

长株潭旅游景区群落空间关系及其结构优化

方世敏^{1, 2}, 廖珍杰³

(1. 湘潭大学旅游管理学院, 中国湖南湘潭411105;

2. 中南林业科技大学森林旅游研究中心, 中国湖南长沙410004;

3. 广东商学院华商学院, 中国广东广州511300)

【摘要】根据群落生态学相关理论提出旅游景区群落的概念, 探讨旅游景区群落结构的内涵、特点以及功能关联。以长株潭为例, 分析景区群落空间结构现状, 并从水平结构、垂直结构和集群结构三个方面探索区域旅游景区群落空间结构优化问题。

【关键词】景区群落; 结构优化; 长株潭

【中图分类号】F592.7

【文献标识码】A

随着旅游业和区域旅游一体化发展, 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, 已经成为旅游界的共识。近年在长沙、株洲、湘潭(以下简称长株潭)三市一体化进程中, 旅游业发展取得了可喜的成绩, 以长株潭市区为中心、以各景区为支撑的大旅游发展格局基本形成。然而, 由于旅游开发的无序, 旅游景区产品同质化现象严重, 寄生及搭车产品较多, 资源浪费严重, 综合效益不高。如何对长株潭城市群旅游景区空间结构进行优化, 将其打造成为具有强大吸引力、综合竞争力和辐射功能的旅游目的地, 成为长株潭旅游产业结构优化和可持续发展的关键。基于以上认识, 本文从群落生态学视角, 考察长株潭城市群旅游景区群落的空间关系, 探讨该区域旅游景区空间结构优化问题, 以期对同类区域旅游景区空间结构与产品体系的构建提供借鉴。

1 旅游景区群落空间结构概述

1.1 旅游景区群落空间结构内涵

在生态学中, 群落空间结构指生物在环境中分布及其与周围环境之间相互作用形成的空间格局, 又称为群落格局。群落结

①景区类型划分的统一是进行区域景区群落多样性分析的基础, 但是目前还没有形成一个统一的划分标准。本文认为, 在进行景区类型的划分时应该采用倒推法, 即首先对旅游者的需求分类, 然后根据需求确定相应的旅游产品的功能根据旅游产品的功能来划分景区的类型。

收稿时间: 2008 - 02 - 10; **修回时间:** 2008 - 10 - 06

基金项目: 国家社会科学基金项目(编号: 03CJY018)、湖南省社科基金项目(编号: 05ZC47)联合资助。

作者简介: 方世敏(1964—), 男, 汉族, 湖南岳阳人, 博士, 教授, 硕士生导师。主要研究方向为旅游规划与开发、生态旅游与乡村旅游等。E-mail: fangshimin555@126.com。

构一般分为物理结构和生物结构两方面，相应地又可分为空间结构、时间结构和营养结构。群落空间结构由群落中各物种的生活型及相同生活型的物种所组成的种群两个要素决定，这两大要素视为群落的结构单元。和生物群落类似，区域旅游景区群落空间结构是该区域旅游开发建设过程中由资源优势、区位特征和产业发展的基本规律及其多种因素相互作用的结果^[1]。随着进一步的发展形成的观光游览类旅游景区、休闲度假类旅游景区、科考类旅游景区和游乐类旅游景区^①，可视为生态学中的四大种群。

1.2 旅游景区群落结构特点

1.2.1 多样性。多样性在生物地理学和生态学中是研究生物群落结构的一个抽象概念，它从种群组成的复杂和紊乱程度体现群落结构的特点。一个区域往往包括大小不等、类型各异的多个景区，每个景区由于资源组合和开发选择方向不同而具有不同的功能、呈现不同的类型。景区群落多样性高的区域相对于景区群落多样性低的区域，将具有更大竞争优势^[2]。

1.2.2 分层性。垂直分层结构群落中的成员在空间上的安排，使群落表现出一定的结构，群落的垂直分层现象是群落结构的一个重要特点。旅游景区群落结构体系中具有十分明显的“分层性”。环境的不一致，导致了群落在空间上的异质性，能够代表景区群落结构分层特征最小的结构单元称为景区规模。这种“分层现象”是以旅游景区在区域竞争中的比较优势度来决定的，具体的表征就是以区际游客数量多寡体现出来^[1]。

