

前摇言

本教材紧紧围绕高职高专人才的培养目标，坚持创新、改革的精神，努力体现新的课程体系、教学内容和教学方法，在内容取舍、难度掌握和行文方式等方面都考虑了读者对象的切实需要和接受能力。教材力求按照先进、简明、适用、通俗的原则选择编写内容，以提高学生整体素质为基础，兼顾知识点、技能点和能力点，因此在体现先进性的同时，做到了简明扼要、深入浅出、通俗易懂，实用性较强。

同时，我们在编写的时候重视图、表的运用，基本上达到了图文并茂；重视案例的遴选和组织，为教师教学和学生学习提供了大量较为经典的案例。本教材在每章开头先给出学习目标，在正文结束后，又给出针对性较强的习题，以便学生复习和掌握各章的内容。

本教材由华侨大学黄远水博士担任编著人，河北大学的孔旭红，华侨大学的陈钢华、陈芸、张国栋帮助做了大量的资料搜集、整理及文稿校对工作，特此表示真挚的感谢！与此同时，华侨大学和东北财经大学出版社编辑张旭凤女士为本书的出版提供了多方帮助，在此一并表示诚挚的谢意！本书在编写过程中参阅了大量同行专家的论著，教材中无法一一列出，亦借此表示感谢！

由于作者水平有限，时间较为仓促，书中难免有疏漏不妥之处，敬请广大读者、专家批评指正。

编著者

2007年 09月

目 录

绪论

第 1 章 旅游资源概述

1.1 旅游资源的概念

1.2 旅游资源的特征

1.3 旅游资源的分类

第 2 章 自然类旅游资源

2.1 地文类旅游资源

2.2 水文类旅游资源

2.3 生物类旅游资源

2.4 天象与气象气候类旅游资源

2.5 其他自然类旅游资源

第 3 章 传统人文类旅游资源

3.1 古遗址、遗迹类旅游资源

3.2 古建筑、园林类旅游资源

3.3 文化名城、名镇类旅游资源

3.4 宗教文化类旅游资源

3.5 帝王陵墓类旅游资源

3.6 民俗民风类旅游资源

第 4 章 现代人文类旅游资源

4.1 主题公园类旅游资源

4.2 现代城市类旅游资源

4.3 现代乡村类旅游资源

4.4 现代事件类旅游资源

4.5 现代工程设施类旅游资源

第 5 章 旅游资源调查与评价

5.1 旅游资源调查

5.2 旅游资源评价

第 6 章 旅游资源开发的市场分析

6.1 旅游资源开发市场分析的概念与常用方法

6.2 旅游资源开发市场预测的概念与常用方法

第 7 章 旅游资源开发的项目设置与产品策划

第 1 章 旅游资源开发的项目设置	1
第 2 章 旅游资源开发的产品策划	10
第 3 章 旅游资源开发的市场营销	20
第 4 章 旅游资源开发市场营销的基本理论	25
第 5 章 旅游资源开发的市场调查	35
第 6 章 旅游资源开发市场营销的关键策略	45
第 7 章 旅游资源开发的区域影响分析	55
第 8 章 旅游资源开发对区域经济的影响分析	65
第 9 章 旅游资源开发对区域环境的影响分析	75
第 10 章 旅游资源开发对区域社会文化的影响分析	85
第 11 章 旅游资源的保护	95
第 12 章 旅游可持续发展	105
第 13 章 旅游资源保护的必要性与紧迫性	115
第 14 章 旅游资源保护的对策与措施	125
主要参考文献	135

绪摇论

旅游资源学的发展历程

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”,是发展区域旅游业的基础。我国的旅游业真正起步是在20世纪60年代,而在此之前尚未出现真正作为产业的旅游业,当时旅游充其量只是作为外交辅助手段的接待事业,因此对旅游资源也没有出现较为系统的研究。直到20世纪70年代末、80年代初,我国才相继出现了部分地理学家投身于旅游资源的研究,且主要集中在旅游资源的分类、评价方面。20世纪80年代以后,我国开始涌现出许多有关旅游资源评价、分类的丰硕成果,主要有:1980年,郑光磊提出了“风景质量评价方法”(郑光磊本人称其为“风景旅游区环境质量评价”);1983年,《中国旅游报》主持了“中国十大名胜”评选;1985年,俞孔坚进行了中国东部山地湖泊风景的质量评价;1985年,张亚林根据郑光磊提出的方法,就桂林的旅游资源评价作出了有意义的尝试;1985年,国家旅游局主持了“中国旅游胜地四十佳评选”;1986年,中国科学院资源与地理所作了“中国旅游资源普查分类”的研究;1986年,楚义芳提出了“中国观赏性旅游地的综合指数”;1986年,国家旅游局完成“中国优秀旅游城市”评价体系;1986年,《地理学报》载文发布了国家自然科学基金“九五”重点项目成果——郭来喜、吴必虎等主持的《中国旅游资源分类系统与类型评价》的研究成果;1986年,国家质量监督检验检疫总局发布了国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18647-2002)等。

随着我国旅游业的发展,旅游资源的研究也应该相应地与时俱进。近年来不断出现的新的旅游类型,如休闲旅游、红色旅游、乡村旅游等不断地向原有的旅游资源分类、评价体系提出挑战,因此不断有学者针对新的旅游资源类型提出了新的分类评价体系。此外,即便是国家标准《旅游资源分类、调查与评价》在具体的运用中也受到了很多实践在旅游资源开发规划一线的专家学者的挑战与质疑。

同时,随着旅游业的发展,对旅游资源的开发利用、保护以及旅游资源开发对区域环境、社会文化、经济的影响也受到了国内旅游研究者的关注。

国内对旅游资源开发利用研究较早的主要是旅游地理学者,如陈传康、郭来喜、雷明德、钱今昔、卢云亭、孙文昌等,此后又相继出现了一批活跃在旅游资源开发利用研究上的青年学者,如保继刚、吴必虎、陆林、楚义芳等。20世纪80年代以来,国内相继出现了大批有关旅游资源开发利用、旅游资源保护、旅游资源开发的影响方面的著作和教材,如《旅游资源开发与观赏》(吴必虎,北京旅游学院筹备处旅游地理

教研室)、《旅游地理》(员景苑,刘振礼)、《旅游地理学》(员景苑,保继刚、楚义芳等)、《旅游资源学》(员景源,杨桂华等)以及区域旅游开发规划理论的集大成者——《区域旅游规划原理》(员景源,吴必虎)等。

对旅游资源的研究至今已经有近猿个年头了,但其仍然是一个尚未成熟的学科,仍然有待国内外专家学者的努力。

猿 旅游资源学的学科地位、研究对象及研究方法

旅游资源学是专门研究旅游资源的形成、特点、分类、评价、分区、开发利用、开发影响和保护建设的一门综合性的学科。旅游资源学的内容涉及很多相关学科,如自然地理学、人文地理学、经济学、管理学、社会学等,因此它也是一门边缘学科。

目前,旅游学尚未成为一门成熟、独立的学科,至少是还没有得到官方的认可。在员景源年之前的全国学科专业目录中是找不到“旅游学”这个概念的,唯一出现“旅游”字样的学科是“旅游经济”这个二级学科。员景源年以后,管理学作为一门新兴的强势学科登上了全国学科专业目录的“宝座”,位列全国十二大学科门类之中,相应的,与旅游相关的学科被冠以“旅游管理”,是管理学学科门类中的工商管理学科(一级学科)下设置的二级学科。所有与旅游相关的学科尚且只有如此待遇,更何况旅游资源学了。

旅游资源学到底研究些什么内容呢?回答这样的问题是很不容易的,因为任何一门尚不成熟的学科,或多或少都是难以界定其研究内容的,最多只能大概地列举。

旅游资源学的主要研究内容:

- (员) 研究旅游资源的定义、内涵、特征;
- (圆) 研究旅游资源的调查、分类、评价、分区;
- (猿) 研究旅游资源的开发、规划原则、内容、方式、程序和方法;
- (源) 研究旅游资源的保护以及旅游资源开发的区域影响。

旅游资源学的主要研究方法:

- (员) 野外考察;
- (圆) 社会调查;
- (猿) 历史分析;
- (源) 资料统计;
- (缘) 区域比较;
- (远) 利用地图;
- (苑) 应用遥感技术。

猿 旅游资源学的理论体系

旅游资源学是旅游学的一个重要的组成部分,虽然尚不成熟,但却有自己较为完整的理论体系,有较为严密的逻辑推理过程,可谓“麻雀虽小,五脏俱全”。本书的编写正是找准了旅游资源学较为完整的理论体系以及较为严密的逻辑推理过程,从旅游资源的定义、内涵、特征、分类、评价到旅游资源的开发,再到旅游资源的影响与保护(见图员)。

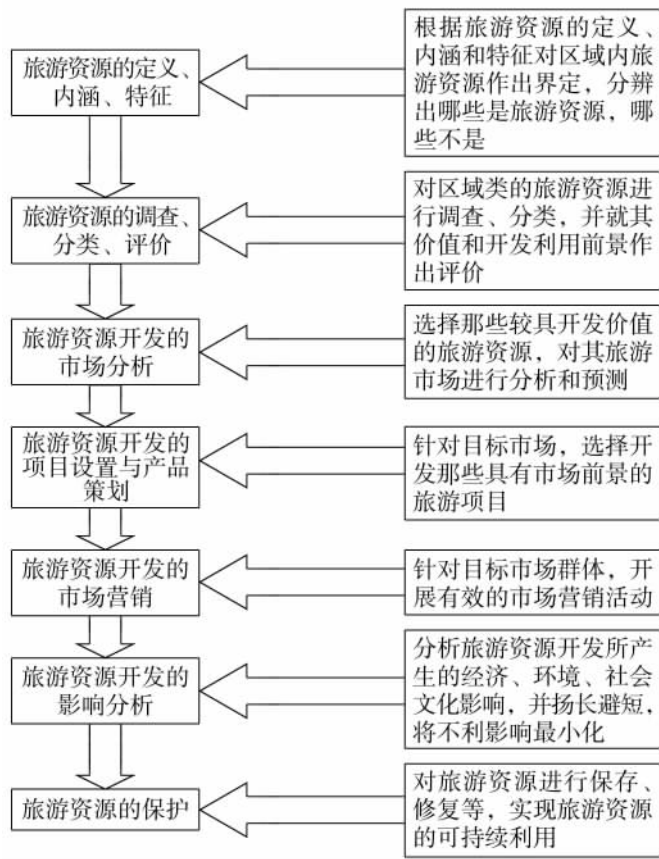


图 员瑶旅游资源学的理论体系

第 1 章 旅游资源概述

学习目标

通过本章的学习，掌握旅游资源的概念，包括旅游资源的定义和内涵；掌握旅游资源的特征以及旅游资源的分类，包括分类的目的、意义、原则和分类体系等；熟知旅游资源的国家标准分类体系。

1.1 旅游资源的概念

旅游资源是资源的一个亚种，是旅游业赖以运行的物质基础。同时，旅游资源又是一种复杂而包容甚广的特殊巨系统。随着社会的进步，旅游业向纵深层次发展，旅游资源的范围也不断扩大。

1.1.1 旅游资源的定义

关于旅游资源的定义，旅游学界尚无定论，至今已见的不下数十种。本书采用保继刚等给的概念，即“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。旅游资源可以是有具体形态的物质实体（如风景、文物），也可以是不具有具体物质形态的文化因素”^①。

1.1.2 旅游资源的内涵

从旅游资源的定义可以得知，旅游资源具有如下内涵：

（1）旅游资源相对旅游主体而言，处于旅游客体位置；

（2）旅游资源是自然创造物和人工创造物，它存在于旅游现象之前；

（3）旅游资源不是单一的专门资源，而是复合型的专门资源，其复合程度较大，可以囊括自然界和人类历史文化；

（4）旅游资源之所以成为旅游主体的实践和认识对象，是因为它具备一种特殊的美学功能，成为主体的吸引物；

（5）旅游资源被旅游业（旅游媒体）所利用，产生经济效益和社会效益。

补充阅读资料 1-1 旅游资源为中国十大资源之一

中华人民共和国全国人民代表大会环境与资源保护委员会出版的《中国资源》一书指出中国有十大资源，即土地资源、水资源、矿产资源、能源资源、气候资源、森林资源、草地资源、物种资源、海洋资源和旅游资源。报告认为，中国旅游资源在

^① 保继刚等：《旅游地理学》，200页，北京，高等教育出版社，2003。

全球具有明显优势，有巨大的吸引力。中国国土广袤，山川锦绣，历史悠久，民族众多，在漫长的历史中和辽阔的国土上，形成了无比丰厚的旅游资源，为中国旅游业的发展提供了巨大的潜力。

（资料来源：何光暉：《中国旅游业 20 年》，北京，中国旅游出版社，1992）

4.1 旅游资源的特征

旅游资源作为资源的一种，有和其他资源一样的共性，如分布上的不均衡性、利用上的可变性等，更加重要的是，旅游资源表现出很多区别于其他资源的强烈的个性特征，国内很多学者曾经对旅游资源的特征作过相应的研究，但表述不一。总结起来可以从如下四个方面进行表述。^①

4.1.1 旅游资源的空间特征

（1）广域性

国家标准《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18984-2009）把我国的旅游资源分为 8 个主类、3 个亚类、16 个基本类型，而这些旅游资源类型遍布全国各地，甚至全世界。因此，全世界的任何角落都可以找到能为旅游业开发利用的旅游资源。

（2）区域性

从旅游资源的空间分布来看，旅游资源具有明显的区域性，即具有不同特征的旅游资源具有其存在的特殊条件和相应的地理环境，如喀斯特地貌，又称岩溶地貌，在我国以西南地区发育最盛，著名的喀斯特旅游胜地有云南路南石林、桂林山水、黄果树瀑布等。然而即使都是中国园林，北方园林、南方园林、岭南园林之间也存在很大的差异。

（3）地域固定性

位于某个特定区域的旅游资源一般是不可移动的，这区别于其他的资源，如矿产资源可以从矿区运送到加工区，然后再开发成产品运往其他地域。旅游资源开发成具体的旅游产品或旅游项目在地域上是固定的，“消费”它的旅游者只有前往旅游资源所在地才能完成消费的过程，并不能够将旅游资源带走。

4.1.2 旅游资源的时间特征

（1）季节变化性

旅游资源的季节性主要表现在景观随季节更替而呈现出不同的特征。即便是北国冰城哈尔滨，夏季平均气温也达 15℃，难觅“冰雪世界”的踪影；黄山的云海和瀑布只有在夏季多雨时才有；而洛阳的牡丹花会 4 月中旬才是最佳观赏时期。

（2）时代性

从旅游资源的概念可以看出，旅游资源是个包罗万象的集合，其内涵和外延随着时代的变迁、社会的发展而变化。现在对于旅游者来说有吸引力的事物，也许将来旅游者会觉得索然无味；而今天无人问津的事物，明天或许游人成群。

4.1.3 旅游资源的经济特征

（1）价值的不确定性

旅游资源不同于其他的资源类型，其价值是不确定的。很难说某个文物或某座寺

① 桂华、陶犁：《旅游资源学》（修订版），昆明，云南大学出版社，1992

院值多少钱，其收取的门票只是作为管理与保护的资金来源，并非等于它们的价值。此外，旅游资源对于不同的旅游者具有不同的价值，如宁静的小村庄，对于常年生活在农村的旅游者而言是司空见惯的，他们向往的更多的是现代城市景观；但对于常年生活在喧嚣的城市中的居民而言，宁静的小村庄却是他们寻觅已久的精神家园，价值无法估量。而其他的资源则一般可以测算出具体的价值以及其在公开市场的价格，如每吨煤的价格、每立方米木材的价格等。

(圆) 开发利用的永续性和易损性

很多资源（如矿产资源中的煤、石油等）都是非可再生的，其在一定的时间内总会被开采完，而其形成却需要上亿年的时间。旅游资源不同于其他资源，其在保护得好的前提下，可以永续利用，不断地创造经济效益，如我国的一些名山（五岳、黄山、武当山、武夷山、崂山等）历经数千年的历史沧桑，依然吸引数以万计的旅游者前往参观、游览。然而不容忽视的事实是，旅游资源也具有易损性，在开发过程中，很容易造成旅游资源的破损甚至是消失。很多自然景观、人文景点在旅游开发的浪潮中，破坏殆尽，难以恢复原貌。

圆瑶瑶旅游资源的文化特征

旅游资源具有文化的属性，很多旅游活动都是在文化景区、景点开展的，很多旅游者的旅游活动也是基于区域文化的吸引力。旅游资源的文化特征大致可以分为两个方面，即美学的观赏性和精神的愉悦性。

(员) 美学的观赏性

“仁者乐山，智者乐水”，不同的旅游者基于不同的旅游动机，会选择不同的旅游目的地，参观、游览不同的旅游资源。旅游者选择的旅游目的地，总是可以给旅游者提供视觉上的冲击与美的享受，如有“桂林山水甲天下”之称的桂林给旅游者带来了岩溶地貌的优美风景，“两岸猿声啼不住，轻舟已过万重山”两句诗中描述的长江三峡沿岸风光，更是让旅游者如痴如醉。

(圆) 精神的愉悦性

旅游资源的文化特征还体现在其给旅游者带来精神上的愉悦，“不到长城非好汉”、“万里长城永不倒”提到的长城总是让国内游客产生一种自豪感，国内游客为我国悠久灿烂的历史自豪，让国外游客感到震撼并产生一种钦佩感，他们震撼于悠久灿烂的中华文明，钦佩中华民族的勤劳与智慧。优美的自然风光也总是让旅游者心旷神怡，心情愉悦，如泰山的“会当凌绝顶，一览众山小”，黄山的“黄山归来不看岳”都能够启迪旅游者的心灵，陶冶旅游者的情操。

圆瑶瑶旅游资源的分类

圆瑶瑶旅游资源分类的目的、意义和原则

旅游资源的涵盖面是广泛的，其内容也是丰富的，为了更好地认识旅游资源，合理地进行开发和利用，我们应对旅游资源进行分类，这就是旅游资源分类的目的和意义所在。旅游资源的分类，就是“根据资源存在的同质性、差异性和一定需要进行集合归类的一个科学区分过程”。因此，旅游资源分类必须坚持“依据旅游资源的性状，即现存状况、形态、特性、特征划分”的原则。

瑶国家标准分类体系

到目前为止,关于旅游资源分类的方案已有多,如国家自然科学基金“九五”重点项目成果——郭来喜、吴必虎等的《中国旅游资源分类系统与类型评价》,国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18916—2009)(2009年 09月,由国家质量监督检验检疫总局发布,简称“国标”)以及一些专项旅游资源(如地质旅游资源、海洋旅游资源、红色旅游资源、体育旅游资源、民俗风情旅游资源等)的分类与评价方案。这些方案中,最具权威性和代表性的是前面的两个方案:郭来喜、吴必虎等的方案,可以认为它是学术研究型方案的典型代表,而国家标准则是国家规范性质的实战操作型方案的典型代表。本书将分别详细介绍这两种分类体系。

国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18916—2009)规定了旅游资源类型体系,以及旅游资源调查、等级评价的技术与方法,适用于各类型旅游区(点)的旅游资源开发与保护、旅游规划与项目建设、旅游行业管理与旅游法规建设、旅游资源信息管理与开发利用等方面。

国家标准分类体系的依据可以从其分类对象和分类结构两方面来理解。国家标准分类体系的分类对象为:①稳定的、客观存在的实体旅游资源;②不稳定的、客观存在的事物和现象。国家标准分类体系的分类结构为:①分为“主类”、“亚类”、“基本类型”三个层次;②每个层次的旅游资源类型都有相应的汉语拼音代号与其对应(见表员-员)。

表员-员

旅游资源分类表

主类	亚类	基本类型
粤地文景观	粤综合自然旅游地	粤山丘型旅游地 粤月谷地型旅游地 粤说沙砾石地型旅游地 粤阅滩地型旅游地 粤云奇异自然现象 粤云自然标志地 粤耶垂直自然地带
	粤沉积与构造	粤粤断层景观 粤月褶曲景观 粤说节理景观 粤阅地层剖面 粤云钙华与泉华 粤云矿点矿脉与矿石积聚地 粤耶生物化石点
	粤说地质地貌过程形迹	粤粤凸峰 粤月独峰 粤说峰丛 粤阅石(土)林 粤云奇特与象形山石 粤云岩壁与岩缝 粤耶峡谷段落 粤说沟壑地 粤阅丹霞 粤说雅丹 粤云堆石洞 粤云岩石洞与岩穴 粤云沙丘地 粤岸滩
	粤阅自然变动遗迹	粤粤重力堆积体 粤月泥石流堆积 粤阅地震遗迹 粤阅陨落地 粤云火山与熔岩 粤云冰川堆积体 粤耶冰川侵蚀遗迹
	粤云岛礁	粤粤岛区 粤月岩礁
粤水域风光	粤河段	粤粤观光游憩河段 粤月暗河河段 粤说古河道段落
	粤天然湖泊与池沼	粤粤观光游憩湖区 粤月沼泽与湿地 粤说潭池
	粤说瀑布	粤粤悬瀑 粤月跌水
	粤阅泉	粤粤冷泉 粤月地热与温泉
	粤云河口与海面	粤粤观光游憩海域 粤月涌潮现象 粤说击浪现象
粤云冰雪地	粤粤冰川观光地 粤月长年积雪地	

主类	亚摇类	基本类型
悦生 物景 观	悦树树木	悦林林地 悦月丛树 悦悦独树
	悦月草原与草地	悦悦草地 悦月疏林草地
	悦悦花卉地	悦悦草场花卉地 悦月林间花卉地
	悦悦野生动物栖息地	悦悦水生动物栖息地 悦月陆地动物栖息地 悦悦鸟类栖息地 悦悦蝶类栖息地
阅天 象与 气候 景观	阅悦光现象	阅悦日月星辰观察地 阅悦月光环现象观察地 阅悦海市蜃楼 现象多发地
	阅悦天气与气候现象	阅悦云雾多发区 阅悦避暑气候地 阅悦避寒气候地 阅悦极端 与特殊气候显示地 阅悦云物候景观
耘遗 址遗 迹	耘史前人类活动场所	耘悦人类活动遗址 耘悦文化层 耘悦文物散落地 耘悦原始聚落
	耘悦社会经济文化活动遗址遗迹	耘悦历史事件发生地 耘悦军事遗址与古战场 耘悦废弃寺庙 耘悦废弃生产地 耘悦交通遗迹 耘悦废城与聚落遗迹 耘悦 长城遗迹 耘悦烽燧
云建 筑与 设施	云悦综合人文旅游地	云悦教学科研实验场所 云悦康体游乐休闲度假地 云悦宗教 与祭祀活动场所 云悦园林游憩区域 云悦云文化活动场所 云悦 建设工程与生产地 云悦社会与商贸活动场所 云悦动物与植 物展示地 云悦军事观光地 云悦边境口岸 云悦云景物观赏点
	云悦单体活动场馆	云悦聚会接待厅堂(室) 云悦祭拜场馆 云悦展示演示场馆 云悦体育健身馆场 云悦歌舞游乐场馆
	云悦景观建筑与附属型建筑	云悦佛塔 云悦塔形建筑物 云悦楼阁 云悦石窟 云悦长城段落 云悦城(堡) 云悦摩崖字画 云悦石碑碣(林) 云悦广场 云悦 人工洞穴 云悦建筑小品
	云悦居住地与社区	云悦传统与乡土建筑 云悦特色街巷 云悦特色社区 云悦名人 故居与历史纪念建筑 云悦书院 云悦会馆 云悦特色店铺 云悦 特色市场
	云悦归葬地	云悦陵区陵园 云悦墓(群) 云悦悬棺
	云悦交通建筑	云悦桥 云悦车站 云悦港口渡口与码头 云悦航空港 云悦栈道
	云悦水工建筑	云悦水库观光游憩区段 云悦水井 云悦运河与渠道段落 云悦 堤坝段落 云悦灌区 云悦提水设施
	悦旅 游商 品	悦悦菜品饮食 悦悦农林畜产品与制品 悦悦水产品与制品 悦悦中草药材及制品 悦悦传统手工产品与工艺品 悦悦日用 工业品 悦悦其他物品

续表

主类	亚类	基本类型
匀人文活动	匀粤人事记录	匀粤人物 匀粤月事件
	匀粤艺术	匀粤文艺团体 匀粤月文学艺术作品
	匀悦民间习俗	匀粤地方风俗与民间礼仪 匀悦月民间节庆 匀悦民间演艺 匀悦民间健身活动与赛事 匀悦宗教活动 匀悦庙会与民间集会 匀悦饮食习俗 匀悦特色服饰
	匀悦现代节庆	匀粤旅游节 匀悦月文化节 匀悦商贸农事节 匀悦体育节
数量统计		
匀个主类	匀个亚类	匀个基本类型

瑶瑶 [注] 如果发现本分类没有包括的基本类型, 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 匀个。编号方式为: 增加第 匀个基本类型时, 该亚类 匀位汉语拼音字母 匀在, 增加第 匀个基本类型时, 该亚类 匀位汉语拼音字母 匀再

(资料来源瑶国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(别号裁元裁园一圆园园))

瑶瑶瑶郭来喜、吴必虎等分类体系^①

郭来喜、吴必虎等分类体系, 是指由中国科学院地理研究所郭来喜主持的国家自然科学基金“九五”重点项目《中国旅游资源分类系统与类型评价》的成果中旅游资源的分类体系, 该项目由郭来喜负责, 主要参与人有吴必虎等 (见表 员一圆)。

郭来喜、吴必虎等分类体系将旅游资源分为 猿个层次, 即景系 (瑶瑶瑶)、景类 (瑶瑶)、景型 (瑶瑶瑶), 景系为第 匀个层次、景类为第 匀个层次、景型为第 猿个层次, 第 猿个层次的景型是最基本的层次, 称为基类。

郭来喜、吴必虎等分类体系的分类中共有 猿个景系、 匀个景类、 怨个景型, 其中景型的规模分 猿个等级: 景域 (瑶瑶)、景段 (瑶瑶瑶)、景元 (瑶瑶)。景域、景段、景元分别是体现大、中、小规模或重要性的概念。

特别需要注意的是, 规模分级的“景域、景段、景元”概念与属性分类的“景系、景类、景型”概念有着严格的区别。属性分类系统中的“景系、景类、景型”三者之间是包含和从属关系, 即“景系”包含“景类”, “景类”包含“景型”, 而分级体系中的“景域、景段、景元”是并列关系, 互不包含和从属, 只是体现其规模与空间尺度。

表 员一圆 郭来喜、吴必虎等旅游资源分类系统

景系	景类	景型
自然景系	地质景观景类	瑶地质现象景型 瑶山岳景区景型 瑶探险山地景型 瑶火山景型 瑶丹霞景型 瑶地表岩溶景型 瑶峡谷景型 瑶吐林沙林景型 瑶黄土景型 瑶雅丹景型 瑶砂地砾地景型 瑶海岸景型 瑶岛屿景型 瑶洞穴景型 瑶探险 瑶徒步旅游地景型 瑶自然灾害遗迹景型
	水文景观景类	瑶海面景型 瑶峡谷风景河流景型 瑶湖泊 瑶库景型 瑶河口潮汐景型 瑶瀑布景型 瑶隙景型 瑶现代冰川景型
	气候生物景类	瑶天文 瑶象景观景型 瑶日照景型 瑶空气景型 瑶冰雪景型 瑶雾 瑶淞景型 瑶气候景型 瑶原始植物群落景型 瑶风景林景型 瑶风景草原 瑶甸景型 瑶观赏花草景型 瑶野生动物栖息地景型 瑶游憩性渔猎地景型 瑶构造景地表土壤景型
	其他自然景观类	其他自然景观景型

^① 郭来喜、吴必虎等:《中国旅游资源分类体系与类型评价》, 载《地理学报》, 圆园园(猿)。

景系	景类	景型
人文景系	历史遗产景类	①人类文化遗址 ②社会经济文化遗址 ③军事防御体系遗址 ④古城与古城遗址 ⑤陪陵与名人陵墓 ⑥皇室 ⑦署建筑群 ⑧宗教 ⑨制建筑群 ⑩殿堂 ⑪楼阁 ⑫塔 ⑬古塔 ⑭牌坊 ⑮楼 ⑯碑 ⑰碣 ⑱传统建筑小品 ⑲古典园林 ⑳近代西洋建筑 ㉑名桥 ㉒传统聚落 ㉓园 ㉔古井 ㉕民居 ㉖石窟 ㉗崖石刻 ㉘古代水利 ㉙交通工程 ㉚历史街区 ㉛历史纪念地 ㉜革命纪念地
	现代人文吸引物景类	①产业旅游地景型 ②现代水工建筑景型 ③现代大型桥梁景型 ④特色聚落 ⑤ ⑥日活动景型 ⑦城市现代建筑景型 ⑧城市广场 ⑨流集散地景型 ⑩现代城市公园 ⑪景型 ⑫动植物园景型 ⑬主题公园 ⑭造景观景型 ⑮购物旅游地景型 ⑯疗养 ⑰度假地景型 ⑱科学教育设施景型 ⑲博物馆 ⑳展览馆景型 ㉑体育 ㉒体设施景 ㉓型 ㉔健身康体设施景型 ㉕节庆活动景型 ㉖景观建筑景型 ㉗人工喷泉景型 ㉘特产 ㉙艺术美术品景型 ㉚娱乐设施 ㉛表演团体景型 ㉜雕塑景型
	抽象人文吸引物景类	①民间传说景型 ②山水文学作品景型 ③名胜志 ④方志景型 ⑤戏曲 ⑥民间文艺 ⑦景型 ⑧少数民族文化景型 ⑨特色民俗景型 ⑩历史寻踪景型
	其他人文景类	其他人文景观景型
服务景系	旅游服务景类	①旅游住宿设施景型 ②旅游餐饮场所景型 ③旅行社景型 ④旅游交通设施 ⑤机 ⑥景型 ⑦旅游教育 ⑧科研机构景型 ⑨旅游管理机构景型 ⑩特种劳务 ⑪务场所景型
	其他服务景类	其他服务景型

(资料来源: 郭来喜、吴必虎等: 《中国旅游资源分类体系与类型评价》, 载《地理学报》, ①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿(猿), 有删节、修改)

补充阅读资料 ①—② 选美中国——中国最美的地方排行榜

①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿年 ①②月, 《中国国家地理》杂志社发表了选美中国特辑——《中国最美的地方排行榜》, 在全国掀起了一股热潮, 其特色在于: 颠覆传统, 名山名川纷纷落马; 推进审美, 冰川雅丹进入视野; 关注西部, 边缘文化大放异彩。《中国最美的地方排行榜》具体内容如下:

摇摇中国最美的十大名山

- ①南迦巴瓦峰 (西藏)
- ②贡嘎山 (四川)
- ③珠穆朗玛峰 (西藏)
- ④梅里雪山 (云南)
- ⑤黄山 (安徽)
- ⑥稻城三神山 (四川)
- ⑦乔戈里峰 (新疆)
- ⑧冈仁波齐峰 (西藏)
- ⑨泰山 (山东)
- ⑩峨眉山 (四川)

中国最美的十大森林

- ①天山雪岭云杉林 (新疆)
- ②长白山红松阔叶混交林 (吉林)
- ③尖峰岭热带雨林 (海南)
- ④白马雪山高山杜鹃林 (云南)
- ⑤波密岗乡林芝云杉林 (西藏)
- ⑥西双版纳热带雨林 (云南)
- ⑦轮台胡杨林 (新疆)
- ⑧荔波喀斯特森林 (贵州)
- ⑨大兴安岭北部兴安落叶松林 (黑龙江、内蒙古)
- ⑩蜀南竹海 (四川)

摇摇中国最美的五大湖

- ① 鄯善海湖（青海）
- ② 喀纳斯湖（新疆）
- ③ 纳木错（西藏）
- ④ 长白山天池（吉林）
- ⑤ 西湖（浙江）

中国最美的五大城区

- ① 厦门鼓浪屿（福建）
- ② 苏州老城（江苏）
- ③ 澳门历史城区
- ④ 青岛八大关（山东）
- ⑤ 北京什刹海地区

摇摇中国最美的六大沼泽湿地

- ① 南若尔盖（川北）
- ② 巴音布鲁克（新疆）
- ③ 三江平原（黑龙江）
- ④ 黄河三角洲（山东）
- ⑤ 扎龙保护区（黑龙江）
- ⑥ 辽河三角洲（辽宁）

中国最美的六大瀑布

- ① 藏布巴东瀑布群（西藏）
- ② 德天瀑布（广西）
- ③ 黄河壶口瀑布（晋陕交界）
- ④ 九龙瀑布（云南罗平）
- ⑤ 诺日朗瀑布（四川九寨沟）
- ⑥ 黄果树瀑布（贵州）

摇摇中国最美的六大草原

- ① 呼伦贝尔东部草原（内蒙古）
- ② 伊犁草原（新疆）
- ③ 锡林郭勒草原（内蒙古）
- ④ 川西高寒草原（四川）
- ⑤ 那曲高寒草原（西藏）
- ⑥ 祁连山草原（青海、甘肃）

中国最美的六大旅游洞穴

- ① 织金洞（贵州）
- ② 芙蓉洞（重庆）
- ③ 黄龙洞（湖南）
- ④ 腾龙洞（湖北）
- ⑤ 雪玉洞（重庆）
- ⑥ 本溪水洞（辽宁）

摇摇中国最美的十大峡谷

- ① 雅鲁藏布大峡谷（西藏）
- ② 金沙江虎跳峡（云南）
- ③ 长江三峡（重庆、湖北）
- ④ 怒江大峡谷（西藏、云南）
- ⑤ 澜沧江梅里大峡谷（云南）
- ⑥ 台湾鲁阁大峡谷（台湾）
- ⑦ 黄河晋陕大峡谷（内蒙古、山西、陕西）
- ⑧ 大渡河金口大峡谷（四川）
- ⑨ 太行山大峡谷（北京、河北、河南、山西）
- ⑩ 天山库车大峡谷（新疆）

中国最美的十大海岛

- ① 西沙群岛（以永兴岛东岛等为代表，南海）
- ② 涠洲岛（广西北海）
- ③ 南沙群岛（以永暑礁太平岛等为代表，南海）
- ④ 澎湖列岛（以澎湖岛为代表，台湾海峡）
- ⑤ 南麂岛（浙江温州）
- ⑥ 庙岛列岛（山东长岛）
- ⑦ 普陀山岛（浙江）
- ⑧ 太姥山（福建福鼎）
- ⑨ 湄洲岛、南碇岛（福建漳州）
- ⑩ 海陵岛（广东阳江）

摇摇中国最美的三大雅丹地貌

最瑰丽的岩石雅丹：乌尔禾（新疆）（见图 员-圆）

最神秘的雅丹：白龙堆（新疆）（见图 员-员）

最壮观的雅丹：三垄沙（新疆）

中国最美的五大沙漠

巴丹吉林沙漠腹地（内蒙古）

塔克拉玛干沙漠腹地（新疆）

克尔班通古特沙漠腹地（新疆）

鸣沙山、月牙泉（甘肃）

沙坡头（宁夏）

摇摇中国最美的六大冰川

绒布冰川（西藏）

托木尔冰川（新疆）

海螺沟冰川（四川）

米堆冰川（西藏）

特拉木坎力冰川（新疆）

透明梦柯冰川（甘肃）

中国最美的八大海岸

亚龙湾（海南）

野柳（台湾）

城山头（山东）

陈寨港红树林（海南）

昌黎黄金海岸（河北）

维多利亚海湾（香港）

漳武海岸（福建）

大鹏半岛海滩（广东）

中国最美的六大古镇古村

丹巴藏寨（四川）

红河大羊街乡哈尼村落（云南）

喀纳斯湖畔图瓦村（新疆）

黎平肇兴侗寨（贵州）

婺源源古村落群（江西）

丽江大研镇（云南）

（资料来源 《中国最美的地方排行榜》，载《中国国家地理》，图 员-圆（员），有删节、修改）

注：雅丹，维吾尔语原意为“陡壁的小丘”，现泛指干燥地区一种独特的风蚀地貌，是河湖相土状沉积物所形成的地面经过风化、间歇性流水冲刷和风蚀作用，形成与盛行风向平行、相间排列的风蚀土墩和风蚀凹地（沟槽）地貌组合。雅丹地貌在世界多处荒漠地区有分布，我国以新疆罗布泊东北部地区发育最典型。



图 员-员 最神秘的雅丹：白龙堆（新疆）



图 员-圆 最瑰丽的岩石雅丹：乌尔禾（新疆）

摇摇旅游资源的其他分类方法

（员）按功能分类

旅游资源按其功能分类，实际上是根据旅游资源所具有的区别于其他类型的功能来进行划分，也就是说根据旅游资源是“用来开展何种旅游活动的”的功能来划分。

这种分类法将旅游资源分为休闲度假类旅游资源、观光类旅游资源、会议展览类旅游资源和科普教育类旅游资源等。

(圆) 按属性分类

实际上目前较为流行的旅游资源分类方法还有属性分类法,即按照旅游资源本身所具有的某种属性来进行分门别类的划分,如将旅游资源划分为自然类旅游资源、人文类旅游资源等,也有的学者将旅游资源划分为自然类旅游资源、人文类旅游资源和社 会类旅游资源。

(猿) 按吸引级别分类

按照吸引级别,旅游资源可以分为:世界级旅游资源、区域级旅游资源、国家级旅游资源和省级旅游资源。

①世界级旅游资源一般是指那些可以吸引来自全世界的旅游者的旅游资源,世界级旅游资源大部分已被联合国教科文组织列入世界遗产的清单,作为世界文化遗产、世界自然遗产、世界文化与自然双重遗产(以下简称“世界双遗产”)、世界文化景观遗产或者人类口头与非物质遗产等而存在。中国目前被列入世界遗产清单的物质遗产有猿处,另外还有昆曲、口琴被列入了人类口头与非物质遗产(截止到圆年苑月)。

补充阅读资料猿 中国的世界遗产

世界文化遗产:

圆长城(员圆年);

圆北京故宫、沈阳故宫(员圆年);

猿陕西秦始皇陵及兵马俑(员圆年);

圆甘肃敦煌莫高窟(员圆年);

圆北京周口店北京猿人遗址(员圆年);

圆西藏布达拉宫(员圆年);

圆河北承德避暑山庄及周围寺庙(员圆年);

圆山东曲阜的孔庙、孔府及孔林(员圆年);

圆湖北武当山古建筑群(员圆年);

圆云南丽江古城(员圆年);

圆山西平遥古城(员圆年);

圆江苏苏州古典园林(员圆年);

圆北京颐和园(员圆年);

圆北京天坛(员圆年);

圆重庆大足石刻(员圆年);

圆四川青城山和都江堰(圆年);

圆河南洛阳龙门石窟(圆年);

圆安徽古村落——西递、宏村(圆年);

圆明清皇家陵寝——明显陵、清东陵、清西陵、盛京三陵(圆年);

圆山西大同云冈石窟(圆年);

圆高句丽王城、王陵及贵族墓葬(圆年);

②区域级旅游资源，它是介于世界级旅游资源和国家级旅游资源之间的旅游资源，一般具有洲际的吸引力，但实际上很难真正区分哪些是区域级的旅游资源。

③国家级旅游资源，它指的是在全国范围内具有吸引力的旅游资源，如全国文物保护单位、国家级历史文化名城、国家森林公园等。以国家级历史文化名城为例，国家级历史文化名城是指保存的文物特别丰富，具有重要历史文化价值和重大革命意义的城市。迄今为止，我国共公布了 14 座历史文化名城。1982 年，国务院首批公布了 7 座历史文化名城，它们分别是：北京、承德、大同、南京、泉州、景德镇、曲阜、洛阳、开封、扬州、苏州、杭州、绍兴、江陵、长沙、广州、桂林、成都、遵义、昆明、大理、拉萨、西安、延安。1985 年，国务院第二批公布了 7 座历史文化名城，1988 年，国务院第三批公布了 3 座历史文化名城，此外零星地又公布了凤凰、山海关区等。

④省级旅游资源，它主要是指各个省公布的在全省范围内具有吸引力的旅游资源，如省级文物保护单位，省级自然保护区等。

旅游资源是一个概念很宽泛的资源亚种，其内涵和外延都在随着社会的发展不断拓展，因此必然会出现更多的旅游资源的分类体系来规范旅游资源类型的划分，更好地指导中国旅游资源的开发实践。近年来，涌现出很多新兴的旅游资源类型，不断地冲击着原有的旅游资源分类体系，如军事旅游资源、红色旅游资源、太空旅游资源、乡村旅游资源等，有的地方甚至出现了把监狱作为旅游资源，吸引游客的现象。因此，伴随着中国旅游业的发展，必将出现许多其他的旅游资源分类体系。

本章小结

本章主要介绍了旅游资源的概念，包括旅游资源的定义和内涵，旅游资源的特征以及旅游资源的分类，包括分类的目的、意义、原则和分类体系，其中重点介绍了国家标准的旅游资源分类体系和郭来喜、吴必虎等的旅游资源分类体系。

主要概念

旅游资源 国家标准旅游资源分类体系 郭来喜、吴必虎等旅游资源分类体系

选择题（至少有一个选项是正确答案）

1982 年，国务院首批公布的 7 座历史文化名城中，不包括（ ）。
 承德 武汉 泉州 大同

岳阳 天津

下列选项中，1995 年被列入世界遗产的是（ ）。

河南安阳殷墟 澳门历史街区

四川大熊猫栖息地 福建武夷山

味入选《中国最美的地方排行榜》中中国最美的六大古镇古村的有（ ）。

丹巴藏寨（四川） 武夷山上梅古村落（福建）

西递、宏村（安徽） 平遥古城（山西）

黎平肇兴侗寨（贵州） 婺源源古村落群（江西）

判断题

旅游资源之所以成为旅游主体的实践和认识对象，是因为它具备一种特殊的美学功能，成为主体的吸引物。（摇摇）

郭来喜、吴必虎等的旅游资源分类体系中，属性分类系统中的“景系、景类、景型”三者之间是包含和从属关系，即“景系”包含“景类”，“景类”包含“景型”。（摇摇）

1982年，国务院首批公布了12处历史文化名城，1985年，国务院第二批公布了18处历史文化名城，1994年，国务院第三批公布了17处历史文化名城，此外零星地又公布了凤凰、山海关区等。（摇摇）

简答题

简述旅游资源的内涵。

简述本章介绍的旅游资源的主要分类体系。

列举首批公布的12个历史文化名城中的12个。

讨论题

分别运用国家标准和郭来喜、吴必虎等的旅游资源分类体系，对你家乡所在城市的旅游资源进行分类，并与其他同学的分类结果进行比较，讨论分类结果。

每个人一组，对2009年发布的《中国最美的地方排行榜》进行分析，并讨论为什么国内很多的名山、名川等著名旅游资源落选中国最美的地方排行榜，并与其他组交流、讨论。

案例分析题

世界上最豪华的酒店

阿拉伯塔是世界上建筑高度最高的七星级酒店（因为饭店设施实在太高级，远远超过五星级的标准，只好破例称其为七星级），它开业于2009年12月，酒店共有高级客房1600间，建立在距离海岸线200米的人工岛“棕榈岛”上（见图1-1）。



图1-1 世界上最豪华的酒店外观（1）

图1-1 世界上最豪华的酒店外观（2）

金碧辉煌的酒店套房,让你感受阿拉伯油王般的奢华。图 5-1-1 间客房皆为两层的套房,面积最小的房间都有 140 平方米,而面积最大的皇家套房,有 250 平方米,而且全部是落地玻璃窗,随时可以眺望一望无际的阿拉伯海。一进房间,就会有一个管家等着跟你解释房内各项高科技设施如何使用,因为酒店豪华尊贵的服务宗旨就是务必让房客有阿拉伯油王的感觉。最普通的套房的办公桌上都有东芝笔记本电脑,随时可以上网,墙上挂的画则全部是真迹。最让人们感到兴奋的应当是“雄霸”图 5-1-2 楼及其以上楼层的皇家套房,装饰典雅、金碧辉煌,全部是顶级装修和搜罗自世界各地的摆设,如同皇宫一样气派,家具是镀金的,有私家电梯、私家电影院、旋转睡床、阿拉伯式会客室,甚至衣帽间的面积都比一般酒店的客房大。浴室里的所有卫浴用具都是爱马仕的,包括肥皂、古龙香水等,当然淋浴设备也不同凡响,除上部的莲蓬头之外,还可选择上中下三段式喷水,旁边则是马赛克壁画陪衬下的按摩浴池,浴室门口还有皮质躺椅,供客人休息。

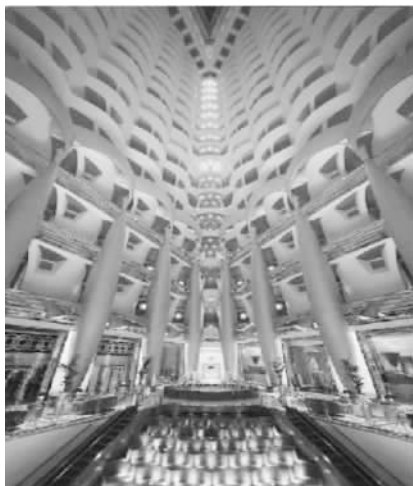


图 5-1-1 世界上最豪华酒店的内部结构



图 5-1-2 世界上最豪华酒店的海鲜餐厅

海底餐厅更让人觉得匪夷所思,酒店内的图 5-1-3 海鲜餐厅仿佛是在深海里为顾客捕捉最新鲜的海鲜,在这里进膳的确会是令人难忘的经历——因为要动用潜水艇接送。

由于伯瓷这家超级豪华的酒店实在是太特别了,很多外来访客很想来参观一下(对大多数人而言,也只能是这样饱饱眼福),不过请注意,踏进这家饭店参观可是要付费的,平日图 5-1-4 元(人民币),假日图 5-1-5 元(人民币)等于图 5-1-6 元人民币),可抵作餐厅消费。

(资料来源:图 5-1-7,有删节、修改)

分析:图 5-1-8 根据你对旅游资源的理解,请问案例中所描述的位于阿拉伯第二大城市迪拜的世界上最豪华的酒店是旅游资源吗?为什么?

图 5-1-9 如果你认为它是旅游资源,那么它属于现有旅游资源分类体系中的哪个类型?

第 四章 自然类旅游资源

学习目标

通过本章的学习，掌握自然类旅游资源的类型，即地文类旅游资源、水文类旅游资源、生物类旅游资源、天象与气象气候类旅游资源和其他自然类旅游资源，以及各类型下的具体分类。

将旅游资源按其属性不同划分为自然旅游资源和人文旅游资源是最传统的一种划分方法。在这种传统的“二分法”中，自然旅游资源是指对旅游者具有吸引力的自然存在，包括自然环境与自然景象，主要有地貌旅游资源、水体旅游资源、生物旅游资源等。人文旅游资源是指对旅游者具有吸引力的历史文化遗存，它是人类在长期的生产生活中有意识地利用自然所创造的珍贵物质财富和精神财富。直接用于旅游目的的人工创造物（如主题公园），也属于人文旅游资源的范畴。

第一节 地文类旅游资源

第一节 地文类旅游资源概述

地文类旅游资源是自然类旅游资源中很重要的部分，主要包括地质旅游资源和地貌旅游资源。地质地貌与旅游资源的关系可以从如下几方面理解。^①

（一）地貌是风景的骨架

地貌是指地球表面的起伏形态，它是地球内外力相互作用的结果。地貌按形态可以分为高原、平原、山地、丘陵和盆地五种基本类型。地貌是自然风景的重要组成部分，雄伟的泰山、秀丽的衡山、险峻的华山都是吸引旅游者的重要风景，丘陵地带的梯田（如广西的龙胜梯田、湖南的紫鹊界梯田）也令旅游者心旷神怡，而青藏高原的雪域风光更是美得让人停止呼吸。

（二）地质地貌对人文现象的影响

早在中国古代，人们就赋予了山地更多的人文内涵，对地质地貌产生了深远的影响，如黄山、五岳（泰山、嵩山、衡山、恒山、华山）等令人神往的美景，让徐霞客写下了“五岳归来不看山”、“黄山归来不看岳”的历史名句，长江三峡更是让诗人李白写出了“两岸猿声啼不住，轻舟已过万重山”的美丽诗篇。因此，地质地貌作为自然存在，是可以影响人类的思维活动，进而影响人类的人文现象的。

^① 刘振礼、王兵：《新编中国旅游地理》，323-324页，天津，南开大学出版社，2008。

(猿) 地质地貌对旅游项目的影响

地质地貌是地球上的客观存在，其不以人类的意志为转移，兴建旅游项目必须考虑当地的地质地貌状况。有的地区温泉广布，适宜开展温泉旅游；有的地区山地风光秀丽，适宜开展观光旅游；而有的地区地质地貌具有重大的科研教育价值，适宜开展科普教育旅游。因此，地质地貌对旅游项目的影响是十分明显的，旅游项目的兴建必须因地制宜。

4.1.1 主要地质旅游资源类型

我们生活的地球从形成到现在历经了 45 亿年漫长的过程，其间从未停止过变化和发展。今天我们所看到的地球，绝非形成之初的模样。现在地球的面貌也只是地球全部运动和发展过程中的一个阶段。在地球漫长的变化过程中，我们把由于自然动力所引起地壳物质组成、地壳构造和地表形态变化、发展的作用称为地质作用。由于地质作用，地球上呈现出丰富多彩的地质景观，构成对旅游者的吸引力，能够为旅游业开发利用，并产生良好的经济、社会、环境效益，成为重要的旅游资源——地质旅游资源。地质旅游资源主要有以下几种类型。

(员) 典型地质构造旅游资源

地质构造景观主要是受地球内力作用所致，典型的地质构造景观不仅具有很重要的科学研究价值，而且具有很高的观赏性，因此成为了重要的旅游资源。

① 断裂构造遗迹旅游资源。断裂是指地壳岩石受力后发生变形，主要分为节理和断层两大类，前者较为著名的旅游资源有张家界砂岩峰林，后者较为著名的是我国台湾花莲县的清水断崖，它是我国最大、最险，也是唯一的海岸断崖，属世界第二大断崖。

② 褶皱构造遗迹旅游资源。褶皱是指岩层受横向压力作用所产生的连续弯曲构造，其主要有两种基本类型：背斜和向斜，一般是“背斜成山，向斜成谷”。典型的褶皱地质旅游资源有喜马拉雅山。

(圆) 典型的标准层型地质剖面旅游资源

国内典型的标准层型地质剖面旅游资源主要有云南昆明晋宁梅树村前寒武纪地层剖面，它被誉为中国第一个国际地质剖面，另外还有辽宁大连金石滩震旦纪、寒武纪沉积岩剖面，内蒙古东胜区三迭系——中侏罗统剖面等。

(猿) 观赏性岩石旅游资源

① 岩浆岩。岩浆岩中以花岗岩分布最为广泛，是山岳景观中的核心，如泰山、华山、崂山、三清山、千山、衡山、祁连山等著名山体均为花岗岩山体。

② 沉积岩。沉积岩是指原有的岩石被破坏后，矿物质重新积聚堆积起来，或动植物的遗体堆积而成的岩石，其中最具观赏价值的有红色砂岩层形成的丹霞地貌，如广东韶关的丹霞山、湖南新宁的崀山、福建泰宁的大金湖、福建的武夷山、江西鹰潭的龙虎山等。

③ 变质岩。常见的变质岩有大理石、石英石、片麻岩和板岩，其中石英岩多形成陡峭的山峰，如庐山、五台山等。

(源) 古生物化石旅游资源

古生物化石指的是保存在地层中的地质时期的生物遗体、遗骸及这些生物活动的

遗迹、遗址的统称。由于其具有科普教育价值和较强的观赏性，因此吸引了大量的旅游者。以这种类型的旅游资源为基础的旅游活动，主要在自然历史博物馆中展开，如中国地质博物馆及北京自然博物馆、四川自贡恐龙博物馆、山东山旺古生物化石博物馆等。

(缘) 其他地质旅游资源

典型的地质旅游资源还有火山、地震遗迹旅游资源，冰川活动遗迹旅游资源，海蚀和海积遗迹旅游资源。

火山遗迹旅游资源主要有黑龙江的五大连池和吉林长白山的天池，地震遗迹旅游资源主要有唐山地震后留下的各种遗迹、琼州海底村庄。

冰川活动遗迹旅游资源主要有西藏自治区珠穆朗玛峰麓冰塔林、新疆阿尔泰山的哈纳斯冰川湖、四川泸定海螺沟冰川森林公园等。

海蚀遗迹旅游资源主要有大连的黑石礁、大连旅顺口外的峭壁，海积遗迹旅游资源主要有广东汕头的达濠岛、海南三亚湾等。

图 1-1-1 主要地貌旅游资源类型

(员) 地貌旅游资源的分类

(员) 按地貌形态的不同分类

地貌按形态可以分为高原、平原、山地、丘陵和盆地五种基本类型。盆地是指周围山峰环绕，中间低平的盆状地形，另外四种形态地貌的界定见表 1-1-1

表 1-1-1 地貌的界定表

形态 \ 海拔	高	低
	平摇坦	高摇原
剧烈起伏	山摇地	丘摇陵

补充阅读资料 1-1-1 中国的主要地貌单元

图 1-1-2 十三座骨架山脉

阿尔泰山、天山、祁连山、昆仑山、冈底斯山、喜马拉雅山、横断山、阴山、秦岭、南岭、大兴安岭、太行山、台湾山脉

图 1-1-3 三大平原

东北平原、华北平原、长江中下游平原

图 1-1-4 四大高原

云贵高原、青藏高原、黄土高原、内蒙古高原

图 1-1-5 四大盆地

四川盆地、柴达木盆地、塔里木盆地、准噶尔盆地

图 1-1-6 五大丘陵

辽东丘陵、山东丘陵、江南丘陵、闽浙丘陵、两广丘陵

(资料来源摇黄远水、朱桂凤：《中国旅游地理》，157页，北京，高等教育出版社，2005年)

(圆) 按地貌形成原因的不同分类

按照地貌形成原因的不同,地貌旅游资源可以分为构造地貌旅游资源、流水地貌旅游资源、岩溶地貌旅游资源、冰川地貌旅游资源、风沙地貌旅游资源、海岸地貌旅游资源、丹霞地貌旅游资源等多种类型。

①构造地貌,是指地球内营力作用形成的地貌,如山脉、高原、盆地、海盆等。

②流水地貌,是指由于地表水的侵蚀、搬运、堆积作用形成的地貌,如长江三峡^①(见图圆-员 图圆-圆)等。



图圆-员 长江三峡风光(员)



图圆-圆 长江三峡风光(圆)

③岩溶地貌,是指地表可溶性岩石受水的溶解作用和伴随的机械作用,共同形成的各种地貌形态,如石芽、石林、溶洞、落水洞等。岩溶地貌在国际上通称喀斯特(Karst)地貌。

④冰川地貌,是指冰川对地表的侵蚀作用及对侵蚀物的搬运、堆积所形成的地貌,如角峰、刃脊、戟形谷、冰川湖等。

⑤风沙地貌,是指风对地表松散碎屑物(主要是沙石)的侵蚀、搬运、堆积所形成的地貌,如石窝、风蚀蘑菇、风蚀雅丹等。

⑥海岸地貌,是指由波浪、潮汐、海流等海洋水动力作用所形成的地貌,常见的有海蚀台地、海蚀洞、海蚀柱、海滩等,浙江普陀山为海岸地貌旅游资源的典型代表,图圆-猿 图圆-源是入选《中国最美的地方排行榜》之中国最美的八大海岸的山东荣成成山头海岸^②。



图圆-猿 山东省荣成成山头海岸(员)



图圆-源 山东省荣成成山头海岸(圆)

① 憎曾讙的博老宗喊指翻翻景自译北街着绿原着部

② 憎曾讙的博老宗喊指翻翻景自译北街着绿原着部

⑦丹霞地貌，是指中生代湿热气候条件下沉积形成的陆相红色沙砾岩层，在风化、流水等作用下形成的独特地貌，如方山、奇峰、赤壁、岩洞、天然桥等，武夷山为丹霞地貌旅游资源的典型代表。

补充阅读资料 图-圆 岩溶地貌旅游资源欣赏——新化梅山龙宫①

新化梅山龙宫位于湖南省新化县油溪乡，它是一个大型的溶洞群，有九层洞穴，现探明长度 圆 愿 远 米，已开发面积 缘 远 远 平方米，其中包括 源 远 米世界罕见的神秘地下河。整个洞府分为龙宫迎宾、碧水莲宫、开天辟地、天宫仙苑、梅山风情、龙凤呈祥六大景区，全程游览路线长 员 愿 远 米，游览全程约需 员 园 分钟。洞内奇观丰富多彩，绝世景观举不胜举，水路神秘莫测，旱路曲径通幽，沿途美景琳琅满目（见图 圆-缘 图 圆-远 图 圆-苑）。流石景观姿态各异，美不胜收；石笋石钟乳玲珑剔透、栩栩如生。更有峡谷云天、哪吒出世、玉皇天宫、水中金山、远古河床世界五大溶洞景观之绝。全国洞穴研究会会长朱学稳教授称梅山龙宫的开发水平是“湖南第一，国内一流，世界先进”；贺同新副省长在视察梅山龙宫后感叹“梅山龙宫，挡不住的诱惑”；国家旅游局卢存岳教授称梅山龙宫是“亚洲最美丽的地质博物馆”。梅山龙宫现建有大型文化广场和水上乐园。



图 圆-缘 湖南新化梅山龙宫 (员) 图 圆-远 湖南新化梅山龙宫 (圆) 图 圆-苑 湖南新化梅山龙宫 (猿) 典型成因地貌选讲——岩溶地貌

(员) 岩溶地貌主要景观分类

①水景类，包括岩溶瀑布（如黄果树瀑布）、岩溶湖（如肇庆星湖）、岩溶河谷（如长江三峡、桂林漓江等）。

②奇峰异石，包括石芽、石林（如云南路南石林），峰丛、峰林、孤峰、残丘（如阳朔风景区）。

③地下洞景，包括石笋、石钟乳、石柱（如桂林芦笛岩、浙江金华双龙洞）等。

(圆) 岩溶地貌发育的条件和原理

①条件。岩溶地貌发育的条件主要有两个：第一，岩石的可溶性；第二，水的溶蚀性。

②原理。溶蚀过程：悦 葬 的 垣 增 的 垣 匀 的 → 悦 葬 (匀 增 的) 圆 (可 溶)。

沉积过程：悦 葬 (匀 增 的) → 悦 葬 的 ↓ 垣 增 的 ↑ 垣 匀 的

(猿) 岩溶地貌的三个发育系列

①负地形：漏斗、落水洞 → 溶蚀洼地 → 溶蚀盆地 → 溶蚀平原。

① 曾 德 勇 著 地 质 学 基 础 知 识 讲 义 第 二 版 地 质 出 版 社 2003 年 1 月 第 一 次 出 版

②正地形：石芽→峰丛→峰林→孤峰→残丘。

③流水作用：地下垂直作用→地下水平作用→地表水平作用。

(源) 西南地区岩溶发育的有利条件

①有分布面积很广的厚度为 1000~2000 米的以石灰岩为主的海相碳酸盐岩层。

②雨量充沛，夏季暴雨常含有大量雷电硝酸，增加了雨水的酸性，增强了溶蚀能力。

③全年无冰冻，水可以连续对溶岩进行溶蚀作用。

④植物生长茂盛，植物根部的机械作用和植物腐殖酸作用较强。

经测验，我国西南地区岩溶作用比华北地区强 10~15 倍，比长江流域强 10~15 倍，正因为如此，西南地区才发育了典型的桂林山水、路南石林、贵州溶洞，成为世界闻名的岩溶地貌景观集中区。

8.2 水文类旅游资源

8.2.1 水文类旅游资源概述

水是自然界分布最广、最活跃的物质之一，地球表面的 70% 为海洋所覆盖，某些高山和极地地区发育着冰川和冰盖，陆地上分布着大大小小的河流、湖泊和沼泽，近地表的岩石空隙和裂隙中还有地下水环流，它们构成了围绕地球表面连续而不规则的水圈。总之，水以海洋、湖泊、河流、涌泉、瀑布、冰川、积雪、云雾等形态存在于大自然之中。上述水的不同的自然形态，都会对不同的旅游者构成不同程度的吸引，成为旅游资源。

8.2.2 主要水文景观类型

(一) 湖泊旅游资源

湖泊是陆地上洼地积水形成的水域宽阔、水量交换缓慢的水体，也是陆地上最大的水体。

(二) 湖泊的分类

①按水质分，湖泊可以分为淡水湖（矿化度小于 1g/L）、咸水湖（矿化度为 1~10g/L）、盐湖（矿化度大于 10g/L）。

②按成因分，湖泊又可以分为以下几种：

①构造湖，由于地壳运动引起地壳断陷、沉降所形成的构造盆地储水而成的湖泊，如青海湖、鄱阳湖、洞庭湖、滇池等。

②火山口湖，火山爆发后，喷火口沉降、凹陷、积水而成的湖泊，如长白山天池等。

③火山堰塞湖，火山喷发的熔岩堵塞河床，抬高水位而形成的湖泊，如镜泊湖、五大连池等。

④冰川湖，由于冰川的挖蚀作用和冰砾泥的堆积、堵塞作用而形成的湖泊，如天山天池等。

⑤岩溶湖，可溶性岩石被溶蚀成洼地，积水而成的湖泊，如贵州威宁的草海、广东肇庆星湖等。

⑥风蚀湖，沙漠地区受定向风吹蚀形成的丘间洼地由水汇集而成的湖泊，如敦

煌的月牙泉等。

鄱阳湖，沿海洼地由于沿岸流携带的泥沙不断淤积，海湾被沙嘴封闭所形成的湖泊，如无锡太湖、杭州西湖等。

阿拉伯湖，由于河道的改动，残留下来的河道所形成的湖泊，如扬州的瘦西湖等。

(圆) 中国的湖泊

中国是多湖泊国家，全国天然湖泊面积在 1 平方公里以上的有 1000 多个，总面积 10 万平方公里。中国湖泊分布具有范围广而又相对集中的特点，主要分布在东部平原和青藏高原，其次为云贵高原、蒙新地区和东北地区。除自然湖泊外，随着水利事业的发展，我国大地上还出现了数以万计的人工湖泊，有的也成为了著名的旅游资源。

我国有重要旅游价值的湖泊主要有：青海湖、洞庭湖、鄱阳湖、太湖、杭州西湖、扬州瘦西湖、嘉兴南湖、大理洱海、北京昆明湖、玄武湖、莫愁湖、武昌东湖、昆明滇池、肇庆星湖、浙江千岛湖、绍兴鉴湖、济南大明湖、长白山天池、黑龙江镜泊湖、五大连池、台湾日月潭等。

(圆) 泉水旅游资源

(员) 泉水的定义与分类

泉水是指从地下自然涌出地表的水。泉的分布和特点与气候、地形、水质等有密切关系。由于出露形态、流量、温度、化学成分的不同，泉水具有多种不同的功能，如医疗、审美、品茗、酿造、饮用、热能、动力等功能。

①按水温分，泉水可以分为冷泉（温度小于 10℃）、微温泉（温度为 10℃ ~ 25℃）、温泉（温度为 25℃ ~ 37℃）、热泉（温度大于 37℃）。

②按水质分，泉水可以分为矿泉（矿化度大于或等于 1 克/升）和普通泉水（矿化度小于 1 克/升）。

(圆) 中国名泉

①中国五大名泉

天下第一泉——镇江金山中泠泉；

天下第二泉——无锡惠泉；

天下第三泉——杭州虎跑泉；

天下第四泉——苏州虎丘观音泉；

天下第五泉——扬州大明寺泉。

②中国的其他名泉

中国开发历史悠久的名泉还有陕西临潼华清池、广东从化温泉、云南安宁温泉、南京汤山温泉、台北北投温泉等，而济南、福州等城市则以泉城而著称。

补充阅读资料 圆-猿 温泉旅游资源

温泉旅游资源的基本知识

泉水是指从地下自然涌出地表的水，而温泉则是温度介于 25℃ ~ 37℃ 之间的一种泉水。泉水作为一种旅游资源，受到了旅游者的青睐，为区域旅游经济和国民经济的发展作出了很大的贡献。而作为泉水旅游资源中近年来比较受欢迎的一种，温泉旅

游资源的开发受到了较大的重视，并且开发取得了一定的成就，广东珠海的御温泉度假村、广东新会的古兜温泉度假村、浙江武义清水湾温泉度假村（见图 8-1-1 图 8-1-2）等都是其中的杰出代表。那么温泉吸引旅游者的原因是什么呢？



图 8-1-1 浙江武义清水湾温泉度假村（员）



图 8-1-2 浙江武义清水湾温泉度假村（圆）

泡温泉的益处

■ 硫磺泉

浸硫磺泉能够止痒、排毒及解毒，所以它是治疗慢性皮肤病最好的方法，而且它还有软化皮肤角质层的作用，但是对于那些身体不好或是年纪较大的人，泡这种温泉就要特别注意了，而且在泡的时候，最好不要用肥皂。

■ 碳酸氢钠泉

碳酸氢钠泉对皮肤有滋润、漂白作用，而且可以软化皮肤角质层，女生很适合泡这种温泉，对于烧伤或者烫伤者，泡这种温泉还有消炎、去疤痕的作用。

■ 食盐泉

食盐泉又叫盐泉，泡完之后，盐分会黏在皮肤上面，可以改善皮肤的组织，皮肤不好的人很适合泡这种温泉。食盐泉对手脚冰冷、贫血的人或患有糖尿病及过敏性支气管炎的人有改善作用，但患有肺结核及高血压的人，不适合泡食盐泉。

温泉的化学特性

温泉中的大部分化学物质会沉淀在皮肤上，改变皮肤酸碱度，故温泉中的化学物质可以被有效吸收，并且温泉具有清洁的作用。温泉按成分分类，可分为碳酸泉、食盐泉、硫磺泉及放射泉，阳明山上的温泉以硫磺泉为主，硫磺泉可增加白血球，并可

软化皮肤角质。

泡温泉注意事项

泡温泉一般不宜超过 15 分钟，孩子和儿童泡温泉时水温应再降低 2 度。

每次泡汤 15 分钟，起身休息 5 分钟，可重复 3~4 次。

饭后须隔 1 小时，始可泡汤。

泡汤前应先喝 200 毫升水。

怀孕、生理期，患有心脏病、高血压、低血压或皮肤有伤口者、有眼疾者、动脉硬化者，不可泡汤。

过度疲劳、饮酒过量、空腹者不宜浸泡。心肌梗塞者、心律不齐者、静脉曲张严重者及恶性肿瘤者，不可泡汤。癌症、白血病、血管并发症的糖尿病重患者，不宜泡汤。

(资料来源: 中国旅游出版社, 2003)

猿 瀑布旅游资源

瀑布是地球内营力与外营力综合作用的结果，是河床纵剖面的明显落差造成的跌水。我国地形复杂，河川众多，因而多瀑布。我国瀑布的分布规律大致是南方多于北方，东部多于西部，以西藏、四川、云南、贵州、湖南、广西、广东、福建、台湾、江西、浙江、安徽等省居多。中国著名的三大瀑布为：

(一) 贵州的黄果树瀑布

在镇宁布依族苗族自治县城西南 13 公里的白水河上，山峦重叠，白水河自东北山腋泻崖而下，水势汹汹，波浪滔滔。流经黄果树地段时，因河床断落，形成九级瀑布。黄果树瀑布是其中最大的一级。宽达 100 米（水源减少时宽度相对缩小），从 100 米高的层崖之巅跌落，凭高作浪，发出轰然巨响。对岸有观赏瀑布的最佳处所，明清两朝曾建望水亭（观瀑亭）。倚栏纵目，可正面观赏飞流奔腾喷薄之状，可俯瞰下游玉龙飞渡、峡谷回流、银滩倾泻诸景。明代地理学家徐霞客称赞此瀑布之“阔而大”，为全国第一，而其雄厉之势则是“珠帘钩不卷，飞练挂遥峰，俱不足以拟其状也”。

(二) 黄河壶口瀑布

黄河壶口瀑布位于山西省临汾市吉县县城西南 1.5 公里处，晋陕两省交界的峡谷之中，此地两岸夹山，河底石岩冲刷成一道巨沟，宽达 50 米，深约 20 米，滚滚黄河水奔流而至，倒悬倾注，若奔马直入河沟，波浪翻滚，惊涛怒吼，震声数里可闻，其形如巨壶沸腾，故名黄河壶口瀑布。

(三) 镜泊湖吊水楼瀑布

镜泊湖吊水楼瀑布位于黑龙江省东南部宁安市境内，镜泊湖出口处。镜泊湖吊水楼瀑布因玄武岩流阻塞河道而成。瀑布落差 100 米，宽 20 米，瀑布下的深潭达数十米。瀑布急流飞泻，蔚为壮观。

猿 瑶生物类旅游资源

猿 瑶生物类旅游资源概述

生物类旅游资源是以地球上的生物（包括动植物）作为主要吸引物的旅游资源

类型,本书将从以下几个方面介绍动植物与旅游的关系。^①

(员) 动植物是构成自然风景、吸引旅游者的重要因素

自然风景以山水为主,但也少不了动植物的存在。动植物历来是自然风景的重要组成部分,从西藏雪域风光中的藏羚羊到福建厦门滨海美景中的白鹭,从北国大草原“风吹草低见牛羊”中的牛羊到南国武夷山的“昆虫世界”、“世界生物之窗”,都表明动植物是自然风景的重要组成部分,也是吸引旅游者的重要因素。

(圆) 动植物是园林中不可或缺的因素

世界上的园林各有千秋,中国北方的皇家园林讲究皇室的威严与气派,而南方的岭南园林则讲究小巧、秀气、舒适和安静;日本的园林植物较疏朗,而西方园林中则大量使用花圃、花坛和绿篱。中国最早的园林还可以追溯到远古帝王狩猎的私人领地,因此动植物是园林中不可或缺的因素。

(猿) 植物具有美化环境与净化环境的功能

自然界中的某些植物具有惊人的吸收金属的能力,由于土壤中重金属的相对稳定性和难降解性,使用一般的环境净化方法难以有效去除,而这些植物能将土壤中的金属分离出来,富集并搬运到植物根部可收割部分和植物地上的枝条部分,或从污水中吸收、沉淀并富集有毒金属,或者降低重金属的活性,镍超积累植物叶面耐镍含量高达 $1000\text{mg}/\text{g}$ 以上,而正常植物叶面耐镍毒性的含量范围是 $10\sim 100\text{mg}/\text{g}$ 。

绿色植物可以大面积、长时间连续地净化大气,尤其是在大气中的污染物影响范围大、浓度较低的情况下,植物净化是行之有效的方法,如山茶花、玫瑰花、菊花、榆树、夹竹桃和泡桐等都具有净化空气的功能。榆树有“粉尘过滤器”之称,它的叶片滞尘率每平方米可达 100g 。玫瑰不但具有很高的观赏价值,而且能吸收空气中的二氧化硫,氟化氢等有毒气体。有些植物还有明显吸音功效,用于城市绿化可以减少噪音。通常,树冠矮小的乔木或灌木吸音能力强于高大的树种。珊瑚树、桂花树、圆柏、水杉、鹅掌楸等都对减少噪音有良好的效果。用植物净化环境成本低,既不会产生副作用,又能美化环境。

(源) 植物具有保持水土与调节气温的功能

植物在保持水土与调节气温上也具有明显的功效,它们可以涝时吸水,旱时放水。员公顷的森林大约可以保水 1000t ,保土 100t ,并可以有效地防止风沙。此外,植物还可以涵养水分和遮阴,从而调节大气温度。

(缘) 以动植物为主题的旅游项目

以动植物为主题的旅游项目在我国主要体现在以下方面:自然保护区和森林公园的动植物观赏与科学普及教育旅游项目(如福建武夷山国家级自然保护区、湖南大熊山国家森林公园等)、植物园的植物观赏与科学普及教育旅游项目(如杭州植物园、厦门植物园等)、动物园的动物观赏与科学普及教育旅游项目(如广州番禺香江野生动物世界)等。

此外,近年来兴起了“森林浴”、“森林氧吧游”等旅游项目,主要原因是有些森林区域的空气负离子含量非常高,可以帮助治疗包括呼吸道疾病、消化道疾病等

^① 刘振礼、王兵:《新编中国旅游地理》,缘缘- 远页,天津,南开大学出版社,圆园园

猿种疾病。①

圆猿圆瑶主要的植物景观类型

植物景观是一个涉及范围很广的概念，并且涉及很多植物学知识，较为复杂，本书仅从以下几个方面简单介绍植物景观。

(员) 植物景观的垂直分布

植物的类型随着海拔的变化而有所不同，因而呈现出的植物景观也不尽相同。随着海拔的上升，主要的植物类型呈现如下的垂直变化趋势（以武夷山国家级自然保护区为例）。②

①海拔猿园~员缘园米为亚热带常绿阔叶林，占我国森林面积的愿豫，其中有代表性的树种是甜槠、木荷、栲树、楠木等，除此以外，还有一些毛竹林和人工林，如杉木林、马尾松等。

