

XIUXIANXING LüYOU MUDIDI
PEIYU YANJIU
LILUN SHIZHENG GEAN

休闲型旅游目的地

培育研究

理论·实证·个案



罗明义 许南垣 徐虹 朱晓辉 等著



科学出版社

休闲型旅游目的地培育研究

——理论·实证·个案

罗明义 许南垣 徐 虹 朱晓辉 等 著



科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是在现代休闲经济发展背景下,针对人们日益增长的休闲旅游需求,结合国内外有关休闲型旅游目的地理论研究和实践,从加快休闲型旅游目的地培育角度,全面分析了休闲型旅游目的地培育的理论基础、形成机制、发展模式及培育特点;并以我国旅游大省云南省为例进行了实证分析和研究,提出了加快休闲型旅游目的地培育的总体思路、主要任务、重点内容和对策措施;还通过对不同个案的深入研究,为推进休闲型旅游目的地培育提供了典型示范和不同路径。

本书适合作高等院校旅游管理专业研究生、本科生的教材和教学参考书,也可供旅游行业管理部门、旅游企业、旅游投资开发企业等工作人员参考和阅读。

图书在版编目(CIP)数据

休闲型旅游目的地培育研究:理论·实证·个案 / 罗明义等著.
—北京:科学出版社,2013
ISBN 978-7-03-037410-3

I. ①休… II. ①罗… III. ①旅游点-经济发展-研究-中国
IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 092533 号

责任编辑:杨 岭 朱小刚 / 封面设计:墨创文化
责任校对:郝 悦 / 责任印制:邱志强

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号
邮政编码:100717
<http://www.sciencep.com>

四川煤田地质制图印刷厂印刷
科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2013年5月第 一 版 开本:16 (787×1092)
2013年5月第一次印刷 印张:17
字数:380千字
定价:64.00元

前 言

随着经济社会的迅速发展,人们收入水平增加和生活质量改善,休闲旅游需求逐渐成为人们生活的重要组成部分,从而要求在旅游开发建设中,加强休闲旅游目的地建设,以更好地满足人们日益增长的休闲旅游需求。因此,本书就是在云南财经大学旅游学院和南开大学旅游服务学院共同承担合作研究的云南省省院省校教育合作人文社会科学研究项目“云南休闲型旅游目的地培育与品牌创新研究”成果基础上,进一步深化研究和概括提炼形成的。同时,为了增强本书的实践指导性,还通过对昆明世博新区、大理州鹤庆县、楚雄州元谋县及南华县咪依噜风情谷休闲型旅游地培育进行深入调查和研究,形成了本书的4个休闲型旅游地培育的典型个案。

本书共分为四篇。第一篇理论研究,主要通过对有关休闲、休闲旅游、休闲型旅游目的地等相关概念辨析,并结合国内外有关休闲型旅游目的地的理论研究和实践,对休闲型旅游目的地培育的理论基础、形成机理、发展模式及培育特点进行了理论分析,为培育休闲型旅游目的地提供科学的理论指导;第二篇实证研究,重点以云南省为例,通过对云南休闲型旅游目的地培育的实证分析和研究,深化对休闲型旅游目的地培育的重要性认识,并结合云南旅游发展实际,提出加强云南休闲型旅游目的地培育的总体思路、重点内容、主要任务和具体措施等;第三篇专题研究,通过对云南六大旅游区休闲型旅游地培育定位、目标和特色的深入分析研究,为推进休闲型旅游目的地培育提供了理论依据和实践指导;第四篇个案研究,通过对昆明世博新区、大理州鹤庆县、楚雄州元谋县和南华县咪依噜风情谷这4个休闲型旅游地培育的个案研究,进一步充实和丰富了休闲型旅游目的地培育的理论内容,并对休闲型旅游目的地培育实践具有现实的指导意义。

本书由云南财经大学罗明义教授负责全书的设计、统撰、修改和定稿;云南财经大学许南垣教授、南开大学徐虹教授、云南财经大学朱晓辉副教授负责部分文稿的组织撰写和统稿;参与本书研究撰写的人员还有南开大学的李天元教授、姚延波副教授和黄晶副教授,云南财经大学的梁南黔副教授、谢洪忠副教授、普国安副教授、文南薰副教授、陶颖副教授、刘云副教授、李雪松副教授、王静讲师和尹戟讲师,云南大学的杜靖川教授、吕宛青教授、李云霞教授、赵书虹副教授、杨萍副教授、毛剑梅讲师和陈伟讲师,云南师范大学的符继红副教授,云南旅游职业学院李莉叶副教授等;同时还有云南财经大学、南开大学、云南大学和昆明理工大学的部分博士、硕士研究生参与了专题研究、个案研究的部分撰写和资料收集整理等工作。

