

陕西省旅游业可持续发展问题研究

专业：科学技术哲学

研究方向：科技与经济

硕士生：全锐

指导教师：侯远志

摘 要

旅游业作为前景广阔的国际化产业，现已成为陕西省的一大支柱产业。实施西部大开发以及加入 WTO 对陕西旅游业而言，既是机遇又是挑战。如何面对挑战、抓住机遇，克服旅游业发展过程中存在的短期行为，如何把可持续发展理论运用于旅游业，实现旅游业的持续发展，如何提升陕西旅游业的整体形象，实现经济效益、社会效益和环境效益的统一，成为摆在我们面前的重要课题。

论文的研究从概括旅游业的特征和作用入手，探讨陕西旅游业发展过程中存在的问题，分析了旅游业面临的机遇与挑战，提出了六种可持续发展的模式，希望能够对促进陕西旅游业的发展有所启示。

本文的创新之处包括：将可持续发展理论运用于陕西旅游业，明确指出走可持续发展道路是陕西旅游业的必然选择；提出了陕西旅游业可持续发展的模式，具有一定的可行性。

关键词：陕西 旅游业 可持续发展 模式

论文类型：应用基础

On Sustainable Development of Tourism in Shaanxi Province

Major: Philosophy of Science & Technology

Research Direction: Science & Technology & Economic

Graduate Student: Quan Rui

Tutor: Hou Yuanzhi

ABSTRACT

The tourism, an international prosperous industry, has become one of the pillars in shaanxi. In the face of development of China's western region and the globalization after China's acceding to the World Trade Organization, the following problems in shaanxi tourism should be solved: How to overcome the short-term tourism, how to apply the theory of sustainable development to tourism and, how to bring a whole tourism image in order to achieve a perfectly combined return in economy, society and environment.

Starting with the features & functions of tourism, the essay analyzes the opportunities & challenges of the development of shaanxi tourism, and then raises & elaborates six kinds of patterns, hope this paper can enlighten the development on shaanxi tourism.

This paper's theoretical innovation includes: Applying the sustainable development theory to practice, indicating the right way for shaanxi tourism to follow; and putting forward some sustainable development patterns which have certain feasibility.

Keywords: Shaanxi Tourism Sustainable Development Patterns

Type of thesis: Applied fundamental

声 明

本人郑重声明我所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包含本人或其他人在其它单位已申请学位或为其它用途使用过的成果。与我一同工作的同志对本研究所做的所有贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了致谢。

申请学位论文与资料若有不实之处，本人承担一切相关责任。

论文作者签名：金锐 日期：2004.3.8

关于论文使用授权的说明

本人完全了解西安建筑科技大学有关保留、使用学位论文的规定，即：学校有权保留送交论文的复印件，允许论文被查阅和借阅；学校可以公布论文的全部或部分内容，可以采用影印、缩印或者其它复制手段保存论文。

（保密的论文在论文解密后应遵守此规定）

论文作者签名：金锐 导师签名：侯志 日期：2004.3.8

注：请将此页附在论文首页。

1. 绪 论

旅游业是全球各产业中增长最快的产业。自 20 世纪 60 年代以来,世界旅游人数年均增长率一直保持在 10% 左右。旅游消费几乎每六年翻一番。在 80 年代初期,一些权威的经济学家做出了这样的结论:国际旅游业的收入已超过了世界军备费用,并开始超出钢铁产业。1990 年,旅游业以年流量 5 亿人次,年消费 3000 亿美元,就业人数 1.2 亿的规模正式宣告超出石油工业和汽车工业,成为世界上最大的产业。自此以后,旅游业稳坐第一把交椅,始终没有易位。

旅游业作为前景广阔的国际化产业,目前已成为陕西省的一大支柱产业。陕西省旅游资源内涵丰富,种类繁多,特别是人文景观历史悠久,独具特色,旅游业已经具有了一定的规模。值得注意的是,陕西地处我国西部,西部地区比较脆弱的旅游生态环境条件和特征决定了陕西省的旅游资源开发和旅游业的发展,必须把旅游资源和生态环境的保护置于优先地位,把可持续发展战略贯穿到旅游业发展的各个层面。然而目前,生态环境严重恶化,对生态环境和旅游资源保护意识薄弱,以及对旅游资源掠夺式的开发和人为破坏现象蔓延,都是陕西旅游资源保护方面面临的问题。陕西必须正视自身在旅游资源保护方面所存在的问题和面临的挑战,在总结旅游业发展取得的成果的同时采取有力的措施,将保护旅游资源提升到保护旅游业和保护生态环境的战略高度,以实现旅游业可持续发展的目标。

1.1 关于旅游业可持续发展问题的研究现状

1.1.1 问题的提出

旅游作为人类一项特殊活动和一种社会现象,已有几千年的历史了,它的产生、发展与经济的发展有着密不可分的联系。随着生产力的提高、社会财富的增长、城市化进程的加快,旅游业发展到当代已经成为一项大众化、普及化的活动。20 世纪末,旅游业超过钢铁工业、石油工业、军火工业、汽车工业,跃登世界第一大产业,旅游能够促进社会 and 经济发展已成为共识。现在世界上有 120 多个国家和地区把旅游业列为 21 世纪的支柱产业。我国的旅游业伴随着改革开放的步伐,取得了世界瞩目的成就:产业规模不断扩大,产业形象日益鲜明,产业效益年年提高,旅游业被公认为改革开放以来变化最大、发展最快、最具生机和活力的产业之一。陕西省作为西部的旅游大省早已将旅游业确定为地方经济中的支柱产业,它对陕西省的经济起到了巨大的推动作用。然而,与经济增长相伴随的是,由于长期缺乏可持续发展思想的引导,致使大量无法再生的旅游资源受到了不同程度的破坏,出现了只顾眼前利益,忽视旅游资源的可持续利用,只注重经济利益,而忽视旅游资源的社

效益、环境效益等问题。如果不对这些问题加以重视,不仅会殃及当代,更会愧对后人。因此,加强旅游可持续发展意识,是人类文明演替的必然要求。随着西部大开发战略的实施,在江泽民同志“再造一个山川秀美的西北地区”的思想指导下,陕西省的旅游资源开发利用状况虽然有所改善,但并未从根本上做到旅游资源的有效保护和合理利用。要实现陕西省旅游资源的持续开发和旅游事业的健康发展,就必须优化旅游环境,规范旅游市场。当前,陕西应当抓住西部大开发的机遇,充分利用国家给予西部地区的优惠政策,在发展旅游经济的同时,重视旅游环境的保护,使旅游业能够持续发展下去。

1.1.1.2 研究现状

旅游业作为一个产业部门,其发展必须符合整个社会的可持续发展战略。旅游可持续发展是可持续发展理论的重要组成部分,是可持续发展理论的自然延伸。旅游可持续发展思想是在可持续发展理论的基础上,对全球旅游业的经验教训认真总结和深刻思考的结果,它现已成为世界各国旅游业发展的指导思想。在各国旅游业可持续发展的道路或模式选择中,比较典型的有“美国模式”、“西班牙模式”和“印度模式”。

“美国模式”是以美国为代表的包括法国、英国、德国、意大利、加拿大、日本等国在内的发达国家的旅游模式。这些国家市场经济发达,国民收入水平较高,旅游业也较一般国家发达。这种模式具有鲜明的特点:首先,其旅游业的发展与经济的发展相适应。由于有强大的经济实力作后盾,这些国家在资金投入、资源开发、设施建设、市场营销、行业管理、人才培养等方面优势明显,旅游业发展速度快,并对世界旅游业的发展有着重要影响;其次,旅游业的发展完全是以市场需求为导向。发达国家市场经济起步早,市场发育成熟,因而旅游业的投资、经营、发展完全由市场来决定,政府对旅游行业实行宏观管理,在旅游业发展过程中仅仅起协调作用;第三,国内旅游、入境旅游和出境旅游同步发展。在发达国家,国内旅游是旅游业发展的基础,入境旅游是旅游业发展的支柱,出境旅游是旅游业发展的保证,它们共同组成了一个完整的旅游产业。

“西班牙模式”是以西班牙为代表,包括奥地利、澳大利亚、瑞士、泰国、新加坡、荷兰、韩国、埃及等国在内的中等发达国家的旅游发展模式。这些国家有一定的经济基础和经济实力,且大多地理位置优越,旅游资源丰富独特,发展旅游具有得天独厚的优势。其特点包括:第一,旅游业在国民经济中占有重要地位。在这些国家,旅游业作为国民经济的支柱产业,不仅为社会创造大量的就业机会,而且旅游业的收入也是政府财政收入的重要来源,如西班牙旅游业的税收占全国总税收的20%左右;第二,政府高度重视旅游业尤其是国际旅游业的发展。由于旅游业对

国民经济的影响很大，各国政府对旅游业都给予大力支持。西班牙等国政府投入了许多财力、物力以巩固其旅游大国的地位；第三，以短途入境旅游者为主，出境旅游也以短途为主。这些中等发达国家与发达国家相比，国民收入水平、闲暇时间有一定差距，这就决定其出境旅游只能以短途跨国旅游为主，如西班牙的出境旅游目的地主要在欧洲，约占出境旅游者总数的 83%。

“印度模式”是以印度为代表的发展中国家的旅游模式。这些国家经济发展水平较低，无法同其他国家竞争抗衡，只能采取一些非常规的措施和方法，其特点有三：其一，优先发展入境旅游。由于发展中国家经济落后，居民既无闲暇时间，又无支付能力，难以进行旅游活动，旅游业以接待入境旅游者为主，以此赚取外汇；其二，政府对旅游业的发展影响很大。发展中国家的政府对旅游业的发展起主导作用，在资源开发、旅游设施建设、旅游企业经营等方面，基本是由国家投资，垄断经营，私人资本进入旅游业要受种种条件限制；其三，旅游业发展水平较低。由于受自身经济发展水平限制，发展中国家旅游业的总体发展水平不高，资金短缺、设施不全、产品单一、经营困难、人才匮乏、管理落后等是普遍存在的问题，致使它们在参与国际市场竞争中处于不利位置。

实施旅游业可持续发展战略，是中国旅游业发展的必然选择。改革开放以后，旅游业在党中央和邓小平的高度重视下，进入了一个新的发展时期。在这二十余年中，旅游业实现了从“事业型”向“产业型”的转变，产业形象和地位鲜明地树立了起来，旅游业不仅在国民经济和社会发展中的作用不断增强，成为我国国民经济新的增长点，而且在世界旅游业中的地位也在不断提高，被公认为世界上旅游业发展最快的国家，在短短的二十年中就实现了从旅游资源大国向亚洲旅游大国的历史性跨越，从而跻身世界十大旅游接待国和十大创汇国的行列。特别是自 1994 年通过了世界上第一部国家级可持续发展战略——《中国 21 世纪议程》之后，可持续发展作为我国的基本国策向各行业渗透，从而也开始重视对旅游环境与资源的保护，努力做到经济效益、社会效益和环境效益的有机统一，以实现旅游业的可持续发展。至此，我国旅游业已在可持续发展道路上迈开步伐，并取得了一些成效，但是还未能形成具有中国特色的发展模式。中国毕竟是一个发展中国家，受传统经济体制、较薄弱的综合国力以及低水平的旅游管理手段的影响，在旅游发展过程中还有许多工作要做。

1.2 研究思路

本文在了解旅游业的性质、特征和作用的基础上，探讨陕西旅游业发展过程中存在的问题，分析陕西旅游业面临的机遇与挑战，进而指出注重旅游业可持续发展

是陕西旅游业的必由之路，并提出一些有针对性的思路和对策，以使得陕西旅游业能更好地适应西部大开发的需要，为陕西经济的腾飞做出更大的贡献。

本文共分五章：第一章为绪言部分；第二章从旅游业的相关概念入手，分析旅游业的性质和特征，指出旅游业在我国经济发展中的重要作用；第三章在对陕西旅游业发展现状及优势分析的基础上，剖析陕西旅游业发展中存在的问题；第四章论还在西部大开发和加入 WTO 的背景下陕西旅游业面临的机遇与挑战；第五章在可持续发展思想的指导下，提出陕西旅游业发展的模式。具体研究思路如下：

1.2.1 旅游业的概念、特征和作用

首先，从界定旅游的相关概念入手，指出旅游业是联系旅游者和旅游资源的桥梁，是为旅游者提供所需商品和服务的综合性产业。归纳出旅游业在本质上是一项文化型的经济产业，它具有综合性、联动性、涉外性和敏感性等特征。总结出旅游业在国民经济中的重大作用。

1.2.2 陕西旅游业发展现状和存在的问题

首先，对陕西旅游业的发展历程进行简要回顾，进而陈述陕西旅游业的现状。通过对陕西发展旅游业的优势分析，指出陕西旅游业在发展过程中存在着产品结构不合理、资源开发利用不当、对外宣传促销不力等问题。

1.2.3 陕西旅游业在新时期面临的机遇与挑战

分析了旅游业作为全国的新兴产业和西部经济新的增长点，在西部大开发这一宏伟的系统工程中和加入 WTO 后所面临的前所未有的机遇，指出西部地区将成为中国实现世界旅游强国目标的新增长极。与此同时，陕西旅游业也不可避免地要应对来自各个方面的压力和挑战。

1.2.4 陕西旅游业可持续发展模式研究

在资源利用过度、环境污染严重、自然生产力遭到破坏的今天，资源和环境保护已成为全人类共同关注的焦点。经济、社会与资源环境的协调、持续、健康发展是我们唯一的发展模式。这一章在介绍可持续发展基本理论的基础上，讨论了旅游可持续发展的内涵，指出陕西旅游业应走可持续发展的道路，这是时代的要求，并提出了具体的发展模式和对策。

2. 旅游业的概念、特征和作用

旅游业作为国民经济总体的一个重要组成部分，它的兴衰对整个经济的发展正在产生越来越大的影响。目前，我国正处于国民经济发展的一个新的成长阶段，人们正在寻找经济结构中的新的增长点时，旅游业以其相关度高、吸收劳动力多、能促进国际收支平衡等特点，受到了人们的广泛关注。本章讨论旅游业的相关概念、特征及其在国民经济中的作用。

2.1 旅游业的相关概念

在探讨旅游业的概念之前，我们有必要先对“旅游”的定义和特点进行分析。

2.1.1 旅游的定义和特点

“旅游”一词早在魏晋南北朝时就出现在我国一些诗人的诗词中。如南梁诗人沈约的《悲哉行》中这样写道“旅游媚年春，年春媚游人”。唐代孔颖达在其著作《周易正义》中讲到“失其本居而寄他方，谓之谓为旅”，“谓闲暇无事于之游”。这可以被看作是我国最早给旅行、游览下的定义了。能够看出，我们的祖先已经认定旅游必须在闲暇时进行，而且是离开常住地到异地进行的一项活动。

古代学者对于旅游的分析是十分零散的，把旅游作为一种社会现象，进行比较系统、全面而科学的研究，是从 20 世纪以后开始的。据统计，世界各国的学者和国际旅游组织给旅游下的定义有几十种之多。赵长华在《旅游概论》一书中，将这些定义进行整理，归纳为九种：（1）1927 年德国蒙根·罗特提出的交往定义。该定义强调旅游是“作为经济和文化商品的消费者逗留在地与人的交往”。（2）1935 年德国格吕克斯曼提出的关系定义。该定义认为旅游是“旅居人与当地人之间的各种关系的总和”。（3）1942 年瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫提出的综和定义。该定义指出“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会寻求永久的居留，并且不从事任何赚钱的活动”。（4）20 世纪 50 年代，奥地利维也纳经济大学旅游研究所提出的动机定义。该定义突出了旅游是出于休养、教育、扩大知识和交际等动机的活动。（5）世界旅游组织的前身联合国国际官方组织联盟提出的时间定义。该定义强调到一地逗留的时间必须超过 24 小时。（6）1974 年英国萨里大学 A·J·伯卡特和 S·梅特利克提出的流动定义。该定义指出“旅游是发生于人们前往逗留在各种旅游地的流动”，突出了旅游的流动性。（7）日本旅游学家律田新提出的目的定义。该定义认为旅游主要是为了达到考察别的国家或地方的文物制度，观赏游览风光等目的。（8）1980 年美国密执安大学罗伯特·麦金托什和

