

新·意·境·园·林·设·计·丛·书

# 景观生态旅游规划

李宇宏 编著



中国林业出版社

新意境园林设计丛书

# 景观生态旅游规划

李宇宏 编著

中国林业出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

景观生态旅游规划/李宇宏编著. —北京: 中国林业出版社, 2003.5  
(新意境园林设计丛书)

ISBN 7-5038-3419-6

I. 景… II. 李… III. 生态型—旅游经济—经济规划—研究  
IV. F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 030967 号

**出版** 中国林业出版社 (100009 北京市西城区刘海胡同 7 号)

E-mail: cfphz@public.bta.net.cn 电话: 66184477

**发行** 新华书店北京发行所

**印刷** 三河市富华印刷包装有限公司

**版次** 2003 年 5 月第 1 版

**印次** 2003 年 5 月第 1 次

**开本** 889mm×1194mm 1/16

**印张** 6.75

**字数** 168 千字

**印数** 1~4 000 册

**定价** 29.00 元

# 目 录

## 引言

<b>第 1 章 生态旅游概述</b> .....	3
1.1 生态旅游的产生 .....	3
1.2 生态旅游的发展 .....	5
1.3 生态旅游的特点 .....	8
1.4 小结 .....	9
<b>第 2 章 生态旅游系统与旅游规划</b> .....	11
2.1 生态旅游系统概述 .....	11
2.2 旅游规划概述 .....	13
2.3 我国生态旅游规划存在的问题 .....	16
2.4 小结 .....	17
<b>第 3 章 景观生态旅游规划理论</b> .....	18
3.1 国内外旅游规划主要理论与方法 .....	18
3.2 景观生态旅游规划基础理论 .....	19
3.3 旅游规划理论结构研究 .....	23
3.4 景观生态旅游规划体系的建立 .....	25
3.5 景观生态旅游规划程序 .....	26
3.6 小结 .....	30
<b>第 4 章 景观生态旅游规划的主要内容</b> .....	32
4.1 区位与市场 .....	32
4.2 规划布局 .....	35
4.3 景观规划 .....	39
4.4 产品策划与旅游组织 .....	48
4.5 容量规划 .....	52
4.6 小结 .....	57
<b>第 5 章 黑龙江省望奎县庙山生态旅游区资源评价</b> .....	58
5.1 基本概况 .....	58
5.2 旅游资源评价 .....	59

<b>第 6 章 庙山生态旅游区总体规划</b> .....	64
6.1 规划总则 .....	64
6.2 功能分区 .....	66
6.3 景观规划 .....	67
6.4 项目策划与旅游组织 .....	79
6.5 环境容量估算与游客规模预测 .....	83
6.6 环境保护规划 .....	85
6.7 旅游服务设施规划 .....	87
6.8 旅游基础设施规划 .....	90
6.9 旅游组织管理与营销规划 .....	92
<b>第 7 章 生态旅游开发的影响</b> .....	94
7.1 经济影响 .....	94
7.2 社会影响 .....	95
7.3 生态环境影响 .....	95
<b>结 论</b> .....	97
<b>参考文献</b> .....	99
<b>附表</b> .....	103



## 引 言

作为现代文明标志之一的旅游业，顺应人类文明的更替而应运而生，并努力寻求本身的可持续发展。1995年4月27~28日，联合国教科文组织环境规划署和世界旅游组织（WTO）等，在西班牙召开了可持续旅游发展会议，通过了《可持续旅游发展宪章》和《可持续旅游发展行动计划》纲领性文件。生态旅游（Eco-tourism）作为可持续旅游的一种发展模式迅速兴起。

旅游业是一种时尚产业，即“旅游需求与供给之间复杂的相互关系是建立在人们的感知、期望、态度和价值观念动态变化基础上的”。随着人们环境意识的增强，旅游客源市场对旅游的感知、期望、态度和价值观念取向也会发生相应变化。即旅游者越来越注重旅游环境质量。世界范围内的旅游观念正发生着重大的变革，人们开始追求一种回归自然、自我参与式的旅游活动，渴望与大自然融为一体，体验天人合一的境界。生态旅游因强调以自然生态环境为基础，注重生态环境保护，倍受旅游者青睐。据不久前召开的世界生态旅游大会介绍，生态旅游已成为当今世界旅游发展的潮流。21世纪，国际生态旅游市场大有潜力。随着旅游市场对生态旅游需求的扩大，各地生态旅游发展十分迅速，旅游市场需求的变化为生态旅游的兴起提供了强大的需求拉力。

旅游业又是资源型产业，它的可持续发展有赖于旅游资源的长久永续利用。生态旅游作为一种对自然和文化旅游资源有着特别保护责任的可持续旅游发展模式，通过减轻环境压力，实现旅游资源的可持续利用，通过保护旅游景观资源和文化的完整性，平衡经济利益，实现代间的利益共享和公平性，生态旅游是实现旅游业可持续发展的必然抉择。

