



# 旅游资源的基本理论

## 本章学习目标

要求掌握旅游资源的概念，正确理解其内涵；掌握自然旅游资源和人文旅游资源的形成机制；旅游资源的特征；掌握旅游资源分类的概念、原则、依据及方法，能够进行区域旅游资源分类。

## 本章主要内容

### 1.1 旅游资源的概念

#### 1.1.1 旅游资源的概念

#### 1.1.2 旅游资源的内涵

### 1.2 旅游资源的形成条件

#### 1.2.1 自然旅游资源的形成条件

#### 1.2.2 人文旅游资源的形成条件

### 1.3 旅游资源的特征

#### 1.3.1 旅游资源的空间特征

#### 1.3.2 旅游资源的时间特征

#### 1.3.3 旅游资源的经济特征

#### 1.3.4 旅游资源的文化特征

### 1.4 旅游资源的分类

#### 1.4.1 分类及其意义目的

#### 1.4.2 分类的原则和依据

#### 1.4.3 旅游资源的分类

## 重点与难点

旅游资源的形成条件；旅游资源的特征；旅游资源分类



## 1.1 旅游资源的概念

### 1.1.1 旅游资源的概念

旅游资源在国外被称作旅游吸引物 (Tourist Attraction) 是指旅游地吸引旅游者的所有因素的总和。

在我国 随着旅游业的发展“旅游资源”这一名词已被人们认同 并广泛地得到应用,许多学者对这一概念进行了有益的探讨。然而,到目前为止,由于人们着眼点不同,对旅游资源这一概念的具体界定存在着不同的认识,因而提出了许多关于“旅游资源”概念的阐述 例如 有以下几种有代表性的看法。

“凡是能够造就对旅游者具有吸引力环境的自然因素、社会因素或其它任何因素 都可构成旅游资源”(李天元、王连义);

“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”(陈传康、刘振礼);

“凡是能为人们提供旅游观赏、知识乐趣、度假疗养、娱乐休息、探险猎奇、考察研究及人民友好往来和消磨闲暇时间的客体和劳务,都可称为旅游资源”(郭来喜);

“凡是对旅游者产生吸引力,并具备一定旅游功能和价值的自然与人文因素的原材料 统称为旅游资源”(卢云亭);

“目前已经利用和尚未利用的、能够吸引人们开展旅游活动的有关自然过程、人类活动以及他们在不同时期形成的各种产物之总称”(阎守邕等);

“凡是经过开发能够吸引游客的东西都可称之为旅游资源”(何礼荪);

“能够使旅游者产生兴趣,有足够的力量吸引他们前来,并由此可获得经济效益的各种要素的集合”(晓鞍);

“旅游资源是指在自然界或人类社会中凡能对旅游产生吸引向性、有可能被用来规划开发成旅游消费对象的各种事与物 因素的总和”(苏文才、孙文昌)

可以看出,在众多的阐述中,其共同之处都表明旅游资源必须对游客具有一定的吸引力,其不同之处主要是对旅游资源具体内容的概括与表述的差异。

作为一个科学概念的定义,应该体现事物的基本属性与内容,基于这种要求甘枝茂等把旅游资源的概念界定为:凡能够吸引旅游者产生旅游动机,并可能被利用来开展旅游活动的各种自然、人文客体或其他因素,都可称为旅游资源。

## 1.1.2 旅游资源的内涵

如何理解旅游资源的概念？甘枝茂等对这一定义作如下解释。

### 1.1.2.1 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

“旅游资源”作为“资源”的一部分，应该具有“资源”的共性。所谓“资源”，一般指生产资料或生活资料的来源，也就是说凡是资源都对人类生产、生活具有实用价值，而且是生产生活中最基本的物质基础（或原材料），例如矿产资源、土地资源、森林资源、水资源等，都是现今人类社会生产、生活中必不可少的最基本的物质基础。可见实用价值（即“有用”）和基础性（即作为原材料）是资源的共性。旅游资源是资源的一部分，理所当然地应该具有资源的共性，即在旅游业发展中具有可利用的价值，并作为人类旅游活动重要的基础。

旅游资源的实用价值和基础性体现在哪里呢？主要体现在对游客的吸引力。游客之所以从客源地到某一旅游地去旅游，就是因为这一旅游地有吸引游客的对象。例如优美的自然风光、驰名的文物古迹、舒适的气候环境、奇特的景物，都可以吸引游客前去游览、观赏、休疗等，从而促进了旅游活动的开展。旅游资源具有对游客的吸引力不仅体现了旅游资源的基础性，而且成为旅游资源的重要属性；同时也限定了旅游资源存在于旅游目的地，它排除了从客源地到旅游目的地的其他因素。这里必须指出，所谓旅游资源对游客的吸引力，是指对社会旅游者的群体而言，而不是以个人的爱好为标准。