1.2.3 异质性。空间异质性是指生态学过程和格局在空间分布上的不均匀性及其复杂性。具体而言，空间异质性一般可以理解为是空间缀块性和梯度的总和。空间异质性的程度越高，意味着有更加多样的小生境，因而能允许更多的物种共存。异质性也是景区群落结构的重要特征，只有通过这种空间异质性的保持，才有利于促进景区群落结构的多样性以及系统的稳定和平

1.3 旅游景区群落空间结构功能关联

各旅游景区在旅游景区群落中居于不同的生态位(niche)，即旅游景区个体在旅游景区群落中的地位及与周围环境的相互关系，这种生态位的差异和重叠使旅游景区之间形成了捕食、竞争、共生和寄生的不同类型的复杂空间关系。

1.3.1 捕食(Predation)。捕食指旅游地群落中具有明显优势的旅游地个体将其周围的弱势旅游地个体纳入自己的空间范围，并进行统一的规划和建设，以获取更大旅游效益的一种空间关系。这种情况多发生于资源条件差异大且位置临近的旅游地之间，并在旅游开发过程中最为常见。

1.3.2 竞争(Competition)。竞争是指同一地域范围内的两个或多个旅游景区在资源条件、客源市场或交通区位等方面具有较强的一致性 or 相似性时所出现的对客源市场和发展空间进行争夺的现象。根据高斯假说，产生竞争的根本原因是多个旅游地个体在旅游景区群落内存在生态位重叠，生态位之间重叠部分越多，竞争越激烈。

1.3.3 共生(Symbiosis)。这种类型是指多个旅游景区有机结合为一体，相互依存度较高，达到了密不可分的地步，相互不能脱离对方而独立存在，或即使可以独立存在，其旅游景观的质量和品位都会大大降低。基于旅游景区群落环境中共同发展的目的，旅游景区群落的共生不仅可以促进共生个体或共生组织生存能力和增殖能力的提高，同时还可以通过共生关系的协同作用和创新活力实现旅游地群落持续稳定发展，是旅游景区群落中最和谐、最理想的一种空间关系。

1.3.4 寄生(Parasitism)。寄生是指有些旅游景区寄生者完全没有游览价值和生存能力，主要依靠摄取其它旅游景区寄主的营养——游客，来生存并对寄主产生较大危害的现象。寄生与偏利共生的差别在于寄生通常会抑制寄主的发展，对其产生较大的危害。例如，有一些粗制滥造、毫无特色的旅游景点利用位置优势，刻意与周围的旅游地搭线组合。这些做法缺乏精品

旅游意识，不仅损害了游客的切身利益，更损害了旅游景区的形象。

2 长株潭旅游景区群落空间关系

2.1 长株潭旅游景区群落空间关系现状

长株潭地处湘中偏东地区、湘江中下游，3 市依湘江而筑，彼此相距不到50km，呈“品”字型分布，俗称湖南省的“金三角”，是湖南经济社会最发达的区域，也是2007 年国家确定的国家级“资源节约型、环境友好型综合配套改革试验区”之一。3 市旅游资源种类齐、品位高，类型结构互补性明显，发展区域旅游具有独特的区位优势 and 资源优势。

长沙是湖南省省会，地处美丽富饶的湘中河谷平原，是国务院公布的首批24 个历史文化名城和第一批对外开放的旅游城市之一。长沙的主要名胜古迹有岳麓书院、马王堆汉墓、开福寺、陶侃寺、贾谊故居、天心阁、长沙铜官古窑址、浏山密印寺等；革命纪念地有刘少奇故里花明楼、杨开慧故居、“中共湘区委员会旧址”清水塘、湖南自修大学旧址船山学社、湖南省立第一师范学校、雷锋纪念馆等；主要自然风景区有岳麓山、橘子洲、天际岭国家森林公园、月亮岛、黑麋峰森林公园、大围山国家森林公园、南郊公园等。此外，世界之窗、海底世界、大围山漂流、青竹湖高尔夫球场、龙湖国际高尔夫球场、灰汤温泉、黄兴镇乡村旅游园区等专项旅游产品也备受市民青睐。

