

内蒙古自治区
社会经济发展
蓝皮书

总主编 / 杜金柱 侯淑霞

内蒙古自治区 旅游产业发展报告 (2016)

主 编 / 李 雯 王香茜 刘丽梅
副主编 / 杨智勇 王 雪 刘俊清 肇丹丹 杨 娇

THE TOURISM DEVELOPMENT REPORT
ON INNER MONGOLIA (2016)



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

本书得到以下单位资助出版：

☆ 内蒙古财经大学

☆ 中蒙俄经贸合作与草原丝绸之路经济带
构建研究协同创新中心

内蒙古自治区
社会经济发展
蓝皮书

总主编 / 杜金柱 侯淑霞

内蒙古自治区 旅游产业发展报告 (2016)

主 编 \ 李 雯 王香茜 刘丽梅

副主编 \ 杨智勇 王 雪 刘俊清 肇丹丹 杨 娇

THE TOURISM DEVELOPMENT REPORT
ON INNER MONGOLIA (2016)



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

内蒙古自治区旅游产业发展报告(2016)/李雯,王香茜,刘丽梅主编. —北京:经济管理出版社,2017.1

ISBN 978-7-5096-4163-7

I. ①内… II. ①李… ②王… ③刘… III. ①地方旅游业—旅游业发展—研究报告—内蒙古—2016 IV. ①F592.726

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 311567 号

组稿编辑:王光艳

责任编辑:许兵

责任印制:黄章平

责任校对:车立佳

出版发行:经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦A座11层 100038)

网 址:www.E-mp.com.cn

电 话:(010) 51915602

印 刷:北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销:新华书店

开 本:720mm×1000mm/16

印 张:11.25

字 数:204千字

版 次:2017年1月第1版 2017年1月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5096-4163-7

定 价:98.00元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书,如有印装错误,由本社读者服务部负责调换。

联系地址:北京阜外月坛北小街2号

电话:(010) 68022974 邮编:100836

内蒙古自治区社会经济发展蓝皮书

编委会

总 主 编 杜金柱 侯淑霞

编 委 金 桩 柴国君 冯利伟 李兴旺

朱润喜 冯利英 吕 君 许海清

张启智 张智荣 宋继承 萨如拉

娜仁图雅 王香茜 贾智莲

娜仁图雅 赵秀丽 王世文

总 序

2015年,面对错综复杂的国际形势和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务,内蒙古自治区各族人民在自治区党委、政府的正确领导下,深入学习贯彻党的十八大,十八届三中、四中、五中全会及习近平总书记系列重要讲话精神,按照“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局的总要求,牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,主动适应经济发展新常态。

《内蒙古自治区2015年国民经济和社会发展统计公报》显示,2015年末全区常住人口为2511.04万人,比2014年增加6.23万人。人口自然增长率为2.4‰。城镇化率达到60.3%,比2014年提高0.8个百分点。全区实现地区生产总值18032.8亿元,按可比价格计算,比2014年增长7.7%。全年居民消费价格总水平比2014年上涨1.1%。年末全区城镇单位就业人员为292.6万人。年末城镇登记失业率为3.65%。全年实现失业人员再就业人数为6.1万人。全年完成一般公共预算收入1964.4亿元,一般公共预算支出4290.1亿元,分别比2014年增长6.5%和10.6%。财政收入在增收困难较大的情况下,顺利完成了全年增长目标。全年农作物总播种面积756.8万公顷,比2014年增长2.9%。年末全区农牧业机械总动力为3805.1万千瓦,比2014年增长4.8%;综合机械化水平达到81.4%。全年全部工业增加值为7939.2亿元,比2014年增长8.2%。全区规模以上工业企业实现主营业务收入18522.7亿元,比2014年下降0.3%;实现利润940.5亿元,比2014年下降23.8%。全年规模以上工业企业产品销售率为96.6%,产成品库存额为643.2亿元,比2014年增长0.7%。全年建筑业增加值为1263.2亿元,比2014年增长6.7%。全年全社会固定资产投资总额为13824.8亿元,比2014年增长14.5%。其中,500万元以上项目完成固定资产投资13651.7亿元,比2014年增长14.5%。新开工项目12695个,比2014年增长2.4%;在建项目投资总规模35672亿元,比2014年下降0.1%。全年社会消费品零售总额为6107.7亿元,比2014年增长8.0%。全年海关进出口总额为790.4

