

LÜYOUXUE

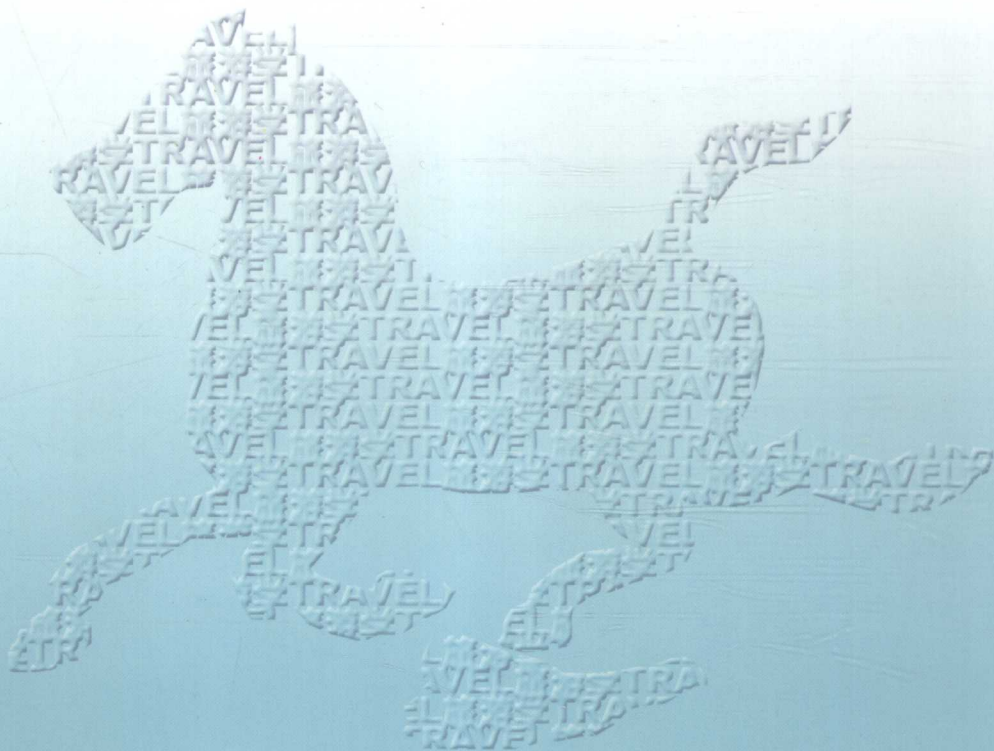
LÜYOUXUE

高等院校
旅游专业系列教材



度假区管理

师守祥 编著



南开大学出版社

◆ 高等院校旅游专业系列教材

◆ 南开大学出版社

◆ 师守祥 编著 ◆



度假区管理

图书在版编目(CIP)数据

度假区管理 / 师守祥编著. —天津: 南开大学出版社,
2008. 7

(高等院校旅游专业系列教材)

ISBN 978-7-310-02958-7

I. 度… II. 师… III. 风景区—经济管理—高等学校—
教材 N. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 101273 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 19.125 印张 2 插页 351 千字

定价: 33.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

前言

青岛大学旅游学院是全国最早开设度假区管理课程的院校之一，编写特色系列教材也列入学院教学改革计划，得到领导的鼓励和同事们热情支持。在课程教学讲义、专题研究资料的基础上，原本想编写一本体系结构完整的教材，但动笔之后才发现，原来的设想过于乐观，难以实现。主要原因在于我国度假区的研究十分薄弱，不仅成果积累少，而且存在分散、肤浅、重复等问题。基本概念尚没有达成一致、基础议题不明确、基础理论更没有建立起来。

同时，我们认为，作为旅游区的一种类型，度假区管理个性问题的研究更为有价值。故此，放弃了面面俱到的教材体例，就度假区管理中的重点议题进行了集中讨论。

二

以往的研究对度假地、度假区、度假村等概念不加区分，我们认为它们在理论上是不同的概念，在管理实践中则面临各不相同的问题。

度假地是一个世界通用的、倾向于地理学的概念。度假地范围可以很大，一个城市、一个地理区域都可以是一个度假地。因为它是边界模糊的地理概念，基本不存在进行管理的问题。

度假区在中国是一个“专属”概念，是经过政府部门报批成立的旅游综合区。不但强度假功能，还强调经济特性，重视政府管理功能，需经政府部门的申请、批准才能成立。度假区往往是旅游度假地的组成部分，具有明确的边界与范围，通常有统一的管理机构。一个度假地可以包含多个度假区、度假村、

