



山西旅游绿皮书

GREEN BOOK
OF SHANXI'S TOURISM

2016—2017年 山西旅游发展分析与展望

主 编 / 张世满

SHANXI'S TOURISM DEVELOPMENT
ANALYSIS AND FORECAST
(2016—2017)

山西出版传媒集团

山西经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

2016—2017 年山西旅游发展分析与展望 / 张世满

主编. -- 太原: 山西经济出版社, 2017.5

ISBN 978-7-80767-893-9

I. ① 2… II. ① 张… III. ① 地方旅游业 - 旅游业发展 - 研究 - 山西省 - 2016-2017 IV. ① F592.725

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 110425 号

2016—2017 年山西旅游发展分析与展望

主 编: 张世满

责任编辑: 李慧平

特约编辑: 李 敏

装帧设计: 姜 涛

出 版 者: 山西出版传媒集团·山西经济出版社

社 址: 太原市建设南路 21 号

邮 编: 030012

电 话: 0351 - 4922133(市场部)

0351 - 4922085(总编室)

E - mail: scb@sxjjcb.com(市场部)

zbs@sxjjcb.com(总编室)

网 址: www.sxjjcb.com

经 销 者: 山西出版传媒集团·山西经济出版社

承 印 者: 山西力新印刷科技开发有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 23.5

字 数: 391 千字

印 数: 1-2000 册

版 次: 2017 年 5 月 第 1 版

印 次: 2017 年 5 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-80767-893-9

定 价: 48.00 元

编 委 会

主 任：

盛佃清（山西省旅游发展委员会主任）

副主任：

李 贵（山西省旅游发展委员会副主任）

王霁鸿（山西省旅游发展委员会规划财务处处长）

郝 平（山西大学旅游学院院长，教授，博导）

张世满（山西大学旅游学院教授，博导）

委 员（以姓氏汉语拼音为序）：

白日成 韩一武 郝 平 李 贵 李永宠

刘海鸿 乔燕莉 邵秀英 盛佃清 师振亚

王霁鸿 杨晓国 张世满 赵俊泽 朱专法

总顾问：杨晓国（山西省资深旅游专家，山西社科院研究员）

主 编：张世满

审 稿：师振亚

编辑部工作人员：张志亮 康小青 孙小贝 吴丽婷

卢珊珊 马天义 李燕等

2017 年山西旅游发展必须认真 解决的几个问题

(代序)

山西省社会科学院 杨晓国

时间迈入“十三五”第二个年度，山西省旅游发展委员会成立，标志着山西旅游转型发展已然推进到了一个较深入阶段。改革开放 40 年，每年都有每年的作为，每年更有每年的收获。毋庸置疑，2017 年仍有新的任务等待着大家去完成，更有新的问题与矛盾需要我们正视和解决。

要做的工作很多，当然需要去寻找主要矛盾。那么，2017 年我们究竟该选择哪些主要矛盾或问题去发力呢？我以为，应该有如下一些问题需要我们去正视和认真解决。它们是：一、供给侧改革；二、全域旅游发展问题；三、在“改革”两个字上下功夫；四、重视顶层设计。在这几个问题里，我以为在改革上下功夫尤为重要。如果改革抓不好，不能落实到具体问题和具体措施，发展会很难。

下面就这几个问题，简略谈一些个人看法。

一、供给侧改革

可以肯定地讲，目前山西旅游发展中存在的主要问题和矛盾，绝大多数都集中在旅游产品市场一侧，而不在客源市场一侧。即使有一些问题从客源市场方面表现出来，但问题的根本仍在产品市场。我们这里所讲的产品市场，也就是供给侧。所谓供给侧改革，也就是产品市场的改革。山西旅游产品市场现存问题多种多样，在此可择要举出几例：



(1) 近 10 年来,山西旅游交通从大的方面讲,变化甚巨。但省外游客抵达山西后,从干线公路到各景区、景点间的“断头路”现象目前依然存在,不通达性经常还表现在许多地方的最后几公里或十几公里处。游客的愉快游程每每在这样一些地方遭遇不必要的困顿与无奈。此问题数年间大家一直在讲,但要达到理想改观仍有一定距离。

