

全域旅游理论 与实践研究

陈 曦 / 著



吉林美术出版社

全域旅游理论与实践研究

陈曦/著



吉林美术出版

图书在版编目 (CIP) 数据

全域旅游理论与实践研究/陈曦著.--长春:吉林美术出版社,2017.5

ISBN 978-7-5575-2387-9

I. ①全… II. ①陈… III. ①旅游业发展—研究—中国IV. ①

F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 095018 号

全域旅游理论与实践研究

作 者: 陈 曦 著

责任编辑: 于丽梅

装帧设计: 姚 旭

封面设计: 姚 旭

开 本: 880mm×1230mm 1/32

印 张: 5

字 数: 100 千字

印 数: 1-3000 册

版 次: 2018 年 9 月第 1 版

印 次: 2018 年 9 月第 1 次印刷

出 版: 吉林美术出版社

发 行: 吉林美术出版社图书经理部

地 址: 长春市人民大街 4646 号

印 刷: 廊坊市海涛印刷有限公司

ISBN 978-7-5575-2387-9 定 价: 30.00 元

前言

随着生活水平的提高，旅游者兴趣更加多样化，很多人选择到城市、乡村等地休闲度假，私家车的普及和带薪休假制度的完善更使得旅游者改变了传统的景点旅游方式，从而突破了景区围墙界限，形成了无围墙的大旅游趋势。全域旅游是顺应全民旅游和个人游、自驾游时代的必然选择，也是接下来一个时期旅游业供给侧改革的重要抓手，同时还与区域经济发展、农村经济、扶贫开发等密切相关，已被上升到了国内旅游业改革发展战略方针的高度。

本书共六章。第一章全域旅游概述，第二章旅游可持续发展理论与战略，第三章生态旅游研究与可持续性的实践途径，第四章徒步旅游理论与实践，第五章乡村旅游理论与实践，第六章全域旅游 O2O 营销模式研究。

本书由陈曦著。在编写过程中，笔者参阅了大量的相关专著及论文等，对相关文献的作者，在此表示感谢。由于编写时间仓促，书中难免存在不妥之处敬请各位专家、学者、读者批评指正。

目录

第一章 全域旅游概述.....	1
1.1 选题的背景与意义.....	1
1.2 旅游业发展进程的历史考察.....	5
1.3 国内外研究现状综述.....	17
第二章 旅游可持续发展理论与战略.....	29
2.1 可持续发展理论.....	29
2.2 旅游可持续发展理论.....	32
2.3 旅游可持续发展的基本思想.....	35
2.4 欧盟可持续发展战略.....	37
第三章 生态旅游研究与可持续性的实践途径.....	48
3.1 生态旅游理论研究.....	50
3.2 生态旅游辨析.....	52
3.3 生态旅游的可持续性.....	60
3.4 生态旅游开发实践.....	67
第四章 徒步旅游理论与实践.....	72
4.1 关于徒步旅游的理论探讨.....	72
4.2 徒步旅游的目的.....	74
4.3 徒步旅游产生的原因.....	75
4.4 徒步旅游资源的特点.....	82
4.5 徒步旅游开发实践.....	86
第五章 乡村旅游理论与实践.....	98

5.1 乡村旅游理论基础.....	98
5.2 乡村旅游开发.....	102
5.3 乡村旅游典型实例.....	121
第六章 全域旅游 O2O 营销模式研究.....	127
6.1 市场营销理论	136
6.2 全域旅游 O2O 营销模型构建	140
6.3 全域旅游 O2O 营销方案建议	142
参考文献	149

第一章 全域旅游概述

1.1 选题的背景与意义

2015 年 8 月,国家旅游局局长李金早在全国旅游工作研讨会上首次明确提出全面推动全域旅游发展的战略部署。2016 年初,国家旅游局发布首批“国家全域旅游示范区”创建名单。一时间,开展全域旅游工作成为全国各省、市旅游主管部口的重要任务,广泛的媒体报道也使得“全域旅游”这一词汇成为旅游业界的新概念和新方向。

