

文章编号: 1006-544X(2002)02-0204-05

# 21世纪中国西部地区旅游资源开发对策

唐善茂<sup>1,2</sup>

(1. 吉林大学 地球科学院, 吉林 长春 130026; 2. 桂林工学院, 广西 桂林 541004)

**摘要:**旅游资源是旅游业赖以生存和发展的物质基础。通过资源开发,使潜在的资源变为现实的资源,使资源的吸引力和竞争力进一步得到了发挥和提高,从而促进旅游业的发展。但是只顾开发资源,而不进行有效的保护,或者只进行传统式开发,而不注重引进现代资源开发与利用理念,那么旅游业也只会是昙花一现,将不能长久持续地发展下去。在实施西部大开发战略的过程中,发展的质量和效益是具有生命线意义的内容。借鉴人类对资源开发的经验和教训,注重长远规划,少走弯路,就能加快缩短西部与东部之间差距的步伐,实现各级政府确定的西部大开发的战略目标。中国西部地区旅游资源丰富,其开发和利用受到当地政府部门的高度重视,广泛地被认为是本地经济增长的亮点。本文对21世纪中国西部地区旅游资源开发、利用与保护进行了总结和探索。

**关键词:**旅游资源;西部大开发;对策;中国

**中图分类号:** F590.3

**文献标识码:** A<sup>①</sup>

中国西部地区具有发展旅游业的资源优势,全国绝大多数的自然景观在西部地区均有分布,特别是许多富有观赏价值的森林、草原、山脉、河流和湖泊等自然景观分布在这一地区。有五岳中的华山、嵩山、衡山和恒山等名山;有张家界、五台山等占全国总量近70%的国家级森林公园;有四川的卧龙、青海的青海湖、湖北的神农架、云南的西双版纳等动植物资源丰富的自然保护区。这一地区在我国的世界自然遗产中所占的比例比较大。西部地区的人文资源也十分丰富,在我国古代六大名都之一的西安,有诸如兵马俑这样的世界历史文化遗产,西部还有都江堰、灵渠等反映古代劳动人民辛勤劳动和智慧结晶的大型工程。在国务院首批公布的24座历史文化名城中,西部地区占一半以上,西南和西北地区广泛分布的壮、彝、白、傣、蒙古、藏、维吾尔、哈萨克等众多少数民族的民俗风情,也是当地宝贵的旅游资源(特别是西南地区聚居的彝族、白族、傣族、景颇

族、纳西族等26个少数民族形成了独特的风俗习惯,创造出灿烂的民族文化,也构成当地的丰富而极富魅力的民族风情旅游资源)。辽阔草原、雪山冰川、沙漠风光等,都是西部地区独有的景观,青藏、云贵、黄土、内蒙古等四大高原和柴达木、塔里木、准葛尔、四川等四大盆地均分布在西部地区。积淀了中华文化之精华的敦煌莫高窟、云岗石窟、龙门石窟、麦积山石窟、大足石刻等五大名窟和黄鹤楼、岳阳楼等名楼也是中西部独特的文化资源。西部地区还有长江三峡、丝绸之路等几项在世界有广泛影响的跨省区经典旅游线路。

在多年的探索过程中,部分地区摸索出了一条通过旅游开发振兴经济的路子。由于山高坡险、地域偏狭、交通不便等区位方面的原因以及多种因素的制约,位于西部地区的许多旅游资源往往没有受到大的破坏,环境和景观都保护完好。这些深藏多年、未为人知的丰富资源,一旦得到合理的开发和有力的宣传,可对旅游者构成强大的

