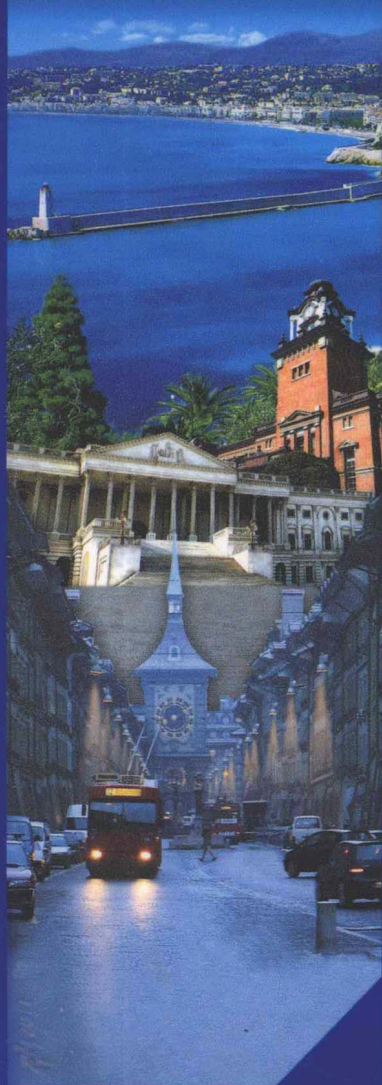




上海旅游资源与文化发展创新基地
SHANGHAI LUYOU ZIYUAN 学术前沿丛书
YU WENHUA FAZHAN
CHUANGXIN JIDI XUESHU QIANYAN CONGSHU

冯 翔◎著

欧洲旅游

关于产业发展及 组织管理的全新研究

TOURISM IN EUROPE
A NEW PERSPECTIVE ON
INDUSTRIAL DEVELOPMENT AND
ORGANIZATIONAL MANAGEMENT

中国旅游出版社

欧洲旅游组织管理
TOURISM IN EUROPE: A NEW PERSPECTIVE
都市地区的工业旅游
New Perspective on Industrial Development and
都市地区的文化旅游

Organizational Management

都市地区的滨海旅游



上海旅游资源与文化发展创新基地
SHANGHAI LUYOU ZIYUAN 学术前沿丛书
YU WENHUA FAZHAN
CHUANGXIN JIDI XUESHU QIANYAN CONGSHU

冯 翔◎著

欧洲旅游

关于产业发展及 组织管理的全新研究

TOURISM IN EUROPE
A NEW PERSPECTIVE ON
INDUSTRIAL DEVELOPMENT AND
ORGANIZATIONAL MANAGEMENT

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉 徐 杰

装帧设计：中文天地

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

欧洲旅游：关于产业发展及组织管理的全新研究/冯翔著.
- 北京：中国旅游出版社，2009.6
(上海旅游资源与文化发展创新基地学术前沿丛书/杨卫武主编)
ISBN 978 - 7 - 5032 - 3778 - 2

I. 欧… II. 冯… III. ①旅游业 - 经济发展 - 研究 - 欧洲
②旅游业 - 组织管理 - 研究 - 欧洲 IV. F595

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 077597 号

书 名：欧洲旅游：关于产业发展及组织管理的全新研究

作 者：冯 翔

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

http: //www. cttp. net. cn E-mail: cttp@ cnta. gov. cn

发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：21

印 数：1 - 3000 册

字 数：350 千

定 价：34.80 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3778 - 2

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换



编 委 会

- 主 任：**杨卫武 上海师范大学旅游学院院长/
上海旅游高等专科学校校长
- 副主任：**高 峻 上海师范大学旅游学院副院长/
上海旅游高等专科学校副校长
- 朱承强 上海师范大学旅游学院副院长/
上海旅游高等专科学校副校长
- 贾铁飞 上海师范大学旅游学院副院长/
上海旅游高等专科学校副校长
- 委 员：**张文建 上海师范大学旅游学院教授
- 陈 能 上海师范大学旅游学院教授
- 梁保尔 上海师范大学旅游学院科研办主任
- 吴国清 上海师范大学旅游学院旅游系主任
- 温家洪 上海师范大学旅游学院地理系主任
- 郑建瑜 上海师范大学旅游学院会展经济与管理系主任
- 朱水根 上海师范大学旅游学院饭店管理系、烹饪系主任
- 陈永发 上海师范大学旅游学院翻译导游系主任
- 秘 书：**王慧敏 上海师范大学旅游学院科研办副主任

