

第1卷第1辑 2014年12月 Volume1 Issue1 December 2014

# 旅游规划研究

TRAVELING PLAN RESEARCH

1  
2014

主编 / 刘力钢 副主编 / 于锦华 邵剑兵

## 合力打造 环首都世界级旅游目的地 / 刘锋

区域旅游业发展态势与格局 / 刘家明等

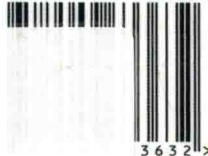
重振老温泉旅馆的管理研究 / 木沢诚名等

旅游区域联合中的政府、市场与企业 / 王兴斌

面向大数据的协同、点—轴系统 / 于锦华等

台湾地区熟龄单身女性团体套装旅游重视程度的分析 / 周为宁等

ISBN 978-7-5096-3363-2



3 6 3 2 >

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游规划研究/刘力钢主编. —北京: 经济管理出版社, 2014.9  
ISBN 978-7-5096-3363-2

I. ①旅… II. ①刘… III. ①旅游规划—研究 IV. ①F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 211174 号

组稿编辑: 张永美  
责任编辑: 晓 白  
责任印制: 黄章平  
责任校对: 张 青

出版发行: 经济管理出版社  
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: [www.E-mp.com.cn](http://www.E-mp.com.cn)

电 话: (010) 51915602

印 刷: 三河市延风印装厂

经 销: 新华书店

开 本: 880mm×1230mm/16

印 张: 9.75

字 数: 275 千字

版 次: 2014 年 12 月第 1 版 2014 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-3363-2

定 价: 28.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

## 《旅游规划研究》学术委员会

### ○顾问

---

魏小安

### ○学术指导委员会

---

刘 峰 陆杰荣 石铁矛 刘家明 张 辉 谢彦君 王艳平 蔡 红  
李青松 沈志渔 杨世伟

### ○主任

---

刘力钢

## 《旅游规划研究》编委会

### ○主编

---

刘力钢

### ○副主编

---

于锦华 邵剑兵

### ○编委会成员

---

隋 鑫 白 涛 冯 凌 张永美 于锦华 邵剑兵 唐凤德 吴庆功  
王海弘 刘 波

# 旅游规划研究

## Traveling Plan Research

2014 年

第 1 辑

### 目 录

合力打造环首都世界级旅游目的地 .....	1
区域旅游业发展态势与格局 .....	7
重振老温泉旅馆的管理研究 .....	15
休闲与旅游抽样调查中问卷数量的确定 .....	25
基于 GEM 模型的森林旅游产业集群竞争力研究 .....	33
辽宁省森林旅游产业与县域经济关联性研究 .....	38
战略联盟视角下区域旅游合作治理机制研究 .....	43
旅游区域联合中的政府、市场与企业 .....	52
增强区域合作, 促进“9+10”区域入境旅游市场发展 .....	59
构建以北京为大区域中心的智慧旅游运营体系 .....	68
基于国际旅游岛的海南服务业经济区建设研究 .....	75
面向大数据的协同、点—轴系统 .....	79
邮轮旅游发展的国内外经验与辽宁对策 .....	86
关于探索整合社会资源发展辽宁旅游业的思考 .....	93
乡镇区域旅游规划生产力研究 .....	100
城乡发展一体化视角下的本溪市乡村旅游发展探析 .....	105
滨海景观路的自驾车旅游开发对策研究 .....	110
智慧旅游企业商业模式创新初探 .....	114
浅析我国旅游业危机管理 .....	121
旅游小城镇的规划理念和方法 .....	126
辽宁省创意旅游发展对策 .....	134
台湾地区熟龄单身女性团体套装旅游重视程度的分析 .....	139

# 合力打造环首都世界级旅游目的地

刘 锋

(国务院发展研究中心 北京 100010)

**【摘要】**环首都地区是我国区域经济的集聚地、旅游经济的活力地、文化发展的繁荣地、社会建设的和谐地，也是中国区域旅游合作的典型代表，具有较好的合作基础和强大的发展实力。国家主席习近平强调的实现京津冀协同发展，是面向未来打造新的首都经济圈、推进区域发展体制机制创新的需要，是重大的国家战略，要坚持优势互补、互利共赢、扎实推进。新时期，强力推进以京津冀为核心，辐射带动辽、鲁、豫、陕、晋、蒙六省区的旅游经济一体化建设，大力构建环首都旅游经济圈，打造环首都世界级旅游目的地，对促进我国区域经济转型升级、建设美丽中国和世界旅游强国具有重大的战略意义。

**【关键词】**环首都地区；世界级；旅游目的地

## 一、一个共识推进，合作势在必行

### (一) 旅游合作，大势所趋

#### 1. 一体化的发展态势决定了旅游合作的必然性

区域经济一体化已成为当今世界经济的发展趋势之一，近年来区域合作的范围、领域和规模不断扩展，形成了诸多具有典型性和代表性的经济圈，国际如大巴黎、大东京、首尔、大伦敦、大纽约，国内如长三角、珠三角、成渝，不仅是经济发展的集聚地，也是世界级旅游目的地，经济圈内各成员的旅游合作成为推进区域经济一体化的重要动力。北京作为中国的首都，发挥其引领带动作用，构建强大的旅游经济圈，将成为一种必然。

#### 2. 区域经济转型升级决定了旅游合作的战略性

环首都经济圈已经上升为国家战略，成为促进我国区域经济结构调整、转型升级的重要示范。打造区域旅游经济升级版也应纳入中国旅游发展日程，以旅游产业作为引擎和突破口，构建环首都旅游经济圈，将有力地促进和带动环首都地区的产业升级。

#### 3. 美丽中国梦想指引决定了旅游合作的前景性

建设美丽中国，强化生态文明，加快建立生态文明制度，已经成为新时期中国经济发展的引领。北京是我国大气雾霾的重灾区，持续雾霾多源于周边省市的工业污染，因此“多管齐下应对雾霾”必然要求区域内省市要加强合作，建设“环首都生态圈”。而旅游业是资源节约型、环境友好型产业，能够作为美丽中国的首选产业，成为保持生态圈生命力旺盛的核心产业。

