

第一章 旅游资源概念、成因及开发背景分析

学习目标：

- 界定旅游资源的范畴
- 掌握旅游资源的特征和成因
- 掌握旅游资源开发背景分析的内容和方法

关键词：

旅游资源 特征 成因 开发背景分析

随着世界经济的发展与人民生活水平的提高，旅游作为现代人类生活中不可或缺的重要内容，逐渐成为人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一。据世界旅游组织预测，到 2020 年，国际旅游人数将增至 15.61 亿人次，旅游收入将增加到 2 万亿美元，中国将成为全球最大的旅游目的地国和第 4 大客源输出国。如此庞大的增长潜力，中国旅游业的扩展空间将无限广阔。

旅游活动的构成包括三大要素：旅游者，旅游资源和旅游业。作为主体的旅游者一定是拥有可支配收入和闲暇时间及旅游动机的群体，但最终出行的目的则受到旅游活动客体——旅游资源的支配，旅游资源是旅游目的地借以吸引旅游者的最重要因素。一个国家或地区旅游业能否兴旺发达，在一定程度上取决于旅游资源的特色、丰度、分布状况以及开发和保护水平，因此，旅游资源是确保旅游开发成功的必要条件，也是旅游业发展的前提和基础。要对旅游资源进行有效的开发与规划，必须对资源本身进行科学认识，对其内涵进行准确把握。

第一节 旅游资源的概念及特征

旅游资源是发展旅游业的物质基础，是旅游资源开发与规划的根基，因此对旅游资源范畴和基本特征的认定是旅游资源开发和规划取得成功的前提。

一、旅游资源的界定

在国外，旅游资源亦称作旅游吸引物 (tourism attraction)，指的是旅游目的地吸引旅游者的所有因素和条件的总和。然而我国学术界对旅游资源的界定众说纷纭，尚无定论。目前存在以下几类旅游资源的定义：

郭来喜：凡能为旅游者提供游览观赏、知识乐趣、度假疗养、娱乐、休息、探险猎奇、考察研究以及人们之间友好往来和消磨闲暇时间的客体和劳务都可以称为旅游资源。（1982 年）

孙文昌等：旅游资源是指凡能激发旅游者旅游动机的，能为旅游业所利用的，并由此产生经

济效益和社会效益的自然和社会的实在物。（1989年）

陈传康等：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。（1990年）

杨振之：旅游资源是旅游地资源、旅游服务及其设施、旅游客源市场三大要素相互吸引、相互制约的有机系统，是有关这三大要素相互间的吸引向性的总和。（1996年）

保继刚等：旅游资源是指对旅游者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。（1999年）

李天元等：凡是能够造就对旅游者具有吸引力环境的自然事物、文化事物、社会事物或其他任何客观事物，都可构成旅游资源。（2000年）

谢彦君：旅游资源是指客观地存在于一定的地域空间并因其所具有的审美和愉悦价值而使旅游者为之向往的自然存在、历史文化遗产或社会现象。（2001年）

本书采用2003年出台的《旅游资源分类、调查与评价》国家标准中对旅游资源的定义：“自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力，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。”在这个定义中，有几点值得我们注意：

1. 旅游资源的吸引力

旅游资源对旅游者的吸引力是其实用价值和基础性的体现，应是旅游资源理论的核心成分。旅游者之所以离开常住地到某一旅游目的地旅游，主要是因为该旅游目的地具有吸引自己的对象。譬如优美的风景、驰名的胜地、舒适的环境、奇特的景物等，它们吸引旅游者前去观光、游览、休闲、娱乐、疗养等，促进旅游活动的开展。如果旅游资源对旅游者不存在旅游的价值，那么旅游活动的开展、旅游业的发展就纯属空谈。

2. 旅游资源的存在形式

和地球上的其他资源一样，旅游资源是客观存在的。它既包括自然因素形成的物质资源，也包括各类非物质资源，如诗词曲赋、神话传说、寓言故事、文学艺术等。这些非物质资源依附于物质资源而产生，两者的结合往往能产生更大的旅游吸引力。如西湖断桥和镇江金山寺，若缺乏白娘子与许仙令人缠绵的爱情故事烘托，那可能仅仅是一座断桥和一尊塔，旅游者也不会对其产生浓厚兴趣。正是许仙与白娘子优美爱情故事的注入，它们才有了活的灵魂，吸引大量的旅游者去品味人蛇传奇之恋。所以无论它们归属于哪种存在形式，均应成为旅游资源的重要组成部分。

3. 旅游资源的发展变化

旅游资源是一个不断发展的概念，它并不是一成不变的。具体可以从以下两个方面来看：

(1) 开发程度：旅游资源从状态上看有两种，未经开发的和已经开发的旅游资源。旅游资源的开发实际上就是将潜在的旅游资源转变为现实的旅游资源，这只是一个利用深度的问题。无论其是否经过开发，只要是对游客具有吸引力的事物、现象或因素，均应认为属于旅游资源。

(2) 范畴扩展：随着社会的进步，科技水平的提高和人们旅游需求的日益多样化、个性化，旅游资源的范围不断扩大，范畴不断扩展。例如保健旅游的兴起，使访问百岁老人、参观中药材博物馆、“森林浴”等悄然兴起。滑草、滑沙、放风筝、田园耕作等活动因体验性强受到旅游者的追捧，旅游活动形式也在向多样化方面发展，出现了生态旅游、文化旅游、工业旅游、农业旅游、科技

旅游、海底旅游、太空旅游等。这些都使我们不得不重新审视一下前面所谈到的旅游资源问题，新的旅游方式必然依赖于新的旅游资源，当前旅游资源范畴的扩大已是一个不容争辩的事实。今后，旅游资源的范畴还将继续扩展，某些现在看来不是旅游资源的客体和因素，极有可能在将来会成为旅游资源。

案例 1-1

武夷山“出售”天然氧吧

武夷山自然保护区位于武夷山脉北部最高地段，主峰海拔 2 158m，号称“华东屋脊”。武夷山自然保护区在我国总共 16 个自然保护区中是第一个国家级自然保护区，区内森林覆盖率达 95.35%，林木种类是整个欧洲大陆的 7 倍，享有“世界生物之窗”、“天然植物园”的美称。整个自然保护区占地 81 万亩，精华景区——桃源峪有一座桃源峪索桥，据说这座建在奇峰幽谷中，高 53 m、跨度 170 m 的铁索桥，是福建省最险峻的索桥。桃源峪是一个循环路景区，山谷中奔腾着一个接一个不息飞泻的瀑布，它们流出山谷后叫桐木溪，是闽江的源头，闽北的母亲河。一过索桥，清新甘冽的空气扑面而来。在 2.6 km 山阶路中，旅游者所看到的是形态优美、郁郁葱葱的植物群落，每种植物前都树着一块牌，写着它们的简历；听到的是冲出山涧、飞流直下瀑布的轰鸣；感受到的是一阵阵无尘落雨。据当地的一位环保专家说，桃源峪的年降水量超过 4 000 mm，1997 年一年中有 240 多天在下雨。正是因为充沛的降雨量，造就了桃源峪这个“天然氧吧”。在桃源峪桃源潭处，有一段叫“吸氧区”，这里每立方厘米的空气中负氧离子含量为 89 000 个，它意味着空气中的细菌含量为零。在这里，大家不是吸氧了，而是大口大口地吃着无菌空气，似乎要用无菌空气排除体内的所有浊气，将五脏六腑涤荡一净。

