

“美丽中国”视阈下 宜游城市测度及路径提升 ——以陕西为例

谭志喜 著

中国社会科学出版社

“美丽中国”视阈下 宜游城市测度及路径提升 ——以陕西为例

谭志喜
著

中国社会科学出版社

内容简介

本书通过梳理已有研究成果，建立起美丽中国旅游学的基本理论框架，在廓清大美陕西及宜游城市的概念、内涵及外延的基础上，构建了宜游城市评价指标体系。通过对陕西省自然地理、历史人文、社会发展等深入调查，剖析了陕西“因何而美”，运用宜游城市指标体系测度了“到底多美—各美其美”，基于此，再对陕西各个城市进行形象定位，进一步提出了“如何更美”的建设路径。

湖北省高校人文社会科学重点研究基地
鄂西生态文化旅游研究中心研究成果

湖北民族学院省属高校优势特色学科群
应用经济学学科建设经费资助

“美丽中国旅游学”理论框架的初步探索

(代序言)

孙根年

2012年11月8日，党的十八大在北京召开，大会报告提出：“把生态文明建设放在突出地位，融入经济建设、政治建设、文化建设、社会建设各方面和全过程，努力建设美丽中国，实现中华民族永续发展。”由此，“美丽中国”进入公众视野，成为时代的强音及我国经济建设和社会发展的目标。“美丽中国”醒亮靛眼，冲击和激励着亿万民众的心弦，牵动着各地区各行业的敏感神经，也成为各地区各行业的奋斗目标，推动着经济建设、政治建设、社会建设、文化建设与生态文明相融合的“五位一体”布局，推进了全面建设社会主义小康社会、努力实现中华民族的伟大复兴之路。

“美丽中国”蕴含着令人向往的目标。从环境的组织与建设来看，“美丽中国”指向：“生态空间山清水秀，生产空间集约高效，生活空间宜居适度”，以此来实现生态中国梦；从社会发展和环境利用来看，“美丽中国”包括宜居、宜业、宜游三大方面，其中，宜居和宜业是基础，而宜游则是在此基础上的提高层次，既让来自世界各地的游客在领略优美自然风光、悠久历史文化的同时，也能充分感受到我国经济发展、社会建设、环境美化带来的美好。

旅游业是一个发现美、规划美、建设美、鉴赏美，并由筑美路、促美行，建美景、成美游，建美屋、住美房，品美食、鉴美味，带动城乡建设、社会发展、收入增加的美丽产业。十八大提出建设“美丽中国”，为旅游业发展提供绝好历史机遇，可以依托“美丽中国”建设之势，让旅游与生态的自然美、历史的人文美、发展的和谐美相联

结,推动资源开发与品牌景区建设;凭借“美丽中国”建设之势,促进旅游业与相关产业的融合,增大旅游投资、发展全域旅游;借助“美丽中国”建设之势,提升旅游对外营销宣传和形象塑造,繁荣旅游产业。

在该理念指导下,我与张辉教授、严艳副教授、谭志喜博士、冯庆博士探索“美丽中国”与旅游学的关系,提出建设“美丽中国旅游学”的思想。经过两年的讨论,我将讨论所得编辑成“大美陕西与品牌景区建设”课件,先后在陕西省干部理论班讲授5次,并应邀在海南大学、湖北民族学院、洛阳师范学院等高校做学术报告5场。什么是“美丽中国旅游学”,综合几年的所思所想,可归纳为以下几点。

(1)“四问四答”的理论框架。①因何而美:探索美的成因和形成因素,着重从自然环境、历史文化、工程建设等方面,探讨“美丽中国”的形成机制,分析各要素美是怎样形成的;②到底多美:是美的评价与比较,构建“美丽中国”评价指标体系,着眼特定区域(城市、乡村)的调查,开展宜居宜游性评价,挖掘亮点、分析存在问题;③美有何用:是关于美丽景点资源利用和价值测评的问题,着重从资源开发、景区建设、旅游利用、游憩价值测评等方面,分析美丽资源的旅游利用和游憩价值测评。④如何更美:美的建设,着重品牌景区与发展规划。