---

**【作者简介】**刘锋，国务院发展研究中心东方公共管理综合研究所所长、研究员、博士。

#### 4. 新型城镇化快速推进决定了合作的动力性

城镇化是公认的中国潜力最大的内需所在，而旅游业是加速和推动城镇化的重要“催化剂”。通过旅游型城镇化塑造一批特色鲜明、产业突出、配套完善的旅游城市、旅游小镇、旅游乡村等，能有效地推进区域旅游合作进程，构建环首都旅游经济圈。

#### 5. 旅游行业改革深化决定了合作的突破性

旅游行业深化改革是十八届三中全会后的重要议题，国家旅游局局长提出“要理清政府和市场的关系，在机关层面推动‘三放十改’，即放权于市场、放权于地方、放权于协会（中介组织）……”这将为一直受制度所限的区域旅游合作提供变革的契机，强化企业在合作中的重要地位，使区域合作的市场化程度进一步提升。

国内的区域旅游从“各据一方”到“连线成片”，区域旅游合作方兴未艾，旅游活动移动性的本质特征决定了旅游区域合作是应对游客跨区域活动的必然要求，中国旅游业也在经历了景点竞争、线路竞争、城市竞争三个阶段之后，已进入了资源共享、差异化发展的区域旅游竞合阶段，环首都旅游合作天时、地利、人和！

## （二）天然优势，得天独厚

### 1. 区域经济的有效支撑力

北京是我国的中心城市，也是国际化门户城市，更是美丽中国总门户，其特殊的政治经济地位能够有力带动环首都地区的旅游合作。强大的经济发展实力（环首都地区 GDP 占全国的 35%，旅游总收入超过全国 1/3）、巨大的国内客源市场（旅游总人数和国内旅游人数均占全国约 1/3）、广阔的国际市场（国际旅游收入占全国的 13%）为环首都旅游经济圈的建设提供了坚实的保障。如表 1、表 2 所示。

表 1 环首都地区主要经济指标及与全国占比

类别	环首都地区总和	全国各省数据之和	占比 (%)
GDP (亿元)	204437	576198	35
旅游人数 (万人次)	209265	705611	30
国内旅游人数 (万人次)	212826	685882.18	31
国际旅游人数 (万人次)	2974	19728.82	13
旅游总收入 (亿元)	23505	70622.74	33
星级饭店 (2013 年第一季度)	3622	12038	30
五星级饭店 (2013 年第一季度)	203	702	29
旅行社 (2013 年第一季度)	10150	25474	40

资料来源：以 2012 年各省统计公报纵向口径为准。

表 2 环首都高品质旅游资源数量及占全国比例

单位：个

名称	环首都地区总和	全国数量	占比 (%)
世界遗产 (2013 年 6 月)	18	45	40
历史文化名城 (2012 年)	40	120	30
国家级自然保护区 (2006 年 5 月 25 日)	104	394	26
国家 5A 级景区 (2013 年 1 月 16 日)	43	155	27
国家地质公园 (2011 年 11 月)	68	218	31
中国历史文化名城 (2012 年 6 月)	37	120	31
国家重点风景名胜区 (2012 年 11 月)	50	225	22

## 2. 旅游资源的组合竞争力

环首都地区旅游资源既具有统一性和完整性，又具有差异性和互补性，呈现“合则共赢，分则抱憾”的格局，品质突出（占全国40%的世界文化遗产）、互补性强（北京文化见长，天津活力见长，河北综合见长，辽、鲁、豫、陕、晋、蒙六省区资源各有千秋，与京津冀形成互补）、特色鲜明（明清以来看北京、近代以来看天津、燕赵文化看河北，山西的晋商文化、山东的圣人文化、河南的中原文化、陕西的帝都文化、内蒙古的草原文化各具特色）的旅游资源为旅游合作创造了条件。

## 3. 旅游交通的网络联动力

环首都地区现代综合交通网络也初步形成，基本形成了覆盖京津和河北11个设区市的3小时都市交通圈，京、津“半小时直达”，与区域内其他各省的轨道交通也更加便捷，“首都圈”即将进入“同城”时代。“同城化”效应必将催生“经济一体化”、“城旅一体化”效应，京津冀都市群、环渤海经济区、环首都都市群，乃至整个华北的区域经济发展也将产生强辐射、强拉动效应，为旅游一体化奠定了空间基础。

# 二、两个维度借鉴，合作突破思维

## （一）国际欧盟借鉴

### 1. 统一机构

欧盟成立了旅游一体化专设机构——旅游咨询委员会，每年举办“欧洲旅游论坛”，讨论发展中的难题，共享成功经验，推进旅游合作标准化工作，以实现常态化合作；北欧斯堪的纳维亚地区的丹麦、挪威、瑞典成立了斯堪的纳维亚旅游局，进行整体旅游宣传推广。

### 2. 形式丰富

“欧洲文化之都”是欧盟设立的一项文化城市“选美”，每年需要竞选出1~2个城市，向欧洲进行全面推广，20多年来一直都非常具有影响力，是城市旅游联合的代表；阿姆斯特丹推出景点整合网络的营销也取得了不错效果。

### 3. 企业主导

欧盟旅游合作是在市场发育的基础上，以文化为纽带，以节事活动为依托，以中小型企业为主导，借助于欧洲旅游咨询委员会和欧洲旅游论坛等机构、机制加强交流与合作。

## （二）国内长三角借鉴

长三角是我国区域旅游合作最为成功的地区，其合作过程中的一些模式值得我们借鉴。

### 1. 政府主导型

制度安排——长三角党政领导座谈会、长三角区域旅游合作联席会议、长三角区域旅游城市论坛三个层面的政府交流；专题联动——交通、人才、教育培训等标准的共同制定和实施；规划引导——共同编制长三角旅游规划等；联合营销——共同线路如茶香之旅、世博之旅、心醉夜色之旅、古镇之旅等。

### 2. 政府推动型

城市旅游联合体——江苏旅游新干线、浙东南旅游联合体；景区旅游联合体——浙江新天仙配、江南仙境游等景区线路联合体；区外办事处——如宁波旅游局驻上海办事处、江苏旅游新干线的上海推广中心等。