序 言

《上海旅游资源与文化发展创新基地学术前沿丛书》是上海市教育委员会高水平特色项目“上海旅游资源与文化发展创新基地”项目建设的主要成果之一。

近年来，随着我国改革开放的不断深入以及市场经济体制的不断完善，旅游业获得了全方位的发展，国家确定的旅游业作为国民经济新的增长点的大政方针逐步落实，旅游业在国民经济中的作用不断显现。“把我国建设成世界旅游强国”已经成为国家旅游业的发展目标。根据世界旅游组织预测，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。届时，我国入境过夜旅游者将达到1亿人次；国内旅游者将达到28亿人次，人均出游2次；出境旅游者将达到1亿人次，三大市场旅游者总量将达30亿人次左右。当前，旅游业在我国的很多地区，尤其是中西部地区，已经成为区域经济的支柱产业。旅游业成为扩大就业领域、加快服务业发展的重要途径；同时旅游也成为城市与区域对外形象宣传的重要名片以及建设和谐社会的重要内容。旅游从过去富人的权利，变为每个公民日常生活的一部分；传统的“白天逛大庙，晚上睡大觉”的观光旅游已经越来越难以满足广大人民群众的需要。休闲度假、生态旅游、体育旅游和奖励旅游等新兴旅游项目受到人们的普遍欢迎。与旅游关系密切的会展产业、邮轮游艇产业、文化娱乐业等也蓬勃发展。此外，旅游企业管理也在发生着深刻的变化，如酒店的集团化经营、分时度假产品的开发、旅游电子商务等。中国旅游业正进入转型升级的阶段，其发展过程中所出现的新趋势和新业态也要求我们密切关注旅游业的发展趋势，积极去探索新形势下的发展热点和难点问题，以促进我国旅游产业更加健康、更加快速地向发展。

实际上，当前我国旅游产业的快速发展也进一步扩大了旅游学科的内涵和外延。旅游资源开发与保护、区域与景区旅游规划、旅游企业管理、旅游

电子商务、旅游活动环境管理、旅游风险管理等都已成为旅游产业发展链上的各个重要环节。旅游学科也逐步扩展成为涵盖经济管理、环境生态、社会人文和信息技术的学科集成。这就要求我们站在更高的层次,用更开阔的视野和更先进的技术手段去研究旅游产业中出现的新问题。可以说,很少有哪个学科能像旅游学科这样,有如此庞大的产业在后面支撑着。

旅游产业的发展,也为旅游教育的发展,特别是旅游高等教育的发展提供了前所未有的机遇。旅游科研不仅为国家和地方旅游产业发展,也为旅游教育质量的提高提供了源源不断的动力。在高校,教学是基础,科研是先导,教学是学校的核心工作,科研则是提高教学质量的重要手段,是教学质量的重要保证。无论是对教学内容的更新还是对教学方式的改变,都需要教师跟踪学科的发展动态,积极开展科研活动,及时将新的观点、新的发展方向、新的研究成果告诉给学生,使教学常教常新,赋予时代精神与内涵。教师通过自身的科研活动,有自己切身的体验,有自己鲜活的经验,就有利于更好地提高教学水平,激发学生对学习的积极性,对知识的渴望,对知其所以然的探索精神。因此在高校,科学研究不仅是为社会贡献自己才智的重要途径,也是提高教学质量和水平的重要保证。

为了加快上海旅游高等教育的发展,2003年上海市教委将上海旅游高等专科学校划归上海师范大学管理,并组建上海师范大学旅游学院。这不仅为上海旅游高等专科学校的发展提供了新的契机,也为我国高等旅游教育的跨越式发展提供了新的思路。五年来,学院积极贯彻上海市教委关于将上海师范大学旅游学院做强、做大和做高,建设上海旅游教育高地和中国一流旅游高校的指示,以学科建设为核心,积极促进教学与科研的融合;大力提倡学科融合,显示优势,突出特色;积极组建学科交叉的学科群队伍,以形成稳定的研究方向,构建具有战斗力、凝聚力的科研团队;大力拓展旅游学院的学科影响力,努力跟踪学科国际前沿,积极争取国家和上海市的重大科研项目和课题;大力营造浓厚的学术氛围,提倡团结合作的精神,为每个教师提供发展空间;大力加强与国内外业界的合作,为旅游产业服务;大力开展国际科研合作项目,加强与国际组织的联系,提高学院的国际化程度,为我国旅游教育发展提供持续性的动力。上海市教育委员会先后在上海师范大学旅游学院(上海旅游高等专科学校)设立了“上海旅游会展本科教育高地”和上海市教委高水平特色项目“上海旅游资源与文化发展创新基地”。通过实施人才工程,大力引进人才和自己培

