

中文摘要

区域经济一体化已成为当今国际经济关系中最引人注目的趋势之一，是当代世界经济的一个重要特征，在全球经济中发挥了积极作用，是推动地区经济、贸易、金融、社会乃至环境建设的有效载体。旅游业顺应历史潮流的发展，走区域旅游一体化的道路成为一种必然选择。

中原城市群是中华民族和文明的发祥地之一，是中国古代政治、经济和文化的中心；地貌类型多样、四季分明，气候适宜多种生物生长。旅游资源类型多样而丰富，品位高而结构好，文物古迹类和自然风光类结构并重。它的旅游业依托得天独厚的旅游资源和发达的交通网络，呈现出强劲的发展势头。加强中原城市群旅游一体化研究，是时代发展的需要，对中部崛起、中原崛起和中原城市群经济一体化建设都具有重要意义。不但可以为中原城市群旅游开发和规划指明目标和方向，积极推进区域旅游业发展，提高区域旅游开发和规划的科学性；而且可以通过整合各城市的旅游资源，加强信息交流，打造城市群整体品牌，为政府部门发展区域旅游合作提供决策依据，使其建立在可持续的科学发展观基础上。

本文在经济学、旅游学及地理学相关理论的指导下，分析构建了区域旅游一体化的基本内容、表现特征、阶段划分等，并在分析中原城市群旅游资源状况、市场特征及一体化发展现状的基础上，提出了中原城市群旅游一体化发展总体思路与一体化途径及保障体系。全文共包括七个部分。

第一部分选题意义及依据。从国际、国内经济及旅游业发展趋势，到中部崛起、中原崛起及中原城市群旅游发展的需要分析，阐明了中原城市群旅游一体化的必要性和研究的重要意义。

第二部分国内外研究综述。综合评述了区域旅游一体化合作的国内外理论与实践研究；重点介绍了国内区域旅游一体化的理论和实践研究内容。

第三部分相关理论综述与诠释。介绍并诠释了区域旅游一体化合作的一些经济学、地理学等方面的基本理论。

第四部分对区域旅游一体化基本理论进行了研究。首先对区域旅游一体化的概念进行了界定，然后研究了区域旅游一体化系统结构，并对区域旅游一体化的参与对象系统及对各参与者、区域旅游一体化的内容及表现特征、一体化的阶段划分进行了分析。

第五部分对中原城市群的旅游资源类型及市场特征进行了分析。概括了中原城市群自然、人文及社会旅游资源，并对其国内外市场状况进行了简单的分析。

第六部分分析了中原城市群旅游一体化发展现状，从旅游一体化发展的指导思想、发展目标、开发模式、发展战略、品牌整合、空间布局等提出了的战略构想。

第七部分在前面几部分分析的基础上，提出了中原城市群区域旅游一体化发展途径与保障体系。

关键词：中原城市群 区域旅游 一体化合作 旅游资源

Abstract

Regional economy integration, as an important characteristic of modern world economy and an effective carrier promoting the development of regional economy, trade, finance, society and construction of the environment, has become one of the most conspicuous trends in international economic relations nowadays and played a positive role in global economy. It has become a necessary choice for tourism to conform to the development of the tide of history, following along the road of regional tour integration.

The Central Plains city complex is one of the birthplaces of Chinese nation and civilization and ancient China's center of politics, economy and culture. The general configuration of the earth's surface has a variety of types. With four clear seasons, the climate is suitable for the growth of living things. High-graded and well-structured, the tourist resources are various and abundant, with stress laid equally on natural scenes and cultural relics and historic sites. Relying on its unique tourism resources and advanced traffic network, tourism of the Central Plains has been upgraded to a new level, displaying a strong development tendency. Reinforcing research on tour integration of the Central Plains city complex, needed by the development of the times, is of great significance not only in developing Middle China and the Central Plains, but also in enhancing economy integration of the Central Plains city complex. It can not only point out the target and way of cultivating and planning Central Plains city complex tourism, pushing actively forward regional tourism development, improve the scientific cultivation and planning of regional tourism, but through integrating tourist resources of every city, strengthen the information exchange of tourism, create overall brand of Central Plains city complex tourism, provide policy-making basis for government developing regional tourism cooperation according to the idea of scientific development and sustainable development .

This paper, according to the theories of economy, tourism and geography, analyzes the basic content, characteristics, stage division of regional tourism integration, and put forward the overall train of thought for integration development, integration approaches

and security system on the basis of analyzing the tourist resources, market features and integration development actualities in Central Plains city complex. The paper consists of seven parts.

Part one is about the significance and basis of selecting this topic. This part explains the necessity of developing tourist integration in Central Plains city complex and states the important significance of research through analyzing from international and domestic economy and tourism development trends to the development of Middle China, the development of Central Plains, and necessity of developing tourism of Central Plains city complex.

Part two is the summarization of researches at home and abroad. It synthetically comments on the theories of regional tourism integration cooperation at home and abroad and the practice research. It focuses on the introduction to theory and practice research on domestic regional tourism integration.

Part three is summarization and annotation of relevant theory. It introduces and annotates some basic theories about economy and geography in regional tourism integration cooperation.

Part four researches on the basic theories of the regional tourism integration. First, the concepts of regional tourism integration are defined. Then it researches the systematical structure of regional tourism integration, analyzes the participant system, each individual participant, content and characteristics, content and stage division of regional tourism integration.

Part five is the analysis of characteristics of tourist resources and tourist market in Central Plains city complex. It analyzes natural, human and social tourist resources of Central Plains city complex and summarizes the primary characteristics of the tourist resources and then simply analyzes the tourist market conditions at home and abroad.

Part six analyzes the present developing situation of tourism integration in Central Plains city complex, puts forward the strategic concept of tourism integration from its guiding ideology, development goals, cultivation mode, development strategy, brand integration, space layout, etc.

On the basis of the analyses in the previous parts, part seven puts forward the

development approaches and security systems of regional tourism integration in Central Plains city complex.

Key words: Central Plains city complex; regional tourism; integration cooperation; tourist resources

关于学位论文独立完成和内容创新的声明

本人向河南大学提出硕士学位申请。本人郑重声明：所呈交的学位论文是本人在导师的指导下独立完成的，对所研究的课题有新的见解。据我所知，除文中特别加以说明、标注和致谢的地方外，论文中不包括其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包括其他人为获得任何教育、科研机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作的同事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。

学位申请人（学位论文作者）签名： 史佳艳

20 年 月 日

关于学位论文著作权使用授权书

本人经河南大学审核批准授予硕士学位。作为学位论文的作者，本人完全了解并同意河南大学有关保留、使用学位论文的要求，即河南大学有权向国家图书馆、科研信息机构、数据收集机构和本校图书馆等提供学位论文（纸质文本和电子文本）以供公众检索、查阅。本人授权河南大学出于宣扬、展览学校学术发展和进行学术交流等目的，可以采取影印、缩印、扫描和拷贝等复制手段保存、汇编学位论文（纸质文本和电子文本）。

（涉及保密内容的学位论文在解密后适用本授权书）

学位获得者（学位论文作者）签名： 史佳艳

20 年 月 日

学位论文指导教师签名： 史奇科

第 1 章 选题意义及依据

1.1 区域经济一体化的进程促使区域旅游一体化

“区域”指一个能够进行多边经济合作的地理范围；区域经济一体化一般是指区域性的国家或地区，为了各自及共同的经济利益，在经济联系愈益紧密的基础上，相互采取比区域外国家更加开放、更加自主的政策，在体制框架、调节机制上结合成经济联合组织或国家经济集团。区域经济一体化已成为当今国际经济关系中最引人注目的趋势之一，是当代世界经济的一个重要特征，在全球经济中发挥了积极作用，是推动地区经济、贸易、金融、社会乃至环境建设的有效载体。各国在经济活动的实践中越来越认识到只有实现区域间经济的相互依存和优势互补，才能达到共同繁荣，并纷纷以区域经济一体化来打破传统的封闭竞争模式，以联合协同来实现区域性的资源配置和统一市场。旅游业顺应历史潮流的发展，走区域旅游一体化的道路成为一种必然选择。2005 年国家旅游局局长邵琪伟就指出：“随着经济全球化和区域经济一体化的发展，以“市场开放、客源互送、优势互补、合作共赢”为原则的区域合作，已经成为全球旅游界的共识。中国将积极参与推进区域旅游合作不断向纵深发展这一全球旅游业发展的大趋势”。中原城市群旅游业依托得天独厚的旅游资源和发达的交通网络，已呈现出强劲的发展势头，在这种背景下对中原城市群旅游一体化进行研究对推进我国区域旅游一体化进程，加快河南旅游业发展具有重要意义。

1.2 中部崛起和中原崛起需要中原城市群旅游一体化

近年来，我国为了调整区域间发展的不平衡问题，更好的落实以人为本、全面协调可持续发展的科学发展观，明确提出了促进中部地区崛起的战略思想。作为中部城市群“龙头”的中原城市群^[1]，处于中部地区的中心，不管是商品向周边地区的辐射，还是周边的生产要素向中部地区的聚集，中原城市群都具备比其他城

城市群更优越的位置，其人口、产业、城市集聚的程度都比其他城市群要高得多。同时，地处中原的河南省的崛起，对于维护国家粮食和生态安全、解决“三农”问题、加快国家的工业化与城镇化进程、实现区域协调发展、弘扬中华优秀传统文化等，都具有重大的影响和深远的意义。而中原的崛起，必须依赖中原城市群这一“经济增长极”来引领和带动。作为促进中部崛起的战略支点，拉动中原崛起的“发动机”^[2]，应高度重视中原城市群的带动作用。

中原城市群旅游业得到省委、省政府的高度重视。在河南省组织编写的《中原城市群总体规划纲要》中，对 9 个城市的功能定位中，有 5 个城市提出建设旅游城市，许昌要建设观光区，旅游业作为中原城市群支柱产业的地位已经确立。在区域经济一体化迅速发展的今天，加快中原城市群经济一体化进程也是中部崛起、中原崛起的必由之路。相关度较高的旅游业是中原城市群具备相对优势的产业，它的发展必将促进人流、物流、资金流、信息流，从而促进中部地区区域经济的发展。旅游一体化带来相关产业的集群效应，必将促成各地之间更为密切的合作和了解，实现更多领域的区域合作，最终在整个城市群内达到资源、要素和产品的自由流动，从而实现区域经济一体化，促进中原崛起和中部崛起的进程。

1.3 中原城市群经济一体化发展趋势使旅游一体化成为必然

中原城市群经济一体化发展成为一种必然趋势。首先，中原城市群经济一体化有利于加强城市群各市区内的联合协作，促进区域内商品、服务以及生产要素的自由流动，变资源的恶性竞争为资源共享，由无序竞争转变为产业合理分工与合作，发挥各自比较优势，达到利润均得、利益共享；也有利于实施中心城市带动战略，加快推动工业化、城市化进程，转移农村富余劳动力，带动农村经济全面繁荣，建设惠及全省及中部地区人民的小康社会。其次中原城市群只有实现经济一体化才能真正参与国内国际两个市场的竞争。近年来，我国区域经济和城市群发展加快，以长三角、珠三角、环渤海经济区三大增长极为代表的城市群竞相

发展，各区域核心竞争力就取决于其一体化程度的高低，对此我们必须引起足够的重视，中原城市群的发展应当形成一个开发、开放的城市群，纳入区域经济一体化、全国经济一体化、全球经济一体化的轨道。旅游业作为中原城市群经济发展的支柱产业，一体化的趋势随着经济的一体化已成为必然。随着建设以郑州为中心、包含九个省辖市在内的中原城市群这一举措的展开实施，中原城市群旅游整合发展已列入有关部门的重要议事日程。中原城市群丰富的自然、人文旅游资源，便捷的交通联系和雄厚的产业基础，为其旅游整合提供了良好的条件。科学规划、精心构思，指导并推动中原城市群旅游资源整合、旅游产业一体化发展，将对中原城市群的整体发展具有重要意义。

1.4 中原城市群旅游业发展需要进行区域旅游一体化合作

旅游业发展到今天，已经走过了景点竞争、线路竞争、城市竞争，进入了区域竞争的阶段。实行区域旅游合作，就是寻找最优组合，达到“共赢”目的。进行区域旅游一体化合作不但是实现旅游业经济效益目标需要，更是实现其社会效益和生态效益的迫切要求。中原城市群凭借自身良好的经济、区位和资源优势，旅游业发展迅速。但是我们也要清楚地看到，区域旅游由于缺乏有机联动，无序竞争、恶性竞争的现象普遍存在，区域旅游资源难以得到统一规划与开发，项目建设雷同，造成旅游资源和建设资金的极大浪费，从而严重影响了中原城市群旅游业的持续、健康发展。进行区域旅游一体化合作可实现旅游业可持续发展，提高旅游开发效益，协调好空间竞争与合作的关系，不断提高空间整体实力，实现资源共享，全局共赢，从而进一步提高中原城市群旅游整体竞争力。

加强中原城市群旅游一体化研究，是时代发展的需要，除了对中部崛起、中原崛起以及中原城市群经济一体化建设具有重要意义外，还为中原城市群旅游开发提供依据，积极推进区域旅游业发展，提高区域旅游开发和规划的科学性。通过整合各城市的旅游资源，加强旅游信息交流，共同打造中原城市群旅游整体品牌，为政府部门发展区域旅游合作提供决策依据，使其建立在科学发展观基础上。

1.5 研究方法和技术路线

1.5.1 研究方法

为配合本研究的内容、目的与性质，同时考虑到客观条件对研究方法选择的限制，本研究主要采取以下三种方法：

(1) 文献收集与实地调研相结合

本研究充分利用互联网的资料收集功能，利用各类论文数据库检索中英文文献，对研究对象做了大量的资料积累，通过认真研读和继承性的吸收，在总结前人研究成果的基础上，提出自己的观点和认识。对于早期发表的部分文献，利用河南大学图书馆、河南大学环境与规划学院资料室、河南师范大学图书馆等资料收藏单位进行了查询和收集；通过登录国家旅游网、河南旅游网、中原城市群九城市旅游网以及所涉及的各县市相关网站查询有关实证资料；通过在郑州、新乡、开封、洛阳等地的实地调研获得第一手的相关资料。

(2) 理论与研究与实证研究相结合

本文将区域旅游一体化的基础理论研究和中原城市群旅游一体化的实证研究相结合。文章前半部分对区域旅游一体化的内容、特征、参与对象等进行了分析，然后结合中原城市群的实际状况研究了区域旅游一体化的实现途径和方法。此种研究方法一方面希望通过理论探索为中原城市群的区域旅游共同发展提供思路和决策依据；另一方面希望通过分析中原城市群旅游一体化发展状况来充实区域旅游一体化理论内容。

(3) 多学科理论方法的综合应用

本文结合了地理学、旅游学、区域经济学等相关知识进行综合研究，这符合区域旅游一体化合作这一复杂性、综合性很强的社会经济活动的研究要求。本文对中原城市群旅游一体化研究主要以经济学、地理学理论为研究的落脚点，并结合旅游业自身的特点，建立区域旅游一体化合作的理论框架，并将这一研究结果运用到中原城市群旅游合作的实践中去。

1.5.2 技术路线

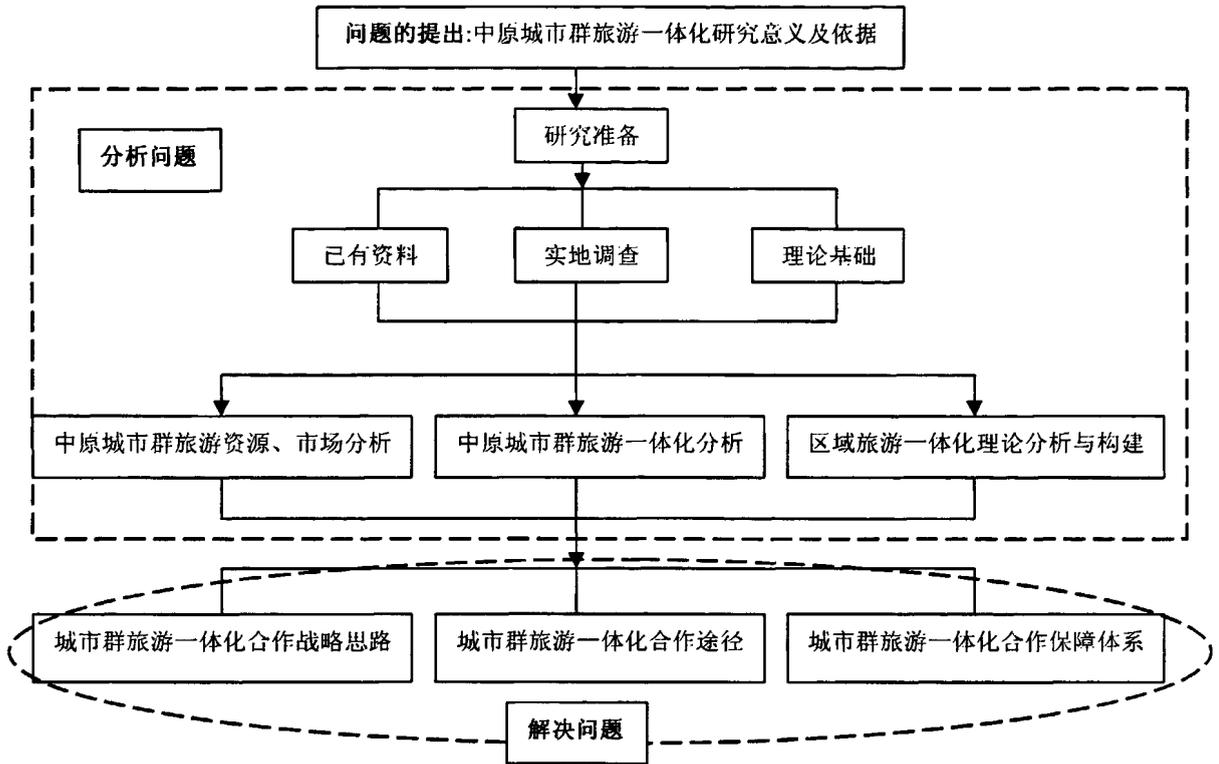


图 1 研究技术路线图

第 2 章 国内外研究现状综述

2.1 国外研究进展

在当前经济全球化和一体化背景下，突破地域、交通、规划和信息障碍，寻求地域间资源、产品等方面的优势互补，开展区域旅游一体化合作，是旅游业发展的方向。国外学者对区域旅游一体化合作的研究主要是从基础理论和实践两方面进行了较为深入地探讨。

区域旅游合作的基础理论研究出现较早，如 Alberto Sessa^[3]从区域旅游角度用定性与定量相结合的方法，分析衡量了旅游科学体系的相关因素，这对于建立旅

游区协作体系具有理论依据和指导意义。国外许多知名旅游学者在关于旅游规划和决策制定中,经常用到“协作”“协调”或“合作”等术语。Tazim B.Jamal、Donald Getz^[4]从旅游规划的角度对旅游合作的理论框架进行阐述,为旅游合作提供了一种持续的动态的解决规划问题和协调地方旅游业发展的机制。在城市旅游发展方面,Philip E.Long^[5]从理论上论证了采用内部组织合作的有效性,并对未来研究提出了一些基本方法论方面的指导。Mccann^[6]在1983年就把区域旅游合作发展划分了提出问题(problem-setting)、指明方向(direction-setting)和实施(implementation)3个阶段。但大多数学者研究都是从基础理论和实践两方面入手,对旅游区组织行为模式研究较多,这主要包括两方面内容,一是旅游区及其内部的旅游企业组织结构及各部门之间的协调,另一方面是旅游区与它的环境之间的互动。如B.Hymaa.A.Ojob、G.Walla^[7]概述了非洲部分国家针对旅游合作的相关问题制定具体的指导方针;Stewen Selin、Kim Beason^[8]运用社会、管理学的理论,探讨了不同社会组织间的旅游合作关系,并以美国阿肯色国家森林公园为例,从理论和实践两方面阐述了合作的行为、动机以及限制性因素,介绍了森林服务机构、商业组织和旅游协会之间在旅游规划和研究方面的合作关系。

对旅游区、内部企业组织结构及各部门之间的协调问题,国外学者研究热点集中在区域旅游利益主体(stakeholders)之间的合作、旅游企业之间、政府之间以及公共与私有部门的合作等方面。如Araujo^[9]调查了巴西北部在社会经济与政治框架影响下的区域旅游合作开展过程,提出在区域发展规划中可以将国家、区域、地方范围内的利益主体召集到一起,并认为合作可以存在于各级政府组织与不同职能的公共部门之间;Jenny Briedenhann^[10]认为南非贫困地区乡村旅游区域线路的开发需要个人、企业、公共部门、教育研究机构、政府的共同合作;而Hybers.T^[11]等人从集群的角度来思考旅游目的地合作问题,认为区域内旅游经营业主之间存在基于各自能力的相互竞和关系,集群规模、企业间互动的频率、持久性等许多因素会影响合作;C.L.Jenkins、B.M.Henry^[12]实证研究了部分发展中国家旅游业发展的政府参与机制,探讨了政府参与的五个主要领域以及政府与私有部门合作的必要性;Emilio Tommasi^[13]针对意大利国家旅游局在促进旅游业发展中的各项合作

问题进行的政府角色的转换等方面进行了实证研究；Nancy Gard McGehee^[14]针对美国的北卡罗莱纳州的旅游立法问题提出了自己的看法，提出政府立法者要通过各种途径增加对旅游业的理解，立法者要密切和旅游从业者之间的合作关系。

关于公共与私有旅游部门之间的合作，国外学者研究更多，John Palmer、Gordon Robert^[15]以南威尔士格温特郡为例，指出区域旅游业的发展要实现最大的经济效益和最小的环境成本，需要公共部门和私有部门之间以及其他相关法定实体之间的合作。Peter Kendell^[16]认为共有部门和私有产业部门之间必须通力合作，旅游规划者、开发者和营销者相互协调，才能确保旅游产业发展需要的旅游产品规划和设计、资金支持等。Jean S. Holder^[17]、Robert Gan^[18]分别在对加勒比海地区和突尼斯旅游业区域合作的现状进行研究的基础上，强调了公共和私有部门合作的重要性。Jean S. Holder^[17]还提出公共和私有部门应在分析问题、确定相互利益、确定和实施战略的基础上展开合作。Hena Young^[19]探讨了通过加强公共部门和私有部门的合作提升区域旅游竞争力，逐步减少政府对旅游业发展的直接干预，并从竞争规划、旅游产业集群、文化合作等方面探讨合作的战略。对旅游产业内部及企业之间的合作关系进行研究的有 Diego Medina Munoz、Juan Manuel Garcia Falcon^[20]等人，他们探讨了酒店和旅游代理商之间的合作关系，指出影响合作关系的决定性因素及酒店销售和营销的有效模式。

针对旅游区与它的环境之间互动问题的研究集中在两个方面，一方面是旅游区与当地自然环境之间的互动。如 Twan Huybers、Jeff Benet^[21]提出通过加强旅游目的地企业间的合作来保护旅游地生态环境，并逐渐促使这种合作机制代替政府强制性的环境保护政策；Alejandro Yanez Arancibia、John W.Day^[22]以墨西哥湾为例，从旅游地生态环境保护的角度，探讨了政府组织间通过协议、财政、立法和声明等手段开展海岸管理的合作。另一方面是旅游区与社会环境之间的互动。如 Peter E.Murphy^[23]、Peter U.C.Dieke^[24]等人以英国、哥伦比亚、冈比亚等国为例，说明了在旅游产业规划和发展规划中社会团体的作用；Peter E.Murphy 等人提出区域旅游业的发展有赖于当地社会的广泛参与，社会团体和旅游产业通过合作促进共同发展的观点，主张以专题讨论会的形式加强双方的合作；Cevat Tosun^[25]以部

分发展中国家为例，探讨了在旅游业发展过程中社会公众参与的必要性，并提出要实现社会公众参与，必须改革国家的相关政治、法律、行政和经济结构，并列举了公众参与的限制性因素。

