

旅游态势与 新思维

主 编◎龚志强

副主编◎江小蓉 李文晓

中国旅游出版社

南昌大学“提升综合实力”建设项目、江西省高校人文社会科学重点基地
——南昌大学旅游规划与研究中心资助出版

旅游态势与 新思维

主 编◎龚志强
副主编◎江小蓉 李文晓

中国旅游出版社

策划编辑：段向民
责任编辑：谷轶波
责任印制：冯冬青
装帧设计：何 杰

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游态势与新思维 / 龚志强主编. — 北京 : 中国
旅游出版社, 2016.6
ISBN 978-7-5032-5609-7

I. ①旅… II. ①龚… III. ①旅游业发展—中国—文
集 IV. ① F592.3-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 081256 号

书 名：旅游态势与新思维

主 编：龚志强

副 主 编：江小蓉 李文晓

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编 100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

排 版：北京月亮工舍广告设计中心

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京盛华达印刷有限公司

版 次：2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：21.5

字 数：460 千

定 价：49.80 元

I S B N 978-7-5032-5609-7

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

序

在我国旅游行业全面实施“515”工程、加快建设世界旅游强国的蓬勃态势下，中国未来研究会旅游分会借召开第六次会员代表大会及第六届理事会第一次会议之机，于2015年12月5日在南昌大学举办“中国旅游大发展态势与旅游新思维”学术研讨会，来自全国各地的100余名专家学者出席了会议。会议内容丰富，形式活泼，时间紧凑，成果丰硕。与会同仁一致评价，这次会议开得适时，取得圆满成功！

本次研讨会采取会前确定主题、征集论文、印发论文集，会间举行大会发言等多种形式进行。会前广大会员积极撰写论文，内容涉及旅游发展新思维、开发新举措、推进新对策等三大方面，其中有许多称得上是新视角、新观点、新思路、新对策，对旅游未来发展进行了广泛和深入的探索。研讨会上，学术氛围浓厚，有26位专家学者作了精彩发言，大家紧扣主题，各抒己见，畅谈感悟，探索未来，观点新颖，智光闪烁。三位主持人睿智幽默，妙语连珠，对每位专家的发言内容都作了精准的点评，不失为高度浓缩的旅游学术评论。为使研讨会丰富的成果能让更多的人分享，我们特整理汇编、结集出版这本《旅游态势与新思维》。

当前中国旅游业恰逢最好的发展时机。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》提出“大力发展旅游业，深入实施旅游业提质增效工程”，将旅游业发展提到新的高度。“全域旅游”的全面推进正迎接着大众旅游时代的到来。人类共同体使全球任何一个区域都可能成为中国人欲往所向的旅游目的地，“一带一

路”建设将我国旅游业推向了亚欧非大陆和亚太地区合作开发的前沿，人民币加入特别提款权（SDR）货币篮子又将为我国出入境旅游带来新的契机。旅游促进发展，发展需要旅游。在新的历史时期，旅游业将越来越显示其在促进民生改善、经济建设、社会发展、文化繁荣、人类进步、环境保育中难以替代的独特作用。

未来象征着美好梦想，更蕴含着执着追求。未来研究会本来就是为未来而生，稟性必然为梦想而行。中国未来研究会旅游分会自1989年成立以来已历经26个春秋，理事会也换了5届，现在接力棒传到我们手中。历史重任不可懈怠，开拓进取理所当然。梦想引领未来，创新成就梦想。旅游研究分会全体同仁定当不辱使命、继往开来，主动站在中国旅游发展的前沿，积极创新发展理念，深入创新研究思路，大胆创新办会方法，努力在旅游业未来发展的预测、前瞻理论的研究、创新实践的探索等领域不断取得新的硕果，为我国旅游业的发展作出新的贡献。

中国未来研究会旅游分会理事长 曾宜富

2016年5月20日

目 录

第一篇 发展新思维

旅游新发展

把握需求趋势,构建旅游业发展新格局	曾宜富	3
移动生活:旅游创造移动文明	刘思敏	12
高铁建设与江西未来旅游宣传战略研究	高新宇 冯淑华	20
散客时代传统景区营销新探	邱元炜	27