### 1.1.2.2 旅游吸引力是判别是否属于旅游资源的重要依据

自然界赋予的或者人工创造的、历史遗存的客观实体复杂多样；那些不具备物质形态的文化、艺术、思想等因素，其表现形式更是多种多样。上述内容并非都是旅游资源，只有那些对游客有一定吸引力，有可能被旅游业所利用的内容才算旅游资源。例如优美的山、川、河、湖，幽静、茂密的森林，奇特的鱼、虫、鸟、兽，珍贵的历史文物，纯朴、地方特色浓郁的民俗，优良的社会风尚，精湛的艺术表演，……都能对游人产生一定的吸引力，成为游客观光游览、体验、学习的对象。

至于劳务或其他因素是否属于旅游资源，同样不能一概而论，要作具体分析。对那些在旅游中仅仅起着媒介作用的劳务，例如一般的导游、服务员、司机、经营管理人员等，并不是吸引游客前来旅游的对象，因此，这些劳务不应属于旅游资源的范畴。但在一些特殊情况下，例如某些名厨师、造诣较高的书法家、艺术家，不仅他们的作品或产品为旅游者所欣赏或享受，而且他们的劳动服务（创造或制作）过程也可吸引游人参观。如夏威夷人民热情好客，许多人去夏威夷的目的之一就是想亲身体验夏威夷

夷人的热情好客，夏威夷也把热情好客的人民作为吸引游人的因素来宣传和开发。类似上述的劳务已不仅仅是媒介，而成为吸引游客前来旅游的因素之一，可以视为旅游资源。因此，要对各种客观实体或其他因素进行具体分析，只有那些对游人有一定吸引力的内容才属于旅游资源。

#### 1.1.2.3 旅游资源既包括未被开发利用的，也包括已被开发利用的

那些未被开发利用的能对游客产生吸引力的客观实体或因素，在经过开发后，可以为旅游业所利用，起到“原材料”的作用，理所当然地属于旅游资源。至于那些经过开发利用的旅游资源及人工创造物，由于他们既可被看作是加工后的产品，同时又可作为继续开发的对象，不断提高开发层次，因此，已经开发利用的那些客观实体或因素，仍然可以视为旅游资源。

#### 1.1.2.4 旅游资源的范围在不断扩大

旅游资源是一个不断发展的概念，随着社会的进步、经济的发展、科学技术水平的提高，人们旅游需求日益多样化、个性化，旅游资源的范畴也在不断扩大。保健旅游的兴起使一些地方的访问百岁老人活动、参观中药材博物馆、“森林浴”等悄然兴起。参与型旅游活动已不局限于过去的滑冰、滑雪、冲浪、游泳、体验民风民俗等，又出现了滑沙、滑草、放风筝、田园作业等。旅游活动不仅在地面，而且开始向水下、空中发展，一些地方开展了游人潜水观看海底世界、乘坐飞机升空俯瞰城镇、冰峰、人们遨游太空、登上月球旅游的愿望也将会成为现实。西安的卫星测控中心、美国的宇航中心、澳大利亚的造币厂、朝鲜半岛的“三八线”等，已向游客开放，成为重要的旅游点。另外，还有专供旅游而兴建的人造乐园、微缩集锦式公园，配有声、光、电等设施；有栩栩如生的各种蜡像馆；特别是集优美的环境、现代高科技手段、深厚的文化内涵于一体的大型综合性旅游景点与游乐场所，符合时代潮流，受到人们的青睐。今后旅游资源的范围还将继续扩大，某些现在看来不是旅游资源的客体或因素，很可能以后会成为旅游资源。

#### 1.1.2.5 旅游资源既有物质的，也有非物质的，既有有形的，也有无形的

在旅游资源中，自然界赋予的名山、大川、瀑布、湖泊、森林、动物等，以及人工创造的、历史遗存下来的园林、宫殿、文化名城、珍贵文物等，是物质的、有形的客观实体，给人的认同感较强，易于被人们认可，这是旅游资源中很重要的一部分。同时，还有许多旅游资源，例如文化艺术、优美的传说、神话故事等，由于他们是无形的、非物质的精神产品，不易为人们所感受，其本质也不易被人们理解与认可。但是，这些非物质的、精神的旅游资源，是在物质的基础上产生的，总是与一定的物质基础相联系，并依附于一定的物质而存在。例如优美的传说、热情的服务，总是与具体的人联系在

一起；不同的文化总是与一定的社会历史、环境条件相联系。充分发掘无形的精神的旅游资源，不仅可以拓宽旅游的内容，而且还可以为有形的、物质的旅游商品创造出一种新的附加价值。

## 1.2 旅游资源的形成条件

地理环境的地域差异性旅游资源形成的基本条件。地球上千差万别的自然和人文景观在旅游资源和旅游者之间形成空间上的相互作用，即旅游者为旅游资源所吸引，产生由客源地到旅游资源所在地空间位置的移动；旅游资源也因它对旅游者产生的吸引功能而成立。如果不存在地理环境的地域差异性，就不存在客源地向旅游地的旅游流及旅游现象，也就不存在能对游客产生吸引功能的旅游资源。