科学完整地理解生态旅游的概念直接关系到旅游的可持续发展。生态旅游是由世界自然保护联盟（IUCN）特别顾问 H.Ceballos Lascurain 于 1983 年首先在文献中使用的。1990 年 4 月在墨西哥召开了第一届国际生态旅游研讨会，1991 年美国成立了国际生态旅游协会，1996 年该会组织编写了一批出版物，影响甚广。关于生态旅游有不同的说法：其一，强调生态旅游是一种以自然资源为基础，回归大自然的旅游活动形式，或者是向旅游者提供的一类旅游产品；其二，强调生态旅游应承担环境保护，促进地方经济、社会发展的责任，从而保证旅游业可持续发展；其三，是一些学者力图从生态旅游的旅游经历和责任、义务两方面相结合的角度阐述生态旅游的概念，给生态旅游的定义是：“以生态学原则为指导，以生态环境和自然资源为取向，所开展的一种既能获得社会经济效益，又能促进生态环境保护的边缘性生态工程和旅游活动。”这个定义概括了生态旅游两个方面的含义，是目前比较全面、精确的定义。澳大利亚国际生态旅游研究中心的 Ralf Buck-

ley把生态旅游定义为以自然为基础的旅游、可持续旅游、生态环境保护旅游和环境教育旅游的交叉部分,此定义给出了含义广泛的生态旅游框架。

生态旅游本质上强调生态与旅游有机结合,理论上生态旅游需要从两个方面来理解:从需求角度看,生态旅游指的是一种旅游活动形式或旅游产品;从供给角度看,生态旅游是一种可持续旅游发展模式。在实践中,应该将其统一起来,运用生态学思想指导旅游规划,科学设计生态旅游产品,完善监控体系,保护生态旅游的资源环境,在取得生态效益的前提下,为旅游者提供真正的生态旅游经历,取得旅游经济效益,提高当地居民的生活水平,最终达到最佳的社会效益。

生态旅游与传统旅游相比,有以下特征:①生态旅游强调旅游规模小型化,旅游活动限定在生态系统承受能力范围之内;②旅游经历具有原始性、独特性的特点,由于生态旅游目的地是一些保护比较完整的自然和文化生态系统,参与生态旅游的旅游者能获得与众不同的经历;③强调旅游资源保护,旅游者在自然与文化生态系统中领会生态旅游的奥妙,从而激发其热爱大自然、崇尚高雅文化的热情,同时,利于自然与文化旅游资源的保护;④生态旅游还要求做到旅游区居民、旅游经营者和政府、社会组织广泛参与旅游决策与管理,从而提高旅游决策和管理的科学性、民主性,有利于地方经济和社会的发展;⑤生态旅游是一种带责任感的旅游,这些责任包括对旅游资源的保护,尊重旅游目的地经济、社会、文化并促进旅游目的地的可持续发展。

本书通过国内外生态旅游及旅游规划的最新成果分析,并结合我国生态旅游规划的实际从旅游系统规划、生态环境规划和景观设计的角度提出了生态旅游系统规划的理论 and 实施内容,希望能促进我国生态旅游规划理论研究水平的提高,推动我国旅游业的可持续发展。

# 第 1 章 生态旅游概述

生态旅游被认为是实现旅游可持续发展的首要的必然选择。生态旅游一产生，便显示出强劲的发展势头，已成为旅游业的重要组成部分。目前关于生态旅游的理解还缺乏统一认识。因要对生态旅游有深刻全面的研究，必须探讨生态旅游产生的根源，由此才能了解其发展的必然性及其特点。

## 1.1 生态旅游的产生

从人类文明角度看，人类社会已经历了采猎文明、农业文明，目前正处于工业文明向生态文明的过渡阶段。工业文明时代，人类开始试图控制自然、改造自然，形成人与自然的对立关系，在其创造了极大物质财富和精神财富的同时，也导致了一系列全球性危机，如能源危机、环境问题、生态问题等。为摆脱这种困境，生态文明的思想应运而生，生态文明是以人类与自然环境和谐发展为特点的文明，可持续发展是生态文明时代的主导发展思想。作为现代文明标志之一的旅游，也改变了传统的发展模式，为实施可持续发展战略，生态旅游应运而生。

### 1.1.1 旅游环境问题

工业化革命，使 20 世纪成为人类物质文明最发达，同时也是地球生态环境和自然资源遭到最严重破坏的时期。不可持续的经济畸增的生产模式和消费模式使人类生态与发展面临严峻挑战，尤其是对旅游环境影响深远。自然资源的过度开发与消耗，污染物质的大量排放，导致全球性资源短缺、环境污染和生态破坏等，都可以归结为旅游环境问题。

旅游环境问题还包括人文社会旅游资源的污染与破坏，如文物古迹的污染与破坏，民俗风情与民族文化艺术的衰退与消亡，旅游城市的城市化建设等。总之，旅游环境质量恶化的问题日趋严峻。

