



教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等教育旅游服务与管理专业教学用书



旅游资源 开发与规划

赖良杰 主编



高等教育出版社
Higher Education Press

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书

旅游资源开发与规划

赖良杰 主编

朱创业 辜寄蓉 主审

高等教育出版社

内容提要

本书是五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教材之一,是教育部职业教育与成人教育司推荐教材。

本书共十章,全面介绍了旅游资源开发与规划的基本理论和技术、方法。首先对旅游资源的概念、成因及开发背景进行分析;接着探讨了旅游资源开发的经济、环境和社会影响;在对旅游资源开发与规划的基本理论、程序和方法进行概括性评述的基础之上,对旅游资源开发与规划的具体内容和技术方法进行了阐述,如旅游资源的调查、评价方法,旅游资源规划区的主题及形象定位策划、功能分区,旅游项目的创意设计,旅游资源开发与规划地图的编制等;最后对旅游资源保护与旅游可持续发展进行了探讨。

本书可作为职业院校旅游服务与管理专业的教学用书,也可作为旅游行业的岗位培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源开发与规划/赖良杰主编.—北京:高等教育出版社,2005.11

ISBN 7-04-018001-4

I. 旅... II. 赖... III. ①旅游资源-资源开发-高等学校:技术学校-教材 ②旅游资源-经济规划-高等学校:技术学校-教材 IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 128082 号

策划编辑 王江华 责任编辑 李云 封面设计 王凌波 责任绘图 尹文军
版式设计 范晓红 责任校对 王雨 责任印制 孔源

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000
经 销 北京蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京东光印刷厂

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>

开 本 787×1092 1/16
印 张 12
字 数 280 000

版 次 2005 年 11 月第 1 版
印 次 2005 年 11 月第 1 次印刷
定 价 15.60 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 18001-00

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail: dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118

出版说明

随着我国社会经济的蓬勃发展,人们可自由支配收入和闲暇时间的不断增加,旅游已成为人们日常生活的一部分,旅游业已经成为国民经济中新的增长点。但是,与目前旅游业迅猛发展极不适应的是旅游业人才的缺乏。旅游行业迫切需要一大批高职层次的毕业生充实队伍,为旅游业的可持续发展注入动力。为了适应新形势下旅游业迅猛发展对人才的需求,全面推进旅游服务与管理专业职业教育,实施《2004—2007年教育振兴行动计划》中提出的“制造业和现代服务业技能型紧缺人才培养培训计划”,根据教育部《关于制定“2004—2007年职业教育教材开发编写计划”的通知》精神,高等教育出版社组织编写了五年制高职旅游服务与管理专业系列教材。

本系列教材旨在培养既有较高思想品德和行业素质、又有较好语言能力和操作技能,适应现代旅游业管理所需的德智体全面发展的,具有较新经营管理理念、较强专业知识技能,实用型和创新型的高级服务人才或初、中级经营管理人才。

基于此,本系列教材开发主要集中在五年制的后两年主干课程上,分导游、饭店、景区三个专门化模块,共计12种教材:《中国历史文化》、《旅游市场营销》、《旅游企业财务管理》、《中国古建筑与园林》、《中国旅游客源地和目的地概况》、《旅游景区服务与管理》、《景区导游》、《旅游资源开发与规划》、《饭店管理概论》、《酒水知识与酒吧管理》、《饭店人力资源管理》、《旅游摄影》。此外,我社还从美国 Thomson Learning 出版集团引进了《现代饭店前厅的营运与管理》、《餐厅与宴会管理(第三版)》、《会议餐饮的营销与服务》、《旅游电子商务》教材,可以作为相关配套教材。

本次教材的开发力求体现以下特色:(1)立足于实际运用,突出“以能力为本位”、“以就业为导向”的思想,从岗位实际出发阐述了旅游服务与管理知识和技能,强化学生的关键职业能力,突出基本能力点的操作,加强岗位针对性训练,加强学生适应能力、创新能力;根据市场需要,加强案例内容,倡导案例式教学。(2)参照职业资格认证标准,以“国家职业技能鉴定和职业资格考试”中所规定的导游员和饭店服务员应知应会知识与能力为编写出发点,适应旅游教育改革和科技进步的需要,反映新知识、新技术、新工艺、新方法。(3)以学生为主体,打破原有学科教学体系,结合实践教学,以任务、项目为中心,提高学生就业上岗的适应性;采用更加灵活新颖的体例编写形式,深入浅出地介绍旅游服务与管理的理论及技能;根据现代化教学需要,配有电子版教案、多媒体课件、网络课程等立体化教材,提供整体教学解决方案。

