



旅游资源  
规划与开发

◆◆ 潘仕梅 秦琴 主编



廣東旅游出版社

GUANGDONG TRAVEL & TOURISM PRESS

悦读书·悦旅行·悦享人生



# 旅 游 资 源 规 划 与 开 发

◆◆◆ 潘仕梅 秦琴 主编



**廣東旅游出版社**

GUANGDONG TRAVEL & TOURISM PRESS

悦读书·悦旅行·悦享人生

中国·广州

## 图书在版编目(CIP)数据

旅游资源规划与开发 / 潘仕梅, 秦琴主编. — 广州:  
广东旅游出版社, 2018.8

ISBN 978-7-5570-1423-0

I. ①旅… II. ①潘… ②秦… III. ①旅游资源—旅游  
规划—研究②旅游资源开发—研究 IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 162908 号

### 旅游资源规划与开发

LÜYOU ZIYUAN GUIHUA YU KAIFA

广东旅游出版社出版发行

(广州市越秀区环市东路 338 号银政大厦西座 12 层 邮编: 510180)

廊坊市国彩印刷有限公司印刷

(廊坊市广阳区曙光道12号)

广东旅游出版社图书网

[www.tourpress.cn](http://www.tourpress.cn)

联系电话: 020-87347732

710毫米 × 1000毫米 16开 14.5印张 284千字

2019年1月第1版第1次印刷

定价: 58.00元

---

[版权所有 侵权必究]

本书如有错页倒装等质量问题, 请直接与印刷厂联系换书。

# 前言



近几年来，随着人民生活水平和生活品位的提高，旅游业开始崛起，逐渐成为第三产业的支柱。随着旅游业的繁荣和旅游人数的不断增加，旅游资源的规划和开发开始受到社会各界的普遍关注。所谓旅游资源，是指能对旅游者产生吸引力，并具备一定旅游功能和价值的自然和人文因素的原材料，它是发展旅游事业的基本物质条件，是旅游业发展的前提和基础，属于社会资源的范畴。

旅游资源主要包括自然类旅游资源和人文类旅游资源。自然类旅游资源包括地理、水文、气候、生物四大类；人文类旅游资源包括文化景观、民俗风情以及现代人文旅游要素等。作为一种旅游吸引物，旅游资源的吸引功能是其本质属性的表现，同时也是旅游资源规划与开发的价值所在。

借助现代科学技术手段，把潜在的旅游资源改造成旅游吸引物，并促使旅游活动得以实现的技术、经济活动就是旅游资源开发。首先，将旅游资源本身开发成对游客具有吸引力的旅游吸引物；其次，提供满足旅游活动需要的各种辅助条件，如交通、住宿、饮食、购物等；再次，考虑旅游资源的管理与保护等问题。因此，在旅游资源开发前，应先进行综合性的开发规划，即旅游资源规划，明确旅游资源的开发方向，预先对开发后的旅游吸引物进行市场定位。主要目的是通过对旅游资源的规划与开发以及对规划与开发过程中出现的诸多问题的思考和解决，来促进旅游业的全面发展，提高旅游业的服务质量。

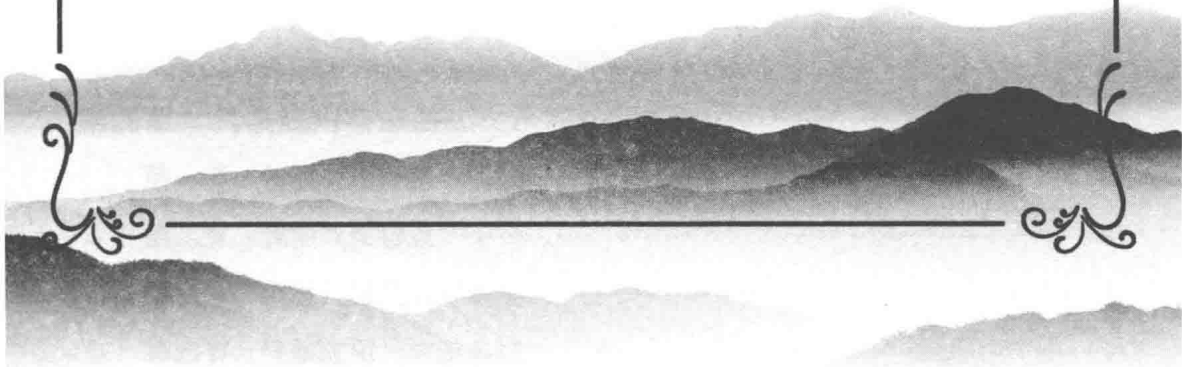
本书旨在通过对旅游资源的规划与开发进行阐述，形成系统、科学的知识体系，让读者更容易理解和掌握与旅游资源的规划与开发相关的知识。在此初衷的促使下，本书在可持续发展理论的支撑下，对旅游资源的管理、规划以及各种自然旅游资源和人文旅游资源的开发进行研究，并做出独特的阐释。在编写的过程中，笔者查阅了大量的文献资料，在此对相关文献资料的作者表示真诚的感谢。由于时间和精力有限，本书可能存在不妥之处，敬请广大读者和各位同行予以批评指正。