### 3. 企业主导型

企业主导型主要包括旅行社主导的合作、景区主导的合作、酒店主导的合作等。

### 4. 行业协会型

行业协会型有会展中心、集散中心、投资协会等主导的合作。

## 三、三个转变引领，合作明确方向

### （一）突破形式合作，转向实质合作

回顾我国区域旅游合作进程，虽然倡导、动员早已有之，各种“年会”、“宣言”、“备忘录”也不少，但是真有动作和实效的不多，“合作平台不完善、合作机制不健全、合作主体不常态、合作行动不持续、合作利益不显著”是长期以来环首都旅游合作的状态。最直接表现为合作机制未形成（共识不少，呼声挺高，合而不作，进展不快）、管理体制分散化（条块分割，各部门、各地方、各景区各自为战）、交通网络不便捷（重要景区点之间的交通网络也需要提升）、服务环境不完善（公共服务体系尚未实现真正无障碍对接）等。

转变：根据区域经济一体化的指导思想，在各方合作主体的共同努力下，全力推进环首都地区旅游资源共享、客源互送、产品互补、市场共拓、品牌共建、信息互通、人才交流、设施共用、合作共赢的实质合作。

### （二）突破政府主体，转向多方合作

如果合作企业参与程度低，只有政府的号召与推动，没有旅游企业的主动参与积极合作，区域合作必然落空，即便搞起了也不能持久。目前，合作主要是旅游企业出于本身业务和利益的考虑而自发进行的，规模小，随意性强。

转变：跨界整合各方资源，搭建平台，通过协调、服务、监督、管理为旅游企业、高等院校、科研机构等非政府组织提供发展平台。对于企业来说，政府要充分反映企业的需求，搭建平台，创造条件，建立起交流和沟通的固定通道，将合作落实在具体行动上。

### （三）突破分散品牌，转向整体营销

在对外统一宣传营销方面，京冀地区缺乏对区域整体旅游品牌和形象的整体谋划，没有形成统一的旅游品牌。缺少区域性的精品旅游线路，亮点不突出，也说不清环首都地区到底有哪些精品的线路。另外，主要旅游线路的安排和设计没有一体化考量，没有从旅游者角度来设计线路。

转变：由个体品牌向区域性综合品牌转化，品牌价值能得到最大化程度的彰显；由单体分散营销向整体合作营销方式的转化，营销手段的多管齐下，以达到“全面撒网、重点捞鱼”的效果；由多部门多领域分散经营管理向区域协调、部门协调的整体经营转化，上下统一，达成共识。

## 四、三大战略引领，合作强化落地

环首都旅游经济圈的建设要在三大战略的引领下，全力推进，力争打造整体形象突出、产品特色鲜明、产业结构合理、合作协调有序、中心作用显著的世界级旅游经济集聚区和中国对外开放的旅游门户。在产业层级上将旅游业打造成为幸福导向型的支柱产业、绿色转型的先导产业、面向国际的窗口产业；在旅游层级上将环首都地区打造成为世界级旅游目的地；在生活层级上，建设环首都旅游生活圈，让旅游成为居民生活联动的重要方式。



## （一）一体化战略

树立整体发展理念，打破现有的各自为政的行政区划体制，促进旅游管理、旅游交通、旅游线路、旅游企业、旅游项目、公共服务的一体化，将环首都地区打造成为一个跨区域同时又高度融合的旅游经济体。

旅游管理一体化，建立行政推动机制、市场调节机制、协商解决机制、信息交互机制、旅游投诉突发应急事件联合处理机制、人才交流合作培训机制等，并建立经常化、多形式的沟通渠道；建立环首都旅游合作协调委员会，负责组织、协调，实现区域旅游合作“一盘棋”，举办联席会议，积极争取各方高层领导、相关部门负责人和国内外专家参与；编制环首都旅游产业发展规划，合作各方共同推进规划的编制工作，认真组织实施，并监督执行。

旅游交通一体化，建立总部旅游枢纽基地，强化辐射带动力；提高各旅游景区景点的可进入性和连接度；建立比较合理的区域旅游集散网络体系；加快建设和完善旅游交通信息服务网络。

旅游线路一体化，重点推出“最中国味”文化休闲体验之旅、“徜徉夜色”度假休闲体验之旅、“多彩乡村”生态休闲体验之旅、“魅力之城”都市休闲体验之旅、滨海风情体验之旅等主题旅游线路。

旅游企业一体化，积极推动环首都地区旅游企业合作，形成不同类别企业的联合体，如景区联合体、旅行社联合体、旅游酒店联合体、旅游商品联合体，同时进一步推进实力企业的网络化运营，以效益为纽带推进合作。

旅游项目一体化，建立区域内共享的旅游招商项目库，提供各方在旅游投资方面的优惠政策和权威信息，引导和鼓励投资者独立或联合开发区域内旅游项目。建立重大旅游项目开发建设的沟通机制，避免在区域内重复建设低水平、同质化的旅游项目。

旅游公共服务的一体化，建立和完善区域旅游集散、信息、预订等线下线上公共服务体系，制定统一旅游服务标准，建设智慧旅游信息平台，提升旅游服务管理质量。

## （二）差异化战略

构建分工合作的旅游开发体系，针对各自的旅游发展目标定位、主题定位、产品体系，应采取差异化、互补性的开发模式，避免无序竞争，实现优势互补，合作共赢。

### 1. 在空间上，推进圈轴式放射性空间格局

圈层递推，以北京为核心，以环状拓展战略为基础，由现有的七环向外扩展，形成八环、九环、十环等；旅游合作以京津冀为核心圈层，其他六省区为辐射圈层。轴线辐射，以北京为核心，形成若干轴线，核心圈层外辐射。最终形成以京津冀合作为主体，辐射带动辽、鲁、豫、陕、晋、蒙六省区，构建环首都旅游经济圈，形成以点带面，全面发展的格局。

### 2. 在方向上，明确环首都区域内各区域的旅游发展重点

需要明确：北京发展国际文化都市休闲旅游，天津发展滨海都市商贸休闲旅游，河北发展生态文化休闲度假旅游，其他六省区依据各自资源特色开展特色文化游、山水体验游、都市风光游、滨海风情游等。

## （三）品牌化战略

充分挖掘环首都地区旅游资源特质，打造具有本土特色、世界影响的国际化产品，树立世界文化旅游休闲的品牌形象，扩大知名度，提升影响力，增强环首都地区的旅游实力和国际竞争力。

