



张岩 张滢 / 著

# 新疆

旅 游

研究  
与  
探  
索

XINJIANG LUYOU  
YANJIU YU TANSUO

 新疆人民出版社  
XINJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE



张岩 张滢 / 著

# 新疆 旅 游

研究

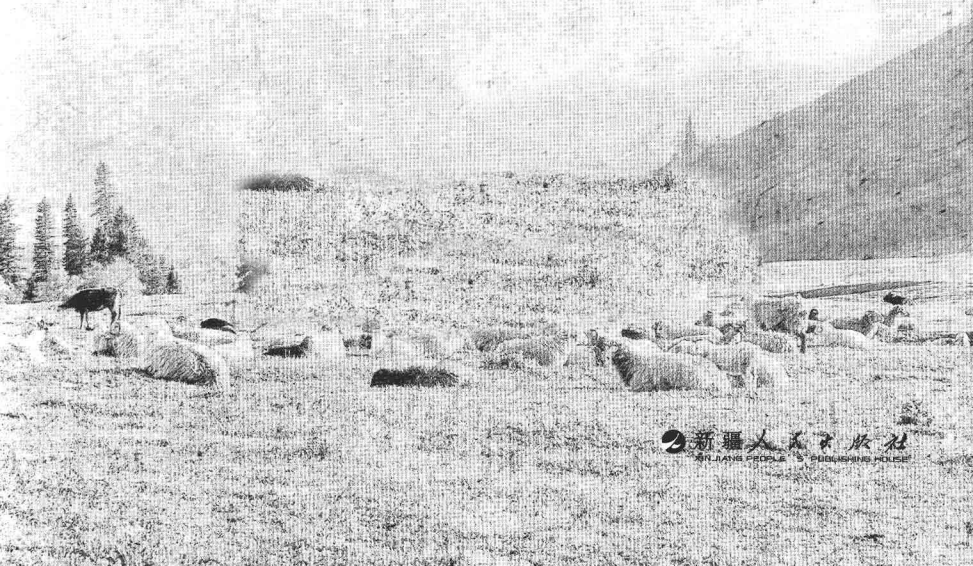
XINJIANG  
YANJIUYU

探索

ANSUO

江苏工业学院图书馆  
藏书章

索



图书在版编目(CIP)数据

新疆旅游研究与探索/张岩,张滢著. —乌鲁木齐:新疆人民出版社,2009.9

ISBN 978-7-228-12855-6

I.新… II.①张…②张… III.旅游业-研究-新疆  
IV.F592.745

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 159285 号

责任编辑 刘晓玮

书籍设计 刘堪海

---

出 版 新疆人民出版社  
地 址 乌鲁木齐市解放南路 348 号  
邮 编 830001  
发 行 新疆人民出版社  
电 话 0991-2826952  
印 刷 乌鲁木齐新数元科技有限责任公司  
开 本 880×1230mm 1/32  
印 张 8.75  
字 数 200 千字  
版 次 2009 年 9 月第 1 版  
印 次 2009 年 9 月第 1 次印刷  
印 数 1-1 000 册  
定 价 20.00 元

---

## 前 言

新疆地处亚欧大陆腹地,幅员辽阔,历史悠久,文化灿烂。璀璨的历史文化遗存,旖旎的自然风光,浓郁的民族风情深深吸引着海内外的旅游者。尤其是新疆处于古丝绸之路的要道、中西方文化的交汇处,以无限的魅力,成为中外旅游者向往的地方。

在全国 68 种旅游资源类型中,新疆就占有 56 种,有许多全国之最乃至世界之最。自改革开放以来,新疆的旅游业取得了长足的发展。截至 2008 年底,新疆共接待海外游客 475.65 万人次,旅游创汇 16.76 亿美元;接待国内游客 16021.84 万人次,旅游收入 1576.77 亿元人民币,旅游收入已占新疆 GDP 的近 6%,成为国民经济的支柱产业。新疆旅游产业的发展,带动了边疆地区的经济发展,促进了就业,为新疆的经济建设和社会稳定发挥了积极的作用。