旅游新时代

新时代 新思维	李明德	33
迎接新生活时代	姜若愚	36
再论旅游业的新常态	陈仙波	40
新常态下旅游融合发展模式创新	张跃西	46
“一带一路”背景下浙江旅游国际化战略	张跃西	54

第二篇 开发新举措

旅游产品

旅游产品功能结构变化趋势之刍议	袁美昌	61
杭州千岛湖旅游度假产品转型升级路径研究	刘嘉龙	65
对吉安旅游未来发展的几点思考	冯淑华	72
审慎开发,保持文化 ——江西佛教文化旅游开发的几点思考	喻 峰	75

文化旅游

酉阳“桃花源”创新事件营销 ——文化能量的聚焦与释放	牟 红 李 耀 蒋云强 高凤桥	79
湖南旅游产业和文化创意产业的协同效应测度及其 空间分布特征分析	周怡岑 陈国生	96

文化具象化：客家文化的旅游开发思路

——以石城县为例 黄志繁 107

也谈文化城市建设 胡念望 112

休闲旅游

乡村民宿、农家闲居，农家乐深度发展的一条路径 王伟成 117

湖泊休闲产业的构建：以宁波东钱湖为例 唐海伦 123

常宁市舂陵江生态休闲农庄总体规划构思及

规划设计 赵晋颐 李 闯 张亨溢 范润卿 131

论健康旅游的特征 薛群慧 白 鸥 138

转型期温泉旅游决策和消费行为特征研究

——基于浙江武义温泉旅游度假区的调研 潘雅芳 147

推进农旅融合，加快江西休闲农业发展的建议 王 佳 黄细嘉 李 凉 159

地方理论在乡村休闲旅游规划中的应用 万剑敏 166

第三篇 推进新对策

旅游城镇化

古堰画乡旅游特色小镇创建研究 邱云美 175

山东省滨海旅游风情小镇建设研究 山东社会科学院课题组 182

云南旅游统筹城镇发展的几点思考 朱晓辉 195

新型城镇化背景下江西休闲农业发展对策 龚志强 何亚婷 204

新农村建设背景下旅游小镇的发展路径与战略选择 李向明 213

旅游管理

工科院校旅游专业本科人才“与工融合”

培养模式研究 宋国琴 郑胜华 丁元杰 220

乡村旅游社区参与管理模式探析

——基于环境容量理论 王 莹 232

旅游发展热下的冷思考 杨元珍 242

互利共赢，立足游客谋“攻略”

——从组团旅游中的“自费项目”说起 王伟成 247

行导游小费旅游警察策，需要标本兼治稳妥实施 彭援军 250

旅游行业价值观的解构与重构 冯淑华 260

革命老区县级旅游政务网站营销绩效评价研究 ——以江西 41 个革命老区县为例	胡海胜 张 玲	267
九江市智慧旅游发展战略研究	严宽荣	278
云旅游的基本概念、体系构建及应用	倪 凡 张文建	284

旅游景区

大湘南旅游圈旅游景区空间结构分析与 优化研究	张 苏 陈晓亮 祁 惠	290
自然遗产地国家公园模式发展的影响因素与空间扩散	张海霞	305

附 录

在中国未来研究会旅游分会第六次会员代表大会暨 “中国旅游大发展态势与旅游新思维”学术研讨会上的贺信	丁晓群	317
在中国未来研究会旅游分会第六次会员代表大会暨 “中国旅游大发展态势与旅游新思维”学术研讨会上的致辞	黄细嘉	318
中国未来研究会旅游分会第五届理事会向第六次会员代表大会的 工作报告	江 焰	320
在中国未来研究会旅游分会第六次会员代表大会暨 “中国旅游大发展态势与旅游新思维”学术研讨会上的总结讲话	曾宜富	324
中国未来研究会旅游分会 6.0	陈仙波	329

