



寇小萱 主编

# 旅游国际化 与旅游圈建设

——基于天津的分析

I  
N  
T  
E  
R  
N  
A  
T  
I  
O  
N  
A  
L  
I  
Z  
E  
D  
T  
O  
U  
R  
I  
S  
M

天津人民出版社

# 旅游国际化与旅游圈建设 ——基于天津的分析

寇小萱 主编

天津人民出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

旅游国际化与旅游圈建设：基于天津的分析/寇小萱主编. - 天津：天津人民出版社，2008.10  
ISBN 978-7-201-06090-3

I. 旅… II. 寇… III. 旅游经济-经济发展-研究-天津市  
IV. F592.721

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 152059 号

天津人民出版社出版、发行

出版人：刘晓津

(天津市西康路 35 号 邮政编码：300051)

邮购部电话：(022) 23332469

网址：<http://www.tjrmcbs.com.cn>

电子信箱：[tjrmcbs@126.com](mailto:tjrmcbs@126.com)

天津市同利印刷有限公司印刷

2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

880 × 1230 毫米 32 开 9.5 印张

字数：200 千字

定价：25.00 元

# 前 言

该书是天津市教委科研专项课题《天津国际化旅游发展战略研究》(项目编号:2006ZH93)的部分成果,属于专著型科研成果。

天津市旅游业发展已经进入新的以质量提升为特点的发展时期。以服务滨海新区开发开放为契机,着力打造“近代中国看天津”文化旅游品牌,重点建设都市观光、休闲度假和商务会展三大旅游品牌体系支撑项目,加速推进旅游产业转型升级,使天津旅游业发展步入健康快速发展阶段。2007年全市接待海外旅游者103.23万人次,旅游外汇收入7.79亿美元,与上年同比分别增长17.2%和24.4%;国内旅游接待人数6017.75万人次,国内旅游收入685.92亿元,同比分别增长9.8%和13.8%。旅游外汇收入和国内旅游收入分别位居第10位和第11位。

都市旅游业和城市的经济发展水平相辅相成,相互促进。都市旅游业发达是国际化大都市的一个基本特征。1966年时,英国规划大师彼得·霍尔就将都市旅游业解释为世界城市的一种主要产业部门,是国际化大都市的七大特征之一。纽约、伦敦、东京、巴黎、香港、洛杉矶、新加坡、法兰克福、悉尼、多伦多、日内瓦、布鲁塞尔、柏林、大阪等不仅是世界著名大都市,同时也是世界上著名的旅游城市。也就是说旅游业是否发达已成为衡量一个城市是否跨入世界级城市行

## 2 旅游国际化与旅游圈建设——基于天津的分析

列的标志。

中央把加快推进滨海新区开发开放纳入国家总体发展战略,为天津发展提供了难得的历史性机遇,使得天津在中国环渤海经济带区域以及实施全国总体战略部署中的地位更加重要。同时,也对进一步推进天津市的开发开放和国际化提出了更高要求,天津市发展国际化旅游也成为顺应时代发展的必然选择。

与滨海新区开发开放密切相关,天津日益成为国际重大赛事、活动的举办地,如天津是2008年奥运会六个协办城市中距离北京最近的一个,将成为北京奥运“辐射效应”的最大受益者;天津作为2008年达沃斯夏季论坛、2013年第六届东亚运动会举办地以及位处东北亚区域合作的核心位置等,都将有效地推进天津市的国际化进程。国际化旅游是现代旅游发展的更高阶段,已经引起国内旅游业界以及重要旅游地区如上海、北京、桂林和黄山等地的重视。

基于天津市未来旅游业发展的客观要求,由天津商业大学原旅游管理学院主持,并联合校内国际教育学院、法政学院、外语学院和大学外语教学部等相关部门,向天津市教委申报了《天津国际化旅游发展战略研究》专项科研课题。2006年8月11日在天津商业大学召开了“天津市高校人文社科研究项目立项论证会”,正式论证通过了上述项目及其子课题的立项。该书稿是对相应旅游发展研究专题的凝炼。

