

基于双重区位空间的湖南旅游业发展机遇探讨 ——“武广高铁”开通视阈

梁雪松

(浙江工业大学之江学院, 中国 浙江 杭州 310024)

【摘要】通过“高铁”运营为旅游业带来区位机遇的研究表明, 区位优势转换为旅游经济优势的中间环节——“武广高铁”的出现, 为湖南带来了南北双重区位空间转移机遇。交通的便利带来了旅游区位机遇响应, 使“小时旅游圈”建立了“同城效应”; 交通的便利使旅游淡旺季逐渐模糊, 让游客的出游和旅游消费更趋理性, 也给今后的旅游带来了转变。同时, 根据抽样调查取得的基础数据统计得知不同的交通距离对游客出游选取交通工具的竞争点和临界值, 并得出相应的结论和启示。

【关键词】 区位优势; 武广高铁; 空间转移; 湖南旅游

【中图分类号】 F592 **【文献标识码】** A

众多事实证明, 区位优势并不等同于旅游经济优势, 只有某一特定时期, 出现了某种特殊条件, 区位优势方可迅速转化为旅游经济优势。在区位优势转化为旅游经济优势的过程中, 需要一个重要的中间环节, 这个环节就是区位优势。

1 旅游区位与区位优势

1.1 旅游区位

旅游区位是通过旅游目的地与其客源地相互作用中的相关位置和交通可达性来体现的。它可以看成是旅游目的地对其周围客源地的吸引和影响, 或一个客源地对其周围旅游目的地的选择性与相对偏好, 区位因素对旅游业的发展具有推动或制约作用^[1]。确定一个区域的旅游发展战略可以运用旅游区位理论来考察本区域旅游发展的布局、发展方向、发展规模、发展强度等。

1.2 区位优势与区位优势

区位优势是空间资源的禀赋优势, 是区位优势概念的外延, 是一种客观存在。由于空间关系是地区的自然属性, 因此, 空间资源的禀赋具有相对稳定性, 区位优势也具稳定性。但要把这些资源优势或潜在优势转化成现实的经济优势, 必须有外部注入强大动力的情况下才有可能^[2]。对于旅游业而言, 只有在特定条件发生巨大变化, 即机遇出现时, 一个地区或城市的旅游空间关系才能得以优化, 区位优势才可以转化为巨大的旅游经济优势。

收稿时间: 2010 - 01 - 18; **修回时间:** 2010 - 03 - 20

基金项目: 国家自然科学基金项目(编号: 40771058)和浙江省旅游科研项目(编号: 2009LY30)联合资助。

作者简介: 梁雪松(1959—), 男, 辽宁大连人, 博士, 副教授, 高级经济师。主要研究方向为区域旅游和旅游行为。E-mail: xsljpc@263.net。

所谓区位优势就是指通过优化空间关系，促进区位优势转化为经济优势的各种机遇，是旅游业发展过程中出现的有利于旅游经济发展的特定条件，是将旅游空间资源优势转化为经济优势的介质。因此，区位优势是区位优势转化为经济优势的重要中间环节。也就是说一个地区(城市)旅游经济的发展，不但要掌握当地的区位优势，还要科学分析可能出现的区位优势，更要善于把握住关键的区位优势。这些关键的区位优势是激活区位优势的强大引擎，是促进地区经济突飞猛进和经济能级迅速提升的巨大动力。比如“武广高铁”的开通运营就是湖南在新世纪遇到的实现旅游经济腾飞而不可多得的关键区位优势。