②海拔员缘园~员远园米为针阔叶混交林带（见图圆-猿），它是一种过渡性森林植被类型，以针叶树种黄山松、柳杉与阔叶树种甜槠、木荷等混交生长。



图圆-猿 武夷山国家级自然保护区针阔叶混交林带景观

③海拔员缘园~员愿园米为针叶林带，这一带的代表群落为黄山松林、南方铁杉林、柳杉林等。

④海拔员愿园~员怨园米为矮曲林带，是亚高灌丛的一个特殊类型，在此带生长的小叶黄杨、紫茎、黄山木兰等国家保护的珍稀物种。

⑤海拔员愿园~圆员缘米为山顶草甸带（见图圆-猿），这一带是草本植物的天下，有少量黄山松等灌木出现，但主要是低矮的草本植物。

(圆) 国花、国树、市花、市树

国花，顾名思义就是指由国家选定足以表现国家特性，作为国家标志的花卉。有的国花象征一国的精神，有的国花具有历史意义，有的国花缘于其生长在独特的自然环境。令人遗憾的是，至今我国还没有选出国花，目前比较热门的花种有牡丹花等。部分国家的国花见表圆-圆③

① 武夷山国家级自然保护区管理局：《武夷山国家级自然保护区导游词》，圆园园

② 武夷山国家级自然保护区管理局：《武夷山国家级自然保护区导游词》，圆园园

③ 憎曾德附毛那康毛特查康毛那康毛那康



图 圆-员 摇 武夷山国家级自然保护区山顶草甸带景观

表 圆-圆 摇 部分国家的国花

国家名称	国花名称	国家名称	国花名称
土耳其	郁金香	希腊	油橄榄
匈牙利	郁金香	意大利	雏菊
伊朗	郁金香	新加坡	万代兰
荷兰	郁金香	朝鲜	木槿
瑞典	铃兰	墨西哥	仙人掌
泰国	睡莲	美国	山楂花
巴西	热带兰	葡萄牙	薰衣草
哥伦比亚	热带兰	德国	矢车菊
西班牙	石榴花	加拿大	枫叶
法国	百合花	马来西亚	扶桑
丹麦	木春菊	缅甸	龙船花
奥地利	火绒草	马达加斯加	凤凰木

摇摇同理，国树就是指由国家选定足以表现国家特性，作为国家标志的树。同样令人遗憾的是，我国也还没有选定国树，目前比较热门的树种有银杏树等。部分国家的国树见表 圆-猿

表 圆-猿

部分国家的国树^①

国家名称	国树名称	国家名称	国树名称
埃塞俄比亚	咖啡树	秘鲁	金鸡纳树
利比里亚	油棕	委内瑞拉	海红豆
马达加斯加	旅人蕉	爱沙尼亚	橡树
智利	海红豆	丹麦	枸骨叶冬青
摩洛哥	栓皮栎		山毛榉树
南非	罗汉松	德国	橡树
塞内加尔	猴面包树	芬兰	栎树
突尼斯	油橄榄	捷克	椴树
伯里兹	红木	瑞典	欧洲白蜡
哥伦比亚	咖啡树	叙利亚	杏树
	蜡棕榈	阿富汗	桑树
古巴	王棕	俄罗斯	白桦树
加拿大	糖枫树	希腊	油橄榄
印度	菩提树	巴基斯坦	喜马拉雅雪松
伊拉克	椰枣树	泰国	桂树

摇摇依此类推，市花、市树就是由城市选定的能够代表城市特色的花卉、树种，目前我国许多城市都有自己的市花、市树（见表 圆-源）。

表 圆-源

我国部分城市市花、市树^②

城市名称	市摇花	市摇树	城市名称	市摇花	市摇树
北京	月季、菊花	国槐、侧柏	天津	月季	绒毛白蜡
上海	白玉兰	白玉兰	重庆	山茶	黄葛树
哈尔滨	丁香	榆树	大连	月季、槐花	槐树
呼和浩特	丁香	油松	乌鲁木齐	玫瑰	大叶榆
兰州	玫瑰	国槐	武汉	梅花	水杉
长沙	杜鹃花	香樟	福州	茉莉花	榕树
南京	梅花	雪松	广州	木棉	木棉
海口	三叶梅	椰树	三亚	酸豆树	三角花
台北	杜鹃花	榕树	南昌	金边瑞香、月季	香樟
泉州	刺桐花	刺桐树	济南	荷花（莲花）	柳树
杭州	桂花	香樟	厦门	三角花	凤凰木

① 张淑梅：《世界各国国花国树》，重庆，重庆出版社，1985年。

② 资料来源：《中国城市市花市树》。

瑶瑶主要动物景观类型

与植物景观一样,动物景观也是一个涉及范围很广的概念,并且涉及很多动物学知识,较为复杂,本书仅以目前国内著名的生态旅游目的地所拥有的珍稀动物物种为例,来简单介绍动物景观,具体内容见补充阅读资料 4-1 源。

补充阅读资料 4-1 源 珍稀动物物种作为旅游资源的案例——武夷山国家级自然保护区

武夷山国家级自然保护区是武夷山世界双遗产的自然部分,1992 年被列为国家级自然保护区,1999 年被列为世界双遗产。武夷山国家级自然保护区历来有“昆虫世界”、“蛇的王国”、“世界生物之窗”等美誉。自 1995 年开展生态旅游以来,珍稀动物物种和植物物种一起,成为保护区的主要旅游资源之一。目前主要的珍稀动物物种有:

瑶国家一级保护野生动物,有云豹、金钱豹、华南虎、中华秋沙鸭、黄腹角雉、金斑喙凤蝶等 10 种。

瑶国家二级保护野生动物,有短尾猴、猕猴、大灵猫等 15 种。

值得注意的是,上述 25 种国家一级保护野生动物和国家二级保护野生动物,在亚洲展出物种最多的自然博物馆——武夷山自然博物馆中均有活体标本展出。此外,在保护区的管理局所在地三港,短尾猴已经成为吸引游客前来极为重要的旅游资源,“三港戏猴”已经成为保护区主导的旅游项目之一。

(资料来源:武夷山国家级自然保护区管理局:《武夷山国家级自然保护区导游词》,2004)

瑶瑶天象与气象气候类旅游资源

瑶瑶天象与气象气候类旅游资源概述

人类居住的地球周围,聚集着一层深厚且连续的大气。在大气中,会经常出现一些令人惊叹的云、雨、风、露等物理现象,以及升温、冷却、蒸发、凝结等物理过程。这些物理现象和变化过程,称为气象。这些现象在一个地区短时间内的具体表现,称为天气。一个地区多年常见的和特有的天气状况的综合就是气候。

严格来说,天象与气象不是同一个概念,天象是指天文现象,而气象是指大气中发生的一些物理现象和物理变化过程。但是,天象、气象和气候有一点是相同的,那就是它们都吸引了人们的目光,甚至吸引旅游者前往特殊的天象、气象和气候景观的发生地,因此天象、气象和气候都可以作为吸引旅游者的因素,为旅游业开发利用。

瑶瑶主要天象景观类型^①

(一) 日出与晚霞

地球围绕太阳转动,日复一日,似乎很平常,但是许多地方的日出奇观,却能够吸引许多游客,因而观赏日出成为许多旅游目的地的重要旅游项目。例如,游客去河北北戴河度假,争登鹰角亭观日出;登泰山、武夷山、黄山等,观日出也是多数游客都会安排的旅游项目。

同样,当日落西山时,近地平线处的红光照射云层,许多旅游区的群峰与烟云都

^① 苏文才、孙文昌:《旅游资源学》,北京,高等教育出版社,1992

被披上多彩的霞光，形成霞海奇观，如在黄山等地看晚霞，游人便能真切地感受到“夕阳无限好”，而在鄱阳湖、洞庭湖等湖畔，游客也会有机会欣赏到“落霞与孤鹜齐飞，秋水共长天一色”的美景。

(圆) 月色

我国古代浩如烟海的诗、歌、词、赋对月亮似乎都情有独钟，李白的“举杯邀明月，对影成三人”；杜甫的“露从今夜白，月是故乡明”；张九龄的“海上生明月，天涯共此时”；苏轼的“明月几时有，把酒问青天”、“但愿人长久，千里共婵娟”都会激起人们无限的情感。此外，我国的古典园林艺术中很多地方也表现出了对月亮的钟爱，如西湖十景中的“三潭印月”；燕京八景中的“卢沟晓月”；避暑山庄的“梨花伴月”；无锡的“二泉映月”都是以月亮为主题，除让人欣赏月色迷人的自然美外，还反映着造园者寄情于山水日月的感情。

(猿) 日食、月食、彗星、流星雨的观测

日食，是月球遮掩太阳的一种天象。月食，是地球遮掩太阳，月球没有可以被反射的阳光，失去了光明的一种天象。在一个月內，只有朔日的地球才可能位于月球的背日方向，只有望日的月球才可能位于地球的背日方向。因此，日食只发生于朔日，月食只发生于望日，而不会发生于其他日期。

在太阳系的成员中，有许多彗星和流星体。彗星的特征同它们的轨道有关，有些彗星的轨道呈椭圆形，但多数彗星的轨道几乎为抛物线，远远伸展到九大行星轨道以外，它们大部分时间是在极其遥远的地方运行，所以它们很少出现（如著名的哈雷彗星，它的公转周期为76年），有的彗星有史以来只出现过一次。

流星雨是一种特殊的天象，它由成群的流星看起来像是从空中的一点迸发出来，并附落下来形成的。流星雨从根本上说是彗星破碎形成的。

四、气象景观主要气象景观类型

(员) 冰雪奇景

冰雪奇景是只有在寒冷的季节或高寒气候区才可以欣赏到的气象景观，如我国北方的冬季及青藏高原的高寒地区。毛泽东的《沁园春·雪》就是咏雪的名篇，“北国风光，千里冰封，万里雪飘”的诗句，引发了无数游客对北国雪域风光的向往。我国著名的冰雪奇景主要有燕京八景之一的“西山晴雪”、台湾的“玉山积雪”、九华山的“平冈积雪”、杭州西湖的“断桥残雪”。此外，南岳衡山雪景、福建武夷山雪景等也都都有很高的知名度。国外的著名冰雪景观有美国西岸哥伦比亚冰雪高原上的北美第一大公园——杰士伯国家公园（冬季奥林匹克运动会）、日本的富士山、非洲的乞力马扎罗山、新西兰的南阿尔卑斯山（新西兰国家足球队）等。

(圆) 佛光、蜃景

在物理学上有一种奇特的现象，那就是当光在传播过程中遇到障碍物时，就会离开原来的直线传播路径，穿过障碍物的边缘或孔隙，发生绕射的现象，物理学上称其为光的衍射。佛光就是光的衍射作用产生的奇特现象。当人站在山上时，假若光线是从他背后射过来的，由于光线的衍射作用，会在他前面的云幕上产生人影或头影，并且影的外围还绕有彩色的光环，酷似寺院中佛像头顶的彩色光圈，因此称其为佛光。佛光在很多山岳都可以欣赏到，只是出现几率、奇特程度各异，四川峨眉山的金顶就

是观赏佛光的好去处，此外山西五台山、南岳衡山等名山也时有佛光奇景出现。福建顺昌县宝山省级风景名胜区等地近年来都频繁出现了佛光。蜃景，即常说的海市蜃楼现象，它的形成是因为气温在垂直方向上的剧烈变化使空气密度的垂直分布随之显著变化，从而引起光线的折射和全反射，导致远处地面上的景物在人眼前造成奇异的幻觉。蜃景一般出现在沙漠、海湾和山岳顶部，如山东蓬莱海边、江西庐山顶部等。

(猿) 云、雾、雨奇景

严格地说，只有云、雾、雨的奇特景观才会构成对旅游者的吸引，足以成为旅游资源，日常的云、雾、雨一般很难作为旅游资源存在。因此，云、雾、雨奇特景观通常可以作为某个风景名胜区的主要吸引力之一，如黄山四绝之一的云海，有“黄山自古云成海”为证；齐云山、张家界、阿里山的云海也令游客流连忘返。特别值得一提的是，江西九江的庐山流云如瀑，被称为“云瀑”。我国著名的雾景旅游资源有西湖十景之一的“双峰插云”、泰山的“云海玉盘”等。我国著名的雨景旅游资源有江南烟雨、巴山夜雨、蓬莱十景之一的“漏天银雨”、峨眉山十景之一的“洪椿晓雨”、广州羊城八景之一的“双桥烟雨”等。

瑶瑶主要气候景观类型

全球的气候共分为十种，不同气候地区的自然景观不尽相同，人文景观也呈现出明显的差异，以下是几种具有代表性的典型气候。

(员) 热带雨林气候

热带雨林气候主要分布在赤道及其附近，典型的热带雨林气候区有南美洲的亚马孙河流域、非洲的刚果河流域、东南亚的马来群岛以及赤道两侧的其他岛屿，此外我国的南沙群岛也属于此类气候区。

(圆) 亚热带季风气候

亚热带季风气候主要分布在亚欧大陆的东岸，即中国沿海地区和日本、韩国、朝鲜的部分地区，其主要特点是夏雨冬干。

(猿) 温带季风气候

温带季风气候主要分布在亚欧大陆的东北部，此类气候的特点是夏季高温多雨，冬季寒冷干燥。

(源) 温带海洋气候

温带海洋气候主要分布在西欧的不列颠群岛、荷兰、丹麦等地，此类气候的特点是冬季温暖，夏季凉爽，降水适中。

瑶瑶其他自然类旅游资源

其他自然类旅游资源是指难以明确归类的自然旅游资源，这些自然旅游资源涉及范围非常广，呈动态变化的趋势，并且随着社会的发展而不断变化，本书不再介绍。

本章小结

本章主要介绍了自然类旅游资源的类型，即地文类旅游资源、水文类旅游资源、生物类旅游资源、天象与气象气候类旅游资源，并详细介绍了各类型下的具体分类。

主要概念

地文类旅游资源摇水文类旅游资源摇生物类旅游资源摇天象与气象气候类旅游资源摇国花摇国树摇屋景摇佛光摇丹霞地貌摇喀斯特地貌

选择题（至少有一个选项是正确答案）

1. 主要气象景观类型有()。

A. 冰雪奇景 B. 云、雾、雨奇景

C. 佛光、屋景 D. 日出、晚霞

2. 观赏性岩石旅游资源主要有()。

A. 岩浆岩 B. 沉积岩

C. 花岗岩 D. 变质岩

3. 中国五大名泉不包括()。

A. 镇江金山中冷泉 B. 扬州大明寺苑泉

C. 济南趵突泉 D. 苏州虎丘观音泉

E. 无锡惠泉 F. 杭州虎跑泉

4. 将月季作为市花的城市有()。

A. 北京 B. 天津

C. 上海 D. 长沙

E. 济南 F. 大连

G. 南昌 H. 厦门

判断题

1. 将旅游资源按其属性不同划分为自然旅游资源和人文旅游资源是最传统的一种划分方法。()

2. 贵州的黄果树瀑布是典型的喀斯特地貌。()

3. 温带季风气候主要分布在亚欧大陆的东岸，即中国沿海地区和日本、韩国、朝鲜的部分地区，其主要的特点是夏雨冬干。()

简答题

1. 简述西南地区岩溶发育的有利条件。

2. 简述主要的地质旅游资源类型。

3. 简述主要的气象旅游资源类型。

讨论题

1. 每个人一组，运用本章所学的自然类旅游资源的分类，以你所在的城市为例，分别就各类型的旅游资源举例并列出详细的清单，讨论其形成的原因，然后与其他同学讨论、交流。

2. 目前我国还没有选出自己的国花、国树，全班每个人一组进行讨论，每组

提议一组国花、国树，说明原因，并与其他组讨论、交流。

案例分析题

云南西双版纳旅游资源概览

西双版纳傣族自治州位于中、老、缅、泰四国毗邻地区的北部，云南省的南端，是我国从陆路通往中南半岛的要冲。东、西、南三面与老挝、缅甸接壤，国境线长达 2146 公里。澜沧江纵贯全境，经澜沧江—湄公河可与泰国、柬埔寨、越南等东南亚国家沟通联系。这里一年无四季之分，只有干湿之别。有大陆性气候的优点而没有寒流，有海洋性气候的优点而没有台风。植物密度大，种类繁多，森林覆盖率为 89.3%，其中药用植物 1900 种，珍稀、濒临灭绝的植物约 200 种，橡胶园 140 万亩，陆栖脊椎动物 230 种，鸟类 180 种，鱼类 150 种，素有“植物王国”与“动物王国”之称。西双版纳全州面积 18313 平方公里，世居傣族、哈尼族、汉族、布朗族、彝族、基诺族、瑶族等 12 个少数民族。

西双版纳浓郁的地方特色、神奇的热带雨林、独具特色的民俗民风、悠久灿烂的民族文化、艳丽多彩的民族服饰和丰富奇异的餐饮，使之成为世界上具有神奇色彩的地区之一。州内奇异的热带雨林风光与浓郁的民族风情交相辉映，千姿百态，绚丽多姿。现有景点 150 余处，是国家级重点风景名胜区之一。

（资料来源《增订中国旅游地理》或有删节、修改）

分析：试用本章所学的自然类旅游资源分类理论，分析西双版纳州拥有哪些类型的自然类旅游资源，并举例说明。

第 7 章 传统人文类旅游资源

学习目标

通过本章的学习，掌握传统人文类旅游资源的概念和分类，以及古遗址、遗迹类旅游资源，古建筑、园林类旅游资源，文化名城、名镇类旅游资源，宗教文化类旅游资源，帝王陵墓类旅游资源，民俗民风类旅游资源的概念、分类及各自的主要代表。

传统人文类旅游资源，是指古今人类创造的、能够激发人们的旅游动机的物质财富和精神财富，它内容丰富，含义深刻，具有明显的时代性、民族性和高度的思想性、艺术性。在当前文化旅游的热潮下，传统人文类旅游资源无疑具有非常大的市场价值和开发潜力。根据传统人文类旅游资源的不同特点，我们把它分为古遗址、遗迹类，古建筑、园林类，文化名城、名镇类，宗教文化类，帝王陵墓类，民俗民风类等几大大类。

7.1 古遗址、遗迹类旅游资源

7.1.1 古遗址、遗迹类旅游资源概述

古遗址、遗迹是指古代人类生产、生活等活动所遗留下来的遗址、地点，是人文资源中年代最古老的景观形态表现，其作为人类活动的重要实物遗存，同出土文物一样，具有历史价值、艺术价值和科学价值。对于这类旅游资源的研究和利用，不仅涉及历史（尤其是史前史）、美术、宗教、田野考古、水下考古、新兴的航空考古和卫星遥感考古等学科，更与政治、经济、哲学、民族民俗学、社会人类学密切相关。由于它所涉及的对象具有特殊性、复杂性及不确定性等特点，因此，不仅要求旅游工作者和旅游者掌握相关的文物历史知识和考古学知识，还要求旅游工作者和旅游者掌握文物保护及遗址保护中必不可少的基础科学知识，如地质学、地理学、冶金学、建筑学、陶瓷学、生物学、物理学及化学等学科的知识，并具备一定的艺术鉴赏水平及判别能力。

7.1.2 主要的古遗址、遗迹类型

1) 古人类遗址

古人类遗址是自人类发展到有文字记载以前的人类历史遗址，它包括古人类化石、原始部落遗址、原始人生产和生活器具、原始艺术产品及原始劳动产品等。由于这些遗迹和遗物的古老及能反映人类起源的独特性质，对当今旅游者有一种奇妙而神

秘的吸引力，所以，它们成了人文旅游资源中年代最古老的景观。人们通过对古人类遗址的观览，可以获得许多关于人类起源，史前人类建筑、生存环境、生产和生活工具等方面的知识。

中国是世界上保存完整的古人类遗址最多的国家，比较著名的有距今 猿园万年的元谋人”遗址、距今 缘万年至 远万年的“蓝田人”遗址、距今 源万年至 缘万年的“北京人”遗址、猿万年前的陕西大荔县“大荔人”遗址，还有广东韶关的“马坝人”遗址、湖北“长阳人”遗址、山西襄汾“丁村人”遗址、广西“柳江人”遗址、四川“资阳人”遗址、内蒙古伊盟的“河套人”遗址、北京周口店的“山顶洞人”遗址等，其中，“北京人”遗址尤为引人注目。猿园年，“北京人”首次发现于北京周口店龙骨山洞穴内，猿园年我国古生物学家裴文中发掘到第一个头盖骨，但是，以上化石在抗日战争期间落入美国人手中，迄今下落不明，于是成为考古史上的悬案。猿年以后，我国又陆续发掘到“北京人”的一批化石，尤其是又有一具头盖骨再次出土。猿年，北京猿人遗址被联合国教科文组织列入了《世界遗产名录》。长期以来，“北京人”遗址和“悬案”一直吸引着不少游人和学者。

除中国外，古人类遗址在世界其他地区也多有发现，其中著名的有：埃塞俄比亚的阿瓦什河谷、印度尼西亚的“爪哇人”遗址、德国的海德堡人遗址、坦桑尼亚的利舍人遗址、阿尔吉尼亚和摩洛哥的阿特拉斯人遗址。

补充阅读资料猿—猿 周口店首次公布寻找“北京人”头盖骨猿大新线索

据《竞报》报道，引起世人无数猜想的“北京人”头盖骨化石至今已遗失了 缘年。猿年 怨月，“世界奇案——寻找‘北京人’头盖骨化石特展”在周口店北京人遗址博物馆（见图猿—猿）正式揭幕，根据化石最后的见证者胡承志回忆复原的化石包装箱首次与观众见面。同时，周口店还首次公布了猿条寻找化石的新线索。图猿—猿为北京人塑像。



图猿—猿 北京人遗址博物馆



图猿—猿 北京人塑像

“截至目前，工作委员会共收集到来自全国各地热心人士提供的资料、线索 猿条。”周口店北京人遗址博物馆馆长杨海峰介绍说，经过中科院专家的鉴定，寻找人员对有价值的线索进行了实地追踪。杨海峰透露，猿年 猿月、猿月，工作人员圆

次到河南追查“北京人”头盖骨化石线索，并对河南一处地点进行了为期远天的挖掘。

杨海峰介绍说，目前搜寻人员还计划对猿类重要线索逐一进行实地追踪排查，追踪结果届时会向社会公布。第一条：1951年天津的一位杨先生来电话，其哥哥1949年在当时美国驻军的远号楼，也就是现在的天津医学院进行施工，在挖槽过程中地下室的部分暴露出来，发现一个类似水泥箱子的东西，当时试图挖掘，但由于没有合适的工具只能放弃。杨先生认为此箱有可能是装头盖骨的。第二条：北京一位孙女士提供线索说，自己曾是协和医学院（协和医科大学前身）的学生，当时在该院苑楼实验室上解剖课时，曾见到多个珍贵的头盖骨化石，因此，她认为头盖骨在协和医科大学。第三条：据日本《产经新闻》报称，在东京皇宫地下室保管着“北京人”头盖骨。

“根据目前的线索，头盖骨化石的寻找线索最有可能是日本的那条。”中国科学院古脊椎动物与古人类研究所副所长高星介绍，化石流失的方向可能在中、美、日三国，但最初有关人士就认为这些化石有可能现存日本。

首先，运输化石的火车是在天津被日军劫掠的。其次，日军占领北京后，曾对存放过“北京人”化石的协和医院进行严密搜查。而化石被带到日本后也最有可能流失到日本民间。高星透露，中国科学家也曾赴日与日本科学家沟通，对此日本的一些科学家也给予了积极的配合。但是“到一定程度后搜寻就进行不下去了”，受到了来自日本某些方面的阻碍。他表示，由于民间组织跨国寻找化石存在很大困难，因此还需要政府出面给予支持。

“根据周口店遗址的保护规划，到2015年，在遗址保护范围之外，一座高度不超过100米的周口店新博物馆将落成开放。”杨海峰介绍说。

（资料来源：杨海峰《周口店遗址保护规划》，略有删节、修改）

（四）古文化遗址

古文化遗址是指古代人类在生产、生活及其他活动中留有文化遗存的场所。古文化遗址的内涵十分丰富，包括居住遗址、作坊遗址、寺庙遗址、祭祀遗址、古城遗址、战场遗址等。在考古学中，通常是把人类发展的一定时期、一定范围内具有共同特征的物质遗存，包括石器、骨器、陶器等生产、生活用具，古建筑，原始艺术等称为古文化遗址。我们这里所说的古文化遗址、遗迹指的是后者，如中国的大汶口文化遗址、楼兰古文化遗址，美洲的玛雅文化遗址，伊拉克的空中花园遗址等。轮台古城、且末遗址、古墓葬群、古烽燧、木乃伊、古代岩壁画等，都是世界级的旅游景点。

以楼兰古文化遗址为例。在人类历史上，楼兰是个充满了神秘色彩的名字，它曾经有过的辉煌，形成了它在世界文化史上的特殊地位。据考古学家证实，塔里木盆地人类活动已有1万年以上的历史。如果我们把遗弃在塔里木河塔克拉玛干大沙漠中的古城用一根红线连接起来，我们会惊奇地发现，所有的古城（包括楼兰王国在内）突然消失的时间都在公元1世纪至公元4世纪，所有的遗址都在距今天人类生活地域1000公里的冥冥沙漠之中。时至今日，尽管有众多学者付出了巨大心血，但诸如楼兰古城的兴衰与消失，至今还是个偌大的谜团，楼兰遗址也成为了世界瞩目的

焦点。摇摇

猿) 古都

人类历史经历了许多朝代的更替,在不同朝代不仅建有自己的都城和城市体系,而且各诸侯国、邦国也都有自己的都城和城市体系。世界著名的古城帝都有:中国的西安和北京、俄罗斯的圣·彼得堡和莫斯科、英国的伦敦、法国的巴黎、墨西哥的墨西哥城……经过数百年的风雨沧桑,许多历史都城已经埋废,但仍有不少古城名都都经过修葺改造,至今光彩依然,然而更多的还是古都遗址和古城堡。

中国是一个文化古国,古都遗址较多,著名的有殷商王朝都城遗址“殷墟”、周朝都城遗址“丰镐遗址”、秦都“咸阳遗址”、汉代都城遗址“长安遗址”等,其中殷墟遗址,位于河南安阳市北约猿公里的小屯村一带,横跨洹河两岸,在其范围内出土了大批精致的随葬品,著名的司母戊大方鼎高 1.75 米,重 832.84 千克,是我国至今发现的最大的青铜器,在世界青铜文化中也是罕见的。甲骨文也是殷墟遗址最重要的发现之一。安阳殷墟遗址生动形象地展示了殷商后期社会的真实面貌和中国文化的高度发展。

源) 古战场

古战役的战场遗址、遗迹及有关历史事件的遗迹无不吸引着游人前往怀古凭吊及观赏。在我国,较著名的是赤壁之战的古战场遗址,它位于湖北蒲圻县西北猿公里的长江南岸,此处有赤壁、南屏、金鸾三山,起伏毗连,苍翠入绘,景色诱人。赤壁山西南部嶙峋临江,汹涌江水直扑山壁,激浪飞溅,气势磅礴。这里保存有摩崖石刻、拜风台、凤雏庵等文物。历代名人多来此攀登凭吊,咏诗抒怀,如李白的《赤壁歌》云:“二龙争战决雌雄,赤壁楼船扫地空,烈火张天照云海,周瑜于此破曹公。”

缘) 名人遗迹

在人类历史上,始终有一些出类拔萃者用自己的智慧和品德影响着世界,世界也因他们的走过而从此变得神奇。正因如此,假如葛底斯堡没有林肯的那篇演讲,假如滑铁卢没有拿破仑的失败,假如韶山冲没有毛泽东,那么就很难想象这些地方会如此吸引游客。

意大利的比萨斜塔无时不在吸引着各国的旅游者,这不仅因为其倾斜的塔身是人类建筑史上的奇迹,而且还因为伟大的科学家伽利略在该塔上证明了自由落体定律。我国四川奉节县城东的长江北岸有个白帝城,原先该地并没有多少特别的地方,但因三国时“白帝托孤”的史实及李白的绝句《早发白帝城》和杜甫的《咏怀古迹五首》而闻名遐迩。

远) 古道路遗迹

古道路遗迹中以丝绸之路最为典型。丝绸之路是中国汉代开创的将中国的丝织品从长安经康居、安息、叙利亚运往地中海各国的一条道路,它是一条连亚、欧、非三大洲的陆上交通线。旅行在这条路上,可以游览风光壮丽的高山、大河、沙漠、戈壁,探访引人遐思的长城古道、烽燧,还可以欣赏艺术荟萃的石窟、佛龛和文物。

苑) 近现代重要史迹

近现代重要史迹是指近现代史(中国是从 1840 年鸦片战争开始至今,西方则是

从 1640 年英国资产阶级革命开始至今) 上发生的重大事件或举行的重大活动所留下来的遗迹和遗物, 以及可充分展示历史风貌、有重要历史意义和纪念意义的现存典型建筑物等。这些史迹不仅是我们今天进行近现代史教育和科学研究的良好场所, 而且还吸引着大量游客, 成为人文景观旅游资源的重要组成部分。

近现代重要史迹大体包括下列几类。

①革命遗址: 革命遗址是指有准确地点, 有较多的遗迹、遗物, 并且完好或比较完好的建筑物, 如井冈山中华苏维埃遗址、瑞金革命遗址、延安革命遗址、重庆和南京八路军办事处, 以及太平天国天王府遗址等。

②革命遗迹: 革命遗迹是指曾经在某一地点发生革命事件, 而原来的遗物和建筑物经过战争已经不完全或已经不存在, 但还有遗迹和准确地点可查, 如台儿庄战役、解放战争的三大战役等的战场。

③革命地址: 革命地址是指曾经发生过革命事件, 但因时间太久, 或当事人已经不在, 原物保存较少, 遗址准确程度稍差的地方, 如金田起义地址等。

④革命旧址: 革命旧址是指革命活动的遗存物较为丰富, 建筑物保存较为完好且现在仍在使用的地方, 如广州农民运动讲习所旧址、广州公社旧址、湖南秋收起义文家市会师旧址、八路军和新四军司令部旧址、西安事变旧址等。

⑤革命领导人、知名人士故居: 如毛泽东故居、孙中山故居、鲁迅故居等。

⑥重要会议会址: 如中共一大会址、中共七大会址、遵义会议会址、古田会议会址。

⑦墓葬、陵园: 如遵义红军烈士陵园、临沂华东革命烈士陵园、石家庄华北军区烈士陵园、四平烈士陵园等。

⑧革命纪念性建筑: 革命纪念性建筑是指为纪念革命先烈、革命事件等目的而专门设立的建筑物, 如纪念碑、纪念堂、纪念馆等, 全国各省、市都有, 数量甚多。比较著名的纪念碑有: 天安门广场上的人民英雄纪念碑, 它是为纪念自 1640 年以来的革命先烈和人民英雄, 是具有全国性和历史意义的纪念碑; 另外还有南京雨花台革命烈士纪念碑和南京大屠杀遇难者纪念碑, 它们是标志两个时代、两个历史事件的纪念碑。比较著名的纪念堂有孙中山纪念堂、毛主席纪念堂、福州林则徐祠、淮南关天培祠等。

⑨革命历史文化名城: 革命历史文化名城是指在近代历史上曾经在重要的革命历史阶段较长时间地发挥重要作用的城市, 如上海、北京、瑞金、遵义、延安等。

猿圆 猿 古建筑、园林类旅游资源

猿圆 猿 古建筑旅游资源

猿) 古建筑旅游资源概述

古建筑是指古代人们利用自然界的土、石、木等建筑材料, 经过设计, 运用一定的建筑技术和建筑艺术, 建成的供人类生产、生活和其他活动使用的房屋或场所。

(猿) 中国古建筑的主要特征

中国古建筑以其悠久的历史、独特的结构体系、丰富的建筑造型、优美的艺术装饰闻名于世, 在世界建筑史上写下了光辉的一页。与欧洲建筑相比, 中国传统建筑有

其自己的特征：

①梁柱式的弹性结构体系

我国的建筑是在穴居、巢居的基础上发展起来的梁柱式结构。我国的建筑多以木材为建筑材料，以柱、梁、檩为主要构件，结点处以榫、卯相吻合。后期，其又发展为“斗拱”式，构成富有弹性的框架，这种结构形式具有外观优美、坚固耐用、抗震性强等优点，如天津蓟县的独乐寺观音阁，为宋代建筑，虽经历多次大地震，至今却仍完好无恙。

②整齐而又灵活的平面布局

帝王的宫殿、坛庙、陵寝、衙署、寺庙、宫观以及四合院式民居，都是采用中轴线对称均衡布局，以表现统治者至高无上的威严和宗教教义的庄严肃穆、礼敬崇高；而普通民居、风景园林则大多利用山川走势、地理环境、气候条件而灵活布局。

③优美的艺术造型

中国建筑的建筑形式丰富多彩，有正方形、长方形、三角形、六角形、八角形、十二角形、十字形、圆形、半圆形、桃形、扇形、日型、月型和梅花型等。在建筑屋顶上所表现出的线条柔美、曲直有致的艺术形象又可分为平顶、坡顶、尖顶、圆拱顶等形式，其中坡面屋顶变化最为丰富，还可细分为庑殿顶、歇山顶、悬山顶、硬山顶、攒尖顶、盪顶等。

④绚丽与淡雅相结合的色彩

宫殿、坛庙等建筑以红墙黄瓦衬托着绿树蓝天，显得分外辉煌壮观；屋檐下的阴影部分和室内的梁、柱、天花板上绘有精美的彩画，使整个建筑光彩悦目。民居、道观和园林，或为白色粉墙、青灰瓦顶，或为土墙青瓦。前者与青山绿水相掩映，后者与岩影土色相协调，形成朴素淡雅、返璞归真的和谐意境。

⑤丰富的雕刻装饰

雕饰是古建筑艺术的重要组成部分。建筑物的壁上有砖雕，台基的栏杆、柱上有石雕，殿、塔上有金雕、银雕、铜雕等不一而足，其技法之娴熟，表现形式之多样，内容之丰富（有花鸟鱼虫、人物故事等）令人叹为观止，如安阳的修定寺塔，整个塔身外壁布满砖雕。

⑥建筑物与环境协调

中国古代建筑师在进行规划、设计、施工时，十分注意建筑物与周围环境的关系，力求使建筑物的体量、形式、色调和布局与地形、气候、河流、树木植被相协调，如“依山就势”、“远取势、近取质”、“借景”等手法，都是使建筑与环境“天人合一”的成功经验。

（圆）西方古建筑的主要特点

西方古建筑中最著名、影响力最大的是古希腊建筑和古罗马建筑。古希腊建筑是欧洲建筑的鼻祖。西方古建筑的特点在于：一是建筑材料主要是石料；二是多采用围柱式建筑结构，主要的建筑结构是拱券和各种复杂的柱式，如古罗马剧场、罗马角斗场等；三是布局的独立性，注重个体的艺术效果和建筑风格，建筑内的装饰以雕塑为主；四是建筑装饰华丽，色彩以灰色为主，辅以红色、黄色，鲜艳华丽，建筑内的装饰以雕塑为主。古典主义建筑流派精美的建筑有法国的卢浮宫、凡尔赛

宫等。

现存的西方古建筑风格主要有：

①罗马式建筑为 4 世纪至 10 世纪西欧的建筑风格，其一般采用厚实的砖石墙，半圆形拱券、逐层挑出的门框装饰和交叉拱顶结构为其主要特征。罗马式建筑注重以圆柱、柱础和柱顶的各种搭配形成不同的风格。

②哥特式建筑为 12 世纪至 15 世纪初欧洲的建筑风格。哥特式建筑以线条轻快的尖拱券，造型挺秀的尖塔，轻盈通透的飞扶壁，修长的立柱或簇柱，以及彩色玻璃镶嵌的花窗，造成一种向上升华、天国神秘的幻觉。

③巴洛克式建筑是 17 世纪意大利的建筑风格。巴洛克建筑是在教堂和宫殿中把建筑、雕塑结为一体，并应用断檐、波浪形墙、重叠柱及壁画等追求动态与起伏，此种建筑豪华浮夸。

文艺复兴式建筑是 15 世纪至 18 世纪流行于欧洲的建筑风格，其特点是提倡复兴罗马时期的建筑形式，特别是古典柱式、半圆形拱券和以穹隆为中心的建筑物形体两旁对称等。

圆 古建筑旅游资源的类型

古建筑的类型丰富多彩。目前，传统的分类方法有两种：一种是按建筑材料分为土石建筑、木构建筑、砖石建筑和竹构建筑等；另一种是将建筑物按性质和功能分为宫殿衙署、城墙、民居、古代桥梁、古代水利工程建筑等。

(一) 宫殿

豪华而富丽的宫殿，是帝王权利的象征，中外历代帝王修建过许多辉煌的宫殿，这些宫殿气势恢宏、巍峨壮丽，令人叹为观止。

宫殿建筑体现了中国建筑的最高成就，突出了皇权至上的思想和严密的等级观念，是古代中国占统治地位的政治伦理观的反映。中国最早的宫殿之一建于 猿 苑 年前的商朝，以后，历史上出现过许多著名的宫殿建筑，如汉朝在长安兴建的三大宫殿——长乐宫、未央宫和建章宫，唐代建都长安后，又兴建了大明宫、太极宫和兴庆宫。可惜这些宫殿皆已不存在了，留存到现在的只有明清两代的宫殿，其中保存得最完好，而且规模最宏伟、最有代表性的宫殿是北京故宫，俗称“紫禁城”。

① 故宫

在中国，故宫有 猿 处，它们是北京故宫、沈阳故宫和台北故宫。下面介绍的是位于北京的故宫。

北京故宫是明、清两朝最大的皇家处理政务和生活起居的场所，它是我国现存最大、最完整的古代宫殿建筑群，也是世界上最大的皇宫。按照“前朝后寝”、“五门三朝”和“左祖右社”的规制和严格对称的院落形式布局。外朝是行政区，主要建筑有布置在中轴线上的前三殿（太和殿、中和殿、保和殿）以及东西两侧对称布置的文华殿、武英殿。太和殿前方有五座门：大清门（明代称大明门）、天安门、端门、午门、太和门（又称奉天门），它们与太和殿、中和殿、保和殿构成了“五门三朝”格局。外朝的后面是内廷，又称后寝，主要包括后三宫（乾清宫、交泰殿、坤宁宫）、东西六宫、乾东西五所。“左祖右社”即在皇宫的左前方设祖庙（太庙），右前方设社稷台，祭祀土地神、粮食神。北京故宫现存宫室 怨 苑 多间。

补充阅读资料 猿—圆 北京故宫小知识

故宫，又名紫禁城，位于北京市中心，今天人们称它为故宫，意为过去的皇宫。故宫东西宽 猿00米，南北长 猿60米，面积达 猿00万平方米，为世界之最。故宫的整个建筑被两道坚固的防线围在中间，外围是一条宽 35米，深 5米的护城河环绕，接着是周长 猿公里的城墙，墙高近 5米，底宽 60米。城墙上开有 9门，南有午门，北有神武门，东有东华门，西有西华门，城墙四角还耸立着 4座角楼，角楼有 3层屋檐，9个屋脊，玲珑剔透，造型别致，为中国古建筑中的杰作。

故宫太和殿

太和殿俗称金銮殿，为故宫“三大殿”之首，建立在五米高的汉白玉台基上，台基四周矗立着雕龙石柱，这是宫殿群中最大的建筑，殿高 32米，宽 33米，面积为 3700平方米。大殿正中两米高的台子上是金漆雕龙宝座，宝座背后是高雅的屏风，还有沥粉金漆的龙柱和精致的蟠龙藻井，富丽堂皇。明清两代皇帝继位、诞辰以及春节、冬至等庆典，均在此举行。

故宫中和殿

中和殿在太和殿后，是故宫“三大殿”之一。该殿是一座单檐攒尖顶的方形殿，每边长 30米，深广各三间，走廊列柱 12根，黄琉璃瓦四角攒尖顶，正中有鎏金宝顶。皇帝有事去太和殿先在此小憩，接受内阁、礼部及侍卫等的朝拜，每逢各种大礼的前一天，皇帝也在此阅览奏章和祝词。

故宫保和殿

保和殿位于中和殿之后，也是故宫“三大殿”之一。清朝每年除夕和元宵节，皇帝在此宴请王公贵族和文武大臣，到乾隆年间，三年一次的殿试被移到这里举行。保和殿东西两侧的庑房现改为历代艺术陈列馆，陈列从原始社会到清代约 2000年的中华艺术瑰宝。

故宫乾清宫

乾清宫是内廷正殿，殿中设宝座，上有“正大光明”匾，是明清两代皇帝的寝宫及平日处理政事的地方，雍正以后搬出。每年元旦、灯节、端午、中秋、冬至、万寿等节，按例在此举行家族宴，另外皇帝死后灵柩停在此殿。

故宫交泰殿

交泰殿在乾清宫后，是明清时为皇后举办寿庆的地方，殿内存玉玺 3块，西侧陈设乾隆年间造的自鸣钟，东侧为铜壶滴漏。清世祖顺治禁止内官干预政事的铁牌也立于此殿。

故宫坤宁宫

坤宁宫在明朝时是皇后的寝宫，又叫中宫，顺治年间仿照沈阳清宁宫重建，同时将西暖阁改为祭神的场所，经常在此举行朝祭、夕祭、春秋大祭等，东暖阁则作为皇帝新婚的洞房，清朝的顺治、康熙、同治、光绪四帝都在此举行过大婚。

故宫御花园

御花园原名宫后苑，今俗称御花园，占地 1000多平方米，有建筑物 10余处。御花园以钦安殿为中心，园林建筑采用主次相辅、左右对称的格局，布局紧凑、古典

富丽。殿东北的堆秀山，为太湖石叠砌而成，上筑御景亭，每年重阳节帝后在此登高。

（资料来源拙著《旅游资源学》第4章第4节《颐和园》第100页，有删节、修改）

②陕西唐大明宫

大明宫，又称东内，位于西安市北郊龙首原上，是唐代长安城三大宫之一，始建于贞观八年（公元636年），名永安宫，次年改称大明宫。从高宗时起，历朝皇帝多在此听政，是 130 余年唐代政令中枢所在。大明宫平面略呈梯形，面积约 3 平方公里，宫墙周长约 3 公里，四面共有 5 座门，已探明的殿、台、楼、亭等基址有 100 余处。宫南部为前朝，以自南而北的含元殿、宣政殿和紫宸殿为中心组成。含元殿系大明宫正殿，重大庆典和朝会多在此举行。宫北部的内廷中为太液池，周围有三清殿等多处建筑基址分布，内廷西部有朝廷宴会和接见外国使节的麟德殿，殿基长 100 余米，宽近 100 米，其上建有前、中、后毗连的三殿，周围绕以回廊，规模十分宏伟，充分体现了当年“九天阊阖开宫殿”的磅礴气势。

世界上著名古典宫殿建筑还有：

①卢浮宫

卢浮宫这个举世闻名的艺术宫殿始建于 16 世纪末，后来经过一系列的扩建和修缮逐渐成为一个金碧辉煌的王宫。从 17 世纪起，弗朗索瓦一世开始大规模的收藏各种艺术品，以后各代皇帝延续了这个传统，充实了卢浮宫的收藏。如今卢浮宫收藏的艺术品已达 100 万件，由古代埃及艺术、古代东方艺术、古代希腊和古代罗马艺术、中世纪文艺复兴雕塑艺术、现代雕塑艺术、工艺美术及绘画艺术共 7 个部分组成。1793 年，法国政府这座精美的建筑进行了大规模的整修，从此卢浮宫成为了专业博物馆。值得一提的是卢浮宫正门入口处有一个透明的金字塔建筑，它的设计者就是著名的美籍华人建筑师贝聿铭。卢浮宫目前已经成为世界三大博物馆之一，其艺术藏品种类之丰富，档次之高堪称世界一流，其中最重要的镇宫三宝是世人皆知的：米洛的《维纳斯》，达·芬奇的《蒙娜丽莎》和萨莫特拉斯的《胜利女神》，其他著名作品还有：《狄安娜出浴图》、《丑角演员》、《拿破仑一世加冕礼》、《自由之神引导人民》、《编花带的姑娘》等。

②托普卡普皇宫

在波斯普鲁斯海峡与金角湾及马尔马拉海的交汇点上有一座辉煌的建筑，这就是从 15 世纪到 19 世纪奥斯曼帝国的中心——托普卡普皇宫，这迷宫般的豪华至极的地方，是当年苏丹们办公的地方。宫殿外侧是绿木葱郁的第一庭院，原本是宫廷餐室的第二庭院，现在成为帝国时代水晶制品、银器以及中国陶瓷器的藏馆，左侧是苏丹的后宫，当年这里发生了种种阴谋。第三庭院有谒见室、图书馆、服装珠宝馆（可看到世界第二大的钻石）以及价值连城的中世纪的绘画书籍。宫殿的中央是圣遗物室。

③贝勒贝伊宫

贝勒贝伊宫是伊斯坦布尔的著名宫殿，位于波斯普鲁斯海峡的亚洲沿岸，它是用白色大理石为原料建造的，是一座庭院充满着玉兰花，如梦境般的宫殿，它过去是苏丹的夏日别墅和外国贵宾的招待所。贝勒贝伊宫中的耶勒德兹宫，以一系列楼阁与清真寺为一体，其中最宏伟雅致的“夏垒”是苏丹们生活、娱乐的地方，可谓奢侈至

极，庭院里有来自全世界的奇花异木，其景色被称为博斯普鲁斯海峡最杰出的一角。此外，在贝勒贝伊宫中，游客还可观赏郭克苏宫、埃娜勒、卡瓦克夏阁、马斯拉克楼阁等。

④ 白宫

白宫是美国总统官邸，在美国首都华盛顿，是一座白色的二层楼房，1792年始建于1792年，1800年以后成为历届总统的官邸，1800年美国第一位总统乔治·华盛顿首先使用“白宫”一词，后成为美国政府的代称。

⑤ 白金汉宫

白金汉宫为英国王宫，位于英国伦敦，1703年白金汉宫爵始建，1837年维多利亚女王继位，正式成为王宫。白金汉宫宫殿豪华，内有宴会厅、音乐厅等近40多个厅室，正宫前广场中心有维多利亚女王石像，宫前每日上午十一时半至十二时举行皇家卫队换岗仪式，以吸引游人。

⑥ 里姆林宫

里姆林宫位于俄罗斯莫斯科的市中心，曾为莫斯科公国和15世纪以前的沙皇皇宫，十月革命胜利以后，成为党政领导机关驻地。它始建于1489年，后屡经扩建成为一个古老的建筑群，主要包括大克里姆林宫、圣母升天教堂、政府大厦、伊凡大帝钟楼等，宫内塔楼装有五角红宝石星，现里姆林宫亦作为俄罗斯政府的代称。

⑦ 凡尔赛宫

凡尔赛宫是法国封建时的帝王的行宫，位于巴黎市西南的凡尔赛城，始建于17世纪，后屡经扩建形成现存规模。凡尔赛宫包括宫前大花园、宫殿和放射形大道三部分。宫内极其豪华，内壁悬挂壁毯、油画、雕刻，大厅内陈列著名雕刻家的青铜或大理石雕像，享有艺术宫殿之盛誉。1763年《凡尔赛和约》在此签订。

⑧ 莱尼姆宫

莱尼姆宫位于英国的牛津郡，宫殿四隅建有方形塔楼，中轴线上的门廊和大厅则高高隆起，形成高低错落的天际线。四角塔楼带有巴洛克风格的豪放，中央古典式科林斯柱廊则严谨整饬，二者形成了鲜明的对比。宫殿高耸的角楼、楼顶上的小尖塔、门廊上方三角壁上的浮雕和屋顶栏杆上的雕像弥漫着一种浪漫而神秘的气息。今天，这座杰出的宫殿建筑已被列入联合国世界文化遗产名单。

（圆）古代城防建筑

历史上，自城市出现，就产生了城防问题。中国古代，上自天子王侯的都城，下至郡、州、府、县的治所，都有城墙和护城河围绕。中国古代城防建筑类型主要有城墙、城门和长城。

我国的古城墙都是在块石基墙上用砖砌墙身的。墙身的底宽与高度之比自19世纪至20世纪不同，这种坡度变缓、墙身加厚的现象缘于攻城技术的发展。目前我国保存完整的城墙只有北京故宫、西安、平遥、兴城、寿县和江陵等地的古城墙，其他古城墙都已成断壁残垣，不复往昔的风采了。现仅存的几处较完整的城墙由城门、城楼、角楼、墙台（马面）、敌楼、堞墙、垛口等，构成一整套城防体系。中国古代的城垣建设不仅有很高的防御功能，而且在建筑艺术上也达到了很高的水平。险峻的城墙、高耸的城楼、宽阔的护城河，显示出雄伟森严的气势、烘托出恢宏壮观的艺术氛围。

古城门也是我国古代城防建筑类型之一。就门楼形式而论,有两种:一种是一般的木构建筑,即唐宋以来城门的通用形式,如内城、外城各城门都属于这种,是正式的城门;另一种是城楼为砖砌,墙身上开箭窗用平屋顶的,是把硬楼上部的做法用于城门,是以防守为主的次要城门。就城门洞的构造而言,也有两种:一种是梯形木构门洞;另一种是砖砌门洞。木构门洞在战国起已在使用,主要由两侧靠门洞壁的壁柱和横梁组成。砖砌筒拱在西汉时已出现,但只用于墓葬和水道,东汉时用于砌桥,南北朝后用于塔的门窗,宋朝起用于城门。砖砌门洞比木构门洞坚固,而且防火性好。

举世闻名的万里长城,西起嘉峪关,东至鸭绿江畔,全长约21196公里,东西延伸达万里之遥。长城由关隘、城墙和烽火台组成,其中关隘由城墙、城门、城楼、瓮城、罗城、护城河组成;城墙由券门、垛口、守墙、马道、城门洞、城楼、城台等组成。城台还可以分为墙台、敌台、站台等,从而构成一套严密、复杂而且完整的防御体系。长城依山而筑,因地形,用险制塞,起伏盘旋于崇山峻岭之中,宛如群龙啸天,巨蟒穿洞,前不见首,后不见尾,气势磅礴,堪称世界奇迹。

(猿) 古代工程

在中国古代建筑中,还有很多古代水利工程建筑,包括古代桥梁、水利工程等。它们不仅具有实用价值,对当地政治、经济发展发挥了巨大作用,而且还有很高的艺术鉴赏价值,深受旅游者喜爱。

① 古代桥梁旅游资源

中国古代的桥梁不仅具有交通功能,而且可以丰富水域风景,以其艺术性、实用性、科学性和悠久的历史而成为重要的旅游资源。按结构形式分,桥可以分为梁桥、拱桥、索桥、浮桥、廊桥、亭桥等;按材质分,桥可以分为木桥、石桥、铁桥、竹桥等。

河北赵州的安济桥,又称赵州桥,就是现存古桥中最著名的一座,是世界桥梁史上的创举。它一改以往的“石肩拱”为“敞肩拱”,这一改动既省工、省料,减轻了桥身的自重,又有利于洪水的宣泄,减少河水对桥梁的冲击,所以,赵州桥历经1300余年仍保持原状。赵州桥的雕刻艺术亦有很高的价值,石桥两旁的望柱柱头雕有石狮,隋代栏板上刻饕餮和蛟龙,纠缠盘绕,回首怒视,若飞若动,栩栩如生,不愧是隋代石刻艺术的杰作。远望赵州桥,宛如“初月出云,长虹饮涧”。

② 古代水利工程旅游资源

我国是一个水利古国,有许多著名的古代水利工程,涉及运河、堰、古代堤防等多种类型,如兴建于两千多年前战国末年秦统一中国时期的四川都江堰水利工程、广西灵渠工程、陕西郑国渠工程;形成于晋代的荆江大堤;始建于唐代、完备于明清的黄河大堤;始建于晋代的荆江大堤;始建于元代的云南昆明松花坝;始建于元代、完备于明清的海塘;始建于元代、完善于明清的京杭大运河等。这些充满了浓郁中国文化氛围的古代水利工程,风景优美,古迹众多,内涵丰富,都是旅游者参观、游览和休闲的好去处。

(源) 其他建筑

① 坛庙、祠堂

坛庙为古人用来祭祀天地鬼神、山岳河川、祖宗英烈的建筑物。中国古代的帝王

都要参加祭祀天地、社稷、宗庙等活动，建筑了天坛、地坛、社稷坛和太庙。社稷坛位于宫殿的右前方，太庙位于宫殿的左前方，即“左祖右社”。以前，各级官吏和大家族都建有家庙——祠堂。祠堂建筑规模宏大，装饰豪华。

我国著名的坛庙有北京的天坛、曲阜的孔庙等。天坛是我国现存最完整、规模最大的坛庙建筑，主体建筑由圜丘坛、皇穹宇、祈谷坛（祈年殿）、皇乾殿四部分组成。

曲阜孔庙依南北中轴线布局，东西对称，前后共九进院落，主要建筑有大成殿、碑亭、杏坛等，大成殿前檐有十根雕龙石柱。孔庙与孔府、孔林并称为“三孔”。

②牌坊

牌坊是古代用于标识、纪念、装饰的建筑物，一般用木、石和琉璃瓦等材料制成。牌坊可分为牌坊和牌楼两种形式。牌坊多建于庙宇、陵墓、祠堂、衙署、园林或街巷路口。皖南歙县的棠越牌坊群由七座牌坊组成。许国石牌坊极其精致，有“许国天下坊”之称。牌坊和民居、祠堂合称为“徽州三绝”。

③楼阁

黄鹤楼、岳阳楼、滕王阁为古代江南三大名楼。黄鹤楼位于武汉，现在的黄鹤楼高 51.5 米，顶层中部冠以四方攒尖顶，飞檐出挑深远，黄色琉璃瓦屋面。岳阳楼位于岳阳市，西临洞庭湖，始建于唐代，宋代滕子京重修了岳阳楼，请著名文学家范仲淹作《岳阳楼记》，由书法家苏舜钦书写，邵竦篆刻，时人把“范记”、“苏书”、“邵篆”与“兹楼号”称为“天下四绝”，并立“四绝碑”。岳阳楼为三层三檐盔顶建筑。耸立于山西永济市黄河之滨的鹳雀楼，因盛唐大诗人王之涣“白日依山尽，黄河入海流。欲穷千里目，更上一层楼。”的千古绝唱而闻名天下，它与黄鹤楼、岳阳楼、滕王阁并称为中国四大历史文化名楼。滕王阁位于南昌市，为唐高祖李渊之子滕王李元婴所建，因王勃的《滕王阁序》而名扬天下。此外，还有承德避暑山庄的烟雨楼、成都的望江楼、贵阳的甲秀楼、北京颐和园的佛香阁、山东的蓬莱阁等。

④华表

华表是古代设在宫殿、城垣、桥梁、陵墓前作为标志、装饰、纪念之用的立柱，设在陵墓前的又称墓表。北京天安门门前的一对华表雕刻精美，可称为华表之冠。

8.2 瑶族园林旅游资源

8.2.1 瑶族园林旅游资源概述

园林，即“在一定的地域运用工程技术和艺术手段，通过改造地形（或进一步筑山、叠石、理水），种植树木花草，营造建筑和布置园路等途径创作而成的美丽自然环境和游憩境域”。园林具有观赏游览、读书养性、休憩娱乐、陶冶情操的功能。由于东西方文化的差异，园林风格也有很大的不同。

8.2.1.1 中国古典园林

我国自然式山水风景园林如同我国的建筑、绘画一样，在世界上独树一帜，别具艺术情趣和观赏价值。我国园林的最初形式，是猿猴 4000 多年前供帝王狩猎、游乐的“囿”。秦汉时，囿发展成为以建筑为主的宫苑。魏晋南北朝是我国园林艺术发展的转折点，开始用崇尚自然野趣的风格替代以宫室楼阁为主的园林形式，形成以山水为主体的自然山水园林。唐、宋两代，我国园林艺术走向成熟，诗的意境和水墨画的情

趣渗入园林。时至明清，我国的园林建造已达到“意境高超、笔法简练”的高度。

（员）中国古典园林的特色

①造园艺术，师法自然

中国古代园林属于写意自然山水型，即以客观存在的模山范水为蓝本，经过艺术加工、提炼，按照特定的艺术构思，“移天缩地”在有限的范围内，将水光山色、四时景象等荟萃一处，此即“师法自然”。它在造园艺术上包含两层内容：一是总体布局、组合要合乎自然；二是每个山水景象的要素的形象组合要合乎自然规律，叠砌时要仿天然岩石的纹脉，尽量减少人工拼叠的痕迹，水池常作自然曲折、高低起伏状，花木布置应是疏密相间，形态天然，乔、灌木也错杂相间，追求天然野趣。

②分隔空间，融于自然

中国古代园林用种种办法来分隔空间，其中主要是用建筑来围蔽和分隔空间。分隔空间力求从视觉上突破园林实体的有限空间的局限性，使之融于自然，表现自然。为此，必须处理好形与神、景与情、意与境、虚与实、动与静、因与借、真与假、有限与无限、有法与无法等种种关系。如此，则把园内空间与自然空间融合和扩展起来，如漏窗的应用，使空间流通、视觉流畅，因此隔而不绝，在空间上起相互渗透的作用。单看漏窗，可以看到玲珑剔透的花饰、丰富多彩的图案，具有浓厚的民族风味和美学价值；透过漏窗，窗外竹树摇曳，亭台楼阁时隐时现，远空蓝天白云飞游，造成幽深宽广的空间境界和意趣。

③园林建筑，顺应自然

中国古代园林中，有山、水、堂、廊、亭、榭、楼台、阁、馆、斋、舫、墙等建筑。人工的山、石纹、石洞、石阶、石峰等显示自然的美景。人工的水，岸边曲折自如，水中波纹层层递进，也都显示出自然的风光。所有建筑，其形神都与自然环境相吻合，同时又使园内各部分自然相接，以使园林体现自然、淡泊、恬静、含蓄的艺术特色，并收到移步换景、渐入佳境、小中见大等观赏效果。

④树木花卉，表现自然

与西方园林不同，中国古代园林对树木花卉的处理与安排，讲究表现自然。松柏高耸入云，杨柳婀娜垂岸，桃花数里盛开，乃至于树枝弯曲自如，花朵迎面扑香，其形与神、意与境都十分重在表现自然。师法自然、融于自然、顺应自然、表现自然，这是中国古代园林体现“天人合一”的民族文化所在。

（圆）中国古典园林构成的基本要素

①山

山是园林中的第一组成要素。城市里的园林，特别是平原地区，缺少真石山地，故园林中的山多是人工用石头堆叠而成的假山，是对自然界中真山的艺术提炼和概括，是真山典型化的艺术再现。

②水

水是园林中最富有生气的组成要素。在园林的营建中，如果没有自然的水域，也要通过人工的挖掘，凿池引水。古典园林对水景的处理一般有三种方法：一是掩，以建筑和绿化，将曲折的池岸加以掩映。临水建筑除主要厅堂前的平台，为突出建筑的地位，不论亭、廊、阁、榭，前部皆架空挑出水，水犹似自其下流出，用以打破岸边

的视觉印象。二是隔，或筑堤横断于水面，或有隔水浮廊可渡，或架曲折的石板小桥，或涉水点以步石，增加景深和空间层次，使水面有幽深之感。三是破，水面很小时，如曲溪绝涧、清泉小池，可用乱石为岸，怪石纵横、犬牙交齿，并配以细竹野藤、朱鱼翠藻，那么虽是一洼水池，也令人似有深邃的山野风致的感觉。

③花木

花木犹如山峦之头发，园林中的水景如果离开花木就没有了美感。中国古典园林着意表现自然美，对花木的选择：一要姿美，树冠的形态、树枝的疏密曲直、树皮的质感、树叶的形状，都追求自然优美；二要色美，树叶、树干、花朵都要求有各种自然的色彩美；三要味香，要求气味自然、淡雅、清幽；另外，最好四季常有绿，月月有花香。古树名木对创造园林气氛非常重要，古树繁花可形成古朴幽深的意境。

④动物

中国古典园林重视饲养动物，园中动物可供观赏娱乐，可以隐喻长寿，也可借以扩大和涤化自然境界，令人通过视觉、听觉产生联想。园林中蓄养动物，特别是自由放养，意在增加山林湖泽的野趣。

⑤建筑

园林建筑除具有宜于观、行、居、游的实用功能外，还有点缀景致、丰富景观内容、隔离空间以达到步移景异的特殊艺术功能。同时，建筑还要与自然景观和谐共融，这就要求园林建筑的功能要单一，形式要多样，体量要适中，疏密要得体，彼此要通透。于是在中国古代建筑中，创造了园林建筑系列，包括厅、堂、馆、亭、台、楼、阁、轩、谢、舫、廊、桥、墙等。

⑥匾额、楹联与刻石

在中国园林中，每一景区、景观往往是以某一座建筑为主角，用他们来对园林景观起画龙点睛的作用，而这些建筑本身一般又都要有匾额、楹联或诗文，以便烘托出园林意境的主题思想，进而启迪游人的想象力，把物象景观升华到精神高度，使园林意境得到更深的开拓。匾额指悬置于门楣之上的题字牌，横置者称“匾”，竖挂者称“额”；楹联指门两侧柱上的竖牌；刻石指山石上的题诗刻字。园林中的匾额、楹联及刻石的内容，多数是直接引用前人的现成诗句，或略作变通，也有一些是即兴创作的，还有一些园景题名出自名家之手。不论是匾额、楹联还是刻石，都不仅能够陶冶情操，抒发胸臆，而且能起到点景的作用，为园中景点增加诗意，拓宽意境。

（猿）中国古典园林的分类

中国古典园林根据划分依据不同有两种分类方法：按园林所有者的身份划分和按园林风格划分。

①按园林所有者的身份划分可分为：皇家园林、私家园林、寺观园林和公共园林。

皇家园林谣皇家园林是专供帝王休憩游乐的园林，它有以下特点：一是规模宏大，以自然山水为依托；二是园中建筑富丽堂皇，装饰多以龙凤图案为主；三是建筑物体量较大，园中有行宫，园中有园，吸收了全国各地园林的长处。现存的著名皇家园林有颐和园、北海、避暑山庄等。

私家园林谣私家园林是供皇家的宗室外戚、王公官吏、富商大贾等休闲的园林。

这些园林大多建在城内，与住宅相结合，主要特点是占地面积小，建筑物小巧玲珑，色彩淡雅素净，园中多用假山假水，如苏州的拙政园、留园，扬州的个园，北京的恭王府等。

寺观园林摇寺观园林是由寺观、名胜古迹和自然风景组成的宗教性质的自然风景区，多分布在远离城市的地方。寺观园林在中国分布非常广泛，遍及名山大川，数量远远超过了皇家园林和私家园林，如北京的潭柘寺、白云宫，扬州的大明寺、镇江的金山寺等。

公共园林摇公共园林主要是在自然风景区，经长期开发而逐步形成的具有公园性质的园林，如杭州的西湖、济南的趵突泉、北京的什刹海等。

②按园林风格划分可分为：北方园林、江南园林、岭南园林和少数民族园林。

北方园林摇北方园林由于受北方自然地理条件的限制，河溪、湖泊和常绿树木均较少，但园林范围较大，又因其大多位于古都之中，所以建筑富丽堂皇，风格趋于粗犷豪放。北方园林的代表大多集中于北京、西安、开封、洛阳等地。

江南园林摇江南园林指分布在长江三角洲一带，历史上经济、文化发达的地区的私家园林。由于江南人口较密，而江南园林又多在城市，所以园林地域范围小，又因河溪、湖泊和常绿树木较多，所以园林景致较细腻精美，其特点为明媚秀丽、淡雅朴素、曲折幽深，但毕竟面积小，因此略感局促。江南园林的代表大多集中于南京、上海、无锡、苏州、杭州、扬州等地。

岭南园林摇岭南园林是指明清时期闽、粤地区发展起来的私家园林，由于其发展较晚，曾师法北方园林与江南园林，同时又受到近代西方构园方法的影响，集三方造园手法之长，结合本地自然环境的特点，风格独具。岭南园林也以小巧的庭院为主，但要比江南园林宽敞，在建筑装饰中喜欢采用西式的彩色玻璃及花砖等。由于气候炎热，在园林建筑上，水庭、船厅等形式运用比较多；由于地理纬度较低，园林内的植物以榕树、木棉树和藤本植物为主，具有明显的热带和南亚热带景观特色。保留至今较为著名的岭南园林主要分布在珠江三角洲一带，有广东番禺的余荫山房、顺德的清晖园、佛山的梁园和东莞的可园。

少数民族园林摇少数民族园林指我国一些少数民族的庭院、寺庙内的园林，如西藏的罗布林卡，以及新疆、宁夏一些伊斯兰教的清真寺内的园林等，尤以罗布林卡规模较大，且花木繁盛，宫殿建筑精美别致，具有浓厚的民族色彩和宗教氛围，为中国古代最著名的藏式园林。

猿 西方园林

园林学在西方的发展最早可以追溯到公元前 3 世纪的埃及，当时祭师大臣的宅园采取方直的规划、规则的水槽和整齐的栽植。古代波斯庭园的布局多以位于十字路口交叉点上的水池为中心，这一手法为阿拉伯人继承下来，成为伊斯兰的传统。传入意大利后，演变成各种手法，成为欧洲园林的重要内容。古希腊园林的特征为室内布局规则方整的柱廊园。古罗马继承希腊庭园艺术和亚述园林的布局特点，发展成为山庄园林。中世纪西方园林注重与建筑功能相结合，在建筑物周围种植花卉果树，直到今天，欧洲一些校园仍保留这种风格。到了文艺复兴时期，西方园林形成了意大利、法国、英国三种风格。总体来说，西方园林有以下几个特点：

①讲究整齐一律、均衡对称的空间布局，将高低不平的地形平整成大片平地，或将山地做成不同标高的几何形台地，然后沿等高线进行园林建造。

②总体布局具有明确的对称轴线，在主轴线上巨大建筑物前面，多有一个适宜的广场，配以笔直的林荫道，修整的草坪，整齐的水池，大理石雕像及喷泉，种植排列整齐并修剪成一定造型的树木，形成豪华的露天交际活动场所，中轴线是整个园林中精华的部分。

③讲究几何图案的形态，包括草坪的布置、花草树木的修剪、水面形态等均要一丝不苟地按照几何形态布置。

④追求形似与写真，如喷泉周围常布置以希腊、罗马神话故事为主题的裸体和半裸体的人像雕塑，形象逼真、栩栩如生。法国的凡尔赛宫就是西方园林的代表。

源) 中西方园林的区别

中国园林是写意的自然山水园林，各种景物自由分布，道路迂回曲折，树木、花卉以自然形态为主，水景多样，景物之间的组合讲究因借关系，具有诗情画意。

西方园林属于写实的几何园林，景物呈几何形规则分布，道路为笔直的林荫道，花卉多栽种为图案花坛，水景以喷泉为主，多配有雕塑，空间开阔，以大草坪铺展，一览无余。

中西方园林的差异是由于东西方文化的差异造成的，中国人信奉“天人合一，顺应自然”的哲学观，讲究和谐、含而不露，在线条中崇尚曲线，认为只有曲线才能反映自然界的 irregularity，以曲线为美。西方人信奉“天人对立，改造自然”的哲学观，在线条中崇尚直线，以几何形和直线为美。

瑶族文化名城、名镇类旅游资源

瑶族文化名城

员) 文化名城旅游资源概述

城市是人类文明的产物，其形成与发展又推动了社会经济、科学和文化的进步。每个城市都因自己特殊的地理位置、风俗民情、历史文化而对旅游者产生着巨大的吸引力。历史文化名城则在具有一般城市性格的同时，又具有强烈的个性色彩。我国历史悠久，疆域辽阔，保存了许多历史性城市，自 1982 年起国务院将其中一些保存文物丰富、具有重大历史价值和革命意义的 5 处原座历史城市，先后列入国家级历史文化名城。这些城市大多完整保留了某一时代或几个时期的历史风貌或民族特色，映射出各个历史阶段的时代特征、文化传承和人文理念，一座历史文化名城就是一个地区在整个历史长河中积淀人文生态最集中的体现，是人类文明的缩影和结晶。国际上虽然没有和我国“历史文化名城”严格对应的概念，但是比较接近的有“历史城镇（历史文化城镇）”的概念。欧美各国的历史源远流长、悠久灿烂并且极具特征，根据历史城镇的构成要素在价值、质量、历史时间和构成形态上的差异，一般可分为古都型、特色风貌型、风景名胜型和近现代风貌型。1978 年，在华盛顿召开的国际古迹遗址理事会全体大会第八届会议，通过了《保护历史城镇与地区宪章》，其中指出所谓的“历史城镇”是指具有特殊价值和传统城市文化景观的城镇，“不论大小，其中包括城市、城镇以及历史中心或居住区，也包括自然的和人造的环境。除了它们的历

史文献作用之外，这些地区体现着传统的城市文化的价值”。

圆) 文化名城的分类

历史文化名城，是指有悠久历史，在地面上和地下保存着并有重要历史价值、艺术价值和科研价值的文物、建筑、遗址的城市。我国现有历史文化名城 **资源座**，大体分为古都，有特殊意义的名城，纪念名人名城，园林、文化城市，少数民族历史文化名城，历史重要港口和手工业中心城市六类。

① 古都

古都是指历史上曾是国家的政治、经济、文化中心，保存着古城墙、宫殿、寺观、作坊、皇陵等建筑和遗址的城市，如七大古都，以及区域政权都城临淄、邯郸、大同、沈阳等。

② 有特殊意义的名城

有特殊意义的名城，是指在中国历史上意义重大，而且特殊的城市，如承德是清代“绥服远藩”完成中华民族统一大业的第二中心，遵义和延安是现代史上标志着革命转折的城市。

③ 纪念名人名城

纪念名人名城是指对中华民族文化发展起着重要作用的历史名人的诞生地，如曲阜是孔子的故乡，邹城是孟子的故乡，绍兴是鲁迅的故乡。

④ 园林、文化城市

园林、文化城市是指中国一些以自然风光、园林建筑而出名，成为历代文人、名人荟萃之地的城市，如杭州、苏州、扬州、桂林等。

⑤ 少数民族历史文化名城

中国是民族众多的国家，各少数民族为中华民族文化的形成和发展做出了重大贡献，其中心城市保留的文物、建筑就是最好的历史见证，如拉萨是古吐蕃国的中心，记载着汉藏两大民族的友好历史，大理是南诏国的中心，记载着白族人民对祖国文化的贡献。

⑥ 历史重要港口和手工业中心城市

中国自汉唐以来，就同海外国家有着经济、文化的友好往来，如泉州、广州、扬州都是重要港口城市，景德镇是我国出产瓷器的中心。

许多文化名城是集多类型于一城的，从而遗留的旅游资源类型多样，景观叠加，具有较强的吸引力。

獠獠圆瑶文化名镇

员) 文化名镇旅游资源概述

除了文化名城旅游资源外，还有一些文化名镇，其保留了很多地域文化、民族文化、传统文化的精髓。那些历经风雨的古老建筑，风格各异的民居，迂回曲折的街巷、桥梁以及潺潺的溪流，无论是远远地眺望，还是置身其间，都能带给人们视觉的享受及心灵的震撼。

村镇作为我国社会、文化的最基层单元，加之长达五千年悠久历史的光辉灿烂文化浸染，造就了我国大量的历史文化村镇。很多古村镇至今仍完整保留着传统风貌和格局，蕴涵着中华民族古老文化的精髓。**圆獠獠**年出台的《中华人民共和国文物保护

法》，将历史文化村镇保护纳入法制轨道。自 1984 年开始，建设部、国家文物局从全国范围内评选出一些保存文物特别丰富，并且具有重大历史价值或革命纪念意义、能完整地反映一定历史时期的传统风貌和地方特色的村镇，公布为“中国历史文化名镇（村）”。这标志着我国历史文化名镇（村）保护制度的初步建立。

历史文化名镇（村）的评选由建设部、国家文物局组织，每 5 年评选一次。参选村镇名单由全国各省、自治区、直辖市申报，按照“中国历史文化名镇（村）评选办法”进行评选。到目前为止，“中国历史文化名镇（村）”评选共进行了两次，中国建筑设计研究院小城镇发展研究中心协办了这两次评选组织工作。被选中的 140 个历史文化名镇（村）是从全国各地申报的两批 1400 余个优秀历史文化名镇（村）中精心评比挑选出来的，是我国现存历史文化村镇中的精品。

1985 年中央电视台在全国范围内开展了大型的“中国魅力名镇”评选活动，全国最大的乡村图书馆所在地云南和顺、中国村镇中第一个世界文化遗产安徽省西递宏村、湘水漓江两大水系汇合处的广西兴安、举世闻名的世界地质公园福建泰宁、“清水穿城过，人家尽枕河”的浙江乌镇、亚洲最美的湿地（蒙古族发源地）内蒙古额尔古纳室韦、鱼米之乡文化重地浙江南浔、南国的陶都广东石湾、旧时江南江苏同里、世界建筑史上罕见的古堡小城山西张壁等 140 个小镇获此殊荣。

（四）名镇分类

从地域分布上看，这两次评选出的两批历史文化名镇（村）基本涵盖了我国的不同区域，能够很好地代表其所在地区的传统村镇的特色风貌，反映我国不同地域、不同民族、不同历史时期的村镇民间文化特色。若从地域分布密度上看，则东部、中部要明显高于西部地区，虽然这里面有西部地区地广人稀、经济落后等因素的影响，但同时也说明西部地区的历史文化村镇保护工作尚需进一步加强。从类型上看，两批历史文化名镇（村）涵盖了“中国历史文化名镇（村）评选办法”中列举五类的历史文化价值与风貌特色类型，并具有较强的代表性，其中有些历史文化名镇（村）甚至兼具多种历史文化价值及风貌特色，价值极高，堪称国宝。

从保存现状上看，两批历史文化名镇（村），按照评选规则要求，现状均具有一定规模，其中大部分街巷、建筑、环境及居民生活状态保存完好，较少受到外来文化干扰与侵袭，可谓“原汁原味”，非常难得。当然，这也主要得益于大部分历史文化名镇（村）位置偏僻，交通不畅，经济落后等诸多因素。相对一些遭到严重破坏的历史文化名城，这些保存完好的历史文化名镇（村）具有更大的保护价值。

