

大别山 旅游合作发展 战略研究

刘汉成 程水源◎著

大别山



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

湖北省人民政府智力成果采购重点项目（HBZC-2011-03）

湖北省社会科学基金项目“大别山旅游合作发展战略研究”

湖北省高校人文社科重点研究基地大别山旅游经济与文化研究中心项目（2012CR002）

大别山旅游合作发展战略研究

刘汉成 程水源◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

大别山旅游合作发展战略研究/刘汉成, 程水源著

北京: 中国经济出版社, 2012. 12

ISBN 978 - 7 - 5136 - 1837 - 3

I. ①大… II. ①刘… ②程… III. ①大别山—旅游业发展—研究 IV. ①F592. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 212966 号

责任编辑 乔卫兵 郑 潇

责任审读 霍宏涛

责任印制 石星岳

封面设计 北京华子图文设计公司

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 三河市佳星印装有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 18.5

字 数 300 千字

版 次 2012 年 12 月第 1 版

印 次 2012 年 12 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 1837 - 3/C · 299

定 价 38.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

序

区域旅游合作是现代旅游发展的新趋势,也是提升区域旅游竞争力的客观要求。目前,我国东部及沿海地区开展的区域旅游合作已经取得了显著成效,特别是长江三角洲、珠江三角洲的区域合作正在逐步走向成熟。因此,如何推进大别山区域旅游合作,借鉴国内外区域旅游合作的新理论和经验,创造性地拓展旅游合作,促进大别山旅游业健康快速发展,具有重要的现实意义和理论价值。

大别山在中国历史上被誉为“红军摇篮、将军故乡”,是仅次于中央苏区的全国第二大革命根据地,经历了创建与统一、巩固与发展、坚持与保卫等阶段,直到迎来全国革命胜利。在这块红色的土地上,先后诞生了红四方面军、红二十五军、红二十八军三支主力红军,走出了董必武、李先念两位国家主席和徐向前、吴焕先、高敬亭、许世友等 400 多位叱咤风云的元帅、将军和省部级以上领导干部,发生了黄麻起义、中原突围、刘邓大军千里跃进大别山等重大革命历史事件,在新中国建立和社会主义建设中作出了巨大牺牲,发挥了不可磨灭的作用,是一片具有特殊历史地位的红色热土。

深厚的红色底蕴,良好的生态环境,为大别山发展旅游业奠定了得天独厚的基础条件。在推进大别山旅游业的进程中,“十一五”期间,虽然发展很快,变化巨大,但也出现了一些新的问题,主要表现为:一是旅游发展受行政区划分割的限制。由于大别山横跨鄂豫皖三省,这就决定了地区利益的存在及其在市场上的冲突,形成了地区间市场封锁和区域分割。二是缺乏统一的旅游规划。过去,尽管鄂豫皖各省都进行了区域旅游规划,但没有从大别山整体情况进行旅游产业规划,旅游区域间缺少有效合作,没有形成合力,丰富的地质资源和自然景观、人文景观和革命遗址被孤立开发,已开发的资源显得散、乱、小、差,严重影响和制约了旅游资源的利用与开发。三是旅游区域交通瓶颈的制约。主要是大别山内部交通线路密度较低,交通等

级不高。四是旅游配套设施不完善。景区(点)缺少必要的停车场,建筑布局凌乱,排水系统、通讯设施、环卫设施还比较落后。

近年来,在国家旅游局、全国红办的大力指导和支持下,鄂豫皖三省六市协调联动,通力合作,大别山旅游开发取得了长足的进步。2010年,鄂豫皖三省六市在安徽省六安市签署了《大别山区域六市政府红色旅游合作协议》,标志着三省六市联动发展的长效合作机制的正式建立,有力地促进了大别山区域旅游业的健康发展。2011年,鄂豫皖三省六市联合上报了《关于请求国家旅游局牵头编制大别山旅游规划的请示》,预示着大别山旅游开发正着力由区域旅游发展向国家战略层面的迈进。今后,大别山旅游合作中要注意以下五点:一是加强区域交流磋商,建立大别山旅游的合作机制。二是加强区域统筹规划,形成大别山旅游的整体优势。三是加强区域政策协调,优化大别山旅游的良好环境。四是加强区域资源整合,打造大别山旅游的特色产品。五是加强区域宣传促销,提升大别山旅游的品牌形象。