养人才,学院教师素质有了很大的提高,拥有一批年富力强,基础理论扎实,实践经验较为丰富,能与国际接轨的,以中青年为主体的教师队伍。先后主持完成了国家自然科学基金、国家旅游局重点项目、上海市科委重大项目、上海市海洋局“908”项目、上海市曙光计划、浦江计划、启明星计划项目、上海市旅委项目等各类重大科研项目。

“上海旅游资源与文化发展创新基地”作为上海市教委首批设立的高水平特色项目,是以科教兴旅为战略,围绕学科创新进行应用基础研究,围绕产业创新进行应用开发研究;以自主创新为动力,以产学研结合、多学科合作为依托,以提升旅游产业学术化、技术化和国际化为导向,积极推进包括博士点、硕士点和上海市重点学科为标志的学科建设,以形成旅游学科集群优势,提升旅游学科的整体创新能力,建设高水平、多学科的学科集群,前沿性、综合性和开放性的研究中心,新理论、新技术、新产品的孵化平台。

为了更好地加强学院教师队伍的建设,反映近年来学院教师的旅游科研成果,在中国旅游出版社的大力支持下,从2008年开始出版系列“上海旅游资源与文化发展创新基地学术丛书”。这套丛书反映了近年来学院教师对当前我国旅游业发展中出现的新趋势和新业态的关心,反映了学院教师积极勇于探索的科学精神。其中一些成果是青年教师在他们的博士学位论文的基础上进一步扩展而成,尽管某些方面还稍显稚嫩,但其认真的态度和努力的精神实为可嘉。“上海旅游资源与文化发展创新基地学术前沿丛书”的出版就是为了进一步鼓励广大教师认清挑战,抓住机遇,以更勇敢、更顽强的精神,积极投入到旅游科研中去,爱岗敬业,只争朝夕,为中国旅游业的发展,为中国旅游教育事业的发展努力贡献自己的力量。

在本书的编辑出版过程中,得到了上海市教育委员会、上海师范大学各级组织和领导的大力支持。中国旅游出版社付蓉副编审、王守业编辑为丛书的顺利出版付出了极大的心血。在此向所有支持和关心本套丛书出版的领导和专家等致以诚挚的谢意!

高峻

2008年8月6日于上海

目 录

序 言	(I)
第一章 概 论	(1)
第一节 研究目的及专著结构	(1)
第二节 研究方法	(3)
第三节 理论基础	(7)
第四节 总结	(20)
第二章 欧洲旅游产业发展	(23)
第一节 欧洲旅游业发展现状	(23)
第二节 欧洲旅游业发展趋势	(43)
第三节 总结	(50)
第三章 欧洲旅游组织管理	(53)
第一节 欧盟旅游处	(54)
第二节 国家级旅游主管部门	(89)
第三节 省级旅游主管部门	(111)
第四节 市级旅游主管部门	(122)
第五节 总结	(130)

第四章 都市地区的工业旅游	(137)
第一节 理论基础	(137)
第二节 案例研究	(159)
第三节 分析与总结	(205)
第五章 都市地区的文化旅游	(216)
第一节 政策与统计系统	(217)
第二节 案例研究	(239)
第三节 总结	(261)
第六章 都市地区的都市旅游	(267)
第一节 相关概念和理论基础	(267)
第二节 案例研究	(272)
第三节 总结	(279)
第七章 都市地区的滨海旅游	(285)
第一节 相关概念与理论研究基础	(285)
第二节 案例研究	(292)
第三节 总结	(308)
参考文献	(310)
后 记	(324)

