

世行贷款甘肃文化自然遗产保护与开发项目

甘肃省旅游产业发展 战略研究

Research on The Development Strategy
of Tourism Industry in Gansu

◎ 高亚芳 魏 鹏 编著



北京交通大学出版社

<http://www.bjtup.com.cn>

世行贷款甘肃文化自然遗产保护与开发项目

甘肃省旅游产业发展战略研究

◎ 高亚芳 魏 鹏 编著

北京交通大学出版社
· 北京 ·

内 容 简 介

本书是 2011 年西北师范大学与世行贷款甘肃文化自然遗产保护与开发项目协调领导小组办公室签订的“甘肃省旅游产业发展战略研究”协议的研究成果。全书分为产业环境研究、产业发展研究、产业战略研究、专项研究四个部分,对甘肃省旅游产业发展战略进行了深入的分析与研究。

本书可供对甘肃省和中国旅游业的升级发展感兴趣的读者参考。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

甘肃省旅游产业发展战略研究 / 高亚芳, 魏鹏编著. — 北京: 北京交通大学出版社, 2014. 12

ISBN 978-7-5121-2186-7

I. ① 甘… II. ① 高… ② 魏… III. ① 地方旅游业-旅游业发展-经济发展战略-研究-甘肃省 IV. ① F592.742

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 002644 号

策划编辑: 吴嫦娥

责任编辑: 刘 辉

出版发行: 北京交通大学出版社

电话: 010-51686414

北京市海淀区高粱桥斜街 44 号

邮编: 100044

印刷者: 北京艺堂印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185×260 印张: 15.75 字数: 393 千字

版 次: 2014 年 12 月第 1 版 2014 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5121-2186-7/F·1465

印 数: 1 ~ 1 000 册 定价: 49.00 元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。

投诉电话: 010-51686043, 51686008; 传真: 010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

前 言

2011年,西北师范大学与世行贷款甘肃文化自然遗产保护与开发项目协调领导小组办公室(以下简称世行项目办)签订了开展“甘肃省旅游产业发展战略研究”的协议,成立了由西北师范大学旅游学院教授高亚芳、王三北和副教授魏鹏博士等为成员的研究团队,开展了全面、深入的研究活动。研究活动大概经历了如下阶段。

1. 调研阶段(2011年1—5月)。项目团队对全省旅游资源进行了普查与评估,深入十四个市州进行调查,召开了针对市州旅游产业发展的座谈会,全面了解了各市州旅游产业政策、发展状况、制约因素及发展对策;针对各类中外游客和旅游企业、旅游管理部门发放了5 000份中、英、韩、日四语种问卷,回收有效问卷4 789份,全面了解了游客对甘肃旅游业发展的感知和预期,研究了旅游企业的发展经验和问题,政府部门的政策思考和产业规划等。

2. 报告初稿专家咨询(2012年7月)。调研结束后,恰逢甘肃省发改委代表省政府委托西北师范大学本研究团队完成《甘肃省“十二五”旅游业发展规划》,同时北京达沃斯公司受国家旅游局委托编制《中国丝绸之路区域旅游业发展规划》,中国社科院地理研究所编制《甘肃省旅游业发展规划》,由于这些规划有本研究报告上游规划的性质,因此经与项目办沟通,达成一致意见,决定等这些上游规划完成,经过充分衔接后再编制完成本研究报告。2012年5月,这些上游规划基本完成初评,本研究报告便于7月初完成初稿,提交甘肃省旅游界专家和省旅游局、兰州市旅游局等单位进行专家咨询和征求意见,并与其他几个规划评审后的修改完善同步进行了修订。

3. 专家评审会(2013年3月)。2013年3月21日,世行项目办组织甘肃省旅游局、兰州大学、甘肃林业调查规划院、西北师范大学、兰州城市学院、兰州商学院、甘肃联合大学等单位的专家组成专家评审组,召开了评审会,对研究报告进行了评审。经过文本审阅、听取编制组的汇报,专家评审组一致认为:研究报告全面系统地阐述了甘肃省旅游产业发展需要解决的问题,研究体例完整,内容全面,图表齐全,研究范围和深度达到预期要求,同意通过评审。会后,研究团队对专家提

出的增加旅游产业发展绩效评价、旅游产业短期及中长期发展目标、整合相关篇章、进一步明确结论、凝练文本等几条修改意见，进行了认真研究，仔细进行了修改完善和数据更新，修改完善后交由出版社，得以付梓。

