

高等教育旅游类专业系列教材

旅游资源学 概论

主 编 张艳红 陈国生 袁 鹏
副主编 陈晓亮 易 兵 唐 婧

配有电子
教学资料

中国物资出版社

高等教育旅游类专业系列教材

旅游资源学概论

主 编 张艳红 陈国生 袁 鹏

副主编 陈晓亮 易 兵 唐 婧

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游资源学概论/张艳红, 陈国生, 袁鹏主编. —北京: 中国物资出版社, 2011. 7
(高等教育旅游类专业系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 3896 - 7

I. ①旅… II. ①张… ②陈… ③袁… 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 (2011) 第 115333 号

策划编辑 张利敏

责任编辑 张利敏

责任印制 何崇杭

责任校对 孙会香 梁 凡

出版发行 中国物资出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.clph.cn>

经 销 新华书店

印 刷 中国农业出版社印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 3896 - 7/F · 1550

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 11.75

版 次 2011 年 7 月第 1 版

字 数 250 千字

印 次 2011 年 7 月第 1 次印刷

印 数 0001—3000 册

定 价 25.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

前言

旅游资源是旅游业赖以发展的物质基础,科学的旅游资源规划是实施可持续旅游的基本依据,合理的旅游资源开发对旅游业的健康发展具有决定性的意义。1995年4月24~28日,联合国教科文组织、环境规划署、世界旅游组织在西班牙召开了“可持续旅游发展世界会议”,包括中国在内的75个国家和地区的600多位代表出席了会议,会议最后通过了《可持续旅游发展宪章》(以下称《宪章》)《可持续旅游发展行动计划》。《宪章》指出:“可持续旅游发展的实质,就是要求旅游与自然、文化和人类生存环境成为一体,自然、文化和人类生存环境之间的平衡关系使许多旅游目的地各具特色,旅游发展不能破坏这种脆弱的平衡关系。”这里自然是指自然景观旅游资源,文化是指人文旅游资源。旅游资源的特色和永恒存在是旅游业存在和发展的基础,而旅游资源具有稀缺性和不可再生性,旅游活动造成的环境损耗和地方特色逐渐消失,对旅游业的可持续发展能力构成严重威胁。由此可见,旅游可持续发展的实质上就是旅游与旅游资源和生态环境和谐统一的条件下进行旅游资源开发,开展旅游活动。

为了适应市场经济制度下旅游业发展的需要,本书以培养有理论、有技能的应用型人才为编写目的,删除了一些理论性内容,在充分吸取了高等教育院校在探索培养技能型人才方面取得的成功经验的基础上,编写而成。本书以国家最新颁布的《旅游资源分类、调查与评价》《旅游规划通则》为依据,完整、系统地阐述了自然类旅游资源、人文类旅游资源和旅游资源开发。本书强化了对旅游资源的认识和旅游资源的开发模式,并根据我国地域辽阔、东方文明古国的特点,突出了自然景观类型的多样性和人文文化、民俗风情的多元化。它可供旅游管理、地理科学、环境科学、城市规划等专业的本科院校、高职高专院校、民办高校及成人高校作教材使用,也可作为旅游、管理、经济、环境、规划等行业部门的管理人员和科技工作者的参考书;并能作为调查、普查区域旅游资源的培训用书。

本书由中国物资出版社出版,中国物资出版社职业教育编辑室张利敏编辑为本书的出版付出了许多心血。在此特别致以深切谢意。21世纪是旅游业大发展的时期,我国迫切需要一批兼具理论基础和实践操作能力的旅游专业人才,希望《旅游资源学概论》的出版能为此尽微薄之力。

编者

2011年6月

目 录

第一章 绪 论	(1)
学习目标	(1)
第一节 旅游资源的述评	(1)
第二节 旅游资源学的研究对象和主要研究内容	(4)
思考与练习	(6)
案例分析	(7)
第二章 旅游资源的特点与分类	(8)
学习目标	(8)
第一节 旅游资源的分类	(8)
第二节 旅游资源分类、调查与评价的作用	(13)
思考与练习	(16)
案例分析	(16)
第三章 地质地貌类旅游资源	(17)
学习目标	(17)
第一节 概 述	(17)
第二节 综合自然旅游地景观	(19)
第三节 地质地貌过程景观	(25)
第四节 沉积与构造景观	(27)
第五节 海岸岛屿旅游资源	(29)
思考与练习	(34)
案例分析	(34)
第四章 水体类旅游资源	(35)
学习目标	(35)
第一节 概 述	(35)
第二节 河段景观	(38)
第三节 天然湖泊与池沼景观	(41)