度假酒店等。

度假村仅指一个接待企业，度假村的概念与区域、行政管理等概念无关，也没有专门的机构进行审批和授权。度假村的管理属于微观的企业管理，而且与一般的接待企业并没有显著差异。

基于这样的认识，我们在写作中强调了政府管理。内容安排上共有 12 章，第 1 章导言：中国现代化进程中的度假旅游，就度假旅游研究中的诸多缺乏依据的流行观点进行了讨论，譬如中国旅游产品向度假转型的问题。第 2、3 章是基本问题的理论研究。

政府管理所涉及的内容安排在第 4~7 章，有度假区申报、评级，度假区政府管理，度假区规划、建设，度假区游客管理等。第 8~12 章为分类型研究。我们重视理论问题的研究，除第 2、3、6 三章是理论问题的集中讨论外，其他章节中，对涉及领域的已有研究成果都进行了总结梳理、评论。同时考虑到后续研究及教学的方便，也增加了代表性的资料内容。

三

著作的出版是集体智慧的结晶，写作中参考了大量文献资料，除了文中列举的，有的资料，特别是网络资料因无署名作者，在此对这些文献的作者们一并表示感谢！

写作过程中，兰州城市学院城市经济与社会管理学院陈丽丽参与了第 7 章度假区游客管理的编写；江苏盐城师范学院商学院旅游系孙琨参与了第 10 章城郊休闲度假区的编写。

需要感谢的还有南开大学出版社的彭海英老师、李冰老师，从选题策划阶段就给予指导，为著作的编写做出了许多贡献。

师守祥

于青岛大学 浮山公寓

2008 年 4 月

目 录

1 引言：中国现代化进程中的度假旅游	1
1.1 旅游：中国人生活的新元素	1
1.2 景区开发与经营面临新挑战	3
1.3 酒店业将逐步进入消费升级与行业整合共同驱动时期	4
1.4 寻找休闲、度假旅游市场是未来的趋势	5
1.5 中国旅游产业新思路：休闲与度假	5
1.6 中国式度假旅游的深入探讨	5
1.7 中国具备发展度假旅游的条件	11
1.8 中国度假旅游的“复合模式”	14
本章重点文献	16
相关网站	16
2 度假区基本概念体系	17
2.1 度假	17
2.2 分时度假	18
2.3 度假旅游	19
2.4 休闲与休闲旅游	22
2.5 旅游度假地	26
2.6 旅游度假区	26
2.7 度假村	28
2.8 度假酒店	29
2.9 概念比较	29
思考题	30
本章重点文献	31
相关网站	32

3 度假旅游发展与度假区建设	33
3.1 度假区研究综述	34
3.2 旅游度假区的分类.....	36
3.3 主要的几类度假地.....	39
3.4 国外度假旅游与度假地发展.....	41
3.5 我国度假旅游与旅游度假区的发展	46
3.6 旅游度假区的活动与设施.....	49
思考题.....	51
本章重点文献	51
相关网站	52
4 度假区申报、评级	54
4.1 度假区申报	54
4.2 省级旅游度假区设立审核.....	55
4.3 省级旅游度假区总体规划审核	56
4.4 旅游度假区的等级评定.....	58
附件 4.1 国家旅游度假区评定标准	59
附件 4.2 旅游区(点)质量等级的划分与评定(节选)	62
相关网站	67
5 度假区政府管理	74
5.1 度假区信息收集	74
5.2 度假区项目管理系统应用	79
5.3 度假区市场调查	103
相关网站	108
6 度假区规划、建设	109
6.1 旅游规划管理评论.....	110
6.2 度假区建设的机会成本.....	112
6.3 度假区选址	114
6.4 度假区的独特吸引力.....	116
6.5 了解度假客人	120
6.6 主题度假区规划	125
6.7 城郊度假区规划	133
思考题.....	146
本章重点文献	146