国家西部大开发的政策和第二座亚欧大陆桥的开通,为新疆的旅游业带来了千载难逢的机遇。光热资源、矿产资源以及旅游资源是新疆的优势资源,也是 21 世纪优先发展的项目。这些资源优势为大力发展旅游业,将新疆建设成为国家级乃至世界级著名旅游景区,最终实现把新疆建成中国西部旅游胜地的总体目标奠定了良好的基础。

旅游业的发展可以带动 108 个行业发展,但又受制于近 50 个行业。由于新疆地处边远,经济基础较差,虽然旅游资源丰富、品位较高,但发展水平与发达地区相比有较大的差异。为了促进旅游产业的发展,变资源优势为经济优势,就必须以旅游科学研究为先行,为新疆的旅游产业探索出一条具有新疆特色、适应新疆旅游业运作的模式。旅游产业的发展,要求旅游学者从研究室走出来,跑点走线深入旅游第一线,将先进的理论、观念、技术、方法、手段等运用于旅游产业。

鉴于以上的想法,笔者结合一些景区(点)、酒店、旅行社的实际,对区域旅游、旅游开发、生态旅游、计量旅游及旅游教育等领域结合实例做了一些研究工作,现将这些成果整理出来,希望探寻一条促进新疆旅游经济发展之路。

# 目 录

前 言 .....	(1)
第一章 区域旅游篇 .....	(1)
第一节 丝绸之路研究 .....	(2)
第二节 旅游定位研究 .....	(11)
第三节 区域旅游合作研究 .....	(17)
第四节 区域旅游经济研究 .....	(24)
第五节 旅游规划研究 .....	(30)
第六节 区域旅游整合营销研究 .....	(40)
第七节 区域旅游情趣研究 .....	(48)
第二章 旅游开发篇 .....	(55)
第一节 旅游开发研究 .....	(56)
第二节 旅游产品研究 .....	(69)
第三节 旅游策划研究 .....	(75)
第四节 旅游文化研究 .....	(80)
第五节 乡村旅游开发研究 .....	(91)
第六节 诗竹画文化研究 .....	(103)
第七节 宗教旅游研究 .....	(108)
第八节 达坂城旅游开发研究 .....	(111)

第九节	草原旅游研究 .....	(118)
第十节	岩画旅游研究 .....	(122)
第十一节	海外旅游市场研究 .....	(127)
第三章	生态旅游篇 .....	(142)
第一节	生态旅游研究 .....	(143)
第二节	旅游环境保护研究 .....	(152)
第三节	旅游生态综合效应研究 .....	(162)
第四章	计量旅游篇 .....	(167)
第一节	旅游产业关联和产业波及研究 .....	(167)
第二节	旅游经济差异研究 .....	(176)
第三节	旅游信息系统研究 .....	(188)
第四节	酒店管理研究 .....	(195)
第五节	旅游资源开发时序研究 .....	(205)
第六节	民俗旅游资源研究 .....	(217)
第七节	旅行社网络营销研究 .....	(232)
第八节	旅游财务研究 .....	(238)
第五章	旅游教育篇 .....	(241)
第一节	办学模式研究 .....	(241)
第二节	旅游英语教学方法研究 .....	(251)
第三节	高校导游专业学生培养的研究 .....	(258)
参考文献	.....	(264)

## 第一章 区域旅游篇

研究旅游业的发展离不开对旅游区域发展的分析,而旅游区域又是在竞争中求得生存和发展的。我国旅游业的发展经历了景点竞争、线路竞争、城市竞争三个阶段,现在各地区之间的旅游竞争已开始进入第四个阶段——区域竞争时代。树立“大旅游”的观念,放手发展旅游支柱产业。旅游业的发展要走规模化、集约化、产业化的道路。旅游产业的开发,不仅仅是要开发旅游业,而且要开发与之相应的交通运输、饮食、住宿、娱乐、旅游商品等一系列行业,塑造具有本地特色的旅游产业形象,使之真正成为当地的支柱产业。

旅游资源的不可移动性决定了旅游产业具有地域垄断性。旅游产业最重要的资源——旅游吸引物不能在区域间自由流动,这意味着旅游吸引力一旦生成将永久地固定在该区域的地理范围内,旅游投资也很难抽资转移到其他区域。同时,旅游者要购买和消费某区域的旅游产品,必须亲自到目的地,从而发生的除进入目的地的运输以外的一切消费都将作为一种外界经济注入该区域的经济体系。