为保证教材的编写质量,高等教育出版社于2004年5月组织全国各地的行业专家、职业学校骨干教师,研讨并制定了五年制高职旅游服务与管理专业教学方案及主干课程的教学基本要求草案,并在全国范围内遴选教学经验和行业经验丰富的教师与行业人士参加编写。本系列教材通过了教育部教材审定委员会所聘请专家的审定,是教育部职业教育与成人教育司推荐的教学用书。

本系列教材在编写过程中,得到了全国有关省市职教部门、中等职业学校、部分高等院校和行业人士的大力支持,在此表示衷心感谢。

希望能及时得到使用教材的反馈意见,以利于我们不断完善和提高。

高等教育出版社

2005年3月

前 言

旅游业已经成为世界上吸纳就业人口最多,创造直接和间接收入最大的一个产业,因此,旅游开发活动备受瞩目,新景区的开发层出不穷,但景区的开发管理人才却奇缺。“旅游资源开发与规划”正是为顺应旅游业的发展需要,配合5年制高职旅游服务与管理专业景区管理与开发方向推出的一门专业课程。教材以深入浅出、通俗易懂、生动实用为指导思想,充分体现5年制高职教育“突出技能性、操作性”的特色,理论知识以应用为目的,以必需、够用为度,不追求学科完整的理论体系,为了让学生充分了解旅游资源开发规划的全过程,按照旅游资源开发规划的编制内容来设置编写提纲。

本书在编写的过程中,力图体现以下特色:① 新颖性。在内容上力求体现旅游资源开发与规划的最新理论、方法和实践,注重新知识、新技能的介绍。② 实用性、可操作性。通过案例分析和大量的复习思考题、实训题设置,使读者加深理解,温故知新,强化知识的实用性和可操作性。③ 可读性。全书穿插大量的案例、知识链接和小思考,形式活泼、新颖,增加了教材的可读性和趣味性。

本书注重学习的循序渐进,教学参考课时为72学时,建议师生在使用本教材时参考如下的课时分配:第一章8课时;第二章4课时;第三章10课时;第四章6课时;第五章6课时;第六章8课时;第七章6课时;第八章6课时;第九章4课时;第十章4课时;课程设计10课时。

本书由赖良杰担任主编,并对全书进行总纂定稿。具体编写分工为:赖良杰(第三、六、七、八、九、十章)汪瑞军(第一、二、五章),范晓(第二、四章)。书中插图、表格编辑由肖前蔚完成。本书在编写过程中,得到了高等教育出版社、四川省教育厅和四川机电技术学校等单位领导的关心和支持。成都理工大学朱创业教授和四川师范大学辜寄蓉博士审阅了书稿,在此一并致以衷心的感谢。在编写中吸取了许多前辈专家、学者的研究成果,已在相应章节和参考文献中一一列出,这里,再次向他们表示衷心的感谢和深深的敬意。同时也要感谢龙期阳、李晓琴等同志对本书给予的支持和帮助。

由于时间和水平有限,书中尚有疏漏和不足之处,恳请读者批评指正。

编者

2005年8月

目 录

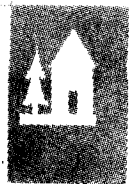
第一章 旅游资源概念、成因及开发背景分析	1
第一节 旅游资源的概念及特征	1
一、旅游资源的界定	1
二、旅游资源的特征	4
第二节 旅游资源类型及成因	7
一、旅游资源的类型	7
二、旅游资源的成因	9
第三节 旅游资源开发背景分析	14
一、地域和历史文化背景分析	14
二、社会经济政治背景分析	15
三、市场背景分析	16
综合案例	18
本章小结	20
复习思考题	21
实训题	21
第二章 旅游资源开发的经济、环境和社会影响	22
第一节 旅游资源开发的经济影响	22
一、旅游资源开发的正面经济影响	22
二、旅游资源开发的负面经济影响	24
第二节 旅游资源开发的环境影响	25
一、旅游资源开发对环境的积极影响	25
二、旅游资源开发对环境的负面影响	27
第三节 旅游资源开发的社会影响	29
一、旅游资源开发对社会文化的积极影响	29
二、旅游资源开发对社会的消极影响	30
综合案例	32
本章小结	35
复习思考题	35
实训题	35
第三章 旅游资源开发与规划概述	36
第一节 旅游资源开发与规划的原则和意义	36
一、旅游资源开发与规划的原则	36
二、旅游资源开发规划的意义及发展演替	39
第二节 旅游资源开发与规划的基础理论	43
一、可持续发展理论	43
二、地域分异规律	44
三、旅游人类学	45
四、供求平衡原理	46
第三节 旅游资源开发规划的类型、原则和程序	46
一、旅游资源开发规划的类型	46
二、旅游资源开发规划的原则	48
三、旅游资源开发规划的程序	48
第四节 旅游资源开发规划的内容	50
一、旅游资源开发规划内容的有关规定	50
二、旅游总体规划内容框架	52
三、旅游总体规划各部分内容概要	53
综合案例	57
本章小结	59
复习思考题	59
实训题	59
第四章 旅游资源调查与客源市场调研	60
第一节 旅游资源调查	60
一、旅游资源调查原则	60
二、旅游资源调查的内容	61
三、旅游资源调查的程序	64
四、旅游资源调查的方法	66



