

浙江现象·旅游创新系列丛书

陈仙波 张跃西 丛书主编
郭鲁芳 丁萍萍 丛书副主编

生态旅游·太湖源模式

张建国 薛群慧 华雯 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

浙江现象·旅游创新系列丛书

生态旅游·太湖源模式

◎张建国 薛群慧 华雯 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书为“浙江现象·旅游创新系列丛书”中的一个组成部分,以太湖源景区为实证案例,深入剖析了浙江生态旅游的发展历程、模式内涵和开发效应。

本书既具有比较成熟的生态旅游景区建设与管理的方法和理论,也有编著者历年来从事教学研究与企业管理实务的成果和心得,既注重本书的系统性及与整套丛书的协调性,更注重其实用性,具有新资料、新视野和实践性的特点。观点新颖、思路清晰、内容详略得当,深入浅出,不仅可供旅游院校的学生和生态旅游从业人员学习参考使用,也可供生态旅游管理者、研究人员及生态旅游景区规划设计人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

生态旅游·太湖源模式/张建国,薛群慧,华雯著. —北京:北京大学出版社, 2010.4

(浙江现象·旅游创新系列丛书)

ISBN 978-7-301-16312-2

I. 生… II. ①张…②薛…③华… III. 生态型—旅游—研究—杭州市
IV. F592.755.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 222781 号

书 名: 生态旅游·太湖源模式

著作责任者: 张建国 薛群慧 华 雯 著

责任编辑: 胡伟晔

标准书号: ISBN 978-7-301-16312-2/G·2751

出版者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765126 出版部 62754962

网 址: <http://www.pup.cn>

电子信箱: zyjy@pup.cn

印刷者: 北京宏伟双华印刷有限公司

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×980 毫米 16 开本 15 印张 235 千字

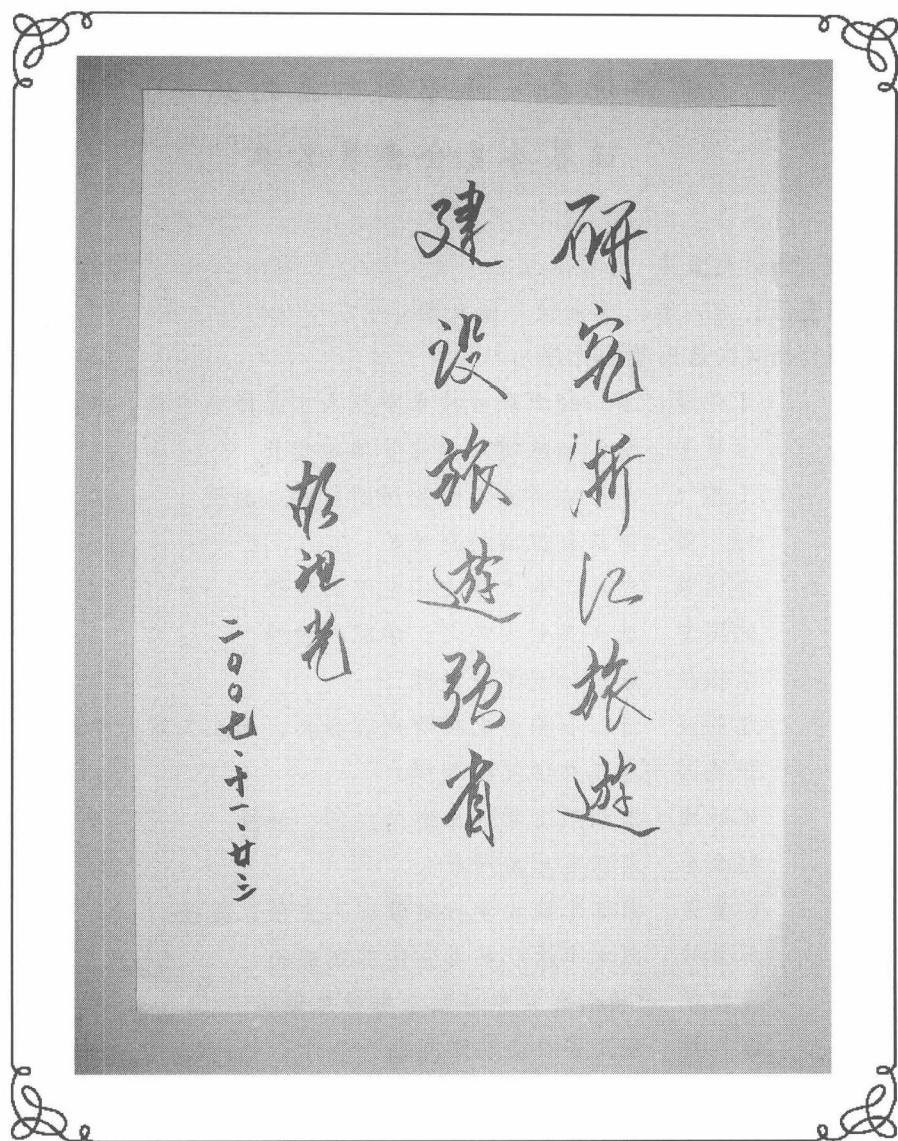
2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn



浙江省社会科学界联合会主席，浙江工商大学党委书记、博士生导师胡祖光教授的题字

《浙江现象·旅游创新系列丛书》

编纂委员会委员名单

主 任：赵金勇

副主任：许 澎 陈仙波 张跃西

委 员（以姓氏笔画为序）：

- | | |
|-----|-----------------------|
| 丁萍萍 | 浙江经贸职业技术学院人文旅游系主任、教授 |
| 王建平 | 浙江省旅游局行业管理处处长 |
| 王婉飞 | 浙江大学旅游研究所副所长、教授 |
| 许 澎 | 浙江省旅游局副局长 |
| 孙优萍 | 浙江工业大学之江学院副教授 |
| 沈国斐 | 浙江工业大学之江学院副教授 |
| 李松柏 | 湖州师范学院讲师 |
| 陈仙波 | 浙江省旅游发展研究会会长、浙江工商大学教授 |
| 张建国 | 浙江林学院副教授 |
| 张跃西 | 浙江教育学院旅游系主任、教授 |
| 赵金勇 | 浙江省旅游局局长 |
| 郭鲁芳 | 浙江工商大学旅游管理系主任、教授 |
| 麻益兵 | 丽水市景宁县委宣传部副部长 |
| 曾毓琳 | 《横店影视旅游》杂志社总编辑 |
| 谢利根 | 浙江省社会科学界联合会学会处处长 |
| 蒋宝华 | 舟山市普陀山风景名胜区管理委员会党委书记 |
| 詹世龙 | 浙江省旅游协会副秘书长 |
| 薛群慧 | 浙江林学院旅游管理系主任、教授 |

主 编：陈仙波 张跃西

副主编：郭鲁芳 丁萍萍

序

浙江省旅游局局长 赵金勇

改革开放近三十年来，浙江省坚持以人为本，以全民创业为重要实现手段，在体制、机制、市场、产业、科技等诸多领域进行了异常活跃的创新，由于积极营造宽松良好的创新环境，最大限度地发挥人民群众创新的主动性和积极性，大力鼓励和引导民营经济健康发展，使“敢为天下先”的浙江人的艰苦创业取得了丰硕成果。据统计，2006 年度全国 500 强民营企业中，浙江占了 203 席，总数居全国第一位；全国民营企业自主创新 50 强中，浙江占了 19 席。“浙江现象”本质就是浙江人的敢为人先、自强不息、勇于创新，从而创造了一个又一个的奇迹，涌现出了“温州模式”、“义乌经验”以及“浙江精神”，培养了一大批“风云浙商”。浙江也因此成为举世瞩目的经济社会又好又快发展的重要地区之一。“浙江现象”也已经成为社会公认的发展模式，并引发众多学者研究与揭秘的重要课题。从这个意义上说，“浙江现象”不仅是浙江的，也是全国的。

