



全域化视角下区域旅游发展研究

——湖北省十堰市张湾区规划案例

王剑◎著



中国出版集团

世界图书出版公司

本书由中南民族大学中央高校基本科研业务费专项资金团队项目（CTS12027）
“旅游产业的区域经济影响效应研究”资助

全域化视角下区域旅游发展研究

——湖北省十堰市张湾区规划案例

王 剑 著

中国出版集团
世界图书出版公司
广州·上海·西安·北京

图书在版编目 (C I P) 数据

全域化视角下区域旅游发展研究:湖北省十堰市
张湾区规划案例 / 王剑著. -- 广州:世界图书出版
广东有限公司, 2013.4
ISBN 978-7-5100-5908-7

I. ①全… II. ①王… III. ①区域旅游—旅游规划—
案例—十堰市 IV. ① F592.763.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 064034 号

全域化视角下区域旅游发展研究——湖北省十堰市张湾区规划案例

作 者 王 剑
策划编辑 杨力军 彭 洋
责任编辑 汪再祥
封面设计 陈 璐
投稿邮箱 stxscb@163.com
出版发行 世界图书出版广东有限公司
地 址 广州市新港西路大江冲 25 号
电 话 020-84459702
印 刷 武汉三新大泽数字出版技术有限公司
规 格 787mm×1092mm 1/16
印 张 13.5
字 数 280 千
版 次 2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-5100-5908-7/F·0095
定 价 42.00 元

版权所有 翻印必究



目 录

CONTENTS

第一章 全域化视角下区域旅游发展总论	1
一、全域化视角下区域旅游发展的概念	2
二、全域化旅游发展的特征	3
三、全域化旅游发展的基础理论	4
第二章 全域化视角下区域旅游发展模式	10
一、全域化旅游吸引物建设	10
二、全域化视角下区域旅游服务体系建设	14
三、全域化视角下区域产业融合	16
四、全域化视角下区域旅游设施建设	21
第三章 案例区域概况	28
一、张湾区概况	28
二、旅游业发展现状	30
三、旅游发展存在的问题	33
第四章 旅游资源分析与评价	35
一、旅游资源分类统计	35
二、旅游资源的空间分布	38
三、旅游资源质量等级评价	39
四、主要旅游资源介绍	43
五、资源的特色分析	50
六、旅游资源适宜性分析	51
七、与周边资源的合作分析	52



第五章 旅游市场分析	53
一、市场背景分析	53
二、市场现状分析	57
三、客源市场分析	62
四、市场定位	69
五、市场前景预测	72
第六章 旅游形象分析与定位	75
一、旅游形象的基础分析	75
二、旅游形象定位	78
第七章 总体发展战略	79
一、SWOT 分析	79
二、战略思想	81
三、战略定位	82
四、战略目标	83
五、功能分区及空间布局	83
六、战略步骤	85
第八章 重点景区项目规划	87
一、汽车主题城市	87
二、牛头山景区	90
三、百龙潭景区	92
四、西沟景区	95
五、黄龙旅游度假区	98
六、其他景区（点）建设项目	103
第九章 旅游产品开发与旅游活动组织	118
一、旅游产品现状	118
二、旅游产品开发原则	118
三、旅游产品体系设计	119

四、旅游线路组织·····	121
第十章 旅游营销 ·····	123
一、主题形象定位及宣传口号·····	123
二、形象塑造·····	124
三、旅游市场营销·····	127
第十一章 旅游公共服务体系和产业要素规划 ·····	132
一、旅游公共服务体系建设·····	132
二、旅游餐饮业规划·····	135
三、旅游住宿业规划·····	137
四、旅行社发展规划·····	140
五、购物服务规划·····	142
六、旅游信息服务系统·····	144
七、旅游文化娱乐规划·····	145
八、旅游业与相关产业的融合·····	146
第十二章 旅游交通规划 ·····	150
一、道路现状·····	150
二、建设原则及要求·····	152
三、道路交通规划·····	152
四、道路绿化规划·····	157
五、旅游交通体系构建·····	158
第十三章 基础设施规划 ·····	160
一、给排水系统规划·····	160
二、供电系统规划·····	161
三、通讯设施规划·····	161
四、消防系统规划·····	162
五、环卫设施规划·····	162
六、医疗设施规划·····	163



