

区域旅游规划研究丛书

QUYU LVYOU

FAZHAN ZHANLUE YANJIU

区域旅游 发展战略研究

毛长义 张述林 著



科学出版社

人文地理学重庆市重点学科资助项目
重庆市高校地理信息系统应用研究市级重点实验室
重庆市高等学校地理科学特色专业资助项目
重庆市资源环境与生态建设创新团队资助项目
重庆市地理科学实验教学示范中心资助项目
重庆师范大学空间整合社会科学跨学科研究中心课题

区域旅游规划研究丛书

区域旅游发展战略研究

毛长义 张述林 著

科学出版社

北京



内 容 简 介

本书是一部较全面系统地研究区域旅游发展战略的专著。本书在综合研究国内外区域旅游发展战略进展的基础上,结合国内区域旅游发展的实践,创新性地探究了区域旅游发展的战略分析方法和战略决策途径。

本书理论与实际案例分析相结合,突出了研究的系统性、创新性和完整性,具有较高的理论借鉴与实践应用价值。

本书可供旅游开发与规划专业人士、旅游管理人员及相关领域的科研工作者参考使用,也可作为高等院校旅游管理、旅游地理等相关专业的教材。

图书在版编目(CIP)数据

区域旅游发展战略研究 / 毛长义,张述林著. —北京:科学出版社,2013

(区域旅游规划研究丛书)

ISBN 978-7-03-036527-9

I. ①区… II. ①毛…②张… III. ①区域旅游-发展战略-研究 IV. ①F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 012718 号

责任编辑:许 健 刘志巧 / 责任校对:张 林

责任印制:刘 学 / 封面设计:殷 靓

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

上海欧阳印刷厂有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2013 年 2 月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2013 年 2 月第一次印刷 印张:18 1/2

字数:410 000

定价:80.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

《区域旅游规划研究丛书》学术指导委员会

学术指导：葛全胜

主 任：苏维词

副 主 任：郭 跃

成 员：冯维波 杨 华 张述林

《区域旅游规划研究丛书》编辑委员会

主 编：张述林

副 主 编：毛长义 万 伦 高 鑫

序

随着中国旅游业的崛起,改革开放以来的 30 多年是旅游规划在学术界的火热期。在具体规划类型上,热点亦从区域旅游发展战略,到区域旅游发展规划,再到今天旅游区各类规划。然而,令人深感忧虑的是,在如今的许多旅游规划项目中,就旅游谈旅游、重战术轻战略的现象较为普遍。这直接导致的后果是,在对区域旅游发展情况未清、方向未明的情况下,直接进入旅游区规划、旅游项目设计等相对微观层次,造成套路型、任务型的旅游规划较多,使旅游规划在区域旅游发展实践中的指导价值大打折扣。现代旅游业发展倡导大旅游发展观,即跳出“就旅游谈旅游”的桎梏,要“跳出区域看区域,跳出旅游看旅游”。具体来说,就是更强调旅游产业与区域其他产业间的融合互动,更强调旅游区与当地社区的共生发展,强调区域旅游之间更加密切的合作。这必然要求旅游规划进一步拓宽视野,站在更大区域范围内,从区域经济和社会发展的高度透视旅游产业,进而在战略层面为区域旅游的科学发

展定好位、把好关、定好调。因而,无论出于区域旅游发展的实践需要,还是旅游规划的科学性要求,都迫切需要加强和深化区域旅游发展战略方面的研究。然而,从现有研究来看,区域旅游发展战略大多只是在区域旅游发展规划内容中被触及,未受到应有的重视。关于区域旅游发展战略的理论与方法,国内尚未有人做过专门性、系统性的研究。

《区域旅游发展战略研究》一书,正是适应当前旅游业发展形势的需要,结合作者多年从事旅游开发与规划的实践体会,在对区域旅游发展战略的影响要素及分析方法进行深入系统分析基础上,对区域旅游发展如何进行战略决策,以及区域旅游发展战略的制定、实施与调控进行的系统性研究。该书汲取了国内外相关领域的最新研究成果,并整合了毛长义的硕士学位论文和博士学位论文的研究成果,内容较系统、全面,并具有一定的理论创新性。作为他的博士研究生导师,看到其治学有成我很欣慰,亦欣然为之作序。毛长义于 2004 年进入四川大学攻读环境科学专业博士学位,根据其原有专业知识基础,我建议其选择旅游地人居环境这一具有重要意义的新领域作为主攻方向。通过三年的不懈努力,他圆满完成了博士阶段的学业,博士学位论文《旅游社区发展研究》受到论文评审专家和毕业答辩专家的一致好评。从四川大学博士毕业到新的工作单位后,他很快进入家庭生命周期中最繁忙的一个阶段。从我近两年到重庆出差见面后的交谈中,不时感觉到他“分身乏术”的苦恼。但进入 2011 年后,我又接连收到他事业有成的好消息,先是得悉他获得国家社科基金项目资助的喜讯,继而 2012 年年初又收到他这部 40 多万字的书稿,让我为他作序。很高兴他能较好地协调教学、科研和家庭事务之间的关系,逐步步入良性发展的轨道。

