

国家社会科学基金项目

黄山 HUANGSHAN 旅游经济开发 LUYOU JINGJI KAIFA YANJIU 研究

◎ 黄传新 等著

安徽人民出版社

HUANGSHAN

国家社会科学基金项目

LUYOU JINGJI KAIFA YANJIU

黄山 旅游经济开发研究

◎ 黄传新 等著

安徽人民出版社

责任编辑 杨威海 白 明 陈 娟

装帧设计 吴成和

图书在版编目(CIP)数据

黄山旅游经济开发研究/黄传新等著. —合肥:安徽人民出版社,2009. 8

ISBN 978 - 7 - 212 - 03623 - 2

I. 黄… II. 黄… III. 黄山—旅游资源—资源开发—研究 IV. F592.754

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 135328 号

黄山旅游经济开发研究

黄传新 等著

出版发行:安徽人民出版社

地 址:合肥市政务文化新区圣泉路 1118 号出版传媒广场 邮编:230071

发 行 部:0551 - 3533258 0551 - 3533292(传真)

经 销:新华书店

制 版:合肥中旭制版有限责任公司

印 刷:安徽新华印刷股份有限公司

开 本:710 × 1010 1/16 印张:20 字数:280 千

版 次:2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN 978 - 7 - 212 - 03623 - 2

定 价:40.00 元

印 数:00001 - 03000

本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换

前 言

黄山旅游区属于区域经济概念,是中国旅游业发展到旅游目的地建设和竞争阶段的必然产物。黄山旅游区由内而外由三个部分组成,其核心区是以世界文化与自然遗产、世界地质公园黄山为龙头的安徽省黄山市所管辖三区四县(屯溪区、黄山区、徽州区、歙县、休宁县、黟县、祁门县);其外围区包括历史上与上述歙、休、黟、祁同属古徽州的安徽省宣城市绩溪县、江西省上饶市婺源县;其延伸区包括与黄山市具有历史渊源与市场耦合关系的安徽省旌德县、九华山风景名胜区、浙江省淳安县。

本书立足“大旅游、大产业、大市场”的发展态势,力求改变传统的就黄山、黄山市研究黄山旅游的视角,把黄山旅游与该区域在长江三角洲的定位发展结合起来,以更开阔的视野重新界定包括九华山、齐云山等在内的“黄山旅游区”概念,以更高瞻的视点研究“黄山旅游区”的经济发展。本书重点对黄山旅游经济发展的趋势、格局、模式等问题进行较全面的分析和探讨,提出了黄山旅游经济开发的目标、基本方针、原则、规划布局 and 战略步骤以及黄山旅游经济科学发展的模式。

一、关于区域旅游经济发展的一般规律

现代旅游业不仅已经成为世界经济的支柱产业,而且是具有广阔前景的“朝阳产业”。本书开篇对旅游业的观念进行深刻的分析,认为在市场经济的发展中,行业的交叉与融合也已成为趋势,传统的以产品为依据的产业定义法已不适用于旅游业,以服务对象为依据来定义旅

游业更为科学。我们可以将旅游业定义为:以旅游者对象,为旅游者提供旅游活动所需产品和服务的行业群体所组成的综合性产业。从功能上看,旅游业不仅是推动旅游活动发展最积极和最活跃的一个因素,而且还兼具经济、文化、社会和环境四大功能。从性质和特点上看,旅游业是具有文化性的经济产业,是一个综合性的大产业,包括了一大群行业,又影响着一大批产业,是一种具有综合性、服务性、依赖性的环境密集型产业。旅游业的概念、功能、性质及特点充分表明旅游对于区域经济发展具有生财创汇、增加税收、扩大就业、平衡地区发展、缩小地区差异等积极作用,发展旅游业成为较落后地区脱贫致富的重要途径。

