

分类号

中国地质大学(北京)

博士学位论文

跨界区域地质旅游资源整合研究

——以大别山为例

学号:	B06087
研究生:	王生卫
专业:	资源产业经济
研究方向:	产业经济的可持续发展
指导教师:	肖荣阁 教授

2009年5月

分类号

中国地质大学(北京)

博士学位论文

跨界区域地质旅游资源整合研究
——以大别山为例

学 号: B06087
研 究 生: 王生卫
专 业: 资源产业经济
研 究 方 向: 产业经济的可持续发展
指 导 教 师: 肖荣阁 教授

2009年5月

**A Dissertation Submitted to
China University of Geoscience Doctoral Degree**

**Study on Geo-tour Resources Integration of
Cross-border Regions—A Case on Dabieshan Mountains**

Ph. D. Candidate: Wang-shengwei

Major: Resource and Industry Economy

**Study Orientation: Sustainable Development of
Industry Economy**

Dissertation Supervisor: Prof Xiao-Rongge

China University of Geoscience (Beijing)

声明

本人声明所提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，也不包含为获得中国地质大学(北京)或其它教育机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

签名: 王生 日期: 2009.6.1

关于论文使用授权的说明

本人完全了解中国地质大学(北京)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、缩印或其他复制手段保存论文。

公开 保密 (年) (保密的论文在解密后应遵守此规定)

签名: 王生 导师签名: 肖孝周 日期: 2009.6.1

摘要

在当今世界经济中，旅游业已经具有十分重要的地位和作用。随着旅游业的快速发展和不断深化，开发人迹少至的边界区域或者特色旅游资源成为旅游产业瞄准的方向。跨界区域由于存在丰富地质旅游资源，一定程度上满足现代旅游人探奇求异与自主性和个性化旅游的需求。但如何开发跨界区域地质旅游资源，减少跨界区域旅游资源开发过程中的负面作用和消极影响，保持跨界区域旅游业可持续发展是跨界区域发展旅游业需要解决的重要问题。

本文提出整合跨界区域地质旅游资源是旅游业向纵深发展的重要表现和主要途径，在整合过程中要以产业化的视角，根据地质遗迹形成的规律和地质旅游资源存在的现状，按照整体化、市场化、竞争性和可持续化的原则进行整合，充分发挥跨界区域地质旅游资源优势，根据资源产业发展的要求构建跨界区域旅游资源产业整合机制、合理进行旅游产业布局，延伸旅游产业链，优化跨界区域旅游产业结构，建立以跨界旅游吸引物、跨界旅游品牌、跨界旅游产品以及跨界旅游企业为标志的跨界区域旅游核心竞争力，保持跨界区域旅游业的持续发展。本文是在国内外相关研究的基础上，综合考虑到时代背景以及该领域的研究进展，结合我国旅游需求和产业发展的实际情况，以地质旅游学、产业经济学、旅游经济学、资源经济为指导系统分析大别山跨界区域地质旅游发展的特点、整合的途径和方法。

全文围绕跨界区域地质旅游资源整合分为 8 章进行论述。第 1 章主要阐述了选题依据和研究意义，在对相关研究加以评述的基础上，提出了论文的研究思路、基本框架、研究重点和研究方法等。第 2 章对研究的相关概念和理论基础进行梳理和构建，主要包括区域经济发展理论、核心边缘理论、跨界治理理论、共生理论和博弈论等。第 3 章对跨界区域旅游资源产业化整合的机制进行了分析，产业化整合不仅有外生机制，更主要的是具有内生机制，各种机制相互作用，促进资源产业化整合的不断深化。第 4 章主要从产业布局的角度论述了跨界区域旅游资源整合的措施和相关要求，指出跨界区域必须细分旅游市场，依托重要城市作为客源地进行旅游业布局。第 5 章从产业链角度分析跨界区域旅游资源产业如何延伸产业链，优化产业结构，构建区域旅游核心竞争力，打造跨界区域旅游吸引物。第 6 章分析大别山地质地貌形成过程和构成特点，是地质旅游资源形成前提。第 7 章分析大别山地质旅游资源构成及开发现状，是资源整合出发点。第 8 章从规划整合、融资整合、品牌整合、景点整合、线路整合和交通整合等方面系统分析和构建大别山跨界区域地质旅游资源整合措施。

关键词：跨界区域，地质旅游资源，空间结构优化，大别山，产业化整合

Abstract

In today's world economy, the tourism industry has been a very important position and role. With the rapid development and deepening of the tourism industry, exploiting unfrequented border region has become the direction that tourism industry aims at. Because tourism resources advantages exists, Cross-border Regions have met the demand that modern tourists seek thrill and difference, individualized tourism to some extent. However, how to exploit tourism resources of Cross-border Regions, how to reduce negative effects during the tourism resources development of Cross-border Regions, how to maintain sustainable development of Cross-border Regions' tourism industry, are important questions that Cross-border Regions' tourism industry need resolve.

In this paper, integrating Cross-border Regions' Geo-tourism resources is important performance and main way of tourism further development. During the exploitation we shall carry out industrial integration, in the industrialized perspective, in the light of the forming rules and condition of geoheritage and according to integration, market-oriented, competitive and Sustainable Principles; make full use of resources advantage; in line with requirements for resource industry development, we shall build Cross-border Regions' tourism resources industrial integration mechanism, make a reasonable arrangement for tourism industry; extend in tourism industry chain; optimize industry structure; establish cross-border Regions' tourism core competency marked with cross-border tourism attraction, tourism band, tourism product and tourism big business; keep Cross-border Regions' tourism develop steadily. This paper, on basis of relating research from china and abroad, gives consideration to every aspect of the background of times and research development in this field, integrate them with the actual conditions of China's tourism demand and industry development, guided by macro economics, industry economics, tourism economics and resource economics formulates characteristics of Cross-border Regions' tourism development and the way to resources integration.

The full text falls into 8 chapters revolving around Cross-border Regions' tourism resources industrial integration. Chapter 1 elaborates the evidence of titles selected and the significance of study, raises research thoughts, basic framework, research center, research methods of papers and so on. Chapter 2 tidies

up and build concept relating to research and theoretical foundation, primarily including systematology, collaborative study theory, symbiotic theory, game theory and so on. Chapter 3 analyzes the mechanism of Cross-border Regions' tourism resources industrial integration. Besides external mechanism, industrial integration has internal mechanism primarily. Various mechanisms interact to promote resources industrial integration deepened. Chapter 4 elaborates measures and related demand of Cross-border Regions' tourism resources integration mainly from the angle of industry structure, points out that Cross-border Regions must subdivide market and lay out tourism industry relying on important cities as tourists source. Chapter 5 analyzes Cross-border Regions tourism resource industry from the angle of industry chain, how to stretch industry chain, optimize industry structure, build region tourism core competency, create Cross-border Region s tourism attraction. Chapter 6 analyzes characters and the forming process of geoheritages at Da-bieshan Mountains. Chapter 7 analyzes the componts of geo-tourism resource of Dabie Shan. Chapter 8 analyzes the measures how to integrate the geoheritage of tourism at Da-bieshan mountains from aspects such as planings, captal, markets, resource, products, ect.

Key words: Cross-border regions; Geo-tourism resource; Optimize spatial structure; Da-bieshan mountains; Industrial integration

目 录

1 绪论.....	1
1.1 研究背景及研究问题的提出.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 本文研究问题的提出.....	5
1.1.3 本文研究的意义.....	9
1.2 文献综述.....	10
1.2.1 相关研究概述.....	10
1.2.2 国外研究情况.....	12
1.2.3 国内研究情况.....	16
1.2.4 简要述评.....	22
1.3 本文研究所采用的方法.....	23
1.3.1 多学科综合的方法.....	23
1.3.2 定量分析和定性分析结合的方法.....	24
1.3.3 理论和实践结合的方法.....	24
1.3.4 比较分析法.....	24
1.3.5 数据图表分析法.....	24
1.3.6 系统分析法.....	25
1.4 本文研究的技术路线.....	25
1.5 本文的主要创新点.....	25
2 跨界区域地质旅游资源整合概念界定.....	28
2.1 地质遗迹.....	28
2.1.1 地质遗迹的概念.....	28
2.1.2 地质遗迹的特征.....	28
2.1.3 地质遗迹分类的研究.....	29
2.2 跨界区域.....	33
2.2.1 区域.....	33
2.2.2 跨界区域.....	35

2.2.3 跨界旅游区域.....	35
2.3 跨界区域地质旅游资源.....	38
2.4 产业化整合界定.....	41
2.4.1 产业.....	41
2.4.2 产业化.....	42
2.4.3 产业化整合.....	43
2.4.4 旅游资源产业化整合.....	46
3 跨界区域地质旅游资源整合机制.....	48
3.1 旅游资源整合机制.....	48
3.1.1 整合机制内涵.....	48
3.1.2 旅游资源整合机制制约因素.....	51
3.2 整合动力机制.....	52
3.2.1 政府驱动.....	55
3.2.2 社区驱动.....	57
3.2.3 企业驱动.....	60
3.2.4 市场驱动.....	61
3.2.5 环境驱动.....	63
3.2.6 动力机制相互作用关系.....	64
3.3 合作机制.....	65
3.4 实施机制.....	67
3.4.1 产品化整合.....	67
3.4.2 资本化整合.....	72
3.4.3 政策性整合.....	73
3.5 本章小结.....	75
4 跨界区域地质旅游资源整合布局分析.....	78
4.1 跨界区域旅游布局内涵及必要性.....	78
4.1.1 跨界区域旅游布局内涵.....	78
4.1.2 跨界区域旅游布局必要性.....	79

4.2 布局依据：地质旅游资源评价	81
4.2.1 评价因子	81
4.2.2 等级划分	82
4.2.3 评价流程图	82
4.2.4 景区评价	83
4.2.5 评价模型	84
4.2.6 量化的数学模型	84
4.2.7 评价结果	85
4.3 布局原则：整体性与可持续原则	85
4.3.1 整体性原则	85
4.3.2 可持续原则	88
4.4 布局制约因素	91
4.4.1 地质旅游资源构成	91
4.4.2 市场定位	92
4.4.3 旅游承载力	94
4.4.4 旅游产业现状	96
4.4.5 客源构成	97
4.5 跨界区域旅游资源产业布局模式	99
4.5.1 极化布局模式	100
4.5.2 点轴布局模式	103
4.5.3 网络布局模式	104
4.6 本章小结	105
5 跨界区域旅游资源产业链的构建	108
5.1 跨界区域旅游产业链形成机理	108
5.1.1 旅游产业链的内涵	108
5.1.2 跨界区域旅游产业链的形成	111
5.2 跨界区域旅游产业链的构成	115
5.2.1 基本产业链	115
5.2.2 延伸产业链	116

5.3 跨界区域旅游产业链构建途径	117
5.3.1 优化旅游产业结构,	117
5.3.2 整合旅游大企业	122
5.3.3 开发旅游商品	124
5.3.4 利用网络延伸旅游产业连	124
5.4 跨界区域特种旅游产品开发	128
5.5 本章小结	129
6 大别山区域地质的形成及特点	131
6.1 大别山地质区位的形成	131
6.2 大别山地层构成	133
6.3 大别山岩浆活动	134
6.3.1 岩浆活动周期	134
6.3.2 断块山地	135
6.3.3 榴辉岩浆	136
6.4 大别山断裂构造	136
6.5 大别山地貌特征	137
6.5.1 出露杂岩多样	137
6.5.2 岩层侵入明显	138
6.5.3 夷平面层次分明	139
6.5.4 形成地质旅游遗迹环境	140
6.6 本章小结	140
7 大别山地质旅游资源构成及开发现状	142
7.1 大别山地质旅游资源的构成	142
7.1.1 地质旅游资源丰富	142
7.1.2 地质与其它旅游资源共生互融	146
7.1.3 地质旅游资源处于跨界地带	148
7.2 大别山地质旅游资源开发现状	149
7.2.1 大别山区基本情况	149

7.2.2 地质旅游资源开发进展	150
7.2.3 大别山地质旅游资源开发存在的问题	157
7.3 本章小结	163
8 大别山地质旅游资源整合措施	164
8.1 大别山地质旅游整合战略	164
8.1.1 围绕核心, 跨区组合, 点轴推进, 辐射全国	164
8.1.2 资源组合, 突出重点, 注重差异, 优势互补	165
8.1.3 政府主导, 市场运作, 树立形象, 培育精品	165
8.1.4 地质旅游联动发展战略	167
8.2 大别山旅游产业定位	168
8.2.1 旅游类型定位	168
8.2.2 客源定位	168
8.2.3 产品定位	169
8.2.4 市场定位	169
8.3 地质旅游资源整合原则	169
8.3.1 可持续发展原则	169
8.3.2 整体性开发原则	170
8.3.3 优势互补原则	170
8.3.4 分步推进原则	171
8.4 大别山地质旅游资源整合措施	172
8.4.1 地质旅游规划整合	172
8.4.2 旅游融资整合	173
8.4.3 地质景区整合	174
8.4.4 地质旅游品牌整合	177
8.4.5 地质旅游线路整合	178
8.4.6 交通整合	180
8.5 本章小结	181
9 结论及展望	182

9.1 主要结论	182
9.2 研究展望	182
致谢.....	184
参考文献.....	185
附录：博士期间发表论文情况.....	197

1 绪论

1.1 研究背景及研究问题的提出

1.1.1 研究背景

地质旅游资源形成的基础是地质遗迹，一般而言，地质遗迹是指地质历史时期保存下来，可用于追索地球演化历史的重要地质现象，这些地质作用是不可再生的，它是人类了解地球46亿年历史的重要依据，是地球母亲赐予人类的宝贵遗产，称为地质遗产。继承和珍惜这笔遗产是地球村民的共同责任。地质遗迹资源是指能够被人们利用其物理性质、化学性质、美学性质而直接进入生产和消费过程或科研过程的有经济价值或潜在经济价值的地质体^[1]。

地质旅游是旅游的一种，开发地质旅游资源是地质走向旅游、走向市场的一个重要举措。随着科学和旅游业的蓬勃发展，单纯的观光旅游已不能满足现代人更高层次的追求，人们更喜欢用现代地学理论来解释大自然的鬼斧神工。地质科普旅游融科普教育与休闲于一体，不仅迎合了人们追求科学的文明理念，也提高了旅游业的品位^[2]。地质旅游在我国乃至世界都处在强劲发展阶段，地质旅游资源开发是完成地质旅游走向市场的主要手段，通过开发各类地质旅游产品达到加大政府的重视和景区的建设力度、提高旅游层次的目的^[3]。由于它适应了市场发展的需求，近年来地质旅游资源开发一直受到相关部门和旅游企业的重视。

在当今世界经济中，旅游业已经具有十分重要的地位和作用，1950年开始，世界旅游业便以每年7%的速度增长，由1950年接待2350万人次增长到2005年的8.08亿人次，国家旅游收入也从21亿美元增加到7919亿美元，增长了225.6倍。1992年，世界国际国内旅游收入超过了石油、汽车工业，成为了世界上第一大产业^[4]。2007年，世界旅游组织秘书长弗朗加利指出：过去半个世纪，世界旅游人数和旅游收入以年均7.5%和12%的速度增长，远远超过了其它产业的发展速度^[5]。

根据世界旅游组织(WTO)的预测，到2020年国际旅游人数将达到16亿人次，国际旅游业的总消费将达到2万亿美元，国际旅游人数将以年均4.3%、收入6.7%的速度增长，远远超过同期世界财富每年增3%的最大可能速度，旅游业将成为世界最大产业之

一和全球服务业中增长最快的行业。1986 年联合国贸易和发展会议 (UNCTAD) 正式将旅游业列为仅次于石油和汽车的世界第三大出口创汇行业。据国内外专家预测, 随着交通工具的更新, 个人可自由支配收入的增加、带薪假期的延长和国际关系的缓和, 世界旅游业将继续呈现良好的发展势头。预计未来 10 年旅游行业规模还要翻一番, 旅游业的重要作用 and 优势越来越引起世界各国的高度重视, 把旅游业摆到了国民经济和社会发展十分突出的位置^[6]。

2002 年, 全球旅游业直接收入达到 12115 亿美元, 占同年全球 GDP 的 3.7%, 总收入 35414 亿美元, 占同年全球 GDP 的 10.0%; 旅游业出口创汇 9490 亿美元, 占总出口收入的 11.9%; 旅游经济就业为 19866.8 万个岗位, 占就业总数的 7.8%, 即每 12.8 个就业岗位中就有一个是由旅游经济带来的。旅游业的发展规模已经在世界经济的发展中占据了相当重要的地位^[7]。

分析 20 世纪 90 年代末至 21 世纪初的国际旅游业接待业接待人次与旅游收入的变化, 可以看到一个突出的特征, 国际旅游收入每年增长的变化是很大的, 这表明旅游业受国际政治、经济、军事以及自然灾害的影响非常大。例如, 2001 年国际旅游业的负增长主要是受到美国遭受恐怖袭击的影响而导致国际旅游收入下滑。同时, 通过数据分析可以看出, 国际旅游接待量的增长小于旅游收入的增长量, 国际旅游的人均花费增加, 1990 年国际旅游人均花费为 584.7 美元, 到 2000 年增长到 793.2 美元, 增长了近 36%, 这表明旅游产业结构逐步趋于合理, 旅游业的经济效益稳步提高, 旅游业的抗风险能力进一步增强, 国际旅游业已经成为世界经济中不可或缺的一部分。

随着国际旅游业的繁荣, 我国旅游业经过三十年的发展, 已成为国民经济中占有重要地位的经济产业。我国旅游业产生于 20 世纪 20 年代, 但真正发展是在 1978 年改革开放之后, 从 1978 到 2005 年, 我国入境接待人数年均增长 14%, 到 2001 年, 我国过夜国际旅游者的人数和旅游外汇收入双双跃至世界第五, 成为世界旅游大国, 在国际旅游市场中的比重越来越大。根据世界旅游组织预测, 到 2020 年, 我国将跃升为全球首位旅游目的地, 入境游客人数将增加到 1.3 亿, 出境游客人数将达到 1 亿, 成为世界第四大游客来源地, 仅次于德国、日本和美国 (见表 1.1)。

据国家旅游局统计, 2007 年国内旅游、入境旅游、出境旅游三大市场均创历史新高。我国已拥有全球规模最具活力、潜力广阔的国内旅游市场。全年国内旅游者达 16.1 亿人次, 国内旅游收入达 7771 亿元; 入境旅游方面, 全年入境旅游人数 1.32 亿人次,

表 1.1 20 世纪 90 年代以来中国入境旅游人数和旅游外汇收入世界排名情况

年份	过夜旅游者人数 /百万人次	世界排名	旅游（外汇） 收入/亿美元	世界排名
1990	1048.40	11	22	25
1991	1246.40	12	28.45	21
1992	1651.20	9	39.47	17
1993	1898.20	7	46.83	15
1994	2107.00	6	73.23	10
1995	2003.40	8	87.33	10
1996	2276.50	6	102.00	9
1997	2377.00	6	120.74	8
1998	2507.29	6	126.02	7
1999	2704.66	5	140.99	7
2000	3122.88	5	162.24	7
2001	3316.67	5	177.92	7
2002	3680.26	5	203.85	5
2003	3297.05	5	174.06	7
2004	4176.14	4	257.39	6
2005	4680.90	4	292.96	4
2006	4992.70	4	340.00	4
2007	5472	4	419	4

资料来源：<http://www.cnta.com>, 2007

其中过夜旅游者达 5472 万人次，世界排名从 1978 年的第 41 位提升到 2007 年的第 4 位；旅游外汇收入达 419 亿美元，居世界第 4 位。出境旅游方面，全年出境总人数达 4095 万人次，较上年增长 18.6%^[7]。《2007 年中国旅游业统计公报》显示，2007 年旅游业总收入 10957 亿元人民币，比上年增长 22.6%。中国入境旅游市场继续稳步发展，主要统计指标同比均有所增长，其中，入境旅游人数比上年增长 5.5%。入境过夜旅游人数比上年增长 9.6%。国际旅游（外汇）收入比上年增长 23.5%。在国内旅游方面，出游人数和

旅游收入均维持两位数的增长。全国国内旅游人数达 16.10 亿人次，比上年增长 15.5%。全国国内旅游收入比上年增长 24.7%。全国国内旅游出游人均花费 482.65 元，比上年增长 8.0%。在春节、“五一”、“十一”三个黄金周中，全国共接待国内游客 4.17 亿人次，实现旅游收入 1816 亿元。2007 年，全国各省、自治区、直辖市接待的入境旅游者总计为 7311.38 万人次，比上年增长 19.1%。到 2007 年末，全国纳入统计范围的旅行社共有 18943 家，比上年末增加 986 家^[8]。

旅游业的发展可以提高一个国家或一个地区的收入水平。比如我国改革开放初期，就是把旅游业作为创汇的主要窗口，从 1978 年至 2006 年，我国全国旅游外汇收入从 2.63 亿美元增加到 419 亿美元，增长了 159 倍。随着我国城镇居民和农村居民人均可支配收入的提高，再加上中央和地方对有关社会保障、公共事业投入力度的加大，使消费者的信心指数不断提升，国内旅游者有向西部转移的趋势。主要原因有：一方面，“探新求异”成为一个主导趋势，旅游者逐渐厌倦了东部已经开发得很成熟的旅游地，喜欢去新的旅游目的地；另一方面，东部很多旅游目的地已经人满为患，旅游质量逐渐下降，开始进入“停滞阶段”。于是一些旅游者开始逐步分流，西部地区旅游资源价值高、开发晚、受人类干扰少，正好迎合了国内旅游者的需求，西部旅游(包括青藏高原旅游、宁甘陕旅游、新疆旅游)也将成为新的热点^[9]。同时，在跨界区域，由于地处行政区划边缘地带，经济发展的中心难以重点辐射，旅游资源和保存相对完整，因而也迎合了旅游者的青睐，近年来成为旅游业发展的热点地区。由此可见，旅游业在国际经济发展中具有重要的地位和作用，是国际经济体系的重要组成部分。

旅游业在国内国民经济发展中也具有重要作用，有些地区的旅游业成为当地经济发展的主导产业，随着生活水平的提高和科学技术的进步，旅游业的发展势头依然强劲。一些区域经济规划中都把旅游业作为国民经济的支柱产业或者主导产业，发展旅游成为该省重要经济支撑。随着旅游业的快速发展和不断深化，旅游业已从卖方市场转向买方市场，国际和国内都面临着旅游业的升级和转型，优化旅游业的产业结构并进行产业升级，旅游业开始向纵深方向发展，这种发展的主要趋势是创新旅游形式，更多的体现了旅游者的个性和参与性的特点，满足旅游者的求新与求异的心理需求。其中不断开发新的旅游资源，挖掘资源潜力，开发人迹罕至的边境区域或者边界区域成为一些旅游企业瞄向的方向。

跨界区域由于存在一定的优势旅游资源，又处于相对偏远的深山老区和旷野地带，一定程度上满足现代旅游人士探奇求异与自主性和个性化旅游的需求，因此，开展跨界

区域旅游,开发跨界区域旅游资源是一些旅游企业经营的重要方面。近几年的统计数字显示,旅游者的兴趣也从人文游转向自然游。人文景观风景区收入增幅低于自然人文复合景观风景区的收入增幅。反映了旅游市场的变化——对新型旅游资源的渴求。地质旅游正是迎合了人们回归自然、健康生活的时尚心理,也预示着地质旅游有着广阔的市场前景^[10]。地质旅游正在并且将会成为旅游的潮流,这就需要设计出精品地质旅游线路,以满足大众不断提高的旅游需求,同时,对于一些地处于县级、地理位置相对偏远的新的地质旅游资源来说,其开发更是面临着严峻的考验。依据吴必虎的中国城市居民旅游目的地选择的空间分布规律:中国城市居民旅游和休闲出游市场随距离增加而衰减,80%的出游市场集中在距离城市 500km 以内的范围,由旅游中心城市出发的非本市居民的目的地选择的范围,主要集中在距城市 250km 半径范围之内^[11]。地质旅游景点的可进入性,尤其是到中心城市的距离很大程度上决定了它的客源市场和开发潜力。因此,改善偏远地区地质旅游景点进入条件已成为地质旅游资源开发中的重要问题。

1.1.2 本文研究问题的提出

我国内陆的行政边界长,30个省际边界长52000公里,包括了全国39%的县区。跨区为数众多的行政边界地区有着良好的地质旅游资源或景区,其中30%以上的自然保护区分布在行政边界区。极具代表性的有重庆与鄂西交界处的大三峡旅游区、滇川交界处的泸沽湖旅游区、鄂豫皖交界处的大别山、滇川藏交界处的香格里拉旅游区、闽粤赣三省交界区域的客家文化旅游区、湘桂交界处的食山一八角寨丹霞地貌风景名胜区、湘鄂渝黔交界的大武陵源旅游区,等等。这些边界地区由于较少受到人类活动的强烈干扰而得以保留了丰富的自然景观、地质景观、生态环境以及浓郁的民族风情,因而成为旅游资源富集、资源特色鲜明、旅游发展潜力大的“资源前沿区域”^[12]。还有另外一种跨界旅游资源,本来位于某一行政区域范围之内,但却被该行政区的下级行政单元所分割,如大湘西旅游区、武陵源风景名胜区等。这些由跨界旅游景区所构成的旅游目的地由于地处两个或多个行政区的边界地区,良好的生态环境以及浓郁的民俗风情,使之成为资源特色鲜明、旅游发展潜力比较厚实的旅游区域,大多数地方已经发育成为中国重要的旅游目的地^[13]。

跨界区域地质旅游资源的开发成为区域旅游资源开发的重要内容,不仅得到边界区域各行政区单位的高度重视,而且也成为边界区域旅游经济合作的重要组成部分。但是,

在跨界区域旅游资源开发过程中,由于受各种因素的制约以及开发观念滞后等方面的影响,在跨界区域旅游资源开发中主要存在以下一些问题。

首先,争夺优势资源的现象经常发生。对于一般区域经济发展布局规律来说,边界地区往往成为受到冷落的地域,甚至某些边界地区处于各自行政区经济发展圈以外的真空地带。但从旅游角度考虑,边界地区由于较少受到人类活动的干扰而得以保留了优美的自然风景和良好的植被覆盖率、天然的生态环境和浓郁的民族风情,一旦这些环境资源要素被视作旅游资源加以开发利用,即可形成与都市旅游相提并论的生态旅游目的地。由于边界地区在旅游开发方面的优势已被人们所认识,原先不受重视的边界地带的共有资源出现了严重的竞争和“争夺”。八角寨丹霞地貌风景区,成为广西资源县和湖南新宁县的关注焦点;大别山主峰天堂寨成为安徽金寨县与湖北英山县、罗田县的“争夺”对象,皆为例证^[14]。

其次,跨界区域旅游资源开发的分散性比较严重。旅游资源在空间赋存上具有客观的整体性,在开发上具有主观的选择性,现实中这种“整体性”往往被“选择性”打破,行政区划及其利益诉求的差异,使边界地区旅游资源的开发陷于困窘境地。一方面,边界地区各自为政,旅游项目重复建设、景点克隆、宣传各唱各的调,甚至相互诋毁;另一方面,尽管边界地区意识到需要加强合作,但茫然于可操作的路径。因此,如何开发边界地区的“共生”旅游资源,是理论与实践亟待解决的问题^[15]。例如,湖北省大洪山风景区的开发就存在这种情况。大洪山风景名胜区地处湖北省经济最活跃的武汉—襄樊—宜昌大三角的中心地带,横跨随州市、钟祥市、京山县(二市一县)3个不同级别的行政区,分成3个旅游亚区。区域位置好,可进入性高,至2005年全区将建成以皂(市)当(阳)线、(武)汉(昌)宜线、京(山)安(陆)线、随(州)应(城)线为骨架的“一纵三横”的公路网络格局,一定程度上成为湖北省旅游网络中的重要中间驿站。大洪山风景名胜区自然和人文景观赋存齐全,旅游发展潜力巨大,但由于分属不同行政区域,长期的行政壁垒阻碍近域旅游区间的横向联系,盲目竞争,造成旅游产品开发雷同,基础设施重复建设。当前旅游区投资又多为企业行为,政府缺乏宏观调控,各景区自成一体,旅游业分散经营严重,导致市场开发混乱,难以形成统一的旅游市场,区域整体的旅游竞争力降低^[16]。

再次,区域内旅游发展不平衡。旅游业发展不平衡是普遍存在的现象,从全国看,我国旅游业的区域结构的特点是“东重西轻”。从表1.2我国2007年旅游相关数据来看,位于旅游外汇收入前十位的省市中,粤、沪、闽、苏、浙等都位于东部经济发达地区。这种失衡的状态所造成的东部地区的旅游业负荷长期过重而中西部地区的丰富旅游资

源被闲置的现象，非常不利于中国旅游业竞争力的提升^[4]。从跨界区域旅游内部看，也存在旅游业发展不平的现象，在统一的自然区域内，有些地方发展较快，有些地方发展较慢，这种不平衡发展经常导致恶性竞争和资源利用中“公地悲哀”现象的发生，从长远趋势看，阻碍了区域经济发展的协调性和有序性，不利于区域经济结构的优化发展，最终将导致区域内人们生活水平发展的不平衡。

表 1.2 2007 年中国各省份旅游外汇收入及排名情况

地区	外汇收入（万美元）	同比增长(%)	名次排列
北京	457962	13.74	3
天津	77871	24.41	10
河北	30911	27.12	21
山西	22171	35.01	23
内蒙古	54485	34.93	15
辽宁	122786	31.42	8
吉林	17931	30.61	25
黑龙江	64270	30.54	11
上海	467297	19.70	2
江苏	346900	24.49	4
浙江	270790	26.97	5
安徽	34400	51.72	19
福建	216936	47.47	6
江西	19554	40.06	24
山东	135185	33.31	7
河南	31801	16.16	20
湖北	41264	28.95	17
湖南	64218	27.58	12
广东	870552	15.57	1
广西	57708	36.39	14
海南	30160	31.63	22
重庆	38231	23.84	18
四川	51243	29.65	16
贵州	12918	12.17	28
云南	85958	30.55	9
西藏	13529	122.01	27
陕西	61211	19.82	13
甘肃	7021	11.58	29
青海	1590	20.01	30
宁夏	261	7.46	31
新疆	16190	26.48	26

资料来源：中国旅游房产投资网 发布时间：2008-6-29

第四，旅游产业结构和产品结构不合理。跨界区域地质旅游资源的开发最终体现在旅游产业的结构和产品的结构上，由于旅游资源分属不同的行政区域，不同行政区域在资源的开发理念和具体措施上也有所不同，因而整个旅游区域的旅游产业结构和产品结构表现不够合理，表现在：住宿、饭店总量失衡，无法适应区域旅游市场上的需求结构；交通发展中也存在瓶颈，公路、铁路、水运等运载能力还有待提高。同时，旅游产品结构过于单一，局限于观光型。跨界区域的专项参与式旅游产品和度假型旅游产品很少^[4]。

第五，资源整合力度不够，生态效益没有兼顾。由于跨界区域旅游资源分属于不同的行政区域内，跟行政区只能根据本区域内的资源进行规划、开发和经营管理，缺乏区域规划开发的整体性和完整性，忽视了区域资源的承载力和环境容量的限度，对旅游区域环境的保护没有整体性的部署和具体沟通的机制，保护措施难以到位，各行政区划一定程度上只重视经济效益而无视生态效益，结果整个跨界区域的环境问题将更加突出，生态遭到破坏，损害了旅游区域的可持续发展。例如，在太湖旅游区，由于太湖地跨无锡、苏州和湖州等行政区域，旅游资源开发处于缺乏整体规划的状态，严重损害了区域整体生态环境。在环太湖的资源开发上，无锡称“太湖绝佳处，毕竟在鼋头”；苏州认为“太湖风光美，一半在姑苏”；湖州则宣扬自己是“环太湖地区唯一因湖而得名的城市”。这使得各地优势不能互补和互为利用，也使得原有的旅游文化资源支离破碎，残缺不全，资源整合力度不够，破坏了旅游区域资源开发的整体性和生态性^[17]。

近几年的统计数字显示，旅游者的兴趣也从人文游转向自然游。地质旅游也因此成为一种时尚旅游。在跨界区域地质旅游资源开发过程中也同样存在上述跨界旅游开发的情况，而且，在许多省份都表现为重景点轻景区；或重景区轻区域，缺乏远景、整体规划。这样，势必影响到地质旅游资源开发的整体效益和经济价值^[10]。

上述问题的存在需要认真反思，在开发跨界区域地质旅游资源的过程中如何处理好资源开发过程中各方利益的关系，处理好经济效益与边界区域环境保护的关系；如何使跨界区域各方能够超越行政区界羁绊，以整体性、可持续性的方式整合边界区域地质旅游资源，充分发挥资源开发的经济效益、社会效益和生态效益；如何以产业化的视角整合跨界区域地质旅游资源，既能保持资源充分开发利用，又能使跨界区域各方面和谐发展。在地质旅游资源的产业布局上如何突破行政和部门限制，以区域的地域特点和地质资源特色为依据，整体化设计，合理化布局，精心设计旅游产品，创造跨界区域旅游精品和品牌。如何以跨界区域现有的资源产业实际，深化产业结构调整，优化产业布局，延伸产业链，创建跨界区域旅游公司等形式促进跨界区域旅游产业的发展。所有这些问题

题就是本文所要认真分析和解决的。

1.1.3 本文研究的意义

本文重点研究跨界区域地质旅游资源整合的理论和实证情况,是区域经济规划与发展的重要内容,是旅游产业经营的重要组成部分。研究跨界区域地质旅游资源开发的重要意义主要表现在以下几个方面:

1.1.3.1 实践意义

从实践方面来看,我国旅游产业的快速发展已经经历了三十年的时间,地质旅游资源的开发目前进入到一个深层次阶段,不仅要开发新的旅游资源,探索新的开发方式和手段,而且要解决在旅游资源开发过程中出现的新问题和新情况,从而使旅游资源开发既满足人们不断增长的物质文化和精神方面的需求,又要保证旅游资源开发能够沿着可持续发展的方向发展。跨界区域地质旅游资源的基本情况是资源地处远离中心城市的边远区域,经济相对不发达,人民的生活水平相对较低,同时,跨界资源由于受行政管理体制分割的影响,资源的地理区域被行政区域分开,资源开发难以兼顾区域资源的同一性和完整性。通过跨界区域旅游资源产业化整合分析,指出如何以资源优势发展为区域经济优势,调整区域产业结构,促进当地经济发展,满足旅游区域人们生活水平提高的需求。

在实证分析的过程中,主要选取比较有大代表性的大别山区,分析大别山地质旅游资源现状及其目前开发机制形成的一般性和特殊性,并进行发展模式创新性设计。这既是传统行政区交界地带旅游开发和旅游产业发展个案研究的延续,同时又可以避免以前相关研究中的案例累积和低水平重复。这种实证分析对于开发同类跨界区域旅游资源具有重要的借鉴意义。

本文详细研究了大别山地质资源开发规划中存在的问题,以及如何进一步做好地质旅游资源的可持续发展的问题。在阅读中外文献的基础上,对地质资源的概念、地质遗迹分类以及地质旅游可持续发展等基础理论进行了分析。研究建立适合大别山旅游地质资源的分类方案和评价体系。从资源整合和大旅游的角度,提出大别山旅游地质资源的整合方案和旅游可持续发展思路,为政府决策提供依据,为地质旅游资源开发提供新的思路。

1.1.3.2 理论意义

在理论架构上,全面梳理跨界区域发展研究的理论脉络,尝试性地提出和界定了“跨

界旅游区域”、“跨界区域地质旅游资源”以及“跨界区域地质旅游资源产业化开发”等概念，并以此为主线，组合、衔接跨界区域产业集聚理论、产业布局理论、旅游产品创新、旅游品牌创建理论、共生理论以及交易成本理论等，形成了跨界区域旅游资源开发的理论支点和高度综合的方法论思维，推进了区域旅游学术研究的不断深化。

在选题立意上，突破了以往区域旅游研究主要集中于同一行政区域内旅游产业发展与竞合的局限，以当前国内外区域旅游研究较为薄弱的领域—跨界区域旅游资源的开发和发展为研究的主要对象，弥补了以往在这方面研究的不足，具有理论研究的前沿性和创新性。当然，作为一个较新的研究视角，可以借鉴和吸收的直接成果并不太多，这也构成了本文研究的难点。

在研究内容上，针对以往对跨界旅游资源的研究主要集中于区域空间整合的目标、对策、类型等的分析与描述，而忽视了跨界旅游资源开发的动力机制和外部因素制约分析，本文深刻揭示了跨界地质旅游资源存在的必然性和特点，理清了跨界地质旅游资源开发的动态过程和各种矛盾的深层机理，分析了跨界区域地质旅游资源产业化开发的动力源泉和相关机制，结合大别山区域探讨实现跨界区域地质旅游资源产业化开发的具体途径。

1.2 文献综述

目前，关于跨界区域旅游资源产业化开发研究系统的理论体系没有形成比较完整的结构，特别是关于跨界区域旅游资源开发以及旅游资源产业化的研究更是较少，而与跨界区域和旅游资源开发合作的研究及成果有出现在相关的文献中。一般而言，跨区域旅游资源产业化开发主要涉及区域经济理论、旅游资源开发理论、跨界经济发展理论、产业经济理论、大别山旅游开发现状等相关理论知识，因此，本文主要综述这几方面理论的研究现状并对此进行相应的分析。

1.2.1 相关研究概述

在现今流行的权威搜索网站中进行了相关理论研究的搜索，得出的基本情况如下。在中国学术网中搜索出关于研究“大别山”的文献有 5470 条，其中，关于研究“大别山旅游”的文献有 72 篇，这之中研究“大别山旅游开发”方面的文献 43 篇，研究涉及“大别山地质旅游”的文献 10 篇，其中单纯研究“大别山地质旅游资源”的文献仅 3 篇。由

此可见，尽管目前大别山地质旅游资源的开发实践活动进行得如火如荼，但相关研究却显得相对滞后。

在读秀学术搜索网页中搜索出关于“跨界区域”方面的条目有 660 条，没有搜索到关于“跨界区域旅游资源”的相关内容。在中国学术网中输入“区域旅游资源”查询主题得到的数据是 2141 条，从关键词分类来看：关于“旅游开发”的 93 条，关于“可持续发展”的 90 条，关于“区域旅游合作”的 41 条，关于“空间结构”的 37 条，关于“旅游产业”的 34 条，关于“旅游资源开发”的 32 条。其中关于“跨区域旅游资源开发”的 14，占整个“区域旅游资源”内容的 0.6%。而关于“跨区域旅游资源产业化”的内容则没有搜索到相关结果。见表 1.3。

表 1.3 区域旅游资源研究相关内容

区域旅游资源	旅游开发	可持续发展	区域旅游合作	空间结构	旅游产业	旅游资源开发	跨区域旅游资源开发
条目数	93	90	41	37	34	32	14
比例%	4.3	4.2	1.9	1.7	1.5	1.4	0.6

搜索“毗邻地区旅游资源”得到的结果有 7 条，其中 5 条是近三年发表在相关期刊上，只有 1 篇是关于旅游产业方面的研究。搜索“区域旅游资源产业化”得到的相关结果是 18 条。从关键词角度来分析，研究旅游资源产业化比较分散，其中研究产业结构、旅游开发分别有 2 篇，研究区域布局和空间结构分别有 1 篇，研究发展战略有 1 篇。从发表年度分析，2005、2006、2008 分别有 4 篇，说明研究区域旅游资源产业化也主要集中在最近几年。关于跨界区域旅游资源的研究在中国知网中搜索到 1 篇文章，题目是《跨境旅游资源国际合作开发探讨——以黑龙江中俄边境段为例》，从题目看，这篇论文主要是研究跨边境地区旅游资源合作开发问题。关于跨界区域旅游的论文有 5 篇，分别是：王凯的《跨界旅游目的地整合发展研究》、吴国清的《都市旅游目的地空间结构演化的网络化机理》、赵明，郑喜坤的《跨境旅游资源国际合作开发探讨——以黑龙江中俄边境段为例》、任鸣的《健全“跨界治理”机制 共筑旅游合作基石》、陈兴中、汪农庄的《乐山国际旅游大城市特色的规划研究》。在搜索中没有发现关于“跨界区域旅游资源产业化”方面的文献资料。

通过分析发现，关于地质旅游资源开发研究，特别是区域旅游资源整合方面的研究

主要集中在最近几年，主要原因有以下几个方面：首先，许多景区经过十幾年来的管理运作已日趋成熟，景区需要在此基础上进一步发展，就需要有一个全新的视角重新提高或改变旅游景区面貌，重塑景区形象，形成新的吸引力。其次，随着旅游市场的日趋完善和旅游产品的不断开发，旅游出游对旅游线路的选择越来越多，竞争也变得更加激烈，这就要求开发新景区时，要全盘考虑与其他各景区的关系，本着宏观上整合开发的方式进行，目的是提高整体旅游区的综合吸引力和竞争力。再次，经过了过去多年在旅游开发只局限于所在区域，产生较多问题，如同一地区重复开发相同的景区，最为典型的是在一个地方很多溶洞的开发，直接导致恶性竞争和旅游资源的严重破坏。相反，旅游整合开发给旅游业的发展带来更多的好处，轻而易举的避免了众多的不利因素，强调宏观上的协作和多方受益，使旅游市场进入大旅游市场阶段，也起到了更好的带动相关产业发展和在大范围上优化各产业结构的作用。总之，旅游整合开发是对以前仅限于狭小范围带来的种种不利后果反思的结果。

1.2.2 国外研究情况

1.2.2.1 跨界区域经济发展研究

区域经济理论在形成的理论渊源上，最早可追溯到 19 世纪初德国经济学家杜能创立的区位理论，他从区域地租出发探讨以不同地价而引起农业分异现象，创立农业区位论；德国经济学家韦伯（Weber, 1909）^[18]提出了工业区位论；克里斯塔勒（Christaller, 1933）^[19]根据村落和市场的区位，提出以商业为中心的中心地理论；廖什的区位经济论^[20]；艾萨德的区位科学^[21]等，二战后一些经济学家在研究区位理论的基础上，开始了对区域的整体研究。而艾萨德创立的区位科学，把经济学、地理学与规划理论综合了起来，综合考虑到区域企业的内外部经济效应。索洛^[22]，新古典综合经济学的代表。他认为区域经济发展必须考虑人均收入或产出水平的增长率，以便适时地推进区域产业转移。

西方学者对行政边界与区域经济发展关系的关注由来已久。20 世纪 30 年代前后，学者们就从空间的角度研究了边界的划分、边界的历史及其影响导论^[23]。一些学者主要从区域旅游竞争与合作的角度论述了跨界区域积极发展以及旅游资源整合的措施与对策，认为竞争策略是区域发展的必要条件，而加强合作则是区域经济发展和促进区域旅游发展的重要战略举措^[24,25]。克里斯塔勒的中心地理论和廖什的市场区位论中也有关于边境区位问题的论述。克里斯塔勒认为，中心地的空间分布形态受市场因素和经济合

理性的制约,形成不同的中心地系统的空间模式。但在边境区中心地系统的空间组织中,社会政治因素起着重要作用。由此,限制了边境地区中心地的发展^[26]。根据廖什的分析,经济景观是由不同空间市场区组成的系统,在边境地区受国家边界的影响。在政治边界与经济边界不相一致的情况下,受政治边界效应的影响,市场区将发生变形,市场区的扩张将非常困难。吉尔什发展了克里斯塔勒和廖什的边境区位理论,认为越是在国内拥有较大市场区域的企业,向边境区位移的可能性越小。他在研究欧洲边境区时发现,企业集聚现象发生在国家内部层次上,而在国际层次上,离心现象非常明显^[27]。20世纪50年代以后,对于边境区位的相关研究开始逐步向系统、综合的方向发展。Seymour E. Harris早在1957年就著有《International and International Economics》一书,从国际贸易理论上入手分析了国家和地区间的经济关系协调与区域发展问题,为优化区际关系和跨界区域系统组合提供了基本的理论框架^[28]。

在20世纪60年代末,德国物理学家赫尔曼·哈肯提出一门新兴的交叉学科——协同学,主要研究开放系统,通过子系统间的协同作用形成有序结构的机理和规律的科学,是自组织理论的重要组成部分。发展跨界旅游资源,不仅涉及到资源开发的问题,主要的是如何处理好跨界行政区域经济合作的问题。这种合作把跨界资源开发看作一个完整的系统,任何一个系统都由大量的子系统组成,系统的整体行为取决于系统内子系统间的相互作用。由一种秩序逐渐转移到另一种秩序时,普遍的规律起着作用,同时某种自动机制制约这些过程^[29]。克鲁格曼^[30]建立了一个动态的多区域模型来解释当空间结构均衡时,动态的力量确定趋于形成沿地形大概等距离分布的聚集点(城市)。在区际贸易方面,沃纳伯尔斯^[31]把新经济地理学模型作为区际贸易新类型的基础。

Edgar M. Hoover(1975)在其《An Introduction to Regional Economics》一书中,就指出美国为了解决两个或两个以上州的部分毗邻地区的发展问题,而成立区域委员会的做法^[32];另外,Robert Axelrod(1984)^[33]在《The Evolution of Cooperation》等文章中研究了边界经济的发展趋势及合作途径。空间分析方法曾是区域贸易分析的重要理论依据,这种理论对与旅游发展具有指导作用。基于收益递增的三种不同方法(外在规模经济、不完全竞争下的平均成本定价和垄断竞争)建立贸易模型,对生产要素相似的国家之间同一产业的“相异产品”贸易进行理论阐释^[34]。新经济地理学的杰出代表主要有美国经济学家克鲁格曼(Polo Krugman)、沃纳伯尔斯(A. Venables)^[35]等。1966年弗里德曼根据对委内瑞拉区域发展演变特征的研究,出版了他的学术著作《区域发展政策》一书,系统提出了“核心—边缘”的理论模式^[36]。

由于跨界经济合作是一个社会经济现象，边界的这些属性通常总是交织在一起，并共同作用于经济行为主体。Julian Minghi(1983, 1989)主张经济地理学对边界效应和次区域经济合作的研究应综合社会学、经济学、心理学等学科，从更广泛的视角来认识边界，认为对边界的经济地理学研究重点应放在其隐性功能，尤其是一般意义的规律性即一般条件下的边界状况等方面；Vander Schelde B. (1992)利用费萨尔的区域研究理论对法国和意大利阿尔卑斯山脉地区 4 个城市的发展作了实证研究，分析了边界的影响，边界决定着区域组织；Anderson 和 Dowd(1999)从边界本质的角度来研究其对跨界经济合作的影响，认为边界在本质上具有复杂性，这来自于边界固有的政治、文化和经济内涵^[37]；Henk Van Houtum(1998, 1999)在总结地理学对边界的研究后认为，对边界的研究应从静态的显性功能研究转向动态的边界文化意义的研究，认为边界景观是一系列文化、经济、政治现象在空间上互动过程的结果，同时，他还从心理学、社会学的角度研究了边界和跨界经济关系^[38]。Carolyn L. Evans (2003)将空间距离、居民对本国产品的偏好、关税和非关税壁垒、交易成本等变量引入模型估计，得出的结论是，交易成本变量是边界屏蔽效应的主要原因，它可以单独解释 46%的屏蔽效应，等等。一些学者从区域竞争力的角度论述了区域经济发展的问题，认为区域经济发展首先要发挥区域竞争优势，促进区域整体经济水平的提高^[39]。一些学者从旅游区域营销的视角分析了经济发展的措施和途径，认为提高旅游目的地竞争力必须加强目的地营销竞争力的提升^[40]。上述研究成果都可以为本文的研究提供诸多有益的参考。

1.2.2.2 跨界旅游发展研究

西方学者关于跨界旅游的研究主要集中在大尺度空间范围内的旅游合作及旅游合作所带来的效应等方面，主要原因是西方发达国家由于市场化程度较高，其国内行政边界对于区域旅游经济运行和管治的作用力相对较弱。Fagence M 在《Regional tourism cooperation》一文中详细阐述了区域旅游合作的方式、机制、利益分担以及存在的障碍等问题并对区域旅游合作的进一步发展提出了相应的对策，为深入研究跨界区域旅游合作提供了一定的理论指导^[41]。“跨界治理”的落脚点是治理，所以“跨界治理”理论来源于“治理”理论^[41]。英语中的“治理”(governance)，原意是控制、引导和操纵。根据全球治理委员会于 1995 年发表的一份题为《我们的全球伙伴关系》的研究报告，对治理作如下定义：治理是各种公共的或私人的机构管理其共同事务的诸多方式的总和；它是使相互冲突的或不同的利益得以调和并且采取联合行动的持续的过程^[43]。

另外，一些学者对具体区域的旅游合作以及合作的具体实现途径给予了较多的关

注, 如 Craig-Smith S. J., Fagence 和 Michael (1995) 对东亚及太平洋地区的旅游合作的探讨^[44], Chirathivat 和 SuthiPhand (19%) 对大金三角区域旅游合作开发的研究, Bramwell B (1997) 对欧洲旅游业可持续发展中的区域协作研究等。迈奥斯克 (Miossec) 和戈曼森 (Gormsen) 从空间结构和空间动力学角度观察了目的地旅游演变过程, 将旅游者的行为和类型同旅游者的地理分布模型结合起来考虑^[45-46]。希尔斯 (Hills)、朗德格仁 (Lundgren) 和布里敦 (Britton) 等人的论述, 强调了边缘地区对核心地区的依赖。这种依存关系不仅对于旅游者来说是如此, 对于其他一些事物, 如资金、企业能力、熟练劳动力、技术甚至于利润等, 存在着边缘对核心的依赖^[47-48]。韦佛 (Weaver) 利用核心—边缘模型对加勒比海地区特立尼达和多巴哥、安提瓜和巴布达群岛进行了案例研究^[49]。为了促进边缘地区旅游业的发展, 1997 年 9 月在丹麦的边缘地区博恩霍尔岛举行了一次欧洲边缘地区旅游研讨会, 提交的论文表现出了对可持续性和乡村地区旅游发展的关注^[50]。V. 史密斯 (V. Smith) 有关旅游区域的研究成果中也体现了核心—边缘理论的思想^[51], 认为旅游区域是一个用来提供旅行者服务、可交易的目的地, 同时该目的地又有相关的支持带环绕。

同时, 西方学者也十分注重对区域旅游协作的微观机制的研究, 如 Tazim B. Jamal 和 Donald Getz (1995) 关于社区旅游规划合作的理论研究^[52], Steve Selin 和 Chavez Debbie (1995) 的区域旅游整合模型建构, Bramwell^[53], Angela Sharman (1999) 对区域旅游合作的政策研究^[54], Young 和 Lena (2002) 对区域旅游合作中各部门之间的协作关系研究^[55], Twan Huybers 和 Jeff Bennett (2003) 关于区域旅游合作中的企业行为研究等^[56]; 此外, Hills, Lundrsen (1977) 和 Britton (1980) 建立了关于核心—边缘理论模型, 他们强调了在旅游行为中边缘地区对核心地区的依赖关系^[57]。这些有关区域合作文献尤其是有关区域旅游合作的微观机制方面的研究成果, 是本文构建理论平台的重要依据。

西方学者有关行政边界与旅游发展的关系及其对区域旅游发展的直接影响的论述并不多见。20 世纪中叶以来, 共生思想及方法开始渗透到医学、农业、经济管理 etc 社会经济领域, 并已展示了值得深化拓展的前景。“共生”最初的涵义是指“不同种属的生物按某种物质联系共同生活”。从一般意义上讲, 共生是指共生单元之间, 在一定的共生环境中按照某种共生模式形成的关系。共生, 既具有自组织的一般特征, 又具有共生过程的独特个性。它不是共生单元之间的相互排斥, 而是在相互激励中共同合作进化^[58]。20 世纪 90 年代以来的相关研究成果也主要是以国家边界为视角, 内容主要集中在对边界概念的界定、边界功能的认知、国家边界对旅游活动的影响以及边界地区旅游产业的

发展条件、模式与途径等方面。Timothy D. J. 在 1995 年就明确指出，国际边界是旅游学研究的一个前沿领域。^[59]同时，他还分析了行政边界的性质、类型以及由边界所引发的一系列旅游现象，如跨界旅游购物、边境旅游城镇的发展、边境旅游节点的功能特征等，而且认为行政边界本身就可以成为旅游吸引物^[60]。Ahmed Z. U. (1996) 从国际市场营销的角度对加拿大居民在美国北达科他州的跨国休闲购物行为进行了实证分析^[61]；Di Matteo L. (1999) 分析了美国和加拿大居民的跨界旅游行为，重点探讨了国界对两国旅游者的差别化影响；Timothy. D. J. (1999) 以美国和加拿大边境的国际公园为例，分析了跨界旅游协作与资源管理等问题；Dhael Felsenstein 和 Daniel Freeman (2001) 以“囚徒困境”的理论假设为前提，对埃及和以色列边境两个旅游地博彩娱乐业的竞争进行了研究，在构建了评价模型的基础上，对跨界旅游竞争的条件以及正负面影响进行了评估；Timothy D. J. (2002) 在其专著中则全面分析了跨界区域的旅游产业发展问题，主要包括跨界旅游竞争、互补与协作等内容；Dallen J. Timothy 和 Cevat Tosun (2003) 通过对美国和加拿大交界处和平公园旅游者的实地调查发现，大部分的旅游者并不认为国境线对其旅游行为产生明显的影响，而对于小部分旅游者而言，办理边境手续的程序、边境官员的办事态度和效率、两国之间的经济文化差异、对于安全问题的担忧和信息咨询工作不到位等，构成了其旅游活动顺利开展的客观障碍^[62]。

与此同时，国内各级行政界线对旅游活动以及旅游产业发展的影响也引起了西方学者的注意。Prescott J. R. V (1987) 阐述了国内行政界线相对于国际界线而言在旅游和博彩休闲产业发展中所具备的不同功能^[63]；Lloyd B. 和 Swift (1991) 认为国内行政界线是一种重要的地标类旅游吸引物^{[64][65]}。西方学者对于这一方面的研究及其所取得的成果，为我们探讨中国省际和市县交界地带旅游整合发展问题给予很大的启示。

1.2.3 国内研究情况

通过文献搜索分析发现，尽管国内最近几年对区域旅游资源的开发、区域旅游资源的整合等方面的研究学者多有涉猎，但对于跨界区域旅游资源的整合，特别是产业化的整合方面的研究比较少。而与之相关的研究主要集中在以下几个方面。

1.2.3.1 大别山旅游研究

目前，关于大别山旅游研究主要集中在三个方面：首先是大别山红色旅游资源开发的研究，这是对大别山旅游进行深入研究开展较多的一项。如有关于大别山红色旅游

资源开发的探讨,主要研究成果有《关于开展大别山红色旅游资源的探讨》(万青,2006)^[66]、《六安市红色旅游 SWOT 分析》(张树萍,2006)^[67]。其次是关于生态旅游的研究,这方面的主要研究成果有:《发展生态旅游推动经济发展—以安徽六安地区为例》(万青,2004)^[68]、《皖西旅游资源开发利用战略问题探讨》(杨敬东,2002)^[69]。第三是关于大别山地质旅游资源和其它旅游资源开发方面的探讨,这方面的主要研究成果有:《安徽大别山(六安)国家地质公园旅游开发》(张树萍,周刚,2007)^[70]、《地质旅游资源分类及开发利用初探》^[71]。尽管目前关于大别山旅游的研究已经深入推进,在有些方面研究得已经相当深入,但从研究的内容和范围来看,关于大别山跨界区域地质旅游资源的开发与整合方面的研究仍然没有具体而全面的开展。

1.2.3.2 地质旅游资源研究

关于地质旅游资源的研究特别是大别山地质旅游资源的研究主要集中在地质形态的构造和形成历史、地质公园、地质旅游资源的开发等方面。这方面的主要成果有《中国旅游地质资源分类分区与编图》^[71]、《地质旅行》(夏书芳,1998)^[72]、《大别山构造地貌的 DEM 初步分析》(程三友等,2005)^[73]、《湖北省区域地质志》(湖北省地质矿产局,1990)^[74]、《安徽省区域地质志》(安徽省地质矿产局,1987)^[75]、《世界地质公园的开发建设及其对我国的借鉴》(钱小梅,赵媛,2004)^[77]、《大别山地块超高压变质期后伸展变形及超高压变质岩石折返过程》(索书田,等,2000)^[78]、《大别山构造地貌特征》(冯文科,1976)^[79]、《大别山造山带基本结构》(董树文,孙先知等,1993)^[80]、《大别山造山带地质构造》(王椿镛,张义庆等,1997)^[81]、《论国家地质公园》(陈安泽,2002)^[82]、《地质遗迹资源属性浅析》(赵鸿燕,张天义,曹希强,2007)^[83]。可见,关于地质旅游的研究主要集中在地质公园建设和地质遗迹开发方面,而关于跨界区域地质旅游资源的整合开发目前研究的比较少。

1.2.3.3 关于毗邻区的研究

跨界区域旅游资源开发是在区域内部毗邻地段进行,目前关于毗邻地区的研究主要集中在区域综合发展研究方面,而专门研究旅游资源的开发方面的文献资料较少。在研究毗邻区经济发展方面文献主要集中在以下几点:

关于毗邻区经济协作方面的研究有:关于毗邻区旅游经济的研究方面主要有王凯《我国省际边界地区旅游经济发展的空间结构优化方略》和《省际毗邻地区旅游经济的空间矛盾及调控机制探讨》等文献,他认为,旅游经济空间整合的实施途径是构建旅游产品群,塑造区域主流的整体形象,联合开拓旅游市场,共同建设基础设施,保护整体旅游

环境^[12,13]

关于毗邻区经济协作其它方面的作品主要有《资源层次、经济中心与区域经济的多元合作发展》(陈惠雄, 2004)^[84], 《滨海沙滩旅游资源开发的竞争分析:以茂名市沙滩开发为例》(保继刚, 1991)^[85], 《政府行为与蒙晋陕豫交界地带经济合作研究》(安树伟, 2003)^[86], 《关于西部毗邻经济协作区的思考》(王晨, 吴嗣澄 1987)^[87]。《喀斯特石林旅游开发的竞争研究》(保继刚, 1991)^[88]。关于毗邻区经济发展模式研究有:《省级毗邻地区开发模式探讨》(刘玉亭, 1999)^[89], 《论旅游资源中的同名名胜开发》(喻学才, 1995)^[90], 《我国省级边界地区自然资源开发的政策建议》(郭荣星, 1995)^[91], 《攀西——六盘水资源特点及开发效应探析》(肖进原, 1996)^[94], 《中国交界地带经济发展思考》(梁双陆, 1998)^[95]。关于毗邻区发展战略的研究有:《毗邻地区经济发展战略问题初探》(王谦光, 1994)^[96], 《省际毗邻地区开发模式探索》(刘玉亭, 1999)^[89]、《21 世纪中国旅游学的新领域:旅游资源非优区研究》(许春晓, 2000)^[97]、《湘鄂渝黔桂省际边境区域经济发展战略》(陈仲伯, 杜平等, 2002)^[98]。关于毗邻区发展环境保障研究有:《协调成本与行政区交界地带的环境整治:对黄河小北干流域段整治的研究》、《长江上游地区政府之间跨区域合作研究, 建立市场化的西南地区区域经贸协调机制》(饶光明, 2004)^[99], 《省级毗邻地区经济发展现状研究》(蔡云辉, 2005)^[100], 《区域旅游资源开发整合研究》^[101]、《省级行政边缘经济与统筹区域协调发展》(安树伟, 母爱英, 2005)^[102]等。

1. 2. 3. 4 关于跨界经济协作研究

跨界旅游资源产业化开发归根结底是一个区域协同发展的问题,在这方面的研究主要有以下几个方面:

关于区域协同发展理论研究。薛莹在《20 世纪 80 年代以来区域旅游合作研究综述》一文中提出旅游景区的集群开发是多个景区协同开发问题,是区域旅游合作的一种,但在实际实践中区域旅游合作的个案研究多偏重于提出构想,而缺少针对具体问题的深度分^[103]析。共生既是一种自然状态,又是一种可塑状态^[104]。吴泓、刘荣增及韩芳^[105-107]将共生理论应用于区域旅游合作领域。其它关于旅游产业区域协同发展的研究文献主要有《协同学原理和应用》(吴大进、曹力等, 1990)^[108], 《协同论》(郭治安、沉晓峰, 1991)^[109], 《关于协同学理论和方法的哲学依据与社会应用的探讨》(孟昭华, 1997)^[110], 《协同学:自然成功的奥妙》(H. 哈肯, 1988)^[29], 《名山旅游地空间竞争研究:以皖南三大名山为例》(保继刚, 彭华, 1994)^[111], 《区域合作的理论、政策与实践》(庞效民, 1998)^[112], 《区域管理与发展》(王铮, 2002)^[113], 该书以持续发展管理为核心,从经济发展、

人口、环境管理三个方面全面介绍区域管理的原理及时间。关于跨界区域协作发展机制研究,主要有《中国过渡区域经济运行和协调发展机制研究》(谢冰,2000)^[114],《区域大战与区域经济研究》(张可云,2001)^[115],《区域经济联合协作的动力机制研究》(季任钧,钱智,2001)^[116],《闽台高科技产业竞争力及其区域产业协同发展研究》(谢章澎,2001)^[117],《2003 中国区域经济发展报告——国内与国际区域合作》(上海财经大学区域经济研究中心,2003),《区域经济协同发展研究》(黎鹏,2003)^[118]。关于跨界区域协作发展实证研究,主要有《湘鄂渝黔区域经济协同发展的政策研究》(冷志明,2005)^[119],《重视区域旅游合作开发中的行政区划因素》(张建,2005)^[120],《区域旅游合作的行为模式和动力机制》(李树民,2005)^[121],《珠江流域滇黔桂三省交界地区跨边界经济合作及协同发展研究》(田苗,2006)^[122],《中部地区区域旅游合作》(张慧霞,刘斯文,2006)^[123],《县域经济产业协同发展模式研究》(王传民,2006)^[124],《健全“跨界治理”机制共筑旅游合作基石》(任鸣(2007)^[125]等。多数著作或论文都基于全国的区域经济合作为背景,较少关注跨界区域旅游资源合作开发及协同发展。

