



王文君 主编

国际化旅游 发展战略研究

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

国际化旅游发展战略研究

王文君 主编

天津人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际化旅游发展战略研究/王文君主编. —天津: 天津人民出版社, 2008. 10
ISBN 978-7-201-06092-7

I. 国… II. 王… III. 旅游业-经济发展战略-研究-天津市 IV. F592.721

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 153373 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

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 9.375 印张

字数: 220 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,这就是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,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,与上年比较分别增长 17.2% 和 24.4%;国内旅游接待人数 6017.75 万人次,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全国第 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。旅游业发达是国际化大都市的一个基本特征。1966 年,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,同时也是世界著名旅游城市,旅游业是否发达已成为衡量一个城市能否跨入世界级城市行列的标志。

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

2 国际化旅游发展战略研究

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活动的举办地,如:天津是2008年北京奥运会6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天津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和重要旅游地区的重视。

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 and 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》科研专项课题。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练。

《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,以天津滨海新区纳入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旅游发展的相关问题,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、副校长藤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—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,标志着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。

在此,要特别感谢天津市教委对该项目的立项给予的大力支持,特别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。

天津旅游业面临空前的发展机遇。衷心期望该套专著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!

《天津国际化旅游发展战略研究》课题组

2008年5月10日

目 录

第一章 国际旅游的意义、发展战略与特征	(1)
第一节 发展国际旅游的意义与条件	(1)
第二节 旅游的国际化战略	(11)
第三节 国外学者对“旅游”内涵的新阐释	(19)
第四节 国际旅游的跨文化特征	(32)
第二章 旅游对经济和社会文化影响研究	(43)
第一节 天津市旅游经济影响研究	(43)
第二节 旅游对接待地的社会文化影响及对策研究	(55)
第三节 旅游业和目的地社会变化关系的实证研究 ——以天津蓟县盘山周边为例	(68)
第三章 国际化旅游营销战略研究	(77)
第一节 天津市旅游业发展概况	(77)
第二节 天津市进行旅游营销战略的必要性	(80)
第三节 天津市旅游业营销战略环境分析	(81)
第四节 国际旅游营销战略探讨	(92)
第四章 国际化旅游人才战略研究	(110)
第一节 国际化旅游人才战略的理论基础	(111)
第二节 国际化旅游人才战略的愿景、目标和人才 结构	(117)
第三节 国际化旅游人才应该具备的能力特征	(120)
第四节 国际化旅游人才战略的构成	(124)

目录

第五章 国际旅游服务战略研究	(144)
第一节 国际旅游服务战略研究的理论基础	(144)
第二节 国际旅游服务战略方法研究	(153)
第三节 服务柔性战略在国际旅游服务中的应用	(161)
第六章 国际化旅游环境战略研究	(175)
第一节 城市旅游环境概述	(176)
第二节 国际化旅游城市环境可持续发展	(185)
第三节 国际化旅游城市绿色环境战略	(191)
第七章 国际化旅游产品战略研究	(203)
第一节 国际化旅游产品发展战略的含义	(203)
第二节 国际化旅游产品战略环境分析	(212)
第三节 国际化旅游产品竞争战略	(216)
第四节 国际化旅游产品战略导向下的上海新天地 模式	(218)
第五节 他山之石:韩国旅游商品开发的经验借鉴	(224)
第八章 国际旅游城市标准研究	(228)
第一节 国际旅游城市的概念	(228)
第二节 国际城市与国际旅游城市的类型	(234)
第三节 国际旅游城市的特征	(239)
第四节 国际旅游城市的标准	(241)
第九章 国际化与城市旅游开发	(255)
第一节 城市旅游的概念及其进展	(255)
第二节 城市旅游的地位与作用	(261)
第三节 城市旅游产品体系构成	(263)
第四节 城市旅游开发原则	(270)
第五节 国际化与城市旅游开发	(274)
参考文献	(276)
后 记	(289)