### 1.1.2 旅游环境问题的实质

从哲学观点看来，环境问题的实质是人与自然界的关系问题。人与环境是矛盾的两个方面，存在着辩证统一的关系，二者相互对立而统一，相互影响，相互促进。因而解决矛盾，实现统一，必须着眼于人与自然界的和谐。借用中国古代哲学家的话说，就是要追求天人合一，人与自然的和谐相处，共存共荣。

从旅游发展的角度看，旅游环境问题的实质是由于缺乏科学有效的管理和不合理地开发利用旅游资源而造成的旅游环境质量下降、恶化。旅游环境的污染和破坏，必然导致旅游资源的损害和浪费，甚至枯竭或消失，还会影响可更新旅游资源的增值，最终影响到旅游发展从而进入恶性循环，其根本原因是人们选择了不正确的旅游发展方式。解决旅游环境问题，关键是要处理好旅游与环境的关系，选择旅游可持续发展的最佳方式——生态旅游。



### 1.1.3 生态旅游的产生

现代经济学家认为：财富来源于劳动、物质生产资料和自然资源诸要素。而自然资源是大自然奉送给人类的礼物。如果自然资源耗尽，也意味着那一部分财富的消失。《绿就是金》一书曾提出，“善待我们的地球，爱护我们的家园，把一个较美好的世界，交给我们的后代，对于他们来说绿色比黄金要珍贵得多。”这是来自绿色文化的呼声，是一种不以地球为代价，不滥用资源，不破坏环境的概念。它要求人类保存一个可持续发展的机会。广义来说，绿色文化是指人与自然的协同发展，讲究与自然的和谐，它包括持续农业、生态工程、绿色企业及其具有绿色象征意义的生态意识、生态哲学、生态伦理学、环境关系等方面的内容。是人类面临危机时的可持续生存对策。人们为“绿色革命”提出了“保护自然、崇尚自然，促进可持续发展”的口号\*。

绿色革命的出现，促进了绿色建筑、绿色食品、绿色服装、绿色旅游等兴起。回归自然的旅游在最初是以自然环境为基础的，常常被称为自然旅游。由于大自然的基准色是绿色，因此也称绿色旅游。绿色旅游使游客能呼吸清新洁净的空气，沐浴清澈透明的海水，品尝绿色食品，使用绿色能源乘坐不污染环境的绿色观光汽车，享受回归自然的森林旅游，体验返璞归真的农家生活等等。我国旅游学术界对这种旅游方式统一采用**生态旅游**这一名称。世界上许多城市居民都希望通过外出旅游度假，寻找一方净土，暂时逃避一下污浊的环境，舒缓一下紧张的神经，内涵丰富的绿色生态旅游品牌，更能吸引国际国内游客。

### 1.1.4 生态旅游的基本功能

生态旅游迅速发展，是人类在旅游开发领域中对可持续发展主题的积极响应和深刻理解的结果，生态旅游的发展正好与可持续发展所倡导的生态文明建设的精神相一致，这主要体现在生态旅游的基本功能上。

#### 1. 旅游功能

生态旅游是高品质的旅游，它首先能够满足人们对旅游的基本需求，更重要的是能使人得到传统旅游没有的体验，它已经超出了传统意义上的吃、住、行、游、娱、购等内容，特别强调旅游者自身的责任和义务，生态旅游需要人们共同创建一种新的时代——生态文明时代，它既能满足人们松弛身心之需要，又能使他们回归自然、亲近自然，找到“回家”的感觉；同时，旅游者也是家的主人，对家园的保护有一定的责任。

#### 2. 扶贫功能

客观上，生态旅游地多是自然风光较好、生态环境保护较好的地方，同时也多是经济相对落后地区，发展生态旅游是把生态环境作为一种资源来利用和保护，为人们亲近自然提供场所，带来直接的经济效益，同时以发展生态旅游为契机，拉动旅游地社会经济发展，许多风景名胜区社会经济

---

\* 1972年6月，联合国在瑞典首都斯德哥尔摩召开了由114个国家参加的第一次人类与环境会议，把人们对生态环境问题的认识大大地向前推进了一步，大会提出了人类面临的多方面的环境污染和广泛的生态破坏，并提示了它们之间的关系，在此基础上提出了防治环境污染和技术方面和社会改革措施。会议通过了著名的《人类环境宣言》，提出了“只有一个地球”的口号，要求人类采取大规模的行动保护环境，保护地球，使地球不仅成为现在人类生活的场所，而且也适应将来子孙后代的居住生活。绿色文化已发展成为一种运动，这种运动已发展出许多组织，领导的绿色运动，有一点是一致的即生态思想。

