

REGIONAL TOURISM 区域旅游学

陈加林 主 编
王少华 副主编



科学出版社

REGIONAL TOURISM 区域旅游学



陈加林 主 编
王少华 副主编

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书系陈加林先生与《中国国家旅游》杂志合作开展的旅游创新研究课题成果。基于对区域旅游发展研究的需要,本书从“区域”视角切入,从资源、区位、市场、规划、产品、营销、管理和效益八方面入手,创新性地提出了区域旅游学理论,同时融理论研究 with 案例剖析于一体,有较强的战略性、前瞻性和可操作性。本书可供旅游管理部门、旅游行业从业者,以及旅游科学研究者和院校师生在科学研究和实践工作中阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

区域旅游学 / 陈加林主编. —北京: 科学出版社,
2014. 7

ISBN 978-7-03-040813-6

I. ①区… II. ①陈… III. ①区域旅游—旅游业发展—
研究—中国 IV. ①F592.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第113666号

责任编辑: 潘秀燕 裴 阳 胡文锦 / 责任校对: 杨慧芳
责任印刷: 华 程 / 封面设计: 肖 伟

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>

三河市李旗庄少明印装厂印刷

中国科技出版传媒股份有限公司新世纪书局发行 各地新华书店经销

*

2014年8月第 一 版

开本: 720×980 1/16

2014年8月第一次印刷

印张: 17

字数: 300 000

定价: 78.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

《区域旅游学》课题组

课题组组长

陈加林

课题组成员

裴红义 王少华 冯燕
薄铠奇 陈梅 田晴 裴阳

区域旅游亦成学

魏小安

刚刚看到加林发过来的书名，吓了一跳，区域旅游也成学？在我的概念中，成一门学，进而称一门学，是很复杂的事情，涉及研究对象、研究方法、理论框架、与其他学科的关系，乃至实证分析，等等，是一个系统。但是读完此书之后，我认同，区域旅游亦成学。

中国旅游业发展过程中，区域旅游早在20世纪80年代就已经提出，之后各类区域旅游组织也相继成立，区域旅游论坛更是数不胜数。但是，区域旅游的发展始终不理想，往往是局限在口头上，落实在口号上。原因何在呢？大略而言，一是行政区划的隔绝。旅游是天然要求打破行政隔绝的产业，但是在强大的壁垒之下，始终是引而不发。不仅是省际，即使在各个城市之间甚至各个县之间，壁垒也始终存在。二是各地旅游发展的不平衡，发达地区的强势经济形成压差，强势文化形成落差，强势消费形成势差，一定意义上也形成准经济殖民现象。三是区域合作的集中点难以落实，项目很多，空白不少，但是合作很虚，也仍然是说说而已。进入新世纪之后，情况得到了根本性改观。一是市场上休闲度假兴起，散客成为主流，这种力量突破了各种壁垒，使区域旅游的发展势不可挡。这是世界旅游发展的主流现象。二是区域发展大格局的变化，资源性地区和市场性地区的互补性越来越强。三是各种区域援助此起彼伏，也形成了地方性的竞赛。四是各地对旅游的重视程度越来越高，尤其是四川，在全国领先，形成四通八达、川流不息的格局。这些都成为区域旅游学的坚实基础。

中国是一个大陆型国家，960万平方公里的陆域和320万平方公里的海域构成

了独特的发展格局。从旅游角度来看,中国的区域相当于国际上一般所说的国内旅游。而跨区域,则相当于国际旅游。因此中国的区域旅游学必有其独特之处。首先,如何定义区域,涉及区域层次。其次,跨区域的旅游,是不是重点,在学术方面如何梳理,在实践中如何运作。最后,中国区域旅游的发展,制约因素很多,如何认识,如何分析,如何决策,是对理论和实践同时提出的挑战。应当说,本书比较好地解释了基本现象,分析了基本问题,形成了框架体系,也提出了系统对策。八章的摆布,层层铺垫,层层深化,有其内在的理论关系。

