

此页面上的内容需要较新版本的 Adobe Flash Player。



您现在的位置：中国城市发展网 > 城市理论 > 城市资源旅游 > 文章正文

- 2008年中国城市创新能力科学…
- 关于出席《2009全国中小城市…
- 举办市长、局长（生态旅游）…
- 《中国城市年鉴》2009年卷

政府
最新热门
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 旅游市场竞争全球化条件</li> <li>■ 浅谈塑造桂林旅游新形象</li> <li>■ 开发钦州市旅游业的探讨</li> <li>■ 论广西旅游业创新发展的</li> <li>■ 谈大力发展廊坊市休闲旅</li> <li>■ 关于提升休闲农业旅游地</li> <li>■ 浅论乡村旅游与农村旅游</li> <li>■ 乡村旅游发展问题与对策</li> <li>■ 乡村旅游发展中存在的问</li> <li>■ 中国旅游饭店定位的创新</li> <li>■ 吉林省冰雪体育旅游产业</li> <li>■ 长沙市影视旅游开发浅析</li> <li>■ 当前云南旅游资源优势及</li> <li>■ 城市水业的新机遇新模式</li> <li>■ 焦作市土地节约集约利用</li> </ul>
最新推荐
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 双鸭山将在全省率先创建</li> <li>■ 泛北部湾区域旅游合作的</li> <li>■ 泰州发展城市旅游的对策</li> <li>■ 乡村旅游：三十年与三个</li> <li>■ 以“软实力”来推动旅游</li> <li>■ 打造“夏都”专家谈：“</li> <li>■ 打造旅游地产灵魂的三大</li> <li>■ 东方明珠：借助世博演艺</li> <li>■ 抓住良机积极发挥兵团旅</li> <li>■ 抢抓机遇，努力把白山建</li> <li>■ 构建鄂西生态文化旅游圈</li> <li>■ 雷山倾力打造“中国苗族</li> <li>■ 水资源的资产化、资本化</li> <li>■ 桂林旅游产业与城市经济</li> <li>■ 城市旅游发展模式选择的</li> </ul>
学校

## 基于生态位理论的旅游资源开发策略

作者：王海燕 文章来源：论文网 更新日期：2008-1-23 [收藏此页](#)

生态学起源于生物学，但已经超越了生物学的范围。它不仅包括自然科学，也包括社会科学，更多的是一种认识论和方法论，是自然科学通向社会科学的桥梁。而生态位理论是生态学最重要的理论之一，现已逐步渗透到社会学研究的领域，目前主要是在企业发展理论研究和城市发展理论研究两个方面被重点关注和热点探讨。

### 一、旅游资源生态位的内涵

生态位是指在生态因子变化范围内，能够被生态元实际和潜在占据利用或适应的部分。同样，应用到社会学领域，旅游资源作为旅游系统中的一个单元，与生态元在生态系统中的地位相类似，旅游资源在旅游系统中也具有一定的结构与功能，具有相应的生态位。旅游资源生态位是指旅游资源在区域旅游系统中依据其特点、品位、市场开发潜力及需求状况而确立的发展地位及由此而致的开发序位和市场定位。旅游资源生态位是旅游资源本体特征与环境条件(旅游资源所处的生态环境条件、人文环境条件、资源开发条件、区位条件、客源条件等)互动匹配后所处的状态，是旅游资源在特定时期、特定区域范围内旅游业发展中所具有的功能与地位。

### 二、江西旅游资源生态位分析

#### 1. 江西旅游资源的总体概况

素享“物华天宝、人杰地灵”美誉的江西，山川秀丽，人文荟萃，旅游资源丰富。全省现有世界文化景观1处，风景名胜点(点)400多个，自然保护区14个(国家级3个)，森林公园58个(国家级14个)，历史文化名城7座(国家级3座)，重点文物保护单位1955处(全国重点24处)。此外还有丰富的风物名产、地方文化和众多的现代建设项目。

