旅游资源调查与评价

学习提示

一、主要内容

旅游资源调查的内容和方法

旅游资源调查系统

旅游资源评价的内容和方法

旅游资源评价因子系统

二、学习重点

掌握旅游资源调查的原则、内容和方法，旅游资源评价的内容、方

法及旅游资源评价因子系统

学会运用定性和定量的方法对旅游资源进行评价

懂得旅游资源调查的程序

了解旅游资源统计资料的分类标准和方法

第一节　旅游资源调查的内容和方法

旅游资源调查是按照旅游资源的分类标准对旅游资源单体进行的研究和记录：即运用科学的方法和手段，有目的、有系统地收集、记录、整理、分析和总结旅游资源及其相关因素的信息与资料，以确定旅游资源的存量状况并为旅游经营管理者提供客观决策依据的活动。

旅游资源调查是进行旅游资源评价、开发、规划及合理利用保护的最基本的工作。通过调查，可以查明可供利用的旅游资源状况，系统而全面地掌握旅游资源的数量、质量、性质、特点、级别、成因、时代及价值等，为旅游资源评价、分级分区、开发规划和合理利用等做好准备，为旅游业发展提供决策依据。国家为了促进和规范旅游资源调查工作，推动旅游业发展，2003 年颁布并实施了国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB／I’18972-2003)。

一、调查的原则

旅游资源调查工作的重要性对其本身提出了较高的要求，整个调查工作须遵盾-定的原则。

1，内外结合原则

进行旅游资源的调查，不仅要掌握旅游资源的形成机制、分布规律、旅游业发展的基本规律、旅游者的消费需求等基础理论，搜集整理旅游资源方面的文献、报告、志书、图表等文字、影像资料并进行分析，还要亲临现场进行田野考察、测量、拍照、录像、分析、记录等，撰写调查报告。采用内外结合的方法，研究资源的性质、价值、等级、开发利用现状及潜力等。

2．综合调查原则

旅游资源的调查涉及众多学科的理论与实践。一方面，调查人员的结构要尽量吸纳旅游、地理、经济、管理、环境等专业人员，以便充分利用不同学科的特长及研究方法，优势互补；并尽量取得各有关部门的支持与配合。另一方面，要对调查区域内的自然景观资源，人文景观资源以及所依托的经济、社会、交通条件，客观状况和地理背景等进行全面的调查分析，以获得综合、系统的资料。

3．创新原则

人们对旅游资源的认识，会随着社会经济的发展，生活水平的提高以及观念、价值观、人生观等诸多方面的变化而提升，使旅游资源的吸引力发生改变。因而，在调查过程中，要准确把握被调查对象在当前及将来市场吸引力的变化和趋势，深入了解已开发景区旅游资源的吸引力，发现旅游资源新潜力及可能进行深度开发的内容，作出准确评价。深刻了解市场潜在需求，从旅游资源可转变为创新性的旅游产品方面，认识、发现和评价旅游资源。

4．选择性原则

旅游资源调查应贯彻为旅游业服务的思想，根据客观市场现实、潜在需求，分析、筛选旅游资源，以适应旅游业发展对旅游产品的要求。资源调查内容应突出重点，选择那些市场需求大的、有价值的旅游资源单体；对一些极具特色或有可能发挥其特殊旅游功能的旅游资源，也要给予充分重视；同时，对那些暂时不具有开发价值或暂时不具备开发条件的旅游资源也须进行调查。

二、调查的内容

旅游资源调查的内容复杂而繁多，涉及与旅游活动有关的方方面面，对其调查既要注重旅游资源自身的各种情况，也要关注资源地外界环境的现状与发展变化。因此，旅游资源调查的内容包括了解旅游资源形成、存在背景和旅游资源开发环境条件，掌握旅游资源现状，把握旅游市场变化动态等。针对具体调查区域所开展的具体的旅游资源调查活动不一定要涉及各个方面，可根据调查目的和用途，选择相应的调查方式，从中筛选部分内容或重点内容进行研究，以完成调查任务。

1．旅游资源形成的背景条件

1)自然环境的调查。包括调查区概况、地质地貌要素、水体要素、气象气候要素、动植物要素等。

2)人文环境的调查。包括该地的历史沿革，调查区的经济环境和发展水平，制度措施，法制环境和交通、邮电通信、供水、文化医疗卫生等基础条件，同时还应调查当地的旅游业发展水平和当地居民对发展旅游业的态度。

3)环境质量调查。调查影响旅游资源开发利用的环境保护情况，包括工矿企业生产、生活、服务等人为因素造成的大气、水体、土壤、噪声污染状况和治理程度，以及自然灾害、传染病、放射性物质、易燃易爆物质等状况。

2．旅游资源本身的调查

包括对旅游资源的类型、特征、成因、级别、规模、组合结构等基本情况进行调查，并提供调查区的旅游资源分布图、照片、录像及其他有关资料，以及与主要旅游资源有关的重大历史事件、名人活动、文艺作品等。

3．旅游资源开发现状及开发条件的调查

1)旅游要素调查。行、住、食、游、购、娱是构成旅游活动的六大要素。与之相应的交通、饭店、餐饮、游览、购物、娱乐等软硬件，既是旅游业的主要组成部分，同时又是形成旅游吸引物的重要要素，对其进行调查是十分必要的。

2)客源市场的调查。调查旅游地和周围客源地居民消费水平和出游率，依据旅游资源吸引力的大小，进行必要的客源分析，包括形成客源的层面范围和大致数量，产生客源的积极因素和不利因素等。

3)邻近资源及区域内资源的相互关系。包括自然与人文旅游资源的结合与互补情况，各要素的组合及协调性，景观的集聚程度等。调查分析邻近资源与区域内资源的相互联系、所产生的积极和消极因素，以及区域内旅游资源在不同层次旅游区域中的地位。