“又是一年芳草绿,依然十里杏花红”,读完书稿,我的心情正像明媚的春天一样,深感舒畅,并为该书的诸多创新性探索感到兴奋,相信读者亦会通过该书的阅读有所收获!近年来,国家把旅游产业放在了更加突出的战略位置,可以说国内区域旅游大发展的春天已

经到来,区域旅游发展的前景无限美好。诚然,处于新时期的国内区域旅游发展面临前所未有的机遇和挑战,区域旅游发展的实践需要科学的区域旅游规划体系的指导,而区域旅游发展战略在其中首当其冲。因而,区域旅游发展战略研究的创新具有重要的理论价值和实践意义。愿该书的出版能够为区域旅游发展战略的研究抛砖引玉,以共同推进该领域研究水平的不断提高!

是为序!

艾南山于四川大学南园

2012年3月

前 言

改革开放以来,中国旅游业在历经 30 多年的迅猛发展后,无论是产业规模和产业地位,还是对国民经济和社会发展的影响力,都已今非昔比,在世界旅游发展格局中也已占有举足轻重的地位。在中国旅游总体突飞猛进的同时,由于我国幅员辽阔,各地发展旅游业的条件和现实发展水平又千差万别,不同历史阶段分别涌现出各具特色的典型的区域旅游发展模式,积累了一定的区域旅游发展经验。例如,省域旅游发展的“云南模式”、“四川模式”,县域旅游发展的“婺源之路”、“栾川模式”等。在 2009 年国务院出台的第 41 号文件中提出,到 2020 年把旅游业发展成为“国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”,这标志着在新的历史时期,国家把旅游业提到了一个更加突出的战略位置,这也必然带来各地旅游业发展热情的进一步高涨。区域旅游在新的历史条件下如何定位、如何通过创新和整合以面对日趋激烈的旅游市场竞争、传统旅游地如何转型升级以及新兴旅游地如何后来居上等现实问题困扰着当地政府及旅游管理部门。上述问题解决的关键在于因地制宜地采取相应的发展模式和应对策略。首先要做的是确定合理的区域旅游发展战略,进而通过区域旅游发展战略的导引,层层递进地制定区域旅游发展规划、旅游区总体规划、旅游区控制性详细规划、景区建设性详细规划等系列性规划,以指导区域旅游发展的实践。在区域旅游发展多层次系列规划体系中,区域旅游发展战略规划无疑居于最高层次,以全局性、长远性和方向性见长,对区域旅游发展的重要性不言而喻。

区域旅游发展战略研究在 20 世纪 80 年代我国旅游发展初期成为研究热点,其主要任务在于确定区域范围内旅游优先开发的重点,安排区域旅游资源开发的时序,探究如何突破区域旅游发展的“瓶颈”。30 多年后的今天,中国区域旅游发展的大格局已初步确立,在许多地方已成为当地国民经济发展的支柱产业,而许多传统意义上旅游发展的“非优区”也正成为旅游发展的热土。旅游业在国家层面受到前所未有的重视,区域旅游竞争空前激烈。相比前一时期,当前区域旅游发展的问题更多,也更为复杂,面临的国内外挑战更为激烈,如何促进旅游产业的转型升级和优化发展,把旅游业进一步做大做强做优,是当前国内许多区域旅游发展面对的主要任务。近年在区域旅游的研究层面,关注机理研究、战术研究而忽视战略研究的倾向非常明显。特别是在旅游规划界,较高层次的区域旅游发展战略规划、区域旅游发展规划大多产生于区域旅游发展早期,在没有随旅游产业发展阶段和外部环境变化进行及时修编的情况下,许多地方政府及开发业主将重心放在了旅游区总体规划、旅游区控制性详细规划和景区建设性详细规划等较低层次上,从而使各层次旅游规划之间的衔接及实践指导功效大为削弱。随着战术研究愈益深入,图件形式越来越华美,这些是对区域旅游发展战略研究的轻视。显然,如果区域旅游发展的方向迷失甚至误入歧途,战术的深入和形式的完善就没有任何意义。因而,在新的历史时期,区域旅游发展战略研究的回归和重新审视就成了大势所趋。正是基于上述形势,笔者对区域旅游发展战略进行了系统性研究。首先,在对区域旅游发展战略相关概念加以辨析