(2) 人所共知,目前我国已迈入大众旅游时代,由于休闲时间的普遍增加与消费水平的持续提高,使我国国内客源市场的整体消费需求也水涨船高、日新月异。如就出省与跨省旅游来讲,选择出省远程游、自驾游的游客越来越多,而且抵达目的地后,越来越多的游客选择在当地停留 5 天以上时间。但在山西,由于忽视这种市场变化,所以不能及时针对此种市场需求进行区域资源整合与产品结构调整,更谈不上及时向省外客源市场输送本省此类信息。遂使省外大量此类游客对山西旅游产品供给一侧无所了解,长久徘徊于晋地门外,使我们白白失掉许多市场机遇。

(3) 改革开放初期,由于山西强力推进能源重化工基地建设,20 多年间许多地方单一侧重发展煤炭产业,致使山西生态环境遭受严重破坏。以往给游客留下的深刻印象,即是到山西旅游时,许多地方景区围墙里风景很好,但走出景区则外围环境混乱不堪。近年来,虽然生态环境恶化的趋势在山西已得到显著遏制,整体环境质量也已迅速提高转优,但还有许多死角在环境整治上仍欠缺力度,加上我们的环境转好信息不能及时输送至广大客源所在地,所以原有的负面影响仍然还在对当前省外的游客入晋产生着很明显的消极作用。

(4) 山西旅游资源的丰富多彩和历史文化特征的显著突出,在国内旅游理论界广为人知;山西已开发的景区数量众多,多至 600 多处,普遍高于邻近几个省区,这在国内同行间同样留有口碑。但是,由于山西许多景区区域整合严重不足,长期分散叫卖经营,形成景区景点单干碎片化,加上许多景区至今缺少餐饮、住宿、区内交通、通讯、购物和娱乐设施的配套建设,遂使山西旅游的综合服务质量得不到整体提高,长期陷于许多景区闲置、资源利用不足或是有景缺服务的境地。这同样也是造成阻滞入晋客源的主要原因之一。

(5) 由于连续多年暑期气温不断升高,在国内旅游市场上,寻求避暑型旅游



目的地及暑期休闲度假环境的呼声也逐年高涨。值得我们关注的是,在这一明显的市场动向中,山西凉爽可人的雁同塞北地区和许多富林多水的山西山地都很快受到中原和华北诸省渴望寻求避暑度假环境客源的关注与向往,尤其在太行山南端陵川、壶关、泽州、阳城、沁水诸县,情况发展更是令人兴奋。但从全省旅游行业整体范围观察,市场反应却十分迟钝。几年过去,可以明显感觉到我们在这方面的接待能力远远不能满足来自客源市场的消费需求。我以为,事实上这首先暴露了山西各级行业主管部门面对新的市场商机,不但未能及时推出市场拓展对策,而且更缺少市场的调节组织能力。

(6) 纵观近 10 年来山西旅游发展的各个方面,客观讲当然成绩与收获还是主要的,尤其是在旅游交通、生态环境和景区建设这三个方面,向好变化更为显著。但是,这许多显著变化的信息,却不能全面、及时准确地传达输送到国内广大的客源市场那里去。事实上这暴露出的正是山西旅游产品供给一侧最关键最致命的一个症结和问题。由于信息不通,使省外游客不能及时真实地了解山西旅游供给侧的具体情况和整体环境,大量游客在晋门之外犹豫不定,踌躇不前。也正由于这一症结的存在,遂使在很多地方或很多时候在很大程度上决定了山西旅游发展具体细节上的优劣成败。

从当前全省旅游信息工作上看,似乎全省上下许多地方也都有了专门网站,而且在全省“旅游+网络”大会后也确实有了一些动作,但实际的市场效果却远不能尽如人意。对国内客源市场而言,在来自山西的网页上,人们能够得知的信息常常仅限于山西各地有什么景区和景点,至于如何抵达这些景区或这些景区之间的交通关系、地理关系、生态环境与人文环境,历史背景以及各种服务设施的布局和其他详细情况,那就难以让你详知了。这是一个长久以来的遗憾。

