

21

世纪普通高等院校系列规划教材

ERSHIYI SHIJI
PUTONG GAODENG
YUANXIAO
XILIE GUIHUA JIAOCAI

主 编 周骏一 李益彬

旅游资源与开发

Lüyou Ziyuan yu Kaifa



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

21

世纪普通高等院校系列规划教材

ERSHIYI SHIJI
PUTONG GAODENG
YUANXIAO
XILIE GUIHUA JIAOCAI

主 编 周骏一 李益彬
副主编 黄 河 吴 勇 钟玉锋

旅游资源与开发

Lüyou Ziyuan yu Kaifa



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源与开发/周骏一,李益彬主编. —成都:西南财经大学出版社,
2009.8

ISBN 978 - 7 - 81138 - 241 - 9

I. 旅… II. ①周…②李益彬 III. 旅游资源—资源开发—高等学校—教材 IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 143786 号

旅游资源与开发

主编:周骏一 李益彬

责任编辑:王利

封面设计:杨红鹰

责任印制:封俊川

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.bookcj.com
电子邮件:	bookcj@foxmail.com
邮政编码:	610074
电 话:	028 - 87353785 87352368
印 刷:	四川森林印务有限责任公司
成品尺寸:	185mm × 260mm
印 张:	17
字 数:	385 千字
版 次:	2009 年 8 月第 1 版
印 次:	2009 年 8 月第 1 次印刷
印 数:	1—3000 册
书 号:	ISBN 978 - 7 - 81138 - 241 - 9
定 价:	32.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

21 世纪普通高等院校系列规划教材

编 委 会

名誉主任：丁任重

主 任：章道云

副 主 任（以姓氏笔画为序）：

王朝全 李成文 龚 灏 彭礼坤 傅江景

委 员（以姓氏笔画为序）：

邓 健 冯明义 李兴荣 杨明娜 周 一
张旭辉 岳正华 钟大辉 赵晓鸿 诸 丹
黄 萍 曹邦英 蒋远胜 董洪清

总序

为推进中国高等教育事业可持续发展，经国务院批准，教育部、财政部启动实施了“高等学校本科教学质量与教学改革工程”（下面简称“质量工程”）。这是深入贯彻落实科学发展观，落实“把高等教育的工作重点放在提高质量上”的战略部署，在新时期实施的一项意义重大的本科教学改革举措。“质量工程”以提高高等学校本科教学质量为目标，以推进改革和实现优质资源共享为手段，按照“分类指导、鼓励特色、重在改革”的原则，加强课程建设，着力提升我国高等教育的质量和整体实力。为满足本科层次经济类、管理类教学改革与发展的需求，培养高素质有特色应用型创新型人才，迫切需要普通本科院校经管类教学部门开展深度合作，加强信息交流。值得庆幸的是，西南财经大学出版社给我们搭建了一个平台，协调组织召开了普通本科院校经管院系的院长（主任）联席会议，就教学、科研、管理、师资队伍建设和人才培养等方面问题进行了广泛而深入的研讨。

为了切实推进“质量工程”，第一次联席会议将“课程、教材建设与资源共享”作为讨论、落实的重点。与会同志对普通本科的教材内容建设问题进行了深入探讨，认为目前各高校使用的教材存在实用性和实践性不强、针对性不够等问题，需要编写一套高质量的普通本科教材，以促进课程体系和教学体系的合理构建，推动教学内容和教学方法的创新，形成具有鲜明特色的教学体系，有利于普通本科教育的可持续发展。通过充分的研讨和沟通，会议一致同意，共同打造切合教育改革潮流、深刻理解和把握普通本科教育内涵特征、贴近教学需求的高质量的21世纪普通高等院校系列规划教材。

鉴于此，本编委会与西南财经大学出版社合作，组织了乐山师范学院旅游与经济管理学院、西南科技大学经济管理学院、西华师范大学管理学院、西华师范大学历史文化学院、宜宾学院经济管理系、成都大学管理学院、成都大学经济政法学院、成都大学旅游文化产业学院、攀枝花学院经管学院、吉林农业科技学院经济管理学院、内江师范学院经济与管理学院、成都理工大学商学院、成都信息工程学院商学院、成都信息工程学院管理学院、西华大学管理学院、四川农业大学经济管理学院、四川理工学院经济管理学院、佛山科技大学经济管理学院、西昌学院经管系等院系的老师共同编写本系列规划教材。

