

国家社会科学基金项目（11BGL051）资助

休闲客流的空间扩散特征 与区域综合效应研究

李其原 游 磊 / 著



科学出版社

国家社会科学基金项目(11BGL051)资助

休闲客流的空间扩散特征 与区域综合效应研究

李其原 游 磊 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书在对国内外相关文献进行全面、系统评述的基础上,运用旅游流扩散理论、空间扩散模型和地理信息技术,以成都市为实证研究区域,首次围绕休闲客流空间扩散展开研究,分析休闲消费人群的人口学特征、规模结构特征、空间行为和空间分布规律,分析休闲客流(需求)的结构发育状况以及休闲产业区位的空间结构特征,讨论休闲客流空间扩散规律特征、动力机制、供求契合度以及区域综合效应,研究休闲客流扩散的流向、流量等因素对客源地和目的地区域经济及社会发展所产生的综合影响,分析我国休闲产业存在的问题并提出对策建议。

本书适合旅游管理部门决策人员及旅游管理、旅游公共管理相关专业的研究人员、研究生和本科生参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

休闲客流的空间扩散特征与区域综合效应研究 / 李其原, 游磊著. — 北京: 科学出版社, 2018.10
ISBN 978-7-03-059125-8

I. ①休… II. ①李… ②游… III. ①旅游客源-客流量-研究 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 240130 号

责任编辑: 张 展 孟 锐 / 责任校对: 王 翔

责任印制: 罗 科 / 封面设计: 墨创文化

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>

成都锦瑞印刷有限责任公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2018年10月第 一 版 开本: 787×1092 1/16

2018年10月第一次印刷 印张: 17 3/4

字数: 435 千字

定价: 98.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)



前 言

近年来,随着社会经济的快速发展,以“服务经济”为特征的休闲产业逐渐成为时代的主题。休闲是一种社会经济现象,是人们生活的重要组成部分,对人们的生活方式、生活质量、工作方式、思维方式等都产生了深刻的影响。同时,随着休闲文化的不断发展,休闲、生产、生活共同构成人类存在的三种形态,休闲对人们的日常生活结构、社会结构、产业结构、文化结构等产生了深远的影响。但是,纵观学术界,目前国内外关于休闲领域的相关研究还十分缺乏,在研究成果上还没有形成比较完善的理论结构体系。我国休闲学领域的相关研究起步落后于国外,对休闲学的认识还缺乏系统性,尤其是在应用性和操作性方面还缺乏切实可行的理论模式。受国家社会科学基金资助,自2011年6月起,本项目组正式启动对成都市休闲客流空间扩散特征与综合效应的调查与研究,截至2014年12月,本项目顺利完成。

本书以成都市为实证研究区域,围绕休闲客流空间扩散展开研究,集中讨论休闲客流空间扩散规律特征、动力机制、供求契合度以及区域综合效应,是“环城游憩带”研究与“旅游流空间扩散”等相关研究的深化和延伸,具有理论与实践上的双重价值。从理论价值上看,本书对都市圈休闲客流的空间扩散以及休闲产业空间结构进行实证研究,包括休闲客流空间扩散方向、扩散路径、扩散模式、扩散动力机制、供求契合度、影响因素及综合效应等方面,不仅对中国各大城市休闲产业的发展和旅游地理学的理论研究是必要的,而且对国际上已有的游憩地理学理论(包括休闲产业的地理学理论研究)也是一种重要补充。从时间价值上看,成都市拥有众多品位高、吸引力强的自然生态、历史文化、休闲观光旅游资源,形成了地方特色浓厚的四川休闲文化和休闲生活方式,休闲已成为成都市的城市名片,在全国乃至全世界都享有盛誉。

本书主要包括两个部分,共十一章。第一部分主要说明研究目的以及研究路线、方法,对国内外研究现状、研究区域概况进行了简要阐述,并且重点对相关理论成果进行说明。第一部分主要包括:第一章,为绪论,探讨了研究背景、理论和实践意义、研究路线和方法等内容;第二章,为国内外研究综述,对国内外研究现状进行了简要分析;第三章,为相关概念及理论基础,引用了旅游流、游憩带、旅游机会谱系、增长极、圈层结构等理论;第四章,为重点研究区域概况,重点对成都市休闲空间进行了介绍,包括成都市概况、休闲产业发展概况等内容。第二部分主要说明研究内容及研究结果、对策建议。第二部分主要包括:第五章,为成都市农家乐休闲需求特征,对成都市休闲需求状况和休闲市场进行了调查分析;第六章,为休闲空间分布特征,对成都市各类休闲空间及其空间分布状况进行了详细描述;第七章,为休闲客流空间扩散特征,对成都市休闲客流的空间扩散方向、模式、路径、特点、影响因素、问题与不足等进行了研究;第八章,为休闲供给与需求的