小思考

导游人员是否是旅游资源？博物馆中演奏编钟的穿着古装的工作人员是否可作为旅游资源？

答：导游人员是一种人力资源，如果讲解能够体现地方文化特色并能够深深吸引旅游者，满足旅游者需求便可作为旅游资源；如果只是讲解和向导，那么就是人力资源而不能称其为旅游资源。穿着古装的工作人员与编钟演奏一同构成旅游资源，吸引旅游者。

4. 旅游资源的效益功能

旅游资源要能够产生经济、社会和生态环境效益。在市场经济条件下，旅游业对旅游资源进行开发利用的根本目的在于谋求其带来的各种利益。经济效益是旅游业开发利用旅游资源的第一个目标。近年旅游业的飞速发展向人们展示了旅游业是一个新兴的具有高效益、高关联性的朝阳产业。例如云南作为旅游大省，其旅游资源丰富、特色鲜明，为旅游业所利用，并带动了相关产业的发展，使得旅游业成为了云南省经济的支柱产业。当然，盲目追求经济效益而忽视社会效益、生态环境效益是极其有害的。有些国家或地区用赌博、色情、迷信等活动招揽旅游者，不仅败坏了该国或该地区的社会风气，还破坏了长远的经济效益和社会效益。此外，旅游业比任何行业都更加依赖环境质量，旅游资源也对生态平衡起着积极的作用。从长远来看，没有社会效益和环境效益的旅游资源是不能吸引旅游者，也不能为旅游业所利用的。

案例分析

泰国特色旅游资源

仅有 6 000 万人口的小国——泰国 每年都有 700 万境外游客前往观光旅游，旅游收入每年高达 70 亿美元。目前，单纯的旅游业产值已经占到泰国国民生产总值的 10% 左右 赴泰国旅游人数从 1990 年的 520 万人次增长到 2001 年的 1 000 多万人次，而且赴泰游客在泰国的平均逗留时间也有所延长。亚洲金融危机之后，泰国政府急需大量外汇，农业在整个国家经济中的地位严重下滑，转而让位给能迅速产生效益的旅游业。为了吸引外国旅游者，泰国政府强化了某些旅游项目，比如色情业。从地理环境上来看，在泰国的北部和东北部占泰国国土 1/3 以上面积的地区，气候干旱，人口众多，可供耕种的土地不足，而且许多山区和河岸的土壤非常贫瘠。加之该地区女性人数大大高于男性人数的现实情况和“一家不管二家事”的民风，使得泰国北部和东北部的女性从历史上就有流动到南部卖笑为生的传统。

泰国旅游业以其独有的地方特色，成为泰国经济的支柱。其中最让人瞩目的便是著名的“人妖”（红艺人）表演。“人妖”的产生是因为泰国的色情旅游业猖獗，女子在这个行当能挣很多钱。于是，一些男人为了谋生计，想方设法把自己变成“女人”；而一些人贩子也为了捞大钱，拼命拐骗“制造”人妖。于是，“人妖”这个特殊群体就逐渐产生了。到 20 世纪 90 年代，泰国“人妖”已达 2 万人 年龄均在 14 ~ 50 岁之间，主要集中在芭堤雅的人妖歌舞团及酒吧和夜总会。

[分析提示]

泰国发展旅游业的主要吸引物是否能称为真正意义上的旅游资源，一直以来为各国旅游界专家学者所探讨。泰国政府也感到处境两难：一方面，这种被各国旅游者所公认的色情旅游大大诋毁了泰国民众的形象；另一方面，旅游业的发展又必需依赖这种资源吸引大量旅游者。因此，旅游资源的界定是一个非常复杂的系统工程。

二、旅游资源的特征

旅游资源作为一种特殊的资源，不仅具有一般资源的共性，还具有其独特的特征：

（一）美学特征——具观赏性

旅游资源同其他类型资源最主要的区别就在于它具有美学上的观赏性，可以使旅游者获得美的感受或者引发其美的联想。无论名山大川、奇石异洞、海湖泉瀑、风花雪月，还是文物古迹、民族风情、文学艺术等，任何一种旅游资源都应该具备这样的基本功能。毫无疑问，旅游资源的美学特征越突出，观赏性越强，对旅游者的吸引力就越大。如中国的丽江、桂林山水、摩梭风情，日本的樱花、富士山，埃及的金字塔等等，都因具备极强的观赏性，而成为闻名全球旅游资源。但是由于旅游者性格、气质及审美能力、文化素质的差异以及旅游资源自身的美感、丰度、价值、结构和布局的不同，美学观赏的效果呈现出多层次和多样化的特征。

（二）空间特征——地域性、组合性

1. 地域性

旅游资源的空间分布具有明显的地域性特征，即不同的旅游资源具有其存在的特殊条件和相应的地理环境。不同的地域表现出不同的地质、地貌、气候、水文、动植物特征。这也是各地旅

旅游资源存在差别的根本原因，这种地域差异性集中体现为不同地区旅游资源的地方特色和旅游景观各不相同。例如北方山水浑厚、南方山川秀美，东部山清水秀、西部山高谷深；城市有现代建筑、发达的科技、现代化厂房等；乡村有乡土风情、美丽的田园风光；沙漠有戈壁、风蚀蘑菇、魔鬼城堡的壮丽景观；赤道地区有热带雨林；极地有冰雪风光。此外热带风光、高山冰雪、沙漠驼铃、椰林竹楼、林海雪原等，均与不同的地理环境有关。不仅自然旅游资源如此，人文旅游资源的分布也同样受地理环境的影响，存在地域差异。例如在民居建筑中，我国黄土高原的窑洞（借助地势 抗风沙 冬暖夏凉）牧区的帐篷与毡房（流动性强便于放牧）西南地区亚热带的“竹楼”（防潮防虫兽）、华北地区的四合院（抗风沙，家族氛围浓郁便于沟通）等民居建筑差异，都与一定自然环境和地域差异有关。

知识链接

神奇的北纬 30°线

根据国内外科学家长期考察和研究发现，在地球的北纬 30° 线附近的区域，地质地貌最纷繁多样，自然生态最奇特多姿，物种矿藏最丰富多彩，水文气候最复杂多变，自然之谜、神秘现象最集中多现，是地球远古自然奇观和人类史前文明遗迹最为集中、也最为神秘的地区。例如，地球上海拔最高的珠穆朗玛峰和最深的西太平洋马里亚纳海沟正位于北纬 30°地带；世界上几条著名的大江大河——美国的密西西比河、埃及尼罗河、中国的长江等都在北纬 30° 区域入海。此外，像古埃及金字塔“狮身人面像”、撒哈拉大沙漠、复活岛“巨石人像”、百慕大三角区、雅鲁藏布江大峡谷等，无不处在北纬 30° 区域，也无不成为当今人类自然文化的宝贵遗产和世界旅游胜地的著名品牌。