## 作者 简介 INTRODUCTION

### 潘仕梅 秦琴

潘仕梅，1968年6月生，女，山东栖霞人，硕士研究生学历，副教授，研究方向为区域气候应用与可持续发展。

秦琴，1983年7月生，女，广西桂林人，广西桂林商贸旅游技工学校讲师，硕士研究生学历，研究方向为旅游管理。



# 目 录



<b>第一章 旅游资源</b> .....	1
第一节 旅游资源概述 .....	1
第二节 旅游资源的类型及其形成 .....	7
第三节 旅游资源调查 .....	15
第四节 旅游资源评价 .....	22
<b>第二章 旅游资源管理</b> .....	29
第一节 旅游管理概述 .....	29
第二节 旅游资源产权管理 .....	35
第三节 旅游资源信息管理 .....	41
第四节 旅游资源环境管理 .....	46
第五节 旅游资源质量管理 .....	53
<b>第三章 资源开发与可持续发展</b> .....	61
第一节 可持续发展理论 .....	61
第二节 资源开发与可持续发展 .....	65
第三节 环境保护与可持续发展 .....	73
<b>第四章 气候应用与旅游</b> .....	81
第一节 气候应用概述 .....	81
第二节 我国气候特点 .....	87
第三节 旅游气候及其舒适度 .....	90
第四节 气候应用与旅游名城 .....	95

<b>第五章 旅游资源开发规划与管理</b> .....	101
第一节 旅游资源开发规划 .....	101
第二节 旅游资源开发管理 .....	106
第三节 旅游景区规划 .....	112
第四节 旅游项目规划 .....	118
第五节 旅游营销规划 .....	123
<b>第六章 旅游资源开发</b> .....	131
第一节 旅游资源开发原则 .....	131
第二节 旅游资源开发模式 .....	136
第三节 旅游资源开发程序 .....	142
第四节 旅游资源开发与可持续发展 .....	148
<b>第七章 气候旅游资源开发</b> .....	155
第一节 气候旅游资源概述 .....	155
第二节 气候变化与旅游资源的开发和利用 .....	161
第三节 气候旅游资源开发 .....	166
<b>第八章 自然景观旅游资源开发</b> .....	175
第一节 地文类旅游资源开发 .....	175
第二节 水域类旅游资源开发 .....	182
第三节 生物类旅游资源开发 .....	193
<b>第九章 人文景观旅游资源开发</b> .....	201
第一节 历史古迹类旅游资源开发 .....	201
第二节 文化传统类旅游资源开发 .....	209
第三节 民俗风情类旅游资源开发 .....	215
<b>参考文献</b> .....	221



# 第一章 旅游资源

## 第一节 旅游资源概述

### 一、旅游资源的概念与内涵

#### (一) 旅游资源的概念

在英文中,旅游资源(Tourism resources)又称作“旅游吸引物(Tourism attraction)”,既包括能刺激游客产生旅游动机的各种因素,又包括决定游客旅游行为能否实现的一系列中介条件,是一个内涵极为广泛的概念。目前,比较被认可的旅游资源概念定义有以下几种:

1. 旅游资源是在现实条件下,能够吸引人们产生旅游动机并进行旅游活动的各种因素的总和。

2. 旅游资源应指凡能激发游客旅游动机的,能为旅游业所利用的,并由此而产生经济效益和社会效益的自然和社会的实在物。

3. 旅游资源是指对游客具有吸引力的自然存在和历史文化遗产以及直接用于旅游目的的人工创造物。

4. 旅游资源是指客观地存在于一定地域空间并因其所具有的审美和愉悦价值而使游客为之向往的自然存在或历史文化遗产或社会现象。

目前,国内比较权威且被广泛接受的旅游资源定义来源于由国家旅游局制定、国家质量监督检验检疫局发布的《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972-2003)国家标准,其将旅游资源定义为自然界和人类社会凡能对游客产生吸引力,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。

#### (二) 旅游资源的内涵

旅游资源的内涵,主要表现在以下五个方面:

##### 1. 吸引力

对游客的吸引力是旅游资源实用价值和基础性的主要体现。旅游吸引力是判断一种资源是否属于旅游资源的重要依据,因此,旅游资源的理论核心是旅游吸引力。旅游资源对游客的吸引力是对游客群体而言,而不是以个人的好恶为标准。对多数人有吸引力,而个人对其缺乏兴趣的资源仍属旅游资源。由于游客旅游

需求、旅游动机的不同，旅游资源所吸引的游客群体会有一定的倾向性。就某种具体的旅游资源来说，它可能对某些游客群体吸引力颇大，而对另外的游客无多大吸引力。旅游资源的倾向性使旅游资源的开发具有很强的客源市场针对性。

## 2. 客观存在性

旅游资源是一种客观存在，是旅游业发展的物质基础。对水色山光、植物动物、变幻天象、文物古迹、古今建筑、民俗风情等形态化的物质资源，绝大多数人都具有认同感。而对诗词曲赋、神话传说等无形的、不易感知和触摸的非物质意识现象，则往往缺乏认识与理解。实际上，它们都产生于物质基础，并依附于物质基础而存在。据此，无论是具有具体形态的旅游资源，还是依附于物质景观的精神文化旅游资源，都具有客观存在性。

## 3. 动态发展性

旅游资源是一个发展的概念，其范畴在不断扩大，在区域以及全国乃至全球旅游业发展的不同历史阶段，人们对旅游资源的内涵会有不同的理解与认识。随着科学技术的进步和社会经济的发展以及旅游需求的多样化，旅游资源的潜能将得到进一步发挥。一些原来不是旅游资源的事物和因素，今天有可能成为旅游资源予以开发。例如，随着航天技术的发展，作为游客遨游太空已不是梦想。科技进步本身也可形成旅游资源。目前一些国家和地区，纷纷利用高科技建造大型综合性景点和游乐场所。旅游资源范畴几乎到了无所不包的程度，现代社会已经很难找出绝对不可能被用作旅游资源的一类事物和现象了。

## 4. 形态多样性

旅游资源在表现形式上具有多样性。物质的和非物质的，有形的和无形的，呈现出了多元化的形态。如山川、泉瀑、园林、寺塔等是形态化的物质资源；而像上海海派文化、许仙和白娘子的故事等，则是无形的、不易为人们感知和触摸到的非物质旅游资源。

## 5. 效益性

旅游资源必须是能够为旅游业所利用，经开发后能产生经济效益、社会效益与环境效益的事物和因素。那些对游客虽有吸引力，但因条件限制未被利用或者未被注意到的客体，在现有条件下不能产生经济效益的资源，只能属于潜在的旅游资源范畴。有些旅游活动虽能产生可观的经济效益，但给社会带来了不良影响，也不能算作旅游资源。旅游资源质量直接影响旅游业发展水平，旅游业发展可以带动区域经济发展、就业人数增加和人民生活水平的提高，也可以促进旅游地的对外开放、文化与信息交流，推动社会进步，产生社会效益。在现代旅游业中，旅游资源本身的吸引力和周围环境的吸引力已成为不可分割的整体，环境质量下降会直接导致旅游资源的衰落甚至消亡。因此，环境效益是旅游资源必不可少的条件。



## 二、旅游资源的特征

### (一) 旅游资源的共同特征

作为旅游活动的客体,旅游资源既各具特色,又有共同特征。正确认识和把握旅游资源的特征,对于合理开发和利用旅游资源以及促进旅游业的发展,都具有非常重要的意义。

#### 1. 观赏性

旅游资源与一般资源最主要的区别是旅游资源具有美学特征,具有观赏性。尽管旅游动机因人而异,旅游内容与形式多种多样,但观赏活动几乎是旅游活动中不可缺少的。观赏性构成旅游资源吸引力的最基本要素,影响着旅游资源的品质。一般来说,旅游资源的观赏性越强,对游客的吸引力就越大。例如,我国的万里长城、秦始皇陵兵马俑、桂林山水等,国外有埃及的金字塔,古罗马的斗兽场,法国的埃菲尔铁塔、凡尔赛宫,美国的自由女神像等,都因观赏性较强,成为世界著名的旅游资源。