第十四章 资源、环境与景观保护	164
一、旅游资源保护	164
二、旅游环境保护	166
三、视觉景观保护	168
第十五章 保障措施	170
一、体制保障	170
二、政策保障	172
三、人才保障	175
四、资金保障	175
五、安全保障	177
第十六章 投资估算与效益分析	178
一、旅游投资估算	178
二、旅游投资效益分析	190
第十七章 近期实施规划	193
一、近期开发建设重点	193
二、近期行动重点	196
三、实施规划中政府各有关部门的责任划分及协作	197
第十八章 汽车体验旅游专题研究	200
一、概述	200
二、汽车旅游资源类型分析	200
三、汽车旅游产品开发原则	202
四、案例分析	202
五、汽车体验旅游产品	205
参考文献	208

第一章

全域化视角下区域旅游发展总论

1970年代以来,世界旅游开发的增长速度居各产业之首,旅游业成为当今世界经济中发展势头最强劲、规模最大的新兴产业。1992年中共中央、国务院做出了《关于加快发展第三产业的决定》,明确了旅游业是第三产业的重点。由此,各级政府及有关部门相继把旅游业列入国民经济和社会发展规划,并明确提出将其作为支柱产业、重点产业或先导产业来发展,中国旅游业从一项社会文化事业逐渐发展成为在国民经济体系中占有重要地位的产业和新的经济增长点。2009年11月,国务院通过了《关于加快发展旅游业的意见》(以下简称《意见》)^[1],《意见》提出“把旅游业培育成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”,旅游业的社会地位上升到国家层面,对国家产业结构包括旅游在内的现代服务业的调整和发展有极强的导向作用,预示着旅游业在未来的发展中将受到更多的政策重视。

2011年,我国全年共接待入境游客1.35亿人次,实现国际旅游(外汇)收入484.64亿美元,分别比上年增长1.2%和5.8%;国内旅游人数26.41亿人次,收入19305.39亿元人民币,分别比上年增长13.2%和23.6%;中国公民出境人数达到7025.00万人次,比上年增长22.4%;旅游业总收入2.25万亿元人民币,比上年增长20.1%^[2]。中国旅游市场已成为全球规模最大、增速最快、最具潜力的市场之一。

但是,经过20多年的快速发展,开放之初由于多年闭关自守而积聚下的

[1] 国务院:《关于加快发展旅游业的意见》,2009年11月。www.gov.cn/jzwgk/2009-12/03/content_1479523.htm

[2] 国家旅游局:《2011年中国旅游业统计公报国家旅游局》,2012年10月。
<http://www.cnta.gov.cn/html/2012-10/2012-10-25-9-0-71726.html>



市场需求已经基本释放，旅游产业自身的刚性以及对市场变化认识的迟滞，使得旅游供给调整的节奏越来越跟不上市场变化的步伐。

从旅游目的地来看，随着投资方对旅游项目投资的热捧，很多地方旅游开发项目还没有充分论证就盲目上马，导致景区景点近距离重复建设，缺乏个性化、精品化的旅游产品。粗糙的旅游项目建设、旅游管理，不仅使旅游资源的利用率和旅游企业的利润率普遍降低，也极大地损伤了旅游业的整体形象，甚至对旅游资源带来严重的破坏。

从旅游产品来看，中国现阶段旅游产品还是以观光旅游产品为主，休闲旅游产品为辅。游客的旅游活动主要集中在已开发成熟的景区或者城市，旅游线路还是“点到点”的组成方式，大多区域还在走着“上车睡觉，下车拍照”的老路子。

究其原因，旅游业的单点突破、超前发展已经成为过去，旅游发展不再是自身规模的简单扩大、孤军深入，而需要从区域旅游全局出发，对整个区域从空间布局上、行业发展上、部门管理上进行整合，统筹发展，站在全域化的视角下来发展旅游。

