

庄伟光 邹开敏 黄晓慧 著

旅游产业创新与发展

——以广东为例

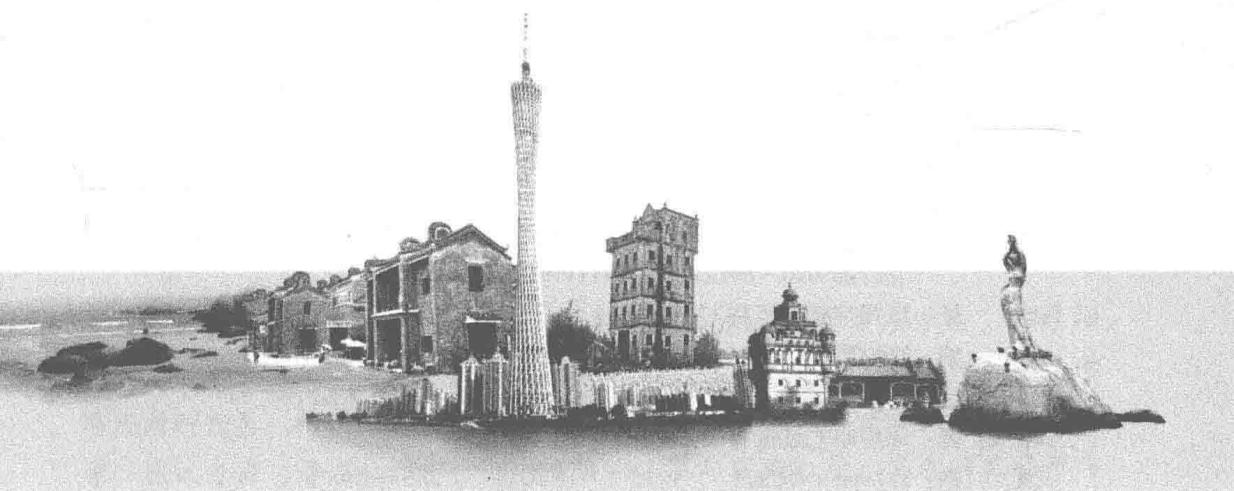


中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

庄伟光 邹开敏 黄晓慧 著

旅游产业创新与发展

——以广东为例



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游产业创新与发展：以广东为例/庄伟光，邹开敏，黄晓慧著. —广州：中山大学出版社，2014. 8

ISBN 978 - 7 - 306 - 05019 - 9

I. ①旅… II. ①庄… ②邹… ③黄… III. ①旅游业发展—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 205904 号

出 版 人：徐 劲

策划编辑：王尔新 廖泽恩

责任编辑：廖泽恩

封面设计：林绵华

责任校对：翁慧怡

责任技编：何雅涛

出版发行：中山大学出版社

电 话：编辑部 020 - 84111996, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址：广州市新港西路 135 号

邮 编：510275 传 真：020 - 84036565

网 址：<http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者：虎彩印艺股份有限公司

规 格：787mm × 960mm 1/16 15 印张 285 千字

版次印次：2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

定 价：35.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读，请与出版社发行部联系调换

作者简介

庄伟光 男，1964年出生，广东揭西人。中山大学法学学士。广东省社会科学院旅游研究所所长，仲裁研究所所长，三级研究员，硕士生导师，亚太经济时报社社长，第三届广东省宣传思想战线优秀人才“十百千工程”第二层次培养对象，广东省应急专家库、软科学专家库、科技咨询专家库、财政厅综合性专家库、旅游专家库、综合评标专家库评标专家，广东省、广州市社会科学系列高级职称评审委员会委员，广东省委党校系列高级职称评审委员会委员等。研究领域涉及旅游产业发展、旅游文化、法治文明与生态文明、民商法学、民商事仲裁等。出版《证券法导论》、《肇庆生态与旅游文化》等10余部著作；主持、主笔专报《广东建设“全国旅游综合改革示范区”的若干新思路》、《创新思路，打造国际知名旅游圈旺区——广东区域旅游整合发展机制若干新思路》等数十项；发表《法治社会与和谐社会》、《区域旅游合作的“核心-边缘”模式及动力机制》等近百篇论文。