夏希肯特·格波特提出的相关定义。该定义强调了旅游活动过程中旅游者、旅游企业、东道国政府、东道地居民的相互作用，并由此产生的一切现象和关系。(9)雅法尔·雅法利提出的文化定义。该定义突出了旅游是一种文化现象。

综合这些定义，我们可以看出，旅游作为人类的一种行为，与人类的其他行为相比较，呈现出以下特点：

1、审美性。人有各种各样的需求，其中对美的需求是高层次的。旅游就是一项综合性的审美活动。它集自然美、生活美、艺术美为一体，熔文物、建筑、雕刻、绘画、书法、音乐、风情、美食于一炉，能最大限度地满足人们的审美需求。人们为了达到观光、度假、休养、娱乐、探险、寻根、购物、求知、美食等目的而旅游。旅游活动实质上是一种形象生动、自然而具体的美育教育。如以险峻著称的西岳华山，人们在经过了千尺幢、百尺峡、老君犁沟，到达北峰，初步领略了华山的险秀后，再向南眺望“天外三峰”，只见两侧均为悬崖峭壁的苍龙岭是南行的唯一通道，其两旁悬崖深渊不见其底，呈现出沟深壑奇、山风劲号、峰环松秀、烟云缭绕之风光，给人以险、秀、美之情趣。此时此景，游客自会感受到“华山自古一条路”之险美。旅游者在欣赏美、享受美中，景我融合，心灵亦得到慰藉。

2、异地性。追新求异是人的一种天性。人们长期生活在某种环境中，往往对熟悉的事物和氛围感到平淡、乏味，而陌生的地方、陌生的事物则会引起悬念和联想。异地的自然风光、风土民情、民俗生活能使旅游者获得日常得不到的新知识、新感受。这一对外界客观世界的认识和了解决定了旅游的异地性特征。旅游活动的这一特征规定了只有加上一定距离的限制才会引起旅游行为的发生，在此条件下的欣赏行为才能叫做旅游。譬如，云南人到西安参观钟楼并在此进行消费的行为系旅游活动，而西安人到钟楼旁散步就不能叫旅游。

3、暂时性。旅游作为人类的一种特殊活动，是离开自己的常住地到一地做短时间的停留。旅游者通常按计划好的时间外出旅游，并按计划的时间返回。也就是说，旅游是临时在外的一种停留，而不是长期居住。在外出旅游的这段时间，旅游者的行为和生活内容也与平日存在着很大不同，而且这种变化是暂时性的。

4、精神文化性。旅游作为一种消费行为，消费的主体是旅游者，消费的客体是旅游资源。然而经过旅游消费，旅游客体并没有发生形态或数量上的变化。人们因为仰慕秦陵兵马俑而去旅游，并不会把兵马俑搬回家。旅游者所追求的是欣赏兵马俑富有神韵的艺术造型，从而产生联想，完成精神创造。旅游虽然也要满足人的占有欲，但这并不是说要把旅游客体扛在肩上或装入袋中才算占有，而是说只要身临其境、亲眼目睹就可以了。这是一种精神占有而非物质占有。

基于对旅游活动的特征的认识，我们可以对旅游作如下定义：旅游作为一种社会文化现象，是人类社会经济生活的产物，是现代生活的一种高消费形态。它是人

们带有游览目的离开常住地到异国他乡访问的旅行和暂时性停留中所进行的物质和精神活动的总和。

2.1.2 旅游业的概念

给旅游业下定义时应考虑以下因素：

首先，旅游者是旅游活动的主体。旅游是人的活动，是人类社会实践的一部分。显然，没有旅游者就没有旅游活动，也就不能使旅游活动发展为一种社会现象，更谈不上有旅游业了。因此，作为旅游者的人，是旅游活动的主体。

其次，旅游资源是旅游发展的基础和条件。旅游资源是指一切对旅游者构成吸引力的自然和社会现象及事物的总和。只有具备了一定数量和质量旅游资源，才有旅游业的生存和发展。可以说，旅游资源的数量多少和质量高低，决定着旅游地的旅游产品质量及其在国际市场上的竞争力。如果一个国家或地区的旅游资源贫乏，那它就难以吸引旅游者，发展旅游业就只能是一句空话。作为旅游吸引物的旅游资源，是旅游活动的客体。

第三，旅游设施是旅游业不可缺少的组成部分，是开展旅游活动的物质基础之一。旅游设施是指为发展旅游生产和保证旅游活动正常进行而提供的各种物质设备条件的总和，包括旅游公共设施和旅游专用设施。旅游公共设施又称旅游基础设施，由交通设施、能源供给系统、通讯系统、废物处理系统及其相关设施构成。旅游专用设施又称旅游基本设施，由旅游交通工具、旅游地住宿设施、旅游地餐饮设施、旅游商店与购物中心、旅游娱乐游览设施构成。这两类设施相互依存，相互制约，共同构成旅游业生存和发展的前提。如果没有旅游设施，旅游业就成了无源之水，其发展是不可想象的。

第四，旅游服务是旅游业的核心。旅游服务是指为充分满足旅游者的旅游消费需求，由旅游部门和其他相关部门向其提供的各种服务的总和。这些服务包括咨询服务、交通、住宿、餐饮、导游、文体娱乐服务、手续服务等等。旅游者旅游消费的实现要求旅游经营者提供各种服务才能完成，因而人们往往把旅游业表述为旅游服务业。旅游业的产品是一种特殊的商品，它是各种旅游企业借助于一定的设施、设备向旅游者提供的服务。旅游服务的质量关系到旅游业的兴衰成败，它是旅游业的核心所在。

基于以上分析，本文认为，对旅游业可以做以下定义：旅游业是联系旅游者和旅游资源的桥梁，亦即旅游主体和旅游客体的纽带，是借助于一定的旅游设施，为旅游者提供所需商品和服务的综合性产业。

2.2 旅游业的特征

2.2.1 经济性。

旅游业作为一项产业，是当今社会经济发展的一个重要组成部分，其根本目的在于通过对旅游者提供服务而获取收入。因此，经济性是旅游业最根本的属性。旅游业提供的旅游产品（服务产品）是一种特殊的商品，这种商品具有一般商品的两重性——价值和使用价值。旅游产品既然是劳动产品，它当然具有价值；这种服务能够满足旅游者的需要，这就是旅游产品的使用价值。正如马克思在《资本论》中的论述：“一个歌唱家为我提供服务，满足了我的审美需要，但是，我所享受的只是同歌唱家本身所分不开的活动，他的劳动即歌唱一停止，我的享受也就结束；我所享受的是活动本身，是它引起我的听觉的反应。这些服务本身，同我买的商品一样，可以是确实必要的，或许仅仅看来是必要的……但是，这些丝毫不会改变它们的经济性质。”（《马克思恩格斯全集》第26卷，第一册，第436页）

2.2.2 综合性

旅游业的发展和许多行业的发展都有着密切的关系，它是集食、住、行、游、购、娱于一体的综合性产业。一方面，旅游业的经营者为旅游者提供的旅游产品不是某种单项服务，更不是某一具体的物品，而是由食、住、行、游、购、娱等多种服务项目构成的综合体；另一方面，旅游业的生产是综合性的。为了满足旅游者多样化、多层次的需要，旅游业必然联系到若干行业，它的发展需要各产业、各行业的配合，这些行业既可以是工业、农业、商业、建筑业、交通运输业等物质资料生产部门，也可以是文化、科技、教育、卫生、宗教、邮电通信、金融保险等非物质资料生产部门，它们共同向旅游者提供生产和服务。

2.2.3 联动性

旅游业的综合性决定了它的联动性。就产业的关联度来说，没有哪个行业可以同旅游业相比，它几乎涉及到国民经济的所有部门和行业。旅游业的发展会促进相关行业的发展，特别是新兴的游览活动和休闲活动的开展，可能会创造一些新的生产部门，如游览用的缆车、汽车、火车，滑雪、高尔夫等活动所需的用具、设备，都为商家提供了新的市场。从这个角度看，旅游业的发展不仅直接带动第三产业的发展，而且也会大大促进第二产业和第一产业的发展。正所谓一业兴、百业旺。尤其是对那些发展其它产业基础较差而旅游资源比较丰富的贫困地区来说，发展旅游业可以创造脱贫致富的奇迹。

2.2.4 涉外性

旅游业是一种涉外性很强的产业，当代旅游更是一种跨国界的广泛的人际交往活动。就一个国家而言，既要接待外国旅游者入境旅游，又要组织国内居民出境旅游，这两项国际旅游业务都具有明显的涉外性。正因如此，我们在发展旅游业的过程中，不仅要讲究经济效益，完成创汇任务，而且应该重视通过旅游活动来促进各国人民之间的相互了解，增进友谊。在国际旅游业中，每一位旅游从业人员都必须加强政治责任感，努力为旅游者提供优质的服务，以维护祖国旅游业的国际声誉。

2.2.5 劳动密集性

判断一个行业是否属于劳动密集型产业的标准是看工资在其全部营业成本中所占比例的高低。旅游业提供的大部分产品是以服务的形式表现出来的无形产品，它出售的是以劳务为主的旅游服务。中国国家旅游局公布的涉外饭店和旅行社的有关数据资料显示，旅游企业的劳动密集程度明显高于工业企业的平均水平，其工资成本在全部营业成本中所占的比例比较高，这种情况在国际上是一致的。

2.2.6 敏感性

旅游业与其它产业相比更容易受到来自内部和外部的多种因素的影响。内部因素是指构成旅游业的各个部门和与旅游业相关的各行业之间关系的协调。如：旅游业要与建筑业、商业、农业、水、电等行业相互配合，旅游活动才能顺利完成，其中任何一个部门出现问题，都可能对旅游业造成不良影响。外部因素是指那些来自于自然、政治、经济、文化、法律等方面旅游业自身所不能控制的因素，如：地震的发生、瘟疫的流行、社会的动乱、恐怖活动的出现、战争的爆发、国家政变、经济危机等等，这些事件都会导致旅游活动的萧条和旅游业的停滞。可见，旅游业是一个十分敏感的产业，如果一个国家或地区把旅游业视为唯一的经济支柱，一旦宏观环境发生巨大波动，后果将不堪设想。

2.3 旅游业在国民经济中的作用

自 1845 年 8 月托马斯·库克旅行社在英国莱斯特正式诞生，成为世界上第一家为旅游者办理旅游业务的专业服务机构开始，旅游服务就进入了崭新的时代。特别是第二次世界大战之后，旅游业在全球迅速成长起来。旅游业的巨大发展充分证明了它是过去一个世纪里最为重要的社会和经济现象。国际旅游人数从过去的区区 2500 万人次增加到 2000 年的 6.89 亿人次，年平均增长率为 7%。在相同时期里，国际旅游收入（不包括国际间的交通费）从 21 亿美元增加到 4760 亿美元，年平均

增长率达到 21%。两项指标分别增长 28 倍和 227 倍(《世界经济年鉴》2001 年 世界经济年鉴编辑委员会),其增长速度之快,在世界经济各单项产业中名列前茅。

在我国,旅游业作为新兴产业,是与改革开放伴生的。在 20 多年的发展中,它对我国国民经济增长起到了极其重要的作用。

2.3.1 创造就业机会

失业问题是长期困扰世界各国经济发展和社会稳定的一大难题,追求低失业率是各国政府的工作重点之一。我国一向劳动力富余,随着经济体制改革的深入和产业结构的调整,企业职工下岗分流压力增大,释放出大批多余劳动力。近年来,滞留在国有企业和集体企业的富余人员达 2000 万人之多,农村剩余劳动力达 1.3 亿人,而且,平均每年还有 1600 万人步入劳动年龄。尽管我国政府及有关部门采取了多种措施,再就业人员也仅占全部下岗人员的 2/5。

旅游业作为一项典型的劳动密集型产业,创造了大量直接和间接的就业机会,容纳了大批具有各种技能和水平的劳动力。据世界旅游理事会(WTTC)使用卫星账户的统计,1998 年旅游业为中国带来了 1350 万个直接岗位和 4720 万个间接岗位,分别占全国总就业量的 1.9%和 6.7%。至 2010 年,直接就业者将达到 1900 万个,间接就业人数将达到 6900 万个(何光玮主编:《新世纪新产业新增长——旅游业成为新的经济增长点研究》,第 214 页,中国旅游出版社,1999 年)。按照我国“八五”期间 0.2%左右的就业增长弹性系数计算,若旅游业今后继续以 10%的增长速度发展,其吸纳的就业量每 5 年将至少增加 13% (唐学锋,苟世祥《中国西部旅游发展研究》第 16 页,重庆出版社,2001 年)。可见旅游业对解决社会就业,从而促进经济发展、社会稳定起着举足轻重的作用。

2.3.2 增加外汇收入

在当今世界经济日趋全球化和国际竞争不断加剧的情况下,不断开辟创汇途径,努力增加外汇储备,对增强一个国家的经济实力和国际支付能力来说,显得极为重要。旅游创汇是一个国家和地区非贸易外汇收入的重要组成部分。许多国家的旅游业发展为其经济增长做出了重要贡献,国际旅游在许多国家是增加外汇收入的必不可少的来源。根据世界旅游组织经济报告 1998 年第一期的分析,对于世界上 83%的国家来说,旅游业是五大创汇部门之一,至少占其外汇来源的 38%(《世界经济年鉴》2001 年 世界经济年鉴编辑委员会)。目前,国际旅游收入已占到世界服务贸易收入的三分之一。旅游服务贸易与传统商品贸易相比,其最大特点是就地服务出口,即国际旅游者到旅游目的地进行消费,出口方就地输出旅游服务获得外汇收入。这种出口不存在商品的包装、运输、仓储、保险以及关税等开支,也不存

在外贸出口业务中的有关手续费, 换汇比例较高。旅游业创造的巨额外汇收入对提高外汇储备、弥补贸易逆差、平衡国际收支起到了十分重要的作用。如西班牙 1986 年国际旅游外汇收入相当于当年出口收入的 45%, 整个旅游收入占 GDP 的 10%。法国 1991 年外贸逆差为 54.8 亿美元, 同年旅游外汇收入达到 91.8 亿美元, 不仅弥补了贸易逆差, 还盈余 37 亿美元。目前, 美国、西班牙、法国、英国、瑞士、意大利、荷兰、日本、澳大利亚、泰国、新加坡、埃及、摩洛哥等许多国家都把旅游创汇作为外汇收入的主要来源。

我国自改革开放以来, 国际旅游得到了迅猛发展: 1978 年来华国际旅游人数为 180.92 万人次, 2001 年增至 8901 万人次 (比 1978 年增长了 49 倍), 国际旅游外汇收入 178 亿美元, 旅游外汇收入已步入世界先进国家的行列。(如表 2-1)

表 2-1:

2000 年世界前 15 位旅游收入地区

(不包括国际间交通费)

单位: 亿美元

| 排名 | | | 国家 与 地区 | 旅游外汇 收入 | | 2000/1999 年增长率 (%) | 2000 年占 市场份额 (%) |
|------|------|------|---------------|------------|------|--------------------------|------------------------|
| 1990 | 1995 | 2000 | | 1999 | 2000 | | |
| 1 | 1 | 1 | 美国 | 749 | 852 | 13.7 | 17.9 |
| 4 | 4 | 2 | 西班牙 | 324 | 310 | -4.3 | 6.5 |
| 2 | 3 | 3 | 法国 | 315 | 299 | -5.1 | 6.3 |
| 3 | 2 | 4 | 意大利 | 284 | 274 | -3.2 | 5.8 |
| 6 | 5 | 5 | 英国 | 202 | 195 | -3.5 | 4.1 |
| 5 | 6 | 6 | 德国 | 167 | 178 | 6.5 | 3.7 |
| 25 | 10 | 7 | 中国 | 141 | 162 | 15.5 | 3.4 |
| 7 | 7 | 8 | 奥地利 | 125 | 114 | -8.7 | 2.4 |
| 9 | 12 | 9 | 加拿大 | 102 | 108 | 5.9 | 2.3 |
| 24 | 25 | 10 | 希腊 | 88 | 93 | 5.8 | 2.0 |
| 15 | 13 | 11 | 澳大利亚 | 80 | 84 | 5.3 | 1.8 |
| 10 | 17 | 12 | 墨西哥 | 72 | 83 | 14.8 | 1.7 |
| 11 | 8 | 13 | 中国香港 | 72 | 79 | 9.4 | 1.7 |
| 21 | 21 | 14 | 土耳其 | 52 | 76 | 46.8 | 1.6 |
| 23* | 23 | 15 | 俄罗斯 | 75 | — | — | — |