发展明显快于周边邻近地区就是一个例证。通过发展生态旅游让人类改变传统的资源观、消费观,认识到生态环境不仅是一项资源,而且它的价值比其他资源价值更高、更宝贵。

### 3. 保护功能

发展生态旅游业给旅游地带来了社会经济效益,一部分居民从土地上解放出来,减少了对自然的索取;另一方面,在发展生态旅游建设过程中,加强了旅游者、旅游地居民、旅游经营者的环境意识,使生态环境保护建设成为人们自觉行动。在很多风景旅游区都有旅游者参与生态保护建设的事例。生态旅游要求在保护生态旅游环境的基础上开展生态旅游活动,保护的首要任务是作好保护规划,防患于未然。

### 4. 环境教育功能

生态意识将是21世纪人类个体的基本特征,是人类赖以生存的第一意识。在人口众多的中国提倡生态意识尤为重要,生态意识的普及依赖于公民教育,在发达国家已开始意识到生态问题,并把生态意识普及纳入到公民教育中。提高生态意识,加强生态教育已成为生态文明建设的主旋律,发展生态旅游,客观上起到对参与生态旅游的人增强生态意识和生态教育的作用,通过生态旅游使人们增强生态保护的责任心和使命感,树立天人合一的观念,通过生态旅游促进旅游地社会经济发展,改变人们的资源观、价值观,而自觉地加入到保护生态环境的行列中来。

生态旅游成为新生事物,是综合功能的旅游,它是旅游可持续发展的一项战略活动。生态旅游涉及到社会、经济、环境、决策等众多系统支持的一项生态系统工程。这项生态系统工程的核心在于融合协调旅游者、旅游地居民、旅游经营者和政府部门与生态环境保护建设之间的关系。

## 1.2 生态旅游的发展

### 1.2.1 国外生态旅游发展概况

由于自然、社会、经济协调共进的可持续发展思想成为解决全球环境问题的主导观念,与此相适应的生态旅游得到了迅速的发展。从世界生态旅游业的客流布局来看,欧洲、北美地区既是生态旅游接待地,又是主要的客源地,而其他地区除少数较发达国家和地区外,主要是生态旅游接待地。

#### 1. 欧美地区生态旅游发展现状

欧美地区是世界旅游的发源地和发达地,生态旅游作为一种完备的旅游产品,最早出现在该地区,其优越的自然环境和到大自然中去的传统风尚,为生态旅游的发展提供了良好的条件。欧盟环境委员会规定各国在发展旅游的同时,必须严格保护环境和生态平衡。在各国政府的支持下,旅游业广泛开展有利于环境的生态旅游活动。

波兰农业发展基金会在农村大力宣传生态旅游,努力扶植旅游专业户,为他们提供优惠贷款,组织人员培训,制定统一服务标准,检查和提高服务质量,扩大服务范围。目前在波兰农村已初步形成了从组织宣传到提供服务的全面的生态服务系统。

西班牙传统旅游业主要依靠阳光、海水、沙滩等旅游产品,近年来也兴起了以山村绿野为主题的生态旅游,提出了“不仅仅是海滩和阳光”的新的宣传促销口号。乡村生态旅游渐渐成为该国旅游业新的经济增长点,36%的西班牙人的假期在乡村生态旅游点中度过。

法国,建有国家公园和自然公园共27个,面积广大,仅巴黎市郊的这两类公园每年接待人次达900万,1993年法国参加生态旅游者的人次占旅游者总数的46.6%。

英国议会1993年通过新的《国家公园保护法》,加强对自然胜景、生态环境、土地林木、野生动植物的保护,决定每年增加800~1000万英镑的森林公园建设费用用于发展生态旅游业。

德国建有 60 多处国家公园，还有众多的动植物保护区，共占国土面积的 13% 以上。该国提出“森林向全民开放”的口号，全国森林公园的旅游收入高达 80 亿美元，占国内旅游总收入的 67%。

北美由于经济发达，资源丰富，既是生态旅游的目的地，又是生态旅游的客源地，生态旅游以每年 10%~30% 的速度增长，如美国最早形成了国家公园体系，包括国家公园、国家保护区、国家纪念地、国家游憩区等 22 种类型，占国土面积 10%，每年光参加国内森林生态旅游的人数就达 3 亿人次。另据加拿大旅游委员会报告，在加拿大还有探险和生态旅游公司。

拉丁美洲一些经济比较落后的国家则依靠其丰富的生态旅游资源，建成世界上很有竞争力的生态旅游目的地，所以，到拉美地区参加生态旅游活动的人数与日俱增。巴西被《亚洲华尔街日报》称为“世界上最佳的生态旅游地”，其主要生态旅游区有：亚马孙热带雨林区、中部潘塔努区和 800 多 km 长的大西洋海岸。

## 2. 亚太地区生态旅游发展现状

亚太地区的旅游业发展速度居世界之冠，许多国家也正在着力开发生态旅游。国土狭小的日本极为重视生态环境的保护，森林公园面积占国土面积的 15%，每年有上亿人次奔赴森林公园进行“森林浴”。日本旅游业协会于 1992 年成立了环境对策特别委员会，召开了旨在促进生态旅游为目的的多次研讨会，发表了日本旅游业的《生态旅游指导方针》，组织了观鸟旅行、热带雨林旅行、到我国河南及三北防护林基地等生态旅游活动。