湖北省黄冈师范学院对大别山旅游合作工作进行了跟踪调查研究,撰写了《大别山旅游合作发展战略研究》一书,从战略的高度和理论的深度对其实践经验进行了系统总结,形成了许多真知灼见,可供理论工作者与实际工作者在实践中借鉴参考。作者要我作序,我写以上几点体会,以为序。



湖北省黄冈市人民政府市长

序 / 1

第一章 区域旅游合作的概述

- 第一节 区域旅游合作的内涵 3
- 第二节 区域旅游合作的理论透析 9
- 第三节 中国区域旅游合作实践 19

第二章 大别山旅游资源分布

- 第一节 概述 29
- 第二节 大别山景区景点旅游资源 31
- 第三节 大别山特色产品与美食 77
- 第四节 大别山旅游企业 102

第三章 大别山旅游合作面临的机遇与挑战

- 第一节 大别山旅游合作面临的机遇 127
- 第二节 大别山旅游合作面临的挑战 137

第四章 大别山旅游合作行动

- 第一节 大别山旅游合作的产生与发展 147
- 第二节 鄂豫皖三省参与其他旅游合作 164

第五章 大别山旅游合作的成效及困境分析

- 第一节 大别山旅游合作的成效 175
- 第二节 大别山旅游合作存在的问题分析 186
- 第三节 制约大别山旅游合作的影响因素分析 195

第六章 大别山旅游合作战略思路、目标与举措

- 第一节 大别山旅游合作战略思路 203
- 第二节 大别山旅游合作战略目标与模式选择 207
- 第三节 大别山旅游合作战略举措 211

第七章 大别山区域旅游业发展规划

- 第一节 大别山红色旅游发展总体规划 227
- 第二节 鄂豫皖各省旅游业发展“十二五”规划 245
- 第三节 大别山六个地级市旅游业发展“十二五”规划 255

参考文献 285

后记 287

第一章

区域旅游合作的概述

伴随着经济全球化步伐的加快,区域旅游合作已成为区域经济合作的重要组成部分。它既推动了区域旅游经济的快速发展,也成为开展区域旅游经济活动的一种趋势。本章首先揭示了区域旅游合作的概念及类型;其次对区域旅游合作的相关理论进行了梳理,阐明了区域旅游合作与旅游经济增长之间的关系;最后探讨了中国区域旅游合作的历史进程和基本格局。

第一节 区域旅游合作的内涵

一般来说,区域旅游合作内涵丰富,合作模式广泛,但不同区域由于地理位置、资源类型等差异,其旅游合作模式又各不相同。

一、区域旅游合作的概念

区域旅游合作是指区域范围内不同地区之间的旅游经济主体,依据一定的协议章程或合同,将资源在地区之间重新配置、组合,以获取最大的经济效益、社会效益和生态效益的旅游经济活动。区域旅游合作是以区域相邻与接近性、旅游资源与社会经济相对一致性和差异互补性、线路贯穿与畅通性等原则为基础,合作各方共同编制旅游规划,共同建设旅游基础设施,共同进行旅游产品的开发与客源市场的开拓,共同进行旅游产品的宣传与促销,共同营造旅游形象和旅游环境,实行旅游企业的联合经营管理等,以实现区域旅游业的健康可持续发展。这种理解和认知,强调了区域内的经济活动主体,只有区域经济活动主体具有相似的利益诉求,彼此意愿在相互认同的制度层面开展共同行动,区域旅游合作才得以产生与发展。

区域旅游合作表现出如下特点:一是合作区域的多层次性。旅游合作既可以是省级层面,也可以是市县级层面,还可以是景区层面。二是合作主体的多样性。旅游合作主体可以是政府、行业协会、民间组织或旅游企业,其中,政府合作是区域旅游合作的主导。三是合作机制的市场性。区域旅游合作的核心是打破地方市场割据和地方保护主义,突破某些制度或权益限制,使得旅游要素资源在区域内自由流动和重新组合,形成“互为目的地、互为市场”的基本格局,凸显市场配置资源的运作机制。四是合作利益的共赢性。利益共赢或互赢是区域旅游合作的基本驱动力。推进区域旅游合作,有利于旅游产品的多样化、旅游线路的网络化,有利于各地在旅游规划、开发、经营、管理等方面取长补短,形成区域合力,发挥整体优势,实现合作