*为前苏联

资料来源:《世界经济年鉴》 2001 世界经济年鉴编辑委员会

2.3.3 扩大内需

经过 20 多年的改革开放和经济发展,我国的国民经济正处于一个重要的结构转换时期,即以短缺经济和数量扩张为主的发展阶段已经基本结束,国民经济正处在向以买方市场和整体素质提高为特征的新阶段过渡。在这一时期,有效需求的不足将严重制约着我国经济的增长。因此,如何进一步扩大需求,使国民经济能够持续健康发展,是我国当前亟待解决的问题。

随着经济的发展和人民生活水平的提高,人们的消费结构发生了很大变化,旅游在世界范围内正在成为生活必需品,这已是不争的事实。旅游具有独特的消费属性,可以重复消费,既能愉悦旅游者的身心,又开阔了视野,而且有利于培养旅游者新的消费兴趣,可以说旅游消费既是新的消费潮流,又能引导新的消费潮流,从而导致消费观念上的革命。2001 年,我国国内旅游人数为 7.84 亿人次,为国家带来了 3522 亿元的收入。由此可见,旅游业在拉动国内需求,从而刺激整个国民经济的增长方面发挥着重要作用。目前,旅游业已成为我国扩大内需的一个重要渠道。

2.3.4 促进贫困地区脱贫致富

以旅游发展带动贫困地区的经济发展,使农民脱贫致富是旅游业的一项重要功能。目前,我国 6500 万农村贫困人口主要分布在西部和老少边地区,这里山高坡险,地域偏僻,交通不便,然而却拥有自然生态保护完好、地貌景观奇特壮丽、民俗风情丰富多彩的自然和人文旅游资源。这些旅游资源档次和品位较高,为发展旅游业、促进扶贫开发提供了条件。充分利用这些旅游资源发展旅游业,是使这些贫困地区摆脱贫困、走向富裕的有效措施和手段。如湘西张家界原是一个贫困的小镇,但自然风光优美,素有“境在五岳黄山外,景与贵岭滇石殊”之说。该地区开发旅游业之后,兴建了张家界国家级森林公园,国内外旅游者蜂拥而至,旅游产值目前已占全市产值的 50%,有 20 多万农民依靠旅游业为生,旅游中心区农民的年均收入从 8 年前的 100 多元上升到近 2000 元,此地从此声名远扬,建立了以张家界命名的张家界市。据有关部门估算,2002 年通过旅游业摆脱贫困的人口超过了 300 万,显然,旅游业有力地推动了贫困地区经济的发展。

3. 陕西旅游业发展现状及存在的问题

3.1 陕西旅游资源概况

陕西是中华民族及华夏文化的发祥地之一，是举国共识的旅游大省。这里既有丰富的人文景观，又有独特的自然风光。尤其是它 3100 多年的城建史及其灿烂多姿的文化遗产，使之成为海外游客来华旅游的首选地之一。在中国历史上，先后有周、秦、汉、唐等 13 个朝代在此建都，历时 1100 年，曾有 73 个皇帝先后在这里执政。“江南的才子北方的将，陕西的黄土埋皇上”，仅关中平原和渭北旱塬上就有 72 座帝王陵墓和 4000 余座将相古墓，其中秦始皇兵马俑坑被誉为“世界第八大奇迹”，成为世界文化遗产；汉景帝阳陵也堪称世界级文物考古新发现；坐落在陕北桥山的黄帝陵是中外华人寻根祭祖的中心；中国历史上唯一的女皇帝武则天唐高宗的合葬墓乾陵，世界上唯一珍藏佛祖释迦牟尼真身舍利的皇家寺庙法门寺，世界上保存最完整、规模最宏大的古代城垣西安古城墙，中国收藏古代石碑时间最早、名碑最多的艺术宝库碑林都享誉中外；省会西安曾是中国政治、经济和文化中心，与雅典、开罗、罗马并称为世界四大文明古都。全省现已查明的各类文物点为 37570 处，其中重点文物保护单位 37 处，省级文物保护单位 372 处，馆藏文物 56 万件（组），其中国家一级文物 3562 件，有 123 件是国宝级文物，无论从数量上还是价值上都属全国首位。

此外，陕西的自然景观、生态景观和乡土民情也引人入胜。陕西拥有国家级风景名胜 4 个，省级风景区 29 个，国家级森林公园 11 处，省级森林公园 37 处，自然保护区 5 个。境内山北向南集塞上风光、黄土风情、草原景色和江南山水为一体，有以奇险著称的西岳华山，有常年积雪的太白山，有中国第二瀑布壶口瀑布，有中国最大的沙漠水湖红碱滩，有中国最大的黄河湿地洽川风景区等等一批高品位的自然景观；有世界珍稀动物大熊猫、金丝猴自然保护区等生态景点；有秦腔、农民画、剪纸、泥塑、皮影等独具特色的民俗文化；还有纯朴的陕北秧歌、民歌、信天游、腰鼓等，都以其独特的风格在国内外旅游市场上享有很高的知名度。

现在，陕西又推出了杨凌农业示范区、西安高新技术开发区、阎良飞机城、西安卫星测控中心、陕西天文台、中国果业基地等一批现代化高科技旅游园区，为陕西旅游平添了一道新的风景。

3.2 陕西旅游业发展现状

1956 年，中国国际旅行社西安分社成立，标志着陕西国际旅游事业的开始。1958

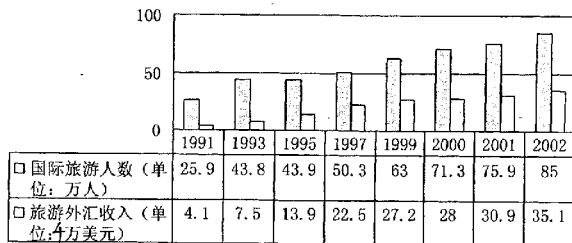
年西安人民大厦建成，国际旅行社西安分社与人民大厦合并，成为陕西第一家专门从事涉外旅游服务接待的单位。1978年11月，陕西省旅行游览事业管理局成立，1983年改名为陕西省旅游局。1985年，省政府做出了《关于大力发展旅游业的决定》，1986年，国务院决定把旅游业正式纳入国民经济和社会发展规划，西安被列为全国重点旅游城市之一。从此时起，西安与北京、上海、桂林齐名，成为中国四大旅游热点城市。

3.2.1 国际旅游业发展现状

1978年到1989年十二年间，陕西省共接待海外旅游者165万人，年平均增长38.9%，其中外国人146.1万人，华侨2.1万人，港澳台胞16.8万人。从增长速度上看，在全国名列前茅。这十二年间，旅游外汇收入共2.42亿美元，年平均递增52.9%，超过了全国国际旅游收入的平均增长速度。自20世纪90年代至今，国际旅游更是迅猛发展，1991年—2002年，从旅游接待人数和旅游外汇收入来看都保持了良好的增长态势。十二年间旅游外汇收入达22.8亿美元，较之1978年—1989年的12年增长了8倍。（如表3-1）

表 3-1:

1991年—2002年来陕国际旅游人数及旅游外汇收入



资料来源:《陕西统计年鉴》1992年—2003年 中国统计出版社

从国外客源构成来看，外国游客以亚洲和欧洲为主，按国别分以日本、美国最多，其次是德、英、法等欧洲国家。近年来东亚各国来陕游客人数增幅较大，如韩国2002年来陕旅游人数达88300人，上升为当年第三位（如表3-2）。

表 3-2:

| | 来陕国际旅游宾客构成(海外) | | | | | 单位:人 |
|------|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 1990年 | 1995年 | 1999年 | 2000年 | 2001年 | 2002年 |
| 总计 | 258786 | 442264 | 630254 | 712800 | 759197 | 850072 |
| 日本 | 36453 | 13548 | 182046 | 194909 | 184482 | 190704 |
| 美国 | 17241 | 45590 | 77754 | 89064 | 106120 | 113720 |
| 韩国 | — | 27521 | 25959 | 51911 | 72816 | 88300 |
| 德国 | 8392 | 28794 | 29801 | 42599 | 48461 | 57225 |
| 英国 | 6308 | 21087 | 30706 | 36002 | 42454 | 49641 |
| 法国 | 7344 | 28710 | 27836 | 32760 | 36509 | 41171 |
| 加拿大 | 2298 | 5999 | 8837 | 11736 | 12603 | 17919 |
| 澳大利亚 | 2106 | 7001 | 10697 | 12019 | 13812 | 16557 |
| 意大利 | 6302 | 15692 | 16912 | 15810 | 14240 | 14231 |
| 西班牙 | — | — | — | — | 9713 | 9629 |

资料来源:《陕西统计年鉴》1991年—2003年 中国统计出版社

3.2.2 国内旅游业发展现状

从 80 年代中期开始,陕西省的国内旅游业开始崛起,年均来陕的国内游客近千万人,国内旅游收入年平均增长 20% 以上。据统计,1985 年至 1989 年四年间,陕西省接待国内游客达 4260 多万人次。随着我国社会生产力的发展和人民生活水平的普遍提高,人们已逐渐从满足于衣、食、住、行的基本生活消费需求转变为以文化、娱乐、旅游等为主的高层次消费需求,旅游这种新的消费已逐步成为广大人民群众物质文化生活的一项重要内容。另外,过去我国职工休闲时间短而集中,造成国内旅游途程较短,季节集中,而 1995 年 5 月 1 日起,五天工作日制度的实施,为国内旅游的发展提供了充裕的闲暇时间,尤其是 1999 年开始实行的“五一”、“十一”黄金周更是极大地刺激了国内旅游需求,从而促使陕西旅游业发展更为迅猛。近年来,来陕的国内游客人数及国内旅游收入如表 3-3:

表 3-3:

1999 年—2002 年来陕国内旅游人数及旅游收入

| | 1999年 | 2000年 | 2001年 | 2002年 | 年均增长率(%) |
|------------|-------|-------|-------|-------|----------|
| 国内旅游人数(万人) | 2600 | 3060 | 3364 | 3733 | 13% |
| 国内旅游收入(亿元) | 88 | 127 | 142 | 158 | 22% |

资料来源:《陕西统计年鉴》2000年—2003年 中国统计出版社

3.2.3 旅游服务设施建设状况

1978 年,陕西省全省只有人民大厦、陕西宾馆两座旅游饭店,共 550 张床位可接待国外旅游者。1982 年以来相继建成了西安宾馆、唐城宾馆、钟楼饭店、古都酒

店、金花饭店、唐华宾馆等旅游饭店。到2002年底,全省旅游涉外饭店203座,床位28131张。旅游交通明显改善,尤其是在“九五”期间,新开了西安至东京、大阪、福岗、新潟和汉城5条国际航线,为入境旅游发展创造了有利条件;开通了通往厦门、烟台、银川等旅游城市的直达列车;新建了西安—宝鸡、西安—临潼—潼关的高速公路及乾陵至汤峪的旅游专线公路,增强了通行能力。旅游汽车数量增加,车辆逐步更新。旅游公交专线的开通和城市出租车的快速发展等都较大地缓解了游客“进不来、出不去、散不开”的矛盾。从旅游设施建设的发展来看,无论是从规模上、数量上还是进度上,都是史无前例的。

3.3 陕西旅游业的特点

陕西省旅游资源丰富,旅游业已经具有了一定的规模。从整体上看,陕西旅游业具有以下四方面的特点:

3.3.1 旅游资源的多样性

陕西省既有丰富的自然风景旅游资源,又有独特的人文景观旅游资源。省内自然旅游资源以黄河流域的北国风光、长江流域的南方色彩、以及八百里秦川的秀美和高大雄伟的秦岭山脉而闻名;丰富的地热资源使陕西成为我国多温泉的省份之一,如临潼华清池就是历史上著名的沐浴泉;作为中国古代文明的重要发源地,陕西保留着各个历史时期的大量文化遗产,省内有“蓝田人”遗址、“半坡遗址”等新石器时代的文化遗址,有轩辕黄帝陵、秦始皇陵等72座历代帝王陵墓,有西安城墙、大雁塔、钟楼等一大批古建筑,有大慈恩寺、大兴善寺等著名寺院、佛塔,有秦兵马俑、汉青铜器等艺术珍品,有延安、西安等近代革命纪念地,还有古老的传统文化艺术、风味小吃、手工艺品、民俗风情等等。旅游资源种类多样,应有尽有。

3.3.2 旅游资源的稀缺性

作为中国西部的旅游大省,陕西以人文景观数量巨大、价值珍贵而驰名中外。如被誉为“世界第八大奇迹”的秦始皇兵马俑坑,世界上保存最完整、规模最宏大的古城堡——明代古城墙,世界上规模最庞大、埋藏最丰富的帝王陵墓群——关中七十二陵,世界上唯一珍藏佛祖释迦牟尼真身舍利的皇家寺庙——法门寺,中国规模最大、收藏最多、设施最完善先进的博物馆——陕西历史博物馆,树龄超过5000年的“世界柏树之父”——黄帝手植柏,中国奇险天下第一山——华山,中国最大的农业科学城——杨凌,中国唯一国产支线运输客机生产厂——西安飞机制造公司等,这些景观不仅是中国历史文化宝库中的奇珍瑰宝,而且是全人类文化遗产的

重要组成部分。其价值和品位之高堪称国内仅有、世界罕见。

3.3.3 旅游定位的鲜明性

有一句话这样说，到中国“十年看深圳，一百年看上海，一千年看北京，五千年看陕西。”这句话从一定意义上反映了这些地方旅游业的特点。陕西的人文旅游资源和自然旅游资源都很丰富，但最能反映陕西旅游特色的还是文物古迹。陕西的文物古迹数量之多、密度之大、等级之高在全国均属首位，这是陕西省旅游资源的显著特色。国内外游客到陕西主要是来看以秦兵马俑、法门寺、黄帝陵为代表的文物古迹的，而文物古迹这种资源具有垄断性。迪斯尼乐园、水游城可以造几个，但兵马俑、法门寺却只有一个。从这一特点出发，陕西旅游业的定位是：以周、秦、汉、唐历史文化为主题，逐步把陕西建成特色鲜明的大型文化旅游区，建成旅游强省。

3.3.4 旅游规划的完整性

自上世纪八十年代以来，陕西旅游业经过二十多年的发展，已经具有了一定的规模，在布局上形成了一个中心、十大旅游区、四条路线和十个专项旅游产品。一个中心：西安；十大旅游区：西安古都旅游区、骊山风景名胜旅游区、长安古寺庙旅游区、咸阳帝王陵墓旅游区、法门寺旅游区、革命圣地旅游区、黄河文化旅游区、华山旅游区、塞上风光旅游区、国家森林公园旅游区；四条线路：东线——山水精逸游、西线——丝绸之路游、南线——三国遗踪游、北线——黄土风情游。从旅游景区和线路的规划来看，布局比较合理，规划十分完整，这也是陕西旅游业的重要特色之一。

3.4 陕西发展旅游业的优势

3.4.1 陕西与东部各省旅游业发展的比较

旅游资源是旅游业赖以运行的物质基础。陕西省的自然旅游资源和人文旅游资源都十分丰富，但是其旅游业的发展与东部省份相比还存在较大差距。

3.4.1.1 旅游接待设施比较

宾馆、饭店是接待旅游者的最基础的设施。旅游宾馆和饭店的规模大小、数量多寡是一个国家或地区旅游业发展和接待能力的重要标志，而星级宾馆和饭店的多少亦反映一个地区对外开放的程度。截至2002年底，全国共有星级饭店8880个，其中五星级175个，四星级635个，三星级2846个。我国东部地区有星级饭店4949个，占全国星级饭店的56%。（如表3-4）：

表 3-4:

2002 年我国东部地区和陕西省星级饭店比较 (三星级以上)

