

城市品牌

共创城市品牌 协力城市发展

中国城市发展网 >> 城市品牌 >> 旅游品牌 >> 内容阅读

成都乡村旅游产品优化与升级新思路

作者：马治鸾 来源：四川社科在线 添加日期：10年07月16日

成都发展乡村旅游历经20余载，取得明显成效。但随着市民乡村休闲需求总量的剧增和结构的变化，现有乡村旅游产品已不能更好地适应市场需求，必须对其进行优化与升级。

一、成都乡村旅游发展现状

成都乡村旅游1987年发轫于郫县农科村。经过20余年发展，乡村旅游地已遍及郊野，游客接待量逐年上升，旅游收入急剧增加，乡村旅游已经成为一种重要的新兴产业和休闲方式。据统计，成都市2006年接待乡村旅游者3423.9万人次，实现乡村旅游接待收入12.6亿元，从事乡村旅游经营的“农家乐”达到7895家，分别较上年增长68%，72.6%和41.1%。从统计数据分析，自2002年至2006年，成都市乡村旅游呈加速发展态势(见表1)，旅游总收入和游客接待量年均递增率除2003年外，均在10%以上，近两年更是高速增长。

表1 成都市乡村旅游统计(2002—2006年)

	2002年		2003年		2004年		2005年		2006年	
	总量	增长率	总量	增长率	总量	增长率	总量	增长率	总量	增长率
乡村旅游年总收入(亿元)	4.8	13.1%	5.4	15.4%	6.2	14.8%	7.3	17.7%	12.6	72.6%
乡村旅游年接待量(万人次)	1384	11.9%	1574.5	13.8%	1511	-4%	2038	34.9%	3423.9	68%
农家乐经营户(家)	4125	2.8%	4279	3.7%	4559	6.5%	5596	22.7%	7895	41.1%

资料来源：作者根据成都市旅游局、统计局数据和网上公布数据整理。

目前，成都市乡村旅游地大致可以划分为六种类型：

(1)以农家独特田园风光为依托，以绿色生态休闲为主题的农家园林型。如郫县农科村自然环境优美，竹林茅舍，稻海麦浪，林木葱绿，既可观光，又可从事参与性较强的农事活动体验。

(2)以成片花园、果园、茶园为依托，以赏花摘果品茶、园艺习作为主题的花果观赏型。如龙泉

推荐专题



天下大足, 福满人



北京顺义·临空经



上海世博 让城市



中国宜宾 万里长

城市案例

- 玉林打造城市与产业品牌案例分析
- 休闲城市打造及魅力提升研究案例
- 北京城市规划设计案例分析
- 辽宁锦州城市设计案例分析
- 佛山旅游品牌形象策划方案
- 丽江玉龙雪山景区营销成功案例分
- 用“水”来统一城市灵魂——南海三山
- 如何营销“天下第一庄”——枣庄？

城市图说



都市小孩可爱瞬间



湖北“最牛违章建



被叫停的菜地窝



海口“楼薄薄”被

花果山风景名胜、三圣花乡。在此，游客可以赏花、买花、观果、摘果、采茶、品茶、园艺习作、插花技艺等，从而赏心悦目，并体验花文化、果文化、茶文化的内涵。

(3)以乡村风土民情、人文古迹为依托，以民俗旅游为主题，为游人提供农家风味服务的“古迹民俗型”。如黄龙溪古镇和平乐古镇，游客在此可了解成都平原悠久的农业生产历史和丰富的农耕文化以及川西风土民情。

(4)以乡村山区森林植被为依托的生态观光型。如西岭雪山、天台山等，游客在此观野生树种，听鸟语，闻花香，赏潺潺流水，呼吸森林中的新鲜空气。

(5)以现代高科技农业为依托，以学习增长知识为主题的“观光农业型”。如都江堰青城红阳猕猴桃绿茶农业旅游示范基地，游客在此可了解花土栽培、试管育苗、优质瓜果、淡水鱼类的养殖技术，领略新型农艺。

