

第一章 绪论

第一节 旅游地理学的学科性质与特点

旅游地理学是应旅游业发展的需要而产生的新兴学科。它运用地理学的基本理论和研究方法研究旅游系统中有关旅游资源的开发利用、旅游交通建设、旅游客源与客流、旅游区规划布局和建设等一系列问题，直接服务于旅游业，故属于应用科学。

旅游地理学具有广泛而显著的综合性特征，这是由旅游系统的综合性与地理学的综合性相叠加而形成的。旅游地理学以地理学规律为基础研究旅游系统，又涉及社会学、心理学、经济学、历史学、民俗学、考古学、生物学、建筑学、园林学、环境学、文学、美学、艺术、宗教、医学、高等数学、计算机以及系统工程等诸多学科领域。旅游地理学的许多课题都必须同时从多种学科的角度进行综合研究，因而，旅游地理学又具有边缘学科的性质。

关于旅游地理学的学科属性，60年代以来一直为地理学家所关注，但由于旅游地理与地理环境、社会经济都有着密切联系，所以从事各门专业的研究者看法并不一致。如一些学者认为旅游地理学是人文地理学的一个分支，因为旅游活动从其社会性质来看，是一种社会经济和文化活动；而另一些学者则认为旅游地理是把旅游业作为一个产业部门来研究的，它具有经济地理性质。总之，它们各自强调了旅游地理与某一学科之间的关系，但从根本上看，旅游地理学是旅游与地理两种不同性质的学科有机结合的产物，是研究与旅游有关的各种地理问题。从这个意义上讲，旅游地理学是旅游学与地理学之间的一门边缘学科。

因此，对旅游地理学的学科性质应理解为：旅游地理学是地理学与旅游学之间的一门边缘科学，它具有应用科学的特点。

第二节 旅游地理学的研究内容、任务和方法

一、旅游地理学的研究内容和任务

地理学是研究地球表面一切自然现象和人文现象的分布规律与空间关系的科学。从地理学的角度来看旅游，它是地球表面的一种人文现象，一种以消闲、娱乐等为目的，从居住地经过旅游道到达旅游目的地参观、游览再回到居住地闭合的人口流动现象。旅游地理学则主要研究这种现象与地理环境及社会经济发展之间的关系。也就是说“旅游地理学是研究人类旅行游览、休憩疗养、康乐消遣同地理环境以及社会经济发展相互关系的一门学科。”(郭来喜,1985)

旅游地理学作为一门新兴的边缘学科，其研究内容应是与旅游业发展相关的多种地理问题，即从综合性、地域性的观点出发，去探讨这些地理事物的形成、演变和发展的基本规

律,从而指导旅游业的发展。具体地说,旅游地理学研究的主要内容应包括:旅游的起因及其产生的地理背景,旅游者的地域分布、移动规律和发展预测,旅游资源的类型与地域组合及其技术经济评价、开发利用论证,旅游区(点)布局与建设规划,旅游区划与旅游地域组织体系,适合不同对象的旅游路线组织与方案设计,旅游与环境保护和污染防治对策,旅游业对地域经济综合体形成的作用与影响等。

旅游地理学作为一门应用性的科学,必然担负相应的研究任务。具体来讲,主要包括以下几个方面:

(一) 旅游资源的调查和评价

旅游资源是为旅游者提供观赏、度假、疗养、娱乐、休息、探险、猎奇、考察研究的基石,是旅游业赖以发展的物质基础。运用地理学的理论和方法,查明各类可供开发的旅游资源,为旅游业发展提供决策依据,是旅游地理学的基本任务。要查明可供旅游业利用的资源状况,其中包括资源的种类、分布、数量、质量、规模、密度级别、特点、成因、开发利用程度、价值及功能;然后,在调查的基础上对旅游资源进行系统、科学的分类以及技术经济论证和评价,这包括许多具体的项目。如评估旅游资源容量、客源市场状况,明确资源开发程序、开发适宜时间、开发利用方式以及各种组合配套等。

(二) 旅游区(点)的合理布局

旅游区是指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。旅游区(点)的选择、布局 and 规划有两种情况:一是新旅游区(点)的建设,另一是老旅游区(点)的改造、充实和保护。旅游区(点)的兴建和改造涉及许多经济部门和行业(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、邮电通讯、医疗卫生等),因此,必须结合所在地区的区域规划,根据区域发展条件,合理确定其游客接待量和相应的各种负荷量,使旅游地域系统内各要素相互协调,地区各经济部门综合平衡发展。

(三) 旅游活动的空间分布规律

旅游者因生活经历、性别年龄、兴趣爱好、文化素养、宗教信仰等方面的差异会产生不同的旅游动机。各旅游区(点)的地理位置、气候、地貌、植被、动物、水文、地质等因素及其构成的景观(阳光、海滩、风景林等)的吸引力又影响着旅游者的旅游行为。研究旅游起因,可以弄清旅游客源地以及客流空间移动方向。一般来说,旅游者从客源地到目的地,受多种地理因素影响,并形成一定的规律。旅游者空间移动的规律性,决定了不同方向的客源规模和季节性变化。研究旅游者的地域分布和空间移动规律,可以了解和预测客源市场变化,以此来考虑资源评价和开发,宾馆等接待设施的选点布局,可以使之更趋客观合理。

(四) 旅游区划

旅游区划是旅游发展规划的依据。为了客观地了解各个旅游区的不同性质和特征,揭示旅游区的内在规律,查明其区域优势,推动区域旅游经济的持续、稳定、健康发展,必须对世界各国各旅游区进行科学地考察和区域划分。

旅游区划的研究,首先要分析各旅游区的自然、历史、民族、人口、经济、政治及交通条件等,确定旅游区划原则、区划的指标体系,针对具体区域进行区划。在区划的基础上进行分级、分类及区域相互关系研究。

