



高职高专旅游专业教改教材

旅游资源 开发与规划

The development of tourism resources and planning

宋 炜 邓毛颖 ◎ 主编



中国轻工业出版社



高职高专旅游专业教改教材

旅游资源开发与规划

宋 炜 邓毛颖 主编

 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游资源开发与规划 / 宋炜, 邓毛颖主编. —北京:
中国轻工业出版社, 2009.8
高职高专旅游专业教改教材
ISBN 978-7-5019-7043-8

I. 旅… II. ①宋…②邓… III. ①旅游资源-资源开发-
高等学校: 技术学校-教材②旅游资源-经济规划-高等
学校: 技术学校-教材 IV. F590.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第104734号

责任编辑: 史祖福
策划编辑: 李亦兵 责任终审: 劳国强 封面设计: 锋尚设计
版式设计: 王超男 责任校对: 杨琳 责任监印: 马金路

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印刷: 河北高碑店市德裕顺印刷有限责任公司

经销: 各地新华书店

版次: 2009年8月第1版第1次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 13.25

字数 306千字

书号: ISBN 978-7-5019-7043-8 定价: 26.00元

邮购电话: 010-65241695 传真: 65128352

发行电话: 010-85119835 85119793 传真: 85113293

网址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

90097J2X101ZBW

序 言

有一种普遍的看法,认为实践行动必须以理论理解为先导,而本书倡导的是实践支持理论理解。

目前国内外有关旅游资源开发、旅游资源规划方面的教材有很多,但大都属于以传授知识为主的理论教材。即或有一些实训的内容,也是以理论知识为主体的,主要是为理论教学服务的。即使是高职高专的教材,也大多是本科教材的浓缩版本,未能满足高职高专教育的注重实训和强化技能培养要求。本书即是基于这一现状,为高职院校的旅游管理专业学生量身定做的旅游资源开发与旅游规划方面的项目课程教材,从高职高专旅游管理专业学生如何掌握旅游资源开发的实际操作能力和培养具备旅游专业人才的基本素质入手,在从事旅游资源调查评价与开发活动过程中所需要具备的能力锻炼及素质培养方面进行了完善,除了适用的知识层面,还创造了多种多样的教学实训模式与方法,内容贴近现实、实用性强。

本教材编写思路采用了富有弹性的模块式内容结构,对知识与能力进行有目的的综合。解决了“综合性”与“专门化”之间的矛盾。基础课程中的每个模块既是教材的有效组成部分,本身又是相对完整的、独立的,具有一定的可剪裁性和拼接性,可根据不同的培养目标将内容模块裁剪、拼接,使前后课程互相衔接,浑然一体,对于专业技能方面,给予了针对性较强的专业指导和训练。同时教材内容留有余地,有些科目可以引申出提高模块,即基础类课程要有一定的覆盖面,满足大类专业对理论、技能及其基本素质的要求;提高模块可满足学有余力的学生深入学习的需要。教材的编写趋向于教学参考书,留给学生一定的学习空间,注重培养学生再学习的能力。

本教材结构分为预备、基础、专业三个课程模块。

第一至四章为预备模块,主要是通过模拟环境的建立和总体任务的导入,使学生可以明确学习本课程在实际工作环境中的具体应用。例如,章节技能训练部分设计了沙盘演练模式,引导学习者组建代表特定区域的旅游行业团队,模拟区域合作或竞争的方式参与进行当地旅游资源开发,并结合先期的管理学等知识完成组织结构的建立。明确旅游资源开发工作需要团队合作的方式完成。在该模块,将总体任务分解为若干个子任务,导入旅游资源调查、分类及评价等旅游资源开发的先期知识,为基础知识模块做好准备。

第五、六、七、八章为基础知识模块。在基础知识模块中,其内容覆盖了完成各个分解任务所需要各种知识背景及技能组合,使学生理解需要学习什么。学生根据任务的内容,明确完成任务所需要的相关知识背景,包括旅游资源调查、分类及评价体系的具体应用,旅游资源开发条件评估,旅游市场调查,旅游资源开发与旅游业可持续性发展等,在教材引导下完成相关知识背景资料的学习,以学生主动阅读、查询文献为主,教材着重对重点难点进行剖析,学习的过程不是教材内容包含了什么知识技能,而是学生

