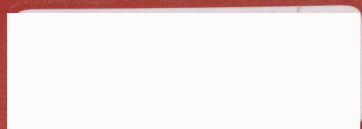


ECOLOGICAL

生态转型升级研究

中国红色旅游



井冈山



王晖【著】

湘潭大学出版社

ECOLOGICAL

生态转型升级研究

中国红色旅游

王晖【著】

本书为湖南省社科学研究基地湘潭大学红色旅游研究中心专题研究成果

湘潭大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国红色旅游生态化转型升级研究 / 王晖著. -- 湘潭 : 湘潭大学出版社, 2014.9
ISBN 978-7-81128-763-9

I. ①中… II. ①王… III. ①革命纪念地—旅游业发展—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第201265 号

责任编辑: 王晓园

封面设计: 张 迪

出版发行: 湘潭大学出版社

社 址: 湖南省湘潭市 湘潭大学出版大楼

电话(传真): 0731-58298966 0731-58298960

邮 编: 411105

网 址: <http://press.xtu.edu.cn/>

印 刷: 国防科技大学印刷厂

经 销: 湖南省新华书店

开 本: 880×1230 1/16

印 张: 7

字 数: 180 千字

版 次: 2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-81128-763-9

定 价: 28.00 元

(版权所有 严禁翻印)



前言

中国红色旅游的形成、发展以及演进的方向和目的不同于一般性质的旅游产品，是目前我国最独特的旅游形式之一。本书对红色旅游生态化研究的基本理论问题进行了探讨，提炼生态经济、生态伦理、生态文化等理论内涵，并集成文献检索、市场调研、数理分析等多种方法，剖析了红色旅游发展中瓶颈问题和深层次原因，以韶山、延安为例对未来几年红色旅游需求态势和发展规模进行了具体分析与预测。对我国红色旅游生态化运筹的主要环节、影响因素进行了理论分析和实践论证，提出了优化目标、运筹模式和实施措施，研究了“两型”红色旅游的生态化体系构建及优化策略，主要进展如下：

(1) 共生原理、充实生态位原理和边缘效应原理对红色旅游的科学规划与开发具有重要指导意义，生态经济、生态文化、生态伦理等相关理论也为红色旅游科学实践提供了有力的理论指导。红色旅游开发要以生态体验和文化遗产为核心，以资源可持续利用和产品可持续经营为目标，强调环境管理和社区受益，进行合理的旅游资源配置和旅游结构优化，维护红色旅游地人文生态与自然生态的可持续性，从而更好地发挥红色旅游的经济救济、政治教育以及文化传承功能。

(2) 中国红色旅游资源丰富，范围涵盖中国若干重要的省

份和旅游城市，主要红色旅游资源在中部及东部地区呈现集聚型分布状态。目前，大多数红色旅游景区已经实现了市场化发展的转变，接待能力、综合效益稳步提升，红色旅游的知名度、美誉度越来越高；但同时也存在核心景点压力过大、旅游资源保护不足、利用效率不高、旅游污染加剧等许多问题。随着旅游交通格局、旅游发展格局、旅游文化格局的不断优化，中国红色旅游有了更广阔的发展空间，但同时也面临着来自其自身的最大挑战，红色旅游的产品结构、发展模式、景区容量等几方面问题成为影响红色旅游核心竞争力的重要因素。

(3) 红色旅游游客来源逐渐转变为单位组织和游客自主出游并重，旅游需求也呈现出多元化色彩。不仅涉及旅游者以观光、度假为主要目标的休闲需求、以教育为主要目标的文化需求及以启发、激励为主要目标的政治需求，还涉及到旅游地居民经济致富、文化传承、宜居环境等多重需求。

(4) 以 logistic 模型拟合、修正指数曲线法、灰色模型预测法和二次线性回归方法进行加权组合形成的最优组合模型，能较为准确地预测红色旅游地区游客数量的变化趋势。拟合结果表明：目前韶山和延安旅游发展正处于参与期和发展期之间，旅游人数迅速扩张，在有限的地域范围内必然呈现旅游流过度集聚特征。由于旅游发展迅速，客流量大，导致核心景区超载，会对生态环境构成巨大压力。因此，基于红色旅游本身所具有的生态敏感性和政治敏感性，都要求其在经营过程中更为关注大众化旅游可能产生的环境问题和不良影响，要更多关注居民的环境需求，强调环境管理和社区受益，使红色旅游不仅体现“经济优化”效应，还体现“环境优化”效应，实现生态可持续发展。

