

石美玉
刘德谦
孙梦阳
等◎著



旅游理论与实践前沿丛书

北京主题旅游发展研究

Research on the Development of Beijing Theme Tourism

中国旅游出版社



旅游理论与实践前沿丛书

北京主题旅游发展研究

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF BEIJING THEME TOURISM

石美玉 刘德谦 孙梦阳 等◎著

中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉

责任编辑：李冉冉

封面设计：何 杰

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

北京主题旅游发展研究 / 石美玉等著. --北京:
中国旅游出版社, 2014. 4

(旅游理论与实践前沿丛书)

ISBN 978 - 7 - 5032 - 4949 - 5

I. ①北… II. ①石… III. ①旅游业发展—研究—北
京市 IV. ①F592.71

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 058101 号

书 名：北京主题旅游发展研究

作 者：石美玉 刘德谦 孙梦阳 等

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

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2014 年 4 月第 1 版 2014 年 4 月第 1 次印刷

开 本：720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张：20

字 数：290 千

定 价：52.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4949 - 5

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

石美玉

北京联合大学旅游学院副院长，教授，硕士生导师，博士。现任北京学研究基地旅游研究室主任、《旅游学刊》学术委员、国家级特色专业旅游管理专业负责人。社会兼职有：中国社会科学院旅游研究中心特约研究员、北京旅游学会副秘书长、人大复印资料《旅游管理》专家委员、韩国《东北亚旅游研究》学术委员等。主要研究方向为：旅游购物及旅游商品开发、非物质文化遗产的旅游开发、会展旅游、旅游目的地营销等。

刘德谦

北京联合大学旅游学院教授，中国社会科学院旅游研究中心副主任、《旅游绿皮书》和《休闲绿皮书》主编。社会服务有：全国旅游标准化技术委员会委员、中国区域协会区域旅游开发专业委员会名誉会长、中国未来研究会旅游未来研究专业委员会副会长，中国老年学会老年旅游专业委员会副主任、北京旅游学会监事长、《旅游学刊》顾问、《旅游规划与设计》名誉主编、《北京旅游绿皮书》执行主编等。主要研究方向为：中国文化史、旅游理论与实践、休闲理论与实践等。

孙梦阳

北京联合大学旅游学院旅游管理系副主任，副教授，博士。主要研究方向为旅游目的地营销、游客偏好与行为分析、旅游服务贸易等。主持并参与 20 余项国家旅游局、北京市旅游委、北京哲学社会科学、北京市教委和全聚德集团的项目，在核心期刊和国内外会议上发表学术论文 30 余篇，参与撰写专著 2 部，主编和参编 4 部教材。

李秀娜

国际关系学院副教授，博士，北京市中青年骨干教师，美国麦克乔治法学院访问学者，中国国际经济贸易法学研究会理事。主要研究方向为涉外经济法、知识产权法、旅游法制建设。发表专著 1 部，论文 20 余篇，主编和参编教材 7 部，参与地方标准制定 1 项，主持和参与国家级、省部级、局委办级等项目 20 余项。

汪艳丽

北京联合大学师范学院教学副院长，教授，国家教育部心理学专业委员会委员，主要从事大学生旅游心理学、教育旅游、心理健康教育、高等教育管理研究。曾主持和参与近 10 项国家教育部、北京市旅游委员会等组织的科研、教研项目；出版专著 3 部，主编和参编教材 6 部，在国内外重要学术杂志上发表学术论文 30 余篇。

序 言

随着旅游的个性化发展，传统的单一观光型产品已不能满足人们的多元化需求，生态游、体育游、保健游、影视游、修学游、科技游、考古游、购物游、冰雪游等，均在一定的消费群体中火热开展着。如果观察一下当前旅游业的业态，已经不难发现，许多传统旅游项目正在被一个个新主题挤压着，主题旅游开始受到越来越多游客的喜爱。基于以上的变化趋势，本研究认为，游客对旅游产品需求呈现的个性化、多元化已经是当今发展的潮流。但无论是哪种需求特征，均可归结为游客对不同主题旅游产品的需求。因此，本研究对北京市旅游产品需求的调研，首先选择了从主题旅游产品的角度展开。