需要获得什么知识技能来完成教材中设计的任务。学生根据教材引导的知识进程,完成各个分解任务,教材在技能训练模块设计了阶段性的任务汇报内容,包括旅游资源调查报告,调查问卷的编制,录入及采集、分析,旅游产品的开发,以便教师可以实时掌握学生的技能掌握情况。

第九、十章为专业技能模块,通过对具体案例的分析和学习,将基础阶段的各个知识体系汇总,介绍编制完整的旅游规划的步骤和内容,并通过技能训练来部分检验知识和技能的掌握情况。

本教材每章分为四部分。第一部分,情景导入。通过专业最前沿,与生产实际紧密相连的情景描述,把将要学习的知识技能与市场接轨,通过开放式问题的设立,便于教师和学生互动;第二部分,解决情景问题所需要的知识体系,系统介绍了完成任务需要的全面知识体系;第三部分,技能训练,通过设立实际任务,训练解决问题所需技能的掌握;第四部分,知识链接,解决问题工作方法的具体描述,并结合实际的案例给出具体的做法和思路。

全书的内容以实用为目标,改变了以往教材只注重理论知识的系统性和逻辑性,忽视了技能及解决问题过程的描述。针对应用型人才的培养,教材编写中注重培养学生的实践能力,在整体内容的编写上有所侧重,基础理论贯彻“实用为主、必须和够用为度”的原则,基本知识采用广而不深、点到为止的介绍,基本技能贯穿教学的始终。教材的文字叙述简明扼要,通俗易懂。既符合高职学生的特点,又便于教学的组织和实施。

本教材由宋炜、邓毛颖主编,第一至第四章由广东轻工职业技术学院宋炜编写;第五、六章由增城市规划局邓毛颖编写;第七、八章由深圳市旅游有限公司李志勇编写;第九、十章由河南商业高等专科学校赵红编写,全书由宋炜负责统稿。伍建海、袁银枝、潘泽宏、余娟也参与了书中部分内容的编写。增城市规划局、深圳市旅游有限公司、广东轻工职业技术学院、河南商业高等专科学校给予了大力的支持和帮助,李丽教授和韩光道教授对本书的编写进行了悉心的指导并审阅了书稿,在此一并表示衷心的感谢。

本书后续将配备整体教学资源,包括整套教师授课教案、PPT授课讲义、教材中所有知识点的Flash动画、教材中所有插图的电子挂图、配套习题集的全套参考答案等。希望借助这种全新的整体教学资源,不但能激发学生的学习兴趣,提高单位时间的利用率,扩大课堂的信息量,而且能够使选用教材的教师可以节约备课时间,减少授课现场的绘图工作量,提高教与学的效率。

由于编者的水平有限,希望同仁不吝赐教。

编者

2009年6月

目 录

1	第一章 旅游资源开发认识
1	情景导入
2	一、国际国内旅游业发展状况
5	二、旅游资源和旅游业
6	三、旅游资源开发
9	四、旅游规划
17	技能训练单元一
18	技能训练单元二
18	技能训练单元三
26	第二章 旅游资源的形成与特征
26	情景导入
28	一、旅游资源的形成
31	二、旅游资源的特征
36	技能训练单元
37	第三章 旅游资源分类
37	情景导入
38	一、旅游资源分类的概述
39	二、旅游资源分类的原则
39	三、旅游资源分类的方法
49	技能训练单元
50	第四章 旅游资源调查
50	情景导入
52	一、旅游资源调查的目的
53	二、旅游资源调查的意义
53	三、旅游资源调查的作用
54	四、旅游资源调查的要求