本书的出版得到了云南省省院省校教育合作人文社会科学研究项目基金的支持;得到了云南省旅游局、云南财经大学、南开大学、云南大学和云南世博旅游控股集团有限公司,以及昆明市、大理州鹤庆县、楚雄州元谋县、南华县政府及云南省各州市旅游局的协助和支持;省内外有关专家、学者也对本书提供了许多好的修改意见;同时在研究

和撰写过程中还参考了国内外许多学者的研究成果；科学出版社对本书出版给予了精心安排，在此一并表示衷心的感谢。

由于本书从理论研究、实证研究、专题研究到个案研究，不仅内容涉及面较广，而且研究领域跨度也较大，因此不足之处在所难免，敬请读者提出批评指正。

罗明义

2012年10月5日于昆明

目 录

前言

第一篇 理论研究	(1)
第 1 章 休闲型旅游目的地及相关概念辨析	(3)
1.1 休闲与旅游概念的辨析	(3)
1.2 观光、休闲、度假旅游的辨析	(6)
1.3 休闲旅游产品概念和类型	(9)
1.4 休闲型旅游目的地概念和特征	(12)
1.5 休闲型旅游目的地培育的重要性	(16)
第 2 章 休闲型旅游目的地理论研究进展	(18)
2.1 关于休闲和旅游的研究	(18)
2.2 关于休闲旅游的研究	(22)
2.3 关于休闲型旅游目的地的研究	(23)
2.4 关于休闲型旅游目的地比较研究	(25)
2.5 关于休闲型旅游目的地品牌的研究	(29)
第 3 章 休闲型旅游目的地培育的理论分析	(32)
3.1 休闲型旅游目的地培育的理论基础	(32)
3.2 休闲型旅游目的地形成机理分析	(35)
3.3 休闲型旅游目的地发展模式分析	(38)
3.4 国内外休闲型旅游目的地培育分析	(40)
第二篇 实证研究	(45)
第 4 章 云南休闲型旅游目的地培育现状分析	(47)
4.1 云南旅游发展历程分析	(47)
4.2 云南旅游发展特点分析	(49)
4.3 云南旅游目的地培育发展分析	(53)
4.4 云南旅游品牌培育的进程分析	(54)
4.5 云南旅游发展的 SWOT 分析	(55)
第 5 章 云南休闲型旅游目的地培育的总体思路	(61)
5.1 云南休闲型旅游目的地培育原则	(61)
5.2 云南休闲型旅游目的地培育目标	(62)
5.3 云南休闲型旅游目的地培育布局	(66)
5.4 云南休闲型旅游目的地产品培育	(69)
5.5 云南休闲型旅游目的地品牌创新	(71)

第6章 云南休闲型旅游目的地培育的主要任务	(75)
6.1 抓住机遇,推进旅游综合改革发展试验	(75)
6.2 突出重点,加强旅游基础和配套设施建设	(78)
6.3 面向市场,加快休闲旅游产品开发建设	(80)
6.4 加强营销,大力开拓国内外休闲旅游市场	(84)
6.5 结合实际,加强休闲旅游人才的培养	(85)
6.6 注重诚信,提升休闲旅游服务质量和水平	(87)
第三篇 专题研究	(91)
第7章 滇中城市休闲型旅游目的地培育研究	(93)
7.1 滇中地区旅游发展现状和特点	(93)
7.2 滇中城市休闲型旅游地培育条件分析	(98)
7.3 滇中城市休闲型旅游地培育目标和任务	(100)
7.4 滇中城市休闲型旅游地培育的总体布局	(103)
7.5 滇中城市休闲型旅游地培育的建设重点	(105)
7.6 滇中城市休闲型旅游地培育的主要措施	(108)
第8章 滇西北文化生态休闲型旅游地培育研究	(111)
8.1 滇西北旅游发展现状和特点	(111)
8.2 滇西北文化生态休闲型旅游地培育条件分析	(117)
8.3 滇西北文化生态休闲型旅游地培育目标和任务	(120)
8.4 滇西北文化生态休闲型旅游地培育布局和重点	(123)
8.5 滇西北文化生态休闲型旅游地培育的主要措施	(127)
第9章 滇西南生态文化休闲型旅游地培育研究	(129)
9.1 滇西南旅游发展现状和特点	(129)
9.2 滇西南生态文化休闲型旅游地培育条件分析	(133)
9.3 滇西南生态文化休闲型旅游地培育目标和任务	(136)
9.4 滇西南生态文化休闲型旅游地培育布局和重点	(140)
9.5 滇西南生态文化休闲型旅游地培育主要措施	(144)
第10章 滇西康体养生休闲型旅游地培育研究	(146)
10.1 滇西旅游发展现状与特点	(146)
10.2 滇西康体养生休闲型旅游地培育条件分析	(151)
10.3 滇西康体养生休闲型旅游地培育目标和任务	(152)
10.4 滇西康体养生休闲型旅游地培育布局和重点	(155)
10.5 滇西康体养生休闲型旅游地培育主要措施	(159)
第11章 滇东南喀斯特风光休闲型旅游地培育研究	(161)
11.1 滇东南旅游发展现状和特点	(161)
11.2 滇东南喀斯特风光休闲型旅游地培育条件分析	(165)
11.3 滇东南喀斯特休闲型旅游地培育目标和任务	(167)
11.4 滇东南喀斯特风光休闲型旅游地培育布局和重点	(171)
11.5 滇东南喀斯特风光休闲型旅游地培育的主要措施	(173)