（五）旅游规划

旅游地理学从旅游资源的调查评价出发，分析旅游环境容量、旅游者行为规律，综合评价区位和区域经济条件，兼顾经济、环境和社会效益，按照时间顺序和空间关系，研究和制定旅游发展规划。

旅游业发展规划，其主要任务是从整体上研究规划区发展旅游的条件，评价其发展可能性，指出其发展方向。

旅游地规划是具体的规划，包括的内容很多，如旅游资源开发利用和保护规划，旅游设施建设规划，旅游路线设计规划，旅游客源组织规划，旅游管理机构设置规划，旅游商品生产供应规划，旅游专业人才培养规划等。旅游地规划要与所在地总体规划相一致，多学科、多部门协作完成。

（六）旅游交通布局

旅游地理学研究旅游交通的基本任务是分析其在旅游业中的地位与作用，在了解各类交通方式的特性、功能及影响旅游交通布局因素的基础上，明确旅游交通的布局原则，进而对区域旅游交通布局的现状、发展趋势进行评价和预测，提供合理的布局方案；同时，就有关旅游交通区划、布局条件进行分析和经济论证，促进旅游交通网的合理分布和运输合理化。

（七）旅游地图的编制

旅游地图是一种新的地图形式，属专题地图范畴，它以满足旅游研究、旅游资源开发与建设、旅游教学和游客旅游活动需要为目的。因此，要求旅游地图能较形象地反映出旅游区的个性特点及各旅游点的景点分布格局，内容比较丰富、形象、生动和简明易读。旅游地图的特点、分类，各要素的表示方法，印制、整饰设计以及旅游地图的应用等，是旅游地理学研究的主要内容。

（八）旅游活动与地理环境的关系

旅游活动有赖于地理环境并受其制约，然而人类为了旅游的需要也在不断地扩大、加深改造和利用着地理环境，旅游开发使旅游目的地区域的经济、环境和社会文化诸方面发生变化。正确评价旅游活动与地理环境的关系，对指导旅游业发展具有极其重要的意义，因而成为旅游地理学的一个研究任务。其研究内容包括：

1. 自然地理环境对旅游的影响

包括自然地理环境的地域差异对旅游的影响和自然地理环境各要素对旅游活动的独特作用等的研究。

2. 人文地理环境对旅游的影响

包括两个方面的研究：一是作为旅游资源的人文地理景观对游人的吸引作用，二是人文环境及各要素作为外部条件对旅游活动的影响。

3. 旅游活动对区域经济的影响

有关旅游与经济发展、旅游与投资、旅游与收支平衡、旅游活动与就业、旅游开发与就业、旅游与通货膨胀、旅游与土地价格等关系的研究。

4. 旅游活动对区域社会文化的影响

有关旅游与社会变化、旅游示范效应、旅游与社会道德、旅游与宗教、旅游与语言变化、旅游与文化变化、传统艺术形式的复兴、传统艺术形式的衰落、文化之间的交流等的研究。

5. 旅游活动对区域环境的影响

包括旅游活动与环境的关系、旅游活动对动植物的影响、旅游活动对水及大气的影响、旅游活动对人文环境的影响等的研究。

6. 旅游业可持续发展

包括旅游业可持续发展与环境保护的矛盾以及协调旅游业发展与环境保护的措施的研究。

(九 基本理论与方法的研究)

旅游在我国起步较晚,有关旅游地理学的基本理论和方法目前仍处于创建阶段,如上述提出的各项研究任务都有待于理论上的提高。数理方法应用于地理学,可以使地理学更严谨、精确、完善和先进。旅游地理学也应当走传统方法和数学方法相结合的道路。不少旅游地理学者已在这方面进行了初步尝试,为旅游地理学的深入研究,起到了先导和推动作用。随着研究的逐步深入,旅游地理学正在完善自己的理论体系和研究方法。

二、旅游地理学的研究方法

确定和掌握一套科学的研究方法,是促使旅游地理学进一步发展的手段。

旅游地理学是一门新兴的边缘学科,它属于自然科学和社会科学两种范畴。因此,旅游地理学的研究方法必然包含有自然科学和社会科学两者的一般的研究方法,如归纳、演绎、类比等,同时它也有自己特殊的研究方法。具体地说,主要有以下几种:

(一 综合考察法)

这是地理学及其分支学科最基本的研究方法。旅游资源和旅游景观是在一定地域内表现出来的,对于其分布位置、形成原因、数量、特点、类型、功能和价值等,只有通过实地考察,才能较系统、科学地了解和掌握。

(二 调查统计分析法)

所谓调查统计分析法就是通过调查获得大量原始资料,然后经过加工、整理、分析,从中找出事物运动的内在联系及其发展规律的方法。它是自然科学和社会科学通用的一种方法。旅游系统中所有要素在研究中都表现为资料形式,繁多的资料须经统计分析研究才能进一步使用。调查统计分析法包括抽样调查、重点调查、典型调查、普查等调查方法和定性、定量分析法。其中定性分析是建立在经验和逻辑思维的基础上,凭借各种调查资料,对旅游地理的内容进行分析判断的方法,如常用的历史分析法、数据描述法、多变量交叉影响分析法等;定量分析法则是在数学、统计学、计量学、系统论、控制论、运筹学以及电子计算机等科学的基础上,运用方程、图表、数字、模型,对收集到的数据进行分析 and 推测的方法,如常用的开平方统计分析法、因素分析法、回归分析法等。

(三 景区分类法)

景区分类法就是运用旅游的观点,把各种风景形态特征按其吸引性和形成进行分类,从而确定其开发利用类型。如按吸引力的大小可分为绝景、胜景、中景、小景等;若按成因可分为风成景、水成景或构造成景。

