

# 献给我的家人



北京市版权局著作权合同登记图字 01-2010-000000000000

责任编辑 陈瑶 李瑶 赖春梅

图书在版编目 (CIP) 数据

生态旅游 张加 芬内尔著 张凌云译 北京 旅游教育出版社, 2010  
(旅游管理译丛)

陈瑶 李瑶 赖春梅 陈瑶 李瑶 赖春梅

I 张…瑶 II 张…瑶 ②张…瑶 III 张…瑶 IV 张…瑶

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 000000 号

张加 芬内尔著 张凌云译 北京 旅游教育出版社, 2010  
生态旅游 张加 芬内尔著 张凌云译 北京 旅游教育出版社, 2010

张加 芬内尔著 张凌云译 北京 旅游教育出版社, 2010  
生态旅游 张加 芬内尔著 张凌云译 北京 旅游教育出版社, 2010

## 生态旅游

戴维·粤·芬内尔著

(张加 芬内尔著 张凌云译)

张凌云译

|      |                                       |
|------|---------------------------------------|
| 出版单位 | 旅游教育出版社                               |
| 地址   | 北京市朝阳区定福庄南里 15 号                      |
| 邮编   | 100029                                |
| 发行电话 | (010) 64900000 64900001 64900002 (传真) |
| 本社网址 | http://www.lht.com.cn                 |
| 电子邮箱 | lht@lht.com.cn                        |
| 印刷单位 | 北京科普瑞印刷有限责任公司                         |
| 经销单位 | 新华书店                                  |
| 开本   | 787mm×1092mm 1/32                     |
| 印张   | 15                                    |
| 字数   | 300 千字                                |
| 版次   | 2010 年 1 月第 1 版                       |
| 印次   | 2010 年 1 月第 1 次印刷                     |
| 印数   | 1-10000 册                             |
| 定价   | 25.00 元                               |

(图书如有装订差错请与发行部联系)

# 生态旅游

张凌云 著  
张凌云 译



旅游教育出版社  
TOURISM EDUCATION PRESS



## 出版说明 第二版

旅游业可能是当今潜在影响最大而且发展最快的行业之一，由社会和自然科学家倡导的生态旅游可能是有效保护目的地社会和自然世界免遭破坏的一种有效方法。为了回应日益增长的需求和全球化竞争，旅游行业已逐渐学会使用这个术语来描述与客源地明显不同的体验。

再版的《生态旅游》一书广泛地介绍了：

- 与生态旅游相关的研究文献；
- 生态旅游的发展历程、定义和分类；
- 旅游业的社会和生态影响；
- 旅游政策、法规、认证和职业化的作用；
- 生态旅游的经济问题、市场营销和管理；
- 生态旅游项目的规划；
- 生态旅游的国际发展趋势及其对社会发展的作用；
- 道德的作用。

第二版吸收了生态标志、环境管理和指导方面的一些新材料，新增了关于项目规划和环境影响方面的一章内容，另外新版书还突出了基于社会的生态旅游管理理念。此外，本书还吸收了“~~2000~~2004年魁北克世界生态旅游大会”的新精神，并且增加了一些新的案例。



# 前言

写作本书是出于三个目的。

首先，在生态旅游理念的基础上介绍“可持续性”原则，以及各不同类型目的地的生态旅游产品的开发和落实。阿伦（~~阿伦~~）在介绍她在秘鲁雨林的旅游经历时指出生态旅游已到了发展的临界点，她举出了很多形象的例子，如旅游者要忍受在人体排泄物中游泳，导游抓树獭和鳄鱼让游人照相，公然往海里丢垃圾，母猎豹杀死小猎豹以躲避追逐猎豹的游人的骚扰。因此，在此状况下，要求生态旅游能在法规的约束下进行仅是奢望。法夸尔森（~~法夸尔森~~）等人也有过类似的记述，认为生态旅游是一个越来越遥远的梦想，她指出就像观鸟曾一度流行一样，生态旅游已经淹没在坎昆之类的超大型度假区的丛林中了，“生态旅游”这个词的意义像变色龙一样在不断变化，这个词最初被生态学者用于保护环境免受破坏，现在已成为旅游开发商用于宣传洁净的海滩、多鱼的海域和带有一点文化色彩的度假区的营销用语，因为消费者已经厌倦了日光浴（~~日光浴~~）。她还指出这种已经偏离了生态旅游本意的现象的出现就在最近几年，而就在几年前观鸟者和科学家还把生态旅游看成是游历天堂。显然，生态旅游对于发达和欠发达国家来说都是一个令人兴奋的经济概念，只不过科学家只考虑到了生态旅游范畴中的一个极端，而大多数情况下，生态旅游只是一种

