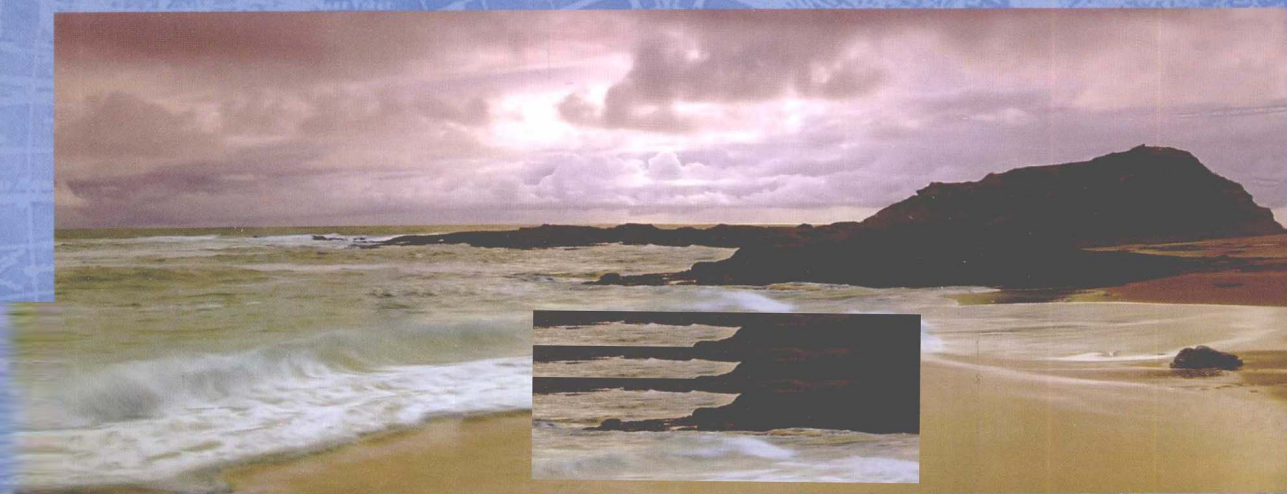




普通高等学校旅游管理教材

旅游资源学教程

王德刚 王 蔚 编著



清华大学出版社 • 北京交通大学出版社

普通高等学校旅游管理教材

旅游资源学教程

王德刚 王 蔚 编著

清华大学出版社
北京交通大学出版社

• 北京 •

内 容 简 介

本书从旅游资源学的理论阐述入手,综合介绍了旅游资源的概念、分类、特征及旅游发展的方向,并对每一类资源旅游产品开发的原则、要求及资源保护等进行了全面论述;书中汲取国内外相对成熟的理论和观点,同时结合近年来在旅游资源开发实践中出现的新理念、技术与方法进行了前沿性探索。全书每章都配有学习目标和思考题,相关章节引用了旅游资源开发和管理实践的案例。

本书为高等院校旅游管理专业专用教材,适合本科层次教学使用,也可供旅游学理论研究者、旅游企业经营者、行业管理者作参考资料。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源学教程/王德刚,王蔚编著. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社, 2011.2

(普通高等学校旅游管理教材)

ISBN 978-7-5121-0490-7

I. ① 旅… II. ① 王… ② 王… III. ① 旅游资源-高等学校-教材 IV. ① F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 015547 号

责任编辑:黎丹 特邀编辑:衣紫燕

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414

印刷者:北京瑞达方舟印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:23 字数:516千字

版 次:2011年3月第1版 2011年3月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-0490-7/F·795

印 数:1~4 000册 定价:34.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

前言

旅游资源是旅游产业发展的基础,也是旅游学术研究的重要内容。但人们对旅游资源的认识和相关研究却远远滞后于旅游产业发展实践,从世界旅游学术研究发展过程来看,早期阶段的旅游学术研究仅仅是关注旅游活动的经济影响,特别是关于游客流动对接待地的经济意义、旅游花费的构成、游客流动和游客花费的统计方法等方面,所以早期的旅游研究也被称为“旅游的经济研究”阶段。直到第二次世界大战结束、世界旅游业经历了近百年之久,旅游学术研究进入第二阶段,即“全面发展阶段”之后,学术研究领域才对旅游资源的相关问题展开了针对性的研究。进入20世纪90年代,世界旅游学术研究开始向非经济领域倾斜,人们更加关心旅游和旅游业的健康发展,更加关心生态多样性、环境优化和文化的传承,可持续发展问题成为人类关注的核心问题,人类关注重点的转移也推动了旅游资源研究的深化和扩展,特别是自然资源和人文资源保护的理念、方法和技术等领域,逐步成为旅游资源学术研究的核心内容,使人类对旅游资源的研究由开发利用转向保护和可持续发展,也使旅游资源学的理论体系逐步走向完善和成熟。

