

旅游学新视野

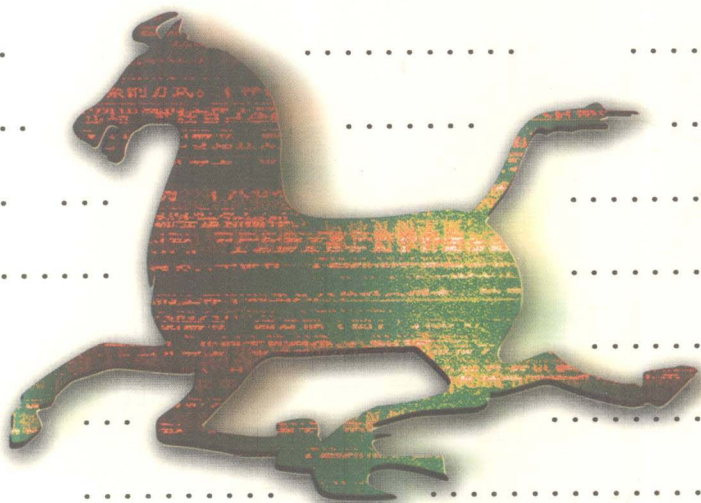
户外游憩

——自然资源游憩机会的供给与管理

*Introduction to Outdoor Recreation: Providing and Managing
Natural Resource Based Opportunities*

Roger L. Moore B.L. Driver 著

李健 译 刘慧梅 校



南开大学出版社

本译著为浙江农林大学青年教师创新团队（2009RC10）成果，
并得到国家社科基金（10BGLO47）、浙江农林大学出版基金资助

户外游憩：自然资源游憩 机会的供给与管理

**Introduction to Outdoor Recreation:
Providing and Managing Natural Resource Based Opportunities**

Roger L. Moore
B. L. Driver 著

李 健 译
刘慧梅 校

南开大学出版社
天 津

户外游憩——自然资源游憩机会的供给与管理

Outdoor Recreation: Providing and Managing Natural Resource Based Opportunities

Roger L. Moore & B. L. Driver 著;李健译,刘慧梅校

Copyright © 2005 Venture Publishing, Inc.

本书中文简体字版由 Venture Publishing Inc. 授权南开大学出版社独家出版,未经出版社书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权所有,翻印必究。

天津市出版局著作权合同登记号:图字 02—2010—160

图书在版编目(CIP)数据

户外游憩:自然资源游憩机会的供给与管理/(美)摩尔,
(美)德莱维尔著;李健译. —天津:南开大学出版社,2012.6
(旅游学新视野)
ISBN 978-7-310-03907-4

I. ①户… II. ①摩… ②德… ③李… III. ①旅游
经济—研究 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 094133 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:孙克强

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 30.125 印张 2 插页 550 千字

定价:48.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

原 序

本书的范围

- 在国家森林保护区营火旁讲述离奇故事；
- 在纽约中央公园慢跑；
- 在犹他州崎岖不平的山路上骑自行车；
- 在哥斯达黎加国家公园拍照；
- 在酋长岩（El Capitan）攀岩；
- 喜欢与好朋友为伴；
- 测试各种技能；
- 认识大自然；
- 体验挑战、享受成功的喜悦；
- 猜测自己在宇宙中的地位；
- 留下回忆；
- 意识到保护自然环境可以给家庭、健康、经济以及社区带来诸多好处。

以上就是《户外游憩》这本书所涵盖的范围，其中涉及成千上百的游憩活动、让人满意的游憩体验以及各种各样的效益。本书介绍了户外游憩的含义、提供户外游憩的机会以及对户外游憩点的专业管理。

尽管户外游憩花样繁多、形式多样，但有一点是相同的：从其定义可以看出，所有的户外游憩都在一定程度上依托于自然环境：可能是人迹罕至的自然荒野区，也可能是人为修饰的城镇公园或林荫小道。户外游憩可以在离你最近的公路上开展，也可以在市中心的小公园里进行。本书首先为户外游憩专业人士和游憩机会提供者介绍了必要的概念和技能，接着重点讨论了那些公众可进入的区域，不管这些区域的土地是公共的还是私有的，是免费的还是收费的。