邹开敏 女，1976年出生，重庆永川人。重庆工商大学经贸外语学士，华南师范大学心理学硕士。广东省社会科学院旅游研究所助理研究员。研究领域涉及旅游经济与文化、旅游行为与心理。出版《深度旅游研究——以重庆永川区为例》等著作；发表《职业生涯规划、管理、发展的概念和内涵辨析》等论文10余篇；参与编写《广东省水资源费改革研究》、《广东建设“全国旅游综合改革示范区”的若干新思路》等研究报告20余项。

黄晓慧 女，1963年出生，广东东莞人。中山大学哲学学士、法学硕士，美国夏威夷大学马诺阿分校（UHM）访问学者。广东省社会科学院法学研究所研究员。研究领域涉及经济法、旅游法、环境保护法、法理学、法哲学。出版专著《寻求公正——走向法治的法理与实践》等；发表《在公平与效率之间求得平衡——劳动仲裁机制重构基本点之探析》、《物权法的哲学之维》等10余篇论文；主持和参与“规制与变革——新型城镇化进程中集体土地流转的法律分析”等多项省级重大课题研究。

序 言

20 世纪 60 年代以来，旅游业以持续高于世界经济平均增速的速度发展，从规模较小的产业发展成为全球最大、最重要的新兴产业之一，不仅被称为“永远的朝阳产业”，而且还是最具创意的产业。

改革开放 30 多年来，我国旅游产业获得长足发展，已经由单一接待事业发展为复合型产业。随着旅游业地位的提升，旅游业对经济发展的推动作用日趋明显，已经成为国民经济新的增长点。进入 21 世纪以来，旅游产业的发展进入了一个新的阶段。中央和地方各级政府都着力把旅游业培育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，推动旅游产业加快融入地区经济发展中，使之成为区域经济、社会、文化和生态环境发展的重要动力，发挥其在拉动经济增长、区域整合、产业联动、产城融合以及促进社会消费和就业等方面的巨大推动作用。

全球化的深入发展，产生了新的开放和竞争合作的重要发展机遇期，也推动了复杂多变的全球化旅游经济市场的形成。基于这样的大环境，从区域旅游业发展来看，被动防御的思路不但得不到预想的效果，而且很有可能错失现在的机遇。因此，各级政府和旅游业主体不但需要整合和挖掘资源优势、优化结构、拓展空间，还要发挥各种创意智囊的作用，采取主动选择和大力推进的战略，加快旅游业转型升级。当然，这需要建立在科学合理的价值判断和战略思维重构的基础上。

从旅游业本身来看，世界旅游业已从行业领域的跨越式发展，转入融入经济、社会、文化、生态等整体推进的发展阶段，产业综合性、关联性、配套性显著增强。随着我国经济的持续发展，国民收入大幅提高，居民的消费观念与行为正在发生巨大的变化，我国大众化旅游消费的新时代已经到来。与此同时，以高端信息技术为代表的技术革命也在日新月异地发展。在消费趋势和技术创新的双重驱动下，主动推进旅游产业稳定持续健康发展，不断拓展其产业链条、开发高端环节就势在必行。旅游业的创新是一条由自然成长走向自觉成长的转型升级之路，必须通过扩大规模、整合资源、延伸价值、提升水平等措施，达成市场结构、客户结构、产品结构、管理模式、商业模式、服务模式、营销模式的调整，使运营模式更加创新、灵活、高效。从发

展趋势来看,中国旅游业必将与世界旅游市场接轨。因此,促进中国旅游产业融入全球竞争态势,开启新的发展阶段,推动旅游主体从无意识到自觉主动,从单纯的资源导向型产品开发和利用阶段到区域导向型的“一盘棋”的系统规划阶段,并逐步向延伸整合其他产业和社会资源、生态环境改善方面发展,是旅游管理部门、旅游业从业者和旅游业研究者面临的重大而现实的任务。

我们认为,我国旅游业正处在进入经济社会发展大舞台的关键时期。旅游业作为国民经济的重要产业、现代服务业的组成部分,在工业化、城镇化、信息化、国际化、生态化进程中,必将站在一个更高的历史起点,释放前所未有的巨大发展能量。广东要率先迈入高收入水平发展阶段,旅游产业的助推作用不容忽视,很多理论和现实问题值得深入研究。本书萃取广东旅游发展实践的精华,可以让读者从中窥见有故事、有精神、有文化、有创意、有梦想的旅游新元素,从中寻找到不同区域和层次的历史文化的痕迹、岁月的脚步、生命的更替、现代文明的彼岸以及精神的家园。