在前述基础上,本书进一步对旅游资源、客源市场、旅游产品和可持续发展四个要素的合理组合进行分析,借鉴世界旅游组织关于旅游业可持续发展理论的有关论述,遵循公平观、发展观、持续观及和谐观的新理念,搭建了区域旅游经济发展的一般规律框架,认为:旅游资源是区域旅游发展的依托,客源市场是区域旅游发展的导向,旅游产品是区域旅游发展的支撑,可持续发展是区域旅游发展的基本要求。并在研究中将这一规律进一步用于指导具体问题的分析,即用于认识黄山旅游区的旅游经济发展的具体问题,提出黄山旅游区发展的大目标和集体行动计划,使研究内容更贴近黄山旅游业发展的现实,同时也是对旅游区经济发展进行的新尝试、新探索。

二、关于黄山旅游资源的综合考察

旅游资源是旅游目的地借以吸引旅游者的最重要因素,也是旅游开发的必备条件之一。正确认识旅游资源的现状和特征,对合理利用、充分开发旅游资源具有重要作用。黄山旅游区是一个多层次的集合性区域概念,由内而外分别由核心区、外围区和延伸区三部分组成。黄山旅游区拥有一批世界级、国家级的自然和人文旅游资源,类型丰富、数量众多、精品纷呈、品位较高。丘陵山地地貌、优美的生态环境、聚族而居的社会组织形态和悠久深厚的徽州文化底蕴孕育了黄山旅游区丰富多彩的自然和人文旅游资源。课题研究首先对地质构造、气候、生物资源等自然地理特征和历史人口变迁、社会组织形态、社会管理方式、经

济生活、历史文化等社会文化特征进行深入的分析 and 总结,分析和探讨了黄山旅游区旅游资源的发育背景。进而对黄山旅游区辖内旅游资源进行系统梳理,依照旅游资源的属性,从自然和人文两个方面考察黄山旅游区旅游资源的丰度和质量,详细介绍了重要的自然和人文旅游资源。基于对资源的分析,评估黄山旅游区旅游资源开发的显在和潜在优势,依据旅游产品的性质和旅游资源市场吸引范围对区内 101 个景点进行了资源层次划分,这种划分与其他反映具体情况的数据一起,为开发和发展黄山旅游经济提供了系统的、重要的决策信息,初步形成了黄山旅游区资源信息系统。

三、关于黄山旅游经济的综合开发

我国旅游业得改革开放之先,经过近 30 年的发展,产业形象日益鲜明,产业规模不断壮大,已进入新的发展时期,成为国民经济中发展速度最快的行业之一。与此同时,游客人数不断增长、旅游需求日渐旺盛、市场竞争日趋激烈、旅游产品日益多元化成为旅游业发展的趋势。本书探讨了在当前旅游业的发展趋势下,黄山旅游业如何加快发展、科学发展的问題。全书在收集大量数据的基础上,采用对比的手法,历史地分析核心区——黄山市在不同时期(“八五”、“九五”、“十五”期间)旅游经济发展的情况。研究表明:黄山市旅游业已经进入快速发展阶段,取得显著成绩,对经济发展的综合作用日益凸显;同时,在黄山旅游区经济发展步入快车道的时候,旅游发展对环境造成一些负面影响,投资主体的多元化带来盲目和无序开发、大旅游思想下的跨越式发展与城市支撑力之间的矛盾、发展模式转型迟缓、景点管理不到位等诸多问题日益凸显。这些情况表明,黄山旅游区旅游经济发展面临着难得的机遇和巨大的挑战,必须认真落实黄山市“十一五”旅游发展规划,努力实现“两个最强”的奋斗目标,即按照打造“安徽旅游龙头、华东旅游中心、中国旅游名牌、世界旅游胜地”的要求,尽快把黄山风景区打造成全国综合竞争力最强的自然景区,把黄山市建设成为全国同类旅游城市综合竞争力最强的城市之一。在这一目标的指引下,黄山旅游区还要依据可持续发展理论,力求走出一条保护与发展统筹兼顾的旅游发展

