

□ 王德刚 著



Lüyoukai faxue

旅游开发学

第二版



山东大学出版社

□ 王德刚 主编

Lvyoukaifaxue

旅游开发学

第二版



山东大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游开发学/王德刚著. —2 版. —济南:山东大学出版社,2007.8
ISBN 978-7-5607-1886-6

I. 旅...

II. 王...

III. 旅游资源—资源开发—研究

IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 128211 号

山东大学出版社出版发行

(山东省济南市山大南路 27 号 邮政编码:250100)

山东省新华书店经销

山东旅科印务有限公司印刷

850×1168 毫米 1/16 24.5 印张 521 千字

2007 年 8 月第 2 版 2007 年 8 月第 2 次印刷

定价:42.00 元

版权所有,盗印必究

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社营销部负责调换

前言

(第二版)

时间过得飞快,转眼已是《旅游开发学》第一版出版的第十个年头了。

这十年,正是中国旅游业发展最快的十年,也是中国旅游学术研究最繁荣的十年。记得十年前拿着《旅游开发学》初稿忐忑不安地请当时的全国政协常委、原国家旅游局局长刘毅前辈指教时,前辈审阅后不仅欣然提笔赐《序》,还奖掖有加地予以勉励。如今,十年过去了,前辈的勉励仍历历在目。更可喜的是,经过学界和实践领域广大同仁十几年的努力,我国的旅游开发理论已经走上成熟了,相关的学术成果十分丰富而系统。在十年之后之所以想修订,也是企图借鉴同仁们的研究成果来丰富和提升自己的认识,让这本《旅游开发学》在理论上更成熟、更系统,在实践上更实用、更具有操作性,使其真正能够在旅游产业的发展实践中起到一点实际的“指导作用”和参考价值。

这十年,也是中国各地旅游开发活动最轰轰烈烈的十年,国内几乎所有的省份都把旅游业确定为“支柱产业”或“主导产业”,予以重点培育或优先发展。旅游业发展的大好形势,也给旅游研究者提供了很多参与实践的机会。十年来,我有幸参加或主持了省、市、县三级旅游业发展规划和旅游区(点)开发规划六十多项,积累了一点实践经验。特别是在1999~2000年期间受山东省政府指派以中方专家的身份与世界旅游组织委派的专家合作编制《山东省旅游发展总体规划》,从外国同行那里学习到一些先进的发展理念和规划方法。之后,又先后应世界旅游组织邀请赴西班牙马德里访问世界旅游组织总部,受山东省旅游局委派考察巴西里约热内卢、墨西哥坎昆、美国夏威夷等世界著名的旅游度假地、南非的黄金旅游开发、欧洲的城市旅游和乡村旅游等等,在积累了一定感性认识的基础上,结合学术上的探索,形成了一些值得归纳、提炼的理论认识,把它们总结到本次修订的《旅游开

发学》中,也是企图对自己十几年来来的学术活动做一次阶段性的小结。

我不想用“由于时间仓促,谬误之处在所难免”之类的语言来掩饰自己的不足(把仓促的草就之作拿出来出版本身就是不负责任的做法)。一个人的智慧、见识是有限的,虽是经十年的积累,但毕竟是一己之见,缺陷和错误不可避免,敬请各位学界、业界同仁不吝赐教,或共同切磋,本人不胜感激!

王德刚

2007年5月18日于济南数码港

序

(第一版)

随着我国对内改革、对外开放的不断深入,我国的旅游事业也得到了长足发展,国际入境旅游者连年增加,国内旅游者保持两位数增长,旅游业的产业规模不断扩大,已成为国民经济各产业中发展势头强劲的产业部门。

与旅游业迅猛发展息息相关的理论研究工作也得到了同步发展,有价值的理论著作和学术新人不断涌现,出现了同步繁荣的景象。山东大学旅游系青年教师王德刚教授,一直致力于旅游学基础理论和旅游开发的理论研究,已有《旅游学概论》(主编)、《旅游资源开发与利用》(第一作者)、《饭店管理概论》(第二作者)等著作出版,发表学术论文十余篇,取得了可喜的成绩。《旅游开发学》是王德刚同志的又一部力作。他历时三年,广泛收集资料,潜心进行研究,并虚心向学术前辈请教,始完成了这部三十万言的学术著作。

