



旅游景区周边环境研究

——界定、评价、协调

胡炜霞 著



LÜYOU JINGQU
ZHOUBIAN HUANJING YANJIU
JIEDING PINGJIA XIETIAO

中国环境科学出版社

旅游景区周边环境研究

——界定、评价、协调

胡炜霞 著

中国环境科学出版社·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游景区周边环境研究: 界定、评价、协调/胡炜霞
著. —北京: 中国环境科学出版社, 2010.1
ISBN 978-7-5111-0155-6

I. 旅… II. 胡… III. 旅游点—区域环境—研究
IV. X21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 243701 号

责任编辑 连 斌 孔 锦
责任校对 扣志红
封面设计 龙文视觉

出版发行 中国环境科学出版社
(100062 北京崇文区广渠门内大街 16 号)
网 址: <http://www.cesp.com.cn>
联系电话: 010-67112765 (总编室)
发行热线: 010-67125803

印 刷 北京市联华印刷厂
经 销 各地新华书店
版 次 2010 年 1 月第 1 版
印 次 2010 年 1 月第 1 次印刷
开 本 880×1230 1/32
印 张 8.25
字 数 220 千字
定 价 25.00 元

【版权所有。未经许可请勿翻印、转载, 侵权必究】
如有缺页、破损、倒装等印装质量问题, 请寄回本社更换

摘 要

当今旅游业已成为世界各地普遍重视和关注的对象，在现代世界中扮演着越来越重要的角色，其主要原因之一是旅游业在现阶段对地方经济的贡献功勋卓著。中国旅游业发展三十年来，同样在经济建设上取得了巨大的成绩，但在旅游业三大效益（经济效益、社会效益和环境效益）之间的发展并不均衡。随着旅游业的快速发展和城镇现代化的推进，旅游景区周边涌现出了许多与景区不协调的问题。与此同时，随着社会的进步、人们环保意识和生活水平的提高，旅游者对景区所处背景环境的要求和标准也在逐步提高，旅游者对景区的观赏已不仅仅局限于景区内，将景区作为一个孤立点对待，只把旅游资源圈起来进行封闭式开发、忽视周边环境与景区完整性的做法已不能适应游客越来越挑剔的目光，景区周边环境中的种种对景区的冲击，也威胁到景区的可持续性发展。社会主义和谐社会的构建需要旅游环境效益与经济效益的和谐发展，需要旅游景区周边环境与景区的协调进步。在这种背景下，研究旅游景区周边环境成为非常必要的课题。

本书作者以促进周边环境与旅游景区的协调，实现景区的可持续发展为目的，综合运用实地调查法、定性定量分析法、访谈法、比较分析法等方法，针对旅游景区周边环境存在的现实问题，以景观生态学和谐理论为理论基础，对景区周边环境的范围界定、协调度评价和整治措施进行了研究。主要在以下几个方面获得了一些新认识与结论。

(1) 书中初步探讨了旅游景区周边环境的概念、内涵、特征、积极作用等理论问题，对景区周边环境的国内外研究进程进展和经验教训进行了梳理。认为旅游景区周边环境不是一块与旅游无关的

副地带，其变化牵动着旅游者对景区的认知和评价，也关系着旅游景区的科学发展，未来景区的竞争还是周边环境质量之间的较量。但目前对于旅游景区周边环境的研究还非常薄弱，应引起旅游学界相关领域的重视。

(2) 书中对景观生态学与和谐理论的基本理论进行了描述，并就与旅游景区周边环境与景区协调过程中相关的理论进行了重点分析。

(3) 基于旅游规划和管理的需要，本书认为旅游景区周边环境存在一定的范围，可以通过一些方法进行界定。认为旅游景区周边环境的定性界定可以根据与景区景观的相似外貌和由景区发展所带动的服务业的情况来判断边界的大致位置，也就是依据景观外貌与氛围异质性边界的出现来判断，定量界定可以采用以游客和居民两种主体的认知为依据的“影响拐点法”。

(4) 本书作者认为在对旅游景区周边环境进行治理前，需要对景区周边环境进行协调度评价，以找出周边环境存在的问题及矛盾。本书作者筛选了协调度模型，建立协调度评价体系，构建协调度评价量表。从实证及数据上表明，周边环境与旅游景区不协调时，会影响游客的满意度及景区的经济效益。用事实说明了在现代旅游背景下，周边环境对于旅游景区的重要作用。

