

旅游营销中国

LVYOU YINGXIAO ZHONGGUO

伍飞 苏耀荣◎著

新华出版社

旅游营销中国

LVYOU YINGXIAO ZHONGGUO

伍飞 苏耀荣◎著

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游营销中国/ 伍飞 苏耀荣著. —北京:

新华出版社, 2009. 3

ISBN 978-7-5011-8722-5

I. 旅… II. 伍… III. 苏… IV. 旅游市场-市场营销学-研究-中国 V. F592

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第029577号

旅游营销中国

责任编辑: 曾曦

出版发行: 新华出版社

网 址: <http://www.xinhupub.com>

地 址: 北京市石景山区京原路8号

邮 编: 100040

经 销: 新华书店

印 刷: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 16

字 数: 187千字

版 次: 2009年3月第一版

印 次: 2009年3月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5011-8722-5

定 价: 38.00元

谨以此书献给那些致力于中国软力量建设的人们！

《旅游营销中国》构思于改革开放30周年的日子里。它之所以能这么快与读者见面，很大程度上要归功于我的搭档苏耀荣先生。苏先生是一位多年工作在旅游第一线的实业家，见证了中国改革开放后旅游业发展的全过程。他也是中国旅游界仅有的两位全国人大代表之一，为中国旅游业的发展提出过许多独到的见解。

我和苏耀荣先生相识，缘于他阅读了我去年出版的拙作《旅游整合世界》。初次见面，我即为他对中国旅游事业的满腔热情和使命感所感染。同时，我深深意识到，他对旅游的认识，比一般专家更精；他对旅游的思考，比许多同行更深。我俩一拍即合，决计共同推出《旅游营销中国》一书。

显然，《旅游营销中国》是《旅游整合世界》的姊妹书。而后者去年是北京大学出版社作为旅游界的“圣经”隆重推出的，着实让我有受宠若惊之感。2005年，我参与创办《环球游报》，提出“旅游整合世界 人类共享文明”的新理念，得到国内外同行和政要的广泛赞同，深受鼓舞，后在中外友人的鼓励和鞭策下，写就《旅游整合世界》，付梓出版。

如今，当初思想的火花几近燎原之势，“旅游整合世界 人类共享文明”不仅被媒体誉为旅游界的“地标性”格言，还被写进许多省市的政府工作报告之中。重庆市政府2009年初向外界发布其“人人重庆”的旅游标识时，就旗帜鲜明宣布，该标识来源于“旅游整合世界 人类共享文明”的新理念。

与此同时，还有包括各国旅游部长、外交部长和驻华大使在内的逾百位重量级人物，就“旅游整合世界 人类共享文明”的理念，进行了解读。许多大使朋友认为这一理念应该进一步发扬广大，不仅要著书立说，还要通过报章、电媒传播出去，让世界更多人了解。有的大使还盛情邀请笔者去他们国家创办永久性论坛……

这些来自国内外的厚爱，让笔者感激万分！

古往今来，人类追求天下大同的脚步从未停止，但往往因路径差异而南辕北辙。“政治的力量常常产生地域的壁垒，宗教的力量又往往导致心灵的隔阂，只有旅游，才能使不同种族、不同信仰、不同文化的人们走到一起，共同分享人类文明的成果。”这是拙作《旅游整合世界》论著的精髓。

很久以来，人们对旅游的理解，多数处于吃、喝、玩、乐等方面的浅思考。但随着科技的发展和全球化的深入，“地球村”越变越小，人们越来越清晰地看到，在世界范围内，各国发展旅游业的目的，不仅仅是对旅游产业本身的提升，而且是促进人类多样文明的交流与共享。

世界在变，旅游在变，人们对旅游的认识也在变。笔者以为，《旅游营销中国》既是一种全新视野下对旅游价值的重新审视，也是中国在全球化时代梳理国家形象的革新读本。所以，从某种程度来说，笔者希望它是一本能改变中国旅游界思考的书，更希望它是一本能改变中国思考的书！

