

◎ 文彤 / 著

从极核到集群： 旅游目的地 标志景区发展研究

CONG JIHE DAO JIQUN: LUYOU MUDIDI
BIAOZHI JINGQU FAZHAN YANJIU



经济科学出版社
Economic Science Press

暨南大学管理学院“211工程”三期建设项目“企业管理理论与应用”
及广东省人文社科重点研究基地企业发展研究所资助

从极核到集群：旅游目的地 标志景区发展研究

文彤著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

从极核到集群：旅游目的地标志景区发展研究 / 文彤著.
—北京：经济科学出版社，2010. 1
ISBN 978 - 7 - 5058 - 8990 - 3

I. ①从… II. ①文… III. ①旅游点 - 旅游资源 - 资源
开发 - 研究 IV. ①F590. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 006763 号

责任编辑：纪晓津
责任校对：杨晓莹
版式设计：代小卫
技术编辑：董永亭

从极核到集群：旅游目的地标志景区发展研究

文 彤 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编部电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com. cn

北京欣舒印务有限公司印刷

河北三佳集团装订厂装订

787 × 1092 16 开 13. 25 印张 250000 字

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 8990 - 3 定价：26. 00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

序 言

旅游业是中国对外开放最早、发展速度最快的行业之一。回顾新中国成立60年的历史，中国旅游业经历了对外接待和市场经营的不同阶段，改革开放政策实施以后才真正作为一个经济产业开始了大踏步地前进，直至今日已经成为世界旅游大国，并且有希望在不远的将来成为世界旅游第一强国。产业的高速发展带来了专业学术研究的蓬勃兴旺，管理学、经济学、地理学、社会学、历史学、建筑学、生态学等多种学科的学者都在参与旅游产业的研究与开发，目前已经形成和积累了大量科研成果。

我本人与旅游的结缘开始于20世纪80年代初担任安徽省省长顾问时参与制定黄山旅游规划的工作。随着不断地接触和了解，我认识到旅游业是一个经济关联广泛的产业，有必要从系统管理科学的角度来对其进行深入研究，并且旅游产业的重要性将在中国经济快速增长和第三产业迅猛崛起的过程中体现得越来越明显。于是，之后我在上海工业大学（现上海大学）又主持建立了国内第一个旅游管理本科专业。2004年，暨南大学管理学院旅游管理专业博士点建立，鉴于旅游产业发展对于高层次专业人才的迫切需要，我开始招收旅游管理专业的博士研究生。

文彤是我2004年招收的第一批旅游管理专业博士学生，他在之前的地理、规划专业学习中已经打下了扎实的理论基础，后来又通过在旅游系统的实际工作积累了丰富的实践经验。进入博士研究学习后他广泛阅读、勤于思考、勇于请教、乐于交流，主持和参加了多项课题研究，表现出较强的科研和管理能力。在博士论文研究中，小文针对实际问题大胆创新，提出标志景区的新概念，并对旅游目的地集群演化提出了独到的见解，他的博士论文得到了评审委员的一致好评。

《从极核到集群：旅游目的地标志景区发展研究》一书正是文彤在其博士论文基础上不断修改、充实、提高而成的，书中吸收了管理学、旅游学、地理学等多学科领域的新方法、新观点和新成果，将增长极核、产业集群、旅游标志景区持续发展、旅游目的地开发管理等内容有机地融合在一起，形成了自己的新认识、新观点和新理论。本书的主要创新之处在于：

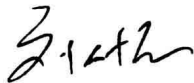
(1) 针对实际当中概念繁杂而不一致的问题，借鉴相关学科概念，大胆提出了标志景区这一新的概念，并建立了相应的评估标准体系，有助于后期研究在基本概念上的统一。

(2) 构筑了标志景区形成基本模型，揭示了标志景区发展演变的规律特征，并从不同维度分析了具体因素对于标志景区培育的影响作用机制，对于旅游高端资源开发管理的实际工作提供了理论的借鉴和启示。