各方利益共赢。

二、区域旅游合作的模式

区域旅游合作模式是指区域旅游系统各要素和旅游活动在合作区域内的相互关系和组合形式,它是区域旅游相互作用而产生的共生效应、互补效应、整体效应的产物,在不同的区域条件和合作机制作用下会呈现不同的结构形态,并处于时空演化之中。概括起来,区域旅游合作的模式按照不同的标准可以分为不同的类型。

(一) 按照旅游合作要素划分

根据旅游产业要素划分,区域旅游合作的基本模式包括市场互换模式、市场与产品共享模式、要素协同模式、一体化发展模式。

1. 市场互换模式

这种模式以客源市场交换开发为主要方式和目的,属于初级合作模式,又有均等型和主次型之分。均等型是指合作双方在城市规模和旅游市场规模上比较接近,市场交换开发各自带来的利益大体均衡;主次型是指合作双方在城市规模和旅游市场规模上存在着明显的差异,但由于地理上毗邻,市场交换合作成本低,容易操作,较小城市获利直接明显,而较大城市可以此为基础,主导并推动更高形式的合作。市场互换模式的前提是双方在旅游资源和产品上存在着明显差异,合作起来比较容易,主要途径是行业组织推动,企业跟进。

2. 市场与产品共享模式

这种模式是指两个或多个地区推出联合线路、共同开发市场,有相邻型和“蛙跳型”两种类型。相邻型是指地域相邻的城市对旅游产品联合促销;而“蛙跳型”是指地域上不接壤的城市之间的市场联合促销。市场与产品共享模式以游客效益最大化为合作目标,合作地区之间的旅游产品要有明显的互补性。政府联动,达成合作框架,进而推动和引导产品开发的分工,整合是这种模式得以实现的关键。

3. 要素协同模式

这种模式是指通过一种或多种旅游产业要素的区际流动,实现区域内旅游业协同发展的合作模式,有技术协同型、资本协同型、劳动力协同型、信息协同型等多种基本类型。在市场经济推动过程中,常常是产品市场先发

育,因为产品市场的形成比较容易。但是,只有产业要素市场形成,市场经济的效力才能全面释放。与前两种模式相比,要素协同模式无疑是更高级的形态,也要求至少有一方的旅游业发育到了较高的水准,其实现条件是旅游产业要素能够自由流动,为此需要弱化地区壁垒,强化企业力量,开放产权市场。

4. 一体化发展模式

这种模式也可以称为全要素协同模式,是要素协同模式全面发展的产物,指将多个行政区视为一个旅游经济区,依据市场规则实现旅游产业资源最优配置的模式。这种合作模式的推动力量主要来自市场,只有在旅游业具有较高发育水平和良好市场环境的前提下才能逐步实现,其主要内容包括两个方面:一是依据旅游流的分布与变化配置旅游产业要素;二是依据比较优势理论配置以旅游业为中心的纵向产业链条。

(二) 按照合作主体作用划分

根据政府和企业和合作中的不同作用,提出了政府主导型和企业主体型两种模式。

1. 政府主导型模式

区域旅游合作的各方是一个宽泛的概念,它包括各地方政府、行业主管部门、交通能源部门、景区经营者、酒店、宾馆、旅行社、当地居民等。在区域旅游合作的初期,政府发挥主导作用,主要内容包括:一是制定和签订合作协议。政府之间的合作协议,要有合作的原则,规范各方应承担的义务和责任,应享受的权利和利益。这为以后责任分担,利益共享提供了依据。二是建立合作机构。在条件许可的情况下,各方旅游行政管理部门或地方政府还可联合组成一个领导小组和办公机构。合作机构要有完整的合作章程,依法签订各种合作协议来保证合作行为。合作机构一方面为各地方政府提供了一个交流、协商的平台,另一方面具有对景区经营部门的监督权。三是共同完善旅游配套设施和旅游线路。在交通、能源等基础设施建设上,政府可以直接投资,也可以积极鼓励私人投资基础设施建设。要进一步打破原来的行政分割,以市场为导向,在更大的区域范围内重新组合和设计旅游线路,在将其推向市场。