另外，Marian Gucik^[26]、Kenneth M.Johnson^[27]、Vinka Cetinski^[28]等人分别从建立旅游市场信息系统，对企业扩张后的市场选择与定位，在国家之间建立健康的旅游市场合作的可能性等方面进行了关于旅游市场及市场营销方面的合作研究；Marc R.Freedman^[29]、Richard T.Lesley^[30]分别从旅游资源管理和行政部门管理等旅游管理及旅游系统的角度对合作问题进行了研究；Kari Aanonsen^[31]等人提出以信息网络系统作为旅游企业之间合作与交流的工具，并探讨了合作的组织模式及其具体操作的技术方法等；Bernald Eccleston^[32]等从经济学等角度对区域旅游合作进行深入研究；Michael Fagence^[33]、Jacqueline Arroll^[34]等针对某些特定区域开展实证研究，并对该区域的合作现状、发展趋势等进行阐述，提出相应的合作对策。Michael Fagence 指出亚太地区旅游业发展中出现的环境污染与破坏、人力资源培养、现代技术应用、国际融资、政治壁垒、安全等一系列问题的解决，必须加强区域内国家及地区间的合作，概述了亚太地区五个主要的旅游合作区域，并提出了包括信息共享、比较学习、技术协助与合作、合作方针制定、人力资源培养、项目联合开发、区域组织合作等 16 种旅游合作的形式。Victor B.Teye^[35]总结了加勒比海地区旅游合作模型，探讨了北部非洲区域旅游合作的潜力，分析现存的区域组织性质和目标，以及合作进程中的障碍，列举了区域内外部组织关于旅游合作的制度框架。Jonathan Greer^[36]认为要想在南北爱尔兰两个不同政权体制下开展旅游组织合作，必须建立完整统一的旅游业发展战略、保持合作双方的利益平衡、理解政治的敏感性以及制定合作的具体措施。Yingzhi guo、Dallen J.Timothy 等人^[37]认为中国大陆和台湾双方应相互开放旅游市场，在统一旅游产品标准和服务质量等方面加强海峡两岸旅游合作。Suthiphand Chirathivat^[38]认为东盟和印度可在客源互换、经验共享、基础设施改善、资金合作、人力资源培养等方面展开旅游合作。

2.2 国内研究进展

我国学者对旅游一体化研究在最近两年内较多,集中于对区域旅游一体化内涵界定、合作模式、合作方法、合作过程及在旅游一体化实践中存在的问题及解决对策等方面的研究。从理论和实践方面总结如下:

2.2.1 理论研究

2.2.1.1 概念研究

贾丹^[39]等从区域范围和是否相邻作为表准,对旅游一体化和区域旅游一体化进行了概念区分,认为“区域旅游一体化”是地域上接近的两个或两个以上的国家或地区之间建立紧密的旅游联合,实行统一的旅游政策,以利于各国或地区旅游业共同增长。它的客观依据是国际分工理论和相互需求论。赵春园^[40]认为旅游一体化从静态的角度来看,是指区域内各国或各地区的旅游业的各种要素能在区域内得到的合理分配和充分流通,并形成相互依赖、优势互补、资源共享的一种状态;从动态的角度来看,是指区域内不同国家或地区彼此间为发展区域旅游,遵循区域旅游经济发展规律,就旅游领域的联合,而达成旅游联盟(联合)的渐进过程。而程巧莲^[41]把旅游一体化定义为一些地域相邻、发展水平相近或者利益诉求趋于一致的地区,打破各种限制因素以相互沟通与合作,形成无障碍的人流、物流和市场交易秩序。吴国琴^[42]认为区域旅游一体化是指不同的旅游经济主体之间为了生产、消费、增强吸引力等利益的获取,产生的市场一体化的过程。总之,区域旅游一体化就是区内或区间进行旅游合作以谋求区域旅游业发展的过程或状态。

2.2.1.2 区域旅游一体化内容

赵春园^[40]、李柏文^[43]认为区域旅游一体化的内容主要包括政府层面的旅游政策一体化、市场层面的旅游市场一体化、企业层面的旅游企业一体化、产品层面的旅游产品一体化,这四个层面相互依赖、相互影响;吴国琴^[42]认为区域旅游一体化的理论内涵应包括旅游规划一体化、旅游基础设施建设一体化、重点旅游线

路开发的一体化、人才培养、市场营销的一体化等。成红波^[44]将一体化理论应用于旅游景区经营研究领域中；程巧莲^[41]则认为东北地区旅游一体化应从旅游规划一体化、要素配置一体化、服务设施一体化、服务标准一体化、市场机制一体化这几个方面入手。

2.2.1.3 区域旅游一体化影响及效应

赵春园^[40]认为旅游一体化具有资源优化配置效应、旅游流的区内创造效应和区外转移效应。刘锋^[45]认为旅游一体化有可能成为经济一体化的先导领域，为经济一体化提供示范并带来大量的人流、物流、信息流、资金流以及流通政策的修改，在一定程度上改善经济一体化环境并提供支持；反过来，经济一体化的形成也将带动和促进旅游一体化的进程。李柏文^[43]认为区域旅游一体化要消除部分主权障碍和政治藩篱，成员国或区域之间要通过一定的主权或管理权让渡，来实现旅游生产要素的自由流通和形成统一的旅游市场，必定带来正、负两方面的影响。其中，正效应有旅游资源优化配置、旅游流的区内创造效应和区外转移、旅游人力资源优化配置效应；负效应有安全、文化迁移带来的旅游殖民、公平、公正问题。

2.2.1.4 其他

赵春园^[40]把旅游一体化的过程分为了萌芽阶段（旅游企业自发状态）、发展阶段（政府主导阶段）、成熟阶段（市场主导阶段）三个过程。李柏文^[43]嫁接了经济一体化理论和旅游学理论，阐释了区域旅游一体化的特征、标志和一体化进程等内容，并把次区域旅游一体化的影响因素归纳为促进性因素和制约性因素两大类，构建了次区域旅游“政策、市场、企业和产品”四位一体的旅游一体化战略。吴国琴^[42]认为旅游一体化作用在于树立区域整体旅游形象，共享客源市场，促进区域旅游规模经济。王鹏、沙润^[46]等人借鉴核心边缘理论，对小城市旅游发展问题进行了研究，提出了小城市与大中城市旅游联动发展的观点。黄波、陆明^[47]探讨了在区域旅游一体化发展进程中，旅游产品组合创新一体化的发展问题，认为旅游产品组合一体化可以分散风险、扩大市场份额、有利于带动零星产品的销售。

2.2.2 实践研究

我国学者对区域旅游一体化合作的实践研究,选择以旅游一体化程度较高的长三角、珠三角为研究对象的最多,其次为长株潭、东北三省等地。

2.2.2.1 针对长三角地区的旅游一体化研究

由于我国长三角地区旅游一体化程度较高,开展合作较早,因此,在旅游一体化研究方面,以长三角地区研为究对象的文章最多。丁敏^[48]阐述了长三角旅游一体化合作的大趋势,指出长三角旅游深度协作的切入点为政府导向、建立合作机构等,并提出基于区域旅游一体化的深度协作措施为树立品牌、节庆联动和会展业合作等。黄子燕^[49]指出了长三角在区域旅游一体化过程中,旅行社、旅游交通等方面出现了问题,并提出在坚持区域旅游一体化战略的同时,要制定科学的一体化发展规划,突破心理、交通、信息等阻碍因素。葛立成^[50]等认为积极推进区域旅游一体化是提升长三角旅游竞争力的必然选择。并通过总结当前一体化进程中存在的主体缺失、领域分散、制度约束和空间结构等问题,认为完善主体及多元主体联动是推进长三角区域旅游一体化的关键,加快长三角区域旅游一体化进程必须推进主体,实现政府归位、企业到位、非政府旅游组织补位的整体联动,形成多元合力。

丁宗胜^[51]认为建立多层次的协调机构、建设无障碍旅游区、构建共同市场的微观基础、打造整体品牌和形象是培育长三角旅游市场一体化的策略。张殿发等^[52]认为长三角旅游资源的互补性、旅游空间的连续性以及区域文化的相似性奠定了旅游合作的基础。长三角旅游经济一体化需要从观念、机制和措施等方面进行创新。通过旅游资源的重组和共享、产品的更新和提升、区域旅游功能分工、客源市场的共同开拓与互换、联合促销、旅游企业之间的优化组合以及区域旅游整体形象的构建等来取得旅游合作成功。刘耿大、毕吕贵^[53]认为目前长三角区域内旅游合作程度不深,没有真正构建起旅游资源与市场共享的合作机制,难以获得统一旅游市场的规模效益和集聚效益,影响了旅游圈的辐射力和国际竞争力,还需市场机制和行政手段双管齐下,以解决旅游一体化过程中出现的问题。陈肖静^[54]

认为长三角旅游经济一体化的进程中还存在运行体制尚未形成、城市群旅游发展战略规划滞后、区内旅游产业低水平重复布局与恶性竞争存在等问题。长三角旅游经济一体化要加强旅游基础设施建设、调动地方积极性、进行机制创新、产品创新、联合营销等方面的战略研究。李晓光^[55]对长三角都市旅游圈一体化模式进行了探讨，认为长三角应采用从次区域（小板块）合作入手的组团运作模式，并且要体现出“大品牌，小板块”发展思路。

苏勇军^[56]认为宁波必须全方位、多层次、宽领域地融入到长三角区域旅游一体化之中，否则将面临“边缘化”的危险，从而丧失发展的大好机遇。朱双魁^[57]对安徽旅游业融入长三角旅游一体化提出了改革管理体制、培育旅游集团、拓宽筹资渠道、旅游资源市场化、培育新产品、完善旅游基础设施等方面的建议。陈艳^[58]认为宁波在融入长三角区域旅游一体化过程中面临着资源、产品、形象定位等方面的劣势，宁波要在练好内功的基础上，加强与长三角其他旅游城市的横向合作。卞显红^[59]认为城市旅游发展离不开对城市旅游空间的一体化研究，并和王苏洁^[60]对长江三角洲城市旅游产品一体化发展区域城市旅游产品的主题与发展方向进行了分析。汪宇明^[61]等人认为上海要确保都市旅游的战略高地强势，必须要加强与长江三角洲地区的旅游一体化行动，主动参与亚太和全球旅游一体化进程，在区域一体化进程中受益，进一步提升都市旅游竞争力。

2.2.2.2 针对珠三角地区的旅游一体化研究

孔庆庆^[62]以珠江三角洲为例对区域旅游一体化合作模式下，无障碍旅游区的构建进行了探讨，首先从政策、区域旅游发展管理机构、旅游行为链条、旅游交通等角度对无障碍旅游区的构建提出要求，最终达到产品、营销、信息、人才培养等方面的一体化发展。其次，通过实证研究表明信任度、对合作关系的承诺、依赖性、建设性的冲突解决技巧与产品相关性等是影响无障碍旅游区构建的关键因素。并认为当前无障碍旅游区构建过程中存在的主要障碍为机制不健全、政策执行力度不够、非旅游行业协调困难、区域旅游产业内部结构矛盾突出、利益追求冲突、企业合作层次浅、资源利用效率低。其障碍存在的根源来自于思想根源、地方保护主义严重、旅游市场的人为割裂、地区割据与行业壁垒等。最后提出了

在旅游一体化要求下构建无障碍旅游区具体策略。郑坚强^[63]等人认为发达的社会经济、完善的交通、更新的理念为促进珠三角旅游城市一体化提供了厚实的基础、必要的条件和强大的动力，推进珠三角旅游城市一体化的建设，必须要转变观念、统筹规划、强化管理。

2.2.2.3 针对长株潭地区的旅游一体化研究

杨洪^[64]等分析了大湘西地区旅游一体化的区位、交通、资源条件与发展现状，从发展思路与目标、发展模式、空间布局、品牌塑造、旅游交通、区域合作七个方面，提出了湖南大湘西地区旅游一体化发展战略。伏六明^[65]、刘红梅^[66]分别对长株潭旅游一体化的必要性、可行性以及发展战略进行了研究。杨洪、罗秋君^[67]等人认为湖南省要依托长株潭经济一体化，推行旅游一体化。长株潭旅游一体化就是将三市的旅游商品和旅游生产要素由各自相对独立的区域空间向整合的区域空间转化的动态过程，它的额外支出成本等于零。长株潭旅游一体化要解决好三市旅游经济发展中的资源分割、重复建设、地方保护、行政封锁等一系列政策问题。要实施长株潭旅游一体化，必须进行准确市场定位、建立良好的协调机构、培育区域旅游产品、加大整体营销力度、构筑旅游一体化交通体系等策略。

2.2.2.4 其他

贾丹^[39]在分析了东北三省旅游业的基础上提出了加大宣传、资源整合、协调政策等实现东北区域旅游一体化的对策。赵春园^[40]在长吉经济一体化的发展条件下，对长吉旅游一体化进行研究与探索，构建了“政策、市场、企业和产品”四位一体的旅游一体化战略，并用“宏观、中观、微观”三种调控思路，分析长吉旅游一体化。吴国琴^[42]运用空间经济学的“核心-外围”理论，提出将信阳市的旅游景点进行有机整合，进行一体化设计和营销，以实现信阳市旅游业的持续、快速增长。王鹏、沙润^[46]等人以溧水为例提出小城市要以大中城市为首要客源市场设计旅游产品、构建旅游廊道、联合旅游营销、完善旅游基础设施等 4 条联动发展战略。程巧莲^[41]认为在东北地区旅游一体化过程中，东北三省旅游业有着独特的整体性和互补性。提出黑龙江旅游业的发展策略为寻求政府的支持、制定更高层次的发展战略、主动与其他省份合作等。史卫东^[68]以琼南市县旅游一体化建设为

例，探讨在行政区经济运行格局下，在市县并立的特殊政区格局下，在市场经济逐步完善的进程中，提出若干区域旅游协作与一体化建设建议。阚如良^[69]等人基于三峡环坝旅游圈的现状，提出了兴山县融入三峡环坝旅游一体化发展的产品提升、形象制胜、区域联动和科学发展的四个战略。廖兆光、肖笃^{[70] [71]}认为实现跨区域联合，形成区域一体化旅游发展模式，对湖北旅游形象的提升和旅游经济的跨越式发展具有重要意义，并提出了建设互补的旅游产品群、创造区域总体旅游特色、营造鲜明的区域旅游形象等三峡·神农架·武当山区域一体化发展的初步构想。

陈国生^[72]认为南岳-开云-新塘具有旅游经济一体化的历史基础、区位条件和功能区域特色，但体制机制、交通、基础设施等方面的制约因素较突出。岳云塘旅游经济一体化发展应本着着眼全国竞争，立足三地互赢，携手优势互补，共同营造“大南岳”的指导思想；坚持政府主导与市场推动相结合、优势融合、速度与效益统一的原则。从统一规划、旅游要素联系等方面加强旅游经济一体化进程。吴晓隽^[73]对欧洲旅游中介服务业纵向一体化进行了剖析和总结，认为欧洲旅游企业通过旅游纵向一体化的制度安排，用内部组织代替外部市场，可以节约交易费用，企业更具竞争优势。张军、王向阳^[74]提出在遵循生态效益、社会效益、经济效益相结合的基础上开发“海——阿旅游线”，实现跨盟市的区域旅游一体化，全面带动东北区西部经济发展。王子新、明庆忠^[75]提出了组建成立滇西北旅游发展一体化领导机构、编制新发展规划、整体设计旅游线路、强化区域特色、联合宣传促销、树立区域品牌形象等促进滇西北旅游一体化的措施。左连村^[76]认为 CEPA 启动后，粤港澳应积极采取理顺协调机制等多种有效措施推动旅游市场的一体化发展。刘耿大、毕吕贵^[77]分析了苏浙沪旅游市场一体化的历史条件与发展现状，对苏浙沪旅游市场一体化与上海旅游业定位问题作了深入系统的研究探讨。梁文生^[78]认为加快推进旅游一体化是实施山东半岛城市群发展战略的重要组成部分，也是带动全省旅游业快速发展的重大举措。山东半岛城市群旅游一体化发展应强化合作共赢、合理分工、共铸品牌和龙头带动四种意识；实施好旅游规划、要素配置、信息、交通、营销、服务、监管等“八个一体化”。

第3章 区域旅游一体化合作理论基础

3.1 地域分工与贸易理论

劳动地域分工是社会经济活动依据一定规则在地域空间上的有机组合。合理地域分工与贸易可以实现区域经济系统内有限资源合理配置、规模收益和利润最大化。旅游业作为区域经济系统的一部分，它的基本要素如旅游资源、设施、旅游服务和旅游者等空间差异性也是极其普遍和客观的。区域性也是旅游活动最为明显的特征，单一的景点或地区旅游都不能满足游客的基本需要及最大化效用，也违背旅游发展的一般规律，因此其运行发展必然表现出区域经济运作的一般规律和特征。进行区域旅游一体化研究实质上是研究的区域旅游合作问题，它是区域经济发展中旅游区际分工与联系的一种表现形式，当前的区域旅游分工与合作的关系，集中体现了地域分工与贸易理论原理。目前这种理论主要有：“绝对优势”理论、“相对优势”理论和“H-O”理论。

“绝对优势”理论认为世界上不同地域之间存在着经济发展条件和基础方面的差异和分工，每一个国家或地区都有着其绝对有利的、适合于某些特定产品的生产条件，如果这个国家或地区按照这些特定的条件进行专业化生产，然后参与市场交易，将提高这些国家或地区的劳动生产率，从而实现地域分工，使区域内资源要素得到充分利用，生产成本绝对低下，区域效益的最大化。“相对优势”理论认为各国或地区在区域生产分工和贸易中应坚持“优中选优，两利相权取其重；劣中选劣，两害相权取其轻”的原则。认为任何国家或地区都有自己相对有利的生产条件，如果在两个国家或地区中，生产力水平并不相等，那么生产中所耗费的成本就有区别，其中之一就能以较低的成本生产最利于本国的商品，以这种商品出口换取在本国生产相对不利的商品，通过这样的分工和贸易，也将高效利用两国资源，从而获得“比较利益”。“H-O”理论即“赫克歇尔—俄林”理论，又称“要素禀赋理论”，该理论用生产要素禀赋差异导致的价格差异代替李嘉图的生产成本差异，从而展开对地域分工和国际贸易活动的理论分析。主要观点有：一、

每个国家或地区的生产要素禀赋各不相同，在不同国家同种商品的生产函数相同的情况下，如暂不考虑需求情况，利用自己相对丰富的生产要素从事商品生产，就处于比较有利的地位，而利用禀赋差、相对稀少的生产要素来生产就处于比较不利的地位。各国应当生产并出口那些密集使用本国相对充裕要素的产品，而进口那些密集使用本国相对稀缺要素的产品。二、地域分工与贸易发生的直接原因是生产要素供给的不同，它决定了生产要素的价格差异。三、地域分工与贸易的结果是各国各地能够更有效地利用各种生产要素。如果进行国际或地区间的经济合作，就能直接重新分配生产要素，使生产要素和商品价格趋于相对均等。

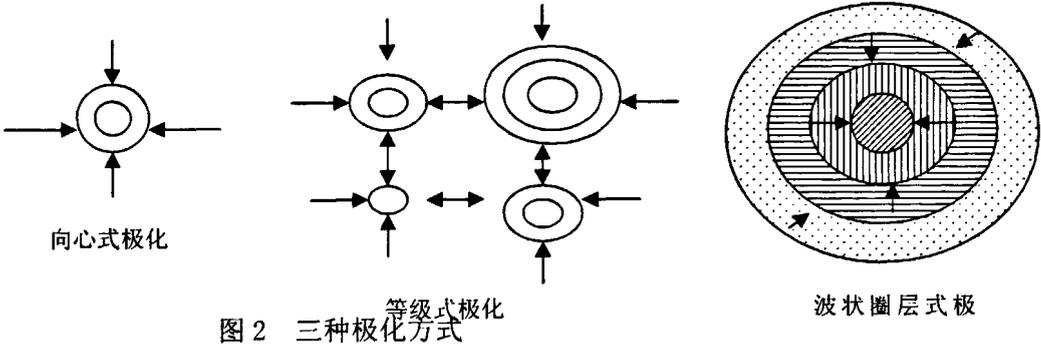
3.2 “增长极”理论

增长极(Growth Pole)理论^[79]强调经济地域空间结构的优化，以发展中心带动整个区域。注重据点开发，集中开发、投资、重点建设、聚集发展、政府干预、注重扩散等。它最早是由弗朗索瓦·佩鲁(F.Perroux)最先提出的，认为“增长并非同时出现在所有地方，它以不同的强度首先出现于一些增长点或增长极上，然后通过不同的渠道向外扩散，并对整个经济产生不同的最终影响”。后来，J.布德维尔(J.Boudevile)将极的概念引入地理空间，并提出了“增长中心”的空间概念。认为增长极一是作为经济空间上的某种推动型工业；二是作为地理空间上的产生集聚的城镇，即增长中心。

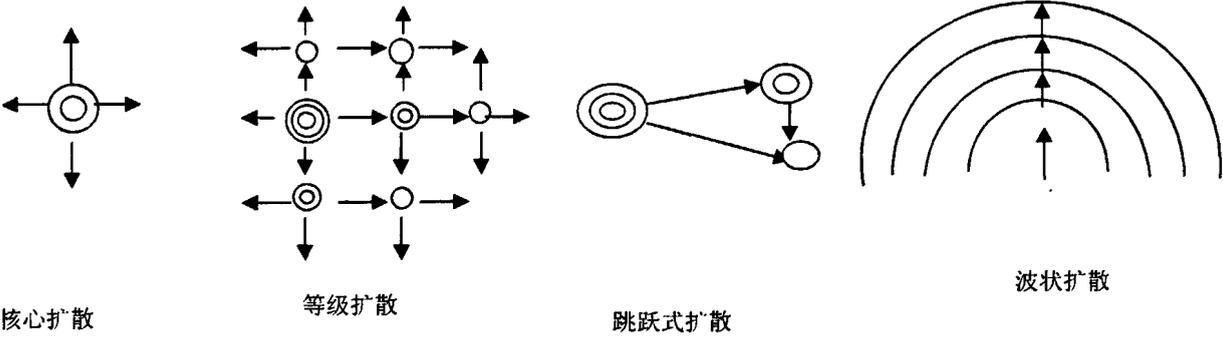
增长极通过极化和扩散作用对周围区域的经济的发展产生正负两方面的影响。极化作用是向心力作用，使区域经济向核心移动，人口、资金、物资向核心聚集，造成核心区与周围地区经济发展水平的差距。扩散作用是一种离心力的作用，会使核心地区的信息、资金、产品、人口向周围地区转移，影响和带动周围地区经济的发展，缩小中心极化地区与外围地区经济发展水平的差距。二者同时并存，但方向相反，作用力大小不等。

从极化现象的地域空间形态来看，极化有以下几种方式。有周围区域向极化中心极化的向心式极化；有等级极化，即基层小节点，向区域次级增长极极化，

而次级增长极又向首级增长极极化；有极化现象围绕极化中心向外围作波状圈层式展开的波状圈层式极化（图 2）。



从扩散作用的地域空间形态来看，扩散方式也有多种。有由极化中心向四周扩散的核心辐射扩散；有按照增长中心的等级层次，由高级到低级逐渐进行辐射的等级扩散；有由极化中心向外围逐步辐射的波状圈层扩散方式；还有由极化中心的对外辐射，不受中心的等级层次和距离的影响，直接由高等级中心向低层次的中心或区域辐射的跳跃式扩散方式（图 3）。



3.3 “核心—边缘”理论

“核心—边缘”理论^[79]是 J.R.弗里德曼(Friedmann)提出的解释经济空间结构演变模式的一种理论。该理论试图解释一个区域如何由互不关联、孤立发展，变成彼此联系、发展不平衡，又由极不平衡发展变为互相关联的平衡发展的区域系统。它的主要思想是：任何一个国家或地区，都是由核心区域和边缘区域组成。核心

区域是国家内的城市或城市集群及其周围地区组成，核心区工业发达、技术先进、人口和资本集中，经济增长速度快。边缘区域是那些相对于核心区域来说经济较为落后的区域。在区域发展中，核心区居于统治地位，边缘区依附于核心区而发展，两者的关系既不平等又相互补充且在一定条件下发生转化。“核心—边缘”理论基本上是以极化效应和扩散效应来解释核心区域和边缘区域的演变机制，与增长极理论有类似之处，但“核心—边缘”理论认为区域经济增长的同时，必然伴随经济空间结构的变化，它的价值在于为区域研究提供了一个关于空间结构和形态变化的解释模型，并且把这种区域空间结构关系与经济阶段的阶段相联系。