“全域旅游”并不是一个新名词,早在 2013 年北二外的历新建教授就曾提出这一概念,此次李金早局长将“全域旅游”提高到了全新的高度。“全域旅游”的概念产生于以下时代背景:一是景区泛化的“大旅游”。随着生活水平的提高,旅游者兴趣更加多样化,很多人选择到城市、乡村等地休闲度假,私家车的普及和带薪休假制度的完善更使得旅游者改变了传统的景点旅游方式,从而突破了景区围墙界限,形成了无围墙的大旅游趋势。二是国民休闲的“大市场”。大众休闲时代来临,国务院颁布《国民旅游休闲纲要》,大众出游时间更有保障。三是产业升级的“大产业”。我国第三产业(服务业)占 GDP 比重已超过第二产业,旅游业作为现代服务业的重要产业,理应在产业升级过程中发挥更大作用。

根据李金早局长在《全域旅游大有可为》一文中的论述,全域旅游是顺应全民旅游和个人游、自驾游时代的必然选择,也是接下来一个时期旅游业供给侧改革的重要抓手,同时还与区域经济发展、农村经济、扶贫开

发等密切相关，已被上升到了国内旅游业改革发展战略方针的高度。全域旅游在当前政策的指引下，将带领我国旅游业走向全新发展道路。将实现从景点游到目的地游、从门票经济到全域经济的转变，将给目的地地区的产业融合和经济转型带来不可忽视的影响。当前我国旅游目的地全域化水平比较低，基本景区为中心，围绕景区建设旅游配套设施。因此目的地产品与服务拥有很大的缺口和提升空间，也将带来巨大机会。

2016年起，我国旅游开始从“景点旅游”向“全域旅游”转变，旅游业是当今世界最具发展潜力的新兴产业之一。进入 21 世纪以来，全球旅游业的格局发生了巨大的变化，亚太地区跃居世界第二位，欧洲、亚太地区和美洲三足鼎立局势真正形成。世界旅游及旅行理事会发布的最近报告显示：未来 10 年里，世界旅游业对全球经济增长的贡献还会持续，无论是生产总值还是创造就业机会，旅游业都将发挥愈加重要的作用。中国作为世界旅游发展的新亮点，备受关注。统计表明：2011 年，中国入境过夜游客达 5758 万人次，出国出境旅游达 7025 万人次，有 26.4 亿人次的我国国民通过各种形式在国内旅游。“十一五”时期新增旅游直接就业约 300 万人，带动间接就业约 1700 万人。国际方面显示：在 1999 年，新西兰的入境游客只有 2 万人，而目前，新西兰的入境游客已经达到了 20 万人。其中，30% 的增长来自中国市场。马来西亚槟城旅游局官员也表示，2011 年，仅仅是从广州飞到槟城（马来西亚旅游城市之一）的旅客就较上年度增长了 48%。因此，中国是马来西亚一个极具增长潜力的市场。“十二五”期间，我国旅游业将全面进入了大众化发展阶段，预示着机遇与挑战并存。

到“十二五”末，我国国内旅游人数预计将达 37 亿人次，旅游将成人民群众广泛参与的行业，将与提高国民福祉密切相关的旅游产业建设成

为国民经济的战略性支柱产业势在必行。中国经济正处在关键的转型发展阶段，未来十年也将是中国旅游业的战略转型期。高速的经济增长为旅游业大发展带来巨大的推动力的同时，旅游业发展中积累的深层次矛盾和问题，旅游业转型升级中带来的新情况、新机遇和新挑战，都迫切需要积极的理论与实践的探索。欧盟国家是当今全球最早实施可持续发展战略的区域，是全球公认的可持续发展理论和实践的先驱，在可持续发展战略、行动等各方面取得了许多先进的经验，是现代旅游业健康、可持续发展的成功典范。欧盟国家具有丰富的生态资源，具有悠久的历史 and 优秀的文化。在区域发展过程中，特别是在旅游发展形成规模产业后，注重处理发展与保护的关系，重视历史文化遗产，延续历史文脉，积极发展低碳经济和循环经济，为全球展示了通过科学、积极、有序、可持续发展战略而建立的现代旅游业，并得到了世界的广泛认可。作为当代旅游产业健康发展最具代表性、发展业态最为成熟的国际区域，学习、研究和借鉴欧盟国家旅游业可持续发展的做法将对中国旅游业的未来发展提供许多建议和帮助，将更有助于进一步加快中国旅游业健康可持续发展，加快转变经济增长方式，全面实现可持续发展战略，对构建社会主义和谐社会具有重要的现实意义和积极作用。