(6)以山地、河流、温泉、湖泊等资源为依托，以滑雪、漂流、荡舟、爬山、温泉洗浴、高尔夫等项目为载体的运动健身型。如花水湾、牧马山高尔夫俱乐部等。

二、成都市民乡村休闲需求分析

(一)成都市民乡村旅游消费潜力

据有关部门统计数据(见表2)，成都市乡村旅游人均年产值增长率明显高于居民收入增长率，这说明成都市民收入增长对乡村旅游的边际贡献较大。但从表2也可以看出，乡村旅游人均年产值增长率明显低于城乡居民储蓄存款余额年增长率，也低于成都市私家车保有量年均增长率，表明市民增长的可自由支配收入大部分并没有用于乡村休闲，而是用于储存或购买汽车等其他消费性支出，这反应出成都市民孕育着巨大的乡村旅游消费潜力。

表2 成都市乡村旅游人均年产值与居民消费能力统计

	2002年		2003年		2004年		2005年		2006年	
	数量	增长率	数量	增长率	数量	增长率	数量	增长率	数量	增长率
乡村旅游人均产值(元)	46.65	13.5%	52.48	12.5%	60.25	14.8%	70.94	17.7%	100.56	41.8%
城镇居民可支配收入(元)	8972	10.4%	9641	7.4%	10394	7.8%	11359	9.3%	12789	12.6%
农村居民纯收入(元)	3377	6.3%	3655	8.2%	4072	11.4%	4485	10.1%	4905	14.6%
城乡居民储蓄存款余额(亿元)	1226	23.2%	1494.4	21.9%	1726.4	15.5%	2074.1	20.5%	2411.5	16.3%
恩格尔系数	39.1%		38.3%		35.4%		35.3%		33.9%	
城镇居民	46.2%		46.4%		46.9%		46.5%		45.1%	
农村居民										
成都私家车保有量(万辆)	21.36	36.2%	27.25	27.6%	35.30	29.5%	40.1	13.6%	49	22.2%

资料来源：作者根据成都市旅游局、统计局统计数据和网上公布数据整理。

2006年成都城市居民人均可支配收入12789元，恩格尔系数为33.9%；农民人均纯收入4905元，恩格尔系数为39.8%，成都市有城镇人口731万人，农村人口490万人。[1]据此计算，2006年成都市民可自由支配收入①为763亿元。如果按照2005年全国城镇居民出游率135.1%，人均花费737.1元/人次，农村居民出游率75.8%，人均花费227.6元/人。[2]次计算，则2006年成都市民旅游消费总额为81.3亿元，这仅占市民可自由支配收入的11%。而成都2006年乡村旅游接待收入12.6亿元，仅相当于市民可自由支配收入的1.65%，相当于市民旅游消费总额的15.50%，这与国家旅游局抽样调查结果显示的成都市民外出旅游住宿0夜(59.3%)和1夜(10.3%)的高比例本地游极不相称。由此推知：其一，成都本地乡村旅游产品不能满足市场需求，大部分旅游消费漏损到周边地区；其二，成都市民本地游虽然出游率高，但每次旅游消费金额很低。导致该现象的可能原因有：乡村旅游产品总量不



合肥：暑运“小候鸟”



北京蚁族和IT民

城事声音

- 徐州和谐拆迁贵在让百姓无后顾之忧
- 大城市贫民窟将日益兴盛
- 城市地标——看得见的“高度”和看不见的“深度”
- 年轻人为何开始逃离“北上广”
- 三亚为什么不重视传统文化？
- 建议乌鲁木齐多增加一些百姓文化
- 城市化决非是“超大城市化”
- 城市发展也“撞车”

足：产品结构单一，消费项目缺乏；乡村旅游产品特色不突出，缺乏吸引力。

(二)成都市民乡村旅游消费结构调查

笔者2007年5月在成都三圣花乡、北湖、洛带客家古镇、郫县农科村组织调查显示，抽样487份问卷统计表明，成都现有乡村旅游消费项目主要有体验乡村风情、生态观光、了解历史文化、休闲度假，但被试潜在旅游需求中，选择休闲度假(45.9%)、康体健身(47.2%)、运动保健(23.4%)的比例较高。当问及被试喜欢的旅游项目时，滑雪滑草等参与性强的运动健身项目有较高选择比例(见表3)。

表3 成都市民喜欢的旅游项目调查

自然 观光	文化 体验	农事 耕作 体验	球类 运动	棋牌 活动	游泳 洗浴	滑雪 滑草	登山	攀岩	登山	骑马	农村 传统 娱乐 项目	民俗 风情 表演	手工 编制 刺绣	野炊
47.6 %	23.8 %	31.5 %	45.3 %	58.7 %	37.4 %	54.8 %	46.1 %	15.6 %	39.7 %	28.9 %	53.7 %	46.2 %	31.5 %	28.6 %

