

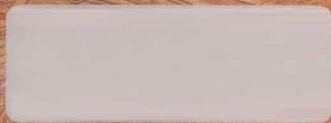
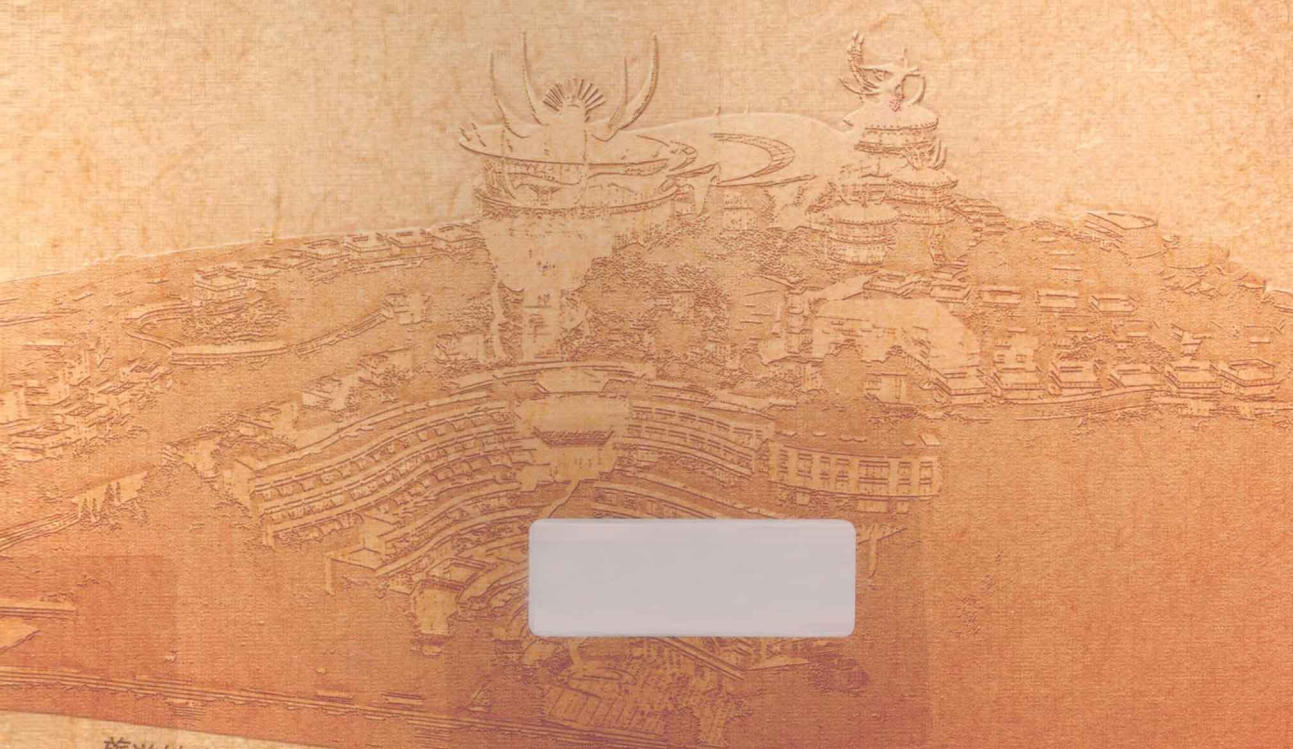
旅游引导的