(5) 旅游景区周边环境要写入景区的规划中。景区周边环境的整治需要一个先期规划。

(6) 在旅游景区的管理机构中，设立负责景区周边环境管理的专门组织。将周边环境对旅游景区的干扰控制在一定范围内，需要使景区周边环境与景区在管理机制、管理职能上保持较好的协调性。从管理上来说，景区周边环境中产生形形色色问题的本质在于景区与周边环境的权属问题，周边环境属政府管，景区没有管理的权限。在对景区周边环境进行管理时，应该采取政府主导的模式，设立专门针对旅游景区周边环境的管理部门，负责环境维护与秩序维持，避免景区周边环境中的分利时争相参与，出现问题需要解决时却无人承担的现象。

(7) 利益协调是旅游景区周边环境管理机制得以顺利执行的保障, 景区周边环境中的机构、社区、个人以及周边环境管理部门在治理工作中, 付出了努力和代价, 政府可以从景区综合旅游收入中拿出部分对其扶助、补贴、补助。

(8) 规范旅游景区周边居民参与旅游的服务行为及活动。旅游景区管理机构或周边环境的管理部门要改革社区参与机制和氛围, 有计划地引导良好的参与行动, 制定规范的参与制度。可以通过建立周边居民参与的专门机制或中介组织, 提高对周边居民的利益补偿, 加强对周边居民的人文关怀, 增强其对自身利益与景区效益整体性的统一认识等综合途径来实现。

(9) 进行城镇旅游景区周边环境整治时, 要注意与城镇形象结合, 村落旅游景区要防止在新农村建设中对景区周边环境的破坏, 要注意与农业景观的结合, 自然旅游景区周边环境要维持地格原貌和自然景观原状。

著者

2009.12

目 录

第 1 章 绪 论	1
1.1 研究旅游景区周边环境的背景及现实依据	1
1.2 《西安宣言》对研究旅游景区周边环境的催化作用	8
1.3 研究旅游景区周边环境的意义	9
1.4 研究思路和研究方法	16
1.5 主要研究内容、研究框架及实地调查资料来源	18
第 2 章 旅游景区周边环境概论	22
2.1 旅游景区周边环境的概念	22
2.2 旅游景区周边环境的特征	27
2.3 旅游景区周边环境的分类	31
2.4 旅游景区周边环境的积极作用	32
2.5 旅游景区周边环境研究进展、实践及发展趋势	36
第 3 章 周边环境与旅游景区协调的景观生态学与和谐理论	56
3.1 周边环境与旅游景区协调的景观生态学理论	56
3.2 景区周边环境与景区协调的和谐论	74
第 4 章 旅游景区周边环境的范围界定	86
4.1 旅游景区周边环境范围界定的目标	86
4.2 旅游景区周边环境界定的原则	87
4.3 旅游景区周边环境地域范围确定的影响因素	89
4.4 旅游景区周边环境地域范围界定方法的分析	93
4.5 旅游景区周边环境地域范围的定性界定	98

4.6 旅游景区周边环境地域范围界定的影响拐点法.....	107
第5章 旅游景区周边环境与景区协调度评价	123
5.1 旅游景区周边环境与景区协调度分析	123
5.2 旅游景区周边环境与景区协调度评价指标体系的建立...	132
5.3 景区周边环境与景区协调度评价 ——以山西平遥古城为例.....	147
第6章 周边环境与旅游景区协调发展的整治措施	175
6.1 与旅游景区协调的周边环境整治的内涵	176
6.2 协调与旅游景区的周边环境整治的原则	177
6.3 旅游景区周边环境层次分析	179
6.4 周边环境与旅游景区协调发展的两种动力机制.....	180
6.5 旅游景区周边环境与景区协调发展的整治内容.....	181
6.6 城镇景区、村落景区、自然旅游景区周边环境与 景区协调特征	212
第7章 结论及展望	235
7.1 结论	235
7.2 创新	239
7.3 未来研究工作展望	239
参考文献	241
附表	248