(3) 从产业集群理论入手，建立了基于标志景区的旅游目的地“极核－集群”发展模式，深入探讨了旅游目的地在标志景区影响带动下所经历的不同阶段演化特征，并就旅游集群发展提出了理论解释和策略选择。

本书的出版是文彤在博士学习研究阶段的成果总结，作为他的博士生导师，我感到由衷的高兴！同时，这也是他专业学术研究的又一个新起点，希望文彤发挥管理学、旅游学、地理学、规划学的多学科背景优势，在今后的教学、研究、实践当中严格要求自己，不断进步，取得更加丰硕的成果，作出新的贡献！

《从极核到集群：旅游目的地标志景区发展研究》一书的出版，将为旅游管理研究、产业集群研究、经济地理与区域规划等领域的专业技术人员和管理人员提供有益的参考。



2009年12月于暨南园

内容提要

标志景区就是目的地范围内具有高级别旅游价值，占据景区体系核心主体地位，能够代表目的地形象文脉，旅游发展持续稳定，成为旅游者必游之处的旅游景区。本书将标志景区作为研究对象，并以广州珠江、韶关丹霞山作为研究案例，分别探讨了城市旅游标志景区、乡村旅游标志景区的形成发展和影响作用。分析发现，珠江和丹霞山具有类似的发展规律特征，两者在漫长的发展过程中都保持了稳定的生命周期轨迹，优良的资源品质和深厚的文化内涵成为标志景区发展的基础，政府的主导开发成为确立标志地位的主体力量，设施配套进一步强化了其标志功能角色。

由此，本书构建了标志景区形成发展的“三维度”基本模型，认为标志景区的形成发展受到价值维、关联维、主体维三方面的共同作用，基础资源、旅游品牌、空间形态、基础设施、旅游景区、政府、居民、游客、企业、第三方力量10个要素成为影响标志景区的具体因子。这些因子从不同的角度发挥着作用，而属于同一个维度的单个因子作用又共同形成了相应维度的合力，表现出因果循环累积的互动作用，借助相互之间的刺激与促进形成对于标志景区的作用与影响。

进一步分析标志景区对目的地的影响作用，随着标志景区的成熟度不断上升，其辐射带动表现出增强的趋势，由此形成了标志景区对目的地影响作用的点效应、场效应和群效应。而在不同效应的带动影响作用下，旅游目的地的发展体现出增长极理论和产业集群理论两种发展思路的综合效用机制，其发展经历了节点增长、集聚增长和集群增长的过程，总体上遵循了由“极核”到“集群”的演化路径，由此构成了基于标志景区的目的地“极核—集群”发展模式。借助对这一发展模式的解析，本书提出了品牌建设、空间管理、创新发展、多方参与的目的地发展策略，通过培育标志景区、促进集聚经济、培育集群网络、发挥各个主体的积极性来实现基于标志景区的目的地整体发展。

本书共分八章，第1章、第2章、第3章在研究工作设计和相关文献述评的基础上对标志景区进行了系统的界定；第4章、第5章则以广州珠江和韶关丹霞

山为研究对象，深入剖析了其作为标志景区的发展规律及对目的地的影响；第6章、第7章、第8章在案例研究结论之上，构筑了标志景区形成机制模型，提出依托标志景区的旅游目的地“极核—集群”发展模式，并对研究的创新与局限以及需要进一步关注的问题进行了说明。

目 录

第1章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的	2
1.3 研究意义	2
1.4 研究方法	4
1.5 技术路线	6
1.6 研究内容	7
1.7 基础工作	8
第2章 标志景区认识与界定	11
2.1 标志景区的基本类型	11
2.2 标志景区的基本特征	16
2.3 标志景区的概念界定	21
2.4 标志景区的评估体系	25
2.5 案例研究对象界定说明	29
第3章 研究文献述评	38
3.1 国外标志景区研究综述	38
3.2 国内标志景区研究综述	46
3.3 综合评述	54
3.4 案例研究对象的相关研究综述	58
第4章 广州珠江旅游发展研究	63
4.1 基本概况	63
4.2 旅游发展历程	67
4.3 标志景区的形成演化	89

