

文章编号:1000 - 8462(2007)02 - 0340 - 04

广州环城市带旅游产品发展

廖卫华,梁明珠

(暨南大学 管理学院旅游管理系,中国广东 广州 510632)

摘 要:城市周边作为旅游发展的一种基本空间类型,其产品类型和结构一直是国内外旅游研究的关注焦点。随着我国城市居民休闲度假旅游需求的日益增加,环城市带旅游问题日益突出。文章以广州为例,分析了环城市带旅游产品类型和分布及其旅游发展模式和发展特征,并指出目前存在的主要问题。特别是对主题公园、游乐场等主题型旅游产品,以及生态和度假旅游开发问题作进一步分析,最后提出环城市带旅游产品开发的对策。

关键词:环城市带;旅游产品;发展模式;开发原则;广州

中图分类号:F590.8

文献标识码:A

环城市带指发生于大城市郊区,主要为城市居民光顾的游憩设施、场所和公共空间,特定情况下还包括位于城郊的外来旅游者经常光顾的各级旅游目的地,一起形成环大都市游憩活动频发地带^[1]。环城市带由于具有交通便利、配套设施齐全等优势,同时兼具相对良好的自然生态环境,以及为旅游者可接受的出行成本优势,因而成为旅游开发的热点地区,并形成多种类型的产品格局。

从空间分布来看,目前广州旅游开发已基本形成三个发展圈层:以传统老城区及现代城市中心区为主的旅游发展区域;近郊环城旅游发展带;城市远郊休闲度假带。从时间序列来看,广州旅游发展形成了由老城区和城市中心逐步向外拓展的过程。与此对应,城市旅游产品类型也从以老城区传统历史文化及人文景观为主,开始向环城市带多元化旅游产品转变。具体发展类型依次为游乐场、主题公园、观光农业、自然风景名胜、自然观光游览区、森林公园及旅游度假区等。

1 广州环城市带旅游产品类型及发展模式

目前广州环城市带主要有 7 种产品类型。在 31 个旅游区(点)中,游乐场 2 家,主题公园 5 家,观光农业 7 家,风景名胜区 2 家,自然观光游览区 5 家,森林公园 4 家,旅游度假区 6 家(表 1)。

根据旅游区(点)的具体情况,我们还对广州环城市带旅游产品的发展模式进行研究,包括发展沿革、空间分布、产品开发特征以及投资管理等(表 2)。

1.1 环城市带旅游产品发展的历史沿革和空间分布

1980 年代中期以前,以传统的自然风景名胜及森林公园为主,这类产品主要为国家所有;1980 年代中后期开始,开始发展以城市休闲娱乐为主要特征的游乐场;进入 1990 年代,随着旅游发展,则兴起了主题公园、旅游度假区及观光农业等新型旅游产品的开发投资热。从空间分布来看,游乐园、

主题公园、观光农业、自然风景区主要在城市近郊区,自然观光游览区、森林公园及旅游度假区则主要在近郊区和远郊区。

1.2 环城市带旅游产品开发特征

一般在分析旅游资源与产品开发的对应关系时,通常认为两者存在共生、提升和伴生三种关系模式。位于环城市带的旅游产品,则大多表现为提升型旅游开发模式,广州环城市带旅游产品发展模式同样也遵循这一规律。从旅游产品开发特征来看,在近郊环城旅游发展带中,不同的旅游产品类型表现出各自不同的发展模式。如主题公园和游乐场表现为强烈的资源提升型开发模式;观光农业属于依托农业资源基础,采用锦上添花的手法为旅游业所利用;休闲度假带则依托相对良好的生态环境,发展自然观光游览区、森林公园及旅游度假区等类型。这些类型虽然具有一定环境基础,但在旅游开发过程中仍然需要借助资源提升型开发模式,才能构筑满足游客休闲度假所需的环境空间,特别是旅游度假区。因此,无论是位于环城市带上的近郊或远郊旅游产品,均需要借助人工作手法,实现旅游资源价值的提升,其差别仅在于程度上的区别。