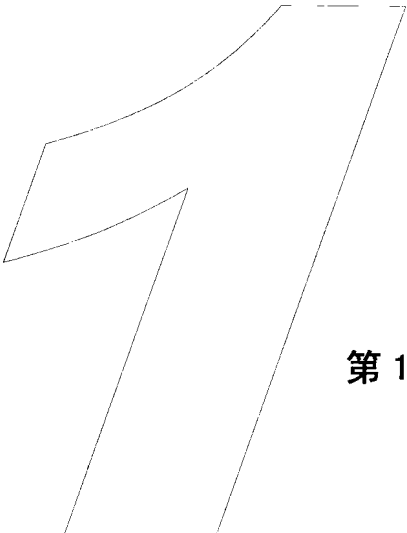
表目录

表 1-1	实地调查的问卷统计情况	21
表 2-1	一次检索	44
表 2-2	二次检索	45
表 2-3	硕博士论文国内旅游与相关领域周边环境 研究文献检索统计	45
表 4-1	各位置与盘山公路开始处的距离	113
表 4-2	因子项所在位置的点认知百分数及 (实际) 认知百分数	114
表 4-3	因子权重值的分配	118
表 4-4	调查结果	120
表 5-1	问卷统计情况	152
表 5-2	周边环境与景区的协调度评价	153
表 5-3	周边环境与景区环境质量协调度量表	163
表 5-4	景区周边环境整治意见统计表	166
表 5-5	平遥古城 1997 年、2006 年旅游对比	169
表 5-6	2006 年平遥与丽江旅游对比	169

图目录

图 1-1	景区周边环境的特殊地位	7
图 1-2	研究思路	16
图 1-3	研究技术路线	17
图 2-1	旅游区与旅游景区比较	23
图 2-2	旅游区、旅游景区、旅游景点的关系	24
图 2-3	缓冲区、景区、景区周边环境关系	27
图 3-1	景区斑、景区缘和背景基质关系示意图	63
图 3-2	大景区斑图	65
图 3-3	景区斑与景区缘、背景基质的景观连接度	66
图 3-4	大景区斑的外部景观系统	69

图 3-5	区域旅游景观系统	70
图 3-6	大景区斑内的景观系统	70
图 4-1	景区周边环境模糊范围	99
图 4-2	翠华山景区周边环境	100
图 4-3	西安碑林周边环境	104
图 4-4	清真大寺周边环境	105
图 4-5	认知衰减曲线图	108
图 4-6	景区周边环境地域空间范围	109
图 4-7	绵山沿旅游专线的景区周边环境	113
图 4-8	植树绿化的点认知曲线图 (1) 和认知衰减曲线图 (2)	115
图 4-9	清洁卫生的点认知曲线图 (1) 和认知衰减曲线图 (2)	116
图 4-10	文明管理的点认知曲线图 (1) 和认知衰减曲线图 (2)	116
图 4-11	“建筑建设与景区协调”的点认知曲线图 (1) 和认知衰减曲线图 (2)	117
图 4-12	周边环境中“具有旅游气息”的 点认知曲线图 (1) 和 认知衰减曲线图 (2)	117
图 4-13	周边环境中“餐馆住宿控制地带” 的点认知曲线图 (1) 和认知衰减曲线图 (2)	118
图 4-14	绵山外村民对景区的认知衰减曲线图	120
图 5-1	景区周边环境与景区协调度评价指标方法	139
图 5-2	协调度评价指标体系	143
图 6-1	景区带动型	180
图 6-2	区域带动型	181
图 6-3	周边环境与景区的协调关系模式	182
图 6-4	平遥古城周边环境管理机制的协调模式	196
图 6-5	平遥古城周边环境利益协调模式	198



第 1 章

绪 论

1.1 研究旅游景区周边环境的背景及现实依据

中国旅游业发展三十年来,取得了长足的进步,但在旅游业三大效益(经济效益、社会效益和环境效益)之间的发展并不均衡,经济效益明显占上峰,旅游环境的发展和改善则处于劣势。在论证旅游业所取得的巨大成绩以及对社会的贡献时,往往所列的指标都与经济有关。我国 2005 年接待入境旅游者达到 12 029.23 万人次,跃居世界第五大旅游吸引国,为亚洲首位旅游大国。2006 年我国国内旅游人数达到 13.9 亿人次,国内旅游收入 6 230 亿元人民币,成为世界上数量最大、增速最快、潜力最强的国内旅游市场。近年来随着我国旅游业的蓬勃发展,其综合性、关联性很强的特点表现得越来越充分,在带动相关行业的发展,扩大国内需求,增强经济活力,提高人民生活质量等方面发挥着日益重要的作用。旅游业已成为我国经济新的增长点,并且为我国第三产业的主要支柱之一。全