通过对国家可持续发展战略、措施以及旅游业持续发展的研究。具体拟通过分析旅游资源开发与保护、旅游产品开发设计、旅游市场运营商的行为，学习旅游产业制度设计、旅游景区规划、政策引导与支持、旅游产品开发与市场运营模式，为我国旅游产业顺利完成结构调整、转型升级，实现可提供高质量的旅游体验和精神福利，以及为我国旅游业持续发展提供参考。

旅游业在发展中带来的巨大的经济利益和社会效益越来越被人们所认知。但旅游产业的发展必须是以资源环境作为前提条件,这种资源条件既包括了自然资源、文化资源,也包括了历史遗存资源和人造人文景观资源。旅游业的快速发展带来的最直接的矛盾是巨大市场发展空间和有限的资源环境容量之间的矛盾,是日益提高的旅游者需求与有限的能源之间的矛盾,这是客观存在的。欧盟作为世界第一旅游目的地,伴随其旅游业的发展同样也遇到了环境恶化的瓶颈。中国作为旅游业发展的新兴国家,需要借鉴前人较为成功的经验,以便实现旅游业发展目标的同时尽量降低环境损耗。

在我国,发展旅游业已经成为国家新的经济增长点,成为调整经济结构的重要产业,成为许多地方社会经济发展的重要支柱。巨大的直接和间接利益驱动地方政府想尽一切办法、出台多项政策扶持发展旅游业,使之成为带动经济增长、拉动内需、调整结构的得力措施。旅游开发热成为许多利益集团的战略性投资,把对环境、生态、土地、文化遗存等自然资源和文化资源的占有和开发作为投资重点。由于缺少规划的完整性、统一性和权威性,生态平衡问题、环境容量问题、过度开发问题、低水平重复建设问题和现象等比较普遍的存在,使得许多生态资源、文化资源的环境不同程度的受到影响和破坏。这些问题亟须通过旅游产业结构的升级、产品结构的调整来实现经济增长方式的转变,进而实践科学的发展观,建立环境友好型社会,实施可持续发展战略。这是符合全人类共同发展的科学之举,是中国经济平稳较快发展的形势所迫。

提供高品质的旅游对于提高国民的精神福利具有深远意义,社会发展体现为物质文明和精神文明的共同进步。伴随着中国经济的持续快速发

展,国民对旅游需求日益增长,从各个小长假及“黄金周”国内各景区的“井喷”现象便可见一斑。这种“假日休闲饥渴”表明我国的旅游供给仍然严重不足,出国旅行的游客数量近年来也处于迅猛发展的状态,目的地经济发展增加了很强的推动力,我国旅游业若能提供高品质的旅游体验使游客旅游需求得到有效满足,这将形成供需双方双赢的大好格局。

1.2 旅游业发展进程的历史考察

1991年12月,欧洲共同体马斯特里赫特首脑会议通过《欧洲联盟条约》,通称《马斯特里赫特条约》(简称《马约》)。1993年11月1日,《马约》正式生效,欧盟正式诞生。欧盟其实是一个集政治实体和经济实体于一身、在世界上具有重要影响的区域一体化组织。欧盟现有27个成员国,人口5亿,GDP16.106万亿美元。欧盟的宗旨是“通过建立无内部边界的空间,加强经济、社会的协调发展和建立最终实行统一货币的经济货币联盟,促进成员国经济和社会的均衡发展”,“通过实行共同外交和安全政策,在国际舞台上弘扬联盟的个性”。在内部建设方面,欧盟实行了一系列的共同政策和措施,如欧盟已经制定了一个单一市场,通过一个标准化的法律制度,适用于所有会员国,保证人、货物、服务和资本的迁徙自由。它保持了一个共同的贸易政策,包括农业和渔业政策及区域发展政策。17个会员国已通过了一个共同的货币—欧元。在对外政策上,代表其成员在世界贸易组织、在8国集团首脑会议和在联合国的会议上发言,维护其成员国利益。1993年11月1日,根据内外发展需要,原欧共体的12个成员国正式更名为欧洲联盟(简称欧盟),截止1995年共有15个成员国;2004年5月1日增至25个成员国;2007年1月1日增至现今的27个成员国。分别是:英国、法国、德国、意大利、荷兰、比利时、卢森

