



黄河文明与可持续发展文库

旅游资源开发研究

——以河南省为例

Study on the Development of Tourism Resources
——A Case Study of Henan Province

苗长虹 陈德广 李学鑫 等◎著



科学出版社

河南大学黄河文明与可持续发展研究中心建设

河南大学地理学省级重点学科建设资金

联合资助

“黄河文明传承与现代文明建设”河南省协同创新中心建设资金

黄河文明与可持续发展文库

旅游资源开发研究

——以河南省为例

Study on the Development of Tourism Resources
——A Case Study of Henan Province

苗长虹 陈德广 李学鑫 等◎著



科学出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源开发研究：以河南省为例 / 苗长虹等著. —北京：科学出版社，
2013. 10

（黄河文明与可持续发展文库）

ISBN 978-7-03-038729-5

I. ①旅… II. ①苗… III. ①地方旅游业-旅游资源开发-研究-河南省
IV. ①F592.761

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2013）第 230393 号

丛书策划：胡升华 侯俊琳

责任编辑：侯俊琳 杨婵娟 王昌凤 / 责任校对：鲁 素

责任印制：赵德静 / 封面设计：无极书装

编辑部电话：010-64035853

E-mail: houjunlin@mail.sciencep.com

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码：100717

<http://www.sciencep.com>

骏志印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2013 年 11 月第一版 开本：720×1000 1/16

2013 年 11 月第一次印刷 印张：22

字数：407 000

定价：88.00 元

（如有印装质量问题，我社负责调换）

丨 丛 书 序 丨

大河流域是人类文明的摇篮。在中华文明发祥、形成、发展、演化和复兴的过程中，黄河文明一直发挥着中流砥柱的作用。尽管什么是文明，学术界还有不同的看法，但文明作为人类社会进步的状态，就不仅体现在诸如文字、技术（如青铜器）、城市、礼仪等组成要素上，而且还体现在由这些要素组成的社会整体：国家的形成与发展上。正如恩格斯在《家庭、私有制和国家的起源》中所指出的：“国家是文明社会的概括。”对于黄河文明的认识，无论是对中国古代文明起源持单中心论的学者，还是持多中心论的学者，都无法否认从黄河流域兴起的夏、商、周文明在中国古代文明起源与发展中的支配地位。特别是，随着考古学研究的深入和中华文明探源工程的推进，我国史前文化的地域多样性得到了进一步的确认，黄河文明在我国古代文明进程中的支配地位同样也得到了进一步的确认。由此，我们不禁要问，在灿烂发达、具有多个起源的中国史前文化中，为何只有地处黄河流域的中原地区走向了国家文明的道路，而别的地区却被中断或停滞不前？黄河文明的特质、优势及其对文明连续性发展的影响何在？黄河文明与周边地区的文明是如何互动并融合发展的？在国家文明形成之后，自秦汉至唐宋，黄河文明在中华文明进程中是如何创造一个个高峰的？她对中华文明乃至世界文明究竟产生了哪些重大影响？北宋以来，伴随着国家经济中心和政治中心的地域转移，黄河文明的演化与发展又面临着哪些前所未有的挑战？如果说农耕文明是黄河文明的核心内容，那么，是什么原因造就了这种文明的历史辉煌？又是什么原因造成其发展的路径依赖甚至锁定，以至于形成“高水平均衡陷阱”？

在国际学术界，冷战结束之后，伴随着经济全球化的快速推进，国际政治经济格局和秩序的重构，生态与可持续发展问题的凸显，有关文明冲突、共存，以及文化软实力、文化竞争力的辩论，为地域文明的研究注入了鲜明的时代性及全球化和生态环境两个重要视角。对于黄河文明而言，在全球化时代从传统农耕文明向现代农业文明、现代工业文明和现代城市文明的转型已成为历史的必然。经过一个多世纪的探索，目前黄河文明已经进入全面、快速转型的新时期，但这种

转型不仅面临着传统制度和文化的约束，而且还面临着前所未有的资源与生态环境问题的挑战。作为中华文明的典型代表，黄河文明在全球化时代和全面转型时代如何实现可持续发展并实现伟大复兴，仍是我们面临的一个重大的时代性课题。

