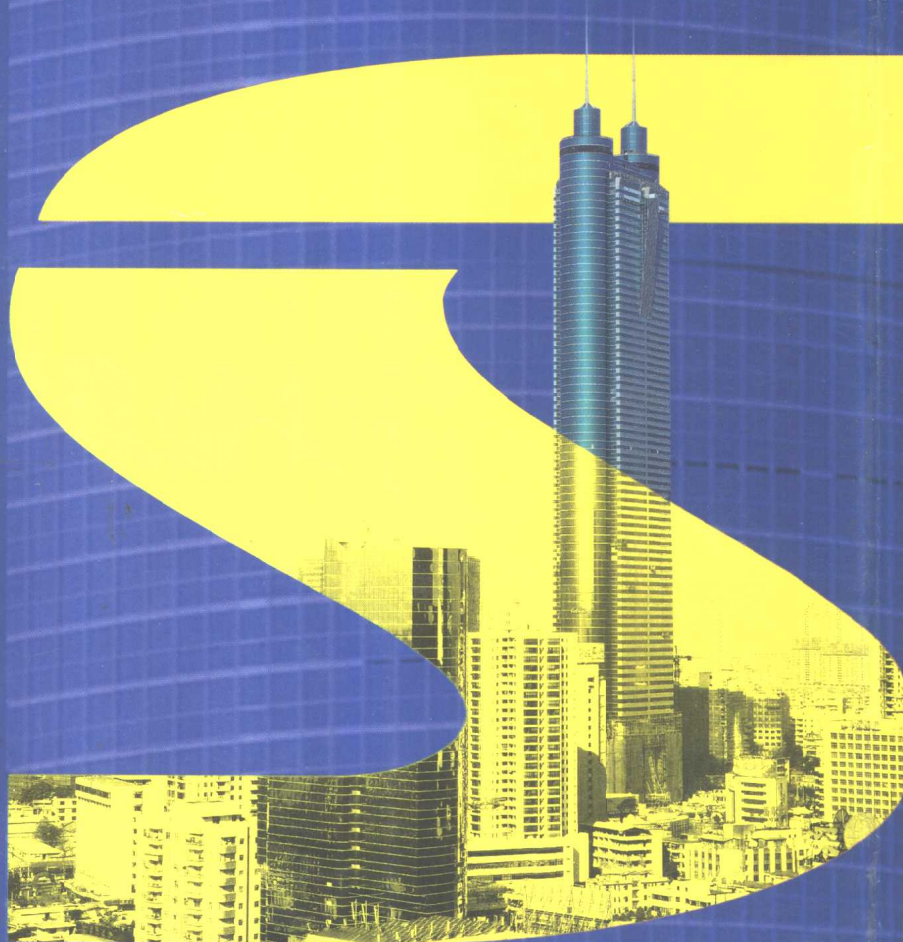


中国旅游出版社

骆仲遥 著

深圳 旅游 市场 初 论



深圳旅游市场初论

骆仲遥 著

中国旅游出版社

责任编辑：王建华

封面设计：林 毅

7192.765.3

图书在版编目(CIP)数据

深圳旅游市场初论 / 骆仲遥著. —北京：中国旅游出版社，
1998.11

ISBN 7-5032-1574-7

I. 深… II. 骆… III. 旅游市场—研究—深圳 IV. F592. 765.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98)第 32142 号

深圳旅游市场初论

骆仲遥 著

中国旅游出版社出版

(北京建内大街甲 9 号)

中国纺织出版社印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

开本：850 × 1168 毫米 1/32 印张：11.25 字数：280 千字

印数：3100 册 定价：25.00 元

346 51000

谨以此书献给中国改革开放20周年；
并藉此书为深圳市“增创新优势，更上
一层楼”大型调研活动增添一朵小小的
浪花。

—— 马仲遥

AB/4 107

序 一

最近，详读了深圳市贸易发展局（旅游管理局）骆仲遥同志编著的《深圳旅游市场初论》一书，使我十分欣喜，因为在我国的旅游专业书籍中又多了一本专门剖析旅游市场的论著。骆仲遥同志作为中国科学院地理研究所旅游规划研究中心特聘的客座研究员，结合其本职工作潜心研究又出成果，实为我国旅游界的一件幸事！纵观全书28万字，内容博采中外，编写逻辑严密，引用资料翔实，分析观点入理，虽系一家之言难以概全，但在我国旅游市场的研究领域中堪称创新之举，不失为理论研究与实践工作相结合的范例之作。