《天津国际化旅游发展战略研究》课题,以发展战略研究为主线,以国际化旅游研究为切入点,以天津滨海新区成为国家发展战略为契机,以天津市旅游产业发展为研究对象,从旅游产业集群建设、核心竞争力培育、支撑体系建设、区域竞合模式、旅游资源多语建构、旅游人力资源开发等方面,深入探讨了天津市国际化发展的相关问题,力求为天津国际化旅游城市建设提供具有前瞻性、科学性、创新性的

发展战略依据。

该课题研究自始至终得到了天津商业大学校长刘书瀚博士、副校长滕建辅博士以及科研处处长张坤生博士、学报编辑部刘禹宏博士和天津市旅游局及滨海新区管委会等相关单位的热情支持和指导；原天津商业大学旅游管理学院副院长（现天津师范大学管理学院院长）韦福祥博士在该课题立项阶段做了大量组织和协调工作；2006年—2007年间，该课题相关人员分别出席了上海和北京都市旅游国际会议以及第十三届国际饭店、餐馆、教育理事会和第五届亚太旅游教育理事会联合年会，上述会议信息为本课题的研究提供了前沿性的学术信息支持。

可以说，该课题成果的完成，标志天津商业大学以旅游发展研究为切入点之一，在提升学术实力和社会影响方面向前迈出了重要一步。

我们要特别感谢天津市教委对该项目的立项给予的大力支持；感谢天津人民出版社对于该课题成果出版给予的支持与帮助；在此还要特别感谢为本书的出版付出了诸多辛苦的天津人民出版社编辑任洁女士。

天津旅游业面临空前的发展机遇。衷心期望本书的问世能对天津旅游业的发展提供有价值的借鉴。风景这边独好！我们有理由相信，历经600年磨砺的天津在今后的岁月里，借滨海新区开发开放之势，一定会更加充满生机，“渤海明珠”一定会更加璀璨夺目！

编者

2008年5月10日

# 目 录

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| 前 言 .....                   | ( 1 ) |
| 第一章 绪论 .....                | ( 1 ) |
| 第一节 国际旅游的发展特征及趋势 .....      | ( 1 ) |
| 第二节 旅游国际化与旅游圈建设 .....       | ( 7 ) |
| 第三节 全书研究思路 .....            | (12)  |
| 第二章 东北亚旅游圈 .....            | (14)  |
| 第一节 东北亚的概念 .....            | (14)  |
| 第二节 东北亚旅游圈建设的背景 .....       | (26)  |
| 第三节 建设东北亚旅游圈的优劣势分析 .....    | (32)  |
| 第四节 东北亚旅游圈建设的目标 .....       | (36)  |
| 第五节 东北亚旅游圈建设的规划与思路 .....    | (38)  |
| 第三章 中、日、韩三国旅游圈 .....        | (47)  |
| 第一节 中、日、韩三国经济社会文化发展概况 ..... | (47)  |
| 第二节 中、日、韩三国经济、社会文化关系 .....  | (58)  |
| 第三节 旅游在三国的地位及发展状况 .....     | (66)  |
| 第四节 三国联结旅游圈建立的作用 .....      | (83)  |

## 2 旅游国际化与旅游圈建设——基于天津的分析

|     |                               |       |
|-----|-------------------------------|-------|
| 第五节 | 中、日、韩三国联结旅游规划 .....           | (86)  |
| 第四章 | 国际化旅游城市建设 .....               | (95)  |
| 第一节 | 天津在东北亚旅游圈建设中的地位 .....         | (96)  |
| 第二节 | 天津在中、日、韩旅游圈建设中的作用 .....       | (99)  |
| 第三节 | 天津建设国际化旅游城市构想 .....           | (108) |
| 第四节 | 天津建设国际化旅游城市的竞争力分析 .....       | (116) |
| 第五章 | 旅游国际化战略 .....                 | (125) |
| 第一节 | 天津旅游国际化面临的新机遇与新挑战 .....       | (125) |
| 第二节 | 天津旅游国际化发展战略 .....             | (131) |
| 第三节 | 天津旅游国际化实施途径 .....             | (146) |
| 第四节 | 天津旅游环境建设与资源保护 .....           | (159) |
| 第五节 | 天津旅游国际化的比较优势——天津旅游特色<br>..... | (165) |
| 第六章 | 旅游国际化实施途径 .....               | (172) |
| 第一节 | 旅游国际化的特征 .....                | (172) |
| 第二节 | 天津旅游国际化存在的主要问题 .....          | (174) |
| 第三节 | 旅游品牌的国际化 .....                | (179) |
| 第四节 | 推进旅游营销国际化 .....               | (183) |
| 第五节 | 构建适合旅游国际化发展的产业体系 .....        | (185) |
| 第六节 | 构建多语言旅游环境 .....               | (188) |
| 第七节 | 建立国际化城市导引标识系统 .....           | (190) |
| 第八节 | 旅游服务产品质量标准国际化 .....           | (191) |
| 第九节 | 创新城市旅游发展,培养新型国际化旅游人才<br>..... | (194) |
| 第七章 | 旅游开发与招商引资的契合 .....            | (196) |
| 第一节 | 天津经济与东北亚经济的联系 .....           | (196) |