三、调查的方法

1．资料统计分析法

几乎所有的调查都可始于收集现有资料，通过收集旅游资源的各种现有信息数据和情报资料，从中选取与资源调查项目有关的内容进行分析研究。这种基本的统计分析资料方法，对确定一个调查区的旅游特色和旅游价值具有重大意义，也是旅游规划和生态环境建设的基本依据。这种方法包括对现有资料的收集、预测和对调查过程中所取得的资料的统计、分析等。该方法适用于调查区资料较多且对于旅游资源分析有价值的区域。

2．现代科技分析法

现代科技手段的应用为旅游资源的调查带来了许多方便。在进行野外实地考察的时候，使用现代声像摄录设备，如照相机、摄像机等，可以将野外考察过程全面地记录下来，真实地显现出旅游资源地的原貌。现代科技手段应用于旅游资源调查主要采用遥感技术、全球定

位系统(GPS)、现代测量技术、物探技术等。

遥感技术是采用航天遥感(卫星)、航空遥感测量技术，对地球进行测量观察而获得地学信息的一种手段，具有信息量大、覆盖面广、方位准确性高、所需时间短、费用较少、现势性强等优点，因而被广泛应用于众多领域，其中包括旅游资源调查，并取得了较好的效果。通过遥感技术，有时还能得到其他调查手段无法获得的信息。如人们一直希望了解北京的历代长城究竟有多长，通过现代遥感技术则能精确测定长城对地面重压所造成的痕迹，提供了地面上现已不存在的信息，使这个问题得到解决。

GPS 是一种空间定位技术，现代测量技术如全站仪(可用于测定地面的地物、地形，并能用符号表示在图上的一种测量仪器)等，都可用来测定调查区旅游资源的位置、范围、大小、面积、体量、长度等，在调查中用途很大。

物探技术主要用于调查那些尚未发掘的地下文物，如秦始皇陵的物探技术探测。

在旅游资源调查中，应尽量充分运用各种现代科学技术手段，提高调查的准确性、精确性和科学性，但需要有运用专门知识和先进技术设备能力的人，才能够进行信息判读、解译和选择。

3．田野勘测法

对旅游资源的分布位置、变化规律、数量、特色、特点、类型、结构、功能、价值的认知，只有通过现场综合考察，才能核实、获得各种资料，得出相关的旅游资源分析、评价意见。调查人员通过观察、踏勘、测量、登录、填绘、摄像等形式直接接触旅游资源，可以获得宝贵的第一手资料，通过专业人员的感性认识和客观分析，才能得到详实可靠的结果。

田野现场勘测要求一一核实所有已获得的资料，而且需补充将来开发工作所需的一切资料，因此要求工作周详、细致。调查者要勤于观察，善于发现，及时记录、填图，现场摄录，及时总结。田野勘测法是旅游资源调查最常用的一种实地调查方法。

4．询问调查法

询问调查是旅游资源调查的一种辅助方法，调查者可用访谈询问的方式了解旅游资源情况。应用这种方法，可以从资源所在地部门、居民及旅游者中及时地了解旅游资源客观事实和难以发现的事物现象。通常可以采用设计调查问卷、调查卡片、调查表等，通过面谈调查、电话调查、邮寄调查、留置问卷调查等形式进行询问访谈，获取需要的资料信息。如果是访问座谈，要求预先精心设计询问或讨论的问题，且调查对象应具有代表性。如果是问卷调查，要求问卷设计合理、分发收回的程序符合问卷调查的规定，以保证其结果的有效、合理性。

第二节　旅游资源调查系统

旅游资源调查是一项摸清家底的工作，是进行旅游资源开发、管理，编制旅游区总体规划、旅游业发展规划的基础。同时，旅游资源调查工作也是一项周期长、耗资大、技术含量高、成果科学性要求高的基础工作。由于这项工作对人、财、物等各方面都有较高要求，在

我国尚未进行大范围、大规模的旅游资源普查，但旅游资源是国有资源的基本构成要素，对其进行普查对我国旅游业发展具有极其重要的意义。

一、调查的程序

1．区域旅游资源综合调查

(1)调查准备阶段

组织准备。确定调查人员，成立调查组。调查人员应由不同管理部门的工作人员、不同学科方向的专业人员及普通调查人员组成。要求调查人员应具备相关的专业知识，并对调查组人员进行相关的技术培训，如资源分类、野外方向辨别、图件填绘、伤病急救处理、基础资料的获取等。

资料准备。搜集一切与调查区有关的资料。主要包括本区和邻区的旅游资源，自然、社会经济和环境方面的文献资料、图形资料、照片音像资料。通过对搜集的资料加以系统整理和分析，可初步了解本区旅游资源的特色，在此基础上，制定野外工作计划。同时要准备好调查区不同比例尺地形图(一般，县域调查区用 1：1 万～1：5 万比例尺地形图；地市级用 1：10 万一 1：50 万比例尺地形图；省区级用 1：50 万一 1：100 万比例尺地形图)，作为野外调查时的填图底图。

制定计划和仪器准备。制定旅游资源调查的工作计划和方案。包括调查目的、调查区域、调查对象、主要调查方式、所需设备器材、调查经费、需完成的图表以及调查成果的表达方式等。

(2)野外实地调查阶段

确定调查小区和调查线路。调查小区一般按行政区划分，也可按现有或规划中的旅游区域划分。调查线路按实际要求设置，一般要求贯穿调查区内所有调查小区和主要旅游资源所在的地点。尽量做到覆盖面大，避免遗漏某些内容，并不走回头路。