亿元,比2014年下降11.6%。全年实际使用外商直接投资额33.7亿美元,比2014年下降15.4%。全年完成货物运输总量20.9亿吨,比2014年增长2.1%。全年完成旅客运输总量19820万人,比2014年增长0.2%。年末全区民用汽车保有量为400.1万辆,比2014年增长7.6%;全年邮电业务总量(2010年不变价)为400.3亿元,比2014年增长19.1%。全年实现旅游总收入2257.1亿元,比2014年增长25.0%。接待入境旅游人数160.8万人次,比2014年下降3.8%;旅游外汇收入9.6亿美元,比2014年下降4.0%。国内旅游人数为8351.8万人次,比2014年增长12.6%;国内旅游收入为2193.8亿元,比2014年增长25.7%。年末全区金融机构人民币存款余额为18077.6亿元,全年新增存款1641.3亿元,比2014年增长11.0%。全年全体居民人均可支配收入为22310元,比2014年增长8.5%。数据显示,2015年内蒙古自治区社会经济总体发展实现了稳中有进、稳中有好、进中有创、创中提质的良好态势,结构调整出现积极变化,改革开放不断深化,民生事业持续进步,经济社会发展迈上新台阶,实现了“十二五”圆满收官,为“十三五”经济社会发展、决胜全面建成小康社会奠定了坚实基础。

为真实反映内蒙古自治区社会经济发展全景,为内蒙古自治区社会经济发展提供更多的智力支持和决策信息服务,2013年,由内蒙古财经大学组织校内学者编写了《内蒙古自治区社会经济发展研究报告丛书》,丛书自出版以来,受到社会各界的广泛关注,亦成为社会各界深入了解内蒙古自治区的一个重要窗口。2016年,面对新的社会经济发展形势,内蒙古财经大学的专家学者们再接再厉,推出全新的《内蒙古自治区社会经济发展蓝皮书》,丛书的质量和数量均有较大提升,力图准确诠释2015年内蒙古自治区社会经济发展的诸多细节,书目包括《内蒙古自治区区域经济综合竞争力发展报告(2016)》《内蒙古自治区文化产业发展报告(2016)》《内蒙古自治区旅游业发展报告(2016)》《内蒙古自治区社会保障发展报告(2016)》《内蒙古自治区财政发展报告(2016)》《内蒙古自治区能源发展报告(2016)》《内蒙古自治区金融发展报告(2016)》《内蒙古自治区投资发展报告(2016)》《内蒙古自治区对外经济贸易发展报告(2016)》《内蒙古自治区中小企业发展报告(2016)》《内蒙古自治区区域经济发展报告(2016)》《内蒙古自治区工业发展报告(2016)》《蒙古国经济发展现状与展望(2016)》《内蒙古自治区商标品牌发展(2016)》《内蒙古自治区惠农惠牧政策促进农牧民增收发展报告(2016)》《内蒙古自治区物流业发展报告(2016)》。

一个社会的存续与发展,有其特定的社会和经济形态,同时也离不开独有的思想意识、价值观念和技术手段。秉承社会主义核心价值观、使命意识和学术的职业要求是当代中国学者应有的担当,正是基于这样的基本态度,我们编撰了本

套丛书，丛书崇尚学术精神，观点坚持学术视角，客观务实，兼容并蓄；内容上专业深入，丰富实用；兼具科学研究性、实际应用性、参考指导性，希望能给读者以启发和帮助。

丛书的研究成果或结论属个人或研究团队观点，不代表单位或官方结论。由于研究者水平有限，特别是当前复杂的世界政治经济形势下的社会演进节奏日新月异，对社会科学研究和发展走向的预测难度可想而知，因此书中结论难免存在不足之处，恳请读者指正。

编委会
2016.8

前 言

内蒙古自治区位于祖国正北方，地域辽阔，横跨“三北”（东北、华北、西北），相邻八省（区），靠近京津，与蒙古国、俄罗斯接壤，边境线长 4200 公里，总面积 118.3 万平方公里，约占全国总面积的 1/8，发展旅游业具有优越的地域优势和区位优势。