2. 组合性

旅游景观的形成一般是由多种要素组合而成，孤立的景物要素很难形成有吸引力的旅游资源。光秃秃的一座山，孤单单的一片湖随处可见，可它不具有吸引功能。自然风光由山、水、土、气候、动植物等自然因素组成，再融合古迹、史话、传说等人文景观，便具有了吸引力，成为了旅游资源。存在于特定地域上的各种旅游资源，地域组合度和类型组合度越好，资源要素种类越多，联系越紧密，其旅游价值就越高，综合利用开发潜力也就越大。旅游资源组合在种类上有资源性质相同的同类组合和资源性质不同的综合组合，如“黄山十二峰”和“西湖十景”；在空间上有近距离的集团组合和远距离的异地组合，如“峨眉金顶四大奇观”和“五岳”；规模上有大尺度和小尺度组合，如“长江三峡”和“大理三塔”。特别是长江三峡，作为我国“黄金旅游线”，既可一览江涛滚滚、波光粼粼的水色美，又可领略雄伟、惊险的峡谷奇观，还可探访巴、楚古遗址，古建筑，古战场，亦可游览河网稠密、湖荡棋布的水乡泽园、鱼米之乡，还能体验三峡大坝、葛洲坝工程的壮观，置身其间宛如漫游在融自然和人文于一体的风景走廊和知识宝库里。

知识链接

话说长江

长江是中国第一大河，世界第三大河。长江流域幅员辽阔，江湖众多，土地肥沃，气候温和

资源丰富，历史文化悠久，既是中华民族的重要发祥地，也是我国总体经济实力最为雄厚的地区。

长江发源于世界屋脊——青藏高原唐古拉山脉主峰、海拔 6 221m 的各拉丹冬雪山西南侧，流经青海、西藏、云南、四川、湖北、湖南、江西、安徽、江苏、上海 10 个省、市、自治区，在崇明岛以东注入东海，全长 6 300km。

长江上游穿过青藏高原、云贵高原、四川盆地和川鄂山地，先后接纳了雅砻江、岷江、沱江、嘉陵江、乌江诸水，形成河床坡降较大而水流湍急的峡谷型河段；中游流经两湖平原，两岸地势低洼，湖泊密布，又有洞庭湖、汉江、鄱阳湖三大水系注入，则变为河道宽阔、水流较缓而水量浩瀚的平原型河段；下游通过皖苏平原，河道益宽，但无大支流入汇，且受海潮顶托，称为平原感潮型河段。

这不同的河谷，如网的支流，多样的地形，便构成了长江流域多姿多彩的地貌。

长江流域幅员广大，历史悠久，景观纷呈，旅游资源富甲全国。昆明、成都、重庆、南京、扬州、镇江、苏州、武汉、上海、杭州、南昌、长沙等历史文化名城，以及风景名胜峨眉山、九寨沟、三峡、张家界、九华山、黄山、庐山、太湖等都是全国著名的游览胜地。

（三）时间特征——时代性和季节性

从上述旅游资源的定义当中可以看出，随着时代的变迁，随着人类认识水平、开发条件的变化，旅游资源概念的外延将不断地变化。过去不是旅游资源的如皇家陵寝现在已经成为旅游资源，现在不属于旅游资源的在将来也有可能因对旅游者产生吸引力而成为旅游资源，或者由于市场或其他原因已有的旅游资源变成了非旅游资源。总之，旅游资源随着时代的需求而产生、发展、变化，品种数量在不断增加；旅游资源也因时代的不同而具有不同的功能、价值。

旅游资源的季节性是指其具有随季节变化而变化的特征。季节性是由旅游资源所在地的纬度、地势和气候等因素所决定。其中自然旅游资源中的气候、植被、水体等季节性特征明显，如春季树木吐绿、夏季浓荫蔽日、秋季满山黄叶、冬季落叶纷纷。一些特殊的自然景观只在一定的季节出现，如吉林的雾松、香山的红叶。同一旅游资源在不同的季节也呈现出不同的景观。由于季节性因素的影响，一些旅游节庆活动也呈现出季节性特征，如哈尔滨的冰雪节只在冬天举行，潍坊的风筝节只在春天举办。这种自然景观的季节性变化使旅游业在一年中会出现较明显的淡旺季之分，这正是在进行旅游资源开发利用过程中应特别注意的。

（四）社会特征——文化性

无论是自然赋存、社会创造还是自然为主、辅以人文，或是人文为主、辅以自然的旅游资源都具有丰富的文化内涵，蕴藏着科学的、自然的、社会的哲理。不仅为旅游者提供了科学的、自然的和美的享受，同时还可以启迪智慧、陶冶情操、获取知识。中国古语“行万里路，读万卷书”，“仁者乐山、智者乐水”充分体现出游旅游资源有启迪人心灵，调节人身心，陶冶人情操，使人获取知识，开发智力的功能。站在泰山之巅，会有“会当凌绝顶，一览众山小”的豪迈；万里长城的雄姿让每个华人油然而生自豪感；濒临海滨让人坦荡和深沉，漂流江河使人心情豪放奔腾；秦始皇兵马俑可谓兵法玄妙莫测，西安碑林汇集百家书法，丽江摩梭村寨遗存母系氏族社会习俗等，人类文明里的每一景，皆是一部知识的乐章，丰富人们知识，提高人们智力水平，增加人们的美感。旅游资源开发人员应加大对旅游资源文化性的研究，充分发掘文化内涵，增强旅游资源对旅游者的吸引力。

（五）开发利用特征——永续性和不可再生性

永续性是指旅游资源在有效保护前提下，具有可以重复利用的特点。其他类型的资源如矿产资源、常规能源资源、森林资源等，随着人类的不断开发利用，数量会不断地减少。旅游资源则不同，旅游者付出一定的金钱和代价所购买的是一种经历和感受，而不是旅游资源本身，它留给旅游者的只是印象和美感。因此，从理论上讲，旅游资源可以长期甚至永远地重复利用下去。

但是，如果开发利用不当，旅游资源也会遭到破坏，而且一旦破坏就难以再生，这就是旅游资源不可再生性的内涵。旅游资源受自然灾害及人为因素的影响极易破坏而且难以再生，例如地震、火山、恶劣的气象气候造成的石窟、古建筑、古人类遗址、自然风光的破坏是不可修复、不可抗拒的。因此，全球经济呼吁可持续发展，维护生态平衡，造福子孙后代，是现今时代发展的主流。旅游资源是自然界的造化和人类历史的遗存，是在一定的自然和社会历史条件下产生的，尽管它种类丰富，但数量毕竟有限。这就要求旅游资源的开发，必须以保护性开发为原则，以科学合理的规划为依据，依靠一定的经济、法律手段，切实加强旅游资源的保护和管理。

第二节 旅游资源类型及成因

要正确合理地开发和规划旅游资源，唯有充分认识旅游资源，了解旅游资源的类型、成因，洞悉其个性特征，为旅游资源的开发和规划工作作好坚实的铺垫。

一、旅游资源的类型

对旅游资源进行科学的分类，是认识旅游资源、开发利用旅游资源的客观需要。旅游资源有很多种分类方案，如按旅游资源的性质和成因，可分为自然旅游资源和人文旅游资源；按旅游资源的利用限度和生成价值可分为再生性旅游资源和非再生性旅游资源；按旅游资源的形态分为有形旅游资源和无形旅游资源；按旅游活动的性质分为观赏型、运动康乐型和特殊型旅游资源等等。上述分类方案中，被普遍认可的分类法是将旅游资源划分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类。需要注意的是，随着人们旅游兴趣的转移和扩大，对旅游资源的认识也在不断地变化，可能会有一些新的旅游资源类型出现。