1.3 湖南旅游区位评析

在以往的研究中，学者们普遍把湖南的区位定位于“沿海的内陆，内陆的前沿”；冷俊峰强调了湖南是华南交通的重要枢纽，具有明显的区位和交通优势^[3]；王娟指出湖南的区位优势明显，旅游资源非常丰富，但在全国旅游产业竞争力中处于中游区^[4]，而王凯认为湖南处于较弱区^[5]；曹新向则认为湖南旅游业的发展处在较强潜力区^[6]。总之，虽然湖南旅游资源丰富，旅游区位优势明显已得到共识，但几乎没有学者认为湖南旅游业的竞争力在全国处于较强位置。湖南旅游区位优势没有完全转化为现实的经济优势的原因就是没有遇到来自外部注入的强大动力，一旦出现了机遇，旅游优势和资源的禀赋优势都将转化为巨大的旅游经济优势。

湖南省位于中国的中部，地处“9+2”中心区，北靠长江黄金水道，南临广东沿海，地理位置优越。从空间结构上看，南接珠三角，东接长三角，湘鄂联手合作又同为中部地区，湘西北还在我国大西北开发范围之内，是承东接西、南联北进的枢纽地。东部沿海的长江三角洲和南部沿海的珠江三角洲经济发达，是我国主要的旅游客源地区，上海、武汉、广州、重庆是我国四大旅游中心城市（图1）。湖南正好处于中国人口最稠密、经济发展最快、旅游消费能力最强的经济区域以及四大旅游中心城市相互吸引和相互辐射的交互地带，既可得利于沿海地区客源的扩散，又能受惠于内陆地区客源的交流，旅游市场区位条件十分优越。京珠高速公路湖南段于2005年11月30日建成并全线通车，2009年12月26日作为京广高铁主要路段的“武广高铁”建成通车，标志着湖南省以长沙为中心，南北贯通、东西连接的“两高”（高速公路、高速铁路）主骨架已经构成。同时，境内有京广、湘桂、湘黔、浙赣、枝柳5条铁路和77条国、省道公路，10 000多km内河航道，40多条空中航线，构成了水陆空互相衔接纵横交错、通江达海的综合性的立体运输网络。良好的交通为发挥旅游城市群和中心旅游城市的辐射、带动作用创造了良好的条件。