第一章 国际旅游的意义、 发展战略与特征

第一节 发展国际旅游的意义与条件

所谓国际旅游,指的是旅游者跨出母国国界的旅游活动,包括出国观光旅游、度假旅游、休闲旅游、商务旅游、公务旅游等多种形式。就旅游行程来说,有一日游和过夜旅游两种主要方式。就统计口径来说,在世界范围内国际旅游活动是一种统称,出境游客和入境游客的总数应该是相等的;而就某一个国家来说,接待入境游客和公民出境游是两种完全不同的概念,所受到的重视程度无疑也不相等。我们这里所讨论的国际旅游,包含了这两种形式。

一、发展国际旅游的意义

(一) 当代旅游的国际化趋势

国际旅游有较长的历史源流,从近代以来就逐渐成了西方世界人们的一种生活方式。但在最初,由于受经济条件所限,只有社会上的少数人才有这种旅游能力和雅兴,而且最早的国际旅游目的地一般都是条件舒适的发达国家,譬如 17、18 世纪英国贵族时兴的大

2 国际化旅游发展战略研究

陆游学(Grand Tour)热潮。^① 随着西方列强对世界的征服,一大批统治阶层人物和工商业者带着亲属到各殖民地任职、经商、开办实业,伴随而来一定量的观光旅游活动;还有一大批探险家、冒险家、考古学家、人类学家、社会学家等到被征服国家或新发现地区进行各种社会调查和学术考察活动。反过来,也有一些非西方国家的社会中上层人士到西方国家出使、留学、经商等。20 世纪以来,西方国家的出国旅游开始普及到社会大众。第二次世界大战以后,随着经济水平的提高,国际旅游逐渐成为西方世界人们的一种生活追求。与之相适应,旅游业发展的重点也逐步转移到国际旅游方面。

在 20 世纪 90 年代,国际旅游业成了世界经济中发展势头最为强劲的产业。国际旅游业增长的速度不仅远远超过了同期世界经济的增长速度,而且也超过了增长势头最好的工业的平均增长速度。根据世界旅游组织(WTO)对国际旅游业的统计,1998 年全世界国际旅游者达 6.25 亿人次,是 1950 年的将近 25 倍;国际旅游收入达 4447 亿美元,是 1950 年的将近 212 倍。

目前,国际旅游已经成为现代旅游发展的主要趋势之一。从旅游者的经济能力看,由于经济发达,西方发达国家的普通居民一般都具有国际旅游观光、定期度假的能力和条件;一批新兴工业国家和发展中国家经济飞速发展,具备国际旅游财力条件的人也越来越多。从旅游者的文化需要和休闲需求看,求新求异是旅游者的普遍愿望,只要经济条件许可,旅游者在饱览了本国风景名胜之后,一般都迫切希望能观赏世界风光,体验域外风情,感受不同的文化情境。从各国政府对发展国际旅游的政策取向看,出于把旅游业当作经济增长点的需要,各国大力促进入境旅游,以获得更多的旅游收入和外汇收入;同时,为提高人民生活水平和生活质量,又逐步放开出境旅游。

^① J. Black, *The British and The Grand Tour*, London: Croom Helm Ltd, 1985.

这两种政策取向都是有利的国际旅游发展的。

从统计数字看,尽管2001年“9·11”恐怖事件使世界旅游市场受到了较大冲击,但国际游客总数仍呈不断上升趋势。2002年,全世界国际过夜游客有较大增长,达到7.03亿人次;2003年受伊拉克战争以及“非典”疫情影响,游客人数有小幅下挫,为6.94亿人次。^①2004年,全世界入境旅游者达到7.64亿人次,^②比上年增长8.7%。至2006年,全世界接待的国际过夜游客达到8.46亿人次,比2005年增长5.4%。^③可见近年国际化旅游发展势头很好,国际游客基本上每年都呈递增趋势。世界旅游组织预测,到2020年,国际旅游者将达到16亿人次,国际旅游收入将达到2万亿美元。^④包括中国在内的东亚和太平洋地区,2020年接待国际游客将达4亿人次,占世界国际游客总数的25%。^⑤