(2)“六要素”美的建设。即从吃住行游购娱六要素出发,探讨“美丽中国旅游学”的要素建设,主要包括:①筑美路、促美行,修建风景道绿色路,一路风景一路行;②建美景、成美游,为人们提供美丽的视觉享受;③建美屋、任美房,为游客提供舒适、宜居的住宅享受;④品美食、鉴美味,为人们提供美丽的味觉享受;⑤产美物、供美货,为游客提供珍贵和有纪念意义的购物需求;⑥话美谈、唱美戏,为游客提供优美的视听享受,让游客在快乐和愉悦中完成旅游生活。以此提升旅游业发展的品质,促进中国建成世界旅游强国之梦。

(3)形象塑造和对外营销宣传的需要。放眼世界,现代旅游业的发展,正在从资源导向、市场布局转向体验深挖与形象营销,如何在世界旅游营销中占据有利地位,最关键的是塑造美丽的形象,在提高

知名度和美誉度的同时，触发旅游者购买欲望和出游行动显得尤为重要。“美丽中国”提升了往日国家形象营销的水准，成为旅游营销中对外宣传的国家新形象，既涵盖山川美、历史美、文化美和人文美，又展示中华大地，山更绿、水更清、天更蓝、空气更清新、社会更和谐的建设成果。总之，“美丽中国”不仅代表了我国旅游的国家形象，也是对世界的一种承诺。其理由如下：一是符合中国旅游的本质特征和核心优势，反映了生态美的自然特征和历史文化美的本底，符合旅游求知审美的终极追求；二是内涵丰富，包括风景道、品牌景区、舒适住宿、多样文化、独特餐饮、优质服务等，有利于全面优化和提升国家旅游形象的亲和力。

2012年9月，谭志喜来到西安求学，在我门下攻读博士研究生。当时“美丽中国”的概念刚刚提出，经过一年的学习讨论后，其自告奋勇愿以“美丽中国旅游学”为题开展研究。因“美丽中国”命题宏大，需选准一个切入点，从理论到实践进行深入探讨。在进行了前期预研和发表了3篇小论文之后，最终确定以“大美陕西宜游城市测评”为突破口，因为在现代旅游业发展中，城市作为目的地、客源地、中转站的功能与作用不可替代，尤其是随着供给侧改革的深入推进，城市处在功能定位的高端，必将在未来的市场分异中占据有利位置。

经过两年的艰苦研究，2015年12月通过博士论文答辩，又经过一年的修改补充，他的专著《“美丽中国”视阈下宜游城市测度及路径提升——以陕西为例》一书将要与读者见面。作为谭志喜的博士生导师，本研究的指导者和讨论者，首先要为志喜取得的成绩点赞，恭贺本书的正式出版。因为，本书包含了志喜三年的艰苦摸索，同时也是国内第一本以陕西为案例地，进行宜游城市定量测评与提升路径研究，初步展示“美丽中国旅游学”理论框架的学术专著。

在本书出版之际，应作者之约为其写个序，我感到有必要介绍本书的理论框架和几点创新之处，以方便大家阅读：

本书立足于“美丽中国”建设，研究“美丽中国”与旅游业发展的关系，初步探讨了“美丽中国旅游学”的理论框架。作者在分析

了“美丽中国”提出的时代背景，综述了国内外相关文献的基础上，初步构建了“美丽中国旅游学”“四问四答”的维度框架。并以陕西为案例，着眼“因何而美”“到底多美”“美有何用”“如何更美”四个问题的研究，形成“大美丽陕西宜游城市测评及提升路径”的逻辑体系。作为美丽中国旅游学的区域实践研究，较系统地体现了“四问四答”的理论框架。