伍飞

2009年2月于首都北京

目录

旅游营销中国
Lvyou Yingxiao Zhongguo

第1章

全球化浪潮下不断加速的旅游进程

- 第一节 人类进入“全球旅游”“全民旅游”时代 >>>>001
- 第二节 中国现代旅游“渐入佳境” >>>>009
- 第三节 旅游观的改变及旅游价值的重新审视 >>>>015
 - 旅游的内涵和外延不断变化 >>>>015
 - 旅游的价值和地位日益凸显 >>>>026

第2章

全球化过程中软力量的兴起

- 第一节 和平与发展渐成人类主流 >>>>031
 - “和平与发展”是世界人民的普遍愿望 >>>>031
 - 多极化及全球化的世界趋势 >>>>034
- 第二节 软力量竞争是后文明时代国家竞争的主要形态 >>>>041
 - “软力量”地位的提升是人类文明进步的标志 >>>>041
 - 未来各国竞争主要体现在软力量的竞争 >>>>044
- 第三节 软力量资源大国变成软力量大国要传播 >>>>053

第3章

中国又到了实现软力量的黄金时期

- 第一节 有硬力量才会有软力量 >>>>057
- 第二节 中华民族的再崛起昭示软力量的回归 >>>>063
- 第三节 中国实现软力量的障碍和困惑 >>>>075
 - “妖魔化中国”现象不会短期消失 >>>>075
 - “核心价值观”缺失制约中国软力量的扩大 >>>>085

第4章 旅游是软力量实现的最佳途径

- 第一节 | 旅游硬整合力无可替代 >>>>095
- 第二节 | 旅游软整合力无可估量 >>>>103
- 第三节 | “旅游整合世界”既是目标也是途径 >>>>119
 - 人类文明逐步共享 >>>>119
 - 政治矛盾趋向缓和 >>>>125
 - 宗教对话展现曙光 >>>>131

第5章 旅游营销中国是一项复杂的系统工程

- 第一节 | 旅游营销中国的战略意义和现实意义 >>>>139
 - 软力量建设关系到中华民族能否真正崛起 >>>>139
 - 旅游在中国软力量打造中具有特殊地位 >>>>145
- 第二节 | 旅游营销中国要有融入世界的战略新思维 >>>>157
- 第三节 | 旅游营销中国要有全球化视野的执行团队 >>>>163

第6章 如何构建旅游营销中国的战略体系

- 第一节 | 国家形象战略与营销战略须有机统一 >>>>175
- 第二节 | “东方文化代表”是旅游营销中国的灵魂 >>>>179
- 第三节 | 旅游营销中国手段要有创新意识 >>>>189
 - 创新是旅游营销中国的生命线 >>>>189
 - 要大力扶持“民间力量” >>>>198
- 第四节 | 旅游营销中国“功课”必须内外兼修 >>>>211
 - 扎实建立公平正义的“和谐社会” >>>>211
 - 普及“人人都是国家形象”的公民意识 >>>>227
- 第五节 | 经济危机下旅游营销中国之挑战与机遇 >>>>233

第1章

全球化浪潮下不断加速的旅游进程

第一节

人类进入“全球旅游”“全民族旅游”时代

旅游活动是人类最早的社会行为之一。法国学者罗伯特·朗卡尔先生在其著作《旅游及旅行社会学》中说：“自有人类就有旅行”。中国学者范能船先生在给《中国旅游史》所作序言中也有相同观点：“旅游的历史与人类的历史相始终”。

但是，由于生产力十分低下，在远古极不发达的条件下，旅游只是少数人即有权、有钱、有闲人的专利。例如，古埃及的贵族们就常乘着小船，沿尼罗河顺流而下，一边欣赏两岸风光，一边享用美味佳肴，欢度休闲时光；我国的历代帝王如秦始皇、隋炀帝等最高统治者也经常在自己所管辖的领土上巡游。通过巡游，一则可以炫耀自己至高无上的权威，以维护统治；二则可以饱览风光、愉悦身心。而大部分群众因为整天都在为解决温饱问题而奋斗，很难有闲情雅致从事旅游活动。

