



文章编号:1006-7329(2004)01-0020-05

## 风景资源 - 旅游资源 - 旅游产品\*

——小议市场经济条件下风景资源开发模式

刘 骏<sup>1</sup>, 蒲蔚然<sup>2</sup>

(1.重庆大学 建筑城规学院,重庆 400045;2.重庆市规划设计研究院,重庆 401147)

**摘要:**在市场经济条件下,风景区开发应遵循以风景名胜区总体规划指导风景资源向旅游资源转化,然后在旅游发展规划的指导下,将旅游资源开发成旅游产品推向市场的过程。文章同时以奉节县天坑地缝风景名胜区规划及旅游发展规划的实例阐明了上述观点。

**关键词:**风景资源;旅游资源;旅游产品;风景名胜区;规划

**中图分类号:**TU985.13

**文献标识码:**A

## Scenic Resource, Tourism Resource and Tourism Product——On the Development Mode of Scenic Resource

LIU Jun<sup>1</sup>, PU Wei-ran<sup>2</sup>

(1.College of Architecture and Urban Planning, CU, Chongqing 400045, P. R. China; 2. Chongqing Institute of Planning and Design, Chongqing 401147, P. R. China)

**Abstract:** Under the market economy system, the development of scenic areas must adhere to the regulation that the scenic resources must be turned into tourism resources under the guidance of scenic area planning at first, then the tourism resources has to be developed into tourism products directed by tourism development planning. Meantime, in this paper, Fengjie Tiankengdifeng Scenic Area Planning and Fengjie Tourism Development Planning are taken as examples to support this viewpoint.

**Keywords:** scenic resource; tourism resource; tourism product; scenic area; planning

随着我国国民经济的持续增长和人民生活水平的不断提高,人民群众对生活质量 and 生活方式提出了新的要求。在物质文明得到极大丰富的同时,人们把追求的目光转向了精神层面。在这样的条件下,旅游在全国各地悄然兴起,旅游业也已经成为了上世纪九十年代以来发展最快的产业之一。旅游业是一项综合性的服务行业,它的发展涉及到交通、服务、市政、城建、轻工等多个行业,需要这些部门的配合与支持;另一方面,旅游业又是一项消费性的产业,它的发展又带动和促进了上述各个行业的发展,起到了促进整个国民经济繁荣发展的作用。在当前的形势下,努力开拓旅游市场,积极发展旅游业,对于拉动内需,启动市场,带动消费,无疑将起到积极的作用。

旅游业的发展,离不开风景资源的开发建设,旅游开发的程度和规模依赖于风景资源的数量与质

\* 收稿日期:2003-09-03

作者简介:刘 骏(1969-),女,重庆人,硕士,讲师,主要从事风景园林及建筑设计研究。

量。发展旅游业,风景资源的开发是前提。自20世纪80年代以来,我国的风景区开发建设速度加快,发展迅速,已建立的国家级风景名胜区已达119处,面积占国土面积的1%。尽管如此,风景资源的开发建设还不能满足旅游业迅猛发展的要求,这是由于一方面我国旅游业的发展起步较晚,因而使风景资源的开发相对滞后,尤其同欧美发达国家相比,我们无论在风景资源开发的数量还是质量上都处于落后的位置;另一方面,旅游主体——游客普遍具有求新求异的心理特点,只有不断挖掘,积极开发新的风景资源,才能满足旅游市场的需要。

风景资源是旅游业发展的基础。我国由于幅员辽阔,地大物博,因而具有丰富的风景资源。从横向来看,我国的960万 $\text{km}^2$ 土地和300万 $\text{km}^2$ 海洋国土纵跨纬度近50度,形成了明显的气候差异,从东海之滨到青藏高原,垂直高差8000余m,造就了不同的地貌类型和各具特色的植物垂直分布带。这样得天独厚的条件为我们孕育了众多的自然风景资源。从纵向来看,中华民族上下五千年,创造了光辉灿烂的人类文明,遗留下来的文物、史迹、建筑、园林等,形成了丰富的人文风景资源。所有这些我们继承下来的宝贵遗产,只有对它们积极保护,合理利用,适度开发,才能使这些风景资源在新的形势下发挥作用,创造出社会效益、环境效益和经济效益。

诚如王安石在《游褒禅山记》中所说的那样:“世之奇伟、瑰怪、非常之观,常在于险远”。许多极具魅力的风景资源都处在一些交通不便,区位偏远的地方。交通、区位的劣势往往使得风景资源所在地的社会生产发展落后,人民生活水平较低。因此,开发风景资源,已经成为景区促进地方经济发展,帮助人们脱贫致富的重要手段。