本研究报告高亚芳教授撰写了第1～7章、第9章和第17章，魏鹏博士撰写了第11～14章，研究生窦亚丽撰写了第10章，研究生陈洁撰写了7～8章，研究生高书云撰写了第15～16章。项目研究过程中得到世行项目办的全程参与和支持，得到了甘肃省发展和改革委员会、甘肃省旅游局、甘肃省各市州旅游局、各景区、旅行社等单位的大力支持和帮助。世行项目办副主任宁晓黎在研究方案制定、调研提纲撰写、研究报告框架设计、撰稿、修订等诸方面深度参与，提供了无私的智力支持和帮助，在此，一并深致谢忱。另外，在研究过程中，借鉴了众多学者的智力成果，虽然一一列举了参考文献，但难免挂一漏万，请同行和学者对疏漏之处见谅，真诚叩谢。

受编著者水平所限，书中定有错误和瑕疵，敬请读者批评指正。让我们共同努力，为甘肃省乃至中国旅游业的升级发展贡献绵薄之力。

作者
2014. 10

目 录

第一篇 产业环境研究

第一章 甘肃旅游产业发展战略研究基础	(3)
一、旅游产业发展战略研究概述	(3)
二、旅游产业发展战略研究理论基础	(5)
三、甘肃省旅游产业发展背景分析	(8)
第二章 甘肃旅游产业发展现状分析	(16)
一、甘肃省旅游产业发展现状	(16)
二、与全国旅游业发展整体情况比较分析	(23)
三、与西北地区旅游发展情况比较分析	(25)
第三章 甘肃省旅游产业发展竞争力分析	(26)
一、竞争力水平比较分析	(26)
二、甘肃省旅游竞争力的主要制约因素	(29)
第四章 甘肃省旅游产业发展 SWOT 分析	(31)
一、甘肃省旅游产业发展优势分析	(31)
二、甘肃省旅游产业发展劣势分析	(32)
三、甘肃省旅游产业发展机遇分析	(37)
四、甘肃省旅游产业发展挑战分析	(39)
第五章 甘肃省旅游产业发展资源禀赋与分析评价	(41)
一、甘肃省旅游产业重点旅游资源遴选	(41)
二、甘肃省旅游资源评价	(41)

第二篇 产业发展研究

第六章 甘肃省旅游市场需求分析	(51)
一、甘肃省旅游产业市场的形成	(51)

二、甘肃旅游产业市场特点分析	(51)
三、旅游者空间分布状况研究	(52)
四、旅游者人口结构研究	(57)
五、旅游者行为研究	(60)
六、旅游者认知研究	(65)
七、旅游者的评价研究	(66)
八、客源市场的时间分布研究	(67)
第七章 甘肃省旅游市场供给分析	(68)
一、甘肃省旅游资源及吸引物供给规模分析	(68)
二、市场行为及产业化发展选择	(69)
第八章 甘肃省旅游产业发展布局与产业链构建	(71)
一、旅游产业布局原则和依据研究	(72)
二、甘肃省旅游产业布局分析	(73)
三、产业链构建	(78)

第三篇 产业战略研究

第九章 甘肃省旅游产业发展战略目标体系研究	(85)
一、战略定位	(86)
二、战略选择	(98)
三、战略目标	(100)
四、战略发展时序	(105)
第十章 甘肃省旅游产业发展政策研究	(107)
一、旅游产业政策的产生与作用	(107)
二、旅游产业政策体系架构	(108)
三、国内外旅游产业发展战略研究概述	(110)
四、甘肃省旅游产业政策分析与优化	(112)
五、甘肃省旅游产业政策体系设计与创新	(119)
第十一章 甘肃省旅游产业组织发展研究	(127)
一、甘肃省旅游产业组织发展的现状和问题	(127)
二、成因分析	(132)

三、提升甘肃省旅游产业组织发展的对策	(135)
第十二章 甘肃省旅游产业发展的绩效评价	(139)
一、整体评价	(139)
二、分区域评价	(140)
第十三章 甘肃省旅游产业可持续发展	(153)
一、甘肃省旅游产业可持续发展的绩效评价体系	(153)
二、甘肃省旅游产业的可持续发展对策研究	(156)