54	五、旅游资源调查的重点
55	六、旅游资源调查的内容
56	七、旅游资源调查的程序
59	八、旅游资源调查的方法
60	九、旅游资源调查报告的编写
62	技能训练单元一
66	技能训练单元二
67	第五章 旅游资源评价
67	情景导入
69	一、旅游资源评价的目的和意义
69	二、旅游资源评价的原则
70	三、旅游资源评价的内容
73	四、旅游资源评价的方法
81	技能训练单元一
83	技能训练单元二
83	技能训练单元三
84	第六章 旅游资源开发条件分析
84	情景导入一
86	一、旅游资源的区位条件分析
88	二、客源条件分析
89	情景导入二
90	三、旅游环境容量分析
93	四、社会环境条件分析
93	五、开发效益分析
94	六、旅游资源开发的SWOT分析
97	技能训练单元一
100	技能训练单元二

101	第七章 旅游产品开发	101
101	情景导入一	101
102	情景导入二	102
103	情景导入三	103
107	一、旅游产品的概念	107
107	二、旅游产品的构成	107
110	三、旅游产品的特点	110
110	四、旅游产品的类型	110
113	五、旅游产品的开发	113
125	六、旅游商品的开发	125
128	技能训练单元一	128
136	技能训练单元二	136
142	技能训练单元三	142
151	第八章 旅游资源开发与可持续性发展	151
151	情景导入一	151
152	情景导入二	152
152	情景导入三	152
152	情景导入四	152
154	一、旅游资源开发与旅游环境	154
159	二、旅游资源开发与保护	159
162	三、可持续旅游发展	162
164	技能训练单元一	164
166	技能训练单元二	166
167	技能训练单元三	167
169	第九章 旅游规划的编制	169
169	情景导入	169
170	一、区域旅游发展战略及规划的可行性论证	170

173	二、旅游发展战略目标及旅游产业定位
174	三、旅游规划的实施与管理
175	四、区域战略旅游规划的编制
188	技能训练单元一
188	技能训练单元二
189	第十章 旅游规划案例
189	情景导入
189	一、发展历史及现状
189	二、旅游资源分析
190	三、市场定位
191	四、主题形象策划与营销
194	五、项目设计
196	六、游线与游览组织策划
198	七、定价策划
199	八、运营与管理策划
202	技能训练单元一
202	技能训练单元二
203	参考文献

第一章 旅游资源开发认识

通过学习本章的内容,你应该能够

1. 全面的了解本课程学习内容
2. 了解旅游业和旅游资源的关系
3. 了解旅游资源开发的概念及其意义
4. 认识旅游资源规划的概念及其发展历程
5. 了解旅游资源开发和规划涉及的相关理论知识
6. 初步了解旅游资源规划的程序及旅游规划的内容

情景导入

开发旅游资源 旅游业成陆丰市增长点

广东省陆丰市大力开发旅游资源,使旅游业成为该市新的经济增长点。2009年1~2月接待游客达到105.35万人次,比去年同期增加131%,经济收入也增加148%。

陆丰市有丰富的旅游资源:宗教旅游有全国文物重点保护单位碣石玄武山“元山寺”、有距今1200余年的“清峰禅古寺”、有清云山旅游区等;红色旅游有大革命时期周恩来在金厢的“渡海处”、“陆丰革命烈士陵园”和“张威纪念亭”;生态旅游有位于东海经济开发区的“生态农业公园”和铜锣湖农场的“山水生态观光度假区”等。该市提出了“把陆丰建成一个滨海旅游城市”的经济发展战略和“巩固宗教旅游、深化文化旅游、拓展生态旅游、创新度假休闲旅游”的产业发展新思路,着力开发旅游资源,专门邀请了省旅游发展研究中心为该市编制了旅游发展总体规划,把开发总体布局进行了“一心、一带、五区”的定格。“一心”即东海旅游综合服务中心,“一带”为陆丰“黄金海岸”宗教滨海旅游带,“五区”是东海商务休闲游憩区、碣石宗教旅游区、金厢滨海度假旅游区、甲子滨海运动旅游区、铜锣湖山水生态观光度假区。