之路,在此基础上,采用SWOT分析法即态势分析法,明确黄山旅游区在长三角中的定位,实施黄山旅游区融入长三角的对策:在政府层面,建立政府间的沟通与协调机制;统筹旅游整体规划;加强区内外的交通网建设;从推进旅游产业政策入手,共同发展旅游大市场;拓宽筹资渠道,加大资金投入力度;加强旅游宣传力度,建立统一的旅游信息平台;积极申办“长三角旅游高峰论坛”和“长三角城市旅游交易会”;树立良好的政府形象等。在企业方面,要注意改革现行管理机制,培育大型旅游集团、优化产品结构、优化市场结构、强化市场营销等。最后,从基础设施建设、接待服务设施建设和旅游人力资源开发三方面构建黄山旅游经济发展的保障体系。

四、关于黄山旅游经济的科学发展

本书引入“经济发展模式”理论,在科学发展观的指导下,对黄山旅游区经济发展模式进行了积极探索。从资源性质上看,黄山旅游区经济属于山区经济,结合黄山旅游区核心区的资源特点以及经济、文化发展现状,可将其经济发展模式确定为产业适应型,即调整黄山旅游区各个产业部门之间以及每个产业部门内部的组合状况,使旅游区经济发展尽快走上适应资源特点、适应市场变化、适应劳动者素质不断提高、适应整体经济水平的良性循环的道路。产业适应型的经济发展模式要求协调旅游业与其他各产业部门之间的关系,因此本书对旅游业与工业、农业、林业以及教、科、文等行业如何协调发展进行了深入分析;剖析了旅游业发展对生态环境的利弊,并探索促使两者协调发展的途径,以生态市建设为契机,加强生态环境保护,大力发展生态旅游。最后,从行政建制、经营体制、遗产管理和旅游服务四个方面提出完善黄山旅游区的管理体制和法规建设,以期为黄山旅游经济发展提供法制保障。

本书在遵循旅游学科研究体例和规范的前提下,把理论研究与实证研究相结合,努力将旅游学中相关纷繁复杂的论述加以提炼和深化,在一个明晰的框架里建立起区域旅游经济研究的概念和理论系统,就黄山旅游区旅游经济发展的一系列具体问题进行分析。在研究视角上,准确把握中国旅游业的市场发展规律,在“大旅游、大产业、大市

场”的主导思想下,跳出传统的就黄山、黄山市研究黄山旅游的狭窄框架,重新界定“黄山旅游区”范围,明确黄山旅游区是一个多层次的集合性区域概念,强调发挥区域旅游产品的整体竞争优势,提出黄山旅游融入长三角的对策。在研究层次上,将宏观层次与微观层次相结合,将发展大旅游业作为宏观的发展目标和理念,并将其化解渗透到具体的黄山旅游经济发展研究当中,实现宏观性和区域性的有机结合。在研究方法上,综合运用经济学、旅游学、管理学、地理学、社会学、统计学等相关学科知识,采用文献分析法、实地调研法、观察法、数理分析法、模型分析法等研究方法,用数字、图表说话,具有较强的理论性、科学性、系统性和实用性。

黄山旅游经济开发是一篇大文章,关于这一课题的研究必将随着区域旅游经济的发展而进一步深化。但愿我们的初步研究成果能为人们的深入思考和探索提供一些启迪,为黄山旅游经济的发展作出一份贡献。

黄传新

2008年8月28日

导论 区域旅游经济发展的一般规律

第一节 旅游业的性质与功能

一、旅游业的概念及构成

(一) 旅游业的概念

在经济学中,“产业”被定义为:“所有生产相同产品的单个企业的集合”。也就是说,作为一个企业应当是由一些单个的同类企业组合而



黄山景区大门

成,这些企业具有相同的基本活动并且有统计意义的规模。与其他产业不同,旅游产业不是一个单一产业,而是一个产业群,由多种产业组成,包括为旅游者的旅游过程提供服务的相关经济部门,具有多样性和分散性,因此旅游业的产业界限是模糊的和不确定的。旅游业的模糊性和不确定性又为旅游分析和决策带来一定的困难。因为从宏观上看,旅游业是分散于和时隐时现于社会经济的巨系统之中,旅游业的产品是诸多有关的行业或企业共同提供的,不可能准确地核算出旅游业的投入产出,也无法给出旅游业对经济的贡献和经济影响程度的准确数据。目前,在所有国家中,建立可靠的产业信息库,评估旅游业对地方、国家和世界经济的贡献都十分困难。