泰国由于其丰富的文化和自然生态旅游资源，1995 年接待了 600 万~700 万海外游客，产生了 61 亿美元的外汇收入。

印度有 17 个国家公园，面积多为数万公顷，最著名的卡齐兰加国家公园，面积 42 994hm<sup>2</sup>，可以骑大象，还能很容易拍摄到大象、老虎、犀牛、豹、熊及猴的照片，吸引了很多生态旅游者。

马来西亚观光局提出把该国建成东南亚生态旅游的大本营。1994 年马来西亚观光年推出的 7 大旅游主题中，与生态旅游有关的主题有 5 个，它们是：国家公园的探秘之旅；岛屿旅游、渔村度假、听鸟观鸟等；漂流旅游；自然之旅包括观看河龟产卵、渔民出海、观赏花卉；潜水旅游。

澳大利亚是目前世界上公认开展生态旅游较为成功的国家，全国共有各类国家公园、森林公园和自然保护区 5793 处，遍布各州。20 世纪 90 年代初已形成年产值约 1 亿澳元的规模，且正在以 3 倍于旅游其他部门的速度发展，在国民经济中占有重要地位，如北领地 1997 年旅游产值占国民生产总值的 19%，其中一半来自公园和保护区。

夏威夷群岛有着得天独厚的旅游资源，自然景观从海滩、峡谷、瀑布到峻岭、悬崖、平川，应有尽有，千姿百态，文化绵延千余年，独具特色。夏威夷全面开发了这些资源，建起了 7 个国家公园，77 个州辖公园和 582 个县辖公园，供生态旅游者活动。

## 3. 非洲生态旅游发展现状

非洲位于东半球的西南方，该洲的椰子树、咖啡树、可可树、橡胶树、名贵木材和种类繁多的动物等自然生态资源以及古老发达的文化生态资源吸引着世界各地的生态旅游者，成为当今国际生态旅游重点地区。

津巴布韦的万基国家公园有 107 种野生兽类和 400 多种珍禽在草原和森林中栖身；占地 4800hm<sup>2</sup> 的伊迈雷野生动物园中，游客可以在敞篷汽车中边游览，边喂食大象、斑马和羚羊等动物。

肯尼亚建有 6 个天然野生动物园、野生动物保护区和自然保护区，占地 8 万多 hm<sup>2</sup>，1989 年吸引的生态旅游者达 65 万人次，20 世纪 90 年代又有更大的发展，现在每年生态旅游收入高达 3.5 亿美元。据分析，一头大象每年可挣 14375 美元，它一生可挣 90 万美元。

加纳把总面积达 360 万 km<sup>2</sup> 的卡库姆国家公园和狩猎生产保护区建设为生态旅游区，对旅游区

进行精心的规划设计。博茨瓦纳4个国家公园和6个野生动物保留地占全国总面积的25%，该国野生动物观赏活动项目成为生态旅游业的主题。

### 1.2.2 我国生态旅游发展概况

我国生态旅游的发展主要表现在生态旅游区的建设上，生态旅游区是生态旅游资源的载体，是发展生态旅游业的物质基础，我国开展生态旅游的场所主要有：自然保护区、森林公园、风景名胜区、民族生态旅游区与宗教生态旅游区。

#### 1. 自然保护区

自然保护区的首要任务是保护。在保护的前提下，适度开发生态旅游。我国的自然保护区涵盖了各种类型的生态系统、自然遗迹和珍稀物种，是人们认识自然、了解历史、增长知识的天然博物馆，具有极高的旅游价值。从1956年开始建立第一批自然保护区以来，至1997年底，共建各类自然保护区932处（不含香港和台湾地区），约占陆域国土面积的7.7%。其中国家自然保护区124处，15处被正式批准加入世界生物圈保护区网络，还有7处湿地类型的自然保护区被列入《国际湿地公约》，生态旅游方兴未艾。

#### 2. 森林公园

森林生态系统是地球上最大的陆地生态系统，其环境优美，生物资源丰富，景观多样，是开展生态旅游的最佳场所之一。我国自1982年成立第一个森林公园以来，森林公园建设及森林生态旅游产业突飞猛进，至1999年初全国已建起不同类型、不同层次的森林公园近900处，其中经原林业部和现国家林业局批准建立的国家级森林公园306处，经营面积超过800万 $\text{hm}^2$ ，公园拥有宾馆、商店等服务设施30多万 $\text{m}^2$ ，旅游接待床位8万多张，接待游客量5000多万人次，综合经济收入达25亿元人民币，经济效益、社会效益和生态效益十分显著。