堡、丹麦、爱尔兰、希腊、葡萄牙、西班牙、奥地利、瑞典、芬兰、马耳他、塞浦路斯、波兰、匈牙利、捷克、斯洛伐克、斯洛文尼亚、爱沙尼亚、拉脱维亚、立陶宛、罗马尼亚、保加利亚。在长达 20 年的发展中，欧盟随着几次扩容，其旅游业也取得了长足的发展。1995~2004 年期间欧盟旅游业持续发展，欧盟共有 15 个国家，即奥地利、比利时、丹麦、芬兰、法国、德国、希腊、爱尔兰、意大利、卢森堡、荷兰、葡萄牙、瑞典和英国。欧洲作为世界第一旅游目的地，尽管受到来自北美和亚洲等一些新兴旅游城市的竞争压力，但从 1995—2004 年期间旅游客流量始终呈现增长的态势，2001—2005 年间旅游流量呈波动趋势。根据欧盟统计局的统计，2004 年欧洲接待的总床位数超过 8.6 亿。在这期间，西北欧的欧盟 15 国在吸引游客数量上呈下降趋势，但是其旅游收入却呈现了上升趋势。扣除通货膨胀等因素，这一现象无疑在说明，可持续旅游发展在健康方向上的前进。因为游客数量的减少对于目的地国家而言，是在减轻其环境压力，使其旅游承载力不会承担过大的负荷，能够得到一定程度上的缓冲。而旅游收入的增加可以归结为过夜游客在该目的地国家的旅游时间在延长、旅游消费上升或者是这些国家新型的旅游模式（如会议旅游、商务旅游、节事娱乐旅游等）正确适当的开发和运用的原因。在 1995—2004 年期间，排名靠前的十大旅游目的地分别为：西班牙、意大利、法国、奥地利、英国、德国、希腊、荷兰、葡萄牙和爱尔兰。与以往相比，西班牙和意大利、法国一直保持着前三名的优势，西班牙在 2004 年超过了意大利，以 1.397 亿人次过夜数居全欧洲之首位。约 86.3% 的过夜游客都集中在上述 10 个国家。在旅游目的地国家方面，可以将欧洲国家分为三类：一是被成员国国家居民视为首选旅游目的地的国家，法国、西班牙、德国、意大利属于这

一类；二是只被某一个成员国家视为首选目的地的国家，捷克、希腊和斯洛文尼亚属于第二类；第三类是对任何成员国居民的吸引力都不大的国家。

西班牙是欧洲最重要的旅游目的地之一，而且也是欧盟 15 国内表现最好的国家，其国际入境旅游收入与本国居民出境旅游支出的比例为欧盟 15 国中最高，这说明其旅游发展较为平衡。西班牙近年来越来越成为欧洲的主要客源国，出境游成为一大热点，这与其经济逐步复苏有着直接的关系。在 1995—2004 年期间，西班牙旅游的国际旅游吸引力上升速度较快，国际出境游客数和入境旅游业收入都有快速的增长，但收益上升的速度低于入境游客的增加速度，这意味着与其他目的地国家相比，西班牙面临着旅游可持续发展的挑战，因为游客的入境会带来大量的旅游成本支出。西班牙接收的欧盟其他 14 国的入境游客人数与国际入境游客数的比例保持上升态势。这意味着西班牙的入境游客以欧洲境内游客为主。尽管国际入境游客数量增长很快，但其旅游业对国家 GDP 的贡献率却没有明显变化，这意味着旅游业的边际收益率不高，甚至比不上其他工业产业。因此，尽管从排名的表现看，西班牙的旅游业处于稳定发展状态，但其国际入境旅游收入与本国居民出境旅游支出的比例却在逐年下降。这说明留在国内的可供支配收入在减少，这种不平衡状态对于西班牙旅游业的未来发展是不利因素。