株洲，位于湖南省东部、湘江中下游东岸，历史悠久，人杰地灵。株洲市重点风景区共有4 处，其中国家级的有炎帝陵景区，省级的有桃源洞国家森林公园、株洲县大京风景区、茶陵县云阳山森林公园，而茶陵花木走廊则是乡村旅游的好去处。

湘潭市因盛产湘莲而得别名“莲城”，主要自然风景区包括东台山国家森林公园、国家级自然保护区水府庙水库与昭山省级森林公园，它们都是典型的山水型景区，其中昭山紧靠湘江，曾以“山市晴岚”被列入古潇湘八景；市区湘江中的杨梅洲四面环水风光秀美，是野炊游玩的胜地；雨湖公园、白石公园、东方红广场是市民休闲及户外娱乐运动的主要场所；毛泽东故里韶山、彭德怀故里乌石是红色旅游的重要景区，白石文化旅游区则提升了湘潭市的文化品位。

但是，目前长株潭旅游景区的开发还停留在“资源导向”阶段，现有的主要旅游景区基本处于离散状态，聚集程度不高，没有形成紧密的协作关系，却存在一定程度的无序竞争；品牌效应不强，形成“星星”多“月亮”少的局面；资源开发粗放，深度开发不够，造成资源浪费。从群落生态学的角度可以认为，长株潭旅游景区共生性群落关系尚未形成，作为湖南重要旅游目的地尚待建设。

2.2 长株潭旅游景区群落空间关系形成原因

2.2.1 重复开发导致竞争无序。开发雷同导致旅游景区群落内互相抑制性竞争突出。长株潭旅游资源丰富，景点众多，但在发展过程中，缺少合理布局，景区功能划分模糊，以致景区重复建设，产品核心竞争力不强，景区间为争夺客源，相互诋毁时有发生。如长沙县蓝田村和黄兴镇的农家乐之间，开发建设和宣传促销形式雷同，产品类型单一、低层次重复开发严重；旅游活动项目千篇一律，停留于垂钓、吃农家饭、喝茶、打麻将、唱歌等常规活动，存在明显的相互抑制现象；缺乏趣味性和参与性，处于低层次的经营水平上，不少农家乐难以为继。可见，景区重复建设日益凸显，已成为掣肘当地旅游业发展的“瓶颈”。

2.2.2 各自为政制约共生效应。生物界共生关系包括互利共生和偏利共生。同样，旅游景区群落共生性，不仅包括自然资源与自然资源之间、文化资源与文化资源之间、自然资源与文化资源之间的共生现象，也包括同类、不同类景区（点）和大小景区（点）之间的共生现象。长株潭城市群内的展览馆与宾馆、商场、交通设施、自然景点和人造景点相互之间是共生的，然而目前的发展状况是，由于部分旅游景区缺乏“一体化”思想，没有实行统一有效的协调和合作，长株潭旅游景区个体在争夺客源市场和发展空间的过程中相互抑制，出现了游客分流、运营收益下降等现象，一定程度上制约了旅游景区群落共生效应的

发挥。因此，要注意各种旅游景区在区域内的协调发展。

2.2.3 地方保护滋生寄生现象。寄生现象在生物界中普遍存在，而寄生的方式也是多种多样。旅游景区群落形成是因为旅游景区集聚能够产生规模效应，一些小景区在大景区附近寄生可以享受大景区产生的“溢出效应”。长株潭许多景点、景区建设中存在的粗制滥造寄生性景观的现象的另一个重要原因就是开发经营主体本身的文化素质不具备对资源进行深层文化内涵挖掘的能力，其开发思路充其量是一些“文化+ 碎片”的堆积。加之少数地区为了谋取眼前利益，将一些低劣的旅游产品依托于高品位的旅游地实行搭配销售，一定程度上形成寄生现象。

2.3 长株潭旅游景区群落空间关系状况产生的后果

长株潭旅游景区经过多年的发展，旅游基础设施发展迅速，综合接待能力和水平有较大提高，产品结构也出现了调整优化的趋向，旅游经济逐步向多元化方向发展。但是，长株潭区域旅游发展也存在许多问题，譬如，不注重旅游资源的合理利用，开发层次不高，旅游产品老化、同质化现象严重，寄生及搭车产品较多，景区景点之间竞相压价，旅游经营秩序不良，服务水平不高，综合效益不佳。尤其是三个行政区域之间及其内部旅游景区合作协调不够，区域旅游协作体系尚未形成。这必定严重制约长株潭整体旅游目的地的形成和区域旅游的可持续发展。