一、全域化视角下区域旅游发展的概念

（一）“域”的概念

本书所探讨的全域化旅游中的“域”，不仅仅指空间上的地域，还包含旅游相关的其他行业领域、部门领域和社会领域。因此，全“域”旅游的视角不仅仅局限于地域空间的旅游资源的整合，还应包含旅游行业与其他相关行业的融合，多部门的协同合作，居民的全体参与。将整个社会的各个行业，部门，甚至单个的人以及他们的活动都纳入到旅游的范畴中，充分发挥他们最具有吸引力的优势。

（二）全域旅游发展的概念

全域化视角下区域旅游发展，可简称为全域旅游发展，即是把一个旅游区域当做一个全景式大景区来看待，是旅游产业的全景化、全覆盖，是资源优化、空间有序、产品丰富、产业发达的科学的系统旅游。其打破了行政分割，统筹区域，将一个旅游区域作为一个整体，统一规划，科学布局，促进旅游功能的提升完善，旅游空间结构的调整优化，形成“处处都是旅游景点、事事都是旅



游服务”的旅游发展格局。

本书所探讨的区域主要是以行政范围进行划分的区域。

（三）全域化旅游发展的核心思想

全域旅游的关键是通过资源挖掘、产业融合、社区参与形成新的旅游资源和全域旅游氛围，并对旅游资源重新进行科学合理的整合。

全域化视角下探讨的旅游资源已经不仅仅包括自然资源和文化资源，与旅游发展相关的市场区位资源、交通资源、城市载体资源以及地方特色产业资源都应该是旅游发展所依托的重要资源基础，特别是旅游业与相关产业充分融合形成新的业态资源，打破目前以单一吸引物作为增长极拉动区域旅游发展的格局。

二、全域化旅游发展的特征

（一）强调全域统筹

全域旅游强调用旅游来统筹全区域整体社会经济的发展，具体而言就是，用旅游统筹城乡发展，用旅游统筹一、二、三产业转型升级，用旅游统筹经济发展与社会进步，用旅游统筹全域内地理空间的协调发展，用旅游统筹生态环境建设，用旅游统筹精神文明建设。

（二）强调城市休闲游憩功能的提升

在全域化旅游发展的进程中，城市将作为重要的旅游吸引物来打造，其中最重要的就是提升城市的休闲游憩功能，打造休闲产业，推进城市休闲化。围绕全域化旅游科学合理布局“食住行游购娱”六要素，特别是绿地公园、旅游地产、旅游商贸、旅游会展、旅游文娱、旅游餐饮、旅游装备等休闲娱乐设施或项目，充分发挥城市休闲游憩功能。

（三）强调城乡的结合与互动

全域化旅游视角下，区域旅游发展是一体化的发展模式，城市与城市周边地区的旅游系统内各要素之间存在着相互联系、相互依存、相互制约的关系，并共同营造全域化旅游环境。从旅游功能上来说，城市一般作为独立的吸引物存在，也是区域旅游的集散地，为城市周边地区提供配套服务，城市周边地区提供旅游景区和特色旅游产品，是城市旅游功能的重要补充，它们通过特定的关系结合在一起，组成一个能够弹性互动的系统。



（四）强调模式创新

全域化旅游发展，对自然资源及文化资源的挖掘、旅游资源开发的深度、旅游产品的参与性和体验性、旅游产业与其它产业融合提出了更高的要求，因此，在区域旅游发展模式上要采用更具有创新性、更贴合实际的模式、策略及管理手段。

（五）强调产业间融合

全域化旅游发展决定了旅游业不可能游离或独立于其他产业自行发展。旅游发展，不仅仅单纯开发传统旅游产品，更重要的是强调旅游产业与其它产业的融合。通过与其他产业融合可以延伸产业链，进而拓宽产业面，继续集聚产业群。将其他产业要素变为旅游资源，形成新的消费热点和新兴的交叉优势产业。