瑶族宗教文化类旅游资源

瑶族宗教文化旅游资源概述

（一）宗教的概念

宗教是一种与特定的时代相联系，具有多种表现形态和丰富内涵的社会文化现象。宗教一般是由共同的信仰、道德规范、礼仪、教团组织等要素构成。宗教的观念和行动是伴随一定的社会历史条件产生和发展并受其制约的。同时，它也对各自相应的历史时期民族或国家的社会生活、政治结构、文化风尚、道德伦理等产生影响。

圆) 宗教文化

宗教文化是人类传统文化的重要组成部分，它影响着人们的思想意识、生活习俗等，并渗透到文学艺术、天文地理等领域，是旅游资源的重要组成部分。目前，各种宗教信徒总数约占世界人口的 $\frac{1}{3}$ 还多，许多国家都非常重视宗教文化资源的开发，以朝圣、做弥撒、烧香拜佛和考察研究为主要内容的旅游广受欢迎，世界上一些著名的宗教圣地都成了旅游业非常发达的地方。

中国宗教种类齐全，既有土生土长的宗教（如道教），也有外来宗教（如佛教、伊斯兰教和基督教等），更有受外来宗教影响而产生的具有中国民族特色的宗教（如明教、白莲教等）。丰富的宗教文化资源吸引了众多的海内外信徒、专家学者和一般游客。

猿) 宗教文化旅游资源的特点

(员) 宗教景观是极其重要的旅游吸引物

现存的宗教景观中有的以建筑见长，有的以塑像而驰名，有的以壁画著称，而有的则因名僧名诗而享誉天下，这些都是极其重要的旅游吸引物。

(圆) 宗教名胜具有极高的观赏性

一些著名的宗教名胜一般都具有极高的观赏性，如德国的科隆大教堂，是中世纪哥特式建筑艺术的杰出代表。我国佛教的寺庙和道教的宫观一般都建在山清水秀的地方，且寺庙建筑与大自然融为一体，体现了“天人合一”的精神境界，是极好的旅游胜地，如我国山西浑源的悬空寺，便是在壁立千仞的陡崖上建造殿阁楼宇。

(猿) 宗教艺术魅力无穷

宗教的建筑、雕塑、绘画、音乐等艺术是人类艺术宝库中的一个重要组成部分，如我国甘肃敦煌莫高窟中的唐代壁画“飞天”，用轻软绵长的飘带，衬托女性优美的身躯，充分体现出飘然如飞的动态美。

源) 宗教文化旅游资源的分类

宗教是一种特殊的文化现象。宗教文化的社会覆盖面较为广泛，从哲学、道德、诗词，到建筑、绘画、雕塑，无不包含宗教内容或意境，它是我国传统文化的组成部分。宗教文化旅游资源按照宗教信仰的不同，可以分为佛教文化旅游资源、道教文化旅游资源、伊斯兰教文化旅游资源、基督教文化旅游资源。宗教文化旅游资源按照宗教的内涵与表现形式的不同，可以分为宗教建筑、宗教活动、宗教艺术等旅游资源。分布于全国各地的宗教建筑、雕塑、绘画、音乐等，是我国传统文化的瑰宝，有些佛教石窟造像、道教宫观壁画等，更是稀世国宝，已成为名扬海内外的旅游胜地。

獠) 圆) 猿) 主要宗教文化旅游资源类型

员) 佛教文化旅游资源

佛教文化对中国有着深刻的影响，并逐渐形成了适应中国国情的佛教教规、礼仪和宗派，留下了许多著名的寺院、石窟和佛塔，并因其数量之多、艺术之精、历史之久而中外驰名。丰富的佛教文化具有同一性中的差异性和特殊性。同是佛寺，五台山的宏伟建筑与九华山的民舍构造就各具一格；同为雕塑，山西云冈的石雕和天水麦积山的泥雕、泥塑就表现出两种不同的艺术技巧。如果进一步分析的话，则会发现佛教的三大建筑都会因不同的时代、不同的宗派和不同的地区而显示出不同的风采。

(员) 佛教建筑旅游资源

佛教建筑,属于东方建筑,种类繁多,建筑追求布局艺术。寺庙、佛塔和石窟,为佛教三大建筑,其中寺庙又由庵、堂、丛林、刹、禅林、宫等组成,如中国的佛教建筑,用一进院落构成布局严谨的建筑群体,内设天王殿、大雄宝殿、七佛殿、菩萨殿、五百罗汉堂、藏经阁等单体建筑。由于受各地建筑风格的影响,形成了汉地佛教寺庙、藏传佛教寺庙(喇嘛庙)、南传佛教寺庙和汉藏混合型寺庙几大类型。佛教建筑中比较著名的有,承德避暑山庄的外八庙、拉萨的布达拉宫和大昭寺、青海的塔尔寺、杭州的灵隐寺、福建泉州的开元寺、河南嵩山的少林寺、北京的碧云寺等。

佛教建筑中,以塔最为醒目。佛塔造型美观、多样,多建于山巅、水边或空旷之地。中国的塔,一般由地宫、塔基、塔身和塔刹组成,有楼阁式塔、密檐式塔、喇嘛塔、金刚座宝塔、亭阁式塔、花塔、傣族塔等。根据建筑材料的不同,还可以将古塔分为木塔、砖塔、石塔、陶塔、琉璃塔、金塔、银塔、铜塔、铁塔等。塔均独成一体,不与殿堂相连,可以单塔独立、双塔并峙、三塔鼎立或由多塔组成塔群,与西方多尖塔,且塔常和教堂连为一体的建筑形式明显不同。中国的四大名塔为:河南登封的嵩岳寺塔、山西应县的释迦塔、云南大理的千寺塔和山西洪洞的飞虹塔。此外,享誉国内外的名塔还有泉州的开元寺双塔、江苏苏州的云岩寺塔等。

除塔之外,石窟艺术也是佛教建筑、雕塑、绘画、书法综合艺术的珍贵遗产。石窟源于印度,古代印度的佛教徒在山崖陡壁上开凿洞窟形的佛寺建筑供修行用。我国共有 1000 多处石窟,其规模和数量均位居世界之首,最著名的有敦煌莫高窟、大同云冈石窟、洛阳龙门石窟和甘肃麦积山石窟等,它们被称为中国四大石窟。

(圆) 佛教雕塑艺术旅游资源

佛教雕塑主要是指寺院和石窟中雕刻、塑造的佛像,以及用各种金、石、玉、木、陶等雕刻而成的器皿等艺术品。佛教造像是最有艺术表现力、最吸引人的注意力和观赏兴趣的旅游景观。例如:位于四川省乐山市凌云山上的石刻弥勒坐像,通高约 70 米,是当今世界上最高大的一尊佛像;河北正定县隆兴寺内的铜铸观音像,通高约 10 米,10 臂,是我国现存最早,也是最高大的古代铜铸佛教造像;福州市的西禅寺内有两尊玉佛,均为整块翡翠精刻而成;上海静安寺内供奉的玉佛为世界上最大的玉佛;位于北京城内东北角的雍和宫万福阁里供奉的白檀木大佛,全高 10 米,直径 1 米,是我国最大的一尊独木雕佛,有极高的艺术价值;无锡的灵山大佛高 88 米,是世界上最大的一座露天青铜佛像。

(猿) 佛教绘画艺术旅游资源

佛教壁画是佛教绘画的主要部分,它是指在石窟的石壁或寺庙的墙壁上所作的画。我国著名的佛教壁画有甘肃敦煌莫高窟的壁画,新疆克孜尔石窟的壁画等。

帛画是画在丝织品上的画。藏传佛教地区的佛教帛画称唐卡。青海省塔尔寺的“三绝艺术”中有两绝是佛教绘画,即堆绣唐卡(也称贴花唐卡)和壁画,还有一绝是酥油花。

(源) 佛教名山旅游资源

中国佛教名山很多,其中五台山、峨眉山、九华山、普陀山并称为中国佛教四大名山。山西五台山汉代起就成为文殊菩萨的道场;四川峨眉山为普贤菩萨的道场;安

徽九华山为地藏菩萨的道场；浙江普陀山是舟山群岛中的一个小岛，有“海天佛国”之称，为观音菩萨的道场。

（缘）佛事活动

佛教中佛事活动主要有僧尼的日常行事、忏会和法会以及佛教节日活动等。寺院内重要的佛事活动有水陆法会、众姓道场、焰口施食和放生等。佛教最重要的节日有佛诞节、成道日等。

（圆）道教文化旅游资源

（员）道教建筑旅游资源

道教宫观的建筑形式和布局与佛教寺院的建筑大体相仿，一般采用中轴线、院落式布局，只是殿堂的名称与所供奉的神像不同而已，主要殿堂有山门殿、灵宫殿、三清殿、玉皇殿、三官殿等。北京白云观是道教全真派的圣地，号称“全真第一丛林”，是我国北方道教的中心，现为中国道教协会所在地。楼观台是我国最早的道教官观，位于陕西省周至县终南山麓，素有“天下第一福地”之称。

（圆）道教名山旅游资源

①东岳泰山又名岱山，为五岳之首，位于山东泰安，为道教第二小洞天。泰山山麓下的岱庙是东岳大帝的祖庭，它与北京故宫、曲阜三孔、承德避暑山庄并称为我国四大古建筑群。

②中岳嵩山位于河南登封，为道教第六小洞天，其中的名胜古迹以少林寺、中岳庙、嵩阳书院最为著名，中岳庙用来供奉中岳大帝。历史上中岳嵩山为道、佛、儒三教荟萃之处。

③西岳华山位于陕西华阴南，为道教第四小洞天。华山海拔 1998 米，悬崖峭壁，华山之险为五岳之首，西岳庙用来供奉西岳大帝。华山是五岳中唯一为道观所独占的名山。

④南岳衡山位于湖南省中部，为道教第三小洞天。南岳松竹葱茏，夏暑清凉，古有“秀冠五岳”之美誉，南岳庙用来供奉南岳大帝。南岳衡山也是佛、道、儒三教荟萃之地。

⑤北岳恒山位于山西浑源，主峰海拔 2017 米，万石争奇，苍松翠柏掩映着楼台殿宇，其中以悬空寺最为著名。恒山北岳庙用来供奉北岳大帝。

（猿）道教艺术旅游资源

道教文学、音乐、造像和壁画等有很强的艺术魅力。现存较为著名的造像有泉州清源山老君石刻巨型造像、太原晋祠塑像、鹤鸣山摩崖造像、绵阳西山观摩崖石窟等。近年，江苏镇江茅山建造了高达 108 米的老子坐姿铜像。

最有代表性的道教壁画是泰山岱庙的《泰山神启辟回銮图》和山西芮城永乐宫壁画。山西永乐宫壁画不仅是元代壁画的杰出代表，也是中国现存古代壁画中最宏大、最壮观的作品。

（源）道教节日旅游资源

道教节日主要是纪念道教神仙的诞辰，如农历正月十九为玉皇大帝圣诞，农历正月十五为上元节，农历二月十五为太上老君圣诞，农历三月初三为王母娘娘圣诞等，每逢道教神仙的诞辰宫观中都举行隆重的斋醮。

猿) 基督教文化旅游资源

(员) 基督教建筑旅游资源

教堂为基督教的主要建筑,是教徒们举行宗教活动的场所,在其发展过程中形成了独具风格的建筑类型,多采用复杂而精致的结构,高耸而细尖的塔楼,直刺蓝天,在视觉上造成飞腾的效果,仿佛要摆脱地球的引力,飞往九霄云外。在 圆四四 多年的历史中,教堂风格也随之变化,由最初几个世纪的宫殿式,到 愿 世纪的罗马式, 愿 世纪的哥特式, 愿 世纪的文艺复兴式,一直发展到近现代的建筑风格。法国的巴黎圣母院、英国的圣保罗教堂和威斯敏斯特教堂、梵蒂冈的圣彼得堡大教堂、意大利的米兰大教堂、德国的科隆大教堂和亚琛大教堂、中国上海的佘山天主堂和广州的石室天主堂,为此种建筑的典范。

(圆) 基督教节日旅游资源

基督教最重要的节日有圣诞节、复活节、圣灵降临节,这三个节日合称为基督教的三大节日。

① 圣诞节, 愿 月 愿 日是耶稣诞生日,这一天被称为圣诞节,圣诞节已经成为了一个世界性的节日。

② 复活节,每年春分月圆后的第一个星期日为复活节,是纪念耶稣被钉在十字架上受难后复活。

③ 圣灵降临节,复活节后的第 缘 天,用以纪念圣灵降临,被称为圣灵降临节,也称五旬节。

源) 伊斯兰教文化旅游资源

(员) 伊斯兰教建筑旅游资源

我国称伊斯兰教寺院为清真寺。国外绝大多数伊斯兰教寺庙和我国沿海与新疆的某些清真寺,均采用阿拉伯或中亚风格,大殿上均有圆顶建筑,有的还单独建有尖塔。中国内地大部分著名清真寺大多采纳以中国传统的殿宇式四合院为主的建筑形式,清真寺中的礼拜殿是其主要建筑,殿内不设偶像,殿内佛龛必须背向麦加(中国坐西朝东),寺内的装饰忌用动物图案,而多采用几何纹、植物纹、山水、日月、阿拉伯文字等。

清净寺位于福建省泉州市,外形保留了中世纪阿拉伯普遍流行的风格(见图 猿-猿 图 猿-源)。怀圣寺是我国始建年代最早的清真寺之一,位于广州市,具有浓郁的阿拉伯建筑风格。艾提卡尔清真寺位于新疆喀什市,是目前全新疆最大的清真寺和伊斯兰教活动中心,具有浓郁的伊斯兰艺术风格,同时也兼有维吾尔族古代建筑的特色。

补充阅读资料 猿-猿 福建泉州清净寺导游词

欢迎各位朋友光临清净寺。

泉州清净寺是我国现存最早的一处伊斯兰教建筑,为国务院公布的第一批全国重点文物保护单位之一。

泉州清净寺,又称“艾苏哈卜清真寺”,创建于伊斯兰历 源 年,也就是公元 愿 年,是仿照叙利亚大马士革伊斯兰教礼拜堂的建筑形式建造的,占地面积约

圆缘平方米，是阿拉伯穆斯林在中国创建的现存最古老的伊斯兰教寺。



图猿-猿泉州清净寺大门



图猿-源泉州清净寺内景

清净寺的主要建筑分为大门、奉天坛、明善堂等部分。

现在请各位看这座门楼，它高 圆米，宽 源缘米，全系青、白岗石砌叠而成的，是一个三层穹形顶的尖拱门，分外、中、内三层，在外、中两层的上部都有青石圆形穹顶，有着和我国古建筑的“藻井”相类似的石构图案，顶盖采用中国传统的莲花图案，表示伊斯兰教崇尚圣洁清净，门楼正额横嵌阿拉伯文浮雕石刻，写道：“真主秉公作证，除他外，绝无应受崇拜的；众天神和一般学者也这样作证，除他外，绝无应受崇拜的，他是万能的，是至睿的，真主所喜悦的宗教，确是伊斯兰教。”现在请各位看门楼后墙上这两行阿拉伯文石刻，上面记载着清净寺的创建年代、重修时间以及最早的名称，门楼顶层是望月台，是伊斯兰教“斋月”用以望月，决定起斋日期的地方，台的周围三面建筑“回”字形的垛子，像城堞一样，别有回教的风致，平台上原来还有望月楼和尖塔，清朝初年倒坍了。

大家请看这里，这是清净寺的宣礼塔的塔址，当年，宣礼塔塔形如柱，高耸奇伟，可与广州怀圣寺的光塔相媲美，均属于伊斯兰式的建筑风格，员远世纪的中文文献赞美其为：“一柱千云，并紫帽峰而作对，七级凌日，参开元塔以为三。”古时，穆斯林宣礼员登上塔尖，原呼百应，夜间塔顶举火，为商船导航，方圆百里，一目了然，每到秋冬，满载丝、瓷、茶的商船扬帆离去，或值春秋，装运香料、药材的海船驶来泉州港，阿拉伯穆斯林齐聚寺内、沐浴更衣，登塔眺望，诵读《古兰经》，祈求并赞感万能的阿拉赐福穆斯林船队一路平安，宣礼塔初建为石砌，后记，员远世纪初为木塔，公元 员源年又被飓风摧塌。

请各位继续参观寺的礼拜大殿，这座大殿，又称奉天坛，占地面积约 源园平方米，请看殿的门楣部分，雕刻的是阿拉伯文《古兰经》，大殿四壁都是用花岗岩石砌成，巨大的窗户遍布各墙，增加了殿内的采光效果。这个大殿上面原来罩着巨大的圆顶，它使清净寺格外宏伟壮观，员远世纪末的一份中文记载，描述泉州清净寺大殿：“堂以西为尊，叠叠重重，规制异人间之庙宇，昂昂唵唵，翬天上之楼台。”生动地

表现出阿拉伯伊斯兰式的异域建筑风格，不幸的是大殿圆顶在 1906 年泉州的一次 8 级大地震中坍塌，迄今未能恢复，殿内的设施和圆顶遗物仍深深地埋在大殿地下，致使大殿现有的地面增高了一米多。

这墙中凹入部分是当年礼拜大殿的讲经台，墙壁上这些典雅方朴的阿拉伯文石刻，全部是《古兰经》经句，这是公元 10 世纪以前阿拉伯伊斯兰礼拜大殿的流行建筑模式，如今即使在中东阿拉伯地区也很少见。

由于无法复建主礼拜大殿的圆顶，公元 1906 年穆斯林在寺内增建一间小礼拜殿，现在，请各位随我到小礼拜殿参观。

这座小礼拜殿，取名“明善堂”，是中国四合院式的建筑，因为殿屋狭小，只能容纳 猿 人祈祷，以致穆斯林常在露天的古大殿内举行主玛礼拜，伊斯兰崇简清静，崇拜西天，不设偶像，遵照伊斯兰教义，至高无上的安拉无所不在，不论在什么位置，教徒只要面向圣地麦加克尔白的方向祈祷，都是同样能获得安拉的喜悦（目前，居住在泉州的穆斯林后裔有 猿 万多人）。泉州的阿拉伯后裔并非不懂得这一点，但是，他们却宁愿头顶烈日，披风戴雨，只为能在那千年古大殿内祈祷。堂前这个精雕的古代石香炉，原是奉天坛的旧物，后来奉天坛无法蔽风雨，教徒们便移到明善堂做礼拜，香炉也移置于此，香炉只是为净化环境卫生而设。

这里是“泉州伊斯兰史迹陈列室”，虽说地方小了一点，却是泉州伊斯兰宗教文化的历史缩影。国内外史学家对泉州考察伊斯兰史迹极为重视，近几年专程来泉州考察伊斯兰史迹的阿拉伯国家友好人士和学者、专家络绎不绝，我们国家的领导人也多次亲临泉州视察，并作出重要指示。

清净寺自创建以来，历代穆斯林相继集资修葺，并勒碑为纪，保存寺内。现寺中还有值得重视的附属文物，如历年遗留下来的汉文和阿拉伯文的石刻，尤为珍贵的是公元 1561 年明成祖颁发的保护穆斯林和清净寺的《敕谕》碑刻，至今仍完好无损地嵌置于寺北的墙壁上，现在请各位观看《敕谕》碑刻。

明成祖永乐五年（公元 1407 年），为保护泉州清净寺，保护泉州伊斯兰教，明成祖朱棣特颁发谕令：“所在官员军民一应人等，毋得慢侮欺凌，取有故违……以罪罪之。”明代的最高统治者为什么要保护清净寺？当然有着利用宗教麻痹人民的企图，但另一方面，也可表示我国对外国侨民的风俗习惯和宗教活动的尊重，对阿拉伯人民的友好团结。

泉州清净寺，从建造到现在，已有近千年的历史了，人民政府十分珍惜这一千年古迹，解放后曾经三度重修。1956 年，清净寺被列为首批国家重点文物保护单位，就其建筑艺术来说，它的壮丽雄伟，也充分显示我国古代劳动人民的智慧和才能。

清净寺虽建于北宋，但实际上伊斯兰教传入泉州的历史却远远不止千年。伊斯兰教的灵山圣墓就比清净寺还要古老得多，穆罕默德在世时，就向穆斯林发出号召：“求知要不远万里，即使远在中国。”因此，在伊斯兰教创教初期，也就是公元 7 世纪—公元 8 世纪穆罕默德嫡传门徒三贤四贤就从麦加经海路来到泉州传教，死后葬于泉州东门外灵山圣墓，各位有兴趣，可前往参观，好了，清净寺就介绍到这里，希望各位能对清净寺留下美好的印象。

（资料来源福州清真寺管理委员会，有删节、修改）

(圆) 伊斯兰教节日旅游资源

伊斯兰教的节日有开斋节、古尔邦节和圣纪节等。

①开斋节，按伊斯兰教的传统，每年教历 9 月为斋月，成年健康的穆斯林将全月封斋，直至斋戒的第 1 个傍晚，如果见到新月，则次日为开斋节。

②古尔邦节，古尔邦节又称宰牲节，是中国穆斯林的最大节日，每逢伊斯兰教历 12 月 10 日，许多虔诚的穆斯林就会从各地赶往圣地麦加参加朝觐活动。

③圣纪节，又称圣忌节，教历 12 月 10 日，相传为穆罕默德诞生和归真（逝世）的日子，那天会举行圣会，诵读《古兰经》，讲述穆罕默德的生平业绩等。

豫瑶帝王陵墓类旅游资源

豫瑶帝王陵墓旅游资源概述

在古代，对死人的埋葬有土葬、火葬、水葬、天葬、野葬、树葬、悬棺葬、崖洞葬等形式。从旅游角度来看，以土葬和悬棺葬最有资源价值，尤其是土葬，因地面和地下有实物，又有较佳的自然环境，是山水风光、建筑和文物的综合体。土葬实物就是陵墓，或称坟墓。古代文献里，“墓”同“没”，意思是埋在地下就没了。陵或坟，即在埋死人的地上封土，以便活着的人对死去的人进行祭祀，后期又发展成附属建筑群，成为完整的陵墓景观。

古墓葬，尤其是帝王、名人的墓葬，是一宗宝贵的旅游资源。古代帝王官宦都是选择所谓的“乾坤聚秀之区，阴阳汇合之所”来建造陵墓的。陵区建筑规模大，用材优，技艺精，并且风景优美、山清水秀，在建筑上反映了当时的建筑思想和艺术水平，因此，陵区本身就成为了一处风景旅游地。此外，我国古代讲究“厚葬以明孝”，特别是帝王官宦、嫔妃等有许多陪葬品，这些陪葬品挖掘出来就变成了珍贵的文物，这些文物能够完整地反映那个历史时期的社会生产、生活方式和文化艺术状况，它不仅具有观赏价值，还具有重要的科学和历史价值，这对从事科技工作的旅游者而言更具有吸引力，它们为研究我国古代史、天文学史、地理学史、工艺史以及医学史等都提供了极其珍贵的资料，也是一项独特的旅游资源。目前，我国保存了各个朝代帝王、将相、嫔妃等的陵墓多处，它们因其宏伟的建筑、珍贵的文物和优美的环境被称为旅游胜地。

(员) 帝王陵墓旅游资源的特点

帝王陵，即古代埋葬帝王和皇后、妃嫔等皇族的坟墓。透过它们，我们不仅可窥视到剥削阶级穷奢极欲的生活，同时也可以得到研究历史风貌的宝贵人文资料。帝王陵墓旅游资源一般具有以下特点。

(员) 雄伟的建筑

帝王陵墓有两层建筑，即地下宫殿墓区和地上宫殿祭祀区，尤其明、清时代，三大帝王陵墓群（明北京十三陵、清东陵、清西陵）的豪华程度仅次于紫禁城中的宫殿。

(圆) 珍贵的文物

帝王陵墓的地下陪葬品中有金银器、漆器、玉器、古玩、陶瓷、雕塑、丝织、绘画、文献古籍，以及食品、药品、种子、兵器、乐器等，应有尽有，品种之多，数量

之大，价值之高达到惊人程度。例如，《穆天子传》、《战国策》、《孙子竹简》、秦兵马俑、汉俑、汉画像石、战国编钟编磬、吴王鱼肠剑、秦铬合金剑、镞等的出土，都轰动世界，具有很高的历史价值、科学价值和艺术价值，解决了许多历史上多年都存在争议的问题。

（猿）优美的自然环境

在中国古老的阴阳、五行、八卦思想的影响下，**圆**早在多年前就有了“风水”学说。帝王为使江山永固、万世流传和自己在地下永享人间帝王的生活，墓地都选在生态环境好的“龙脉”之地，再加之又可是“皇陵禁地”，因而保持着幽美的自然环境。

（圆）中国古代帝王陵墓选址的特点

①陵区选址重视所谓的“山水风脉”。例如，北宋统合者在选择北宋陵地时，就根据“五音姓利”说（这种迷信之说将“赵”姓归音“角”，“角”音利于丙壬方向，这一方向称为吉方，而吉方又要求“山高水来”的山水条件），把陵区选在高山北麓，因为此地南有金牛山、黑砚山、少室山、白云山，东有青龙山、石人山，诸峰峭拔兀立，蓊郁苍苍，云雾缭绕，似陵区的六个屏风，陵区西北侧有色彩碧澄、清澈见底的洛河水流过，这样的山水条件有利于“角”音的吉方。明朝朱棣认为，昌平这块地方聚气藏风，山环水抱，南面又有“青龙”、“白虎”，是块风水宝地，乃降旨圈地 **愿**里作为陵区禁地。清朝统治者进关后也选择了“万年龙虎抱，每夜鬼神朝”的“上吉之壤”作为陵区。

②陵区位置一般都不远离京城。例如，宋太祖赵匡胤，把陵区选在距洛阳故城只有几十里的巩县，而巩县则正处在“京畿之地”。

③陵区应是山河险固，易守难攻的地方，以保证安全。此外，建在山区的陵墓，还要有足够的山间小明堂，以供子孙后代的发展。

猿 陵墓主要帝王陵墓的演化

（员）中国古代帝王陵墓封土形制的演化

封土形制是关于帝王墓穴上方堆土成丘的形状和规模的制度。大型陵墓建造是中国封建伦理孝道的一种规定，也是对帝王生前就安排死后的“奢侈生活”行为的维护。“厚葬以明孝”起源于周礼。帝王陵墓封土形制自周朝以来，经历了“覆斗方上”式、“因山为陵”式和“宝城宝顶”式的演变过程。

“覆斗方上”式，就是在地宫上方用黄土堆成三阶逐级收缩的方形夯土台，形状很像倒扣的斗，因为陵墓的上部是方形平顶，犹如方形锥体被截去顶部，故名“方上”。这种封土形制沿用的朝代最多，自周朝一直延续到隋朝，之后，又被宋朝选用。在诸多使用这种封土形制的陵墓中，以秦始皇陵墓的墓冢形体最大，它是中国历史上最大的皇陵，位于陕西临潼的骊山，坐南朝北，由三层方形夯土台垒叠而成，陵墓成覆斗状，目前下台东西宽 **猿**米，南北长 **猿**米，每层台壁均向内斜收，陵内有内外两重墙垣，内垣周长 **愿**千米，外垣周长 **愿**千米。据《史记》记载，秦始皇墓的墓顶用珍珠镶成日、月、星、辰，墓内地面建有山川河流，河流内注水银，川流不息，墓中燃着用鱼膏制成的蜡烛，照得墓室如同白昼。目前，城垣内外的建筑物包括角楼、寝殿、便殿、寺院等，已发现兵马俑座，马坑 员座，跽坐俑坑 猿座，珍禽异兽坑 猿座，造墓工人坑 愿座，被处死的宫廷近臣陪葬墓 愿座。 **愿**年发现的

兵马俑随葬坑，发掘出与真人、真马同样大小的武士俑和陶马共 8000 多个，生态逼真，栩栩如生，再现了 2400 多年前的战时阵容，这一发现引起了世界轰动，被誉为世界第八奇迹。

“因山为陵”式，就是将墓穴建在山体中，以整座山体作为墓冢，气势宏大，雄伟壮观，唐朝帝王陵墓就使用这种封土形制。

“宝城宝顶”式，就是在地宫上方，用砖砌成圆形（或椭圆形）围墙，内填黄土，夯实，顶部做成穹隆状。圆形围墙称为宝城，穹隆顶部称为宝顶，这种形制用于明清两朝，清朝的“宝城宝顶”多为椭圆形。

圆) 中国古代帝王陵园建筑布局的演化

历代帝王陵墓的陵园建筑群由三部分组成：其一是祭祀建筑群，建在墓冢前方，院门称隆恩门，院内建筑有主殿隆恩殿和两侧配殿；其二是神道，是一条从陵园大门直达隆恩门的大道；其三是为帝王守护陵墓的人居住的地方，称护陵监。整座陵园以围墙围绕，像皇帝的宫殿一样，不得随便进入。在隋朝以前，陵园建筑以祭祀建筑与护陵监为主，神道比较短小，石人、石兽数量较少，其中以汉朝的护陵监规模最大，全国的官员、富豪均搬到陵区，为皇帝守护陵园，于是一个陵区就变成了一个繁华的城市。从唐朝开始，陵区的的神道加长，并确定了神道两侧的石人、石兽的数量为 5 一对，其中，高宗李治与武则天的乾陵神道最长，石人、石兽的数量最多，在约 1 公里长的神道上，除了传统的 5 对石人、石兽外，还有 2 尊臣服于唐朝的少数民族首领和外国使节的石像。到明清时期，帝王陵神道发展到高峰，明十三陵的神道全长 7 公里，清东陵的神道长 10 公里。明十三陵中央有“大明长陵神功圣德碑”，碑周围有 9 个石华表，神道两侧除石柱外，还有石兽 10 个、石人 10 个。

猿) 中国古代帝王陵墓地宫结构的演化

帝王墓穴及棺椁在汉初以前，多为石质。西汉主要用特殊木材修造地宫，一般是将黄柏木去皮，截成等长的方木，头向中心垒在木质棺椁的外围，呈方形墓穴，方木皆以榫卯结构，缝隙以木炭、膏泥封固，此种地宫的营造方式称“黄肠题凑”。东汉以后，棺椁都用木质制作，地宫除唐朝是直接开凿的山洞中就地营造外，一般都是用砖石发券垒建。宋朝以前，多是砖砌地宫，四壁绘制墓主生前的活动场景。从明朝开始，地宫建筑发展到顶峰，用巨型条石建造大型墓室。从目前打开的墓穴看，除乾隆墓穴侧壁上有佛教神像的雕刻外，其他都没有绘画或雕刻。历代帝王的墓穴布局要表现得与生前所住宫殿一样，由多个相连的空间代表前后排列的庭院。

源) 殉葬制度的演化

随死者一起埋葬的人或物称为殉葬品。帝王的殉葬品，包括本人的生活用品、心爱物件，以及他在位期间社会的生产工具，科学发明，乐器，兵器，各种重要的书籍、史册、艺术品、珠宝乃至物种。殉葬品中的人物，商周时期为活人殉，战国后期开始，改为俑殉制。

猿) 其他古代陵墓旅游资源

除了帝王陵墓外，还有纪念性陵墓、崖墓与悬棺葬、塔葬墓等。

员) 纪念性陵墓

纪念性陵墓有的是真人之墓，有的是衣冠之墓，有的则是传说之墓，主要类别有

纪念性帝王陵（如黄帝陵、炎帝陵等）、圣人陵（如孔陵、关陵等）和其他名人墓（如屈原墓、岳飞墓等），它们之中除少数著名人物的墓之外，一般规模不大，墓中殉葬品不多，甚至没有，但它们以其墓主的名声吸引着游人，成为游人对墓主寄托怀念之情或敬仰之情的场所。

④ 崖墓与悬棺葬

崖墓是在悬崖峭壁上凿出空穴或利用崖壁的自然平台岩洞或岩缝安放棺木。悬棺葬是在峭壁上打孔安棺桩，把棺木悬吊在上面。崖墓以四川乐山、彭山、宜宾及江西龙虎山为主要分布地区。悬棺葬主要分布在四川宜宾和福建武夷山区。

猿 塔葬墓

佛教高僧圆寂后建塔存放遗骨，以少林寺塔林最著名。

猿瑶民俗民风类旅游资源

猿瑶民俗民风旅游资源概述

民俗民风，又称民俗风情，是指各民族独特的生活习惯和生活方式，它包括居住、服饰、饮食、生产、交通、工艺、家庭、村落、社会结构、民间职业、岁时、婚丧嫁娶、宗教信仰、各种禁忌、道德礼仪、口头文学、心理特征、审美情趣等。民俗的形成与地理环境、经济、政治、民族、宗教及语言等诸因素关系密切，它是在共同地域、共同历史的作用下积久成习的文化传统。民俗在人民群众中具有历史功能、教育功能和娱乐功能。随着社会生产、生活的进一步机械化和现代化，人类也越来越希望通过旅游走进大自然、修身养性，希望更实实在在地体验到不同现实生活中的另一种生活方式，因此，民俗民风类旅游资源越来越受到旅游者的喜爱。

民俗民风类旅游资源的特点：

① 民族性，各民族的传统文化和风俗习惯不同，民俗风情旅游资源具有鲜明的民族特征。

② 地域性，民俗也可以看成是劳动人民在几千年的生产与生活中的经验总结，是人们适应自然环境和社会环境的一种具体表现。各民族所处的地理环境的不同，形成了具有浓郁地方气息的民俗风情旅游资源。

③ 丰富性，民俗风情旅游资源的种类多，内容广，可谓是包罗万象。

④ 历史性，今天的许多民俗都是历史上民俗的继续和发展。例如，黄土高原的窑洞就是我国最古老的居住形式，北方常见的踩高跷，早在春秋时就已出现。

⑤ 观赏性，传统的民居、古老的城镇、多彩的宗教建筑等，都具有很强的地方特色、民族特色和艺术特色，给人以美的享受。民族歌舞也颇有艺术性和观赏性。

⑥ 参与性，作为民俗风情旅游来说，参与性也很强，有很多民俗风情旅游活动都适合旅游者参与，如传统的婚俗表演、文娱活动、节日庆典活动、民俗体育活动等。

猿瑶民俗风情旅游资源的主要类型

民俗的内容主要有经济民俗（包括居住、服饰、饮食、生产、交通和交易等）、社会民俗（包括家族和亲族、乡里以及都市社会、人生礼仪及岁时节日等）、精神民俗（包括信仰、迷信、巫术、宗教、禁忌、道德和礼仪等）和游艺民俗（包括民间

旅行、民间口头文学、民间文化娱乐、民间传统竞技和民间杂艺等)。民俗风情旅游资源的类型与民俗的类型有关,主要包括传统民居、饮食习俗、传统服饰和节庆活动等。

员) 传统民居

民居是指除宫殿、官署和寺观以外的居住建筑,是建筑中最早出现的类型,同人们的生活密切相关,受气候、土质、地形、民族文化和生产力水平等诸多自然和人文因素的影响,具有鲜明的民族特点和浓厚的地方特色。

(员) 木构架庭院式住宅

木构架庭院式住宅以木构架房屋为单体,在南北主轴线上建正厅或正房,正房前面左右对峙建厢房,即“一正两厢”院落形式。正房的间数必须为奇数,而且明间宽于次间,门开在明间,以突出中轴线,正房无论在尺度、用料或在装修的精度上都应大于、优于其他房屋。长辈住正房,晚辈住厢房,妇女住内院,来客和男仆住外院,符合封建社会家庭生活中尊卑有别、长幼有序、内外有矩的礼法要求。这种形式的住宅,数量多、分布广,为汉族、满族、白族等大部分人及其他少数民族中部分人广泛使用,但由于各地的自然条件和生活方式的不同而有差别。

① 四合院

四合院以北京民居为代表,分布在华北、东北地区,在布局上受宗教礼法支配和冬季寒冷气候的影响,房屋为南向,在南北纵轴线两侧对称地布置房屋,一般为三进院落,又受“风水”说的影响,大门不开在轴线上,而开在“八卦”的“巽”位或“乾”位,即东南角或西北角,门内建影壁,使外人看不到宅内的活动,自此进入前院。自前院纵轴线上的二门(通常为华丽的垂花门)可进入面积较大,作为全宅核心的正院。坐南朝北的房称南房,一般作外客厅和杂用;坐北朝南的北房为正房,是全宅中最高大、质量最好的房屋,供家长起居、会客和举行礼仪活动之用。从东耳房夹道进入后院,有一排房称罩房,供老年妇女居住和存放东西之用,大型住宅在二门内,以两个或两个以上的四合院向纵深方向排列,更大的住宅在左右或后院建有花园。

北京四合院建筑,经长期经验积累,形成了一套成熟的结构和造型,一般房屋在抬梁式木构架外围砌砖墙,屋顶式样以硬山居多,墙壁和屋顶都比较厚重,并在室内设炕取暖,在色调上,一般以灰青色墙面和屋顶为主,而在大门、二门、走廊与主要住房处施彩色,在大门、影壁、墀头、屋脊等砖面上加若若干雕饰,获得良好的艺术效果。

② “四水归堂”式住宅

“四水归堂”式住宅分布在江南,平面布局同北方的“四合院”大体一致,只是院子较小,称“天井”,仅作排水和采光用,因为各屋面内侧坡上的雨水都流入天井,所以称“四水归堂”。“四水归堂”式住宅的大门开在中轴线上,第一进院正房常为大厅,院子略开阔,厅多敞口,与天井内外连通。后面几进院的房子多为楼房,天井更深、更小。单体建筑也是奇数开间,穿斗式木构架,墙壁底部为石板墙,上部为砖墙或竹抹灰墙,墙面多刷白色,并有各种各样的防火山墙,屋顶铺小青瓦,青瓦、粉墙使住宅显得素雅明净。

③ “一颗印”式住宅

“一颗印”式住宅分布在云贵高原，原则上与“四合院”大致相同，只是房屋转角处互相连接，形成一颗印章状。“一颗印”式住宅平面布局虽然单调，但多数楼居、正房、厢房的大小、高低都变化颇多，构成独具特色的建筑形体。

④ 大土楼

福建西部客家人聚族而居围成环形楼房，即大土楼。大土楼直径可达 苑米，楼由猿-源层相套，木构架，内包庭院，外环房屋高源层，底层作厨房、杂用，二层储粮，三层以上住人，其他两环房屋仅高一层，中央建堂，供族人议事、婚丧典礼用。楼的外墙为厚员米以上的夯土承重墙，大门牢固，上设防水火幕，防卫性强，外观坚实雄伟，像座堡垒。大土楼是客家人为保护自己而创造的独特建筑形式。

(圆) 黄土窑洞

在黄土高原地区，人们利用黄土层厚、质地均一、壁立不倒的特性，沿水平方向挖出拱形窑洞，这种住宅节省建筑材料、施工技术简单、冬暖夏凉、经济适用。黄土窑洞主要有以下三种类型。

① 靠山窑

靠山窑是在垂直的黄土壁面开洞，向纵深挖掘，进深可达 苑米，也可数孔并列，互相穿套，或者叠层开掘，形如楼阁，有的在洞内加砌砖券或石券，防止泥土崩塌，或在洞外砌砖墙，保护崖面。

② 平地窑

平地窑是在平地上按所需大小和形状，垂直向下挖出深坑，成为院子，再在坑壁上挖靠山窑洞，布局原则同四合院，在入口处挖隧道式阶梯或开敞式阶梯通向地面。

③ 靠山窑院

靠山窑院是在窑外建成房屋，使房屋与窑洞结合组成院落。

(猿) 干阑式住宅

干阑式住宅分布在我国南岭以南，为傣族、景颇族、壮族常见的住宅形式。干阑是用竹、木等构成的楼房，它是单栋独立的楼，底层架空，用来饲养牲畜或存放东西，上层住人，这种建筑有利于隔潮，通风，防盗，防虫、蛇、野兽的侵扰。

(源) 雕房

雕房是藏族地区的一种住宅形式，分布在藏、青、甘、川地区，因这些区域雨量稀少，石材丰富，故外部用石墙，内部用密梁构成楼层和屋顶，形似碉堡。雕房一般为圆-猿层，底层养牲畜，楼上住人。在造型上，其善于结合地形，房屋高低错落，朴实优美，富于变化。

(缘) 毡帐

毡帐是游牧民族的住房形式，是一种便于装卸和运输的可移动的帐篷。常见的毡帐主要有以下几种。

① 古包

蒙古族住的毡帐称“蒙古包”，其平面呈圆形，用木枝条编成的可开可合的木棚做壁体骨架，中间用细木椽组成木骨架，外铺羊皮或毛毡，顶部装圆形天窗，供通风采光之用。

② 帐房

藏族住的毡帐称“帐房”，帐房内立几根木柱支顶，平面为方形，用黑牦羊毛织成帐篷。

③ 仙人柱

鄂伦春族和鄂温克族住的毡帐称“仙人柱”，汉族称“撮落子”，它是用很多根细树干搭成的圆锥形架子，外形与塔相似，夏秋覆上带黑边的白布，给人以朴素大方之感，冬天围上苇制围子和栗红色的狍皮围子，给人以温暖、庄重、敦实之感。这种建筑坚实耐用，既可防凶禽猛兽，又可抵御严寒风雪。

(远) “阿以旺”式住宅

新疆低洼的沙漠地区，夏季少雨炎热，冬季寒冷风大，为适应这一气候条件，维吾尔族人创造了“阿以旺”式住宅。“阿以旺”式住宅为土木结构，密梁式平顶，房屋建成一片，庭院在四周，带天窗的前室称“阿以旺”，又称“夏室”，有起居、会客等多种用途，后室称“冬室”，通常不开窗。“阿以旺”式住宅平面布局灵活，墙壁和棚顶厚重，冬暖夏凉。

(圆) 饮食习俗

中国菜肴讲究色、香、味、形，选料极为广泛。中国汉族地区的菜肴主要有十大地方菜系，各种菜肴的选料、口味、烹饪技艺、造型等各不相同，构成了丰富多彩的饮食文化。各少数民族多有自己的饮食习俗与爱好，其风味饮食，更是名目繁多，特色鲜明。例如，蒙古族的全羊席，傣族的竹筒饭、香茅草鱼，朝鲜族的烧烤、泡菜，维吾尔族的烤羊肉串，土家族的油炸粑粑，壮族的五色饭及布依族的鸡肉稀饭都很有特色。

(猿) 传统服饰

(员) 汉族服饰

旗袍原来是清代满族服式，我国近代妇女曾普遍穿用。旗袍以它浓郁的民族风格，体现了中华民族传统的服饰美，不仅成为中国女装的代表，也被认为是“东方传统女装”的象征。中山装是辛亥革命后开始流行的男式上衣。

我国福建省惠安地区的女装在汉族服饰中很有特点。惠安女只要离家外出，总是离不开竹斗笠和花头巾，把整个脸部都裹住。惠安女穿的上衣特别短，可露出肚脐，下身穿宽脚长裤，裤脚又长又大，一生不穿鞋子，称为“封建头、解放脚、经济衫、浪费裤”。

(圆) 少数民族服饰

蒙古袍是蒙古族的主要服装，衣身宽大不掐腰，袖子较长，不论男女，袍下摆均不开衩，衣服颜色鲜艳，喜用黄色、蓝色、红色，扎红绿绸缎腰带。

藏袍是藏族人穿的长袍，袍长及脚，衣襟在身体的右面，系腰带，领口、袖口、衣襟上有彩色布条或细毛皮镶边，袍内穿绸或布的长袖衬衫，男子下穿裤，女子下穿裙，喜欢在一袍前面扎一条红绿相间，用染色羊毛织成的围裙，习惯袒露右肩臂。

傣族妇女衣着以美观大方著称，上身衣服各地有所不同，多为长袖或短袖无领圆口及腰的薄衣，颜色以粉红、青色为主，下身着花筒裙较为普遍。

此外，国外著名的民族服饰有日本的和服，朝鲜族女子穿的短衣长裙，苏格兰男

子穿的花格短裙等。

源) 节庆活动

我国的节庆活动种类繁多, 据统计, 我国 56 个民族从古到今约有节日 1500 多个, 其中少数民族的节日有 1000 多个, 汉族的节日有 500 个左右。

(一) 全国性节日

全国性节日主要有元旦、春节、“五·一”国际劳动节、“十·一”国庆节等, 主要的岁时节日有清明节、端午节、中秋节、重阳节等。

(二) 少数民族节日

① 泼水节

泼水节是傣族阿昌族、布朗族、德昂族、佤族等人民送旧迎新的年节, 在傣历远月中旬 (农历清明节后 5 天左右) 举行, 节日期间, 男女老少不分亲疏、长幼、性别、民族, 都互相泼水, 互致祝福。

② 火把节

火把节是居住在云南、四川境内的彝、白、佤、布朗、纳西、傈僳、拉祜、普米等族人民的传统节日, 节日期间, 村寨和田野的火把彻夜不熄, 人们举着火把又唱又跳。

③ 三月街

三月街是云南白族人民盛大的传统节日, 每年农历三月十五日至三月廿日在大理城西的点苍山脚下举行, 是滇西北具有浓郁民族特色和乡土风味的盛大物资交流, 民族体育和文艺大会。

④ 花儿会

花儿会是甘肃、宁夏、青海等地一年一度的群众性赛歌会, 每年农历六月六日, 当地各族人民身从各地汇集到青海省康平县境内的莲花山参加花儿会, 人数多则数万。

⑤ 那达慕大会

那达慕大会是蒙古族一年一度的传统群众性盛大节日, 主要活动内容是摔跤、赛马、射箭等。此外, 还有歌舞、贸易、电影、文艺、体育、物资交流等活动。

⑥ 歌圩节

歌圩节是广西壮族人民聚会唱歌的民间节日。

⑦ 旺果节

旺果节是藏族人民预祝丰收的传统节日, 它流行于西藏农区, 除了有祈求丰收等仪式外, 还有赛马、射箭、唱藏戏、唱歌、跳舞等活动。

本章小结

本章主要介绍了传统人文旅游资源的概念、分类以及各亚类的概念、分类和主要代表。传统人文旅游资源分为古遗址、遗迹类旅游资源, 古建筑、园林类旅游资源, 文化名城、名镇类旅游资源, 宗教文化类旅游资源, 帝王陵墓类旅游资源, 民俗民风类旅游资源等六大类。

主要概念

传统人文类旅游资源摇古遗址、遗迹类旅游资源摇古建筑、园林类旅游资源摇文化名城、名镇类旅游资源摇宗教文化类旅游资源摇帝王陵墓类旅游资源摇民俗民风类旅游资源

选择题（至少有一个选项是正确答案）

1. 现存的西方古建筑风格主要有()。

1. 罗马式

2. 巴洛克

3. 围柱式

4. 历史文化名城中，属于历史重要港口和手工业中心城市的是()。

1. 广州

2. 泉州

3. 遵义

4. 承德

5. 扬州

6. 景德镇

7. 私家园林是供皇家的宗室外戚、王公官吏、富商大贾等休闲的园林。下列属于私家园林的是()。

1. 苏州拙政园

2. 苏州留园

3. 扬州个园

4. 杭州西湖

5. 北京颐和园

6. 北京恭王府

判断题

1. 哥特式建筑为 12 至 15 世纪西欧的建筑风格，其一般采用厚实的砖石墙，半圆形拱券、逐层挑出的门框装饰和交叉拱顶结构为其主要特征。()

2. 黄鹤楼、岳阳楼、滕王阁为古代江南三大名楼。()

3. 那达慕大会是蒙古族一年一度的传统群众性盛大节日，主要活动内容是摔跤、赛马、射箭等。此外，还有歌舞、贸易、电影、文艺、体育、物资交流等活动。()

简答题

1. 简述古人类遗址旅游资源与古文化遗址旅游资源的区别。

2. 简述中国古典园林的特色。

3. 简述中国古建筑的特征。

4. 简述文化名城的分类。

5. 简述宗教文化旅游资源的特点。

6. 简述我国古代帝王陵墓风土形制的演化。

7. 简述民俗民风类旅游资源的特点。

讨论题

1. 每个人一组，讨论为什么许多古代陵墓具有旅游开发价值？

■ 案例 5 两个人一组，以你所在的城市为例，讨论哪些事物与因素属于传统人文旅游资源，并解释为什么？

案例分析题

甘肃省旅游资源评价（节选）

甘肃的藏传佛教文化、民俗文化、少数民族风情等是甘肃发展旅游的优势。甘肃，犹如一颗明珠镶嵌在中国西北部，复杂多样的地貌特征、特殊的地理位置造就了其自古以来的西北重镇地位。今天的甘肃省以省会兰州为中心，以丝绸之路为横轴，以黄河干道为纵轴，主要旅游线路连接着西部各省，是游历中国西部的必经之地。

甘肃历史悠久，文化灿烂，是中华民族和华夏文化的发祥地之一，人类在甘肃最早的活动足迹可追溯到 150 万年以前，公元 781 年（元代）正式设省，省名由古甘州（张掖）、肃州（酒泉）两地首字组成，距今已有 700 多年，全省已经发现的文物点达 15 万多处，国家级文物保护单位 15 处，省级文物保护单位 150 处，县级文物保护单位 1500 处，其中，在国内外享有很高知名度的主要有：早于半坡文化、河姆渡文化的秦安大地湾文化遗址，敦煌莫高窟，天水麦积山石窟，永靖炳灵寺石窟，夏河拉卜楞寺，嘉峪关城楼，道教名山崆峒山等，人文始祖伏羲的诞生地也在天水市。武威出土的铜奔马被国家确定为中国旅游标志。古丝绸之路横贯甘肃全境，是旅游的黄金地段。

甘肃民族众多，民俗风情多姿多彩，特别是甘南藏族风情，临夏回族和东乡、保安、撒拉族风情，肃南裕固族风情，肃北和阿克塞蒙古族、哈萨克族风情等，最具代表性。

甘肃还是红军长征所经之地，是陕甘宁边区的重要组成部分，是西路军悲壮历史的见证，留下了丰富的革命历史遗迹，是回顾革命历史、进行革命传统教育和爱国主义教育的活教材，如腊子口战役纪念地、哈达铺会议纪念地、榜罗镇会议纪念地、会宁红军三大主力会师纪念地、红军西路军烈士陵园、南梁苏维埃政府旧址等。

（资料来源 中国旅游出版社《中国旅游资源学》第 2 版，2003 年 1 月，第 150 页。内容有删节、修改）

分析：请按照本章所学的关于传统人文类旅游资源的分类方法，将上述旅游资源进行分类。

第 9 章 现代人文类旅游资源

学习目标

通过本章的学习，熟悉各类现代人文类旅游资源几种重要的组成及其定义；掌握现代人文类旅游资源与传统人文类旅游资源的区别；了解各类现代人文类旅游资源的发展与经济开发状况。

现代人文类旅游资源，是指在现代人类社会的发展过程中产生的、能够吸引旅游者来访且为旅游业所用的一切物质精神成果，它可以是进步的，也可以是庸俗的。现代人文类旅游资源具有鲜明的时代特征，包括各种类型的主题公园、现代城市或乡村经济社会建设成果，以及当代人类借以开展特定活动的场所等。

主题公园类旅游资源

作为现代旅游业发展所催生的一种新型旅游产品，主题公园类旅游资源体现了现代旅游业个性化、休闲性、体验性的发展方向，近年来呈现出更加丰富化、多样化地发展势头。按照世界旅游组织的预测，主题公园是目前乃至未来国际旅游发展的三大趋势之一。在我国，主题公园类旅游资源已成为最富有活力的旅游吸引物和开发项目之一。

主题公园概述

所谓主题公园，是指一种人们利用现代化科学技术创造而成的舞台化休闲、娱乐、活动空间，是一项休闲、娱乐产业，表现为具有创意性游园线索和策划性活动方式的现代旅游目的地形态。主题公园对旅游者有吸引力、能激发旅游者的旅游动机，具备一定的旅游功能和价值，可以为旅游业开发利用，并能产生一定的经济效益、社会效益和环境效益，因而，它属于旅游资源的范畴。按照董观志的观点^①，主题公园的基本内涵为：

- ① 主题公园是旅游业发展到一定阶段的特殊产物；
- ② 主题公园是一种相对于原赋旅游景区而言的新型旅游景区；
- ③ 主题公园是注重一个或多个主题的创意、策划与塑造的旅游景区；
- ④ 主题公园是一种具有特殊旅游活动规律的旅游景区；
- ⑤ 主题公园是具有旅游产品概念意义的旅游景区。

^① 董观志：《旅游主题公园管理原理与实务》，员-员页，广州，广东旅游出版社，园园

主题公园起源于现代西方发达国家，一般将第二次世界大战以后荷兰的马都洛丹“小人国”（见图源-员）作为开端，这个于 1844 年开始对外开放的主题公园微缩了荷兰各地风景名胜，开创了世界微缩景区的先河，轰动了当时的欧洲。第一个真正现代意义上的主题公园当属美国加州迪斯尼乐园（见图源-圆），它建于 1955 年，公园以极为丰富的想象力设计出了人间幻境，集表演、巡游、购物等各类功能于一身，开创了世界大型现代游乐园的先河。

我国第一家真正意义上的主题公园是 1983 年在深圳华侨城建的锦绣中华，它标志着在中华大地上诞生了具有真正主题意义的主题公园，被业界称为我国主题公园的里程碑。之后，我国的珠三角、长三角等经济发达区域的大批主题公园如雨后春笋般相继产生了，华侨城又陆续建成了中华民俗村、世界之窗、欢乐谷三个主题公园，它们已成为我国主题公园的代表之作。



图源-员 荷兰马都洛丹“小人国”



图源-圆 美国加州迪斯尼乐园

世界各地的主题公园数量巨大、种类繁多，各具特色主题和卖点，但是，纵观所有的这些主题公园，它们都具有一个最基本的特征——创意性，此外，还都具备特色鲜明的主题，善于利用现代科技成果，不断追求产品标新立异的创新。现代主题公园应具备最基本的五个判断要素，即故事、乘骑、表演、巡游和购物，只具有这五个要素里的部分要素的游乐园、游乐场等其他类似的娱乐场所，它们不具备主题公园的五个判断要素中的全部要素，因此它们是主题公园发展的初始阶段。

9.1.1 主题公园类型的划分

依据主题公园的形式与内容的差异，主题公园可分为五种类型^①，即微缩景观类，民俗景观、仿古建筑类，影视城类，动物景观类和主题游乐园。

（员）微缩景观类

荷兰马都洛丹“小人国”、法国微缩景观乐园、波兰下西里西亚古迹微缩景观园、德国汉堡微缩景观世界等都属于此类主题公园。深圳锦绣中华是我国此类主题公园的先河，此外，还有天津的杨村小世界、深圳世界之窗等。这一类主题公园的特点

^① 卜奇文：《主题公园发展探索》，载《桂林旅游高等专科学校学报》，1998（源），缘-缘页。

是：它们在有限的空间中将世界奇观、历史遗迹、古今名胜，以及世界民居、民俗风情、世界歌舞表演艺术等一起展示在游客的眼前，它是以人类文明史为主题的公园，体现了自然与人文并重，历史、现实与幻想共存的精神。

(圆) 民俗景观、仿古建筑类

韩国首尔乐天世界民俗博物馆、韩国乐安邑城民俗村、阿姆斯特丹民俗村、荷兰民俗村、匈牙利霍洛克民俗村等都属于此类主题公园。中国的这一类主题公园有：深圳中国民俗文化村、广州世界大观、成都世界乐园、北京中华民族园、昆明云南民族文化村、珠海圆明新园等。此类主题公园的特点是：它们以中华民族的灿烂文化为背景，具有民族性、历史文化性、参与性等特点，在其中能让游客跨越时间的隧道亲身体验民族文化的博大精深。

(猿) 影视城类

环球影城、华纳兄弟电影世界等都属于此类主题公园，中国的威海影视基地、无锡水浒城等也属于此类。这一类主题公园的特点是：它们是旅游产品和影视拍摄相结合的经典之作，集观赏性和实用性于一身。

(源) 动物景观类

韩国的爱宝乐园、维也纳的美泉宫动物园、法国的里尔动物园等都属于此类主题公园，中国的青岛海底世界、深圳野生动物园、新疆天山野生动植物保护地、西双版纳热带植物园等也属于此类。此类主题公园的特点是：它们通过改造和利用自然景观，以及通过对野生动植物的驯养和保护，使旅游者回归自然、娱乐身心，体悟生物世界奇妙无比的奥妙。

(缘) 主题游乐园

美国的迪斯尼乐园、丹麦的蒂沃利公园、韩国的乐天世界等都属于此类主题公园，中国的深圳欢乐谷、苏州乐园、广州番禺飞图梦幻城、广州航天奇观、上海水上乐园、潍坊富华游乐园等也属于此类。这一类主题公园的特点是：以现代高科技为背景，体现了参与性和刺激性，让游客体会到现代科技给人类带来的无穷魅力。

缘缘缘 主题公园实例

(员) 国外的主题公园

① 美国加州迪斯尼乐园

美国加州迪斯尼乐园建于 员缘缘年，位于美国加利福尼亚州阿纳海姆。目前，世界上已有 缘座迪斯尼乐园，迪斯尼公司在全球已拥有 员家主题公园。

美国加州迪斯尼乐园包括了 远多个主题游乐场，游乐点集中在明日世界、幻想胜地、米奇卡通城、冒险世界、边疆世界、新奥尔良广场、动物王国、美国大街等愿处，每一处都为游客提供了或大或小的娱乐设施，在这里，人们可以和印第安娜·琼斯一起探险，和星球大战机组探索太空。迪斯尼不断开发和创作新的旅游资源，在 圆缘年公园成立 缘园周年之际，还相继推出了马克·吐温的木筏、彼得潘的飞行、托德先生的荒野冒险等新的主题活动项目。

② 乐天世界

乐天世界建于 员缘年，位于韩国首尔。乐天世界在韩国的地位就好像是美国的

迪斯尼，它已被作为世界上最大的室内主题公园载入吉尼斯世界纪录。

乐天世界拥有室内的“乐天世界探险”、室外的“魔术岛”、四季皆宜的“乐天滑冰场”以及可以体会韩国文化和生活的“乐天世界民俗博物馆”和“乐天影院”等。除此之外，还有室内游泳池、保龄球场、会员制的运动俱乐部、百货公司、超级市场、购物中心和大饭店等，是汇合娱乐与文化的超大型娱乐城。以“冒险与神秘”为主题的“乐天世界探险”与“魔术岛”中，有各种娱乐设施，可进行比赛，举行文艺表演等。当游客们感觉劳累的时候，他们也可以选择进入乐天世界民俗博物馆，它是韩国历史文化和民俗的模型馆，详细地“描绘”了韩国人的生活方式。

③ 欧洲主题公园

欧洲主题公园建于 1965 年，位于德国鲁斯特，是一个展示欧洲各国微缩景观的主题公园，同时也是德国最大的游乐场。

欧洲主题公园坐落于湖边的森林里，以一座中世纪风格的古堡为标志性建筑，园区由 15 个以欧洲不同国家为主题的小公园组成，游客可以从微缩的法国，走进微缩的西班牙，继而在微缩的荷兰、微缩的德国和微缩的葡萄牙等国家间穿梭。公园里的银星过山车（杂音删）以 150 公里的时速，穿梭于 70 米高之轨道，非常刺激，是全欧洲最高、最大的过山车（见图源-猿）。



图源-猿 欧洲主题公园



图源-源 华纳兄弟电影世界

④ 澳大利亚华纳兄弟电影世界

澳大利亚华纳兄弟电影世界建于 1991 年 12 月，位于澳大利亚昆士兰州的黄金海岸。华纳兄弟电影世界与海洋世界、梦幻世界并称澳洲最有名的三大主题公园，华纳兄弟电影世界尤以其独特的设计风格，诱人的娱乐项目和丰富的表演节目而闻名于世界。目前，除了澳大利亚的华纳兄弟电影世界外，华纳兄弟在西班牙、德国等地的主题公园也已建成开放。

华纳兄弟电影世界有一句口号是：“华纳电影世界可以圆每一个人的明星梦。”该主题公园的每一个建筑和布景，包括工作人员的服饰都是以华纳兄弟公司所出品的电影中的场景为依据而布置和设计的。在这个电影城中，游客可能会碰到深受孩子们喜爱的一些卡通动物（如杂音删），或是女士们心目中的英雄（如蝙蝠侠），以及男士们所着迷的电影“致命武器（杂音删）”中的人物等。图源-源为华纳兄弟电影世界的照片。

⑤ 国外其他的主题公园

世界上比较著名的主题公园还有美国佛罗里达州的环球影城和海洋世界，德国的不来梅太空中心，英国的黑池游乐海滩，澳大利亚的海洋世界、水上世界等。

(圆) 中国的主题公园

① 深圳锦绣中华

深圳锦绣中华建于 1985 年，位于深圳华侨城，其主题是“中华历史文化和锦绣河山的荟萃和缩影”，它是目前世界上面积最大，反映中国历史、文化、艺术、古代建筑的一个实景微缩景区。

锦绣中华微缩景区犹如一幅巨大的中国地图，是中国 1985 年历史文化和 30 万平方公里锦绣河山的荟萃和缩影。景区内各景点均按中国版图位置分布，比例大部分按 1:5000 复制，分为古建筑、山水名胜、民居民俗三大类。公园内有用 100 万块小砖砌成的“万里长城”、场面宏伟的北京故宫、气势磅礴的布达拉宫（见图 源-缘）等。安置在各景点上的 100 多个栩栩如生的陶艺小人和动物，生动地再现了中国多民族国家风格迥异的建筑、生活习俗和风土人情。景区将中国传统盆景工艺与现代园林艺术完美地结合起来，堪称中国园林艺术的典范。

② 中国民俗文化村

中国民俗文化村建于 1985 年，位于深圳华侨城，以“二十四个村寨，五十六族风情”的丰厚意蕴赢得了“中国民俗博物馆”的美誉，是中国第一个荟萃各民族民间艺术、民俗风情和民居建筑于一园的大型文化旅游景区。图 源-远为深圳中国民俗文化村的照片。



图 源-缘 深圳锦绣中华中的布达拉宫



图 源-远 深圳中国民俗文化村

民俗文化村景区内建有我国 56 个民族的 56 个各具特色的村寨、庭院和街市，通过民族风情表演、手工艺展示、民间节庆活动等展示出我国各民族丰富多彩的民风民情。黎族的船形屋和佤族的杆栏式草楼相映成趣，再现了人类古老的建筑文化。白族雕刻精美的“三坊一照壁”和汉族的“四合院”，表现了高水准的中国传统民居建筑设计工艺。另外，民俗村内还有 100 多个手工作坊，有 100 多项民间手工艺和民间小吃制作表演，如维族手绣、苗族蜡染、傣族竹筒饭等。

③ 深圳世界之窗

深圳世界之窗建于 1985 年，位于深圳华侨城，公园将世界奇观、历史遗迹、自

然风光、民居、雕塑、绘画,以及民俗风情、高科技参与性表演项目汇集一园,是一个弘扬世界文化精华的大型文化旅游景区。

世界之窗按世界地域结构和游览活动内容分为世界广场、亚洲区、大洋洲区、欧洲区、非洲区、美洲区、现代科技娱乐区、世界雕塑园、国际街九大景区,内建有 100 多个景点,其中包括世界著名景观金字塔、吴哥窟、尼亚加拉大瀑布、悉尼歌剧院等(见图 9-1)。此外,公园内还有中国首座全景式环球舞台、狂欢节广场、欧罗巴啤酒广场、侏罗纪恐龙世界、地心探险等诸多景点和项目。

④ 深圳欢乐谷

深圳欢乐谷建于 1995 年,位于深圳华侨城,是华侨城集团继锦绣中华、中国民俗文化村、世界之窗之后兴建的国内最新一代大型主题公园。深圳欢乐谷分九大主题区:西班牙广场、卡通城、冒险山、欢乐时光、金矿镇、香格里拉森林、飓风湾、阳光海岸、玛雅水公园,加上国内第一条城市高架单轨列车干线——欢乐干线,共有 100 多个老少皆宜的游乐项目。公园中有中国第一座高空摇摆——发现者,世界最新、亚洲第一的家庭乘骑项目——战云,中国最大型的水上娱乐项目——激流勇进,中国第一座悬挂式过山车——雪山飞龙,亚洲最高、中国第一座“惊险之塔”——太空梭,中国最大规模的高科技水上特技主题表演,亚洲首座集视听、触觉于一体的四维影院,亚洲唯一获国际水公园协会的国际大奖“行业创新奖”的玛雅水公园。图 9-2 为深圳欢乐谷的照片。



图 9-1 深圳世界之窗的微缩景观



图 9-2 深圳欢乐谷

⑤ 香港海洋公园

香港海洋公园建于 1976 年,位于香港南部香港仔海洋公园道,香港海洋公园是亚洲最大的海洋公园,也是世界最大的海洋公园之一。公园包括海洋天地、集古村、山上机动城、雀鸟天堂、绿野花园、急流天地、儿童王国等 8 个区。海洋天地由海洋馆、鲨鱼馆、浪涛馆、海洋剧场及海洋摩天塔组成。海洋馆里面放养大鲨鱼、大石斑、海马等约 100 多种海洋动物。浪涛馆用电动机再造惊涛拍岸的大自然壮观,海水波涛起伏。海洋剧场是观看高空跳水特技表演和海狮、海豚表演的露天剧场。集古村以中国 2000 多年的历史为背景,包含自先秦至明清各代的建筑缩影,配上身穿古装的各色人物往来穿梭于古道、房舍间。公园内的户外登山电梯是目前世界最长的户外登山电梯系统。水上乐园是目前亚洲设备最好的水上游乐中心之一。

⑥世界公园

世界公园建于1985年，位于北京西南郊的丰台区花乡大葆台，占地面积1000公顷，汇集了世界近150个国家的100多个著名的自然景观和人文景观，是目前亚洲最大的大比例微缩景观公园。

世界公园几乎荟萃了世界所有著名的名胜古迹，在这里，游客可以看到汉白玉砖垒起来的埃及金字塔、比麻将牌还小的红砖砌成的莫斯科红场等世界各国的名胜景观，园内还有自由女神、美人鱼、维纳斯等近百件艺术品的铜塑、石雕点缀在各微缩景观之中，设有激光喷泉、植物迷宫、童话世界和异国民俗村落等。游客可以领略各国风土人情，欣赏世界民俗大游行和乘浪漫游艇模拟环球旅行，也可以品尝到异国美食，购买旅游纪念品和进行各种趣味游乐活动，实现一日游遍世界的梦想。

⑦中国其他的主题公园

中国香港的迪斯尼乐园、中华恐龙园、工体富国海底世界、恐龙主题公园、番禺向日葵主题公园、苏州乐园、香江野生世界、明斯克军事主题公园、女儿村、长影世纪城等，都是我国的主题公园，其中，长影世纪城是我国首个世界级电影娱乐园，被誉为“东方好莱坞”。

补充阅读资料——迪斯尼的产品创新策略

迪斯尼的一个著名的口号是“永远建不完的迪斯尼”，它多年坚持采用“三三制”原则，即每年都要淘汰1/3的硬件设备，每年都要新建1/3的新概念项目，每年都要补充更新娱乐内容和设施，不断给游客新鲜感。“满足顾客需要”是迪斯尼乐园创新产品的原动力，为了准确把握游客需求的动态，公司内部专门设置了调查统计部、信访部、信息中心，它们每年要开展数百项市场调查和咨询项目来分析游客需求的动态变化，并把研究成果提供给其他各职能部门。迪斯尼曾讲到：把握游客需求动态的积极意义在于，及时掌握游客的满意度、价值评价要素和及时纠偏，从中找到迪斯尼创新发展的关键点。公司根据对相关信息的分析来把握游客需求的动态变化，从而有针对性地创新产品、更新设施设备。

迪斯尼乐园的产品创新策略包括创新产品和改良产品。迪斯尼公司每推出一部新的卡通片就会在主题公园中增加一个新的人物。乐园实行不断增加新的游乐场所、设施及服务方式的经营策略来吸引回头客。例如，东京迪斯尼乐园在任何时候都有1/3~1/4的设施正在更新或调整，它在1985年增加了“雷电世界”，1988年增设了“星际之旅”，1992年又添置了“米奇胜过滑雪”。1995年来，它为建设超级音响设备和10个游乐场所先后投资了1000亿日元。不断创新的产品项目为其赢得了很高的顾客回报率，据统计，东京迪斯尼乐园的游客中约有1/3是回头客。

迪斯尼乐园成功的产品创新策略说明了这样一个事实：主题公园只有根据目标市场的需求变化不断创新产品与服务，才能尽可能地延长其生命周期。

人们对旅游的需要是多样的、复杂的，一方面渴望接触自然，另一方面又挡不住物欲横流的现代城市生活所带来的舒适和便利的诱惑。现代城市是现代人文类旅游资源中极为重要的组成部分，代表着人类社会发展的最新文明成果，它具有交通便利、设施齐全、旅游供给条件优越、大多布局合理、风景优美等诸多优势，并且，市区的

绿地、广场、园林、现代建筑等设施齐全。在这里，人们可以感受现代气息，进行观光、商务、购物、娱乐、修学等各种活动。

（资料来源：陈雪钧：《迪斯尼主题公园成功经营策略》，载《中国旅游报》，图9-2-1（愿））

9.1 现代城市类旅游资源

9.1.1 现代城市类旅游资源概述

在我国古代文献中，“城”和“市”是两个概念。“城”是指有防卫围墙的地方，能扼守交通要冲，是具有防守功能的军事据点。《管子·度地》中说：“内之为城，外为之廓。”《墨子·七患》中指出：“城者，所以自守也。”“市”是指商品交换的地方。《周礼·学辞》中指出：“日中为市，致天下之事，聚天下之货，交易而退，各得其所。”这说明最初的“市”是指在一定地域内固定的、集中的商品交易场所。“市”，有“大市”、“早市”、“晚市”之分。随着社会经济的发展，“城”与“市”逐渐结合为一体。城市是一定空间地域内经济社会发展的核心，在有限地域空间内，由一定历史时期中高度集中的人口、经济、政治、文化、物质设施因素，以及专业化了的社会组织所构成并与周围环境相互作用的开放有机整体。

城市旅游，简单地说，就是以城市为目的地的旅游活动。现代城市作为区域政治、经济、文化活动中心，拥有典型的现代风貌、优越的购物环境、先进的娱乐设施，以及便捷的交通条件，因此，对旅游者产生着巨大的吸引力。^①

本书所讲的现代城市旅游资源，顾名思义，就是指现代化水平较高，在国内甚至全球具有较高知名度，能够代表现代人类社会当前的经济、政治、科技、文化先进成果并能够吸引旅游者慕名来访的旅游城市，而不包括那些主要因丰厚的历史文化资源或者独特的自然景观而具有较高知名度，但现代化水平一般或较低的城市。现代城市类旅游资源往往作为整体性旅游资源而具有较大吸引力，其对于旅游者的核心是现代的经济社会建设成就与面貌，也即现代城市自身，而不是在于城市所依存的天然形成的自然景观环境，亦非是城市丰厚的历史人文遗迹、社会传统文化等。

9.1.2 现代城市类旅游资源的分类与实例

随着人类现代文明的发展，各国城市取得了类型多样化的建设成就，形成了它们各具特色的魅力和风格，正吸引着络绎不绝的人们去一睹风采。根据现代城市规模、性质特征的不同，我们将现代城市旅游资源分为两类：现代政治经济中心型大都市和现代特色产业型城市。

（一）现代政治经济中心型大都市

现代政治经济中心型大都市是指规模巨大、人口众多，具有十分突出的现代经济发展成果或者较多的政治资源，在国内甚至在全球拥有较高知名度和吸引力的大型现代化城市。

现代都市一般应具备下列条件：有强大的经济基础，在市场上有凝聚力、扩散力和影响力；城市基础设施完善，具有枢纽功能、服务功能、金融功能和信息功能；产业结构合理，第三产业尤其发达，其中旅游业活跃，起关联带动作用；人均总产值和

^① 肖星、李亚兵：《城市旅游与城市公园——以兰州市为例》，载《甘肃社会科学》，图9-2-1（员），员页。

人均消费水平高，科技成果转化快，教育发达，人才资源雄厚，劳动者素质高；具有高水平的社会管理系统和高质量的城市生态系统。

① 纽约

纽约是美国第一大都市和第一大商港，是集金融、贸易、旅游和文化艺术于一身的国际大都会，它是美国，乃至全世界的金融中心，也是联合国总部所在地。纽约由几个区组成，面积为 7684 平方公里，市区人口 2000 多万，包括郊区在内的大纽约市人口约 3500 万。曼哈顿是纽约的中心，大银行、大保险公司、大工业公司，以及闻名全球的纽约证券交易所等都云集于此。美国最大的 500 家公司中，有 150 家其总部设在曼哈顿。位于曼哈顿岛南部的华尔街是纽约的象征，美国垄断资本的大本营，金融寡头的代名词。著名的纽约证券交易所和美国证券交易所均设于此。纽约也是摩天大楼最多的城市，代表性的建筑有帝国大厦、克莱斯勒大厦、洛克菲勒中心，以及后来的世界贸易中心（1974 年在“ 9·11 ”事件中倒塌）等。帝国大厦和世界贸易中心大楼均有 100 多层，纽约也因此有了“ 站着的城市 ”之称。纽约也是美国文化、艺术、音乐和出版中心，有众多的博物馆、图书馆等，美国三大广播电视公司和一些最有影响力的报纸都把总部设在这里。纽约也是美国的工业中心之一，是铁路交通重要枢纽。纽约的地铁全长 369 多公里，是目前世界上最长、最快的地铁交通系统。纽约有 3 个国际机场，其中著名的肯尼迪国际机场承担着全国 1/3 的进出口货物空运业务和 1/3 的国际客运业务。