行千里路如读万卷书。因此,我们深知旅游业发展研究与探索的奥妙无穷。本书是我们12年来从事旅游产业发展有关问题研究的小结,力图在较为丰富的内容、翔实的资料数据的基础上,以独特的视角展现研究者较为深厚的理论研究功底;从旅游产业的概念理论、国内外发展现状及世界旅游发展趋势、旅游产业与区域发展的关系等方面入手,以广东旅游产业为例,在数据和信息分析的基础之上,分析广东旅游产业的发展背景和现状、供给状况及其影响因素等,并重点就广东的海洋旅游产业、乡村生态旅游产业、区域旅游产业合作以及广东旅游产业创新发展等方面进行研究探讨,提出一系列发展广东旅游产业的具体对策和建议,具有较强的实践性、针对性、可操作性。

本书共八章。第一章对旅游与旅游产业的概念和理论基础进行了阐述,并就目前国内外的旅游产业发展状况进行了详细的描述和分析,在此基础上总结出世界旅游产业未来发展的模式和趋势。第二章主要分析旅游产业与区域发展的关系,重点分析旅游产业与区域经济增长、文化发展、社会发展和生态环境发展之间的关系。第三章就广东旅游产业的发展概况进行描述。第四章分析广东旅游产业的供需状况以及影响广东旅游产业发展的有利因素和不利因素。第五章针对广东海洋旅游产业的发展,重点研究了广东海洋文化旅游产业的发展,并专题研究了“21世纪海上丝绸之路”区域旅游的开发和“海上绿道”建设与广东滨海旅游的发展。第六章重点就乡村生态旅游产业对广东在建设“两型”社会中的休闲农业旅游发展,以及对广东在迈向高收

入水平进程中的生态旅游发展进行研究，并专题研究了广东古村落的旅游开发与发展。第七章重点研究广东的区域旅游产业合作发展，探讨广东区域旅游整合发展创新机制的建立，并专题研究了深化粤港澳旅游合作的困境及对策。第八章重点研究广东旅游产业的创新发展，提出再创广东旅游产业发展新优势的策略措施，并专题研究了广东旅游与文化融合创新发展以及广东旅游品牌创新发展。

本书是对旅游产业创新与发展新问题的探讨，正因为是对新问题的研究，本书难免存在不成熟之处，也不可能面面俱到，难免会挂一漏万。例如，对旅游产业发展的新业态呈现，大数据时代的旅游业大发展，如何评估 2013 年 10 月 1 日《中华人民共和国旅游法》（简称《旅游法》）正式实施对旅游业发展的影响，如何在法治规范下旅游生活，等等，这些都还有待更专门的研究。受时间、篇幅、水平所限，本书未能很好地全面体现，这是我们研究的不足之处。

而且，旅游产业的发展本身就是一个动态的过程，创新也是永恒的课题。我们深知，旅游资源、产品、空间、市场的广度和深度正在被不断拓展，这需要我们树立科学旅游观和创新发展理念，积极营造良好的旅游环境，规范旅游生活，在“我主动做什么”上走得更远。行者无疆界，探索无止境。在未来的日子里，我们将一如既往地与大家一同努力探索和研究旅游产业发展的“新蓝海”。愿不久的将来，有更多丰硕的成果面世，以回馈一直以来关注、关心、支持我们的广大朋友。

在我们刚刚进入旅游业研究领域的时候，正逢中国旅游业迅猛发展的最好时期，我们在研究实践中感受到旅游业发展的美好成果。今天，中国旅游业正处于转型的关键时期，我们旅游研究者有责任、有能力把握好机遇，承担新的时代的使命。对于旅游中国的愿景，我们希望是推开一扇门。

希望有更多的朋友和我们一起了解中国旅游产业，投身中国旅游产业的发展，做中国旅游业新时代的“弄潮儿”和创新者，不拘泥于过往的成功，而是持续地创新。因为，无论是开发创新、营销创新还是服务创新，都有利于我们事业的未来，有利于国家、社会、文明的进步和发展。让我们共同创造一个新的格局，打开一个新的世界。对旅游产业发展的研究，我们永远行走在路上。