新型城镇化

Tourism-oriented New-type Urbanization

北京绿维创景规划设计院课题组 著

课题负责人 林峰



旅游地产 旅游城市 城市群休闲卫星城 旅游小城镇 旅游综合体 新型农村社区

中国旅游出版社

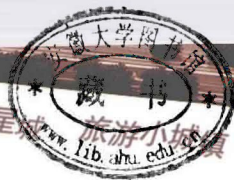
旅游引导的

新型城镇化

Tourism-oriented New-type Urbanization

北京绿维创景规划设计院课题组 著

课题负责人 林峰



旅游地产 旅游城市 城市群休闲卫星城 旅游小镇 旅游综合体 新型农村社区

中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉

责任编辑：张珊珊 付 蓉

装帧设计：杨 楠 梁 威

图书在版编目（CIP）数据

旅游引导的新型城镇化 / 北京绿维创景规划设计院

课题组著. -- 北京：中国旅游出版社，2013.6

ISBN 978-7-5032-4748-4

I. ①旅… II. ①北… III. ①城市化—研究—中国

IV. ①F299.21

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第117633号

书 名：旅游引导的新型城镇化

著 者：北京绿维创景规划设计院课题组

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

排 版：北京绿维创景规划设计院有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京博海升彩色印刷有限公司

版 次：2013年6月第1版 2013年6月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：28

字 数：530千

定 价：98.00元

I S B N 978-7-5032-4748-4

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

以旅游为引擎，推进新型城镇化

依靠什么动力，才能保持中国经济持续高速增长，不仅仅是党中央国务院考虑的大事，也是我们每一个人都要面对的问题。绿维创景认为，中国在逐步丧失以廉价劳动力为代表的“人口红利”之时，实际上却获得了巨大的消费“人口红利”——13亿人口大比例跨入中等收入阶层而引起的爆发性消费增长，是我国乃至世界发展的最大动力。这样的消费“人口红利”是大家都能看得到的，但要让其真正聚积、释放，并有效推动经济社会发展，却不是一个简单的问题。

新型城镇化建设，正是在如何释放消费动力的社会经济方案中，与党和国家追求为全体人民谋福利的政治诉求集合后形成的。我们认为，“新型城镇化”将是中国未来5~10年综合发展结构中顶层设计的核心主题与整合构架。这个核心主题，是一个火车头，是带动内需的主要动力，是保持未来中

国持续增长的关键架构。

100多年来中国在不断地进行城镇化，改革开放后，以工业为核心的新型城镇化速度是最快的。其中，第一阶段是以轻工业为核心的城镇化，电器、轻纺、服装、机械等劳动密集型工业，带动了大量的农民工进城。第二阶段，我们称之为重化工业带动下的城镇化。这10年是中国城镇化快速发展的主要阶段，大量农村居民进入城市，形成城市人口增加、城市规模扩张、城镇化率上升，但我们也因此付出了沉重的代价。

一方面，以重化工业为基础，大规模城镇化带来了严重的环境污染问题。另一方面，大量农民工聚集到城市，但没有转变为真正的城市居民——没有城市户口，没有基本的社会保障，子女享受不到城市的教育资源等，其基本社会保障体制与城市居民之间存在着较大的差距。这种资源配置不公平、

不均衡引发了许多社会问题。

由此，我们认为新型城镇化建设不是一个概念或一件事，也不仅仅是城镇化率这个简单的数字，而是一个包括了产业开发与社会发展的系统工程，是经济社会发展的纲。纲举目张，行行业业都在这个构架之中。

基于消费能力释放与新型城镇化的主流发展脉络，我们认为，研究旅游消费与经济综合发展之间的关系，是旅游界参与国家大发展结构的重要理论工作。

从旅游消费到区域综合发展的主要路径，就是沿着旅游消费、旅游产业、旅游产业集群、旅游带动城镇化这条线索去探索发展的规律，并将这种规律落实到政府、企业及民众的旅游运营及投资中，理清“通过产业整合与产业带动，深度参与城镇化主题，并有效带动区域经济综合发展”的路线图。

旅游消费在高速增长，“十一五”期间，国内旅游人数年均增长12%，入境过境外旅游人数年均增长3.5%，出境旅游人数

年均增长19%，全国旅游业总收入年均增长15%。“十二五”规划的目标，是全国旅游业总收入年均增长10%。而实际2012年度全国旅游业保持了高速发展态势，旅游业总收入约2.57万亿元，同比增长14%，超过“十二五”规划目标的40%以上。

