定性	(9)
三、视觉消费性	(10)
四、不可再生性	(10)
五、非物交换性	(11)
第二章 旅游资源学的理论基础	(12)
第一节 旅游资源学原理	(12)
一、地域分异规律	(12)
二、非逆性原理	(13)
三、节律性规律	(13)
四、星月定律	(13)
五、环境与资源转化定律	(14)
六、林德曼定律	(14)
第二节 旅游资源学理论	(15)
一、旅游资源价值论	(15)
二、旅游资源核算论	(15)

三、旅游资源配置论	(19)
四、旅游资源资产论	(21)
五、旅游资源制度论	(22)
第三节 旅游资源学基础学科	(24)
一、旅游地理学	(24)
二、旅游市场学	(25)
三、景观生态学	(25)
第三章 旅游资源的形成与演化	(29)
第一节 旅游资源的形成	(29)
一、旅游资源形成过程概述	(29)
二、旅游资源本体的形成	(30)
三、本体旅游价值的形成	(34)
第二节 旅游资源的演化	(35)
一、本体的自然演化	(35)
二、人类力量对本体的演化作用	(37)
三、本体旅游价值的演化	(39)
第四章 旅游资源分类	(43)
第一节 旅游资源分类的研究现状	(43)
一、国外旅游资源研究现状	(43)
二、国内旅游资源研究现状	(44)
第二节 旅游资源分类的意义、原则	(44)
一、旅游资源分类的目的、意义	(44)
二、旅游资源分类的原则	(44)
第三节 旅游资源分类的依据	(45)
一、按照旅游资源的功能分类	(45)
二、按照旅游资源的属性分类	(46)
三、按照旅游资源的结构分类	(48)
四、按照旅游资源的管理级别分类	(48)
第四节 旅游资源分类方法和主要方案	(49)
一、旅游资源分类的方法	(49)
二、旅游资源分类的主要方案	(49)
第五章 自然旅游资源	(64)
第一节 地文景观	(64)
一、景观特性	(65)
二、地文构景	(67)

三、典型景观	(69)
第二节 水域风光	(70)
一、景观特性	(71)
二、水域构景	(75)
三、典型景观	(78)
第三节 生物景观	(79)
一、景观特性	(80)
二、生物构景	(82)
三、典型景观	(83)
第四节 天象与气候景观	(85)
一、景观特性	(86)
二、气象构景	(88)
三、典型景观	(92)
第六章 人文旅游资源	(95)
第一节 人文旅游资源概述	(95)
一、景观特性	(95)
二、类型划分	(96)
三、构景要素	(97)
第二节 遗址遗迹类旅游资源	(99)
一、概念界定	(99)
二、特点分析	(100)
三、主要类型	(100)
四、典型景观	(103)
第三节 建筑与设施类旅游资源	(105)
一、概述	(105)
二、景观特性	(105)
三、中国古代建筑	(107)
四、现代设施	(113)
五、园林景观	(115)
六、聚落景观	(122)
第四节 旅游商品类旅游资源	(125)
一、概念界定	(125)
二、主要特点	(126)
三、主要类型	(127)
四、典型景观	(133)

第五节 人文活动类旅游资源	(134)
一、概念界定	(134)
二、主要特点	(134)
三、文化艺术类旅游资源	(135)
四、民俗风情旅游资源	(136)
五、节事庆典旅游资源	(139)
六、典型景观	(141)
第七章 旅游资源普查	(144)
第一节 普查的意义	(144)
一、有利于掌握资源赋存现状	(144)
二、有利于明确资源开发方向	(145)
三、有利于资源的科学保护	(145)
四、有利于旅游产业可持续发展	(145)
第二节 普查的要求	(146)
一、成果形式	(146)
二、质量控制	(146)
三、过程要求	(147)
第三节 普查的内容	(147)
一、旅游资源普查的范围	(147)
二、旅游资源普查的基本单位	(148)
三、旅游资源普查单体填写内容	(148)
第四节 普查的方法	(151)
一、按照组织形式分类的方法	(151)
二、按照普查内容分类的方法	(152)
第五节 普查的步骤	(153)
一、前期准备	(154)
二、实地调查	(154)
三、成果编制	(154)
第八章 旅游资源评价	(158)
第一节 旅游资源评价的目的和原则	(158)
一、评价目的	(158)
二、评价原则	(159)
第二节 旅游资源评价的内容	(160)
一、根据表现形式确定评价内容	(160)
二、根据吸引功能确定评价内容	(160)