统一的旅游形象。以品牌为突破口，打开旅游市场，扩大市场规模，实现区域与市场的对接。依据环首都地区的旅游资源特色，树立统一的旅游形象。

丰富的节事营销。以节事为引擎，宣传环首都的旅游魅力。每年推出一个主打节事，具体如：京津冀旅游年（论坛、交易会、自驾游、青少年夏令营、大篷车等）、中国曲艺文化节、国际乡村旅游节、中国时尚体验季、中国文化休闲节、中国篮球挑战赛等。

多元的城市营销。推出环首都最美旅游城市评选，在评选过程中通过有力度的宣传将区域内城市最具特色、最具影响的一面展示出来，获得最美城市的城市将这一年定为该市的城市年，举办有针对性和影响力的各类营销推广活动；推出主题城市联合营销，如文化主题、生态主题、田园主题等。

针对的营销策略。将“体验”作为营销的重点，对入境游客强调为其提供“异域”——中国传统历史与文化的体验；对国内远途游客强调为其提供“异质”——北方传统历史与文化的体验；对区域内游客强调提供城乡之间互动的文化体验。

细化的营销手段。应用微博、微信、微电影等新媒体营销手段，应用旅游地图、旅游手册、旅游折页、宣传品等传统营销手段，参加国际、全国、区域和省市等旅游展会，组织旅游媒体专访和旅游业界踩线，全方位宣传环首都旅游经济圈的整体旅游形象。

一般说来，在工业化发展阶段，以“向心聚集”为主；进入后工业化阶段，“向外辐射”越发显现。构建首都旅游经济圈，有利于分散首都叠加功能，避免出现“巨头首都”。同时还可以辐射带动合作区内各成员旅游经济与区域经济的发展，形成各具特色的旅游目的地，以合作促发展。

#### [参考文献]

- [1] 李艳. 京津冀区域特色旅游合作开发研究 [J]. 改革与战略, 2011 (4).
- [2] 高峻. 长三角区域旅游规划经验与问题 [R]. 搜狐旅游, 2013-04-22.
- [3] 张广瑞, 李明德, 宋子千. 关于京津冀区域旅游合作发展的思考 [J]. 旅游调研, 2004 (1).
- [4] 长三角旅游发展与合作十大趋势 [R]. 长三角旅游发展研究中心, 2013.
- [5] 赵建强. 京津冀区域旅游空间结构优化研究 [J]. 社会科学家, 2009 (12).
- [6] 共同推进长三角休闲度假旅游产业发展合作协议 [N]. 新华日报, 2012-11-14.
- [7] 朱达, 王泽光. 长江三角洲区域旅游发展新思考 [J]. 地理纵横, 2012 (1).

# 区域旅游业发展态势与格局

刘家明 朱鹤 陶慧 李山石

(中国科学院地理与资源研究所 北京 100101)

**[摘要]** 目前旅游业以国内旅游为主体,国内旅游入次数相当于入境旅游和出境旅游总入次数的15倍。旅游产业具有很强的黏附性,能叠加到很多产业上,从而具有催化经济效益、社会效益和生态环境效益放大的功能。自改革开放以来,我国政府颁布了一系列旨在推动旅游业发展的政策,旅游产业取得了前所未有的巨大发展,且已经成为我国国民经济中发展速度最快和具有明显国际竞争优势的产业之一。在旅游发展竞争处于白热化的时代,区域旅游合作顺应而生,并且呈现逐步加强的趋势。

**[关键词]** 区域旅游;旅游集聚区;空间集聚;区域合作

## 一、发展态势

改革开放以来,中国旅游业的发展经历了三个阶段,即20世纪90年代以前入境旅游一枝独秀;90年代入境旅游与国内旅游两翼齐飞;21世纪以来国内旅游、出境旅游和入境旅游并存。目前旅游业以国内旅游为主体,国内旅游入次数相当于入境旅游和出境旅游总入次数的15倍。由于人民币升值、国际经济不景气,入境旅游市场基本上处于停滞阶段,没有明显的增长迹象。但是,高速公路、高速铁路、民航机场以及私家车拥有量的快速增长以及中国人民可自由支配收入的迅猛提高,国内旅游市场规模呈现爆炸式增长,表现为节假日期间各地一流品牌景区人满为患、高速公路拥堵严重、火车票及机票一票难求、二流及二流以下景区不断被开发。

此外,国内旅游市场的出游方式也发生了巨变。一是随着电子商务平台的发展,自助出游越来越便捷,散客自助游跃居主导地位,旅行社组织的团队游占总出游市场的比例越来越低,对旅游目的地的公共服务体系建设提出了新要求,逐步达到智慧旅游的新境界;二是“走马观花”式的大众观光旅游的主导地位逐步让位于深度体验的休闲度假游;三是封闭卖门票的景区景点游逐步让位于开放无门票的城市或乡村社区游;四是以单位为主的公款出游让位于以家庭为主的自驾游;五是旅游市场呈现多元化共存的局面,既有高端小众的定制式专项旅游或会所式旅游,也有深度体验的大众休闲度假游,还有到此一游的大众观光旅游;六是与运动、养生、养老、商务、美容、康体、文化、奖励、会议会展等活动相结合的泛旅游所占份额越来越大;七是中国已进入老龄化社会,银发族夕阳红出游市场规模越来越大;八是中国东部沿海经济发达,城市化率高,人口总体规模和单位面积人口密度大,环渤海、长三角和珠三角成为国内旅游的主要客源地,中国西部地区经济欠发达,城市化率低,人口总体规模和单位面积人口少,新疆、西藏、云南、安徽、河南、四川、贵州、广西等省(自治区)成为国内旅游的重要目的地;九是国内远距离出

---

**[作者简介]** 刘家明(1966—),中国科学院地理与资源研究所研究员、博士生导师,北京大学旅游开发与管理专业博士,南开大学旅游经济学博士后,中国旅游地理专业委员会委员,福建省宁德市旅游发展高级顾问。主要从事度假旅游研究、旅游开发与旅游规划设计方面的工作。

游成本越来越高，旅游性价比越来越低，迫使越来越多的国人选择性价比更高的出境旅游；十是城市与所在区域乡村短途互动游非常成气候。在人民币坚挺的情况下，出境旅游人次数和外汇输出呈现加速度增长，目前已经超过入境旅游人次数和外汇收入，呈现旅游外汇逆差的情况。