按照实践需要,按照逻辑演进,广义的资源认识、综合的区位分析、精耕细作的市场、层次对应的规划方法、精益求精的产品体系、全域旅游的格局、现代营销的推进、复合型的管理助力,尤其是最后,全面落实到效益分析方面,是落到了根本上。因此,对应新时期的新现象,本书可以成为新时期的新理论,对于实际工作和理论深化会起到较大的推动作用。

目前的中国旅游发展,有四种情况的组合。一是新领域,新模式,创造前景。比如旅游电子商务花样百出,今天生,明天死,但是在动荡中活下来的,就迅速成为霸主。二是新领域,旧模式,作茧自缚。比如许多旅游规划咨询公司,明明是新,实则是旧,其主要原因是一门心思对应地方政府官员的需要。三是旧领域,新模式,咸鱼翻身。区域旅游领域是旧领域,但恰恰在这本书中,提出了一系列新模式,所以前景可期。四是旧领域,旧模式,生存艰难。这是我们传统的饭店、旅行社包括一部分景区的艰难状况。由此可以看出,本质不在于领域新旧,而在于模式创新。以前曾经有过夕阳产业、盛阳产业、朝阳产业的说法,旅游曾经很骄傲地说我们是朝阳产业。但是后来有一个观点,我很认同,没有夕阳产业,只有夕阳技术,只有夕阳市场。是的,发展了36年的中国旅游业,不必再局限于朝阳了,根本在于市场。市场需求蓬勃,市场机制发育,市场体系逐步完善。十八届三中全会指明了中国发展的总体道路,在旅游领域也是如此,市场在资源配置中发挥决定性作用。如何认识市场,发挥市场的能动性,使中国旅游业转型升级,深化发展,是下一步区域旅游发展的根本课题。

一方面，转型升级是必由之路，一是产品转型，从单一到复合，形成体系化。二是发展升级，从粗放到精品，形成层次化。三是产业构建，需要跨界融合，全面拉动。四是全面推动，提升品牌，促进完善。由此形成的总体格局是：观光旅游，持续；文化旅游，独特；休闲度假，兴起；城市发展，时尚；乡村跟进，精致。从单一观光到复合型，观光旅游出人气，休闲度假出财气，文化旅游出名气；乡村旅游基础，商务旅游主导，特种旅游补充。另一方面，提质发展是强旅之基。一是强化旅游公共产品，包括公共环境、公共设施、公共服务。二是建设精品，包括精品景区、精品酒店、精品娱乐、精品设施、精品服务。精品不是奢华，而是效率、个性、便捷、舒适。在这方面，中国差距偏大，需要全面提升。

我们已经进入大旅游时代，广义而言，旅游资源无限制，旅游行为无框架，旅游体验无穷尽，旅游消费无止境，旅游产业无边界，旅游发展无约束。所以，在区域旅游发展中，一是要达到“五看”：想看、可看、好看、耐看、回头看。二是形成“五可”：可进入、可停留、可欣赏、可享受、可回味。三是强化“五个度”：差异度、文化度、舒适度、方便度、幸福度。四是建设“五个力”：视觉震撼力、历史穿透力、文化吸引力、生活沁润力、快乐激荡力。可以说，哪个地方能够达到这四个“五”，就一定具有一流的吸引力，形成竞争力。

加林浸润旅游多年，亦官亦学，亦基层亦高层，积累了丰富的经验，又始终在孜孜不倦地研究，形成了这个成果。我们是多年的老朋友，每次见面，都要讨论问题，研究事情。看到这个成果，格外高兴，为之祝贺。

（本文作者系全国休闲标准化技术委员会副主任、中国旅游协会休闲度假分会秘书长）

区域旅游研究进入新阶段

刘 锋

近年来全国进入全民大众化出游阶段，旅游业展现出一幅波澜壮阔的发展景象，国内旅游人次过30亿，出境旅游人次2014年也将过亿。与此同时，各地旅游发展的竞争也日趋白热化，可谓千帆竞渡、各显神通。然而系统深入的特别是理论和实践结合起来研究区域旅游的专著仍比较缺乏，陈加林先生的新著无疑是这一领域的最新探索和佳作，为我们更好地思考区域旅游发展带来了一股新风和甚多启迪。