第二节 旅游客源市场调研	68	一、发展目标定位	98
一、旅游客源市场调研	68	二、发展功能定位	99
二、旅游客源市场的分析	71	三、旅游发展形象定位	100
三、旅游客源市场的定位	72	第二节 旅游资源开发与规划的旅游形 象策划	101
综合案例	73	一、旅游形象形成及其构成要素	101
本章小结	77	二、旅游形象策划	102
复习思考题	77	第三节 旅游空间功能分区和线路设计	109
实训题	77	一、功能分区原则	109
第五章 旅游资源开发评价	78	二、旅游景区功能分区模式	110
第一节 旅游资源开发评价概述	78	三、典型的空间布局模式	111
一、旅游资源评价与旅游资源开发 评价	78	四、旅游线路的设计	113
二、旅游资源开发评价的意义	78	综合案例	118
三、旅游资源开发评价的原则	79	本章小结	121
第二节 旅游资源开发评价的内容	80	复习思考题	121
一、旅游资源的本体价值评价	80	实训题	121
二、旅游资源环境评价	81	第七章 旅游资源开发与规划的旅游 项目设计	122
三、旅游资源开发利用条件评价	84	第一节 旅游项目设计的概念	122
第三节 旅游资源开发评价的方法	85	一、旅游项目的基本概念	122
一、体验性定性评价	85	二、旅游项目设计的影响因素	123
二、技术性单因子定量评价	87	第二节 旅游项目设计的原则	126
三、综合因子的定量评价	87	一、独特性原则	126
第四节 旅游资源信息系统在资源评价中 的运用	91	二、参与性原则	127
一、旅游资源信息系统概述	91	三、真实性原则	128
二、旅游资源信息系统的应用功能	92	四、挑战性原则	128
三、旅游资源信息系统的框架	92	第三节 旅游项目创意设计	129
四、旅游资源信息系统的应用	93	一、旅游活动项目类型	129
五、旅游资源信息系统在资源评价中的 应用	93	二、旅游项目创意设计的内容	131
综合案例	94	三、旅游项目创意设计的程序	132
本章小结	96	综合案例	133
复习思考题	97	本章小结	138
实训题	97	复习思考题	138
第六章 旅游资源开发与规划的主题 定位和功能分区	98	实训题	138
第一节 旅游资源开发与规划的主题 定位	98	第八章 旅游资源开发与规划的支持 保障体系	139
		第一节 政策和法制保障体系	139
		一、政策保障	139



二、旅游立法	140	第二节 旅游资源开发规划地图的编绘 与设计	158
第二节 财经保障体系	141	一、旅游资源开发规划地图的编绘 步骤	158
一、建立财经保障体系的必要性	141	二、旅游资源开发规划地图的设计	160
二、旅游资源开发的财经保障	142	三、旅游资源开发与规划地图的编制	163
第三节 人力资源保障体系	144	本章小结	165
一、人力资源保障体系的特点	144	复习思考题	165
二、旅游人力资源保障体系的构建	145	实训题	166
第四节 环境支持体系	147	第十章 旅游资源保护与旅游可持续 发展	167
一、市场经营环境	147	第一节 旅游资源保护	167
二、旅游环境	148	一、旅游资源保护的必要性	167
综合案例	150	二、旅游资源保护的主要对策	168
本章小结	151	第二节 旅游可持续发展	173
复习思考题	151	一、可持续发展思想的历史渊源	173
实训题	151	二、旅游可持续发展	174
第九章 旅游资源开发与规划地图的 编制	153	本章小结	178
第一节 旅游资源开发与规划地图概述	153	复习思考题	178
一、旅游地图的基本知识	153	实训题	179
二、旅游资源开发与规划地图的主要 内容及要求	154	参考文献	180
三、旅游资源开发与规划地图编制的 原则	156		