3.4 “点—轴”渐进式扩散理论和网络开发理论

点轴理论^[79]的核心是社会经济客体大都在点上集聚，通过基础设施连成一个有机的空间结构体系。网络开发理论是点轴发展理论的延伸，认为：在生产力水平较为低下的时候，生产力分布是均匀的（图 4-a）。随着生产力的发展，必然在一些资源丰富、区位条件好的地区出现城镇等据点，并在它们之间有交通线相连接（图 4-b）。由于集聚效益的作用，在城镇和交通线附近会出现新的集聚点和新的交通线（图 4-c）。以后生产力进一步发展，那些条件好、实力雄厚、人口和经济集中的城市会形成更大的集聚点，它们之间的线状基础设施也会更加完善，新的集聚点会变成次级经济中心，并延伸出次级发展轴线，构成由中心和轴线组成的网络系统（图 4-d）。区域内形成商品、资金、技术、信息、劳动力等生产要素的流动网及基础设施网，是区域发展一种比较完善的模式，是区域经济发展走向成熟的标志，它可使生产要素得到合理配置、重新整合，促进地区经济一体化发展。

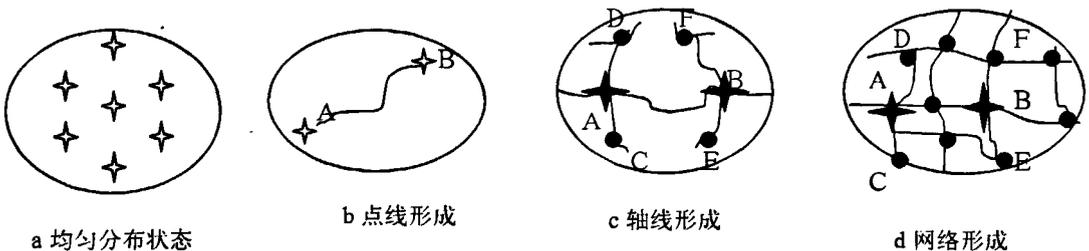


图4 网络开发演变图

3.5 系统理论和协同论

系统论要求把事物当作一个整体或系统来研究。它指出复杂事物功能远大于某组成因果链中各环节的简单总和，强调整体与局部、局部与局部、系统本身与外部环境之间互为依存、相互影响和制约的关系，具有目的性、动态性、有序性。它能够全面、开放、持续、动态地看待整体和相关问题。其基本思想：一是把研究和处理的对象都看成是一个系统，从整体上考虑问题；二是特别注意各个子系统之间的有机联系以及系统与外部环境之间的相互联系和相互制约；三是认为在系统整体中物质、能量、信息的交换按一定渠道有序进行，并列子系统之间的联系也按一定的秩序进行；四是强调系统有随时间而发生变化的规律，要求人们用发展的眼光和思维去认识、考察和把握一个系统及其分要素和子系统；五是认为人类可以利用系统的规律来调节、控制其稳定性，并且认为任何有序的稳定系统都具有自我调节、自我控制的能力；六是达到最优化是系统理论的根本目的，要求在动态中协调整体与部分的关系。协同论（Synergetics）认为开放系统内部各子系统之间的相互作用能产生协同效应，使系统走向有序，形成一个新型结构。协同论从统一的观点处理系统内各部分间的相互作用，导致宏观水平上的结构和功能协作。目的是建立一种用统一的观点去处理复杂系统的概念和方法，它的重要贡献在于通过大量的类比和严谨的分析，论证了各种自然系统和社会系统从无序到有序的演化，都是组成系统的各元素之间相互影响又协调一致的结果。系统论和协同论既为旅游业提供了认识论基础，即旅游业——国家的或区域的——是一个系统，应从整体上考虑；同时又为区域旅游业互动发展提供了方法论基础，即要用系统的观点来看待旅游业，用系统的方法进行旅游业的开发、经营和管理。

第4章 区域旅游一体化理论研究

4.1 区域旅游一体化界定

区域的概念相对性极强，不同学科，甚至同一学科不同的研究目的和研究任务给出的区域的概念是不同。如地理学把“区域”定义为地球表面具有相对一致性的地域单元，一般按其自然地理特征来划分边界；经济学则赋予“区域”经济学的意义，视区域为人类经济活动所占据的空间；而政治学把“区域”看作是国家管理的行政单位，按行政权力覆盖面划分界限。本文对区域旅游一体化的研究实质上研究的是区域旅游合作问题，因此，本文将“区域”界定为：发生相对一致旅游经济活动的地域空间。在此地域内旅游要素互相交换、旅游活动合作紧密、旅游各部分组成具有较高的相似性，与区域外部差异明显。关于区域旅游一体化，将其定义为：在一定的区域内，相邻的一些国家或地区，依据一定的规则进行旅游各方面合作的过程与状态。这种合作是通过实施区域旅游资源共享、市场共享、基础设施共享、品牌共享和信息共享等来促进区域旅游业的共同发展，实现区域内个体利益和共同利益，提高区域旅游竞争力，发挥旅游规模效益。

4.2 区域旅游一体化系统结构

区域旅游一体化是个系统工程，参与部门、行业之多，内容之多是区域经济中其他部门所无法比拟的。但笔者认为区域旅游一体化体系主要解决四个方面的问题：一是解决区域内谁参与旅游一体化；二是解决从哪些方面进行一体化的问题，即区域旅游一体化的内容；三是解决旅游一体化的参与者通过什么方式、方法、手段来解决一体化问题，即是区域旅游一体化的对策问题，这其中的过程即是区域旅游一体化的发展过程分析；四解决区域旅游一体化的发展程度问题，即解决旅游一体化发展较为成熟的区域表现什么样的特征和标志。区域旅游一体化整个的结构体系用图表示如下（图5）：

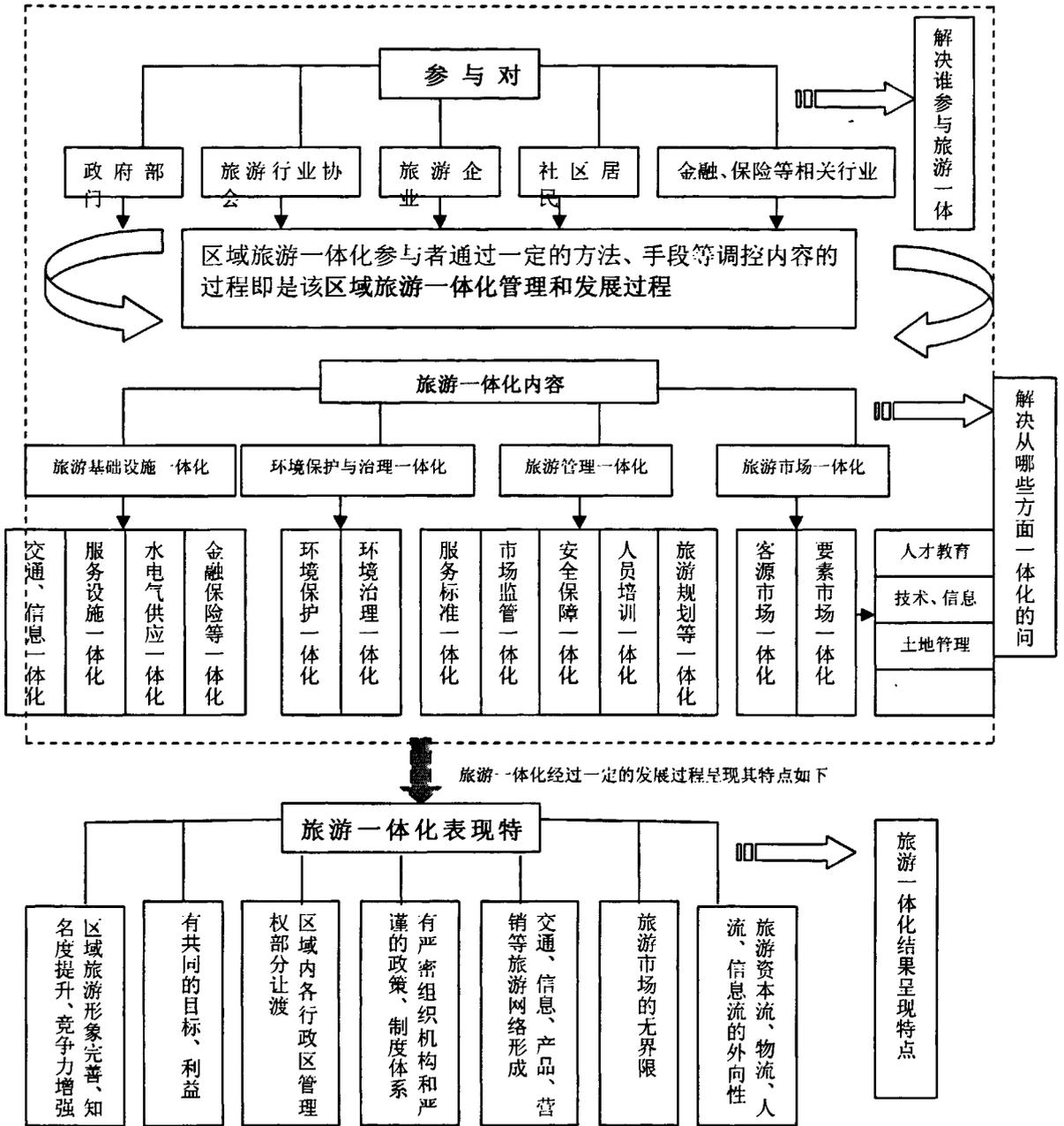


图5 旅游一体化结构体系

4.3 区域旅游一体化的参与对象系统及各参与者分析

区域旅游一体化合作涉及许多行业部门。旅游一体化参与者，从宏观层面看是区域合作，是区域政府部门协调与地方旅游业发展相关联的交通、金融、电信、

邮电、公用事业、新闻媒介、文化艺术、房地产等诸多行业和部门，以整体产业参与旅游合作。从中观层面看，是区域内旅游行业之间的合作，负责管理旅游行业的管理部门和行业协会是主要的参与者和策划者，主要进行景区、饭店、购物场所、旅行社等旅游服务行业及旅游教育、科研、人才培育等的协调与管理。微观层面是区域旅游一体化的具体实施者和操作者，合作对象主要是旅游企业，它靠企业之间兼并、合作等及自身内部调整等纵向、横向一体化来完成，主要牵涉到旅行社、景区、餐饮、住宿、娱乐等企业（图6）。

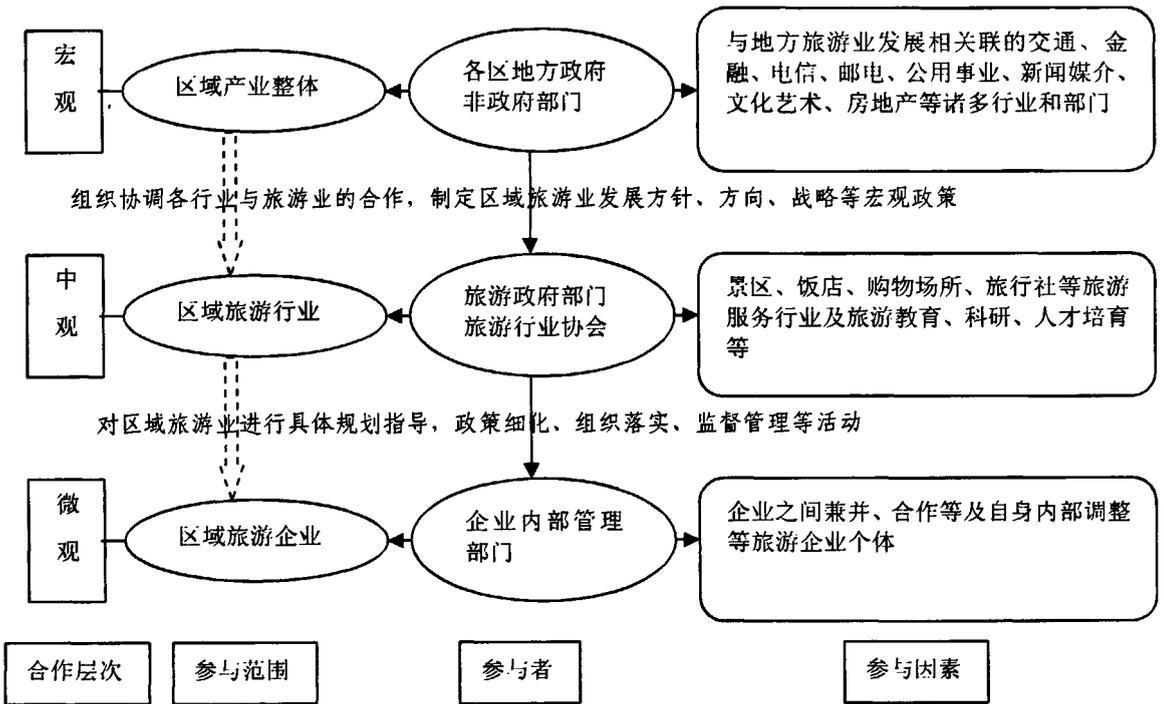


图6 区域旅游一体化参与对象系统结构图

由以上分析可知，旅游一体化的参与者主要有政府、非政府组织（行业协会、社区居民等）、旅游企业三部分组成。政府首先是地方整体利益的代表和相对独立的行为主体，政府层面的合作是实现区域共同利益最大化的基础和保障。政府也是区域经济中最有效的调控主体，它的决策和调控不仅对本地旅游经济的发展具有重大影响，而且也直接关系到跨行政区划、跨行政层级的利益协调。其次，政府是推进区域旅游一体化进程的最重要力量，是重要主体。尤其在在我国区域旅游一体化过程中，无论在旅游资源开发、交通建设、市场促销，还是旅游信息服务、

人才培育等都是通过政府间的安排来进行的。另外，政府在规范区域旅游市场和竞争秩序、区域性制度障碍的清除、区域性旅游竞争行为的监管、区域性旅游发展环境的改善等方面起到不可替代的作用。

非政府组织包括区域宏观层面的各行业协会、科研团体、非政府管理监督机构等。它是沟通协调各方关系、并提供相关服务的中介组织，既不同于政府，也不同于企业，是连接两者的桥梁与纽带。在区域旅游一体化进程中，非政府组织在影响地方法规、政府决策、加强行业自律、协调利益关系、维护行业利益和竞争秩序、促进信息交流、开展专业培训和服务咨询、塑造区域旅游形象和品牌等方面都具有不容忽视的作用。

旅游企业是一体化合作的基石和根本所在。企业是旅游产品和服务的生产者与提供者，旅游一体化合作的落实工作最终归结到企业所在的微观层面。在市场经济条件下，区域内大量旅游企业为适应竞争和追求效益，需要走一体化之路，需要突破行政区划的界限而加强相互间的合作，在更大的空间范围内形成有机的旅游产业链。它主要通过两种途径进行：一种是通过优化配置自身的资源要素，在细化分工的基础上向专门化、专业化的方向演进；另一种是已具规模和一定实力的旅游企业，会走向系列化、集团化的扩张之路。

三个参与者在区域旅游发展的不同时间、空间上，地位和作用不尽相同。一般情况下，政府负责规划、调控和规范层面上的问题，通过“协调、服务、监督、管理”，为区域旅游经济的发展营造良好的竞争秩序和发展环境；企业是旅游经济运行层面上的合作主体，它们通过资金、技术、人才、品牌等资源要素的区域性组合，实现自身利益的最大化。而非政府组织则往往是在政府失灵和市场失灵层面上的合作主体，它们致力于用非强制力的和非赢利性的方式，来破解区域旅游发展中一些市场和政府都无力顾及、或难以解决的问题^[80]。在市场经济条件下，无论是政府、非政府组织还是企业都要按照市场规律办事。在区域旅游一体化的过程中，如果旅游合作的收益无法在现有的制度、机制安排内实现时就需要政府的调节甚至改革。当现有的制度很好的满足旅游一体化需要，则主要靠企业、非政府组织等部门来调节各环节的利益分配等活动，以保证帕累托效益最优。

4.4 区域旅游一体化的内容及特征

4.4.1 区域旅游一体化内容

区域旅游一体化主要涉及三大领域：一是旅游基础设施和生态环境领域；二是相关机构设置，制度、政策、法规的制定以及行业规范、监督等管理领域；三是旅游资源开发、产品的生产和销售、相关行业及要素流通等市场领域。基础设施和生态环境的一体化是区域旅游一体化的前提和基础；机构设置、制度、政策、法规的制定以及行业规范、监督等管理领域的一体化为区域旅游一体化提供了政策保证和政府支持，为其顺利进行指明了方向；旅游资源开发、产品生产和销售、相关要素市场的一体化是区域旅游一体化的途径和载体，这三大领域相互依赖、相互影响。在区域旅游一体化过程中，旅游基础设施、生态环境和制度、政策、法规等领域主要靠政府合作；旅游资源、客源开发和产品供给方面靠企业合作；而非政府旅游组织的合作则主要体现于协调利益关系和规范行业行为。

4.4.1.1 区域旅游基础设施一体化

区域旅游一体化合作必须依赖区域内完善的旅游基础设施体系，需要基础设施实现协同建设或无缝衔接。基础设施的一体化作为旅游一体化的合作进行实质性开展提供必不可少的硬件基础，主要包括旅游交通、接待服务、水电供应、信息、保险、金融服务等。

旅游交通的跨区域性和高投资特点决定了建设者要具有公共性和组织性特征，一般需要地方政府之间、大型企业之间及政府和企业进行联合投资建设和经营管理。在区域旅游一体化过程中，旅游交通一体化建设和管理应该是一项最基本也是最重要的合作内容。在具体实施过程中，除了投资建设的合作之外，区域管理上还可采取取消对外地旅游车入城、入景区的限制措施，在各入城口和交通要道设置醒目的旅游指示标志便于外地自驾车旅游等措施。

旅游业许多活动的开展需要其他行业强大的支持，区域内的接待、水电供应、保险、金融等服务设施的一体化也是区域旅游一体化必备的条件之一。当然，旅

旅游业和这些部门的合作以及它们之间的合作，形式多种多样，例如结成战略联盟、组建企业集团等，既可以共同开发市场、使用资源，又可以规避部分市场风险，增强旅游业竞争力及企业规模效益。

旅游信息化能够将不同尺度区域的旅游要素用特定符号统一于一个信息系统中，由此打破旅游系统各要素的地域空间分隔概念，降低旅游活动跨区域流动的时空成本，提高旅游要素跨区域流动的效率^[81]。在区域内开展旅游信息的交流与共享，首先要求区域内各地市都要为其他地市创造免费提供旅游信息资料的条件；其次要通过构建覆盖整个区域的无时空障碍信息网络，共享区域内的旅游资源，互通旅游产品信息、市场信息、投资信息、行业及管理信息等，最终能为旅游者提供及时便捷的旅游集散中心信息，为企业提供有效实用的销售网络系统，以提高整个区域的旅游产业水平。

4.4.1.2 区域旅游环境的保护与治理一体化

旅游业虽被称为“朝阳产业”，对环境的污染和危害较轻，但仍与生态环境保护出现冲突。区域旅游环境的保护与治理方面的一体化主要体现在气候保护、防止酸化、自然资源保护、生物多样性保护、水资源管理、城市环境保护、防止水土流失与沙漠化、降低生活、生产垃圾污染等方面。

区域所面临的生态环境不以行政疆域为界，任何一个地方的自然环境都是整个区域生态的组成部分，任何环节的破坏都会打破整个生态系统的平衡。环境的破坏除了危及有关地区和国家外，还可能导​​致一系列连带性后果，尤其是大气污染、水污染造成的生态环境问题更是如此。这就使得各地想要在它的管辖范围内控制环境污染非常困难，因此，各地市必须加强合作，解决共同面临的问题。

对区域土地、森林等资源进行整合，需要统一地方和区域的土地征用计划，并严格控制土地使用；对易波动的敏感区域更要加强各地的合作；同时，区域内各地市的公共机构、旅游管理机构要共同致力于将环境意识融入到旅游发展政策之中，提供政策及资金支持以鼓励各地市加大环保力度，通过改变观念和策略进一步实行可持续发展；要为旅游者提供信息，尤其是各地市公共机构及旅游管理机构应该向公众提供有关环境状况的有效信息，以强化旅游业持续发展的公众压

力；同时要对旅游人流管理，检查旅游景点容量，采取适当措施管理旅游者人流，以保证旅游业和环境的长期利益；在对自然环境进行保护和治理的同时，也要加强对各地特色文化遗产和当地居民的风俗习惯进行保护，真正做到保护区域整体的旅游环境，保证旅游业的可持续发展。

4.4.1.3 区域旅游管理一体化

区域旅游是以区域作为相对独立的单位接待游客的，内部的旅游线路安排、经营服务方式等所有的旅游活动带有明显的区域性。因此，除了整合区域内所有的资源外，它更需要重组旅游管理模式，通过区域综合协调、管理、监督来谋求共同发展。但是目前，我国旅游管理存在“块块专政”、地方保护主义等现象，这种现象已成为全国旅游市场资源分割和各地区生产力发展的重要制度瓶颈和体制性障碍。在区域旅游管理方面，地方政府的行政力过强，行政参与地区经济的程度很深，生产要素流动受行政导向，效率低下、成本高。这种职能交叉、多头管理、分割市场的做法，使得区域内部无法形成统一开放、公平竞争、规范有序的旅游市场，不能发挥区域统一大市场的优势。

管理一体化是一个系统工程，它不是简单地将有关旅游管理业务拼凑在一起，而是以提高管理效率、降低管理成本为核心，结合先进的信息与网络技术将这些管理功能有机地集成为一体。实现旅游管理一体化有赖于政府、非政府组织、企业等各方面、多层次的参与，需要配套深化行政区划体制改革，加强区域内部政府间的对话磋商，建立“双赢”的利益协调机制；需要充分发挥非政府组织的交流协调作用，发挥区域行业协会、贸促会等非政府组织以及由民间组建的各种组织的作用；需要突破行政区划的制约，在区域内打破地区分割、分管的局面，建立整体的管理体系和管理机构。该机构可以由政府牵头，各个旅游企业、旅游相关行业人员、旅游组织、协会等的负责人参加。主要职责是制定相应的方针、政策、制度、法规，加强企业、行业行为规范、监督等。加强在服务标准、安全保障、市场监管、企业规范等方面的一体化。履行区域整体形象宣传、旅游信息咨询、行业协调、自律、企业资质认证与等级评定、对外交流与合作、从业人员培训、服务技能比赛、制定完整统一的价格体系以至受理游客投诉等职能。

4.4.1.4 区域旅游市场一体化

旅游市场一体化是指各地区依据比较利益和地区旅游功能差异性的客观存在，在市场机制和旅游资源吸引功能的作用下，旅游生产要素和旅游者向能取得最大经济效益和消费效应的区位流动，从而形成统一的旅游生产要素市场以及形成共同的旅游市场形象和共享的客源市场^[42]。因此，旅游市场一体化包括旅游客源市场和旅游生产要素市场两个层面。

客源市场一体化是目前区域旅游发展的必然结果，也是区域旅游发展的客观需求。首先，旅游资源空间分布的差异性和旅游者活动的区域性，以旅游资源联合开发和整体旅游市场促销为主的区域旅游市场合作，是各方最容易形成共同利益需求并达成共识的切入点；其次，随着旅游市场竞争的加剧，区域旅游品牌的竞争已逐渐取代以往单一景点和景区的竞争，以区域整体为单位开展市场调研、促销宣传和客源市场开拓，以统一的形象、共同的产品向外界宣传推广，由此而产生的客源市场规模比单个地区独立开拓所形成的市场规模之和要大得多，各地都可分享合作所带来的规模市场效益。实现客源市场一体化须从旅游规划、旅游资源联合特色开发、旅游商品开发、销售等方面入手，达到区域内部互通市场、互为客源、互送客源，共同开拓、维护外部客源市场，树立整体形象、进行资源整合、联合开发产品、实现节庆活动联动等的目标。

旅游生产要素主要包括进行旅游生产经营活动时所需的劳动力、土地、资本、技术、信息等。区域旅游生产要素的全面融合就是要在区域内部实现人才教育一体化、资本市场一体化、土地管理政策一体化、技术、信息一体化等。

人才教育一体化是在区域内部要拥有同等质量、足够数量的旅游专业人才，确保各类旅游人才在区域内实行无障碍流动，以及旅游教育培训机构相互交流与合作，确保旅游产业知识的系统性，方针政策的协调一致。资本市场一体化是在区域旅游合作进行到一定的阶段后，各地间的旅游产业联系会越来越多地通过金融、资本、产权等要素流动和交融而得以实现。土地管理政策、技术、信息一体化是从政策制度、技术、管理上消除区域内差异，从而保障旅游一体化的顺利进行。如在区域内实行结算方式一体化，就是充分利用“旅游卡”等现代结算手

