

 金 丽 © 著

国际旅游城市的 理论与实践

南开大学 出版社

国际旅游城市的理论与实践

金 丽 著

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

国际旅游城市的理论与实践 / 金丽著. 一天津:南开
大学出版社, 2014. 11

ISBN 978-7-310-04691-1

I. ①国… II. ①金… III. ①旅游城市—研究—中国
IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 250661 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:孙克强

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2014 年 11 月第 1 版 2014 年 11 月第 1 次印刷

230×160 毫米 16 开本 22.375 印张 318 千字

定价:56.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

前 言

20 世纪 90 年代中期以来,上海、广州、北京、杭州、天津、厦门、大连、三亚、桂林、南京、苏州、西安、青岛等城市相继提出了建设“国际旅游城市”的战略目标。然而对于什么样的城市才是国际旅游城市,其标准、特征是什么等理论问题的认识还不是十分清楚。总体上国内外有关国际旅游城市的理论研究严重落后于国际旅游城市建设的实践,有关国际旅游城市形成发展的动力机制和发展模式的研究也不多见,因此本研究具有重要的理论意义和现实意义。本书从理论、系统、模式等方面对国际旅游城市进行了较全面的研究。

本书分三篇共六章对国际旅游城市建设的理论与实践问题进行全面探讨。

第一篇是国际旅游城市的理论研究,包括两章,即第一章国际旅游城市的基础理论和第二章国际旅游城市系统的理论框架。

在第一章国际旅游城市的基础理论中,作者探讨了区位理论、可持续发展理论、增长极理论、城市创新理论、区域旅游业竞争力理论、生态城市建设理论以及旅游社会人类学理论及其对国际旅游城市建设的指导作用。在第二章国际旅游城市系统的理论框架中,作者界定了国际旅游城市概念,分析了国际旅游城市的特征及判别标准,评述了国际旅游城市评价指标体系和功能体系,并对国际旅游城市的分类与等级体系进行了初步探讨。

第二篇分两章讨论国际旅游城市形成的动力机制与发展模式,采用定性 with 定量相结合的研究方法,探索国际旅游城市形成发展的动力机制,总结国际旅游城市发展的一般模式与驱动模式,并进行实证研究。

第三篇分别以大连和天津为例,剖析两市国际旅游城市建设的动

力机制、模式、条件，总结我国国际旅游城市建设的实践经验。

本书的主要创新在于：

1. 就国际旅游城市的概念、内涵进行了较为深入的研究，重新界定了国际旅游城市的概念，明确了国际旅游城市的内涵及鉴别标准。

2. 归纳了指导国际旅游城市建设的基础理论，提出区位理论、可持续发展理论、增长极理论、城市创新理论、区域旅游业竞争力理论、生态城市建设理论以及旅游社会人类学理论是指导国际旅游城市建设的基础理论。以此为基础，采用定性与定量相结合、理论研究与实证研究相结合的方法，剖析了国际旅游城市形成发展的动力系统，提出推动国际旅游城市形成发展的主导力量是由外部推力与内在动力相互作用构成的、并主要由内在动力驱动的互动型动力系统。在不同历史阶段以及在同一历史阶段的不同城市，国际旅游城市形成发展的推动力量是不同的，并且是可以互相转化的。通过运行检验分析，在验证上述观点的同时，确定了本书提出的9大动力子系统对国际旅游城市形成发展贡献的大小及排序。

3. 在总结国际旅游城市形成发展规律的基础上，提出了国际旅游城市建设的一般经济模式，即环境经济模式与产品经济模式、内生发展模式与外生发展模式。同时，应用系统动力学的分析方法，从国际旅游城市发展的主导驱动力量出发，提出了国际旅游城市形成发展的4种驱动模式，即区位驱动模式、环境驱动模式、资源驱动模式以及综合发展模式。在对国际旅游城市的空间结构模式进行分析的基础上，总结概括了国际旅游城市形成发展的地域空间模式。