三、全域化旅游发展的基础理论

（一）旅游空间结构理论

根据地理学对区域空间的理解，一定的区域可以通过最佳组织，形成最佳空间结构，达到最佳发展^[1]。同样，对区域旅游目的地空间组织结构的研究成为认识区域旅游资源组合、合理组织区域旅游产品线路、综合安排区域旅游开发的基础和核心。旅游空间结构理论主要有以下几方面构成：

（1）增长极理论

增长极理论最初由法国经济学家佩鲁（Francois Perroux）提出，后来经济学家布代维尔（J. B. Boudeville）、弗里德曼（John. Friedmann）、缪尔达尔（GunLnar Myrdal）、赫希曼（A. O. Hischman）分别在不同程度上进一步丰富和发展了这一理论。该理论的主要观点是，一个国家或地区要实现平衡发展只是一种理想，在现实中是不可能的，经济增长通常是从一个或数个“增长中心”逐渐向其他部门或地区传导。增长极具有极化和辐射效应，一般来说，在区域发展的初级阶段，极化效应是主要的，当增长极发展到一定程度后，极化效应削弱，辐射作用加强。

（2）核心——边缘理论

弗里德曼（John.Friedmann）将增长极理论向动态化、系统化发展，提出了“核心—边缘”理论模式。该理论试图解释一个区域如何由互不关联、孤立发展，

[1] 陆大道：《论区域的最佳结构与最佳发展》，载《地理学报》2001第2期。



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。弗里德曼认为任何区域的空间系统都可以看作是由核心与外围两个空间子系统所组成。区域旅游基本上都具有核心和外围部分,而且旅游地域规模级别和层次越高就越明显,这是由旅游资源地域分异规律所决定的。现实旅游区域的旅游资源分布、自然条件、旅游市场与环境客观上存在着差异。这种差异使某些地域的旅游资源得以优先开发,旅游基础设施优先建设,旅游客源基础比其它区域良好,这样,该区域往往形成旅游空间集聚态势。随着旅游空间集聚的累积发展,这类地区旅游经济发展会比其外围区域强大且具有明显的竞争优势,即形成一定旅游地域空间上的旅游中心。由于旅游中心的存在,外围地区的旅游集聚发展受到了抑制,其旅游发展相对滞后,而不得不依赖于它的旅游中心。旅游中心之间空间竞争的存在形成了旅游外围腹地的空间层次,进而形成旅游核心—外围的空间结构。

(3) “点—轴系统”理论

“点—轴系统”是陆大道先生以克里斯塔勒(W. Christaller)的中心地理论、赫格斯特朗(T. Hagerstrand)的空间扩散理论和佩罗克斯(F. Perroux)的增长极理论为基础,通过对宏观区域发展战略的深入研究于1984年首次提出。这里的“点”是各级中心地,即各级中心城(镇),是各级中心区域的集聚点,也是带动各级区域发展的中心城镇。“轴”是由交通干线、通信干线、能源输送线和水源干线连结起来的“基础设施束”,对附近区域有很强的经济吸引力和凝聚力,而轴线上集中的社会经济设施通过物质流和信息流对附近区域有空间扩散作用^[1]。空间扩散是由社会经济空间结构不均衡引起的,由于存在着“梯度”和“压力差”就会形成空间扩散,扩散的物质要素和非物质要素作用于附近区域,与区域生产力要素相结合形成新的生产力,推动社会经济发展,最终导致区域空间结构均衡化^[2]。

旅游空间“点—轴系统”理论的核心是:旅游经济客体大都在旅游节点上集聚,通过旅游交通线路与旅游线路而联成一个有机的旅游空间结构体系。旅游“点—轴”渐进扩散的结果,将形成旅游点—旅游轴—旅游集聚区(旅游圈)的空间结构。