第四篇 专项研究

第十四章 甘肃省旅游新业态发展研究报告	(165)
一、旅游新业态的涵义	(165)
二、甘肃省旅游新业态项目	(172)
第十五章 甘肃省旅游示范区建设研究	(180)
一、充分认识建设旅游产业示范区的必要性	(180)
二、明确旅游产业示范区建设的工作方案	(180)
三、加快旅游示范区建设的主要措施	(183)
第十六章 甘肃省低碳旅游模式研究	(188)
一、低碳旅游的提出背景和概念	(188)
二、加快发展低碳旅游的战略意义	(189)
三、甘肃省低碳旅游模式策略	(190)
第十七章 甘肃红色文化资源旅游产业化发展研究	(196)
一、发展背景	(197)
二、发展现状	(213)
三、存在的问题	(216)
四、对策与创意研究	(217)
参考文献	(235)

第一篇

产业环境研究

第一章 甘肃旅游产业发展 战略研究基础

一、旅游产业发展战略研究概述

20 世纪 70 年代以后，战略管理框架逐渐被引入到包括旅游产业在内的广义服务产业的发展研究和管理中，旅游经济研究中进行战略研究的专著和论文大量涌现，如 Olson 的 *Strategic Management For the Hospitality Industry*（《服务产业的战略管理》）、Auliana Poon 的 *Tourism, Technology and Competition Strategies*（《旅游业、技术与竞争战略》）以及 Sandra Carey 和 Y. Gountas 的 *Tour Operators and Destination Sustainability*（《旅游经营者和目的地的可持续发展》）等，这些专著和论述的观点建立在旅游产业成为全球经济的重要组成部分，旅游产业对国家和地区 GDP 的贡献率越来越显著的基础上，从旅游产业成长、运行和发展的内在规律和特征入手，阐述了旅游产业战略研究的基本思路和分析框架，提出了旅游产业战略管理、旅游产业可持续发展战略、旅游产业战略模式等理论。20 世纪 80 年代，我国学者对旅游作为一种经济现象和产业运行的本质，开始了认知和研究。20 世纪 90 年代中期以前，旅游业正处于发展初期，学者们大多将旅游产业视为一种刚脱胎于计划经济体制时期政治与外交交往领域的新型行业来论证和探讨其发展的意义和价值，并就一些传统经典风景名胜区、旅游城市和旅游景区适应行业成长需要和满足市场需求的开发、建设进行了广泛的探讨和研究。研究的角度和领域基本局限在资源开发与规划、旅游产业成长与管理、旅游产品开发与市场营销、旅游市场的形成与成长、旅游政策、旅游文化及旅游经济运行系统等方面。从战略管理高度看，真正意义上的产业战略研究开始于 20 世纪 90 年代后期，一开始也仅仅是对区域旅游产业发展模式的探讨和研究。2000 年以后，旅游经济研究逐渐趋于成熟和理性，伴随着旅游产业的飞速发展，许多省区将旅游业定位为支柱产业、优先发展产业或龙头产业，与此同时，旅游作为一个产业的战略研究才逐渐成为旅游经济研究的一

个重要领域。云南、四川、贵州、海南、陕西、北京等市区和一大批旅游业发达的地级行政区域（如桂林、杭州、井冈山、张家界等）都进行了本地区旅游产业发展战略的探索和研究，在战略研究层面上产生了一批高质量的旅游经济研究成果，区域旅游产业的发展获得了重要的战略理论依据和支撑，成为区域旅游产业发展的政策理论背景与行动指南。始于 20 世纪 90 年代的战略研究无疑是我国旅游经济研究水平和档次不断提升的一个重要标志，在某种意义上，也是我国旅游产业飞速发展的产业推力作用下的必然结果。从区域经济发展和产业宏观层面上的旅游产业战略研究与制定无疑具有深刻的意义和价值，它标志着我国旅游产业已从自发与经验层面的发展阶段向成熟与理性的发展阶段过渡，标志着旅游产业从初具形态向与现代市场经济运行规律相适应的政府主导与市场推力相结合的新型模式过渡；标志着旅游产业发展从无政府干预的无序状态向有政府推动的有序状态的过渡；标志着旅游产业从某种特定“产业现象”向区域经济发展的独立产业甚至龙头或支柱产业的过渡。

