

F590.48

# 旅游跨产业开发的理论与实践

颜亚玉 著



厦门大学出版社  
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

# 旅游跨产业开发的 理论与实践

颜亚玉 著



厦门大学出版社  
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

**图书在版编目(CIP)数据**

旅游跨产业开发的理论与实践/颜亚玉著. —厦门:厦门大学出版社, 2009. 10  
ISBN 978-7-5615-3382-6

I. 旅… II. 颜… III. 旅游资源-资源开发-研究 IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 179600 号

厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门市软件园二期望海路 39 号 邮编:361008)

<http://www.xmupress.com>

[xmup@public.xm.fj.cn](mailto:xmup@public.xm.fj.cn)

厦门集大印刷厂印刷

2009 年 10 月第 1 版 2009 年 10 月第 1 次印刷

开本:787×960 1/16 印张:15.5

插页:2 字数:268 千字

定价:28.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换

## 目 录

## 上 篇

<b>第一章 产业旅游资源的提出及其特征</b> .....	1
一、旅游资源研究的进展 .....	1
(一)旅游资源研究的起始阶段 .....	1
(二)旅游资源研究的发展阶段 .....	2
(三)旅游资源研究的深入阶段 .....	4
二、旅游资源观的演化 .....	6
(一)旅游资源的定义 .....	6
(二)旅游资源的内涵 .....	8
(三)旅游资源的外延 .....	11
三、产业旅游资源及其特征 .....	16
(一)产业旅游资源的提出 .....	16
(二)产业旅游资源的类别从属 .....	17
(三)产业旅游资源的特征 .....	17
<b>第二章 工农业旅游产品开发</b> .....	24
一、工农业旅游资源的筛选和整合 .....	24
(一)工农业旅游资源的筛选 .....	24
(二)工农业旅游资源的整合 .....	26
二、工业旅游开发若干问题的研究 .....	28
(一)国内外工业旅游发展概况 .....	28
(二)工业旅游的开发模式 .....	31
(三)工业旅游的人力资源开发 .....	34
(四)工业旅游设施的建设 .....	36
(五)工业旅游线路的设计 .....	38

(六)他山之石——英国工业旅游的启示 .....	39
三、农业旅游开发若干问题的研究 .....	45
(一)国内外农业旅游发展概况 .....	45
(二)农业旅游的产品特征与开发模式 .....	49
(三)农业旅游开发的社区参与 .....	52
(四)农业旅游的标准化 .....	59
(五)城郊农业旅游的发展问题 .....	64
<b>第三章 工农业旅游形象策划 .....</b>	<b>69</b>
一、旅游形象的内涵与形成过程 .....	69
(一)旅游形象的内涵 .....	69
(二)旅游形象的特征 .....	70
(三)旅游形象的构成 .....	72
(四)旅游形象的形成过程 .....	75
二、旅游形象策划的作用和意义 .....	78
(一)旅游形象影响旅游者的消费决策 .....	79
(二)旅游形象在旅游开发规划中的重要地位 .....	80
(三)旅游形象在旅游地建设中的重要作用 .....	81
三、工农业旅游形象的策划 .....	81
(一)文脉分析 .....	81
(二)市场调研 .....	84
(三)旅游形象测定 .....	84
(四)旅游形象策划 .....	88

## 下 篇

<b>第四章 福建工农业旅游开发对策研究 .....</b>	<b>96</b>
一、旅游发展新模式的提出 .....	96
二、福建工农业旅游的开发 .....	98
(一)开发概况 .....	98
(二)开发效应 .....	100
(三)存在的问题和面临的挑战 .....	102
三、对策与措施 .....	110
(一)统一认识,明确方向 .....	110