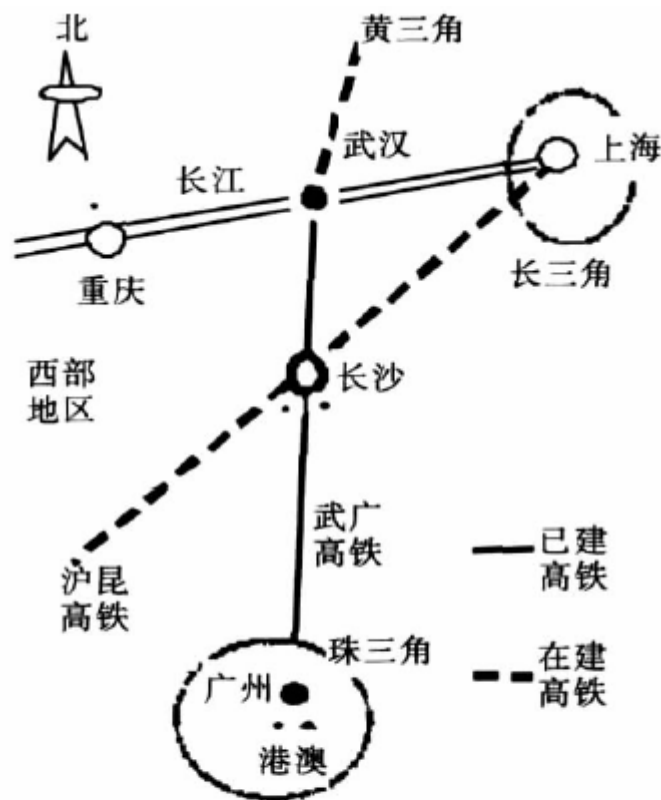


图 1 湖南旅游区位图

Fig.1 The locations map of the tourism transportation of Hunan Province

2 湖南对“武广高铁”机遇的旅游区位响应

以往，人们重视区位优势分析，却无法找到区位优势不能转化为旅游经济优势的原因。实际上破解阻碍区域旅游经济发展区位瓶颈的过程就是寻找区位机遇的过程。

2.1 高铁机遇和先发效应

由于中部经济塌陷及旅游交通延时等种种因素的影响，湖南的旅游资源和区位优势一直未能转化成旅游经济优势，也一直没能进入旅游强省的行列。随着湖南参与各种形式及各种范围的区域合作，使得湖南有更多的机会释放长期蓄积起来的旅游经济发展潜能^[7]。如果说区域旅游合作中呈现的区位机遇是湖南区域旅游经济发展的助推器的话，那“武广高铁”将是助推器上的加速器。如果能够抓住这些难得的机遇，湖南旅游将取得明显的经济效应和先发效应。

“武广高铁”机遇的区域旅游经济效应和先发效应包括以下几个方面。首先，优化了“泛珠三角”地区交通网络的空间格局，推动了中部地区与珠三角前缘各地区的旅游经济发展；其次，对连接长江流域与珠三角地区的旅游经济往来有着重要意义；第三，高铁时代将以其高速度、高效益改善沿线城市旅游联动发展的战略格局，将调整武汉、长沙、广州间各城市的旅游区位态势，一些处于神经末梢的城市将转变为面向珠三角以及全国的前沿旅游城市。同时，将涌现一批新旅游经济增长极，如岳阳、韶山、湘潭、株洲等。

2.2 区位优势的双重空间转移响应

对于湖南旅游而言，首先要考虑的是客源进入该区域的便捷程度。虽然区位优势是多种多样的，但高铁是湖南当前从根本上改善其与毗邻区域双重空间关系的重要区位优势。长期以来，湖南的旅游交通受到两大瓶颈的制约：一是省内交通整合的艰巨性。如大湘西和湘中等区域由于交通瓶颈的制约，旅游资源优势难以转化成经济优势。但随着省内交通干线的逐步建成通车，旅游经济开始步入发展的快车道，如2003 年上瑞高速公路潭邵段建成通车，将湘中与长株潭连为一个整体，湘中旅游区2004 年的旅游总收入同比增长了35.41%，居全省之首；二是与外界交通联系的延时性。虽然有京珠高速公路和京广铁路沟通南北的大动脉，但对于珠三角和北京地区两大市场的客源还是因为交通时间的过长，其吸引力受到极大的影响，成为阻碍湖南旅游经济发展的主要区位优势瓶颈。

“武广高铁”是迄今为止世界上第一条时速350km 的客运专线，该线在湖南境内站点最多，线路长达518km，沿线城市的旅游发展获益也将最大。它的开通运营，使武汉城市群、长株潭城市群和珠三角城市群有机连为一体，长沙到广州直达仅需2h，长沙到武汉直达仅需1h，“小时旅游圈”使跨区域间的“同城化”时代得以实现，带动了“广—长—武旅游经济带”的形成。“武广高铁”的建成通车为湖南旅游业的发展提供了双重区位优势转移的大好机遇，速度带来的客流或将为三地旅游开创一番新天地，对实现与“泛珠三角”区域各省区的旅游经济结构互补、促进鄂湘粤及周边地区的旅游合作、拓展北方内陆腹地市场以及旅游产业结构的优化调整都将具有重要意义。

2.3 区位优势的双重旅游合作响应

另一个发展机遇是双重区域旅游合作的区位优势。湖南利用其特殊的区位优势参加并实践了“泛珠三角”（2005）与“中部六省”（2006）的区域合作。作为最先将触角延伸至两大区域的大湘南和环洞庭湖区域的旅游总收入在2006 年分别增长25.19%和46.48%，排在全省前列^[9]。从地理区位来看，湖南的双重区域旅游合作既是纵向的也是横向的，纵向合作主要是指与南面的粤、港、澳和北面的湖北等旅游发达地区的合作，主要强调相互之间的客源与市场互动、市场培育和经验交流，达到双赢的目的；横向合作主要是指与东西两面的福建、江西、重庆、四川、广西、贵州等省的联合，主要强调产品组合、线路连接，实现多赢的目的。横向联合还要根据高铁网络的进一步建设发展，考虑与长三角、环渤海等其他区域的合作。可以预测，随着“武广高铁”的开通运营和区域旅游合作的深入开展，湖南借助交通和区域旅游合作的互动，五大区域的旅游经济格局将发生更大的变化。