第 12 章 滇东北红土高原休闲型旅游地培育研究	(175)
12.1 滇东北旅游发展现状和特点	(175)
12.2 滇东北红土高原休闲型旅游地培育条件分析	(178)
12.3 滇东北红土高原休闲型旅游地培育目标和任务	(183)
12.4 滇东北红土高原休闲旅游地培育布局和重点	(187)
12.5 滇东北红土高原休闲型旅游地培育的主要措施	(189)
第四篇 个案研究	(191)
第 13 章 昆明世博城市休闲型旅游地培育研究	(193)
13.1 世博城市休闲型旅游地培育条件	(193)
13.2 世博城市休闲型旅游地培育思路	(196)
13.3 世博城市休闲型旅游地培育布局	(198)
13.4 世博城市休闲型旅游地建设重点	(200)
13.5 世博城市休闲型旅游地市场营销	(201)
13.6 世博城市休闲型旅游地培育措施	(203)
第 14 章 鹤庆高原水乡休闲型旅游地培育研究	(206)
14.1 鹤庆高原水乡休闲型旅游地培育条件	(206)
14.2 鹤庆高原水乡休闲型旅游地培育思路	(209)
14.3 鹤庆高原水乡休闲型旅游地培育布局	(213)
14.4 鹤庆高原水乡休闲型旅游地建设重点	(220)
14.5 鹤庆高原水乡休闲型旅游地市场开拓	(225)
14.6 鹤庆高原水乡休闲型旅游地培育主要措施	(229)
第 15 章 元谋文化养生休闲型旅游地培育研究	(231)
15.1 元谋文化养生休闲型旅游地培育条件	(231)
15.2 元谋文化养生休闲型旅游地培育思路	(234)
15.3 元谋文化养生休闲型旅游地培育布局	(239)
15.4 元谋文化养生休闲型旅游地培育措施	(240)
第 16 章 南华咪依噜风情谷休闲型旅游地培育研究	(243)
16.1 南华咪依噜风情谷休闲型旅游地培育条件	(243)
16.2 南华咪依噜风情谷休闲型旅游地培育思路	(246)
16.3 南华咪依噜风情谷休闲型旅游地培育布局	(249)
16.4 南华咪依噜风情谷休闲型旅游地培育任务	(252)
16.5 南华咪依噜风情谷休闲型旅游地培育措施	(254)
参考文献	(257)

第一篇 理论研究

休闲型旅游目的地培育的理论研究，主要通过对有关休闲、旅游和休闲旅游，以及观光型、休闲型和度假型旅游目的地的概念辨析，并结合对休闲型旅游目的地研究综述，使读者全面了解和掌握国内外有关休闲旅游和休闲型旅游目的地的理论研究进展，以及国内外休闲型旅游目的地的发展实践。同时，结合对休闲型旅游目的地培育的理论基础、形成机理、发展模式及培育特点进行理论概括和分析，为培育休闲型旅游目的地提供科学的理论指导。

