

<<旅游资源学>>

图书基本信息

书名：<<旅游资源学>>

13位ISBN编号：9787122035141

10位ISBN编号：712203514X

出版时间：2008-9

出版时间：化学工业出版社

作者：喻学才 编

页数：253

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;旅游资源学&gt;&gt;

## 前言

在各种产业中，旅游产业是发展速度最快的一种。

由于发展速度偏快，会带来一些急功近利的问题，如旅游项目的粗放式开发、旅游景区的同质化竞争、旅游企业服务的诚信度缺失、文化资源开发的简单化、遗产类旅游资源的建设性破坏问题等。

在各种学科中，旅游学科是发展速度最快的一个学科。

由于发展速度偏快，也同样出现了一些急功近利的现象。

如办学条件不够而硬上，培养目标定位的雷同，实践环节与理论学习的比重把握不好，行业需求过旺对师资队伍的影响等，都是发展中出现的新问题。

在旅游产业发展和旅游学科发展的大背景下，我们的教材建设实际上起着重要的推动作用。

这种推动作用主要表现在两个方面：一是为培养旅游产业急需的各种类型、各种层次的人才提供最基本的课本；二是总结学科发展的研究成果，将学术研究的结晶做大众化的表达。

让千千万万学子在较短的时间里能够快速吸收最新的研究成果。

改革开放三十年来，我国的高等院校旅游专业教材建设取得了长足的进步。

从教育部的部颁教材，到各省的地方自编教材，估计总数有近百套之多。

百花齐放，蔚为大观。

江苏的高等旅游院校的师资有组织地编写旅游管理教材(简称"苏版")，始于1999年。

当时那套苏版旅游教材自2000年推出以来，得到全国许多兄弟院校的认可和使用，我们也收集了不少的反馈意见。

根据收集的反馈意见，我们为现在这套教材(即由化学工业出版社出版的苏版旅游教材)所确立的编写指导思想如下。

一、1999年主编的苏版教材主要实现了一个目标，即把大家组织起来，完成了江苏省旅游教材从无到有的目标。

本套教材的目标应该有所超越。

我们这次的目标是完成教材从粗到精的质变。

我们把大家的聪明才智和努力形成合力，共同打造一个江苏旅游学术界的新形象。

二、现在这套教材虽然是另起炉灶的工程，但前一系列教材好的东西我们还是要继承。

有些基础比较好的书稿也不一定要大修大改。

总之是发扬好的，完善不足。

臻于至善是我们的共同目标。

三、这套教材要及时反映本领域的最新学术成果；要及时反映本领域最新的政策法规。

## <<旅游资源学>>

### 内容概要

旅游资源是旅游产业的基础，也是旅游学科的主干课程。

旅游资源学这本教材，主要解决的是让旅游者看什么的问题。

全书包括三个主要的板块。

第一部分：旅游资源定义、分类、资源本体评价和开发条件的评价。

第二部分：旅游资源开发和旅游产品开发，包括建筑、文献、模拟景观等不同类型的旅游资源和旅游产品开发。

第三部分：旅游资源保护。

书后有与旅游资源课程学习关系密切的附录八种，如世界文化与自然遗产名录，是目前国内最完整、最新的一份世界遗产名录。

本书每章开篇处都冠有简明扼要的内容提要 and 重点提示，章末附有从正文概括出来的思考题。

本书可用作高等院校旅游专业的本科教材，也可供旅游专业高职高专教学使用，以及从事旅游资源开发管理的从业人员参考。

## &lt;&lt;旅游资源学&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 绪论	1.1 旅游资源的定义	1.2 旅游资源的范畴	1.3 旅游资源的研究内容	1.4 旅游资源的研究方法
第2章 旅游业的基础——旅游资源	2.1 旅游资源的内涵	2.1.1 狭义的界定	2.1.2 广义的界定	2.1.3 灵活的界定
	2.1.4 系统的界定	2.2 旅游资源的特征	2.2.1 观赏感觉的吸引力	2.2.2 分布的地域性
	2.2.3 种类的多样性和结构的综合性	2.2.4 性质的时代性和季节的动态性	2.2.5 使用的可持续性和开发利用的脆弱性	2.2.6 内涵的文化性、科学性
	2.2.7 评价的复杂性	2.3 旅游资源的分类	2.3.1 分类的原则	2.3.2 按旅游资源吸引系统的界定分类
	2.3.3 按风景资源的规模、级别、价值及管理范围分类	2.3.4 按经营性质分类	2.3.5 按《中国旅游资源普查规范》分类	2.3.6 按旅游活动的性质和功能分类
	2.3.7 按旅游者的需求心理分类	2.3.8 按景观属性、资源特色分类	第3章 自然旅游资源	3.1 自然旅游资源的成因及分类
	3.1.1 自然旅游资源形成的基本条件与地学基础	3.1.2 自然旅游资源的主要成因类型	3.2 自然旅游资源风景美学的结构特征	3.2.1 形象美