1.2.3.5 区域旅游合作研究

跨界区域旅游资源开发主要涉及到跨行政区域的经济合作问题,跨行政区的经济合作一直以来受到学者和相关学术机构的重视,在理论上取得了很多成果,在实践上也有很多措施和方法得以实施。在跨行政区域经济合作的研究方面主要有经济协同发展理论、竞争理论、跨区域合作方式的理论等。夏玢(2005)在《景区集群开发对客流季节性分布的影响》一文中对景区集群开发提出了自己的见解,认为集群开发有利于发挥资源和基础设施的作用,在开发过程中发挥极品带动、错位发展战略。吴军(2007)比较系统的研究了区域旅游合作的时空演化特征,通过一定检索获得的样本基本上能反映出国内区域旅游合作发展的实际状况^[126]。杨振之、陈顺民(2007)探讨了旅游目的地和旅游过境地之间的关系,从而对开发跨界区域旅游业提出了一定的见解^[127]。

赵明,郑喜(2004)研究了跨境旅游资源国际合作开发的相关问题,指出跨境旅游资源国际合作开发是指为开发分属不同国家领土的整体旅游资源系统而进行的国家间合作或跨国企业间的合作,以实现跨境旅游资源系统整体开发利用,实现游客对旅游产品的完整消费。例如,中俄界江黑龙江的旅游资源合作开发,将改变中国游客游中国边境,俄罗斯游客游俄国边境的状态,赋予资源系统完整性,实现两国游客跨境游览,使两岸多种资源相得益彰,多个景点相互连接,让界江风光更具魅力^[128]。

他们指出跨境旅游资源就自身而言,其自然资源、生态环境是一个完整的系统。但

由于处于特殊的地理区位,人为的界线破坏了自身的完整性,资源整体潜能得不到充分发挥。跨境旅游资源国际合作开发从旅游资源整体性和整体优势出发,对旅游资源自身的整体系统做出统一的规划,从而使边境区域旅游视野更宽广,内容更丰富,更具吸引力。跨境旅游资源系统处于双控或多控状态,资源分属的各个国家所进行的资源开发建设相对于资源总体而言只是局部、片面的开发,多种资源类型得不到合理配置。跨境旅游合作开发在对边境整体旅游资源开发时可以做到全面安排、全面设计,兼顾各国经济利益,多角度、多层次综合配置各国各种资源类型。

1.2.3.6 行政区边缘经济研究

一定程度而言,跨界旅游资源是一种边缘资源,跨界旅游资源开发是一种发展边缘经济的形式。边缘经济不是一种无关紧要的经济,在区域经济发展中具有重要地位。发展跨界区域旅游是促进边缘经济发展的重要途径,因此,行政边缘经济的研究既对开发跨界区域旅游资源具有重要的指导作用,又充实了边缘经济发展的内涵。安树伟,张素娥(2004)在行政区经济理论的基础上指出区域经济发展往往是以若干个增长为中心,逐步辐射到周边地区,促进整个区域发展。然而,由于中国行政区划的长期存在,计划经济体制的影响,地方政府行为及职能对经济约束和限制,在各省区的经济社会发展规划和生产力布局中,往往以中心城市及附近的周边地区为主体。生产要素在区域中心城市聚合强化,而远离经济中心的地区,随着空间距离延伸经济活动呈衰退减弱之势^{[129][130]}。魏后凯(2004)由于受行政区经济和“边缘效应”的影响,加上远离主要大、中心城市,国家产业政策往往无以顾及,地方政府对辖区经济强烈的干预,使区域经济具有分割性和边缘性的典型特征。在交界地带更多地表现为经济的欠发达性、不协调性和不可持续性,形成一种特殊的经济现象和运行方式——“行政边缘区经济^[131]”,同时,中国经济体制改革以渐进模式推进。利益形成、协调机制、法制经济的不健全,区域经济分割性、不协调性将更加突出。安树伟(2007)在《行政区边缘经济论》一书中指出:行政区边缘经济是指国家经济内由于行政区划、政府职能和地方政府行为对区域经济的刚性约束和“边缘效应”的影响,在行政区交界地带产生的一种特殊的、具有分割性和边缘性的区域经济^[132]。由于行政区划使地方政府对其辖区经济起很强的干预作用,因而使生产要素的合理流动受阻,形成一种特殊的具有明显分割性、边缘性的区域经济。在跨界交接地带,有着“行政区经济”与“行政区边缘经济”两种经济形态的典型特征。从空间角度和区域经济运行角度看,“行政区经济”与“行政区边缘经济”既是两种不同的经济现象,又是两种不同的经济运行方式。在利益协调机制欠完善的转型社会,行

政区边缘经济现象将会继续存在^[133]。

罗贞礼（2007）在《边缘区域经济发展研究》中指出：在一个广域中，除边缘区域外，还有核心区域、准核心区域、准边缘区域的不同区域层次。边缘区域是指发展条件和发展状态都较差的区域。一般指在一个广域中经济发展水平低、远离经济增长中心，并且缺乏采用典型增长模式转入快速增长轨道的条件区域。行政区经济是一个以中心地向外辐射的抵御系统，行政边缘地区的运行处于不利的地理位置。根据有关学者研究得出的结论，边缘地区的经济水平与边缘区域和省会城市之间的距离成反比。愈靠近边界，经济发展愈缓慢，愈靠近中心，经济发展愈快。核心区域是指发展条件和发展状态都较好的区域。一般而言，核心区域是广域内发展水平较高、发展速度较快，并具备进一步发展条件，因而处于广域经济发展中心地位，对广域经济状态具有重要影响的区域。过渡区域包括准边缘区域和核心区域。准边缘区域是指发展条件较差而发展状态尚好的区域，通常是由核心区域丧失原有发展条件后退化而成的区域。准边缘区域如不能较快的改善其发展条件，可能逐渐退化成边缘区域。准核心区域是指发展条件好而发展状态差的区域，通常是由边缘区域获得充分发展条件后进化而成的区域。准核心区域只要能保持较好的发展条件和发展势头，可望逐渐成为核心区域。

罗贞礼指出，边缘区域的发展可以用如图 1.1 表示：以发展条件为横轴，发展状态为纵轴构成一个平面，可以形象的表达四种类型的区域。发展条件包括资源、要素、区位等发展手段和经济体制、外部环境等发展机制。只有当各类发展手段较好的组合，同时发展机制较好的健全，区域才具备较好的发展条件，区域经济才能转入或保持较好的

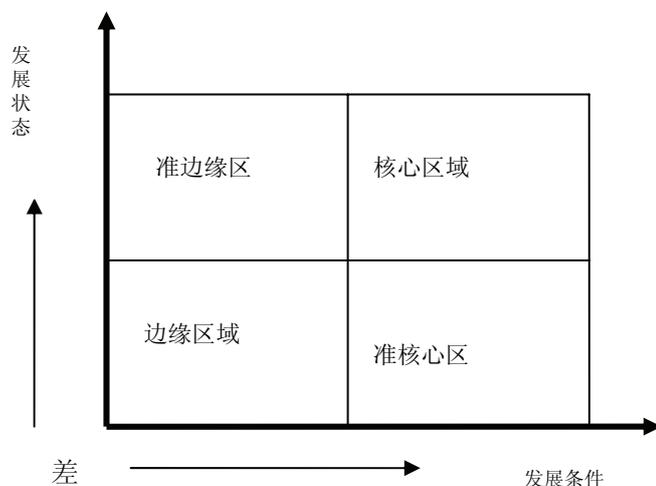


图 1.1 边缘区域图示

发展状态。反之，当区域发展手段全面缺乏，或缺乏某种手段而不能形成有效发展的组合，或发展机制不健全，则区域发展条件差，区域将陷于或保持在较差的状态。区域发展状态包括发展水平和发展速度。发展水平通常用人均 GDP 表示。发展速度用 GDP 增长率表示^[134]。

另外，还有不少学者以实证的方式阐述了边缘行政区经济发展情况。省区交界地带是行政边缘经济区的重要组成部分，主要指位于各省区行政交界地带两侧的特殊区域。本文所研究的大别山旅游资源开发主要就处在省区交界地带，其旅游资源开发是省区交界边缘经济的重要组成部分。目前在这方面的研究比较深入，主要原因是我国具有广阔的省区交界地带，其区域经济的发展对整个经济发展具有重要推动作用。省区交界地带由于远离主要大中城市和经济中心，无法接受大中城市的经济辐射和带动，经济上表现为欠发达性、不协调性和不可持续性。因而，探索省区交界地带经济滞后的原因及形成机理成为众多专家学者关注的焦点，主要研究成果有：《中国省际边界地区经济发展研究》（郭荣星，1993）^[135]，《“世界遗产地苏州”城市空间结构研究》（陶伟，戴光全，吴霞，1993）^[136]，《论行政区划、行政管理体制与区域经济发展战略》（刘君德，舒庆，1993）^[137]，《闽东南、粤东、赣东南经济协作区域规划研究》（陆大道，1996）^[138]、《跨市域旅游开发的必然趋势与联动机制》（章尚正，2004）^[139]、《城市旅游资源空间整合研究》（杨培玉，2004）^[140]、《图们江地区开发与东北亚经济发展及合作》（丁四保，陈才，1996）^[141]、《积极推进闽西南区域经济合作的若干对策》（邓仕仑，2007）^[142]《行政区边缘经济论》（安树伟，2003）^[143]《湘鄂渝黔边区域经济协同发展的政策研究》（冷志明，2005）^[149]等，这些成果有的从理论角度探讨其一般问题，如郭荣星、安树伟，有的侧重于国外情况介绍，而有的侧重于具体或特殊类型的区域研究。

整体而言，跨界区域旅游资源开发是一种边缘经济发展的形式，同周围其他区域相比，跨界区域是处于边缘地位，可按照边缘区经济理论进行发展；从区域内部而言，由于跨界区域分属不同的行政区域，资源的规划和开发以及行政区域的发展水平的差异，内部的不同部分也有核心和边缘之分，从而导致发展的不平衡。

1.2.4 简要述评

由上述文献综述可知，在经济不断发展、区域合作不断加大的背景下，相关学者对

于跨界区域经济合作与协同发展已经做了初步的有成效的探讨。从目前的情况来看，国内外经济地理学以及相关领域的专家对边界的关注较多，而对跨边界区域地质旅游合作，特别是行政区交界地带进行有效资源整合的研究则较少，对如何进行跨界区域地质旅游资源产业化整合，适应区域特色和地质资源特点的发展模式研究的关注较少。当前，国际政治局势趋于缓和，我国社会主义市场经济已初步确立，在这种大环境下，运输与交易等方面的优势正鼓励地理相邻的地区之间开展经济交流。无疑，行政区交界地带在这种交流中处于重要地位，我们必须用全新的眼光去洞察这类区域。实际上，目前行政区交界地带的发展已为地理工作者提出了许多问题，对行政区交界地带的科学研究已远远落后于实践，故而应进一步加强对这类区域的系统化研究。

随着旅游产业的不断深入发展，旅游研究业进入了一个新的层次，研究者也在用不同学科的概念与理论、不同的研究方法来描述、解释、研究跨界旅游发展中复杂而综合的现象和规律，在探索跨界旅游发展和研究方法等方面取得了可喜的成绩。然而，目前的大部分的相关研究，基本上只是停留在对跨界旅游合作以及开发中所存在矛盾的现实特征的定性描述以及个案阐释这一层面上，对于地质旅游资源跨界分布现象以及由此而带来的开发中的诸多矛盾、各种矛盾内部机理的揭示以及调控途径的建构等方面的研究，目前的探讨可以说还不甚深入。其中，尤其是对于跨界区域属性和地理空间特征、性质，以及跨界区域地质旅游资源产业化开发和旅游产业发展所应该遵循的普遍性的原则、机制、旅游经济空间整合的模式、切入点以及跨界区域旅游产业链的构建、产业结构优化相关方略等方面的探讨，至今几乎还是一片被忽视的领域。总体来说，就目前对跨界区域地质旅游研究的深度和广度来看，目前的相关研究成果显得比较离散、独立和凌乱，难以找到真正成型、成体系的理论架构。一些新的技术手段在跨界旅游目的地系统研究中的应用也略嫌不够。因此，针对这一课题进行深入研究的空间仍然相对较大。

1.3 本文研究所采用的方法

1.3.1 多学科综合的方法

本文主要研究跨界区域地质旅游资源开发的问题，主要涉及到地质学、地质构造理论、区域经济学、资源开发理论、旅游学以及产业发展理论等方面的知识。一般而言，跨界地质旅游资源仍然是区域旅游资源的重要范畴，因此，需要区域开发的理论作指导。

同时，本文以马克思主义唯物论、辩证法作为研究问题的理论基础和基本方法。以科学世界观、方法论为理论指导，对跨区域旅游资源产业化开发问题展开具体研究。结合国家“十一五”发展规划与区域经济发展理论，从理论与现实、整体与局部、要素与系统等多重角度出发，对跨区交界环境里搞地质旅游资源开发的工业化展开探讨。以科学发展观指导经济社会发展，使研究结果具有实践性、可行性和可操作性。

1.3.2 定量分析和定性分析结合的方法

地质旅游资源整合开发需要充分的数据对区域经济发展的现状和趋势进行分析，具体到跨区地质旅游资源开发活动中需要了解资源禀赋现状、环境容量现状、客源情况、以及区域旅游产业规模等方面的情况，这些都需要详细的数据进行定量分析。同时，需要定性分析进行判断和定论，明确区域资源发展状况和开发措施。

1.3.3 理论和实践结合的方法

本文充分运用区域发展理论、产业结构理论、旅游竞争力理论、产业发展理论等阐述跨界区域地质旅游资源整合的基本原理，探讨跨界区域地质旅游资源整合的机制、产业布局和产业链构建等相关要求。在理论研究的基础上，结合大别山地质旅游资源整合的实际，通过大量详实的资料进行多角度论证，多视角理论分析，与尽可能多的实地资料结合起来，理论联系实际，积极展开研究。

1.3.4 比较分析法

通过国内外地质旅游资源开发及地质旅游产业发展的纵横向比较分析，以客观实际为研究对象，认识事物发展的基本规律。对当前区域地质旅游发展的态势、特征有比较清醒正确的认识，并做出科学判断。把握跨界区域地质旅游产业发展的内在规律。

1.3.5 数据图表分析法

借助统计科学的方法，把研究对象的数据或信息加工成图表。通过横向比较分析，探讨跨界区域旅游发展的软硬环境、条件、旅游产业结构等现状及趋势，可直观生动形象地加以说明，合理布局旅游产业，推动跨界区域旅游产业良性运行。

1.3.6 系统分析法

跨界区域是一个层次多样、构成因素众多的复杂系统。旅游与资源、环境、发展及人类活动任何时候、任何情况下都处于一个共生系统，诸多子系统相互作用构成一个复杂的巨系统。产业化开发过程中需要处理政府与企业、企业与企业、企业与社区环境等的关系。通过对母系统与子系统、系统与要素、系统之间、要素与要素、系统内外及部分与整体关系的分析，把握旅游与地质资源、环境、人的内在活动规律，促进跨界区域旅游的协同发展。

1.4 本文研究的技术路线

本文以跨界区域地质旅游资源产业化整合为出发点和中心，从四个方面进行充分论述，从而得出在跨界区域如何进行地质旅游资源产业化整合的结论。第一部分为背景分析，主要分析目前旅游产业发展的趋势以及在向纵深发展过程中存在的问题，特别是创新跨界区域地质旅游资源产品过程中存在的问题。同时，详细分析跨界区域地质旅游资源整合开发研究的情况，为论述跨界区域地质旅游资源产业化整合提供理论依据。第二部分分析旅游资源产业化整合的基础，主要从概念界定和相关理论分析以及地质旅游资源产业化评价等方面进行。第三步部分具体分析跨界区域地质旅游资源整合的措施，是本文论述的中心。从整合机制、产业化布局、产业结构优化、产品创新等方面进行详细的论述，第四部分主要以大别山跨界区域地质旅游资源整合角度，从实证方面分析跨界区域旅游资源产业化整合的具体措施及相关结论。全文的技术线路可以作如下表示：背景分析——提出问题——分析问题——理论依据——地质资源评价——跨界区域旅游整合机制——旅游市场定位——地质旅游资源整合布局分析——旅游产业结构优化——构建旅游产业链——创新地质旅游产品——构建跨界区域旅游竞争力——实证分析——结论。具体技术线路如图 1.2。

1.5 本文的主要创新点

本文在前人相关研究的基础上进行了系统探索和深入分析，在以下几方面提出了自己的创新点：

(1) 提出了地质跨界区域的概念。地质旅游资源的重要特征是具有地质板块的一体

性特点，而行政边界人为地割裂了地质板块的整体性。本文提出区域是一个有一定范围的具有共同地理自然属性的地域范围，跨界区域是人为的行政边界隔开了自然区域的整体性。跨界区域的存在给区域经济发展带来了许多制约性的问题。

(2) 提出了跨界区域旅游资源产业化整合的概念及途径。跨界区域地质旅游资源相对丰富并保存较好，但始终没有得以较好的开发或者在开发过程中存在许多问题。本文提出以产业化的视角，积极推进跨界区域地质旅游资源产业化整合，使分割的行政区域能够按照区域的自然属性和地质构造的整体性进行产业布局。提出了跨界区域旅游资源产业化布局的理论及模式。在跨界区域旅游产业布局过程中，应处理好区域的整体性与行政区划的分割性、开发的阶段性与资源发展的可持续性、旅游产业的市场机制和社区联动参与、政府主导与企业主体之间的关系。在分析跨界区域地质旅游产品结构优化方面，本文提出以地质旅游资源为依托，以市场为主导，以区域特色和民族特色为根本，以创意和创新为突破，打造精品，整合空间、创建跨界区域地质旅游吸引物，开展跨界区域地质特种旅游，组建跨界旅游线路，提升旅游产业竞争力。

(3) 提出跨界区域旅游资源产业链的构建及其实现途径。旅游产业的发展是以产业链价值的实现为基础，跨界区域旅游业的发展也是以产业链的构建及其实现为主要途径。由于跨界区域经济基础较弱，基础设施相对落后，经济发展的起点较低，因此，本文提出发展跨界区域旅游资源产业链应分为不同的层次和阶段：第一阶段，以地质资源为先导，构建旅游产业基础；第二阶段，按照关联原则，发展前后向关联旅游产业；第三阶段，根据信息和科技化发展的要求，发展高技术旅游产业，跨界区域旅游业向纵深发展。

(4) 提出了跨界区域旅游资源产业化整合机制。以利益共享和实施合作为平台，构建政府、社区、企业联动机制，促进跨界区域旅游业的经济效益、社会效益和环境效益的不断提高。运用上述理论及方法对开发大别山地质旅游资源并进行产业化整合途径提出了相应的建议。大别山区是中国比较有代表性的老区、山区和跨界区域，其地质旅游资源丰富，但长期以来，三省分割开发，各自为战，一定程度上存在恶性竞争的现象，忽略了地质资源的整体性和产业发展的协调性，造成旅游资源价值难以充分体现，旅游发展相互制约、旅游业效益不高的局面。本文针对大别山地质特点和资源开发现状从规划整合、融资整合、品牌整合、景点整合、线路整合和交通整合等方面系统分析进行跨界区域地质旅游资源整合的措施。这对促进类似区域旅游具有重要指导和借鉴意义。

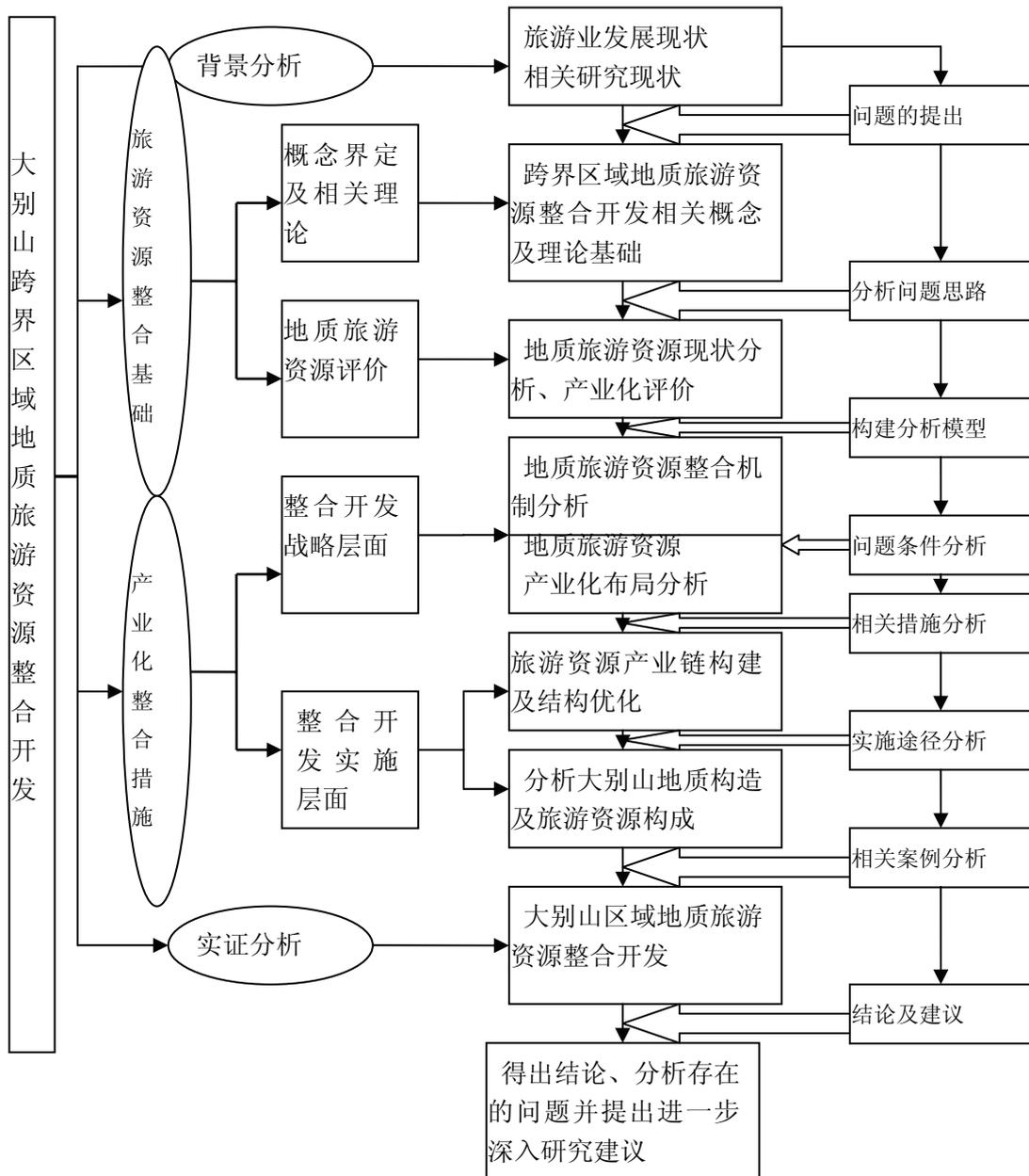


图 1.2 本文技术线路图

2 跨界区域地质旅游资源整合概念界定

2.1 地质遗迹

2.1.1 地质遗迹的概念

地质遗迹是在地球形成演化的漫长地质历史时期，受各种内外动力地质作用，形成、发展并遗留下来的自然产物，它不仅是自然资源的重要组成部分，更是珍贵的不可再生的地质自然遗产^[144]。地质遗迹 (Geological Remains或Geosites)是指地质历史时期保存遗留下来，可用于追索地球演化历史的重要地质现象。这些地质作用的产物是不可再生的，是人类通往了解46亿年地球历史的必经之路^[145]，是获取地球演化变迁过程珍贵信息的唯一来源。

地质遗迹从广义上可以说包括了地球的地质演化中遗留下来的所有记录，而地质景观主要是指具有优美性、观赏性和旅游开发价值的地质遗迹^[146]。地质遗迹资源是地质作用过程自然形成的，是自然环境的组成部分，具有客观性与自然性；地质遗迹资源不是孤立的，与所处的大地构造位置、周围自然环境有密切关系，具有系统性和完整性；地质遗迹资源由地质构造演化等过程决定和控制，地质遗迹资源的类型、分布特征具有一定的区域性；随着科学技术的发展，现有许多自然资源，尤其是能源具有其替代品或材料，地质遗迹属于一种不可更新、不可再生、不可替代的特殊资源^[83]。

2.1.2 地质遗迹的特征

构成地质旅游资源的地质遗迹，必须具备以下特征^[147]：

地质资源的可开发性：地质遗迹是历史文化和自然遗产的重要组成部分，有着巨大的科学研究和文化艺术价值，自然遗迹与人文景观融合有着巨大的旅游价值^[31]。

区域性：地质遗迹资源存在于特定的地学环境中，是地学环境的重要构成要素，区域差异的客观性造成不同地区的地质遗迹类型不同。从典型性角度考虑并不是地质环境的任一处都可以成为地质遗迹，它是以点、线、微斑块比较

稀有地分布于地质环境中，因此有地质环境演变的“窗口”之称。

不可再生性：地质遗迹是一种不可再生资源，它是地质历史上一种独特的地质见证，地质遗迹资源不可仿造，一旦被破坏便不再拥有^[148]。

永续利用性：人类对地质遗迹资源如果能做到在可持续发展战略指导下合理利用、开发和保护，地质遗迹资源是可以得到永续利用的。

科学性：通过观赏地质遗迹人们可以了解地质特征，提高科学素质，科技人员可以作为资料的来源。建立地质遗迹/地质公园数据库是保护规划开发和合理利用的基础工作，也是推进地质遗迹的科学研究和科学普及的重要条件。

典型性：指地质旅游资源中的地质遗迹具有地质科学研究的代表性，在同类型中有典型科研价值，能代表地球的主要历史阶段或正在进行的地质作用过程和自然地理过程，代表重要地貌和自然地理景观的突出模式等。典型性对地质科研和科普教育也具有重要作用。

稀有性：指地质旅游资源开发中的主体景观在国内外罕见和珍稀。景物的稀有性不仅有重要的保护价值，而且对广大公众有强烈的旅游吸引力，这是地质旅游资源成为旅游景点的重要基础。

观赏性：指旅游资源的主要地质地貌景观具有美学价值和观赏价值，具有雄、秀、险、奇、幽、旷、真等美学特征，或与原有的风景名胜及自然保护区融为一体，是促进旅游业发展的重要资源。地质遗迹要能创造经济价值和扩大社会影响，必须具有旅游观赏价值，纯科学的地质体不能引起一般群众兴趣^{[149][150]}。

2.1.3 地质遗迹分类的研究

地质遗迹分类的目的在于指导调查、研究、规划和开发地质旅游资源，是地质遗迹保护和开发的重要基础，经过不断发展和研究，地质遗迹分类由简单到复杂，由粗略到系统，由描述到实用，由形式到学科，更加清晰，联合国教科文组织（九个大类）、美国内政部土地管理局（分 15 类），德国联邦调查局（1996）和我国学者都提出了一些分类方法，地质遗迹的分类是一个十分复杂的问题，目前尚无统一的认识。各家仍在探索发展之中，现有的地质遗迹分类都是学科成因分类复合分类法^[151]，赵汀 赵逊（2007）^[152]、冯天驷（1998）^[153]等以系统的地球科学理论为指导对地质遗迹进行了分类，也从旅游资源的角度对

地质遗迹进行了分析。下面简单探讨几种地质遗迹分类方法：

(1) 《中国旅游地质资源图说明书》分类^[154]

以旅游地质资源的旅游价值为基础，突出旅游地质资源的地质环境特点进行分类，将已知的重要旅游地质资源分为 35 类。此分类方案基本涵盖了所有类型的地质遗迹，分类较细，是我国较早的关于地质遗迹的分类方案。该方案未将旅游地质资源分成几个大类归并，使得一部分类还能细分，有些大小类同档，分类程度不同。另外，把石窟、岩画及摩崖题刻按旅游地质资源处理也有些不妥。

(2) 丁季华等分类^[155]

把自然旅游资源分为 6 类：地质类旅游资源、地貌类旅游资源、气象气候类旅游资源、水文类旅游资源、生物类旅游资源、太空类旅游资源。在这 6 大类中又划分出若干小类，共 26 项。其中除气象气候类旅游资源、生物类旅游资源外，其他 4 类均与地质遗迹有不同程度的联系。该分类中地质类旅游资源和地貌类旅游资源在分类标准上不太明确分类过粗。大类中部分小类归类欠妥，如海蚀、海积应为地貌类遗迹等。

(3) 陈安泽分类^[156]

陈安泽的地质地貌景观(地景)资源综合分类方案，把地质景观分为 4 大类：地质构造大类、古生物大类、环境地质(地质灾害)现象大类、风景地貌大类，大类下面又分出 19 个类，类下面分出 53 个亚类。该分类基本涵盖了所有地质遗迹类别，得到多数专家认可。但部分专家认为分类中的洞穴类可考虑不予设置，部分亚类的归属也有些不妥，如古火山遗迹归入构造类或地貌类较为适宜，古冰川遗迹归入岩石类较为适宜等。

(4) 陶奎元等分类^[157]

陶奎元等依据地质遗迹的成因把地质遗迹分为 10 大类，分别为：地层类、构造类、岩石类、矿床类、矿物类、化石类、古人类文化遗址、地质灾变、地形地貌类、在地质发展史中具有重要意义的遗址。大类下面共分出 49 个小类，并对大类和小类按顺序给出一定的代号，该分类是一种较为合理的分类。不过部分大类(如地形地貌)分出的小类存在重叠和不全面现象，大类和小类给出的代号没有一定的规律，不便于推广使用。

(5) 《国家地质公园(地质遗迹)调查技术要求》分类^[158]

《国家地质公园(地质遗迹)调查技术要求》(讨论稿)中依据造成遗迹的动力因素、主体物质组成及成因把地质遗迹分为 10 大类,分别为:地层类、构造遗迹类、岩石遗迹类、矿床(产)遗迹类、矿物遗迹类、化石遗迹类、史前人类遗存类、地质作用遗迹类、地质灾害遗迹类、地貌遗迹类。大类下面共分出 68 个小类,但仍存在部分大类分出的小类有重叠现象,另外部分小类所归的大类也欠妥。

(6) 《中国国家地质公园建设技术要求和指南》(试行)分类^[159]

国土资源部地质环境司编写的《中国国家地质公园建设技术要求和指南》(试行)(2002)中,为了便于国家地质公园内地质景观的标示说明和保护利用,从较直观的景观自然分类出发,避免过分的专业化,把地质景观分为 7 个大类:典型地质剖面、古生物景观、地质地貌景观、水体景观、地质灾害遗迹景观、地质工程景观、典型矿床及采矿遗址景观,大类下面又分出 40 个小类。分类首次引入了英国自然保护委员会提出的出露性景点和完整性景点两大类概念。该分类系统从地质景观的角度出发,把类别进行归并缩减,扩大了大类的容量,首次增加了人工的地质工程景观,作者认为该类不应单独提出,可考虑与地质灾害合并为一类。另外分类实为地质公园的建设指南,也可作为一般地质遗迹调查评价的分类参考。

(7) 齐岩辛等的分类^[160]

物质组成——成因综合分类法,其分类依据是综合考虑地质遗迹的物质组成和成因因素。把地质遗迹总体分为 9 大类:地层类(S)、构造类(T)、岩石类(R)、矿物类(M)、矿产类(C)、古生物类(P)、地质灾害类(D)、地质地貌类(L)及水体类(W)。

(8) 王清利等的分类^[71]

王清利等根据地质旅游资源的性质和成因特点对地质旅游资源进行了尝试分类,将其分为地层型、遗迹型、岩浆型、构造型、地下水型五大类,对地质旅游资源的开发原则进行了探讨,并针对不同的地质旅游资源类型设计了相应的开发方案。

(9) 韩晋芳、田明中的分类^[150]

韩晋芳、田明中按照目前地质遗迹资源保护及利用的协调情况将地质遗迹分为四类：单一保护型、单一开发型、保护利用双差型、正在协调型。

(10) 李京森、康宏达(1999)分类^[72]

以旅游价值为基础，以地质特点为依据把地质遗迹分为重要地质剖面、重要化石产地、溶洞、有特殊意义的矿物、岩石矿床产地等 35 类。

(11) 郭威、丁威(2001)分类^[161]

以成因、物质基础、空间分布等因素为基础，结合其形态特征、社会经济特征、社会效应和生态效应的特点，从旅游资源的角度把地质遗迹分为山岳峡谷旅游资源、岩溶、洞穴旅游资源、水景观旅游资源、海岸、海岛旅游资源、冰川旅游资源等 8 大类型，9 亚类，每一亚类又分为若干基本类型。

通过对已有地质遗迹分类方案的分析发现这些分类方法为地质遗迹登录评价服务，还难以解决众多交错性问题，它们存在的主要问题是：①个别分类方案依据和原则不清，有的还扩大了地质遗迹的内涵；②多数分类方案中有重叠现象；③部分小类的归属不当。如一个地点存在多种遗迹，一个剖面可以是地层剖面，也可以是化石产地；还有地质地貌景观与其他类型交错，如山崩，火山地貌遗迹又属于地质灾害遗迹，构造运动遗迹极有可能同时就是地质地貌景观，如黄河龙门等^[162-164]。

地质旅游资源开发的重要载体和主要表现形式是地质公园，关于地质公园的分类，很多学者从不同的角度进行过分类。建立地质公园的目的是在保护地质遗迹的基础上发展地方经济。所以本文认为从地质遗迹资源的价值、功能考虑，以保护利用的程度进行分类是比较现实的。在实践中，仅从学科成因等进行分类是不够的，鉴于以上存在的问题，目前亟需建立统一的地质遗迹分类体系来规范地质遗迹的分类^[165]。因此，在进行大别山地质资源调查的基础上，结合相关文献和资料，尝试建立了一个新的分类体系，以求避免旧的分类体系存在的问题。

丰富的地质遗迹资源，为旅游景区建设特别是为地质旅游资源整合性开发提供了良好的自然条件和资源基础。在旅游中使旅游者既欣赏到大自然的神奇造化，又能得到科学知识的教育，在修身养性、寄情山水的同时得到科学知识，对地质现象有一个正确的认识，因此地质资源的开发显得尤为重要。当前，开

发地质旅游资源的集中和主要形式是建立地质公园,地质公园在开展地质旅游,普及地学知识,提高我国旅游的科技含量,改善我国旅游业的形象,克服传统旅游的弊端,有着举足轻重的作用。截止目前为止,我国已经建立了138家国家地质公园,其中18家已被批准为世界地质公园,我国地质公园的建设走在了世界前列,在有效保护、合理开发和利用地质遗迹资源、推动地方经济发展、普及地质科学知识等方面取得了令人瞩目的成果^[166]。当然地质遗迹的旅游开发不仅仅是建立地质公园,还有地质博物馆、地质景点、地质模拟再现等。

2.2 跨界区域

2.2.1 区域

研究跨界区域地质旅游,首先需要对区域进行界定。目前关于区域的界定有多种结论,有些学者界定为地理区域,有些学者界定为行政区域,有些学者界定为经济区域。关于区域的概念至今尚无一个统一的定义。

西伯特认为区域是一个中间范畴的概念,它介于无空间维的总量经济与定义为一系列空间点的高度分散的经济体系之间,是一个类似于部门的中间范畴,它使得人们对众多单个企业做某种程度的总量分析而无需对整个国民经济做全面的总量分析,区间的划分带有极大的随意性^[167]。J. R. 布代维尔(J. R. Bouldeville)将区域分为均质区、极化区和规划区^[168]。

陈秀山和张可云认为区域不是指一个国家或一个国民经济中的一个地区,它同另外的地区之间不存在边界和相应的经济上的壁垒;“区域”也不是指一个点,不是指一个城市、一个地方或者一定的区位,而是若干个点的总和;区域不是从给定的行政区划单位出发,如乡、县、市等,而是根据一定的指标把这些单位加以综合。因此,他们认为区域是一个变化的构架,它必须符合研究任务提出的要求来加以定义。区域经济发展是指区域经济总量的增长和结构的演进。在区域经济发展中,经济总量的增长和结构的演进是相互关联和互动的。经济总量的增长为结构调整、转换和升级提供了经济基础;结构严谨则增加了资源配置能力,提高了资源利用的投入产出效率,实现经济总量的更快增长。区域经济发展的最终目标是实现区域经济、社会、资源和环境的和谐及可持续

发展^[169]。

涂人猛（1994）认为区域作为一个整体性的概念，仅处于被动应用的地位，在旅游学研究中没有明确的界定。特别是很多学者将区域作为标识其研究问题的特性或分析问题的工具，区域仅是一个抽象的、观念上的空间概念，没有明确的边界划分^[170]，这使得跨界区域旅游曾一度 and 区域旅游概念混淆。

李亚兵，肖星（2005）认为，区域是指人类经济活动所占据的空间范围。空间是区域的本质特征。区域按照空间范围大小有不同的层次和等级。区域还有自己的结构和功能，结构主要是经济结构和空间结构，区域功能对内表现为组织区内的资源配置经济活动，对外表现为国民经济系统中的一个重要组成部分。它并不是指单纯的自然地理区域，也并不一定与行政区域相重合，它首先考虑在区域共同利益基础上的经济活动的内在联系^[171]。

虽然各学科对于区域有不同的理解，但一般可以认为，区域是地球表面占用一定空间的、以不同的物质客体为对象的地域结构形式，区域的基本属性包括空间性、具有范围和界线、具有一定体系结构形式、客观存在性等（崔功豪等，1999）。薛莹（2001）在对区域概念进行讨论时也指出区域具有空间性、整体性、层次性、内部相互联系、受外部环境的影响等特征。因此，一般说来，我们可以将长三角视为一个区域，将珠三角、大珠三角乃至泛珠三角视为一个区域，但是显然不能将内蒙古加上澳门视为一个区域。这样，长三角旅游合作、珠三角旅游合作等可以视为区域范围内不同地区之间的合作，而内蒙古和澳门的旅游合作则应视为区域之间的合作^[172]。

因此，从多数学者的研究结论可以看出，区域一般指在地理位置上相连，具有相同或相似的地质特征和地理特色的地域空间。由此可知，区域一般具有以下几个方面的特点：首先是空间性。任何区域都占据一定的空间，区域总是和占据一定的空间相联系，这种空间既指地表空间，也指地面空间，同时也包含地下空间，具有空间的立体性。其次，区域具有地缘的连接性。在区域的空间范围内，同一区域的地缘位置是以一定的方式连在一起的，区域的空间成为一个统一的整体，例如，在区域的类型上常有板块型区域、流域型区域、线形区域之分，但他们都是以相连的因素为手段联在一起，从而使区域具有整体性特点。第三，区域具有地质特征或地理特征相同或相似性的特点。并不是所有

相连的地理空间都能成为一个统一的区域，构成区域的重要因素是区域内部有相同的地质或地理特征，从而使其内部具有地理构成的相似性。

2.2.2 跨界区域

跨界区域一般是指在具有相对完整的区域中被行政边界所分开的区域，严格地讲，跨界区域从属于地理区域，只是由于历史原因或政治原因而人为地把地理区域分割开来，从而产生跨界区域的现象。从地质的完整性和地理特征的相似性而言，跨界区域属于统一的地理区域范畴，但是，由于区域内存在行政边界，因此，跨界区域又可产生不同的跨界行政区域，跨界行政区域在管理上和经济发展上从属于所在行政政策和措施，因而发展是不一致的。前文提到，我国内陆的行政边界很长，30个省际边界长52000公里，包括了全国39%的县区。为数众多的行政边界地区有着良好的旅游资源或景区，其中30%以上的自然保护区分布在行政边界区^[12]。

2.2.3 跨界旅游区域

2.2.3.1 旅游区域

旅游区域主要是指从事旅游活动的空间范围，关于旅游区域的概念不同的学者从不同的角度有不同的界定，有的从旅游者角度界定，有的从旅游开发者角度界定，有的从旅游资源角度界定，具体而言主要表现在以下几个方面：

从资源角度界定旅游区域：陈传康(2004)认为旅游区域是在旅游资源分布相对一致的空间内，以中心城市为依托，依据自然地域、历史联系和一定的经济、社会条件，根据旅游者的需要，经过人工的开发和建设，形成有特点的旅游空间，即各种类型的旅游区，以吸引旅游者在一定区域内旅游^[173]。这一定义是对旅游区域较早的一个系统定义。

骆培聪(1997)认为按照旅游资源分布特点及其地域分异规律，现代区域政治、经济、文化的联系和社会历史的发展，以旅游中心地(如旅游城市)为中心，将邻近地旅游景区(或景点)连接成为一个整体，实行全方位、多层次的合作，达到相互补充、相互促进、共同发展地目的^[174]。

从空间特征的角度界定旅游区域：涂人猛(1994)认为区域旅游是指特定

空间存在的旅游活动及其经济关系的总和，它是一种以区域作为相对独立的单位，接待旅游者并组织安排旅游活动的经营服务方式。它以客源集中的中心城市或者名胜风景区为依托，根据区域内的旅游资源、交通条件、地理位置、行政区划等因素，按旅游经济活动规律，全面安排旅游资源开发、旅游景点和设施的建设以及旅游商品的生产供应，以取得最理想的经济效益^[170]。

从旅游管理的角度界定区域旅游：郑耀星认为从国内旅游管理的角度来看，旅游区域是某一确定的行政区域范围内的旅游行业整体空间，由该行政区域的旅游业主管部门实施行业管理。区域的等级大小虽不同，但区域的范围是明确而固定的。从旅游产品内容的角度来看，区域旅游相对于专门旅游而言，内容丰富多样，以区域旅游吸引物的整体来吸引游客，与呈线状的专项旅游空间特征相比，区域旅游是地方旅游发展成熟的阶段，这是相对于以零星分散、单项开展旅游业为特征的地方旅游发展而言的^[175]。

2.2.3.2 跨界旅游区域

尽管跨界旅游区域从属于旅游区域，但由于旅游区域跨越几个边界地区，因而其概念迄今没有明确单独界定，但与此有关的概念经常出现在相关的旅游研究文献中。

从区域旅游合作的类型上界定，吴军（2007）认为根据进行旅游合作的地区在空间上是否连续，可以将区域旅游合作划分为板块型和非板块型两种类型。板块型，即合作地区间空间上连续，存在共同边界。该种类型的区域旅游合作方之间往往具有相通的文化传统、相似的旅游资源和相同的客源市场。例如青海和西藏之间的合作（1999）基础就是共同拥有以青藏高原为特色的旅游资源。非板块型是指合作地区之间空间上不连续，没有共同边界。该种类型的区域旅游合作往往基于合作双方之间存在着不同的资源优势 and 客源市场。例如内蒙古与澳门的合作（2002），两地旅游产品各有特色，可以吸引彼此的本地客源；澳门在人力资源培训、资本运作上的优势能弥补内蒙古旅游发展中存在的不足。在所有区域旅游合作中板块型占 55.56%，略占优势，非板块型占 44.44%^[126]。

从区域旅游概念的总结中，有人认为跨区域旅游重点是个“跨”字，即跨越两个或多个区域（一般为国家或行政区）。人们把旅游空间划分为大、中、小三个尺度，各尺度所涉及的行政区划以及地质特点如表 2.1 所示^[176]

表 2.1 三个尺度空间行为所涉及的空间大小比较表

跨区域尺度大小	涉及的空间范围	地质属性
大尺度	省际、全国、国际	复杂性
中尺度	省内、地区(市)内	多样性
小尺度	县(市)内、风景区内	单一性

从区域旅游合作的角度看，田世政(2001)认为跨界旅游区域指在一定的地域范围内，打破行政区划界线，根据旅游资源的内在联系和地理空间的邻近性等，加强区域旅游业的联合与协作，在统一规划的基础上，共同开发优势资源，共同开发旅游市场，树立区域统一的品牌形象，实现“资源共享”、“市场共享”和“共荣。^[177]”薛莹(2003)认为区域范围内不同地区之间的经济主体，从各自的利益出发，依据一定的协议章程和合同，自愿进行的协作性和互利性的旅游经济活动，是一种自利性和互利性相统一的协作关系^[103]。

从国际跨境旅游合作的角度看，赵明，郑喜(2004)指出：从地理区位和地域空间组合的角度对跨境旅游资源加以界定，主要是指资源自身自然环境或其他要素的整体性被自然或人为的国界分割为两个国家或多个国家所有，可用于规划开发成为旅游消费对象的各种资源的总称。跨境旅游资源作为一种特定的资源类型，固有的特征就是自身结构的不完整性和内部组成的差异性。例如，中俄界江黑龙江，以江的中轴线把流域系统分割成中俄两个国家所有，每个国家占有流域的一部分，使其难以实现流域系统资源整体开发与社会发展。同时，两国不同的民族文化、风俗习惯使界江两岸呈现典型的景观差异，又极具旅游开发潜力^[128]。

从跨区地理属性来看，跨界区域旅游指在特定的自然和人文环境下，往往形成一些景观相对集中的旅游资源富集区。旅游资源富集区往往横跨几个地域毗邻的行政区域，旅游开发形成相互独立的旅游亚区，其整体称之为近域旅游区。然而受行政区划分割，整体规划难以实施，各旅游亚区分散经营，产品趋同及对客源市场的恶性竞争，不利于区域整体的旅游发展^[16]。

本文认为跨界旅游区域是一种大尺度空间的旅游区域，它涉及到两个或多个行政区域。这种跨界区域旅游主要从旅游经营者的角度界定，而不是从旅游

消费者的角度界定。由此将跨区域旅游定义为:为加快旅游业的发展,不同地区之间的经济主体,打破行政区界限,相互协作,联手制定旅游规划、开发旅游资源、开拓旅游市场、打造旅游形象、经营旅游活动,最终实现互惠互利的跨区域旅游整合,从而达到提升协作区域旅游品牌经济效益的目标。

2.3 跨界区域地质旅游资源

一般而言,地质遗迹并不等于地质旅游资源,地质旅游资源的产生和形成需要一定的条件。将地质知识转变为创新知识的途径之一,就是把各种各样的地质现象转化为地质旅游资源——地质现象的资源化过程。目前,我国已成功地把焦作云台山、济源王屋山和登封的中岳嵩山开发为世界级或国家级地质公园^[10]。过去,将地质遗迹作为一种孤立的地质现象,对其认识局限在解释上,随着认识水平的提高,人们逐渐认识到地质遗迹是自然生态环境的重要组成部分,具有自然资源的基本属性。地质遗迹资源既可以供人们研究,又可以通过适度开发成为供人们参观、开展科普教育的基地,是一种特殊的资源,是社会的宝贵财富。从广义上讲,矿产资源、土地资源、水资源等自然资源都是地质遗迹资源;狭义的地质遗迹资源指追溯地质历史、地球演化和生物进化的地质剖面或古生物化石,具有重大科学研究和观赏价值的地质景观、矿物、宝玉石等及其典型产地,及有独特医疗、保健作用或科学研究价值的温泉、矿泥,具有科学研究意义的地质灾害遗迹等^[83]。

什么是旅游资源?严格来说没有一个严格的界线,有人认为差异就是旅游资源,“熟悉的地方没有风景”,旅游者最愿感受的是旅游目的地的全方位差异。譬如,乡村老太太身上的大襟褂子,老头手中的大烟袋,光屁股的小娃娃,村姑羞涩的脸蛋,少妇手中的鞋底子,全村人好奇的目光以及他们的行为习惯、房舍服饰、居住饮食对城里人来说都是旅游资源。因此,大量的社会事象(如民俗活动、宗教祭祀)、社会活动(如节庆活动、体育赛事)都是旅游资源,都可以转化成旅游产品,可惜我们并没有把它们列入旅游资源的行列!我们要把研究差异作为研究旅游资源的首选,好好地“差异”进行认定与分类,以便对社会旅游资源加以充分利用^[130]。

在旅游业发展的早期,人们通常把自然风光、文物古迹等看作是主要的旅

游资源；也有人把繁华的城市、偏僻的乡村、著名的工艺品、风味食品、风土人情等看作是旅游资源；有人认为居民也应看作是旅游资源，甚至有可能是一个国家或地区的最大的旅游资源，因为旅游者总是喜欢到那些居民热情好客、文明友好的地方去旅游。比如美国的夏威夷，当地居民就以热情好客为旅游者所称道，旅游部门就把他们的热情好客的居民也作为一种重要的旅游资源来开发。旅游业由于其独一无二的产业特点，使得它从一开始要素资源的范畴就相当的宽泛，似乎凡是经过开发能够吸引游客的东西都可以称作是旅游资源。

在一些地方，自然界和社会历史虽没赋予它能吸引游客的旅游资源，但它可以人为地去搞一些景点或者活动，去创造旅游资源。旅游业的这种可以人为地创造要素资源的特性，与传统产业消耗要素资源的特性形成了巨大的反差。

理论界越来越认同旅游资源是由旅游地资源、旅游服务及其设施、旅游客源市场三大要素构成的相互吸引、相互制约的有机系统，是有关这三大要素相互间吸引的总和。在旅游资源系统中，三大要素又各自由多种因素组成，从而构成了一个庞大的旅游资源体系。如旅游地资源就包含了自然风景资源、人文景观资源、主题公园、旅游地服务及设施条件等因子；旅游服务与服务设施又包含了宾馆饭店、旅行社、旅游交通、旅游商品、旅游线路等因子；旅游客源市场则包含了客观市场分布、结构、流向、流量等因子。一般认为，凡是能为人们提供旅游观赏、知识乐趣、度假疗养、娱乐休息、探险猎奇、考察研究以及民间友好往来和消磨闲暇时光的客体和劳务，都可称为旅游资源。中国科学院遥感应用研究所 1986 年在利用微机建立中国旅游资源信息系统时，把旅游商品、旅游设施和交通设施也都列入了旅游资源的范畴。

因此，旅游资源的核心要点是对游客具有吸引力和开发后能产生效益，那就是说只有能转化成旅游产品的才是旅游资源。但是我们在认定时往往是就资源说资源，只要对人(可能是极少数专业人员)具有观赏性、研究性就认定为旅游资源，而不是从可否转化为旅游产品来认定旅游资源^[178]。

跨界区域地质旅游资源是指处在跨界区域内能够引发旅游活动的各种因素。不少具有良好市场前景的资源、景区，不论是正在开发、还是尚未开发的，大都是跨越了行政边界的。如重庆与鄂西交界处的大三峡旅游区、晋陕交界处黄河壶口瀑布旅游区、陕晋豫交界的黄河大拐弯旅游区、滇川藏交界的大香

格里拉生态旅游区、湘桂交界处的食山——八角寨丹霞地貌风景名胜区、湘鄂渝黔交界的大武陵源土家族苗族民族风情旅游区，等等^[13]。此外，还有数量众多的旅游风景区本来位于某一行政区域范围之内，但却被该行政区的下级行政单元所分割，如大湘西旅游区、武陵源风景名胜区等。跨界区域地质旅游资源具有以下几个方面的特点。

(1) 价值具有原生态性。跨界区域处在远离中心城市的边缘地带，中心城市的辐射力难以达到该区域，因而在经济发展、信息传递、产业升级等方面都受到一定程度的制约。由于跨界区域经济发展相对滞后，区域内的旅游资源受到干扰的影响比较小，区域内保留了丰富的地质景观、生态环境以及浓郁的民族风情，并能够以一定的自然状态存在，因而具有原生态价值。从旅游角度考虑，边界地区由于较少受到人类活动的干扰而得以保留了优美的自然风景和良好的植被覆盖率、天然的生态环境和浓郁的民族风情，一旦这些环境资源要素被视作旅游资源加以开发利用，即可形成与都市旅游相提并论的生态旅游目的地^[14]。

(2) 状态具有分割性。跨界区域地质旅游资源由于存在不同的行政边界之中，使得旅游资源在空间赋存上具有客观的整体性，在开发上具有主观的选择性，现实中这种“整体性”往往被“选择性”打破^[15]，使资源的存在状态具有分割性的特点，如何开发边界地区分割的地质旅游资源，使其发挥整体性的优势是理论需要探讨的问题。

(3) 开发具有不平衡性。从总体而言，边界地区往往成为受到冷落的地域，甚至某些边界地区处于各自行政区经济发展圈以外的真空地带。但由于跨界区域地质旅游资源处在不同的行政区域，受到行政区划以及经济发展水平等因素的制约，各方的发展程度是不相同的，有的发展较快，有的发展相对缓慢。

(4) 地质资源开发的冲突性。由于边界地区在旅游开发方面的优势已被人们所认识，原先不受重视的边界地带的共有资源出现了严重的竞争和“争夺”。八角寨丹霞地貌风景区，成为广西资源县和湖南新宁县的关注焦点；大别山主峰天堂寨成为安徽金寨县与湖北英山县、罗田县的“争夺”对象，皆为例证^[14]。行政区划及其利益诉求的差异，使边界地区地质旅游资源的开发陷于困窘境地。一方面，边界地区各自为政，旅游项目重复建设、景点克隆、宣传各唱各的调，甚至

相互诋毁,另一方面,边界地区意识到必须加强合作,但茫然于可操作的路径。因此,如何开发边界地区的“共生”旅游资源,是理论与实践亟待解决的问题^[15]。

2.4 产业化整合界定

2.4.1 产业

产业有广义和狭义之分。广义上看,产业指国民经济的各行各业。从生产到流通、服务以至于文化、教育,大到部门,小到行业都可以称之为产业。从狭义上看,由于工业在产业发展中占有特殊位置,经济发展和工业化过程密切相关,产业有时仅指工业部门。产业经济学中研究的产业是广义的产业,泛指国民经济的各行各业。

所谓“产业”,本来意义是指国民经济的各种生产部门,有时也专指工业。后来随着“三次产业”的划分和第三产业的兴起,则推而广之,泛指各种制造提供物质产品、流通手段、服务劳动等等的企业或组织。“产业”这个概念是属于微观经济的细胞与宏观经济的单位之间的一个“集合概念”,它是具有某种同一属性的企业或组织的集合,又是国民经济以某一标准划分的部分的总和。产业的产生与发展因产业的不同而有不同表现^[131]。经济发展有一定的轨迹可循,而经济规律又总是通过供给与需求的变化及其相互作用力引起的,作为经济发展重要体现的产业发展基本情况也是通过产业的需求与供给的规律矛盾运动推动产业不断向前发展。产业发展的一般轨迹如图 2.1 所示。

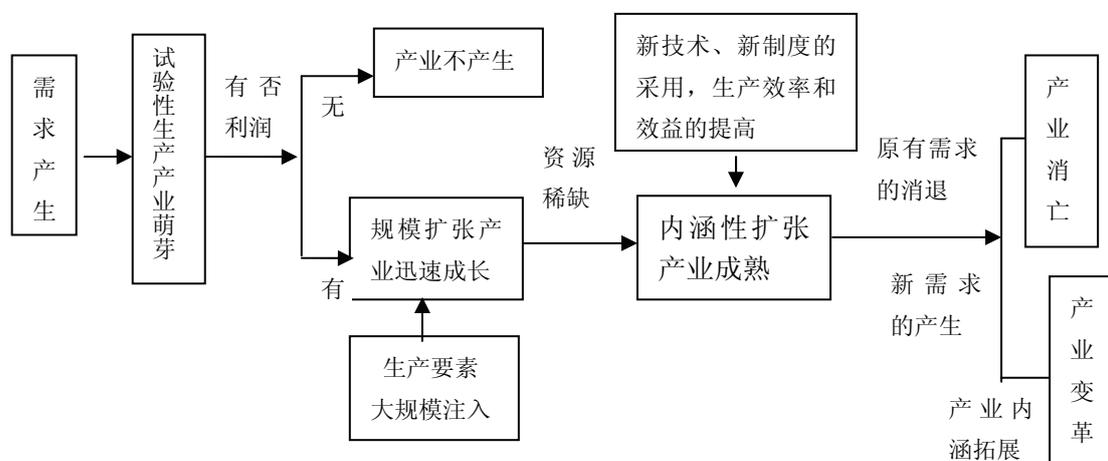


图 2.1 产业发展一般过程

资源产业是产业的一种重要形式，它是通过人类专门劳动投入而进行的自然资源社会再生产活动，其产品大都不能直接满足人们生产生活的需要，而要经过进一步的开采、加工才能利用。但通过其产业活动，可加快自然资源更新、增殖和积累的过程，提高自然资源的再生能力，增强社会经济与资源环境协调持续发展的能力。在日常经济活动中，资源产业主要包括两大类：一是资源勘探普查业，如地质勘探、水资源勘探、土地资源普查等，旨在发现新的资源，扩大资源的种类和数量，使自然资源异地再生；二是资源更新(或再生)业，如土地资源的保护、育苗营林、治理污染、净化环境等，旨在通过人类劳动的参与促进自然资源的再生产过程，增加资源数量，提高资源质量。一般资源产业的类型和主要内容如表 2.1 所示。

表 2.1 几种主要资源产业形态及产业内容

资源产业类型	主要活动内容
气候资源产业	开发利用光、热、水资源，防御灾害性天气，人工控制和改善小气候
水资源产业	开辟新水源，保护水资源，防止水污染，调节水资源时空分配
土地资源产业	开发宜农荒地，保持水土，复垦土地，改善土壤，提高土地生产力
生物资源产业	育苗营林，育种营草，防治病虫害，保护和人工繁殖野生动植物
矿产资源产业	综合勘探，评价和保护矿产资源
能源资源产业	勘探、评价能源资源，营造薪炭林
旅游资源产业	调查、评价和保护旅游资源

2.4.2 产业化

产业化是从“产业”的概念发展而来的，实际上“化”的意思都是大体相同的，是指要形成社会普遍承认的规模程度，通行法则和在全社会范围内达到通变，以从质的规定性上达到提倡的目标。有人认为，产业化，实质上是集约规模化，就是说要实现规模化生产、集约化经营。只有集约规模发展，才能增强适应市场变化的弹性能力和抵御市场风险的能力，提高市场占有率和竞争力^[179]。

一般意义而言，“产业化”即是指要使具有同一属性的企业或组织集成社会承认的规模程度，以完成从量的集合到质的激变，真正成为国民经济中以某

一标准划分的重要组成部分。产业化的基本特征：（1）面向国内外大市场；（2）立足本地优势；（3）依靠科技的进步，形成规模经营；（4）实行专业化分工；（5）贸工农、产供销密切配合；（6）充分发挥“龙头”企业开拓市场、引导生产深化加工、配套服务功能的作用，采取现代企业的管理方式。

人类社会经济发展的历史表明，任何产业的形成和发展，都依赖于对构成该产业的要素资源的产业化开发。产业发展的进程，取决于要素资源的丰歉程度和产业化开发技术水平的高低，而随着人类整体社会生产力的发展和产业化开发水平的不断提高以及由此带来的产业的不断发展、成熟，要素资源的范围必定会得到一定程度地拓展。在一定意义上，要素资源范围拓展的程度，反映着该产业生命力的大小。

旅游经济的发展壮大也是旅游产业化发展的结果，是旅游产业供给因素与需求因素互相作用的过程，是两因素动态平衡的过程。旅游业在发展初期，往往是资源促动型，只要有独特的资源，就能抵减经济的暂时落后所带来的弱势，业内人士称其为“飞地”，即可以暂时不要坚实的经济基础，甚至有人称其为“扶贫产业”。然而，随着旅游业的进一步发展，旅游接待人数的日益增多，接待设施和服务设施就必须跟进，因而需要大量的资金投入，这一阶段是产业内部规模增长阶段。而旅游产业要真正发展成为一个区域的支柱产业，对旅游产业的要求不仅仅是规模上的扩大，还应该有资源配置效率和利用效率的提高，以及旅游产业的健康稳步发展，而这些要求反过来便使整体社会，尤其环境对旅游发展的影响日益突出^[180]。

2.4.3 产业化整合

2.4.3.1 区域旅游整合

“整合”一词，源于英文中的“Integration”，其含义为“一体化”。在系统论中，整合是指某一系统内部各子系统、分系统通过互相依赖、互相关联而形成的一体化整体的过程或这一过程的终极状态。尽管“协调”和“一体化”在很多情况下可以替代“整合”，但是，“整合”比这两个词更具有包容力、灵活性和力度，它不仅是被整合者的相互协调，还包括磨合、调控、约束甚至限制等方面的含义。有人从区域经济角度阐述了整合的内涵，认为区域经济的整合

是通过政府管理体制的创新，打破行政区划的人为界线，消除地方保护主义的影响，实现区域经济系统中的各实体要素以及与运行环境间的重新优化组合，使系统内的各种流，包括资金流、信息流、物流、人才流、技术流等的输入输出实现更加畅通、更加有序的流动，经济结构更趋合理，使经济区得到充分的发挥，最终达到区域经济整合的理想状态，即区域经济一体化^[181]。

马艳，汪淑敏及杨效忠认为，区域旅游系统整合就是把区域作为一个整体，从整体出发，从各个旅游子系统部分之间相互不整合入手，通过内外的协调机制，在不同纽带连接下形成一个整体，从而实现系统功能一体化的协调过程^[182-183]。黎万山认为区域旅游整合是指不同区域范围内的旅游系统中各旅游要素相互吸引、凝聚、协同、融合的趋势或状态，其结果是形成有一个跨区域的、具有新结构、新功能的旅游系统或旅游地域综合体^[184]。该旅游系统将具有原来各自系统不具备的吸引力和竞争力，将产生更大的旅游综合效益，为区域全面发展做出更大贡献。这是一个很有代表性的论述，被以后的很多文献沿用。黎万山将区域旅游整合理解成为区域间的整合，这是值得肯定的，但在整合目的的表述上隐约代表了某种“共识”，这个共识就是：区域旅游综合效益会得到提升。

因此，有学者认为区域旅游整合应该是在区域间而不是区域内，区域内属于“统合”，而不是“整合”的范畴，“统合”所用的手段是行政命令、执行令，而整合所用的手段多是采用协议、盟约等，且“整合”更强调参与者之间的互动性与某种可能的结果。旅游的整合狭义上来讲，可以理解为旅游业部门之间的整合，广义上来说，可以理解成旅游产业相关部门之间的整合。通过对概念的拆分割析，作者将区域旅游整合定义为：为了达到特定目标(经济利益的需要、旅游形象的需要、旅游产品的需要、区域旅游结构优化的需要等等)，以参与整合的区域为单位，在各区域中选择相关独立的整合者，以某种方式进行横向契合，使之成为能够满足旅游者要求的新的旅游供给组合^[185]。

由上可知，区域旅游整合是以一定目的为导向，相关旅游主体运用旅游系统要素，协调各种机制，一定程度实现区域旅游一体化的过程。区域旅游整合具有以下四个方面特点：首先，区域旅游整合的目的是多种多样的。可能有长期的战略性的优化旅游产业结构的需要，也可能只是短期的经济利益的需要，