（四）旅游图表法

旅游区内的各类景物、旅游点、旅游线路和各种旅游设施等都可以用不同符号编绘在地图上，从而构成类型多样的旅游图，如导游图、旅游线路图、旅游资源图、旅游区划图、综合图和各类专题图等。各种旅游数据资料经过整理也可以表格形式显示出来，形成各类旅游资料表。旅游图表能容纳较多的信息资料，不仅简明清晰、通俗易懂，而且便于分析和比较。因此，旅游图表是旅游开发者、管理者、观赏者、研究者必不可少的工具，从中既可以查明旅游资源的地域分布规律和差异，掌握旅游资源开发程度，又可分析旅游业各要素协调发展状况。

旅游地理学是一门综合性较强的学科，我们在研究其内容和探讨其发展规律时，不仅要正确选择和使用各种研究方法，而且要综合运用各种方法进行研究。如在定性分析的前提下进行定量分析研究，在综合考察的基础上进行调查统计分析研究。此外，旅游地理学的研究还要不断地引入新的现代技术手段，如运用引力模式、电子计算机系统模拟方法、航空摄影判读、数据图像分析等手段，来研究旅游资源的吸引功能，旅游流的动向、空间分布等。

第三节 旅游地理学的形成和发展

旅游作为一种大众化的社会经济现象，起源于近代时期，它是西方国家随着工业化的逐步完成而经济发展达到相当程度的产物。19世纪末、20世纪初，国际上开始对旅游进行专门的探讨，从理论的角度进行研究。旅游地理学作为直接服务于旅游业的一门学科，产生于旅游业之后。20世纪30年代，美国地理学家麦克默里 K·C·McMurry 发表在《地理评论》上的《娱乐活动与土地利用关系》一文，被世界地理学界公认为第一篇关于旅游地理研究的论文，从此，旅游地理学走上了形成和发展的道路。

一、国外旅游地理学的形成和发展

在20世纪30年代和40年代，地理学者只着重记述某些旅游胜地，或只将旅游作为一种土地利用方式加以研究，而对旅游地理学的基本理论探索极少。如英国地理学家吉尔伯特 (E·W·Gilbert) 等调查记述了英国海滨避暑胜地和疗养胜地。到了50年代，有些地理学家把旅游地理学纳入到经济地理学中，他们认为旅游业是一种经济事业，故多从经济属性上研究旅游。1964年加拿大地理学家罗伊·艾·沃尔夫 (Roy·I·Wolfo) 提出旅游地理学应从经济地理学中分离出来，作为独立的学科进行研究。

20世纪60年代初，经济发达国家生产力迅速恢复和发展，居民物质、文化水平大幅度提高，这使得发达国家的国内旅游需求急增，以相邻国家为目的地的国际旅游也得到初步发展，旅游时尚基本形成。随着人们旅游需求层次的上升，对旅游区的开发已不只是局限于对自然风光的苛求，而是要求增加精神上的满足和享受，这使旅游地理学的发展与开辟新的旅游区和改造旧旅游区的任务紧密结合起来。这一时期，少数地理学者参与了地中海沿岸、加勒比海地区、西太平洋沿岸地区部分旨在吸引国际旅游者的旅游地的早期开发和规划研究工作。加拿大沃尔夫 (Roy·I·Wolfo) 发表的《安大略旅游地》、美国斯坦费尔德 (C·A

• Stanefield 写的《美国海滨避暑胜地》等论文都论述了旅游区的开发问题。另外 英国人文地理学家科波克(J·T·Coppock) 关于确定杰出自然美地区的研究, 美国克莱门特(H·G·Clement) 关于远东和太平洋地区旅游开发潜力的研究也有较大的影响。

20 世纪 60 年代中期以后。西方发达国家经历了持续的高度经济增长, 经济和社会发展有了质的飞跃, 人们的生活质量迅速提高, 部分发展中国家和地区的经济也获得了相当快的增长, 人们的生活条件普遍改善。在这一社会经济背景下, 世界旅游业也进入稳定快速发展时期。随着旅游供需规模的迅速扩大, 旅游的目的、性质、内容、规模都有了较大的变化。地理学者对旅游的研究表现出浓厚的兴趣, 研究内容也已多样化。主要研究领域包括: (1) 旅游资源的评价。如 1969 年加拿大在土地调查中提出的游憩资源评价系统, 1974 年英国科波克等人提出的旅游资源评价系统。(2) 旅游地和旅游区域的开发研究。重要的有夏威夷的进一步开发, 加勒比海地区许多新旅游区的开发, 地中海沿岸旅游地带的开发等。(3) 旅游客流的调查与分析。如英国 1967 至 1969 年由地理学家罗杰斯(H·B·Rodgers) 主持的第一次试验性全国游憩调查。(4) 旅游对区域自然、经济和社会文化影响的研究。其中包括有关旅游容量问题的初步研究。

70 年代中期以后, 地理学者认识到概念不统一和研究工作的不规范给他们带来许多麻烦, 因此, 许多地理学家开始系统地研究旅游地理的理论、方法, 统一旅游地理学的术语, 对旅游地类型、旅游资源类型进行分类和评价, 并绘制旅游地图、研究旅游区划等。为了适应旅游地理学的发展, 70 年代以来国际地理组织对旅游地理学的地位从组织上作了一些决定。1976 年在莫斯科召开的第 23 届国际地理大会上第一次把旅游地理学列为专业组, 从此, 旅游地理学作为地理学的一个分支被确定下来。这一时期, 出现了许多旅游地理学的著作, 如美国马特勒(Ian·M·Matley)1976 年的著作《国际旅游地理》, 英国地理学家罗宾逊(H·Robinson)1976 年出版的《旅游地理学》, 南斯拉夫地理学家阿姆布洛热维奇(J·Ambrozic)1979 年出版的《旅游地理》原苏联地理学家科特梁罗夫于 1978 年著的《游憩与旅游地理》, 加拿大地理学家史密斯(Stenien·J·Smith)1983 年出版的《游憩地理学》等。到 20 世纪 80 年代, 旅游地理学已形成基本理论体系和方法构架。