本系列规划教材编写的指导思想：在适度的基础知识与理论体系覆盖下，针对普通

本科院校学生的特点，夯实基础，强化实训。编写时，一是注重教材的科学性和前沿性，二是注重教材的基础性，三是注重教材的实践性，力争使本系列教材做到“教师易教，学生乐学，技能实用”。

本系列规划教材以立体化、系列化和精品化为特色，包括教材、辅导读物、讲课课件、案例及实训等；同时，力争做到“基础课横向广覆盖，专业课纵向成系统”；力争把每本教材都打造成精品，让多数教材能成为省级精品课教材、部分教材成为国家级精品课教材。

为了编好本系列教材，在西南财经大学出版社的支持下，编委会经过了多次磋商、讨论。首先，成立了由西南财经大学副校长、博士生导师丁任重教授任名誉主任，四川大学管理学院院长章道云教授任主任，西南科技大学经济管理学院院长王朝全教授、宜宾学院经济管理系主任李成文教授、成都理工大学商学院院长龚灏教授、四川理工学院经济管理学院院长彭礼坤教授、佛山科技大学经济管理学院院长傅江景教授任副主任，其他院系院长（主任）参加的编委会。在编委会的组织、协调下，第一批规划了公共基础、工商管理、财务与会计、旅游管理、电子商务、国际商务、专业实训、金融、综合类九大系列 70 余种教材。下一步根据各院校的教学需要，还将组织规划第二批教材，以补充、完善本系列教材。其次，为保证教材的编写质量，在编委会的协调下，由各院校具有丰富教学经验并有教授或副教授职称的老师担任主编，由各书主编拟出大纲，经编委会审核后再编写各教材。同时，每一种教材均吸收多所院校的教师参加编写，以集众家之长，取长补短。

经过多方努力，本系列规划教材终于与读者见面了。值此之际，我们对各院系领导的大力支持、各位作者的辛勤劳动以及西南财经大学出版社的鼎力相助表示衷心的感谢！

21 世纪普通高等院校系列规划教材编委会

2008 年 12 月

前言

近年来,随着我国宏观经济的快速发展、人均收入的稳步提高以及政府的支持和消费升级,旅游业得到了前所未有的发展,取得了举世瞩目的成就。旅游业是关联性极强的产业,直接或间接相关联的行业和部门有 109 个之多,而且外延还在扩张。国家“十一五”规划明确提出将大力发展旅游产业,目前,全国有 24 个省区市把旅游业定位为支柱产业、先导产业或重要产业。旅游业以其广泛的产业关联效应和乘数效应,日益显露出其在推动经济发展中的巨大作用。

旅游资源是旅游业发展的基础和先决条件,旅游业的健康可持续发展有赖于旅游资源的科学合理开发,而旅游资源的合理开发必须建立在对旅游资源本身的科学认识 and 对其内涵的准确把握之上。目前我国有关旅游资源与开发的理论与实践研究已积累了较为丰富的成果,但随着旅游产业不断向纵深方向发展,旅游资源的内涵、特征、类型以及开发与利用的方式也在不断拓展和延伸,这就要求旅游资源研究的内容不断创新,以适应旅游产业的快速发展。

《旅游资源与开发》以国家 2003 年颁布并正在执行的《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T18972-2003)国家标准和《旅游规划通则》为依据,融会本学科近年来的最新研究成果(资料和数据迄止于 2009 年 5 月)和作者们多年来的教学实践体会,集系统性、创新性和实用性为一体,将理论与研究与开发实践紧密结合,力争适应我国旅游产业快速发展的需要。同时,根据相关教师多年科研成果,提出了一些新见解,对扩大学生视野,提高学生学习科学技术的兴趣、培养学生创新能力有很大帮助。在加强基本理论、基础知识讲解的同时,注意对典型的、知名重要旅游资源的介绍,做到深入浅出,理论联系实际。在教材的表现形式上,采用文图、文表结合的表达方式,增强了直观性和可读性。