我国关于旅游资源学的相关研究开始得较晚。从20世纪80年代中国现代旅游业的起步开始,至今也仅有三十年的时间,对旅游资源的概念、构成、分类、评价及开发的理论与方法等,也是从引进、学习国外的学术成果开始到逐步走向创新研究,一步一步地在探索中前进。随着我国一个重要的法规性文件——《旅游发展规划管理办法》和三个重要的国家标准——GB/T 18971—2003《旅游规划通则》、GB/T 17775—2003《旅游区质量等级的划分与评定》、GB/T 18972—2003《旅游资源分类、调查与评价》的实施,对一些在学术界长期争论不一的概念和理论问题进行了技术规范,统一了实践口径,对相关的理论研究也起到了引导和推动作用。但由于旅游活动和旅游产业的发展本身具有非常突出的动

态性和变化性，这也导致了旅游资源本身的不确定性特征，我们需要树立“新资源观”理念，不断去挖掘传统资源新的旅游价值，不断去发现新的旅游资源，不断用新的方法去创新性地开发、利用旅游资源。因此，关于旅游资源的相关研究也应该是发展的、变化的、不断进步的，以将旅游资源学的研究不断推向前进。

我们关注和研究旅游资源问题已有十几年的时间，积累了一定的学术成果。同时，十几年来，我们还积极参与旅游资源开发规划与设计等的应用性研究，先后完成了《山东省旅游发展总体规划》（与世界旅游组织合作）、《山东省乡村旅游指导规划》、《山东省民俗旅游规划》、《西藏日喀则地区旅游发展总体规划》（山东省人民政府技术援藏项目）、《珠穆朗玛峰自然保护区吉隆藏布峡谷生态旅游规划》（西藏自治区重点项目）、《重庆市忠县游艇经济发展规划》、《杨家埠民俗村旅游开发规划》、《朱家峪（〈闯关东〉主人公朱开山故里）古村落旅游开发规划》、《蒲家庄古村落（蒲松龄故里）保护与旅游开发规划》等近百项旅游规划项目，承担了“十一五”国家科技支撑计划项目“乡村生态旅游资源共享数据库与服务平台研究”、国家旅游局科研立项课题“乡村旅游土地流转模式研究”、山东省社科规划重点项目“旅游强省战略”等国家、省部级研究项目二十多项，也积累了一些实践经验，对旅游资源的概念、本质、功能、开发方式、管理、保护等问题有了更深入的认识。本书的编写，就是在此基础上，一方面汲取了几十年来国内外旅游资源学研究的相关成果，另一方面通过对旅游产业发展实践相关经验的总结、归纳，试图整理出一部体系最完整、框架最合理、理论最成熟的旅游资源学高等教育教材。

本书配有课件和相关的教学资源，有需要的读者可以从网站 <http://press.bjtu.edu.cn> 下载或与 cbsld@jg.bjtu.edu.cn 联系。

当然，虽然做了很大的努力，但由于水平所限，离“权威性”的高度还有相当大的距离，许多领域、问题的研究还不够深入，我们也期望在今后的使用过程中不断地去发现和探索，也衷心希望教材的使用单位、广大读者能够不吝赐教，给我们提出建设性意见，便于今后修订，也有利于自身专业水平的提高。

山东大学 王德刚

2011年1月

目 录

第 1 章 旅游资源与旅游资源学	(1)
1.1 旅游资源的概念	(1)
1.2 旅游资源学	(8)
◇ 思考题	(10)
第 2 章 旅游资源与旅游产品	(11)
2.1 旅游系统中的旅游资源	(11)
2.2 旅游资源与旅游产品	(14)
◇ 思考题	(26)
第 3 章 旅游资源的特点与分类	(27)
3.1 旅游资源的特点	(27)
3.2 旅游资源分类	(32)
◇ 思考题	(45)
第 4 章 旅游资源调查	(46)
4.1 旅游资源调查的内容与程序	(46)
4.2 旅游资源调查方式	(55)
4.3 旅游资源调查方法	(56)
◇ 思考题	(57)
第 5 章 旅游资源评价	(58)
5.1 评价目的与内容	(58)
5.2 评价标准与原则	(59)
5.3 评价方法	(61)
5.4 国家标准评价体系	(66)
5.5 评价方法的创新与发展	(68)
◇ 思考题	(70)
第 6 章 旅游资源开发	(71)
6.1 旅游资源开发概述	(71)