从上面的分析可以看出:一方面,旅游业的发展需要有更多更新的风景资源推向市场;另一方面,风景资源所在地区需要将风景资源转化为旅游产品推向旅游市场,从而达到发展地方经济的目的。由此可见,前者是买方,后者是卖方,二者通过市场中介达到各自目的。在市场经济的条件下,风景资源的开发必须按市场规律办事,才能实现转化,达到上述目的。

具体而言,风景资源的开发必须通过两个阶段的转化,才能达到形成产品,推向市场的目的。首先,风景资源必须完成向旅游资源的转化过程,这是风景资源开发的第一个步骤,为了说明这个问题,有必要先给这两个概念下一个明确的定义。

## 1 风景资源向旅游资源的转化

### 1.1 风景资源的定义

风景园林专家张国强先生认为:风景资源“是指能引起社会审美与欣赏活动,可以作为风景游览对象和风景开展利用的事物与因素的总称”。“是构成风景环境的基本要素,也是风景区产生环境、社会、经济效益的物质基础”。

### 1.2 旅游资源的定义

按照旅游业权威人士王立纲先生的定义,“所谓旅游资源,主要指可供旅游者观赏游览的自然风光、历史古迹、革命或建设成就。旅游资源对旅游者来说是观赏游览的对象,对旅游业是用以招徕的凭借条件。”

由上面的定义可以看出,二者的内涵极为相似,只是因下定义者的不同身份而使它们带上了各自的行业特征。抛开其相同点不讲,笔者只就二者的不同之处加以说明,即“风景资源”强调的是一种具审美性的客观存在,而“旅游资源”强调的是可供观光游览的事物,带有人的主观意志在内。风景资源不一定是旅游资源,例如雅鲁藏布大峡谷中蕴藏着的神奇风光,在当前的条件下,还不可能作为旅游市场开发的目标,因而最多只能称其为潜在的旅游资源。

### 1.3 风景资源的转化过程

由上面的分析可知,风景资源必须经过一个“嬗变”的过程才能成为旅游资源,也即是说要通过制定一个系统优化的行动方案指导风景资源的合理开发建设,从而使其具备一定的游览接待能力后,才能成为旅游资源。制定这一行动方案的决策过程,则是风景名胜区总体规划的编制。通过总体规划编制,要

对风景资源的性质、特征、作用、价值、利用目的、开发方针、保护范围、规模容量、景区划分、功能分区、游览组织以及开发所需的工程技术、管理措施和投资效益等重大问题做出决策;要提出正确处理保护与使用、远期与近期、整体与局部、技术与艺术等关系的方法,达到使区内与外界有关的各项事业协调发展的目的。通过风景名胜区总体规划的实施,才能使风景资源转化为旅游资源。

风景资源转化为旅游资源,只实现了其走向市场的第一步。只有将旅游资源转化成旅游产品,才完成了风景资源市场化的全部过程。

## 2 旅游资源向旅游产品的转化

旅游产品是指以旅游资源为依托,以旅游市场为导向,通过市场策划与营销手段的运用而形成的系列主题或专题性游览和休闲方式。一个风景名胜区建立以后,在硬件设施上具备了参观游览的条件,实现了从风景资源向旅游资源的过渡,然而这只是完成了风景资源开发建设的第一个步骤。景区如何针对自身特点吸引客源,是旅游资源推向市场的另一个重要步骤。如果一个风景区建好以后却游客寥寥甚或乏人问津,就达不到促进地方经济繁荣的目的,削弱了其存在的意义。要在旅游资源的基础上发展旅游产品,必须分析当地旅游业的现状及发展条件,对旅游资源进行正确的分类与评估,然后针对客源市场的特点,确定旅游资源开发的地位、发展目标及发展阶段,从而提出旅游产品开发的方式和市场营销策略,制定出发展旅游业的战略措施。这一决策过程即旅游发展规划的编制过程。

通过旅游发展规划的实施,可以在旅游资源的基础上开发、挖掘形成多个旅游产品。旅游产品通过市场营销,达到了实现产品价值,促进国民经济发展的目的,由此而完成风景资源——旅游资源——旅游产品的开发过程。

## 3 风景名胜区总体规划和旅游发展规划的区别与联系

在上述的风景资源——旅游资源——旅游产品开发过程中,第一次转化是在风景名胜区总体规划的指导下进行,第二次转化是在旅游发展规划的指导下进行的。二者的主要区别在于:风景名胜区总体规划主要着眼于风景资源的合理利用,以保证风景名胜区沿着可持续的方向发展。依据风景资源的特点和市场的需要,做出科学合理的规划设计和开发利用计划。而旅游发展规划则着眼于风景名胜区的宏观经济分析,风景名胜区的发展战略研究、市场供需预测、旅游资源的定位、旅游线路的组织、旅行社的运作、旅游产品的开发、旅游资源的形象设计,客源地与目的地的研究等等。