人类旅游活动真正意义上的飞跃是欧洲工业革命的到来。18世纪中叶到19世纪的一百年间，欧洲文明由于科学技术的快速发展而突飞猛进。中产阶级队伍开始壮大，大部分劳工从乡村进入城市工作，过起城市生活。随着工业革命的深入，人们不仅劳动时间缩短，休假期增加，而且由于蒸汽机、轮船、火车、汽车、飞机等交通工具的发明，使得人们在旅游方式及范围等方面都有了质的变化。

1713年的《乌得勒支条约》开始了欧洲相对平静的时期，欧洲大陆重新对旅游者开放。这个时期，欧洲各个国家的贵族青年，带着一位仆人或指导他们行为和学业的家族教师，到国外去旅游一两年，成为一种时尚。“欧洲受过教育的阶级从来没有形成过比这更加世界主义化的社会，他们以法语为通用语言，经常出国游历——这是一个伟大的旅行时代——特别是在18世纪上半叶战争不甚频繁期间”。（《西方旅游史》）

18、19世纪,“大旅游”在欧洲各地都非常普遍,其中尤以英、法、德、俄、北欧国家等地的人出游最为常见。并且这种旅游活动成为当时培育未来行政人才及政治领袖的一个重要方式。旅游者们都怀揣着一颗对古典文明和现代文化的崇敬之心,踏上“大旅游”之路。他们一边游历大川、名山、古城,一边学习语言、文化、艺术、社交礼仪和风俗人情,日来夜往,走走停停,从一地到另一地,视野不断地开阔,思想不断地丰富。

被公认为第一个真正的旅行代理商的英国人托马斯·库克,第一次组织旅行所采用的交通工具就是火车。公元1841年7月,英国人托马斯·库克凭借他的语言艺术和满腔热情,说服了540名主张戒酒的人,从雷斯特乘火车到拉夫巴罗参加戒酒大会。这是第一次集体打折扣的包租列车旅行。后来,委托他筹备旅行的人增多,他成了短途旅游的组织者。公元1846年他又成功地设置了旅游向导,这是历史上最早的导游。公元1851年,库克组织了16万多人参加在伦敦“水晶宫”举行的第一次“世界博览会”。公元1872年,库克组织了一次9人团体的环球航行,历时220天。因此,托马斯·库克被誉为近代旅游业的创始者。

不过近代旅行、旅游活动虽然已有很大发展,但还未发展到能称为独立的经济行业——旅游业的地步。从整个时代来看,它只是一种局部地区个别人经营的旅游代理业。

现代旅游业崛起于第二次世界大战后,由于世界形势总体缓和,各国人民渴望和平,加上第二次世界大战期间航空和雷达导航等诸多技术的突破,为战后民用航空业的发展奠定了基础,也对旅游业产生了巨大的影响。在20世纪60年代,现代旅游业开始加速,成为“后工业化社会”发展最快的行业之一。

1950年,旅游观光事业已经成为世界上的一个新兴产业。这一年,全球国际旅游过夜人数达2528万人次,国际旅游外汇收入达21亿美元。在同一年,赖茨还以“地平线假日”旅游公司的名义组织了一次航空包机旅游,目的地是科西嘉岛。他在这次实验性的旅游组织中采取了预订一些座位的办法,从而有效地降低了成本,很受游客欢迎,在随后的时间里,越来越多的旅游者接受了这种新的旅游方式。

1958年,波音707喷气飞机的问世标志着“大众旅游”时代的到

来。从欧洲到北美洲的旅行时间，由24小时缩短为8小时，从而为国际旅游的起飞奠定了划时代的里程碑。到1970年，第一架宽体客机波音747投入运营，每次运载的旅客数量超过了400人，更大的、更多的乘客使机票价格进一步降低，航空旅游也因此变得更加迅捷、安全和舒适。