1.3 环城市带旅游产品投资管理模式

目前广州环城市带旅游产品投资及经营主体多元化,基本形成了以国有为主,集体、民营、合资等多种投资经营主体并存的格局。在 33 家旅游区(点)中,有 13 家国有,7 家集体,8 家民营,中外合作、外资、股份制等其他方式合计为 5 家。可见,近年的投资开发趋势之一是,旅游产品的投资主体开始转向非国有资本,并主要通过市场运作机制来获取资金。其中,民营资本及部份外资的介入,已成为环城市带旅游产品新的投资力量。特别是民营资本,作为目前一个不可忽视的投资主体,尤为引人注目。相比之下,国有资本投入比重有下降趋势。可见,非国有投资及经营已成为未来的发展趋势。而且,其投资方向主要集中在主题公园、游乐场,以及生态及旅游度假区等旅游产品,并表现为活跃的市场特征。

收稿日期:2006 - 12 - 11;修回日期:2007 - 02 - 08

基金项目:国务院侨办人文社科研究项目(编号:05CQB2C002)资助。

表 1 广州环城市带旅游区(点)分布
Tab.1 The distribution of the tourist attractions in Guangzhou's ReBAM

产品类型	旅游区(点)名称	位置	投资经营主体	备注
游乐场	东方乐园	白云区	中外合作	已停业
	南湖乐园	天河区	中外合作	
主题公园	森美反斗乐园	番禺区	外资	已停业
	长隆欢乐世界	番禺区	民营	新增
	香江野生动物世界	番禺区	民营	
	广州鳄鱼公园	番禺区	民营	
	长隆夜间动物世界	番禺区	民营	已转业
	宝墨园	番禺区	集体	
观光农业	广州世界大观	天河区	股份制	
	广州航天奇观	天河区	集体	
	广州水果世界	增城市	国有	
	亲亲农庄	白云区	民营	
	瀛洲生态公园	海珠区	集体	
	横沥农业旅游度假农庄	番禺区	集体	
风景名胜	化龙农业大观园	番禺区	集体	
	祈福农庄	番禺区	民营	
	百万葵园	番禺区	民营	
	白云山风景名胜区	白云区	国有	
自然观光游览区	莲花山旅游区	番禺区	国有	
	丹水坑旅游区	黄埔区	国有	
	帽峰九龙洞	白云区	民营	
森林公园	梯面旅游区	花都区	集体	
	天湖旅游区	从化市	国有	新增
	白水寨风景名胜区	增城市	集体	
	流溪河国家森林公园	从化市	国有	
	黄龙湖森林公园	从化市	国有	
	花都区高百丈森林公园	花都区	国有	
旅游度假区	帽峰山森林公园	白云区	国有	
	九龙潭旅游度假区	花都区	外资	
	广州抽水蓄能电厂旅游度假区	从化市	国有	
	从化仙沐园氡温泉	从化市	民营	
	百花山庄	增城市	国有	
	碧水湾温泉度假村	从化市	国有	
	芙蓉旅游度假区	花都区	国有	

注: 本表是根据 2004 年 5 月笔者受广州市旅游局委托进行广州市旅游区(点)调研结果整理而成, 主要包括了纳入广州市旅游统计的旅游区(点); 目前广州旅游区(点)发生了一些变化和调整。如表中列出的旅游区(点)中, 森美反斗乐园于 2004 年 7 月停业, 东方乐园于 2005 年 5 月停业另作他用; 长隆夜间动物世界改建为长隆欢乐世界并于 2006 年 4 月正式开业; 2006 年增加了增城白水寨旅游区。

主题公园、游乐园、旅游度假区等旅游产品, 大多具有高投入、开发规模大的特点, 而且部分产品对环境等具有较大的依赖性。广州作为我国经济发达地区和城市, 这几类产品在全国范围内已具有相当大的影响力和知名度, 而且在管理经营及服务理念上均在全国前列。但其在旅游发展过程中存在一些误区和问题, 亟待解决。