旅游资源的互补性是旅游地之间形成空间相互作用互补增强效应的物质基础。新疆旅游资源丰富但又分布不均衡,形成了跨区域的旅游资源密布圈。自然地理上的多样性、地方文化的多元性,又使各个密集圈的旅游资源各有特色,客观的具备了进行



整合的条件。通过整合可以提高旅游产品的质量,利用资源种类与数量的优势,丰富旅游活动内容,扩大旅游活动的时间容量,从而也增强了组成旅游合作系统各地域单元个体或要素的吸引力。

区域经济一体化的发展,增强了各地区旅游业合作的迫切性,谋求经济利益的双赢,使大旅游经济合作得到进一步的推进。面对激烈的国际国内市场竞争,单一的旅游项目或旅游目的地很难在竞争中占据优势地位。积极开展区域合作,实施联合促销,共同拓展旅游市场,是许多旅游地在发展旅游业的实践过程中总结出来的经验。

### 第一节 丝绸之路研究

丝绸之路是一条中西方经济、文化的交流之路。通过这条线路,促进了各国社会、经济的发展,也给各国带来了文化、艺术的繁荣。丝绸之路旅游黄金线一直是国家旅游局力推的十四条精品线路之一。曾经给沿线各国带来过繁荣的丝绸之路,为旅游业的发展注入了新的活力。但由于人类的活动、自然环境的恶化对旅游已产生了较大的不利影响,如何使这条古老的线路振兴,使旅游业重新焕发青春,实现可持续发展是我们要研究的课题。

#### 一、丝绸之路旅游发展机遇

##### (一) 社会经济发展的背景条件

首先,丝绸之路远离中国东部发达的经济文化中心,远离国际国内大的消费市场。单位面积自然承载力较低,经济基础薄弱,发展水平较低,科教文化水平较落后。丝绸之路沿线大部分地区地广人稀,交通线路较长,运输成本高,货运量小,利用率

低。发展低附加值产品,由于运费昂贵,与东部相比不具有竞争优势,可进入性差,属于经济欠发达地区。只有发展垄断性资源行业和能超越运费影响的高附加值产品才具有优势。丝绸之路沿线地区发展旅游业投入相对较少,而关联度大,带动性强,可引入大量人流、资金流就地消费,从而带动其他许多相关行业的发展,应充分利用资源优势,激活地区经济发展。其次,旅游的进行有赖于三个方面的发展:①居民收入达到一定的水平。②休闲时间增多。③旅游的需求不断增强。从世界范围来看,旅游是仅次于食品和住房的消费者选择的第三个消费项目。按照国际经验人均 GDP 达到 400 美元,国民将普遍产生旅游动机。1985 年以后,我国人均收入已渐渐超过这一数值,1998 年人均 GDP 已达到 700 多美元,城市人口人均 GDP 已达到 1000 美元以上。特别是我国现今节假日增多,旅游已成为国民的一种消费时尚。我国大众旅游已由起步期进入了成长期,东南沿海和经济较发达地区的客源市场不断扩大,西北地区的旅游发展大有潜力。

## (二)丰富的资源条件

丝绸之路沿线旅游资源丰富,拥有干旱区特有的山峰、冰川、草原、森林、沙漠、戈壁、绿洲、湖泊以及动植物等自然景观;拥有独特的古道、古墓、古城遗址、石窟艺术、岩画、石人、宗教圣地、古代军事遗址等人文景观;拥有多民族的音乐歌舞、服饰装束、礼仪习俗、节日庆典、风味佳肴、体育运动等浓郁的民族风情。这些资源与东部旅游资源具有巨大差异,对游客具有很强的吸引力,并能适应不同阶段国家旅游资源更新换代的要求。旅游资源总量大、类型多、品位高、组合优、容量大、功能多、垄断性强。新疆六大类型资源齐备,在 68 种基本类型中,拥有 56