3 长株潭旅游景区群落空间结构的优化

3.1 长株潭旅游景区群落结构的优化策略

旅游景区作为一种特殊的生命体，在旅游地群落发展进程中，尤其在空间关系出现恶化时，会采取多种策略，以调整与周围环境的相互作用，因而有必要在这些策略中寻找最有利于旅游景区空间关系发展的优化策略。

根据群落生态学理论，旅游景区群落结构优化包括 3 个方面，即水平结构优化、垂直结构优化和集群结构优化。其结构关系如图 1。

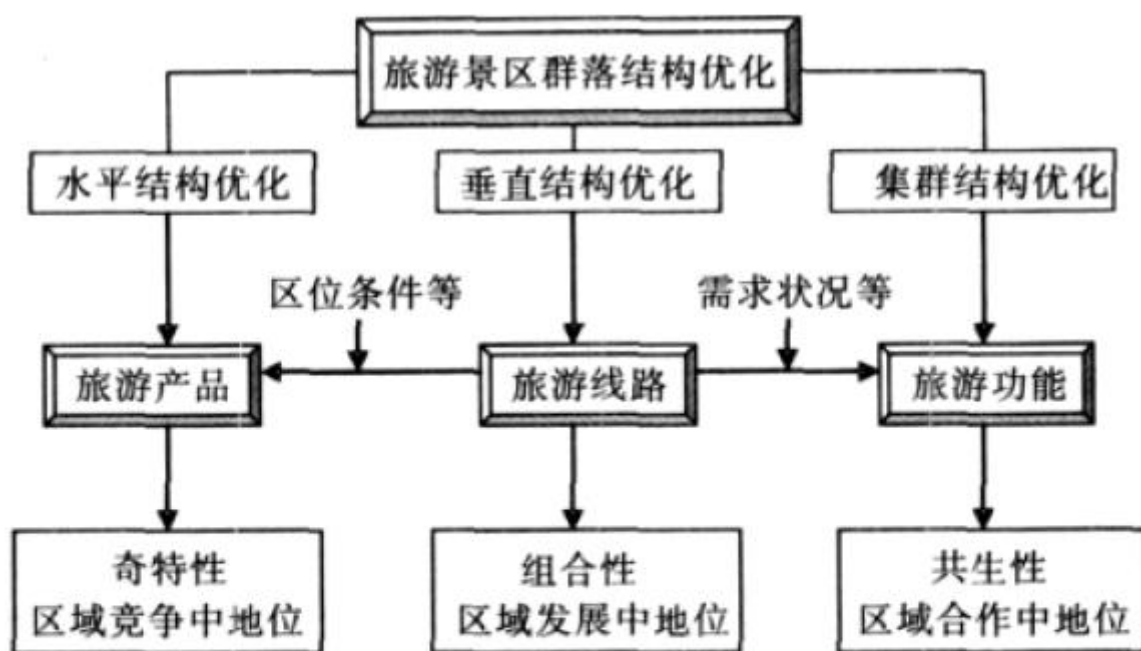


图 1 旅游景区群落结构“三位伦”及其关系

Fig.1 Tourist attractions community structure, “the three-lun” and its relationship

资料来源:参考文献[3],有修改。

旅游景区结构是指区域内不同旅游景区在空间分布以及与环境相互作用形成的结构，一般分为垂直结构、水平结构和集群结构。垂直结构是指组成旅游地的旅游景区在规模或等级上的分化状况，水平结构是指旅游景区在地域上的分布情况，而集群结构是指众多中小景区在同一区域或相邻区域的原生集群。