7 度假区游客管理	147
7.1 概念体系	150
7.2 游客管理研究综述	152
7.3 我国游客管理现存的问题	156
7.4 游客管理创新模式——人本管理模式	157
7.5 度假区游客管理案例	164
思考题	172
本章重点文献	173
8 滨海旅游度假区	175
8.1 滨海度假区研究综述	176
8.2 国外海滨度假旅游发展	177
8.3 我国滨海旅游度假区开发条件分析	178
8.4 海滩与海水浴场评价	183
8.5 世界著名海滩	194
8.6 中国最美的海岸	196
8.7 中国滨海旅游度假区	199
附件 8.1 海水浴场环境监测技术规程	205
思考题	210
本章重点文献	210
相关网站	211
9 温泉旅游度假区	212
9.1 温泉度假资源	213
9.2 中国温泉资源	216
9.3 国外温泉旅游度假区建设	216
9.4 中国历史上的温泉开发	218
9.5 中国温泉度假区建设	222
9.6 “中国温泉之乡”	226
9.7 我国温泉旅游度假区	227
9.8 温泉旅游标准研究	232
附件 9.1 中国温泉之乡（地热城）申报及审批程序	232
附件 9.2 《重庆市温泉旅游服务质量规范标准》	234
思考题	245
本章重点文献	246
相关网站	246

10 城郊休闲度假区	247
10.1 文献综述	248
10.2 城市周边地区发展休闲旅游产业的基础和条件	253
10.3 城市周边的非都市化地区具有的优势	255
10.4 城郊休闲度假旅游的特点	257
10.5 城郊休闲旅游度假区的类型	258
10.6 城郊休闲度假旅游区的开发与设计	259
10.7 城郊休闲旅游度假地的运营管理	264
10.8 城郊休闲度假区的营销管理	267
10.9 城市周边度假区经营研究	269
思考题	275
本章重点文献	275
11 滑雪度假区	278
11.1 滑雪运动	278
11.2 滑雪产业	280
11.3 我国主要的滑雪度假区、滑雪场	281
思考题	285
本章重点文献	285
相关网站	285
12 国家级旅游度假区	286
12.1 大连金石滩国家旅游度假区	286
12.2 青岛石老人旅游度假区	289
12.3 江苏太湖旅游度假区	290
12.4 上海佘山旅游度假区	292
12.5 杭州之江旅游度假区	293
12.6 武夷山旅游度假区	294
12.7 湄洲岛旅游度假区	294
12.8 广州南湖旅游度假区	295
12.9 海南亚龙湾旅游度假区	295
12.10 北海银滩旅游度假区	296
12.11 昆明滇池旅游度假区	297
思考题	298
相关网站	298

导言：中国现代化进程中的度假旅游

1.1 旅游：中国人生活的新元素

中国经济的持续高速增长给国人带来的不仅仅是收入水平的提高，国际地位的显著提高，更在悄然转变着人们的生活方式。

中国经济的持续高速增长，带动了人均GDP和可支配收入的增长。根据第一次全国经济普查资料，1979~2004年我国GDP平均每年递增9.6%，有将近一半年份的年增长速度超过了10%。而同一时期世界年平均增长速度在3%~4%之间。1979~2004年我国人均GDP平均每年递增8.3%¹。特别是最近的2003~2007年，经济增长率均超过10%（图1.1），成为改革开放以来，也是建国以来经济社会发展最强劲、最稳健的时期。

其间伴随着恩格尔系数的下降（见表1.1），为国人消费升级、由物质逐步转向服务消费提供了坚实的基础。因此，无论是从社会经济发展，还是人文要求的角度看，合理的休闲、度假旅游需求的发展将成为中国人现代生活发展的必然。

2007年，我国旅游业依旧保持了较快增长，入境旅游、国内旅游和出境旅游三大市场全面增长。全年旅游业总收入1.09万亿元人民币，相当于国内生产总值比重的4.42%。

1 金碚.1978年以来中国发展的轨迹与启示.中国工业经济,2007(5)