此外,该市在投入大量资金发掘、保护历史文物古迹的同时,从丰富旅游内容入手,以项目建设为中心,大力促进旅游项目建设取得了突破性的进展。该市“海马洲旅游区”建设项目已正式签订了合同书:“田尾山-浅澳村旅游开发区”建设项目,

已投资500多万元进行了“三通一平”，并准备着手对旅游区的别墅、海上观光项目进行建设；位于东海开发区计划投资5000万元的“丰田生态农业乐园”建设项目现已投入资金200多万元，修通了陆乌40米大道进入园区的水泥路及园内道路，落实了对园内现有林木、道路、鱼塘等的环境清理。目前，该市的旅游景区景点和旅游项目已分别增加到28处和45个。为形成旅游优势，吸引更多的游客，该市还大力构筑宣传促销平台，拨专款20多万元建立了陆丰旅游网，同时，把自然、人文景观和旅游项目制作成VCD光盘和宣传小册子，作为旅游宣传促销资料寄给全国各旅游业务联系单位和派发给游客，让一些游客未身临其境，就能先充分领略陆丰海滨的蓝天碧水、古迹的完整古朴、生态的秀丽多姿，大大增加了景点的吸引力，使游客越来越多。

（资料来源：汕尾日报 2005-03-11）

【思考】

1. 什么是旅游资源？
2. 陆丰的旅游资源有哪些？
3. 陆丰的旅游资源丰富，很多旅游资源原本就有，但是为什么现在对旅游业的贡献要比以前大得多？
4. 陆丰的旅游发展思路是什么，具体做了哪些工作？
5. 总结陆丰旅游业发展的几个因素。

一、国际国内旅游业发展状况

近代真正的大规模的国际旅游产生于第二次世界大战以后。第二次世界大战以后，西方发达国家经历了一个持续稳定的发展和增长时期，国际环境的相对稳定、科技的高速发展、人们生活和消费观念的改变、交通运输业的发达、人们收入的大幅度提高、带薪休假的产生和兴起，都使得人们的旅游需求日益高涨，并使旅游业得到了蓬勃的发展。从1950年开始，世界旅游业便以每年7.1%的速度增长，到2007年，接待人次从2500万人次增长到9亿人次，国际旅游收入也从21亿美元增加到8000亿美元，较1950年增长了380.9倍。在1992年，世界旅游收入超过了石油、汽车工业收入，成为世界上第一大产业，旅游已经成为人们休闲度假的主要选择方式之一。旅游业的发展不仅给许多国家提供了大量的就业机会，而且还为他们带来丰厚的外汇收入。因此，旅游业已引起了各国政府的重视。

我国旅游业经过20年的快速发展，已初步由当初的“散、小、差、弱、低”的局面转为了“大旅游、大产业、大发展”的格局，成为我国与国际接轨最早且紧随世界潮流发展的行业。随着国民经济的快速发展，我国旅游业从企业制度、经营管理水平及旅游客源市场培育方面都已取得了长足的进步。从1998年起，中国将旅游业列为国民经济新的增长点之一。全国24个省区市将旅游业确定为本地区的先导产业、龙头产业或支柱产业，发展势头良好。2007年我国全年共接待入境游客13187.33万人次，除具有地缘优势的亚洲客源国之外，欧美等远距离旅游客源市场份额增加显著（见表1-1），实现国际

旅游外汇收入419.19亿美元,分别比上年增长5.5%和23.5%,上海、北京、广州、深圳等城市在全国旅游创汇城市中地位突出(见表1-2)。国内旅游人数16.10亿人次,收入7770.62亿元人民币,分别比上年增长15.5%和24.7%;中国公民出境人数达到4095.40万人次,比上年增长18.6%;旅游业总收入10957亿元人民币,比上年增长22.6%。

表 1-1 2007年中国主要客源国入境人数及增长率

16个主要客源国2007年的入境旅游人数和增长情况如下:

序号	国家	入境旅游人数 /万人次	比上年增长 /%
1	韩 国	477.68	21.7
2	日 本	397.75	6.2
3	俄罗斯	300.39	24.9
4	美 国	190.12	11.2
5	马来西亚	106.20	16.6
6	新加坡	92.20	11.4
7	菲律宾	83.30	18.3
8	蒙 古	68.20	8.0
9	泰 国	61.16	3.3
10	澳大利亚	60.74	12.9
11	英 国	60.51	9.5
12	加拿大	57.72	15.5
13	德 国	55.67	11.2
14	印度尼西亚	47.71	10.2
15	法 国	46.34	15.2
16	印 度	46.25	14.2

(资料来源:国家旅游局2007年中国旅游业统计公报)

作为国民经济的新兴行业,中国旅游业在发展初期就明确了开发建设的基本方针。一方面坚持对外开放,广泛吸引海内外各界资金;另一方面,充分利用社会资源,鼓励国家、集体、个人投资建设旅游项目。这种开放的投资方针活跃了中国旅游投资市场也提高了旅游接待能力,为旅游业的繁荣发展创造了条件。“十一五”时期是我国产业结构调整、构建和谐社会的重要时期,旅游业由于在增加就业、促进农村发展、缩小地区差距、节约资源等多方面具有一定优势,将获得良好的发展机遇,进入黄金发展期。

未来10年间,我国旅游业将保持年均10.4%的增长速度,其中个人旅游消费将以年均9.8%的速度增长,企业(政府)旅游的增长速度将达到10.9%,到2020年,中国将成为世界第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。到2010年我国旅游总收入占GDP的比

例将从2002年的5.44%提高到8%。

表 1-2 中国36个旅游创汇城市收入排名

序号	城市	国际旅游		接待入境	
		(外汇)收入 /万美元	增长 /%	旅游人数 /万人次	增长 /%
1	上海	467 297	19.7	520.1	11.9
2	北京	457 962	13.7	435.5	11.6
3	广州	319 147	14.1	611.3	8.3
4	深圳	262 328	15.8	831.3	18.7
5	杭州	112 665	24.0	208.6	14.6
6	珠海	90 240	3.3	282.0	1.5
7	苏州	88 916	18.9	161.2	16.9
8	南京	80 764	19.3	116.1	15.0
9	天津	77 871	24.4	103.2	17.2
10	厦门	71 880	21.7	93.2	3.3
11	青岛	67 507	24.4	108.0	26.4
12	福州	59 868	137.3	58.9	87.1
13	大连	58 125	25.0	84.0	20.0
14	西安	54 300	16.3	100.0	15.3
15	泉州	49 398	15.2	60.2	8.3
16	宁波	43 070	27.8	68.9	27.0
17	重庆	38 231	23.8	76.2	26.3
18	无锡	36 249	14.5	69.5	-2.6
19	桂林	36 006	36.9	128.6	16.2
20	长沙	30 440	26.6	47.6	39.3
21	沈阳	28 993	25.2	45.6	14.0
22	成都	26 142	29.5	73.7	27.1
23	南通	24 728	41.3	22.4	24.0
24	三亚	24 408	43.0	52.2	34.3
25	烟台	22 950	38.3	30.7	28.2
26	武汉	22 828	17.2	53.0	15.5
27	漳州	22 469	148.9	18.7	0.7
28	中山	21 678	0.0	68.3	11.4

续表

序号	城市	国际旅游		接待入境	
		(外汇)收入 /万美元	增长 /%	旅游人数 /万人次	增长 /%
29	昆明	20 784	9.5	71.3	0.8
30	黄山	17 507	60.3	68.6	25.7
31	哈尔滨	15 316	14.8	27.0	13.5
32	温州	14 083	28.9	28.9	14.1
33	秦皇岛	13 073	25.6	22.2	11.2
34	威海	12 447	39.4	26.7	30.5
35	郑州	10 884	4.6	26.2	12.9
36	乌鲁木齐	10 587	20.8	23.2	14.1

(资料来源:国家旅游局2007年中国旅游业统计公报)