2 环城市带旅游开发问题分析

2.1 主题公园经营态势基本良好, 部分面临经营困境

主题公园一般具有占地面积多、投资巨大, 以及生命周期较为明显等特点。目前广州主题公园类景区有 6 家。除广州海洋馆位于广州市区内, 其他 5 家均位于近郊或近城区, 位置

相对集中。其中香江野生动物世界、广州鳄鱼公园及宝墨园位于番禺区, 广州世界大观和广州航天奇观位于天河区。这些主题公园经营参差不齐, 总体经营态势基本良好, 部分面临经营困境。民营投资的香江野生动物世界经营状况良好, 自开业以来, 其旅游收入及接待游客人数连续多年都位于广州市旅游区(点)前列, 并被评为了广东省 30 家最好的民营企业之一; 宝墨园多年来游客量持续保持在高水平, 经营效益及游客美誉度相当高; 目前广州航天世界赢利水平一般, 经营基本维持现状; 广州世界大观由于各种原因, 面临经营困境。

香江野生动物世界之所以有如此良好的经营业绩, 其原因是有较好的市场定位、创意独特以及良好的经营管理, 逐步形成品牌优势, 目前已成为广州市的品牌旅游产品, 在游客心目中拥有良好的口碑; 宝墨园以岭南仿古园林特色极其丰富的馆藏赢得市场的认可。而目前难以为继的, 主要是建设之初就在名称、内容、特色及表现形式上处于劣势; 更为重要的是, 由于其投资经营主体的多元化, 并缺乏有效的经营管理机制, 使得投资主体各方难以形成良好的有效合作, 部分经营主体还出现擅自抽取资金, 导致后续资金补充不足等, 使得尚处在运作正常的主题公园由此陷入困境。此外, 某些景点本身的经营管理水平不高、缺乏营销创新也是原因之一。

2.2 游乐园建设市场调节作用显著, 具体景区此起彼伏

1980 年代中期之后, 广东开始了游乐园开发热, 一哄而上建设游乐园, 导致近距离同时上马多个游乐场, 仅广州就有南湖游乐园、东方乐园及太阳岛乐园等三家游乐园。此后在广州又出现过东方乐园、南湖乐园及森美反斗乐园三足鼎立的态势。由于多种原因导致经营效益备受影响, 部分游乐园曾陷于经营困境之中。原有的森美反斗乐园及东方乐园则由于所处地块地价飙升等因素, 已分别于 2004 年 7 月和 2005 年 5 月停业并改作他用。

经过多年发展, 目前广州仍有南湖乐园和长隆欢乐世界 2 个大型游乐园。其中南湖乐园经营仅能维持; 而 2006 年 4 月首期正式开业的长隆欢乐世界, 不仅及时填补了因多家游乐园改业而形成的市场缺位, 并作为新一代亚洲最大的游乐园, 迅速得到市场认可, 形成了与深圳欢乐谷、香港迪斯尼三足鼎立之势。

2.3 旅游度假区开发缺乏整体规划, 生态环境问题仍较突出

随着人们旅游观念的改变, 户外、健康及生态型的旅游产品已成为新的旅游消费热点。城市郊区依托自然景观和良好的生态环境, 已成为度假旅游开发的首选。1990 年代初, 广州继游乐场及主题公园之后, 开始了第一轮的度假旅游开发, 兴建了一批旅游度假区。但由于我国的度假市场尚未兴起, 度假区在经营理念上的误区, 缺乏整体规划, 未能配套统一的排污系统等, 使得大多数环城度假区生态环境问题突出, 经营并不是很成功。