2003~2007年国内生产总值及其增长速度

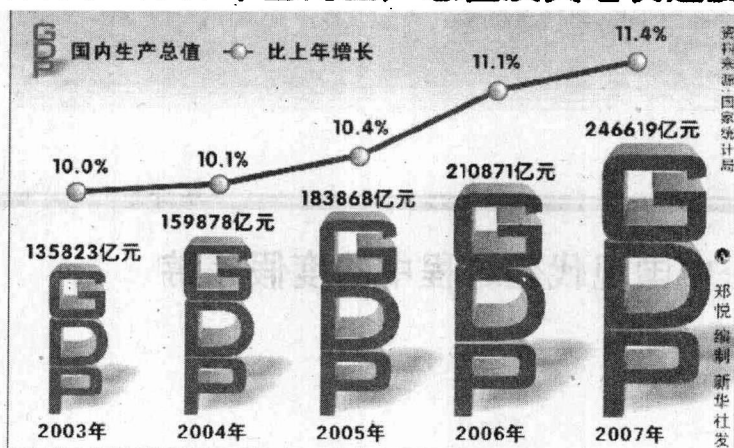


图 1.1 中国国内生产总值增长加速

资料来源：《中华人民共和国 2007 年国民经济和社会发展统计公报》中华人民共和国国家统计局，2008 年 2 月 28 日

表 1.1 城乡家庭人均收入及恩格尔系数

年份	城镇居民家庭人均可支配收入		农村居民家庭人均纯收入		城镇居民家庭	农村居民家庭
	绝对数 (元)	指数 (1978=100)	绝对数 (元)	指数 (1978=100)	恩格尔系数 (%)	恩格尔系数 (%)
1978	343.4	100.0	133.6	100.0	57.5	67.7
1980	477.6	127.0	191.3	139.0	56.9	61.8
1985	739.1	160.4	397.6	268.9	53.3	57.8
1990	1 510.2	198.1	686.3	311.2	54.2	58.8
1995	4 283.0	290.3	1 577.7	383.6	50.1	58.6
2000	6 280.0	383.7	2 253.4	483.4	39.4	49.1
2005	10 493.0	607.4	3 254.9	624.5	36.7	45.5
2007	13 786.0		4 140.0		36.3	43.1

资料来源：《中国统计年鉴 2006》中国统计出版社，2006

1.1.1 入境旅游稳步增长

2007年，我国入境旅游市场继续呈现出发展态势，入境旅游人数达1.32亿人次。其中：入境过夜旅游人数达5 472万人次。国际旅游（外汇）收入达419

亿美元。

1.1.2 国内旅游业快速增长

2007年，我国国内旅游出游人数和旅游收入均保持两位数的增幅。全国国内旅游人数达16.1亿人次。全国国内旅游收入7771亿元人民币（参见表1.2）。随着我国经济的发展和人民生活的改善，旅游、度假有着良好的潜力。

表 1.2 国内旅游情况

年 份	旅游人数（百万人次）	旅游收入（亿元）	人均花费（元）
2000	744	3 175.5	426.6
2001	784	3 522.4	449.5
2002	878	3 878.4	441.8
2003	870	3 442.3	395.7
2004	1 102	4 710.7	427.5
2005	1 212	5 285.9	436.1
2006	1 394	6 230.0	446.9
2007	1 610	7 771.0	482.6

资料来源：《中国统计年鉴 2006》；2007年数据来自邵琪伟局长在2008年全国旅游工作会议上的讲话，2008年1月18日

1.1.3 出境旅游发展快

我国公民出境旅游虽然历史不长，但发展很快，已经形成了一定的规模，并继续保持发展势头。2007年出境旅游达4095万人次，增长18.6%，保持亚洲最大出境旅游客源国的地位。

1.2 景区开发与经营面临新挑战

从严格意义上来说，我国的绝大多数景区（自然风景、历史名胜古迹、自然保护区、遗址公园……）是全社会的财富，就其原始状态而言，应不属于任何个人、企业，甚至不属于地方政府。在发达国家，风景名胜大多是由国家财政拨款用于建设维护支出，即使设有门票，也仅是收取十分低廉的费用用于维持景区工作人员的工资和景区日常开销。在中国，虽然风景名胜名为全民所有，但由于按照属地管理原则，实质上是为地方政府所有并经营管理。把原本属于全民的旅游资源进行区域瓜分和部门独占，以无偿获得的资源为基础，策划包装成项目，或投入政府资金，或招商引资进行开发。

中国旅游业作为最早对外开放的产业部门,在改革开放初期承担着创汇、吸引外商投资的历史重任,但以中国当时十分薄弱的经济基础和政府财力,除极少数重点景区能够获得政府补贴外,大多数景区主要是在地方政府的主导下开展经营活动。因大部分景区面临着基础设施建设、市场营销等巨额投入,在此过程中以景区经营权为基础开展的招商引资乃至上市融资成为当时历史条件下的发展选择。