1960年，全球国际旅游过夜人数达6932万人次，是1950年的2.74倍，平均每年增长10.6%；国际旅游收入达68.67亿美元，是1950年的3.27倍，平均每年增长12.6%，远远高于当时世界经济的平均增长率。这种发展趋势，在以后30年中继续巩固发展。

根据世界旅游理事会1997年公布的数字：1996年，全球旅游业总产值达3.6万亿美元，占世界国民生产总值的10.7%；旅游业的税收达6530亿美元，占世界间接税收收入的10.4%；旅游总消费达2.1万亿美元，占世界消费总支出的11.3%；旅游业直接和间接从业人员达2.55亿人，占世界就业总人数的1/9；对旅游业的投资达7660亿美元，占世界总投资的11.9%。旅游业已经成为世界上最大的产业之一。

随着战后欧洲国家、美国、日本等发达国家汽车工业的快速发展和各国高速公路的大量兴建，自驾车旅游以惊人的速度取代了中短途的火车旅游和客车旅游。到20世纪70年代，在美国平均每两个人拥有一部汽车。美国旅游业对美国国民经济最突出的贡献，在于提供了庞大的就业岗位。在美国，每8个居民中就有一个是从事旅游及相关行业的。全美50个州，旅游业就业人数在各行业中排名前3位的有32个州，并且旅游业提供的就业岗位中大约有68.4万个属于经理水平以上的高层次就业岗位。

美国的旅游产品类型多样，可以满足游客的不同需求。如刺激性、参与性的，洛杉矶的好莱坞、迪斯尼以及拉斯维加斯是代表；城市文化观光性的，纽约、华盛顿、费城、旧金山执牛耳；自然风景观光性的，

尼亚加拉大瀑布闻名遐迩；休闲度假性的，夏威夷位居前列，等等。美国的多元文化魅力四射。如迪斯尼不仅吸引着美国游客，而且吸引着世界游客。它的经营方针为“站在全球看世界”，至今已向法国巴黎、日本东京和中国香港输出了3个迪斯尼乐园。2006年美国旅游收入排在全球首位。

1969年，在英国旅游业蓬勃发展的形势下，英国政府颁布了英国第一部旅游法——《英国旅游发展法》，成立了英国旅游局、英格兰旅游委员会、苏格兰旅游委员会和威尔士旅游委员会4个行政机构。它们之间地位平等，英国旅游局为政府机构，主要负责对外市场宣传和提供咨询服务；另外3个旅游委员会为半官方机构，负责国内市场宣传和本地区旅游设施的建设和发展。其中，英国旅游局、英格兰旅游委员会由英国就业部领导，这反映了在高失业率背景下的英国政府期待通过发展旅游业来扩大就业。英国在20世纪80年代，仅带住宿设备的家用旅行房车就有60万辆。

法国是世界上最早发展旅游业的国家之一。早在中世纪时，巴黎就已成为欧洲各国的王公贵族、达官显贵、富商巨贾和文人骚士汇聚之处。到了19世纪，巴黎已享有“世界花都”的美誉，世人以到过巴黎为荣。法国政府历来重视旅游业，1910年，法国政府决定设立国家旅游局，旅游业成为法国政府最早干预的私人经营的行业。而后，国家又制定了《旅游宪章》及一系列旅游法规和实施细则，为旅游业各部门快速、协调发展提供了强有力的保障。

社会（福利）旅游兴起于法国，发展迅速。政府将部分福利基金资助一些不以营利为目的的旅游公司发展旅游业，目的是让低收入家庭也能享受旅游度假的权利。法国现已有社会（福利）旅游性质的度假村和

露营中心近700处,遍及海滨、山区和乡村。1999年全年至少出游一次的法国人占全国人口的3/4。

近15年来,法国每年的游客量和收入都有稳走的增长。每到七八月份的巴黎,城内的度假大军沿着巴黎通往法国度假村的高速公路缓慢地行驶,巴黎这时成了外国旅游者的巴黎,几乎到处都是到巴黎的外国度假者。2007年法国接待的外国游客数量预计为8000万人次,居世界第1位。旅游业的产值在法国国内生产总值中的比例已高达6.3%。负责该国旅游事务的国务秘书长夏泰尔表示,旅游业已成为法国一个“具有高度战略意义”的行业,是一个真正的产业,它起到推动法国经济增长的作用。法国旅游事务单位表示,政府在旅游业方面的目标是争取到2015年接待外国游客数量增加到1亿人次。