4. 以演化为主线，阐述了国际旅游城市系统演化建模的理论框架，并对天津和大连国际旅游城市建设实践进行总结。

希望上述研究在丰富国际旅游城市基础理论的同时，能够为我国国际旅游城市建设提供参考和借鉴。

本书是在作者博士论文的基础上，对国际旅游城市相关问题深入系统研究的总结。笔者的研究生白雪同学参与了部分章节的编辑工作，并对本书第二、三、四、五章的公式进行了编辑和校对，在此表示衷心感谢！

前 言

在本书出版之际，笔者感谢在这一领域辛勤耕耘的专家、学者，他们的著作、文章以及城市建设实践给了笔者重要启示。

在此还要特别感谢笔者的博士生导师——天津大学的赵黎明教授，当年是他的指导和鼓励，给了笔者信心从事本课题的深入研究！

感谢天津商业大学给予本书出版提供的便利和支持！

感谢南开大学出版社为本书所付出的辛勤劳动。能够在南开大学出版社出版这本研究专著，笔者深感荣幸。

由于笔者水平有限，书中难免存在一定的问题，敬请读者不吝赐教。

金 丽
2014 年 5 月

目 录

前 言

第一篇 国际旅游城市的理论研究

第一章 国际旅游城市建设的理论基础	3
第一节 区位理论	3
第二节 增长极理论	10
第三节 可持续发展理论	15
第四节 区域旅游业竞争力理论	22
第五节 生态城市理论	26
第六节 城市创新理论	40
第七节 旅游人类学理论	48
第八节 国际旅游城市理论体系的基本框架	53
第二章 国际旅游城市系统的理论框架	56
第一节 国际旅游城市的概念体系	56
第二节 国际旅游城市的特征及判别标准	66
第三节 国际旅游城市评价指标体系	80
第四节 国际旅游城市功能体系	98
第五节 国际旅游城市的分类与等级体系	109

第二篇 国际旅游城市形成的动力机制与发展模式

第三章 国际旅游城市的动力系统	115
第一节 国际旅游城市形成发展的外部推力	115

第二节	国际旅游城市形成发展的内在动力·····	118
第三节	国际旅游城市发展过程中主导动力因子的演变·····	137
第四节	国际旅游城市动力系统的运行检验·····	141
第五节	国际旅游城市动力系统运行的实证研究·····	153
第四章	国际旅游城市的发展模式·····	176
第一节	产品经济模式与环境经济模式·····	176
第二节	外生式发展模式与内生式发展模式·····	181
第三节	基于系统动力学的国际旅游城市形成与发展的驱动 模式·····	185
第四节	国际旅游城市的空间发展模式·····	200
 第三篇 我国国际旅游城市的建设实践		
第五章	大连国际旅游城市建设的实证研究·····	215
第一节	推动大连国际旅游城市发展的动力系统·····	216
第二节	大连国际旅游城市驱动模式的演变历程·····	223
第三节	大连国际旅游城市发展模式的选择·····	231
第四节	大连国际旅游城市的发展对策·····	234
第六章	天津国际旅游目的地的建设研究·····	238
第一节	天津国际化旅游发展的背景条件分析·····	238
第二节	天津国际化旅游目的地建设研究·····	263
第三节	天津滨海新区都市旅游及其国际旅游目的地发展模 式研究·····	295
参考文献	·····	335

第一篇

国际旅游城市的理论研究

第一章

国际旅游城市建设的理论基础

国际旅游城市的建设过程是一个多学科知识交互运用的创新过程。由于国际旅游城市的建设涉及面非常广泛，它的理论基础也呈现出多元化的特征。本章将对区位理论、增长极理论、可持续发展理论、区域旅游业竞争力理论、生态城市建设理论、城市创新理论以及旅游社会人类学理论等指导国际旅游城市建设的基础理论分别进行论述，并阐述其对国际旅游城市建设的指导作用。

第一节 区位理论

区位理论是指导国际旅游城市建设的一项重要基础理论。国际旅游城市建设的目标之一就是确定旅游业在空间上的科学合理布局。在西方国家，研究生产空间布局的理论被统称为区位理论（Theory of Location）。