历史是一面镜子，而现在是联系过去和未来的纽带。对于文明的研究，我们需要回答几个基本问题：我们是谁？我们从哪里来？现在到了哪里？今后走向何方？为了回答黄河文明的这些问题，地处黄河之滨的河南大学以多年对黄河文明研究所形成的厚重历史积淀为基础，整合学校地理、经济、历史、文学（文化）等优势学科，并广泛联合国内外优秀研究力量，于2002年组建了黄河文明与可持续发展研究中心，并于2004年被国家教育部批准为普通高等学校人文社会科学重点研究基地。围绕黄河文明与可持续发展这一核心，中心将历史研究与现实研究有机结合起来，凝练了黄河文明的承转与发展、制度变迁与经济发展、生态与可持续发展三个主攻方向，并以此为基础，提出了创建具有中国特色、中国风格、中国气派的“黄河学”的宏伟目标。

近年来，中心科研人员承担了一批国家自然科学基金、国家社会科学基金、教育部基地重大项目等国家级和省部级课题，取得了丰硕研究成果。为繁荣黄河文明与可持续发展研究，推动“黄河学”建设与发展，河南大学黄河文明与可持续发展研究中心从2011年起编撰“黄河文明与可持续发展研究丛书”，分批出版中心研究人员在黄河文明与可持续发展研究领域的代表性成果。此套丛书的出版得到了科学出版社的大力支持，在此我代表黄河文明与可持续发展研究中心表示衷心的感谢。

“黄河学”的创建任重而道远，黄河文明复兴的征程伟大又艰巨。研究黄河文明形成、发展、演变的规律，探究黄河文明的精髓和可持续发展的道路，不仅对中华文明、中国道路的研究有重大贡献，而且能为世界不同文明的和谐发展提供知识和智慧源泉。我们期待着中华文明的伟大复兴，我们也期待着以黄河文明与可持续发展研究为核心的“黄河学”能够早日建成并走向世界。

苗长虹

河南大学黄河文明与可持续发展研究中心执行主任

2011年4月9日

前 言

当今世界，旅游业在经济全球化的作用下，已发展成为第一大产业。受到世界金融危机的影响，世界旅游业虽然经历了连续的下降和萎缩，却一直是增长速度最快的产业之一，并成为推动世界经济发展和就业增长的主要力量。2010年，世界旅游业增长7%，联合国世界旅游组织秘书长塔勒布·瑞法说：“旅游业已成为增长最快的产业之一，全球每12人中就有1人从事旅游业，在很多行业不景气的时候，旅游业总能传出好消息。”后金融危机时代，旅游业作为标志性的现代服务业，其在经济结构转型升级中的作用越来越被各国政府所重视。从长远来看，旅游业在创造就业机会、推动全球经济增长方面的领头羊作用，不仅不会减弱，反而会加强。据世界旅游组织预测，2010~2020年，全球旅游经济预期年增长率可达到4.8%，预计到2020年可以提供3亿个工作岗位，占全球总工作岗位的9.2%，产生的国内生产总值（GDP）相当于全球GDP总量的9.6%。

1978年以来，伴随着改革开放的不断深入和社会经济的迅速崛起，中国旅游业迈入了一个黄金发展时期。“十一五”期间，我国旅游业总收入年均增长15%。同时，各种新的旅游业态，如分时度假、换房度假、购物旅游、商务旅游、邮轮旅游、会展旅游、医疗旅游、乡村旅游、森林旅游、工业旅游等层出不穷。目前，我国已经成为全球第四大入境旅游接待国和亚洲第一大出境旅游客源国，正以前所未有的发展态势，日益影响着世界旅游业的发展。