仅此，与朋友们共勉。

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 概述	(1)
一、旅游与旅游产业	(1)
二、旅游产业发展理论	(4)
第二节 旅游产业发展	(7)
一、国外旅游产业发展状况	(8)
二、国内旅游产业发展状况	(15)
三、世界旅游产业的发展模式与趋势	(22)
第二章 旅游产业与区域发展	(27)
第一节 旅游产业与区域经济增长	(27)
一、旅游产业对国内生产总值 (GDP) 的影响	(27)
二、旅游产业对地方财政收入的影响	(28)
三、旅游产业对就业的影响	(28)
四、旅游业对消费的影响	(29)
第二节 旅游产业与区域文化发展	(30)
一、旅游与文化的关系	(30)
二、旅游业对文化的积极影响	(30)
三、旅游业对文化的消极影响	(33)
第三节 旅游产业与区域社会发展	(34)
一、旅游产业与对外开放	(34)
二、旅游业与改善贫困	(35)
三、旅游业与民众素质和生活方式	(36)
第四节 旅游产业与生态环境发展	(37)
一、旅游与生态文明	(37)
二、旅游业对环境的影响	(38)
第三章 广东旅游产业发展概况	(41)
第一节 广东旅游产业发展背景	(41)
一、自然环境条件	(41)

二、旅游资源禀赋	(44)
第二节 广东旅游业发展现状及特征	(49)
一、广东旅游发展 30 多年回顾	(49)
二、广东旅游业近年发展的总体情况	(51)
三、广东旅游产业发展的特征	(55)
第四章 广东旅游产业供需与影响因素	(60)
第一节 供需基本理论与影响因素概述	(60)
一、供给与需求理论	(60)
二、旅游产业供给与需求影响因素分析	(61)
第二节 广东旅游产业供给与需求	(63)
一、广东旅游产业需求分析	(63)
二、广东旅游产业供给分析	(65)
第三节 广东旅游产业发展的影响因素分析	(66)
一、广东旅游产业发展的有利因素	(66)
二、广东旅游产业发展的不利因素	(70)
第五章 广东海洋旅游产业发展	(73)
第一节 基于旅游视角的广东海洋文化产业	(73)
一、海洋文化、海洋文化产业与海洋文化旅游产业	(73)
二、广东海洋文化旅游产业的发展模式	(74)
三、广东海洋文化旅游产业存在的问题	(78)
四、进一步发展广东海洋文化旅游产业的对策	(79)
五、总结	(82)
第二节 “21 世纪海上丝绸之路” 区域旅游开发	(82)
一、“海上丝绸之路”	(83)
二、广东“21 世纪海上丝绸之路” 旅游开发的分析	(84)
三、广东“21 世纪海上丝绸之路” 旅游开发的框架和构想	(88)
四、广东“21 世纪海上丝绸之路” 旅游开发的对策和措施	(90)
五、总结	(92)
第三节 “海上绿道” 建设与广东滨海旅游	(92)
一、“海上绿道”	(93)
二、国内外发展海上绿道旅游概况	(93)
三、“海上绿道” 战略指导下的广东滨海旅游发展模式	(95)
四、建设“海上绿道” 的保障措施	(101)
五、总结	(102)

第六章 广东乡村生态旅游产业发展	(103)
第一节 广东古村落旅游开发与发展	(103)
一、以旅游开发促进古村落的保护与可持续发展的必要性和紧迫性	(104)
二、新形势下广东古村落的保护传承与旅游开发面临的问题与挑战	(106)
三、广东古村落保护传承与旅游开发双赢共享发展模式的借鉴与探索	(111)
四、古村落保护传承与旅游开发相辅相成、共赢发展的政策与措施	(112)
五、结语	(114)
第二节 广东“两型”社会建设中的休闲农业旅游	(115)
一、美丽乡村生态休闲旅游开发的重要意义	(116)
二、广东开发美丽乡村生态旅游的优劣势分析	(118)
三、打造“美丽乡村，乐活广东”的战略思路与对策	(122)
四、结论	(124)
第三节 广东迈向高收入进程中的生态旅游	(124)
一、生态旅游及相关研究回顾	(125)
二、发展生态旅游对提升广东整体收入水平的重要意义	(127)
三、广东发展生态旅游的优势	(129)
四、现阶段广东生态旅游存在的问题	(131)
五、广东发展生态旅游的具体措施与建议	(132)
六、结语	(135)
第七章 广东区域旅游产业合作发展	(136)
第一节 广东区域旅游整合发展机制创新研究	(136)
一、区域整合是广东旅游业未来发展的必然趋势	(136)
二、主动选择和推进广东区域旅游整合发展的重大意义	(137)
三、广东区域旅游整合发展中的关键问题	(139)
四、推动广东区域旅游整合发展的若干新思路	(141)
五、结语	(146)
第二节 深化粤港澳旅游合作与发展	(146)
一、粤港澳区域旅游整合发展的重大意义	(147)
二、粤港澳区域旅游整合发展中的关键问题	(148)
三、推动粤港澳区域旅游整合发展的若干新思路	(149)
四、结语	(152)