从20世纪后期主题旅游概念被提出，到现在各种主题旅游项目的开展，全国各地都对旅游资源进行了优化组合，且已经取得了经济效益和社会效益的初步丰收。主题旅游，是旅游目的地以其独特的自然环境、生态、物产、历史、艺术、风俗习惯、宗教等为资源，从游客的不同身份、需求、消费心理出发，以对某项主题或专题进行深入了解与体验为目标，对有关资源和原有产品进行发掘、组合、包装，从而规划设计所形成的种类繁多、形态各异、丰富多彩的旅游活动。例如，以科学技术的认知体验或考察交流为目的的科技旅游，以探索自然奥秘和挑战自我为目的的探险旅游，以追求影视文化和实现艺术审美为目的的影视旅游，以及以了解宗教文化乃至朝圣、求法、布道为主要目的的宗教旅游等。

北京作为中国的首都,拥有丰富多彩的旅游资源,我们应该对这些旅游资源进一步发掘和优化组合,以形成特定的主题旅游产品,更好地满足国内外游客的需求。目前,北京主题旅游产品的种类已经不少,可究竟哪些类别的主题旅游更吸引游客,游客又对某一主题中的哪些具体内容更感兴趣等问题,都仍然需要各旅游规划部门和经营管理者真正摸清民众的脉搏。因为只有充分了解游客对北京主题旅游产品的需求,并制定合理的规划,设计出开发和营销的策略,才能够适应不断变化且日新月异的需求。

为了了解旅游者对主题旅游产品的需求偏好和产业的发展趋势,本研究通过分析相关文献,概括出了除普通观光产品之外的主题旅游产品类型,并从中选取了最具发展前景与市场潜力的四大主题旅游进行重点分析与调研。这四大主题旅游分别为影视旅游、科技旅游、修学旅游和体育旅游。本研究通过对这四大主题旅游相关要素的调研,从而得到了许多有益的启示。我们相信,这些内容和启示在全国也有一定的代表意义,所以在这里把它们拿出来与大家一起分享,希望能够为各地官员、有关决策人、投资方、经营者、主管部门和院校师生提供一些有价值的参考,进而为推动我国主题旅游的健康发展发挥出其应有的功能。

作者

2014年3月

目 录

1	序 言
1	第一篇 北京市主题旅游产品需求调查研究
3	第一章 主题旅游研究背景及发展现状
14	第二章 北京主题旅游产品游客行为研究方法
18	第三章 北京主题旅游产品游客行为调研结果
24	第四章 北京四大主题旅游产品调研结果及其分析
47	第五章 北京发展主题旅游的建议
55	第二篇 北京市影视资源旅游化途径对策研究
57	第六章 北京影视资源和影视资源旅游化的产业背景
62	第七章 北京影视资源和影视资源旅游化情况
73	第八章 北京影视旅游资源需求调查
84	第九章 北京影视旅游发展思路和拓展建议
89	第十章 近期北京促进影视旅游发展的工作建议

97	第三篇 北京市科技资源旅游化途径对策研究
99	第十一章 科技旅游的概念与构成
106	第十二章 北京科技旅游的发展现状与需求
116	第十三章 北京“科技资源旅游化”的SWOT分析
123	第十四章 北京“科技资源旅游化”的途径选择
135	第十五章 关于北京科技资源旅游化的路径建议
141	第四篇 北京市修学资源旅游化发展实施方案研究
143	第十六章 修学旅游的界定
144	第十七章 北京修学旅游实施背景
149	第十八章 北京修学旅游发展目标
150	第十九章 北京修学旅游发展战略
153	第二十章 北京修学旅游实施方案
160	第二十一章 北京修学旅游保障机制
165	第五篇 北京市体育资源旅游化途径对策研究
167	第二十二章 体育资源旅游化的界定
174	第二十三章 北京体育资源的分类及其旅游化价值评估
180	第二十四章 北京体育资源旅游化的背景分析
189	第二十五章 北京体育资源旅游化的途径分析
197	第二十六章 北京体育资源旅游化的工作重点及对策研究

214	附 录
214	附录 1 北京旅游产品游客需求调查问卷
220	附录 2 境外国家或地区旅游官方网站影视旅游推介表
221	附录 3 境内省或直辖市旅游官方网站影视旅游推介表
222	附录 4 北京影视旅游调研情况表
223	附录 5 国内外影视旅游发展实践经验
229	附录 6 北京影视旅游游客需求调查问卷
233	附录 7 北京主要影视资源情况
236	附录 8 北京主要拟建影视资源情况
237	附录 9 北京市市级科普基地名录
247	附录 10 北京市自然保护区基本情况一览表
249	附录 11 2012 年北京“旅游开放日”开放单位名录
253	附录 12 科技旅游园区发展实例及相关文件
282	附录 13 北京修学旅游（国内）游客需求调查问卷
287	附录 14 北京体育旅游调查问卷及统计结果
290	附录 15 课题调研笔录
304	附录 16 北京主要体育赛事线路