从自然生态美、历史人文美、建设文化美三个维度，探索了大美丽陕西的形成因素和资源禀赋。在生态的自然美方面，他从大地构造分析了黄土高原、关中平原、秦巴山地的形成，描述了众多山脉与河流的分布，以及由此形成的自然美景，如华山、太白山、壶口瀑布等；在历史的文化美方面，他梳理了以陕西为核心的中国历史的发展，特别是周秦汉唐的历史辉煌，描述了各时期著名的历史文化遗存，如黄帝陵、兵马俑、法门寺、西安城墙等；在现代文化建设之美上，分析了陕西经济建设、社会发展和城乡建设，特别是高等教育和科学技术的发展，如西安航天城、阎良航空城等，展示了以科技教育为中心的人文发展之美。正因具备了，陕西才成为了我国西部的旅游大省，西安成为了国际著名旅游城市。

在文献梳理基础上构建了宜游城市测评指标体系。城市从诞生之初发展到今天，其规模、形态和功能已发生了翻天覆地的变化，从军事防御的“城”、商品交换的“市”，发展出工业城市、商贸城市、港口城市，现今又出现了宜居宜游城市。在世界旅游日趋大众化的时代，什么样的城市是宜游城市，本书在比较宜居性与宜游性的基础上，界定了宜游城市的概念，从旅游吸引力，交通可达性，旅游信息，设施与服务能力，旅游业绩，环境适宜性，社会包容性，经济生活性七个维度，构建了宜游城市测评的指标体系，并采用专家咨询和层次分析方法，确定了多层次综合评价的权数分配，解决了“美丽中国”宜游城市定量测评的一个关键问题。以此为基础，将“美丽中国旅游学”从概念阐述，推向基于实地调查基础上的实证研究，为“到底多美、各美其美”提供了测评依据。

深入实地调查开展陕西城市宜游性评价研究。作者赴陕北榆林、

延安等地进行实地,深入秦岭深处的安康、商洛调查,收集旅游资源与A级景点数据,计算交通可达性与路网密度,查阅各地市旅游、经济、社会数据,建立了较为完整的数据库。在室内计算编程,利用相关软件进行分析计算,完成了大美陕西十地市宜游性定量测评,从总指数将十地市划分为3个、4个等级进行对比;从各指标分类上评述了十地市的各美其美。这是对于陕西地域宜游城市的首次定量测评,为陕西十地市宜游城市建设提供了定量分析结论。

“以评促建”探索大美陕西宜游城市提升路径。陕西作为华夏文明的发源地,省城西安更是十三朝古都,也是世界著名的旅游城市。在旅游资源禀赋上,陕西拥有多处能代表国家形象的拳头产品,譬如秦兵马俑为世界文化遗产,来华访问近百个国家的政要均参观过;黄帝陵为中华民族的人文始祖,是寻根祭祖的精神符号。展望未来发展,陕西城市旅游如何在“宜居宜业”的基础上,实现“各美其美”、提升旅游综合功能?作者从“扬长补短、提升正能量、消除负能量”的角度,对其进行了系统的探索。如西安、宝鸡、渭南,在充分挖潜历史文化遗产的基础上,消除雾霾、改善空气质量;陕南的汉中、安康、商洛,要打破交通瓶颈,加强旅游基础设施建设,大力发展生态旅游,充分展示山川林水的生态美。另外,作者还从陕西旅游的地域结构出发,提出了“以关中为躯干、两翼展翅”的“鹰”形战略。所有这些政策建议,既来源于对城市宜游性的分析测评,也符合未来大美陕西宜游城市建设的实际需求,具有重要的现实意义和参考价值。

本书以陕西为案例地,以宜游城市定量测评为切入点,是将“美丽中国”建设与旅游业相结合的学术专著。综观本书,研究目标明确,逻辑体系严密,内容系统完整,在“美丽中国旅游学”体系思辨,宜游城市指标体系构建,陕西十地市定量测评,提升路径构想等重要章节,都综放出了不少智慧火花。当然,作为他本人的处女作,对问题的探索并非尽善尽美,如对理论的探讨欠缺一定深度,以量表的形式测定城市的宜游性,从供给侧改革探讨提升路径等,不乏商榷推敲之处。好在作者始终脚踏实地,谦虚向学,对问题进行不懈的探