本书是专门为高等院校旅游专业本、专科学学生编写的专业教材;也可供导游、饭店管理、餐饮管理专业使用;同时还可供高等职业技术学院的相关专业以及从事旅游管理、项目策划、市场开发及导游人员作为在职培训或自学用教材。本书还可作为旅游管理、地理科学、环境科学、城市规划等专业的教材;亦可作为旅游、管理、经济、环境、规划等行业部门的管理人员和科技工作者的参考书;并能作为区域旅游资源调查、普查的培训用书。

本教材的编写分工如下:

主编:周骏一、李益彬;副主编:黄河、吴勇、钟玉锋;周骏一负责全书写作大纲

的拟定和全书统稿，并编写第一章、第三章（由周骏一、易广波编写）、第四章（由周骏一、刘鹏娇编写）；李益彬参与大纲拟定和部分统稿工作，并编写第二章、第五章；黄河参与大纲拟定和部分统稿工作，并编写第七章第一节、第二节、第三节；吴勇参与大纲拟定和部分统稿工作，并编写第六章；钟玉锋参与大纲拟定，并编写第七章第四节、第五节。

在本教材的编写过程中，得到我校、系及兄弟院校的大力支持，在此表示衷心感谢。由于水平和精力所限，书中仍存在许多不足，恳切希望广大读者对教材提出宝贵的意见和建议，以便修订时加以完善。

周骏一

2009年8月

目 录

第一章 旅游资源概述	(1)
第一节 旅游资源的概念体系	(1)
一、旅游、旅游业及旅游系统	(1)
二、旅游资源及相关概念	(3)
第二节 旅游资源在旅游系统中的地位和作用	(5)
一、旅游资源研究的重要意义	(5)
二、旅游资源在旅游系统中的重要性	(6)
第三节 旅游资源的基本特征	(9)
一、观赏性	(9)
二、地理区域性	(9)
三、空间固定性(不可移置性)	(10)
四、非物交换性	(11)
五、不可再生性	(11)
六、独立性和垄断性	(12)
七、时代性与季节性	(12)
八、组合性和整体性	(13)
九、文化性	(13)
十、旅游资源的价值属性	(14)
第四节 旅游资源的研究对象、内容和方法	(14)
一、旅游资源的研究对象和内容	(14)
二、旅游资源的研究方法	(15)
三、旅游资源学与其他学科的关系	(16)
 第二章 旅游资源的类型划分	 (18)
第一节 旅游资源分类的目的与原则	(18)
一、旅游资源分类的目的与意义	(18)
二、旅游资源分类的原则	(19)
第二节 旅游资源分类的方法与步骤	(20)
一、旅游资源分类的方法与依据	(20)
二、旅游资源分类的步骤	(23)

第三节	旅游资源的国家标准分类方案	(24)
一、	国家试行的分类方案	(24)
二、	国家标准的分类方案	(25)
三、	国家标准的旅游资源分类方案的特点	(27)
四、	国家标准的旅游资源分类存在的不足	(28)
五、	国家标准的旅游资源分类应用中需注意的问题	(29)
第三章	自然旅游资源	(32)
第一节	自然旅游资源与自然地理环境	(32)
一、	自然旅游资源与自然地理环境的关系	(32)
二、	自然旅游资源的形成和演化	(33)
第二节	自然旅游资源的分布规律	(35)
一、	自然旅游资源的地带性分布规律	(35)
二、	自然旅游资源的非地带性分布规律	(39)
第三节	主要自然旅游资源类型	(40)
一、	地文景观	(40)
二、	水域风光	(60)
三、	生物景观	(76)
四、	天象与气候景观	(88)
第四章	人文旅游资源	(96)
第一节	人文旅游资源与人文地理环境	(96)
一、	人文旅游资源与人文地理环境的关系	(96)
二、	人文旅游资源的形成和演化	(97)
第二节	人文旅游资源的分布规律	(98)
一、	世界人文旅游资源的地带性分布规律	(98)
二、	我国人文旅游资源的地带性分布规律	(99)
三、	影响人文旅游资源分布的因素	(100)
第三节	主要人文旅游资源类型	(101)
一、	遗址遗迹	(101)
二、	建筑与设施	(111)
三、	旅游商品	(164)