我国当今人口红利下降，土地成本上升，人民生态环境意识增强，迫使我国经济发展方式转型，由“以制造业为主的世界工厂”向“以服务业为主的消费大国”转变。2009年国务院出台的41号文件中，明确提出将旅游业培育成为国民经济的战略支柱产业和使人民群众更加满意的现代服务业。发展以旅游业为龙头的现代服务业已经成为全国各级领导的普遍共识。在全国到2020年普遍推行带薪休假制度以前，黄金周和寒暑假是中远距离出游的时间节点，推动全国高等级景区尤其是5A级景区的发展、提升、整合和完善，国家5A级景区已经成为我国中西部地区经济发展的龙头和发动机，围绕5A级景区形成旅游产业集聚区。双休日和小长假制度，极大地推动了城市周边旅游的发展，使我国东部沿海的长三角、珠三角、京津唐城市群的后花园地区出现全域深度旅游的局面，打破了原有围墙式的景区门票旅游经济格局，一些生态环境优良但无高等级观光景区点的休闲度假产业集聚区蓬勃发展，旅游产业与文化产业、商业、工业、农业、体育、健康养老产业等融合发展的特征越来越突出。若放眼全国，则东部沿海为旅游客源地，西部地区为旅游目的地。以胡焕庸线为界，胡焕庸线以东为游客净流出地区，以西为游客净流入地区。西部地区生态环境脆弱，旅游资源丰富，具有发展旅游产业的比较优势。通过发展旅游产业可以适当缩小东西部地区的经济差距。

### （一）区域合作在深化

在旅游发展竞争处于白热化的时代，区域旅游合作应运而生，并且呈现逐步加强的趋势。以旅游者利益为核心，打破行政区划障碍，建立区域政府和企业多个层面的合作机制，共创大区域旅游品牌，突破了以行政区为单位的单打独斗格局。区域旅游合作重点：抓合作平台，推进旅游公共服务功能建设；抓合作接口，做好旅游发展规划衔接；抓合作主体，提升旅游产业素质；抓合作推广，健全旅游促销体系；抓合作拓展，推进旅游区域合作立体化。区域旅游合作内容一般包括：统筹规划，拓展领域；共建平台，信息互通；联动营销，创新产品；联手治理，提升品质；加强联动，强化处置；统一标准，便捷服务；营造环境，强强联手；携手科研，开发人才。在政府层面上的区域旅游合作，要签订合作框架协议，确立合作原则、合作目标、合作机制和合作内容。

区域旅游合作迅速在中国大地上蔓延，各地区根据自己所在的地理区位，纷纷建立以近邻合作为主，以姊妹旅游地、同类旅游地联盟等合作方式为辅的区域旅游合作模式。上海（都市）、杭州（西湖）、安徽（黄山）很早就开发了“城—水—山”的旅游线路，打通了杭州通往黄山的高速公路，开通了上海飞往黄山的空中航线，具备很好的合作基础。从2008年开展合作论坛、建立合作框架协议开始，长三角的江苏、浙江、上海和安徽的区域旅游合作逐步由政府层面走向多层面。环渤海区域旅游合作范围已经从最初的北京、天津、河北、辽宁、山东5省市拓展为9个省区市，内蒙古、山西、陕西、河南陆续加入，形成了“环渤海5+4”区域合作机制。区域旅游合作进一步推进，由周边地缘合作向全国延伸。西部12省市区及新疆生产建设兵团签署《中国西部旅游区域合作协议书》，通过《成都宣言》，构建区域旅游合作保障机制，废除制约旅游区域合作的政策障碍，营造西部旅游联合协作、共同发展的良好政策环境；共同制定区域旅游发展战略和开发建设规划，树立区域旅游主题形象；推进区域旅游整体宣传促销，共建西部旅游信息库，建设西部旅游营销平台和网络，实现旅游信息资源共享。东北“4+1”城市（沈阳、长春、哈尔滨、大连、鞍山）旅游联合体首次面向中远程客源市场推出“大东北精品游”线路，把东北5个城市的旅游资源有机结合，收到了良好的效果，“大东北精品游”品牌形象逐步确立。此外，五岳联盟、浙江

千岛湖与台湾日月潭建立的姊妹湖、厦门市和韩国光阳市建立的国际友好城市、以大型企业为平台整合区域旅游资源的合作等新兴的区域旅游合作方式不断兴起。

## （二）政策环境在优化

自改革开放以来，我国政府颁布了一系列旨在推动旅游业发展的政策，旅游产业取得了前所未有的巨大发展，已经成为我国国民经济中发展速度最快和具有明显国际竞争优势的产业之一。我国旅游政策的发展经历了三个阶段：1978~1990年，起步阶段，推动旅游发展的政策；1991~2000年，高速成长阶段，形成旅游产业体系拉动国民经济发展的政策；2001年以来，走向成熟、迈向旅游强国的阶段，提高旅游产业素质保护旅游生态的政策。

旅游业已经成为中国的支柱产业之一，出境旅游也将成为中国旅游业的重要组成部分，在新的形势下必然产生新的旅游指导方针和政策。如2001~2003年，国家连续颁布了关于出境旅游和中国公民出境旅游的相关办法和条文。国家旅游局在2005年8月将今后一个时期我国三大市场的开发战略调整为：“大力发展入境旅游，规范发展出境旅游，全面提升国内旅游。”针对出境旅游市场，实行从“适度”到“规范”的转变。在此阶段，国家颁布了一系列旨在促进我国由旅游大国迈向旅游强国的政策。