① 收稿日期: 2001-12-17; 修订日期: 2002-02-28

作者简介: 唐善茂(1965-),男,湖北仙桃人,博士研究生,副教授,研究方向资源经济。

吸引力,同时也可以吸引大量追求回归自然的旅客。当这些旅游资源优势得到充分发挥的时候,更为重要的是开发利用、生态环境的协调发展。

## 1 西部旅游资源开发的几大趋势

现代旅游,在过去50年间突飞猛进,取得了辉煌的成绩和巨大的进步。旅游业已经成为世界第一大产业,而且持续发展的势头不减。估计到2010年,世界旅游人数将超过10亿人次,到2020年,全球将接待16亿国际旅游者,国际旅游消费将达到2万亿美元,国际旅游人数和消费年均增长率分别为4.35%和6.7%,远远高于世界财富年均3%的增长率。到2050年,世界旅游人数将占到整个世界人口的30%左右。随着科学技术的进步、生活条件的改善、人们可自由支配的时间和收入的增多,对旅游的需求将更加旺盛。可以预言,21世纪的旅游业将获得更大规模、更高层次的发展,旅游不仅是一种全球经济现象,而且将成为一种大众生活方式。与此相联系,21世纪的旅游资源开发将出现以下几大趋势<sup>[1]</sup>。

### 1.1 以旅游可持续发展为基本指导思想,树立生态旅游理念

保护好旅游资源和建设好旅游环境,是21世纪旅游资源开发的重要内容。因为,人们已经认识到:旅游必须与自然、文化和人类的生存环境成为一个整体,必须以保持和增进未来发展机会为前提的可持续发展为基本指导思想,大力倡导生态旅游的消费方式和生产方式。

尽管人们对生态旅游的概念争论不休,但有一点是明确的,即生态旅游应以生态保护为前提,以环境教育和自然知识普及为核心内容,满足保护与发展的目标。因此,生态旅游是旅游业可持续发展的必然选择。它是一种求新、求知和品位高雅,集自然性、环保性和教育性为一体的高层次旅游。

生态旅游,由于以“走近自然,认识自然,回归自然,享受自然,保护自然,返璞归真”为主题,符合主流消费者的旅游需求,具有特殊的吸引力,已经成为当今世界旅游发展的潮流,给全球至少带来200亿美元年产值。我国目前已有82个保护区正式开办旅游业,年旅游人次在10万以上的自然保护区达12个,年总旅游人次近

2500万,旅游收入52亿元。相信在21世纪,生态旅游将会异军突起,成为传播知识、倡导文明、保护环境的主力军。

### 1.2 休闲度假型旅游取代观光型旅游将成为主导潮流

观光旅游,是最基本的旅游活动,是人们萌生旅游动机的第一选择。以休闲度假取代观光旅游或者赋予观光更深涵义是一种时尚,是未来旅游发展的大趋向,也是旅游业发展进入成熟阶段的表现。因为,比之观光旅游,度假旅游更注重生产效率和环境质量、更注重参与性和亲和性、更适合现代人消费需求的口味。世界著名的旅游区,如墨西哥坎昆、土耳其安塔利亚、印尼巴厘杜阿岛、韩国庆洲波门湖等,都是度假旅游资源开发成功的范例。我国的12个国家旅游度假区的建设,无疑将成为新世纪休闲度假旅游的样板工程。但是,休闲度假旅游资源的开发,一定要突出个性和特色,兼顾中、低档消费需求,走滚动发展之路。

### 1.3 主题公园建设的理性化和规范化特征趋于明显

主题公园是具有特定主题、由人创造而成的舞台化的休闲娱乐活动空间,是具有产品性、大众性、参与性、创造性和艺术性的人造景点,作为新兴的休闲娱乐产业,它是旅游走向成熟的一种标志。其建造必须综合考虑客源市场、交通、区域经济发展水平、城市旅游感知形象、空间集聚和竞争等各方面的因素。世界上不乏成功的主题公园,如美国的迪斯尼乐园,中国深圳的锦绣中华、中华民俗文化村和世界之窗等。但更多的是粗制滥造、盲目效仿、削价竞争的败笔。因此,主题公园的建设,要趋于理性,走向规范,科学论证,精心规划,突出文化内涵,避免重复建设。