|      |                         |       |
|------|-------------------------|-------|
| 第二节  | 天津经济与日、韩经济的联系 .....     | (199) |
| 第三节  | 吸引东北亚及日、韩商务人员的途径 .....  | (206) |
| 第四节  | 大力发展天津会展经济 .....        | (217) |
| 第八章  | 工业旅游开发 .....            | (238) |
| 第一节  | 工业旅游概述 .....            | (238) |
| 第二节  | 工业旅游在国内外的的发展概况 .....    | (245) |
| 第三节  | 天津工业旅游发展的思路与建议 .....    | (257) |
| 第九章  | 旅游制度环境建设 .....          | (271) |
| 第一节  | 我国旅游制度环境对旅游业发展的影响 ..... | (271) |
| 第二节  | 旅游制度环境的变迁 .....         | (273) |
| 第三节  | 旅游制度环境的现状 .....         | (274) |
| 第四节  | 旅游制度环境对旅游产业的影响 .....    | (278) |
| 第五节  | 旅游制度环境建设层次 .....        | (281) |
| 参考文献 | .....                   | (284) |
| 后记   | .....                   | (291) |

# 第一章 绪 论

## 第一节 国际旅游的发展特征及趋势

当今世界,旅游业正以前所未有的发展速度和规模推进。研究旅游的发展规律,将世界旅游版图进行区域化划分,可以使旅游业更好地与经济社会发展有机结合,从而实现可持续发展的目标。

### 一、国际旅游的发展特征

世界经济的发展日益表现出竞争国际化的特征,由于国际间贸易和资本的相互渗透,企业要想在未来的市场竞争中取胜,就不能把眼光仅仅局限在国内市场,必须要着眼于全球市场,否则就会在外国资本势力的侵入下失去国内市场。对于旅游业来讲,这种国际竞争尤为激烈,旅游饭店连锁集团、航空公司都在世界五大洲寻找自己企业的目标,建立全球性销售网络。任何一个国家的旅游市场,都不可避免地会有外国资本渗透进来。大的旅游跨国企业都力图在北美、西欧、东亚建立自己稳固的阵地,这三个地区已成为国际竞争的战略要地。

世界经济将进入无国境经济时代,由于企业活动的国际化、资本流动的世界化、通讯和运输手段的现代化,世界各国的经济越来越相

## 2 旅游国际化与旅游圈建设——基于天津的分析

互沟通,相互依赖,紧密相联,形成一个不可分割的整体。纳入世界经济体系中的任何一个国家的经济变化都 and 世界经济整体息息相关。无国境经济时代的来临,也给世界旅游带来深刻影响,各国的旅游业日趋紧密相连。这种相互关联作用首先在区域范围内较为明显。国与国之间人员实现自由流动也使出国旅游和国内旅游没有显著区别,出国不再是旅游的目标,旅游的性质和重要性将不再以是否超越国境来衡量,而是以出游距离、消费水平和旅游方式作为衡量标准。世界旅游也将进入无国境旅游时代。

世界经济的发展决定和制约着现代旅游的形成和发展,第二次世界大战以后长期的国际和平环境和以计算机为标志的现代科学技术革命促使战后世界经济有了飞跃发展。世界经济的高速发展使世界上工业化国家具备了国际旅游产生的三大基础因素:充足的余暇时间,方便的交通条件和可供自由支配的收入。在此基础上形成了规模越来越大的国际旅游市场。未来世界经济的发展趋势仍将决定未来世界旅游市场的发展速度、规模和形成特点。

