



中国社会科学院老年学者文库

中国特色 旅游发展道路的探索

张广瑞/著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



中国社会科学院老年学者文库

中国特色 旅游发展道路的探索

张广瑞/著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国特色旅游发展道路的探索 / 张广瑞著. -- 北京 :
社会科学文献出版社, 2019.9

(中国社会科学院老年学者文库)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 4692 - 0

I. ①中… II. ①张… III. ①旅游业发展 - 研究 - 中
国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 068840 号

· 中国社会科学院老年学者文库 ·
中国特色旅游发展道路的探索

著 者 / 张广瑞

出 版 人 / 谢寿光

责任编辑 / 陈 颖

文稿编辑 / 陈 颖 宋 静

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367083

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 27.75 字 数: 434 千字

版 次 / 2019 年 9 月第 1 版 2019 年 9 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 4692 - 0

定 价 / 128.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

📖 版权所有 翻印必究



中国社会科学院老年学者文库

自序

如果说我与旅游结缘始于20世纪70年代初做翻译导游开始，至今已将近半个世纪，这在我的人生中的确是个不算短的日子。在这即将过去的半个世纪的岁月里，中国发生了巨大变化，我也经历了许许多多的变革和劫难，但总起来说，还算是幸运的。虽然，这些年来，工作也曾经几次大的变动，从秦皇岛到唐山再到北京，从企业到政府再到科研机构，从译员到外事干部再到专业研究人员，但一直没有离开和旅游相关的这个领域，其中的原因有两个：其一，我大学的专业是英语，在进入作为中国第二次革命的改革开放后的时代，这方面的人才也算是稀缺的，入职也不太费劲；其二，我喜欢旅游这个可以和人交流的职业。前者使我有更多学习和参与实践的机会，后者则让我愿意留在这个领域，对感兴趣的工作多了几分执着。第一份工作是做国际海员俱乐部的译员，身份是国际海员工会代表，任务是陪同到港的国际海员在地上参观游览活动，接触了大量海外底层的普通海员，为他们提供必要的服务，解决生活方面的困难，结交朋友，有了了解世界的特殊渠道。第二份工作不是我的选择，而是上级的一纸调令，到地区行政公署的外事办公室报到，主要的原因是创建当地中国国际旅行社分社，因为那个年代，国际旅行社是外事工作的范畴，于是有了外事干部、翻译、导游的三重身份。到这个时候，我才算正式进入旅游行列，尽管只是个工作。20世纪70年代中期，唐山地区的旅游也算是个新秀，工业有举世闻名的开滦煤矿，农业有遵化“三条驴腿闹革命”的西铺村王国藩和“青石板上闹革命”沙石峪的张贵顺。这两位都是全国劳动模范，这两个村子都是国家农业学习的典型，曾接待过120多个国家的首脑和贵宾，自然也成了“文化大革命”后期恢复接待入境旅游团异常火热的地方，致使唐山分社这个小小的旅行社简直是忙得不可开交。天有不测风云。

1976年，一场震惊世界的大地震摧毁了这个新兴的城市，夺取了数以十万计人的生命。震灾发生时，我在现场，作为导游，我始终与外国旅游者在一起，共同经历了这场天灾，其中的一些情景曾被钱钢先生记入他的纪实报告文学《唐山大地震》中。地震之后接下来是全力以赴的救灾重建工作。旅游活动戛然而止。这一巨变终止了我在唐山的旅游工作的生涯。没有想到，时隔五年，一扇门关闭了，另外一扇门又为我打开，通过全国考试进入了中国社会科学院这个国家级的学术殿堂，成为我国专业旅游研究的第一代学者，这是时代的选择，也算圆了我的一场梦。那之后，我一直没有离开中国社会科学院，也一直留在了旅游研究领域。我的这段经历正好是和改革开放进程同步的，成为中国现代旅游发展过程的见证。特殊的国情和所面临的特殊国际大环境，使中国旅游的发展选择了与世界大多数国家不一样的道路，这个过程是曲折而漫长的。我虽然身处国家最高的学术研究机构，从事着旅游的专业研究，但这个研究和一些传统的研究领域有着非常大的差异。缺乏实践的研究往往是盲目的，只能是不不断的探索。作为一个新出现的社会现象，需要的是多学科探讨，最初的研究无异于瞎子摸象。因此，在我多年的研究生涯中，与其说是学术理论的探讨，倒不如说是跟踪性的实证研究。而我外语专业的特长，开始为我把国际旅游发展实践和研究成果引进国内提供了方便，尔后，也为我把中国旅游发展的实践和研究成果介绍给国外同行提供了机会和条件，这一点，也是面对多种机遇和促使我仍然能够安心地留在我所喜爱的研究领域的重要原因。