单位: 个

| 地 区 | 星级饭店合计 (1-5 星) | 五 星 | 四 星 | 三 星 |
|------|-------------------|-----|-----|------|
| 全国总计 | 8880 | 175 | 635 | 2846 |
| 陕西 | 203 | 4 | 8 | 34 |
| 东部各省 | | | | |
| 北京 | 572 | 26 | 46 | 176 |
| 天津 | 81 | 2 | 7 | 29 |
| 河北 | 267 | 3 | 19 | 60 |
| 辽宁 | 347 | 5 | 10 | 64 |
| 上海 | 319 | 24 | 31 | 124 |
| 江苏 | 575 | 6 | 24 | 104 |
| 浙江 | 723 | 6 | 18 | 93 |
| 福建 | 284 | 7 | 21 | 93 |
| 山东 | 401 | 10 | 37 | 168 |
| 广东 | 926 | 30 | 95 | 382 |
| 广西 | 258 | 8 | 18 | 77 |
| 海南 | 199 | 7 | 27 | 97 |

资料来源:《中国旅游年鉴(2003)》,中国旅游出版社

从上表中可以看到,陕西省三星级以上的饭店就数量而言远远落后于东部大部分省区。星级饭店的分布不仅反映了陕西与东部在开展国际旅游方面存在着差距,而且也反映了二者在对外开放程度和经济发展水平上的差距。

3.4.1.2 旅行社发展比较

旅游业是以旅游资源为凭借,以旅游设施为条件,为旅游者提供服务的综合性产业,它是由一系列相关产业如旅行社、旅游饭店、旅游交通、旅游景点等组成的产业群体。其中,旅行社是旅游活动的组织者,它为旅游者提供所需要的各种旅游服务项目。截至 2002 年年底,全国共有旅行社 11552 个,其中国际旅行社 1349 个,国内旅行社 10203 个。东部有旅行社 6485 个,占全国旅行社总数的 56%,其中国际旅行社 786 个,占全国的 58%;国内旅行社 5699 个,占全国的 56%。(如表 3-5):

表 3-5:

2002 年我国东部各省和陕西省旅行社单位数比较 单位: 个

| 地区 | 旅行社总数 | 国际旅行社 | 国内旅行社 |
|------|-------|-------|-------|
| 全国总计 | 11552 | 1349 | 10203 |
| 陕西 | 281 | 34 | 247 |
| 东部各省 | | | |
| 北京 | 508 | 165 | 343 |
| 天津 | 221 | 19 | 202 |
| 河北 | 524 | 30 | 494 |
| 辽宁 | 647 | 56 | 591 |
| 上海 | 541 | 41 | 500 |
| 江苏 | 844 | 69 | 775 |
| 浙江 | 675 | 46 | 629 |
| 福建 | 421 | 38 | 383 |
| 山东 | 1042 | 55 | 987 |
| 广东 | 593 | 178 | 415 |
| 广西 | 318 | 50 | 268 |
| 海南 | 151 | 39 | 112 |

资料来源:《中国旅游年鉴(2003)》,中国旅游出版社

从上表可以看出,东部地区各省、市、自治区拥有的旅行社,除天津、海南以外,均超过 300 家,其中广东和江苏超过 800 家,而陕西仅有 200 多家。

3.4.1.3 国际旅游业发展比较

2002 年,我国全年接待来华过境旅游者人数居世界第 5 位,达 9791 万人次;国际旅游外汇收入达 204 亿美元,居世界第 7 位。东部地区旅游外汇收入达 155 亿美元,占全国总收入的 76%。(如表 3-6):

表 3-6:

2002 年我国东部各省和陕西省的国际旅游对比表

| 地 区 | 海外游客 (万人次) | 外汇收入 (亿美元) | 按收入高低排名 |
|------|------------|------------|---------|
| 陕西 | 85.01 | 3.51 | 10 |
| 东部各省 | | | |
| 北京 | 310.38 | 31.15 | 2 |
| 天津 | 50.60 | 3.42 | 11 |
| 河北 | 47.36 | 1.67 | 18 |
| 辽宁 | 92.94 | 5.50 | 7 |
| 上海 | 272.53 | 22.75 | 3 |
| 江苏 | 222.63 | 10.50 | 5 |
| 浙江 | 204.10 | 9.28 | 6 |
| 福建 | 184.82 | 11.00 | 4 |
| 山东 | 97.68 | 4.72 | 8 |
| 广东 | 1525.88 | 50.91 | 1 |
| 广西 | 136.34 | 3.21 | 12 |
| 海南 | 38.94 | 0.92 | 23 |

资料来源:《中国旅游年鉴(2002)》,中国旅游出版社,2003年版

从上表可以看到,东部地区各省、市、自治区在国际旅游创汇收入方面包揽了全国的前 8 名。在对比中,我们也惊喜地看到,陕西的国际旅游业发展已进入全国先进行列,其国际旅游收入排在全国的第 10 位,这说明陕西的国际旅游业发展是大有潜力、大有希望的。

3.4.2 陕西发展旅游业的比较优势

陕西发展旅游业的优势比较明显,主要表现在以下三个方面:

3.4.2.1 资源优势

陕西省突出的旅游资源优势表现在独特的人文资源和丰富的自然资源两个方面。省会西安是闻名于世的历史文化名城,国都地位长达 1100 多年,其中周、秦、汉、唐是中国历史上最强盛、最辉煌的时期,留下了丰富的文化遗产,使西安素有“天然历史博物馆”之美誉。此外,陕西地跨秦岭山地、渭河平原和黄土高原三大地理单元,是我国生物多样性最为丰富的地区之一,有独特的地貌特征和优美的自然风景,具有发展休闲度假旅游、生态旅游、科学考察等多种旅游的丰富自然资源条件。

3.4.2.2 区位优势

陕西位于我国内陆中心，北靠内蒙，南接川鄂，西依甘宁，东邻晋豫，是通往大西北的门户，有着承东启西，连接南北的区位优势。而且省会城市西安作为全省的政治、经济、文化中心，它的发展能够对全省乃至整个西北地区起到辐射和带动作用。西安地处中西部的最前沿，是中国西部最大的城市，是西北地区最大的科技中心、金融中心和商贸中心，是连接南北、贯穿东西的重要交通枢纽。随着西部大开发高潮的到来，西安必然会成为西北地区客商、资金和物资的集散地。西安将以其强大的经济实力和西北地区旅游龙头的地位，成为西部地区的旅游集散地和辐射源，对西北五省的旅游业起到带动和辐射作用。

3.4.2.3 政策优势

西部大开发给陕西带来了千载难逢的好机会。2000年的中国东西部合作与投资洽谈会在西安召开，与会的中外客商5万多人，总投资金额达1000多亿元。备受关注的“2001年·中国西部论坛”也在西安举行，国际知名企业纷至沓来，东西部商界精英云集古城。我们很难用一个准确的数字来说明西安在西部大开发中的经济收获是多少，但我们完全可以肯定，它带给西安这座千年古城的发展机遇远不止于此。正如西安市前市长冯煦初所说，西部大开发给西安创造了加快发展的良好机遇，我们要把西安建成经济繁荣、社会文明的现代化外向型城市，建成中国西部地区科技、旅游、金融、信息、商贸中心。

依托丰富的旅游资源、优越的区位优势和优厚的政策优势，陕西旅游业得到了快速发展：城市旅游配套设施不断完善，旅游服务设施日益完备，城市旅游交通事业发展迅速，城市旅游环境得到了较大改善，旅游管理逐步步入法制化轨道，这些都为陕西旅游业的进一步发展创造了条件。

3.5 陕西旅游业发展中存在的问题

回顾过去二十多年的发展之路，旅游业对陕西经济的发展无疑起到了巨大的推动作用。但是，随着旅游业的大发展，有一些问题也明显地暴露了出来。目前，在陕西旅游业的发展中存在以下亟待解决的问题：

3.5.1 旅游产品结构不合理

3.5.1.1 众多文物古迹数十年来一成不变，缺乏新内涵

陕西是文物大省，拥有众多的文物古迹，这是陕西旅游业的一大特色。但是时代的变迁和人们旅游观念的变化，要求旅游产品必须是丰富多彩的。而陕西的旅游景区大多是数十年面孔如一，旅游产品缺乏生动的变化。陕西的秦始皇兵马俑坑号

称世界第八大奇迹，也正是这两千多年前的惊世之作带来了陕西旅游业的繁荣。因此，在当地流传一句话叫“致富不忘秦始皇”。长期以来，陕西一直靠兵马俑吸引着各方游客，海外旅游者对陕西的向往也仅限于一睹兵马俑盛况。然而，仅凭兵马俑这一数十年不变的老面孔已经很难适应旅游业的发展，在国际旅游市场追求自然、崇尚参与的新时期，我们不能只拿神情肃穆的兵马俑迎接游客，而应当赋予其新的内涵，开发一些新的旅游项目，扭转旅游产品老化的现状。

3.5.1.2 旅游活动参与性差，创汇能力低下

“食、住、行、游、购、娱”谓之旅游六大要素。特别是在崇尚休闲生活的今天，“娱乐”更显示出它在旅游活动中的重要性来。然而在陕西旅游的娱乐活动之少，由游客的感慨“白天看庙，晚上睡觉”可窥一斑。陕西长期以来固守以景点门票为主要旅游收入的经营思路，不重视相关产业的发展，导致游客消费渠道少。据有关统计，来陕外籍游客在陕停留时间只有两天，平均花销仅为 170.89 美元/人天，消费水平不及发达城市的一半。这种状况导致陕西旅游业总体效益相对低下。有关资料显示，近年来到陕西旅游的外宾虽已占到全国总数的 40% 左右，但其旅游创汇额却不及全国旅游创汇额的 2%；更有调查表明，近年来入境旅游者约有 30% 明确表示不愿到陕西参观兵马俑博物馆。这些都与陕西所拥有的世界级旅游资源极不相称。我们必须看到，仅靠参观文物古迹收取门票来发展陕西旅游业是远远不够的，应该创造更多的机会使游客参与到陕西的古文化中来，以增强在陕旅游的娱乐性和参与性，为旅游者创造更多更丰富的消费项目。

3.5.1.3 新型旅游项目开发不力

应该认识到，旅游资源决不局限于风光和古迹领域，只要能够为旅游者提供游览、观赏、求知、度假、娱乐、探险、考察研究、体育锻炼以及友好往来的客体和劳务，都可以发掘为旅游资源。省会西安是陕西的政治、经济、文化中心，又是东西部贸易的窗口，在这里大力拓展商务旅游大有可为。我们应该抓住西部大开发的契机，向海内外游客展示西安崭新的一面：我们有全国十大开发区之一的高新技术产业开发区，有众多各具特色的高等院校，有全国唯一的杨凌农业科技示范区……可以在这里设计几条科技旅游路线，充分发挥地域优势和科技优势，吸引更多的商务客人到陕西来。此外，会展旅游已成为当前我国旅游业发展的热点。如果我们能抓住这一旅游群体的特点，为他们量身定做有特色的旅游产品并提供充满个性化的旅游服务，定能为陕西旅游业带来大量的客源。

3.5.2 旅游资源开发不够

3.5.2.1 自然旅游资源开发程度不够

陕西省旅游资源十分丰富，除了文物古迹之外，还有许多具有开发潜力的自然

景观,但是我们对自然景观的利用很少。如西岳华山仅限于内宾游览,六月积雪的太白山只能吸引省内游客,黄河壶口瀑布的壮丽景象也未能引起旅游者的关注,还有一些独具特色的森林峡谷、矿泉飞瀑、珍禽异兽等旅游资源都没有得到开发利用,这对陕西旅游业来说无疑是一种资源的浪费。这些自然旅游项目还有待于进一步开拓和发展。

3.5.2.2 旅游资源的深度开发不够,整体吸引力不强

陕西旅游资源的开发主题单调,开发项目种类和形式较为单一,缺乏多样性,文化型、娱乐型旅游项目开发乏力,特色旅游商品匮乏。已有的旅游开发基本上处于观光旅游开发阶段,对参与性的旅游项目重视不够,不能完全适应世界旅游业由观光型向文化型、购物型、娱乐型方向转化的趋势和潮流。此外,已经开发的景区间缺乏应有的联系,旅游线路短,配套服务设施不健全,没有形成陕西省区域性旅游网络体系,影响了旅游资源的开发利用。

3.5.2.3 旅游资源开发利用不当,资源破坏严重

在我国,由于旅游业起步较晚,旅游从业人员专业经验不足,在资源开发利用过程中存在重开发、轻保护的倾向,再加上没有科学的开发规划、管理体制落后、追求短期利益,导致旅游资源开发利用不当,“建设性破坏”现象严重。如在景区内肆意开山取石、砍伐森林;景区建设散乱,珍稀动植物资源遭到破坏;过度开发,盲目上摊子、上项目,污染了自然和人文环境,影响了旅游资源的合理开发利用。

3.5.3 旅游产业经营规模较小

从总体上说,陕西旅游业产业化程度不高,缺乏规模经营与规模效益。据统计,全省有各类旅游企业 500 多家,旅游景区(点) 200 多处,经营旅游业的单位 700 多家(陕西经济年鉴,2002,陕西地图出版社),除西安旅游集团等 3 个旅游集团具有一定规模外,其余均是分散经营,各自为战,呈现出小、散、弱、差的状况,缺乏整体优势和规模效益,竞争能力不强。2001 年,全省旅行社利润总额和利润率明显下降,许多旅游饭店仍未摆脱亏损状态。随着中国加入 WTO,旅游市场竞争越来越激烈,提高旅游产业化程度,实现规模经营和规模效益,已迫在眉睫。

3.5.4 从业人员尤其是导游员的素质不高

旅游业是服务行业,更是窗口行业。旅游业从业人员的素质直接关系到旅游者对陕西的评价。然而,美丽的华清池景区工作人员举止粗俗,旅游汽车司机脏话连篇,餐厅服务员态度生硬……,在游览过程中与旅游者接触最多的导游员的服务也不尽人意。

陕西的旅游景点以文物古迹为主,而人文景观往往不能象自然景观那样直接激

起人的情感。在陕西历史博物馆、兵马俑坑前总能见到一些导游员口若悬河地大讲英雄人物、历史事件，其风度恰如一位位满腹经纶的学者，但他们的辛劳并不能得到肯定，身后的游客依然越来越少，因为这种讲解方式就像“填鸭式”教学一样令人乏味。更有一些导游只游不导或在一些景区不带路，严重影响了旅游业的声誉。此外，导游拿回扣在旅游行业已不再是秘密，回扣也已成为旅游商店进行竞争的“有效手段”，这样就形成了哪家回扣多，导游就带客人出现在哪家，他们为了收取高额回扣，“热心”地为游客们选购“物美价廉”的商品，与商家携手共“宰”旅游者。如在中央电视台《东方时空》中曝光的西安一日游，导游带客人将大量的时间花在可以拿回扣的景点和购物点，而到了兵马俑却只给客人半个小时的活动时间，这样的旅游不仅不能起到宣传古都的作用，反而会令游客对西安产生极大的反感，这对陕西旅游业的发展是非常不利的。

3.5.5 对外宣传促销不力

长期以来，我国旅游业的对外宣传主要由政府有关部门承担，企业自我推销不够，亦无法掌握到有关市场需求的的第一手资料，故很难做出符合市场需求的经营决策。陕西同样面临这样的问题。虽然陕西近几年在加强旅游宣传促销上作了许多工作，也取得了一定效果，但相对于陕西的旅游资源来说，无论从广度上还是力度上都是不够的。宣传经费不足、宣传手段落后、导游图和简介材料少且内容单一，印有航班、车次、旅游景点及价格的宣传图册很少。而那些仅有的宣传资料在内容上刻意地强调宣传“秦兵马俑”，以致使不少外国人认为“陕西只有兵马俑”，花许多钱去一趟不合算，从而使陕西失去了相当一部分国外市场。而事实上陕西有许多名胜古迹、文物景点极富魅力，如秦岭中的奇花异草、奇禽怪兽，陕北的民俗风情、特色小吃等却不注重对外宣传，使这些景点仍在沉睡，这也是来陕游客停留时间短（两天左右）的重要原因。另外，在外联推销方面，近年来虽有一定增长，但增长幅度较小，自主外联的国外游客占总接待人次的比重不到 15%，可以说，陕西仍处在等客上门、被动封闭的经营模式中。