索，不断鞭策自己更进一步。

书山有路勤为径，学海无涯苦作舟。做学问本就是苦乐相间、不断探索的过程，只有不停地克难奋进，才会在学术的大海中留下一点印迹。仅此为序！

2017 年 7 月

摘 要

2012年,党的十八大首次提出建设“美丽中国”的理念,受到各行各业的积极响应,并成为国家建设的重要内容。旅游业是展示“美丽中国”的平台,也是建设“美丽中国”的轴心产业。2013年,国家旅游局首次尝试推出“美丽中国之旅”活动;2014年,确定主题为“美丽中国之旅——2014智慧旅游年”;2015年,主题定位为“美丽中国——2015丝绸之路旅游年”。

2011年,我国城乡居民出游率超过150%,这一进程的不断推进,使旅游内化为居民生活的刚性需求,促进了旅游业的迅猛增长。城市作为国内旅游的目的地、客源地、中转地,已撑起整个现代旅游的空间骨架。

宜游城市是旅游业与城市同轨发展、深度融合的产物,与“美丽中国”建设耦合。大美陕西是“美丽中国”建设的有机组成部分,本书依据生态文明、城市品牌、旅游美学等理论,遵循“理论架构—构建指标—定量测度—建设路径”的思路,运用理论分析与定量计算相结合的方法,框定大美陕西与宜游城市之间的内在逻辑,构建宜游指标体系,进行分区域、单城市综合测度,以结果定位区域、城市形象,提升建设路径。主要结论如下:

(1) 界定一个概念:宜游城市。在“美丽中国”的理念下,宜游城市是指建立在宜居基础上,具有独特吸引力且能较好满足旅游者需求的城市,与行政上市以及市辖县(区)的范围相对应,从中观层面界定城市旅游的空间范围。

(2) 探讨一个关系:大美陕西与宜游城市。“美丽中国”理念提出后,受到理论界与业界重视,成为治国理念与理论研究、产业发展

的耦合。城市是接纳游客的重要场所,是“美丽中国”建设的主阵地。大美陕西是“美丽中国”的有机组成部分,宜游城市是大美陕西的核心,建设好宜游城市就能凸显出大美陕西的“亮点”。

(3) 构建一套指标并进行测评:运用演绎法,辨析文献,通过界定宜游城市的概念,在厘清内涵、外延及特征的基础上,从彰显正能量、削减负能量两个层面,构建包括7个维度、19个评价因素、64个指标的宜游城市测评体系,并对陕西十地市进行宜游城市测评。结果显示:①旅游吸引力方面:南北低、中间极高;交通可达性方面:南低、中高、北次高;旅游信息、设施与服务能力方面:中北高、南低;旅游业绩方面:中部高、南北低、南比北高;环境适宜性方面:北低、南高;社会包容性方面:中间高、南北低;经济生活性方面:两头低、中间高。②前四个因素综合结果呈优、差搭配四种组合,后三个因素综合结果呈优优与差差组合分化。③对单个城市进行SWOT分析并以雷达图直观呈现宜游性;将陕西十地市聚类分为3类、4类,通过两者对比,分为4类较为合理,与研究假设吻合;检验综合结果与各评价综合层之间的相关性,结果显示各因素之间关系显著。

(4) 提出建设路径:综合评价结果,着眼于宏观战略与形象塑造,提出提升路径,将陕西比作“大鹏”,提出旅游腾飞战略,分区域与城市形象定位实现建设构想。①分区域。关中地区:核心主轴——鹏之躯干;陕北地区:黄土风情——鹏之北翼;陕南地区:山水秦岭——鹏之南翼。②分城市。西安:千年帝都、丝路起点;宝鸡:炎帝故里、垂名青铜;咸阳:秦都咸阳、帝陵之乡;渭南:“渭”峨华夏、险峻华山;铜川:药王仙山、独树一果;延安:革命圣地、寻根之城;榆林:锦绣榆林、绿色沙旅;汉中:三国属蜀、颐养福地;安康:“硒”世“镇”宝、安乐康泰;商洛:商山洛水、峡谷体验。对区域和单个城市的建设要素排序,进行建设探讨,引导陕西建成全国地位重要、区域优势突出、城市布局合理、适宜游客旅游的综合型、多功能城市活动圈。