综上所述,我们可以看到,在我国经济结构快速调整和转型时期,旅游业作为国民经济的新型产业,它凭借旅游资源及相关设施,为人们的移动消费提供食、住、行、游、购、娱等服务,逐渐成为第三产业的重要组成部分,正在成为促进区域经济发展和产业结构优化升级的先导产业。改革开放以来,旅游业的兴起产生了一系列的经济活动,由此带来了一系列的经济效益、环境效益和社会效益。比如,增加外汇收入,加快货币回笼,增加就业机会,带动相关产业,促进地区经济发展,还大大提高了旅游地的居民素质,提高了旅游地的知名度,扩大了当地的“无形资产”。

目前,我国旅游业的发展从总体上讲还表现出“强增长、弱效率”的推进型特征,仍然处于旅游经济发展的初期,还存在一些发展中的问题和现象,诸如,由于旅游与规划脱节形成宾馆结构和容量的不合理而导致入住率低下;由于行业管理和市场规范不力形成旅行社恶性竞争,导致利润低微;旅游景点开发无新意、缺乏保护等导致游客人数达不到“门槛值”,生态遭到破坏等。尽管中国旅游业的发展仍存在诸多问题和障碍,特别是旅游业管理体制和投资机制的市场化程度较低,但总体上看,中国旅游业的发展环境呈现不断优化的趋势。

二、旅游资源和旅游业

旅游资源是自然界和人类社会中能对旅游者有吸引力、能激发旅游者的旅游动机,具备一定旅游功能和价值,可以为旅游业开发利用,并能产生经济效益、社会效益和环境效益的事物和因素。

旅游业是一个综合性行业,它把吃、住、行、游、购、娱各个环节联为一体,提供“一条龙”服务,通过产业关联带动、吸纳就业等功能,推动和刺激着经济增长和社会进步。世界旅游组织(WTO)则把旅游业定义为向游客提供服务和商品的行业。旅游业以直面服务、产销合一为其主要行业特征。

旅游资源的最大特点就是能激发旅游者的旅游动机和产生旅游行为,这也是旅游资源有别于其他资源的最大差异,人们到异地消遣娱乐、休憩疗养、科学考察、文化交流、登山探险等都是旅游资源激发旅游者旅游愿望的结果。随着旅游业的发展,旅游资源得到深入开发,人们对旅游资源的认识也随之不断提高和深化,一切对游客具有旅游吸引力,能为旅游者带来物质和精神享受,产生经济效益的物质的、精神的、有形的、无形的资源都可能成为旅游资源。这就使得旅游资源的外延无限延伸,内涵无限丰富,例如端午节,京剧,传说,文学艺术,优良的社会风尚,淳朴的民俗风情等都属于旅游资源的范畴。

其次,旅游资源必须能为旅游业所利用。作为旅游资源必须能够促进旅游业发展,能够被旅游业所利用,它也还包括许多现在为旅游业所利用而原先是为其他用途建造的资源,如奥运会鸟巢、水立方等运动场馆,电视塔等。很多实物对旅游者都具有吸引力,激发旅游者的旅游动机,有些出于条件限制目前还未能被旅游业所利用,如太空遨游、登月旅游等,虽然目前暂时还不能为旅游业所利用,但是这些资源也许会随着社会的进步,技术的发展,在不久的将来拥有广阔的旅游前景,我们也可以称之为潜在的旅游资源。

再者,旅游资源被旅游业利用可以产生经济效益、社会效益和环境效益。旅游者的动机由旅游资源激发,通过旅游业提供的“一条龙”服务实现旅游活动,在旅游活动的过程当中,促进了不同文化的交流,通过消费增加了旅游目的地居民的收入,增加了就业机会,并且推动了旅游目的地相关部门通过对社区环境的改善来增强对旅游者的吸引力等措施实现经济增长、社会进步和生态保护。

综上所述,旅游资源是旅游业赖以生存和发展的前提条件,是旅游业产生的物质基础,是旅游的客体,是旅游产品和旅游活动的基本要素之一。旅游资源只有通过合理地开发建设,才能转化为旅游产业,这一过程即是产业的转化过程,同时也是旅游产品的形成过程。