4. 陕西旅游业在新时期面临的机遇与挑战

1999年,党中央、国务院高瞻远瞩地做出了实施西部大开发战略的重大决策。西部各省积极调整产业结构,加快基础设施和城镇建设速度,加大山川秀美工程力度,为旅游业提供了良好的发展动力和发展环境;2001年,我国结束了长达15年的谈判,于11月15日正式成为世界贸易组织(WTO)的成员国。我国加入WTO以后,国外先进的管理技术和资本将以各种形式进入旅游企业,国内旅游企业在人力、市场和财力资源方面将直接面对外国企业的强烈冲击,旅游市场规范和管理方面将面临严峻挑战。陕西旅游业必须认真分析目前所面临的形势和环境,把握机遇,迎接挑战。

4.1 西部大开发,旅游要发挥主导作用

我国西部地区幅员辽阔,自然资源丰富。但由于受历史、自然环境和地理位置等诸多因素的影响,其发展水平与东部相比存在较大差距。在世纪之交,党中央、国务院统揽全局、审时度势地做出了实施西部大开发、加快西部地区发展的重大决策。旅游业因其在国民经济增长过程中具有增加就业、扩大内需和脱贫致富等功能,在西部大开发中具有重要作用。江泽民特别强调:西部大开发,一定要发展特色旅游。从目前来看,旅游业已成为全国的新兴产业,在西部地区得到了蓬勃发展,并成为西部经济新的增长点。

4.1.1 发展旅游业能够拉动西部民族工业的进步

在西部蕴藏的各种资源中,旅游资源是最丰富,也是最容易开发和见到成效的。与沿海城市相比,西部地区虽然现代化程度比较低,但具有民族特色的手工业却是沿海地区无法比拟的。这些具有民族风情的手工业制品很受游客的青睐。如果游客增多,购买力加大,手工业就会得到发展并逐步形成规模,进而拉动其他相关生产加工企业的发展。当这些企业形成一定规模时,外资就可能进入,这对于加快民族工业的发展具有深远的意义。正如一位香港政协委员所说:“今天的旅游者,就是明天的投资者。”

4.1.2 发展旅游业有助于提高西部人民的素质

旅游业作为一个产业,不仅可以“治穷”,而且可以“治愚”,可以提高人的素质。长期以来,西部地区由于人们的观念落后,接受新事物比较慢,影响了经济的发展。而开发旅游业必然带来地区的开放,开放将为西部地区带来新的信息、观念

和文化。在这种交流和融合中,人们的视野会更加开阔,思想会更加解放,观念也会更新提高。“西部大开发,旅游要先行”就是要用各地旅游者带来的先进文化来提高西部劳动者的素质,增加西部人的市场经济意识,从而为西部开发奠定思想基础。

4.1.3 发展旅游业对保护西部地区的生态环境大有裨益

人们在反思了过去片面追求经济发展速度的失误后,提出了“持续发展观”和“综合发展观”的主张,这种新的观念明确指出“发展不等于经济增长”;“只有全面发展才是真正意义上的发展”。它强调经济发展与社会发展的协调,资源开发与环境保护并重,人与自然和谐共处。西部地区蕴藏着丰富的物质资源,这些资源如果过量过早开发,必然会造成生态环境的恶化。这种以破坏生态环境来谋求经济发展的做法,其后果是不堪设想的。而西部地区秀丽的山川景观、绚丽多彩的民族特色文化,正是旅游者所向往的。西部地区应该发挥自身的资源优势,大力发展旅游业,这样既有利于保护生态环境,又能够取得良好的经济效益。

总之,西部大开发是世界开发史上的壮举,更是中国的世纪工程,西部大开发首先有条件取得突破的应该是旅游业,首先应该大力发展的也是旅游业,它的发展对于带动城市经济、农村经济和牧区经济的发展都将产生积极的影响,旅游业的突破必将推动西部大开发战略的实施。

4.2 陕西旅游业在新时期面临的机遇

日前东部地区是中国旅游业发展的基地,也是中国旅游业发展的主体。但从国内外旅游市场导向来看,中国旅游业要向深层次推进,必须积极开发西部旅游资源,开发新的具有强大市场吸引力的旅游景区景点。可以肯定,西部地区将是中国旅游业发展的后劲所在。在可以预见的将来,西部地区将成为中国实现世界旅游强国目标的新增长极。国家实施的西部大开发战略,重点支持西部地区的基础设施建设、生态环境改善、人才培养以及旅游业的发展,这对西部旅游业是最直接的支持。在这样的时代背景下,陕西作为西部旅游大省,面临着重大的机遇。

4.2.1 西部大开发为陕西旅游业开辟了更多的融资渠道

西部大开发战略的实施,使西部地区成为国内外关注的热点,提高了西部旅游的知名度和吸引力,西部将成为国内外重要的旅游目的地。为了改善西部地区的旅游环境,国务院做出了扶植西部旅游业的决定,将每年发行10亿元国债支持西部旅游开发,国家计委等有关部门也将大力支持西部地区旅游基础设施的建设,并为

此发行两期共 12 亿元的旅游国债。最近几年, 国家将安排大量的财政拨款、银行贷款投入西部大开发中, 加快基础设施建设, 搞好生态环境。西部地区基础设施尤其是交通条件的改善有效地增强了旅游的可进入性, 为西部旅游业的发展提供了坚实的基础。此外, 西部旅游业的发展也得到了社会的广泛关注, 民间资金、区外资金介入的强度也越来越大, 这些资金无疑为发展陕西旅游业注入了新鲜的血液。

4.2.2 西部大开发为陕西旅游企业带来了新的经营方式和理念

受传统体制的影响, 西部现在最缺乏的仍然是市场观、竞争观、创新观、持续发展观, 西部旅游业要加速发展, 首先是观念的更新。我们已经认识到, 在旅游活动中, 消费者购买的是服务, 只有有了人的服务, 旅游目的物和旅游设施才能充分发挥其效应。因此, 我们必须思考旅游企业与其它企业管理的异同。在这方面东部旅游企业和外国旅游企业拥有成功的经验, 西部的开放将吸引这些企业进入陕西, 它们将会给陕西旅游企业带来新的经营管理理念。特别是外国旅游企业经过一百多年的发展, 在企业规模、信息技术、人才、管理经验等方面有很多优势。这些外国旅行社进入我国市场, 会利用其自身品牌优势和销售网络优势, 扩大来华客源市场, 尤其会扩大较高层次的度假旅游和商务旅游市场。他们将带来比较规范和现代化的内部管理和标准, 而那些国际知名旅行社的进入, 将会提高旅游服务质量方面产生社会示范作用, 促进陕西省旅行社的经营管理上一个新的台阶。

4.2.3 陕西地方政府的重视赋予了旅游业更高的地位和良好的发展空间

得天独厚的人文旅游资源是陕西发展旅游业的优势。早在 1985 年陕西省委、省政府就做出了大力扶植旅游业的决定。省第九次党代会报告在部署第三产业时, 把旅游业推为第三产业之首。1998 年 8 月 22 日, 省人大通过了《陕西省旅游管理条例》, 为繁荣和规范旅游业奠定了基础。同年的 12 月 5 日, 省委、省政府作出《关于深化旅游体制改革、加快旅游产业发展的决定》, 进一步明确了陕西省旅游业的发展方向和发展战略, 旅游产业化、规模化、市场化发展速度明显加快。目前, 把旅游业作为特色经济产业和西部大开发优先发展的产业, 已成为各级领导和全省人民的共识, 各级政府协调发展旅游业的措施逐步到位, 全民旅游意识进一步增强。政府主导型旅游发展战略的形成, 无疑为陕西旅游业营造了良好的发展空间。

4.2.4 科技进步作为一种巨大的推动力, 将带动陕西旅游业的发展

现代科学技术的推广和应用大大提高了经济效率和人们的生活质量, 同时也为旅游者提供了便捷的交通工具、舒适的住宿环境和方便的通信手段等, 这些条件的改善大大激发了潜在旅游者外出旅游的欲望。互联网的兴起也给旅游业带来了新的

契机,旅游电子商务使旅游企业突破了传统的经营模式和手段,利用网络技术一方面可以降低经营成本,让利于旅游者,另一方面也能够方便、快捷、准确地为旅游者提供服务。可见,先进的科学技术对旅游业的经营运作起着至关重要的作用。陕西旅游企业若能充分掌握先进的科学技术,并发挥其优势,必定能在日趋激烈的客源市场竞争中获胜。

4.2.5 国际、国内旅游业的迅猛发展为陕西旅游业创造了历史性机遇

据经济学家预测,在未来的二十年中,国际旅游业仍将保持较高的增长速度。而我国经济繁荣,社会稳定,旅游形象和吸引力日益增强,带动了入境旅游市场规模的持续扩大;国家扩大内需的政策导向刺激了国内旅游消费的迅速增长,为旅游业的快速发展创造了优越的市场条件。根据国际旅游组织“2020年旅游业展望”所做出的估计,到2020年末,我国将成为全球第一大国际旅游接待国,年接待国际游客将达到1.371亿人次。陕西作为旅游强省,一直是旅游者青睐的旅游目的地之一,预计到2020年末,年接待国际旅游者388万人次,年创汇30亿美元,年接待国内旅游者9600万人次,年国内旅游收入960亿人民币,全省旅游业年总收入1209亿人民币,相当于全省国内生产总值的18%以上。(陕西省旅游业发展“十五”计划纲要)。可以预见,世界旅游业的持续发展必将带动陕西省旅游业的发展。

4.3 陕西旅游业面临的挑战

中国加入WTO和实施西部大开发战略在给西部旅游业带来机遇的同时,也将带来严峻的挑战。

4.3.1 对陕西旅游产业观念的挑战

中国旅游业在1979年以后才真正被确立为一项经济产业,产业发展很不成熟,人们对旅游产业的运行方式、联动方式及投入方式均缺乏成熟而系统的认识。陕西由于受传统观念的影响,在发展旅游业的过程中,出现了大量旅游资源宏观配置和微观经营的失误。这些观念上的误区包括三个方面:

4.3.1.1 对旅游开发方式的片面认识

陕西拥有众多的在中国乃至世界上具有独特优势的旅游资源,是我国精品旅游资源的富集区。西部大开发战略的实施为陕西旅游业的发展提供了千载难逢的机遇。目前,陕西省已将旅游业列为经济发展的两个轮子之一,以发挥其联动效应和脱贫功能。但是,一些决策者的观念仍处于“人家干什么我干什么”的模仿开发阶段,没有针对市场需求发挥自身资源的比较优势,结果大量项目因形式雷同、缺乏

特色而导致投资回报率低下,浪费严重。如:从上世纪90年代初开始,人造景观就在陕西省遍地开花,仅秦俑馆门前就出现了帝王像、生平馆、秦皇园三家人造景观,临潼一个区的人造景观就多达十几家。这些人造景观寡然无味,游客看后大呼上当,效益可想而知。旅游经济是特色经济,没有特色就无法在市场上树立影响,没有特色就不可能吸引客人前来旅游,而特色就需要突破传统的旅游开发观念,需要有充分的创新意识,无论从旅游内容、路线设定,还是接待设施、导游服务上都要尽可能具有民族特色和地方特点,只有这样,陕西旅游业才能真正发挥后发优势,后来居上。

4.3.1.2 对旅游产品价值的错误认识

依照传统的政治经济学理论,价值是凝聚在商品中的一般人类劳动。那么,那些没有凝聚人类劳动的自然之物是没有价值可言的,自然资源作为自然赋予人类的礼物,当然也是无价的。正是这种旅游资源不计价的观念,歪曲了旅游产品成本的构成,虚增了旅游业新创造的价值,夸大了旅游业的经济效益。久而久之,使人们逐渐形成了“旅游业是一个低投入、高产出的产业”的错误观念,影响着旅游决策者和研究者的思想,致使陕西在开发旅游业的过程中,在利用旅游资源问题上形成了不等价交换关系。旅游企业无偿或微偿使用旅游资源,并通过外部不经济行为向社会转嫁成本,攫取社会利益,把环境问题留给了社会,造成了社会沉重的环境包袱,使社会在协调人类、经济、环境的问题上举步维艰。显然,这一不良行为已经成为束缚旅游业可持续发展的桎梏。实践要求我们必须改变传统的错误观念,把旅游产品、旅游资源、环境资源的计价问题提到旅游业可持续发展的议事日程上来。

4.3.1.3 对“旅游业是无烟工业”的绝对认识

世界性的人口增长和对自然资源的过度使用,严重破坏了人类赖以生存的生态环境,特别是在旅游界,一直流行着“旅游业是无烟工业,不像其它产业那样对环境造成污染”的观念。然而,当我们冷静地审视旅游开发的环境效益时,就会发现这一理论的严重错误。以华山为例,华山在多年前就开始为入选世界遗产作准备,但由于近年来过渡的经济开发,乱采矿石、破坏山体的现象十分严重,致使不少松柏枯死,华山松能在岩石缝中生长,却无法摆脱被污染致死的厄运,而那些不加处理的生活污水更使西峰雪白的绝壁被污染成黑色。这使华山失去了许多优势,也使华山离“世界遗产”的距离越来越远。可见,克服旅游业发展中忽视环保的短期行为,实现旅游业的持续发展,是陕西旅游界必须解决的问题。

4.3.2 对旅游企业管理体制的挑战

与东部地区相比,陕西旅游业落后的管理体制加上急功近利的利益驱动,最终难免会造成难以遏制的破坏性的资源开发问题。

4.3.2.1 政企职责划分问题

随着市场经济体制的建立,陕西目前对旅游景区的管理推行的是经营性的管理方式,即旅游景区的所有权属于政府,而经营权在旅游投资商。这种产权分离的目的是为了建立景区经营开发与旅游资源保护的良性互动关系。经营权和所有权的分离,的确可以解决旅游开发及保护过程中的政企不分问题和资金不足问题,但我们必须认识到两权分离可能产生的资源隐忧。陕西大部分景区的从业者资源保护意识不强,脱贫欲望较高,它们在获得了一定期限的经营权后,可能在体制、法规不健全的情况下,通过违反可持续发展原则的行为以经营权侵蚀所有权,在大量游客尚不具备较高的资源保护意识的同时,各旅游企业有可能为了取悦市场而忽视对资源的保护。因此,政府作为资源所有权的主体,如何重新界定产权方与经营方的权利、责任和义务是当前对陕西旅游业发展的一大挑战。

4.3.2.2 多头管理问题

旅游资源和土地、矿产一样,其开发利用不但应该遵守国家法律,更应纳入地方总体发展规划,接受统一的行业管理。旅游管理部门应当统一协调各相关机构对旅游资源的开发利用,对其进行全方位的管理,以实现旅游资源的保值增值和有效投资。然而,在陕西尚未形成统一的管理机制,对旅游景区的管理仍处于权力分散、职能交叉的状态,大部分景区的隶属关系复杂,其具体管理涉及旅游、建设、宗教、文物等多个部门,综合协调管理难度较大,进而直接影响景区的旅游投资和开发利用,这与迅速发展的跨地区、跨行业、跨国界的旅游经济活动的要求极不相符。所以,陕西亟需改善传统的管理体制,尽快建立权威性、统一性兼具的新型行业管理模式。

4.3.3 市场竞争方面的挑战

陕西旅游业在当前形势下所面临的市场竞争的压力来自两个方面:我国东部地区和外国旅游企业。

4.3.3.1 来自我国东部地区的竞争压力

最近几年来,全国都在加大旅游开发的力度,陕西将面临着与东部地区的严峻竞争。目前全国有31个省(直辖市、自治区)完成了旅游业“十五”规划,其中24个省(市、区)将旅游业定位为主导产业或支柱产业,31个省(市、区)都提出要加快旅游业的发展速度,要建成旅游大省、大区。陕西在2002年也确定了自己的发展目标:“十五”期间,入境旅游者接待人数年均增长10%,期末达到年110万人次,国际旅游收入年均增长12%,期末达到年5亿美元;国内旅游接待人数年均增长11%,期末达到5000万人次,国内旅游收入年均增长13%,期末达到235亿元人民币。“十五”期末,全省旅游业总收入将达到276亿元人民币,相当于同期

全省国内生产总值的 10.4%，入境旅游者接待人数和国际旅游收入在全国的排名有所提高。陕西省虽然也如东部各省一样，明确了指导思想，完成了旅游业的定位，但与东部省份相比，陕西省旅游业起步相对较晚，基础设施落后，位置偏远，可进入性差，这些原因导致我们必将面临来自东部省份的严峻挑战。