契合度分析；第九章，为休闲客流空间扩散的综合效应分析；第十章，为休闲产业存在的问题及对策建议，对存在的问题及对策进行了深入研究；第十一章，为结论。

休闲作为一个时代的主题，休闲客流空间扩散特征与区域综合效应的研究对提高人们社会生活质量具有重要意义。休闲客流空间扩散十分复杂，涉及范围十分广泛，影响因素也十分复杂，本书虽然以成都市为个案研究对象，通过大量实证研究分析了休闲客流空间扩散特征及相关内容，但是不同区域、不同发展背景下，其具体的状况也有所不同。随着时代的发展，休闲客流空间扩散特征也会不断发生变化，因此要彻底弄清楚休闲客流空间扩散的内在演变规律，还需要做大量的后续研究。

本书以成都市为研究对象，专注于休闲客流的空间扩散与综合效应研究，通过大量的实证调查，对休闲客流空间扩散的内在规律进行了探索，并且得出一些具有现实意义的理论与实践成果，可作为休闲旅游科学研究、休闲文化研究、城市规划设计、新农村建设和发展、区域规划等诸多领域的重要参考资料。在写作过程中，笔者得到众多老师、朋友、学生的大力支持，同时还借鉴了大量国内外专家、学者的研究成果，在本书即将付梓之际，在此表示由衷的感谢。由于能力和写作水平有限，书中难免存在不足之处，例如对休闲客流空间扩散特征规律的把握还不够全面，对成都市休闲客流空间扩散的整体把握以及扩散动力机制和综合效应分析不够深入等，望广大读者批评指正。

本书为国家社会科学基金一般项目的结项成果，感谢国家社会科学基金的资助，并感谢西华师范大学科研处的资助。在项目实施过程中，李其原负责总体设计，并撰写了第一章、第二章、第三章、第四章、第十章、第十一章，共 23 万字；游磊负责文稿修订，并撰写了第五章、第六章、第七章、第八章、第九章，共 20 万字；刘明皓负责技术路线的设计；熊桂武负责问卷调查的设计；李文路和张明川主要负责项目调研和数据处理；蒋良群和刘大均负责调查方案的设计。另外还要特别感谢西南财经大学张梦教授，四川师范大学陈乾康教授、杨国良教授，西华师范大学冯明义教授、吴勇教授、赵鹏程教授和唐绍洪教授，感谢他们对本书提出的宝贵建议。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景	1
一、国际背景	1
二、国内背景	5
三、研究区域背景	12
第二节 研究意义及路线方法	14
一、研究意义	14
二、研究的主要内容、方法和技术路线	17
第二章 国内外研究综述	19
第一节 旅游流研究综述	19
一、国外旅游流研究综述	19
二、国内旅游流研究综述	21
第二节 旅游流空间扩散研究	24
一、国外旅游流空间扩散研究	24
二、国内旅游流空间扩散研究	24
第三节 国内外休闲学研究综述	26
一、西方休闲学研究	26
二、我国休闲学研究	28
第四节 休闲客流研究评述	32
第三章 相关概念及理论基础	34
第一节 概念辨析	34
一、旅游、休闲、游憩概念辨析	34
二、休闲与旅游的关系研究	37
三、旅游流	41
四、休闲客流	42

五、休闲客流空间扩散的属性与分类	44
六、休闲空间	47
七、空间扩散	48
第二节 理论基础	48
一、区位与空间结构理论	48
二、旅游流空间扩散理论	53
三、休闲决策行为与空间选择理论	56
四、环城游憩带理论	57
五、旅游机会谱系理论	59
六、旅游流扩散动力机制理论	60
七、增长极理论	62
八、圈层理论	63
第四章 重点研究区域概况	66
第一节 成都市概况	66
一、得天独厚的自然地理环境	67
二、雄厚的综合实力为其休闲产业发展奠定基础	68
三、美食之都	72
四、无可比拟的休闲资源	73
第二节 休闲产业发展概况	74
一、休闲体育产业	75
二、休闲农业产业	77
三、休闲旅游产业	81
四、休闲文娱产业	81
五、休闲公益事业	82
第五章 成都市农家乐休闲需求特征	84
第一节 市民休闲需求特征	84
一、数据调查	84
二、人口统计学特征分析	84
三、偏好差异	89
四、存在的问题	92