(5) 中国红色旅游生态化转型升级 (CRTETU) 是一种结

构复杂、动态循环的运筹模式，具有广泛联系性、层次多重性、需求多样性的特征。其最终目标是构建起“经济、社会、文化、环境和地域”和谐共生的良性循环系统，使红色旅游发挥出更大的社会公益价值。这一过程不仅涉及对自然生态的修复与维护，还涉及对文化生态的重建或优化。因此，不仅仅要研究简单的产业内部构造、功能及其相互关系，还要对影响红色旅游发展的内在及外在各种要素的工作方式及其组成部分的相互关系和变化总和进行探究。并从环境系统、运作系统和效益系统三个方面及时对其进行评估、反馈及调整，最终实现红色旅游优化升级。

(6) 要实现红色旅游的生态化转型升级，需集成各方动力要素，使之协调配合，良性互动，构建起旅游提供者、旅游地社区、旅游消费者、旅游中介者、以及宏观决策者之间紧密的共生关系和生态联系，以和谐发展价值导向对“红色”旅游资源进行“绿色”开发。包括推广循环经济、强化生态管理、建设生态文化、完善生态机制、加强生态教育等多条路径。

(7) 以湖南长株潭地区为例，目前红色旅游生态化转型仍然处于联动发展的初级阶段，因此不仅要强调企业层面的资源低耗及节能创新措施，还要加强区域合作，进一步突破行政壁垒，加强生态合作，实现生态创新，逐步建立起完整的区域红色旅游生态化合作体系，充实红色旅游生态位，打造“资源节约、环境友好”的区域红色旅游一体化产业范式。这一研究不仅为区域红色旅游的优化发展提供了新的思路与参考，对中国红色旅游的理论 and 实践探索也具有一定的参考价值和实证意义。

目 录

第一章 绪论

1 问题的提出	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的	2
1.3 研究意义	4
2 国内外相关研究综述	5
2.1 红色旅游产生与演替研究进展	5
2.2 旅游产业生态化演进研究进展	11
2.3 国内外研究现状的评述	15
3 研究内容、方法及技术路线	18
3.1 研究视角与主要方法	18
3.2 拟解决的关键问题	19
3.3 主要内容和技術路线	20

第二章 红色旅游生态化理论集成

1 相关生态学理论集成	24
1.1 共生原理	24
1.2 充实生态位原理	27
1.3 边缘效应原理	29

2	生态经济学基础理论	31
2.1	生态经济基本观点提炼	31
2.2	生态经济与旅游地可持续发展	32
3	文化生态与生态文化	34
3.1	概念解析与内涵提炼	34
3.2	旅游地文化生态保护与生态文化建设	36
4	生态伦理的理性思考	37
4.1	生态伦理道德的内涵提炼	37
4.2	旅游地环境伦理的道德约束	38
5	小结	39

第三章 中国红色旅游发展现状剖析

1	中国红色旅游发展概述	42
1.1	中国红色旅游基本发展历程	42
1.2	中国红色旅游资源类别划分	43
1.3	中国红色旅游资源格局考量	46
2	红色旅游发展的重要成果	49
2.1	基本实现了跨越式规模化发展	50
2.2	接待能力、综合效益获得稳步提升	51
2.3	红色旅游知名度、美誉度越来越高	51
3	现阶段红色旅游存在的主要问题	52
3.1	发展势头十分迅猛,核心景点压力过大	52
3.2	旅游发展水平不均,资源利用效率不高	53
3.3	旅游资源保护不足,环境景观遭到破坏	54
3.4	盲目追求经济效应,旅游污染问题加剧	55
4	红色旅游发展中出现的新态势	56
4.1	旅游交通格局的改变	56



4.2	旅游发展格局的改变	60
4.3	旅游文化格局的改变	63
5	小结	65

第四章 中国红色旅游的需求分析与预测

1	面向景区游客的问卷调查与数据统计	66
1.1	问卷发放和回收情况描述	66
1.2	红色旅游的游客资源分析	67
1.3	红色旅游的游客特征分析	70
1.4	红色旅游的游客旅游感知	73
2	面向景区居民的问卷调查与数据统计	79
2.1	问卷发放和回收情况描述	79
2.2	景区居民基本信息分析	79
2.3	红色旅游开发对周边居民的影响	82
2.4	居民对红色旅游发展效益的感知	84
3	中国红色旅游需求主流特征描述	86
3.1	旅游者的红色旅游需求	86
3.2	红色旅游地居民的发展需求	90
4	中国红色旅游需求规模分析与预测	93
4.1	简单的回归分析法	94
4.2	Logistic 模型	96
4.3	灰色预测模型	99
4.4	修正指数曲线法	102
4.5	二次线性回归方法	105
4.6	最优组合模型	107
5	小结	115

第五章 中国红色旅游生态化转型升级运筹模式构建

1	CRTETU 模式目标研制	117
1.1	环境生态化	117
1.2	文化生态化	118
1.3	经济生态化	119
2	CRTETU 模式动力分析	120
2.1	动力要素分析	120
2.2	动力结构模式	121
2.3	动力作用机理	123
3	CRTETU 模式架构集成	124
3.1	动态过程分析	124
3.2	基本运作模型	125
3.3	相关因子评价	127
4	小结	136