第1章 休闲型旅游目的地及相关概念辨析^①

休闲旅游,不仅是现代休闲经济和旅游业发展的重要内容,而且已成为人们日常生活不可缺少的重要组成部分。加强休闲型旅游目的地培育发展,为人们提供多样化的休闲旅游产品,既是满足人们日益增长的休闲旅游需求的客观要求,也是现代旅游发展的必然趋势。因此,对休闲型旅游目的地培育的理论研究,必须正确理解休闲与旅游的基本概念和特征,掌握休闲与旅游之间的差别;正确认识休闲旅游的内涵与特征,分析比较休闲旅游与观光旅游、度假旅游之间的区别和联系;明确休闲型旅游目的地的概念、内涵和特征,以充分认识培育休闲型旅游目的地的重要性。

1.1 休闲与旅游概念的辨析

在现代经济社会发展中,尽管休闲与旅游都是人们为了身心健康、消遣娱乐、文化交流等目的,利用闲暇时间而进行的休闲活动,但它们之间还是具有一定的差别。因此,要提高对休闲型旅游目的地培育的认识,首先必须对这两个既有联系、又有区别的概念进行辨析,以正确理解休闲与旅游的概念和特征,并掌握它们之间的区别和联系。

1.1.1 休闲概念和特征

休闲(recreation),作为人类经济社会发展中的重要社会现象之一,很早就引起人们的重视和研究。在我国古代,休闲主要指农田在一定时间内不事耕作而借以休养地力的措施,以及耕作者在农闲所构成的闲暇时间基础上,衍生和创造的一系列节庆、集会活动;以后随着社会生产力提高,劳动时间与闲暇时间逐渐分离,从而使休闲成为人们生活中最高层次的一种生活状态(叶文,2006)。而国外学者则认为休闲是人们生存、生活的一种状态,即一个人生命延续中不可缺少的重要内容,如古希腊先哲亚里士多德就认为休闲是“不需要考虑生存问题的心无羁绊”的一种状态,即人们从容、宁静、忘却时光流逝的一种生存状态(杰弗湍·戈比,2002)。

根据对国内外有关休闲概念认识的分析,结合现代经济社会发展的实际,我们将休闲定义为:“休闲是人们为了解除生活环境的外在压力和心理压抑,利用闲暇时间所进行的一种自由消闲的生活方式,是人类个体根据自身不同的偏好、习惯、价值观和消费能力,而进行的有利于个体身心放松、感悟人生、领略自我、促进自我发展的所有活动状态。”同时,根据对国内外有关休闲的研究和比较分析,我们提出现代意义上的休闲概念

^① 本章研究撰写人员为云南财经大学的罗明义教授、许南垣教授和朱晓辉副教授,南开大学的徐虹教授、李天元教授、姚延波副教授和黄晶副教授;南开大学旅游与服务学院的陈永昶、吴小天博士生,昆明理工大学管理与经济学院的罗冬晖博士生等参与研究和资料收集整理等工作。

应具有以下主要内涵特征。

1. 休闲的前提是闲暇时间

休闲的前提是要有闲暇或空闲时间,而且这种时间是为满足人们生存需要而进行各项劳作之外的时间,是一种人们可以自主和自由支配的时间,即通常所说的闲暇(leisure)时间,其是相对于劳作时间而言的。尤其是随着现代科技进步、生产力提高和带薪假日的增加,人们的闲暇时间越来越多,这为休闲的产生和发展奠定了重要的前提条件。

2. 休闲的核心是消遣娱乐

休闲的核心是指人们对闲暇时间的休闲活动,即人们利用闲暇时间来调剂生活、恢复体力和精力的各种消遣、娱乐等活动。从这个意义上讲,休闲并非指人们是否有闲暇时间,而应该是指人们在闲暇时间的休闲活动^①,既包括外出旅游、户外运动等室外休闲活动,也包括室内运动、文化娱乐等休闲活动,其真正体现了休闲的具体状态、内涵特征和活动过程等。

3. 休闲的本质是精神满足

休闲的本质体现的是人们从容安逸、没有任何压力的一种精神状态,即休闲产生和存在的价值,主要体现在人们通过休闲活动而调剂生活,恢复体力和精力,并感悟人生,领略自我,促进自我发展、自我完善与实现自由的精神满足之中,因此休闲的本质是人们精神上的满足。

通过以上对休闲概念和内涵特征的分析,可以看出休闲在人们生活中是一个内涵和外延都比较广泛的概念,其不仅是人们对闲暇时间的一种科学合理地使用,而且也同人们所从事的日常工作一样,是人类个体自我发展与自我完善的重要载体,因此是人类个体生存、生活和发展的重要组成部分。