三、从系统论角度确定评价内容	(161)
第三节 旅游资源评价的方法	(162)
一、定性评价法	(162)
二、定量评价法	(168)
第四节 旅游资源评价的标准	(178)
一、体验性评价标准	(178)
二、技术性评价标准	(179)
三、综合性评价标准	(183)
第九章 旅游资源开发模式	(185)
第一节 资本的性格与旅游资源开发	(185)
一、旅游资本的性格	(185)
二、旅游开发的概念	(186)
第二节 旅游资源本体的开发模式	(187)
一、旅游开发的分类研究	(187)
二、依据资源类型的开发模式	(190)
第三节 对本体旅游价值认识的开发模式	(193)
一、舞台化	(194)
二、文化的物化	(194)
三、旅游地营销	(195)
四、公共媒体的应用	(195)
第十章 旅游资源可持续利用	(197)
第一节 旅游资源本体的可持续发展	(197)
一、超越旅游与可持续发展	(197)
二、旅游资源本体的可持续利用	(199)
第二节 好客性建设与旅游地可持续发展	(200)
一、好客性概念	(200)
二、基于旅游的好客性建设	(201)
第十一章 旅游资源的保护	(202)
第一节 旅游资源承载力	(202)
一、旅游资源承载力的概念	(202)
二、旅游资源承载力的组成	(203)
三、旅游资源承载力的分析方法	(205)
四、旅游资源承载力的分析步骤	(206)
第二节 旅游资源的破坏现状	(207)
一、旅游资源破坏概述	(207)

二、自然旅游资源的破坏	(207)
三、人文旅游资源的破坏	(208)
第三节 旅游资源的保护原理	(210)
一、旅游资源保护的理论基础	(210)
二、旅游资源保护的原则	(213)
三、正确处理各种关系	(215)
第四节 旅游资源的保护技术	(215)
一、坚持功能分区利用,科学确定旅游容量	(215)
二、重视科学研究,合理编制规划	(216)
三、健全管理体制,协调各方步调	(217)
四、重视对旅游活动的管理和引导	(219)
五、旅游资源的恢复与维修	(219)
教学参考建议	(221)
主要参考文献	(223)
附 录	(226)
附录1《旅游资源分类、调查与评价》国家标准	(226)
附录2《旅游区(点)质量等级》国家标准	(249)

第一章

中国旅游地理学

旅游资源学概述

第一节 研究对象和内容

一、研究对象

旅游资源学是一门研究旅游资源属性、分布规律、分类体系、形成与演化机制、普查与评价以及开发与保护的学科。旅游资源学的研究对象是各种旅游资源。

作为旅游资源学研究的对象,旅游资源的范围非常广泛,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,都可称为旅游资源。旅游资源的范围,实际上已把现今地理圈中一切有形实体和相关环境囊括在内。地球结构最明显的特征之一,就是由大气圈、水圈、生物圈、岩石圈、人类活动圈等不同理化性质的物质圈层所构成。要确定旅游资源圈层的边界,比较困难,因为旅游活动在上述各圈层中,都可以展开,没有截然的上、下界限。随着经济、社会、文化和技术的发展,旅游者兴趣及其活动范围不断发生变化,导致旅游资源的范畴也在不断扩展。