本书的主要创新点有:

(1) 旅游视角下的“美丽中国”探究,旅游业(学)是一个发

现美、鉴赏美、建设美的产业，与“美丽中国”建设有着千丝万缕的联系。基于此，分别从四个维度进行研究：因何而美——从旅游资源的视角出发探讨美的成因、机制；到底多美——从旅游美学的视角进行美的评价、比较；美有何用——从旅游经济学、伦理学视角分析美的效用、价值；如何更美——从旅游管理的视角思考美的建设、形象定位等。试图以此建立“美丽中国”旅游研究的理论框架。

(2) 在“美丽中国”的理念下，注重城市建设与旅游业发展的有机融合，循着城市发展历史脉络——城→市→城市→宜居城市→宜游城市，进行理论分析，辨识城市功能的变化，对比宜居与宜游，提炼宜游城市概念，廓清内涵、外延、特征及地域空间范围。

(3) 基于宜游城市概念、内涵、外延、特征及地域空间范围，经过“述评→借鉴→考量→重生”四个阶段，构建相对合理的宜游城市指标体系，包括7个评价维度、19个评价因素、64个评价指标；综合专家意见，运用层次分析法确立各指标的权重。

关键词：宜游城市；指标体系；提升路径；大美陕西

Abstract

In 2012, the 18th CPC National Congress first proposed the construction of “Beautiful China” concept which got the positive response of the industries and became an important part of the national construction. Tourism is a platform to display the Beautiful China, but also an axis industry to the construction of Beautiful China. In 2013, the National Tourism Bureau launched the “Beautiful China Tour”. The year of 2014 was confirmed as “Beautiful China Trip – 2014 Years of Wisdom Tourism”; In 2015, it was further positioned as the “Beautiful China-Silk Road Tourism”.

In 2011, the travel rate of China's urban and rural residents had been more than 150%. The tourism has internalized as the rigid demand for residents, and promoted the rapid growth of tourism industry. As the destination of domestic tourism, tourist's origin and transit points, cities have supported the entire modern tourism space frame.

The appropriate tourism city is the product of the development of tourism and city, and it is historically accompanied with the construction of “Beautiful China”. As an organic part of the construction of “Beautiful China” in Shaanxi, the great beauty of Shaanxi is a sample of “Beautiful China” and the appropriate tourism city construction. According to the theory of ecological civilization, urban brand, tourism aesthetics, urban tourism, the theory of “theoretical framework, constructing index, quantitative measure and construction path”, this paper used the combination of qualitative research and quantitative analysis, the frame of the box, the inner logic and the construction of the Shaanxi and the appropriate tourism city, the integrated

measures of regional and city, and the route of the appropriate tourism city. The main conclusions are as follows:

(1) Defining a concept: appropriate tourism city. Under the idea of “Beautiful China”, the concept of the appropriate tourism city should be built on the basis of the livable, with a unique appeal and can better meet the needs of tourists in the city circle. It should be corresponding with the administrative county (District) and should form a middle range of tourism city.

(2) Exploring a relationship: the great beauty of Shaanxi and the appropriate tourism city. After “Beautiful China” is put forward, the theory circle and the industry pay attention to, and become the coupling of the theory and theory research and industry development. City is an important place for tourists, as the main position of “Beautiful China”. Great Beautiful Shaanxi is an organic part of the “Beautiful China”, the city is the core of the great beauty of Shaanxi, the construction of Shaanxi’s “bright spot”.