笔者在全国已跑了1700多个县，深切地感受到各地都有自己的旅游资源和特色，也都期盼在旅游业这个巨大的蛋糕中切得自己应有的一份。但一个区域如何找准自身核心竞争力、打造独特性卖点、树立鲜明旅游形象、寻求突破性手段、策划龙头型项目是各地普遍面临的难题和瓶颈。而学问的真谛在于能否为社会、为大众、为国民建设服务。“玉经雕琢方成器，句要丰腴字妥安”，作为研究者，仅仅限于翻译引进、纸上谈兵，甚至照抄照搬是不可取的。而仅仅关注实战，不懂得总结，不能形成理论精华，也是不能引领行业和造福更多地方的。有人说旅游研究可分四个层面，最初级的层面是用旅游语言描述现象，第二个层面是用理论思维解释问题，第三个层面是用综合眼光搭建架构，更高的层面是用科学方法探索规律。这四个层面，既是共时态的存在，也是历时态的过程，对此余深以为然。旅游事业的经营和发展，正是需要有这些理念和规律的支撑、引导，才能形成核心竞争力。陈加林先生长期奋战在旅游一线，拥有大量的实践经验。更难能可贵的是，他将这些经验总结归纳，结合扎实的理论和科学的方法，将之

提升再升华，主编了这本理论专著，是“产、学、研”一体化的创新尝试。本书不同于高校系统研究人员的自发探索，也不同于商业规划和咨询公司的项目驱动，它是以学术范式为支撑、以应用主义为理念、以服务产业发展为导向的学科理论研究著作。该书凝聚了作者多年来的专业积累和实践总结，对我们从事旅游科学研究工作很有启发性和指导意义。

全书对于旅游科学理论的总结与提炼可谓亮点多多，特色鲜明。

一是审时度势。本书开篇从宏观大局研判解读，结合当下旅游发展趋势以及《旅游法》、国家战略性支柱产业等一系列旅游业利好政策，形成了对区域旅游学研究的有力支撑。同时结合旅游实践最前沿的一系列实践和方法，对科学理论进行完善、总结，综合提升，形成一本符合当代潮流的集大成的旅游理论专著。

二是扎实全面。本书从资源、区位、市场、规划、产品、营销、管理、效益八个层面，在研究体系上打破传统理论框架，在研究范围上基本涵盖了旅游实践工作的各个维度，在研究方法上除了一般的区域理论研究外，还应用了大量实例研究和量化研究。基础扎实、内容全面，具有很强的可读性和应用性。

三是突破创新。本书从现实需求出发，突破狭义旅游概念，秉持泛旅游资源、泛旅游产品以及交叉融合的旅游产业理念，既是对当下旅游理论的再总结，更是对泛旅游产业链条、旅游综合经济效益系统性理论的完善，体现了区域旅游研究的创新性。例如，作者研究旅游资源时，打破传统分类，以开发为导向，细分为核心旅游资源、泛化旅游资源和潜在旅游资源，符合现实需求；在营销理论中，加入了创意营销、线上和线下互动营销；在旅游研究中强化了规划理论研究等，与时俱进，将发展大势很好地融入了学科体系。

当然，全书尚有一些有待商榷之处，书中的一些理论体系尚待进一步梳理和深化。

总之，《区域旅游学》一书在视野上高屋建瓴，内容上丰富全面，为我国旅游业的研究添加了浓墨重彩的一笔。希望《区域旅游学》一书的出版，能够为中国旅游业开创更崭新的未来起到一定的推动作用。

（本文作者系国际休闲经济促进会副主席、国际旅游投资协会副会长、北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司首席顾问）