4.3.3.2 来自国外旅游企业的竞争压力

在加入 WTO 之前，我国旅游业采取的是自主开放的方式。而现在，我们必须遵守 WTO 各项协议中关于市场开放的规定。如：中国承诺 2003 年底前，取消外商在中国建设饭店和餐馆的相关限制；2005 年底前，取消对外资旅行社设立分支机构的限制。这对陕西的旅游企业造成了一定的压力，特别是对旅行社的冲击最为强烈。目前全省共有旅行社 281 家，其中国际旅行社 34 家，国内旅行社 247 家。从总体上看旅行社的客源市场已处于买方市场。外资旅行社进入陕西以后，必将进一步加剧该行业的竞争，使已经微利经营的旅行社行业“雪上加霜”，一些大型旅行社的市场份额可能会下降，实力弱小的旅行社可能因为不适应来自外国企业的冲击而遭到淘汰，导致员工失业。而且，在利益的驱使下，外方旅行社在时机成熟时，会撇开我方旅行社，形成海外客源“一条龙”的服务体系，独揽旅游接待全程利润，这种行为会使一些旅行社遭受毁灭性的打击。在这样的竞争状态下，陕西旅游业必须努力提高自身的竞争力，发展集团化的旅游企业是迫在眉睫的工作。虽然陕西旅游行业目前也发展了一些旅游集团公司，但能够像“西安旅游”这样叫得响的品牌太少，行业竞争力没有得到明显改善。如何加快旅游集团大发展，一段时间内还将是陕西旅游行业面临的挑战。

4.3.4 人才竞争方面的挑战

陕西旅游业经过二十多年的发展，培养了一大批旅游人才。随着旅游服务市场的开放，进入陕西的东部旅游企业和外国旅游企业为了顺利地经营，会以优厚的待遇吸引当地的旅游专业人才，导致陕西一些高素质、高层次的专业人才的流失。“人往高处走，水往低处流”，这种人才的自然流动顺理成章，如果准备不足，势必对全省旅游业的总体发展造成不利影响。因此，由于市场的开放而引发的人才外流问题，也是陕西旅游业要面临的挑战。

4.3.5 区域协作能力方面的挑战

区域合作是一个地区融入世界经济、分享发展成果的重要手段。东部地区和世界其他国家的旅游发展经验还表明，区域合作也是作为减少旅游风险的一个重要手段。陕西的旅游资源与周边省区如宁、青、甘、新、川有较大的互补性，这使西部旅游业的联合经营、共同发展成为可能。陕西要站在整个西部乃至全国旅游业共同

发展的高度，规划旅游业的发展。在做好本省地方小板块的同时，加强与附近省区的区域联合，互为依托，互补不足，做到特色联动，形成旅游发展的规模优势。然而，目前，陕西省的区域合作力度不够，还仅仅停留在政府层面上，启动区域和国际合作是今后陕西旅游业发展过程中必须要做的工作。

4.3.6 生态环境方面的挑战

随着民众生态环境保护意识的增强，人们对旅游开发所造成的环境破坏非常敏感。但是，人类为了自身的发展必须要对环境进行改造，特别是像陕西这样经济不发达、生态环境又比较脆弱的地区，其探索过程需要付出一定的代价。如何协调旅游资源的开发与生态环境保护之间的矛盾，将是陕西省政府和科研部门必须解决的问题。因为旅游业从本质上说，正是以追求人与自然的和谐为卖点的，游客到陕西来旅游，为的是享受秀美的山川、旖旎的风光、丰富的文物，谁会愿意到尘土飞扬、黄沙遍野、空气污浊的地方进行旅游活动呢？然而，有关监测资料显示，陕西很多景区存在着不同程度的环境污染。如西安的沣峪口凭借其得天独厚的自然资源（森林、河流），近年来已逐步发展成了西安近郊著名的风景区和避暑胜地，沿沣峪河道现已开发了大大小小十几处风景点、浴场和度假村。这些沿河道而建的风景点排放的生活污水以及游人随地丢弃的包装用品，严重地破坏了当地的水质。另外，生态环境系统失调问题也很严重。由于在风景区内开山炸石、砍树毁林，导致水土流失严重。还有一些建筑毁景障景，与自然和人文景观极不协调，破坏了景观的整体性、统一性，失去了和谐。这些生态环境问题的出现，都要求旅游企业的从业者们必须从长远利益出发，重视开发与保护的协调发展。

5. 陕西旅游业可持续发展模式研究

5.1 可持续发展理论

5.1.1 可持续发展思想的由来

可持续发展一词来源于西方发达国家，在英语中由两个单词组成：Sustainable Development。Sustainable 即可持续，来源于生态学；Development 即发展，在应用上多体现经济学的特征。这两个词组合成的“可持续发展”一词，在词义上具有生态学和经济学双重特征，它为环境和发展这两个在传统上不相关的内容找到了一个共同的营地。也就是说，“可持续发展”一词天然地包含有环境与发展和谐共生的内涵。

“可持续发展”的概念是由世界环境与发展委员会(WCED)，在1987年出版的《我们共同的未来》(Our Common Future, 1989年出版了中译本)中提出的，这一报告是由挪威 G.H.Brundtland 夫人领导 WCED 的 22 位专家，用了近三年时间，在全球范围内进行环境与发展问题的调查研究后写成的。报告中这样表述可持续发展的概念：“既满足当代的需要，又不危及后代满足需要能力的发展”，英文原文是“Sustainable Development, that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”(The World Commission on Environment and Development, 1987)。概念提出后，首先在第 42 届联合国大会上辩论通过，之后又在 1992 年的联合国环境与发展大会上取得共识。至此，可持续发展开始登上全球政治舞台。

5.1.2 可持续发展的内涵

Brundtland 夫人的可持续发展定义经 1992 年联合国环发大会认可，成为推动全球可持续发展的政治主张和被广泛接受的概念。《我们共同的未来》中指出，这一概念内涵五个基本原则：

5.1.2.1 发展原则

面对全球性的资源危机与生态破坏，《我们共同的未来》表明态度与“零增长”和“继续追求传统式的增长”截然不同。Brundtland 夫人指出，“国际经济必须在重视环境约束条件的同时，加快世界性的增长”，它不是灾难性的，也不是号召限制增长，而是提倡可持续性发展。Adams (1990) 在他的《绿色发展：第三世界的环境与可持续》一书中评论说：“这种发展对于摆脱发展中世界正在日益加深的巨大贫困是完全不可缺少的”。显然，可持续发展的概念明确地内涵了发展原则。

5.1.2.2 公平性原则

可持续发展所追求的公平性原则包含三层意思：一是本代人的公平。就是要满足全体人民的基本生活需要和给全体人民以机会满足他们较好生活的愿望；二是代际间的公平。就是要认识到人类赖以生存的自然资源是有限的，这一代人不要为自己的发展与需要而损害人类世代满足需求的条件——自然资源与环境；三是公平利用有限的资源。目前，占全球人口 26% 的发达国家所消耗的能源、钢铁和纸张等都占全球的 80% 左右，这是不公平的。联合国环发大会通过的《里约宣言》已把这公平原则上升为国际原则。

5.1.2.3 可持续性原则

Brundtland 夫人认为，“可持续发展不应损害支持地球生命的自然系统：大气、水、土壤、生物……”，“发展”一旦破坏了人类生存的物质基础，“发展”本身也就衰退了。“可持续发展”原则的核心是指人类的经济和社会发展不能超越资源与环境的承载能力。

5.1.2.4 主权原则

早在 1989 年 5 月，第 15 届联合国环境署理事会在《关于可持续发展的声明》中，就清楚地阐明了可持续发展的主权原则。该声明指出，可持续发展是没有国界的，但以什么方式去实现可持续发展则是一个国家的主权。《里约宣言》中也明确表述了这一观点：“各国拥有按照本国的环境与发展政策开发本国自然资源的主权”。

5.1.2.5 共同性原则

各国在历史、文化和经济发展水平上存在着差异，因而可持续发展的具体目标、政策和实施步骤必然有所不同。但是，可持续发展作为全球发展的总体目标，它所体现的发展性原则、公平性原则、可持续性原则和主权原则是共同的。并且，实现这一总目标需要采取一些全球共同的联合行动。

5.1.3 可持续发展思想在中国

根据 1992 年联合国环发大会提出的可持续发展概念、全球《21 世纪议程》和《里约宣言》，中国率先制定并实施《中国 21 世纪议程》和优先项目计划，把实施可持续发展作为我国的一个重大战略。这是世界上第一个国家级可持续发展战略。

1996 年，国务院办公厅转发国家计划委员会（现国家发展和改革委员会）和国家科学技术委员会（现国家科学技术部）“关于进一步推动实施《中国 21 世纪议程》意见的通知”。“通知”对可持续发展作出了政府行为的定义：“可持续发展就是既要考虑当前发展的需要，又要考虑未来发展的需要，不要以牺牲后代人的利益为代价来满足当代人利益的发展；可持续发展就是人口、经济、社会、资源和环境的协调发展，既要达到发展经济的目的，又要保护人类赖以生存的自然资源和环境，使

我们的子孙后代能够永续发展和安居乐业。”

1997年，中国向联合国提交《可持续发展国家报告》。根据中国的具体国情，中国对可持续发展的认识和理解主要强调以下几方面：可持续发展的核心是发展；可持续发展的重要标志是资源的永续利用和良好的生态环境；可持续发展既要考虑当前发展的需要，又要考虑未来发展的需要，它是不以牺牲后代人的利益为代价来满足当代人利益的发展；实现可持续发展战略必须转变思想观念和行为规范。

5.2 旅游可持续发展的内涵

旅游业可持续发展是当前旅游科学中的热门话题和崭新的研究方向。它规定了旅游业应采取的发展模式，指出了旅游开发与环境协调发展的途径，因而具有较强的理论意义和实践价值。

5.2.1 旅游可持续发展理论的形成

“旅游业是一个资源产业，是一个依靠资源禀赋和社会馈赠的产业。”(Murphy,1985)，吸引旅游者的最根本力量是自然资源和人文资源。因此，保持优良的生态环境和人文环境是旅游业赖以存在和发展的重要根基。

然而，旅游业发展速度如此之快，在短短几十年内一跃成为全球产值最大的产业，致使人们无暇思考发展旅游业的方法论问题。在实践中就表现为受利益驱使，将旅游业的发展简单地视为数量上的增长，如对资源的掠夺性开发，对旅游景区的粗放式管理，旅游设施的病态膨胀等等，从而导致环境舒适度降低，生态系统被破坏等环境问题的产生。人们在解决这些问题时往往持“先污染后治理”的态度，进而引起旅游破坏的恶性循环，西方学者称这一现象为“旅游摧毁旅游”。这样的现实使人们对“旅游是无烟产业”这一基本论断产生了质疑。

旅游不仅是当代人的需要，也是未来人的需要。旅游业比其它产业更多地依靠自然环境、人类遗产以及现代的高度文明，旅游活动将给生态环境带来深刻影响，所有这些都毋庸置疑地涉及资源的持续利用和保护以及生态系统的稳定平衡问题，也就是旅游业的持续发展问题。1990年在加拿大召开的Globe国际大会上，明确提出了旅游业持续发展的概念：所谓旅游业可持续发展，就是在保持和增进未来发展机会的同时，满足旅游者和旅游地居民当前的各种需要。1993年，在英国出版了一本名为《可持续旅游》的学术刊物，标志着这项研究已在旅游理论界形成气候。1994年4月，在西班牙旅游可持续发展会议上通过的《旅游可持续发展宪章》，为各国提供了一整套行为规范和推广可持续旅游的具体操作程序。《宪章》指出，旅游可持续发展的实质是要求旅游与自然、文化和人类的生存环境成为一个整体，以协调

和平衡彼此间的关系，在全球范围内实现经济发展目标和社会发展目标的统一。

旅游可持续发展理论的提出，对重新塑造人类与地球的关系、培养人类对其后代的生态责任观都具有明显的引导作用。

5.2.2 旅游可持续发展的涵义

可持续旅游 (Sustainable Tourism) 是随着全球可持续发展这一新观念的出现而出现的，是可持续发展大系统中的子系统。它是指在全世界范围内实现旅游环境保护目标、社会发展目标和经济目标相结合，在不超越资源与环境承载力的前提下，促进旅游的持续发展，提高人类的生活质量。联合国大会《关于旅游业的 21 世纪议程》认为，“在维持生态系统承载力范围内生活的同时改善人类生活质量……如果一项活动是可持续的，实际上它可以永远地延续下去”。要求旅游与自然环境、社会文化和经济发展构成一个有机协调的整体。

可持续旅游包括三方面的涵义：

一、公平性。强调本代人及代际间的公平以及公平分配有限的旅游资源，特别是公平分配不可更新的旅游资源。这里的“公平分配”包括两层含义：其一，同代人之间的公平。可持续旅游发展应当允许东道地居民参与本地旅游开发的有关决策，并分享发展旅游业所带来的收益。然而在发展中国家，由于跨国旅游企业大肆渗透，旅游收入漏损严重，东道社区在承担旅游业大量外部不经济效应（如拥挤、污染）的同时，却不能相应分享旅游收入，即便是在东道社区内部，也很难实现真正的公平。正如 Madrigal (1994) 所言：“旅游开发通常只能让一部分人受益”。因而，如何保证同代人之间的平等是发展中国家推广可持续旅游的首要问题之一。其二，不同代人之间的公平。旅游业必须尽可能降低由环境的不可逆转性变化所导致的未来各代人拥有的旅游资源的侵蚀风险，从而实现不同代人之间的公平。因此，如何在为当代人创造收入和保护未来各代人的生财资产之间寻求两全其美的道路，便成为可持续旅游发展的实质性问题。基于以上两方面的考虑，在发展旅游业时，必须从环境可接受性角度，谨慎考虑旅游开发的积极性和意愿。

二、持续性。强调旅游资源的开发和旅游产业发展应在生态系统和社会系统的承载力之内。旅游资源是不可复制的，尤其是历史文化遗产、名胜古迹，它们是人类社会发展留下的轨迹，一旦遭到破坏，就将毁掉祖先留下的宝贵的山水和文化积淀，即使重新还“原”，也将失去原来的价值。因此决不能掠夺性地开发旅游资源，而应该有序地进行科学管理和规划，针对不同属性的资源采取不同对策，在保护好资源的前提下最大限度地发挥其应有价值。例如，以植物为原材料的旅游纪念品不能超过该物种的“可持续生产” (Sustainable yield)；对于不可再生资源应强调节约利用。只有这样才能保证生态系统自我调节功能的正常发挥进而实现旅游业的持续

发展。

三、共同性。由于各国文化、历史和社会发展水平存在较大差别，旅游可持续发展的具体目标、措施不可能是唯一的。但是，旅游可持续发展作为全球旅游业发展的总目标，它所体现的公平性和持续性的精神是必须共同遵守的，并且为实现这一总目标必须采取全球共同的联合行动，既尊重所有各方的利益与特色，又要在保护全球环境与发展体系方面采取国际统一行动，强调共同的责任感，反对狭隘的区域发展观，把地球作为一个整体，以体现全人类的共同利益与发展要求。正如《21世纪议程》开篇中指出的“把环境和发展问题综合处理，并提高对这些问题的注意将会带来满足基本需要、提高所有人的生活水平、改进对生态系统的保护和管理、创造更安全更繁荣的未来的结果。没有一个国家能单独实现这个目标，但只要我们共同努力，建立促进可持续发展的全球伙伴关系，这个目标是可以实现的。”

从总体上说，可持续发展要达到经济、社会、生态环境三方面的协调统一。在经济上，不仅要重视数量的增长，更要追求发展质量，提高效益，节约资源；在生态上，要以自然保护为基础，与环境资源的承受能力相协调；在社会上，要与社会进步相适应，以提高生活质量为目的。现在，不论是发达国家还是发展中国家，都把可持续发展作为国家宏观战略的重要选择，这是人类在付出惨重代价后痛定思痛的结果，是超越国家、社会制度和意识形态之上的共同选择。