后 记	龚志强	335
-----------	-----	-----

第一篇

发展新思维

把握需求趋势，构建旅游业发展新格局

江西省旅游发展委员会 曾宜富

摘 要：我国旅游需求已经并在继续发生重大变化，旅游业发展应把握需求趋势，着力构建新格局。本文在全面分析旅游需求的基础上，从全域立体拓展、两业并驾齐驱、三地统筹建设、四品贯通打造、五元深度融合、六效交相彰显等六个方面，系统地阐述了构建旅游业发展新格局的思路，并就创新旅游促进举措提出了对策。

关键词：需求趋势；旅游业；新格局；新举措

旅游消费需求是旅游业发展的基本依据，当其发生重大变化时，必须随之调整旅游供给及其支撑体系，以新的格局来保障旅游业持续快速健康发展。面对当前我国旅游需求的急速变化，必须积极应对，笔者拟提出粗浅的思路和对策以供专家学者讨论。

一、把握旅游需求趋势

（一）时代生活主流需要快乐健康旅游

“步入新时代，民以乐为天。引领快活风尚，旅游自当先。”随着我国经济社会的快速发展，广大人民群众的生活水平大幅度提高，我们现在所处的社会，就生活主流而言，已经告别了“民以食为天”的历史阶段，进入了“民以乐为天”的全新时代。快乐是当今社会民众生活的主旋律。人们普遍追求的是“乐学乐业乐成就，乐居乐游乐安康”。在这快乐民生的社会里，旅游理所当然地要充当先行者，既要迅速迎合这快乐消费时代的到来，更要主动引领社会消费潮流，积极开创健康快乐生活新风尚。

（二）人类体能需求催生运动休闲旅游

随着社会生产力和人们生活水平的提高，大多数人已从繁重的体力劳动中解放出来，转向脑力劳动或以脑力劳动为主、体力劳动为辅。在此背景下，人们过剩的营养需要消化、过多的体能需要消耗、充裕的时光需要消遣、富余的收入需要消费，于是热衷户外运动养生来增强体质、丰富生活。随之体育活动、休闲运动便成为人们生活的经常需求，由此带来的便是体育活动旅游、运动休闲旅游、参与体验旅游广受青睐，如登山滑翔穿天门、漂流冲浪溜雪冰、蹦极跳伞高尔夫、跑马赛车驾游艇等成为旅游的热门。

（三）人类精神追求孕育修德养生旅游

从人类发展来看，做人必修德，延寿需养生。所谓修德，就是通过有效的途径培养崇高的理想、坚定的信念、奉献的精神、求实的作风、高尚的情操。所谓养生，就是采取有效的措施保障物质生命、精神生命、政治生命都健康长寿、永葆青春。按照全面建成小康社会、全面深化改革、全面依法治国、全面从严治党的要求，所有共产党员和干部都迫切需要加强修德养生，以保持优良政治思想品质和身体素养，更好地为国为民服务。全体国民也都切实需要修德养生，以提高道德和身体素质，在共同追寻中国梦的过程中更好地创新创业实现人生价值。因此，我国众多的历史名胜和红色圣地将以旅游、培训和修学等形式成为人们修德养生的圣地。

（四）世人向往未来寻觅时尚休闲旅游

现代大都市的繁华，是落后地区人们的热切向往；富裕殷实的生活，是贫困地区人们的倾羨希望。美好生活是人类的执着追求，时尚生活是人类创新生活方式的先导；而科学幻想则是对人类未来生存环境和生活方式的大胆臆想和夸张描绘。时尚休闲旅游则是对未来美好生活的展现和尝试，以一种超前预演的生活时尚特征，让人们切身感受一种全新的、愉悦的特殊生活经历，从而更加增强对未来美好生活的向往和开创新生活的自信。

（五）生存环境退化呼唤生态度假旅游

良好的生态环境是万类和谐友好相处、人类宜居宜业宜游的重要基础和根本前提，恶劣的生态环境则是物种迅速变异或灭绝、人类纷纷选择逃离的重要原因和必然结果。人类的发展呈现的是生存环境倒逼生态文明建设，从自然生态到人文生态再到社会混合生态诸方面，多为由被动的无奈而转向主动的作为。人们普遍要求远离污染水域、有毒食品、雾霾空气、传染疾病、社会动乱和战争。当环境出现恶化的时候，人们就越是向往蓝天白云、碧水清波、茂林修竹、清新空气、绿色饮食和安宁社会。因此，生态环境优越的区域游客趋之若鹜，生态度假旅游将成为一种高品级旅游产品乃至高端生活方式。