#### 3. 风景名胜区

我国共有512处风景名胜区，总面积9.6万 $\text{km}^2$ ，几乎包括了我国所有最享盛誉的名山大川、名胜古迹，其中国家重点风景名胜区119处，是由国务院于1982年、1988年、1994年分3批公布的。另外还有19处被联合国教科文组织以世界自然与文化遗产列入《世界遗产名录》。风景名胜区类型众多，自然景观奇特，文化内涵丰富，历史价值珍贵，无论是开展自然生态旅游，还是从事文化生态旅游均为理想去处，如山水甲天下的桂林漓江风景名胜区，自改革开放至1996年，接待海外游客近600万人次。

#### 4. 中国生态系统研究网络

中国科学院自建院以来，陆续在全国各重要生态区建立了100多个以合理利用资源，促进当地工农业发展，以及观测和研究一些特殊自然现象如冰川、泥石流为目的的定位研究站。在这个基础上，为了更好地进行长期、大地域尺度生态监测研究，1988年开始筹建中国生态系统研究网络，目前加入网络的定位站有29个。这些网络站除了具有科研价值外，还是开展高科技含量生态旅游的理想场地，能开展科学考察、修学旅游、青少年科技夏令营等生态旅游活动。如位于宁夏回族自治区中卫县的沙坡头沙漠研究网络站，属沙漠和草原的过渡带，其旅游景观包括沙漠原生生态系统、沙漠治理人工生态系统等，内容丰富，景观奇特。

#### 5. 民族生态旅游区

中国拥有56个民族，在大杂居小聚居的格局下，在许多地方形成了特有少数民族聚居区。在聚居区内有自己独特奇异的风俗习惯，是了解民族社会文化的较理想的人文生态旅游区。在全国发展旅游业的政策导向下，许多少数民族聚居区开发为民族生态旅游接待区，如以展示傣族居住特点为

主的云南西双版纳竹楼,展示民族节日喜庆的蒙古族那达慕大会每年都吸引大量的游客。

#### 6. 宗教生态旅游区

宗教及其场所在长期发展过程中积淀的历史文化内涵和在环境保护方面所具有的特殊作用,在生态旅游资源中独具魅力。中国宗教门类齐全,更有具有民族特色的道教、佛教等。国务院公布的第三批重点文物保护单位中,各种宗教名胜古迹就有 150 处,全国各省、自治区、直辖市与宗教有关的名胜古迹就有 3000 多处。宗教文化生态旅游成了某些生态旅游区活动的重要组成部分,如广东鼎湖山生物圈保护区每年 60 万人次以上的游客除参观考察以森林生态资源为特色的自然景观,大多数人还要游览区内寺庙。

### 1.2.3 世界生态旅游的发展趋势

世界生态旅游经过十几年的发展,出现了一些明朗的变化趋势,主要体现在以下几个方面:

#### 1. 客源市场日益拓宽

生态旅游者将持续增加,随着当今全球性环境与发展问题的矛盾日趋尖锐,各国政府对环境问题日益重视,不同程度加大了环保宣传、教育的力度,人们的环境意识日益浓厚,回归自然已经成为一种时尚,为拓宽生态旅游客源市场营造了一个良好的社会环境。另外生态旅游的主动参与性更加合乎体验新鲜人生经历、实现自我的心理需求,使重游率稳中有升。因此,生态旅游者将持续增加。

#### 2. 主体地位日趋明显

生态旅游最初是作为专项旅游产品,出现在经济比较发达的国家。但随着生态旅游所倡导的旅游开发与环境保护有机结合观念深入人心,生态旅游的范畴从自然生态资源延伸到人与自然和谐的人文生态资源,生态旅游将被主流市场接受并成为受欢迎的现代大众旅游新形式的主体,不论是游客数量,还是旅游收入都在世界旅游业体系中占据越来越重要的地位。

#### 3. 产业体系不断完善

由于生态旅游的持续发展,在世界旅游业体系中的比重逐步上升,与生态旅游业发展密切相关的吃、住、行、游、娱、购将进一步完善,旅行社将有越来越多的生态旅游专职导游,旅游饭店食宿与旅游交通方式将更加符合环保要求,购买生态旅游纪念品将成为新的旅游消费时尚。

#### 4. 产品个性化和多样化并存

由于生态旅游者的经历不断丰富,对生态旅游产品的个性和多样化提出了更高要求,应从规划设计入手,充分考虑利用现有服务设施和社会条件,深入发掘生态资源内涵,在主题策划、线路组合、宣传促销等方面做好工作,推进生态旅游产品步入投入少、产出快、加工深、收益高的经营方式,维持整个旅游业的可持续发展。

## 1.3 生态旅游的特点

### 1.3.1 普及性

生态旅游是建立在传统大众旅游基础上的,随着社会经济的发展、大众环境意识的提高,到大自然中呼吸新鲜空气、修身养性的生态旅游将成为人们如吃、穿、住一样的基本生活需求,生态旅游者的队伍还将不断扩大。由于生态旅游将成为全球性旅游时尚。中国 1995 年召开了第一次全国生态旅游研讨会,短短几年的时间,生态旅游在全国各地的广泛开发就充分说明了普及性是生态旅游的一大发展特点。

