

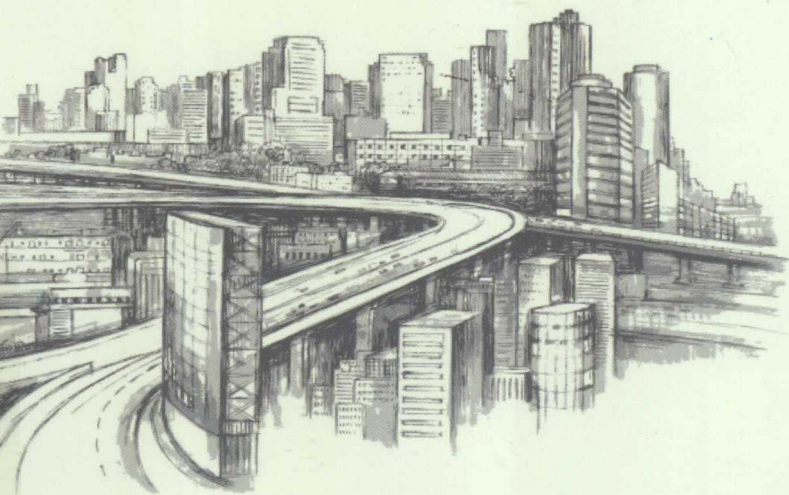
智慧旅游



物联网背景下的现代旅游业发展之道

陈涛 徐晓林 吴余龙 编著

- 基于国际化视野探讨智慧旅游
- 全面阐述物联网、云计算等新兴技术对现代旅游业产生的深远影响
- 深入剖析智慧旅游的总体框架、典型应用、关键技术以及建设运营模式



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

智慧旅游

——物联网背景下的现代旅游业发展之道

陈 涛 徐晓林 吴余龙 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书总的理念是通过建设智慧旅游,把旅游业发展成为高信息含量、知识密集的现代服务业。主要内容包括:我国智慧旅游发展的战略背景,智慧旅游的概念及其发展,智慧旅游的总体框架,智慧旅游云服务平台建设,智慧旅游信息门户建设,虚拟旅游,基于移动终端的游客信息服务,智慧旅游行业管理平台的建设,智慧旅游的数字化景区建设,智慧旅游与网络营销、智慧旅游电子商务模式创新,旅行社信息化工程,旅游酒店信息化工程,智慧旅游的关键技术,智慧旅游的运营模式,智慧旅游的效益分析等。

本书适合从事城市管理和旅游建设的人员阅读,可作为旅游专业的教学参考书,也适合对物联网和智慧城市等有感兴趣的读者阅读。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

智慧旅游:物联网背景下的现代旅游业发展之道/陈涛,徐晓林,吴余龙编著. —北京:电子工业出版社, 2012.11

ISBN 978-7-121-18695-0

I. ①智… II. ①陈… ②徐… ③吴… III. ①旅游业发展—研究 IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 239943 号

责任编辑:田宏峰

印 刷:三河市鑫金马印装有限公司

装 订:三河市鑫金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本:787×980 1/16 印张:14.25 字数:315 千字

印 次:2012 年 11 月第 1 次印刷

印 数:4 000 册 定价:48.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

●●●◀ 序一 ▶

旅游业是一个开放性的大系统，信息是其得以生存和运转的根本基础，它贯穿了旅游活动的全过程，无论是旅游景点开发、规划、设计，还是客源市场目标的确定、市场营销策略的制定，以及日常的旅游统计，都对迅速准确获取、加工、利用信息提出了较高的要求，信息技术的使用已渗透到现代旅游业的各个环节。目前，我国的旅游行业信息化发展整体滞后，旅游服务企业信息化水平较低，信息技术服务能力缺乏，信息资源开发与利用程度不高，难以适应不断变化的旅游市场需求。

智慧旅游的本质就是现代最新信息技术在旅游产业上的应用，通过物联网、云计算、便携终端设备等主动感知旅游相关信息，对旅游信息资源进行智能地处理和开发利用，以满足旅游者在新时期更多个性化、多样化的服务需求。本书系统地论述了智慧旅游的基本概念及其内涵，构建了智慧旅游的总体框架和支撑体系，着重探讨了智慧旅游在行业管理、游客服务和产业发展方面的典型应用，最后对智慧旅游的关键技术、运营模式以及建设效益进行了深入的分析。

