

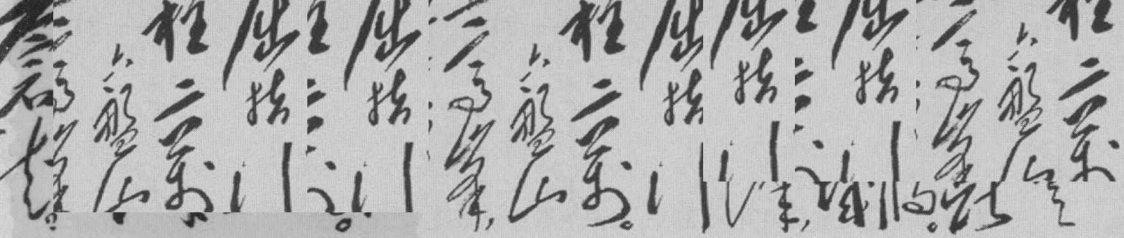
宁夏大学优秀学术著作丛书

红色旅游开发与 规划研究

► 李陇堂 赵多平 / 著 ◀

HONGSE LVYOU KAIFA
YU GUIHUA YANJIU

中国社会科学出版社



1233-35

宁夏大学优秀学术著作丛书

红色旅游开发与 规划研究

► 李陇堂 赵多平 / 著 ◀

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

红色旅游开发与规划研究/李陇堂,赵多平著. —北京: 中国社会科学出版社, 2014. 6

ISBN 978-7-5161-4267-7

I. ①红… II. ①李…②赵… III. ①旅游资源开发—研究—中国
IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 097898 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 郭晓鸿
特约编辑 骆 珊
责任校对 王兰馨
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
中文域名:中国社科网 010-64070619
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2014 年 6 月第 1 版
印 次 2014 年 6 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 23
插 页 2
字 数 353 千字
定 价 68.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社联系调换
电话:010-64009791
版权所有 侵权必究



李陇堂 宁夏大学资源环境学院副院长、教授、研究生导师，宁夏地理学会副理事长，宁夏内陆开放型经济试验区专家咨询委员会委员兼旅游发展专家组组长、宁夏地质矿产局专家顾问，中国自然资源学会资源持续利用与减灾专业委员会委员，宁夏灾害防御协会理事等。主要从事旅游开发、生态环境与区域发展的研究与教学，特别是对干旱半干旱地区旅游资源的开发、生态环境恢复与区域发展等的研究取得了一系列成果。主持和参加完成十余项国家级、省部级科研课题，主持完成服务地方经济社会发展的横向课题近二十项。在《经济地理》、《人文地理》、《中国沙漠》、《中国人口、资源与环境》、《水土保持研究》以及《干旱区研究》（美国）等国内外刊物上公开发表学术论文80多篇，其中核心刊物40余篇，学术专著4部。1998年、2000年、2002年和2009年四次获得宁夏回族自治区自然科学优秀论文二、三等奖，2005年获得宁夏回族自治区“9.10”教育奖章。

内容简介

本书将资源—景观—游客之间的协调关系引入到红色旅游资源开发与规划的研究框架中，理论上用文化空间构造和区域协调系统观的新方法解决红色旅游规划中资源—市场—产品—形象核心体系中的关键理论问题。

全书分理论与实践两大部分，理论篇从文化景观角度对我国红色旅游，红色旅游资源空间分布、内涵特征及开发模式做了阐释；分析了红色旅游市场的特征、客源、营销及开拓；对红色旅游产品的（策划）开发，红色旅游形象构成要素、设计原理、形象的传播和品牌建设等的理论与方法进行了探讨；以利益相关者与扶贫相关关系为切入点，回归到红色旅游的可持续发展。实践篇以大、中、小三种尺度，从区域层次到景区层面选取案例进行实证研究。依据不同空间尺度规划的性质、空间结构、演化特征、红色文化本质，以及不同空间尺度红色旅游资源开发与规划的原理和内容差异，将红色旅游规划原理及模式应用在开发与规划的实践中。

宁夏大学优秀学术著作出版基金资助
国家自然科学基金项目(41261026)
宁夏石嘴山市文化旅游发展项目

序

红色旅游是具有特殊政治和空间指向的新型旅游形式和热点研究领域之一，受到党和政府的高度关心和支持，中共中央办公厅和国务院办公厅先后两次出台关于加强红色旅游发展的若干意见，为红色旅游发展指明了方向，提出了要求，这在我国旅游产业发展过程中是很少见的。