1.1.2 旅游概念和特征

关于旅游(tourism)概念和定义,尽管国内外旅游理论界有各种各样的定义和表述,但目前国际上普遍使用联合国世界旅游组织(United Nations World Tourism Organization, UNWTO)于1991年在“旅游统计国际大会”上提出的建议,即将旅游定义为“人们由于休闲、事务和其他目的而到其惯常生活环境之外的地方旅行,其连续停留时间不超过一年的活动”。这一定义基本明确了旅游概念应该包括以下三方面的主要特征。

1. 旅游的目的性

联合国世界旅游组织,对旅游的目的和内涵作了明确界定,即旅游是指人们具有休闲、事务和其他目的的旅行活动,具体包括休闲度假、文化体验、探亲访友、商务会议、休学科考、康体健身等在内的旅行活动。这些旅行活动是为了满足特定的消费目的,而不是为了从访问地获得任何经济收益。简而言之,旅游是指不为获得经济收益的各种有目的的旅行活动。

2. 旅游的异地性

联合国世界旅游组织,对旅游的异地性作了明确界定,即旅游是人们为了达到其旅

^① 国内理论界把英文“leisure”错译为“休闲”,并以讹传讹,实际上英文中更为准确的“休闲”概念应该是“recreation”,对此刘德谦教授专门撰文提出比较,可参见刘德谦教授的《也论休闲与旅游》一文。

游目的,选择离开其惯常居住地而到异地的旅行活动。这个界定不仅区别于人们在惯常居住地的一般休闲活动,而且明确旅游是一种具有空间移动的活动,从而决定了旅游的空间流动性成为旅游的重要特征。

3. 旅游的时间性

联合国世界旅游组织,还对旅游的时间性也作了明确界定,即旅游主体(旅游者)在异地“连续停留时间不超过一年”。这一界定既排除了长久的移民活动和其他活动,同时也排出了其他可能超过一年以上的非旅游的旅行活动,从而明确了旅游人数的统计性特征,以便于世界各国、各地区对接待旅游人数的统计。

1.1.3 休闲与旅游的联系与区别

从以上对休闲和旅游概念、特征的分析可以看出,休闲和旅游既是两个不同的研究对象和领域,同时两者之间又有着类似的内容和极为密切的联系。因此,国外有些学者提出应当重视对休闲和旅游的联系研究,并将休闲理论应用到旅游研究中。例如,美国学者沃恩(Warn, 2002)在其 *Recreation & Tourism* 一书中,就用了一个非常经典的图来说明闲暇、休闲与旅游之间的相互联系和区别(图 1-1),以便于人们更好地认识和理解三者之间的关系。

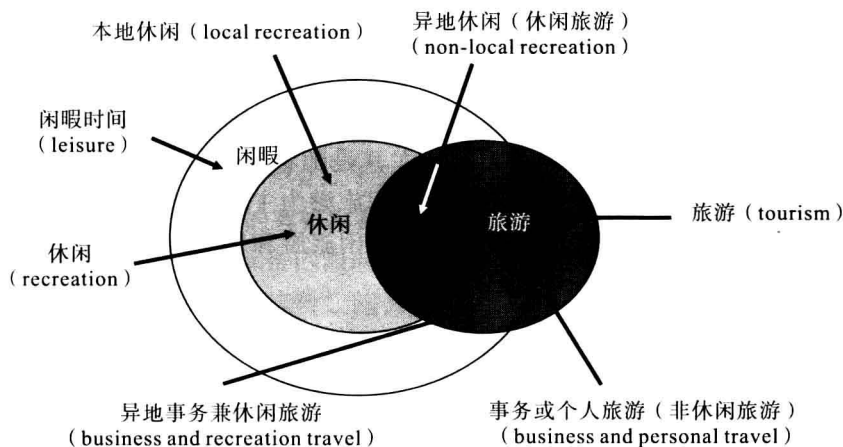


图 1-1 休闲与旅游关系图(根据沃恩的原图重绘)

1. 休闲与旅游的联系

根据对沃恩的经典图示分析,可以看出休闲与旅游的产生基础和相互之间的联系。首先,休闲和旅游的产生都取决于人们的闲暇时间(图中白色部分),因此人们的闲暇时间是休闲和旅游的必要前提和基础;其次,人们为了放松身心、寻求愉悦、消除工作或环境压力,可能会把一部分闲暇时间用于休闲活动(图中灰色部分),也可能会把一部分时间用于旅游(图中用点表示部分);再次,人们离开本地而到异地的休闲活动就构成了休闲旅游(图中黑色部分)和事务兼休闲旅游(图中深灰色部分)^①,因此休闲旅游实际上是休闲与旅游的结合,此外旅游除了休闲旅游和事务兼休闲旅游外,还有包括事务旅