四、人文活动	(170)
第五章 旅游资源调查与评价	(178)
第一节 旅游资源调查	(178)
一、旅游资源调查的目的与意义	(178)
二、旅游资源调查的基本要求	(178)
三、旅游资源调查的基本原则	(179)
四、旅游资源调查的类型与内容	(180)
五、旅游资源调查的程序与方法	(184)
六、旅游资源调查报告的编写	(191)
第二节 旅游资源评价	(192)
一、旅游资源评价的目的和原则	(193)
二、旅游资源评价的内容	(194)
三、旅游资源评价的方法	(197)
四、旅游资源调查与评价成果提交要求	(202)
第六章 旅游资源开发	(207)
第一节 旅游资源开发的目的与意义	(207)
一、旅游资源开发的目的	(207)
二、旅游资源开发的意义	(208)
第二节 旅游资源开发的原则和程序	(210)
一、旅游资源开发的原则	(210)
二、旅游资源开发的程序	(212)
第三节 旅游资源开发的技术与方法	(214)
一、旅游资源的开发方法	(215)
二、旅游资源开发方式和投资模式	(216)
三、旅游景点开发策划	(217)
四、旅游景区开发策划	(218)
五、旅游线路开发	(219)
六、旅游项目开发	(219)
第四节 旅游资源开发的经验与教训	(220)
一、旅游资源开发的成功经验	(220)

二、不合理开发旅游资源的教训	(222)
第七章 旅游资源的保护	(224)
第一节 关于旅游资源开发与保护的重要理论	(224)
一、可持续发展理论的基本内容	(224)
二、旅游资源开发利用中的可持续发展理念	(226)
第二节 旅游资源保护的目与意义	(229)
一、保护旅游资源就是保护旅游经济的可持续发展	(230)
二、保护旅游资源就是保护人类文化	(230)
三、保护旅游资源才能实现旅游生态环境的永续利用	(232)
第三节 旅游资源遭受破坏的原因	(235)
一、旅游资源的自然衰败	(235)
二、旅游资源的人为破坏	(236)
第四节 旅游资源保护的对策与措施	(242)
一、强化法制手段保护旅游资源	(242)
二、充分发挥政府的主导作用	(243)
三、鼓励旅游企业可持续经营	(244)
四、动员全社会积极参与	(245)
第五节 旅游环境建设与管理	(245)
一、旅游环境的文化意义	(245)
二、旅游环境容量	(246)
三、旅游环境建设	(252)
四、旅游环境管理	(252)
参考文献	(255)
附 录	(257)
附录1 中国的世界遗产名录	(257)
附录2 中国的历史文化名城名录	(258)
附录3 中国的世界地质公园名录	(259)
附录4 中国的国际重要湿地名录	(259)
附录5 中国列入国际人与生物圈保护区网的自然保护区目录	(261)

第一章 旅游资源概述

第一节 旅游资源的概念体系

一、旅游、旅游业及旅游系统

(一) 旅游

旅游是指非定居者（这些人不会导致在旅游地定居和就业）出于和平目的的旅行和逗留而引起的所有现象和关系的总和。20 世纪 70 年代，旅游科学专家国际联合会就曾提出：“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期居住，并且不涉及任何赚钱的活动。”后来联合国的官方旅行机构国际联合会也提出：“旅游是指到一个国家访问，停留时间超过 24 小时的短期游客，其旅游目的属于休闲（包括娱乐、度假、保健、研究、宗教和体育运动）；二是属于业务、出使、开会等。”通常把前一种定义称为狭义的旅游概念，把后一种定义称为广义的旅游概念。现在国际旅游学界大多数专家普遍认同：旅游是指非定居者出于和平目的的旅行和逗留而引起的所有现象和关系的总和。