关于旅游地理学的发展趋势, 国外地理学者认为对旅游的研究将从传统的以资源研究、土地利用研究为重, 转移到以服务设施的空间经济分析、旅游者的空间行为与旅游目的地的推销、大区域旅游开发与规划、旅游对于区域自然、经济和社会文化影响的过程与机制为研究主题, 各国学者研究的视野将重点放在休闲旅游方面, 在从事旅游研究时参与多学科性的融合研究, 注重新技术手段的运用(如旅游信息系统的建立和运用)也将势在必行。

二、中国旅游地理学的形成和发展

旅游在我国有着悠久的历史, 中国古代便有了各种各样的旅游活动, 并在旅游过程中积累了大量旅游地理的材料 著述了不少描写名山大川、奇峰异洞的“游记”“见闻”和具有某些旅游色彩的地理书籍。如西汉伟大的历史学家司马迁撰写的《史记》中的《货殖列传》篇就含有丰富的旅游地理内容, 北魏地理学家郦道元的《水经注》也是内容广博的综合性地理名著, 宋代杰出的博物学家、旅行家沈括的《梦溪笔谈》寓科学研究于旅游之中, 具有很高的科

学价值,明末徐弘祖的《徐霞客游记》开创了以旅游考察地理并进行科学研究的一代新风,在世界地理文献中也占有重要地位。此外,我国独有的方志堪称为世界上最丰富的古典旅游地理文库,它为研究我国古代旅游活动和旅游地理,开发我国旅游资源,丰富旅游内容,提供了极为有利的条件。

近代中国也有一些地理学家对自然风景区的成因机制问题进行研究,如张其昀 1934 年发表的《浙江风景区之比较观》任美镔 1940 年发表的《自然风景与地质构造》。

在中国,系统地开展旅游地理学的研究,是从本世纪 70 年代末期开始的。1978 年中国成立中国旅游总局,旅游业随着国民经济的增长而迅速发展起来。在改革开放的条件下,国际、国内旅游都步入了蓬勃发展时期。随着旅游业的发展,旅游活动范围日益扩大,旅游资源开发和旅游设施建设不断加强,旅游管理队伍迅速扩大,旅游的社会影响日益广泛,旅游经济在国民经济中的地位日趋显著。在此形势下,中国发展旅游地理学的研究迫在眉睫。1978 年,陈传康在华东师范大学作了“地理学的新理论和实践方向”的报告(发表于《中国地理学会 1978 年经济地理专业学术会议论文集》,商务印书馆,1980 年)他富有远见地指出旅游地理学是地理学结合某些特殊环境和任务形成的综合研究方向之一。1979 年底中国科学院地理研究所组建旅游地理学科组,成为旅游地理在中国发展的明显标志。随后,北京大学、武汉大学、杭州大学、西北大学、南开大学、华东师范大学、北京师范大学、北京旅游学院、上海旅游专科学校、河北师范大学、北京外语学院、大连外语学院等许多院校,开设了旅游地理课程,并开始进行研究。郭来喜、陈传康、杨冠雄等,是当代中国旅游地理学的主要开拓者。1983 年中国旅游地理学的第一名旅游地理硕士研究生毕业,1989 年中国有了第一个旅游地理博士研究生。1987 年 12 月在深圳召开的人文地理学讨论会上,中国地理学会在人文地理专业委员会上设立了旅游地理学组。80 年代以来中国出版的编著、译旅游地理著作主要有北京旅游学院 1987 年编印的《旅游资源的开发与观赏》和中国科学院地理研究所 1982 年编印的《旅游地理文集》,黄国英译的马特勒的《国际旅游地理》(1984)周进步的《中国旅游地理》(1985)戴淞年等的《中国旅游地理》(1986)刘振礼等的《中国旅游地理》(1988)卢云亭的《现代旅游地理学》(1988),雷明德的《旅游地理学》(1988)孙文昌等的《应用旅游地理学》(1989),庞规荃的《中国旅游地理》(1990)保继刚等的《旅游地理学》(1993)王钟印的《中国旅游地理概论》(1994)等。

现代中国旅游地理学研究是以区域旅游开发[区域旅游发展战略和旅游地(风景区)开发规划]的研究为主线而发展起来的,地理学者参与或主持了许多区域的开发论证和旅游地规划工作。如郭来喜等(1984)的“华北海滨风景区昌黎段开发研究”杨冠雄等(1987)的“贵州十丈洞瀑布开发论证”陈传康等(1990)的“丹霞风景名胜区的旅游开发规划”和谢凝高的“泰山名胜区总体规划”是几个成功的范例。在大量个案研究的基础上,已初步总结出区域开发研究的理论和模式,在旅游评价和旅游地开发评价方面,除利用经验评价和单因子评价外,还建立了评价数学模型进行综合评价。在旅游环境容量研究上,我国学者也做了较多的工作。如 1983 年赵红红就旅游容量的概念作了初步探讨,1989 年楚义芳吸收国际上的研究成果,又对旅游容量的概念体系、旅游容量的量测及其实用研究方向作了较为系统的研究。旅游者行为和旅游流预测是旅游主体(旅游者)研究的重要方面。保继刚 1986 年对北京的国内旅客行为进行了实证研究陈健昌等 1988 年的应用假设检验法研究了旅游者的决策行为和空间行为及其实践意义。中国地理学者向来注重区划研究,先后有多人就全国旅游区划问

题进行了定性和定量的探讨。中国科学院遥感应用研究所 1987 年 4 月通过鉴定的“国家旅游资源信息系统”是国内旅游资源信息系统研究的代表。

中国旅游地理研究经过 20 世纪 80 年代以来的发展,已经取得很大成绩,成为地理学的一个重要分支学科。但总的来看,中国旅游地理学还处于开创阶段,研究成果大多缺乏理论背景,理论研究还不够系统化,有待进一步发展和完善。