段，为游客和企业提供便捷安全的结算方式。当然，旅游市场一体化的有机融合并非短期内就能实现，它需要合作各方在思想、行动和机制上经过长期的磨合、协调才能达到旅游市场行为的协同一致。

4.4.2 区域旅游一体化特征

4.4.2.1 总体目标、利益一致

在当今市场经济条件下，正和博弈的区域旅游一体化合作目的就是实现整个区域旅游经济的最大化，实现区域旅游发展的总体目标和总体利益一致。最终目的是为了推动区域社会发展，完善社会环境，保证区域均衡和可持续发展。在经济效益方面，追求包括直接旅游经济效益和间接社会经济效益，例如旅游收入、旅游投入单位效益、旅游乘数效应等；在社会效益方面，主要体现在新增就业岗位、地区均衡发展、地区形象与认知度改善等方面；在环境效益方面，追求自然和人文环境的改善。总体利益方面，区域旅游一体化利于各地旅游产业的发展、服务质量的改进、增强区域旅游业在国内乃至世界范围内的竞争力、保护自然环境、文化遗产和当地居民的风俗习惯等。

4.4.2.2 区域内各行政区管理权部分让渡

区内各地市管理权的部分让渡，利于旅游经济的融合，更好推动旅游一体化进程。首先，区域旅游一体化是为了实现自身利益和区域整体利益，最大限度地减少自身、地区间的关卡限制，实现生产要素在整个区域内自由流通，最终为旅游者在区域范围内的游览活动提供便利。这种本质决定了区域旅游合作要进行统一共同管理，也就决定了区域内各分区的行政管理权限要有部分让渡。其次，如果各分区不进行权限让渡，就无法实现区域内明确、清晰的行政管理分工，无法使整个旅游管理部门树立一体化观念，发挥不出区域地缘、人缘和旅游资源互补等方面的现实优势，形成强有力的竞争合力。第三，区域旅游一体化的发展不仅仅意味着游客游览的无障碍，也要求区域内各地管理部门、旅游企业、旅游行业协会等进行一体化管理、运营、合作，如区域内人才的联合培养、无障碍流动等。因此，各地政府必须将自己的某些管理权限授予建立的一体化机构，有机构

共同来履行区域旅游协调职能。

4.4.2.3 有严密组织机构和严谨的政策、制度体系

区域内是否有严密的组织机构和政策体系，区域旅游管理、协调、仲裁机构是否成立及严密程度、是否有体系性的区域旅游政策出台和实施是区域旅游一体化的重要标志。如：欧盟旅游业一体化过程是在紧密的制度联合和较强的组织机构、机制建设中推进的。自1984年旅游经济一体化在欧共体的相关决议中得到确认，旅游业的发展就拥有了统一协调机构，从此便开始了各国间的信息交流、咨询与合作、定期举行会议等。到1990年第一个欧洲区域旅游行动计划诞生。合作机构的逐步建设及政策的逐步推进，在改善旅游产品质量、开拓旅游市场、提升欧洲旅游业在世界范围内的竞争力等方面开作出了很大的贡献。

彼得·罗布森的一体化理论认为区域旅游一体化的实现需要各方面政策的协调，也要求将某些经济职能和经济手段，指派给同盟或共同体，并在同盟或共同体层面上运作，而不是在成员间层面上运作。彼此独立的区域各城市或各分区之间，如果没有一个统领的专署机构，政策是无法达到协调统一的。建立的区域旅游一体化管理、协调或仲裁机构负责对区内旅游合作的各方面进行统一的管理和协调，如整体规划旅游发展、协调区内资源的开发与利用、调整区域旅游产业结构、制定行业标准及政策、处理旅游区域性的问题等。

4.4.2.4 区域旅游形象完善、知名度提升、竞争力增强

在区域旅游一体化合作发展过程中，会逐步形成完整的区域旅游形象，并通过区域一体化合作的方式进行市场开拓、营销，扩大区域影响力，区域旅游形象会被越来越广范围的市场所了解，知名度将得到很大提高。并且在区域旅游一体化的过程中，旅游资源、区域市场、资本、技术、人才、信息等将得到有效整合和充分利用，区域的整体竞争力也将会得到提高，能够有足够的实力参与到与其他地区的旅游竞争中，并取得优势地位。

4.4.2.5 旅游网络形成

在旅游一体化发展成熟的区域内，要有较为完整的旅游交通、信息、产品供给、营销网络等。首先，要保障区域内旅游交通畅通无阻。旅游是在异地消费，

游客的有花费最少时间需求，需要便捷省钱的交通条件。因此旅游一体化发展程度较高的区域必须在交通软硬件设施方面具备较高的水平，如实现区域内主要景点、景区之间的高可达性；取消普通公路还有部分高速公路的重重收费关卡，实现“一卡通”服务等。

其次，是旅游信息发布完整及时，完全实现旅游信息的一体化。这需要各地加快建设区域信息化交流网，加强与国家以及国际相一致的电子商务规则标准和法规等方面的建设；需要建立区域信息交流协作机制，加强区域信息技术的研发和应用合作，实现资源共享。区域内可以联合出台电子政务信息和信用体系信息的共享方案，实现区域内公共主干信息传送网、卫星传送网、信息应用系统的联通，达到建立覆盖整个区域的旅游信息平台的目标，以保证游客在异地可直接了解到本区域内任何一地的住宿、旅游产品等方面的信息，也可以在区域内互相为游客提供必要的旅游信息，以分散、调整旅游客流等。

第三，旅游产品供给、营销网络形成。区域旅游一体化必须具有统一形象而又各具特色的旅游产品，这种基于不同资源而又联合开发的旅游产品可以增加旅游产品的内涵，提升其竞争力和吸引力。除了旅游产品开发，交通、餐饮、住宿等服务也是供给的重要组成部分，各旅游企业所提供服务的完美衔接也是区域旅游一体化的要求所在。产品供给网络的形成也为营销网络的形成奠定了基础，共同的区域旅游产品和形象需要区域整体营销系统来进行对外推广，这就要求构建区域旅游网络营销系统，如创建旅游电子商务服务平台等。区域整体营销网络的覆盖面、影响力也是区域旅游一体化合作模式要求的。

第四，旅游行为链条顺畅衔接（图7）。在旅游行为链条上，包括食、住、行、游、购、娱六大方面。随着社会的发展，旅游业已涉及到金融、保险、商品等，构成了行为链条的延伸部分。旅游产品的销售可以通过批发商、零售商、中介等来实现，这使整个行为链条得以实现的前提。在旅游一体化区域内，要实现旅游行为链条的各个环节完美顺畅衔接。

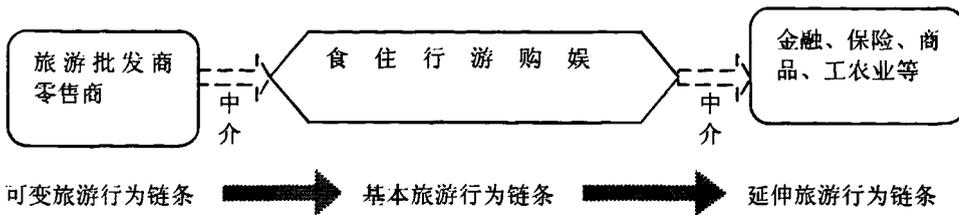


图7 旅游行为链条
注：引自参考文献 82

4.4.2.6 旅游资本流、物流、人流、信息流的外向性

区域旅游达到一体化的成熟阶段时，随着旅游产业规模扩大，客源市场大幅度增长，区域内部企业之间或与区域外旅游企业，甚至国际企业联合组成企业集团，共同开发旅游业，区域内部人才、信息、技术、资本等将互通共融，呈现明显的外部性。且随着区域旅游业影响扩大，竞争力增强，区域外的资本甚至是国际资本将会投入到本区域的旅游开发建设当中。

4.4.2.7 旅游市场的无界限

区域旅游在建立了协调、统一的区域发展政策，配套完善的基础设施和形成完整的旅游网络后，旅游市场的一体化将实现互通共融，合作全面展开。这是因为一方面在区域旅游一体化成熟阶段，区域旅游资源联合开发和整体旅游市场促销将使各方最容易形成共同利益的切入点，旅游将以区域的整体形象开展市场调研、促销宣传和客源市场开拓。另一方面，区域内旅游项目特色差别和服务分工也要求旅游经济活动超越狭隘的分区市场的范围，提供各要素可以自由流动的无界限的旅游市场，更大程度的方便游客，提高区域整体服务水平和服务能力。区域旅游市场的互通共融，达到无界限，实质上是区域旅游合作达到一定程度必然产生的结果，是区域内各分区随着一体化进程的发展，各种界限逐步模糊甚至消失，并最终融为一体的必然结果。市场无界限主要表现在区外共享旅游市场、区内互通共融、区域联合旅游营销和统一旅游形象、共享旅游投资等。

4.5 旅游一体化的阶段划分

区域旅游一体化发展过程呈现出四个阶段性的特征，即无意识的自发合作阶

段；松散、零星、局部的自觉萌芽阶段；全方位合作、区域联系较紧密的成长阶段和一体化成熟阶段。

4.5.1 自发阶段

在此阶段，区域内部旅游项目低水平建设、粗放型经营、重复建设现象严重；对旅游客源实行削价竞争、低价竞争；区域内各地间旅游要素的流动受行政区划的限制；旅游管制各自为政，互相干扰以及地方保护主义等现象严重存在。但随着旅游业的迅猛发展，人们掀起的阵阵旅游热潮使区域内各地旅游业产生合作需求，区域旅游行业在资源、产品、市场、投资、人才等方面形成复杂的竞合关系，这种复杂的竞合格局通过优胜劣汰的机制促进地区旅游业的发展，也迫使各地旅游企业及旅游主管部门自发产生合作行动，产生初步的模糊的合作意识。再加上旅游活动的本质属性和旅游业的综合性、整体性、关联性特点，决定了地方旅游业外向扩张与联合的必然性。此时的合作活动是局部的、零星的和松散型的，处于无序、低效的状态，缺乏专业系统地分析和表述，更没有全局性的战略思想及整体的发展思路。合作主要集中在客源方面，旅游资源的有效整合、旅游产品和产业系统结构的升级等方面很少与其他地方联系。

4.5.2 自觉萌芽阶段

在此阶段，由于旅游业发展的需要，区域内旅游合作日趋频繁，各地慢慢开始整理自发阶段的合作成果，对模糊的旅游合作意识及合作成果进行专业系统地分析。区域旅游主管部门针对旅游合作进行政策和观念上的障碍因素进行清除和引导，对区域旅游一体化合作的可行性和前景状况进行分析，并预测旅游一体化对区域旅游业、经济、社会、环境等方面的影响以及确定区域旅游一体化的目标，并逐步形成类似区域旅游一体化可行性报告之类的文字信息。旅游企业及旅游行业协会出于自身发展需求也将收集旅游合作信息，并对信息资料进行判断和深加工，分析阐述自己企业及行业对旅游合作的需求，提交主管部门以促使旅游一体

化进程加快。此时旅游企业或行业部门已进行初步的有意识的合作，区域内出现少数地市合作的局面，初步形成团状或线状合作图形。在旅游客源市场、资源整合、产品升级调整等方面开始出现一体化的态势。

4.5.3 成长阶段

在此阶段，区域旅游一体化领域逐步深化、拓宽。旅游基础设施、产品及市场等领域的一体化正全面展开，配置性领域、配置性产业和关联性产业链也逐步进行合作。一体化管理制度、体制建设已经展开，但还需进一步加强与整合。此时，各级政府是最重要的推动力量，要对区域旅游一体化合作进行全面的调控，主要表现在对旅游资源全面深度开发、对交通建设、产品开发、市场开拓、产品营销、信息服务、人才培育、产业政策制定等方面的统筹协调。区内大部分旅游企业由于现实需求表现出极大的热情，广泛参与区域旅游一体化进程。旅游市场及区域空间结构趋于合理化。旅游资源统一规划、基础设施一体化、管理规范化管理等全方位一体化开始。但此阶段存在的市场机制不完善、体制的不健全等限制性障碍因素使得区域内部的各种旅游一体化要素不能够按市场需要、按规模经济要求而自由地互补流动与优化配置；区域旅游资源与要素整合、开发深度不够；区域公共资源、环境保护、政策协调、行业标准、信息沟通等都有待于进一步整合和系统规划；旅游空间一体化结构有待完善。

4.5.4 成熟阶段

区域旅游一体化的成熟阶段是区域内旅游业进行的高层次、全方位、紧密的合作阶段。在此阶段，区域将进行统一的旅游规划，旅游资源得到有效整合、旅游产品联合开发；旅游资本要素互相组合、融通，各旅游企业将进行相互投资、持股、资产重组、资本融合等；旅游人才、教育、技术等能够互补与共享，人才互为流通；完整而鲜明的区域旅游形象和完全融合的旅游市场将会形成，旅游业表现出比较明显的整体性。相应地该阶段的工作和任务主要围绕旅游市场共同开

拓和提升区域整体旅游形象而展开，区域旅游客源市场以外地客源为主，旅游品牌和旅游形象被区域以外更多的地区接纳。市场处于主导地位，政府部门只是进行宏观的调控和规范，以为旅游业服务的形象出现；旅游企业和行业协会成为区域旅游发展的真正主体，旅游企业是区域产业扩张的主导者和先行者，企业主动向内外开拓市场，积极进行区内或跨区域横向联合，形成或组建跨区域的企业联合体(企业集团)。旅游行业协会在规范和监管区域旅游业发展发挥重要作用。区域旅游经营及管理机制将形成“内外共建”的多元化格局。区域内旅游生产要素、市场要素能够自由、合理流动，得到优化配置。区域旅游市场及空间结构经过系统规划、统一协调呈现合理面貌。

第 5 章 中原城市群旅游资源及市场分析

5.1 中原城市群旅游资源概况

中原城市群是中华民族和文明的发祥地之一，是中国古代政治、经济和文化的中心；地貌类型多样、四季分明，气候适宜多种生物生长，旅游资源类型多样而丰富（图 8），品位高而结构好，文物古迹类和自然风光类结构并重。9 座城市中有 6 座已成为全国优秀旅游城市，全国八大古都中有三个在此区域内（商代都城郑州、九朝古都洛阳、七朝古都开封），拥有一处世界文化遗产（龙门石窟），三处世界地质公园（中岳嵩山、焦作云台山、王屋山黛眉山），拥有禅宗祖庭和中国功夫摇篮（少林寺），拥有多个世界级品牌的旅游景区，几十个国家 AAAA 级景区，多个国家级风景名胜区、自然保护区和国家森林公园、地质公园等。

4	开封市国家森林公园	开封市西郊	553	国家级
5	花果山国家森林公园	宜阳县	4200	国家级
6	云台山国家森林公园	修武县西村乡	359	国家级
7	白云山国家森林公园	嵩县车村乡	8133	国家级
8	龙峪湾国家森林公园	栾川县庙子乡	1833	国家级
9	神灵寨国家森林公园	三官庙林场（洛宁县西南）	5300	国家级
10	郁山国家森林公园	郁山林场（新安县西南）	2133	国家级
11	天池山国家森林公园	嵩县	1716	国家级
12	白云寺森林公园	辉县林场	2593	国家级
13	洛阳国家牡丹园	洛阳市	47	国家级
14	鄢陵国家花木博览园	鄢陵县	1233	国家级
15	中牟森林公园	中牟林场	5458	省级
16	黄河故道森林公园	延津林场	4198	省级
17	郑州市森林公园	郑州市林场	313	省级
18	焦作森林公园	焦作市林场	937	省级
19	嵩北森林公园	巩义林场	493	省级
20	禹州森林植物园	禹州林场	67	省级
三	湿地			
1	豫北黄河故道湿地鸟类国家级自然保护区	卫辉、延津、封丘	24780	国家级
2	黄河湿地国家级自然保护区 4	济源、湖滨区、新安、孟津等	67000	国家级
3	开封柳园口湿地省级自然保护区	开封市	16148	省级
4	郑州黄河湿地省级自然保护区	郑州市		
四	水源涵养地			
1	鲁山汝州水源涵养地	鲁山、汝州及宝丰西部	388000	
2	洛嵩栾水源涵养地	熊耳、伏牛、外方山环抱区，洛宁等地	435000	

[资料来源：中原城市群总体发展规划纲要 2006 年-2020 年]

5.1.1.1 高山峻岭、峡谷异洞、平原广阔

中原城市群内有太行山和伏牛山脉，著名山峰有白云山、云台山、王屋山、老君山等。伏牛山脉人类活动相对稀少、自然生态保存完好，森林覆盖率达 88%，是北亚热带和暖温带地区天然阔叶林保存较完整的地段。它的花岗岩山岳景观、水文景观、动植物景观等具有建设成为以山地观光度假为主的大型自然生态旅游胜地的潜力和条件。太行山风光旖旎，雄险壮观，自然和人文景观资源十分丰富。其间分布有形态各异的峰、峦、台、壁、峡、瀑、潭、泉、涧、溪，是我国北方山水的典型代表；生态植被优良，保持着大自然的原始自然形态，各个地质时期的岩石出露明晰，是天然地质博物馆。其中不但有百余处峡景、水景、山景、石

景、树景、林景，还有庙宇和引人入胜的神话传说。另外，中原城市群著名溶洞有鸡冠洞、浮戏山雪花洞、新乡和嵩山等地的溶洞。这些山态各异的名峰峻岭分别以险峻、幽雅、奇特、秀丽而出奇制胜，可分别开发为游览观赏、度假避暑、访古寻幽、登高探险的旅游地；东部广阔的华东平原和西部山地丘陵地形地貌也构成差异性景观类型。

5.1.1.2 河湖广布、流泉飞瀑

水具有形、影、声、色、甘、奇六方面的美学特色，与山体、生物、气候、建筑物等通过相互结合、交融渗透，会形成许多奇妙的、雅致的胜景。其中泉水不仅有造景、育景的独特功能，而且还有疗养、饮用等价值，自古以来都是人们观赏、利用的对象；瀑布以形、声、色三态之美先声夺人，往往又与山石峰洞、林木花草、白云蓝天等环境要素协调结合。中原城市群河湖广布、流泉飞瀑。河流有黄河、南水北调中线工程、颍河、洛河、伊河、卫河、沙河等。黄河在中原城市群地段形成地上悬河奇观，河面烟波荡漾，呈曲流状，蔚为壮观。并且随着小浪底工程的建设、黄河上游的生态保护及人们环保意识的增强，黄河湿地生态环境得到改善，建立了小浪底水库游览区、郑州黄河游览区，观鸟台等一批湿地景观游览区，开展了乡风农家游、湿地观鸟休闲游等；水库有白龟山水库、陆浑水库、昭平台水库、燕山水库、西霞院水库、孤石滩水库、河口村水库等，库面碧波浩淼、景色迷人。星罗棋布的水库与纵横交错的河流构成了其“水乡泽国”的绮丽景色。另外，中原城市群多瀑布、山泉和温泉旅游资源。瀑布有云台山瀑布、八里沟瀑布、石人山九曲瀑布、嵩山卢崖瀑布等。这些瀑布形态不同，风格各异。山泉温泉著名的有百泉、伊川县温泉、九龙山温泉等。这些山泉温泉都有大量矿物质，可用之防病、治病、延寿，可建温泉疗养院、休闲养生地。

5.1.1.3 珍禽异兽、琼花瑶草

中原城市群动植物多样，多珍禽异兽，奇花异草，伏牛山是我国北亚热带和暖温带的气候分区线，中国动物区划古北界和东洋界的分界线，也是华北、华中、西南植物的镶嵌地带，属暖温带落叶阔叶林向北亚热带常绿落叶混交林的过渡区。区内维管束植物有 2879 种，其中有中国特有属种 37 个，单属种 59 个，国家重点

保护野生植物有连香树、香果树等 32 种；野生动物中兽类有 62 种，鸟类有 213 种，昆虫的种类则超过 3000 种，列为国家重点保护的野生动物有金钱豹、麝、大鲵等 50 多种。目前，中原城市群已形成森林、湿地等保护类型比较齐全、保护网络比较完善的野生动植物保护体系。各保护区保持了较好的生态环境，及时制止了乱捕滥猎，使不少珍稀物种种群数量明显增加。如太行山区猕猴也由建区前的 800 多只，增加到现在的近 3000 只。黄河湿地自然保护区建立之前，每年到此越冬的天鹅不足 200 只，如今，仅在孟津一带就有 7000 余只，最多时达 1 万只以上。

5.1.2 人文旅游资源

中原城市群人文旅游资源类型多、特色浓、品位高。许多文化资源属于绝品资源，具有世界级和国家级吸引力，也具有较为明显的唯一性和垄断性。总体来说可以分为以下几类：

5.1.2.1 古人类遗址

河南是中国古文明的发祥地之一，中原城市群的遗址有数处，如在洛阳澠池城北发现的母系氏族典范的“仰韶文化”、率先步入父系氏族社会的龙山文化以及“河图”、“洛书”等。古城遗址有二里头夏朝都城、东周王城、郑州商代遗址、郑韩故城、汉魏洛阳故城、平粮台古城遗址、尸乡沟商城遗址、隋唐洛阳城遗址、北宋东京城遗址、均台均窑遗址、西山遗址（郑州）、禹王锁蛟井、打虎亭、文昌阁、黄袍加身处、王城岗及阳城遗址等。

5.1.2.2 古墓冢陵、宗教圣迹

中原城市群有众多帝王将相、文人墨客长眠于此。其中郑州巩义有北宋皇陵、杜甫墓；洛阳关林、白居易墓；许昌有神医华佗墓；新乡潞简王墓；另外还有打虎亭汉墓、汉陵、曹植墓、许慎墓等。宗教遗迹有被誉为“释园”和“祖庭”的洛阳白马寺，它是佛教传入中国的第一座寺院，堪称“中国第一古刹”；有登封的“天下第一名刹”少林寺；还有素负盛名的禅宗胜地开封大相国寺、石窟寺；道教瑰宝延庆观、道庙中岳庙等。

5.1.2.3 石窟碑刻、武术源地

中原城市群有气魄大、蕴含精、雕刻细的世界石窟艺术之宝的洛阳龙门石窟；有以珍藏千余块唐代风格各异的书法墓志而得名的洛阳新安县千唐志斋；有集诗、书、画、印之大成的开封中国翰园碑林等。这些石雕和碑刻艺术有极大艺术感染力，必将满足游客高层次的艺术审美需求。中原城市群是少林拳和陈氏太极拳的发源地，有数量众多、内涵丰富的武术场馆；有神奇奥妙、独具特色的武术医药；有引人入胜、发人深思的武术精神和故事传说；有价值极高、品位上乘的武术景观；有形式多样、成效显著的武术文化节事活动；还有包括武术影视演员、武打演出、套路、服饰、器械、图书、音像制品等其它武术文化旅游资源。

5.1.2.4 历史名人资源

历史上许多政治家、思想家、文学艺术家、科学家都曾生活或工作于河南，如黄帝、杜康等。这其中，许昌历史名人有：姜子牙、徐庶、荀彧、荀攸、褚遂良等；郑州有：列子、陈胜、韩非、白居易（出生在新郑辛店镇，陵墓在洛阳白园）等；洛阳有：苏秦、贾谊、长孙无忌、玄奘大师、刘禹锡、元稹、程颢等；焦作有：司马懿、韩愈、李商隐等；开封有：包公、岳飞、石守信、史可法等；新乡有：戚继光、陈平等；平顶山有：墨子、张良、刘希夷、元结、白郎、樊钟秀、徐玉诺等；济源有：荆浩、“茶仙”卢仝等；漯河有许慎等。所有这些赫赫有名的历史人物都是很好的旅游资源，高档次开发定能使游人流连忘返。

5.1.2.5 各具特色的古塔和内涵丰富的博物馆

开封铁塔素有“天下第一塔”之称，繁塔的造型、结构、精细的雕刻砖碑是研究我国建筑、美术和音乐的宝贵资料。少林寺塔林为历代少林寺主持僧人的墓地，现存唐至清千余年间的砖石墓塔 220 多座，为我国现存最大的墓葬塔群之一。此外，还有登封嵩岳寺塔、白马寺齐云塔、许昌文明寺塔等；博物馆有郑州市的河南省博物院，展示文物多而珍奇；洛阳有中国唯一的世界最大的古墓博物馆；开封有山陕甘会馆、郑州黄河展览馆；新乡、许昌、焦作有市历史艺术博物馆，极具地方特色。

