

旅游高等职业教育系列教材



旅游高等职业教育系列教材

# 旅游资源 开发与规划

LUYOU ZIYUAN  
KAIFA YU GUIHUA

邓爱民 刘代泉 主编

国家旅游局  
人事劳动教育司  
指定用书

99



旅游教育出版社

TOURISM EDUCATION PRESS

☆旅游高等职业教育系列教材

☆国家旅游局人事劳动教育司指定用书

# 旅游资源开发与规划

邓爱民 刘代泉 主编

旅游教育出版社

·北京·

责任编辑:张毅

**图书在版编目(CIP)数据**

旅游资源开发与规划/邓爱民,刘代泉主编. - 北京:旅游教育出版社,2000.7

ISBN 7-5637-0876-6

I.旅… II.①邓… ②刘… III.①旅游资源-资源开发-高等教育:技术教育-教材 ②旅游资源-经济规划-高等教育:技术教育-教材 IV.F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 37420 号

旅游高等职业教育系列教材  
国家旅游局人事劳动教育司指定用书

**旅游资源开发与规划**

邓爱民 刘代泉 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850×1168 1/32
印 张	7.625
字 数	187 千字
版 次	2000 年 7 月第 1 版
印 次	2002 年 1 月第 2 次印刷
印 数	6001-14000 册
定 价	11.50 元

**编写者(按姓氏笔划顺序):**

邓 爱 民

刘 代 泉

刘 婷

陈 昌

汪 瑞 军

彭 燕

# 目 录

第一章 绪论 .....	1
第一节 旅游资源概述 .....	1
一、旅游资源的概念 .....	1
二、旅游资源的基本属性 .....	3
第二节 旅游资源开发与规划的 研究对象 .....	4
一、旅游资源开发与规划的研究 对象与内容 .....	4
二、旅游资源开发与规划的研究 方法 .....	6
第三节 旅游资源开发规划与相 关学科的关系 .....	8
一、旅游资源开发规划与资源学 的关系 .....	8
二、旅游资源开发规划与旅游学 的关系 .....	8
三、旅游资源开发规划与旅游	

地理学的关系·····	9
四、旅游资源开发规划与其他相关学科的关系·····	9
<b>第二章 旅游资源的形成、特征及分类</b> ·····	<b>10</b>
<b>第一节 旅游资源的形成</b> ·····	<b>10</b>
一、旅游资源形成的基本条件·····	10
二、旅游资源的吸引功能·····	16
案例 三峡旅游资源的成因分析·····	19
<b>第二节 旅游资源的特征</b> ·····	<b>24</b>
一、自然旅游资源的特征·····	27
二、人文旅游资源的特征·····	29
<b>第三节 旅游资源的分类、分级</b> ·····	<b>30</b>
一、旅游资源的分类·····	30
二、旅游资源的分级·····	33
案例 泰山旅游资源特色分析·····	36
<b>第三章 中国旅游资源</b> ·····	<b>43</b>
<b>第一节 地文景观类旅游资源类型</b> ·····	<b>43</b>
一、典型地质构造·····	43
二、标准地层剖面·····	45
三、古生物化石点·····	45
四、自然灾变遗迹·····	46
五、名山·····	47
六、岩溶景观·····	47
七、海岸景观·····	47
八、风蚀地貌景观·····	49
九、洞穴·····	50
<b>第二节 水域风光旅游资源</b> ·····	<b>50</b>
一、风景河段·····	51
二、风景湖泊·····	52
三、瀑布·····	54
四、泉·····	55

五、现代冰川·····	55
六、风景海域·····	56
<b>第三节 生物景观类旅游资源</b> ·····	56
一、植物旅游资源·····	56
二、动物旅游资源·····	58
<b>第四节 古迹和建筑旅游资源</b> ·····	59
一、古迹类旅游资源·····	59
二、古建筑类旅游资源·····	61
<b>第五节 休闲、求知、健身旅游资源</b> ·····	72
一、博物馆、展览馆·····	72
二、旅游度假区·····	72
二、公园·····	73
四、植物园和动物园·····	73
五、体、疗养院(所)·····	74
六、游乐场所·····	74
七、体育中心和运动场馆·····	75
八、野营地·····	75
<b>第六节 购物旅游资源</b> ·····	75
一、民间传统节庆活动·····	75
二、民居民俗·····	76
三、神话传说·····	77
四、地方戏曲和曲艺·····	78
五、楹联和碑碣·····	78
六、名食佳肴·····	79
七、地方土特产品·····	80
案例 武汉市旅游资源特色分析·····	82
<b>第四章 旅游资源欣赏</b> ·····	88
<b>第一节 旅游资源的美感享受</b> ·····	88
一、心理美感·····	88
二、生理美感·····	89