(二) 旅游业

旅游业是指以旅游者对象，为其旅游活动创造便利条件并提供其所需要商品和服务的综合性产业。旅游业作为一项产业，其界定标准是其服务对象，而不是业务或产品。在我国，任何一个产业都是由政府的行政管理部门、事业单位和企业部门构成的。缺少其中任何一个部分，这个产业都不能很好地发展，这个产业的组成也是不完整的。这是由我国现阶段发展特点所决定的。旅游业也不例外，通常是由政府的旅游行政管理部门、旅游事业单位和旅游企业部门组成的。广义的旅游业通常被认为有六大构成要素，即吃、住、行、游、购、娱。准确地说，应该被称为旅游业的六大直接关联要素。狭义旅游业可认为主要是指旅游企业，它同样具有上述六大构成要素。本书主张，我国现阶段的（广义）旅游业即是由政府的旅游行政管理部门、旅游事业单位和旅游企业三部分，由吃、住、行、游、购、娱六大构成要素组成的。从这个意义上讲，广义的旅游业与下述“旅游系统”的概念基本等同。旅游业归根到底可视为服务行业的集合，即必须由众多部门提供环环相扣的服务，任何一个环节出现问题都会导致旅游业遭受损失。这就要求旅游业的相关部门之间紧密联系，加强信息和物资沟通与交流，共同为旅游者提供优质的服务。按照我国目前的情况，旅游业的构成应包

括下列各类企业：旅行社、住宿业、餐饮业、交通客运业、游览娱乐行业、旅游用品和纪念品销售行业。各级政府旅游管理机构和旅游行业组织虽非直接营利的企业，但由于前述原因，亦应纳入旅游业的构成之中。

（三）旅游系统

系统是指各要素以一定的目标为导向，通过相互关联作用和反馈制约机制形成的有机整体。旅游依次经历了早期旅行、现代旅游与旅游产业三个重要的发展阶段。直至旅游产业发展阶段，旅游才真正具有了系统化特征，旅游系统也逐步为人们所认识。

旅游发展到产业阶段已经成为关联性和带动性十分强劲的新兴产业，其系统性特征日益明显，主要表现在以下方面：首先，要素构成内容广泛。旅游系统构成要素的广泛性源自于旅游活动的强大社会经济关联性。从旅游业的运作来看，旅游者完成从客源地到目的地的旅游过程，中间涉及众多要素的相互作用。在空间上，存在旅游目的地对客源地的市场营销，客流从客源地到旅游目的地，再回到客源地的空间移动等相互关系；在经济上，存在着旅游者产生旅游需求，目的地旅游企业生产旅游产品供给旅游者满足其需求等关系。其次，构成要素的产业特征十分明显。旅游业与第一、第二产业及第三产业的许多部门有着一定的间接联系。如，第一产业中的种植业为旅游业的发展提供必需的农产品；第二产业中的制造业为旅游业发展提供相应的技术产品和原料，建筑和能源业为旅游业的发展提供设施和动力；第三产业的其他部门则为旅游业提供诸如安全、金融、保险、邮电、通信、环保等全方位的发展保障。

美国著名旅游专家甘恩（Gunn）早在1988年就率先提出了“旅游系统”的概念。他当时认为旅游系统是由需求板块和供应板块两个部分组成，其中供给板块又由交通、信息促销、吸引物和服务等部分构成。这些要素之间存在着强烈的相互依赖性。我国学者陈安泽和卢云亭于1991年提出了其对旅游系统的认识，他们所刻画旅游系统也是由供给系统和需求系统构成的。其中供给系统包括旅游地域系统、旅游服务系统、旅游教育系统、旅游商品系统四个子系统。旅游地域系统作为主要部分，它又包含有旅游资源、旅游区或旅游地结构、旅游生态环境、旅游路线、旅游中心城镇五个物质性内容。

我国旅游规划专家吴人韦等也在《旅游规划原理》一书中提出由旅游者、旅游目的地、旅游企事业三大要素组成的旅游系统。旅游者子系统形成旅游动机，旅游目的地子系统形成旅游吸引力，旅游企事业子系统形成旅游连接力，最终由上述三大方面有机联系、相互制约、相互支持，整合成为旅游系统。北京大学吴必虎教授在《区域旅游规划原理》一书中提出了一个由旅游市场子系统、旅游者出行子系统、旅游目的地子系统和旅游发展支撑子系统四个子系统构成的旅游系统模型。