的基础上,对国内外相关研究进行了系统的梳理和归纳,并对国内区域旅游发展的典型模式进行了总结;其次,基于区域旅游发展影响要素的分析,探究了区域旅游发展的战略决策和战略创新途径;再次,对区域旅游发展战略的制定、实施和调控进行了系统性研究;最后,结合具体案例,对区域旅游发展战略的制定进行了实证研究。

本书基于笔者多年来持续进行区域旅游开发与规划实践研究的经历,整合了笔者博士毕业论文《旅游社区发展研究》和硕士毕业论文《县域旅游发展的理论与实践》的研究成果,并汲取国内外相关研究及实践领域的最新研究成果,尝试性、创新性地对区域旅游发展战略理论与方法体系进行了较全面、系统的研究。本书从构思设计到写作成稿,乃至反复修改,历时两年多。尽管做了许多的努力,初步构建了区域旅游发展战略研究的框架,但只是抛砖引玉。对本研究存在的不足和亟须完善之处,恳请读者以各种方式提出宝贵意见。“众人拾柴火焰高”,希望通过共同努力推进我国区域旅游发展战略研究水平的提高,以更有效地指导我国区域旅游发展的实践。

毛长义

2012年3月27日于重庆

目 录

序

前言

第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景及意义	1
1.2 相关概念剖析及界定	2
1.3 国内外研究进展	9
1.4 研究内容与方法	13
第 2 章 区域旅游发展战略研究的理论基础	15
2.1 区域旅游系统理论	15
2.2 区域旅游空间理论	16
2.3 区域旅游产业理论	20
2.4 区域旅游共生理论	23
2.5 区域旅游整合发展理论	28
2.6 区域旅游可持续发展理论	31
2.7 旅游地发展演化理论	32
2.8 区域发展战略理论	33
第 3 章 国内外区域旅游发展的实践经验借鉴	37
3.1 美国黄石国家公园的经营管理模式	37
3.2 中国香港旅游创新发展之路	39
3.3 省域旅游发展的云南和四川模式	40
3.4 旅游发展的焦作现象剖析	43
3.5 县域旅游发展的典型模式	44
3.6 跨界合作的长三角区域旅游整合模式	51
第 4 章 区域旅游发展的战略分析	57
4.1 区域旅游发展的影响要素构成	57
4.2 区域旅游发展战略的重要关联因子分析评价	59
4.3 区域旅游社区体系构建	77
4.4 区域旅游发展的综合分析判定	80
4.5 区域旅游发展的动力机制选择	83
第 5 章 区域旅游发展的战略决策	86
5.1 区域旅游发展战略研究框架	86
5.2 区域旅游发展战略的决策流程	89
5.3 区域旅游发展的战略模式	90

5.4	区域旅游发展的战略定位·····	94
5.5	区域旅游发展战略要素的确定·····	110
5.6	区域旅游发展战略的制定、实施与调控·····	124
第6章	区域旅游发展的战略创新·····	127
6.1	政府主导的区域旅游协同发展战略·····	127
6.2	旅游产业提档升级导向的旅游资源整合战略·····	131
6.3	应对激烈市场竞争的区域旅游蓝海战略·····	142
第7章	区域旅游发展战略规划案例研究·····	148
7.1	重庆大渡口区旅游发展战略研究·····	148
7.2	重庆环城游憩带发展战略研究·····	176
参考文献	·····	279
后记	·····	283

第1章 绪 论

1.1 研究背景及意义

中国旅游业经过改革开放 30 多年的迅猛发展，在国民经济中的地位逐步提高，目前已成为国民经济的重要产业。过去的 30 多年，我国旅游业已经完成了从事业型向产业型的转变，未来将完成从产业型向国际型的转变。从地方的角度来看，旅游业在许多地区已成为支柱产业，并发挥了地方品牌效应、经济吸引效应、市场开放效应、文化扩散效应和环境促进效应，有力地带动了地方经济和社会的发展。城市是区域旅游发展的重心，旅游发展对城市的综合带动效应尤其显著。我国自 1998 年开始创建中国优秀旅游城市，目前已有 339 座城市分 9 批通过了验收。中国优秀旅游城市的创建，大大促进了城市建设和区域环境的美化、优化，进而成为区域旅游发展的引擎。对于旅游资源丰富的广大乡村地区而言，区域旅游的发展加快了这些地区脱贫致富的步伐，给旅游地居民带来明显的经济效益和社会效益。