其次,风景名胜区规划重在保护,即通过科学的预测,确定风景名胜区的容量,并以此为上限,作为风景区保护的限定条件;通过保护区的分级设定,防止和减少风景资源受到人为破坏。而旅游发展规划重在开发,在可能的情况下,以最大限度地招徕游客为目的,重点保护的景区,往往是旅游产品最具号召力的地方。在这样的情况下,风景名胜区规划有时难免会和旅游发展规划产生抵触。

第三,相对旅游发展规划,风景名胜区总体规划起步较早,也形成了一整套编制的程序和规范,其编制过程一般由规划或园林部门承担。而旅游发展规划是一门刚刚起步的学科,规划、园林、旅游、地理等多个行业均有涉猎,因而在许多方面都需要各行业共同协商以期进一步规范、提高旅游发展规划编制工作的质量。

风景名胜区总体规划和旅游发展规划既有区别,又有联系。没有风景名胜区总体规划,旅游发展规划就先失去了存在的先决条件;没有旅游发展规划,风景资源就不能很好地实现其市场化的过程,风景名胜区规划的意义也大为削弱。此外,风景名胜区规划指导下的景区保护,为发展旅游创造了“永续利用”的条件,旅游发展规划指导下的旅游开发在促进景区经济发展的同时,也使得风景名胜区的保护有了更多物质上的保证。因此,在市场经济条件下风景资源开发建设的过程中,二者共同担负着科学指导的作用,是紧密联系不可或缺的。

综上所述,市场经济条件下风景资源的开发过程,实质上就是在风景名胜区总体规划的指导下,实现由风景资源向旅游资源的转化,再在旅游发展规划的指导下,实现由旅游资源向旅游产品转化的过程。最后通过旅游市场的中介作用,把旅游资源的供需方联系起来,从而实现以旅游促经济,以旅游促发展的目的。

#### 4 奉节县天坑地缝风景名胜区开发实例

奉节县位于重庆东部,紧邻三峡,上距重庆 446 km,区位偏远,境内山多路险,交通不便,加之土地贫瘠,工业基础薄弱,经济发展落后。为改变贫穷落后的面貌,奉节县委、县政府针对该县的风景区优势,做出了“旅游兴县,旅游富县”的战略决策,将天坑地缝风景名胜区的开发建设作为振兴地方经济的一项重大举措。

开发天坑地缝的第一步,是将其从“养在深闺人未识”的状态唤醒,从风景资源转化为旅游资源,为此重庆市规划设计研究院承担了《天坑地缝风景名胜区总体规划》的编制任务,针对景区特点进行了景区划分、交通、游览、接待、保护、基础设施等各方面的统一规划(图 1)。在总体规划的指导下完成了主要景点的详细规划工作。通过规划实施,天坑地缝风景名胜区具备了开放的基本条件,完成了风景资源开发的第一个转化过程。