西班牙于20世纪60年代开始一直位于世界旅游业发展的前三位,创造了一个旅游业的“西班牙奇迹”。作为世界旅游大国,2006年西班牙的旅游业仍保持良好的走势,与世界旅游业的发展速度同步。全年共接待外国游客5840万人,占世界旅游者总数的12.7%,从而确保了西班牙的接待入境游客和旅游收入两项指标均处在世界第二的位置。

1968年澳大利亚接待的外国游客仅为24万人,旅游外汇收入只有8100万美元。进入20世纪90年代,旅游业每年为澳大利亚国民经济带来200多亿澳元的产值,创汇达80亿澳元。1996年接待外国旅游者人数达416.5万人次,旅游创汇87.03亿美元,旅游外汇收入已经超过羊毛、煤炭、铁矿石和小麦等传统出口创汇产品,一跃成为全国发展最快、创汇最多的产业。旅游已成为澳大利亚人民生活的重要组成部分,1990年国内旅游已达5844.6万人次,相当于全国人口总数的3倍多。

据世界旅游组织的统计,自1950年到1998年,国际旅游人数从

2500万增加到6.35亿,平均年增长率为6.97%。按照国际货币基金组织的统计,1998年,旅游接待和旅客运输创造了高达5040亿美元的收入,位于所有国际贸易类别之首。

2006年,非洲旅游业增长了8.1%,增幅是其他地区的一倍,接待入境人数4000万人。像南非、肯尼亚、摩洛哥作为旅游目的地国家发展力度强劲,年入境游客增长数量均在百万人以上。同期亚洲旅游市场继续保持旺盛的发展势头,接待入境游人数1.671亿人,比2005年的1.554亿人增长7.6%。拉丁美洲在这一年度入境游人数仅增长了2%,其中中美洲的危地马拉、南美洲的智利、巴拉圭、哥伦比亚和秘鲁等国的增长均在两位数。

到了2007年,全球旅游收入已达8000亿美元,国际跨境旅游达到了9亿人次。据该组织的预测,从现在起到2020年未来的十余年时间里,全球旅游业年增长率可望保持在4%的水平上,发展前景持续看好。

世界旅游组织成立于1974年11月,当时有89个国家政府参与,其基本宗旨是:“像那些已经存在的、其利益集团的呼声可以被关注的政府间国际组织一样,为旅游业争取其应有的地位。”该组织在促进世界旅游业发展方面发挥着巨大的作用,其成员包括政府和非政府组织。2003年,该组织正式成为联合国的下属机构。

世界旅游组织早在1980年的《马尼拉宣言》中就明确指出:“旅游是人类社会基本的需要之一。”许多国家也意识到将旅游纳入到国民经济的发展当中。在这种人类文明发展思潮的推动下,世界出现了“大众旅游”、“奖励旅游”、“社会旅游”等行为模式。

目前,世界上已经有一百二十多个国家将旅游业收入列为支柱产业。世界旅游组织(WTO)称旅游业为“世界上最富有活力的经济增

长点”。据有关研究机构推算，到2010年，国际旅游的总人数将达12亿多，约占全球总人口的1/5，国际旅游收入为9000亿美元；到2020年，全球旅游总人数将为16亿~18亿，国际旅游收入超过2万亿美元。

而北京航空航天大学经济管理学院院长、北京循环经济促进会会长吴季松教授在其出版的《新循环经济学》一书中预测，到2050年，旅游业将成为新经济十大产业之首。他在书中说：

“旅游业、再制造产业等将成为2050年世界经济的十大产业。这十大产业，还包括生态修复业、热核聚变发电业、生态农业、海水淡化业、信息产业、新材料产业、海洋产业和医药产业。”