能带来特殊旅游体验的旅游形式，这种旅游形式被旅游行业所利用，用以迎合较大的、较软性的生态旅游市场，推出适销的产品以更好地满足消费者的需求，应对日益激烈的竞争。有些学者认为软性生态旅游者会把一个人在夏威夷和坎昆等地的旅游体验视为是生态旅游（~~粤建社转引月~~）。行业的介入只是本书介绍的生态旅游的一个方面，本书还介绍了与生态旅游有关的政府参与、土著人的利益、合作与培训、旅游需求、发达国家与发展中国家的体制差异、政策法规、道德和责任等问题。

第二，本书介绍了与生态旅游有关的大量文献资料。关于生态旅游的学术和非学术的书籍很多，而且大部分是过去七八年间面世的，作为一本概论性的书籍，本书对与生态旅游各方面相关的书籍文献都有所涉及。

最后，在各种文献书籍中，帮助学生了解生态旅游这个课题的文章非常有限。本书所引用的很多书籍资料都属于旅游和娱乐方向，而不属于生态旅游研究领域，本书刻意这样引用，是因为旅游研究的成果对于生态旅游研究人员来说是很有价值的。生态旅游作为一个独立的学科还处于初级阶段，还有很多的“未知”领域需要借鉴旅游及其他学科的学术成果。



# 作者致谢

本书思想体系的构成得到了很多人的帮助。加拿大滑铁卢大学的保罗·伊格尔斯和布赖恩·斯梅尔最早激发了我对生态旅游的兴趣，他们在旅游娱乐研究方面的独到见解使我对社会上的生态旅游形成了客观的认识。我还要感谢**砸穿**巴特勒，我有幸在西安大略大学与他共事，他激励我在生态旅游之外更广泛地涉猎旅游研究，特别是从地理现象着手研究。我还想感谢遍及世界各地的同行，他们在这个不断变化的领域中工作，并不断激发着我的灵感，特别是要感谢库尔特·施勒德和尼科勒·肖普泰恩对本书第一版和瓦尔·谢泼德对第二版所作出的特殊贡献。

在学术圈以外，我还要感谢我的家人在我写作期间一直给予我的不懈支持，我的父母和兄弟对我的影响一直延续至今，而我的妻子和儿女使我的生活一日胜似一日。

我们已经尽可能联系所有的资料版权所有人，如有遗漏我们深表歉意，请版权所有人与出版方联系以便再版时予以修正。

|     |                         |   |
|-----|-------------------------|---|
| 第一章 | 旅游业的性质 .....            | 员 |
|     | 旅游业定义 .....             | 员 |
|     | 大众旅游与替代旅游 相互竞争的理论 ..... | 源 |
|     | 可持续发展与旅游 .....          | 愿 |
| 第二章 | 生态旅游和生态旅游者 .....        | 園 |
|     | 生态旅游 .....              | 園 |
|     | 概念与变量 生态旅游的定义 .....     | 園 |
|     | 旅游者分类 .....             | 獭 |
| 第三章 | 自然资源、保护和保护区 .....       | 源 |
|     | 利用自然界 .....             | 濂 |
|     | 保护的源起 .....             | 濂 |
|     | 公园和保护区 .....            | 缘 |
| 第四章 | 旅游业的社会和生态影响 .....       | 遛 |
|     | 旅游业的社会影响 .....          | 遛 |
|     | 生态影响 .....              | 殒 |
| 第五章 | 生态旅游经济、营销和管理 .....      | 怨 |
|     | 生态旅游经济 .....            | 怨 |
|     | 营销 .....                | 员 |
|     | 生态旅游的管理问题 .....         | 员 |
| 第六章 | 从政策到职业化 .....           | 员 |
|     | 旅游政策 .....              | 员 |
|     | 旅行社和代理商 .....           | 员 |
|     | 职业化 .....               | 员 |
|     | 认证和证书 .....             | 员 |
| 第七章 | 生态旅游项目规划 重在体验 .....     | 员 |
|     | 我们为什么进入这个行业 .....       | 员 |