杨新军等人认为旅游者在进行区域旅游活动时，不同个体在使用旅游地的空间行为选择上具有很大的差异性，并总结了单一目的地、线型、基营式、环型和链式五种旅游行为空间模式^[4]。本文根据旅游者对旅游产品的消费行为，把旅游产品的空间结构理解为三种类型，即点状(景点、景区)、线状(主题线路)、网络状(以城市为中心，有周围的景点、景区串线组成)^[5, 6]。空间结构优化是点状、线状、网络状旅游产品合理搭配，即能以线串点，以线联网。从产品发展层次上说，点状产品处于区域初级产品阶段，线状产品是区域产品发展的中级阶段，而网络产品形成则预示着区域产品发展到了高级阶段，对区域旅游的辐射带动功能较强。

3.1.1 水平结构优化。根据群落中组成成员的分布情况，构成了生物群落的水平格局。类似地，特定区域旅游景区的水平结构是指旅游景区在地域上的分布情况。旅游景区的类型虽然很多，但对于某一特定区域而言，不可能开发出所有种类的旅游产品，这就需要对当地的资源、市场和竞争态势进行分析，找出最适合本地发展的若干优势产品，构成产品组合。从某种意义上讲，旅游产品的优化组合，实际上也就是对旅游景区水平结构的优化。

根据旅游产品的特点和区域构成，在实际操作过程中，各个旅游景区和景点应该独自投资开发产品，但旅游行政主管部门则应是对长株潭城市群范围内具有代表性的旅游产品，有针对性地优化组合，使它成为地区旅游业发展的主导、骨干产品，通过这些核心产品引导其它旅游产品的优化组合^[7]。面临激烈的市场竞争和挑战，长株潭各景区应优化营销策略、实施跨地区市场

营销,通过对观光旅游景区如韶山,休闲度假景区如水府旅游区、灰汤温泉,郊野旅游产品与城市旅游产品的创新和组合,进而在竞争激烈的旅游市场推出符合主要游客群体需求,以休闲度假为主导,同时3个城市旅游功能和形象定位又有所区别的旅游产品,从而吸引新的游客。

3.1.2 垂直结构优化。生物群落的组成在垂直高度上的分化状况称垂直结构,又称垂直分层现象^[8]。特定区域旅游景区的垂直结构是指组成旅游地群落的旅游景区在规模或等级上的分化状况。在长株潭城市群范围内,各个旅游景区之间除了有水平关系外,很少有垂直关系,同时由于受地域市场范围的限制,景区之间的合作除了在不同等级或不同类型之间进行外,同类型、同等级的景区合作只能通过产权关系进行,品牌景区与一般景区的偏利共生关系,可通过景区的治理结构调整来进行。根据彭德成的研究,景区治理结构是在景区范围内根据旅游资源的有效利用设计相关利益主体之间的制衡关系,以确保景区的健康发展,并满足景区各利益主体的需求。景区治理结构可以看成是管理好一个旅游景区的制度安排,其核心并非怎样进行管理,而是如何设计一个能够促进有效保护和合理利用的机制^[9]。此外,长株潭应从打造精品景区开始,努力形成精品与一般性景区的有机组合,通过旅游线路优化实现产品结构的优化和旅游产业的升级。

3.1.3 集群结构优化。特定区域旅游景区的集群结构是指众多的中小景区由于特定的地理、资源与文化历史条件在同一区域或相邻区域的自然集群,旅游景区产业链的本土化导致产业配套,形成旅游景区群落。在集群开发^②的过程中,景区集群结构的优化应在打造精品和极品的基础上,进行功能和形象的错位,构造不同的生态位。凭借长株潭旅游资源的差异性,组合不同类型的旅游产品,优先发展合适的休闲度假—商务旅游项目,力求在项目策划上求新、求异、求档次,避免简单重复,发挥产品之间的协作功能,增强产品竞争力,做到相互促进,相互影响,使冷点热点共同升温,并能使旅游资源和基础设施得到充分利用,便于在淡旺季各景点间协调客流,缓解景区季节性差异^[10]。通过重点扶持和发展特色景区和景区集聚带,引导同类景区向“端点”聚集,向集群方向发展,推动旅游景区集群结构优化升级。

3.2 长株潭旅游景区群落结构优化的措施

在区域旅游景区群落中,多个旅游景区个体为实现类似资源的共享和差异资源的互补,通过在客源市场、基础设施、品牌以及信息等方面的协同合作,从而达到在复杂的旅游地群落环境中共同发展的目的^[11]。总体来看,旅游景区群落结构优化实质是区域旅游竞争和合作的耦合联动,是避免区域内各景区在旅游资源开发上各自为政、重复建设、恶性竞争的有效措施。