本书主要是为了让那些有志成为户外游憩专业人士（即那些提供户外游憩机会、管理户外游憩资源并且掌握相关专业知识的）的人对户外游憩有更加深入的了解。本书的主要目的是介绍必要的户外游憩专业知识。

本书介绍了有关户外游憩和游憩资源管理方面的知识。由于世界各国对户

外游憩资源和相关设施的看法和重视程度各不相同，本书主要描述了美国户外游憩开展的情况。虽然我们也列举了其他国家的一些例子，但是我们把研究重心放在了美国，其目的就是为了让该研究更加合理、可靠。虽然每个国家户外游憩的资源和机会都不一样，但是我们相信最本质的原理是一样的，不管是经济发达、拥有悠久的户外游憩传统的国家，还是那些正在发展和应用的国家。这个信念是我们根据多年专业的经验，基于美国以及全世界各个国家之间的专业合作而得来的。

户外游憩领域及其教育的重要性

我们选择户外游憩作为我们的专业并且撰写了这本书，是因为我们相信户外游憩管理是一个非常重要的领域，并且是一个光荣的职业。从最基本的层面来看，户外游憩是两个元素之间的关系：人和自然环境。离开了自然环境，人类不能生存，没有了和自然环境的联系，人类也不能很好地生活。同样，如果人类不精心管理我们的土地和有限资源，自然环境也将无法维持地球上逾 60 亿的人口。

很多地方的户外游憩环境非常脆弱，有些则非常独特、不可替代。这些自然区域之间的生态关系也非常复杂。一个地方的改变往往会造成其他地方一系列无法预知、不可逆转的变化。这些变化，加上人类各种活动（包括户外游憩）有意或无意的影响，已经成为对原本已经非常复杂的生态关系的一个极大挑战。

本书的核心主题之一是户外游憩能够带来远远超出人们的认识的巨大益处。我们甚至可以预测游憩的益处会等同于甚至超过任何其他的社会服务，户外游憩同样也为整个社会经济做出了巨大贡献。户外游憩除了带来经济上的利益，还带来比经济利益更重要的东西——快乐、欣喜、美、社会关系、人类精神的升华，等等。

细心、专业的规划和管理对于户外游憩区域的保护和保存非常重要。这一领域以及这本书的重要性都在美国农业部林务局的任务报告里得到了最好的阐述。简而言之，户外游憩的规划和管理非常值得去做，是一个很有前途的领域。它不仅需要专业知识的宽度和深度，还需要拥有一定的经验。我们希望本书能够为各位读者指明方向。

本书的应用范围

并不是每一个使用本书的人都会成为户外游憩的专家，选择这个职业的人也并不一定会把户外游憩作为终生的职业。但是我们强烈地感受到，本书中的材料对于每一个人都非常重要，不管是为了教育目标还是为了职业抱负。一些人使用本书后可以更好地提供游憩机会，更好地管理游憩区域。大部分人会成为负责的户外游憩人员。每一个使用本书的人都会变得对户外游憩更加了解。

本书是为了启迪读者思考, 拓宽读者眼界, 介绍户外游憩的基本概念和技能。我们相信这些都与户外游憩及自然资源领域的学生以及户外游憩专业人员息息相关。因为户外游憩对自然资源的使用正在日益增长, 所以户外游憩专业人员包括致力于自然资源管理学、林学、生态学以及其他以资源为基础的学科领域研究的所有人士。本书还与那些关注旅游业和商业游憩的人息息相关, 因为优秀的自然区域对于游客来说是最大的吸引力。本书还和那些热衷于冒险游憩的人息息相关, 因为自然景区通常都是那些提供冒险游憩的企业的目的地。本书还和社区游憩相关, 因为当地的公园和游憩管理部门负责管理很多自然区域, 以及户外游憩发生地。对于学生的应用, 主要集中在对公园的管理上, 因为理解和管理公园资源和游客行为是一个公园经理该做的事情。本书对于那些专注于运动管理的人也很重要, 因为很多运动发生在公共自然区域。

