

满足模块化和项目要求式教学，突出“学以致用”、问题导向，培养真正的“应用型”旅游业人才。



高职高专  
旅游管理类  
规划教材

杨学峰◎主编

王博 方德满◎副主编

# 旅游 资源学






高职高专  
旅游管理类  
规划教材

# 旅游资源学



杨学峰◎主编

王 博 方德满◎副主编

 中国发展出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

旅游资源学/杨学峰主编; 王博, 方德满副主编. —北京:  
中国发展出版社, 2009.7

(高职高专旅游管理类规划教材)

ISBN 978-7-80234-426-6

I. 旅… II. ①杨… ②王… ③方… III. 旅游资源  
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 102134 号

书 名: 旅游资源学

主 编: 杨学峰

副 主 编: 王 博 方德满

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-80234-426-6

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京大地印刷厂印刷

开 本: 787×980mm 1/16

印 张: 21

字 数: 410 千字

版 次: 2009 年 7 月第 1 版

印 次: 2009 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1—5000 册

定 价: 35.00 元

咨询电话: (010) 68990642 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮件: [fazhanreader@163.com](mailto:fazhanreader@163.com)

---

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

## 高职高专旅游管理类规划教材编委会

(排名次序不分先后)

李辉作	齐齐哈尔大学
于 涛	河南科技学院
孙国雁	齐齐哈尔大学
于小曼	河南科技学院
葛晓红	河南科技学院
艾静超	沈阳工程学院
盖陆祎	河北旅游职业学院
孙 静	哈尔滨商业大学
苟胜东	四川商务职业学院
冷 放	四川商务职业学院
卢红梅	四川商务职业学院
李 静	四川商务职业学院
李 樵	四川商务职业学院
肖 黎	四川商务职业学院
张 娟	四川商务职业学院
杨学峰	河南省信阳职业技术学院
王 博	河南省信阳市浉河区教育局
方德满	河南省信阳职业技术学院
冯 静	江西旅游商贸职业学院
尹 芳	河南省信阳职业技术学院
刘 爽	河南省信阳职业技术学院

樊雅琴	陕西杨凌职业技术学院
白晓艳	河北政法职业学院
焦金英	郑州旅游职业学院
张红娟	杨凌职业技术学院
张燕屏	重庆工贸职业技术学院
王旭丽	呼和浩特化工职业学院
刘娟	河北政法职业学院
陈道山	郑州牧业工程高等专科学校
安兵	郑州牧业工程高等专科学校
王爽	沈阳工程学院
栗洪伟	河南财政税务高等专科学校
曹兰	河南商业高等专科学校
魏九峰	郑州牧业工程高等专科学校
高荣丽	信阳职业技术学院
阮跃东	郑州牧业工程高等专科学校
冯建本	郑州牧业工程高等专科学校
澹丰霞	郑州牧业工程高等专科学校
晏晓丽	河南商业高等专科学校
王近	郑州牧业工程高等专科学校
张淋江	郑州牧业工程高等专科学校



实

已经证明，旅游业具有广阔的发展前景，它已经成为世界经济发展的一个重要推动力。从世界范围看，越是经济发达的国家和地区，其旅游业越是发达；反过来，越是旅游业发达的国家和地区，经济就越发达。我国旅游业起步较晚，但发展迅猛。经过近30年的努力，一个比较完善的旅游服务产业系列正在逐渐形成，旅游业已成为国民经济中的一个重要组成部分，作为一个“朝阳产业”，它是实现新世纪跨越式发展的新的经济增长点。

旅游业的发展，需要以旅游资源为基础。我国是一个地域辽阔、有着数千年悠久历史的多民族国家。多姿多彩的自然风光、源远流长的灿烂文化、风格各异的民俗风情、数不胜数的名胜古迹，成为世界上旅游资源最丰富并独具特色的国家之一。