2. 企业主体型模式

企业在政府部门的监督下拥有对旅游资源开发的经营权,能有效改变

相互拆台、地方保护主义等现象。但是旅游资源开发的经营权的实现也有两种不同的方式:一是仍然按照原有的行政区划,由多个企业在不同的行政区域经营旅游资源的开发;二是彻底打破原有的行政区划,由一个企业经营特定旅游资源的开发,在政府监督指导下,对旅游资源进行整体规划、整体促销。

(三) 按照合作内容划分

根据区域旅游合作的内容不同,将区域旅游合作分为单一旅游领域合作模式、旅游行业合作模式、全方位合作模式。

1. 单一旅游领域合作模式

这种模式是以旅游业某个领域为内容的单一化合作。在两个或两个以上的区域开展旅游合作初期,区域之间出于某种特定目的,如建立合作关系、打开民间往来的大门、在经济、文化、科技等领域开始迈出合作步伐等,一般会选择旅游业的某个领域作为突破口,首先开展交流和往来,以此为契机,进一步扩大双边的交流合作。例如相互开放旅游目的地、吸引对方投资者来本区域进行多种形式的旅游投资开发活动,如合资或独资建造酒店、度假村、旅游景区等。这种初期的合作一般是在由政府推动企业和民间完成的,合作的内容比较单一,双方的合作关系不稳定,容易受到双方其他因素的影响而出现波动。这种模式是区域之间开展大规模旅游业合作的前奏和铺垫。这种模式较多地存在于经济结构和发展水平相差较大的地区之间。

2. 旅游行业合作模式

旅游行业合作模式是指以旅游行业为主要内容,通过市场推动的旅游行业合作。该模式是在初期旅游单一领域合作不断完善的基础上,逐步形成的旅游业区域合作模式。其特点是区域合作的内容逐步扩大到旅游行业的各个领域,包括各类旅游企业(旅行社、旅游公司、饭店、旅游景区)以及能为旅游活动提供直接服务的公共设施服务业(交通运输业)。该模式是各类企业在市场利益驱动下通过多种方式进行合作,一般产生在地理空间彼此相邻的区域之间,旅游业各要素在临近的区域之间流动流动所受到的空间障碍和交易成本相对较小,容易形成密切的区域旅游关系。该模式是形成更大空间范围的旅游地系统和结构更稳定的旅游区域的一个必经阶段。

3. 全方位合作模式

全方位合作模式是指众多产业参与、主体多元化、综合机制协调下的全

方位区域合作。众多产业参与是指合作不仅限于旅游产业的合作,还包括与旅游业密切相关产业的合作,如金融、保险、科技、教育、文化等;合作多元化是指包含有政府、行业组织及企业;综合机制协调包含政策、制度及管理的统一性和连贯性。通过政府和市场的双轮驱动形成众多产业高度融合的全方位合作关系。该模式是区域旅游合作发展到一定阶段的必然要求和表现形式,是区域旅游业走向成熟化、高级化的标志。

(四) 按照空间结构划分

从地理空间结构划分,区域旅游合作模式点状模式、放射模式、凝聚模式和扩展模式。

1. 点状模式

点状模式形成于旅游地域系统的起步阶段。旅游活动首先在具有资源、客源和区位优势零散景点产生,并带动和协调整个区域旅游业的发展。游客大多是具有多中心型心理特征的探险旅游者或区域内居民,周边客源市场是其重要来源,旅游活动基本上属于自发状态。随着游客数量的逐渐增多,在简单的景区建设基础上,当地居民开始有意识提供简易的吃、住、行等基本生活方面的服务,这些服务是当地旅游业的主要构成因素,形成旅游产业体系的雏形。但由于劳动力素质和服务状况差,旅游接待设施不足,旅游产品单一等导致旅游经济效益低下。先天性资源优势突出、周边客源市场和交通相对便利是该模式形成的主要动力因素,其空间结构的主要特点是:旅游目的地内部所达空间范围狭小,区域内各旅游景点数量少,远未形成规模;旅游开发处于彼此独立阶段,与客源市场、其他景点等域外联系松散,节点数目少,区域综合吸引力小;区内路径系统薄弱,旅游流向呈单向性;旅游客源市场吸引力弱,且较为脆弱,易受外界因素影响,波动明显,旅游业缺乏成熟稳固的产业链和横纵向联系,对区域经济的带动力有限。