然而,近几年随着居民收入水平的持续提高以及旅游产业的快速发展,各地景区门票纷纷提价,部分景区门票一次性涨幅高达100%以上,社会各方面反应十分强烈,有关资源所有权、景区经营权归属、门票性质等问题的讨论再次升温。对此,国家发改委于2007年1月底发布了关于进一步做好门票价格管理工作的通知(以下简称《通知》)。《通知》明确了门票价格应充分体现公益性的特征,不能片面强调经济利益,《通知》对门票在不同价格区间的每次调整幅度、调整频率以及相关调价的公示、申报制度进行了原则性的规范。至此,过去几年间一直广受争议的景区门票提价问题终于在国家发改委的一纸《通知》规范下“尘埃落定”,景区门票提价将受到国家相关政策规范。在国家目前日益强调建设“和谐社会”、保证大多数群众的平等权利,公民权利意识不断提升的背景下,景区管理部门逐渐感受到门票提价往往会受到来自各方面的压力。对此,有关方面也表现出更为谨慎的态度。有不少的城市已免费开放公园或部分时段免费。

无论门票提价所面临日益沉重的社会压力,还是游客过度扩张所带来的环境压力,“门票+游客”之简单营利模式终将遇到发展瓶颈,面向休闲、度假的旅游消费升级,景区需逐步推进资源的深度开发,完善旅游目的地功能建设,并在此基础上,面对需求更为多样化、消费升级的休闲、度假旅游,需要对市场进行细分,实施差异化的经营。

1.3 酒店业将逐步进入消费升级与行业整合共同驱动时期

伴随着中国改革开放程度的提高,对于全球酒店业发展历程、生产组织方式、经营模式等产业运行认识的不断深入;在收入水平提高、消费不断升级的背景下,中国酒店业正经历由传统星级酒店主导的市场向星级酒店品牌经营和以客房经营为核心、多层次经济型酒店双轨发展的市场格局演变,消费升级所引起的高星级酒店扩容、发展以及经济型酒店的高速成长将是未来相当长一段时间里中国酒店业运行的重要特征,其间伴随市场竞争和产权制度改革的深

入，行业内的整合也将更为频繁。

1.4 寻找休闲、度假旅游市场是未来的趋势

中国目前的旅游服务行业，市场参与者众多，竞争激烈，但在休闲、度假旅游消费需求日趋多样化、个性化的背景下，如何实现在线服务低成本运营和传统旅行社旅游产品设计、要素组价两种运营模式的有效结合将成为在线旅游服务提供商和传统旅行社都必须加以解决的问题。在此过程中，优秀旅游服务供应商利用自己的品牌优势、客户资源及其对于旅游产业的深刻理解，作为产业“粘合剂”，在酒店、景区等其他产业环节进行战略布局，通过业务整合和品牌延伸，开发会议奖励旅游，个性化休闲、度假旅游等细分市场领域，实现企业价值的复合式增长。

1.5 中国旅游产业新思路：休闲与度假

随着中国民众闲暇时间增多、财富增加、交通便利程度提高、对休闲期望的改变以及消费选择的增多，中国休闲度假旅游将逐步进入快速发展阶段。

中国经济的持续高速增长，带动了人们收入和生活水平的提高，为国人消费升级、由物质消费逐步转向服务消费提供了有利基础，无论是从社会、经济发展进程，还是人文要求的角度看，合理之休闲、度假旅游消费需求必将成为中国人现代生活发展的必然。

1.6 中国式度假旅游的深入探讨

经济的持续高速增长使得中国已逐步进入小康社会，人们在满足经常性生活消费需求的同时，用于娱乐、影视、运动、旅游等升级消费的支出也不断增加。我们认为，随着中国民众闲暇时间增多、财富增加、交通便利程度提高、对休闲期望的改变以及消费选择的增多，中国休闲、度假旅游将逐步进入快速发展阶段，并将呈现出停留时间长、以散客和家庭式组织方式为主、复游率高、形成“度假+观光”的发展模式和凸显文化需求等特点。市场条件已基本具备，休闲、度假旅游将实现“中国式”发展。