随着人们生活水平的提高,旅游逐渐成为人们生活中仅次于生存需求的第二需求,世界旅游价格水平在长期发展中大体上保持稳定,随着人们工资收入的不断增加,每次出国旅游的必需支出占人们收入的比例会趋于下降,人们将具有越来越充裕的支付能力出国度假。经济的稳定增长将使私人消费支出持续增长。世界旅游组织秘书处的研究报告表明,如果假定价格不变,实际私人总消费的增长率为1%或低于1%,旅游的增长率为零或为负数;私人消费的增长率为2.5%,旅游消费的增长率为4%;私人消费的增长率为5%,旅游消费的增长率为10%。可自由支配收入额度增加越多,旅游消费的比例就越大。未来世界经济的发展还将使人们拥有越来越多的可自由支配的余暇时间,也给旅游带来了巨大的商机和前所未有的发展

空间。

这种国际竞争日益加剧的局势,要求我国的旅游业必须具有全球竞争意识,熟谙世界旅游市场的变化状况,了解国际间资本流动、汇率变化的规律。只有具备这些条件,我国旅游业才能进一步走向世界,在激烈的国际竞争中立于不败之地。

走出国界的旅游为旅游的国际化提供了机会,专家学者、旅游界内人士也对旅游国际化的研究表现出了浓厚的兴趣。

## 二、国际旅游的发展趋是

国际旅游的发展不仅受着世界经济发展状况的制约,在其发展过程中也具有自身的特征。研究和掌握这些特征是我们制定相关旅游战略的基础和前提。中国国家旅游局负责人曾提出,世界旅游发展呈现出几大新趋势,即:国际旅游是展示与提升国家软实力的途径,各国越来越重视旅游业的可持续发展,更关注中国等新兴旅游市场,休闲活动已深入人们的日常生活,旅游电子商务正在改变旅游经济的运行模式,互联网的发展为全球各旅游目的地的营销提供了既廉价又公平的舞台,网络化、品牌化的大型企业集团引领着世界旅游业的发展潮流等。的确,旅游越来越引起人们的重视,是由于它日益成为展示与提升国家软实力的途径。随着信息化、全球化时代的到来,国家之间的竞争力已经从硬实力的较量发展到文化、形象等软实力的竞争。当今,旅游活动和旅游业已经成为提升国家和地区知名度、综合竞争力的重要舞台。归纳起来,当前国际旅游的发展有以下七个趋势。

### 1. 越来越重视旅游业的可持续发展

对于规模和影响日益扩大的全球旅游来说,只有重视企业和旅游者的社会责任、环境责任,关注和积极应对全球变暖问题,努力减

#### 4 旅游国际化与旅游圈建设——基于天津的分析

少旅游活动对环境、社会和文化的负面影响,才能获得更大的发展空间,才能实现旅游业的可持续发展。

##### 2. 从观光型旅游为主向度假型旅游为主转变

在一些高收入阶层,旅游已成为一种生活定势,越来越多的游客已不满足于在各个旅游点之间长途跋涉、疲于奔命的旅游方式。旅游目的也从传统的开阔眼界、增长见识向通过旅游使身心得到放松和休息、陶冶生活情趣等转变。在未来的市场发展,观光型旅游并不会完全失去市场,但度假型旅游将更为盛行,会逐步取代观光旅游成为国际旅游的主体。我国的国际旅游客源以观光型为主,但我国具有丰富的山水风光和海滩资源,为了适应未来世界旅游市场发展趋势,就必须改变我国旅游产品的单一结构,开发度假型旅游资源,以吸引国际客源的主流。据统计,日、美等发达国家每年出国游客中有 2/3 以上是重复出国,他们更多地是选择度假旅游。