本书具有重要的理论价值和现实意义，其中基于移动终端的游客信息服务、旅游营销与社交媒体网络、服务供应链管理等内容为旅游电子商务的研究提供了新的视角，数字化景区建设、旅游社信息化工程、酒店信息化工程等内容则为提高我国旅游企业的信息化水平提供了重要指引。

杨彦锋

中国旅游研究院副研究员、博士

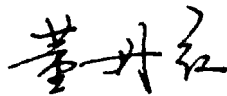
二〇一二年十月四日

●●◀ 序二 ▶●●

“十二五”期间是我国旅游业深入贯彻落实科学发展观，将旅游业“培育成为国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”的关键时期，是贯彻《国务院关于加快发展旅游业的意见》和《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》指示精神，全面开展旅游信息化建设的重要阶段。

智慧旅游通过云计算、物联网、移动通信、虚拟现实等多种先进技术，主动感知、全面整合旅游信息资源并进行高效的开发利用，这将在很大程度上改变传统的旅游消费方式、旅游经营方式和旅游管理方式，将推动旅游产业的转型升级，旅游服务质量的水平提高，以及区域旅游的和谐发展。

本书是一本系统阐述智慧旅游理论与实践的学术著作，不仅全面介绍了智慧旅游的理论基础和国内外最新研究成果，同时也对智慧旅游的总体框架和建设路径进行了系统的分析和探讨，并给出了大量国内外智慧旅游建设的实际案例。相信本书的出版，将对我国智慧旅游的建设产生积极的推动作用，可为各地各级智慧旅游规划编制提供参考依据，为旅游信息化各参与主体提供经验借鉴，为旅游产业的创新发展提供有力支持。建设智慧旅游，不仅是旅游管理部门面临的重大课题，也是科研机构、企事业单位和社会公众需要承担的共同责任，需要我们凝聚力量，共同实现我国旅游业跨越式发展的战略目标。



武汉市旅游局副局长
二〇一二年十月一日

●●◀ 序三 ▶●

旅游业是国民经济的战略性支柱产业，具有资源消耗低、带动系数大、就业机会多、综合效益好等特点。2009年年底，国务院下发了《国务院关于加快发展旅游业的意见》，明确提出发展目标：到2015年，旅游业总收入年均增长12%以上，旅游业增加值占全国GDP的比重提高到4.5%，力争到2020年我国旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平。

信息化对于我国旅游产业的转型升级具有重要推动作用，是应对经济全球化，提高我国旅游业国际竞争力的迫切需要。本书全面介绍了智慧旅游给旅游产业带来的战略性发展机遇，包括互联网、物联网、3G移动通信、云计算技术、多媒体技术、数字旅游技术为代表的新技术对旅游管理、旅游营销和旅游服务等方面产生的革命性影响，分析了新环境下旅游企业信息化的重点内容，提出了旅游电子商务发展模式创新。

本书的出版将有利于旅游企业积极应对信息化为传统旅游产业带来的机遇与挑战，通过信息技术获取、加工和利用旅游服务信息，推动产品和服务的多样化发展，实现旅游全过程的电子化，以更好地满足消费者需求，提高旅游服务质量和企业的综合竞争力。本书对大型旅游集团也具有重要借鉴意义，可通过现代信息技术整合不同战略业务单元，形成品牌合力、信息共享、一站式服务，促进旅游产业链的结构优化和整体效益的提升。

张竹筠

中国管理科学学会理事
中国教育部高等学校创业教育指导委员会特邀委员
广州岭南国际企业集团有限公司总经理
二〇一二年十月三日

前言

中国共产党第十七届中央委员会第五次全体会议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》，对“两大战略基点”和“两大战略重点”做出了系统部署，并明确提出“积极发展旅游业”。两大战略基点是科学发展和转变经济发展方式；两大战略重点是把扩大消费需求作为扩大内需的战略重点，把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点。

智慧旅游是旅游信息化的最新发展，是基于智慧地球与智慧城市基础上提出的概念。它是以物联网、云计算、移动通信、智能终端、信息资源共享等新一代信息技术为支撑，主动感知旅游资源、旅游经济、旅游活动、旅游者行为等方面的信息，对信息资源进行最大限度的开发利用，以更加及时、准确、智能的方式为游客、旅游企业、旅游管理部门提供各种信息化应用和服务，以将旅游业培育成为国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业为根本目标，而形成的一种旅游产业发展新模式和新形态。