3.2.1 努力实现极品带动整体战略。在集群开发过程中,必须在区域范围内精选一个或几个极品资源予以优先重点开发,使其成为吸引客源的核心,先将旅游者引进来,进而在整个区域范围内进行客源共享,以使周边竞争力相对较弱的景区得到极品景区的辐射,带动区域旅游景区的同步发展,达到区域旅游合作的目的。因此,在实施集群开发的过程中,选择类型各异、极具代表性的景点,打造极品具有相当重要的战略意义^[10]。由于资源组合特征和交通条件的影响等作用,长株潭主要旅游景点逐渐向各旅游“端点”聚集而构成区域性景区群落,较为典型的“端点”景区群落有韶山—花明楼“观光度假组团”、“都市娱乐圈”和浏阳“生态旅游组团”等。只有把长株潭整个景点群落“顶层层”的水平、档次加以全面提高,才能在此基础上对整个长株潭的旅游景区产生互利共生的“生态现象”,从而使整体得到发展(图2)。

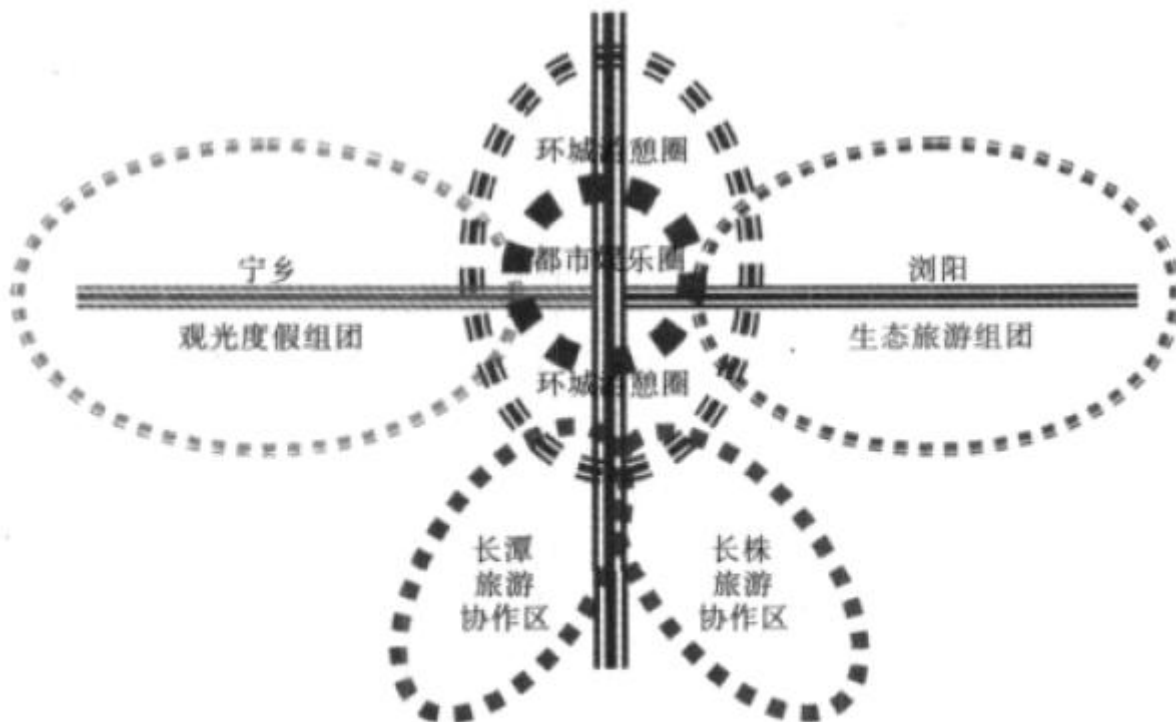


图 2 长株潭旅游景区群落空间布局意象

Fig.2 Changsha, Zhuzhou and Xiangtan tourist attractions community space layout image