第一章 旅游资源概念、成因及开发背景分析

学习目标:

- 界定旅游资源的范畴
- 掌握旅游资源的特征和成因
- 掌握旅游资源开发背景分析的内容和方法

关键词:

旅游资源 特征 成因 开发背景分析

随着世界经济的发展与人民生活水平的提高,旅游作为现代人类生活中不可或缺的重要内容,逐渐成为人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一。据世界旅游组织预测,到2020年,国际旅游人数将增至15.61亿人次,旅游收入将增加到2万亿美元,中国将成为全球最大的旅游目的地国和第4大客源输出国。如此庞大的增长潜力,中国旅游业的扩展空间将无限广阔。

旅游活动的构成包括三大要素:旅游者,旅游资源和旅游业。作为主体的旅游者一定是拥有可支配收入和闲暇时间及旅游动机的群体,但最终出行的目的则受到旅游活动客体——旅游资源的支配,旅游资源是旅游目的地借以吸引旅游者的最重要因素。一个国家或地区旅游业能否兴旺发达,在一定程度上取决于旅游资源的特色、丰度、分布状况以及开发和保护水平,因此,旅游资源是确保旅游开发成功的必要条件,也是旅游业发展的前提和基础。要对旅游资源进行有效的开发与规划,必须对资源本身进行科学认识,对其内涵进行准确把握。

第一节 旅游资源的概念及特征

旅游资源是发展旅游业的物质基础,是旅游资源开发与规划的根基,因此对旅游资源范畴和基本特征的认定是旅游资源开发和规划取得成功的前提。

一、旅游资源的界定

在国外,旅游资源亦称作旅游吸引物(tourism attraction),指的是旅游目的地吸引旅游者的所有因素和条件的总和。然而我国学术界对旅游资源的界定众说纷纭,尚无定论。目前存在以下几类旅游资源的定义:

郭来喜: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、考察研究以及人们之间友好往来和消磨闲暇时间的客体和劳务都可以称为旅游资源。(1982年)

孙文昌等:旅游资源是指凡能激发旅游者旅游动机的,能为旅游业所利用的,并由此产生经



济效益和社会效益的自然和社会的实在物。(1989年)

陈传康等: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。(1990年)

杨振之: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。(1996年)

保继刚等: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。(1999年)

李天元等: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。(2000年)

谢彦君:旅游资源是指客观地存在于一定的地域空间并因其所具有的审美和愉悦价值而使旅游者为之向往的自然存在、历史文化遗产或社会现象。(2001年)

本书采用2003年出台的《旅游资源分类、调查与评价》国家标准中对旅游资源的定义:“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。”在这个定义中,有几点值得我们注意:

1. 旅游资源的吸引力

旅游资源对旅游者的吸引力是其实用价值和基础性的体现,应是旅游资源理论的核心成分。旅游者之所以离开常住地到某一旅游目的地旅游,主要是因为该旅游目的地具有吸引自己的对象。譬如优美的风景、驰名的胜地、舒适的环境、奇特的景物等,它们吸引旅游者前去观光、游览、休闲、娱乐、疗养等,促进旅游活动的开展。如果旅游资源对旅游者不存在旅游的价值,那么旅游活动的开展、旅游业的发展就纯属空谈。

2. 旅游资源的存在形式

和地球上的其他资源一样,旅游资源是客观存在的。它既包括自然因素形成的物质资源,也包括各类非物质资源,如诗词曲赋、神话传说、寓言故事、文学艺术等。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。如西湖断桥和镇江金山寺,若缺乏白娘子与许仙令人缠绵的爱情故事烘托,那可能仅仅是一座断桥和一尊塔,旅游者也不会对其产生浓厚兴趣。正是许仙与白娘子优美爱情故事的注入,它们才有了活的灵魂,吸引大量的旅游者去品味人蛇传奇之恋。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. 旅游资源的发展变化

旅游资源是一个不断发展的概念,它并不是一成不变的。具体可以从以下两个方面来看:

(1) 开发程度:旅游资源从状态上看有两种,未经开发的和已经开发的旅游资源。旅游资源的开发实际上就是将潜在的旅游资源转变为现实的旅游资源,这只是一个利用深度的问题。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。