第三节 基于城市群理论构筑世界最具活力的珠三角城市景观群 (152)

 一、城市群发展理论和城市群 (153)

 二、珠江三角洲及其城市群 (159)

 三、珠三角景观群建设的重大意义 (161)

 四、珠三角城市景观建设状况 (163)

 五、创新思路，打造世界最具活力的珠三角城市景观群 (168)

 六、结语 (171)

第八章 广东旅游产业的创新发展 (172)

 第一节 提升广东旅游产业发展新优势 (172)

 一、提升旅游产业发展新优势的意义 (172)

 二、广东旅游发展优劣势分析 (174)

 三、广东提升旅游产业竞争新优势的思路与措施 (176)

 四、结语 (178)

 第二节 广东旅游与文化融合创新 (179)

 一、主动选择和推进广东文化与旅游融合意义重大 (179)

 二、广东文化与旅游融合具备良好的基础和机遇 (180)

 三、吸纳国内外文化与旅游融合的先进经验和模式 (181)

 四、广东文化与旅游融合的战略和思路 (183)

 五、结语 (186)

 第三节 广东旅游品牌创新发展 (186)

 一、广东旅游品牌发展的现状和面临的问题 (187)

 二、广东旅游品牌建设的意义与对策 (188)

 三、结语 (192)

附录 1 广东旅游文化主要资源 (193)

附录 2 中国世界自然文化遗产（至 2014 年） (203)

附录 3 广东省国家重点文物保护单位 (204)

附录 4 广东省国家级森林公园名录 (209)

附录 5 广东省温泉旅游示范基地名单 (211)

附录 6 广东入选自然生态类/人文类最美乡村旅游示范区（点） ... (212)

附录 7 广东省古村落名单 (214)

参考文献 (222)

后 记 (230)

第一节 概述

旅游产业的创新与发展是永恒的主题。在旅游业的持续发展中，有许许多多的问题值得我们研究，在此以广东为例，就目前关注的主要问题进行讨论。为了更好地研究旅游产业的创新与发展，有必要从旅游与旅游产业的概念和理论开始。

一、旅游与旅游产业

(一) 旅游

1. 旅游的理解

在《现代汉语词典》中，“旅游”中的“旅”的含义是“旅行、外出做客”，“游”的含义是“从容地行走”。《辞海》中“旅游”的意思为“旅行游览”或“长期寄居他乡”。2012年，“旅”和“游”二字发现于山东昌乐骨刻文中，被视为中国最早的旅游文化的体现，此将中国旅游的起源前推了两千多年，彰显了中国旅游历史之悠久。

就英文释义而言，旅游对应的英文单词是“tour”，源自拉丁语中的“tornare”和希腊语中的“tornos”，其含义是“环行”。tour与后缀-ism连在一起，指按照圆形轨迹的移动，所以旅游是指一种往复的行程，即指离开后再回到起点的活动。此外，有学者也认为旅游对应的英文单词还有“travel”，其原意为“阵痛、艰苦、困难、危险”，发展出来的意思就是“长途旅行，依次经过”，寓意富于冒险精神的西方人，以其无畏的行动冲破了对恶劣的