##### 3. 旅游市场更加细分化

随着旅游者收入水平和需求层次的提高,也随着旅游者出国旅游次数的增加,人们已不再满足于城市观光游览这种传统的旅游方式,而趋于追求能够满足其特殊需求且富于刺激性的旅游方式。现代旅游市场出现了市场细分化趋势。每一种细分市场都具有其独特之处,能够满足某一类型旅游者的特殊需求。旅游组织者将注重从更深层次来开发人们的旅游需求,根据人们的年龄、职业、爱好等不同情况组织各具特色的旅游产品来面向不同的细分市场,特殊旅游、专题旅游也将越加盛行。除传统的观光旅游、度假旅游和商务旅游外,新的旅游方式,如宗教旅游、探险旅游、考古旅游、修学旅游、民族风俗旅游等等将不断增长。每一种旅游方式又可以进一步细分。随着国际游客对特殊旅游需求的增加,从不同角度推出的细分化旅游方式将会日益盛行。

细分市场的一个重要领域是银色市场,即指老年人客源市场。西方主要客源国大都进入老年型国家,其中英国、德国、瑞士等国老年人比例已经达到总人口的15%左右。目前全球老年人占人口总数的比例仍在增加,银色市场有不断扩大的趋势。现代的老年人是一个有钱、有闲、健康活跃的阶层。老年人市场具有几大优势:首先,和其他年龄组相比,老年人更为富裕,支付能力更强;其次,老年人有充裕的闲暇时间,不必因时间的限制而缩短旅程;最后,老年人在退休前后仍然身体健康,思想活跃,出游欲望强烈,很多人认为只有退休以后才有时间和精力来享受生活,开始人生的第二个春天。所以,目前银色市场已成为各旅游接待国极为重视、积极开拓的市场面。

从经济发展背景的角度,可以细分出新兴旅游市场。中国、印度、俄罗斯等新兴市场蓬勃发展,逐渐改变着世界旅游市场格局。据预测,到2015年,中国将成为世界上第一大旅游接待国、第四大旅游客源国和世界上最大的国内旅游市场。

旅游市场细分的另一个突出的特点是游客追求更为灵活多变的旅游方式。在追求个性化的浪潮下,旅游者不再青睐旅行社固定包价的旅游方式。散客旅游和家庭旅游在旅游者中所占比例将逐渐增加,需要将散客旅游和家庭旅游作为一个新的细分市场来对待,研究其发展的规律和需求,更好地满足顾客的需求。

#### 4. 在旅游中追求更多的参与性和娱乐性

住千篇一律的连锁饭店,参观埃菲尔铁塔、金门大桥这些无生命的建筑已使那些经常出国旅游的人感到厌烦。而单调、机械、使人置身其外的旅游方式也使游客失去兴趣。旅游者转向追求那些富有活力、情趣、具有鲜明特性的旅游场所。在旅游过程中,旅游者渴求能亲身体验当地人民的生活,直接感受异国的民族文化风情,希望通过参与和交流得到感情的慰藉和心灵的撞击。旅游者越来越喜欢那些

## 6 旅游国际化与旅游圈建设——基于天津的分析

轻松活泼、丰富多彩、寓游于乐、游娱结合的旅游方式,因此各国在旅游产品设计开发中都注重安排丰富的娱乐活动,改变旅游方式,增加游客的参与度,那些具有浓郁的民族风情和传统地方特色同时又和娱乐相结合的旅游产品尤受游客喜爱。

### 5. 对旅游安全更为重视

世界局势的根本缓和,使世界避免爆发全球性毁灭战争,但世界上局部战争和冲突仍时有发生,民族冲突、宗教冲突、国际恐怖主义将随时对国际旅游业的发展形成局部威胁。在具备闲暇时间和支付能力的条件下,唯一能使旅游者放弃旅游计划的因素就是对安全的顾虑。旅游者考虑的安全因素主要有:①局部战争和冲突,②恐怖主义活动,③旅游目的地政局不稳定,④传染性疾病流行,⑤恶性交通事故的发生,⑥社会治安状况恶化。旅游者只有对各方面的安全因素确定无疑后才会启程,因此各旅游接待国都愈加重视游客安全,力求从每一个环节把好安全关。对一些不可预测的不安全因素为游客预先代办旅游保险,这样做一方面可以减轻游客的后顾之忧,另一方面一旦发生事故,可以将其对市场的冲击力减小到最低程度。