4.4 珠江景区与目的地的互动发展分析·····	95
第5章 韶关丹霞山旅游发展研究·····	102
5.1 基本概况·····	102
5.2 旅游发展历程·····	107
5.3 标志景区的形成演化·····	114
5.4 丹霞山与目的地的互动发展分析·····	122
第6章 标志景区形成机制研究·····	130
6.1 广州珠江标志景区形成分析·····	130
6.2 韶关丹霞山标志景区形成分析·····	139
6.3 标志景区形成机制模型·····	146
6.4 标志景区形成机制模型解析·····	155
第7章 基于标志景区的旅游目的地发展研究·····	158
7.1 标志景区对目的地的影响研究·····	158
7.2 基于标志景区的旅游目的地发展模式研究·····	165
7.3 基于标志景区的旅游目的地发展策略研究·····	176
第8章 结论与讨论·····	182
8.1 研究结论·····	182
8.2 创新与不足·····	184
8.3 有待进一步研究的问题·····	185
参考文献·····	187
后记·····	201

第 1 章

绪 论

1.1

研究背景

通常在旅游目的地的景区体系当中，总会有一个或若干个景区凭借资源、文化、品质等自身特征脱颖而出，成为旅游者在目的地的首选之地或必到之处，占据着景区体系的高端地位，被冠以龙头景区、高级别景区、精品景区等种种称号。例如，北京的天安门广场、上海的外滩、杭州的西湖，等等。由于这种特性，此类旅游景区在目的地发展过程中能够发挥明显的吸引作用和带动作用，从而得到各个方面的高度关注。管理部门普遍将这些景区作为精品战略、明星战略、月亮工程的主要实施对象；社会上广泛开展的“十佳景区”、“××之最”、“最受喜爱的××”、“最美的××”等评选活动也反映出消费者对于这类景区的偏好；企业也多选择此类景区进行开发或将新开发项目尽量靠近此类景区的投资行为更验证了其高端地位的影响力。

事实上，对于旅游目的地而言，旅游景区的重要性是不言而喻的。一方面，它是整个目的地吸引体系的主要构成，在很大程度上决定了目的地吸引游客的成功与否；另一方面，它也是旅游者在目的地的核心活动场所，直接影响旅游者旅游体验质量的高低。因此，旅游景区对于目的地的旅游发展具有重要意义，一直是旅游目的地发展所关注的焦点。而上面所说的旅游景区往往能够在旅游目的地占据着核心优势地位，是一个目的地整体吸引体系中的核心组成，构成整个目的地产品体系的主干网络，对于目的地的竞争力、品牌形象具有决定性的影响。同时，它们也是旅游者出游选择的主要决策依据，能够促使旅游者选择其所在的目的地进行出游活动，并且旅游者在目的地的游览活动也主要围绕这类景区进行，在很大程度上决定了旅游者在目的地的旅游消费活动规律。

由于其所具有的特殊优势，此类景区在现实当中往往成为旅游目的地发展的标志产品。例如，桂林的漓江、杭州的西湖、苏州的园林等，不但被视作重点对象而进行全面打造，而且影响着旅游目的地的发展进程和方向，扮演着主要品牌

与核心引擎的功能角色。在这些成功案例示范效应的刺激下，加上中国旅游业快速发展的大力推动，国家旅游局局长邵琪伟在 2007 年全国旅游工作会议上明确提出了“扎实推进旅游精品建设，提升旅游目的地发展水平”的目的地旅游发展指导思路^[1]，各个省市旅游局更是提出了自身旅游景区建设的重点项目、龙头产品，希望通过实施精品战略、打造重点景区实现旅游目的地的整体发展。