第二节 游客休闲满意度	93
一、调查情况	93
二、出游度假基本情况	95
三、满意度	99
四、存在的问题	103
第六章 休闲空间分布特征	105
第一节 成都市休闲空间分布总体情况	105
一、市内休闲场所及休闲空间	105
二、近郊休闲空间	108
三、远郊休闲空间	113
第二节 成都市休闲空间结构与分布特征	116
一、市内休闲空间分布特征	116
二、游憩资源的空间集聚与扩散分析	129
第七章 休闲客流空间扩散特征	133
第一节 成都市休闲客流空间扩散的总体特征	133
一、休闲主体的行为特征	133
二、休闲客流流量	134
三、影响休闲客流流量的因素	134
四、成都市休闲客流空间扩散的动态特征	138
第二节 成都市近郊休闲客流空间扩散特征	140
一、近郊休闲客流空间扩散总体情况	140
二、近郊休闲客流细分市场空间扩散情况	143
三、近郊休闲扩散的动态特征	144
四、近郊休闲客流空间扩散的基本形态	145
第三节 成都市远郊休闲客流空间扩散特征	156
一、远郊休闲客流空间扩散总体情况	156
二、远郊休闲客流细分市场空间扩散情况	158
第四节 休闲客流空间扩散的动力机制	159
一、游客特征对休闲客流扩散的影响	160
二、休闲空间(休闲目的地)对休闲客流扩散的影响	161

三、间接因素条件对休闲客流空间扩散的影响·····	162
四、休闲客流空间扩散的动力机制·····	162
第八章 休闲供给与需求的契合度分析·····	164
第一节 休闲供给与需求均衡理论·····	164
一、休闲供求均衡的暂时性·····	164
二、休闲供求失衡的普遍性·····	165
三、休闲供求失衡的表现形式·····	166
第二节 成都市休闲供给与需求的契合度分析·····	174
一、休闲供给分析·····	174
二、休闲需求分析·····	178
三、成都市休闲供给与需求的契合度分析·····	179
第九章 休闲客流空间扩散的综合效应分析·····	184
第一节 成都市休闲客流空间扩散的综合效应发展演变·····	184
一、成都市休闲客流空间扩散综合效应概述·····	184
二、成都市休闲客流空间扩散综合效应的阶段性·····	188
第二节 成都市休闲客流空间扩散综合效应分析·····	194
一、成都市休闲客流空间扩散综合效应的分类及标准·····	194
二、成都市休闲客流空间扩散的社会文化效应·····	195
三、成都市休闲客流空间扩散的生态环境效应·····	197
四、成都市休闲客流空间扩散的经济效应·····	199
五、成都市休闲客流空间扩散的空间区域效应·····	201
第三节 影响成都市休闲客流空间扩散综合效应的因素分析·····	202
一、社会文化效应的影响因素·····	202
二、空间区域效应的影响因素·····	204
第四节 休闲客流空间扩散综合效应评价及调控·····	206
一、成都市休闲客流空间扩散综合效应的评价·····	206
二、调控的机制、策略·····	211
第十章 休闲产业存在的问题及对策建议·····	218
第一节 成都市居民休闲需求存在的问题·····	218
一、休闲方式单一·····	219

二、休闲需求未能释放	220
三、休闲观念陈旧落后	226
第二节 成都市居民休闲供给存在的问题分析	227
一、休闲供给总量小, 休闲产能未能完全释放	228
二、休闲产品同质化严重, 基础设施不健全	230
三、休闲资源空间分布不均匀, 产业化发展不协调	233
四、交通通达度不高, 交通结构有待完善	234
五、休闲企业自身问题与缺陷	235
六、休闲供给与需求失衡问题严重	238
第三节 对策建议	239
一、政府部门——宏观调控战略	240
二、休闲企业——创新发展战略	246
三、休闲者——健康休闲战略	252
第十一章 结论	254
第一节 基本结论	254
第二节 问题与不足	256
参考文献	259
附件: 调查问卷	267
成都市居民都市类休闲情况调查问卷(一)	267
成都市居民公园类休闲情况调查问卷(二)	269
成都市居民古镇类休闲情况调查问卷(三)	271
成都市居民农家乐休闲情况调查问卷(四)	273