#### 2. 地域性

旅游资源存在于特定地理环境中,是地理环境的重要构成要素。地理环境的区域差异使自然景观和人文景观呈现地域特征,形成千差万别的旅游区。一般而言,旅游资源地域特色越突出,旅游吸引力越强。旅游资源的地域性特征表现为地带性差异和非地带性差异。地带性差异以自然旅游资源中的气候、植被等因素较为明显,如我国植被自南向北沿纬度依次为热带雨林、热带常绿林、温带阔叶林、寒带针叶林。一些人文旅游资源也呈现出地带性差异,如民居建筑中南方的竹楼、华北的四合院、黄土高原的窑洞等。非地带性差异主要以大多数人文旅游资源表现得较为突出,如古人类遗址、古城镇分布等。

#### 3. 综合性

任何旅游资源都不是孤立存在的,而是与其他旅游资源相互依存、相互作用,共同形成和谐的有机整体。存在于特定地域的各种各样的旅游资源,正是以整体发挥其旅游吸引力,实现其旅游价值的。这就是旅游资源的综合性。一般来讲,一个地区旅游资源种类越多,联系越紧密,其生命力就越强,地区整体景观效果就越好,综合开发利用潜力也就越大。实际上,许多著名景区正是充分利用其资源多样性,并且综合特征突出的特点吸引游客的,如漓江是以山水组合取胜,“江作青罗带,山如碧玉簪”;普陀山风景区尽管是以宗教景观见长,但自然山水风景为其锦上添花,成为享誉海内外的旅游胜地。

#### 4. 不可移动性

旅游资源总是分布在特定的地理空间,在地域上是固定的和不可移动的。自然旅游资源是大自然的杰作,由于其规模巨大或与地理环境的紧密联系性,难以

发生空间位移。例如，长江三峡、壶口瀑布等无法用人力搬迁或异地再现。对于人文旅游资源来说，在现代技术条件下，在其他地方仿造一些著名景观并非完全不可能，但这种仿制品失去了原有的意义和魅力。因为人文旅游资源是特定地域环境和历史条件下的人类社会产物，包含丰富的社会、历史信息，其生成与环境紧密联系，人为割裂其环境联系，势必会影响到旅游资源所承载信息的完整性、原生性和真实性，使资源的价值降低。例如，我国的万里长城只有以我国源远流长的历史长河为背景，才能体现出其雄伟壮美。

## 5. 永续性

永续性是指旅游资源具有可以重复利用的特点。旅游产品是一种无形产品，游客购买的只是一种经历和感受，而不是旅游资源本身。因此，从理论上讲，旅游资源可以永续利用。但这种永续性是在对旅游资源适度开发和切实保护的条件下才能实现。旅游资源使用不当会遭到破坏，而且绝大多数旅游资源都具有易于破坏而难于再生的特点。如石灰岩溶洞，即使游客高度文明，自觉维护洞穴环境，但若过多游客涌入，则会改变洞穴小气候，加速洞穴沉积物的风化和破坏。文物古迹等是在特定历史条件下形成的，一旦破坏，即使进行人工修复，也不是原貌了。正是在这个意义上，越来越多的人把旅游业称为“资源密集型产业”，意在呼唤旅游开发者、游客以及当地社区的资源保护意识，向旅游资源的永续利用迈进。

## （二）中国旅游资源的特征

中国旅游资源在具备旅游资源一般特征的基础上，还具有自己独有的特征，从而形成了中国旅游的民族风格和地方特色。

### 1. 多样性

中国旅游资源丰富多彩。以地貌景观而论，从低出海平面 154m 的吐鲁番盆地的艾丁湖，到海拔高达 8848.43m 的世界第一高峰——珠穆朗玛峰，具有类型多样、富有美感的风景地貌。再从旅游气候来分，不仅有跨度较大的纬向性南北地带变化，还有因地形起伏造成的立体气候效应。另外，中华文化几千年来通过海陆通道传播世界各地，促进了人类的进步，成为世界文明的一个重要组成部分。在光辉的中华文明中，不仅保持了国内各族人民的智慧结晶，同时可以寻觅出吸收古印度、古波斯、古埃及、古希腊、古罗马文化的痕迹，其中宗教文化的影响最为深刻。因此，无论自然旅游资源还是人文旅游资源，均体现出中国旅游资源的多样性特色。