(二)挖掘潜力,发挥优势 .....	111
(三)加强宣传,积极引导 .....	113
(四)政策扶植,全力推进 .....	114
(五)科学规划,加强规范 .....	114
(六)抓好旅游形象建设和市场营销 .....	115
(七)加强人力资源开发 .....	116
<b>第五章 厦门工业旅游开发研究</b> .....	<b>119</b>
一、调研的基本情况 .....	119
二、社会对工业旅游的认知 .....	120
(一)一般公众对工业旅游的认知 .....	120
(二)旅行社对工业旅游的认知 .....	122
(三)企业对工业旅游的认知 .....	123
三、厦门工业旅游市场 .....	123
(一)客源市场的空间范围 .....	123
(二)市场细分 .....	124
四、厦门工业旅游资源 .....	132
(一)工业旅游资源的基本特征 .....	132
(二)厦门工业旅游资源 .....	133
五、厦门发展工业旅游的意义和对策 .....	135
(一)发展工业旅游的意义 .....	135
(二)开发经营模式 .....	137
(三)开发规划的几个问题 .....	139
<b>第六章 厦门农业休闲旅游开发研究</b> .....	<b>151</b>
一、厦门农业休闲旅游的发展 .....	151
(一)厦门农业休闲旅游发展的背景 .....	151
(二)厦门农业休闲旅游发展的现状 .....	152
二、厦门农业休闲旅游的市场分析 .....	156
(一)游客地域分布 .....	156
(二)游客偏好 .....	157
(三)市场细分 .....	158
(四)与其他旅游产品的差异 .....	159
三、厦门农业休闲旅游的开发模式 .....	160
(一)基于经营主体的开发模式 .....	160

(二)基于资源利用的开发模式·····	161
四、厦门农业休闲旅游发展思路与对策·····	162
(一)总体思路·····	162
(二)产品开发以市场为主导·····	163
(三)开发模式必须发挥社区的重要作用·····	164
(四)推行多元化的营销策略·····	164
(五)厦门农业休闲旅游的空间竞合·····	167
(六)构建产业交叉运作机制·····	170
(七)厦门环城游憩带的建设·····	173
<b>第七章 竹坝华侨农场旅游开发研究·····</b>	<b>181</b>
一、旅游业发展条件·····	181
(一)旅游资源概况及其评价·····	181
(二)旅游环境·····	184
(三)区位与交通·····	185
二、客源市场分析·····	186
(一)客源市场现状·····	186
(二)客源市场特征·····	188
(三)客源市场分析·····	191
(四)市场定位与预测·····	192
三、规划依据、指导思想与目标·····	194
(一)规划的依据与指导思想·····	194
(二)规划原则与目标·····	195
四、规划结构与分区建设·····	196
(一)规划结构·····	196
(二)分区建设·····	197
五、旅游产品与商品开发·····	201
(一)旅游产品开发·····	201
(二)旅游商品开发·····	207
六、旅游专项规划·····	208
(一)接待服务设施·····	208
(二)基础设施·····	209
(三)旅游区绿化·····	210
(四)环境保护·····	211

(五)管理体制·····	211
(六)人力资源开发·····	212
(七)资金筹措·····	214
(八)宣传促销·····	215
<b>主要参考文献</b> ·····	217
<b>附件(一)</b>	
全国农业旅游示范点工业旅游示范点检查标准(试行)检查验收须知 ·····	220
<b>附件(二)</b>	
农家乐经营服务规范·····	230
<b>附件(三)</b>	
福建省主要工农业旅游点情况简介·····	238
<b>后记</b> ·····	241



## 上篇

# 第一章 产业旅游资源的提出及其特征

## 一、旅游资源研究的进展

旅游资源是一个国家和地区发展旅游业的基础。旅游资源的研究历来是旅游研究的重要组成部分。随着旅游业的日益发展,旅游资源不断被开发利用,人们对旅游资源的认识也不断深化。回顾旅游资源研究的历程,大体上可分为以下三个阶段:

### (一)旅游资源研究的起始阶段(20世纪70年代末至80年代初期)

在我国,旅游资源被提上议事日程,是改革开放以后把旅游业当作经济产业来办才出现的事。1978年中国共产党召开的十一届三中全会,纠正了长期以来“左”的指导思想,确定了党和国家工作重点转移到社会主义现代化建设上来,提出了促进技术进步、提高经济效益、对外实行开放、对内搞活经济等一系列重大政策。社会主义现代化建设出现了欣欣向荣、蓬勃发展的新局面,我国旅游事业的发展也掀开了崭新的一页。