### 1.2.1 自然旅游资源的形成条件

自然旅游资源是天然赋予的，它的形成是自然景观控制因子多方面作用的结果。

#### 1.2.1.1 地球的圈层构成自然旅游资源

地球表层可分为岩石圈、生物圈、水圈、大气圈。人类是生物圈的一员，在人类活动所及的各个圈层，均可以形成各类旅游资源；岩石圈表面形成地质地貌类旅游资源，水圈内形成江河、湖泊、瀑布、海滨、涌泉等水域风光类旅游资源，大气圈内形成气象和气候类旅游资源；生物圈内形成生物类旅游资源。

#### 1.2.1.2 自然地理环境的地域组合规律决定旅游区、旅游点的形成

地球表面圈层各组成要素在一定地域或一定地点相互作用，形成了独具特色的自然景观。景点是指风景区内各构景要素所组成的可供观赏的最小单位，或称为风景区的景观基础单位；景区是指风景区内景点相对集中且具有一定特色的低一级地域单位，无论是景点还是景区都是由旅游资源各构景要素以不同比例组合而成的。其中自然地理要素的组合形成旅游点的自然景观特色，不同旅游点的资源特色形成了旅游区的资源特色，乃至形成了整个区域的资源特征，而自然旅游资源各要素在一定区域、地点的组合是由自然地理环境的地域组合规律决定的。

#### 1.2.1.3 自然旅游资源受地球景观带的分异规律控制

与自然地理环境的地域组合规律不同，自然地理环境的地域分异规律是另一类空间规律。如果说地域组合规律是从低级单位组合成高级单位的现象，那么地域分异则是指自然地理环境各组成部分及整个自然综合体沿地理坐标确定的方向，从高级单位分化成低级单位的现象。影响地域分异的基本因素有二：一是太阳能按纬度

分布不均及与之有关的许多现象按纬度有规律的分异，这种地域分异因素称为地带性因素。二是决定海陆分布、地势起伏、岩浆活动等现象的地球内能的分异。这种地域分异因素称为非地带性因素。在这两种基本的地域分异因素作用下形成了全球性的、大陆及大洋的、区域的、地方性的地域分异规律，从而形成千姿百态的自然旅游景观。

#### 1.2.1.4 地质作用是自然旅游资源形成的基底

今天地表上千姿百态的形态，是地球内营力和外营力作用的结果。地球的内营力是决定海陆分布、岩浆活动、地势起伏等的地球内能，它对自然旅游资源景观的类型与形成具有一定的控制作用。各种内营力地质作用可以形成不同类型的景观，如火山成景作用形成现代火山地貌、地热景观；构造运动形成若干的断陷湖泊、断块山、峡谷等旅游景观；地质作用形成的岩石及地层中的化石都是重要的旅游资源。外营力地质作用是在地壳外部，由岩石圈、大气圈、生物圈、水圈作用产生的改变地表形态。例如岩溶作用形成岩溶地貌，冰川作用形成冰蚀景观等。苍山翠岭、奇石异洞、长河广泊、流泉飞瀑、名花异树，以及各种丰富多彩的自然旅游资源都是在地质作用的基底上形成的。

#### 1.2.1.5 地球水体的水文特征

大陆表面的冰川、河流、湖泊、瀑布、涌泉在地质、地貌、气候、植被等因素的配合下，形成不同类型的水体景观，构成丰富的自然旅游资源。由于海和洋在水文、地理环境上的差异，在陆地边缘形成海滩旅游资源，在海洋内部形成岛屿、珊瑚礁、海洋生物等旅游资源。陆地上纵横交错的河流，在流经不同的自然景观带及不同的地貌部位形成不同的景观，特别是在河流的上、中、下游河段：上游急流峡谷众多，中游波涛滚滚，下游河岔众多、水网密布，从而形成不同的资源特色。由于湖泊所处的地形部位不同、成因不同、水文特征不同，所以形成了形形色色、美丽多姿的湖泊。泉是地下水的出露，由于地质构造、地貌和水文地质条件的不同，形成了不同类型的泉，特别是矿泉、温泉具有对人体有益的可溶性固体成分，故能形成重要的自然旅游资源。瀑布是从河床横断面悬崖处倾泻下来的水流，以其独特的形、色、声等形成独具吸引力的旅游资源。

#### 1.2.1.6 气候的区域差异

地球表面气候的区域差异，首先决定于太阳辐射。某一地区的气候特征主要受纬度位置、地表性质、海拔高度、海陆位置及大气环流等因素制约。由于气候的区域差异，形成了康乐气候、避暑胜地、避寒胜地等旅游资源。同时，气候和其他自然地理要素配合也可以形成具有特色的吸引物，如热带雨林景观、干旱沙漠景观、寒带冰雪