第一章 概 论

第一节 研究目的及专著结构

国际旅游业的发展已经由快速发展阶段步入了缓慢增长阶段，但世界旅游市场仍具有相当大的发展潜力和广阔的发展空间。目前，中国旅游业发展迅速，中国国内的旅游设施、旅游软件服务、电子旅游等新旅游业态蓬勃发展，入境游和出境游游客规模和数量上升迅速。了解西方，尤其是西欧旅游业的发展现状和趋势将对中国旅游业的未来发展提供很多建议和帮助，有助于进一步加快中国旅游业的发展，促进和提高旅游业的现代化管理水平，推动中国旅游业向深度和广度进军，对构建社会主义和谐社会和实现到 2020 年把中国建设成为世界旅游强国的宏伟目标等都有着重大的意义和作用。

本专著的研究出发点是区域经济学和公共管理学理论视角下的欧洲旅游研究，拟解决的核心学术问题有三个，即欧洲旅游业的产业发展及组织管理呈现何种态势？这些态势在欧洲的具体表现如何？这些态势能够带给中国旅游界哪些建议和启迪？

在本专著中，旅游的概念采用世界旅游组织（UNWTO）对旅游的定义，即任何到惯常活动地区外的地方且连续逗留时间少于 12 个月的活动。欧洲的概念选取的是狭义概念，即非东欧的西欧、北欧、南欧经济发达地带。本专著的主要读者群是国家政府研究机构、旅游研究者、政府旅游主管人员、旅游从业人员、大学旅游专业本科生及硕士生、公司企业相关人员。本专著立足区域经济学理论，并在某种程度上和公共管理学理论相交叉，以定性研究、实例研究为主要研究手段，以定量研究为辅助研究手段。

本专著分为七章，第一章阐述本专著的研究目的、研究方法和理论基础；第二章阐述欧洲旅游的产业发

欧洲学术界近年来将旅游研究的热点转到旅游组织管理及专项旅游项目开发和管理的方向上,其中较为热门的都市地区重点开发的旅游产业包括新型文化旅游、工业旅游、休闲旅游、滨海旅游、活动旅游、商务旅游、工业旅游等(本专著的最后四章将具体通过案例分析的形式研究上述热门话题中的四个主要话题);第四章实例比较分析了欧洲都市工业旅游,这一欧洲乃至全球最新的新型旅游研究课题;第五章比较研究了欧洲都市文化旅游这一又古老又新颖的话题,古老是因为欧洲旅游的最早产业形态就是历史文化遗产旅游,新颖是因为欧洲现在关注的一大旅游开发型态,即为新型创意性文化旅游产业;第六章将研究的重点转移到了都市旅游这个大话题上,在介绍完相关的研究背景和概念后,同样按照先产业后管理的模式,分析了都市旅游中的休闲旅游产品开发的最佳案例,并从旅游主管部门角度出发,分析研究了欧洲都市旅游组织的最佳实践城市及其实践经验;第七章重点分析了欧洲旅游关注的又一大新热点即都市滨海旅游。

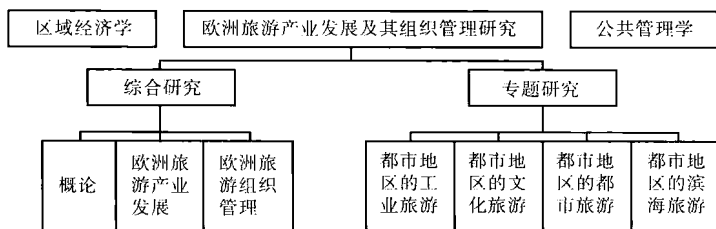


图 1-1 本书研究结构图

虽然欧洲和中国存在着思想文化、研究思路、经济环境和政策背景等诸多方面的不同,但是从区域经济学和管理学的学科背景上,研究欧洲旅游产业的进展和组织管理模式演变,还是可以对将来的中国旅游研究工作有所借鉴,并可以借此在更深更系统的层面上加深对旅游宏观经济、旅游管理体制和机制、旅游开发模式等的认识和理解,从而跳出欧洲的框架,更深刻地认识在特定的时空条件下旅游与社会经济、文化、行业等相互作用的机理、出现的问题与挑战。

关于欧洲旅游发展的情况,我们可以从零散的文献资料、学术文章、网络博客、会议手册、培训教程中了解到一些,但是亚欧旅游学术界到目前为止,还没有一本较为系统地介绍欧洲旅游发展过程的学术性专著。希望本专著能够成为开先河的研究欧洲旅游业发展的学术性著作。对中国旅游业的发展起到一定的积极导向作用,并为中国旅游走向欧洲、走向世界搭建一个平台。