河南省地处黄河中下游平原，是华夏文明的重要发源地。优越的地理位置和悠久的历史文化，不仅使河南省拥有丰富的人文旅游资源与得天独厚的自然景观，而且为旅游业繁荣奠定了扎实的基础。“十一五”期间，河南省旅游业保持了年均25%以上的增长速度，高于全国平均水平，高出全省GDP增长速度10个百分点以上，尤其是旅游总收入，由2005年的800亿元增加到2009年的1985亿元，占GDP的比重由7.56%上升到10.25%。2010年全省接待海内外游客2.58亿人次，旅游总收入已达2294亿元，相当于全省GDP的10%。全省旅游接待人数、旅游产业综合收入分别排在全国第六、第八位，居中西部地区之首。目前，旅游业已经成为河南省经济社会发展的绿色引擎、社会消费的强劲发动机、对外开放的桥头堡。但与旅游业发达省份相比，与培养战略性新兴产业的目标定位相比，河南省旅游业发展仍面临不少问题和制约因素，如

旅游业运营体制和机制不够灵活；旅游公共服务体系还不健全，不能很好地适应旅游大众化、个性化发展的趋势和需求；旅游规模化、集约化发展不够，旅游市场主体实力不强；旅游业发展质量和效益还不高，产业、产品结构不够合理，尤其是入境旅游比例偏低，等等。这些问题的存在，正日益影响着河南省旅游业的可持续发展。因此，如何在科学发展主题和转变发展方式主线的指导下，推动河南省旅游业转型升级，实现“一省三地”（即建设中国旅游经济强省，旅游综合经济实力进入全国前五位；建成全国重要的以中原古都、黄河文化、姓氏根亲为主的文化旅游目的地，全国新兴的以伏牛山为中心、南太行和大别山为两翼的休闲度假旅游目的地，全国有影响的以武术、杂技、太极拳为代表的功夫旅游目的地）的发展目标，推动中原经济区建设，进而实现旅游业可持续发展、中原崛起和河南振兴，是摆在各级政府和业界学者面前的一个重大而又紧迫的课题。

基于这样的背景，我们依托河南省科技攻关项目（224700005）和河南省高校杰出科研人才创新工程项目（2002KYCX008）“河南省旅游资源持续利用与数字旅游系统实验研究”、河南省哲学社会科学规划重大项目“科学发展观与河南区域经济发展战略”、国家社会科学基金项目“基于技术学习和自生能力的中部崛起理论与对策研究”（06BJL063）等课题，组织了一些长期关注河南省旅游业可持续发展的专家、学者，就河南省自然旅游资源与人文旅游资源的类型、空间分布与评价、旅游目的地系统空间结构、旅游产品开发、旅游市场系统、旅游业可持续发展支持系统与发展战略，以及沿黄、伏牛山、太行山、桐柏-大别山这四大重点旅游区（带）的旅游现状、特色、定位与发展对策，进行了较为全面系统的理论与实证研究。本书由苗长虹拟定结构框架，然后由各执笔者承担相应章节的撰写。第一章由苗长虹执笔，第二章由翟代清执笔，第三章由李永文执笔，第四章由李学鑫、陈德广执笔，第五章由朱青晓执笔，第六章由王忠丽执笔，第七章由陈玉英执笔，第八章由郭志富执笔，第九章由李学鑫、苗长虹执笔，第十章由任瀚执笔，第十一章由朱青晓执笔，第十二、第十三章由吕连勤执笔。全书最后由苗长虹、陈德广、李学鑫统稿。

本书从酝酿到最后出版，长达10多年。这期间，几经讨论，几经修改，许多人为此付出了大量心血，尤其是各章撰写人员，不辞劳苦，花费了众多宝贵的时间。在这里对他们的辛勤劳动表示衷心的感谢！本书在写作过程中，也得到了众多同仁与各界朋友的无私帮助和大力支持，在这里对他们的关爱表示由衷的感谢！