总体意象为“白鹤翱翔”。在此布局中，各旅游区由点轴发展模式转向网络发展模式，形成旅游组团式发展，着力于形成面上的合力，符合长株潭城市群成为有强劲吸引力和区域带动功能的旅游目的地的长远发展目标。在此构想中，长沙核心区“都市娱乐圈”是心脏，“百里湘江风光走廊”是长沙旅游发展的轴线，“九曲浏阳河风景画廊”和“伟人故里文化景观走廊”为两翼，共同构成长沙市旅游发展的龙骨。总体布局依托长沙城区这一主核心，浏阳、宁乡这两大次核心，以城区都市娱乐圈为“头部”，以环城游憩带为腹部，以浏阳组团、宁韶组团为展开的双翅，以“长潭旅游轴”、“长株旅游轴”为有力的双脚，形成“白鹤翱翔”的发展格局。

3.2.2 使恶性竞争向互利共生转化。长株潭景区景点间的空间距离较近、景观多样性是长株潭旅游景区间形成互利共生关系的前提。从资源组合上看，长株潭既有丰富的自然旅游资源，又有深厚的人文旅游资源，资源类型可实现优势互补，互利共生。共生理论认为，共生系统进化的最终方向和根本法则是对称性互惠共生，它是最佳激励兼容状态和最佳资源配置状态[12]。由此可见，为了优化旅游地群落中的共生关系，可以积极采取有效的对称性互惠共生策略，即各旅游地应通过统一的共生界面，在基础设施、旅游资源、形象品牌、核心优势以及共生网络等方面共同承担义务，并在市场、品牌、信息和效益等方面彼此共享，从而使旅游景区群落最终在各区域形成稳定的互利共生关系。长株潭应采用对称性互惠共生策略促使强势旅游景区与其它弱势旅游景区或弱势旅游景区之间形成稳定紧密的互利共生关系，想方设法使整个区域旅游景区群落既能紧紧围绕同一个主题，又不会造成旅游形象的雷同，把恶性竞争转化为互利共生，是长株潭区域旅游发展的当务之急。

3.2.3 形成网络化集群式竞合关系。以自然类旅游资源为依托，打造一批为长沙、株洲、湘潭等假日休闲客源市场服务的旅游目的地，旅游节点增多，旅游空间格局将由目前的离散状态向网络化集群式竞合模式发展，如图 3 所示。

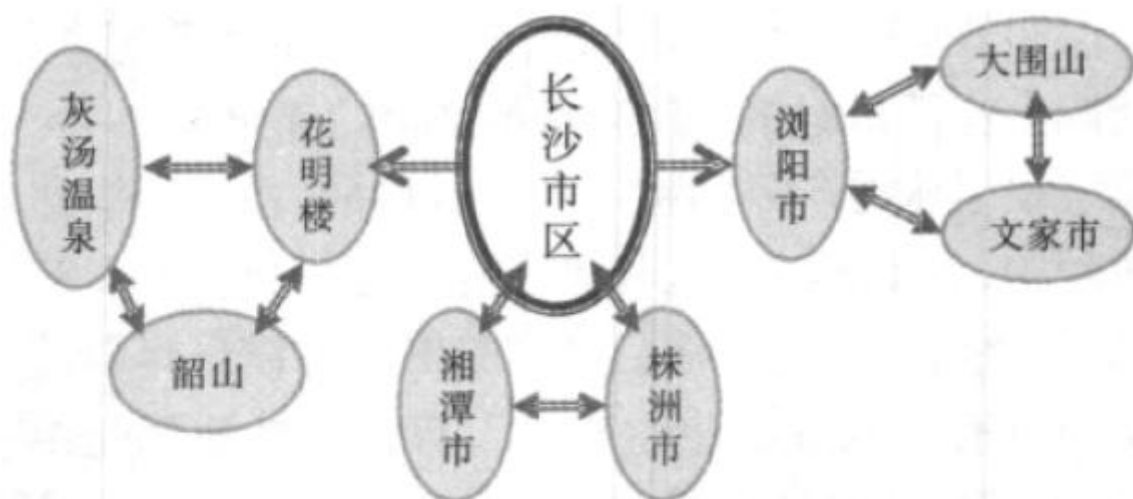


图3 长株潭旅游景区网络化集群式竞合模式

Fig.3 Changsha, Zhuzhou and Xiangtan tourist attractions competing cluster network model