(2) 范畴扩展:随着社会的进步,科技水平的提高和人们旅游需求的日益多样化、个性化,旅游资源的范围不断扩大,范畴不断扩展。例如保健旅游的兴起,使访问百岁老人、参观中药材博物馆、“森林浴”等悄然兴起。滑草、滑沙、放风筝、田园耕作等活动因体验性强受到旅游者的追捧,旅游活动形式也在向多样化方面发展,出现了生态旅游、文化旅游、工业旅游、农业旅游、科技



旅游、海底旅游、太空旅游等。这些都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,当前旅游资源范畴的扩大已是一个不容争辩的事实。今后,旅游资源的范畴还将继续扩展,某些现在看来不是旅游资源的客体和因素,极有可能在将来会成为旅游资源。

案例 1-1

武夷山“出售”天然氧吧

武夷山自然保护区位于武夷山脉北部最高地段,主峰海拔 2 158m,号称“华东屋脊”。武夷山自然保护区在我国总共 16 个自然保护区中是第一个国家级自然保护区,区内森林覆盖率达 95.35%,林木种类是整个欧洲大陆的 7 倍,享有“世界生物之窗”、“天然植物园”的美称。整个自然保护区占地 81 万亩,精华景区——桃源峪有一座桃源峪索桥,据说这座建在奇峰幽谷中,高 53 m、跨度 170 m 的铁索桥,是福建省最险峻的索桥。桃源峪是一个循环路景区,山谷中奔腾着一个接一个不息飞泻的瀑布,它们流出山谷后叫桐木溪,是闽江的源头,闽北的母亲河。一过索桥,清新甘冽的空气扑面而来。在 2.6 km 山阶路中,旅游者所看到的是形态优美、郁郁葱葱的植物群落,每种植物前都树着一块牌,写着它们的简历;听到的是冲出山涧、飞流直下瀑布的轰鸣;感受到的是一阵阵无尘落雨。据当地的一位环保专家说,桃源峪的年降水量超过 4 000 mm,1997 年一年中有 240 多天在下雨。正是因为充沛的降雨量,造就了桃源峪这个“天然氧吧”。在桃源峪桃源潭处,有一段叫“吸氧区”,这里每立方厘米的空气中负氧离子含量为 89 000 个,它意味着空气中的细菌含量为零。在这里,大家不是吸氧了,而是大口大口地吃着无菌空气,似乎要用无菌空气排除体内的所有浊气,将五脏六腑涤荡一净。

小思考

导游人员是否是旅游资源?博物馆中演奏编钟的穿着古装的工作人员是否可作为旅游资源?

答:导游人员是一种人力资源,如果讲解能够体现地方文化特色并能够深深吸引旅游者,满足旅游者需求便可作为旅游资源;如果只是讲解和向导,那么就是人力资源而不能称其为旅游资源。穿着古装的工作人员与编钟演奏一同构成旅游资源,吸引旅游者。

4. 旅游资源的效益功能

旅游资源要能够产生经济、社会和生态环境效益。在市场经济条件下,旅游业对旅游资源进行开发利用的根本目的在于谋求其带来的各种利益。经济效益是旅游业开发利用旅游资源的第一个目标。近年旅游业的飞速发展向人们展示了旅游业是一个新兴的具有高效益、高关联性的朝阳产业。例如云南作为旅游大省,其旅游资源丰富、特色鲜明,为旅游业所利用,并带动了相关产业的发展,使得旅游业成为了云南省经济的支柱产业。当然,盲目追求经济效益而忽视社会效益、生态环境效益是极其有害的。有些国家或地区用赌博、色情、迷信等活动招揽旅游者,不仅败坏了该国或该地区的社会风气,还破坏了长远的经济效益和社会效益。此外,旅游业比任何行业都更加依赖环境质量,旅游资源也对生态平衡起着积极的作用。从长远来看,没有社会效益和环境效益的旅游资源是不能吸引旅游者,也不能为旅游业所利用的。