第二节 旅游资源欣赏	92
一、旅游业与旅游欣赏	92
二、旅游资源欣赏的方式	94
三、旅游资源欣赏的方法	96
第三节 旅游资源美的典型例证	98
一、旅游资源的色彩美	98
二、旅游资源的形态美	99
三、旅游资源的音响美	100
四、旅游资源的味(嗅)觉美	101
<b>第五章 旅游资源调查与评价</b>	<b>102</b>
第一节 旅游资源的调查	102
一、旅游资源调查的目的	102
二、旅游资源调查的内容与重点	102
三、旅游资源调查的程序	104
四、旅游资源调查的方法	106
第二节 旅游资源的评价	108
一、旅游资源评价的目的	108
二、旅游资源评价的原则	109
三、旅游资源评价的内容	110
四、旅游资源评价的方法	113
案例 夏威夷(Hawaii)旅游业的振兴	121
<b>第六章 旅游资源开发</b>	<b>134</b>
第一节 旅游资源开发的概念及意义	134
一、旅游资源开发的概念	134
二、旅游资源开发的意义	135
第二节 旅游资源开发内容	138
一、旅游资源开发的原则	138
二、旅游资源开发的内容	141
三、旅游资源开发的技术原理	149
第三节 旅游资源开发的阶段和程序	152



一、旅游资源开发的阶段·····	152
二、旅游资源开发的程序·····	159
案例 三峡文化乐园的项目创意方案·····	162
<b>第七章 风景区开发与规划·····</b>	<b>175</b>
<b>第一节 风景区规划的必要性和程序·····</b>	<b>175</b>
一、风景及风景区·····	175
二、风景区规划的必要性·····	177
三、风景区规划的程序·····	178
<b>第二节 风景区规划的内容与类别·····</b>	<b>183</b>
一、风景区规划的内容·····	183
二、风景区规划的类别·····	186
<b>第三节 风景区总体规划及线路设计·····</b>	<b>188</b>
一、风景区总体规划概述·····	188
二、风景区总体规划的阶段及内容·····	189
三、风景区旅游线路优化设计·····	196
案例 涑水县野三坡旅游区开发战略·····	200
<b>第八章 风景区旅游资源环境保护规划·····</b>	<b>206</b>
<b>第一节 风景区开发与环境保护·····</b>	<b>206</b>
一、风景区开发与环境保护的经验与教训·····	206
二、风景区开发与环境保护规划的基础理论·····	208
三、有限开发与保护环境的途径和措施·····	211
<b>第二节 风景区旅游资源环境保护规划·····</b>	<b>212</b>
一、编制旅游环境保护规划的指导思想·····	212
二、旅游环境现状评价分析·····	212
三、确定最终目标和阶段目标·····	212
四、规划阶段、时期的划分·····	213
五、达到目标应采取的若干措施·····	213
六、旅游环境保护的实施·····	213
<b>第三节 风景区环境保护对策·····</b>	<b>213</b>
一、我国目前环境保护存在的困难和问题·····	213

二、风景区环境保护的主要对策.....	215
案例一  厦门市旅游资源保护和开发管理暂行规定 (节选).....	226
案例二  安顺旅游中心城市生态环境保护规划 (目标及措施).....	227

# 第一章

## 绪 论

旅游资源是发展旅游事业的基本物质条件。要使旅游业得到健康、顺利的发展,必须从理论到实践对旅游资源加以系统研究。这种研究有利于对旅游资源进行合理而科学的开发评价和管理;有利于旅游资源的环境保护,而且对旅游资源学学科的理论研究有深远的意义。

### 第一节 旅游资源概述

任何产业的发展,首先遇到的是资源问题。例如农业发展离不开土地资源、水利资源和气候资源;重工业发展离不开矿产资源等。一个区域旅游的兴旺发达,在一定程度上取决于旅游资源的丰富和资源的价值。因此旅游资源是旅游业发展的基础。