第一篇 >>

北京市主题旅游产品 需求调查研究

本课题组成员：石美玉、刘德谦、孙梦阳、李秀娜、王伟、赵悦。

第一章 主题旅游研究背景及发展现状

一、主题旅游研究现状

旅游的发展需要创新旅游产品,而创新旅游产品则需要打开视野,放宽思路,将旅游与主题这对新鲜组合融汇在一起,共同发展必然会碰撞出惊艳的火花。魏小安在2004年中国首届古城镇旅游发展论坛上提出,古城镇的开发说到底文化的开发,现阶段古城镇旅游应该注重主题化发展与特色化竞争,将旅游与“主题化”概念联系在一起。

在主题旅游产品的特点、分类及开发意义上,专家学者曾各抒己见,提出不同的见解进行交流。凡莉、邱菊(2009)在《主题旅游产业经济发展分析》中指出,主题旅游具有个性化、时效性、新颖性的特点。他们同时认为我国的主题旅游主要分为以自然景观为主题、以文化历史为主题、以特定事件为主题这3个主要类型。杜海忠(2006)在《主题旅游活动项目策划研究》中提到,国内主要分为以自然景观、商品产品和物产特产、文化、民族风情、宗教为主题这5个主要类型。他同样指出开展主题旅游具有6个重要意义,分别是整合区域旅游资源、提升旅游目的地形象、促进与完善旅游目的地基础设施建设、弘扬传统文化、为游客提供丰富的旅游产品和弥补旅游业“淡季”供给与需求的不足。这些研究对旅游企业开发旅游产品起到了积极的促进和指导作用。

世界上许多国家、城市关于主题旅游的发展普遍呈现出一日千里的大好景象。锦绣文在《“主题旅游”新境界》中分析了一些具有代表性的城市,他认为:伴随着各地大力发展经济的进程,旅游被放在突出的位置,大家极

力打造旅游这个一本万利的强势行业，而把旅游资源优化组合成主题旅游，不失为明智之举。近年来美国非常注重商务旅游的发展，女性商务游客由 30 年前的 1% 上升到如今的 40%，旅行社和酒店都非常重视参加这一主题的游客；日本修学旅游的发展也广为人知。这些国家都意识到了发展主题旅游的必要性和重要性。我国北京、上海、江苏等地区的修学旅游也得到了快速发展，以长江三峡为主题的旅游更是如火如荼地开展。

诸多学者看到了发展主题旅游的前景，他们针对主题旅游内容进行了研究。北京作为众多影视作品中故事发生的地点和众多明星聚集的地点，拥有丰富的影视资源，更具有国内首屈一指的科技博物馆等科技资源、高水平的高校资源，以及体育场馆和体育赛事资源。因此本研究将以影视旅游、科技旅游、修学旅游、体育旅游这四项为例来具体介绍一下北京主题旅游的研究成果。

影视旅游，西方称为“电影引致旅游”（Movie Induced Tourism），认为它是由于旅游目的地出现在荧屏、影带、银幕上而促使游客造访这些旅游地和吸引物的旅游活动。中国影视旅游的产生，以影视城的建设作为标志。1987 年，中国最早规划建设的影视拍摄基地于无锡太湖之滨落成，这标志着中国影视旅游的正式兴起。我国的影视旅游研究起步相对较晚，主要的学术论文集中在 2004 年以后，研究内容主要包括含义、对象、发展阶段、特点等。刘滨谊和刘琴（2004）在《中国影视旅游发展的现状及趋势》一文中对影视旅游作了清晰的定义，把影视旅游定义为以影视拍摄、制作的全过程及与影视相关的事物为吸引物的旅游活动。左伟（2011）在《论影视旅游的本质和类型》中提到影视旅游是一种主题化的旅游模式，其对象主要包括空间形态的影视主题公园（Theme Park）、影视拍摄外景地（Screened Locations）和时间形态的影视节（Film & TV Festival）。刘滨谊、刘琴（2004）以国内外影视旅游发展兴衰为依据，指出中国影视旅游的发展经历了从萌芽到发展的时期，目前正处于发展阶段，分析了中国影视旅游发展的现状及存在的问题，提出