因此无须在任何时候提升到战略的高度。其次，参与区域旅游整合的单位具有一定独立性，需要通过区域间的整合对各单位有待整合的要素进行重新组合，使之在基本保持原来整体状态与主要属性的前提下，组合为能够满足旅游者需要的新的要素。然后，区域旅游整合并不完全遵循严格的科学规律，有极强的艺术性，因此，系统论、系统优化等科学方法并不完全适用。最后，区域旅游整合一定是横向的跨部门、跨领域进行要素重构的过程，如果是控制范畴之内的领域，则不属于整合的范畴，而是统一安排、调度指挥的问题。通过整合形成的旅游资源和旅游要素，和通过总体系统化创建的资源要素不同，它仍然是可以拆分的，可以重新进行新的整合。

2.4.3.2 产业化整合

产业化整合就是以产业化的视角对整合对象进行规划、协调、优化并使之成为整体以产生优化效益的过程。产业化的主要方式有产业重组、产业优化、产业布局调整、产业关联以及产业的投入与产出分析等，这些手段对跨界区域旅游资源开发具有重要的指导作用，通过产业化整合，可以充分发挥跨界区域旅游资源的资源优势 and 区位优势，并把资源优势 and 区位优势向产业优势和经济优势转换。

产业化整合具有整体性特点，旅游资源产业整合的整体性是指产业的前向整合、后向整合和旁侧整合。在旅游业发展的初期阶段，旅游产业在国民经济测算与统计中，被认为是关联率不高的产业。在年度的统计当中，源于旅游业的收益或价值对产业贡献的界定模糊。现在，旅游业已经成为关联性较高的行业。

旅游产业是一个基于整个国民经济发展水平状况的产业，一个基于政治、环境、文明发展程度的产业。旅游产业在提高人们生活质量和水平，促进人们的全面发展，促进人类文明的传播，促进国际交流等方面有其他产业不可比拟的作用。但是旅游业的旁侧关联度的计算只停留在定性分析上，这里涉及到诸如“国家”、“文化”、“意识”等上层建设范畴的概念，较难用经济学的手段来衡量产业在这方面对国民经济的贡献。“卫星账户”的建立与不断完善以及账户数据的分析和利用，将对真正确立旅游产业的产业地位，是产业整合的一个积极行动的体现^[4]。

2.4.4 旅游资源产业化整合

旅游业是新型产业部门，它具有不同于一般产业或行业的特点，无法套用标准的产业分类体系。旅游业属于部门间有一定关系，在不分化(也不可能分化)的条件下以某种中介关系联系起来而形成的新的产业部门。旅游业本身在体现关系的内约束上是松散的、不确定的，它的边界是模糊的。通常我们对产业的划分是供给取向的，即以经营相同的业务或生产相同的产品为标准。而联结旅游主体(旅游者)和旅游客体(旅游对象)的旅游业，是为旅游者提供所需产品和服务的产业，本质上是满足旅游者需求的各类相关企业构成的集合体。它涉及众多的行业和部门，但并非这些行业或部门整个都属于旅游业，只有那些聚集在同一旅游区域内，为旅游者提供产品和服务的行业和部门，才属于旅游业的范畴。

旅游资源产业化整合是把旅游资源作为整合对象，运用产业化手段提高区域旅游资源的利用效益和产业水平。整合强调“整体大于个体之和”，其理论基础是系统理论的系统观，其客观物质基础是地域毗邻而相异的旅游资源。整合强调整体利益的发展和控制。由于跨界区域旅游资源相似性与相异性并存的情况是很普遍的，根据相异或相似的旅游资源空间开发上相异的整合、相似的竞合，形成一种整体调控下的整合动态系统，将近域旅游区的整体竞争力的提升和各利益主体的互利互惠作为出发点和立足点，把推动和实现区域旅游资源一体化作为实质，以近域旅游区的可持续发展为终极目标。产业化整合的实施是基于区域旅游资源的特色(相异性)和共性(相似性)赋存状况，通过客源市场的统一开发和基础设施生态环境整体共建，在行政调控、市场统一与细分、产品功能互补和联合开发、旅游产业集群化等竞争合作机制的作用下，合力推出特色显著、主题鲜明的旅游产品，最终实现区域旅游发展的一体化(如图 2.2)^[11]。

旅游资源产业化整合是区域整合的具体化形式，区域整合必然要运用相关资源和产业手段进行经济协调和要素配置，从而使之不断发展。区域整合一般指毗邻国家和地区加强经济联系，注重协调与合作，以科学机制发挥区域最佳效率，形成区域整体合力。新功能派理论作为区域整合理论的最具代表之一，对于解释区域整合具有重要作用。

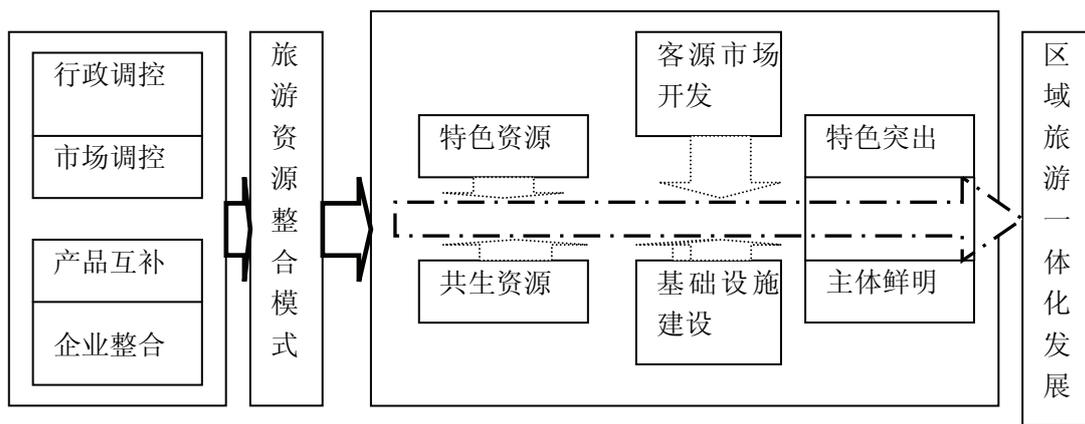


图 2.2 区域旅游一体化模式

在跨界区域，旅游产业按照区域一体化的目标要求，围绕区域旅游资源的开发整合为核心，充分发挥和利用制约跨界区域旅游资源产业化发展的各种因素，主要是各种旅游资源、旅游企业、旅游非营利组织、跨界区域行政机构、社区居民等，以产业化整合机制和具体整合措施，遵循整体性、市场性、竞争性和可持续性的原则最终形成跨界区域旅游市场和旅游产品。其整合模式如图 2.3。

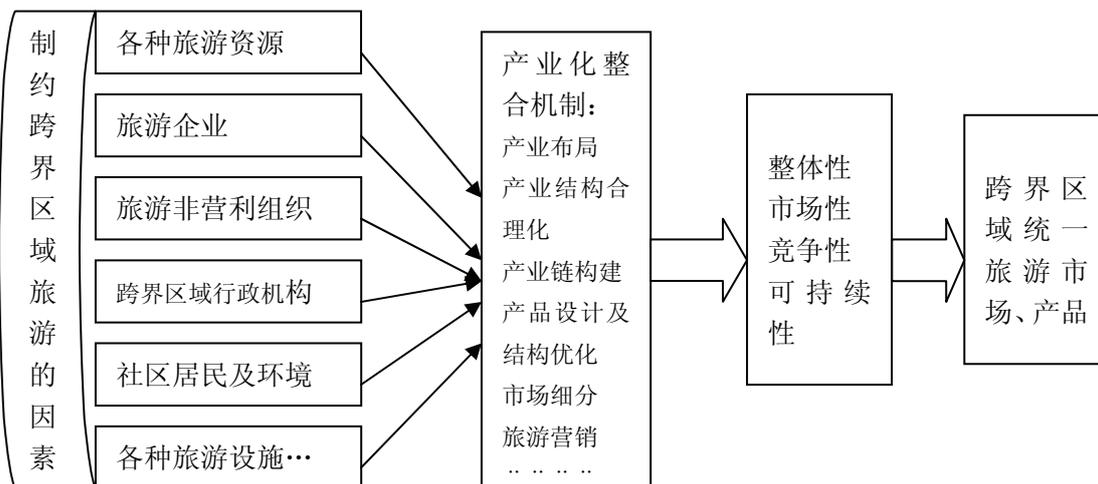


图 2.3 跨界区域旅游资源产业化整合示意图

3 跨界区域地质旅游资源整合机制

3.1 旅游资源整合机制

3.1.1 整合机制内涵

地质旅游资源的开发必须使其发挥应有的价值，由于地质旅游资源在相当长的时间内和一定的区域内是孤立存在的，因此，根据认识能力的提高和科技的进步对地质旅游资源进行整合性开发显得非常必要。从对地质遗迹资源的认识来看，地质遗迹资源经历了三个阶段：作为孤立的地质现象解释——科学研究——科研科普以及地质旅游，直到第三阶段，人类才认识到地质遗迹是一种特殊的宝贵的自然资源。在这个过程中，人类的劳动一直附加于其中，主要表现为脑力劳动。地质遗迹资源价值主要是由自然属性及科学属性决定的。地质遗迹表现出资源的特征和性能，地质遗迹资源的自然属性是其他属性的基础，社会属性是人类赋予的附加属性，它建立在其他属性基础之上；地质遗迹资源的经济属性是其社会属性的附加属性，由于人的劳动附加于其中，附加于景区之中，间接地产生或提高经济价值，其经济属性是使用价值和价值属性的统一，价值属性在社会属性中得以实现；环境属性是自然属性的扩展属性，由于地质遗迹有时塑造景观的本身，有时形成地貌衍生的骨架；科学属性是其自然属性的拓展，是人类附加劳动的基础，是其经济属性的基础。与矿产资源、水资源等自然资源相比，地质遗迹资源突出的特点就是不需要消耗资源本身，通过不同角度挖掘科学意义就可使其发挥科普、科研、旅游等功能^[83]。由此可以看出，地质旅游资源的价值挖掘，首先需要识别地质旅游资源的属性，同时必须把地质旅游资源和其他旅游资源充分有序组合，通过人类的劳动和创造，形成具有吸引力的旅游景区。地质旅游资源的整合需要一般整合机制的指导，了解一般旅游资源的整合机制对跨界区域地质旅游资源的整合具有重要意义。

根据《现代汉语词典》(中国社会科学院语言研究所词典编辑室, 1985)的解释，机制有3种含义：(1) 机器的构造和工作原理。(2) 有机体的构造、功能和相互关系。(3) 泛指一个复杂的工作系统和某些自然现象的物理、化学规律。也叫

机理。区域旅游整合机制中的机制可以理解为上述第 3 种含义中的复杂工作系统。因此,简单地讲,区域旅游产业化整合机制也就是指运用产业的相关技术使区域旅游相互作用并使之协调发展的工作系统,包括这一系统各种构成要素之间的联系和互补作用。由于区域旅游整合行为的产生与发展涉及诸多方面的因素,因此,产业化整合机制是一个系统化的过程。

旅游资源区域整合是为旅游发展战略规划和旅游空间布局规划服务的,是区域旅游规划中非常重要的基础性工程。旅游资源的区域差异是客观现实,这种差异通常表现为旅游资源的空间极化现象^[186]。整合是对区域性旅游体系进行系统化的规整,是对某一旅游区域空间内各地方旅游资源进行优化,从而实现整个区域空间内旅游整体竞争力的提高。区域旅游资源整合应根据整体性、兼容性、服务性和适应性的要求,实施“合纵联横、优势互补、深度开发、整体推进”的战略,加强区域性的旅游资源开发合作,设计组合区域性的旅游产品,建立多元化的区域旅游市场网络。

产业化整合机制系统性特点主要是:一方面表现在旅游业是向旅游者提供服务的行业,它主要由旅馆业、饮食业、交通客运业、旅行社与游览娱乐单位组成,它是国民经济中有关部门或行业的边缘组合,它的主要职能是向旅游者提供进行旅游活动所需要的旅游对象物、产品和服务。只有各相关行业发挥作用并能相互配合,才能促进旅游业的正常发展。因此,旅游业的发展必须协同相关联行业的发展。

另一方面也表现在资源存在方式的多样性以及开发资源途径的多样性上。区域旅游资源整合开发是根据区域旅游发展的总体目标和旅游市场的供求情况,以增强区域旅游竞争力为核心,对区域内各种相关资源要素进行整体规划、系统开发和联动开发,使之成为具有统一功能的整体,从而实现区域旅游资源市场价值最大化和综合效益最大化的过程^[101]。

跨界区域之所以进行旅游资源产业化整合,贝塔朗菲给我们提供了相应的理论依据,他认为,系统质不等于构成该系统各要素的代数和。当系统内部各要素间结构合理、彼此协调一致时,能够产生功能互补,达到整体大于部分之和的效应。在旅游业发展过程中,单个旅游主体就如同单个要素一样,有各自的特点和功能,但只有把它们整合在一起,才能产生额外的收益^[187]。跨界区

域旅游资源开发作为一个系统工程之所以需要产业化整合，主要是因为旅游区域内部存在许多制约旅游业发展的问题，有学者总结为以下几个方面：

首先，资源的差异性和互补性。跨界区域旅游资源由于常处于同一地质构造体系上而表现出自然旅游资源的相似性，而由于地形、政治、文化等的阻碍又产生了部分自然景观及人文景观一定程度上的异域性；与此同时，相似性和相异性是一对关联的概念，在某种程度上表现为相似的特点，一旦范围条件发生变化而又体现出相异性，二者是可以相互转换的。由于旅游空间系统是多元开放的复杂系统，无时无刻不存在着差异，差异的存在是整合的内在基础，区域的整合基于资源和设施的互补和共享，是形成资源有序开发、空间布局最优化和经济效益最大化的必要途径。整合并不排斥竞争与合作，一旦整合方式合理，合作与竞争是形成有序积极因素；无论是相似的还是相异的旅游资源的整合，其实现资源有序与最优化的必要途径是整合机制，整合的可调运动时时刻刻体现着协调控制、一体化的整合思维。

其次，旅游产业结构需要优化。从旅游产业结构看表现在旅游产业结构不合理，产业整合度低，在旅游运行六要素之间的整合缺乏有效的产业政策指导，其中购物、娱乐的收入份额长期偏低，导致总体消费水平难以提高。旅游资源开发总体水平不高，主要表现在：规划意识不强，实施规划力度不够。有的地方对规划审批把关不严，旅游规划和项目策划总体水平不高，旅游产品的市场化程度低，一些产品雷同，有的甚至是低水平重复，不少产品创意缺乏深度、对目标市场的把握、技术含量的追求和文化主题的塑造均不到位，旅游产品的市场竞争力不高。

第三，旅游产品结构不够合理，旅游产品开发长期停留在观光旅游产品，而休闲度假产品、有特色的文化旅游产品、满足新的市场需求的特种旅游产品偏少。同时，旅游投入侧重于设施投资，对旅游资源开发的投入偏少。缺乏重大的、有牵引力的大项目。

第四，从旅游发展区域布局来看，旅游发展不平衡，旅游网络不健全。区域旅游发展水平差距较大。

第五，从旅游产业组织来看，产业结构不合理，产业整合度低。主要表现在旅游业运行六要素之间的整合缺少有效的产业政策指导。旅游企业发展受限，

市场竞争力弱。散小弱是我国旅游企业普遍存在的问题，主要是因为我国现代旅游企业制度尚未完全建立，市场进出壁垒多，尚未建立有效的优胜劣汰机制，而且资金市场的不完全使大企业的扩张受限^[4]。因此，需要运用完整的整合机制体系，优化区域旅游资源产业结构，促进区域旅游资源产业发展。

3.1.2 旅游资源整合机制制约因素

在跨界区域旅游资源产业化整合中，资源的禀赋和资源的差异化对资源产业的整合具有重要的影响作用，是能否进行产业化开发以及开发程度的基础因素，同时，由于行政区划的刚性约束，地方利益竞争以及现行行政管理体制等制度性因素的制约，使得跨界区域旅游资源产业化整合面临许多制约因素，分析这些制约因素的作用，对于形成整合机制具有重要作用。

3.1.2.1 资源禀赋制约

加强区域旅游整合的主要途径就是对旅游资源进行跨区域的优化配置，实现旅游产品的空间结构优化。因此，区域内资源的多少、分布状况如何、资源的构成等特点直接决定着整合步骤和方式。并通过整合将同类旅游资源产品做大、做精，使资源要素的集聚功能和辐射力得到充分的发挥，资源得到充分的利用，从而带来单个地域单元独自开发资源所无法获得的规模效益。对具有互补关系的旅游资源，进行地域旅游资源重新优化整合，实现叠加效应，从而增强区域旅游产品的吸引力。

3.1.2.2 行政区划的制约

行政区划是国家按政治统治和行政管理需要，遵循有关法律并综合考虑多种客观因素所作的行政分级划分。而跨界区域旅游资源多存在区域边际共生性特征，即旅游资源的空间地域可能位于两个或两个以上相邻行政区的边缘地区。这种为多个行政区分别拥有的旅游资源极容易引起关于旅游资源归属权的争议。同时，由于政治、历史文化、民族、宗教等因素，一些相同的旅游资源在同一区域内广泛分布。由于地方保护主义，各地方为了证明本地区的旅游资源是“正宗”或“主体”，彼此展开激烈的争吵，使得一些有价值的旅游资源或不能及时开发，造成资源的闲置；或各行政区纷纷争夺开发时机，项目盲目上马，造成旅游资源的开发效益降低和无序竞争等。

3.1.2.3 地方利益竞争

各地政府在发展旅游业时，很少甚至根本不考虑旅游资源跨区域这一客观现实，只就本地方所拥有的一部分旅游资源做出规划，并进行开发，甚至是掠夺式的开发，致使区域旅游资源被分割得支离破碎，同类旅游景点遍地开花，一些适合区域发展的优势旅游项目得不到很好的开发，使得旅游资源的整体效应不能充分发挥，不利于跨区域旅游资源的整合开发。

3.2 整合动力机制

动力机制是区域旅游产业整合的重要内容，但不同的人对动力机制有不同的理解。涂人猛(1994)认为共生效应、互补效应、整体效应 3 个效应一起构成了区域旅游形成和发展的动力机制^[170]。尹贻梅(2003)提出旅游空间竞争合作的动力机制包括：一是提高整体实力, 实现全局共赢；二是资源共享, 获得成本优势；三是市场互换, 保证稳定的客流量；四是增强抗风险能力；五是营造适宜的“旅游空间”，迎合旅游需求发展趋势^[188]。王唏(2005)将区域旅游合作动力机制的理论基础概括为 4 个方面：全球化和区域一体化理论；地理学的核心—边缘理论、成长三角理论以及双核结构理论；比较优势理论和产业集聚理论；共生

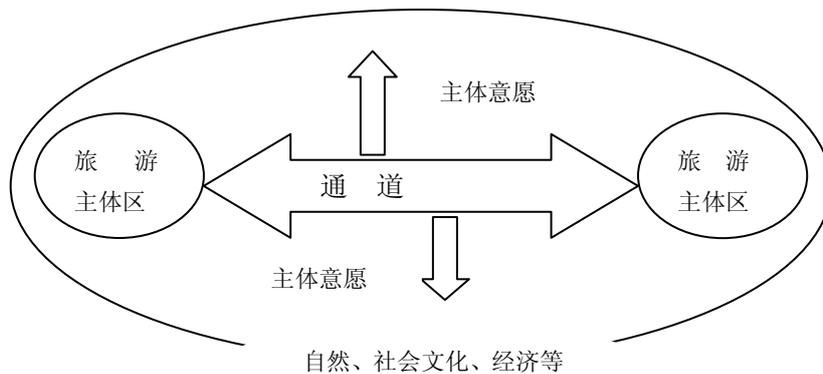


图 3.1 斑廊基机构原理

理论、生态位理论和系统学自组织理论等^[189]。潘顺安、刘继生(2005)针对大湄公河次区域旅游合作, 认为合作开发的动力机制在于 3 个方面: 应对经济全球化的挑战、增强区域的旅游竞争力, 获得更大的旅游经济效益, 促进区域经济开发和社会经济的可持续发展^[190]。吴国琴(2007)认为中部地区旅游合作的动力机制

包括:合力机制;激励机制;利益机制;竞争机制^[191]。颜泳红(2007)认为区域旅游合作的驱动机制包括旅游业自身发展的驱动、旅游市场需求多样化的驱动、政府政策干预的驱动、资源优势互补的驱动、设施共建、环境共享的驱动、对合作前景预期“共赢”的驱动^[192]。李永文、张安民以斑廊基机构原理(如图3.1所示)表明动力机制有三方面作用组成,它们是:旅游主体的有机啮合力、旅游主体的通道张力和旅游主体的意愿力^[187]。

一般认为,动力机制即对行为成因的概括,对于区域旅游整合的成因可以根据推拉理论从推和拉两个方面来分析。区域旅游整合的推力因素指的是各主体的合作需求,而拉力因素指的是合作可能带来的收益^[171]。波特教授从竞争力的角度阐述了产业发展的动力机制,他在其经典的竞争力三部曲——《竞争战略》、《竞争优势》、《国家竞争优势》中,以创造性的思维提出了一系列竞争分析的综合方法和技巧,如驱动产业竞争的五种力量(图3.2)、三种基本竞争战略(成本领先、标新立异、目标集聚)、国家竞争力模型等,为理解旅游资源产业化整合动力机制提供了较为完整的知识框架^[193]。

从旅游空间的扩散角度来阐述旅游发展的动力系统,旅游发展的动力是由旅游消费牵动和旅游产品吸引所构成的,并有消费引导和发展条件所联系的互动型动力系统。旅游者在旅游产品的吸引和自身需求欲望的双重动力驱动下,通过媒介的桥梁作用产生外出旅游行为,大量的旅游者外出旅游就构成了特定的旅游流,这种旅游动力机制分为供给推动型、需求拉动型和综合驱动型三种^[194],其作用远离可以由图3.3表示。

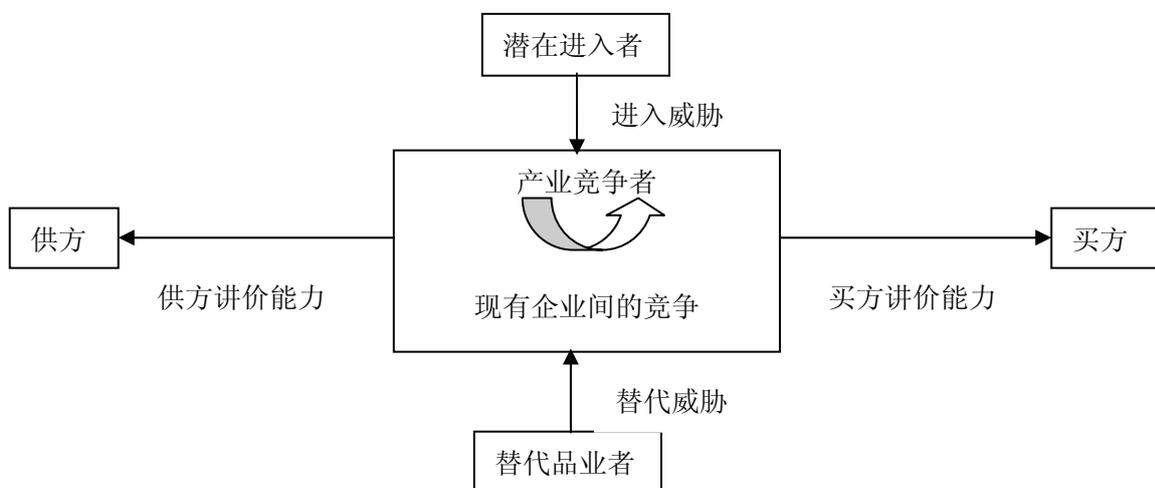


图 3.2 驱动产业竞争的五种力量(来源:波特,1980)

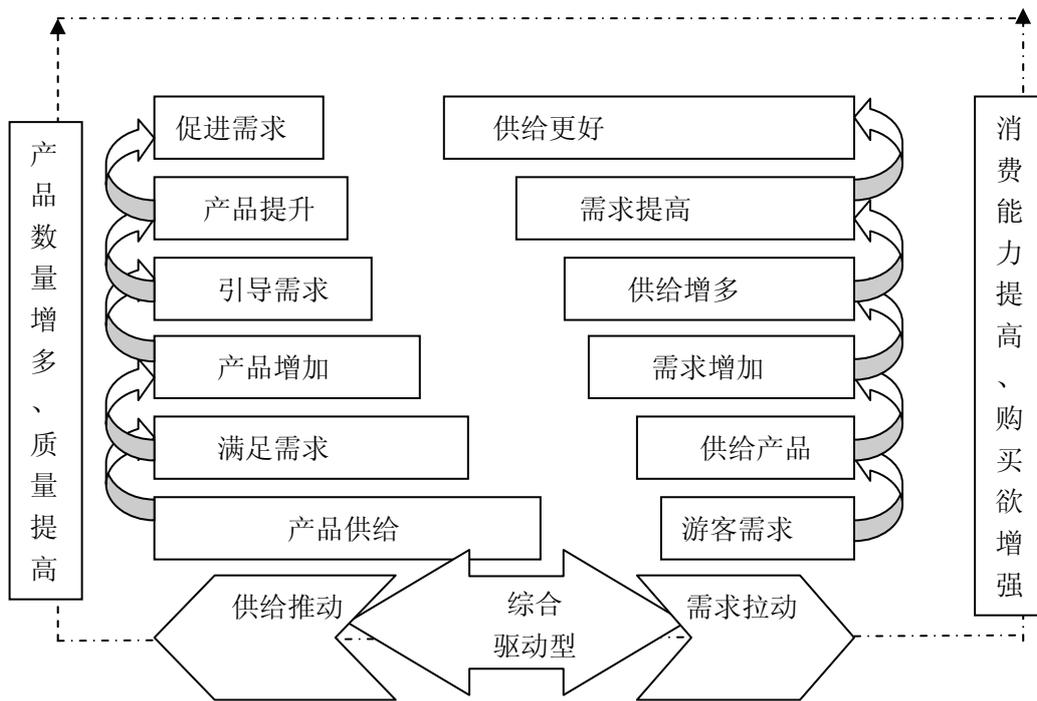


图 3.3 旅游空间扩散动力机制示意图

其中资源推动型可以细分为资源推动型、经济推动型和形象推动型。资源的推动是以资源的不断开发、整合为吸引力，吸引众多的旅游者前来观光，其基本特征是旅游资源的持续深度开发、新产品不断出现和旅游景观空间外延扩张，通过资源的开发引导游客消费。经济推动型是以发达的经济基础为背景，为满足游客需求而进行的人造景观开发。形象推动机制是以塑造景区形象为先导，提高景区知名度和游客认知度，吸引游客，进而加强景区资源开发整合，这种机制是资源导向的更高层次。

跨界区域旅游资源产业化整合动力机制主要指推动区域旅游进行产业化开发的动力因素，这种动力可以从内在动力和外在动力进行解释，内在动力主要指当地政府、社区和当地旅游企业认为进行产业化整合的必要；外在动力主要是指资源整合的外力推动，如提高区域旅游竞争力的需要，创造区域旅游知名品牌的需要等。也可以从推动因素和拉力因素两个方面进行分析，推动因素主要表现在整合主体之间的合作需求，而拉力因素主要表现在对跨界区域发展的内在促进作用，前者主要表现为政府驱动、企业驱动和社区驱动，而后者主要表现在市场驱动和环境驱动。从表现形式而言，跨界区域旅游整合的动力机制

主要由几种驱动力及其相互作用组成，从一般意义而言，产业化整合的动力是一个合力过程，动力机制的运作是各种合力作用的结果。

3.2.1 政府驱动

政府驱动主要表现在政府对跨界区域旅游业的发展起着促进和主导作用，这种作用在跨界区域旅游资源的战略合作、跨界区域旅游资源开发的规划、基础设施的建设以及前期开发资金的筹措等方面体现较明显。这里所称的政府驱动主要指跨界行政区内政府的联合驱动或是跨界行政区域共同的上一级政府机构的行政驱动。区域旅游发展战略的实施主体只能是政府，而跨市域的大旅游区建设的前提就是省政府的支持^[186]。跨界区域由于远离行政和经济中心，得到投资的难度较大，交通等基础设施不完善，可进入性差等原因，导致经济落后。这种恶性循环使得跨界区域很难吸引有实力的投资开发商，因而单凭区域内部的实力也很难发展，这是很多跨界区域发展最大的瓶颈。随着旅游开发的不断深入，边界地区因拥有高质量的旅游资源，所以最近几年各级政府都加大了对边界地区旅游开发的力度，边界地区的可达性和基础设施大大加强，旅游业也取得了长足的进步。这也给当地带来了深远的影响，不仅使边界地区摆脱了贫困，更改变了当地的产业结构，带动了当地经济的发展。有学者指出，政府之所以强化区域旅游业的发展，其根本动力是为行政区域内 GDP 的增长负责，因为在国民经济中旅游业已经成为国民经济重要的产业，在一些地方政府中旅游业成为当地的支柱产业。通过相关计算得出旅游业与国民经济增长之间的正相关关系^[187]。设变量 x_i 为旅游总收入， y_i 为 GDP，回归方程 $Y=a+bx$ ，其变量关系可用图 3.4 对应关系表示^[185]。由此可见，发展旅游业对国内生产具有重要的推动作用，这也是当地政府机关推动旅游业发展的根本原因。在跨界区域发展旅游业对当地经济的增长具有更加重要的意义。一般而言，政府对旅游业的影响主要通过旅游规划的编制、实施，旅游政策支持（如旅游项目贷款、税费减免、土地支持等）的地区倾斜性和对不同地区旅游开发的资金引导等方面，特别是区域性的旅游规划，为保证规划中总的旅游方向和目标的实现，对旅游系统中的空间布局必须进行全部署和重新安排，最终影响旅游者的选择和游客的流向。具体而言，政府驱动及驱动的方式和措施主要表现在以下方面。

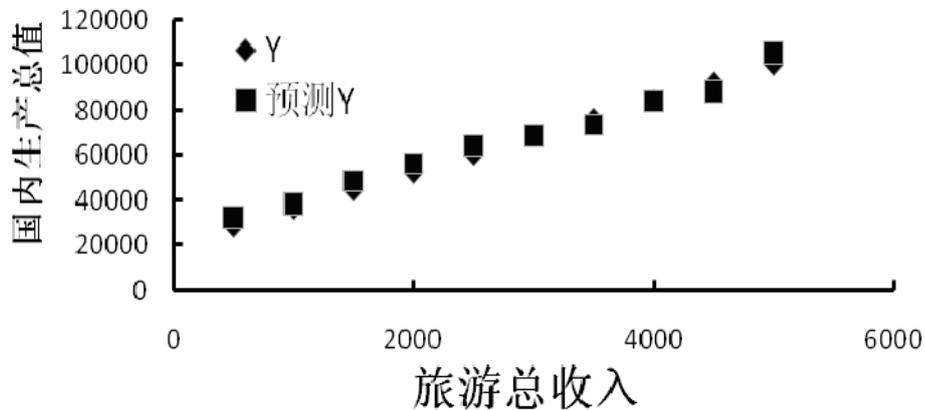


图 3.4 旅游收入同国内生产总值关系

政府驱动整合机制首先表现在旅游政策的制定上，通过适销对路的旅游政策的制定和实施，推动当地旅游业的发展。运用政策整合资源产业和区域旅游业的发展不管在国家层面还是在地区层面收效都比较明显：例如，新加坡充分利用税收和购物优惠政策积极整合旅游产业发展制约因素以促进旅游业发展。一方面利用自由港，综合关税极低的优势促进旅游消费；另一方面，新加坡政府根据自身资源禀赋较贫瘠的弱点，特别强调发挥购物的优势，鼓励旅游商品生产企业开发新的、有特色的旅游商品。主要鼓励手段是采取项目开发经费配套的方法，由政府财政划拨专项补助基金，给通过评审确立为新产品开发的项目以开发经费 50%的补助。通过优惠的旅游政策使新加坡的旅游创汇构成中旅游商品的比重占到 45%^[4]。

政府驱动的另一重要举措就是制定区域旅游规划，通过规划的制定和实施为跨界区域旅游资源的开发寻找对策。例如，皖北区域地处相对偏僻，跨界区域旅游资源开发程度较低，旅游业发展缓慢。针对这种情况，在安徽省人民政府的领导下，省旅游局编制出《新皖北区域旅游区旅游发展行动计划（2006-2010年）》，该计划对新皖北旅游区“十一五”旅游发展的前景和目标提出要求，制定了皖北六市合作的指导思想和原则，提出了实施方案和行动计划等等。为实施旅游规划，皖北六市二县已经在资源开发、产品设计、市场定位、宣传促销等方面达到了行动协议，着手联合开发皖北历史文化仿古之旅、淮河风

光揽胜之旅、淮海战役故地之旅等旅游产品;联合制定区域旅游宣传和市场开发战略,共同策划组织主题为“欢乐新皖北,魅力文化游”大型宣传促销活动等。

同时,政府驱动需要为跨界区域旅游资源开发筹措资金,为旅游业的发展不断注入活力。一方面,政府要发挥财政资金的引导和带动作用,如积极争取国家在旅游国债、旅游发展基金以及重大项目等方面的支持;还可通过国家相关政策性贷款,推动基础性项目建设;跨界区域内部各市县也应该加大旅游投资力度,促进本地旅游经济发展。另一方面,政府应该制定政策,鼓励全社会投资旅游业,逐步形成投资主体多元化的旅游经济发展机制。对于一些收益性相对较好的项目,可以通过国有商业银行或一些信贷机构增加对旅游业的信贷支持。地方旅游企业应该加入资本运作和招商引资力度,拓宽引资渠道,吸引国内外著名的大企业、大集团参与重大旅游项目投资。对于农家乐等经济实体,可以大量吸纳民间资本,鼓励和支持私营在内的各种经济成分兴办旅游经济实体^[195]。

最后,设法培育旅游业的竞争优势是政府驱动旅游整合的重要举措。以政府力量把跨界区域比较优势转化为竞争优势。比较优势原则是建立在生产某产品的比较机会成本优势上的。因此,跨界区域充分利用自身的比较优势发展本地区的旅游业,只表明比较优势为其提供可产生竞争优势的必要条件。如何在比较优势的基础上,外显出竞争优势,这需要政府力量的介入。政府应把财政资金投向完善制约跨界区域旅游业发展的基础设施上。良好的可进入性和完善的旅游目的地服务设施,是提升跨界区域旅游业竞争力的至关重要的物质基础。

3.2.2 社区驱动

从一般层面讲,旅游在缩小地区差距和城乡收入差距方面能够发挥巨大的作用。旅游业的发展,可以联动地带动当地的就业、基础设施建设等,对当地的整体发展有不可忽视的作用。社区驱动主要表现为社区对旅游资源开发的推动力量,在跨界区域这种推动力量显得尤为重要和突出。这是因为发展旅游业对于边界地区而言具有重要的意义。首先是经济结构转型的需要。由于边界地区大都远离各自的经济政治中心,受益于经济发达地区的机会较少,导致经济结构主要以农业为主,层次较低,大多数是贫困县。旅游业以其特殊的连带效应、乘数效应和提高就业机会的能力,无疑是边界地区摆脱贫困的一条好路子。

另外，随着旅游业的发展，各地区的真正的自然景观已相对很少，而边界地区由于其落后且不为人所关注，恰恰保护了丰富的自然景观、生态环境以及浓郁的民族风情，使其旅游资源品位高。因而发展旅游业被认为是实现边界地区经济结构调整快速可行的战略。其次，发展边界旅游业是边界地区摆脱贫困，实现小康社会的要求^[196]。发展旅游具有收入的乘数效应，这种乘数效应可以用公式作如下表示：

$$k = \frac{\Delta Y}{\Delta I} \quad (3.1)$$

其中，K 为旅游收入乘数， ΔY 为收入增量， ΔI 为投入增量。根据有关部门分析测算，旅游直接投入 1 元钱，社会综合效益达 5—7 元。旅游收入的乘数效应表明旅游目的地对旅游行业的投入所导致的本地综合经济效益最终量的增加，这对社区经济水平的提高具有重要作用^[197]。

另外，在跨界区域发展旅游业对于解决当地群众的就业问题具有重要作用。旅游业是劳动密集型行业，能吸收较多的劳动力就业，一些发达国家的实践表明，旅游业安排就业的平均成本要比其他经济部门低 36.3%^[197]。据统计，每 1 个旅游直接就业人数，大致可产生 5 个相关就业需求，作为极具关联作用的产业，能起到“一业带百业”的作用。目前，就业已成为我国国民经济中一个极其重要的问题，它不仅关系到每一个劳动者的生存和发展，更重要的是保证社会的安定。而发展旅游业可以向社会提供更多的就业机会，因为发展旅游业势必要发展为旅游业直接或间接提供服务的各行各业，这就为人们提供了大量的工作岗位。旅游业几十年来的发展，吸收了大量劳动者，开拓了劳动就业的新门路。1999 年，全国旅游业共有各类旅游企事业单位 24.92 万个，直接就业人数达 512.13 万人，间接从业人员达 2 500 万人；2000 年，直接就业人员 564.15 万人，其发展速度之快，没有任何一个行业可与之相比。所以，大力发展旅游业是解决就业问题的一条行之有效的途径，也是促进经济增长有效方法^[198]。对全国部分省市旅游促进就业情况分析，海南省旅游收入已占全省总产值的 14.4%，直接就业人数占全部就业总数的 3.3%，间接就业达到 11.6%；北京旅游业收入已占全市总产值的 13%，直接就业占全部就业人数的 4.4%，间接就业达到了 10%；西藏旅游收入占其全区总产值的 3.8%，直接就业占其全部就业人数的 27%，间接就业达到

了 40%（见表 3.1）^[58]。

表 3.1 我国部分地区旅游就业乘数效应

地区	直接就业人数/%	间接就业比直接就业	间接就业人数/%
北京	4.4	2.4	10.6
河北	1.9	5	9.3
山西	0.4	5	2
内蒙古	0.1	5	0.5
辽宁	0.6	5	2.9
吉林	0.3		
江苏	0.7	5	3.5
浙江	0.8	5	4
安徽	0.6	5	3
福建	0.2	6	1.1
山东	0.3	6	1.5
河南	0.3		
湖北	0.15	9	1.2
湖南	0.1	14.8	1.48
广东	3.2	5.9	18.88
广西	0.13	20	2.6
海南	3.3	3.5	11.6
四川	0.08	5	0.4
贵州	0.1	5	0.5
西藏	27	1.5	40
陕西	0.22	5	1.1
甘肃	1.1	2.2	2.4
宁夏	0.14	1.8	0.25

注：空白处为缺项。资料来源：国家旅游局政策法规司。

3.2.3 企业驱动

区域旅游资源整合的过程实际上是旅游主体利益的博弈过程。长期以来,在我国旅游业发展过程中,政府发挥了巨大作用,而企业的作用则发挥相对不足。事实上,由于政府对地方利益最大化的追求,往往忽略了第二主体的作用,忽视游客的权益保障,这是最大的区域旅游障碍。区域旅游合作囿于“行政区旅游经济”的基本格局,往往导致整个区域旅游的无效率或低效率。以企业为主体的区域旅游合作可以打破地区壁垒,拓宽企业运作的资源空间和市场空间,有利于我国旅游企业做大做强,增强与国际旅游企业抗衡的能力。旅游企业能够按照游客的体验需求来开发和组织旅游产品,真正实现产品的区域联合,在销售方面更具可操作性,使区域旅游开发更具实际意义^[126]。

前文提到,企业不仅是资源开发的对象,也是资源开发中整合的对象,对各类旅游企业的整合又形成资源产业化开发的推动力量。旅游企业是旅游业中最活跃的旅游经济主体,在区域旅游经济发展中起着举足轻重的作用。旅游交通业、旅游饭店业、旅行社、旅游餐饮业、旅游商品和旅游娱乐业等共同构成了旅游供给体系,旅游产业提供给旅游者的产品是分别由旅游业的“六要素”企业提供的。在政府搭建的旅游合作平台上,旅游企业是合作的具体执行者和合作效益的追求者。同时旅游企业在追求效益的过程中也在不断丰富着合作的内容和开拓合作的领域,因此,旅游企业是区域旅游资源整合中不可缺少的开发主体。

日本在其 21 世纪初期的旅游业发展中,提出了进行旅游企业整合的系列举措。一是旅行社整合。顺应旅游电子商务发展,强化信息交流功能,为此加强设备投资、市场营销和内部建设;加强同旅行社同行的横向联合,同饭店、旅馆、交通企业等旅游供应商和其他企业的联合,加强同海外的联合;完善具有专业性策划能力的咨询机制,对顾客的精心服务,提供高附加价值的旅游产品;为了加强旅游咨询机制,应当商讨推动旅游业整体的业务学习,以及“旅游建议员”和“旅游咨询员”的资质认证制度;旅行社应当在开发新产品、市场营销等方面加强策划能力,同时积极发展成为饭店、旅馆等住宿设施的送客管理、在库管理的受委托方,成为旅游产业整体中“企业改革”的主导。二是住宿业企业整合,实行中小饭店、旅馆的经营改革,加强空房在库管理、收益管理、

成本管理，增加服务内容；加强住宿设施的预约功能，创建高效的信息检索体系，通过互联网的信息服务，为顾客创造更大的便利。三是旅行社同住宿业企业等的联合，顺应经济社会的变化，更新旅游产业全体员工的合作意识观念，为企业改革共同努力；为了创造优良的旅游环境，确保老年游客、家庭游客出行方便，针对各个客源层，就软件、硬件条件进行细致的市场调研，积极开发利用新产品，实行多样化的价格策略^[198]。企业的有效整合不仅推动了旅游企业自身发展，而且对旅游业的整体水平的提高创造了条件，对促进当地旅游业的发展具有重要意义。

3.2.4 市场驱动

市场是一只无形的手，跨界区域旅游资源开发要通过市场这只手推动旅游业的发展。从世界旅游业发展的历史过程来看，旅游业的市場驱动大体经历了三个阶段：第一阶段是贵族化旅游阶段。第二阶段是大众化的旅游阶段。第三阶段是细分市场阶段。旅游市场的发育逐步走向细化，主要体现为需求的个性化和旅游产品的定制化，旅游市场应该满足不同个性化的需求和自助旅游发展的趋势，细化旅游分支，创造分支旅游产品，对接市场要求。

从整体而言，目前我国大体上处于第二阶段，大众化旅游开始兴起，但市场的发展程度远远不够。旅游市场上存在一系列的问题，主要原因在于市场不仅没有细分化，连专业化都十分欠缺。所有的企业在同一块市场上争夺同样的客户。因此，要规范市场秩序，政府主导型的政策就是要引导企业向专业化、细分化方向发展。对旅游项目建立严格的审批制度，严格禁止同类项目重复建设，避免浪费资源。制定政策鼓励企业创新发展^[4]。

跨界区域旅游资源的市場化驱动机制，需要提升旅游资源市場化配置程度，加快培育旅游市场主体。跨界区域旅游资源多为地质、生态和文化资源，由于历史和现实的各种原因，本应作为旅游资本充分推向市场、以实现资源效益的充分体现，但由于资源存在于跨界区域，使得“资源整体性与资源管理的分散”，产生“资源开发与市场统一”不协调的现象。本来系列的、完整的资源被按资源种类划分，散布在各管理区划之下，变成完全依附于政府部门的旅游事业单位。特别是目前还继续对一些优质资源采取一种自收自支的事业管理模式，则

更是对公共资源的放任，严重影响并制约跨界区域旅游业的发展。资源的部门垄断势必形成对资源的市场配置和市场主体多元化的本能排斥，形成对资源转化和产业升级的消极懈怠，形成对政府行业调控管理的本能抵触，最终导致本应作为旅游产业化基本推动力量的企业做不大做不强，旅游要素市场化配置程度较低，旅游产品结构单一、传统，旅游产业的链条化、层级化、国际化水平跟不上时代的节奏，一句话，旅游产业化的总体水平不高。

发挥市场整合机制，首先要进行市场的调研和预测。旅游资源在开发之前一定要进行市场调查和市场预测，准确把握市场需求及其变化规律，结合旅游资源特色，确定开发的主题、规模和层次。该原则要求旅游资源开发必须首先了解和掌握旅游市场的需求状况，包括需求的内容、满足程度、发展趋势及潜在需求状况和整个市场的规模、结构及支付能力，然后根据这些因素进行旅游资源开发的筹措工作。

其次是了解需求趋势和市场发展的潜力。旅游区的开发，不能仅从本身的资源角度出发，要高度重视旅游市场的需求，以当前和未来的旅游市场需求和旅游发展趋势来决策旅游产品的开发。未来旅游市场的需求趋势表现为：崇尚自然生态、返朴归真，追求个性化、知识性、参与性、体验性，体现多元化、层次化，呈现散客游、家庭游、自驾车游的趋势，一定要根据以上发展趋势来指导产品的设计与开发。一般而言，旅游区的目标市场应以国内客源市场为主，入境客源市场为辅。国内客源市场又主要以周边为基本客源市场，以国内重点城市居民为重点目标市场。入境市场以周边各国客源为主。在市场促销上应突出以上目标市场。跨界区域旅游资源产业化开发的基本动力来源于市场，市场是旅游产品的创建、产品营销、旅游利润产生的基本环节。跨界区域旅游资源只有面向旅游市场，分析直接和潜在的旅游客户，才能把资源优势变为市场优势，把市场优势变为跨界区域的产业优势。

由于市场需求处于动态变化之中，这使旅游资源的开发不仅局限于客源市场的现实需求的满足，还应把握市场的各形成要素，认清现实的基本需求，了解长期的发展方向，预测潜在需求的变化趋势，从而用一种动态、连续、长期的发展战略进行旅游资源开发，并使该项工作富有前瞻性和应变性。

例如，珠江三角洲既是我国经济发达的区域，又是旅游发达区域，近年来，

该区域提出了区域旅游整合发展的思路——建设粤港澳旅游区，粤、港、澳三地于1996年联手成立了“珠江三角洲旅游推广机构”，进行了联合开发市场、联合推出线路、联合促销等合作性活动。在资源共享方面，该区域将国家最近批准的延长从香港进入深圳的旅游者免签证优惠政策扩展到整个珠三角地区，使得该区域的旅游联合迈出了实质性的步伐。日本提出与韩国等邻邦联合成立“东亚旅游交流圈”，目的是合作开发旅游资源，联合开展国际旅游市场的促销^[198]。

推行市场整合机制，基本的路径就是推进旅游资源配置或旅游资源经营的充分市场化。跨界区域相关行政部门，真正做到从观念上进入市场，从行动上退出市场，尽快将各类旅游资源从行政管理体制中解放出来，在投资体制和经营管理机制上大胆创新，在发挥市场配置资源的作用上大胆创新，在培育旅游投资主体上大胆创新。按照所有权、管理权、经营权三权分离的原则，以旅游资源区域为平台、以资源为载体、以企业为主体、以资源组合为纽带，促成一批具有本土背景的、具有一定竞争力的战略性旅游企业，促进旅游产业向市场化、规模化、品牌化和国际化方向发展。

3.2.5 环境驱动

环境驱动主要是指为保护良好的旅游环境和旅游业持续发展的动力机制，这种机制的产生是基于旅游业的发展而出现的各种负面作用而产生的。第一，伴随着旅游业的发展出现的恶性竞争、公地悲剧等问题，成为跨界区域旅游发展的一大障碍。在我国跨界旅游的发展中，竞争冲突相当严重，主要表现为旅游资源的竞争、游客的竞争和资金的竞争等。对于边界各方来讲，竞争冲突的根本原因就是利益的分配问题。这种恶性竞争的后果严重，小则影响边界各方的旅游发展，大则会导致行政区间间的政治、经济各方面的关系紧张，会影响双方面的经济发展和社会稳定。第二，在旅游业发展过程中，各方缺少对资源和环境的综合规划和管理，导致跨界旅游目的地在旅游业发展初期，资源破坏和环境退化相当严重。而很多政府机关并没有意识到资源和环境问题的严重性，即使意识到了问题的严重性，到实施相应的措施之间也存在着较长的时间延迟^[199]。即使制定了一些环境容量的政策，由于其限制性的存在，也将很难在现实中贯彻下去。第三，在边界地区，随着旅游业的发展，当地居民逐渐失去了对

土地的控制，收入差距和发展机会的扩大也会导致地区间的紧张，当地居民与旅游发展之间还存在潜在的冲突。第四，当前，边界各方的合作只停留在政策的制定等宏观层面，并没有深入下去，对于细致的合作问题比如旅游形象的塑造、开发项目的合作等缺乏实质性的进展。

因此，整合环境资源，使旅游业持续发展成为跨界区域旅游开发需要考虑的重要方面。例如，在三峡旅游区域开发中，各方面采取多种措施，共同推动三峡区域旅游业发展。长江三峡旅游发展有限责任公司与三峡大坝所在地湖北省宜昌市夷陵区签订一系列协议，共同整合三峡坝区旅游资源，破解无序竞争和盲目开发的局面，以更好地带动三峡区域经济发展。根据协议，针对民营投资公司、旅行社等在三峡坝区周边兴建旅游景点，无序争夺大坝旅游资源的问题，夷陵区政府将加强当地旅游产业规划，“叫停”无景区规划、无用地手续而违规建设的景点，制止在三峡坝区周边乱搭乱建，避免无序开发和不良竞争行为，为三峡大坝旅游区的发展创造良好的生态、治安和人文环境。签约是三峡旅游实现资源整合、旅游企业组合、营销联合、环境融合的第一步。三峡旅游产业要健康发展，应该立足于大坝旅游区的统一规划和管理，杜绝内耗，在投资上形成规模，为游客提供规范的服务。并且政府表示，对投资规模达不到1亿元的三峡旅游企业将不予审批，不准上马。这将促进企业更加注重地方经济的发展，更加关注移民的生产生活，更加关注生态修复和环境保护。三峡坝区年过一百万的游客，为工程所在地宜昌市贡献约11%的GDP份额。坝区旅游从业人员达到1400人，其中直接吸纳安置了近1000名周边乡镇农民和移民就业，带动增加近5000个就业机会^[200]。可见，好的旅游环境将会带动跨界区域旅游业的发展，促进旅游业上水平。

3.2.6 动力机制相互作用关系

动力机制的五种驱动力相互联系，相互制约，形成一种作用于旅游资源产业化运作的合力，从而使旅游资源通过整合发挥资源优势，产生效益、形成经济优势，满足区域经济发展。实际上，跨界区域旅游资源整合的动力机制的作用在具体运作过程中是推动力还是拉动力有时难以区分。一般而言，在旅游资源开发初期，可能以供给推动为主，用产品供给吸引旅游，进而促进资源的开

发，这是旅游市场竞争不激烈的表现。随着市场竞争的加剧，需求导向机制逐渐占据主导地位，游客的需求成为牵引区域旅游发展的主要驱动力，而景点景区建设的落后则难以满足这种需求，这就需要对区域旅游资源进行进一步的深度开发、高端开发。其相互作用示意图 3.5。

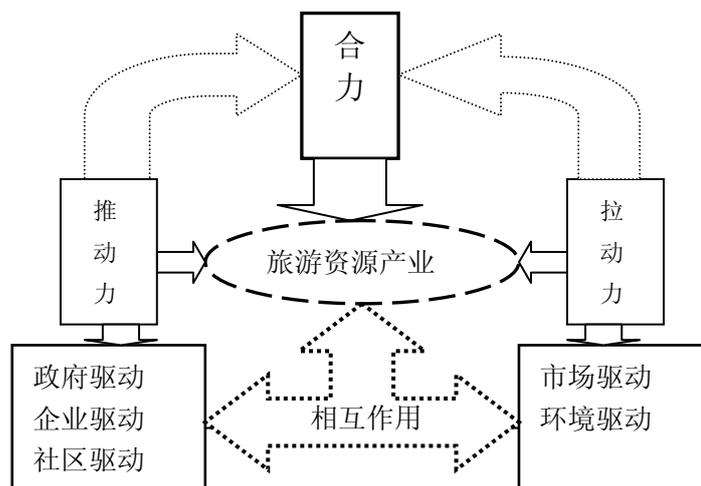


图 3.5 资源整合驱动机制作用示意图

3.3 合作机制

从全球旅游业发展的规律看，任何一个区域旅游联合体，不管其多么强大，都必须在加强内部合作、提升内部实力的同时，积极发展与区外的交流与合作^[201]。一般认为，跨界区域旅游合作机制是指不同行政区域的旅游业为促进合作进行所制定的制度、规则、措施和手段的总和体现。广义的合作机制还包括内容和形式。区域旅游合作机制不仅仅是针对不同区域的旅游行业合作而形成的机制，有时也指在区域之间形成的综合性合作机制。区域旅游合作机制是区域旅游合作研究的一个核心问题。一些学者就此提出了许多不同见解，也有人在“动力机制”的名义下进行探讨，认为合作机制是动力机制的组成部分。也有一些研究者在“合作机制”的名义下进行探讨。马晓冬(2005)对区域旅游合作与发展的机制分析指出，区域旅游合作与发展过程实际上是不同旅游开发主体之间进行反复博弈的过程。李爽(2006)认为，国内区域旅游合作未见太大的建树，还存在着一定的障碍，究其原因是合作机制不能很好的启动。她所说的合作机制即建立一套约束性的制度安排，包括签订具有约束力的合作协议和建立

一套保障机制，如“激励相容”机制、“利益平衡”机制、有效的“仲裁”机制、合作后的保障机制等。葛立成(2007)认为，区域旅游合作的发展，是行政推动机制、市场调节机制、协商解决机制、法律保障机制、人文融合机制等多种机制共同作用的结果。

跨界区域旅游合作除具有一般区域旅游合作的内容之外，由于其存在于相邻的具有不同行政区划的区域中，在合作内容和合作形式上具有更多的选择，既可以进行区域内部不同行政主体之间的合作，也可以同其他区域行政主体开展旅游合作。可以进行联合资源开发，也可以进行区域人才共用、设施共享等合作。由于合作内容和形式选择的多样性和变通性，因此，跨界区域旅游合作的机制就有相应的要求，需要运用相关的制度形式把合作的方式、内容、利益分配和责任分担等加以界定和区分。

合作机制的形式主要通过组织和制度上进行明确。在我国区域旅游合作中有3种组织类型：一是成立合作各方通过协商成立的常设机构。例如川陕旅游黄金三角(汉中、广元和巴中,2002年)成立了办事机构，负责组织每年一次的旅游交流活动。二是定期举办年会或联席会议。例如合肥旅游经济圈(2003年)建立了联席年会制度，每年召开一次，确定一个主题，解决一些实际问题。三是不定期会议。例如长江三角区域旅游合作年会等。从总体上看，我国区域旅游合作中具有常设机构的只有5.23%，形成年会制度或定期会议制度的为13.73%，不定期会议的为6.54%，三者累加仅有25.5%。因此，我国区域旅游合作大多数缺少组织保障，缺少磋商、对话、监督机制，甚至有些合作仅仅停留在书面上^[84]。

区域旅游资源整合的目标是使区域旅游要素可以实现最大限度的自由流动，多方位实现资源配置的最优选择，从而构建完善的区域旅游网络体系。这就需要各方加强合作意识，共享资源、市场和相关设施，共建区域旅游品牌和旅游产品，互通信息，实现区域交通网络的无缝连接，统一区域旅游发展政策等。区域内的各方需要打破“本位”主义观念，形成开发合力，重点提升区域旅游产品质量，加速建设区域旅游廊道，提升产品的旅游功能、承载力及单元间的空间联动性，促进不同类型旅游产品之间的合理配置，努力消除产品空间组合的替代性竞争，形成高效的产业协同发展机制，为进一步的深入合作开发区域旅游资源提供新的发展动力源。一般而言，合作机制的主要类型和内容有

以下几个方面：客源互换、市场共享、产品开发、共同营销、人员培训、管理协调、基础交通、信息交流等。

3.4 实施机制

跨界区域旅游资源产业化整合是一个系统化的过程，其实施也是一个系统化的过程，在这个过程中需要相应的机制得以保证。有学者认为，整合机制的实施需要考虑三个层次的实施方向^[144]，这对整合机制的实施具有重要指导作用，这三个整合层次的方向是：

第一层面是旅游资源—产品—市场的整合。第二层面是旅游资金—资产—资本的整合。第三层面是旅游管理—政策—制度的整合。根据上述三个层次，在具体构建跨界区域旅游资源产业化整合实施机制中分别可以简称为产品化整合、资本化整合和政策性整合。

根据上述三个层次，在具体构建跨界区域旅游资源产业化整合实施机制中分别可以简称为产品化整合、资本化整合和政策性整合。

3.4.1 产品化整合

产品化整合是以旅游资源为起点，以旅游产品为主导，面向旅游市场促进旅游业发展，进而形成在各整合区域范围内的分工协作，不同区域之间的旅游经济主体(主要是旅游企业)可以形成良好的合作关系与分工格局。旅游市场推出的产品基本上是以旅游线路、旅游区域(包括旅游城市、旅游景点)的规模化形式出现的。产品的组合方式主要是空间的优化有序的结合与调整以及不同旅游经营主体的利益协调与分工的过程，因此，产品化整合主要是围绕旅游资源、景点与市场要素等方面展开，核心层面集中在以下两个方面。

3.4.1.1 空间整合

旅游空间整合模式是针对地域毗邻的相异或矛盾的旅游资源,而提出的在一种动态可控的合作、竞争和整体控制三维框架下的协调平衡、整体发展的旅游发展模式,以实现旅游资源的有效配置和优势互补^[202]。进行空间整合需要把合作与竞争统一起来,在一定范围内强调竞争作用,强调竞争互动和整体合作,

是一整体控制下的竞争、合作的动态可调系统^[203]。区域旅游经济效益的实现依赖区域内各地方旅游产业系统的协调运转，而区域旅游产业结构合理化和高级化是实现区域旅游业健康发展的重要条件。因此，需要打破原有的各地区旅游产业结构，重新在整个区域内加以部门布局 and 结构升级，构建先进高效的旅游业运营系统，避免同一区域内部旅游产业同构化；需要加强旅游业内部各部门之间的协调，为游客提供一条龙服务，为游客创造一个完整的区域旅游空间。

地域空间结构是指系统内部的社会经济客体通过空间相互作用形成的空间聚集程度和聚集形态^[204]。旅游目的地功能系统中的诸要素最终都要落实到一定的地域空间上，因此，跨界区域空间结构优化显得非常重要。据此，可把跨界区域系统空间结构的最一般模式归纳为：在跨区域空间尺度上，以各旅游地域单元之间的相互作用为导向，以旅游中心地、景点和景区为结点，以旅游线路为旅游区内连接，以中转通道为区外连接，以旅游基质为背景，以旅游区为完成整个旅游活动过程的最基本空间地域单元所形成的特定旅游目的地系统结构。跨界旅游目的地系统要素的一般结构模式以及各要素之间的空间组合关系模型如图 3.6 所示。把分散的旅游景区 A 和 B 按照资源构成特点和区域经济状况以及区域交通情况的要求进行整合，优化区域旅游空间结构，形成完整旅游景区的旅游空间。

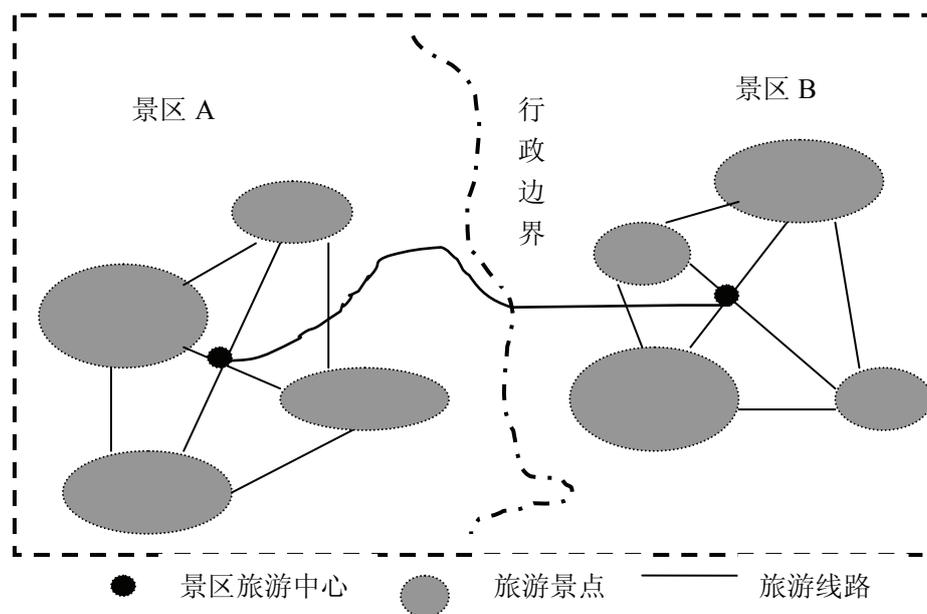


图 3.6 跨界区域旅游空间结构分散图型

跨界区域系统的空间结构模型不仅强调了各旅游地域单元(旅游区)的空间联系以及各组成要素之间的互动关系,体现了区域内的各组成要素的空间层次性,而且还通过旅游基质表达了区域旅游开发和发展的地域宏观背景;同时,其对外通道又从空间组成要素的角度表达了目的地系统的开放性。这一模型的构建对于跨界区域空间结构的优化,并在此基础上实现对跨界区域旅游资源的系统开发和可持续发展具有参考价值。如图 3.7,通过空间整合,把不同景区的旅游资源通过优势互补的原则构建区域旅游精品。

3.4.1.2 主体整合

区域旅游资源的整合是旅游产业主体的经济活动在区域空间上的表现,是各层级的主体在各自利益的推动下进行的一种经济活动。由于旅游资源的区域性特征,以及其管理主体和经营主体的不同,使得在整合中涉及多个主体的参与,就各主体在整合过程中所起的作用及参与程度来看,区域旅游资源整合的主体主要有地方政府、微观层次的旅游企业和区域旅游行业管理部门。

