

浙江省高等职业教育旅游大类系列规划教材之一

ZHEJIANG LUYOU CHANYE DILI

浙江旅游产业地理

张跃西 主编

2

KD000004049

浙江大學出版社

旅游大类系列规划教材之一

浙江旅游产业地理

张跃西 主编

浙江大學出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

浙江旅游产业地理 / 张跃西主编. — 杭州: 浙江大学出版社, 2002. 8

ISBN 7-308-03053-9

I. 浙... II. 张... III. 旅游业—经济地理—浙江省 IV. F592.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 048083 号

责任编辑: 朱绍秦 黄兆宁

出版发行: 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

排 版: 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷: 浙江大学印刷厂

开 本: 850mm×1168mm 1/32

印 张: 8.75

字 数: 220 千

版 印 次: 2002 年 8 月第 1 版 2002 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 0001—5000

书 号: ISBN 7-308-03053-9/F·396

定 价: 15.00 元

前 言

旅游教育改革与旅游产业的发展,对现有高等职业院校旅游专业的课程体系和教材体系提出了新的要求。浙江省旅游产业正处在由旅游经济大省向旅游经济强省转变的过程中,为及时反映我省旅游产业结构与布局的现状和发展趋势,宣传浙江省旅游产业特色优势和发展成就,满足旅游学科建设、专业建设和全省旅游教育与人才培养需要,浙江省教育厅教材建设指导委员会安排由金华职业技术学院牵头组织浙江省高等职业教育旅游大类系列教材编写工作。《浙江旅游产业地理》列入该系列教材第一批建设规划。这本《浙江旅游产业地理》教材由金华职业技术学院、浙江师范大学、宁波大学、温州职业技术学院等联合编撰完成。

本书属于我国第一本旅游产业地理教材。该书尝试建立旅游产业地理教材体系,并就浙江省旅游产业概况,旅游资源、产品与市场,旅游产业结构,旅游产业发展战略与旅游产业布局,旅游产业区划以及旅游产业与地理环境等问题进行了系统化阐述。该书在编写过程中注意吸收最新研究成果,及时反映浙江旅游产业最新发展态势。它既是浙江省高等职业教育旅游大类系列规划教材,也可作为浙江省旅游管理与服务人员培训教材和旅游专业研究参考书。

本教材由金华职业技术学院张跃西副教授主编、设计与统稿。各章编写承担情况如下:张跃西(绪论、第一章、第二章、第三章);柳素芬、杨林(第四章);应月芳、周彩萍(第五章);张跃西、章明卓

(第六章);吕学斌、江五七(第七章);张跃西、赵清弟(第八章)。

我们衷心感谢浙江省教育厅、金华职业技术学院及浙江大学出版社给予的关怀、支持和帮助。谨此向本书编写过程中参阅的著作和文献的作者一并表示衷心的感谢。

我们期望本教材能够对浙江省的高等职业教育旅游专业人才培养起到积极的作用。由于时间仓促,水平有限,本书难免存在错误和疏漏,恳请各位专家和同行批评指正,以便我们修改和完善。

张跃西

2002年8月

作者简介

张跃西，男，1964年6月出生，安徽青阳人，西南师范大学生态学博士，金华职业技术学院（金华大学）旅游系主任、旅游研究所所长、副教授。发表论文40余篇，编著教材（含合作）3部。

E-mail:zhangyuexi@163.net

目 录

绪 论	(1)
第一节 概述	(1)
第二节 旅游产业基础	(3)
第三节 旅游产业地理的研究方法	(11)
第一章 浙江省旅游产业概况	(15)
第一节 由旅游资源大省向旅游产业大省转变	(16)
第二节 由重点地区开发向网络化发展转变	(18)
第三节 由营造卖点轰动向持续发展转变	(20)
第四节 由观光旅游为主向多元化、全方位旅游拓展	(21)
第五节 旅游产业队伍由基本形成向专业化转变	(23)
第六节 旅游企业经营管理向联合化、集团化转变	(24)
第二章 旅游资源	(27)
第一节 旅游资源的概念与特点	(27)
第二节 旅游资源的分类	(28)
第三节 旅游资源的地理分布	(32)
第四节 旅游资源的区域特色	(61)
第三章 旅游产品(旅游消费品)	(75)
第一节 旅游产品的概念、特点与分类	(75)
第二节 浙江省主要旅游产品及其开发	(78)