目前，我国国内旅游人数已经突破30亿人次，平均每人每年旅游2.3次。美国在2002年为平均每人每年旅游4次。未来5~10年，中国旅游人次的增长率应该是可以保持在年均10%以上的，那么，旅游总收入的增长，就绝不仅仅是10%，而应该达到年均15%以上，因为人均消费的增长（基于人均收入加速增长）在今后5~10年中，比人数增长还要快。实际上，2010、2011两年居民国内旅游消费同比增长都达到23%以上。

笔者把旅游休闲消费的巨大增长，看作深受人口过多拖累之后的“旅游红利”，是人口消费红利中最大的蛋糕。

旅游经济的本质，是以“游客搬运”为

前提，形成游客在异地进行规模消费，从而实现“消费搬运”的效应。这一搬运，是旅游跨越区域，带动目的地发展的最好手段。旅游产业是一种引擎产业，带动了一系列相关产业的发展，形成了区域发展的综合效应。我们把旅游引导下的产业发展模式，概括为泛旅游产业集群化模式。而旅游界最为重要的工作，就是要主动把控泛旅游产业整合理念，全力推进泛旅游产业集群化进程，使旅游产业在推动区域经济发展中，发挥超越单一产业的主导型作用。

旅游不仅仅是产业或产业集群，旅游直接面向生活，是城镇生活品质提升的最重要内容。泛旅游产业的构建，直接推进高质量的城镇化建设，与“新型城镇化”的思维天然融洽。旅游城市、休闲卫星城、旅游小城镇、旅游综合体、民俗民族新型农村社区等大量的城镇建设实践，为新型城镇化以及旅游地产的大规模探索，提供了丰富的研究素材。

经过研究，我们的结论是：泛旅游产

业，依托“消费聚集、产业发展、生态提升、配套优化、土地升值、地产回报”六要素，是带动区域社会经济综合发展的高效良性产业群，作用巨大。

基于泛旅游产业在区域产业集群化与新型城镇化发展中的引领作用与优势地位，我们认为，未来的10~20年，旅游将会成为产城一体化发展的最优选择之一，成为中国经济社会保持高速增长最大的动力源之一。

我们的责任，就是运用创新理念，把握时代机遇，跳出传统旅游，促进旅游产业创新发展，并探索旅游带动区域综合发展的有效模式。

因此，绿维创景全面开展了“旅游引导的产业集群化与新型城镇化模式”这一课题研究，希望站在面向未来，融入中国经济社会发展主流的高度上，结合理论，从实践经验与教训中形成模式，总结出便于运用的路径与工具。望能抛砖引玉，引发广泛的研究与参与。



二〇一三年三月十日

Contents

目 录

- 序 以旅游为引擎，推进新型城镇化/001
- 第一章 旅游：后工业时代的动力产业/001
- 第一节 后工业时代与中国发展模式/002
 - 第二节 旅游产业特性与旅游经济的综合效应/006
 - 第三节 旅游引导的区域综合开发的动力特征/015
- 第二章 政府旅游产业运营/021
- 第一节 政府与旅游的关系研究——政府必须主导旅游产业并建立运营理念/022
 - 第二节 地方政府如何运营旅游产业/029
- 第三章 泛旅游产业整合与产业集群化模式/057
- 第一节 泛旅游产业整合/058
 - 第二节 泛旅游产业集群化模式/064
 - 第三节 泛旅游产业业态研究/091
- 第四章 旅游引导的新型城镇化模式研究/099
- 第一节 城镇化与新型城镇化研究/100
 - 第二节 旅游引导的新型城镇化模式及体系/114
 - 第三节 城市旅游化——城市升级之路/129
 - 第四节 旅游小城镇——特色城镇发展之路/145
 - 第五节 旅游综合体——创新的小型城镇化模式/167
 - 第六节 旅游新型农村社区——农村城镇化新路/194
- 第五章 新型城镇化与旅游地产开发/215
- 第一节 旅游地产解构/216
 - 第二节 旅游地产与新型城镇化开发/224
- 第六章 旅游城镇与旅游地产开发指南：战略、规划、设计、运营/287
- 第一节 区域旅游发展规划编制指南/288
 - 第二节 城市旅游化提升与建设指南/293