相应的规划建设对策。

科技旅游,又称科普旅游,广义上是指以科学技术为支撑,以各种科技资源为吸引物,以满足游客增长知识、开拓视野、丰富阅历、休闲娱乐等旅游需求为目的,融参观、考察、学习、娱乐、购物等活动为一体的一种旅游活动或产品。20世纪30年代,法国就出现了科技旅游的雏形。经过80多年的发展,当今欧美等发达国家的科技旅游市场已经处于相对成熟阶段。我国的科技旅游发展始于20世纪末期,1998年北京率先提出发展科技旅游;2000年中关村推出“中关村科技旅游”;2003年在“广东科技与旅游研讨会”上,“科技旅游”概念第一次在政府行为中出现。陶卓民(2009)将科技旅游资源划分为3个主类(自然科技旅游资源、人文科技旅游资源、综合科技旅游资源),11个亚类,每个亚类下细分若干基本类型,从而构建了科技旅游资源分类体系。王苑、鄢志武、张帆(2009)在《国内外科技旅游发展评述》中指出我国科技旅游存在的4个问题:资金欠缺、软硬件配套设施落后,科技成分不够,从业人员素质有待提高,以及科技旅游意识不强。刘丹(2009)在《科技旅游功能分析》中指出科技旅游对科技、经济、社会的发展都具有巨大的促进作用,科技旅游将会成为一个朝阳产业。

“修学游”一词源自日本。在日本《明镜国语辞典》中解释为“作为学习的一环,教师带领儿童、学生进行团体旅游”。我国的修学旅游起步于香港,1970年香港成立了学生旅行社,其产品就是组织青少年学生参加具有知识性的活动。内地现代修学旅游始于1989年的山东曲阜修学旅游。郭一新(2000)在《假日生意经》中这样定义:修学旅游是以一个专题为目标,以在校学生为主体,以教师等其他人员为补充,以增进技艺、增长知识为目的的一种专项旅游活动。其内涵包括:了解一门学科,学习一门语言,考察某地风俗文化,或参观高等院校科研机构等的一种旅游行为。这个定义是被引用最多的概念,具有一定的权威性和代表性。郭又荣(2010)在《浅析青少年修学旅游开发》中提出,目前旅游企业开发的修学旅游产品主要存在的问

题是重“游”轻“学”、产品大众化、价格偏高。他同时指出学校缺乏和旅行社的交流,旅行社对线路设计、食宿及行程安排等旅游事宜驾轻就熟,而学校所具有的熟知青少年身心特点、教育教学规律等方面的优势在产品开发上没有得到充分发挥,这才导致旅行社的修学旅游产品只侧重了“游”而忽略了“学”。丁敏、杨飒(2010)在《论我国修学旅游的发展现状及对策》中指出,我国缺乏相关优惠政策鼓励青少年参加修学旅游,他们认为国家缺乏相关政策虽然不会在很大程度上影响青少年对修学旅游的兴趣,却会影响青少年参加修学旅游的次数。

近年来,体育旅游已逐渐成为一种时尚,特别是在欧美、日本开展比较普遍,人们通过旅游参与一些体育活动。目前,理论界对体育旅游的定义远未达成共识,不同的旅游研究人员有不同的看法,但研究普遍倾向于体育旅游的定义、作用、发展现状等。1992年,豪尔(Hall)学者将体育旅游定义为:“为了参加或参观体育活动,离开日常生活范围的非商业性旅游。”周皎(2009)在《浅谈体育旅游》中认为,体育旅游是非营利的、以达到某一目的地参与或观摩相关体育活动为主要内容的主题旅游。陆芳和陆辉(2001)认为体育旅游的作用主要体现在以下4个方面:体育旅游能促进非贸易性创汇、创造大量的就业机会、带动社会和城乡居民个人消费、促进社会各业的发展。张晓伦和王天军(2000)认为,开拓体育旅游业,可以提高国民素质,带动相关产业的迅速发展,提供广泛的就业机会,体育旅游业是宣传自己、了解别人的重要途径。王玉良、王文霞、栾少君(2008)在《中国体育旅游发展现状与对策研究》中指出,我国体育旅游及相关产业的开发起步相对较晚,虽然已经初步具备体育旅游资源与体育设施条件,但我国旅游市场、经济发展水平和居民的文化素质等在一定程度上制约了体育旅游及相关产业的快速发展。