#### 一、旅游资源的概念

旅游资源概念的内涵十分丰富,由于人们看问题的立场和视角不同,因而对旅游资源的概念也有各种不同的解释。

(1) 凡能为旅游者提供旅游、观赏、知识、乐趣、度假、疗养、娱乐、探险猎奇、考察研究以及友好往来的客体和劳务,均可称为旅游资源。

(2) 凡是能吸引旅游者的自然因素和社会因素,统称为旅游资源。

(3) 旅游资源,是指对旅游者有吸引力的,以山水名胜、自然风光为主的自然资源和以历史古迹、文化遗址、革命纪念地为主的人文资源。

由上可知,尽管各家表述方法不同、形式各异,但实际上大同小异,

都充分表达了作为旅游资源必须具有的吸引向性及有可能被用来开发的特性。随着旅游业的发展,对旅游资源的认识还会不断深化。

本书借用苏文才关于旅游资源的定义:旅游资源是指在自然界或人类社会中凡能对旅游产生吸引向性、有可能被用来开发规划成旅游消费对象的各种事与物(因素)的总和。

简单地说,旅游资源是能够诱发旅游动机和实施旅游行为的诸多因素的总和。它不仅是作为一定地理空间范围内的旅游目的地,也包括旅游者和各种能传达旅游地相关信息的事与物。应注意的是,郭来喜提出劳务作为旅游资源是值得重视的。1991年,国际标准化组织(ISO)第2号指南第6版标准中,产品的概论包括硬件、软件、流程性材料和服务四项。其中服务成了产品的必要组成部分。这样,旅游的接待服务也可理解成旅游产品,与风景资源等一样,可作为旅游资源的有机组成部分。

旅游资源有物质的,也有非物质的;有有形的,也有无形的。人们对于山川、泉瀑、园林、寺塔等形态化的物质资源认同感强。对于像上海海派文化等无形的不易为人们感知和触摸到的非物质的旅游资源,往往缺乏对其本质的理解与认可。实际上,精神的、非物质的旅游资源是在物质基础上产生的,并依附于物质而存在。

旅游资源是一个发展的概念,旅游资源的范畴还在不断扩大。在区域旅游业发展的不同历史阶段,对旅游资源的内涵会有不同的理解与认识。随着科技的进步,旅游资源的科技含量增加,资源潜能将进一步得到发挥。原来不是旅游资源的事物和因素,今天可以成为旅游资源予以开发。人们遨游太空、登上月球旅游的愿望,也会成为现实。而且科技进步本身即可形成新的旅游资源,目前一些世界发达国家,纷纷利用高科技大做文章,建造大型综合性旅游景点与游乐场所。旅游资源的范畴已到了几乎无所不包的程度。但对其品评与开发,都应以市场需求为导向。

与土地、矿产、海洋等资源一样,旅游资源也有它的价值属性。对人文旅游资源的价值属性,人们的认识较为一致。因为它是人类劳动的直接成果,凝结着前人的智慧和汗水,是历史过程的产物,毫无疑问

是有价值的运动；而对自然旅游资源价值属性却缺乏应有的认识。这种错误的观念导致对自然旅游资源的野蛮、粗放的掠夺式开发，促使生态环境急剧恶化，使资源遭受严重破坏与大量浪费。实际上，许多无法用货币单位表明其自身价值的自然旅游资源，恰恰是有价值的表现。

## 二、旅游资源的基本属性

旅游资源的属性主要是指其本身天然的性质(天然性)和在人类主观能动作用下所产生的叠加性质(人为性)。这正是旅游资源的本质区别，具体有自然的、精神的、经济的和文化的的基本属性。

### 1. 自然属性

旅游资源首先是一种自然客体和实体，具有一定的空间展布和分布范围；其二，许多自然旅游资源不需要人类的加工(美化)，而本身就具有很高的美感效应，或供游人观赏；其三，地学旅游资源，一般情况下大多数是不能搬运和储存的，而其他的资源，如矿产资源主要是依靠搬运和储存来实现其作为资源的价值，当然随着地学旅游资源的新开发和扩展，也有少数是可以搬运和储存的，如博物馆的观赏矿物、岩石资源(包括宝石类和玉石类)及观赏的古生物化石资源等；最后，旅游资源本身作为一种自然资源物质，为科学研究、考察、探险提供了必要的场所和理想的条件。

### 2. 精神属性

其一，旅游资源本身所具有的美的形象给人产生美感、快感和愉悦，使人的精神达到美的享受；其二，人可以把自己作为旅游资源的一部分融汇于其中，把人的驱体和意念融于自然之中，使人也具有自然本性；其三，许多人文资源本身就是一种精神寄托及思想与意念的产物。