《旅游开发学》是一部系统阐述旅游开发理论和操作技术的学术著作。它将旅游开发活动作为一项系统工程来研究,从旅游地的综合开发规划到风景点的开发建设,到开发操作程序,到资源保护等,都进行了全面研究和详尽阐述,许多观点比较新颖,是一部很有水平的学术著作。当然,他对某些问题的看法,其他学者也不一定完全同意,这种学术上的分歧是正常的,也正是有了学术上的争论和商榷,才能促进学术事业的不断发展。我相信《旅游开发学》的出版,对丰富我国旅游学的研究以及对旅游开发实践的指导等,是一个很大的贡献。是为序。

刘 毅

1998年3月28日

(作者为原国家旅游局局长)



目 录

第一章 旅游开发概述	(1)
第一节 旅游开发的含义和内容	(1)
第二节 旅游开发的层次结构	(8)
第三节 旅游开发程序	(11)
第二章 旅游开发理论基础	(17)
第一节 旅游开发相关理论	(17)
第二节 旅游开发原则	(60)
第三节 旅游发展战略	(68)
第三章 旅游开发论证	(76)
第一节 开发调查	(76)
第二节 开发论证	(94)
第四章 旅游规划	(109)
第一节 旅游规划的概念与种类	(109)
第二节 旅游规划的技术路线与程序	(113)
第五章 旅游资源开发	(127)
第一节 旅游资源及其分类	(127)



第十二章	旅游开发与东道社会	(344)
第一节	旅游开发与东道社会的互动影响	(344)
第二节	旅游开发与传统文化	(351)
第三节	旅游开发与社区	(358)
第十三章	旅游开发与生态环境和资源保护	(369)
第一节	旅游开发对生态环境的优化作用	(369)
第二节	旅游开发对生态环境可能造成的破坏	(370)
第三节	资源与生态环境保育	(374)
参考文献		(380)



第一章 旅游开发概述

旅游开发是现代社会经济活动的重要内容。当前,无论是在发达国家,还是在发展中国家,旅游开发都已成为社会 and 经济发展过程中的重要活动,为政府、社区和投资者所重视。

我国的现代旅游开发活动是从 20 世纪 70 年代末开始的,虽然时间不长,但发展十分迅速,规模也扩展很快,已经基本形成了规模化的旅游产业体系,确立了世界旅游大国的地位,并逐步向世界旅游强国迈进。与旅游开发和旅游产业迅速发展的实践相适应,旅游开发理论也在产业发展实践中得到了检验、提升和发展,逐步走向成熟和完善。

第一节 旅游开发的含义和内容

旅游开发是一项综合性的社会活动和技术经济活动,涉及到人们社会生活和经济活动的许多领域,它既与地方的社会和经济环境有关,又与国家的有关政策和法律、法规相联系;既取决于资源地旅游发展的资源条件,又受制于地方政策决策者和投资者们的旅游产业发展和旅游开发理念。因此,正确地认识和明确旅游开发的含义和内容,探讨旅游开发活动的规律、原则和制约因素,对旅游开发活动的成功与否,是十分重要的。

一、旅游开发的含义

旅游开发是对应着人类旅游活动展开的,是为人类旅游活动提供产品和服务,即消费对象。在现代旅游学理论研究和旅游实践中,人们是把旅游作为“离开自己的常住地,到异地做暂时停留或访问所经历的特殊生活过程”^①。旅游活动具有广泛性和扩散

^① 王德刚主编:《旅游学概论》,山东大学出版社 2004 年版,第 37 页。

性,涉及到人类社会生活的几乎所有领域;从社会发展的角度看,“旅游者”或“游客”是一个不断增长的变量,许多国家、地方政府都把旅游者作为一个能够对待地产生巨大经济贡献“市场”,因此都极力推动、促进地方旅游产业的发展。但从根本上说,旅游者对目的地的选择是取决于这个地方的“旅游吸引力”。