### 2. 奇特性

稀奇独特是旅游资源珍贵性及其吸引游客的魅力所在。这不但是因为游客具有好奇心理，更重要的是它具有科学价值，有助于探索自然奥秘和研究人类社会演化的进程。中国许多旅游资源在世界上堪称奇特，如山水风光、飞禽走兽、花卉林木、古代建筑、文化艺术、工艺制品等，都可以找到奇特性所在。例如，美



国科罗拉多大峡谷堪称世界自然奇观，吸引了大量的游人，但其规模和壮观程度远不如中国金沙江上游的虎跳峡。在“万里长江第一湾”处的云南丽江境内，有一条长 16km、落差 196m 的大峡谷，两岸雪山高出江面竟达 3000 多米，而江面最窄处仅 30 多米，相传因为老虎能跳跃此峡谷而得名，这种壮丽奇险的景色可以称绝于世。

### 3. 古老性

历史文化是古代劳动人民的智慧结晶，是当今人类社会进步的精神源泉。现代旅游活动中，人们既渴求欣赏大自然的秀美，提出“重返大自然”的口号，同时也盼望回溯历史，置身于历史长河之中，增长知识、获得启迪、丰富精神生活。中国是世界文明古国，又是古人类发源地之一，许多旅游资源以其历史悠久、文化古老而著称。例如，云南禄丰石灰坝发现的古猿化石，据考证有 800 万年的历史，是迄今世界上所有发现的从中新世纪晚期到上新世早期各类古猿中的第一个头盖骨。

### 4. 丰厚性

中国旅游资源不仅种类繁多，而且储备雄厚，开发利用的保证程度高，能够有较大的旅游环境容量。中国的山景资源、古城遗址、帝都王陵、禅林道观、古代建筑、园林艺术、民风民俗等，资源之丰厚足以位居世界前列。

## 三、旅游资源的地位与作用

### （一）旅游资源是旅游活动的客体

旅游资源是诱发旅游动机和旅游行为的事和物的总和，对旅游者来说，它是旅游活动的对象，是旅游活动的客体。旅游活动具有异地性，即以人们的地域移动为主要特征，而诱发人们地域移动的主要动力应是旅游资源的内容。旅游活动是旅游者的旅游动机与旅游资源对旅游者的吸引力相一致时形成的，在旅游活动的“食、住、行、游、购、娱”六大要素中，“食、住、行”是旅游活动的必备条件，“游、购、娱”是旅游活动的主要内容，其中的“游”更是旅游活动的核心内容。而旅游资源，正是“游”的主要对象和基本内容，是刺激旅游需求的内在动因，如果没有旅游资源，旅游活动中“游”的核心内容就没有实现的可能，也就无所谓什么旅游活动的进行，更不会有旅游者。可以说，旅游资源是人类旅游活动的基础和前提，旅游资源吸引力的大小决定着旅游需求量的多少。当其他条件都具备时，扩大旅游资源的吸引力，能有效地刺激旅游需求的增长。

### （二）旅游资源是旅游产品的物质基础

旅游资源是产生旅游活动的物质基础，是客观因素之一，因而对旅游接待国（接待地区）而言，旅游资源是发展旅游业的凭借物和依据，是旅游业赖以生存和发

展的基本条件。也就是说，旅游资源不仅是实现旅游活动的必备条件，也是设计旅游产品、规划旅游项目、组合旅游路线的必要前提，是旅游产品的核心组成部分。旅游资源数量的多少和质量的高低，决定着旅游产品在旅游市场上的竞争能力。旅游资源是旅游生产活动的劳动对象，是旅游产品的物质基础，人们的旅游开发活动是围绕着旅游资源进行的。没有旅游资源，人类的旅游开发活动也就没有了作用对象，旅游业成了无本之木、无源之水。因此，要提高旅游产品在旅游市场上的竞争力，就必须首先提高旅游资源在旅游市场上的吸引力。