### 1.4 探险旅游更能满足人们的猎奇心理

探险旅游是一种特种旅游产品,其活动范围是海洋、沙漠、戈壁、大江大河、海岛、极地、高山、大峡谷、原始森林等尚未开发的空間,因其具有艰巨性、风险性和刺激性,能最大限度地满足旅游者猎奇的心理,深受中青年人欢迎。尤其是海底旅游,在美国、日本已悄然兴起。上海长风公园海洋世界的“水下婚礼”,就极富浪漫色彩。西部探险旅游资源十分丰富,它将成为西部

旅游经济新的增长点。

### 1.5 工业旅游、农业旅游和教育科技旅游逐渐兴起

工业旅游,是通过参观访问现代化的与百姓生活密切的企业,以增长知识、汲取现代科技文明营养的一种旅游方式。这种工业与旅游的相互协作,能为企业带来良好的经济效益和社会效益,从而提高企业的声望和吸引力。世界上许多大企业,如雷诺、标志、雪铁龙等,每年接待旅游者都在 20 万人次以上。上海宝山钢铁总厂、上海玉雕厂、北京景泰蓝厂、杭州丝织厂、长沙远大空调城等,越来越多的工业企业已经和正在加入旅游行业。

观光农业旅游,是以农业资源为基础、生态旅游为主题,巧妙利用城乡差异来组合旅游产品,从而引起旅游者消费欲望,满足其各种需求,并使之参与农业生产过程、享受生态农业情趣的一种旅游形式。观光农业,在国外已有 30 多年的发展历史,如美国仅东部地区就有观光农场 1 500 家,法国北部工业区“工人菜园”、“第二住宅”、“旅游农庄”,比比皆是。1998 年我国“华夏城乡游”推出的“吃农家饭、住农家院、做农家活、看农家景”的旅游产品,都是观光农业的例证。观光农业,为游客提供了新的活动空间和体验生活的场所,突出了城乡差异和地域文化,迎合了大城市市民渴望回归自然的心态,所以必将在 21 世纪得以快速发展。

教育科技旅游,依托著名的高等学府、科研院所、网络信息和文体设施等,重点针对同行和学生市场进行深度和广度开发,如修学旅游,科考旅游,科普旅游,地质、地理、生物、考古等专业考察,清华大学、浙江大学已有类似的旅游项目。借助现代高科技,还可以从网上直销旅游产品、预订和付款、发布电子广告和兴办网上学校等活动,进而改变旅游教育的手段和现状。

### 1.6 会展旅游、商务旅游不断推陈出新

会展旅游、商务旅游,都是以公务、商务旅行行为主要目的,以差旅型旅游者为主体,主办会议、商品展出同时进行观光游览的旅游形式。据专家估计,目前世界商务旅游人数至少占旅游者总数的 1/3,在旅馆的客房中商务公干的旅客约占 53%。1996 年,香港就有 700 多个国际会议、60

多个大型展览交易会,每个交易会吸引海外商旅客人 3 000 人以上,平均每人消费近 2 500 港元,效益十分可观。昆明,通过举办 '99 世界园艺博览会,旅游业高速发展,1999 全年旅游收入突破 200 亿元,项目投资和经贸成交总金额超过 150 亿元,将拉动全省国内生产总值增加 2 至 3 个百分点,世博会成为云南经济起飞的一双翅膀。为 '99《财富》全球论坛年会专门修建的上海国际会议中心,是上海最大的兼具宴请、聚会等多功能的大厅,其气魄与豪华令来宾赞叹不已。会展旅游资源开发,将是 21 世纪各国和各地竞争的一个新亮点。

## 2 西部旅游资源开发的基本思路

加快西部地区旅游资源开发必须在开发目标、开发主体、开发机制、开发重点和开发方式上,摒弃传统的做法,借鉴成功的经验,建立一套全新的开发思路<sup>[2]</sup>。