吴季松认为，旅游业是以可循环利用的旅游资源为主、低资源消耗的产业，旅游产业同样有节约资源与循环利用的问题。目前西欧已开始利用互联网跨国联系，在异国游客之间互换住房资源的做法，就是一种尝试。随着旅游业收入的逐年递增，到2050年，它将是世界最大的产业。旅游业在世界经济中所占的重要地位，使其在后工业社会中担任越来越重要的顶梁柱角色。

纵观现代旅游业的发展，我们可以看到，旅游业这个新兴产业是伴随着工业化、全球化和信息化的进程而不断发展壮大的，所以它既是经济



●◎打捞“南海一号”

文化进步的产物，也是人类文明进步的标志。经济社会的发展，科学技术的进步，居民收入的增长，个人闲暇时间的增多以及人们求新、求知、求乐、求健欲望的增强，都推动着现代旅游业的飞速发展。

从现代旅游业起步以来的200年中，特别是在最近50年旅游大发展的历程中，全球范围内从旅游规模到旅游方式，从旅游经营到旅游管理，从旅游产品到旅游促销，人类旅游活动都在加速进行着系列的变革和创新。旅游既成为人类和平的目标，又是世界保持和平发展势头的途径。我们相信，随着旅游业不断兴旺发达，其“朝阳产业”地位会更加光芒四射。

第二节

中国现代旅游“渐入佳境”

中国是世界四大文明古国之一，也是世界旅游活动发生最早的国家之一。同其他文明古国一样，在生产十分落后的条件下，旅游只是少数人的专利。我国古代旅游主要是以帝王巡游、士人游说、文人漫游、宗教远足、地理考查、外交旅行等形式出现。我国的旅游活动最早可以追溯到2250年以前的周穆王西行漫游。

据说，周穆王从成周（今洛阳市东南）启程，任用善于养马、驾马的造父为车夫，由七队勇士护卫，沿太行山西侧北进，经过今青海省东南的积石山脉，到达昆仑山，拜见西王母，并把带去的礼品珍宝奉献给西王母。之后，穆王又北上到达巴基斯坦的瓦罕，最后回到喀什东归。穆王西行，在时间上耗费两年有余，行程三万多里，经过了河南、山西、河北、内蒙古、青海、甘肃、新疆等地，一直到达今天的中亚地区。其所走的路线，与汉朝张骞出使西域的路线基本相同，所以他不愧是我国历史上的大旅行家。

春秋战国时期的老子、孔子二人，也是大旅行家。老子传道，骑青牛西去；孔子讲学，周游列国。孔子还提出“父母在，不远游”的近游观。孔子近游观的目的是实现“老者安之，少者怀之”的仁政思想。这种观点反映了生产力低下时的时代特点，也反映了孔子从未把“旅游”看做是一种纯粹的游乐行为，而处处与儒家的仁礼思想、义利观、尚古意识和“与民偕乐”观相融合，带给后世相当大的影响。

由于古代中国政治经济体制一直处于世界领先地位，中国的旅游活动无论从规模还是方式，都始终名列世界前茅。外交家张骞出使西域，探险家徐霞客遍游山川，佛教玄奘取经印度……都在中国旅游史上写下了精彩一笔。尤其是郑和下西洋事件，更是世界旅游史上的伟大壮举——

1405年7月11日（明永乐三年），明成祖命郑和率领庞大的240多艘海船、27000名船员组成的船队远航。此次行动访问了西太平洋和印度洋上的30多个国家和地区，加深了中国同东南亚、东非的友好关系。郑和所率领的船队每次都由苏州刘家港出发，一直到1433年（明宣德八年），共远航七次之多，先后到达过爪哇、苏门答腊、苏禄、彭亨、真腊、古里、暹罗、阿丹、天方、左法尔、忽鲁谟斯、木骨都束等30多个国家，最远曾达非洲东岸、红海、麦加等地，有可能还到过澳大利亚。最后一次，宣德八年四月回程到古里时，