第二节 研究方法

欧洲旅游研究主要有四大领域,即旅游经济学研究、旅游人文社会学研究、旅游管理学研究、旅游心理学研究。从20世纪70年代至今,各时期内的讨论热点虽有不同,但上述各方面的理论研究都同时存在。20世纪80年代后期,特别是步入90年代以来,在每个领域内旅游的可持续发展问题均成为研究者关注的热点。欧洲的旅游研究大体上分为基础研究和应用研究两大类。前者主要是就有关的新问题或者老问题的新认识或新的解决方法进行探讨,因而多为理论性研究;后者主要采用此前已经提出并被实践证明为有效的方法,去解决旅游业发展中所遇到的问题。

本专著属于应用研究的范畴,即利用已有的理论对欧洲旅游相关领域的最佳实践案例进行研究,以得出相应的借鉴经验。在应用研究方面,欧洲相当多的研究课题来自私营企业,多不公开发表。在公开发表的应用研究成果中,多为有关政府部门或社会团体资助的研究项目。本专著参考的主要研究成果,尤其是案例分析部分,大多为笔者曾领衔或参与的欧洲比较旅游研究课题。

旅游研究经历了一个从单一学科到多学科的发展过程。最早介入对旅游现象进行研究的学科是地理学。然而,以单一学科来认识旅游这样一个庞大复杂的社会现象存在着明显的片面性。因此,在旅游研究的早期,就有学者提出了多学科、多角度综合分析旅游现象的必要性。旅游活动涉及社会各方面,诸如经济、文化、政治、社会、环境等领域,因而在对旅游现象的研究中,旅游研究者除对旅游现象总体的内涵和外延作出基础理论的分析外,还要对上述各方面的现象进行较深层次的研究,形成了旅游学的主要分支。这些分支有旅游经济学、旅游管理学、旅游地理学、旅游心理学、旅游社会学、旅游人类学、旅游文化学、旅游资源学、旅游统计学、旅游信息学等。在这些分支中还衍生出更接近应用的次一级分支,如旅游市场营销学、旅游地开发与管理、旅游资源开发、景区开发与管理、旅游饭店经营与管理、旅行社管理等。这些旅游研究的分支都在不同程度上引入了相关学科的研究理论和方法,极大地丰富了旅游研究方法的内容。

这里需要明确的是,本专著的理论背景为区域经济学和公共管理学。本专著以旅游产业的自身发展和旅游产业的公共管理模式为逻辑起点展开研究。

这类研究更多的侧重研究旅游产业发展和管理模式的具体实践。欧洲在旅游现象的研究中,对经济学和管理学研究的进展比其他学科要慢一些,以宏观为特点的区域经济学和公共管理学在旅游现象中的运用则更晚些。第二次世界大战后主要的欧洲旅游经济学和管理学研究侧重于微观范围内的研究,即研究旅游产业自身的微观经济和企业管理,研究的范围涉及国际旅游分工理论、旅游市场研究、旅游企业经营与管理、旅游产业经济、旅游资源开发等方面。区域经济学和公共管理学在旅游研究中的运用起步于20世纪80年代,到了90年代发展比较成熟。在学术意义上的重大突破是欧洲城市比较研究中心^①的荷兰区域经济学家Leo van den Berg于1994年出版的欧洲历史上第一本从区域经济学角度出发的旅游专著《都市旅游》^②。

旅游学科作为综合性的交叉边缘学科,其研究方法应该是多元化的,第二次世界大战以后英语国家的旅游研究以定量研究为主导方法,体现“科学”研究思想。但旅游社会学家和旅游人类学家极力倡导定性研究,认为旅游研究中有许多定量研究无法解决的问题,两种方法有着各自的适宜情境。定性分析就是对研究对象进行“质”的分析,具体地说是运用归纳和演绎、分析与综合以及抽象与概括等方法,对获得的各种材料进行思维加工,从而能去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里,达到认识事物本质、揭示内在规律的目的。定性分析常被用于对事物相互作用的研究中。它主要是解决研究对象“有没有”或者“是不是”的问题。我们要认识某种现象或者对象,首先就要认识这个对象所具有的性质特征,以便把它与其他的对象区别开来。所以,定性分析是一种最根本、最重要的分析研究过程。