- 第三节 旅游小城镇提升与建设指南/296
- 第四节 旅游综合体开发指南/302
- 第五节 旅游引导的新型农村社区开发指南/312
- 第六节 旅游地产开发指南/314

第七章 旅游项目策划规划设计及开发运作/317

- 第一节 旅游项目开发的全案策划/318
- 第二节 旅游规划的创新与提升/345
- 第三节 旅游设计的创意之路/357

后 记/434

案例索引

案例及其中的规划、建筑设计、景观设计等图件均为北京绿维创景规划设计院原创

- 【案例01】 某钢铁工业遗址旅游发展总体规划/081
- 【案例02】 以泛旅游产业带动普洱市域综合发展/083
- 【案例03】 旅游产业集群化模式研究
——云南昆玉旅游文化产业经济带总体规划探索/087
- 【案例04】 云南昆玉旅游文化产业经济带总体规划思考
——带动新型城镇化/124
- 【案例05】 旅游引导下的普洱城镇化战略与规划/133
- 【案例06】 城市旅游的整合与开发
——浙江义乌城市旅游发展规划/136
- 【案例07】 旅游主导下的张家口城市发展战略
——河北张家口旅游发展规划修编/142
- 【案例08】 新旅游时代下的古镇新颜
——上海朱家角古镇规划及5A级提升/147
- 【案例09】 高端休闲养生产业聚集的沟域经济示范镇
——北京密云北庄镇总体规划/155
- 【案例10】 云南省西盟佤族自治县城市总体规划探索/158
- 【案例11】 以产业升级带动旅游小镇综合发展
——云南安宁温泉小镇概念性规划/160
- 【案例12】 以温泉旅游综合体实现产业集聚与区域带动
——辽宁思拉堡温泉小镇策划规划设计/176
- 【案例13】 文化旅游综合体的创新打造
——湖北襄樊隆中旅游文化产业园策划及规划/180
- 【案例14】 打造西安国际化大都市渭北休闲商务区
——陕西西安市高陵县统筹城乡发展示范区开发策划及规划/184

- 【案例15】 旅游休闲小镇的综合打造
——贵州黄果树度假小镇策划规划及建筑设计/186
- 【案例16】 文化与特色产业引导下的新型农村社区建设
——新疆鄯善县蒲昌村提升改造/203
- 【案例17】 新型农村社区的创新规划之路
——山西临汾洪洞农业现代转型综改示范园/209
- 【案例18】 河南郑州丰庆国际广场概念性规划设计/229
- 【案例19】 驶向太平洋的休闲商船
——江苏盐城金大洋城市生活广场设计/234
- 【案例20】 休闲商业引领老城小巷新生
——江苏南通寺街、西南营开发策划/242
- 【案例21】 海南昌江棋子湾度假区概念性规划/247
- 【案例22】 瑶池仙境·雨林天堂
——海南七仙瑶池热带雨林温泉度假酒店设计/253
- 【案例23】 彭祖养生地·花都不老泉
——中国科学养老示范基地修建性详细规划/269
- 【案例24】 热贡艺术庄园的聚落
——青海热贡艺术文化产业园/274
- 【案例25】 多元文化融合的酒庄群落
——山东某葡萄酒庄园文化产业城规划设计/278
- 【案例26】 辽宁某休闲农业产业示范园/283
- 【案例27】 河南省王屋山风景区总体策划暨总体规划/338
- 【案例28】 安徽省太和县旅游发展规划/351
- 【案例29】 创新打造中国传统文化的现代主题乐园
——江苏常州淹城春秋乐园策划规划与设计/386