当前有关旅游业概念的争论一直没有停止,不同学者从不同的角度、不同的出发点对旅游业做了不同的表述。日本旅游学家前田勇在《观光概论》一书中认为:“旅游业就是为适应旅游者的需要,由许多不同的独立的旅游部门开展的多种多样的经营活动。”美国旅游学家唐纳德·兰德伯格在《旅游业》中认为:“旅游业是为国内外旅游者服务的一系列相互关联的行业。旅游关联到旅客、旅行方式、膳宿供给、设施和其他各种事物。它构成一个综合性概念——随时间和环境的不断变化,一个正在形成和正在统一的概念。”

国内学者对旅游业也做了多种表述。魏向东在《旅游概论》中将旅游业定义为:“旅游业是以旅游资源为凭借,以旅游设施为条件,通过提供旅游服务,满足旅游者多种需要的综合性产业。”^①《中国旅游业 50 年》认为“旅游业是一个综合性产业,把行、住、吃、游、购、娱各个环节联为一体,提供‘一条龙’服务,通过产业关联带动、吸纳就业等功能,推动和刺激着经济增长和社会进步;旅游业是服务性行业,以直面服务、产销合一为主要行业特性”^②。李肇荣在《旅游学概论》中把旅游业定义为:旅游业就是以旅游资源为依托,以旅游设施为条件,以旅游者为对

① 魏向东. 旅游概论[M]. 北京:中国林业出版社,2000.

② 何光玮. 中国旅游业 50 年[M]. 北京:中国旅游出版社,1999.

象,为旅游者的旅游活动、旅游消费创造便利条件并提供其所需商品和服务的综合性产业。^① 傅云新认为“旅游业是依靠旅游资源和旅游设施,从事招徕、接待经营活动,向游客提供吃、住、行、游、购、娱等服务,以获取利润的综合性服务行业”^②。

上述对旅游业的定义虽然侧重点不同,但都反映出传统的以产品为依据的产业定义法不适用于旅游业。首先,旅游业的定义要体现出旅游业各行业的内在关联——以旅游者服务对象。旅游业由众多不同行业组成,各行业的产品性质和服务内容差异很大,但这些行业都是以旅游者服务对象的,旅游者这个共同的服务对象把各行业联系在一起,并归并于旅游产业之中。其次,旅游业包括了向游客提供吃、住、行、游、购、娱等服务的相关行业,具有综合性,旅游业的发展必须依靠各相关部门和行业的共同努力,在旅游业定义中应突出大产业的特点。再次,旅游业作为第三产业的组成部分,是为了满足人类更高级的需要即精神需要,因此旅游业的定义要体现出旅游业第三产业的产业属性——服务性产业。

(二) 旅游业的构成

旅游业作为第三产业的一个经济部门,是由相关行业群体组成的综合性产业。旅游活动涉及旅行社业、饭店业、交通运输业、商业、娱乐业、邮电通讯业、餐饮业以及其他相关产业,旅游业行业范围广泛,但在国民经济的产业分类和实际统计工作中,旅游业的构成行业往往划归其他产业。此外,旅游业经济活动既面向旅游者,又面向当地居民,旅游经济活动比重不易确定。李肇荣认为:“在构成旅游业的各类企业中,又可划分为直接旅游企业和间接旅游企业。所谓直接旅游企业是指有赖于旅游者的存在而生存的企业,其典型代表便是旅行社、交通客运企业和旅馆业,那些虽然也为旅游者提供商品和服务,但其主要供应对象并非旅游者或者说旅游者的存在与否并不危机其生存的企业可称

① 李肇荣. 旅游学概论[M]. 北京:清华大学出版社,2006.

② 傅云新. 旅游学概论[M]. 广州:暨南大学出版社,2004.