旅游资源中多数属不可再生资源，盲目开发及过度消耗，会破坏或毁坏旅游资源。旅游业的可持续发展，要求我们切实保护好生态环境，保护好各类旅游资源。旅游资源种类繁多，形成机制多样，与所处的自然、社会环境密切相连，有着各自的发展与演化规律。只有掌握与理解各类旅游资源的成因、发展和演化规律，才有可能对旅游资源进行合理开发和深度开发，使旅游资源充分地、可持续地为旅游业发展服务。旅游资源是旅游产业的基础，研究旅游资源的开发利用，主要解决的是让旅游者看什么的问题。基于这样的认识，我们编写了这本《旅游资源学》，试图对旅游资源成因、旅游资源系统、旅游资源开发进行一些探索。本书可以作为高等院校旅游类专业的教材，也可供导游、规划等人员参考。

学习旅游资源学，需要培养两种能力。

一是信息处理能力。我们每天都生活在一个被海量信息包围的时代，既幸福，也惶惑。幸福的是，我们很容易获得各类信息。比如，只需带个手提电脑，几乎可以把我们教学科研所常用的图书杂志和报纸的信息网罗殆尽。要是过去，别说买不起，就是买来后那么多图书的存放，也很成问题，一般人也没有那么大的空间。而现在，你几乎不花钱就可以取得成千上万册图书信息。惶惑的是，虽然那么多信息可以任我使用，但我要会用。不会用，它是它，你是你，有等于无。同理，学习旅游资源课程，你不会缺少信息，比如你可以阅读教材，你可以上图书馆阅读有关参考书，你可以在期刊网上下载相关杂志阅读，你可以浏览《中国旅游报》、《旅游学刊》、《旅游科学》等专业报刊上大量的信息。但是，不管你有多少渠道取得信息，最后还是要由你的大脑来加工处理。否则，复制再多的信息在你的“U盘”上，还是它是它，你是你，有等于零。因此，建议大家平时要多动笔，要花大量的时间用于处理所获得的信息。要思考，要分析，要动笔整理。不要以为信息已经复制在电脑里，需要时再照着念，或者要考试时再强记一阵子，这只能是临时抱佛脚式的学习。没有花脑筋思考加工的知识是不可能长久的，只有真正掌握了的知识才永远属于你。

二是项目创新能力。人最重要的能力是创新能力。如果我们从小学到中学，从中学到大学，从本科到研究生，永远只知道重复前人的研究成果，永远没有属于你的新贡献，那你的存在又有什么意义呢？我们学习前人创造的知识，是为了进一步去创造新知识，去丰富和完善这个世界。就本课程而言，创新主要体现在旅游项目策划创新上。比如，旅游资源开发方面存在的最重要的问题，一个是同质旅游资源开发如何避免重复雷同的问题，一个是旅游开发和遗产保护的关系问题。仅仅这两个问题中就蕴藏着无限的创新机会。

本书由杨学峰担任主编，王博、方德满任副主编。前言、模块二由杨学峰执笔，模块三的项目一、二、三由王博执笔，模块三的项目四、五、六、七由方德满执笔，模块四、五由冯静执笔，模块三的项目八、附录由刘爽执笔，模块一由尹芳执笔。全书由杨学峰负责统稿、定稿。书稿完成后，承蒙河南大学梁留科教授、信阳师范学院余国忠教授负责主审，提出了许多十分宝贵的修改意见。中国发展出版社的赵建宏主任为本书的出版付出了许多心血。作者一并向他们致以深切谢意！

本书的编写是一次探索，无论是体系还是内容，都会有一些值得探讨之处；加上作者学识有限，错误和疏漏在所难免，期望得到读者朋友批评指正。

编者

2009. 6

全新应用型（就业型）  
高等教育“十一五”规划教材编委会

总编辑

彭松建 北京大学、中国大学出版社协会

总策划

戴勇 北京华版联教育科技有限公司、北京民办教育协会

主任委员（第一批、排名不分先后）

孙庆胜 徐州经贸高等职业学校

吴兆刚 徐州经贸高等职业学校

王乃森 扬州大学

李锦云 中国传媒大学

郭力 世界图书出版公司北京公司



**模块一 绪论**

- 项目一 旅游资源概述/2
- 项目二 旅游资源学的研究对象、内容和方法/7
- 项目三 旅游资源的分类/10

**模块二 自然旅游资源**

- 项目一 地质地貌类旅游资源/16
  - 第一节 概述/16
  - 第二节 地质作用和地貌成因/18
  - 第三节 地质旅游资源/22
  - 第四节 地貌旅游资源/31
- 项目二 水体类旅游资源/44
  - 第一节 概述/44
  - 第二节 风景河段/48
  - 第三节 漂流河段/50
  - 第四节 湖泊/52
  - 第五节 瀑布/56
  - 第六节 泉/59
  - 第七节 潮汐/62