表 1-1 是中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局发布，从 2003 年 5 月 1 日起正式实施的《旅游资源分类、调查与评价》国家标准，依据旅游资源的性状即现存状况、形态、特性、特征等，将稳定的、客观存在的实体和不稳定的、客观存在的事物和现象等旅游资源分为主类（8 种）、亚类（31 种）基本类型（155 种）三个层次。分类具体内容见表 1-1。

表 1-1 旅游资源分类表

主类	亚类	基本类型
A 地文景观	AA 综合自然旅游地	AAA 山丘型旅游地 AAB 谷地型旅游地 AAC 沙砾石地型旅游地 AAD 滩地型旅游地 AAE 奇异自然现象 AAF 自然标志地 AAG 垂直自然地带
	AB 沉积与构造	ABA 断层景观 ABB 褶曲景观 ABC 节理景观 ABD 地层剖面 ABE 钙华与泉华 ABF 矿点矿脉与矿石积聚地 ABG 生物化石点

续表

主类	亚类	基本类型
A 地文景观	AC 地质地貌过程形迹	ACA 凸峰 ACB 独峰 ACC 峰丛 ACD 石(土)林 ACE 奇特与象形山石 ACF 岩壁与岩缝 ACG 峡谷段落 ACH 沟壑地 ACI 丹霞 ACJ 雅丹 ACK 堆石洞 ACL 岩石洞与岩穴 ACM 沙丘地 ACN 岸滩
	AD 自然变动遗迹	ADA 重力堆积体 ADB 泥石流堆积 ADC 地震遗迹 ADD 陷落地 ADE 火山与熔岩 ADF 冰川堆积体 ADG 冰川侵蚀遗迹
	AE 岛礁	AEA 岛区 AEB 岩礁
B 水域风光	BA 河段	BAA 观光游憩河段 BAB 暗河河段 BAC 古河道段落
	BB 天然湖泊与池沼	BBA 观光游憩湖区 BBB 沼泽与湿地 BBC 潭池
	BC 瀑布	BCA 悬瀑 BCB 跌水
	BD 泉	BDA 冷泉 BDB 地热与温泉
	BE 河口与海面	BEA 观光游憩海域 BEB 涌潮现象 BEC 击浪现象
	BF 冰雪地	BFA 冰川观光地 BFB 常年积雪地
C 生物景观	CA 树木	CAA 林地 CAB 丛树 CAC 独树
	CB 草原与草地	CBA 草地 CBB 疏林草地
	CC 花卉地	CCA 草场花卉地 CCB 林间花卉地
	CD 野生动物栖息地	CDA 水生动物栖息地 CDB 陆地动物栖息地 CDC 鸟类栖息地 CDE 蝶类栖息地
D 天象与气候景观	DA 光现象	DAA 日月星辰观察地 DAB 光环现象观察地 DAC 海市蜃楼现象多发地
	DB 天气与气候现象	DBA 云雾多发区 DBB 避暑气候地 DBC 避寒气候地 DBD 极端与特殊气候显示地 DBE 物候景观
E 遗址遗迹	EA 史前人类活动场所	EAA 人类活动遗址 EAB 文化层 EAC 文物散落地 EAD 原始聚落
	EB 社会经济文化活动遗址遗迹	EBA 历史事件发生地 EBB 军事遗址与古战场 EBC 废弃寺庙 EBD 废弃生产地 EBE 交通遗迹 EBF 废城与聚落遗迹 EBG 长城遗迹 EBH 烽燧
F 建筑与设施	FA 综合人文旅游地	FAA 教学科研实验场所 FAB 康体游乐休闲度假地 FAC 宗教与祭祀活动场所 FAD 园林游憩区域 FAE 文化活动场所 FAF 建设工程与生产地 FAG 社会与商贸活动场所 FAH 动物与植物展示地 FAI 军事观光地 FAJ 边境口岸 FAK 景物观赏点
	FB 单体活动场馆	FBA 聚会接待厅堂(室) FBB 祭拜场馆 FBC 展示演示场馆 FBD 体育健身场馆 FBE 歌舞游乐场馆
	FC 景观建筑与附属型建筑	FCA 佛塔 FCB 塔形建筑物 FCC 楼阁 FCD 石窟 FCE 长城段落 FCF 城(堡) FCG 摩崖字画 FCH 碑碣(林) FCI 广场 FCJ 人工洞穴 FCK 建筑小品
	FD 居住地与社区	FDA 传统与乡土建筑 FDB 特色街巷 FDC 特色社区 FDD 名人故居与历史纪念建筑 FDE 书院 FDF 会馆 FDG 特色店铺 FDH 特色市场
	FE 归葬地	FEA 陵区陵园 FEB 墓(群) FEC 悬棺
FF 交通建筑	FFA 桥 FFB 车站 FFC 港口渡口与码头 FFD 航空港 FFE 栈道	
	FG 水工建筑	FGA 水库观光游憩区段 FGB 水井 FGC 运河与渠道段落 FGD 堤坝段落 FGE 灌区 FGF 提水设施

续表

主类	亚类	基本类型
G 旅游商品	GA 地方旅游商品	GAA 菜品饮食 GAB 农林畜产品与制品 GAC 水产品与制品 GAD 中草药材及制品 GAE 传统手工业产品与工艺品 GAF 日用工业品 GAG 其他物品
H 人文活动	HA 人事记录	HAA 人物 HAB 事件
	HB 艺术	HBA 文艺团体 HBB 文学艺术作品
	HC 民间习俗	HCA 地方风俗与民间礼仪 HCB 民间节庆 HCC 民间演艺 HCD 民间健身活动与赛事 HCE 宗教活动 HCF 庙会与民间集会 HCG 饮食习俗 HGH 特色服饰
	HD 现代节庆	HDA 旅游节 HDB 文化节 HDC 商贸农事节 HDD 体育节
数量统计		
8 主类	31 亚类	155 基本类型

注:如果发现本分类没有包括的基本类型时,使用者可自行增加。增加的基本类型可归入相应亚类,置于最后,最多可增加 2 个。编号方式为:增加第 1 个基本类型时,该亚类 2 位汉语拼音字母 + Z、增加第 2 个基本类型时,该亚类 2 位汉语拼音字母 + Y。

资料来源:中国国家旅游局旅游资源分类、调查与评价,2003

二、旅游资源的成因

(一) 自然旅游资源的成因

自然旅游资源是指由自然地理要素(地质、地貌、水文、气象、气候、动植物等)相互作用,长期演化而构成的有规律的典型的综合体,是可供人类旅游享用的自然景观与自然环境。自然旅游资源形成受地球圈层、地质构造、水文侵蚀、气象气候、生物等的发展和变化的影响,具体体现在:

1. 地球圈层孕育着丰富多彩的自然旅游资源

地理学研究表明,地球圈层共由岩石圈、生物圈、水圈和大气圈组成。由于现代科技进步,尤其是航天技术的飞速发展,人类活动可涉及各个圈层,不同的圈层都有多姿多彩的自然旅游资源形成。譬如,岩石圈中孕育出山川、峡谷、溶洞、奇石等地质地貌类旅游资源;水圈孕育有江河湖海、流泉飞瀑等水文水景旅游资源;大气圈孕育瞬息万变的风雨、雷电、狂风、暴雨等气象天象旅游资源;生物圈内有数以千计的动植物及其繁衍进化演变的生物类旅游资源。

地球圈层自身的发展和演变也滋生和蕴藏着“新”的自然旅游资源。人类只有加强自身的进步,科学理性地揭示地球圈层未被开启的面纱,才能让更多绚丽的自然旅游资源呈现出来,丰富人类旅游活动。

2. 地球地质作用形成本底性旅游资源

地球在漫长的历史中,从未停止变化与运动。地质作用正是引起地壳物质组成、地质构造和地表形态不断变化的原因。各种外营力和内营力地质作用形成了不同类型的自然景观。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了的地表形态,如岩溶作用形成岩溶地貌,冰川作用形成冰蚀景观等。内营力地质作用也能形成各种自然景观,如火山活动形成火山地貌、地热景观,阿留申群岛—日本群岛—琉球群岛—菲律宾群岛弧带就是以海洋

岛屿、火山、温泉等自然景观产生吸引力，为游客所向往；构造运动形成若干断陷湖泊、断块山和峡谷等。由于地质作用为地球提供了自然旅游资源的本底，我们称其形成的地形地貌为本底性资源。苍山翠岭、奇石异洞、长河广泊、流泉飞瀑、奇花异树，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。

知识链接

外营力和内营力

地质作用可分为外营力作用和内营力作用。外营力作用也称外力作用，它是地球以外的能，主要是由太阳辐射热能所引起，太阳辐射热能在地球各地的差异，引起了寒暑变更、风雨雷电、河水流动等，使地表物质破碎、分解、移动，使地表形态发生变化。内营力作用也称内力作用，由来自地球内部能的影响而形成，其中主要包括地球自转所产生的旋转能和放射性元素蜕变产生的热能，内力作用表现为地壳运动、岩浆活动和地震等。

3. 地球水文特征润色自然资源

水作为自然资源的重要组成部分，是构成自然旅游资源和人文旅游资源的重要物质基础。地球表面的水体有海洋、冰川、河流、湖泊、瀑布、涌泉等多种类型。海洋占地球表面的 71% 洋为中心部分，边缘叫海，海岸、海洋生物、海水、海礁、海岛形成海洋奇景旅游资源。河流既是构景素材，又是勾勒地表形态的动力，在同一条河流的上、中、下游，由于不同的水文特征，造成河流源头神秘莫测、上游峡谷众多、中游波涛汹涌、下游河汉纵横、河网密布，特色迥然不同。冰川、湖泊、瀑布、涌泉，以其自身优美的景色而成为独立的极有价值的风景名胜区，如黄果树瀑布、中国哈尔滨与日本札幌冰雕、杭州西湖、桂林漓江等均闻名于世。

地球水文特征吸引旅游者的主要表现形式为：水形、水声、水味、水影等。如浩瀚无垠、波涛汹涌的海洋，一泻千里、奔腾不息的江流，白练当空、飘落九天的瀑布，喷珠洒玉、秀美清丽的涌泉。或哗哗流淌、伴人高歌，或轰鸣落响、器乐和弦，或叮咚有致、空谷回音，使人心驰神往，荡气回肠，带给游人无限愉悦之情。所以，地球水文特征润色了自然旅游资源，成为“风景的血脉”、“风景的精灵”。

4. 地球气候差异勾勒特色自然旅游资源

气候为某一地区多年天气的综合特征，由太阳辐射、大气环流等因素相互作用所决定。这些因素对自然旅游资源中风景地貌的雕塑、风景水体的形成、观赏生物的生长及演变等都有着控制性的影响。由于气候的区域差异，塑造出了石林、土林、黄土、雅丹等独特的风景地貌。同时气候本身和其他自然地理要素的配合也可以形成有特色的旅游吸引物，如热带风光、沙漠驼铃、林海雪原、雾雨蒙蒙等都是蔚为壮观的景色。由于气候要素在垂直方向上的变化，还可以形成自然景物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。

此外，气候差异还表现在特殊的康乐型气候环境及天象奇观上。它们往往独自构成特色的旅游资源，如山东青岛、河北秦皇岛、广西北海、福建鼓浪屿等地冬季温度高、夏季温度低，是人们度假、疗养的旅游胜地。又如，吉林雾松、黄山云海、峨眉佛光、蓬莱仙境等更是独领风骚，勾勒出壮丽多姿、令人神往的奇特景象。由此可见，气候差异性往往是形成特色旅游资源的最活跃分子，也是驱使人们旅游的潜在动力。

5. 地球生物多样充实自然旅游资源

生物即自然界有生命的物质，也是自然界最具活力的群落，大体上可分为动物、植物、微生物三类。在地球上，动物种类不少于 50 万种，植物种类不少于 100 万种，微生物就难以计算了。地球发展的不同历史时期，生物种群差异明显，在不同的地理环境条件下，生活着不同的生物种群。由于地质历史环境发展变化，大量的古生物遗体或遗迹保存下来，成为重要的旅游资源。生物种族的繁衍、演化、灭绝、新生使生物种类丰富多样，充实着自然旅游景观，赋予自然旅游景观以生机和活力。

尤为值得一提的是，在特定条件下生存下来，为研究古地理环境和古生物演变提供活化石的珍稀生物，更是让人流连。如大熊猫、银杏、珙桐、桫欏、水杉等。世界上，为保护珍稀动植物而建立的自然保护区，为科学研究和旅游开发提供了重要场所。1972 年 10 月 16 日联合国教科文组织通过了《保护世界文化和自然遗产公约》，进一步对生物物种进行了全面保护，同时也提升了旅游地知名度。

案例 1-2

上海野生动物园

上海野生动物园汇集着世界各地具有代表性的动物和珍稀动物二百余种，上万余头（只），其中有来自国外的长颈鹿、斑马、羚羊、白犀牛等，也有我国产的一级保护动物，大熊猫、金丝猴、华南虎、亚洲象等。

园内分为食草动物放养区、食肉动物放养区、火烈鸟区、散养动物区、水禽湖和珍稀动物圈养区、百鸟园、蝴蝶园以及动物幼儿园。

在食草动物区，可看到具有绅士风度的长颈鹿，伸长它的脖子，盼望游人的到来；可观赏到陆地上最大的哺乳动物大象，温和地向游客致敬；还可看到在自然界中很少见的野马，汇集在你的身边……

在食肉动物区，生活着世界上奔跑最快的动物——猎豹，它快速地捕食，令人目不暇接；兽中之王非洲狮，捕食时也显示其大将风度；席地而坐的狗熊，向过往的车辆乞讨食物，憨态可掬；威武的东北虎，注视着过路车辆，展现其王者的风范。