### 1.3.2 保护性

和传统的旅游相比,生态旅游的最大特点就是其保护性。生态旅游的保护性体现在旅游业中的方方面面。对于旅游开发规划者来说,保护性体现在遵循自然生态规律和人与自然和谐统一的旅游产品开发设计上;对于旅游开发商来说,保护性体现在充分认识旅游资源的经济价值,将资源的价值纳入成本核算,在科学的开发规划基础上谋求持续的投资效益;对于管理者而言,保护性体现在资源环境容量范围内的旅游利用,杜绝短期经济行为,谋求可持续的4大效益协调发展;对于游客,保护性则体现在环境意识和自身的素质。

### 1.3.3 多样性

生态旅游建立在现代科学技术基础上,满足大众的多样旅游需求,旅游活动的形式多种多样。生态旅游在发达国家和地区的多样性已表现出来,除了传统大众旅游的观光、度假、娱乐等旅游活动方式外,根据现代人的精神需求出现如滑雪、探险、科考等一系列特种生态旅游。随着生态旅游的发展,生态旅游活动的形式将日益丰富多样。

### 1.3.4 专业性

生态旅游活动内容要求具有较深的科学文化内涵,这就需要活动项目的设计及管理均要有专业性。生态旅游活动的专业性,首先源于游客的旅游需求,游客到大自然是整个身心的回归,开发出来的旅游产品应使游客在短暂的旅游活动中融入大自然,能够享受大自然、感悟大自然、学习大自然,从而自觉地保护大自然。这样的旅游产品的开发没有专业性知识的人是难以完成的。生态旅游活动的管理也需有专业性,否则生态旅游特有的旅游对象的保护,四大效益的协调发展将成为一句空话。

### 1.3.5 精品性

生态旅游产品或商品应该是高质量、高品位的精品。生态旅游产品的精品性首先体现在“真”上,游客追求的是原汁原味的旅游真品。精品性也体现在质量上,游客追求的是货真价实的高品位的精品。精品性还体现在其利用价值上,精品能经受时间的考验,不会因为时间的变迁而降低或丧失其价值。

## 1.4 小结

本章阐述了生态旅游的产生、发展及特点,工业革命带来了巨大的物质财富的同时,也带来了一系列全球性的危机。为摆脱这一困境,有识之士提出了生态文明的思想,在此大的时代背景下,现代文明标志之一的旅游业也在努力寻求旅游的可持续发展,生态旅游应运而生,并得到了空前的发展。生态旅游的发展要以经济发展和生态环境保护为基础,以满足旅游者亲近自然的精神需要和达到生态教育为目的,求得旅游资源的永续利用。如何在实践中正确把握生态旅游的实质和精髓,充分发挥出生态旅游的基本功能。我们借用美国 Cond' e Mast Traveler 杂志社提出的7条生态旅游评价标准,对搞好我国生态旅游实践操作具有一定的指导意义。这7条标准是:①把商业性的旅游业和旅游地生态旅游计划结合起来,帮助旅游地居民认识生态环境的价值,并有意识地组织起来去保护它。②为建立国家公园和自然保护区以及这些公园和保护区的管理与动作提供支持和实质性赞助。



③通过购买当地土特产品和服务以支持当地经济的发展。④积极促进旅游者与旅游地居民进行直接的、有意义的接触和交流。⑤支持和赞助生态环境研究计划。⑥保持并支持发展有地方特色的旅游文化设施，维系自然环境的和谐统一。⑦协助恢复损坏的自然生态环境。

## 第2章 生态旅游系统与旅游规划

### 2.1 生态旅游系统概述

#### 2.1.1 系统组成要素

从系统的角度出发,根据生态旅游活动得以实现的基本条件,可归纳出生态旅游系统是由主体——生态旅游者、客体——生态旅游资源、媒体——生态旅游业和载体——生态旅游环境等4大要素组成。

##### 1. 生态旅游者

从旅游学的角度看,生态旅游者是旅游活动的主体;从经济学角度来说,则是消费者,是旅游业赖以生存和发展的重要因素,是生态旅游业的核心;从范畴的角度考虑,有广义和狭义之分,广义生态旅游者是指到生态旅游区的所有游客,狭义生态旅游者是指对生态旅游区的环境保护和经济发展负有责任的游客。与传统大众旅游者比较,生态旅游者除了具有一般旅游者的目的地的异地性、经济上的消费性、时间安排的业余性和地域的差异性等共同点外,还有3个显著特点:①自然性即其旅游对象和服务的自然性;②责任性即旅游活动具有促进环境保护和社区经济发展的责任;③特定性即其自身素质要求的特定性,包括身体素质、道德素质、环保知识及文化修养等方面。生态旅游者形成的客观条件涉及到社会生活的各个方面,其中经济能力、休闲时间、身体状况和社会经济环境等最为重要;主观条件主要指旅游动机,这是直接推动人们进行旅游活动的内部动因。