二、研究内容

研究旅游资源学的目的是为了可持续利用和有效保护旅游资源。旅游资源学的研究内容主要包括旅游资源的形成与演化机制、属性、分类体系、分布规律、普查与评价及其开发与保护。

(一) 形成与演化机制

无论是自然旅游资源还是人文旅游资源都有着自身的形成条件和发展过程。不同类型的旅游资源,其形成原因各不相同,即使同一类型的旅游资源,在不同地区或不同时间,其形成原因也不尽相同。地理环境的地域差异是形成旅游资源不同的基本条件。地理环境包括自然地理环境和人文地理环境。自然旅游资源是多种自然因素相互作用,相互影响,长期演化的结果;人文旅游资源是社会、历史、文化等人文环境因素相互作用的结果。由于不同种类旅游资源形成的条件不同,所

处的发育阶段不同,旅游资源会显现出不同的特征和价值。研究各类旅游资源的形成与演化规律,可以充分认识旅游资源的科学价值,深入挖掘其文化内涵,提高旅游资源的利用率和吸引功能,有利于合理开发和保护旅游资源,最大限度地发挥旅游资源的经济效益、社会效益和生态效益,促进旅游业的健康发展。

(二) 旅游资源的属性和分类

在认识旅游资源形成机制普遍规律的基础上,辨识旅游资源的属性,科学地划分旅游资源的类型,寻找不同种类旅游资源之间的差异,揭示不同类型旅游资源的特点,可以根据不同类型、不同特点的旅游资源对不同游客的吸引力的差异,开发不同类型的旅游产品,展示不同的特色,满足不同游客的需求。旅游主管部门可以根据本地资源的属性和比较优势,正确选择旅游业的发展方向,制定和实施有利于旅游业发展的战略和相关配套政策。

(三) 旅游资源的分布规律

旅游资源分布规律是旅游资源学研究的重要内容之一。要科学认识旅游资源在一定区域范围内的独特性,就要了解同类资源的分布情况,知晓其分布的典型区域。否则,就可能出现同类旅游资源重复建设,恶性竞争。掌握旅游资源的分布规律,还可以推测难以抵达区域的旅游资源状况,合理评价本地旅游资源。

(四) 旅游资源的调查与评价

开发旅游资源,首先要对旅游资源进行全面系统的调查和客观评价,确定旅游地的性质和开发规模,为制定旅游开发规划提供科学依据。因此,旅游资源学要研究旅游资源调查的内容与重点、调查的程序与方法。

(五) 旅游资源与旅游环境的保护

旅游资源和旅游环境是开展旅游活动的重要条件,是旅游业赖以生存与发展的基础。保护旅游资源和旅游环境是旅游业可持续发展的根本保证。因此,旅游资源与旅游环境的保护也是旅游资源学研究的重要内容之一。

第二节 相关概念

一、资源与旅游资源

(一) 资源

“资源”在《辞海》被定义为“资财的来源,一般指天然的财源”;把资源定义为“天然存在的自然物,不包括人类加工制造的原料,如土地资源、水资源、生物资源和海洋资源等,是生产的原料来源和布局场所”。《英国大百科全书》中把自然资源说成是人类可以利用的自然生成物以及生成这些成分的环境功能。前者包括土地、水、大气、岩石、矿物及其群体森林、草地、矿产和海洋等;后者则指太阳能、生态

系统的环境机能、地球物理化学的循环机能等。1972 年联合国环境规划署认为,资源是指在一定时间条件下能够产生经济价值、提高人类当前和未来福利的自然因素的总称。^①