对中国休闲度假旅游产业发展进行展开和进一步分析之前，我们认为，十分有必要对有关问题加以厘清，以使我们对我国休闲度假旅游产业发展能有

一个更为深刻的认识。

1.6.1 度假旅游的层次问题

在我国，最早提出旅游层次问题的是陈传康教授。陈教授认为，旅游者的旅游活动行为分三个层次，即基本层次、提高层次和专门层次（图1.2），而休养疗养旅游属于专门层次旅游行为。¹

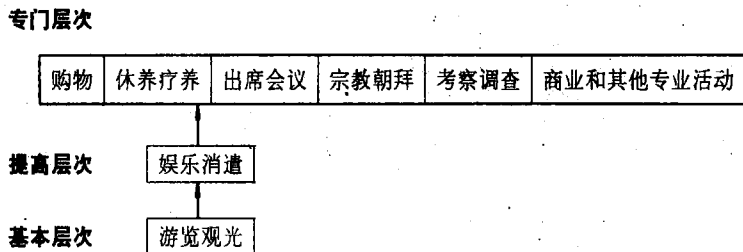


图 1.2 旅游行为层次的框架图式¹

陈教授的原文指出：“游览观光是旅游的最起码要求，旅游区、点若缺乏观光基础，便谈不上旅游，所以观光旅游是旅游行为的基本层次。娱乐消遣旅游包括一是旅游活动有一定观光基础，但实际上以娱乐为主；二是游客到旅游目的地后，在游览观光之余，进行娱乐活动。娱乐活动可以提高和丰富旅游活动的内容，属于旅游活动的提高层次”，并强调“不同旅游点的旅游行为层次是各有侧重的，可以对旅游行为层次的组合结构进行专门的研究”。可见，原文所指是旅游活动过程的行为层次。此后，这一观点广为流传，引用者要么没有尊重原文的观点，要么自行演绎，并且不恰当地用来描述不同旅游产品类型特征，甚至作为分类依据。目前流行的观点是：观光旅游是旅游产品中最基本、最常规产品，其内容较为单一，客人停留时间短，消费水平比较低，总体效益不高，是旅游发展初级阶段的表现，是低层次的旅游。度假旅游则是以消闲、健身为目的的旅游，其特点是停留时间长，项目多，活动内容丰富多彩，多为中高档消费，经济效益高，是高档次的旅游产品。

我们认为这种观点本身存在不严密之处，就对旅游产品的层次而言，按照观光、购物、娱乐、度假等加以区分明显存在分类上的误区。旅游的功效是多方面的，观光旅游、度假旅游只是满足不同需求的旅游产品形态，不存在等级高下问题。不同的旅游产品之间不存在替代关系，因此把它们对立的观点是错

¹ 陈传康. 区域旅游发展战略的理论和案例研究. 旅游学刊, 1986(1): 14~20

误的。

以花钱多寡、停留时间的长短等作为标准评判旅游层次高低是不恰当的，数据也无法证实这一点。全国范围内连续多年的统计、调查显示：在我国城镇居民旅游花费中，度假休闲的花费并不高，不仅一直低于观光旅游的花费，而且差距总体上在拉大（见表1.3），农村居民用于度假的花费就更少了。从旅游逗留时间分析，2006年城镇居民国内观光游在外过夜3.5天，度假游在外过夜3.8天，相差0.3天，同样没有表现出明显的差异来。这与我国学者普遍认为的度假旅游逗留时间长、花费高，是高层次旅游的观点不符。

表 1.3 中国城镇居民国内旅游人均花费构成 （部分项目 元/人）

年份	观光游览	探亲访友	度假休闲	观光与度假绝对差（变率）
1993	291.8	281.2	280.6	10.6（3.78%）
1999	721.5	555.9	484.7	165.4（34.12%）
2000	729.7	548.3	483.4	181.4（37.53%）
2001	868.3	575.9	441.1	292.4（66.28%）
2002	836.3	727.4	479.2	108.9（22.73%）
2003	725.4	646.3	477.1	79.1（16.58%）
2004	847.8	611.6	533.5	236.0（44.24%）
2005	858.3	668.5	497.3	189.8（38.16%）
2006	887.4	751.6	543.7	343.7（63.22%）