6.2 旅游资源开发程序	(77)
◇ 思考题	(85)
第7章 地文景观旅游资源开发	(86)
7.1 地文景观类型及其旅游功能	(86)
7.2 山岳型综合旅游地开发	(106)
◇ 思考题	(116)
第8章 水域风光旅游资源开发	(117)
8.1 水域风光类型及其旅游功能	(117)
8.2 水域风光资源旅游开发	(129)
◇ 思考题	(144)
第9章 天象与气候景观资源开发	(145)
9.1 天象与气候景观类型及其与旅游的关系	(145)
9.2 天象与气候旅游资源开发	(161)
◇ 思考题	(172)
第10章 生物旅游资源开发	(173)
10.1 生物资源的类型及特点	(173)
10.2 生物旅游资源的主要功能及开发方向	(180)
◇ 思考题	(199)
第11章 遗址遗迹类旅游资源开发	(200)
11.1 遗址遗迹类旅游资源的类型及其价值	(200)
11.2 遗址遗迹类旅游资源的开发及保护	(206)
◇ 思考题	(214)
第12章 建筑与设施类旅游资源开发	(215)
12.1 建筑与设施类旅游资源的类型与特性	(215)
12.2 建筑与设施类旅游资源的开发	(225)
12.3 园林建设与旅游开发	(247)
◇ 思考题	(260)
第13章 旅游商品开发	(261)
13.1 旅游商品的概念和特性	(261)
13.2 旅游商品的组成和分类	(264)
13.3 旅游商品开发	(268)
◇ 思考题	(277)
第14章 人文活动类旅游资源开发	(278)
14.1 人文活动类资源类型及其旅游开发方向	(278)
14.2 著名人物资源的开发利用	(286)

14.3	重大事件的开发利用	(291)
14.4	民俗与非物质文化遗产旅游资源开发	(295)
14.5	旅游节庆活动策划与组织	(310)
◇	思考题	(319)
第 15 章	旅游资源管理与保护	(320)
15.1	旅游资源管理体制	(320)
15.2	我国的旅游资源管理模式探索	(325)
◇	思考题	(332)
第 16 章	旅游资源开发与可持续发展	(333)
16.1	旅游可持续发展的概念和内涵	(333)
16.2	旅游资源开发现状及其存在的问题	(339)
16.3	旅游资源开发与可持续发展的理论分析	(349)
16.4	旅游资源开发与可持续利用对策研究	(351)
◇	思考题	(356)
参考文献		(357)

第 1 章

旅游资源与旅游资源学

【学习目标】 掌握旅游资源的概念与本质，并能够运用所学的知识正确地认识、分析旅游资源，在旅游产业发展中去发现有价值的资源。

【本章概要】 旅游资源是旅游活动的客体，是发展旅游业的基础，任何地方要发展旅游业，都离不开对旅游资源的开发和利用，旅游资源开发和利用的成功与否直接决定着当地旅游业发展的前途与命运。旅游资源学已成为旅游学中的一门重要学科，其研究的最终归宿是旅游资源的有效开发和利用，其中正确认识旅游资源的概念和特点，是其中最基本的理论问题，也是本章研究的重点。

1.1 旅游资源的概念

旅游业的基本特点之一就是对资源具有很强的依赖性——旅游资源是发展旅游业的基础，是旅游产业发展条件中最重要的要素。但什么是旅游资源？旅游资源包括哪些种类？旅游资源有什么特点？旅游资源如何转化成旅游产品？等等，弄清这些问题并不简单。多年来，在产业发展实践领域和学术研究领域，人们不断地对上述问题进行研究，提出了许多不同的见解，使我们对旅游资源的认识不断深入，但至今仍有一些问题还需要进一步探讨。

1.1.1 关于旅游资源概念的研究

人类对旅游资源的认识和研究是随着旅游活动和旅游业的发展而不断深入的，走过了一个由无意识到有意识、由被动到主动的过程。

学术界对旅游的研究首先是从旅游活动和旅游业的末端——旅游消费开始的，而不是首先关注旅游产业的上游——旅游资源的开发与旅游产品生产。这种现象也影响了人类对旅游资源的研究，致使针对性的研究开始得较晚。