综上所述,国内对主题旅游产品的研究主要集中在概念、分类、发展现状及发展前景上,针对人们对某一地区主题旅游产品需求的定量分析还比较

缺乏。本书主要是在文献资料的基础上,以影视旅游、科技旅游、修学旅游、体育旅游这四项内容为例,具体针对人们对北京主题旅游产品的需求进行定量分析,并根据其需求提出相关营销对策促进这一市场的拓展,这对北京主题旅游产品的设计、研究具有深远的创新和实践意义。

二、主题旅游发展现状

随着人们生活水平的提高,大众需求层次稳步提升,而主题旅游需求作为需求层次中较新层次的消费活动,表现出多样性、层次性、动态性、个体性等诸多特征。从20世纪90年代中期开始,国内旅游需求从此前的以观光旅游为主向彰显个性的多元化旅游为主转变。特别是城镇居民旅游需求转型相对较快,主题旅游由此应运而生。旅游市场细分的标准是以旅游者需求的差异性为基础,旅游者需求的差异性由消费者的生理特征、社会经济地位和心理性格不同所致。主题旅游作为现代旅游业在旅游资源的开发过程中所孕育产生的新的旅游吸引物,面临着一场新的发展浪潮。

以北京为例,根据调查统计,自1985年石景山游乐园建成,到2012年,北京市大大小小共有近百家主题公园建成并投入运营。尤其是2000年以后建设的部分主题公园用地规模都超过了100公顷,如顺义大龙世界水上游乐场达到1500公顷(其中水面面积850公顷,林地果园面积530公顷),呈现出主题公园用地与农业用地的复合化利用趋势。再如北京欢乐谷隶属于华侨城集团,是北京文化产业的区域龙头,是中国现代主题旅游的经典之作。它以时尚、动感、欢乐、梦幻的人文魅力,成为北京体验旅游的重要标志,也是目前国内最大、设施最先进的主题生态乐园。自2006年开始接待游客起,该乐园在文化上有别于深圳的“欢乐谷”,体现了明显的京津地域特色,结合世界公园,代表了京津地区两种不同的旅游吸引模式,在北京主题公园中具有代表性。

主题旅游的发展不仅在满足游客个性化需求上具有许多不可比拟的优势,

而且在获得巨大商业利润的同时,借助具有半公共产品性质的主题旅游平台,通过游客及其口碑,传播了中国各地民族文化、民俗文化、世界文化、人类历史、传统和现代等文化内容和文化价值,因此主题旅游具有广阔的市场前景,值得深入研究与审慎分析。但从整体上来看,国内主题旅游行业竞争日趋激烈,产品同质化现象较为严重,如何实现主题旅游产品的个性化、差异化,以及走产品创新发展之路是国内主题旅游行业面临的重大问题。同时,在传统粗放型的经济发展模式中,通常要消耗大量的物质资源,其发展的代价是自然资源消耗和环境生态恶化,此时资源环境约束和资本约束成了其发展的瓶颈。主题旅游产业则是以人为本、鼓励个性创造力的绿色朝阳产业,通过主题旅游能够将各种资源转化为资本经营,为经济发展开辟新的路径。旅游吸引模式是主题旅游经营成败的重要影响因素,国内主题旅游吸引模式主要有影视旅游、科技旅游、修学旅游及体育旅游等。

(一) 影视旅游

影视旅游是自 20 世纪 90 年代中期开始,各国学者关注的由影视剧所引发的现实旅游活动,也是近年来旅游研究的热点。现代影视拍摄和制作技术的进步为人们带来极具煽动性的影视作品,使观众在观看过程中对影视剧中展现的美丽风光和民俗文化留下深刻印象。因为这些美丽的景色和特色的风土人情带给他们精神和物质的双重享受,进而吸引他们到旅游目的地去观光旅游。这些艺术或商业产品作为一种文化传播,正在给人们的日常生活和消费带来与日俱增的影响。最近几年,很多的优秀电影、电视作品引起了到影视目的地旅游的风尚,如电视剧《北京爱情故事》就引发一阵北京旅游的热潮。

影视作品作为一种有效的旅游促销手段,对旅游业的发展起到了促进作用。影视作品作为旅游营销的有效手段,具有其他营销方式所不具备的优势:一部成功的影视作品,有着长盛不衰的艺术魅力,从而对旅游目的地有更长时间的展现;故事情节能够使人产生强烈的旅游欲望,加上特技效果的应用、