进入 21 世纪, 随着社会经济发展及人们生活水平的不断提高, 休闲观念逐步普及, 休假制度的逐步完善以及交通便捷程度的提高, 环城度假区建设迎来了新一轮的发展。但是, 目前这类旅游产品的开发仍存在生态理念体现不足、建设档次不高、缺乏特色建筑和设计, 设施和服务管理水平有待进一步改进等问题。若不及时加以有效引导和控制, 也有步前期游乐场及主题公园发展的后尘之忧。

表2 广州环城市带旅游产品发展模式

Tab. 2 Tourism production development model in Guangzhou's ReBAM

旅游产品类型	时间	位置	产品开发特点	投资经营主体
游乐场	1980年代中后期	近城区 近郊区	表现为强烈的资源提升/创造型特点	中外合作 外资
主题公园	1990年代中期以后	近城区 近郊区	同上	民营/集体 股份制企业
观光农业	1990年代后期	近城区 近郊区	依托农业基础,实现锦上添花	民营 集体
自然风景名胜区	1980年代中期前	近城区 近郊区	受欢迎的传统旅游区,人工提升手法较强	国有
自然观光游览区	1980年代中期前	近郊区 远郊区	依托相对良好的生态环境、适当借助提升手法	国有/集体
森林公园	1980年代中期前	近郊区 远郊区	同上	国有
旅游度假区	1990年代初期以后	近郊区 远郊区	依托相对良好的生态环境、需要借助较强的提升手法	国有/民营/外资

2.4 环城市旅游区点尚未纳入城市网络,旅游基础设施有待完善

目前,环城市旅游区点尚未有效纳入广州城市网络,旅游基础设施配套明显不足。其中较为突出的是旅游区(点)缺乏统一的旅游交通路牌标识,以及停车场等问题。具体有:大多数近年新开发的旅游区(点),交通设施配套不全,存在路况不好、没有直达公共交通工具等。广州市目前尚无统一旅游交通标识,且设置不足。停车场配置难度大,旅游旺季容易存在停车难问题。加之近年城市居民自驾车旅游方式的兴起,使得部分景区雪上加霜。旅游信息和咨询服务不完善,成为游客出游的主要障碍之一。

3 环城市带旅游产品开发对策

3.1 主题公园发展对策

主题公园作为现代旅游业的重要组成部分,是城市旅游吸引物的有效补充。广州依托自身的旅游资源特点及庞大的客源市场基础,主题公园应有其存在的合理性及较大的发展空间。因此,如何参照和学习发达国家和地区的先进经验和水平,注重结合本土特征,并找到符合本地文化特点及新的表现形式、具有创意的产品,是其中的关键。如香江野生动物世界及宝墨园就是广州主题公园开发建设成功典范。

目前广州的主题公园基本形成了两大板块,一是以香江野生动物世界、广州鳄鱼公园及宝墨园所构成的番禺片区;另一个是以世界大观和航天奇观组成的天河片区;且在空间上已构成一定的集聚效应。就目前的发展状况而言,番禺板块已形成良性的滚动式发展,并积累了一定的经验。相比之下,位于天河板块的世界大观和航天奇观发展一直不是特别顺利,面临一定的经营困境。笔者试对天河板块主题公园的发展提出一些探索性的建议及相关解决方法:利用城市新的发展机遇,与周边形成互动。随着近年广州城市在空间上的大力拓展,特别“东进、西联、北优、南拓”战略的提出,以及2010年亚运会在广州的举办,奥林匹克体育中心在该区域的建设等,给这一区域带来了新的发展机遇。此外,旅游要素的聚集,人流的增多,城市环境的进一步改善均给该区域带来新的发展空间和机会。因此,应充分考虑与奥林匹克中心在功能及内容上的互动,以形成互补效应;改进产品表现形式,进一步拓展旅游功能。天河板块的主题公园应在表现手法上有