景观。由于气候要素在垂直方向上的变化，可以形成自然景观在垂直方向上的差异，所谓“一山有四季”、“十里不同天”形成立体气候旅游资源。大气中的冷、热、干、湿、风、云、雨、雪、霜、雾等也可以形成旅游景观。如细雨、云雾、林海雪原、朝霞晚露、旭日夕阳、雾淞雨淞等等。

#### 1.2.1.7 地球生物的多样性

生物是地球表面有生命物体的总称，可以分为植物、动物和微生物 3 类。其中地球动物不少于 50 万种，植物种类不少于 100 万种，微生物目前尚难统计种数。在地球发展的不同地质历史时期，由于地理环境的不同，生物种群也在不断地演化，有些古老生物的遗体或遗迹存在于地层中，形成生物化石旅游资源；有些种群随地质历史环境的变迁而灭绝；有的在地球上某些地区还保存着，形成古老的孑遗植物或动物，这些都成为重要的动植物旅游资源。

不同地理环境条件下生存的植物群落或动物种群，在景观上存在明显的地域差异。如热带雨林、常绿阔叶林、针阔混交林、针叶林、苔原植被、荒漠植被等各种植被类型在景观上迥异，和其他自然旅游资源或人文旅游资源配合可以形成独具吸引力的旅游资源，特别是生存在特定环境条件下的生物或生物群落，具有珍稀性和独特性，能对旅游者产生吸引力。

生物和地理环境息息相关，特别是绿色植物通过光合作用参与地球上的物质循环和能量流动，而绿色植物是景区构景的重要要素，特别在功能型旅游区中进行疗养、休闲等活动时，绿色植物更是占有重要地位。

### 1.2.2 人文旅游资源的形成条件

人文旅游资源是人类历史遗存和人类创造的物质、精神财富，它的形成是社会、历史、文化多方面作用的结果。

#### 1.2.2.1 历史遗存

人文旅游资源除了当代风物以外，大都是人类历史发展的产物。人类历史在其发展过程中，不同历史时期的生产力及社会生活的方方面面，通过遗址、建筑、雕塑、壁画、文学艺术、陵寝等形式遗存下来，成为今天最重要的人文旅游资源，也成为人类历史长河中宝贵的精神财富。

从人类产生到有文字记载以前的历史遗迹称为古人类遗址，包括古人类以及与之有关的原始部落聚居、活动遗址、生活用具、生产工具、原始艺术及墓葬等。这些遗址对于了解人类进化和社会发展具有重大意义，成为重要的人文旅游资源。

出于多种目的，不少地方都修有工程浩大、建筑宏伟的陵墓。如中国秦始皇墓、明

十三陵、印度泰姬陵、埃及金字塔等，这些都成为文物众多的宝库。

建筑是最能反映时代风俗和文化特点的实体，往往成为旅游活动的中心，如城墙、堡垒、楼阁殿堂、桥塔亭榭等都是重要的人文旅游资源。其他如石碑、雕刻、伟大工程、古都等历史遗存，都以其独特的价值而成为重要的旅游资源。一般来说，人文旅游资源越古老，其价值就越高。

#### 1.2.2.2 社会文化差异

如果说不同历史时期生产力发展水平和发展特点的不同以及社会生活方式的差异给我们留下了珍贵的人文旅游资源，那么不同地域、不同社会形态、不同民族等社会文化的差异形成的一地居住的人群对另一地的未知感，也是形成旅游者从一地向另一地移动的最重要的原因。社会文化差异包括十分丰富的内容，例如不同民族的风情风俗、服饰、歌舞、饮食、生活习惯、节庆活动等的差异形成民族风情类旅游资源，吸引异地的旅游者来领略异域的民族风情。又如不同国家和地区的人们，由于社会历史及文化的差异，形成完全不同的生活方式、生活习惯、城镇布局、建筑风格等，形成所谓的异域风情。这种社会文化在不同地域的差异，是吸引旅游者进行旅游活动的重要原因，同时也是形成各类丰富的人文旅游资源的最重要成因之一。

#### 1.2.2.3 具有较高审美价值的或独特的社会文化现象

一些人类创造的具有较高艺术性及精神性的人类文化现象或实体，以及一些独特的社会文化现象，都具有普遍吸引力，可以超越时间和地域限制，成为人类审美对象的一个重要组成部分，同时也成为人们进行观赏、游乐、学习、研究的人文旅游资源。例如一些名建筑、雕像、博物馆、节日庆典活动、体育中心等。宗教是一种社会文化现象，宗教建筑、雕塑、壁画等对于教门弟子都有着极大的吸引力。宗教朝觐是较早的旅游活动，至今仍是世界旅游活动的重要内容。