火烈鸟区，成群的火烈鸟，常常昂头展翅鸣叫，好似欢迎游客的光临。

散养区，散养着孔雀、鹈鹕、鸵鸟等 10 多种动物。

袋鼠区，饲养着来自澳洲赤大袋鼠、灰大袋鼠和赤劲袋鼠三种袋鼠。

涉禽区，生活着鹤类和鹳类动物 10 余种，其中有丹顶鹤、黑颈鹤、东方白鹳等国家一类保护动物。

水禽湖，近百亩的水面，是水鸟的天堂，放养着雁鸭类 30 余种，此外还吸引不少野外的鸟类到此安营扎寨。

百鸟园，采用高空网罩鸟笼式，游客进出使用双套隔门，内有假山，花草树木，放养着多种鸟类动物，鸟儿在园内犹如生活在大自然里。

在步行区，狮、虎、熊、象等 16 种动物与你合影机会难得；与袋鼠打一回合，尝试一下与动物拳击的乐趣；乘骑斑马，体验一下世人少见的奇观；到动物幼儿园，抱抱小动物，感受一下“阿黄”

哺育幼狮的“母爱”，喂喂宠物小猴，亲自当一回饲养员……

在动物表演场，可观看百人群兽同台表演的“与兽共舞”大型广场艺术表演，精彩纷呈；大型驯兽表演人熊摔跤、老虎骑马等节目，惊险刺激；动物竞技场的斗马、斗狗、斗鸡等，充分展示动物天生好斗的性格。

另外，观览车、赛车、骑马、骑骆驼等娱乐项目，为游客游园增添许多乐趣。

上海野生动物园的构园合理，富有情趣，充分展示动物的构园造景旅游功能。

资料来源：甘枝茂等．旅游资源与开发．天津：南开大学出版社，2000

（二）人文旅游资源的形成

人文旅游资源是指古今社会人类活动所创造的具有旅游吸引，为旅游业所利用，产生经济、社会、生态效益的物质和精神财富，它是历史现实与文化的结晶。人文旅游资源的形成不仅受历史遗存、文化地域差异、宗教、市场需求、意识形态等因素的制约，而且还受自然环境的深刻影响。

1. 历史遗存和自然造化

在漫长的人类发展长河中，人类繁衍生息所创造的物质和精神财富在不同阶段具有不同的文化事象和特征。在今天人们通过这些珍贵的历史遗存，可以窥探出各个历史时期社会生产力发展水平和社会生活风情。现代旅游的发展，使许多旅游者对这些古迹充满了向往，凭吊怀古已成为非常重要的旅游动机之一。

从人类产生到有文字记载之前的历史遗存被称为古人类遗址。如我国周口店的“北京猿人”、云南元谋人、陕西蓝田人及半坡遗址，出土了大量石器、古人类化石、火痕、原始部落聚居地、生产用具、生活器皿、墓葬等，反映了当时人类发展进化和生活水平，对了解人类祖先生活具有史料性价值。

随着生产力的发展和社会生活的需要，阶级和国家的出现，人类创造了财富，修建了寺庙、城堡和伟大的工程，一些重大的历史事件也留下了人类活动的遗址、遗迹。另外，由于统治者的残暴、奢华，为自己修建宏伟壮丽的陵墓，放置大量陪葬物品，乃至强迫活人殉葬，以满足其死后依然享受荣华富贵的梦想。譬如，中国的秦始皇陵、埃及的金字塔、印度的泰姬陵，都是举世闻名的人类文化遗存，埋藏的陪葬品也成为当代稀世文物。

此外，化石作为自然界造化给人类留下的重要遗迹，如恐龙化石、恐龙蛋化石、琥珀，为研究地球史和人类形成以及人类史前文化提供了佐证，也吸引旅游者前往参观，已成为重要的旅游资源。还有一种具有特殊意义的旅游资源是古人尸体的保存，如埃及的木乃伊、中国马王堆汉墓，其高超的医学处理技术仍令人迷惑，吸引着大量的专家、学者及旅游者。

知识链接

琥珀的形成

琥珀是松柏科植物的树脂所形成的化石，最少有五千万年的历史。世界最古老的琥珀约为三亿年前的产物，被发现于英国的 Northumberland 及西伯利亚，它是中生代白垩纪至新生代第三纪松柏科植物的树脂，经过地质作用后而形成的一种有机化合物的混合物。琥珀是由 C、H、O 组成的有机物，也含有 Al、Mg、Fe、Mn 等微量元素。最丰富也最有意义的是琥珀内部的包裹体，有植物包体，如伞形松、种子、果实、树叶；也有动物包体，如甲虫、苍蝇、蚊子、蚂蚁、马蜂等；有气液

两相包体，如圆形、椭圆形的气泡和液体；有漩涡纹，多分布在昆虫包体的周围，这是昆虫挣扎时留下的痕迹；还有许多的杂质，如泥土、沙砾和碎屑。这些丰富的包裹体不仅构成了美丽的图案，也为科学地研究当时环境提供了最直接的证据。

2. 显著的地域文化差异

由于地域不同，社会形态不同以及民族的不同，各民族之间社会文化具有显著的差异性，形成“百里一民俗，十里一乡情”的地域文化，也正是这些地域文化差异，增强了人们彼此向往了解和沟通的心情，形成独特的民俗风情旅游资源。

由于文化的范畴非常广泛，文化差异也具有十分丰富的内涵。某一地域独具特色的民族生活习俗、房屋建筑、城乡布局、语言、饮食、服饰、神话传说、典故、歌舞、节日、婚丧礼仪等都是文化的载体，对旅游者具有极强的吸引力。

案例 1-3

泸沽湖女儿国风情

泸沽湖坐落于滇西北高原川滇交界处的万山丛中，在美妙绝伦的湖光山色之间，生活着国内外罕见的延续着母系氏族特点的摩梭人，独特的自然和原始的民俗风情，为这片古老的土地披上了一层神秘而美丽的色彩。这里一切显得粗犷、简朴，没有粉饰，没有雕凿，颇有“清水出芙蓉，天然去雕饰”的幽美，因至今仍保留着“男不娶，女不嫁”的远古遗风而闻名于世。在摩梭人集中的村落，几乎每个晚上都会有精彩的篝火晚会。这里的篝火晚会原来是为摩梭男女相互了解而举行的，现在已经是摩梭人为游客准备的一个节目。摩梭青年身着漂亮的民族服装，男的一顶毡帽、侧扣的上衣再系上腰带，女的是红色镶边侧扣上衣、系一条色彩斑斓的如彩虹般的腰带、下面是条白色的百褶裙，男男女女围着篝火唱歌、跳舞，跳摩梭人特有的锅庄舞。旁观的游客也可以加入到群舞的行列，与摩梭男女来一次亲密的接触。