##### 2. 生态旅游资源

生态旅游资源是吸引生态旅游者回归自然的客体,是旅游活动物质基础。杨桂华等认为:生态旅游资源是指以生态美吸引游客来进行生态旅游活动,并在保护的前提下,能够产生可持续的生态旅游综合效益的客体。它包括4个基本点:吸引功能、效益功能、客体属性、保护需要。在经济、社会、生态和自然等方面具有自己的特征(表2-1)。从资源特征分析看,生态旅游资源可以分为自然生态旅游资源 and 人文生态旅游资源两大类。

表2-1 生态旅游资源特征

特 征	内 容
生态特征	原生性与和谐性 整体性与系统性 脆弱性与保护性
自然特征	广泛性与地域性 季节性与时代性
社会特征	精神价值的无限性 特异的民族性
经济特征	不可移置与可更新性 市场需求的多样性 旅游经营的垄断性

##### 3. 生态旅游业

生态旅游业是沟通生态旅游主客体的媒介,从旅游组织和营销管理角度看,生态旅游业涉及到许多经济和非经济部门。如旅行社、旅店、餐饮业、交通等企业;商场、通信等辅助性服务企业;旅

游机构、培训机构等开发性组织。生态旅游是为生态旅游者的旅游活动创造便利条件并提供其所需旅游商品和服务的综合性产业。

#### 4. 生态旅游环境

生态旅游环境是生态旅游活动得以生存和发展的一切外部条件的总和。其内涵包括：①生态旅游环境是在符合生态学和环境学基本原理、方法和手段下运行的旅游环境，以维护和建立良好的景观生态、旅游生态系统良性运行为目的、使其自然资源能继续繁衍生息，使人文环境能延续和得到保护，创造一种文明的、对后代负责的旅游环境；②生态旅游环境是以旅游区的旅游容量为限度，使生态旅游活动不破坏当地的生态系统，从而达到旅游发展、经济发展、资源保护利用、环境改良协调发展的目的；③生态旅游环境包括自然生态旅游环境和人文生态旅游环境；④生态旅游环境是运用生态美学原理与方法建立起来的旅游环境，既是培养生态美的场所，也是人们欣赏、享受生态美的场所；还是一种考虑旅游者心理感知的一种旅游环境，是生态旅游活动的载体；⑤生态旅游环境是由自然生态、社会文化、生态经济和生态旅游气氛环境4个子系统所构成（表2-2），生态旅游环境具有多维性、生态性、经济性、系统性、有限性等5项特征（表2-3）。

表2-2 生态旅游环境构成

项目	一级构成	二级构成	内 容
生态 旅游 环境	自然生态 旅游环境	天然生态旅游环境	由自然界的力量所形成的，如自然保护区、森林公园、风景名胜区、动植物园、国有林场等生态旅游环境
		生态旅游空间环境	开展生态旅游的旅游景点、景区、旅游区、旅游区域的自然空间范围的大小
		自然资源环境	指水资源、土地资源、自然能源等自然资源及其对生态旅游活动的敏感程度
	社会文化 旅游环境	政治环境	政府在区域旅游政策、管理、政局等方面影响生态旅游发展的软环境
		文化环境	人与自然和谐发展的天人合一观念
	生态经济 旅游环境	内部	行业内部的管理制度、秩序、政策、人员等对生态旅游的认识支持程度
		外部	指满足生态旅游者开展生态旅游活动的一切生态经济条件
	生态旅游 气氛环境	区域旅游	反映区域历史生态、地方生态或民族生态气息的环境
		社区旅游	社区居民对于生态旅游的观点与看法、行为等所形成的一种软环境
旅游者环境		指旅游者素质和进行旅游活动时的行为等反映出来的旅游环境	

表2-3 生态旅游环境特征

特 征	内 容
多维性	空间多维性与时间多维性
生态性	物质交换和能量转换与自我调节和控制功能
经济性	促进人类社会发展与产生有效经济价值
系统性	资源层次性与资源整体性
有限性	容量有限性与供给的有限性

环境容量是一个从生态学中发展起来的概念。与它相近的一个概念是环境承受力。旅游学者和旅游管理学家将环境容量的要领引用到旅游的领域，提出了游憩容量的概念。里蒙（Lime）和斯坦基（Stankey）认为：游憩容量是某一地区在一定时间内维持一定水准给旅游者使用，而不会破坏环境和影响游客体验的开发强度。通过生态旅游环境构成研究分析并借鉴其他学者关于风景区环境容量概念的阐述，可以归纳出生态旅游环境容量概念，即在特定时期内，保证旅游区资源与生产的连续性、生态的完整性、文化的连续性，发展环境质量的前提下，生态旅游环境所承受的旅游者人数或旅游活动的强度。