被学术界公认的世界上最早从学术角度研究旅游现象的专业文章——1899年意大利政府官员波狄奥（L. Bodio）发表的《关于意大利外国旅游者的流动及其花费》中关注的还仅

仅是关于旅游的经济现象,注重的是对旅游花费的研究,并没有对旅游的对象——旅游资源产生关注。实际上,世界上对旅游的研究首先是从经济研究开始的。直至20世纪30年代之前,人们对旅游的研究始终主要集中于旅游者、旅游花费和旅游经济方面,所采用的方法主要是统计学方法。直到旅游研究进入全面发展阶段的“二战”以后,以经济学研究为基础的跨界(学科)研究开始成为旅游学术研究的主流,一些重要的社会科学学科如经济学、资源学、地理学、生态学、社会学、文化学、人类学等开始从不同的侧面研究旅游现象及其相关问题,一个较为完整的旅游学学科体系开始形成,关于旅游资源的相关研究才纳入人们研究的视线。

所以,从旅游学术研究的发展过程来看,最初人们关注的研究领域是从旅游消费开始的,并没有关注到旅游产业发展的基础——旅游资源。这是因为人们最早认识旅游和旅游业,是因为它在消费流通领域的经济意义,还并没有认识到作为一个新兴行业的产业链的存在。当人们逐步感觉到旅游业作为一个新兴产业也存在生产过程之后,才开始关注这个产业的上游——旅游资源开发的重要性,自然对旅游资源就产生了基本的认识。

我国对旅游资源的研究始于20世纪70年代末,即与中国现代旅游业和现代旅游教育同时起步。随着旅游业的发展和旅游研究的深入,人们不断发现新的问题,提出新的见解,力图实现对这一概念更为完整准确的把握。目前学术界较有代表性的说法有以下几种。

——旅游资源是旅游者参观游览的目的物,是旅游业存在和发展的凭借条件。

——旅游资源是吸引人们前来游览、娱乐的各种事物的原材料,这些原材料可以是物质的,也可以是非物质的,它们本身不是游览的目的物和吸引物,必须经过开发才能成为有吸引力的事物。

——凡是能够造就对旅游者具有吸引力环境的自然因素、社会因素或其他任何因素,都可构成旅游资源……旅游者之所以愿意在某地或某国旅游,是因为那里的环境对他们具有吸引力。

——旅游资源从经济学的角度可以初步定义为能够使旅游者发生兴趣,有足够的力量吸引他们前来并由此而获得经济效益的各种要素的集合。

——旅游资源是指自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力,可以为发展旅游业所开发利用,并能产生经济效益和社会综合效益的各种事物和因素。

——旅游资源是一切可以用于旅游开发的条件和因素,从社会高度分析,旅游资源包括社会资源和专用资源两部分。其中前者又包括基础设施资源、自然与社会环境、可用于旅游投资的社会财力和物力;后者包括旅游服务设施资源、旅游吸引诸因素资源、旅游专业劳动力。

——旅游资源是指旅游地资源、旅游服务及其设施、客源市场三大要素构成的相互吸引、相互制约的有机系统,是有关这三大要素相互间吸引关系的总和。

——旅游资源是一个开放系统,如果说有标准或有定义核心,那么这个核心就是旅游产品,只要是具有开发为旅游产品的潜力的事象,无论是有形的还是无形的,都可以被视为旅游资源。

——在特定时代和地域空间中,人类认知能力所能够发现的一切具有旅游吸引力的客观

存在。

——在旅游吸引物与旅游产品这两个概念间没有必要再存在“旅游资源”这个概念……旅游吸引物是指对旅游者具有基本吸引作用的自然因素、社会因素及其他任何因素。

分析上述定义，存在以下几个方面的问题。

第一，人们普遍认识到旅游资源的直接指向是对旅游者的吸引力，并以不同的语言对这种吸引力进行限定，如“有足够的力量吸引他们前来”、“可以为发展旅游业开发利用”、“人们认知能力所能发现的”、“旅游吸引力”，这些表述其实只是试图表达出他们的共同认识：旅游资源对旅游者具有核心吸引力，是吸引旅游者异地迁移的主要因素，并不是所有吸引旅游者的因素都可以称为旅游资源。

第二，存在对于旅游资源的“资源”本质认识不清的状况，导致对旅游资源外延的界定混乱，进而影响到对其内涵的认定。

第三，“具有开发为旅游产品的潜力”，意为旅游资源是旅游产品的主要来源或直接来源，是旅游产品的资料来源，这是对旅游资源本质属性的表层解释。只是，在缺乏对旅游产品这一概念解释的前提下，以一个不确定的概念去界定另一个不确定的概念似乎欠妥。