红色旅游开发在祖国大地上如火如荼地进行着，红色旅游发展同样引起了学术界的关注，但目前理论研究明显滞后于红色旅游实践与发展对理论和方法的要求，尤其是目前红色旅游缺乏理论与实践对应脉络的系统整合研究。

李陇堂为带头人的宁夏大学资源环境学院旅游开发与规划科研团队长期从事旅游地理学与旅游规划的研究工作，《红色旅游开发与规划——理论与实践》一书是近年来他们在红色旅游发展领域理论研究与实践活动的总结。

全书包括了理论与实践两大部分，理论篇主要梳理了红色旅游资源空间分布、开发现状、内涵特征及开发模式，从文化景观角度对我国红色旅游资源做了空间阐释；分析了红色旅游市场的特征、客源目标分析、市场营销及开拓；在此基础上，重点从红色旅游产品的内涵、功能、类型构成、项目开发原理及旅游线路设计的角度阐述了红色旅游产品的（策划）开发；阐释了红色旅游形象构成要素、设计原理、形象的传播和品牌建设的理论与方法；最后以红色旅游开发中的资源保护、利益相关者与扶贫相关关系为切入点，回归到红色旅游的可持续发展，以此构建了以红色旅游开发与规划的市场（研究）、产品（策划）开发、形象设计与品牌建设为

核心内容的研究框架和方法体系。

规划实践篇选取研究团队长期关注的宁夏回族自治区作为研究区域,采用纵列式结构分析,以大、中、小三种尺度选取案例进行深入分析,从区域层次到景区层面都有所涉及。将红色旅游理论构架对应于宁夏三个尺度红色旅游规划实践中,依据不同空间尺度规划的性质、属性、空间结构、红色文化本质、空间演化特征,以及不同空间尺度红色旅游资源开发与规划的原理和内容差异,阐释红色旅游规划原理及模式在空间尺度上的实践形式和落实。以此构建了红色旅游开发与规划的理论研究与实践操作的体系框架,为不同空间尺度红色旅游规划提供理论依据和实践参考。

纵观本书我认为有许多可点之处,是一部学术价值较高、具有重要参考价值的红色旅游学术专著。本书具有以下特点:

第一,理论视角独特。本书将资源—景观—游客之间的协调关系观引入到红色旅游资源开发与规划的研究框架中,理论上试图用文化空间构造和区域协调系统观的新方法分析红色旅游规划中资源—市场—产品—形象核心体系中的关键理论问题,并将其整合于红色旅游的规划理论研究中,经抽象、概括,提炼出模式与原理,为进一步研究红色旅游开发与规划提供新的思路和视角;本书构建了红色旅游开发与规划的研究框架和分析范式体系,在一定程度上充实和完善了红色旅游开发与规划的理论和研究体系,具有重要的学术价值。

第二,理论与实践结合。本书将理论与实践相结合,在提出红色旅游开发规划的理论基础上,结合具体实例进行分析。实践上将理论分析框架应用于实际案例,解析红色旅游资源和红色旅游者在客体和主体上所具备的特殊指向性,以及红色旅游资源所具有的精神和物质两重性和政治特性在空间上的落实,关注红色旅游的群体性和确定性动机与旅游产品和空间分区的耦合,体现红色旅游规划对象在空间特性与规划侧重点上所存在的差异性,揭示大中小三个空间尺度规划案例区,在理念、规划内容、形象设计和空间布局上的侧重点和规划操作程序,对我国不同区域红色旅游规划的编制都有重要的参考价值。

第三,案例具有创新性。红色旅游在我国发展历程短,理论研究和实

践总结尚处初期阶段，红色旅游开发与规划相关的概念、理论、方法乃至框架体系还不够成熟。该书在前人研究的基础上，综合吸收了地理学、经济学、管理学、社会学以及文化学等学科的理论和研究方法，通过深入的实地调研，对红色旅游开发与规划进行了系统的研究，形成了鲜明的研究结论和观点。如对红色旅游概念体系及其核心层次、基础层次和延展层次三个层次的认识与分析，对红色旅游资源文化景观层次的构建，以延安红色旅游资源为典型案例的红色旅游资源的类型体系分类法（耦合分类法）的提出，红色旅游形象的设计、红色旅游产品的开发与设计、红色旅游可持续发展与扶贫的结合，特别是将开发与规划理论用于不同空间的具体案例等有许多新的见解和观点，让读者耳目一新。

我向以李陇堂为带头人的宁夏大学旅游开发与规划研究团队表示祝贺。本书的出版对于红色旅游的研究来说是一个值得关注和庆贺的事，红色旅游作为中国特色的旅游，其发展中还有许多理论和实践问题需要进一步深入的研究，我相信本书一定会对我国红色旅游理论与实践研究提供重要的参考，同时我希冀有更多更好的红色旅游专著出版。