应该举的例子还有很多,限于篇幅,到此为止。在要讲的几个问题中,之所以首先来讲供给侧改革,这是因为供给侧的所有问题都是枢纽性的问题。事实上它与后面要讲的其他几个问题都有着紧密的联系。旅游业作为现代服务业中的重头戏,未来供给侧改革能否成功,它不仅直接关乎今后全域旅游转型发展的进程和方向,而且也是未来区域旅游发展改革的主体,更是实现宏观调控达到预定战略目标决策顶层设计时随时都应给予重视的工作关注侧。



二、全域旅游发展问题

李克强总理在 2017 年的政府工作报告中,从国家角度提出了全域旅游发展问题。其意义深远,非同一般。从生态文明建设、可持续发展、建设美丽乡村和美丽中国等多个方面审视,实际它们都拥有一个共同的发展目标。从表面形式看,似乎提出全域旅游仅仅是针对旅游行业而言,但如深入思考分析,其眼光的涉及与视域的广阔,却都是极富发展前景与践行意义的。这一具有积极的战略意义概念的提出,不但直接关乎我国国内建设的方方面面,而且也必将产生国际影响。当然,全域旅游这一概念的提出,其产生的直接影响和作用,首先还是发生在我国国民的旅游生活之中和我国国内的旅游市场上。人们会发现,理论上构成旅游市场的两个主体部分,亦即客源市场和产品市场,它们都会因为全域旅游这一全新概念的提出,而逐渐地快速产生变化。这种变化对游客而言,人们将会感觉到,其未来旅游的消费空间会越来越广阔,消费内容的构成也会越加丰富多彩,而消费支出则会愈加趋于合理。原来用购买门票得来的仅仅只是景区围墙以内有限的风光与景观,而全域旅游的发展和实现,将会使游客在再也不用买门票的情况下,时时处处都能体验到美丽风光无处不在。对旅游业经营者而言,企业家们不再依靠门票收入过日子。当然取消门票也不会在一日内实现。门票经济的消退需要逐渐而行。但发展全域旅游的一个主要目的,就是在旅游经济整体构成中让景区门票这个类项最终消失。旅游景区门票的消失,换来的将是广大游客在整体游程中满意度的不断增加和我国服务业体系(包括食、宿、行、游、购、娱、通讯等所有旅游服务要素在内)的全面整体健康发展。全域旅游的最终实现,一个主要的结果和特征,就是把广大游客和旅游业经营者们一并从门票经济中解放出来。

在实现全域旅游发展的进程中,各省、市、区都会有各自地域的不同特点和现实状况。对山西来讲,发展全域旅游将会有广阔前景。首先,风光景观资源齐全,除缺少海洋和沙漠少数几个资源类项外,其他所有常讲的资源类项几近全部囊括。其次,山西全省地域四季分明,森林分布广阔,河流源头众多,除春、秋两季全境均适宜出游外,冬夏两季也热有热的游处,凉有凉的去所。第三,山西是一块古老的土地,历史文化氛围浓厚,古迹遗产遍地皆是,具有良好的文化创意产业前景。另外,更重要的一点是,经过 30 多年不断积累,山西在景区建设、

旅游交通建设和生态环境建设等方面均积蓄了一笔丰厚的财富，这一财富也是今后发展全域旅游的宝贵基础。我以为，在全域旅游发展问题上，山西应关注如下一些具体工作：

(1) 首先在全行业逐渐转变多年来在旅游发展方面存在的一些落后的传统观念，同时，在全社会逐渐普及有关全域旅游的新知识和新理念。

(2) 在全省 80%以上传统旅游资源已得到不同程度开发的情况下，应严格论证审批目前仍在不断申报的传统意义上的景区投资开发项目。

(3) 重视学习右玉经验和植树造林在全省发展全域旅游进程中的积极作用，深入全面优化山西生态环境。

(4) 打破行政区划，适当超前在旅游资源密集区与旅游景区密集区整合所有有利资源和因素，科学规划一批大区域旅游目的地。使全域旅游首先在这些大区域发展起来。

(5) 让旅游、环保、文物、林业、交通、水利、住建等相关部门，在整治旅游环境方面各行业高度协作。首先使山西全省的旅游景区、文物古迹、重点村镇和河道水域、道路周边尽快优美亮丽起来。