2009 年 12 月 1 日，国务院下发 41 号文件《国务院关于加快发展旅游业的意见》（以下简称《意见》），把旅游业放到了一个更加突出的位置。落实到具体区域层面，必然要求旅游产业发展与区域其他产业间更加有机紧密地结合、融合，旅游产业发展与城镇建设、区域发展实现更加紧密地结合。可以预见，旅游业在我国未来发展中的地位将日益凸显，对区域发展的综合促进效应不可估量。

然而，我们也应清醒地看到，国内区域旅游发展在取得巨大成就、面临广阔前景和良好发展机遇的同时，还存在一系列问题。从政府角度看，法规不足，政策不力；从部门角度看，政出多门，职能交叉；从发展角度看，环境待优化；从产业角度看，结构不均衡；从企业角度看，经营散，实力弱，效益差；从市场角度看，不成熟，不标准，不规范。上述问题的存在，制约着区域旅游发展质量的提高。目前，国内旅游业已步入产业结构大调整、产业升级以及观光旅游向休闲度假旅游转化的关键时期。近年来，在各级地方政府的重视和大力推动下，在区域旅游发展如火如荼进行的同时，一些地方因旅游发展的决策失误走向歧途，给当地造成重大的经济损失和社会损失。因此，要把旅游业建成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，任重而道远；要改变我国区域旅游发展的粗放性问题，实现旅游业的转型升级和提质增效，任务还十分艰巨。而在这其中，制定、确立科学合理的区域旅游发展战略，引领区域旅游健康发展并确立正确的方向 and 对策，助其在日趋激烈的国内外旅游市场竞争中获胜，理应成为首先解决的重要问题。

战略研究一直是各个学科、各项问题、各种发展所共同面对的关键课题。作为制定一系列区域旅游规划体系的先导，旅游发展战略研究在区域旅游发展中占有极其重要的

地位。20 世纪 80 年代,我国经济、社会、环境、人口等国民经济重大问题面临崭新的发展格局,战略问题研究成为 80 年代研究的一个重点,这个阶段以战略学、决策学、运筹学、计划学和系统动力学等为平台。伴随我国区域旅游产业从无到有的过程,陈传康、孙曰瑶、保继刚、王衍用等学者重点对区域旅游开发战略的理论与实践进行了探索性研究,案例研究以省域等大区域的总体开发战略构想为主。随着区域旅游的快速和深入发展,旅游发展中的问题日益显现,进而带动旅游研究重心的转移。纵观 30 多年来的国内旅游研究,大体呈现 3 个阶段特征:80 年代的“条件(国际经济大循环)-走势-战略”研究;90 年代的“问题-原因-对策”研究和 90 年代后期逐步开展的“因子-过程-机理”的系统研究。当前,我国旅游产业发展的格局已初步形成,区域旅游开发遍地开花而导致竞争形势空前加剧,旅游产业提质增效的任务十分艰巨且紧迫。然而,旅游发展目标不清、性质不明、时空无序的势头正在困扰很多地区。缺乏区域战略高度的旅游规划往往因套路化、雷同性、短视性和局限性等问题,而难以对区域旅游发展的实践起到应有的指导作用。从目前的研究现状来看,逐步深化的过程与机理研究更进一步激起了可持续旅游发展的战术研究,过程、机理研究替代了战略研究,使战术缺失了战略目标,使战略没有了对战术的指导意义。因而,当前形势必然带来以全局性、长远性见长的区域旅游发展战略研究的回归。旅游发展战略研究在新时期具有全新的战略意义,并必将在旅游发展研究和旅游规划应用中承担起重要作用。

1.2 相关概念剖析及界定

1.2.1 区域与区域旅游

1. 区域

“区域”是一个古老的概念,原意为土地的界划。据《辞源》和《辞海》诠释,距今大约 2500 年前的著作《周礼·地官司徒·廛人》的郑玄注中曾写道:“廛,民居区域之称”。公元 5 世纪的著作《文选》所载晋人潘岳《为贾谧作赠陆机》诗中云:“芒芒九有,区域以分”。区域在今天已是一个普遍的概念,其使用相当广泛且频繁,并大体承袭了古人对其词义的界说。具体到每一学科,分别形成了对区域的不同理解。地理学把区域理解为地球表面的一个地理单元;经济学把区域理解为一个在经济上相对完整的经济单元;政治学一般把区域看做国家实施行政管理的行政单元;社会学把区域作为具有人类某种相同社会特征(语言、宗教、民族、文化等)的聚居社区。虽然,即便是某一学科对区域也并没有一个确切的定义,但区域的一些基本属性是较明确且公认的:①区域是地球表面的一部分,并占有一定的三维空间;②区域具有一定的范围和界线,区域的范围有大有小,是依据不同要求、不同指标体系划分出来的,其界线往往具有过渡性特征;③区域具有一定的体系结构形式,具有分级性或多级性、层次性;④区域是客观存在的,是人们按照不同的要求、对象加以划分的。