但是这一阶段旅游产业发展战略研究也存在一些缺陷。首先，旅游产业战略研究缺乏较为规范和被普遍认可的一种标准范式，从学理层面上缺乏从“组织战略—产业战略—旅游产业战略”的研究思路与框架的廓清，旅游产业战略研究的基本体系、框架，基本概念及范畴不甚清晰；其次，这一阶段旅游产业发展战略研究与旅游产业发展实践的适应性不够，理论研究给定的区域旅游产业发展的思路、模式、路径、步骤和方式与特定区域旅游产业发展实践之间缺乏应有的“呼应”，对实践的指导力不够，这也与学者们的研究基础、宏观视野、对实践的真实认知和信息水平有关；再次，我国区域旅游产业模式从 20 世纪 90 年代初以前的自发模式到我国社会主义市场经济体制运行基本规范后的新模式的选择带有强烈的政府推动色彩，即政府主导型旅游产业模式，这就要求旅游产业发展战略研究应该对区域国民经济发展战略和区域旅游政策的制定产生高度的影响，实现区域旅游发展战略研究向旅游产业政策的转化，这也是理论尤其是应用经济理论研究的本质使命。但不能否认，这一阶段的研究就其对产业政策制定的影响力还是有限的，缺乏战略研究结论与政策制定在理性和规律层面上的对接；最后，一部分区域旅游发展战略研究的基本结构尚不完整和不尽合理，譬如，将单一的资源开发与产品创新及线路安排方面的研究视为战略研究；将旅游产业发展模式研究视为战略研究的框架；或将战略研究定位为组织战略、市场战略、营销或推销战略等某一方面，鲜见从宏观和产业视野下

对区域旅游产业发展战略的整体的、科学的、合理的和全方位的探索。

二、旅游产业发展战略研究理论基础

（一）研究框架体系

一般而言，战略是泛指重大的、带全面性的、规律性的或决定全局的谋划。旅游产业发展战略（Developmental strategy of tourist industry）则特指建立在对旅游产业发展基本规律认识的基础上，包括一个相对独立经济体（国民经济或区域经济）对旅游产业发展的目标体系、产业定位、资源分析、环境支持、产品设计与安排、市场形成与成长、产业形象与产品推广、战略实施效应预测与反馈、战略评价等内容在内的产业发展总体步骤、程序、路径、安排与方式的总和。旅游产业发展战略的基本框架应包括目标体系的定位；建立在对存在密切关联的更大范围区域内竞争性环境分析和区域内产业发展环境分析基础之上的资源分析、分类和整合；给定资源约束和环境约束条件下的产品线设计、开发与组合；建立在区域产业形象定位和产品销量推广基础上的市场规模的形成与成长；各类旅游微观企业组织和消费者的收益实现和宏观经济社会收益实现的评价；战略结果及其评价对目标体系在内的各战略步骤的反馈。

（二）目标体系内容

旅游产业发展战略目标体系应涵盖如下内容：任何一个区域旅游产业发展都应包括一个或若干个核心目标和系列扩展目标在内的目标体系，其核心目标一般应为产业发展目标和实现产业在区域经济中作用和地位的贡献率目标（静态价值贡献，Static Value Contributions, SVC）。产业发展目标由区域旅游产业的消费集中度和离散度程度（即市场规模及其维系水平和扩延水平）、旅游生产供给的专业化水平、旅游经济运行的规范化程度，以及区域旅游产业的可持续性等指标来衡量；作为核心目标的贡献率目标则指动态的旅游产业产值在区域 GDP 中的比重及增长率，以及决定这两个静态指标和动态指标的可预测区域旅游产业发展潜力（Predictable Development Potentials of Regional Tourists Industry, PDPRTI）。另外，核心目标还应涵盖区域经济中旅游产业对国民经济的动态发展贡献（Dynamic Development

Contributions, DDC), 即投资乘数、需求乘数与就业乘数、国民收入乘数的水平, 据此可以判断区域旅游产业在区域经济和区域经济运行周期的各阶段中的性质、地位与作用; 同时, 核心目标中也应涵盖区域旅游产业发展对区域经济结构高度化和经济发展的贡献率。一般而言, 旅游产业发展必然带动结构优化, 它并不单指由于旅游产业的三次产业属性必然在产业结构既定状态下绝对加大了三产业的比重, 还包括区域旅游产业发展也必然带动产业结构内部一、二次产业就业与产值比重的下降与三次产业比重的相对上升。区域旅游产业发展的扩展目标包括文明发展、价值发展、社会结构发展和社会环境发展的社会发展目标; 包括文化资源价值的外显与市场发展、民族文化个性的国际认同、优秀民族文化得益于交流与撞击的升华等内容在内的文化发展目标; 也包括由于区域旅游产业的发展重建人与自然、现在的人与未来的人、现在的环境与未来的环境共存共荣的可持续发展目标。区域产业的发展促进环境的发展, 环境的发展又进一步促进区域旅游产业的发展, 建立具有可持续性的产业与环境最佳的良性互动。