#### 2. 江西旅游资源生态位的“三位论”

##### (1)江西旅游资源价值层位(营养维度生态位)

旅游资源价值层位是指从审美的角度和旅游资源自身特点、属性、开发利用条件出发，旅游资源在区域旅游业发展中的地位。我们也可以称之为旅游资源的“营养生态位”，也就是旅游资源本身能够满足旅游者需求的程度及旅游者从中所能获得的价值(营养)大小。旅游资源价值层位是旅游资源开发序位和旅游资源市场定位的基础。旅游资源价值层位可以通过对旅游资源品位高低、吸引力大小、旅游资源开发基础条件等因素进行综合评价。根据对江西旅游资源的综合评分，可以把旅游资源价值层位分为三个层位。第一层位的为资源品位高、吸引力大、旅游基础设施较好的旅游资源(景区)，包括：庐山、井冈山、龙虎山、三清山、景德镇、瑞金、南昌市区、安远三百山、吴城候鸟区、九江浔阳区、赣州章贡区等。第二层位的为资源品位、吸引力中等，旅游基础设施尚可的旅游资源(景区)，包括：婺源、湖口石钟山、新余仙女湖、彭泽龙宫洞、萍乡安源、乐安流坑、靖安三爪仑、永修云居山、龙南武当山、柘林湖、宁冈、吉安、龟峰、梅岭、宁都翠微峰、南城麻姑山等。第三层位的为资源品位、吸引力一般或资源品位尚可，但旅游基础设施较差的旅游资源(景区)，包括：瑞昌秦山、峡江玉笥山、遂川白水仙一泉江、莲花玉壶山、万年仙人洞、铅山、浮梁、乐平、樟树、会昌汉仙岩；金溪疏山寺、宜黄曹山、宜丰洞山、万载竹山、武功山、孽龙洞、修水南崖一清水岩等。

##### (2)江西旅游资源开发序位(时间维度生态位)

旅游资源开发序位是根据旅游资源本身的价值品质、旅游资源所在地的区位环境条件、区域旅游资源相互关系等因素，确定的旅游资源在区域旅游开发中的时间顺序和旅游资源在区域旅游功能系统中的地位。旅游资源开发序位包括开发时间先后秩序、开发建设规模和功能体系定位。旅游资源的价值层位是确定旅游资源开发序位的基础，而旅游区位因素(旅游开发难易程度、投资规模、客源市场保证程度、区域社会经济状况等)是确定旅游资源开发定位的重要条件。根据旅游资源的价值层位，旅游资源在区域系统中的空间格局(区位)，旅游资源的替代关系与互补关系，旅游资源开发支持体系的能力建设状况等因素确定江西旅游资源的开发序位。

江西旅游资源开发序位可以从两个层次进行划分：一是旅游资源总体开发序位，如庐山、井冈山一三

### 机构

### 博客之星

### 相关文章

当前云南旅游资源优势及开发  
论转变旅游资源开发方式  
旅游发展增长极研究  
河北旅游资源开发研究  
西部旅游资源开发及环境保护  
论云南旅游资源优势及其开发  
论衡阳市雁峰区旅游资源开发  
佳木斯旅游经济的开发与管理  
湖北省旅游经济影响力研究  
海南旅游业可持续发展刍议

清山、龙虎山、景德镇、仙女湖等—三百山、石钟山、龟峰、乐安流坑等—龙宫洞、小武当、武功山等—狮子洞、七里窑、瑞昌泰山等；二是旅游资源类型开发序位，如山岳景观系列开发序位：庐山、井冈山—龙虎山、三清山—三百山—武功山、黄岗山，丹霞地貌景观系列开发序位：龙虎山—龟峰—小武当。

### (3)江西旅游资源开发的市场定位(空间维度生态位)

旅游资源市场定位是根据区域中旅游资源的价值层位现状，分析旅游资源的辐射距离大小和吸引向性而确定的旅游资源的市场开发方向和预期规模大小，即同一资源在不同区域市场上所占据的位置与市场层次。旅游资源市场定位可以分为旅游资源的市场空间定位(空间生态位)和旅游资源的市场功能定位——目标细分市场定位(功能生态位)。江西旅游资源的特色概括起来就是绝特山水、红色摇篮、陶瓷艺术、道教文化和古色文化。就江西旅游资源吸引力来看以及入境旅游者对江西旅游资源感兴趣的比较和历年来江西各景区入境旅游接待情况分析，入境旅游者对江西旅游资源的兴趣大小依次是绝特山水、陶瓷艺术、古色文化、道教文化和红色摇篮；港澳旅游者对江西旅游资源的兴趣大小依次是绝特山水、道教文化、陶瓷艺术、红色摇篮和古色文化。