### （三）旅游资源是旅游业创收的凭借物

在发展旅游经济中，旅游资源占有重要地位，旅游业经济效益的取得，主要通过旅游消费的六大要素“食、住、行、游、购、娱”进行。旅游者从旅游活动一开始就需要提供旅游服务，包括旅游咨询组织、参观游览、康乐健身、交通食宿、娱乐购物等支付的费用，旅游业也就获得了经济效益。旅游地经济效益的大小取决于该地所能提供的旅游资源、旅游设施、购物场所和各种旅游服务的魅力，其中旅游资源是影响旅游地旅游收入大小的最重要因素，是旅游业赖以发展的前提和物质基础。虽然旅游设施与各种旅游服务的完善将影响到旅游地的旅游接待能力和旅游者的消费程度，影响旅游业创收的多少，但如果没有旅游资源，就算有再好的旅游设施和旅游服务，也很难吸引旅游者前来消费。从本质上说，旅游业各种形式的创收都是以旅游资源为凭借基础的，旅游资源是旅游业获得经济效益的前提。

### （四）旅游资源决定着旅游业发展的规模

旅游资源的数量、丰度、分布和地域组合，直接影响旅游业发展的规模。一些单个孤立的旅游资源，即使其特色、价值都很高，功能也非常多，但就总体开发价值而言并不一定高。只有在一定的地域和时间内，多种类型的旅游资源协调布局和组合，形成一定规模的旅游资源结构模式，才能形成一定的开发规模，进而获得较高的开发效益。当然，换个角度来看，一个地区旅游业的发展并不完全依赖于旅游资源。区域旅游业的竞争，不仅是旅游资源之间的竞争，更是旅游产品之间的竞争。一些经济发达的地区和城市，由于其所处的优越地理位置和所拥有的数量庞大的客源，对一些旅游资源进行深层次创新开发后，可以形成较有竞争力的旅游产品，深圳的主题公园开发就是典型的一例。

### （五）旅游资源的开发可以促进旅游地区的经济发展

以旅游资源为物质基础的旅游业是一个带动力很强的产业，它的发展能够带动很多相关产业的发展，从而促进所在地区的经济发展和社会进步。旅游资源与大多数其他资源的不同之处是，只要保护和开发得当，旅游资源具有“永续性”



特点：旅游者前往旅游目的地参观、游览，被旅游者带走的仅是对旅游资源的美好印象与感受，旅游资源本身是带不走的，仍然可以重复利用。虽然受到季节和气候的影响，旅游会呈现出明显的淡季、旺季之分，但如果对地区旅游资源进行深度开发，例如，通过举办一些重大的节庆赛事活动等，不仅能使旅游的淡季缩短，甚至可能变旅游淡季为旅游旺季。

#### （六）旅游资源的生命周期关系到旅游业发展的可持续性

和旅游产品一样，旅游资源也有其本身固有的生命周期。旅游资源生命周期的长短，取决于旅游资源吸引力的变化。影响旅游资源吸引力的主要因素有两点：一是环境污染、旅游服务质量下降，接待能力不足等原因，会使旅游资源吸引力减弱；二是旅游者的兴趣发生转移，使原有旅游资源的吸引力减弱。在旅游资源开发、更新的过程中，一定要注意做到对旅游资源的严格保护、合理开发，提高旅游资源的吸引力，延长旅游资源的生命周期，才能保证旅游业的可持续发展。

## 第二节 旅游资源的类型及其形成

### 一、旅游资源分类

#### （一）旅游资源分类的原则

旅游资源分类的原则应根据旅游资源的特征建立，它既是旅游资源分类的指导思想，又是旅游资源分类的依据。只有遵循旅游资源分类的原则，才能保证旅游资源分类的科学性和实用性。旅游资源分类应遵循的具体原则如下：

##### 1. 旅游资源的景观属性原则

旅游业开发利用的旅游资源往往不是单独的某一要素或景象，而是由一定数量和特色的各种旅游资源在一定地域空间组合成的综合景观。因此，旅游资源的分类应从旅游资源的基本概念及内涵出发，在确定旅游资源分类的范围和内容的前提下，以旅游资源景观属性、吸引价值等作为主要指标，对旅游资源进行科学的分类。根据景观属性，首先是对旅游资源构成的景观的天然（自然）属性或非天然（如人工遗迹）属性的划分，它是旅游资源科学分类系统中的一级（最高级）指标。