一、区位理论产生的背景

区位理论研究的实质是生产的最佳布局问题，即如何通过科学合

理的布局使得生产能以较少的投入获得较大的收益。在工业化大生产之前,人们从事的是自给自足的小农经济式的生产,产品就地生产就地消费,因而成本和收益的比例不会随距离的变化而发生变化。在这样的情况下,人们自然不会考虑生产地点的选择问题。由此可以看出,区位理论并不是贯穿于人类历史发展的整个过程中,而是在一定的历史条件下,如经济日益发展、生产力水平提高、社会分工加深的条件下,在生产和经营过程中逐渐形成的。

早在经济发展的初级阶段(从原始社会至封建社会时期),社会生产力还不够高,人们的生活和生产还在很大程度上受制于自然,因而人们通常都聚居于自然条件良好、便于生产的地带。此时的生产地就成为了消费者的聚居点和定居地,生产出的产品也不需要运输到异地进行分配和消费,不存在生产的布局问题和研究区位理论的需求。

直到资本主义工业革命以后,国民经济迅速发展,社会生产力水平大大提高。尤其是工业生产,以前所未有的速度成长起来,陆续经历了家庭手工作坊、工场手工业和机器大生产这几个阶段。工业生产的发展导致产品供应数量和类型日益增多,生产规模的扩大使得产品单位成本大大降低,对传统的自给自足的经济产生了毁灭性的冲击。在商品经济和市场经济的地位确立起来后,“看不见的手”迫使工业生产企业在市场上展开竞争。随着竞争的日益激烈,生产企业的管理者发现产品的运输成本和劳动力成本在很大程度上决定产品在市场上的竞争力水平,于是生产的最佳区位的选择就成为市场竞争中获胜的重要条件之一。区位问题此时成为关系到企业生死存亡的关键,区位理论就在这样的情势下应运而生了。

二、区位理论的发展过程

从18世纪下半叶早期区位理论思想的产生到现在,区位理论已经有了近300年的发展历史。从它的发展历史来看,大致可以分为四个阶段:区位理论萌芽时期(18世纪末期至19世纪初期)、古典区位理论时期(19世纪20年代至20世纪初期)、近代区位理论时期(20世

纪 20 年代至 40 年代)以及现代区位理论时期(20 世纪 40 年代至今)。

1. 区位理论萌芽时期

这个时期中,还没有学者将区位理论作为一个独立的理论进行专门的研究,而仅仅是把它当作生产过程中的一个影响因素,在研究中加以关注。如 1767 年英国的斯秋阿特(J.Steuart)在他所著的《政治经济因素》一书中探讨地域分工时,就涉及了区位理论的一些问题;1776 年英国著名的古典经济学家亚当·斯密(A. Smith)也只是谈到了地租和水陆的运费对区位的影响。但是,正是由于有了这些古典经济学家对区位条件的关注,才使得人们日益认识到了它的重要性,才有了 19 世纪对区位理论的专门研究。

2. 古典区位理论时期

这一阶段正好是资本主义社会由自由竞争阶段向垄断阶段过渡的时期,经济发展的内在要求使得工业和农业的生产不能仅仅考虑资源的可获得性,更要强调获取这些生产性资源所需花费的成本。也就是说,人们越来越重视如何在生产过程中尽量降低成本。由于有了萌芽阶段的积累和准备,在这个时期产生了很多研究生产布局的著名学者,如德国的农业经济学家杜能(Von Thünen)在他的第一部研究区位理论著作《孤立国对于农业及国民经济之关系》中对农业生产的空间布局模式进行了研究,并提出了他的农业生产圈层模型;德国经济学家韦伯(Weber)出版了世界上第一部关于工业区位的比较系统和完整的理论著作《工业区位理论:论工业区位》,他在书中提出的工业布局模型被称为韦伯工业区位论。此外还有德国的劳舍(W. Roscher)、萨福雷(F. Schaffle)、龙哈德(W. Launhardt)以及美国的拉斯帕勒斯(E. Lespeyres)等经济学家都对工业和农业的生产布局进行了研究。这一时期又可称为微观研究阶段,因为研究大多是在企业的层面上进行,即分析的立足点是单个的工业企业。