5.1.2.6 新人文景观和“根”“源”文化旅游资源

新人文景观主要指破损名胜古迹的翻新再造或依据古代文献记载重现昔日风

貌的古今融溶的人文新景观。如古迹、黄河、大桥有机结合,新辟为郑州黄河游览区;开封再建的“宋都御街”、依据清代张择端《清明上河图》修建的清明上河园、根据杨家将故事修建的天波杨府、依据包公故事修建的开封府;洛阳的白居易陵园、洛浦公园等。中原城市群“源”文化有东周、东汉、魏晋、唐、宋等朝代文化,仰韶等古文化发祥地遗址、河洛文化标示地、《易经》文化、古代瓷艺文化等;“根”文化指的是中原城市群是熊、康、林、郑、龙、于、常、许、卢、杜、钟、周、郭、韩、程、尹、文、方、王、陆、毛、何、段、游、潘、刘、管、魏、单、樊、骆、雷、司马、贺、温、解、褚、苗、陈、、胡、耿、冯、邢、苏、荣、轩辕、禹、尉等 73 个姓氏源地

5.1.3 社会旅游资源

社会旅游资源是指不以旅游而存在的工厂、学校、医院、乡村、农贸市场、居民社区,甚至某些军事场所、作为政府权力部门的办公机构等各种社会要素,通过功能叠加而获得旅游功能的各类资源。中原城市群的社会旅游资源主要有各种现代社会景观和民族民俗文化现象所熏陶的社会旅游氛围以及它们的载体等,包括工农业生产生活用品、场所等乡村、工业旅游资源;科考、修学等的科教文化体育设施资源;休闲社区;节庆、事件;商贸金融设施与活动以及一些具有浓郁地方特色的社会现象、民俗文化等(表 2)。

表 2 中原城市群的社会旅游资源表

工业旅游资源	河南金星啤酒集团有限公司、郑州三全、思念食品股份有限公司、郑州宇通客车股份有限公司、许继集团有限公司、河南瑞贝卡发制品股份有限公司、河南黄河旋风股份有限公司、中国洛阳一拖集团、中国南车集团洛阳机车厂、新乡新飞集团、漯河双汇集团、焦作及平顶山煤矿集团、工艺品生产厂,如焦作四大怀药种植与炮制;修武县五里源松花蛋制作技艺;武陟县武陟油茶制作技艺;博爱县清化竹器制作技艺;沁阳市盆窑黑陶制作技艺;孟州市南庄浑浆凉粉制作技艺;沁阳怀府闹汤驴肉制作技艺等。
农家乐及农业基地	洛阳市南村、临颖县南街村、临颖县龙堂村、鄢陵国家花木博览园区、许吕樱桃园、新乡市北站区耿庄村、新乡小冀京华园、新乡七里营刘庄、新乡七里营龙泉村、耿庄、青青生态园、新乡小店河、大河村、康百万庄园、朱仙镇等
特色物产	豫北四大怀药(生地、牛膝、山药、菊花)、孟津梨、荥阳柿子、封丘石

	榴、济源盘砚、汝瓷、洛阳唐三彩、开封汴绣、博爱竹器等
节庆习俗	中岳庙庙会、郑州国际少林武术节、炎黄文化旅游节、洛阳牡丹花会、牡丹灯会、洛阳民俗庙会、关林庙会、开封菊花花会、元宵灯会、东京禹王大庙会
民间风俗	朝台（农历正月初七朝拜火神）、给枣树喂米饭的习俗（腊八节）、婚礼风俗、百家衣、随身饭、闹洞房、庆寿、报喜的红蛋
文化习俗	河洛大鼓、开封盘鼓、豫剧、曲剧、河南坠子、三彩陶、汴绣、朱仙镇木版年画、白佛顶灯、澠池社火、棚口（古老编织艺术）、道情皮影、豫西锣鼓
民俗景观	登封少林寺、中岳庙、洛阳王城公园，白马寺、关林、清明上河园、山陕甘会馆、天波杨府、洛阳天井窑洞等
健身娱乐场所	少林寺附近的各武校、武馆、少林武术城；各地市体育场馆、建设娱乐场所；太极馆等；各地市广场健身娱乐场所等
科考修学资源	嵩山、南太行山、伏牛山地质考察、生物考察；黄河湿地开展湿地生态考察、观鸟、鸟类知识普及等；各市地科技馆等；利用大量的文物资源开展文物挖掘、文物考察等。
科教旅游资源	河南大学、河南农业大学、郑州大学、河南师范大学等学校；郑州、开封、洛阳等地的飞机场、伞场等。
休闲社区资源	郑州二七广场、开封沿湖街区和书店街、金明广场、栾川县城、新乡体育中心广场、牧野广场等

这些社会旅游资源在保证相应居民生活和企业正常生产经营的基础上，策划旅游参观项目和参与活动，组织旅游线路，配套旅游设施，建立有效的运作机制，策划合理的组织形式和利用模式，便可开发出社会旅游产品。

5.2 中原城市群旅游市场分析

从2004年开始，河南省旅游业以年均25%以上的速度递增，2006年累计接待海内外游客1.3亿人次，实现旅游总收入1039亿元人民币，均比2004年翻了将近一番，主要指标在全国的位次由2004年的第12位跃居2006年的第7位。2007年，河南省接待海内外游客突破1.7亿人次，旅游总收入达1352亿元，位居中部六省首位，入境游人数达到88.08万人次，比2002年翻了一番^[84]。中原城市群作为河南主要旅游目的地，也呈现出于河南省旅游市场相同的特征，即省国内旅游状况好于入境旅游，旅游市场呈现国内市场为主、国际市场为辅，省内市场为主、省外市场为辅的特征。

5.2.1 中原城市群外出旅游状况分析

各市组织出境旅游人次与当地经济发展状况和国际社数量呈正相关；出境旅游目的地首先是港澳台地区，占出境总数的 60%多，其次为新马泰，再次为日韩，其它较少。国内游出游目的地主要在华北、华东、华南、中南、西南地区，而东北、和西北地区较少。这种构成受近地域性和目的地旅游吸引力以及区域经济联系的影响。中原城市群在组织省内出游方面，河南本地市场还未较好利用，“河南人游河南”将是未来河南省旅游发展的重要方面之一。省内出游目的地方面，主要在郑汴洛以及一些旅游新兴城市如焦作。

5.2.2 国际旅游市场

2007 年河南旅游总收入达 1352 亿元；外汇收入 31 801 万美元，同比增长 16.16%，在全国的名次排列为 20 位；接待 88 万多人次，占全国的 1.21%，同比增长 16.30%；其中外国人为 55 万多人次，占全国的 1.31%；香港同胞为 13.65 万人次，澳门同胞 46740 人次，台湾同胞 14 万多人次，共入境旅游人员的占到 36.9%，外国人占到 63.1%^[65]。中原城市群国际游客第一客源为日本，位置数年未变，且接待日本客人逐年增加，比重稳步增长。其它前十位的国家比重均不超过 10%，且差距不大；由于受经济、文化和距离的影响，亚洲客源国主要是一些经济相对发达，与中原文化具有同根性的国家，如新加坡、韩国、马来西亚等；另一主要客源地为欧洲和北美洲发达国家，如德国、美国、法国、意大利等。由于中原城市群目前旅游发展较好的城市是郑州、洛阳和开封，入境旅游者主要目的地也是这三地，其他地市接待入境游客较少。就各地市入境旅游市场相比较来说，郑汴洛接待的入境旅游者在全省所占份额位列前三，且有增长的趋势，入境旅游发展与其它城市差别不大。但各市入境旅游与国内旅游相比较，中原城市群入境旅游发展的不理想和整体市场结构的不合理是普遍现象，各市入境旅游发展均较弱，除郑州、开封、洛阳入境旅游人次相当于国内旅游人次 1%左右外，其它城市均远小于 1%；而全国该比值的总体水平是 10%。

5.2.3 国内旅游市场

据调查,2006年河南省国内游客市场中本省游客占57.8%,外省游客占42.2%,比2005年提高1.4个百分点,外省游客增幅高于本省游客。周边六省游客占外省游客总数的45%,占全省游客总数的19%,北京、广东等远程客源地的游客增幅较大。省外客源市场中山东省所占比重最大,占5.0%;其次是河北省、北京市、湖北省,分别占4.1%、3.7%、3.3%。总的态势是,河南省国内游客客源地仍以本省及周边省市为主^[86]。

笔者对中原城市群9个地市的20个代表性的景区和26家代表性的酒店进行了调查:(1)景点受访者:景区国内游客河南占64.3%,外省占35.7%,其中外省游客主要来自山东、陕西、山西、河北、湖南、湖北等周边省区,其中山东游客最多,其次为山西、湖北、陕西等省。(2)住宿受访者:省内和省外游客分别占52.9%和47.1%。外省住宿者来源地和景点游客基本相同,也主要来自山东、河北、江苏、湖北、陕西等地。可见,中原城市群国内市场结构和河南省国内市场结构相同,国内游客以省内为主,邻省较多,外围比重很低。这种游客主要来自邻省和经济往来较多省份的客源分布特点是受距离和经济共同作用的结果。

国内游客流向主要是郑、汴、洛、焦几个旅游城市。如果从各市国内旅游市场比较,9个地市接待国内旅游人次排名前三位依次是郑州、洛阳和开封,三者地位多年变化较小。其次为新乡、焦作、许昌、漯河、济源等,特别是焦作的增长速度令人瞩目,2002年其接待国内游客增长71.3%,2004年接待国内游客比2002年增长66.4%,2007年焦作全市共接待游客1202.75万人,同比增长26.56%,门票收入36076.32万元,同比增长36.23%,远快于其他城市;而郑汴洛三大城市发展速度相对较缓,年均增长率再6%-8%之间;特别是开封的地位目前正受到其他地市的威胁。

第6章 中原城市群旅游一体化发展现状及战略构想

6.1 中原城市群旅游一体化发展现状及存在问题

6.1.1 旅游业发展环境较好，氛围浓厚，但旅游一体化体制问题尚未完全解决

与河南省其他周边地市相比，中原城市群有发达的工业制造业、丰富的旅游资源、优越的地理位置、较强的经济实力、较好的社会和市场秩序，基础设施、信息网络等较为完善，旅游业整体发展环境较好。近几年，中原城市群各级政府也都明确将旅游业作为国民经济新的增长点来培育，先后出台了一系列鼓励旅游业发展的政策措施，各地发展旅游热情高涨，旅游市场持续升温，服务质量明显提高，游客满意度提升，旅游对经济的带动作用已日益显现。但目前，中原城市群主要旅游景区大都由当地政府或其他相关的部门进行管理，存在职能部门交叉、重复管理等现象，针对旅游管理体制的诸多弊端，各地旅游部门也多次提出过所有权和经营权分离、设置重点旅游区一级管理机构等解决意见，但多年来一体化的管理体制并未得到有效解决，阻碍了管理和服务效能的发挥，阻碍了旅游业发展。

6.1.2 旅游产业基础良好、规模不断扩大，但产业化意识不强、联系不密切、链条短、水平较低

中原城市群不仅是河南省旅游资源的密集区，也是旅游开发的先导区和旅游产业的重心区。这一区域的旅游资源开发和基础设施建设力度居全省之首，传统经典的以及新增的旅游景区、景点密集度居全省之最。一大批高知名度的精品景区和旅游地使得中原城市群成为河南吸引海内外游客的黄金旅游带。随着中原城市群旅游业的快速发展，城市群内部旅游产业要素进一步健全，产业结构日趋合理，综合配套能力不断提高，已经形成了“食、住、行、游、购、娱”协调配套、功能齐全、有较高档次和较大规模的、比较完善的旅游产业体系，一批复合型旅

游企业在竞争中不断壮大，旅游产业在国民经济中显现出越来越重要的地位。

虽然城市群旅游产业体系基本形成，规模不断扩大，地位不断提高，但旅游总收入占生产总值的比重，还没有达到支柱产业或重要产业的要求，旅游产业对经济社会发展的综合带动作用还需进一步加强。许多地区产业化意识不强，产业链条延伸不够，“门票经济”依然表现突出，购物、娱乐、特色餐饮等高附加值产品开发不足，产业联系不密切，带动性不强，放射型、网络型、集群型旅游产业体系有待进一步发展。旅行社企业进入全国百强国际旅行社的仅有河南省旅游集团一家，旅行社企业普遍散、小、差、乱，对外开放程度较低，市场竞争力较弱。星级酒店拥有量较少，国外酒店集团参与管理的酒店较少，与国际接轨不够，国际化程度偏低。作为产业化发展基础的国际航线较少，接待外国游客的能力有限，成为制约旅游产业化发展的突出问题。娱乐和购物业在各地的发展均不理想，价廉物美、让客人喜闻乐见的旅游商品的开发严重滞后。在少林寺景区内热卖的“少林功夫小子”和“少林素饼”均产自南方某地。城市群在树立强势品牌、解放思想观念、整体参与市场竞争、延伸产业链等方面还需要多下工夫。

6.1.3 旅游资源丰富厚重，但开发深度不够，产品规模小、等级低、竞争力不强

中原城市群自然景观兼有“北雄南秀、东平（平原景观）西黄（西部的黄土地貌）”之特色。巍峨挺拔的南太行山，高峻秀幽的伏牛山，气势磅礴的中岳嵩山，时而碧波万顷、时而碧锁“黄龙”的黄河，以及平坦辽阔的东部平原，沟壑纵横的西部黄土丘陵，都呈现出巨大的旅游观赏价值和综合开发潜力。中原城市群众多的文化遗存使其人文旅游资源丰富厚重。以河洛文化为代表的中原文化是东方文化的渊源；人文始祖、三黄五帝的传说故事和遗迹在此分布广泛；地上、地下文物多如繁星、不胜枚举，以郑州、洛阳、开封、许昌等为代表的古都名城，使中原城市群成为名符其实的“古都文化群”、“旅游名城群”；中原城市群不但有世界地质公园嵩山和云台山，还有世界文化遗产龙门石窟；有名扬四海的少林寺、白马寺，还有中国武术两大流派少林拳、太极拳；以及闻名全国的河南省博物院、开封清明上河园等。同时，河南省各界人士也看到了河南中原城市群旅

旅游业发展的潜力，在 2005 年河南省发展改革委员会公布的《2006-2020 年中原城市群规划发展情况》中，中原城市群九个城市中有七个城市在发展定位上和旅游有关，其中郑州定位为中国历史文化名城、国际文化旅游城市，洛阳定位为中国历史文化名城、国际文化旅游城市，开封定位为中国历史文化名城、国际文化旅游城市，新乡定位为现代农业示范基地，许昌定位为农业科技示范基地和生态观光区，焦作定位为国际山水旅游城市，济源定位为中国北方生态旅游城市。

但城市群旅游景区景点开发深度不够，低层次重复、粗放式经营等问题也随着旅游业的发展日益凸显。旅游产品体系以观光旅游为主，城市旅游、文化旅游、休闲度假、特种旅游等高附加值产品发展相对缓慢，旅游产品单一、老化，差异化不明显，文化内涵挖掘不够。旅游产品初级化问题突出，缺少带动力强的国家级和世界级品牌，形象推广与品牌营销力度不够，旅游形象和品牌化建设滞后，旅游管理及服务水平有待提升。由此造成中原城市群在全国知名旅游城市群中竞争力不强，接待量偏低，尤其是入境旅游在全国处于劣势。因此，中原城市群应充分发挥中原地区人文景观与自然景观丰富、资源禀赋甚高的特点，深度挖掘中原“根”“河”“武”等文化资源，开发适应多样客户群的旅游产品，扩大产品规模，提升产品质量，提高产品等级和竞争力。

6.1.4 旅游区域合作初见端倪，但发展不平衡，各地旅游合作程度不一

随着区域经济一体化的发展，各城市都认识到了区域联合、互动发展的必然性。自 2006 年，中原城市群政协主席联席会分别围绕“打造中原城市群 90 分钟都市交通圈”、“打造中原城市群旅游共同体”、“推动中原城市群九市居民共享同城待遇”等主题进行了开展城市群旅游合作的探讨。城市群各地旅游部门对于旅游共同体的打造也进行了一些调研，做了有益的尝试。城市群内部一些地缘相连、文化相通的地区已经开始了建立旅游共同体的探索和尝试，特别是以交通网为重点的基础设施建设取得了实质性进展，如为相互的旅游车辆入城、入景区给予方便，互相推介对方重点旅游线路等。2006 年，郑、汴两地共同签署了《郑汴一体化旅游合作协议》，双方将联手开展旅游宣传，共同推介两地旅游产品，并

部分开放旅游市场，郑州市区居民可享受对方城市的景点年票制的居民待遇，开封市内的旅行社亦可享受郑州市人民政府制定的奖补政策。目前，郑、汴已实现了无障碍通行。郑州与洛阳的旅游联合促销也正在酝酿之中。各地小范围的联合，为中原城市群开展更有深度和广度的旅游合作打下了良好的基础。但由于中原城市群各地市的经济发展水平、思想观念、政策支持各不相同，九城市旅游一体化发展很不平衡，一体化程度最高的是郑州和开封，其次是郑汴洛三点的合作，随着焦作山水旅游的发展，势必会和郑汴洛“三点一线”传统精品线路合作，形成郑汴洛“三点一线”和焦作一点的强势三角区。其他地区旅游发展很不平衡，区域旅游合作相对迟缓且合作程度不一。全面推进旅游一体化进程，任重而道远。

6.1.5 旅游市场发育良好且逐步规范，但一体化壁垒严重存在，市场管理有待改革

中原城市群经济、交通发达，密集的城镇人口使其成为全省最大的客源产地，丰富多样并具有较高知名度的旅游资源以及较高的旅游接待水平，也使该区成为全省接待国内外游客的核心区域，旅游市场发育状况良好。“十五”期间，中原城市群旅游接待量和旅游收入分别占到全省的 77.4% 和 56.8%，接待国内旅游者人数和住宿设施量均远高于河南省其余城市的总和。近两年，随着中原崛起战略、中原城市群发展战略的实施，河南省出台了一系列发展规划及政策文件，对该区域的政策、资金、交通、生态建设等支持力度空前提高，给中原城市群旅游业的发展带来了很大机遇，旅游市场发育呈现良好态势。在市场管理方面，各地通过开展创建中国优秀旅游城市和 A 级旅游区活动，大力整顿市场秩序，不断加大市场监管力度，加强了对旅行社、星级饭店、重点景区和旅游从业人员的规范管理，游客投诉明显减少，管理和服务水平显著提高。但是，在城市群内共同体的打造中，不同程度地存在部门利益、服务质量标准等形式的地方保护，普遍存在的多头管理和狭隘的旅游发展观仍然制约着旅游业的发展，资金、服务、劳动力等旅游要素的市场优势不能互补，缺乏统一的市场监管机制，旅游集聚和扩散效应不能明显发挥，整合协作、互利共赢的思想急需确立，旅游管理体制及经营机制亟待创新和完善。

6.2 总体战略构想

6.2.1 指导思想

以中部、中原崛起发展为契机，以全面、协调、可持续发展的科学发展观为指导，以互惠互利、共享共赢为宗旨，以政府引导、市场主导为途径，以品牌整合、营销联合为主要内容，以建立品牌形象鲜明的一体化旅游区为目标。通过区域整合、资源整合，实现旅游规划一体化和旅游资源保护、利用一体化；通过打造旅游精品，实现旅游产品结构一体化；通过构筑快速旅游通道，实现旅游交通网络一体化；通过联合宣传促销，统一推介旅游线路和形象，合力打造品牌产品，实现旅游市场开拓一体化等，最终形成大旅游、大网络、大产业的区域一体化发展格局。在中原城市群旅游一体化建设中，要整合城市群旅行社、宾馆饭店资源，实现各地旅行社、宾馆饭店的网络化、品牌化、集团化经营；整合科研、教育、文化资源，形成旅游商品联合研发体系、旅游人才队伍联合培养体系和文化精品工程联合开发体系；推进旅游信息化建设，完善旅游信息服务平台；加快城市群快速交通网络、旅游服务中心网络和核心都市圈城市一体化建设，实现资源、品牌、市场、信息、服务共享和旅游业的高效运营，由此全面提升中原城市群旅游功能、服务质量和产品竞争力，增强中原城市群整体旅游竞争力、辐射力和发展活力。

6.2.2 发展目标

力争通过 5—10 年的建设，中原城市群旅游业总收入占区域生产总值的比重达到 10% 以上，成为区域支柱产业；成为国内首选、国际知名的黄金旅游城市群和中国中部旅游经济隆起带、世界文化旅游胜地。近期通过重点培育嵩山少林寺、龙门石窟景区、云台山景区、开封清明上河园等景区，在城市群内部建立 4—5 个旅游经济区（图 9），以带动周围地区旅游业的发展；同时在中原城市群培育南北两个强势三角区：往北以焦作为顶点，以郑汴洛为底边，往南以平顶山为顶点，同样以郑汴洛为底边，构建两个自然和文化旅游资源互补的旅游黄金三角区（图 9）。

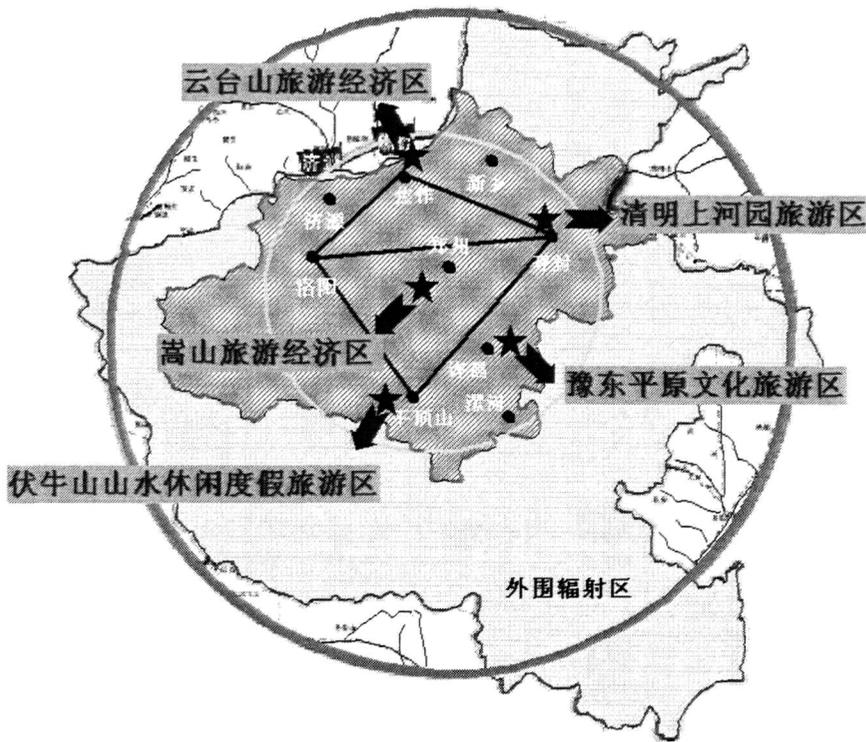


图9 中原城市群近期发展目标图

远期通过建设以焦作为中心的太行山山水旅游、以平顶山为中心的伏牛山区自然山水休闲旅游胜地和发展以许昌为中心的东部平原文化旅游，带动河南北部太行山区、南部伏牛山区及东部平原地区的旅游业发展，使其成为河南省旅游业未来发展的三个增长带动区域，从而实现整个城市群乃至全省旅游强省的目标。

在旅游企业建设方面，力争2010年培育和发展1-2个年收入超过30亿元、5个以上年收入超过5亿元的旅游企业集团；在旅游基础设施建设方面，在城市机场、火车站及高速公路出口处到郊区旅游景区（点）之间建立便利的公路网，在区域内交通沿线、旅游城市和景区建成完善的旅游标识系统，完善景区通讯、环保、安全等设施建设；在旅游公共信息服务平台建设方面，实现河南旅游网与全国各省市、世界主要客源地市场联网，拓展旅游电子商务服务领域，建设郑州、开封、洛阳、焦作、新乡、平顶山等重点旅游城市综合的旅游服务中心；在旅游品牌建设、市场整合方面，实现区域内跨城市的旅游线路整合和统一对外推介，