区域的类型有两种划分方法:一是按性质来划分;二是按规模来划分。

按区域性质来划分,可划分为自然区域、行政区域、经济区域、民族区域等类型。

其中,自然区域按地形地貌、流域、气温、植被又可分为若干子类型;国内行政区域在20世纪五六十年代曾有华北、东北、华东、中南、西北、西南六大行政区之分,目前大致划分为省、市、州、县、镇、乡、村等不同的层次类型;经济区域可划分为重化工业区、能源生产区、轻纺工业区、农业区、牧业区、商贸区等类型;民族区域根据不同的民族及所聚居的区域进行划分。

按区域规模来划分,可划分为宏观区域、中观区域和微观区域三种类型。其中,宏观区域从自然地理角度划分为青藏高原区、高原盆地、丘陵平原区,根据经济发达程度可划分为东部沿海地区、中部地区和西部地区;中观区域相当于省一级和省辖市一级的各类区域;微观区域相当于县一级和乡镇一级的各类区域。诚然,就规模而言的区域划分具有一定的相对性,如在一国之内,可以有宏观、中观、微观之分,在一省之内,同样可以有宏观、中观和微观之分。

2. 区域旅游

为适应旅游者消费行为规律,旅游产业要素必然被要求在一定区域范围内从结构和功能上进行合理布局和组织,从而导致区域旅游现象的产生。涂人猛(1994)认为,区域旅游是指区域性的旅游,是一种以区域为相对独立的单元,接待旅游者、组织安排旅游活动的经营服务方式,它是存在于某个经济区域内旅游活动及其经济关系的总和。具体来说,指在旅游资源分布相对一致的空间内,以中心城市为依托,依据自然、地域、历史联系和一定的经济、社会条件,根据旅游者的需要,经过人工开发与建设,形成有特点的旅游空间,包括各种类型的旅游区和旅游交通网络体系,以吸引旅游者在一定区域内旅游。该定义突出了旅游产业空间及要素组织的完整性。从中国旅游发展的历史来看,形成区域旅游的概念、提出区域旅游发展的时间比较长,大体是在20世纪80年代中期提出的。主要基于借鉴国际经验、市场意识已经启蒙、市场分割等原因。其目的就是要打破行政区划,使资源、产品和市场能在一个更新更高的层次上联合起来、统一起来。2001年,国务院9号文件对区域旅游的发展专门提出,“加强横向联合,大力发展区域旅游,各地在发展当地旅游的同时,要加强与周边地区协作配合,互通信息,客源共享,实现优势互补,形成跨地区的旅游联合。”

与区域旅游关联较密切的两个概念是“旅游区”和“旅游地”。中华人民共和国国家标准《旅游规划通则》(GB/T18971—2003)中规定,旅游区是以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的空间或地域。而在国家质量技术监督检验检疫总局发布的《旅游区(点)质量等级的划分与评定》中对旅游区的定义是:“经县级以上(含县级)行政管理部门批准成立,有统一管理机构,范围明确,具有参观、游览、度假、康乐、求知等功能,并提供相应旅游服务设施的独立单位。包括旅游景区、景点、主题公园、度假区、保护区、风景区、森林公园、动物园、植物园、博物馆、美术馆等”。上述由国家相关部门颁布的文件对旅游区的表述,更多地着眼于景区这一微观区域,基于规划管理之便。然而,从总体来看,已有对区域旅游的研究更多地着眼于中观和宏观层次。在保继刚等编著的《旅游地理学》(修订版)教材中,对旅游区作如下界定,即旅游区是指含有若干共性特征的旅游景点与旅游接待设施组成的地域综合体,它不仅包括旅游

资源,也包括为旅游者实现旅游目的而不可缺少的各种基础设施。旅游区具有系统性、地域性、层次性和优化性等特性。该定义明显已突破了上述关于旅游区的狭隘性定义,强调了其综合性和完整性。