那么，此类型旅游景区的成长受到哪些因素的影响和制约？其开发建设需要重点考虑哪些方面的问题？投入的人力、物力、财力是否能够实现最初的目标和期望？如何发挥其辐射带动作用来推动整个旅游目的地的发展？甚至在经历了开发建设、规模拓展而进入成熟稳定阶段之后，这些景区如何再度发挥作用？这些都是我国大多数旅游目的地已经或即将面临的现实问题。

1.2 研究目的

在对上述问题进行探索和解答之前，针对此类景区自身发展规律趋势、与目的地的关联互动、对于其他景区的示范意义等若干方面的研究分析是必需而且必要的。因此，本书将此类景区界定为旅游目的地的标志景区，力图在纷繁复杂的目的地系统背景下，通过研究分析标志景区的发展演变过程，探讨其自身特点与发展规律，分析其与目的地、其他景区的互动关系，从而对标志景区的开发管理策略进行理论上的系统思考，以探索标志景区与旅游目的地互动发展的创新思路和渠道，继而寻求对于一般意义上的旅游景区开发经营的有益启示。

事实上，目前的研究成果对于上述问题还较少涉及或者尚无定论，本书选题正是基于这一现状而确定的，以期借助实际案例研究，全面分析旅游目的地标志景区的发展演变规律特征，从而研究其与目的地、其他景区的相互关联，并且探讨政府、社会对其发展的重要影响，在此基础上探讨以标志景区为依托的旅游目的地的开发管理创新思路和机制，寻求对于上述问题的解惑，为旅游目的地的景区开发管理的实际工作提供理论的借鉴和启示。

1.3 研究意义

由于旅游景区在旅游目的地整体系统中占据十分重要的位置，有关旅游景区的研究一直以来就是旅游学科的传统主流领域之一：部分学者重点研究分析个体旅游景区在发展进程中表现出来的特征，力图发现具有普遍推广意义的规律；部

分学者则将旅游景区放在所在目的地区域层面进行考察,探讨景区在目的地区域旅游竞争中的作用机制以及影响因素,确定旅游目的地经营管理的策略和措施;还有部分学者通过对于旅游需求群体的认知、选择行为研究来确定基于需求导向的旅游景区驱动机制,从而明确旅游景区开发管理所需要重点关注的环节。但是,针对于旅游目的地标志景区这一细分群体的研究还并不多见,部分学者以自然遗产、文化遗产、地质公园等世界品牌景区为研究对象进行了有益的探讨和尝试,其系统性和针对性还比较欠缺,本书以此为研究对象和内容,在研究领域上具有宏观层面的创新意义。

从微观层面上来看,围绕上述关于标志景区的前提认识和思考问题,本书的研究将具有以下理论与现实意义。

1.3.1 理论意义

由于标志性,标志景区的形成显然得到了多方面的促进和推动,由此形成了其区别于普通旅游景区的自身特质,对于这一成因的分析和研究将有助于明晰旅游景区形成的一般和特殊过程,确立生成机制的理论模型。

对于标志景区在旅游目的地发展过程中的带动作用 and 屏蔽效应的分析和界定,建立标志景区与目的地互动发展的理论框架,有助于从理论上解释旅游目的地对于标志景区的路径依赖,从而建立旅游目的地的增长发展模式。

标志景区进入生命周期的成熟稳定阶段之后,往往会遇到容量、规模的增长极限,针对这一困境的理论探讨对于成熟旅游景区的持续再发展具有普遍的理论指导价值,而对于过度发展导致的景区衰落极端现象的分析也有助于了解标志景区的再生能力和复兴机制。

1.3.2 现实意义

标志景区由于突出的地位和强大的吸引力,其发展过程一直享受着马太效应的益处,可谓是“集万千宠爱于一身”,在很大程度上具有示范意义。因此,加强对标志景区的发展机制、带动作用与阴影效应的分析研究,有助于推动普通旅游景区发展机制的全面创新。