中国的国际旅游在新世纪里更是呈快速发展趋势,如入境旅游,从2001年至2007年,除个别特殊年份(如2003年“非典”)外,中国的入境游客数保持了年均6.8%以上的增长率。作为国际旅游主要标志的外国游客人数尤其增长较快,年均增长率在15%以上;外国游客占入境游客总数的比例,也由2001年的12.6%左右,增加到2006年的17.9%左右(见表1-1)。2006年,包括中国在内的亚太地区接待国际游客人数已占世界份额的20%,旅游收入也占到了世界份额的20%,超过美洲而成为世界第二大地区。^⑥而中国则从2002年的

① 张广瑞、魏小安、刘德谦主编:《2003—2005年中国旅游发展:分析与预测》(旅游绿皮书),北京:社会科学文献出版社,2005年,第59页。

② 同上。

③ 张广瑞、刘德谦主编:《2008年中国旅游发展:分析与预测》(旅游绿皮书),北京:社会科学文献出版社,2008年,第141页。

④ 刘天堃:“国际旅游:另一种眼光审视全球化的影响”,《衡阳师范学院学报》,2005(6)。

⑤ <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>

⑥ 张广瑞、刘德谦主编:《2008年中国旅游发展:分析与预测》,第529页。

4 国际化旅游发展战略研究

全球第五大入境旅游接待国(表 1-2)上升为 2006 年的第四大国。2007 年中国国际旅游外汇收入达到 419 亿元。世界旅游组织预测,到 2020 年,中国将成为第一大旅游入境国。

表 1-1 2001—2007 年中国入境旅游人数主要指标 单位:万人, %

年份	入境游客	同比增长	入境过夜游客	同比增长	外国游客	同比增长
2001	8901.29	6.67	3316.67	6.21	1122.64	10.49
2002	9790.83	9.99	3680.26	10.98	1343.95	19.71
2003	9166.21	-6.38	3297.05	-10.41	1140.29	-15.15
2004	10903.82	18.96	4176.14	26.66	1693.25	48.49
2005	12029.21	10.32	4680.90	12.09	2025.51	19.62
2006	12494.21	3.87	4991.34	6.63	2221.03	9.65
2007	13200.00	5.67	5472.00	9.48	—	—
年均增长	—	6.80	—	8.68	—	15.09

数据来源:《中国旅游统计年鉴》

表 1-2 世界旅游组织统计的 2002 年世界入境旅游十强

排名	国家	入境游客人数(万人)	占世界市场份额(%)
1	法国	7700	11
2	西班牙	5200	7.4
3	美国	4200	6
4	意大利	4000	5.7
5	中国	3700	5.2
6	英国	2400	3.4
7	加拿大	2000	2.9

(续表)

排名	国家	入境游客人数(万人)	占世界市场份额(%)
8	墨西哥	2000	2.8
9	奥地利	1900	2.6
10	德国	1800	2.6

包括中国在内的一些新兴发展中国家,出境旅游的发展势头更为迅猛。国际旅游的传统客源市场是美国、德国、英国和日本,而新兴起的四大客源市场即中国、俄罗斯、印度、波兰,正在改变着国际旅游的客源分布格局。2006年,这四个国家出境旅游消费的增长率分别为波兰29.9%,印度28.2%,中国16.1%,俄罗斯4.7%。^①在中国,自1997年政府颁布第一部关于出境旅游的法规后,公民的出境旅游渐成热潮。过去十年里,中国成为世界上国际旅游客源增长速度最快的国家之一,出境游客人数呈直线上升,2004年超过2800万人次,2007年达到4095万人次,是亚洲最大的出境旅游客源国。^②据世界旅游组织预测,到2020年,中国将成为世界第四大旅游客源国。

(二) 发展国际旅游的意义

对今天的中国来说,发展国际旅游具有多方面的重要意义。

第一,国际旅游业可以成为一大产业部门,还能带动相关经济部门的发展。在一些重要旅游入境国,如法国、西班牙、美国、意大利、英国、泰国等,国际旅游业已成为国民经济重要的部门之一,国际旅游收入在GDP中占有极大的份额,对国民收入增加的贡献率极高。2006年,全世界有75个国家的国际旅游收入超过10亿美元,全