本书总的理念是：通过建设智慧旅游，把旅游业发展成为高信息含量、知识密集的现代服务业，促进城市的开放程度和国际化水平的提高。在本书结构上，首先介绍国内外旅游信息化的发展现状，论述智慧旅游的基本概念及内涵，提出智慧旅游的总体框架；而后从基础设施现代化、旅游服务泛在化、业务管理智能化和产业发展集约化四个方面介绍智慧旅游的建设路径和典型应用；最后分析智慧旅游的关键技术、运营模式以及建设效益。

国家旅游局已经正式提出“智慧旅游”的概念，并将发展智慧旅游作为《中国旅游业“十二五”规划》的重点工作。为积极引导和进一步推动全国智慧旅游发展，国家旅游局批复在镇江建设“国家智慧旅游服务中心”，并确定了北京、武汉、成都、南京等18个城市作为智慧旅游试点城市。本书具有很强的应用价值，可作为全国各省、市、区旅游管理部门建设智慧旅游的参考书，也可作为高等院校旅游管理专业的阅读材料。

由于编写时间仓促，加之作者水平有限，书中难免出现疏漏和错误，敬请同仁们批评指正，以便于本书的进一步修订完善。

目录

第1章 我国智慧旅游发展的战略背景	1
1.1 我国旅游业发展的国内外环境	1
1.1.1 我国旅游业发展的战略机遇	1
1.1.2 我国旅游业的国际竞争力分析	2
1.2 现代旅游业对信息技术的根本性需求	5
1.3 国外旅游信息化的现状	6
1.4 国内旅游信息化的现状	8
1.4.1 我国旅游信息化的发展历程	8
1.4.2 我国旅游信息化的现状	10
1.4.3 我国旅游信息化存在的问题	12
第2章 智慧旅游的概念与发展	14
2.1 智慧旅游产生的背景	14
2.1.1 智慧地球	14
2.1.2 智慧城市	15
2.2 智慧旅游的基本概念	17
2.2.1 智慧旅游的历史发展	17
2.2.2 智慧旅游的内涵	18
2.3 建设智慧旅游的必要性 with 可行性	19
2.3.1 建设智慧旅游的必要性	19
2.3.2 建设智慧旅游的可行性	21
第3章 智慧旅游的总休框架	24
3.1 智慧旅游整体架构	24
3.2 智慧旅游的感知层	26

3.3	智慧旅游的网络层	28
3.4	智慧旅游的数据层	29
3.5	智慧旅游的应用与服务层	30
3.5.1	面向游客	30
3.5.2	面向旅游企业	31
3.5.3	面向管理部门	32
3.6	智慧旅游的支撑保障与产业体系	32
第4章	智慧旅游云服务平台建设	35
4.1	云计算发展概述	35
4.1.1	云计算的定义	35
4.1.2	云计算的发展现状	37
4.2	云计算应用于智慧旅游建设的意义	39
4.3	智慧旅游云服务平台体系架构	41
4.3.1	体系架构和特点	41
4.3.2	云基础设施	43
4.3.3	云数据中心	43
4.3.4	云应用中心	43
4.3.5	云支撑体系	44
第5章	智慧旅游门户网站建设	46
5.1	旅游网站的重要性	46
5.2	我国旅游网站的发展现状分析	46
5.2.1	旅游网站的分类	46
5.2.2	中美旅游网站比较	47
5.3	旅游目的地门户网站的功能定位	48
5.3.1	旅游资讯门户网站	48
5.3.2	旅游政务门户网站	51
5.3.3	旅游移动门户网站	52
5.4	提高我国旅游网站可用性的建议	54
第6章	虚拟旅游	56
6.1	虚拟现实技术的发展	56
6.2	虚拟旅游的概念与特点	58

6.3	虚拟旅游的应用现状	60
6.4	面向游客的虚拟旅游平台	62
6.4.1	虚拟旅游平台的功能模块	62
6.4.2	虚拟旅游平台的赢利模式	63
6.5	本章案例：虚拟紫禁城	64
第7章	基于移动终端的游客信息服务	66
7.1	移动互联网发展的战略机遇	66
7.2	移动旅游信息服务的优势	67
7.3	移动旅游信息服务的应用类型	69
7.3.1	旅游线路规划	69
7.3.2	机票预订与航空服务	70
7.3.3	酒店预订与入住	71
7.3.4	手机租车服务	72
7.3.5	基于位置的服务应用	74
7.3.6	二维码电子门票	75
7.3.7	移动电子导游	76
7.3.8	移动支付	77
7.3.9	旅游社交网络	78
7.3.10	旅游安全应急	80
7.4	本章案例：mTrip——智慧旅游向导	81
第8章	智慧旅游行业管理平台建设	84
8.1	旅游行政服务系统	84
8.1.1	行政审批	84
8.1.2	评星评级	85
8.1.3	12301呼叫中心	85
8.1.4	旅游投诉	85
8.1.5	旅游执法	85
8.2	旅游监测预报系统	86
8.2.1	旅游统计功能	86
8.2.2	旅游预测功能	87
8.2.3	旅游分析功能	87