|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 项目规划 .....                      | 吴景 |
| 需求和资产 .....                     | 吴景 |
| 项目设计 构架 .....                   | 吴景 |
| 项目设计 后勤条件 .....                 | 吴景 |
| 项目设计 风险和领导者 .....               | 吴景 |
| 项目实施 .....                      | 吴景 |
| 评估 .....                        | 吴景 |
| <br>第八章 生态旅游开发 国际、社区和现场角度 ..... | 吴景 |
| 国际问题 .....                      | 吴景 |
| 社区开发 .....                      | 吴景 |
| 现场开发 .....                      | 吴景 |
| <br>第九章 生态旅游中道德的作用 .....        | 吴景 |
| 伦理 .....                        | 吴景 |
| 伦理和旅游业 .....                    | 吴景 |
| <br>第十章 结论 .....                | 吴景 |
| <br>附录 生态旅游魁北克城市宣言 .....        | 吴景 |
| 参考文献 .....                      | 吴景 |
| 译后记 .....                       | 吴景 |

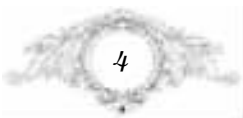
# 插图目录

|                                              |   |
|----------------------------------------------|---|
| 员景墨西哥坎昆的旅游开发 .....                           | 远 |
| 员愿替代旅游可以有多种形式 .....                          | 愿 |
| 圆猿玛雅遗址 .....                                 | 猿 |
| 圆愿对于某些旅游者来说,文化是主要的吸引物 .....                  | 猿 |
| 圆猿自然历史和探险的结合 .....                           | 猿 |
| 猿愿在加拿大西海岸,从伐木者手里幸存下来的大树激起了生态<br>旅游者的兴趣 ..... | 猿 |
| 猿愿萨斯喀彻温的克利尔沃特水库省属公园的摩崖石刻 .....               | 猿 |
| 猿猿河流环境的景色和感染力 .....                          | 猿 |
| 源猿 源愿不要去骚扰动植物 .....                          | 猿 |
| 远猿 爱斯基摩皮筏子 北美探险旅游经营方面的主要依托 .....             | 员 |
| 远猿 远猿有经验的多语种讲解员 .....                        | 员 |
| 苑猿 苑愿项目规划中环境意识的重要性 .....                     | 员 |
| 愿猿生态住宿 .....                                 | 员 |
| 怨猿被锁着的美洲豹——全天候的生态旅游景点 .....                  | 圆 |
| 怨猿海龟产卵季节 .....                               | 圆 |

# 图表目录

## 一、图目录

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 员源可持续旅游原则 .....       | 源 |
| 员源可持续旅游程度 .....       | 源 |
| 员源旅游业的关系 .....        | 源 |
| 圆源生态旅游的硬属性和软属性 .....  | 圆 |
| 圆源生态旅游框架 .....        | 圆 |
| 圆源旅游包括的风险程度 .....     | 圆 |
| 圆源旅游活动范围 .....        | 圆 |
| 圆源生态旅游面貌的变化 .....     | 圆 |
| 猿源公园作用的发展演变 .....     | 猿 |
| 源源娱乐场地的影响 .....       | 源 |
| 源源旅游地生命周期 .....       | 源 |
| 源源可持续的生态旅游发展周期 .....  | 源 |
| 源源规划框架 .....          | 源 |
| 缘源进口导致的漏损 .....       | 缘 |
| 缘源环境资产的经济价值要素 .....   | 缘 |
| 缘源针对机构目标的市场营销程序 ..... | 缘 |
| 苑源娱乐和旅游业的顾客满意度 .....  | 苑 |
| 苑源旅游和娱乐项目规划 .....     | 苑 |
| 苑源可持续住宿设施的认证标准 .....  | 苑 |
| 愿源生态旅游教育培训模型 .....    | 愿 |
| 愿源生态旅游住宿设施区间 .....    | 愿 |
| 怨源伦理理论框架 .....        | 怨 |
| 怨源道德和非洲野生动物保护区 .....  | 怨 |
| 怨源资源保护和开发的特点 .....    | 怨 |
| 怨源乡村规范 .....          | 怨 |
| 怨源南极道德规范的一条原则 .....   | 怨 |
| 怨源道德三角模型 .....        | 怨 |
| 怨源生态旅游组织文化的道德发展 ..... | 怨 |