旅游区划是旅游资源开发的基本工作之一,在进行旅游资源普查、区划、规划之后才能合理地开发利用和保护旅游资源。旅游区划的基本任务是:①确定旅游区划体系及区划界限;②确定各区旅游资源的性质及其发展方向;③确定旅游区内旅游中心体系(如旅游中心规模、等级、辐射范围等)和各区旅游中心;④确定旅游区发展方案,依据不同的目的和标准,旅游区划可以有多种类型。例如,根据资源丰度和旅游资源的供给状况,可进行旅游资源区域划分,即旅游资源区划;按照影响旅游活动时令的节律性,可进行旅游气候区划;按照旅游者产生的地域不同,可进行旅游者产出区划;按照旅游主体、客体和媒体三者之间的关系,可进行综合区划等。国内许多学者根据不同目的,对全国提出了不同的旅游区划方案。郭来喜(1988)将中国划分为9个旅游带、29个旅游省、149个基本旅游区。刘振礼(1988)将中国划分为11个旅游区。陈传康(1991)考虑到文化传统并与现代结合,将中国划分为7个一级旅游文化区。濮静娟和朱晔(1987)用舒适度指数和风效指数为指标进行中国大陆地区旅游季节气候区划研究,将中国大陆地区划分为3个旅游气候大区、18个旅游气候区和22个旅游气候小区。在以上关于旅游区的划分中,可明显看出旅游区的层次性特征。

与区域旅游关联密切的另一概念——旅游地,一般情况下等同于旅游目的地的概念。保继刚和楚义芳(1999)认为,一定空间上的旅游资源与旅游专用设施、旅游基础设施以及相关的其他条件有机地集合起来,就成为旅游者停留和活动的目的地,即旅游地。有时,旅游地在不同情况下又被称为旅游目的地,或旅游胜地。崔庆军把旅游目的地的空间范围确定为旅游吸引物及其服务设施的依托地(城市、村镇),并把旅游目的地划分为城市型旅游目的地和景点型旅游目的地。他认为,旅游地受地理学学科描述性传统的影响,着重对旅游空间构成进行描述,而旅游目的地更强调在旅游发展过程中的地域经营管理色彩(旅游业)。从国内学者的已有研究来看,基本都把二者等同看待,未作刻意区分。旅游区域则是区域旅游在空间上的投影。在一定的经济区域内,多个旅游地进行旅游合作和互动发展,客观上推动区域旅游的形成和发展。

区域旅游、旅游区、旅游地3个概念间存在紧密的联系,三者都主要着眼于地理学的空间地域视角,都存在宏观、中观、微观3个层次。在构成上都包括旅游资源、旅游配套设施和旅游通道等要素。区域旅游侧重于基于旅游者行为特征的区域旅游产业发展及空间组织,旅游区强调旅游资源间的共性特征及组合性,而旅游地(或旅游目的地)则体现较强的行政区域色彩和旅游资源的富集性。区域旅游可视为站在更高的战略层次,关注旅游产业发展与区域经济、社会发展及资源环境保护的协调共进,旅游区和旅游地则主要从景区开发建设需要出发,更多地考虑与周边城镇社区在功能设施、景观构筑、产业融合等方面的一体化。鉴于旅游区的概念在实际运用中(主要指旅游规划实践)偏重于中观和微观,而旅游地(包括城市型旅游地和景区型旅游地)的概念更多地与某一行政区域(主要指市、县及以下)相联系,本文把区域旅游确定为宏观和中观层次,并认为其在层次上要高于旅游区和旅游地。旅游区和旅游地互有交叉,只是关注的

焦点不同。另外需要说明的是,鉴于中国港澳台地区社会制度的不同和旅游业发展的现实作用和影响,来自中国港澳台地区的旅游者在本书中被视为国际旅游者。

1.2.2 战略与发展战略

1. 战略

战略产生于战争实践,长期应用于军事领域,它的本义是通过搜集战争中敌我双方在军事、政治、经济、地理等方面的情况,加以分析、研究,对战争全局及其各个局部的关系作出系统、科学的判断,从而对整个战争及其各个阶段军事力量的准备和运用作出的部署。根据韦氏词典对战略的定义,战略就是规划、指挥大型军事行动的科学,在和敌军正式交锋前作出部署、调动军队进入最具优势的位置。由此可认为,战略是筹划和指导战争全局的方略,即根据对外部环境和敌我双方情况的分析判断,科学预测战争的发生与发展,制定战略方针、战略原则和战略计划,筹划战争准备,指导战争实施所遵循的原则和方法。近代,战略在世界各国先后发展成为军事科学的重要研究领域。现代战略涉及的范围日趋扩大,西方国家陆续提出了“大战略”、“国家战略”、“全球战略”等一类概念。随着时代的发展,“战略”一词已被各个领域所借用,如政治战略、经济战略、企业战略、科技战略、外交战略、人口战略、资源战略、体育战略等。战略概念移植到其他领域之后,演变为泛指重大的、带全局性或决定全局的谋划。战略概念在它演进的各个阶段不是相互代替的,而是逐步引申的,虽然其应用的范围在不断扩展,但其基本含义则是统一的和一贯的。战略是总揽全局的、面向未来的和处置大事的,这是战略概念的基本内涵。