8.3	旅游团队服务管理系统	87
8.3.1	旅游团队管理系统的作用	87
8.3.2	旅游团队服务管理系统的功能	88
8.4	旅游安全保障管理系统	89
8.4.1	旅游安全保障的要求	89
8.4.2	旅游安全风险监测	90
8.4.3	旅游应急处置	91
8.4.4	旅游安全宣传教育	91
8.4.5	旅游保险保障	91
8.5	旅游决策支持系统	92
8.5.1	旅游出行决策支持系统	92
8.5.2	旅游管理决策支持系统	93
8.5.3	旅游突发事件决策支持系统	93
8.5.4	旅游资源可持续发展决策支持系统	94
第9章	智慧旅游的数字化景区建设	95
9.1	我国数字化景区建设概述	95
9.1.1	数字化景区建设背景	95
9.1.2	数字化景区建设发展历程	95
9.1.3	我国数字化景区建设现状	97
9.2	数字化景区建设的意义、目标与主要任务	98
9.2.1	数字化景区建设的意义	98
9.2.2	数字化景区建设的目标	99
9.2.3	数字化景区建设的主要任务	99
9.3	数字化景区的总体框架	101
9.3.1	系统总体架构模型	101
9.3.2	系统层次结构	102
9.3.3	重点建设内容	103
9.4	数字化景区系统的主要应用	104
9.4.1	规划监测系统	104
9.4.2	景区环境监测系统	105
9.4.3	生物、文物资源监测系统	105
9.4.4	电子巡更巡检系统	106

9.4.5	森林防火系统	106
9.4.6	规划管理信息系统	107
9.4.7	“三台合一”接处警系统	108
9.4.8	GPS 车辆调度系统	109
9.4.9	视频监控系統	110
9.4.10	视频会议系统	110
9.4.11	应急智能广播系统	111
9.4.12	多媒体展示系统	111
9.4.13	LED 大屏幕信息发布系统	112
9.4.14	电子门禁系统	112
9.4.15	数据中心	113
9.4.16	指挥调度中心	113
9.5	本章案例：数字都江堰	114
第 10 章	智慧旅游与网络营销	116
10.1	网络营销概述	116
10.1.1	网络营销的优势	116
10.1.2	网络营销的常用方法	117
10.2	旅游网络营销的策略	119
10.3	旅游目的地营销系统	122
10.3.1	旅游目的地营销系统的发展趋势	122
10.3.2	旅游目的地营销系统的方式和途径	124
10.4	旅游营销与社交媒体	128
10.4.1	社交媒体对旅游营销的影响	128
10.4.2	基于社交媒体的旅游营销创新	130
10.5	本章案例：全球十大旅游社交网站	132
第 11 章	智慧旅游电子商务模式创新	135
11.1	旅游业发展电子商务的优势	135
11.2	中国旅游电子商务的发展现状	137
11.3	旅游电子商务的新型发展模式	138
11.4	电子商务信用与支付体系建设	142
11.4.1	建设旅游电子商务信用体系的关键节点	142

11.4.2	旅游电子商务支付体系的建设策略	144
11.5	本章案例：携程旅行网	146
第 12 章	旅行社信息化工程	149
12.1	旅行社在旅游价值链中的角色转换	149
12.2	旅行社信息化建设的发展现状	151
12.2.1	旅行社信息化建设的意义	151
12.2.2	我国旅行社信息化建设中存在的问题	153
12.3	旅行社信息化工程的建设内容	154
12.3.1	旅行社的网站建设	154
12.3.2	旅游电子商务	155
12.3.3	网络营销	156
12.3.4	综合服务	157
12.4	旅行社信息化工程的实施策略	158
第 13 章	旅游酒店信息化工程	160
13.1	旅游酒店信息化建设的现状分析	160
13.1.1	酒店信息化建设的发展现状	160
13.1.2	酒店信息化建设存在的问题	161
13.2	旅游酒店信息化工程的建设内容	161
13.2.1	酒店管理信息系统	162
13.2.2	酒店电子商务	162
13.3	智慧酒店的概念和发展趋势	164
13.4	酒店信息化工程的实施策略	167
13.5	本章案例：移动终端“更新”全球酒店业	169
第 14 章	智慧旅游的关键技术	171
14.1	物联网	171
14.1.1	物联网的概念与发展	171
14.1.2	物联网的特征与层次	172
14.1.3	物联网的技术体系	174
14.2	感知与识别技术	176
14.2.1	二维码技术	176
14.2.2	射频识别技术（RFID）	177