- 项目三 生物类旅游资源/66
  - 第一节 概述/66
  - 第二节 植物/70
  - 第三节 动物/77
  - 第四节 自然保护区/82
  - 第五节 动、植物园及田园风光/86
- 项目四 气象、气候和天象类旅游资源/94
  - 第一节 概述/94
  - 第二节 气象、气候/96
  - 第三节 天象/101

### 模块三 人文旅游资源

- 项目一 历史遗迹类旅游资源/108
  - 第一节 概述/108
  - 第二节 古人类遗址、古都和古战场遗址/110
  - 第三节 名人遗迹、近现代重要史迹/113
- 项目二 古建筑类旅游资源/118
  - 第一节 概述/118
  - 第二节 长城、城墙、宫殿/121
  - 第三节 坛、庙/125
  - 第四节 亭、台、楼、阁、厅、堂、榭、舫、廊/131
  - 第五节 桥和水利工程/139
  - 第六节 民居/144
  - 第七节 坊、表、阙、经幢/148
- 项目三 古代陵墓类旅游资源/152
  - 第一节 概述/152
  - 第二节 陵墓的基本类型/156
- 项目四 城镇类旅游资源/161
  - 第一节 概述/161
  - 第二节 历史文化名城/163
  - 第三节 小城镇/165

- 第四节 现代化都市——上海/167
- 项目五 古典园林类旅游资源/170
  - 第一节 概述/170
  - 第二节 园林组成要素/173
  - 第三节 园林主要类型/177
- 项目六 宗教文化类旅游资源/183
  - 第一节 佛教寺庙建筑和佛教文化/183
  - 第二节 道教宫观建筑和道教文化/198
  - 第三节 清真寺和伊斯兰教节日/202
  - 第四节 教堂和基督教节日/204
- 项目七 社会风情类旅游资源/208
  - 第一节 民俗/208
  - 第二节 丝、瓷和工艺品/211
  - 第三节 饮食文化/213
- 项目八 特色旅游资源与潜在旅游资源/220
  - 第一节 特色旅游资源/220
  - 第二节 潜在旅游资源/224

#### **模块四 旅游资源的分布**

- 项目一 中国旅游资源分区/230
  - 第一节 中国旅游资源分区的原则与方法/230
  - 第二节 中国旅游资源分区/235
- 项目二 世界旅游资源的分布/250
  - 第一节 亚洲/250
  - 第二节 欧洲/255
  - 第三节 美洲/260
  - 第四节 非洲/263
  - 第五节 大洋洲/265

#### **模块五 旅游资源的保护与开发**

- 项目一 旅游资源的保护/270

- 第一节 旅游资源保护的意义/270
- 第二节 旅游资源衰败及破坏的原因/271
- 第三节 旅游资源的保护对策/275
- 项目二 旅游资源的调查、评价及其开发与规划/281
  - 第一节 旅游资源调查/281
  - 第二节 旅游资源评价/288
  - 第三节 旅游资源开发与规划/297

## 附录

- 附录一 中国的世界遗产名录/312
- 附录二 中国加入联合国人与生物圈保护区网名录/314
- 附录三 国家历史文化名城名录/316
- 附录四 全国重点风景名胜区名录/318
- 附录五 中国国家级自然保护区/321
- 附录六 中国国家5A级旅游景区/323