意大利同样是欧洲乃至全球的著名旅游目的地。近年来的数据比较表明，意大利越来越推动了其在国际市场的首领地位，成为重要的旅游客源国。从 1995—2004 年的数据来看，意大利旅游国际吸引力在缓慢下降，表现为其国际入境游客数量在减少，但入境旅游业收入却急速下降。与欧

洲其他国家相比,意大利入境旅游收入的增长速度低于其游客量的增加,这势必造成意大利较大的旅游成本支出,进而使其面临着严峻的可持续发展挑战。作为世界上的主要旅游目的地,意大利来自其他欧盟 14 国的入境游客数与国际入境游客数的比例在下降,也就是其接待的游客越来越多的是来自欧盟 15 国之外的其他国家。虽然国际入境旅游人数在增加,但入境旅游业对意大利的国家 GDP 的贡献却表现出下降的趋势,这主要是意大利的入境游客中过夜人数在减少造成的,更多可能是背包旅行者。同时,意大利的国际入境旅游收入与本国居民出境旅游支出的比例在下降,原因在于意大利近几年表现强劲的是客源国市场,更多的意大利人选择比以往更多的出境旅游。

法国和西班牙一样是欧洲主要的旅游目的地,而且一直是欧洲主要的客源国,这一状况在 1995—2004 期间没有明显变化。在此期间,法国旅游的国际吸引力在缓慢下降,国际入境游客数和入境旅游收入都在下降。与欧洲其他国家相比,法国的入境旅游收入增长速度低于其游客数量的增长,这同样使法国面临着可持续发展的挑战,因为游客的入境量增加会使法国旅游业的成本支出增加。法国的入境游客中,尤其是夏季主要是欧洲范围内的游客为主,所以同西班牙和意大利相比,其入境游客数量与全国游客数相比很低。虽然国际入境游客数在下滑,但是入境游对法国的国家 GDP 贡献率却保持了上升的态势。应该说法国的旅游业边际收益率比起其他工业产业而言,还是越来越重要。(2004—2006 年)在此期间,一个重要的变化就是欧盟的成员国增加到 25 国。欧盟在原来 15 国的基础上又增加了地中海的两个岛国塞浦路斯、马耳他及中东欧的 8 个国家,即波兰、匈牙利、捷克、斯洛伐克、斯洛文尼亚、爱沙尼亚、拉脱维亚和立陶宛。

在此阶段中欧盟有 4 个候选国，即保加利亚、罗马尼亚、克罗地亚和土耳其。这一期间，欧盟旅游业的发展集中表现为欧盟东扩对旅游业带来的影响。

随着这 10 个国家的加盟，欧盟旅游业产生了飞速的发展。新加入欧盟的东欧 10 国都拥有较为丰富的旅游资源，旅游业发展潜力较大：爱沙尼亚、拉脱维亚、立陶宛等国拥有多处未被破坏的自然环境和汉塞亚特文化遗产；波兰以山区资源出众，绵延的海岸线适合开发沿海旅游等，由于旅游产品价格便宜，波罗的海地区三国的旅游业近来持续增长；马耳他和塞浦路斯已经是比较成熟发达的旅游目的地了。旅游基础设施得到明显改善，入盟使东欧地区旅游发展的障碍得以缓解。交通系统、旅馆、餐饮等基础设施是旅游业发展的主要构成部分。以往，东欧地区由于各项基础设施的陈旧和滞后，使许多游客只能望而兴叹。加入欧盟后，各国政府将从欧盟政府获得可观的旅游发展资金，有了这些资金的支持，东欧可以很快对各项基础设施进行改造和扩建，铺设网络等。打破原来“酒香却因巷子深”的局面，使得丰富的人文资源得以充分利用。入盟的另外一好处是，原来不为人所知的旅游目的地都得到了一次免费全球宣传的机会，迅速扩大了其知名效应。27 个成员国期间欧盟旅游业的发展（2007 年至今）2007 年欧洲旅游业仍然保持上升的势头。2007 年欧洲旅游市场比 2006 年扩大了近 4%，尽管在 2008 年经历了金融危机，但由于 2008 年上半年旅游业发展承接了前一年的累积效应，因此从数据看 2008 年上半年，无论旅客数量还是旅游业收入方面都有较大的增长。长假出行人数有所波动。从 2008 年 10 月开始受金融危机的影响，商务出行数量有所减少。因此，2008 年下半年欧洲旅游业的增长较上半年放缓，但仍保持了与 2007 年同期基