1978年10月到1979年7月间,邓小平在接见中国民航、国家旅游局、深圳、黄山等部门和地区有关人员时,发表了关于发展旅游的一系列讲话。邓小平指出“民航、旅游两个行业很值得搞”,“要用管理经济的办法来管理,要抓利润。”“搞旅游就要千方百计地增加收入。既然搞这个行业就要看看怎样有利可图。”怎样有利可图呢?他把眼光投到了我国丰富的人文旅游资源上,“我们国家地方大,名胜古迹多,如果一年接待五百万人,每人花费一千美元,就是五

十亿美元。”邓小平的讲话围绕着一个主导思想，即把旅游业当作经济产业来办。这一思想具有重要的历史意义和现实意义。改革开放之前，我国旅游业始终没有突破外事接待型的模式，工作重点主要在政治外交和民间往来方面，不讲究经济效益。文化大革命期间，更是把旅游接待当作单纯的政治接待。邓小平的讲话揭示了旅游业的产业性质，为旅游业的发展指明了方向。另一方面也推动了对旅游资源的开发利用，促进了人们对旅游资源的研究和认识。

这一期间，旅游部门从旅游产品的角度对旅游资源进行开发利用；各种资源管理部门则抓紧了资源的管理工作。这两方面的工作，在国家“大力发展旅游业”的方针下，协调发展、相互促进。与此同时，旅游资源的研究在学术界成为旅游研究的重要组成部分。1982年王立刚的《中国旅游经济学》指出：“旅游资源是旅游者参观游览的目的物，是旅游业存在和发展的凭借条件”。1983年邓观利的《旅游概论》认为“凡是足以构成吸引旅游者的自然和社会因素，统称为旅游资源。”在给旅游资源下定义的同时，一些学者还探讨了旅游资源的特点、分类以及中国旅游资源的状况等等。这些研究为以后旅游资源的研究和开发利用打下了基础。

### **(二) 旅游资源研究的发展阶段(20世纪80年代中期至90年代中期)**

20世纪80年代中期至90年代中期是我国“七五”、“八五”时期。“七五”期间我国进入重点旅游资源较大规模开发建设的新阶段。1985年1月，国务院批转国家旅游局《关于当前旅游体制改革几个问题的报告》，提出旅游业从主要搞旅游接待转变为开发建设旅游资源与接待并举，并提出了“国家、地方部门、集体、个人一起上，自力更生与利用外资一起上”的投资方针。从此，中国旅游资源工作从以保护为主、以接待为目的转入了大规模开发、增强旅游资源发展后劲的新阶段。1986年4月12日，六届人大四次会议审议批准了国家的“七五”计划，旅游第一次在国家计划中出现，旅游业开始走向产业化大发展的道路。之后，西安秦兵马俑博物馆等七大工程陆续兴建，各地一大批具有民族特色的人文和自然景观资源也得到了开发和利用。

“八五”计划期间，国家更加重视旅游业，1992年6月党中央、国务院作出的《关于加快发展第三产业的决定》，进一步明确旅游业是第三产业的重点。旅游资源是旅游业发展的基础，旅游业快速发展，也是旅游资源开发突飞猛进的时期。在旅游资源开发浪潮的推动下，我国的旅游资源研究有了较大的发展，出现了一批论著，如石高俊的《中国旅游资源》(江苏教育出版社，1986年)，陈传康、刘振礼的《旅游资源鉴赏与开发》(同济大学出版社，1990年)，国