5.3 陕西旅游业可持续发展模式探讨

如前所述，旅游业是一个涉及食、住、行、游、购、娱等众多领域的复杂大系统，在该系统内部又存在多层次、多级别、相互辐射、相互影响的许多小系统。所以，要使旅游业这个庞大的系统正常运作并实现可持续发展，就需要使系统内各因素合理有效地发挥作用。从这个角度讲，旅游业的发展应该是旅游管理、旅游经营、旅游开发、旅游环境保护等各发面综合作用的结果，只有这些方面协调发展，才能提高旅游业的经济效益、社会效益、环境效益。对于陕西旅游业来说，它的发展同样依赖于以上几方面的综合作用。根据陕西省在旅游业“十五”发展规划及2010年远景目标中所提出的发展规划以及目前陕西旅游业存在的种种问题，笔者尝试提出陕西省旅游业可持续发展模式。该模式细分为管理模式、开发模式、空间模式、经营模式、资金模式、环保模式等六个方面。

5.3.1 政府主导型的管理模式

政府主导型管理模式是指按照旅游业自身的特点，在以市场为主合理配置资源的基础上，充分发挥政府的主导作用，促使旅游业更快发展。

这种管理模式的特点：宏观协调由国家出面，基础设施建设由当地政府引导，中间操作由集团承担，微观运营由企业自主，使政府主导与企业化、主要是集团化运作很好地结合起来。

5.3.1.1 实施政府主导型旅游管理模式的必要性

1、旅游业自身的特点决定了其发展必须采取政府主导型的管理模式

从旅游产品的特点来看：旅游产品是综合性的产品，它既包括有形的物质产品，也包括无形的服务产品，它涉及国民经济的各个部门，在其发展过程中必须有各方面的支持和配合。如旅游资源是公共性产品，没有专利保护，同一旅游资源、旅游设施谁都可以利用和享受，因而无法排除模仿、抄袭、搭便车的问题。从经济规律来说，具有综合性、信息性和公共特征的产品在很大程度上要靠政府组织开发生产。

从旅游产品销售来看：旅游产品的对外宣传包括形象宣传和产品宣传两个方面。形象宣传包括国家旅游形象、地方旅游形象等，正如中央政治局委员、书记处书记丁关根所指出的：“旅游工作十分重要，它不仅是促进经济发展的支柱产业，而且是精神文明建设的重要阵地，是进行对外宣传、介绍中国的重要窗口。”产品宣传包括对旅游线路、各类景区、旅游饭店和旅行社、车船公司等旅游企业的宣传。形象宣传是产品宣传的基础，产品宣传是形象宣传的深化，两者共同构成了旅游产品的销售。我们必须认识到，要创出旅游业的名牌，就是要创出国家名牌和地方名牌。因此，形象宣传需要由政府出面组织，形成政府主导。

从旅游产品的经营来看：由于旅游活动是一种跨地域的流动，因而旅游产品的经营也必然是跨地域的。这就要求具有一体化的市场，要求政府积极协调和培育市场，以适应旅游产品的经营和旅游业发展的需要。

2、旅游业日趋激烈的国际竞争要求采取政府主导型管理模式

随着经济全球化的深化，各企业面临着日益激烈的全球化竞争及复杂多变的营销环境，旅游业的跨地域经营本身就意味着高度的开放性、外向性、世界性和全面的竞争性。现在各国的旅游竞争已经形成了一个完整的体系，即以企业竞争为基础，以国家直接参与和组织竞争为龙头，形成举国竞争机制。在这种形势下，旅游业的对外竞争必然要求国内竞争的有序化和市场机制的完善化。它一方面要求企业经营的微观性要素在竞争中发挥更大的作用，另一方面政府的宏观管理要素也更为突出。面对全球化的市场和竞争，政府有必要参与竞争和指导竞争，发挥政府的主导作用，为我国旅游业跨世纪发展做出更大的贡献。

5.3.1.2 实施政府主导型旅游管理模式的主要措施

1、建立和完善旅游法制体系

迄今为止，旅游法尚未进入国家立法程序。在旅游法规中，由国务院颁布的只有《导游人员管理条例》一项，其余均为部门规章。可见，我国在旅游业发展的实

践中,旅游法规的建设还很不完善,无法可依和无执法手段的情况还普遍存在。但随着旅游业的快速发展,一些地方性的旅游法规建设取得了新的进展。1998年8月22日,陕西省第九届人大常委会第四次会议审议通过了《陕西省旅游管理条例》并公布实施。此后,省旅游局先后制定和印发了《陕西省旅游局行政处罚程序决定》、《陕西省旅游涉外餐馆定点管理办法》、《陕西省旅游涉外商品定点管理办法》等规范性文件,规范行政处罚和旅游市场。接着,《西安市旅游业管理条例》、《咸阳市旅游管理暂行规定》也相继出台。陕西省应将立法、普法和执法相结合,使全省旅游管理走上法制化轨道。

2、提高旅游管理部门的地位,或组织高层次的协调机制,以适应旅游大产业的规模和大发展的前景

在旅游业发展的过程中,应当尽可能地提高旅游管理部门的地位,使其能够充分地行使职能。另外,应当发挥政府信誉好、协调力强、有一定资金筹措能力的优势,特别是对于陕西这样经济发展水平低、旅游企业小、散、弱、差的地区来说,政府导向的高层次、全方位的组织、协调具有更为重大的意义。

3、为政府主导开辟资金来源

政府对旅游业发展的主导作用的实现需要相应的资金来支持。从二十世纪九十年代起,陕西建立了旅游发展基金,这对旅游业的发展起到了积极的作用。考虑到旅游大发展的需要,多渠道、多形式开辟政府资金来源是必要的。

4、加大促销投入

长期以来,陕西省的旅游促销经费严重缺乏,这大大限制了陕西省对国际旅游市场大面积、深层次的开发。目前,世界各国为了使自己能够处于有力的市场竞争地位,每年都投入相当数量的旅游经费用于开展旅游对外促销活动。按世界一般规律,吸引一个国际旅游者平均需要3—5美元的促销费,而陕西的这一数值尚不足0.5美元,这显然无法适应国际市场竞争的需要。因此,在政府主导型管理模式的实施中,加大促销投入是一项必须要做的工作。

5.3.1.3 实施政府主导型管理模式应注意问题

1、政府主导是暂时的

凡是产业,都应该能盈利;凡是能盈利的产业,最终都应该由企业主导而不是政府主导,这一点早已为国内外经济发展的经验和教训所证明。和其他产业一样,陕西旅游业目前正处于幼稚时期,需要政府的保护和扶植。实施政府主导是必要的,正如目前我国的某些高新技术产业和环保产业一样。当陕西旅游业的规模达到一定程度时,就应该按照市场规律运行,由企业自主经营。

2、政府主导与企业化,主要是集团化运作要结合起来

西安的旅游业发展很快,效益较好,关键就是在政府的组织、协调下,及时成

立了西安旅游集团，从景区景点建设到游客迎来送往，从产业发展规划到市场营销计划，都由旅游集团在市政府和旅游局的支持下，自主经营，不仅有条不紊，而且效益日益提高。西安旅游业迅速发展的经验证明，在地区的层面上，政府主导和企业化、集团化运作相结合的模式是必要和可行的，这一经验应推广到陕西的其他地区。

5.3.2 “三优转换”的产品开发模式

“三优”是指优势资源、优势产品、优势产业。发展陕西的旅游业应该以市场为导向，依托优势资源开发优势名牌产品，以优势名牌产品为龙头组建企业集团，发展优势产业，把优势产业培植成主导产业，带动陕西全省经济的起飞。

这种产品开发模式的特点：在产品开发过程中，以独特的资源为基础，发挥自身优势，注重对新产品的开发及对精品的培育，突出特色，创建陕西旅游品牌形象。

5.3.2.1 陕西实施“三优转换”产品开发模式的必要性

1、陕西省的经济发展状况决定了其旅游业的发展应该是“三优转换”

一般来说，一地的经济发展和产品开发都注意市场导向，旅游开发也大多强调以市场为导向。然而，旅游业是一个大产业，从产业开发模式看，陕西地处西北内陆地区，其经济发展状况使得旅游产业的发展不可能一蹴而就，而必须是依靠现有优势资源开发旅游产品，进而发展优势产业。这就决定了陕西在进行旅游开发时必须实施“三优转换”模式。

2、旅游业的发展规律要求陕西旅游开发应强调“三优转换”

从旅游业的发展规律来看，一般区域的旅游产品开发都要经历资源开发阶段——模仿开发阶段——市场导向阶段——引导市场阶段的过程。从目前旅游业的发展来看，陕西省正处在前两个阶段。而在资源开发和模仿开发阶段，必然要以优势资源为基础来进行旅游产品的开发。

3、陕西在全国旅游业中的区域分工决定了其发展必须实施“三优转换”

从区域分工的角度看，发达地区常常处于引领产品、引导市场的地位，落后地区的产品开发往往处在资源开发的相对初级阶段和产品的模仿阶段。中国旅游业目前布局的客观要求是：东部地区已经形成了中国旅游产业的主体，要求上水平、出精品；中部地区是战略的延伸区，要求上规模、出精品（在市场上有吸引力的产品）；西部地区是旅游发展的后劲所在，应该出极品、出绝品。陕西省有一些资源是不可替代、唯我独有的，具备了出绝品的条件。这样看来，陕西作为我国西部地区的旅游大省，若能做好出极品、出绝品的工作，与其他省份形成较好的组合，必将对全国旅游业的战略发展起到巨大的推动作用。

5.3.2.2 陕西实施“三优转换”模式的主要措施

1、以优势资源为基础，塑造品牌

陕西旅游业的发展应以优势、独特的旅游资源为基础，积极创新，突出特色，塑造名牌，扬长避短。在旅游资源的开发建设中坚持“人无我有，人有我优，人优我特”的原则，不盲目照搬，不搞重复建设，要充分展示陕西的地方风格和民族特色，树立起区别于其他地区的旅游形象特色，高起点、高立意、高水平地进行规划和建设，依据国际、国内旅游市场动向和旅游者需求趋向，创造性地塑造旅游品牌，着力开发“极品”和“绝品”，走出一条依托优势资源开发优势产品，依靠优势产品发展优势产业，进而带动全省整体发展的“三优”发展模式。

2、采取“极品带动”的旅游产品开发策略

在进行旅游产品开发的过程中，陕西省必须吸取以往的经验教训，避免景区景点遍地开花，造成对资源和生态环境的破坏，应当集中人力、财力、物力，高起点、大手笔，开发精品、绝品，力争经过 10—15 年的培育和建设，使陕西拥有一批国家级和世界级的名牌旅游产品，从而使陕西旅游在国内外旅游市场上形成较强的吸引力和竞争力。

3、大力开展生态旅游、民俗风情游等特色旅游

陕西省应当在自然风光游的基础上大力开展生态旅游，在保护文化多样性的基础上大力开发民俗风情游，在严格保护的基础上发展文物古迹游，同时重点发展历史文化遗迹游和科技旅游、会展旅游、商务旅游等特种旅游，充分挖掘陕西深厚的文化内涵。

5.3.2.3 陕西实施“三优转换”模式应注意的问题

“三优转换”模式强调依据国际、国内旅游市场动向和旅游者需求趋向，创造性地塑造旅游品牌，致力于开发旅游精品，走的是依靠优势资源开发优势产品，依靠优势产品发展优势产业进而带动地区整体发展的道路。在分析旅游市场动向时，可能会发生盲目模仿、低水平重复建设、没有特色等现象，旅游业的经营者和决策者必须认识到发展旅游业若没有特色就不会有竞争力和生命力。陕西的旅游资源是神奇、神秘、神圣的结合：神奇体现在华山等自然风光上，神秘体现在五千年的历史文化上，神圣体现在黄帝陵等人文景观上。这是陕西发展旅游业的优势，依托这“三神”发展旅游业，一定能使陕西旅游经济迅速腾飞。

5.3.3 据点式与点轴式相结合的空间开发模式

旅游资源的空间开发包括据点式、点轴式和网络式三种典型的模式。这三种模式的特点及各自适合的阶段如表 5-1 所示：

表 5-1

三种典型的空开开发模式及其对比

| 开发模式 | 内 涵 | 优点 | 缺点 | 适合阶段 |
|------|-------------------------|----------|-------|---------|
| 据点式 | 优先开发某个或某几个城市、交通枢纽或资源富集地 | 节省投资 | 带动作用小 | 开发的早期阶段 |
| 网络式 | 以交通网络为基础, 全面开发 | 需要大量投资 | 带动作用大 | 开发的高级阶段 |
| 点轴式 | 优先开发交通线、海岸带或沿河地区, 构筑产业带 | 介于上述二者之间 | | |

根据陕西的具体情况, 目前陕西可采取点轴式和据点式相结合的模式。

这种空间开发模式的特点是: 以旅游中心城市及王牌景区景点为依托, 以点穿线, 带动区域旅游整体的发展。

5.3.3.1 陕西旅游业实行据点式和点轴式空开开发模式的可行性

1、陕西实行据点式开发模式的可行性

据点式开发模式是国内外区域开发过程中普遍采用的一种空间开发模式。由于这种模式强调集中投资、突出重点并能够很快收到经济效益, 特别适合于区域开发和产业发展的早期阶段。陕西省的旅游资源虽然丰富独特, 但是基础设施滞后, 景区景点也比较分散, 再加上经济发展水平不高, 投资能力有限, 如果各景区齐头并进反而会减缓发展速度。所以, 陕西在进行旅游开发的前期, 不宜把战线拉得过长, 必须有选择地进行优先发展, 换句话说就是要实行据点式开发模式。能够作为陕西旅游开发据点的可以是旅游中心城市, 如西安、延安, 也可以是王牌景区景点, 如秦兵马俑、黄帝陵、华山等。

2、陕西实行点轴式开发模式的可行性

根据以上分析可以看出, 据点式开发模式有一个致命的弱点, 就是对区域发展和产业扩张的带动作用较小。因此, 陕西在整体采取据点式开发模式的基础上要辅以点轴式开发模式。“点”是指上述各旅游中心地, 它们对各级区域旅游发展具有一定的带动作用; “轴”是指在一定方向上连接若干中心地(中心城市、王牌景区景点)而形成的相对密集的资源 and 产业带。由于轴线及其附近地区已经具有较强的经济实力和较大的发展潜力, 我们可以称之为“发展轴带”。经过一段时间和一定的努力, 初期较孤立的几个中心地将逐步发展成为具有一定空间网络结构的区域。利用这种点轴式开发模式来指导陕西旅游开发的空开结构构建, 必定可以取得更好

的经济效益。

5.3.3.2 据点式与点轴式相结合是陕西旅游开发的最优模式

陕西的旅游景区景点遍布全省，布局比较分散，而且各景区景点的开发很不平衡，因此不能单纯地依靠据点式或点轴式开发模式，而必须将两种模式结合起来，即：依托旅游中心城市或王牌景区景点的优先发展，使其成为旅游经济的极或游客集散中心，带动周边地区旅游业的兴起；依托著名旅游景区景点组织旅游线路，构造产业带，进而带动相关地区旅游业的发展。

5.3.4 区域联动的经营模式

旅游业是高度开放性的产业，任何一个地区，无论其旅游资源如何丰富，都不可能关起门来做旅游。同样，陕西旅游在发展过程中必须加强各层次的区域联合，优势互补，共同发展。

这种经营模式的特点是：整体包装，联合经营，强调对大旅游、大市场的培育，以实现规模效益，提升区域旅游的整体形象。

区域联动的经营模式按涉及范围可以分为省内联动经营模式和省际联动经营模式。

5.3.4.1 陕西省内的区域联动经营

1、鼓励省内现有的旅游集团间的强强联合

可以由陕西省政府牵头，通过参股、合资、合作开发、委托经营、联合促销等方式对省内旅游集团各自的优势实施有效整合，在成功整合的基础上进一步密切相互的关系，必要时可组建新的旅游企业集团，从而实现规模经济和提升整体竞争力。

2、对小旅游企业进行统一管理

针对陕西旅游界小企业较多的现状，通过协作、联盟等方式把大量小旅游企业纳入到专业化分工体系中，逐步形成一批以大型旅游企业集团为核心，“小而专，小而精，小而特”的充满活力的小旅游企业为呼应的企业集群（饭店集群、旅行社集群、混合集群等）。可以建立一个全省性的和若干个区域性的旅游集散中心和旅游综合交易市场，为小企业销售产品和服务以及获取最新的产品、服务、市场、消费者需求、同业动态等信息提供场所，并促使小企业根据自身特点和所处地区环境走专业化道路，同时不断地寻求企业间的协作，从而加快小企业集群的形成。