选定调查对象。可分为初步普查和重点详查。

初步普查：在搜集资料的基础上，对区域内的旅游资源进行全面的调查，确定资源基本状况和分布位置，把有关景点标注在相应比例尺图件上。

重点详查：经过初步筛选，初步拟定出详查的对象，对那些明显不具有开发利用价值的，与国家现行法律、法规相违背的，开发后有损于社会形象或可能造成环境问题的，影响国计民生的以及某些位于特定区域内的旅游资源暂不进行调查。而重点详查那些具有旅游开发前景的，有明显经济、社会、文化价值的旅游资源，以及集合型旅游资源中具有代表性的部分。

实地调查。调查内容包括旅游资源单体的规模与体量，成因现状，历史演变及发展趋势，类型结构和空间组构特点(外观形态结构、内在性质、组成成分)，与同类资源相比较的特色，自然、经济、社会、环境条件等，此阶段应特别注意详细的文字描述、数据测量、图像资料

的获取和现场的详细填图。填图时，要重视利用 GPS 或全站仪对旅游资源单体的空间定位工作(经纬度或大地坐标)，还要注意单体的面积，范围、长度、体量等数量指标。调查中通过直接测量、校核所收集到的基础材料，对重点问题和地段进行专题研究和鉴定，并对旅游开发中所需要的外部条件进行系统调查，对关键性问题提出规划性建议。

填写图表。填写“旅游资源单体调查表”、“旅游资源调查实际资料图”等。

(3)室内整理分析阶段

对搜集的资料和野外勘查的记录进行系统的整理总结，整理分析包括以下一些内容：

1)调查资料整理。调查资料包括文字资料、照片、录像片、图表等。将野外考察的现场调查表格归纳整理为调查汇总表，将野外拍摄的照片和录像片进行放大或剪辑编辑，并附上文字说明。

2)调查图件绘制整理。整理反映旅游资源调查工作过程和工作成绩的填绘图件、手绘草图，进行复核、分析、整理，并与原有地图和资料互相对比，做到内容与界限准确无误，形成正式图件。

(4)编写旅游资源调查报告

主要内容包括：

1)前言。调查任务来源、目的、要求，调查区位置、行政区划与归属、范围、面积，调查人员组成，工作期限，工作量和主要资料及其成果等。

2)调查区旅游环境。调查区自然地理特征、交通状况和社会经济概况等。

3)旅游资源开发历史和现状。包括旅游资源的成因、类型、分区、特色、功能结构、开发现状等。

4)旅游资源基本类型。包括旅游资源的类型、名称、分布位置、规模、形态和特征(可附带素描、照片、录像资料等)。

5)旅游资源评价。通过对调查区的旅游资源进行定性和定量的评价，评定旅游资源的级别和吸引力。

6)旅游资源保护与开发建议。阐明调查区内的旅游资源开发指导思想、开发途径、步骤和保障措施。

7)主要参考文献。

8)附图。

2．专题旅游资源调查

是指为了区域旅游规划与策划、旅游资源研究、旅游资源保护、专项旅游产品开发等目的而进行的旅游资源调查。其调查的程序与方法基本上与上述相同。但在实际调查中可视具体情况简化工作程序，主要进行如下调整：

1)一般不需要成立调查组，或视其调查工作量、调查精度要求而确定。

2)资料收集、工作底图根据调查目的确定。

3)一般不需要对区域内的全部旅游资源进行调查，可按研究目的需要选定相应的调查对象。

二、调查资料的分类

1．分类的意义和目的

旅游资源调查的主要任务之一就是对调查资料进行分类整理。调查资料分类是按资料所反映的内容，根据资料性质和其他特征，分门别类地将调查资料系统化、组织化。用分类的方法能将资料进行区分和集中，使旅游资源调查资料系化、规范化，便于资料检索、分析。

旅游资源调查资料分类的目的是：揭示资料的内容、性质、形式、体裁等，针对不同使用目的提供不同的资料，根据资料间的关系组成一个科学有序的资料系统，以便进行调查资料的科学管理。

2．调查资料分类的方法

(1)选择分类标准

实践中，调查资料分类常选用的分类标准有：

采用旅游资源的分类体系作为调查资料的分类标准。旅游资源的分类已在第二章详细论述，此处不再重复。

从旅游开发的角度分类可分为基础资料、旅游资源资料、环境质量资料、权属关系资料、现有基础设施资料、社会经济资料、人力资源状况。按资料形式分类可分为文字资料、图片资料、图件资料、统计资料、音像资料、机读资料。按统计资料来源分类分为来自实地调查的第一手资料和来自间接报刊文献等的第二手资料。按统计资料的时间分可分为现实资料和历史资料。

按对统计资料的加工程度可分为：

原始资料。实地调查旅游资源的原始资料和普查日志等。已处理资料。即在原始资料基础上进行整理、统计、分析的摘要、综述、汇总表或调查报告等。成果资料。在原始资料和

已处理资料基础上进行分析，并提出建议、设想的规划书、决策文件、研究论文等。

(2)资料归类

分类标准和体系确立后，就可对资料进行实际归类。归类时，首先对资料进行分析，然后确定资料的本质属性或主题内容，最终归于适当的类别。对于综合性旅游景区的统计资料更要认真分析鉴别，将其中各个景点、景物分别归于适当的类别中。

(3)填写调查文件

资料经归类整理后，还要进行分类编号，然后填写普查文件，如“基本类型调查表”、“普查小区信息采集表”、“普查区资料汇总表”等，既可一目了然地显示旅游资源总体情况，又可迅速、方便地查找旅游资源的详细资料。

第三节　旅游资源评价的内容和方法

旅游资源评价是指在旅游资源调查的基础上进行的深层次的研究工作，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效益的角度出发，采取一定的方法，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。