第四节 河口与海洋景观	(44)
第五节 泉 井	(46)
第六节 瀑布景观	(47)
第七节 冰雪地景观	(49)
思考与练习	(51)
案例分析	(51)
第五章 生物类旅游资源	(53)
学习目标	(53)
第一节 概 述	(53)
第二节 动物类旅游资源	(56)
第三节 植物类旅游资源	(58)
第四节 自然保护区	(61)
思考与练习	(64)
案例分析	(64)
第六章 天象与气候景观类旅游资源	(66)
学习目标	(66)
第一节 概 述	(66)
第二节 气象气候类旅游资源	(67)
第三节 天象类自然景观	(69)
思考与练习	(71)
案例分析	(72)
第七章 历史遗迹类旅游资源	(73)
学习目标	(73)
第一节 概 述	(73)
第二节 史前人类活动场所	(74)
第三节 社会经济文化活动遗址遗迹	(77)
思考与练习	(81)
案例分析	(82)
第八章 古典园林类旅游资源	(83)
学习目标	(83)

第一节 园林概念和组成要素	(83)
第二节 我国古典园林的特点和主要类型	(86)
思考与练习	(92)
案例分析	(92)
第九章 民俗旅游资源	(94)
学习目标	(94)
第一节 概 述	(94)
第二节 民俗的分类	(97)
第三节 民居与民族服饰	(100)
第四节 民间工艺品与民族风味饮食	(102)
思考与练习	(105)
案例分析	(105)
第十章 文学艺术中的旅游资源	(106)
学习目标	(106)
第一节 文学艺术的旅游功能与特点	(106)
第二节 文学与旅游	(109)
第三节 旅游文学作品	(111)
第四节 旅游艺术作品	(112)
第五节 戏剧、杂技和武术	(112)
思考与练习	(113)
案例分析	(113)
第十一章 旅游商品类旅游资源	(115)
学习目标	(115)
第一节 基本概念	(115)
第二节 旅游商品资源的类别	(116)
思考与练习	(127)
案例分析	(127)
第十二章 旅游资源的调查与评价	(129)
学习目标	(129)
第一节 旅游资源的调查	(129)



第二节 旅游资源的评价	(133)
思考与练习	(143)
案例分析	(144)
第十三章 旅游资源开发	(145)
学习目标	(145)
第一节 旅游资源开发的理念	(145)
第二节 旅游资源开发的模式	(154)
思考与练习	(155)
案例分析	(155)
第十四章 旅游资源全面提高与可持续发展	(157)
学习目标	(157)
第一节 旅游资源保护	(157)
第二节 旅游资源的可持续发展	(161)
思考与练习	(164)
案例分析	(164)
第十五章 旅游资源研究的现代技术方法	(166)
学习目标	(166)
第一节 GIS 技术	(166)
第二节 遥感技术	(170)
第三节 虚拟现实技术	(174)
思考与练习	(177)
案例分析	(177)
参考文献	(179)

第一章 绪 论



本章主要讲述旅游资源的科学范畴、旅游资源学的发展和旅游资源的基本知识,我国旅游资源开发与规划及旅游环境保护的任务、方针、要求。通过学习,要求学生了解中国旅游资源的特点,明确旅游资源利用的责任和义务,学会运用合理保护旅游环境的措施和方法。

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来源。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。

第一节 旅游资源的述评

一、旅游资源概念的现代定义

旅游资源这一概念是随着旅游活动的发展而出现和变化的,旅游资源的内涵也非常丰富。

旅游资源的广义定义涉及面非常宽泛,从基础设施建设到社会治安环境,从当地经济发展水平到教育水平,都成为旅游资源组成部分或评价因子,但实际上,这些因素都可以通过“后天培养”加以改善,而资源审美价值和独特性等“先天”的关键因子却难以改变。