第一章 绪 论

第一节 研究背景

一、国际背景

(一) 服务经济引领新一轮全球经济浪潮

“服务经济”是一个新兴的概念，目前国内外学术界对其内涵还没有达成共识。关于对服务经济的认识，学术界主要倾向于从产业角度去把握，他们普遍认为服务经济是各种形式的服务行业的一种经济发展形态(张祥，2011)。按照历史的进程，人类文明先后经历了农业经济、工业经济和服务经济。在范围上，服务经济主要包括生产性服务业、生活性服务业以及公共性服务业三种类型。周振华(2010)认为，服务经济是以提供服务产品为核心的经济形态。

在时间序列上，服务经济自20世纪60年代开始在发达国家出现(王占斌，2013)。服务经济是近50年来崛起的新的经济形式，是国民经济的重要组成部分，涵盖了服务业乃至对外服务贸易等在内的广阔经济门类与形式。在美国、日本、英国、澳大利亚等发达国家，服务经济已经形成相对成熟稳定的体系，并在不断地趋于完善，发展出具有本国特色的运作形式。随着我国改革开放的不断深入，服务经济在沿海大部分城市和地区也迅速发展起来，这不仅是我国经济体制改革的重要切入点，而且关系我国未来经济发展的走向，是未来国际经济竞争的主要方面。

1. 服务经济发展背景

20世纪50~80年代，世界经济全面向服务经济转型。这是继工业革命后一次新的产业革命，是一次结构性的大变革，美国经济学家维克多·富克斯(Victor R. Fuchs)将其称为“服务经济”，也可以称为“服务革命”。如果说工业革命是一次崭新的产业革命，服务革命则是一次深刻、全面的经济革命，它代表着经济发展的战略方向和总体趋势。此后，全球经济历经了发生在20世纪末、21世纪初的两场国际金融危机的洗礼，世界经济进入大调整、大重组、大变革时期。全球步入服务经济时代，并出现了世界服务经济发展的现状与特征，需要引起我们的高度重视。作为新兴经济体，服务经济将是推动新一轮经济全球化的主要力量。

衡量经济体是否进入服务经济发展阶段，顾国达等(2007)认为有两大指标：一是服务业产值在国内生产总值中的比例超过60%，二是服务业的就业者在整个国民经济全部就业

者中的占比超过 60%。季铸曾在《世界经济导论》中对服务经济做了系统的阐述。他认为：服务经济的主要特征在于其构成的基本要素是人力资本，并非与其他工业生产产业（直接以物质资源为基本生产资料）一样，因此服务经济在其社会环境效应上是比较和谐的，或是不消耗资源环境的。

另外，人力资本具有明显的无限性，服务经济在以人为本的资源利用理念下进行开发和利用，也实现了资源的有效配置和利用，从这一个层面上来讲，服务经济就是和谐、可持续、对环境友好的经济新形式。事实证明，相对于传统产业来讲，如工业、农业等，它们主要注重产品的生产，关心的是直接的经济利益，而服务产业则明显具有更高的效率，这种效率不仅仅体现在服务产业的发展方面，如服务行业的生产、销售、基本建设等，还体现在人力资源的充分利用方面。服务产业的基本要素就是人，人是其产业核心和服务的提供者，因此服务产业十分注重人力资源的开发和利用，这种开发和利用的效率普遍高于传统的产业。此外，企业对员工重视，同时也促使员工的生产积极性大大提高，这也使得服务产业具有很高的效率。