5.3.4.2 省际区域联动经营

陕西应与西部各省区加强联合，共同培育大市场，发展大旅游，形成大产业。特别要注意与近邻的甘肃、青海、河南、山西、四川、宁夏等省区进行密切联系，由政府有关部门牵线搭桥，使陕西旅游业与周边省区旅游业实行联姻，组成区域协作区，互相推销，做到你中有我，我中有你。具体措施有：

- 1、加快陕西与西部各省区间的交通建设，打通断头路；
- 2、争取开辟更多的跨省区的运输线和航空线，逐步形成与旅游市场相适应的立体交通网络；
- 3、要加强与西部各省的信息交流，规范经营，制定协调一致的管理条例；
- 4、与西部各省共同宣传、相互促销，联合拓展市场；
- 5、加强与各省的联合，实现优势互补，串点成线成网，包括与东、中部旅游城市的横向联合乃至与亚、欧国家旅行社的联合，共同构建多层次、多功能的区域旅游网络，发挥规模聚集效应，拓宽并共享旅游市场。

总之，陕西应通过进行跨省旅游区的开发和省际旅游线路建设，实现资源的最优组合，实现“双赢”乃至“多赢”。

5.3.4.3 实施区域联动经营模式应注意的问题

陕西省的旅游开发必须有科学的规划和指导，在旅游发展中应该突出重点，集中财力，形成特色，开发出具有国际竞争力的名牌旅游产品。在规划旅游线路时必须从陕西以及西部的旅游资源的特点及经济发展水平出发，合理布局，提高旅游开发的综合效益。

在开发设计旅游线路时，要认识到“丝绸之路”仍是重点。陕西应与丝绸之路沿线城市共同开发丝路产品，共同创建丝路精品线路。此外，还可设计一些省际特色旅游线路，如：西安—安康—三峡—张家界山水奇观游；西安—安康—神农架生态探险游；西安—楼观台—法门寺—乾陵—神农祠—麦积山寺庙景观游；西安—韩城—平遥历史文化名城游等。

5.3.5 多渠道的融资模式

旅游业是一个高投入、高产出的产业，特别是在旅游业发展的初期，如果没有对基础设施、接待条件、景点建设、市场开拓等方面的高投入，就不会有以后的高产出。发展陕西旅游业必须坚持广辟财源的原则，实行政府资金引导、国际资金为辅、吸引民间资金投入的融资模式。

这种融资模式的特点是：采取市场化的运作方式，调动全社会的力量，多渠道、多形式、多层次筹集旅游建设资金。

1、政府资金

对国家级重点项目的建设，国家要注入前期的资金。陕西应抓住目前国家重点开发西部的机遇，争取各种国家专项资金投入，以加快陕西乃至整个西部地区的基础设施建设。

2、国际资金

国际资金的加入也是陕西旅游业筹资的重要渠道。目前中国西部的很多项目，

如：退耕还林、防治沙漠化等计划的实施既可以创造一定的旅游价值，又可能对全球的气候变化产生深刻的影响，因此成为国际关注的热点。热点就是旅游的卖点，就能吸引国际资金的介入，陕西要抓住这一契机，积极改善投资环境，充分利用各种经贸洽谈活动，广泛吸引国际资金向陕西旅游业投入。

3、民间资金

陕西旅游业的发展除依靠政府资金和国际资金外，更大量的资金投入还要靠吸引民间资金来完成。各旅游企业应进一步加大旅游开发招商引资的力度，采取市场化的运作方式，积极采用发行股票、债券等方式，多渠道筹集民间资金，拓宽旅游业建设的资金来源。

西部大开发战略的实施已经使陕西成为各方投资的热点，只有合理地管理和使用这些资金，使投资者有利可图，陕西旅游业才能长盛不衰。

5.3.6 严格保护与合理开发相结合的环保模式

陕西旅游业开发历史较短，人们对旅游与环境之间的关系尚缺乏科学的理解，“旅游业是无烟工业”的观念还比较流行，这种认为发展旅游业不存在环境污染的看法是与客观事实相违背的。只有科学地理解旅游开发与环境保护之间的关系，实现合理开发与严格保护的有机结合，才能真正促进陕西旅游业的可持续发展。

这种环保模式的特点是：强调在可持续发展理论的指导下，对旅游资源进行有计划、有节制地开发，最终实现经济效益、社会效益和环境效益的统一。

1、正确处理发展旅游与保护资源的关系

陕西旅游业要坚持可持续发展战略，正确处理发展旅游与保护环境、资源的关系，以更好地发挥旅游业在资源综合利用和产业结构调整方面的带动促进作用。要坚持严格保护、合理开发、永续利用相结合的原则，积极探索建立适合陕西省的资源保护机制，努力实现经济效益、社会效益和环境效益的同步提高。

2、以环境适应性为依据，适度开发旅游资源

各部门在制订旅游规划时，必须强调环境保护的内容，努力“争取旅游发展与环境保护的永久和谐”（世界旅游组织 1993 年口号）。在各旅游区中必须规划建设生活污水处理厂，做到绿化、美化环境与项目建设同步进行，并注意保护好区域内的地形地貌和动物植被；要考虑生态环境的承受能力，注意适度开发旅游资源，防止掠夺性开发；要设置环境容量界限，重点文物保护单位必须防止过多的游人进入，即使是一般旅游区，也应避免超容量吸引游人，以免资源和环境遭到损害。

3、开发符合可持续发展原则的生态旅游新产品

生态旅游是在生态学的观点和理论的指导下享受、认识、保护自然和文化遗产，带有生态科教、生态科普色彩的一种特殊形式的专项旅游活动。它提供给旅游者的

必须是具有良好生态环境的、以大自然为目标的旅游产品，要求旅游从业人员和旅游者必须具有良好的生态环境意识。生态旅游者不仅不会破坏环境，还应该对保护环境起一定的促进作用。诸如森林公园、村镇旅游、探险、漂流之类都可以纳入到生态旅游的范畴中。在这些方面，陕西具有一定的条件和优势，若能大力开发生态旅游产品，不仅有利于地区经济的发展，而且能够促进旅游区的生态平衡和可持续发展。

4、加强宣传，提高公众的旅游环保意识

加强旅游环保的宣传，提高公众的环保意识是实施旅游可持续发展的基础工程。我国公民对环境保护常识了解不多，环境保护意识不强，陕西省政府应当利用报纸、广播、电视等宣传媒介来宣传旅游环保，普及旅游环保教育，形成全民的保护社会环境和生态环境的意识，使人们具有一种自觉维护和保护旅游资源和旅游环境的愿望。此外，还可利用政府的行政手段和干预功能立法收税，规范旅游资源开发利用的各项标准，完善旅游业及旅游资源开发利用的管理体系，迫使旅游经营者将环境效益和生态效益的问题纳入到生产经营活动当中。

6. 结 论

6.1 结论

通过研究得出以下结论:

1. 本文从旅游活动的定义、特征入手,考察旅游业的相关概念,指出旅游业是联系旅游者和旅游资源的纽带,是借助于一定的旅游设施,为旅游者提供所需商品和服务的综合性产业。归纳出旅游业具有经济性、综合性、联动性、涉外性、劳动密集性、敏感性等特征。分析了旅游业在创造就业机会、增加外汇收入、扩大内需等方面的作用。

2. 本文在分析陕西省旅游业现状的基础上,明确了陕西旅游业具有资源多样且品位高、定位鲜明、规划整齐等特点。通过对陕西与东部各省的比较,指出陕西发展旅游业具备资源优势、区位优势和政策优势。进而深入分析陕西旅游业在发展过程中存在着产品结构不合理、产业经营规模小、从业人员素质低、对外宣传不力等亟待解决的问题。

3. 本文分析了在西部大开发的背景下,发展旅游业的必要性和可行性,指出陕西旅游业面临的机遇:更多的融资渠道、全新的经营方式和理念、陕西省政府的高度重视、科技的巨大进步、国际国内旅游业的迅猛发展,这样的大环境无疑将促进陕西旅游业的大发展。

4. 本文从各个角度分析了陕西旅游业面临的挑战,指出落后的产业观念、陈旧的管理体制、激烈的市场竞争和人才竞争、低下的区域协作能力、脆弱的生态环境等等,都将是陕西旅游业要面临的挑战。

5. 引入可持续发展理论,将该理论运用于旅游业,指出可持续旅游包括公平性、持续性、共同性三方面的含义,其最终日的是要达到经济、社会、环境的协调统一。探讨了陕西旅游业可持续发展的六种模式:管理模式、产品开发模式、空间开发模式、经营模式、融资模式、环保模式,并提出了一些切实可行的措施。

6.2 本文尚需继续深入的问题

在撰写这篇论文的过程中,虽然有导师对我的悉心指导,本人也尽了最大努力,并且取得了一些成果,但是从整个论文的研究过程来看,还存在着有待继续深入研究的问题。有的问题是因为文章篇幅所限未能提及,有的问题虽已提出但只是浅尝辄止,有待进一步深化。

1. 陕西旅游业在二十多年的发展过程中出现了各种各样的问题,这些问题如何

解决，具体有哪些对策，本文没有单独进行针对性地分析，只是散见于各节。但是在理论上提出相应的对策是有必要的，也是我今后要努力完成的。

2.旅游业是一个复杂的大系统，要使这个庞大的系统正常运作并实现持续发展，就需要系统内各个因素合理有效地发挥作用。六种模式的建立，有助于协调各因素之间的关系，但旅游业作为一项产业，要促进其发展必须通过一些操作性强的具体措施才能得以实现。由于种种原因，本文没能做这方面的工作，对这一问题的研究将是我今后的一项重要任务。

结束语：

陕西作为我国西部地区的旅游大省，在可持续发展思想和理论的指导下，其旅游业的发展已经具备了一定的规模。只要我们继续沿着这个方向走下去，陕西旅游业一定可以做到经济、社会、资源和环境的协调发展，从而使旅游业真正成为陕西省永久的“朝阳产业”。

如果本文能够解决陕西旅游业发展过程中的一些问题，对旅游企业的经营有所启示，将是导师和我最大的欣慰。恳请各位学者、老师不吝赐教。

致 谢

本篇硕士学位论文是在我的导师侯远志教授的悉心指导下完成的。从论文题目的确定、提纲的设计、资料的收集，到论文成形后的数次修改、几度润色，侯老师都给予了我极大的帮助。侯老师那严谨的治学作风和精益求精的科研态度，将使我终身受益。此外，在我攻读硕士学位期间，由于要兼顾学业、工作和家庭，常常会碰到一些困难，有时甚至想要放弃学业，每到这种时候，侯老师总是最大可能地关怀和支持我，鞭策我坚持学习，令我倍受感动和激励。在此，我对侯老师表示深深地感谢！

我要特别感谢赵安启教授，张同乐教授，田广研教授，顾凡副教授，周循教授，邓波副教授，李仙娥教授，杨淑琴老师，宋丽安老师，感谢他们在课堂上对我的教诲和在生活中对我的帮助，衷心地感谢各位老师！

我还要特别感谢我的先生张宏程，是他在我的学习生活中，默默奉献，任劳任怨，支持我顺利完成学业。

参考文献

1. 专著部分

- [1]葛全胜等著 《西部开发旅游发展战略》 中国旅游出版社 2002
- [2]赵长华著 《旅游概论》 旅游教育出版社 2001
- [3]北京联合大学旅游管理学院基础教研室编 《旅游管理学概论》 北京经济科学出版社 1998
- [4]陕西省人民政府办公厅 《简明陕西省情》 陕西人民出版社 1997
- [5]赵荣,李同升著 《陕西文化景观研究》 西北大学出版社 1999
- [6]陕西师范大学《西部大开发战略与对策研究》课题组 《西部大开发战略与对策研究》 陕西师范大学出版社 1999
- [7]陕西省统计局 《陕西五十年》 三秦出版社 1999
- [8]陕西省人民政府办公厅 《陕西省旅游业“十五”计划纲要》 陕西人民出版社 2002
- [9]隋学峰,苟世祥著 《中国西部旅游发展研究》 重庆出版社 2001
- [10]张冲主编 《旅游策划与旅游规划实证研究》 西安地图出版社 2003
- [11]郑易生著 《深度忧患——当代中国的可持续发展问题》 今日中国出版社 1999
- [12]张坤民著 《可持续发展论》 中国环境科学出版社 1998
- [13]WCED 《我们共同的未来》 世界知识出版社 1989
- [14]《2000年中国可持续发展战略报告》 科学出版社 2000
- [15]朱玉槐主编 《旅游学辞典》 陕西旅游出版社 1992
- [16]刘培哲等著 《可持续发展理论与中国 21 世纪议程》 气象出版社 2001
- [17]孙敏等著 《经济社会发展与环境保护》 中国环境科学出版社 1998
- [18]石高俊著 《中国旅游资源》 江苏教育出版社 1999
- [19]罗明义著 《旅游经济学》 南开大学出版社 1998
- [20]郭康著 《旅游开发研究》 气象出版社 1997
- [21]李天元著 《旅游学概论》 南开大学出版社 2000
- [22]邹统前主编 《旅游开发与规划》 旅游教育出版社 1998
- [23]Colin Hunter and Howard Green, Tourism and Environment-A Sustainable Relationship, NewYork Routledge, 1995
- [24]Inkeep E. National and Regional Tourism Planning, The Hague: Van Nostrand Reinhold, 1994
- [25]Martin Oppermann. Convention participation Decision-Making Process Annals of Tourism Research 1997

[26] Lester R. Brown, Christopher Flavin, Hilary French, State of the World 2000, 1999

[27] 迈克尔·所罗门著 《消费者行为》 北京经济科学出版社 2000

2. 论文部分

[28] 王德利 《论旅游业的概念、本质和规划》 载《财贸研究》 2001.4

[29] 吴述席 《简论旅游业在我国国民经济中的地位和作用》 载《宏观经济管理》 2002.2

[30] 张广瑞 《关于发展旅游业的几点思考》 载《宏观经济管理》 1997.1

[31] 刘庆元 《旅游业——西部开发中的经济增长点》 载《旅游调研》 2002.3

[32] 魏小安 《中国旅游业的可持续发展战略初探》 载《旅游调研》 1999.3

[33] 匡林 《旅游业与可持续发展》 载《南开经济研究》 2000.1

[34] 张二勋 《论可持续发展理论在旅游业中的应用》 载《地理学与国土研究》 1999.3

[35] 李丽明 《关于陕西旅游区景观布局及产品结构调整的构想》 载《人文地理》 2002.2

[36] 魏小安 《关于旅游业成为经济增长点的若干问题》 载《旅游调研》 1999.2

[37] 李蕾蕾 《区域旅游形象设计研究》 北京大学博士论文 1998

[38] 卢云亭 《生态旅游与可持续旅游发展》 载《经济地理》 2002.3

[39] 董平 《我国旅游资源区划初探》 载《地域研究与开发》 2000.4

[40] 陆玉麒 《旅游景观的空间透视》 载《旅游》 1997.3

[41] 国务院西部开发办 《关于西部大开发若干政策措施实施意见》 载《西部社会》 2001.1

[42] 国家旅游局政策法规司 《加入 WTO 对中国旅游业的影响》 载《旅游调研》 2001.2

[43] 黎洁 《旅游资源的资产化管理与旅游业环境经济政策研究》 载《旅游学刊》 2002.4

[44] 陈实 李树民 《对西部旅游资源可持续开发利用的再思考》 载《唐都学刊》 2002.1

[45] 白芸 《旅游区发展的环境问题、原因及对策》 载中国环境报 1995.2

[46] 唐学峰 《西部旅游开发应采取政府主导的发展模式》 载《经济体制改革》 2001.3

[47] 石梦菊 《试论旅游业可持续发展和环境保护》 载《江西社会科学》 2001.6

[48] 姜艳 《中国旅游业持续发展应注意的问题》 载《中国第三产业》 2001.7

[49] 孙建华 《旅游业已成为我国重要产业》 载《中国经济时报》 1997.2