奉节县旅游发展规划 总体规划图

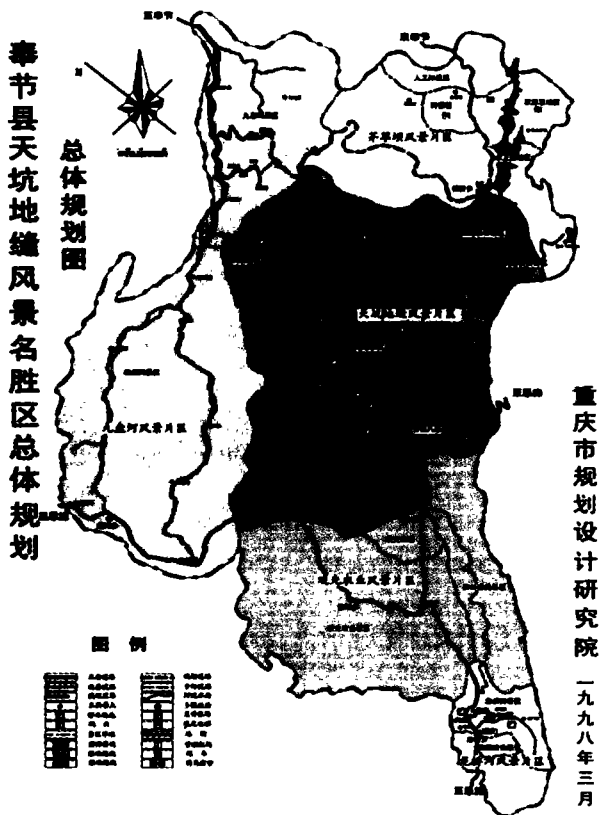


图1 奉节县天坑地缝风景名胜区总体规划图

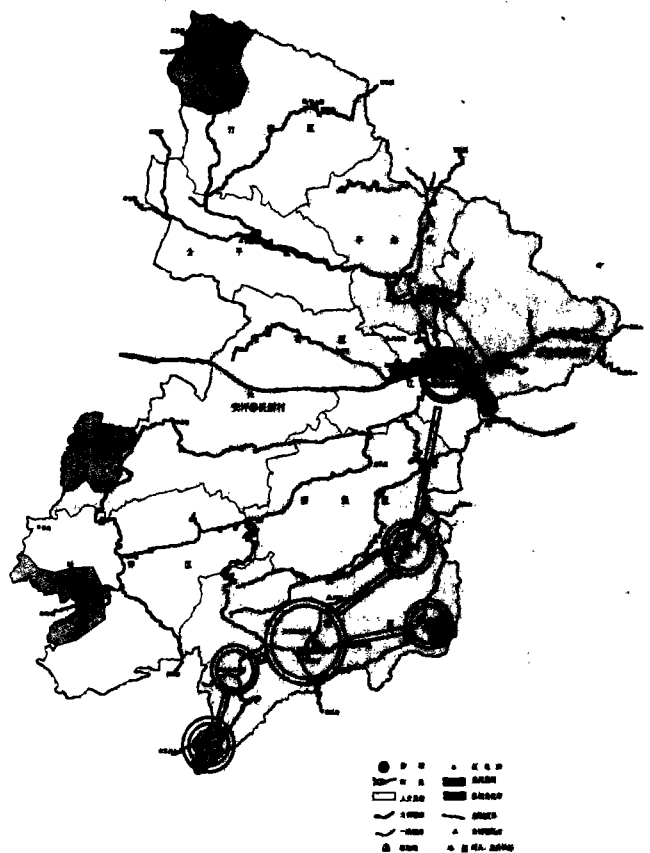


图2 奉节县旅游发展总体规划图

之后我院承担编制的《奉节县旅游发展规划》(图 2)。针对天坑地缝风景区区位偏远,知名度不高但景观类型丰富等特征,从旅游业发展的大环境入手,分析了奉节县的客源状况、交通流线方式等情况,

将天坑地缝风景区进行了市场定位,并开发了天坑地缝观光游、龙桥河观光游、迷宫河观光游、茅草坝休闲度假游、地缝科考探险游、迷宫河科考探险游、云龙洞科考探险游等系列旅游产品,提出了旅游市场的营销策略,为天坑地缝风景区走向市场创造了条件。

1999年5月,天坑地缝风景名胜区在重庆三峡国际旅游节上作为一个重点旅游项目隆重推出,第一次向世人展示了她神秘而美丽的面容。到今年六月,随着三峡二期工程的顺利完成,长江三峡库区水位将达到135 m,从而为游客方便地进入该景区打下了良好的基础。天坑地缝风景名胜区正由一个默默无闻的偏僻之地逐步成为旅游市场上崭露头角的宠儿。笔者在参加了《奉节县天坑地缝风景名胜区总体规划》和《奉节县旅游发展规划》的编制之后,深深地感受到,在市场经济条件下,开发风景资源,上述两项规划都不可缺少,尤其是后者,由于刚起步,更需要引起广大规划工作者的关注,故而以此抛砖引玉,以期唤起更多的业内人士积极投身于风景资源的开发建设事业中来。

### 参考文献:

- [1] 张国强. 中国景源的特征、保护与利用[J]. 中国园林, 1998, (2): 4-7.
- [2] 丁文魁. 风景名胜研究[M]. 上海: 同济大学出版社, 1988.
- [3] 李景奇. 风景名胜区与旅游区辨析[J]. 中国园林, 1998, (5): 17-19.
- [4] 李金路. 风景名胜区中的几个关系[J]. 中国园林, 2002, (2): 23-25.
- [5] 刘滨谊. 现代风景旅游规划设计三元论[J]. 规划师, 2001, (6): 64-65.
- [6] 丁杰盔. 旅游产品开发和生态环境建设[J]. 城市问题, 2001, (2): 18-19.

(上接第 19 页)

此,在城市规划与设计中,应充分了解和掌握山地矿区城市灾害的特点和发生规律,积极预防城市灾害,从而使危害减少到最小程度。

### 参考文献:

- [1] 黄润秋,徐志文. 四川地质灾害防治与地质环境保护-现状与对策. 中国青年科技论坛, 1999[EB/OL]. <http://www.cysn.net.cn/cysn/kjj/luntan/forum99/>.
- [2] 罗祖德,徐长乐. 灾害科学[M]. 杭州: 浙江教育出版社, 1998, 18-22.
- [3] 龚士良. 地质环境合理开发利用集对论准则[J]. 地质灾害与环境保护, 2003, (2): 27-34.
- [4] 杨京平,卢剑波. 生态恢复工程技术[J]. 北京: 化学工业出版社, 2002.
- [5] 豆俊峰,邹振扬,黄天其. 重庆市可持续发展面临的问题及对策研究[J]. 重庆建筑大学学报, 2001, 23(1): 1-5.