第六章 中国红色旅游生态化转型路径优化

1	路径之一：推广循环经济，优化红色旅游发展模式 ...	137
1.1	节约旅游资源，降低对红色旅游环境的负面影响	137
1.2	联动相关行业，促进红色旅游与区域经济和谐发展	138
1.3	提高整合效率，促进红色旅游产业化、集群化发展	138
2	路径之二：强化生态管理，优化红色旅游发展环境 ...	139



2.1 充分认识环境资源对红色旅游发展的促进作用	139
2.2 对红色旅游景区要实现生态策划和生态管理	140
2.3 营造红色旅游环境与文化的整体保护氛围	141
3 路径之三：建设生态文化，优化红色旅游发展态势	142
3.1 培育生态道德，促进红色文化传承发展	142
3.2 提倡生态审美，增强红色旅游体验效应	142
3.3 倡导绿色文明，增强红色旅游综合效益	143
4 路径之四：完善生态机制，强化红色旅游资源保护	144
4.1 健全旅游参与机制，争取红色旅游相关者支持	144
4.2 完善旅游监管机制，确保红色资源生态化保护	145
4.3 完善旅游评价机制，关注红色旅游环境影响	145
5 路径之五：加强生态教育，优化红色旅游软环境	146
5.1 通过红色旅游提供者加强生态知识和技术方面教育	146
5.2 通过红色旅游中介机构推广生态文化教育	147
5.3 通过红色旅游消费者普及生态教育	148
6 小结	149

第七章 中国红色旅游生态化转型升级实证研究

1 基于生态化理念的长株潭红色旅游优化目标	150
1.1 提升红色旅游质量, 促进长株潭两型社会建设	150
1.2 提升游客体验质量, 顺应多元化消费需求	151
1.3 传承区域文化精髓, 促进长株潭文化繁荣	151
2 基于生态化路径的长株潭红色旅游发展优势	152
2.1 生态休闲产业优势	152
2.2 旅游资源综合优势	153
2.3 社会发展整体优势	154
3 基于生态考量的长株潭红色旅游弱势分析	154
3.1 开发类型趋同, 发展水平不高	154
3.2 核心景区超载, 人均消费偏低	155
3.3 资源闲置浪费, 环境保护不当	157
3.4 缺乏科学管理, 资源消耗量大	158
4 长株潭红色旅游生态化转型升级模式集成	160
4.1 小循环(初级层面)	161
4.2 中循环(中级层面)	162
4.3 大循环(高级层面)	165
5 长株潭区域红色旅游生态化转型升级策略建议	166
5.1 突破壁垒, 生态合作	166
5.2 三位一体, 联动升级	167
5.3 融汇古今, 生态创新	171
6 小结	172

第八章 结论与展望

1 研究特色	174
2 主要结论	175
3 主要创新点	179
4 研究展望	180
参考文献	183
附 录	197



第一章 绪论

1 问题的提出

1.1 研究背景

旅游业是世界上最大、发展最快的产业之一，自1978年改革开放以来，我国旅游业一直保持着强劲、快速的发展势头。仅从国内旅游市场来看，1985年我国国内旅游为2.4亿人次，1995年达到6.29亿人次，2006年13.94亿人次，到2010年已达21亿人次，有效地推动了社会经济的发展。然而，旅游业并非“无烟工业”，旅游发展虽然能给旅游地生态经济系统带来活力，但不合理的旅游开发也会给当地生态系统造成环境破坏。目前旅游业的发展在促进当地经济、文化发展的同时，也给文化、资源和环境带来消极影响的案例在国内许多地方发生。例如旅游资源的不合理开发、旅游建设的不合理规划、旅游过程的不环保因素（交通工具的尾气、噪音、踩踏、垃圾，等等）都可能对旅游地生态环境形成污染。

随着生态文明建设紧锣密鼓地开展，防治污染、改善环境、保护生态已成为当今时代发展的最强音。崇尚自然，亲近自然，

返璞归真也逐渐成为人们新的追求和旅游方式。如何处理旅游产业与环境之间的矛盾关系?能否找到一条环境与旅游协调发展、人类与自然和谐共处的新型产业发展道路?人们对传统价值观和发展观进行了反思,逐渐意识到可以从经济、社会、资源与环境等更广泛的、系统的高度审视旅游发展的前途,并顺应绿色产业的大潮流,为旅游产业指明了发展方向——实现旅游产业与生态环境相协调的可持续发展。旅游生态化逐渐成为旅游产业持续发展的新探索。