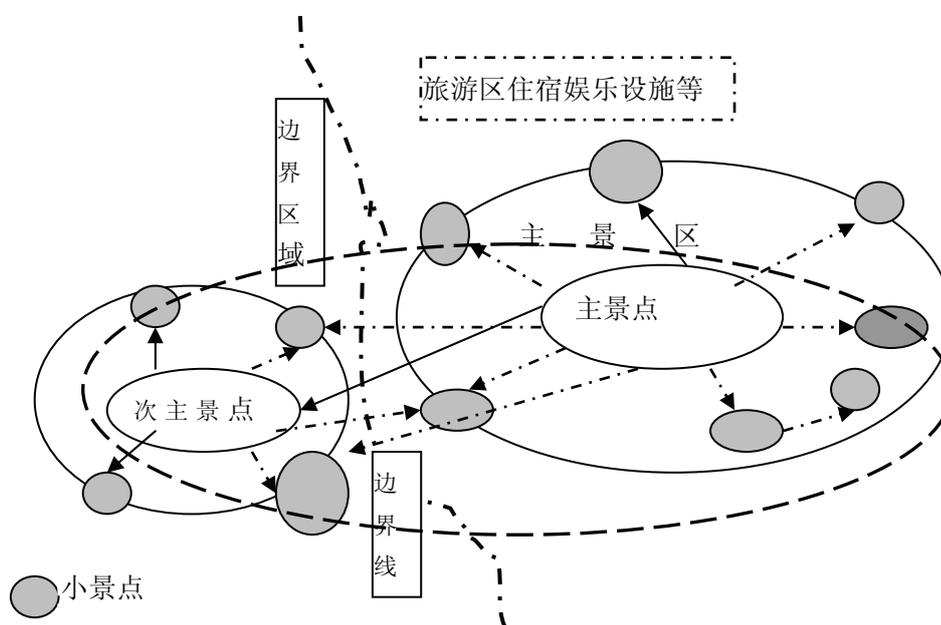


图 3.7 景区空间整合示意图

地方政府的整合。在旅游产业化水平不是很高的情况下,政府往往在旅游资源的整合中起着决定的作用,主要是通过制定规划与旅游政策、加强旅游各

方合作的实施以及保持各方合作持续进行等方式体现。政府整合需要认真协调本区域利益与整个区域利益之间的关系，协调好区域内资源的利用整个区域资源的保护的关系。旅游企业的整合。旅游资源的开发归根结底应有各类企业进行，开发的程度和规模主要由企业投入的规模和广度有一定的关系，因此，对各种旅游企业进行整合是跨界区域旅游资源开发的重要方面。企业的整合只要用市场化的方式加强企业的合作与经营上的沟通，运用产业链的联系促进企业之间有效合作，从而提高跨界区域旅游业的水平与规模。旅游行业管理部门的整合。一定程度而言，行业管理部门的整合是政府整合的延伸，担行业管理部门的整合更具有专业型和针对性。其整合措施主要通过制定相关的行业内部政策影响区域空间的旅游业的布局，进行旅游资源的空间布局的整合；通过制定行业法规和旅游政策，营造区域旅游发展环境，促进各空间旅游资源要素的联合与协调。

在区域内部，各地方要采取积极有效的措施打破地方市场壁垒，取消对外地旅游企业和从业人员的“歧视性”政策，切实建设和营造无障碍旅游空间，实现互相推介，合理分流，客源共享。建立“区域旅游利益分享机制”，通过规范的制度建设来实现地方与地方之间的利益转移，从而来实现各种利益在地区间的合理分配。该机制强调各合作单元在平等、互利、协作的基础上既竞争又合作，并在此基础上实现各合作单元分享旅游业产业利益。各合作单元在共同发展区域旅游经济的前提下，通过协商制定旅游经济利益分配机制，以实现区域旅游经济利益在各合作单元之间的合理分配，从而解决不同合作单元在合作中的利益冲突，为区域旅游经济的健康发展提供保证。

3.4.1.3 营销整合

区域旅游营销整合指参加合作的若干地方或合作单元以区域整体为单位，共同开展市场调研，促销宣传，利用合力培育客源共同市场，积极开拓客源新市场。在协商一致的基础上，积极建立“区域联动、行业联合、企业联手”的营销机制，通过“统一宣传口径，统筹促销经费，统一促销行动”，打造出本区域的特色旅游品牌，共同向外整体推介本区域旅游市场。简言之，旅游市场营销整合就是一个旅游区与相邻旅游区或其它利益共同体联合宣传共同促销的行为^[205]。旅游市场营销整合要解决如何向潜在游客有效传递旅游信息的问题，从

而最终让潜在游客产生对旅游目的地高质量的旅游体验预期。跨界区域旅游客源市场整合可以用罗纳德·科斯(Ronald. H. Coase)的交易费用理论来加以解释。罗纳德·科斯认为,企业和市场是两种虽有不同,但又可以相互替代的制度安排,企业可以起到资源配置的作用;同时,他还指出企业能够存在的根本原因,就在于企业能避免像市场那样频繁地支付交易费用。实际上,企业是将需要支付交易费用的要素或行为内化了,从而达到节约成本的目的。我们将这一理论运用到跨界区域市场营销整合之中,并认为旅游区域联合体在其中的作用就相当于一个企业,它将众多交易行为内化。假设某个跨界旅游目的地由4个分属于不同行政区域的旅游区组成,为了方便地说明问题,我们将其共同的旅游客源市场简化为两个(如图3.8)^[206]。根据旅游业的特性,这里的交易费用可以看成是目的地向客源地进行旅游信息传递的成本^[207]。从图3.8可以看出,分散条件下目的地与客源地之间发生的交易次数为8次;而在整合条件下交易次数共计6次,较原来明显减少了2次。交易次数的减少就意味着成本费用的降低,从而可以减少分摊到每个旅游区在市场营销上所花的费用。显然,交易成本的降低的直接原因是由于区域旅游联合体的介入。区域旅游联合体将众多交易行为内化,然后由其作为媒介向客源市场发送信息,从而减少了市场交易环节,提高了交易效益。

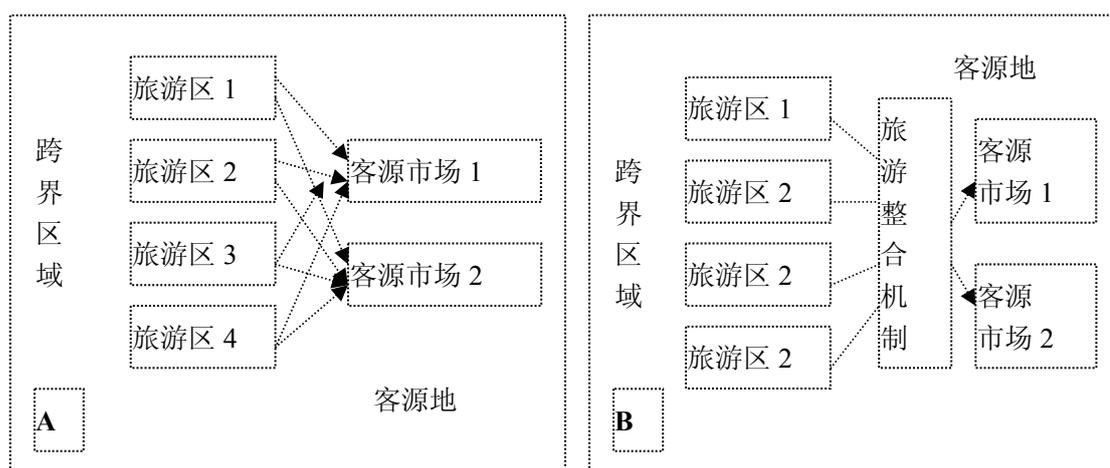


图 3.8 跨界区域旅游市场营销整合示意图

建立区域统一的旅游总体形象是区域旅游开发整合迈向实质性的重要标志。统一的区域旅游整体形象有利于区域的对外宣传和促销,同时,塑造鲜明的旅游总体形象也是进行区域旅游品牌经营的前提和基础。区域内的各合作单

元可在对区域旅游资源和市场分析的基础上，对区域内的旅游资源内在和外在价值进行提炼，确定突出区域个性、凸显资源特色和文化特色的核心形象，并用简炼的语言表达出来，用具体的视觉形象表现出来。

3.4.2 资本化整合

跨界区域旅游资源的开发需要大量的资金投入，而跨界区域通常处在经济中心的边缘地带，经济发展水平低，积累的资金有限，同时，由于旅游区域受行政区划分割的制约，在资源开发资金的筹集和资金收益的分享方面存在牵制因素，因此，运用资本化整合方式，把旅游区域的各种资源进行评估和权衡，有些资源可以资本化运作，运用现有资源融合旅游资本，集聚旅游资金，为区域旅游发展提供资金动力支持。在资本化整合中，根据跨界区域旅游资源的现状和特点。

旅游资源区土地资源。旅游资源区域的土地，具有资本的属性，为国有资产。土地的价值，因资源的吸引力及可开发性不同而不同。目前，尚无对旅游区土地进行评估的规范标准，对旅游资源区域内土地使用权价值的评估比较困难，因为该土地一般是与土地地质地貌及人文景观密切结为一体的。大多数政府在进行旅游资源开发时，一般不将已具有国家评级的风景区内核心资源区的土地的使用权，向开发企业转让。

旅游自然资源及建筑等物化的人文资源。这是旅游资源的主体，具有自然物理的特性和人文物化特性。这些资源的价值，对于旅游吸引力的建构具有核心的作用。对这类资源，目前学界正在探讨其评估问题。有人提出了市场比较法、收益还原法、成本法、假设开发法、长期趋势法等多种评估方法。评估是资源转化资本的前提，其目的是使资源资源和物化的人文资源转化为旅游区域开发的资本。自然资源和物化的人文资源在资本转化方面可以通过景区建设、景点经营、产权经营、知识产权转让等方式使资源向资本转化。

旅游历史文化资源。作为旅游资源，往往积淀了深厚的文化内涵，如民俗风情、神话传说、历史事件等等。这些资源，是使旅游开发得以深化，并获得灵魂的基础。因此，就旅游开发而言，这些资源价值很大。但由于这部分资源完全具有精神性，或附着于人类生活之中，或蕴藏于历史记载，或附着于建筑、

山水之间，无法进行测量，更无以评估。历史文化资源的资本化转化更应注重其教育价值和精神价值，其开发往往不以赢利为最终目的，担要保持其旅游资源特性并使其运行，必须使旅游历史文化资源发挥出其教育价值和精神价值，通过文化经营、景观设计、场馆建设、知识传播、产权资本化等方式使其评估价值得以实现。

旅游资源是由有形资产和无形资产构成的，土地及景观是有形资产，土地使用权、景观利用权是无形资产。从资本的角度看，旅游资源作为被开发利用的对象，同时又构成资本的投入，其结构可区分为土地资本、景观资本、历史文化资本。其利用方式，则表现为土地使用权和旅游开发经营权。

由于土地承载了景观，因此，不可能按开发者的要求随意利用，更不能破坏利用，而只能在加强和提升景观效果的基础上通过规划的控制加以利用。因此，土地使用的价值本身，因限制而价值下降。一般来说，应区分出景观土地及周边商业用地，对于国家级的景观土地及景观本身作为国有资产，不出让土地使用权，仅出让景观经营权。而对周边支撑服务及商业开发用地，以有限限制性的使用权方式出让，可以以资本形态体现为入股资本或拍卖转让收益。

旅游资源的开发权，不同于土地开发权、矿产开发权，是一种有限制条件的，商业性开发的权力。开发与规划权及规划审批权相互配合和制约，受制于相关法律法规和规划的要求。经营权是旅游资源开发中及开发后的收益享有权，反映了景观资本、历史文化资本投入的价值。因此，以开发经营权为整体，作为政府对旅游区开发的资本入股或拍卖转让，是旅游资源开发的主要资本运作形式。

3.4.3 政策性整合

政策性整合就是运用政策性手段使跨界区域旅游产业发展一体化的过程和途径。由于区域旅游整合是跨区域的，各区域为了有效促进旅游者在自己的控制范围内便利流动，在旅游业开放政策、产业协调机制和行业管理手段方面必然会有一些探索性、建设性的合作，主要表现在旅游目的地开放条件和范围、旅游企业合作条件等方面的交流与合作。区域旅游整合中不同区域之间在旅游管理——政策——制度方面的渗透确实取得了很多的实际成果，越来越有利于

旅游者在各区域范围内自由便利流动，大大促进了区域旅游整合的进程。政策性整合主要从两个方面实施。

3.4.3.1 规划整合

旅游规划是区域内的人们以自身旅游发展需求期望或基本价值取向为目标，对未来一段时期的行动具有系统性、战略性的决策把握或谋划。从公共管理层面上审视，区域旅游规划是区域旅游管治的重要理性决策行为。这种理性决策总要涉及区域旅游的空间组织和布局问题^[186]。由于跨界区域内存在不同的行政主体，对于旅游资源的开发经常出现不同的规划，因此，规划整合就成为资源产业化整合的重要方面。

美国学者认为资源开发整合实际上是一个可行性分析的过程，在此过程中，不仅要处理好各种关系，更主要的是处理好各项规划活动的衔接与制约关系。他把这种整合规划按照下列顺序制成图 3.9^[208]。由图可知，资源整合是一个系统复杂的过程，必须要进行详尽的规划，在规划过程中不断反馈、修订相关内容和整合对象，确定旅游资源开发所需要面对的各种问题并提出相应的解决方案。在跨界区域资源开发整合中，各旅游行政机构以开放的姿态去面对区域旅游资源开发合作，打破区域障碍、市场障碍、交通障碍和制度障碍，打破地方保护主义，防止条块分割，实现跨行政区域的公共服务，为区域旅游资源开发合作提供公共产品，打造无行政障碍旅游区；共同编制区域旅游资源开发规划，避免近距离旅游景区（点）的重复建设和旅游业的恶性竞争；积极引导区域内的旅游企业进行组合或重组；加快实现各旅游信息的相互链接和信息互动，共享旅游信息资源；建立各方旅游质量管理、接受旅游投诉和应急事件处理的合作机制；清除跨地区设立旅行社、旅行社组团和地接、旅行社导游跨地区带团的地区壁垒障碍，真正实现无缝衔接等。在正确分析评价区域旅游资源的前提下，综合考虑区域旅游资源吸引力的大小和开发环境等因素，区别开发条件，确定旅游资源的开发次序，优化开发序列，通过高低等级合理序列开发，使集聚逐步向全区域均衡地推进，由点及面，进而促进整个区域旅游经济系统相对均衡发展。



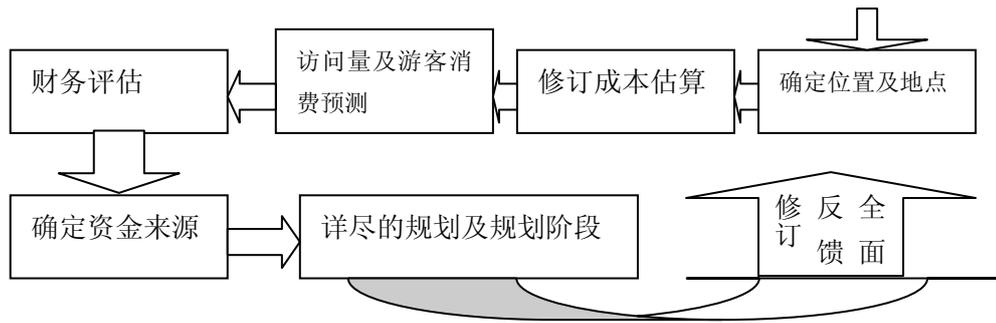


图 3.9 资源开发可行性分析

3.4.3.2 开发机制整合

跨界旅游资源统筹开发涉及众多行为主体和合作领域，并且还存在着信息、制度等方面的约束，建立跨界区域旅游整合机制，加强机制整合是旅游资源开发的有效性的保证。一是建立信息交互机制：整合各旅游区域各类旅游信息，形成一个综合性的旅游信息数据库。通过信息交互机制的建立，表现出跨界旅游资源的多样性和互补性，达到吸引旅游者的目的。二是建立组织协调机构，统一制定本区域旅游业发展的方针政策，消除区域内旅游业发展的政策差异，建立旅游政策协调机制；另一方面，建立旅游管理协调机制，统一策划重大的旅游活动，实现跨界区域联合、政策协调。三是建立行为约束机制：保障跨界区域旅游合作关系的健康发展，规范参加合作各方的权利与义务，约束其行为。在跨界旅游合作协议中，明确各方应遵守的规则和各自的责任；建立防范跨界旅游合作冲突的协调组织，解决本区域旅游合作过程中的矛盾和冲突；通过制定相关的政策和法规对跨界区域旅游合作关系进行规范，对区域旅游合作过程中的不规范行为做出相应惩罚性的制度安排。

3.5 本章小结

整合机制是使跨界区域地质旅游资源一体化的各种规则和体制的系统，是指运用产业的相关技术使区域旅游相互作用并使之协调发展的工作系统，包括这一系统各种构成要素之间的联系和互补作用。跨界区域地质旅游资源整合之所以能够得以启动和实施是由一系列的机制进行引导和规范的。这些机制主要起到发动、保障、促进和制约跨界区域旅游资源进行产业化整合的作用。地质旅游资源的跨界性整合涉及到各方面主体的制约和多种因素的作用。在制约主体方面主要有行政区各方的政府机构、各种投资主体、以及区域内居民等。各

方在利益分配和资源利用方面进行博弈，从而达到既能满足自身利益最大化，又能使区域整体利益最大化的多赢结果。在制约因素方面，主要有区域的资源因素、市场构成因素、客源及其容量因素等，这些都是在制定整合机制过程中需要考虑的内容。跨界区域旅游资源产业化整合机制主要有动力机制、合作机制以及实施机制。动力机制是进行整合的动力之源，主要是各主体和相关因素在整合过程中利益博弈和利益权衡的作用过程和行为。在此机制中，政府起主导作用，企业起主体作用，市场和社区起着平衡作用，环境起着保障和制约其他主体和因素的协调发展的功能。动力机制各主体和因素形成推动力和拉动力两种作用力，最终形成一种合力，共同作用于跨界区域旅游资源，推进跨界区域旅游资源产业整体化发展。合作机制是跨界区域旅游资源产业化整合的表现形式，由于区划分割、资源开发分散，因此开展各方面的合作是必须的，合作机制的实施，既要明确合作的形式，又要确定合作的内容，既可以进行区域内部不同行政主体之间的合作，也可以同其他区域行政主体开展旅游合作，可以进行联合资源开发，也可以进行区域人才共用、设施共享等合作。由于合作内容和形式选择的多样性和变通性，因此，跨界区域旅游合作的机制就有相应的要求，需要运用相关的制度形式把合作的方式、内容、利益分配和责任分担等加以界定和区分。实施机制是促进跨界区域旅游整合的各种具体措施，其目的是保证各种整合方案及整合规则得以实施，各利益主体在相对一致的行为中实现相应的产业发展目标。实施机制可以分为三个层面，第一层面是旅游资源——产品——市场的整合。第二层面是旅游资金——资产——资本的整合。第三层面是旅游管理——政策——制度的整合。每一个层面又配以相应的政策和措施，从而保证跨界区域旅游资源产业化整合能够顺利进行。一般而言，在跨界区域旅游资源整合机制中，动力机制是前提，合作机制是保障，实施机制是整合的具体化，它们相互联系，相互制约，从而保证旅游资源产业化整合能够顺利推进。

4 跨界区域地质旅游资源整合布局分析

4.1 跨界区域旅游布局内涵及必要性

4.1.1 跨界区域旅游布局内涵

跨界区域旅游布局实际上是一种旅游业各因素在地理区位上的活动安排，关系到区域旅游业发展宏观决策的重大问题^[209]，是区域旅游资源开发、重点旅游建设项目的空间布局与系统安排、旅游线路组织的依据。一般而言，产业布局是指人们对产业空间分布的规划，即人们计划把产业部门定位在什么地方。产业布局根据其布局范围可以分为产业间的布局和产业内的布局，产业间的布局是指不同产业的分布规划以求达到协调发展的目的；产业内的布局是指某一种产业在一定区域内的分布以及发展政策的调整问题。旅游资源产业布局是指旅游这一产业在全国的发展规划以及行业的分布设计。跨界区域旅游资源产业布局主要指根据资源分布情况对旅游产业进行内部设计、调整、引导和规划以求跨界区域旅游产业得以不断发展的行为。

跨界区域旅游资源产业化布局归根到底是一种旅游产业的规划活动，只是这种活动更具体，更有针对性，主要就是针对旅游产业的分布与构成情况，结合跨界区域不同的行政主体、不同的企业以及当地的经济水平和发展水平和消费水平进行旅游业的规划。跨界区域旅游布局主要旅游相关因素的空间排列组合，这种空间排列组合机制可以归结为两个方面，即旅游地内部发展的驱动力和外部因素对空间结构的影响力。

旅游地空间结构演变的内部驱动力主要是指旅游地的开发与建设。旅游开发的直接结果就是旅游地吸引力在空间上的重新分配。在旅游地空间结构的演变过程中，新兴景区景点的出现就得益于旅游开发的不断深入，在这一过程中，不仅促进了新兴旅游节点的产生，而且使得一系列旅游基础设施逐步得到完善，尤其是道路交通系统的改良和完善对旅游地空间结构变化更是具有决定性的影响。在旅游开发实践中，旅游交通条件是旅游地发展的重要依托，只要旅游交通条件改善了，旅游地就会进入加速发展的阶段。对于旅游地空间结构而言，

旅游交通系统往往起到发展轴线的的作用，旅游交通系统延伸到哪里，旅游地的空间扩展就延伸到哪里。

旅游地空间结构演变的外部因素主要是指空间结构各构成要素之间存在的竞争与合作的关系。在实际的旅游发展过程中，各旅游节点之间为争夺资源和客源市场会产生竞争，这种竞争是导致旅游地空间结构演变的排斥力。从旅游竞争的类型上来分析，各旅游节点间的竞争可分为替代性竞争和非替代性竞争。所谓替代性竞争是指共性大、个性小、并且相对区位邻近的旅游目的地之间的竞争。非替代性竞争是指处于竞争状态旅游目的地之间既有一定的共性，更有其独特的个性，两个旅游目的地之间竞争优势点有所区别的竞争。可见，替代性竞争的激烈程度较非替代性竞争要大。保继刚就喀斯特石林的旅游开发进行了空间竞争分析，发现喀斯特石林旅游地的空间竞争是一种替代性竞争，在同一地域内，只能开发景观价值最高、知名度最大的石林。不同的旅游目的地除了存在竞争性的关系外，还具有一定的互补性。互补性旅游目的地的结合不但不会挤占客源市场，还会相互增强它们在各自同类竞争对手的竞争力，因此，旅游开发中经常通过区域协作来加强它们的旅游吸引力和综合竞争力^[210]。

4.1.2 跨界区域旅游布局必要性

在通常情况下，产业的发展是通过市场机制自发调整进行活动，这种调整的主体主要是旅游企业和不同的投资者，由于企业和投资者所追求的目标是利益最大化，在追求自身利益的过程中往往忽视了旅游业发展的整体性要求，损害了旅游资源的生态性要求和可持续性发展的要求，因而，在发展跨界区域旅游资源产业过程中，需要对旅游产业进行相应的布局和设计，以求在市场机制作用失灵的情况下，旅游资源产业的发展能够正常进行。具体而言，跨界区域旅游产业布局的作用主要体现在以下几个方面：

第一，使跨界区域旅游业的的空间布局更加合理。在市场机制下产业分布是由企业自主决策形成的，因而各个企业的决策主体比较分散。由于各自的利益不同，彼此间难以达成一致意见，从而导致产业空间演变过程比较缓慢。而产业布局是由相关行政部门统一规划，这种总体规划，统一协调部署，决策主体集中，因而可以大大加快产业空间演变过程。在跨界区域，由于旅游资源分散

在不同的行政区域中，资源开发的主体更加分散，企业的决策更难以集中，因而，各方往往都从有利于自身的情况出发进行安排资源的开发活动，忽视了旅游资源整体性和空间的一致性特点。跨界区域旅游资源产业布局可以根据资源的整体性和连续性特点，从有利于资源自身可持续发展的要求出发进行布局，从而使空间结构安排更加合理。

第二，使旅游资源的利用具有可持续性。跨界区域旅游资源产业布局可以克服资源开发过程中局部利益和短期利益，能够从资源的整体性和全局性的实际出发，按照有利于资源生态发展、可持续发展以及共生发展的要求进行合理论证和规划，从而使资源产业的发展具有可持续性。没有合理布局的资源产业必然是分片开发，主体从自身利益出发，无视区域整体利益，这样一方面导致资源开发的不平衡，使一部分资源存在过度利用的可能；另一方面，存在部分区域无序竞争的局面，无视资源发生规律，盲目发展。这些，都将导致资源难以可持续发展。通过合理布局，可以在整个区域范围内发展统一的旅游业。

第三，增强区域旅游业的竞争力。旅游业的竞争是区域内整体的竞争优势，而不是个别企业或是个别片区的竞争力，缺乏统一布局的旅游产业必然是难以整合区域内所有资源并形成资源优势的产业，因而其对外的竞争力必然不强。通过区域旅游产业布局，可以优化区域内资源因素，统一配置区域旅游基础设施，统一对外营销，这样不仅能发挥资源产业的最大优势，而且对外形象完整，具有更大竞争力；统一布局可以节约成本，增强旅游产业的效益，强化竞争优势。

第四，有利于促进当地经济的协调发展。旅游产业布局是区域经济整体布局的重要组成部分，也是区域经济布局的制约因素，区域经济布局的目的是促进区域内部经济协调发展和优化区域经济发展结构。区域经济结构的优化不仅带动整个经济的发展，而且对于促进整体经济水平的提高，满足当地人们生活水平的增长需求具有重要作用。同时，人们高水平的生活和高水平的经济发展又能促进经济不断向前发展，从而使整个经济运行处于良性协调发展的状态。旅游业作为一种消费性的第三产业，其布局有赖于区域内的资源情况，也有赖于旅游地和客源地的人们生活水平情况，只有充分考虑这些情况，从区域资源实际和客源消费水平的实际出发，制定旅游产业布局的整体方案，不仅对旅

游业发展具有重要指引作用，而且对区域整个经济发展也具有促进作用。

4.2 布局依据：地质旅游资源评价

跨界区域地质旅游资源布局的前提是了解地质旅游资源的构成情况及其价值大小。地质旅游资源的整个评价层结构分为：总目标层、评价综合层、评价项目层和评价因子层四层，评价因子层为最基本的层次，指标的权重和分值计算从该层开始从下往上逐层进行，各层指标设置及相互关系^[211]，见图 4.1。

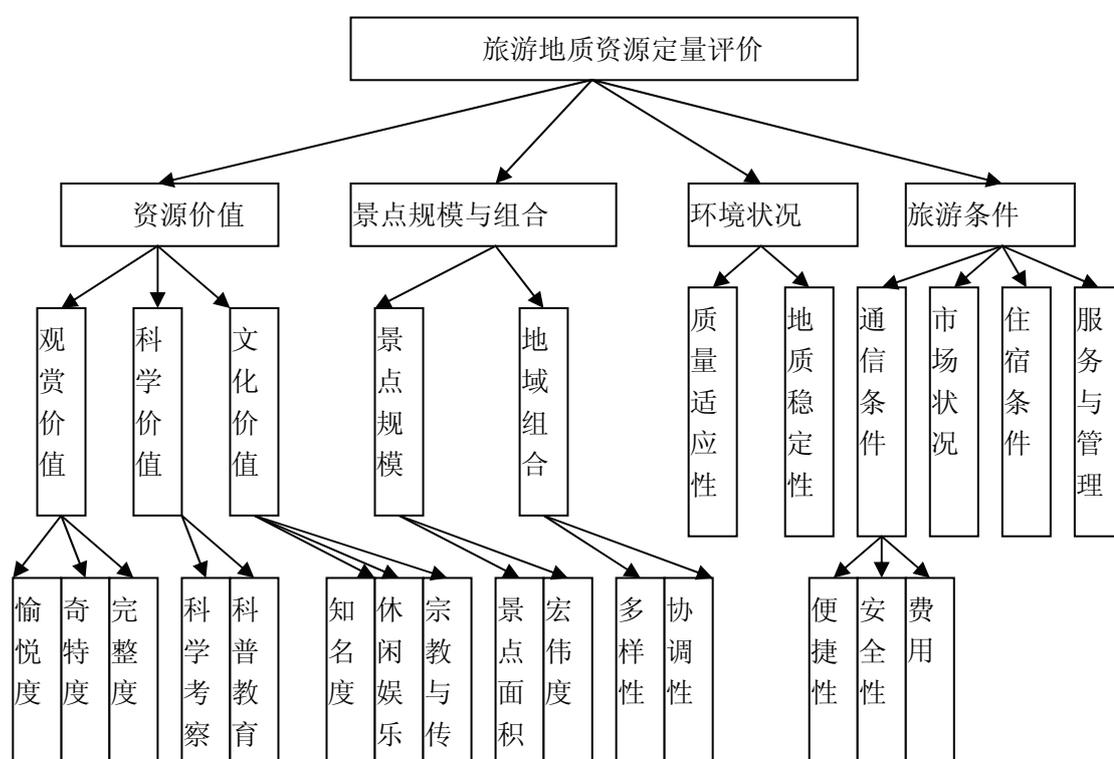


图 4.1 大别山地质旅游资源定量评价模型树^[211]

4.2.1 评价因子

参照中国国土资源部环境司 2002 年编写的《中国国家地质公园建设技术要求和指南》（试行）、《国家地质公园规划修编技术要求》和《国家地质公园规划文本编制提纲》（2008）等的要求，确定本次工作的评价因子如下：

a. 价值评价因子

包括科学价值、美学价值、历史文化价值、稀有性和自然完整性。

b. 条件评价因子

包括环境优美性、观赏的可达性和安全性。

4.2.2 等级划分

按地质遗迹景观的重要性分为以下五个等级：

- I 国际性的（世界级）
- II 全国性的（国家级）
- III 区域性的（省级）
- IV 地区性的（市、县级）
- V 其它重要性的（市、县级以下的）

4.2.3 评价流程图

旅游地质资源的综合评价方法很多，定型评价和定量评价兼而有之，一般宏观评价以定性分析为主，景区景点评价以定量评价为主，定量评价中最常用的是层次分析法、德尔菲（Delphi）法和模糊赋值法^[150]。专家的选定主要依据在大别山旅游和地质工作中有较高的理论和实践背景的人员中确定。其评价程序如图 4.2。

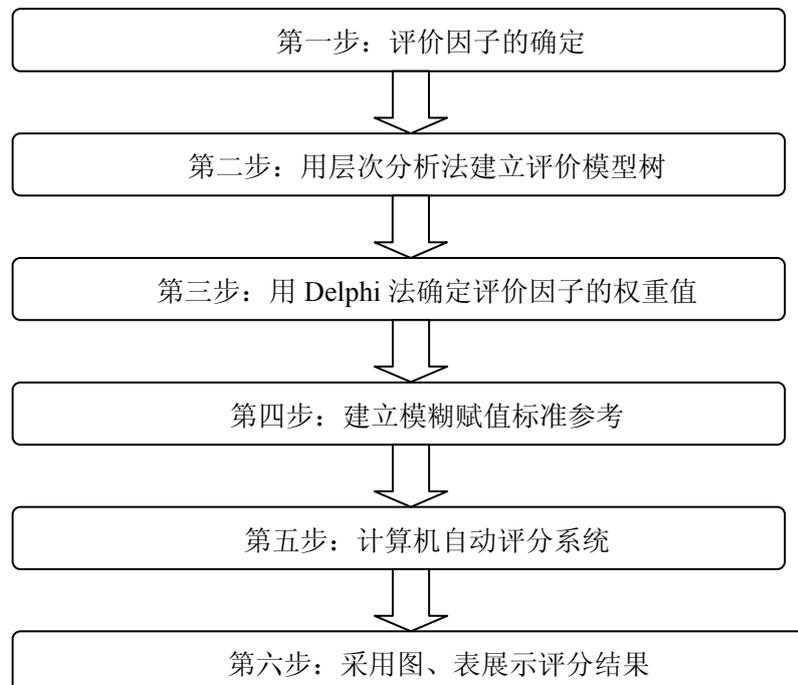


图 4.2 旅游地质资源评价流程图

4.2.4 景区评价

4.2.4.1 景区的构成、评价以及分类

① 景区的构成：

景区是旅游管理的基本单元，是由不同类型景点组成的一个旅游体系。

② 景区的评价：

在地质遗迹资源评价的基础上，对景区进行评价。

③ 景区分类：

通过对景区的评价，确定景区的主体景观和主要特色，按地质遗迹的分类标准，对景区类型进行划分。

4.2.4.2 分区评价

① 分区原则

a. 相对一致性与区域共轭性相结合的原则

相对一致性原则要求在划分区域单元时，必须注意其内部特征的相似性。虽然不同等级的分区单位其一致性的标准各有不同，但不同区域之间应有显著的差异，即区域有共同的特征并以此特征与相邻区域区别。从旅游景观的角度看，一个旅游区就是一个完整的景观系统。这一景观系统不仅要与相邻的景观系统有显著差别，而且还要做到每个具体的分区单位都是一个连续的整体，不存在独立于区域之外而又属于该区域的单位。这就要求在具体工作中注意贯彻区域共轭性原则。

b. 适当照顾行政区域的原则

旅游区的划分以开发旅游资源，发展旅游事业为目的。虽然同一行政区往往分布着不同的旅游资源，相同的旅游资源往往分布在不同的行政区之中，但从我国目前的情况看，政府在旅游资源开发和促进旅游事业发展中起着至关重要的主导作用。因而，在划分旅游区时，要充分考虑行政区的完整性，以便实现旅游资源的宏观调控和管理。

c. 突出地质特色的原则

特色是旅游区的灵魂和生命。一个旅游区如果没有自己的特色，就会失去市场竞争力，失去生存的基础。因而，在划分旅游区时，要充分利用地方旅游资源的独特性，形成自己的特色。整个区域要有整体特色，创旅游名牌；每个

景区不仅要和整个区域在特色上保持一致，同时也要有各自的独到之处。只有这样，大别山的旅游业才能在整体上有较大的提高和长足的发展。

② 分区方法

a. 顺序划分和合并法

顺序划分法是一种自上而下，由高级单位到低级单位的划分方法。在确定大别山旅游区最高一级单位时，采用顺序划分法，根据大别山的旅游资源特征，大致确定了四大旅游分区：a 山北区；b 南麓区；c 桐柏—大别山交界区；d 东线区。

b. 主导标志法

为突出旅游区的地域特色，可采用主导标志法。根据大别山地质旅游景点的具体调查结果，以景型为基础，综合分析各旅游景区的基本类型、结构、特色以及与相邻景区的相似性和差异性，与核心区的空间联系方式，采用叠置的方法，确定各景区的类型和范围，从而合并归纳出不同地质特色的旅游分区的范围和界线。

4.2.5 评价模型

大别山旅游资源的评价，采用的是指标分析法（又称层次分析法）。具体来说，就是依据旅游资源环境条件、客源市场条件、开发条件等指标，从旅游资源的数量、质量和分布规律的差异性，对区域旅游开发从开发时序、重点、方向等方面进行评价。

对将评价因子分为 4 个层次：总目标层、评价综合层、评价项目层和评价因子层。第一层（总目标层）以各旅游景区的旅游资源开发潜力为定量评价的目标；第二层（评价综合层）从旅游资源的环境条件、客源条件和旅游条件来进一步分析；第三层（评价项目层）为第二层要素的具体化；第四层（评价因子层）为第三层要素的再具体化。在旅游分区定量评价的层次结构建立之后，必须对这些项目要素进行综合量化。

4.2.6 量化的数学模型

量化的方法是从底层到高层，最后复合成一个具体的数值。其数学模型为：

$$E=\sum Q_i P_i \quad (4.1)$$

式中：E—旅游地综合评价结果值； Q_i —第 i 个评价因子权重值； P_i —第 i 个因子评估值； n —评价因子数目。

评价因子指标分的评定方法，依然采用特尔菲法。分数的评定，由专家直接对基本评价因子进行打分。具体来说，就是采用模糊数学的方法，将每个因子分等定级，并给出每个因子的相应评分标准。然后，请专家对大别山的主要景区的第四层因子和不能再具体化的第三层因子打分，再依据公式（4.1）得出每个景区的分值和综合得分。

上式的关键是 Q_i 的确定。为了确定 Q_i ，采用层次分析法。这种分析方法首先对所研究问题的各种因子进行归类 and 层次划分，确定出属于不同层次和不同组织水平的各因子之间的相互关系，在总目标即最高目标的基础上划分出大类，大类基础上划分出类，类的基础上再划分出层。不同层次的因子即构成多目标决策树。然后，再对决策树中的总目标及子目标（大类、类、层）分别建立反映影响因子之间关系的判定矩阵，然后应用公式（4.1）来进行相关运算。而各评价因子权重值的具体取得，我们采用的是特尔菲法（即专家咨询法）。对主要景区，通过专家打分，经过多轮评估，再经过运算，求出各层次权重系数。

4.2.7 评价结果

根据权重系数分析，对大别山的地质旅游资源进行综合评价，划分资源等级，规划出可供进一步开发的不同等级的资源核心区。

4.3 布局原则：整体性与可持续原则

跨界区域旅游资源产业化布局在一定程度上是一个战略问题，战略的实施需要一定的指导原则。从跨界区域行政管理的多层次、多方面以及跨界区域资源分布的分散性和资源开发的不平衡特点的实际来看，跨界区域旅游资源产业化布局的主要原则有整体化原则和可持续原则两个方面。

4.3.1 整体性原则

跨界地质旅游资源就自身而言，其自然资源、生态环境乃至经济发展是一

个完整的系统。但由于处于特殊的地理区位，人为的界线破坏了区域自然的完整性，资源整体潜能得不到充分发挥。跨界旅游资源产业化整合从旅游资源整体性和整体优势出发，对旅游资源自身的整体系统做出统一的规划，从而使跨界区域旅游视野更宽广，内容更丰富，更具吸引力。

跨界区域地质旅游资源系统处于双控或多方控制状态，资源分属的不同行政区域所进行的资源开发建设相对于资源总体而言只是局部、片面的开发，多种资源类型得不到合理配置。跨界旅游资源整体化战略开发在对边界整体旅游资源开发时可以做到全面安排、全面设计，兼顾各方经济利益，多角度、多层次综合配置各方面各种资源类型。

根据系统论原理，区域旅游资源是一个有机整体，具有整体性、关联性等特征，在开发过程中需要从整体考虑，处理好它们之间的有机联系及与外部环境之间的相互联系，实现“整体大于部分之和”，以取得区域旅游资源开发的整体效益和综合效益。然而在跨界区域旅游资源整合过程中，由于存在着行政区划、地方利益竞争等制约因素，各单元对区域旅游资源整合的主体、内容等的认识还存在一些偏差，破坏了区域旅游资源开发的系统性，使得区域旅游资源整合不能得以顺利进行，同时也影响了区域旅游经济的发展。依据系统论原理，从分析影响区域旅游资源整合的制约因素入手，对区域旅游资源整合的主体及内容进行初步探讨，并提出了相应的解决对策^[101]。

以整体性的原则开发地质旅游资源将会收到较好的经济效益，可以从已经建立的地质公园的经营收益看出资源整合的效果。从收集到的一部分国家地质公园在批准成为地质公园前后一年游客以及门票收入增减情况分析可知在成为地质公园第二年，游客有较大幅度增加，整体增加178.64万人，增幅为16%，门票收入增加24083.5万元，增幅为大约50%，而同期全国旅游业的平均增幅都在10%多一点。据国家旅游局统计，2002年和2001年相比，游客人数增10.96%，国内旅游收入增10.09%^[212]。

在开发跨界区域地质旅游资源过程中，应遵循地质旅游资源的特点和资源形成、演化的规律，以整体化的视角进行整合。主要体现在以下几方面^[10]：

(1) 地质演化历史完整性。地质演化历史包括构造变动历史、沉积发育历史和古生物演化史。地质演化历史的完整性，是从构造变动历史的相似性开始，

引起古地理环境演化历史的相似性,进一步引起在古地理环境中发育的沉积岩石序列特征的相似性和古生物面貌演化的相似性^[213]。

(2) 构造线发育的完整性。构造线主要指出露于地表的各种类型和各种等级的构造断裂带。

(3) 岩石组合序列的整体性。沉积岩内抗风化能力的一致性,或变质岩内抗风化能力的一致性。河南省北部的碳酸盐是很好的含水层,对区域景观相似性的形成也具有较大意义。

(4) 地形地貌的完整性。地形地貌的相似性是地质演化相似性的又一外部反映。例如,盆地、山地与河流冲积平原的显著差异性,很容易进行区划上的归类。

从一般的跨界区域旅游资源整合措施而言,实施整体性原则对于摆脱资源开发中的“囚徒困境”具有重要作用。各旅游区只有着眼于全区的总体利益,实行有效的整合,通过竞争和合作的调节,才能形成整体比较优势,发挥系统最大效益。

在实施整体性原则的过程中,跨界区域旅游资源整合的整体化战略的实施主要从以下四个方面进行:

第一,区域旅游资源开发规划的整体性。区域旅游资源开发首先需要进行规划,从最有利于区域经济协调发展的角度和有利于旅游资源可持续发展的角度进行规划,因此,在规划过程前,应全面了解跨界区域内旅游资源的构成、种类、分布以及旅游价值的大小。同时,调查和分析在跨界区域内不同行政区域的构成以及各行政区域内旅游资源开发的程度,这样,为资源开发的整体性规划提供相应的基础材料。在规划过程中,应从整个区域的自然资源的分布规律、地质形成特点的一致性以及发展经济的便利性出发进行整体性设计,杜绝从本行政区域利益出发或者从狭隘的部门利益出发分割旅游区域的整体性。同时,整体性规划战略应进行充分论证,以求区域旅游规划的合理、可行。

第二,景区对外营销的整体性。在跨界区域,由于旅游资源分布在不同的行政管辖范围之内,因此,旅游资源开发的程度以及旅游产品的营销策略和营销技术线路也是各不相同的,在对外营销过程中由于资源产品具有相似性和雷同性的特点,无形中存在竞争的局面和无序的状态,对于旅游景点的票价竞相

压低，对于紧邻的景区进行负面宣传或者进行诋毁，损坏相邻景点的形象。因此，毗邻区域的旅游资源开发和进行产业布局时应有整体性的对外营销策略。要求整个区域以同一个声音对外宣传区域旅游形象，在宣传某一个分片区域景点时应以适当的方式美化周围景点，以起到不同景点的连带促销作用。

第三，旅游产品设计整体性。旅游产品的设计不同于一般商品的设计，它在很大程度上受旅游资源的制约，特别是在跨界区域，这种制约程度更大。因为旅游产品是以旅游景点为核心的一系列的旅游线路的设计景区满足旅游者的旅游需求，这种线路的设计应提供给旅游者完整的景区形象和旅游精华的吸引物，才能满足消费者的旅游心理。在跨界区域，如果由于行政区划的原因人为的割裂了景区的完整性和旅游线路的连贯性，那么旅游者的旅游是不完整的，而留给旅游者的印象也是不完美的。因此，在旅游产品的设计上应从旅游资源的完整性和旅游区域的整体性出发，根据区域特色和资源特点以及产业发展的现状进行整体性的产品设计，打破行政区域和部门的限制，突破地方小团体利益的束缚。

第四，旅游经营活动整体性。跨界区域的旅游经营活动是多种多样的，如果只从旅游资源产业的布局考虑，经营活动主要指旅游产品的营销活动。实际上，跨界区域旅游业的发展更需要经营策略上的创新，打破区域限制和局部利益之争，在经营活动中体现整体性要求。在旅游商品的生产与销售上，应进行统一规划和设计，体现最有代表性的地域特色。同时，旅游经营活动的整体性还体现在区域内部的不同企业应存在关联性和互补性，形成区域旅游产业链。

4.3.2 可持续原则

可持续性原则就是在跨界区域进行旅游资源产业化整合过程中应按照可持续发展的要求进行区域内旅游资源产业开发。可持续发展理论是在 20 世纪 70 年代末 80 年代初，人们在对经济发展和环境保护关系深刻认识的基础上提出的理论，如今已成为世界上处理环境和发展问题的一个重要指导思想。可持续发展是指既能满足当代人的需求，又不对后代人满足其自身需求的能力产生威胁，其实质就是在经济发展过程中要兼顾局部利益和整体利益，眼前利益和长远利益，使环境与经济得以持续协调发展，资源得到可持续利用。

世界环境与发展委员会把“可持续发展”描述为：一种人类发展的道路，能够满足当代人的需要，与此同时又不危及后代人的需要(WCED, 1987)。这个概念挑战了经济增长动力的传统思想，力图把争论的焦点从“发展与保护”转移到“与环境协调的发展”。它强调满足社会上贫困群体的基本需求，注重文化敏感性，促进“基层民众”的参与以及人民生活质量的整体提高。“可持续”几乎成为所有与经济和环境有关的讨论中的专门术语。旅游业也受到这个潮流的影响。虽然世界环境与发展委员会的报告没有提及旅游，但是这个概念似乎被认为是抵制旅游业负面效应的新型理想工具。

可持续性基本上是一个资源管理问题。如果要使用地球上的资源，某种形式的开发总是不可避免的，但是要在可接受范围内实现资源的合理开发，然而，如何达到这个目标仍是众多讨论的议题。可持续发展是以发展为基本前提的，跨界区域旅游首先要解决发展问题，在发展的过程中，不能以生态环境、后代人的需要及社会和谐为代价，而是要始终秉承可持续观来实施发展。按照Globe' 90 世界大会文件《可持续旅游发展行动战略》中对可持续旅游发展概念的阐述，即“可持续旅游发展被认为是在保持和增强未来发展机会的同时，满足外来游客和旅游接待地区当地居民的需要。在旅游发展中维护公平，它是对多种资源的指导，以使人们在保护文化的完整性、基本生态过程、生物多样性和生命维持系统的同时，完成经济、社会和美学需要”。在这里，根据南开大学李天元教授的解释，可持续旅游发展实际上既包括旅游活动的可持续发展，也包括旅游业的可持续发展^[207]。换言之，对跨界区域可持续发展的完整理解应该是两个方面：一是对跨界区域旅游活动的行为模式优化，避免对环境和社会文化的破坏；二是跨界区域旅游业的开发者、经营者和管理者共同努力所实现的利益协调。

虽然跨界区域旅游发展有规划、有行动，但是由于所属关系比较复杂，通常位于不同行政交界地带，这样无形中形成了不同行政区的旅游景区，在旅游经营中，各自为战，缺乏协同机制，各行政单元的景区发展状态处于低水平层次上的严重失衡状态。因此，要突出跨界区域的整体优势，美化统一的对外旅游形象，成为一个具有核心竞争优势、有丰富“卖点”的著名旅游景区，必须变竞争者为合作者，整合各个方面的力量，共同规划、共同包装、共同建设、共同发展。

旅游业归根到底是由众多旅游企业组成的,作为游客活动基地的旅游宾馆和承担旅游客源招徕任务的旅行社,作用尤为重要。在跨界区域由于经济相对落后,有一定规模旅游企业严重缺乏,宾馆接待能力较差,星级意识淡薄,尚无星级宾馆,旅行社不足,旅游景区的企业化进程缓慢,行政色彩浓厚,可持续发展严重受制于旅游企业的数量和质量。因此,应当立足于当地,营造旅游业大发展的意识和氛围,扶持各级各类旅游企业的创立与发展,遵循市场规律,政企分开。同时,积极包装项目,提供优惠,吸引外来投资创设旅游企业,多方位、多渠道完善旅游企业体系,才可能壮大跨界区域旅游业,为实现可持续发展提供必要条件。

跨界区域发展旅游资源产业更依赖于旅游环境,旅游环境自身也可以成为极具吸引力的旅游资源。因此,旅游资源产业布局要以可持续发展理论为指导思想,认真处理好资源整合过程中以下几方面关系。

首先,旅游资源开发要处理好开发与保护的关系。即以保护作为开发的前提,在保护的基础上适度开发,在保护中开发,在开发中保护。避免“先破坏后保护”、“先污染后治理”的错误做法。为了保持资源的原貌,可建立不同级别的保护分区,如核心区、缓冲区和过渡区。

其次,旅游资源开发应处理好分期实施与集中实施的关系。为了实现旅游资源的永续利用,要求旅游开发不能“全面开花”,而应分期分批展开,逐步开发新资源,设计新项目,保持旅游资源的永久吸引力。

第三,处理好旅游业发展的外部性关系。所谓外部性,按照西方新制度经济学代表人物诺思的解释是“当某个人的行动所引起的个人成本不等于社会成本,个人收益不等于社会收益时,就存在外部性”^[214]。从旅游业的角度来考虑,也就是说某种旅游活动所产生的影响并不一定在其自身的成本或收益上表现出来,但却会给其他个体乃至整个社会带来好处或坏处。长期的旅游饱和与超载,将对旅游业造成致命的消极影响,因此西方有人称之为“旅游摧毁旅游^[215]”。因此,正确处理好旅游业发展的外部不经济问题,应以可持续发展的视角适度开发,合理开发,根据跨界区域旅游资源的环境容量、旅游者容量以及基础设施的容量标准进行限定开发,这样,才能尽量把资源开发过程中的外部不经济减少到最小。

最后,处理好生态旅游与人造景观的关系。在跨界区域建造人文景观应符

合生态旅游的要求，尽量不去破坏自然环境和生态和谐。生态旅游是指对环境和旅游地文化影响较小，有助于创造就业机会，促进保存野生动植物的多样性，对生态和文化有着特别感受的带有责任感的旅游。生态旅游的目标就是保护旅游地的自然环境，保持旅游地的生命力和多样性，改善旅游地居民的生活质量。这些正是可持续发展理论所倡导的，把人造景观的生态要求体现在旅游业发展的可持续上。

4.4 布局制约因素

跨界区域旅游资源产业布局的依据是一个综合化与系统化的过程，在这个过程中，既要考虑影响资源产业开发的基础性条件，又要考虑制约资源产业发展的政策因素和市场趋势，资源产业开发的基础条件是进行产业布局的前提，而市场发展趋势和国家产业政策则是产业布局的发展动力和发展方向。具体而言，跨界区域旅游资源产业布局的依据主要有以下几个方面：

4.4.1 地质旅游资源构成

旅游资源的结构特征是决定旅游空间结构变化的重要因素之一。连续分布的同质旅游资源由于其资源性质的相似性很容易产生恶性竞争，未来的旅游开发应尽可能将该类旅游资源进行整合，形成主题与特色不同的景区；异质资源具有的互补性特征则有助于丰富旅游产品内容，延长旅游线路，增强旅游产品的吸引力，应进行区域旅游资源联合开发。跨界区域应根据旅游资源的结构特征进行合理的产业布局，认清哪些旅游资源主要吸引近程客源市场、哪些旅游资源主要吸引中远程客源市场，分清开发层次，构建有序、合理的旅游开发空间结构体系^[216]。

对于地质旅游资源主要从以下几方面了解其产生特点和形成的类别，从而为地质旅游资源产业布局提供条件。就资源角度而言，常见地质旅游资源有以下几种^[217]。(1)褶皱、节理与断层。(2)地层剖面。(3)生物化石。(4)山地和凸峰。(5)奇特与形象山石。(6)峡谷。(7)石林。(8)地震遗迹。(9)火山活动遗迹。(10)冰川活动遗迹。等等。在地质旅游资源产业布局时，应充分考虑地质资源形成的历史以及存在的特点，根据其外在形式并结合其内在价值进行合

理规划和布局。

4.4.2 市场定位

旅游产业布局需要了解旅游市场结构,分析市场结构首先要明确市场划分。根据产业经济学的理解,市场划分有三种角度:地理划分、产品划分和行业划分。从地理角度划分市场,关键在于该地区是否能够成为一个较为独立的市场,至少该市场能否相对独立。从产品角度划分,主要是以产品需求交叉弹性和供给交叉弹性为依据,前者的交叉弹性较大,意味着该产品与替代产品同属于一个市场;后者的交叉弹性较大,意味着有关生产要素与该产品的直接关联的关系,因而也应该同属于一个市场。从行业划分角度来看,主要根据各国的行业分类标准来进行。联合国制定了一个全世界的通用行业标准,主要表现为一种技术的划分,是一种产品的技术分类^[218]。跨界区域旅游市场的划分主要根据地理区位的情况和旅游产业的开发程度进行,考虑到跨界区域远离中心城市,经济发展水平较低,主要以旅游资源的开发经营为主,因此,一定程度上是旅游市场的初级水平。

旅游市场需求的差异性、多样性,是市场细分的客观基础,旅游企业和开发者要想在市场上获得成效,必须首先寻找和确定自己的目标市场,准确地进行市场定位^[219]。市场定位要求旅游资源开发一定要进行市场调研,准确把握市场需求和变化规律,结合资源特色,寻求资源条件与市场需求之间的最佳结合点,确定开发主题、规模和层次。市场定位根据旅游者需求来开发旅游资源,但是并不意味着凡是旅游者需求的都可以进行开发。

市场定位与市场容量是进行旅游产业布局的基础性工作,只有定位准确,容量合理,才能布局合理,使产业结构有序。市场定位是测算市场容量的前提,而市场容量则是市场定位的反映。旅游市场是指旅游产品交换过程中所反映的各种经济关系的总和。它不局限于旅游产品交换的场所,而包含旅游产品交换中供求之间各种关系的总和,即旅游市场包含有买方、卖方和产品交换场所以及与之相关联的各种交换关系。成功的旅游资源开发只有通过良好的市场销售才能实现面向整个旅游市场,满足所有旅游者群体的需求。因此,旅游资源地需要进行正确的市场定位,即开发主要针对某一类或某几类旅游消费群体,或

客源地市场的旅游产品。当然，也不排除规模大、资源品位高、种类齐全的特大型旅游区，定位于全方位旅游市场。

旅游资源开发的市场定位是指，确定旅游资源开发的客源地目标市场，对客源市场进行细分，以便进行针对性营销，并开发出适应目标市场需求的旅游产品。它是旅游资源开发的重要保证。通常将客源市场划分为一级市场、二级市场和三级市场。其划分依据主要是：

客源地与接待地之间的距离、时间距离、交通条件和交通费用；客源地的社会经济发展水平、GDP 总值、人均 GDP、可自由支配收入和居民的出游率等；客源地与接待地历史，现实的政治、经济、文化、民族、宗教等方面的联系以及交流状况；接待地旅游资源与产品对客源地居民的旅游吸引力大小。除了将旅游市场定位为一级、二级、三级市场之外，还可以根据地理变量、人口统计变量、心理变量或行为变量等对旅游市场进行细分。市场划分越细，定位越准确^[173]。同时，在进行市场定位时，要从以下几个方面分析市场定位的制约因素：

首先是所开发产品的功能特点。通常，观光型产品市场适应面宽，但其为基础性产品，类似产品最多；休闲度假型产品适应于中、高收入，享受型旅游阶层，对低收入阶层吸引力不太大；专题型产品市场适应面最宽，但产品针对性不强，往往受竞争对手影响较大。

其次是资源地的地理区位特点。据研究，我国 80%的城市居民，出游半径一般局限于距城市 500km 范围内。良好的区位位置可吸引大量的客源，即使产品的品位不是很好，也可带来较好的市场效果。所以，一般资源开发的市场定位常把资源地周边 200~500km 范围内的客源地，特别是城市作为资源地的目标市场。对于产品级别高，但区位位置不好，交通可达性较差的产品，市场吸引力会相应减少，所以一定要在产品的稀缺性、特色性上下功夫，以弥补区位的不足。

再次，潮流产品，即现在或将来可能受市场欢迎的产品，此类产品往往很受喜欢猎奇、冒险、不爱从众的中、青年人特别是青年人的青睐。

最后，客源群体的旅游偏好，旅游者的旅游偏好往往受职业、教育程度、文化背景、经济收入、性别、年龄、家庭、朋友等因素的影响。市场定位需要考虑游客的旅游偏好，从其旅游偏好需求来确定市场定位。

4.4.3 旅游承载力

旅游承载力的主要表现是旅游容量，容量的概念最初始于生态学和环境学，旅游容量最早出现于 20 世纪 60 年代，最初是与旅游生态环境的保护联系在一起的，但是由于当时旅游造成的环境问题还不十分突出，所以旅游容量的问题还没有得到充分的重视。到 70 年代，生态学家和环境学家首先关注旅游容量的研究，因此，旅游容量在某种程度上受生态学的容量概念影响。当时对旅游容量的定义是：在不对环境造成不可恢复性破坏的前提下，旅游环境对旅游者的最大容纳能力。到 70 年代末，世界旅游组织和其他国际旅游组织开始重视旅游接待地的环境问题，认为，旅游容量是所能维持的不对周围环境造成损害，不对当地社区造成社会文化和经济问题的开发水平造成损害，与旅游者所能追求的旅游产品的形象、环境类型和文化体验相兼容的游客人数。综上所述，一般认为，旅游容量是指在可持续发展的前提下，旅游区在某一时段内，其自然环境、人工环境和社会环境所能承受旅游及其相关活动在规模和强度上极限值的最小值。由此可知，旅游容量主要受原有生态质量、自然生态环境对旅游场所所产生的旅游污染能够完全吸收和净化的能力以及人工处理污染能力等方面制约因素^[221]。

目前，在我国，根据旅游局制定的《旅游规划通则》附录 A 中，将旅游容量分为空间容量、设施容量、生态容量和社会心理容量四种。

旅游生态环境容量是指在一定的技术水平和管理水平下，旅游环境所能承受的旅游者的数量，具体指旅游地生态环境自身恢复能力所允许的游客数量，超出这一数量将对旅游地环境产生不良影响。计算的基准参数是一定时间内，环境可以自净游客产生的污染物与人工处理量之和除以单位游客产生的污染物数量。

旅游心理容量是指旅游者对旅游地拥挤程度的心理承受能力的最大数量，超出这一数量，旅游者的满意度将下降。计算的基准参数是单位游览面积容纳的人数，这一人数乘以总面积。

旅游社会容量指旅游地社区对旅游者数量的承受能力的最大数量，超出这一数量，旅游地居民将对旅游业产生抵触情绪。计算社会容量的基准参数是通过调查得出旅游人数和当地人数的合理比值，这一比值乘以当地总人数为社会

容量。旅游设施容量是指旅游地设施规模对旅游者数量的容纳能力。一般以旅游食宿实际容量来计算。

在旅游容量的测算上，一般通过确定游客密度和周转时间，或确定游客密度和游客流速来进行。景区的游客密度指标是指在制定的时间内和密度标准下，景区所接待的游客数量。旅游景点所能容纳的游人密度的上限或一定时间内所能容纳的游人的数量通常被用作容量指标。这样，容量的测算方法可表示为：

$$\text{环境日容量面积测算法：} C = (S/E) \times P$$

式中：S 表示可供游览的有效面积；E 表示同一时间内每位游客活动所必需的最小面积；P 表示周转率。

$$\text{环境日容量的密度或完全游道测算法：} C = (L/I) \times P$$

式中：C 表示环境日容量（人次）；L 表示游道全长（米）；I 表示每位游客占用的合理游道的长度或面积；P 表示周转率。旅游环境承载力是指在某一时期，某种状态或条件下，旅游区的环境所能承受的旅游经济和动量的阈值。所谓“某种状态或条件”，是指在保护旅游资源和生态平衡的条件下，使旅游者感到舒适满意。所谓“能承受”，是指这种旅游经济活动不会导致旅游环境质量的下降和破坏，既不影响旅游环境系统正常功能的发挥，同时，也不会导致旅游服务质量的下降。所谓“阈值”，是指旅游环境承载力有其上限和下限，超出上限就会造成“超载负荷”；低于下限，又会造成旅游资源的浪费与闲置。但是由于旅游环境承载力不是一个常量，而是一个动态的发展着的变量，因此，旅游经济活动与旅游环境承载力之间的关系具有变动性和动态性。

旅游环境承载力涉及的是一个复杂的“社会-自然系统”，在这个大系统中，包含了若干个相互联系的子系统，这些系统主要有土地、旅游资源、接待服务设施和自然环境纳污力等方面的承载力。

旅游业是一个有着复杂结构的综合性产业，是一种为旅游消费提供综合性服务的经济活动，其目的是要满足消费者物质消费和精神消费。旅游业的性质和特点决定了旅游环境承载力的研究内容，主要包括游览环境承载力（舒适游览的旅游者数量）、生活环境承载力（旅游活动空间以及消费活动的的能力）、旅游用地承载力（可供旅游开发建设土地面积）和自然环境纳污力（自然环境对污染承受能力），以及这四个方面所构成的旅游经济综合承载力。^[222]

4.4.4 旅游产业现状

旅游是一种社会现象，任何区域的旅游业的发展都不是在零起点上开始，都是在已有的旅游业基础上发展起来的。跨界区域旅游业的发展也是一样，产业布局必须考虑现有的旅游业发展环境，对产业发展环境、产业规模现状、产业结构现状以及旅游效益现状进行调查，为进行新的产业布局提供相应的依据。具体而言，产业现状的调查主要有：

从产业发展环境来看，要了解旅游产业政策情况，包括当地政策、法制环境是否支持旅游业，跨界区域不同行政区划内对旅游区域的政策情况；当地居民受教育程度，民俗民风以及居民对新事物的接受程度；旅游信息化程度，高新技术在旅游业中的运用情况等。

从产业规模角度来看，主要了解当地旅游总收入、旅游产业增加值占 GDP 的比重，旅游产业增加值占三产的比重；旅游从业人员总量及其分布，游客接待总量及其分布等。

从产业结构来看，主要调研产业部门的情况，包括旅行社、饭店、景区、交通、基础设施等；旅游产品的情况，包括现有旅游产品的特色、结构、档次等；旅游企业情况，包括企业性质、规模、资金等；旅游设施配置的均衡情况。旅游发展空间结构的优劣，取决于各旅游点间旅游交通网络的完善与否，其对区域旅游流的空间组织功能具有直接的作用和影响，连接紧密、通达度高的交通网络是区域旅游空间结构优化的保障和推动力。交通条件的变化往往会引起旅游资源吸引力的变化，在休闲度假市场需求驱动下，与交通联系便捷的旅游资源富集区将成为跨界区域旅游网络系统中的重要节点。

从旅游效益来看，主要了解旅游经济效益、社会效益以及环境效益的情况，并分析它们对当地生活的影响程度。

产业布局政策是指政府为实现产业分布的合理化而采取的政策手段的总和，是实现产业合理分布的重要手段。产业政策的目标是实现产业分布的合理化。尽管产业是否合理的标准是一个动态的概念，但是，判断其是否合理的主要依据是能否有利于区域经济持续健康发展。跨界区域的旅游资源的分布以及开发存在着不平衡的状态，如果任由不平衡发展下去，那么这种不平衡对当地经济的发展将造成较大的负面影响，因此，产业政策一定程度上是促进区域旅

游业的平衡发展，带动区域经济协调发展，满足社区综合发展的要求。在跨界区域，由于存在不同的行政区划，各行政区划的产业政策存在差别或是不同步，因此，在制定跨界区域旅游产业政策时，首先应协调好不同行政区划关于旅游政策的关系，尽量保持政策的一致性和协调性，加强政府机构之间的沟通和协商，建立相互沟通的协调机制，使区域旅游政策得以有序实施。