一转眼半个世纪过去了，改革开放也已逾四十载。当我发现自己从专业专职研究因退休而转入业余之后，觉得有必要对过去的研究做一梳理，把在不同节点上发表的一些文章整理一下，对后人了解中国旅游的发展过程或许会有些用途，这也是中国社会科学院对退休人员的一个要求和鼓励。本文集我称其为《中国特色旅游发展道路的探索》，这便是我本人在这学术领域研究做得最多的一件事情，是在不同的年代，一个研究者依据我国的国情探索旅游发展道路和方式的记录。考虑到篇幅限制，只挑选了一些有代表性的文章放在这里。其中有些文章会存在明显的时代痕迹，在表述上与现在实际情况有些不同。因此，为了使读者便于了解当时情况，除了勘误和一些技

术性的处理之外，无意再做“美容”式的修改，只在必要的地方增加了一些简单说明，并愿以此，纪念中国改革开放四十年。

如有条件，愿再把这些年来评介世界各国旅游发展历史的文章和资料整理一下，以他山之石奉献给国内同行；把同期在境外发表的有关介绍中国旅游发展政策与实践的论文汇集在一起，以观察与思考，保持原来的英文格式，供国外读者参考借鉴。

本书的出版获得中国社会科学院老年科学研究基金资助，并得到社会科学文献出版社大力支持，在此一并表示感谢。

以上所言，权作一点说明，也表示一种愿望。是为序。

2018年初夏于北京嘉铭园

☆ 探索与辨析	// 1
关于文化与旅游融合的理性思考	// 3
中国特色旅游发展道路探索的回忆与思考	// 14
从可持续旅游发展的角度审视中国旅游发展转型升级 ——写在联合国“国际可持续旅游促进发展年”开始之际	// 26
关于新时期中国旅游发展方式的探讨	// 34
关于中国旅游发展的理性思考	// 48
旅游意味着什么	// 79
中国旅游发展 60 年：政治—经济—和谐之路	// 85
中国旅游发展：21 世纪以来的探索与未来展望	// 94
旅游发展的政治解析	// 114
从“中国制造”说起	// 129

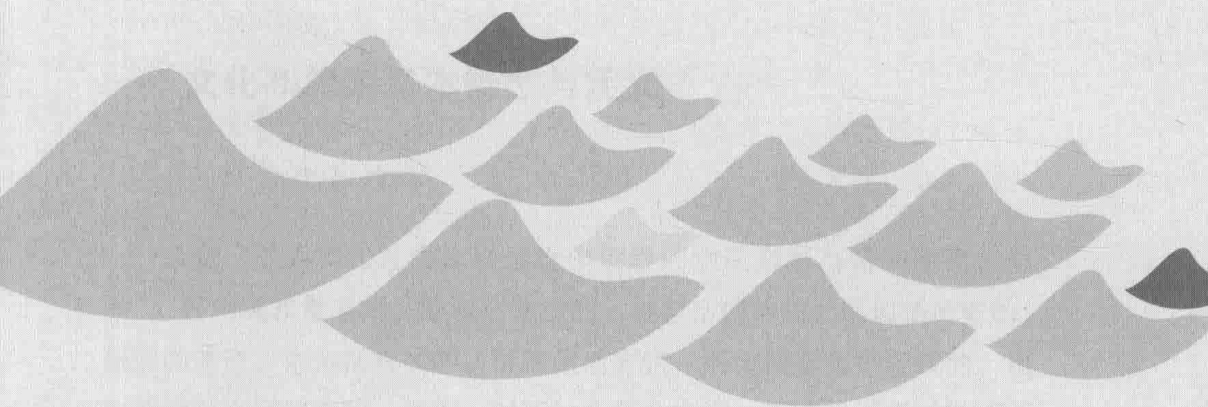
☆ 战略与策略	// 139
面对入境旅游面临严重挑战的思考与建议	// 141
邻邦旅游：认识、经验与战略选择	// 153
边境旅游的昨天、今天与未来	// 169
透视中国的出境旅游	// 174
关于发展国内旅游业的几点认识	// 188
全球视野下的“红色旅游”	// 196

关于 SARS 后中国旅游发展的冷静思考	// 209
关于四川汶川大地震后旅游发展的思考	// 218
关于中国乡村旅游发展的几点思考	// 227
可持续旅游发展与新能源	// 233
关于中国自驾游升级版的思考	// 243
徒步与徒步旅游在中国的发展	// 255
中国邮轮相关产业的发展政策与趋势	// 261
中国的奖励旅游：从概念到实践	// 269
开展教育旅游中国大有可为	// 277
论旅游节庆活动的根与魂 ——兼评中国旅游节庆活动	// 281