2009年，《国务院关于加快发展旅游业的意见》提出开展旅游综合改革试点以来，国务院、国家旅游局及发改委先后批准和建设了一批国家旅游综合改革试验区、国家旅游综合改革试点城市以及专业性的旅游综合改革示范区，一些省也启动了省级旅游综合改革试验区建设，区域旅游发展创新不断增强。近几年国家出台的25项重大区域战略中，旅游业成为推进战略举措的重要内容，如要求海南建设国际旅游岛，要求广西建设桂林国家旅游综合改革试验区，要求宁夏建设西部独具特色的旅游目的地，要求福建建设海峡西岸自然和文化旅游中心，要求西藏建设国际著名的旅游胜地，要求新疆建设我国重要的旅游目的地等。2013年，《国民旅游休闲纲要（2013~2020年）》由国务院办公厅颁布实施，以此为扩大旅游消费的新契机，将进一步推动带薪休假制度的落实，推动有条件的地方制定鼓励居民旅游休闲消费的政策措施，进而提升旅游消费水平。2013年，十二届全国人大二次会议表决通过了《中华人民共和国旅游法》，这是改革开放后中国旅游发展35年的结晶，也是中国旅游发展的转折点和标志，至此，中国旅游形成了国家大法、国务院条例、部门规章组成的完整的法律法规体系，符合广义旅游发展的规律性。

旅游发展政策环境不断优化，不断推动旅游业成为优化国民经济结构、促进发展方式转变、区域协调发展的重要途径。

## （三）全域旅游已经萌芽

我国旅游发展时间短，起自国门打开蜂拥而至的入境旅游，旅游基础设施、旅游服务设施的匮乏，使得旅行社组织的团队旅游只能在定点的环境下进行，定点餐馆、定点宾馆、定点景区、定点购物点，旅游者如同生活在“气泡”中。随着中国经济的崛起，旅游环境、旅游基础设施、旅游服务设施以及旅游公共服务体系逐步建立完善，在我国东部沿海地区的一些县区具备了全域接待和服务旅游者的条件，打破旅游者原有“定点气泡式”的旅游生活方式，建立了融社区为一体的全域旅游方式。东部地区很多县在提“全县大景区”的概念，将一个县作为一个大景区或是一个大园林来建设，打破了原来的或者是中西部的“围墙景区”模式，很好地解决了景区与社区二元分割及冲突的格局。全域旅游也是深度旅游的前提基础，定点式旅游属于舞台化的旅游方式，而全域旅游可以让游客全面了解目的地社区居民的生活环境、生活方式，对旅游目的地有更加真实深入地体验。

随着旅游市场的成熟和需求的革命性变化，“走马观花”式的观光旅游逐渐让位于深度体验旅

游和休闲度假旅游，旅游者不再满足于旅游景区点是否有视觉冲击力和震撼力，而且对目的地的公共生态环境质量要求越来越高。那些公共环境质量不高的地方，即使有很好的旅游景区，其旅游发展前途也不被看好。在这种趋势下，旅游目的地供给正在由封闭的景区向开放的旅游社区化大景区转变，传统的观光旅游景区分类与评价标准体系已经不适应现代旅游发展的现实需求。

#### （四）产业融合发展在深入

传统农业区（含林场）、老工业基地和城市旧城区在全球化时代背景下的衰落，被迫寻求产业转型和寻找接续产业。中外大量的实践案例证明，旅游产业是振兴传统乡村农业、传统工业基地和旧城区的有效手段。

实践证明，旅游产业具有很强的黏附性，能叠加到很多产业上，从而具有催化经济效益、社会效益和生态环境效益放大的功能。正是因为旅游产业的叠加和催化效应，世界各国和各地区政府都非常重视发展旅游产业，使旅游产业成为世界第一大产业，超过军火产业、石油产业和钢铁产业。按照产业融合的视角，可以分为工业旅游、农业旅游、文化旅游、体育旅游和修学旅游等。

#### （五）旅游业发展迎来新契机

生态文明、“美丽中国”建设将成为我国区域旅游发展新的契机，我国区域旅游发展呈现出一些新特征，各地越来越意识到环境保护的重要性，着力改善旅游环境质量。近年来，黄山风景区、秦岭、延安、峨眉山等地先后出台相关措施，力推节能减排，将生态文明建设寓于旅游发展之中，以旅游业推进生态文明建设进程。生态旅游已经成为旅游产品的基本形式之一，今后必将更加受到重视。

#### （六）空间集聚越来越显著

在我国旅游区的开发实践中，旅游度假区、旅游产业集聚区和旅游经济技术开发区是最为常见的，以成立旅游区管理委员会推动旅游开发，引导旅游产业要素在旅游区中集聚成链。旅游产业集聚区（Tourism Cluster）是以旅游产业为主导的综合开发利用模式。“食、住、行、游、购、娱”等旅游消费活动的实现，涉及诸如传统旅游业、餐饮业、酒店业、零售业、交通业、文化娱乐业、体育运动业、房地产业等众多产业。旅游开发已经脱离单一项目开发的时代，越来越多的政府领导和投资商，着眼于区域整体投资，力求整合旅游产业链，整合多元产业，寻求综合收益的最大化。旅游产业链的延伸，与城市景观、房地产、小城镇、休闲娱乐等深度结合，产生了一个整体的、互动的结构，一个旅游产业集聚区。

我国的旅游开发，已经与区域发展及城镇化进程全面结合，并在产业上趋于融合，形成了旅游产业导向下的基于泛旅游产业整合的区域经济与城镇化综合开发模式，即“旅游引导的区域综合开发模式”（Tourism Integrated Development Zone, TIDZ 模式）。在旅游产业集聚区中，通常整合开发三种类型的产业。首先是与旅游直接相关的产业，如宾馆酒店业、餐馆业、运输业、文化业、娱乐业、体育业、保健美容疗养业、博彩业、会展业、生态与观光农业、加工工业、技术产业。其次是综合提升的产业：第一种是旅游房地产业，以度假结构为依托，由第二居所和第三居所等所体现的旅游度假酒店、旅游公寓、别墅区等形态，将旅游与房地产相结合的旅游房地产业；第二种是城市游憩型商业，如步行街、SHOPPING MALL、中央游憩区，它们是城市休闲的核心区及旅游小城镇，这把旅游的产业链与城市经营、城市运营结合在一起，也把旅游和城市名片打造、城市旅游、城市周边旅游、景区旅游结合在一起，形成整个以旅游产业为依托的城市经营理念。最后是旅游与商业相结合，包括城市商业、文化娱乐产业、旅游娱乐产业。