在经济领域,由于企业是战略的主体,欧美国家近年掀起了针对企业战略研究的热潮,涌现出迈克尔·波特(Michael E. Porter)、杰克·特劳特(Jack Trout)、凯文·莱恩·凯勒(Kevin Lane Keller)等战略大师。代表性论著有杰克·特劳特的《什么是战略》,迈克尔·波特的竞争三部曲——《竞争战略:产业与竞争者分析技巧》、《竞争优势:创造与维持高绩效》和《国家竞争优势》,凯文·莱恩·凯勒的《战略品牌管理》等。

从企业的角度,迈克尔·波特指出,战略就是创建一个价值独特的定位。杰克·特劳特则进一步明确战略的内涵和作用,战略是指企业如何在顾客心中建立差异化定位,并由此引领企业内部的运营。他认为,成功就是要找到正确的战略,因为战略是一致性的经营方向,战略决定产品规划,战略指导企业如何进行内外沟通,战略引导组织工作的重心。从战略的功能表现及战略实施层面,他提出,战略就是生存之道,战略就是建立认知,战略就是与众不同,战略就是打败对手,战略就是选择焦点,战略就是追求简单,战略就是领导方向,战略就是实事求是(特劳特,2011)。

美国著名战略学者伊戈尔·安索夫(H. Igor Ansoff)首次提出“企业战略”这一概念,将战略定义为“一个组织打算如何去实现其目标和使命,包括各种方案的拟订和评价,以及最终将要实施的方案”。他认为战略构造应是一个有控制、有意识的正式计划过程。美国战略学家迈克尔·A. 希勒认为,战略就是设计用来开发核心竞争力、获

取竞争优势的一系列综合的、协调的约定和行动。当选择了一种战略时,公司即在不同的竞争方式中做出了选择。从这个意义上说,战略选择表明了一家公司打算做什么以及不做什么。

加拿大教授亨利·明茨伯格(Henry Mintzberg)认为,人们在生产经营活动中,在不同的场合以不同的方式赋予企业战略不同的内涵,说明人们可以根据需要接受多样化的战略定义。他提出企业战略由五种规范的定义阐述,即计划(plan)、计策(ploy)、模式(pattern)、定位(position)和观念(perspective),构成企业战略的“5P”。战略是计划,是一种有意识、有预计、有组织的行动程序,是解决一个企业如何从现在状态到将来位置的问题。战略是计策,即战略不仅仅是行动之前的计划,还可以在特定环境下成为行动过程中的手段和策略、一种在竞争博弈中威胁和战胜竞争对手的工具。战略是模式,是一种动态的观点,它将整个战略看做一种“行为流”的运动过程。战略是定位,就是通过正确地配置企业资源,形成有力的竞争优势。战略是观念,强调了战略的抽象性,表达了企业对客观世界固有的认知方式,体现企业对环境的价值取向和组织中人们对客观世界固有的看法,进而反映企业战略决策者的价值观念。

美国企业史学家艾尔弗雷德·钱德勒(Alfred Chandler)被认为是战略管理领域的奠基者之一。他提出“结构跟随战略”的主题,即企业扩张战略必然有相应的结构变化跟随。他分析了环境、战略和组织之间的关系,认为企业经营战略应当适应环境、满足市场需求,而组织结构又必须适应企业战略,随着战略的变化而变化。

大战略是西方国家使用的一种战略概念,是国家战略体系中以军事战略为主的总体战略。美国战略理论家约翰·柯林斯在《大战略》一书中认为,把国家战略中的全部军事战略和其他领域的战略(政治、经济、社会、科技和心理等)中与国防直接有关的部分汇集在一起,就构成大战略。

综合来看,欧美学者关于战略的定义,大都着眼于企业经营管理的微观角度,结合现代企业发展日益激烈的市场竞争态势所做出的,偏重于策略范畴,后来其含义逐步扩大到国家综合层面。而国内关于战略的定义,在从军事领域延伸后,大多着眼于区域经济社会发展和产业发展角度,偏重于宏观和中观领域,并逐渐扩展至微观领域。