☆ 案例与借鉴 // 291

中国人的休闲：梦想与现实 ——一家之言	// 293
关于中国休闲发展的冷静思考 ——兼谈休闲房地产的发展	// 302
旅游公共服务体系 ——城市旅游发展的基石	// 309
旅游信息中心体系建设：国际经验与中国实践	// 316
中文与普通话：一个十分值得开发的旅游资源	// 335
语言与文字：一个值得关注的文化交流工具	// 345
论旅游发展总体规划编制的七个原则	// 352
关于文明旅游的对话	// 364
关于中国旅游学术研究走向世界的思考	// 374
北京胡同游：一个城市旅游产品开发的成功案例	// 382
关于丽江旅游发展的一些思考	// 393
“茶路”主题跨境旅游产品的开发：东北亚旅游合作的案例研究	// 408
海外主题公园成功的经验与启示	// 419
代后记：改革开放四十年的回顾与反思	// 432

探索与辨析



关于文化与旅游融合的理性思考*

文化和旅游部创建于2018年3月，到现在已经跨过整整一周年的时间。在过去的一年中，无论是旅游业界还是旅游学术界，对于这一新的管理体制变更给予高度关注，怀着很高的期望，希望中国的旅游业在新的历史时期有个突出的提升。在过去的一年中，在各种媒体上，“文化和旅游融合”成了一个炙手可热的话题，引起了广泛的讨论。中国旅游研究院本届年会组委会希望我能从理论的角度做一个发言，思索良久，觉着有些力不从心，遂将这个命题做了一点儿变化，根据我的认识，谈一谈文化和旅游融合的一些想法，和大家进行交流。

一 文化和旅游基本概念与定义

（一）文化和旅游

文化“是人类在社会发展过程中创造的物质财富与精神财富的总和”，其内涵非常丰富，既包括物质的，也包括精神的；既包括历史的、凝固的遗产，也包括现实的、活的生活方式；既包括有文字记载的，也包括没有文字记载的。然而，对于社会公众来讲，不同的历史时期或不同的社会群体，会把它简单地理解为“认字是学文化”“有知识的是文化人”“素质高的人是有文化的”等。

旅游是一种社会现象，是随着人类社会经济发展而演进的。它是“人们离开惯常生活的环境外出旅行和短期逗留并返回原住地的所有现象的总和”，或者说是“非定居者的旅行和暂时居住而引起的所有现象及关系的总和”。在英语中经常用“旅行”+“旅游”（即 travel and

* 根据在中国旅游研究院旅游科学年会（2019年4月20日）上的主旨演讲发言稿及PPT文件整理而成，定稿时有所删节。

tourism) 来表述。

在古代中国，“观光”一词出现得更早，语出《易·观》“观国之光，利用宾于王”，指的是“观察者学习被观察国家的人们为国效力的精神，以运用于国家大事和民情民意”。然而，这个词语在现代中国使用得少了，或者说其含义已经发生了变化，俗称“参观名胜古迹，沿途浏览大自然的风光景象”，甚至演绎成“观光旅游”。然而，境外一些地方使用中文表述时，“观光”比“旅游”用得更加普遍。

(二) 文化与旅游/文化产业和旅游产业：共性与差异

1. 大概念，无边界

旅游活动是一种社会现象，是一个特殊群体（旅游者）的社会活动及其影响的总和。文化是人类在社会发展过程中创造出来的所有财富的总和、重要的精神财富。这两种现象都有着模糊的外延，内涵似乎是无所不包。传统上，文化多从历史发展的角度去定义，而今天把现实的、活的生活方式列入文化范围。世界著名旅游未来学家约曼曾经提出，“旅游是世界上重大经济成功的故事之一，这个故事就像时光一样，既没有开头，也没有结尾。这是一种被创造出来的现象，它难以限定，因为它的复杂性。一言而蔽之，时光开始的时候，旅游也开始了”^①。

2. 不是新现象，都是新产业

旅游和文化都不是新现象，但都算是新产业，都有着巨大的发展潜力和广阔的市场，但又都不是纯粹的产业，有着明显的社会功能，具有“事业”属性。至少在中国是这样。从世界的角度看，西方把19世纪中期英国人托马斯·库克（Thomas Cook）创办世界上第一家旅行社作为现代旅游业的开端，而至今，学术界对旅游业是不是个真正的“业”还存在质疑，一些国家，更愿意把旅游业称作 tourism business，而不是 tourism industry，以示其中的微妙差异。