第四章 浙江旅游市场	(88)
第一节 旅游市场的概念与特点.....	(89)
第二节 浙江旅游市场的地理分布.....	(91)
第三节 市场细分与区域特征.....	(104)
第四节 浙江旅游市场的开拓.....	(118)
第五章 旅游产业结构及其优化.....	(127)
第一节 旅游产业结构系统.....	(128)
第二节 旅游产业结构优化.....	(131)
第三节 浙江省旅游产业结构及其优化.....	(134)
第六章 旅游产业发展战略.....	(148)
第一节 旅游产业发展战略概述.....	(148)
第二节 浙江旅游产业发展战略抉择.....	(154)
第三节 区域旅游产业布局.....	(157)
第四节 未来 20 年浙江省旅游产业发展展望	(163)
第七章 旅游产业区划.....	(166)
第一节 旅游产业区划的涵义、原则和方法	(166)
第二节 浙江省旅游产业区各论.....	(173)
第三节 旅游区域竞争与协作.....	(217)
第八章 旅游产业可持续发展.....	(226)
第一节 旅游产业可持续发展.....	(226)
第二节 浙江省旅游产业发展中存在的问题.....	(228)
第三节 旅游产业可持续发展的保障措施.....	(231)
参考文献.....	(236)

附 录

浙江省国民经济和社会发展第十个五年计划纲要(节选)	
.....	(237)
“十五”期间浙江省各地重要旅游建设项目.....	(249)
浙江可持续旅游发展战略研究.....	(254)
生态旅游方式阐论.....	(262)
中国酒店设备用品工业城.....	(265)
浙江省旅游产业区划框架图.....	(266)
浙江省旅游发展规划纲要旅游资源现状图	
浙江省旅游发展规划纲要旅游产品开发图	

绪 论

提 要 概述旅游产业的基本概念,讨论旅游产业地理的学科性质、研究对象、研究课题和主要研究内容;系统分析区域旅游产业发展的物质技术基础、精神文化基础和产业制度基础;简述旅游产业地理的主要研究方法。

教学目标 要求掌握旅游产业及其相关的基本概念;了解旅游产业地理的学科性质、研究对象、研究课题和主要研究内容;理解区域旅游产业发展的物质技术基础、精神文化基础和产业制度基础;学会运用旅游产业地理的主要研究方法。

第一节 概 述

旅游产业(简称旅游业)是指以旅游资源为凭借,以旅游市场为导向,以旅游设施为条件,以生态环境为综合吸引物,满足旅游者在旅游活动过程中吃、住、行、游、购、娱等物质需要和精神享受的综合性服务行业。旅游业是日益发展的朝阳产业,一个特殊的具有高度复合性的产业。旅游产业具有自身的特征,主要有综合性与依托性。旅游产业化的概念具有两方面的涵义:一是指现代化、国际化、规模化和市场化的现代旅游业的业态;二是指相对落后的旅游业向现代旅游业发展的业势。

一、旅游产业地理的学科性质

地理学是研究地球表面自然、经济和人文等各地理要素的分

布规律和空间关系的科学。根据研究对象的侧重,地理学有自然地理学、经济地理学和人文地理学三大分支学科。无论是古代还是现代的旅游活动,都是在一定的地理环境中展开的,具有明显的地域特征。旅游地理的研究对象是旅游环境,其研究课题是旅游主体(旅游者)与客体(旅游环境)之间的相互关系,因此旅游地理属于人文地理的范畴。旅游产业地理与旅游地理是有区别的,旅游产业地理的研究对象是旅游经济环境,其研究课题是旅游产业与旅游经济环境之间的关系,因此它属于经济地理的范畴。