我国旅游业从最初的起步到现今的发展,一直依靠一批高品质的代表性标志景区的带动,未来的整体趋势也将保持这一主流发展导向。因此,探讨标志景区与旅游目的地的互动影响,能够促使旅游目的地实现标志景区与周边景区、游客、居民、政府等利益相关对象的良性和谐。

现实当中,我国相当多的旅游目的地“靠山吃山,靠水吃水,千百年来吃

着同一碗饭”，一直延续着依托标志景区的增长极核发展模式。虽然取得了现实的成功，但目前已经开始面临增长极限的困境，认识和理解旅游目的地对于标志景区的路径依赖，有利于旅游目的地开拓发展思路，通过发挥极核模式的创新功能提升标志景区的带动作用，推动其所在旅游目的地集群网络化的持续优化发展。

1.4 研究方法

旅游景区的开发经营涉及到繁杂的关联因素，旅游目的地的发展更是一个系统整体，本书以旅游目的地的标志景区作为研究对象，其分析过程不可避免地需要关注多个细分对象与影响因子，是一个系统化的研究过程。同时，旅游景区的发展又涉及到地理空间、历史演变等主要要素。因此，本书的研究方法将体现多学科、多角度的综合分析特点，以管理学、旅游学作为研究分析的基础理论，同时辅以地理学、经济学、规划学、历史学、传播学等相关学科的理论支撑，以统计数据和基础资料为依据，以调查访谈和实地考察为验证，采用定性研究和定量分析结合的形式，联系实际案例进行研究分析。具体来说，本书的研究方法主要包括以下内容。

1.4.1 案例研究方法

作为旅游目的地的主要构成成分，旅游景区的数量繁杂庞大，即使是标志景区也是一个举不胜举的事物群体，对其进行逐个分析是不具有可行性并且毫无意义的。客观的研究将选取其中的典型实例进行分析，从个体针对性的研究当中寻求具有普遍意义的一般规律，以推断群体所具有的共性特征，这也就是本书采用案例研究方法的基本思路。

书中选取了广州珠江、韶关丹霞山两个具有代表性的典型标志景区进行案例分析，从其旅游发展过程中探求其标志景区地位的形成机制，进而探讨标志景区的形成对于其所在的目的地旅游发展的影响，最终推导出具有共性特征的理论模型和研究结论。

1.4.2 比较研究方法

案例研究针对典型个体的深入分析往往存在过度关注个体对象本身而忽略群体的局限，同时由于研究对象的相对单一，相关的分析结论容易出现偏颇的问

题。鉴于此,本书将比较研究作为主要的分析方法和手段,在具体分析个体对象的同时,在个体之间进行定性或定量的相互比较,从而通过差异结果进一步分析得出更为客观合理的判断和结论。

本书中广州珠江、韶关丹霞山分别代表了城市和乡村两种不同类型旅游目的地的标志景区,其自身的发展演变以及对目的地的影响作用具有不同的特点和效果,借助比较研究方法分析两者之间的异同有助于深入理解部分影响因子的作用机制。另外,将两者与其他旅游景区进行比较同样可以在某些方面形成更为客观的认知和判断。

1.4.3 特征事件分析

通常情况下,对于旅游景区以及旅游目的地发展演变都以游客接待量、经营收入等经济指标作为参考依据。但是旅游景区、旅游目的地的发展往往是一个漫长的历史过程,一方面在这个过程中由于时代的更迭、技术的差别往往会导致数据的缺失或统计口径的差异;另一方面,经济指标是事物发展的必要条件而不是充分条件,只能代表其演变进程的部分特征而不是全部。因此,本书将旅游景区发展过程中的特征事件作为分析的依据,通过对事件的具体分析来判断景区以及目的地在特定历史阶段的实际特征。

这一分析思路集中体现在对于广州珠江的案例研究之中,珠江自古就是广州城市的旅游胜地,但2200余年的发展进程无法用单一的经济数据来衡量。现实中,由宋代至今广州共产生了7届羊城八景,珠江在每一届中都有所体现,本书将这一特征事件作为分析依据用以推导、判断珠江旅游发展历史特征,从而勾画出珠江旅游的整体历史进程,成为后续研究分析的基础事实。