从旅游发展动力系统来看，旅游业不可或缺的组成部分有以下几个，即旅游者、旅游资源、旅游发展的支持和保障部门。综上所述，本书认为：旅游系统是由旅游者客源市场子系统、旅游资源吸引力子系统、旅游支持和保障子系统三大构成要素组成，具有特定的结构和功能的有机体；或者说旅游系统是由客源市场子系统、旅游资源吸引力子系统和联系上述二子系统的中间媒介子系统（即称为旅游支持和保障子系统）

三大构成要素组成,具有特定的结构和功能的有机体。旅游客源市场子系统包括本地旅游市场、国内和国际旅游市场;旅游资源吸引力子系统包括自然旅游资源、人文旅游资源、自然与人文复合旅游资源以及在旅游资源基础上开发、设计的一系列旅游项目、旅游产品等旅游吸引物系统;旅游支持和保障子系统包括旅游基础设施、旅游服务以及旅游保障体系等要素,主要指由那些与旅游系统发展有间接联系,为其发展提供基础性支持作用,以及为旅游者生产和提供旅游产品及服务的产业部门构成的整体。该子系统是连接旅游客源市场子系统和旅游资源吸引力子系统的桥梁,其主要功能有为旅游者提供生活必需的服务以及为旅游者提供游览、娱乐和购物等服务。旅游业目前确实已经成为了一个巨大系统并且对国民经济和社会发展产生了较明显的作用。因此,旅游系统概念的确立是现代旅游开发的重要理论前提,只有对旅游系统有了深入了解,才能真正总结和把握其发展规律,为旅游开发的实践服务。

二、旅游资源及相关概念

(一) 旅游资源

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,可以为旅游业开发与利用,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”^①。首先,定义中所指“自然界和人类社会”,涵盖了我們作为生活在地球上的人所能接触的所有外部环境,即自然环境和人类社会环境。可见旅游资源赋存的范围十分广泛,因而涉及的学科门类众多。其次,“能对旅游者产生吸引力”,是指对特定的人群对象(即旅游者)有吸引力,要能激发旅游者的旅游动机,吸引他们前去旅游;“可以被开发与利用”,指在目前技术、经济条件下能够被开发出来并加以利用的那部分资源;强调能产生经济、社会和环境三大效益,是为了避免单纯强调经济效益而忽略社会和环境效益。如赌博、色情业可以吸引游客,开展旅游可取得较好的经济效益,但社会效益不好;又如为开发旅游而破坏生态环境,使环境效益低下等做法是要规避的。最后,“各种事物和因素”,强调了旅游资源可以是看得见、摸得着的有形体的实物,也可以是没有实体的因素,如故事、神话传说、昆曲等非物质文化遗产。总体来讲,旅游资源是旅游活动的客体,它具有吸引和效益两大功能。

(二) 旅游资源单体

旅游资源单体是指可作为独立观赏或利用的旅游资源基本类型的单独个体,包括独立型旅游资源单体和由同一类型的独立单体结合在一起形成的集合型旅游资源单体。

(三) 旅游项目

旅游项目是指在旅游资源单体基础上,通过旅游资源开发工作者付出智慧和辛勤劳动,对旅游资源单体进行提炼、加工和开发,赋予了旅游资源单体更多新的文化内涵,因而对游客也更具吸引力的旅游吸引物。即旅游项目是借助于旅游地的旅游资源

^① 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.

单体开发出的以旅游者和当地居民为吸引对象,提供休闲、消遣服务,具有持续旅游吸引力,为实现经济、社会、生态环境效益为目标的旅游吸引物。

(四) 旅游线路

广义的旅游线路是一种特殊旅游产品,是指专为旅游者设计,能够提供各种旅游活动的旅行游览线路。它通过一定的交通线和交通工具与旅游方式,将若干个旅游城市、旅游点或旅游活动项目合理地贯穿和组织起来,形成一个完整的旅游运行网络和产品的组合。狭义的旅游线路单指在一定时间内,游客旅行经过的轨迹。