内蒙古自治区旅游资源得天独厚，核心旅游资源包含红山文化、辽文化、蒙元文化等历史文化资源，以蒙古族为代表的北方少数民族民俗文化资源及草原、沙漠、温泉、森林、冰雪等生态资源。

内蒙古自治区成立于 1947 年 5 月 1 日，是我国第一个少数民族自治区。现有蒙古族、达斡尔族、鄂温克族和鄂伦春族 4 个自治民族及汉族、满族、回族等共 49 个民族，总人口近 2400 万人；行政区划为 9 市 3 盟，共辖 101 个旗县（市）。

自 1978 年改革开放以来，内蒙古自治区旅游业经历了初期自发发展阶段（1979 ~ 1990 年）、产业规模快速扩张阶段（1991 ~ 2003 年）、规范化发展阶段（2004 ~ 2012 年）、旅游转型升级阶段（2013 年至今），目前已具有相当规模。截至 2014 年底，全区星级饭店 332 家，五星级 10 家，四星级 38 家；旅行社 897 家，出境社 59 家（赴台游旅行社 6 家），经营中俄、中蒙边境游旅行社 34 家（中俄边境游旅行社 19 家，中蒙边境游旅行社 15 家）；A 级旅游景区 321 家，5A 级 2 家，4A 级 78 家。注册导游员 13067 名。旅游运输企业 58 家，旅游商品销售企业 320 家，旅游娱乐企业 75 家，星级家庭接待户 381 家。

2013 年《内蒙古自治区旅游产业发展规划》明确要把内蒙古自治区建成“体现草原文化、独具北疆特色”的旅游观光、休闲度假基地，草原文化旅游大区 and 旅游经济强区的目标。

但是，内蒙古自治区旅游业的发展速度与规模，与国内先进省区相比较还有一定的差距。对此，内蒙古自治区政府在《内蒙古自治区旅游产业发展规划》，

要求各地区、各部门加大实施力度,加快旅游精品建设,要重点抓好四大旅游区、十二个重点领域观光、休闲度假基地、四条旅游精品线路和五大旅游品牌营销工程建设。

《内蒙古自治区旅游产业发展报告(2014)》是在调研分析的基础上完成的,力求客观评价内蒙古自治区旅游业的发展现状及发展趋势,为政府制定旅游发展战略、发展政策提供参考依据,也为旅游企业管理者提供决策依据,同时,还是广大旅游研究人员的必备参考书。

本书共分为八章,分别从内蒙古自治区旅游业发展总体状况、行业发展(旅行社、酒店、景区、交通)、三大市场、旅游资源及对俄蒙的跨国旅游合作进行了综合、系统分析。每章都是一个独立专题。

本书各章由下列作者编写:第一章:杨智勇;第二章:王香茜;第三章:肇丹丹;第四章:王雪;第五章:刘俊清;第六章:游喜喜;第七章:杨娇;第八章:刘丽梅;硕士研究生孙瑞、闫高辉、刘慧君、葛欣、殷红霞、侯晓敏参与数据收集与处理。

由于编者水平有限,本书疏漏之处,敬请批评指正。本书在写作过程中,得到内蒙古自治区旅游局郭局长及各相关部门领导的指导帮助;借此机会,谨致谢忱。

编 者

2015 年 12 月

目 录

总报告

第一章 内蒙古自治区旅游产业发展总论	3
一、内蒙古自治区旅游业历史回眸	2
(一) 初期自发发展阶段 (1979 ~ 1990 年)	2
(二) 产业规模快速扩张阶段 (1991 ~ 2003 年)	3
(三) 规范化发展阶段 (2004 ~ 2012 年)	4
(四) 旅游转型升级阶段 (2013 年至今)	6
二、内蒙古自治区旅游业发展的现状及 SWOT 分析	6
(一) 内蒙古自治区旅游业发展现状	6
(二) 内蒙古自治区旅游业 SWOT 分析	10
三、内蒙古自治区旅游产业发展的对策建议	13
(一) 借《旅游法》实施之际推动内蒙古自治区 旅游业的全面发展	13
(二) 持续推进旅游业转型升级	14
(三) 扩大融资渠道, 推动旅游资源开发	15
(四) 深度开发旅游资源, 打造名牌产品	15
(五) 努力寻求系统支撑、政策创新、全面合作、企业壮大 四个保障	16
(六) 加强生态环境保护	17