二、表格目录

景观替代旅游战略所带来的潜在利益..... 远

景观可持续旅游的主要指标 ..... 远

景观生态系统方面的指标 ..... 远

景观部分生态旅游和自然旅游定义的比较 ..... 远

景观加拿大一般公众和生态旅游者对部分景点的相对重要性的  
评价 ..... 源

景观保护区管理分类 ..... 缘

景观旅游与环境压力的研究框架 ..... 缘

景观以自然为依托的旅游收费政策指导原则 ..... 缘

景观旅游业政策和法规方面的创新..... 远

景观政策实施框架..... 远

景观澳大利亚国家生态旅游战略目标..... 远

景观政策和环境监测目标概述..... 远

景观澳大利亚生态旅游认证费..... 远

景观生态导游计划列出的利益..... 远

景观项目规划中的一些关键要素..... 远

景观为什么要进行需求评估..... 远

景观资源普查..... 远

景观项目设计矩阵..... 远

景观风险管理计划大纲..... 远

景观博格和高尔的项目规划研究和开发周期中的主要阶段..... 远

景观尊重土著人的生态旅游准则..... 远

景观传统住宿设施与生态住宿设施之间的对比..... 远

景观伦理观念对比..... 远

景观旅游业所涉及的特殊道德问题..... 远

# 案例研究目录

|                           |   |
|---------------------------|---|
| 员景可持续旅游和奥地利绿色村落 .....     | 苑 |
| 圆景德克萨斯的自然旅游 .....         | 缘 |
| 圆景美国的自然旅游 .....           | 獭 |
| 猿景苏格兰设得兰自然历史旅游 .....      | 濂 |
| 猿景拉斯特山湖国家野生动物保护区 .....    | 缘 |
| 猿景城市生态旅游 .....            | 濂 |
| 源景加拉帕戈斯群岛的生态旅游 .....      | 愿 |
| 源景墨西哥玛雅文化腹地的命运 .....      | 怨 |
| 缘景聚焦非营利部门 国际保护组织 .....    | 园 |
| 缘景生态旅游和美洲褐虎蝶 .....        | 园 |
| 远景加拿大关于观鲸的规定 .....        | 怨 |
| 远景巴西的生态旅游 .....           | 缘 |
| 苑景加拿大育空野外旅游和装备 .....      | 缘 |
| 愿景非洲的大猩猩生态旅游 .....        | 园 |
| 愿景卡卡杜之争 .....             | 猿 |
| 愿景格雷洛克·格伦生态旅游度假区 .....    | 猿 |
| 怨景道德问题 经营者、当地居民和旅游者 ..... | 园 |
| 怨景南极地区的生态旅游 .....         | 园 |

# 第一章

## 旅游业的性质

本章讨论旅游系统,包括旅游及相关行业要素的定义。大部分旅游研究都更重视旅游吸引物,因为它是旅游体验的基础。另外本章还介绍了大众旅游和替代旅游的概念并通过这两个概念介绍当今旅游理念的发展。本章以主要的篇幅介绍了可持续发展和可持续旅游以及可持续旅游指标,并通过可持续旅游指标说明旅游业未来的发展形式,未来发展形式将在第二章中进行具体讨论。