在景区之间实现区域旅游“一社通”、“一票制”。

6.2.3 开发模式

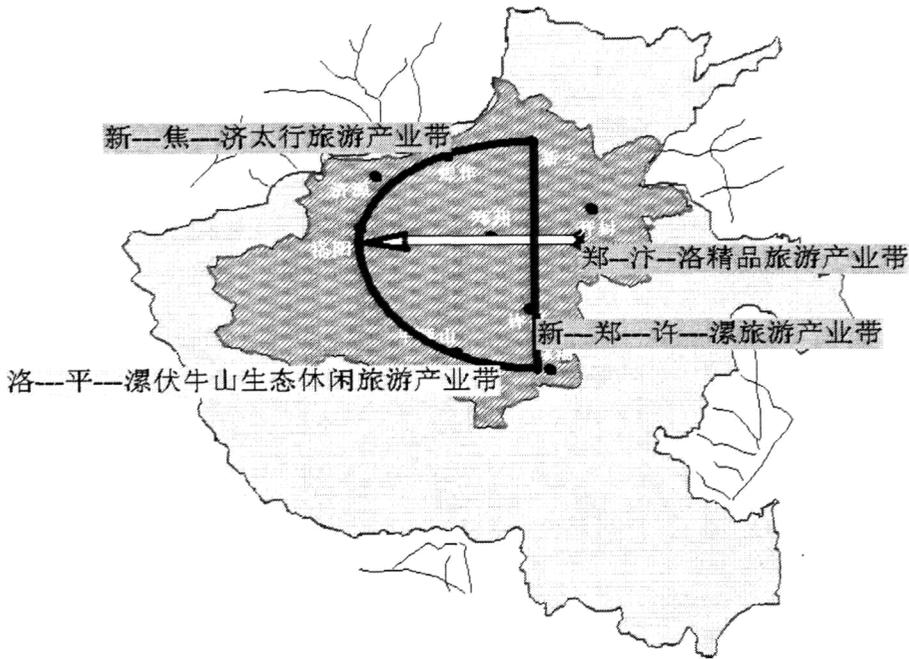


图 10 中原城市群开发模式图

中原城市群是全国重要的交通枢纽，多数城市已形成放射状高速公路网络。因此，旅游一体化发展应以城市为节点，采用点轴及网络发展模式。整体上城市群旅游呈现弓箭型发展格局，即以郑汴洛为箭，其它城市相连组成弓形的发展模式（如图 10）。以郑汴洛为节点的文化旅游，加上黄河生态水域旅游，可以构建城市群精品旅游线路，它像将要射出的利箭一样可以带动整个城市群旅游业的发展。在弓的两翼构建新-焦-济南太行旅游和洛-平-漯伏牛山生态休闲旅游两个旅游产业带。新-焦-济南太行旅游产业带以新乡、焦作、济源为节点，以新乡-焦作-济源高速公路、s309 省道、新月铁路、北焦枝铁路为依托，沿太行山南麓自东向西依次穿越新、焦、济三市和所辖的辉县、获嘉、修武、博爱、沁阳、孟州等 6 个县（市），是太行山自然山水观光旅游产业带；洛-平-漯伏牛山生态休闲旅游产业带以洛阳-南京高速公路、省道、焦枝线中断、孟宝铁路为依托，依次穿越洛阳、平

顶山、漯河三个市区和所辖的汝州、宝丰、叶县、武钢等县（市），主要是伏牛山生态休闲旅游带。弓的底部为新-郑-许-漯旅游产业带，主要以新乡、郑州、许昌、漯河为节点，以京广线以及高速公路为依托，利用沿途的历史文化旅游资源、平原农耕文化旅游资源、乡村旅游资源、生态农业旅游资源、工业旅游资源（新飞、双汇、宇通、许继）等开展乡村游、农业游、工业游等（如图 10）。同时中原城市群内有黄河流入，陇海、京广、焦枝等国铁干线和正在建设的南水北调中线工程均在此区域交汇。因此，以黄河和南水北调中线工程为线，打造水域生态旅游产品；以京广线和陇海线为十字，打造以文化为主、农业旅游、乡村旅游和工业旅游为辅的旅游产品，构成双十字发展格局。

6.2.4 发展战略

可持续发展战略：可持续发展观是一种得到升华的理念、一种已上升到哲学高度的当代伦理观。其具体表现为公平观、和谐观和发展观，这三观也反映了旅游可持续发展的本质，即追求人类本身的公平及人类与自然和谐发展的过程。坚持实施旅游一体化可持续发展战略，提高各景区旅游服务、管理人员、社区居民和游客对资源价值的认识和保护意识，改善环境条件，减少对自然资源的毁损，对节约资源，保护环境，继承文化发挥积极作用。旅游业要成为中原城市群新的经济增长点，在国民经济和社会发展中发挥更加积极的作用，就必须走可持续发展，保护环境、保护生态的道路。

品牌支撑战略：深度挖掘中原城市群各种旅游资源的文化内涵，精心打造区域整体旅游形象，精心挑选、强力打造龙头景区，加大建设力度，高水平展示文化内涵，全面提升建设水平和文化品位；强化旅游宣传，提升旅游形象，打造旅游吸引力强、辐射面广的王牌产品，通过品牌塑造，品牌营销，培育世界著名旅游品牌形象，带动中原城市群区域旅游发展。

“双轮驱动”战略：中原城市群旅游一体化发展要充分发挥文化旅游的优势，抓住加快文化体制改革、大力发展文化产业的机遇，依托河南厚重的历史文化，深入挖掘文化旅游资源，策划一批文化旅游精品项目，加速文化旅游资源向旅游

产品的转化。同时，也不能忽视自然资源的开发利用，实施“双轮驱动”战略，即自然和人文旅游并重，双轮驱动战略可以进一步丰富旅游产品内容。

标准化、精致化战略：标准化战略是行业发展成熟一个重要标志，而精致化战略是提高行业档次、形象塑造和品位提升一个有效解决途径。中原城市群旅游一体化发展要制定、完善旅游服务质量标准，推行标准化、精细化、人性化、个性化服务；大力推行服务营销策略，积极培育旅游服务品牌；加强服务质量监督、管理，建立诚信旅游体系；加强旅游服务专业化教育，推行资格认证和持证上岗制度，完善旅游服务标准化、规范化。

市场主导、信息化经营战略：在市场经济时代，城市群旅游一体化发展必须坚持市场主导，面向旅游者，遵循“游客就是上帝”的原则，关注游客需求的变化，在资源整合、产品开发、政策引导等方面遵循市场规律，才能够增强城市群旅游业的竞争力。同时，为了在不断变化的旅游市场竞争中适应复杂多变的市场需求，更为迅速地对各个竞争对手、合作伙伴的经营策略进行及时反应，从而赢得竞争，就必须充分利用现代化的信息技术，通过互联网、电讯网随时掌握各种信息变化，制定应对策略。

创新驱动战略：重视旅游教育和各种形式的旅游人才培养，大力推进旅游学术研究和应用；以理念创新为前提，为旅游科技成果转化创造条件，积极利用先进技术改造和武装旅游产业；推动全省旅游发展的机制创新、产品创新、管理创新、营销创新、服务创新，建立具有城市群特色的大旅游发展模式，推动旅游业在创新中发展。

6.2.5 品牌整合

在中原城市群旅游一体化的合作中，品牌整合应采取梯次推进的策略，率先推出成熟品牌，用成熟品牌的带动效应，以点带线，以线带面，逐步实现区域内旅游产品的全面合作与开发。首先，培育一个龙头品牌，引领城市群整体旅游业发展。基于地理区位、交通、知名度、资源品位等优势，中原城市群应将少林寺、龙门石窟景区进行整合，培育成组合型龙头旅游区和国际化旅游精品，使其成为

引领中原城市群乃至全省旅游发展的龙头品牌。

其次，中原城市群文化旅游资源以“中华民族根-源文化”为主线，彰显古都、名城、名寺、大河、武术等旅游特色，在进行文化旅游资源的空间整合，可形成面向不同市场的五大文化旅游品牌。即以夏、商、周重大考古发现为依托，以历史遗存为辅助，打造中华“源”文化品牌；整合黄帝先贤遗迹和景区，发掘姓氏祖根文化，开展“寻根之旅”，打造中华祖根文化旅游品牌；整合郑、洛、汴、许中原古都，开展“三国之旅”、“汴梁之旅”等，培育古都旅游发展的整体合力和“中华古都群，现代旅游城”、“自古中原帝王都”品牌影响力，形成“中华商都”（郑州）、“华夏圣城”（洛阳）、“大宋皇城”（开封）和“曹魏故都”（许昌）形象组合，打造中原古都文化旅游品牌；发挥少林、太极武术知名优势，开展“功夫之旅”，挖掘武学内涵，弘扬武术文化，形成效益显著的武术文化产业，继续办好郑州国际少林武术节和焦作国际太极武术节，扩大中原武术文化在国内外的影响，塑造“武林圣地”的旅游新形象，形成武术文化旅游品牌；在黄河文化的主题下，通过统一包装和线路整合，打造“黄河文化之旅”品牌；形成具有中原城市群特色的文化旅游产品与精品线路^[87]。

中原城市群在整合山水风光资源方面，除了开展“山水之旅”外，还要开发“文化+自然山水”的复合型文化旅游产品，作为中原城市群旅游一体化的主打品牌，重点推进。城市群自然山水生态旅游资源开发，要以整合开发、集中开发和差异开发为原则，以基础设施、服务设施建设和提升为重点，打造“一河（黄河）三山（嵩山、太行山、伏牛山）”的生态旅游品牌，不断创新游览方式，加强与其他旅游产品的优化与整合，提高生态旅游发展能力和综合竞争力。其中，通过组织沿黄河南北旅游线和小浪底水上旅游线，开发沿黄水上旅游、沿黄山水、滩涂湿地生态休闲旅游，树立“黄河、悬河、母亲河”旅游主题形象，打造黄河生态之旅品牌；通过整合大嵩山旅游资源，启动世界自然文化遗产申报工程，塑造“至尊中岳、天下少林”主题形象，打造中岳嵩山旅游品牌；通过整合伏牛山旅游资源，解决交通瓶颈问题，强力推进伏牛山旅游开发建设，重点开发休闲度假、山水观光、生态科教三大旅游产品系列，塑造“生态伏牛，休闲胜地”主题形象，

打造伏牛山生态之旅旅游品牌；通过加强南太行山区的交通联系，构建南太行观光休闲带无障碍旅游协作体系，塑造“雄风太行，山水画廊”主题形象，培育南太行山整体旅游品牌^[87]。

6.2.6 空间布局

根据中原城市群的区位因素、交通条件、资源状况、城市功能、旅游产业基础和景区发展现状，可按“112236”确立空间模块。一个中心，以郑州市为中原城市群区域旅游发展中心；一条精品旅游线路，即郑汴洛三点和黄河文化三点一线为中原城市群旅游发展精品旅游线路；两个龙头，即以嵩山少林寺和洛阳龙门石窟为中原城市群区域旅游发展龙头；两个山水旅游带，即以云台山景区为重点的太行山山水观光旅游带和以石人山为重点的伏牛山生态山水休闲旅游观光带；三个重点，即中原城市群发展要重点扶持嵩山少林寺景区有、洛阳龙门石窟景区和焦作云台山旅游风景区；强势发展六个特色旅游区，即少林寺武术、宗教文化旅游区；洛阳龙门石窟、宗教文化旅游区；东部平原农耕文化旅游区；太行山、伏牛山自然山水风光旅游区；开封古城、宋文化旅游区。

第 7 章 中原城市群旅游一体化合作途径及保障体系

7.1 中原城市群旅游一体化合作途径

中原城市群旅游一体化合作要本着平等、自愿、互利、互补、创新的原则。所谓“平等”，就是各城市无论其经济、社会发展状况如何，无论其旅游资源的多少，发展水平的高低，都必须建立起平等伙伴关系，平等的承担责任和义务；所谓“自愿”，就是合作者要出于自愿，所使用的行政手段只是用来组织和管理区域旅游事务、制定章程和规则，不能强制合作方做任何有违各自利益的事情；所谓“互利”，即是合作者要有共赢思想，共同享受合作的利益；所谓“互补”，即是合作方尽量使旅游产品、市场等互补，同质地方利用共同的优势，提高旅游层次，

避免雷同。异质地方取长补短，互通有无，尽量使合作各方都在区域合作中确定自己的位置，发挥自己独特的作用；所谓“创新”，即是说区域旅游合作也要与时俱进，时刻跟紧旅游市场的变化，抓住市场机遇，拓展、改进、创新旅游产品。按照上述原则，中原城市群旅游一体化合作可通过以下途径进行。

7.1.1 统一思想，达成共识，树立中原城市群区域旅游一体化发展的观念

观念是行动的先导，各地政府要认识到旅游一体化合作的重要性，统一认识，加强领导，形成合力，在项目布局和资金安排方面给予重点倾斜，加大政策扶持力度，因势利导地开展旅游合作。政府及各界人士应确立“大旅游”的观念，树立“谋长远、算大账，图大利”的思想，正确对待短期内存在的对立和竞争，构建利益共享机制，争取更大的合作共存空间；要着眼于发展的共同点，在体制未改的情况下，积极探索在市场经济条件下，促进区域经济合作与发展的新办法，做到“方法先变，机制先转”，支持各旅游企业进行跨区域代理或联合，不同地区的旅行社可在旅游业的各个方面进行广泛的合作，鼓励旅游企业的联合、兼并、重组，实行集团化经营；加强旅游统计，充分利用旅游院校，加强学术研究；在产业组织结构调整、市场体系建设、旅游职能分工等方面加强联合协作，增强整体发展功能。允许外地车辆在自由进出本地；允许导游跨地区带团、旅行社跨地区组团，给予来自其它地区的旅行社和导游人员“同等待遇”等。同时，各地市要认识到“单打独斗”的问题及危害，未来区域的目标是要作为一个整体目的地，中原城市群旅游发展只有在一个统一的品牌号召下，才能实现和谐、良性发展。

7.1.2 整合区域旅游资源，开发多样产品，推出精品旅游线路

中原城市群旅游一体化发展必须进行资源的有效整合，综合开发多样的旅游产品，建立合理的综合开发旅游资源的旅游收益分配模式，才能把区域内旅游资源优势转化为区域优势。对于相似的资源，通过整合将旅游产品做大、做精，产生整体大于部分之和的总体效益；对互补的旅游产品，提高质量，利用类型与数

量的优势，丰富旅游活动内容，扩大旅游活动的时间容量；各地在原有旅游产品的基础上，要充实文化内涵，推出精品，同时要开发一些更新换代的产品，提高旅游产品的吸引力和价值。

7.1.2.1 文化旅游产品

炎黄子孙寻根游：据统计，中国历史上曾使用过的姓氏有上万个，现在常用的有 3000 多个，其中约有 1000 多个起源于河南。《百家姓》中，汉族人的 100 个大姓中有 73 个源于河南省，而有“陈林半天下，黄郑排满街”之称的海外四大姓氏均起源于河南。因此，中原城市群应依托黄帝遗迹、二帝陵、历代圣贤遗存等祖根资源，开发黄帝故里、中华姓氏文化园、二帝陵园旅游区等祖根文化旅游区，发展姓氏祖根文化，打造中华“根”文化品牌，开展三皇五帝圣迹游、姓氏名人寻踪游等具有河南特色的文化旅游产品与精品线路。

华夏文明探源游：以中华文化探源为主线，以重大考古发掘展示为依托，以东周、东汉、魏晋、唐、宋等朝代文化为重点，以史前依存为辅助，开发仰韶文化等古文化发祥地遗址、河洛文化标示地、《易经》文化等，形成史前考古体验游、河洛周易文化游、古代瓷艺文化游等中华“源”文化旅游产品系列。

宗教文化游：中原城市群宗教文化在全国处于祖庭、圣地级别，资源丰富而厚重。佛经学兴于洛阳，佛教传于洛阳，最早佛寺的创建也集中在此。洛阳是中国佛教的发祥地，历史上佛寺最多的城市。白马寺是中国佛教早期传播和佛事活动的中心，也是中国最早的佛经译场；嵩山少林寺是中国佛教禅宗祖庭；因此，中原城市群应将规模有影响的寺庙建设成为精品宗教文化旅游景点，围绕佛道祖庭开发宗教文化。重点培育白马寺佛教祖庭、少林寺禅宗祖庭、大相国寺、王屋山等佛教、道教圣地，开展中原佛教祖庭朝圣游、中原高僧古迹探访游、道教圣地朝圣游、寺庙名人书画鉴赏游、佛教禅宗养性游等宗教旅游产品。

武术文化游：武术健身游一直是河南省对外进行市场宣传促销的主打品牌。因此，中原城市群要塑造“武林圣地”的新形象，扩大中原武术文化在国内外的影响。挖掘武学内涵，弘扬武术文化，打造一批在国内外有影响的武术之乡和武术社区，形成效益显著的武术文化产业。重点办好郑州国际少林武术节和焦作国

际太极武术节，开发登封中华少林武术城、温县陈家沟中华太极武术圣地等文化旅游精品，形成健身游、习武游和修学游等旅游产品。

中原古都名城游：中原城市群有古城、遗址多处，重点开发发郑州、开封、洛阳、许昌等古城系列，十三朝古都洛阳有被史学界称为“五都荟洛”的世界奇迹，把二里头夏都遗址、西亳商都遗址、周王城遗址、汉魏故城遗址、隋唐东都城遗址的开发作为重头产品；另外，郑州商代遗址、开封的宋都遗迹、许昌的魏都遗迹等古代都城系列的开发可以形成中原古都探访游、名城古镇体验游、名人遗迹寻访游等旅游产品。

民间文化游：民间文化是由社会的劳动人民创造的、古往今来就存在于民间传统中的自发的民众通俗文化。它立足于民众生产、生活的具体背景，以一种通俗活泼的形式，所自发创造出来的用以娱乐民众自我的文化形态，具有自发性、传承性、实用性、娱乐性、通俗化和程式化特性。因此，民间文化的开发在现代大众旅游中，具有广阔的市场空间。作为民族文化根源的河南，在民间文化的传承方面，更是隐藏着许多熟悉或陌生的经典。从禹州濒临失传的民间细吹表演技艺，到兼具北方粗犷豪放和南方委婉细腻的商城民歌；从朱仙镇木版年画、黄河澄泥砚，到汴京灯笼、汴绣、大相国寺梵乐、洛阳宫灯；从汝南县梁祝传说，到马街书会、目连戏、王屋琴书、浚县社火；从武陟盘鼓、怀梆沁阳喷呐、温县司马懿得胜鼓，泥塑、剪纸、还有凝聚高超技艺的酿酒工艺、钧瓷烧制、玉雕、铸剑等都是可开发性极强的民间文化资源。因此，中原城市群旅游产品应该弘扬河南优秀民俗文化，整修一批典型的民俗载体——古街区和古村落，提升保护级别，实施原生态保护。开展豫剧体验游，特色村落、特色文化社区体验游、民俗演绎风情游、民间文化采风游等民间文化旅游产品。

博物馆文化旅游：中原城市群博物馆数量众多，质量很高。博物馆旅游应以河南博物院为龙头，建立综合博物馆、专题博物馆相结合的产品系列，形成展示中原文化的主窗口；静态陈列与动态展演相结合，增强可参与性和娱乐性；加强博物馆人性化管理，提高讲解水平。重点建设和改造河南博物院、天子驾六博物馆、洛阳古墓博物馆、龙马负图寺、周易博物馆等一批较高影响力的精品博物馆，

形成高质量的博物馆文化旅游产品。

7.1.2.2 自然旅游产品

中原城市群自然旅游产品包括以山地景观、水域湿地、森林绿地、自然保护区等为依托的生态观光、休闲、度假旅游产品。对自然旅游资源的开发要优先发展南太行旅游区、伏牛山区、黄河及沿途湿地景观等旅游资源高度集中、品质优良且文化沉淀丰富的区域；要强化旅游基础设施配套，创新自然旅游产品的游览方式，增加其参与性、知识性、教育性功能；注重自然旅游产品与其他文化、社会产品的优化与整合，打造重点景区、重点品牌，以点带面带动和提高整个区域自然旅游产品的发展能力和综合竞争力。

山岳休闲、观光生态旅游产品：重点集中开发伏牛山、南太行山两大山岳生态观光休闲基地，分别对这两大山岳进行整合、连线、连片开发，并注重它们各自的特性，发挥各自自然特色，突出差异性，完善旅游网络，提高山地旅游综合竞争力。南太行山旅游品牌按照世界旅游精品的目标创建，以焦作、林州、辉县、济源为重点，突出太行山雄险壮观的特质和水景观优势，开发云台山世界地质公园、王屋山国家级风景名胜区、万仙山风光旅游区、太行山国家级猕猴自然保护区等。在大力开发山岳风光的同时，注重与太极拳及其他人文景观相结合，加快旅游产品的深度开发，力争建成自然与文化相融合的旅游经济区。同时知名景区周边的乡村旅游资源也要适度开发，开展乡村休闲度假旅游，转变以观光为主的产品结构，增强景区（点）的自然性、新奇性、参与性。伏牛山区以栾川、西峡、嵩县、内乡为重点，以建设 800 里风光长廊为目标，整体规划、连线连片开发伏牛山旅游资源，提高完善石人山、白云山、老君山、龙峪湾、天池山、万山湖等景区旅游基础设施，进一步开发伏牛山区内人工湖、温泉、滑雪场、滑草场资源；加强生物多样性保护，退耕还林，使之成为集生态观光、健体休闲功能为一体的生态旅游经济区。大力开发山地避暑度假、乡村休闲、山地运动等产品，将伏牛山开发成全国知名的生态休闲度假旅游目的地和避暑度假胜地，培育为全省山地运动旅游目的地。同时，要充分利用云台山、白云山、石人山等知名品牌优势，注重高知名度旅游景区（点）周边资源的开发。

湿地观光、休闲度假旅游产品：中原城市群有水库、河流、滩地、稻田、滩涂、池塘的等各具特色的湿地景观，有复杂多样的湿地生物景观、湿地沿途地文景观、历史人文景观和工程园林景观等多种景观类型；中原城市群湿地观光、休闲、度假旅游产品系列要以大中型水库和和主要河流为依托，在加强水域环境保护前提下，主要开发黄河峡谷段、滩涂湿地、南水北调中线工程、小浪底水库等河湖观光产品，重点整合小浪底库区及沿岸地带山水生态景观和文化遗存、黄河下游悬河景观、黄河改道遗迹和沿河故道湿地生态景观等观光产品系列；充实开封、郑州的黄河游览区等沿黄旅游区域的文化内涵，完善观光、休闲、度假设施。

森林生态观光旅游产品：河南省通过实施天然林保护、太行山绿化、黄河流域防护林、防沙治沙、道路绿化、环城防护林等一批林业重点工程项目，广泛开展全民义务植树和社会造林，至目前已建立国家森林公园 25 个，省级森林公园 51 个，自然保护区生态旅游区 10 个，经营面积 25 万公顷。以国家森林公园为龙头，省级森林公园、生态旅游区为骨干的森林旅游业发展框架，在河南已经基本形成。因此，中原城市群森林旅游产品的开发要依托国有林场、森林公园和森林生态型自然保护区等资源，发展生态旅游，建设南太行山和伏牛山旅游经济带的一大批森林生态观光基地，着重推出太行山森林旅游区、嵩山森林旅游区、伏牛山森林旅游区、黄河沿岸及故道森林旅游区、东部平原森林旅游区五大森林旅游区。在以加强自然生态保护为前提，积极开展森林观光、休闲野营、娱乐健身、科考探秘等旅游活动，综合发挥森林的经济、生态、旅游、科考功能。

温泉度假养生旅游产品：对温泉旅游资源的开发，要吸收国内外成熟的温泉旅游开发经验，发展具有主体特色的综合型温泉度假项目，将温泉度假与观光、品茗餐饮、客房会议、保健养生、休闲娱乐等项目相结合，形成温泉休闲度假产品群，同时和各地的特色旅游项目相结合，以当地文化为底蕴，以休闲养生、生态旅游为内涵，以高科技、高品位为起点，尽量体现自然原生态景观。应重点开发鄆陵、鲁山、济源、汝州、栾川等温泉旅游资源，打造一批以温泉度假为核心的综合性旅游休闲度假产品，使温泉旅游不仅有田园风光、农野情趣，更有花草树木，是养生、休闲、度假、旅游的理想圣地。