自然环境的惧怕，踏上征服自然的行程。

2. 旅游的定义

由于对旅游的认识角度不同，旅游的定义也不尽相同。例如，从社会学的角度来看，旅游是一种社会交往活动；从美学的角度来看，旅游是旅游者的一种艺术行为；从心理学的角度来说，旅游是一种心理现象，它是满足人一般的心理需求而产生的行为；从文明演进的角度而言，旅游是人类互动生活形态文明的螺旋式上升。社会学者刘思敏认为，旅游提升人类未来的移动生活，创造人类新文明——移动文明。此外，还有根据目的、时间、相互关系、生活方式等方面为旅游下的定义。目前最权威的定义，是根据世界旅游组织和联合国统计委员会推荐的技术性的统计定义，即旅游指的是“为了休闲、商务或其他目的离开他们惯常环境，到某些地方并停留在那里，但连续不超过一年的活动”。旅游从高级层面讲就是人类移动并互动的文明生活；通俗地讲就是人在一个固定生活的地方移动到另外的地方寻求快乐、刺激、互动的动态生活。旅游应是动态互动文明生活，是旅游者日常定式生活的有效延伸，为人类的生存、生活、生态增添无穷的魅力和色彩。旅游将成为现代文明互动常态的生活，成为人类回归自然、与本能最和谐的生活方式。

（二）旅游产业及其特点

1. 旅游产业的定义

旅游业是随着旅游活动的产生而诞生的。近年来，随着生活水平和经济水平的提高，人们的生活也开始达到了一种新的层次，旅游活动日益频繁。人们不再局限于传统的生活方式，旅游逐步成为当代人们生活方式的重要组成部分以及文化交流的重要方式，旅游业逐步成为现代文明生活中最大、最为重要的行业，已经开始扮演着越来越重要的角色。1993年，国民经济统计系统（SNA93）把产业定义为“从事同样的生产活动基层单位的集合”。但是，学术界关于“旅游产业”的概念一直没有统一的认识，加之在国民经济统计中没有单列旅游业，导致旅游业一度被边缘化。周振东（1999）提出的旅游产业的定义是：“在国民经济体系中，按照一定的社会分工，采取商品形式提供各种旅游产品，以满足旅游者消费需求的各类企业的集合。”魏小安（2003）认为，“吃、住、行、游、购、娱”这六个方面共同构成了旅游产业。高舜礼（2007）认为，确立旅游产业的范围必须从“构建旅游产业体系”、“促进旅游产业化发展”和“旅游卫星账户覆盖的范围”三个方面去探讨。总体而言，旅游产业是以满足旅游者在旅行活动中的吃、住、行、游、购、娱等需要为宗旨，为旅游者提供全方位旅游服务的综合性产业。

2. 旅游产业的特点

第一, 旅游产业具有非常强的关联性特点, 涉及的行业相当广泛, 几乎涉及第三产业的所有行业及第一、第二产业的部分行业。旅行社、旅游景点等行业是完全依赖于旅游活动而存在, 与此相关联的行业 (按照关联程度的强弱来看) 有旅馆 (酒店) 业、交通业、餐饮业、文化娱乐业、金融保险业等, 涵盖了吃、住、行、游、购、娱六大要素。旅游业的发展会给相关产业带来收益。据测算, 国外旅游业每收入 1 美元, 可促使国民生产总值增加 2.20 美元; 而在中国, 旅游业每收入 1 美元, 可使国民经济增加 3.12 美元, 使利用外资金额增加 5.90 美元。按照《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》的要求, 到 2015 年, 旅游业总收入达到 2.5 万亿元, 年均增长率为 10%; 国内旅游人数达到 33 亿人次, 年均增长率为 10%; 入境旅游人数达到 1.5 亿人次, 年均增长率为 3%; 旅游外汇收入达到 580 亿美元, 年均增长率为 5%; 出境旅游人数达到 8 800 万人次, 年均增长率为 9%; 旅游业增加值占全国 GDP 的比重提高到 4.5%, 占服务业增加值的比重达到 12%。

第二, 旅游业的就业带动性高。世界旅游组织资料显示, 旅游业每增加 1 个直接就业机会, 社会就能增加 5~7 个间接就业岗位。国家旅游局统计的数据显示, 与旅游业直接、间接关联的部门多达 100 多个。据统计, “十一五”时期我国旅游业每年新增直接就业 70 万人, 带动间接就业 350 万人; 到 2015 年, 预计我国旅游直接和间接就业总量将达 1 亿人左右。“十二五”时期发展主要目标是: 到“十二五”期末, 旅游业初步建设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, 在转方式、扩内需、调结构、保增长、促就业、惠民生等战略中发挥更大功能。到 2015 年, 旅游业新增就业人数达到 1 650 万人, 每年新增旅游就业 60 万人。