旅游产业的发展与创新，也是浙江现象的重要组成部分。旅游产业是创意产业，更需要务实创新。没有思路，就没有出路；没有创新，就没有发展。

浙江旅游产业发展，源于创新拓展。近年来，浙江旅游发展取得了显著成就。主要表现在民营资本的投入为区域旅游产业提升提供了强大的发展动力；杭州成为首批中国最佳旅游城市，“世界休闲博览会”的举办，率先启动了中国休闲旅游产业；产业生态旅游理论创新与实践探索，为中国生态旅游产业化提供了宝贵经验；绿色饭店标准制定与实施并在全国推广，推进了酒店业的生态化发展；旅行社管理体制与机制创新，有效地促进了旅游联合体以及区域整合战略的发展；主题旅游以及文化旅游的发展与创新，在弘扬优秀传统文化的同时也极大地推进了文化创新与经济繁荣；横店影视旅游、义乌购物旅游正在成为具有核心竞争力和良好发展势头的新型旅游形式，等等。

浙江旅游的创新与发展，面临着一些重要的理论与实践问题迫切需要寻求

解决途径。浙江要继续“走在前列”，除了“干在实处”之外，还必须与时俱进，“谋在新处”、“赢在特处”。为此，必须继承和发扬“求真务实、诚信和谐、开放图强”的与时俱进的浙江精神。

这次，省旅游协会、旅游经济研究会策划组织省内相关院校的旅游专家、教授和一线骨干教师参与撰写的《浙江现象·旅游创新系列丛书》，就是遵照党的“十七大”关于促进国民经济又好又快的发展，加快转变经济发展方式等重要精神的一种尝试。该丛书总结了“浙江现象”中旅游理论创新成果与实践发展经验，贯彻科学发展观，注重理论与实践的结合，当前旅游产业发展的前沿理论与热点焦点问题作为论题加以论述；又透过剖析大量经典案例，论证了理论指导实践的重要作用，从而使广大读者能从中获得理论上的熏陶和实践上的启发。希望这套丛书能有助于推进我省旅游专业理论研究，有助于发挥“浙江现象”服务与辐射功能，有助于提高旅游从业人员的专业素养，为加快浙江旅游经济强省建设作出积极贡献。

前言

有关生态旅游的理论研究，早在“生态旅游”概念引入之前就开始了。20世纪80年代初期开始研究旅游生态环境方面的问题，并呼吁“创建旅游生态学、开展旅游生态研究”。进入90年代以后，“生态旅游”传入我国，并迅速引起方方面面的广泛关注，使“生态旅游”这一外来概念迅速地与我 国蓬勃发展的旅游业结合在一起。

作为经济大省和资源小省的浙江，生态旅游业在一流客源市场、二流旅游资源的现实境况下，充分发挥睿智浙商的过人智慧，将浙江的生态旅游做得风生水起，打造了许多在长三角及国内外闻名的品牌生态旅游区。但对于现阶段浙江生态旅游的开发，许多专家和学者仍存有异议，认为目前的很多生态旅游实践并没有达到生态旅游的本质要求，有些生态旅游产品并不是真正意义上的生态旅游产品，而是自然旅游或者是观光旅游的另一种形式。本书以浙江省生态旅游品牌——太湖源为案例对生态旅游中国化过程中面临的问题进行了集中剖析，倡导真正的包括“自身发展”、“行业发展”、“区域经济与社会发展”在内的全面综合的生态旅游可持续发展模式，并对企业每一步的具体操作中的成功经验进行了研究分析。由于旅游业的产业综合性，生态旅游管理涉及的内容非常宽泛。为了不使本书由于面面俱到而难于深入，作者把重点放在旅游企业目前面临日益尖锐的资源保护与开发、社区参与、营销管理和社会影响等方面，力求在生态旅游的企业经营与管理上对业界和学界有所裨益。