## 参考文献/325



# 模块一 | 1 绪论

## 基础知识

1. 掌握旅游资源的概念，认识旅游资源的特点。
2. 了解旅游资源学的研究对象、内容与方法。
3. 熟悉旅游资源的范畴，认识旅游资源的分类。

# 项目一

## 旅游资源概述

### 项目要求

1. 掌握旅游资源的概念。
2. 认识旅游资源的特点。

### 一、旅游资源的概念

随着各国经济的发展、交通的现代化、高新技术成果的应用，以及人民生活水平的提高，现代旅游业得到迅速发展。旅游业已成为许多国家的重要经济部门。

任何产业的发展，首先遇到的是资源问题。例如，农业的发展，离不开土地资源、气候资源；工业的发展，离不开矿产资源。一个区域旅游业的兴旺发达，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。因此，旅游资源是旅游业产生和发展的基础。

什么是旅游资源？许多学者对此作了建设性的探讨。陈传康、刘振礼认为，“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”；孙文昌认为，“旅游资源应指凡能激发旅游者旅游动机的，能为旅游业所利用的，并由此而产生经济效益和社会效益的自然和社会的实在物”；郭来喜认为，“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，以及友好往来的客体和劳

务，均可称为旅游资源”；傅文伟认为，“凡是具有旅游吸引力的自然、社会景象和因素，统称为旅游资源”；杨时进认为，“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”；杨振之认为，“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吸引向性的总和”。……诸种论述，都充分表达了作为旅游资源必须具有的吸引向性及有可能被用来开发的特性。随着旅游业的发展，对旅游资源的认识还会不断深化。

本书对旅游资源的含义界定为：

旅游资源首先指的是不同历史时期旅游主体所能认知的旅游吸引物，其次是指旅游个体为满足观赏、体验旅游吸引物的需要而创造出来的新的吸引物。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与物。应注意的是，郭来喜提出劳务作为旅游资源，是值得重视的。1991年，《国际标准化组织（ISO）第2号指南》第6版标准中，产品的概念包括硬件、软件、流程性材料和服务四项。服务成了产品的必要组成部分。这样，旅游中的接待服务也可理解成旅游产品，与风景资源等一样，成了旅游资源的有机组成部分。

旅游资源有物质的，也有非物质的；有有形的，也有无形的。人们对于山川、泉瀑、园林、寺塔等形态化的物质资源的认同感强，对于像上海海派文化等无形的不易为人们感知和触摸到的非物质的旅游资源，往往缺乏对其本质的理解与认可。实际上，精神的、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。

旅游资源是一个发展的概念，它的范畴还在不断扩大。在区域旅游业发展的不同历史阶段，以及全国乃至全球旅游业发展所处的不同历史阶段，对旅游资源的内涵会有不同的理解与认识。随着科技的进步，旅游资源的科技含量增加，资源潜能将进一步得到发挥。原来不是旅游资源的事物和因素，今天可以成为旅游资源予以开发。人们遨游太空、登上月球旅游的愿望也会成为现实。而且，科技进步本身即可形成新的旅游资源，目前一些世界发达国家纷纷利用高科技大做文章，建造大型综合性旅游景点与游乐场所。旅游资源的范畴几乎到了无所不包的程度。但对其品评与开发，都应以市场需求为导向。

与土地、矿产、海洋等资源一样，旅游资源也有它的价值属性。学界对人文旅游资源的价值属性的认识较为一致。因为它是人类劳动的直接成果，凝结着前人的智慧和汗水，是历史过程的产物，毫无疑问是有价值之物。而且，它的现存价值与时间存在着明显的正相关关系。对于自然旅游资源，人们错误地认为它不包含有人类劳动，是无价值之物，故无需进行

价值补偿。这种错误的观念导致对资源的野蛮、粗放的掠夺式开发，促使生态环境的急剧恶化，使资源遭受严重破坏与大量浪费。实际上，许多无法用货币单位表明其自身价值的自然旅游资源，恰恰是它有价值的表现。

### 【知识链接】

#### 旅行期间应做的事

- (1) 品尝当地地道美味佳肴。
- (2) 参观当地代表景点。
- (3) 购买当地特产。
- (4) 买份地图，逛逛大街小巷，了解当地风俗人情。

## 二、旅游资源的特点

旅游资源既有与其他各种资源所共有的属性，又有许多独有的特性。

### 1. 区域性

旅游资源存在于特定的地理环境中，是地理环境的重要构成要素。因此，旅游资源的区域差异是客观存在的。不仅自然旅游资源存在区域差异，人文旅游资源也同样存在区域差异。因为地理环境的区域分异规律主要制约着自然地理环境，而人总是生活在一定的自然地理环境中，他们在适应自然、顺应自然、求得自身的生存发展过程中，创造出灿烂的文化。这些文化不可避免地带上一定的地域色彩。如民居建筑特色的区域差异，民族服饰、饮食文化等的区域差异，都同气候的区域分异有着十分密切的联系。