全域旅游是一个高度概括的具有划时代意义的全新概念，我以为这一全新概念要得到实施与发展，就应该持续不断地推出一系列具体措施和方法。

三、在“改革”两个字上下功夫

改革重在行动。要说到做到，理论和实践高度融合为一体。由“山西省旅游局”改变为“山西省旅游发展委员会”建制，我以为这即是山西旅游发展进程中一次大的改革行动。由此深入下去，目前山西旅游发展还有哪些具体的改革义项呢？我认为最紧要者是以下三点：

(1) 切实改变机关作风——这当然主要是对省、市、县三级旅游行政主管部门而言的。为什么要把原来的“旅游局”改为“旅游发展委员会”？其中奥妙何在？意义何在？我认为现在在“旅发委”工作的每个同志都应首先弄懂这个问题。然后根据“旅发委”所赋予自己的职责去改变作风，付诸行动。

(2) 真正发挥“智库”作用——多年以来，随着旅游业的持续发展，山西省主要在院校和科研单位形成了一支专业科研兼教学队伍。过去，政府旅游行政主管部门与这一支队伍基本呈一种若即若离的状态。有事则关注或接触一下，无事则搁置不问。如何使这支队伍在山西旅游发展中真正发挥“智库”的作用，看来，改革也需要在这



一方面拿出一些新举措，改变一些过去的做法。

(3) 加强行业内部专业学习——包括旅游行政主管部门和旅游企业在内，山西省的旅游直接从业人员已有数万人之多。需要给予认真关注的是，数万之众中相当多的人不但缺少旅游行业的专业知识，而且从基本认识上就以为“旅游谁不会”和“旅游有啥难”。从他们到旅游部门从业上岗那天起，许多人就认为自己已经是“内行”甚至是“专家”。加强山西旅游发展中的职业队伍建设，我认为首先要抓好行业内部的专业培训和学习，从选拔人才及建立规章制度上讲，都应纳入重点改革的范畴。

四、重视顶层设计

旅游业从全国范围而言，已是一项全民关注的产业。这一产业的国际影响，在国内外也已是目共睹。之所以中国旅游业的发展能够如此迅速，这与国家的战略谋划与顶层设计密切相关。就一省而言，道理和事实也莫不如此。

在我的记忆中，由省政府主导编制全省性的旅游发展总体规划，事实上仅有1997—1998年那一次。近20年过去，国内外旅游市场已发生十分巨大的变化。旅游发展作为山西经济社会发展的一个重要组成部分，我们不应该再头痛医头，脚痛医脚，也不能搞分散的摊点经营和修修补补，我们必须及时地拿出一个新的整体发展思路，重视顶层设计，抓好山西旅游发展中的供给侧改革，抓住发展全域旅游的契机。为此，建议修订或编制新的全省旅游业发展总体规划，确立新的顶层设计方案，体现新的发展思想。



C 目录 ontents



2017 山西旅游发展必须认真解决的几个问题（代序）…………… 杨晓国 / 001

I 特 稿

山西黄河风情板块旅游发展总体思路 …………… 尹怀庭 / 001

大众旅游时代山西旅游发展若干建议 …………… 窦文章 赵玲玲 / 011

II 主报告

2016 年山西省旅游统计分析报告 …………… 山西省旅游经济运行分析课题组 / 017

2016 年山西省国内旅游抽样调查报告 …………… 白日成 邓娜 / 025

III 热点关注

供给侧改革背景下山西推进“全域旅游”的思考与建议 …………… 夏骥鹞 / 036

山西旅游景区景点体制机制改革创新研究 …………… 朱专法 / 050



2016 年山西旅游热点事件回顾	邵琦 / 068
盘点:2016 年旅游行业顶层设计重要政策	/ 086

IV 专题研究

《山西省“十三五”旅游业发展规划》解读	李永宽 / 095
旅游产业为山西经济带来了什么?	白日成 / 107
山西省旅游网站建设现状和未来发展探讨	郭晋媛 / 121
2016 年山西省旅游公共服务的发展现状及“十三五”建设措施	张志亮 / 133