全书共分9章，主要由浙江林学院旅游与健康学院在生态旅游及相关领域有着深入研究的教师执笔著述。第1章“生态旅游概述”，第5章“太湖源生态旅游保护性开发模式”和第9章“生态旅游开发太湖源模式的行业示范效应”由张建国博士执笔；第7章“太湖源生态旅游营销模式”和第8章“太湖源生态旅游管理模式”由薛群慧教授执笔；第2章“生态旅游业的发展历程”由柳丹博士执笔；第3章“浙江省生态旅游的崛起”由白鸥老师执笔；第4章“太湖源生态旅游的缘起与发展”由闪媛媛老师执笔；第6章“太湖源生态旅游的社区参与模式”由蔡碧凡老师执笔。本书还邀请美国俄克拉荷马州立大学

的华雯博士生、云南大学丽江旅游文化学院的陶琼老师、香港大学的薛诗怡硕士、浙江林学院旅游与健康学院的钟小丽等同学参与了部分章节的著述工作。

本书的调研和资料收集工作得到了太湖源旅游公司的全力配合和支持，还得到了浙江省旅游经济协会会长陈仙波教授的大力帮助和支持。北京大学出版社及胡伟晔老师细致严谨、高效务实的工作作风使得本书得以顺利出版，在此谨致谢意。

本书是生态旅游的“中国化实践”，以一个企业为案例对生态旅游中国化过程中面临的问题进行了集中剖析。将旅游企业发展过程所面临的问题放到一个环境中去集中剖析与研究，以期对同类旅游企业的经营和管理能够提供全方位的参考。

本书的编撰历经近两年的时间，数易其稿，力求完善，但由于撰著者自身水平和时间所限，难免有不妥和疏漏之处，敬请广大同仁和读者予以宽谅并不吝批评指正。

作者

2009年10月

目 录

第 1 章 生态旅游概述	1
1.1 生态旅游产生的社会背景	1
1.1.1 生态旅游的产生,是一个时代“生态觉醒”的产物	1
1.1.2 旅游业负面效应日益显现而面临转型的必然选择	2
1.2 生态旅游概念之争	3
1.2.1 生态旅游概念的争议与发展	5
1.2.2 生态旅游概念之争的后果	9
1.3 概念的扩充与完善	11
1.4 生态旅游与其他旅游形式之间的关系	12
1.4.1 生态旅游、替代性旅游与传统大众旅游	13
1.4.2 生态旅游与自然旅游	14
1.4.3 生态旅游与探险旅游	14
1.4.4 生态旅游与可持续旅游	15
1.5 生态旅游产品的核心准则	16
1.6 生态标识与生态旅游认证	18
1.6.1 开展生态旅游认证的意义	18
1.6.2 主要的生态标识与生态旅游认证	20
第 2 章 生态旅游业的发展历程	25
2.1 生态旅游业的产生根源	25
2.2 生态旅游业的发展历程	26
2.2.1 兴起阶段(20 世纪六七十年代—20 世纪 80 年代)	26
2.2.2 蓬勃发展阶段(20 世纪 80 年代初—20 世纪 90 年代中叶)	27
2.2.3 稳定发展阶段(20 世纪 90 年代中叶至今)	28
2.3 生态旅游业国内外现状	29
2.3.1 国外生态旅游业的发展现状	29
2.3.2 我国生态旅游业发展概况	32