2. 服务经济发展状况

据世界银行统计，截至 2009 年，从总体规模来看，全球服务业总体规模约为 58.37 万亿美元，这一水平相当于世界产业总产值的 1/6。近年来，随着服务产业的进一步发展，服务产业引领世界产业的浪潮逐渐席卷了世界大多数国家和地区，就全球总体情况来看，全球经济已经开始进入服务经济时代。另外，从增加值百分比来看，世界各国服务业增加值占 GDP (Gross Domestic Product, 国内生产总值) 的比例达到 70%，近年来，这一比例还在不断加大。可以看出的是，几乎所有发达国家，包括部分经济发达的发展中国家，自 21 世纪以来，都将发展重点转向了服务产业。目前，就全球来看，服务经济占世界经济总量的 2/3，世界经济都在以服务经济为风向标。

以美国为例，美国目前服务经济占国民经济总量的 78%，居世界首位，是服务经济大国，而日本、德国、英国、中国等国家服务经济的比例相对落后于美国，发展水平也不及美国。因此，从服务经济发展水平上来看，国家之间、地区之间普遍存在发展不平衡现象。这种不平衡现象不仅表现在世界总体状况上，就发达国家本身来讲，也是不平衡的。以美国为例，美国东部、南部、西部沿海以及东北部五大湖沿岸地区普遍发展水平较高，而西部山区、中部农耕区则相对落后。从地区分布上来看，服务经济呈现出三大基本特征：西方国家分布集中，东方及非洲等国家分布稀疏；发达国家发展水平高、分布集中，发展中国家与欠发达国家发展水平低、分布稀疏；沿海及发达地区发展水平高、分布集中，贫困地区分布稀疏。

自 21 世纪以来，发达国家重新调整产业定位，以休闲产业为核心内容的服务业成为国民经济的重要组成部分，发展中国家也纷纷进行产业结构调整，提高休闲产业在国民经济中的比例和总体份额。尤其是近年来，全球休闲服务产业在各国国民经济中所占比例都在不断上升，并且还有不断强化的趋势。21 世纪是服务业发展的黄金时代，服务业的发展在促进经济增长、提升国家综合经济实力的同时，更成为创业就业的重要契机。伴随着全球服务经济的迅速发展，服务业对国家经济社会的影响也越来越突出，从经济

方面来看,这种影响除了表现为服务业所创造的国民生产总值的大幅增加,还集中体现在对就业领域的极大影响上。研究表明,近年来,随着服务业的发展,服务业在创造高额经济产值的同时,也极大地增加了对服务从业人员的需求,从而创造了巨大的就业空间和就业岗位,这对于缓解全球日益严重的就业压力具有重要意义。另外,由于与一般行业具有明显的区别,服务行业的从业人员往往集中在社会中上层行业领域,具有较高的知识文化水平与服务水平,随着现代教育事业及服务行业自身的优化与发展,服务行业所创造的工作岗位也在不断增加,社会就业结构由工业就业结构向服务业就业结构转变的趋势也在不断加强。

随着就业岗位的不断增加,服务业吸纳的现代就业人员也在不断增加,服务业从业人员具有知识层次高、业务技能强等特点,并且涉及商业服务、金融服务、教育服务、卫生服务、社会服务等多个领域,以知识技术密集型为本质特征的现代服务业占服务业比例正在不断增加。据相关数据统计,在发达国家三大产业就业人数结构中,服务业就业人员所占比例高达 60%~75%;中等收入的发展中国家,其服务业从业人员所占比例达 45%~60%;低收入发展中国家的比例为 30%~45%。这也反映出经济发展水平与服务业之间的内在联系,经济越发达,服务业吸纳的就业人数越多。

3. 我国服务经济发展状况

我国服务经济起步相对较晚,长期以来,由于缺乏相关经验与实践,在理论指导方面也存在不完善之处,我国的服务经济发展水平一直以来都处于相对落后的状态。总体来看,我国服务经济发展的总体特征包括:起步晚、发展水平低、区域发展不平衡或存在巨大的差距。

与世界上大多数国家一样,我国的服务经济发展也普遍存在区域发展不平衡现象,甚至可以说,我国的不平衡现象更为突出,表现为区域发展差距的不断拉大。这种发展差距主要表现如下。

(1)东西部差距。长期以来,我国东西部经济发展水平存在巨大差距,不仅是在经济发展方面,在教育、科学、卫生、医疗等诸多方面都是如此,作为新兴产业的服务经济也是如此。东部沿海地区由于发展起步早,有一定的经济基础,而且更为重要的是有国家的政策支持,即改革开放优先发展东部沿海城市。这种差距更多的是这一政策因素所造成的。