旅游资源评价是一项极其复杂而重要的工作。它涉及的范围非常广泛，结构十分复杂，且不同的评价者有不同的审美观，必然导致评价结果的差异。旅游资源评价直接影响到区域旅游开发利用的程度和旅游地的前途和命运，因此，客观而科学的评价旅游资源是旅游区综合开发的重要环节。

一、旅游资源评价的理论依据

旅游资源评价的理论依据主要包括审美学理论、价值判断统计学理论和认知比较学理论。

1．审美学评价

审美活动是人类的基本精神需求之一，审美是人类永恒的追求。从某种意义讲，旅游活动就是一种审美活动，它包含着对美的追求和享受。从审美学判断旅游资源，主要评价其形态美(雄伟、壮观、秀丽、奇特、幽深、险峻、旷远、对称、协调、粗犷等)，色彩美(五彩缤纷、红花绿叶、绿野蓝天、青山绿水、满山红遍、百花齐放、水天一色、黄花绿野等)，动态美(飞流直下、晨雾绕山、潺潺流水、清泉涌动、波涛滚滚、风吹杨柳、流云霏雨、大河奔腾等)，幽静美(天籁、幽谷悠游、曲径通幽、幽静旷野等)，悠古美(古香古色、古厦探幽、光辉历史、无价珍宝、卓绝古建、千年古都、历史遗存、名寺宝刹等)，心灵感悟美(陶冶情操、震撼心灵、激发情趣、思情满怀、感人肺腑、激情荡漾、检讨深思、感悟人生等)，新特美(前所未闻、奇异无比、新颖独特、难觅踪迹、异质特色、无与伦比、新鲜奇异等)，愉悦美(情感沟通、传统特色、传统文化、民族风情、民俗文化、赏心悦目、愉悦情怀、悦耳悦目、豪情满怀等)，文化感悟美(深邃文化、文明古国、文化遗产、珍贵遗物、民风民情等)。实际上各种审美元素的最高级审美是文化审美，亦可认为文化审美涵盖了各种审美。

2．价值判断统计学评价

不同人对同一事物现象的评价，由于其价值观和文化、民族、职业、年龄、性别、收入、阶层等的差异，会造成评价结果不同，这是非常正常的，但从实验统计学规律得出，不同人群或个体，对于同一事物现象的价值判断趋向一个相同的结论，对旅游资源的评价也不例外。从一个人群或许多个体价值判断的实验结果发现，这一趋同性的结果能够非常清晰地显现出来，在统计图上，它是一个中间高两头低的正态分布曲线，所以，对旅游资源的价值评价完全可依据价值判断的统计学规律来进行。在进行旅游资源评价时，应尽量选用不同专业背景和尽可能多的人员来工作，以提高成果的权威性和可信性。

3．认知比较学评价

对某一个具体的旅游资源单体的评价，往往是建立在和其他旅游资源单体的比较之上的，即评价是相对而言的。人们对事物现象的认知比较具有较大的差异，这当然是由于不同群体或个体的本身差异引起的，但在随机选择许多人群或个人，对不同旅游资源单体进行评价比较时发现，比较结果呈现为围绕某一中心值的正态分布形态。如把对每一个资源单体评价的比较结果表示在统计图上，则为一个分布曲线间有重叠的正态分布曲线系列。如将资源单体甲和乙的评价结果进行比较，其结果有三：认为甲的价值大于乙的价值；甲的价值等于乙的价值；甲的价值小于乙的价值。最终须选择人数最多的评价作为评价结果。

二、旅游资源价值评价

1．自身特色

旅游资源特色(特色性、新奇性)是吸引游客出游率的关键性因素，是旅游资源开发的灵魂。通过对调查区与其他旅游区的比较，可分析出旅游资源的特色，旅游资源的特色越是突出，其旅游吸引力就越大，从而具有越大的旅游价值。

2．美学观赏价值

这是旅游资源，特别是自然风景类资源评价的重心。美学观赏价值主要是指旅游资源能提供给旅游者美感的种类及强度。无论自然景观，还是人文景观，它们首先必须符合美学原则。人们能够感受到的美感种类越多，美感越强烈，对其评价就越高。风景作为各种美的有机组合体，既包括着原有的自然美，又有其文化内涵，还包括被赋予的艺术美和社会美。旅游资源的美是多种多样的，如名山大川的自然美，千年古刹的人文美，民族风情的艺术美，旅游购物品的欣赏美等，无不使旅游者从中得到享受，陶冶情操，提高文化素养。凡是吸引力较大的旅游资源，首先必须是具有较高的美学观赏价值，如桂林山水、敦煌莫高窟、黄河壶口瀑布等皆为美学观赏价值很高的资源。

3．历史文化价值

历史文化价值具有两方面的含义：

一是其本身所具有的历史文化内涵，即其具有或体现了某一历史时期的某种文化特征，往往还与一个民族或国家的历史文化传统有着密切联系。旅游资源在不同程度上体现着某种文化，如建筑、文学艺术、民族风情等。喝茶本属于生活常事，但其发展为“茶道”后，就已经具有了很高的文化意义了。

二是与重大历史事件、文艺作品、传说故事等有关的历史文化。如果这些资源艺术价值很高，影响特大，则会提高对此旅游资源的评价。如寒山寺因“枫桥夜泊”而闻名；如黄帝陵的古柏树因传说是黄帝亲手所植而价值大增。当人们提到卢沟桥时，不仅看中其桥梁建筑的价值，更会想到“卢沟桥”事变。一般而言，旅游资源类型越多，产生的年代越久远，越稀少，越有代表性，越是与名家或名人有关，其历史地位越高，文化价值越大。这些风景胜地既是观赏游览的内容，同时又是宝贵的历史艺术珍品。我国公布的“历史文化名城”、“文物保护单位”就是根据它们的历史意义、文化艺术价值确定的。