(三) 目标实现路径

区域旅游产业发展战略目标的实现首先有赖于对区域旅游产业发展战略实施的“关联区域竞争环境分析”(Analysis on Competitive Environment in Interrelated Regions, ACEIR), 即在空间上、时间上、区际地缘关系上, 尤其是旅游吸引物存在高度替代性的相关地区的旅游产业发展环境分析, 这一分析的主要目标是认识相关地区与本地区存在高度产业替代的情况下, 本区域产业发展的竞争力、比较优势与比较成本, 以及消费者对旅游效价比(Tourists Ratio of Utility and Price, TRUP)的可能判断及决策; 其次, 要进行“区域内产业环境分析”(Analysis on Industrial Environment in an Individual Region, AIEIR), 这一分析的主要目标是认识本区域基础设施建设水平——包括与旅游产业高度相关的其他组织的发育水平、其他行业和组织与旅游产业的协同效应(coordinated effects)、与之关联的关于旅游产业发展的制度安排及其支持力、其他关联产业与组织的服务水平, 以及旅游消费者受以上条件决定的在本区域的旅游交易效率(Tourists Transaction Efficiency, TTE)。

(四) 资源认知

资源认知即资源的分析、分类、整合, 以及资源的潜在价值分析, 是旅游产品

设计和生产的必要前提。资源认知应分解为原生性的资源认知与再生性的资源认知。资源认知的基本原则是进行资源的替代性分析,即分析资源的相对垄断程度,从而确定其是否具有较高的影子价格(reference price);其次要进行资源开发的成本与收益分析,通过资源开发规划与开发的可行性分析,预测市场化后的资源生命周期(resources life cycle)内各阶段的效益与资源开发的固定成本与变动成本之和的比较来预知资源的经济价值;最后需将这一资源认知过程置于区域经济、社会、自然大背景下考证其间的配置效率与发展的可持续性,这一分析需涉及其他自然的、社会的、伦理的、文化的公认价值和标准对以上两个经济效率标准的可能修正,为此必须进行资源开发的外部性分析,关键要寻求将外部性内部化的有效途径与补偿方式。

(五) 产品设计与生产

产品设计与生产阶段应是区域旅游产业发展战略实施的关键。首先应该探讨资源价值向产品价值转型的可能性。具有潜在的资源价值未必一定具有现实的产品价值,产品价值要求考虑其满足消费市场需求的可能性与愿望,前者决定了产品的供给价格可以满足消费者的支付能力,后者决定了消费者有一定强度和可持续的需求偏好,从而决定了潜在的市场规模;其次,要着力打造产品的核心价值(core value)。核心价值决定了产品的竞争力与市场相对垄断程度(the monopolist of relative market),从而决定了产业的竞争力和相对垄断程度,当然也应同时考虑到旅游产品的中间价值(secondary value)与扩展价值(extend value),这是由消费的整体效应决定的,尤其在旅游消费中更为明显,旅游产品的核心价值、中间价值和扩展价值的关联度与三者价值总和比一般的物质产品要高得多;产品设计和生产一定要考虑到消费者旅游消费活动的外部性、交易成本,以及由此决定的旅游效价比,要进行消费者的旅游效价比模拟分析和预测,它也是决定产品和产业竞争能力的重要因素;产品价值外部性,交易成本也是决定产品设计与时间、空间布局的一大要素。旅游产品的设计、生产与空间布局要有效地考虑到外部性的规避和交易成本的节约,消费者在特定区域内旅游消费时间的延长和时间价值的提升,要求旅游产品的类型、结构、层次和品级等方面技术安排合理;应当充分考虑在一个区域内旅游产业发展的纵向和横向协同效应,前者反映了政府提供的基础设施建设等公共产品的支持度,后者反映了由旅游产业的产业关联性特征决定的其他产业和产品的配套程