国已有 24 个省、直辖市、自治区将旅游业定位为支柱产业,其余省区则分别将旅游业定位为重要产业或优势产业。旅游业在经济建设中的地位日益重要,在促进国民生产总值的增长,并为过剩劳动力拓宽了就业渠道时,它也应该为人类创造更加美好而舒适的审美体验环境。

人口、资源、环境与可持续发展已成为当今国际社会举世瞩目的焦点。人们已经认识到,过去通过大量消耗自然资源发展经济的模式,已不利于环境保护可持续发展。环境问题涉及各行各业,关系到人们的工作、生活和健康。随着环境保护事业的发展、生活水平的提高,人们的环境保护意识在增强,对环境的要求也在迅速提高。今天,无论是旅游者的旅游活动,还是旅游业经营者的旅游经营活动,均需要优良环境的有力支持,环境质量的提高可以为旅游活动提供更加优良的环境,从而促进旅游业的健康发展^[1]。

旅游是旅游者的一种不同于日常生活的经历,一种审美和享受。现代社会经济及文化教育的发展,使人们的生活质量和文化水准不断提高,求知欲增强,旅游已经成为人们重要的生活方式。旅游环境不仅要满足旅游者较高的生理要求,而且更要满足旅游者的心理审美需求。因此,旅游环境的质量要明显高于一般场所的环境质量,这是由旅游活动本身的特征所决定的。

随着旅游业的发展,过去只要有旅游资源,圈起来进行开发的景区发展模式已远远不能适应当今旅游者的需求,旅游者的标准在提高,对景区也逐渐变得挑剔起来,景区周边环境影响着他们对景区的认识,是景区的细节之处,它与景区的协调在景区的二次开发、三次开发中占有重要地位。

由于旅游景区周边环境与景区的紧密联系性、相互依赖性及整体性,决定了景区周边环境在旅游者浏览过程中的特殊性和重要性。旅游作为一种令旅游者身心愉悦的活动,追求的是一种美好的体验,对于一个特定的景区景点,旅游者心理到达时间往往早于其亲身而至的时间,这种对特定景区景点的心理期望是每位旅游者都具有的心理现象。实践证明,随着与景区距离的接近,旅游者渴求

感受美的心理愈强,会产生一种对景区的企盼。这种企盼心理需求往往在未到景区之前就会产生,即心理需求的产生时间早于亲临景区的时间,二者之间有时间差,而且知名度越高的景区则企盼心理发生时间愈早。直观而言,当旅游者接近某个属于景区周边范围时,就会以极大的热情,贪婪地欣赏沿途的民情风光,并有意无意地将其视为观赏对象,由此获得对景区的第一印象。如果第一印象好,之后的旅游将会很投入,如果第一印象不好则会影响对景区的认可。可见,这部分外围环境对于景区有重要的引导宣传意义。优美的周边环境必将给旅游者带来强烈的旅游冲动,激励着他们进入景区旅游,可以说周边环境是旅游景区的脸面。

但是在旅游景区的发展中不难发现,许多旅游景区与其周边环境不协调的矛盾冲突却比比皆是,旅游景区的周边环境往往不是增加景区的景观美感和烘托旅游气氛,而是成为与景区景观及氛围差异很大的一种干扰,妨碍旅游者对于景区的整体视觉和心理美感的形成,是旅游过程中的一种败笔。因此,研究旅游景区周边环境和景区的协调发展十分必要。

(1) 旅游景区周边环境中存在问题的大量化和多样性

20世纪90年代以来,中国经济快速而持续的腾飞以及人们闲暇时间的增多,引发了人们对旅游、休闲等活动在传统观念上的革新。以增加见闻、放松心情等为目的的旅游活动生命力旺盛,旅游大众化浪潮在华夏大地上扩展得迅猛而自然。旅游消费急剧膨胀的扩大化市场需求使得景区景点的兴建、扩建及升级开发的商机与实践空前高涨。我国有40万处古遗址、古建筑等不可移动文化遗产,有30项文化和自然遗产被列入世界遗产之列,世界遗产数量是位居西班牙、意大利之后的世界遗产第三大国。随着全球一体化的深化、城市与乡村发展的现代化进程,景区开发的大规模进行以及人们生活方式的改变,旅游景区与其周边环境中的某些现代化人为因素经常会发生冲突,造成了许多旅游景区与周围环境极不和谐的现状。如在城市景区近旁出现了不少“开发形式的破坏”,在一些非城市旅游景区周围悄然流行着商业化的演变。国际古迹遗址理事会