第二章 旅游资源及其开发

旅游资源是发展旅游业的基础。一个国家或地区，旅游业发展的成功与否，其旅游资源的性质、特点、类型及开发利用的合理程度，起着重要的作用。所以，在旅游业的发展和旅游业的建设中，应对其进行研究。

第一节 旅游资源的概念及特点

一、旅游资源的概念

旅游资源(Tourist Resources) 又称作“旅游吸引物”(Tourist Attraction)。它是随着现代旅游业的兴起而出现的一个概念，是旅游业的作用客体。目前对旅游资源的概念的表述多种多样，不同的定义其侧重点不同。比较公认的看法是：凡能激发旅游者的旅游动机，为旅游业所利用，并由此而产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素，均可称为旅游资源。

随着人类认识的不断扩大，社会生产力水平的不断提高，旅游业经营者的不断开拓，旅游资源的范畴在不断扩大。旅游资源既可以是客观存在的物质实体，如风景名胜、文物古迹、某些特殊劳务等，也可以是非物质形态的文化因素，如民情风俗、文学艺术、社会风尚等。而且自然界和人类社会的各种事物和因素，只要可以激发旅游者的旅游动机，能为现代旅游业所利用，均属于旅游资源范畴。特别是针对现代旅游业旅游需求的多样性而言，旅游资源的范畴应该更为广泛。但需要说明的是，旅游资源只应包括那些健康、有益的内容。至于有的国家或地区为了赚钱谋利，迎合一些动机不良的人开妓院，设赌场，搞偷猎等，这些事物违反了社会公德标准，侵犯了人类根本利益，不应列入旅游资源范围之内。

“劳务”是否属于旅游资源，则应作具体分析。旅游中所涉及的劳务很多。如导游、汽车司机、宾馆的服务人员等，他们主要是旅游者和旅游资源之间的媒介，起着保证、优化旅游活动的作用。因此，一般来说不应属于旅游资源的范畴。但是，有些劳务已与旅游资源结合为一个整体，成为旅游资源不可分割的一部分。例如那些艺术造诣很高的文艺工作者和民间艺术家 颐和园内德和园中兼作导游的“太监”、“宫女”等 已经构成旅游吸引力 在此情况下，这些劳务就具有了旅游资源的性质，应注意不断发掘。

二、旅游资源的特点

旅游资源是一种极为特殊的资源，它既具有一般资源共有的属性，又有许多自己所独有的特征。

(一) 吸引力

旅游资源是诱发人们旅游的吸引源泉，它靠吸引旅游者前来观光游览以发挥其资源的效用。旅游资源的吸引力是指旅游资源能激发旅游者的兴趣，使之产生旅游动机，并转化为

旅游行为的功能，旅游资源所具有的吸引力并非是人们日常所经常接触的自然和人文因素，而是能引起人们出游的特殊因素，如雄伟、秀丽、奇特的自然风光，富有历史意义的蕴含丰富文化内涵的名胜古迹，有浓郁地方色彩的民风民情等。一个国家或地区，旅游资源越独特，美学观赏性和游娱性越强，其知名度就越高，对旅游者的吸引力也就越大。旅游资源对旅游者吸引力的大小，直接关系到旅游业发展的规模和盛衰。

（二）多样性

客观世界复杂纷呈，五彩斑斓，旅游者出游动机也千差万别，各种自然因素和人文因素都可能构成旅游资源。除了通常为人们公认的名山大川、奇峰异洞、珍禽异兽、建筑园林、历史遗存、民族风情、文化艺术、庙会节庆等可以构成旅游资源外，一些高耸的冰山、广阔的草原、无垠的沙漠、金色的沙滩、火山喷发地或地震遗址、地层剖面、古生物化石产地等都可以成为猎奇者旅游的目的地成为旅游资源。此外，一些服务于旅游活动的设施如交通、膳食、住宿及其他劳务因素，一经使用，就构成了旅游活动的一个组成部分，其中直接服务于旅游的娱乐设施本身即属于旅游资源。可见旅游资源的内涵非常广泛，其组成要素多种多样。

（三）综合性

旅游资源在任何地区、任何时候都不是以单一形式出现的，而是呈现综合分布的特点。自然旅游资源各要素之间，自然旅游资源与人文旅游资源之间，总是相互交叉、相辅相成地构成一个有机的整体。人文景观总是存在于一定的自然景观之中，而自然风光也往往因为人文景观而添彩增色，两者密不可分。通常所说的风景名胜地，就是指自然旅游资源和人文旅游资源两者的综合。有许多旅游胜地集山水、草木、历史文化、古迹艺术、风俗民情于一体从各个方面吸引游客。一个旅游区的旅游资源种类越多，相互之间组合得越美妙奇特，对旅游者的吸引力就越大。兼顾游客不同层次的需求，综合开发旅游资源，综合建设旅游区，是旅游开发的一个重要方针。

（四）季节性

旅游资源的季节性是由自然地理条件，特别是气候的季节性变化决定的。首先，有些自然景色只在特定的季节和时间里出现。例如吉林的树挂只能在入冬时才能产生，洛阳的牡丹花会四月中旬观赏最好，黄山的云海和瀑布只在夏季多雨的时候才有。其次，同样的景物在不同季节里表现出不同的特征。例如同样一座山，春夏秋冬四时之景不同。实际上，许多景物的命名就包含了一定的气候变化景象，如西湖十景中的苏堤春晓、曲院风荷、平湖秋月、断桥残雪等。此外，地势的高低、坡向等，也会直接影响自然景观发生季节变化和垂直变化。总之，旅游资源的季节性变化使旅游活动出现淡、旺季之分。