第三, 经济与文化的统一性强。旅游产业作为一种产业形态, 与其他产业之间的融合性非常强, 目前旅游业与文化产业的融合已经成为新的经济增长点。文化提升旅游, 旅游传播文化, 文化产业与旅游产业相互融合已经成为文化旅游业发展的大趋势。文化部与国家旅游局共同制定的《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》, 对在新形势下促进文化与旅游深度结合提出了明确的意见, 要求“推进文化与旅游协调发展, 满足人民群众日益增长的消费需求”。按照《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》的要求, 到 2015 年, 旅游消费占居民消费总量的比例将达到 10%。

二、旅游产业发展理论

旅游产业的创新与发展有其理论依据，在旅游业发展过程中不断指导着具体实践，也不断进行着自我理论创新。

（一）可持续发展理论

可持续发展理论是指既满足当代人的需要，又不对后代人满足其需要的能力构成危害的发展。可持续发展理论的形成经历了相当长的历史过程。1962年，美国女生物学家莱切尔·卡逊（Rachel Carson）发表了一部引起很大轰动的环境科普著作《寂静的春天》，书中描绘了一幅由于农药污染所造成的可怕景象，在世界范围内引发了人类关于发展观念的争论。1987年，以挪威首相布伦特兰（Gro Harlem Brundtland）为主席的联合国世界与环境发展委员会发表了一份报告《我们共同的未来》，正式提出可持续发展概念。

在全世界可持续发展的理论推动下，旅游业在可持续发展中占有重要地位，在1990年加拿大温哥华举行的全球持续发展旅游组行动策划委员会会议上，与会专家提出了旅游持续发展行动战略草案。参考《我们共同的未来》提出的观点，旅游可持续发展被认为可以在保持和增强未来发展机会的同时，满足目前游客和旅游地居民当前的各种需求。旅游可持续发展的实质是指要求旅游与自然、文化和人类的生存环境成为一个整体，以协调和平衡彼此之间的关系。旅游可持续发展理论的诞生和发展，标志着人类在理解环境承载力和优先发展之间的关系方面已经发生了观念上的根本改变，使得多年来人们追寻区域经济协调平衡发展道路的梦想成为可能。

（二）区位理论

区位理论是关于人类活动的空间分布及其空间中的相互关系的学说。具体地讲，它是研究人类经济行为的空间区位选择及空间区内经济活动优化组合的理论。德国经济学家冯·杜能于1826年完成了农业区位论专著——《孤立国对农业和国民经济之关系》，成为区位论的创始人。区位是指人类行为活动的空间，强调自然界的各种地理要素和人类经济社会活动之间的相互联系和相互作用在空间位置上的反映，就是自然地理区位、经济地理区位和交通地理区位在空间地域上有机结合的具体表现。区位主体是指与人类相关的经济和社会活动，区位主体在空间区位中的相互运行关系称为区位关联度。区位理论主要包含农业区位论、工业区位论和中心区位论三大内容，大致经

历了静态区位理论、动态区位理论和现代区位理论三个发展阶段。旅游区位理论是指导旅游空间优化与布局的理论。旅游区位因子包括资源因子、市场因子、交通因子、政府因子、社会经济因子、资金因子。

（三）生命周期理论

生命周期 (life cycle) 的概念应用很广泛,特别是在政治、经济、环境、技术、社会等诸多领域经常出现,其基本含义可以通俗地理解为“从摇篮到坟墓”(cradle-to-grave)的整个过程。在市场学中,对于某个产品而言,生命周期就是从自然中来再回到自然中去的全过程,既包括制造产品所需要的原材料的采集、加工等生产过程,也包括产品贮存、运输等流通过程,还包括产品的使用过程以及产品报废或处置等废弃物回到自然的过程。这个过程构成一个完整的产品的生命周期。