21 世纪是一个娱乐化的世界，所以旅游与娱乐之间、文化与旅游之间、体育与旅游之间及农

业与旅游之间、加工工业与旅游的商品和纪念品之间，以及餐饮业、运输业及城市名片、城市风貌打造都与旅游有关，旅游产业是一个长的产业链，要用一种非常宽的产业眼光对待，而不局限于一个旅游风景区本身，要把它与城市、小城镇、“三农”问题和一系列的城市经营理念结合在一起解决。豪布斯卡式（HOPSCA，H指Hotel，O指Office，P指Park，S指Shoppingmall，C指Convention，A指Apartment）集聚，是将酒店、公园、购物中心、会议中心和公寓写字楼融为一体的新型城市休闲旅游功能区。豪布斯卡式集聚是以上述五项元素为本底，还可以衍生很多其他的集聚要素，如影剧院、博物馆、画廊、旅游特色街区、创意空间、影视城等要素。通常由温泉、奥特莱斯、历史街区、大型赛事等驱动，形成休闲旅游产业要素集聚的新型城市功能区。在我国城市实践中，大连万达广场、奥特莱斯、上海新天地等基本上采用豪布斯卡式休闲旅游集聚的开发模式。在未来会有更多的豪布斯卡出现在中国。

## 二、基本格局

### （一）入境旅游市场及格局

改革开放多年的发展中，各地区的入境旅游市场均呈现了快速增长态势。据世界旅游组织预测，到2020年中国将成为世界最大旅游目的地国家。区域入境旅游市场规模和旅游外汇收入占区域旅游总的市场规模和旅游总收入比例虽然不高，并逐渐下降，但入境旅游发展水平是衡量一个区域旅游产业国际化水平和产业成熟程度的重要标志，在区域旅游发展中具有重要地位。

从省级层面看，2011年入境旅游入次数，超过300万的有辽宁、北京、山东、江苏、上海、浙江、福建、广东、广西和云南共10个省市，在100万至300万间的省市有黑龙江、内蒙古、河北、山西、陕西、河南、安徽、湖北、四川、重庆、湖南和江西共12个省市自治区，小于100万的省市有吉林、天津、海南、贵州、甘肃、宁夏、青海、新疆和西藏共9个省市自治区。从省级层面看，2011年国际外汇旅游收入更是呈现东部沿海省市与首都北京高度集聚状态。因此，无论从入境旅游市场规模还是国际旅游外汇收入来看，东部沿海省市要远高于西部内陆省市。2011年东部10省市（北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南）国际旅游外汇收入在全国旅游外汇收入中所占的比重为74.05%，入境游客总人数在全国入境游客总人数中所占的比重为67.12%。

但随着“西部大开发”战略、“中部崛起”战略、“振兴东北老工业基地”战略等一系列政策的推动，东、中、西及东北四大区域间入境旅游市场规模差距逐渐缩小。其中，东、中、西、东北四大区域国际旅游外汇收入在全国旅游外汇收入中所占比重分别由2007年的78.01%、5.73%、10.75%、5.51%，变为2011年的74.05%、7.84%、11.35%、6.75%，四大区域入境游客人数在全国入境游客人数中所占比重分别由2007年的71.38%、8.03%、15.17%、5.41%，变为2011年的67.12%、10.92%、15.28%、6.67%。

在入境游客客源地分析上，中国海外客源市场可以分为两大部分，一部分是香港、澳门和台湾同胞及华侨；另一部分是外国人，包括已加入外国国籍的中国人。从相对比重来看，入境的港澳台同胞及侨胞占我国海外入境人次总数比重一直维持在85%以上，与外国旅客相比占有绝对优势。中国的海外入境旅游客源市场按客源地可以划分为亚洲、欧洲、美洲、大洋洲和非洲五大市场。其总体格局是：亚洲和东太平洋区域市场为主体，欧洲和北美洲远程洲际市场为两翼，其中，亚洲市场（不包括港澳台）是我国传统的主要海外客源市场，2011年入境的亚洲籍游客已达到1665.02万人次。

## （二）国内旅游市场及其格局

国内目前仍是我国城镇居民选择的主要旅游目的地，是我国区域旅游业发展的最基本推动力和旅游总收入的主要来源。我国国内旅游水平逐渐提高，国内旅游总收入从2006年的7770.6亿元增长到2012年的22706.2亿元，增长率达239.7%，国内旅游总人数从2006年的13.94亿人次增长至2012年的29.57亿人次，年均增长19.6%。我国城镇居民出游率已达到253%，全国人民平均出游率为197%，传统出游市场的环渤海、长三角和珠三角的城镇居民出游率已经超过700%，接近西方发达国家的市场出游率。旅游已成为我国居民的基本生活方式之一，国内旅游市场日趋成熟。2012年，我国全年国内旅游人数达到30.0亿人次，同比增长13.6%，国内旅游收入2.3万亿元，同比增长19.1%。

从省级层面看，2011年国内旅游人次，超过2亿的有黑龙江、辽宁、北京、山东、河南、江苏、上海、浙江、安徽、湖南、湖北、四川、重庆、广东共14个省市自治区（其中，辽宁、山东、江苏、浙江、河南、四川6个省超过3亿），在1亿至2亿间的有河北、山西、陕西、江西、广西、福建、贵州、云南共8个省市自治区，小于1亿的有吉林、内蒙古、天津、宁夏、甘肃、青海、新疆、西藏、海南共9个省市自治区。从2011年国内旅游收入看，超过4000亿元的只有江苏省，在3000亿元至4000亿元间的有辽宁、山东、浙江和广东四省，在2000亿元至3000亿元间的有北京、河南、四川、上海4个省市，在1000亿元至2000亿元间的有黑龙江、河北、山西、陕西、安徽、湖北、湖南、重庆、福建、江西、贵州、云南、广西共13个省市自治区，小于1000亿元的有吉林、内蒙古、青海、西藏、新疆、甘肃、宁夏、天津和海南共9个省市自治区。若按照国内旅游收入将全国31个省市自治区分成三个梯队，年国内旅游收入超过2000亿元的共有9个省市属于第一梯队，年国内旅游收入在1000亿元至2000亿元间的13个省市自治区属于第二梯队，年国内旅游收入小于1000亿元的9个省市自治区属于第三梯队。从省级层面看，若以每千人口居民的国内旅游收入计算，西部一些省市自治区的排名要大大前移。西部地区的省府城市和5A级景区都已经成为我国东、中部地区客源地的重要旅游对象，是均衡东、中、西部经济差异的重要手段。