种,占实体资源总量的83%,资源赋存居全国之冠,其中部分旅游资源属全国独有或世界稀有。

### (三) 客源市场条件

客源市场分海外客源市场及国内客源市场。海外客源市场主要由传统观光型客源市场及边境购物型客源市场构成。传统观光型客源市场占国际游客的60%~70%,主要由日本市场(占50%~60%)、欧美市场(占25%~30%,包括德国、法国、英国、意大利、瑞士、荷兰、比利时、美国、加拿大等国家)、澳洲及亚洲其他国家客源市场(占10%~15%,包括澳大利亚、新西兰、菲律宾、印度尼西亚、韩国、西亚等)构成;主要旅游目的地为乌鲁木齐、敦煌、吐鲁番、天池、嘉峪关、伊犁、西安等地。边境旅游客源市场占国际旅客的30%~40%,购物总价值超过140亿元人民币,主要由周边各国组成,包括哈萨克斯坦、蒙古国、俄罗斯、塔吉克斯坦、吉尔吉斯斯坦、巴基斯坦、印度等国家;主要旅游目的地为边境地区。传统观光客源市场呈稳步发展趋势,以发达国家的客源为主,人均消费高,旅游综合经济效益较好,是丝绸之路线路旅游的主体;边境购物型客源市场经历了急剧膨胀、迅速降温、步入较稳定的发展过程,是丝绸之路线路旅游的重要组成部分。

国内客源市场由近地的区内客源市场和远程的内地客源市场组成。内地客源市场主要由东南沿海的珠江三角洲(约占50%)、长江三角洲(约占15%)、京津唐地区(约占15%)和内陆大中城市(约占20%)客源市场组成。在开发较早而知名度较高的旅游地区如敦煌、吐鲁番、天池等地,区内游客和内地游客数量相当,内地游客呈上升趋势,新开发的旅游区如那拉提、喀纳斯等地则以区内游客占优势(约占70%~80%),但呈逐渐

下降趋势。

#### (四)西部大开发的政策机遇

20世纪末党中央提出西部大开发的战略,推动西北经济发展,缩小东西差异,是西北地区旅游业大发展的主要契机,国家积极鼓励向这一地区投资,西部地区为吸引外资已经出台了許多力度大、周期长、涉及面广的优惠政策。目前,西部各省区大多采取了政府主导的发展旅游战略,综合环境在不断改善,西北地区旅游业也将呈现加速发展趋势。

## 二、发展丝绸之路旅游的限制性因素

### (一)交通条件对旅游发展的制约

丝绸之路沿线人口相对较少,经济较落后,消费水平与东部地区相比有很大差距,区内市场总量不大,靠内部客源难以带动旅游业的大发展,因此,需大力开发区外客源市场。但新疆远离国际国内主要客源市场,旅游的时间与地点集中指数过高,铁路和公路耗时太长,旅游季节航空机票价格昂贵,限制了游客流量。同时,区内各城市间机票价格也偏高。除此,区内各景点间距离较远,且交通不便,道路条件差,由于路上颠簸,易使旅客感到劳累,有“天上太贵,地下太累”之说,交通制约直接影响丝绸之路旅游业的规模和效益,成为这一地区旅游业发展的主要限制因素。

### (二)旅游资源开发程度低,生态环境遭受破坏

丝绸之路沿线旅游资源丰富区,大多为贫困落后地区,一些地区高品位旅游资源因缺乏资金和合理规划,盲目上马,存在低水平重复性建设和破坏性的开发建设现象,丝绸之路沿线,尤其是新疆、甘肃两省区生态环境脆弱,许多资源属不可再生性资

源,一旦破坏,很难恢复,如新疆许多地区春季易发生沙尘暴,给旅游者出行带来不便,土地大片沙化,许多景观受到严重威胁。丝绸之路沿线,尤其是新疆的少数民族风情享誉海内外,西域歌舞更以较高的艺术造诣成为中国和世界艺术大观园中的一束奇葩,但目前这一人文资源利用程度较低。

### (三) 旅游开发建设所需资金不足

长期以来旅游业基本处于“谁投资、谁受益”的自发状态,旅游资金投入不足,大多数景点、景区的交通邮电等基础设施和服务设施的建设滞后,从1999年开始,西北旅游业发展转入政府主导行为,政府对旅游业的投入有明显增加,但旅游业的总投入仍无法与其他行业相比,与旅游业将要肩负的支柱产业的重任不成比例,而且存在着各地不顾旅游资源赋存条件一哄而上争资金、争客源的现象。