1.4.4 内容分析法

内容分析法是一种对于传播内容进行客观、系统和定量描述的研究方法,该方法以定性研究为前提,把媒介上的文字、非量化的有交流价值的信息转化为定量的数据,并以此来分析信息的某些特征,实际上是一种半定量研究方法。由于研究者与被研究事物之间没有任何互动,研究者主观态度不易干扰研究对象,因此具有较高的效度^[2]。

本书主要运用内容分析法,通过Google、Baidu两大搜索引擎寻找旅游景区的相关信息,将信息数量转化为景区出现频度的量化指标,用以测度具体旅游景区的社会关注度,比较相互之间的标志地位强弱程度,从而探讨社会大众的兴趣选择和关注焦点对于标志景区形成的影响机制。

1.5 技术路线

本书通过案例研究分析实现从个体到一般的研究过程，研究框架基于 W. L. Wallace 的科学研究过程推理模型中的归纳推理过程^[3]，通过对具体案例的观测进行现实案例分析研究，从中总结归纳出具有共性的规律特征，进而结合研究主题和目的进行针对性的机理解释，从而得到相应的理论观点（图 1-1）。

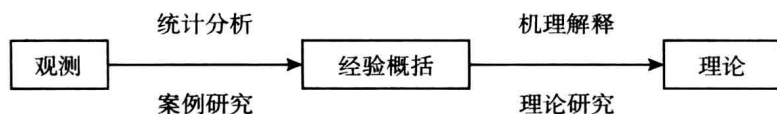


图 1-1 技术路线

具体而言，本书的技术路线如图 1-2 所示。前期根据研究主题内容作出工作设计，并收集整理相关的资料，对所涉及的基本概念和研究文献进行界定与梳理；继而对本书所确定的珠江、丹霞山两个案例对象进行深入调查分析，应用旅游地生命周期理论全面分析两者的旅游发展过程；在此基础上对珠江、丹霞山的标志景区历程进行分析界定，从案例研究角度进行经验总结归纳；针对上述规律特征的概括，对标志景区的形成机制进行机理解释，建立标志景区形成机制模型；在此基础上，结合标志景区的影响效应对基于标志景区的旅游目的地发展进行研究，提出“极核—集群”发展模式并据此制定相应的发展策略，以达到研究结果的实际应用目标。

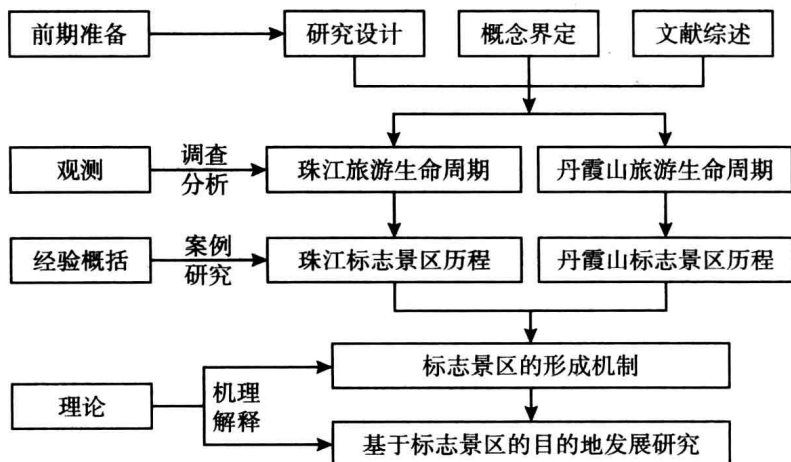


图 1-2 研究工作技术路线

1.6 研究内容

1.6.1 重点问题

正如前面所指出的,标志景区对于旅游目的地发展的重要影响已是众所周知,这也是引发作者研究兴趣的主要原因。而本书对于标志景区的关注则是以对标志景区的若干前提认识和思考为基础,这些认识和思考同时构成了本书研究需要解决的重点问题,也即是主要的研究目标。

问题一:显而易见,标志景区都是从无到有的,其在产生、形成、发展的过程中受到哪些因素的促进和推动?标志景区是如何形成的,其生成机制到底如何?这种生成机制是否可以复制?