宁夏大学资源环境学院教授

博士研究生导师 米文宝

2013.12.28 于银川

目 录

序	(1)
第一章 红色旅游概论	(1)
第一节 红色旅游发展的现状	(1)
第二节 红色旅游的概念体系	(7)
第三节 红色旅游开发的指导思想与原则	(12)
第四节 红色旅游的特点及意义	(18)
第五节 红色旅游研究进展	(22)
第二章 红色旅游资源开发	(31)
第一节 红色旅游资源的内涵及特征	(32)
第二节 红色旅游资源的类型体系构成	(37)
第三节 红色旅游资源文化景观空间阐释	(46)
第四节 红色旅游资源空间分布及开发现状	(50)
第五节 红色旅游资源的开发模式	(59)
第三章 红色旅游市场研究	(66)
第一节 红色旅游市场分析	(67)
第二节 红色旅游者的空间行为特征	(73)
第三节 红色旅游市场的客源目标分析	(78)
第四节 红色旅游市场拓展	(86)

第四章 红色旅游产品开发	(91)
第一节 红色旅游产品的内涵	(91)
第二节 红色旅游产品的功能	(96)
第三节 红色旅游产品的类型构成	(99)
第四节 红色旅游产品开发原理	(114)
第五节 红色旅游线路设计	(120)
第六节 红色旅游商品开发	(140)
第五章 红色旅游形象设计与品牌建设	(149)
第一节 红色旅游形象要素构成	(150)
第二节 红色旅游形象设计原理	(159)
第三节 红色旅游形象的传播	(168)
第四节 红色旅游品牌建设	(179)
第六章 红色旅游的可持续发展	(183)
第一节 红色旅游可持续发展	(184)
第二节 红色旅游资源的保护	(194)
第三节 红色文化的可持续发展	(202)
第四节 红色旅游开发中的利益相关者	(207)
第五节 红色旅游开发与扶贫	(215)
第七章 大空间尺度案例	
——宁夏红色旅游规划	(222)
第一节 开发现状与案例概况	(222)
第二节 规划理念与总体定位	(226)
第三节 规划重点与战略构思	(230)
第四节 规划内容与核心构架	(235)
第五节 规划支撑与保障体系	(257)

第八章 中观空间尺度红色旅游规划案例

——旅游区规划	(263)
---------------	-------

第一节 案例概况与开发现状	(263)
---------------------	-------

第二节 规划性质与总体定位	(264)
---------------------	-------

第三节 规划重点与实现途径	(265)
---------------------	-------

第四节 规划内容与核心构架	(267)
---------------------	-------

第五节 规划支撑与保育体系	(289)
---------------------	-------

第九章 小空间红色旅游规划案例

——旅游景区或园区规划	(306)
-------------------	-------

第一节 案例概况与开发现状	(306)
---------------------	-------

第二节 规划理念与构景分析	(308)
---------------------	-------

第三节 总体定位与规划重点	(312)
---------------------	-------

第四节 规划内容与核心构架	(313)
---------------------	-------

第五节 规划支撑与保障体系	(339)
---------------------	-------

主要参考文献	(350)
--------------	-------

后记	(355)
----------	-------

第一章 红色旅游概论

新世纪以来，红色旅游在中国引领了一个时代的潮流，其快速发展成为旅游业一大新亮点，各地红色旅游发展竞相绽放，呈现出一片繁荣的局面。红色旅游作为具有中国特色的一种专项旅游，不仅开创了新中国旅游发展的新领域，而且开创了中国政治思想教育、老区开发、思想文化繁荣的新领域。伴随着红色旅游的快速发展，红色旅游理论研究明显滞后与不足。本书对红色旅游开发、规划的理论与实践进行了全面的探讨研究。

第一节 红色旅游发展的现状

红色旅游在中国的发展受到了党和国家的大力支持。红色旅游作为旅游的一种新形式，在快速发展的过程中，不可避免出现了一些问题，诸如红色旅游资源的过度开发、生态环境的破坏、旅游产品单一等。红色旅游作为一种专项旅游形式，有着旅游业发展的一般性，同时也有其特殊性。

一 红色旅游发展的历程

从新中国诞生开始，以革命圣地、纪念地为载体的革命传统教育活动伴随着新中国的发展，其规模由小到大、内容不断丰富、形式不断增加，红色旅游由此孕育、发芽、发展和壮大。目前，中国的红色旅游正处于全面发展时期。本书从旅游形成过程出发，把红色旅游的发展分为