旅游资源开发的目的是向旅游者组织并销售旅游产品,推动旅游业的发展,其核心是旅游产品。从这个意义上讲,着眼于产品的狭义定义更便于指导旅游资源的开发工作。

狭义定义可延伸理解,不能进行产品化开发的旅游吸引物不能算做旅游资源;在现阶段技术条件下不能转化为旅游产品的资源(如深海旅游、月球探险)则是“潜在



旅游资源”；极少部分人能参与的旅行或探险活动（如极地穿越、攀登珠峰等），由于在现阶段不具备“规模性”，也不能算做现实的旅游资源。

可见，旅游资源包括能为旅游者提供游览、观赏、知识、乐趣、度假、疗养、休息、探险猎奇、考察研究以及友好往来的客体和劳务。人们在旅行中所感兴趣的各类事物，如国情民风、山川风光、历史文化和各种物产等，凡是对旅游者具有吸引力的，并能进行旅游活动的自然因素，社会因素或其他任何因素，均属旅游资源。旅游资源可分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类。自然旅游资源指的是大自然造化出来的各种特殊的地理地质环境、景观和自然现象。人文旅游资源是人类社会中形成的各种具有鲜明个性特征的社会文化景观。旅游资源最核心的是其吸引功能，吸引功能是旅游资源区别于一切其他资源的最重要的特征。

旅游资源是旅游经济的特有范畴，是指一切对旅游者构成吸引力的自然现象和社会现象及事物的总和。旅游者之所以愿意去某国或某地旅游，是因为那里对他们具有吸引力，构成这种吸引力的可能是自然因素，也可能是社会因素、文化因素或其他任何因素，也可能是上述多种因素兼而有之，旅游业凭借这种吸引力能够带来某种经济和社会效益。对旅游者不具有吸引力又不能被旅游业所利用的资源不能归属于旅游资源的范畴。

旅游资源是一个内涵非常广泛的集合概念，在表现形式上具有多样性，可以是自然的、人文的，也可以是历史的、当代的。大多数旅游资源，特别是自然或历史的旅游资源，在空间上是不可移动的，这在一定程度上限制了其效用的充分发挥。随着社会生产力的发展和人们兴趣、需要及时时尚的变化，旅游资源的仿建或再创造既有了可能，又成为必要。在旅游资源匮乏的地区，可以凭借强大的经济及科技实力，建造一些旅游景点来发展旅游业，新加坡和日本的迪斯尼乐园便是成功的范例。仿造的旅游景观，如果脱离了原来的氛围，其文化意义或魅力必将降低。因此，旅游投资者在决策前必须作好市场分析和项目论证。

二、旅游资源的特性

（一）类型多样性

旅游业是高度综合性的特殊事业，旅游活动是现代社会人类的一种广泛的地域活动，需要有多种旅游资源满足旅游者不同需求。中国旅游资源丰富多彩，具有多种功能。以地貌景观而论，从海平面以下 154 米的吐鲁番盆地的艾丁湖，到海拔 8848.13 米的世界第一高峰——珠穆朗玛峰，具有类型多样、富有美感的风景地貌。再从旅游气候来分，不仅有跨度较大的纬向性南北地带变化，还有因地形起伏造成的立体气候效应，中国俗语所说的“一山有四季，十里不同天”，即是立体气候的写照。中国是世界文明的发祥地之一，曾创造出过辉煌灿烂的业绩。古老的华夏文明是中华民族各族



人民共同的精神财富，它具有强大的生命力，之所以历久不衰是因为其强大的内聚力和融化力。几千年来通过海路通道使中华文化传播世界各地，也促进了人类的进步，成为世界文明的一个重要组成部分。在光辉的中华文明中，不仅保持了国内各族人民的智慧结晶，同时可以寻觅出古印度、古波斯、古埃及、古希腊、古罗马文化的痕迹，其中宗教文化的影响最为深刻。因此，无论自然旅游资源还是人文旅游资源，均可体现出中国旅游资源的多样性特色。

（二）时代古老性

历史文化是古代劳动人民的智慧结晶，是当今人类社会发展与进步的精神源泉。现代旅游活动中，人们既渴求欣赏大自然的秀美，提出“重返大自然”的口号，同时也盼望回溯历史，置身于历史长河之中，从中吸取教益，增长知识，获得启迪，丰富精神生活。中国是世界文明古国，又是古人类发源地之一，许多旅游资源以其历史悠久、文化古老而著称。例如，云南禄丰石灰坝发现的古猿化石，据考证有 800 万年的历史，是迄今世界上所有发现的中新世纪晚期到上新世早期各类古猿中第一个头盖骨。再如前几年在新疆阿尔泰山发现的千里岩画长廊，汇集了先秦以来各兄弟民族的岩画达一万余幅，不仅填补了研究这一山区古代史的文字空白，而且和旖旎的山水风光共同组合成一个神奇旅游胜地。