3. 近代区位理论时期

资本主义经济的发展推动了更广阔范围内统一市场的形成和更大区域内的深入分工,此时人们关注的焦点逐渐转移到了市场的扩展上。相应地,区位理论的研究也从生产布局的成本最小化转到了生产布局的市场范围最大化。这一时期的学者着重研究了空间布局对争夺市场的影响,其中较为著名的学者有德国地理学家克里斯特勒(Christaller)、德国经济学家廖什(Losch)、瑞典的帕兰德(T. Palander)、美国的费特(F. A. Fetter)和胡佛(E. M. Hoover)、德国地理学家高兹(E. A. Karts)以及瑞典经济学家俄林(B. Ohlin)等,克里斯特勒的中心地理论和廖什的市场区位论都是极具影响力的研究成果。这个阶段的研究与古典区位理论时期相比更加宏观,考虑的因子更加复杂,并且在进行分析时大量引入了微观经济学的分析方法。此时的区位理论已从追求局部均衡发展到了追求一般均衡。

4. 现代区位理论时期

第二次世界大战以后,各个国家加强国民经济的恢复和建设工作,在经历了短暂的复苏期后,西方各国的经济实力已经达到和超过了战前的水平。再加上第三次科学技术革命的推动,使得战后的生产方式与以前相比有了很大的变化,地域的分工协作以前所未有的深度和广度发展;生产的大型化、联合化、集约化的趋势更加明显;产业结构的优化成为了关注的焦点。这样的社会条件对区位理论的发展提出了新的要求。

与此同时,在学术界也实现了一系列重大的突破,新的学科领域开始涌现,并且不同学科的知识体系开始渗透和交叉。战后宏观经济学的发展、计量科学的兴起、人类行为学的发展以及空间遥感技术的使用等,都为现代区位理论的产生提供了理论前提。

该时期区位理论研究的特点主要包括:一是对多种成本因素进行综合分析,既包括各种经济性成本要素,也包括其他的非经济性的成本要素(如制度、文化、心理、军事等因素),代表性的学者有美国经

济学家艾萨德 (W. Isader)、斯哥勒 (W. Schoolder) 等。二是大量借用计量学的方法, 使用数学模型对区位问题进行预测性的分析, 如美国的著名经济学家库兹涅茨 (S. Kuznets) 就利用投入—产出模型对影响生产布局的投资、就业和货币的变动情况进行预测分析, 以指导预定地区的未来发展规划。

三、区位理论在国际旅游城市建设中的应用

1. 传统区位理论在指导国际旅游城市建设时的问题

传统意义上的区位理论, 即针对物质资料生产的区位理论, 在对工业和农业生产进行规划时发挥了巨大的作用, 但是这些理论若用于旅游规划的工作中就可能会出现“失灵”的现象。这主要是由以下几个方面的原因造成的。

首先, 旅游业的生产和工业生产对象的不同, 决定了传统区位理论在旅游规划上的“失灵”。旅游业同工业一样是一个依托资源的产业, 可是旅游业所依托的资源是旅游资源。无论是人文旅游资源还是自然旅游资源, 一般说来都是不能移动的。因此, 在旅游发展中生产的区位是大致确定的, 即不存在旅游资源的运输费用影响旅游生产布局的问题。

其次, 旅游生产的非物质性使得旅游市场的需求预测变得十分困难, 市场对旅游区位的影响表现出极大的不确定性。因为相同的旅游资源和产品对于不同的人来说可能会具有不同的效用, 这其中涉及很多的因素, 如个人爱好、性格特征、文化背景、知识结构、从事的工作等, 甚至旅游企业员工的服务态度都会对旅游产品的需求产生影响。

最后, 旅游业与其他的物质生产产业相比具有更大的综合性和关联性, 不能仅仅从旅游发展本身来进行生产布局, 必须全面通盘考虑。旅游业所包含的内容除了传统意义上的“食、住、行、游、购、娱”六大要素外, 还需要外界环境的支持和其他的辅助、配套服务设施, 如环保、电力、通讯等。而传统的区位理论所研究的对象没有如此巨

大的关联网，因而在理论的研究上对产业关联性的考虑必定不够，所以要真正实现区域旅游发展的目标，城市旅游管理者及旅游规划工作者要从旅游业及其配套服务这两个方面来思考，探索出适应旅游业独特发展个性的区位理论。