2.4 国内外旅游产业发展模式比较	36
2.4.1 国际旅游产业发展模式的类型	37
2.4.2 中国旅游产业发展模式	39
2.5 现代生态旅游产业状况剖析	41
2.5.1 生态旅游旅行社	42
2.5.2 生态旅游饭店(绿色饭店)	43
2.5.3 生态旅游交通	45
2.5.4 生态旅游商品与生态旅游康乐	46
2.6 生态旅游产业发展趋势	48
2.6.1 世界生态旅游发展趋势分析	48
2.6.2 中国生态旅游发展趋势分析	49
第3章 浙江省生态旅游的崛起	52
3.1 浙江省生态旅游的兴起	52
3.2 浙江省生态旅游的发展现状	53
3.2.1 浙江省发展生态旅游的基础	53
3.2.2 浙江省开展生态旅游的主要区域	55
3.2.3 浙江省生态旅游发展的成就	56
3.2.4 生态旅游资源开发与保护存在的问题	58
3.3 浙江省生态旅游发展战略	62
3.3.1 进程规划	62
3.3.2 发展战略	64
3.3.3 六大建设区	65
3.3.4 三大产业带	68
第4章 太湖源生态旅游的缘起与发展	70
4.1 太湖源生态旅游概述	70
4.2 从瑞晶洞到龙须沟	72
4.3 太湖源生态旅游的形成	76
4.4 生态富民、和谐农村	82
4.3.1 白沙村生态致富的三个阶段	83

4.3.2	白沙村生态致富的形式	84
4.3.3	白沙村生态致富的来源	86
第5章	太湖源生态旅游保护性开发模式	89
5.1	生态旅游开发在区域可持续发展中的功能与作用	89
5.1.1	生态旅游为区域发展提供资金支持,使保护工作落到实处	89
5.1.2	生态旅游开发带动周边社区发展	90
5.1.3	生态旅游可增强公众的自然保护意识	91
5.1.4	生态旅游可提高自然保护区的知名度	91
5.2	生态旅游开发中保护与开发之间的矛盾	91
5.3	保护性开发——生态旅游开发与保护的互动与双赢	93
5.4	生态旅游保护性开发的实现途径	94
5.4.1	我国生态旅游发展中存在的主要问题	94
5.4.2	我国生态旅游保护性开发的实现途径	95
5.5	太湖源生态旅游的保护性开发模式	102
5.5.1	太湖源景区模式的产生背景	102
5.5.2	太湖源生态旅游的保护性开发模式	103
第6章	太湖源生态旅游的社区参与模式	111
6.1	社区参与理论概述	112
6.1.1	相关概念	112
6.1.2	社区参与的相关理论	116
6.1.3	生态旅游与社区参与的关系	119
6.2	太湖源社区参与生态旅游的概况	121
6.2.1	太湖源及太湖源社区概况	121
6.2.2	太湖源社区参与旅游的历程 ——从“卖山头”到“卖生态”	122
6.3	太湖源社区参与生态旅游的模式	122
6.3.1	太湖源生态旅游的各相关利益者	122
6.3.2	太湖源社区居民参与生态旅游的主要内容	129
6.3.3	太湖源社区参与生态旅游的模式	130

第7章 太湖源生态旅游营销模式	132
7.1 太湖源生态旅游的宣传与市场定位模式	132
7.1.1 “唤起民众”——激发从内部员工到社会公众的生态旅游 推广意识	132
7.1.2 太湖源生态旅游产品的定位	136
7.1.3 产品设计	138
7.2 太湖源生态旅游的促销模式——“把支部建在连队”、 “空军步兵协同作战”	139
7.2.1 运用多种信息传播方式	140
7.2.2 利用影视手段宣传	142
7.2.3 编制详细的太湖源生态旅游资料	143
7.2.4 旅游人员推广	143
7.2.5 活动推广	143
7.2.6 会议营销	148
7.2.6 太湖源宣传促销模式理论总结	150
7.3 太湖源生态旅游的分销模式	152
7.4 太湖源生态旅游的价格策略	155
7.4.1 优惠促销策略	156
7.4.2 折扣定价策略	156
7.4.3 太湖源定价策略的总结	157
第8章 太湖源生态旅游管理模式	160
8.1 “环境—旅游者双向导向”型旅游者管理模式	160
8.1.1 以人为本,充分满足旅游者需求	161
8.1.2 旅游者与环境和谐共处	162
8.1.3 “环境—旅游者双向导向”型旅游者管理模式	162
8.2 太湖源景区环境管理模式	163
8.2.1 太湖源景区自然环境管理	164
8.2.2 太湖源景区人文环境管理	165
8.3 太湖源景区旅游安全管理模式	168