② 伦敦

伦敦是欧洲第一大城市，世界最大的金融和贸易中心之一。伦敦市人口有 2000 多万。伦敦是全英的政治中心，是英国王室、政府、议会以及各政党总部的所在地，也是国际海事组织、国际合作社联盟等国际组织总部所在地。伦敦城是世界上最大的金融和贸易中心之一，共有 100 多家银行（至 1973 年）。伦敦城是世界最大的国际外汇市场，世界上最大的欧洲美元市场，也是世界上最大的国际保险中心（共有保险公司 100 多家）。伦敦股票交易所为世界四大股票交易所之一。大英博物馆建于 18 世纪，是世界上最大的博物馆。世界著名的格林尼治山也位于伦敦附近。伦敦有希思罗和盖茨维克两个机场，希思罗机场是欧洲客运量最大的机场。伦敦市内交通方便，它拥有世界上第一条地下铁路——伦敦地下铁道，是世界上最早有公共汽车的城市之一。伦敦港是英国最大的港口，也是世界著名的港口之一。图 源—怨为伦敦夜景的照片。

③ 中国香港

香港是中国的一个特别行政区，它是国际金融中心、贸易中心和自由港，被誉为“ 东方之珠 ”、“ 动感之都 ”。香港位于东亚中心，中国南海之滨珠江口东侧，也是进入中国的门户，由香港岛、九龙半岛和新界组成，面积为 703 平方公里，人口约 700 万。香港是全球第十大贸易体系、全球最自由的经济体系、第七大外汇市场、第十二大银行中心及四大黄金市场之一，香港股票市场在亚洲排名第三。香港是一个生活的天堂，集各式各样的欢乐于一地。香港是世界十大航空港之一，空运货站为全球最繁忙的空运货站之一，国泰和港龙是香港最大的两家航空公司。香港拥有全球最完善、快捷的公众运输系统图 源—10 为香港维多利亚港夜景的照片。



图 源—(圆) 伦敦夜景



图 源—(圆) 香港维多利亚港夜景

④ 上海

上海是中国第一大城市，是中国经济、金融、贸易、文化、科技、信息中心，是世界上最繁华、最具经济活力的国际大都市之一。上海面积达 12103 平方公里，人口 1700 多万，是西太平洋地区重要的国际港口城市，也是我国重要的交通枢纽和主要的对外贸易口岸。上海是全国最繁华的商业中心，外贸出口总值约占全国的 1/5。上海港货物吞吐量已跃居世界第一，虹桥机场是中国最主要的国际机场之一。上海也是国内、国际通讯枢纽，全国的对外通讯中，有 1/3 通过上海传输。上海是我国教育科研院所最集中的城市之一。上海大剧院是目前中国最好的剧院，上海图书馆的藏书量仅次于国家图书馆，上海电影制片厂、上海翻译电影制片厂以雄厚的实力享誉世界，综合性大型工具书《辞海》也是在上海编纂出版。图 源—(圆) 为上海夜景的照片。

⑤ 其他现代政治经济中心型大都市

世界上其他著名的现代政治经济中心型大都市还有洛杉矶、巴黎、悉尼、里约热内卢、加尔各答、首尔、东京等。中国的现代政治经济中心型大都市除香港、上海外，还有北京、广州（见图 源—(圆)）、深圳、重庆等。



图 源—(圆) 上海夜景



图 源—(圆) 广州珠江夜景

(圆) 现代特色产业型城市

现代特色产业型城市是指规模和人口不限，在当代产业经济、科技文化等某一领

域内具有十分突出的建设成就或特色，区域内知名度和吸引力较高的现代城市。特色产业型城市涵盖很广，有因提供博彩业等特殊服务而著称的赌城，有以大学等文化教育资源集中分布而闻名的大学城，也有以高科技产业和科研院所集聚为特色的科技城等。

① 赌城

赌城是指以提供博彩场所及相关服务作为城市支柱产业的现代城市，虽然博彩业在许多国家属于违法行业，但作为特色旅游资源的赌城其吸引力长久不衰。世界最著名的赌城有：拉斯维加斯、大西洋城、澳门和蒙地卡罗。

拉斯维加斯是世界最大、最著名的赌城，被称为“世界娱乐之都”，也是世界酒店业之都。赌城的标志建筑是赌场酒店，各种豪华酒店鳞次栉比，最高档的酒店耗资高达 10 亿美元，酒店员工近万人。拉斯维加斯所有的酒店都是赌场，集赌博娱乐于一身。拉斯维加斯也是世界上著名的会议展览城市，拥有两大展览会议中心。

大西洋城是 20 世纪 40 年代后期发展起来的世界第二大赌城，不到 1950 年就成为拉斯维加斯强有力的竞争对手。该市的赌场酒店全部集中在滨海大道上，有 100 多座。

中国澳门乃弹丸之地，虽没有美国两大赌城开阔、宏大的气势，但却比摩纳哥要大 10 多倍。澳门的赌场，绝大部分集中在澳门半岛上。澳门共有八大赌场：葡京、海上皇宫、金碧、凯悦、回力球场、假日钻石、置地广场、文华东方，另外还有赛马场和赛狗场，其中葡京大酒店是澳门赌城的标志建筑，也是亚洲最大的赌场之一（见图 源-10）。

蒙地卡罗是四大赌城中最小的，其博彩业和观光业已成为摩洛哥的主要收入来源，蒙地卡罗也成为了挥金如土的代名词。这座小城里的星级酒店、总统套房、豪华设施堪称世界一流，加上激动人心的云方程式汽车赛等，吸引了很多人前来观光旅游。

② 科技城

科技城是指以科学研究为主要职能的专业化城市。科技城有先进的城市基础设施，良好的环境，众多科研教育机构并积聚了许多优秀科技人才，它能够促进科技、教育事业的发展，并成为推动经济社会发展的重要基地。

美国的硅谷是世界首屈一指的科学城，这里集中了全美国 1/3 的半导体公司，主要生产电子工业的基本材料——硅片等，因而得名。硅谷目前拥有电子工业制造厂商 1000 多家，为电子工业服务的公司 1000 多家，另外还有约 1000 家从事其他尖端工业生产和研究的企业。硅谷有著名的斯坦福大学、加利福尼亚大学伯克利分校等源所大学、10 所专科院校和 10 所技工学校，有获得博士学位的科技人员 10000 多名，知识和技术的密集度居美国之首。硅谷是无线电话、激光技术、微处理机、电子表等新型电子产品和技术的诞生地。近些年来，几乎与电子工业有关的大部分新产品都出自硅谷。硅谷已成为知识、技术密集型产业区的代名词。图 源-11 为美国硅谷鸟瞰图。



图 源—员瑶澳门葡京大赌场外观



图 源—员瑶美国硅谷鸟瞰图

③ 航天城

航天城是指航空航天工业工程集中分布的现代城市。现在，许多航天城已成为集科普、教育、观光等功能于一体的新型旅游资源，如有太空城之称的美国休斯敦，俄罗斯的拜科努尔，中国的酒泉、西昌等。

酒泉这座建在荒漠戈壁上的航天城是世界大型载人航天发射场之一，也是我国组建最早、规模最大的综合性火箭、卫星、载人飞船发射试验中心，是目前我国唯一的载人航天发射场，也是炎黄子孙走向太空的第一港。从 员缘年 员月 员日建立至今，已有 猿颗卫星和 缘艘飞船从这里飞入太空，这里先后创造了从第一颗“东方红”人造卫星到第一艘载人飞船等中国航天史上波澜壮阔的 员个第一。

④ 大学城

大学城是指高等学校汇聚与集中，并以高等学校为主体的城市。随着经济的发展和教育、科技、文化的进步，有些发达国家建设了以高等学校为主体的大学城。

美国的波士顿是世界上大学最密集的城市，全市有高等学校 员所，在校大学生就有 员万，占全市人口的 员，加上教职工及其家属，约占全市人口的 员，该市西北的坎布里奇，是纯粹的大学城，世界著名的哈佛大学和麻省理工学院都设在这里。

⑤ 其他现代特色产业型城市

其他现代特色产业型城市有：世界四大时装之都——法国巴黎、美国纽约、意大利米兰、日本东京；世界音乐之都——奥地利维也纳；世界文化艺术之都——德国慕尼黑、法国巴黎、意大利罗马。

补充阅读资料来源—员 现代都市旅游的特征

都市旅游的共性是各界十分关注的，即在纷繁幻变的都市旅游场景中能否抽象出一般规律，这些规律能否提供比较清晰的发展指向。

第一，都市旅游最重要的特征可用“宏观结构抬升”来表述。都市旅游是大城市发展成熟和高水准阶段的产物，它完全依赖大规模的目标化的城市景观的兴起，依赖城市基础设施的配套完善，依赖各种服务行业的繁荣和精细化。都市旅游是宏观经济的追随现象和光明现象，也是旅游产业的后开发市场和豪华市场。人们不可能想象任何城市都能发展都市旅游，同样不可能想象大城市在任何时候都能发展都市旅游。

第二，都市旅游另一个非常深刻的特征可用“国际潮流拉动”来描述。中国都市旅游产生于对外开放程度最高、国际交往最密切的大城市中间，这种旅游新形态的时尚、典雅、海派、狂热、处处折射出以巴黎、伦敦、纽约、东京、新加坡、悉尼为代表的海外大都市或世界旅游名城的巨大影响。因此，都市旅游创意更多地来自海外，它反对封闭、保守、排斥和妄自尊大，对待异域文化犹如对待传统文化一样有着海纳百川般的开放和吸取。

第三，都市旅游的投资和经营特征可以表述为“产业市场准入”。都市旅游的兴旺不仅需要较高的社会各界、相关各行业的介入度，而且需要较高的外资和外商介入度。所谓“全民办旅游”、“全球办旅游”并非旅游泛滥或旅游泡沫，而是最大限度地集合经济要素拓展旅游产业。都市旅游的发展潜力和经营空间极大，市场准入与行业约束同等关键。

第四，都市旅游的再生产特征应当表述为“功能高端运作”。都市旅游与一般城市旅游的最大区别在于前者拥有强劲的再生产功能，意即旅游产业发展的创新、组合和扩张功能。都市旅游不是以旅游区（点）的单体形象，而是以大都市的整体形象产生魅力，不是以单一产品系列满足市场，而是以复合型旅游资源加工的多样化产品创造需求，不是受限于某一旅游季节，而是全年接待运作，不是让外来游客孤立活动，而是与广大市民的休闲活动交织相融。因此，不难推断，都市旅游必然要在向外输出大量国内客源和出境客源的基础上，谋求向外输出旅游开发信息，输出旅游管理技术和人才。

（资料来源摇林洪岱：《中国都市旅游发展的新趋势》，载《中国旅游绿皮书 2004—2005 中国旅游发展：分析与预测》，北京，社会科学文献出版社，2004）

现代乡村类旅游资源

改革开放以来，中国的农村建设取得了较大成就。现代科学技术的渗透作用和农村生产观念的转变，使农村传统的产业结构和生产方式不断发生变化，一些农村地区建设成就卓著，率先致富达到小康。产业结构和生产作业方式的改变使得农业经济多样化，一些可为旅游业利用的农业资源成为乡村旅游发展的核心吸引物之一，乡村旅游正和现代农村建设相得益彰地开展。近年来，党和政府提出了社会主义新农村建设，中国的农村必将会以更加现代化的成就吸引更多旅游者来访。

现代乡村类旅游资源概述

现代乡村类旅游资源是指存在于乡村的资源，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遗存、历史遗产和社会现象。因此，现代乡村类旅游资源的范

围较广，不仅指农业旅游资源。现代乡村类旅游资源不仅包括乡野风光等自然旅游资源，还包括乡村建筑、乡村聚落、乡村民俗、乡村文化、乡村饮食、乡村服饰、农业景观和农事活动等人文类旅游资源，不仅包括乡村景观等有形的旅游资源，还包括乡村社会文化等无形的旅游资源。^①

所谓“乡村旅游”，即以农业文化景观、农业生态环境、农事生产活动以及传统的民族习俗为资源，融观赏、考察、学习、参与、娱乐、购物、度假于一体的旅游活动。旅游者到乡村旅游是对大自然的追求，对融入自然并与之和谐共存的人文环境和人类活动的追求。^②

我们这里所讲的现代乡村类旅游资源，是指能吸引旅游者来访并为旅游业所利用，在乡村聚落的基础上所取得的比较现代化的农业、农村生产建设成就，它包括现代乡村建筑、现代乡村社区、现代农业景观、现代农业生产方式等元素。也就是说，现代乡村类旅游资源是乡村旅游资源中能代表农业、农村现代化水平的那一类资源，其吸引力核心是现代化的农业、农村生产建设成就，而不是当地独特而传统的民俗风情、文化遗存或是保持原始风貌的自然景观。

9.1.1 现代乡村类旅游资源的分类与实例

根据资源性质的不同，可将现代乡村类旅游资源分为现代农村聚落类旅游资源和现代农业生产类旅游资源两大类。

(员) 现代农村聚落类旅游资源

现代农村聚落类旅游资源，是指现代新农村在经济、政治、文化、环境等方面所取得的建设成就，如乡镇企业的厂房和产品、乡村选举制度、生活设施等。^③正如现代城市类旅游资源一样，这一类旅游资源足够激起众多旅游者的好奇心，不断吸引着旅游者前去参观访问。

① 华西村

华西村位于江苏省江阴县，是中国农村走共同富裕道路的典型。1984年，华西村人均收入 1.5 万元，是同年中国农民人均收入的 15 倍、城镇居民人均可支配收入的 1.5 倍。1985年，华西村被农业部评为全国大型一档乡镇企业，全村 1000 户人家基本上就住在一排排数百座的三层别墅里，每座别墅 150 平方米，自带车库（见图 9-1-1）。现在华西村资产最少的家庭也在 10 万元以上。已经实现了“小 1 有教、老 1 有靠、房 1 有包、病 1 有报、购 1 有商、玩 1 有场、餐 1 有供、行 1 有车”。华西村人都是土生土长的农民，但是他们在社会急剧变化的年代里，敢想敢做，创造了奇迹，这在当代中国是少见的，使得中外宾客竞相来华西村参观。自 1984 年对外开放以来，已有 100 多个国家和地区的宾客来华西村考察访问、旅游观光。近几年，每年来华西村的中外宾客可达 100 万人次。

② 南街村

南街村位于河南省临颖县城南隅，是另一个走集体共同富裕道路的典型，甚至被

① 肖佑兴、明庆忠、李松志：《论乡村旅游的概念和类型》，载《旅游科学》，1994（1），1页。

② 王兵：《从中外乡村旅游的现状对比看我国乡村旅游的未来》，载《旅游学刊》，1995（1），1页。

③ 贺小荣：《我国乡村旅游的起源、现状及其发展趋势探讨》，载《北京第二外国语学院学报》，1992（1），1页。



图源—员瑶华西村鸟瞰图



图源—员瑶陕西杨凌农业科技示范园

称为“共产主义村”。改革开放以来，南街村坚持走集体化道路，组建了国家大型一档企业河南省南街村（集团）有限公司，员995年率先摘取河南省“亿元村”桂冠，而后年产值突破 员2亿元。随着集体实力发展壮大，村民的福利待遇日益提高，目前可免费享受 20多项福利待遇，生活、住房、上学、就医等方面都无后顾之忧，人人安居乐业、生活幸福。南街村街道宽阔平坦，道旁绿树成荫，路灯彩灯交相辉映，厂房、住宅鳞次栉比。该村还成立了艺术团、足球队，建起了文化园、图书室，投巨资新建了现代化、高标准的幼儿园、中小学，办起了报社、广播站和电视台等。《人民日报》、《光明日报》、《中国青年报》、中央电视台、《朝日新闻》、美国之音等众多国内外权威新闻媒体对南街村作了大量报道。现在，南街村每年接待 20多万游客。摇摇

③其他现代农村聚落类旅游资源

第五届全国“村长”论坛上推出的中国十大名村中，除了上述两个村以外，还包括：高举艰苦奋斗和开拓创新两面旗帜，以产业与生态旅游重铸辉煌的山西大寨村；以产业兴村的京郊第一村北京韩村河村；以市场兴村的上海亿元第一村九星河村；改革先行者，不断寻求新突破的安徽小岗村；以高科技兴村的浙江花园村；因地制宜开发产业的云南福保村；着力打造浙江第一村的浙江滕头村；将旅游文化做大做强的江西进顺村。另外，江苏常州的横山桥五一村、四川成都的三圣乡等，也取得了巨大的成就，具有很高的现代化水平，每年都吸引了大批旅游者前去参观访问，成为当地重要的旅游景点。

（四）现代农业生产类旅游资源

现代农业生产类旅游资源，是指富有现代化特色的种植业、渔业、牧业、果业和副业，以及以发展旅游业为主要目的的农业观光园等。

①设施农业观光园类旅游资源

设施农业观光园类旅游资源，主要是指以设施农业来展示农业高科技的观光农业项目，包括以展示种植业的栽培技术、园艺及生产过程为主的教育农园、租赁农园等。此类观光园往往具有主题公园的部分特征，随着其发展可能会成为以农业为主题的主题公园。

国外有许多著名的设施农业观光园，如日本东京郊外建有一座蔬菜工厂，各式各样的蔬菜从空中悬吊到地面栽培，水、肥供给都由电脑控制，并实行现场购买。另

外,美国建立了多处供观光的基因农场,农场中培植的马铃薯、番茄又大又好,既普及了基因科学知识,又发展了农业,慕名而至的国内外游客络绎不绝。

中国比较著名的设施农业观光园有:陕西杨凌农业科技示范园(见图 9-1-1)、上海孙桥现代农业园区、北京的锦绣大地、江苏西山国家现代农业示范园、江苏未来农林大世界、河北北戴河集发生态农业观光园等。

② 农场类旅游资源

芬兰、法国、美国等国家的农场旅游一向火爆,中国比较著名的农场有:海南兴隆华侨农场、黑龙江省八五三农场、台湾绿世界生态农场、广东光明农场等。

近年来,法国的“欢迎到农场来”、奥地利的“农场假期”等旅游活动大受欢迎。在农场,主人用家禽、农作物等生态食品款待客人。在芬兰和美国,有些人很喜欢到农场度假,人们在农场可以欣赏原生态的乡村景色,亲身体验原汁原味的乡村生活,还可以品尝当地的土特产及美味佳肴。芬兰全国约有 1000 多个家庭农场可供旅游者全家度假,游客可以选择食宿全包、半包或是早餐加房间等方式,有的农场还出租带有厨房的小屋,除了食宿外,入住农场的客人还可以参加农场主人的日常生产活动,或参加由农场主组织的其他活动。

黑龙江省八五三农场利用国内现代化的农业机械、无公害农产品示范基地和完整的原始湿地生态系统,为旅游爱好者提供了一个观光度假的旅游天地。广东光明农场、海南兴隆华侨农场依靠绮丽的热带风光和浓郁的侨乡风情开发农场旅游,收到了良好的经济效益和社会效益。

③ 牧场类旅游资源

世界比较著名的牧场有欧洲的悦来牧场及澳洲的墨尔本牧场等。中国的牧场类旅游资源有新疆乌鲁木齐南山牧场、陕西宝鸡关山牧场、福建宁德仙山牧场等。

作为“骑在羊背上的国家”,澳大利亚的牧场旅游资源最丰富。只有领略了真正的牧场风情,才能更全面地了解澳大利亚。在澳大利亚的海外来客若不去牧场一游,就如同到了澳大利亚却没看一眼悉尼歌剧院一样地遗憾。因此,每天都有许多满载外国游客的大巴奔向各个牧场。澳大利亚本国的都市居民同样钟爱牧场风光,他们常于周末和假日,自己驾车,带上孩子,选一个离家不太远、花钱不太多的牧场小住几天,大人们可以借机放松一下身心,也可以暂时忘却世事的纷扰和生活的劳累。而最开心的还是孩子们,他们可以亲近自然,了解在都市里无法接触到的乡村生活:喂牛、喂马、喂袋鼠、挤牛奶、捡鸡蛋、骑大马、坐马车、吃自己烤的面包、看剪羊毛、观马上牛仔表演……每样活动都会令孩子们产生从未有过的新鲜感。孩子们在柔软厚实的草地上“摸爬滚打”,结识各种小动物,感受大自然的无比美妙,增长了不少见识,也为他们的童年岁月留下了珍贵的记忆。

④ 瓜果园类旅游资源

利用果树花期和成熟期开放的瓜果园类旅游资源,可以提供观花、赏景和采摘等项目,使游人从中体验自选、自食的果农生活,同时享受田园风光。

法国波尔多是法国生活艺术的象征,以盛产波尔多红酒而举世闻名,来到这里,最不可错过的就是参观葡萄园、酿酒窖,品尝波尔多红酒。过去每到葡萄成熟的季

节，葡萄园主们都望着一串串沉甸甸的葡萄发愁，因为采摘葡萄是一份辛苦的工作，所以工人们都被更轻松，更赚钱的工作吸引走了。而今，法国的葡萄园来了一群干活热情高、掏钱也要采摘葡萄的“英国工人”，他们不满足于走马观花式地参观或品尝几口葡萄酒，而是更愿意参与到酿酒的过程中。这些远道而来的旅游者如此乐此不疲，就为了带回一瓶自己参与酿造的法国葡萄酒。要想在葡萄园中体会采摘和酿酒的乐趣，旅游者就必须付给园主每公顷1欧元的费用，法国的葡萄园主简直不敢相信自己有这么好的运气。

中国在各大城市周边创建的瓜果采摘园数量比较多。例如：北京密云建成的观光采摘果园就有几十个，果树栽种面积达1000公顷，可采摘的果品品种达10余种，采摘期可持续半年之久，该县还将建设100个采摘果园，并增加了荔枝、芒果等特色树种；在上海，郊区的各农场正陆续改造为观光采摘果园，截至2008年年底，沪郊果树栽种面积达10000公顷，总产量达10000吨；西安也正积极调整周边一些农业地区的农业结构，大力发展能为城市居民提供劳作、观赏、休闲场所的果园；福建也建设了以水果产业为主的厦门万宝山观光果园、福清天生林艺园等。

⑤其他现代农业生产类旅游资源

现代农业生产类旅游资源还有花卉基地、蔬菜基地、茶园、养殖水库、池塘等，可以利用这些资源开展观光、科普、采摘、垂钓、品尝和水上娱乐等多种旅游活动，它们都是良好的现代农业生产类旅游资源。

现代事件类旅游资源

现代事件类旅游资源概述

事件，是指短时间内发生的一系列活动项目的总和。同时，事件也是其发生时间内环境、设施、管理和人员的独特组合。事件旅游，专指以各种事件为核心旅游吸引物的一种特殊旅游形式。因此，由各类相应事件产生的会展旅游、体育旅游、商务旅游和节事旅游等也都属于事件旅游的范畴。

如同传统节日可以吸引游客并成为旅游资源一样，可为旅游业利用的各类现代事件也属于旅游资源。所谓现代事件类旅游资源，是指现代产生并在短时间内发生的、具有旅游吸引力并可为旅游业所利用的各类商业、体育、文化、政治等活动。由于这些活动可以吸引旅游者来访并为旅游业所利用，因此它是一种旅游资源。现代事件类旅游资源是一种特殊的旅游资源，这种特殊性表现在其发生地点并不总是固定的，有些事件发生在固定的地点（如旅游节庆、固定会址的会议等），而有些事件的发生地点并不固定（如奥运会、世博会的举办城市等），因此无法判别某个地区是否具有此类事件的旅游资源，而只能根据一个地区的相关设施建设水平判断这个地区是否具有使此类事件发生的潜力。

世界各种现代商业、体育、文化、政治等活动的开展，不仅从客观上促进了当地基础设施的建设，也为接待地旅游业引入了大量客流，从而带来了住宿、餐饮、游览、休闲、购物等旅游收入和大量的就业机会，直接推动了接待地经济的发展。事件旅游业以其巨大的经济增量效应、关联产业带动效应、综合就业乘数效应、地区形象传播聚焦效应、环境设施改善效应而普遍受到各地的重视，尤其是国际级大型活动，

如世界杯、奥运会、世博会等。1990年德国世界杯期间，德国的体育用品生产商，如阿迪达斯、彪马等成了1990年德国世界杯足球赛中最大的商业赢家，而受益者还不仅仅是它们，德国的旅游业和餐饮业也从世界杯足球赛所带来的利润中分得了一杯羹。

随着中国在国际上的经济、政治地位进一步提高以及加入WTO后与全球市场联系更为紧密，重大国际型旅游事件落户中国的频率也将更为频繁，如1999年沈阳世界园艺博览会、2008年北京奥运会、2010年上海世博会和2010年广州亚运会等。这标志着中国事件旅游业将进入一个全新的历史发展阶段，事件旅游业已经成为中国旅游市场开发的重要热点之一。

9.1.2 现代事件类旅游资源的分类与实例

按照各类旅游事件内容的不同，现代事件类旅游资源可分为：博览展会型、文体赛事型、现代节庆活动型和会议商务型。

(一) 博览展会型

博览展会型事件类旅游资源是指能吸引大量游客前来开展各类旅游活动，为旅游业所利用并能够产生可观的旅游经济综合效益的商业博览、展会活动及相关要素。博览展会型事件类旅游资源是现代商务旅游的依托，它能吸引大批具有高消费能力的商务旅游者，也能吸引求知、求奇的旅游者。世界上著名的展览展会活动包括：世界博览会，世界园艺博览会，世界图书博览会，美国国际酒店、汽车旅馆、餐馆用品展览会等。中国比较知名的展会有：中国北京高新技术产业国际周、中国国际高新技术成果交易会、中国国际工业博览会、中国杨凌农业高新科技成果博览会、中国（寿光）国际蔬菜科技博览等。

展览活动会为当地带来大量客流，由此也会带来大量的购物、娱乐、住宿、餐饮等旅游消费活动，使展会成为拉动地区经济增长的火车头。特别是大型的国际级展会，不仅推动了各地的展馆、酒店等展览设施建设，展览结束后新建的展馆可以继续使用，进一步扩大区域展览经济规模。各种展会的召开将拉动一连串行业经济，“会展旅游”带动旅游经济的作用将逐步凸现。例如，在中国昆明举办“1999年昆明世界园艺博览会”期间，昆明共接待1200多万游客，各大宾馆均告爆满，出入昆明的飞机票、火车票也售罄。大批游客如潮水般涌入，给云南的旅游、餐饮、娱乐、宾馆、交通、通讯等行业带来了滚滚财源，仅前10个月的旅游总收入就达150亿元，同比增长120%，旅游外汇收入达100亿元，同比增长100%。

20世纪70年代，展览经济在世界范围内发展起来，进入80年代末，随着生产、销售的专业化，国际展览业转向专业性贸易展览会，专业展览会数量大幅增加，目前世界上定期举行的大型展览会与博览会约有2000多个，每年产生的直接经济效益达1000亿美元。世界展览业超级大国是德国和美国，世界展览业大国有法国、意大利、英国等，世界展览业先进国和地区有荷兰、日本、新加坡、中国香港等。德国号称展览王国，拥有规模展览中心100个，总面积约1000万平方米。世界最重要的展览会有100个在德国举办，德国每年举办约100个大型国际展览会，展出总面积超过1000万平方米。法国拥有100个展览中心，100个会展中心，展览场馆的总面积约1000万平方米。英国展览业历史悠久，目前拥有展览场馆1000个，展览公司1000家，励展公司在

世界各地设有 100 多个分支机构，每年在全球举办 100 多场展览及会议，全年展出面积超过 100 万平方米。世界十大展览城市分别是新加坡、德国汉诺威、德国科隆、法国巴黎、德国柏林、英国伦敦、意大利米兰、德国法兰克福、中国香港、美国芝加哥。摇摇摇

20 世纪 90 年代以来，中国的会展旅游业发展迅速，年增长速度达 10% 以上，大大高于中国其他领域经济总量的增长。近年，中国新近建成的展览面积达上万平方米的展馆就有 100 余个，并形成了香港、北京、上海、广州、大连、哈尔滨、武汉、乌鲁木齐、成都、西安等展览业地区中心，但全国展览面积超过 10 万平方米的展馆只有北京国际展览中心、山东国际博览中心和福州国际展览中心三家。目前，中国展览业将步入成熟期，不少国际专业展都将超过 10 万平方米甚至达到 100 万平方米的规模，深圳、沈阳、重庆、哈尔滨、上海、西安、东莞等地也在纷纷筹建大型会展中心。

(四) 文体赛事型

文体赛事型事件类旅游资源是指以文化体育赛事为内容的旅游活动，是可为旅游业所利用，并能够产生可持续发展的旅游综合效益的客体。由于文体赛事特别是体育赛事在很大程度上要满足参与者求知、求新、求奇、求异、求乐的旅游心态，^① 其强烈的观赏性、高度的竞争性，尤其是竞技体育所表现出来的拼搏精神会引起众多体育爱好者的兴趣，由此也形成了事件类旅游资源中最具吸引力的一部分。

① 体育赛事

国际著名的体育赛事有奥运会、残奥会、冬奥会、足球世界杯（见图源—10）、世界篮球锦标赛，以及各大洲、各国的运动会、联赛、锦标赛等众多综合性的、单项的体育赛事。中国的重要体育赛事有全国运动会、全国城市运动会、全国农民运动会、中超足球联赛、各类世界公开赛等，以及一些地方知名的赛事，如环青海湖国际公路自行车赛等。

体育赛事作为一种重要的事件类旅游资源，随着参加体育活动和观看体育比赛人数的增加以及体育国际化发展水平的提高和国际比赛数量的增长，推动了区域经济社会的快速发展，突出地表现为赛事对承办地旅游的带动性。^② 2003 年上海市国际网球

“大师杯”赛共有 100 万人观看了比赛，其中 100 万的观众来自国外，100 万的观众来自国内其他地区。这些观众为上海酒店业带来了 100 万元的直接收入，为上海景点带来近 100 万元的门票收入。另据测算，观众在观赛期间用餐、宴会、娱乐、购买纪念品等花费人均可达到 100 元左右。

体育赛事需要齐备的体育设施，如篮球场（馆）、足球场、游泳馆、拳击场、滑雪场、赛车场等，一般体育赛事到来之前，当地的旅游设施建设就已经开工了，一旦赛事结束，这些新建设施又成为吸引新的赛事的重要因素，继而表现为赛事对承办地旅游业带动性的后续效应明显。雅典奥运会已过去两年多，但前去参观奥运会设施的

^① 戴光全、杨丽娟：《体育旅游及其国外研究的最新进展》，载《桂林旅游高等专科学校学报》，2003（1），第 10 页。

^② 戴光全、保继刚：《西方事件及事件旅游研究的概念、内容、方法与启发（下）》，载《旅游学刊》，2003（2）。

游客却络绎不绝。希腊旅游部官员乐观地估计：未来几年，希腊旅游业将会为国家带来一大笔收入，收回奥运会支出不成问题，只不过需要稍微长一点儿的时间而已，到 2016 年，希腊每年将新增 150 万名游客，这将为希腊带来 15 亿欧元的收入或 10% 的旅游业增长。

目前世界最著名的体育场有：法兰西体育场、阿尔瓦拉德球场、慕尼黑奥林匹克体育场、阿姆斯特丹体育场、老特拉福德球场、诺坎普球场、伯纳乌球场、圣西罗球场等。为举办世界杯而建的世界上最大的体育场——马拉卡纳体育场位于里约蒂茹卡区马拉卡纳体育中心，1950 年 7 月竣工，由巴西著名设计师拉法埃尔和建筑师奥兰多、安东尼奥·佩德罗·保罗等设计，建筑面积 15.2 万平方米，场内全部草坪面积 1.5 万平方米，足球场草坪面积 1.2 万平方米，可容纳人数为 15 万人，其中有 1 万个站位、1 万个普通座位、1 万个高级座位以及 1 万个座位的包厢（见图 9-1-1）。而今，每年都有源源不断的游客前去观看这道“风景”。随着现代体育活动的不断发展，中国一些地区不断有体育赛事发生。足球联赛的开展客观上促进了济南、大连等地的体育设施建设，使其足球类体育旅游资源比较丰富。哈尔滨、长春等地则是中国冰雪类体育旅游事件比较集中的地区。中国最大的综合性体育场——北京工人体育场建于 1959 年，是 20 世纪 50 年代北京著名的十大建筑之一，其中心运动场能容纳 10 万名观众，作为新中国体育事业发展的历史见证，它曾经承办过许多国际、国内的大型体育比赛，在第十一届亚运会上，它作为主会场和足球决赛场，已被载入亚运史册。为了适应第十一届亚运会比赛的需要，从 1989 年起，政府对北京工人体育场进行了历时 3 年的大规模改建，改建后的北京工人体育场，成为了中国具有国际水准的体育比赛场地。



图 9-1-1 1974 年德国世界杯盛况



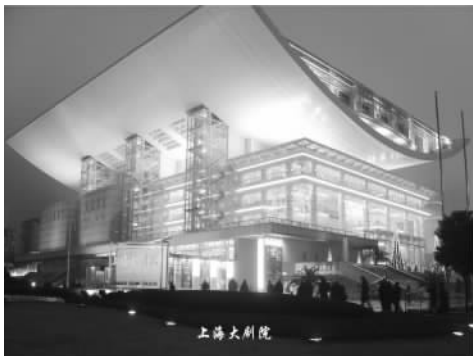
图 9-1-2 世界上最大的体育场——马拉卡纳体育场

② 文娱赛事

文化娱乐类赛事具有与体育类赛事类似的旅游效应，特别是近年来兴起的娱乐类赛事，能够吸引许多参赛者前往，更有大批 3 亿人前往助战。世界著名的文娱赛事有：国际钢琴赛（如范·克莱本国际钢琴大赛——世界最著名的五大钢琴赛之一）、国际奥林匹克数学竞赛、世界先生大赛、世界小姐大赛、世界选美大赛、世界顶尖超级模特大赛、世界精英模特大赛等。中国近年来比较火爆的娱乐赛事有：湖南电视台举办

的超级女声、中央电视台举办的梦想中国、哈尔滨国际冰雕比赛、舟山的国际沙雕大赛等。

文娱赛事所依托的场所有音乐厅、礼堂、剧院、影院、体育场、电视台演播大厅等。例如：现代化的大剧场，它不仅可以为综合性的大型文艺演出提供场所，也可以为现代大型文娱赛事提供服务。世界各国都有大型剧场，它们往往设计独特、用料讲究、造型构思非凡、建筑富丽堂皇，是一个国家、地区或城市的标志性文化设施，具有很高的现实使用价值和艺术观赏价值，如悉尼歌剧院（见图源—**图四**）和上海大剧院（见图源—**图三**）就誉满全球。上海大剧院建于**1998**年，高**34**米，共**10**层，是中国目前规模最大、堪称世界一流的大剧院，也是上海市的一座现代化文化标志性建筑，既有强烈的时代感，又有浓郁的民族风格。上海大剧院共有**1600**个剧场，大剧场有**1600**个座位，中剧场有**300**个座位，小剧场有**100**个座位，拥有亚洲最大、最先进的全自动化机械舞台，吸引了无数国内外旅游者前来参观游览。悉尼歌剧院是澳大利亚的艺术表演中心，它三面环海、背依市区、规模宏大、造型奇特。整个建筑物洁白晶莹，形如颗颗贝壳，与南半球最大的拱桥——悉尼海港大桥互相映衬，它是悉尼乃至澳大利亚的标志性建筑，被誉为**20**世纪世界建筑杰作，内设音乐厅、歌剧厅、电影厅、陈列厅、休息厅等。



图源—**图三** 上海大剧院



图源—**图四** 悉尼歌剧院

（猿）现代节庆活动型

现代节庆活动型事件类旅游资源是指能够吸引旅游者来访的各类旅游节庆，节庆举办的各类表演活动、优惠等成为吸引旅游者的主要要素。现代节庆一方面推动城市的经济发展，带来了物质文明方面的经济效益，另一方面为城市文化的定位奠定了基础，带来了精神文明方面的社会效益。

从国际上看，许多旅游业发达的国家节庆盛事活动异常活跃。加拿大全年有**100**项定期举办以吸引旅游者的节庆盛事活动，美国全年有**100**项，芬兰全年有**100**项，而西班牙全年有**100**多项，日本全年也有**100**多项盛大的都市庆典活动。在新西兰，国家专门制定了一整套发展节庆旅游的政策，并成功地削弱了节律性对旅游业的不良影响。毋庸置疑，节庆盛事活动已成为人们休闲娱乐的一个重要组成部分。世界著名的旅游节庆活动有：电影节、啤酒节、时装节、艺术节等。

① 电影节

世界最著名的三大电影节是威尼斯国际电影节、戛纳国际电影节和柏林国际电影节。威尼斯电影节是世界上历史最悠久的电影节，享有“国际电影节之父”的美誉。柏林电影节是世界第二大电影节，也是德国电影的“窗口”。此外，世界著名的电影节还有美国圣丹斯电影节、加拿大蒙特利尔国际电影节、上海国际电影节、夏威夷国际电影节、日本东京电影节、卡罗维发利国际电影节等。

② 啤酒节

世界最具声名的啤酒节是英国啤酒节、德国慕尼黑啤酒节（见图源-图源-图源）等。其中，世界上最大、最著名的啤酒节还是德国的慕尼黑啤酒节，每年从 9 月 19 日起至 10 月 1 日，都会有大约 200 万名参观者来此欢庆这个世界上最大的啤酒节。啤酒节的开幕十分隆重，节日第一天来自巴伐利亚各地和德国各州及邻国奥地利、瑞士、法国的人们组成蜿蜒数公里的游行队伍，浩浩荡荡，甚为壮观。苔丽莎广场也被无数气球、彩旗装点得五彩缤纷，并临时搭起 100 余座可容纳千人的大型啤酒棚和数百个游艺及小吃摊，加上各类惹人注目的广告，简直就是一个繁华的集市。正午 12 时，礼炮鸣响，顿时鼓乐齐鸣，歌声四起，人声鼎沸，人们纷纷举起大杯，将啤酒一饮而尽。节日期间还举行赛马、射击、美术展览等文化活动，晚上，不少人到此参加游艺、观看杂耍、品尝小吃，亲朋好友聚在一起，聊天、喝酒。英国啤酒节始于 1842 年，英国是除德国之外的另一个啤酒大国，而伦敦西部则是英国啤酒的中心，所以它被喻为“世界最大的酒馆”，在那里你能够品尝到种类繁多、口味各异的啤酒，所有酒水都是由小型作坊手工制作，并且多产自英国。

③ 时装节



图源-图源 德国慕尼黑啤酒节（员）



图源-图源 德国慕尼黑啤酒节（圆）

世界久负盛名的时装节有米兰时装节、巴黎时装节、贝尔格莱德时装节、香港时装节等，它们大部分常以举办时装博览会的形式出现。米兰是世界三大时装中心之一，堪称继巴黎之后新崛起的另一个世界时装之都。法国巴黎素有“世界时装之都”的美称，巴黎女装节每年不定期举行一次，以时装表演为主，对世界女装流行及发展趋势产生了巨大的影响。贝尔格莱德时装节每年春季举行，既预示着本年度时装的流行式样，也预示着服装设计和厂家的生产方向。只有弹丸之地的中国香港，却是国际服装界公认的世界橱窗，由香港贸易发展局主办的香港时装节每年举办两次，堪称香

港时装界的盛事。

④ 艺术节

世界艺术节多种多样，其中最为著名的五大综合艺术节是：爱丁堡国际艺术节、维也纳艺术节、柏林艺术节、林肯中心艺术节和香港艺术节。爱丁堡国际艺术节创立于1851年，是世界历史上最悠久、规模最大的艺术节，被公认为是世界上最具活力和创新精神的艺术节之一。爱丁堡国际艺术节对推动全球剧场艺术的蓬勃发展功不可没。维也纳艺术节创立于1855年，它以展示和推出国际性的大制作作品为主要特色。柏林艺术节也创立于1855年，它和后来成为世界三大影展之一的柏林电影节同时创立，主要演出音乐、舞蹈和戏剧等作品，其中歌剧和交响乐是重头戏。林肯中心艺术节是由民间经营的大型国际艺术节，它吸引了美国及世界各地表演艺术爱好者的目光。香港艺术节1973年创立，它在参展节目的选择上具有鲜明的“中西合璧”风格，既不忘传统，又积极吸收具有世界文化特色的节目加入，可谓后来居上，声誉日隆。除此之外，世界著名的艺术节还包括：巴黎秋季艺术节、萨尔斯堡音乐节、伦敦城市艺术节、塞万提诺国际艺术节、梅纽因音乐节、昆士兰音乐节、维罗纳歌剧节、波宁曼激情艺术节、希腊国际艺术节等。

⑤ 其他现代节庆活动型事件类旅游资源

现代节庆活动型事件类旅游资源除电影节、啤酒节、时装节、艺术节以外，还有烟花节、奔牛节、风筝节等。

中国节庆活动的兴起可以追溯到20世纪80年代中期，当时处于中国入境旅游飞速发展的黄金时期，为了突出当地特色、增强吸引力，当地政府带头，发展了一大批旅游节庆活动。到了90年代初期，节庆活动进一步发展，已经有了广泛性，几乎每个省、市，甚至包括省、市所属的地、县都分别推出了自己的旅游节庆活动。

中国节庆活动兴起初期（20世纪80年代中期）发展起来的旅游节庆有：曲阜国际孔子文化节、哈尔滨国际冰雪节（见图源-10-1）、自贡迎春灯会、大连国际服装节、上海国际旅游节、广州美食节、北京香山红叶节等。20世纪90年代初期兴起的旅游节庆有：青岛国际啤酒节（见图源-10-2）、宁波国际服装节、上海国际服装节、舟山国际沙雕节、西湖博览会、北京国际旅游文化节、南京国际梅花节、南宁国际民歌艺术节、菏泽牡丹节等众多节庆活动，其中有些节庆活动越办越好，如大连国际服装节、北京国际旅游文化节、青岛国际啤酒节（青岛国际啤酒节已成为亚洲最大的啤酒盛会）等，已经逐渐成为具有国际影响力的重大旅游节庆活动。近几年，中国新兴的旅游节庆活动有嘉兴南湖船文化节、沈阳冰雪节、沈阳清文化节等。

（源）会议商务型

会议商务型事件类旅游资源主要是指可以将旅游者从其惯常居住地吸引到会议主办地的各类会议、商务活动以及相关要素等。这些吸引要素包括会议创意、会议附带的文化活动、相关商务活动或展览、会议的相关设施以及主办地其他与会议相关的有吸引力的事物等。

随着全球科学、经济、政治的发展，直接导致各类专业人员及专业协会的大量增加，因此，产生了更多的会议。以城市、度假地为核心的各类会议、商务活动不断增加，带来了大量的客流，如博鳌会议、财富论坛、博鳌亚洲论坛等。



图 9-1-1 哈尔滨国际冰雪节



图 9-1-2 第十五届青岛国际啤酒节开幕式

全世界举办的参加国超过 200 个，与会外宾人数超过 2000 人的各种会议有 20 万个以上，市场价值超过 2000 亿美元。会议旅游最早始于欧美地区经济发达国家，到 20 世纪 70 年代中期，欧美地区经济发达国家举办各种国际会议一直占全世界国际会议总数的 80% 以上，现在一个国家或城市召开国际会议的数量已成为衡量该国或城市发展水平的标志之一。召开国际会议的数量按大洲排名，欧洲最多（占 30% 以上），然后是亚洲（占 15%~20%），其次是北美洲、澳洲，数量最少的是非洲。召开国际会议的数量按国别排名，美国最多（占 20% 以上），其次是英国、德国、澳大利亚、西班牙、法国、新西兰、意大利、日本和加拿大，中国排在第二十六位。世界著名的会议城市有欧洲的巴黎、伦敦、维也纳、布鲁塞尔、哥本哈根，北美洲的纽约以及亚洲的新加坡、中国香港、曼谷、首尔、东京等。

中国会议旅游市场巨大，据国家旅游局统计，中国年商务旅游消费超过 2000 亿美元，并以每年 10% 的速度增长，中外业界人士称中国将成为全球商务旅游消费的重要市场之一。

补充阅读资料 9-1 澳大利亚如何运作“事件旅游”

澳大利亚每年有上千个节日、运动会、商品交易会、演出以及展览会在全国各地举办。20 世纪 80 年代以前，人们尚未意识到事件对地方经济以及旅游业的巨大促进作用，社会各界对其没有给予特别的关注，大多数体育和文化事件主要由州政府的体育或文艺部门负责。20 世纪 90 年代，澳大利亚接连承办了几次大型事件，如英联邦运动会、世界一级方程式汽车大奖赛、美洲杯对抗赛等，举办社区和政府逐渐认识到了重大事件对举办城市经济、商业及旅游业的影响，对旅游事件的态度发生了明显变化，各州开始将承办重大旅游事件作为一项经济政策，并为此而展开了激烈的竞争。

1995 年西澳大利亚州为了有效地促进本州事件旅游的发展，成立了澳大利亚第一个特殊事件小组——（西澳大利亚）事件公司。（西澳大利亚）事件公司归政府所有，致力于竞标及承办能够吸引大量游客的特殊事件到西澳大利亚州，其业务范围包括竞标自身承办的事件，协助其他团体竞标、主办和管理事件。由于事件公司具有运作大型事件的专业技能、知识和丰富的经验，与国际运动团体、全球营销团队经常保持业务联系，熟悉当地各政府部门，具有较强的综合协调能力，这使其能驾轻就熟地

开展事件竞标、主办和管理工作。1987年至1997年期间，该公司以最低投入成本、最大收益回报成功介入事件达24件之多，有海涅根高尔夫年度赛、霍普曼杯网球赛、世界游泳锦标赛等。

（西澳大利亚）事件公司的成功引起了其他各州纷纷效仿，各州也成立了专门的事件公司，它们加强了企业与州政府的协调，从世界各地挑选出事件，参与竞标、申请并协办这些事件活动。

各州事件公司在公司类型及业务重点上又存在着差别。在公司属性上，澳大利亚各州的事件公司大致可以分为两类：商业运作型事件公司和传统行政事务型事件公司。商业运作型事件公司拥有董事会，实行独立核算，以追求经济效益作为企业最高使命，资金主要来源于票务、专营权转让、广告等，也包括捐赠和政府补贴等，其职能是具体策划和实施事件的竞标、主办和管理工作，如演出、会务、展览等。传统行政事务型事件公司一般下辖于各州旅游部或体育部，资金主要来源于各州政府的财政拨款，其职能在于为相关组织竞标、承办事件提供公益服务，如信息、政策咨询等。

在业务重点上，各州的事件公司差别化地专攻不同市场，其企业战略、市场选择都截然不同。昆士兰事件公司将具有旅游吸引力以及能给昆士兰旅游业带来经济收益的事件作为其业务重点。墨尔本大事件公司将经济效益置于首位，“选择性地瞄准并积极进取地追求那些能为维多利亚带来显著经济、文化和社会效益的大型事件”。

澳大利亚特殊事件公司的数目和规模的增长证明：事件旅游已经成为一个产业或经济活动，成立专业化的事件公司以规范事件的程序和形式十分必要。

澳大利亚各州在认识到事件所带来的商业价值和政治利益之后，为争夺各类事件举办权进行了激烈的竞争，但很多重大事件注定是要亏本的。各州政府之所以肯热情地花大量的金钱来承办这类亏损事件是为了事件的溢出效应，即为工业、农业、建筑业等提供巨大的市场，带动相关行业和当地经济的整体发展。而对企业来说，单体经营者营销事件所产生的所有利益会有不同程度的“漏损效益（事件经营商致力于营销特定事件时，也间接为当地企业做了一次免费宣传）”。这会挫伤企业营销事件的积极性，直接影响事件的营销效果。澳大利亚解决这一难题的对策是开展旅游目的地营销，其方式主要有两种：对受益旅游企业征收特别税和动用政府财政。当事件的举办主要是由旅游企业受益而非所有的纳税人都可以从获利时，政府一般采取向受益旅游企业征税的方法来为事件活动提供营销资金。

（资料来源：陈雪钧、吴敏：《澳大利亚如何运作“事件旅游”》，《旅游管理》，1998（4））

现代工程设施类旅游资源

现代工程设施类旅游资源概述

现代工程设施类旅游资源是指当代人用自己的智慧与当代的科技水平创造的令人瞩目的浩大工程，它能使旅游者因感到惊奇而愿意来访。

现代工程设施类旅游资源凝结了当代人类的智慧与力量，反映着社会的发展与进步。那些关系到国计民生、影响千秋万代的现代工程，往往是一项投资多、历时长，能给全社会、全民族甚至全人类带来长远的经济、社会、生态等利益的具有永久吸引

力的人类工程。此类工程建设一般具有以下特点：兴建目的符合特定社会发展需要，带有政治性与军事性，建设周期长、投资巨大、影响深远、规模宏大、吸引长久、利及千秋。

一项伟大工程的最终实施都是经过了长期论证并引致极大关注的，从工程本身的产生背景到正式实施，由不确定到最终确定，这一过程就构成了一种吸引力。^①

源 9-1 现代工程设施类旅游资源的分类与实例

(员) 现代建筑设施

大型工程设施主要有广播电视塔、允许游人参观的重要政府机构和国际组织总部、会展中心、博览广场等。大型公用设施以其别致的造型、非凡的气势、完善的功能、现代化的设施等特点吸引着大批游人前往参观旅游。

世界最高的建筑分别是：台北 员 员 员 大楼、芝加哥费尔斯大楼、吉隆坡双子星大楼、上海金茂大厦、中国香港国际金融中心和纽约帝国大厦。位于巴西首都巴西利亚市的巴西议会大厦是世界上最大的议会建筑之一，办公大楼的平面和正立面都呈 匀形，意思是“一切为了人民”。英国伦敦的巴比肯住宅区是世界上最大的住宅公寓区，员 缘 缘 年由建筑师钱伯林、鲍威尔和邦德共同设计，总面积为 员 远 公顷，住宅区内共有 圆 园 套公寓，停车场可停放 员 苑 辆汽车（见图 源-圆 圆）。

上海东方明珠广播电视塔，塔高 源 愿 米，仅次于多伦多塔（塔高 缘 猿 米）和莫斯科塔（塔高 缘 猿 米），为世界第三、亚洲第一高塔，它不仅发射广播电视信号，更为游客提供了一处绝好的都市观光、娱乐、购物场所（见图 源-圆 猿）。北京人民大会堂是世界上最大的会堂式建筑，从设计到建成仅历时一年，创造了一个建筑史上的奇迹。整组建筑平面呈“山”字形，正面墙呈“弓”字形，建筑面积达 员 苑 万 平方米，其中部是著名的万人大会堂，会场呈扇形，共三层，穹隆形的顶棚，纵横排列着 缘 个灯孔，顶部为巨大的红色五角星，周围是葵花环及三层水波形灯槽，北部为 苑 万 平方米的宴会厅，南部是人大办公楼，包括以全国各个省、市、自治区、行政特区命名的各具地方特色的会议厅。



图 源-圆 猿 上海东方明珠广播电视塔



图 源-圆 圆 伦敦巴比肯住宅区

^① 李娟文、王红国：《伟大工程建设事件旅游开发研究——以三峡工程建设为例》，载《云南地理环境研究》，圆 园 源（源），缘 元 页。

(圆) 现代工业设施

工业旅游是把现有的工厂、企业、公司及在建工程等工业场所作为旅游客体的一种专项旅游。工业旅游是通过让游客了解工业生产与工程操作等的全过程,使其获取科学知识,满足旅游者的精神需求和行、吃、住、游等基本旅游享受,并能提供融求知、购物、观光等多方面于一体的综合型旅游产品。设备先进、科技含量高、产品在国内市场甚至在国际市场上占重要地位的现代化大型工业企业,已成为时尚的工业旅游的参观对象。

欧洲的工业旅游已相当红火,法国的雷诺、雪铁龙等汽车企业年接待游客都超过 1000 万人次。美国造币厂每日会吸引成千上万的游人,一张刚印制出来但经过特殊处理不能流通的货币,也会成为一件热销的旅游纪念品。德国的奔驰公司,每年要接待 100 万游客和商人,游人可以参观奔驰车的总装线,也可以穿上工作服拧几个螺丝钉,最后还可以直接把车买走,工业旅游也直接带动了汽车销售。中国规模最大的上海宝钢现代化钢铁联合企业还设有旅行社,每年来此参观的游客达 100 万人次。波音公司生产的波音飞机占全球客机总量的 1/3,是世界上最大的飞机制造企业,位于华盛顿州埃弗雷特的总装车间,占地面积 100 公顷,是世界上最大的厂房,主厂房允许公众从屋顶俯瞰参观飞机的组装过程。

1993 年年初,海尔集团提出了工业旅游的概念,并为此专门成立了海尔国际旅行社,当年自身工业旅游接待就已达到了 100 万人次。近年来,中国已有 100 多家企业通过了国家首批工业旅游示范点的审批并正式挂牌,工业旅游热正在各地兴起,而且有很多企业正在朝着这个标准迈进。

(猿) 现代交通设施

大型交通设施包括各种大型桥梁、隧道、铁路、公路、运河、车站、港口、机场等。

美国纽约市的大都会终点站是世界上最大的火车站,占地 100 公顷,分上下两层,上层有 10 条铁路线,下层有 10 条铁路线,平均每天有 100 多列火车、100 万名上下班旅客从这里经过。

目前,世界上最大的机场是英国的希思罗国际机场,它每年的旅客吞吐量为 1000 万人次。阿联酋的杰拜勒·阿里国际机场建成后将成为世界上最大的机场,其将同伦敦希思罗机场和芝加哥奥黑尔机场加起来一样大,这座世界上最大的机场将拥有 10 个起飞降落跑道,年货物吞吐量可达到 1000 万吨。

上海的杨浦大桥与南浦大桥、东方明珠广播电视塔共同构成了著名的“双龙戏珠”景观。南京长江二桥全长 1000 米,为世界第三、中国第一大桥。

北京火车西站,是中国规模与运营能力最大、整体装备水平和综合配套服务设施最好的现代化火车站(见图 1-10)。

青藏铁路的建成通车结束了世界屋脊——西藏不通火车的历史,这条举世瞩目的铁路还创造了一系列世界之最,它是世界最长的高原铁路,世界海拔最高的高原铁路(被誉为“离天最近的铁路”),世界穿越冻土里程最长的铁路,世界时速最快的高原铁路,世界最高的高原冻土隧道,世界最长的高原冻土隧道,世界海拔最高的火车站,世界最长的高原冻土铁路桥。海拔 5000 多米,全长 1000 公里的号称青藏

铁路第一长桥的清水河特大桥飞架于昆仑雪山之下。

(源) 现代水利工程

世界各地建设了许多现代水利设施，其中以水电站和水利枢纽为主，成为旅游者参观游览的胜地。伊泰普水坝全长 苑苑源米，高 员苑米，巴拉那河被其拦截后形成深 圆缘米、面积 员缘园公顷、总蓄水量为 圆亿立方米的人工湖。伊泰普水电站是当时世界上最大的水电站。胡佛水坝采用圆弧结构，坝高约 圆米，科罗拉多河因其拦截而形成的米德湖水深 员米，被认为是比纳赛尔湖还大的世界上最大的人工湖之一。阿斯旺水坝主坝全长 猿米，高 员米，尼罗河水被拦腰斩断后形成了蜿蜒 缘公里、宽 远公里的纳赛尔湖，其容量相当于尼罗河两年的流量。铁门水坝大坝全长 员圆米，高 苑米，多瑙河被其拦截后形成蓄水量为 员亿立方米的人工湖。

西陵峡口的葛洲坝水利枢纽工程，员年被评为“中国旅游胜地源佳”。员年浙江新安江水电站建成后，形成了面积为 缘园公顷的人工湖，它是杭州西湖面积的 员倍，湖中有大小岛屿 员个，故称为千岛湖。千岛湖烟波浩渺，湖水清澈，千岛竞秀、峰峦叠嶂，鸟语花香，风景如画，是一处自然山水与人造景观相结合的国家级风景名胜。中国的南水北调工程也是一项艰巨复杂的世纪工程，建成后不仅可以解决水资源地域分布不均的问题，还将成为旅游者观光猎奇的目的地。中国的三峡工程是一项真正的世界工程，到 年三峡工程完工后，其将创造十个世界第一，即当今世界最大的水利枢纽工程，世界防洪效益最为显著的水利工程，世界最大的电站，世界建筑规模最大的水利工程，世界工程量最大的水利工程，世界施工难度最大的水利工程，世界施工期流量最大的水利工程，世界泄洪能力最大的泄洪闸，级数最多、总水头最高的内河船闸，世界规模最大、难度最高的升船机，世界水库移民最多、工作最为艰巨的移民建设工程。三峡地区本来就风景宜人，工程建成后，高峡出平湖的秀丽风光将会吸引更多的旅游者（见图源-圆）。



图源-圆 北京火车站



图源-圆 中国三峡大坝

补充阅读资料来源-源 我国工业旅游发展历程及现状

世纪 年代以前，中国工业企业参观的对象大多是官方和业界人士，因此这

种非大众化的参观接待并不是真正意义上的工业旅游。我国的真正的工业旅游出现于 20 世纪 80 年代中期。1985 年，长春第一汽车集团组建了一汽实业旅行社，对外开放了卡车生产线、红旗轿车生产线、捷达轿车生产线及汽车研究所样车陈列室。北京三元、燕山石化、燕京啤酒等企业纷纷对游人开放，国内其他一些知名企业也纷纷开始涉足工业旅游项目。1995 年，国家旅游局正式启动工农业旅游这一项目，到 1997 年 1 月底，全国 100 多个企业向国家旅游局提出申报验收的要求，在汇总和审议验收结果的基础上，国家旅游局于 1997 年 7 月正式命名 100 家全国工农业旅游示范点，其中工业旅游示范点 70 家。在国家旅游局制定实施的《全国工农业旅游示范点检查标准（试行）》中，对工业旅游示范点的诸多方面都作了详尽的规定，通过政府的规范管理，促进了工业旅游健康有序地开展。

现阶段，我国的工业旅游点在地域分布上与工业发展状况基本吻合，在老工业基地和新兴工业城市发展较快，工业旅游发展较好的地区集中在中东部。在国家命名的 100 多家工业旅游示范单位中，经济发展强劲的浙江省排在首位，其次是传统工业省河南，东北老工业基地的辽宁与吉林、广东、山东等省，以上六省占据了全部示范点的一半儿。工业旅游点主要集中在一些传统工业（如食品业、能源业和传统加工制造业）上，而且大都是行业领先者（如四川长虹、青岛海尔、上海宝钢、山西杏花村等）。

（资料来源摇丁枢：《我国工业旅游发展历程、特点及开发模式》，载《财贸经济》，1996（缘），227 页）

本章小结

本章主要介绍了各类现代人文类旅游资源几种重要的组成及定义，以及现代人文类旅游资源与传统人文类旅游资源的区别。此外，本章还介绍了各类现代人文类旅游资源的发展与经济开发状况。

主要概念

现代人文类旅游资源 主题公园 乡村旅游 事件旅游 工业旅游

选择题（至少有一个选项是正确答案）

1. 按照各类旅游事件内容的不同，现代事件类旅游资源可分为（ ）。
 A. 博览会型 B. 文体赛事型
 C. 现代节庆活动型 D. 会议商务型

2. 世界四大时装周之都是指（ ）。

A. 法国巴黎 B. 美国纽约
 C. 中国香港 D. 奥地利维也纳

3. 意大利米兰 B. 日本东京

4. 世界著名的一些旅游节庆活动有（ ）。

A. 电影节 B. 艺术节
 C. 啤酒节 D. 时装周

5. 电影节 B. 艺术节
 C. 啤酒节 D. 时装周

趣风筝节

趣烟花节

判断题

趣工业旅游是把现有的工厂、企业、公司及在建工程等工业场所作为旅游客体的一种专项旅游。 (摇摇)

趣中国第一家真正意义上的主题公园是 1989 年在深圳华侨城建成的世界之窗，它标志着在中华大地上诞生了具有真正主题意义的主题公园，被业界称为中国主题公园的里程碑。 (摇摇)

趣世界最著名的三大电影节是威尼斯电影节、戛纳电影节、伦敦电影节。 (摇摇)

简答题

趣现代人文类旅游资源的核心是什么？

趣主题公园的主要类型有哪些？

趣现代城市类旅游资源与一般的旅游城市有什么区别？

趣简述现代事件类旅游资源的类型。

趣你能列举出一些国内外著名的现代工程设施吗？

讨论题

趣每 2 个人一组，讨论传统民俗是否是现代乡村类旅游资源，为什么？

趣每 2 个人一组，讨论为什么说现代社会的新兴事物（如烟花节等节日）、水电工程等都可以成为旅游资源？

案例分析题

中国主题公园经营不理想

趣世纪 80 年代中后期，福禄贝尔、美国科幻乐园、西奇乐园等一批主题公园出现在长三角（包括科学科幻、机动游乐、动物观赏等），让人们眼花缭乱，行业竞争趋于惨烈，好景不长，没过多久，这些主题公园就像被推倒的多米诺骨牌，纷纷走向衰败，关门歇业。

据不完全统计，最盛时，国内类似“西游记宫”、“大观园”、“三国城”之类的人造景观多达 200 处，总投资超过 1000 亿元。如建于 1994 年前、位于南京江东门的“西游记城”，耗资 1.5 亿元，建筑面积 100 万平方米，在国内数十个类似的“西游记”人造景观中号称规模最大。其建成之初也曾热闹过一阵，可好景不长，渐渐“门庭冷落车马稀”，最终被迫关门大吉。由于缺乏科学论证和全面考虑，又缺乏内在的文化内涵，一旦游客热情退去，这些人造景观立即就会陷入“人去楼空”的困境。

有资料显示，主题公园进入中国 20 多年，全国约 200 个主题公园沉淀了 1000 亿元投资，其中 200 左右处于亏损状态，200 左右持平，只有 100 左右盈利，这些主题公园主要分布在北京、天津以及长三角、珠三角等经济发达地区。

而目前长三角地区又兴起了新一轮的主题公园建设。历史名镇周庄，正准备以缘园中国文明做主题，兴建投资额为源园万美元的公园。西楚霸王项羽的故乡——江苏宿迁市最近提出，力争用两年时间把项羽故里建成集旅游、休闲和娱乐为一体的综合性主题公园。而去年动工、耗资约苑园亿元的中国目前最大规模的主题公园——安徽芜湖华强旅游城，也期望凭借与长三角紧临的地理位置，为该地区旅游业带来新的内涵和活力。

芜湖华强旅游城的梦想与未知的命运，也许是长三角众多“主题公园”的一个缩影，其巨额投资的华强旅游城能给芜湖和华强集团带来多大收益恐还存在不小变数。

（资料来源摇谢静：《长三角，需要多少主题公园》，载《华东新闻》，园园园园园园园园园园）

分析：结合本章所述内容，试分析什么原因造成了我国主题公园失败的历史，在新一波的主题公园建设高潮下，其前景又如何？

第 3 章 旅游资源调查与评价

学习目标

通过本章的学习，掌握旅游资源调查的目的、意义、要求、内容、重点以及常用的旅游资源调查方法；掌握旅游资源评价的目的、意义、要求、内容以及常用的旅游资源评价方法（如体验性评价、技术性评价、综合性评价等）。

缘起 旅游资源调查

缘起 旅游资源调查的目的和意义^①

为了使旅游资源得到充分而又合理的利用，将资源优势转化为经济优势，首先必须摸清旅游资源的“家底”，也就是要对旅游资源进行调查。旅游资源调查是服务于旅游资源评价、旅游资源开发规划、旅游资源合理利用和旅游资源保护的前期准备。旅游资源调查的主要目的在于：紧紧围绕区域旅游业发展的客观要求，查明可供开发利用的旅游资源的客观情况，系统地盘查区域内旅游资源的类型、数量、质量、特征、级别、价值等，以及查明与区域内自然、社会、经济、历史等有关的基本情况，为旅游资源的评价、分级、分区、开发规划、保护等工作打下坚实的基础，为旅游业的发展提供充分、科学的决策依据。

旅游资源调查的意义主要是通过旅游资源调查的作用来体现的，其作用主要有：^② 描述作用、诊断作用、预测作用、管理与保护作用。

（一）描述作用

描述作用是指旅游资源调查解决了“是什么”的问题，也就是说对旅游资源的调查，可以摸清区域内旅游资源的“家底”，对于区域内旅游资源的开发规划和保护都具有十分重要的意义。关于对旅游资源的类型、数量、等级等的调查，可以让旅游资源的开发者对旅游资源的状况有更清晰的认识。

（二）诊断作用

诊断作用是指旅游资源调查解决了“为什么”的问题，也就是说旅游资源是一个很复杂、很宽泛的概念，其内涵、外延都在随着社会的发展而不断变化，今天对于旅游者来说有吸引力的因素，或许几年后旅游者会觉得索然无味；对于科学工作者或对科学知识感兴趣的旅游者而言具有吸引力的旅游资源，或许对于普通的旅游者丝毫

^① 陈福义、范保宁：《中国旅游资源学》，图灵·图灵页，北京，中国旅游出版社，图灵图

^② 郭跃、张述林：《旅游资源概论》，图灵·图灵页，重庆，重庆大学出版社，图灵图

不产生吸引力。因此，通过旅游资源的调查，可以弄清楚目前旅游资源的现状，根据目前旅游者的品味以及品味的变化趋势，来选择重点或优先开发的旅游资源。

(猿) 预测作用

预测作用是指通过对旅游资源的调查，可以不断地完善旅游资源信息系统，为旅游预测、决策奠定良好的基础。通过对旅游资源的调查，清晰了解了旅游资源的现状后，就可以预测未来的旅游资源开发状况。

(源) 管理与保护作用

管理与保护作用是指通过对旅游资源的调查，会使旅游资源的管理与保护工作有明确的对象与目标，使得管理与保护工作不至于盲目开展。

缘 旅游资源调查的要求

一方面，旅游资源调查具有很重大的意义，会对旅游业的发展产生深远的影响，另一方面，旅游业的发展，又会不断地对旅游资源调查提出新的要求。旅游资源调查应符合以下要求：

①坚持真实性原则，即实事求是地对区域内旅游资源的类型、数量、质量等进行客观的调查，并采取田野考察法，对旅游资源进行实地调查，获取第一手资料，即便是获取了第二手资料（如报表、地图等）也必须通过实地考证，确保旅游资源调查的真实性。

②坚持创造性原则，即在坚持真实性原则的基础上，不断地发现潜在的、隐性的旅游资源。不放过业已开发比较成熟的旅游资源类型，也不遗漏将来会具有开发潜力的旅游资源。

③坚持市场导向的原则，旅游资源是一种能对旅游者产生吸引力，为旅游业开发利用的资源。旅游资源开发的目的是要面向旅游市场推出符合旅游者兴趣的旅游产品（旅游项目），旅游者的偏好是开发旅游项目的重要印象因素。因此，我们必须从市场的需求出发，来调查旅游资源的类型、数量、质量、等级等。

④坚持经济效益、社会效益、环境效益相结合的原则。旅游资源是一种能对旅游者产生吸引力，为旅游业开发利用，会产生社会效益、经济效益、环境效益的资源。因此，旅游资源的调查必须综合考虑到资源的潜在的经济效益、社会效益、环境效益，对于那些会破坏区域社会文化、生态环境的旅游资源，不应该纳入开发之列。

缘 旅游资源调查的内容与重点^①

员) 旅游资源调查的内容

旅游资源调查的内容主要有以下几个方面：

(员) 旅游资源调查区域的自然环境，包括该区域内的岩石、地层、土壤、地貌、水文、气象、气候等状况。

(圆) 旅游资源调查区域的人文、社会、经济环境，包括该区域内的历史、行政归属与区划、人口与居民、文化、经济发展等状况。

(猿) 旅游资源调查区域的旅游资源状况，包括该区域内的旅游资源的类型、数量、质量、结构、规模、级别等。

(源) 旅游资源调查区域的环境保护状况，包括该区域内的工矿企业、科研医疗、

^① 杨桂华、陶犁：《旅游资源学》（修订版），员圆-员猿页，昆明，云南大学出版社，员圆

生活服务、环保设施等。

(缘) 其他可能会影响旅游资源调查区域的旅游发展因素。

(圆) 旅游资源调查的重点

(员) 大城市、主要交通干道沿线以及人口密集区域

旅游资源的开发实践表明,区域旅游业的发展是建立在旅游资源的基础上的,但是也需要相应的住宿、接待、娱乐、购物、交通等设施的支持。我国中西部旅游业在发展中存在差异的主要原因不在于旅游资源的差距,而是区域社会、经济发展的差距。旅游资源调查是为旅游开发服务的,而旅游开发是为了吸引游客。大城市拥有较为完善的交通网络,良好的接待设施,丰富多彩的娱乐项目,主要的交通干道沿线同样由于便捷的交通,可以吸引较多的游客,人口密集区域是潜在的客源区域(如上海市郊的环城游憩带,每年接待来自上海的游客就有上千万)。因此,旅游资源调查的重点必须放在大城市、主要交通干道沿线以及人口密集区域。

(圆) 已知旅游区及其外围区域

在已知旅游区及其外围区域进行旅游资源调查的原因在于已知的旅游区及其外围区域拥有较为稳定的客源市场,旅游资源开发取得了一定的成果,需要进一步深层次地挖掘区域社会、文化、历史内涵,对这类区域进行的旅游资源调查更有针对性、便捷性。

(猿) 重点的新旅游度假区、景点

开发之前的张家界、九寨沟都是游客罕至的处女地,其区域交通条件、区域经济条件较差,但是经过相关部门及科研机构对其进行了详尽的旅游资源调查后,旅游资源的开发有了目标,旅游业取得了令人瞩目的成就,带动了区域经济、社会的发展。因此,必须对一些重点的新旅游度假区、景点进行旅游资源调查,更好地指导旅游资源的开发实践。

缘 瑶族旅游资源调查的程序

旅游资源调查是一项复杂而细致的工作,需要有计划、有组织、有目的地开展,需要严格按照一定的程序展开,方可保证旅游资源调查工作的科学性、准确性、持续性。旅游资源调查主要应遵循以下程序。

① 调查前期的准备阶段。调查前期的准备阶段的主要任务有:明确调查问题;确定调查目标;设计调查方案;制订调查工作计划。

② 调查实施阶段。调查实施阶段的主要任务有:搜集第二手资料(主要有政府统计资料、报纸、书籍、年鉴、学术研究材料等);搜集第一手资料(指实地考察搜集的资料,如测绘图、照片等);详细勘查等。

③ 调查后的整理分析阶段。调查后的整理分析阶段的主要任务有:整理资料,把搜集到的资料整理成系统的、确实说明问题的情报;分析资料,对整理好的有用的资料加以分析,找出符合具体用途的资料。

缘 瑶族旅游资源调查的方法

(员) 文案调查法

文案调查法,也叫间接调查法,即调查人员不直接参与实地的调查实践,而是通过搜集旅游资源的各种现有信息和情报资料,从中选择与旅游资源调查项目相关的内容,进行整理、分析研究的一种调查方法。这种调查方法主要适用于对户外实地调研

比较困难的情况，并且不能作为旅游资源调查的唯一方法，必须与其他调查方法结合使用，否则旅游资源调查工作的真实性得不到保证。

(圆) 询问调查法

询问调查法是调查人员采用访谈的方法了解旅游资源的状况的一种方法，主要有面谈法、电话调查法等。询问调查法主要适用于了解区域的社会、文化等状况。

(猿) 区域比较法

区域比较法是指对不同区域的旅游资源的类型、数量、质量、等级等进行比较，从而更加深刻了解本区域旅游资源的一种调查方法。

补充阅读资料缘—员 成都市洛带古镇旅游资源调查的区域比较法

缘与周围人文旅游景点的比较

将洛带古镇与周边的人文旅游景点特别是开发较好的人文旅游景点（如黄龙溪、大邑安仁镇的刘氏庄园、三星堆等）进行比较，主要是对各景点在人文旅游资源和自然旅游资源方面进行综合条件的对比研究。

洛带古镇位于川西平原与龙泉山的交接处，有平原田畴、有绵延山脉，自然资源优于刘氏庄园。黄龙溪位于牧马山的余脉，有锦江与鹿溪河环绕，有山有水，自然资源又优于洛带，但黄龙溪开发过滥，对环境的破坏较严重。刘氏庄园是川西乡村建筑，黄龙溪仅是一个古镇。然而，黄龙溪在 1949 世纪 50 年代中期开发旅游后，在其高峰期年接待游客超过 150 万人，就是到 1956 年、1958 年，接待游客也达到了 100 万人，刘氏庄园 1957 年接待游客 100 万人，其中有 1 万人是国际旅游者。由此可知，洛带古镇的旅游发展潜力很大。三星堆的文化旅游资源又大大超过了洛带古镇，但洛带有其独特的目标客源市场，二者在实际上并非竞争对手。

以下是洛带古镇与黄龙溪古镇、刘氏庄园的比较。

(员) 洛带古镇尚未开发，旅游资源保护较好，新兴旅游地对游客的吸引力更大。

(圆) 洛带古镇区位条件优于后两者，与成都口岸联系更方便。

(猿) 黄龙溪古镇开发过度，已开始步入旅游地生命周期的衰落期，而刘氏庄园则需要深度开发来进一步吸引游客。

(源) 旅游资源和旅游产品特色方面，洛带古镇更优良，且文化底蕴更丰富，刘氏庄园还得靠川西民俗来吸引游客，而洛带古镇的客家民俗主题更鲜明，且可包容川西民俗。

(缘) 洛带古镇对海外游客更具吸引力。

基于以上认识和评价，洛带外埠如果精心策划，严格按照策划实施，在 1980 世纪初的几年内，将成为吸引海外游客的新兴旅游地。

缘与省内其他客家人聚居区比较

客家人在清朝康熙、雍正、乾隆时期向内陆四川的迁徙，有点类似于美国的“西进运动”，对当时荒芜的四川的拓荒，为四川带来了丰富的移民文化，其移民与拓荒、开发西部的艰辛，具有极大的教育意义和旅游价值。