度，它们是旅游产品生产设计的基础。

三、甘肃省旅游产业发展背景分析

(一) 全球旅游业的发展现状与趋势

1. 发展现状和特点

在过去的 20 年中，旅游活动在世界范围内的稳步增长，标志着旅游已经成为 20 世纪最为显著的经济和社会现象之一。旅游业早在 20 世纪 90 年代初就已发展成为超过石油工业、汽车工业的世界第一大产业，也是世界经济中持续高速稳定增长的重要战略性、支柱性、综合性产业。当今，随着经济全球化和世界经济一体化的深入发展，世界旅游业更是进入了快速发展的黄金时期。纵观 60 年来的发展，世界旅游业收入增速明显高于同期世界经济年均增速。旅游业增长高速、持续、稳定，没有哪一个行业可与之相提并论。根据世界旅游组织公布的数据，截至 2010 年，国际旅游业经济总量占全球 GDP 的 10% 以上，旅游投资占投资总额的 12% 以上。国际旅游业在世界经济中的地位和权重可见一斑。2011 年 3 月 3 日世界旅游及旅行理事会发布的《2011—2021 旅游业经济影响报告》认为，尽管目前世界经济增长遇到了很多挑战和不确定因素的影响，但旅游业却一直是增长速度最快的部门之一，而且成为推动经济和就业增长的主要力量。预计未来 10 年里，世界旅游业对全球国内生产总值 GDP 的贡献每年将达到 4.2%，总额为 9.2 万亿美元，并创造 6 500 万个就业机会。全球旅游业将迎来新一轮发展高峰期，成为全球经济可持续发展的一大热点。

半个多世纪以来，随着经济社会的发展，人们的休闲时间与日俱增，恩格尔系数则与时俱减。旅游已基本实现了休闲化、大众化和社会化，成为人们普遍认同的一种生活方式和基本权利，世界已经进入“旅游时代”；旅游业与科技教育、文化体育、商务会展等产业的结合越来越紧密，特别是与信息化“珠联璧合”，成为跨领域、跨行业的综合性、战略性产业。各类旅游吸引物充分运用现代高科技结晶，如声学、光学、计算机模拟系统等，增加旅游对人的吸引力。文化成为旅游产品的灵魂。文化旅游成为传播本国文化、展示文明成果、提升国家形象的软实力型现代服务业。

世界旅游业发展给世界各国提供了产业发展的重要启示：一是越来越多的国家把发展旅游业上升到国家战略的地位，作为参与国际竞争的重要平台。旅游业已经成为各国应对经济危机、促进经济复苏、培育新经济增长点的重要手段；二是旅游业日益与一个国家的人文、社会、历史紧密结合，成为国家“软实力”的重要方面；三是注重相关资源整合，形成“大旅游”的发展格局；四是应当建立集中、统一、权威的国家旅游管理部门，加强对国家旅游事务的统筹协调和综合性管理。

2. 发展趋势

(1) 旅游业在各国的战略地位日益上升，成为综合功能突出的优势产业。

在世界各地，旅游业不仅是经济上具有综合性、基础性和可持续性的支柱产业，也是关乎社会就业、扶贫、环保等方面的一项重大民生工程。在促进就业方面，世界旅游组织早在1993年就指出，“全世界范围内，旅游作为一个整体已经成为世界上创造新增就业机会最多的行业。”目前，全世界旅游就业人数占就业总人数的比重大约为9%。在扶贫方面，世界各地的偏远欠发达地区往往都有着非常独特的旅游资源，这些资源优势一旦转变为经济优势，就能极大地促进当地经济社会发展，改善当地人民的生存生活状况。多数国家把旅游作为推进贫困地区脱贫致富的优势产业的实践，都非常成功。在环境保护方面，旅游是资源节约型、环境友好型产业，通过保护性开发旅游资源，积极发展绿色旅游、生态旅游、文明旅游，可以改善一个国家和地区的生态环境，使之实现可持续发展。

(2) 旅游需求与消费更加个性化，旅游市场更加细分化。

随着个性化消费时代的到来，信息技术的发展和普及，交通方式的多样化，全球旅游需求与消费开始趋于自主化、独特化、多样化，旅游市场进一步细化，除了传统观光旅游、度假旅游和商务旅游这三大主导项目和产品外，特殊旅游、专题旅游更有发展潜力，如宗教旅游、探险旅游、考古旅游、修学旅游、民族风俗旅游等，将会形成特色突出的旅游细分化市场，也会导致传统旅游模式逐渐转向新兴旅游模式。

(3) 旅游产品日趋多元化，旅游产品供应系统内部竞争加剧。

旅游市场需求的个性化，促使旅游产品供应商开发富有主体化、个性化、特色化的各类旅游产品，引发旅游产品供应系统内部围绕产品品质、价格、包装、销售等因素展开激烈的竞争。