3. 深刻意识形态的影响

人类文明的发展，推进了人类意识形态的发展。中国古代帝王“天圆地方”、“九五至尊”的观念体现在建筑、艺术、绘画等方面，形成独具特色的资源，如故宫太和殿、保和殿、中和殿寓意深刻、祈祷和平，祝愿国泰民安，反映帝王思想。作为意识形态之一的宗教对人文旅游资源的形成也产生了重大影响。宗教是一种特殊的社会文化现象，它强大的感召力和分布的广泛性，使其成为一项重要的旅游资源。基于对宗教教旨的敬仰和对宗教圣地的向往，宗教信仰徒以“朝圣”为目的的流动自古以来便非常频繁，如伊斯兰教徒一生之中必须要到“圣城”麦加朝觐，以示自己对真主安拉的诚意。此外，宗教建筑、雕塑、壁画等艺术精湛，不仅强烈吸引着信徒，也以其极高的美学价值和神秘、新奇的意境为广大非宗教人士所青睐，意识形态反作用于客观存在，正是意识能动作用的体现。深刻意识形态的影响促成了大量旅游资源，激发着旅游者前往旅游。

4. 动态的市场需求

现代旅游市场的发展使旅游消费呈现出个性化和多样化倾向，为满足旅游者的不同需要，可以创造形成新的人文旅游资源。如主题公园、度假村，各类仿制景观、复原的历史遗迹等等。目前国内最为著名的当属深圳华侨城的主题公园：世界之窗、中华民俗村、欢乐谷、锦绣中华。旅游市场变化是动态的，随着旅游结构和层次的变化，尤其是旅游者行为层次的提高，满足旅游者需

求的旅游资源数量和类型越来越多。例如，坐落于北海海滨公园内的北海海底世界，就是由原水族馆和新建的海底世界组合而成。其展示方式和规模在中国十大海洋馆中名列前茅，使游客可以不出国门，一览世界第三代水族馆的壮丽海底景观。在这里，美丽的潜水小姐在 6m 高的巨型水体内为您做精彩的花样潜水和喂鱼表演；巨大凶猛的吃人鲨向您迎面扑来；水体中，人鲨共舞，却是有惊无险；海底隧道把一个色彩绚丽、奥妙神奇的海底景观展示在您的面前。在海底，您会发现，有沉没的印加帝国古城、古代海上丝绸之路的瓷器、第二次世界大战的沉船，还有来自太平洋和印度洋的三百多种鱼类、千里迢迢而从渤海湾来的海豹、镇馆之宝（全国最大的海龟——肥肥）、凶恶丑陋的鳄鱼，还有重达一万一千公斤的鲸鱼骨骼和有美人鱼之称的儒艮标本。总之，这里的每一个角落都隐藏着一个神秘而美丽的梦，向您倾诉着一个动人的海洋故事。

小思考

旅游资源的形成条件是什么？

答：旅游资源的形成主要受地球圈层和人文活动的影响。地质地貌、水文特征、气象气候、地球生物等构成丰富的自然旅游资源，历史遗存、地域差异、意识形态、市场需求等影响着人文旅游资源的形成。自然旅游资源与人文旅游资源共同勾勒出世界上绚烂多彩的景观景象。

第三节 旅游资源开发背景分析

旅游资源开发是指为发挥、提高和改善旅游资源对游客的吸引力，使得潜在和现实的旅游资源优势转化为现实的经济优势，并使旅游活动得以实现的技术经济活动。这种技术经济活动的对象是旅游资源，因此旅游资源开发的背景分析应建立在对旅游资源特征和成因界定基础之上，为实现旅游资源开发的可持续发展奠定基础。

一、地域和历史文化背景分析

对一个地区或国家的旅游资源进行开发，首先要做的事就是对当地或该国的地域和历史文化背景进行分析。一个地区和国家的地域和历史是开发该地或该国旅游资源的“文脉”。若旅游资源开发后完全无法展现当地的地方特色和历史文化，那么这样的开发就意味着浪费资源，贻害子孙。因此，认真细致地对开发地的地域和历史文化背景进行分析，是旅游资源开发的首要前提。

任何旅游地都具有其自身独特的地方特性，地域和历史背景分析就是通过对开发区的地理、历史、文化的“阅读”和搜寻，提炼出该地的基本风格，为旅游资源的开发提供本土特征基础。

（一）地域背景分析

首先是地域背景的分析，它包括地理区位和地理特征分析。即对旅游资源开发地的区位、自然地理概况和自然环境进行阐述分析。一个旅游地在地理特性方面所具有的与其他地区完全不同的特征或特殊地位，都可成为该地吸引旅游者的重要旅游资源。如美国猛犸洞是世界上最长的洞穴（484.3km），越南下龙湾拥有世界上最多的海上峰林，1 000 多个峰林丘兀立在 1 500km² 的海面上。如果本地没有世界性的地理特征，可以考察是否具有全国性的地理优势或自然特色。如贵州黄果树瀑布是我国最大的瀑布；贵州织金洞有中国最完美的棕榈状石笋等。这些都是具

有独特地方性的旅游吸引物。

（二）历史文化背景分析

旅游资源开发要凸显该地最具特色的文化内涵。如何凸显？对该地历史文化进行彻底的探究，对旅游地的历史过程进行考察分析，寻找具有一定知名度和影响力的历史遗迹、历史人物、历史事件和古代文化背景，捕捉最具吸引力的独一无二的部分，作为旅游资源开发的构成要素。例如，曲阜的六艺城，是模仿孔子学说中的“六艺”所建，同时推出孔子大学修学旅游。凡参加的旅游者在参观曲阜“文艺”后，在杏坛下听讲儒学，在六艺城中学习“六艺”，在学习期间严格按照孔子的行为规范进行，让旅游者真正体验到儒学的文化本质，从而对影响中国几千年之久的儒学文化产生深刻认识。

在历史记载和考古发现并不充分的旅游地，还可以通过对当地民族文化和民俗文化的考察分析，提炼出富有地方特色的景观特性。这些民族文化在特定的区域内经过特定的历史经历和人文比附，对旅游者产生的吸引力是巨大而持久的。例如，云南石林，其景观特点为高大石林、多层溶洞，加之当地撒尼人的民族风情和阿诗玛的美丽神话传说，给云南石林赋予了新的意义。

在旅游资源开发的历史文化背景分析中，要注重历史的本原性分析。本原性分析就是在开发前对当地历史人物、风土民情进行调查取证，并在开发过程中潜移默化展现出来。历史本原是发生在该地或与该地相关的史实。例如，洛阳关林和当阳关帝庙以及全国各地的关帝庙，就必须依循历史本原进行考究，洛阳关林葬的是关羽的头颅，而关羽走麦城后，被陆逊所杀，身子埋在当阳，因此，分清本原对开发三国旅游文化有重要指示作用。

案例 1-4

背景分析为旅游资源开发提供素材

上海市祝家庄是祝英台故里，梁祝故事是中国家喻户晓的爱情传奇，通过对祝家庄历史文化背景的分析，祝家庄风情园的旅游开发项目将爱情与婚姻作为风情园的主题，提出“爱情大观园”的形象口号，构筑爱情博览园向游人展示梁祝传说和各地的结婚风俗，并提供综合性的婚庆服务，使其成为远近闻名的婚庆服务区和婚纱摄影基地。

二、社会经济政治背景分析

旅游资源开发的社会经济政治背景分析主要从政府政策和社区经济两个方面进行分析。没有一定的经济基础和政策、社会支持，旅游资源开发工作很难顺利进行，甚至造成骑虎难下的尴尬局面。而且，开发的旅游资源和旅游地也不可能孤立于当地的政治经济社会环境之外。因此，对旅游资源进行开发之前，必须要对资源所处区域的政治、经济和社会背景进行分析。

