



*New Development
of Henan Tourism*

老家河南 壮美中原

——河南旅游发展新篇

魏小安 著

中国旅游出版社

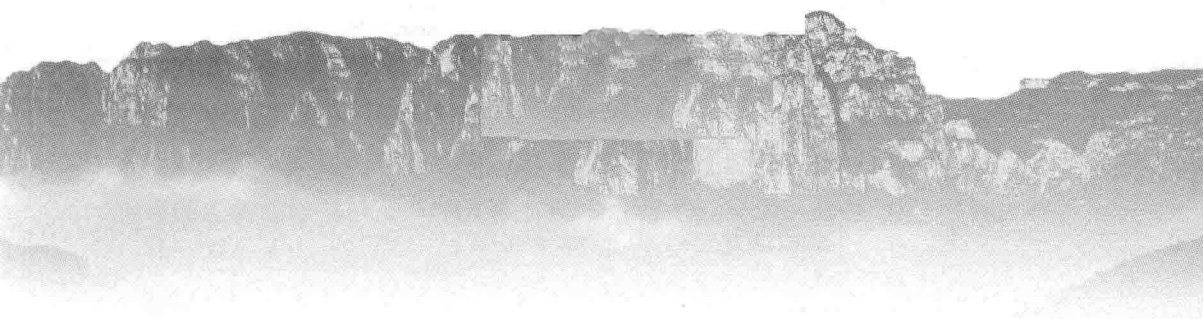
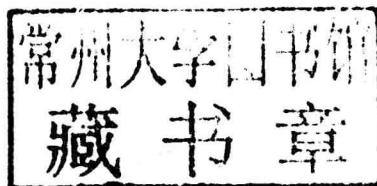


*New Development
of Henan Tourism*

老家河南 壮美中原

——河南旅游发展新篇

魏小安 著



中国旅游出版社

责任编辑：谭 燕

责任印制：冯冬青

封面设计：谭雄军

图书在版编目 (CIP) 数据

老家河南 壮美中原：河南旅游发展新篇 / 魏小安
著. --北京：中国旅游出版社，2012. 1
ISBN 978 - 7 - 5032 - 4353 - 0

I. ①老… II. ①魏… III. ①旅游业 - 经济发展 - 河南省 - 文集 IV. ①F592. 761 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 280546 号

书 名：老家河南 壮美中原——河南旅游发展新篇

作 者：魏小安

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：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：27

字 数：470 千

定 价：50.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4353 - 0

版权所有 翻印必究

前言：战略之胜为大胜

河南旅游的发展，成为中原大地的一股热流，也成为全国旅游业为之瞩目的标志性事件。河南多年以来，始终是和黄土、艰辛、厚重等形象联系在一起的，但在近年来的旅游发展中，河南已经大大变化了，不仅是形象的变化，更重要的是实质性的变化。

为什么会如此呢？从直接原因来看，是看到日本“观光立国”和韩国“全体国民观光职业化，全部国土观光资源化，观光设施国际标准化”等措施，研究工业化发展与旅游发展的关系；进一步看，是学习实践科学发展观，深入研究河南发展的结果；从根本上看，是立足现实，面向未来，发挥优势，顺应趋势的战略之举。作为一个历史上的农业大省，几千年的群体记忆就是避灾躲难，求生存；作为一个工业化大省，正处在工业化发展中期，群体追求自然是经济总量，求规模；处在这样的历史时期，河南提出工业化后期甚至是后工业化时期的战略目标，堪称高瞻远瞩，是追求发展质量的转型之举，是发展导向的提升之举，是全方位超越长远战略之举。

为什么要旅游兴省？归纳起来就是优势产业优先发展，是通过旅游发展谋求经济社会文化环境和国际化的总体推动，从根本上说，是谋求新时期的跨越式发展。如果梳理一下日本 50 年以来的战略转移过程，先后提出了制造立国、技术立国、贸易立国、环境立国、观光立国、教育立国、文化立国等，这是一个循序渐进的过程。但是作为后发地区，如果遵循这样一个按部就班的过程，就只能是亦步亦趋，谈何赶超？

旅游兴省兴什么？一是观念，树立新型发展观；二是方式，培育集约型发展模式；三是机制，形成合理的推进体制和充满活力的运行机制；四是品牌，创造新的河南品牌以及地方品牌；五是产业，延长产业链，扩大产业面，形成产业群；六是功能，全面发挥旅游综合性强、关联度高、拉动面大的特点，形