本书力求系统阐述河南省旅游资源开发与旅游业可持续发展的基础与问题、

竞争力提升的战略与对策等，希望能引起社会各界对于河南省旅游业研究和发展的关注。但鉴于理论水平和实践经验有限，本书难免存在不足之处，希望广大读者批评指正。

苗长虹

2012年12月18日

目 录

丛书序	i
前 言	iii
第一章 导 论	1
第一节 旅游业的经济特性	2
一、旅游经济是一种注意力经济	2
二、旅游经济是一种体验经济	3
三、旅游经济是一种文化经济	4
四、旅游经济是一种生态经济	5
五、旅游经济是一种复合关联经济	5
第二节 世界旅游业的发展态势	6
一、世界旅游经济保持强劲的增长势头	6
二、国际客源市场和目的地由传统的欧美地区向发展中国家和亚太地区 扩展	7
三、中、远程旅游渐趋兴旺	8
四、国际旅游方式趋向多样化发展	9
第三节 河南省旅游业发展的基础和问题	9
一、优良旅游资源基础	9
二、日臻完善的旅游基础设施	12
三、国内客源市场广阔,需求潜力大	15
四、旅游接待总量不足,发展速度相对缓慢	17
五、发展结构不平衡	19
六、旅游资源开发不足	21
七、旅游企业竞争力不强	21
第四节 提升河南省旅游业竞争力的战略与对策	22
一、将旅游业作为现代服务业的战略龙头	22
二、树立大旅游资源观,按照市场经济原则,合理配置旅游资源	22
三、统筹规划,合理开发,努力打造能够产生注意力经济的	

旅游精品	23
四、确立“增加游客体验”和“游客参与”的营销理念，努力开拓市场，不断扩大市场份额	23
五、提高认识，强化管理，努力塑造河南旅游文化新形象	24
六、树立大区域、大市场观念，积极开展区域旅游合作	24
七、建立“点—轴—网格”发展的空间结构	24
八、走可持续发展道路	25
第二章 自然旅游资源	26
第一节 自然旅游资源的形成基础	26
一、地质地貌	26
二、气候气象	27
三、水文	27
四、生物	28
第二节 自然旅游资源的类型	28
一、分类	28
二、地文景观类	29
三、水域风光类	34
四、生物景观类	36
五、天气与气候景观	38
第三节 自然旅游资源的空间分布	39
一、沿山脉与河流走向呈带状分布	39
二、地带性分异突出	39
第三章 人文旅游资源	41
第一节 历史背景	41
一、远古时期的社会发展	41
二、奴隶社会时期的社会发展	42
三、封建社会时期的社会发展	43
四、历史地位对旅游发展的影响	44
第二节 主要类型及分布	45
一、古遗址类	45
二、古建筑类	47
三、近现代革命遗址及建筑类	50

四、寻根朝敬类	50
五、风土民情	52
六、现代城市风光旅游	61
七、其他人文旅游资源	62
第三节 基本特点	62
一、人文旅游资源的基本属性	62
二、河南人文旅游资源的基本特点	63
第四章 旅游资源评价	65
第一节 评价的原则与方法	65
一、评价的原则	65
二、评价的方法	66
第二节 旅游资源的特色评价	68
第三节 旅游资源的类型评价	69
一、旅游资源分类的标准	69
二、河南旅游资源的类型评价	70
第四节 旅游资源的价值评价	73
一、旅游资源单体价值总体评价	73
二、代表性旅游资源价值评价	76
第五节 旅游资源开发条件评价	82
一、评价模型和景区选择	82
二、代表性景点景区评价	82
三、各地市开发条件评价	85
第五章 旅游目的地系统空间结构	88
第一节 旅游目的地系统空间结构的组成及影响因素	88
一、旅游系统与旅游目的地系统	88
二、旅游目的地系统空间结构的组成	89
三、影响旅游目的地系统空间结构的因素	90
第二节 河南旅游目的地系统空间结构影响因素分析	91
一、河南旅游资源结构分析	91
二、河南客源市场空间结构分析	95
第三节 旅游中心地	98
一、河南旅游中心地体系现状	98