现实中，旅游业和文化产业范围不确定，或者难以确定，一切都在变化之中。旅游业是一个部门或行业集合体，然而，构成旅游业的任何单一行业均不可独立称作旅游业，而这些行业本身又都比旅游业出现的时间早，且有着自己的独立体系。文化产业是一个产业集群，它的存在

^① 见 Ian Yeoman: *Tomorrow's Tourist: Scenarios & Trends*, Elsevier, 2008。

也早于旅游业。

3. 服务对象

这两个产业的服务对象有区别，旅游业服务于旅游者，而旅游者属于特殊群体；文化产业的服务对象是广大社会公众，满足于人们精神文化的需求。很显然，文化产业的服务对象比旅游业更广泛，这两个产业之间以及它们与其他产业之间又有交叉和重叠。

由于旅游需求越来越泛化，旅游与休闲逐渐融合，因此，它的服务对象越来越宽泛，既包括来自海外和外地的游客，也包括当地居民，有时候的确难以区分。

4. 产业属性与特征

旅游业属于服务业，也是服务贸易的重要组成部分，因为旅游者的跨境消费被视同于无形贸易，其功效与货物贸易的出口和进口相同。它的发展有着突出的增殖效应，对其他产业具有明显的依赖性、关联性和带动性，其本身具有易变性，受外部因素的影响较大。旅游业的经济贡献只能从旅游者的消费总额来衡量，目前联合国世界旅游组织（UNWTO）推行的旅游卫星账户（TSA）就是试图通过剥离的方式来评估旅游业的经济贡献，但这一评估方法运作起来颇为复杂，真正完全实施的国家和地区并不多见。

文化产业具有很大的独立性，它的发展与人的创造力和技术更新相关性大，兼有服务业和一般产业的特征。文化产业是生产文化产品行业的集群，产业的资源都是文化元素，除此之外，各个文化产品生产的行业之间并不一定有必然的联系。该产品具有很强的普适性。对这一产业的规模和经济贡献大多可以通过产值来衡量。

5. 产品形态

旅游产品主要是无形产品，突出人的体验和经历，产品的个性化与定制化非常重要；文化产品多为有形产品，但又往往以物质形态来体现（有多种载体和介质），时代感和精品化是关键。旅游产品的生产和消费是同时进行的，且不能运输和储存，面对面的服务是关键。文化产品中不少都带有工业产品的特性，生产和消费可以分离，借助于介质和载体，不仅可以储存，还可以传送和运输。两种产品都是服务贸易的组成部分。

6. 资源特点

基于基础资源的特性，旅游产品和文化产品都具有一定公共产品性质，多是满足人的精神需求、人类的高级需求，不是必要消费品；在产品生产过程中，创意发挥着重要的作用。旅游产品的专利性难以限定，创意难以保护，复制、模仿难以控制，而文化产品的专利保护法律法规与机制则相对完善。文化元素是旅游业和文化产业的共同基础资源，但旅游资源范围更加宽泛，除文化元素外，还包括自然现象，更具有无限性和不确定性。旅游资源的价值主要体现在旅游市场需求上，并不完全是其资源本身的专业价值，其中有些资源很难被其他产业发展所利用，但其他产业也可以成为旅游业的发展资源。文化产业发展过程主要是人的创造与加工，人的智力、才能、创造力起非常重要的作用，一般对原有资源不造成直接消耗，文化产业的发展需要大量的人力资本和金融资本投入。当然，也并非所有的文化资源都可以商品化和产业化。

另外，这两个产业还有一个共同点，那就是政治性突出。无论是文化产业还是旅游业，都与价值观、道德规范以及国家安全等方面有关联，这两个产业都具有很强的政治性，它们的发展会对国家形象和“软实力”产生影响，因此，其发展也会受国内外多方面政治因素的制约。

二 关于文化与旅游的融合方式

最近一年以来，“文旅”和“文旅产业”成为非常热的词语，被社会广泛利用。原来一些旅游行业的论坛都纷纷更名为“文旅论坛”或“文旅业论坛”，然而，把“文和旅”拼在一起的“文旅”真正含义是模糊的，讲的是“文化和旅游”，还是“文化产业和旅游产业”，指的是“文化旅游”还是“文化旅游产业”也未可知，还是说“文化和旅游的产业融合”，全凭大家自己的认识去讨论。给我印象最深的是，在一些国际论坛上，中文“文旅”会标的英文翻译是“cultural tourism”，于是当中国学者和企业家畅谈两个不同产业的融合或对被称作“文旅业”进行投资时，外国参与者则认真讨论文化旅游或文化旅游业的可持续发展问题。因为对中国人来说“文旅”是个新业态，自己确定的一种新概念，然而在国际上，文化旅游也有很长的发展历史，早已不是什么新词语或新鲜事物了。