旅游开发,直接的目的是为了提提高旅游地或资源区的旅游吸引力。

在旅游业发展和旅游开发实践过程中,人们也逐步发现,无论是对于旅游者来说,还是对于旅游经营者来说,与旅游活动对应的旅游开发活动都是一个综合性的、涉及社会领域广的系统工程,它不单纯是一个旅游景点或旅游吸引物的开发、建设问题,实际上,旅游开发活动与旅游地的社会、经济的许多部门和领域都有着千丝万缕的联系,开发活动本身也是一项复杂的综合工程,那些与之相联系的方方面面都能够对开发活动的质量和成败产生影响,因此,我们要明确旅游开发的含义,就要首先从认识旅游开发活动所涉及的内容开始。

(一)旅游开发涉及的领域

根据对旅游开发活动实践经验的总结,一般认为,旅游开发要涉及到以下领域和内容:

1. 旅游资源状况

旅游资源的种类、数量、质量及与周边地区的比较,是地方旅游产业发展和旅游开发首先要考虑的问题。也可以认为旅游资源是旅游开发的前提,没有一定数量和质量旅游资源,旅游开发就无从谈起。

当然,从现代资源观出发,“旅游资源”本身就是动态的,人类的旅游需求在不断发生变化,旅游资源的种类和范围也会随之变化和发展;而且,旅游资源还可以通过生产手段、建设手段进行“创造”,因此,要树立“新资源观”来认识旅游资源。

地方旅游开发还要涉及到周边、即别人的旅游资源。本地的资源是否有吸引力,在许多情况下,要依赖在与周边地区的资源比较中是否能够胜出。

2. 客源市场状况

旅游开发本身就是为了开拓市场,增加经济收入,因此,相对于开发后所形成的景观、吸引物的客源市场状况也是旅游开发活动必须考虑的问题。实际上,如果没有潜在的客源市场,也就不存在旅游开发的必要性。

3. 国家、地方旅游产业发展和旅游开发政策

政策的导向——推动或制约作用是不容忽视的,有时是起决定作用的。它既可以旅游产业的发展 and 旅游开发活动产生促进、推动作用,也可以对其产生遏制或阻碍作用。因此,旅游开发活动也包括了有关旅游政策、法规的制定和完善。

4. 旅游地经济承载力

从产业特点上说,旅游业是一项资金密集型的产业,而旅游开发则必然就是一项资金密集性的技术经济活动,旅游景区开发、旅游设施建设等都需要大量的资金投入,因此,旅游开发的深度、广度和力度往往要依赖地方经济的发展水平,要有足够或强大的经济后盾,即旅游开发必须首先解决投资问题。

5. 旅游地社会环境

6. 与旅游活动有关的其他条件

（二）旅游开发的含义

其含义包括以下几个方面:

二、旅游开发的内容

• 3 •

(一) 景区、景点等旅游吸引要素的开发与建设

旅游开发的直接目的是通过旅游地吸引力的提高来吸引更多的到访游客,而这一目标的实现则要靠旅游景区、景点或其他类型旅游吸引要素的开发、建设与营造,因此,旅游景区、景点等吸引要素的开发、建设往往成为旅游地开发的核心内容,并以此为基础进行相应的配套设施建设。

旅游吸引要素的开发、建设,从内容和形式上说,既可以是对尚未被利用的旅游资源的初次开发,也可以是对已经利用了景观或旅游吸引物的深度开发,或进一步的功能发掘;既可以是对现实存在的旅游资源的整理与加工,也可以是从无到有、一个新景点的创造。例如,九寨沟的旅游开发属于对现实存在的旅游资源的整理与加工,使原已现实存在的自然、人文资源和物质条件更加符合人类的旅游需要。而诸如“迪斯尼”、“锦绣中华”、“世界之窗”、“世界公园”、“大观园”等则属于从无到有的创造,是新景物或新产品的“生产”,其目的就是为了提高旅游地的吸引力,让更多的游客到访。