14.3	网络与通信技术	179
14.3.1	近距离无线通信 (NFC) 技术	179
14.3.2	基于位置的服务	181
14.3.3	4G 移动通信技术	182
14.4	云计算技术	184
14.4.1	云计算的主要特点	184
14.4.2	云计算的服务模式	185
14.5	虚拟现实技术	187
14.5.1	虚拟现实技术的特征与类型	187
14.5.2	增强现实技术	188
第 15 章	智慧旅游的建设运营模式	190
15.1	建设运营模式的基本类别	190
15.2	建设运营模式的设计原则	192
15.3	智慧旅游分阶段建设运营模式	194
15.3.1	初级阶段	195
15.3.2	成熟阶段	195
15.3.3	融合阶段	196
15.4	智慧旅游建设运营保障体系	197
第 16 章	智慧旅游的效益分析	200
16.1	社会效益分析	200
16.2	经济效益分析	202
16.3	产业带动效益分析	204
16.4	城市发展效益分析	206
参考文献		207

我国智慧旅游发展的战略背景

1.1 我国旅游业发展的国内外环境

1.1.1 我国旅游业发展的战略机遇

旅游业是国民经济的战略性产业，具有投资少、回报高、资源垄断性、劳动力密集、关联性强、无污染等特点，被誉为“无烟产业”和“永远的朝阳产业”，它已经和石油业、汽车业并列为世界三大产业。过去 60 年中，尽管存在过程中的波动，但是全球旅游业总体上保持了持续增长势头，并于 20 世纪 90 年代初超过了石油产业和汽车产业，成为世界第一大产业。

随着全球经济增长的稳步回升，加上有关国际组织和各国各地区政府采取更加有力的旅游产业促进政策，使得国际旅游保持了持续、快速的发展。2010 年，全球旅游业的产值达到了 5.7 万亿美元，占全球 GDP 的 9% 以上，直接和间接吸纳了 2.35 亿人就业。世界旅游组织在 2008 年所做的“2020 年世界旅游展望”预测，到 2020 年，全球国际旅游接待人数可望达到 16 亿人次，其中 3.78 亿人次是跨区域的远程旅游者。接待量最大的三个区域分别是欧洲（7.17 亿人次）、亚太地区（3.79 亿人次）和美洲（2.82 亿人次）。

世界旅游组织指出，中国目前已经成为世界主要的旅游目的地和客源国，并将在 2020 年成为世界第一大入境旅游目的地、第四大客源国。近年来，我国旅游业先后迎来了 2008 年北京奥运会、2010 年世博会和亚运会等盛事，旅游产业的发展在诸多方面取得了重要突破。2010 年，我国全年共接待入境游客 1.34 亿人次，实现国际旅游（外汇）收入 458.14 亿美元；国内旅游人数 21.03 亿人次，收入 12579.77 亿元人民币；中国公民出境人数达到 5738.65 万人次，比上年增长 20.4%；旅游业总收入 1.57 万亿元人民币，旅游业直接就业人数约 1 150 万人。

我国国际关系的稳定和对外开放的扩大，为我国旅游业的国际化发展创造了良好的

宏观环境。当前,我国和世界主要大国、周边国家、发展中国家等的关系持续平稳发展,我国与美国、俄罗斯、欧盟、东盟、日本、韩国等的多边及双边合作取得了较大进展,初步形成了有效的工作方式和运行机制。中国—东盟自由贸易区已正式启动,一批跨境经济技术合作规划已经或正在实施。从行业自身来说,我国旅游业的开放水平也不断提高。我国与其他国家和地区、国际组织的旅游交流合作蓬勃发展,我国已提前兑现“入世”关于旅游业的各项承诺,目前国际上著名旅游集团几乎全部进入中国,外资进入中国旅游业呈加速态势,并向二三线城市纵深发展。与此同时,我国出境旅游持续快速增长,也将推动我国旅游企业更快地“走出去”,使得中国旅游业越来越融入全球化发展的大格局当中。