2.4 区位优势的战略价值和效应响应

高铁时代将缩小区域之间的差距，以前那种因为交通因子造成区域旅游发展瓶颈的局面将大为改善，各地会站在同一个旅游交通资源平台上。客观来说，湖南的旅游资源在“武广高铁”沿线这块较大的辐射区域内，还是有很强的品牌优势。以前受制于交通的制约，这些知名景区在吸引珠三角、港澳地区的客流量上，还不如广州附近一个普通名景区多。但“武广高铁”的开通，将沿线的3 大省会城市，9 大地级市链接形成串珠状的现代交通构架，旅游与城市扩张的脚步借着“武广速度”大步向前，也使湖南旅游业实现“借道超车”，使湖南这些知名景点的比较优势凸显出来，在粤、湘、鄂三省区域中，湖南旅游产业的效应响应将是最明显的。

根据规划，不久湖南将面对京广高铁的全线贯通，同时连接长三角的沪昆高铁也将建成，到那时湖南将是这两条“十”字高铁的交汇点，也是国家“四纵四横”高铁新干线中最重要的南方节点。一条“武广高铁”的建成，就给了湖南旅游产业带来了这么大的机遇，如果进入更广阔的中国高铁时代，带给湖南旅游产业的将是更大的机会。因此，应从战略视野角度来考虑“武广高铁”运营将逐步产生的深层次战略价值和效应。

一是由量变引发的质变效应。“武广高铁”的开通运营极大地改变了城市旅游方式、出行形式和商务模式，极大地缩短了

广州、长沙、武汉之间的往来时间，这是一种“量”的显性提升。但它带来的优势并不只是这种“量”变，而是通过缩短城市间的心理距离，满足三地居民“同城”消费、旅游和出行往来的需求，使游客同时共享三地旅游资源成为现实，从而催生着三地互动与兼容的旅游方式、出行形式和商务模式，极大地改善了沿线各城市旅游生活质量，这就是“武广高铁”运营由量变而带来的质变。

二是“轨道旅游经济”效应。“武广高铁”作为我国乃至世界具有示范性、样板性和标志性的轨道产品，引起了社会各界广泛关注。随之而来的将是大量有关“轨道旅游产品”的开发设计，也必将带来可观的“轨道旅游经济”效应。

三是旅游发展战略的杠杆效应。“武广高铁”给广州、长沙、武汉三地旅游发展首先带来的是客源的高速流动，随之而来的是其负载的一系列旅游才智、信息、文化、机遇等各种城市间旅游战略合作的核心软资源。因此，“武广高铁”运营对于三地间旅游产业资源整合和深度战略合作具有明显的支撑和带动效应，从而有助于三省地区空间经济战略组合的进一步优化和深化。而从长期来看，它的作用必将向着更加深远的战略层次延伸和发展。

3 “小时旅游圈”建立“同城效应”

目前，有些学者研究了“小时都市圈”或“小时经济圈”等内容。笔者所提出的“小时旅游圈”是将二者联系起来，不仅是指旅游交通距离所需要的1—2h的时间概念，更主要的是指通过旅游交通和旅游资源，以具有较高首位度、凝聚力和聚集功能强的城市或景区为旅游中心，且通过这些中心城市或景区辐射带动若干个与之密切关联的腹地城市和景区，并构成环（带）状的旅游经济区域。