## 旅游业定义

旅游业是世界上最大的行业之一,与第一产业中的很多部门相关联,旅游现象是与经济、社会文化和环境相互交织的,而且依赖于第一、二、三产业的产品和服务,因此很难用简单的语言定义旅游业,1985年《经济学家》杂志的一段话说明了这种定义的困难程度:

对于旅游行业的构成现在还缺乏统一的认识,现有的各种定义不是夸大就是低估了旅游业的经济意义。简单地说,旅游业是一个帮助人们离开家去其他地方并为这些人提供食宿的一个行业,但这个定义并不能说明什么,如果把餐厅的收入都计入旅游收入,那么,这个数字显然是有水分的,因为其中含

有当地居民的消费,但如果把餐厅收入全部排除,这个数字也是不准确的。

克劳森和克内奇(1982)以及米切尔(1985)指出“旅游是一个综合的社会经济系统,但是缺乏重点”,这使得给旅游下定义更困难。旅游研究依托着不同的哲学理念和方法,不同的学科背景反映在旅游定义上也各不相同。例如,旅游的基本特征和理论基础在很大程度上源自娱乐休闲学科领域,詹森、原韦、贝克和迪特福斯特(1985)曾指出“休闲”、“娱乐”和“旅游”三个词代表了一个宽泛的概念,各自的侧重点在于不同的体验和活动特征。另外,经济和技术统计学上的旅游定义又往往忽略人类的体验要素,而更注重人们跨越政治边界的移动和由这种移动所带来的经济利益。

旅游与心理学、社会学、人类学、地理学和经济学等学科之间的关系说明了旅游的复杂性,然而尽管旅游仍保持着对这些学科的依托关系,旅游已逐渐形成了一门独立的学科(1985)。利珀指出,要想真正了解旅游学就必须首先了解旅游行业的结构,他认为旅游业是一个开放的体系,这个体系是由五个要素构成的:(1)动态的人的要素;(2)客源地;(3)中转地;(4)目的地;(5)旅游行业。这五个要素都与更大范畴的环境相互动。马西森和沃尔(1985)提出了一个类似的定义,他们把旅游分为三个基本要素:(1)动态要素,指向某个选定目的地旅行;(2)静态要素,指在一个目的地的逗留;(3)相关结果,指直接和间接与旅游上述两个要素相联系带来的对经济、社会和自然生态的影响。另外,米尔和莫里森把旅游定义为一个各部分相互关联的系统,这个系统“像一个蜘蛛网,网上的任何一部分一动,整个系统都会受到影响”(1985),这个系统由四个部分组成,包括市场(与市场交流和沟通)、旅行(购买旅游产品)、目的地(构成旅游需求)和市场营销(旅游的销售)。

由于定义旅游业是非常困难的,每个定义都有各自的侧重点,史密斯(1985)认为接受一些现有的定义更现实一些,在实践中这个做法是比较实际的。本书所采用的定义是“旅游业是一个相互关联的系统,这个系统包括旅游者和为旅游者提供的相关服务(设施、景点、交通和住宿),这些服务可以使旅游变为现实。根据世界旅游组织的定义,旅游者指:一个人出于休闲目的进行旅行,逗留至少一晚,国际旅游者逗留不超过一年,国内旅游者逗留不超过半年,这些旅行都不能以营利性活动为目的。

## 旅游景点

旅游业包括一系列要素以满足旅游者在目的地各种一般性和特殊性的需求,较宽泛的分类可以把旅游业的这些要素分为设施、住宿、交通和景点,这方面的深入讨论不在本书范围之内,但需要指出的是旅游景点是旅游体验的基础。格尔德纳等人(1994)将旅游景点大致地分为人文类(如历史遗址、博物馆)、自然类(如国家公园、动植物景观)、节事活动类(如节庆、宗教仪式)、运动类(如高尔夫、徒步游)和娱乐类(如主题公园、电影院)。以往的研究更注重分析旅游景点及其对旅游者的影响,而忽视了行业的其他要素,正如冈恩(1994)所说的“它们(景点)是(旅游者)到一个目的地旅行的最主要原因。”