同时，跨界区域旅游产业政策的制定应根据旅游资源开发的不同程度进行，一般来讲，在开发的早期阶段，主要加强旅游基础设施建设，注重旅游业的发展效益，以优惠的政策吸引大型投资公司到区域投资旅游业，尽量保持区域旅游快速发展，提高社区居民对旅游业的认同和旅游业在社区中的综合作用。在旅游业发展到一定程度后，产业政策注重加强区域间平衡发展，加强旅游区域的环境保护和旅游业的可持续发展，注重区域旅游的形象建设和品牌营销。在产业布局上，既要符合国家旅游产业发展的要求，加强旅游地的环境治理，为提高当地生活水平做出相应的贡献，同时，又要协调区域内部不同企业、部门以及不同社区的关系，使各方面能够充分发挥积极性，促进区域旅游发展。

由于跨界区域发展旅游业基础较薄弱，基本设施较落后，因此，在政策的制定上应持鼓励的态度，加强不同区域的合作，政府机构在以下几个方面应有倾斜：首先是基础设施建设方面应加大政府投资；其次是在税收方面对旅游企业的税率降低或持减免政策以促进跨界区域旅游业的发展；第三是在财政支持方面应加强财政补贴，对区域旅游投资的企业可以采取低息贷款政策；第四，在项目引进、项目审批等环节上采取更加灵活务实的态度。

4.4.5 客源构成

一定数量的客源基础是对旅游区域进行规划布局的基本条件，游客数量与旅游效益是直接相关的，没有一定数量的旅客作为支撑，旅游区域的开发难以产生良好的经济效益，产业布局也没有必要。

客源一般包括本地和外地两个方面，本地客源一般都是短线客源，旅游时间较短，外地客源一般为长线客源，旅游时间较长。同时，客源在时间和空间上都会发生变化，在时间上，客源的季节性变化导致了旅游的淡旺季的产生；在空间上，旅游资源的吸引力和社会经济环境的差异，导致客源的分布半径及

密度的不同，旅游资源特色强、规模大、社会和经济环境好的旅游地，客源辐射面广、规模大、综合效益高。

在客源市场的预测方面，目前有关此方面的研究已经比较深入，并提出了一些预测方法，如探究预测、推演预测、标准预测和总和预测等，这对分析和把握客源市场的构成以及变化趋势具有重要指导作用。一般而言，制约客源发展的因素有以下几方面：

首先是居民收入情况，人们的收入水平与它们的出行力存在明显的正相关，当一个国家或地区的人均年收入达到 400 美元时，就会产生国内旅游的需求；当人们的年均收入达到 800 美元时，出国的旅游随之产生。例如，在美国，9 岁以上的人口中，平均有 76% 的人参加了户外游憩活动，平均年游憩日数为 95 天，但如果考虑收入水平，富人与穷人的参与率明显不同，高收入家庭平均有 90% 的人参与年均 132 天的户外游憩，而低收入家庭参与率是 57%，年均游憩日数是 80 天^[223]。

其次是闲暇时间情况，从时间角度看闲暇在很大程度上决定居民出游高低，甚至是与经济收入同样重要的两大影响因素之一。调查发现，尽管我国在 1995 年 5 月 1 日开始实行每周两天的休息制度，但我国西部和东部地区的出游习惯是很不同的，在兰州地区，居民主要的娱乐活动是以自家内的活动为主，大部分居民外出休闲活动限制在住区附近；而在东部地区，周末时间表现出较强的出游力和活动空间。

再次是旅游者年龄。年龄不同，旅游的需求也不同。总的说来，作为一个有一定经济能力的旅游者，年龄与旅游活动的参与率之间有一定的关系，年轻人与老年人更趋于参加旅游活动。但进一步分析发现，对于不同类型的游憩活动，不同年龄层的人参与率是不同的。例如，对于徒步履行或者背步履行，年轻人参与更集中，而对于观赏风景，随着年龄增加参与率也相应增加。

此外，制约游客市场的因素还有职业情况、教育程度和家庭结构等。研究表明，职业不同，意味着收入、闲暇时间和教育程度的不同，旅游的倾向和需求也不一样。调查表明各种职业的人都把观赏自然风光放在了首位，科技人员与公务员经常借出差之际到目的地旅游，公司职员外出旅游的比率在各职业中也居显著位置，表明公司人员工资水平高，他们出游能力较强，离退休人员外

出主要集中于探亲访友和度假修养及娱乐等目的。学生群体出游愿望强烈，但依靠家庭的经济基础。从教育程度而言，受教育程度越高，对旅游的需求越大，而且，受教育程度不仅影响着出游率，还对不同类型旅游活动的偏好具有影响，文化程度越高，消费能力越强，因此旅游购物消费水平也越高。从家庭结构来讲，单身家庭游憩活动的参与率要低于已婚夫妇家庭。

根据上述制约旅游人数的相关因素，当前研究者制定出预测游客人数的几种方法的内容如表 4.1 所示几种预测技术及其适应环境。

上述预测的方法离不开数学的方法和算术的帮助，但仅有数学和算术的方法还不能完全解决问题，因为在产业布局过程中遇到决策过程、变量随时间的变化等不确定因素的影响较多，因此，有必要考虑定性因素问题。客流市场的预测不仅决定于市场本身的基本特征，也与吸引它的目的地的特征有关。

表 4.1 旅游预测技术与适用模式

预测类型	类型释义	适用模式
探究预测	趋势外推 寻求符合逻辑的变换方案	趋势组合：时间序列分析 回归分析 引力模式 历史类推法 情境预设 现象学分析
推演预测	事件发生概率估计 决策过程中的内在期望	头脑风暴 德尔菲法
标准预测	对希望到达的未来状态及引致该态势的途径的外在描述	标准情景预 设贝尔斯统计模式化方法
总和预测	研究选项的暗示意义	投入产出模型 交叉影响分析 图形化方法
权重预测法	根据前几年的数据和设计权重进行预测	越接近预测年的数据权重越高

4.5 跨界区域旅游资源产业布局模式

产业布局是在一定的地域内展开，地域的具体条件是决定布局的依据。同一时期不同地域或不同发展阶段的具体情况不相同相应采取不同的布局模式。同时应当看到，跨界区域内旅游资源在一定的时间内具有相对的稳定性，产业

政策也具有一定的稳定性，因此，旅游产业布局具有相对稳定的特点，不能朝夕变动，导致产业发展无所适从。在跨界区域，根据旅游资源存在的赋存状态和影响产业布局的相互制约因素的作用，产业布局的模式主要有以下几种类型。

4.5.1 极化布局模式

旅游地空间结构是旅游系统构成要素在一定地域空间内的相对关系和分布形式，是旅游者空间活动和区位选择的结果，其空间变化遵循非均衡——均衡的演化规律。在自然干扰和人为干扰的作用下，不同旅游节点的分布呈现出明显的分离性特征，导致区域旅游空间结构的一般形式由早期的“均质点状”向“镶嵌式面状”演变。在此过程中，接待服务设施体系完善、旅游业发展基础较好的旅游地在市场上已经形成了一定的影响力，与主要客源市场之间的联系便利，具有旅游“增长极”的作用，对区域旅游具有推动作用，应作为优先开发重点加以考虑^[224]。极化产业布局模式主要由此而来，该理论依据是增长极理论，该理论认为，一国经济增长的过程中，不同产业增长的速度不同，其中增长较快的是主导产业和创新产业，这些产业或企业一般都在某些特定区域或城市集聚，优先发展，然后对周围地区进行扩散，形成强大的辐射作用，带动周围地区发展。这种集聚了主导产业和创新企业的区域就被称作增长极，这种产业布局模式成为极化布局模式。

极化布局模式具有不同的表现形式和布局依据，早在1965年，冈恩(Gunn)率先提出旅游吸引物综合体布局模式，它是在旅游地中心布局一个社区服务中心，外围分散形成一批旅游吸引物综合体，并用交通线将社区服务中心与旅游吸引物综合体相连接，如图4.3所示为自然风景核心吸引布局模式，在自然风景魅力突出的旅游地，通过此布局模式可进一步提高自然风景点的吸引力，布局重点是娱乐设施，其次是住宿设施，这些设施围绕着核心自然景观，其交通联络道路构成闭环，设施与中心景点之间也有步行便道或车道连接，交通网络呈车轮或伞骨形，如图4.4所示为服务中心为核心布局模式^[210]。实际上是一种极化布局模式在核心风景区和服务中心区进行旅游产业布局的表现。

在跨界区域旅游业的发展中，也存在增长极现象，由于跨界区域资源的分布不均衡，对资源开发的认识水平和开发能力存在较大区别，因此，有些分区

域旅游资源开发较早或者开发比较成功,这种区域对其他区域具有两方面作用:首先是示范和带动作用,在优先发展区域的带动下,其他区域的旅游业也竞相发展起来,从而对促进整个旅游业的发展具有重要作用。

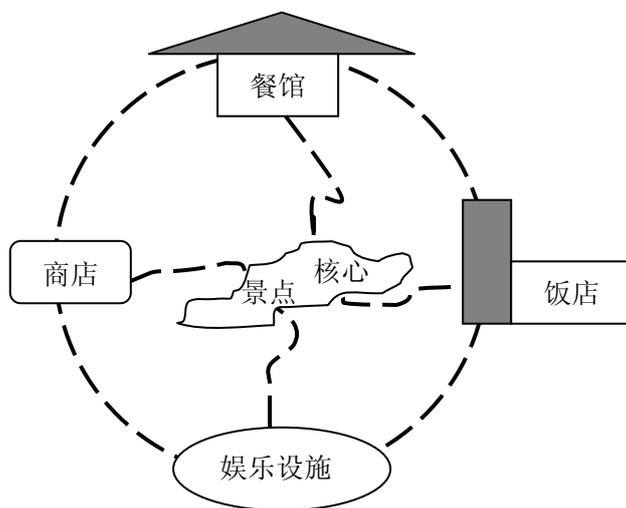


图 4.3 环自然风景点布局模式

其次对其他区域的资源开发具有制约作用,表现在优先发展的区域在资源利用、市场开拓、基础设施的占用、游客的吸引等方面都存在竞争关系,影响了后来区域旅游业的发展。因此,极化发展战略应该以优先发展的景区为中心,着力培育优先发展区域的规模,提升优先发展区域的层次,然后根据区域旅游开发原则,陆续开发和经营其他区域旅游业,从而促进整个区域旅游发展。

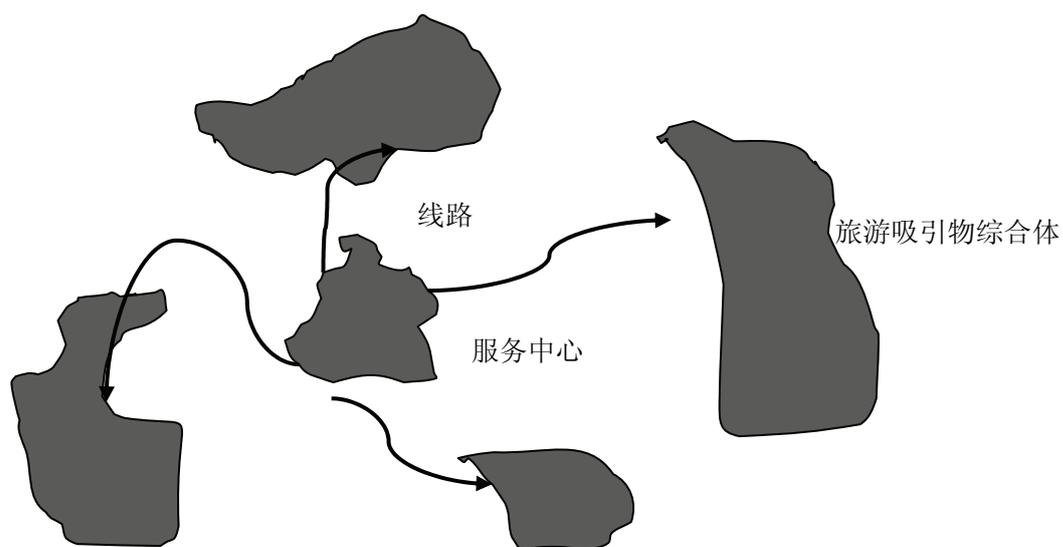


图 4.4 环服务中心布局模式

极化模式的布局如图 4.5 所示可知,主要是各种资源和设施以及旅游营销、管理等活动围绕核心区域重点进行,其他旅游资源也主要是为核心区域的发展提供相应的支持,同时,在发展核心区域时,带动和促进其它旅游资源的开发。例如,墨西哥通过构筑核心旅游目的地,整合全国旅游资源,就是极化旅游产业布局的案例。1970 年,墨西哥政府为了适应北美地区旅游者寻求新的“3S”型旅游度假地的市场新趋势,采取了着力构筑核心旅游吸引目的地,并以此为中心整合全国旅游资源的方法。墨西哥政府、世界旅游组织、联合国开发署、美洲开发银行等国际或区域组织经过 20 世纪 70~80 年代的合作开发建设,目前,坎昆已被誉为加勒比旅游首都,成为墨西哥及周边地区重要的旅游目的地和国际旅游集散中心^[4]。

一般而言,极化旅游产业布局适合那些仅拥有单个特色品牌旅游吸引物,且地理范围相对有限的区域,跨界区域的行政控制力较强。如福建的武夷山旅游区。武夷山市的众多旅游景点中只有武夷山风景名胜区的资源品牌突出,资源吸引力强,对周边其他旅游景区产生明显的屏蔽作用,长期以来形成武夷山“一枝独秀”的旅游发展格局。所以出现了主要的旅游服务设施集中在武夷山国家旅游度假区周围,表现出明显的同心圆布局。

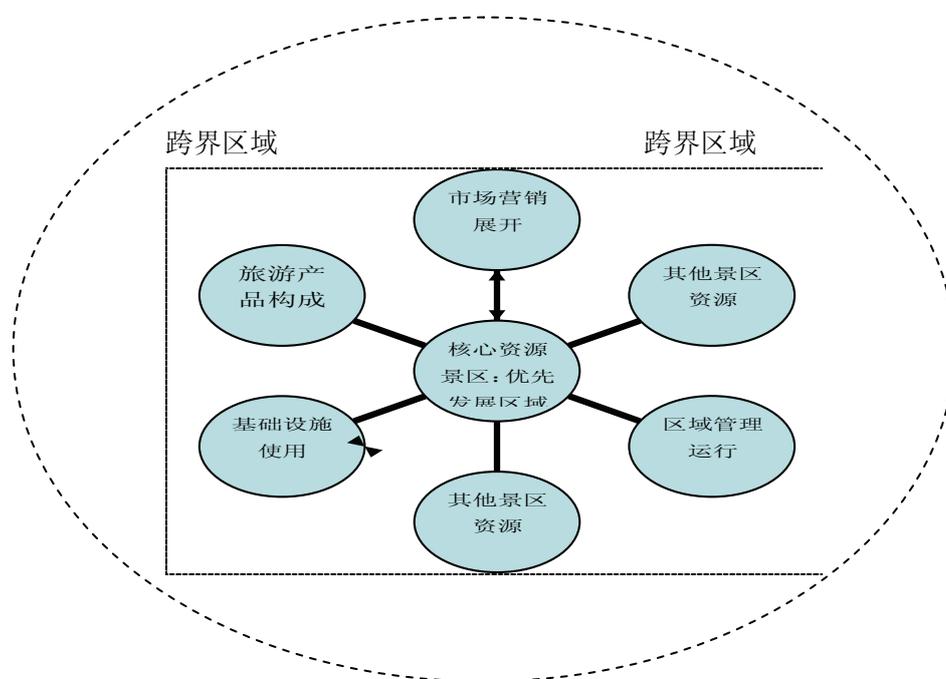


图 4.5 极化产业布局模式示意图

4.5.2 点轴布局模式

前面提到，跨界区域具有不同的表现形式，其中之一是线性流域型的跨界区域形式，如茶马古道、长征线路、长江流域等都是跨界的线状流域的区域，这种区域的旅游产业布局可采用点轴的布局形式。一般而言，点轴的布局形式是极化布局形式的延伸，从产业发展的空间过程看，产业，特别是工业，首先集中在条件较好的城市发展，呈点状分布，这种产业点，就是区域增长极，也就是点轴布局模式中的点。随着经济的发展，产业点逐渐增多，点与点之间，由于生产要素流动的需要，需要建立各种流动管道将点与点相互连接起来，因此，各种管道，包括各种交通道路、动力供应线等就发展起来，这就是轴。在跨界区域，也存在点轴布局的形式。区域内，某一部分的旅游资源相对集中，开发较早而且发展较好，这样就形成了旅游区的核心点；在区域内的其他地方，也同样存在这种资源相对集中，开发也比较成功的景区，而且这两个景区之间存在区域内旅游产品互补的特点，这样就需建立相应的设施把两个景区为代表的旅游带连接起来，形成一个统一的旅游区域，在产业发展形式上呈点轴分布。跨界区域旅游产业点轴布局的核心是以区域内中心景区为点，在点与点之间发展旅游体系，形成区域完整的旅游系统。如图 4.6 所示，要实现点轴模式旅游

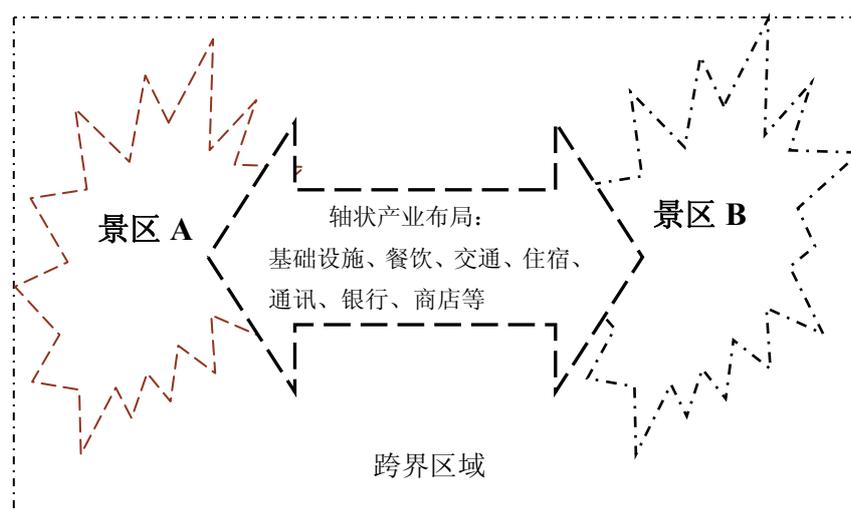


图 4.6 点轴布局模式示意图

业发展，除了要确保“景区”这些点的资源质量外，避免由于资源质量下降造

成旅游产业成效的消失。同时，还必须在各个“点”上下功夫，区域整体的形象定位、宣传促销及其他一体化操作均应以各“点”为取向，实现统一品牌、统一市场、统一运作，发挥产业集群的规模经济效应和品牌效应。

4.5.3 网络布局模式

网络布局是点轴布局的延伸。一个比较成熟的经济区域，其空间结构必须同时具备三大要素：一是“节点”，即各级各类城镇；二是“域面”，即节点的吸引范围；三是“网络”即商品、资金、技术、信息、劳动力等各种生产要素的流动网。这种布局适合布局框架已经形成，点轴系统比较完善，经济比较发达的但仍然需要进一步完善经济结构的布局。在跨界区域发展旅游业同样需要网状的布局模式。由于多个点轴状旅游带发展较成熟，于是旅游企业在区域内进行恰当的单元功能分工，兼顾各单元的互补性，协调布局群内旅游服务设施，彼此之间形成合力，进行竞争合作。在网络系统的基础上，地理上相互接近的旅游企业之间通过大量的产品交易、分包、旅游项目的联合开发、非正式交流等活动，逐步形成以信任和承诺为基础的区域性旅游体系。随着交易网络和社会网络的融合，网络布局内企业的交易成本不断降低，网络布局的优势不断显现。如图 4.7 所示为网状旅游布局模式图。

网状旅游业布局具有较强的竞争力。一是跨界区域各旅游景点和旅游企业虽然有一定的分散性，但由于各集聚体仍有较好的凝聚，仍能共享中间投入品的好处，产生集聚效应。二是有多处集聚体，资源组合较为丰富，功能互补，能满足旅游者多样化的旅游需求，集群风险较小。三是区域内各企业之间竞合效应较好。由于网络布局能进行恰当的功能分工，企业之间的竞合协同效应较好，彼此之间形成合力，从而共同提升区域旅游产业集群竞争力。跨界区域旅游业网络布局应在重点培育区域内拳头产品，形成区域旅游产业的“龙头”之时，也充分发挥网络关联的优势，优势互补，形成统一的鲜明的区域旅游形象，发挥区域的品牌效应。

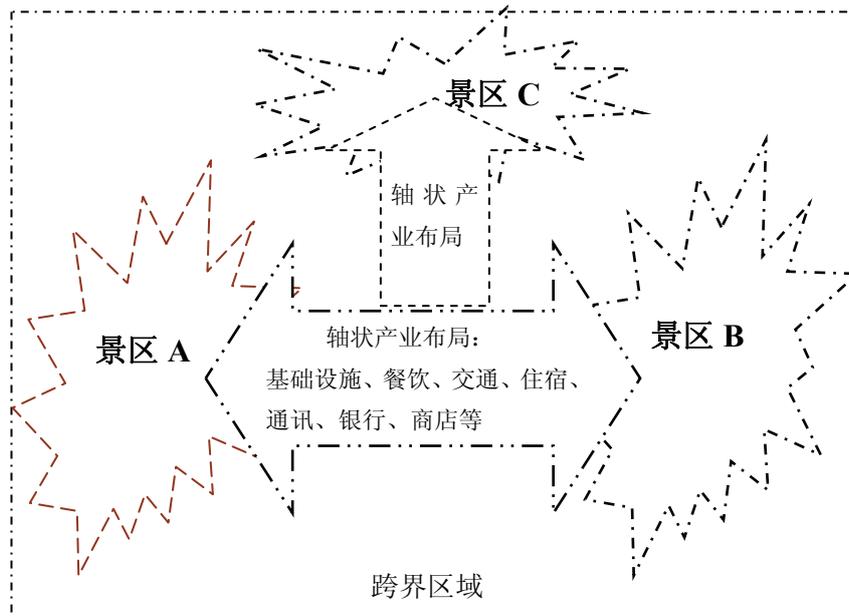


图 4.7 网状布局模式

对于地质旅游资源开发的布局，特别是山岳型旅游地的布局，应考虑到地形起伏较大，旅游地空间布局除了要受到保护环境、方便游览等因素影响外，还受到地形因素的制约。各地名山，因岩性不同而相异成趣。沉积岩、变质岩、火成岩等不同的基岩，在不同的内外力引力作用下，风化程度、岩石色彩、断裂形式、植被状况各不相同，形成山形、山势、山貌的万千姿态。在我国，“天下名山僧占多”，经过数千年的优胜劣汰，逐步形成了人与自然相协调的寺观园林布局模式：以不破坏自然环境为根本，游览线路以串联尽可能多的景点为目的；建筑设施或据山而设，或置于山巅，或深入山坳，或隐入洞壑；背山若靠，面水如镜，群峰合围若环，构成背景、对景和环景。根据上述跨界区域旅游资源开发的布局模式的一般原理，跨界地质旅游资源的布局可以采取如图 4.8 的综合布局模式^[210]。

4.6 本章小结

产业布局既是进行地质旅游资源整合的目标，也是进行旅游资源产业化整合的出发点和主要依据。任何布局都是在现有资源的基础上和产业现状的条件下进行的。产业布局的目标是使资源产业化的整合结果更趋于合理，实现整合一体化的目的。跨界区域旅游资源产业布局主要是指根据资源分布情况对旅游

产业进行内部设计、调整、引导和规划以求跨界区域旅游产业得以不断发展的行为，归根到底是一种旅游产业的规划活动，只是这种活动更具体，更有针对性，主要就是针对旅游产业的分布与构成情况，结合跨界区域不同的行政主体、不同的企业以及当地的经济水平和发展水平和消费水平进行旅游业的规划。

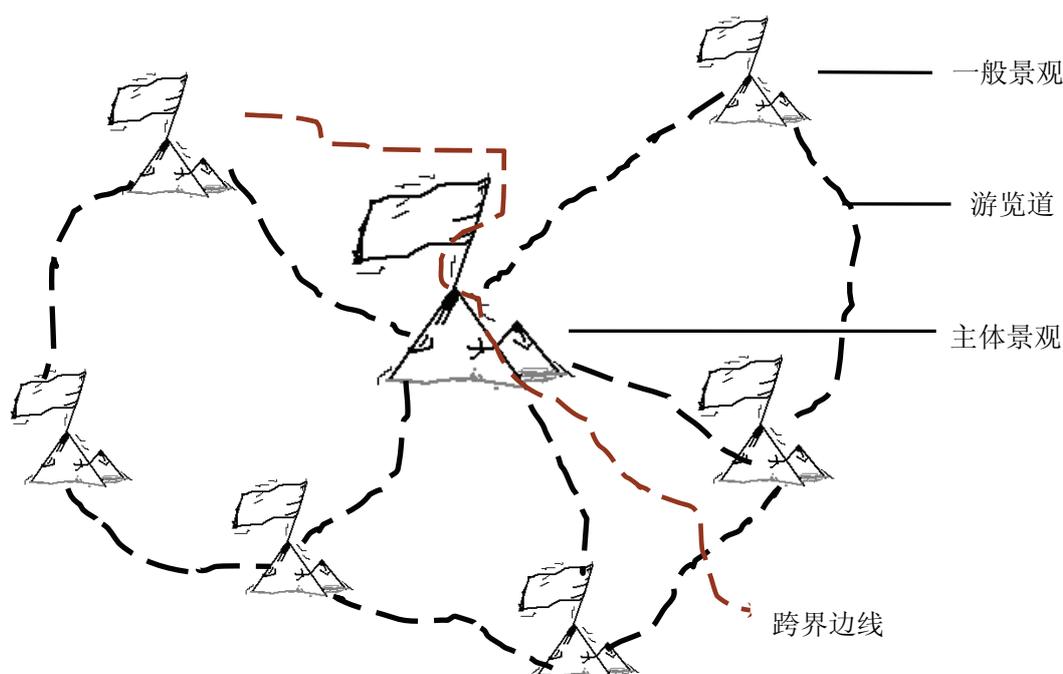


图 4.8 跨界区域网络旅游布局模式

在旅游资源产业化布局中首先要了解制约布局的各种因素，这些因素有些是内部因素，如资源的现状、开发水平、产业水平、行政区划的范围和级别等。有些是外部因素，如客源情况、产业政策、外界投资情况等。对于内部因素，可以通过协作与沟通的方式加强协调，达成布局共识。对于外部因素，需要进行充分调研，全面了解和运用各因素对区域旅游发展的制约机制，使之对区域旅游资源开发起到正面推动作用，因而，在产业布局过程中必须遵循两个基本原则：整体化原则和可持续原则。由于跨界区域旅游资源产业化布局在一定程度上是一个战略问题，从跨界区域行政管理的多层次、多方面以及跨界区域资源分布的分散性和资源开发的不平衡特点的实际来看，跨界区域旅游资源产业化布局的上述几个原则是相互制约的。整体化原则要求在对边界整体旅游资源开发时可以做到全面安排、全面设计，兼顾各方经济利益，多角度、多层次综合

配置各种资源类型。可持续原则要求对跨界区域的发展应该从两个方面进行：一是对跨界区域游活动的行为模式优化，以避免对环境和社会文化的破坏；二是跨界区域旅游业的开发者、经营者和管理者共同努力所实现的利益协调。产业布局是在一定的地域内展开，地域的具体条件是决定布局的依据。同一时期不同地域或不同发展阶段的具体情况不相同，相应的采取不同的布局模式。同时应当看到，跨界区域内旅游资源在一定的时间内具有相对的稳定性，产业政策也具有一定的稳定性，因此，旅游产业布局具有相对稳定性特点，不能朝夕变动，导致产业发展无所适从。在具体布局中，要结合区域实际和各种制约因素，全面分析，综合调整，以达到旅游资源产业开发整体效益提高的目的。布局主要有三种形式：极化布局模式、点轴布局模式和网状布局模式。三种布局模式不是绝对的，主要根据区域各方产业发展的特点和水平来定，结合资源、客源、市场等的实际情况而定。

5 跨界区域旅游资源产业链的构建

5.1 跨界区域旅游产业链形成机理

5.1.1 旅游产业链的内涵

跨界区域旅游业的发展一方面要依靠一定的资源作为基础,没有优越的旅游资源条件,跨界区域的旅游业难以建立和发展。同时,也应当看到,旅游业如果不能向纵深产业推进,跨界区域旅游也难以持续发展。由于跨界区域处于特殊的地理位置和不同的行政区划之中,其产业链的构建需要处理更多的关系并解决相关的障碍。

关于旅游产业链的内涵,目前学者从不同的角度有不同的理解。有的从旅游供需关系来理解,如认为旅游产业链是指为满足旅游者的旅游需求,以旅游产业中具有竞争力或竞争潜力的企业为链核,通过适当方式将旅游产品间接或直接销售给旅游者以助其完成客源地与目的地之间的旅行和游览,从而在旅社、饭店、餐饮、旅游景区、旅游交通、旅游商店、娱乐业等行业之间形成的相互依赖、相互制约的经营系统。根据这一界定,旅游产业链至少有以下几个方面的含义。第一,旅游产业链最重要最根本的功能是满足旅游者的需求。整个旅游产业链的存在依赖于旅游需求的存在。从服务对象的需求角度分析,旅游产业链的服务可分为核心服务和基本服务。核心服务主要用来满足旅游者游览、休闲等的核心利益,基本服务主要用来满足旅游者食、住、行、游、购、娱等需求的餐饮、饭店、交通、旅游景点(区)、商业和娱乐等产业。这些产业之间存在着相互依赖、相互制约的关系,它们共同作用,提供符合市场需求的旅游产品。第二,旅游产业链服务旅游者的方式可以分为两种,一种为包价方式,通过旅行社和中介服务机构将旅游产品间接销售给旅游者;另一种为零售方式,旅游者不通过旅行社等中介组织而到达旅游目的地,旅游产业链上的各企业将旅游产品直接销售给旅游者^[225]。从旅游的供给与需求关系来看,旅游业是由供给与需求关系相互拉动而产生,旅游的需求是多方面的,从而形成不同需求的旅游种类;为满足不同需求的需要,不同的企业要提供相应的旅游服务。此种产业链可以称为供需链。如图 5.1 所示。

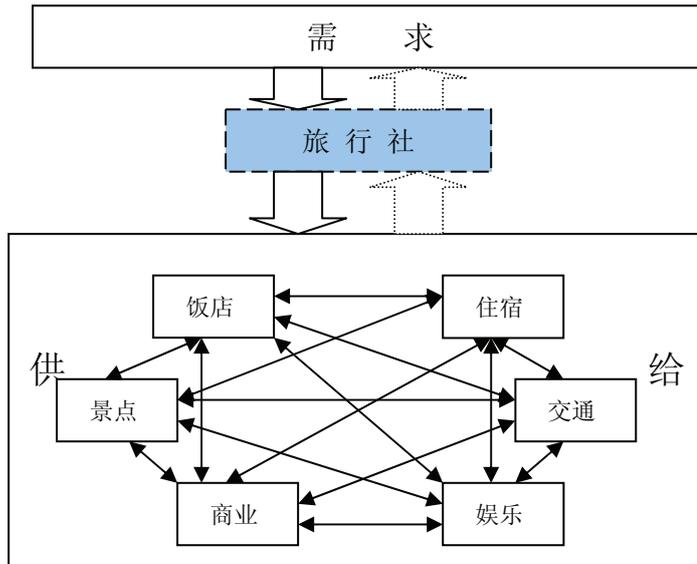


图 5.1 旅游产业供需链^[225]

旅游产业也可从三个层面分析:核心层、直接支撑层和间接支撑层。处于整个旅游产业核心的应该是旅游吸引物,其作为旅游活动的客体对旅游者的来访起着激发或吸引的作用,整个旅游活动及旅游业的正常运转都是围绕它进行的,旅游吸引物是旅游业的灵魂。直接支撑层包括旅行社业、旅游餐饮和住宿业、旅游交通业。直接支撑层与旅游者的关系最为直接,与旅游活动相关的业务占绝对比重。间接支撑层包括基础设施和公共服务。基础设施和公共服务是指旅游目的地中主要为当地居民提供但也同时向旅游者提供的设施和服务。如图 5.2 所示即为该产业链形式。

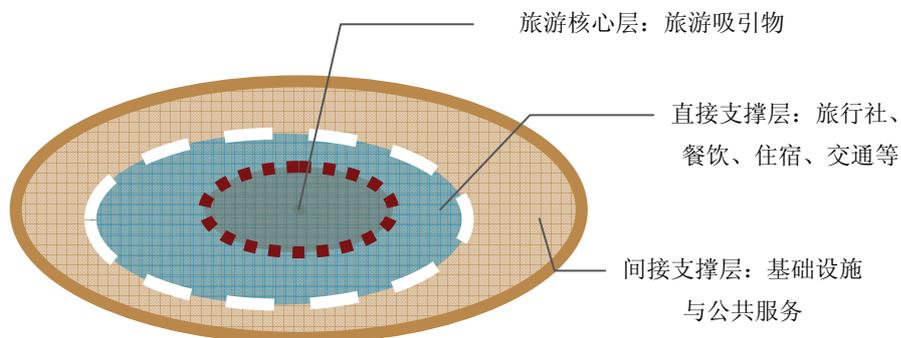


图 5.2 旅游产业层次链

从旅游业过程的系统性分析可以看出，旅游业是一个关联性极强的产业，它的发展必然带动其它相关行业的发展，从而形成一个相互联系的产业发展系统。从旅游产业形成过程以及旅游的内容来看，旅游业主要包括旅游者行为方式、旅游产业过程、旅游产业类型以及它们相互关联的趋势。此种旅游产业链可以称为过程链。（如图 5.3）。

从过程链分析，旅游产业通过向旅游者提供旅游产品而获得利润。为了向旅游者提供从离家外出直至返回定居地这一期间在食、宿、行、游、娱、购等

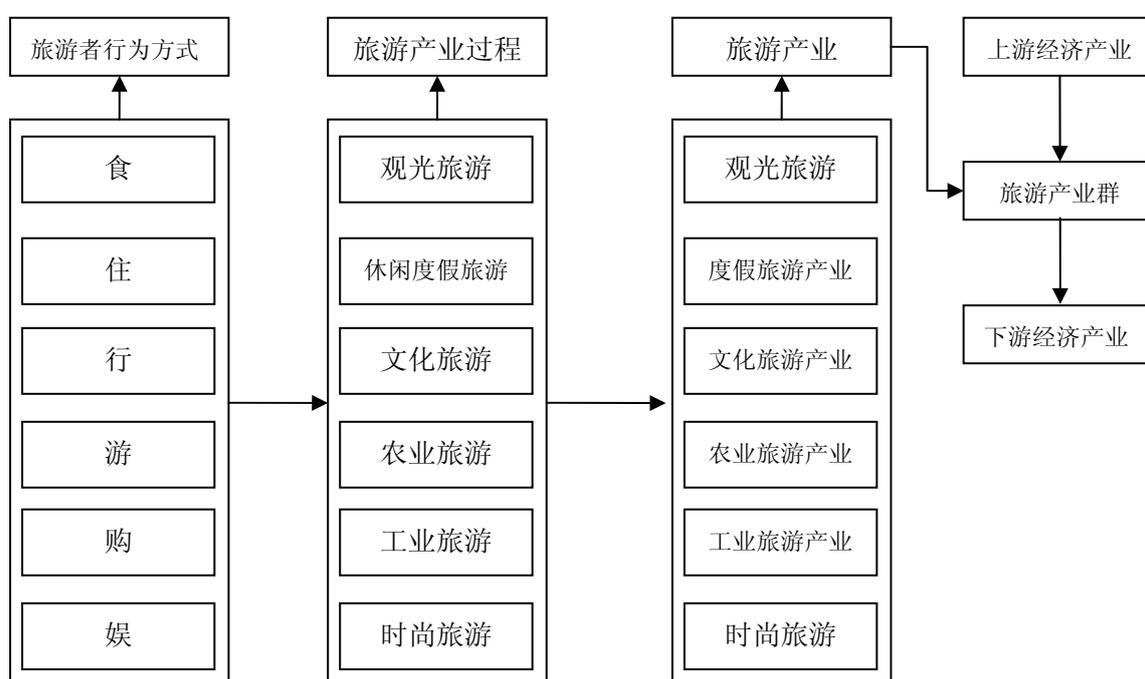


图 5.3 旅游产业过程链^[226]

多方面的产品，需要多种不同类型企业的协调配合。其中不仅包括为旅游者提供产品和服务的直接旅游企业，也包括既向旅游者、也向当地居民提供产品和服务的间接旅游企业，还包括众多对旅游业构成影响的支持性产业中的企业^[226]。旅游产业过程的实现是一个相互依赖的环节，一方面，旅游业的发展必须建立在物质资料生产部门发展的基础上，没有一定的物质生产水平，便不可能为旅游业发展提供更多的物质保证。因此，旅游业要发展，必须向一些部门增加投入，使相关产业和配套设施能与其同步发展。另一方面，旅游业的发展，又必然会

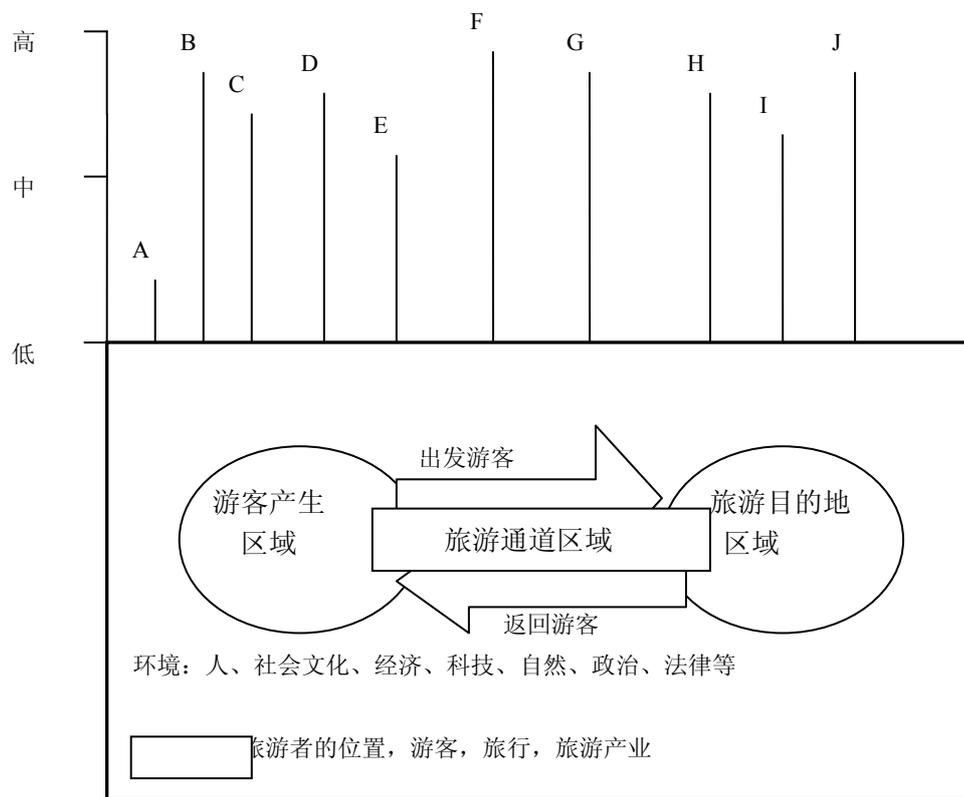
给相关部门提供广阔的需求市场,能直接或间接带动交通运输业、建筑业、商业、邮电通信业、金融业、房地产业等相关产业发展。世界旅游组织公布的资料表明,1元钱的旅游直接收入,可带来4.5元相关产业的收入^[198]。这种关联性的投入与产出的关系,不仅是发展旅游业的前提,更是发展旅游业的落脚点,由此可以带动整体区域经济的发展。

5.1.2 跨界区域旅游产业链的形成

波特(Porter, 1986)在通过论述一个企业内的价值累积过程中相关活动的关系,提出价值链的概念,他认为,当供应、生产、研发、销售和售后服务各种活动在全球范围内进行时,价值链就成为全球价值链。但是近年来,随着企业之间联系的加强,全球价值链的概念延伸到企业之间的关系^[227]。不仅如此,价值链的研究又渗透到各个产业之中,一般而言,价值链和产业链是涵义相同而表述不同的概念,价值链侧重于内在作用的实现,产业链侧重于价值的实现形式。

一般认为,旅游是人们离开惯常环境去寻求某种经历的一种活动,在这个过程中,旅游者从出发地点到达目的地再返回,要经过十个环节,与旅行社、旅游饭店、旅游购物、运输公司、旅游目的地景区等发生关联,从而推动旅游产业链的形成与发展^[5]。如图5.4所示,旅游者在旅行过程中的不同阶段,需要不同的企业为其完成旅行活动而提供不同的服务或者提供相关产品,而每一个企业的经营活动,又需要其他相关企业为其提供一定的保障,如此相互依赖,循环制约,形成了旅游业的产业链系统。

从上述关于旅游产业链的定义及产业链形成的内在机理可知,跨界区域旅游产业链是旅游产业链的一种形式,其主要区别是跨界区域产业链的形成在一定程度上是一个供需平衡的外力驱动过程,而且,相较于比较成熟的城市旅游而言,跨界区域旅游产业链链条较短,产业链的环状循环系统不是很完善,系统性不是很充分。尽管如此,跨界区域发展旅游产业依然有构建旅游资源产业链的必要:



A 与游客的初次接触 B 旅行社 C 行政变革 D 登机 E 机场购物 F 飞行 G 移民 H 旅馆
I 手工艺品购买 J 执行代表

图 5.4 旅游体验与相关支撑环境^[228]

首先，跨界区域旅游产业链是为了完成区域旅游的需要。旅游产业链的构成是为旅游者提供旅游产品，满足旅游者在旅游活动的各种需要，因而需要各种交通、餐饮、景区、基础设施等服务。在系统中各组成要素相互依赖、共同作用。其中任何一个要素发生变化都将引起其他要素的变化。例如，旅游者偏好发生变化，旅行成本或模式发生改变，或者开发了新的旅游资源，提供了新的服务，原来旅游系统的平衡状态就会偏移，系统中的其他要素也要发生相应的变化。在供给子系统里，餐饮、饭店、交通、景点、商业和娱乐等产业之间相互关联，共同为旅游者提供旅游产品而不致使旅游中断。供给子系统的描述也体现了旅游产品作为一种组合产品的特点。满足旅游者的旅游需要是构建产业链的基本条件，也是完成一个旅游活动的基本保证。

其次，跨界区域旅游产业链的构建是提高区域产业竞争力的基本途径。旅

游业的发展表现出如下两个方面的特点:一是旅游产业的创新与研发的联系较弱。与制造业产业“产—研”密切合作不同,旅游业中“供—需”互动十分频繁,而且这种顾客与供应者之间的互动在创新过程中发挥着重要作用。二是旅游业创新在关注技术变革和进步的同时,更加重视制度和组织上的变革。由此可见,只要是通过改善经营为旅游者提供满意的消费需求,从而使旅游地处于向前发展、持续繁荣的状态,旅游企业也从整体上获得更多的增加值,都属于旅游业的创新范畴。

发展旅游业是跨界区域增强经济能力的一条重要途径,但是,单纯的旅游业或者单纯的旅游资源产业使得区域经济发展相当脆弱,而且经济发展的动力不足,因此,必须通过旅游业的发展,影响其他相关行业,提高区域竞争力。影响区域旅游业竞争力的因素非常复杂,不仅包括旅游资源这一基本要素,更包括将旅游资源转化成旅游产品过程中起重要作用的人才、创新能力、信息沟通能力、资金等诸多高级生产要素,以及其他对区域旅游业发展起支持作用的区域经济环境、社会环境、自然环境等因素。正是由于旅游产业综合性特点,决定了该产业的繁荣能够带动众多支持性产业的兴旺发达,进而带动区域经济的振兴,因而受到地方政府的重视,纷纷出台鼓励政策促进其发展。促进区域旅游发展的政策无疑为区域旅游业发展吹去了春风,但同时也加剧了区域间旅游业的竞争^[226]。在这种竞争和带动作用下,旅游产业的其它相关行业也发展起来。

第三,构建旅游产业链是跨界区域旅游产业升级的需要。关于旅游产业链升级的研究是近年来旅游业研究的热点问题,根据2000年至2005年在国内学术文献的检索,我们可以归纳出近年来通过价值链来分析旅游业发展和升级的研究进展。从相关的研究中发现,旅游产业升级主要经过三个阶段:首先,是运用网络及信息通信技术对旅游价值链进行重构。包括旅游组织信息网络建设,信息和通信技术支持下的旅游价值链进行重构,基于信息通信技术的需求主导型和技术主导型价值链模式建设等。其次,是关于中国旅游业虚拟网络的整合。包括旅游价值链和旅游代理机构管理,公共关系对建立旅游价值链建设影响,旅游价值链与相关产业链的兼容及整合。第三,是建立促使旅游产业升级的旅游价值链网络,从而使旅游业务网络化经营。

从我国旅游业务升级的过程和方式来看，我们发现旅游产业升级是一个系统化和综合化的过程。自 1978 改革开放以来，中国综合实力大大提高。目前，中国正处于人均 GDP 超过 1000 美元后的快速工业化和城市化时期。早期的沿海城市如上海、深圳人均国内生产总值达到 5000 美元，消费需求的提高和即将进入的外资的激烈竞争给我国旅游业和休闲娱乐业带来很大的压力，旅游业将不可避免的进入升级期，如表 5.1 所示可以看出旅游产业升级主要表现在旅游目的地的升级、旅游方式的升级、旅游交通的升级、旅游服务的升级以及旅游产业的升级等，而每一种升级都是产业升级的表现和结果，是旅游业向纵深方向延伸的途径和趋势。

表 5.1 旅游产业升级途径和内容

旅游活动	升级途径
旅游目的地	本地——国内——国外——全球
旅游方式	观光旅游——休闲旅游——体验旅游
旅游交通	火车、公共汽车——个人汽车、飞机——邮轮/游艇
旅游服务	旅游接待——大众化服务——专业化服务
旅游业地位	自发产业——支柱产业——领军产业

具体到跨界区域，由于地处偏僻，其经济的发展有赖于主导产业的带动，在以资源为龙头的旅游区域，如果始终依赖旅游资源发展旅游业，则跨界区域旅游业的发展会后劲不足，也不符合世界旅游业从观光旅游向休闲度假旅游发展的趋势。由于旅游是一个高度关联性的产业，与旅游业相关的产业之间是相互作用的。旅游业的关联性带动了相关产业的发展，同时，相关产业的发展状况又影响着旅游业的发展。没有这些相关产业的支持，旅游业将陷入孤立无助的境地。在发展旅游业的同时，一定要致力于发展相关产业。这样才不会使某些产业成为旅游业可持续发展的制约因素。要提高旅游产业的辐射能力，带动相关产业的发展，就必须扩展产业领域，向相关产业渗透，深化产品开发。因此，在跨界区域，在充分做好资源观光旅游产品的前提下不断创新，融合高科

技和信息技术的优势，发展创新旅游业，不断促进跨界区域旅游业的发展，并以此带动相关行业的发展，延长旅游产业链，为区域旅游升级打下基础。

5.2 跨界区域旅游产业链的构成

旅游产业链从不同的角度有不同的构成方式，例如前向关联链，后向关联链；产业内部纵向关联、产业间生产过程横向关联以及生产和消费之间的关联；根据产业间关联的方式可以分为产业单向关联和多向关联等^[229]。有的学者根据旅游产业有无旅行社把旅游业分为有中介的关联和无中介的关联两种形式^[225]。由此可见，产业关联的构成根据不同的标准、按照不同的要求可以有不同的构成方式。跨界区域旅游业的发展主要受制于区域经济水平和资源开发的现状以及各行政区产业联合的程度。一定程度而言，跨界区域旅游业是从资源观光旅游开始，因而其产业延伸的广度和深度有进一步加强的趋势。根据跨界区域旅游资源开发的特点以及旅游产业开发的层次水平，我们可以把跨界区域旅游产业链分为基本产业链和延伸产业链。

5.2.1 基本产业链

基本产业链是为保证旅游业正常进行而必须具备的产业形式，它是发展旅游业的基础和深化旅游业发展的前提。根据联合国《国际产业划分标准》，旅游基本行业是直接和旅游者发生联系并为之服务的企业组合，包括：核心旅游产品经营企业，旅行社，以旅游饭店为代表的旅游住宿业、餐饮业，旅游交通运输业，旅游娱乐业，旅游用品和纪念品销售业等。这些行业和部门共同支撑“食、住、行、游、购、娱”旅游产品的六大要素，向旅游者提供完整与完美的经历和体验。因此，旅游业形成了以旅游吸引物为核心满足消费需求的产业体系。

基本产业链的企业并不位于上、下游明显的价值链上，相互之间并不是投入—产出关系(或垂直关系)，而是通过旅游者的活动相互联系，即旅游业内的企业之间大多是横向联系。在一个旅游目的地，旅游者的体验如何不仅在于核心吸引物的吸引力，还在于其他辅助性企业的质量和效率，如饭店、餐馆、购物店、交通设施等。旅游集群的成员是互相依赖的，单个的旅游产品组合成整体旅游产品，为旅游者提供完整的旅游经历，它们之间是“一损俱损、一荣俱

荣”的关系。一定程度而言，跨界区域的旅游首先从基本产业链起步，构建旅游业发展基础，使旅游业的“六要素”能够顺利完成，这也是跨界区域发展旅游业的基本条件和前提。

例如：大别山六安地质旅游公园为进一步提升红石谷风景区内在价值，景区经营公司佳胜集团不断挖掘景区内优势资源，先后成立了“红石谷”六安瓜片生产基地和将军湖水上游船公司等。景区现有“红石谷”六安瓜片生态观光茶园千余亩，建造了“红石谷”六安瓜片茶博物馆，而将军湖(响洪甸水库)水域良好的水域和生态环境，则增添了红石谷风景区内在价值和内涵，为景区推向市场奠定了坚实的基础。这种以景区经营为中心，向旅游商品、新增旅游项目、特色旅游等方式发展是构建基本产业链的重要方式，使红石谷景区不断向国家级 4A 风景区的标准规范景区开发，保持了景区的吸引力。

5.2.2 延伸产业链

延伸产业链是在基本产业链的基础上向产业纵深发展所产生的产业链条。跨界区域尽管首先从旅游资源开发起步，但要深入发展旅游业就必须对基本产业进行纵深整合，形成延伸产业链。产业链的延伸为旅游目的地及单个企业创造了附加价值，包括提高竞争能力、扩大市场、增加机会和收入，使所有参与者获利。通过实现跨行业、跨部门的协作和一体化，能够创造新的产品和服务，并形成创新和竞争的环境。旅游企业之间的联系、旅游企业与旅游业之外的行为主体之间的联系，是为了满足顾客需要所必需的。旅游产业链由旅游基本行业延伸到非常广阔的领域。张帆、王雷震等人曾对此进行量化的专门研究，认为旅游直接影响的行业有 12 个，间接的影响部门有 47 个，引致影响部门有 20 个^[222]。实际上，在跨界区域，这种延伸也受当地经济发展水平、现有产业状况、区域基础设施条件等方面制约，具体而言，延伸产业链可以从以下几个方面展开：

从旅游产品方面延伸，根据跨界区域旅游资源的特点，可以发展旅游文化产业、旅游工业、旅游农业及旅游安全等方面发展旅游相关产业。

从旅游保障领域进行产业延伸，如从属于第三产业的邮电通讯、公共服务、零售、商业经纪与代理、批发、租赁、金融、保险、信息咨询服务、市场管理

服务、体育、教育、文化艺术、广播电影电视和气象、工程设计及环境保护等综合技术服务业的相关部分进行产业延伸，发展旅游相关保障产业。同时，对于国家机关的相关部门，如旅游行政管理、海关、边检部门等也可以根据国家的相关要求提供相关服务。延伸产业链可以用如图 5.5 表示。

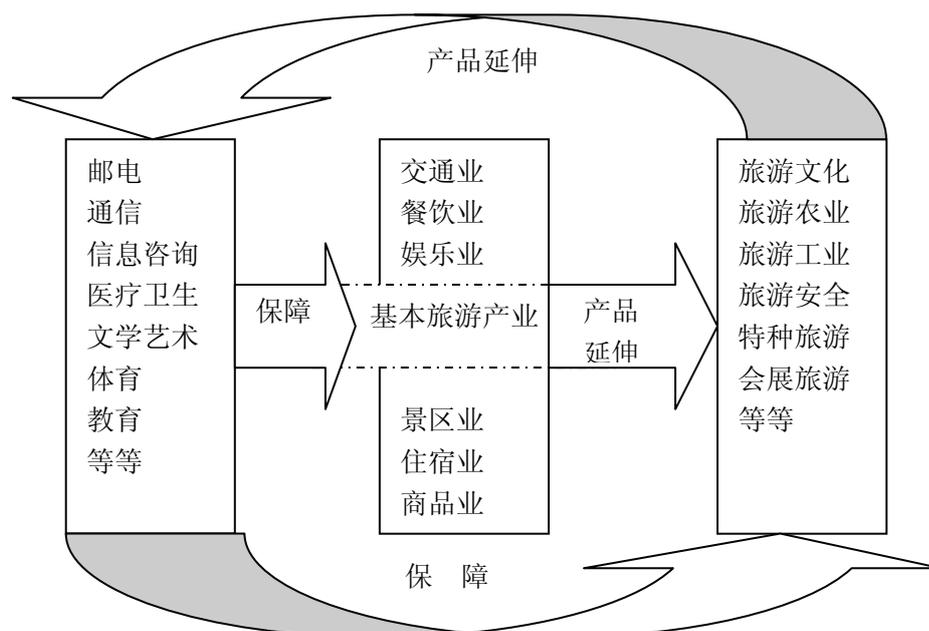


图 5.5 跨界区域旅游产业链构成及相互关系图

5.3 跨界区域旅游产业链构建途径

5.3.1 优化旅游产业结构，

5.3.1.1 产业结构优化与区域经济发展

产业结构是区域经济能否健康发展的重要因素之一，产业结构分析和评价是其合理化的基础^[230]。产业结构既可以用来解释产业间和产业内部的关系，也可以用来解释产业内企业间的关系结构以及地区间产业分布。按照产业结构研究的内涵和外延的不同，对产业结构的概念有广义和狭义之分。一种观点认为，产业结构是研究分布在国民经济各产业中之间相互联系、相互依存、相互提升

资源配置效益的运动关系，这是产业发展形态理论观点；另一种观点认为，产业结构是研究产业间技术经济的数量的比例关系，即产业间投入和产出的数量比例关系，这是产业联系理论的观点^[229]。关于产业结构优化的内涵主要指产业结构向协调化和高度化方向演进。产业结构协调化是指在产业发展过程中要合理配置生产要素，协调各产业部门之间的比例关系，促进各种生产要素有效利用，为实现高质量的经济增长打下基础。产业结构高度化是指产业结构从低水平状态到高水平状态发展的动态过程，即产业结构向高技术化、高知识化、高资本密集化、高加工度化和高附加值化发展的动态过程。产业结构升级包括两方面含义，一是结构效益优化，即产业结构演进过程中经济效益不断提高；二是转换能力不断优化，即产业结构对技术进步、社会资源供给状况和市场需求状况变化的适应能力优化，它包括传统产业向现代产业转换的能力、长线产业向短线产业转换的能力、衰退产业向新兴产业向转换的能力等。

区域产业结构问题是世界上任何一个需要发展经济的区域必须考虑和正视的一个问题，它的优劣是一个区域经济发展质量好坏和水平高低的重要标志。合理、高效的区域产业结构是区域经济大发展的必备条件。区域产业结构的调整，能保证主导产业对其他产业的带动作用，使整个经济增长不断获得新的驱动力，能保证区域经济持续快速发展，而不合理的区域产业结构不利于区域经济的发展。在我国这样一个幅员辽阔，区域差异很大，经济发展又极不平衡的大国，区域产业结构优化问题显得格外突出和重要^[169]。

5.3.1.2 产业结构优化与主导产业

主导产业的产品市场需求大，多数主导产业的技术先进，其增长率必然远高于整个国民经济的平均增长率。区域的主导产业标志着一个区域的产业优势所在，代表着区域产业的专业化方向。正确选择区域主导产业，能够使区域蕴藏的经济优势得到恰当的发挥，使区域资源得到有效的利用，并能促使区域之间建立协调的经济关系，满足国民经发展对本区域的特殊要求。随着经济的不断增长，主导产业在国民经济中所占的比重不断提高，区域产业结构不断合理化，区域产业水平相应提高，经济增长质量也相应提高。主导产业部门是经济发展的驱动轮，只有在它的带动下整个经济和各产业部门才能发展。也就是说，主导产业是区域经济增长与发展的主要动力来源，是促进区域产业结构演化的

直接推动者，是形成合理的区域产业结构的核心。区域经济发展过程的实质就是主导产业的发展与变换过程。区域产业结构必须以主导产业为核心才能快速向高度化推进。

在区域经济发展的不同阶段和不同的产业结构中，各产业的发展速度是不同的。一些产业可能发展得快些，一些产业可能发展得慢些，还有一些产业甚至可能是处于衰退和萎缩状态。由此可见，各产业对区域经济的作用和贡献显然是不同的，整个经济的增长率在一定意义上是主导产业的迅速增长所产生的直接或间接的效果。因此，区域产业结构的优化，同确定何种产业为主导产业关系很大。

区域产业结构的调整与优化，本质上就是正确地选择区域主导产业。一方面，合理确定其发展数量和规模，使之承担起全国区域分工的任务，并以此为核心，协调各产业之间在数量和比例上的关系；另一方面，在原有主导产业因条件发生变化，有时被削弱的情況下使新的主导产业接续上来，保证区域经济系统的正常新陈代谢，使区域经济的发展始终保持旺盛的势头。

5.3.1.3 产业结构优化与产业链延伸

合理的区域产业结构应该是协调发展的，具有结构的整体性。各产业在发展过程中能互相创造条件，形成良性互补的经济关系，推动各产业在生产、分配、交换、消费各个环节的和谐运动。各产业部门之间，在质上互相依赖，相互制约；在量上按一定的比例组成，形成产业有机整体，尽量避免“瓶颈”产业和过剩产业。区域产业结构调整能够以区域主导产业部门为核心，把全区域成千上万个企业组织成一个由生产、分配或技术联结起来的部门间比例协调的、相辅相成的整体，最大限度地获取聚集经济效益。只有这样，才能使区域产业结构具有自我调节的应变能力。

区域中围绕主导产业的企业，一般都有较高的经济效益。同时，随着这些企业发展，还会进一步派生出相关的辅助产业，形成多种产业配置发展的局面。区域内的企业主辅相依、共同发展，当外部或内部条件发生变化，造成局部不协调而波及全局时，就可能依靠自身的机制与政策的干预及时调整，使区域经济在动态中不断求得相对平衡，不致酿成大的失调。

5.3.1.4 产业结构优化与产业竞争力

上述一般产业结构优化的原理对于跨界区域旅游产业结构优化具有重要指导意义。区域的产业结构和区域的资源结构相互错位，这样的产业结构一般来讲是不合理的，需要调整^[230]。丰富的旅游资源，是跨界区域发展旅游业，进而改善其经济结构的基础。跨界区域的产业结构优化应当以发展旅游资源优势产业为出发点，进而深化产业调整。发展旅游业具有非常明显的乘数效应，通过大力发展旅游业可以带动第三产业及其他相关产业的发展，对于促进产业结构升级，改善投资环境，进行资本积累，摆脱贫困，增加区域经济的综合实力具有重要的意义。如何将旅游资源优势转化为现实的经济效益，关键是跨界区域如何按旅游业自身的特点并结合本地区旅游资源的状况来作出旅游业发展的战略选择。然而，跨界区域在选择旅游业发展战略的过程中，普遍存在着相互效仿的生产和发展行为，与之相伴的结果：一是跨界区域旅游业缺乏自生能力，即自我造血机能；二是产业、产品缺乏竞争力；三是由于整个经济处于国民经济发展的外围地带或是边缘地带，经济层次较低，各种产业发展相对落后，产业的关联性不强。跨界区域只有从当地旅游资源条件出发，综合考虑其要素禀赋结构，才能真正做到规避资本、技术的不足，才能产生成本优势。

在跨界区域亟需进行产业结构优化以推动整个区域旅游业的持续和谐发展时，应从构建旅游大产业出发，整合各种旅游要素，进一步完善产业体系。优化旅游业结构，提高旅游产业竞争力应注意以下几个方面的举措。

首先，促进跨界区域旅游产业向协调性方向发展。旅游产业的协调主要包括三个方面：一方面是旅游业同其它产业的关系协调，在这方面应保持旅游业同其它产业发展的一致性，不要因为发展旅游业而阻止了跨界区域农业或者林牧等行业的发展以致影响了当地人们的正常生活水平，应当保持旅游业对第一产业的促进作用和带动作用的势头；同时，在发展旅游业过程中，适当加强基础行业建设和第三产业发展，从而保证旅游业能够顺利进行，为旅游业发展提供基础设施保障和服务保障。旅游业的发展需要其他产业尤其是交通运输、商业、餐饮娱乐等第三产业的支持^[224]。另一方面是加强旅游业内部各种关系的协调，应保证景区开发同餐饮、交通、住宿、旅行社等方面建设的一致性，确保旅游业内部运营能够顺利进行，有序发展；同时，在旅游业开发的时段推进、资金分配、资源配置、基础设施场地的选择方面都应按照规划要求进行，保证

旅游业协调运行。第三方面的协调是保证旅游业的发展同区域的环境和社区的风土人情、民族文化发展相一致。旅游业是在一定的自然环境和人文环境的氛围中发展的，因此，保护旅游区域的环境，确保旅游业可持续发展是跨界区域旅游发展的重要内容；同时，旅游业的发展又是在一定的社区文化中进行，一定的社区文化和民族文化一定程度上成为旅游资源的重要内容，因此，发展旅游业应处理好同当地社区文化和民族文化的关系，注意保存和保护当地民俗文化文化内涵的东西，使其与区域旅游融为一体。