客家人的迁徙在总体上分为两个方面：一是向中国港、澳、台地区，东南亚，甚至美国等国迁徙，这使客家人完成了向海洋文明的跨越；另外还有向大陆内地四川的

迁徙,这使客家人由此保留了内陆农业文明和中国传统文化的范本,在很大意义上具有原生态意义。所以,在洛带古镇开发旅游资源对海外和客家人的原乡闽、粤、赣等地区都有较大吸引力。

洛带客家古镇基本保存完好,洛带古镇现有居民 1.5 万人,以上是客家人,约 1 万人,它又是龙泉驿区 10 万客家人的一个独特的聚落,客家语言、风俗都保留纯正。

洛带古镇区位条件稍逊于成华区的龙潭寺,但可资开发的旅游资源存量比龙潭寺丰富,综合因素评估,在四川客家移民镇中排在第一位,而资中铁佛镇和西昌黄联镇受区位条件的限制较大,近期不宜开发。隆昌综合条件也较好,但仍不如洛带古镇。

综合评估,洛带古镇称得上“中国西部客家第一镇”。

(资料来源 成都来也旅游策划管理有限责任公司:《成都市洛带古镇旅游开发总体规划及实施方案》,2003—2005 年,有删节、修改)

(源) 综合考察法

综合考察法是指对旅游资源的分布、位置、变化规律、数量、特色、特点、类型、结构等进行全面详尽的调查的方法,其最常用的是野外实地综合考察法。

(缘) 观察调查法

观察调查法是指调查者在现场对被调查的事物和现象进行直接观察,或借助相关仪器设备进行记录,以获得需要的旅游资源相关信息的调查方法。观察调查法主要用于自然旅游资源的调查,也可用于民俗旅游资源等的调查。

(远) 其他方法

旅游资源调查的方法还有分区调查法、遥感调查法等,本书不再一一介绍。

缘 瑶族旅游资源评价

缘 瑶族旅游资源评价的目的、原则和意义

旅游资源评价,就是从合理开发利用和保护旅游资源及取得最大的社会、经济、环境效益的角度出发,运用某种方法,对一定区域内旅游资源本身的价值及外部开发条件等进行综合评判和鉴定的过程。

旅游资源评价的目的在于:①通过对旅游资源类型、质量、数量、等级、功能、结构等的评价,确定旅游资源的质量,以便于评估其在区域旅游资源开发中的地位,指导旅游资源开发。②通过对旅游资源的规模水平的鉴定,确定旅游地的性质,为旅游地的等级评定提供依据。③通过对旅游资源及其开发利用条件的评价,为合理利用、保护资源及制定区域旅游发展规划奠定基础。

旅游资源评价是一项极其复杂的工作,旅游资源包罗万象,旅游资源评价涉及自然、历史、人文、社会、经济等诸多方面,为了使旅游资源评价做到客观、公正、可靠,必须遵循以下评价原则。

(员) 客观实际原则

旅游资源是区域资源的一种,是客观存在的事物,其价值、特点、内涵、功能都是不以人的意志为转移的,因此旅游资源评价必须客观地反映旅游资源本来的价值、特点,既不能言过其实,动辄“世界第一”、“世界首创”,也不能低估旅游资源的价值,力求做到恰如其分。

(圆) 综合效益原则

从旅游资源的定义可以看出,旅游资源追求的是经济、社会、环境效益的综合,因此在评价旅游资源时,不能只考虑到它潜在的经济价值而忽略了其对社会、环境的影响,而是要全面考察旅游资源潜在的经济、社会、环境效益的综合情况,对旅游资源作出客观公正的评价。

(猿) 力求定量原则

对旅游资源进行评价时,往往需要一些定量的指标,力求有说服力,也可以减少主观色彩、个性色彩过多带来的认识偏差。旅游资源评价的力求定量原则,要求不同区域的旅游资源的评价应该采取统一的定量评价指标与赋值标准。

(源) 动态发展原则

从前述,旅游资源是个很复杂、很宽泛的概念,其内涵、外延是随着社会的发展而不断变化的,而旅游者的兴趣、偏好也会随着时间的推移而变化。因此,对旅游资源的评价应该坚持动态发展的原则,以发展的眼光,把握最新的旅游市场的需求状况,对旅游资源进行客观、全面、符合时代的评价。

缘缘圆 旅游资源评价的内容

旅游资源种类繁多,旅游资源评价涉及范围很广,旅游资源评价主要包括旅游资源自身评价、旅游资源开发现状评价和旅游资源开发利用的环境评价三方面的内容。

(员) 旅游资源自身评价

旅游资源自身评价主要可以从以下源点展开:①旅游资源的特色,即该区域的旅游资源所具有的区别于其他区域旅游资源的独特个性,这是吸引旅游者的重要因素。②旅游资源的价值与功能,即区域内旅游资源的美学、文化、科研、社会、经济等价值以及娱乐、度假、游憩、健身、医疗、商务等功能。③旅游资源的密度和地域组合,即区域内旅游资源的分布状况,旅游资源是集中分布在某个地域还是零散地分布于区域内。旅游资源只有在一定程度上集中分布,类型多样,才具有较高的开发价值。④旅游资源容量,又称旅游资源承载力或饱和度,指在一定的时间跨度中,旅游资源所能承受的最大的游客量,超过这个游客量,就会造成破坏旅游资源。

(圆) 旅游资源开发现状评价

旅游资源开发现状评价主要指旅游资源开发成旅游产品或项目,形成接待游客的旅游度假区、景点后所接待的游客量,具体的旅游收入,对区域经济、社会、环境的影响等。

(猿) 旅游资源开发利用的环境评价

旅游资源开发利用的环境多种多样,对旅游资源的开发利用的影响深远,在旅游资源的评价中不可获取。旅游资源开发利用的环境评价主要包括:区位环境,即旅游资源在所处区域内的地理位置;自然环境,即地质地貌、气候植被、水文等环境条件,它们影响了旅游资源的开发利用前景;人文环境,即交通环境、社会经济发展水平、政治稳定状况、政策法规等。

缘缘圆 旅游资源评价的方法

真正意义上的旅游资源评价,在国外已经有源余年的历史,在我国也开展了源余年。旅游资源评价的方法可以根据评价的着眼点的不同,分为体验性评价、技术性

评价和综合性评价三类。

(员) 体验性评价

体验性评价是着眼于旅游者对旅游资源的质量体验的评价,其又可以分为一般体验性评价和对旅游资源的美感评价(本章将介绍一般体验性评价)。

一般体验性评价是由旅游者根据自己的亲身体验对某一或一系列的旅游资源就其整体质量进行的定性评估,它着眼于旅游者的体验。对于一系列旅游资源进行的一般体验性评价,其结果可以形成一个评价序列。这种评价多由传播媒介或行政管理机构发起,且局限在已经接待游客的旅游地,评价的目的多在于推销和宣传,评价的结果可以使得某些旅游地提高知名度,客观上会对旅游需求流向产生诱导作用。

《中国旅游报》员缘缘年开展的“中国十大名胜”评选(见表缘-员)、西方一些畅销杂志每年向旅游者进行的“受欢迎的度假地”调查等,都属于这种评价类型。这种评价的显著特点是评价的项目很简单,甚至根本没有评价的细项,只要求就旅游资源进行整体质量评价,或在问卷上按序号(表示质量优劣的顺序)填上评价者认定的旅游资源即可。

表缘-员 中国十大名胜(员缘缘年评选)

顺序	旅游名胜名称	顺序	旅游名胜名称
员	万里长城	远	安徽黄山
圆	桂林山水	苑	长江三峡
猿	杭州西湖	愿	台湾日月潭
源	北京故宫	怨	避暑山庄
缘	苏州园林	员园	秦陵兵马俑

(圆) 技术性评价

旅游资源的技术性评价,是指对旅游资源各要素对于旅游者从事特定旅游活动的适宜程度的评估。大量技术性指标的运用是这类评价的基本特征,而这些指标往往是长期以来在实际工作中逐步积累的经验值。这类评价工作一般限于自然资源评价,对于开展专项旅游(如登山、滑雪、海水浴等)尤为适用。目前比较成熟的技术性评价有:旅游湖泊评价、海滩评价、海水浴场评价、康乐气候分析、溶洞评价、滑雪旅游资源评价、地形适宜性评价等。表缘-圆是美国对滑雪旅游资源的技术性评估。

表缘-圆 滑雪旅游资源的技术性评估

决定因素	评估标准与计分			
雪季长度	远个月 (远)	缘个月 (缘)	源个月 (源)	猿个月 (圆)
积雪深度	跃员英尺 (远)	园英尺~员英尺 (源)	园英尺~员英尺 (圆)	园英尺以下 (员)
干摇摇雪	猿季节时间 (源)	员季节时间 (猿)	员季节时间 (圆)	园季节时间 (员)
海摇摇拔	跃员英尺 (远)	源英尺~苑英尺 (源)	员英尺~缘英尺 (圆)	源英尺~员英尺 (员)
坡摇摇度	很好 (源)	好 (猿)	一般 (圆)	差 (员)
温摇摇度	跃员益 (猿)	原员益~源益 (圆)	约原员益 (员)	—
风摇摇力	轻微 (源)	偶尔变动 (猿)	偶尔偏高 (圆)	易变 (员)

注:分等:粤越员~猿猿,月越员~圆愿,悦越愿~圆园

坡度:最理想的情况应兼具下列三等坡度:①初等坡度(员猿~圆猿)占全区的员猿~圆猿;②中等坡度(圆猿~猿猿)占全区的圆猿~源猿;③高等坡度(猿猿~源猿)占全区的猿猿~源猿。

(资料来源保继刚等:《旅游地理学》,北京,高等教育出版社,员圆圆)

(猿) 综合性评价

对于旅游资源或旅游地的综合性评估，是着眼于旅游资源的整体价值评估或旅游地的开发价值评估，其实质通常是一系列旅游地或者旅游资源开发价值的比较，它包含如下几个方面的含义和特点：评估的范围包括现有的（已开发的）旅游资源或旅游地和潜在的（未开发的）旅游资源或旅游地；评估的目的是对不同地域的旅游资源或旅游地进行开发价值比较，或规划与管理意义上的重要度排序；对于某一类型（以所适宜的旅游活动类型分）的旅游资源或旅游地，评估工作遵循一个统一的评估系统，有着确定的评估标准；评估的结果，大都是一系列综合指数值；评价系统中的各种评估中必然要用到旅游资源一般体验性评价和技术性评价的结论，因此，在对于旅游资源或旅游地的综合性评价中，有时也包括对旅游资源进行体验性评价和技术性评价的过程。

补充阅读资料缘-圆 旅游资源评价标准（见下表缘-猿）

赋值分标准（见表缘-猿）：

表缘-猿

旅游资源评价赋值分标准

评价项目	评价因子	评价依据	赋值
资源要素价值 (缘分)	观赏游憩使用价值 (猿分)	全部或其中一项具有极高的观赏价值、游憩价值、使用价值	猿-圆
		全部或其中一项具有很高的观赏价值、游憩价值、使用价值	圆-猿
		全部或其中一项具有较高的观赏价值、游憩价值、使用价值	圆-远
		全部或其中一项具有一般的观赏价值、游憩价值、使用价值	缘-员
	历史科学文化艺术价值 (圆分)	同时或其中一项具有世界意义的历史价值、文化价值、科学价值、艺术价值	圆-圆
		同时或其中一项具有全国意义的历史价值、文化价值、科学价值、艺术价值	圆-猿
		同时或其中一项具有省级意义的历史价值、文化价值、科学价值、艺术价值	圆-远
		历史价值、文化价值、科学价值或艺术价值具有地区意义	缘-员
	珍稀或奇特程度 (猿分)	有大量珍稀物种，或景观异常奇特，或此类现象在其他地区罕见	猿-猿
		有较多珍稀物种，或景观奇特，或此类现象在其他地区很少见	圆-怨
		有少量珍稀物种，或景观突出，或此类现象在其他地区少见	愿-源
		有个别珍稀物种，或者景观比较突出，或者此类现象在其他地区较多见	猿-员
	规模、丰度与几率 (猿分)	独立型旅游资源单体规模、体量巨大，集合型旅游资源单体结构完美、疏密度优良级，自然景象和人文活动周期性发生或频率极高	猿-愿
		独立型旅游资源单体规模、体量较大，集合型旅游资源单体结构很和谐、疏密度良好，自然景象和人文活动周期性发生或频率很高	苑-缘
		独立型旅游资源单体规模、体量中等，集合型旅游资源单体结构和谐、疏密度较好，自然景象和人文活动周期性发生或频率较高	源-猿
		独立型旅游资源单体规模、体量较小，集合型旅游资源单体结构较和谐、疏密度一般，自然景象和人文活动周期性发生或频率较小	圆-员
完整性 (缘分)	形态与结构保持完整	缘-源	
	形态与结构有少量变化，但不明显	猿	
	形态与结构有明显变化	圆	
	形态与结构有重大变化	员	

续表

评价项目	评价因子	评价依据	赋值
资源影响力 (员缘分)	知名度和影响力 (员分)	在世界范围内知名,或构成世界承认的名牌	员-愿
		在全国范围内知名,或构成全国性的名牌	苑-缘
		在本省范围内知名,或构成省内的名牌	源-猿
		在本地区范围内知名,或构成本地区名牌	圆-员
	适游期或使用范围 (缘分)	适宜游览的日期每年超过猿园天,或适宜于所有游客使用和参与	缘-源
		适宜游览的日期每年超过圆缘天,或适宜于愿缘左右游客使用和参与	猿
		适宜游览的日期超过员缘天,或适宜于源缘左右游客使用和参与	圆
		适宜游览的日期每年超过员园天,或适宜于源缘左右游客使用和参与	员
附加值	环境保护与 环境安全	已受到严重污染,或存在严重安全隐患	原缘
		已受到中度污染,或存在明显安全隐患	原源
		已受到轻度污染,或存在一定安全隐患	原猿
		已有工程保护措施,环境安全得到保证	猿

根据对旅游资源单体的评价,得出该单体旅游资源共有综合因子评价赋值。

隹旅游资源评价等级指标

依据旅游资源单体评价总分,将其分为五级,从高级到低级为:

- (员) 五级旅游资源,得分值域为大于或等于 怨园分;
- (圆) 四级旅游资源,得分值域为 苑缘~愿分;
- (猿) 三级旅游资源,得分值域为 源园~苑源分;
- (源) 二级旅游资源,得分值域为 源缘~缘分;
- (缘) 一级旅游资源,得分值域为 猿园~源分。

此外还有:

未获等级旅游资源,得分值域为小于或等于 圆分。

其中:

五级旅游资源被称为“特品级旅游资源”;

五级、四级、三级旅游资源被通称为“优良级旅游资源”;

二级、一级旅游资源被通称为“普通级旅游资源”。

(资料来源:国家标准:《旅游资源分类、调查与评价》(员员载员圆园一圆园))

① 旅游区(点)质量等级划分与评定

中国旅游区(点)质量等级的评定,是一种比较典型的旅游地综合评价。为了全面推行旅游区(点)质量等级评定工作,规范旅游区(点)质量管理,提高其服务水平,促进旅游区(点)质量等级评定工作的规范化、制度化,员圆年怨月国家旅游局颁布了《旅游区(点)质量等级的划分与评定》,并于圆年予以修订,增加了缘级旅游区(点),在度假区的文化性与特色性方面作出了更高的要求。该标准从旅游交通、游览、旅游安全、卫生、邮电服务、旅游购物、经营管理、资源和环境的保护、旅游资源吸引力、市场吸引力、接待海内外游客人次及游客满意度抽查等方面对各旅游区(点)的质量进行评价,依据评价结果将旅游区(景)分为五个等级,即粤粤粤粤粤级旅游区(点)、粤粤粤粤级旅游区(点)、粤粤粤级旅游区(点)、粤粤

级旅游区(点)、粤级旅游区(点)。各等级旅游区(点)评价标准详见国家标准《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(修订)(GB/T 17775-2003)。

②森林公园之景源价值评价

景源,又称风景资源,指在森林公园范围内,可构成景观并具有观赏、文化、科学价值的一切资源,包含自然风景资源和人文风景资源。国家质量技术监督局于1999年12月14日批准了《中国森林公园风景资源质量等级评定》(国家标准)(GB/T 17775-1999),具体参见补充阅读材料缘源。

补充阅读资料缘猿中国森林公园风景资源质量等级评定(国家标准)(节选)

缘猿缘猿缘猿缘猿缘猿

批准日期:国家质量技术监督局批准于1999-12-14

实施日期:2000-01-01

缘猿缘猿

本标准规定了我国森林公园风景资源质量等级评定的原则与方法,作为森林公园保护、开发、建设和管理的依据。

本标准适用于我国已建和待建各级森林公园。

缘猿缘猿缘猿

下列标准所引用的条文,通过在本标准中引用而构成为本标准的条文。本标准出版时,所示版本均为有效。所有标准都会被修订,使用本标准的各文应探讨使用下列标准最新版本的可能性。

缘猿缘猿缘猿——缘猿缘猿大气环境质量标准

缘猿缘猿缘猿——缘猿缘猿地面水环境质量标准

缘猿缘猿缘猿——缘猿缘猿土壤环境质量标准

缘猿缘猿

本标准采用下列定义。

缘猿缘猿缘猿风景资源(缘猿缘猿缘猿缘猿缘猿缘猿)

以景物环境为载体的,自然形成或人类创造的,有普遍社会价值的财富。

缘猿缘猿缘猿森林风景资源(缘猿缘猿缘猿缘猿缘猿缘猿)

森林资源及其环境要素中凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业所开发利用,并可产生相应的社会效益、经济效益和环境效益的各种物质和因素。

缘猿缘猿缘猿风景资源质量(缘猿缘猿缘猿缘猿缘猿缘猿)

风景资源所具有的科学、文化、生态和旅游等方面的价值。

缘猿缘猿缘猿森林公园(缘猿缘猿缘猿)

具有一定规模和质量的森林风景资源与环境条件,可以开展森林旅游,并按法定程序申报批准的森林地域。

缘猿缘猿缘猿权数(缘猿缘猿缘猿缘猿缘猿)

统计计算中,用来衡量各变量在总体中作用大小的数值。

缘猿缘猿缘猿森林公园风景资源质量评价

缘猿缘猿缘猿评价原则

瑶族瑶以对森林公园风景资源的详细调查为基础,按风景资源的特性和相关程度进行分类、分级。

瑶族瑶通过评价,进行森林公园风景资源质量的综合性评定。

瑶族瑶应能反映森林公园风景资源质量和环境,重点分析以森林为主体的风景资源的相对地貌和开发森林旅游的可行性。

瑶族瑶森林公园风景资源质量评价分值按指定的评价方法进行评价获得,满分为 100 分。

瑶族瑶评价方法

通过对风景资源的评价因子评分值加权计算获得风景资源基本质量分值,结合风景资源组合状况评分值和特色附加分评分值获得森林风景资源质量评价分值。

瑶族瑶风景资源基本质量评价

森林公园风景资源分为地文资源、水文资源、生物资源、人文资源和天象资源五类,每类资源各包括五项评价因子,按评价因子间的相互地位和重要性确定评分值,评分值之和为该资源的权数。

瑶族瑶风景资源类型

瑶族瑶地文资源

包括典型地质构造、标准地层剖面、生物化石点、自然灾害遗迹、名山、火山熔岩景观、蚀余景观、奇特与象形山石、沙(砾石)地、沙(砾石)滩、岛屿、洞穴及其他地文景观。

瑶族瑶水文资源

包括风景河段、漂流河段、湖泊、瀑布、泉、冰川及其他水文景观。

瑶族瑶生物资源

包括各种自然或人工栽植的森林、草原、草甸、古树名木、奇花异草等植物景观;野生或人工培育的动物及其他生物资源及景观。

瑶族瑶人文资源

包括历史古迹、古今建筑、社会风情、地方产品及其他人文景观。

瑶族瑶天象资源

包括雪景、雨景、云海、朝晖、夕阳、佛光、蜃景、极光、雾凇及其他天象景观。

瑶族瑶风景资源评价因子

瑶族瑶典型度

指风景资源在景观、环境等方面的典型程度。

瑶族瑶自然度

指风景资源主体及所处生态环境的保全程度。

瑶族瑶多样性

指风景资源的类别、形态、特征等方面的多样化程度。

瑶族瑶科学度

指风景资源在科普教育、科学研究等方面的价值。

瑶族瑶利用度

指风景资源开展旅游活动的难易程度和生态环境的承受能力。

景观吸引度

指风景资源对旅游者的吸引程度。

景观地带度

指生物资源水平地带性和垂直地带性分布的典型特征程度。

景观珍稀度

指风景资源含有国家重点保护动植物、文物各级别的类别、数量等方面的独特程度。

景观组合度

指各风景资源类型之间的联系、补充、烘托等相互关系程度。

景观评价对五类风景资源的评分值进行一次加权计算，计算出风景资源的基本质量评价分值。

景观组合状况评价

森林公园风景资源的组合状况用组合度评价。

景观附加分

风景资源单项要素在国内外具有重要影响或特殊意义，按附加分规定分值进行评分。

景观质量评价计算

景观基本质量评价分值按式（员）计算：

$$\text{月越} \sum \text{载云} \text{云} \quad \text{（员）}$$

式中：月——风景资源基本质量评价分值；

摇载——风景资源类型评分值；

摇云——风景资源类型权数。

景观组合状况按满分 缘分对组合度（在）评分。

景观附加分（栽）按满分 圆分评分。

景观森林公园风景资源质量评价分值按式（圆）计算：

$$\text{酝越月垣在垣栽} \quad \text{（圆）}$$

式中：酝——森林公园风景资源质量评价分值；

摇月——森林公园风景资源基本质量评分值；

摇在——森林公园风景资源组合状况评分值；

摇栽——森林公园风景资源特色附加分值。

景观森林公园风景资源质量评价计算方法。

景观评价因子的评分值越接近于权数，表示风景资源的基本质量越接近于理想状态值。

森林公园区域环境质量评价

森林公园区域环境质量评价分值按指定环境要素进行评价获得，满分为 员分。

森林公园区域环境质量评价指标包括：

大气质量、地表水质量、土壤质量、负离子含量、空气细菌含量。

森林公园区域环境质量评价分值（匀）计算由各项指标评分值累加获得。

森林公园旅游开发利用条件评价

森林公园旅游开发利用条件评价分值按指定开发利用条件指标进行评价获得，满分值 100 分。

森林公园旅游开发利用条件评价指标包括：

公园面积、旅游适游期、区位条件、外部交通、内部交通、基础设施条件。

森林公园旅游开发利用条件评价分值（造）由各项指标评分值累加获得。

森林公园风景资源质量等级评定

森林公园风景资源质量等级评定分值按式（猿）计算：

晕越酝垣匀垣蕴

（猿）

式中：晕——森林公园风景资源质量等级评定分值；

摇酝——森林公园风景资源质量评价分值；

摇匀——森林公园区域环境质量评价分值；

摇蕴——森林公园旅游开发利用条件评价分值。

森林公园风景资源质量等级评定分值满分为 100 分。

森林公园风景资源质量等级确定标准。

按风景资源质量评定分值划分为三级：

一级为 90~100 分，符合一级的森林公园风景资源，多为资源价值和旅游价值高，难以人工再造，应加强保护，制定保全、保存和发展的具体措施。

二级为 70~90 分，符合二级的森林公园风景资源，其资源价值和旅游价值较高，应当在保证其可持续发展的前提下，进行科学、合理的开发利用。

三级为 50~70 分，符合三级的森林公园风景资源，在开展风景旅游活动的同时进行风景资源质量和生态环境质量的改造、改善和提高。

三级以下的森林公园风景资源，应首先进行资源的质量和环境的改善。

（资料来源：国家标准：《中国森林公园风景资源质量等级评定》（GB/T 18884-2002））

本章小结

本章主要介绍了旅游资源调查的目的、意义、要求、内容与重点以及常用的旅游资源调查方法；旅游资源评价的目的、意义、要求、内容以及常用的旅游资源评价方法（如体验性评价、技术性评价、综合性评价等）。

主要概念

旅游资源调查 旅游资源评价 体验性评价 技术性评价 综合性评价

选择题（至少有一个选项是正确答案）

旅游资源评价的原则有（ ）。

客观实际原则 力求定量原则

动态发展原则

综合效益原则

旅游资源调查的意义主要是由旅游资源调查的作用来体现的，其作用主要

有(摇摇)。

☐ 诊断作用

☐ 管理与保护作用

☐ 描述作用

☐ 预测作用

☐ 旅游资源调查中,搜集的第二手资料主要有(摇摇)。

☐ 政府统计资料

☐ 实地调查获得的数据

☐ 书籍

☐ 学术研究材料

☐ 报纸

判断题

☐ 旅游资源的观察调查法是指调查者在现场对被调查的事物和现象进行直接观察,或借助相关仪器设备进行记录,以获得所需要的旅游资源相关信息的调查方法。(摇摇)

☐ 旅游资源调查的预测作用是指通过对旅游资源的调查,可以不断地完善旅游资源信息系统,为旅游预测、决策奠定良好的基础。(摇摇)

☐ 旅游资源的体验性评价,是指对旅游资源各要素对于旅游者从事特定旅游活动的适宜程度的评估。(摇摇)

☐ 旅游资源调查,就是从合理开发利用和保护旅游资源及取得最大的社会、经济、环境效益的角度出发,运用某种方法,对一定区域内旅游资源本身的价值及外部开发条件等进行综合评判和鉴定的过程。(摇摇)

☐ 旅游资源调查的诊断作用是指旅游资源调查解决了“是什么”的问题,也就是说对旅游资源的调查,可以摸清区域内旅游资源的“家底”。(摇摇)

简答题

☐ 简述旅游资源调查的要求。

☐ 简述旅游资源评价的目的。

☐ 简述旅游资源调查的方法。

讨论题

☐ 选择你所处城市的任意一个知名旅游景点,运用所学的旅游资源调查方法,对其旅游资源进行调查,并与其他同学的调查结果进行比较,讨论调查结果。

☐ 选择你所处城市的任意一个知名旅游景点,运用所学的旅游资源评价方法,对其旅游资源进行评价,并与其他同学的评价结果进行比较,讨论评价结果。

案例分析题

湖头日月潭旅游度假区旅游资源评价

福建湖头日月潭旅游度假区位于福建安溪县湖头盆地东北侧的山区。度假区主体在湖头镇竹山村,涉及到丁贤村的山体在内,包括翁头山及周围的荒山坡地,总占地面积约 猿公顷。度假区内山峰海拔多在 远园米以上,因此在景观上与湖头盆地差异较大,主要表现在以下方面:

(员) 山体俊美。连绵的山体与盆地相比显得相对海拔较高,再加上主峰猴山的构造独特,历经风雨剥蚀、垂直节理发育的花岗岩山体高高耸立于盆地边缘,山势险峻,造型优美,与猴山相连的山体远观似仰天长啸的卧狮。

(圆) 溪流丰富。由于盆地独特的地形构造,周围山体上汇集的地表水形成了众多溪流,汇入西溪,特别是东北侧山体形成了众多支流,由于当地地势变化明显,落差较大,蕴藏了丰富的水能资源,这也形成了当地发展小水电的基础,树皮坑水电站即是当地较早的水电站。同时,猴山西侧建坝蓄水后也可形成小型水库,并可为度假区的开发提供水质良好的水源和充足的电力资源。

(猿) 山体植被良好。由于度假区所在的山体土壤厚度相对较小,当地重点发展园艺业,再加上猴山为当地生态保护林区,且保留有许多树龄较老的松树(也是当地的“风水林”)。因此,度假区内植被覆盖率高,景观丰富,开发后可与湖头盆地中的湖头十景(如“成云观瀑”、“白濂溪声”、“月峰樵径”、“三台夕照”诸景)遥相对应,融为一体。

湖头镇自然环境、社会环境、经济环境及文化环境也为该度假区的开发提供了良好的基础条件:

(员) 安溪以“茶叶之乡”名扬天下,这为度假区做好茶文章提供了良好的环境;

(圆) 湖头地方特产丰富,知名度高,如湖头米粉闻名海内外;

(猿) 该区域历史文化积淀深厚,文物古迹众多,本度假区在旅游开发及空间布局上与其呈互补之势;

(源) 开发商熟悉该地区,开发热情较高,地方政府十分重视;

(缘) 与度假区紧邻的湖头镇交通条件良好,旅游开发中的通达性较强。

(资料来源 华侨大学旅游科学研究所:《福建湖头日月潭旅游度假区总体规划》,有删节、修改)

分析:试用本章所学的旅游资源评价的理论,分析该度假区旅游资源评价主要有哪些内容?

第 2 章 瑶族旅游资源开发的市场分析

学习目标

通过本章的学习，掌握旅游资源开发市场分析、市场预测的概念；熟悉市场分析的常用方法（空间分析法、时间分析法）和市场预测的常用方法（定量预测法、定性预测法）；了解市场分析的常用方法和市场预测的常用方法的应用。

瑶族旅游资源开发市场分析的概念与常用方法

瑶族旅游资源开发市场分析的概念

市场（Market），原指人们交换商品的场所。在现代市场学中，市场是指供求集合关系中的买方，简单地说，市场就是购买某项产品或服务的买方，某项产品或服务是否具有市场的评判标准是购买它们的买方的多少。

旅游资源开发的市场，是指旅游资源开发成具体的旅游产品（项目）之后，购买这些旅游产品，获得其所提供的体验的游客。旅游市场，也称旅游客源市场。

市场分析，是指对购买某项产品或服务的买方的数量、时间特征、空间特征进行具体的分析。

旅游资源开发的市场分析，是指在进行旅游资源开发的过程中，运用旅游资源开发所针对的客源市场的相关调查数据，分析旅游资源开发的客源市场范围、时空分布状况。

瑶族旅游资源开发市场分析的常用方法

旅游资源开发的市场分析方法众多，总结起来主要可以分为空间分析法和时间分析法两大类。

（一）空间分析法

空间分析法主要是分析客源市场在空间上的分布状况，简单地说就是，旅游者将来自哪些地方，各来源地的旅游者占多大比例。旅游者是否前往旅游资源所在地，很大程度上取决于该旅游资源的吸引力的大小。空间分析法包括引力分析法和距离衰减规律法。

① 引力分析法。① 在旅游资源开发中，对市场的分析可以采用引力分析法。克隆蓬（Clousson, 1970）第一个清楚地证明了引力模型在旅游研究中是有用的，并提出了如下基本公式：

① 保继刚等：《旅游地理学》，北京，高等教育出版社，1999。

栽_越 郟_孕 孕_粤 粤_编

(远—员)

式中：栽_越——客源地 孕_粤与目的地 粤_编之间旅行次数的某种量度，说明了旅游者从客源地前往旅游资源所在的目的地进行旅游的次数。

孕_粤——客源地 孕_粤的人口规模、人均可支配收入、人均闲暇时间、旅游倾向或者其他的因素影响旅游者出游的因素的某种量度。简单地讲就是，客源地 孕_粤有多少人口，又有多大比例的人会选择出游，他们的可支配收入有多少，可支配的时间有多少，是否有特殊的出游偏好等。这些因素都会影响旅游者的出游选择，进而也影响了旅游资源开发的客源市场。

粤_编——目的地（也就是旅游资源所在地）吸引力或容量的某种量度。也就是说，旅游资源的开发过程中，必须考虑到旅游资源对潜在的旅游者的吸引力的大小，也必须考虑到这些旅游资源的承载能力。

阅_缘——客源地 孕_粤与目的地 粤_编之间的距离，一方面可以表现为空间上相隔的距离（如作为客源地的上海至作为目的地的武夷山之间的实际距离）；另一方面可以表示为受交通、费用等因素影响的经济距离（如旅游者从上海乘飞机飞往武夷山，显然要比乘火车前往武夷山耗费的时间少，相对而言，乘飞机飞往在旅游者心目中的距离要短）。

郟_遭——经验参数。

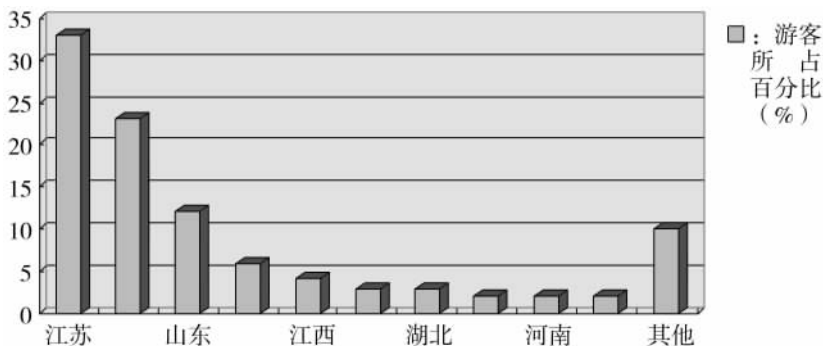
克朗蓬的引力分析模型，奠定了万有引力定律在旅游研究应用中的基础，此后的许多修正模型均是建立在此模型的基础上的。

②距离衰减规律法。距离衰减规律法主要的理论基础是吴必虎、唐俊雅、黄安民等（吴_必 唐_俊 黄_安）运用抽样调查的方法在上海、成都、西安、长春等城市进行实证分析得出的中国城市居民出游客源市场在距离上的分布规律，其规律是：一个城市的出游市场 猿_猿分布在距离城市 缘_缘千米的范围内，圆_缘集中在距离城市 缘_缘~ 缘_四千米的范围内，圆_缘分布在距离城市 缘_四~ 缘_四千米的范围内，距离城市 缘_四千米以外的空间仅占城市出游市场的 缘_缘。也就是说，基本的规律是：旅游目的地离城市客源地的距离越远，前往旅游的旅游者越少。因此，应用于旅游资源开发的市场分析中来，就是在划分旅游客源市场时通常按照客源市场离旅游资源所在地的距离的远近，划分为一级、二级、三级市场。

补充阅读资料远—员 旅游资源开发市场分析之距离衰减法的应用

吴必虎、徐斌等（吴_必 徐_斌），对前往上海进行购物旅游的游客进行的一次调查表明，距离对旅游者的来源具有极大的影响。受调查的游客，以邻近上海的江苏、浙江两省居多，山东、安徽次之，反映出明显的距离衰减的规律（见图远—员）。

张小金（张_小 金_小）在厦门附近所做的自费旅游调查也发现，职工的出游半径也呈现出明显的距离衰减规律，其中以福建省内的近距离出游比率最高，特别是 缘_缘岁以下的年龄组中，猿_猿的被试者出游半径完全集中在福建省内，远途旅游比率最高的年龄组是 缘_四岁以上的组，到过外省的被试者占 源_缘，具体情况见表远—员。



图远-员来沪购物旅游者客源地分布反映的距离衰减规律

(资料来源 吴必虎:《区域旅游规划原理》, 员圆页, 北京, 中国旅游出版社, 圆园园圆)

表远-员 厦门市自费旅游者不同年龄组出游半径比率分布 (豫)

出游半径	年龄	≤ 员圆	圆圆- 圆源	圆缘- 圆忽	猿圆- 猿源	猿缘- 猿忽	源圆- 源源	源缘- 源忽	≥ 缘圆
	厦门周围		源圆	猿圆	圆缘	源圆	圆缘	员圆	源圆
省内		圆缘	猿圆	圆缘	员圆	猿圆	源圆	圆缘	员圆
省外		员圆	猿圆	源圆	猿圆	猿圆	源圆	源圆	源圆
境外		圆缘	圆缘	圆缘	缘圆	缘圆	猿圆	圆缘	员圆
合计 (约)		员圆	员圆	员圆	员圆	员圆	员圆	员圆	员圆

(资料来源 摇张小金:《厦门特区工薪阶层自费旅游水平的调查与分析》, 载《旅游学刊》, 员圆缘(远), 猿圆- 猿圆页)

旅游资源开发市场分析之空间分析法, 除了上述两种方法以外, 还有等游线分析法、游憩活动空间分析法、市场吸引圈分析法等, 本书不再一一介绍。

(圆) 时间分析法。旅游资源开发市场分析之时间分析法, 主要分析旅游资源开发中的旅游客源市场在时间上的分布状况, 简单地讲就是旅游者将在什么时候前来旅游资源所在地进行旅游活动, 该方法主要分析旅游市场的季节性(季节性强度指数分析法)、节律性(节律性强度指数分析法)、高峰性(高峰指数分析法)。下面将逐一介绍各种分析方法。

①季节性强度指数分析法, 用于分析旅游资源开发中旅游市场的季节性强弱程度。由于旅游是一个具有明显淡旺季的行业(一般而言, 我国旅游市场的淡季为 员月至次年 源月, 旺季为 缘月至 员圆月), 因此分析旅游市场的季节性的强弱对于旅游资源开发具有很重要的意义。

季节性强度指数(用 砸表示)具体的测算公式为:

$$砸越 \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{12} \frac{员_{i}}{员_{原}}}{12}} \quad (远-圆)$$

式中: 砸——旅游市场的季节性强度指数;

员_i——一年中各个月游客量占全年的比例。

砸值越接近零,说明该旅游资源市场在一年中的分布越均匀;同理,砸值越大,说明该旅游市场的季节性越强(该旅游市场的淡旺季越明显)。此公式中,时间长度(月)也可以改为季度,但相应的公式中的系数也需要改变(本书不作详细介绍)。

②节律性强度指数分析法,该分析法的应用基础主要是目前国内休假制度对居民出游时段选择的影响。很多居民出游选择周末,那么周末就成为了居民外出旅游的高峰时段,对旅游资源的开发产生了深刻的影响,因此有必要认真分析旅游市场的节律性强度。

节律性强度指数(用砸表示)具体的测算公式为:

$$\text{砸} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{12} (\text{载}_{i\text{月}} / \text{原}_{i\text{月}}) \text{原}_{i\text{月}}}{\text{原}}} \quad (\text{远-猿})$$

式中:砸——旅游市场的节律性强度指数;

载_{i月}——一个月中各个周末游客量占全月的比例。

砸值越接近零,说明该旅游资源市场在一个月中的分布越均匀;同理,砸值越大,说明该旅游市场的节律性越强(该旅游活动越集中在周末)。

③高峰指数分析法,该分析法的主要应用基础是目前国内带薪休假制度尚未完善,“黄金周”仍然成为许多居民外出旅游的主要选择时段。“春节”、“五一”、“十一”三大黄金周形成了全国旅游的高峰期,给旅游资源以及旅游设施造成了很大的影响,即出现了所谓的“井喷”现象,而高峰指数分析法,可以度量游客在某一时期相对于其他时期来说利用旅游设施来游览某旅游地的趋势,其计算公式为:

$$\text{孕} = \frac{\text{增}_{\text{原}}}{(\text{灶}_{\text{原}}) \text{增}} \quad (\text{远-源})$$

式中:孕——高峰指数;

增——最繁忙时的游客数;

灶——第灶个时期内的游客数。

10.1 旅游资源开发市场预测的概念与常用方法

10.1.1 旅游资源开发市场预测的概念

孟子曰:“凡事预则立,不预则废。”计划和目标给出了未来发展的方向,但未来是不确定的,这就需要预测。通过预测,把那些不确定因素的发生、发展及变化趋势尽可能确定下来。预测,就是根据过去和现在的已知因素,运用人们的知识、经验和科学方法,对未来进行预测,并推测事物未来的发展趋势。预测为计划和决策提供了依据,也是计划和决策的重要组成部分。

旅游资源开发的市场预测,简单地说,就是在旅游资源的开发过程中,就旅游资源开发成具体旅游项目或成为吸引旅游者的旅游目的地后,对前来的旅游者的数量、来源、人口特征、消费额等进行预测,以便指导旅游资源的开发。

10.1.2 旅游资源开发市场预测的常用方法

旅游资源开发市场预测的方法一般可以归纳为定性预测法和定量预测法两大类。

(员) 定性预测法

定性预测法是指调查人员依据个人的经验和分析能力,对调查变量之间的关系进行逻辑推理,并以个人的判断估测调查变量未来发展趋势的方法。相对而言,定性预测法简单易行,对数据资料的要求较低,但是定性预测法无法提供精确的预测结果,而且预测结果更多地取决于预测人员个人的能力,具有较强的主观性。定性预测法中,较为常用的方法有特尔菲法。^①

特尔菲法,又译成德尔菲法,最先由美国兰德公司在 20 世纪 50 年代初创立,它以问卷的形式对一组选定的专家进行征询,经过几轮征询使专家的意见趋于一致,从而得到预测结果,其本质上是一种反馈匿名函询法。特尔菲法具有如下优点:

①匿名性。匿名性是特尔菲法极其重要的特点,从事预测的专家彼此互不知道有那些人参加预测,他们是在完全匿名的情况下交流思想的。

②多次有控制的反馈。小组成员的交流是通过回答组织者提出的问题来实现的,一般要经过若干轮反馈才能完成预测。

③小组的统计回答。以往,一个小组的最典型的预测结果是反映多数人的观点,少数人的观点至多概括地提及一下,因此这并没有表示出小组少数人的不同意见。统计回答不是这样,它报告的是一个中位数和两个四分点,其中一半落在两个四分点内,一半落在两个四分点外,这样,每种观点就都包括在这样的统计中了(详细分析见工作步骤中的第四、第五步)。

特尔菲法的预测过程可简单归纳如下:

匿名征求专家意见——归纳、统计——匿名反馈——归纳、统计……若干轮后,停止。

具体而言,特尔菲法主要遵循以下工作步骤:

第一步,确定预测的问题,即确定需要预测哪些变量,如预测 2008 年北京奥运会会给中国的旅游业带来什么样的影响,或是预测某地的自然旅游资源在开发过程中会遇到哪些有利的因素或会受到哪些不利的因素等。

第二步,成立专家组,组员应来自社会的各行各业,人数一般控制在 5—10 人,具体应看预测时间的长短以及需要预测的问题的复杂程度,如预测某地民俗风情类旅游资源在 5 年之内会碰到的有利因素以及不利因素,则需要邀请包括经济学、社会学、政治学、管理学、地理学等学科的专家组成专家组。

第三步,制订和分发第一轮问卷,由专家“背对背”、独立地填写,避免相互干扰。在这一步骤中,必须向专家详细介绍本次预测的项目,并请专家对未来可能出现的事物进行预测,给出事物将会出现的概率以及将会出现的时间。

第四步,收回第一轮问卷,整理结果。整理结果需要做的工作包括:计算中位数,同时需要指出两个中间四分数的范围,也就是说中位数两旁包含 25% 总预测数的范围。将预测结果按照由小到大的顺序排列,那么位于中间的那个数值就是中位数。例如,某专家组的 7 名成员,对某一个与旅游资源开发密切相关的事件发生时间的预测结果回答如下: 2005 年, 2006 年, 2007 年, 2008 年, 2009 年, 2010 年, 2011 年。

^① 保继刚等:《旅游地理学》,288—292 页,北京,高等教育出版社,2000。

当 n 为奇数时, 中位数 $x_{(n+1)/2}$ 为整数;

当 n 为偶数时, 中位数 $x_{(n/2)}$ 和 $x_{(n/2+1)}$ 的平均数为整数。

第五步, 将第一轮问卷调查的结果附在第二轮问卷上寄给第一轮被征询的专家组的专家, 各个专家第一轮所给出的回答也附上作为参考。询问每一位专家在看完小组的平均结果之后是否希望改变自己的预测。如果某个专家给出的预测值在两个中间四分位值之外, 且不希望改变自己的预测值, 要求其给出理由。

第六步, 收回第二轮问卷, 并整理结果, 包括整理新的预测结果以及整理部分专家不同意第一轮问卷结果的意见。

第七步, 将第二轮问卷的结果综合到第三轮, 问卷的说明与第二轮相似, 主要的不同之处在于添加了部分专家不同意第一轮预测结果的意见。

第八步, 整理第三轮问卷的结果, 决定是否需要进行第四轮问卷调查。如果经过两轮问卷调查之后, 绝大多数专家的预测已经在中位数附近, 则没有必要继续进行第四轮调查, 否则必须继续进行第四轮调查。

从上述步骤可以看出, 在旅游资源开发中, 对那些尚未有人问及的区域 (如原始大峡谷、洞穴等) 进行市场预测, 当历史资料或是数据缺乏时, 特尔菲法实际上可以有效解决这一难题。预测的专家组成员发挥各自的专业优势, 对旅游资源开发在未来所面临的宏观、微观的状况作出专业的预测, 可以有效地指导旅游资源的合理利用与保护。

补充阅读资料 4-1 特尔菲法的历史

特尔菲是古希腊地名。相传太阳神阿波罗 (Apollo) 在特尔菲杀死了一条巨蟒, 成了特尔菲的主人, 阿波罗不仅年轻英俊, 而且对未来有很高的预见能力。特尔菲有一座阿波罗神殿, 是一个预卜未来的神谕之地, 于是人们就借用此名, 作为这种方法的名字。

特尔菲法最早出现于 20 世纪 50 年代末, 是当时美国为了预测在其“遭受原子弹轰炸后, 可能出现的结果”而发明的一种方法。1959 年美国兰德 (RAND) 公司的赫尔默 (Hermer) 和戈登 (Gordon) 发表了“长远预测研究报告”, 首次将特尔菲法用于技术预测中, 以后便迅速地应用于美国和其他国家。除了科技领域之外, 还几乎可以用于任何领域的预测, 如军事预测、人口预测、医疗保健预测、经营和需求预测、教育预测等。此外, 还用来进行评价、决策和规划工作, 并且在长远规划者和决策者心目中享有很高的威望。据《未来》杂志报道, 从 20 世纪 50 年代末到 20 世纪 70 年代中, 专家会议法和特尔菲法 (以特尔菲法为主) 在各类预测方法中所占比重由 10% 增加到 40%。20 世纪 80 年代以来, 我国不少单位也采用特尔菲法进行了预测、决策分析和编制规划工作。

特尔菲法在旅游资源开发的市场预测中也发挥了很大的作用, 美国学者谢弗 (Sheffer) 和默勒 (Moller) 和格蒂 (Gerty) 1959 年应用特尔菲法预测了未来哪些因素会影响美国的公园。

(资料来源: 旅游资源学, 北京: 中国旅游出版社, 2003)

补充阅读资料 猿 杭州市旅游开发的市场预测

由北京大学旅游研究与规划中心、北京大地风景旅游景观规划设计研究院联合编制的《杭州市旅游发展总体规划》(国图源—国图缘)中对影响杭州未来旅游发展的积极的市场因素作出了如下分析:

①世界经济持续增长,亚太地区的经济发展仍将是世界经济增长的主要源头;

②中国经济将再次实现翻两番的战略目标,国民生活质量基本进入中等发达国家水平;

③长三角地区将进一步城市集群化,成为更受全球瞩目的世界第六大都市群;

④中国城市化进程速度加快,长三角地区等中国发达地区率先进入高度城市化阶段,服务业社会、汽车社会等在长三角地区等中国发达地区率先实现;

⑤中国将在 2010 年成为世界第一大旅游目的地国家;

⑥以上海为核心的国际航运中心地位将逐步实现,中国航空市场将继续保持上升势头;

⑦一系列重大的国际性会展节事将在中国的长三角与杭州主办。

同时它也对影响杭州未来旅游发展的一些不利因素作出了预测:认为台海局势问题,国际间的政治、贸易与金融问题(包括人民币汇率问题),社会公共安全问题(如类似 9·11 的安全问题)等,都可能会对杭州乃至整个中国的旅游业(尤其是入境旅游)造成或多或少、或大或小的负面影响,但不会改变上述总体趋势。

此外,规划编制组对杭州市旅游市场发展现状以及各客源地市场特征的调查与分析,同时采用了特尔菲法对 10 名专家进行问卷调查,对杭州未来的客源市场进行如下预测:

(一) 三大入境市场板块

根据距离杭州的远近以及文化认同程度的不同,将杭州的入境目标市场划分为三大板块:东方国际市场板块、西方国际市场板块以及海外华人市场板块。

① 东方国际市场板块

东方国际市场板块主要包括日韩市场和东南亚市场,这个市场板块距离杭州相对较近,交通可达性强,顾客群对中国的传统文化比较了解,且易于接受、乐于欣赏。因此,杭州将这个市场板块开拓为目标市场更有优势。

② 西方国际市场板块

西方国际市场板块主要包括欧美市场和大洋洲的澳大利亚、新西兰等,这个市场板块距离杭州较远,而且文化差异性大,虽然不了解中国的传统文化,但对中国传统文化有着较浓厚的兴趣。该市场的顾客群对杭州的认知度较低,开拓时需付出更多的努力,承担较大的成本。

③ 海外华人市场板块

海外华人市场板块主要指分布在东方板块和西方板块的华人群体,这部分群体有着浓郁的民族情结,对中国传统文化有较多的了解,存在感受中国传统文化及现代化的愿望。

进行入境市场拓展时,主攻以日韩市场为主体的东方国际市场板块和海外华人市

市场板块,加大力度积极开拓以欧美市场为主体的西方国际市场板块。

(二) 三大首要国内市场圈

对于国内市场的开拓,主要将三大国内市场圈——上海都市圈(包括浙江本省和江苏省)、京津都市圈(包括山东省)和广州都市圈确定为首要目标市场;将安徽省、河南省、江西省、湖北省、湖南省、四川省、福建省、陕西省等省的中心与二级城市确定为次要目标市场;其余省市为机会市场。

1. 上海都市圈

上海都市圈是以上海为城市极核,覆盖长三角经济区的圈域。毫无疑问,上海都市圈以其强大的经济实力和消费能力以及与杭州之间的近距离优势,应该成为杭州市最为重要的腹地市场。该都市圈的客源城市范围将覆盖其中心城市、二级城市、三级城市甚至以下。

2. 京津都市圈

京津都市圈是以北京、天津为城市极核,半径为 100~150 公里的圈域,涵盖京津及冀北地区与山东半岛。由于北方景观和文化与南方存在差异,因而杭州风景对京津都市圈的顾客群有极大的吸引力。另外,由于京津都市圈经济发达,市场圈的居民有较高的出游能力。该都市圈的客源城市以中心城市和二级城市占主要地位,三级城市次之。

3. 广州都市圈

广州都市圈是以广州为城市极核,覆盖珠三角地区的圈域。广州都市圈因其强大的经济实力和出游能力成为国内主要目标市场之一。该都市圈的客源城市也是以中心城市和二级城市占主要地位,三级城市次之。

(资料来源:《中国旅游地理》,有删节、修改)

(四) 定量预测法

定量预测法是指运用一定量的数字信息,通过数学模型来预测旅游调查变量未来的发展趋势的预测方法。定量预测法的结果往往是较为精确的数据,为旅游资源的开发提供对未来发展趋势有利的依据,但这种预测方法的开展是建立在现有数据十分丰富、质量较高的基础上的,而且假设条件较多。目前旅游资源开发市场预测的定量预测法很多,且大多涉及复杂的数学模型,在这种情况下,一元线性回归分析法不失为一种较为简单易行的定量分析法。一元线性回归分析法主要应用于以年为单位的旅游市场预测中,其数学形式为:

1. 一元线性回归模型

式中: \hat{Y} ——因变量,也就是需要预测的旅游市场的大小;

X ——自变量,也就是引起旅游市场变化的变量;

a ——常数项;

b —— \hat{Y} 对 X 的回归系数。

补充阅读资料来源 武夷山国家级自然保护区旅游人数预测

武夷山国家级自然保护区,位于福建省北部的武夷山市、建阳市、光泽市境内,距离武夷山市区 20 公里,距离武夷山国家重点风景名胜区 100 余公里。武夷山国家级

自然保护区成立于 1992 年，同年晋升国家级自然保护区，1993 年被联合国教科文组织列入“人与生物圈”保护区网络，1999 年作为自然遗产部分列入武夷山世界自然与文化双遗产。目前是全国 17 个重点保护区之一，区内动植物资源十分丰富，是科研、旅游的极佳区域，有“蛇的王国”、“鸟的天堂”、“昆虫世界”、“世界生物之窗”的美誉，境内的黄岗山，海拔 2160 米，为祖国东南大陆最高峰。1999—2004 年，武夷山国家级自然保护区的旅游人数呈现出如下变化（见表 2-10）。

表 2-10 武夷山国家级自然保护区 1999—2004 年旅游人数表 单位：千人

年份	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
旅游人数	14	17	30	33	38	45

将 1999—2004 年各年的游客数量以及年份表示在直角坐标轴上为（见图 2-10）：

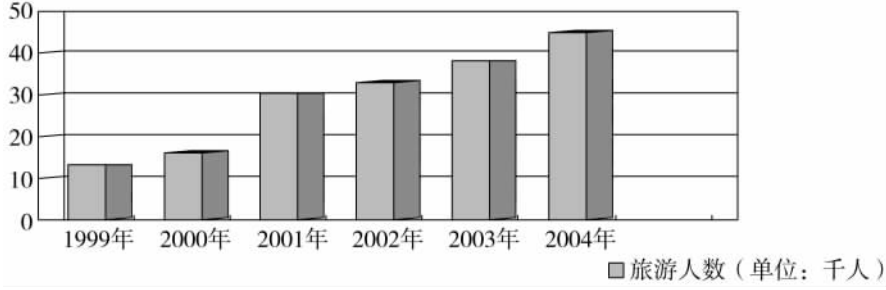


图 2-10 武夷山国家级自然保护区 1999—2004 年旅游人数变化趋势图

然后将各年份数值以及当年的旅游人数代入一元线性回归方程 $\hat{y} = a + bx$ （在此方程中， \hat{y} 表示当年的旅游人数， x 表示年份），则可以求出相应的 \hat{y} 的值，形成一个预测未来旅游人数的一元线性方程，之后代入年份值，便可计算出该年的旅游人数预测值。

（资料来源：武夷山国家级自然保护区管理局）

2. 旅游资源市场预测方法的影响因素^①

（1）预测目标和预测对象的性质

旅游资源开发过程中，市场预测人员必须依据预测的目标和对象来选择预测方法的类型。预测市场需求时一般采用定量的预测方法（如一元线性回归分析法），因为这样才能获取关于未来旅游市场较为精确的数据；而预测旅游资源开发中会遇到的社会、文化因素时，依靠数学模型进行预测的定量预测法就很难奏效，必须采用定性预测法（如预测未来社会休假制度、旅游者品味、居民可支配收入、交通发展状况时可采用特尔菲法），成立包括社会学、旅游学、经济学、交通学等学科专家在内的专家组，对未来的社会、文化发展趋势作出预测并给出这些预测能够实现的时间。

（2）预测结果的用途

旅游资源开发具有宏观与微观之别，宏观的旅游资源开发可能涉及到整个城市的

^① 李洪波：《旅游景区管理》，1999—2000 页，北京，机械工业出版社，2000 年。

所有人文类旅游资源,甚至涉及全省的所有人文类旅游资源;微观的旅游资源开发有可能只是某处佛教寺院对游客开放或者某峡谷作漂流开发项目之用。因此,旅游资源开发的市场预测结果也有重要程度之别,当关乎旅游资源开发的战略决策时,预测原则的模型就必须十分精确,若只是对日常小范围的预测,则可以选择较为简单的预测方法。

(猿) 现有数据、资料的完善程度

现有数据、资料的完善程度是约束旅游预测方法选择的客观因素。特定预测方法对现有数据、资料都有特定的要求,如一元线性回归分析法所需要的是历年相关的数据,精确度一般要求中度精确或高度精确,对计算机设备的要求不高,而定性预测法中的特尔菲法,需要的只是有经验的专家,对数据的精确度以及对计算机设备的要求都很低。因此,必须在认真判断现有数据、资料的完善程度的基础上,选择合适的预测方法。

(源) 预测的时间以及预测的经费

预测的时间以及预测的经费同样深刻影响着预测方法的选择。一元线性回归分析法一般只适合预测短期问题和解决较为简单、稳定、周期性强的问题,如果预测时间过长,该法较为简单的数学模型则很难预测到未来很长时间内会发生什么变化;而特尔菲法却适合于中长时间的预测,它能够解决有定性关系和具有很强的不稳定性的复杂问题。此外,市场预测是一个耗费财力的工程,需要付出大量的体力和脑力劳动,因此预测的经费也是方法选择的重要限制因素。一般而言,需要搜集大量数据以及需要花费较多时间的方法经费需求更大。

本章小结

本章主要介绍了旅游资源开发市场分析、市场预测的基本概念和常用方法。其中,市场分析主要介绍了时间分析法和空间分析法,市场预测主要介绍了定量预测法(如一元线性回归分析法)和定性预测法(特尔菲法)。

主要概念

市场分析 距离衰减规律 季节性强度指数 高峰指数 市场预测 一元线性回归分析法 特尔菲法

选择题(至少有一个选项是正确答案)

1. 在旅游资源市场分析的引力分析法中,公式 $K_{ij} = \frac{A_i \cdot B_j}{D_{ij}^2}$ 中的 A_i 表示客源地的()。

A. 人口规模 B. 人均支配收入

C. 人均闲暇时间 D. 旅游倾向或者其他的影响旅游者出游的因素

2. 关于一元线性回归分析法的数学形式 $\hat{Y} = a + bX$, 下列表述中()是正确的。

A. \hat{Y} 为因变量,也就是需要预测的旅游市场的大小

B. X 为自变量,也就是引起旅游市场变化的变量

C. a 为常数项

为赠对曾的回归系数

下列方法属于旅游资源开发市场分析的时间分析法的是()。

力分析法

季节性强度指数分析法

距离衰减规律法

节律性强度指数分析法

高峰指数分析法

关于季节性强度指数分析法测算公式
$$I = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n \frac{Y_i}{n}}{Y_{原}}} \times 100$$
，下列表述

正确的是()。

表示旅游市场的季节性强度指数

表示一年中各个月游客量占全年的比例

值越接近零，就说明该旅游资源的分布在一年中的分布越不均匀

值越大，说明该旅游市场的季节性越强（该旅游市场的淡旺季越明显）

判断题

在现代市场学中，市场指人们交换商品的场所。 ()

旅游资源开发市场分析之空间分析法主要分析旅游市场的季节性、节律性、高峰性。 ()

特尔菲法是旅游资源开发市场分析中一种较为常用的定量预测法。 ()

定量预测法是指运用一定量的数字信息，通过数学模型来预测旅游调查变量未来的发展趋势的预测方法。 ()

旅游资源开发市场预测方法中的定性预测法主要是采用一元线性回归分析法。 ()

简答题

简述市场分析的几种常用方法并解释其主要的理论基础。

简述市场预测的几种常用方法。

简述选择市场预测方法的影响因素。

讨论题

分别采用时间分析法、空间分析法对你家乡所在地的某处风景名胜（森林公园、自然保护区、文物保护单位、主题公园等）的旅游市场进行分析，并与其他同学的分析结果进行比较，讨论分析结果。

每个人一组，组成特尔菲法的专家组，对未来一年中影响我国国内旅游市场的主要因素作出预测，各专家组互相交流、讨论。

案例分析题

案例员 汕头中信度假村酒店沙滩部旅游市场分析

汕头中信度假村酒店是中信华南集团汕头公司下属的涉外四星旅游度假酒店，位于汕头市南滨龙虎滩上，其下属的沙滩俱乐部和同属中信华南集团的汕头高尔夫俱

乐部一起被评为国家 4A 级旅游景区。汕头中信度假村酒店沙滩部，坐落在汕头八景之一——龙滩逸韵的龙虎滩上，拥有长达 2 公里的优美海岸线，自 1995 年正式营业以来，受到汕头市以及周边的潮州等地，乃至珠三角区域的游客的青睐，成为汕头市旅游景点行业的佼佼者。

(员) 1995 年 7 月，在对该景区的一次旅游市场调查中发现，男性游客占总游客的 55%，女性游客占总游客的 45%。同时，来自 1 小时车程之内的中心市区，而 45% 的游客来自大约 1 小时车程之外较远的下辖区（澄海区、潮南区），此外，仅有 10% 的游客来自大约 2 小时车程以外的潮州市，而来自 2 小时车程以外的珠三角区域的游客仅占 5%，其他游客占 35%。调查结果还显示，45% 的游客是第一次前来，35% 的游客是第二次到访，而第三次前来的游客占游客总数的 15%，第四次及以上前来的游客高达 10%。

(圆) 沙滩俱乐部游客服务中心的数据显示，1995 年 7 月共接待游客 1000 人次，其中第一个周末共接待游客 500 人次，第二个周末共接待游客 450 人次，第三个周末共接待游客 400 人次，第四个周末共接待游客 350 人次，而第五个周末共接待游客 300 人次。

(资料来源：广东汕头中信度假村酒店)

分析：试用本章所学的理论，分析该景区旅游资源开发的客源市场具有哪些特征？

试用本章所学的理论，分析沙滩俱乐部的客源市场具有哪些特征？

案例 圆

1995 年国内旅游市场预测

中国社会科学院旅游研究中心主任张广瑞等主编的《1995—1996 中国旅游发展：分析与预测》^① 一书对 1995 年国内旅游市场预测如下：

1995 年，中国国内旅游业将在 1994 年大步前进的基础上继续稳步向前。

基于有利因素的不断增强，而不利因素不断减弱的现实，1995 年的中国国内旅游，将出现一个具有新特色的良好态势。

(员) 1995 年中国国内旅游的出游人数的增长，其增长速度将高于最近 3 年（1991—1993 年）的平均增长速度，其增幅自然也将大于近 3 年的平均增幅，预计大约在 15%~18% 之间。由于 1994 年中国国内旅游的增长是异常的增长（即本报告所说的，应该视为 1993 年增长与 1994 年增长的叠升），因此，如果 1995 年中国国内旅游人数的增长出现了低于 1994 年增长幅度的情况，则应该视为十分正常的现象。

(圆) 就目前中国国内旅游发展的走势来看，由于 1995 年国内旅游人数的增长还将继续表现为近地旅游的高增长和农村出游者的高增长，因此，1995 年虽然旅游收入仍将有较大幅度的增长，但是其增幅可能仍将低于旅游人数的增幅。

(猿) 1995 年，由于农村情况的继续好转，农民的旅游支出也有望会有较大幅度的增长，而农村出游者的人均支出的增长又必然会成为国内旅游的人均支出增长的重要因素，因此，1995 年的中国国内旅游人均支出，将有可能恢复到近几年的最高

^① 张广瑞等：《1995—1996 中国旅游发展：分析与预测》，北京，社会科学文献出版社，1995。

水平。

(资料来源张广瑞等：《中国旅游发展：分析与预测》，北京，社会科学文献出版社，1998)

分析：请问全文对1998年国内旅游市场的预测采用了哪种方法，该方法有哪些特征？

结合你对1998年国内旅游市场的了解，分析这些预测是否都已经实现？

第 7 章 旅游资源开发的项目设置与产品策划

学习目标

通过本章的学习，掌握旅游资源开发项目设置的概念、主要分类方法，旅游项目库、旅游项目设置的理念、原则及旅游项目设置的创意方法；掌握旅游产品的概念、特征、类型及策划的方法；熟悉旅游项目设置可行性分析的流程和内容；了解当前国内新兴的旅游产品。

7.1 旅游资源开发的项目设置

7.1.1 旅游项目的概念及旅游项目的主要分类法

(一) 旅游项目的概念

目前国内学术界以及产业界，越来越倾向于认同将旅游作为一种体验的看法，旅游者前往旅游目的地旅游的过程，实际上是一次经历、一种体验。旅游者在旅游目的地的体验必然建立在参观、游览一系列的旅游景点，或是参与节庆活动等的基础之上，而这些旅游景点、节庆活动等都是以旅游目的地的旅游资源为基础的，因而旅游资源的开发必须选择那些对旅游者有吸引力的旅游资源，开发成具体的旅游项目。

旅游项目是指以旅游资源为基础，以旅游市场为导向，为旅游者提供整个旅游过程中的体验，人工开发而成的单体、连体的项目。

(二) 旅游项目的主要分类法

旅游项目，按研究目的和观察方法的不同，可以有多种分类法，其中较为常见的分类法有主体分类法和环境分类法（见表 7-1 表 7-2）。^①

表 7-1

主体分类法

分类依据	旅游项目类型
主体性质	观光旅游、度假旅游、生态旅游、专项旅游
主体职业	学生、无职业、体力劳动者、脑力劳动者、退休人员
主体年龄	儿童、青少年、成人、老人
主体组织	单身旅游、情侣旅游、居家旅游、群体旅游、自主旅游、组团旅游
消费方式	高消费、低消费、包价旅游、奖励旅游
消费时间	一日游、周末旅游、短期度假、工作旅游
旅行距离	近郊旅游、远郊旅游、中程旅游、远程旅游、国际旅游

^① 国家旅游局人事劳动教育司：《旅游规划原理》，员源-员源页，北京，旅游教育出版社，员源

表 苑-圆

环境分类法

分类依据	旅游类型	细摇摇头分
地球圈层	大气层	宇宙、天象
	水圈	海水、淡水
	岩石圈	山岳、平原、岩洞
	生物圈	植物、动物
	智力圈	文化、科技、教育、历史、生活
自然环境	自然地区	自然保护区、海岸旅游区、荒漠旅游区等
	过渡地区	平原水乡旅游区、民俗风情旅游区、旅游度假区
人聚环境	人类聚居地	历史遗迹区、旅游城镇、现代城镇旅游区

旅游资源旅游项目库

上述分类法无论是主体分类法还是环境分类法，其细分的旅游项目或多或少都有些抽象，更多地适用于对旅游市场进行分析、预测。但是，旅游是旅游者在目的地的体验活动，贯穿旅游者从旅游客源地前往旅游目的地、在旅游目的地停留以及返回客源地的整个过程，因而完全有必要从旅游者体验的角度来划分旅游项目的类型，建立完备的旅游项目库。

我国常把食、住、行、游、娱、购称为“旅游六要素”，这是以旅游者为主体的分类法，此分类法有利于全方位提供旅游者所需，表 苑-猿全面展示了旅游项目库^①。

表 苑-猿

旅游项目库

旅游旅行

人力旅行	步行	越野步行	自行车	划船	竹筏木筏皮艇	水底观光走廊	坑道	栈道	人力桥	畜力旅行	大象	骆驼	马、驴、骡	牛、马车	其他畜力车	畜力雪橇	自然力旅行	滑翔	滑翔跳伞	帆船	漂流	溜索、荡索	动力旅行
游轮游艇	热气球	飞机	直升机	水上飞机	蒸汽机船	游艇	游轮	飞翔船	太阳能船	气垫船	潜水艇	水下观光船	汽车	电车喷气汽车	太阳能车	摩托	火车	轻轨	小货车	其他动力旅行者	索道缆车	自行爬山车	升降梯

^① 国家旅游局人事劳动教育司：《旅游规划原理》，员苑-员页，北京，旅游教育出版社，员苑

摇摇头饮食

摇摇头	冷餐会	摇摇头	自助餐
摇摇头	地方酒席	摇摇头	熟食
摇摇头	异地风情酒席	摇摇头	烧烤
摇摇头	异国风情酒席	摇摇头	水煮
摇摇头	风味小吃	摇摇头	方便食品
摇摇头	(或浸制)	摇摇头	冲泡食品
摇摇头	手工	摇摇头	(轻便食品)
摇摇头	烧烤	摇摇头	宇航食品
摇摇头	烘烤	摇摇头	保鲜食品
摇摇头	腌制	摇摇头	干食品
摇摇头	酒吧茶肆	摇摇头	饮品
摇摇头	酒吧	摇摇头	野炊
摇摇头	咖啡馆、茶馆	摇摇头	烧烤
摇摇头	饮用水	摇摇头	水煮
摇摇头	自动售货机	摇摇头	蒸煮
摇摇头	快餐	摇摇头	野餐
摇摇头	现卖堂吃	摇摇头	阳伞野餐
摇摇头	现做堂吃	摇摇头	桌凳野餐
摇摇头	现做外卖	摇摇头	席地野餐
摇摇头	即时外卖	摇摇头	随行野餐

摇摇头住宿

摇摇头	市镇旅馆	摇摇头	汽车卧铺
摇摇头	星级旅馆	摇摇头	轮船卧铺
摇摇头	青年旅馆	摇摇头	乡土风情旅馆
摇摇头	公寓	摇摇头	穴居土著旅馆
摇摇头	别墅	摇摇头	巢居土著旅馆
摇摇头	汽车旅馆	摇摇头	生土建筑旅馆
摇摇头	度假村	摇摇头	竹木建筑旅馆
摇摇头	山地度假村	摇摇头	毡包旅馆
摇摇头	山上度假村	摇摇头	渔民船居旅馆
摇摇头	宇宙度假村	摇摇头	野营
摇摇头	其他风情度假村	摇摇头	穴居野营
摇摇头	一般度假村	摇摇头	帐篷野营
摇摇头	机动卧室	摇摇头	露营
摇摇头	火车卧铺		

摇摇源园购物

源园	旅游用品	源园	自然物产
源园	鞋帽手套雨具	源园	工艺品
源园	服装	源园	土特产
源园	食品	源园	特产食品
源园	摄影录像器材	源园	特产日用品
源园	野营装备	源园	特色生产用具
源园	垂钓及水上运动装备	源园	其他特产
源园	其他旅游用品	源园	特价商品
源园	旅游纪念品	源园	其他特价商品

摇摇缘园观光游览

缘园	天象景观	缘园	草原
缘园	风云雨雪	缘园	其他生物景观
缘园	日月星辰	缘园	历史文化
缘园	佛光	缘园	社会经济文化遗址
缘园	海市蜃楼	缘园	军事遗址
缘园	彩虹	缘园	古城和古城遗址
缘园	极光	缘园	长城
缘园	陨石	缘园	宫廷建筑
缘园	地象景观	缘园	宗教建筑
缘园	山岳	缘园	陵墓陵园
缘园	典型地质构造	缘园	石窟
缘园	化石点	缘园	古代工程
缘园	自然灾变遗址	缘园	牌坊山门
缘园	岩溶地貌	缘园	石刻碑碣
缘园	风蚀地貌	缘园	雕塑
缘园	其他蚀貌	缘园	各类园林
缘园	水象景观	缘园	风俗民情
缘园	江河	缘园	特色乡镇
缘园	湖泊	缘园	乡土建筑
缘园	海洋	缘园	民俗街区
缘园	瀑布	缘园	节庆
缘园	溪涧	缘园	集会
缘园	冷泉、热泉	缘园	风俗礼仪
缘园	现代冰川	缘园	科教
缘园	冰雪	缘园	科技设施
缘园	生物景观	缘园	科幻设施
缘园	野生动物栖息地	缘园	科技城
缘园	树木	缘园	考古博物馆
缘园	古树名木	缘园	影视基地
缘园	奇花异草	缘园	研修实习基地

摇摇游乐园娱乐体育

游乐园	自然娱乐	游乐园	冰水吧
游乐园	冲浪	游乐园	文化观赏娱乐
游乐园	潜水	游乐园	文化艺术馆
游乐园	帆板	游乐园	音乐
游乐园	帆船	游乐园	电影
游乐园	跳伞	游乐园	球幕电影
游乐园	激流或波浪娱乐	游乐园	戏剧
游乐园	滑沙、滑草	游乐园	茶馆书场
游乐园	滑雪、滑冰	游乐园	电视
游乐园	风筝	游乐园	舞会
游乐园	其他自然力娱乐	游乐园	卡拉 韵运
游乐园	器械与健身娱乐	游乐园	各种沙龙聚会
游乐园	摇曳、旋转(器械)	游乐园	节庆活动
游乐园	攀滑(器械)	游乐园	宗教活动
游乐园	搬运装挂(装置)	游乐园	风俗礼仪
游乐园	跳弹跨越(设施)	游乐园	智力娱乐
游乐园	多人自行车	游乐园	迷宫
游乐园	跳跳自行车	游乐园	猜谜
游乐园	滑车	游乐园	棋牌
游乐园	滑板	游乐园	越野智力比赛
游乐园	划船	游乐园	电子游戏
游乐园	水上自行车	游乐园	虚拟现实
游乐园	脚踏轨道车	游乐园	其他智力娱乐
游乐园	波浪车道	游乐园	生产娱乐
游乐园	越野自行车	游乐园	狩猎
游乐园	雪橇	游乐园	诱捕
游乐园	武术气功	游乐园	网捕
游乐园	体操健身	游乐园	渔猎
游乐园	健美减肥	游乐园	垂钓
游乐园	游泳	游乐园	放牧及饲养
游乐园	人造波游泳	游乐园	农林种植收获
游乐园	动物娱乐	游乐园	采摘
游乐园	动物训练喂养	游乐园	食品加工
游乐园	驯兽表演	游乐园	纺织
游乐园	斗鸡、斗牛	游乐园	锤炼打制
游乐园	放生	游乐园	建造制作
游乐园	动力娱乐	游乐园	体育竞技与军事娱乐
游乐园	汽车拖曳跳伞	游乐园	彩弹实战
游乐园	快艇拖曳跳伞	游乐园	射击
游乐园	汽车越野	游乐园	射箭
游乐园	赛车	游乐园	相扑