所突破,调整内容并进行旅游功能的拓展。如世界大观可利用其后备用地,考虑增加休闲度假功能,并加强与之相配套的旅游内容,同时利用城市事件旅游的机会,争取举办一些大型节庆和与亚运形成呼应的活动提升人气;重新进行产品定位,塑造新的主题和形象。鉴于前期经营运作的问题,某些主题公园在游客心目中的形象受损,口碑欠佳。可调整功能、更新主题甚至是在更换主题的基础上,对产品进行重新定位和品牌形象塑造。甚至可在征得投资主体的同意下,适当考虑更改景区名称;考虑采用资产重组方式,引入新的投资建设资金。此外,对于广州今后新开发旅游项目,在用地条件许可时,应适当引导朝这一空间集中。相信经过调整,该空间的发展应会形成集群优势,与番禺板块共同形成广州两个相对集中的主题公园发展区域。

3.2 游乐园开发建设对策

游乐园作为现代城市的休闲娱乐场所,能够较好地满足城市居民及游客的需求,适应大都市及现代社会的消费需求。因此,与主题公园一样,在现代城市中同样有其充分的生存发展空间,以及存在的合理性和必要性。自2004年森美反斗乐园及2005年东方乐园停业之后,目前广州现存南湖乐园及长隆欢乐世界两个游乐园。从空间分布来看,南湖乐园位于广州市东北郊,长隆欢乐世界则位于广州南边,是长隆主题公园板块的有机组成部分。这两家游乐园分布于广州的南北,不同空间位置以及各自的产品特征,吸引广州市、珠三角乃至国内外不同区域和特征的游客,各自分享着不同的市场份额。

实际上,前期广州游乐场发展中遇到的困境,除了游乐园这一旅游产品形式更新能力不足之外,更多地是在投资、管理及服务等方面存在问题。因此,应着眼于旅游大环境的改善,提高交通的便利性和可达性,提高对外宣传力度等。此外,游乐园本身也应该进一步提高管理及经营水平,引进国际先进技术,采用世界级先进的管理理念和营运模式,讲求高效的营销竞争策略。可以预见的是,目前包括粤港澳在内的大珠三角地区,已形成了游乐园这一产品形式的休闲娱乐产品集群。即除了广州的这两个游乐园之外,香港的迪斯尼、深圳的欢乐谷将与广州的长隆欢乐世界形成强强叠加优势,使产品辐射圈层扩大,将市场蛋糕做大。

3.3 生态及度假旅游产品开发对策

生态旅游是一种方兴未艾的新型旅游方式,生态与度假

旅游产品是旅游发展到一定阶段的必然。目前有大量的开发商正涌入自然和生态环境良好的城市郊区,兴建各种形式的生态及度假旅游项目^[1]。为避免重蹈覆辙,新一轮的生态和度假旅游开发应采取如下对策: 正确理解生态旅游内涵,在整个开发管理过程中贯穿生态理念。目前许多打着生态旅游招牌的开发行为并没有遵循生态旅游的开发理念,甚至与之背道而驰。因此,从项目规划、开发建设及后期的经营管理整个过程应始终贯穿生态理念。特别是防止借生态旅游开发之名行生态破坏之实,并导致景观房地产化或景观城市化倾向;

注重“三农”问题,加强对农民利益的保障。目前开发山区生态资源,促进当地旅游业及相关产业发展的同时,也存在农民利益和发展机会被忽略,旅游发展并未能实质性地解决失地农民的生计等突出问题。必须建立切实可行的利益分配机制,保障农民利益,以实现自然生态与人文生态的和谐共存;

加强政府宏观调控,规范产品开发行为。生态及度假旅游产品的开发应进行有效引导及规范,在此,政府在制度规范上应起到主要的作用。首先,应统一旅游发展规划,避免重复建设、近距离恶性竞争、资源浪费以及设施不配套等问题,并建立有关协调机制;其次,应在做好控制性详规的前提下,实行公开招商,择优选择投资者;再次,政府应制定开发标准和要求,以规范开发行为,确保旅游开发符合国际生态旅游标准,有效保护旅游区生态环境;最后,应确定重点,进行示范性开发,有步骤、阶段性地进行旅游产品开发; 建立激励机制,激发投资商保护生态环境的自觉性。