##### 2. 旅游资源的特征分类原则

旅游资源范围、内容的广泛与复杂，决定了旅游资源的分类因素的复杂和多重性。因此，在旅游资源分类时除了要突出旅游资源的景观属性等主导因素外，还应充分根据旅游资源的成因、形态、年代等基本特征确定旅游资源的基本类型差异，进一步对旅游资源的类型进行更细的划分。

### 3. 旅游资源的差异性和相似性原则

五花八门的旅游资源中，资源的形态、美学等各种属性必然存在一定的差异性和相似性，我们可以根据它们的差异性和相似性尽量地进行区分和归并。首先，把具有共同属性的旅游资源划归一类，同一级同一类型的旅游资源应该具有一定的相似性；较大类别的旅游资源中，必然存在一定的差异性，再根据差异性进行区分，将它们分别划分为不同的类型；最后，使每一种旅游资源经过集合归类后，在旅游资源分类表中占据一个准确的位置。这样也就可以将纷繁复杂的旅游资源区分为具有一定从属关系的不同等级类别的系统，从而做到旅游资源分类的系统化和规范化。

#### (二) 旅游资源分类方法

旅游资源的分类是根据旅游资源存在的同质性和差异性，按照一定需要进行集合归类的一种科学区分过程。根据不同的侧重点，存在不同的分类标准和分类方法。常见的几种分类方法如下：

##### 1. 按旅游资源的成因和性质划分

旅游资源形成的基本原因，是旅游资源分类的重要依据，根据旅游资源的性质、特点、状态和存在形式的不同，又可以将旅游资源分为不同的类型。因此，按旅游资源的成因和性质划分，普遍将旅游资源首先划分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类型，再在此基础上进行进一步的划分。自然旅游资源主要是天然赋存的具有游览观光、休息疗养、娱乐体育等吸引力的地理要素，这些要素或以单体和单体组合，或以某种要素为主辅以其他要素组合构成旅游资源。在上述六类旅游资源中，地文景观、水域风光和生物景观三类属于自然旅游资源；古迹与建筑、休闲求知健身、购物三类属于人文旅游资源。人文旅游资源是指能够吸引人们进行旅游活动的古今人类所创造的物质实体或以其为载体的神话传说、名人逸事等。

##### 2. 按照旅游资源的质量和管理级别分类

根据旅游资源的质量价值和管理级别的高低可分为世界级旅游资源、国家级旅游资源、省级旅游资源和市（县）级旅游资源四种类型。

(1) 世界级旅游资源主要包括被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》的世界遗产地，在“人与生物圈计划”（MAB）下被列入世界生物圈保护区网络的自然保护区及世界地质公园等。它们是人类文化的瑰宝，具有极高的知名度和美誉度。

(2) 国家级旅游资源主要包括国务院公布的国家重点风景名胜区、国家历史文化名城、国家重点文物保护单位、国土资源部批准国家地质公园以及国家林业局批准的国家自然保护区、国家森林公园等。它们具有很高的艺术欣赏价值、历史文化价值、科学文化价值和知名度。



(3) 省级旅游资源主要包括省级风景名胜区、省级历史文化名城、省级文物保护单位、省级自然保护区和省级森林公园等。它们具有较重要的艺术欣赏价值、历史文化价值、科学文化价值和浓郁的地方特色。

(4) 市(县)级旅游资源主要包括市(县)级风景名胜区和文物保护单位等。它们具有一定的艺术欣赏价值、历史文化价值、科学文化价值和显著的地方、民族特色。

### 3. 按旅游资源的景观组合分类

实际上很难把旅游资源划分为绝对单一的某类旅游资源,也不存在对单独的某一类旅游资源进行开发利用。旅游资源开发利用的对象往往是旅游资源综合构成的一定规模的各种旅游景观。按旅游资源景观组合分类,可以直接与旅游资源的评价挂钩,突出旅游景观的区域性及整体性功能,具有比较明显的实践意义。