其次，促使跨界区域旅游产业结构向高度化发展。产业高度化是指产业结构从低水平状态向高水平状态发展的过程，在跨界区域旅游产业结构高度化的发展可以从四个方面开展：第一，旅游产业中的技术因素、智力因素不断增加。不断输入跨界区域旅游的技术成分，在景点开发、产品设计、线路安排等方面突出高技术因素和智力投入因素。第二，旅游产业中的高附加值的行业不断增多。比如，在旅游商品开发中注重区域特色而又有适用价值的产品，开发一些参与性的旅游项目等。第三，不断加大旅游投入，使旅游业能够在当地经济发展中效益更加明显，旅游产出在当地的经济发展中具有主导或突出地位。第四，旅游产业高度化不断突出旅游业的各种优势，加强旅游产品的营销和形象宣传，使区域旅游业在国内外有一定的知名度和影响力。旅游产品不同于一般商品，它的高度化更多的是其知名度和旅游者的感应度。

再次，加强跨界区域旅游资源产业关联性延伸。产业关联性延伸是优化产业结构的重要方式，也是构建产业链的主要目的和意义所在。前文提到，与旅游业相关联的产业较多的，如文化产业、房地产业、工业、农业等都可以与旅游业相联，延伸旅游功能，增加旅游价值，形成新兴的旅游类型。如形成文化旅游、工业旅游、农业观光旅游、房产景观旅游等。这种关联性产业延伸一方面优化了旅游产业结构，增加了旅游产业的内容和效益，而且使旅游业的成长机制和抗风险能力不断增强。近年来旅游业中出现的向个性化发展的趋势，旅游产品既要满足游客的需求，促进现有产品的升级，又要带动相关产业的发展，产业关联性延伸满足了这种发展趋势的要求。例如，在发展旅游交通上应跳出交通仅仅作为运输工具的职能，而应该把交通作为旅游产业关联的重要一环，发展交通旅游，使交通成为一种旅游形式，享受交通旅游带给游客的美好体验。

如游轮旅游、旅游列车等形式。

第四，加强跨界区域旅游产业的结构性融合。结构性融合是产业结构优化的一种形式，它对于促进旅游业的协调发展具有重要作用。一般而言，旅游业从其系统性角度而言具有六大核心产业，即旅游交通业、旅游住宿业、旅游购物业、餐饮业、娱乐业和旅游景区管理业，这些产业在我国旅游区域已经形成一定模式，并在客观上产生密不可分的关联。实际上，在跨界区域，旅游业的六大产业间仍然可以进行结构性优化重组，形成新型的融合化的旅游产品，产生综合性的旅游形式，为区域旅游产业的深化发展打下坚实基础。例如，在餐饮方面，不仅为旅游活动的正常进行提供相应的基本保障，而且可以开发特色美食，形成餐饮景观，使餐饮本身就成为一种旅游活动。同样在购物方面也可以通过创新、设计购物长廊、参与性制作等形式使购物本身就成为一种旅游形式。这些对于优化跨界区域旅游产业结构具有重要作用。

第五，加强区域职能互补。跨界区域是由不同的分区域组成的，在区域的连续性上是一体的，但在行政管理的区划上是分开的，因而各区划的职能有所区别，旅游区域的完整性被区划的分割性所制约。加强跨界区域内部各区划职能的互补和融合是产业结构优化的重要环节，对于优化区域结构，完善旅游流程、满足游客旅游游览整体性的要求具有重要作用。例如，在整个区域中，发展水域旅游时应考虑山体旅游的需求，在进行生态旅游时要充分依靠中心城镇经济发展的要求，形成资源上优势互补，功能上相互借用、线路上相互贯通，这样才能保证旅游完整性和区域优势尽可能发挥^[231]。

5.3.2 整合旅游大企业

旅游大企业是旅游产业结构优化的重要环节和主要步骤，是优化旅游产业链的主要途径。跨界区域由于经济基础较差，产业发展水平较低，旅游企业的规模和经营的范围十分有限，因此发展跨界区域旅游大企业是促进区域旅游发展的重要方式。

一般而言，资源产业是典型的上游产业，产品的价格、产量、需求量都与宏观经济形势密切相关。资源产品作为中间需求的投入品，始终受制于下游产业的发展状况，受制于最终消费的层次和数量。对于具有特色优势的跨界区域

的实行基地化生产，采用已被实践证明行之有效的“公司+基地+农户”的模式，形成区域规模优势。在此基础上，着力培育大型龙头企业，使其成为具有市场竞争实力的企业集团和带动区域资源开发的龙头，扩大规模，形成产业链^[139]。

在跨界区域旅游资源开发过程中，由于旅游企业缺乏集团化的龙头企业，且结构比较松散。因此，应进一步深化旅游企业改革，组建旅游大企业、大集团，实现旅游企业集团化发展，以切实增强跨界区域旅游企业在市场上的整体竞争力。推进旅游企业的改制转制，增强企业发展活力，吸引社会资本、民营资本进入旅游行业。要大力推进旅游企业集团和旅游上市公司的培育，支持和扶持品牌旅游企业重组整合，做强做大旅游企业。适应经济全球化的形势，积极扩大利用外资，推进中外合资旅行社、饭店和培训机构的组建。^[232]。在跨界区域整合旅游企业的主要途径有以下四种方式：

临时性协议合作。当一项工作涉及到诸多方面，尤其是要跨越经济领域或者是跨越体制，这项工作所需要的要素就具有复杂性。这是跨部门、跨地区、跨体制经营活动中经常遇到的情况，采取协议的方式，对这些资源进行临时整合是一个好方法。

构建稳定的企业联盟。旅游企业联盟是指两个或多个旅游企业组织为实现共同的战略目标通过协议或联营等方式而结成的联合体。这里的旅游企业组织指的是从事旅游经营的单位，包括旅行社、旅游景区、交通租赁企业、餐饮企业、旅游规划策划机构等。

集群合作。与旅游企业联盟不同的是，旅游企业进入和退出集群的壁垒很低，集群中对旅游企业规模大小无硬性要求。在旅游企业集群中，每个旅游企业的经营活动不受其他成员企业的约束，企业之间多以平等的市场交易方式进行连接，相互之间的结合比较松散，集群的整体性概念较弱。

企业重组。旅游企业重组的重要方式是企业并购，旅游企业并购是大型旅游企业在增强自身竞争力最活跃的领域，他们用钱买到的是战略性资产，包括一个巨大的全新的市场、一个磨合多年的旅游市场运作机器、一个有效运转的旅游经营网络。如果条件合适，选择并购这种手段进行整合也并非不明智。

5.3.3 开发旅游商品

旅游商品是指具有旅游区域特色的可供买卖的产品，生产和销售旅游商品是发展旅游业的重要组成部分，是旅游产业链的重要一环，也是增加旅游收入的重要途径，是衡量旅游业发展水平的重要方面^[219]。开发跨界区域旅游商品的主要途径和步骤有以下几个方面。

(1) 精心设计旅游商品。在旅游景区(点)开发建设时，应根据景区(点)特色、项目的推出进行旅游商品配套的设计和制作，形成各具特色的旅游商品，实行定向开发，避免异位仿造。旅游商品在品种、文化内涵、款式等方面将地域性、民族性与纪念价值、使用价值有机地结合起来。有条件的跨界区域旅游商品开发企业可以由拥有市场销售网络的厂家自行开发有创意的新产品或从专业旅游规划设计单位购买产品设计方案，再委托高水平的生产厂家进行加工，最后用自己的品牌包装推向市场。

(2) 突出旅游商品的文化内涵。旅游商品一定要有地方特色，注重它的文化内涵，突出独特的创意、良好的质量。包装设计者要很好地抓住这一点，善于进行文化挖掘，充分从我国源远流长的民族文化中汲取营养，提高包装的文化品位，形成包装的文化风格，以鲜明的文化色彩赋予民族旅游商品独特个性和丰富内涵，从而满足旅游者日益增长的文化消费需求。

(3) 突出旅游商品的特色要求。旅游商品具有鲜明的地域特色，它能反映旅游目的地的民情民俗，凸显异国他乡的独特情调与风格。旅游商品要善于利用本地资源优势，就地取材，创造具有地方色彩，富有民族特色的新包装，利用传统因素挖掘现代美，从而使跨界区域商品达到形式美与内容美的完美统一。

(4) 适应市场，注重商品营销。从分析市场的客源结构及市场环境入手，针对目标高层消费特征进行包装创新。特别要注意不同宗教信仰及民族习惯的游客的忌讳。在实施包装标准化的同时，适当采用包装个性化策略，使包装样式更多，个性化更浓，适应能力更强。

5.3.4 利用网络延伸旅游产业连

5.3.4.1 构建网络旅游产业链的模式

一般而言，产业链的构建是指围绕一个关键的最终产品，从而形成最终消费所涉及的各个不同产业部门之间的动态关系的过程^[233]。前文提到，产业链的构建是建立在产业内部分工和供需关系基础上的一种产业生态图谱，分为垂直的供需链和横向的协作链。垂直关系是产业链的主要结构，也有人把这种垂直分工划分为产业的上、中、下游关系。横向协作关系则是人们经常提到的产业配套问题^[234]。旅游产业链是指为满足旅游者的旅游需求，以旅游产业中具有竞争力或竞争潜力的企业为链核，通过包价或零售方式将旅游产品间接或直接销售给旅游者以助其完成客源地与目的地之间的旅行和游览，从而在旅行社、饭店、餐饮、旅游景区、旅游交通、旅游商店、娱乐业等行业之间形成的相互依赖、相互制约的关系^[225]。由此可见，构建网络旅游产业链的模式应明确三个方面的内容，首先是网络旅游产业的关联业务范围有哪些；其次是网络旅游产业的核心内容是什么；第三是网络旅游的经营者是谁。只有明确了这三个问题，才能较好的解决网络旅游产业链的构建模式问题。根据旅游业发展的特点和网络经济发展的模式，网络旅游产业链的构建模式有以下几种。

1. 网络旅游产业对接模式。网络旅游产业对接模式是指通过网络技术手段把两种或两种以上的关联产业对接起来，主要表现是将一定地域空间范围内的产业链的断环和孤环借助某种产业合作形式串联起来。由于旅游业是一个由众多子行业构成、需要各子行业协调配合。互联网和电子商务平台的应用弥补了传统旅游产业链分散和不畅的缺陷，给其带来了对接的渠道和信息。通过互联网和电子商务平台的应用使得各分散产业链之间的联系变得畅通。网络旅游运行过程中，从需求预测、产品设计、企业采购、生产组合、分销代理到客户服务等整个过程涉及到不同产业部门的参与才能完成，因此，旅游业需要与多个产业进行对接，完成网络旅游完整过程。

2. 网络旅游产业链融合模式。网络旅游产业链融合是指不同的产业通过网络方式融在一起，保证网络旅游能够顺利进行，促进新的利润空间的实现。产业链融合模式不同于对接模式的主要特点是经营的主体变得单一；或是开展产业合作，实现产业发展共赢。例如，网络旅游公司为提升竞争力和吸引力，联合最具实力的金融机构、交通机构等组成网络旅游联盟，实现产业融合模式。航空公司为增加利润空间，保证乘坐率，一方面加大了与各网络旅游公司的合

作,另一方面加大机票直营力度以及电信运营商加强其订票服务等措施^[235]。这些都是网络旅游产业链融合重要方式。当然,网络旅游产业融合不是一成不变的固定方式,它可以交叉联系,也可以跨环节联系,如旅游供应商不仅可以与多个其他行业协作,还可以在不同的产业链上进行多向合作与融合,从而创造出多种价值链模式。

3. 网络旅游产业链延伸模式。网络旅游产业链的延伸是将一条已经存在的产业链尽可能地向上游延伸或下游拓展。产业链向上游延伸一般使得产业链进入到基础产业环节或技术环节,向下游拓展则进入到市场销售环节。产业链延伸不同于产业链对接的主要方面是现实产业关联较少,而在对接中已经存在多种产业。网络旅游产业链延伸过程中,使得整条产业链产生了原来所不具备的利益共享、风险共担方面的整体功能;另一方面衍生出一系列新兴的产业链环,进而增加了产业链附加价值,实现了整个过程的良好协作,为价值链成员创造了多赢的局面。

4. 网络旅游产业链转移模式。产业链的转移是指在产业发展过程中由于各方面的原因使发展原先的产业不可能或者难以达到预期效果而转到其他产业的现象。产业转移主要是由于网络经济给传统经济带来了冲击的结果。在电子商务条件下,传统旅游价值链受到了挑战,旅游价值链的模式发生了很大的变化,由“一对一”的模式向网状的模式转变,价值链开始演变为价值网。透过价值网,可以看到价值链的成员之间实行的是“多对多模式”^[236]。这种“多对多”模式为产业转移提供了可能。同时,网络的优势也给价值链成员广泛的选择机会,通过选择,即通过互联网和电子商务的协调、组织管理,使产业链条上的资源得以整合,产业配置到能发挥到最大效能和效率的行业中。

5.3.4.1 网络旅游产业价值链的实现途径

1. 产业链模式的选择。构建网络旅游产业链首先应该选择产业链的构建模式,主要从以下几个方面进行:首先,分析网络旅游产业链的现状,主要包括产业的主导内容、相关产业的构成以及产业成员的利润实现方式。其次,分析每一种模式的特点,如前所述,网络旅游产业模式主要是根据产业的现状涉及的,如果网络旅游的相关产业已经健全,只是分散在不同的部分或者互不相顾,就可以采取对接的方式;如果已经有一条主导旅游产业,而其他相关产业没有

发展起来，就可以采取延伸的模式。第三，分析网络经济的实现形式，一定程度而言，网络经济是一种信息经济，因此，把握网络的信息储存和传播特点，积极发挥网络信息的作用，对产业链模式的选择具有重要意义。

2. 创新网络旅游技术。网络旅游既是新技术发展的结果，又对新技术的创新提出了更高的要求。从网络旅游产业实现的实际看，下列技术的创新尤为重要：网络信息的搜索与分类技术；网络交易的安全技术；网络旅游的实景虚拟再现技术；网络旅游的模拟体验技术；网络旅游实时互动的移动技术等。实际上，目前上述技术在一定范围内已经产生，但在网络应用方面和技术整合方面仍然需要网络旅游技术人员的开拓。

3. 整合网络旅游资源。网络旅游资源是海量而无规则的。因此，整合网络旅游资源是进行产业链构建的重要步骤。首先进行资源分类，如按照购物、旅游、文化、娱乐、休闲、餐饮等内容给旅游资源进行初步分类。其次，根据要求评估资源价值，如提供旅游信息、进行机票、酒店预订、设计自由行、自驾游等类似传统旅行社的旅游产品、在线设计旅游线路；提供旅游内容和所需要的各种服务，相关的价格信息等，对上述资源价值进行评估，为构建产业链提供价值基础。再次，构建消费者自由选择全过程旅行的网络资源平台，网络旅游应该能够提供全套的旅游服务，这就需要对现有的旅游资源进行充分整合的基础上，构建综合性旅游信息服务与共享平台。

4. 分析网络旅游市场。旅游市场是构建网络旅游产业链的出发点和归宿。网络旅游市场的状况直接决定了网络旅游产业的健康程度和发展潜力。分析网络旅游市场主要从以下几方面进行：首先，调查网络旅游的人员情况，包括旅游心理倾向、旅游心理预期、旅游年龄构成等；其次，分析网络旅游的客源构成，主要从经济状况、学历情况、区域情况等方面进行；第三，分析网络旅游产业市场分布情况，主要有网络旅游业的范围、利润、营业人数、分布区域、竞争状况等；第四，构建市场分析模型，通过网络人数、网络旅游人数、网络旅游企业数以及网络旅游业务范围和竞争状况等方面构建网络旅游市场模型，为构建网络旅游产业链提供依据。

5.4 跨界区域特种旅游产品开发

特种旅游主要是根据旅游目的地的资源特点所开展的满足一部分人特殊旅游需求的旅游方式，特种旅游一般具有专业技术性、特殊人群性、一定的冒险性和相关特许要求。跨界区域地质旅游资源具有特殊的地域特点和特别的教育意义，因此可以采取特种旅游产品的开发方式来延长跨界区域旅游产业链的运行。对跨界区域特种旅游产品的开发，需要涉及特种旅游的政策与决策、特种旅游资源与市场、特种旅游项目与线路设计、特种旅游实施操作与人才培养等诸方面的问题。根据跨界区域地质旅游资源的特点，在特种旅游开发过程中需要特别注意以下几个方面事项。

首先是特种旅游产品的设计问题。特种旅游的性质决定了它必须具备旅游对象的独特新奇性与旅游方式的特殊性相结合的特征。在旅游对象的选择上应有较大突破，而不能只局限在传统的模式上，不同地区的特种旅游发展，应该建立在该地区相应的自然地理生态环境和人文资源的基础之上。由于特种旅游活动涉及诸因素，因此在推出项目和设计线路时，需要充分论证。同时，一个项目或线路在实施过程中，应随着市场反馈不断进行修正和补充，那些具有贴近自然、富有挑战特征的旅游方式均有尝试的价值，诸如徒步、登山、潜水、漂流、攀岩、探洞、滑雪等。

其次，特别注意特种旅游的安全要求。由于特种旅游是一项技术要求极高的旅游项目，因此，在具体开发这种旅游资源产品时应该充分考虑它的安全性，按照特种旅游的技术规范要求 and 标准实施产品开发。这就要求必须特别注意以下两点：第一，尽量降低风险。由于特种旅游的性质所决定，其旅游过程中将会遇到种种不可避免的或无法预料的自然因素，面临种种可能性。因此在设计线路及实施操作时应尽可能地避免人们能够预料的风险，把风险性控制在最低的程度。第二，注意过程的可控性。由于特种旅游方式的多样性和旅游对象的奇特性，以及旅游中的配套服务各个环节不可能全部完善，因此必然存在着许多难以预测的特殊因素和不利因素的影响，这就要求在组织实施上应把握住各个环节，备有行之有效的各种应急措施和手段，对行程的各个细节严密分析控制。

再次，制定跨界区域特种旅游的标准。特种旅游活动标准化对于管理工作

的协调和各点之间业务操作的衔接具有重要作用。为确保特种旅游活动的顺利进行，应逐渐地创造条件，使管理活动规范化、程序化和标准化，逐步减少人为因素和随机因素的干扰，这种管理要求应该持续到资源的开发到旅游产品市场营销整个过程，产品的设计和开发为特种旅游创造条件，而特种旅游则是特种旅游资源价值得以实现的途径。同时，就需要经营者的产品开发部门与接待部门密切配合，形成相对稳定的接待班子。从事特种旅游的相关人员如外联、导游、司机等，都必须具备丰富的特种旅游的相关知识、经验和技能，才能适应地质特种旅游发展的需求。

5.5 本章小结

跨界区域旅游资源产业链的构建及延伸是资源产业化整合的重要步骤和主要措施。从资源产业整合的环节而言，产业链的构建是产业布局的具体化和深化，是产业向纵深发展并使之优化的必要途径。产业链的构建是创新旅游产品的前提和基础。由此可见，跨界区域旅游产业链的构建是深化旅游资源整合的重要内容，是优化旅游资源产业结构的举措目标。旅游是一个高度关联性的产业，与旅游业相关的产业与旅游业之间是相互作用的。旅游业的关联性带动了相关产业的发展，同时，相关产业的发展状况又影响着旅游业的发展。没有这些相关产业的支持，旅游业将陷入孤立无助的境地。在发展旅游业的同时，一定要致力于发展相关产业，这样才不会使某些产业成为旅游业可持续发展的制约因素。要提高旅游产业的辐射能力，带动相关产业的发展，就必须扩展产业领域，向相关产业渗透，深化产品开发。因此，在跨界区域，在充分做好资源观光旅游产品的前提下不断创新，融合高科技和信息技术的优势，发展创新旅游业，不断促进跨界区域旅游业的发展，并以此带动相关行业的发展，延长旅游产业链，为区域旅游升级打下基础。

在产业链的构建过程中，必须从跨界区域旅游资源的现状、旅游发展的水平以及产业发展的程度来进行具体分析。同时，考虑跨界区域不同行政界限内旅游业发展的水平以及资源特点来设计。从产业发展的基本条件而言，产业链的构建首先从基本产业链起步，形成基本产业链，主要是从旅游业发展的基本环节和条件的需求，如交通业、餐饮业、景点业、购物业和娱乐业等，基本产

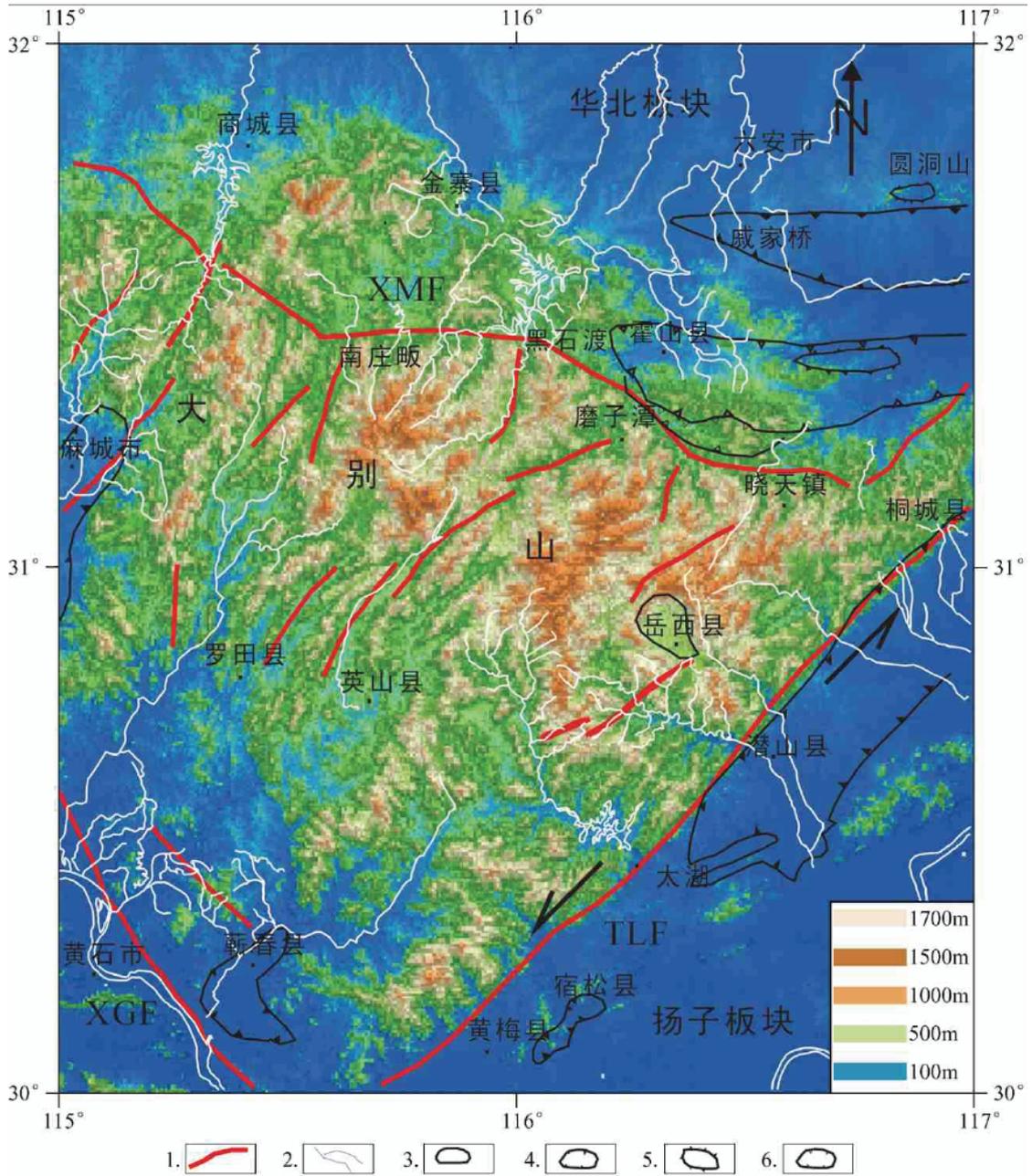
业链经过一定程度发展，形成产业规模，奠定一定的产业基础，从而为进一步构建延伸的产业链创造条件。根据产业分布和科技发展水平的情况，按照功能互补、资源优势互用，合作共赢的原则深化产业向纵深发展。如从旅游保障领域进行产业延伸，如从属于第三产业的邮电通讯、公共服务、零售、商业经纪与代理、批发、租赁、金融、保险、信息咨询服务、市场管理服务、体育、教育、文化艺术、广播电影电视和气象、工程设计及环境保护等综合技术服务业的相关部分进行产业延伸，发展旅游相关保障产业。同时，对于国家机关的相关部门，如旅游行政管理、海关、边检部门等也可以根据国家的相关要求提供相关服务。在高科技发展牵引方面，考虑到跨界区域的边缘效应，可以发展网络旅游、运用信息技术手段提高旅游者的休闲与体验的经历。在具体的延伸措施上，有以下几种形式：优化旅游产业结构、整合旅游大企业、开发旅游商品、发展特种旅游。丰富的旅游资源，是跨界区域发展旅游业，进而改善其经济结构的基础。从优化结构角度看，跨界区域的产业结构优化应当以发展旅游资源优势产业为出发点，进而深化产业调整。发展旅游业具有非常明显的乘数效应，就跨界区域经济社会发展的现实而言，通过大力发展旅游业可以带动第三产业及其他相关产业的发展，对于促进产业结构升级，改善投资环境，进行资本积累，摆脱贫困，增加区域经济的综合实力具有重要的意义。如何将旅游资源优势转化为现实的经济效益，关键是跨界区域如何按旅游业自身的特点并结合本地区旅游资源的状况来作出旅游业发展的战略选择。从构建旅游大企业角度来看，通过联合、兼并、收购或股份制改造等形式，组建旅游大企业、大集团，实现旅游企业集团化发展，以切实增强跨界区域旅游企业在市场上的整体竞争力。推进旅游企业的改制转制，增强企业发展活力，吸引社会资本、民营资本进入旅游行业。要大力推进旅游企业集团和旅游上市公司的培育，适应经济全球化的形势，积极扩大利用外资，推进中外合资旅行社、饭店和培训机构的组建。生产和销售旅游商品是发展旅游业的重要组成部分，是旅游产业链的重要一环，也是增加旅游收入的重要途径，是衡量旅游业发展水平的重要方面。

6 大别山区域地质的形成及特点

6.1 大别山地质区位的形成

大别山地质带位于华北陆块与扬子陆块间的秦岭——大别造山带，在中国大陆形成与演化中占有突出的位置。大别山为板块多次碰撞而形成的中原地区南北分界的天然屏障。在其漫长的构造演化中，经历了多期次的伸展裂解、汇聚拼贴，直到印支期陆内俯冲作用的全面造山，形成一个独具特色的典型的结构复杂的复合型造山带（图 6.1）。距今 25 亿年前，这里是浩淼无垠的海洋，海底火山喷发频繁，历经数亿年之久，喷发沉积形成了大别古陆核。在距今 14 亿~8 亿年的中晚元古代，新一轮地壳沉降作用，形成了原始的大别山基底。在距今 4.3 亿年左右的加里东晚期，华北、扬子两大板块发生拼贴，大别山隆起，大批逆冲断裂形成并造成志留纪地层缺失，从而奠定了本区以北东向构造为主体的构造格局。到了距今 1.54 亿年左右的侏罗纪晚期，随着太平洋板块向中国东部大陆的俯冲，造成了本区强烈的火山喷发，堆起雄伟高峻的座座山峰，构成独特的火山地貌景观。火山喷发之后，这一地区又发生了大规模的岩浆侵入，形成了国内典型的同源岩浆演化商城花岗岩体。进入距今 0.65 亿年的喜马拉雅运动，本区地壳运动以垂直升降为主，大别山迅速抬升，并处于强烈的剥蚀阶段，受物理风化、洪水冲击、河流侵蚀与重力崩塌等共同作用，奇特的冲刷地貌、绝壁悬崖、峰丛、峡谷、奇峰怪石等比比皆是，最终形成了今天独特的大别山地貌。

大别山距今已有二十几亿年的漫长地质演化历史。频繁的岩浆活动，多样的地质变迁，使之成为地球科学极为难得的教学研究基地。在漫长的地质历史演化过程中，大别山地区留下了丰富的地质遗迹——悬崖峭壁、“仰视为峰、俯视为岭、平视为墙”的峰墙地貌、冲谷地貌与低山丘陵区、以花岗岩为基底的山前冲刷地貌，以及姿态万千的象形奇石。可以说，大自然的裂山断海，巨力万钧的新构造运动和旷日持久，锲而不舍的水动力作用，是丰富多样大别山地貌的最好雕塑师。



XMF. 晓天—磨子潭断裂；XGF. 襄樊—广济断裂；TLF. 郟庐断裂；

1. 断层；2. 水系；3. 山间盆地；4. 新生代断陷；5. 断块山；6. 中生代断陷

图 6.1 大别山地貌带形成图^[74]（程三友, 刘少峰, 2005）

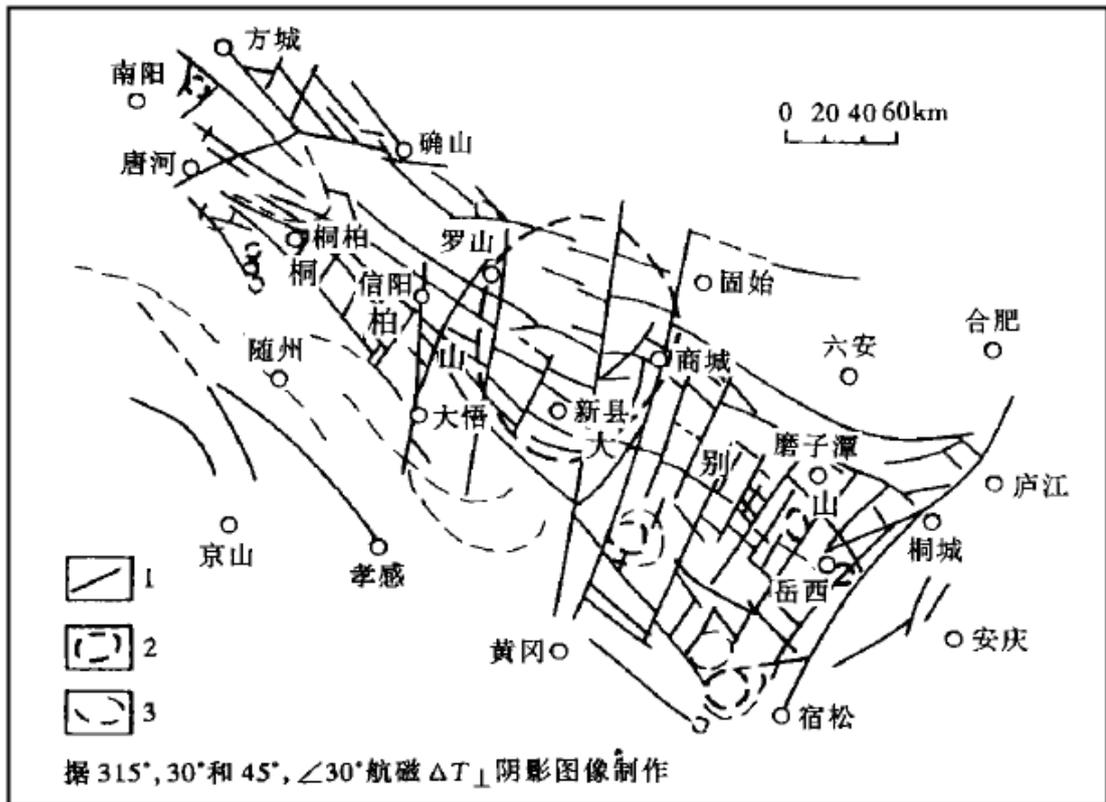
虽然构造学界把大别造山带归入广义秦岭造山带，但据现有各种图像特征所反映的地球物理和地球化学信息分析，包括最新的深地震测深成果，均显示了桐柏—大别造山带具有自身独立特征，但秦岭造山带和桐柏—大别造山带之间的截然界线尚不明确，在时空上有一定的过渡关系^[237]。秦岭构造运动以加里

东期为主，并自西向东到桐柏山一带开始减弱，至罗山一两河口断裂基本消失。印支期开始的中国两大板块碰撞，虽然影响到整个秦岭地区，但陆陆碰撞造山主要表现在桐柏山以东地区，愈向东，地壳的消减和挤压抬升愈激烈。热流分布状态支持这一论点：利用航磁资料计算的居里面隆起区即高热流区有 2 处，一处在确山——社旗一带，另一处在大别山的岳西——天堂寨一带，和缝合带对应，热流贡献主要来自地幔，那么越是近期碰撞造山事件越有高热流表现：确山——社旗地区，即秦岭高热流区，计算热流量密度值为 71.6 m W/m^2 ，大别山高热流区最高热流量密度值可达 116.2 m W/m^2 ，分别与曾融生提供的加里东褶皱带、中生代活化区热流量密度值完全一致^[238]。由此说明秦岭造山带主要热事件与加里东运动有关，桐柏山——大别山以印支—燕山期碰撞造山运动为主，并伴随强烈热事件发生。

6.2 大别山地层构成

位于秦岭—大别造山带东段的大别山造山带核部，基本构造格架表现为近东西向展布的强变形带及由它们分隔或被它们夹持的、变形程度相对较弱的弱变形域相间排列的网结状构造轮廓。由于多期次构造变形与岩浆活动的影响，致使大别山地层呈团块状或呈残留体的形式零星分布。在地质构造上同西部的桐柏联在一起，根据航磁阴影图做出了本区构造线图，它们和断裂、岩性界线、破碎带、岩体及走滑扭转构造等有关，如图 6.2 所示^[237]。以具区域性和分划性的龟（山）—梅（山）断裂（凉亭韧性剪切带）、磨子潭—晓天断裂（八里畈韧性剪切带）为界，将大别山划分为三个变形带：北秦岭变形带、南秦岭变形带及大别核杂岩变形带。其中南秦岭变形带又以桐（柏）—商（城）断裂为界分为南秦岭变形带南、北两个亚带。

根据区域地质研究成果，变质地层分区属秦岭地层区，其中以龟（山）—梅（山）断裂（凉亭韧性剪切带）为界，北侧属北秦岭地层分区；南侧属南秦岭地层分区，在该分区内又以桐（柏）—商（城）断裂为界，分成信阳、新县两个小区；北部中生界地层为变质基底的盖层岩系。



1—线形构造线; 2—环形构造线; 3—弧形构造线

图 6.2 大别山地区航磁阴影图像解译构造线^[237] (邹宗濂, 王润生, 2000)

6.3 大别山岩浆活动

大别山位于秦岭—大别造山带东端, 在中国大陆形成与演化中占有突出的位置。在其漫长的构造演化中, 经历了多期次的伸展裂解、汇聚拼贴, 直到印支期陆内俯冲作用的全面造山, 形成一个独具特色的典型的结构复杂的复合型造山带。其构造变形复杂, 岩浆活动频繁, 地层分布零星、时代跨度较大。大别山在漫长的地质演化过程中, 在不同的地质时期形成不同的沉积建造, 产生不同的变形变质和复杂的岩浆活动。

6.3.1 岩浆活动周期

大别山地区岩浆活动频繁^[229]。岩浆活动在大别山造山带形成演化过程中表现十分强烈, 岩浆岩在大别山极为常见, 是大别山主要物质组成。与大别山地质地貌、地质景观息息相关的为燕山中晚期的岩浆活动。北淮阳地区, 在早元

古代地槽时期，在未充分扩张的拉张环境下，发生了基性和酸性喷发，具有双火山岩套特点。早白垩纪以来，主要是陆相火山喷发，岩性为碱性系列。在岳西地区，在晚太古代优地槽时期，中基性和中酸性火山岩间歇性喷发；在太古代地槽褶皱阶段，地槽凹陷沉积物经深熔作用而形成大量的混合花岗岩类。

大别山地区经过长期的岩浆活动之后，到第三纪大别山开始抬升，基本形成现在的三级地貌—中山、低山、丘陵；在渐新世—中新世初，地壳又趋于稳定，而进入第二次准平原化时期，使地面趋于夷平；中新世中期，地壳又开始抬升，到上新世运动幅度相对减弱^[239、240]。

第四纪早更新世—中更新世，发生更强烈的断块升降运动，以前所形成的三级夷平面普遍被抬升和破坏，使夷平面分布更复杂，且在山前地带和山间盆地堆积了洪积—冲积物和冰缘堆积。晚更新世末—全新世，气候转暖，海面回升，河流强烈淤积，将过去形成的湖泊进一步扩展，又形成一系列新的构造沉溺湖、淤积雍塞湖、河道废弃湖等各种成因的大小湖泊，是重要的成湖时期：这一时期各科，地貌类型发展更成熟，山地高度、起伏加大，丘陵被进一步切割普遍分布于高、低谷地，台地被冲刷改造，低夷平面被抬高百多米，河湖沉积作用加剧，广泛发育冲积平原、湖积平原和沙洲^[240]，由此现代地貌基本形成。

6.3.2 断块山地

大别山的岩浆活动的主要外在表现是形成断块山地，其四周被北东向的宿松—响水口断裂(宿松—桐城段)，北西向的襄樊—广济断裂，近东西向的晓天—磨子潭断裂和金寨—龙河口断裂所围限。大别山边界断裂带的差异性升降运动在地貌上又表现为次一级的断块山和断陷盆地，形态较为完整的有：大别山东南麓的孔城断陷盆地和宿松断陷盆地，大别山北麓沿晓天—磨子潭断裂分布的东西溪断陷盆地和晓天断陷盆地，沿北东向霍山—一定远断裂分布的防虎山断块山、丰乐河断陷盆地、复南山断块山、霍山断陷盆地、三尖寨断块山、东西溪断陷盆地。这一系列成北东向排列的“盆、山”带位于近东西向的肥西—韩摆渡断裂、金寨—龙河口断裂、晓天—磨子潭断裂和北东向的霍山—一定远断裂的交汇处，显示出系受上述断裂分段活动的控制。霍山和六安之间的一系列中强震均分布在这一列“盆、山”带的西缘，表明两者之间有密切的成生联系。

6.3.3 榴辉岩浆

大别山的榴辉岩带是全球规模最大、出露最完整的高压—超高压变质带的“根带”部分，令世人瞩目。榴辉岩带从构造走势看是大别—苏鲁造山带的一部分，是国内外稀有的地质遗迹资源^[245]，是进行科学考察、调查研究的理想基地。大别山由西北向东南延伸，在黄梅附近转向东北，地势上为向南凸出的弧形山系，最高山峰超过 1500m。地貌上表现出地堑谷、断块山和断陷盆地的广泛分布、岗峦起伏、群峰突起的特点。该地区水系多呈格子状水系分布的形态，断裂构造严格控制了本区水系的发育；大别山在整个造山带走向和垂直走向的方向上都是中间高、两边低^[74]。

在后期不同构造的作用下分别形成了陡峭象形的山峰和奇石，给人以无穷的想象空间。在这里有许多著名景点，如猫儿石、豹子岩。猫儿石因山顶形似狸猫而得名，数十里之外可见，惟妙惟肖，气势雄伟。豹子岩，山石高耸，其形酷似一只豹子，威武地盘踞在山顶。此外，还有凌空飞架山端的仙人桥，长约 20 米，腾空 2 米多高，曲曲折折，沿山势依依而下；峰墙地貌，由于构造抬升，风化剥蚀，水侵冰劈，使得早期的火山岩冲刷崩塌，形成一道墙壁般蜿蜒曲折的山峰，令人感叹大自然和时间的力量。

花岗岩地貌不同的角度有着不同的风情。比如，石鼓寨，从不同角度看，有时如鼓，有时像海狮，有时似骆驼，有时似青蛙，十分有趣。在这里，无论是峻拔挺秀的山峰，还是蜿蜒曲折的山谷，处处都存在着风吹雨打的痕迹，一个个形态圆润弯曲的空洞，一处处形态各异的凹坑，无不记载着流水和风吹的声音，“水滴石穿”、“风如刀割”从这亿万年的岩石上得到了最好的验证。

6.4 大别山断裂构造

大别山的断裂带根据其形成的特点和构造趋势，基本划分为纵断裂和斜断裂两类。大别山地区 NWW 向和近 EW 向断裂与区域构造线走向一致，与重磁场以线性的变异带、梯级带和平直等值线一致，反映出不同级别和尺度的断块地质体的边界位置及南升北降的主要构造形迹。大别山地区的 NNW—NW 向断裂与区

域构造线斜交重磁场,有明显的转折、错位和收敛,反映了断块体的后期水平位移及相对跌落与抬升的构造特征,表现为由南往北不断朝西北方向相对推进的构造特点^[239]。

依据非现代板块陆陆碰撞所形成的混杂岩片、双变质带的分布,以及相应产生不同的地球物理、地球化学场特征信息,地质工作者于1993年在桐柏山—大别山造山带内,以地球物理依据为主拟定了一条有一定宽度和被后期构造运动改造了的陆陆碰撞缝合带,即草店—宣化店—天堂寨中央缝合带。根据超高压变质带变质矿物绝对年龄测定结果,主碰撞期为印支期至燕山期^[241]。邹宗濂等认为该缝合带应是华北、扬子两大陆块最后一次碰撞的真正缝合带。以此为界,将大别地块分割成地层、岩浆岩、变形变质等及其地球物理、地球化学特征均不相同的南北2个构造块体,称之为北大别岛弧和南大别(扬子)前陆折返带,后者以高压、超高压变质岩带组成,其北侧分布有混合杂岩剪切带^[227],如图6.3。

6.5 大别山地貌特征

6.5.1 出露杂岩多样

大别山的岩浆活动造就了其独特的地质外貌特征和地理位置特点,从特殊的地理位置看,它与东、西两端的张八岭和桐柏山合称淮阳山脉,是长江水系和淮河水系的分水岭。大别山地区岗峦起伏,群峰突起,高峰多集中在三省交界处。山体在太湖、宿松、黄梅、蕲春地区向南凸出呈“盾”形。本区地貌发育过程与构造,尤其断裂活动有密切关系,并造就了主要的构造地貌类型^[242]。“天堂寨岩体”周边出露的大别杂岩最大年龄可达26.6亿年,在漫长而复杂的地质历史中,地壳构造运动在大别杂岩中留下了清晰的痕迹,从区域尺度到显微尺度的各种构造现象应有尽有。大别山出露的大别杂岩岩石类型多样,表现清晰,可作为研究大别造山带基底物质组成和演化的重要窗口,具有很高的学术研究价值。

壳在第三纪末期或第四纪初期以来沿着断裂作差异性升降运动,使得地貌上又表现为地堑谷、断块山和断陷盆地斑块状镶嵌于山体之中。这种地貌形态较为完整的有大别山北麓的霍山地堑,圆洞山断块山,晓天-磨子潭断陷盆地以及大别山东南麓的桐城断陷盆地,宿松断陷盆地,还有湖北境内的麻城断陷盆地和蕲春断陷盆地^[79]。在卫片上以明显的北向高山和深谷分布为特征。

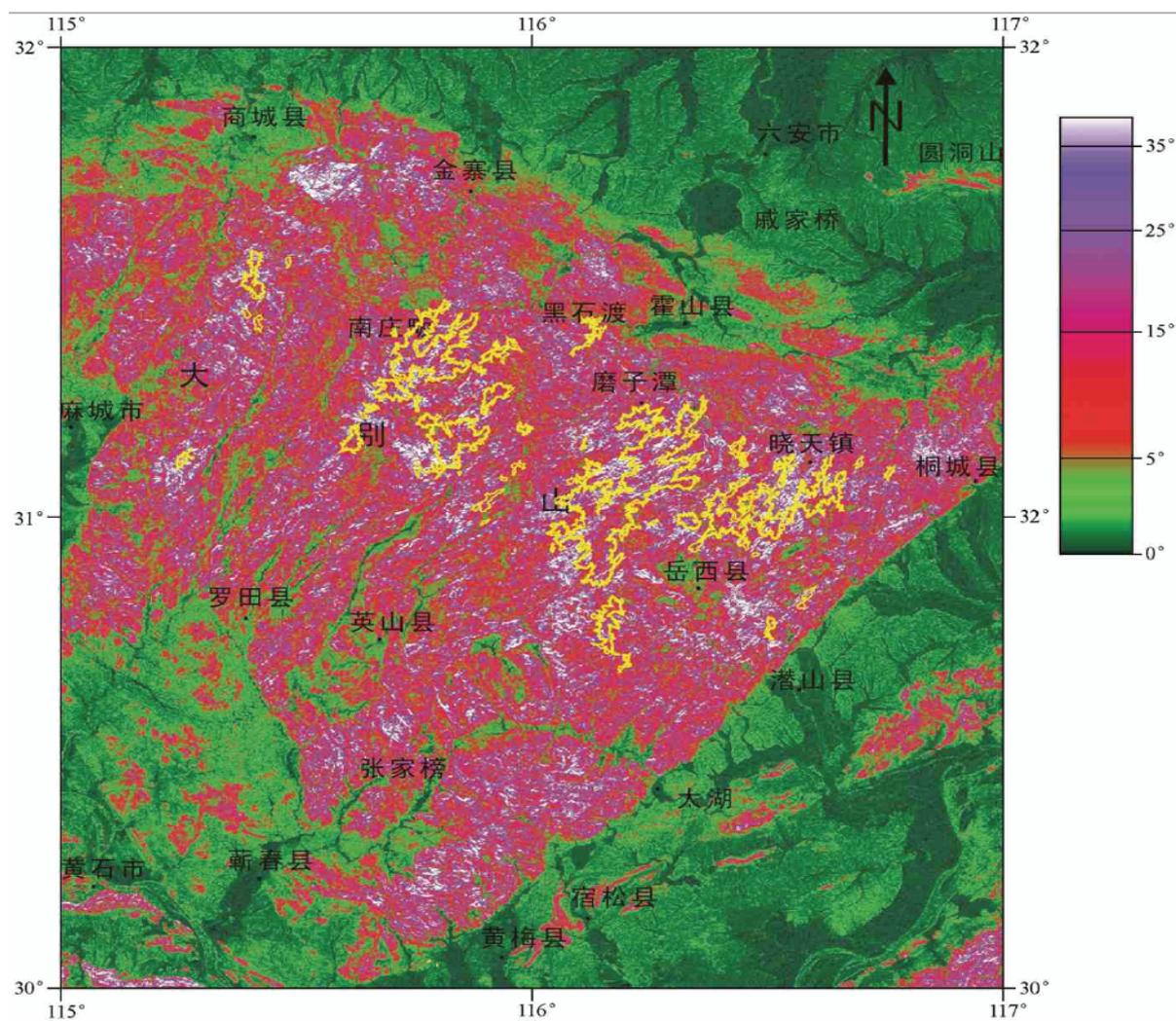


图 6.4 大别山坡度图 (程三友, 刘少峰, 2005)

6.5.3 夷平面层次分明

夷平面是地壳处于相对稳定的状态下,外力作用将地表不同岩性、不同构造、不同高程的地形剥蚀夷平为一个比较开阔波状起伏的面。是剥蚀地貌发展

的终极形态，见于山区及丘陵。根据大别山夷平面的形态、分布与形成时代分别命名为“大别山期夷平面”、“霍山期夷平面”和“淮南期夷平面”，后期的断裂活动常使同一级夷平面分布在不同的高程上^[242]。大别山期夷平面(III)分布在700—1800米高程上，以峰顶面和山脊面的形式存在。峰顶面高程1500—1800米，山脊面大多在1000米左右，这一夷平面形成于白垩纪晚期。霍山期夷平面(II)位于大别山期夷平面外围，分布在400米左右的高程上，为村落和“梯田”集中的地方，地名上多称为“贩”、“坳”、“坪”或“台”。这一夷平面形成于早第三纪。淮南期夷平面(I)分布在大别山周围的山麓地带，高程100米左右，基本上可与江淮丘陵区的准平原面相对比，这一级夷平面形成于新第三纪。

6.5.4 形成地质旅游遗迹环境

大别山的地质活动所形成的一系列的区域性深大断裂和地质地貌特点，是形成地质旅游资源的天然条件。如龟—梅断裂、桐—商断裂等，保存了韧性剪切和后期脆性叠加的构造活动遗迹，特别是燕山期形成的近南北向商—麻断裂以及其派生的北东向断裂共同造成了汤泉池温泉的形成，使其成为闻名的疗养胜地。汤泉池位于商城县西南20公里的雷山脚下，水温56℃~58℃，富含硫、镁、氢、氟、锶、钡、钛、硼等多种微量元素。汤泉池温泉出露于商城花岗岩体与变质岩的接触带，商（城）—麻（城）大断裂与北东向汤泉池断裂的交汇处。两大断裂为温泉水的补给、储存、运移、导入和涌出提供良好的空间和通道，从而造成了这一温泉的形成。因温泉周围重峦叠嶂，怪石嶙峋，湖光山色，景色宜人。

6.6 本章小结

大别山地质带位于华北陆块与扬子陆块间的秦岭—大别造山带，在中国大陆形成与演化中占有突出的位置。大别山的地质活动所形成的一系列的区域性深大断裂，是形成地质旅游资源的天然条件。大别山地区的火山活动造就了丰富的地质遗迹，其复式火山机构，由多个次级的锥状火山组成，在火山喷发的不同部位分别保存有火山流动构造、火山角砾构造，这些地质遗迹为孕育多种

地质旅游资源创造了条件。大别山为板块多次碰撞而形成的中原地区南北分界的天然屏障。在其漫长的构造演化中，经历了多期次的伸展裂解、汇聚拼贴，直到印支期陆内俯冲作用的全面造山，形成一个独具特色的典型的结构复杂的复合型造山带。大别山地区岩浆活动频繁，岩浆活动在大别山造山带形成演化过程中表现十分强烈，岩浆岩在大别山极为发育，是大别山主要物质组成，与大别山地质地貌、地质景观息息相关的为燕山中晚期的岩浆活动。大别杂岩最大年龄可达 26.6 亿年，在漫长而复杂的地质历史中，地壳构造运动在大别杂岩中留下了清晰的痕迹，从区域尺度到显微尺度的各种构造现象应有尽有。大别山出露的大别杂岩岩石类型多样，表现清晰，可作为研究大别造山带基底物质组成和演化的重要窗口。大别造山带地区水系多呈格子状水系分布的形态，在地貌上主要表现为某些河段的大角度转弯以及主支流近直角交汇。如龟—梅断裂、桐—商断裂等，保存了韧性剪切和后期脆性叠加的构造活动遗迹，特别是燕山期形成的近南北向商—麻断裂以及其派生的北东向断裂共同造成了一些温泉的形成。大别山夷平面的形态、分布与形成时代分别命名为“大别山期夷平面”、“霍山期夷平面”和“淮南期夷平面”，后期的断裂活动常使同一级夷平面分布在不同的高程上。

7 大别山地质旅游资源构成及开发现状

7.1 大别山地质旅游资源的构成

大别山横卧中原，逶迤绵亘，素以雄、奇、险、幽而闻名于世，主峰天堂寨海拔 1729 米，号称“中原第一峰”，位于大别山国家森林公园东北角，主峰周围无限风光，竞显风流。大别山作为南北分界的昆仑——秦岭中央造山带的东延部分，以其独特的地理特征和极高的地学研究价值而名扬世界。大别山在漫长的地质变迁中形成了峰峦叠翠、泉瀑争流，树古石奇等丰富地质旅游资源。

7.1.1 地质旅游资源丰富

大别山丰富的地质旅游资源在大别山区域内各处都有分布，但以湖北的天堂寨、吴家山、薄刀峰、桃花冲景区、青苔关和安徽的白马寨山地景观最具特色，观赏价值最高，构成大别山地质旅游资源主体。地质资源同优美的自然风光与丰富的人文景观相结合，形成独具特色的旅游资源基础，且气候适宜，冬暖夏凉，宜游宜居，使大别山地质旅游区开发更具潜力，是适合开展避暑度假、旅游观光以及会议旅游、科教、休养、健身、探险等活动的综合旅游区。

地质旅游资源最为集中的表现和存在方式是地质公园，仅从刚刚开发的大别山金刚台地质公园来看，它是扬子板块与华北板块的拼合部位，又是秦岭—大别山造山带的东段，赋存着丰富、系统、完整的大陆动力学研究系统，是研究秦岭—大别山造山带拼合、增生、喷发、侵入等深化过程的理想场所。在地质现象上，更是火山地貌、花岗岩地貌相依相偎，新老构造运动遗迹星罗棋布。尤其是奇特的火山地貌、典型的同源岩浆演化，堪称国内罕见，具有极高的观赏和保护价值。金刚台地质公园由金刚台景区和汤泉池景区组成，山地、丘陵、河谷、湖泊等各种地貌浑然一体，集典型性、稀有性、观赏性、科研价值、健身疗养等于一身。汤泉池位于信阳商城县西南 20km 的雷山脚下，水温 56—58℃，富含硫、镁、氢、氟、锶、钡、钛、硼等多种微量元素，对各种皮肤病、风湿性疾病有显著疗效^[206]。另外，黄冈英山温泉水质、水量号称“全国第二。六安

有丰富的铁矿等矿产资源，仅霍邱铁矿就蕴藏着近 20 亿吨铁矿石，为华东第一大矿。

7.1.1.1 多彩的岩石景观

强烈的地质岩浆活动，使大别山形成了丰富的岩石景观。大别山天堂寨园区的地质主体为距今约 1.3 亿年侵入的岩浆岩，被称为“天堂寨岩体”，岩性为二长花岗岩。岩体出露面积约 37km²，占天堂寨地质园区总面积的 90%，大部分地质遗迹及地貌景观皆分布在花岗岩体内。天堂寨花岗岩体具典型的球状风化特征，出露地表的岩石常呈球状体，表面圆滑、光洁，远眺似白马，如白象，构成奇特的岩石景观。大别山出露的条带状片麻岩，黑白条带相间，受多期构造变形变质作用，岩层强烈变形，揉折盘旋，异彩纷呈，形成了奇特、复杂的地质景观。大别山区内巨石丛生，突兀山腰，溪水从石中流下，如彩带飘在山间，形成岩瀑景观，如图 7.1。

7.1.1.2 奇特峰丛地貌

大别山花岗岩峰林的形成是由多方面因素共同作用形成的，地壳的抬升和风化剥蚀是基本条件，加上岩石特征条件（不同的岩石类型、结构构造和矿物成份等）、构造条件（岩体中断裂发育程度、节理密度、节理产状等）、水流作用和温差、冰劈等因素，造就了园区花岗岩的峰丛地貌和千姿百态的奇石景观。我们可以看到金寨以东有莲花山，金寨盆地以北、史河以西有悬剑山，而在金寨盆地以西及其以南有一系列向南伸展的山脊，如冲歧岭、大歧岭、三官殿、三省溜、和尚溜、锯儿齿、天堂岩等，明显看到北向高山深谷分布，由而推断，在金寨南北存在着一个受东西向挤压、向南北延长的地带，大别山东北地区的北东—南西走向和北西—南东走向的冲断层中存在着水平扭动的成分。在东经 115°20′至 116°之间，由东往西约 60 公里平距内，见到南北向构造约 10 个条带，构成南北向高山和深谷相间的构造地貌带，其中金寨县境内的东葛山—女人尖和班竹园—陡岭察两带延续达 90 公里，这一带是最明显的南北向山系，控制了南北向构造。如图 7.2。

地处大别山腹地的天堂寨的地质主体为燕山期侵入的中酸性花岗岩。雄伟壮观的花岗岩群峰耸立在万山丛中，铸就了大别山的脊梁，成为长江与淮河两大水系的分水岭。主体周围海拔高度在 1000 米以上的山峰有 36 座之多，其峰丛

地貌之雄、之奇、之险，堪与著名的黄山花岗岩地貌相媲美。如白马峰，其海拔 1480 米，由马鞍、马背和马尾构成，绵延数十里。山峰西侧千米绝壁，万丈深渊；山脊上岩石裸露，雄奇险峻。岩性为二长花岗岩。情侣峰（姊妹石）岩性为二长花岗岩，垂直节理发育，为重力崩塌、风化剥蚀而成。两石齐秀，并肩，状似姐妹。龙剑峰，该山峰横列、峰如卧龙。随处可见的奇石奇松，造型秀丽多姿。五龙朝天堂，一山五峰，曲曲蜿蜒，如五龙朝向天堂，情态动人。

大别山东悬剑山，海拔 915 米，总面积 25 平方公里，孤峰突兀，峭壁峥嵘，涧深谷幽，洞穴交错，奇松怪石，遍布景点。蜃景虚幻，夏荫冬凌，四季有景，各具特色，令旅游观光者流连忘返、拍手称奇。悬剑山的美，美在它有黄山的灵秀。北寨峭壁上屹立着一块重十余吨的巨石，山风吹来，徐徐晃动，令人叹为观止。奇松遍布景点，卧龙松如卧龙盘踞；凤尾松如彩凤栖崖；仙山迎客松伸出热情的臂膀，笑迎八方宾朋；钻石松生长在绝壁的石缝中，表现了坚韧和顽强的生命力……棵棵奇特，各具风采，姿态万千；奇石罗列连绵十余里，像龟、似猴、如罗汉，数不胜数。更为大自然造化神奇的是一块酷似人五官轮廓的仙人石，重十余吨，赫然耸立在绝顶边沿，额头、眉眶、鼻梁、下巴似人工雕凿而成，栩栩如生，如一个身高千米顶天立地的威武巨人，又像一个活灵活现的石僧。南寨有三仙上山石、石笋林、石奶、石谷、飞来石、山鹰探宝、回音潭、一线天、擦主台、南天一柱、南天门、救命石、神仙路、伯卿坟等。

7.1.1.3 变幻无穷的地质水景

大别山水资源甚为丰富，遍布水景既壮观又多彩。水系的发育是在一定的地貌、地质条件下形成的，因此它在某种程度上反映了地貌的特征。通过地貌分析图还可以看出，大别造山带地区水系多呈格子状水系分布的形态，在地貌上主要表现为某些河段的大角度转弯以及主支流近直角交汇，如在黑石渡-霍山等河段发生大角度转弯，在罗田县上方的河流支流与主流的近直角交汇，麻城市的河流也有大角度的转弯和支流与主流的近直角交汇，反映出断裂构造严格控制本区水系发育的地貌特点^[79]。本区主要水系明显受断裂构造控制，明显的有二个地带：(1)大别山北麓西段晓天一磨子潭断裂与肥西-韩摆渡断裂之间的地段，如：尾河自佛子岭至六安河段长达 70 公里范围内有三处大角度转弯（黑石渡-霍山河段，西两河口-李家庄河段，韩摆渡-六安河段），史河上游胭脂一

丁埠河段，走向北西西，长达 20 多公里，它与源自山区的数条支流成直角相交，其位置与晓天一磨子潭断裂完全一致，在丁埠附近流向突然转向北北东；(2) 大别山东南麓的灌河、潜水、长河、皖水等水系的上游地区主流与支流直角交汇的现象很普遍，其中长河由北西向东南从大别山区流向山麓平原在罗湾附近流向突然直角转向东北，被改造的河段长 22 公里，其空间位置正好与北东的头坡断裂相吻合。上述水系在穿越某些断裂带的地段均成典型的格子状水系。

在天堂寨具有“东南第一清白地，山是本色水是源”，“踏遍黄峨岱与庐，唯有天堂水最佳”的水景美誉。这里有白链长垂、一落千丈的悬崖瀑布，如大别山九影瀑布，其落差 71 米、宽 8 米，为岩性差异及断层作用形成。瀑布底端二长花岗岩呈岩床侵入到角闪斜长片麻岩中，下有深潭，潭面 30 平方米，四季不涸，瀑布水帘凌空而下，响声轰鸣。如图 7.3 所示，山上飞瀑直下，山底泉水清荡。垂帘瀑布，落差 44 米、宽 10—15 米，悬崖绝壁，为断层型瀑布，倾向北，倾角较直立，潭的下方可见二长花岗岩岩体有大别杂岩捕虏体，大小不等。有异彩纷呈、晶莹剔透的彩池碧潭，如凤龙潭，潭口呈园形，直径约 7—8 米，向下约 2 米，直径约 10 左右，流水沿节理走向冲刷而下，潭壁光滑，深度不详。上为瀑布，落差 15 米，宽度 3 米。黑龙潭，潭状为长方形，长约 40 米、宽约 10 米、深约 10 米，潭上方为流水沿节理面流下，产状为 $10^{\circ} \angle 45^{\circ}$ ，两侧为陡崖，下方为滚石堆积。有风光旖旎、谷深水冽的峡谷涧溪。它们的形成多与断裂、节理、裂隙、差异风化及流水淘蚀等作用有关，是地质作用过程中形成的一幅幅山水画卷。

7.1.1.4 形态各异的洞室

大别山地区的火山活动造就了丰富的地质遗迹，其复式火山机构，由多个次级的锥状火山组成，在火山喷发的不同部位分别保存有火山流动构造、火山角砾构造，这些地质遗迹为孕育多种地质旅游资源创造了条件。洞室在大别山内分布较为广泛，主要洞室类型为：流水淘蚀洞穴，分布在峡谷之中，洞穴由流水淘蚀作用形成，洞穴规模小，洞口光滑圆润，洞底五色彩石铺垫，如白马峡谷中诸洞穴。堆积洞穴，指大块岩石经崩塌滚落堆迭而成，规模不大，洞口形态各异，如水帘洞、神仙居等。

7.1.1.5 迂回曲折的峡谷

区内异峰突起的火山岩，典型的同源岩浆演化，配以古老的地层组合，勾勒了大别山区域内丰富的地质峡谷风貌。诸如火山机构、火山锥，具有地域特色的断裂构造等。主要分布在花岗岩区的高海拔地带或变质岩区的深切割区。大别山内以白马峡谷为代表的峡谷，通常发育在构造运动抬升或谷坡由坚硬岩石组成的地段，谷坡陡峭，谷底时而狭窄，时而开阔。如沿晓天一磨子潭断裂分布的关岳庙盆地、龙井冲盆地、东西溪盆地、河棚盆地等，成串珠状排列，通常盆地南壁比北壁陡峭。大别山东南部的岳西盆地、寺前河盆地、响汤盆地、石关盆地、首蒲潭盆地的地貌形态和发育历史也大体相同。

7.1.2 地质与其它旅游资源共生互融

大别山独特的地质特征和南北分界的地理区位，使得其孕育了丰富的其他旅游资源，这些旅游资源既与地质旅游资源互生互依，又与地质旅游资源相映成景。其它主要旅游资源有：

生态旅游资源。大别山区原始生态保存好，有大别山、三角山、天台山、吴家山 4 家国家级森林公园和近 10 家省级森林公园。大别山是物种的宝库，为全国 6 大基因库之一。据调查，其中既有国家珍贵保护植物如银杏、青钱柳、香果树，又有享誉国内外的茯苓、板栗、云雾茶，还有造型奇特的岩松、石隙兰。屹天堂寨，被誉为“华东最后一块原始森林”，总面积 120 km²，主峰海拔 1729m，为大别山主峰之一。山间云雾缭绕，如海中蜃景，形成云海奇观，如图 7.4。天堂寨共有植物 1746 种，其中国家级保护植物 60 多种，各类动物 200 多种，年均气温 12.6℃，空气湿度 85%，负氧离子含量高，被誉为天然氧吧、森林浴场^[246]。