### (四) 宣传不够,知名度低

“丝绸之路”一词对于国内外许多游客来讲已很熟悉,但具体包括什么地区、哪些景点,许多人却不清楚,丝绸之路沿线有许多达到国家级风景名胜区的高品位旅游资源区还不为世人所知,但由于所需资金不足,旅游宣传难以进行。

### (五) 旅游产品单一

丝绸之路沿线,尤其在新疆境内,许多景点有极为相似之处,但旅游开发者在设计旅游线路时,常将相似景点安排不当,如游览完交河故城,同一天又去高昌故城,使游客感到乏味,无新鲜感。除游览参观外,其他娱乐活动安排少,如晚上不给游客安排好放松活动,游客会感到无聊、无趣。只注重开发一种或少数几种产品,单调乏味,缺乏多样性。总之,旅游产品开发相对

落后,品种少、质量不高、包装差,商品收入低。

#### (六)旅游淡旺季差异大,且旺季较短

由于丝绸之路沿线各地所处的纬度及地形等因素影响,使这一地带旅游呈现明显的淡旺季差异。旺季3~4个月,可集中80%的游客,集中指数过高,在旺季,旅游产品经营者经营能力不足,造成人满为患的现象,而淡季,旅游产品又无法售出,影响了旅游经济效益。丝绸之路沿线大部分旅游景点只有4~5个月的旅游时间,人文类旅游区时间稍长。

#### (七)旅游服务滞后

旅游行业缺乏专业管理人才,软件建设跟进不够,现有旅游服务人员专业培训不足,服务水平不高,游客满意度低,尤其缺乏针对欧美等外国游客的服务人员,服务人员综合服务能力不强,难以适应旅游业快速发展的需求。

#### (八)不可抗力造成游客减少

2003年,由于美英对伊拉克发动倒萨战争,使美英及中亚地区等海外旅游市场的游客数量急剧减少。还如2003年非典型性肺炎的发生、2008年5月12日汶川的大地震以及东南沿海的暴雨洪水等,使国内及国外的客源市场都受到冲击,丝绸之路沿线游客数量大幅下降。

### 三、丝绸之路旅游可持续发展的战略与对策

“全球持续发展大会”旅游组行动策划委员会提出的旅游持续发展行动战略,将旅游持续发展定义为“在保持和增进未来发展机会的同时,满足目前游客和旅游地居民的要求”,其实质是保证生态平衡、文化完整性、经济有效性和公平性。

#### (一)改变交通制约的状况

丝绸之路旅游主要可行的交通方式是航空运输,国家应对

西北民航政策倾斜,实行民航专线特价,大幅降低西北主要航线的机票价格,尤其是旅游旺季价格,以民航一个行业的薄利甚至微亏改变整个丝绸之路尤其是新疆经济发展的区位条件,增加旅游旺季一些主要客源地至新疆的季节性国际航线,增加旺季国内外现有航线的航班密度,区内各景点之间也要提倡发展航空旅游路线,缩短景点之间的相对距离,开通热线快速旅游专列和区域内中心城市至重点旅游区的旅游专列,真正打通西北国际国内旅游大通道。

### (二) 加强旅游宣传、促销,提高知名度

加强丝绸之路沿线的旅游促销,对提高市场知名度和竞争力、加快旅游发展意义重大。旅游促销,要理出头绪,分清层次,逐项突破。首先,要明确总体旅游形象,以此统领目的地旅游促销,大张旗鼓宣传推广,这是当前旅游促销面临的头等大事。同时,还需要一至两个高水平、高品位,容易打响的旅游形象口号与之交相辉映,以此带动旅游促销工作的深入开展。其次,要注意跟踪研究目标市场,确定主打客源层及相应产品。第三,旅游管理部门要在宣传旅游目的地整体形象上全力以赴做好工作。一要发挥组织牵头、协调的行政能力,制定实施整体旅游形象宣传促销计划;二要大力支持各种旅游节庆活动;三要加大旅游市场促销投入,研究建立专门的旅游发展基金,用于旅游市场开发促销;四要注意促销方式和手段,如组建旅游信息网,加快旅游预定系统、分销系统及旅游资源信息系统的开发和应用。