（三）蕴藏丰富性

中国旅游资源不仅种类繁多，而且丰富多彩，储备雄厚，开发利用的保证程度高，能够有较大的旅游环境容量。中国的山景资源、古城遗址、帝都王陵、禅林道观、古代建筑、园林艺术、民风民俗等，资源之丰厚足以位居世界各国前列。

（四）地域固定性

不仅自然旅游资源是在一定自然地理条件下形成的，不可移置，而且历史古迹旅游资源也是人类社会在特定的地域环境和特定的历史条件下的产物，为过去历史的见证，它们在地域上也是固定的。虽然在现代经济和技术条件下可以在其他地方仿制，但是一些旅游景观由于脱离了当地的历史和环境，景观生态关系不完整，仿制品已失去了原有的魅力和意义。

（五）季节变化性

由于自然条件、特别是气候条件的季节变化，加上人为因素的推波助澜，使得旅游资源的季节变化性十分明显，主要表现在三方面：①有些自然风景只在特定的季节或时期里出现。②同样的自然景物在不同的季节里展现出不同的风姿。③一些人文景象或活动都是在特定的季节或时间里出现的。

（六）美学奇特性

稀奇独特是旅游资源珍贵性及其吸引游客的魅力所在。这不但是因为旅游者具有好奇心理，更重要的是它具有重要的科学价值，有助于探索自然奥秘，研究人类社会



演化的进程。中国许多旅游资源在世界上堪称奇特,诸如山水风光、飞禽走兽、花卉林木、古代建筑、文化艺术、工艺制品等,都可以找到其特性所在。例如,美国科罗拉多大峡谷堪称世界自然奇观,吸引了大量的游人,但其规模和壮观程度远不如中国金沙江上游的虎跳峡。在“万里长江第一湾”处的云南丽江境内,有一条长16千米、落差196米的大峡谷,两岸雪山高出江面竟达3000多米,而江面最窄处仅30多米,相传因为老虎能跳跃此峡而得名,这种壮丽奇险的景色称绝于世。

(七) 价值不确定性和时代性

旅游资源的评价主要分为两类,即旅游资源自身价值评价和旅游资源开发价值评价,两者有密切的联系,同时又有明显的差异,它主要表现在评价的结果上。旅游资源自身评价,主要根据对旅游资源调查所得到的资料,通过整理、统计得出特征数据,据此判断旅游资源品位;而旅游资源的开发评价则是以旅游资源自身评价为基础,同时考虑对旅游资源开发不可或缺的开发条件和客源市场等因子。所以,开发评价的结果往往与自身评价有较大差异。影响旅游资源价值不确定的原因:①由于其价值是随着人类的认识水平、审美需要、发现迟早、开发能力、宣传促销等众多因素的变化而变化的,在不同的时代、不同的社会经济条件下,同种旅游资源的价值也是不同的。②不同的人可以从不同的角度评估旅游资源的价值。③开发利用方式和开发利用的外部条件不同也会使同种旅游资源具有不同的价值。

(八) 利用永续性和易损性

旅游资源在开发得当、保护得力的情况下,一般都可以长期反复利用。但如果利用和保护不当,旅游资源也是很容易遭到破坏的,而且一经破坏,便难以恢复。

第二节 旅游资源学的研究对象和主要研究内容

一、旅游资源学的主要研究对象

旅游资源学是专门研究旅游资源的类型、形成机制、开发功能、合理保护的一门综合性的学科。

二、旅游资源学的主要研究内容

1. 研究旅游资源形成的自然环境,社会条件与历史背景

各类旅游资源都各有其自己形成的渊源,自然旅游资源是各种自然因素相互作用,长期演化的结果;人文旅游资源是特定社会环境与历史条件下的产物,也具有自然形成的属性。旅游资源的开发,需从研究旅游资源的形成机制入手,只有这样,才能充分展现旅游资源的科学价值,深入挖掘旅游资源的文化内涵,深刻认识旅游资源的文