3.4 完善基础设施,整合环城市带旅游产品网络

目前环城市带旅游发展迅速,但旅游基础设施不够完善,制约了其发展。特别是休闲度假及自驾车游的兴起,对旅游设施有了更高的要求。因此,应加强对旅游基础设施的投入和完善,包括旅游交通和道路标识,以及停车场的建设等,并实现城市和郊区的整体旅游交通对接,以形成布局合理、快捷畅通的旅游交通线路网络,将广州旅游联为一个整体: 发展旅游交通,改善旅游区(点)可进入性。结合广州市交通整治,加大对旅游基础设施投入,增设旅游专线车,实现主要旅游区(点)公交车直达,为游客提供便捷的进入方式。实现各旅游区(点)的交通网络联结,开通直达广州市区旅游交通车辆和各个旅游区(点)之间的环网状旅游穿梭巴士,并建立旅游巴士集散中心; 统一规范旅游道路交通标识。旅游管理部门与有关部门进行沟通合作,对广州市旅游交通道路标识进行统一设置,并按照国家标准规划设计,包括标识牌的颜色、字体的统一,中外文字的规范、准确、醒目等,方便游客特别是散客或自驾车游客; 加强旅游信息系统建设。如进一步完

善广州游客信息网络,设立游客接待中心,以及加强旅游区(点)信息网站建设等,并建立旅游目的地营销系统(DMS)。为游客提供全方位的旅游信息查询,方便游客获取信息和方便出游。

4 结语

第一,广州环城市带中的7种旅游产品类型的空间分布规律对大都市环城市带旅游产品开发选址具有指导意义。例如,游乐园、主题公园、观光农业等旅游产品主要出现在近郊环城旅游发展带;自然观光游览区、森林公园及旅游度假区等三类则主要出现在远郊的休闲度假带,并以生态为主要的诉求点。而广州的自然风景名胜区的空间分布有其独特性,不能作为这类旅游产品开发选址的依据。

第二,从不同类型的旅游产品开发特征来看,环城市带各类旅游产品的共同点是均需不同程度地借助人工手法,实现旅游资源价值的提升。

第三,广州旅游产品投资与经营主体的多元化,及其活跃的市场特征,则为经济发达地区旅游投资的共性,并与欠发达地区政府主导型旅游投资模式形成强烈反差。

参考文献:

- [1] 吴必虎. 区域旅游规划原理[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001. 333 - 337.
- [2] 梁明珠. 生态旅游与“三农”利益保障机制探讨[J]. 旅游学刊, 2004, 19(6): 69 - 72.
- [3] 杨京波, 何佳梅. 城市化对中国环城市旅游度假带的影响[J]. 山东师范大学学报, 2003, 18(6): 54 - 57.
- [4] 邓清南, 许虹. 成都环城市旅游带建设探索[J]. 成都大学学报, 2005, (3): 55 - 58.
- [5] 苏平, 党宁, 吴必虎. 北京环城游憩带旅游地类型与空间结构特征[J]. 地理研究, 2004, 23(3): 403 - 410.
- [6] 张玲. 环城市旅游度假带开发研究——以广州为例[J]. 社会科学家, 2004, (6): 94 - 96.
- [7] 张玲. 广州主题公园系统分析与发展建议[J]. 人文地理, 2001, 16(2): 79 - 81.
- [8] 吴必虎. 大城市环城游憩带(ReBAM)研究——以上海为例[J]. 地理科学, 2001, 21(4): 354 - 359.
- [9] 符全胜. 城乡交错带旅游开发研究[J]. 地理学与国土研究, 1998, 14(3): 57 - 59.
- [10] 梁明珠, 廖卫华, 等. 广州市旅游景区(点)调研报告[R]. 2004.
- [11] 廖卫华, 梁明珠. 旅游区(点)分类体系研究[J]. 南方经济, 2005, (6): 32 - 34.