在长株潭城市群旅游景区的构成和组合上，网络化发展与旅游业体系结构相配套是长株潭旅游景区发展的基本方向。构建长株潭都市娱乐休闲旅游板块、浏阳河流域生态旅游板块和宁乡—韶山观光度假协作板块。打通“长沙—花明楼—灰汤—韶山—水府”旅游公路，将灰汤温泉融入这一黄金线路之中，形成红色旅游与温泉旅游、滨湖度假相结合的旅游协作区；以长沙、株洲、湘潭中心城区居民为核心市场，以长沙郊县和边缘乡镇以及浏阳市西部乡镇、宁乡县东北部乡镇和株洲湘潭北部郊县（区）优质自然景观和乡村旅游资源为依托，以交通网络为纽带，构建“长沙环城游憩圈”；以浏阳市城区为核心，依托市区、大围山、文家市三大核心旅游区，以浏阳河为骨架，以交通网络为纽带，构建浏阳河生态旅游协作区，从而促进长株潭核心区域旅游景区群落结构的优化。

在长株潭范围内，打破行政区划界限使该区域旅游景区呈协作化、一体化发展趋向，必将促进长株潭旅游景区集群式发展和旅游目的地的最终形成。

4 结语

种群关系、互利共生和生态位理论分别体现到景区群落的空间结构上，就是同质景区和旅游圈的竞争与合作的关系，寻求种群关系和生态位的合理化，最终的目的就是实现生态系统的平衡，而处理好同质景区、旅游圈的竞合关系，最终目的就是实现景区群落的结构优化，形成产业集群。

旅游景区群落概念的提出是以区域旅游理论为基础，从生态学视角全面探讨区域旅游的空间关系，不仅具有理论创新意义，在旅游规划开发、以至于“两型社会”建设实践中也具有重要意义。但在实际处理区域旅游发展的过程中，还必须注意以下两点：①旅游景区群落的划分界定与一定的研究区域和观察尺度有关，因此必须灵活多变地运用。②旅游景区群落的空间关系并非一成不变，而是可以相互转化和不断优化，所以应发挥主观能动性，以促进旅游景区群落空间关系的优化。

参考文献：

-
- [1] 高卫国. 论云南旅游景区空间结构的发展趋势[J]. 玉溪师范学院学报, 2001, 17(5): 32 - 34.
- [2] 沈刚, 王昆欣. 天台县景区群落多样性的分析[J]. 浙江农业学报, 2006, 18(4): 230 - 233.
- [3] 李向明. 略论旅游资源生态位的概念与选择策略[J]. 旅游学刊, 2007, 22(2): 49 - 53.
- [4] 杨新军, 牛栋, 吴必虎. 旅游行为空间模式及其评价[J]. 经济地理, 2001, 20(4): 105 - 108.
- [5] 戴光全, 吴必虎. TPC 及DLC 理论在旅游产品再开发中的应用——昆明市案例研究[J]. 地理科学, 2002, 22(2): 80 - 87.
- [6] 牛亚菲. 旅游供给与需求的空间关系研究[J]. 地理学报, 1996, 55(1): 123 - 128.
- [7] 买托合提·阿那依提, 陆亦农. 和田地区旅游产品开发思路与对策[J]. 新疆师范大学学报(自然科学版), 2002, 21(3): 28 - 61.
- [8] 戈峰. 现代生态学[M]. 科学出版社, 2002.
- [9] 彭德成. 中国旅游景区治理模式[M]. 中国旅游出版社, 2003.
- [10] 夏玢. 景区集群开发对客流季节性分布的影响——以安徽省潜山县为例[J]. 安徽师范大学学报(自然科学版), 2005, 28(2): 234 - 237.
- [11] 邹仁爱, 陈俊鸿, 陈绍愿. 旅游地群落: 区域旅游空间关系的生态学视角[J]. 地理与地理信息科学, 2005, 21(4): 79 - 83.
- [12] 袁纯清. 共生理论及其对小型经济的应用研究(上)[J]. 改革, 1998, (2): 101 - 105.