### (三) 大力挖掘特色旅游资源潜力,克服气候局限,平抑淡旺季差异

丝绸之路沿线的特色旅游有干旱风光、丝绸之路文化、民族风情,因此,抓住游客求新、求异、求奇的心理,深入挖掘特色的

内涵,促进地方民俗文化、民族音乐、舞蹈艺术等向旅游产品转化。提高旅游资源开发层次,组织开展一些规模适度的专项、专线、专题、参与性强的旅游活动,并形成一些专利产品,增强旅游市场的垄断作用,在一定程度上可平抑淡旺季差异。干旱区风貌非新疆莫属,因此可把新疆建成我国的干旱地理实习基地和科学考察基地,一年四季都可接待国内外大中专院校的地理野外实习者和国内外科学考察者,还可以开辟新的路线,如开展边境地区的旅游购物,大力发展边境旅游;把新疆建成冬季体育集训场地和冬运会场地等。

#### (四)加强旅游资源的普查规划和管理工作的

丝绸之路沿线应充分发挥后发优势,全面开展旅游资源的普查和规划及旅游管理工作。增加这一地区旅游科研规划投入,建立省和自治区旅游开发投资、信息、咨询、服务中心。规划合理的旅游线路,处理好各省区内部旅游线路和大西北旅游线路、大尺度的旅游线路和中小尺度的旅游线路、境外游客旅游线路和国内游客旅游线路、团队旅游线路和大量的散客旅游线路的关系,使旅游业起步时期就在全面、科学、合理的规划指导下健康发展。对丝绸之路来说,大尺度、长线的旅游市场,特别是国际游客市场是其开拓的重点。规划的旅游线路应对外公开,积极宣传,使其成为旅游业发展的积极因素。

#### (五)增加旅游开发总投入

增加丝绸之路沿线旅游业的总投入,加大龙头景点和骨干线路的基础设施的投入,建成几个能立足国际、国内旅游市场的名牌旅游区和精品旅游线。对旅游业的投入比应与将来的支柱产业相适应,尤其要增加这些地区开发初期对景点建设和交通、邮电、电力、供排水等方面的资金投入。建议政府选准项目,集



中组织财力和人力分期、分批进行高水平的整体规划和统一建设,建成后出售或出租给经营者,回收资金,扶植其起步后走向市场化。此外,还应给予进一步的投资宽松政策,引入竞争,吸引社会资金和外资参与旅游接待设施和娱乐设施等收益性的建设项目。

#### (六) 全面开放旅游内外大环境

全面开放,改善西北干旱区旅游外部和内部大环境,需要中央出面协调与周边国家的政治、贸易、旅游等各方面的互助合作关系,消除各种贸易和旅游的人为障碍。依照外交国别和政策,逐步扩大互免签证范围,适度向外国航空公司开放,允许经营一些温冷航线和新开航线,试办独资和中外合资国际旅行社。开拓国际客源市场。与周边国家联合开发具有国际意义的多国旅游贸易区,改善边疆旅游和贸易的外部大环境,提高新疆旅游国际地位,对内实施全方位、多元化、分层次的开放政策,对海外游客简化签证手续,改善新疆内部旅游大环境。

#### (七) 积极进行区域内外的协作与联合

树立“大市场、大产业、大旅游”的观念,彻底打破各自为政的局面,积极主动加强与外界的协作与联合,利用国家对西部倾斜的优惠政策,积极吸引外商对丝绸之路沿线旅游的投入。加强与国内旅游发达省份的沟通,本着团结协作、共谋发展、互惠互利的原则,结成旅游协作城市,共同对各地间旅游业的发展与合作进行探讨和研究,提供促销和招徕机会。通过包机、旅游专列扩大游客规模和提高旅游效益,充分发挥各地的优势。互通信息,及时了解和掌握各地的旅游动态。每年集中财力、人力、物力,采取有重点、分区域的方式,将丝绸之路作为整体进行包装,把沿线各地的资源进行很好的组合,向外推出和展示。全力