#### 1.2.2.4 根据游客市场需要而创造

随着旅游需求的日益多样化，为了满足各类旅游者的需要，可以创造人文旅游资源。这类旅游资源是在具备了游客市场的条件下，对其他地区一些建筑实体或游乐场所的仿制或是对历史遗迹的复原和历史事件、神话传说的再现，也可以是根据当今游客的旅游偏好而进行设计、创造。随着旅游结构层次的变化、旅游市场的发展，特别是旅游者行为层次的提高，这类旅游资源越来越多，类型也越来越多样化。例如洛阳的牡丹花会、深圳的锦绣中华等均属此类。

## 1.3 旅游资源的特征

旅游资源是一种特殊的资源 它既有其他各种资源的一些共性 也有许多独具的特性。旅游资源是地理环境的一部分 因此 具有地理环境组成要素所具有的时空分布特征和动态分布特征,而这些特征对旅游资源而言又具有表现形式的特殊性。旅游资源是旅游现象的客体,具有和其他资源相似的经济特征,也具有独特的经济特征;同时,旅游现象的文化属性又使旅游资源具有其他自然资源所不具有的文化特征。

### 1.3.1 旅游资源的空间特征

#### 1.3.1.1 广泛性

旅游资源构成要素众多 如《中国旅游资源普查规范》(1992)中把旅游资源划分为74种 中科院地理所(1990)作的‘中国旅游资源普查分类表’中将旅游资源分为8个大类,108个小类。这样种类繁多、内容丰富的旅游资源在空间上存在极为广泛,因此 地球上各区域不存在有没有旅游资源的问题 而只存在旅游资源的时空分布和结构问题。

#### 1.3.1.2 区域性

从旅游资源的分布来看 具有明显的区域性特征 即不同的旅游资源有其存在的特殊条件和相应的地理环境。区域性也是旅游资源最本质的特征,因为它决定了旅游资源本身的存在和旅游流的存在,正是由于不同区域的旅游资源之间存在差异性,才形成了旅游者的空间流动;也正是由于一个地方的自然景物或人文风情具有吸引异地旅游者的功能,这些自然景物或人文风情才成为旅游资源。

#### 1.3.1.3 组合性

旅游资源的组合特征是指孤立的景物要素很难形成具吸引力的旅游资源,在特定的地域中 总是复杂多样、相互联系、相互依存的各个要素共同构成一个旅游资源体。例如一条河流要形成一条风景走廊 是和其两岸的远山近木、水势峰情、民风民俗、飞桥踞阁共同组合的结果。旅游资源的组合形式是多样的 例如山与其他资源要素的组合形式就有:①山水组合。所谓‘山为水之筋骨 水为山之血脉’、‘山因水活,水随山转’。或是江水映山形 形成一幅山水画 或是一湖秋水 三面环山 形成秀丽的湖光山色 或是山与瀑、潭、溪、泉组合 而后者以其声、色、姿采使山有了韵律和节奏;或是山与冰雪组合,形成一个洁白的神奇世界。 山树组合。“植被为山之肌

肤山为植被之载体”。峨眉天下秀 就是因为山脉地处亚热带 植被垂直带谱长 热带、亚热带、温带、寒带植物都有生长 青城天下幽 则是峡谷与植被共同作用的结果，山形使视线不开阔，而植被的葱郁又加深了这种感觉。山与人文景观的组合。一些人文景观如大的建筑群往往与山势相协调，构成一个风景区的主体景点，如八达岭、十三陵等景点，风景的主体是由建筑、工程和山势相结合形成的。长城本身不过是砖墙 但建在八达岭山背上 蜿蜒曲折 随山形而走 成为一个奇迹 明十三陵分布在距北京城约 50 km 的军都山南麓台地上，这里三面环山，正面为北京平原，与龙虎两座小山对峙。尽管墓群本身建筑庞大，但若无三面环山衬托，也就不会形成威严雄伟的皇家陵墓气派。

#### 1.3.1.4 地域固定性

旅游资源在地域上相对是固定的，因为旅游资源的组合性特点要求旅游资源必须依赖其他资源和环境要素的陪衬和协调。例如民族歌舞虽然可以在大都市上演，但却会失去其故乡的风情。旅游资源的地域固定性并不是说不允许根据旅游者的需求去移置或创造资源，而是说在这样的情况下，必须充分考虑资源存在的环境条件。

### 1.3.2 旅游资源的时间特征

#### 1.3.2.1 季节变化性

旅游资源的季节变化性指景物有随季节变化的特征。旅游资源的季节变化性主要是由自然地理条件，特别是气候的季节性变化决定的，同时也受人文因素的影响。首先，有些自然景色只在特定的季节和时间里出现。例如洛阳的牡丹花会在 4 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，春夏秋冬四季景致不同。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。

#### 1.3.2.2 时代性和变异性

在不同的历史时期，不同的社会经济条件下，旅游资源的含义是不同的。现代旅游业向多样化、个性化方向发展，旅游资源的含义也越来越丰富，原来不是旅游资源的事物和因素，现在可以成为旅游资源。因此，旅游资源具有显著的时代特征。