旅游：后工业时代的动力产业

- ◎ 随着我国城镇化的发展，旅游成为提升城镇化质量的重要因素，是城镇化中具有产业、居住支持双重价值的要素，为其发展提供了产业支撑。中国的旅游开发已经与区域发展和城镇化进程全面结合，并在产业上趋于融合，形成了旅游产业导向下泛旅游产业聚合的区域经济与城镇化综合开发模式。绿维创景称这一模式为“旅游引导的区域综合开发模式”（Tourism-oriented Regional Integrated Development Model, TORD）。
- ◎ 产业聚集与聚合，是区域经济发展的主体模式。在后现代社会，现代服务产业和高技术产业的聚集与聚合已经成为区域经济升级的标志。依托于现代服务产业的城镇化代表了世界发展的潮流与方向。在中国，以旅游产业为引擎的泛旅游产业集群发展代表了未来城镇产业发展的方向。
- ◎ 政府和投资商基于各自的需要，形成了旅游与地产的对接模式：政府匹配土地，出让土地一级开发的利润，引导和要求投资商在进行地产开发的同时打造旅游设施与旅游服务。这种旅游开发模式不同于传统的旅游开发，呈现出投资大、档次高、综合性强的特征，形成了养生社区、度假社区、养老社区、文化小镇、生态商务新城、会展新城等新模式，这实际上就是旅游城镇化的模式。而政府进行旅游综合开发运营，就是在进行城镇化开发运营。
- ◎ 在内需消费产业作为拉动经济的主要方向下，以旅游产业为战略主导，形成的旅游城市、旅游小城镇、旅游区、旅游综合体、旅游新型农村社区，将大大推进中国休闲度假时代城镇化的进程。

第一节

后工业时代与中国发展模式

一、后工业时代的中国困境

绿维创景认为，中国经过加工工业的高度发展、重化工业的大规模发展、信息技术的广泛普及与应用后，已经进入了“后工业时代”。

后工业时代的发展动力、发展机制，与以往相比呈现出了不同的特征。这个阶段，不是说不再发展加工工业、重化工业，而是要实现进一步的升级发展。制造业永远是国家产业发展的根本。但现实是，受劳动成本制约，加工工业在逐年下降；受大规模污染影响，以污染为代价的小型企业以及以高成本治理污染为前提的重化工业，受到了限制，加之中国原材料缺口大，材料与能源价格的飞涨，同样制约了一般重化工业的发展。由此，信息技术、生物技术、清洁能源技术、材料技术，成为后工业社会以科技创新推进制造业升级的主要支撑。

因此，我们认为，中国进入后工业社会后，将更加依赖科技进步来解决产业效率提升，特别是解决环境污染、资源约束及能源约束问题。

但在后工业时代的城镇化进程中，还有4亿人口要进城，3亿多农民工要成为市民。中国需要更多的就业机会，需要更大的社会保障财力。

仅仅依靠科学技术，在中国目前的现实条件下，是不可能形成就业条件和财富支撑的。而恰恰相反，提高生产效率，取缔和严惩污染企业，会导致资源、能源、工业三方面价格上涨，从而带来就业、劳动产出、利润、财富积累等的全面下降。

由此可以看出，中国已经出现了成长的困境：第一，低廉劳动力已经不可持续，甚至可以说已经不存在，相反，劳动者收入保持高速增长成为基本要求。第二，以污染为代价的中小企业和重化工大型企业受到制约，付出巨大成本进行治理污染的同时，大量企业有可能要关停改造。第三，资源价格、能源价格、劳动成本的上涨，使劳动密集型、资本密集型产业受到阻碍，影响就业和财富聚集。第四，依靠科技提升竞争力，在一定程度上可能会降低就业。第五，汽车等大宗消费已经到了污染和交通无法承载的阶段。第六，房价高涨，已成为

重大社会问题和经济问题。

那么，靠什么推动中国经济的持续增长？靠什么扩大就业，推动城市化的发展进程？靠什么进一步提高劳动者的收入水平？靠什么既能主动治理污染，实现美丽中国，又可扩大生产？靠什么既可促进城市化，又不会带来房价大幅提升等社会问题？