就逗留时间调查而言，竟有40.6%的被试选择在乡村旅游地呆1夜，只比选择当天返回的低11.2个百分点。再问及愿意过夜被试对住宿设施的选择偏好时，乡村酒店(30.0%)、青年旅舍(16.9%)、度假公寓(15.5%)、乡村旅馆(12.2%)和露营帐篷(11.9%)均有较高选择比例，而选择汽车旅馆、房车、星级酒店的分别为7.6%、1.8%和3.3%，这表明乡村旅游者对住宿设施选择呈现多元化特征。

三、拓展成都乡村旅游市场需求的发展战略

(一)扩大乡村旅游产业规模

成都2006年乡村旅游接待收入12.6亿元，仅相当于当年全市国内旅游总收入327.1亿元的3.9%，也仅占成都市民全年旅游消费总额的15.5%。可见，成都市乡村旅游产业规模仍有很大发展空间。成都市2006年乡村旅游人均消费只有36.8元/人次，消费水平明显偏低，如果不断丰富完善旅游产品，引导和挖掘旅游消费潜力，乡村旅游产业有望快速增长。

为此，成都乡村旅游应当在深度开发现有旅游地和开发新旅游地两方面下功夫。就前者而言，要进一步挖掘现有旅游地资源潜力和文化内涵，根据市场需求丰富和完善各旅游地的旅游产品组合，增加旅游产品的花色品种，特别应当大力开发参与性强的运动健身、休闲度假、娱乐保健性旅游项目。就后者而言，应当根据市场需求和现有乡村旅游市场竞争状况，开发差异化的旅游产品，特别应当加强龙门山成都段、龙泉山成都段两带的生态旅游、户外运动、山地度假、温泉疗养等旅游项目。

(二)丰富完善旅游产品体系

对成都主要乡村旅游地主要旅游产品谱(见表4)。

表4 成都市主要乡村旅游地主要产品概况

项目	观光型	农事体验型	康体健身型	旅游购物型	休闲度假型
三圣花乡	●○○	◆	▲ ▽	☆	★▲
龙泉花果山	●○○	◆	▲ ▽	☆	★▲
温江花博园	●○			☆	★▲
都江堰山水生态度假区	○	◆	▲ ▽		★▲
西岭雪山-花水湾	○		▲ ▽		★▲
农科村	●○○	◆		☆	★▲
石象湖	●○○○		▲ ▽		★▲
北湖风景区	○		▲		★
洛带古镇	○○○			☆	★▲
黄龙溪古镇	○○○		▲	☆	★▲
平乐古镇	○○			☆	★▲
安仁古镇	○○			☆	★▲

注：●赏花○生态园林2民俗风情7宗教朝拜◆摘果、种菜、钓鱼4滑雪、游泳3划船、水上步行5球类运动6溜索、蹦极☆旅游购物★麻将、棋牌活动■浴足、保健▲卡拉OK分析可知，成都市各乡村旅游地现有旅游产品大多雷同，观光型产品不外乎赏花、生态园林观光、乡村民俗风情、宗教朝拜等类型，休闲度假基本上是麻将、棋牌活动、浴足、保健和卡拉OK等活动，这些产品自乡村旅游发展之初沿袭至今，没有多大变化，而且各地差不多，前人一面。而能够体现乡村旅游特色的农事体验型、乡村康体健身型的旅游产品十分缺乏。正是成都市乡村旅游地产品结构单一，消费档次低，所以成都乡村旅游人均每次花费自2002年至2006年一直维持在35~45元/人次这个低水平，这直接导致了成都市乡村旅游收入较低，旅游消费潜力没有充分发掘。