之为间接旅游企业,如餐馆和娱乐业便属此类。”^①苏勤则将旅游产业的行业群体分为以下两大类:一类是旅游核心行业——专门或主要为旅游者提供旅游产品和劳务的行业,另一类是旅游依托行业——既为旅游者,同时又为其他社会公众提供产品和劳务的行业(图1)。^②

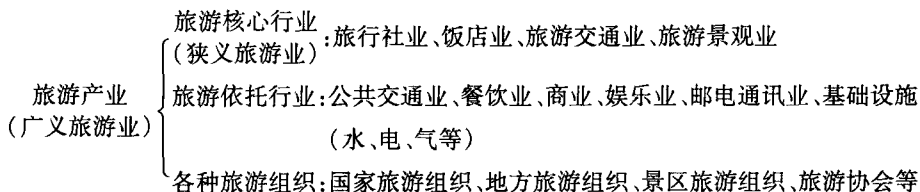


图1 旅游产业构成

二、旅游业的性质、特点与功能

(一) 旅游业的性质

旅游是为国内外旅游者服务的一系列相互关联的行业。旅游业是具有经济性质的服务行业,它作为一项产业具有自身的特殊性。旅游业是社会经济发展到一定阶段适应旅游活动的产物,旅游业的根本目的在于通过对旅游的推动、促进和提供便利服务从中获取利润。旅游业提供的产品和服务是一种特殊使用价值的消费品。人类的旅游活动发展导致各种旅游供给活动主体的出现,各种旅游供给活动主体还因为共同的服务对象——旅游者而形成复杂的相互关系,这种复杂的关系是旅游业形成的前提。

旅游业是现代服务业。现代服务业是一种现代化、信息化意义上的服务业。旅游业作为新兴的产业,具备现代服务业的以下特点:首先,旅游业具有提高国民经济水平、就业率和信息化水平的作用。旅游业在现代科学技术支撑下不断创新,综合竞争能力得到很大提升。其次,旅游业丰富了现代城市的综合功能,旅游业的发展与现代人和现代

① 李肇荣. 旅游学概论[M]. 北京:清华大学出版社,2006.

② 苏勤. 旅游学概论[M]. 北京:高等教育出版社,2001.

城市的发展相一致。最后,旅游业在社会经济链条中发挥着非常重要的作用,它既可以创造产品和效率,又可以创造市场 and 需求。旅游业的发展大多采用现代企业制度的组织架构,投资是旅游业发展的动力。作为现代服务业的旅游业,其服务信息化水平的提高,有助于第三产业整体经济实力的增强,有助于提升国民经济和社会信息化的发展水平。

旅游业是一种文化经济产业,旅游业作为经济产业,其特殊性就在于它具有很强的文化性。从消费者角度看,旅游者在吃、住、行、娱、游、购等方面的消费也是一种文化性质的消费。旅游业是具有文化性质的服务行业,这是由旅游本身带有审美性和娱乐性所决定的,旅游者的旅游活动的高层次追求就是精神和文化的享受。人们的旅游、观光、休闲等活动,既是为了得到物质文化享受,也是为了缓解压力。因此,从民俗、建筑、艺术、服饰、饮食、旅游商品到服务的提供都要体现文化性,为旅游者提供高质量的服务和产品。此外,还要创新旅游服务内容,旅游业的经营与生产必须强调人文关怀,为旅游者提供全方位和个性化的服务,满足旅游者高层次的精神需求。

(二) 旅游业的特点

1. 综合性

旅游业的服务对象是旅游者,旅游业就是提供各种服务以满足旅游者需求的综合性产业,旅游业的综合性是由旅游者的消费特点决定的。为了旅游者食、住、行、游、购、娱的消费需求,就必须兴办各种旅游企业为旅游者提供商品和服务,这些企业既独立又相互依存、相互补充,共同保证旅游活动的正常进行。此外,旅游者的消费是多元化的,为了满足旅游者就要求旅游景点、饭店设施、交通工具提供综合性的服务,这种服务是物质、精神方面的,要求服务人员有较高的素质。总之,旅游业是一个就业范围广,资源密集型、知识密集型、劳动密集型的综合性产业。

2. 依托性

旅游业是依托性很强的产业。旅游业的第三产业性质决定了其不能摆脱第一、第二产业而独立地发展。旅游业必须以高度发达的国民

经济为依托,即依托工业、农业、信息业、交通业的发展水平和消费者的消费水平,国民经济的发展水平在一定程度上决定了旅游业的发展水平和旅游服务的质量。旅游业还要以旅游资源(自然资源和人文资源)为依托,资源的丰富程度对旅游业影响很大。