（五）永续利用性

大多数旅游资源具有无限重复使用的价值。如观潮、泛舟、滑冰、海水浴等水体旅游资源都有持续利用性。因为旅游者在旅游活动中只能带走使用这些资源所获得的美好感受，而不能带走旅游资源本身。即使有些资源在游览中有所消耗如垂钓、狩猎、采集、品尝、购物等，但只要通过精心管理，人工培育和饲养，不断地输入补充，这些旅游资源也能得到全面、持续、长期的利用。正因为如此才形成旅游业投资小、见效快、收益大的特点。但是旅游资源也存在因利用不当而资源质量下降，甚至完全被破坏的问题。无论是自然景观或是历史遗存，一经破坏就无法恢复，即使进行人工复原，亦不是原貌。所以在开发旅游资源的同时，尤其要重视旅游资源和旅游环境的保护，使旅游资源的永续性得到充分利用。

（六）价值可变性

旅游资源的价值不是一成不变的。由于开发利用、客源需求和服务设施的变化，原来不属于旅游资源的可以成为旅游资源；原来价值一般旅游地可以身价倍增成为热点旅游地。无论自然旅游资源或人文旅游资源，开发、挖掘、保护、修复、建设都可以提高其价值和功用。随着旅游需求的增加，根据原有的自然风光条件和历史文化资源，进行人工修造，也可以人工构筑成一些特殊的旅游资源，如为适应旅游业发展需要而修建的“微缩景观”、“游乐宫”、“民族村”、“民俗村”就是人工再创建的旅游资源。

（七）自然性

一般来说，旅游资源都具有自然形成的特点。自然旅游资源的自然性是十分明显的。在旅游活动产生以前，它以“自然资源”的面貌出现，是人类赖以生存的根本条件。在旅游活动大力开展的今天，自然旅游资源的自然属性并没有改变，它不仅具有吸引人们旅游的功能，而且更可以多方面地提高人们的生活水平。人文旅游资源虽是后天人为创造的，但也带有自然形成的属性。在旅游活动未开展之前，它以“人文资源”的面貌出现，因其具有各自专有的功用才得以自然产生，而不是为旅游业的需要而产生。如长城的修建是为了防御，明十三陵的建造是为安葬。即使是在如今，一般地说人文旅游资源的存在也不只是为了旅游，而是具有多种功能。诚然，在当代应旅游需求产生的事物也大量存在，但是，这些应旅游需求而产生的事物只有保持“自然性”的原则，才能吸引人们旅游，否则人为地搬资源、造景点，只能使旅游资源受到建设性破坏。

第二节 旅游资源的分类

旅游资源的分类是旅游资源规划开发的一项基础工作，同时，也是旅游管理者、旅游开发者和旅游决策者所必不可少的科学依据。人们依不同标准、按不同需要，对旅游资源有着不同的分类。

一、以旅游资源的属性作为分类标准

根据旅游资源的属性，将其分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类。在这两大类中，又可分为若干类。对此，不同的学者提出了多种不同方案。但至今比较典型且具有指导性的是中国社会科学院地理研究所与国家旅游局资源开发司在《中国旅游资源普查规范》（试行稿，1992年）中提出的分类方案。依此方案，旅游资源被分为6类74种基本类型，其中属于自然旅游资源的3类（地文景观类、水域风光类、生物景观类）属于人文旅游资源的3类（古迹与建筑类、消闲求知健身类、购物类）（表2-1）。

表 2-1 中国旅游资源分类

类	基本类型	类	基本类型
1 · 地 文 景 观 类	(1)典型地质构造 (2)标准地层剖面 (3)生物化石点 (4)自然突变遗迹 (5)名山 (6)火山熔岩景观 (7)蚀余景观 (8)奇特与象形山石 (9)沙(砾石)地风景 (10)沙(砾石)滩 (11)小型岛屿 (12)洞穴 (13)其他地文景风	2 · 水 域 风 光 类	(1)风景河段 (2)漂流河段 (3)湖泊 (4)瀑布 (5)泉 (6)现代冰川 (7)其他水域风光
		3 · 生 物 景 观 类	(1)树林 (2)古树名木 (3)奇花异草 (4)草原 (5)野生动物栖息地 (6)其他生物景观
4 · 古 迹 和 建 筑	(1)人类文化遗址 (3)军事遗址 (5)长城 (7)宗教建筑与礼制建筑群 (9)楼阁 (11)牌坊 (13)建筑小品 (15)景观建筑 (17)雕塑 (19)墓 (21)摩崖字画 (23)厂矿 (25)特色城镇与村落 (27)广场 (29)民俗街区 (31)观景地		(2)社会经济文化遗址 (4)古城和古城遗址 (6)宫廷建筑群 (8)殿(厅)堂 (10)塔 (12)碑碣 (14)园林 (16)桥 (18)陵寝陵园 (20)石窟 (22)水工建筑 (24)农村渔牧场 (26)港口 (28)乡土建筑 (30)纪念地 (32)其他建筑或其他古迹

5 · 消 闲 求 知 健 身 类	(1)科学教育文化设施 (3)动物园 (5)公园 (7)运动场馆 (9)节日庆典活动 闲求知健身活动	(2)休疗养和社会服务设施 (4)植物园 (6)体育中心 (8)游乐场所 (10)文艺团体(11)其他消
6 · 购 物 类	(1)市场与购物中心 (3)著名店铺 (5)其他物产	(2)庙会 (4)地方产品

据《中国旅游资源普查规范》试行稿,1992年

二、以旅游资源特性和游客体验性质作为分类标准

以旅游资源特性和游客体验性质为标准,有不少分类系统。其中以1996年克劳森和尼克(M·Clawson and J·L·Knetsch)提出的分类最具影响,其分类系统如下:

1. 利用者导向型游憩资源(城镇)