4．科学考察价值

它反映旅游资源的某种科学研究功能，在自然科学、社会科学和教学科研方面有什么样的特点，能否作为科教工作者、科学探索者和追求者现场研究的场所。如古都西安，是我国历史上建都朝代最多、历时最长的古都，有许多是具有世界、国家级科学价值的文物古迹，这些旅游资源的科研价值涉及诸多领域，可作为不同专业科教工作者的研究考察对象。如在西安附近秦始皇陵发现的兵马俑，是研究历史、雕塑、军事、美术的科学园地；名闻遐迩的长江三峡、云南的“三江并流”，表现了丰富深奥的地质运动、构造断裂、流水袭夺等自然过程；而各类博物馆、纪念地(堂、馆)对培养参与者科学兴趣、扩大视野、增长知识、进行思想道德教育等具有重要意义。

5．经济社会价值

旅游资源的经济价值是指旅游资源可能带来的经济收入。在相当长一段时间内，在“劳动创造价值”的观念影响下，在中国理论界及政府部门的经济和价值观中，或者认为没有劳动参与的东西(环境、资源)没有价值，或者认为不能交易的东西(阳光、空气、蓝天)没有价值，导致了对旅游资源的无偿占有、掠夺性开发和滥用，因此，对旅游资源的经济价值进行评估尤显重要。对旅游资源的经济价值进行评估，不仅应根据成本收益的直接经济指标进行评估，还应评估因关联带动作用而产生的综合经济收益。

旅游资源的社会价值在于它们对人们福利和身心健康的裨益程度。它可以促进人们开阔视野，增长知识，促进科技文化交流，美化和改善环境，保护资源，实现整个社会的可持续发展。如人们已认识到观赏自然景色有利于降低血压，当我们体验自然美景时，心理上的焦虑和生理上的紧张压力也得到了缓解。

6．旅游功能

旅游功能是旅游资源可供开发利用、能够满足某种旅游需求的特殊功能，是其价值的具体体现。有的旅游资源可以提供高品位的旅游活动项目，满足开展多种旅游活动的需求，因而具有多种旅游功能。旅游功能越多，宜进行的旅游活动越多，吸引的游客群越大，其价值越大。拥有观赏、历史、科学、文化、经济和社会等价值的旅游资源，一般均具有观光、度

假、康体、商务、探险、科考、娱乐等旅游功能，据此决定其开发方式、利用前景。

7．规模与组合状况

旅游资源的规模指景观本身所具有的规模、大小、尺度。旅游资源的组合状况主要指它们组合的质量，它包括单个景点的多要素组合形式以及更大范围风景区资源种类的配合状况，由此形成了该景点、景区、风景名胜区或旅游区的群体价值特征。

旅游资源特质、价值、功能高者并不一定能形成开发规模，只有在一定地域上较为集中，多类型资源能协调布局和组合，形成一定的开发规模，才具有较高的旅游价值。故旅游资源的规模与组合状况是其评价不可缺少的内容之一。

三、开发条件评价

1．区位条件

包括旅游资源所在地区的地理位置、交通条件及与周边旅游区旅游资源的关系。大量事实表明世界上许多旅游点(区)其经济价值大小有时并不与旅游资源价值呈正比，而往往在很大程度上因其特殊的地理位置而增强吸引力。如位于经度和时间起点的英国格林尼治天文台就能成为世界旅游热点。旅游资源区的区位条件还包括旅游资源所在地的交通区位，即可进入性。一般与交通干线及辅助线距离愈近，其可进人性就愈强。如我国的深圳、珠海等由于毗邻香港、澳门，其优越的区位条件，使当地并不多的旅游资源得到了充分开发和利用。相反，西藏具有非常丰富而且品位极高的自然和人文资源，如雅鲁藏布江大峡谷，布达拉宫等，由于地理位置不便，因而不利于开发和利用。一处旅游资源和其所在地及周边地区其他旅游资源之间，一般为互补或替代关系。它们可互映互衬，产生集聚效应，吸引更多的旅游者。但如果相邻的旅游地资源类型相似，则会相互竞争，相互取代，引起游客群分流。另外，旅游资源区周围若配合有名山、名湖、名城等旅游热点，则有利于资源的联片和成规模开发。

2．客源条件

旅游资源开发必须以客源市场为依据。没有一定数量的游客，旅游资源开发则不会产生良好的经济效益，客源市场大小决定着旅游资源的开发规模和开发价值。客源市场具有时空条件：空间区域，所能吸引的客源范围、辐射半径、吸引客源层面及特点，是由旅游资源的吸引力和社会经济环境决定的；时间序列，客源的不均匀分布形成了旅游的淡旺季，这与当地气候季节变化有一定关系。如在冬季，国内客流被海南岛的温暖和哈尔滨冰雪景观吸引，形成了我国两个冬季旅游旺季产品。

3．环境条件

包括旅游资源所在地的自然、社会经济环境以及旅游环境容量。

自然环境是指旅游资源所在地的地质地貌、气象气候、水文、土壤、动植物等要素组成的自然环境。自然环境对旅游资源的质量、时间、节律和开发起着直接的决定作用。首先，不少自然环境的组分本身就是旅游资源不可分割的一部分，直接影响旅游资源的质量与品

位，如植被、水文气象等。一个旅游地最重要的外部环境必须给人清洁雅静之感，植被保存良好，山清水秀，才是良好的自然环境。其次，自然环境的某些因子，直接决定着旅游开发效益。如气候的季节变化会引起旅游的淡旺季。水既是最基本、最活跃的造景因子，又对游客的健康产生十分重要的影响。