理论上的研究和争论一直没有停止，但旅游产业发展的实践领域在技术方面不允许不确定的概念继续存在下去。为了对实践领域进行规范，2003年2月24日国家标准部门颁布了中华人民共和国国家标准 GB/T 18972—2003《旅游资源分类、调查与评价》，在该标准中对旅游资源等概念进行了技术界定，统一了“旅游资源”这一概念在产业发展实践领域里的使用。

《旅游资源分类、调查与评价》（该标准于2003年5月1日开始实施）中对旅游资源所作的定义如下：旅游资源，是指“自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力，可以为旅游业开发利用，并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素”。

这一定义包含有下面几层含义。

第一，旅游资源对旅游者产生吸引力。任何产品对其消费者都有本身特定的吸引力，旅游产品也不例外。作为旅游产品的来源，旅游资源的吸引力作用指向的是旅游者。只有对旅游者产生某种吸引力，能够激发其旅游动机，才有可能成为旅游资源，不具有这种吸引力的任何资源因素都不会成为旅游资源，而当这一吸引力足够强大，形成异地吸引力时，就可以促使旅游者实现异地迁移，从而促成了一段异地特殊生活经历。

第二，旅游资源是旅游业的开发对象，是旅游产品的来源。一方面，旅游业是生产、组织、销售旅游产品的经济产业，其通过必要的辅助因素和手段对旅游资源进行开发利用，将资源转化为产品，推向市场，实现旅游业的良性运转，其中辅助因素和手段不能算作旅游资源；另一方面，能够为旅游业开发利用是旅游资源存在的价值，只有通过旅游业的开发利用，成为旅游产品，旅游资源才能和旅游者发生联系，为旅游者提供独特的经历，从而实现自己的价值。另外，由于旅游资源的开发是多层次的，旅游产品也是多级别的，所以旅游资源既包括尚未被开发但有开发价值的部分，也包括已经被开发过，可以被组合成不同旅游产品的部分。

第三,经济效益、社会效益和环境效益是现今社会环境对旅游资源是否可以为旅游业开发利用的限制条件。对某项旅游资源开发利用形成的旅游产品既要能满足市场需求,为旅游业带来经济利润,又要符合社会规范,有利于社会的发展和进步,还要遵循生态原则,有益于环境的建设和保护。这是现代社会对资源利用的要求,也就成为资源能否开发的条件。

但《旅游资源分类、调查与评价》对旅游资源概念的技术界定,并不代表着理论上人们对旅游资源认识的统一,更不代表关于旅游资源研究的终结。因为人们对旅游资源的相关研究在许多领域仍需要进一步深入。

1.1.2 旅游的概念与旅游资源的本质属性

1. 旅游的概念

既然旅游资源源于人类的旅游活动和旅游业的发展,那么我们就以最简单的逻辑,从源头开始,来进一步把握旅游资源的本质。

“旅游,是人们离开自己的常住地,到异地作暂时停留或访问所经历的特殊生活过程”。^①也就是说,旅游活动是人们在异地经历的一段特殊生活过程。

在现代社会中,旅游者的旅游活动基本上是在旅游市场的大环境中进行的,离不开旅游业。旅游业生产、组织、销售能够为旅游者带来异地特殊生活经历的旅游产品,也就是提供“异地经历”;旅游者通过支付一定的费用,购买旅游业生产的旅游产品,在消费旅游产品的过程中实现其特殊的生活经历,消费的过程就是经历的过程,旅游者购买和消费的也是“异地经历”。所以,我们可以说,旅游产品就是为旅游者提供的一种“异地经历”。剖析旅游产品的构成,也就是经历的来源,我们发现,尽管旅游者的经历多种多样,但所有经历的形成都有一个核心内核,这个核心内核就是具有异地性的“吸引力”,或者说是吸引旅游者到异地的、以足够的力量促使其实现身体位移的这种“移动吸引力”,也就是许多学者所说的“核心吸引力”。所以,所有的旅游产品也都有一个核心内核——对旅游者的吸引因素。旅游者的异地经历主要是因为某种异地吸引因素的吸引力而产生,并且整个经历都是围绕着这一吸引因素而进行的,这个吸引因素因此就成为经历的来源,成为旅游产品的原材料,也就是旅游产品的来源,即旅游资源。

而从旅游开发——旅游产品供给者的角度,则是用当地的资源转化成旅游产品来吸引和服务于外地旅游者,而这些资源必须要对外地旅游者具有吸引力,这样才具备转化成旅游产品的前提条件。

2. 旅游资源的本质属性

从旅游的概念分析,旅游资源最基本的属性就是“吸引力”,即对旅游者产生吸引力,这是判断任何社会现象和事物是不是旅游资源的基本标准。

① 王德刚. 旅游学概论. 济南: 山东大学出版社, 2004: 37.