以利用者需求为导向,靠近利用者集中的人口中心,通常满足的主要是人们的日常休闲需求,如球场、动物园、一般性公园。一般面积在40—100公顷,通常由地方政府、市、县或私人经营管理,海拔一般不超过1000米,距离城市在60千米的范围内。

2. 资源基础型游憩资源

这类资源可以使游客获得近于自然的体验。资源相对于客源的距离不确定。主要在旅游者的中、长期度假中得以利用。如风景、历史遗迹、远足、露营、垂钓等资源,一般面积在1000公顷以上,主要是国家公园、国家森林公园、州立公园及某些私人领地。

3. 中间型游憩资源

特性介于上述二者之间,主要为短期(一日游或周末休假)游憩活动所利用。游客在此的体验比利用者导向性型地区更接近自然,但又比资源基础型地区要次一级。

三、以旅游资源的开发利用程度作为分类标准

根据旅游资源的开发利用现状可以把旅游资源分为三类:

1. 已开发的旅游资源

这类资源是客观存在的自然或历史文化赋予的现实的旅游资源,有的利用历史悠久,旅游设施比较完整,有的利用历史比较长,但缺乏时代内容,需加以调整、充实丰富。还有些是最近才开发利用的,需要进一步完善和建设。

2. 即将开发的旅游资源

这类资源已列入规划，即将开发。

3. 尚未开发的旅游资源

这类资源可以是自然景观、历史遗存或是独特的吸引物，往往具有较高的资源价值，但目前尚无力开发。

四、以旅游资源的级别、价值作为分类标准

根据旅游资源的级别、价值可以分为三类：

1. 国家级旅游资源
2. 省级旅游资源
3. 市县级旅游资源

五、其他分类方法

旅游资源的分类方法还有多种。如根据旅游活动的性质，一般可以分为观赏型旅游资源、运动型旅游资源、疗养型旅游资源、娱乐型旅游资源以及特殊型旅游资源（如具有科学考察价值的旅游资源）；根据游客体验性质 1979 年美国的德赖弗 B·Driver 等提出将旅游资源划分为 5 大类：原始地区、近原始地区、乡村地区、人类利用集中的地区、城市化地区。此外，有些学者从旅游业经营的角度将旅游资源分为有限的和无限的两大类。总之，出于不同的目的，可以有不同的分类标准和分类方法。

第三节 旅游资源的调查

一、旅游资源调查的目的

为了使旅游资源得到充分而合理的利用，将资源优势转化为经济优势，首先必须对旅游资源进行广泛而深入的调查。通过旅游资源调查可全面系统地掌握旅游资源的数量、质量、分布、组合状况、成因、价值等，为旅游资源的评价、分级和规划作准备，为合理开发资源打下基础。

二、旅游资源调查分类

旅游资源调查可分为普查和重点调查两种类型。旅游资源普查是为了全面掌握本国或本地区内的旅游资源状况，普查的主要内容包括旅游资源存在区的环境条件，旅游资源的数量、质量、邻近资源及区域间资源的相互联系，客源及市场的状况。旅游资源存在区的环境保护状况，旅游资源的开发现状等。旅游资源的重点调查是为了某种特定的需要。例如为了开

发某一旅游项目，为了加强对旅游资源的保护等而对某地区或某类旅游资源进行更为详细的调查。

在实际工作中，旅游资源的普查和重点调查是交叉进行、相互补充的。因为在耗时较长的普查过程中，有可能发现极其有价值并且开发条件很好的旅游资源，及时将其列为重点，对其进行深入详细的调查；同样，在进行重点调查时，为了充分开发某一旅游资源，也需要摸清与其有关的其他旅游资源的状况。

三、旅游资源调查的步骤

（一）室内准备工作

室内准备工作，主要是搜集了解前人在这一地区的工作情况，在此基础上确定资源调查的路线、程序和进展 制定野外工作计划。各种有关资料的搜集可概括为两个方面：一是地理环境和社会经济状况方面的资料，如大比例尺地图、航片、卫片地质图及调查报告、地貌图及调查报告、农业区划说明书、土壤调查报告、水文气象资料、地方志、地名志、政府工作报告及各种统计资料等。二是旅游资源方面的资料，如有关旅游资源的调查报告、规划书、考古资料、诗词游记等。

（二）野外调查

野外调查工作可采用现场踏勘、遥感技术、物探等方法共同完成。现场踏勘经常用于旅游资源普查工作中，以筛选、核实、补充各种资料，初步决定开发的旅游资源。遥感技术具有信息量大、覆盖范围广、方位准确性高、所需时间短、现实性强等优点，用于旅游资源调查时可得到其他调查手段所无法获得的信息。物探方法对于尚未发掘的地下文物的了解非常有用。

依目的和要求不同，旅游资源的野外调查可分为三个阶段：

1. 概查

这是一般状况调查，是在收集资料的基础上进行一般性核查，把有关景点标在小比例尺图件上（1:10 万或 1:20 万）并在图上划定远景区域。

它的任务是对已知点进行调查核实，或根据已有的其他专业资料进行预测验证。本阶段涉及面广，应注意防止遗漏有价值的旅游资源，且应尽量利用各有关部门的现有资源，以减少工作量。

2. 初查

初查是对概查的远景区域或预测的远景区域进行深入调查、加密调查网点，对区内旅游资源进行规模、质量、美学及客源等方面的系统调查，将调查结果标在 1:2.5 万或 1:5 万图上。

3. 重点调查

重点调查是带有研究性和提出规划设想的调查。是在概查、初查的基础上进一步确定重点、缩小范围，对初步拟定出的有开发价值的项目进行调查，调查中要注意数据的收集，对重点问题和地段进行专题研究和鉴定，以搞清该旅游资源的产生原因、历史演变、现状与相关因素的配伍。比较其在同类旅游资源中的地位。同时还要对将来开发所需要的外部条件（包