红色旅游资源丰富。大别山是一片红色的热土，中国革命的圣地。这里不仅建立了近代中国六大解放区之一的鄂豫皖革命根据地，还诞生了两位国家主席，四百多位将军。由于大别山所处的特殊地理位置（三省交界以及安徽通向湖北东部的要道）和特殊地形（中山地带），自古就是农民运动活跃的地方。近代更是“反围剿战争”和“解放战争”的一个重要战场。刘、邓大军“千里跃进



图7.1大别山岩瀑



图7.2大别山奇峰



图7.3大别山飞瀑



图 7.4 大别山云海图



图 7.5 鄂豫皖苏区革命烈士陵园

大别山”是妇孺皆知、名扬天下的重要事件。大别山留下了大量的革命遗址遗

迹以及纪念物，是鄂豫皖重要根据地之一，更是刘邓大军活动的主要区域，在中国革命历史进程中有着极其重要的地位。革命博物馆、皖西烈士纪念馆、红军纪念堂等纪念馆以及当时苏维埃政府所在地等一大批革命遗址，成为著名的爱国主义教育基地。见图 7.5 革命烈士陵园之类的红色教育景点有多处。2004 年 12 月，大别山作为全国 12 个“重点红色旅游区”写进了《2004~2010 全国红色旅游发展规划纲要》，被定为全国著名的 12 大红色旅游基地之一。

特色农产品资源丰富。自古以来，大别山区盛产闻名全国的板栗、六安茶、信阳毛尖等农产品，对提升旅游文化品位起到至关重要的作用。在黄冈有古代列为朝廷贡品的茧丝绸、英山茶叶、蕲春四宝(蛇、龟、竹、艾)、浠水巴河多孔藕；有曾在巴拿马国际博览会上获金奖的黄梅挑花、武穴章水泉竹器、罗田茯苓板栗、英山桔梗和余正泰粉丝；还有桑、麻、茶、药、竹、柳、白鹅、粮油等丰富的农产品资源等^[205]。在 2007 年 1 月份，英山乌云山茶叶公园和罗田九资河圣人堂村被列为全国农业旅游示范点，两条线路列为武汉城市圈 8 条精品线路。可以充分利用这一资源优势，大力开发农业旅游资源，形成集观光、种植于一体的现代农业旅游产业。

历史文化资源丰富。从文化遗存来说，8000 多年前大别山就有人类定居，留下众多的名寨、名城、名寺、名塔，令人神往；大别山区古色斑驳、名人辈出，古有鸬鹚之役、李成之乱、陆逊追曹、徐寿辉起义称帝、马朝柱天堂聚义、太平军浴血奋战松子关。亦有东坡赤壁、李时珍纪念馆、四祖寺、五祖寺等文化旅游景点，寿县古城、六安国王陵等古色旅游资源。现代则有地质学家李四光，爱国诗人学者闻一多等一大批影响中国乃至世界历史的科学、文化巨匠。这里也是历代迁客骚人留连之所，苏轼在此作二赋一词，徐寿辉反元曾在此建“天完国”，李贽客居麻城讲学著书，太平军转战鄂东等，留下了大量历史遗迹和名篇佳作^[205]。另外，大别山民风淳朴，民俗文化丰富，例如三百六十调情歌、高腔、采茶戏、高腔、采莲船、高跷、风行庙会，还有南调花鼓、北调花鼓、说说唱唱等等民间艺术，形式多样，丰富多彩。

7.1.3 地质旅游资源处于跨界地带

由于大别造山带是华北板块与扬子板块碰撞造山的产物，其南、北边界分

别为襄樊—广济断裂与明港—六安断裂，造山带东端被郑庐断裂截切向北平移到苏鲁地区，造山带西端通过南阳盆地与秦岭造山带连接。现今剥露面内的构造格局、岩浆组合与热年代印迹主体属于中生代以来浅部地质与中、深部热构造过程叠置产物，该区地层主要由岩浆岩和变质岩组成，沉积岩在地表几乎未出露。整区受北西向巨大断裂控制，中小规模断层少。这些特征标志着该区属活动地带。由于岩石古老、坚硬，加上岩浆活动频繁、构造变动的多次改造，构成了“悬崖陡立、怪石突兀”的整体景观特色^[10]。从地质构造图上可以看出，行政边界并不是以大别山的地质断裂为边界的，地层的整体性往往被行政边界分割。大别山地质旅游资源处在跨省交界地带的主要表现是地质断裂和岩层分布往往跨越几个省区，地质遗迹在几个省（县）边界都存在，由地质遗迹索形成的地质旅游资源就主要蕴藏在跨界区域。例如，有“中原第一峰”之称的大别山主峰——天堂寨就处于安徽与湖北两省交界地带。

7.2 大别山地质旅游资源开发现状

7.2.1 大别山区基本情况

大别山地处中国中原地带，雄居河南、湖北、安徽三省交界处，长江、淮河之间，邻近两大省会城市武汉、合肥，俯视黄冈、信阳、安庆等中原古城，联南贯北，承东起西。区位条件得天独厚，市场腹地广阔。截至2007年底，大别山行政区划上涵盖3省6市（六安、信阳、安庆、黄冈、随州、孝感）、36县（市）（麻城、罗田、英山、红安、金寨、霍山、岳西、商城等），人口2300多万，面积 $5.8 \times 10^4 \text{ km}^2$ ^[202] 行政区图见图7.6。

其中绝大部分是农村人口，是我国著名的革命老区、贫困山区、落后山区。地理分布图见图7.7。该区处在亚热带向温带的过渡地带，区内有18个国家级贫困县（区）。2004年，区内人均GDP仅3733元，为全国同期平均水平的35.5%；人均城镇居民可支配收入5975元，为全国平均水平的63.0%；农民人均纯收入2340元，仅为全国平均水平的79.6%^[72]



图 7.6 大别山行政简图(葛玉香制作 2008) [247]

大别山对外交通便利,东与安徽省合肥市相连,南与安庆市、九江市接壤,西与武汉市毗邻,北接近郑州市。交通非常便利,这里不仅有长江黄金水道;还有 105、106、107、206、312、318 国道和京珠、沪蓉高速公路贯穿其中,目前正在建设的高速公路有:合(肥)武(汉)、阜(阳)六(安)、阿(荣旗)深(圳)、西(安)合(肥)、商(城)景(德镇)高速;铁路有:高速合九铁路、京九铁路、宁西铁路。它与周边半径 500km 之内的 9 个省会的交通十分便利,此空间格局为大别山地区的红色旅游资源的开发提供了良好的条件,有利于旅游市场的形成。(图 7.8)。

7.2.2 地质旅游资源开发进展

7.2.2.1 依托地质资源,建立地质公园

在地质资源开发方面,安徽省已经根据大别山的资源现状作出了相应的地质公园规划和开发。例如,六安建设了大别山(六安)国家地质公园,该公园地处大别山隆起的核心部位和北淮阳褶皱带的东段,复杂的地质背景形成各类地质遗迹,是为数不多的集花岗岩地貌、变质岩地貌、火山岩地貌、构造地貌及丹霞地貌为一体的综合性园区^[45]。开发了红石谷地质公园,该区位于安徽省金寨县东北部,地处大别山北麓。旅游资源丰富,植被繁盛,主题景区分为红石谷国家地质公园、将军湖(响洪甸水库)以及中国十大名茶“六安瓜片”原产地

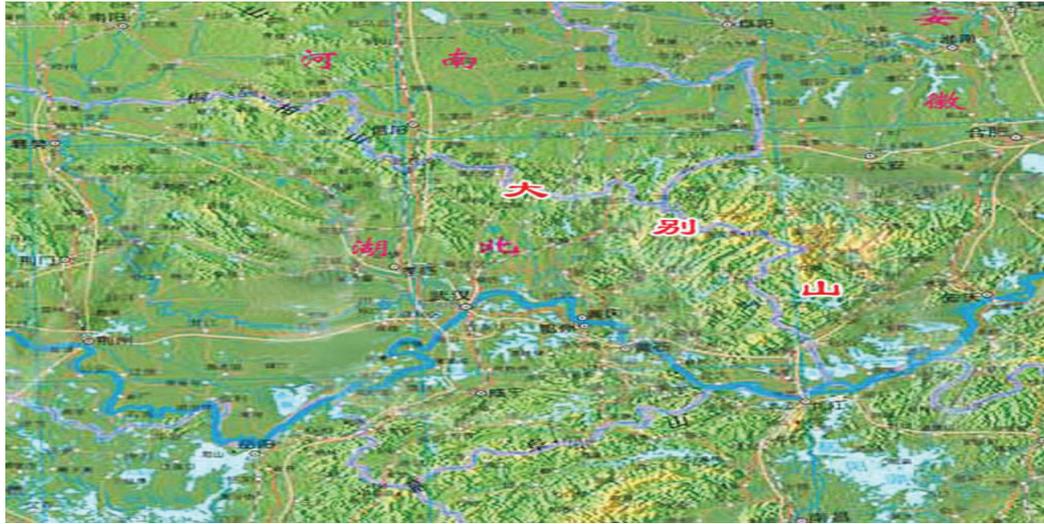


图 7.7 大别山地理分布图

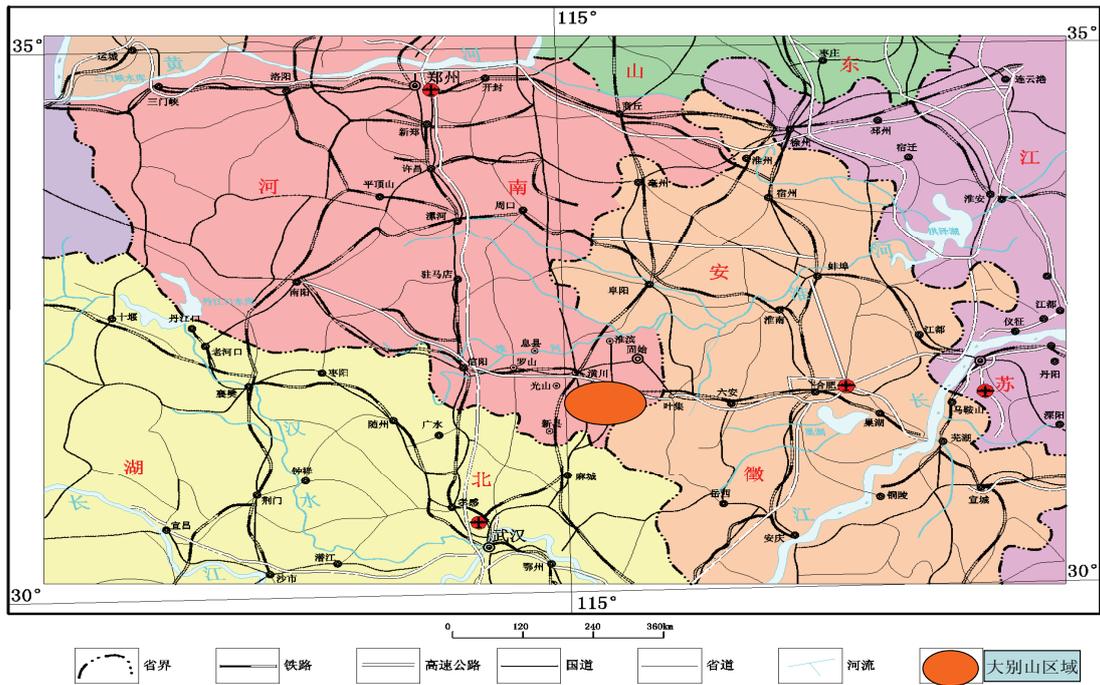


图 7.8 大别山主要交通状况

生态观光园三大板块，景区面积 237.05 平方公里。红石谷国家地质公园，是国内少有的“红石”景观区，也是大别山国家地质公园主要园区之一。红石谷峡谷内东侧为变质岩，西侧为火山岩。全长 7 公里，经过 5 亿年漫长的地质演化，造就了瑰丽的峡谷景观，以“28 峰、72 洞、36 怪石、12 道瀑布”著称。

河南省开发了金刚台国家地质公园，该公园位于信阳市商城县东南，地处豫皖两省交界处，因奇石纵横、形似金刚而得名，由金刚台景区和汤泉池景区组成。园区山地、丘陵、河谷、湖泊等各种地貌浑然一体，园区内名胜古迹、红色遗址、地质遗迹、生物资源和人文遗产等集典型性、稀有性、观赏性、科研价值、健身疗养等于一身。

2006年，湖北省以黄冈市为主导开始申请大别山(黄冈)国家地质公园。目前，此项工作一直在进行。大别山(黄冈)国家地质公园，能有效地保护大别山(黄冈)地质遗迹，整合黄冈的地质环境、地质遗迹、人文资源、温泉度假、红色旅游和绿色观光等资源，打造大别山(黄冈)国家地质公园品牌，弘扬革命老区精神，提高黄冈知名度，发展黄冈旅游业，促进经济社会快速发展。

7.2.2.2 融地质遗迹构建旅游景区

大别山跨省各区依托地质旅游资源和其它丰富旅游资源建设了多处旅游景区，其中主要以森林公园和生态公园为主。主要景区有：

河南省香山湖国家水利风景区。该区处鄂豫皖结合部的新县，位于县城东南6公里处，京九铁路横穿县境，距景区直线距离2公里，南距武汉160公里，北距信阳110公里，郑州290公里。距京珠高速公路信阳段入口80公里，属淮河水系潢河上游，由人工内陆湖形成的水利自然风景区。香山湖景区是一个生态保护型观光旅游地，辅以多种自然及人文景观的综合型景区。“人与自然和谐相处，山水园林相得益彰”构成香山湖独特的旅游景观。大坝南侧，海拔297米的香炉峰拔地而起，峰间奇石密布，曲径通幽。玉兔石、一线天、蜗牛石等自然景观，形态逼真，栩栩如生。湖区修竹茂林间有一座历史悠久的古刹普济寺，终年香火不断。主要景观有香炉峰、大坝雄关、普济寺、灵猫石、观音望湖石、天梯、疗养院、别有洞天、佛缘石等40多个。主要景点还有韩山千年古树紫藤林，千亩生态茶园，长成铝业集团培训疗养基地等。盛产板栗、绿茶，其中以“香山翠峰”为代表的绿茶多次获得大奖，另有“珍珠花”、“蕨菜”等十多种山野菜。

金兰山国家森林公园。该公园位于河南省信阳市新县境内大别山南麓，京九铁路、阿深高速、106国道、南信叶线、1655线均在新县建站通过，距信阳120公里、武汉天河机场160公里、新县县城2公里，是以森林生态、人文景

观为主的自然风景区。金兰山公园总面积 33.4 平方公里，森林覆盖率 98.1%，原始生态保存完好，区内山峰 300 余座，最高峰大风尖 817 米，由金兰山、连康山、西大山、九龙潭四大景区构成。区内物种繁多，自然资源丰富，属典型的亚热带向暖温带过渡地带，是我国华东、华中、华北三大植物区系交汇处和我国动植物南迁北移的缓冲带，共有国家重点保护动物 34 种，国家重点保护植物 19 种，既是科学考察、野营探险、教学实习的重要场所，又是旅游休闲、健身娱乐、避暑度假的理想胜地，集雄、奇、幽、秀、灵于一体，兼峰、石、潭、瀑、林于一身，并以悠悠道观群、玄妙圣人谷闻名于世。主要景点有金兰山、连康山、西大山、九龙潭等。

灵山风景名胜区。该区位于河南省罗山县西南部境内，西南分别与信阳鸡公山管理区、湖北省大悟县交界，东连鸡笼山，西邻鸡公山、南湾湖，含六大景区：灵山寺景区、逍遥洞景区、金顶景区、龙凤祥林景区、龙牙寺景区、九里落雁湖景区，景区总面积 61.5 平方公里，西距京广铁路和 107 国道 40 公里，东至京九铁路 50 公里、开武公路 28 公里，北到信叶高速 20 公里、312 国道 30 公里、南信（阳）叶（集）路 10 公里，南有旅游公路与鸡公山相连，京珠高速公路从灵山脚下通过并在涩港留有一出口，景区南边的 2.5 公里处另一出口也即将开放，罗山、伍家坡、鸡公山、大悟、信阳常有公交车来此。

鸡公山风景名胜区。该区位于大别山西端与桐柏山紧密相连，鸡公山有“青分楚豫、气压嵩衡”之美誉，历史上与庐山、北戴河、莫干山并称中国四大避暑胜地。早在一千四百年前的北魏时期，酈道元的《水经注》就有文字记载，其后众多名人骚客、达官显贵、富商巨贾也来山游玩，文人们留下了大量的赞美诗篇。上世纪初，平汉铁路通车以后，洋人蜂拥而至，二、三十年代达到鼎盛，经过百余年的发展，现已成为供人们旅游度假的风景区。1978 年国务院首批批准的对外开放的八大景区之一，1982 年列入全国第一批 44 个国家级重点风景名胜区，成为集自然景观为主、人文景观为辅，兼有疗养、避暑、旅游、观光、科研、实习、自然生态保护价值的山岳型风景名胜。

在湖北和安徽已经建有北罗田大别山国家森林公园、湖北英山吴家山森林公园、湖北英山桃花冲森林公园、安徽天堂寨国家森林公园、舒城万佛山国家森林公园、霍山地小南岳森林公园和岳西妙道山国家森林公园。其中的安徽天

天堂寨国家森林公园,森林覆盖率达到 95.4%,在国内景区中仅次于张家界,景区内建有索道、天街,一片“青山沉黛,风荡林海”的原始生态景色。大别山天堂寨处大别山腹地,山高林密,风景区为国家 4A 级风景区、大别山国家地质公园主园区、国家森林公园、国家级自然保护区。天堂寨风景区地理区位特殊,资源得天独厚。天堂寨位处华东、华中、华北三大植物区系交汇点。区域内气候湿润,空气优良,森林覆盖率达 96.5%,早晚雾气缭绕,这里是亚热带和北温带的过渡带,气候温和,雨量充沛,属大陆性湿润季风气候。空气湿润。天堂寨夏季平均温度 20℃,最高温度 28℃。因瀑布和森林物理作用产生电位差,空气中负氧离子含量高,负氧离子平均达 4.5 万/cm³,其中瀑布群景区的九影瀑负氧离子含量高达 13.5 万/cm³,置身天堂寨无疑就是置身天然氧吧,沐浴负氧离子含量如此之高的空气带来的周身舒畅和惬意。瀑布群景区有大小瀑布共计 108 道,形成山水、森林、奇峰等绚丽多彩的自然景观。被誉为“东南第一清白地、江淮无二纯净天”。天堂寨夏季清凉节的举办有先天条件和优势。

7.2.2.3 奠定了一定的旅游基础

大别山旅游开发始于 20 世纪 80 年代,具体来说,湖北、安徽、河南境内的情形又略有不同。鄂境大别山零星开发于 20 世纪 80 年代中期,2000 年以后进入快速发展阶段。由于自然环境优美,资源丰富,游客接待规模逐年上升。2000 年接待游客 5 万人次,2001 年接待 10 万人次,2003 年达到 25 万人次,2005 年达到 30 万人次,旅游总收入近 2 亿元。皖境大别山开发略早于湖北,势头良好。仅以安徽省金寨县的天堂寨国家森林公园为例,其面积和景点数为湖北大别山的十分之一,仅 1999 年接待游客 8 万多人次,收入接近 4500 万元,2004 年旅游收入超过一亿元。河南省较早开发的是信阳鸡公山风景区,20 世纪 80 年代后陆续开发了信阳罗山、商城、新县等地质、生态和红色旅游资源,奠定了一定的旅游产业基础。

7.2.2.4 旅游产业体系不断完善

跨界区域旅游产业体系不断完善。例如黄冈市红色旅游、绿色生态、古色文化旅游三大产品初具雏形,已基本形成了大别山生态旅游线、红色革命传统旅游线、佛教文化旅游线、名人文化旅游线、李时珍医药保健和溶洞探险等 5 条精品旅游线路。全市现有可供接待游客的景区(点)123 家,国家质量等级

旅游景区 3 家，旅游商品定点生产企业 3 家，旅行社 35 家，星级饭店 24 家，其中三星级 7 家，设有旅游院系的大专院校 2 所，中专 1 所，职高 5 所。全市已基本形成了以“食、住、行、游、购、娱”等要素为主体，其它关联产业为支撑，并具有一定规模和水平的旅游产业体系^[207]。

7.2.2.5 基础设施有相应改善

旅游基础设施建设投资规模不断扩大。为发展旅游业，大别山已经建立了一定规模的交通框架。山区交通以陆路为主，陆路又以公路为主，铁路为辅，水运的影响较弱。进入 90 年代大别山区交通基础设施建设有了很大改善，从区内看，已经基本实现乡乡通公路，村级公路普及率各县均已达 95%以上，基本形成以 105、106、206、312 和 318 国道为骨架，新县—红安、金寨—麻城、霍山—英山等为重点较为完善的公路网，公路运网密度已达 25 km/100 km²，高于全国平均水平，甚至高于周边某些地区。区内铁路通车里程较短，真正穿越内山是京九线河南新县到湖北麻城 80 多 km 路段。从区边来看，大别山区边缘地带是我国交通大动脉，东南有合九铁路及 206 国道(一级公路)，西南有京九铁路和黄冈至黄梅公路，北有合叶(合肥—叶集)高速公路及 312 国道。再向外西南、东南是黄金水道长江，北有淮河。以大别山天堂寨为中心，距交通大动脉直线距离最多不过 100 km。这种交通格局，对大别山来说远较其它贫困山区好，对大别山的经济发展也极为有利^[208]。如黄冈市先后安排旅游国债和旅游专项资金 2400 万元，促进了大别山国家森林公园、吴家山风景区、三角山、东坡赤壁等重点景区项目的开发建设。通过多方面融资的方式，累计投入 10 多亿元用于重点景区和旅游基础设施建设。外来客商投资黄冈旅游业前所未有。据不完全统计，黄冈旅游招商签约引资已超过 35 亿元，投入建设和到位资金近 8 亿元，旅游业已成为外来投资黄冈的热点和亮点。

7.2.2.6 跨区合作取得一定进展

大别山区域在早期的旅游开发中尽管有局部旅游合作，但真正的跨省合作始于 2005 年，该年 8 月鄂豫皖 3 省 6 市 36 县在安徽合肥召开红色旅游区域合作协调会议，就 3 省 6 市 36 县红色旅游区域建立“大别山旅游区域协作联合体”进行协商，并就相关方案达成了共识，开创了 3 省旅游合作的先河。2006 年大别山区县(市、区)际政协联席会议机制在新县顺利启动，并成功举行了第一届

联席会议。此后该联席会议每年轮值在成员单位由一县或数县联合举办。2007年，皖鄂初步达成合作开发天堂寨旅游资源协议，大别山跨界区域旅游资源整合开发又向前迈出了重要一步。此次合作目的是开发天堂寨旅游资源，共同打造以天堂寨为中心的大别山旅游圈。合作主要从“指导思想、合作目的、合作意向、共同遵守的事项和保障措施”等方面达成了共识，并最终形成了《合作开发天堂寨旅游资源协议》。此次合作意义深远，为双方进一步进行合作奠定了基础。同年，三省发表《大别山红色旅游区域协作联合宣言》，共同表示，将进一步加强区域旅游联合，建立大别山旅游区域协作联合体，以红色旅游为特色，以绿色旅游为主线，突出“千里跃进，将军故乡”主题形象，打造一批以原生态和红色旅游为品牌的旅游区。大别山红色旅游区域合作内容包括：共同保护绿色家园、共同编制旅游规划、共同叫响旅游品牌、共同开放旅游市场、共同推介红色旅游、共同培养旅游人才等。《宣言》指出，原生态是大别山旅游的最大资本，合作各方应继续努力，共同采取保护行动，努力实现大别山旅游持续增长；要着力打造一批重要的红色旅游经典景区、红色旅游精品线路、红色旅游名城镇，突出重点和主题，初步形成红色旅游骨干体系，把大别山地区建设成为在全国知名、独具特色的新兴红色旅游区；提炼感召力强的大别山精神，把大别山红色旅游品牌叫响。《宣言》还提出，要围绕“资源共享、信息共通、产品共推、合作共赢”的旅游大格局，积极构筑大别山无障碍旅游区；要合作编印大别山区域旅游指南和自助游手册，统一编写大别山红色旅游导游讲解词，绘制一张大别山旅游图，编导大别山文艺演出节目。《宣言》还就建立长效合作机制、信息交互机制、行为约束机制等问题达成一致意见，以建立三省区域旅游合作组织保障和长效机制，保障区域旅游合作关系的健康发展^[248]。

同时，加强对外宣传，大别山品牌在全国有一定知名度，特别是红色旅游品牌已经被大部分人认可。大别山区在丰富其高知名度的红色旅游资源的基础上，保证产品质量和特色，打造精品系列，加大宣传力度，多渠道、多手段进行市场推广，最终取得了良好的成绩。近年来，大别山区对外宣传部门积极与香港文汇报合作，香港文汇报、菲律宾商报、亚洲时报、联合早报、南洋商报等海外媒体也争相全面报道大别山红色旅游热潮。香港旅游网、香港贸发局网、香港商会网等也对此进行了报道，点击率一直居高不下。《中国旅游报》、新华

网、人民网、中国青年报、中国政府网、大别山旅游网、香港业洲电视、有线电视，澳门特区新闻局、澳门广播电视股份有限公司、澳门卫星电视、澳门星报等多家新闻媒体先后多次实地采访报道了大别山的红色旅游。这些报刊、电视及网络新闻报道，在世界各地掀起了大别山红色旅游宣传热潮。2005年以来，在大别山区宣传部门的积极努力下，数百家海内外媒体纷纷将镜头、笔触对准大别山红色旅游，通过报刊、电视、广播和网络，在世界各地掀起一波又一波的宣传热潮，让大别山红色旅游走向世界，持续升温、异常火爆。“红色故土、绿色大别山”已成为海内外知名的红色旅游品牌。

7.2.3 大别山地质旅游资源开发存在的问题

在旅游资源的开发过程中也存在一些问题，这些问题主要表现在以下几个方面：

7.2.3.1 缺乏统一完整的开发规划

大别山由于地处三省交界地带，区域面积广大，景点分散，导致各旅游景区景点本地化倾向比较明显，尽管各省都进行了区域旅游规划，但是没有从大别山整体情况出发进行旅游产业规划，旅游区域间缺少有效合作，没有形成合力，丰富的地质资源和自然景观、人文景观和革命遗址被孤立开发，同时由于在包装、宣传、促销上各自为政，已开发的资源显得散、乱、小、差，严重影响和制约了旅游资源的开发与利用。例如，在安徽省，大别山旅游资源的开发被纳入安徽省泛巢湖国家旅游区开发范围，该旅游开发区是指以合肥为中心，以巢湖、大别山为依托，皖中五市（合肥市、安庆市、巢湖市、滁州市、六安市）为载体，以两个高速路程为半径的国家旅游区。主要包括“一城、一湖、一山、一网”，城是合肥市，湖是巢湖，山是大别山及其余脉，网是以巢湖为中心的水系资源网和以合肥为中心的旅游产品网。区域定位要突出合肥全省旅游集散中心地位；突出巢湖，打造以滨湖城市与商务旅游为品牌的旅游区；突出天柱山，打造以地质地貌和禅宗文化为品牌的旅游区；突出大别山，打造以原生态和红色旅游为品牌的旅游区^[249]。

在河南省，大别山一直被列入省级“三山一河”旅游整体规划中。从该省旅游规划的内容看，大别山旅游区是“伏牛山-桐柏山-大别山”地质旅游资源

群的重要组成部分，该区内已开发的景点有灵宝的亚武山、洛宁的神灵寨、新安的郁山、平顶山的石人山、信阳的鸡公山和驻马店的岍山^[10]。

在湖北省，大别山旅游开发主要围绕武汉城市圈的发展规划为依托，以大别山地质旅游资源为主要吸引物开发了大别山国家森林公园，该公园位于罗田县北部高山区，公园分设天堂寨大别雄风自然风光游览区、青台关古关名刹游览区、薄刀峰避暑休闲游览区、九资河大别山田园风光游览区、天堂湖水上乐团等五个景区，公园总面积 300 平方公里。

可以看出，由于跨界区域的存在，各省在旅游规划中都是从本省的实际和全省需求出发，而不是从大别山的地质构造和资源分布特点的实际出发进行整体规划。由于缺少规划，导致在旅游资源开发过程中存在诸多问题。

存在争夺品牌的现象，一般而言，从旅游开发的角度来说，在行政边界区域形成的，为多个行政区分别拥有的旅游资源由于涉及到行政区划的界限，极易引起身份归属上的争议^[210]。随着当今生态旅游的广泛宣传和飞速发展，大别山各个地区又都在大打生态旅游牌，那到底谁才是真正的正宗、主导？为了把“大别山”这块金字招牌争取到手，各个县市各显神通，如湖北省罗田县打出了“大别山国家森林公园”的口号，安徽六安市打出了“大别山地质公园”的口号，金寨县不甘示弱，继而提出“红色大别山”的品牌。这种“大别山”身份上的争议，严重影响了大别山旅游的开发进程，使大别山的核心优势资源长期得不到有效开发，大别山的旅游整体影响力更是无从体现。

另外，边界模糊，争夺资源的现象也是缺少统一规划的表现。在中国经济转轨的过程中，由于行政区划对旅游开发的刚性约束作用，在旅游开发的过程中出现了具有过渡性质的“行政区旅游现象”^[250]。随着近年来生态旅游的异军突起，大别山的旅游价值被普遍重视起来，于是过去无人问津的落后大别山成为今日三方争夺的香饽饽，边界纠纷应运而生。这也直接导致大别山今日“模糊区划”、“南北分治”、“东种西伐”矛盾的产生，最终也直接影响到了大别山生态旅游业的持续发展。

大别山地质资源融于生态、红色、人文等旅游资源之中，由于缺少统一规划，未能很好将各自特色统筹规划到大别山旅游总体开发之中。同时，目前景区开发经营分散，点多面广，仅六安市多达 22 个，在大别山七八十公里范围内

就有天堂寨、白马尖、万佛湖、六万寨，在开拓市场等方面单兵作战，分散经营，互动性、互补性差，也难以体现大别山旅游业的整体形象，不利于提高旅游规模效益。

7.2.3.2 内部交通落后，制约旅游产业发展

内部交通建设滞后，该区对外交通已比较便利，但境内交通道路等级较低。近十几年来，随着经济的发展。大别山整体交通状况有了很大的改观。但离实现大别山旅游腾飞的需要还有很大的距离见表 7.1，可以看出大别山内部交通线路密度较低，交通等级不高。在信阳，四级以下公路占等级公路的 75 %。除了鸡公山、南湾湖、灵山寺外。大部分景区与交通干道之间的连接道路路况差，阴雨天车辆常常无法到达。景区内部道路建设也普遍滞后，严重影响到游客在景区内的游览^[251]。主要原因是大别山区内部大部分地区海拔都在 500m 左右，山虽不太高，但高差大，地面起伏大，河谷狭窄弯曲地形复杂，这就为交通建设带来了很大的难度。致使大别山区交通建设工程艰巨，造价昂贵。一般来说同样标准的铁路干线造价，平原地区只有山区的 1/2-2/3，公路造价山区也比平原和丘陵地区高出两倍和 60%，而且山区建设铁路、公路，技术要求高，又需延长运输线路，从而增加工程量和单位造价^[252]。同时，大别山区各县镇出山通道数量少，以安徽省内为例，区内各县一般只有一条较高等级公路(多为二、三级路面)作为出山通道，肩负着全县对外联系运输任务。而更为突出的是大别山区内 80%以上县的县城都位于山区边缘地带，部分位于周边丘陵上，而出山通道一般都以县城为起点，这样唯一的出山通道也因路程短而不能向内山辐射。故内山经济不能得到有效发展，形成明显的梯度发展模式，越向内山，经济发展越落后。县域经济整体也因此受到影响，唯一的出山通道，没能发挥其应有的作用，造成周边的交通大动脉对内山辐射作用不够强。整个区内形成以 312 国道、合九线、京九线为边的交通三角阴影区，越向内山阴影的色彩越浓^[250]。大别山区周边 3 省 30 多县虽是近邻，但由于长期以来缺少联系，跨境交通投资较少，除了国家投资改造的几条国道以外，其他类型的跨境交通很少修建，这也在根本上制约了大别山各县市生态旅游的合作开发^[250]。例如，以大别山主峰天堂寨为中心的两省三县(湖北省罗田县、英山县，安徽省的金寨县)森林公园田地相连，鸡犬相闻，2005 年之前竟然没有直通的公路，游人往来两边一直靠步行，严重制约

着两地旅游事业的发展。从大别山区的重点红色经典景区红安县到毗邻的另一红色经典景区新县，除路过的河南光山至湖北武汉的公共汽车外，没有直接到达的公共交通，除非包车或自己驾车，否则从红安到新县需要从红安县先乘车到红安县七里坪镇，然后从七里坪镇再到隶属七里坪镇管辖的箭厂河，之后才能再乘车前往新县。作为现代社会中相毗邻的两个县，作为相毗邻的两个红色经典县，这样的交通条件是与其地位不相称的。相毗邻的金寨县和麻城市也是如此，不能从一个县城乘车直达另一个县城。交通等基础设施严重制约着大别山区红色历史文化资源的开发和经济发展^[247]。

表 7.1 大别山内部主要县域交通情况^{【252】}

县城	商城	新县	金寨	霍丘	舒城	岳西	潜山	太湖
距主路	312 国道	106 国道	312 国道	312 国道	206 国道	206 国道	105 国道	105 国道
距离	0	37	25	55	0	73	0	0
县城	宿松	黄梅	罗田	英山	蕲县	浠水	麻城	红安
距主路	105 国道	105 国道	106 国道	106 国道	黄黄公路	黄黄公路	106 国道	106 国道
距离	0	0	58	91	0	0	0	33

7.2.3.3 资金有限，投入不足

景区(点)开发和配套旅游设施建设都需要投入大量资金,但大别山地区是个革命老区,人口多,经济基础薄弱,能投入到旅游业中的资金非常有限。加上三省三市的地方割据,使得大别山地区的旅游基础设施建设相当落后。主要表现为:景区(点)缺少必要的停车场,建筑布局零乱,立面效果差,给排水系统、通讯设施、环卫设施均相当落后。资金短缺成为制约本区旅游业发展的主要因素之一。大别山旅游区的住宿接待设施主要依托六安、信阳、黄冈三个城市。六安市有 20 家星级酒店,总床位 3684 个;信阳目前有星宾馆 21 家,接待床位 3980 个左右,30 间客房以上的饭店 8;黄冈现有各类床位约 3000 个,星级酒店 20 多家。总体来看,基本能够满足目前旅游业发展的需要。但服务设施配套不完善,尤其缺乏符合行业规范的接待服务设施,服务项目设计不合理,管理水准不到位,从业人员素质较低,服务质量较差。致使旅游者在游览这类景

区(点)时均以参观为主,缺少参与性的活动,在景点的停留时间不长。如果这些问题得不到尽快解决,从长远来看,将会阻碍旅游区的正常发展^[66]。

7.2.3.4 结构单一,旅游产业升级缓慢

产业结构也比较单一,传统产业仍然处在主导地位,旅游业发展缓慢,层次较低。例如由信阳市旅行社的发展就可以窥见一斑:目前,该市共有15家旅行社,全部是国内社,没有一家国际社,且这些旅行社普遍存在着“散、小、弱、差”的问题,大都赢利很少甚至存在亏损现象。同时,这15家旅行社分布极不合理,全部集中在市区,而新县、商城、罗山等旅游业相对起步较早的县(区)至今没有一家旅行社,对这些县(区)旅游业的发展造成了诸多不便。

对于本区一些以自然风光为主的景区,多数只进行了一些粗放的、低层次的开发,深层次的旅游开发很少。旅游产业链条短,各环节松散,旅游景区基本停留在传统的浏览层面,多数游客仅仅是转转看看,逗留时间短,游客享受不到大理、丽江等地“白天看景点、途中有购物、晚上观演出”的“一条龙”服务,综合效益上不去。接待能力弱,例如六安市仅有舒城1家4星级宾馆。霍山县标准接待能力仅为400人,降低标准也只能接待2000人,接待稍大些的旅游团队和组织旅游节庆活动就勉为其难了。旅游商品开发滞后。生产企业少,批量小,缺乏规模的旅游定点商场和较大的专业市场。同时,缺乏物美价廉、便于携带的特色产品,象六安瓜片、寿州紫金砚等价格既高又难以携带,难以满足不同层次游客的需要。旅游产业配套能力低,综合效益差。六安市旅游总收入占全市GDP的比重,比全省低2.5个百分点;旅游者人均消费水平仅为490元,比全省低275元,这与该市旅游资源大市的地位极不相称^[253]。

7.2.3.5 品牌的知名度不高

尽管在大别山地区建立了多个地质公园旅游区,但由于力量分散,较之全国其它一些跨区域的旅游品牌,在声音上不够响,在形象上不够亮,在影响上不够大,在吸引力上不够强,在发展思路、发展力度、开发品位、开发水平、开发价值、资源有效利用等方面都存在明显差距。一个主要原因就是地域分割和各自为政。大别山旅游区地跨湖北、河南、安徽三省,而这三省之间以及省内行政区域之间缺乏有效沟通,资源整合不够,没有整体规划,没有抱成一团形成拳头。如安徽金寨县与湖北英山县、罗田县对边界地带的共有旅游资源大别山主峰天堂寨严重的竞争与争夺,较大的限制了天堂寨旅游业的发展。因此,

大别山地质旅游要从全景区的战略高度进行统筹规划，在整体建设、景点建设、旅游线路选择上进行协调，建立区域内的市场共享机制，实现区域间资源共享、旅游线路对接、市场互动、客源互送、效益共赢，共同打造大别山旅游品牌^[254]。

在地质旅游资源开发中，同其它旅游资源的融合还不是很到位。如，大别山红色旅游资源丰富，但很多景点尚待开发，景区档次低，比较分散，效益不高。在湖北，政府和民众视野过多地集中红安、麻城等几个国家级的红色景区，不惜本钱包装开发，但对其他红色景点重视不够，实际上，其他某些景点或景区如团风县贾庙、杜皮以及新洲区道观将军山、涨渡湖等地红色资源价值和历史地位并不逊于红安、麻城，但由于思想认识不够，缺乏挖掘和包装，这些景点很少为人所知。在安徽省，六安市 4A 级景区只有 1 处，接待游客和收入少得可怜。万佛湖年接待游客仅 56 万人，门票收入 2800 万元；天堂寨年接待游客仅 30 万人，门票收入 800 万元；铜锣寨年接待游客仅 14 万人，门票收入 103 万元，令人忧心的是，没有精品形不成精品线路。虽然旅游部门重点开辟了上海—六安市区—金寨梅山—金寨下楼房—天堂寨、上海—六安市区—许继慎烈士陵园—霍山衡山镇—漫水河镇—白马尖等 4 条精品线路，但由于目前全市境内大部分好一些的景区道路与外部联系不畅，相互间又不贯通，造成各条线路只能将一两个好些的景区纳入其中，实际上精品不精。没有精品线路，游客要奔走几百里，只能看上一两个好一些的景点，很显然，人气不会旺，这无疑是该市旅游业的一大软肋，是影响旅游业发展的一大瓶颈。

7.2.3.6 旅游营销有待改进

由于地缘相近，在旅游资源营销过程中存在名称使用权的争夺，早年因金寨县先被命名为天堂寨森林公园而占尽先机，湖北罗田县只能起名为大别山森林公园，英山县则起名为吴家山森林公园，所以无法与金寨县天堂寨森林公园竞争。如果天堂寨古寨建在湖北省境内，“天堂寨”商标也被湖北注册，那就意味着安徽拥有的天堂寨旅游资源将受到严重影响。

此外，还有客源之争。湖北英山县吴家山森林公园一直用“南武当山”对外推介，景区内的柏油马路距离天堂寨主峰只有 2 公里，此景区距合肥、南京等地比去天堂寨景区要近 10 公里，所以该景区也在武汉、上海、江西、河南等周边城市争夺客源，这也将对金寨天堂寨风景区形成很大威胁。

作为软件而言，服务水平不高是中、小旅游景点的普遍现象，讲解员多是附近中小学教师或县乡政府旅游、文化部门工作人员，临时培训后上岗，讲解的内容千篇一律，死记硬背，没有融入自己的情感，整体素质难以达到专业化水平^[247]。

7.3 本章小结

大别山具有丰富的地质旅游资源，地质资源同优美的自然风光与丰富的人文景观相结合，形成独具特色的旅游资源基础，这些地质旅游资源主要以地质遗迹为基础，形成了形态各异，景色优美的以岩石景观、峰丛地貌、地质水景、奇异洞室、僻幽峡谷等地质旅游资源景区。大别山地质旅游资源的主要特点是地质旅游资源种类多样，形态各异，观赏价值和科研价值较高，同时，地质旅游资源多于其它种类的旅游资源融合，这给地质旅游资源的综合开发创造了条件。地质旅游资源的跨边界的特点又给资源的开发带来了许多制约因素。目前，大别山地质旅游资源的开发已经取得了一定的成绩，但由于资源多处于跨边界地区，缺乏统一规划，因此开发的过程中存在诸多问题，大别山跨界区域旅游业发展相对缓慢，产业升级有待加快。

8 大别山地质旅游资源整合措施

8.1 大别山地质旅游整合战略

大别山旅游业发展面临前所未有的大好机遇：一是旅游业作为国家重点扶持的新兴产业和新的经济增长点，将继续受到国家宏观政策的支持；二是大别山丰富的旅游资源逐渐得到人们的认识 and 了解，特别是国家支持大力发展“红色旅游”，大别山区域各省把红色旅游确定为该省龙头与全省旅游的重点之一；三是象武汉、合肥、郑州等城市圈建设与合作的持续推进给大别山旅游注入活力；四是区域内经济发展水平已取得明显成效。五是中原崛起、长三角发展升级等区域发展为大别山旅游业发展创造了优越条件。

根据大别山地质旅游资源和区位布局实际，大别山地质旅游资源的开发采取以下战略：在布局上采取：围绕核心，跨区组合，点轴推进，辐射全国；在资源整合上采取：资源组合，突出重点，注重差异，优势互补。在产品的促销上采取：政府主导，市场运作，树立形象，培育精品。

8.1.1 围绕核心，跨区组合，点轴推进，辐射全国

鄂豫皖大别山区具有丰富地质旅游资源和原始生态资源的特点，目前，在大别山区域已经建立了多个地质公园，这些地质公园具有相应的特色，但同时也应当看到，在一个相邻的区域内存在多个地质公园，这在资源开发利用和旅游经营中是不协调的。树立“围绕核心、跨区组合，点轴推进，辐射全国”的整体开发策略，实施地质旅游资源与其它旅游资源相互结合、跨区整合战略，促进豫鄂皖三省大别山区的旅游发展，将有助于强化大别山旅游区的集聚效应，也便于发挥各自优势，以各具特色的地质旅游线、生态旅游线、红绿旅游线或跨省旅游线，吸引中国中部、北部以及更多更广的旅游者^[251]。由于大别山地处三省交界地带，在跨区域开发过程中首先应依据统一规划，实行先点后轴，点状开发带动轴间合作，轴间合作促进面状发展。具体的点主要指大别山周围的六个中心城市和已经开发的地质公园作为基础。轴状发展主要指各城市的协调合作。

同时，依托武汉城市圈、合肥城市圈、长江三角经济发展圈的带动，促进大别山旅游向纵深发展，辐射全国。

8.1.2 资源组合，突出重点，注重差异，优势互补

前文分析大别山已经开发了金刚台地质公园、六安市地质公园和湖北黄冈地质公园，这些公园既有共性方面，又有特色，在开发中根据差异化原则把握差异，形成具有独特地质特点的旅游景区，同时，把地质旅游资源的开发协同其它资源的开发一起进行。

大别山地质旅游资源非常丰富，而且各种旅游资源相互融合，相得益彰。在资源整合中需要充分规划，根据现有的地质旅游资源开发情况和分布特点，按照地质构成和变迁规律进行整合。整合中把握差异原则，优势互补，充分利用其它旅游资源的优势营造地质旅游资源的吸引力。目前，同大别山地质旅游资源开发相关的旅游景区中有大别山国家森林公园，该公园方圆 300 平方公里，有五大风景区连在一起的还有英山和安徽的三个景区，也就是说在大别山主峰周围有八大景区，具有巨大的开发潜力。在开发好大别山地质旅游公园的基础上，再积极争取上级有关部门的支持，形成大别山旅游经济圈。

开发地质旅游资源要与其它旅游资源同时推进，形成互补性的旅游线路。大别山区的红色旅游资源是难得的稀缺性资源，要充分发挥这一优势地位，深度开发和整合旅游资源。大力发展以革命传统教育为主题的红色旅游，以大别山生态风光为主题的绿色旅游，以历史文化和名胜古迹为主题的古色旅游，打造特色，提升旅游核心吸引力，打造农村经济新的增长点，为大别山区新农村建设提供财力支持。另外，在突出特色的旅游资源开发过程中要摒弃现有的简单模式，适应市场需求，形成更多的参与性、游乐性、休闲性项目。如可以根据大别山独特的军事文化，开发推出自驾车游、野外宿营、战斗游戏这些时尚的旅游休闲项目。将这些活动和参观旅游景点紧密地结合起来，使游客真正感受到“游有所学，游有所乐”，增强旅游的吸引力。

8.1.3 政府主导，市场运作，树立形象，培育精品

政府主导，市场运作，是解决区域旅游规划和融资问题的最根本、最好的

办法。实践表明，政府主导旅游业发展是行之有效，适合旅游业特点的战略思路。因此，应加大政府主导旅游业发展的力度，优化社会大环境和加大基础设施投入。旅游业是一个正在发育的新兴产业，老区经济的不发达，旅游产业的综合性、关联性和不成熟性，决定了今后一段时间应实行政府主导型的运行模式。首先，政府是宏观经济调控者和管理者，应安排适当的启运资金用于旅游规划的制订、环境的整治和宣传促销等；其次要大胆招商引资，鼓励和支持社会各种经济成份兴办旅游业，形成全社会办大旅游的生动局面；第三，旅游经营要走市场化运作的路子，鼓励私人购买、参股旅游产权，或租赁旅游业的经营权；第四是加快基础设施的配套建设，有效地整合“行、游、住、吃、购、娱”等要素，促进相关产业发展，增强综合竞争力。政府拥有自然风光和人文景观等有形资源和冠名权、特许经营权、政策等有形、无形的两大资源，应注意运用市场的办法、经营的手段，把资源变成旅游发展的资本来运行。

同时，在旅游资源开发和旅游服务经营等方面，则必须采取市场化、企业化运作战略，按照市场机制经营旅游产业，以确保旅游经济进入良性循环与发展的轨道。各级政府和旅游行政管理部门要着力转变职能，重点抓好旅游规划、行业管理、宣传推介和政策制订，由对企业的直接管理向间接管理转变。要遵循市场经济基本规律，积极发挥企业在旅游经济发展中的主体作用。要深化旅游企业改革，扶持组建以骨干企业为“龙头”，以资本为纽带的跨行业、跨所有制、跨地区的大型旅游企业集团^[212]。以对外批租、承包、租赁等形式，积极引进外资和民间资本，实现以资源换资金、以景点换资金、以经营权换资金，充分挖掘民资民力。市和县区可以考虑组建旅游发展股份有限公司，把能形成旅游线路的重要景区景点抓过来，对旅游资产进行评估，国有资产以股份的形式交由旅游公司经营和管理，再实行灵活的政策鼓励社会融资和招商引资，以股份的形式参与旅游公司的经营和管理。

大别山周边政府机构应联合起来，切实改变大别山的整体形象，整合优势旅游资源，实行整体推销，着力打造大别山旅游知名品牌。由于大别山区所具有的地域广大性特点，大别山旅游知名品牌的打造应选择联合宣传促销的形式。以有效地改变对外宣传乏力，宣传资料不齐全，地质旅游业文化总体形象难以树立的状况。在宣传促销中要重点突出大别山具有广泛吸引力的地质文化、生态

文化。从这样一种稀缺性地质旅游资源角度开发、塑造新卖点，以提高旅游产品的市场竞争力。要通过多种方式加大对大别山旅游宣传促销的力度，可建造大别山旅游信息平台，提高信息网的管理水平与信息量，把它作为宣传和推介大别山区旅游的一个重要工具。充分利用旅游交易会、博览会与周边城市联合对外宣传推介。目前大别山旅游大型推介会(河南)和六安大别山旅游推介会分别已在北京、上海举行，都取得了良好的效果。通过大别山板栗节、大别山生态旅游节节庆活动形成宣传促销合力。并积极编印旅游宣传册，主要内容包括各旅游景区的简介、景点间的交通信息、门票价格、游览路线等，为实行区域旅游合作，打造无障碍大别山区旅游圈奠定基础。

8.1.4 地质旅游联动发展战略

旅游资源，尤其是地质旅游资源，在一定空间范围内，往往具有普遍性和重复性，导致某些相邻行政单元的旅游产品的相似性和替代性。要延长同类旅游产品的生命周期，或实施旅游产品的更新模式，实现旅游可持续发展，相邻地方必须共同协作，相互协调。旅游市场竞争越来越激烈，区域旅游协作日益成为促进地区旅游业发展、提高区域产业竞争力的必然选择。区域旅游联动发展可以促进各地在旅游开发、经营等方面的取长补短，发挥整体优势，增强区域整体竞争力，保证区域旅游业的可持续发展。旅游线路的合理安排，对延长旅客旅游时间、增加旅客旅游消费至关重要。区域旅游联动发展，可以延长旅游线路，精选旅游景点，丰富旅游内容，乃至连点成线，连线成网。区域旅游联动发展，还容易编排环状封闭式旅游线路，避免往返路线重复，提高旅游效益。区域旅游联动发展促进线路的网络化，利于旅游资源重组，旅游产品多样化，促进旅游业的可持续发展。综上所述，旅游业发展到一定阶段，各地闭关自守的发展模式必然行不通。摆在各地旅游业面前的道路是加强合作，进行联动发展，突破局限于本地的发展条件而受制于孤立发展的极限，避免区域内在低层次的“旅游大战”中两败俱伤的后果；打破地方局限性，突破行政区域，走区域旅游合作发展、整体开发之路。

8.2 大别山旅游产业定位

8.2.1 旅游类型定位

(1) 地质科考旅游。以目前在建的大别山地质公园、天堂寨、鸡公山、灵山、董寨、中国南北过渡带生态科普园、金兰山、连康山、金刚台、太白顶等为重点，打造大别山地质旅游后起之秀和中国南北过渡带科考科普基地。

(2) 休闲度假旅游。以重点景区罗田天堂寨、英山吴家山、浠水三角山、麻城龟峰山、大别山森林公园、大别山生态休闲公园、鸡公山、南湾湖、汤泉池、黄柏山、铜山等景区为重点，大力发展休闲度假旅游，打造中国避暑胜地和国家级旅游度假区。

(3) 红色教育旅游。以红安、麻城革命遗迹遗址、黄麻起义旧址、鄂豫皖根据地旧址、新县县城、将军故里、确山竹沟、杨靖宇旧居、邓颖超祖居、尤太忠将军旧居、王大湾会议旧址等为重点，打造红色旅游王牌。

(4) 茶乡饮食文化旅游。以六安瓜片、茶文化博览园、净居寺生态茶园、九华山茶园、南湾鱼、信阳鳖、固始鸡、华英鸭、信阳地锅饭、大别山珍等为重点，打造中国著名茶乡和美食之乡。

8.2.2 客源定位

大别山旅游客源可以分为不同的类型，单纯从地质旅游而言，主要客源为地质旅游爱好者和地质科考工作者。但大别山的地质旅游同其它旅游是结合在一起的，地质旅游资源的开发同其它旅游资源的开发联在一起进行，因此，在客源定位上主要从一般的客源来分析。这些客源主要是本地和周边省区客源，近年来国际客源也不断增加。因此，客源定位是：立足本地客源，巩固周边客源，发展全国客源，不断壮大入境客源。在客源定位的措施上采取周边六市联动，对接三省都会城市，呼应京沪浙穗经济发展前沿区域，加强海外宣介和推广。

8.2.3 产品定位

立足资源特点，根据区域地质资源旅游的种类，发展以地质科考旅游为主，同时进行生态旅游、红色旅游产品，商务会议旅游、休闲度假旅游。开展特种旅游、民俗旅游、老区农村旅游。大力发展区域旅游商品生产。

8.2.4 市场定位

大力加强大别山地质旅游公园建设，整合现有地质旅游公园的市场定位，突出地质特色和区域重点，实施地质旅游、红色旅游与绿色旅游的联动，形成大别山旅游知名品牌，以此支撑和带动全区旅游的整体发展。积极融入中原城市群建、武汉城市圈以及长三角大开发建设之中，使大别山成为中原旅游汇集之地、成为武汉后花园，成为长三角旅游主要目的地。从地域差异来看，大别山区最突出的特点是位于中国南北过渡带上，由此形成了这里山青、水秀、林密、鸟多、气候宜人的自然生态环境，进而决定了这里作为山水休闲、度假避暑、生态科考胜地的旅游功能。主要定位在生态休闲、山地度假胜地，全国著名的红色旅游胜地的旅游市场上。同时，做好四大辅助旅游功能。以黄梅四祖寺、五祖寺佛教古迹、灵山寺、净居寺等为重点的宗教旅游；以陈元光祠堂、黄国故城遗址、潘国故城遗址等为依托的寻根旅游；以龙飞山、黄柏山、九华山等为重点的乡村旅游；以六安瓜片、信阳毛尖、华英鸭、固始鸡等土特产品为重点的购物旅游。

8.3 地质旅游资源整合原则

8.3.1 可持续发展原则

地质旅游资源是人类共有的财富，其漫长的形成历史反映其具有不可再生性和稀缺性特点。从长远利益考虑，保护它使其不受破坏是一项千秋万代的功业。保护好地质旅游资源，应保护好资源背景环境，确定合理的环境容量，进行环境质量监测。大别山地质旅游资源开发、旅游项目建设等应按照有利于环境和旅游资源保护的可持续原则，把生态旅游置于重要地位；培育良好的旅游

环境意识，倡导旅游者文明旅游；建立、健全旅游法规，加强旅游行业管理，完善监督机制；严格贯彻“严格保护、统一管理、合理开发、永续利用”的方针，正确处理好开发和保护的相互关系，实现旅游开发的“社会、经济、环境”效益统一。

在对旅游资源的开发、管理中，要遵循生态旅游所要求的“保护第一，开发第二”的原则，实行开发与保护有机结合的策略。资源的保护和开发利用是相互对立又相互依托、相互促进的，保护是前提，只有保护好资源，才能长久的开发利用；开发有利于更好的保护，只有通过合理的开发利用，才能让红色资源发挥出应有的经济、文化、社会效益，使其得到更好的保护。因此，红色旅游资源既要开发，更要保护。在开发中，要事先采取保护措施，使那些革命遗迹、遗址等不可再生资源得到合理保护，开发要以不破坏景观为前提，只有这样才能保持旅游资源得到可持续性的开发利用。

8.3.2 整体性开发原则

要突破各地方旅游功能区的限制，从整个旅游合作区域着眼，在更高层次上划定旅游功能区，使各功能区的旅游功能更为合理，使分散在各地的旅游景点通过整合，扩大规模，提高档次。在区域旅游功能区划分基础上，确定进一步开发和建设的总体方案。

8.3.3 优势互补原则

优势互补，既是区域旅游整合的必要条件，又是区域旅游整合的重要内容。不具备优势互补条件的地方，即使空间相邻，也没有合作的必要。优势互补既可以在同质地方之间，也可以在异质地方之间。同质地方之间，可以利用共同的优势，提高旅游层次，丰富旅游内容，避免雷同。异质地方之间，可以取长补短，互通有无。优势互补既可以强强合作，也可以强弱合作或弱弱合作。大别山区内部各县市之间，山海互补，城乡互补，红绿互补，红古互补，有很大的合作潜力。

8.3.4 分步推进原则

区域地质旅游资源整合不可一开始就贪大求全，也不可能毕其功于一役。旅游业的发展是有一定生命周期的，因此大别山地质旅游的开发必须随时根据市场动态调整方向，每一阶段的开发都应后续的发展留出充足的空间，要有先行项目（突破口、亮点）和长远项目（持续发展的动力）的组合，做到长计划、短安排，根据操作过程中的大量不确定性因素进行灵活调整。要根据地质旅游资源实际和开发现状，综合考虑，确定整合要点。取得初步成效之后，分布推进。

首先是旅游资源的共享和重组。在平等互利原则下，本着谁投入谁收益的精神，将旅游资源看作区域的共有财富，鼓励具有资本优势、技术优势的地方与具有资源优势、环境优势的地方整合，共同开发和保护旅游资源。开展跨地区资源重组，形成新的更富有吸引力的旅游产品和更富有效益的旅游线路。

其次是旅游产品的更新和开发。区域旅游整合可以在各地方原有旅游产品的基础上，精选若干，加以改造，形成区域旅游精品，增加消费和游客逗留时间。还可以利用区域旅游产品开发和设计的优势力量，充实旅游产品的文化内涵，增加旅游产品的活动内容，乃至开发一些更新换代的产品，提高旅游产品的吸引力和价值。

第三是共同和相似旅游客源市场的开拓。以参加整合的若干地方或区域整体为单位，开展市场调研、促销宣传，占领老市场更多份额，开拓新客源市场，与各地自行其事相比，可起到事半功倍的作用。利用合力，培育共同市场，可以增加客源，提高市场档次。参加合作各方之间，取消不正常壁垒，互为客源地和目的地，共同培育居民的旅游意识，相互宣传对方，提高出游率。在市场开拓中按照平等原则进行，建立起平等伙伴关系。不存在谁指挥谁，谁服从谁的问题。合作各方都要尽各自的义务，都要担负各自的责任，都要享受合作带来的利益。互利既是原则，又是合作的出发点和落脚点，制约着合作的运营，使各方都有所收益，提高整个区域的旅游效益。没有利益，合作就没有吸引力。

第四是旅游企业的共同经营管理。可以发挥一些地方旅游企业管理优势，组建旅游管理公司，对另一些地方管理水平较低的企业进行直接管理，有利于加强区域内旅游企业管理水平的规范化，快速提高经营管理水平。还可以通过

资本重组的方式，发挥一些地方的投资优势，促进相对落后地方的旅游企业发展和升级，并逐步向资本经营过渡。

第五是旅游大环境的营造。区域旅游整合对于综合性、关联性特别强的旅游企业来说，十分有利于旅游大环境的共同营造。包括基础设施建设、交通建设、文化建设、精神文明建设、旅游教育等等，都可以集中优势力量，避免各地孤军，营造区域旅游良性运行环境。

8.4 大别山地质旅游资源整合措施

8.4.1 地质旅游规划整合

大别山作为一个整体尽管被不同的行政区域分割，但在旅游资源开发过程中应以整体理念进行规划，在规划过程中强调以下几个方面：

首先，明确大别山地质旅游资源整合规划首先是政府行为，而且这不只是政府旅游主管部门的事，应由政府领导亲自抓。非如此，不可能具备强有力的协调能力，非行政区的区域旅游合作会过于松散乃至流于形式。各地政府领导不仅要亲自参加区域旅游协作会议，而且要在自己的辖区内经常性地推动这一工作。政府推动表现在出台政策，制订和修改有关地方性的旅游法规及其实施细则，向区域合作倾斜。

其次，建立大别山区域旅游资源整合机构。区域旅游资源整合，必须建立高效和有一定权威性的合作机构。整合机构可以按照如图 8.1 的结构组建，以国家的法律、法规为依据，由各地政府领导亲自担任合作机构的成员，由各地旅游行政主管部门领导担任合作机构下设办公机构的成员。整合机构要有完整的合作章程，依法签订各种合作协议来保证合作行为。为了提高办事权威性，各地政府应成立旅游管理委员会，赋予比旅游局更大的管理权限和范围，由各地旅游管理委员会领导组成合作办公机构，则更利于协调各有关方面。

第三，在规划中要明确资源整合区域、科学布局相关配套措施。加强大别山地质旅游资源整合，主动融入中部区域旅游大环境和全国旅游发展大局之中，打破行政区域界限，做好与周边城市的对接，共同打造大别山地质旅游精品线路，如联合办交通的形式和联合旅游开发的形式。为消除旅游壁垒、实现无障

碍旅游创造良好发展条件。地质旅游规划中应注重保护大别山优美的生态环境，避免不同程度的环境污染和生态破坏情况。以地质旅游来支持红色旅游，以红色旅游带动地质旅游，确保大别山红色旅游可持续发展。

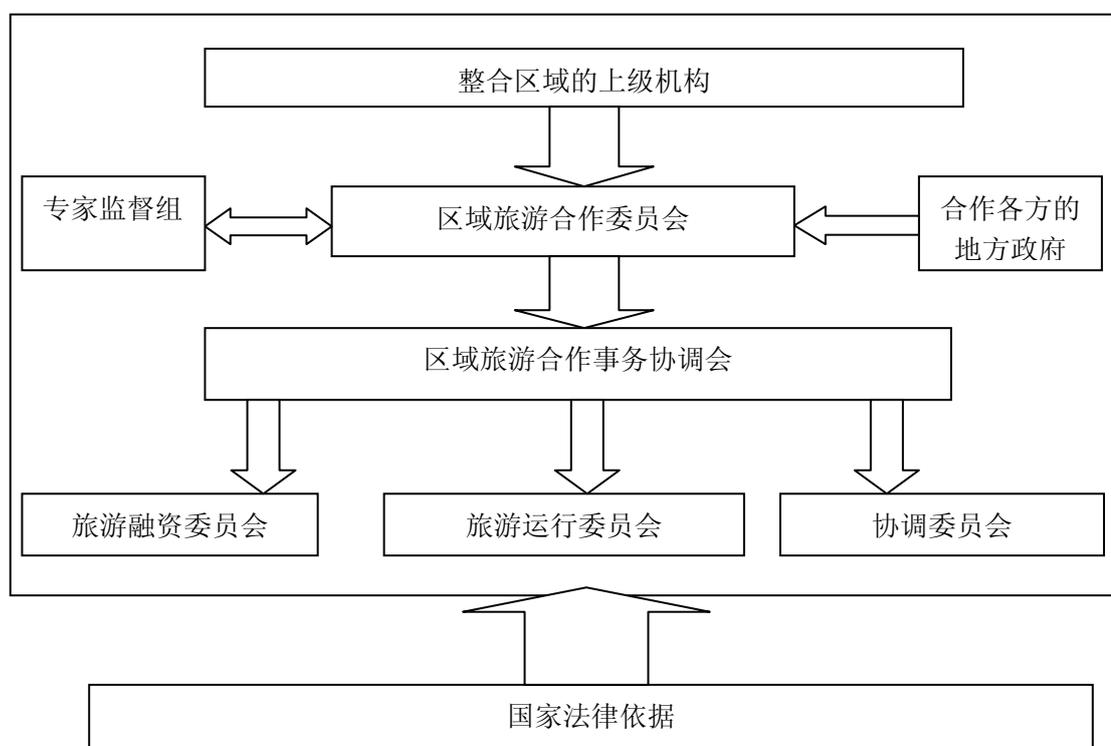


图 8.1 跨界旅游资源整合机构示意图

最后，加强产业之间的协调发展，积极挖掘极其深厚浓郁的大别山区的红色、农业、生态、地质等旅游资源，协调各种关系，促进各产业相互关联，协同发展。在制订大别山地质旅游发展规划时，突出大别山地质形成的特点和丰富多彩的地质遗迹所产生的旅游资源的内在价值。