前言

经过30多年的发展，我国已经在国际旅游市场上树立了鲜明的旅游形象，旅游市场规模高速增长，旅游产业链全面延伸，旅游产品不断创新，旅游基础设施设计、建设水平不断提升，旅游消费占国民消费的比重越来越高，旅游投资规模不断扩大，旅游发展在经济建设、文化建设、社会建设以及国际交往中发挥着积极而重要的作用，我国正由旅游大国逐步向旅游强国迈进。

我国的旅游发展带有明显的中国特色，即在市场机制发挥主导作用的基础上，政府的作用不可或缺。在一些中西部地区，政府甚至走在市场的前面。新出台的《中华人民共和国旅游法》（以下简称《旅游法》）明确了县级以上人民政府旅游行政主管部门是《旅游法》的执法主体。那么在一定程度上，旅游行政主管部门也将成为区域旅游发展的总策划和总引导，从行政区划范畴来研究和解决一定范围内旅游发展所面临的问题显得尤为重要，也更有效率。因此，本书创新性地提出“区域旅游学”理论，将“区域”界定为集中在行政区划范围内，包括区域环境、区域经济、区域文化、区域社会等几个方面，涵盖区域建设、区域管理等因素的空间范畴，是旅游学科的创新。区域旅游学在研究时，重点从资源、区位、市场、规划、产品、营销、管理和效益八方面入手，分析总结研究区域旅游发展的方法论，探讨促进区域旅游发展的新模式。

本书内容共分8章。

第1章，资源。在观光旅游时代，旅游资源仅限于名山大川或名胜古迹等少数资源单体上。而在旅游发展新时期，旅游资源的内涵和外延不断扩大，可根据资源特质的不同分为核心旅游资源、泛化旅游资源和潜在旅游资源。无论是物质的还是非物质的、有形的还是无形的、经济的还是非经济的，都可构成旅游资

源。旅游资源的泛化为产业融合发展提供了基础。

第2章，区位。旅游区位可通过相对的、系统的、辩证的、动态的观点来进行分析，从交通区位、资源区位等方面寻求创新，改变区位劣势。

第3章，市场。走马观花的传统观光旅游需求和消费正在发生变化，市场正加速趋向于有特色的休闲度假游和专项旅游发展，区域旅游市场正在全面升级。

第4章，规划。新出台的《旅游法》规定将旅游业发展纳入国民经济和社会发展规划。规划的类型包括旅游发展规划、旅游区规划和旅游项目规划，规划的周期有近期、中期和远期等，逐步形成了较为完整的旅游规划体系，在实践发展中，需要加强与其他法定规划的衔接和协调。

第5章，产品。日趋激烈的旅游市场竞争促使旅游经营者不断创新经营方式和经营手段，以提高自身的旅游吸引力和核心竞争力，形成旅游新业态。

第6章，营销。品牌是给旅游目的地和旅游企业带来溢价、产生增值的一种无形资产。目前世界旅游经济已经从产品营销时代进入品牌营销时代，以品牌感染游客，以品牌的宣传来带动市场，通过品牌增强区域旅游目的地的竞争力。

第7章，管理。区域旅游管理经历了由企业管理、行业管理到全面管理的演变过程。30年来的旅游管理体制变迁，实现了由政府管制、主导、引导到服务和监督的职能转换。行业管理、产业管理、目的地管理和危机管理是区域旅游管理的重要方面。

第8章，效益。区域旅游业与区域经济发展之间存在着相互联系、相互促进、相互制约的关系。旅游业对政治、文化、社会等方面都会产生一定的综合效应，尤其是区域旅游的兴起，对区域综合效应的提升有显著作用。

《旅游法》出台，散客时代到来，旅游业确立了战略性支柱产业和人民更加满意的现代服务业的目标，这样的时代背景引领旅游迈向新的发展阶段，需要以“区域”为单位对旅游发展进行深入研究。希望本书的出版作为旅游研究一个