交通条件是旅游业发展的重要基础，“武广高铁”发达的交通条件将使旅游出行变得方便、快捷，使三省沿线地区景区点之间的时空距离感大大缩短，三省之间正式进入了“小时旅游圈”，使广州、长沙和武汉“同城效应”、“一体化”更加明显，湖南成为广东和湖北的近距离休闲旅游地。这必然带动和促进湖南旅游的载体空间拓展，影响和改变湖南旅游业的总体布局。

如果以“武广高铁”为轴，以长沙、武汉、广州为起点，以一小时为基准进行画圆的话，则可以清晰的看到长株潭城市群正被武汉城市群和珠三角经济区包围起来，形成北靠武汉长江，南邻广州沿海的立体“黄金走廊”，长株潭城市群战略地位将得到有力提升（图2）。长沙、株洲、湘潭3市作为湖南区域旅游的核心部分，其旅游发展规模及水平在全省都有着明显的优势，再凭借其优越的旅游经济条件和交通网络，能够发挥其在旅游空间结构中的组织、聚集、辐射扩散以及传输等作用，可以带动周围城市和区域旅游业的发展。

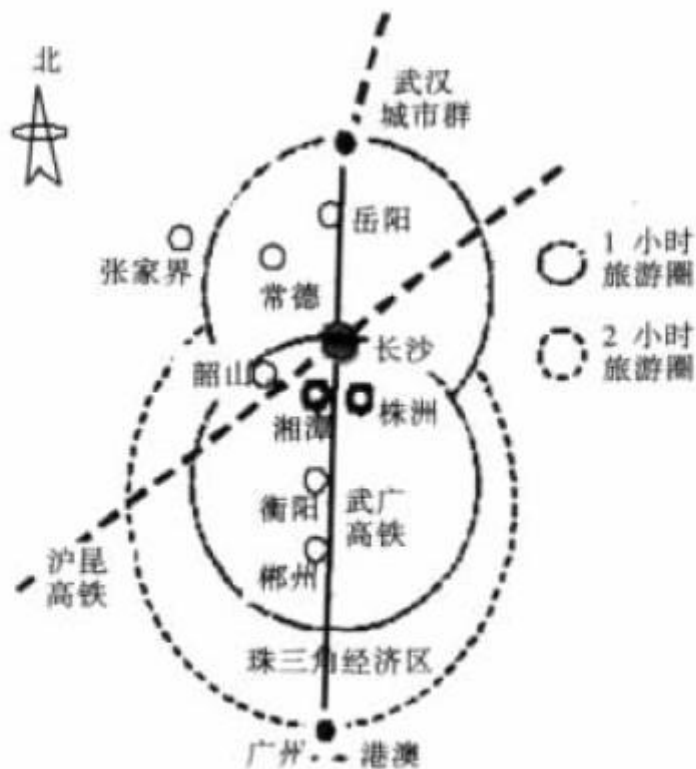


图 2 小时旅游圈范围图

Fig.2 The figure of the circle of one hour tourism

通过最小的活动量，获得最大的接触机会，是人类活动的基本规律，旅游活动也同样遵循这一规律^[8]。尽管旅游地与客源地间的直线距离是固定的，但随着科学技术的进步和两者间交通条件的改善，交通时间、费用、旅途舒适程度都会得到改善，真可谓“距离不是问题，速度改变旅游”。因为旅游者决定旅程长短的最重要的条件是时间、旅程费用和旅途疲劳度，因此，区域旅游业的发展与交通因子紧密相关。根据国外的研究证明，与飞机等其他交通方式比，在500km左右的距离上高速列车具有竞争力，旅游交通2h左右，常作为休闲旅游或者周末旅游一个关键时间分界点，同时，也是游客乘坐交通工具旅途疲劳的临界值。这一点也通过笔者的实际调查得以证实（表2）。