(2)城乡差距。城乡之间的差距由来已久,或者说自古就有,这种差距在我国表现得更为突出。因此,我国服务经济的发展是不平衡的,地区之间的巨大差异依然存在。

随着我国经济的迅速崛起,特别是在改革开放之后的几十年内,我国的经济取得了十分突出的成绩,近两年更是超越日本成为仅次于美国的世界第二经济体,综合国力得到极大的提升。我国经济的迅速发展,服务经济起着重要的作用。我国是旅游大国,旅游在我国国民经济中占有重要地位。特别是近年来,随着人们收入水平的提高和老龄社会的到来,休闲产业更是得到长足发展。

综上所述,当前,全球正在进行一场新的产业革命,即服务革命。部分发达国家已经进入服务经济时代,发展中国家和其他发达国家正在进入服务经济时代,而经济发展相对

落后的国家紧随其后,在未来也会步入服务经济时代。在服务经济时代,休闲产业是服务经济的重要组成部分,并且休闲产业的发展是衡量一个国家和地区是否进入服务经济时代的重要指标。可以说,服务经济时代催生休闲产业的产生和发展,休闲产业的产生和发展助推服务经济时代的到来。

(二) 休闲产业发展成为多国国民经济的重要支柱

纵观当今全球经济形势,在服务经济时代,休闲产业是重要的组成部分,一个国家或地区可能并没有完全进入服务经济时代,但是却已经进入了休闲时代。休闲经济,作为一种经济现象与现代社会结合的产物,最早出现在欧美等国,19世纪中后期才逐渐发展起来。而休闲则是随着人类社会的产生而产生的,亚里士多德曾说:“休闲才是一切事物环绕的中心,是哲学、艺术和科学诞生的基本条件之一。”在中国,古人留下的文学艺术经典,如《风·雅·颂》,以及传统的中国水墨画,都是休闲的产物。

早在20多年前,西方的学者们就极富预见性地指出:当人类迈向21世纪时,由于我们已经进入一个以知识创造和分配信息为基础的经济社会,其社会结构、生活结构和生存方式也将发生重大的变革。令人惊叹的是,这些预见不但已经成为现实,而且现实生活甚至比预测发展得还要快。1999年,美国《时代》期刊就指出:2015年前后,发达国家将进入“休闲时代”,休闲将成为人类生活的重要组成部分。据美国权威人士预测,休闲、娱乐活动、旅游业将成为下一个经济大潮,并席卷世界各地。

根据国际经验:人均国民收入超过1000美元,就是一个国家旅游需求急剧膨胀的时期;当人均国民收入达到2000美元,休闲需求将急剧增长;当人均国民收入达到3000美元,度假需求将会普遍产生。目前,西方国家纷纷调整产业结构,集中发展休闲产业,并且将休闲产业确定为国民经济的支柱产业,发展中国家也将紧随其后。

(三) “城市病”进一步刺激休闲需求的增加

按照联合国的统计和预测数据,截至2011年,全球人口中将有一半生活在城市,这在人类历史上尚属首次。报告称,到2050年,预计全球总人口将从目前的67亿增长到92亿,生活在城市中的人口将达到64亿,而2011年,这个数字是33亿。这意味着全球城市化水平在2011年后的近40年内将高达70%。正如全球人居环境论坛主席、联合国前副秘书长和高级代表安瓦尔·乔杜里所说:世界正在经历一个城市化的过程,一个新的城市时代已经来临。人类经济社会活动空间分布格局,已经进入以城市为主的时代^①。

但是随着城市规模的日益扩大,出现了一系列社会问题,主要表现为:城市规划和建设盲目地向周边摊大饼式地扩延,大量耕地被占,使人地矛盾更尖锐,造成人口膨胀、交通拥堵、环境恶化、住房紧张、就业困难等社会问题。这些都会加剧城市负担、制约城市化发展。在这种环境下,人们的生活、工作、学习压力越来越大,同时随着社会信息化的进程和生活水平的提高,在满足基本物质需求的基础上,在可自由支配的时间内,人们迫