案例分析

泰国特色旅游资源

仅有6 000万人口的小国——泰国,每年都有700万境外游客前往观光旅游,旅游收入每年高达70亿美元。目前,单纯的旅游业产值已经占到泰国国民生产总值的10%左右,赴泰国旅游人数从1990年的520万人次增长到2001年的1 000多万人次,而且赴泰游客在泰国的平均逗留时间也有所延长。亚洲金融危机之后,泰国政府急需大量外汇,农业在整个国家经济中的地位严重下滑,转而让位给能迅速产生效益的旅游业。为了吸引外国旅游者,泰国政府强化了某些旅游项目,比如色情业。从地理环境上来看,在泰国的北部和东北部占泰国国土1/3以上面积的地区,气候干旱,人口众多,可供耕种的土地不足,而且许多山区和河岸的土壤非常贫瘠。加之该地区女性人数大大高于男性人数的现实情况和“一家不管二家事”的民风,使得泰国北部和东北部的女性从历史上就有流动到南部卖笑为生的传统。

泰国旅游业以其独有的地方特色,成为泰国经济的支柱。其中最让人注目的便是著名的“人妖”(红艺人)表演。“人妖”的产生是因为泰国的色情旅游业猖獗,女子在这个行当能挣很多钱。于是,一些男人为了谋生计,想方设法把自己变成“女人”;而一些人贩子也为了捞大钱,拼命拐骗“制造”人妖。于是,“人妖”这个特殊群体就逐渐产生了。到20世纪90年代,泰国“人妖”已达2万人,年龄均在14~50岁之间,主要集中在芭堤雅的人妖歌舞团及酒吧和夜总会。

[分析提示]

泰国发展旅游业的主要吸引物是否能称为真正意义上的旅游资源,一直以来为各国旅游界专家学者所探讨。泰国政府也感到处境两难:一方面,这种被各国旅游者所公认的色情旅游大大诋毁了泰国民众的形象;另一方面,旅游业的发展又必需依赖这种资源吸引大量旅游者。因此,旅游资源的界定是一个非常复杂的系统工程。

二、旅游资源的特征

旅游资源作为一种特殊的资源,不仅具有一般资源的共性,还具有其独特的特征:

(一) 美学特征——具观赏性

旅游资源同其他类型资源最主要的区别就在于它具有美学上的观赏性,可以使旅游者获得美的感受或者引发其美的联想。无论名山大川、奇石异洞、海湖泉瀑、风花雪月,还是文物古迹、民族风情、文学艺术等,任何一种旅游资源都应该具备这样的基本功能。毫无疑问,旅游资源的美学特征越突出,观赏性越强,对旅游者的吸引力就越大。如中国的丽江、桂林山水、摩梭风情,日本的樱花、富士山,埃及的金字塔等等,都因具备极强的观赏性,而成为闻名全球旅游资源。但是由于旅游者性格、气质及审美能力、文化素质的差异以及旅游资源自身的美感、丰度、价值和布局的不同,美学观赏的效果呈现出多层次和多样化的特征。

(二) 空间特征——地域性、组合性

1. 地域性

旅游资源的空间分布具有明显的地域性特征,即不同的旅游资源具有其存在的特殊条件和相应的地理环境。不同的地域表现出不同的地质、地貌、气候、水文、动植物特征。这也是各地旅



旅游资源存在差别的根本原因,这种地域差异性集中体现为不同地区旅游资源的地方特色和旅游景观各不相同。例如北方山水浑厚、南方山川秀美,东部山清水秀、西部山高谷深;城市有现代建筑、发达的科技、现代化厂房等;乡村有乡土风情、美丽的田园风光;沙漠有戈壁、风蚀蘑菇、魔鬼城堡的壮丽景观;赤道地区有热带雨林;极地有冰雪风光。此外热带风光、高山冰雪、沙漠驼铃、椰林竹楼、林海雪原等,均与不同的地理环境有关。不仅自然旅游资源如此,人文旅游资源的分布也同样受地理环境的影响,存在地域差异。例如在民居建筑中,我国黄土高原的窑洞(借助地势,抗风沙,冬暖夏凉)、牧区的帐篷与毡房(流动性强便于放牧)、西南地区亚热带的“竹楼”(防潮防虫兽)、华北地区的四合院(抗风沙,家族氛围浓郁便于沟通)等民居建筑差异,都与一定自然环境和地域差异有关。

知识链接

神奇的北纬30°线

根据国内外科学家长期考察和研究发现,在地球的北纬30°线附近的区域,地质地貌最纷繁多样,自然生态最奇特多姿,物种矿藏最丰富多彩,水文气候最复杂多变,自然之谜、神秘现象最集中多现,是地球远古自然奇观和人类史前文明遗迹最为集中、也最为神秘的地区。例如,地球上海拔最高的珠穆朗玛峰和最深的西太平洋马里亚纳海沟正位于北纬30°地带;世界上几条著名的大江大河——美国的密西西比河、埃及尼罗河、中国的长江等都在北纬30°区域入海。此外,像古埃及金字塔“狮身人面像”、撒哈拉大沙漠、复活岛“巨石人像”、百慕大三角区、雅鲁藏布江大峡谷等,无不处在北纬30°区域,也无不成为当今人类自然文化的宝贵遗产和世界旅游胜地的著名品牌。