根据市民乡村旅游需求动机和资源特色，选取乡村旅游产品类型组合和时间分异性两个变量，可以将成都乡村旅

项目 季节	节庆旅游	观花旅游	专项旅游	度假旅游	休闲娱乐
春	春节、元宵节、庙会、火龙节、清明节、梨花节、桃花节	茶花、玫瑰花、兰花、樱花、菜花、梨花、李树花、桃花、杏花、玉兰花	生态教育、森林探奇	护肤、美容、按摩、保健等康体保健	骑车、骑马、越野、摄影、写生、采风、放风筝等户外拓展
夏	牡丹节、端午节、荷花节、五一节、水龙节、金香节、放水节	郁金香、牡丹花、荷花、紫荆花、栀子花	科学考察、江河探源	酒吧、水吧、书吧、网吧、迪吧、泥疗、沙疗等精神放松保健	泥塑、陶塑、钓鱼、秧歌、薅草歌、滑草、漂流等民族传统游戏
秋	中秋节、国庆节、重阳节、桂花节、菊花节	秋海棠、桂花、菊花、百合花、月季、蝴蝶花、芙蓉花	登山、攀岩、探险	棋牌、游泳、球类、健身房、影视厅、茶坊、健身房等训练保健	刺绣、草编、竹编、根雕、音乐、荡舟、野炊等民俗文化体验
冬	元旦节、山茶花节、冰雪节	梅花、水仙花、兰花	古镇探迷、冰雪体验	浴足、药蒸、桑拿、温泉等疲劳恢复保健	滑雪、溜冰、棋牌、品茗、农事耕作等户外休闲体验

表中不同类型的产品可以交叉，在同一旅游景区中含有多种类型的旅游产品。目前，成都观光旅游产品较为齐全，生态观光、节事活动、古镇旅游都较为完善，森林观光需要进一步开发。休闲娱乐仅在棋牌、品茗、戏鱼、垂钓、荡舟等开发较为成功，其余的均尚待开发，这些产品既具有明显的乡村性，又具有极大的休闲性和参与性，是今后成都乡村旅游开发的重点。

成都具有江(河、湖)、平原、丘陵、山地、高山等多种地形地貌，气候四季宜人，在同一季节不同地域气候差异大，度假资源十分丰富，但成都目前已开发的具有度假功能的旅游地只有花水湾——西岭雪山度假区、文锦江温泉、鱼凫国都温泉、牧马山高尔夫俱乐部，温泉度假区也基本上只是具有洗浴、棋牌、桑拿按摩功能，产品类型较为单一，与成都市民巨大的度假消费潜力和度假需求极不相称。现代都市人精神压力大，各种职业病较为普遍，加之各种地方性疾病如成都较为普通的风湿性关节炎、脚癣等困扰，使市民康体健身成为一种巨大的消费需求，成都乡村旅游地应当结合运动休闲、中草药、温泉、道家养生大力开发康体保健旅游项目。就开发专项旅游而言，龙门山、邛崃山脉一带海拔高差大，又是世界遗产四川大熊猫栖息地保护区走廊带，具有极大的开发潜力。

(三)改善乡村旅游地空间结构

关于大都市旅游空间结构,邹积林提出的旅游区划空间型态中,包括了城市周围的环状区型态。[3]Weaver曾提出过类似环城游憩带这样的城市居民出游的同心圈层结构。[4]吴必虎在对上海市城郊旅游地空间分布研究发现,大城市游憩设施和游憩土地利用,除部分地发生于城市内部空间,更多地推向城市郊区,出现了环绕城市外围、处于近城乡景观之中、与中心城市交通联系便捷,具有观光、休闲、度假、娱乐、康体、运动、教育等不同功能[5],其中周六前往、入住一宿、周日返回式的出游方式被称为“一夜度假模式”,并将这些土地利用构成的游憩活动空间称为环城游憩带(ReBAM)。盖恩提出了四环带旅游模型[6],吴承忠等对盖恩模型进行了修正,修改后的环带状模式将大都市核心市区作为区域旅游中心,围绕该中心由近及远可以分为城市旅游带、近郊休闲旅游带、乡村旅游带和偏远旅游带。[7]根据这些研究成果,成都市乡村旅游空间结构可以划分为城市旅游带(距市中心半径 $R \leq 10\text{km}$)、城乡结合部旅游地($10\text{km} < R \leq 20\text{km}$)、近郊休闲旅游地($20\text{km} < R \leq 50\text{km}$ 以内)、偏远旅游地($50\text{km} < R \leq 150\text{km}$)四个同心圈层,各圈层重点依托景区(点)见表6。