随着时间的推移，由于人类旅游活动对环境的影响以及人们旅游需求的变化，原有的旅游资源会对游客失去吸引力；同样，由于自然的和社会文化的原因也会出现新的旅游资源。

### 1.3.3 旅游资源的经济特征

#### 1.3.3.1 可替代性

旅游资源开发的目的是为旅游业所利用，并产生相应的经济效益、社会效益和生态效益。因此 旅游资源的评价、开发、管理都应考虑旅游市场这一重要因子 两者间的关系是质量因素相似的资源客体在不同的市场条件下表现出不同的价值，而质量因素及类型不同的资源客体在一定的市场条件下表现出可替代性。在具备了良好的区位条件以及区域发展背景条件的地区，由于市场条件良好，可以根据市场需求以及环境背景条件，创造相应的旅游资源。换句话说，旅游资源和旅游者之间形成双向吸引模式，不仅旅游资源可以吸引旅游者，旅游者及市场在一定条件下也可以对旅游资源的创造、移动产生吸引作用。

#### 1.3.3.2 价值的不确定性

旅游资源的价值是不能用数字来计算的，不像其他资源可以计算出他们的价值。例如 铁矿资源可以根据它的地质储量、探明储量、可采储量以及品位、开采条件等计算出它的价值。旅游资源价值不确定性的原因，是由于其价值是随着人类的认识水平、审美需要、发现迟早、开发能力、宣传促销条件等众多因素的变化而变化的。在当地人眼中司空见惯的事物，在外地人眼中就可能是一项很有价值的旅游资源；在一般人眼中不足为奇的东西，对一些专业旅游层次的游客而言，可能正是他们苦苦寻求的目标，所以不同的人可以从不同的角度评估旅游资源的价值。旅游资源的价值会因资源开发利用方式、开发利用外部条件的不同而不同。例如同样一个湖泊用于观光度假、体育、疗养或是作为自然保护区 其经济价值的大小就会有明显的差异 故旅游资源的价值只存在于一定时间、一定开发条件和方式以及一定游客市场之下。

#### 1.3.3.3 开发利用的永续性和不可再生性

大多数旅游资源是不会被旅游者的旅游活动消耗掉的，旅游者只能在旅游活动中使用这些资源。如在观光、滑冰、体疗、登山时都是如此 游客只能带走旅游资源的感受 而不能带走旅游资源本身。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，在旅游资源的开发利用中，不仅要看到永续性，也要看到不可再生性。因为存在因利用旅游资源不当导致资源质量下降、甚至完全被破坏的问题。无论是自然或是历史旅游资源，一经破坏就无法恢复；即使进行人工复原，也不再是原貌了。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。

### 1.3.4 旅游资源的文化特征

旅游资源具有文化属性。对于各类旅游资源，人们可以通过观光、游览等旅游活动获取知识，调节身心，得到各种精神乐趣。这种文化属性的体现是多方面的，所蕴含的内容也是丰富的。文化属性的体现有以下几个特点。

#### 1.3.4.1 感知决定性

旅游资源给旅游者的感受并不仅仅取决于资源客体本身，还取决于旅游者主体的审美水平、爱好、年龄、性别等因素，也取决于旅游者和旅游资源之间联系的方式，如宣传、交通、服务等环节。使游客得到精神享受的旅游资源，在某种意义上并不是客观存在的资源体，而是经过游客自身和旅游媒介作用以后形成的资源体，这一点在旅游资源开发时尤其要考虑到。

#### 1.3.4.2 内涵丰富性

旅游资源的文化内涵是十分丰富的，它使人们通过旅游获得丰富的知识，增加人的见识可以满足人们休闲疗养、松弛身心的需要，也可以给人们猎奇探险、发现自身潜能的经历；既可以从辉煌的古代建筑、历史遗存中追寻古老的文化，又可以从身边平凡的生活中体验民风民俗。所以在开发旅游资源时尤其要独具慧眼，善于发现，巧妙运用。

#### 1.3.4.3 民族性和地域性

一般说来，某一地区或某一类型的旅游资源，都有自己的特征或民族特色，这种特色是旅游吸引力和竞争力的关键。因此，保持和发扬光大旅游资源的民族和地方特色是认识旅游资源文化属性的重要内容。

## 1.4 旅游资源的分类

### 1.4.1 分类及其意义、目的

#### 1.4.1.1 分类的概念

通常所谓分类，是指根据事物的特点分别归类。它是根据分类对象的共同点和差异点，将对象区分为不同种类的一种逻辑方法；它是以比较为基础，通过比较识别出事物之间的共同点和差异点，然后根据其共同点归并为较大的类，根据差异点将事物划分为较小的类，从而将事物区分为具有一定从属关系的不同等级的系统。旅游资源的分类，是根据旅游资源的相似性和差异性进行归并或划分出具有一定从属关