^① 刘德谦教授认为把“business”翻译成“事务”,要比翻译成“商务”或“公务”更符合我国国情,我们赞同刘德谦教授的观点,在此也把惯常使用的“商务旅游”或“公务旅游”统一称为“事务旅游”。

游和私人旅游在内的非休闲旅游（图中用点表示部分）；最后，由于休闲与旅游具有部分重叠性，因此随着旅游业的发展，两个领域设施的重叠也是不争的事实。

2. 休闲与旅游的区别

根据对沃恩的经典图示分析，还可以明确看出休闲与旅游的区别，主要表现在以下4方面。一是休闲包括了本地休闲和异地休闲，其中异地休闲就是通常意义上所说的休闲旅游，因此旅游一般包括了离开异地的休闲、事务和非休闲的旅行活动，这是两者的重要区别之一。二是虽然休闲和旅游都取决于人们的闲暇时间，但休闲完全是取决于人们是否有闲暇时间；而旅游除了依赖闲暇时间外，也可能与人们的事务活动相关联，因此这是两者的关键区别之一。三是休闲的时间比较灵活，尤其是本地休闲可以利用零散的时间开展休闲活动；而旅游的异地流动性决定了往往需要较多和相对集中的闲暇时间，同时许多旅游活动往往是结合商务、公务及个人事务而进行的。四是休闲作为人们自我发展和自我完善的载体，已经不再是工作的对立面，而是与工作相互融合形成人们的一种生活方式和生存状态；而旅游作为一种脱离现实的短暂生活状态，虽然能够使人们身心暂时得到愉悦和放松，但最终还要回到现实生活中来；因此从这个意义上看，旅游只能是人们休闲的一种方式，或者说是基于休闲目的而进行的异地旅行活动。

1.2 观光、休闲、度假旅游的辨析

现代旅游，作为人们在一定时间内，离开惯常居住地而到异地进行的旅行活动，是伴随着人们的旅游需求变化而逐渐形成和发展的。从旅游的发展历程看，大约经历了古代旅行、近代旅游到现代旅游的发展过程，尤其是随着现代科技进步和经济社会发展，使现代旅游呈现出以观光旅游、休闲旅游、度假旅游为主的多样化旅游方式。然而，在理论研究和现实中，人们往往混淆观光旅游、休闲旅游和度假旅游的概念和内涵，因此有必要对这三个概念和特征进行比较和辨析。

1.2.1 观光旅游概念及内涵特征

观光旅游（sightseeing tour）又称为观景旅游，是以满足人们对各种自然景观、名胜古迹、异国风情、城市风光等观赏游览需求为主的旅游活动。观光旅游是在古代商贸旅行、文化旅行、休闲旅行、出使旅行等基础上，而最早产生的旅游方式，是人们为了增长知识、开阔眼界，以及摆脱日常生活的单调与工作环境等压力，前往异地进行的游览活动。从历史发展的角度考察，观光旅游具有以下主要内涵特征。

1. 观光旅游是文化体验活动

观光旅游的本质，一般是指人们对其惯常生活环境以外的各种自然景观、名胜古迹、民族风情、城市风光的自然美、文化美及人造景观美的感受和体验活动。同时，观光旅游也是人们的一种空间移动活动，即人们离开惯常生活环境到另一种环境中作短期停留，通过观赏异地风光，了解异国文化，体验异国风情，从而既满足对跨文化审美、交流和体验的需求，又达到放逸身心和休息放松的目的。因此，观光旅游是一种文化体验活动，文化是观光旅游的灵魂，旅游是文化传播的载体。

2. 观光旅游的出游成本较低

观光旅游的对象和内容，大多数是各种自然景观、名胜古迹、民族风情和城市风光

等,因此其旅游产品(或线路)开发成本较低,进而使观光旅游者的消费支出也较低。通常,在人们观光旅游的消费中,除了基本的食、住、行等花费相对较高外,其他游、购、娱等旅游活动的花费一般都比较低,从而使观光旅游的总花费一般较其他旅游活动都低。正因为观光旅游在大规模旅游发展初期阶段,比较符合人们的旅游需求和支付能力的实际,从而成为传统大众化的主要旅游方式。

3. 观光旅游的市场潜力较大

观光旅游的产生,通常是与一定阶段的经济社会发展水平相适应的,其既能满足人们休闲、求知和跨文化体验的旅游需求,又具有出游方便、价格便宜等特征,具有广泛的国际和国内旅游市场潜力,并迅速发展成为一种大众消费的传统旅游方式。从世界旅游发展进程看,最早发展的就是以各种名胜游览、古迹观赏、文化体验、商贸旅行为主的观光旅游;从我国改革开放以来旅游发展进程看,也是从入境观光旅游开始,以后逐步发展到国内观光旅游和出境观光旅游。