理念和方法

在我们的事业生涯中, 我们中的每一个人都想为世界做出点贡献, 也许伟大, 也许渺小。我们所做的大部分都是积极的, 但不幸的是, 仍然会有一些消极的。我们的所为主要是根据我们所知道的, 以及我们根据我们所知道的而做出来的事情。在接下来的内容里, 我们尝试着用直观有效的方式来表达户外游憩的专业知识, 至于会产生什么样的效果, 则完全取决于你自己。

记住, 世界是极其复杂的, 没有一个理论或者方法能够解释清楚。户外游憩和自然资源管理都是跨学科的研究领域, 我们尝试用最好的角度、最佳的方法来表达我们的认识。我们希望你能成为批判的读者, 并且指出本书中你认为不妥的地方。这样可以让我们彼此对户外游憩有更好的理解, 这对于我们变得更加专业是很有必要的, 而专业化又是成功的必要条件。

简而言之, 这一领域非常重要, 因此对这一领域的教育也是很关键的。我们很认真地对待它, 所以我们也真心地希望你能够认真地对待。我们邀请你来为户外游憩的发展做出自己的贡献, 并在这一过程中, 享受自己的乐趣。

Roger L. Moore
B. L. Driver

目 录

第一部分 基本原理和背景

第一章 重要概念	3
学习目标	3
一、户外游憩中的自然资源	4
二、户外游憩中的人	7
三、户外游憩和相关概念	15
四、小结	27
文献引用	27
第二章 休闲效益及其社会作用	30
学习目标	30
一、休闲与游憩定义回顾	30
二、什么是休闲职业或者说游憩职业?	31
三、休闲效益	33
四、关于休闲效益的科学知识的形成过程	35
五、休闲效益的性质、范畴和重要性	37
六、休闲效益概况	37
七、户外游憩运动的效益	50
八、休闲在社会中所起的作用	55
九、小结	57
文献引用	57
第三章 发展历程	61
学习目标	61
一、户外游憩的历史背景	61
二、户外游憩的不同历史时期	63
三、户外游憩历史上的重大事件	74

四、户外游憩参与的发展历程	77
五、总结	79
文献引用	80
第四章 社会和技术力量对户外游憩的影响	82
学习目标	82
一、社会技术力量与趋势	82
二、小结	102
文献引用	103
 第二部分 户外游憩资源及户外游憩机会的提供者	
第五章 户外游憩的土地资源和水资源	109
学习目标	109
一、户外游憩资源的类型	109
二、户外游憩资源的范围	113
三、小结	119
文献引用	119
第六章 公共部门提供者	122
学习目标	122
一、户外游憩机会的公共部门提供者	122
二、联邦游憩提供机构	124
三、联邦土地管理机构	126
四、联邦水资源项目管理机构	144
五、其他与户外游憩相关的联邦机构	149
六、州级户外游憩提供机构	150
七、地区和郡级户外游憩提供机构	154
八、市政户外游憩提供机构	155
九、小结	157
文献引用	158
第七章 私营部门提供者	162
学习目标	162
一、为公共户外游憩提供私有土地和设施	162
二、提供户外游憩设备和用品	165
三、提供向导、装备和资讯	168
四、提供配套服务	172