（一）政府政策分析

在大多数西方发达国家，国家政府在旅游资源开发与规划方面更注重营销及国家在航空网络建设、签证等方面的决策，地方政府所做的常常是保证旅游开发与相关规章制度（如分区规划体系、建筑限制规定以及环境保护评价标准等）相符。因此，西方国家政府在旅游资源开发上只介入一些基础性的工作。

在发展中国家，政府在旅游发展中的作用非常重要，旅游资源开发是受到权力控制的一个政

治过程。政府负责制定旅游法规，开展营销工作并组织培训；同时，它作为旅游资源开发的主要投资者，在待开发地区缺乏开发资金和经验时，还要负责招商引资工作；为了给潜在投资者以信心，政府还要制定相关政策、聘请发达国家专家等。中国政府十分重视旅游业的发展，各地政府在国家政策指导下，结合各地实际，制定相应的旅游发展规划，并为各地旅游资源开发提供相应政策依据。因此在进行旅游资源开发之前，需要对旅游资源所在地的资源开发政策、总体发展纲领进行充分的研究和分析。

案例 1-5

塞浦路斯政府在开发旅游资源中的作用

塞浦路斯是地中海的一个岛国，受典型地中海式气候影响，夏季炎热干燥，冬季温和湿润。一直处于地区外部强权势力殖民统治之下的塞浦路斯独立后，农业是其最大产业，经济落后，就业机会少。政府决定选择旅游业作为经济发展的主要支柱产业之一。塞浦路斯旅游组织是一个半政府组织，全权负责塞浦路斯旅游业的发展和促销，为了使旅游发展潜能最大化，政府采取了不少新措施，如放松规划控制，舒缓发展政策，经济和财政政策、税收奖励；把大片海岸划出发展旅游业，修建国际机场。旅游业发展大幅度增长虽然促进了国家经济恢复，但同时付出了农业污染、城市拥挤、“三废”增加等代价。20世纪80年代初，为了控制旅游业发展，政府又制定了一套新的激励措施和制度制定特殊基金和投资鼓励机制，特别是对山地度假区优先发展有政策倾斜，例如新建五星级饭店、旅游村和野营设施，鼓励发展远离海滨地区。修改环境保护、建筑物设计和特色的相关法律，为进一步控制开发过程提供法律依据。制定地方发展规划，掌握地方资源存量，为将来发展奠定基础。随后，针对一系列发展中的新问题，政府果断采取措施，1989年6月，暂时停止所有旅游开发项目，为制定新政策提供充足时间。1990年12月出台的《城镇规划法》和国家旅游发展战略旨在制定和实施《土地利用发展规划》和改进现有旅游产品，使之多样化，并鼓励在地区文化和自然资源基础上开发新型旅游产品。新颁布的《城镇规划法》包括一系列严格控制发展的内容，如限制新建建筑物的高度和外貌，保护有文化价值的建筑物和地区，更加重视建筑物周边环境和选址细节。国家旅游发展战略除了制定一些粗略控制措施外，还十分注重新建项目的任务和数量以及发展中的细节问题，如限制新建酒店的最小设计面积，鼓励辅助设施建设（如高尔夫球场），制定海滩容量标准，发展小型旅游设施和乡村吸引点。

资料来源 周常春等，国际旅游规划案例分析，天津：南开大学出版社 2003

（二）社会经济背景分析

随着旅游资源的开发，大批旅游者的涌入，他们的食、住、行、游、购、娱等行为，势必对旅游资源开发地的经济和社会造成冲击，若当地的经济比较落后，思想观念陈旧，无法承受来自旅游者的冲击，自然会导致当地经济的损失和社会矛盾的激化。因此，在旅游资源开发之初，必须对当地的社会经济背景进行分析。内容包括当地居民的生活水平、社会风俗、心理倾向，当地的基础设施状况、生活供应状况、经济和社会构成，以及开发后可能会影响到的社会经济方面等。

三、市场背景分析

旅游资源开发必须以市场背景为依托，分析市场需求及市场发展趋势，把握市场动态发展态

势，有利于开发出适应市场需求的有吸引力的旅游资源。

（一）旅游发展趋势分析

国际旅游业一直保持快速增长，据预测，到 2020 年，该产业将继续增长，但速度可能会降低。根据世界旅游组织统计表明，国际旅游人数呈现全球增长的状况，其中亚洲和大洋洲的增长率最高。几乎所有国家都以“迅速扩大旅游业规模，赢得某种类型产品的更大市场份额，尽可能换取外汇”为目标。因此，国际旅游业发展呈现多元化模式，竞争十分激烈。

目前国际旅游市场发展呈现如下趋势：

- （1）旅游者呈现老龄化趋势，同时年轻化趋势亦在增大，老龄化与年轻化并存；
- （2）旅游者心理上注重体验，渴望参与；
- （3）在需求上呈现融会贯通、多样化趋势；
- （4）在旅游方式上，选择自选式与组合式旅游；
- （5）在闲暇功能上，从过去消遣与恢复体力转变为追求个人发展与改善社会关系；
- （6）旅游者在享受天气、环境与景观外，更多强调活动、参与、经历与学习。

（二）市场需求分析

旅游市场需求决定旅游资源开发的方向，为了提供旅游者满意的产品和服务，必须充分了解旅游者需求，进行市场需求分析。市场需求分析包括市场需求发展状况分析、市场需求结构分析、旅游者消费习性分析。主要从旅游资源开发后的客源区位、消费心理着手。比如客源地与目的地的距离、旅游区交通布局影响旅游者流向，客源地宗教文化、生活习惯的差别，决定旅游资源开发的方向。旅游消费心理分析包括“旅游者对旅游地吸引、旅游动机、旅游方式、消费水平、闲暇时间及行、吃、住等，”这些都是市场需求分析要做的工作。

（三）SWOT 竞争分析

旅游资源的开发及旅游业的发展既受到旅游资源自身要素的限制，也受到旅游资源开发地外部环境因素的制约。对旅游资源的开发必须对旅游业的相关条件进行充分认识。SWOT 分析就是对旅游资源开发的优势（strengths）和劣势（weaknesses）进行比较分析，对旅游资源开发的外部机遇（opportunities）和威胁（threats）进行全面的审视，从而为当地旅游资源开发战略和发展模式提供分析基础。因此旅游资源开发一定要严格遵循 SWOT 分析，一般机会与威胁多产生于内部结构与外部环境的变化中。例如，1996 年京九铁路通车，江西井冈山旅游得到飞跃性发展。在威胁方面，替代性产品开发后的威胁要特别关注，1998 年昌平居庸关长城修复开业后对延庆县八达岭长城产生影响。

案例 1-6

苏州旅游发展的 SWOT 分析

苏州因历史上“上有天堂，下有苏杭”的美誉而扬名世界，为中国江南富庶的休闲之地。它以古典园林为主培育旅游吸引物，造就了苏州旅游发展辉煌。

1. 优势（strengths）

（1）区位优势：地处长三角地区这一发展最快的区域和最大的客源地，与上海有相似的历史过程和亲和的文化关系，有合作的可能。