系的不同等级类别的工作过程。在所划分出的每一种类别（类型）中，相同类别（类型）在属性上彼此有相似之处，不同类别（类型）之间则存在着一定差异。例如根据成因可把旅游资源区分为自然旅游资源与人文旅游资源两大类。所有的自然旅游资源均为天然赋存的，自然界形成的；而所有的人文旅游资源均是在人为作用下形成的，两者之间的成因存在着明显的不同。自然旅游资源与人文旅游资源两大类，根据各自内部的差异还可进一步划分出次一级类型，从而形成具有一定从属关系的不同等级的类别系统。

#### 1.4.1.2 分类的意义及目的

科学的分类是一项重要的基础性研究工作，旅游资源的分类具有重要的意义。

首先 分类可以使众多繁杂的旅游资源条理化、系统化 为进一步的开发利用、科学研究提供方便。五花八门的旅游资源各有特点 通过比较、认识、归纳及划分 所形成的不同旅游资源分类系统，实际上是一个关于旅游资源有关资料的存取系统（即信息系统），为人们从整体上或局部（分门别类）认识旅游资源创造有利条件。区域性旅游资源分类系统的建立，又可为区域旅游开发提供一定的科学依据。不进行旅游资源的分类，杂乱无章的旅游资源个体就难于被人们认识和利用，人们就会陷入迷雾 因此 旅游资源分类是研究、认识旅游资源及开发利用旅游资源的重要基础 具有重要的实践意义。

其次，旅游资源的分类过程，实际上是人们加深对旅游资源属性的认识过程。分类总是通过分析大量旅游资源属性的共性或差异性，分出不同级别的从属关系及其联系 并通过不断补充新的资料 提出新的分类系统 或通过不同地区、不同要求的旅游资源分类，从不同侧面加深对旅游资源属性的认识，甚至发现、总结出某些新的规律性认识，从而促进相关理论水平的提高。因此，旅游资源分类也具有一定的理论意义。

由上所述，可以看出旅游资源分类的目的，在于通过各种分类系统的建立、补充，加深对旅游资源整体或区域旅游资源属性的认识，掌握其特点、规律，为进一步的开发利用保护及科学研究服务。

### 1.4.2 分类的原则和依据

#### 1.4.2.1 分类原则

分类的原则是分类的准绳、标准，只有遵循一定的原则才能保持分类的科学性和实用性，作为旅游资源分类的原则主要有以下几点。

(1) 共轭性与排他性原则 也称相似性与差异性原则，即不能把不具有共同属

性的旅游资源归为一类，所划分出的同一级同一类型旅游资源必须具有共同的属性；不同类型之间应具有一定的差异。

(2) 对应性原则 所划分出的次一级类型内容，必须完全对应于上一级类型的内容，不能出现下一级内容超出上一级或少于上一级内容的现象，否则就会出现逻辑上的错误。例如地质地貌旅游资源的进一步分类，应包括所有的地质地貌旅游资源，不能只包括地质旅游资源或地貌旅游资源，更不能包括非地质地貌旅游资源。

(3) 逐级划分的原则 即分级与分类相结合的原则。旅游资源是一个复杂的系统，它可以分为不同级别、不同层次的亚系统。分类时，可以把分级与分类结合起来，逐级进行分类，避免出现越级划分的逻辑性错误。例如可以把旅游资源先分为高一级的自然旅游资源与人文旅游资源，然后对其分别再划分为次一级类型，如果需要还可再向下划分出更低一级类型。

#### 1.4.2.2 分类依据

要进行分类，除了应遵循一定的基本原则外，还必须有一定的具体依据（标准），即必须根据旅游资源本身的某些具体属性或关系进行分类。

(1) 成因 指旅游资源形成的基本原因、过程。例如，地貌旅游资源按成因可分为流水作用的旅游地貌、风力作用的旅游地貌、溶蚀作用的旅游地貌等。

(2) 属性 指旅游资源的性质、特点、存在形式、状态等。例如自然旅游资源又可分为地质地貌旅游资源、水体旅游资源、气候旅游资源、生物旅游资源等。他们的性状不同，因而可以区分为不同的类别。

(3) 功能 指能够满足开展旅游活动的某种需求。有的旅游资源可以满足开展多种旅游活动的需求，因而具有多种旅游功能。根据旅游资源功能的不同，可以把旅游资源区分为不同的类别，例如观光游览型、参与体验型、购物型等旅游资源。