（六）科学技术进步嬗变现代全新旅游

科学技术改变了人类社会的生产、生活乃至全社会，旅游作为敏感时尚产业，受之影响既快且广。如日新月异的互联网络，改变了旅游者角色、旅游组织形式和旅游市场结构；突飞猛进的高速铁路，改变了旅游时空距离、旅游线路和大众出游态度；全面普及的高速公路和汽车，改变了旅游方式、旅游内容和旅游流向流速；快速发展的低成本航空、支线航空尤其是低空小型商务飞机，改变了旅游组织形态和内容结构；豪华奢侈的海上邮轮、江湖游艇、水下潜艇乃至太空飞船，则更是开辟全新的旅游领域。

（七）国家鼓励政策推动大众自助旅游

随着中央八项规定的严格施行，公款旅游销声匿迹，自费自助旅游兴起热潮，旅游市场已经并将进一步发生重大而深刻的变化。回到大众旅游的本原，呈现出新的特征：亲朋

好友结伴行，社团网会群相邀；长假空陆走远程，双休自驾短线跑；观光游览崇自然，休闲度假重情调；明白消费讲实惠，追寻愉悦要求高。带薪休假旅游成为广大公职人员的强烈要求，业绩奖励旅游成为各类在职人员的热切期盼。因此，带薪休假旅游必将普及化，各业奖励旅游必将常态化。

（八）青少年为了历练自身热衷修学旅游

生活在信息爆炸的时代，广大青少年普遍不缺获取知识的途径，但大都缺少感悟人生的实践。勇敢地走出去了解外面纷繁多彩的世界，感受人间错综复杂的社会，增长阅历，增强体魄，历练心志，是青少年成长过程中的必修课，发展道路上的奠基石。所谓“读万卷书不如行万里路，行万里路不如阅人无数，阅人无数不如高人指路，高人指路不如体验感悟”，就是这个道理。因此，修学旅游受到家长们的普遍认同和广大青少年的热捧，游学市场迅猛扩大。

（九）青壮年为了感知天下尝试务工旅游

“这城有这城的精彩，那乡有那乡的沧桑，何处赚钱何处消费，感受够了即换地方，幸福就是常抱新鲜，美好尽在快活游荡。”这成了一些标新离俗、追寻幸福的青壮年人群的生活方式。他们希望趁着大好青春年华多游走些地方，多尝试些新鲜，多体验些人生，多享受些生活。他们常常居无定所、职无定业，说去立走、说辞即行，目标就是追求生活丰富多彩、工作快乐浪漫，哪里新鲜就寻到哪里，何方好玩就落在何方。他们可说是长年旅游一族。

（十）老年为了快乐晚晴青睐养老旅游

21世纪是全球人口老龄化的世纪，我国人口老龄化趋势也正在加速发展。据专家预测，到2020年全国老年人将增加到2.48亿，占总人口的17.17%；到2030年全国老年人将占总人口的22.34%。老年人退休后，繁重的工作和家庭负担卸下来了，加上各种保险免去了他们的后顾之忧，在时间上也特别的宽裕，剩下的就是如何珍惜美好时光，快乐养老养生，追求延年益寿。“人生欣度夕阳红，乐游甚是晚晴浓。”随着老年人消费观念的变化，他们纷纷将出门旅游作为提高晚年生活质量的重要方式和内容。

二、构建旅游发展新格局

（一）全域立体拓展

旅游消费需求决定旅游产品供给。根据现代人对旅游体验的无限追求，旅游供给必然向全域化拓展。所谓旅游全域化，就是在小到一个城镇、一个乡村，大到一个省市乃至一个国家，域内各项资源、各类机构、各种人群，全都参与旅游发展的分工，这意味着旅游将全方位、立体化拓展，无处不在、无所不有。

