

《《旅游教育与文化》》丛书

旅游资源概论

Lüyou Ziyuan Gailun

主编 郭 跃 张述林

重庆大学出版社

98
F590
58

2

《旅游教育与文化》丛书

YAL010

旅游资源概论

主编 郭 跃 张述林

重庆大学出版社

责任编辑 朱 斌 邱 慧
丛书策划 邱 慧 罗兹柏

旅游资源概论

主编 郭 跃 张迷林

*

重庆大学出版社出版发行

新华书店经销

重庆电力印刷厂印刷

*

开本:850×1168 1/32 印张:11.75 字数:314 千

1998 年7 月第1 版 1998 年7 月第1 次印刷

印数:1—4000

ISBN 7-5624-1647-8/F·151 定价:15.00 元

《旅游教育与文化》丛书编辑委员会

总顾问：肖潜辉

顾 问：王庆瑜 王友伟 杨光榆 何一心

曾廷忠 秦志仁 刘兴鼎

主 任：赵纯勇 陈蔚德

副主任：罗有贤 黄 捷

执行主编：杨啸涛 罗兹柏 赵小鲁

特约编委：刘志江 杜昌扶 张小朋 傅启鹏

编委(以姓氏笔画为序)：

王崇举 叶 红 牟 红 李禹阶 何宗文 张述林

陈明宪 吴显德 杨啸涛 罗兹柏 赵小鲁 聂明林

郭 跃 黄忠模 管维良 裴家常

总 序

1997 年是中国旅游年,其间盛事如云,此伏彼起;而由重庆师范学院旅游系、重庆工业管理学院万友商贸旅游学院和重庆大学出版社联合编辑出版的《旅游教育与文化》丛书,当属其一。

旅游业是战后兴起的一个新产业,在其诞生后的大多数时间里,按世界旅游组织的说法,一直是一个“需要被认知的行业”。时至现在,世界上任何一个开明的国家、团体和个人,都不能忽视她的存在和发展。早在关贸总协定的谈判中,就将包括旅游业在内的服务贸易纳入其中;旅游业已在世界范围内崛起为最大的产业部门;而在不久前闭幕于北京的亚太旅游协会第42 届年会上,一位加拿大著名未来学家提出了第五次浪潮的观点,即继托夫勒所谓第三次浪潮之后,世界出现了以高技术为中心的第四次浪潮,目前全球正步入以旅游业为核心的第五次浪潮。其观点略与我国已故著名经济学家孙尚清先生的旅游业为“永远朝阳产业”之说相同。

旅游业在我国的崛起近年来至为迅速。去年国内旅游市场已逾1600 亿元人民币的规模,出境旅游逾600 万人次,入境旅游超过100 亿美元;自改革开放以来,我国旅游业的主要经济指标均超过国民经济的发展速度,而雄踞于部门经济增速的“第一集团”;旅游消费已进入中国几乎一半的家庭,旅游业已成为多数政府部门经济、社会决策中的重要内容。但更为重要的,是我国旅游业的巨大潜力。

旅游业是一个物质文明与精神文明交融的特殊行业,是一个人对人服务的劳动密集型行业,因而旅游行业的员工素质和精神文明建设比其他行业更显重要。一流的员工才能提供一流的产品和服务,一流的员工才能创造一流的效益。国家旅游局提出了“科教兴旅”的发展战略,制定了一系列政策措施来推动旅游行业的科

技和教育事业。我们期待有更多的以旅游业为对象的优质精神产品问世。

肖潜辉

1997年6月8日于北京

编者的话

旅游业是当今世界上最大的产业。21 世纪将是旅游业发展的“黄金世纪”和“亚太世纪”。我国“九五”规划已将旅游业列为第三产业中首位积极发展的领头羊产业。我国不少地区已把旅游业作为当地经济的支柱产业。

旅游,作为一项文化性很强的经济产业与消费活动,人员素质的提高和旅游文化的建设理应被放到非同寻常的地位。

我国旅游教育发展起步较晚,中西部地区更为落后。旅游业的人员素质问题,已对我国旅游业的发展提出了严峻的挑战;旅游业的蓬勃发展,又对我国旅游文化的建设提出了迫切的要求。为此,重庆师范学院旅游系、重庆工业管理学院万友商贸旅游学院和重庆大学出版社,联合组织有关高校及旅游界专家、学者共同组成了《旅游教育与文化》丛书编辑委员会。本套丛书以教育与文化为主要线索,从旅游专业教材建设入手,同时也着眼于旅游文化为主的专著和知识读物的编纂,具体内容涉及旅游学科研究、旅游资源开发、旅游业经营管理、导游与旅游地理等领域,共计划出书5 辑,每辑5~10种书目。