本专著的研究方法则以定性分析为主,数学计量性的定量分析为辅。本专著采取定性研究的主要原因是:首先,定性研究可以帮助识别欧洲旅游发展的产业潜在态势和管理基本模式。其次,并非在所有情况下,都能够采用

① 欧洲城市研究中心建立于1989年,由荷兰鹿特丹Erasmus大学、荷兰鹿特丹市政府和西班牙巴塞罗那市政府三方共同建立,负责人里欧·范·登·博格教授(Prof. Dr. Leo van den Berg)是世界城市管理理论的奠基人。研究中心为欧盟、美国、加拿大、南非等世界各地的80多个大中型城市担任咨询顾问工作,并且与20余个城市建立了长期顾问咨询合作关系。

② 本专著的作者是荷兰著名的区域经济学专家Leo van den Berg教授,专著的名称是《都市旅游》(Urban Tourism),专著比较分析了欧盟8个城市的城市旅游发展、旅游产品开发、增强旅游吸引力的举措以及具体旅游管理体制机制最佳实践的城市,是欧盟历史上第一部以区域经济学理论为支撑的都市旅游专著。这8个城市分别是比利时的安特卫普、丹麦的哥本哈根、英国的爱丁堡、意大利的热那亚、英国的格拉斯哥、德国的汉堡、法国的里昂和荷兰的鹿特丹。

完全结构式的或正规的方法去获取被调查者的信息的；即使有可能，但供定量分析使用的调研反馈来的有效信息量可能会太少。例如，被调查者可能不愿意或不能回答某些问题，由于这些问题侵犯他们的隐私、让他们为难或对他们的自我形象有消极作用。同时，本专著为了避免定性研究相对于定量研究而言缺乏精确性和可信性的特点，故采用能提高定性研究可靠性的有效方法即三角互证法，从不同来源的数据考察同一现象和问题，减少个人的和方法论的偏差，提高研究的概括性。首先，本专著在数据的收集方面采用三角互证法，即运用多种数据来源，如观察、访谈获得的第一手资料和文献、学术专著、政府报告、历年统计资料等文字图表类的第二手资料。其次，本专著在研究方法上采用三角互证法，即用多种方法研究一个问题，将定性和定量方法相结合，如观察法和访谈法相结合，访谈法和结构问卷法相结合。

本专著中的具体案例分析部分采用的研究方法主要有以下几种：第一，二手资料法，即通过寻找各种媒体发表的文章或文献的方法来收集相关资料。该类方法能够通过各种渠道收集到各种类型的资料，比其他调查方法省时省力。在资料的收集过程中，本专著尽量保证资料的完整性、准确性、科学性和资料的来源、口径、范围、时间及计算方法等方面的可比性。本专著参考的第二手资料包括欧洲政府机构及地方政府机构定期发布的公报，定期出版的各类政府年鉴，欧洲各种旅游经济信息部门、旅游行业协会、联合会提供的定期或不定期信息公报，各种欧洲国际组织、成员国商会等提供的定期或不定期统计公告或交流信息，欧洲专业性学术期刊发表的学术文献和调研报告等。第二，本专著第一手信息的获得，采取访问调查的方式，即按所拟调查事项，有计划地通过访谈、询问方式向被调查者提出问题，通过他们的回答来获得有关信息和资料，这是一种专项调查的基本形式，在整个访问过程中调查者（即笔者及课题组）与被调查者直接见面，并相互影响、相互作用，也是人际沟通的过程。在进行访问调查前，笔者及课题组做了详尽的调查准备工作并同被调查者保持密切配合。笔者及课题组设计的专项调查问卷，科学实用地按照调查目的、调查对象、调查方法进行设计。调查问卷为开放式问卷，即调研者对问题的回答不提供任何具体的答案，而由被调查人自由回答，这样能够使调查得到比较符合被调查者实际的答案。表 1-1 列出的是笔者在本专著第四章“都市地区的工业旅游”中在意大利都灵市进行现场第一手资料收集时设计的开放式调研问卷模板。该问卷在笔者和课题组赴意大利都灵市调研前 3 个星期以电子邮件的形式发放给都灵市 15 家不同类别（包括政府、企业）的机构，课题组和调研对象面对面的调研内容也是基于