	3.2.2 色彩美	3.2.3 动态美	3.2.4 朦胧美	3.2.5 听觉美、嗅觉美
	3.3 自然旅游资源的地学构景要素	3.3.1 风景地质	3.3.2 风景地貌	3.3.3 风景水
	3.3.4 风景气象气候	3.3.5 风景生物	3.3.6 天文风景	第4章 人文旅游资源
	4.1 历史类旅游资源	4.1.1 历史类旅游资源的分类	4.1.2 世界文化与自然遗产	4.1.3 历史文化名城
	4.1.4 文物古迹旅游	4.2 宗教类旅游资源	4.2.1 道教文化与旅游	4.2.2 佛教文化与旅游
	4.2.3 伊斯兰教文化与旅游	4.2.4 基督教文化与旅游	4.3 园林类旅游资源	4.3.1 中国古典园林的历史及风格
	4.3.2 中国古典园林的构成要素	4.3.3 中国古典园林的分类及比较	4.4 文化娱乐类旅游资源	4.4.1 观赏类文化娱乐
	4.4.2 专题类文化娱乐	4.4.3 节庆类娱乐活动	4.4.4 民俗类文化娱乐活动	4.5 购物类旅游资源
	4.5.1 旅游纪念品的分类	4.5.2 旅游纪念品的销售	.....	第5章 旅游资源的调查和评价
第6章 旅游资源的开发与利用	第7章 旅游资源的保护	第8章 旅游资源与旅游产品开发	第9章 建筑旅游资源的开发	第10章 文献旅游资源的开发
第11章 民俗旅游资源的开发	第12章 同名名胜旅游资源的开发	第13章 模拟景观旅游资源的开发	第14章 风水学与旅游资源的开发	附录一 保护世界文化和自然遗产公约
附录二 世界遗产的申报程序	附录三 世界文化与自然遗产名录	附录四 国际古迹保护与修复宪章	附录五 国家历史文化名城名录	附录六 全国重点风景名胜区名录
附录七 全国重点文物保护单位名录	附录八 国家重点自然保护区名录			

## 章节摘录

7.4.4 健全管理体制，协调各方步调社会主义市场经济形势，迫切要求建立健全管理体制，最终实行统一管理。

经过多年来各方面努力和专家学者的呼吁，对旅游资源要“严格保护”已成为越来越多部门的共识。在国家体制改革和加快立法的过程中，充分发挥有关部门的优势和积极性，应该成为行之有效的措施。

（1）旅游管理部门市场经营和管理优势通过展览、录像、电影等宣传教育让游人事先了解景区旅游资源的艺术和科学价值，了解游览守则，对那些明知故犯、随意损坏景物和古建筑的游人，要按《风景名胜管理条例》和《文物保护法》给予处分。

旅游部门有自己的教育规划，公共关系和宣传网络，争取公众对旅游资源保护的支持，如在大、中、小学校开设旅游资源保护讲座，举行定期培训班，出版读物，设置群众意见箱，建立地方咨询机构，有专人负责与公众联系，鼓励当地群众投入旅游规划和管理活动，或聘请当地人做管理者和工作人员，并实施有效政策使本地居民因旅游资源保护促使旅游业发展而增加经济收入，或每月、每季度举行一次群众座谈会，邀请当地社区群众代表对保护工作发表意见等。

在山区，针对游人攀登游览活动应规划设计专门路线，并有一定铺设或护栏建设，尽量避免游人在山体上随意攀行，对山中突出景点，设置游人观览处，并在离景点一定距离处标明观赏点及景物的特色、价值及不许攀登的要求，严格禁止游人在山地游览中乱采植物、挖掘山石及捕捉动物。

此外，为了将游人流量限制在合理范围，对于以自然旅游资源为主人文景观为辅的景区，旅游部门可以利用明显的淡旺季实施休游制，对保持和增强风景区生态系统自我恢复调节能力是一种有效的保护办法。

（2）林业部门的基层队伍与生物科技优势绿地是一切旅游区自然美和人工美的生命基础，为区内动植物、水源涵养创造良好的条件，也是风景区内主要构景要素，尤其是一些珍稀植物、造型植物是景区不可缺少的内容。

林业部门面上绿化工作，如封山育林、荒山绿化、风景林防护林营建、林相季相改造，保证了旅游风景区大环境的幽雅背景，而在区内建设高标准绿地，包括在区内不同功能分区，道路两旁的不同形式、各种不同树种的配置，以利旅游区整体美的建设。

此外，林业人员重视生态管理，能对区域生态结构进行整体把握，为了加强景观效果或增添活动内容，游人对外来动植物的新鲜罕见而兴奋雀跃，却不曾想过某种动物粪便或某种植物花粉可能对某种食物链带来毁灭性侵害，从而导致区内生态结构的变化。

因此，针对不同对象建立相应生态模型，并筛选出最敏感的生态威胁因子。

如森林公园，最重要的生态属性应该是水文、土壤和植物，最大威胁是游憩、火灾和外来物种，然后对某种生态属性最敏感、最重要的生态要素进行监测，例如植物密度、相对覆盖率、地块物种数量等，只要把这种通过监测的改变结果不断反馈给经营管理者，通过对改变的评估，才可能修正其经营目标，使旅游资源的利用和保护更具一致性。

<<旅游资源学>>

编辑推荐

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>