社会环境是指旅游资源所在地的政治局势、社会治安、政策法令、医疗保健、风俗习惯及当地居民对旅游业的态度等。一个地区政治局势和社会治安稳定与否，直接影响旅游者的出游决策。对旅游业重视的地区，人们办旅游的积极性就高，旅游的经济效益就更为显著。医疗和保健条件好的地区能保障和及时处理旅游过程中游客的疾病、意外伤害和生命安全。如果当地居民对旅游业有正确认识、热情好客，就会使游客有一种宾至如归之感，对旅游资源开发和旅游业发展有积极作用。

经济环境是指能够满足游客开展旅游活动的一切外部经济条件。包括经济发展水平、人力资源、物资和产品供应、基础设施等条件。经济发展水平决定着当地的客源数量及对旅游的保障条件。人力资源条件是指能够满足旅游经营和管理所必需的旅游从业人员，并提供完善优质的服务。物资和产品供应条件是指保证旅游资源开发、旅游经济活动正常运行所需的设备、原材料、食品、地方特产的供给情况。基础设施条件是指交通、水电、邮电、通信、医疗及其他旅游接待设施。不少旅游资源由于位于偏僻山区，基础设施不够完善或比较落后，直接影响了旅游的可进人性和旅游服务质量，不利于开发旅游资源和提高旅游经济效益。

旅游环境容量，又称旅游承载力或饱和度，指在一定时间条件下，一定旅游资源的空间范围内所能开展的旅游活动能力。一般用容时量和容人量两方面来衡量。旅游资源景观数量越多、规模越大、场地越开阔，它的容时量和容人量越大；反之，旅游资源景观稀少，类型简单，场地狭小，其容时量和容人量就小。超过旅游容量，旅游活动就会受到影响，旅游资源及其环境就会受到破坏。

4．投资条件

资金是旅游资源开发的必要条件。资金来源是否充裕，财力是否雄厚，直接关系到旅游开发的深度、广度以及开发的可能性。调查区良好的旅游资源的品位和社会经济环境以及经济发展战略和给予投资者的优惠政策等，都会给资源开发提供有利契机，提高其利用价值。为此，必须认真研究调查区的投资条件和政策环境。

5。施工条件

旅游资源的开发还需考虑项目的难易程度和工程量的大小。首先是工程建设的自然基础条件，如地质地貌水文气候等条件，其次是工程建设的供应条件，包括设备、食品、建材等。评价施工环境条件的关键是权衡经济效益，对开发施工方案需进行充分技术论证，同时要考虑经费、时间的投入与效益的关系。只有合理地予以评价，才能既不浪费资金，又有可行的施工收益。

四、定性评价法

旅游资源评价尽管类型很多，但常用的评价方法一般有定性法和定量法两种。定性评价方法使用范围广泛，形式多种多样，包含的内容丰富，是评价者在考察旅游资源后根据自己的印象所做的主观评价，一般多采用定性描述的方法，也叫经验性评价法。该方法简单易行见效快，对数据资料和精确度要求不高，但不可避免地存在结论的非精确性和推理过程的相对不确定性。由于评价方法很多，在此仅选择一些具有代表性的方法来介绍。

1．卢云亭的“三三六”评价体系

即“三大价值、三大效益、六大开发条件”评价体系。

“三大价值”指旅游资源的历史文化价值、艺术观赏价值、科学考察价值。

“三大效益”指旅游资源开发之后的经济效益、社会效益、环境效益。

“六大开发条件”指旅游资源所在地的地理位置和交通条件、景象地域组合条件、旅游环境容量、旅游客源市场、投资能力、施工难易程度等六个方面。

2．黄辉实的“六字七标准”评价法

主要是从旅游资源本身和资源所处环境两个方面加以考虑。

从旅游资源本身，采用了六个评价标准：美、古、名、特、奇、用。

在评价资源所处环境时，有季节性、污染状况、联系性、可进人性、基础结构、社会经济环境、市场等七个标准。

3．一般体验性评价

一般体验性评价是评价者根据自己的亲身体验，对某一个或某一系列的旅游资源就其整体质量进行定性评估。常用方式是旅游者在问卷上回答有关旅游资源的优劣顺序，或由各方面专家讨论评价，或统计在常见报刊或旅游书籍、旅行指南上出现的频率等。这种评价多由传播媒介或行政管理机构发起，如我国曾评选的“中国十大名胜”和“中国旅游胜地四十佳”，就是运用这种方法得出的。评价的结果可以提高某些旅游地的知名度，客观上会对旅游需求流向产生诱导作用。一般体验性评价的项目很简单，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地(旅游资源)即可。这种方法常局限于少数知名度较高的旅游资源开发地，无法用于一般类型或尚未开发的旅游资源。

4．美感质量评价

一般是基于对旅游者或专家体验的深入分析，建立规范化的评价模型，评价的结果多具有可比性的定性尺度或数量值。其中对自然风景质量的视觉美评估技术已经比较成熟，目前较为公认的有四大学派。

1)专家学派。代表人物是林顿(R．B.H．Liton)。即以受过专业训练的观察者或专家为主

体，以艺术设计生态学以及资源管理为理论基础对景观进行评价。如美国土地管理局风景资源管理系统(visualresourcesmanagement)，美国林务局的风景管理系统(visualmanagementsystem)。

2)心理物理学派。代表人物有丹尼尔(丁．C．Daniel)和布雅夫(G．J．Buhyoff)等。该学派主要研究如何建立环境刺激与人类的反应之间的相互关系。

应用较成熟的风景类型是森林风景。

3)认知学派(心理学派)。代表人物有卡普兰(S．Kaplan)、金布利特(Gimblett)、布朗(T．Brown)等。该学派把风景作为人的生存空间、认知空间来评价，强调风景对人的认识及情感反映上的意义，试图用人的进化过程及功能需要去解释人对风景的审美过程。