成全面功能；七是质量，不断提高发展质量，不断提升服务质量；八是生活，使旅游成为一种新的生活形态，通过旅游提高广大群众的生活水平，这也是以人为本的治国理念的具体化。说到底，必须超出旅游认识旅游，超越区域发展区域，超越时代理解时代，才能有跨越式发展。

旅游兴省怎么兴呢？在各级党委政府的全面部署下，中原大地上，旅游已经热气腾腾地开展起来。按照后工业化的视角，挖掘前工业化的资源，利用工业化的成果，形成超工业化的产品，对应变化中的市场。一是双基础，河南有丰富的资源基础，面对着良好的市场基础。二是双驱动，通过资本驱动和创新驱动，步入了发展的快车道。三是双联动，一方面是区域联动逐步推进，尤其是中原城市群的发展格局，构造了长远发展的动力；另一方面是产业联动，使各行各业都可以借助旅游市场平台，谋求新的发展。四是双作用，一方面是产业结构升级，尽快摆脱初级加工业为主体的格局，追求高级化。按照国际经验，只靠产业聚集反而难以集聚，构建一个好的自然环境和文化环境已经成为招商引资的重要因素，其中旅游对于发展环境的重要性愈益突出。另一方面是产业体系优化，工业化过程不能避免，但可以缩短，可以少付出代价，追求新体系，建设新的文明。通过旅游发展，加速要素流动，提升创新动力，形成产业高地，建设低碳区域，实现全民富裕。这样，对旅游的要求不仅是中原崛起，而且是中原跨越；不能亦步亦趋，而要超常规，形成跨越式发展。现代社会，一步赶不上，步步赶不上，不仅是落后，缺失话语权、发展权，而且是丧失生存权。

战略之计为大计，战略之胜为大胜。在“丛林法则”仍然盛行的国际社会中，美国人的战略意识最强，战略之举也最见成效。一个“星球大战”计划拖垮了苏联，一个“货币战争”绑架了世界。现在，中国与美国形成了典型的镜像关系，如果不能及时调整，只能沦为依附关系，主权独立就只能是地域上的形式独立，实质上成为发达国家的经济殖民地，这是更深层次的危机。在这种情况下，理解中央提出的科学发展观，就有了更深的意义。在这个大背景下，认识河南旅游发展的战略，也有着更为普遍的意义。

这些年来，年年跑河南，也结交了很多朋友，其中了解较多、感情最深的是云台山和韩跃平局长。在他们的奋斗中，云台山成为全国旅游的一面旗帜，创造了新型运作方式，也改变了河南的旅游形象。十一黄金周刚过，云台山又是一个大丰收，跃平到北京来，讨论下一步发展，从景区到聚集区，从单一到复合，体制机制也都面临着大的挑战。讨论中，和跃平商量，把这些年来关于河南旅游的一些考察研究成果集中起来，整理成书，也作为云台山对河南旅游

的一个贡献。共分三篇：一是综合篇，涉及总体发展；二是地方篇，是在河南各地的一些考察谈话和演讲；三是项目篇，是对河南一些具体项目的分析和点评。边走边看边想边说，是急就章，好处是有现场实感，但也必然有不足，思考不缜密，表述不周全。但我宁可要鲜活的不完善的思考而不愿要挑不出毛病的废话。

感谢云台山和韩跃平局长，使此书得以面世。更要感谢的是河南旅游界的朋友们，正是在交流过程中，很多观点才得以深化，希望在河南旅游新发展的过程中，能够起到一点专家的作用。借用河南省旅游局提出的形象宣传口号，把“老家河南，壮美中原”作为书名，老家是历史，是民族之根；壮美是山川，是自然之魂。但更重要的是新篇，河南旅游正在开拓新的篇章，也必然会谋求新的发展。

魏小安

2011 年金秋 10 月

于北京丑石居

序

云台山风景名胜区管理局局长 韩跃平

有“中国现代旅游第一人”美誉的魏小安先生是活跃在中国旅游业界著名的规划、营销专家之一。多年以来，他足迹遍及全国，每年考察 200 多天，跑 100 多个地方，现场点评近千个景区（点），发表演讲近百场次，深受旅游业界的欢迎和好评。如此繁重的工作，对于常人都是难以想象的，更何况一个病人，但看到小安先生挥洒自如，谈笑风生，真是感受到他对旅游发展的积极探索和热情推进。