而江西的名山胜水及红色文化最吸引国内游客其次是道教文化、古色文化和陶瓷艺术。因此江西旅游资源开发的市场定位，可以其层次关系。

### 三、江西旅游资源生态位的选择策略

俄罗斯微生物学家格乌司指出，生态位是可以选择的。不同物种要想生存下去就必须选准自身的生态位，在生存的时间和空间上与其他物种错开。旅游资源生态位的选择是旅游资源开发面对生存与竞争所采取的一种积极的策略。旅游资源生态位的选择必须考虑旅游资源自身禀赋特征与需求、时间、空间等因素的协调统一。

#### 1. 确立合理的旅游资源开发序位——生态位定位

江西在区域旅游系统中，在已有的旅游资源生态序位基础上，为了适应环境变化和竞争实力的提高，不断地开发新旅游产品和特色旅游产品，通过不断扩展自身的生态位空间，寻找新的发展空间，拓展旅游资源生态位的宽度，在区域旅游业发展中占据有利的生存位置，确立合理的旅游资源开发序位。第一，优先发展：红色旅游。将红色旅游作为江西旅游产业发展的突破口和着力点，实行红色旅游领跑战略。使红色旅游成为江西独具特色与魅力的“红色名片”，带动江西整个旅游业的发展。第二，重点发展：观光旅游，休闲度假旅游，农业旅游，文化旅游。第三，保护发展：生态旅游，宗教旅游。第四，培育发展：会展旅游，科考旅游，工业旅游，购物旅游，军体探险旅游，自助和自驾车旅游。

为避免区域内旅游资源生态位重叠，避免低层次重复开发，江西旅游资源开发应确立各类旅游资源的开发重点，如红色旅游资源开发应以井冈山为重点，观光旅游资源开发应以庐山为龙头，道教文化旅游资源开发应以龙虎山为中心。在区域旅游系统内应有层次、有重点、分阶段地进行旅游资源开发。

#### 2. 进行旅游资源错位开发——生态位调整

在旅游资源开发过程中旅游资源生态位差异越大，彼此之间的竞争就越小，甚至处于相互依赖的合作关系。反之，旅游资源生态位越接近，相互竞争就越激烈，生存压力就越大。因此，为避免生态位重叠而导致的恶性竞争(价格战、广告战和产品战等)，寻求共同发展，可以选择旅游资源错位开发模式。旅游资源错位开发可以分为：时间错位、空间错位、产品错位和市场错位四种形式。

(1)时间错位：对江西旅游业的发展应正确选择旅游资源开发的序位，做到分期开发，滚动式发展，确立旅游资源开发的主次关系与次序。对一些具有良好市场前景与预期的旅游资源，应尽早尽快进行开发，充分利用“时间差”，占据有利的市场，确立先发优势。如生态旅游是江西的一大资源优势，同时，生态旅游也是21世纪旅游业的发展方向与趋势，因此，江西应重视生态旅游资源的开发，努力提升江西旅游业的品位。

(2)空间错位：寻找有利于自己发展的生存空间，避免区域内在资源开发模式上低水平重复开发。形成区域旅游系统的合理的空间梯度。通过空间错位开发，在区域旅游系统内逐步形成具有强吸引力、辐射力的旅游节点。这些旅游节点对周围地区的吸引、辐射效应，会促成区域旅游系统内部各地区之间进一步发生互动效应，形成彼此之间的旅游职能互补，并逐步形成层次有序的区域旅游系统的空间结构。江西旅游业要实现可持续发展，要切实打好庐山牌，使其成为吸纳游客和周边旅游区传递客源的中心。要把井冈山作为另一个名牌旅游产品来建设，建成新的旅游热线。要充分发挥庐山的世界文化景观的品牌优势和井冈山的红色旅游圣地的品牌与政策优势，对江西旅游业的发展起到辐射作用与带动作用。