同时,作为发展旅游业的基础,为旅游开发和旅游业发展所利用,必然要产生经济效益。旅游资源转化成旅游产品后是用来进行经营,来获得经济收益,因此旅游资源本身还具有经济性属性。

但从现代旅游理念和人类社会发展的趋势来看,旅游本身的社会性特征也越来越突出。

1980年9月27至10月10日在马尼拉召开的世界旅游大会上通过的世界旅游领域的纲领性文件——《马尼拉宣言》(全称《马尼拉世界旅游宣言》)中特别强调:“不论旅游业的经济效益多么现实、重要,都不会也不可能是各国作出鼓励发展旅游业之决策的唯一标准。”该文件强调了旅游的社会作用:“在旅游实践中,精神因素比技术和物质因素占有更重要的地位,精神因素主要为以下几点:

- 彻底实现人的自身价值;
- 不断地推动教育的发展;
- 各国命运的平等;
- 本着尊重他人人格和尊严的精神解放人;
- 承认文化属性并尊重各国人民的精神遗产。”

在此基础上,《马尼拉宣言》原始性地对“旅游权利”进行了定性:强调“旅游应是人人享有的权利”。^①

众所周知,自19世纪中叶现代旅游产生开始,旅游已经转化为一种“广泛与社会、经济生活相联系”的社会现象,在实现人的权利、提高人类素质、发展地方经济、增进文化交流、促进国际交往与世界和平等方面发挥着巨大作用。

而对于人类个体而言,提高个人综合素质、实现自我价值,旅游成为最重要的途径。正因为如此,作为世界旅游领域的纲领性文件,《马尼拉宣言》进一步发扬了《世界人权宣言》中“人人有享受休息和闲暇的权利,包括工作时间有合理限制和定期给薪休假的权利”的理念,更加明确地强调:“旅游也是人类社会的基本需要之一。旅游应是人人享有的权利。”“旅游是人们的一种积极休息,能够强烈而深刻地表达人的本性。”

那么,从旅游作为人的基本权利的角度,我们如何来界定旅游资源的概念与范畴,如何来确定旅游资源的经济性与非经济性,如何理解旅游资源“可以为旅游业开发利用”呢?

在发展旅游和旅游业的功利化导向下,人们几乎一味地强调旅游的经济性,最多也是强调所谓的三大效益统一,即产生“经济效益、社会效益和环境效益”,但实际上常常是在经济效益的前提下产生社会效益和环境效益的才属于旅游资源,而单纯产生社会效益或环境效益而不产生经济效益的,就不作为旅游资源。这种认识是片面的,也是长期以来旅游业发展过程中片面追求经济效益的功利化导向的必然结果。

但从旅游作为人的基本权利和旅游的精神意义的角度上说,旅游资源也应该同时具有非经济属性,即某些有吸引力但不产生经济效益的资源也可以作为旅游资源。

^① 徐京译. 马尼拉世界旅游宣言. 转自旅游研究空间站: <http://www.lixinjian.com>.

1.1.3 旅游资源的概念

如前所述,国家标准《旅游资源分类、调查与评价》在实践领域统一了旅游资源的技术定义:是指“自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素”。但这并不意味着对旅游资源概念的科学定论。

通过上述分析,特别是通过讨论我们明确了旅游资源的基本属性,即吸引力、经济性与非经济性并存,那么旅游资源的概念可以确定为:能对旅游者产生吸引力、服务于旅游活动的一切事物和因素。

这一概念强调了以下两点。

第一,旅游资源包罗万象,自然界和人类社会中,甚至是地球之外(如刚刚兴起的太空旅游),凡是能够对旅游者产生吸引力的一切现象、事物、环境或其他因素,都可以成为旅游资源。

第二,旅游资源经开发要服务于旅游活动,并要产生效益,但这种效益可以是产生经济效益、社会效益和环境效益的全部,也可以是其中的一种或两种,并不特别强调三大效益的同时并存。当然,在很多情况下,我们要求旅游业发展要做到三大效益统一、平衡、协调,并把其作为旅游业发展的基本原则之一,但这并不代表在所有的情况下都要求三大效益的统一、平衡与协调,特别是在有些特定的情况下,我们可以只强调其社会效益和环境效益,而并不过多强调其经济效益。