五、在公共土地上的经营性企业	172
六、提供捐赠和其他的援助	174
七、小结	174
文献引用	175
第八章 非营利组织提供者	176
学习目标	176
一、非营利组织概述	176
二、参与户外游憩活动的非营利组织规模和类型	177
三、小结	184
文献引用	185
第九章 户外游憩提供者之间的合作关系	186
学习目标	186
一、什么是合作关系	186
二、建立合作关系的原因	191
三、合作伙伴的选择	191
四、如何建立和培养合作关系	194
五、建立和培养非营利组织间的合作关系	196
六、小结	198
文献引用	199
第十章 世界主要国家和地区的户外游憩机会	200
学习目标	200
一、加拿大	201
二、拉丁美洲	202
三、不列颠诸岛和西欧	203
四、斯堪的纳维亚国家	205
五、日本、韩国和中国台湾	207
六、非洲	209
七、新西兰和澳大利亚	210
八、小结	212
文献引用	213

第三部分 户外游憩机会的管理

第十一章 政策制定、管理、实施和规划	217
学习目标	217

一、四阶段决策过程的定义	219
二、四阶段决策过程的描述	220
三、小结	228
文献引用	229
第十二章 户外游憩资源科学管理的发展历程	231
学习目标	231
一、不同时期户外游憩资源的管理和方法	232
二、有重大意义的法规	237
三、知识进步在如何促进管理实践	240
四、以科学为基础的户外游憩公开管理	244
五、小结	270
文献引用	271
第十三章 游憩效益结果方法	275
学习目标	275
一、改变公众价值观和游憩机构的应对措施	276
二、BOAL 的演变	279
三、BOAL 的本质特征	283
四、应用 BOAL 范例	293
五、BOAL 的优势	301
六、小结	305
文献引用	306
第十四章 游憩活动的负面影响	310
学习目标	310
一、游憩活动的负面影响	310
二、游憩活动影响的分类	311
三、游憩活动负面影响的一般特征	319
四、游憩活动负面影响的普遍特征	320
五、消极游憩影响管理体系	322
六、小结	330
文献引用	331
第十五章 收集户外游憩管理数据	333
学习目标	333
一、游憩使用情况评估	335
二、未来游憩使用情况的评估	340

三、收集使用者信息	342
四、评估对游憩资源影响的技术	344
五、小结	347
文献引用	347
第十六章 影响和管理游客行为	349
学习目标	349
一、懂得游客为什么表现出如此行为	351
二、管理户外游憩场所和影响游客行为的策略	354
三、小结	371
文献引用	371
第十七章 协作规划和管理	374
学习目标	374
一、协作规划和管理的历史	375
二、需要协作规划和管理的原因	378
三、协作规划和管理的特点	379
四、协作规划和管理的基本要素	380
五、协作规划和管理过程中难以克服的障碍	382
六、小结	383
文献引用	384
第十八章 特殊户外游憩资源管理：荒野和小径	385
学习目标	385
一、荒野区域	387
二、小径和绿道	395
三、小结	403
文献引用	403
第十九章 户外游憩经济	408
学习目标	408
一、经济学的整体特征	409
二、价值和效益的经济概念	412
三、公共的、公益的以及非市场的商品和服务	419
四、评估经济价值	422
五、游憩场所的门票费与使用费	434
六、小结	440
文献引用	441

第二十章 户外游憩的未来	445
学习目标	445
一、户外游憩未来的愿景	445
二、不断涌现的问题	447
三、户外游憩专业化	455
四、小结	458
文献引用	462
译后记	465