(3)产品错位：同质化的资源，差异化的开发。多元化的旅游市场需求要求旅游产品必须有鲜明的个性和明显的差异性。旅游产品错位开发主要包括：第一，产品特色错位，找出旅游资源开发亮点，形成旅游特色产品，如江西的红色旅游和生态旅游；第二，产品开发规模错位，通过规模建立自身的优势与个性；第三，产品档次错位，在产品质量、服务水平做文章，打造旅游精品，同时，随着休闲时代的到来，也应开发不同档次的旅游产品，满足多层次的旅游市场需求。

(4)市场错位：没有饱和的市场，只有饱和的思想。市场错位开发就是寻找市场空位，找准自己具有相对优势的旅游细分市场进行开发。针对江西旅游资源的价值层位和资源禀赋特征，找准江西旅游资源开发的市场定位。

首先，入境市场定位。其核心市场主要是港澳台、东南亚、东北亚(主要是日、韩)、北美(美国、加拿大)4大市场，基本市场：西欧、澳洲，机会市场：其他国家和地区。其市场发展战略重点：针对港澳台市场，主要推出江西名山大湖古城观光、景德镇陶瓷赏购、红色摇篮访习、三百山饮水探源、龙虎山道教朝圣、三清山奇峰观赏等旅游产品。针对东北亚和东南亚市场，主要推出庐山国际会议、景德镇陶瓷艺术研修、龙虎山和三清山道教文化、婺源山水田园采风、乐安流坑古村探访等旅游产品。针对欧美市场，主要推出庐山国际会议、景德镇陶瓷艺术研修、鄱阳湖冬季珍禽观赏、红色摇篮探访等旅游产品。

其次，国内市场定位。以上海为中心的长三角地区市场，重点推出庐山、井冈山、三清山、龙虎山、景德镇、婺源等旅游目的地的观光、会议、度假、生态等旅游产品。以广州为中心的珠三角地区市场，重点推出京九江西名山大湖古城观光、会议、生态、宗教文化等旅游产品。以武汉为中心的华中旅游市场，重点推出江西名山观光、访习和会议等旅游产品。以北京为中心的北方市场，应以庐山、井冈山观光、访习、会议等旅游产品为先导，大力开拓北京市场，并逐步拓宽北方市场。

第三，省内旅游市场定位。发挥本省旅游景区众多、旅游产品多样的优势，继续推进以“我爱江西山水”为题的“江西人游江西”旅游活动，拓宽市场，并适时分流客源，使旅游热线更热、旅游温线趋热。

### 3. 改善“环境因子”，提升资源生态位——生态位优化


旅游资源生态位是旅游资源本体特征与环境条件互动匹配后所处的状态，所具有的功能与地位。旅游资源开发必须找准其开发的优势所在以及一些潜在优势，通过对环境因子的整合与利用，优化或提升自己的生态位。通过对这些环境因子的合理有效的配置，使旅游资源占据合适的生态位，对区域旅游系统的良性发展具有重要作用。目前，江西旅游产业发展主要的制约因素首先是投资力度，交通、能源、旅游设施等方面的制约；其次是在软环境方面，管理水平还比较落后，服务质量较差，高素质的旅游从业人员比较缺乏；再次，旅游产业的开放意识与开放观念仍须进一步树立与增强，旅游产业的大发展也有赖于制度创新。因此，江西旅游业的发展应针对上述一些问题，逐步改善这些“环境因子”，提升旅游资源生态位，提升江西旅游产品的市场竞争力。

[查看全文](#)

文章录入：胡雁霞 责任编辑：胡雁霞

- 上一篇文章： 2007新疆旅游产业发展与前景分析
- 下一篇文章： 烟台城市旅游发展定位与形象设计

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)

 网友评论：（只显示最新10条。评论内容只代表网友观点，与本站立场无关！）

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [各地工作站](#) | [联系我们](#) | [会员城市名单](#) | [版权申明](#) | [友情链接](#)

主管：中国社会科学院 主办：中国城市发展研究会 承办：中国城市发展研究会网络中心 大城小市（北京）文化传媒有限公司

联系电话：010-64462852 传真：010-64462856 邮箱：ccyb1102@163.com 法律顾问：北京中逸律师事务所李建新律师

Copyright©2006-2007 All Rights Reserved 版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备05086808号

本网站非赢利性网站，如果侵犯了您的权益请与管理员联系，我们一定及时更正。