一般认为,旅游地生命周期理论最早于1963年由克里斯特勒在研究欧洲的旅游发展时提出,他在《对欧洲游地的一些思考:外围地区一低开发的乡村—娱乐地》一文中,阐述了他观察到的旅游地都经历了一个相对一致的演进过程:发现、成长与衰落。但是,目前被学者们公认并广泛应用的旅游地生命周期理论,是1980年加拿大旅游学家巴特勒(R. W. Butler)系统地把市场学中的生命周期概念引入旅游休闲地管理的研究中而提出的。巴特勒在《旅游地生命周期概述》一文中,借用产品生命周期模式来描述旅游地的演进过程。他提出的旅游地的演化要经过六个阶段:探索阶段、参与阶段、发展阶段、巩固阶段、停滞阶段、衰落或复苏阶段。对于旅游地生命周期的这一理论模型,西方学者一直在做实证性的探索。尽管他们在不同程度上都发现了实际情况与这个理论模型之间存在的差异,但他们的研究成果都支持这一理论的一般观点。旅游地生命周期理论应用于城市旅游目的地研究,能够为城市旅游的长期繁荣提供宏观指引,有助于旅游地政府部门制定合理的产业政策,也有助于旅游投资者做出正确的决策。这将是旅游理论应用于产业实践的很有意义的研究领域。

（四）文化变迁理论

文化变迁是指由于族群社会内部的发展或由于不同族群之间的接触而引起的一个族群文化的改变。促使文化变迁的原因,一是内部的,即由族群的内部变化而引起;二是外部的,即由自然环境的变化及社会文化环境的变化如迁徙、与其他民族的接触、政治制度的改变等而引起。文化的变迁是随社会的变迁而变迁的。从文化内部因素来看,文化的接触和传播、新的发明和

发现、价值观的冲突等是引起文化变迁的主要原因。从文化的外部条件来看,社会关系和结构的变动、人口和自然环境的变化等是引起变迁的主要原因。人类学家认为,文化变迁是随着时间的推移,在内外因素的作用下,通过文化内部的整合而出现的有别于过去的文化形态,表现在技术、工艺、食物、服装等方面,包括价值观、生活习惯和社会关系。从总的历史发展趋势来讲,文化变迁是一个渐行不息的长程,既有对传统的粹取与摒弃,又有对外来文化的批判与吸收。

近 10 多年来,我国对文化变迁的研究以民族文化为主,除此之外,还包括政治文化、军事文化、法律文化、建筑文化、企业文化、消费文化等。对民族文化变迁的研究在内容上大致可以分为以社区或村寨为主的地域民族文化的变迁和地域基础上文化要素的变迁两类。而常见的旅游文化主要有民俗文化、民间工艺文化(包括陶瓷、雕塑、剪纸、织绣和编织文化等)、古建筑园林艺术文化、传统艺术欣赏、宗教文化等,这些文化资源是区域旅游目的地旅游开发的重要内容。同时,旅游活动本身对文化变迁有一定的影响,如冲击旅游地的社会文化和道德导向,同化民族地区的民俗风情,不正当的商品化使得旅游地传统文化扭曲、变形。

(五) 核心 - 边缘理论

核心 - 边缘理论是解释经济空间结构演变模式的一种理论。核心 - 边缘理论是 1966 年由弗里德曼(J. R. Friedman)在他的学术著作《区域发展政策》(*Regional Development Policy*)一书中正式提出。弗里德曼认为,任何空间经济系统均可分解为不同属性的核心区和外围区。该理论试图解释一个区域如何由互不关联、孤立发展,变成彼此联系、发展不平衡,又由极不平衡发展变为相互关联的平衡发展的区域系统。在区域的不断发展过程中,逐渐形成了核心地带,被称为“核心区”,而其他相关的地带则被称之为“边缘区”;核心区处于统治地位,处于前沿地段,边缘区的发展依赖于核心区的带动,两者的关系也在发展的过程中不断地变化和调整。根据核心 - 边缘理论,在区域经济增长过程中,核心与边缘之间存在着不平等的关系。总体上,核心居于统治地位,边缘在发展上依赖于核心。

核心 - 边缘理论在研究旅游空间结构整合上有着举足轻重的价值。边缘旅游地(有学者称为边缘型旅游地)是指地处某一强势旅游区域(圈层)的沿边地带,旅游形象不突出,旅游经济发展落后,旅游交通条件和基础设施差,有一定的资源禀赋但开发程度不高,旅游业发展明显滞后的温冷点地区。与边缘旅游地相对应的是拥有少数级别高、知名度大的风景区的强势旅游区