笔者与部分同事及学生于2010年1月初，利用节假日时间在长三角地区的上海、杭州、宁波、温州、湖州、南京、苏州等7个城市进行了问卷调研，共发放问卷750余份，回收率在90%以上。问卷以关于各类交通工具出游的选择为主题，内容涉及20大项34小项，相关的部分调研数据见表1、表2和图3。

表 1 游客对各种旅游交通工具的选用原因
 Tab.1 The reason for tourists of choosing each kind of
 tourism transportation

项目	价格及影响	选择原因
汽车	较低,对游客出游消费影响不大	方便、机动、灵活、自我
火车	较低,对游客出游消费影响最小	经济、安全、方便
高铁	较高,对游客出游消费影响较大	迅捷、方便、安全、舒适
飞机	较高,对游客出游消费影响大	迅捷、舒适

资料来源:根据调研资料计算所得。

表 2 游客对各种旅游距离及交通工具的选用偏好
Tab.2 The preference for tourists of choosing each kind of tourism distance and transportation

距离与选择	汽 车	火 车	高 铁	飞 机
出行距离	<200km	<200km	<200km	<200km
选择比例	90.10%	7.80%	2.10%	0%
出行距离	200- 300km	200- 300km	200- 300km	200- 300km
选择比例	44.20%	32.20%	23.60%	0%
出行距离	300- 400km	300- 400km	300- 400km	300- 400km
选择比例	25.40%	36.60%	34.90%	3.10%
出行距离	400- 500km	400- 500km	400- 500km	400- 500km
选择比例	15.10%	30.40%	47.30%	7.20%
出行距离	500- 600km	500- 600km	500- 600km	500- 600km
选择比例	7.10%	15.30%	63.40%	14.20%
出行距离	600- 700km	600- 700km	600- 700km	600- 700km
选择比例	4.70%	8.80%	42.20%	34.30%
出行距离	700- 800km	700- 800km	700- 800km	700- 800km
选择比例	2.40%	8.40%	33.80%	55.50%
出行距离	>1 000km	>1 000km	>1 000km	>1 000km
选择比例	0.40%	6.80%	23.30%	69.50%

资料来源:根据调研资料计算所得。

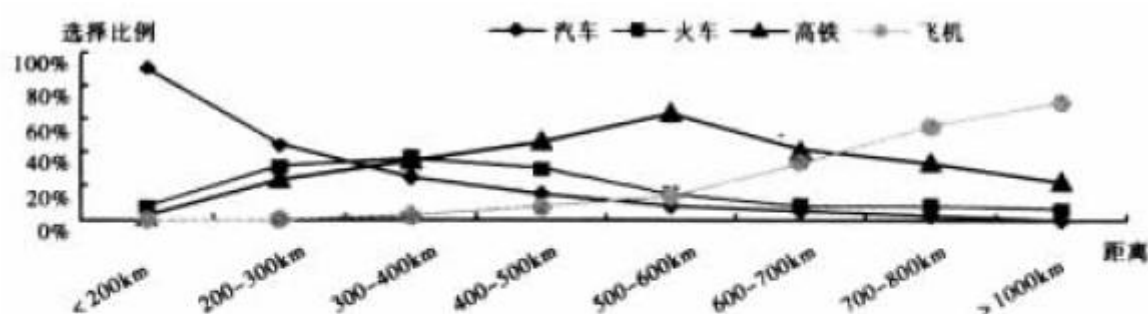


图 3 游客对各种旅游距离图及交通工具选用的比例
Fig.3 The scale of choosing tourism distance and transportation by tourists

根据表 1 的分析得知，游客对陆路交通工具选择的倾向表现为经济、方便、安全和快捷。为了方便和机动多选用汽车；为了经济和安全多选用火车；为了迅捷、方便而又安全多选择高铁。当然旅游交通距离对游客选择何种交通工具起了决定因素。