三、旅游资源开发

(一) 旅游资源开发的概念

缺少旅游资源的旅游业便成了无米之炊、无本之木,但是,旅游资源无法直接为旅游业所利用,各种未经开发的或者潜在的旅游资源必须经过开发转变成现实的旅游吸引物才能为旅游业所利用。在旅游业迅速发展,旅游者需求日趋多样化、个性化的今天,只有对现有的旅游资源进行深层次开发,或者开发新的旅游资源,才能满足旅游者的要求,确保旅游业的持续发展。

旅游资源开发是指以发展旅游业为主要目的,以市场需求为导向,以资源为核心,以发挥、改善和提高旅游资源对游客的吸引力为着力点,有组织、有计划地通过适当方式,把旅游资源改造成为能够为旅游业所利用的旅游吸引物的经济技术工程。旅游资源开发的实质是深入挖掘旅游资源的内涵价值,提高其吸引力,促使其成为旅游吸引物,充分发挥旅游资源的多种功能。

我国对旅游资源的开发,自1978年改革开放以来,大体上经历了有什么就开发什

么；什么好就开发什么；旅游客源市场需要什么就开发什么，这样的低、中、高三个发展阶段。世界旅游组织强调旅游资源开发一定要以“市场为导向”，要以“生态旅游可持续发展为导向”。这无疑是旅游开发必须遵循的两个原则。中国旅游业由“卖方市场”转化为“买方市场”，这早已是不争的事实。“以产定销”的旅游产品生产是要冒失败风险的。“以销定产”，根据市场需求，有针对性地开发适销对路的旅游产品，这已成为旅游资源开发能否成功的分水岭、试金石。为了保证旅游资源开发的科学性，避免主观想象，必须运用一套科学的方法和技术，如市场调查与分析技术、资源调查与评价技术、旅游经济指标预测技术、制图技术、经济社会环境影响评价技术等，才能最终开发出能体现具有较高品质的旅游吸引物。

（二）旅游资源开发的原则

旅游资源开发的普遍原则是：旅游资源的开发必须与国家制定的基本建设方针相一致，与地方的经济发展相适应，保护与开发并举，开发要有利于自然环境保护和维护生态平衡，防止旅游公害和环境污染，此外还要突出特色，有序开发，实现经济效益、社会效益和生态效益的统一。区域旅游资源开发的具体原则如下：

1. 独特性原则

旅游资源贵在稀有、与众不同，这也是它吸引旅游者的根本所在。因此，旅游资源的开发应突出个性，把挖掘当地特有的旅游资源作为旅游开发的出发点，并把最能体现当地特色的旅游资源作为重点开发对象。这就要求在开发中尽可能的保持自然和历史形成的原始风貌，尽量选择利用具有特色的旅游资源项目，努力反映当地的文化特点，突出民族化和地方传统格调，以达到保存和增强旅游资源本身独有的特色，并通过各项旅游资源的有机结合，形成一个主题，以此来树立当地的旅游形象。旅游资源的特色越突出，个性越鲜明，垄断性就越强，对旅游者的吸引力就越大。旅游资源开发方式的独特性与新颖性对旅游业的发展有着巨大的促进作用。

2. 市场导向原则

在进行旅游资源开发前一定要进行市场调查和市场预测，准备掌握市场需求及其变化规律，结合旅游资源特色，确定开发主题、规模和层次。要求开发者具有前瞻性的眼光，善于预测市场发展变化的趋势，并注意分阶段进行。

3. 美学原则

美是吸引旅游者的关键。旅游资源开发应充分应用美学原理，注重多种美的结合、体现和传递，努力提高旅游资源的美感度，增强其吸引力。

4. 保护为先的原则

旅游资源保护是开发利用的前提和基础，开发旅游资源的目的是为了利用，而保护旅游资源则是为了更好的利用，开发本身就意味着一定程度的“破坏”，盲目开发不加以保护，一旦资源遭到破坏，无法可持续利用，损失是难以弥补的。因此，旅游资源开发必须就保护资源制定切实可行的方案，防止由于开发造成的资源与环境的破坏。