化属性,提高旅游资源的艺术与观赏品位,从而最大限度地发挥旅游资源的效益功能。

2. 研究旅游资源的特点与分类

在认识各类旅游资源形成机制普遍规律的基础上,要寻找各类旅游资源之间的差异,找出不同旅游资源的特点,注意不同特性资源的互相转化。差异越大,特点越明显,开发价值就越高。所谓旅游资源特点,指旅游资源的鲜明个性、旅游资源的“特殊本质”。对旅游资源特点的认识,要作深入的考察、科学的分析、广泛的横向对比。随着科技的进步、社会的发展、旅游资源内涵的延伸,旅游资源的种类与数量越来越多。对旅游资源作出合理的科学分类,是认识与研究旅游资源的前提与条件。

3. 研究旅游资源的开发功能

旅游资源是能够激发旅游者旅游动机并进行旅游活动,为旅游业所利用的客体。由于各类旅游者精神需求的差异,同一客体,对于不同旅游者的吸引力是因人而异的。秀丽的山川田野,能够满足城市居民返璞归真、回归大自然的精神需求,对城市居民有强烈的吸引力;而现代化的都市建筑能够满足乡镇居民对现代化追求的精神需求,对乡镇居民有强烈的吸引力。另外,同一客体,因包装、开发深度的差异,对旅游者的吸引力也会不同。如苏州虎丘,原名海涌山,高仅数十米,相传春秋时吴王夫差将其父阖闾埋葬在此,并有建于宋代的八面七层砖身木檐的仿楼阁形塔,吸引着海内外众多游客。该丘虽然矮小,但从成因考察,它是地质时期火山喷发堆积而成,由下而上,层次清晰,有一定典型性。因此从科普的角度,开发虎丘的科学考察旅游功能,定将能吸引更多的游客。总之,对不同属性的资源,应采取不同的开发利用对策。

4. 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,两者有可能得到完满的统一。一般来说,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、旅游资源学的研究方法

1. 野外考察

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营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所在,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

社会调查是对社会现象的观察、度量及分析研究的活动。它以社会现象及现象之间的关系为研究对象。它采取经验层次的方法,如观察、访问、实验等,直接在现实的社会生活中系统地收集资料,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

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. 遥感技术运用

遥感就是感知遥远的物体,即在一定的距离以外感受、识别和量测所需要研究的对象。目前在旅游资源普查、旅游生态环境质量评价等方面,遥感技术都有着广泛的应用。例如一张航空相片,当比例尺为1:20000,像幅为18厘米×18厘米时,它所摄地面的面积(截幅)约13平方千米。而卫星相片所包括的地面截幅为185千米×185千米,近3.4万平方千米的面积,它相当于上述航空相片2600张所覆盖的面积。由于面积大,视野辽阔,信息丰富、真实、客观,便于了解全面,分清主次,类比研究,从而提高工作效率与工作质量。



思考与练习

1. 什么是旅游资源,其核心是什么?为什么说旅游资源是一个发展的概念?
2. 旅游资源学研究的主要内容有哪些?



案例分析

黄山十大名松之一“送客松”枯死

2005年年底,黄山十大名松之一“送客松”在经历了约450年的风吹雨打之后寿终正寝。尽管当地园林部门组织了众多专家对其进行抢救,但还是没有挡住“送客松”离去的脚步。生老病死,实乃人之常情,世间万物概莫能外。因此,对于老树枯死,人们除了感到一丝无奈之外并无其他。

这棵“送客松”高4.8米,树龄约450年,原来立于玉屏楼右侧道旁,枝叶侧伸好像作揖送客,与名扬世界的黄山“迎客松”遥相对应。

2005年8月,有关部门在黄山古树名木例行体检时发现,送客松两年生针叶有发黄迹象。园林部门随即组织专家研究制订抢救方案,为复壮该树采取了一系列措施。

抢救期间,每天有两名专业林业技术人员看护送客松,除实施专家确定的抢救方案外,哪怕是落下一根松针也要作记录。

但由于松树生长的自然规律等因素,这株极珍贵的松树没有挽救成活。专家及游客对此均表示非常惋惜。从2005年8月中旬开始,黄山风景区派人上山寻找所有古树名木的“未来替代者”,送客松等名木的替代树已经找到,“迎客松”的“替身”几乎和原树一模一样。这些“替代者”已被记录在册。专家称,它们的造型与原有古树非常相似,比原树年轻,地理位置上也利于作为景点开发和游客游览观赏。

然而,在现实生活中,更多的风景名胜,或由于过度开发,或由于人为破坏等非自然因素,失去其原来的韵味甚至加速走向消亡。记下这些让人痛心的案例,既是为了纪念,更是对人们的警醒:请珍惜祖国大好河山!