4)经验学派(现象学派)。代表人物是洛温撒尔(Lowenthal)。该学派认为人对景观的评价看作是人的个性及其文化、历史背景，志向与情趣的表现，将人在景观评价中的主观作用提到绝对高度。

五、定量评价法

定量分析是根据一定的评价标准和评价模型，以全面系统的方法，将有关旅游资源的各评价因子予以客观量化，其结果具有可比性。较之定性评价，结果更直观更准确。但是定量评价难以动态的反映旅游资源的变化，对一些无法量化的因素难以表达，且评价过程较为复杂，因此在实际工作中，还必须与定性评价法密切配合，才能较好地达到预期目的。

1．技术性单因子定量评价法

旅游资源的技术性评价法，是指旅游资源各要素适宜于旅游者从事特定旅游活动程度的评估。大量技术性指标的运用是这类评价的基本特征。这类评价工作一般限定于自然旅游资源评价，对于开展专项旅游，如登山、滑雪、海水浴等犹为适用。在此，仅选择性介绍几种方法。

(1)地形的适宜性评价

一般来说，地形因素对于运动型的旅游活动至关重要，是关键的旅游资源因子。地形对于风景观赏存在影响，崎岖、陡峭的地形，会给旅游者空间移动带来困难，但常能借助于人工设施解决，如缆车、索道。而地形的这种特性本身却具有风景美感。各种参与型的旅游活动对地形的倾斜程度(坡度)都有较严格的要求，如滑雪要求的坡度，必须在35°以下，但滑雪区缓坡(10°以下)所占面积太大，又会影响滑雪者的体验水准，难以吸引大量滑雪者。各种旅游活动特别是参与性旅游活动对于地形的要求，成为评估地形适宜性的重要衡量标准。

(2)海滩及海水浴场评价

乔戈拉斯在研究旅游地的一般特征时，提出了一级浴用海滩的评价标准，即：

1)用于阳光浴等消极活动，要求海滩沙质细洁，至少长 300ft(1ft=3．048×10-1m)，宽 50ft，沙滩在全年中应有 80％以上的时间免于暴晒；后腹地有遮掩、树木，而且环境幽雅，无人工废物和自然灾害物，坡度小于 15°，具开发潜力。

2)用于游泳等积极活动，要求水底无或很少有淤泥，水质五色无味，大肠

杆菌群数含量小于 100 个／lOOml，无生物垃圾，高潮时深 8ft 的海底无珊瑚和尖石，无危险激流，与水域领接之海滩坡度不大于 8°,海滩性质同上，但要求更长更宽。一年中应有 9 个月的时间适于游泳。对于海水浴场评价，可用日本东急设计咨询公司为我国台湾南部垦丁风景特定区制定的海水浴场评价技术指标(表 16．1)和美国土地管理局制定的海水浴场适宜性评估(表 16．2)标准。

表 16．1　海水浴场评价标准(日本)
表 16．2　海水浴场适宜性评估(美国)

2．综合性多因子定量评价法

该评价方法是在考虑多因子的基础上运用一些数学方法，对旅游资源进行综合评价。这类评价方法也非常多，如：

1)综合价值评价模型。

2)模糊数学评价法。

3)层次分析法。

4)美学评分法。

5)观赏性旅游地评价模型。

6)价值工程法。

7)指数表示法。

以下选择性介绍几种方法。

(1)层次分析法(AHP，analyticalhierarchyprocess)

层次分析法最早是由美国运筹学家丸 L．Saaty 提出的，在国内应用这一研究方法的领域很广泛。层次分析法是将复杂的问题分解成若干层次，在比原问题简单得多的层次上逐步分析，将人的主观判断用数量形式表达出来。主要步骤如下：

1)将旅游资源的评价进行层次划分，划分出大类、类和层等，构成旅游资源评价模型树(图 16．1)。

2)给出评价因子的大类、类、层的权重。对决策树中各层次，分别建立反映其影响关系的判断矩阵，通常是应用特尔菲法(Delphimethod)，即专家咨询法，获得评价因子排序权重及位次。

3)根据权重排序，以 100 分为总分，按权重赋予各个因素分值，就得到旅游资源定量评价参数表。

4)根据各评价因子的权重，确定基本评价因子的指标分，亦可采用特尔菲法。

如楚义芳建立的中国观赏型旅游地评价模型共分为三个部分：

1)旅游资源评价。

2)旅游地区域条件评价。

3)旅游地区位特性评价。

相应的评价因子模型如图 16．1 所示。评价的数量模型采用菲什拜因·罗森伯格关于旅游地综合性评估模型，即
式中，正为旅游地综合性评估结果值；Qi 为第 i 个评价因子权重；pi 为第 i 个评价因子评价值；n 为评价因子的数目。

评价因子的权重来源于用层次分析法处理专家咨询的结果，根据上述方法获得的中国观赏型旅游地评价因子权重值。研究表明旅游资源在旅游地评价因子中处于最重要的地位，区域条件和区位特性的重要程度基本相同。运用此模型时，只要取得评价因子权重和评估的方法适当，其结果往往具有很高的应用价值。

(2)指数评价法

旅游资源的指数评价法分为三步：

第一步，调查分析旅游资源的开发利用现状、吸引力及外部区域环境，要求有准确的定量统计资料；

第二步，调查分析旅游需求，主要内容有游客数量、旅游者构成、逗留时间、旅游花费趋向、需求结构及节律性等；

第三步，拟定总体评价式，建立表达旅游资源特质、旅游需求与旅游资源之间关系的若干量化模型。公式为
式中，正为旅游资源评价指数；Fi 为第 i 项旅游资源在全部旅游资源中的权重；M：为第 i 项旅游资源的特质与规模指数；Vi 为旅游者对第 i 项旅游资源的需求指数；n 为旅游资源总项数。