^① 国务院发展研究中心调查研究报告总4203号《经合组织国家的城市化趋势与政策:对中国的启示》,2010年3月10日。

切地寻求以放松闲适、随心所欲为目的的活动,寻求个体所喜爱的、感到有价值的活动,目的是从这种压抑的环境中释放出来。这样,在休闲的大众化基础之上,便产生了休闲经济。休闲经济是由休闲消费需求和休闲产品供给构筑的经济,是人类社会发展到人们普遍拥有大量的闲暇时间和剩余财富,却处于压抑的生存环境中的社会时代而产生的经济现象。随着经济社会的不断发展,人们的休闲时间和休闲需求都在逐渐增加,休闲不仅是当代社会人们的一种新的生活方式,丰富了人们的精神文化生活,而且是人们非常重要的社会资源。

这种新的生活方式将指引我们恢复生活的平衡,追求一种自然和谐的状态,人人都成为真正的自我而给生活赋予全新的意义。其宗旨在于两个方面:其一是物质与精神的统一,其二是人与自然的协调。作为一种重要的社会资源,休闲时间的增多是社会进步的标志,是具有重要意义的社会现象,也是人的本体论意义之所在。在农业文明和工业文明的时期,“让人们拥有更多的闲暇时间”是人们的梦想,但是现在已经成为社会现实,“以时间形态存在的社会资源”是“服务革命”之后的一种被高度重视的资源,是发展社会生产力的一种高级形式与途径。

二、国内背景

从国内看,在 21 世纪初,休闲问题才引起国内学者的关注。而我国的工业化和现代化的步伐须臾未停,在创造了巨额物质财富的同时,也产生了大量的闲暇时间。在中国,休闲活动和休闲经济不但已成为现实,而且比预期发展得还要快(李仲广, 2009)。吴必虎(2010)认为:中国这样的传统国家,政府在旅游发展过程中控制着绝大多数资源和权力,因此政策、法规和行政过程对旅游系统产生巨大的影响。这里采用 PEST 分析法对国内背景进行分析。PEST 分析是指宏观环境的分析,其中,P 代表政治,E 代表经济,S 代表社会,T 代表技术。

(一) 政治环境优化为休闲产业战略性发展保驾护航

政治环境主要包括政治制度与体制、政局、政府的态度等;法律环境主要包括政府制定的法律、法规。政治法律环境是影响休闲产业发展的关键因素,休闲产业的发展不仅需要体制保证,而且需要法律保障。

1. 旅游业成为国民经济新的增长点

1998 年,中央经济工作会议将旅游业确定为国民经济新的增长点,进一步提高了旅游业在国家经济社会发展中的地位,为我国旅游业跨世纪大发展的目标奠定了基础。此后,全国有 24 个省级政府把旅游业作为发展经济的一个支柱,或作为一个重点支持、优先发展的产业,并分别出台了相应的鼓励政策。近年来,休闲逐渐形成一个产业形态,在内容和范畴上,它系统地包含了旅游业。自进入 21 世纪以来,以服务经济为重要内容的休闲产业逐渐成为经济发展的重要推动力量,更有许多发达国家,重新调整产业布局,重新定位休闲产业,将其确立为国民经济的支柱。休闲产业作为一种全新的经济推动力量,将成

为一种趋势席卷全球。我国也相继推出了加快发展城市休闲产业的相关文件和政策措施,足以证明休闲产业在未来 30 年内的生命力。

2. 旅游休闲产业上升为战略性支柱产业

2009 年 12 月 1 日,国务院国发〔2009〕41 号印发,提出“把旅游业培育成为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”,这是党中央、国务院赋予旅游行业的光荣使命,是全国旅游业界必须努力奋斗的两大战略目标。按照科学发展观要求,加快转变旅游业发展方式,促进旅游业又好又快发展,是实现这两大战略目标的必经之路。旅游业与休闲产业同属一体,只是长期以来在学术研究方面存在概念泛化,使得旅游业成为休闲产业的代名词,事实上休闲产业的概念范畴远远大于旅游业范畴。有美国学者指出,在未来 15 年内,休闲产业将成为美国国民经济的重要支柱产业,主导美国国民经济的众多领域。休闲产业的全球新定位已然成为一种趋势,上升为战略性新兴产业也将是大势所趋。