### 2. 观赏性

旅游资源与其他资源最主要的区别，就是它有美学特征，具有观赏价值。尽管旅游动机因人而异，旅游内容与形式也多种多样，但观赏活动几乎是所有旅游过程都不可缺少的。从一定意义上说，缺乏观赏性，也就构不成旅游资源。形形色色的旅游资源，既有雄、奇、险、秀、幽、旷等类型的形象美，又有动与静的形态美；既有蓝天、白云、青山、绿水、碧海、雪原的色彩美，又有惊涛骇浪、叮咚山泉、淙淙溪涧、苍莽松涛等的声色美；既有建筑景观的造型美、气势美、时代美，又有地方特色菜肴的味觉美、嗅觉美和视觉美……它们都



给游客以符合生理、心理需求的美的享受，使人们的精神、性格、品质等在最有美质的各类旅游资源中找到对象化的表现。孔子“登泰山而小天下”的哲理悟性，至今仍给人以启示。

### 3. 独立性和垄断性

旅游资源的区域差异，意味着资源的可模仿性极差，它一般难以模仿或复制。尽管许多有关民族风情的主题园仿制了逼真的诸如竹楼、蒙古包等兄弟民族的村寨或居室，但它缺乏地域背景、周边环境与民族习俗等的依托，在游客的视域中，真假泾渭分明，无法替代。那些历史感强的资源，更无法离开特定地理环境的历史背景，否则将失去其本身的历史价值与观赏价值。长江三峡、桂林山水、壶口飞瀑等资源的特定地理环境，更是无法用人工力量来搬迁或异地再现。

### 4. 文化性

不论是自然赋存或社会创造，不论是自然为主辅以人文或人文为主，利用自然的各类不同形成机制的旅游资源，都有其科学性和自然、社会哲理。人们通过游览观光，可以获得新的知识、美的享受。例如，高原给人以胸怀开阔之感、大山给人以雄伟险峻之感、江河给人以奔腾怒放之感、竹林给人以清新幽静之感；自然保护区、植物园、动物园、博物馆等，可以帮助人们扩大知识领域，揭开自然和社会的奥秘。旅游作为一种文化型的经济活动，文化成为旅游的核心。但应指出的是，文化修养和精神境界的高低直接影响着人们对旅游景观的欣赏水平。因此，文化内涵的深浅，艺术水准的高低，在某种场合不与吸引力大小成正比。甲骨文具有很高的历史价值，但不可能吸引大批人去观赏，就是这个道理。

### 5. 不可再生性

旅游资源，除人工可以栽培的植物与繁殖的动物外，可以说是一种不能再生的资源，一旦破坏将不复拥有。例如，地面上的古建筑，总是有减无增，会一天比一天少下去。具有600多年历史的噶丹寺，是西藏拉萨著名的三大寺之一，1969年被毁。泉城济南，过去那种“家家泉水、户户垂柳”的美好景象，由于对水源地缺乏保护，已不复存在，甚至连著名的趵突泉、珍珠泉，也濒临断水的危机。旅游资源的这种不可再生性决定了对其保护的重要性。有人把旅游资源强调为能加以永续利用的资源，突出旅游资源供旅游者就地享用，不可能占为己有，更无法随身带走，游客买到的是经历，带走的是感觉，旅游资源却安然不动。值得指出的是，旅游资源的这种可永续利用，是有种种条件限制的。例如，石灰喀斯特洞，即使游客高度文明，自觉维护洞穴环境，若不控制环境容量，让过多游客涌入，也会改变洞穴小气候，加速洞穴化学沉积物的风化和破坏。

### 6. 整体性

首先，孤立的单个景物，往往很难作为一种旅游资源加以开发利用，即使资源的品位很