V 旅游要素研究

2016—2017 年山西旅游景区发展形势与展望	贾云海 / 143
2016—2017 年山西省旅游饭店经营状况及发展态势分析	巫 敬 / 160
2016—2017 年山西旅行社业发展状况与趋势分析	周洪波 / 170
2016—2017 年“新常态”背景下山西餐饮业转型与发展趋势分析	王勇鹏 / 182
山西省旅游购物“供给侧改革”路径研究	安徽娜 / 195

VI 乡村旅游研究

2016 年山西省乡村旅游抽样调查报告	乔燕莉 / 207
智慧旅游驱动山西省乡村旅游创新发展研究	张海鸥 / 222
山西古村落旅游发展模式比较研究	王 红 邵秀英 / 235
关于三晋特色文化旅游品牌村镇的遴选与创建	张世满 / 245
太原市阳曲县“青草坡”乡村旅游扶贫现状、经验及启示	刘海鸿 / 264



VII 地方旅游研究

运城市旅游业发展现状分析与展望	杨云浩 / 271
临汾市旅游业发展回顾与展望	卫 红 李晓芳 程 玮 / 285
长治市红色旅游发展探讨	张红艳 / 297
后记	张世满 / 308



I 特 稿



山西黄河风情板块旅游发展总体思路

西北大学 尹怀庭

摘 要：在解读山西黄河风情板块的旅游资源特色、梳理区域旅游产业发展理论的基础上，构想了山西黄河风情板块旅游开发的总体布局框架，进一步提出了构建特色旅游风景道及专题游线、晋陕两省合作申报黄河晋陕峡谷国家公园、策划和推出具有国际和大区域影响力的文化体验性旅游产品和项目、加快建设和提升具有优质旅游资源市场潜力大的综合性景区的品质、重视和落实具有浓厚乡土特色的城镇和乡村旅游开发建设等具体建议，最后指出了开发构想实施的保障措施。

关键词：山西旅游 黄河风情板块 旅游风景道 跨省旅游协作

一、山西黄河风情板块范围及其旅游资源特色解读

（一）山西黄河风情板块的区域解读

1. 山西省“表里山河”解

山西省典型的地理特征即古人称道的“表里山河”。所谓“表”就是古人称



道的“大河”，即界分晋陕、晋豫的黄河。滔滔黄河从晋蒙界一路向南，刻画出了晋、陕界线。黄河在运城西南的风陵渡突然折向东，刻画出了晋、豫省界。而“里”则是指太行、太岳、中条、吕梁、管涔、恒山等山脉，它们构成了山西的大地筋脉。“表里山河”一词准确地刻画了富饶美丽的三晋大地，“表”是认识、了解、解读山西省空间特征的关键之一。

2. 山西黄河风情板块的范围界定

为了便于研究和规划山西黄河风情板块，本文将作为山西大地“表”的黄河及其沿河县份统统划在板块内，即为山西省域内从晋蒙界的黄河老牛湾开始直至晋豫界的小浪底水库北岸垣曲县最东部为止，总计包括十九个县及县级市，分属忻州、吕梁、临汾和运城四个地级市。另外，作为三晋大地“表”的黄河全部在黄河中游地区。黄河中游始于内蒙古托克托县的河口镇，止于河南省的桃花峪，流经山西省的黄河除了全部在中游之外，上下分别距离河口镇和桃花峪都不过几十公里而已。