思考:为什么说旅游资源是十分脆弱的?



第二章 旅游资源的特点与分类



学习目标

通过本章学习,使学生了解到我国旅游资源品种多、分布广、储量丰富,有着极大的开发利用潜力。为了深入认识与研究旅游资源,以便更好地予以开发利用,更最大限度地满足旅游者的需求和取得良好效益,必须对旅游资源进行科学分类,这是一项既有理论意义又具有实践意义的工作。

第一节 旅游资源的分类

旅游资源是旅游业可持续发展的物质基础和旅游生产力增长的潜力所在。其普查是编制旅游发展规划的基础,旅游资源分类系统即以资源普查为目的。由于旅游资源的多样性以及随时代的延展性,目前世界各国对旅游资源尚没有统一的分类标准和分类方法。有的按照旅游资源在时空中存在方式划分为永久性旅游资源和可消耗性旅游资源;有的按照旅游资源的形式不同而划分为自然旅游资源和人工旅游资源;有的按照旅游者的旅游动机不同而划分为心理旅游资源、精神旅游资源、健身旅游资源和经济旅游资源等。旅游资源分类的关键点是如何有利于旅游资源的开发、建设和保护。根据不同的目的,可以有不同的分类标准和分类方法,目前常用的是按旅游资源的属性和成因分类。

一、中科院遥感应用研究所的分类——共三级 145 类

中科院遥感应用研究所对旅游资源的分类如下表所示。





旅游资源分类

一级类型	二级类型	三级类型
自然风光	山岳	雪峰、冰川、名山、火山、怪石
	岩溶	石林、峰林、峰丛、溶洞、地下河
	江河	峡谷、瀑布、急流、险滩、江岸石矶、江心洲、岛屿
	湖泊	湖滩、湖心岛、湖堤
	泉水	冷泉、温泉、热泉、沸泉
	海洋	海滩、海岸、礁石、海岛、海港、海湾
	黄土	黄土塬、黄土沟壑、黄土丘
	生物	森林、草原、花卉、动物
	沙漠	沙丘、响沙、戈壁
	奇观	日出、日落、日蚀、月蚀、海市蜃楼、佛光、圣灯
	自然保护区	植物保护区、动物保护区、地质剖面保护区、典型地貌保护区
	气候	日照、气温、积雪、风力、降水
人文景观	历史古迹	古人类遗址、古文化遗址、古城遗址、古冶窑遗址、皇帝陵墓、古代墓群、宫殿建筑、寺庙建筑、园林建筑、纪念性建筑、亭台楼阁、书院学堂、名人故居、牌坊、宫阙、长城关隘、古代道路、古运河、古堰塘、古桥梁、石窟、古塔、碑刻、壁画、影壁、造像、经幢
	近代史迹	革命遗址、烈士陵园、纪念性建筑
	园林艺术	帝宫园林、宅第园林、公共园林
	社会风情	民族节日、民族服饰、民族习俗
	文化艺术	绘画、书法、音乐、文学、戏剧、曲艺、电影、杂志、体育、博物馆
	城乡风貌	街道、大楼、商场、乡村、田园、牧场、梯田、农场
	现代工程	水库、水坝、隧道、船闸、潮闸、大堤、桥梁、矿井、钻井台、大型企业、铁塔
	科学技术	试验场地、科技成果
	旅游设施	饭店、酒店、车队、购物中心、索道、游船
	交通设施	地铁、码头、机场、车站、停车场
	游乐场所	公园、游乐场、文化宫、俱乐部、动物园、植物园、主题公园（仿古建筑、微缩园等）
	运动场地	体育场、体育馆、海滨浴场、滑雪场、狩猎场、高尔夫球场、跑马场
其他	工艺产品	雕刻、景泰蓝、瓷器、漆器、刺绣、织锦、编织、地毯、剪纸、泥塑、手工艺品
	土特产品	茶叶、名酒、药材、果品、土产
	名菜佳肴	小吃、名菜、名点