以下四个阶段：

孕育阶段（1949—1978年）：新中国成立后，延安、井冈山、遵义、韶山等革命圣地、纪念地作为革命传统教育、思想政治教育的活教材，家喻户晓，人人向往。国家非常重视对革命圣地、纪念地的保护和利用，提出了保护革命文物和革命遗址的要求，并有33处被国务院列入第一批全国重点文物保护单位。在这个特定的时代，全国各地、各单位、各种团体有计划地组织广大干部、群众、学生前往革命圣地、纪念地参观学习，参观者大多以接受革命传统教育、进行政治熏陶、树立远大理想为目的，接待者则以无偿的接待服务作为政治任务。这一时期虽然红色旅游并没有真正出现，但是参观、学习从旅游活动性质的角度考察，已经有了以革命精神体验活动为目的的观光形式。可以说，已经开始孕育以参观体验为主要活动形式，以革命传统教育、思想政治教育等为主要内容的红色旅游过程，这为红色旅游在中国的发展奠定了良好的政治基础。

萌芽阶段（1978—1989年）：这一时期是中国改革开放的最初十年，随着经济体制的全面改革，中国经济快速发展，人民生活水平迅速提高。随着社会主义市场经济体制逐步形成，国内的旅游业开始复苏，我国许多著名的名山大川、历史古迹、宗教文化、园林建筑等开始吸引旅游者。各主要革命圣地、纪念地在完成政治接待任务的前提下，尝试进行体制与管理的改革，积极探索新的服务形式，开始尝试对吃、住、行等最基本要素的有偿服务，纪念品销售、娱乐项目开始出现。部分地方在革命传统教育、政治思想教育的活动中已经渗入了观光等旅游活动，红色旅游在中国大地破土而出。特别是20世纪80年代后期，国家有计划地支持延安、井冈山等革命圣地、革命老区发展经济，将发展革命圣地、革命老区旅游作为一项重要的工作，革命圣地、革命老区的红色旅游开始显示出经济功能，并受到地方政府的重视。该阶段的特点是，以革命圣地、纪念地等为依托的学习教育与观光体验活动相结合为主要形式的革命传统教育已经明显具有旅游性质。

初步发展阶段（1989—2004年）：这一阶段中国的旅游业进入了全面

发展时期,许多省、市、区相继设立旅游局,编制旅游发展规划。旅游业作为“投资少、见效快、收益高”的朝阳产业和国民经济新的增长点受到各地的高度重视,各种旅游资源开始得到研究与开发,为革命圣地、革命老区、纪念地的红色旅游资源的开发迎来了千载难逢的机会。井冈山、延安、嘉兴、遵义等一大批有重要影响的红色景区以红色文化为灵魂,结合区域生态环境、民族文化,率先在国内发展红色旅游。这一时期又恰有抗日战争胜利 50 周年、新中国建国 50 周年、中国共产党成立 80 周年等一系列重大的活动,1997 年中宣部公布了第一批 110 处全国爱国主义教育基地,2001 年又公布了第二批 100 处全国爱国主义教育基地。这一系列的政治活动成为红色旅游开发的助推器,各地对革命遗址、革命文物等进行修缮保护,交通、通信等基础设施有了一定程度的改善,红色旅游在全国各地开始发展。1999 年江西第一次在全国提出了红色旅游的概念,并推出了红色文化旅游线路。红色旅游初步进入旅游市场,并受到广大游客的青睐。该阶段的特点主要是,红色旅游的概念提出,红色旅游重点旅游区得到发展,红色旅游开发进入市场化时期。

快速发展阶段(2004 年至今):这是红色旅游快速发展的时期。为了加快红色旅游的发展,2004 年 12 月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《2004—2010 年全国红色旅游发展规划纲要》,对全国红色旅游的总体布局、发展目标和主要措施作出了规划。纲要指出,要加快红色旅游发展,使之成为爱国主义教育基地;要培育 12 个重点红色旅游区,重点打造 100 个左右红色旅游经典景区;要实现红色旅游产业化,使红色旅游成为带动革命老区建设的优势产业等。各地反应十分强烈,红色旅游发展势头强劲,跨省区的红色旅游开发合作出现。2005 年被国家确定为“红色旅游年”,红色旅游浪潮席卷全国,红色旅游成为许多地方的主打旅游产品。2008 年 9 月,经党中央、国务院同意,中宣部、国家发改委、财政部、旅游局等 14 部委联合下发了《关于进一步促进红色旅游健康可持续发展的意见》,明确了当前和今后一个时期进一步做好红色旅游工作的总体要求和政策措施。2011 年,中共中央办公厅、国务院办公厅下发了《关于印发〈2011—2015 年全国红色旅游发展规划纲要〉的通知》。这是党中央、国