随着我国旅游产业的规模持续扩大,产业结构逐步优化,产业素质明显提升,旅游业对国民经济的促进作用日益受到中央和地方政府以及社会各界的高度重视,对旅游产业性质的认识实现了质的飞跃。2009年12月,《国务院关于加快旅游业发展的意见》正式出台,首次提出“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”,实现了旅游产业定位的历史性突破。2009年,国务院还出台了《关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》等一系列文件,均把旅游业发展摆上重要位置,提出了明确要求。《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》中指出,到“十二五”末,要将旅游业初步建设成为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业,在扩内需、调结构、保增长、惠民生的战略中发挥更大功能;我国旅游业在世界旅游格局占据更重要的地位,在国际旅游事务中的影响力进一步提高,力争2020年我国旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平。

1.1.2 我国旅游业的国际竞争力分析

尽管“十一五”期间,我国旅游业发展取得了巨大成绩,但是与“国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”两大战略目标相比,和建设世界旅游强国的目标相比,还存在较大差距。

自2007年3月以来,世界经济论坛共发布了4次《世界旅游业竞争力报告》,分别从“旅游监管架构”、“旅游商业环境和基础设施”、“旅游人力、文化、自然资源”三个方面对全球各个国家的旅游业竞争力进行评估。按照2011年的排名,发达国家仍然处于绝对领先地位,排名前24位的均为发达国家。发展中国家中,排名最靠前的是居第25位的爱沙尼亚,其次是28位的巴巴多斯岛,均为较小的国家。从近四年的情况看,无论是在发达国家还是在发展中国家,平均排名、最高排名、最低排名的变化都不大。这表明尽管发展中国家尤其是新兴国家近几年旅游业发展较快,但并没有缩小与发达国家在

国际竞争力上的差距。

从4次报告的排名看,中国大陆旅游业的竞争力呈现快速上升态势,从2007年的第71位、2008年的第62位、2009年的第47位上升到2011年的第39位,目前处于全球竞争力的中上水平。此外,我国的香港和台湾作为地区也单独进入了该报告,香港排名位居第12位,与2009年的排名持平;台湾排名位居第37位,较2009年的第43位上升了6位,如表1.1所示。

表 1.1 中国旅游业竞争力在全球与亚太地区的排名

全球前 10 位排名			亚太地区前 10 位排名			
国家/地区	全球排名	得分	国家/地区	全球排名	地区排名	得分
瑞士	1	5.68	新加坡	10	1	5.23
德国	2	5.50	澳大利亚	12	2	5.19
法国	3	5.41	香港	13	3	5.15
澳大利亚	4	5.41	新西兰	19	4	5.00
瑞典	5	5.34	日本	22	5	4.94
美国	6	5.30	韩国	32	6	4.71
英国	7	5.30	马来西亚	35	7	4.59
西班牙	8	5.29	台湾	37	8	4.56
加拿大	9	5.29	中国	39	9	4.47
新加坡	10	5.23	泰国	41	10	4.47

注:引自2011年《中国旅游业国际竞争力评价》。

从表1.1可以看出,在全球排名前10位的国家中,有7个是欧洲国家,美国和加拿大排在第6和第9,排在第10位的是亚洲国家新加坡,总体格局与2009年相差不大。2011年中国的得分为4.47(数值范围为1~7),较2009年的4.3有所提高,但与前10位的国家相比,仍然相差0.76~1.21分。在亚太地区的26个国家和地区中,中国大陆排名第9位,如果不计港台,位居第7位,基本处于前列。

在表1.2所示的三个板块一级指标中,中国的“旅游人力、文化、自然资源”得分最高,为5.1分,同时第12位的排名也优于整个国家第39位的排名,其中“自然资源”、“文化资源”、“可用的合格劳动力”分别居于全球第5、16、24位,具有明显的全球领先优势。得分次高的一级指标为“旅游监管架构”,为4.5分,该指标主要反映的是涉及旅游业发展的监管类因素。得分最低的一级指标为“旅游商业环境与基础设施”,只有3.8分。尽管“旅游监管架构”得分高于“旅游商业环境与基础设施”,但是排名(第71位)却落后于后者(第64位)。不过相对于2009年,“旅游监管架构”方面已经获得了较大