本套丛书在总体构想上,力图以科学性、教育性、文化性为基础,并显示出一定的实用性、地域性和创意性特色。

无论是整个旅游业还是旅游活动本身,都具有很强的实践性特征。因此本丛书力求在选题和具体内容上都具有较强的针对性和应用性。在总体风格上力求做到深入浅出、生动活泼、可读性强。

旅游是跨地域的活动,文化是地域色彩浓厚的概念,三峡文化、巴蜀文化概莫能外。本套丛书力求在选题和内容上,一定程度体现出西南特色、内地特色。

创意,可以说是精神产品的生命力所在。本套丛书力求在内涵与形式上具有更多创意,以真正成为我国旅游丛书园地中富有特色的精品之作,以为促进我国尤其是中西部地区旅游教育与旅游文化的发展尽绵薄之力。

包括大西南在内的中西部地区,是我国旅游资源极为丰富,旅游文化内涵极其深厚的地区。扩域后的重庆直辖市自身,就是我国旅游资源高度富集的区域。举世闻名、色彩斑斓的自然与文化历史长廊长江三峡的主体部分就在这一区域之内。

这样的格局,更加重了我们编辑出版这套丛书的责任和义务。

本套丛书的出版与重庆市旅游局、四川省旅游局和国家旅游局人教司的关心、支持密不可分;特别是承蒙发表过多种旅游著述的国家旅游局人教司司长肖潜辉先生亲自担任本丛书总顾问,并在百忙中抽出时间为本丛书作序,在此我们一并表示诚挚的谢意!本套丛书中的不当和谬误之处,也请专家们与各位读者不吝赐教。

一九九七,是中国又一个旅游年。

本套丛书面世之际,正值香港回归之时。

此时此刻,我们衷心祝愿:

我国旅游业发展更加繁荣、兴盛!

《旅游教育与文化》丛书

编辑委员会

1997年7月

前 言

旅游资源是现代旅游活动的一个重要组成部分,没有旅游资源,就不会有旅游者的形成,旅游现象就不可能产生,旅游业也就没有生存的基础。因此,旅游资源在旅游和旅游业的发展中起着十分重要的作用。

然而,人们对旅游资源的认识和研究至今仍处于较为浅薄、零乱的初始阶段,系统的旅游资源论著也不多见。有关旅游资源的内容还大多分散于其他旅游书籍和区域地理书刊之中,其中许多问题还争论不休。鉴此,我们在系统收集与整理前人对旅游资源研究和论著的基础上,编著了《旅游资源概论》一书,以期在旅游资源学科的发展中做出一点努力和贡献。

本书力图全景式地反映当今人们对旅游资源最新的普遍认识,同时,也兼顾我们的观点和区域特色。因此内容较为丰富,第1~2章简述了有关旅游资源的一些基本概念和思想,以及旅游资源欣赏的理论和方法;第3~11章详细描述了当今人们所认识的各类旅游资源的特征、成因和分布规律,以及欣赏和开发这些旅游资源的方法和应注意的问题;第12~14章阐述了旅游资源调查与评价、开发与保护中的基本理论和方法;第15~17章分世界各大洲、中国和西南地区三个层次,介绍了旅游资源的区域特色和一些重要的景点。

因此,本书既有较高的理论价值,又有广泛的实用价值。它既可作为高等学校旅游专业的教学用书,又可作为旅游从业人员提高业务水平的参考书,还可作为广大旅游爱好者的旅游指南。

本书由重庆师范学院、重庆工业管理学院和西南财经大学等高校合作编著。主编郭跃、张述林设计大纲、审稿、定稿和最后统

稿。副主编罗世伟、曹华盛、罗永刚参与了大纲设计的讨论。各章执笔人如下：第一章：郭跃；第二章：张述林；第三章：郭跃；第四章：叶红；第五章：叶红；第六章：罗永刚；第七章：郭跃；第八章：王昕；第九章：曹华盛；第十章：罗有贤；第十一章：曹华盛；第十二章：罗世伟；第十三章：罗世伟；第十四章：冯维波；第十五章：李锐；第十六章：张述林；第十七章：罗永刚。

旅游资源研究是当今旅游和地理学科研究中非常活跃的一个领域，新的思想和新的理论不断涌现，而我们学识和资料信息的有限性使得这本新生的书也一定存在许多不足。敬请专家学者和广大读者给予批评指正。