3. 国民旅游休闲纲要、国民休闲计划的重新确立

当前,旅游业进入大众化发展阶段,涉及产业发展、旅游文明等多方面内容,但首要的是政府公共服务。为满足人民群众日益增长的旅游休闲需求,促进旅游休闲产业健康发展,推进具有中国特色的国民旅游休闲体系建设,根据《国务院关于加强发展旅游业的意见》,我国从国家发展、社会进步整体上做出了战略规划。由国务院批准发布国民旅游休闲纲要,有利于引导全社会树立健康、文明、环保的休闲理念,更好地满足广大人民群众的旅游休闲消费需求,提高国民生活质量。随后,全国多个地区陆续出台了国民旅游休闲计划。

所谓国民旅游休闲计划,也称国民休闲计划,通过制定有关扶持政策,采取各种激励措施,让广大人民群众切实享受到改革开放的成果,最大限度地调动全社会参与旅游休闲活动的积极性,满足人民群众日益增长的旅游休闲需要,使旅游休闲真正成为广大群众日常的生活方式和健康消费行为,进一步提升国民的生活质量、生命质量和幸福指数。推行国民休闲计划不仅让每个人都享受了假期,而且能够刺激消费、拉动内需,带动众多行业的发展。

4. 大旅游时代休闲产业呈现出良好的发展新形势

“大旅游”是一个具有开放性、多向性、综合性的整体系统,包括旅游主体、旅游客体、旅游中介等多个分系统,是一种具有新的价值取向的旅游发展新观念,它追求的是综合整体效益,不仅注重旅游服务、配套设施、人性化设计等方面的质量,而且把对旅游资源的保护也纳入其中,做到产业与自然和谐相处。首先,大旅游是一个产业群,包括主导产业以及与其直接相关的辅助产业,如餐饮业、建造行业等,是一系列间接相关的产业所构成的综合产业系统和生态旅游系统。其次,它是一种全新的发展模式,具有开放性、多向性、综合性等特征,并且将谋求整个大旅游产业系统综合效益的最大化与旅游资源的最优配置作为目标,寻求整个社会-经济-生态环境协调发展的新路径。

大旅游概念具有三个方面的含义(马惠娣, 2003a): ①充分强调旅游发展对全民就业的促进作用, 与传统旅游不同, 大旅游更加注重旅游发展的社会效应; ②进一步提高旅游服务质量和文化内涵, 这是大旅游的核心内容; ③“旅游-旅游休闲-休闲旅游-休闲”是旅游业发展的客观规律, 旅游从根源上来讲属于休闲的范畴, 但是旅游仅仅只能代表狭义的休闲, 大旅游必须遵循“旅游-休闲”的客观规律。这一发展规律是客观存在的, 也是必然正确的, 因而休闲产业的崛起是自然而然的事, 并不以人的意志而转移。传统的旅游业要发展, 要顺应时代潮流, 就必须拓展其外延和丰富其内涵, 在此过程中, 休闲产业将大有作为。

5. 休闲产业化发展上升到战略高度

伴随着经济全球化和区域经济一体化的进一步深入和发展, 以及产业结构的优化升级与经济转型, 以大规划、大范围、大产业、大投入、大效益为突出特征的大旅游时代已经到来。中国是一个旅游大国, 根据国家旅游局 2011 年旅游业统计公报的一项数据表明: 2011 年我国入境旅游人数为 13542.35 万人次, 入境过夜旅游人数为 5758.07 万人次, 国际旅游(外汇)收入达 484.64 亿美元; 全国国内旅游人数为 26.41 亿人次, 全国国内旅游收入达 19305.39 亿元人民币。此外, 2011 年, 世界入境接待人数排名中, 中国排名第三, 名列法国、美国之后。2011 年我国入境旅游中, 主要客源国入境旅游人数和增长情况如表 1.1 所示。

表 1.1 2011 年主要客源国入境旅游人数和增长情况表^①

序号	国家	入境旅游人数/万人次	与上年比较/%
1	韩国	418.54	2.67
2	日本	365.82	-1.96
3	俄罗斯	253.63	7.00
4	美国	211.61	5.30
5	马来西亚	124.51	-0.01
6	新加坡	106.30	5.91
7	越南	100.65	9.40
8	蒙古	99.42	25.15
9	菲律宾	89.43	7.97
10	加拿大	74.80	9.15
11	澳大利亚	72.62	9.80
12	德国	63.70	4.67
13	印度尼西亚	60.87	6.15
14	泰国	60.80	-4.33

① 资料来源. 2011 年中国旅游业统计公报. 国家旅游局, 2012 年 10 月。