院立足当前国际国内经济环境,为进一步提升红色旅游发展质量和效益,确保红色旅游持续健康发展,发挥红色旅游在推进社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设以及生态文明建设和党的建设等方面的积极作用,对于全国发展红色旅游工作作出的再动员、再部署。该阶段的特点主要是,红色旅游受到了国家层面的大力支持,在短时期内取得了快速的发展,红色旅游发展全面进入市场化,尤其是两个《纲要》的颁布,对红色旅游的开发和理论研究都具有深远的影响。

二 红色旅游发展的现状

红色旅游经历了一个相对较长的探索和发展过程,1999年红色旅游的概念才被正式提出来,并被广泛接受。在此之前,革命传统教育、思想教育、政治考察、政治参观学习等活动一直都存在,只是没有与旅游产业相结合,没有与旅游市场结合,没有成为一种专项的主题旅游,直到20世纪90年代末才开始成为一种专项旅游形式得到广泛的关注,并取得了很大的成绩,尤其是2004年以来,红色旅游出现了第一个高峰期。目前我国红色旅游发展现状可概括为以下几方面。

(一) 遍地开花,经典集中

红色旅游发展受到党和国家的支持,各级地方政府高度重视,呈现出遍地开花的局面。据不完全统计,全国绝大多数省市区都编制了红色旅游发展规划或纲要。2004年12月《2004—2010年全国红色旅游发展规划纲要》发布以来,截至2010年年底,全国红色旅游接待游客超过13.5亿人次,综合收入突破7000亿元,年均增长均超过18%,直接就业人数超过90万,间接就业人数超过370万。井冈山、延安、嘉兴、遵义等许多著名红色旅游地,红色旅游已成为当地旅游业的龙头。红色旅游景区、场馆积极创建国家A级旅游景区。据统计,红色旅游景区共创建2A级及以上旅游景区233家,其中5A级旅游景区两家,4A级旅游景区91家,3A级旅游景区83家。年接待规模达到50万人次以上的景区超过100家。虽然红色旅游开发遍及全国各地,但具有较大影响甚至形成品牌的红色旅游景区并不多。而真正能够影响游客,走入游客的感知范围的则更少,经典的品

牌景区往往集中在井冈山、延安、韶山、遵义等数量相对有限的革命圣地、纪念地。可以看出,红色旅游虽然在快速发展,但却没有形成红色旅游品牌格局。

(二) 实践超前,理论滞后

由于旅游市场的需求和各级政府的高度重视,红色旅游发展迅猛,目前全国已有红色旅游景区数百家,其中2A级及以上景区达到233家。红色旅游实践方面超前发展,如在红色旅游具体开发实施过程中,已经采取区域联动整合策略,“长三角”、“珠三角”、中原等地区在区域内进行红色旅游发展联合,并将红色旅游资源与其周边的旅游资源和服务设施结合起来,形成以红色旅游项目为主的多功能旅游区域。部分景区将红色旅游和传统旅游紧密结合,把人文景观与自然景观结合起来,把文物景点与非文物景点结合起来,把革命传统教育与促进旅游产业发展结合起来,形成旅游区、旅游线、旅游点有机结合的红色旅游发展格局。例如,六盘山国家级旅游扶贫试验区是国务院批准建立的我国第一个旅游扶贫试验区,又是全国100个红色旅游景区之一,通过挖掘特色旅游资源带动了六盘山地区的扶贫开发。但理论研究相对滞后,红色旅游始于改革开放之初,其概念最早出现在1999年,但开始并没有受到理论界、学界的关注,直到2004年《红色旅游发展规划纲要》出台,自2005年开始关于红色旅游的研究才逐渐增多,但是红色旅游的理论研究要远远滞后于旅游实践的发展。

(三) 形式多样,观光为主

红色旅游从萌芽时期开始到现在已经历了30多年的发展,由于红色旅游蕴含的特殊性,长期以来我国红色旅游景区都以政治接待、文物保护为主,大多数革命遗址、纪念馆、展览馆靠国家财政支持,没有竞争压力,缺乏从事旅游开发的动力,也没有从事旅游开发的经验和理念。红色旅游活动以接受革命传统教育、思想政治教育、爱国主义教育等为主要目的,因此红色旅游形式主要是以参观、考察和学习等为主。受红色旅游教育目的的严肃性、旅游形式的单一性影响,很长一段时期,红色旅游的项目及旅游产品固定化、模式化,几乎所有的景区都以革命旧址遗址的参观、各