记得小安先生初到云台山之际，来到竹林七贤隐居地——百家岩，当他触摸着这些历史的痕迹，娓娓讲述着竹林七贤的故事，我深深感受到他身上的魏晋风度，从此小安先生便和云台山这片山水结下了不解之缘。后来，他还多次来云台山指导工作，在关键的时刻总能给我们提出高屋建瓴的指导性建议。从云台山发展规划到景区成功经验的总结和未来发展模式的探索，从中国首个旅游博士云台山实习基地到云台山的具体项目，他为云台山的蓬勃发展贡献了巨大的力量。

随着经济的发展，河南省旅游业进入了新一轮的黄金发展时期。2011 年 10 月，国务院出台的《关于支持河南省加快建设中原经济区的指导意见》中明确提出“挖掘整合旅游资源，推动文化旅游融合发展，建设一批重点旅游景区和精品旅游线路，建成世界知名、全国一流的旅游目的地”。在焦作第十次党代会上，焦作市委也明确提出“把焦作打造成为国际知名旅游城市和具有感召力、吸引力、聚集力的国际旅游目的地”的发展目标。魏先生曾说，云台山是一块璞玉，经过几年的切磋和琢磨，云台山现在已经变成了一个精品，变成了一块美玉。现在，云台山将借旅游大发展的东风，扶摇直上，立足转型谋发展，开创景区二次创业的新局面。

恰逢此时，魏小安先生的《老家河南 壮美中原》出版。此书包含了作者多年的旅游从业经验，独特的旅游视角，超前的发展理念和丰富的想象力。它如同一剂良方，值得我们去品读，去思考。在全国旅游转型发展之际，希望此书能为旅游业界同仁提供一些参考，也希望能为河南旅游业的发展做出贡献。

2011年10月

目 录

前言：战略之胜为大胜	1
------------------	---

序	1
---------	---

综 合 篇

结构调整之势 旅游发展之机	3
一、结构调整，转型升级	3
二、旅游发展之机	8
三、抓机遇 谋发展	12

旅游项目与发展模式分析	16
一、旅游项目分析	16
二、新理念	26
三、旅游开发	30
四、发展模式	33
五、结束语：目标与要求	37

新时期旅游企业集团面面观	39
一、导言：风起云涌的发展态势	39
二、异军突起：新兴旅游集团	42
三、核心扩张：传统旅游集团发展	51
四、集团发展态势	57
五、大地产时代的旅游运作	60

旅游：中部崛起的龙头战略	62
一、优势产业，优先发展	63
二、优势何在	63
三、如何发展	65
河南旅游宣传方式的创新	68
一、河南新突破	68
二、三种语言	68
三、三类信息	69
四、传统与现代	70
五、片子评价	71
文化与旅游的互动	72
一、文化与旅游的关系	72
二、保护与利用	73
三、构建新型旅游文化	77
四、文化旅游产业化	80

地 方 篇

中华第一龙，河南濮阳城	85
一、离经叛道的构想	85
二、三点建议	88
登封不能故步自封	92
运用好模式 发展大旅游——对栾川旅游发展的印象和建议	94
一、独特的模式	94
二、栾川旅游的总体定位	96
三、把三个起来坚持下去，三个没起来抓到位	97
发现新安与新安发现	107
一、用新的旅游发展观指导新安旅游发展	107
二、对于新安旅游发展的一些看法	109

做好四篇文章，发展孟州旅游	116
一、发展环境分析	116
二、发展条件分析	117
三、做好四篇文章	120
四、深度发展	126
焦作现象与云台山效应	128
一、云台山效应与发展	128
二、云台山发展的潜质何在	130
三、四个转换	132
四、怎么转换	134
五、把握好两个度	136
六、关于七贤镇	137
大许昌 大旅游 大发展	139
一、大背景	139
二、大许昌	150
三、大旅游	155
四、大发展	162
城市化与旅游发展——济源旅游分析	174
一、前言：焦作现象，云台山效应	174
二、城市发展	175
三、对济源旅游的判断	178
四、发展分析	180
郑州旅游的深度发展	184
一、对郑州旅游发展现状的判断	184
二、对发展的认识	184
三、发展的难点	185
四、发展的基础	186
五、发展的重点——五个整合	189
六、发展目标	191