根据表2 和图3 数据分析看出，在200km 以内出游，游客选用汽车的比例高达90%以上；在200—300km 范围出游，游客选用交通工具依次为汽车、火车和高铁，选择的原因主要与个体经济条件有关；在300—400km 范围出游的游客选用火车和高铁的比例相近，选用汽车的比例相对变小，同时，出现了经济条件好的游客选用飞机作为出游交通工具；在400—500km 范围出游，高铁已成为游客选择交通工具中比例最高的；而在500—600km 范围出游的游客中达63%的选用高铁，成为高铁选用的最高值；在600—700km 范围出游的游客中，虽然选用高铁的稍多于飞机，但游客多提出如果飞机折扣好的话，会选用飞机出游，因此，可以说700km 是游客选择高铁还是飞机作为出游交通工具的一个竞争点；从700—800km 范围开始，尤其是1 000km以上的距离，游客出游多以选用飞机作为主要的出行交通工具。同时发现选用汽车和火车出游的游客比例都降到最低值。另外，随着科技的进步，交通工具的发达，普通火车作为游客出游工具的选择将越来越少。

通过调研我们还发现，交通的便利使旅游淡旺季逐渐模糊，让游客的出游和旅游消费更趋理性，也给今后的旅游带来了转变。首先是出游时间的改变。因为“小时旅游圈”的形成，游客在出游时间的选择上更加灵活，集中出游的人群将在一定程度上得到分流，旅游淡旺季的界限将有所淡化，部分景区、重点时段的结构性供需矛盾会得到一定的缓解，客流的空间、时间分布将趋于均衡；其次是出游方式的改变。游客的出游方式将以“小时旅游圈”的范围，从传统的团队游转变为以散客游、自助游、周末游等短线游为主；第三是出游形式的改变。游客将会趋于高铁“一条线游下来”。因此，这种旅游方式的改变，必将给湖南带来比以前更多的旅游客源和前所未有的发展机遇。

4 对策与建议

虽然湖南具有地处南北双重区位优势，旅游业的发展也取得了长足的进步，但明显可以看出在国内客源市场比重与区位优势不符，而且旅游整体实力与区位优势不符。面对“武广高铁”开通这个大好机遇，特提出如下对策和建议。

4.1 尽早开展全方位的区域旅游合作

为迎接全国性高铁时代的到来，通过“武广高铁”的先发优势，与周边省区和著名旅游区域联合。一是与东部长三角地区等省市的资金、市场、人才、信息优势作为互补联合；二是应加强与西部省区的联合，资源共享，客源互流，吸引中西部地区的游客；三是加强与港澳台地区的联合，在项目开发、客源市场促销、旅游线路开发等方面合作，共同发展国内外旅游业务；四是与广州、上海和北京等主要出入境港口城市合作，开拓国际旅游市场。

4.2 打造个性化产品体系，改变营销战略

交通条件的变化会加快“散客时代”的到来，旅行社要改变营销战略，推出多元化的旅游行程组合，开发个性化的自由行和半自助游产品，以满足不同的需求。如开发长沙、郴州、邵阳、益阳等地的温泉和农家乐等休闲度假旅游产品，让湖北、广东的游客周末下班后乘坐高铁感受夜长沙的魅力，体验温泉和农家乐的快乐。同时，随着交通的快捷，游客在景地停留时间将大大缩短，将对旅游六要素中住、购、娱三环节带来严重冲击。因此，应全面研究在住、购、娱环节上提升档次，增强吸引力，尽力延长旅客停留时间，促进其充分消费。

4.3 实现区域内部一体化和市场化

鄂湘粤三省间山水相连、人缘相亲、交通相接，有天然的交往合作关系和亲情友好传统，可以从以下几个方面实现一体化和市场化。一是三地的旅游产品和客源市场，可从内部市场互生、外部客源共享，达到优势互补，实现区域内部一体化和市场化。