问题二:在国内外旅游发展历程当中,相当多的旅游目的地是依靠一个或几个标志景区、龙头景区或精品景区发展起来,标志景区对于旅游目的地发展的影响效果究竟如何?其对于普通景区所产生的带动作用 and 屏蔽效应孰强孰弱,如何扩大正面效应而降低屏蔽效应?

问题三:目前,相当多数的传统标志景区已经进入生命周期的成熟稳定阶段,其增长能力、带动效应受到自身容量的限制而产生增长极限现象,在这种情况下标志景区是否还能继续承担核心载体的功能?如何继续发挥其对于旅游目的地的带动作用?

问题四:旅游目的地依托标志景区的发展模式在早期实质上是一种极核发展模式,强调了强势产品优先的扶持增长观,从现有的实例来看这种模式应该是成功的,但除此之外是否还有其他的选择机制或者说这一模式的长远发展将会如何?

1.6.2 主要内容

根据本书研究技术路线的指导,结合上述重点问题的思考,本书的主要内容具体如下:

第1章,绪论。主要包括研究背景、问题提出以及选题意义等方面的介绍;同时从研究方法、技术路线、研究内容、基础调查等方面对研究工作进行整体设计。

第2章,标志景区认识与界定。系统总结标志景区的基本特征和不同类型,

阐述对标志景区的概念认识，并提出相应的评估标准体系，并且对于案例研究对象进行界定说明。

第3章，研究文献述评。总结梳理国内外旅游标志景区的相关研究成果，对现有的发展状况和研究成果进行综合评述，同时回顾案例对象的相关研究成果。

第4章，广州珠江旅游发展研究。以广州历代“羊城八景”中珠江景观的发展演变为特征事件依据，同时借助珠江夜游核心项目的分析对广州珠江景区旅游生命周期及其标志地位的形成进行总体研究和阶段划分，并且探讨其旅游发展的规律及对目的地的影响。

第5章，韶关丹霞山旅游发展研究。以丹霞山旅游发展的历史事件以及近期旅游经济数据作为基础依据，对丹霞山景区旅游生命周期及其标志地位的形成进行总体研究和阶段划分，探讨其旅游发展规律和对目的地的影响。

第6章，标志景区形成机制研究。综合分析案例对象的形成规律特征，重点探讨影响其发展演变的主体、关联、价值等因素，构筑标志景区形成机制模型，并对模型进行解释分析。

第7章，基于标志景区的旅游目的地发展研究。在全面分析标志景区影响作用的基础上，对于依托标志景区的旅游目的地发展进行深入研究，提出“极核—集群”发展模式，并依照这一模式对目的地发展演化的特征阶段进行解析，继而对目的地发展策略进行论述。

第8章，结论与讨论。对上述研究分析结果进行总体概括，总结旅游目的地标志景区生长和目的地发展的基本结论，并对研究的创新与局限以及需要进一步关注的问题进行说明。

1.7 基础工作

本书的基础工作主要包括研究文献的收集整理和实际案例研究对象的考察调研。其中，研究文献的收集主要借助互联网文献检索系统进行，国内文献主要借助CNKI（清华同方）—中国期刊全文数据库进行收集，国外文献主要借助Elsevier-SDOL（Science Direct On Line）和Blackwell-Synergy文献数据库进行收集。实际案例研究对象的基础工作则分为实地调研考察和基础资料收集两个方面。由于研究文献的收集整理将在后面章节详细叙述，因此本节介绍内容集中于实际案例研究对象的基础工作内容。

1.7.1 调查工作

本书的研究案例分别是广州珠江和韶关丹霞山，实际上将两者确定为研究对