表6 成都市乡村旅游地空间结构及产品分布设计

圈层	可依托的现有主要景区(点)	应主要需新增旅游产品	主要功能
城市旅游带	除市内公园以外,还包括锦里、大慈寺、宽窄巷子、文殊坊、金沙遗址、两河沿岸景观带、春熙路、三圣花乡、北湖风景区、天回镇银杏园等	蜀锦、蜀绣、川剧、皮影戏等非物质文化遗产集中展示和参与场所;成都城市发展史、现代科技陈列馆	公共休闲空间、主要客源中心
城乡结合部旅游带	龙泉花果山风景名胜、洛带客家古镇、黄龙溪古镇、双流牧马山高尔夫球场、新津梨花园、温江花博园、温江万春鱼凫古城、郫县农科村、望丛祠、街子古镇、新都宝光寺、桂湖	球类运动、健身、野炊、娱乐、垂钓、荡舟、民间工艺展示及操作	近距离休闲、交际、餐饮、住宿、娱乐、运动健身活动空间
近郊休闲旅游带	都江堰、青城山、都江堰青城红阳猕猴桃绿茶农业旅游示范基地、安仁古镇、丹景山、金堂云顶石头城、金堂栖贤梨花沟	野营、水上运动、骑马、垂钓、现代农业科普、民俗文化体验、农事耕作	一日游客乡村观光、休闲、娱乐、运动健身、保健活动空间
偏远旅游带	龙池森林公园、虹口漂流、平乐古镇、西岭雪山、花水湾、天台山、九顶山、九龙沟、文锦江温泉、回龙温泉	四川大熊猫栖息地走廊带上的白水河、龙溪—虹口、鞍子河、黑水河自然保护区生态旅游;原始野营、爬山、驾车、狩猎、远足、自然考察、野外体验等	周末和有较长假期的二日以上游客自然观光、乡村度假地

(四)完善乡村旅游接待设施

成都市乡村旅游餐饮接待较为完善,以川菜为特色的地方风味品种齐全,高中低配套,特色鲜明。但住宿接待设施不仅数量偏少,而且结构单一。现有住宿设施主要是乡村酒店和农家旅舍,不能适应市场消费需求。据统计,2006年成都市有年收入超过12万元的高收入人群16万人;有各类个体私营经济业主53万户;私家车保有量49万辆。同时也有60岁以上老年人口173.4万;40所各类

高校在校学生46万人;有中等偏低收入及以下家庭7.3万户,约22万人。[8]显然,他们对乡村旅游的消费能力不一样,对乡村旅游接待设施的要求存在巨大的差异。根据这些统计数据和前述调查结果,为适应成都市乡村旅游住宿消费需求,今后应当丰富乡村旅游住宿产品结构,在条件适宜的乡村旅游地开发建设一批青年旅舍、度假公寓、露营帐篷和汽车旅馆,同时要根据市场需求比例逐步形成合理的乡村旅游住宿设施结构。

(五)加强乡村旅游品牌塑造,提升乡村旅游档次

据统计,截止2006年底,成都市共有星级“农家乐”421家,其中一星级97家、二星级191家、三星级110家、四星级21家、五星级2家,星级“农家乐”占“农家乐”总量比例仅为5.3%。已建(含在建)农业示范点16个,其中已评为全国农业旅游示范点的只有4个,已建乡村酒店111家,已开发各类古镇9个。截止2006年底,成都市辖区内被命名为国家AAAA级旅游区的只有刘氏庄园、三圣花乡两家,国家AAA级旅游区的也只有天台山、翠月湖、芙蓉古镇三家。

从这些统计数据可以看出,成都市乡村旅游品牌建设急待加强,乡村旅游接待设施的质量需要一个大的改善。为此,成都市在今后乡村旅游发展过程中既要巩固好成都市(龙泉)国际桃花节、郫县农科村“中国农家乐发源地”、三圣花乡、大邑刘氏庄园等已有旅游品牌知名度,同时要利用“一区两带”(城区和龙门山、龙泉山成都段)建设和世界遗产“四川大熊猫栖息地保护区”走廊建设的契机,着力打造一批乡村旅游优势品牌。同时,要利用乡村旅游接待设施星级评定等手段,引导和督促乡村旅游接待设施软硬件质量提升,整体促进成都市乡村旅游优化与升级。