本持平的水平。从全年来看,2008 年金融危机并没有对欧洲旅游业产生明显的负面影响。由于本次危机与以前的危机有所不同,在 2009 年,全球经济并没有明显回暖,虽然美国和一些新兴经济体政府都为促进尽快复苏做了大量的努力,但从全球来看,经济增长速度是在放缓,受其影响,2009 年,欧洲的商务旅行数量大大减少,而出境的长期度假旅客数量与前期相比没有下降(表 3—1)。而自 2011 年起,长假出行人数呈现增长趋势,数据显示:欧盟 25 国的长假出行人数在年度变化率自 2011 年“转正”,且在 2011 实现了近 1 个百分点的增加,相比 2010 年增长近 3 个百分点,增速较为明显。通过数据深入分析可以看出,新老成员国的长假出行人数在整个期间波动情况有所不同:欧盟 15 国(老成员国)的波动要明显低于新成员国,说明老成员旅游业发展较为成熟稳定,对外部冲击的反应能力较强。除了对旅游目的地过夜游客数量进行分析外,我们也对旅游目的地的旅游强度进行了统计分析。旅游业发展的同时不能忽视其与环境承载力的相互关系,旅游强度指标一方面可以反应该目的地的旅游承载情况,同时也能反应该目的地对游客的吸引力。旅游管理部门通过该指标的数值变动来制定相应的旅游发展规划,以保证旅游开发的同时实现生态和社会的协调发展。旅游强度前五位的国家均为新成员国,依次为:马耳他、塞浦路斯、奥地利、克罗地亚、冰岛。这些新兴旅游目的地的旅游强度值远高于欧盟 27 国的平均水平,而老成员国中的老牌旅游目的地西班牙、意大利、法国和德国的旅游强度则远远低于这些新兴旅游目的地。这一方面说明这些新兴旅游目的地由于拥有独特的旅游资源,近年来开发出许多使游客有兴趣的旅游产品,借助这些旅游吸引物招致了数量巨大的游客,为这些新兴旅游国家创造了大量的经济效益,但同时也应引起注意的是,对

持续高涨的旅游强度要有防范意识，旅游业不只是为追求经济效益，更应该从持续发展的视角去思考规划开发旅游目的地，避免为了短期经济效益而致使环境、生态受到破坏，彼时的治理代价可能不是经济指标能度量的。

2006 年，约有 180 万家企业活跃在欧盟旅游业。所有旅游公司中，有 90% 位于欧盟 15 国。这意味着，旅游企业主要集中在老会员国。其中，西班牙有近 30 万家企业，是欧盟 27 国中旅游公司数量最多的国家。老成员国中的西班牙、意大利、法国、德国和英国等五个国家所拥有的旅游公司数量占欧盟所有旅游企业的 65%。在新成员国中，波兰和捷克共和国的旅游企业数量较多，约占到总量的一半左右。按每 1 万名居民拥有企业的数量来衡量，塞浦路斯的旅游企业密度最大。住宿业的结构因旅游目的地不同而有所不同。例如对目的地的具体位置而言，在较大的城市大型连锁酒店分布数量较多，在更多的农村地区，旅游旺季是许多微型企业在提供住宿服务。在不同的成员国之间的出行习惯的差异可能解释在市场结构的差异。例如在英国，旅游经营者有比在其他会员国的旅游业更加重要的位置。英国游客比其他欧洲国家的游客更偏好长途旅行，但英国的地理位置是岛屿，因此使英国消费比法国消费者更依赖大型旅游运营商，原因是法国人更喜欢在本国度假旅游。

这一期间，欧盟旅游业虽然受到金融危机的冲击和影响，但对经济发展的贡献率仍然是很大的。这主要表现在旅游业吸纳劳动就业情况和旅游业营业额情况两个方面

金融危机与债务危机影响下的欧盟旅游业，金融危机使欧盟旅游业发展速度放缓。在世界范围内，在 2009 年 1 月到 4 月期间国际入境旅游人数下降了 8%。2009 年，由联合国世界旅游组织为国际旅游业的前景报