化共同发展的局面。二是采取一致的步调对外进行高铁形象宣传，形成区域营销合力。三是精心谋划举办“乘高铁”旅游文化活动。四是加大对外宣传和市场推介力度。设计制作高铁旅游宣传片，在沿线火车站候车室大屏幕24h 滚动播放，并设置旅游信息指南广告灯箱，制作高铁旅游资讯网页，印制乘高铁旅游、消费指南和宣传张贴画等统一宣传高铁旅游，推销“轨道旅游产品”。

4.4 激发“高铁旅游”运营的杠杆功能，发展都市旅游

都市旅游使人们在旅游体验活动中更加关注城市的文化、形象、活力及其由此而形成的综合魅力。就“高铁旅游”发展而言，需要沿线相关城市整体的经济引力、文化魅力、社会活力和区域合力的支撑。只有充分发挥这种综合外力的吸引和推动作用，才能使更多的客流、信息流、资源流等通过“武广高铁”这一主动脉源源不断地聚集、交流到沿线的各旅游城市和景区，聚集和整合区域内的旅游经济要素，形成旅游城市综合魅力，把聚集的人流转化为促进商贸旅游文化发展的消费流，增强城市的旅游功能，带动区域经济的快速增长^[10]。

5 结论

在区位优势当中，地域结构因子是会发生动态变化的，是可以随着交通、通讯等基础设施的变化而变化的，交通的改善将给旅游地发展带来深远的影响，给旅游者出行带来更多的选择，将导致区域旅游空间格局的重构和演变。这种影响的性质、范围和程度对于湖南有多大，目前尚不得而知，但是无论如何这次的区位机遇是难得的。因此，今后需充分利用“武广高铁”带来的发展机遇，从四个方面入手进行调整，首先要树立自信心；第二是梳理现有的资源和产品，进行重新整合包装；第三是对南北两个客源市场做深入调研，开展卓有成效的营销；第四是提高湖南旅游合作的层次，增强旅游城市群和旅游中心城市的辐射带动功能，以大交通促大旅游，借助“武广高铁”实现国内旅游发展的腾飞。今后还应研究分析高铁交通在湖南旅游地发展中的作用，揭示高铁交通要素对湖南旅游目的地空间结构演化的影响机制和优化模式，进一步探讨高铁交通系统和旅游系统演化之间的空间耦合规律，从而有助于湖南旅游目的地管理和营销战略的制定。

参考文献：

- [1] 梁雪松，马耀峰，李天顺. 旅游区位与市场拓展关系的研究[J]. 地域研究与开发，2007，26(1)：263 - 266.
- [2] 李子蓉，吴聘奇，汤建中“. 跨海大桥时代”的区位机遇与舟山的区域响应[J]. 上海经济研究，2007(9)：76 - 82.
- [3] 冷俊峰，蔡杰. 湖南省区域旅游经济发展问题研究[J]. 内蒙古科技与经济，2006(23)：7 - 9.
- [4] 王娟. 中国省域旅游业竞争力综合定量评价[J]. 人文地理，2006，21(2)：78 - 82.
- [5] 王凯，韩贵锋. 中国省区旅游竞争力的测评与评价[J]. 湖南师范大学学报，2006，29(2)：106 - 111.
- [6] 曹新向. 中国省域旅游业发展潜力的比较研究[J]. 人文地理，2007，22(1)：18 - 22.
- [7] 邹家红，杨洪，等. 面向双重区位发展机遇的湖南旅游发展战略研究[J]. 国土与自然资源研究，2008(3)：83 - 84.
- [8] 刘丽梅. 旅游业发展的区位理论探讨[J]. 内蒙古财经学院学报，2003(1)：15 - 18.
- [9] 邹家红，杨洪，王慧琴. 湖南区域旅游发展差异的系统分析[J]. 热带地理，2009，29(4)：379 - 383.

[10] 江燕玲, 张果 “. 1 小时经济圈”与重庆都市旅游可持续发展[J]. 重庆科技学院学报 (社会科学版), 2007(3): 83 - 84.