### 6. 重视旅游电子商务发展

互联网的发展为全球各旅游企业提供了既廉价又公平的舞台,借助互联网,旅游企业可以实现与游客的直接交流,也可以通过互联网进行旅游产品宣传,并最终实现电子化交易。旅游电子商务的发展为旅游企业提供了新的发展机会,各企业纷纷建立自己的网站,建立电子交易系统,从而实现更快捷、更有效的旅游服务。

### 7. 区域旅游及旅游圈建设盛行

对大部分国家来说,邻近市场仍将是本国旅游客源的主体市场。区域旅游盛行不衰的原因是多方面的:首先,邻近国家之间政治、经济、文化联系更为紧密。欧洲客源占世界客源的60%,但由于欧洲各

国间政治、经济和文化紧密相联,语言相通,相互往来手续简便,因此欧洲国际客源中的80%在区域内流动。其次,区域旅游时间短,花费少。进行长距离洲际旅游总要受到一定的时间限制,而进行短期的区域旅游则可利用节假日,甚至周末就可进行。洲际旅游要支付昂贵的国际交通费用,其平均花费要比区域旅游平均花费高出一倍以上,这就加强了区域旅游的替代性。当然,随着世界旅游业的发展,跨区域旅游的绝对数量也会相应增加。世界航空业的发展也将给未来洲际旅游的扩展创造条件。随着交通工具的革命,未来的旅游将不仅局限于地球范围,而且太空旅游时代将会到来,这些因素都会促进区域以外的旅游迅猛发展。但区域旅游由于其“地利、人和”的优势,总是会以更高的速度增长,在可以预见的将来,区域旅游仍将是世界旅游业的发展主流。

## 第二节 旅游国际化与旅游圈建设

如上所述,国际旅游的区域化发展的结果就是旅游圈建设盛行。旅游圈建设是旅游国际化的一个重要步骤和方式。

### 一、旅游国际化

旅游的国际化是指旅游在国家间跨越国界的行动。旅游国际化的核心内容,是引进现代旅游业发达国家和地区旅游业发展的措施和管理体制,逐步建立无障碍旅游区,包括资本国际化、人力资源国际化、管理模式国际化、市场营销国际化等内容。

旅游国际化标准体系是一套较为复杂的评价系统,具体来讲,该体系包含以下内容:客源市场国际化,即国际旅游者占有较大比例;旅游产品国际化,即符合国际旅游者的口味,为国际旅游者首选;旅

游服务国际化,即旅游服务水平与国际接轨,服务标准符合国际惯例;城市功能国际化,即指城市的经济、金融资本或文化交流旅游服务功能不仅在一国之内起影响或控制作用,而且在区域国家范围内起影响或控制作用;旅游信息服务体系国际化,即国际游客能无障碍地进行旅游信息咨询;旅游人力资源开发培训国际化,即引进、培养更多的国际性旅游人才;国际游客可进入性的提升计划,即国际游客能方便快捷地出入该城市;旅游市场秩序保障国际化,即借鉴旅游发达地区经验,使行业运作安全高效,旅游企业、旅游者的合法权益得到保障。

## 二、旅游国际化中的区域化

未来世界经济的发展将进一步促进世界统一市场的形成。目前世界各大洲区域性统一市场都已经形成,欧洲于1992年建立了欧洲统一市场;美国、加拿大、墨西哥正拟议建立三国自由贸易区,也在区域发展中发挥着越来越大的作用;亚洲、太平洋地区的经济联合也日趋紧密。区域性市场的形成导致国际旅游市场出现区域联合和区域旅游一体化趋势。同一区域里各国联合制定本地区旅游发展战略,树立区域整体旅游形象,共同对世界其他地区展开宣传攻势。例如,欧洲共同体已成立了欧洲旅游委员会,负责协调欧共体内各国的旅游宣传、推销,树立欧洲整体旅游市场形象。东南亚六国联盟确立了共同招徕外国旅游者并创造巨大旅游收入的经济目标。加勒比海地区国家也成立了共同的旅游组织来协调各国的旅游活动。区域性联合推销将在未来世界旅游市场营销中占据越来越重要的地位。

区域性经济发展不平衡,也将导致区域性国际旅游发展不平衡。按照国际旅游组织划分的旅游区域,欧洲和美洲是传统的国际旅游发达地区,目前这两个地区的国际旅游者人数和国际旅游总收入合