表 1-1 欧洲城市比较研究中心课题组 2008 年赴意大利
都灵调研工业旅游时所采用的问卷调研报告

企业访问提纲	
关于 贵企业	1. 贵公司哪些方面对游客具有吸引力,如产品、生产过程、厂址、组织机构等? 游客可以看到哪些东西,学到哪些东西,体验到哪些东西? 2. 贵公司对游客开放的程度如何? 游客是能够在任何时间参观企业,还是在特定季节、特定日子或者提出申请后才能参观? 贵公司接待多少游客? 是哪些类型的游客? 参观活动是如何组织的? 3. 贵公司希望从工业旅游的开展中获得怎样的收益? 这一收益是否能够量化? 能否判断一下收入和支出之间的比例关系? 4. 工业旅游开展中遇到过哪些问题,或者公司对游客开放后或进一步开放遇到哪些问题? 工业旅游的开展与公司正常的业务活动之间是否存在冲突或者潜在冲突? 5. 公司的地理位置与周边环境是否会限制或刺激公司对游客开放? 体现在哪些方面?
关于 意大利 都灵市	1. 您觉得都灵的工业旅游开展得如何? 都灵工业旅游供给的优劣势分别是什么? 哪些人群可以作为都灵工业旅游的目标市场? 2. 您是否觉得主题包价旅游项目,如参观统一产业部门内的多个企业,将主题参观活动与传统旅游景点结合起来等,是否能够带来附加值? 如果是,那么您认为哪个主题带来的机会最大? 贵公司又在其中充当什么样的角色? 3. 您觉得现行的工业旅游的组织形式如何? 哪些可以改进?
市政部门及旅游组织的访问提纲	
关于 贵机构	1. 贵单位是如何促进旅游业总体发展的? 又是怎样推动工业旅游的发展的? 2. 贵单位与哪些部门在工业旅游领域内开展合作,如企业、研究机构等,或者贵单位愿意或能够或应该与哪些部门开展合作? 3. 贵单位采用了哪些战略来发展工业旅游? 是否区分过某些主题或者某些目标市场? 贵单位是否提供主题旅游项目,如组织参观同一产业部门内的不同企业,或者将工业旅游与传统旅游景点结合起来? 如果是的话,这些主题旅游项目价值多大? 4. 贵单位或贵市通过开展工业旅游取得的收益或预期收益是什么? 是否能够量化这一收益? 您如何来评价收入和支出之间的比例? 5. 您觉得在鼓动企业对游客开放的过程中遇到或可能遇到哪些障碍? 您觉得开展工业旅游与企业正常生产活动是否有冲突或者会产生哪些冲突,能否举例说明? 贵单位会采取哪些手段消除这些阻碍?
关于 意大利 都灵市	1. 都灵的企业接待了多少游客? 游客的动机是什么? 游客都是从哪些地区来的? 工业旅游在都灵旅游业总体发展中所占的比例如何? 2. 您如何评价都灵工业旅游发展的前景? 贵单位的工业旅游产品的优劣势分别是什么? 哪些群体可以成为都灵的目标市场? 3. 如果您觉得主题旅游项目能够带来附加值,那么您觉得哪个主题带来的机遇最多? 可以发展哪些旅游产品? 哪些利益相关者可以被吸纳进来共同为之努力? 4. 从开展工业旅游的角度来看,您如何评价现有企业的地理条件? 如通达性、基础设施,以及企业的周边环境等。可以采取哪些手段改进这一状况? 5. 您如何评价当前工业旅游的发展状况? 哪些方面可以加以改进?

这些问题的基础之上的。这样做的好处是：一是能够让被调研者在面对面专项调研开始之前能够就课题组所需要的信息提前准备；二是能够保证双方信息的更佳沟通及课题组获得尽可能多的对课题有用的第一手资料。

第三节 理论基础

这里解释的是本专著的理论基础。需要点明的是，国外的旅游研究在时间上延续了几百年，在地域上涉及诸多的欧美国家和地区。如果要将这么大的范围内的所有研究理论在此处一一点出的话，存在着实践操作的极大障碍，而且旅游研究涉及的相关学科众多，如生态学、人类学、文化学、政治学、经济学、管理学等。所以本专著并非全盘性地涵盖全部旅游研究的理论精髓，而是基于研究目的和学科背景的考虑，这些理论均来自于旅游区域经济学和旅游宏观组织管理学领域。本节首先介绍了两个旅游产品开发理论，其次介绍了旅游组织管理理论。其中重点理论是旅游产品开发理论中的旅游产品系统开发理论、旅游生命周期理论及旅游组织能力理论，它们也构成了本专著的理论依托。