二、中国的房地产与财富效应

我国GDP增长迅速，制造业和基础设施建设所贡献的增加值并不是一切，最大的一个财富增长是土地和房价持续上涨所带来的财富效应。

2013年3月，国务院发展研究中心研究员吴敬琏在中国经济高层论坛上指出，旧型城镇化是由赚取土地差价推动的。过去几十年来，一些部门在这一造城运动中获取的土地收益保守估计在30万亿元左右。

我国的土地拍卖，特别是实现了招拍挂后，价格持续上涨，带来了财富的巨大升值效应。城市新区征地的成本很低，一般2万元/亩、3万元/亩或8万元/亩不等，即使包含拆迁费用之后也会控制在40万元/亩以内，但是城市土地的拍卖价格却一般会高达200~400万元/亩。因此，实际上我国50%以上的财富升值，来自土地升值和房产升值。经济增长不仅仅是工业增加值，它同样得益于财富增值。换句话说，由于土地在涨、房价在涨，只要拥有不动产，就会不断升值，这就意味着，任何结合不动产的资产构

架，都可以产生巨大的升值空间并兑现为利润空间。这个利润空间，为中国经济的良性增长提供了最大的保障，为企业、个人、政府三者的财富积累提供了根本的支撑。

不动产增值形成的资产升值效应和财富效应，在未来20~30年间，仍将是发展的基本保障。现在的土地制度以及土地升值结构会不会打破？我们认为，土地升值利益各方共享，应是未来的改革方向。中央政府控制住了土地，也就控制住了中国经济增长的核心价值结构。土地升值效应带来财富效应，带动中国整个溢出价值，进而带动我国的基础设施建设。

试图通过一步到位的土地市场化和房产市场化改革，实现完全市场条件下的土地开发与房地产开发，中国的经济发展必将陷入死胡同。但是，如果还是粗放式地利用土地升值效应和房产升值效应，社会矛盾将会加深，市场化与行政管理、有产与无产阶层的冲突将会进一步扩大。

房地产调控的关键是民生与土地升值、房产升值之间的矛盾。解决方法只有一种，就是市场化的房地产与居者有其屋的民生解决方案，两者实行双轨并行，有条件合龙的模式。一方面保障房体制必须上升为全面住房保障制度，即应该给予所有公民居者有其屋的权利。通过保障房条件的放宽、货币化设计与市场流通条件设计，形成针对所有公民的基础保障，低收入阶层的使用保障，公民收入提升后的回收循环使用，持续使用者入市流通的公共利益回馈等，从而最终实现保障性住房制度的全民

化、实用化、持续价值及循环利用。另一方面，市场化房地产，应该定义为基本保障之后的高级改善型及投资投机型不动产，不仅有使用功能，而且具备完全市场化的资产价值。在双轨并行的基础上，增加双轨合龙的条件，促进财富升值与资产配置优化效应，带动经济良性成长，形成社会公平下的增量支撑。

因此，我们认为，土地与房产增值效应及房地产双轨制度建设，已经并且将会进一步发挥财富效应。

新型城镇化，离不开这一财富效应。在未来20~30年的时间里，在中国城镇化的主要阶段中，土地和房价持续上涨所带来的财富效应仍将是中国经济持续发展的最关键要素及核心增长机理。有效利用好这一效应，中国必将保持良性高速增长，依靠增量，优化社会经济结构与管理。一旦丧失这一财富效应，比如放开土地市场供给，形成真正的过度供给，制造人为的“房地产泡沫破灭”，那将会是中国社会经济的灭顶之灾。

以日本为例，我们认为，其经济停滞的主要原因不仅仅是广场协议导致日元升值，进而形成了出口抑制效应，更大的问题在于房地产泡沫破灭后的资产贬值与财富贬值效应的恶性循环。

因此，中国的新型城镇化，必须保持土地升值效应及房地产的财富效应，只要保持20年以上，保持改革不放松，财富积累下的改革红利就足以支持一个科技型、效率型的作为新经济龙头的强盛中国的实现。相反，如果没有这