### 2.1 由“资源基地目标”转向“富民兴区目标”

新中国成立 50 年来,国家对西部地区的开发建设一直没有停止过。但是,国家对西部的投入除了国防安全的考虑外,大部分时期主要着眼于当地的矿产资源开发,把西部当作东部加工企业的原料、燃料产地,建立东西部垂直一体化的分工体系。西部开发的结果并未使其获得应有的快速增长,当地居民也没有得到太多的实惠,反而与东部的差距越拉越大。

西部旅游资源开发的根本目的是在满足全球旅游业发展需要的同时,促进当地经济社会繁荣和居民福利水平的提高。把纯粹的“外供”转化为“外供+利用+效益”的资源。因此,开发西部旅游资源,要树立以人为本的新发展观,从狭义的服务目标(更多地带有“奉献”的含义)转向广义的服务目标(贡献+效益)——“富民兴区”,通过自身努力、国家扶持和外部的援助,实现本地区社会经济的振兴,使西部地区人民尽快走上富裕之路。

### 2.2 由“国家推动型外援开发”转向“自成长型内源开发”

西部地区以往两次“大开发”,都是在传统计划体制下完全以国家投资为主体来实施的,属于典型的“国家推动型外援开发”。这种通过国家在

西部“嵌入”式的开发，加上当时计划性的建设布局，造成了投资效益低下、与地方经济融合性差以及对国家高度依赖性等问题。改革开放20多年来，我国市场化程度越来越高，这给西部地区旅游资源开发提供了良好的机遇。西部旅游资源开发及其经济发展的主要因素已不可能是国家投资，而在于西部投资环境对社会资金及人才的吸引力。因此，西部旅游资源开发必须转向“自成io型内源开发”，即改变“等、靠、要”的依赖思想，把开发建立在主要依靠自身创造性和进取性的基础上。

### 2.3 由“资源依托型开发”转向“市场导向型开发”

长期以来，西部地区传统的发展思路就是“立足资源搞开发”，本地有什么资源就生产什么产品。这种传统思路在旅游资源开发前期是可行的。但从旅游资源开发利用及其延伸的意义上，这又显得很不够。因为在市场经济条件下决定旅游业选择和发展的主导因素除了资源禀赋外还有市场需求；而且资源性产业大都具有成本递增的特点，旅游资源虽有其特殊性，但一定时间以后，这一特点也会显露出来。这就意味着当资源开发到一定深度后，难以通过技术创新来提高效益水平。显然，西部旅游业的发展，要在市场导向下，不断丰富旅游资源开发的内涵，以满足游客的需要为核心。

### 2.4 由重点培育“地区比较优势”转向“地区竞争优势”

旅游资源往往都带有地区特色。发展具有比较优势的“特色产业”是一种理想的选择，但在市场竞争环境下这种选择的余地会越来越小，“人无我有”的情形只能是少数和暂时的。因此，旅游资源的开发要在注重地区特色的基础上，发挥比较优势，增强竞争优势，以“特色+质量”赢得市场，吸引客源。要使旅游资源的开发与利用融入市场经济和开放环境，着力培育旅游业的竞争力，力争“人无我有”、“人有我优”。既要发挥旅游资源优势，又要加强产业技术和人力资源开发，变“特色”为“优势”，变“优势”为“胜势”。

### 2.5 由“掠夺性开发”转向“可持续性开发”

过去，西部一些地区对资源的开发基本上实

行的是“有水快流”、竭泽而渔的掠夺式开采，对资源和环境都造成了很大破坏。今天，实施旅游资源开发必须以人口、资源和环境的可持续发展为重要前提，切实利用好西部地区旅游资源保护完好的优势。旅游资源开发要注重保持自然资源和人文景观的“天然性”，将“生态环境整治、再造山川秀美”作为开发的重要原则。