(二) 构建系统的旅游服务体系

旅游服务体系实际上是旅游产品开发的一部分。

从旅游供给的角度讲,旅游服务既包括以市场为主体的商业性旅游服务,也包括公益性的非商业旅游服务。

以市场为主体的商业性旅游服务,多指当地旅行社企业的旅游产品设计与导游、翻译等服务,交通部门的客运服务,饭店企业的食宿、餐饮、娱乐服务,商业部门的购物服务,以及其他部门向旅游者提供的营业性接待服务等等,他们以赢利为目的,是地方旅游产业发展的主体。

公益性的非商业旅游服务,主要指当地政府、社区、社会组织等为旅游者提供的公益性服务,如由政府投资建设的城市游客中心向游客提供的旅游咨询服务,出入境管理服务,以及当地社区、居民为旅游者提供的其他义务服务。这些服务大多是免费的,少部分象征性地收取一定费用(成本费)。

在旅游开发活动中,必须注意服务体系的完善,不能为追求商业利润而只进行商业性服务的建设,而忽视非商业性服务的完善。实际上,非商业性服务在很大程度上反映着当地政府的旅游产业政策导向和管理、服务理念,也反映着当地居民对外来旅游者的友善态度和愿意为其服务的好客精神,对旅游者具有同样的吸引力和感召力。

(三) 提高旅游地的可进入性

可进入性是指交通条件,即旅游六要素中的“行”。

“行”是旅游六要素(食、住、行、游、购、娱)中最关键的要素之一,它本身既是旅游的过程,又是旅游实现的必要条件。

在旅游学理论中,界定是否是旅游活动的基本条件之一就是旅游者是否发生了身体的位移,亦即旅游具有异地性的特征,只有当一个人从其常住地到达另一地时才属于旅游,而要实现这种身体的位移则必须借助于交通条件。可以这样认为,没有一定的交通设施和交通条件,旅游活动就不可能实现。特别是在现代旅游业中,旅游地都把吸引远距离或境外游客作为主要目标,如果没有方便的空中、海上和陆上交通设施和工具,

可进入性不单纯指旅游者由外界抵达旅游目的地过程,它实际上包括两个方面的内容:一是客源地与目的地之间的交通条件;二是旅游地内部的交通条件。即要“进得来,散得开,出得去”,让旅游者既来得顺利、玩得开心,又去得方便。因此,提高旅游地的可进入性,不仅包括发展旅游地同外界的交通联系,而且要改善旅游地内部的交通、通信条件;不仅包括交通线路的建设,而且还包括交通工具的配备与改进;不仅包括硬件设施配置,而且还包括管理、安全保障、服务等软件的加强与完善等。

旅游基础设施是指主要使用者为当地居民,但也必须向旅游者提供服务或旅游者也必须依赖的设施。它主要包括一般的公用事业设施(如供水系统、排污系统、供电系统、电讯系统、道路系统以及机场、车站、码头等)和满足现代社会生活所需要的基本设施或条件(如医院、银行、食品店、公园等)。

(五) 环境保育与资源保护

旅游资源保护的内容主要包括以下几个方面:

2. 划定资源区保护的等级和范围,进行分类、分级保护;
3. 积极培育、优化资源区生态环境和旅游资源的生存环境;
4. 制定有力措施,防止旅游污染和破坏行为;
5. 加强文物古迹的保护,确保不被破坏和倒卖;

6. 对已经受到损坏的旅游资源进行及时、有效的维护和整修,恢复其原貌。

(六) 培育优良的人文社会环境

旅游地的人文社会环境也是吸引旅游者的重要因素。

一个国家或地区的旅游政策、出入境管理措施、政治动态或社会安定状况、社会治安、风俗习惯以及当地居民的文化修养、思想观念、好客程度等等,都能够直接或间接地对旅游者产生吸引或排斥等作用,从而影响旅游开发活动的效益。因此,培育、塑造一个和谐友好的、有利于吸引旅游者的人文社会环境,也是旅游开发的重要内容。

人文社会环境的培育应包括:

1. 制定有利于旅游开发和旅游业发展的旅游政策;
2. 制定方便外来旅游者出入境和往来的相应管理措施;
3. 有稳定的政治环境和安定的社会秩序;
4. 提高当地居民的文化修养,培养开放意识和旅游观念,养成文明礼貌、热情好客的习惯。

(七) 积极营销,开拓和扩大客源市场

旅游开发实际上是在两个方面进行,一是旅游地有关设施的建设和完善,二是客源市场的开拓,两者缺一不可。

旅游开发实际上就是产品生产,而市场开发则是把产品卖出去。如果仅仅只是进行旅游地的有关建设,而不进行市场开发,扩大到访游客的规模,就会造成产品滞销,使开发活动有劳无功;而如果只是一味地进行市场宣传,甚至进行虚假宣传、欺骗促销,则更可能因小失大,贪一时之功而失长远利益。因此,旅游开发,必须将旅游地建设和市场开拓结合起来,双管齐下,互动发展。

(八) 构建高效、有力的支持保障体系

任何目标的实现,都需要特定的支持保障措施。旅游开发和旅游业发展更是一个涉及面广、关系错综复杂的综合性工程,需要有力和高绩效的支持保障。

对于地方旅游产业发展来说,旅游开发的支持保障体系,主要包括五个方面,即:

1. 法律、法规与规范。包括国家、地方有关促进旅游产业发展、规范旅游开发行为的各种法律、法规、标准等。
2. 旅游体制改革与旅游管理体系建设。改革传统计划经济的管理体制与管理模式,建立一个科学、合理、高效的旅游管理体系对地方旅游业发展和旅游开发活动进行统一的管理和有利的协调,对于旅游业的持续、快速、健康发展是至关重要的。
3. 财政支持。市场运作并不等于政府完全“退市”,政府在基础设施、项目建设等领域进行引导性投资,对于引导民间资本向旅游产业的流动、树立民间投资旅游业的信心有很大的积极作用,而在旅游营销领域,则主要依靠政府的直接营销和组织营销。
4. 旅游人力资源开发。旅游开发的决策者、组织者、实施者或服务者,旅游管理部门的政府公务员、投资商、旅游企业的管理与服务人员等,是旅游开发活动的实施主体。人才素质的高低既能够影响旅游开发的质量,也能够一定程度上增添或减少旅游地对旅游者的吸引力。因此,旅游人力资源开发是地方旅游开发的重要环节和不可或缺

的内容。

5. 优惠政策等。通过优惠政策来促进产业发展、吸引投资,是在特定历史时期和社会发展阶段采取的权宜性措施,但这种措施的确能够起到实际性的促进、推动作用,因此,在现阶段国民经济还不是非常发达的特殊历史时期,通过一定的特殊政策,给某些投资领域以不同于其他领域的特殊优惠是必要的,前提是不能顾此失彼,优惠了投资商而损害了其他人、特别是社区利益。

总之,旅游开发是一项综合性的系统工程,它不仅仅是对旅游资源的开发或旅游景物的建设,而是以旅游吸引要素建设为中心,进行的各种有关设施建设、产品组织、自然环境和资源保护、人文社会环境培育等一系列内容的综合性社会经济活动。

三、旅游开发与旅游资源开发

在许多旅游学文献中经常使用“旅游资源开发”一词,那么,旅游开发与“旅游资源开发”是一种什么关系呢?

旅游资源开发,顾名思义,就是针对旅游资源进行的开发活动,是“资源”向“产品”的转化过程,即将原生性的旅游资源经过人为整理、加工与再创造,使其成为具有一定旅游功能的吸引物或旅游设施的过程,是一种技术经济活动。而旅游开发,如前所述,是一种全面性、综合性的社会经济活动,其内容既包括了旅游设施、旅游吸引物建设——旅游资源的开发活动,也包含了许多非技术经济活动的内容,是在对选择、确定好旅游资源的基础上,对与之有关的事物和领域进行的综合开发,如支持保障体系的构建、人文社会环境的优化和整肃、生态环境的治理以及客源市场开拓等等,是一种社会和技术经济相结合的综合性活动。因此可以认为,旅游开发包含了旅游资源开发,旅游资源开发是旅游开发的组成部分。