（二）黄河风情板块旅游资源特征与评价

1. 人文旅游资源特征

黄河是一条象征中华民族的河流，黄河九曲，莽出昆仑，回穿雪山，流过黄土高原，凿通晋陕深谷，出龙门后不远曲折向东，过晋豫峡谷，入中原而后奔流到海。黄河百折不回的性格，代表了长达五千年的中华民族那种坚忍不拔、不怕挫折而勇往直前的民族精神和品格。

黄河中游显示出水凿石穿、曲折前行、激扬飞瀑、一泻千里的宏大气势。她有着丰富的远古历史文化遗址，如许多华夏文明早期遗址遗迹，以及后来的尧舜禹、夏商周三代的遗址等，其中的传说和故事极为丰富。而且，代表中国的“中华”“华夏”等词即源于黄河中游地区。这里在历史的长河中诞生了许许多多值得骄傲的先驱名宿、诗人骚客、志士仁人，充分显示该板块人文资源的丰富性。

在这里，黄河穿越了位于晋、陕、豫、蒙四省区黄土高原的核心区，产生了典型的黄河—黄土—窑洞为代表的乡土文化。在这片土地上，诞生了反映清至民初的晋蒙移民和边疆商贸繁荣的“西口”文化，也有集中反映了中国传



统社会倡导的耕读传家、富则泽被乡里的河东文化。

这里也赋存了众多的名垂后世的红色革命文化遗址。这些遗址遗迹充分反映了抗战时期八路军在这个地区进行的艰苦卓绝的斗争。解放战争时期，新中国的奠基者们正是从这里走向全中国，取得了全国革命的胜利。

2. 自然旅游资源特征

山西黄河风情板块自然旅游资源不仅丰富，而且很多资源具有等级高、质量优的特点。黄河流经晋陕峡谷区，大自然亿万年的冲刷和侵蚀，在晋陕峡谷两岸许多地方造就了峭壁林立的峡谷和蜿蜒曲折的河道，分布有许多大弯急弯和激流险滩，其中就包括蔚为壮观、世界知名的黄河壶口瀑布和龙槽。该板块内黄河河道两岸分布有大大小小数十条源于黄土高原和山地的支流，造就了一大批河口景观，出现了大量的坡耕地和河滩地，这些土地特色物产及在黄土上建设的村庄和城镇，乡土特色和文化都十分浓郁和丰富。

黄河出龙门后，进入汾渭平原地带，河水一泻千里，大块的河流湿地连绵不断，形成了如“长河落日圆”的视野宽阔的壮观景象。其两岸平阔，乡舍连阡，阡陌万顷，生机盎然，一派富土景象。这里曾经是古中国核心地带，黄河上曾经的古渡口昭示今人，古中国华夏文明就在两岸沿黄部族的交流中成长壮大。

黄河在芮城县风陵渡拐了一个九十度的大弯，大河东流，浩浩荡荡，穿过中条山和小秦岭夹峙的晋豫峡谷，进入了中原地区。今人利用晋豫峡谷的有利地形，建成三门峡和小浪底水库。小浪底水库大湖平阔，鱼翔水底，雁傲长空，一派长峡水域美景。

（三）旅游资源评价和开发思路

1. 评价

（1）山西黄河风情板块旅游资源非常丰富，不仅种类繁多，而且有一些特品级旅游资源，如，黄河晋陕峡谷、壶口瀑布、碛口古镇、典型黄土窑洞山村、黄河蒲津渡和鹳雀楼、西口非物质文化遗产旅游资源等。因此，该板块可以发展成为能与东部太行风光带和中部大运文化旅游带相媲美的旅游区。

（2）该板块的旅游资源比较分散，星星点点散布在长达近千公里的带状地区，同时又分属四个不同的市级行政区域，要想把这些资源开发成景区景点，



并把它们建设成内部具有紧密联系的有机体,具有一定难度。

(3) 该板块资源全部位于各个大都市的边缘区,远离城市核心区,距离有大量潜在游客的东部市场较远,社会经济发展相对落后,交通等基础设施建设相对不足,大大增加了资源开发的成本与难度,不利于招商引资和提升建设,发展处于相对不利的地位。