汽车练习	击剑
摩托车	军事娱乐
水上摩托车艇	其他军事竞技
摩托艇	赛艇
碰碰车	赛马
碰碰船	保龄球
游艇	草地保龄球
翻滚车	体育竞技观演
月球车	高尔夫球
理疗	网球
避暑	足球
避寒	篮球
冲击振动理疗	排球
潮湿法理疗	乒乓球
推拿气功	沙地排球
针灸	羽毛球
药膳	手球
理疗浴	马球
沙浴	门球
温泉浴	垒球
矿泉浴	棒球
负氧离子浴	曲棍球
森林浴	冰球
氧吧	水球
桑拿吧	桌球
蒸汽吧	其他体育竞技活动

旅游资源旅游项目设置的理念与原则

(一) 旅游项目设置的理念

理念是对日常思想的一种提炼，是想法的升华。通常情况下，需要有很多想法才能浓缩成理念，如经营理念、企业理念、办学理念、服务理念、设计理念、教育理念、新课程理念、管理理念、教学理念等。因而旅游项目设置的理念是由许多关于旅游项目设置的思想、想法经过提炼与升华浓缩而成的，是关于旅游项目设置思想的最本质、最核心的集中阐述。

旅游项目设置的理念主要包括全程体验旅途生活方式的理念、情境戏剧化与产品化理念。

①全程体验旅途生活方式的理念：游客一出门，就开始进入兴奋状态，并在吃、住、行、游、娱、购、体、疗、学、悟的过程中，获得全程的独特感受，同时，把旅游作为全新的生活方式进行设计，符合游客出游，寻求生活角色转换、生活方式转换的要求，形成旅途人生的全新体验与激荡。

②情境戏剧化与产品化理念：要把观赏对象、景观环境、文化生活环境尽量进行

情境化和戏剧化处理,构成特殊的审美意境,制造戏剧化冲突,产生兴奋与激情效果,获得旅途人生的特殊享受。要把观赏、游乐、娱乐、餐饮、住宿、休闲运动、疗养修复等过程,变为可以实现的服务产品,从而实现有效交易,达到市场消费的目的。

(圆) 旅游项目设置的原则^①

① 市场需求原则

旅游市场需求实际上是指旅游者以一定的货币、时间、精力去换取某一经历、服务和某些商品的实际意愿。旅游资源的开发必须时刻把握旅游市场需求的动态,开发符合旅游者需求的旅游项目,提供旅游者全程体验所需。旅游项目的设置,如果不遵循市场需求原则,就很容易被旅游者抛弃,相应的旅游市场也会随之慢慢萎缩直至消亡。

② 特色原则

旅游项目必须具备足够的吸引力,才可能把旅游者从客源地吸引到目的地。由于我国旅游资源非常丰富,资源类同性也处处存在。因此,旅游项目的设置必须尽全力挖掘旅游资源的特色,并予以凸显,如挖掘旅游资源的“唯一”、“第一”、“最”等特性,并注入与资源协调的植物景观、园林景观、建筑景观和其他人文景观,让旅游者的游玩、参观等过程形成具有特色的全程体验。

③ 情境化与体验化原则

旅游项目的设置,应对观赏性的旅游资源(如山水和自然风光)、文化资源(如古代建筑遗址和博物馆)等进行情境化改造与设计,形成情境化的场景、情境戏剧化的环境,通过情境化设计,将自然与文化资源,转变为人性化的观赏过程,转变为具有吸引力,可使游客兴奋的产品。

体验,是现代旅游学术界和产业界对旅游的全新认识。人们认为旅游者从旅游客源地前往目的地、在目的地停留、返回客源地的整个过程中,通过支付一定的货币、花费一定的时间与精力,所获得的无非是一种心灵的愉悦、一种体验。自然,这种体验是多方面的,有对祖国大好河山的欣赏,有对异国风情的了解,也有对自然、人生的感悟。因此,在旅游过程中的体验,如欣赏自然风光、感受人文气息、参与目的地生活等,都构成了旅游者的满足。

④ 因地制宜原则

因地制宜的原则,要求旅游资源开发的项目设置,必须考虑区域自然、人文条件以及经济社会发展状况等因素,合理、适宜地选择旅游项目。众所周知,我国地形复杂多变,如大陆东南部的福建省多丘陵,容易形成丹霞地貌,世界遗产武夷山、世界地质公园泰宁大金湖等都是以丹霞地貌景观为主体,而西南地区的云南、贵州由于受西南季风的影响多喀斯特地貌,云南的路南石林、贵州的织金洞都是典型的喀斯特地貌景观区,这些地貌都成为了可以为旅游业开发利用的旅游资源。同时,由于我国各地的经济、社会发展不均衡,开发当地旅游资源,进行旅游项目设置时,必须考虑地区差异性。一些较为成功的主题公园选择经济发达区域的实例,如经济发达的珠江三

^① 国家旅游局人事劳动教育司:《旅游规划原理》,员远-员页,北京,旅游教育出版社,员

角洲区域的深圳、广州、珠海等地的主题公园的迅速发展（深圳华侨城的锦绣中华、世界之窗、欢乐谷，广州的世界大观园、南湖乐园，珠海的圆明新园、珍珠乐园）和近年来长江三角洲区域的上海、无锡、苏州、杭州等地的主题公园的迅速发展（上海的环球乐园、杭州的宋城、无锡的世界奇观、苏州的福禄贝尔科幻乐园），同样证明，旅游资源开发的项目设置必须遵循因地制宜的原则。

⑤ 保护与开发协调原则

旅游资源开发的项目设置，特别需要把握对风景资源、生态环境、文物、游客安全四方面的保护。

对风景资源的保护。旅游资源开发的项目设置，绝对不能以破坏风景资源为代价。因此，对观赏、游乐、基础设施的位置、体量、风格等的规划、设置，必须以保护为前提，与资源相协调。

对生态环境的保护。任何旅游项目的设置，都必须达到环境保护的要求，不能引起整体生态环境的不可逆转性破坏。因此，设置旅游项目时，对环境容量、污染治理、垃圾处理等必须有有效的措施。

对文物的保护。旅游项目设置涉及文物旅游资源的（不仅限于已经列入全国或地方政府保护名单的历史或民俗文化类旅游资源），都应该对其予以保护。

对游客安全的保护。旅游项目的设置，必须充分考虑游客的安全，主要包括旅途安全、游览安全、娱乐安全、社会安全等几个方面。

旅游资源项目设置的创意方法

旅游资源开发的项目设置过程实际上是以旅游资源为基础，以市场为导向的创造过程，该过程需要大量的智力的支持。缺少创意的旅游项目，即使完全遵循旅游项目设置原则设置，也未必能获得成功。近年来，具有创意的旅游项目层出不穷，获得了旅游者的广泛好评，取得了良好的市场效益，如 2007 年，武夷山市政府有关部门向国家工商总局正式申请注册包括“华夏情人节”等在内的一系列与情人节相关的名称，此举意味着武夷山将借“情人节”的品牌，深层挖掘武夷山情人节的文化内涵，拓展全国旅游市场。实际上，在“百度”中以“武夷山”、“中国情人节”进行搜索，即可得出约 2000 多条相关报道。而 2007 年的“中国情人节”活动有 4000 多对儿来自全国各地的情侣来到武夷山参加“七夕活动”，使武夷山景区平均每天增加收入 400 万元，7 天共增加收入 2800 万元^①。

补充阅读资料 创意魅力——武夷山“中国情人节”策划书（节选）

一、策划背景

农历七月初七，是中国传统的“七夕节”，是中国神话传说中牛郎和织女在银河鹊桥相会的日子，有许多关于他们的忠贞、浪漫的爱情故事在民间流传。风景秀丽的武夷山流淌着一条人间银河——九曲溪，九曲溪两岸流传着玉女和大王美丽动人的爱情故事，被世人所颂扬。把农历七月初七这一天打造成中国的情人节，每年在武夷山举办“武夷山——中国情人节”节事活动，借助这一活动平台，策划一系列文化活

^① 曾建明. 创意魅力——武夷山“中国情人节”策划书（节选）. 来源：携程网. 更新时间：2007-08-08

动,广泛联络电视、广播、报纸、网络等媒体在全国范围内进行宣传,使这一活动成为世人关注、情侣们向往和期盼的一项活动,把武夷山打造成情人旅游胜地。近年来,西方节日在我国日益盛行,中国传统的节日渐渐离我们远去,如何弘扬中国传统文化,已是社会各界有识之士关心的热门话题,“两会”期间代表们已提出《关于把端午、七夕等传统节日定为法定假日的议案》,得到了许多代表的广泛支持和全国人大的高度关注,也成了 2007 年两会的焦点和热点话题。2007 年武夷山举行了小规模“情人节”活动,社会反响很好,在这种背景下举办“中国情人节”活动,时机和社会基础更加成熟,对促进武夷山旅游业的发展和树立联办企业品牌形象也非常必要。

将“情人节”定位成推介宣传武夷山旅游市场,提升参与企业品牌知名度的一项重要活动,把“情人节”打造和建设成能代表武夷山和企业的又一个文化名片,让这一时尚浪漫的文化节事活动变成全社会和媒体关注的焦点。持续举办这一活动,并结合武夷山的旅游资源和联办企业形象,进行长远规划,以此促进武夷山旅游市场和企业的持续繁荣与发展。

二、批准部门

福建省文化厅

三、组织机构、组委会成员名单(省略)

主办单位:福建省文化厅、中国艺术研究院、中国民族民间文化保护工程国家中心、中国民俗学会、南平市人民政府、武夷山市人民政府、武夷山风景名胜区管理委员会

媒体主办:中国文化报、江苏卫视、新闻晨报、重庆经济报、天府早报、济南时报、新浪网

承摇摇办:武夷山风景名胜区管理委员会、武夷山市远波文化传播有限责任公司

协摇摇办:武夷山市旅游局、武夷山市文体局、福建省武夷山旅游发展股份公司、武夷山旅游集团公司、厦门航空公司、武夷山大峡谷生态漂流有限公司、儒视(福州)传媒有限公司

四、活动主题、口号

温馨·浪漫·快乐·旅游摇打造中国“情人节”

温馨·浪漫·快乐·旅游

天下有情人协手互动打造中国情人节
七夕风情节去武夷山参加我们的爱情盛典

在玉女峰前,大王峰下见证我们的挚爱真情

在天游峰上锁定我们的天长地久

武夷山——中国情人节

五、活动规模、时间

规模：苑对儿情侣，境内外旅行社组团 源对儿，通过全国各类媒体直接征集 猿对儿

时间：圆年 愿月 员日至 愿月 员日，在武夷山安排为期 猿天的活动行程

六、活动内容

猿“ 武夷浪漫之夜 ”当红明星演唱会（网络歌星）；

圆七夕之夜（愿月 员日晚）举行“ 武夷狂欢之夜化妆舞会 ”；

猿举办“ 中国传统民俗节日高峰论坛 ”；

圆“ 红豆圣树、心的祈祷 ”活动：在红豆树下举行情侣激情热吻大赛和情侣对视大赛；

猿“ 天上人间、海誓山盟 ”活动：在天游峰顶，月下老人主持海誓山盟仪式；

圆“ 鹊桥牵手、情系武夷 ”活动：在九曲溪畔、玉女峰前搭建鹊桥，举行鹊桥相会仪式；

猿“ 知心爱人、共渡银河 ”活动：漂流在“ 人间银河，武夷九曲 ”，共享轻松浪漫之旅；

愿“ 豪龙杯 ”情侣激情野战对抗赛；

愿“ 武夷杯 ”情侣越野登山赛；

员在成都、福州、重庆、济南四个分赛区举行情歌大赛、情侣形象大使选拔赛；

七、宣传定位

以各类高品位的活动、全国范围的征寻、焦点人物炒作、公众人物追踪、热点话题讨论、各分赛区选手参与互动构成本次活动宣传的基本要点，策划各类新闻事件，推出各类新闻人物，借助各类媒体对整个活动进行全方位炒作，借助本次活动的宣传平台，以提高武夷山和联办企业的知名度、影响力为目的，打造、积淀武夷山和联办企业的文化名片功能，从而弘扬中国传统文化，体现民族文化精神，弘扬爱情主旋律，倡导宣传中国的情人节，吸引更多的人关注民俗节日，对提高民族的凝聚力、展示中华文化的魅力，将起到一个良好的促进作用。

八、宣传规模

猿中央电视台、源家卫视和省级电视台冠名播出各类节目 圆个小时；

圆国家省级平面媒体冠名报道，发表各类文章及网络转载 苑万字；

猿新浪网的主页或新闻中心 圆个月的推介宣传及 员个月的频道推介宣传。

九、宣传时间

“ 情人节 ”活动前 圆个月进入前期宣传和炒作阶段，活动正式开展时宣传进入高峰期，活动结束后进行整个活动的专题、见闻、花絮回放与宣传。

十、主办、协办媒体（略）

十一、宣传亮点与热点

猿组织联络全国多家媒体共同发起感动中国爱情故事征文活动，策划邀请部分主人公参加本次活动（重点关注社会弱势群体和普通群众的感人故事，如民工、残疾人、边防战士等的感人故事）；

邀请当红明星举办“武夷浪漫之夜”大型演唱会；

在成都、重庆、青岛、福州设立分赛区举行情人节“武夷浪漫之夜”情歌大赛、情侣形象大使选拔赛；

在全国范围内征寻并邀请钻石婚和金婚夫妻到武夷山参加本次活动；

征寻并邀请农历七月初七出生的情侣来武夷山参加情人节，实行特别优惠和赠送特别礼物；

在全国范围内征集“情人节”标志和吉祥物；

为全国为江苏卫视征寻电视谈话节目嘉宾。

(资料来源网络资源整理)

旅游项目设置的创意方法主要有市场——项目——资源(排比)法、创意激励法、时空搜寻法和专门技术综合法。^①

(员) 市场——项目——资源(排比)法

市场——项目——资源(排比)法,可以简称为配砸法(配表示市场;砸表示项目;砸表示资源),其所依据的理论基础是旅游资源开发项目设置的市场需求原则、因地制宜原则以及排中率逻辑。其基本原理是:在所有能够想到的旅游项目种类的基础上,按市场选择、资源制约两大因素进行“投票表决”。配砸法的具体步骤如下:

①旅游项目设置组对所有能想到的旅游项目进行分类并排序,具体的旅游项目可以参照本章的旅游项目库;

②充分考虑目前的旅游资源条件,对不符合当前旅游资源特色或者不具备相关旅游资源条件的旅游项目进行删除;

③旅游项目设置组对目前旅游市场进行深入的分析,并预测未来旅游市场的发展趋势,然后对旅游项目进行第一轮选择;

④将进行第一轮选择时选中的旅游项目整理后返给投票组,并根据旅游项目之间的相关性进行第二轮选择;

⑤汇报整理,将结果汇报给投票组,进行另一轮投票表决,并对资源、经济、管理等因素作进一步分析和比较,直至最后选定合适的项目(组群)。

配砸法的主要制约因素有:

①对旅游市场需求特别是潜在需求的了解程度会受到工作条件、认识水平的制约;

②对旅游资源的认识常常缺乏科学性;

③对旅游项目的类型常常缺乏足以提供参考的情报消息。

(圆) 创意激励法

现代社会,几乎不存在不可以被旅游业所开发利用的事物。社会事物本来就是瞬息万变的,因此旅游项目库即使再丰富,也不可能包含所有旅游项目。有时候,旅游项目库反而成了旅游项目设置创意的羁绊。旅游项目库是人类自身对旅游资源、旅游市场认识的总结,是一个创造的过程,需要发挥创造性思维,需要有创意。所以,限

^① 国家旅游局人事劳动教育司:《旅游规划原理》,员远-员页,北京,旅游教育出版社,员

制创意的不是旅游项目库，真正限制旅游资源开发项目设置创意的是我们的思维，这样就完全有必要激励旅游项目设置的创意，主要的激励步骤如下：

- ①成立创意组，成员不宜超过 5 人，组中成员尽量安排相处融洽者、善于说笑者，尽量不安排关系不合者；
- ②召开创意组讨论会，确定“先提想法、再提办法、重在想法”的会议主旨，并事先说明对提出创意者的奖励办法，充分调动与会者思考的积极性；
- ③提供必要的辅助手段（如饮茶，喝咖啡，观看旅游记录 阅读 旅游照片，讲述旅游经历等），充分调动会场气氛，激活与会者的思维；
- ④记录会议结果，并将其作为下一次讨论的参考；
- ⑤召开第二次会议，依此类推；
- ⑥由最初的“提想法”阶段进入“提办法”阶段，逐步比较分析各个方案，淘汰可行性较差的，同时必须注意保护原创人的提案价值与创意积极性。可行性较差的方案也应保存起来，以便下次会议时作为参考。

（猿）时空搜寻法（猿猿）

时空搜寻法是指从空间轴、时间轴两个向量上搜寻本地区位、市场和旅游资源等条件的最佳交叉点的方法（猿表示 猿猿 时间；猿表示 猿猿 空间；猿表示 猿猿 搜寻）。

由时间轴看，从约 猿亿年前地球形成到古生代、史前、公元与未来，期间蕴含着十分丰富的知识源泉，这些知识源泉有的是可以为旅游业开发利用的旅游资源，可以开发成具体的旅游项目；从空间轴看，由居室、村庄、城市、本国到异国、区域、地壳、板块，从极地、寒带、亚热带到热带等，空间都赋予了旅游项目设置组众多生动的信息。时间与空间的交叉，实际上反映了人类在特定的地球表面的适应、生存、发展的历程，期间包括了人类漫长的进化史和人类文明的发展史。因而，寻找该交叉面的一个较为简易的方法就是直接搜寻某个民族、某块生存区域或某个文化圈。

交叉面法的主要优点在于：交叉面具有人种、民俗、文化、经济、军事、地域一体化的特征，对旅游项目创意的生动性、完整性具有特殊的价值。例如，位于湖南西部湘西自治州的凤凰县，是国家级历史文化名城，著名文学家沈从文的故里。采用时空交叉点的方法，在时间上我们可以搜寻到该地一千多年以来苗族、土家族等少数民族的发展历程，期间遗留下的丰富而珍贵的历史文化遗产，可以作为开发旅游项目之用。在空间上，从凤凰古城到数里之外的南方古长城遗址，再到 猿公里之外的勾良苗寨，随着空间地域的一步一步拓展，旅游资源变得丰富起来，可以开发的旅游项目也随之增多。而实际上，目前凤凰县作为湖南旅游业的主打旅游目的地，其旅游资源开发的项目设置采用了时空搜寻法，在时间上，深层次挖掘历史文化内涵，在空间上不断拓展旅游开发的区域，设置旅游项目，吸引游客。

正确判断时空交叉面和旅游地发展战略的交叉点，是时空搜寻法的关键，也是旅游项目设置成功的关键。成功的旅游项目设置案例，都无一例外地找到了本地区位、市场、旅游资源、资金与时空交叉面的交点。例如，杭州宋城集团，充分挖掘了杭州作为南宋都城（古称临安）的历史文化内涵，于 猿年修建了大型宋城主题景区，一举获得成功。

(源) 专门技术综合法

专门技术综合法,是指以艺术、科学等专门技术为线索,通过浓缩、拓展、综合再现等途径,塑造和提升旅游资源(旅游地)吸引力的方法。沿着考古学、历史学、人类学、文学、艺术等人文科学和生物学、生态环境学、医学、计算机科学、网络等科学技术的线索,可以找到许多旅游项目设置的逻辑线索。通过一系列专项技术的研究、综合和再现,给旅游项目带来取之不尽、富有震撼力和启迪性的创造性构思。

专门技术综合法的重点,在于正确把握符合当地条件、顺应市场需求的科学技术主线,并将之转化为生动、参与性强、寓教于乐的物化形式,如巴黎的 19 世纪公园、美国加州的好莱坞影视基地、深圳华侨城的欢乐谷、中国香港的迪斯尼乐园等,它们都是借助专门技术所固有的内在力量,通过恰当的物化形式和经营管理所产生的巨大吸引力,使这些旅游资源(旅游地)市场长盛不衰。

7.5.5 旅游资源项目设置的可行性分析

(员) 旅游项目设置的可行性分析的概念

可行性分析,是旅游资源开发中项目设置所必需的步骤,是对旅游项目在未来的各种可能性的预测,是论证旅游项目是否可行的有利依据,为旅游项目设置的决策提供了有效的信息。旅游项目的设置,首先要建立在旅游资源的基础上,符合设置的理念,遵循设置的原则,然后要有创意,最后就是论证其在投资(财政)、市场等方面的可行性。

(圆) 旅游项目设置可行性分析的流程

旅游项目设置的可行性分析,是一个严密、长期、复杂的研究过程,具体分析步骤为:初步的设想→粗略的成本估算→市场可行性研究→修订设想→确定地点→修订成本估算→访问量以及游客消费水平预测→财务评估→确定资金来源→详尽的设计规划(包括分阶段规划)。

(猿) 旅游项目设置可行性分析的内容^①

旅游项目设置可行性分析的内容,主要包括旅游项目在市场、财政等方面的可行性,由于本书第 7 章已经介绍了旅游市场分析与预测的基本知识,因此本章的可行性分析不再介绍与市场相关的内容,主要介绍项目设置在财政方面的可行性。

旅游项目设置财政方面的可行性分析由两部分组成,即投资和收入。换句话说,就是旅游项目必须收回投资,并在收回运营成本的基础上创造利润。

首先,必须预测出旅游项目在一定时间内的收入,收入的主要来源有:

- ① 门票收入(有的旅游项目不收取门票,如一些公益事业性的博物馆等);
- ② 附近商店及餐馆的收入;
- ③ 其他收入(如租赁收入、导游服务等)。

自然,要获得这些收入也需要支付一定的成本(指项目投资总量以外的营业成本),需要支付的成本有:

^① [英] 约翰·斯沃布鲁克:《旅游景点开发与管理》,张文译,员员~员员页,北京,中国旅游出版社,2004。

- ① 支付给员工的工资、保险费等；
- ② 商店的货品采购成本、餐馆的原材料成本等；
- ③ 水、电、有线电视、网络等费用；
- ④ 营销费用；
- ⑤ 税收（包括地方税收和国家税收）。

其次，需要对旅游项目的投资进行详尽的预测，主要的投资集中在：

- ① 通过购买或者其他合法手段获得旅游资源的开发权，以进行旅游项目设置；
- ② 旅游项目设置中建筑房屋等产生的工程费用；
- ③ 项目投入运营之前的工资和福利支出；
- ④ 项目正式对外营业前产生的其他费用。

旅游项目的设置只有同时具备市场、财政等方面的可行性时，才能开始建设，否则就会承担巨大的风险。

主题公园旅游资源开发的产品策划

如果说旅游项目是镶嵌在旅游目的地的一颗颗璀璨的珍珠的话，那么旅游产品则是一条被串起来的珍珠项链。在区域旅游资源的开发中，旅游项目的设置只是完成了其中的一步，接下来就是旅游产品的策划。

主题公园旅游产品的概念、特征与类型

（一）旅游产品的概念

旅游产品，从旅游供给的角度来看，是指凭借旅游资源和旅游设施向游客提供其在整个旅游活动过程中所需要的全部服务，包括向游客提供一系列的吸引物以及其他必要的设施设备，前者主要体现在旅游项目上，如娱乐项目、节庆活动等，后者主要有饮食、住宿、交通、导游服务等。因此，旅游产品是为给游客一个完整的体验过程而提供的全部服务。

（二）旅游产品的特征

旅游产品的特征主要有：员工是旅游产品的重要组成部分、旅游产品是不可试用的产品、旅游产品具有不可移动性、旅游产品是不可储存的产品、旅游产品实质上是一次经历。

① 员工是旅游产品的重要组成部分

旅游产品从本质上来说属于服务与有形产品（旅游商品）的组合，向游客提供这些服务和有形产品的员工的服务态度、行为举止和形象，会影响游客的旅游经历，从而影响游客对旅游产品的看法，影响游客感知的旅游产品的质量。

② 旅游产品是不可试用的产品

与其他产品不同的是，旅游产品是不可试用的产品。游客只有到了旅游消费的场地，如旅游景区、旅游饭店等，才有机会接触旅游产品，消费这些旅游产品，享受为其提供的所有服务，而之前是无法试用的。

③ 旅游产品具有不可移动性

旅游产品是指凭借旅游资源和旅游设施向游客提供其在整个旅游活动过程中所需要的全部服务，游客只能实地、亲自消费，而不能像其他产品一样带走。游客消费旅

旅游产品,实际上是在享用旅游服务,是一种体验,是不可移动的。

④ 旅游产品是不可储存的产品

游客购买的实际上是旅游产品的暂时使用权,而非永久性的。旅游产品具有很强的时效性,如旅游景区的导游服务,如果游客没来得及享用,则景区也没办法将这部分导游服务储存下来,待今后使用;又如旅游饭店的客房,一天内没销售出去,则该客房承载的服务也没办法出售,其价值也就没办法实现,不能留待今后出售,下一次出售则需要付出另外的成本。

⑤ 旅游产品实质上是一次经历

从游客的角度考虑,旅游产品实质上是经历,也就是说,旅游者在整个旅游过程中享受的旅游服务,构成了其整个经历。如游客在整个旅游过程中享受的客房服务、餐饮服务、交通服务、导游服务等,都是其购买的旅游产品的组成部分,而恰好也是这些服务构成了其整个的旅游经历。

(猿) 旅游产品的类型

旅游产品是由旅游项目串联起来的,但又不完全等同于旅游项目。旅游项目是单体或连体,是对旅游者具有吸引力的单元,而旅游产品则是由旅游供给商提供给游客的整个旅游过程中的所需事物和服务,包括旅游项目和其他接待设施及服务,如一个旅游团队前往武夷山旅游,则整个旅游过程中所享受的服务均是旅游产品的构成部分,如交通服务、导游服务、食宿服务以及在景区(点)参观游览和购买旅游商品的经历。

然而,旅游产品的分类和旅游项目的分类有着极为相似的地方,因为旅游项目是旅游资源的集合,是作为旅游目的地的旅游吸引物存在的。在区域旅游资源的开发中,旅游资源和旅游资源的集合(旅游项目)是基础,因此,旅游项目的类型实际上决定了旅游产品的类型。目前,按照旅游活动的内容和动机划分,旅游产品一般可分为以下几类:

① 文化旅游产品,文化旅游产品包括宗教朝觐旅游产品、寻根访祖旅游产品、科普考察旅游产品、文物古迹旅游产品和民俗风情旅游产品;

② 观光旅游产品,观光旅游产品包括山水风光旅游产品和农业观光旅游产品;

③ 度假旅游产品,度假旅游产品包括温泉度假旅游产品和海滨度假旅游产品;

④ 商务、公务旅游产品,商务、公务旅游产品包括商务旅游产品和会展旅游产品;

⑤ 产业旅游产品,产业旅游产品包括农业旅游产品和工业旅游产品;

⑥ 康体健身旅游产品,康体健身旅游产品包括疗养健身旅游产品和体育旅游产品。

猿猿猿 旅游产品策划的方法

旅游产品策划的方法与旅游项目设置的方法类似,具体内容参见本章有关旅游项目设置的创意方法,本节主要介绍旅游产品昂谱(砸酝孕)策划法。

旅游产品昂谱策划法由吴必虎于 2003 年提出,砸酝孕中的字母砸 酝 孕分别代表 砸(旅游资源)、酝(旅游市场)、孕(旅游产品),策划模式见图 7-1。

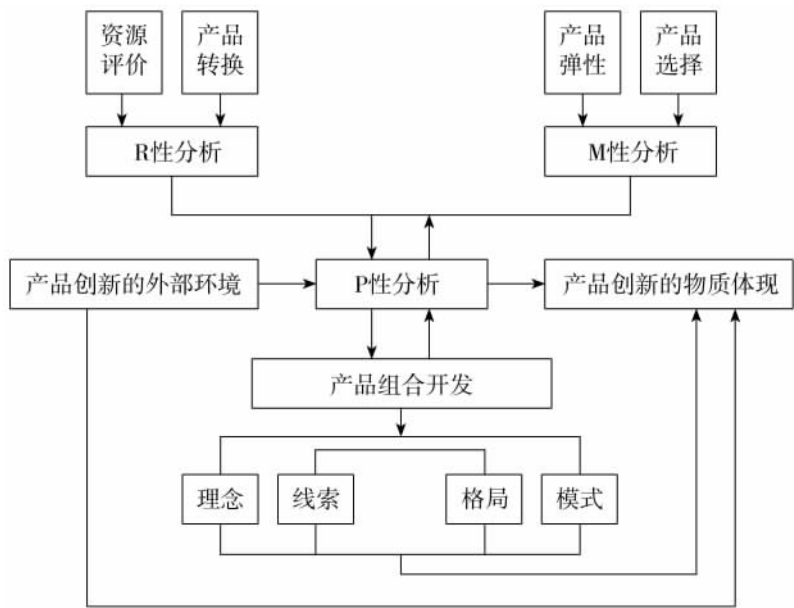


图 苑-员瑶旅游产品昂谱 (砸孕) 策划法的模式图

(资料来源瑶吴必虎：《区域旅游规划原理》，猿园页，北京，中国旅游出版社，圆园园)

苑 国内新兴的旅游产品

(员) 体育旅游产品^①

体育旅游，广义上说就是：旅游者在旅游中所从事各种身体娱乐、身体锻炼、体育竞赛、体育康复及体育文化交流等活动与旅游地、体育旅游企业及社会之间关系的总和。狭义地说就是：为了满足和适应旅游者的各种体育需求，借助多种多样的体育活动，并充分发挥其诸多功能，使旅游者的身心得到和谐的发展，从而达到促进社会物质文明和精神文明的建设，丰富社会文化生活的目的的一种社会关系。^② 体育旅游产品，按其普及程度和条件要求可以分为一般体育旅游产品和特种体育旅游产品。

①一般体育旅游产品

户外运动与户外游憩，与旅游有着不解之缘。体育旅游是近年来兴起的旅游产品，在旅游业中占据着越来越重要的地位。我们把游泳、网球、保龄球等经常附加于旅游目的地宾馆和旅游度假区的体育活动称为一般体育旅游产品。这些产品逐渐成为旅游度假区和旅游宾馆具有吸引力的源泉，大多数的旅游度假区都配置有游泳池、健身器材等，如汕头中信度假村（酒店）配备了齐全的室内、室外健身器材以及游泳池、沙滩排球、沙滩足球等一般体育项目。

②特种体育旅游产品

一般而言，特种体育旅游产品的开发需要不同于一般体育旅游产品的环境条件，如高尔夫旅游产品，对场地、资金、环境都有很特别的要求。特种体育旅游产品一般

① 吴必虎：《区域旅游规划原理》，猿园-猿园页，北京，中国旅游出版社，圆园园

② 王振：《试论我国体育旅游的发展》，载《北京第二外国语学院学报》，圆园园(远)。

指高尔夫、体育观战、漂流、滑雪等。

高尔夫运动与高尔夫旅游产品

高尔夫英文为“GOLF”，由绿地（GREEN）、氧气（OXYGEN）、阳光（SUN）、步履（LOFT）的英文单词的第一个字母缩写而成。高尔夫源于英格兰，公元15世纪流行于欧洲，18世纪传入美洲，19世纪普遍盛行于澳洲、非洲、亚洲。目前，中国拥有高尔夫球场1000多个，正在建的高尔夫球场有500多个。相对其他国家而言，我国的高尔夫球场基础设施好，价格低廉（相对国外的消费水平），如韩国游客乘飞机到中国打一场球比其直接在国内打一场球花费得还要少，因此汕头中信高尔夫俱乐部每年夏季都要接待大批韩国高尔夫旅游团队。目前，我国大多数高尔夫球场都是由国外著名的球手或设计师设计的。例如，深圳观澜湖高尔夫球会的尼克费度球场、格诺曼球场、维杰球场……都出自世界著名球场设计师厄本之手，汕头中信高尔夫俱乐部球场的设计者是美国球手菲尔·克拉克。

有关调查表明，我国打高尔夫球的人正以每年15%的速度增加，广州、深圳、上海、北京更以20%的速度增加。

高尔夫运动与旅游业的“联姻”主要集中在旅游业六要素中的“食”“住”“游”“娱”等几个方面：在食宿及娱乐设施方面，高尔夫球会会所都是豪华型的，是花重金打造的，里面的设施都是符合四星级或五星级酒店标准的，会所还包含娱乐、健身等相关设施，如健身房、酒吧……高尔夫与旅游业的“联姻”，高品质的度假内容和专业的高尔夫配套服务，可以成为高尔夫旅游产品吸引游客的主要卖点和竞争点。此外，我国的高尔夫球场大多修建在风景优美的城市，如昆明、桂林、海口、武夷山等。高尔夫旅游产品的兴起，也将带动当地旅游景点的发展。

补充阅读资料 高尔夫小知识

一、什么是高尔夫

高尔夫是英文“GOLF”一词的译音。高尔夫是一种在室外草坪上，使用不同的球杆并按一定的规则将球击入指定洞口的体育娱乐运动，通常一场球打十八洞，杆数即击球次数最少者为胜。

高尔夫是一种运动，也是一种游戏（球戏），运动都是戏，任何游戏都离不开运动的形式。权威性很高的《韦氏词典》对高尔夫的释义是：“高尔夫是使用若干支球杆，用尽量少的杆数在通常为十八洞的球场打球，在各个球洞连续击球进洞的运动。”《中国大百科全书》体育卷（1984年版）用一句话为高尔夫球下了定义：“以棒击球入穴的一种球类运动。”

有趣的是，人们发现高尔夫（GOLF）一词是由绿色（GREEN）、氧气（OXYGEN）、阳光（SUN）、步履（LOFT）四个英文单词的第一个字母组成的，这和高尔夫在充满新鲜空气和阳光的绿草地上漫步击球，是一种让人惊奇的吻合。

高尔夫球场占地1500亩到10000亩不等（18洞），依地形特征和自然风光设计而成，所以世界上没有两个一样的高尔夫球场，这是与其他球类运动所不同的，也正是打高尔夫的乐趣所在。

高尔夫可以一个人打，也可以几个人打，人多时可分组打，球场通常会要求每组

道参访东道国的旅游景点，给旅游业带来生机，表 7-1 为最近若干次夏季奥运会吸引旅游者的数量。

表 7-1 最近若干次夏季奥运会吸引旅游者的数量

年份	举办城市	期望旅游者数量（人）	实际旅游者数量（人）
1964 年	东京	1000000	1000000
1968 年	墨西哥	1000000	无数据
1972 年	慕尼黑	1000000	无数据
1976 年	蒙特利尔	1000000	无数据
1980 年	莫斯科	1000000	1000000
1984 年	洛杉矶	1000000	1000000

（资料来源 吴必虎：《区域旅游规划原理》，北京，中国旅游出版社，2001 年）

3. 滑雪旅游产品

在具备一定的积雪、坡度的条件下（主要是那些冬季具有丰富降雪的地区），可以开展滑雪旅游活动，滑雪旅游活动不仅可以增强旅游者的参与性，还可以促进旅游淡季地方经济的发展。在发达国家，滑雪是非常普遍的旅游产品。

我国具有丰富降雪的地区广大，东北、华北、西北等地区都有可开发的滑雪资源，甚至湖北神农架林区也开发了滑雪场。我国东北和新疆北部平均年降雪日在 100 天以上，平均年积雪日在 100 天以上，而阿勒泰、长白山、兴安岭及黑龙江北部地区平均年积雪日可达 150 天以上，最大积雪厚度为 1 厘米，具有一定的开发滑雪旅游的资源条件。

黑龙江省是中国发展滑雪旅游资源条件最好的省份之一，1980 年伊春市桃山林业局修建了全省第一个旅游滑雪场，曾一度风靡旅游产品市场，但不久即被距离哈尔滨更近，投资 1 亿元人民币的亚布力风车山庄滑雪场所取代。

目前国内较为有名的滑雪场有：吉林省的北大湖滑雪场、净月潭滑雪场，黑龙江省的二龙山滑雪场、亚布力滑雪场，云南省的玉龙雪山滑雪场，湖北省的神农架滑雪场，内蒙古自治区的阿尔山滑雪场，河北省的塞北滑雪场等。

4. 漂流旅游产品

经过规划与管理的漂流是一种有惊无险、游客可以直接参与的户外运动型旅游产品之一。漂流一般具有惊险刺激但安全、游客体验性强、季节性明显、客源区域性强、启动资金少、见效快等特点，近年来漂流旅游产品深受广大游客的喜爱与投资商的青睐也正是由于漂流旅游产品的这些特点。目前开发较为成功、具有较高知名度的漂流旅游产品有：海南万泉河漂流、福建武夷山九曲溪漂流、福建长泰漂流、安徽秋浦河漂流等。

（四）医疗、疗养保健旅游产品

1980 年（1980 年）将保健旅游定义为“在某些旅游设施（如旅馆）或目的地（如瑞士的卢塞恩），除了以当地优美的景色吸引游客外，还向旅游者有意推销其医疗健康服务设施”。保健旅游是国际上新型的旅游产品，在国内也逐渐受到重视，并占据一定的旅游市场。

保健旅游一般与度假区、风景名胜区等结合形成旅游产品，为游客提供的服务在一般项目之外可能还可以突出自己的特色。一般而言，海滨度假区、山地度假区、湖滨度假区等，以其优美的自然环境，辅以人工设施，在接近自然环境中开展各种游憩活动以达到休养生息、调节身心的目的。

医疗保健旅游在我国的发展具有两方面的有利因素。首先，我国地大物博、幅员辽阔，拥有很多优秀的天然旅游资源，其中很多都具有保健旅游的概念，如温泉和药膳，科学合理地开展利用这些保健旅游资源将会使之成为新的旅游亮点。除此以外，旅游景点的基础设施完备（很多旅游景点都有设施完备的疗养院），完全具有开发医疗保健旅游的硬件设施条件。其次，我国的中医保健正逐渐受到外国人的关注，近几年很多中医院都多了一项特殊的服务——接待外国旅游者。国家中医药管理局的调查显示，浙江省中医院、浙江省立同德医院、杭州市中医院、丽水市中医院、杭州胡庆余堂等多家医院都先后接待了来自美国、加拿大、瑞士、韩国、日本等地的上千名游客。这些外国游客都是怀着对中国传统医学的浓厚兴趣，来中国参与“医疗保健旅游”的。随着自然疗法、针灸、推拿、足浴及中药美容疗法在发达国家越来越受欢迎，越来越多的“老外”在安排旅游计划时，都会考虑尝试以中医药保健为目的的“健康游”，或在游玩后接受中医康复治疗，或在旅途中学习中医保健知识。^①

但是，医疗保健旅游在我国的发展也有一些不尽如人意的地方，如起步较晚，经验不足，目前尚未形成统一的市场，缺乏必要的政府支持（政府没有相关的发展计划，未能将医疗资源和旅游资源进行有效的整合）等。我国医疗服务水平和服务质量与发达国家相比还存在一定的差距，并且我国医疗从业人员的文化水平有待提高（能用外语交流的医护人员较少），这些因素都会制约医疗保健旅游的发展。

疗养保健旅游，是一项较为传统的旅游产品，许多旅游胜地就是在温泉疗养地、滨海疗养地、山地疗养区的基础上发展起来的。但近年来，国内的疗养保健旅游被赋予了新的内容。

目前疗养保健旅游产品的形式十分多样，并与医疗保健旅游产品存在着密切的关系。一般的旅游胜地或者旅游度假区都可以提供诸如水疗、电疗、茶疗、针灸、按摩等疗养保健旅游产品，各个旅游地的疗养保健旅游产品不尽相同。此外，如沙滩浴、森林浴、温泉浴等也都是比较受欢迎的疗养保健旅游产品。

（猿）修学、教育、校园旅游产品

在我国历史上，中世纪的修学旅游是东方文化中的奇观之一。“读万卷书、行万里路”的人生修养方式培养了许多历史杰出人物，而现代意义上的修学旅游则是始于日本，至今已经有一百多年的历史。

旅游是一种户外教育的良好方式，寓教于乐的过程让旅游者印象更加深刻。广义的修学旅游实际上可以称为知识旅游，包括科学考察性质的旅游、求法取经和夏令营等。

教育旅游，是一种与修学旅游相近的旅游产品，与修学旅游存在很多共同点，只是教育的目的性在旅游中表现得更加突出，教育旅游有特定的教育目的，如旅游者特

^① 曾健、陈育斌、王琳、李转、高洪、李增敏、刘慧、吕海、董建、魏晓娜

意前往少数民族地区采集民风民俗, 或者对中华医术感兴趣的外国游客在国内一些医学教育机构进行短暂求学, 都可以称之为教育旅游。

校园旅游则更加明确, 它是指在校园(尤指大学校园)内开展的参观、游览、体验(大学)校园生活和学习的活动。近年来, 校园旅游成了学术界的小热点, 许多旅行社也都安排了校园游旅游产品(主要针对中小學生)。“大学之道, 在明明德, 在亲民, 在止于至善”, 许多大学以其独特的历史、文化遗产、人文环境和优美的自然环境成为学子们求学的圣堂, 自然也吸引了许多高中生、初中生, 甚至是小学生。在大学里的这些经历, 必将对其今后的学习、求学之路产生深远的影响。网络上曾有国内最美的十大高校校园的排名, 厦门大学、武汉大学、中国海洋大学、北京大学、中山大学等国内著名高校入选。

(源) 工业旅游产品

工业旅游, 简单地说, 就是以工业生产基地的流水线、工业企业景观、工业企业文化、工厂风貌、工人劳动生活作为旅游吸引物, 组织旅游者前来参观、学习的旅游形式。工业旅游产品是国外十分流行的旅游产品, 在国内也正日渐受到重视。

四川长虹集团是国内第一家开放电器生产流水线让游人一睹为快的工业企业。实际上, 国内许多工业企业都可以为旅游业开发利用, 成为吸引游客的旅游资源。2005年 国家旅游局公布的 15 家首批全国工业旅游示范点中就有山东的青岛啤酒厂、青岛海尔工业园、青岛港、青岛华东葡萄酒庄园、烟台张裕集团、东阿阿胶集团, 北京的首钢总公司、北京燕京啤酒集团公司, 上海的宝钢集团, 福建的福建马尾造船厂、上杭紫金矿业股份有限公司、惠安中国雕艺城, 湖南的醴陵陶瓷基地、湘西州湘泉酒文化城等。此外, 尚未入选的其他企业, 亦可供游客选择, 如有“中国品牌之都”美誉的福建泉州晋江市, 中小企业成为当地经济的主导, “七匹狼”、“安踏”、“九牧王”等都是晋江市也是中国的名牌产品。这些企业的成长, 自然离不开闽南人“爱拼才会赢”的精神, 也离不开其独特的企业文化, 这些都是吸引旅游者的重要因素。

(缘) 农业观光旅游产品

农业观光, 顾名思义是指以农业生产区域独特的生产场地、流程、自然风光、农产品等作为吸引物, 吸引游客前来观赏、休闲等。2005年 国家旅游局公布的首批全国农业旅游示范点中, 山东省入选数量居全国首位, 共有 15 家, 主要有: 青岛崂山北宅生态旅游区、青岛石老人观光园、即墨蔬菜科技示范园、潍坊金宝游乐园、寿光高科技蔬菜示范园、寿光林海生态博览园等。此外, 安徽省也有黄山市屯溪区黄山植物大观园、歙县上丰花果山村落生态旅游区、黄山市徽州区蜀源生态旅游区、黄山市黄山区芙蓉观光农业开发实验区、休宁县农业高科技示范园、颍上县八里河风景区、阜阳市颍泉区生态园等 15 个农业旅游示范点入选。

补充阅读资料苑-猿 全国首批工农业旅游示范点

发展工农业旅游, 对整合旅游资源、丰富旅游产品具有重要意义, 同时对促进经济结构调整和经济社会发展, 解决“三农”问题和就业、再就业问题, 培育工业经济和农业经济新的增长点, 也具有多方面的积极作用。表苑-缘及表苑-远分别列示了全国首批工业旅游示范点和全国首批农业旅游示范点。

表苑-缘

全国首批工业旅游示范点

省(市、自治区)	数量	入选示范点名称
安徽省	远个	芜湖市工艺美术厂、马鞍山钢铁厂、歙县老胡开文墨厂、安徽古井集团、东至县玩具工业城、安庆环新集团
北京市	圆个	首钢总公司、北京燕京啤酒集团公司
福建省	猿个	福建马尾造船厂、上杭紫金矿业股份有限公司、惠安中国雕艺城
甘肃省	猿个	酒泉钢铁(集团)有限责任公司、刘家峡水电站、玉门油田
广东省	远个	广州抽水蓄能电站、阳江十八子集团、广东佛陶集团石湾美术陶瓷厂、佛山东鹏陶瓷股份有限公司、河源新丰江水电站、佛山华夏陶瓷博览城
广西壮族自治区	圆个	柳州钢铁厂、柳州卷烟厂
贵州省	员个	贵州醇酒厂
河北省	缘个	秦皇岛华夏葡萄酒有限公司、衡水老白干酿酒(集团)有限公司、承德华富玻璃器皿有限公司、唐山海格雷骨质瓷有限公司、河北华龙面业集团有限公司
河南省	苑个	河南金星啤酒集团有限公司、郑州三全食品股份有限公司、郑州宇通客车股份有限公司、河南安彩集团、许继集团有限公司、河南瑞贝卡发制品股份有限公司、河南黄河旋风股份有限公司、中国洛阳一拖集团、中国南车集团洛阳机车厂、新乡新飞集团
黑龙江省	源个	黑龙江华安工业(集团)公司、齐齐哈尔中国第一重型机械集团、大庆石油工业旅游中心、大庆华能新华电力有限公司
湖北省	员个	长江三峡工程坝区
湖南省	圆个	醴陵陶瓷基地、湘西州湘泉酒文化城
吉林省	愿个	长春第一汽车集团、吉林丰满发电厂、吉林化纤集团、通化钢铁集团、通化东宝实业集团、通化振国药业、通化葡萄酒有限公司、靖宇矿泉水城
江苏省	源个	无锡中国海澜集团、常熟隆力奇集团、扬州第二发电有限责任公司、连云港港区
江西省	员个	景德镇雕塑瓷厂明青园
辽宁省	怨个	沈飞航空博览园、大连珍奥生命园、大连路明发光科技股份有限公司、大连明清家具艺术品有限公司、鞍钢工业之旅、抚顺矿业集团西露天矿、辽宁五女山米兰酒业有限公司、丹东太平湾发电厂、辽宁道光廿五集团满族酿酒有限责任公司
内蒙古自治区	圆个	呼和浩特市蒙牛乳业(集团)工业旅游区、鄂尔多斯市神东煤海
宁夏回族自治区	员个	西夏王葡萄酒业集团公司
山东省	远个	青岛啤酒厂、青岛海尔工业园、青岛港、青岛华东葡萄酒庄园、烟台张裕集团、东阿阿胶集团

续表

省(市、自治区)	数量	入选示范点名称
山西省	缘个	太原东湖醋园、平朔煤炭工业公司、大同晋华宫煤矿、杏花村汾酒集团有限公司、运城盐湖(中国死海)养生城
上海市	员个	宝钢集团
四川省	猿个	泸州老窖集团公司、绵阳长虹电器股份有限公司、乐山龚嘴水力发电总厂
天津市	员个	天津天士力集团
新疆维吾尔自治区	圆个	克拉玛依油田、奇台古城酒业
云南省	圆个	弥勒县红河卷烟厂、罗平县鲁布革电站
浙江省	员个	安吉天荒坪电站、温州大虎打火机厂、浙江报喜鸟集团、浙江奥康集团、台州椒江飞跃集团、温岭钱江集团、淳安千岛湖农夫山泉生产基地、杭州娃哈哈集团下沙工业园、海盐秦山核电站、桐乡丰同裕蓝印布艺有限公司、浙江吉利汽车有限公司
重庆市	圆个	长安汽车工业园、太极集团涪陵医药工业园区
共计	员猿个	

表苑-远

全国首批农业旅游示范点

省(市、自治区)	数量	入选示范点名称
北京市	苑个	北京韩村河、北京蟹岛绿色生态度假村、北京南宫旅游区、北京锦绣大地农业股份有限公司、北京朝来农业园、北京留民营生态农场、北京小汤山现代农业科技示范园
天津市	源个	津南国家农业科技园、蓟县下营镇常州村、塘沽区红星海上娱乐服务有限公司、西青区第六埠农业开发中心
河北省	愿个	平山巨龟苑旅游区、北戴河集发生态农业观光园、邢台内邱长寿百果庄园、邢台前南峪生态观光园、保定昌利农业旅游示范园、顺平县万顷桃源农庄民俗文化园、怀来容辰庄园、衡水邓庄农业科技示范园
山西省	猿个	昔阳大寨村生态农业园、忻州市前郝村生态农业园、汾阳市贾家庄生态农业园
内蒙古自治区	苑个	呼和浩特市蒙丰锦绣园、呼和浩特市敕勒川人家旅游度假村、鄂尔多斯市恩格贝生态旅游区、乌兰察布格根塔拉草原旅游中心、呼伦贝尔呼和诺尔旅游区、锡林郭勒蒙古汗城旅游区、临河隆胜乡星月集团农业高科技旅游区
辽宁省	怨个	沈阳市农业博览园、大连金科生态园艺场、大连石河现代农业园区、大连弘峰企业集团有限公司、本溪市虹鳟鱼良种场、本溪市绿色生态园、北宁阎山农业旅游区、凤城大梨树村生态农业观光旅游区、盘锦鑫安源绿色生态园
吉林省	猿个	吉林左家特产观光农业生态园、公主岭市国家农业科技园区、安图国营福满林场

省(市、自治区)	数量	入选示范点名称
黑龙江省	怨个	哈尔滨北方现代都市农业旅游示范园、黑龙江省农科院园艺分院、齐齐哈尔甘南县兴十四村、齐齐哈尔梅里斯达斡尔哈拉新村、齐齐哈尔铁农园艺园、宁安渤海农业旅游示范园、牡丹江黑宝熊乐园、牡丹江春城园艺科技旅游示范园、同江市街津口赫哲族渔猎文化旅游示范区
上海市	猿个	东平林场、崇明前卫村、孙桥现代农业园区
新疆维吾尔自治区	猿个	吐鲁番葡萄沟、吐鲁番坎儿井民俗园、巴州芳香植物生态观光园
宁夏回族自治区	圆个	银川市金凤区昆仑农业高科技开发有限公司、中宁万亩枸杞观光园
青海省	圆个	循化县撒拉族绿色家园、互助县古城村
西藏自治区	员个	拉萨娘热民俗风情园
陕西省	猿个	西安经济技术开发区草滩生态产业园、杨凌农业高新技术产业示范区、陕西省苗木繁育中心
贵州省	猿个	兴义下伍屯万峰林、黔东南州巴拉河流域农业旅游区、修文县谷堡乡
云南省	远个	昆明市西山区团结乡、罗平县油菜花海、红河哈尼梯田箐口哈尼族民俗村、云南高原葡萄酒有限公司、蒙自县万亩石榴园、瑞丽市大等喊傣族自然村
广东省	员源个	广州花卉博览园、深圳海上田园旅游发展有限公司、深圳光明农场、珠海农业科学研究中心、汕头农业科技园、梅州雁南飞茶田度假村、梅州雁鸣湖旅游度假村、高要广新农业生态园、清远广州后花园、河源苏家围客家乡村旅游区、顺德陈村花卉世界、三水侨鑫高科技农业发展有限公司、高明蔼雯教育农庄、新会现代农业基地
浙江省	远个	浙江省农业高科技示范园区、浙江(中国)花木城、奉化市滕头村、舟山沈家门渔港、兰溪市兰花村、松阳卯山农业观光园
湖北省	远个	武汉谦森岛庄园、武汉农业生态园、洪湖蓝田农业生态旅游区、鄂州梁子湖生态旅游区、襄樊市锦绣园、宜昌中华鲟园
福建省	圆个	天福茶博物院——石雕园、宁德市三都澳海上渔排
江西省	缘个	婺源生态农业旅游区、鹰潭龙虎山九曲洲农业观光园、崇义县横水镇阳岭七星湖农业旅游示范园、共青城农业旅游区、南丰罗里石蜜桔生态园
河南省	员圆个	河南省农业高新科技园、河南金鹭鸵鸟游乐园、洛阳市南村、临颖县南街村、临颖县龙堂村、林州市太行大峡谷、鄱陵国家花木博览园、新乡市北站区耿庄村、新乡小冀京华园、新乡七里营刘庄、新乡七里营龙泉村、鹤壁市三兴康乐村
山东省	圆缘个	青岛崂山北宅生态旅游区、青岛石老人观光园、即墨蔬菜科技示范园、潍坊金宝游乐园、寿光高科技蔬菜示范园、寿光林海生态博览园、昌乐尧沟镇农业旅游示范园、龙口南山集团、烟台市农业科技博览园、长岛渔家乐、烟台昆崙山国家森林公园、枣庄冠世石榴园、枣庄抱犊崮一熊耳山洪门葡萄村、枣庄山亭店子镇长红枣基地、临沂罗庄盛能农牧业旅游观光园、费县石林梨乡旅游区、日照王家皂民俗旅游村、日照桃花岛风情园、日照任家台民俗旅游村、莱芜房干村、章丘白云湖、肥城桃源世界农业生态旅游区、聊城姜堤乐园有限公司、聊城凤凰苑农业科技园、德州禹西生态农业观光园

续表

省(市、自治区)	数量	入选示范点名称
安徽省	7 个	黄山市屯溪区黄山植物大观园、歙县上丰花果山村落生态旅游区、黄山市徽州区蜀源生态旅游区、黄山市黄山区芙蓉观光农业开发实验区、休宁县农业高科技示范园、颍上县八里河风景区、阜阳市颍泉区生态园、颍上县迪沟生态旅游风景区、贵池农业科技示范园、安徽天方茶集团、东至县龙泉农业生态旅游区、安庆大龙山石塘湖农业旅游示范点、潜山县水吼农业观光园、太湖县花亭湖、淮南市毛集国家社会发展综合实验区、亳州市谯城区谯东镇药用植物园、和平县生态公园
重庆市	远个	垫江牡丹生态旅游区、永州黄瓜山百里果乡、北碚金果园生态旅游区、璧山古老城生态农业园区、皇田现代农业观光园、潼南东升茶山农业观光园
四川省	怨个	郫县友爱镇农科村、成都市红砂村花乡农居、成都龙泉驿区兴龙镇万亩观光果园、都江堰市青城红阳猕猴桃绿茶基地、华莹山黄花梨有限公司、夹江天福观光茶园、乐山市五通桥国家花木科技园、绵阳市老龙山生态农业旅游区、泸州市张坝桂圆林
广西壮族自治区	源个	广西现代农业科技示范园、阳朔世外桃源、柳州农工商农业观光旅游区、百色凌云茶场
甘肃省	猿个	张掖市石岗墩高科技农业旅游点、永登县引大入秦水利灌溉工程农业示范区、临洮新美花卉高科技园区
海南省	圆个	兴隆热带植物园、海南农垦万嘉果农庄
湖南省	猿个	益阳市花乡农家乐、永州市富家桥异蛇村、怀化市中方荆坪古文化村
江苏省	员远个	南京江心洲镇、溧水傅家边科技园、昆山市生态农业旅游区、苏州未来农林大世界、江苏天一度假村、无锡太湖花卉园、江阴华西村、无锡龙寺农业生态园、宜兴观光农业科技示范园、连云港现代农业示范园、赣榆县宋口村、江都现代花木产业园、扬州凤凰岛生态旅游实业有限公司、常州横山桥镇、如皋花木大世界、徐州稼悦园
共计	圆猿个	

(资料来源:《中国生态旅游》,北京:中国旅游出版社,2005)

本章小结

本章主要介绍了旅游资源开发项目设置的概念、主要分类方法,旅游项目库,旅游项目设置的理念、原则,旅游项目设置的创意方法及旅游项目设置的可行性分析的流程和内容,旅游产品的概念、特征、类型、策划方法以及当前国内新兴的旅游产品。

主要概念

旅游项目库 旅游资源开发项目设置的概念 主要分类方法 旅游项目库 旅游项目设置的理念、原则 旅游项目设置的创意方法 旅游项目设置的可行性分析的流程和内容 旅游产品的概念、特征、类型、策划方法 当前国内新兴的旅游产品

选择题（至少有一个选项是正确答案）

关于高尔夫球运动起源于哪个国家存在三种说法，分别是（摇摇）。

起源于中国

起源于荷兰

起源于德国

起源于日本

起源于英国

起源于希腊

在 2009 年国家旅游局公布的首批全国农业旅游示范园中，入选数量居全国前三位的省份分别是（摇摇）。

浙江省

山东省

安徽省

湖南省

广东省

江苏省

旅游资源开发的项目设置，特别需要把握对（摇摇）的保护。

风景资源

生态环境

文物

游客安全

判断题

旅游项目，按研究目的和观察方法的不同，可以有多种分类法，其中较为常见的分类法有主体分类法和环境分类法。（摇摇）

旅游资源开发的项目设置过程实际上是以旅游资源为基础，以市场为导向的创造过程，该过程需要大量的智力支持。（摇摇）

简答题

简述旅游项目的主要分类法。

旅游项目设置的主要原则有哪些？

旅游项目设置的创意方法主要有哪些？

请列举国内新兴的旅游产品。

讨论题

请以你所在地区较为成功的景区为例，分析其主要有哪些旅游项目？其设置主要遵循了哪些原则？

请个人一组，为你所在的城市增加一个新兴的旅游项目，并分析其可行性。

案例分析题

宋城的成功

宋城集团是目前中国最大的民营旅游开发投资集团，世界游乐与主题公园（集团）高级会员，集团投资方向以旅游休闲为主，同时涉及房地产开发、文化传播、高等教育、电子商务等领域。目前，宋城已成为由宋城旅游发展股份有限公司等多家子公司组成的投资集团，在华东各地开发景区面积 100 万亩，总资产为 100 多亿元人民币，年接待游客 1000 多万人。在由中国旅游协会、杭州市人民政府、中国旅游

报社联合主办的“2005年中国旅游与民营企业高峰论坛”上，宋城集团被与会专家称为中国最大的民营旅游开发投资集团。

宋城景区是宋城集团下属的主题景区，是依据宋代著名画家张择端的《清明上河图》建的。在这里，成千上万块青砖砌成的城墙、泛着青光的市井里弄石板路、巨木虚架桥无柱”的虹桥、承载情感的月老祠、仿宋的小吃一条街，都严格按图施工，把几千年前宋代的街市逼真地再现在游客面前。

不仅如此，宋城的文化也是鲜活的、令人亲近的。从每天清晨，大宋皇帝在文武百官的簇拥下为欢迎第一批游客举行的入城式，到晚上的大型歌舞《宋城千古情》；从街中的打铁、刺绣、弹棉花、磨豆腐、耍猴、皮影等市井百态，到开封盘鼓、杨志卖刀、王员外招亲、水浒好汉劫法场，都构成了活生生的宋代风俗场景，使《清明上河图》穿越时空，栩栩如生地展现在游客面前。正如宋城景区的序中所说“宋城是对中国古代文化的一种追忆和表述”，同时也印证了宋城景区“给我一天，还你千年”的旅游宣传口号。

（资料来源：李建国：《民营经济开发文化旅游资源的成功探索者研究报告》，2004，有删节、修改）

分析：宋城景区的项目设置遵循了哪些原则？

宋城景区的项目设置采用了哪些创意方法？

第 1 章 旅游资源开发的市场营销

学习目标

通过本章的学习，掌握旅游资源开发市场营销的主要概念、过程、内容；熟悉市场营销调查的基本方法以及市场营销的关键策略（如市场细分、定价、形象策划等），并将其具体运用于旅游资源开发的实践中。

1.1 旅游资源开发市场营销的基本理论^①

1.1.1 市场营销的概念

国际著名的营销大师菲利普·科特勒（Philip Kotler）给市场营销下的定义是：个人和群体通过创造及同其他个人和全体交换产品和价值而满足需求和欲求的一种社会的和管理的过程（见图 1-1）。



图 1-1 市场营销的核心概念

市场营销的最终目的是要满足个人或组织的需求。市场营销的核心是交换，没有交换的过程，也就无法满足个人或组织的需求。

市场营销管理是为创造达到个人和机构目标的交换而规划和实施理念、产品的服务构思、定价、促销和配销的过程。

1.1.2 旅游资源开发市场营销的概念

旅游资源开发的市场营销，可以理解为：旅游资源开发最核心的任务是要把旅游资源开发打造成可以吸引旅游者前来参观、游览的旅游产品，或者说是旅游项目、旅游线路，而这些产品（项目、线路）最终得以吸引旅游者前来，需要有一个过程，这个过程就是旅游资源的开发者（政府、企业）为了满足旅游者的需要并实现自身经营和发展目标，而通过旅游市场实现交换的一系列有计划、有组织的社会管理活动。

旅游资源开发的市场营销管理是进行旅游市场分析、准确确定目标市场、为旅游者提供满意的产品和服务，使这些产品和服务实现交换的全过程的管理，实际上旅游资源开发的市场营销管理是一种对游客需求的管理。

^① 李洪波：《旅游景区管理》，185-187页，北京，机械工业出版社，2008。

8.1 旅游资源开发营销管理的过程和任务

旅游资源开发的营销是一项很复杂的过程，它遵循一般营销的原则和程序，同时具有自己的内容和特点。旅游资源开发营销的过程和具体内容见表 8-1。

表 8-1 旅游资源开发营销的过程和具体内容

序号	过程	具体内容
1	分析市场机会	营销信息调研、营销环境分析、旅游者动机分析
2	目标市场细分与定位	预测需求量、市场细分、选择目标市场
3	设计营销战略	旅游资源开发战略、形象定位、市场定位、旅游产品生命周期战略
4	策划营销方案	旅游产品组合、服务项目、门票价格、分销渠道、促销方案等
5	营销活动的组织、执行与控制	旅游资源开发营销部门设置、营销规划、营销政策等

旅游资源开发的营销管理是一个过程，它包括分析、计划、执行和控制，在程序的每一个环节中可以看出所有的计划与执行活动都与需求相联系。旅游资源开发的营销管理本质上是对游客需求的管理。科特勒将市场需求归结为 5 种状态，每种需求状态下都有不同的营销管理任务（见表 8-2）。

表 8-2 不同需求状态下的营销管理任务

序号	需求状态	营销管理任务	营销方式
1	负需求	开导需求	扭转性营销
2	无需求	创造需求	刺激性营销
3	潜在需求	开发需求	开发性营销
4	下降需求	再创造需求	再营销
5	不规则需求	平衡需求	同步营销
6	充分需求	维持需求	维持性营销
7	超饱和需求	降低需求	低营销
8	不健康需求	破坏需求	反营销

旅游资源开发的营销管理的任务就是要针对游客的不同需求状态采取不同的方式来管理和开发游客的需求。旅游资源的开发必须以资源为基础，以市场为导向，在市场调研的基础上进行旅游市场细分、目标市场的选择和定位，树立可持续发展的营销思想，并采取合适的营销策略，确保旅游市场的良性发展。

8.2 旅游资源开发的市场调查

8.2.1 市场调查的概念和主要内容

市场调查，就是指针对某个被明确限定的问题搜集和分析有关信息，以提高市场

营销人员的决策水平，一般涉及与当前和潜在的旅游者相关的信息，其中包括他们是谁（宰淩）——目标市场，他们购买的原因是什么（宰淩）——旅游动机，他们来自什么地方（宰淩）——客源地构成，什么时候来（宰淩）——旅游的季节性，购买什么（宰淩）——旅游偏好，以及他们如何购买（匀淩）——旅游方式，以上前缘项称为旅游资源开发市场营销的“缘淩”。除此之外，旅游资源开发的市场营销调研还需要处理相关的其他问题，如价格（孕淩）、产品（孕淩）、促销（孕淩）、渠道（孕淩）（市场营销的源淩），以及政策（孕淩）、权力（孕淩）、营销组合（孕淩）和公共关系（孕淩）等。

愿淩 市场调查的主要类型

旅游资源开发市场营销的调查，可以按许多标准来划分调查类型，具体分类方法见表愿-猿

愿淩 市场调查的主要方法

旅游资源开发市场营销的调查，不需要用上述表格中的全部方法，具体而言主要是搜集第一手资料，大致可以采用观察法和询问法两种方法。

（员）观察法

观察法是指旅游资源开发的市场调查人员到调查现场或者借助仪器设备观察有关调查对象和事物的研究方法。观察法的重要特点就在于旅游研究人员是以旁观者的姿态进行观察，代替了对调查者的询问，避免了与被调查者直接接触，因此可以更加客观地开展调查。

（圆）询问法

询问法是指旅游资源开发的市场调查人员将事先准备好的问题以各种方式向被调查者提出，并通过其回答来获取资料的调查方法。询问法，根据问题提出方式的不同，可以分为：面谈法、电话询问法、邮寄调查法和留置问卷调查法。

①面谈法。面谈法是指旅游资源开发的市场调查人员直接访问被调查者，以递送问卷让其现场填写或者向其询问相关问题让其回答来搜集第一手资料的方法。通过面谈法所获得的资料比较准确、翔实，其缺陷是调查的成本较高，调查的过程不易控制，调查的结果很容易受到调查人员现场表现的影响。

②电话询问法。电话询问法是指旅游资源开发的市场调查人员通过电话向被调查者就事先准备的问题征询答案，从而获得所需资料的调查方法。电话询问法在西方国家较为普遍，而在国内由于受社会、文化等因素的影响应用的比较少。但是，随着社会的不断发展，以及人们对市场营销人员的调查的认可，旅游资源开发的电话询问调查法也越来越被调查人员所接受。这种方法很重要的特征就是可以在很短的时间内调查较多样本，而且调查的成本相对较低，资料获得的速度也较快。电话询问法的缺点在于，很难向被调查者询问较为复杂的问题，调查人员也很难判断被调查者给出的答案的真实性。

③邮寄调查法。邮寄调查法经常使用的场合是：被调查者不愿意接受当面的访谈或是问卷调查，也不愿意耗时间接受电话访谈等。邮寄调查法，是指调查人员将事先准备好的调查问卷通过邮寄的方式送达随机抽取或者非随机抽取的被调查者手中，由被调查者填写后回寄给调查者的一种调查方法。相比之下，邮寄调查法不需要支付

表 8-1 猿

旅游资源开发市场营销的调查类型划分

	类型	形式	特点	主要用途	缺点		
按调查目的分类	探索性调查	有限访谈、查找资料	操作简便	用于了解现状,发现问题,制订调查方案	准确性较低		
	描述性调查	调查对象的基本情况	客观性强	用于广泛搜集基础性信息	工作量大		
	因果性调查	通过设定和控制变量来调查因变量	因果性强	基于描述性调查,针对特殊问题证明因果关系	调查环境难以完全控制		
	预测性调查	调查对象的未来发展趋势	预测性强	用于预测事物未来一段时间内的发展趋势	定性与定量结合,工作较为复杂		
按选择对象的方法分类	全国调查	对全国范围内所有对象进行调查	全面、精确	用于旅游资源普查等	工作量特别大		
	典型调查	选择典型代表	工作量小	用于对象庞大且对该对象已经熟悉的调查	难以准确选择典型		
	抽样调查	系统抽样	排列对象,等距抽样	等距、简单易行	适用于对同类对象作一般分析	对异质分析难以深入	
		随机抽样	简单随机抽样	完全地随机抽样	随机性强	针对于需要调查的对象	受条件制约,容易沦为任意抽样
			分层随机抽样	按性质归类后,再在各同质层简单随机抽样	具有代表性,工作量大	适用于异质分析明显的情况,如年龄、收入等	调查的准确性取决于分层的准确性
			分群随机抽样	先按空间分群后再简单随机抽样	空间针对性强	常用于对客源地进行抽样调查	异质分层不易深入
		非随机抽样	任意抽样	视条件抽样	任意性强	适用于对象同质性较高时	偏差较大
			判断抽样	按专业人员的判断抽样	取决于专业人员	适用于对象的个体极不相同的情况	受调查人员素质的影响较大
			配额抽样	划分群体,规定每个群体的样本数,再任意抽样	工作量小,信度、效度较高	适用于小规模调查	调查人员的素质对结果有一定影响

类型	形式		特点	主要用途	缺点	
按资料来源分类	第二手资料调查	外部资料	政府机构资料和专业资料	较简便	适用于宏观调查、背景调查	时效性不强、难以满足专业性要求
		内部资料	档案、文件等	简便	适用于内部情况调查	
	第一手资料调查		有计划地调查特定的信息	时效性、针对性强	调查本地特定的问题	成本高
	观察调查法		旁观或借助仪器观察	间接性、客观性较强	调查游客的行为规律及隐含态度	需要依靠主观推测
按交流方式分类	询问调查法	面谈法	可以间断性地询问,启发判断	灵活、亲切、准确	常用于小组专题访谈	成本较高、易受调查人员的影响
		电话询问法	通过电话征询意见	成本低、调查时间灵活	适用于异地、补样本或大范围较简单问题的调查	调查复杂问题受访人员可能会不配合
		邮寄调查法	邮寄问卷	较客观	常用于问题多、不便于面谈的情况	返回率低、受问卷设计质量影响
		留置问卷调查法	问卷面交被调查者,回家填写	明确、客观	适用于问题多或者需要思考的问卷调查	周期长、返回率低
	实验调查法		控制变量,了解变量间的关系	科学、客观	适用于小规模实验,为推广做准备	难以完全控制实验条件

(资料来源李洪波:《旅游景区管理》,北京,机械工业出版社,2007)

过多的成本,而且不需要派调查人员去调查现场,时间比较充裕,方便被调查者认真填写;而其缺点在于,问卷返回率很低,调查者与被调查者之间缺少必要的沟通,信息很难完全传递。

④留置问卷调查法。留置问卷调查法,是指旅游资源开发的市场调查人员将事先准备好的调查问卷当面交给被调查者,说明回答方式以及其他注意事项后,由被调查者留置问卷,自行填写,再由调查人员约定期限收回问卷的一种调查方法。

案例 旅游资源开发市场营销的关键策略

案例 旅游资源开发的市场细分策略

一位哲人曾经说过,你可以永远取悦一部分人或在一段时间内取悦所有人,但是你不能永远取悦所有人,因此必须进行市场细分,即将整个市场进行划分,对具有相

同特征的人群提供相同的产品和服务。旅游资源开发也是一样的道理,旅游产品(项目、线路)不可能永远都满足所有游客的需要,因为不同的旅游者的品味、偏好是不一样的,同一旅游者在不同时期的品味、偏好也会发生变化,因此旅游资源开发的营销也必须坚持市场细分(定制营销与个性化)策略,从旅游消费者的需求差异出发,根据旅游消费者消费行为的差异性,将整个旅游资源的开发市场划分为类似的若干不同的消费群体——子市场,并以此为依据选择具有开发潜力的子市场,作为旅游产品、旅游项目的目标市场进行开发。

市场细分的优点在于:①可以更有效地使用市场营销的费用;②可以更详细地了解挑选出的顾客群的需求和愿望;③可以更有效地进行市场定位;④可以更准确地选择促销媒介和技术(广告媒介、促销方法)。

旅游资源开发的市场营销中市场细分的标准是:可衡量性、可接受性、实效性和稳定性。

①可衡量性。用来划分旅游资源开发的目标市场的标准必须是可以确切衡量的,因其必须对游客各方面的旅游消费需求进行全面、准确的了解,以便得到准确的划分标准。

②可接受性。在进行旅游资源开发营销的市场细分时,应将调查活动选定在旅游产品、旅游项目可以吸引游客的市场范围内,进而选定有效的目标市场。

③实效性。旅游资源开发营销的市场细分的范围大小必须合理,即细分市场的规模大小必须适当,既要保证经营项目的盈利性,也要保证项目具有较可观的发展潜力。

④稳定性。旅游资源开发营销的市场细分必须在一定时间内保持相对稳定,不要经常变化,以便在较长的时间内制定有效的调查策略。

综上所述,旅游资源开发营销的市场细分必须依据一定的划分标准,并且这些划分标准必须具有可衡量性,不同的学者提出了不同的划分标准,也提出了不同的市场细分的方法。旅游资源开发营销的市场细分的方法总结起来可以归纳为两大类,即定性细分法和定量细分法。

(一) 定性细分法。旅游资源开发营销的定性市场细分主要是根据对旅游资源开发的市场现状进行分析的结果,选择有代表性的细分标准,并根据经验、判断,将旅游资源开发的市场按影响旅游者消费需求的因素分成不同类型的、具有一定规模和代表性的子市场。从定性的角度来讲,影响旅游者消费需求的因素主要有四大类,即地理环境、人口特征、心理因素、消费行为。

①地理环境细分。地理环境细分是指将旅游者所在的地理位置作为细分市场的基础,然后选择其中的一个或几个作为目标市场。

②人口特征细分。人口特征细分是指将人口特征(性别、年龄、收入、职业、受教育程度、宗教信仰、种族、民族等)作为细分市场的基础,然后选择其中的一个或几个作为目标市场。人口特征是影响旅游者作出出游决策的重要因素,旅游偏好、品味等都与人口特征有因果关系。

补充阅读资料 愿-员 游客偏好抽样调查

以下是保继刚在北京对游客偏好所作的抽样调查的结果：

(员) 北京人的旅游偏好

从年龄来看，愿岁以下的少年儿童对游乐场最感兴趣，其次是郊野风景区、动物园和八达岭长城，他们对宗教建筑和商业区最缺乏热情；愿-猿岁的青年人对郊野风景区最感兴趣，这是北京青年旅游的新特点，他们求新、求知、求享受，其次北京青年对八达岭长城、古典园林也很感兴趣，他们最不感兴趣的是宗教建筑和一般游乐园；猿-源岁的人对郊野风景区最感兴趣，其次是皇家园林、古典园林和动物园，他们对宗教建筑最不感兴趣；源-缘岁的人对皇家建筑、郊野风景区、八达岭长城最感兴趣，其次对宗教建筑的兴趣也较高，对一般游乐园最缺少热情；缘-远岁的人对八达岭长城和皇家建筑最感兴趣，对宗教建筑和其他博物馆没有偏好；远岁以上的老人对古典园林非常偏爱，对宗教建筑也有较浓厚的兴趣。