## 3 调整传统思维定势——“优势”不优，“劣势”不劣

在实施西部大开发的过程中，调整传统思维定势至关重要。人们认为的“优势”并不优，“劣势”并不劣。

### 3.1 旅游资源优势不等于产业优势，更不等于经济优势

长期以来，西部的许多省区总是强调自己的资源情况多好，把开发自然资源、发挥自然资源优势作为重要的发展战略。几乎所有的西部省区市都把旅游资源开发作为重点。殊不知要将旅游资源优势转化为产业优势、经济优势需要具备开发成本（包括交通、旅游配套设施等）、工资成本、地区居民的购买力、旅游产品营销范围和渠道等许多相关的前提条件；用“新空间经济学”的理论来分析，优势资源是否有市场价值，还要取决于运输成本，“取决于产品的运输难易程度以及原料产地与市场之间的距离的远近”，需要通过多种成本综合因素分析才能确定。据有关研究表明，在当今知识经济的发展和全球经济一体化的条件下，自然资源基础对经济增长的影响效果不明显，且日益弱化<sup>[3]</sup>。显然，这对于旅游资源具有同样的意义。因此，在旅游资源开发战略上，还应该作些“冷思考”，避免盲目性、随意性。

### 3.2 旅游资源优势与潜在的区位优势相结合，形成真正的西部优势

从现代工业区位理论的角度看<sup>[3]</sup>，区位条件的优劣与否，取决于位置交通信息条件的优劣。以为此衡量标准，从总体上看，相对于东部沿海省市，西部省区多被冠以“穷乡僻壤”，区位吸引力和产业辐射不强，没有经济区位优势。特别是进入20世纪90年代以来，市场机制在资源配置中逐渐成为主角后，使西部大多数地区由于经济特色不明显或优势不突出，商品经济的交易率和

辐射力相对弱；同时，交通“瓶颈”的副作用，进一步制约了商品的流通，造成资金外流，资本聚合、集中的难度增加；于是我国的资源要素配置和域际传递依市场效率原则，形成各种要素由不发达的西部地区向发达的东部地区流动的“孔雀东南飞的地区景观”，进而导致东、西部的经济差距拉大。

更值得注意的是，当生产要素的地理积聚达到一定规模后，东部发达地区劳动力和土地成本不断上升，从而促使资源要素配置和传递方向发生逆转，开始向西部不发达地区流动。西部大开发正是这一逆转的反映，它预示着地区比较优势将发生较大的变化，落后的西部地区的各种潜在的相对优势的发挥有了出头之日。“新空间经济学”理论认为，区位优势的形成机理，是在自然资源优势、集中经济、运输成本和地方政府提供

的经济制度之间交结组合和变化的。所以，西部旅游资源开发的决策者们的当务之急在于找准比较优势理念的基点，抓住机遇，为现实区位优势的地区提供一种转化为优势区位的机制，将已经具有潜质优势的因素，通过制度创新予以存量的盘活和增量的预期展示，实现发展转型。这样才能让人们理解“旅游资源优势 + 潜在的区位优势 = 西部优势”。

#### 参考文献：

- [1] 肖 星，严江平. 旅游资源与开发 [M]. 北京：中国旅游出版社，2000. 365~367.
- [2] 陈 耀. 西部开发大战略与新思路 [M]. 北京：中共中央党校出版社，2000. 141~143.
- [3] 郭晓合. 西部大开发新思路 [J]. 广西社会科学，2001，(3): 45~46.

## Strategy for 21st tourism resources exploitation in west China

TANG Shan-mao<sup>1 2</sup>

(1. Faculty of Earth Sciences Jinlin University ,Changchun 130026 ,China ;

2. Guilin Institute of Technology ,Guilin 541004 ,China )

**Abstract** :This paper studies the tourism resources exploitation and protection in the west of China and points out tourism resources are the foundation for tourism and its development. Through exploitation ,potential resources can be turned into attraction in tourism and increase their competition. It is advisable to exploit the west tourism resources in a new and scientific way instead of in a traditional one. In the strategy of developing the west of China ,The quality and efficiency are the mainlines. In order to speed up our national west-development ,it is necessary to work out long-term plans and learn from the past experiences and lessons. Regional governments and administrations must regard the abundant tourism resources in the west areas as the source of further developing local economy and centre on their protective exploitation.

**Key words** :tourism resources ;west-development ;strategy ;China