3. 国际性

在全球化背景下,国与国之间的交流日益频繁,旅游作为涉外性、开放性很强的产业,对加深国与国之间的交往起着重大的作用。此外,旅游业的发展离不开国际合作,文化的差异是旅游活动产生的主要原因,旅游者出国游览是为了寻求社会制度、传统文化、生活方式、习俗、宗教信仰等差异文化的体验,国与国之间的文化差异为旅游合作提供了基础,也为旅游业提供了大量的旅游者。因此,要发展旅游业必须实行对外开放的政策,吸引更多的国外游客来旅游,拓宽国内、国际旅游市场,推动国内与国际旅游业的发展。

4. 服务性

旅游业属于第三产业,具有现代服务业的特征,本质上是服务性产业。旅游产品主要是为旅游者提供满足其需要和服务的总称。旅游业的服务性通过以下两个方面表现:一方面,通过提供有形的物质产品(如餐饮、旅游工艺品)和无形的精神产品(如社会氛围、服务员的态度),促进旅游产品的销售。另一方面,旅游业的服务性贯穿旅游者的整个旅游活动,旅游业为旅游者提供导游服务、食宿服务、交通服务、代办出国签证、交通服务、休闲服务、商业服务,保证了旅游者旅游活动的顺利进行。

(三) 旅游业的功能

旅游活动的发展推动旅游业的发展,而旅游业的形成又推动了旅游活动的普及。2008年召开的全国旅游会议上,时任国务院副总理的吴仪同志针对旅游业当前的地位和功能指出:“旅游业是促进经济增长的动力产业、推动社会进步的和谐产业、建设生态文明和促进区域协调发展的先导产业、深化对外开放的窗口产业。”具体来讲,旅游业不仅有经济、教育与文化、社会的功能,还具有保护生态环境,传承民族文化,

实现社会全面和谐、人的全面发展的深层次功能。

经济功能是旅游业的基本功能。创汇能力强、平衡国际收支、提高就业率、福利提升、税收增加、企业和工业发展、经济多样性、旅馆业发展都是旅游业的经济功能的体现。对于发展中国家来说,旅游业还具有如下功能:推进城镇化建设,统筹城乡发展,实现经济的可持续发展;带动交通、餐饮、建筑等相关产业的发展;缩小收入差距,促进区域经济和社会协调发展,实现社会公平。

教育文化功能也是旅游的重要功能之一。教育旅游产品是旅游业教育功能的体现,新兴的旅游产品如修学旅游、教育旅游、校园旅游、工业旅游、观光农业旅游、学艺旅游、科学考察和地质旅游都具有教育功能。旅游业还有很强的文化功能。旅游业的发展促进了文化交流,弘扬了民族文化,丰富了文化内涵。旅游者出游是为了寻求文化的差异,追求精神文化的享受;旅游地为旅游者提供的旅游商品和服务,都是旅游地文化水平和特色文化的体现。

旅游业还具有很强的社会功能。现代社会工作和生活节奏明显加快,紧张的工作给人们带来很大的心理压力,损害了人们的身心健康,这时旅游地放松的社会环境是旅游者调节生活节奏,保持身心健康,满足探奇求知需要的重要方式之一。世界旅游组织 1980 年发表的《马尼拉宣言》中提出:旅游是人类社会基本需要之一,各国应将旅游纳入本国社会发展的内容,使旅游度假成为人人享有的权利。对旅游地来讲,旅游活动有助于提高人们的生活福利,改善及提升本地的形象,养成良好的生活习惯;有助于提高居民的语言表达能力和对外交往能力,促进了本地居民思想观念的更新,增强了邻居、朋友间的感情和信赖感;有助于地方风俗习惯、传统文化的保护。