[1] 陆大道:《关于“点—轴”空间结构系统的形成机理分析》,载《地理科学》,2002年第1期。

[2] 陆大道:《区域发展及其空间结构》,北京:科学出版社1995年版。



(4) 旅游中心地理论

源于克里斯塔勒 (Christaller) 的中心地理论, 旅游中心地是供给中心吸引物职能的布局场所, 以旅游中心地为中心的市场分布区域称为中心地的市场腹地, 也可称为市场区域或中心地。在中心地, 中心吸引物的供给容量有剩余, 而在中心地的周围区域则缺少可替代的吸引物, 中心地中心吸引物的剩余部分便用于提供给周围区域的中心吸引物的短缺, 当供给与需求均衡时的区域范围成为市场腹地的范围。

旅游中心地是供给中心吸引物职能分布的场所^[1], 中心地是旅游活动的重要节点, 呈现等级规模差异。根据中心吸引物服务范围的大小, 可将其分为高级中心吸引物和低级中心吸引物。具有高级中心地职能布局的中心地称为高级中心地, 反之为低级中心地, 在二者之间还存在着一些中级中心地, 其供应的吸引物和服务范围介于两者之间。旅游中心地的等级性表现在每个高级中心地都属领几个中级中心地和更多的低级中心地。当地居民的文化休闲活动在低级中心地就能基本满足, 但如需获得较高级的文化旅游体验就需前往中级或高级中心地。决定各级旅游中心地产品和服务供给范围的重要因子是经济距离, 主要由旅行费用、旅行时间、体力的消耗、旅游者的行为特征等因素决定, 因此交通发达程度对中心地的形成与发展意义重大。

(二) 区域协同发展理论

协同发展理论源于协同学, 由德国著名理论物理学家赫尔曼·哈肯教授提出。协同学是研究开放系统通过内部的子系统间的协同合作形成宏观有序结构的机理和规律的学科, 是组织理论的重要组成部分。哈肯认为通过子系统之间的相互作用, 整个系统将形成一个整体效应或者一种新型结构, 这个整体效应具有某种全新的性质, 而这种性质可能在子系统层次是不具备的^[2]。哈肯指出系统内部各变量之间的支配关系是协同学的基本原理。对一切系统都是适用的旅游系统是一种特定的系统, 旅游发展的宗旨是可持续发展, 其关键是旅游系统内部各子系统之间的协调、合作、互补和同步, 因此它们的相互作用和协同运动可以推动旅游地域系统的一体化进程, 促进旅游地旅游协调、快速、持续发展^[3]。

[1] 吴必虎:《区域旅游规划原理》, 北京:中国旅游出版社2001年版。

[2] 桂慕文:《协同发展理论与农业现代化建设》, 载《农业考古》1999年第3期。

[3] 杨春利、白永平、王芳:《陇南市旅游空间结构的优化模式》, 载《宁夏大学学报(自然科学版)》2010年第2期。



区域文化旅游协同发展是从旅游的经营规律和特点出发,跨越行政区划的限制,充分发挥各地区文化旅游的优势、特色,精心组织旅游线路和产品组合,共享客源市场,逐步形成相对发达的旅游区域。它一般有两种方式:一种是邻近区域的结合,共同形成一个旅游区域;另一种是以产品及线路的组合形成旅游区域。而“组团发展模式”是区域旅游协同发展的两种发展方式的有机结合,是都市圈各地方旅游业参与市场竞争,实现联动发展的有效途径。因为这种发展模式有利于造成一个良好的发展局面,便于形成全区域统一大市场。

(三) 系统论

系统论是由美国著名的生物学家 L. V. 贝塔朗菲创立的,贝塔朗菲(1968)发表了著名的《一般系统理论基础、发展和应用》,标志着系统论真正作为一门学科的成立。贝塔朗菲指出,一个系统是由各个部分的有机组合,而不是简单叠加,因此,一个系统除了包含各个部分之外,还具有其他系统所不具备的性质,这种性质的生成就是有机组合的结果,其也是该系统区别于其他系统的最为主要的特性。另外,也正是由于系统组成是在一定的条件下,因而其具有单个部分所不具备的性质。系统论认为,整体与部分之间是辩证统一的关系:系统离不开部分,系统由每一个部分构成,缺少任何一部分都不足以形成原系统,缺少部分后其表现的特性也会产生差异,甚至出现相反的特性;同时,部分也不能脱离整体,部分包含于整体之中,其隶属于整体,因而不可分离于整体而存在^[1]。系统论立论的出发点是“整体”性思想,其强调的是整体特性的存在所具有的优越性,系统论以一定的科学技术方法定量描述整体性功能,形成一定的理论分析与模型的构建。