随着资源所涵盖范围的扩展,在一些学术著作中,对资源的内涵作出了某些新的探索与阐释。如牛文元认为,人类在生产、生活和精神上所需要的物质、能量、信息、劳力、资金和技术等“初始投入”,均可称之为资源。李文华、沈长江认为“是天然自然物中参与或可能参与人类社会经济生活的那个特定的部分”^②。1991 年赵建新提出,资源的内涵应当包括现存的各种自然要素及由其组合而成的自然环境,以及人类利用自然要素加工、改造、生产出的各种经济物品及由其组成的各种经济环境,最后是人类在上述基础上形成并不断增长的人口、知识、技术、文化管理体制等。并进而认为,只要能进一步有利于经济物品的生产或使用价值的提高,均可称之为资源^③。由此,赵建新(1991)将资源划分为自然资源、经济资源和智力资源三大类。史忠良、肖四如(1993)在《资源经济学》一书中,将资源分为四大类:自然资源、人力资源、资本资源和信息资源^④。还有人提出了泛资源概念,认为资源是“对人类或非人类有用或价值的所有部分的集合”,包括自然资源、人力资源、信息资源、科技资源、时间资源、空间资源、社会资源(如权力)。程恩富(1999)更明确地提出了自然资源和社会资源并列,并统一于资源的命题^⑤。这表明,20 世纪 90 年代,学术界已经较为普遍地关注资源概念的拓展,开始将非自然的即社会及人文性质的资源形态纳入资源概念内涵之内。

全面考虑到资源的历史演进、现实状况以及未来社会经济发展的需要,应当对资源作如下定义:所谓资源,是指一定的社会历史条件下存在着,能够为人类开发利用,在社会经济活动中经由人类劳动而创造出财富或资产的各种要素。

(二) 旅游资源

旅游资源是旅游活动的客体,是旅游业发展的基础。近 20 年来,许多学者从不同学科角度对“旅游资源”的内涵进行了研究,但因看问题的角度不同,对“旅游资源”的定义各有不同的表述,较有代表性的有以下几种:

保继刚等认为:“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。旅游资源可以是有具体形态的物质实体,如风景、文物,也可以是不具有具体物质形态的文化因素。”^⑥郭来喜认为:“凡能

① 史忠良. 工业资源配置. 北京:经济管理出版社,1997 年版. 第 8 页

② 李文华,沈长江. 自然资源研究的理论与方法. 北京:科学出版社,1985 年版

③ 赵建新. 资源及其合理配置初步研究. 载:经济地理,1991(3)

④ 史忠良,肖四如. 资源经济学. 北京:北京出版社,1993 年版

⑤ 程恩富. 文化经济学通论. 上海:上海财经大学出版社,1999 年版

⑥ 保继刚,楚义芳,彭华. 旅游地理学. 北京:高等教育出版社,1993 年版. 第 52 页

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 and 劳务,均可称为旅游资源,是发展旅游业的物质基础。”

苏文才、孙文昌认为:“旅游资源是指自然界或人类社会中凡能对旅游产生吸引向性、有可能被用来开发成旅游消费对象的各种事与物(因素)的总和。简单地说,旅游资源是能够诱发旅游动机和实施旅游行为的诸多因素的总和。它不仅是作为一定地理空间范围内的旅游目的地,也包括旅游者和各种能传达旅游地相关信息的事和物。”^①

钱今昔认为:“旅游资源是指通过开发后能够吸引旅游者的客观存在物。就是在自然环境和人文环境中,可以引起旅游者的兴趣并可加以利用的物质条件。具体地说,旅游资源是指为旅游者提供游览、观赏、求知、兴趣、度假、娱乐、探险猎奇、考察研究、体育锻炼以及友好往来的客体 and 劳务。”^②

王洪滨等认为:“凡是对旅游者具有吸引力的自然因素、社会因素或其他任何因素,都可构成旅游资源。”

杨桂华等认为:“旅游资源是指在自然和人类社会中能够激发旅游者旅游动机并进行旅游活动,为旅游业利用并能产生经济、社会和环境效益的客体。”

杨时进等认为:“凡是自然力和人类社会造成的,有可能被用来规划、开发成旅游消费对象的物质或精神的诸多因素,都可以视作旅游资源。”