从职业来看，工人、学生、教师、干部、业务员都有一个共同的兴趣，对郊野风景区非常偏爱；农民、军人对八达岭长城的热情最高；对商业区偏爱程度较高的是退休闲居者；不论何种职业的人，对宗教建筑都没有太大兴趣；对动物园比较感兴趣的是农民和退休者。

从学历来看，具有大学以上学历的人，最喜爱古典园林，其次是郊野风景区，然后是八达岭长城和皇家园林，最不感兴趣的是游乐场；具有中等学校学历的人最喜爱郊野风景区，其次是八达岭长城，然后是古典园林和皇家园林，最不感兴趣的是宗教建筑；具有小学学历的人对游乐场充满热情，其次是动物园，皇家园林排第三位，最不感兴趣的是商业区。

(圆) 外地到北京的游客的旅游偏好

外地到北京的游客的旅游偏好与北京本地游客的旅游偏好有很大的不同，突出表现在对郊野风景区和游乐场这两种北京人比较喜欢的旅游地热情不高。外地到北京的游客偏好主要集中在北京的一些世界级或国家级的名胜，如八达岭长城、皇家建筑（故宫等）、古典园林（颐和园等）和动物园，而对一般的风景区兴趣不大。

（资料来源保继刚：《旅游地理学》，猿-猿页，北京，高等教育出版社，愿愿）

③心理因素细分。心理因素细分就是按照旅游者的个性、兴趣、爱好等心理因素来划分市场。游客的消费欲望与需求都受个性、生活方式的影响。

④消费行为细分。消费行为细分是指按照游客的出游时间、出游动机、出游频率、出游后的感受等来划分市场。

综上所述，旅游资源开发的市场定性细分方法是需要一定的细分指标（细分变量）的，总的来说可以归纳为如表愿-源 表愿-缘所示。

(圆) 定量细分法。旅游资源开发营销的定量市场细分，实际上就是对旅游资源开发市场进行系统聚类的过程，其基本原理是将一定数量的样本或指标各自看成一类，然后根据样本或指标的亲疏程度不同，将亲疏程度最高的两类进行合并，再考虑合并后的类与其他类之间的亲疏程度，决定是否合并，直到规模、结构达到令人满意的结果为止。本法涉及较多的数学模型，较为复杂，本书不再详细介绍。

表 8-1 旅游资源开发市场细分的社会经济变量划分

序号	变量	细分的水平
猿	性别	男性、女性
圆	年龄	按年龄组分
猿	受教育程度	初中及以下、高中（含中专）、大学（含大专）、研究生及以上
源	收入	按个人年收入、月收入划分；按全家年收入、月收入划分
缘	职业	农民、工人、公务员、科研工作者、教师、商业从业人员、企业职工、军人、警察、个体户
远	家庭结构	独身、夫妻二人家庭、子女为学前儿童家庭、子女为中小学生家庭、子女不在身边家庭

（资料来源：李洪波：《旅游景区管理》，北京，机械工业出版社，2009）

表 8-2 旅游资源开发市场细分的出游相关变量划分

序号	变量	细分的水平
猿	季节变化	冬季市场（12月至次年2月）、春季市场（3月至5月）、夏季市场（6月至8月）、秋季市场（9月至11月）、周末市场、工作日市场
圆	旅行时间	一日内休闲市场、一日游、一周游
猿	旅行距离	200千米以内（约占20%的市场）、200-500千米（约占30%的市场）
源	出游目的	会议与商务会议市场、采购与销售等其他商务市场、休闲度假市场、观光游览市场、文化节与体育旅游市场、探亲访友市场、修学旅游市场
缘	旅行方式	汽车旅游市场、火车旅游市场、飞机旅游市场、轮船旅游市场、步行旅游市场、以其他方式旅游的市场
远	组织方式	散客、团队

（资料来源：李洪波：《旅游景区管理》，北京，机械工业出版社，2009）

补充阅读资料 8-1 杭州市旅游开发的细分市场及具体策略

以下是北京大学旅游研究与规划中心等主持编制的《杭州市旅游发展总体规划》对杭州国内外旅游市场的细分：

针对杭州市不同的国际目标市场，规划组分别邀请美国、日本、韩国、中国香港等国际旅游营销专家前来参加研究，编制出定制式细分目标市场营销计划。在规划专门识别出的西方国际市场、东方国际市场和华人国际市场中，针对日本市场、韩国市场、中国港澳台市场、东南亚市场、欧美市场分别制订相应的市场营销计划。

日本市场

市场特点

● 中老年市场仍是出游的主体；

- 16~25岁的女性市场增长速度非常快而且明显；
- 20~25岁的日本女性购买力最强，将是未来旅游市场的主要推动力；
- 最吸引日本旅游者的仍是自然风光、历史古迹、特色餐饮和商业区等；
- “遗产型产品”将成为主导日本市场的领航性产品，对参与性旅游及探险旅游的兴趣与日俱增；

● 商务旅游、修学旅游和蜜月旅游发展迅速，潜力巨大，对经济实惠型度假产品的需求呈增长趋势；

● 小包价、个性化的产品越来越受到日本游客的欢迎，散客数量持续增多，团队的规模趋于小型化；

- 游客出游的次数增多，但在同一旅游地的逗留时间有缩短的趋势。

总体策略

杭州在日本市场的形象定位为“精致秀气的文化旅游目的地”，宣传口号为“休闲之都·幸福天堂”。

- 仍然保持女子十二乐坊形象的杭州品牌宣传；
- 将营销的主要范围放在东京和大阪两地，其次是爱知和福冈；
- 将男性市场的目标锁定在 20~25岁男性的商务旅游市场，女性市场的主要目标为 16~25岁女性的购物旅游市场、美食旅游市场、瘦身保健旅游市场；
- 对于中高年龄的男女市场，主要以风景旅游产品和人文观光旅游产品吸引他们；
- 重视对日本修学旅游市场的开拓；
- 总体的营销战略为“价格战略”和“服务战略”；
- 建议与日本官方机构合作举办杭州旅游大型展示会，将杭州旅游产品非常全面地介绍给日本国民；

● 在举办具有国际影响力的旅游节事活动时，在日本市场进行集中的宣传推广活动。

韩国市场

市场特点

大部分韩国来华游客其目的是为了旅游休闲，商务旅行也占了韩国游客中来华旅游人数的很大一部分，然后依次是探亲访友、公务出差和参加会议。

- 商务游客增长很快，通常会将对某地的印象口耳相传；
- 享受美食、购物都是韩国游客出游的兴趣所在；
- 韩国出境旅游市场对价格变动相当敏感。

总体策略

杭州在韩国市场的形象定位为“优美的生态风景旅游城市”，形象宣传口号为“休闲之都·幸福天堂”。

- 着力推广湖水、寺庙和中药；
- 营销的主要目标为老年游客、成年团客、年轻的“外国旅游散客”、家庭出游者以及蜜月旅行者；
- 营销范围为韩国的主要客源城市首尔、釜山、大邱、大田和光州等；
- 实施“服务战略”和“价格战略”；

- 除了秀美的风景和悠久的历史文化之外，着力扩大杭州在城市人口、生活方式、文化、宗教和饮食等方面的多样性；
- 建设完善的现代会议设施，使之与现存的美丽风景相配套；
- 采取相应的公关措施在韩国民众当中广泛推广“生态旅游价值”；
- 与时尚旅行社、汉拿旅行社、洛特旅行社、自由旅行社这四家韩国最大的旅行社建立合作关系；
- 与大韩航空公司（大韓航空）和韩亚航空公司（韓亞航空）合作开辟和韩国主要客源城市（如首尔、釜山、大邱、大田和光洲）之间的航线；
- 与首尔、釜山、大邱、大田、光洲等城市结成姐妹城市，相互举办旅游贸易推荐会。

中国港澳台、东南亚市场

市场特征

中国香港的游客赴内地旅游的主要目的包括探亲访友、过境购物、商务活动，此外近距离的度假旅游市场也正在形成，安全性是中国香港游客出游优先考虑的因素，优美的风景、旅游价格以及旅游服务质量次之。

●中国澳门游客对祖国的山水风光有浓厚兴趣，此外他们对文物古迹和旅游购物也很感兴趣；

- 在中国台湾赴大陆的旅游市场上，商务游客约占一半，游客以中老年人为主；
- 东南亚各国的游客来华旅游的主要原因是回乡访祖和语言相通，他们对观光、探亲、寻根、宗教、商贸旅游的需求较为强烈，再访率较高，有相当规模的学生旅游市场、青年旅游市场、家庭旅游市场、银发旅游市场以及许多专项旅游市场。

总体策略

在旅游形象定位上突出杭州优美的自然风光和深厚的历史文化，形象宣传口号为“东方休闲之都·人间幸福天堂”。

●营销的主要目标为观光旅游市场、休闲度假旅游市场、探亲访友旅游市场、商务与会议旅游市场、购物旅游市场和特殊兴趣旅游市场；

- 实施“服务战略”与“价格战略”；
- 对于观光旅游、购物旅游以及特殊兴趣旅游市场需要对现有产品重新包装和促销，对探亲访友旅游市场、小包价旅游市场、商务与会议旅游市场、周末出游旅游市场以及小型度假市场这些细分市场或目标市场，需要开发新的产品与服务，并对其进行包装；

- 采取“推拉式”促销策略；
- 注重对生活文化产品以及会展商务产品的宣传与推广；
- 促销时应表现旅游产品所能带给旅游者的消费价值和情感意义；
- 注重对中国传统节日的促销；
- 利用与旅游有关的商业活动进行联合促销；
- 主要促销方式为邮寄信件，在旅游展览会、贸易会上直销、分销；
- 主要的分销渠道为中国港澳台、东南亚市场的旅游贸易商，旅游代理商，杭州出境旅游者，参加文化、艺术、体育、科技等外事交流活动的人群，中国港澳台、东

南亚市场的知名航空公司；

- 按照游客偏好选择合适的旅游贸易商、代理商，并建立良好的合作关系。

欧美市场

入境市场特点

- 北美与欧洲游客的主要出游目的是观光、休闲与会议、商务；
- 欧美游客的年龄大部分在 35 岁以上；
- 欧美市场的男性游客多于女性游客；
- 北美和大部分欧洲国家以航空运输作为主要的出游方式；
- 美国游客到访时间均匀地分布在 12 个月内，欧美游客的出游高峰期往往不在冬季；

- 游客职业可分为两大类，即技术人员和商务人员；

- 专门兴趣旅游（如历史文化旅游、自然生态旅游、探险旅游、康乐旅游等）

已发展成为一种趋势。

入境总体策略

形象定位为“具有悠久文化历史和文化底蕴的风景旅游城市”，形象宣传口号为“*杭州西湖，中国西湖*”，并适时使用“*西湖印象，杭州印象*”或“*西湖印象，杭州印象*”。

- 优先目标市场为美国、加拿大、英国、德国、法国、意大利和荷兰，开始的五年时间（1993—1998）甚至更长时间之内把主要的市场推广和产品推介精力放在美国、加拿大、英国和德国这四个国家的人口稠密区和主要城市；

- 营销的主要目标为历史文化旅游市场、自然生态旅游市场、宗教旅游市场和健康养生旅游市场；

- 在进行旅游目的地定位、形象和品牌推广时突出“水”之主题（*西湖印象*）；

- 主要实行“推出去（*走出去*）”的开发战略，为旅游组织机构、旅行社和旅行作家组织勘访旅游；

- 促销城市选择美国、加拿大、英国、德国的人口稠密区和城市；

- 促销的主要对象是专业旅游组织机构和旅行社、有关四类特色旅游（历史文化旅游、自然生态旅游、宗教旅游和健康养生旅游）线路的旅行作家、可能参加这四类特色旅行的潜在游客以及对这三类对象有着深刻影响力的媒体；

- 把主要精力放在和客源市场上的旅游中介机构建立合作关系以及提供互联网信息上面，另外建立一个多语种旅游网站（尤其是英语、德语、法语、意大利语和荷兰语）；

- 发展更多的直达国际客源市场的航班，让游客到杭州旅游更加方便；

- 提高旅游接待人员的外语水平。

为制订具有针对性的国内市场营销计划，规划组委托央视市场研究公司分别面向北京、上海、广州三个城市潜在的市场进行了电话访谈调查。在对数据进行分析的基础上，规划组组织北京、上海、广州三个城市所专业研究机构的规划专家编制了面向北京都市圈、上海都市圈和广州都市圈的市场营销计划。

杭州作为中国国内旅游最主要的目的地城市之一，除了三个集中的都市圈市场外，其他地区也存在广泛的潜在市场，但是它们或多或少会受到上述三个主流市场的示范性影响，因此这里没有另行编制专门的营销计划。

北京都市圈

市场特征

- 出游高频假日消费群体主要集中在 35 岁以下、大专以上学历、家庭月收入在 4000 元以上的群体；
- 与上海、广州、成都三大城市相比，北京市民出游最具个性和时尚；
- 多数家庭不愿意受旅行团的约束，希望自助旅游；
- 出游目的已经由观光旅游转变为观光、休闲和文化等不同形式的旅游，希望达到放松身心、开阔视野、增进与家人的感情的目的；
- 对旅游线路选择考虑的首要因素是旅游景点本身的景致，其次是安全性、旅游费用和景点知名度；
- 在住宿设施需求上，大多数游客会选择实惠型和舒适型的饭店；
- 出游的方式通常为乘飞机、自驾车和坐空调大巴。

总体策略

在旅游形象定位上突出杭州的江南文化，形象宣传口号为“东方休闲之都·人间幸福天堂”。

- 营销的主要目标为公务（商务）旅游市场、家庭旅游市场、青年学生旅游市场、青年白领旅游市场、公司（企事业）团体旅游市场、自助游旅游市场、银发旅游市场、蜜月旅游市场和节事旅游市场；
- 品牌形象的推广是营销的重点；
- 加强与北京旅行社的合作；
- 在京组织大型的杭州旅游展示会、贸易会；
- 吸收杭州各旅游企业的代表组建营销团队，使之与北京旅游企业进行面对面的交流；
- 利用各种广告媒体针对各个细分市场进行宣传。

上海都市圈

市场特征

- 游客以观光为主，其次为度假和疗养；
- 上海到杭州旅游的游客人次稳定，逐年略有上升；
- 游客消费结构以交通和餐饮为主，娱乐所占比例偏小；
- 游客平均逗留时间减少；
- 游客大部分以游览西湖为主，游览千岛湖次之，其他景点吸引力不大；
- 景区景点游览第一次到访率高，重访率低，重游游客多为商务游客；
- 老年游客（离退休人员）比例低；
- 出游方式中以个人或亲朋结伴比例最大（超过一半），其次是单位组织出游、旅行社组织出游。

总体策略

在旅游形象定位上突出杭州是上海都市圈的第二家园，形象宣传口号为“东方休闲之都·人间幸福天堂；杭州——你的第二家园”。

●营销的主要目标为观光旅游市场、女性旅游市场、老年旅游市场、家庭旅游市场、节事旅游市场、商务会展旅游市场、修学旅游市场、青年旅游市场和在上海的外国人客源市场；

●营销对象上，从以团队为主转向以散客为主；

●倡导质量型旅游发展战略，吸引高消费游客；

●凸显“东方休闲之都·人间幸福天堂”的品牌特征，并在此基础上表现“杭州——你的第二家园”的主题；

●经常在上海举行各种旅游活动和新产品的推介会；

●巩固观光旅游市场的同时，更为重视对休闲度假旅游、会议旅游、商务旅游等多种旅游产品的营销；

●以常规营销手段（如利用报刊、户外广告、互联网、公共关系等进行宣传）为主，灵活运用多种营销手段。

广州都市圈

市场特征

●管理人员、学生和一般工作人员是目标市场的主体；

●三口之家是目标市场最主要的家庭形式，但四人及以上的家庭模式出游远高于北京和上海；

●观光、游览为游客的主要出游目的，游客最喜欢城市风光游览类的旅游；

●商务旅游具有一定的市场；

●目标市场的游客最信任的营销媒介是“口碑传送”，其次是互联网和报纸上的报道或介绍。

总体策略

旅游形象定位上突出杭州的山水、江南文化、休闲氛围、现代氛围、幸福感，形象宣传口号为“东方休闲之都·人间幸福天堂”。

●营销的主要目标为青年白领旅游市场、银发旅游市场、青年学生旅游市场、家庭旅游市场、蜜月旅游市场、公务（商务）旅游市场、女性旅游市场和自助旅游市场；

●营销策略上强调区域联合和企业联合；

●以区域差异、时间差异和市场差异为基本的切入点，在营销内容、营销方式、营销时间上更加有计划性。

（资料来源：携程网、去哪儿网、驴妈妈网）

旅游资源开发的定价策略

定价是旅游资源开发营销中的重要策略，简单地说就是将旅游资源开发成旅游产品、旅游项目后，开发者向使用、消费这些项目（以参观、参与等形式使用）的游客收取一定的费用，这些费用都要计入门票价格中，具体收取多少、怎么收取等就需要定价。旅游资源开发市场营销中的价格，就是指由这些旅游产品、旅游项目所组

成的景区的门票价格。根据经济学的基本原理，价格与需求量成反比，也就是说价格就像一块磁铁，一方面会吸引一些游客，另一方面也会排斥一些游客。因此，科学、合理的定价，是旅游资源开发市场营销中颇为关键的策略，有时甚至决定旅游资源开发的成败。

旅游资源开发市场营销中的定价，实际上是指旅游资源被开发成旅游产品或旅游项目，成为旅游景区之后门票价格的制定，门票价格的制定涉及许多的定量分析，需要掌握一定的经济学知识和数学知识，本书不再介绍，但是旅游资源开发市场营销的定价中，需要了解一些基本的定价目标，即各种目标导向下的定价。

① 利润导向型定价。利润导向型定价是指景区门票价格的制定是为了最大限度地获取利润，即追求利润最大化。利润导向型定价主要适用于私人投资的旅游开发项目，一些政府管理的景区也适用。

② 销售导向型定价。销售导向型定价是指景区门票价格的制定并非为了追求利润的最大化，而是为了追求销售量的最大化，也就是来访的游客的数量的最大化。

③ 与地位匹配型定价。与地位匹配型定价指的是景区门票价格的制定是为了保持其在竞争者与旅游中间商中的原有地位。

目前，许多景区（特别是世界遗产旅游地、国家重点风景名胜区）的门票价格都纷纷上涨，引发了旅游产业界以及学术界的激烈讨论。实际上旅游景区门票价格的制定，涉及的不仅是经济利益，还有社会、文化、政治等因素，因此完全有必要介绍旅游景区门票价格上涨的现象、原因和定价机制等。

① 旅游景区门票价格上涨的现象。1995年，北京有 10 处世界遗产旅游地准备调整门票价格，随后旅游景区门票价格上涨的狂潮迅速席卷了整个中国，1996年“五一黄金周”期间张家界武陵源风景区的门票价格由 5 元调整到 10 元，涨幅为 100%，而湖北神农架的景区门票价格由“五一黄金周”之前的 4 元调整到 8 元，涨幅为 100%，嵩山少林寺景区于 1996年 5 月 1 日将门票价格由 4 元调整至 8 元，涨幅达到了 100%，此外武夷山国家级自然保护区也于 1996年 5 月 1 日将门票价格由 4 元调整至 8 元。

② 旅游景区门票价格上涨的原因分析。旅游景区门票价格上涨存在许多原因，有经济利益的驱使，也有管理体制的原因，具体而言主要表现在以下几个方面：

① 为了控制游客数量。根据经济学的基本原理可知，价格与需求量成反比，即价格越高需求量越小，有的景区确实是为了控制游客数量，保护旅游资源而提升了景区的门票价格。

② 为了补充维修资金。旅游资源的开发必须坚持开发与保护相结合的原则，在开发的同时必须坚持旅游资源的可持续利用，而旅游资源的保护需要资金的支持，提高景区的门票价格可以增加景区的收入，因而也就可以有效地缓解资金短缺的现象。

③ 为了体现资源价值。类似于上述定价导向中的与地位匹配型定价导向，许多旅游景点，特别是世界遗产旅游地或国家重点风景名胜区，都是为了体现其自身的资源价值而上调了景区的门票价格。

④ 景区门票价格制定的机制探讨。以上各种原因引起的价格上涨，一方面确实达到了景区经营管理层的目的，保护旅游资源、增加景区收入等，而另一方面却严重增

加了消费者的压力，很多低收入的游客只能望“景”兴叹。实际上作为公共产品的国家重点风景名胜区，应该更多地考虑大众的需求与支付能力，出于对社会福利的考虑适当地收取门票，作为景区的管理费用。美国的黄石国家公园（美国的国家公园大致相当于国内的国家重点风景名胜区、国家森林公园、国家自然保护区等）的门票价格大约为 1 美元，不超过美国国民人均月收入的 1%，而我国国内目前的景区门票价格大约占城市居民人均月收入的 10%，占农村居民人均月收入的 15%。要完善景区价格制定的机制，可以采用以下策略：

1. 制定明确的税收支出方案，以吸引企业和社会各界对其进行资助。目前国内很多重点风景名胜区的保护经费都严重不足，自 20 世纪 80 年代以来，主管全国各风景名胜区的中华人民共和国建设部给风景名胜区拨款约 1000 万元人民币，而目前我国有 10 个国家级的重点风景名胜区。吸引企业和社会各界的资助，可以为旅游资源保护提供有效的资金来源。在美国，绝大多数的国家公园都会获得企业和社会各界的捐款，用于保护公园内的自然资源、人文资源。

2. 理顺旅游景区的管理体制。目前介入旅游资源开发与经营管理的部门有建设部门、国土资源部门、环保部门等 5 个部门，给景区的经营管理带来了很大的不便，主要体现在管理权限不明晰、多头管理等，很多部门仅从自身的经济利益、政治利益出发，提升门票价格，因此，完全有必要理顺目前旅游景区的管理体制。

3. 加强景区门票销售等的市场监管力度。目前旅游景区市场的门票回扣现象是个不争的事实，除了少数景点外，全国大部分旅游景点都存在给导游门票回扣的现象，而这种做法最终损害的还是游客的利益，因此有必要加强景区门票销售等的市场监管力度，维护游客的利益。

4. 开展多样化经营，拓展景区旅游收入来源。如今旅游景区的主要旅游收入来源是门票收入，过多地依赖门票收入很容易进入恶性循环，门票价格过高，导致游客在景区内的其他消费相对减少，从而消费就集中在门票上，为了保证景区的旅游收入不至于下降，提升作为主要收入来源的门票价格就成了许多景区增加收入的重要手段，如此反复，即进入恶性循环。因此，需要开展多样化的经营，拓展旅游收入的来源，改变景区旅游收入过于依赖门票收入的局面，如可以增加游客在景区内的娱乐、购物等消费，事实上，国外的购物消费大约占旅游者消费总额的 30%，而国内这一比例仅为 10% 左右。

4.2 旅游资源开发的形象策划策略

形象（Image）是能够引起人们思考或产生感应活动的事物和内容的综合体现。旅游目的地形象是近年来旅游资源开发中最为引人关注的课题。所谓旅游目的地形象简单地说就是旅游地在旅游者心目中的各种印象的综合，它是一种整体的感知印象。例如，人们一提起北京就会想起天安门、故宫、长城、颐和园等，说明北京在广大旅游者心目中是东方古都的形象；当提及上海时，很多人脑海中就会闪现出东方明珠塔、金茂大厦、外滩、鳞次栉比的摩天大楼等，说明上海在旅游者心目中是现代化的东方大都市的形象；而当谈及武夷山，人们就会想起大王峰、玉女峰、九曲溪等；说起张家界，脑海中就会反映出成群的峰林地貌；说起黄山，就会反映出迎客松、云海等，这些例子都深刻地阐述了什么是旅游地形象。

旅游资源开发的形象策划具有十分关键的作用，因为形象是影响旅游者作出出游决策的重要因素。从前所述，保继刚在研究从外地到北京的游客的旅游偏好时发现，他们最感兴趣的是那些世界遗产（如长城、故宫、颐和园等），而对那些郊野风景区、游乐园不是很感兴趣。究其原因就是，北京在许多外地游客的心目中的形象就是中国的古都，吸引他们的是那些能够代表北京形象旅游资源，他们前往的目的就是要参观、游览这些旅游景点，至于其他的郊野风景区和游乐园不一定能够体现北京的特色，在自己家乡或其他城市也可以游玩。

旅游资源开发的形象策划实际上可以分为形象设计和形象传播两个相互联系的子系统。在进行旅游形象策划之前，必须了解策划的基础——旅游形象调查。

旅游形象调查中最为核心的是对旅游形象现状的调查与识别。如果旅游者根本没有听说过某个旅游地，他绝对不会选择它，或者虽然他知道这个旅游地，但是在他的印象中，它是个不怎么样的旅游地，那么他也不会选择它。因此，旅游资源在开发过程中，必须了解潜在旅游者对这个未来的旅游地的了解程度、喜欢程度，也就是说必须调查未来旅游地的知名度和美誉度。^①

知名度是指旅游者（包括潜在旅游者）对某个旅游地（未来的旅游地）的识别、记忆的状况，说到底也就是有多少游客听说过、知道有这样一个旅游地存在（或即将产生）。知名度的测量有如下较为简易的计算公式：

知名度 \propto (知晓旅游地的人数 / 总人数) \times 100%

美誉度是指旅游者（包括潜在旅游者）对某个旅游地（未来的旅游地）的褒奖、赞赏、喜爱的程度，其测算公式如下：

美誉度 \propto (称赞旅游地的人数 / 知晓旅游地的人数) \times 100%

旅游地（包括未来的旅游地）的知名度与美誉度组合可以构成四种状态（见图 8-1）。



图 8-1 旅游地形象识别图

注：第一象限 I 表示旅游地（未来旅游地）具有很高的知名度和美誉度，美名远扬；

第二象限 II 表示旅游地（未来旅游地）形象较好，知道的人都说好，遗憾的是知道的人不多；

第三象限 III 表示旅游地（未来旅游地）形象不好且不出名（知道的人都说不好，还好知道的人不多）；

第四象限 IV 表示旅游地（未来旅游地）臭名远扬，知道的人很多，且对其评价都很差。

下面将分别详细介绍旅游资源开发的形象设计策略和旅游资源开发的形象传播策略。

^① 李蕾蕾：《旅游地形象策划——原理与实务》，页 104-105，广州，广东旅游出版社，2002。

（员）旅游资源开发的形象设计策略

旅游资源开发的关键问题就是要以旅游资源为基础，以市场为导向，开发出符合市场需求、具有特色的旅游产品、旅游项目，逐渐形成旅游景区、旅游地。在如今这个纷繁复杂、竞争日益激烈的旅游市场，旅游资源的开发更加需要坚持特色原则，才能开发出具有鲜明特色的旅游产品，而这些旅游产品的信息是否可以顺利到达潜在的旅游者，这些旅游产品是否真正可以吸引旅游者前来，关键还在于这些旅游产品是否在旅游者心目中树立了符合旅游者口味、偏好的旅游形象。因此，旅游资源开发的形象策划首先需要进行形象设计。

旅游资源开发的形象设计，就是通过认真分析旅游资源的特色以及所处区域的经济、文化、社会、历史等因素，设计出能够反映旅游资源特色和区域特色的、能够吸引旅游者前来的形象。形象设计首先需要进行形象定位与口号设计。形象定位是旅游地（未来旅游地）形象设计与传播的前提，也是旅游资源开发形象策划的核心。

所谓形象定位，就是指确定旅游地（未来旅游地）需要在旅游者心目中树立什么样的形象，占据何种地位，形象定位主要有领先定位、比附定位、逆向定位和空隙定位四种定位方法。^①

①领先定位。领先定位指的是试图占据旅游者心目中旅游地形象阶梯的第一位，这种定位方法主要适用于那些独一无二的、具有垄断性的旅游资源，如中国的长城、埃及的金字塔等，但是毕竟这样的旅游资源只是少数的，绝大多数旅游资源的开发需要采用的是其他方式的形象定位。

②比附定位。比附定位是指并不试图去占据旅游者心目中旅游地形象阶梯的最高处，而是比附于原有的形象之下，不与目前第一品牌进行正面的交锋。事实也证明，正面挑战旅游者心目中原有的第一品牌是很困难的。比附定位，追求的是旅游者心目中旅游地形象阶梯的第二位，可以有效利用原有第一位的品牌资源，如把我国的海南三亚，定位为“东方夏威夷”，无非就是利用了夏威夷在广大旅游者心目中树立的良好的滨海旅游度假胜地的形象。

③逆向定位。逆向定位指的是强调并宣传旅游者心目中原有的第一品牌的对立面或反面，同时开辟另一个可以令旅游者广泛接受的旅游地形象阶梯。这种定位方法比较经典的案例是深圳野生动物园，它是将国内的野生动物园分为两大类，即传统的普通笼式动物园和开放式动物园，打破了旅游者心目中原有的关于动物园的概念，提出了新的分类方法。自然而然，深圳野生动物园极力宣传开放式野生动物园的概念，成为国内第一个城市野生动物园。

④空隙定位。空隙定位是指完全抛开原有的旅游地形象阶梯，试图开创另外一个全新的旅游地形象阶梯，争取占有该旅游地形象阶梯的第一位。虽然国内目前的旅游产品推陈出新，变化很快，但是始终可以找出现有产品市场存在的“空隙”，也就是目前没有出现的旅游产品、旅游项目。例如，中国第一个小人国“锦绣中华”的建立，使国内旅游者心中形成了一个全新的关于“小人国”旅游景观的概念，自然“锦绣中华”荣登旅游者心目中的旅游地形象阶梯之首。

^① 李蕾蕾：《旅游地形象策划——原理与实务》，员员-员员页，广州，广东旅游出版社，员员员

此外,还存在重新定位的方法,但严格来说其并非一种真正意义上的方法,而是说在原有形象的基础之上进行修改甚至颠覆原有形象,按照以上定位方法,重新进行形象定位。

口号设计是建立在旅游地形象定位的基础上,用较为简洁、明了的语句来最终表达旅游地的形象定位。口号是旅游者了解旅游地(未来旅游地)形象最为有效的方法之一,它好比广告词,简洁明了,一句优秀的广告词完全可以产生神奇的宣传效果。因此,可以根据以下原则,设计反应旅游地形象定位的口号。

①地方特征——内容源自文脉。旅游口号的设计必须反映旅游资源所处区域的地方独特性,源自区域独特的地理文脉、历史渊源。

②行业特征——表达针对游客。旅游口号的设计必须是针对潜在的游客的,应充分了解游客的消费心理,熟知其品位与偏好。

③时代特征——语言紧扣时代。旅游口号的设计在语言表述上要具有时代特征,反映旅游需求的热点、趋势。

④广告效果——形式借鉴广告。旅游口号的形式要借鉴广告,使之具有广告词的凝练、生动和影响力,调动游客前来的兴趣。

除了形象定位与口号设计外,旅游资源开发的形象设计还应该包括视觉识别符号系统的设计,主要包括旅游地的名称、旅游地标徽、旅游地象征性吉祥物、旅游地户外广告、旅游地纪念品等。

①旅游地的名称。在中国的传统文化中,不论是人名还是地名都具有深远的意义,所谓人如其名,就是说名称在一定程度上会反映此人的品质等特征。同理,旅游地的名称同样可以在一定程度上反映旅游地的形象。武夷山国家重点风景名胜区在开发旅游后,游客与日俱增,被开发前所处的崇安县于 20 世纪 80 年代被改名为武夷山市,名气进一步提升。湖南庸市被改名为张家界市,同样是源于张家界景区开发旅游后带来的效应。同理,具体的旅游地的命名同样需要讲究潜在的意义,如“某某滨海度假区”远比“某某沙滩”吸引游客,而“滨海商务休闲会所”更能显示出旅游地的商务、休闲、高消费的特征。

②旅游地标徽。一般来说,最为常见的标徽是国徽,通过国徽可以识别一个国家。同样,通过旅游地标徽也可以识别一个旅游地。值得注意的是,国内很少有旅游地设计出具有区域特色的标徽,因此今后这方面仍需加强。图愿—猿 图愿—源 图愿—缘分别是卧龙自然保护区大熊猫图、武夷山国家级自然保护区的标徽和汕头中信度假村酒店的标徽。^①

③旅游地象征性动物、植物或吉祥物等。值得注意的是并不是所有旅游地都有象征性动物、植物或吉祥物等,也不是说所有的旅游地都必须有象征性的动物、植物或吉祥物等,然而不容忽视的是,这些具有象征性的动物、植物或吉祥物确实给旅游地的形象带来了巨大的提升空间,如卧龙自然保护区的熊猫、武夷山自然保护区的短尾猴以及迪斯尼乐园的唐老鸭、米老鼠,都不同程度地提升了旅游地的形象。

④旅游地户外广告。好的户外广告可以成为旅游地视觉景观的重要组成部分,加

^① 图愿—猿 图愿—源 图愿—缘分别来源于 中国旅游出版社 中国旅游出版社 中国旅游出版社。

深旅游地在游客心目中的印象，而那些与景观不协调的户外广告则难以有宣传其旅游形象的效果，有的甚至是画蛇添足。一般来说，户外广告包括招牌、旗帜、路牌、导游线路图、气球广告、条幅等。图愿-远 图愿-苑分别是湖南凤凰县书家堂户外广告和湖南凤凰县沱江泛舟导游线路图。



图愿-猿卧龙自然保护区大熊猫图



图愿-源瑶武夷山国家级自然保护区的标徽

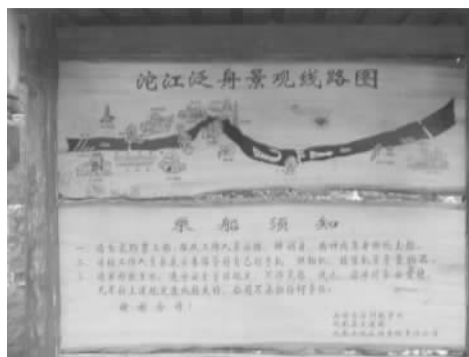


图愿-缘瑶中信度假村酒店的标徽



图愿-远瑶湖南凤凰县书家堂户外广告

⑤旅游地纪念品。旅游地纪念品是旅游者可以从旅游地带走的几乎唯一的物质的东西，因此可以将其有效利用来加深游客对旅游地的印象，提升旅游地的知名度。广义上的旅游纪念品包括旅游者从旅游地购买的所有商品，包括纪念章、明信片、导游线路图、景点门票、地方手工艺品等，其中设计精美、具有纪念价值的门票可以被游客永久珍藏，加深并美化旅游地在游客心目中的印象。此外，导游线路图、明信片、具有地方特色的纪念品等也都具有很好的纪念意义，如若设计得当同样具有加深、美化旅游地在游客心目中的印象的作用。



插图愿-苑瑶湖南凤凰县沱江泛舟导游线路图

(圆) 旅游资源开发的形象传播策略

旅游资源开发的形象传播策略，就是把设计好的形象向外传播，到达潜在的游客心目中。因此，分析哪些人会是潜在的游客或哪些人会有助于把旅游地形象传播给潜

在的游客，是旅游资源开发形象传播首先要解决的问题。上述分析过程也叫受众分析，受众是指接受信息的人，也就是旅游形象传播的对象。科特勒 1987 年研究地区形象传播的营销时指出，一个地区具有七类需要重视的受众。^①

① 新居民，指想移居他处的人。

② 观光者，包括旅游者和因公务出差的人。

③ 工厂人员，指想建工厂、决定工厂厂址的管理人员。

④ 公司总部人员，指大公司总部或分公司指挥部选择办公地区的人。

⑤ 小企业主，指选择生活和居住地方的小私营企业或小商业企业的管理人员。

⑥ 投资商，指能为某地提供资金的房地产投资商和一些经营借贷业务的金融机构。

⑦ 物品采购员，指专门采购各地实物产品与服务产品的人。

很明显，上述需要重视的七类受众指的是地区形象传播时需要重视这七类人员，而旅游地形象的传播主要还是依靠旅游者，当然其他受众的口碑也会影响旅游地的形象。

一般来说，旅游资源开发形象传播的受众可以分为两大类：即明确的受众——指有目标市场的人和不明晰的受众——指一般公众（包括潜在的游客）。

旅游资源开发的形象传播的一般策略主要有形象广告策略、公共关系策略和网络传播策略几种。

① 形象广告策略。形象广告策略主要是指通过广告的形式，而非旅游地具体的旅游产品传播旅游地的形象，广告可以通过电视、报纸、广播等媒介传播旅游地的形象。

② 公共关系策略。公共关系策略是指通过举行一系列的庆典活动、新闻发布会、周年纪念活动，或通过赞助体育赛事、慈善捐款等形式，协调旅游地与公众的关系，使旅游地达到开发人员希望达到的形象状态和标准。

③ 网络传播策略。网络传播策略是指利用网络的便捷性和全球通达性，对外传播旅游地的形象。

补充阅读资料 愿—猿 积石山旅游形象的塑造与传播

背景介绍

甘肃省临夏回族自治州积石山保安族、东乡族、撒拉族自治县地处祖国西北内陆、青藏高原边缘，是少数民族群众聚居区，该县属于干旱山区，自然条件较差，经济发展滞后，产业结构单一，贫困人口比重高，长期以来受到国家的关注，是国扶贫困县之一，目前为国务院侨务办公室（以下简称国侨办）的对口帮扶县。

在世界旅游业迅猛发展的形势下，随着西部大开发步伐的日益加快，西部旅游发展也面临着前所未有的机遇，国侨办针对积石山的贫困状况，积极寻找该县脱贫致富的方向，为增强自身“造血”的机能，发挥积石山独特的自然景观、丰富的人文景观、浓郁的民族风情潜在的资源优势，国侨办选准了科技扶贫，发展积石山县旅游业

① 李蕾蕾：《旅游地形象策划——原理与实务》，广州，广东旅游出版社，1987。

的路子，委托华侨大学对该县的旅游业发展进行总体规划。

一、旅游形象定位的原则

形象与主题是旅游区的生命，是旅游形象规划的核心问题。旅游形象是旅游者对一个旅游目的地的信任、意见及印象的总和。在 21 世纪，旅游业发展迅速，竞争也日趋激烈。在国内、在甘肃省，许多县、市把旅游业确定为新的经济增长点、重点产业或支柱产业。进行积石山旅游形象的塑造、创造全县及各功能分区的良好形象于社会，突出其特色，是形成竞争优势的最有力的工具。

积石山县的旅游形象应与大西北和甘肃省旅游的主题相一致，但又应突出其自身的特色，即在黄河上游的黄土高原上，作为甘肃省回藏风情旅游中的一部分，定位在与禹王文化密切相连的黄河险要地段——积石雄关和全国唯一的保安族聚居地之文化风情上。

二、旅游形象塑造

塑造良好的旅游形象，通俗地讲，无非是扩大旅游地的知名度和提高其美誉度。积石山县旅游尚处在起步阶段，当务之急是扩大其知名度，甘肃省是旅游资源十分丰富的省份，在敦煌、天水、麦积山、甘南等著名旅游目的地的“光芒”之下，积石山县鲜为人知也不足为怪，另一方面是在大西北，特别是在积石山县，由于经济欠发达，交通不便，人们的旅游需求尚待发展，因而旅游开发在思想意识、资金投入等方面十分不足，丰富的旅游资源“养在深闺人未识”也就在情理之中。

积石山县旅游形象的塑造，主要应从以下四方面入手：

① 紧抓机遇、攥紧拳头，推行政府主导型旅游发展战略。积石山县虽然有众多旅游资源，但因其具有分散性、可视性差、可观赏性不强、交通不便等原因，难以用有限的力量在短时间内取得较大的成效。要在周边旅游业发展较好的市场里占有一席之地，只能集中优势力量，把分开的“指头”攥成“拳头”。结合全县经济发展的步骤，利用基础设施的改善和脱贫工作的契机，在政府主导下近期重点开发积石民俗村，把相关旅游资源集中起来，投入相对较多的人力、物力和财力，使积石山县成为甘青旅游线上的一个新亮点。

② 主动接受辐射、积极融入区域旅游大环境。积石山县地处著名旅游区目的地的“光芒”之下，既不是好事也是好事。如果能主动接受周边目的地和甘青回藏线的辐射，成为这些旅游目的地旅行团和游客的过境点，先吸引过路客，而后通过旅行社和旅游者的口碑，逐步发展为旅游者的目的地，而西宁、兰州、合作等城市的居民则可直接作为目标客源市场开发。经过一段时间的努力，积石山县就能融入甘肃和西北旅游大环境。

③ 以节庆塑形象、促旅游。节庆是有主题的公众庆典，成功策划的旅游节庆，具有文化品味高、参与性强等特点，是易产生轰动效应的传播形象的载体。新加坡几乎月月有节庆，1995 年，国家旅游局推出民族风情游，选定了 10 余个节庆活动。积石山县的节庆应同样注重民族性和地方性，应在时间上相对固定、雅俗共赏。雅可以产生差异感、新鲜感和吸引力，俗则可以产生市场规模。

④ 抓好服务，是塑造旅游形象的重要手段和途径。旅游服务是整个旅游活动的灵魂，体现在旅游的全过程和旅游各部门的所有工作之中。积石山县旅游在打开知名

度的阶段，就要对旅游形象的另一个要素——美誉度给予足够的重视，用真诚的态度和娴熟的服务技巧赢得社会和旅游者的口碑。

三、旅游形象定位设计

积石山县旅游形象主题词设计

- (员) 神秘的洪荒大地；
古老的禹王文化；
险峻的黄河崖壁；
迷人的民族风情。
- (圆) 玩民俗村，探源五朝历史保安族；
游韩陕家，阅尽五千五百公里母亲河；
赏彩陶王，读懂五千五百年古文化；
浪盖新坪，融汇五月初五花儿会。
- (猿) 名字最长的县，留给您的情思最长。

功能区（游览点）旅游形象主题词设计

- (员) 积石民俗村
在积石民俗村，您能了解十个民族；
不到积石山县，您只能了解 缘 个民族。
- (圆) 积石雄关
不到积石雄关，难识禹王神功。
- (猿) 黄草坪
羊群似银，牛群如金，蓝天白云，碧草成茵；
黄草坪当一天牧民，放松您的身心！
- (源) 盖新坪
只闻花儿不见容，林中情歌醇味浓；
五月初五赴盛会，盖新坪里赛过龙。

四、旅游形象传播

旅游形象的构成要素主要有功能分区形象、产品形象、文化形象、环境形象、人员形象和标识形象等。旅游形象是一种无形资产，它不是一朝一夕就可以确立的，必须经过全县上下长时间的努力才能树立。旅游管理、旅游建设、旅游宣传、旅游公共关系和旅游广告向社会公众传播。

旅游形象的传播首先要依靠政府向群众灌输旅游意识，传播积石山旅游形象的理念识别（员），集中力量办好民间较难办的事，如招商引资和参加旅游洽谈会的组织工作，争取上级扶贫和投资的公共关系活动，旅游节庆的选择和确定等。其次，全县各族群众（不是仅在旅游企业）要有良好的旅游意识，做好积石山主人，每个人都为积石山旅游形象的塑造尽心尽力，传播积石山旅游形象的行为识别（月）。再次，各旅游企业自觉把自己视为积石山大旅游的一枚棋子，有效地应用电子网络、大众传媒、宣传工具、广告载体、旅游商品（包装）、旅游促销等手段和方法，传播积石山旅游形象的视觉识别（灾）。

（资料来源摇华侨大学旅游学院旅游科学研究所：《甘肃积石山县旅游发展总体规划》，圆）

本章小结

本章介绍了旅游资源开发市场营销的主要概念、过程、内容，以及市场营销调查的基本方法。此外，本章还介绍了旅游资源开发市场营销的关键策略，如市场细分、定价、形象策划等。

主要概念

市场营销 市场细分 形象策划 形象设计 形象传播

选择题（至少有一个选项是正确答案）

1. 旅游资源开发的营销的源，不包括（ ）。

A. 渠道（ ） B. 产品（ ）

C. 公共关系（ ） D. 价格（ ）

E. 促销（ ） F. 政策（ ）

2. 询问法根据问题提出方式的不同，可以分为四种方法，这四种方法中不包括（ ）。

A. 观察法

F. 电话询问法

B. 留置问卷调查法

E. 面谈法

C. 邮寄调查法

D. 实验法

判断题

1. 旅游资源开发市场营销中的定价，实际上是指旅游资源被开发成旅游产品或旅游项目，成为旅游景区之后门票价格的制定。（ ）

2. 空隙定位，指的是强调并宣传旅游者心目中原有的第一品牌的对立面或反面，同时开辟另一个可以令旅游者广泛接受的旅游地形象阶梯。（ ）

3. 形象定位是旅游地（未来旅游地）形象设计与传播的前提，也是旅游资源开发形象策划的核心。（ ）

简答题

1. 市场细分有哪些优点？

2. 简述旅游资源开发市场营销中市场细分的标准。

3. 市场细分有哪些方法？

4. 旅游资源开发的形象定位有哪几种方法？

5. 旅游资源开发形象设计的口号设计有哪些需要遵循的原则？

讨论题

1. 每个人一组，分别选择国内某旅游景点作为讨论对象，分析其知名度及美誉度并记录下来，然后各组进行比较，分析、讨论各组之间的分析结果存在哪些差异？

■ 案例 1 两个人一组，分别以所处城市的最著名景点为例，分析其旅游形象定位与口号，并讨论其与现实的形象存在哪些差异？

案例分析题

黄山市旅游形象定位与口号设计

黄山市旅游成就概览

1995 年成功入选首批“中国优秀旅游城市”，旅游发展取得了阶段性成果；

1997 年黄山风景区经过股份制改造成功上市，开创了我国景区管理资本市场运作的先河；

20 世纪 80 年代中期以来，黄山相继获得国家“卫生山”、“安全山”、“文明山”和“文明风景旅游区示范点”等荣誉称号；

1990 年联合国教科文组织授予黄山风景区首届梅利娜·迈尔库里文化景观保护与管理荣誉奖，这是世界遗产地保护和管理的“诺贝尔”奖项，全世界仅有 1 个得主，中国唯黄山享此荣誉；

1999 年 12 月，黄山风景区又荣膺联合国教科文组织授予的“世界地质公园”称号，成为中国唯一的“三冠王”精品景区。

黄山市旅游形象定位与口号设计

中山大学旅游发展与规划研究中心主持编写的《黄山市旅游发展总体规划（1995—2010 年）》将黄山市旅游形象定位与口号设计如下：

1. 区域整体形象口号

- ☆ 新黄山·古徽州
- ☆ 黄山归来不看岳，周游梦回到徽州
- ☆ 仙境黄山，梦境徽州
- ☆ 风雅黄山，文化徽州
- ☆ 名山之魂，徽商之源
- ☆ 世界遗产之乡——中国·黄山

2. 黄山风景区主题形象口号设计

- ☆ 五岳归来不看山，黄山归来不看岳
- ☆ 迎客松接八方客，飞来石聚四海朋
- ☆ 黄山——最靠近天堂的地方
- ☆ 黄山——中国第一山，四季皆胜景

3. 徽文化主题形象口号设计

- ☆ 徽商故里，你我共享
- ☆ 明清生活，徽州人家
- ☆ 西递——中国明清民居博物馆
- ☆ 宏村——中国画里的乡村
- ☆ 棠樾——中国第一牌坊群

4. 其他景区主题形象口号设计

- ☆ 太平湖——碧冠江南，度假胜地

☆ 齐云山——天下无双胜境，江南道教名山

☆ 牯牛降——绿色明珠牯牛降

(资料来源: 中山大学旅游发展与规划研究中心:《黄山市旅游发展总体规划》(2004—2010年), 2004)

分析: 从上述形象定位与口号中任选两句, 分析其采用了哪种形象定位方式?

从上述形象定位与口号中再任选两句(不与上题重复), 分析其采用了哪些口号设计的原则?

第 2 章 旅游资源开发的区域影响分析

学习目标

通过本章的学习，掌握旅游业的经济特性；了解旅游资源开发对经济发展的促进作用；了解旅游资源开发对区域经济的消极影响；了解旅游资源开发对区域的环境影响；了解旅游资源开发对区域的社会文化影响。

旅游资源开发与区域发展是一个互动的过程，旅游资源开发对区域的影响也是正、负两方面兼而有之。了解旅游资源开发将对区域带来哪些影响，一方面可以创造条件，积极发挥和利用其正面的影响，另一方面也可以有针对性地警惕和预防其可能带来的负面影响。本章主要从经济、环境和社会文化等三个方面来探讨这个问题。

2.1 旅游资源开发对区域经济的影響分析

旅游资源开发对区域经济的影響，可以从发展区域旅游业的经济影响的角度来分析。区域旅游业的发展，是建立在旅游资源开发的基础之上的整个旅游产业链的构建与发展，主要包括餐饮、住宿、旅游交通、景区、娱乐、旅游购物等六个方面的发展，也就是通常所说的食、住、行、游、娱、购六要素的发展。虽然区域旅游业的发展是一个旅游六要素共同发展、互动的过程，但是，区域旅游业的发展并不是凭空产生的，而是建立在游客被区域的旅游资源所吸引而前往该旅游目的地开展游览、观光等活动，进而进行相关的食、住、行、游、娱、购等消费的基础上的，没有旅游资源的有效开发，其他要素的发展只能是空中楼阁。

2.1.1 旅游业的經濟特性

(一) 旅游业的异地性

游客的旅游行为主要产生于旅游目的地，游客为了获得旅游体验，接受旅游服务，完成旅游经历，就必须离开常住地前往目的地进行消费。这就意味着旅游这一经济活动具有异地消费的特性。旅游业的这一特性决定了它的“无形出口”和“无形贸易”的特点。

(二) 旅游业的乘数效应

旅游活动涉及食、住、行、游、购、娱等诸多方面，表现为对多种经济部门的综合需求。因此，现代旅游业与国民经济的其他部门联系较为紧密，具有较大的产业带动作用。此外，旅游业还能带动大量与旅游有间接联系的产业的发展，如游客对旅游纪念品的需求会带动旅游纪念品加工工业的发展，甚至带动旅游纪念品相关原材料的

种植、开采等行业的发展等。因此，我们说旅游业具有较大的乘数效应。

(猿) 旅游业的波动性

旅游业的波动性受诸多因素的影响，如旅游产品具有不可贮存性，而旅游需求本身又具有明显的季节性，如若不协调好淡旺季的需求与供给的关系，则会使该地旅游产业产生较大幅度的波动。

此外，旅游需求还受到许多不可预测的因素的影响。例如，自然因素中的地震、火灾、水灾、气候异常；经济因素中的世界性经济危机、外汇汇率变化、能源危机；政治因素中的战争、工人罢工等。这些因素的产生都会给旅游业带来意想不到的冲击，有时这种冲击甚至是毁灭性的。针对旅游业的波动性较大、具有一定的不可预测性的特点，地方政府必须充分意识到旅游产业的风险性，而不能将发展经济的“鸡蛋”全部放在旅游业这个“篮子”里。

(丑) 旅游资源开发对区域经济发展的促进作用

旅游资源开发对区域经济的发展有明显的促进作用，主要体现在以旅游资源开发为基础的旅游业的发展促进了整个区域经济的发展。旅游业对区域经济发展的促进作用体现在以下几个方面。

(员) 旅游业具有独特的产业优势

旅游业是一种无形的出口产业，旅游产品主要指为游客提供的旅游服务，如国外游客到国内旅游所购买的就是旅游服务，获得的是旅游体验，支付的是外汇。旅游业提供给游客的是旅游服务，它消耗的资源少、能耗小，相对而言对资源的破坏程度也就小。因此，发展旅游业对于发展中国家来说是一条非常可行的发展道路。此外，旅游产品和商品的价格完全由本国控制，具有较大的调节弹性，旅游目的地可以充分利用这一杠杆，并且不会引发和其他地域的贸易争端。旅游业所创外汇收入是现汇，资金可以马上投入使用，即使是换汇，和其他产业相比，旅游业也具有成本低、获利高的优势。

在全球范围内，发展中国家拥有的旅游资源十分丰富，旅游业需要的产业技术相对简单，这些都有利于发展中国家自主发展。我国西部地区旅游资源丰富，开发旅游业有利于西部迅速获得发展所急需的资金。

(圆) 旅游业是重要的创收、创汇渠道

旅游业作为无形的出口产业，有利于政府获得外汇收入，在增加外汇收入的同时，旅游业还能够盈利，盈利的模式主要为税收的增加。值得注意的是，旅游的外汇收入对财政的贡献在于它是外汇净收入。旅游业的外汇净收入是指旅游外汇收入减去旅游外汇成本或“漏损”的差。旅游业主要的“漏损”形式有：游客使用进口物品的外汇成本、用外汇支付的境外管理者的工资等。外汇成本或“漏损”越大，所获得的外汇净收入就越少。因此如何尽可能地减少外汇成本或“漏损”是一个国家或地区发展旅游业必须重视的问题。

(猿) 旅游业可以提供大量的就业岗位

旅游业是一个劳动密集型产业，需要大量的劳动力。旅游业对就业的贡献可以分为直接就业和间接就业两种形式。旅游业的直接就业是由于游客的直接消费产生的，即人们在各种旅游企业中的就业，包括在各种接待设施、商店、旅馆、酒吧、夜总

会、运输部门以及相关管理部门的就业。此外由于旅游业的发展还涉及建筑业、渔业、制造业、轻工食品业、商业服务业等行业，因此也就扩大了就业队伍，这就是间接就业。世界旅游及旅行理事会（宰裁说）的研究显示，旅游业的就业系数在 1.05-1.15 之间，可见旅游业所能创造的就业机会是巨大的。

值得注意的是，旅游业是一个季节性非常强的行业，这就导致了旅游从业人员就业的季节性特点。这一特点有助于丰富社会兼职工作的结构，也为旅游管理者提出了如何利用兼职工作者来降低经营成本的课题。

（源）旅游业可以推动经济结构的调整

旅游业可以为区域原有的经济结构注入动力，推动经济结构的调整。旅游消费涉及食、住、行、游、购、娱等多个方面，为了满足游客的消费需求，区域经济结构就会发生相应的变化。例如，旅游业会带动交通运输业、通讯业、轻工业、建筑业以及农业的发展，后期还可能带动生产资料等部门的发展。

补充阅读资料怨-员 天津市旅游产业对国民经济的影响力研究

天津市旅游发展委员会办公室与天津市社会科学院联合课题组成员对天津市旅游产业对国民经济的影响力研究如下：

天津市旅游产业的乘数效应

旅游产业的乘数效应是指旅游消费者每消费一个单位在产业链上所引起的综合连锁反应，我们选取最有代表性的旅游投资乘数、旅游产出乘数、旅游就业乘数来论证天津旅游业的乘数效应。

1. 旅游投资乘数分析

旅游投资乘数是指单位旅游消费所完全引致的部门资本总量与部门增加值总量之比（计算模型及公式从略），见表 怨-员

表 怨-员 天津市旅游投资乘数效应（2004 年）

部门名称	旅游投资乘数	部门名称	旅游投资系数
公共设施服务业	1.0592	航空客运业	1.0592
娱乐服务业	1.0592	公路客运业	1.0592
旅游业	1.0592	邮政业	1.0592
旅馆业	1.0592	电信业	1.0592
餐饮业	1.0592	商业	1.0592
铁路客运业	1.0592	居民服务业	1.0592
平均值	1.0592		

由测算得知，天津旅游产业 1.0592 个旅游直接影响行业中，投资乘数最大的为旅游业，乘数值为 1.0592，这意味着在旅游业投资 1 元，可引致 1.0592 元的乘数效应。2004 年天津旅游产业投资乘数平均值为 1.0592，这意味着每增加投资 1 元，将使总产值增加 1.0592 元。这说明大力发展旅游业，增加旅游业的投资，对天津市的经济发展有极大的推进作用。

旅游产出乘数分析

旅游产出乘数是指游客在某个旅游直接影响行业部门中的单位消费所引起的各旅游相关部门总产出量的变化值之和，在理论上可视为该旅游直接影响行业部门的旅游产出乘数值（计算模型与公式从略），见表 怨-圆

表 怨-圆 天津市旅游产出乘数效应（圆园园年）

部门名称	旅游产出乘数	部门名称	旅游产出系数
公共设施服务业	圆.圆	航空客运业	圆.圆
娱乐服务业	圆.圆	公路客运业	圆.圆
旅游业	圆.圆	邮政业	圆.圆
旅馆业	圆.圆	电信业	圆.圆
餐饮业	圆.圆	商业	圆.圆
铁路客运业	圆.圆	居民服务业	圆.圆
平均值	圆.圆		

经过测算得知，圆园园年天津旅游产业 圆个旅游直接影响行业中，产出乘数最大者为旅游业，产出乘数为 圆.圆，这意味着每增加 员万元的旅游收入，经过数十次再消费，将拉动 圆.圆万元的总消费支出。圆园园年天津旅游平均产出乘数为 圆.圆，这意味着每增加 员万元的旅游收入，经过在本地的数十次再消费，将拉动 圆.圆万元的总消费支出，这说明旅游业发展的潜力极大。

旅游就业乘数分析

旅游就业乘数分析反映了天津市旅游业需求的变化所引起的对就业人数需求的变化，这为解决就业问题提供了一个参考（计算模型与公式从略），见表 怨-猿

表 怨-猿 天津市旅游就业乘数效应（圆园园年）

部门名称	旅游就业乘数（人/万元）	部门名称	旅游就业乘数（人/万元）
公共设施服务业	圆.圆	航空客运业	圆.圆
娱乐服务业	圆.圆	公路客运业	圆.圆
旅游业	圆.圆	邮政业	圆.圆
旅馆业	圆.圆	电信业	圆.圆
餐饮业	圆.圆	商摇业	圆.圆
铁路客运业	圆.圆	居民服务业	圆.圆
平均值	圆.圆		

通过计算得知，圆园园年天津旅游最终需求所带来的利润平均每增加 员万元，可为天津的社会劳动就业带来 圆.圆个就业机会，其中带来 源个就业机会以上的旅游影响行业有商业、居民服务业、餐饮业等，这反映出如果大力发展旅游产业能更好地解决社会就业难与失业问题。

（资料来源 摇憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎憎，有删节、修改）

8.1.2 旅游资源开发对区域经济的消极影响

旅游资源开发在给区域经济带来自显著利益，产生积极影响的同时，也带来了一些消极的影响。

(一) 盲目投资，超前发展

旅游业最初被认为是一个投资少、见效快、效益高的行业，但这仅发生在那些旅游资源丰富、配套设施相对完备、可进入性好、旅游开发价值高的地区。旅游业的综合性决定了旅游业的发展必须与国民经济发展相协调，只有在旅游业的相关产业可以承受的范围之内，旅游业才能正常发展。旅游业的发展受制于交通、电力、通讯等行业，受交通业的制约表现得尤为明显。然而交通、电力、通讯等行业的发展需要大量的资金投入，并需要较长的建设期，这是旅游业本身无法解决的问题。

由于对旅游业经济特点的片面理解，有些旅游资源丰富但开发条件尚不完善的地区，过度超前发展，对旅游业配套设施（如交通、通讯）的投资很大，其结果是旅游资源开发的经济效益不高，对区域经济没有起到应有的推动作用，反而增加了区域的财政负担。

(二) 过分依赖旅游业

一些旅游目的地过分依赖旅游业，容易受到旅游需求变化的影响。总体来讲，旅游业在扩展，旅游需求量在增大，但并不是所有目的地平均分享这一增长。旅游业是一个不稳定的行业，受多种因素影响。例如，1998年的海湾危机，造成对这一地区的旅游需求急剧下降。大多数游客不会选择去政治不稳定的目的地旅游，但他们很少完全取消旅游计划，通常是选择去另一个目的地旅游。需求的大幅度下降意味着旅游目的地收入的减少，区域经济受到影响。

(三) 通货膨胀和土地价格上升

在旅游目的地，游客往往需要以较高的价格购买商品，从而提升了该地区商品的价格水平，因此旅游目的地的零售商通过为游客服务可以极大地提高边际利润，在与为本地居民服务的零售商的竞争中获胜，因为他们能通过提高价格而支付较高的租金和税金，并获得高额利润。

土地价格的上升也会引起通货膨胀。旅游业的发展会引起对土地需求的增大，宾馆、度假村、旅游设施的建设，都会引起土地价格的上升，增加建筑公司和土地拥有者的收入，但是本地居民就不得不增加购房、租房方面的开支。

8.2 旅游资源开发对区域环境的影响分析

8.2.1 旅游与环境的关系

良好的环境对旅游的产生和发展起着重要的推动作用。旅游与环境之间存在三种关系，即共生关系、冲突关系和独立关系。

(一) 共生关系

共生关系是指旅游与环境保护相互支持，彼此受益。从根本上说，保持良好的环境与旅游的发展是相互促进的。一方面良好的环境为旅游活动提供了游览的内容，另一方面旅游的发展也为保护环境提供了动力和资金。

应该说，维护旅游与环境之间的共生关系是使旅游持续发展的保障。实际上发展

旅游与保护环境具有较高的一致性，良好的环境是发展旅游业的基础。工业的发展和城市容量的几何级数式减少，使人们越来越需要公园和野外活动空间。对于观光旅游的人们来说，自然环境质量的高低直接决定了观光的质量。在实际的旅游经营管理活动中，自然环境、人类遗址、历史遗迹的完善保护已使旅游业得到了可观的经济效益。

就共生关系而言，旅游对环境的保护有四种形式：

①旅游能够促进历史遗迹、古建筑、纪念馆的修复。例如，武汉重修黄鹤楼、南昌修复滕王阁、浙江兴修大禹陵等工程都得益于旅游的发展，但是在修复过程中一定要注意对遗迹原来风貌的保存，要“整旧如旧”，而非“焕然一新”。

②旅游可以促使一些旧建筑改造为新的旅游设施，如上海苏州河畔的一些码头、旧仓库、石窟门都已成为现代上海都市旅游的重要资源。

③旅游为自然资源的保护提供了推动力。目前许多自然资源丰富的国家和地区都认识到对自然资源进行旅游开发的效益要比对自然资源进行简单开发的效益高得多，如非洲坦桑尼亚的野生动物观赏旅游、我国四川卧龙自然保护区的熊猫观赏旅游等。

④促进旅游环境保护规划的制订。为了保证游客的旅游质量以及旅游业的可持续发展，旅游资源的开发会促使当地制定相关的旅游环境保护规划。

(圆) 冲突关系

旅游业并非真正意义上的“无烟工业”，旅游活动对环境的负面影响也是不可忽视的，这种负面影响导致了旅游与环境之间的冲突。在某些情况下，旅游与环境的冲突关系会刺激和促进旅游目的地采取措施保护脆弱的生态系统。但令人遗憾的是，等到人们意识到要保护环境时，危害往往已经到了难以挽救的程度。

(猿) 独立关系

旅游业与环境保护各自发展，互相没有接触和干扰，保持独立。一般这种关系不会长时间地持续，随着旅游大规模发展，环境也会日益发生变化。

圆圆圆旅游资源开发对自然环境的影响^①

(员) 旅游资源开发对环境的污染

旅游资源开发对环境的污染来自两个方面，即旅游供给方与旅游需求方。

旅游供给方对环境的污染和破坏是在旅游资源开发建设过程中和对旅游资源经营管理过程中产生的。就旅游供给方而言，旅游资源作为污染源与工业污染源有共同之处，即以旅游服务设施所排放的“三废”（废气、废水、废渣）和布局不当造成对环境的污染为主。

旅游需求方对环境的污染和破坏是在游客的流动和暂时停留的过程中发生的，主要表现为：大量游客的涌入带来拥挤、混乱；游客的破坏性行为对环境造成污染和破坏；大量游客的践踏使土质发生变化；大量游客的暂时停留带来超出以往对生产、生活资料的消耗和能源的使用；人群的集中所带来的大气污染、噪音污染、视觉污染等。从游客角度来分析旅游污染环境的途径可以看出，旅游作为污染源存在着不同于一般污染源的的特殊性。

^① 保继刚等：《旅游地理学》，圆圆圆-圆圆圆页，北京，高等教育出版社，员圆圆圆

旅游自身的特点，特别是游客作为一个特殊的群体决定了旅游污染源的以下特殊性。

① 旅游对环境的污染具有明显的动态特征。就游客而言，旅游活动表现为游客的空间位移，在旅游热点地区，旅游则明显表现为大量游客的移动。这一特点决定了对旅游地而言旅游污染源具有明显的动态特征，随着游客构成及活动方式的改变，旅游对环境的污染从构成到方式再到污染程度都将发生变化。对于旅游地而言，游客是流动性群体，是在不断变化的。因此，研究旅游污染源不仅要用静态分析方法，还必须采用动态分析方法。

② 旅游对环境产生消极影响的程度与某旅游区域的游客数量直接相关。与其他污染源（如工业、农业、交通业等污染源）相比较，游客的自身行为对环境的污染和破坏表现得更为明显。一方面，游客在游览过程中有意或无意的破坏性行为直接造成对环境的破坏；另一方面，游客的数量直接影响着旅游产品的生产和消费规模，使旅游对环境的污染强度相对增强或减弱。此外，旅游环境容量（指一个旅游地在其生态资源免遭破坏的条件下容纳游客的能力）的测定亦与游客的数量相关。可见，就旅游目的地而言，对游客的数量进行控制是保护环境的必要手段。

③ 旅游对环境的污染和破坏具有明显的集中性，这主要表现在空间和时间两方面。事实表明，某些地区在某段时间内旅游对环境的污染和破坏程度明显加剧，主要指旅游热点地区和旅游旺季。因此，从旅游管理的角度控制游客的流向和分布是加强环境保护的另一个有效措施。

（圆）旅游资源开发对自然环境的影响

① 旅游资源开发对植物的影响

旅游活动会影响到植被的覆盖面积，影响到植物的种群发展，主要包括：

① 旅游过程中游客对鲜花、苗木的采集会改变植物种群结构；

② 旅游活动中由于游客用火不慎引发的火灾会导致植被面积急剧减少，如黄山天都峰的山林火灾曾一度迫使黄山风景区管理委员会对其进行封山育林；

③ 任意砍伐树木作为燃料和搭建帐篷，使树龄结构失调；

④ 大量垃圾的堆积、旅游活动强度过大都会导致土壤营养状态的改变，引起植被生长不良。垃圾堆放会导致土壤营养状态的改变，甚至导致土壤生态系统发生变化。旅游活动强度过大也会对土壤产生影响，这主要是指过量游客的践踏对土壤结构、植被生长带来的不良影响。

此外，由于大量游客的到来，物种的多样性会受到影响，即抗性弱的物种逐渐消失，抗性强的物种生存下来，同时其他抗性强的物种会被引入。

② 旅游资源开发对水资源的影响

人们一般都以山清水秀来形容旅游地优美的风景，尤其是那些与水密切相关的亲水型旅游活动，水的质量更是直接关系到旅游活动质量的关键因素。对水环境的质量划分及适用途径，国家有关部门有明确的规定，但如果旅游活动所产生的废弃物、污水没有得到及时处理，则会对水体造成污染，如生活污水、燃油游船的废气排放及漏油都会造成水体的污染以及水体富营养化的产生，从而导致旅游水体质量的下降以及旅游质量的降低，使旅游业的长远发展受到严重影响。旅游对水的影响主要有以下几

个方面：

大量未经过处理的生活污水进入海滩、湖泊、河流，对使用这些水资源的游客的健康造成潜在的危害；

过多的营养物质进入水体将加剧水体富营养化的过程；

旅游活动导致的氧的供给和分布变化将对水生动植物产生影响；

汽油会增加湖泊和河流的危害程度，也将导致对水生动植物的危害。

③旅游资源开发对大气的污染

旅游时利用的汽车、火车等交通工具在运行过程中都会排放大量的废气，降低旅游地的大气质量。旅游业对大气的污染主要表现为旅游交通工具的废气排放和餐饮业的能源排污（如煤的燃烧）。污染一旦产生便会给当地的旅游业以沉重打击，因此在旅游开发规划中，一定要考虑旅游交通的污染因素，考虑餐饮业的能耗、污染问题。

针对旅游业对大气造成的污染，一方面要严格限制不达标废气的排放，尽可能采用清洁能源；另一方面也要在旅游开发规划时注意旅游地的空间布局，使其负面的影响降到最低。

④旅游资源开发对旅游地野生动物的影响

旅游业的发展还会给旅游地的野生动物带来直接和间接影响。直接影响主要体现在：野生动物的捕食和繁衍规律被破坏；不加选择地狩猎和渔猎使野生动物数量锐减；食肉动物与被食肉动物之间的关系被破坏。间接影响主要表现为：建立自然保护区和国家公园会使某些野生动物过量繁殖，从而食物供需之间产生尖锐的矛盾，不利于弱势动物群体的生存，如图 1-1 所示的动物园中的东北虎；游客对野生动物纪念品的大量需求会导致大量野生动物被猎杀。



图 1-1 动物园中东北虎的无奈

此外，大量游客的涌入会使野生动物的生活、食物、食用水等受到影响，并很可能导致野生动物逃离原始栖息地，甚至遭到捕杀。

⑤旅游资源开发对土地、地质、地貌资源的影响

旅游业的超前发展会直接导致土地资源的大量开发，造成闲置、浪费，即使是有计划地大力开发人造旅游景点，也需要大量的土地资源，造成大量土地资源被占用。有的旅游景点游客过量，产生了大量的生活垃圾，而垃圾处理不当又会造成土壤污染。

对于森林旅游资源或山地旅游资源而言,过度开发可能造成环境污染,如垃圾堆积成山、污水横流,甚至还会因疏忽而引起森林火灾,造成森林覆盖面积严重减少。旅游活动的频繁化,会造成大量旅游者的停留,以及旅游接待设施大规模地出现,形成山地城市化的现象。大量游客的到来使土壤被压紧,有的地方可能因植被遭到破坏而造成水土流失,而溶洞类的旅游资源可能会因大量游客的到来而造成污染,洞内的观赏资源被盗、被破坏。

9.9.2 瑶族旅游资源开发对人文环境的影响

(员) 建筑污染

风景区内旅馆、餐厅和娱乐场所等接待设施常以不同的形态出现,有时与周围的建筑风格即景区的整体氛围不相协调,造成视觉污染。这种失败归根结底是由建筑风格、体量、色彩与环境不协调造成的。

(圆) 带状发展或蔓延

海滨风景区,尤其是缺乏规划的海滨旅游地,其基础设施往往沿海岸线分布,以图利用滩涂。在内陆地区,带状发展往往也会沿着山谷和风景路线出现。

(猿) 基础设施超负荷

每到旅游旺季,游客大量到来,许多风景区的基础设施不能满足游客需要,造成人满为患的“井喷”现象,这一现象在“黄金周”旅游旺季时尤为突出。

(源) 与本地居民相隔离

旅游区与周围村庄不能互相包容,而是相互隔离,造成旅游设施本地居民不能使用的尴尬局面,使旅游区与当地社区之间容易产生矛盾。

(缘) 交通堵塞

交通堵塞是旅游区发展的重要问题,主要有三种形式:其一,不同的交通方式互为障碍,尤其是汽车与步行者的冲突最为严重;其二,旅游区某些地段、地点,尤其是入口处和中心地段交通往往超负荷运转;第三,停车场地的供需矛盾尖锐。短途游客希望在旅游景点附近停车、游客希望在饭店前停车、本地居民希望在居住地或工作地停车。而这些需求往往很难全部得到满足,从而造成矛盾。

9.9.3 瑶族旅游环境容量分析

旅游容量可分为空间容量、设施容量、生态容量和社会心理容量四类。对于一个旅游区来说,对日空间容量与日设施容量的测算是最基本的要求。

(员) 日空间容量

在给出各个空间使用密度的情况下,把游客的日周转率考虑进去,即可估算出不同空间的日空间容量。

例如:假设某游览区空间面积为 $S_{\text{区}}$ 平方米,在不影响游览质量的情况下,平均每位游客占用面积为 $S_{\text{人}}$ 平方米,日周转率为 $T_{\text{日}}$,则该游览区的日空间容量为:

$$悦_{\text{日}} = \frac{S_{\text{区}}}{S_{\text{人}}} \cdot T_{\text{日}}$$

旅游区日空间总容量等于各游览区日空间容量之和,即:

$$悦_{\text{总}} = \sum_{i=1}^n 悦_{\text{区}i} = \sum_{i=1}^n \frac{S_{\text{区}i}}{S_{\text{人}}} \cdot T_{\text{日}}$$

(圆) 日设施容量

日设施容量的计算方法与日空间容量的计算方法类似。

例如：假设一个影剧院拥有的座位个数为 $C_{\text{影}}$ ，日周转率为 $R_{\text{影}}$ ，则日设施容量为：
 $C_{\text{影}} \cdot R_{\text{影}}$

旅游区日设施总容量为：

$$\sum C_{\text{影}} \cdot R_{\text{影}}$$

(猿) 生态环境容量

①生态环境容量的测算是一个比较复杂的问题，测算时要考虑以下因素：

- ① 土壤（土壤密度、土壤组成、土壤温度、土壤冲蚀与径流）；
- ② 植被（植被覆盖率、植被组成、植被年龄结构、稀有植物的灭绝、植被的机械性损伤）；
- ③ 水（水中病原体的数目与种类、水中的养分及水生植物的生长情况、水中污染物）；
- ④ 野生动物（栖息地、种群组成、种群改变、旅游活动对种群活动的影响）；
- ⑤ 空气。