2. 放射模式

放射模式形成于旅游地域系统的发展阶段,是在点状模式发展到一定程度后的过渡阶段。此阶段,在游客数量增加的基础上,旅游景点景区建设得到深入,主要是旅游地域内外的路径系统、住宿、餐饮等旅游接待设施建设。随着旅游景点景区建设的深入,游客数量得到进一步增加,旅游景区(点)的范围扩大,区域内数量增加。区域内旅游集散中心的作用渐趋明显,

中远程客源主要通过旅游集散中心向各旅游景区(点)扩散,并成为区域内主要的客源市场,在空间结构上呈现放射状模式。随着旅游服务体系的逐步建立,尤其是旅游经营商的发展,再加上当地旅游宣传促销力度的加大,旅游活动打破以往的自发状态,游客以旅游团队为主。景区建设的深入、旅游设施的改善和旅游集散中心作用渐趋明显是该模式形成的主要动力因素,其空间结构的主要特点是:虽然旅游地内部空间范围有所扩大,区域内旅游景区(点)数量有所增加,但是仍处于分散状态,与客源市场以及相互间的联系不多,未形成规模效应;旅游景区(点)与主要客源地及旅游集散中心的可达性加强,但各旅游景区(点)间的互通性仍然较弱,旅游流向仍呈单向性;在加强基础设施建设的同时,诸如产品开发、宣传促销、人才培养、机构完善等软件设施虽然也得到了加强,但软件设施不完善仍然是主要问题,其中服务水平是制约区域旅游业发展的主要问题;旅游客源市场范围有所扩大,但仍以周边市场为主,市场发展潜力仍待挖掘;各旅游企业迅速发展,对区域经济的带动力日益明显,但规模偏小,呈现“散、小、弱、差”局面。

3. 凝聚模式

凝聚模式形成于旅游地域系统的相对成熟阶段。此阶段为区域旅游业相对比较发达阶段,旅游空间模式相对较合理。“凝聚”,一方面是通过旅游路径系统将各旅游景区(点)联结在一起,再通过规划策划将其凝聚在一起形成旅游圈;另一方面是旅游产业链的凝聚,旅游“六大要素”服务体系相对完善,各企业间相互联系合作扩大,区域内出现旅游集散中心,带动区域内旅游产业的发展。在旅游景区(点)内路径日益完善的基础上,各旅游景区(点)间路径系统在加紧建设中,通过产品策划与整体规划,各旅游景区(点)间联系不断加深,在一些旅游资源、旅游产品差异性较大,区内外路径系统都较完善的地区,形成了规模较大的旅游圈,并在区域内引领旅游业的发展;旅游服务体系、产业链相对比较完善,旅游企业的竞争力有所增强。旅游资源的整合、区域整体规划的制定、各旅游景区(点)间互通性加强和产业内外的合作是该模式形成的主要动力因素。但是此模式不是最优模式,仍然有不少问题:由于游客数量剧增,部分旅游区只顾眼前利益,旅游环境保护问题突出;主旅游圈的旅游容量接近高峰,旅游旺季尤为突出,严重影响当地旅游业的可持续发展;区域内旅游业发展不平衡,主旅游圈以外地区旅游业仍然处于较分散状态,大部分缺乏联系,甚至出现恶性竞争的现象;主

旅游圈的旅游容量接近饱和,内部旅游空间范围亟需拓展,次旅游圈亟待建立;旅游业对区域经济的拉动作用明显,成为支柱产业,但是旅游产业链系统不完备、服务水平不高、“散、小、弱、差”的局面等仍然是主要问题,旅游企业的竞争力仍需增强。