编著者
1998.5

目 录

第一章 旅游资源概述	(1)
第一节 旅游资源的基本概念	(1)
第二节 旅游资源的特性	(4)
第三节 旅游资源的分类	(10)
第四节 旅游资源的形成	(14)
第五节 旅游资源的地位与作用	(19)
 第二章 旅游资源审美	(24)
第一节 旅游资源审美因素分析	(24)
第二节 旅游资源美感分析	(26)
第三节 旅游资源审美特征分析	(32)
第四节 旅游资源审美方法	(34)
 第三章 地貌旅游资源	(37)
第一节 地貌与旅游	(37)
第二节 地貌旅游资源类型的划分	(40)
第三节 冰山雪峰旅游资源	(41)
第四节 风景名胜旅游资源	(43)
第五节 喀斯特地貌旅游资源	(50)
第六节 海岸岛屿旅游资源	(54)
第七节 沙漠戈壁旅游资源	(57)
 第四章 水体旅游资源	(61)
第一节 水环境与旅游	(61)
第二节 海洋旅游资源	(65)
第三节 湖泊旅游资源	(67)

第四节	江河旅游资源	(72)
第五节	涌泉旅游资源	(75)
第六节	瀑布旅游资源	(79)
第五章	气象、气候旅游资源	(82)
第一节	气象、气候与旅游	(82)
第二节	气象旅游资源	(88)
第三节	舒适优良的气候条件	(93)
第六章	生物旅游资源	(102)
第一节	生物与旅游	(102)
第二节	生物旅游资源的造景特色	(104)
第三节	生物旅游资源的基本类型	(106)
第四节	自然保护区旅游资源	(111)
第七章	历史古迹旅游资源	(114)
第一节	历史古迹与旅游	(114)
第二节	古人类遗址	(116)
第三节	古文化遗址	(118)
第四节	皇陵庙坛	(124)
第五节	名人故居和遗迹	(128)
第六节	革命纪念地	(130)
第七节	历史古迹的保护	(134)
第八章	民俗风情旅游资源	(137)
第一节	民俗风情与旅游	(137)
第二节	民俗风情旅游资源的主要类型	(138)
第九章	建筑、园林旅游资源	(147)
第一节	中国古建筑	(147)

第二节	外国古建筑·····	(152)
第三节	中国园林·····	(156)
第四节	西式园林·····	(162)
第十章	文化艺术与宗教旅游资源·····	(164)
第一节	文化艺术、宗教和旅游·····	(164)
第二节	文化艺术旅游资源·····	(170)
第三节	宗教旅游资源·····	(179)
第十一章	康乐购物旅游资源·····	(186)
第一节	康乐与旅游·····	(186)
第二节	人造主题公园·····	(189)
第三节	游乐场·····	(192)
第四节	旅游商品资源·····	(203)
第十二章	旅游资源调查·····	(210)
第一节	旅游资源调查的意义·····	(210)
第二节	旅游资源调查类型与内容·····	(215)
第三节	旅游资源调查程序与方法·····	(226)
第十三章	旅游资源评价·····	(233)
第一节	旅游资源评价概述·····	(233)
第二节	旅游资源评价的内容·····	(238)
第三节	旅游资源定性评价·····	(246)
第四节	旅游资源定量评价·····	(253)
第十四章	旅游资源开发与保护·····	(267)
第一节	旅游资源开发的含义、原因及内容·····	(267)
第二节	旅游资源开发的理论基础及应用·····	(270)
第三节	旅游资源开发的原则与特点·····	(278)

第四节	旅游资源遭受破坏的原因·····	(281)
第五节	旅游资源保护的对策·····	(283)
第十五章	世界旅游资源·····	(286)
第一节	亚洲旅游资源·····	(286)
第二节	欧洲旅游资源·····	(294)
第三节	美洲旅游资源·····	(302)
第四节	非洲旅游资源·····	(309)
第五节	大洋洲旅游资源·····	(313)
第十六章	中国旅游资源·····	(316)
第一节	中国旅游资源的基本特征·····	(316)
第二节	中国旅游资源分区特色·····	(319)
第三节	中国重要的富有地域特色的旅游线概览·····	(333)
第十七章	西南地区旅游资源·····	(345)
第一节	旅游资源的主要特征·····	(345)
第二节	主要旅游资源区概述·····	(350)

第一章 旅游资源概述

旅游是一种愉快而美好的活动。它能使旅游活动的参加者在变换地域、开阔视野、认识和感受客观环境中,增知益智、陶冶情操、获得美的享受。因此,可以说旅游活动就是旅游者怀着对美的向往与追求所进行的一种审美活动。

审美活动是人类生活的基本内容之一,审美享受是人生中最有价值的财富。旅游之所以能成为人们最喜爱的消闲活动,就是因为旅游能满足人们对自然美、艺术美、生活美的欣赏和享受。旅游审美是以旅游资源为对象进行的。离开了旅游资源,旅游审美就难以进行,旅游活动就失去了发展的基础。