(五) 旅游产品

我国国家标准中提出的旅游产品定义是:“旅游资源经过规划、开发建设形成旅游产品。旅游产品是旅游活动的客体与对象,可分为自然、人文和综合三大类。”^①可见,旅游产品是旅游业开发出来的旅游对象,如景点、景区或旅游线路等,它包括旅游资源、游览设施和旅游服务。旅游产品在内涵和外延上都较旅游项目更大。一般来讲,若干个旅游项目就构成了旅游产品。有时,一个旅游项目,如果其内容丰富,规模足够大,可独立提供给游客,也可以被视为一个旅游产品。在旅游产品中,旅游资源是基础,其在产品中所占分量,较之农产品、工业产品中资源所占分量要大得多,以至于一些没有游览设施和旅游服务的旅游资源,也能吸引游客前往游览,导致旅游资源与旅游产品常被混为一谈。

(六) 旅游商品

旅游商品是旅游产品中,用于交换的一部分,主要是旅游者在景点、景区或旅游线路等特定旅游场所的经历。所以广义的旅游商品是指旅游者在其全部旅行游览过程中,有关吃、住、行、游、购、娱六个方面所消费的产品之总称。而狭义的旅游商品通常的意思是指旅游者购物部分。产品不等于商品,只有进入流通领域,用于交换的产品才是商品。在此意义上讲,旅游资源开发工作者,利用旅游资源开发出的旅游项目、旅游产品等,在进入旅游市场以后,才真正成为了旅游商品。

(七) 旅游景点

旅游景点是旅游资源单体或其复合体,经开发而成,可作为旅游者驻足观赏对象的基本空间单元。在空间上由资源单体或其复合体以及较小的可供旅游者驻足观赏对象的地域构成。在组成成分上,主要由景物和较小的供观赏的空间地域组成。

(八) 旅游景区

旅游景区是一系列不同景点组合而成的旅游资源特色较统一的地域空间。景区是旅游区的一部分,是旅游区内游览活动集中的地段。它与景点的主要区别,一是空间或地域范围更大,二是具备一定的旅游服务设施和可提供一定的相应旅游服务。

① 中华人民共和国国家标准. GB/T18971-2003: 旅游规划通则.

(九) 旅游区

旅游区是在景区的基础上，以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的空间或地域。主要是指具有参观游览、休闲度假、康乐健身等功能，具备相应旅游服务设施并提供相应旅游服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构和明确的地域范围。它包括风景区、文博馆、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、游乐园、动物园、植物园及工业、农业、经贸、科教、军事、体育、文化艺术等各类旅游景区^①。它与景区的区别，一是空间地域范围更大，二是在此空间地域范围内，不光是侧重于游览、娱乐活动，具备相应旅游服务设施并提供相应旅游服务也同等重要。

表 1.1 我国十大旅游资源分区

旅游资源区	所辖范围	自然风光	文化类型
内蒙区	内蒙古	草原	蒙文化
西北区	新疆、甘肃、宁夏	大漠	维吾尔等少数民族文化
青藏区	青海、西藏	高原	藏文化
东北区	辽宁、吉林、黑龙江	北国风光	满等少数民族文化
中原区	京津、山东、河南、山西、陕西	平原	中原文化
华东区	上海、江苏、浙江、安徽	小桥流水人家	吴越文化
华中区	湖北、湖南、江西	水乡泽国	荆楚文化
四川区	四川	山明水秀	巴蜀文化
华南区	广东、广西、海南、福建	热带风光	岭南文化
西南区	云南、贵州	奇山丽水	傣等少数民族文化

[资料来源] 董平. 我国旅游资源区划初探. 地域研究与开发, 2000 (3).

第二节 旅游资源在旅游系统中的地位和作用

一、旅游资源研究的重要意义

旅游资源是旅游活动得以进行的物质基础，是旅游业获得经济效益的前提。任何产业的发展，首先遇到的都是资源问题。如农业的发展，离不开土地资源、气候资源；工业的发展，离不开能源、矿产资源。一个区域旅游业的发展，在一定程度上也取决于该区域旅游资源的基本情况。旅游资源研究，是旅游景区开发的第一步，准确、科学地掌握本区域旅游资源情况，对旅游景区的科学规划、合理开发和保护都有重要意

① 中华人民共和国国家标准. GB/T17775 - 2003；旅游景区质量等级的划分与评定.