家旅游局资源开发司、中国科学院地理研究所的《中国旅游资源普查规范》(中国旅游出版社,1992年),陈茂勋等的《旅游地学研究及旅游资源开发》(四川科技出版社,1992年),杨汉奎的《论风景资源的模糊评价》(自然资源学报,1987年第1期),俞孔坚的《自然风景质量评价研究——BIB-LCJ审美评判测量法》(北京林业大学学报1988年第2期),尹泽生的《区域旅游资源评价基本原理》(旅游学刊1995年第5期)等。此外,还有一批地学、资源学及旅游地理方面的论著,它们虽不以旅游资源研究为名,但由于这些学科知识与旅游资源的密切关系,这些论著的作者在研究自己学科知识的同时,总是或多或少包含了旅游资源方面的研究,而且不乏有影响的见解。这类著作有卢云亭《现代旅游地理学》(江苏人民出版社,1988年)、陈安泽等的《旅游地学概论》(北京大学出版社,1991年)、庞规荃《中国旅游地理》(旅游教育出版社,1992年)、保继刚等人的《旅游地理学》(高等教育出版社,1993年)等。

这一时期的旅游资源研究呈现出这样几个特点:

### 1. 研究内容扩大加深

首先,学者们继续对旅游资源的定义、特点、性质等作探讨。这一期间,学术界对精神的东西是否可以作为旅游资源,劳务是不是旅游资源,旅游资源是指“未经开发”的自然的物质条件,还是必须“经过开发”的才能成为旅游资源,抑或是旅游资源既包括“未经开发”又包括“已经开发”的,旅游资源是可移动或不可移动等问题进行了讨论,由此深化了对旅游资源的认识。

其次,在旅游资源的分类、分区、分级以及旅游资源的评价方法、开发利用等方面也有不少研究,并提出了一些新观点。如有的学者提出应对旅游资源进行动态分类(郭康,1990),有的学者在探讨旅游资源的新分类法的同时提出还应对旅游资源进行分级(艾万珏,1987),至于旅游资源的分区问题,学者们不仅探讨了分区的意义、原则,还探讨了分区方案(石高俊,1994;班武奇、韩景辉,1994等等)。在旅游资源评价方法研究方面,出现了定性评价方法、定量评价方法和二者相结合的综合评价法及其他评价方法。值得注意的是,这一期间关于旅游资源的研究成果大量被应用到旅游开发规划中去。旅游资源的研究一直走与实践相结合的道路,注重在实践中得到检验和升华。

### 2. 向区域性资源、类别性资源研究延伸

“七五”规划确定北京、上海、西安、桂林、广州、杭州、苏州等七个重点旅游城市和地区,经过一段时间的开发和建设,进一步发挥了旅游中心城市的作用和辐射功能;“长江三峡”旅游线、“丝绸之路”旅游线、“广桂昆”旅游线、“厦

门—泉州—福州—武夷山”旅游线及山东半岛旅游区等,绝大多数旅游线(区)建设已初具规模;各种富有民族特色和地方特点的专项旅游活动(如民俗旅游、汽车旅游、风筝旅游、新婚旅游、书法旅游、狩猎旅游、登山旅游、冰雪旅游、休学旅游、宗教旅游、武术旅游、疗养旅游)得到了广泛开展,进一步增强了我国旅游产品在国际市场中的吸引力。我国旅游资源的开发利用,已初步形成了一个重点突出、区域和线路相结合的总体格局。

这一时期区域性旅游资源及其开发的研究逐渐多起来,如雍万里关于武夷山(1984),陈传康关于大连(1991),林惠滨关于福建(1991),丁季华关于上海(1992),张忠孝(1992)关于青海,徐金发关于新疆维吾尔自治区(1992)的研究等等。由于旅游资源的调查研究是旅游开发规划中不可缺少的一个重要环节,如果把各地的旅游开发规划中的旅游资源研究计算在内,那研究就更多了。不仅如此,人们认识到不同类别的旅游资源,性质、功能不同,旅游价值也有所区别。随着各种专项旅游活动的广泛开展,类别旅游资源的研究兴起,宗教、园林、建筑、自然山水、民俗风情等都受到学者的关注,一些学者在研究类别旅游资源的特征、功用价值的同时,还将不同地域的同类旅游资源进行比较或将不同类别的旅游资源进行比较,将有关的研究做深入探讨。