二、旅游产业地理的研究内容

旅游产业与旅游环境之间的关系错综复杂,从而决定了旅游产业地理的研究内容是比较广泛的。本教材试图系统地探索区域旅游产业地理的学科体系,系统论述浙江省旅游产业地理,为浙江省旅游产业发展和学科建设服务。我们认为,旅游产业地理的研究内容主要有以下方面:

- 第一,旅游系统,包括资源、产品与市场的空间分布;
- 第二,旅游产业结构及其优化;
- 第三,旅游产业的空间布局;
- 第四,旅游教育与人才培养;
- 第五,旅游产业发展战略;
- 第六,旅游产业区划与发展规划;
- 第七,旅游产业可持续发展。

旅游产业地理着重关注旅游产业这个核心问题,它将旅游地理学的研究引向深入。鉴于我国目前旅游产业发展的状况,积极开展旅游产业地理的研究和教学工作具有重要的理论意义和现实意义。我们认为旅游产业地理是应旅游业社会实践与科学发展需要而产生的一门新学科,必将具有重要的现实意义和强大的生命力。

第二节 旅游产业基础

旅游产业是社会生产力发展到一定历史阶段而产生的,社会生产力的发展为旅游业的产生与发展提供了条件。随着人们生活水平的提高和消费观念的转变,旅游消费已经成为现代人的一种生活消费方式。旅游业的发展需要一定的物质技术基础、精神文化基础和体制机制基础。作为具有综合性和依托性的旅游产业,只有在这些基础上,才能得到快速健康的发展。

一、社会发展与人民生活需要是旅游产业发展的前提

(一) 社会生产力的发展为旅游业的产生与发展提供了条件

1. 从旅游活动和旅游业的构成来看,旅游活动的构成,包括食、住、行、游、购、娱等六大要素。这些要素无不与社会生产力发展水平密切相关。旅游业的构成,主要有旅游交通业、旅行社业、旅游饭店业和风景名胜业,也涉及到电信业、文化产业等众多产业,这些产业的技术进步及其发展,是旅游业得到发展的重要前提,所以说,旅游业是一个具有综合性和依托性的产业。

2. 从旅游需求和旅游供给来看,只有社会生产力发展了,人们才可能有闲暇时间和可以自由支配的收入,进而产生旅游动机,形成旅游需求;也只有社会生产力发展了,旅游业(旅游交通业、旅行社业、旅游饭店业和风景名胜业)才有可能提供符合旅游者需要的旅游产品。

3. 从世界范围的旅游产业发展水平来看,生产力越发达的地区,旅游产业发展的水平越高;生产力越落后的地区,旅游产业发展的水平越低。区域经济发展规模比较大和速度比较快的地区,旅游产业的增长率就比较高。

（二）旅游消费已经成为现代人的一种生活消费方式

1. 旅游消费益处多多。旅游具有调节和愉悦身心,陶冶情操,增长知识,促进交流与合作等众多的益处,特别是随着旅游科技的发展,旅游条件日益改善,旅游的魅力与日俱增。

2. 旅游消费渐成时尚,已经成为现代人的一种生活消费方式。随着人们物质文化生活水平的提高,在解决了衣、食、住、行等问题之后,人们更多地关注旅游。贷款旅游和带薪假期制度,为旅游消费的实现提供了更大的可能性。同时,旅游因其具有促进健康、友谊与交流合作的作用,深得现代人的青睐。旅游消费渐成时尚,已经成为现代人的一种生活消费方式。

二、物质技术基础——硬件

旅游产业的发展,需要具备物质技术基础。它包括实体旅游资源、旅游设施与公共设施基础、旅游发展相关产业基础以及旅游科技创新等内容。

（一）实体旅游资源

旅游资源是指能够对大众产生吸引力,并可能为旅游业所利用的一切事物和现象。旅游资源具有吸引性、经济性、群体性、指向性、空间性等本质特性。实体旅游资源是指旅游资源的物质实体部分,如风景名胜区、历史遗迹、湖光山色等,这些是发展旅游产业的首要的物质基础。