(六)加大成都乡村旅游对外宣传力度,努力拓展市场空间

前文分析可知,成都市乡村旅游需求潜力巨大,成都市乡村旅游市场空间拓展首先应当做好本地消费市场的渗透。由于乡村旅游经营主体多为小规模经营的个体户,所以乡村旅游形象宣传和拓展的任务自然就落到政府头上。政府应当在乡村旅游对外宣传中起主导作用,加大乡村旅游地形象宣传力度和市民乡村旅游消费市场引导力度,努力挖掘成都市乡村旅游消费潜力,提高成都市收入增长对乡村旅游的边际贡献。同时,成都也是四川乃至西南地区最大的游客中转城市,每年有几千万国内外游客抵蓉后再分流至四川各旅游区域,这是一个巨大的潜在客源市场。成都市应着力加大乡村旅游形象宣传力度,甚至要对成都市乡村旅游进行形象再造,改变长久以来成都乡村旅游就是到农家吃饭、品茗、打麻将的“农家乐”形象,努力塑造成都集乡村观光、康体休闲、度假娱乐、民俗文化体验和专项旅游于一体的综合乡村旅游形象,以此吸引过境游客。

四、结论及启示

(1)成都市消费潜力巨大,成都乡村旅游具有广阔的发展空间。但从现状分析,成都乡村旅游总量偏低,产品结构以近距离观光为主,较为单一,不能适应观光、休闲、度假、康体保健、专项旅游等多层次需求。成都乡村旅游应当在增加乡村旅游产品供给总量的基础上,重点开发参与性强具有休闲娱乐康体健身功能的乡村旅游产品。同时要优化乡村旅游空间结构,形成环城市不同乡村旅游产品供给带,并根据市场需求,开发多样化的乡村旅游住宿接待设施。

(2)成都市乡村旅游发展在全国具有一定典型性,各特大城市乡村旅游需求有一定的共性,资源具有一定相似性。因此,探讨的成都乡村旅游产品开发思路,对全国其他地方也具有一定借鉴意义。

(3)由于数据的缺乏和市场调查样本数量和调查范围的限制,结论仅具有参考作用。同时,文章对成都乡村文化旅游资源开发略显不足,将留待进一步研究。

作者简介:马治鸾(1971-),男,四川巴中人,成都理工大学地理学讲师、古生物与地层学在职博士,主要从事旅游资源开发与保护研究。四川成都 610059

注释:

①成都市民可自由支配收入=城市居民人均可支配收入×(1-城市居民恩格尔系数)×城市居民总数
+农村居民人均纯收入×(1-农村居民恩格尔系数)×农村居民总数

参考文献:

- [1]成都市统计局•成都市2006年国民经济和社会发展统计公报[R]•2007-04-13•
- [2]国家旅游局政策法规司•中国国内旅游抽样调查资料(2006)[M]•中国旅游出版社•2006•
- [3]邹积林, 旅游区划问题探讨: 以成都地区为例[J]•旅游学刊, 1990, 5(2): 26~28, 55•
- [4] Weaver, D•B•Model of urban tourismfor smallCaribbeanislands[J]•GeographicalReview, 1993•83 (2): 134•
- [5]吴必虎•大城市环城游憩带(ReBAM)研究[J]•地理科学•2001(21): 354-359•
- [6] Gunn, C•A•, Tourism Planning, NewYork: Taylor& Fran-cis[J]•RecreationalLandUse in SouthernOntario, DepartmentofGe-ography Publication SeriesNo•14, University ofWaterloo•227-245•
- [7]吴承忠, 韩光辉•国外大都市郊区旅游空间模型研究[J]•城市问题•2003(6): 68~71•
- [8]成都市统计局•成都市第一次全国经济普查主要数据公报[R]•2006-04-21•

录入: 胡雁霞 责编: 钟欣

免责声明: 本文系转载相关媒体, 仅代表作者个人观点, 与中国城市发展网无关。其原创性以及文中陈述文字和内容未经本站证实, 文章仅供参考。本站对其真实性、完整性、及时性不作任何保证或承诺。

相关内容

- 成都乡村旅游产品优化与升级新思
- 我国文化旅游发展思路与对策——以
- 对肇庆旅游业发展中的问题与建议
- 华蓥市发展乡村旅游的实现路径
- 桂林: 从观光旅游到休闲旅游的新发

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [关于我们](#) | [申请友情链接](#) | [版权与免责声明](#) | [出国考察声明](#)

联系电话: 010-64462852 传真: 010-64462856 邮箱: ccyb1102@163.com

版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备07017983号

Copyright?2006-2009 All Rights Reserved