括自然条件、经济、技术、物资、能源、水源、交通、生活供应能力、环境质量等)进行调查和分析,对投资、客源收益及旅游业的发展给地区经济和社会带来的影响等关键性问题做出预测,最终在可行性报告中提出规划性建议。

(三) 整理总结

旅游资源调查阶段结束时应进行资料的整理总结,提交调查报告。具体包括以下内容:

1. 旅游资源资料的整理

旅游资源资料包括其种类、分布、状况、成因、历史、现场勘查评价、与主要旅游资源有关的其他资料(如重大历史事件、名人活动、文艺作品等),将所得资料进行复核整理,并对所摄照片和录像资料进行放大或剪辑,加以必要的文字说明。

2. 图件的编制和清绘

以野外标绘、完成的地图为基础,与其他图幅、资料互相对比,核实、增定原有的内容和界线,完成有关旅游资源系列图件,如旅游景点分布图、旅游资源分区图、旅游景点交通联系图等。

3. 编写旅游资源调查报告

旅游资源调查报告一般包括下列内容:

(1)区域地理概况 包括区域自然地理概况、经济发展、人口、行政区划、交通及社会发展概况等。

(2)旅游资源现状分析 包括旅游资源的数量分布、成景条件分析、现场调查定量记录分析、旅游资源特色和旅游资源区域划分。

(3)旅游资源的评价 包括比较区域内旅游资源在同类旅游资源或全部旅游资源中的地位,评定旅游资源的级别和吸引力。

(4)旅游资源的开发途径和开发步骤 阐明旅游资源调查区内旅游资源开发现状、开发条件,今后开发的指导思想、途径、步骤、重点开发区域等问题。

第四节 旅游资源的评价

旅游资源的评价是在调查的基础上进行的,它包括旅游资源单项评价和综合评价。每一项评价都要求对其区域资源规模、质量以及开发前景、条件进行科学的分析和可行性研究,以便为旅游区的开发、规划和管理提供科学依据。因此,旅游资源评价是旅游地建设的前提。

一、旅游资源评价的概念

所谓旅游资源评价就是按照某些标准来确定某一旅游资源在全部旅游资源或同类旅游资源中的地位,也即是从纵向和横向两方面对旅游资源进行比较,以确定某一旅游资源的重要程度和开发利用价值。

评价的结果有助于了解其自身的价值,了解其旅游吸引力的强弱,明确开发方向,以确定市场范围及其所在地将来旅游业可能达到的规模。所以正确评价旅游资源是旅游资源开发的基础和前提,其准确性将直接关系到开发的前景。

二、旅游资源评价的内容

评价旅游资源可从不同的角度进行，主要分为旅游资源自身评价和旅游资源开发条件评价。对旅游资源自身进行评价，主要是根据旅游资源调查所得到的该项旅游资源的特征资料，通过特征数据判断出该项旅游资源在同类旅游资源中的地位。对旅游资源的开发条件评价就是以对旅游资源本身的评价为基础，又加上了旅游资源开发所必不可少的开发条件和客源市场等因子。具体包括以下内容：

1. 旅游资源的自身评价

(1) 旅游资源的性质 任何旅游资源都有自己特点和性质，评价时必须加以确定和明示。因为旅游资源的性质将决定该资源的利用功能、开发方向，同时对区域开发规模、程度及旅游设施也有一定影响。

(2) 旅游资源的特色 旅游资源的特色是该区旅游资源区别于其他地区旅游资源的独到之处，是评价该地区旅游资源对旅游者吸引力大小的重要因素，也是旅游资源开发可行性的决定条件之一。

(3) 旅游资源的价值和功能 旅游资源的价值主要包括艺术观赏价值、文化价值、科学价值、经济价值、美学价值等方面；旅游资源的价值一般是与它的价值相呼应的。艺术、美学价值高的旅游资源，其旅游功能主要表现在观光方面；文化价值和科学价值高的旅游资源，其功能主要是科学考察和历史文化遗产保护等；此外还有娱乐、休憩、健身、体育、探险、修学、医疗、商务等多种功能。旅游资源的价值和功能关系到该地旅游资源的地位、开发规模、程度和前景，对其必须作出科学的、客观的评价。

(4) 旅游资源的密度和地域组合状况 旅游资源的密度又称旅游资源的丰度，是指在一定地域上旅游资源集中的程度。这种资源密度是度量区域旅游资源丰富程度、开发规模和可行性的重要指标之一。旅游资源的组合是指在同一旅游地内不同要求的组合或同一地域内旅游资源的分布及配置状况。不同类型旅游景点的布局 and 组合，是旅游地资源优势 and 特色的重要反映。旅游资源只有密度大，在地域上又相对集中，且具有主体旅游资源，同时又有相配套的其他异类旅游资源，其旅游开发价值才高。

(5) 旅游资源容量 旅游容量又称旅游承载力，或称旅游饱和度。是指在一定的条件下，一定空间范围内的旅游活动容纳能力。换言之，旅游容量就是满足游人的最低游览要求（心理感应气氛）和达到保护风景区的环境质量要求时，风景资源的特质和空间规模所能容纳的游客活动量。一般以容量和容时量来度量。前者，指旅游点单位面积所容纳的游人数量，它是风景区的用地、设施和投资规模在设计时的依据；后者，指景区游览时所需要的基本时间，它体现了风景区的游程、内容、景象、布局和建设时间等内容。

2. 旅游资源的开发条件评价

(1) 区位条件 即旅游资源所处的地理位置及交通条件。它决定了旅游资源所在区域的可进入性，进而影响到旅游资源开发的时间、规模、层次、市场指向，旅游线路的组织及接待设施建设的规模和档次。这是评价旅游资源开发条件的首位因素。一个地方资源再美，但交通不便，难以达到，也会影响到它的开发价值。