一财富效应，任何改革都会举步维艰，欧元区根深蒂固的困境将在中国出现。

三、中国特色的发展模式

在中国高速发展的社会经济结构中，任何行业或产业的发展机理与价值，都不会仅仅局限于市场本身，而是在一个政治、经济、文化、社会四方面因素互相穿插、连接互动的“政经文社混合模式”架构中，选择其现实的路径，体现出相应的价值。

这种“政经文社混合模式”，是中国特色的发展道路，其优势与问题并存，但在解决中国快速发展的问题上，充分显示了国家的动员能力和整体效率。

政治与经济合一的治理结构，是中国发展的主导结构。党和政府基于社会持续发展的目标，要求宏观稳定并协调；在国家层面上，人事与决策上的集中调度与精英协商、地方发展的一把手控制，形成了我国在国家与大区域发展上宏观调控水平高、系统协调性好、集中攻坚能力强的特点；在市县主体发展上，每一个城市都像一个综合运营的企业集团一样，市委书记和市长就是这个企业集团的首席执行官（Chief Executive Officer, CEO），城市之间的竞争促成了区域发展的综合规划能力与及时行动能力。这种基于市县区域发展的竞争集体非常具有活力，是世界上独一无二的。

文化镶嵌在政经与社会结构中，无法分离。中国文化，既是5000年历史的积淀，不

能抛弃，又是在现实发展中不断吸收国际舶来品、不断创新、与时俱进的结合体。各种文化经过改革开放后30多年来的文明传承、国际开放与创新发展的结合，已经与政经结合，成为中国特色发展模式的重要内容，深刻影响着每一个区域的发展，形成了历史文化、共产主义信仰、国家与民族文化、民俗与地域文化、国际潮流与时尚创意文化等多元化混合，并自主地生长出区域文化的发展脉络。我国在向国际先进文化学习的进程中，经历了从盲目到主动的选择，已逐步构成了国际文化在中国适者生存的格局，文化创新发展迅速，中国特色文化逐渐成熟。

我国的现实社会系统十分复杂，是一个基于政治、经济、文化的综合结构，解决问题的方案，需要以增量经济为前提，实现经济带动下的政治、社会一体化。作为一个复合的系统结构，尤其在网络时代，实体社会的制度建设与虚拟社会的高速运转互动发展。我国现实的

社会问题，主要是在城市化中长期积累下来的分配制度不合理、城乡二元化、居民公共资源分享不均衡、社会机会不公平等。这些问题与政治、经济、法制、文化等，都关联在一起。从某种意义上说，社会问题就是政治问题，也是经济问题，已经成为经济发展的制约。而社会问题的解决，依赖于政治与政府的改革，更基于经济的持续快速增长。增量解决法，是最好、最有效的模式。

在这一模式下，中国的产业发展与城镇化都必然基于一种政经文社综合结构的互动与影响，并在国家、省、地方三个层次上形成整体化运行机理。而依托市县域发展的新型城镇化建设浪潮，作为中国未来20年发展主线，将是政经文社混合模式下，由政府主导、企业主体、市场实现的发展过程。围绕这条主线，一切机构与个人，都将面对中国特色社会主义市场经济的环境与架构、产业发展与企业成长的独特逻辑，获得发展机遇。

第二节

旅游产业特性与旅游经济的综合效应

一、旅游已成为主流产业和社会民生

就全国经济产业而言，2002年的旅游产业还属于边缘性产业，之后几乎每两年一个变化。到2008年，基于奥运会的成功举办，旅游产业已引起方方面面的关注。

2009年年底，国务院《关于加快发展旅游业的意见》中把旅游业定为战略性支柱产业。从这时起，旅游产业在整个国家产业结构中的地位完全不一样了，成为主流产业。之后，旅游产业不仅仅实现了自身发展，还与农业、文化、体育、养生、养老等产业实现了深度融合。旅游地产的爆发式增长、旅游与城市建设的互动发展，使旅游成为区域发展的引擎。