1.2.2 休闲旅游概念及内涵特征

休闲旅游,是人们以休闲为主要目的,以特定景观和服务项目为内容,以旅游设施为条件,离开惯常居住地而到异地逗留一定时间的观光游览、文化体验、娱乐消遣、休闲度假等活动的统称。休闲旅游注重的不仅是人们的感官体验,“更注重旅游者的精神享受”(方海川,2005),即强调人们在某一个闲暇时段内,通过一定的行为、思想、感情和活动,形成文化氛围、传递文化信息、构筑文化环境,从而使自己的身心、精神各方面得到提升,因此其与观光旅游的差别在于具有明显的消遣娱乐、文化交流等休闲特征。具体讲,休闲旅游的内涵特征主要有以下三方面。

1. 休闲旅游是休闲与旅游的有机结合

通常,休闲旅游必须同时具备闲暇时间和空间移动这两个基本条件,即以闲暇时间为前提,以异地旅行为目的,以接待设施为条件,以特定景观和服务项目为内容,离开惯常居住地而到异地逗留一定时间,进行包括观光游览、消遣娱乐、文化体验、休闲度假等在内的旅游活动。休闲旅游是随着人们闲暇时间增多和可自由支配收入提高,并在旅游地具有特色吸引物和配套服务设施条件下而逐渐形成和发展的,因此休闲旅游是休闲和旅游的有机结合。

2. 休闲旅游是以休闲为目的的旅游活动

休闲旅游与观光旅游相比,更注重旅游者的消遣娱乐、文化交流等精神享受,更注重充分利用闲暇时间来达到身心放松的休闲目的。因此,休闲旅游大多是与家人、朋友相伴,在相对比较固定的旅游地停留一段时间,以追求身心愉悦和精神享受;同时休闲旅游更注重其休闲性和体验性,更强调满足人们日益增长的物质文化需求、心理需求和精神需求,以不断提升人们的生活品质等。

3. 休闲旅游是以旅游为载体的休闲方式

人们的休闲方式是多种多样的,而休闲旅游既是众多休闲方式中比较重要的一种,也是通过旅游方式来达到休闲目的主要途径。因此,休闲旅游对于旅游目的地的旅游产品、服务设施和娱乐设施要求较高,往往需要品质更高的旅游产品和旅游环境,并追求与其惯常居住地具有一定环境、文化差异的休闲氛围,更注重旅游过程的娱乐性、参与

性和体验性。正是从这个意义上讲,休闲旅游是一种以旅游为载体的休闲方式,其健康发展必然依托于旅游业的发展。

1.2.3 度假旅游概念及内涵特征

度假旅游,是指人们利用假日外出旅游,进行以度假为主要目的,实现放逸身心、康健健身和满足精神需求的一种休闲旅游方式。度假旅游不仅是多样化旅游方式中的一种新兴旅游形式,也是现代休闲方式中的一个重要分支,尤其是随着经济发展和社会进步,以及在各种媒体、广告、时尚杂志等推波助澜下,度假旅游正在向以满足人们休闲、健身、舒适、优雅、品位与个性需求等为主要特点的方向发展,成为人们对于新的休闲方式的追求。具体讲,度假旅游具有以下主要的内涵特征。

1. 度假旅游是追求康体养生的休闲活动

度假旅游,一般都是以消闲、康体、养身等为主要目的的休闲方式,其与一般休闲活动相比,属于更高层次的休闲行为,更加强调宁静优美的环境,丰富多彩的生活,愉悦快乐的活动,以及能够增进身心健康的度假休憩和高质量服务,以达到消闲、健身、享受和身心愉快的目的。因此,随着人们收入不断增加、生活质量提高、生活方式转型和消费需求升级,度假旅游日益成为人们休闲的重要方式之一。

2. 度假旅游是一种异地度假的旅游活动

度假旅游,既是随着人们带薪假期增多而出现的一种休闲方式,也是人们离开惯常生活环境而到异地进行度假的一种旅游方式。特别是度假旅游的目的是追求消闲、健身、放松和享受等,使人们不仅对度假旅游地的环境有更高要求,而且对度假旅游地的选择更加理性,甚至往往有相对固定偏好的度假旅游地,如海滨度假地、森林度假地、湖泊度假地、温泉度假地、高尔夫度假地等。