(4) 时间 指旅游资源形成至今的时间的不同，可将旅游资源区分为不同的类别。例如，可把建筑旅游资源区分为古代建筑与现代建筑。

(5) 其他 例如开发利用情况、管理级别、旅游资源质量高低等，均可作为不同目的要求的分类依据。

### 1.4.3 旅游资源的分类

一般来说，旅游资源的分类主要有以下几种。

#### 1.4.3.1 以资源特性作为分类标准

根据资源的不同属性，可将旅游资源分为自然旅游资源和人文旅游资源，进一步的细分又有各种不同的方法。典型的如国家旅游局资源开发司和中国科学院地理研

研究所(1992)作的“中国旅游资源普查分类”。这一分类包括两级：类与基本类型。类是若干属性相同或相近的基本类型的归并，不开展实际调查；基本类型（“旅游资源基本类型”的简称）是普查的具体对象。全部基本类型共有74种，分为6类（表1-1）。楚义芳在对我国观赏性旅游地的综合指数评估(1992)中，把旅游资源分为地形与地质、水体、气候、动物、植物、文化古迹、民情风俗等7个方面，也是以资源本身的特性作为分类标准。

表 1-1 中国旅游资源普查分类

类	基本类型
一、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. 自然灾变遗迹 5. 名峰 6. 名山 7. 火山熔岩景观 8. 蚀余景观 9. 奇特与象形山石 10. 沙(砾石)地风景 11. 沙(砾石)滩 12. 小型岛屿 13 洞穴 14 其他地文景观
二、水域风光类	1. 风景河滩 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
三、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
四、古迹与建筑类	1. 人类文化遗址 2. 社会经济文化遗址 3. 军事遗址 4. 古城与古城遗址 5. 长城 6 宫廷建筑群 7. 宗教建筑与礼制建筑群 8. 殿(厅)堂 9. 楼阁 10. 塔 11. 碑碣 12. 牌坊 13. 建筑小品 14. 园林 15 景观建筑 16. 桥 17. 雕塑 18. 陵寝陵园 19. 墓 20. 石窟 21. 摩崖刻字 22. 水工建筑 23 厂矿 24. 农林鱼牧场 25. 特色城镇与村落 26. 港口 27. 广场 28. 乡土建筑 29. 民俗街区 30. 纪念品 31. 观景地 32. 其他建筑或其他古迹
五、休闲求知健身类	1 科学教育文化设施 2. 休疗养和社会福利设施 3. 动物园 4. 植物园 5. 公园 6. 体育中心 7. 运动场馆 8. 游乐场所 9. 节日庆典活动 10. 文艺团体 11. 其他消闲求知健身活动
六、购物类	1 市场与购物中心 2. 庙会 3. 著名店铺 4. 地方特产 5. 其他物产

资料来源：中国科学院地理研究所编，中国旅游资源普查规范（试行稿），1992

#### 1.4.3.2 以旅游活动的性质作为分类标准

根据旅游活动的性质,一般可以将旅游资源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)。1974年,科波克等对英国旅游资源的分类即是依据旅游资源适宜的旅游活动并考虑海拔高度等因素划分的,分类情况如下。

(1)供陆地上的旅游活动之资源 如露营、篷车旅行、野餐旅游资源,在所有距乡间碎石小路 400 m 以内的地方,又可进一步划分为以下几种类型。

散步及远足旅游资源,在海拔 450 m 以上的高地,已建有步行道、车行道的地方;

狩猎旅游资源,在有狩猎价值的地方;

攀岩旅游资源 高差在 30 m 以上的断崖;

滑雪旅游资源,有效高差在 280 m 以上且有 3 个月以上的持续雪期。

(2)以水体为基础的旅游活动资源

1)内陆钓鱼水域宽度在 8 m 以上,未遭污染的河流、溪谷、运河,以及面积在 500 m<sup>2</sup> 以上的水域。

2)其他水上活动内陆水域面积在 2 000 m<sup>2</sup> 以上或宽度在 200 m 以上,长度在 1 km 以上未污染的水域。

3)靠近乡间道路的水域在距乡间碎石小路 400 m 范围之内,可供水上活动的未污染水域。

4)适于海上活动的海洋近岸水域海岸边。

5)适于海岸活动的靠近乡间道路地带有沙滩或岩石的海滩,位于乡间碎石道路 400 m 范围以内。

(3)供欣赏风景的旅游资源 以绝对高差与相对高差分类,有以下几种。

1)低地海拔高度在 152 m 以下。

2)平缓的乡野海拔高度为 152~457 m 相对高差在 12 m 以下。

3)高原台地海拔高度为 152~457 m 相对高差超过 122 m 或海拔高度为 152~610 m 相对高差为 122~244 m。

4)俊秀的小山海拔高度超过 610 m 相对高差为 122~244 m 或海拔高度为 457~610 m,相对高差超过 183 m。

5)高的山丘海拔高度在 610 m 以上 相对高差超过 244 m。

#### 1.4.3.3 以游客的体验性质作为分类标准

这种分类强调的是旅游者体验的性质,因而,既可视作为一种旅游资源分类,也可视为一种旅游地分类。典型的如 1997 年美国的德赖弗(Driver B)等提出的分类系