一是横向空间全域化。即景区、城市、乡村旅游全面统筹，观光、休闲、度假旅游全

面促进,环境、场境、情境功能全面烘托,一线、二线、三线供给全面联动。

二是纵向空间全域化。即陆地、空域、水域旅游全面对接,历史、当今、未来旅游全面贯通,自然、人文、社会旅游全面融合,景象、景观、景物旅游全面彰显。

三是客源市场全域化。即本地、国内、国外市场全覆盖,老年、中年、青少年市场全覆盖,高端、中端、低端市场全覆盖,大众、专项、特殊市场全覆盖。

四是监督管理全域化。即政策法规监督管理全到位,规划建设监督管理全到位,市场秩序监督管理全到位,服务质量监督管理全到位。

(二) 两业并驾齐驱

旅游业总体上包含旅游事业和旅游产业两大方面。所谓旅游事业是指由政府直接组建的旅游行政管理机构及队伍直接组织开展的旅游规划制定、旅游资源保护及开发利用、旅游形象推广、旅游市场监管,直接出资兴办的旅游科学研究、旅游教育培训、旅游基础设施和旅游公共服务设施等公益事业。所谓旅游产业是指在政府指导和推动下,由社会各相关方面出资兴办的涵盖旅游运行各个要素的经营性旅游业态的总和。旅游事业是旅游业的前导和核心,旅游产业是旅游业的基础和主体。旅游事业与旅游产业互需互促、相辅相成,共同支撑旅游业的繁荣。要使旅游业协调快速发展,就须将旅游事业和旅游产业摆在同等位置,同步强力推进。但当下明显存在旅游事业弱、旅游产业强、发展不平衡、后续难跟进的问题,近期应在旅游事业方面取得突破。

一是在旅游科学研究上取得突破。科研能够诞生先进理念,科研可能产生正确思路,科研有望提出高效方法。旅游科研是旅游业发展的前导,只有先进的旅游科研成果才能引导发展先进的旅游业态。因此,要切实把旅游科研作为大事要事摆在特别重要的位置,深入抓好,早出成效。

二是在旅游策划规划上取得突破。策划展开创意空间,规划描绘发展蓝图。没有好的策划引导,规划缺少灵魂;没有好的规划指导,建设必然无序。要将旅游规划与国民经济和社会发展规划、国土利用规划、城市建设规划、产业发展规划紧密衔接。

三是在旅游队伍建设上取得突破。要实施旅游人才梯次培养工程,形成“高级为领军、中级为骨干、初级为递补”的旅游人才队伍建设体系。重点培养具有国际视野和创新意识的领军人才,形成包括旅游专家智库、旅游企业家和高级管理者在内的人才队伍,对全面提升旅游发展起到咨询参谋、带头发展和精细管理的作用;努力培养具有专业素养和合作意识的骨干人才,构成具备导游讲解、市场营销、酒店管理、新技术开发等专长的技能型人才队伍,对深入推进旅游发展起到服务保障、营销推广和专业技术支撑的作用;积极培养具有兴趣和热情的后备人才,形成包括大中专院校学生、社会工作者、小微民营企业企业家等在内的广大群体,对巩固繁荣旅游业发展起到人才递补的作用。

四是在旅游公共服务建设上取得突破。旅游公共服务包括旅游公共服务硬设施和软服

务两大方面。设施要配套上档次，服务要周到达星级。要紧密结合智慧城市建设，加快智慧旅游城市、智慧旅游景区、智慧旅游服务区建设。

（三）三地统筹建设

旅游发展的实践告诉我们：在旅游运行过程中常常是旅游景区点集成旅游目的地，旅游目的地求助旅游客源地，旅游客源地依赖旅游集散地，旅游集散地引领旅游目的地和客源地。因此，应统筹建设好旅游目的地、集散地、客源地。