（二）旅游设施与公共设施基础

旅游设施是指旅游交通设施、娱乐设施和旅游饭店设施等专门为旅游者服务的设施,这是发展旅游业必不可少的。此外,旅游产业的发展,还需要电信设施、水电设施、图书馆等公共设施的建设。这些公共设施尽管可能不是专门为旅游者服务的,但是旅游者在旅游过程中需要使用这些设施。旅游设施与公共设施都是发展旅游业的重要的物质基础。

（三）旅游发展相关产业基础

旅游业是综合性和依托性很强的产业，它除了需要自身的旅游交通业、旅游饭店业、旅行社业和风景名胜业的协调发展外，还需要与区域经济相关的一些产业，如工业、农业、环保产业以及文化教育产业共同发展。如果这些产业的发展水平和发展速度滞后，就会制约区域旅游业的发展。

（四）旅游科技创新

现代旅游业已经成为具有高技术含量的服务业。在影响旅游业的各种新技术中，电子商务最为直接和广泛。电子商务是通过因特网进行商务活动的新模式，代表着未来商务的发展方向。它的主要功能包括广告、订货、付款、客户服务、市场调查分析、财务核算、生产安排等多项利用因特网开发的商务活动。科技创新对旅游业的影响主要表现在：

1. 创造了新的旅游消费方式。新的科技成果可以使旅游者的活动空间突破原有的局限并获得从未有过的体验。随着科技的发展，21 世纪的旅游者将能够进行星际旅游以及到北极、南极、高山、深海去探险旅游。以迪斯尼、环球影城为代表的高科技模拟情景（如地震、火山爆发、洪水奔涌、虎口历险等）旅游使更多的旅游者获得从未有过的体验。随着旅游科技的现代化，以自我为中心的旅游方式应运而生。网上“自助旅游”电子商务的兴起，更是给那些喜欢信马由缰的旅游者带来福音。

2. 改变了旅游企业的运作方式。新技术的发展特别是因特网技术的应用，使旅游企业有机会和有条件根据旅游者的需求状况，有针对性地提供个性化服务，建立以游客满意度为中心的商务管理模式；同时，也为旅游者提供足够的旅游消费信息，从而改变信息不对称的状况，帮助旅游者进行消费决策。在这种模式中，有四项最基本的要素可保证旅游企业对用户的了解和承诺：（1）便捷的全球化网络沟通联络方式；（2）高度透明的全球化产品服务和宣传

网络,可为旅游者提供咨询,进行旅游产品和服务的比较;(3)能够充分领悟旅游者的采集、记录、整理、分析和反馈的智能化网络系统;(4)对旅游者进行全球化全天候服务的运营管理系统。

3. 变革政府的管理促销方式。借助电子计算机、网络和管理程序,管理部门可以更有效地获得综合的管理信息,实施有效管理和开展全球营销活动。政府旅游网站为旅游者提供公共信息,包括旅游活动安排、旅游地图及相关网站链接等。现在,越来越多的旅游主管部门还采用交互式问讯电脑、信息传真、订阅服务和数据光盘等,为发展本地旅游业开展宣传和促销活动。

4. 促进旅游业规模扩展,优化旅游产业结构。新科技革命,一方面使生产力得到发展,大众获得了更大的工作娱乐空间和行动自由,从而扩大了对各种旅游服务的需求量;另一方面,新科技革命为旅游资源、旅游产品和旅游市场的开发提供了更大的可能性,有效地扩大了旅游产业的整体投入规模,推动了新型旅游消费产品的生产供应量。这两个因素结合在一起,使得旅游产业规模得到扩展,产业结构不断优化。

为了推动旅游科技创新,必须明确旅游科技创新的总体目标、主要领域和重点项目。

1. 旅游生产力要素的科技创新。旅游生产力要素包括食、住、行、游、购、娱等方面,这是旅游科技创新最基本、最重要的领域。

2. 旅游服务和运营保障体系的创新,包括问讯电脑和信息服务系统、旅游者便利技术、能源节约技术等。美国旅游业协会归纳出十大类广泛应用于旅游业的高新技术,包括机场、旅馆和旅游者中心的问讯电脑,电子机票,高速公路电子付费卡,租车问讯电脑,自动售票机,旅行智能卡(用于机票、旅馆和租车付费),电子地铁票,贸易展览智能卡以及电子护照等。这些技术将有良好的发展前景。