旅游业的发展必须突出整体性概念,系统内部子系统之间关系的好坏直接影响到整个区域旅游效益的发挥,因此在系统论的指导下的全球化旅游建设,首先要在区域内部协调好各个环节间的关系,站在区域整体性的角度对区域旅游进行整体谋划,保证区域旅游发展的开放性与科学性。

(四) 旅游产业相关理论

1. 产业关联理论

产业关联是指产业之间以各种投入品和产出品为组带的经济技术联系及其联系方式。产业关联理论是从量的角度对产业之间联系的考察,利用投入产出表

[1] 史养云等:《区域旅游竞合研究进展》,载《地理与地理信息科学》2005年第5期。



及建立在此基础上的各种指标和分析工具,对产业之间的结构比例、关联效应和波及问题进行分析的重要理论。产业关联理论侧重于研究产业之间的中间投入和中间产出之间的关系,能很好地反映各产业的中间投入和中间需求,这是产业关联理论区别于产业结构和产业组织理论的一个主要特征。在此基础上,还可以分析各相关产业的关联关系(包括前向关联和后向关联等),产业的波及效果(包括产业感应度和影响力、生产的最终依赖度以及就业和资本需求量)等^[1]。

旅游产业的经济关联由旅游产业关联方式、关联分析和关联度等内容构成。旅游产业关联方式是指旅游产业与相关产业或部门发生联系的依托或基础,以及产业之间相互依存的不同类型,是分析产业关联程度的切入点或分析依据之一。旅游产业关联度较高,通过旅游产业的辐射效应与乘数效应,可以带动其它相关产业发展,使其成为核心产业并具有重要作用。根据国际上的研究,旅游涉及国民经济的 109 个产业,按国内的实际操作,旅游涉及 39 个部门,对与之关联的建筑、交通、饭店、餐饮、娱乐、商贸、工艺美术以及工农业的许多行业都能起到直接或间接的带动作用^[2]。同时,旅游产业具有创造增量的特性,使其发展主要依靠创造增量,而不是争夺存量,可使旅游业的各个相关部门、相关行业锦上添花,成为构建和谐社会的融合点。

2. 旅游产业整合理论

整合是将两个或两个以上的要素通过相同点或相异点的有效组合、重组直至融合、共生,使现存共有资源达到良性组合的最优化状态,即通过动态的综合使其系统更加完整与和谐。因此,整合的过程和结果是现代市场资源的充分发挥与合理配置。产业整合实际就是产业链的并购重组,产业整合的本质是以企业为主体,以产业为构架,促进产业优化发展^[3]。旅游产业整合是指以旅游企业为主体,以产业为框架的市场整合,对旅游产业和相关配套支持产业进行资源的合理配置、优势互补,使其相互协作,创造出比单一产业更大的协同效应。其目标是获取更好的经济、社会、环境效益,提高旅游产业竞争力,推动旅游产业健康发展^[4]。

[1] 丰志培,刘志迎:《产业关联理论的历史演变及评述》,载《温州大学学报》2005年第1期。

[2] 田里:《旅游经济学》,北京:高等教育出版社2002年版。

[3] 郭峦:《旅游产业整合相关理论探析》,载《商业时代》2009年第18期。

[4] 王科:《基于产业整合理论的区域旅游产业竞争力提升研究》,武汉:华中师范大学硕士论文2008年。



旅游产业整合路径包括前向整合与后向整合。旅游产业的前向整合既包括对上游产业的整合,也包括对外部环境的整合。旅游产业对上游产业的整合主要通过市场机制的自组织行为完成。旅游产业外部环境整合重点关注旅游产业的运行环境,主要包括法制环境、政策环境、认知环境等,这些环境属于旅游产业不可自主的外生变量,需要借助政府的力量进行整合。旅游产业的后向整合也是旅游产业的内部整合,旅游产业内部整合主要包括旅游产业结构整合、旅游产业内各主要行业内部结构整合、旅游产品整合、旅游区域布局整合、旅游营销整合、旅游信息资源整合等^[1]。