2. 发展战略

“发展战略”一词,是在第二次世界大战后伴随发展经济学的产生而出现的,较早提出这一名词的是美国著名发展经济学家、“不平衡增长”理论的创立者阿尔伯特·赫希曼(A. D. Hirschman)。1958年,他在《经济发展战略》(*The Strategy of Economic Development*)一书中率先提出这一概念。20世纪60年代以前,“发展战略”一词专指发展中国家为寻求经济发展而采取的战略决策和战略部署。20世纪60年代以后,“发展战略”一词的含义发生变化,逐步泛化为通用于任何一个国家或地区的任何一个发展阶段。国内学者刘嗣明认为,所谓发展战略是指人们欲达到一定的目的、对所要研究的系统的未来发展目标和方向所做的确定与选择以及为之而制定的基本原则和大政方针。根据战略主体的不同,发展战略有总体战略、部门战略、区域战略、组织战略、要素战略及各种专项战略等。如果说区域战略是从经济社会横的方面来研究战略,那么部门战

略则是从经济社会纵的方面来研究战略。周志纯和刘化纲（1990）认为，全局性和能动性是发展战略的本质特性，全局性又包括整体性和过程性，其中，整体是发展的空间结构，过程是发展的时间序列结构。发展战略的能动性表现在人们运用发展战略，可以把发展的客观可能性转变为现实。

从类型上看，发展战略是战略从军事到政治再扩展到经济和社会领域的结果，逐步延伸至当今经济、科技、社会的协调发展战略。从方法论上看，它从经验性研究发展到科学性研究，从个人研究转向集体研究，从定性研究转向定量与定性相结合的研究，并由单目标研究转向多目标研究。发展战略的基本原理在于，在普遍联系的事物中去认识并掌握规律，通过改变系统的条件而使系统朝着有利于人类社会的目标发展。

刘嗣明和李月华（2007）认为，研究发展战略可从以下三个层次来把握：研究国家这一层次的系统或者比国家更大的国际层次的系统的宏观经济战略和超宏观经济战略；研究企业、事业单位这一层次的系统的微观经济战略；研究介于宏观和微观之间的，从省、市到乡、镇这一层次的系统的区域经济战略。发展战略可分为不同类型，早期的发展战略大都是经济发展战略。随着可持续发展理念的兴起，区域发展战略研究更加关注经济、科技、社会协调发展以及当今与后代持续发展的协调。发展战略除了区域整体战略外，还有关于部门、行业的，如旅游发展战略、教育发展战略等。发展战略还可以从时间上进行划分，如近期发展战略、中期发展战略、远期发展战略等。

3. 区域旅游发展战略

区域旅游发展战略是站在某一区域经济、社会、环境协调发展的高度，着眼于区域旅游产业可持续发展的需要，根据区域旅游竞争力条件和进一步发展所面临的机遇和威胁，对区域旅游发展所做的高层次、全局性的宏观谋划，是区域旅游发展的纲领和蓝图。区域旅游发展战略的形式，一方面可独立地以区域旅游发展战略规划的形式出现；另一方面可作为区域旅游发展规划（或景区总体规划）内容的一部分出现。

区域旅游发展战略是制定区域旅游规划体系（包括旅游发展规划、旅游区总体规划、旅游区控制性详细规划、旅游区修建性详细规划和旅游景点设计）的先导，主要探讨区域旅游发展中的战略性问题。

区域旅游发展战略规划作为一种新的旅游规划类型，其核心理念是依靠不断提升区域旅游竞争力来实现区域可持续旅游发展。以提升区域旅游竞争力、实现区域旅游可持续发展为目标，通过针对性地进行区域旅游竞争力优劣势分析和与之相对应的区域旅游发展基本战略途径的选择，扬长补短，制定出指导或决定区域旅游发展全局的策略。区域旅游发展战略规划的制定，一方面作为旅游产业发展战略规划，应遵循旅游产业发展的自身规律；另一方面作为区域性规划，应符合区域发展的实际情况，突出区域特色。

按照行政区管理层次划分，区域旅游可分为省（包括直辖市）级、州市（地级市）级、县级、乡镇级。从本质意义上来讲，区域旅游的边界不应是行政区界，而应该是基于旅游者旅游活动行为规律的跨界区域，进而针对该区域旅游产业组织进行战略谋划。但由于我国特有的行政经济特征，地方政府主导旅游发展明显，因而区域旅游发展的行政依托性尤为明显，出现所谓旅游强省、旅游强市、旅游强县的提法，受地方政府委