(下转 331 页)

THOUGHTS ON INTEGRATION AND DEVELOPMENT OF TOURISM RESOURCES OF THE CORRIDOR REGION IN HEXI

WANG Shi - jin¹, BAI Yong - ping¹, SHI Hui - chun^{1,2}

(1. College of Geography and Environmental Science, Northwest Normal University, Lanzhou 730070, Gansu, China;

2. State Key Laboratory of Frozen Soil Engineering, CAREERI, CAS, Lanzhou 730000, Gansu, China)

Abstract: The corridor region in Hexi is an important ligament that connected the Silk Road between East and West region. It is also an important link of tourism development completely in Gansu. There are many abundant and inimitable tourism resources included natural and human resources in Hexi, it has much high cultural status in Northwest and China, but tourism development gets behind with other areas by a long way. One of the important reasons is that the regional tourism resource is too separate, tourism management lacks unity and whole tourism image is not high-lighting. Therefore, At present, It has become one of the most important subjects in Gansu how to integrate effectively tourism resources of Hexi Corridor, establish some quality products areas of tourism resources and design some countermeasures assorted with it. On the basis of appraising conceptually Hexi tourism resources and analyzing objectively and really integration condition of tourism resources, this paper brings forward some indispensable and practicable thoughts on integration and development of Hexi Corridor tourism resources.

Key words: Hexi Corridor; tourism resources; integration and development; thoughts

作者简介:王世金(1975—),男,甘肃金昌人,硕士研究生。研究方向为区域发展与管理、旅游资源开发与管理。E-mail: xiaohanjin@yeah.net。

(上接 343 页)

THE TOURIST ATTRACTIONS DEVELOPMENT IN RECREATIONAL BELT AROUND METROPOLIS: GUANGZHOU CASE STUDY

LIAO Wei - hua, LIANG Ming - zhu

(Department of Tourism Management, Management School of Jinan University, Guangzhou 510632, Guangdong, China)

Abstract: The attraction categories and spatial characteristics in Recreational Belt Around Metropolis(ReBAM) is always the buzz at home and abroad in tourism study. With the need of urban residents in leisure and holiday, the problem of tourism development in ReBAM caught more and more attentions. Based on analyzing the distribution of the attraction categories and tourism development models in ReBAM, the author proposes the main problems on the tourism development of Guangzhou's ReBAM, especially focuses on the tourist attractions such as theme parks, amusement parks, eco-tourism and holiday-making travel points out some principles and suggestions of the development on the tourist attractions in ReBAM.

Key words: Recreational Belt Around Metropolis(ReBAM); the tourist attractions; development model; development principle; Guangzhou

作者简介:廖卫华(1971—),女,广西宜州人,讲师,博士生。研究方向为旅游开发与管理。E-mail: liaowh777@sina.com。

(上接 349 页)

A RATIONAL THINKING ABOUT THE TOURISM DEVELOPMENT OF FOLK BUILDINGS

JIANG Hui¹, HUANG Fang²

(1. Hunan Normal University, Changsha 410011, Hunan, China; 2. Business College of Hunan, Changsha 410205, Hunan, China)

Abstract: With the rapid development of modern economics, some folk buildings which somewhat embody Chinese history and culture are suffering from all kinds of destroys. Up till now, some technical measures have been taken to protect these folk buildings, which hardly did any substantial good to the financial support urgently needed for these buildings. This paper mainly analyses on the tourism development of folk buildings for the purpose that they should be protected and developed as well on the basis of their economic values. Thus the paper tries to provide the theoretical and economic supports for the smooth relationship between protecting and developing of folk buildings.

Key words: folk buildings; tourism development; economic value of tourism

作者简介:蒋慧(1969—),女,土家族,湖南石门人,副教授,博士。研究方向为旅游文化。E-mail: jianghui926@yahoo.com.cn。