(3) Building a set of indicators and making an evaluation: this paper sets an evaluation system with 7 dimensions, 19 evaluation factors and 64 indicators from the two aspects of revealing positive energy and reducing negative energy. This is all based on clarifying the connotation, extension and characteristics of the concept of appropriate tourism city by using the deductive method and analyzing the literature. The results showed that: ①Tourism attraction: it’s low in the north and south and totally high in the Middle part; Traffic accessibility: it’s low in the south and high in the north and higher in the middle; Tourist information, facilities and service capabilities: it’s high in the north and middle, low in the south; Tourism performance: it’s high in the middle and low in the north and south, but it’s higher in the south than in the north; Environment suitability: it’s low in the north and high in the south; Social inclusion: it’s high in the middle and low in the north and south; Economic life: it’s high in the middle and low in the north and south. ②The first four factors results show the combinations of excellent and poor

match, the latter three results show the combinations of excellent plus excellent and poor plus poor with the differentiation. ③The SWOT analysis and radar chart on each single city can show the tourism suitability. If the ten cities of Shaanxi are divided into 3 categories or 4 categories, the result showed that 4 categories would be reasonable. The correlation between the results and the comprehensive evaluations showed that the relationship among the factors was significant.

(4) Putting forward the construction path: after summarizing the evaluation results, this paper defined Shaanxi as a Garuda and put forward the tourism boom strategy. It tried to realize the construction ideas from different regions with cities' image orientation. Areas: Guanzhong Area: the core trunk—the Garuda's body; Northern Shaanxi: loess style—the Garuda's north wing; Southern Shaanxi: Qinling Mountains—the Garuda's south wing; The cities: Xi'an: Millennium Royal Park, the starting point of the Silk Road, Baoji: the hometown of Yan Di, a famous bronze city, Xianyang: Qin Dynasty's Capital, the township of the emperor's mausoleum. Weinan: in the south of Weihe River, Beautiful Huashan Mountain, Tongchuan: Yaowang Mountain, unique fruit, Yan'an: the root of the sacred place of the revolution, Yulin: beautiful Yulin, green sand trip, Hanzhong: good place for living, the old city of Shu Kingdom, Ankang: Selenium and peaceful place, Shangluo: Shang Mountain and Luo River, and canyon. This paper suggests that it should rank the elements of construction of the regions and cities and explore the construction path. Then Shaanxi could build a multi-functional tourist city circle with important status, regional advantages, reasonable layout, and tourism suitability.

The main innovation points of this paper are:

(1) Researching the "Beautiful China" from the perspective of tourism. Tourism (subject) is an industry of finding beauty, appreciating beauty and constructing beauty, and is inextricably linked with "Beautiful China" construction. Based on this, the author puts forward from four perspectives: why

the beauty—from the perspective of tourism resources of explore the beauty of the causes, mechanisms; How the beauty—from the perspective of aesthetics of tourism for the evaluation of beauty. Beauty is what—from tourism economics and ethics perspective analysis of the beauty of utility, value; How to be more beautiful—from the perspective of tourism management thinking construction of beauty, image positioning. It is trying to establish the framework of tourism research of “Beautiful China” .

(2) The organic fusion of the urban construction and the development of tourism is emphasized under the concept of “Beautiful China” . Following the historical linear, from town to market, to city, to residence-oriented city, to tourism-oriented city of urban development, the change of the city functions is identified according to theoretical analysis. The concept of tourism-oriented city is refined. Meanwhile, the connotation, denotation, characteristics and geographic space are clearly defined.

(3) Based on the concept, connotation, extension, characteristics and geographic space of the appropriate tourism city and the four stages of “commentary→reference→considerations→rebirth” , the relatively reasonable index system is constructed, which consists of 7 evaluation layers, 19 evaluation factors and 64 evaluation divisors. It synthesizes the experts’ suggestions and sets each index’s weights by hierarchy analyzing.

Key Words: Appropriate Tourism City; Index System; Improvement Path; Great Beauty of Shanxi