主席米歇尔·佩赛特说：“城市的快速发展所带来的城镇和景观的变化，使文物遗迹背景环境的保护已超出文物本身的价值。”在景区的新一轮竞争中，在各方面需求及利益的催促下，景区周边环境中的与其发展不协调的巨大变化给景区带来的冲击层出不穷。相对来说，在景区景观受到保护和景区内建设发展受到多种因素的限制的情况下，旅游景区周边环境变更的频度和范围均远远超过了景区内。周边环境与景区不协调的状况已摆在了旅游界研究课题的前沿，需要人们认真进行反思并筹划应对的措施。景区发展中周边环境呈现的一些问题主要存在于以下几个方面。

① 周边环境卫生差。景区周围环境卫生脏乱无比。景区外的道路及停车场尘土飞扬，居民垃圾随意乱倒，马路摊点任意摆放。这种脏乱的环境与游客心目中向往的旅游场景反差极大，给游客留下了非常差的第一印象。② 周边环境人文管理混乱。游客在进入景区周边地带就遭遇各种服务人员或闲散人员围攻，游客能够自由选择的基本权益得不到尊重，致使他们情绪反感，戒备心一再绷紧甚至失控。旅游者直至进入景区心情才会稍事安然。③ 城市景区周围一浪高过一浪的地产开发现象影响了景区旅游氛围的营造。开发商出于对利润率的追求而尽可能地增加新建楼房的层数，新建的高层建筑群对城市景区景点周围地带恣意侵吞，新涌起的消费人群对文化遗产地任意冲击。与景区近在咫尺，却丝毫不感受不出景区的存在，周边环境中规划设计杂乱，与景区的相似性和连通性很差。另外由于城镇的扩展和人们对现代化生活的追求，城镇边缘景区四周民房也在按照自己的样式改换面貌，并增加高度。这些建筑物在旅游者从外围进入景区的过程中很扎眼，与景区的旅游环境非常不协调。④ 自然旅游景区及村落景区周边环境中的“四化”（商业化、城镇化、人工化和现代化）现象严重。

旅游开发带来的高额利润使人们对自然景区景观周边环境中的建筑容纳限度和展陈利用设计缺乏全面及长远考虑，周边环境中城镇化的热闹景观片断隔断了景区与周围自然地理环境的有机联系，形成景区“孤岛化”现象。景区周围地带中本应呈现的旅游文化氛

围经常被居民、商贩所营造的缺乏统一管理规划的商业气息所笼罩,炊烟袅袅的悠然安逸的山野生活成了五颜六色的农家乐广告牌争奇斗艳的场所。旅游者一路上被自然风景所陶醉的心情,在景区门前却忽然变得异常迷茫。怎么一路的好风景,到了景区的门口却又返回到了惯常熟悉的生活场景中。与心目中的旅游世界相差甚远。

还有的景区的决策者、开发者和经营者认为,自然旅游景区的周边地带一定要建设得方便豪华,结果单纯以城市设施来吸引游客。把景区连带周边环境建成享受型的吃喝玩乐的俱乐部。景区外违反外围保护地带的要求,从而造成景区外围景观异质化的现象。在村落景区的周围,餐饮住宿建筑越盖越豪华,店铺和摊位越来越密集,以至于家家户户都经营饭店或旅游商品摊位,周边环境中的旅游商业的发展呈现出量的迅速膨胀和质的低下。⑤对景区周边环境大面积地泼绿,景观广场化,景区周边环境广场化、园林化。有的旅游景区对自己所处的周围环境的自然地理状况、风景空间以及所传承的地域传统文化的认识把握不准确甚至错误。在对景区周边环境进行建设时,不结合自身优势,不考虑景区所依赖的自然背景的基础和周边环境中的地域特色,模仿大城市规划中对景区凸显的办法,推倒原有建筑,搬迁原有居民或村庄,进行现代化的广场式建设,筑起意象派的雕塑小品,进行大规模的绿化,出现景区周边环境广场化和绿篱化现象,也使景区与其周边环境所组成的整体不融合于景区所处的田园式村镇景观或自然风景中。⑥在景区周边环境建设中建设与景区旅游气氛不相符的现代化游乐设施。景区周边环境在整治修建过程中,为丰富景区旅游的活动内容,获得一定的旅游规模效应,延长旅游者在当地的游览时间,提供更全面更方便的服务,在离景区较近的地带中大建现代化的休闲娱乐游乐设施,如水上世界等,与景区的特异文化格调很不相称。⑦景区周边环境建造喧宾夺主的人造景观。