另外,旅游学术研究是一项科学工作。从世界范围看,人类对经济效益、环境效益的追求目标是基本一致的,但由于文化背景、习俗、法律基础有所不同,对社会效益的理解和衡量标准会有所差异,包括对旅游资源种类的认识都会有所不同,如对博彩业及其旅游吸引力的认识和评价,就会因国家、民族、法律和道德观念的不同而有所差别。许多国家博彩业是法律允许的,但在中国则是完全禁止的,这就是因为各国法律和道德体系不同而使然。

1.1.4 新资源观与新旅游资源

旅游资源是包罗万象的、也是动态的,虽然我们建立了旅游资源认定、分类的国家标准,但并不能一劳永逸,仍然需要在新资源观的指导下不断发现新的资源和传统资源新的旅游价值。

一是因为人类旅游需求本身是发展变化的,在不同的历史发展阶段,人类的旅游偏好、时尚会有所偏重,也导致对旅游资源认知的偏重点和认知视野受到局限,在很多情况下会用传统的视角去认定旅游资源的种类和价值。这就要求旅游产业实践领域和旅游学术研究领域能够根据人类需求发展的动向,及时、准确地调整认知旅游资源的视角,不断去发展新的旅

旅游资源或研究、认识传统资源新的旅游价值。例如杭州市前些年向旅行社开发的100处社会旅游资源,包括了社区居委会、敬老院、幼儿园、派出所、监狱、丝绸厂等,有些虽然属于资源类型包含的,但产业发展实践中之前未出现这种具体的现象。

二是因为人类社会本身是发展变化的,新的现象、新的事物层出不穷,必然导致新资源的产生,这就需要我们不断去发展、不断去研究、不断去补充。

所以,新资源观强调的就是要用发展的眼光、用不断变化的视角,去发现新的有价值的资源,去重新研究传统资源的新价值、新功能。

案例 1-1

杭州首批 56 个社会资源国际旅游访问点开放

2005 年的第一天,来自日本的小林弘幸一家在杭州过得特别惬意:父母兴致勃勃地观看了太极拳、木兰拳和传统的舞狮表演;喜欢绘画的女儿惠理香也如愿以偿,来到中国美院参观了潘天寿纪念馆和皮影博物馆。昨天上午,包括小林一家八口在内,来自日本、美国、匈牙利的近 100 名外国游客,幸运地成为杭州首批社会资源国际旅游访问点开放后的第一批游客。

有机会要到杭州人家中坐坐。

昨天,在中国美术学院举行的“杭州首批社会资源国际旅游访问点开放启动仪式暨 2005 年新年首批游客欢迎仪式”上,浙江大学、中国美术学院、西湖区法院、珠儿潭社区、太极拳晨练点等 56 个社会资源点,首批摘得“杭州市国际旅游访问点”的新名号,并正式挂牌对外开放。

率团来杭州参加新年演唱会的日本艺能协会理事长露易白川先生,在欢迎仪式上代表外国游客,与一位女歌唱家一起深情地演唱了日本名歌《爱之路》。另外三名团员也为现场的游客奉献了一曲《夜蝶》。

匈牙利朋友都是第一次来中国,理查德·马洛兹拿着 DV 兴奋地拍个不停,并表示有机会一定要到杭州居民家中坐坐。首批外国游客还收到了杭州市精心准备的新年礼物。

用 3 年时间培育成熟访问体系。

从今天开始,来杭的入境游客不但可以欣赏到杭州如画的自然美景,品味到杭州深厚的历史文化,更可以通过参观访问点感受到一个现代、文明、开放、真实的杭州。市旅委常务副主任李虹表示,将城市社会资源整合转化为国际旅游产品工程,是杭州旅游发展史上的一座里程碑,不仅是杭州旅游国际化的需要,也是杭州这座城市融入世界的客观需要。

按照《推进杭州旅游国际化启动方案》的要求,200 年 7 月和 12 月,杭州市还将分别推出 44 个访问点。通过 1~3 年的努力,计划把杭州的部分社会资源转化为可供接待海外游客的国际旅游产品,并不断地对访问点进行优化筛选,最终形成一个成熟的社会资源国际旅游访问体系。