^① 张广瑞、刘德谦主编:《2008年中国旅游发展:分析与预测》,第529页。

^② 国家旅游局局长邵琪伟2008年1月18日在全国旅游工作会议上的讲话。

球所有国家的国际旅游收入总额达到 7330 亿美元,人均 110 美元。在中国,2006 年全国旅游外汇收入达 339.49 亿美元;2007 年,全国旅游外汇总收入为 419 亿美元,同比增长 23.5%,^①但人均只有 31 美元,只及世界平均水平的四分之一略多点。由此也可以看出,我国的国际旅游业还处在相对较低的水平,大有发展的空间。国际旅游还能增加就业机会和劳动岗位。据国家旅游局统计,我国 2001 年接待入境过夜旅客 3317 万人次,平均每夜入住约 9.1 万人。按入住率 60% 计算,需标准客房约 8 万间,可直接吸纳约 6 万人就业,间接吸纳 30—54 万人就业,这是对外经济关系中其他任何构成要素都无法做到的。^② 发展国际旅游对相关经济部门的带动也是显而易见的,如对交通(航空、铁路、公路)、酒店、饮食、娱乐、金融等经济部门的直接拉动。

第二,发展国际旅游有利于弘扬民族文化。越是民族性的东西越具有世界性,越能吸引国际游客。因此,发展国际旅游,也为继承和宣传优秀的民族传统文化和文化遗产提供了大好机会,增进世界各国人民对中华文明的了解。

第三,发展国际旅游,无论是入境游还是出国游,都有利于我们同世界各国、各民族的思想、文化和经济交流,有利于扩大对外开放,有利于学习国外的先进文化、先进技术、先进的管理制度和管理经验等等,更新思想观念,进一步推进改革。从某种意义上说,旅游是一种最利于进行思想、观点、情感相互交流的人类社会交往方式,有利于消除隔阂与误会,增进国家之间、人民之间的友好关系。

第四,发展国际旅游,有利于创造可持续发展的良好生态环境和人文环境。以旅游促自然环境保护,促文明社会良好风气的建设,是

① 国家旅游局长邵琪伟 2008 年 1 月 18 日在全国旅游工作会议上的讲话。

② 田舒:“试论国际旅游在发展对外经济关系中的地位和作用”,《江苏广播电视大学学报》,2002(6)。

最为有效的途径之一。

第五,发展国际旅游,有利于公民素质、能力和水平的提高。如出境游,当旅游者作出旅游决策的时候,其旅游动机中就含有开眼界、长见识、提高自身的目的。国际旅游一般用时较长,旅游者的压力容易被解除,身心得到了真正的放松,这就有利于其完成旅游后精力更充沛地投入工作。

二、发展国际旅游的因素与环境

发展国际旅游,特别是发展入境旅游,必须努力创造良好的内部条件和外部条件,必需的要素可视为内部条件,必要的环境则是外部条件。就发展国际旅游的作用和意义来说,内外两方面的条件是同等重要的。

(一) 国际旅游的因素构件

所谓要素构件,是指构成国际旅游业核心部分的东西,这是能否大力开展国际旅游的基本依据,也可以说是促进国际旅游业发展的一种内部建设。大体说来,这些要素构件有三个方面内容。

1. 产品要素

这是发展国际入境旅游的基本条件。说得通俗一点,要吸引国际游客,必须要有东西可供人家看、玩。旅游产品包括观光景点、度假地点、购物地、娱乐地等多个方面,关键在于如何面向国际游客来设计这些产品,达到吸引国际游客的目的,使旅游者真正感到有收获、不虚此行。一方面,应该充分利用现有的旅游资源,使其完善、完美而具有最大程度的吸引力,譬如自然和文化遗产,非物质文化遗产,历史风貌建筑,民俗风习展示,特有的自然资源如海滨、温泉,商业区位优势,工业中心优势,土特产产地优势等,也包括设计各种旅游产品、各种旅游线路的合理性、有序性、组织性,包括产品推出时面对国内游客和国际游客不同特点的针对性。另一方面,也可利用相邻旅游热点的区位优势,设计一些特有旅游产品吸引国际游客。譬