刘振礼等认为:“旅游资源(Tourist Resources),又称作‘旅游吸引(因素)’(Tourist Attraction),即在现代社会能够吸引旅游者产生旅游动机并实施旅游行为的因素的总和。它能够被旅游业利用,并在通常情况下能够产生社会效益、环境和经济效益。”

班武奇等认为:“旅游资源是经过人类开拓创建、文化熏陶,有相对稳定的地理位置,能供多数人游览观赏,或者说多数人公认有旅游价值的山川景物。”

陈传康等认为:“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和。它是旅游业产生和发展的基础。”

尹泽生等在其执笔的《旅游资源分类、调查与评价》国家标准(GB/T 18972—2003)中,将旅游资源定义为: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。

西方学者常将旅游资源称为旅游吸引物(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。

① 苏文才,孙文昌.旅游资源学.北京:高等教育出版社,1998年版.第2页

② 钱今昔.中国旅游景观欣赏.合肥:黄山书社,1993年版.第6~7页

从以上众多“旅游资源”的定义来看,反映出我国目前学术界对“旅游资源”的概念界定存在着不同的认识,到底应如何界定旅游资源呢?我们有这样几点认识:

(1)旅游资源具有激发群体旅游者旅游动机的吸引功能。它是指旅游资源具有美学特征,能满足旅游者求新、求异、求美、求知等精神需求,具有吸引旅游者参加旅游活动的功能。不具有这种吸引力的任何资源形式都不是也不会成为旅游资源。仅对个别人具有吸引力的事物和因素,也不能称之为旅游资源。

(2)旅游资源必须依托特定的地域空间,不可移动,也无法复制。因自然因素或人类工程、战争等原因,而进行文物搬迁、修缮,当其成为旅游者观赏对象时,则产生了新的旅游资源组合或产品。同时原来的资源受到一定程度的损耗。这里还应明确,不能吸引旅游者前往观赏的文物,不论是否搬迁、复制,都不是旅游资源。

(3)旅游资源作为一种资源形态,它包括未开发的和尚未完全开发的资源,也包括因其他目的已被开发利用,但对旅游者具有吸引力的事物。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,均属于旅游资源。

(4)旅游资源既有物质的,也有非物质的;既有有形的,也有无形的。海市蜃楼、文化艺术、神话故事等等无固定形状的、非物质的旅游资源,是在物质基础上产生的,并依附于物质而存在,强调载体作用十分重要。它们或许是不稳定的,但却是客观存在的,能使人观察到或触及到,并能让多人对其描写、记录、叙述。那些纯臆测和印象中的事务和因素不是旅游资源。通过充分发掘无形的精神的旅游资源,不仅可以拓宽旅游的内容,而且还可以为有形的、物质的载体创造出一种新的附加值。

(5)旅游资源并非为旅游目的而存在,而且先于旅游开发而存在,是旅游开发之前,人力、财力、技术、设备之外的,用于加工成(或直接成为)游览对象的“初始投入”。

(6)旅游资源的范畴在不断扩大。随着社会的进步、经济的发展、科学技术水平的提高,人们旅游需求趋向多样化、个性化,旅游资源的范畴在不断扩大。旅游活动已不再局限在地面上,开始向空中、水下甚至地下发展;不再局限在自然风光、人文古迹,而向许多未知的领域扩展。今后旅游资源的范围还将继续扩大,可以预计,有些现在看来不是旅游资源的客体或因素,很可能以后会成为新的旅游资源。

基于以上认识,我们认为旅游资源是指并非为旅游而存在于一定地域,能够激发异地旅游者前往游览、体验的吸引因素。

二、单体与景点

单体是指可作为独立观赏或利用的旅游资源基本类型的单独个体,包括“独立型旅游资源单体”和由同一类型的独立单体结合在一起的“集合型旅游资源单体”。这是中国科学院地理科学与资源研究所尹泽生、陈田等多名专家,主持起草并通过