行业报告

第二章 内蒙古自治区旅行社业发展报告	19
一、内蒙古自治区旅行社业的历史发展状况	20
(一) 发展特点	20
(二) 政策变化	26
二、内蒙古自治区旅行社业发展现状	29
(一) 内蒙古自治区旅行社业基本状况	29
(二) 管理措施	31
三、内蒙古自治区旅行社业发展趋势及对策	34
(一) 发展趋势	35
(二) 发展对策	36
第三章 内蒙古自治区酒店业发展报告	40
一、内蒙古自治区酒店业发展现状	42
(一) 酒店业基本情况	42
(二) 所有制结构	47
(三) 经营效果	49
二、内蒙古自治区酒店业发展特征	49
(一) 酒店分布区域差异明显	49
(二) 产品整体老化现象严重	49
(三) 网购质量较难保证	50
(四) 线上销售渠道设计不足	50
三、内蒙古自治区酒店业发展趋势	50
(一) 业态一体化趋势	50
(二) 智能化营销趋势	51
(三) 文化性设计趋势	51
(四) APP 定制服务趋势	51
第四章 内蒙古自治区旅游景区发展报告	53
一、内蒙古自治区旅游景区发展环境分析	54
(一) 资源环境	54

(二) 政策环境	54
(三) 旅游行业环境	56
二、内蒙古自治区旅游景区发展历程及现状分析	56
(一) 发展历程	56
(二) 现状	57
三、2014 年内蒙古自治区旅游景区取得的成就及面临的问题	62
(一) 取得的成就	62
(二) 内蒙古自治区旅游景区面临的问题	64
四、内蒙古自治区旅游景区发展建议	66
(一) 注重旅游营销, 实现景区市场化运作	67
(二) 挖掘内在价值, 实现景区的深度发展	67
(三) 拓宽经营理念, 实现景区的创新发展	68
(四) 提高服务意识, 实现景区的持续发展	68
(五) 完善旅游景区基础设施建设	69
第五章 内蒙古自治区旅游交通现状及发展趋势	70
一、旅游交通理论	72
(一) 旅游交通的概念	72
(二) 旅游交通的构成	73
(三) 旅游交通的层次和特性	74
(四) 旅游交通与公共交通的联系与区别	75
(五) 旅游交通与旅游	76
(六) 交通在旅游中的地位和作用	78
二、旅游交通在内蒙古自治区旅游发展中的作用	80
(一) 旅游交通的发展促进了内蒙古自治区旅游的持续增长	80
(二) 旅游交通的发展增强了内蒙古自治区对距离旅游流的 吸引力	81
(三) 对区域内的旅游资源的影响	81
(四) 有利于旅游资源和环境生态的保护	81
(五) 对旅游企业的影响	82
(六) 对游客的影响	83
三、内蒙古自治区旅游交通发展现状	83
(一) 公路	84
(二) 铁路	84

(三) 航空	84
四、内蒙古自治区旅游交通发展中存在的问题及原因分析	85
(一) 存在的问题	85
(二) 内蒙古自治区旅游交通存在问题的主要原因	87
五、旅游交通发展目标	89
(一) 基本目标: “进得去、散得开、出得去”	89
(二) 最终目标: 融入旅游	90
(三) 高级目标: 促进旅游业的可持续发展	91
(四) 人性化目标: 实现旅游交通联合运输	92
六、内蒙古自治区旅游交通发展对策	92
(一) 国外旅游交通发展经验	92
(二) 对内蒙古自治区旅游交通的借鉴	94
(三) 内蒙古自治区旅游交通发展对策	94
七、结论与讨论	102