2. 开发思路

(1) 黄河风情板块是带状旅游发展地区。首先,必须解决好沿黄旅游交通及其各类服务设施建设,唯有如此,才能连点成线成网,才能形成该板块的旅游有机体,才能让市场迅速嵌入,才能促进资源加快开发和完善提升。

(2) 加快优质资源开发,迅速提升已有景区的品质,尽快深化利用优质资源和非物质文化遗产资源,开发具有强大市场吸引力的亮点产品,打造具有国内外知名度的品牌项目,重点是开发体验、互动和休闲类等旅游项目,树立黄河风情板块的金字招牌,使板块尽快进入可持续发展的轨道。

(3) 由于板块行政上分属四个地级市,因此,在基础和服务设施建设、重点项目建设、智慧营销和对外宣传、特色旅游小镇和乡村建设、旅游文物保护和利用、旅游生态环境建设等方面,省政府应大力支持,在政策上给予优惠,在开发上建立激励机制,显示政府“四两拨千斤”的发展导向作用。

二、区域旅游产业发展的理论基础

(一) 区域产业空间发展理论

20 世纪 80 年代以降,为了指导区域空间经济的发展和均衡,经济地理界提出了点—轴发展理论。该理论提出首先要在区域发展增长点即中心城市,增强其经济发展实力。同时,在增长点之间建立轴向联系,形成空间点—轴发展体系。在点—轴的基础上,再衍生出区域空间网络,形成全方位的区域社会经济发展格局。

几乎是在同一时期,出现了区域经济的另一个模型——核心—边缘发展理论。该理论认为,区域空间存在发达的核心区(发达的城市地区)和相对不发达的边缘区(经济落后地区),在区域经济发展的不同阶段,核心区和边缘区存



在不同的相互作用和关系。区域经济发展到一定阶段，核心区和边缘区的经济空间势差会缩小，区域经济得到发展。

上述理论的启示：一是黄河风情板块基本上位于太原、西安、呼和浩特、洛阳等大城市的边缘区，但是，当前我国经济已经进入工业化的中后期阶段，出现了经济结构的转型发展势头，结构的转型发展必然带来经济空间的重构，大城市核心区集聚力减弱，边缘区吸引力得到强化。山西省这个势头表现明显，如山西沿黄地区的交通大大改善，中小城市建设加快，大量的剩余资本流向边缘区；二是，虽然点—轴理论的“点”一般指的是中心城市，内涵是指其对资本的吸引力和核心带动作用。就黄河风情板块而言，如果以点—轴理论作为理论指导，可以把该板块内若干具有大规模市场吸引潜力的景区作为“点”，同时通过完善的联系轴连接这些“点”，塑造区域旅游的点—轴发展体系，可全面推动该板块的旅游经济发展。

（二）区域旅游发展的理论问题

有人把区域旅游的发展分为四种范式，通俗些说，就是资源吸引型、休闲旅游吸引型、优秀景区吸引型和综合吸引型。这四种范式的经典旅游发展案例分别对应内蒙古阿拉善旅游、上海大都市旅游、九寨沟和黄山旅游、西安旅游等。黄河风情板块旅游今后的发展，由于其处于核心—边缘空间体系的边缘区，又远离东部潜力巨大的旅游市场，无疑，其应属于第一类资源吸引型。

虽然，山西黄河风情板块的旅游资源可能比不上黄山、九寨沟、张家界、兵马俑、桂林山水、长江三峡、丽江等著名的旅游资源。但是，它的优质资源只要假以时日，加以精细琢磨，全面提升景区品质，完全可以与很多著名景区相媲美。

目前旅游业发展的核心已经转变为旅游产品的供给侧问题，即旅游区域的发展将更加注重旅游产品和项目特色带来的稀缺性供给和提供深入人心的人本化旅游服务，谁在这些方面领先一步，谁就会赢得旅游发展的广阔空间。就该板块的资源丰富性、独占性和特色地方文化而言，只要在旅游产品的供给侧进行创新，增强产品的吸引力和市场性，该板块旅游将会有巨大的发展潜力。