3. 度假旅游是逗留时间较长的休闲旅游

度假旅游与传统观光旅游、一般休闲旅游相比较,最大的特征是其以特定的假期(如带薪假期、重要节假日、黄金周等)为前提,因此其休闲旅游的特点比较明显,一般在度假旅游地的逗留时间也较长;同时,由于度假旅游对配套设施要求较高,决定了度假旅游的消费支出也较多,因而对度假旅游地所在地区的经济带动力更强,从而使度假旅游地成为现代旅游开发建设与发展的重点。

1.2.4 观光、休闲、度假旅游的关系

通过上文对观光旅游、休闲旅游、度假旅游三者概念和内涵特征的辨析,可以看出三者之间既有明显区别,也有内在的密切联系。因此,为了理论分析的需要,还必须进一步深入分析和把握三者之间的区别和联系。

1. 观光、休闲、度假旅游的区别

观光、休闲、度假旅游三者之间的区别主要体现在以下三方面。一是功能不同,观光旅游的功能是游览和观赏,是以旅游者追求感官上的刺激、冲击和审美为核心的;休闲旅游的功能是消遣和娱乐,是以旅游者追求身心放松、文化体验和精神消费为核心的;度假旅游的功能是康健健身和养生,是以旅游者追求休闲、健康和享受为核心的。二是基础不同,观光旅游的基础通常是以食、住、行、游、购、娱等旅游要素为保障;而休

闲旅游的基础虽然也以食、住、行、游、购、娱等旅游要素为保障,但更加注重满足精神上的需求;度假旅游的基础则更加强调环境的舒适、良好的度假设施和高品质的服务等。三是地位不同,观光旅游是现代旅游发展的初级阶段,主要是以大众化、经济型的旅游活动为主;休闲旅游虽然也是大众化的旅游活动,但更是比观光旅游层次更高的精神消费型的旅游活动;而度假旅游则是最高层次的健康、享受型的旅游活动。

2. 观光、休闲、度假旅游的联系

从观光、休闲、度假旅游三者之间的联系看,三者都属于现代旅游的内容和方式,都是现代旅游产品的重要组成部分,并且三者之间具有相互包含和融合的密切联系。其中,休闲旅游是内涵和外延最广泛的旅游方式,不仅一定程度上包括了观光旅游,也包括了度假旅游和其他各种类型的旅游活动;观光旅游既包含休闲的性质,也包括非休闲的旅游活动;度假旅游是休闲旅游的一种方式,但也不排除度假旅游中也会包括观光旅游的内容。

综上所述,从现代旅游理论研究的需要出发,可以对观光、休闲、度假旅游进行明确区分,以便于进行深入地分析和研究。但在现代旅游实践中,观光、休闲、度假旅游三者之间往往是相互交融和密切联系的,有时甚至是无法明确区分的,这也是人们往往把休闲与度假旅游统称为“休闲度假旅游”的重要原因,因此,我们更不能够把三者作为严格对立的旅游方式来区别看待。

1.3 休闲旅游产品概念和类型

根据上文对观光、休闲、度假旅游概念的比较分析,可以看出,“所谓休闲旅游产品,是指为满足人们观光游览、文化体验、娱乐消遣、康体养生、休闲度假等休闲旅游消费需求,由旅游者和旅游经营者在市场上交换的包括食、住、行、游、购、娱等内容的各种物质产品和服务的总和”。由于休闲旅游的内涵和外延比较广泛,决定了休闲旅游产品不仅内容丰富,而且形式也多种多样,因此人们可以从不同角度对休闲旅游产品进行各种各样的分类。

1.3.1 按旅游市场交换对象分类

按旅游市场交换对象分类,一般可将休闲旅游产品划分为单项休闲旅游产品、组合休闲旅游产品和休闲旅游地产品三种主要类型。

1. 单项休闲旅游产品

单项休闲旅游产品,主要指旅游者在旅游活动中所购买和消费的有关住宿、餐饮、游览、娱乐等某一方面的物质产品或服务,如利用闲暇时间品尝美味餐饮、进行户外运动、体验民族风情或在某休闲度假地进行休闲活动等,以满足旅游者某一方面的休闲旅游需求。

2. 组合休闲旅游产品

组合休闲旅游产品,是指由旅游经营者根据人们的休闲旅游需求,把食、住、行、游、购、娱等多种旅游要素进行组合而形成的休闲旅游产品,因此也称为休闲旅游线路产品,其大多数是以满足旅游者的异地观光游览、文化体验、娱乐消遣等为主的休闲旅