2013年年初，关乎国民生活质量持续升级的国家规范——《国民旅游休闲纲要》（以下简称《纲要》）发布，旅游的民生地位确定，旅游休闲的社会定位全面升级。未来的生活中，旅游休闲不再是有钱有闲阶层的专享，而将成为国民大众生活的必需品，是幸福美丽中国的基本民生要素。旅游休闲既是产业，又是民生基础。作为民生，旅游休闲涉及社会、经

济、政治、文化等各个方面，具备社会系统性和复杂性；作为经济行为，旅游休闲基本与每个行业都有交叉，是社会消费量最大，涉及面最广的内容。《纲要》实际上是旅游休闲领域第一部纲领性的公共政策纲要，代表着国家对旅游休闲的重视程度大大提升，上升到了社会系统领域，因此，具有划时代的意义。

2011年绿维创景承接张家口市旅游规划时，张家口市提出“旅游产业是张家口发展的第一主导产业”，这个提法当时在全国很新颖，但非常明确和实际。两年来的实践证明，这个战略非常成功，对张家口市的发展起到了高效的导向型作用。这个典型的案例说明：今天的旅游产业在中国整个经济结构中的地位完全不可同日而语了。那么，为什么旅游产业能起到如此作用？引导整个经济结构的机理究竟是什么？

二、旅游产业的特性

（一）吸引力和吸引核

任何一个旅游产品或一个区域的旅游发展

都离不开吸引力和吸引核。5A级旅游景区或核心旅游景区中，能构成吸引力的核心产品或者在核心产品中最具有吸引力的内容我们称之为吸引核。例如，九寨沟的奇幻水景、桂林的漓江峰丛地貌等独特的大自然景观，迪士尼、欢乐谷等人工主题乐园，这些都具有吸引力。没有吸引力，不打造吸引核，就形不成旅游的基础，所以做旅游首先要形成吸引力和吸引核。

（二）消费搬运

有学者把旅游称为以空间位移为基础的出游活动，绿维创景则将其叫做“大搬运”，旅游的功能就是把游客从客源地搬运到目的地。这种搬运原来主要依靠旅行社，现在更多的是自驾或自助，通过交通工具和各种组织方式，把游客从客源地带到目的地进行消费。

有效地把游客运送到目的地区域，对于整个目的地区域的发展（特别是一些落后和非中心城市区域的发展）而言，意义重大。它不仅是人员的流入，更是市场消费的流入。旅游的搬运，对目的地而言，是搬运来了消费和市场。

（三）预卖产品

旅游消费，不是到了目的地才发生的消费，而是必须在客源地预先进行购买的消费。一个旅游服务产品，例如“华东五日游”，是先卖给游客，然后再进行消费的。要把“华东五日游”卖给北京人，就必须通过广告、电视、网络等手段，让北京人对大上海、周庄古

镇、苏州园林、太湖、中山陵等旅游吸引物产生强烈的向往，做出购买决策，进而购买旅游产品。真正的消费，是旅游启动之后才发生；最大的消费，则发生在目的地。

这种旅游服务产品销售方式，我们称之为预卖。除此之外，旅游还是一种服务性消费产品，它不仅仅是吸引力和吸引核本身，更包含了服务过程。服务性消费的特点决定了其复杂性，人为性因素和环节非常多，因此旅游市场很难把握。

（四）市场终端

旅游消费是最终端的一个消费结构。这决定了游客每一分钱的花销，都会带来前端生产及过程服务的积累。故产业带动链很长。

作为终端消费，旅游消费包括了食、住、行、游、购、娱等几乎所有的生活内容。人在旅途，非理性消费很多。中国游客在国际旅游消费中的突出表现，使他们已经成为世界各国争相吸引的市场之一。

（五）战略性

2009年12月，国务院发布的《关于加快发展旅游业的意见》，首次提出“旅游业是战略性产业，资源消耗低，带动系数大，就业机会多，综合效益好”。这表明，旅游产业已经得到明确的提升与鼓励，其战略作用得到了高度重视。

旅游的战略性的，就在于其“引擎作用”。旅游产业的实质，是以“游客搬运”为前提，