麦坎内尔把旅游景点形容为“是旅游者、景区地和标志物之间各类关系的总和”(1990),其中旅游者代表人的要素,景区地指具体的目的地或景点,而标志物指一些帮助旅游者辨识景点的信息形式。卢(1994)对此有不同的看法,认为按照旅游者—景区地—标志物的模式,几乎任何事物都可以成为旅游景点,包括旅游服务和设施。卢更强调景点的主观和客观特征,认为旅游研究人员应更关注景点的三个主要领域:

- 表意性(1994)指景区地的具体特征。景区地都有自己的名称,这个名称与一个较小的地区相联系,这是旅游研究中最常用的一个景点形式。
- 组织性(1994)这个特征的侧重点不在景点自身而是景点的空间承载力和时间特征,景点的规模取决于景点的占地面积。
- 认知性(1994):一个能让人感到自己是旅游者的地方。景点是这样一种地方——它能诱使人们产生“圈内人”、“圈外人”(1994)的感觉和麦坎内尔所谓的前区和后区的真实感。

利珀(1994)把麦坎内尔的模型进一步发展成一个系统的定义:

一个旅游景点是由可系统管理的三个要素构成的:一个有旅游需求的人,一个核心吸引力(旅游者可能走访的地区的任何特征)和至少一个标志物(关于景点特征的信息)。

利珀的定义得到了冈恩(1994)的响应,他非常强调旅游景点的研究,并为旅游景点建立了一个概念模型,认为旅游景点包括三个独立的地带:(1)核心带,指景点的核心吸引力;(2)隔离带,核心带的必要背景地区;(3)封闭地带,



包括必要的旅游基础设施地区,如厕所和信息中心。冈恩认为景点如果缺少上述任何一个要素都是不完整的而且难于管理。

有些学者(马利兹 1980; 赖世 1985; 和 赖世 1985)指出景区按规模分为不同层次,小到地方的一个物件,大到整个国家,甚至整个大陆。如果把景点和地区都算成是景区,它的规模层次就更为复杂了。因此景区应包括核心吸引物和外围吸引物,根据旅游者需求的不同,景区范围可以是在一个地区内或跨地区。从空间和时间上讲,旅游者和旅游团对某个或某类景点的需求形成了利基市场。根据对旅游者的出游时空及其行为要素的分析可以将旅游者及其对旅游景点的选择进行分类,不同类型的旅游者会选择不同的旅游景点,而且在景点的逗留时间长短会有所区别(云世 1985)。旅游行业就是要提供广泛可选的旅游体验产品满足旅游者对一个地区的各方面的兴趣需求。因此对于一个旅游目的地来说,重要的是向寻求特殊兴趣和一般性体验的旅游者提供综合性旅游体验机会,包括人文和自然的、城市和乡村的以及后区环境(“后区”的定义见本书第二章)。

在以往的研究中,景点是一个静止的、物质的范畴,它有人文的和自然的两种形式(赖世 1985)。自然景点是以自然界为依托的,是一些重要旅游类型的基础,如野生动物旅游(赖世 1985)和生态旅游(马利兹 1980)。如对于一个观鸟旅游者来说某种鸟类会成为他追求的主要景点或旅游吸引物,就像苏格兰设得兰的安斯特岛的赫尔曼内斯自然保护区内每年都会飞来信天翁,这种定期到访的鸟类使很多观鸟旅游者改变了他们原先的旅游计划,转而至赫尔曼内斯旅游。信天翁成了观鸟旅游者的主要吸引物,广义上说赫尔曼内斯成了展示吸引物(鸟)的一种媒介(吸引物群)。自然景点可能随时间空间转移,而且时间的单位可以用秒、小时、天、周、月、季或年计,对于那些在旅游旺季旅游的人来说,这种时空转移既是一种挑战也是一种很无奈的体验。

## 大众旅游与替代旅游 相互竞争的理论

人们对旅游业在促进地区发展和改变地区总体环境方面的作用和影响的评价有褒有贬,一方面旅游业可以长期推动地区的发展,另一方面它会给当地的生态和社会环境带来较大的影响和变化。虽然大部分文献所记录的旅游业负面影响的案例都是在发展中国家,其实这种影响在发达国家也同样存在。