专题报告

第六章 内蒙古自治区跨国旅游合作	104
一、内蒙古自治区跨国旅游合作可行性分析	105
(一) 内蒙古自治区跨国旅游合作的有利条件	105
(二) 内蒙古自治区跨国旅游合作的制约条件	107
(三) 内蒙古自治区跨国旅游合作的良好机遇	109
(四) 内蒙古自治区跨国旅游合作所面临的挑战	111
二、内蒙古自治区跨国旅游合作历史及现状分析	112
(一) 内蒙古自治区对外开放口岸分布概况	112
(二) 内蒙古自治区对外口岸发展概况	113
(三) 口岸城市或所属边境旗(市)旅游业发展现状	117
三、内蒙古自治区跨国旅游合作的对策研究	120
(一) 建立政府层面跨国旅游合作组织, 健全跨国旅游 合作机制	120
(二) 完善跨国旅游行业组织体系, 发挥协同治理职能	121
(三) 发展旅游企业跨国经营, 争取旅游创汇最大化	121
(四) 全面调查与评价跨国旅游合作区旅游资源, 合力构建	

北疆跨国旅游合作旅游圈	122
(五) 全面梳理内蒙古自治区与俄蒙边境旅游线路开通与运行情况, 创新旅游线路设计, 丰富跨国旅游产品体系	123
(六) 实行跨国旅游合作联合营销, 扩大旅游市场影响力	123

第七章 内蒙古自治区旅游市场发展研究报告

一、内蒙古自治区国内旅游市场分析	126
(一) 发展态势	126
(二) 现状评析	128
二、内蒙古自治区入境旅游市场分析	130
(一) 发展现状	130
(二) 现状评析	138
三、市场开拓与推广	139
(一) 旅游市场开拓与推广现状	139
(二) 旅游市场进一步开拓思路	142

第八章 内蒙古自治区旅游资源

一、内蒙古自治区旅游资源概况	147
(一) 内蒙古自治区自然旅游资源	147
(二) 内蒙古自治区人文旅游资源	149
二、内蒙古自治区旅游资源评价	151
(一) 旅游资源的丰度及分布	151
(二) 内蒙古自治区旅游资源品质评价	152
(三) 内蒙古自治区旅游资源的景观结构评价	152
(四) 内蒙古自治区的自然与人文旅游资源的数量结构评价	153
(五) 内蒙古自治区优势旅游资源定位	154
三、内蒙古自治区旅游资源开发	154
(一) 开发历史	154
(二) 开发现状	155
四、内蒙古自治区旅游资源保护	156
(一) 内蒙古自治区旅游环境问题现状	156
(二) 旅游资源保护原则与措施	158

参考文献

总 报 告

第一章

内蒙古自治区旅游产业发展总论

当前中国经济处于转型时期，我国把经济结构战略性调整作为加快转变经济发展方式的主攻方向，我国要实现由生产大国向消费大国转变。在这样一个大背景下，国家日益重视旅游业的发展。2013年2月国务院发布《国民旅游休闲纲要》，进一步促进大众旅游消费；2014年7月2日国务院常务会议指出，要着力推动旅游业转型升级，使旅游开发向资源节约和环境友好转型，旅游产品向观光、休闲、度假并重转变，旅游服务向优质高效提升。

内蒙古自治区作为边疆少数民族地区，拥有辽阔的草原、独特的民族风情，近年来在内蒙古自治区党委和政府的高度重视下，旅游业发展取得了可喜成绩。然而，当前区域旅游产业竞争日益激烈，内蒙古自治区旅游业发展仍处于相对落后的水平，内蒙古自治区旅游业今后该如何发展？本章从内蒙古自治区旅游业发展历程谈起，在分析内蒙古自治区旅游业发展现状的基础上，提出旅游业发展的建议。

一、内蒙古自治区旅游业历史回眸

内蒙古自治区旅游业起步于 20 世纪 80 年代初,其发展历程与我国的对外开放紧密联系,也是改革开放的巨大成就之一。经过 30 多年的发展,旅游业作为自治区第三产业的重要支柱,旅游产业规模不断扩大、地位进一步提升,已成为自治区国民经济新的增长点和现代服务业的重要组成部分。

从内蒙古自治区党委、政府对旅游产业发展政策以及投资规模变化因素,结合旅游业发展统计数据变化的现实情况,内蒙古自治区旅游业发展可划分为四个阶段:

(一) 初期自发发展阶段 (1979~1990 年)

本阶段大约从 1979 年改革开放到 20 世纪 90 年代初。所谓的自发发展阶段,主要有以下几个特征:

1. 从客源主体来看

当时的游客主要是因公来内蒙古自治区访问的政务人员,以国际旅游为主,国内旅游未受重视,也未做相应的统计。来访的主要目的是政府公务,参观游览多安排在公务之余。因此,旅游接待人数在 10 多年间并没有多少增长,每年接待人次一直徘徊在 1 万~2 万人次,旅游年收入在 100 万美元上下波动。到 1990 年,内蒙古自治区 10 年间接待海外游客的总量也才只有 13.74 万人次,创汇 925 万美元。

2. 从旅游供给来看

接待设施和服务均属公务接待。当时的内蒙古自治区没有专门的旅游行业管理机构,外宾接待主要由外事部门负责,或委托旅行社接待,内宾主要由对口单位接待;食宿在政府宾馆或招待所。

3. 从旅游区域来看

受到交通和服务设施等因素的制约,旅游活动主要集中在内蒙古自治区的首府呼和浩特市和包头市等少数几个中心城市和口岸城市。这主要是因为公务访问和接待活动也主要集中在这几个区域。参观的景区景点主要是政府设立的接待点,在呼和浩特市周边,以草原旅游为主,希拉穆仁、辉腾锡勒、葛根塔拉等著名的草原旅游点在这一时期开发建设。

4. 从旅游经营主体来看

景区景点并不是在市场驱动下建设和运营的,而是为了满足政府的接待需要而设立的,建设和运营主体实际上是政府。在旅行社建设方面,此间虽成立了内

蒙古中国国际旅行社、内蒙古中国旅行社和内蒙古中国青年旅行社，但均为国营，主要承担政府接待任务，少量的市场业务也主要来自行政事业单位。

（二）产业规模快速扩张阶段（1991～2003年）

从1991年开始，随着与邻国蒙古、俄罗斯双边关系的改善和沿边开放政策的实施，内蒙古自治区开展了中俄、中蒙边境贸易。来自俄罗斯、蒙古国两国的旅游者人数迅速增加，带动了全区国际旅游人数和创汇数的成倍增长。接待海外游客的人数由1991年的6.11万人次上升到2003年的41.36万人次；国际旅游创汇额由1991年的1220万美元提高到2003年的13386万美元。

与此同时，以近距离节假日旅游为主的国内旅游迅猛发展，有力促进了内蒙古自治区旅游产业规模的迅速扩大。国内旅游人数由1991年有正式统计数字的140万人次，迅速上升到2003年的994万人次。国内旅游收入由1.2亿元迅猛增长到83.29亿元。

这一时期旅游发展有如下特点：

1. 在市场增长驱动下，社会力量开始关注并自发进入旅游业

到2003年底，全区共有旅行社220家，其中国际旅行社29家，国内旅行社191家，旅行社职工人数达到1797人；全区星级宾馆达到152家，其中五星级酒店2家，四星级酒店5家，三星级酒店36家，二星级酒店88家，一星级酒店21家。旅游产品方面形成了东西两条旅游线路：西部线路以呼和浩特市为中心，辐射包头市、乌兰察布市、鄂尔多斯市，以草原、沙漠、蒙古族风情为特点；东部线路以海拉尔市为中心，辐射呼伦贝尔市全境，以自然风光、蒙古族、鄂伦春、鄂温克、达斡尔民族风情、口岸风景为特色。

2. 自治区政府和各盟市政府逐渐认识到发展旅游业的意义，开始重视旅游业的发展

1992年，自治区政府在外事办下设旅游局；1995年，旅游局作为独立的厅级机构成立。1998年，内蒙古自治区首次将旅游业纳入全区国民经济计划，当年旅游业总收入相当于第三产业增加值的5.5%，相当于全区GDP的1.71%，从而确立了旅游业的产业地位。

3. 旅游业的发展仍是市场化初期的粗放式发展，还未达到规范化发展程度

社会各界在旅游市场的推动下，虽已认识到旅游业是个发展潜力巨大的产业，但受旅游业发展的历史和眼界的局限，对旅游市场和旅游发展的规律还缺乏基本认识，因而无论是在资源、产品、市场开发上，还是在对旅游与环境、速度与效益的认识上，都还停留在自发发展阶段。在旅游资源开发上，还处在盲目开发阶段，认为资源即产品，资源即市场，既无规划，又无论证；在旅游产品开发