## （三）区域旅游空间组织格局

我国旅游业在发展初期阶段，主要是进行满足入境旅游市场的少数高等级旅游景区的开发，形成了“京（北京）、西（西安）、沪（上海）、桂（桂林）、广（广州）等几个旅游客源集散城市+高等级旅游景区”的空间格局。随着东部沿海地区经济快速发展，国内旅游市场迅速成长，旅游空间格局发生了巨大变化，由点线状旅游格局转变成为区域深度渗透的旅游发展格局。当前的大旅游空间格局有三大特点：一是珠三角旅游区、长三角旅游区、环渤海旅游区、西南旅游区、中部旅游区等区域旅游合作性的旅游区取得突破性发展；二是跨区域的大型品牌性的旅游（资源）区或旅游带，如太行山旅游区、武陵源旅游区、大别山旅游区、长城旅游带、黄河旅游带、长江旅游带、滨海旅游带等快速发展；三是高铁旅游带、环城市旅游带、环景区旅游带等旅游空间格局不断出现。大旅游空间格局的组织方式呈现为旅游集散中心城市和中转中心城市为“心脏”，高速铁路、高速公路、水上大动脉为“血脉”，旅游目的地为“躯体”。旅游集散中心与中转中心城市作为大区域旅游空间格局的“心脏”，对大旅游空间的组织具有决定性的作用。因此，随着我国城市化步伐的大大加快，区域旅游的发展会形成一个新格局，就是以中心城市为主，带动区域旅游的发展格局。通过旅游城市的建设，强化和完善城市的旅游功能，使城市不仅成为客流集散中心和中转地，而且成为旅游的终极目的地。依靠旅游城市的增长极作用，拉动区域旅游产业的发展。通过资源的优化和整合，最终形成整个旅游产业的全面协调发展。



## 1. 旅游集散中心与中转中心城市

国际入境旅游的一般模式是由经济发达国家向发展中国家流动，由发达国家的全国旅游集散中心与中转中心城市向发展中国家的全国旅游集散中心与中转中心城市流动，再由发展中国家的全国旅游集散中心与中转中心城市向区域旅游集散中心与中转中心城市或省级旅游集散中心与中转中心城市和著名旅游胜地流动。因此，从全国大旅游空间格局来看，旅游集散中心与中转中心城市可以分为国家级、区域级和省级三种类型或三个等级。

我国在入境旅游市场的流动上，也同样遵从上述规律。我国陆域边境线漫长，相邻国家多，但由于相邻国家基本上都是发展中国家，目前为止都没有在我国边境陆路口岸形成稳定成规模的国际入境旅游客流。我国的入境旅游市场仍然以东亚、东南亚、欧洲、美洲及港澳台游客为主，以乘飞机的交通方式进入中国主要航空口岸城市，即我国主要入境旅游集散中心与中转中心城市，如北京、上海、广州等城市。大连、天津、上海、厦门虽然都规划要打造国际邮轮母港城市，国际邮轮旅游也在快速发展，但仍然处于“婴幼儿”阶段，规模很小，在国际入境旅游市场结构中比例很小。我国北京、上海、广州三个主要入境口岸城市近年来分别举办了奥运会、世博会和亚运会，都在谋求发展成为国际性旅游城市，旅游基础设施、旅游服务设施和旅游公共服务体系进一步与国际接轨，初步具备国际旅游集散中心与中转中心城市的要求。

对我国中远程游客而言，航空交通和铁路交通是最主要的旅游交通方式，航空交通枢纽城市或铁路交通枢纽城市一般都谋求发展成为旅游集散中心与中转中心城市，任何城市都不想沦为旅游过境城市。多数情况下，在我国航空交通枢纽城市往往也是铁路交通枢纽城市，如北京、上海、广州、重庆、西安、武汉、郑州等。从全国范围来看，我国东部沿海地区的环渤海、长三角和珠三角城市群既是旅游目的地，又是旅游客源地，促使北京、上海、广州三个旅游集散中心与中转中心城市承担着巨大的游客吞吐压力。我国西部地区主要作为旅游目的地，并且地广人稀，中心枢纽城市的集散和中转功能更加突出。西北片区的陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆在长期的旅游发展实践中，西安不断强化旅游集散中心与中转中心功能，已经发展成为西北5省自治区的旅游集散中心与中转中心城市。西南片区的四川、重庆、云南、贵州、西藏5省市自治区，重庆和成都交通枢纽功能明显，两个城市共同扮演着西南片区的旅游集散中心与中转中心城市的角色。

从省级层面看，一个省要成为独立的旅游目的地，也需要有自己的旅游集散中心与中转中心城市。一个省如果没有强大的旅游中心城市支撑，就容易沦为大区域旅游目的地分工中的景区角色，旅游产业链的延伸和旅游经济的做强都会比较困难。因此，全国各个省制订的旅游发展战略规划中，都特别强调做强做大旅游中心城市，配套相应的旅游基础设施和旅游服务设施，强化旅游中心城市的旅游集散和中转功能。昆明对于云南、郑州对于河南、武汉对于湖北、成都对于四川、乌鲁木齐对于新疆、西安对于陕西、兰州对于甘肃、贵阳对于贵州都起到了全省旅游集散中心与中转中心城市的功能。在我国东部沿海地区的一些省份，以及面积大并呈长条形的内蒙古，出现两个旅游集散与中转中心城市的局面，在这种情况下往往作为政治中心的省会城市的旅游集散与中转功能弱于经济中心城市，如福建的厦门与福州、辽宁的大连与沈阳、山东的青岛与济南、内蒙古自治区的包头与呼和浩特。另外，广西桂林作为享誉世界的著名旅游城市，航空交通等基础设施的超前发展，已经成为与省会城市南宁同等重要的全省旅游集散中心与中转中心城市。

## 2. 跨行政区的大型旅游区

国家旅游局出台的《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》中指出，“十二五”期间，旅游业要配合国家区域发展总体战略，以高速交通体系为主轴，以都市群为依托，以培育旅游集聚区为重要任务。本着“东部地区国际化、中部区域城市化、西部地区产业化”的原则，构建特色鲜明，优势互补，充满活力的区域旅游新格局，实现区域旅游全面协调发展。

促进三大区域协调发展。东部地区要通过提高产业水平，提升产业素质，促进产业转型升级，