七、落实方式	192
八、对郑州旅游发展的一些具体建议	194
平顶山，新旅游，新发展	198
一、发展背景	199
二、平顶山城市发展	201
三、旅游发展	205
四、重点工作	209
五、项目点评	212
六、关于创建优秀旅游城市	221
新模式与新思路：兰考发展	222
之一：兰考旅游规划组动员会议	222
之二：兰考旅游规划沟通会议	225
之三：大兰考新模式大发展	227
林泉之下探林州	258
一、导言：解读林州	258
二、总体分析	259
三、新思路	264
四、相关项目点评	266
陕县旅游发展探讨	276
一、导言：解读陕县	276
二、总体分析	277
三、相关项目点评	281
大山大水大南阳——南阳旅游产业发展探讨	294
一、导言：旅游兴市	294
二、总体分析	295
三、发展布局	301
四、发展战略	309
五、发展重点工程	316
六、工作推动	320
七、结束语：钱	323

目 录

此黄帝非彼皇帝	327
一、方案特点	327
二、项目核心	328
三、如何整合	331
太极圣地陈家沟	333
一、规划与现状	333
二、对规划的整体评价	334
三、几点建议	336
四、对太极文化的理解	338
天瑞大佛旅游区发展方案	341
一、基本情况	341
二、项目定位	341
三、项目安排	343
四、工作推动	348
五、结语	355
云台山要上新台阶——关于云台山规划的意见	357
一、需要进一步研究现存问题	358
二、平实的思路	359
三、需要注意的几个问题	360
四、关于规划文本	360
五、需要把握的几个关系	363
六、云台镇	365
云台山转型升级	368
一、云台山的发展经验	369
二、提升和转型	372
三、关于百家岩	378

河南旅游中心建设	382
一、国际情况，中国探索	382
二、河南建设旅游服务中心的背景	383
三、关于河南旅游服务中心的建设	385
景区十困	390
一、导言：领袖景区之难	390
二、困难一：双重性质	391
三、困难二：多头管理	393
四、困难三：保护开发	394
五、困难四：单一模式	395
六、困难五：产品单薄	396
七、困难六：需求转化	398
八、困难七：营销负重	399
九、困难八：后起追赶	401
十、困难九：机制挑战	403
十一、困难十：人才接续	404
十二、结束语：目标与要求	405
天地之中看天下	406
一、现状评价	406
二、总体思路	409
三、体系发展	411
四、项目推进	415
五、发展模式	417

综合篇

结构调整之势 旅游发展之机

(本文是 2011 年 7 月 11 日在兰州举办的全国旅游局长培训班上的演讲)

一、结构调整，转型升级

(一) 大势所趋

“十二五”期间乃至“十三五”、“十四五”期间，是中国经济的一个根本性的发展过程，是一个结构调整的过程。在结构调整中，大力发展服务业是必然的，给旅游创造了一个新的机遇，所以我们就要抓住结构调整，来研究如何把握机遇，这是一个战略问题。我有一个大致判断，中国的旅游业如果和国际上相比，目前就是五年的差距。世界的专家预测是，在 2020 年或者 2015 年，中国将变成世界旅游强国。

目前，转型升级成为国家战略，全国各地、各行各业都面临这一战略选择。中国经济总量成为世界第二，国际发展环境发生根本变化。作为世界工厂，利用世界资源，形成了世界市场的格局变化。制造业的发展思路是从中国制造到中国创造，寻求的突破点是技术创新、产业升级。实际上意味着竞争对手的升级和竞争范围的扩大。改革开放 30 多年来，我们基本上是承接欧美日等发达国家的产业转移，造就了新的世界工厂，发达国家并没有真正把我们当做竞争对手。但是在产业升级的过程中，情况将会发生根本性的变化，传统对手仍然存在，新的对手不断产生，也意味着中国的国际发展环境将会越来越复杂，越来越艰难。

中国旅游发展 30 多年，尤其最近这些年的发展，实际上已经上了一个大台阶，但有些问题我们自己都没有意识到。所以有时候我在各地考察，经常听到很多地方还在提一个目标，要建设中国旅游强省。中国多年以来已经是世界旅