第一节 旅游资源的基本概念

一、旅游资源含义的历史描述

在我们给旅游资源下一个完善的定义之前,先回顾一下在旅游发展的不同时期,旅游资源究竟包含了哪些现象和事物。

在公元前3000年的部落联盟时期,各部落对他们共同的图腾、神庙及其他信物的祭祀、拜谒,使得一个部落的人要离开自己的居所而开赴到图腾及神庙所在地去谒拜神灵,这一过程很像现代意义上的宗教朝圣,而这种拜神活动可能是人类最早旅游现象。

在奴隶社会和封建社会的数千年漫长历史中,世界各地的旅游在缓慢地、阶段性地向前发展,但旅游活动仍是附属于政治、军

事、商业、文化、宗教等活动的产物，只有上流社会中的君王帝主、达官贵人和文人墨客才有一些真正意义的消闲旅游。在这漫长的历史时期中，旅游活动涉及到的对象有：山水形胜、花草树木、鸟兽虫鱼、温泉海滨、音乐歌舞、节日庆典、民风民俗、宫室园囿、文物古迹、杂技表演、宗教文化和城市都会。

自从1841年英国人托马斯·库克开创了近代旅游业之后，由于旅游日益成为大众生活中的一部分，而人们的兴趣是多层面的；由于旅游业竞争的激烈，迫使旅游业经营者必须想方设法来迎合旅游者的需要，不断创造新的旅游项目；由于科学技术的发展和资金的积累与集中，使得一些新颖的创意能够得以实现，所以旅游资源的内容日益丰富。时至今日，旅游者已经可以到达地球的任何角落，从世界最高峰到水下，从繁华的城市到杳无人烟的沙漠和严寒的极地。旅游活动也从一般的游览观光到寻求亲身体验、感受刺激、增长知识、度假疗养。高度发达的现代文明也是一个不可忽视的旅游资源。这不仅因为文明发达的国家和地区自然科学技术和经济发达，并因此能够创建许多新奇的、高科技的旅游项目以吸引游人，而且这种文明本身就是一种极大的旅游吸引力，促使希望了解其成功途径、学习其科学技术的人们前往考察旅游。所以，旅游资源的范畴随着时代的推移和旅游需求的多样化而逐渐扩展。

二、旅游资源概念的现代定义

从现代意义上看，旅游资源的含义是非常广的。事实上，我们今天都很难找出哪一类事物和现象绝对不可能被用作旅游资源了。旅游资源如此丰富的含义和宽广的范畴使得给其下个科学的定义成了一件艰难的事情。至今学者们还众说纷纭，尚未有统一的定义。

众所周知，“资源”一般指由人们发现的有用途和有价值的物质。但在某些情况下，资源也可以由非物质的东西构成，比如企业经营管理中的资源，就包含有人力、财力等非物质的因素。旅游资源更有其特定的内含，它是从旅游者角度提出的，因为旅游资源是

旅游者访问的对象。因此,要回答什么是旅游资源,首先要对什么是旅游以及人们为什么要外出旅游做出解释。

按现代旅游学的理解,旅游就是人们离开常住地到异国他乡访问的旅行和停留所引起的各种现象和关系的总合,其核心要点就是外出到某地去。至于为什么要外出,原因很多,但可以归纳为探新求异或逃避紧张现实的消遣型和为公务、家务而外出的事务型两类。

人们之所以愿意去某地旅游,就是因为那里的环境对他们有吸引力,这种吸引力能激发旅游者的旅游动机,满足旅游者的某种旅游需求。

那么,构成异地环境吸引力的因素是什么呢?它们可能是苍山翠岭、奇石异洞、繁华都市、静谧小镇、宗教寺院、风土人情,也可能是一个古老的传说、一次热闹的国际文化盛事、一次空前的博览交易会……吸引力因素是非常多的,但概括起来不外乎是自然的、社会的、文化的、宗教的、民族的、历史的、商业的、经济的因素。这些具有旅游吸引力的因素就是现代意义的旅游资源。因此,旅游资源可以定义为凡是对旅游者具有吸引力的自然因素、社会因素或其他任何因素。

从旅游资源的概念中可以看出:(1)旅游资源存在于旅游目的地,在不同的地方,旅游资源的构成是不一样的。(2)旅游资源的吸引力是对旅游者群体而言的,而不是以个别人的好恶为标准。对多数人有吸引力,只是个别人缺乏兴趣的,仍是旅游资源;只是个别人有兴趣,而对其余的人则索然无味的,便不算旅游资源。(3)旅游资源应该是直接的吸引物,不包括为了达到吸引目的而必然使用的接待因素。(4)旅游资源可以是物质的,也可以是精神的;可以是有形的,也可以是无形的。(5)既然作为一种资源就意味着“有用”,具有一定的价值,能产生社会、经济和生态效益。