二、存在的问题	99
三、河南旅游中心地调整优化方向	101
第四节 旅游区	103
一、传统的旅游区划分	103
二、新的分区要求	104
三、一级旅游区	104
四、重点旅游区	109
第五节 旅游线路	112
一、设计的基本思路 and 原则	112
二、国家级旅游精品线路	113
三、河南省特色旅游线路	114
第六章 旅游产品开发	116
第一节 旅游产品开发的原则	116
一、市场导向原则	117
二、体现主题与本地特色原则	117
三、组合开发原则	118
四、分期有序原则	118
五、符合美学要求原则	118
六、可持续发展原则	118
第二节 旅游产品谱	119
一、河南旅游产品的性质与特色	119
二、河南的主要旅游产品	120
第三节 旅游产品结构的调整与优化	132
一、旅游产品结构存在问题	132
二、游客选择的主要旅游产品的变化	133
三、产品结构调整与优化的方向	134
第七章 旅游市场系统	137
第一节 旅游市场要素与系统的组成	137
一、旅游市场要素	137
二、旅游市场系统的组成	138
第二节 河南旅游需求市场	139
一、河南旅游需求量的演变	139

二、河南旅游需求的空间演变	142
三、河南旅游需求现状特征	145
四、河南旅游需求预测	146
第三节 河南旅游供给市场	148
一、河南旅游企业规模的历史演变	148
二、河南旅游企事业发展现状特征	149
三、河南旅游企事业发展趋势	152
第四节 河南旅游市场营销	155
一、河南旅游市场营销的特征	156
二、河南旅游市场营销目标定位	158
三、河南旅游市场营销战略	162
第八章 旅游业可持续发展支持系统	166
第一节 社会经济基础	166
一、稳步发展的河南经济	166
二、快速发展的教育和卫生事业	167
第二节 政府行为	168
一、制定旅游政策法和法规	168
二、参与旅游资源开发和管理	171
第三节 旅游软环境	173
第四节 人力资源	174
一、河南省旅游业人力资源现状	174
二、河南省旅游业人力资源开发措施	175
第五节 旅游交通	176
第六节 旅游服务	177
一、旅游服务业发展现状	178
二、旅游服务业加快发展措施	179
第七节 旅游信息化建设	181
一、河南省旅游信息化建设现状	181
二、河南旅游信息化建设改进思路	182
第九章 旅游业可持续发展战略	185
第一节 优势分析	185
一、旅游资源优势分析	185

二、区位优势分析	186
三、客源市场优势分析	186
第二节 劣势分析	187
一、旅游资源开发过程中保护意识差	187
二、旅游产品相对单一，缺乏知名品牌	187
三、基础设施仍不够完善，严重影响国际市场的可进入性	187
四、市场促销力度不够	188
五、经营管理体制不善	188
六、旅游企业规模小，缺乏强劲的竞争力	188
七、旅游人力资源的开发滞后	188
第三节 机遇分析	191
一、经济全球化	191
二、中部崛起战略	192
三、新农村建设	192
四、国民经济的快速发展	193
第四节 威胁分析	193
一、经济全球化的威胁分析	193
二、来自国内其他地区的威胁	194
三、新的法定节假日调整带来的挑战	195
第五节 旅游资源可持续利用战略	196
一、可持续利用战略的原则	196
二、可持续利用战略的措施	196
第六节 品牌与营销战略	198
一、旅游业的品牌战略	199
二、旅游产品的营销战略	202
第七节 旅游业人力资源开发战略	206
一、树立全新的旅游业人才资源理念	206
二、加快旅游业人事制度的改革，稳定人才队伍	206
三、制定全面、系统、科学的旅游人力资源开发规划	206
四、建立多样化、多层次、多元化的旅游人力资源开发模式	207
五、开辟引进旅游高层次专业技术人才“绿色”通道	207
第八节 旅游产业国际化战略	208
一、旅游产业国际化的含义及目标	208
二、河南旅游产业国际化的战略与对策	210