8.4.2 旅游融资整合

大别山区基础薄弱，开发投入相当巨大，若搞旅游完全“吃财政饭”肯定是难以生存的。大别山地质旅游资源的整合开发需要大量的资金，这就需要进行融资整合，大别山旅游融资整合主要包括两个方面的内容：一是融资渠道。二是融资资金使用。多渠道筹措资金，坚持投资主体多元化，在保护的前提下开发旅游资源。在政府投资相对有限的情况下，大别山地区可以探索资源和资本

股份合作的路子，大胆依靠民间投资，结合地质旅游资源自身的独特魅力，再加上当地政府的积极运作，吸引了大笔外来资金的参与，将旅游资源转化成市场优势，为大别山地质旅游资源开发提供可持续发展的平台。政府大胆创新，筑巢引凤，借鸡生蛋，实行旅游资源“零转让”，大胆吸引民间资金开发旅游资源，解决了旅游开发的资金瓶颈。民营资本的大举介入，不仅解决了大别山旅游开发的资金问题，还更新了经营理念。例如，红安县天台山的“三权分离”经营思路，即国家拥有资源、民间投入资本、专家负责管理，实现所有权、开发权和管理权的三权分离，形成了资源和资本股份合作，实现了资源的市场化运作，这对开发大别山地质旅游资源的资金整合具有借鉴意义。

在融资资金的使用方面，主要为完善旅游基础设施建设。旅游基础设施薄弱、资金缺乏是制约大别山区旅游业发展的主要因素。引导投资兴建如景区的交通、停车场、住宿、饮食卫生等食、住、行、游、购、娱六大旅游要素^[245]。加快大别山区旅游业的发展，不仅需要加强旅游“硬件”设施的建设，也需要不断提升旅游“软件”服务的质量。在资金筹措上，也可以争取国家地质文物保护、红色旅游、环保治理、各省生态示范工程、各省旅游发展等专项资金，争取水利、交通包括公路“村村通”工程、扶贫等项目资金，更多地带上旅游业的投入。加强电信等基础设施建设，电信建设主要是不断优化和扩大通信网络，提高景区景点电话、宽带普及率和服务水平。移动通信建设以扩容工程和新建移动通信枢纽工程为重点，努力提高技术装备水平，扩大移动通信覆盖面。邮政建设以高新技术装备和服务网络进景区为重点，提高网络现代化水平。优先改善景区点的输电线路，确保旅游用电需求。

8.4.3 地质景区整合

大别山地质旅游资源是难得的稀缺性资源，但单靠开发这些地质旅游资源不能托起大别山这一品牌，必须坚持“资源互补，相互映衬”、“突出重点，显示差异”的开发模式，注重把地质旅游资源和其它旅游资源统筹考虑，在充分利用地质遗迹的基础上，开发地质旅游资源景区，以地质旅游资源塑造景观，用红色旅游资源吸引人，用绿色旅游资源留住人，形成地质、红色、绿色资源联动开发的组合优势，建设大别山旅游产业集群，在加快建设大别山地质公园

的同时，深入开发其它旅游风景区域，如整合红麻革命遗址旅游区，协同推进东坡赤壁风景旅游区、黄梅戏曲禅宗文化旅游区、李时珍医药保健旅游区建设。全面提升大别山旅游尤其是地质旅游的整体竞争力。加大市场化运作力度。用工业化理念推动地质旅游产业发展，打破地区和行业封锁，鼓励各行各业、全社会参与旅游开发、兴办旅游经济实体。加快推进旅游景点区（点）所有权、经营权和管理权分离，推进景区经营企业化、景区运作市场化。

在景区整合中按照资源相对集中、突出特色、相互补充、景点相通的原则从以下几方面的景区进行整合。

地质景点整合。大别山二十几亿年的漫长地质演化历史，频繁的岩浆活动，多样的地质变迁，使之成为地球科学极为难得的教学研究基地。大别山的榴辉岩带是全球规模最大、出露最完整的高压—超高压变质带的“根带”部分，令世人瞩目。大别山的地质景观具有相对集中的特点，山地景观在各地都有分布，但以湖北的天堂寨、吴家山、薄刀峰、桃花冲景区、青苔关和安徽的白马寨山地景观最具特色，观赏价值最高，成为六个主要风景区。优美的自然风光与丰富的人文景观相结合，形成独具特色的旅游资源基础，且气候适宜，冬暖夏凉，宜游宜居，使大别山生态旅游区开发更具潜力，是适合开展避暑度假、旅游观光以及会议旅游、科教、休养、健身、探险等活动的综合旅游区。大别山区域内人文资源极为丰富。皋陶文化在这里发源，楚文化在这里成熟；这里遍布历史遗存，古迹文韵；它是红军的故乡、将军的摇篮。青山、碧水、红土地的交汇，古韵新风生态园的融合，使大别山地质景观展现出迷人的风采和魅力。

红色旅游景点整合。大别山的红色旅游资源主要集中在六安西部、信阳南部和黄冈北部地区。六安市的金寨县、金安区、裕安区、霍山县和安庆市岳西县就有 5 个景区，它们分别是：金寨县革命烈士陵园、皖西烈士陵园、独山革命旧址群、红二十五军军政机构旧址、岳西县及金寨县红二十八军军部及重建旧址。信阳市红色旅游系列景区（点）也有 5 个，它们分别是：新县鄂豫皖苏区首府革命博物馆、鄂豫皖苏区革命烈士陵园、首府路和航空路革命旧址、商城县金刚台红军洞群等、罗山县铁铺乡红二十五军长征出发地。黄冈市大别山红色旅游区（点）有：麻城市烈士陵园，红安县黄麻起义和鄂豫皖苏区革命烈士陵园，罗田县胜利烈士陵园^[41]。

生态旅游景观整合。生态旅游资源主要以森林为代表，这些森林植被主要分布在湖北罗田大别山国家森林公园、湖北英山吴家山森林公园、湖北英山桃花冲森林公园、安徽天堂寨国家森林公园、舒城万佛山国家森林公园、霍山地小南岳森林公园和岳西妙道山国家森林公园，以及河南南湾国家森林公园、新县金兰山森林公园、江淮岭生态园和金刚台自然保护区、黄柏山森林公园等自然景观。其中的安徽天堂寨国家森林公园，森林覆盖率达到 95.4%，在国内景区中仅次于张家界，景区内建有索道、天街，一片“青山沉黛，风荡林海”的原始生态景色。

水文景观整合。在水文景观上，大别山地区地河流景观分布也很密集，主要分布在湖北英山县吴家山的龙潭河谷、樱桃沟和桃花冲的茅坪河谷、麒麟河谷及天堂湖景区的天堂河；在皖西万山丛中，镶嵌着一串烟波浩渺、风景秀丽、气势雄伟的“人造湖泊”，这就是著名的大别山区水库群——佛子岭、梅山、龙河口、响洪甸和磨子潭五大水库。它与淠河、史河、杭埠河等干渠连为一体，纵横交错，蜿蜒数百里，犹如玉带明珠。佛子岭水库大坝(位于霍山)，是新中国第一座钢筋混凝土连拱坝，被称为“新中国第一坝”；梅山水库大坝(位于金寨)，是当时世界第一连拱高坝；龙河口水库大坝(位于舒城)，是当时世界第一人工土石大坝，受到联合国大坝委员会的盛赞。目前梅山、佛子岭、龙河口水库已开发为旅游景区。梅山水库风景区主要景点有湖心岛、响山寺、风动石、梳妆台、鸡冠石、悬剑山等。佛子岭水库省级风景名胜区有人工养獐岛、佛子岭漂流，还有巨型睡美人、卧大佛等多处景点。龙河口水库则是万佛湖风景区的重要组成部分。有“华中第一谷之称”的龙潭河谷发源于大别山主峰南侧。峡谷幽深险秀，溪流蜿蜒曲折，集“奇、险、幽、秀”于一谷。谷中九潭十八瀑，幽雅绝俗；或飞流击石，喷珠溅玉，虹光万道；或穿山破岩，游若腾龙，挥洒自如；或瀑泻深壑，似银河倾泻，美轮美奂。夹岸峭壁千仞，谷中奇石嶙峋，千姿百态，鬼斧神工。信阳东部的汤泉池是大别山重要的水文化旅游景区，可以纳入大别山水文旅游规划之中。

在资源整合的实现途径上，要充分利用政府与企业的力量。政府要当好操盘手，整合现有旅游资源，改变旅游景点分属不同的主管部门，出现多头管理、各自为政、相互掣肘的局面。可以通过股份制改革，采取整体拍卖、出售、产权置换，旅游景区、企业之间的联合与重组等方式把事业性质的景区（点）培

育成市场经济的主体，让其自主经营，自负盈亏，独立核算，自我发展；鼓励各类旅游企业通过资本运营、管理合作等方式向规模化、专业化、集团化的方向发展，壮大旅游市场主体；加快组建跨行业、具有较多管理人才和规模优势的旅游企业集团或行业协会。区域旅游整合既是政府行为，由政府启动、支持和参与，但经常性的具体合作必须通过企业行为来实现。各地之间的企业和行业合作，是区域旅游合作的必要基础。政府应鼓励各地企业之间在人力、物力、财力方面的相互渗透，在区域范围内开展企业联营、重组。

8.4.4 地质旅游品牌整合

大别山地质旅游资源的整合过程中需要依托地质公园这样的旅游景区载体，但是，前文分析过，目前在大别山区地质公园的建设已经有多处，景点分散，旅游资源的吸引力不强，因此，需要整合大别山品牌，创建大别山旅游精品。在创建地质旅游品牌时也不能仅考“大别山”或“地质公园”这一品牌，要把这些资源与周边的景区资源、民俗资源、农业资源统筹考虑，联动开发，象南武当山风景区、东坡赤壁风景名胜区、大别山田园风光、民俗风情等，形成组合优势，建设大别山旅游经济产业群。坚持市场导向、特色创新和精品带动相结合的开发方向，通过多种途径筹集资金，加快地质、红色、绿色、古迹旅游资源相互的融合，积极培育精品名牌景点，提升大别山旅游产品的整体竞争优势，推出多项旅游产品^[209]，如在信阳市，开发精品方面主要从大别山整体出发，按照景区（点）规划和国家旅游区（点）质量特级标准，积极融于大别山旅游资源中，实施旅游精品工程。全市旅游整体开发要突出“山、水、红、生、地”五大方向，抓住“一个重点”，即重点发展休闲度假游；建成“三大支撑”，即山水生态游、红色教育游、宗教信仰游，形成鲜明的大别山特征。

在品牌整合方面要积极开发旅游节庆活动，以节造势，推动大别山旅游品牌的创建。目前各地举办的节日活动，动作小，既形不成大的声势，也不利提升大别山整体形象。大别山各区政府应牵头策划包装推出中国信阳茶叶节、六安瓜片节、中国皋陶文化节、中国大别山红军文化节等新的大型旅游节庆活动，与各地方联合举办黄芽茶文化节、万佛湖龙舟赛、亚洲铁人三项赛暨全国锦标赛和旅游文化节、板栗文化节等节庆活动，以不同大方式推动品牌建设。

加大以“地质公园”、“红色之旅”为重点的旅游宣传促销力度，组团赴全国各大城市及周边地区进行宣传推介，邀请中央媒体记者来进行大规模的采访活动，继续积极参加各类旅游博览会和进一步办好各种行之有效的旅游节会，不断提高大别山“红色之旅”的知名度和美誉度。

做好大别山旅游品牌的宣传，特别是应在中央电视台黄金时段统一做一些旅游广告，在北京、上海、广州等大城市车站、地铁站等人员流动性大的地方做好宣传和旅游推介活动，展示大别山无限美好的地质旅游风光。运用电子媒介的形式在旅游网、大型门户网站、大型广场户外电视、移动电视上推介大别山品牌。

8.4.5 地质旅游线路整合

前文提到，大别山的旅游产品定位主要是地质科考、休闲度假、生态观光等旅游形式。在地质旅游线路设计方面，以大别山地质旅游区为主体，通过大别山主峰天堂寨、薄刀峰景区、天堂湖、以及吴家山（南武当）、桃花冲、浠水三角山等景区的组合，形成大别山地质旅游的核心。本区以大别山地质公园、罗田大别山国家森林公园、吴家山（南武当）龙潭河谷风景区为重点，联动英山县城温泉、长冲茶叶公园、毕升森林公园、桃花冲森林公园，浠水三角山、斗方山、白莲河，蕲春太平山庄，团风大崎山风景区共同构建大别山生态旅游经典景区。该区是大别山旅游发展的重要支撑。在生态旅游方面，把地质旅游与绿色旅游结合，深度开发大别山国家森林公园、英山吴家山、浠水三角山建成4A级旅游区，英山桃花冲、浠水闻一多纪念馆、白莲河水库等景区。把大别山建成全国知名的生态休闲、度假避暑胜地。^[256]。这些景点（景区）是形成大别山地质旅游线路的核心，其它旅游线路都是以此为主要内容进行组合。

地质旅游与红色旅游资源结合，形成红色—地质旅游线路。以红色带动地质资源开发，以红色资源开发奠定地质资源建设基础。开发大别山红色资源，突出大别山品牌，以“千里跃进，将军故乡”为主线，以红安为龙头，以国家发改委、中宣部、国家旅游局命名列入百个经典景点的红安、麻城、罗田（胜利）、英山（四个烈士陵园）为依托，整合大别山红色旅游资源。红安重点建设红安七里坪长胜街、李先念故居、董必武故居、陂安南县遗址，麻城重点开发

乘马会馆，罗田重点开发胜利老街，英山重点开发段氏府、红二十八军诞生地，浠水重点建设闻一多纪念馆，蕲春重点开发高山铺战斗遗址，黄梅重点开发红十五军诞生地，武穴重点开发田镇红色渡口，黄州区重点开发陈潭秋故居和白潭湖红色旅游区，团风重点开发建设烈士陵园、林育南故居。结合地质旅游资源的开发，统筹把红安大别山烈士陵园、七里坪天台山、龟峰山建成 4A 级旅游区，麻城烈士陵园建成 3A 级旅游区，把红安建成国内一流的红色旅游基地和重要革命传统教育基地^[246]。修缮境内的国家级、省级文物，合力打造“武汉—麻城—红安—新县—信阳”、“合肥—六安—金寨—霍山—岳西—安庆”等精品旅游线路，并统一行动，规范辖区内宾馆、饮食、导游等行业管理。

在开发民俗旅游方面，把各种民俗旅游融于地质旅游产品之中。如根据旅游产业链的构建要求，补充饮食、民俗类服务项目，提高旅游产品附加值和综合吸引力。餐饮、购物、娱乐等是旅游六要素的重要组成部分，也是提高旅游附加值、旅游吸引力和旅游综合收益的重要途径。桐柏—大别山旅游区在这些方面具有良好的开发条件。首先，颇具特色的餐饮已使“吃在信阳”成为大别山区民俗特色，挖掘和丰富该区精美的饮食文化，推出水产系列、炖菜系列、元鱼系列、大别山珍系列、固始农家饭等一系列特色菜系、菜肴和小吃，建设一批品牌饭店，吸引人们来此休闲度假，应成为该区旅游产品开发的重要补充内容。其次，别具一格的茶山风情，采茶、制茶的工艺流程，精彩的茶艺、茶道表演，以及“从来佳茗似佳人”的品茗感受，都是极具吸引力和文化内涵的旅游产品。再次，豫风楚韵、丰富多彩的地方民俗文化，如民居、民歌、民舞、光州大鼓、信阳皮影等，对游客同样具有很大的吸引力，应在保持原汁原味的山乡特色和纯朴民风前提下，开发豫南的歌舞、杂艺、婚俗表演、对山歌等参与性、娱乐性项目^[251]。

根据地理区位特点，开发地方特色商品。采取切实可行措施，大力扶持开发具有地方特色的旅游商品、纪念品，形成大别山绿色生态、李时珍医药保健、东坡文化、红色纪念品、武穴章水泉竹器、黄梅佛教文化六大商品系列。在黄州区建设旅游商品一条街和展销中心，每年举办一次大型旅游商品展销活动；在旅游中心城镇建成一批具有一定规模的特色旅游商店；景区在游客集中区设立旅游商品销售网点；星级饭店设立旅游商品销售橱窗；在市区协助做好商业

步行街的建设，营造良好的购物环境和氛围。

8.4.6 交通整合

加快山区经济发展, 区域间联系和协作必不可少。大别山区有着相似的自然条件, 自然资源及人文环境, 因此加强区域协作和联系, 共同开发区域内各种资源, 发挥区域优势, 形成共同的大市场, 对本区发展旅游具有十分重要的意义。区域间协作和联系的基础是交通, 尽管大别山区域周边和内部又多条公路和铁路贯通, 但区域内部中省际、县际公路较少, 根本不能满足区域间发展大旅游和开展有效协作的要求。大别山区域共同大旅游市场的形成, 是以提高区域间联系通道为前提, 特别是皖鄂两省, 及皖鄂两省内部各县之间交通联系是形成区域大市场的关键。开展大别山大旅游局面, 其山区交通建设应统筹规划, 协作发展, 鄂、豫、皖三省之间应加强合作, 结合大别山经济发展特点和要求, 制订中长期交通规划, 将大别山交通发展纳入一盘棋, 避免各自为政, 树立“大”交通的战略思想。具体来说以 105、106、318 国道改建为重点, 进一步提高金寨—麻城、太湖—蕲春等公路等级, 修通并改造天堂寨两边公路, 共同开发天堂寨的旅游资源。形成具有较强运输能力和运输效率的省际和县际公路网络系统, 进一步提高周边大动脉的辐射能力, 促进大别山区经济一体化, 变整个大别山为周边交通大动脉的辐射区。

在充分改变大别山区内部公路交通的前提下, 加强区边铁路场站和港口码头建设, 对促进区域旅游发展具有重大作用, 封闭保守是不能推动旅游发展的。目前大别山区对外联系还主要依赖于公路, 公路客货运输量各县普遍在 90%以上, 联系范围也主要是周边较大城市, 如武汉、安庆、合肥、信阳等, 联系范围小, 强度弱, 旅游发展基本依靠自身的基础, 对外商品贸易、经济、技术、资金交流合作很少。由于公路运输在对外贸易中力量极其有限, 因此依靠周边铁路和长江水运的优势, 带动大别山各区旅游发展。

首先是铁路场站建设。铁路的修通和运营, 可通过改变地区或地点的运输可达性和旅游可达性而改善其旅游地理位置, 从而使区位优势发生变化, 可通达更远的地区, 使运距缩短, 运时减少, 运费降低, 方便程度提高。同时可扩大区内企业的市场和原、燃料地的来源范围, 增强其竞争优势和地区的对外开放度^[257]。

在大别山区，可在其边缘的铁路上选择若干个城镇作为重点铁路场站建设基地，如京九线上的麻城，合九线上的潜山，以及宁西(南京—西安)铁路上的叶集等作为重点建设基地，提高铁路场站的技术水平和综合运输能力。其次是沿江港口码头建设，提高港口技术水平，加大港口的客运能力，在西南湖北境内可选择黄冈和小池口(实际是利用九江港)为重点，东南安徽境内目前还没有港口可用，但可以利用稍远的安庆，建立通达江海的出口通道，利用水运优势，使游客通过多种交通形式进得来，出得去，对接各种形式旅游。

8.5 本章小结

大别山区是地跨鄂豫皖三省交界的革命老区，该区地质旅游资源特别丰富。本章以产业开发的视角分析了大别山跨界区域地质旅游资源整合的措施和对策。认为在大别山地质旅游资源整合开发过程中，应根据地质旅游资源形成的过程和特点，按照区域地质构造的特色，做好区域旅游整体规划和统一布局，根据大别山旅游资源和区位布局实际，大别山地质旅游资源的开发采取以下战略：在布局上采取：围绕核心，跨区组合，点轴推进，辐射全国；在资源整合上采取：资源组合，差异原则，优势互补。在产品的促销上采取：政府主导，市场运作，树立形象，培育精品。

做好大别山旅游的定位，特别是类型定位、客源定位、产品定位和市场定位。在产品定位上，立足资源特点，根据区域资源旅游的种类，发展地质旅游、生态旅游、红色旅游产品，商务会议旅游、休闲度假旅游。开展特种旅游、民俗旅游、老区农村旅游，大力发展区域旅游商品生产。在市场定位上，大力加强大别山生态旅游区建设，实施地质资源、红色旅游与绿色旅游的联动，形成大别山地质旅游知名品牌，以此支撑和带动全区旅游的整体发展。积极融入武汉城市旅游圈，中原城市发展群和长三角发展经济区。提出了具体的整合措施，主要有：树立整体观念做好大别山地质旅游规划；发挥多种优势，进行融资整合；创建品牌，开发精品；加强地质旅游资源和其它旅游资源融合，加强旅游产品整合、旅游交通整合。

9 结论及展望

9.1 主要结论

本文通过对跨界区域地质旅游资源整合分析得出以下一些结论：

(1) 在地质旅游资源整合过程中应以产业化的视角，运用产业学理论和产业发展的举措进行切入，分析地质旅游资源整合的各种条件和主要措施。同时，研究跨界地质旅游资源产业整合，必须考虑行政主导作用的因素，关注边界效应作用下的各行政主体的利益关系，否则就难以保证跨界区域地质旅游资源整合的有效推进。

(2) 本文在分析制约整合资源的各种因素的前提下分析了促进整合得以进行的集中机制，主要是动力机制、合作机制和实施机制。三种机制相互独立，又互相作用，共同推动跨界区域地质旅游资源整合的深入进行。

(3) 在跨界区域旅游产业布局过程中，应处理好区域的整体性与行政区划的分割性、开发的阶段性与资源发展的可持续性、旅游产业的市场机制和社区联动参与、政府主导与企业主体之间的关系。

(4) 发展跨界区域旅游业应以产业链价值的实现为基础，跨界区域地质旅游资源整合也是以旅游产业链的构建及其实现为主要途径。由于跨界区域经济基础较弱，基础设施相对落后，经济发展的起点较低，因此，跨界区域旅游资源产业链应分为不同的层次和阶段：第一阶段以资源产业为先导，构建旅游产业基础；第二阶段，按照关联原则，发展前后向关联旅游产业；第三阶段，根据信息和科技化发展的要求，发展高技术旅游产业，跨界区域旅游业向纵深发展。在具体构建大别山跨界区域地质旅游资源产业发展中本文提出了规划整合、融资整合、资源整合、品牌整合、产品整合和交通整合等措施。

9.2 研究展望

在写作过程中有如下一些问题需要进行深入分析和进一步探讨：

(1) 跨界区域地质旅游资源整合的动因和投入的量化问题。本文主要运用

产业化理论对跨界区域地质旅游资源进行整合做了一般性的分析，具体到跨界区域地质旅游资源整合产业化整合的运作过程中需要分析多种因素的参与动因以及投入量化得多少。动因分析在本文中整合机制的相关章节做了一定的说明，但由于整合主体的多样以及整合动机不同，这种分析对如何启动整合并保持整合行为持续进行具有重要作用。投入量化分析是产业经济学的基本分析方法，由于跨界区域旅游资源的开发主体以及整合制约因素的多样，难以用一个标准把各种因素都量化成数据，因此，有些部分难以按照投入产出的原则进行解释。若深入进行，可以就某一具体问题或者具体方面按照投入和产出的基本原理进行分析，得出产业化整合的效果。

(2) 不同旅游区域的利益协调问题。在跨界区域地质旅游资源整合过程中一定程度上影响到现有主体的既得利益。如何进行协调各主体间得关系，保证整合结果整体大于部分，从而使各部分都受益是需要进一步分析的问题。本文在相关章节提出了跨界旅游整合的利益协调问题，但是，由于各分区域产业水平以及经济条件、市场化程度等的不同，这就需要对各利益主体之间的相互关系、利益要求的具体内容、利益分享的实现途径等在现有研究的基础上作出差别化的深入探讨。进一步的研究工作还可以针对除地方政府、旅游企业等之外的更多利益相关者展开，如目的地社区居民、来自不同行政区的旅游者的利益诉求对于跨界旅游目的地整合发展的影响等，这些都值得特别关注；在研究方法上可以更多的采用个案分析法和实验法等展开。

(3) 跨界区域地质旅游资源整合的动态评价分析。跨界区域旅游资源整合发展是一个动态、渐进的过程，这必然导致其整合机制的建立、完善和具体的运行不可能一蹴而就；同时，整合发展所面临的障碍与矛盾在其不同的发展阶段也会呈现出不同的特征：即使在跨界区域旅游资源产业化整合关系形成以后，竞争有可能仍然是区域旅游发展的主流，合作各方还应从战略的高度对区域旅游合作的进程进行积极、有效地引导和调控。因此，如何进行整合的动态监测或者过程评价是衡量区域旅游资源产业化整合成功与否的重要内容，在动态监测和过程评价过程中需要建立相应的评价模型，这对分析评估地质旅游资源产业化整合是否有效以及效果大小具有重要作用，对于是否继续进行整合或者进行相应的整合调整具有指导作用。

致谢

光阴荏苒，三年的博士学习时间就要结束了，回首往昔，几多感激之情涌上心间。首先要感谢的是我的导师肖荣阁教授。肖老师以其治学严谨的态度、奋发向上的精神、孜孜求索的人生追求影响着我的生活、学习和做人的态度。在我的论文写作过程中，肖老师多次把我从写作的迷途中引导正道，帮我把握写作的要点和方向，并在论文的结构、论文资料的选取和运用中都给予悉心细致的指导，可以说，没有肖老师的帮助和谆谆教诲，就不可能有我现在的成就。

感谢学校所有传授我知识，帮我学业进步的老师。老师们渊博的知识和无私的奉献让我在知识的海洋中能够看到无比宽广的世界，让我领悟到天地高深的未知领域并激起我人生奋起的力量。

感谢所有帮助我的同学，特别感谢我的同门师兄姐妹们，他们是郑永彪、黄晓玲、刘刚、张雪梅、戚开静、徐伟、牛国良等同学，他们在我的学业过程中以不同的方式给予了我不同形式的帮助，让我终身难忘。

感谢李惠玲女士在我论文写作过程中帮我分担杂务，减少我遭受琐事的烦扰，让我能够静心思考和写作。

感谢我论文中所用材料的相应作者，由于他们的研究成果才使我有条件进一步从事我的论文写作。

还要感谢太多的朋友给我以真诚地关心、鼓励、帮助以及包涵，令我感激、难以忘怀！

参考文献

- [1] 邢乐澄. 略论地质遗迹资源与自然文化遗产保护[J]. 合肥工业大学学报(社会科学版), 2004, 18(3):106-109
- [2] 牛健, 吴苑. 插上科研双翼, 促进地质公园建设 赵逊, 姜建军等编著, 北京: 地质出版社 第二届国际地质公园发展研讨会论文集, 2007, 461-465
- [3] 赵逊, 赵汀. 从地质遗迹的保护到世界地质公园的建立[J]. 地质论评, 2003, 49(4): 389-399.
- [4] 周玲强. 旅游产业整合提高竞争力研究: 以浙江为例[M]. 北京: 航空工业出版社, 2005, 3-8
- [5] 蔡红. 中国高端旅游市场定位与开发[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2009, 3-4
- [6] 朱振国, 吴楚才, 陈宁强. 旅游资源开发及产业化发展初探[J], 资源节约和综合利用, 1998(1), 13
- [7] 王蔚. 我国 2007 年旅游业总收入达 1500 亿美元, 新华网 2008. 11. 19. 15:43:40
- [8] 国讯网. 中国旅游业 2007 年总收入 10957 亿 增长 22. 6%, www. gxbaogao. com 2008-09-17
- [9] 张辉, 宋文芸, 惠普科. 试论我国旅游业产业功能的转变和再定位, 中国旅游新闻网: http://www.ctnews.com.cn/lybgb/2008-05/21/content_507966.htm, 20090216
- [10] 穆桂松, 万三敏. 河南地质旅游资源区划与开发研究[J], 地域研究与开发, 2005, 24(5):88-91
- [11] 吴必虎, 唐俊雅, 黄安民, 等. 中国城市居民旅游目的地选择行为研究[J]. 地理学报, 1997; 52(2): 97-103.
- [12] 王凯. 我国省际边界地区旅游经济发展的空间结构优化方略[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2004, (2):13-15
- [13] 王凯. 省际毗邻地区旅游经济的空间矛盾及调控机制探讨[J]. 人文地理, 2005, 20(3):123-125
- [14] 吴必虎. 区域旅游规划原理[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001. 5, 359-361
- [15] 姜坤, 章锦河, 王浩. 大别山“边界共生”旅游开发模式研究[J]. 云南地理环境研究 2007(19)2:132
- [16] 吕军, 刘承良. 近域旅游区空间整合—竞合模式发展研究—以大洪山风景名胜区为例[J]. 湖北大学学报(自然科学版) 2005(1):83-86
- [17] 苏勇军. 长三角区域旅游合作对策探讨[J], 三江论坛, 2007(1):10
- [18] Weber A. Alfred Weber's theory of location of industries. Chicago UCP 1929.
- [19] Chirstaller W. Central places in Southern Germany. Englewood Cliffs, New

Jersey:Prentice hall,1996.

- [20] Losch A. The economics of location. Oxford:OUP, 1954
- [21] Isard W. Location and space economy. Cambridge:MIT Press, 1956
- [22] 索洛(Solow). 资本理论及其收益率 [M], 刘勇译, 北京: 商务印书馆, 1992. 6
- [23] Richard Hartshome. The Nature of Geography, [M], American press , 1936
- [24] Braun B M, Soskin M D. Theme park competitive strategies[J]. Annals of Tourism Research, 1999, 26(2): 438~442.
- [25] Fagence M. Regional tourism cooperation[J]. Annals of Tourism Research, 1996, 23(3): 717~720.
- [26] Niles Hansen. Border Regions: A Critique of spatial Theory And a European case Study[J]. Annals of Regional Science, 1997(11): 1-14)
- [27] Gierseh H. Economic Union between Nations and the Location of industrials[J]. Review of Economic Studies. 1949(17): 87-97
- [28] Seymour E. Hams. Inernational and interregional Economies[M]. McGraw-Hill Book company, Inc. 1957
- [29] H·哈肯, 戴鸣钟译. 协同学: 自然成功的奥妙[M]: 上海科学普及出版社, 1988, 11
- [30] Paul Krugman. Space: The Final Frontier. Journal of Economic Perspectives. Volume 12.
- [31] N. Zouros , Geoconservation , Promotion and Management of Geosites on Lesvos Island; the Lesvos Petrified Forest-European Geopark , Zhao xun, Jiang jianjun , Dong shuwen etc , BeiJing: Geological Publishing House Proceedings of the Second International Symposium on Development Within Geoparks 2007, 178
- [32] Edgar M. Hoover: An Introduction to Regional Economies[M]. Alfred A. Knopf Inc. New York, 1975
- [33] Robert Axelrod. The Evolution of Cooperation[M], New York: Basic Books, 1984
- [34] 李小建. 经济地理学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2006. 361
- [35] Venables. A. Equilibrium Locations of Verticly Linked Industries. International Economic Review, 1996.
- [36] Friedman J R. Regional development policy: a case study of Venezuela[M]. Cambridge: MIT Press. 1966
- [37] Anderson M. M, Khler S. Lund T. Design for assembly August 1999.
- [38] Henk Van Houtum. Border, Distanees, and spaees. Presented at the congress of the European Regional Science Assoeiation. Dublin, Ireland. 1999
- [39] Porter, Minhael. E. The competitive Advantage of Nations [M] The Free Press , New York : 1990, (20)
- [40] Buhalis D. Marketing the Competitive Destination of the Future [J] Annals of

Tourism Research, 1997, 24 (4)

[41]Fagence. M. Regional tourism cooperation [J]. Annals of Tourism Research, 1996, 23(3):717-720

[42] Bob Jessop. 治理的兴起及其失败的风险:以经济发展为例的论述[J]. 国际社会科学, 1999, (2) :31, 78.

[43] 蔡守秋. 第三种调整机制—当代环境资源法研究的一个新领域[EB/OL]. <http://www.riell.whu.edu.cn/show.asp?ID=1256>.

[44] Craig-Smith. Proceedings of the Australian National Tourism Research and Education Conferences, 1995, pp. 357.

[45] Miossec, J. M., 1976, Elements pour une Theorie dell EscapeTouris-tique(J), Les Cahiers Du Tourisme, C- 3, CHET, Aix- en- provence.

[46] Gormsen, E. 1981, The spatio-temporal development of international tourism: attempt at a center-periphery model[J]. In LaConsommation D' espace Par le Tourism et sa Preservation, chet, Aix-en-Provence, 150-170.

[47] Hills. T. L, and Lundgren, J., 1977, The impacts of tourism in the Caribbean, A methodological study[J]. Annals of Tourism Research. 4(5):248-267

[48] Britton, S. G., 1980, The spatial organization of tourism in a neo-colonial economy: A Fiji case study(J). Pacific Viewpoint, 21(2):144-165.

[49] Weaver, D., 1998, Peripheries of the periphery: Tourism in Tobago and Barbuda[J]. Annals of Tourism Research(J), 25(2):292-313

[50] Wall, G., 1998, Peripheral area tourism[J]. Annals of Tourism Re-search, 25(2):522-523.

[51] V Smith. Anthropology and Tourism—A science—Industry Evaluation [J]. Annals of Tourism Research, 1980, 7(1):13-33

[52] Tazin B. Jama, l Donald Gets Collaboration theory and community tourism planning Annals of Tourism Re-search 22pp. 186 ~204 Annals of Tourism Research. 1995

[53] Chavez, Debbie, Developing an evolutionary tourism partnership model, Annals of Tourism Research Volume: 22, Issue: 4, 1995, pp. 844-856

[54] Bramwell B. SHARMAN A Collaboration in local tourism policymaking 1999(2) 6.

[55] Young. Public-private sector cooperation: enhancing tourism competitiveness. Annals of Tourism Research, 2002, 29(2) :573-574 .

[56] Huybers T J Bennett Inter-firm cooperation at nature-based tourism destinations 2003(4)

[57] Britton, The spatial organization of tourism in a neo - colonial economy :

A Fiji case study(J) 1980

- [58] 袁纯清. 共生理论——兼论小型经济[M], 北京: 经济科学出版社, 1998. 1-10
- [59] allenJ. Timothy Political Boundaries:New Frontiers for Tourism Reasearch[J]. Progeess in Tourism and HosPotality Researeh, VOlume:1, Issue:2, 1995, PP. 141-152
- [60] DallenJ. Timothy Political Boundaries and Tourism:Borders astourist Attractions[J]. Tourism Management, Volume:16, Issue:7, 1995, PP:525 — 532
- [61] Astous, Ahmed; The Influence of Country of Origin on the Evaluation of Products having Different Levels of Involvement [M];Canadian Journal of Administrative Sciences; 1993
- [62] Timothy, D .J. and Tosun, C .Tourists, Perception s of the Canada-USA Border as a barrier to Tourism at International Peace Garden [J]. Tourism management, 2003, 4 (24) :411-421
- [63] Prescott, J. R. V. Last of lands Antarctica, [M], Beijing :Science press 1987
- [64] Harold Lloyd. Some fans of Buster... Chaplin has always stood alone.. (Scarecrow Press, 1991
- [65] swift, dividing line, border, frontier 588 boundless , Mellen Research University Press, 1991
- [66] 万青. 关于开发大别山地区红色旅游资源的探讨[J]. 中国农学通报, 2006 (6) :505
- [67] 张树萍. 六安市红色旅游 SWOT 分析[J]. 资源开发与市场, 2006, (22) 2: 199—201
- [68] 万青. 发展生态旅游推动经济发展—以安徽六安地区为例[J]. 安徽农业科学, 2004, (5) :178-180
- [69] 杨敬东. 皖西旅游资源开发利用战略问题探讨[J]. 皖西学院学报, 2002, (6): 50-53
- [70] 张树萍, 周刚. 安徽大别山(六安)国家地质公园旅游开发[J]. 皖西学院学报, 2007, (5): 122-125
- [71] 王清利, 常捷, 张吉献. 地质旅游资源分类及开发利用初探[J]. 河南大学学报(自然科学版) 2003, 33 (2): 63-66)
- [72] 李京生, 康宏达. 中国旅游地质资源分类分区与编图[J]. 第四纪研究, 1999, 19 (3): 246-253
- [73] 夏书芳. 地质旅行[M]. 北京: 科学出版社, 1988
- [74] 程三友, 等. 大别山构造地貌的 DEM 初步分析[J]. 地质力学学报, 2005, 11 (4), 333-339)
- [75] 湖北省地质矿产局. 湖北省区域地质志[M]. 北京: 地质出版社 1990
- [76] 安徽省地质矿产局. 安徽省区域地质志[M]. 北京: 地质出版社 1987

- [77] 钱小梅, 赵媛. 世界地质公园的开发建设及其对我国的借鉴[J]. 世界地理研究, 2004, 13(4): 79-84
- [78] 索书田, 等. 大别山地块超高压变质期后伸展变形及超高压变质岩石折返过程[J]. 中国科学, 2000, 30(1): 9-17
- [79] 冯文科. 大别山构造地貌特征[J]. 地质科学, 1976(3): 266-276
- [80] 董树文, 孙先知, 等. 大别山造山带基本结构[J]. 科学通报, 1993(6): 542-545
- [81] 王椿镛, 张义庆, 等. 大别山造山带地质构造[J]. 中国科学 1997, 27(3): 221-226
- [82] 陈安泽, 论国家地质公园, 陈兆棉. 国家地质公园建设与旅游资源开发—旅游地学论文集(第八集)[C]. 中国林业出版社, 2002
- [83] 赵鸿燕, 张天义, 曹希强. 地质遗迹资源属性浅析[J]. 地质与资源, 2007, 16(1): 78-80
- [84] 陈惠雄. 资源层次, 经济中心与区域经济的多元合作发展, [J], 中国工业经济, 2004(8)
- [85] 保继刚. 滨海沙滩旅游资源开发的空间竞争分析: 以茂名市沙滩开发为例[J]. 经济地理, 1991, 11(2): 89~93.
- [86] 安树伟, 张素娥. 政府行为与蒙晋陕豫交界地带经济合作研究[J]. 西安财经学院学报, 2003, (04)
- [87] 王晨, 吴嗣澄. 关于西部毗邻经济协作区的思考 [J]; 理论导刊, 1987(11); 31-34
- [88] 保继刚. 喀斯特石林旅游开发的空间竞争研究[J]. 经济地理, 1994, 14(3): 93-96
- [89] 刘玉亭, 张结魁. 省际毗邻地区开发模式探讨[J]; 地理学与国土研究; 1999. (4) . .
- [90] 喻学才. 论旅游资源中的同名名胜开发[J]. 旅游学刊, 1995, 10(5): 55~57.
- [91] 郭荣星. 我国省级边界地区自然资源开发的政策建议[J]; 科技导报, 1995(2): 52-53
- [94] 肖进原. 攀西—六盘水地区资源特点及开发效应探析 [J], 贵州师范学院学报, 1996(6)
- [95] 梁双陆. 中国省区交界地带经济发展思考[J], 改革与战略, 1998(2)
- [96] 王谦光. 毗邻地区经济发展战略问题初探[J], 江西社会科学, 1994(4)
- [97] 许春晓. 21世纪中国旅游学的新领域: 旅游资源非优区研究[J]. 旅游学刊, 2000(1): 59-62
- [98] 陈仲佰. 湘鄂渝黔桂省际边境区域经济发展战略[M], 长沙: 湖南科学技术出版社, 2001: 38-42
- [99] 饶光明. 长江上游地区政府之间跨区域合作研究, 建立市场化的西南地区区域经贸协调机制[J] 云南社会科学, 2004(6)
- [100] 蔡云辉. 省级毗邻地区经济发展现状研究[J] 经济问题探索, 2005(6)
- [101] 王雯雯, 郭寻, 吴忠军. 区域旅游资源开发整合研究[J]. 东南亚纵横, 2006(1)
- [102] 安树伟; 母爱英. 省级“行政区边缘经济”与统筹区域协调发展[J], 重庆工商大学学报(西部经济论坛) 2005(6)
- [103] 薛莹. 20世纪80年代以来区域旅游合作研究综述[J]. 人文地理, 2003, 18(1): 30.

- [104] 王维艳,等.跨界民族文化景区核心利益相关者的共生整合机制——以泸沽湖景区为例 2007, 26(4):673-682
- [105] 吴泓,顾朝林.基于共生理论的区域旅游竞合研究——以淮海经济区为例[J],经济地理, 2004, 24(1):104-109
- [106] 刘荣增.共生理论及其在我国区域协调发展中的运用[J]工业技术经济, 2006, (25)3:19-21
- [107] 韩芳,帕尔哈提·艾孜木.基于共生理论的区域旅游资源整合的动力机制研究——以南疆五地州旅游资源整合为例[J],新疆师范大学学报(自然科学版), 2006, (25)3:255-258
- [108] 吴大进,等.协同学原理和应用[M],武汉:华中理工大学出版社, 1990
- [109] 郭治安,沈小峰.协同论[M],太原:山西经济出版社, 1991
- [110] 孟昭华.关于协同学理论和方法的哲学依据与社会应用的探讨 [J],内蒙古社会科学(汉文版), 1997(6)
- [111] 保继刚,彭华.名山旅游地空间竞争研究:以皖南三大名山为例[J].人文地理, 1994, 9(2):4-9.
- [112] 庞效民; 区域一体化的理论概念及其发展[J],地理科学进展 1997(2):41-49
- [113] 王铮.区域管理与发展[m],北京:科学出版社, 1998
- [114] 谢冰.中国过渡区域经济运行协调和发展机制分析 [J],山西师范大学学报(自然科学版)》2001 (1): 66-72
- [115] 张可云.区域大战与区域经济关系[M].北京:民主与建设出版社, 2001.
- [116] 季任钧、钱智.区域经济联合协作的动力机制研究[J],山西师范大学学报(自然科学版), 2001(1)
- [117] 谢章澍.闽台高科技产业竞争力及其区域产业协同发展研究 [D];福州大学; 2002
- [118] 黎鹏.区域经济协同发展研究[M],北京:经济管理出版社, 2003
- [119] 冷志明.湘鄂渝黔边区域经济协同发展的政策研究[J],重庆工商大学学报(西部论坛), 2005(5)
- [120] 张建.重视区域旅游合作开发中的行政区划因素[J].科学、经济、社会, 2005, 98(1):57-58.
- [120] 李树民.区域旅游合作的行为模式和动力机制[J].旅游学刊, 2005(3)
- [122] 田苗; 珠江流域滇黔桂三省交界地区跨边界经济合作及协同发展研究 [D];云南师范大学, 2006年 中国重要会议论文全文数据库
- [123] 张慧霞,刘斯文.中部地区区域旅游合作[J]经济地理, 2006(4)
- [124] 王传民.县域经济产业协同发展模式研究[M],北京:中国经济出版社, 2006
- [125] 任鸣.健全“跨界治理”机制共筑旅游合作基石[J],旅游学刊, 2007(22) 12: 28-31
- [126] 吴军.中国区域旅游合作时空演化特征分析[J].旅游学刊, 2007(8), 35-42
- [127] 杨振之、陈顺民.论“旅游目的地”与“旅游过境地” [J].旅游学刊, 2007(2)
- [128] 赵明,郑喜.跨境旅游资源国际合作开发探讨——以黑龙江中俄边境段为例[J],世界

地理研究, 2004(4)

[129] 安树伟, 张素娥. 协调成本与行政区交界地带的环境整治——对黄河小北干流段整治的研究 [J] 人文杂志 2004(2)

[130] 安树伟, 张素娥. 中国省区交界地带经济活动基本特征分析 [J], 重庆工商大学学报 (西部论坛) 2004(3)

[131] 魏后凯. 《行政边缘区经济论》评价[J]. 中国工业经济, 2004 (11)

[132] 安树伟. 中国大都市区管制研究[M], 北京: 中国经济出版社: 2007

[133] 史卫东, 贺曲夫. 刍议“行政区经济”: 理论阐释、实践应用与发展前景[J]. 科学·经济·社会, 2007, 25 (3): 38-42. 15

[134] 罗贞礼. 边缘区域经济发展研究[M]长沙: 湖南人民出版社 2007, 3

[135] 郭荣星. 中国省级边界地区经济发展研究[M]. 北京: 海洋出版社, 1993

[136] 陶伟, 戴光全, 吴霞. “世界遗产地苏州”城市空间结构研究[J]. 经济地理, 2001, 22(4): 487-490.

[137] 刘君德 舒庆. 论行政区划, 行政管理体制与区域经济发展战略[J]. 经济地理, 1993

[138] 陆大道, 高连庆. 闽西南、粤东、赣东南经济协作区域规划研究[M], 北京: 中国经济出版社, 1996

[139] 章尚正. 跨市域旅游开发的必然趋势与联动机制[J], 安徽大学学报, 2004, (2): 79-84

[140] 杨培玉. 城市旅游资源空间整合研究 [J]. 海淀走读大学学报, 2004(4)

[141] 陈才. 图们江流域的区域国际合作开发模式[J], 地理学报, 1999(4): 69-79

[142] 邓仕仑. 积极推进闽西南区域经济合作的若干对策[J], 厦门特区党校学报, 2007(4)

[143] 安树伟. 行政区边缘经济论[M], 北京: 中国经济出版社, 2003

[144] 李烈荣, 姜建军, 王文. 中国地质遗迹资源及其管理 [M]. 中国大地出版社, 2002, 8

[145] J W Cowie, Wap Winbledo. The world heritage list and its relevance to geology [A]. in: proceedings of the Marvexn Conference [C]. 1993. 7 1-73.

[146] 范晓. 论中国国家地质公园的地质景观分类系统 [A]: 陈安泽、卢云亭、陈兆棉 主编. 国家地质公园建设与旅游资源开发——旅游地学论文集第九集 [C]. 北京: 中国林业出版社, 2003. 68-78.

[147] 刘静霞. 中南林学院 硕士学位论文, 河南石台山地质公园云台山园区景观资源分析及规划研究, 2005

[148] 刘静霞. 中南林学院 硕士学位论文, 河南石台山地质公园云台山园区景观资源分析及规划研究, 2005

[149] 毛学翠. 地质公园建设与旅游资源开发探析 [J]. 地质技术经济管理, 2003, 25 (4): 29 - 3 2.

[150] 韩晋芳, 田明中. 地质遗迹资源及其保护与利用的协调性问题 第一届世界地质大会论文集 2004, 288

- [151] Zhao ting, Zhao xun , The Geoscientific significance and classification of national geoparks of China , Acta Geological sinica(English edition)2004, Vol. 78, No3. 854-865
- [152] 赵汀, 赵逊 地质遗迹分类学及应用 赵逊, 姜建军等编著, 北京: 地质出版社 第二届国际地质公园发展研讨会论文集 , 2007, 371-375
- [153] 冯天驷, 中国地质旅游资源 (M) .北京: 地质出版社, 1998
- [154] 中国地质矿产部地质环境研究所编制的《中国旅游地质资源图说明书》(1992)
- [155] 丁季华, 旅游资源学[M]. 上海: 上海三联书店, 1999
- [156] 陈安泽, 姜建军, 李明路. 中国国家地质公园发展现状与展望[A]. 旅游资源基础理论与开发研究[C]. 地质出版社, 2004, 6 (1) :6-213.
- [157] 陶奎元. 地质遗迹登录评价系统的研究 北京: 中国农业出版社, 2002, 123-138
- [158] 国土资源部地质环境司编写 国家地质公园(地质遗迹)调查技术要求 (讨论稿)(2002)
- [159] 《中国国家地质公园建设技术要求和指南》(试行)(2002)
- [160] 齐岩辛, 许红根, 等. 地质遗迹分类体系[J]. 资源产业, 2004(6)3:6
- [161] 郭威, 丁华. 论地质旅游资源[J]. 西安工程学院学报, 2001, 23(3) :60- 63
- [162] 王永生 国家地质公园建设初探 [J]. 河南国土资源, 2005. 3: 13-14
- [163] 穆治国. 地质旅游资源[J]. 科学中国人, 1997, 8: 12-14
- [164] 彭成祥, 吴成基. 地质遗迹及保护与利用的协调性问题——以陕西省为例[J]. 资源科学, 2004 (1) :26
- [165] 董静, 郑天然, 张雪梅. 国家地质公园研究综述石家庄学院学报, 2006, 18(6) : 86-92
- [166] Zhao Ting, Zhao Xun, Geological heritage taxonomy and application, in proceedings of the second international symposium on development within geoparks, June, 2007, p 26-98, Geological publishing house, Beijing.
- [167] H. Siebert. 区域经济增长:理论与政策, [M], 北京: 经济科学出版社, 1969
- [168] Bouldeville, J. R. Problems of Regional Economic Planning[M]. Edinburgh University Press, 1966.
- [169] 徐涛. 大企业与区域经济发展[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2007
- [170] 涂人猛. 区域旅游理论研究[J], 社会科学家, 1994, 49(5) :82.
- [171] 李亚兵, 肖星. 区域旅游产品结构优化设计研究[J]. 干旱区资源与环境, 2005(4)
- [172] 宋子千. 对区域旅游合作研究几个基本问题的讨论[J]. 旅游学刊, 2008(6)
- [173] 杨新军, 马晓龙. 区域旅游空间结构及其研究进展[J]. 人文地理, 2004, 19(1) :77.
- [174] 骆培聪. 福建区域旅游网络结构及其优化分析[J]. 福建地理, 1997, 12(2) :48.
- [175] 郑耀星. 区域旅游合作是旅游业持续发展的新路——制订《闽西南五市旅游合作发展规划

- 划纲要》的深层思考[J], 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 1999, (2):29.
- [176] 保继刚, 楚义芳. 旅游地理学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2001. 42.
- [177] 田世政. 旅游资源区域联合开发研究—以重庆市为例[J]. 重庆商学院学报, 2001, 36(5):12—18.
- [178] 王衍用. 对旅游资源应该进行深度研究[J], 旅游学刊, 2007(2): 11-12
- [179] 苏春红, 等. 攀西地区特色生物资源开发产业化发展战略山地学报[J], 2004(9):26-30
- [180] 周玲强. 旅游产业整合提高竞争力研究: 以浙江为例[M]. 北京: 航空工业出版社, 2005, 38
- [181] 戈银庆. 中国西部区域经济整合与区域经济发展问题研究[M]. 北京: 人民出版社, 2008(3)
- [182] 汪淑敏. 杨效忠. 基于区域旅游整合的旅游线路设计—以皖江一线旅游区为例[J]. 经济问题探, 2008, (4).
- [183] 马艳. 区域旅游整合研究—以大连市为例[D]. 辽宁: 辽宁师范大学. 2006.
- [184] 黎万山. 区域旅游整合研究[D]. 重庆: 重庆师范大学, 2004.
- [185] 余靖华, 区域旅游整合的本质内涵及实现路径[J], 理论月刊, 2008(10), 84-87
- [186] 汪宇明. 核心—边缘理论在区域旅游规划中的运用[J], 经济地理 2002(5)
- [187] 李文水, 张安民. 空间分离型旅游主体区旅游合作动力机制研究. 见: 周国忠编. 区域合作: 旅游业转型于创新平台[M]. 北京: 中国旅游出版社 2008, 30
- [188] 尹贻梅, 对旅游空间竞争与合作的思考[J] 桂林旅游高等专科学校学报, 2003(1)
- [189] 王晞. 竞争与整合: 中国区域旅游发展与合作态势分析[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2005, 16(1).
- [190] 潘顺安, 刘继生. 大湄公河次区域旅游合作开发研究[J]. 旅游科学, 2005, 19(4): 1-6.
- [191] 吴国琴. 中部地区旅游合作的动力机制和开发战略[J]; 信阳师范学院学报(哲学社会科学版); 2007(5)
- [192] 颜泳红. “长株潭”区域旅游合作的驱动机制 [J], 湖南工业大学学报, 2007(1)
- [193] [美] 迈克尔·波特. 竞争战略, 陈小悦等译, 北京: 华夏出版社, 2002. 14
- [194] 杨国良. 旅游流空间扩散[M]. 北京: 科学出版社, 2008: 98
- [195] 章尚正, 许贺. 冷点地区的旅游资源开发模式研究—以皖北旅游区为例[J]. 阜阳师范学院学报(社会科学版), 2008(1), 127-130
- [196] 相阵迎, 徐红罡: 跨界旅游目的地发展研究, 保纪刚, 徐红罡编: 社区旅游与边境旅游, 中国旅游出版社, 2006, P164—165
- [197] 马勇, 刘名俭, 2007 湖北省旅游发展研究报告[J], 北京, 科学出版社, 59
- [198] 吴国新. 旅游产业发展与我国经济增长的相关性分析[J]. 上海应用技术学院学

报. 2003(4), 238-241

[198]周玲强. 旅游产业整合提高竞争力研究:以浙江为例[M]. 北京: 航空工业出版社 2005. 28. 73

[199]Xu H. G, Tao W. Managing Side Effect of Cultural Tourism Development :the case of ZhouZhuang [j] Chinese Geography Science ,2001, 11(4):356—365

[200]江时强, 李志晖. 三峡坝区开始整合旅游资源, <http://finance.qq.com>, 2007年04月05日 18:16 新华网

[201]孙钢, 大力推进泛珠三角的旅游合作与发展, <http://www.china.com.cn/chinese/zhuanti/fzsjq/577771.htm>, 2009-2-19

[202]王士君, 王丹, 高群. 城市相互作用关系的一种新模式近域城市整合研究[J]. 地理科学, 2001, 21(6):558~55

[203]陶伟, 戴光全. 区域旅游发展的“竞合模式”探索:以苏南三镇为例[J]. 人文地理, 2002, 17(4):30~33

[204]徐少良, 田正义. 系统优化与区域规划 (J) . 自然辩证法研究, 1990, 6(6):41-44, 28

[205]曹诗图, 崔进, 郑宇飞等. 鄂西与豫东旅游开发比较优势分析及区域整合对策 (J) . 云南地理环境研究, 2003, 15(2):43 — 49

[206] 王凯. 跨界旅游目的地整合发展研究, [D], 华东师范大学, 2007

[207] 陶卓民, 卢亮. 长江三角洲地区旅游客源市场共同开拓研究[J]. 人文地理, 2005, 20, (6):73-77

[208]约翰. 斯沃布鲁克著, 张文等译. 景点开发与管理. 北京: 中国旅游出版社, 2001. 112

[209]Gunn, C. A. Tourism Planning[M]. New York :Taylor & Francis, 1988.

[210]高峻. 旅游资源规划与开发[M], 北京. 清华大学出版社, 2007, 254

[211]杨世瑜, 吴志亮. 旅游地质学[M], 天津. 南开大学出版社, 2006. 2 4

[212]Jiang Jianjun, Zhao Xun, Geological Heritage Protection and National Geopark Construction in China In Proceedings of the First International Conference on Geoparks, Geological Publishing House Beijing China, 2004, 6(15): 7.

[213] 河南省地质矿产局. 河南省地域地质志[Z]. 北京:地质出版社, 1989

[214]. Smith, Regional analysis of tourism resources[J]. Annals of Tourism Research, 1987, 14(2):254-275.

[215]查军. 树立旅游生态伦理观念, 内化旅游业外部不经济性, 中国论文下载中心, 08-12-07, 16:08:00

[216] 吴必虎. 区域旅游规划原理[M]. 北京:中国旅游出版社, 2001. 143

[217] 陈学庸. 中国旅游资源学[M]. 北京. 中国商业出版社, 2007, 65

[218] 宁泽群. 旅游经济、产业与政策[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2005

- [219] 张河清. 区域民族旅游开发导论[M]北京, 中国旅游出版社, 2005
- [220] 鄢志武. 旅游资源学[M], 武汉: 武汉大学出版社, 2007, 191
- [221] 梁明珠. 旅游资源开发与规划[M]. 北京: 经济科学出版社, 2007, 3-4
- [222] 刘玲 旅游环境承载力研究方法初探 陈安泽 卢云亭 陈兆棉 旅游地学的理论和实践 北京: 地质出版社, 1998, 9 151-154
- [223] 刘沛林. 区域旅游规划: 原理与实践[M], 北京: 华龄出版社, 2006
- [224] 李琛, 成升魁, 齐德利等. “首都都市度假旅游圈”对承德市旅游空间变动的影响[J]. 资源科学, 2007(1), 126-133
- [225] 王起静. 旅游产业链的两种模式及未来趋势[J]. 经济管理. 新管理, 2005 (11), 76
- [226] 黄成林 等. 安徽省旅游业竞争力研究[M]. 合肥: 安徽人民出版社, 2006, 1
- [227] Porter, M. Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy[J]. Economic Development Quarterly, 2000, Vo.1 14, No. 1, pp 12-25.
- [228] Torn Baur, Making or breaking the tourist experience :The role of human . The tourist Experience [M]. London :Continuum ,2002;103)
- [229] 李悦, 李平. 产业经济学[M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2002
- [230] 高洪深. 区域经济学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2002
- [231] 潘建民, 旅游城市产业结构优化研究[m]北京: 中国旅游出版社, 2008.
- [232] 郭胜, 论旅游产业结构优化调整目标与措施 [J], 财贸研究 2003 (4) :18—20
- [233] 李万立. 旅游产业链与中国旅游业竞争力[J]. 经济师, 2005(3), 123-124.
- [234] 周路明. 关注高科技“产业链” [J]. 深圳特区科技, 2001(11), 10—11.
- [235] 曹飞 . 三季网络旅游市场达 6.75 亿 携程占据半壁江山 ,
<http://www.enet.com.cn/article /2008/0107/A20080107992898.shtml>
- [236] 蔡瑜 孙爱萍. 基于电子商务的旅游产业价值链构建[J]科技创业月刊, 2007(12) 75-76
- [237] 邹宗濂, 王润生. 桐柏山—大别山地区物化探资料的图像处理 and 地质构造分析[J]. 物探与化探, 2000, 24(6)
- [238] 曾融生. 固体地球物理学导论[M]. 北京: 科学出版社, 1984.
- [239] 杨建. 安徽大别山地区地质环境和资源评价与可持续发展研究 [D]合肥工业大学, 2003
- [240] 安徽省志编辑委员会. 安徽省志—自然资源[M]. 合肥, 方志出版社, 1999
- [241] 周高志, Lion L G, 刘源骏, 等. 湖北北部高压超高压变质带[M]. 武汉: 中国地质大学出版社, 1996, 159—166.
- [242] 安徽省地震局. 安徽省地震构造与环境分析. 北京: 地质出版社, 1990
- [243] 安徽省地质矿产局. 安徽省区域地质志[M]. 北京: 地质出版社, 1987

- [244] 湖北省地质矿产局. 湖北省区域地质志[M]. 地质出版社, 1990.
- [245] 徐树桐, 刘贻灿, 江来利, 等. 大别山超高压变质带的确定及存在问题[J]. 自然科学进展, 1999, 9(1): 14-23.
- [246] 谌静:大别山区旅游资源开发利用与新农村建设研究, 安徽农业科学 2007, 35 (21)
- [247] 王制军. 大别山红色旅游资源开发研究[D], 华中师范大学, 2008, 35
- [248] 新华网, 大别山区三省六市加强红色旅游的区域协作, 来源: 新华网河南频道 2007-09-07 10:18:28
- [249] 熊兆巍. 安徽旅游整体形象标识与主题口号征集公告[N]. 江淮晨报 2007-7-30
- [250] 曹大贵, 大别山区经济发展的交通运输条件分析, 长江流域资源与环境, 2001, 10 (4) :296-231
- [251] 吕连琴, 河南省桐柏一大别山旅游区发展战略研究, 河南大学学报(自然科学版) 2007, 37 (3) :280-284
- [252] 张之. 运输布局学[M]. 北京:中国经济出版社, 1988:36-37
- [253] 国讯报告网. 安徽省六安市旅游业发展情况调研报告, www.gxbaogao.com 2008-08-17
- [254] 杨安宁, 杨玉秀, 杨志平. 红色旅游开发的几点建议—以大别山红色旅游区为例, 市场论坛, 2006(10), 100-101
- [255] 余晖, 彭仲, 董永胜. 红·绿·古黄冈旅游三原色 <http://www.cnhan.com>[EB/OL].
[2007-02-02]
- [256] 黄冈市. 黄冈市“十一五”旅游发展规划纲要, 黄冈政府网, 2007-09-27 13:18:17
- [257] 王伟, 宋迎昌. 论铁路干线对沿线地区经济开发的影响[J]. 经济地理, 1997, 17(1):92-93

附录：博士期间发表论文情况

- 1、王生卫，肖荣阁.我国西部矿产资源产业结构优势的培育及实现途径分析，科技创业月刊[J].2007(2)
- 2、王生卫.矿产资源开发中生态补偿定价机制分析[J].现代商业,2007(5): 144—145
- 3、邓汉超，王生卫.转型期我国农村村组织与企业的结合方式 [J].农村经济,2007(5):82 — 86
- 4、王生卫.网络旅游产业链的构建及其实现途径[J].安徽农业科学,2009(8):3795-3797
- 5、王生卫.跨界区域旅游资源产业化整合实施机制分析 [J].资源与产业.2009(6)
- 6 黄晓玲，王生卫.地质旅游公园建设与可持续发展[J]. 资源与产业.2009(7)