3. 旅游促销和管理的科技创新。旅游促销和展览技术,能否适应网络发展的趋势,构建有特色的网络促销文化,成为信息时代

生存的基础。为了提高旅游管理效能,需要实现系统外与系统内管理信息资源的共享,形成一体化的管理信息系统,涉及到旅游管理信息实现实时同步集成。旅游产业的发展,使得旅游教育市场需求量增大,通过网络实施远程旅游教育,是非常有潜力的领域。在企业管理方面,建立远程办公系统,使得企业管理和业务委托更加便利。作为旅游业战略管理手段的旅游业发展规划,不仅在技术手段上需要创新,而且在理论体系和技术框架方面也需要创新。

三、精神文化基础——软件

旅游,作为一种生活消费方式,旅游产业的发展除物质技术基础外,还必然包含精神文化基础。旅游产业的精神文化基础是指精神(虚拟)旅游资源、旅游经营管理理念、旅游服务文化、旅游教育与人才培养等内容。

(一) 精神(虚拟)旅游资源

精神(虚拟)旅游资源,是指旅游资源的非物质部分,它以非实体的文化资源为依托,以文化活动为特征,对大众产生广泛的吸引力,并可能使旅游者产生旅游动机,进行旅游消费。例如,杭州西湖博览会、横店中国农民旅游节、金华国际茶花节等。随着旅游市场与产品的多元化发展,精神(虚拟)旅游资源的重要性日益突出。

(二) 旅游经营管理理念

区域旅游产业的发展,需要旅游经营者具有现代经营管理理念,树立以人为本的思想,深入研究旅游消费者的真正需要,努力与旅游消费者沟通,千方百计地为旅游者提供方便和舒适的高质量的体现个性化的服务,在创建品牌取得旅游消费者信赖的基础上,获得利润的最大化。在旅游已经进入买方市场的情况下,建立现代旅游经营管理理念,是促进区域旅游业发展的重要基础。

(三) 旅游服务文化

旅游服务文化的建设与发展,是旅游企业和区域旅游产业树

立企业和区域形象,实现个性化服务,形成市场竞争力的关键措施。旅游服务文化不仅体现在旅游企业组织管理和经营策略方面以及旅游区域宣传促销和公关形象策划方面,还体现在旅游产业员工在旅游服务过程中的具体细节上,它要求员工提供“主动、热情、周到、有特色”的服务,也只有这样的服务质量,才能对旅游消费者形成真正的吸引力。旅游服务文化建设,在区域旅游产业发展中的作用日益重要。

(四) 旅游教育与人才培养

旅游产业的发展需要各级各类旅游专业人才。旅游资源的开发、旅游市场的拓展以及区域旅游业市场竞争力的形成等,都迫切需要专业人才。旅游业的市场竞争,说到底就是旅游教育与人才的竞争。目前我国旅游教育与人才培训工作已经建立了一整套的体系,形成了一定的规模。但也存在不少问题,比如重复建设、层次结构不合理、地区和行业分布不平衡、人才流失严重等,这些问题亟待解决。我们要进一步加大人事制度的改革力度,完善监管激励机制,尽快实现人才培养与使用的良性循环。

四、旅游业制度基础——环境

旅游业制度基础包括旅游产业经济制度、旅游产业政策、旅游企业制度等内容。以下试结合我国旅游业的产业地位与旅游业对外开放进行分析:

(一) 服务贸易将成为世界经济贸易的主导产业,而旅游服务贸易正是世界服务贸易的重要组成部分

服务贸易是 20 世纪 70 年代以来在世界经济贸易体系中快速崛起的新兴领域。1981 年,世界服务贸易总额为 8250 亿美元,占当年世界贸易总额的 17.06%;1995 年,全球服务贸易额增加至 23878 亿美元,年均递增 7.8%,高于同期世界货物贸易的增长速度(6.68%),占当年世界贸易总额的比重上升到 19.4%。据世界