4. 扩展模式

扩展模式形成于旅游地域系统的优化阶段。此阶段是在凝聚模式的基础上,通过合理的规划与管理建立起来的,包括旅游空间范围和旅游产业链的扩展。主旅游圈内节点的活动空间范围扩大,节点数量增加,以及次旅游圈的建立,拓展了区域内旅游活动空间范围,解决旅游容量饱和问题,有利于区域旅游可持续发展;次旅游圈的建立将各分散的旅游景区(点)凝聚起来,通过合理的规划与管理缓解了彼此间竞争,并形成更大区域吸引力,促进其共同发展;次旅游集散中心的建立,是旅游产业链在区域内的扩展,不仅分散了旅游流,缓解了主旅游集散中心的压力,而且对于区域内旅游范围的扩展有着重要作用,有利于次旅游圈的快速发展,形成成熟、完备的旅游产业链系统;旅游业区域经济增长极的作用得到全面发挥,形成以旅游业为主导的成熟旅游产业链和前后联系。次旅游圈的建立、大量新型旅游景区(点)的开发、旅游活动空间范围的拓展和旅游产业链的建立是该模式形成的主要动力因素。扩展模式是在凝聚模式的基础上建立起来的,是旅游业空间结构在凝聚中的扩展,并不是分散,此模式对于扩大旅游地旅游容量、平衡区域旅游业发展、完善旅游产业链具有重要作用,有利于区域旅游业的可持续发展,是区域旅游系统空间结构演化模式的最优模式。

第二节 区域旅游合作的理论透析

本节在阐述区域旅游合作理论的基础上,对区域旅游合作的经济效应、社会效应以及生态效应进行了分析。

一、区域旅游合作的理论基础

(一) 劳动地域分工理论

现代社会生产力的发展离不开分工,亚当·斯密在《国民财富的性质和

原因的研究》一书中认为“劳动生产力水平的提高,以及运用劳动时所表现得更大的熟练、技巧和判断力,似乎都是分工的结果”。劳动分工与专业化的发展大大提高了生产力。任何社会生产都要最终落脚于一定的地理空间,劳动地域分工就是指相互关联的社会生产体系在地理空间上的表现,是社会分工的空间形式。从区域经济的角度看,劳动地域分工表现为区域生产专业化,各地区专门生产某种商品或某一类商品,使区域内具有比较优势的资源条件得到充分利用,从而提高区域经济发展水平,并增加区域经济效益。劳动地域分工还有利于区域规模的扩大和同类企业的地理集中。这种同行业的地理集中,有助于促进区域技术创新、人力资本的积累以及企业间相互合作和竞争,从而形成较大的规模。它实际上是在生产力“趋优分布”的规律下,人们为获得更大的区域利益而出现的不以人的意志为转移的必然选择过程。现代经济发展实践表明,分工与协作的依赖与并存能够对各种资源要素、各个生产环节进行更合理的调度、组合和协调,从而能更充分地发挥区域内各种生产要素的独特作用,并产生一种超越于各单个区域的强大合力,推动区域经济系统的协调发展。从以上理论可以看出,劳动地域分工理论不仅强调区域间的劳动分工与产业特征的差异,而且强调了区域间合作的重要性,只有在区域分工的基础上进行区域贸易合作才能真正实现资源的优化利用,以实现各区域经济的最大利益。

作为区域经济的一种新产业,旅游业各要素(包括旅游资源、旅游设施、旅游服务和旅游者等)在空间上的差异性是其普遍和客观的。特色和差异性旅游资源的生命,世界各地的旅游资源各具特色,旅游者的个性需求千差万别,由此形成了旅游者的跨区域流动,这也正是各地区旅游业形成区际联系与交流的基础。从满足旅游者需求的角度来说,旅游资源的空间差异是绝对的,世界各国、各地区的旅游资源,无论是自然旅游资源还是人文旅游资源都含有自身独特的个性,而且极具垄断性,没有两处一模一样的旅游资源。由于地理分布和民族特性等原因,不同旅游者在兴趣爱好、宗教信仰、文化观念、民族传统、旅游需求和旅游方式等方面各不相同,由此产生了旅游者跨国、跨地区空间流动的全球现象,因此旅游者也是具有典型空间差异性的旅游业要素。

旅游业实质上是一种服务贸易,旅游者的跨区域流动促进了旅游业地域分工,而地域分工的发展又增强了区域贸易的发展和区域经济联系。当