### 3. 经济属性

有人把旅游资源划为经济范畴，这主要是因为：其一，美好的旅游资源往往具有可观的经济效益；例如泰山、北京故宫、八达岭长城等旅游地，均可获得经济上的收益；其二，许多自然资源的开发和人文旅游资源的创造、制作也往往是经济发展的需要。

#### 4. 文化属性

旅游使人受到教益。旅游资源就是使人受到教益的生动而真实的教材和课堂。人们通过观光、旅游便可以得到新的知识和美的享受,可以开阔眼界,学到许多书本上不曾详细记载的知识,特别是科学旅游及其他某些专项旅游(如夏令营、科学考察、登山、陈列馆、博物馆等)都在不同程度上具有文化教育的意义。应当指出,文化属性和精神属性有着近似的涵义,广义而言,文化属性也是一种精神属性。

## 第二节 旅游资源开发与规划的研究对象

### 一、旅游资源开发与规划的研究对象与内容

旅游资源开发与规划是专门研究旅游资源类型、形成机制、开发功能、合理保护等内容的一门综合性学科。它与规划学、开发学、地理学、地质学、气候学、水文学、生物学、历史学、社会学、民俗学、考古学、建筑学、环境学、生态学、文学、美学等学科有着不可分割的联系。其研究内容相当广泛。

#### (一) 研究旅游资源形成的自然环境、社会条件与历史背景

各类旅游资源都有其自己形成的背景,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。旅游资源的开发与规划,必须从研究旅游资源的形成机制入手。只有这样,才能充分发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功能和效益。

#### (二) 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相互转化,差异越大,特点越明显,开发价值就越高。所谓旅游资源的特点,系指旅游资源的鲜明个性、旅游资源的“特殊本质”。旅游资源的特点

点必须通过对旅游资源的深入考察、科学分析和广泛横向对比才能逐渐认识。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,对旅游资源做出合理、科学的分类,是认识和研究旅游资源的前提条件。

### (三)旅游资源的调查和评价

旅游资源是旅游的物质基础,发展旅游业首先要调查旅游资源,评价其开发利用前景,为旅游区、旅游点的布局和旅游设施的安排提供依据。

旅游资源是对旅游者具有吸引力的自然存在或历史遗存、文化环境,以及直接用于游娱目的的人工创造物。一方面要为查明旅游资源情况,包括资源的种类、分布、数量、质量、规模、密度、级别、特点、成因及开发利用程度、价值、功能等提供理论依据和科学的方法;另一方面,对旅游资源在调查的基础上进行技术经济论证和评价,包括具体的项目,如按不同依据分类、旅游容量、开发程序、投入产出效益、市场评估、开发适宜时间、利用方式、各种组合配套等。

### (四)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寻求返璞归真、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。另一方面,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,原名海通山,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而吸引着海内外众多游客。该丘虽矮小,但从成因考察,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。

### (五) 风景区的合理布局

风景区是含有若干共性特征旅游景点与旅游接待设施组成的地域综合体。风景区、点的选择和内容布局需要进行规划。风景区、点的兴建和改造涉及许多方面(如城市建设、交通、运输、环境保护、生态平衡、饮食供应、生活服务、文化娱乐、工艺美术、土特物产、邮电通讯、医疗卫生等),必须结合相应地区的区域规划,根据区域条件合理确定其接待旅游者的数量和各方面的负荷量,使旅游地域系统各要素相互协调,并与地区整体发展达成综合平衡。

### (六) 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,但如果正确规划、科学安排,两者是有可能得到完满统一的。一般地说,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的现有条件、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。

## 二、旅游资源开发与规划的研究方法

### (一) 资料统计分析法

据推算,世界上风景构成的要素约有100多项,需要分别统计其面积、长度、宽度、厚度、深度、高度、角度、倾度、温度、透明度、速度、盐度、直径、周长、种数、个数、层数、含量等。这种统计资料对了解一个风景区或一处风景的特色和风景价值具有重大的意义。

### (二) 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。

### (三) 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,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。

### (四) 历史分析

研究人类发展的历程和人类发展的遗存,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的原因与演化历程。

### (五) 旅游资源区域比较法

各种不同的风景,往往表现出不同的美感,应用区域比较法可以分别将两地不同类型或同一类型的风景加以比较、评价和分析,得出风景美的一般原则。举一个例子,人们一方面可以比较不同山脉的美,例如带状山脉与块状山脉;另一方面也可以比较同一类型的山脉在不同区