图表目录

图 1.1	户外游憩、人、自然环境三者关联图	4
图 1.2	游憩体验的三要素	14
图 1.3	作为活动及体验的户外游憩发生在自然环境中并依赖自然环境	16
图 1.4	一种户外游憩体验	16
图 1.5	户外游憩和其他概念相互关系图	21
图 1.6	简单的户外游憩模型, 阐述了户外游憩行为中的 人、地、物、原因等因素	23
图 1.7	户外游憩体验模式的运用	23
图 1.8	基于户外游憩管理者角度(而非用户角度)的户外游憩体验模式	24
表 2.1	Godbey 等(1992)和 Harper 等(1997)户外游憩效益 调查结果比较	40
表 2.2	休闲效益具体类型和一般类型表	41
图 3.1	过去轨迹和事件如何影响当前户外游憩管理者的现状和选择	62
图 3.2	美国在 1781~1867 年间通过兼并等多种形式扩张的美国版图	66
表 3.1	目前美国联邦土地和水域的起源	67
表 3.2	1781~1998 年美国联邦公共土地处置情况汇总	68
图 3.3	户外游憩史上的六个主要阶段	77
图 3.4	1904~2003 年美国国家公园系统游憩访问量	78
表 3.3	从 1960~1995 年部分户外游憩活动的参与趋势	79
图 4.1	1990 年和 2000 年美国以性别、年龄为基准的人口图	84
图 4.2	1990 年和 2000 年美国家庭结构类型图	85
图 4.3	全球民众关心的主要问题	92
图 4.4	2000 年夜晚的地球	96
表 4.1	美国人未参加游憩活动的原因	97
表 4.2	31 个国家和地区生活节奏排名	98
表 4.3	1994~2001 年美国成年人参与户外游憩活动种类和参与率	100

表 5.1	世界不同地区的保护区的数量和面积	113
图 5.1	美国国土面积管辖权类型及占比	114
图 5.2	预计 2020 年的公共土地的人口压力	116
图 5.3	预计 2020 年的公共土地的游憩需求压力	117
图 5.4	2000 年美国县域公共土地面积的比例	118
图 6.1	不同类型的户外游憩提供者之间的关系	123
表 6.1	主要的联邦户外游憩机会提供者及其管理重点	125
表 6.2	美国主要联邦土地管理机构对比图	126
图 6.2	美国主要的联邦公共土地在国内的分布情况	128
图 6.3	美国林务局主要的项目领域框架图	131
表 6.3	各类国家公园管理系统中公园单位的数量	134
表 6.4	国家公园存在的“重要”原因及各自的支持率	137
图 6.4	美国土地管理局组织结构图	141
图 6.5	州级户外游憩区域面积比较	153
图 6.6	州级户外游憩区域数量比较	153
表 6.5	美国 25 座城市中城市公园和开放空间对比	156
图 9.1	经典“三脚凳子”合作关系图（公共部门土地管理机构、 非营利的志愿者组织和私营部门赞助商互相支撑）	187
图 11.1	组织内部政策制定、管理、实施和规划过程相互关联图	221
图 12.1	游憩机会需求等级图	240
图 12.2	游憩机会谱两极可能的游憩体验	254
表 12.1	游憩机会谱背景构成要素和相应标准	256
图 12.3	游憩机会谱地图范例	258
图 12.4	可持续生态系统要求审慎整合社会和经济需求以及 生态系统自身的功能，如右图所示	271
图 13.1	基本系统模式	284
图 13.2	游憩机会产生过程（BOAL 模式的衍生）	286
图 14.1	LAC 的基本步骤图	325
图 14.2	VERP 管理的基本步骤图	326
图 14.3	游客影响管理系统（VIM）基本过程图	327
图 16.1	户外游憩的合理行为理论	352
表 16.1	户外游憩场所问题行为的类型	353
表 16.2	根据行为种类和动机劝导人们减少不负责任行为的效果	368
表 16.3	管理者对不同类型问题行为的一般回应	368

图 18.1	荒野连绵	388
图 18.2	美国的国家小径系统	400
表 19.1	一年中每次旅行所实现的总体利用率、边际效用和消费盈余 (假定每次旅途花费 10 美元)	415
图 19.1	假设的游憩学家游憩活动的需求曲线	416
表 19.2	四种类型的经济价值所占百分比	423
表 19.3	平均消费盈余价值统计表 (单位: 人/天)	425
表 19.4	2002 年美国农业部林业局资源管理项目对美国经济的贡献	430
表 19.5	2000~2001 年国家森林公园游客一次旅游的平均支出	431

第一部分 基本原理和背景