2. 组合性

旅游景观的形成一般是由多种要素组合而成,孤立的景物要素很难形成有吸引力的旅游资源。光秃秃的一座山,孤单单的一片湖随处可见,可它不具有吸引功能。自然风光由山、水、土、气候、动植物等自然因素组成,再融合古迹、史话、传说等人文景观,便具有了吸引力,成为了旅游资源。存在于特定地域上的各种旅游资源,地域组合度和类型组合度越好,资源要素种类越多,联系越紧密,其旅游价值就越高,综合利用开发潜力也就越大。旅游资源组合在种类上有资源性质相同的同类组合和资源性质不同的综合组合,如“黄山十二峰”和“西湖十景”;在空间上有近距离的集团组合和远距离的异地组合,如“峨眉金顶四大奇观”和“五岳”;规模上有大尺度和小尺度组合,如“长江三峡”和“大理三塔”。特别是长江三峡,作为我国“黄金旅游线”,既可一览江涛滚滚、波光粼粼的水色美,又可领略雄伟、惊险的峡谷奇观,还可探访巴、楚古遗址,古建筑,古战场,亦可游览河网稠密、湖荡棋布的水乡泽园、鱼米之乡,还能体验三峡大坝、葛洲坝工程的壮观,置身其间宛如漫游在融自然和人文于一体的风景走廊和知识宝库里。

知识链接

话说长江

长江是中国第一大河,世界第三大河。长江流域幅员辽阔,江湖众多,土地肥沃,气候温和,



资源丰富,历史文化悠久,既是中华民族的重要发祥地,也是我国总体经济实力最为雄厚的地区。

长江发源于世界屋脊——青藏高原唐古拉山脉主峰、海拔6221m的各拉丹冬雪山西南侧,流经青海、西藏、云南、四川、湖北、湖南、江西、安徽、江苏、上海10个省、市、自治区,在崇明岛以东注入东海,全长6300km。

长江上游穿过青藏高原、云贵高原、四川盆地和川鄂山地,先后接纳了雅砻江、岷江、沱江、嘉陵江、乌江诸水,形成河床坡降较大而水流湍急的峡谷型河段;中游流经两湖平原,两岸地势低洼,湖泊密布,又有洞庭湖、汉江、鄱阳湖三大水系注入,则变为河道宽阔、水流较缓而水量浩瀚的平原型河段;下游通过皖苏平原,河道益宽,但无大支流入汇,且受海潮顶托,称为平原感潮型河段。

这不同的河谷,如网的支流,多样的地形,便构成了长江流域多姿多彩的地貌。

长江流域幅员广大,历史悠久,景观纷呈,旅游资源富甲全国。昆明、成都、重庆、南京、扬州、镇江、苏州、武汉、上海、杭州、南昌、长沙等历史文化名城,以及风景名胜峨眉山、九寨沟、三峡、张家界、九华山、黄山、庐山、太湖等都是全国著名的游览胜地。

(三) 时间特征——时代性和季节性

从上述旅游资源的定义当中可以看出,随着时代的变迁,随着人类认识水平、开发条件等的变化,旅游资源概念的外延将不断地变化。过去不是旅游资源的如皇家陵寝现在已经成为旅游资源,现在不属于旅游资源的在将来也有可能因对旅游者产生吸引力而成为旅游资源,或者由于市场或其他原因已有的旅游资源变成了非旅游资源。总之,旅游资源随着时代的需求而产生、发展、变化,品种数量在不断增加;旅游资源也因时代的不同而具有不同的功能、价值。

旅游资源的季节性是指其具有随季节变化而变化的特征。季节性是由旅游资源所在地的纬度、地势和气候等因素所决定。其中自然旅游资源中的气候、植被、水体等季节性特征明显,如春季树木吐绿、夏季浓荫蔽日、秋季满山黄叶、冬季落叶纷纷。一些特殊的自然景观只在一定的季节出现,如吉林的雾松、香山的红叶。同一旅游资源在不同的季节也呈现出不同的景观。由于季节性因素的影响,一些旅游节庆活动也呈现出季节性特征,如哈尔滨的冰雪节只在冬天举行,潍坊的风筝节只在春天举办。这种自然景观的季节性变化使旅游业在一年中会出现较明显的淡旺季之分,这正是在进行旅游资源开发利用过程中应特别注意的。