8.3.1	太湖源安全管理组织机构	168
8.3.2	太湖源完善安全责任制度	169
8.3.3	太湖源安全教育培训机制	173
8.3.4	落实安全督导检查机制	174
8.3.5	制定安全应急预案	175
8.3.6	理顺应急响应机制	177
8.3.7	建立有效的旅游安全考核奖惩机制	177
8.4	太湖源景区人力资源管理模式	178
8.4.1	引才模式	178
8.4.2	太湖源景区用才模式	180
8.4.3	管理员工模式	182
8.4.4	员工激励模式	183
第9章	生态旅游开发太湖源模式的行业示范效应	188
9.1	太湖源模式的经验鼓舞着太湖源人拼搏不息	189
9.2	太湖源模式对临安生态旅游的发展起到了重要的引领作用	189
9.3	太湖源模式对长三角区域及全国的生态旅游开发具有重要的 借鉴意义	190
附录1	太湖源志	193
附录2	太湖源景区导游词	201
附录3	太湖源生态旅游开发大事记	207
参考文献		221

第1章 生态旅游概述

1.1 生态旅游产生的社会背景

生态旅游是人类环保意识日益增强和传统旅游业面临危机的双重背景下的必然选择。

1.1.1 生态旅游的产生，是一个时代“生态觉醒”的产物

近、现代科学技术的发展，创造了灿烂的城市文明，并成为现代化和工业化的集中体现。然而随之而来的一系列生态环境问题（如热辐射、光辐射、化工装饰原料、城市大气污染等）也在城市文明中逐渐显现出来，威胁着人民赖以生存的生态环境。

环境学者、生态学者、林学家、生物学家、医学家等纷纷投入其中进行深入研究，认识到城市的热、光、电、放射性、化学污染、灰尘、细菌等环境因子已严重影响了人们的健康和生存，人们意识到“城市不是人类最佳的生存环境”，并提出了相关的理论，其中最具代表性的有：城市水泥沙漠理论（如热辐射、光辐射、放射性辐射等）^①；人寿命的长短、健康的好坏与居住地物种数量的多少成正相关理论^②；“人体血液中缺乏氧气是万病之源”理论；城市环境污染危害人体健康理论^③。

经过反思和探索，一些有识之士认识到人类在本质上仅仅是地球发展到一定阶段的产物之一，人类的生活、生产及一切活动都离不开地球的自然环境，而地球

① 林文镇. 森林浴的世界 [M]. 台北：汉光文化事业股份有限公司，1989：3-23.

② 吴楚材，吴章文. 生态旅游产生背景及开发方向研究 [J]. 中南林学院学报，2001，21（2）：37-41.

③ 吴楚材，吴章文，郑群明，等. 生态旅游概念的研究 [J]. 旅游学刊，2007（1）：67-71.

的各种资源和自然环境的承载力都是有限的。地球不仅仅是“人类的地球”，也是生活在地球上其他动植物的地球，人类和其他动植物是平等的伙伴和朋友关系，而不是奴隶与奴隶主之间的关系。

环境和自然保护的绿色浪潮开始在世界各国兴起，人类逐步调整其与地球之间的关系，导致了 20 世纪 80 年代末“可持续发展”思想的诞生，而且在不断发展并日益深入人心，绿色消费和绿色运动逐步成为时尚。越来越多的人希望返璞归真，到静谧、幽美、洁净、开阔的环境中去感悟大自然，放松身心，融入自然之中，生态旅游应运而生。