资料来源:浙江在线新闻网站, www.zjol.com.cn, 2005 年 1 月 2 日。

1.2 旅游资源学

1.2.1 旅游资源学

旅游资源学是旅游学的分支学科，是一门研究旅游资源的范畴、分类、形成、价值、评价、开发利用方向与开发利用模式的科学。

从旅游学术研究和旅游业发展的角度看，任何一个相关领域都有与之对应的专门研究领域，这既是旅游学术研究体系建设的必然，也是旅游产业发展实践的客观需要。而旅游资源学就是专门为旅游产业的发展进行资源开发利用专门研究的学科，它把旅游资源作为研究对象，以服务于旅游者为目的，以发展旅游业为目标，以可持续发展为理念，展开关于旅游资源的构成、分类、形成机理和开发利用方式等的相关研究，探讨旅游资源开发利用及科学保护的规律。

1.2.2 旅游资源学的研究内容

从旅游产业发展实践的角度，旅游资源学的研究内容主要包括以下 5 个方面。

(1) 旅游资源的概念、范畴与分类

概念研究是任何学科的基本问题之一。关于“旅游资源”概念的研究是旅游资源学研究的基础性问题，也是旅游资源学研究的开始和切入点。

旅游资源的构成——范畴与分类，是旅游资源学研究的基本问题之一，只有首先明确什么是旅游资源、旅游资源包括哪些种类，旅游开发和旅游产业发展才有最基本的理论基础。

(2) 旅游资源的形成机理

旅游资源的形成机理及成因，对于旅游资源的利用方式、保护的方法等至关重要。

旅游资源包罗万象，种类很多，自然的、人文的及其他社会的资源各有不同的形成机理，形成机理的不同导致各自特色、形态、功能的差异，这必然导致利用方式和保护要求的不同。因此，对旅游资源形成机理的研究是旅游资源学研究的重要内容。

(3) 旅游资源的价值、功能及其评价方法

有价值的事物、现象才能够成为资源。旅游资源的成因、性质、形态等的不同，也会影响到其价值和功能的不同。旅游资源有哪些价值、有哪些功能等，将会影响到对其利用的方式。需要研究的内容包括：

- 各种旅游资源的价值和功能；
- 旅游资源价值评定的方法；
- 旅游资源价值等级的划分；
- 旅游资源评定的指标体系，等等。

(4) 旅游资源的开发利用方向与开发利用方式

实际上,旅游资源学研究的根本目的就是为了更好地开发利用,因此旅游资源的开发利用方向与开发利用方式实际上是旅游资源学研究的根本性问题,具体研究的内容包括:

- 旅游资源的产品转化方向;
- 旅游资源开发利用模式;
- 旅游资源开发利用的手段及技术创新,等等。

(5) 旅游资源科学保护的理论与方法

旅游资源既有自然的、也有人文的,既有有形的、也有无形的,为了使旅游业实现可持续发展,科学利用——以可持续发展为前提的保护性利用是必然的选择,那么就需要研究各类旅游资源的性质与特点、各类旅游资源保护的要求、各类旅游资源保护的方法与技术手段。因此,关于旅游资源科学保护的理论与方法的研究内容包括:

- 旅游资源的性质与特点;
- 旅游资源保护的要求;
- 旅游资源保护的方法与技术创新,等等。

1.2.3 旅游资源学的研究方法

旅游资源学是一门新兴学科,对它的相关研究还不充分,对研究方法的研究还不像一些传统的学科那样成熟,形成了相对确定的方法体系。

从当前的研究看,旅游资源学的研究方法主要包括以下几个方面。

(1) 观察法

“旅游资源的研究必须从最原始的直观观察开始。”^① 旅游资源的许多现象、特点、价值与功能、开发方向等,都需要通过观察去发现。观察法实际上是许多学科最基本的研究方法,如人类学、民俗学等。通过观察去发现旅游资源的形态、特性、价值与功能,进而研究其开发利用、保护的方法与技术。

在不同的情况下,观察的侧重点会有所不同,既可以有数量的观察,也可以有质量的观察;既可以有表象的观察,也可以有本质的观察。目的不同、角度不同、时机不同,观察的深度、侧重点也会有所不同。

使用观察法研究旅游资源,在学术领域表现为对旅游资源的成因、功能、存在形式、价值等的研究,而在旅游产业发展实践中,则更多地表现为对旅游资源的使用价值、实用功能的研究。

(2) 统计法

统计法往往在旅游资源调查(普查、详查)时使用,在数量、类别整理和价值评价等领

^① 俞学才. 旅游资源学. 北京: 化学工业出版社, 2008: 3.