一要加强旅游目的地建设。旅游目的地包括以自然风光、历史人文、红色文化和社会生活等为主体的多种特色旅游景区、城镇、乡村。其中，生态休闲旅游区要强化高等级旅游景区、生态旅游示范区、旅游度假区、旅游休闲区等四区的创建。历史文化旅游区要强化历史人文展示区、民俗风情街区、传统技艺体验区、特色商品购物区等四区建设。红色文化旅游区要强化红色历史展示区、红色文化街区、红色精神践行区、红色旅游扶贫区等四区建设。要注重创建以顶级旅游景区为核心、中心城市为依托、高等级旅游景区和特色休闲名镇、旅游文化创意区为支撑的大型复合型旅游区。同时，着力构建国家公园体系，包括设立自然型国家公园、人文型国家公园、综合型国家公园，从而形成美丽风景观光、浓雅风情休闲、生态养生度假的旅游目的地体系。

二要加强旅游集散地建设。旅游集散地是旅游行程的起点集发站或终点归散站，扼控着旅游运行的咽喉，是旅游链条中的关键。因此，强劲的旅游营销机构和综合型的旅游企业大多集聚在旅游集散地。要注重加强具有区域中心城市意义的一级集散地、具有区域门户城市意义的二级集散地和直联旅游景区的三级集散地建设。要加强各级旅游集散地的旅游基础设施和旅游公共服务设施、旅游经营服务设施建设，尤其是要加快旅游集散中心建设，搞好综合配套，提升旅游信息化、智慧化水平，强化中心城市、门户城市和景区直联城镇的旅游集散服务功能。

三要加强旅游客源地建设。纯粹的旅游目的地已经不多，完全的旅游客源地也较少有，常见的多为集目的地和客源地于一体，既招徕域外客源来游，也组织当地居民出游。客源地的建设应为：公司开到客源地，网点密布客源地，宣传覆盖客源地，网络广链客源地，品牌深入客源地，产品热卖客源地，服务满意客源地，口碑享誉客源地。对客源市场的选择，要定准方向，细分层次，瞄准群体；对已选定的主要目标市场，要超常举措，集中突破，强力拓展，不断扩大在旅游市场上的份额。

（四）四品贯通打造

旅游产品是旅游业的基石。所谓“四品”，是指旅游产品的品类、品位、品质、品牌。开发旅游产品，须注重四品相互融会贯通、循序递进打造，才能开发出特品、绝品乃至极品，引爆旅游消费市场。

第一，正确选择旅游产品的品类。旅游资源五花八门、品类繁多，旅游需求各式各样、

莫衷一是。应从需求趋向与资源品类二者中找准结合点,瞄准产品开发方向,选定开发适销对路的旅游产品品类。

第二,科学设定旅游产品的品位。市场有大小,消费分高低,高中端产品对应高中端旅游消费市场,普通产品面向大众旅游消费市场。旅游产品设计要因地制宜、由市而发,尽可能满足不同层次的消费需求。

第三,深入夯实旅游产品的品质。旅游开发建设最终还是一种技术活,奇妙精美的创意策划和设计,必须有相应的实施技术作保障,才能切合意图、体现初衷、铸造精品。精耕细作出珍品,精湛技术现品质,旅游产品的优劣关键在于项目工程施工和管理水平。旅游寻求的是差异、享受的是完美,旅游开发建设必须坚持严依标准、尽善尽美;坚决杜绝粗制滥造、以次充优。

第四,精心铸造旅游产品的品牌。应构建以总品牌为统领、二级品牌为支撑、特色品牌为补充的旅游品牌发展战略。努力塑造旅游整体形象,强力打造旅游总品牌,统领全域旅游宣传推广;依托域内若干增长极,着力打造国际品牌,支撑和引领旅游市场开拓;充分发挥区域旅游优势,积极打造区域特色品牌,从而整合形成包括旅游目的地、旅游产品和企业集团在内的旅游品牌体系,提升旅游市场的影响力、拓展力和占有率。

(五) 五元深度融合

经济社会是发展的最大平台,各行各业都是发展的生力军。跳出旅游看旅游,跨行跨界做旅游,融合旅游胜旅游,共赢更是好旅游。应将旅游融入经济社会发展大局,加快旅游与各行各业的有机结合,迅速地向相关产业深入渗透,适时地将各行业形态各异的特色资源转变为旅游资源,及时地对各类项目建设提出具备旅游功能的要求,有效地将经济社会发展的相关成果转化为旅游产业要素,从而形成一产围绕旅游提升、二产依托旅游转型、三产紧跟旅游延展、文化联姻旅游出精、城镇结合旅游做靓、各业借助旅游共兴的产业联动发展格局。