3. 旅游产业集群理论

产业集群(industrial clusters)是美国学者迈克尔·波特(Michael E. Porter)1990年在《国家竞争优势》一书中正式提出的。其所下的定义为:在特定领域中,一群在地理上临近、有交互关联性的企业及相关法人机构,并以彼此共通性和互补性相联结。但波特同时也认为,产业集群的适当定义要视该产业所处的竞争区间以及所应用的战略而定。

旅游产业本身的强关联是形成产业集群的内在动力,其作为一个连接旅游主体(旅游者)和旅游客体(旅游对象)的产业,涉及众多行业和部门,这些相关联的行业、部门的共性使它们在同一的地理区域范围内聚集,由此促进旅游产业集群的形成。旅游产业集群是由围绕特定区域的旅游核心吸引物而聚集的与旅游市场和旅游活动密切相关的旅游核心产业、旅游依托产业及各种旅游组织和相关辅助机构等形成的。一般来说,旅游产业集群的构成要素可以分成三个层次:第一层为旅游产业集群的核心层,即旅游核心吸引物;第二层是旅游要素供应层,在旅游资源外围聚集着旅行社、饭店、宾馆、交通运输、商品零售、娱乐设施等服务性产业;第三层是相关辅助层,由旅游依托产业及各种旅游组织和相关辅助机构组成,包括目的地基础设施和公共服务^[2]。

[1] 郑胜华:《旅游产业整合的概念、原理和方法》,载《企业经济》2003年第7期。

[2] 李凤霞:《图们江增长三角旅游产业集群发展研究》,长春:东北师范大学2005年。

第二章

全域化视角下区域旅游发展模式

用全域化的视角来探讨区域旅游的发展，是将旅游地看作一个整体、一个完整的旅游系统，系统内部各子系统良性互动、循环，运作机制详见图 2-1，最终实现“处处都是旅游景点，事事都是旅游服务”的全域旅游形态。笔者通过全域化旅游吸引物建设、全域化旅游服务体系建设、全域化旅游产业融合及全域化旅游设施建设四个方面来进行探讨。

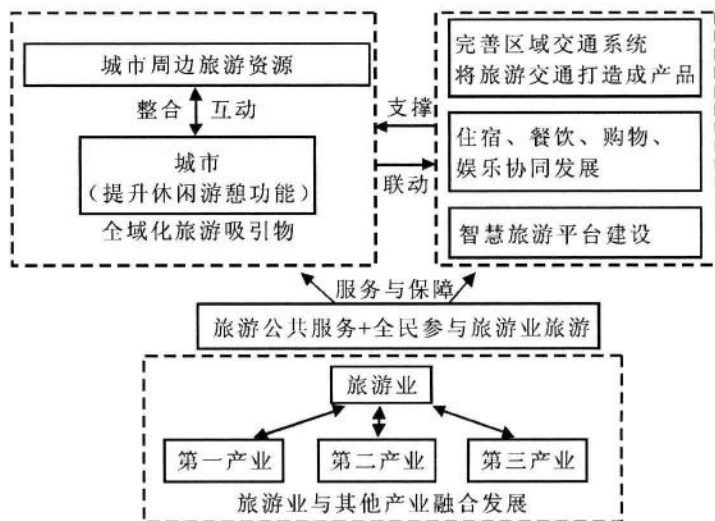


图 2-1 全域化旅游发展的模式

一、全域化旅游吸引物建设

全域化旅游吸引物的建设是全域旅游发展的核心，是全域化旅游发展能得以实现的基础。全域化旅游吸引物是将整个目标区域看作是一个大的旅游资源，