红色旅游是一种专项旅游形式,主题性强,很有文化特色。其旅游载体主要是中国革命战争时期所形成的纪念地、纪念物和纪念事。从上个世纪80年代开始,国家旅游局开始每年安排专项资金促进延安、韶山、井冈山等革命老区的旅游基础设施建设,最初的目的是为了加强爱国主义教育、传承革命历史文化、丰富旅游产品、发展地方经济。随着90年代后期一系列重大节庆和纪念活动的开展,红色旅游开始被大众游客认知、认可,客源逐渐增多。进入21世纪,我国红色旅游开始快速发展,品牌效应出现,红色旅游市场增长迅速,到2005年,红色旅游已经形成新的消费热点。^[1]据有关方面预计,到2015年,全国红色旅游年出行人数可能突破8亿人次、年均增长15%,其市场空间还将大幅提升,预计占国内旅游总人次的比重将提高至1/4。如今,红色旅游已开始成为我国最重要的旅游形式之一,在国内旅游市场中发挥了越来越重要的政治作用、经济作用和文化作用。

1.2 研究目的

红色旅游资源在我国分布很广,往往与其他旅游资源相辅相成,尽管目前还是以国内客源为主要市场,但许多红色旅游



地山川秀丽、景色宜人，生态资源相当丰富，有的还具备独特的民俗风情，对国际游客同样具有吸引力，旅游发展潜力较大。但由于许多革命老区地处偏僻、交通不便，而且农业底子薄、工业基础差，作为第三产业主打的红色旅游目前仍然仅仅局限在餐饮、住宿行业，对其他行业的带动并不明显，经济增长点过于集中而且商品化程度较低，综合效益不高。近年来随着红色旅游规模的不断扩大，一些热点红色景区游客数量激增，出现了一系列旅游污染问题（空气、水、土壤、植被等均受到不同程度的影响），环境压力巨大，旅游效益提升却并不明显。例如全国首批红色旅游基地之一的韶山，在整个湖南红色旅游中客源优势十分明显，游客数量至2011年已突破800万人次，其核心景点的旅游规模已经远远超过环境容量，近两年超载态势更为严峻，但人均旅游消费水平却明显低于同类型的井冈山、延安等红色景区，资源配置效率不高，制约了红色旅游的可持续发展。为了吸引客源，增加收入，红色旅游景区、景点之间的协作日益加强。如延安与黄帝陵、壶口瀑布，井冈山与庐山，遵义与赤水等，采取捆绑式销售的形式，体现产品优势互补，扩展了客源市场，红色旅游产业也越来越呈现出区域化集群的特点。然而目前呈现出的红色旅游景区“协作”和“集群”仅停留在截留客源和扩大市场层面，其效应和效益都十分有限。

本研究欲从红色旅游产业可持续发展的高度，引入生态化理念，对红色旅游的食、住、行、游、购、娱等相关要素进行协调优化，在提高旅游接待能力的基础上，通过对中国革命战争时期所形成的纪念地、纪念物和纪念事内涵与外延的挖掘与拓展和关联旅游资源（包括地域生态环境、特色文化和民俗民风资源）在红色旅游生态过程充实和红色旅游生态系统结构与功能完善中的配置性利用，构建出集教育、体验、休闲、环保

等多元文化特征为一体的新型红色旅游产品，为我国红色旅游在成为区域旅游产业强劲支撑和有效补充的转型升级过程中，同步实现自身旅游产品体系的完善、旅游空间的拓展、旅游资源消耗的减少和旅游综合效益的增加，并切实带动老区“三生”（生产、生活、生态）环境的改善和社会经济的发展。

1.3 研究意义

作为一种特殊的文化生态旅游，红色旅游活动具有特定的载体和深邃的内涵，承载着丰富的精神内涵，旅游者在游览过程中感受到的革命精神和文化传统不仅仅是历史的财富，更是现实和未来值得全民族传承和发扬的精神宝库。这也正是红色旅游的独特性之一，它除了在发展过程中能够发挥一定的经济带动和文化传播作用外，还是国家政治工程的一部分；它虽是一种寓教于乐的轻松体验的过程，却承载着爱国主义的教育、优良传统的传承、民族文化的传播和民族精神的凝聚。

目前红色旅游已经成为我国旅游经济一个新的增长点，但由于过去缺乏整体、系统、完善的思考与规划，破坏式开发、盲目式开发、庸俗式开发、失衡式开发等问题在许多红色景区仍然普遍存在。随着人们环境意识的日益增强和可持续发展战略的广泛实施，近年来国内政府、业界、学术界对于基于生态学原理的红色旅游优化研究逐渐重视，但相关理论与实践研究仍然滞后。本书紧扣我国红色旅游的生态化转型升级这一科学问题展开研究，其研究成果不仅更新我国红色旅游理念、丰富我国红色旅游理论，而且还能指导我国红色旅游可持续发展的实践。