7.1.2.3 社会旅游产品

社会旅游产品是指各种不以旅游而存在的社会要素，通过功能叠加而转化成的旅游产品。中原城市群社会旅游产品包括乡村旅游产品、工业旅游产品、科考旅游产品、修学旅游产品、休闲社区产品、事件旅游产品、商务旅游产品等。

乡村旅游产品：中原城市群以农庄、果园、菜园、生态园、农业基地、乡村旅馆、林地等为依托开展的乡村旅游在全省甚至全国已经具有一定的影响，“农家乐”和“果家乐”项目深受城市人的欢迎。中原城市群要开发和继续发展的乡村旅游产品为洛阳的天井窑洞、重渡沟；平顶山鲁山县的山村区；新乡的农业庄园；许昌鄢陵的花卉基地、樱桃庄园等。洛阳的天井窑洞是我国窑洞的典型代表，可以引导其发展为乡村家庭休闲度假旅馆，搞旅游扶贫项目；重渡沟风景秀美，要借助当地原生态风景，结合乡村旅游产品项目，丰富其旅游内容，把重渡沟培育成全省知名的乡村旅游目的地；平顶山鲁山县的许多山村区为退耕还林区，加上当地的独特气候，林木茂盛，将新兴的旅游业与传统山区农林业结合起来，形成富有特色的休闲、观光型山村；新乡的旅游农业庄园主要依托新乡市周边的刘庄、耿庄、京华园、青青生态园等现有的典型村庄、农业基地等，在现有基础上丰富旅游产品类型和项目内容，优化村落环境，完善旅游交通、解说、餐饮、住宿等配套设施，并从提高服务人员素质、加强旅游管理、完善管理制度和机制等方面把现在的典型村庄、农业庄园变成游览内容丰富、参与性强，并带有学习型、体验性的综合型旅游活动场所；许昌鄢陵具有我国北方最大的花卉基地，可以充分利用当地花卉生产的优势，在合理布局和规划的基础上开展花都生态旅游，走农业立体化、复合化的发展道路。

工业旅游产品：工业旅游是以现有工厂、企业、公司及在建工程等工业场所作为旅游客体的一种专项旅游。游客通过了解工业生产与工程操作等过程，获取科学知识，满足求知、购物、观光等需要。城市群可利用焦作、平顶山及其他地市的废弃煤矿矿井、矿坑等建设“地下之旅”，开展煤矿工业旅游项目。同时周边可以配套小型科学馆、重点开辟中小學生及其家长旅游市场，开发工业科考旅游产品；利用许昌瑞贝卡假发厂，开展“美发之旅”，针对女性旅游市场开展美发造

型活动等；利用新乡新飞冰箱厂，开展“家电知识之旅”，让游客了解家电的生产过程；利用漯河双汇集团开展“美食之旅”。总之，利用各城市工业资源，在保证企业正常生产的情况下，开发其旅游功能，增加企业的经济效益。

科考旅游产品：中原城市群可利用嵩山、南太行山、伏牛山开展地质考察、生物考察等项目；利用黄河湿地开展湿地生态考察、观鸟、鸟类知识普及等；利用大量的文物资源开展文物挖掘、考察活动。在科考旅游产品的开发过程中，要注意游览线路的设置、解说系统的配套建设、专业导游的培养、科考知识的展示等，以增加旅游景区的吸引力和竞争力。

修学旅游产品：根据中原城市群资源特点，可开展健身修学和艺术修学旅游两种。健身修学旅游主要借助少林功夫和太极拳两种武术资源，少林武术是将禅修和练武结合起来，套路结构严谨，动作朴实健壮而敏捷，比较适合青少年口味，应开发全国甚至全世界青少年市场，建立适合青少年习武健身的一些配套旅游设施；陈氏太极拳比较适合中老年市场，应针对这一群体开展太极拳养生游，设立太极馆，建设中老年人需要的配套旅游设施。艺术修学旅游主要借助南太行山，如辉县写生基地、太行大峡谷写生基地等；借助洛阳龙门石窟艺术以及小店河古村落、一些古建筑等来进行开展。

休闲带、休闲社区产品：此种产品以环城休憩带、城内休闲带、休闲社区为主，主要是满足目前城市居民闲暇时间的需求。环城休憩带以中原城市群各城市近郊为主，主要依托当地的各种旅游资源。高级别旅游地主要分布于城市边缘区，旅游地级别有向外降低的规律。休闲社区是在原生社区的基础上进行整治的以旅游为主导功能的社区。这种社区的原社区文化构成旅游吸引，同时在旅游发展中得以强化。它的开发以尊重原生态为原则，在保证原生社区的社会、经济、文化和环境的前提下发展旅游，并使当地居民从中得到尽可能多的利益。它可以是城市中的游憩商业区、休闲购物街区，如郑州的二七广场周边、开封沿湖街区和书店街等；也可以是特色突出的休闲主题小城镇，如栾川县城；还有一些主题旅游村镇，如重渡沟，以及旅游区附近承担旅游服务功能的综合服务区等；也可以根据城市发展与旅游需要，策划建设多功能的综合性旅游社区，如登封市规划建设

或改造城市社区性的综合服务社区，建设中华少林武术城文化社区；在郑州策划建设城市商务、购物、文化、休闲等一体化的中华博览城商旅社区。

事件旅游产品：中原城市群有许多大型的节庆活动、体育赛事、祭祖、庙会、艺术展演等动态旅游产品，要充分利用这些动态资源，开展事件旅游。重点办好少林国际武术节、焦作太极拳年会、洛阳牡丹花会、开封菊花会、鄢陵花卉节、各种姓氏祭祖节等。同时可挖掘河南豫剧，举办中华戏曲节；挖掘饮食文化，举办中华饮食节；挖掘民间文化，举办民间艺术节等。

商务会展旅游产品：优化中原城市群经济和社会环境，加强对商务会展活动支持力度，在郑州、洛阳、漯河、新乡等城市大力发展物流业和会展业，围绕经济活动策划旅游项目，论证开发中华商旅博览会、商业文化论坛、中华食品、家电博览会等项目。以郑东新区、洛阳新区为重点，强化城市会展商务旅游功能，在中原城市群积极开展商务会展旅游。

在资源整合、产品开发的基础上，重点推介十大精品旅游线路^[87]：

①大黄河旅游线：小浪底风景区——洛阳沿黄湿地保护区——武陟嘉应观——郑州黄河风景名胜区（含桃花峪、汉霸二王城等）——中牟雁鸣湖——开封柳园口——新乡豫北黄河故道湿地等。

②中原古都探访旅游线：郑州商都——开封宋都——许昌曹魏故都——洛阳古都。

③少林—太极功夫修学旅游线：登封少林寺、武术馆、禅宗少林夜间表演——温县陈家沟——焦作太极城。

④黄帝文化旅游线：新郑黄帝故里——始祖山——新密黄帝宫——郑州黄河风景名胜区。

⑤寻根祭祖旅游线：新郑黄帝故里、始祖山——新密黄帝宫——郑州黄河风景区，以及汝阳西泰山、沁阳神农山、新乡比干庙、平顶山昭平湖刘累墓等。

⑥中原佛教文化精品旅游线：白马寺——玄奘故里——少林寺、大法王寺——佛泉寺——相国寺等。

⑦伏牛山生态旅游线：石人山——白云山——老君山、重渡沟、鸡冠洞等。

⑧南太行观光旅游线：王屋山——神农山——青天河——云台山——青龙峡——万仙山——八里沟等。

⑨南水北调中线工程环保旅游线：叶县——鲁山——宝丰——禹州——新郑——荥阳——穿黄工程——温县——焦作——辉县——新乡。

⑩现代工农产业旅游线：郑州思念、洛轴、洛玻、吉利区、漯河双汇、新乡新飞、平顶山舞钢等知名企业组成的工业旅游线；鄢陵花卉基地、临颖南街村、郑州沿黄生态农业观光园、新乡沿黄生态农业观光园等组成的农业旅游线。

7.1.3 树立可持续发展观，实现区域旅游生态环境保护与治理一体化

中原城市群要保证区域旅游业可持续发展，必须从政府、旅游部门、旅游者、环保等部门在统一认识的基础上，齐心协力来实现。

政府在实施区域旅游一体化发展战略中起主导作用，应本着“谁主管，谁负责”的原则，严格执行和遵守有关法律和法规；对那些不需要大量基础建设的旅游项目予以优先考虑；对新旅游项目的审批和现有建筑物的保护负责；对涉足敏感地区旅游者规定行为准则；要配备专职或兼职环保工作人员，建立健全相应的管理机构；应广开渠道，积极筹措旅游区污染防治资金；加强旅游区的环境卫生和文物保护古迹的监督工作；积极开展旅游行业的环境保护宣传教育与培训；加强对旅游区环境保护工作的领导。要对新旅游区和在旅游区内新建景点及旅游进行环境影响的评估，防治旅游区内的环境污染和生态破坏。

旅游开发商、经营商及其他相关旅游企业要树立生态环境资源价值观，大力开发推广绿色产品，推行绿色经营。对自然环境的开发要尽量取之于环境，用之于环境，在生产经营中努力节约、减少浪费；对文化旅游的发展，在可能的情况下应尽量采用传统的交通工具或徒步旅游；在旅游区内实行开发建设与环境保护协调同步的方针，开发建设和旅游活动的规模不得超过旅游区的环境容量，旅游区内的规划布局和建设应当同周围环境相协调。

旅游者作为旅游活动的参加者往往会对景区环境造成破坏，如破坏绿地、涂画文物、伤害野生动物，对此，应通过立法、制订旅行者行为准则、加强宣传教育

和舆论监督来加以解决。同时，旅游者自身也要树立环保观念，如支持建立了对空气、水、噪声和废弃物的监控的旅游项目，支持绿色旅游产品和商品等。

环保部门要认识到旅游业是一项具有光明前景的重要经济产业，决不能将保护环境与发展旅游对立起来，而应采取积极的态度，加强与旅游部门的密切合作。

中原城市群旅游一体化生态环境保护与治理工程主要有以下几个区域。首先保护区域有济源、泌阳、博爱、修武、辉县一带的太行山猕猴国家级自然保护区；济源、孟州、新安、孟津、偃师一带的黄河湿地国家级自然保护区，卫辉、延津、封丘等地沿线的黄河故道湿地鸟类国家级自然保护区；嵩山、风穴寺、石漫滩、花果山、云台山、白云山、灵寨、天池山、郁山、辉县白云寺、栾川龙峪湾和开封市等国家森林公园及洛阳国家牡丹园、鄢陵国家花木博览园等；还有各城市水源涵养地、水库等，如鲁山、汝州及宝丰西部的水源涵养地，熊耳山、伏牛山和外方山环抱区域，洛宁、嵩山、栾川一带的洛嵩栾水源涵养地等。其次工程治理及生态建设区域主要有：一是黄河生态建设工程。要在黄河沿线郑州、开封、洛阳、新乡、焦作、济源 6 市的 17 个县（市、区），依托黄河标准化堤防，在黄河大堤两侧和黄河滩区，布局建设黄河生态工程。主要是保护性开发桃花峪、孤柏嘴、嘉应观、花园口、东坝头、黄河重要渡口、重要工程（含遗址）等沿黄自然、历史人文景观。保护和恢复黄河湿地，重点加强豫北黄河故道湿地鸟类国家级自然保护区、开封柳园口湿地省级自然保护区、郑州黄河湿地省级自然保护区的保护；二是在南水北调中线工程沿线平顶山、许昌、郑州、焦作、新乡 5 市及 17 个县（市、区），布局建设沿线绿化工程，努力使南水北调中线工程沿线成为纵贯中原城市群南北的生态走廊，成为集生态、观光为一体的绿色风景线；三是南太行绿化工程。要在中原城市群西北部地区的辉县、卫辉、凤泉、马村、解放、泌阳、博爱等个县（市、区）布局建设，通过人工造林、封山育林、飞播等方式，改善境内太行山及南麓地区的植被和生态现状，保障南太行山山水生态旅游经济区的可持续发展需求。

7.1.4 加强交通、信息通讯、服务设施、江河整治等基础设施方面的合作与协调

中原城市群要在区际交通、通讯信息、江河整治、生态环境保护等重大基础设施建设方面加强合作与协调，尤其要加强旅游快速交通体系、服务信息网络、服务设施等方面的建设。

首先，协调和整合城市群交通体系设施。目前，中原城市群交通以南北向的京广铁路、京珠高速和东西向的陇海铁路、连霍高速两条大动脉为轴，各市都有铁路或高速公路与大动脉相连，各市外部联系较好，而内部联系不足，地面交通尚未形成完善的网路系统；机场等航空设施不完善；部分城市与景点的可进入性较差；交通工具运力有限；城市群内很多连接景区的道路级别较低，路况较差；景区内部存在车辆安排不足、道路标识不清，旅游交通服务不到位，服务人员服务意识和形象较差，交通引导措施和手段不足，导游图的交通指引不强，旅游交通企业整体实力不强等问题。

中原城市群应开通郑州到许昌、郑州到新乡的快速通道，然后开通连霍高速洛阳到郑州段，在郑州四周先形成一个十字快速通道。也可以靠城际铁路推动，利用既有资源，开通郑州——焦作——洛阳——郑州、郑州——平顶山——漯河——郑州间的环线城际快铁，成立城际铁路集团，专门运作城际铁路。加快建设、改造旅游城市到县城及重点景区的旅游快速通道，建设重点景区间的专线。重点建设南太行旅游交通干线，修通从林州——卫辉——修武——济源的太行山山前旅游专线公路；建设伏牛山旅游交通干线，修通环伏牛山核心区的专线公路和洛阳——栾川——西峡的西部伏牛山旅游专线；修建沿黄河南北交通线，建设黄河南、北两岸旅游道路连接工程等专线公路。在城市群增开各重点景区的直达快速旅游列车，增加停靠站点，完善铁路、公路的异地售票系统；加大开辟国际航线力度；完善旅游交通标识系统；加快旅游客运站点建设，争取在最短时间内建成覆盖主要景区(点)的游客客运网络，最终形成综合性立体交通网络。

其次，要积极推进中原城市群旅游信息化建设，完善旅游公共信息服务平台，实施旅游信息资源共享工程。充分利用现有的网络基础、业务系统和信息资源，

加强整合，促进互联互通和信息资源共享。在大力发展河南旅游网的同时，整合省内外、国内外旅游信息资源，构建统一、规范的中原城市群旅游信息平台，并及时充实旅游信息数据库，开展网上旅游、网上查询、预订等多项服务，拓展旅游电子商务服务领域。从政府、企业、公众的迫切需求出发，促进旅游行业电子政务、商务、宣传网络的开发与完善升级。要优化旅游电子商务环境，制定相关标准和规则，推动有序竞争，保障信息安全，促进信息共享。

第三，要实施建设一批集咨询中心、集散中心、网络服务、形象展示、文化展示、购物、餐饮等多功能于一体的各级旅游服务中心工程设施，使之配套齐全、联网连线，全面改善和提高接待服务和集散功能；以旅游中心城市——郑州、洛阳、开封为依托，打造中原城市群三大娱乐中心和购物中心，重点开发、完善“禅宗少林”、“龙门礼佛”、“东京梦华”等雅俗共赏的旅游演艺节目；建设若干大型旅游购物场所，扭转旅游娱乐业、购物业落后局面。各市要建设一批高中低档的旅游住宿点，以满足不同游客的住宿需求，在郑州、洛阳等发展商务会展旅游的城市建设一批星级宾馆，提高服务档次，提升服务质量。

7.1.5 加强政府引导，建立合作机构，理顺协调、管理机制

区域旅游一体化最大的障碍是来自行政区划造成的“鸿沟”，导致利益主体与决策主体的背离，管理边界与功能边界错位，长远利益与短期利益失衡。其核心问题是缺乏统一的决策主体、规划主体、操作主体。要解决这些问题，就要加强政府的引导作用，建立合作机构。政府要凭借其崇高的社会威望、强大的管辖能力与雄厚的财力，在优化区域旅游一体化发展环境方面发挥作用。要转变观念和职能，为旅游业发展提供高效服务，维护公平竞争的市场环境；加大政府投入和政策扶持力度，引导社会资金投入旅游景区建设、宣传推介、商品研发和娱乐精品工程；要坚持依法行政，简化审批程序，提高办事效率，保护市场主体的合法权益；进一步整顿旅游市场秩序，加大旅游监督和执法工作力度，倡导健康向上的旅游消费，打击欺诈行为和各种丑恶现象，净化旅游市场，完善“创优”机制，深入开展“文明景区”创建活动，维护旅游业的良好形象；重视旅游景区

安全管理，加强旅游安全设施建设，建立旅游安全预警和救援机制，严格执行事故责任追究制度；充分发挥各类旅游协会和旅游行业组织的作用，倡导诚信经营和诚信服务，建立诚信激励机制和失信惩戒制度，强化行业自律，为区域旅游一体化建设创造优良环境。另外政府导向表现在出台政策，制订修改有关地方性的旅游法规及实施细则，向区域合作倾斜，完善各类旅游人才的培养模式，建立畅通的旅游交通系统、共享旅游信息、消除旅游服务障碍等，逐步引导旅游企业进行区间的合作，鼓励企业向跨省市、集约化、网络化、品牌化和国际化方向发展。

成立由省政府主管领导负责的、中原城市群各相关城市参加的协调部门，建立高效、权威的合作机构。合作机构要被赋予比旅游局更大的管理权限和范围，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。如建立不受行政区域限制的中原城市群区域旅游协调委员会。除各市旅游主管部门外，还应有规划、文物、宗教、城建、林业、水利、交通、环卫等多个行政部门的参与，定期协调旅游一体化的有关问题，统一行业标准，交通标识，建设布局，制度和行为等，推动区域旅游一体化进程。

坚持平等自愿、利益共享、风险共担的原则，开展企业合作，建立旅行社、旅游饭店、旅游景区联合体，共商联合策略，开展联合营销，统一价格和服务标准。强化各级旅游行业协会的协调与服务职能，促进旅游企业合作和行业的协调发展。正确处理好宏观协作布局和市场机制协调的关系，顺协调机制，坚持市场机制的基础调节功能。

7.1.6 统一形象、集群产业，实现区域旅游市场一体化

中原城市群通过公共媒体宣传、联合举办论坛、招商、推介等活动，联手推介中原城市群区域整体形象。通过加强品牌的策划和运作，树立一批知名品牌，促进区域旅游一体化的快速发展，并使其逐步产业化、国际化。

7.1.6.1 统一形象、共树品牌

在区域旅游市场竞争中，整体形象塑造已成为占领市场制高点的关键。根据中原城市群资源特点和产品特色，主题形象可定位为“：华夏文明之源、炎黄子孙

之根、中原山水之魂”。

在共树品牌方面，城市群首先应增强品牌意识，坚持旅游产品与大品牌运作相结合，以大品牌拓展市场，以小产品支撑品牌，准确定位区域旅游品牌。在国内，中原城市群重点推出“古都之旅”、“武术之旅”、“丝绸之路”、“大黄河之旅”、“华夏祖根”、“佛道祖庭”、“山水之旅”等旅游产品，打出以黄帝故里、河图洛书、姓氏发源地为依托的根文化品牌；以白马寺、龙门、少林寺、相国寺为依托的佛文化品牌；以宋都、宋陵为依托的宋文化品牌和以焦作山水、黄河湿地为依托的休闲度假山水生态旅游品牌。国际市场重点推出“古都”、“两拳”、“根源”这三大品牌。同时，要设立中原城市群区域旅游品牌管理机构，负责品牌的管理事宜，包括品牌的调查、设计、推广、评价和预测，组织实施区域旅游品牌战略，针对游客、市场对品牌产品、服务的改进要求，完善和修订品牌的整合营销传播过程。该机构可以由政府牵头，各个旅游企业的负责人参加，制定详细的建设和管理细则，明确各自的职责，形成具有旅游地品牌建设凝聚力的管理机制，以保障各地市、各景区严格按照品牌整体形象的要求以统一的品牌形象出现，避免各自为战，共同维护城市群旅游形象。

7.1.6.2 客源共享、联合营销

中原城市群地缘相通，人脉相连，各地旅游产品有较强的互补性，在群区内进行客源合作，互送客源，投入成本低，经济效益显著。根据河南省 2006 年抽样调查显示，全省共接待游客 1.3 亿人次，其中来自省内的游客占接待总量的 70% 以上。可见，城市群的主要市场是在省内，打造中原城市群旅游一体化的核心是保障城市群客源互动与共享，要求各市取消不正常壁垒，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；利用合力，培育共同市场，增加客源，提高市场档次；共同开发旅游市场，共同推出旅游便利化服务措施，城市群内的游客享有相关城市的优惠政策，减少出游成本。

中原城市群要树立大营销、大市场理念，坚持旅游营销与城市营销、区域营销相结合，旅游形象与区域形象传播相统一，景区景点营销与品牌运作相统一的原则，在营销城市群中营销城市群旅游，在品牌运作中营销景区景点，利用各种

机会，分步骤、有重点地搞好联合宣传营销，拓展城市群旅游市场。

要将城市群区域旅游形象进行统一策划包装，完善区域旅游识别系统，全方位地开展整体形象宣传活动，用鲜明的图形符号和精练、形象的文字概括区域特色。中原城市群区域旅游形象的传播信息应以地方文化和地理环境为背景，以景观资源为基础，设计出包括旅游徽标、标准字体、象征人物、市花、象征性吉祥物、纪念品、户外广告、交通工具、公众视觉形象和旅游企业视觉形象等旅游识别体系。同时要拓展传播渠道，整合传播媒介来宣传中原城市群旅游产品及其文化内涵，增强其知名度。中原城市群区域旅游整合营销应大力强化本省主流媒体，如河南以及中原城市群各市电视台、电台、报纸等等。针对本地自驾游增多的趋势，也可选择各市交通广播电台进行宣传。同时，有效利用中央权威媒体，播出中原城市群旅游整体宣传广告，联合开办中原城市群旅游宣传专题。邀请中央各大新闻媒体赴中原城市群采访，拍摄播出旅游专题节目。邀请专家创作设计介绍中原城市群的旅游宣传品，包括多媒体光盘、VCD、录像带、旅游手册、图片、多媒体解说系统、导游图、门票、宣传折页、包装袋、信笺、名片等。设计发行或赠送中原城市群旅游画册、明信片、邮票、挂历、台历及旅游纪念品；出版有关中原城市群的书籍、史料和小说；作推广具有中原城市群地方特色的器乐曲和声乐曲；拍摄以中原城市群为背景的电影和电视剧；派遣具有浓郁地方特色的文化艺术团体到外地进行演出交流活动等。

7.1.6.3 企业集团化、产业集群化

针对城市群旅游公司总体上呈现数量众多、规模不大的现状，旅游企业的联合与重组不仅有利于稳固国内旅游市场，也利于走出国门，在国际旅游市场展开竞争。政府应鼓励各地企业在人力、物力、财力方面的相互渗透，在区域范围内强化旅游景区、旅行社、旅游住宿、餐饮、交通、购物、娱乐等核心企业开展联营、重组，培育旅游企业集团。同时，大型企业集团要主动拓展旅游与工农业、邮电通讯业、金融保险业、旅游房地产业、批发零售业、社会服务业等行业的交叉合作，吸引相关部门介入。

培育城市群产业集群以优势突出的旅游重点景区和旅游景点密集区为依托，

从区域化布局、专业化分工、集约化发展出发，鼓励旅游产业要素聚集，促进人流、物流、资金流、信息流的合理配置，培育产业配套、功能完善、商务成本低、集聚效益好的旅游产业集群。重点发展嵩山旅游产业集群、郑州城市旅游产业集群、洛阳城市旅游产业集群、开封城市旅游产业集群、云台山—焦作旅游产业集群、伏牛山旅游产业集群、小浪底—济源旅游产业集群、新乡旅游产业集群等八大旅游产业集群，支持和引导旅游产业集群加快发展。

7.2 中原城市群旅游一体化保障体系

7.2.1 政策保障

中原城市群各级政府要根据各地旅游资源、旅游发展等方面的差异，制定规章制度来促使旅游相关资源在空间的优化配置、协调区际之间旅游发展关系。可交流与协商，要制定一系列详细的合作协议和保障制度，形成各方共同遵守的合作规则、契约和标准，为当地的旅游合作提供良好的交流平台。同时，政府要制定政策，把区域旅游合作成效作为区域各级旅游主管部门政绩评价标准之一，从根本上形成区域旅游合作的激励机制，从而有效地推动区域旅游合作关系。