1.1.2 旅游业负面效应日益显现而面临转型的必然选择

旅游业一度被认为是“无烟工业”、“朝阳产业”而受到世界各国政府的高度重视，在世界各地一直保持着快速发展的态势。第二次世界大战结束以来，和平与发展成为世界的主流，全球经济不断增长。在这一总体背景下，伴随着旅游需求在世界各地的先后发育和走向成熟，全球旅游业的发展势头空前强劲，特别是在进入 20 世纪 60 年代后的相当长时期内维持了高速增长，到 20 世纪 90 年代，旅游业已经发展成为世界第一大产业^①。据世界旅游组织预测：到 2020 年，国际旅游者将达到 16 亿人次，国际旅游消费将达到 2 万亿美元，国际旅游人数和国际旅游消费的年平均增长率分别达到 4.35% 和 6.7%，高于世界财富平均增长 3% 的水平。

由于传统的旅游业经济目的非常明确，即追求利润最大化，开发者采用了产业革命的管理思想和方法，对旅游对象采用的是“掠夺式”的开发利用。继农业和工业之后，旅游业成为第三次向自然界大举推进的人类产业。旅游活动的范围和程度超过了自然环境的承载力，破坏了旅游地的生态环境，造成旅游资源的旅游价值降低，阻碍了旅游业的可持续发展。在传统的旅游活动中，旅游者只是一味地从自然中获得有形和无形的享受，但忽视了自身应负有的责任，因而对旅游区的生态环境造成了一定影响，使其失去了自然所应有的景观特征。

旅游的消极影响日益显现，并迅速损害旅游业赖以存在的环境质量，威胁

^① 杨桂华，钟林生，明庆忠. 生态旅游 [M]. 北京：高等教育出版社，施普林格出版社，2000：1-9.

旅游业的可持续发展。随着全球旅游产业规模的日益扩大,过去被低估的环境影响正在受到重视。

旅游被描述为是“一只会下金蛋同时也把自己的巢搞脏的鹅”^①。传统大众旅游过分注重旅游的经济效益,一定程度上重蹈“以牺牲环境为代价”的工业化发展错误模式,导致旅游目的地环境的恶化和旅游效益的丧失。传统的旅游活动本身带来的环境问题,如旅游区的大气污染、水体污染、噪音污染、光化学污染、垃圾问题以及旅游资源的不合理利用等,迫使旅游经营组织和旅游者对传统旅游方式重新思考,开始审视旅游对环境和社会的各种影响,探讨如何正确利用自然,如何实现旅游、保护和发展之间的平衡。

经过反思,人类认识到旅游的发展必须考虑到生态环境的保护,必须有一种负责任的尊重生态资源完整性的旅游发展新模式来替代传统发展模式,在为人类提供能满足新需要的旅游产品的同时,保护旅游区自然资源,实现其可持续发展。生态旅游作为一种对生态和文化有着特别感受的带有责任的旅游,就成了促进旅游可持续发展的战略选择。生态旅游强调以自然生态环境为基础,注重生态环境保护,主张开发与保护相结合,除受到旅游者的青睐外,也受到了旅游开发地的政府和居民的钟爱。

因此,生态旅游的产生是人类认识自然、重新审视自我行为的必然结果,体现了可持续发展的思想。生态旅游是经济发展、社会进步、环境价值的综合体现,是以良好生态环境为基础,保护环境、陶冶情操的高雅社会经济活动。开展生态旅游,既是经济发展、人民生活质量提高的需要,也是人类进步、社会文明的需要。

1.2 生态旅游概念之争

“生态旅游”这一术语,最早由世界自然保护联盟(IUCN)特别顾问谢

^① Manning Edward, W., Dougherty T. Sustainable Tourism: Preserving the Golden Goose [J]. Cornell Hotel Restaurant Administration Quarterly, 1995, 36 (2): 29-42.