新的研究起点，拓展区域旅游发展的思路，优化区域经济产业结构，提升旅游目的地和旅游产业的发展层级。

编者结合多年担任地方各级党政领导和旅游管理工作的实践经验，历时一年带领课题组完成了本书的撰写。课题组成员包括有裴红义、王少华、冯燕、薄铠奇、陈梅、田晴、裴阳。本书在出版过程中得到了科学出版社的鼎力支持，该社多位同志的辛勤劳动使本书得以顺利出版，在此一并致谢。

书中若有不足之处，敬请广大读者批评指正。

编著者
2014年5月

目 录 CONTENTS

绪论	1
----------	---

第1章 资源

1.1 核心旅游资源.....	10
1.1.1 核心旅游资源的特征	10
1.1.2 核心旅游资源开发的原则.....	10
1.2 泛化旅游资源.....	12
1.2.1 泛化旅游资源的特点	12
1.2.2 泛化旅游资源开发的意义.....	13
1.3 潜在旅游资源.....	13
1.3.1 潜在旅游资源的特点	13
1.3.2 潜在旅游资源的开发	14
1.4 区域旅游资源评价	15
1.4.1 区域旅游资源评价的目的.....	16
1.4.2 区域旅游资源评价的原则.....	16
1.4.3 区域旅游资源调查.....	18
1.4.4 区域旅游资源的评价体系构建	19
1.4.5 区域旅游资源评价方法	24

第2章 区位

2.1 旅游区位理论.....	31
2.1.1 旅游区位的定义	31
2.1.2 旅游区位理论简述.....	31
2.2 旅游区位要素分析	32
2.2.1 地理区位	32
2.2.2 交通区位	38
2.2.3 资源区位	48
2.2.4 市场区位	49
2.3 区域旅游区位创新	49
2.3.1 资源整合	50
2.3.2 形象提升	50
2.3.3 区域联动	50
2.3.4 交通优化	51

第3章 市场

3.1 区域旅游需求.....	53
3.1.1 旅游需求的产生条件	53
3.1.2 旅游需求的规律	54
3.1.3 区域旅游需求的变化	56
3.2 区域旅游消费.....	59
3.2.1 旅游消费概述	59
3.2.2 区域旅游消费结构.....	63

3.2.3 区域旅游消费发展趋势	64
3.3 区域旅游客源市场	65
3.3.1 区域旅游客源市场的定义	65
3.3.2 区域旅游客源市场定位	65
3.4 区域旅游市场细分	66
3.4.1 域内旅游市场	67
3.4.2 国内旅游市场	69
3.4.3 境外旅游市场	72
3.5 区域旅游市场选择	75
3.5.1 区域旅游市场的特点	76
3.5.2 区域旅游市场的竞争	79
3.5.3 区域旅游目标市场的定位与选择	81
3.5.4 区域旅游市场的拓展	83
3.6 市场预测	84
3.6.1 德尔菲法	84
3.6.2 头脑风暴法	85
3.6.3 引力模型法	85
3.6.4 人工神经网络法	86

第4章 规划

4.1 区域规划体系	88
4.1.1 区域法定规划体系	88
4.1.2 区域旅游规划与其他类型法定规划的关系	91

4.2 区域旅游规划理论	94
4.2.1 旅游地生命周期理论	94
4.2.2 门槛理论	95
4.2.3 利益相关者理论	96
4.2.4 可持续发展理论	98
4.3 区域旅游规划中的发展定位.....	99
4.3.1 市场定位	100
4.3.2 功能定位	100
4.3.3 形象定位	102
4.4 区域旅游产业规划	103
4.4.1 区域旅游产业新理念	104
4.4.2 区域旅游经济发展	108
4.4.3 区域旅游产业规划的目标	109
4.4.4 区域旅游产业规划的框架	111
4.5 区域旅游项目规划	113
4.5.1 区域旅游项目的特征	113
4.5.2 区域旅游项目的选择	114
4.5.3 区域旅游项目的空间布局	118

第5章 产品

5.1 区域旅游产品空间演变.....	122
5.1.1 区域的旅游景区	122
5.1.2 区域的旅游线路	123
5.1.3 区域的旅游目的地.....	124