旅游还具有环境保护功能。旅游业具有优化生态环境,提升环境品质的作用。旅游资源是旅游业发展的基础,旅游业对环境质量的要求很高,旅游业的发展必须高度重视保护生态资源和环境,这就要求旅游地合理开发资源,减少环境污染;旅游业的发展有助于提高居民和旅游者的环保意识,促使环境保护成为居民和旅游者的自觉行动,注重环

保卫生成为他们的一种生活习惯;此外,旅游业的发展还有助于旅游景点的保护,有利于促进旅游目的地环境设施的改善,最终实现旅游业的可持续发展。

第二节 区域旅游经济发展的基本规律

一、旅游资源是区域旅游经济发展的基础

(一) 旅游资源的概念与内涵

旅游资源是旅游目的地借以吸引旅游者的最重要因素,也是确保旅游开发的必要条件之一;是指对旅游者具有吸引力的自然存在和历史文化遗产,以及直接用于旅游目的地的人工创造物。(1)旅游资源存在于旅游目的地;(2)“资源”的概念本身即蕴涵着“有用”的内涵;(3)旅游资源应该是直接用于欣赏、消遣等的因素,而不包括为了达到这些目的而必须使用的接待因素;(4)在不同的地方,旅游资源的构成不一样,一个地方只是纯粹属于接待的因素,在另一个地方可能就是旅游资源。^①

(二) 旅游资源的地位与作用

1. 旅游资源是旅游活动的基础

旅游活动具有异地性,诱发人们地域移动的主要动力是旅游资源的主要内容,从这个意义上说,旅游资源是人们旅游活动的基础和前提,没有旅游资源的存在,旅游活动是不可能实现的。在旅游活动的食、住、行、游、娱、购六大要素中,食、住、行是旅游活动的必备条件,购、娱是旅游活动的主要内容,游则是旅游活动的核心内容。而旅游资源正是游的主要对象和基本内容。没有旅游资源,旅游活动中的核心内容就没有实现的可能,也就无所谓旅游。

^① 保继刚. 旅游地理学[M]. 北京:高等教育出版社,1999.

2. 旅游资源是刺激旅游需求的重要动因

旅游活动的前提是旅游需求的形成和增长。决定旅游需求的因素是多方面的,而旅游资源则是刺激旅游需求的内在动因。一般地说,旅游资源吸引力的大小决定着旅游需求数量的多少,当其他条件都具备时,旅游资源越丰富,旅游吸引力就越大,旅游需求度也就越强。因此,以丰富的旅游资源扩大旅游资源的吸引力是刺激旅游需求增长的主要手段。

3. 旅游资源是旅游产品的重要组成部分

旅游产品是旅游经营者在旅游资源、旅游设施、旅游服务等方面提供的综合性产品。其中,旅游资源提供的内容在各项旅游产品中居于主导地位,它是设计旅游产品、规划旅游项目、安排旅游线路的前提。旅游资源数量的多少和质量的高低决定着旅游产品的竞争能力。

二、政策支持是区域旅游经济发展的前提

对于旅游业的发展而言,建立健全完善的旅游政策体系,为旅游企业提供公平合理的政策环境是至关重要的,旅游政策是旅游业发展的基础,对旅游发展起巨大的推动作用。目前,相关的旅游政策为黄山旅游经济发展提供了有力的支持。

1. 大黄山旅游圈的规划打破了区域界限,拓展了旅游空间格局

根据黄山市关于建设旅游大市的战略,整合区域旅游资源,按照区域联动、优势互补、资源共享的原则,加快建设山上山下一体化、自然人文融合、区内区外联动、融合浙江临安市、江西婺源县的“大黄山旅游圈”。

随着徽杭高速公路的开通,打造大黄山旅游圈成了当前安徽省旅游发展的热点和重点。将黄山的自然资源、自然环境优势和文化优势转化为经济优势,提升黄山旅游的档次和品位。在提升世界双遗产黄山观光产品的基础上,着力开发世界文化遗产皖南古村落的徽州文化体验与皖南山水休闲度假产品。加强区际协调,实行“东进北拓西联”战略,以旅游产业接轨为突破口,以旅游经济一体化为先导,借助杭州、苏州和上海大都市建设平台,主动融入长江三角洲经济圈,把黄山建成