在旅游产业发展实践中,旅游开发和旅游资源开发两种活动都是客观存在的。由于二者的内容和涉及的领域不同,其开发主体也有一定的差别。旅游开发是一种综合性活动,涉及到旅游地的整体规划以及各有关部门的合作与协调,往往不是一个部门或企业能力所及,多由旅游地政府主持,从旅游景区开发、基础设施建设和布局、物资供应、环境保护、资金筹集等等,都要进行统一规划、统一管理。因而,较大的旅游开发活动,往往在最初规划、组织时是一种政府行为。

旅游资源开发一般多以形成一定的旅游景区、景点或设施为直接目标,内容比较单一,规模和涉及面相对较少,因而往往体现为一种企业行为,是旅游经营者的一种投资行为和建设活动,最终形成一个旅游景区、景点或设施。如开发一处自然风景区、修建一座城市公园、建设一处旅游度假区或旅游娱乐场所等,都是直接的企业行为。

当然,从二者的关系看,旅游开发的某些项目也最终将落实到旅游资源开发上,由最初的政府行为向企业行为过渡。旅游地政府一般只负责宏观上的政策把握、规划管理、组织协调,而不直接进行建设活动。规划一经出台,各个项目即化整为零分解到不同的旅游经营者身上,由他们进行直接开发、建设和运作。

第二节 旅游开发的层次结构

与其他经济活动一样,旅游开发也总是在一定的地理空间内进行的,而由于资源分布与配置、资源所有权、管理权与经营权等的不同,使旅游开发的范围总是有大有小,层次结构上也有高有低。同时,旅游开发的直接目的是生产旅游产品,而旅游产品是由不同的旅游要素在不同的地域组合而成的,因而开发活动除要进行产品要素的建设、完善和搭配外,还要考虑其地域组合的可能性和地域组合的途径、方法,这便产生了宏观协调和微观组装的问题。再者,既然旅游开发是一种社会和技术经济活动,那么它也必然受到社会的和自然的因素约束。社会的约束包括社会习惯、行政区划和管理、地方利益等;自然约束包括地理的、气候的、生态的等方面。旅游开发就是要根据不同的条件和要求,来确定开发对象的空间范围和层次。

旅游开发的层次结构,是建立在旅游区划体系之上的。

一、旅游区划体系

(一) 旅游区划

旅游区划,是指“按照旅游环境和资源的相似性与差异性来探讨旅游资源的特征及开发利用和发展旅游业等重大问题,进行自上而下的区域划分或自下而上的区域合并”^①。它的作用在于能够合理、有效地开发和利用旅游资源,充分发挥服务设施的作用,特别是有利于旅游产品各要素在本地及与周边地区的合理组合,形成合力或整体化效应,并在结构上形成合理的旅游系统。因而,科学、合理地开展旅游区划工作,是旅游开发工作得以顺利发展的重要前提条件。

(二) 旅游区划体系

旅游区划,实际上就是为旅游开发活动划定界线或地域范围,即确定旅游开发在哪个层次上进行,这是一项科学工作。

旅游区划,又是一个相对的概念,即根据区划对象、特别是区划范围大小的不同,其划分的层次数量和层次结构也会有所不同。

从世界范围划分,以全球为对象,能够从洲际区域、跨国区域到国内跨省区域、跨市区域,一直到一个最基层的旅游景区开发单元;

从全国范围划分,则有跨省区域、跨市区域等,即从一定的产品组合要求出发,根据资源、产品配置的可能性来确定区划的对象与氛围。

所以,从旅游区划的相对性来说,旅游区划理论中的“区域”,是一个可以广泛使用、可大可小的概念,它可泛指跨越行政区的一切空间范围,这个“区域”可以是跨国的、跨省的,也可以是跨市、跨县的,等等。

与“区域”相对应的是行政区。我们知道,由于整个社会是一个组织严密的整体,社

① 孙文昌、陈元泰编著:《应用旅游地理学》,东北师范大学出版社 1990 年版,第 154 页。