### 3. 与旅游地学研究紧密结合

旅游资源的研究与旅游地学研究密切相连。丁季华的《旅游资源学》指出,“旅游作为一种人类特有的活动,是通过空间移动来实现的。从这个意义上讲,旅游学与地学是相关的学科,而相关的结合点就是资源。旅游学与地学交叉,形成旅游地学。因此,旅游地学基本上就是旅游资源学。”“运用地学的理论与方法,为旅游资源调查、评价、规划和开发初步构建了旅游资源学的框架。”<sup>①</sup>旅游资源与旅游地学的关系有待进一步探讨,但可以肯定的是,我国旅游资源的研究长期以来一直是包含在一些学者的旅游地学或旅游地理学的研究之中的,这一时期更是如此。

### (三)旅游资源研究的深入阶段(20世纪90年代中期以后)

我国的旅游资源开发的历程中,“九五”时期是旅游资源深层次开发的时期。国家加强宏观规划指导,继续调动各方面的积极性,进一步加快旅游资

---

<sup>①</sup>丁季华. 旅游资源, [M]. 上海三联书店 1999, 第 6~14 页.

源开发利用的步伐,使我国在利用资源方面所具有的优势进一步转化为产品优势和经济优势。

20世纪90年代中期以后是我国“九五”、“十五”时期,1998年年底召开的中央经济工作会议,确定将旅游业列为国民经济的增长点,进一步统一和提高了全党和各地方部门领导同志对发展旅游业重要意义和作用的认识,使我国旅游业的发展进入了一个全新的历史阶段。

### 1. 旅游资源学的提出

这一时期的最大变化是旅游资源的研究以独立的面貌走上学术舞台。一批旅游资源学的著作问世。杨桂华、陶犁等人的《旅游资源学》(1994)认为旅游资源学是专门研究旅游资源的一门学科。这门学科“是在旅游地理学的摇篮中长大成熟的,但是,旅游地理学除了研究旅游资源外,还研究其他的内容,而旅游资源学则专门研究旅游资源,其研究的深度和广度在旅游资源的开发利用实践活动推动下得以拓展和升华。”丁季华主编的《旅游资源学》(1999)也提出自己的看法:“旅游资源学是一门对自然、社会和精神领域中可以被开发成为旅游客体的专门资源研究的学科”。“旅游资源学是旅游学的一个分支。”“旅游学是对旅游活动的宏观研究,旅游资源学则属于对旅游活动的微观研究。”

虽然学者们对旅游资源学的看法不全一致,旅游资源学作为一门学科也许还不太成熟,但旅游资源的研究原来很大一部分是包含在旅游学、旅游地理学、旅游地学的研究之中的,这时分离出来,不能不说是旅游资源研究的一大发展。

### 2. 研究的目的是与开发利用进一步紧密结合

旅游资源研究的根本目的是为了更好地对旅游资源进行开发利用,学者从这一出发点认识到旅游资源学是一门理论性和实践性都很强的学科。杨桂华的《旅游资源学》将全书分为“旅游资源的认识研究”和“旅游资源的实践研究”。研究内容则紧紧围绕旅游资源开发,具体如旅游资源的形成、旅游资源的分类、旅游资源的范畴、旅游资源的审美、旅游资源的调查评价、旅游资源的开发规划、旅游资源及旅游环境的保护等等。实际上许多研究本身就是为解决某地的旅游资源开发问题而提出的,而其成果不仅解决了该地旅游资源的开发利用问题,而且深化了人们对旅游资源的认识。

随着国际旅游业持续稳定的发展,这一期间旅游活动形式向生态化、多元

化、特色化和参与化演变发展的趋势日益显著。为适应这一形势发展,这一时期加强了对生态旅游资源、具有独特性或垄断优势的观光型资源、尚未开发利用的特种旅游资源以及能够适应国际旅游新需求的资源等开发利用的研究,并取得了相应的成绩。另一方面,在西部开发的号角声中,西部旅游资源的开发研究也掀起了高潮。