一个普通的常识应当提及，那就是，政府管理部门的变更，不应当改变某种社会现象与业态的属性，只是部门的管理职能、范围和方式会有所改变，使之更有利于国家既定发展战略与目标的实现。最近半个多世纪以来，世界不同国家旅游管理机构的调整都显示出国家对旅游功能与发展方式的认定与变化。对此，无论是政府部门还是企业都会有个适应过程。或许，管理机构的变化，对旅游相关行业与企业的运营不应当产生巨大的变化。

产业融合是指不同产业或同一产业不同行业相互渗透、相互交叉，最终融合为一体，逐步形成新产业的动态发展过程。产业融合是 global 经济发展的一种趋势，也已经是世界各国产业发展的一种选择。这一现象的出现，与经济全球化加快、高新技术迅速发展和可持续发展理念不断增强的大环境相关，它逐渐变成产业提高生产能力和竞争力的一种发展范式。产业融合更加彰显了“跨界合作”的发展理念。

一般而言，文化产业和旅游业的融合至少可以分出两种方式。

1. 产业融合方式之一：文化旅游业（ $1 + 1 = 1$ ），融合的效果是：文化 + 旅游 = 文化旅游（文化旅游业）

这就是说，基于文化产业和旅游业的特殊关系，两业融合可形成一个新的旅游业态。这种融合其实由来已久，而且随着时代的发展，经历了多次变化与提升，不断被赋予新的理念和内容，形成了多种不同业态和发展模式，世界旅游发展的实践证明，这种融合是非常成功的，已经得到联合国世界旅游组织（UNWTO）和联合国教科文组织（UNESCO）的认可和支 持。

文化旅游（cultural tourism）是一种基于寻求或分享新鲜而深刻文化体验的特殊兴趣旅游，不管这种体验是美学的、知识的、情感的，还是心理上的。

文化旅游是以文化为吸引物的特定旅游形式，其活动与某种文化形态相关联，文化旅游是旅游与文化相结合形成的旅游新业态，也是文化和旅游融合最成功的发展模式。

联合国教科文组织的《信使》杂志（*Courier*）早在1966年第12期为联合国第一个以旅游为主题的“世界国际旅游年”活动发了专刊，其头条文章的标题是《文化旅游：尚未开发的经济发 展宝藏》（*Cultural Tourism: the Unexploited Treasure of Economic Development*），首次提出了

文化旅游发展的经济意义，当时所强调的是如何通过发展文化旅游业来保护文化遗产、促进当地社区获得经济收入。33年后，这个联合国组织的期刊《信使》在1999年7/8合刊中设定了《焦点》专栏，其标题是《旅游与文化：融合的反思》（Tourism and Culture: Rethinking the Mix），讨论在文化旅游发展过程中出现的新问题、案例和解决方案，规范文化旅游的发展。就在同年10月，UNWTO发布了《全球旅游伦理规范》。

“文化旅游业”超出“文化旅游产品”的范围。为了发展旅游业，旅游目的地可以开发出能满足文化旅游需求的产品，当然产品只是构成产业发展的组成部分。

文化旅游业所强调的是文化和旅游两个相关产业的融合发展。旅游和文化作为产业，在其发展过程中还要与其他各个行业相互作用，进而能充分发挥文化在旅游发展中的作用和旅游业在整个社会经济发展中的作用。不应当把文化旅游业局限在文化旅游产品或景区建设的简单范畴。

2. 产业融合的方式之二：跨界合作（1+1=2），融合的效果是：文化/旅游+其他行业的合作

基于文化产业和旅游业均为独立的产业，却又有着突出的包容性，因此，文化产业和旅游业均可以与其他产业进行跨界合作，增强产业各自和共同的发展空间和竞争力。也就是说，文化和旅游的融合是这两个产业实行融合的一个部分，是最应当实现融合的一种方式，但绝非唯一的方式，无论是文化还是旅游，还有许多与其他产业融合的方式去选择，实现多赢的效果。因此，没有必要用“文旅业”涵盖所有与其他产业融合的方式，文化旅游业不是旅游业的全部。自然旅游也是非常重要的旅游方式，同样也会发挥其经济功能和其他功能。

三 文化旅游与文化旅游业

（一）文化旅游发展的历程

从活动上看，文化旅游经历了从小众市场到大众市场、从旁观到体验、从无技能到有技能参与的方式转变。小众市场的出现引领文化旅游发展的新方向。从产业上看，创造出越来越多的新业态以满足不断变化