5. 三大效益统一原则

旅游资源开发必须将经济效益、社会效益、环境效益三大效益统一考虑，要避免单方面强调经济效益而忽视社会效益和环境效益的开发模式。

6. 有序化原则

有序化开发的原则要求择优开发, 保证重点。区域旅游的发展是一个渐进的过程。虽然可供开发的旅游资源数量众多, 但应切实区分轻重缓急, 在国家财力、物力还不雄厚, 地方经济发展水平还不很高的情况下, 区域旅游不可能采取区域整体统一开发的方式, 只可能首先在条件优越、基础较好的部分地区, 实行择优发展战略, 集中资金重点开发, 按照先易后难, 先急后缓, 集小为大的发展时序, 合理投资, 稳步发展, 为进行较大规模开发建设打好基础。

7. 综合开发的原则

旅游资源开发的内容是多个子系统或要素的综合。不同类型的旅游资源只有通过综合开发, 才能使吸引力各异的旅游资源结合成一个吸引群, 使旅游者能从多方面发现其价值, 从而提高旅游资源的品位, 以及在旅游市场中的知名度。旅游资源开发必须是围绕重点项目进行的综合开发, 是在通盘考虑和全面分析旅游资源的价值、功能、规模、空间布局、开发难易程度、市场现状等诸多因素的前提下, 合理配置, 最终形成系列产品和配套服务, 使之产生最佳的综合效益。

近年来, 人们对旅游资源的开发和利用越来越重视, 特别是在旅游饭店、旅行社、旅游交通等得到逐步改变和完善之后, 人们对旅游资源的开发和利用给予了关注, 新旅游景区的层出不穷, 生态旅游、红色旅游、温泉旅游、旅游小城镇、主题公园、全面开花, 其中就有遵循旅游资源开发原则的许多成功的范例, 也有不少令人遗憾的拙作。山西晋城皇城村根据独特性原则, 把曾沦为“农宅”的午庭山村恢复成了全国闻名的“皇城相府”、“东方古城堡”, 建成了国家4A级景区, 每年旅游收入达4000万元以上; 河南清明上河园再现于七朝古都开封, 并一跃成为中国著名风景名胜; 广东的长隆野生动物园, 长隆欢乐世界等景区以市场为导向, 从无变有、由小变大、由弱变强从而成为全国知名景区的事例不胜枚举。但旅游景区由于旅游开发走入误区的例子也随处可见。在1989~1990年旅游业利润以几何数迅速增长后, 一些政府部门和一些投资者盲目进行旅游资源开发, 仅仅通过盘点辖区, 发现这座山好, 那道沟美, 这片林森, 那道水秀, 这庙传说久, 那寺有典故, 于是一夜兴奋绘定宏图, 山、水、沟、林、寺、观、庙建设齐头并进。其结果是在文化资源的大省——河南, 黄河大观、官渡文化园、河洛文化村、永昭陵、中州乐园等一批巨额投资项目, 都因开发不力而归于失败。在经济强省——广东, 东方乐园、世界大观、飞图梦幻影城、飞龙大世界等旅游景区在“昙花一现”之后缺乏市场后续支持, 也早已销声匿迹。国家级历史文化名城——河北正定古城, 忽视古城特色, 先后修建了荣国府、宁荣街、西游记一宫、西游记二宫、封神演义宫、探险乐园、军事游乐园、野城等一批旅游景观和游乐场, 因缺乏地方主题特色也经营惨淡。这些景区只顾低头苦建, 主观臆断, 无规划的在这里修凉亭、那里铺草坪、这边停车场、那边建联营。山炸了, 树伐了, 却不知该景区在全国、全省、全市有什么特色, 处于什么位置, 游客认不认, 市场认不认, 因此造成了景区的先天畸形。一些景区在运行两年后才发现停车场小了、山门近了、饭店宾馆污染了, 步道、厕所硬化的地面不符合国家4A级景区的要求了。种种不遵循旅游资源开发原则的教训, 不仅带来的直接经济损失巨大, 而且给大自然造成的伤口