(1) 自然旅游景观资源是“大自然中具有艺术构图”的地段。由地质、地貌、气候、水文、生物、土壤等自然要素综合形成的自然地理环境,一方面由于地理纬度的影响而形成了自然地带的差异,出现了呈东西带状延伸,并南北依次更替,或者受海陆分布影响沿经度方向延伸并从沿海向内陆变化的具有完全独立景观特征的自然地理环境单元,构成了所在区域的旅游地独具特色的旅游环境景观基调。另一方面,由于地区性的某种特殊的自然因素而形成的奇特或秀美的自然景观,构成了各种自然地理环境中最美的具有诗情画意的地段。例如,各种各样的水光山色、奇洞异石、流泉飞瀑以及气象、气候景观和生物景观构成了自然旅游景观资源,成为当地旅游开发利用的物质基础。

(2) 人文旅游景观资源范围广泛,是整个人类历史与文化的结晶和民族风貌及特色的集中反映,主要包括历史遗产旅游景观资源、现代人文旅游景观资源、社会风情旅游景观资源等多种类型。

①历史遗产旅游景观资源是一定社会历史条件下的产物,它记录和反映了历史上各时代的政治、经济、文化、艺术、建筑、科技、风俗等方方面面的水平和特点,因此,包含的内容非常丰富,历史意义深远,涵盖了古人类文化遗址、古城遗址、军事防御体系、宫殿、庙坛、陵墓、古代水利工程与交通工程、古民居、古典园林、宗教文化、历史文化名城等较为复杂的内容。

②现代人文旅游景观资源是现代人类物质文明和精神文明高度发展的结晶,反映了现代社会的经济、文化、科技水平,同样涉及广泛的领域和知识,由现代都市风光、休闲度假及现代大型建筑设施等多方面景观类型构成,并且随着科学技术的不断发展和人们旅游需求的不断扩大,旅游资源的多样化得到进一步地拓展和挖掘。

③社会风情旅游景观资源是各地人们在特定的自然、社会、文化环境中形成的独特的社会文化活动和现象,它作为一种文化现象,包括各地的风俗民情、风

物特产、文化艺术等多方面的内容。

## 二、旅游资源类型的形成

### (一) 旅游资源类型形成的条件

#### 1. 自然旅游资源形成的基本条件

自然旅游资源是自然赋予的,由具有旅游价值的自然景观和自然要素构成。地球的圈层结构是各类自然旅游资源形成的基础,地球表层是大气圈、水圈、生物圈和岩石圈四个圈层的交接地带,它们是自然旅游资源形成的基础。岩石圈表层可形成各种地质地貌旅游资源;生物圈分布的动物、植物、微生物等形成各种各样的生物旅游资源;水圈分布的江河、湖泊、瀑布、温泉及海洋等水体形成各种水域风光旅游资源;大气圈内大气中的冷热、干湿、风云、雨、雪、雾等形成各种气象气候旅游资源。

自然地理要素的地域组合形成了各景区不同的特色自然地理环境,是由地质、地貌、气候、水文、土壤、植被和动物等要素构成的统一整体,这些要素在地域空间的分布表现出一定的地域组合规律。不同旅游景区都是由旅游资源各构成要素以不同比例组合而成,从而形成了各景区不同的特色。例如,江西庐山的奇峰、瀑布、云雾、植被;安徽黄山的奇松、怪石、云海、温泉等。这种特征是自然环境各要素在一定地点、一定区域内组合而形成的,是由自然地理要素的地域组合规律所决定的。

自然地理要素的地域分异决定了自然旅游资源的分布,自然地理要素有明显的地域分异规律。地理环境各要素的相互联系、相互制约和相互渗透,构成了地理环境的整体性。各个地区之间存在着明显的差异,这就是地理环境的地域分异。地域分异规律主要有:

#### (1) 纬度地带性分异

由于太阳辐射在地表,纬度分布不均,形成了各自然景观带的东西延伸,沿着纬度变化的方向做有规律的更替,叫作纬度地带性分异规律。由于太阳辐射在地面不同纬度上分布的不均匀,导致从赤道到两极依次出现热带、亚热带、温带、寒带等气候带,并形成了相应的自然景观带。如中国海南的椰风海韵和东北的林海雪原,由于纬度差异大,地表景观形成强烈的对比。

#### (2) 非地带性分异

由于海陆分布、地势起伏及岩浆活动等地球内力作用影响形成了自然景观的非地带性分异。非地带性分异包括:①经度地带性分异。即在海陆分布因素影响下,产生水分条件的差异。由于从滨海往内陆方向水分逐渐减少,形成了湿润地区、半湿润地区、半干旱地区和干旱地区等不同的干湿地区,呈现出相应的自然带逐