②对生态环境容量的研究，常采用以下三种方法：

- ① 既成事实分析（ $C_{\text{影}} \cdot R_{\text{影}}$ ）：在旅游活动与环境影响已达平衡的系统中，在游客量压力不同时调查其容量，所得数据用于测算相似地区环境容量；
- ② 模拟实验（ $C_{\text{影}} \cdot R_{\text{影}}$ ）：使用人工控制的破坏强度，观察其影响程度，根据实验结果测算相似地区环境容量；
- ③ 长期监测（ $C_{\text{影}} \cdot R_{\text{影}}$ ）：从旅游活动开始阶段进行长期调查，分析使用强度逐年增加所引起的改变，或在游客压力突增时，随时进行短期调查，所得数据用于测算相似地区的环境容量。

(源) 社会心理容量

社会心理容量的主要影响因素是拥挤度，它的测算也是一个比较复杂的问题。目前主要有两个模型可以利用：一是满意模型，也叫假设密度模型，即 $C_{\text{影}} \cdot R_{\text{影}}$ ；二是拥挤感知模型，即 $C_{\text{影}} \cdot R_{\text{影}}$ 。

(缘) 旅游容量的确定

一般对一个旅游区来说，最基本的要求是对空间容量和设施容量进行测算，对生态环境容量和社会心理容量进行分析。有条件的话，也应对后两个旅游容量进行测算。如果上述四个容量都有测算值的话，那么一个旅游区的旅游环境容量取决于以下三者的最小值：

- ① 生态环境容量；
- ② 社会心理容量；
- ③ 空间容量与设施容量之和。

旅游容量是指在某一时期、某种状态或某个条件下，一个国家或地区的旅游资源在保证其旅游系统和功能不受破坏的情况下所能承受人类活动作用的阈值。生态旅游环境容量是进行生态旅游规划与管理的重要依据，对其进行调控是保证生态旅游良性循环的重要手段。生态旅游环境容量具有综合性、反馈性、可变性、可控性、可量测性。

瑶族旅游资源开发对区域社会文化的影响分析

瑶族旅游资源开发对区域的社会影响

旅游资源开发对区域的社会影响指的是,旅游业给旅游目的地社会带来的表现在价值观、个人行为、家庭关系、生活方式、道德观念、宗教、语言、健康等方面的变化,简单地讲就是对人的影响,是旅游地居民通过与游客的直接或间接接触所受到的影响。

(一) 示范效应

游客以其自身的意识形态和生活方式介入旅游地社会中,使旅游地居民的思想发生变化,并产生各种影响,这种作用叫作示范效应。示范效应是旅游对区域社会发生影响的主要途径。对于落后地区,示范效应对提高当地居民的素质有积极的作用。落后地区的居民通过学习和模仿,其行为举止、卫生习惯、经商意识都可以得到改善和提高,从而使其在原来自给自足的基础上增加了为交换而生产的意识,并有可能因此而带来生产方式的变革。

在当地居民中,青年人最容易受到示范效应的影响。游客到旅游地的高消费并不代表他们在居住地的消费水平也高,受过教育的年轻人更倾向于追求高薪水,追求西方的生活方式。示范效应的另一个结果是出现国内或国际移民。移民现象存在已久,尽管旅游业的发展不是产生移民的主要原因,但旅游业使人们在城市就业的机会增多,使许多人从农村迁到城市。此外,为了某种目的而到国外寻找就业机会的也不乏其人。示范效应给旅游地的社会经济带来的不良后果已受到广泛关注。一些专家甚至认为,旅游业把西方的生活方式“出口”到发展中国家,并把那些在西方有争议的都市价值观和腐朽的东西传播开来。

(二) 新殖民主义

一些研究者认为,旅游业在发展中国家的发展过程颇具当年殖民地的色彩。首先,许多发展中国家已经形成对旅游业所获得的外汇收入的依赖,在有的国家和地区旅游业已成为区域的经济支柱,而旅游业是否能够持续发展关键在于是否能满足游客的需要。因此,一些国家把政治、经济的优先权让给了旅游业,如放弃了税收和进口的限制、放弃了对外资企业的管理、放松了对珍贵的旅游资源和人民生活的保护等。

其次,有人认为新殖民主义还表现在大量外汇漏损。大量的外汇进入到外国投资者的手中,而旅游地却获利不多。此外,大量的外国专家、技术人员、管理人员进入国内,获得丰厚的报酬,而本国的技术人才和管理人才难以进入高层等。针对这些似曾相识的现象,有观点认为这样的国家实际上沦为了新的殖民地。

但是也有人认为“新殖民主义”的提法是不恰当的。首先,许多发展中国家利用旅游业来刺激本国经济的发展,而殖民主义初期并不具有这种性质;其次,这些国家在政治上是独立的,外国势力没有参与政府的决策。这些都与原来的殖民主义是不同的。

(三) 道德观念

一些专家认为,旅游业的一个很大而且很不好的副产品是对旅游地人民道德标准的影响。这种影响集中体现在色情、犯罪和赌博等几个方面。

①色情：旅游为作为“古老的职业”的卖淫提供了条件。旅游业的发展为娼妓及其“顾客”创造了良好的场所和环境。一方面，人们旅游到陌生的环境，没有熟人、远离住所，尽情消费这种观念有利于卖淫的产生与发展。另一方面，旅游业为妇女提供了大量的就业机会，可能造成思想解放，为高收入所吸引的妇女，加入到卖淫的行列中去。卖淫常常和毒品、性病、犯罪互有关联，是一个不容忽视的社会问题。

②犯罪：旅游旺季游客密度大，当地的居民收入及消费行为与游客差距过大，会造成心理反差，从而滋生犯罪行为。一般来说，与旅游关系较大的犯罪是经济犯罪，如抢劫、偷窃、贪污、黑市交易、绑架等。旅游地的犯罪行为若得不到有效的控制，则会影响旅游地的可持续发展。

③赌博：赌博不是旅游业所特有的，但是一些著名的旅游地因赌博而闻名，如中国澳门、美国拉斯维加斯等，赌场吸引了大量的游客，因此有人将赌博与旅游联系起来，但一般而言，二者的关系并不是十分密切。

(源) 宗教

宗教信仰一直是促使信徒到宗教中心朝拜的强大的动力。当今旅游与宗教的关系已经发生了很大的变化。一方面，到耶路撒冷、麦加等宗教圣地的游客不全是虔诚的宗教信徒，而仅仅是出于一种好奇。因此，游客的衣着、行为举止常引起信徒的强烈不满，人们担心宗教中心接待游客的做法会使其失去宗教意义。另一方面，宗教场所为了自己的经济利益，把接待游客当作增加收入的重要途径，设置公德箱，出售纪念品。

补充阅读资料 圆 旅游资源开发对宗教的影响

宗教是什么呢？宗教是一种社会意识形态，是对客观世界的一种虚幻的反映，要求人们信仰上帝、神道、精灵、因果报应等，把希望寄托于所谓的天国或来世。据1985年的不完全统计，全世界宗教信徒约占世界游客的五分之四。其中，世界三大宗教的信徒人数分别为：基督教教徒 1.5亿，占世界游客的 75%；伊斯兰教教徒 1.2亿，占世界游客的 60%；佛教教徒 0.5亿，占世界游客的 25%。其他传统宗教的信徒人数占前几位的分别是：印度教教徒 0.8亿；犹太教教徒 0.05亿；锡克教教徒约 0.05亿。另外，各类新兴宗教信徒 0.1亿。

那旅游又是什么呢？旅游既是一种经济现象，又是一种社会文化现象。现代旅游是一种大规模的各种文化的交流。旅游业的发展，旅游资源的开发利用，新的旅游市场的开拓，吸引了更多的游客前来游览、朝圣和学术考察交流，这些都有利于宗教文化的传播、交流和发展，对宗教文物古迹也起着保护、修缮的作用。

发展旅游业，就要大力开发旅游资源，其中对宗教文化遗产的保护和开发是过去和今后的重要任务。实行改革开放政策以来，随着党的宗教政策的落实及有关文物保护法规的颁布执行，许多宗教文物古迹都得到了恢复和维修，如有“世界宗教博物馆”之称的泉州也被列为中国首批二十四座历史文化名城，泉州的许多宗教组织恢复了活动，宗教文化遗产得以整理、传播，文物古迹也得到保护和修缮，重现昔日的风采。由于党和人民政府有关政策的贯彻落实，许多濒临消失或年久失修的宗教文物

古迹得以保护和修复，重新发挥了作用，而旅游业的发展，也迫切要求对宗教文物古迹进行保护和开发，经过恢复和修缮的宗教文化遗产（如寺庙、宫观），使游客可以身临其境，欣赏各种宗教的文化艺术，增长各种宗教知识，使宗教这一人类传统文化得以继承和传播。而随着海外各种宗教旅游团的到来，为中外宗教界人士提供了许多加强联系、互相交流的机会，为宗教文化的传播和学术研究创造了有利的条件。另外，随着信徒和游客的不断增多，许多人捐赠钱款，为宗教文物古迹的保护和维修提供了大量的资金。

当然，旅游业的发展对于宗教文化不只是起着积极的作用，同时也有一定的消极作用。旅游人数的增多，带来了一些人为的破坏和环境污染，如游客在宗教旅游区内乱涂乱刻，乱扔东西，大声喧哗，破坏了宗教名胜古迹独有的宁静和超凡的气氛。游客的不文明行为也会给宗教文物古迹造成一定的损害。例如，四川峨眉山金顶，1985年旅游旺季时游客蜂拥而上，一些年轻人竟然劈床板，扯草垫来烤火，食堂的饭碗也被弄得一个不剩，三天之内，仅金顶一处就造成直接损失一万元（按当时物价标准），更让人愤怒的是，游客造成的火灾使峨眉金顶被焚于一炬；再如驰名中外的佛教石窟——敦煌莫高窟的壁画也苦于游客人数的大量增加，游客的呼吸和汗水所起的化学作用引起壁画的大量剥落，造成了严重的损失。

由此可见，旅游业的发展对宗教文化遗产不只是起着积极的作用，同时也有消极的一面，如何防止和消除这些不利的因素，是我们必须重视和解决的问题。有的宗教名胜古迹已制定出相应的保护条例，如在宗教旅游区范围内禁止乱扔、乱涂、乱刻行为，禁止游客烧烤、野炊、砍伐树木，禁止燃放爆竹、烟花，禁止对各种宗教雕塑、壁画摄影，限制游客人数等，都起到了较好的效果。总之，不能“保”了旅游，而“丢”了宗教文化遗产。

旅游业的发展对于宗教文化的继承、传播、交流和研究都起到了促进的作用。旅游活动是人们需求层次提高的一种表现，能满足人们求知的需要，通过旅游可以增长人们的宗教文化知识，陶冶性情、修身养性。到宗教名胜古迹的人一般具有较高的文化水平，不仅有一般游客，更有朝圣者、宗教信徒和专家学者。因此旅游活动的发展也是人们传播了解、探讨和研究宗教文化的一个重要途径，如古代的鉴真和尚东渡日本传播佛教、明代外国传教士利玛窦来华传播基督教。现代旅游更是一座各种宗教文化交流、研究的桥梁。来华的游客中，就有大量的宗教信徒、朝圣者和专家学者，有的更组成了宗教文化考察团，而国际上还有专门从事宗教旅游的旅行社。1985年初联合国教科文组织组织了“中国与海上丝绸之路”考察活动，他们每到一处，就提出对宗教名胜进行考察和学术交流的要求，同时也带来了国际上最新的宗教文化信息。通过游览、考察和研讨等活动，促进了世界各地宗教文化的交流和研究。

再者，旅游活动的发展也使得一些宗教节日、仪式、用品、教规、音乐和饮食逐渐地传播开来并为人们所熟知和接受。当然，旅游活动的发展对宗教文化也有一些冲击，如一些宗教独有的教规、仪式等慢慢地失去了神秘感和特性，有的甚至变成了一种纯商业性的娱乐活动。

最后，宗教文化遗产的开发，不仅继承了人类的传统文化，而且开辟了人文旅游景观，应该注意的是：宗教文物古迹的保护维修如不与旅游活动的开发相结合，最终

只能是“保”了宗教文物，“丢”了旅游，宗教文化、“国之瑰宝”也无法为国家创造出新的财富，发挥应有的作用，宗教文化本身也无法得到广泛的传播和交流。中外成功的实践证明：宗教文化的继承、保护和传播离不开旅游业的发展，旅游业的发展也有赖于宗教文化遗产这一宝贵的资源。例如西藏拉萨和青海西宁的佛教寺院规模之大、价值之高是少有的，然而由于地处青藏高原，受到气候、交通等条件的限制，游客无法大量出入，难以领略藏传佛教独有的风采。再如泉州这座“世界宗教博物馆”，其宗教种类之齐全是国内罕见的。泉州的佛教影响力最大，有“泉南佛国”之称；还保存着全国最为古老的伊斯兰教寺——清净寺；有世界上独一无二的摩尼教遗址——草庵；有被列为全国重点文物保护单位、全国现存最大的道教石雕——老君岩；此外还有印度教、婆罗门教的珍贵文物，这些丰富的宗教文化遗产，使得泉州被列为国务院公布的全国首批二十四座历史文化名城。二十多年来，泉州开发这些旅游资源，发展旅游业并使之成为当地经济的支柱产业，既吸引了大量的中外游客，也引来了不少宗教信徒、专家学者，从而促进了泉州与外界在宗教文化方面的交流和研究，如近年来先后举办了“中国与海上丝绸之路”国际学术讨论会、“中国泉州南少林武术节”和“泉州南少林学术研讨会”、“伊斯兰教文化与泉州学术研讨会”等，不仅有利于宗教文化的传播、交流和研究，而且吸引了大量的海内外游客，促进了本地旅游业的发展。总而言之，宗教文化与旅游业的关系是密切的，是互相结合、互相影响、互相作用、相辅相成、共同发展的。

宗教对未来世界的影响也许会越来越小，相反其他事物对其影响反倒会越来越来大。也许宗教只是在科技发展一定程度时产生的阶段性产物吧。希望宗教以后不要完全成为旅游或其他事物的附属品。

（资料来源：《旅游资源学》（第2版），中国旅游出版社，2003年，有删节、修改）

二、旅游资源开发对区域的文化影响

（一）促进不同文化的交流

文化变更可以通过不同的文化交流来完成。文化移植理论认为，两种不同文化的交流会通过“借用”的方式向对方靠拢。这种借用是不对等的，往往是较先进的文化影响较落后的文化。现代旅游业的发展使不同国家和地区、不同民族和文化之间的交流日益增多，这种交流有助于消除拥有不同社会制度、不同宗教信仰、不同传统文化的国家之间存在的社会、民族偏见，促进相互了解。

旅游所带来的文化交流的程度会受到特定因素的影响，主要包括以下三个方面的因素：

①游客因素。团队游客与散客同当地居民的交流机会大不一样。这种交流的程度因行程的安排，游客的旅游动机、欣赏水平、爱好和生活经历不同而变化。单独旅游的游客有更多的机会较为深入地接触旅游地的文化。

②时间、空间和交流因素。游客和旅游地居民的交流还受到游客逗留时间、双方交往的自然和社会空间、双方的语言表达能力、双方的交流愿望等的影响。

③文化经纪人因素。旅游地的主人在交流的过程中也会起到一定的作用，这就需要文化经纪人的努力。文化经纪人在很大程度上将决定主客间交流的程度，他们可以在不损害本地文化的前提下，有选择地向游客展示自己的文化。

补充阅读资料 2-1 旅游资源开发对区域文化的影响——丽江宁蒗县泸沽湖景区案例

一、对当地文化的认识——关于摩梭文化

摩梭人是纳西族的一个支系，仅在婚俗、亲戚关系传统和一些宗教信仰方面区别于丽江纳西族。在泸沽湖地区还生活着其他民族，如彝族和普米族。除语言区别外，普米人在文化上和摩梭人非常相似，他们都信奉藏传佛教，有相似的婚俗。

一般认为母系社会是在父系社会（汉族模式）之前存在的家庭结构的原始状态，而西方人类学家还有其他观点（对于这些观点，学术界还需进行深入研究），他们认为：

（员）摩梭人和纳西族的社会组织形态基本是不相关的（一种并不是另一种的前期状态）；

（圆）它们在同一时期朝不同的方向发展；

（猿）摩梭人原来处于父系社会，后来才发展到母系社会或反之，但任何一种社会组织形态都不比另一种更高级或更进步。

在解放前，摩梭社会的封建色彩和等级色彩比较浓厚。一些贵族家庭拥有奴隶，而一些贫民沦为奴隶。奴隶主和奴隶商人与摩梭贵族曾在不远的宁蒗县进行奴隶贸易。1956年，土地改革后最后一个摩梭土司下台了。在云南，除了西双版纳的部分傣族社区外，云南省的几乎所有少数民族都经历了类似的变化。

摩梭人和周围其他民族的居住地曾处于过去的商贸通道上，当然这一商贸通道的规模比不上茶马古道（也许是茶马古道的分支），西藏和滇中的许多商品交换是经由这条通道进行的，这也是泸沽湖地区多民族混居的一个原因。

摩梭人和普米人保留着母系社会传统，女性在家庭中有世袭的主宰权，她们有权选择伴侣，并在认为合适结婚之前不必与伴侣结婚，她们有权在任何时候结束与伴侣之间的关系，无须办理离婚手续、分割财产，也不会失去对子女的监护权。无疑，这种前工业社会的乡村母系社会形态对游客有极大的吸引力，但向游客展示他们的习俗要尊重居民个人的隐私，不要把这种文化的价值庸俗化。

在母系社会中，男性的地位常不受关注，但在旅游市场营销中或在旅游地解说翻译时应对其进行准确界定并让游客正确了解。据了解，男性在公共事务和村落事务中的参与程度高于女性。然而，在旅游应怎样发展、女性私生活的什么层面可以向游客展示等问题上我们应充分征求和考虑女性的意见。

二、目前影响状况

表 2-1-1（见下页）是对目前泸沽湖社会文化价值的评估。

在落水村，旅游的发展已对当地产生了影响，落水村的居民参与导游和提供住宿，还有一些村民为游客提供划船和骑马活动，这些活动带来的收益由全家人共同分享。有的是几家人共同拥有一艘木船，轮流为游客划船。他们最常去的地方是有庙宇的小岛，也有的带游客在船上捕鱼。

落水村的旅馆是摩梭人和彝族人经营的。在和摩梭人的谈话中我们得知，摩梭人担心由于彝族游客多，彝族人会愈来愈多地参与旅游经营，有一天彝族人的经营会超过摩梭人。他们没有提到普米人，或许是因为传统的相似性，摩梭人并不认为普米人会太多地威胁他们的利益。

表 怨-源

泸沽湖社会文化价值评估

项播目	评播价
美学价值	中到高
历史价值	中
教育价值	中到高
社会价值	高
科学价值	高
稀有度	稀有
当地有无管理规划或政策	有（但很少）
当地有无定期监控和维护	有
主要利益相关者是否能参与决策	不总能（目前）
游客过量对下列要素产生负面影响的程度	
（员）社会组织结构	高
（圆）当地社区的生活方式和文化传统	高
对当地的改变（如旅游产品开发）对下列要素产生负面影响的程度	
（员）社会组织结构	高
（圆）当地社区的生活方式和文化传统	高

当地的 苑户居民全民参与旅游业，很多家庭每天能获得几百元的旅游收入，与泸沽湖周围没有参与旅游业的村落的经济收入形成了鲜明的对比。

旅游业的发展增强了摩梭人的文化自我认知和文化自信心，以至当地一些汉族居民也开始乐于自称为摩梭人。经济的发展已冲击到当地文化传统的保存，例如，热衷于经济活动使当地人淡漠了对祭祀、宗教、传统仪式的热情。原来，村里人对老人十分尊重，但现在，作为家庭主要经济支柱的年轻人的控制地位已明显上升。

旅游并不是造成当地文化变迁的唯一原因。这一区域已能收看到电视，这里有电视塔，有些建筑甚至安装了卫星天线（这些也是富裕的象征，可能是由于旅游业的发展）。许多家庭在还未通自来水时就通了电并买了电视机。电视会加速文化的变迁，也会造成文化碰撞，因为很多电视节目是反映汉族生活的，传达着汉族的家庭价值观。

旅游业的发展对当地走婚习俗的保持没有明显的影响。据当地官员说，现在 愿豫的摩梭人仍然保持走婚习俗。据介绍，不久前落水村管理机构制定了一条地方民约，要求每个摩梭人都恢复走婚的生活方式。这项民约的合理性和可行性尚待探讨。

（资料来源 播憎增播怨员魁播毛 转 播播禁费理流有 播播 粤 播播 播 越 播表）

（圆）对传统文化产生的影响

旅游业的发展引起了旅游地工艺美术品的风格和形式发生变化，也改变了其中的文化意义。

工艺品在与外界交流的过程中经历了三个主要的变化阶段：①失去其传统的艺术设计形式；②代之而起的是能成批生产的退化而简单的工艺品；③随后而来的是技术水准很高和富有地方特色的工艺品的复兴。

旅游的发展可以为传统艺术形式的复兴提供机会，同时可以提高工艺品的设计技术和制作质量。例如，云南石林五颗松的撒尼人的针织手工艺品的复兴和扩大生产、贵州苗族和布依族的蜡染手工艺品的振兴都得益于旅游业的发展。但另一方面，旅游业也会导致传统艺术形式的退化。旅游业起到了保护传统文化形式的作用的同时，也导致了假冒工艺品的产生，导致了工艺品的形状、大小和作用发生变化，从而使工艺品的制作方式、制作材料都降格。

旅游活动中了解旅游地的文化是一项重要的内容，不管这个旅游地的文化有多么复杂，都可以归为诸如艺术、工艺、舞蹈、音乐、建筑、节日等几个方面，然后将其推向游客。这样的文化销售在发展中国家最为普遍。游客在出发前就会根据旅游广告对旅游地产生一种印象，而旅行社又在旅游地组织与这种印象相符合的活动，其结果是那些在旅游地自然存在的、吸引游客的东西，被人为地安排成一种间接的东西呈现在游客眼前，那些传统的节日、风俗习惯在经过预先的安排以后以娱乐的形式被介绍给游客，从而失去了其原有的意义。这种因旅游地居民表演而导致本土文化的扭曲，并不是发展中国家特有的现象，在发达国家也有。文化形式一经修饰来为游客的消费服务就失去了其原有的意义。图 9-1 是澳大利亚北部某旅游区在旅游开发中对土著文化的利用。

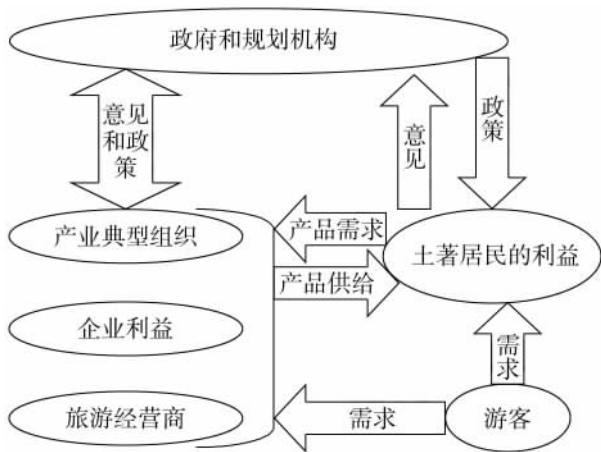


图 9-1 澳大利亚北部某旅游区在旅游开发中对土著文化的利用

总之，旅游业对旅游目的地所带来的影响是巨大的，所产生的作用有正面的，也有负面的。对待这种影响，旅游地所采用的方法也是多种多样的，归纳起来基本有“抗拒”、“回避”、“划界隔离”、“传统复兴”和“接纳”几种态度。在不同的情况下旅游地可能会采用其中一种或几种态度。但总的来说，应该采取积极的态度来面对这种文化的碰撞。

本章小结

本章主要介绍了旅游业的经济特性、旅游资源开发对经济发展的促进作用；旅游资源开发对地方经济的消极影响；旅游资源开发对环境的影响；旅游资源开发对区域的社会、文化影响。

主要概念

共生关系 示范效应 新殖民主义 冲突关系 独立关系

选择题（至少有一个选项是正确答案）

1. 旅游容量分为()。

A. 空间容量

B. 设施容量

C. 生态容量

D. 社会心理容量

2. 旅游资源开发对区域的社会影响表现在()方面。

A. 示范效应

B. 交通堵塞

C. 建筑污染

D. 宗教

E. 道德观念

F. 新殖民主义

判断题

1. 游客以其自身的意识形态和生活方式介入旅游地社会中，使旅游地居民的思想发生变化，并产生各种影响，这种作用叫作示范效应。（ ）

2. 共生关系是指旅游与环境保护相互支持，彼此受益。（ ）

3. 旅游业是一个投资少、见效快、效益高的行业，这适用于所有地区。（ ）

4. 旅游消费的异地性，是指游客的旅游行为主要产生于旅游地，游客为获得旅游体验，接受旅游服务，完成旅游经历，就必须离开常住地前往目的地进行消费。（ ）

简答题

1. 旅游业有哪些经济特性？

2. 旅游资源开发对区域经济的影响体现在哪些方面？

3. 旅游资源开发对区域的社会影响有哪些方面？

4. 旅游资源开发对区域环境可能造成哪几方面的影响？

讨论题

1. 两人一组，分别选择各自所在的城市作为讨论的对象，分析该市的旅游资源的开发给当地的经济、环境、社会文化分别带来了什么影响，然后各组之间相互交流。

2. 两人一组，分别就各自组讨论的结果，分析这些影响中哪些对当地的发展有利，哪些会产生危害。

案例分析题

青藏铁路对西藏旅游业的影响

据西藏自治区旅游局统计,在青藏铁路全线开通后的首个黄金周内,全区共接待游客 100 万人次,比上年同期增长 15%。在火车激起新一轮“西藏旅游热”的同时,标志着这条“天路”把我国旅游热点版图“火”上了“世界屋脊”。

乘坐火车到拉萨的北京游客齐女士说,以往黄金周考虑到交通条件和旅游费用等,她与丈夫一般都到东南沿海一带旅游,“现在好了,能坐实惠的火车直达神往已久的西藏”。据了解,青藏铁路全线开通 5 日内,共运送旅客约 100 万人次,让越来越多的人实现了进藏旅游的梦想。

“十一”黄金周期间,上海、广州也相继开通了直达拉萨的火车,至此,已有北京、西宁、成都等 7 个城市有了进藏直通车。这些火车途经江苏、河南、陕西等 5 个省区,贯穿京广、京沪、陇海、兰青等“铁路大动脉”,将我国东部发达地区与西部欠发达地区紧密地联系在一起,使占全国八分之一国土面积的西藏迅速融入热点旅游框架中。

中国旅行社公民部副总经理张晓君认为,青藏铁路把人迹罕至的雪域高原独特景观串成了一条“世界旅游极品线”,也把中国旅游热点版图延伸到了“世界屋脊”。

火车拉动了新一轮“西藏旅游热”,通过长途汽车、航空、自驾车等途径进藏的游客都在增加。10 月 1 日,拉萨机场还迎来第一架载有 100 名新加坡游客的包机,使西藏首次成为海外游客的直接旅游目的地。火车甚至使整个青藏高原的旅游空前地“火”了起来。据青海省旅游局统计,最近 7 个月来,全省旅游总收入同比增长 15% 以上。

西藏自治区旅游局预测,今年西藏旅游旺季会由往年的 7 月延长到 10 月,全年接待游客人数有望超过 1000 万人次,将比上年增长 15% 左右。

(资料来源:《中国旅游报》,2005 年 10 月 1 日,有删节、修改)

分析:青藏铁路的开通为西藏自治区旅游资源的开发带来了前所未有的契机和驱动力,请结合本章的知识,分析在青藏铁路开通的驱动下,西藏的旅游开发会给西藏的经济、社会文化、环境等方面带来哪些影响?

结合你所分析的青藏铁路的开通给西藏的经济、社会文化、环境等方面带来的影响,分析哪些影响是消极的,哪些影响是积极的。结合本章的知识,分析如何消除那些消极的影响。

第 10 章 旅游资源保护

学习目标

通过本章的学习，了解旅游可持续发展理论的形成；掌握旅游可持续发展理论的基本观点；了解旅游资源保护的必要性与紧迫性；了解并掌握旅游资源保护的对策和措施。

10.1 旅游资源可持续发展

10.1.1 旅游资源可持续发展理论

(一) 旅游可持续发展的思想

可持续发展思想是从西方社会发端的，其标志是 1987 年美国著名作家莱切尔·卡逊所著的《寂静的春天》一书的出版。可持续发展思想大体上经历了三个发展阶段：一是萌芽阶段（1987—1995 年），二是形成与发展阶段（1995—2002 年），三是实践阶段（2002 年至今）。可持续发展缘于持续性这一概念，持续性的概念是由生态学家首先提出的，即所谓的生态可持续性，最初是着重于从自然属性的角度定义可持续发展，即“保护和加强环境系统的生产和更新能力”。后来出现了从社会属性、经济属性和科学技术属性等角度来定义的可持续发展的概念，但真正得到国际社会普遍认可的可持续发展概念，是在《我们的未来》这一份具有划时代意义的报告中提出的。这份报告由联合国世界环境与发展委员会于 1987 年 9 月提出，并在 1992 年于巴西里约热内卢举行的联合国环境与发展大会上得到公认。鉴于时任联合国世界环境与发展委员会主席的布伦特兰夫人对该报告的提出作出的卓越贡献，该报告又名《布伦特兰报告》。报告《我们的未来》以可持续发展思想为指导，对当前人类在经济发展与环境保护方面存在的问题进行了全面而系统的评价。该报告认为，可持续发展应是既满足当代人的需求，又不危及后代满足其需求的发展。不难看出，这个得到国际社会普遍认可的可持续发展概念，就其社会发展观而言，主张公平分配，以满足当代和后代全体人民的基本需求；就其经济发展观而言，主张建立在保护地球自然系统基础上的持续经济增长；就其生态环境观而言，主张人类应与大自然和谐相处，切实保护好人类赖以生存的自然环境。这些观念是对传统发展模式的挑战，是人们探求新的发展模式而建立的新的发展观，也是研究旅游可持续发展和推进旅游业可持续发展的思想与理论基础。

(二) 旅游可持续发展的内涵

随着可持续发展理念在全球范围的深入，世界各国、各地区积极响应，旅游可持

续发展问题逐渐成为旅游界关注的焦点。1992年,联合国教科文组织、联合国环境规划署和世界旅游组织等在西班牙召开“可持续旅游发展世界会议”,通过了《可持续旅游发展宪章》,同时制订了《可持续旅游发展行动计划》。宪章强调旅游业发展要将经济发展目标与社会发展目标结合,保证资源的可持续利用。

世界旅游组织编写的《旅游业可持续发展——地方规划指南》,把旅游可持续发展界定为“在维持文化完整、保护生态环境的同时,满足人们对经济、社会和审美的要求。它能为今天的主人和客人们提供生计,又能保护和增进后代人的利益并为其提供同样的机会”。其基本内涵包括以下几个方面的内容:一是旅游业发展要以不破坏其赖以生存利用的自然资源、文化资源及其他资源为前提,并能对生态环境保护给予资金支持,使其得到可持续利用;二是旅游资源应该能承载日益增长的旅游者数量,动态满足旅游者日益增加的多样化需求,并能保持对未来旅游者的吸引力;三是旅游业必须能够满足当地居民长期发展经济、提高生活水平的需要。旅游业可持续发展就是以系统的、协调的、全局的、长远的方式来发展旅游,其核心是协调旅游地生态环境、旅游地居民生活和文化以及与旅游者之间的关系,兼顾三者的利益,使旅游业稳定、有序、持续地发展。

(猿) 旅游可持续发展的目标体系

旅游可持续发展应包括以下四个目标:

①通过旅游开发满足地方经济发展的需要,在现实和长远目标中提高旅游目的地居民的生活水准和生活质量。旅游以当地经济发展所提供的各种机遇为发展的基础,与当地经济有机结合,对当地经济发展起到积极的促进作用。

②维护作为旅游发展之基本吸引要素(组成要素)的环境资源质量(包括自然环境要素和人为环境要素)。旅游发展必须建立在生态环境的承载力之上,考虑旅游对自然环境、生物多样性的影响,考虑旅游活动对当地文化遗址、文化传统的影响。

③保持并提高旅游业的竞争力和生命力,维护公平的经营环境。

④满足日益增长的旅游需求,为旅游者提供高质量的旅游感受。

(源) 旅游可持续发展思想的实质

旅游可持续发展思想概括起来应有三个方面的实质含义:一是公平性(云散均等),强调本代人的公平、代际间的公平以及公平分配有限的旅游资源,特别是公平分配不可更新旅游资源(这里的公平分配不是指公平占有,主要指满足人们旅游需求的公平机会),在未找到替代性资源以前尽可能地延长旅游资源的生命周期,避免不可更新旅游资源过早地枯竭;二是持续性(杂源持续利用),强调旅游资源的开发与旅游业的发展应在生态系统的承载能力之内,保持生态生命支持系统和生物多样性,保证可更新资源的持续利用,同时使不可更新资源的消耗最小化,因为旅游业的发展对不可更新旅游资源的消耗是绝对的,且随着旅游开发利用程度的增强生命周期将呈缩短趋势,为了后代人公平享用这些资源,必须对旅游的发展提出速度和规模的界限,这正是可持续发展与以往任何发展思想最明显的区别所在,反对为满足本代人需求和为谋取短期利益而掠夺式开发旅游资源;三是共同性(悦集全球),由于各国文化、历史和社会经济发展水平存在较大差别,旅游可持续发展的具体目标、政策措施和实施步骤不可能是唯一的,但是,可持续发展作为全球发展的总目标,它所

体现的公平和持续精神则是共同的，并且实现这一总目标必须采取全球共同的联合行动，既尊重所有各方的特色与利益，又要在保护全球环境与发展体系方面采取国际统一行动，进一步发展共同的认识和共同的责任感，反对狭隘的政治观、区域发展观和缺乏共同性的民族观，它更接近于把地球作为一个整体来对待，体现的是全人类的共同利益和发展需求。

旅游资源可持续发展的实施

(一) 旅游可持续发展的基本原则

① 满足全人类需求的原则

旅游资源是全人类共同拥有的宝贵财富，是人类文明进步的见证。发展旅游业首先要适度利用旅游资源，实现经济效益，满足东道主社区的基本需要，改善东道主社区居民的生活。在此基础上，再满足旅游者对更高生活质量的渴求，满足其发展与享乐的高层次需要。

② 资源有限性原则

旅游资源满足人们目前和未来需要的能力是有限的，这种限制性表现为旅游环境的承载力，即一定时期、一定条件下某区域所能承受的人类旅游活动的阈值。只有找到旅游环境承载力的一个最佳值域并将旅游开发控制在这一范围内，才能既满足当代人类旅游的需求又保证旅游环境系统自我调节功能的正常发挥，进而实现旅游可持续发展。对于可再生性旅游资源，必须保证对其利用与该资源的“可持续生产”相一致；对于不可再生性旅游资源，应强调节约利用、再利用和再循环。

③ 公平持续性原则

公平持续性原则，首先强调的是本代人之间的公平。可持续旅游发展应重视东道主社区的贡献，东道主社区有权参与本地旅游开发的有关决策，并分享发展旅游业所获得的收益，社区内部收益分配也必须坚持公平原则，保证同代人之间的公平是各国尤其是发展中国家实施旅游可持续发展战略的首要前提。其次是强调代际之间的公平持续以及公平分配有限的旅游资源，特别是公平分配不可更新的旅游资源。在未找到替代性旅游资源以前尽可能延长旅游资源的生命周期，避免不可再生资源过早枯竭。

④ 系统性原则

旅游业是社会大系统中的一个组成部分，与系统的其他部分既相互区别又相互依存，旅游可持续发展战略的实施离不开其他行业乃至整个社会可持续发展战略的实施与运行。

(二) 旅游可持续发展实施的途径

① 保护生态环境是实施旅游业可持续发展的根本保证

生态环境是旅游业生存与发展的物质基础，世界旅游组织秘书长萨维尼亚克说过：“成功的旅游需要高质量的环境。”在社会系统中，旅游业是与环境联系最为紧密的一种经济文化性产业。所有旅游者和旅游业从业人员的行为都会影响环境和旅游资源的可持续利用。因此，保护好优美的自然生态环境，维护和创建良好的社会文明环境是旅游业快速、高效、持续发展的根本保证。

② 建立旅游资源开发与规划的标准和体系是实现旅游业可持续发展的重要前提

旅游资源是存在于自然和社会生态系统中的，只有与环境协调的旅游资源才最具

吸引力。旅游资源开发是高文化、高科技、高智能的开发，必须考虑生态因素和环境因素以及开发的“时序性”等问题，以旅游业可持续发展为根本思想，兼顾经济效益、社会效益、环境效益和公平原则，建立切实可行的旅游资源开发与规划的标准和体系。

③ 实施科技兴旅战略是实现旅游业可持续发展的关键

现代科技是科学保护和开发旅游资源、加大旅游产品的科技文化含量、提高旅游经营管理水平和提高旅游社会环境质量的重要基础。现代科技是旅游业可持续发展的科学基础，将科学技术运用到旅游业中，对于延展旅游资源和生态环境的保护，都具有极其重要的作用。

④ 所有旅游利益相关者的共同努力是旅游业可持续发展的必备条件

旅游业的可持续发展是一条任重道远的发展道路，它不可能一蹴而就，它的实现需要几代人的共同努力。前文曾经提到过，所有旅游者和旅游业从业人员的行为都会影响环境和旅游资源的可持续利用。因此，实现旅游业的可持续发展绝不能仅仅靠政府管理部门或某个旅游企业，而是要靠所有旅游利益相关部门和人员共同努力。

资源保护 旅游资源保护的必要性与紧迫性

资源保护 旅游资源保护的必要性

(一) 保护旅游资源就是保护旅游业

旅游资源是旅游开发的必备条件之一，是构成旅游产品的重要组成部分。没有旅游资源，就没有旅游业的生存和发展。然而，旅游资源在开发成为旅游产品后，会受到不同程度的影响和破坏，从而降低或失去自然旅游资源的美学特征及观赏性，或使人文旅游资源丧失历史文物价值及文化价值，最终减弱旅游资源对旅游市场的吸引力，严重者甚至缩短旅游资源重复使用的时限，严重地影响旅游业的发展。因此，从这一角度来讲，保护旅游资源就是保护旅游业。

(二) 保护旅游资源就是保护生态环境、保护旅游地文化

旅游资源的涵盖面十分广泛，它既包括自然赋存的山川、河流、湖泊、动植物等自然旅游资源，也包括人类活动创造的人文旅游资源。前者是生态环境的重要组成部分，后者是重要的文化遗产。保护旅游资源就是保护以上要素，从而实现对生态环境及旅游地文化的保护。

资源保护 旅游资源保护的紧迫性

日前，旅游业已成为世界公认的大产业，但在旅游业一片繁荣的同时，却也面临着严峻的挑战：在千百年的风雨侵蚀和人为作用的影响下，旅游资源已出现衰败的迹象，如稀世之宝甘肃的敦煌壁画和雕塑，频受威胁；北京故宫、天坛、颐和园的汉白玉浮雕、铜制品，正遭受酸雨的侵蚀；一些曾名扬天下的苏州园林和庭院，正从地图上消失；举世闻名的云南石林，也正遭受人为的破坏……与此同时，旅游业不规范的发展对旅游地的环境造成了严重的不良影响，如基础设施和交通设施的过度膨胀、旅游区和旅游景点的粗放管理，甚至无节制的旅游活动，都给旅游地带来大量污染；游客的涌入使旅游地传统的民风民情逐渐被异化、冲淡甚至消失，当地居民的观念也发生了很大变化，在金钱利益的驱动下，扰乱社会秩序和破坏环境的行为不断出现。资

源的衰败和环境的恶化，使旅游业的生存和发展受到直接威胁。这种形势，迫切要求我们必须从理论和实践上对旅游资源保护给予高度重视。可以毫不夸张地说，旅游业作为一项长远的经济文化事业，在未来能否有更大的发展，关键要看旅游资源的保护能否真正落到实处。所以，旅游资源的保护还任重道远。

补充阅读资料 一 影视拍摄何以成为“文物杀手”？

人们尚未出离《无极》剧组破坏云南香格里拉碧沽天池美景的愤怒，浙江又爆影视剧组毁损该省仙都风景区内国宝级摩崖石刻事件。《大旗英雄传》剧组在仙都风景区拍摄期间，为不影响拍摄效果，竟用涂料喷涂覆盖石刻字——仙都景区地处浙南丽水缙云县，其摩崖题记为全国重点文物保护单位。

当人们还在为《无极》剧组破坏云南香格里拉碧沽天池美景而扼腕时，《大旗英雄传》剧组的破坏行为则更加激发了公众对影视拍摄破坏生态环境与文物的担忧。正如一位老文物工作者所言，“文物是不能再生的，也是不能复制的，一旦损坏就没有了”。我们还有多少文物禁得起折腾呢？

然而随着影视拍摄“自然化”、“人文化”倾向的加剧，我们的原生态的自然环境、历史遗留的文物正遭遇前所未有的破坏，而这种破坏却是伴随着“走向市场”、“扩大知名度”这样一个诱人的口号而前进。很多历史遗迹以及文物都在这样一个冠冕堂皇的理由下被肆虐得千疮百孔，《无极》剧组、《大旗英雄传》剧组作为知名制片方所以行为备受关注，而笔者暗自揣测，还有多少不知名的文物在影视拍摄的过程中被扼杀呢？

而此情此景让笔者想起日前风靡全球的大片《达·芬奇密码》，据报道，电影《达·芬奇密码》制作方在多次努力后才通过官方渠道获得进入卢浮宫拍摄的准许，他们填写了相关文件，并作出了不破坏卢浮宫任何珍贵文物的保证，才得以网开一面。而好莱坞影片《海滩》在泰国普吉岛和披披岛拍摄时，更因破坏当地海岸生态系统而被当地环保主义者告上法院。如此“琐碎”的小事在国内影视拍摄中是难以想象的，就像笔者从未听闻哪家剧组被文物单位和自然景区拒之门外或告上法院的消息。

近年来，拍摄文物古迹电影、电视和使用文物古迹作为场景拍摄故事片、电视剧的现象日益增多，从而损坏文物古迹，损害国家利益的事件亦时有发生。那么这是不是意味没有法律的约束呢？在笔者查阅相关规定后发现，早在 20 世纪 80 年代国家就出台了《关于使用文物古迹拍摄电影、电视故事片的暂行规定》，然而规定犹如“鸡毛”一般，丝毫不见“令箭”的作用。

中国是一个文化古国，或许正因为如此，多如牛毛的文物古迹才让一些人毫不在意。为了所谓的“经济发展”、“知名度”而不惜让文物以“透支”的方式来过度宣传。当文物古迹为影视拍摄“锦上添花”时，却是以牺牲子孙后代的利益为代价。对文物古迹“保护”之责应该远大于“扬名”之需。在影视拍摄逐渐成为“文物杀手”的同时，如果我们还是一如既往的“不了了之”，或者“大事化小、小事化了”，那么终有一天，我们的文物古迹只有在影视作品中才能寻觅得到了！

（资料来源 网络资源）

分析古今中外旅游资源被破坏的原因,大体上可归结为自然衰败和人为破坏两个方面。

(一) 旅游资源的自然衰败

旅游资源,无论是自然形成的还是人工创造的,都是大自然的一部分。大自然的发展变化,也会使旅游资源产生变化,使之衰败。根据影响的程度和速度,可分为突发性破坏和缓慢性破坏两种。

①突发性破坏。自然界中突然发生的变化(如地震、火山喷发、海啸等自然灾害),会直接改变一个地区的面貌,毁掉部分或全部的旅游资源,这种现象被称为旅游资源的突发性破坏,如雕塑于公元前 9 世纪至公元前 6 世纪的世界古代七大奇迹之一罗德岛上的太阳神像就毁于地震。在 1975 年大地震中,中国历史文化名城云南丽江大研镇的部分古建筑也遭到破坏。1983 年 11 月 15 日,夏威夷岛上最古老的瓦吼拉神庙,被基拉韦厄火山喷出的岩浆淹没,一处拥有 2000 年历史的名胜古迹毁于一旦。

②缓慢性破坏。缓慢性破坏包括自然状态下的机械风化、风吹雨淋及生物作用所导致的旅游资源形态和性质的改变。

任何名胜古迹都时刻受着自然机械风化的危害,如埃及的基奥普斯金字塔,一千多年来的风化所产生的碎屑体积已达 10 万立方米,平均每年损耗 1 立方米,即整个金字塔表层每年损耗约 1 毫米。有些更古老的金字塔风化得更严重,许多大石块几乎完全被损坏,或者只剩下近似圆球形的团石,台阶上则堆积很厚的碎屑。又如秦始皇陵,据三国时魏人记载:“坟高五丈,周围五里余”,经折算,高约 16.7 米,底边周长约 1637 米,这座由人工用黄土堆积的陵墓,经过 2100 年的风化侵蚀,目前高度已降到 13.5 米。中国的敦煌、龙门、云冈等三大石窟及其他帝王陵墓石雕也同样受到了自然机械的破坏。

鸟粪对旅游资源的化学分解作用也属于自然风化。养鸽在欧洲许多城市颇为流行,它能增加城市的生气,但同时鸽粪落到屋顶或雕塑上,就很难清洗,而鸽粪对雕塑的化学分解作用远大于工业废气。曾有人主张在天安门广场放养万只鸽子,后有关部门考虑到对故宫的保护而未实行,实为北京文物保护的一大幸事。

(二) 旅游资源的人为破坏

旅游资源的人为破坏,是多方面的、严重的,大多破坏程度超过了自然风化,有的甚至是毁灭性的。按破坏产生的根源来看,可分为建设性破坏、生产性破坏和旅游活动导致的破坏三种。

①建设性破坏。建设性破坏主要指工程建设、市镇建设和旅游资源开发建设中由规划不当导致的旅游资源破坏,其破坏方式主要有以下几种。

①直接拆毁或占用文物古迹。中国是一个具有五千年悠久历史的文明古国,有旅游价值的文物古迹比比皆是,这是古人给我们留下的一份宝贵遗产,但是由于无知和愚昧,在建设中遭到严重破坏的旅游资源不计其数,如中国的古城墙除西安等少数地方保存尚完好外,其他地方的古城墙大都被拆除,包括北京的古城墙;又如在苏州城市建设中,有 20 处古典园林和庭院已遭破坏。昔日有“十八景”盛誉的沧浪亭被某单位占用后,玲珑剔透的假山被烧成石灰,山洞埋入地下,楼阁不见踪影,西园、芥园、五峰园、塔影园、芳草园、梅园、柴园、楼园、瑞云园等也已从地图上

消失。

遭市政建设工程对景观环境的破坏。在风景区，有些工程建设不当破坏了风景区周围的景观和谐及建筑的风格和意境，如中国四大名园之一苏州拙政园周围建设了远个工厂，烟囱、水塔、高楼等建筑挡住了人们的视线，破坏了风景区的整体环境，站在园内已无法见到雄伟挺拔的北寺塔；再如杭州西湖四周的现代建筑、广西桂林市内的高层建筑、沈阳故宫周围的大楼和住宅等，都属于类似的情况。

由于旅游规划不当而在景点建设中造成的破坏。旅游开发从某种意义上说就是在自然山水或原有风景区的基础上添加人工建筑，使之适应旅游活动开展的需要。当这种“添加”与原有景观的美学特征相悖时，就会对自然本身产生破坏作用，此种教训当前屡见不鲜，如西岳华山，当年为建一条进山路，毁千年绝壁，埋溪流泉水，把远米长的山道上的树木连同千年古树一起砍光，造成不可估量的损失；东岳泰山南天门景区内修建的“南天门娱乐城”，与岱顶古朴、超脱的氛围极为不符；云南大理，是中国首批公布的历史文化名城之一，在旅游开发中曾一度由于片面考虑古城的石板地面不利于旅游车辆行驶，将其改为柏油路，与古城风貌格格不入。此外，不论大小，山地景区均一味模仿而掀起的“索道建设热”，也大大损伤了很多山地景观的完整性，成为旅游景点建设中的败笔。

②生产性破坏。生产性破坏是指工农业生产对旅游资源的破坏和对旅游环境的污染。

工业生产对旅游资源以及旅游区自然生态环境的破坏，往往是相当严重的。例如，被称为“浙江旅游生命线”的富春江，过去江水碧波荡漾、清澈见底。近年来，沿江修建的一批小化肥厂、小农药厂、小造纸厂，使大量污水废渣排入江中，以致江水泥浊，富春江两岸废渣堆积长达缘米，约猿立方厘米。又如，西安是中国古代风貌保存最好的城市之一，古老的城墙、鼓楼、大雁塔、秦始皇兵马俑等景观，每年吸引无数中外游客。然而，这座文化古城正在遭受多种工业带来的严重的大气污染和水污染，那些缺少保护的历史遗迹，因此而蒙受破坏。

落后的农业生产方式，无计划地过度采石、伐木、取水，对风景区旅游景观的破坏不仅严重，而且其后果将是不可逆转的，如云南石林，是国家重点风景名胜区，成批的农民涌入区内采石，把造型优美的高石芽截去半截，用于烧制石灰或生产水泥，使石林伤痕累累。安徽九华山盆地，猿年前四周林木郁郁葱葱，圆世纪苑年代只留下少许残林，其余均被砍伐，垦为农田。昔日“天河挂绿水，绣出九芙蓉”的九华山，如今已出现光秃秃的山岭。

(猿) 旅游活动对旅游资源的破坏

①旅游活动的开展加快了名胜古迹的损坏和衰败。古代丰富多彩的名胜古迹，如石刻雕塑、壁画等重要的旅游资源，尽管在自然条件下也会历经风化作用而衰竭，但其过程缓慢。旅游开发后，旅游活动的开展，大量游客的涌入，加速了自然风化的速度，导致古迹被破坏，如我国著名的甘肃敦煌石窟，过去窟中空气干燥，自然风化缓慢，艺术品经千百年仍然栩栩如生，但近年来大量游客进入石窟，人们呼出的水汽和二氧化碳改变了石窟中内的大气环境，游客的衣服也不时与墙壁摩擦，光线的增强也加速了雕塑、壁画的变质，许多壁画的逼真细节已失去光泽，红色和肉色逐渐变为黑

色。此外,在一些著名的风景名胜区内,不断增加的游客,使景区地面因踩踏磨损而失去原有的特色,如故宫广场和许多殿堂内的路面、地面因游客密度过大而严重磨损。有人估算,故宫铺地的“金砖”,每年磨损达 1 厘米,御花园的地面土壤也因此而板结,几棵古树已面临枯死。颐和园蜿蜒 2 千多米的环湖长廊的地砖,每隔几年就要更换一次。还需指出的是,部分素质低下的游客对文物古迹的任意刻划、涂抹所造成的破坏也是极为严重的,如在很多景点,我们经常看到“伊伊到此一游”的刻痕。

②大量游客的进入,使旅游区的自然生态环境受到严重威胁。一方面,大量游客的踩踏使土壤板结,古树枯死;游人在山地爬山登踏,挖掘土石,破坏了在特定自然条件下形成的稳定的落叶层和腐殖层,造成水土流失,树木根系裸露,成片山草倒伏;由于宣传教育不足,游人损木折花、狩猎禽兽的现象在旅游区也十分常见。所有这些都对自然生态平衡产生了巨大的威胁。另一方面,在一些旅游城市和旅游景区,游客的进入和旅游活动的开展,对自然生态环境造成了污染,如为满足游客参观、游览的需要而配备的机动车船排出的大量废油、废气,污染了旅游地的大气和水体;游客食宿产生大量的生活污水和生活垃圾,就近排入景区附近水域造成严重污染。

旅游资源保护的对策与措施

对旅游资源的保护实质上包括两个方面的内容:一是对旅游资源本体的保护;二是对旅游资源所赋存的环境的保护。根据旅游资源和旅游环境遭到破坏的原因的不同,保护工作可以从很多方面入手。

在旅游资源开发中加强立法、严格执法,使旅游资源的保护有法可依。有关旅游资源和旅游环境保护方面的立法,就是给旅游者、旅游经营者和旅游管理者制定的行为规范。就内容而言,立法应特别包括旅游区建设项目的审批办法和权限、旅游资源保护的范围和内容、对违反保护条款者的处罚办法等。

世界上不少国家一直非常重视旅游资源的保护工作,以保护旅游风景环境为目的的政策法规也出现较早,如早在 1909 年,美国就立法保护其第一座国家公园——黄石国家公园,日本则在 1956 年颁布了《旅游基本法》,其中规定“保护、培育和开发旅游资源”,并将其作为国家必须实施的八大政策之一。

我国自 20 世纪 80 年代初开始,就先后制定了《古迹、珍贵文物、图书及稀有生物保护办法》(1980)、《文物保护管理暂行条例十八条》(1982)、《中华人民共和国文物保护法》(1984)、《中华人民共和国森林法》(1984)、《中华人民共和国风景名胜区管理暂行条例》(1985)以及《中华人民共和国环境保护法》(1979)等多部法律法规。各级地方政府,还制定了各种实施细则和办法。尽管这些法律法规从不同的角度对旅游资源和旅游环境的保护作了明确规定,但实际的保护工作效果仍不尽如人意。其中的原因除法制尚不够健全之外,以下两方面也难辞其咎。

(一) 普法宣传教育不足

各种法律条款仅作为一纸公文由政府自上而下地传达,而众多的老百姓或者是根本不知道有这样的法律,或者是只知其名而对具体的条款不甚了解,因而也就不明确

保护的對象，認識不到保護旅遊資源的重要性，而平民百姓的個人行為正是當前文物古蹟和珍稀野生動植物屢遭破壞的主要原因。

(圓) 有法不依，執法不嚴

一些地方政府，尤其是經濟欠發達地區的地方政府，專心於搞經濟建設，名勝古蹟和環境的保護得不到應有的重視。一些破壞歷史文物古蹟的行為未能受到法律的嚴厲制裁，造紙、化肥、農藥及建材等重污染的企业，在地方保護主義的光環下肆無忌憚。所有這些，都是今後依法保護旅遊資源和環境的過程中所必須掃清的嚴重障礙。

資源開發要重視科學研究，合理編制規劃，規範旅遊開發和保護行為

旅遊資源開發與管理的研究成果，是旅遊資源開發的依據，也為旅遊資源和旅遊環境的保護與管理工作提供技術指導。當前的研究主要有：旅遊環境保護方法論研究（包括確定旅遊環境質量的指標體系、旅遊區環境質量評價方法以及旅遊區環境設計的原則與方法）、資源與環境保護工程研究（從美學和旅遊心理學角度研究景區或景點建設的工程技術方法）、環境影響評價（包括旅遊區環境容量評價、地區經濟承載力評價、開發對旅遊區人口規模的影響以及可能的客源市場規模預測）等。這些是編制科學合理的旅遊規劃所必須遵循的重要依據。為此，必須加強人才培養，不斷提高旅遊專業人員的素質，使他們擔負起指導旅遊資源開發與保護的科技服務工作。

旅遊資源開發規劃的制訂，是旅遊開發研究的中心環節。規劃在對旅遊景點（區）作出科學構想和設計的同時，還要提出地形景觀、林木植被、文物古蹟、動植物、水体以及整個生態環境、旅遊環境意境的保護措施，並合理劃定保護區範圍和確定環境容量。此外，規劃還得從總體布局上予以協調組織，避免在風景區布置不必要的參觀遊覽服務設施。必須從全局出發，既搞好風景旅遊區的旅遊資源保護規劃，又搞好非風景旅遊區的旅遊資源保護規劃；既搞好旅遊區的總體規劃，又搞好旅遊區的詳細規劃（景區規劃和景點設計），還要搞好大區域的環境保護規劃。只有這樣，保護工作才不會出現疏漏，方能成為立法管理的重要依據。

現在，儘管各地所上報的規劃均有關於資源保護規劃的具體章節和內容，但在具體開發過程中卻往往難以得到真正的貫徹和實施。究其原因，重要的幾點是開發項目完成後的驗收，在保護方面一沒有將其重要性放在應有的位置；二沒有全國統一、有據可依且詳細的科學指標體系；三沒有強有力的獎懲措施促使其真正嚴格執行。這樣，保護規劃形同虛設。欲使旅遊資源開發與保護規劃落到實處，就必須下大力氣解決好管理上的立法和執法問題。

資源開發要重視對旅遊活動的管理和引導

首先，要根據具體景區的資源和環境特點，慎重確定旅遊活動項目。對於那些會導致景區內水体、空氣污染的旅遊項目，應嚴格限制開發，甚至完全拒之門外，以保護景區優良的自然生態環境。對於那些以保護珍稀野生動植物為目的而設置的自然保護區，則要限制旅遊活動的空間範圍，即在有關專家的協助下，科學劃分“核心區”、“緩衝區”和“實驗區”，並將旅遊活動儘可能控制在實驗區範圍內，適度向“緩衝區”伸展。

其次，針對旅遊旺季一些旅遊景點人滿為患的實際情況，要採取有效措施對遊客進行疏導、分流或限制，如北京故宮，為保護古建築和改善旅遊環境氣氛，實行調整

门票价格和限制游览人数的做法,已取得良好效果。

再次,要加强对游客行为的管理和引导:①宣传措施,在旅游区设立具有环境教育功能的基础设施,如关于生态环境景观的相应解说系统、提醒游客注意环境卫生的指标牌与废物收集系统;在门票、导游图、导游册上添加生态知识和注意事项等;②奖励措施,对一些习惯好、素质高、能自觉保护景区环境的游客给予一定的奖励;③惩罚措施,对损害景区环境的游客,要给予应有的经济惩罚,对其中情节严重者,应按有关法律法规给予一定的处分,不能一味姑息迁就。

员 瑶 不同类型旅游资源保护和管理的 具体方法

(员) 世界自然和文化遗产的保护和管理措施

员 年通过的《保护世界文化和自然遗产公约》对世界遗产提出了以下 缘条保护措施:

①通过一项旨在使文化和自然遗产在社会生活中起一定作用并把遗产保护工作纳入全面规划计划的总政策;

②如本国内尚未建立负责文化和自然遗产的保护、保存和展出的机构,则建立一个或几个此类机构,配备适当的工作人员和为履行其职能所需的设施;

③发展科学和技术研究,并制订出能够抵抗威胁本国文化或自然遗产的危险的 实际方法;

④采取为确定、保护、保存、展出和恢复这类遗产所需的适当的法律、科学、技术、行政和财政措施;

⑤促进建立或发展有关保护、保存、展出文化和自然遗产的国家或地区培训中心,并鼓励这方面的科学研究。

(圆) 风景名胜区的保护管理措施

自国务院 员 年发布《中华人民共和国风景名胜区管理暂行条例》以后,经全国各地的广泛实施,总结出一套分级保护措施,即将风景名胜区划分为三个级别的保护区和一个防护地带,并制定相应的保护措施,具体分级保护措施如下:

①一级绝对保护区,指景点界线范围内的区域。要切实保护景点的原貌、风格和环境,不准建任何生活型大型建筑物,即使是观赏型建筑也要精、美、少,以突出景物,突出自然美。

②二级严格保护区,指景区界线范围内的区域。区内要保护一切景点和植物,除观赏型建筑外,可适当建设人工与自然融为一体的小型服务设施。

③三级环境保护区,指景区视线范围内的区域。区内可搞生活设施建设,但要保护好视野空间环境,确保景观的完整度。

④防护地带,为保护景观特色,维护区内生态平衡,在风景区专门辟出大面积区域进行绿化,以保持水土;不兴办污染性的工厂和控制农药、化肥的使用以防止污染;搞好居民点的规划,控制不适宜的建设。

(猿) 历史文化名城的保护管理措施

关于历史文化名城的保护管理措施,《中华人民共和国文物保护法实施细则》(员) 中有明确的规定,其要点为:

①保护古建筑的视域,为保证古建筑物的空间构图完整和周围园林借景的需要,

在视线范围内控制新建建筑物的高度，而且其体量、形式、色调均需与古建筑周围的环境风貌相协调。

②仿古重修需要特批，该细则第十四条规定：“纪念建筑物、古建筑等文物已全部毁损的，不得重新修建；因特殊需要，必须在异地复建或者在原址重建的，应当根据文物保护单位的级别，报原核定公布机关批准。”

③文物的修缮应保持原来的特色，其修缮计划和施工方案须由国家文物局审定批准，并进行竣工验收。

(源) 森林公园的保护管理措施

1985年，原国家林业部出台了《森林公园管理条例（征求意见稿）》，其中第四章第十六条至第二十三条对森林公园的保护作了详细规定，具体规定如下：

①珍稀林木、野生动植物和公园的名胜古迹必须绝对保护；

②保护工作的重点放在防火、防病虫害、防污染和禁止毁林开荒采石等一系列具体可操作的工作上；

③为使保护落到实处，推广有利于环境保护的技术措施和资金投入保障措施。

补充阅读资料 1-1 福建省泉州市丰泽区法石历史文化名村旅游资源开发的环保措施

华侨大学旅游科学研究所主持编制的《福建省泉州市丰泽区法石历史文化名村旅游总体规划》，对该历史文化名村在旅游开发过程中的具体环保措施提出了如下建议：

1. 综合环保措施

(员) 搞好旅游景区的绿化、美化、香化、彩化工作，既保护了环境又形成了景观。

(圆) 建立健全环保组织和管理机构，配备专门人员。

(猿) 配备专职环卫人员清扫垃圾。

(源) 对广大游客和开发区居民进行宣传教育，强化环保意识。

2. 加强滨海水环境的保护

(员) 严禁居民和游客向水体中丢弃生活垃圾。

(圆) 严禁工业污水和生活污水直接排放到滨海水体中。

(猿) 从事水上活动的船上配备垃圾回收装置。

(源) 成立水上清洁队进行跟踪式的水上污染物清理。

(缘) 滨海设置垃圾箱，垃圾箱的形状要与周边环境相协调，形成建筑和绿化小品。

3. 注重对“海丝”文物古迹及其周围环境的保护

(员) 对“海丝”文物古迹周围的环境进行综合整治，保持其规整性、整洁性。

(圆) 防止宗教旅游景点出现过多商业化的气氛。

(猿) 组织文物专家制定文物开发和保护方案。

(源) 利用科技手段加强对已作为旅游开发的文物的保护。

4. 大气及噪声污染的防治

(员) 严格控制污染项目。

(圆) 旅游区内禁止机动车辆通行。

继续加强人文环境的保护

(员) 加强对法石村民进行环保教育, 大力宣扬热情好客的礼仪。

(圆) 在主要路段、主要功能区设立游客投诉电话公示牌或向游客发放《旅游手册》, 在各种旅游宣传品上标示旅游投诉电话号码。

(猿) 健全旅游安全防范和监测体系, 如滨海配备巡逻船、救生员, 设立报警点等。

(源) 提高旅游企业的服务水平, 提高导游员的素质。

实施其他环保措施

(员) 采取各种方式进行全民环保意识宣传, 使全区人民和旅游者能自觉保护环境, 养成良好的环保习惯, 自觉妥善处理各种生活垃圾, 特别是要防止和消除“白色污染”。

(圆) 根据旅游景区景点性质、规模, 科学合理地确定旅游环境容量。

(猿) 搞好法石历史文化名村周围区域的旅游环境建设。

(源) 严格防火制度, 设置防火带, 配备防火设备。

(缘) 对生活污水应设置管道并进行去污处理, 厕所应有标准化粪池设施, 不可雨、污合流。

(远) 协调垃圾处理站和景区垃圾箱。

(资料来源: 瑶族大学旅游科学研究所: 《福建省泉州市丰泽区法石历史文化名村旅游总体规划》, 图 6-10, 有删节、修改)

瑶族旅游资源的恢复和维修

绝大多数旅游资源一旦遭到破坏, 就难以恢复, 而有的古建筑文化价值和旅游价值都相当高, 虽然已经衰败或遭到破坏, 甚至不复存在, 仍可以采用培修和重建恢复其风采; 有的旅游景区植被遭破坏, 则应积极采取植树造林等生态建设对策; 而对于珍贵的文物旅游资源, 则应尽量减少其自然风化的衰减速度。

(员) 培修复原, 整旧如故

历史建筑, 因经历了上百年甚至上千年的自然风化和人为破坏, 出现影响原有特色的破损或变色, 可以采用培修复原的办法, 采用原材料、原构件, 或在必要时用现代构件进行加固, 但要保持原貌, 即整旧如故, 切勿因“翻新”而失去“古”的特色, 如西安小雁塔的修复就较为成功, 修复后仍保持其古朴苍劲的面貌。

(圆) 仿古重修

历史上一些著名的建筑物, 由于自然或人为的原因在地面上已经消失, 但在旅游业迅速发展的今天, 为满足人们的旅游需要, 有必要进行重修, 以再现古建筑的风貌, 如武昌的黄鹤楼为江南三大名楼之一, 但在民国初年毁于一炬。1955年, 建武汉长江大桥时, 南岸桥头堡占其旧址。20世纪 80年代, 于原楼址两侧一公里处重修黄鹤楼, 保存原有的塔式阁楼造型风格和江、山、楼为一体的意境, 堪称仿古建筑的一个成功的范例。

(猿) 生态建设

许多旅游景区, 由于原来工农业和交通的发展, 造成了对植被的破坏, 影响了旅

游资源的质量，如中国第二深的云南抚仙湖，水质良好，达到饮用水的标准，但美中不足的是山不清，成为景色的一大缺陷。为改善其景观结构，首要任务是治山、种树、搞生态建设，使山绿起来。旅游区山体的生态建设，不仅要考虑固水固土的生态效益，还要考虑观赏的旅游效益及一定的经济效益。不少湖泊旅游区，存在着山清但水不秀的状况，也需用生态重建的措施进行弥补。

(源) 减缓珍贵文物的自然风化过程

出露于地表的历史文物古迹，由于风吹日晒雨淋等自然风化而导致衰败是不可避免的，但在一定范围内，通过改变环境条件使风化过程减缓是完全可能的，如可给裸露的历史文物加罩予以保护。乐山大佛，曾建有十三层的楼阁（唐代名为大像阁，宋代名为天宁阁）覆盖其上，既显金碧辉煌又保护了佛像，但后来不幸毁于战火。

(缘) 广辟资金渠道，增加保护经费

保护旅游资源，离不开资金的投入，但目前大部分旅游景点门票收入很少，根本不能满足日常维修、更新和保护的需要。完全靠政府财政支持也不现实。今后，财政应着眼于广辟资金来源，以解决旅游资源保护经费不足的问题。

①国家拨款。由国家财政拨专款，保护若干重点文物古迹和风景名胜，这一做法不但应当坚持下去，而且还须随着国力的增强而逐步加大资助力度。当然，前提是要加强对这项资金的管理，做到专款专用，杜绝挪用行为，提高资金使用效率。此外，还应加强政府的调控职能，理顺关系，专门设立包括旅游资源在内的国土资源保护基金，以保证保护资金的来源相对稳定。

②征收旅游资源税。征收旅游资源税即向旅游、交通运输、商业餐饮、旅游商品生产等部门的单位、集体和个人（包括外国旅游者和团体），收取旅游资源税。国外已有先例，一般旅游资源税税率在 0.5% ~ 1% 之间，中国也应考虑酌情征收，以解决旅游资源开发利用中保护资金不足的问题。

③多方集资。由于旅游资源保护是一项社会性的公益事业，因此必须调动全社会的力量，多方筹集资金，共同保护旅游资源。具体可采取单位或个人集资、中外合资、国内银行贷款、发行国内债券、群众性募捐等多种形式，但所有集资形式，都必须坚持自愿、互利、定责的原则。

本章小结

本章主要介绍了旅游可持续发展理论的形成，以及旅游可持续理论的基本观点。此外，本章还介绍了旅游资源保护的必要性与紧迫性以及一些旅游资源保护的对策和措施。

主要概念

可持续发展 自然衰败 缓慢破坏 建设性破坏 生产性破坏

选择题（至少有一个选项是正确答案）

1. 旅游可持续发展的基本原则包括（ ）。

2. 满足全人类需求的原则

3. 资源无限性原则

④ 资源有限性原则

④ 系统性原则

④ 公平持续性原则

④ 解决旅游资源保护经费不足的问题，可以通过(摇摇)等途径。

④ 国家拨款

④ 提高门票价格

④ 多方集资

④ 征收旅游资源税

判断题

④ 生产性破坏主要指工程建设、市镇建设和旅游资源开发建设中的规划不当导致的旅游资源破坏。(摇摇)

④ 旅游资源的人为破坏，按破坏产生的根源来看，可分为建设性破坏、生产性破坏和旅游活动导致的破坏三种。(摇摇)

④ 建立旅游资源开发与规划的标准和体系是实现旅游业可持续发展的重要前提。

(摇摇)

简答题

④ 旅游可持续发展应包括哪四个目标？

④ 旅游资源保护的必要性体现在哪些方面？

④ 旅游资源保护的紧迫性体现在哪些方面？

④ 旅游资源的恢复和维修可以采取哪些措施？

讨论题

④ 每 2 个人一组，分别选择国内某旅游景点作为讨论对象，分析其在旅游资源的开发过程中存在哪些破坏、污染现象？各组之间互相交流、讨论。

④ 每 2 个人一组，在交流完上题的结果后，结合该景区的实际，运用本章所学的关于旅游资源保护的知識，提出具体的保护建议。

案例分析题

福建所有景区将严格限制影视拍摄活动

考虑到影视拍摄对景区旅游资源造成的严重破坏，福建省建设厅于 2012 年 5 月 6 日发出通知，要求省内各风景名胜区管理机构严格禁止和限制在风景名胜区内进行影视拍摄和大型主题演艺等活动，并将组织各有关部门进行一次全面检查清理工作，对严重破坏景区资源的有关单位、人员依法追究法律责任。该通知说，如果确实需要进行此类活动，必须进行认真评估和论证，并提出保护方案，确保风景名胜区资源与环境得到严格保护。

据介绍，福建目前拥有武夷山、鼓浪屿、清源山等 5 个国家重点风景名胜区和鼓山、石竹山等 3 个省级风景名胜区。福建省建设厅将对风景名胜区内的影视拍摄和大型主题演艺等活动以及建筑物和构筑物进行全面检查。对景区资源造成轻微毁损的，将责令限期恢复、赔偿损失；造成严重破坏的，除责令限期恢复外，还要依法追究有关单位和个人的经济 and 法律责任。

据统计，福建省国家级风景名胜区数量已达 168 处，仅名列四川省（187 处）、浙江省（168 处）之后，位居全国第三位。此外，福建省政府已分五批审定公布了 168 处省级风景名胜区，总面积达 15600 多平方公里，占全省国土面积的 15%。

（资料来源 游 涛 著：《旅游资源学》，北京：中国旅游出版社，2003 年，第 15 页。原书有删节、修改）

分析：根据本章所学的知识，分析景区内的影视拍摄有可能会对旅游资源造成哪些破坏。

你认为是否应该在景区内完全限制影视拍摄活动，为什么？

主要参考文献

魏刚、王兵：《新编中国旅游地理》，天津，南开大学出版社，1999。

陈继刚、楚义芳：《旅游地理学》（修订本），北京，高等教育出版社，1999。

陈文才、孙文昌：《旅游资源学》，北京，高等教育出版社，1999。

李艳娜、张国智：《旅游环境容量的定量分析——以九寨沟为例》，载《重庆商学院学报》，1999（远）。

陈莉芹、李平等：《旅游城市环境容量分析——以济南市为例》，载《桂林旅游高等专科学校学报》，1999（员）。

杨志峰、何孟常：《城市生态可持续发展规划》，北京，科学出版社，1999。

韩贵峰：《上海市旅游生态环境容量研究》，载《中国东西部合作研究》，1999（圆）。

马耀峰、宋保平、赵振斌：《旅游资源开发》，北京，科学出版社，1999。

肖星、严江平：《旅游资源与开发》，北京，中国旅游出版社，1999。

李瑞、王义民：《旅游资源规划与开发》，郑州，郑州大学出版社，1999。

丁季华：《旅游资源学》，上海，上海三联书店，1999。

张淑梅：《世界各国国花国树》，重庆，重庆出版社，1999。

陈增、陈增、陈增、陈增、陈增、陈增

陈桂华、陶犁：《旅游资源学》（修订版），昆明，云南大学出版社，1999。

吴必虎：《区域旅游规划原理》，北京，中国旅游出版社，1999。

张广瑞等：《1999—2010年中国旅游发展：分析与预测》，北京，社会科学文献出版社，1999。

张小金：《厦门特区工薪阶层自费旅游水平的调查与分析》，载《旅游学刊》，1999（远）。

国家旅游局人事劳动教育司：《旅游规划原理》，北京，旅游教育出版社，1999。

王振：《试论我国体育旅游的发展》，载《北京第二外国语学院学报》，1999（远）。

陈来喜、吴必虎等：《中国旅游资源分类体系与类型评价》，载《地理学报》，1999（猿）。

[英]约翰·斯沃布鲁克：《景点开发与管理》，张文译，北京，中国旅游出版社，1999。

李蕾蕾：《旅游地形象策划——原理与实务》，广州，广东旅游出版

社，员怨

圆李洪波：《旅游景区管理》，北京，机械工业出版社，圆

圆赵黎明、黄安民：《旅游规划教程》，北京，科学出版社，圆

圆黄远水、朱桂凤：《中国旅游地理》，北京，高等教育出版社，圆