第九节 旅游业体制创新战略	212
一、企业体制创新	212
二、经营管理体制创新	213
三、投融资体制创新	216
第十节 旅游业空间组织战略	218
一、以“一带五区”的发展为突破口，构筑全省旅游发展的大格局 ..	218
二、以国家提出的“三区”建设为契机，努力建设河南区域旅游的 “增长极”	219
三、针对不同类型区域，实施差异化的旅游空间组织策略	219
第十章 沿黄旅游带	221
第一节 特色与地位	221
一、特色	221
二、地位	226
第二节 战略定位	227
一、中国区域旅游发展驱动系统的阶段性演进与旅游战略定位理论 发展	228
二、不同时期旅游战略定位理论对沿黄带旅游业发展的影响	231
三、基于竞争优势理论的沿黄带的战略定位	233
第三节 旅游景区建设	240
一、强调景区经济效益的同时，逐步体现社会和生态效益	240
二、突出“华夏文化圣地”旅游品牌，打造中西部乃至全国的 精品景区	241
三、打造景区大联盟，组建大型景区集团或景区联盟	241
四、组建高水准的旅游景区专业旅游营销网络，形成跨区域的 营销网络	242
五、突出景区“民族文化”“红色精品”和“山水生态”三大特色	242
六、景区建设应体现高层次，注重游客的体验性、参与性和愉悦性 ..	242
七、以人为本，提高景区安全度，提高旅游服务质量	243
八、提高旅游景区建设和管理的科技含量，增加对中外游客的吸引力	243
第四节 旅游线路设计	243
一、打破地域界线，培育跨省市的精品旅游线路	244
二、合理整合资源，设计不同类型和针对不同游客需求的线路	244
三、组合系列“河南少林寺”旅游线路产品群体，形成针对海外	

旅游市场的强大吸引力	245
四、提高旅行社整合旅游资源的意识,激励旅行社开发精品线路	245
五、积极创造条件,发展自助旅游线路	245
第五节 发展对策	246
一、质量当先,塑造核心竞争力	246
二、发挥中国铁路中心的交通优势,建立通畅的旅游交通系统	246
三、走国际化发展道路,发挥后发优势,做到后来居上	247
四、全面创新,实现跨越式发展	247
五、加强区域旅游合作	247
六、创建美好家园,实现城乡建设与旅游发展一体化	248
七、适时推出深度旅游,注意旅游高端市场的开发	248
八、科教兴旅	248
九、以旅游集团为依托,做大做强河南旅游企业	249
第十一章 伏牛山旅游区发展战略	250
第一节 旅游资源概况及特色	250
一、自然旅游资源	250
二、人文旅游资源	254
三、资源特色	256
第二节 旅游发展现状	258
一、本区旅游发展经验	258
二、旅游发展中存在的问题	261
第三节 区域旅游业的定位	263
一、战略定位	263
二、功能定位	263
三、形象定位	264
四、旅游产业定位	264
五、旅游社会效益定位	264
六、环境目标定位	264
第四节 旅游产品规划	265
一、旅游产品发展现状	265
二、旅游产品开发构想	266
第五节 旅游空间组织	268
一、旅游带空间组织	268

二、旅游中心地建设	270
三、旅游线路安排	270
第六节 发展对策	271
一、加强领导,建立政府主导的旅游业发展机制	272
二、适应市场要求,发挥企业在旅游经济发展中的主体作用	272
三、采取切实措施,为旅游业发展创造良好的软环境	272
四、确定伏牛山旅游主题形象,狠抓联合促销	273
五、提高旅游科技水平,加强旅游人才培养工作	273
六、加强旅游基础设施与服务体系建设	274
第十二章 太行山旅游区发展战略	275
第一节 现状与资源环境分析	275
一、概况与现状	275
二、资源特色与特征	276
三、旅游资源等级及开发序列评定	281
四、开发条件分析	286
第二节 发展的指导思想、原则与目标	288
一、指导思想	288
二、发展原则	289
三、发展目标	289
第三节 空间发展战略与布局	290
一、旅游功能区划分	290
二、旅游中心基地选择	292
三、旅游网络构建及道路交通建设	293
第四节 空间协调发展	295
一、与沿黄旅游带的协调	295
二、与濮阳、鲁西地区的协调	295
三、与晋东南地区的协调	296
四、与冀南地区的协调	296
第五节 发展对策与措施	297
一、加快旅游资源开发,建设重点旅游景区	297
二、加快管理体制变革,推动市场化进程	297
三、积极培育市场主体,拓宽投融资渠道	298
四、完善旅游法规体系,健全旅游监督机制	298