(四) 社会特征——文化性

无论是自然赋存、社会创造还是自然为主、辅以人文,或是人文为主、辅以自然的旅游资源都具有丰富的文化内涵,蕴藏着科学的、自然的、社会的哲理。不仅为旅游者提供了科学的、自然的和美的享受,同时还可以启迪智慧、陶冶情操、获取知识。中国古语“行万里路,读万卷书”,“仁者乐山、智者乐水”充分体现出游旅游资源有启迪人灵魂,调节人身心,陶冶人情操,使人获取知识,开发智力的功能。站在泰山之巅,会有“会当凌绝顶,一览众山小”的豪迈;万里长城的雄姿让每个华人油然而生自豪感;濒临海滨让人坦荡和深沉,漂流江河使人心情豪放奔腾;秦始皇兵马俑可谓兵法玄妙莫测,西安碑林汇集百家书法,丽江摩梭村寨遗存母系氏族社会习俗等,人类文明里的每一景,皆是一部知识的乐章,丰富人们知识,提高人们智力水平,增加人们的美感。旅游资源开发人员应加大对旅游资源文化性的研究,充分发掘文化内涵,增强旅游资源对旅游者的吸引力。



(五) 开发利用特征——永续性和不可再生性

永续性是指旅游资源在有效保护前提下,具有可以重复利用的特点。其他类型的资源如矿产资源、常规能源资源、森林资源等,随着人类的不断开发利用,数量会不断地减少。旅游资源则不同,旅游者付出一定的金钱和代价所购买的是一种经历和感受,而不是旅游资源本身,它留给旅游者的只是印象和美感。因此,从理论上讲,旅游资源可以长期甚至永远地重复利用下去。

但是,如果开发利用不当,旅游资源也会遭到破坏,而且一旦破坏就难以再生,这就是旅游资源不可再生性的内涵。旅游资源受自然灾害及人为因素的影响极易破坏而且难以再生,例如地震、火山、恶劣的气象气候造成的石窟、古建筑、古人类遗址、自然风光的破坏是不可修复、不可抗拒的。因此,全球经济呼吁可持续发展,维护生态平衡,造福子孙后代,是现今时代发展的主流。旅游资源是自然界的造化 and 人类历史的遗存,是在一定的自然和社会历史条件下产生的,尽管它种类丰富,但数量毕竟有限。这就要求旅游资源的开发,必须以保护性开发为原则,以科学合理的规划为依据,依靠一定的经济、法律手段,切实加强旅游资源的保护和管理。

第二节 旅游资源类型及成因

要正确合理地开发和规划旅游资源,唯有充分认识旅游资源,了解旅游资源的类型、成因,洞悉其个性特征,为旅游资源的开发和规划工作作好坚实的铺垫。

一、旅游资源的类型

对旅游资源进行科学的分类,是认识旅游资源、开发利用旅游资源的客观需要。旅游资源有很多种分类方案,如按旅游资源的性质和成因,可分为自然旅游资源和人文旅游资源;按旅游资源的利用限度和生成价值可分为再生性旅游资源和非再生性旅游资源;按旅游资源的形态分为有形旅游资源和无形旅游资源;按旅游活动的性质分为观赏型、运动康乐型和特殊型旅游资源等等。上述分类方案中,被普遍认可的分类法是将旅游资源划分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类。需要注意的是,随着人们旅游兴趣的转移和扩大,对旅游资源的认识也在不断地变化,可能会有一些新的旅游资源类型出现。

表 1-1 是中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局发布,从 2003 年 5 月 1 日起正式实施的《旅游资源分类、调查与评价》国家标准,依据旅游资源的性状即现存状况、形态、特性、特征等,将稳定的、客观存在的实体和不稳定的、客观存在的事物和现象等旅游资源分为主类(8 种)、亚类(31 种)、基本类型(155 种)三个层次。分类具体内容见表 1-1。

表 1-1 旅游资源分类表

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



主类	亚类	基本类型
A 地文景观	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 观光游憩河段 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 常年积雪地
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 天象与气候景观	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
E 遗址遗迹	EA 史前人类活动场所	EAA 人类活动遗址 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 废墟与聚落遗迹 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 体育健身场馆 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
	FE 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