中原城市群各地市旅游管理及相关行政部门要让渡部分管理权限给共同的旅游管理机构，从根本上破除地方保护主义，促进区域旅游合作；在区域内的重大旅游项目，要用政策推动区域合作，实行区域共同承担制，改变过去各地争投资、争项目的单一渠道，规定一些大型的旅游项目必须进行区域合作竞标，通过区域合作完成，使区域旅游合作建立在经济联系的坚实基础上。同时，各地旅游政府部门既要加强彼此之间的合作，又要注重同其他相关部门的沟通交流，及时出台区域旅游合作的相关政策，协调解决合作中的有关事项和问题；制订和修改有关地方性的旅游法规及其实施细则，向区域旅游合作倾斜。

建立中原城市群旅游共同发展基金，制定支持旅游企业跨区域发展的鼓励性政策和实行旅游企业投资补贴制度以促进中原城市群旅游一体化的顺利进行。共同发展基金由各地的政府部门与旅游企业共同筹措，主要用于跨地区、跨行业的

重点旅游项目建设、旅游公共设施建设、旅游教育和就业岗位培训以及旅游企业投资补贴等；后者主要是指各地政府应着力于优惠政策的制定，通过适度降低税收、财政补贴、直接投资、资金和技术扶持等，激励大型旅游企业的进驻，鼓励小型企业合并等。

7.2.2 技术保障

现代区域旅游合作的技术支持体系应用的最终目标是实现旅游合作的规范化、标准化、智能化、网络化、信息化和一体化。规范化就是要在联合进行的旅游资源普查、旅游规划和旅游决策、管理、运作中实现规范化；标准化主要是制定旅游合作组织有关数据库、软件、网络及电子信息服务、企业现代化管理的技术标准，在旅游管理、运作、服务、产品、解说系统等方面制定统一的旅游标准；智能化就是要实现旅游合作的运行和管理过程中实现计算机智能化、自动化、现代化，运用计算机决策支持系统；网络化就是要加快旅游统计网络、旅游经济信息网络、预定网络等的建设，实现旅游管理、市场营销、预订、咨询的网络化；信息化就是要构建区域旅游信息系统，建立通畅的旅游信息网络和优质的旅游信息服务体系；一体化就是要使旅游合作组织成员之间在旅游统计、旅游经营管理、旅游市场营销等方面相互接轨，对外形成一个统一整体^[89]。

中原城市群要进行旅游信息网络联合建设；加强旅游预订（如航空公司座位预定、酒店预订等）的技术建设；旅游服务供应商要建立旅游服务链（食、游、住、行、娱、购）成员的公共客户信息数据；各旅游企业要有一套统一、标准的需求预测系统；在为消费者提供具体的旅游服务时，旅游产业链中的各个成员企业需要根据自身的服务特性和客户需求配备适当的技术支持，如在现代的旅游交通工具上配备先进的电子导航与驾控设备；还可以把相互独立的旅游组织或企业通过互联网技术连接，以共享技术、成本及市场销售渠道等。

要完善官方旅游信息网，此网页要提供全面的区域旅游业发展的现状和动向、旅游政策制度、主要的旅游景区、旅游服务设施、旅游企业以及各市旅游资讯等方面的信息；要推行城市群相关景区旅游消费一体化，推出“城市群旅游一卡通”，

此卡办理手续要简单易行，除了具有全国通用的存取现金、转帐结算、购物消费等金融功能外，还可以在旅游目的地通过网站、宣传材料、短信等多种渠道获取最准确、最实用的旅游指南信息；同时在进行餐饮、住宿、娱乐、交通、景区(点)、定点购物等综合旅游消费时不但能享受折扣优惠，还可以代替现金支付，扩展卡的金融功能，实现一张卡游九城市的目标。

7.2.3 资本保障

资本保障主要是指旅游资本联合，通过聚小为大、联弱为强的合作互助方式来消除由于企业规模小而产生的投融资不利影响，是一项深层次的区域旅游合作方式。在合作初期，中原城市群各级政府要制定政策吸引国内外各种资本流向大型旅游项目及基础设施建设领域；要建立统一的区域性旅游投资信息（投资需求、决策、供给、项目的投资进度、市场变化、投资环境、政策等）中心，便于投资者了解整个区域内的旅游经济发展动态和投资动态，以便投资者进行正确分析，寻找投、融资目标。

城市群要按市场需求制定投资项目，丰富投资内容，设计投资各个子项目的时间序列安排，采取“滚动式”投资经营策略，边经营，边扩建，针对不同阶段设计不同的收益项目，缩短建设周期，尽快回收投资；在联合设计最优的投融资合作模式的同时，要采用合适的方式包装、推介融资方案。要聘请熟悉旅游行业的投资银行对项目进行包装，制作规范的商业计划书，采用媒体推介、活动推介等多种方式对项目的融资方案进行推介；要打造联合招商引资的资本平台，成立区域性旅游融资担保联盟，降低旅游投融资风险和难度。

7.2.4 人力资源保障

目前中原城市群旅游人力资源配置效率较低，流动受阻，资源整合不力，有人才重复建设和闲置浪费现象；人力资本投资、户籍制度、社会保障制度及信息服务平台不完善等造成区域旅游人才开发与整合的各方面机制尚未健全，经常出

现旅游企业、机构通过冻结人事关系、经济索赔等手段限制人才的流动。中原城市群要实现区域旅游人力资源一体化合作，需要深入地整合相关的旅游人力资源，切实提高区域合作中旅游从业人员的素质，互送业务骨干进行挂职锻炼、交流学习，以人才的接轨推动观念、理念、管理、信息等各方面的更新和融合，培育熟识旅游运作的旅游管理队伍。

加强人才培训工作，在旅游职业经理人培训、企业经营管理人员持证上岗资格培训与考核、导游资格考试、饭店员工外语等级考核等方面探索建立统一的职业培训标准；加强旅游教育培训部门的工作交流，每年定期召开联席会议，研究和解决城市群在旅游教育培训工作中的问题；要不定期举办区域内导游员、景点讲解员、厨师、饭店服务员等从业人员的技能竞赛活动，提高人才的业务基础和综合技能。实现中原城市群旅游从业人员培训一体化。

加强旅游专业人员的交流与合作，相互引进旅游管理人才和先进的管理理念、方法、手段，提高旅游管理水平。建立导游及各种人员市场化流动机制，导游、旅行社、饭店管理人员以及出国游领队人员、饭店员工等在城市群内任何一市获得省(市)级等级证书的，进入另一地工作后其资质予以认可，旅游教育培训部门应及时为其换发相关证书。区域内一些规模大、实力强的旅游企业集团，要实施人才储备战略，随着企业的异地扩张，会促进旅游从业人员的跨地区流动。

建立区域旅游人才信息网络，构筑人才信息的传递和交流平台，设立统一的人才、劳动力市场，借助网络提供人才需求信息，开通并完善个人资料查询功能。

要强化科研机构和院校对人力资源培养，整合区域旅游科研资源，充分利用区域内旅游院校和科研机构，培养不同层次的旅游服务人员和旅游管理人才，形成区域内高校旅游教育资源共享、教科研携手合作的有效机制，全面提高旅游从业人员的整体素质。城市群可联合举办高层次旅游研讨和培训活动，按照国际标准培养高素质的旅游人才。围绕区域旅游业发展的重大问题，邀请国内外的专家学者不定期的开展各类专业研讨活动；对高层次旅游经营管理者进行适应性培训，为区域内旅游高层管理人员拓展工作思路、提高自身素养创造条件。

结 语

中原城市群区域旅游一体化是区域经济一体化、城市群经济一体化发展的必然要求，更是中部崛起、中原崛起和城市群旅游业发展的需要。本文从理论方面研究了区域旅游一体化内容、特征、阶段划分等，并从实践角度分析了中原城市群旅游一体化的具体思路和发展对策。得出结论如下：

一、区域旅游一体化主要包括区域旅游基础设施一体化、区域旅游环境的保护与治理方面的一体化、区域旅游管理一体化和区域旅游市场一体化。旅游基础设施和生态环境的一体化是前提和基础；机构设置、制度、政策、法规、行业规范、监督等管理领域的一体化是保证和支持；资源开发、产品的生产和销售、相关要素等市场的一体化是途径和载体，这四个方面相互依赖、相互影响，共同构成了区域旅游一体化的内容。

二、区域旅游一体化过程可以划分为自发阶段、自觉萌芽阶段、成长和成熟四个阶段。具有总体目标、利益一致；区域内各行政区管理权部分让渡；有严密组织机构和严谨的政策、制度体系；区域旅游形象完善、知名度提升、竞争力增强和旅游网络形成等方面的特征。

三、通过对中原城市群旅游资源、市场及城市群旅游一体化发展现状的分析，认为中原城市群旅游资源丰富，市场及产业基础良好，旅游发展氛围浓厚，区域合作初见端倪，企业规模不断扩大，这些都为区域旅游一体化合作奠定了良好基础。但存在旅游一体化体制问题尚未完全解决；产业化意识不强、联系不密切、链条短、水平较低；旅游资源开发深度不够，产品规模小、等级低、竞争力不强；旅游发展不平衡，各地旅游合作程度不一；旅游市场一体化壁垒和障碍仍严重存在，管理有待改革等问题。并提出了城市群旅游一体化发展，应该以城市为节点，采取点轴及网络形发展模式。整个中原城市群区域旅游发展采取以郑汴洛为箭，其它城市相连组成弓形的弓箭型发展格局。并在发展战略、品牌整合和空间布局上提出了看法。

四、中原城市群旅游一体化合作通过统一思想，达成共识，树立中原城市群

区域旅游一体化发展的观念；整合区域旅游资源，开发多样产品，推出精品旅游线路；树立可持续发展观，实现区域旅游生态环境保护与治理一体化；加强交通、通讯信息、服务设施、江河整治等基础设施方面的合作与协调；加强政府引导，建立合作机构，理顺协调、管理机制；统一形象、共树品牌、客源共享、联合营销、企业集团化、产业集群化等途径进行。

在对区域旅游一体化程度测评、中原城市群旅游市场的分析时，由于受资料收集和技术条件限制，采用定量分析手段较少；文章主要偏重于宏观方面的分析与考察，微观分析和研究欠缺；另外囿于本人的学识与能力，许多问题没能够进行深入研究。这是本文研究的欠缺之处，笔者以后会加强努力，争取弥补自身的不足。

参考文献

- [1]中国社会科学院发布.《城市竞争力蓝皮书:中国城市竞争力报告 No.4》.2006年.
- [2]王耀,苗长虹.落实科学发展观:中原城市群发展的战略意义[N].人民日报.2005,6.
- [3]Alberto Sessa. The science of system for tourism development[J].Annals of tourism research, 1988(15):219-235,
- [4]Tamzi B Jamal and Donald Getz.Coollaboration theory and community tourism planning[J]. Annals of Tourism Research, 1995(22):186-204,.
- [5]Philp E.Long.Researching tourism partnership organizations:from practice to theory to methodology[J].Quality management in urban tourism,1998(18):639-651.
- [6]Mccann J.Design guidelines for social problem-solving interventions[J].Journal of Applied Behavioral Science,1983(19):177-189.
- [7]B.Hyma,A.Ojo and G.Wall.Tourism in Tropical Africa A review of literature in English and research agenda[J].Annals of Tourism Research, 1980 (7):525-553.
- [8]Steven Selin and Kim Beason.Interorganizational relations in tourism[J].Annals of Tourism Research,1991(8):639-652.
- [9]Araujo L M.Partnership and regional tourism in Brazil[J].Annals of Tourism Research,2003 (4).
- [10]Jenny Briedenhann,Eugenia Wickens.Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or implissible dream[J].Tourism Management, 2004 (25)71-79.
- [11]Hybers.T,Bennett.J.Inter-firm cooperation at nature-based tourism destinations[J].Journal of Socio-Economics.2003(32):571-587.
- [12]C.L.Jenkins and B.M.Henry.Government involvement in tourism in developing countries[J]. Annals of Tourism Research,1982(9):499-521.
- [13]Emilio Tommasi.Changing role of a national tourist office[J].Tourism Management,1987 (8):89-.
- [14]Nancy Gard McGehee,Fang Meng and Yodmanee Tepanon.Understanding legislators and their perception of the tourism industry:The case of North Carolina,USA,1990 and 2003[J].Tourism Management, 2006 (27):684-694.
- [15]John Palmer and Gordon Robert. Planning at the country level: a case study of Gwent, South Wales[J].International Journal of Tourism Management,1980(1):158-167.
- [16]Peter Kendall.Economic aspects[J].Tourism Management,1987(8):140-142.
- [17] Jean S.Holder.Tjhe need for public-private sector cooperation in tourism[J].Tourism Man

agement,1992(13):157-162.

- [18]Robert Gan and Jose Smith. Tourism and natioanl development planning in Tunisia[J].Tourism Management,1992(13):331-336.
- [19]Henan Young. Public-Private Sector Cooperation:Enhancing Tourism Competitiveness[J].Annals of Tourism Research.2002(29):573-574.
- [20]Diego Medina Munoz and Juan Manuel Garcia Falcon.Successful Relationship Between Hotels and Agencies[J].Annals of Tourism Research.2000(27):737-762.
- [21]Twan Huybers and Jeff Bennett.Inter-firm cooperation at nature-based tourism destinations [J].Journal of Socio-Economics.2003(32):571-587.
- [22]Alejandro Yanez Arancibia and John W.Day.The Gulf of Mexico:towards an integration of coastal management with large marine ecosystem management[J].Ocean & Coastal Management.2004 (47):537-563.
- [23]Peter E.Murphy.Community driven tourism planning[J].Tourism Management,1988(9):96-104.
- [24]Peter U.C.Dieke: Tourism in the Gambia.some issues in development policy[J].World Development,1993(21):277-289.
- [25]Cevat Tosun.Stages in the emergence of a participatory tourism development approach in the Developing World[J].Geoforum,2005(36):333-352.
- [26]Marian Guick.Marketing-Information system des tourism[J].Tourism and hospitality management,1997(3).
- [27]Kenneth M,Johnson.Selecting markets for corporate expansion:a case study in applied demography[M].Demographics:a casebook for business and government.Rand Book series.Boulder and Oxford:Westview Press,1994.
- [28]Vinka Cetinski;Sanda Weber.Marketing Turizma Zemalja S.E.I.Tourism Marketing of C.E.T.countries-possibilities of cooperation in health tourism[J].Tourism and hospitality management,1996(2).
- [29]Marc R Freedman.The elusive promise of management cooperation in the performing arts [M].Dimaggio,Yale Studies on Nonprofit Organizations series,New York and Oxford University Press,1986.
- [30]Richard T.Lesley,Malcolm Munro.Modeling teamstructures:a grounded approach[J].International Journal of Service Industry Management.1999(10):380-.
- [31]Kari Aanonsen.National cooperation and strategic alliances---the toursim business in Norway enters the net[J].information communication technologies in tourism,1997(1):109.
- [32]王雷亭等.国内外区域旅游合作研究综述[J].泰山学院学报.2003(5):92-96.

- [33]Michael Fagence.Regional tourism cooperation[J].Annals of Tourism Cooperation,1996(3):717-720
- [34]Jacqueline Arroll. Tourism cooperation in the Asia-Pacific region[J].Tourism Management, 1993(14):390-392.
- [35]Victor B.Teye.Prospects for regional tourism cooperation in Africa[J].Tourism Management, 1988(9):221-234.
- [36]Jonathan Greet.Developing trans-jurisdictional tourism partnerships-insights from the Island of Ireland[J].Tourism Management,2002(23):355-366.
- [37]Yingzhi guo,Seongseop Kim,Dallen J.Timothy and Kuo-Ching Wang.Tourism and reconciliation between Mainland China and Taiwan[J].Tourism Management,2005(8).
- [38]Suthiphand Chirathivat. ASEAN-India Cooperation in Trade and Tourism:Trends and Prospects[J].Journal of Asian Economics,1996(7):743-757.
- [39]贾丹,高欣,郭振.东北区域旅游一体化问题及对策研究[J].哈尔滨商业大学学报.2005(3):99-104.
- [40]赵春园.长吉旅游一体化研究[D].长春,东北师范大学,2006.
- [41]程巧莲.东北地区旅游一体化与黑龙江旅游业的发展[J].黑龙江社会科学,2005(6):65-67.
- [42]吴国琴.信阳市区域旅游一体化构想[J].信阳师范学院学报,2005(2):198-191.
- [43]李柏文.国际区域旅游一体化理论与实践探析——以澜沧江-湄公河次区域为例[D].昆明:云南大学,2003.
- [44]成红波.我国旅游景区的一体化经营研究[D].湘潭:湘潭大学,2006.
- [45]刘锋.快速推进深港旅游一体化[N].中国旅游报,2002,11.
- [46]王鹏,沙润,程春旺.区域旅游一体化背景下的小城市与大中城市旅游联动发展研究——以南京溧水为例[J].南京师大学报,2005(4):119-122.
- [47]黄波,陆明.区域旅游产品组合创新一体化研究[J].沿海企业与科技,2006(12):125-128.
- [48]丁敏.长三角基于区域旅游一体化的深度协作[J].区域经济,2006(11):58-59.
- [49]黄子燕.长三角区域旅游一体化探讨[J].杭州师范学院学报(医学版),2006(6):445-447.
- [50]葛立成,聂献忠,李文峰.长三角区域旅游一体化研究[J].浙江社会科学,2006(2):215-219.
- [51]丁宗胜.整合旅游产业,促进区域一体化发展[J].哈尔滨商业大学学报,2004(6):69-71.
- [52]张殿发,杨晓平,童亿勤.长江三角洲旅游经济一体化浅析[J].地理科学进展.2006(2):70-76.
- [53]刘耿大,毕吕贵.倾力打造世界级旅游目的地——长三角旅游市场一体化的目标与差距[J].社会观察,2004(3):8-9.
- [54]陈肖静.长江三角洲旅游经济一体化的战略思考[J].学海,2005(4):133-135.

- [55]李晓光.长三角都市旅游圈一体化模式探讨[J].特区经济,2005(10):176-177.
- [56]苏勇军.长三角区域旅游一体化与宁波旅游业跨越式发展研究[J].宁波大学学报.2006(5):114-118.
- [57]朱双魁.长三角旅游一体化与安徽旅游业 SWOT 分析[J].当代建设,2003(6):34-35.
- [58]陈艳.对宁波融入长三角区域旅游一体化的战略思考[J].宁波职业技术学院学报.2005(6):26-30
- [59]卞显红.城市旅游空间一体化研究模式的构建及其分析[J].桂林旅游高等专科学校学报, 2004(6):11-23
- [60]卞显红,王苏洁.推动长江三角洲城市旅游产品一体化[J].商业时代.2005(32):66-67
- [61]汪宇明,全伟等.在区域一体化进程中受益——提升上海都市旅游竞争力的战略思考[J].人文地理,2002(3):31-33
- [62]孔庆庆.区域旅游一体化模式下无障碍旅游区的构建——以珠江三角洲区域旅游合作为例 [D].杭州:浙江大学,2005.
- [63]郑坚强,黄伟雄,黄耀丽.珠江三角洲旅游城市一体化研究[J].资源开发与市场,2002(6):48-50.
- [64]杨洪,陈亚召,袁开国.大湘西地区旅游一体化研究[J].经济地理.2006(5):867-870.
- [65]伏六明.浅析长株潭旅游一体化战略的必要性和可行性[J].湖南行政学院学报,2004(2):48-50.
- [66]刘红梅.论长株潭区域旅游一体化发展战略[J].湖南省社会主义学院学报,2004(2):103.
- [67]杨洪,罗秋君,李蔚.长株潭旅游一体化研究[J].热带地理,2003(4):380-384.
- [68]史卫东.琼南市县旅游一体化建设构想与对策[J].桂林旅游高等专科学校学报,2006(3):76-87.
- [69]闾如良等.三峡环坝旅游一体化与兴山县旅游发展研究[J].资源开发与市场,2007(1):87-89.
- [70]廖兆光,肖笃.三峡·神农架·武当山区域旅游一体化发展战略构想[J].桂林旅游高等专科学校学报,2003(14):46-48.
- [71]廖兆光,肖笃.浅析三峡·神农架·武当山区域旅游发展一体化建设[J].理论月刊,2004(10):68-70.
- [72]陈国生.论南岳-开云-新塘旅游经济的一体化[J].湖南环境生物职业技术学院学报.2003(2):152-156.
- [73]吴晓隼.欧洲旅游中介服务业纵向一体化剖析[J].外国经济与管理.2005(3):56-64.
- [74]张军,王向阳.开发呼伦贝尔南部旅游资源实现区域旅游经济一体化[J].呼伦贝尔学院学报.2002(7):37-39.

- [75]王子新,明庆忠.滇西北旅游发展一体化建设浅析[J].云南师范大学学报,2002(3):113-116.
- [76]左连村.CEPA 启动后的粤港澳旅游市场一体化发展[J].南方经济,2004(3):69-70.
- [77]刘耿人,毕吕贵.苏浙沪旅游市场一体化与上海旅游业定位[J].北京第二外国语学院学报,2004(3):42-47
- [78]梁文生.山东半岛城市群旅游一体化发展探讨[J].理论学习,2005(1):53-54.
- [79]崔功豪,魏清泉,陈宗兴.区域分析与规划[M].北京:高等教育出版社,1999.6.
- [80]葛立成,邹益民,聂献忠.中国区域旅游合作问题研究——基于主体、领域和机制的分析[J].商业经济与管理,2007(1):70-75.
- [81]张正国,吴光伟.长三角区域旅游合作的过程系统分析[J].改革与战略,2007(1):78-81.
- [82]安筱鹏.利益主体多元化背景下的区域经济一体化[J].城市经济-区域经济,2004(3):10-13.
- [83]国家旅游局信息中心.河南省旅游局局长谈河南旅游发展[EB/OL].<http://www.cnta.com>.2007-8-25.
- [84]佚名.河南旅游接待量突破 1.7 亿人次.<http://www.cnta.com>,2008-1-24.
- [85]国家旅游局信息中心.2007 年 1-12 月地方接待情况(二)[EB/OL].<http://www.cnta.com>.2008-1-28.
- [86]河南省旅游局信息中心.河南旅游步入良性发展轨道—2006 年国内游客综合情况调查.国家旅游局,2006-12-30.
- [87]吕连琴.中原城市群旅游整合发展思路[EB/OL].<http://blog.sina.com.cn>.
- [88]邝金丽.中原城市群区域旅游整合营销研究[J].集团经济研究,2007(5):142-143
- [89]张正国.区域旅游合作的系统学分析及应用研究[D].上海:同济大学,2006.

后 记

论文完成了，我突然意识到自己又要离开亲爱的母校，尊敬的老师和亲密的同学，许多往事浮上心头。想起十年前，我忐忑不安的走进了河南大学的校门，想起六年前我本科毕业自信地走向工作岗位，也想起了三年前我重返母校时的喜悦与亲切，更想起了老师、同学对我的关心和帮助，对此，我无限感激。

首先感谢我的恩师梁留科教授，三年来，老师在学习和生活上给予我太多的关心、照顾和帮助。老师不但学识渊博、治学严谨，而且思想前卫、深邃，对学生平易近人、宽厚和善，这三年从老师身上，我学到了太多的东西。在此，对老师表示衷心感谢的同时，也向老师表示：您的学生定会将这种师者、学者和智者的风范传递下去，在自己的工作岗位上尽心尽力，尽职尽责。

感谢王发曾教授、李永文教授、覃成林教授、苗长虹等诸位老师对我的辛勤培养，感谢我的辅导员赵威老师，您们对我的教诲春风化雨，润物无声，我的每一点进步也都凝聚着您们的悉心教育和培养，谢谢你们了！

感谢研究生学习期间的伙伴们，我觉得三年来，我最大的收获之一就是认识了这么一帮热心的同学，感谢班长王忠伟和我的室友赵鑫、程艳艳、唐乐乐等同学，感谢叶枫等师兄弟们，在我完成这篇论文的过程中给予了不少帮助。谢谢你们，并祝事业有成、家庭幸福！

感谢家人，是你们一直以来默默的关心和鼓励，使我顺利完成了这篇论文！

衷心感谢所有关心和支持我的人！

安传艳

2008年5月于河南大学