一、旅游产业发展理论

（一）产品开发理论

本部分中涉及的旅游产品开发理论主要有两类，第一类是旅游产品系统开发理论，此理论的代表人物是荷兰区域经济学家 Leo van den Berg 教授，该理论以系统的眼光来看待某一地域范围内的旅游产品，强调旅游产品和该地域内的其他产品整合开发。第二类是 COED 即创新性新型文化旅游开发理论，该理论强调利用创新性的新型文化产品来开发旅游业，并使其成为所在地区可持续经济发展的主导性因素。

1. 旅游产品系统开发理论

这是本专著研究旅游产业发展时主要依据的理论之一。系统是由一组相互依存、相互作用和相互转化的客观事物所构成的一定目标和特定功能的整体。系统论的基本思想是要把研究或处理的对象看成一个有一定层次、顺序的系统。从整体上考虑问题，要特别注重各子系统、要素之间的有机联系，以及系统与外部环境之间的相互联系和相互制约关系。

Mill、Morrison (1985) 和 Gunn (1988)^① 对旅游系统本身的功能和系统的复杂性作了深入研究, 他们把旅游系统分为需求和供给两个子系统, 即旅游者 (主要指潜在消费者) 为需求方, 而供给方由不同的运输方式、吸引物、提供服务和娱乐设施、旅游信息和促销等构成。Mill 和 Morrison 还进一步指出了系统的四个部分及其之间关系。其四个部分为: 客源市场 (旅游者)、旅行 (交通运输)、旅游目的地 (吸引物、娱乐设施和服务) 和营销 (旅游信息和促销)。该理论到了 20 世纪 90 年代发展比较成熟, 重大学术意义的突破是 1995 年欧洲城市比较研究中心出版的荷兰经济学家 Leo van den Berg 所著的《都市旅游》^②。专著内提出了地区旅游产品系统开发理论, 该理论将某地区 (如城市) 的旅游产品看做是一个相互关联的旅游系统, 这一系统由 5 个部分组成, 相互之间不可分割, 这 5 个部分如图 1-2 所示。

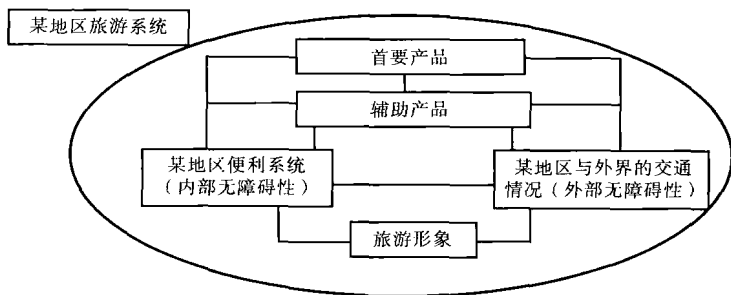


图 1-2 地区旅游系统结构图

这里的旅游指的并非是传统意义上的休闲娱乐观光旅游, 还包括了商务和节庆会展等新兴旅游形态。其中, 首要产品 (Primary Product) 主要是指人们来该地区旅游所要看、所要欣赏的产品。它包括自然风光 (如塞纳河、多瑙河等)、历史文化产品 (如古罗马遗迹、荷兰风车等)、城市中的独特建筑 (如上海的金茂大厦、上海大剧院等)、节庆活动等; 辅助产品 (Secondary Product) 即它们本身不吸引旅游者, 但却是该地区旅游活动所不可缺少的产品, 如酒店、餐馆、会议场所、展览厅等; 该地区便利系统即内部无障碍性 (Internal Accessibility) 包括旅游者到达景点的便利程度、该地区内交通工具

① 范业正等. 国外旅游规划研究进展及主要思想方法 [J]. 地理科学进展, 1998 (3) .

② Leo van den Berg, Jan van der Borg and Jan van der Meer (1995). *Urban Tourism*. Aldershot: Avebury.