

<<旅游资源详细调查实用指南>>

图书基本信息

书名：<<旅游资源详细调查实用指南>>

13位ISBN编号：9787506640213

10位ISBN编号：750664021X

出版时间：2006-3

出版时间：中国标准出版社

作者：尹泽生

页数：250

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>

## <<旅游资源详细调查实用指南>>

### 内容概要

《旅游资源详细调查实用指南：GB/T18972-2003 旅游资源分类、调查与评价 理解与实施》反映作者意图如下：定位于实用性质的旅游资源详细调查；主要章节都围绕着调查步骤和调查方法进行，其中用了8章对各旅游资源主类包含的主要旅游资源基本类型的科学概念、基本内容、类型特点，以及实际调查时需要注意的问题进行了扼要的陈述，作了调查提示；尽量采用一些经过验证的实际资料，其中包括规范和标准编写组在各地的试点调查资料。

## <<旅游资源详细调查实用指南>>

### 书籍目录

第一章 旅游资源调查基础第二章 旅游资源调查的实施第三章 地文景观类旅游资源调查第四章 水域风光类旅游资源调查第五章 生物景观类旅游资源调查第六章 天气与候景象旅游资源详查第七章 遗址遗迹类旅游资源调查第八章 建筑与设施类旅游资源调查第九章 旅游商品旅游资源调查第十章 人文活动类旅游资源调查第十一章 旅游资源调查成果处理主要参考文献

## &lt;&lt;旅游资源详细调查实用指南&gt;&gt;

## 章节摘录

1.标准“旅游资源”释义 近10多年来,“旅游资源”一词频频出现,有代表性的大致有以下四类:“人们在旅行游览过程中,一切所感兴趣的事物”;“凡能够吸引游者的自然因素和社会因素”;“凡能为旅游者提供游览、观赏、知识、乐趣、度假、疗养、娱乐、休息、探险猎奇、考察研究,以及友好往来的客体和劳务”;“凡是能够激发旅游者的旅游动机,为旅游业所利用并由此产生经济效益和社会效益的现象和事物”。

这些定义,将旅游资源置于一个广阔的空间,对定义中涉及到的问题的思考,将有助于对旅游资源的理解。

根据以上认知,本标准提出如下旅游资源的定义:“自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素。”

对于这一定义,有以下六点说明。

第一,吸引力是认定旅游资源的核心。

构成旅游的三个要素,旅游主体(旅游者)、旅游客体(旅游资源)和旅游媒介(旅游业)中,旅游资源所以能够成为旅游者实施旅游的对象,主要是因为它所具有的吸引功能。

旅游资源的吸引功能表现在它对旅游者所激发起的旅游动机,这包括两方面的因素,首先是由于旅游资源本身或旅游资源所构成的旅游产品能够满足旅游者实施旅游的愿望,这种愿望包括很多方面,诸如人们对开阔眼界、满足好奇、扩大阅历、休憩养生、锻炼体魄、积累知识、交流情感等,这些动机涵盖了对自然美的向往、对娱乐休闲度假健身康疗的需求、对精神文化的探索等;其次是旅游者由于希望改变生活环境而到异地体验所产生的旅游动机。

第二,旅游资源所指范围十分广泛。

定义中提到的旅游资源涵盖面是整个自然界和人类社会,这实际上已把现今地理圈层内和历史进程中形成的一切有形实体、精神要素和某些相关环境囊括在内,时空扩展范围异常广阔。

人类对旅游资源的认识历史很久远,古代人们主要是由于对生存的依赖、对山水的向往、对神祇的崇敬所进行的游猎渔牧、户外巡游、宗教礼拜等活动。

除了为生计的游牧人群外,实施上述活动的主体基本局限在帝王、官宦、军旅、商贾、僧侣、文人等圈内。

人们在这些活动中认识了主要以外观为主的物质型旅游资源,到了近现代,旅游活动逐渐大众化,旅游主体发生了明显的变化。

除了观光游览外,休憩、康乐、健身、探险、求知、生态与环境保育等旅游活动渐次加入,旅游者选择的范围迅速扩大,使旅游资源几乎到了无所不包的地步。

此时除了物质型旅游资源继续保持主体外,非物质型旅游资源的地位有了明显提升。

.....

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>