如,天津邻近北京这个国际旅游热点,就可以开发和创造一些特有的旅游项目(包括开发已有的旅游资源,如著名老字号饮食、近代西洋租界风貌建筑),吸引到北京的国际游客再来天津进行一两天游览。

2. 服务要素

这是发展国际旅游必备的条件。服务要素要达到的最后目的,就是要使国际游客在旅游过程中感到方便、快捷、舒适、惬意等。这里涉及硬件服务和软件服务两个方面。所谓硬件服务,包括旅游交通工具的安全、舒适,行程安排的准时、快捷;入住酒店的方便、舒适,环境优美,性价比高;各种餐饮设施的齐备、周到,餐饮特色,食品的安全、卫生程度;旅游地景点各种服务设施的方便、安全、周到;旅游纪念品、旅游商品的款式风格新颖,品种齐全,实际价值的可靠;各种娱乐设施的齐备、新颖、安全等等。而软件服务则主要指旅游从业人员的热情、诚实、负责、高效,对所有游客都能真心服务,童叟无欺,一视同仁,而不能像势利小人那样看人行事,逢迎某些游客,歧视另一些游客。此外,也包括在使用或利用各种硬件服务设施时候的技术水平、管理水平,包括在各个旅游活动环节之间相互衔接时所体现的高度组织能力。有时候,在硬件设施不充分的情况下,往往可以通过这种软件服务予以弥补。同样,以往国际游客对旅游地或旅游服务最为不满的地方,也多是在软件服务方面。

3. 人才要素

发展国际旅游的关键,在于有一支高素质的人才队伍,这支队伍应当成为旅游业的中坚。国际旅游人才首先应该多元化,在旅游业的各个环节、各种岗位,从政府管理部门,到旅游研究机构,乃至各种旅游企业,都应有一流的人才担纲。其次,旅游人才应该高度专业化。那些旅游政策的研究者和制定者,旅游学研究者,旅游产品设计者,除了具备宏观的视野、崭新的理念外,还要有精深的专业知识,丰富的实践经验;各类基层旅游企业管理者,更应在专业化上下工夫,应努力使自己成为旅游管理的真正专家。再次是人才的国际化。就

是说,国际旅游人才首先应该具有国际眼光,要有丰富的国际知识、具有深厚的历史文化修养,熟悉国际游客的文化背景,能够应对因文化障碍问题而出现的突发事件;同时国际旅游人才应该熟悉国际旅游管理方式,精通国际旅游游戏规则,知道怎样实现旅游管理方式与国外的接轨;为确保这一点,应大力吸引在海外留学的旅游学和旅游管理人才回国,或有计划有目的地派送国内富有经验的业界人士到国外进修,提高理论和管理水平,在条件许可的情况下,甚至还可引进外籍专门人才参与国内旅游管理。

(二) 国际旅游的环境构建

所谓环境构建,指本身不属于旅游业范围但又与旅游密切相关的外在环境的营造,主要应在硬件环境、法制环境、人文环境三个方面加大构建力度。

1. 硬件环境

包括旅游城市的交通和住宿条件良好,商业服务网点众多、方便,水电通讯基础设施完善,城市交通拥堵现象轻微,城市道路宽敞、街道整洁,城市环境舒适、卫生、干净,空气清新、能见度好,空气、水源、地面污染程度低,城市建筑富有特色、高低错落有致,形成良好的生态环境,城市公园和公共绿地、休闲地众多,植被保护良好,鸟语花香,有一定的水面比例等等。这些条件将随着经济发展和经济能力的提高而越来越完善。硬件环境也包括旅游城市的经济开放度,即拥有发达的国际经贸系统,多元化的国际交流手段,以及国际一流的服务水准,保持一定数量的外国机构、外籍人员数量,外向型经济在城市经济中占有较大的比重。硬件环境还应包括旅游城市的现代化管理水平,高效率的管理体制、管理机构和管理手段,社会秩序井然、治安情况良好,与国际间的各种人流、物流、资金流和信息流的交流快捷、手续简便,城市面貌保持独特的风格并具有艺术性和自