2. 旅游区位理论的应用

由于旅游业与其他物质生产行业不同，旅游也就应有其独有的区位理论，在这方面国内外已经有学者做了一些相关的研究。如克里斯特勒的中心地理论，就被许多的学者引入到了旅游地的分析中来。在旅游中心地的研究中，首要的问题是如何界定旅游中心地。

(1) 旅游中心地的界定

实际上对于特定的旅游地，我们可以根据一定的标准来判断其是否为该地域范围内的旅游中心地，比如说这个旅游地提供的旅游产品或服务是否被周边地区的大多数客源市场所消费；这个旅游地人均旅游业的收入占人均收入的比重是否较周边地区大，等等。一般说来，旅游中心地必定拥有丰富多彩的旅游资源和得天独厚的交通条件，因为这两个条件是旅游地成为区域旅游中心的先决因素。

(2) 旅游中心地的市场范围

旅游地资源的吸引力大小在很大程度上决定了旅游地的影响范围。当然，除了旅游资源之外，旅游产业的配套服务设施和旅游地的旅游活动容量都会对旅游地的市场范围产生程度不一的影响。总的来说，旅游中心地的市场范围有上限和下限之分。所谓旅游中心地的市场范围上限就是由旅游地的旅游资源吸引力、旅游业的社会容量和经济容量以及旅游业的生态环境容量四者共同决定的客源市场范围或接待游客数量，上限值不能超过上述四个变量中的最小值。而旅游中心地的市场范围下限则可以引用克里斯特勒中心地理论中的“门槛值”来进行说明。“门槛值”指的是生产一定产品或提供一定服务所必需的最小的需求量。这个概念同样适用于旅游地的研究，此时的“门槛值”为旅游地提供旅游产品和服务所必须达到的最低需求量。这一点要从旅游生产的经济性方面来理解：开发一定的旅游产品必须投入大量的

人力、物力，如果市场对该旅游产品的需求状况不好、消费量很小，那么旅游区必然不能实现规模化的经营，旅游活动的成本也十分高昂。高昂的旅游产品成本又会进一步压抑人们的旅游需求，这是一个恶性的循环过程。因此，在国际旅游城市的建设过程中要考虑到旅游产品开发的需求“门槛”问题。

（3）旅游中心地的等级

旅游中心地的等级是根据它的市场范围即吸引力进行划分的。所谓高级旅游中心地就是指为较大市场范围提供旅游服务的中心吸引物；而低级的旅游中心地则是指其提供的旅游服务为较小范围内的市场所消费的中心吸引物。一般来说，高级旅游中心地提供的产品和服务档次高、功能多、品种全、质量好，价格相对低廉；而低级的旅游中心地提供的产品和服务就相对单一。国际旅游城市是区域乃至全球范围内的高等级旅游中心地，在世界各级旅游中心地中，它所提供的产品和服务档次应该是最高的、功能是最多的、品种是最全的，质量也应该是最好的。

（4）旅游中心地的均衡布局模式

高级和低级的旅游中心地具有不同的服务职能，由于不同等级旅游中心地服务的市场范围各异，就产生了旅游中心地的均衡布局问题，即在一个地域范围内可能存在多个不同等级的旅游中心地，如何进行均衡布局，使得区域旅游在不同等级旅游中心地的带动下获得持续发展，是布局模式要研究的主要内容。

在克里斯泰勒的中心地理论中，谈到了市场作用明显的地区，中心地的分布要以最有利于物资销售和服务最方便为原则，即要形成合理的市场区。在市场最优原则下，一个较高级的中心地提供的服务能力实际上应该相当于3个较低级的中心地，用公式表示就是 $K=3^{n-1}$ ，以K表示每个单元内各级中心地的数量，n表示中心地的级别高低。

国内外的许多实证研究表明，这样的一种布局模式在区域旅游市场中也是适用的。在区域旅游中心地体系中，每个高级中心地都相应地属领几个中级或低级中心地。例如，国内学者对北京市旅馆业的空间布局和锦州市旅游客源市场的分析中发现，上述区域旅游的空间布