最后，可以应用调查结果和评价指数确定旅游资源的旅游容量，密度，需求规律性和开发顺序。

第四节　旅游资源评价因子系统

旅游资源评价的内容确定之后，其评价工作分为两大部分：确定各评价因子的权重，获得各评价因子的评估值。由于评估的目的在于对同一类型中的不同旅游资源进行比较或排序，因此对于模型中因子的评价必须遵循统一的标准，依据该标准对评价因子建立一个评估系统。

一、评价权重系统

1．选择评价因子的原则

(1)代表性和重要性

客观上影响旅游资源评价的因子很多，为了简化评价工作就必须选择那些有代表性的、对旅游地的整体开发价值和程度有重要影响的因素作为旅游资源的评价因子。

(2)层次性和系统性

评价因子应具有一定的层次性，下一层因子是上一层因子的具体化，每一层内部以及不同层次之间应具有系统性、统一性。

(3)非兼容性和区别度

同一层次的各评价因子相互之间应是一种并列平行的关系，相互区别，并具有一定的区别度，不能有兼容或替代关系，不能出现模糊不清、不易区分、容易混淆的因子。

2．权重系统的建立

在旅游资源综合评价中，给定评价因子的恰当权重非常重要，因其直接影响到评价结果，它实际上是对旅游资源进行量化评价所必须满足的一个条件。各评价因子权重具体值的获得，常采用特尔菲法，有直接打分和间接打分两种：

直接打分。可请地理、建筑、经济、旅游管理等行业专家(专家规模以 20-3 人为宜)，直接征询其各评价因子的权重值，然后采用所有专家的平均意见为评价因子权重值；此法亦可分为几轮进行，最终得出评价因子结果。

间接打分。即不要求专家评定出评价因子的权重值，而要求就相对重要性进行比较，给出定性的结论，然后将结果量化，运用数学方法处理后获各评价因子的权重值。

表 16．3 为国家旅游资源评价因子权重值。

表 16．3　旅游资源共有因子综合评价权重值国家标准

二、评价因子指标系统

旅游资源评价因子权重系统确定之后，另一项基础性的工作就是对次一级评价因子进行评分。对次一级评价因子的评分，必须遵循一个统一的标准，这是一个技术性和经验性很强的工作。评价因子指标分的评定，可用特尔菲法进行，也可由旅游资源调查人员来完成。

1．建立步骤

(1)对评价因子进行指标分级

根据评价因子度量的含义及影响旅游资源开发的程度，把每一个评价因子指标进行模糊等级划分，如极高、很高、较高、一般，世界、全国、省级、区级等级别，每一等级都有具体的描述。

(2)对评价因子进行指标量化

评价因子的评分值满分以取 10 分为宜，可用连续的实数[0，10]来表示因子分值的变化范围(表 16．4)。也可将其划分为不同档次，给予不同分值，如中国国家标准旅游资源评价赋分标准中，将每一评价因子分为 4 个档次，其因子分值相应为 4 档。

表 16．4　1~lq=指标级别值

(3)计算评价分值

对每项评价后，即可进行综合评价分数的计算，综合评价分值满分常取 100 分。

2．指标分值的具体确定

(1)三项评价

即按旅游资源的景观价值特征、资源环境氛围和资源开发条件进行评价，如表 16．5、表 16．6、表 16．7 所示。

表 16．5　景观价值特征评价分

表 16．6　环境氛围评价分

(2)旅游资源评价分值的计算

将旅游资源共有综合因子评价赋分值和附加值逐级分别相加，各项总和即为评价总分。

三、评价等级划分

依据旅游资源单体评价总分，可将其分为五级(表 16．10)。

表 16．10　旅游资源等级表

案例分析--紫柏山风景区旅游资源评价

紫柏山风景区位于陕西省宝鸡市凤县南部，东起高桥铺，西至甘肃两当县与凤县交界处，北自分水岭，南到龙如山南麓，总面积达 82．5km2，横跨两省三县。风景区主要包括紫柏山和屋梁山、熊家山之间的燕子坪。经数次实地勘测调查和论证，对该风景区旅游资源进行了评价。

1)定性评价：主要从类型、特征、功能、可进入性、旅游容量、区位条件、客源市场、环境质量及基础设施方面对其进行评价。

2)定量讦价：运用层次分析法进行旅游资源价值评价和开发条件评价。选取部分如表 16．11 和表 16．12 所示。

价值评价结果。紫柏山风景区旅游资源价值最高，燕子森林草地度假娱乐区旅游资源价值较高，龙宫洞溶洞群观光探险区旅游资源价值次之。紫柏山生态游览区旅游资源、燕子森林草地度假娱乐区旅游资源经有效开发，有望达到省级旅游产品，将来力争达到国家级旅游产品。龙宫洞溶洞群观光探险区旅游资源可作为主景区的辅助性旅游产品开发。

开发评价结果。紫柏山风景区旅游资源开发难度较大，其根本原因在于旅游资源区位条件及所处经济环境较差，尤其是地方经济发展水平较低，基础设施，特别是旅游基础设施极为薄弱，所以交通和基础设施是制约旅游风景区旅游资开发的最大瓶颈，前期必须投入大量的人力、财力、物力对这一状况给予较大程度的改善。

复习思考题

1．简述旅游资源调查的内容和方法。

2．进行旅游资源调查的一般程序分为哪几个阶段?

3．什么是旅游资源评价?评价的意义是什么?

4．旅游资源价值评价包括哪些内容?

5．旅游资源开发评价包括哪些内容?

6．进行旅游资源评价的主要方法有哪些?

7．试根据国家标准的旅游资源分类体系对某一旅游资源进行评价。