### 3. 注重旅游资源的可持续开发利用

旅游资源可持续开发利用是从可持续发展引发出来的。1992年联合国环境与发展大会在巴西里约热内卢召开,提出全球可持续发展战略框架,而后可持续发展进入一个新的阶段。各国学者对可持续发展的理论、方法、技术及政策与措施诸方面深入探讨,使可持续发展理论不断得以丰富和完善,并向各个领域渗透。1995年4月,世界旅游组织在西班牙加那利群岛的兰沙罗特召开“旅游可持续发展世界会议”,通过了《旅游可持续发展宪章》和《旅游可持续发展行动计划》。1997年2月又在马尔代夫召开“可持续性旅游发展研讨会”,进一步探讨了旅游可持续发展的多种问题。

我国政府也十分重视旅游可持续发展。在80年代初旅游业的飞速发展中,中央领导同志就一再作出批示,对乱搞建设破坏旅游资源的现象给予干预和制止。1999年8月,我国在昆明召开“中国生态旅游可持续发展研讨会”。在新世纪的旅游发展中,更是以可持续发展为目标。

在旅游可持续发展思想的影响下,学术界对以前所提出的一些观点,如旅游是“无烟工业”、“低投入,高产出”、“非耗竭消费”等观点,重新进行审视。认识到旅游资源的开发必须以保护为前提,所有对资源的损害和对环境的污染行为,都严重妨碍了旅游业的健康发展,为了有效地保护旅游资源,人们提出了许多对策,如对旅游资源进行计价,加强旅游资源的管理等等。

## 二、旅游资源观的演化

---

### (一)旅游资源的定义

学术界对旅游资源内涵的认识体现在旅游资源的定义中。二十多年来,学术界在对旅游资源的研究中,形成了关于旅游资源定义的不同看法,以下是

一些有代表性的定义:

(1)凡是足以构成吸引旅游者的自然和社会因素,均统称旅游资源(邓观利,1983)。

(2)旅游资源就是吸引人们前来浏览、娱乐的各种事物的原材料,这些原材料可以是物质的,也可以是非物质的,它们本身不是浏览目的物和吸引物,必须经过开发才能成为有吸引力的事物(黄辉实,1985)。

(3)凡能为人们提供游览观赏、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(郭来喜,1985)。

(4)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,都是旅游资源(孙文昌,1989)。

(5)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(陈传康,1990)。

(6)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(保继刚,1993)。

(7)所谓“旅游资源”,是指由旅游地资源、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,是有关这三大要素相互间吸引向性的总和(杨振之,1997)。

(8)不妨将一切参与或有利于旅游生产过程的要素与条件均视为旅游资源。它们包括自然资本资源、物价资本、人才资源、金融资本、制度资本、市场资本等(杨开忠、吴必虎 1998)。

(9)广义上,旅游资源包括旅游景观资源、资金资源、设施资源、商品资源、人力资源、智力资源、信息资源和环境资源等,凡是能为旅游活动提供支撑和保证的一切物质和非物质的资源,都属于旅游资源。在狭义上,旅游资源仅指旅游景观和环境资源。构成旅游资源的核心因素是对旅游者具有吸引力,因而在经济效益、社会效益和生态环境效益上具有开发价值的一切事物和现象都属于旅游资源,包括自然的和社会的、历史的和现代的、物质的和精神的、有形的和无形的、有限的和无限的、现实的和潜在的(王兴斌,2000)。

(10)旅游资源是一开放系统,如果说有标准或有定义核心,那么这个核心就是旅游产品。只要是具有开发为旅游产品的潜力事象,无论是有形的、还是无形的,都可以被视为旅游资源(吴必虎,2001)。

上述各种各样的旅游资源定义从不同的角度对旅游资源进行界定,它们大体可分为下述几类:

1. 主要从旅游者的角度去考察旅游资源

这类观点认为旅游资源就是指能吸引旅游者旅游的事物和因素,如观点(1)、(2)、(3)、(5)、(6)等。

2. 既从旅游者又从旅游业的角度去审视旅游资源

这类观点认为旅游资源首先要能吸引旅游者,但又要能为旅游业所用并能产生效益,如观点(4)、(9)等。

3. 从其他角度去认识旅游资源

如观点(7)从旅游基本要素间的关系,观点(8)从旅游生产过程,观点(10)从旅游产品开发等角度去认识旅游资源等。

## (二)旅游资源的内涵

学术界从不同角度对旅游资源的考察、审视和认识不断推动了对旅游资源研究的深化和对旅游资源本质的把握。2003年国家标准(GB/T18972—2003)《旅游资源的调查与分类》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。”此定义20世纪90年代即已提出,在这里被采用为标准定义,反映出当前学术界对旅游资源已达成共识。这种共识是在对旅游资源的反复探讨中形成的。该定义反映的旅游资源内涵主要包含以下几个层面:

### 1. 旅游资源能对旅游者产生吸引力

这是旅游资源与其他资源相区别的本质特征,也是判定某一事物或因素是不是旅游资源的首要标准。

一方面,一事物或因素若不能对旅游者产生吸引力,即便它有许多功能,也不是旅游资源。按照功能的不同,它可能是农业资源、林业资源、工业资源或其他资源,但不是旅游资源。另一方面,一事物或因素若能对旅游者产生吸引力,它们便可能转化为或可成为兼有原属性(如工业资源、农业资源等等)的旅游资源。谢彦君的《基础旅游学》认为:“旅游资源完全因其他目的而生成或存在,只是由于人们价值观的缘故而在一定历史时期成为旅游资源。任何作为旅游资源的自然存在、历史文化遗产和社会现象,都不是出自为满足旅游者需要的缘故而将它们生产出来并准备出卖出去,它们之所以成为旅游资源,完全是自然的无意志造化或人类因其他功能性目的而创造的成果,是先旅游而



客观地存在着的自然或人文因素。相对于旅游而言,它们是自在之物或独立之象,当人类的审美意识或旅游价值观不能接纳这些物象时,它们仍为原来的功能而存在;当人们的旅游意识垂青于它们时,它们遂成为旅游资源(当然,这里要肯定的事实是可以成为旅游资源的某种资源客观地具有某种可供审美和愉悦的元素)。”这种说法有一定道理。旅游资源中有一部分是根据客源市场的旅游需求“无中生有”创造出来的,但更多的旅游资源完全是因为其他原因而生成或存在的。如自然山水等地貌景观是地球内营力和外营力作用的结果,园林建筑、民俗风情等是人们社会生活的产物,当它们为旅游者感兴趣并能激发其旅游动机,也就是能对旅游者产生吸引力时,它们才可成为旅游资源。

依照这种观点,旅游资源的生成可分为两个环节,第一个环节是资源原物本体的生成;第二环节是旅游吸引力的生成。第一环节向第二环节过渡没有不可逾越的鸿沟,过渡或转化的关键在于人们为它所吸引,并由此产生旅游动机。

旅游资源因旅游者而存在,由于旅游者兴趣和需求是十分多样的,因此能够吸引旅游者的事物和因素也是十分多样的。这些事物和因素可以是物质的、也可以是精神的,可以是有形的、也可以是无形的,可以是开发的、也可以是未经开发的。旅游者兴趣和需求另一特征是具有变异性。从总体上看,旅游资源也就处于一种不确定的状态中,今天是旅游资源的,明天可能不是旅游资源;反过来,今天不是旅游资源的,将来则有可能是旅游资源。

## 2. 旅游资源可为旅游业开发利用

现代社会旅游是一种经济活动,旅游资源的经济属性为越来越多的人所认识。

能对旅游者产生吸引力的事物或因素,并不一定能为旅游业所开发利用。这一现象的存在大体上有几种情况:

### (1) 未成规模,吸引力范围有限

有些事物或因素未成规模或因特殊原因,只能对个别或少数旅游者产生吸引力,特别是一些属于私人性质的,只能吸引个别或特定少数旅游者出游的目的物和因素。如探亲旅游中,吸引某人或少数相关人物出游的亲友,我们还不能把他或她作为旅游资源。

### (2) 不可开放

有些事物或因素,如国家重点保护文物或一些科学技术、尖端产品的生产