有些景区的周围,尤其是景区入口前建造的人造景观,与历史遗留下来的文脉并不合宜。这些周边环境中的建设有的是出于经济

利益的驱动,有的却只是高层决策者个人臆想的产物。如果为了烘托景区的旅游气氛,营造整洁有序的旅游环境氛围,依据景区景观的原有特色建造一些仿古建筑设施,实施对景区的保护本无可厚非;但在新建过程中,不尊重原有景区的历史文化文脉,历史环境,为追求利润或个人的留名而扩大人造景观,为增加旅游发展空间而增加一些不伦不类的仿古环境,为增加旅游环境容量将外地的一些景区景观形象引进景区周边环境中。其实旅游景区原有的传统风采,才是对游客有着强烈吸引力的地方。⑧ 景区与周边经济发展失调。

如在有些乡村的重要景区,景点的资源品位很高,开发也较早,但景点的连带效益较差,周边居民的旅游商业店铺几近没有,村民不能从黄金资源中受益。村民的生活倒是原汁原味的,由于贫困,周边环境显得很荒凉;景区中游客稀少,加之周边环境缺少合理的陈设和装饰,景区的发展显得很单薄,这是景区在自然村中的另外一种孤岛化现象。

以上旅游景区周边环境中表现出的种种与景区不和谐现象和由于规划管理不善造成景区周边资源破坏的现象,给旅游景区景观带来了负面效应,已开始威胁到景区景观存在的真实性、存在的意义和价值、整体性和多样性,进而影响了旅游者对景观的审美及愉悦体验,降低了游客对景区的满意度。

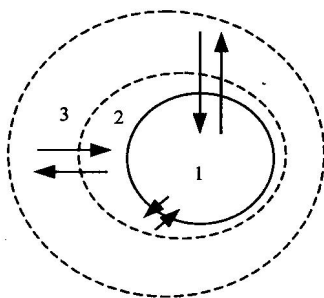
(2) 旅游者对景区审美需求的多元化和高层次性

旅游目前已成为一种体验美感和放松心情的活动,不仅仅要满足旅游者对旅游表面的理解,还要满足旅游者对景区的心灵观赏,为此旅游者对景区的认知已经深化,一方面要求旅游体现景区的哲理美、科学美和文化美;另一方面往往又把景区及周围的环境作为一个整体进行感受,要求景区与周边环境协调,共同体现景区的和谐美。随着社会的发展,旅游者对景区所处的背景环境的要求和标准也在逐步提高。如今在旅游景区,旅游者不仅关注景区本身,而且同样关注景区的周边环境。因为此种环境已经构成旅游者体验景区的必要条件,甚至可同样视为旅游享受因素,即旅游景区的有机

组成部分。人们呼唤管理文明、自然环境整洁、地方特色突出的周边环境，而对景区周边环境中过度商业化及金钱至上的周边居民道德素质和意识越来越排斥。景区周边环境若不进行服务管理及景观自然环境的治理，则会导致游客对景区满意度的降低。因此，旅游景区周边环境质量的优劣，必然直接影响旅游者旅游感受的质量，从而影响到旅游景区的吸引力和竞争力，进而影响到旅游业的三大效益和可持续发展。所以，旅游周边环境是有价值的，应将旅游环境看成同景区一样的一种资源。

（3）景区周边环境对于旅游景区的特殊性

旅游环境从内容上说可以包括三重旅游环境系统^[2]，即旅游景区宏观环境、旅游景区周边环境和旅游景区的内部环境。景区周边环境由于处于宏观环境、景区内部环境的交流地带，紧挨景区的外围，和景区的信息流、能量流交换频繁，对于景区的直接作用和影响较强，在旅游环境中具有特殊的地位（图 1-1）。如今在世界遗产的申报过程中，在景区内建设发展空间受到多种因素的限制下，很多景区前期准备时拼得更多的是与景区文化氛围和谐的周边环境质量。因此景区周边环境应得到普遍的重视。



1—景区内环境；2—景区周边环境；3—景区宏观环境；

↔—各环境之间的信息能量流交换

图 1-1 景区周边环境的特殊地位

Fig.1-1 The special status of tourist attraction setting