注：20世纪90年代的多数年份国内旅游抽样调查把观光、度假合为一项；

资料来源：相应年份《中国旅游抽样调查报告》

1.6.2 旅游发展的阶段与转型问题

我国旅游业谋求产品“转型”由来已久，1992年国务院发布的《关于试办国家旅游度假区有关问题的通知》（国发1992〔46〕号）中就指出：“为进一步扩大对外开放，开发利用我国丰富的旅游资源，促进我国旅游业由观光型向观光度假型转变，加快旅游事业发展，国务院决定在条件成熟的地方试办国家旅游度假区。”此后，在我国旅游界，关于“我国旅游业将从传统的观光旅游向度假旅游转型”这个观点逐渐成为主流观点，甚至认为发展休闲度假旅游是我国旅游产业转型与升级的必然选择¹。

20世纪90年代，我国旅游主管部门在积极促进度假旅游的发展方面大动作频频。1992年国务院批准在全国建立了12个国家级旅游度假区；1996年国家旅游局推出“度假休闲旅游”主题年活动；1997年“中国旅游年”中，国家

1 王莹. 杭州国内休闲度假旅游市场调查及启示. 旅游学刊, 2006(6): 44~48

旅游局推出以国家和省级旅游度假区为依托的“海韵、湖光度假”专项产品，度假休闲旅游线成为国家旅游局向海内外推荐的16条旅游精选线路之一。

在国家旅游业“十五”计划（2000~2005）中，旅游主管部门将度假旅游的发展与度假区建设作为旅游业发展的重点。国家旅游局提出的旅游度假区的发展目标是“要在国务院批准的12个国家旅游度假区的基础上，将一批条件比较成熟的省级旅游度假区和外资建设的度假区批准为国家旅游度假区，以增加国家旅游度假区的数量，扩大国家旅游度假区的规模；把集中力量抓好海南热带海岛海滨度假地的建设作为全国开发旅游度假产品的重点；把青海、甘肃、新疆、黑龙江建成暑季度假旅游的新的热点地区，分流东部海滨压力，促进西部大开发；其他地区要在“十五”期间，规划建设一批借助山间、湖畔、林地、温泉等区位和资源优势的旅游度假地，以形成度假产品的多样化；环城城市度假设施要更加适应家庭式旅游的需求，逐步增加和调整经营项目，不断提高服务质量”。¹

与旅游产品“转型论”密切相关的另一个概念是中国旅游发展的“阶段论”。1996年，吴必虎博士在博鳌亚洲旅游论坛上提出：“‘中国旅游发展的三大阶段’，即第一阶段是从1978年到90年代初，比较流行质量比较低的观光旅游；第二阶段是90年代中后期，旅游产品的品种多样化，将观光、度假、文化休闲等产品组合起来的供给体系；第三阶段是2002年以后²，为了满足更高需求，旅游产品将提高到以度假旅游休闲为主的时代”³。近年，“中国进入‘休闲时代’”、“中国旅游进入度假时代”等在政府文件、官员讲话、规划文本、学术文献中广泛使用。

现在回过头来看，政府高层和学界所谓的“转型论”、“阶段论”在理论上还需深入探讨，近年有些文献开始怀疑该命题是否成立⁴。这里提出的问题主要有对中国旅游发展规律的认识是否准确？发展阶段的把握是否恰当？从实践层面看，国家级度假区试办已有15年，再无发展增加，原来的度假区基本成了“城市开发区”，转型努力不太成功。中国旅游不论从产品供应方还是需求方看，变化是缓慢的，看不到“拐点”，没有出现阶段性与转型的现象。中国旅游目的中的观光游览比例一直很高（表1.4），且总体在上升（1999年的数据无

1 中华人民共和国国家旅游局. 中国旅游业发展“十五”计划和2015年、2020年远景目标纲要. 北京：中国旅游出版社，2001，71

2 吴必虎的原话无法检出，后来的引用有差异，刘松在《休闲、度假与中国旅游业发展阶段分析》一文中是：“第三个阶段是到2020年后，为了满足更高需求，旅游产品将提升到以度假休闲旅游为主的时代”。

3 转引自：刘思敏，陈蓉. 走出“从观光旅游向度假旅游转型”的误区（上）. 中国旅游报，2007-8-8（13）

4 刘思敏，陈蓉. 走出“从观光旅游向度假旅游转型”的误区（上）. 中国旅游报，2007-8-8（13）；王大悟. 旅游度假区开发观论析——对当前旅游规划中若干问题的思考. 旅游科学，2006（2）：13~17；郑保全. 我国旅游业非转型不可吗？中国旅游报，2007-8-29（13）