一是与一产融合,推动旅游乡村大发展。应积极建设旅游产业特征鲜明、功能完备配套、生态环境优美的特色旅游小镇,带动周边旅游业发展;建设高等级乡村旅游点,以点带线、以线带面、整体推进,实现乡村旅游全面提升;发展休闲农庄、生态茶庄、民俗客栈等休闲农业产品,引导乡村旅游业态多元发展;培育旅游农业、旅游林业、旅游水利业,创造产业高附加值,努力营造“生态美、特色强、百姓富”的旅游乡村新景象。

二是与二产融合,推动工业旅游大发展。以工业园区及大企业、大项目为依托,培育工业旅游新业态,建设特色鲜明的工业旅游示范点。积极发展旅游装备制造、旅游用品制造、旅游食品和纪念品生产等旅游工业,加快建设旅游工业生产基地。

三是与三产融合,推动旅游服务业大发展。充分发挥旅游业在第三产业中的龙头作用,有力带动相关行业特别是金融保险、信息传输、商务服务、科技服务、文化体育和休闲娱乐、

房地产业等现代服务行业，广开经营渠道，拓展服务业务，提高服务水平，努力做大做强。

四是与文化融合，推动旅游文化业大发展。有效发挥文化灵魂和旅游载体的相互作用，大力推进景区特色文化资源开发、文化演艺项目开发、古镇（村）文化旅游开发、文化主题旅游商品开发、文化景观建设等工程；大力发展现代体育旅游、教育旅游、科技旅游、影视旅游、新闻旅游、图书旅游、采风旅游，实现文化和旅游大融合、大繁荣。

五是与城镇化融合，推动旅游城市大发展。由过去的发展城市旅游的初级模式转变到建设旅游城市的高级模式，按照典型化、个性化、人性化旅游需求，规划设计和建设新型城镇，使所有的城市都能成为旅游城市，有条件的旅游城市逐步成为优秀旅游城市，原有的优秀旅游城市成为被市场认同的真正的优秀旅游城市。

（六）六效交相彰显

旅游业的关联性、综合性，决定其效益的多重性和融合性，主要体现在以下六个方面：

第一，体现在民生改善。既包括旅游目的地的广大民众参与旅游创业就业，增加居民收入，提高生活水平，也包括旅游客源地的广大消费者参与旅游活动，增添生活情趣，提高生活质量。

第二，体现在社会文明。旅游目的地以热情友好的风姿将特有的历史遗存和现代成就奉献给广大游客，广大游客则以文明礼貌的姿态来领略和体验他乡异样的情景和生活，在不经意中便进行了社会开放、价值交换、文化交流和财富平衡。

第三，体现在经济发展。不仅是旅游直接行业的创收盈利，成为新的经济增出点，而且更为重要的是关联带动相关产业协同共进，帮助落后地区创建文明经济，加快产业发展，加速解困脱贫。

第四，体现在文化繁荣。旅游业的根本属性应是社会文化事业，地域风貌、地方风物、当地风情都是旅游者追逐的彩头，搞活旅游娱乐重在张扬民俗，深化旅游内涵重在做足文化，旅游业发展迅速催生地域文化兴盛。

第五，体现在生态保育。良好的生态环境是旅游发展的前提条件，发展旅游要求旅游开发者既要保护好原本的自然环境、人文环境，也要进一步修复、培育和改善现有的生态环境，同时还要求旅游者敬畏、爱护旅游地的生态环境，并力争为所游之地的生态文明建设作出贡献。

第六，体现在人类进步。发展旅游促使旅游开发者、经营者、从业者更新观念、创新思维、学习文化、训练技能、研发产品、开拓市场，使他们得到转身、成长和提高，成为时尚产业、幸福产业的把控者。

以上六者互为交织、相彰共显，构成旅游业综合效益的全景图。