1912年，美国哈佛大学的赫杰特齐所著的《市场学》一书，被学术界视为市场学作为一门独立学科出现的标志。当然，西方的市场学是适应资本主义发展的需要而产生的。随着岁月的推移和商品经济的发展，市场学的研究范围也由最初着眼于广告宣传、商业网点设置而扩展到消费经济学、行为科学等多学科的内容而极大地充实了。但不论如何，市场学仍以市场的主体为研究对象，同时也包括市场载体即各级各类市场营销中必须关注的问题。在《深圳旅游市场初论》一书中，作者采用了应用研究法、系统研究法、动态研究法和时序对比法、剖析案例法、定性与定量相结合等方法对国际和国内的旅游市场进行研究分析，因此，全书内容能够一气呵成地融为整体。

由于我国旅游业在改革开放近20年的时间里日新月异的迅猛发展，因此研究旅游市场的动态，分析旅游市场的趋势，制定适应国际国内旅游市场变化的战略与策略，实为旅游管理者和旅游从业者甚至相关行业的人士应当正视的课题。当然，一部探讨旅游市场的专著，

要全面完整地阐述“旅游市场”的方方面面也是不容易的，因此作者在本书中以深圳旅游市场为基点，用多个章节来梳理国际国内旅游市场的脉络，并提出了自己的观点和看法，这种以“一叶落而知天下秋”的编写手法，显得既成熟又有新意，其对旅游市场的综述性、探讨性的论述特点，也是本书的鲜明特征。总之，《深圳旅游市场初论》一书，虽然某些内容的论述限于篇幅，尚未展开，显得不够全面深彻，但该书值得旅游管理者、旅游从业者和旅游院校师生一读并将其作为业务参考书。

中国科学院地理研究所旅游规划研究中心
主任、研究员、博士生导师、博士后导师、
国家自然科学基金“九·五”重点项目组长

郭来喜

一九九八年八月十八日

序 二

当一部剖析深圳旅游市场面临的形势并提出了相应对策的书稿放在我的案头上时,我仅翻阅了该书的目录,即被其系统有序的编排和具有丰富内涵的章节内容吸引住了。作者是深圳市政府机关的一名公务员,其业务的娴熟与态度的严谨跃然于纸上。初略读罢全书,即感其立意新颖,分析入理,并且其现实的意义更不容忽视。

深圳旅游业,在改革开放以来经过近20年的发展,从一片滩涂的薄弱基础上发展到现在的综合接待设施与能力、旅游接待人数与创汇等方面均跻身全国重点旅游城市前列,堪称中国旅游业发展史上的一个奇迹。

深圳旅游业发展到今天,虽然凭借毗邻香港的地利仍保持着独特的优势,但面临的国际国内旅游市场正不断地发生变化。在目前旅游业已变为买方市场的激烈竞争中,如何了解市场、把握市场、赢得市场,不但是旅游管理者应当思考的课题,更是旅游经营者必须每天面对的问题。《深圳旅游市场初论》一书,将“旅游市场”这一关键的切入点与面临的国际国内竞争态势、旅游市场的变化与趋势等全面系统地联系起来,剖析了深圳旅游市场在发展中遇到的困难和问题,力求找出相应的对策,这种立意与出发点,可说是摸到了市场经济发展与竞争的脉搏。冰冻三尺,非一日之寒。本书作者完成28万字专著的编写,若没有求实的态度和持之以恒的精神,没有日积月累的功夫和努力,要系统而又有创见地阐述旅游市场理论是不太可能的。因此,本书的面世填补了当前亟需的旅游市场学科研究特别是对策研究方面的空白。同时,作者的专业水平和治学态度也是应当加以肯定的。

数月前，广东省委、省政府和深圳市委、市政府即决定开展大规模的调研活动，其中针对新情况、新问题而进行的对策研究是这次调研活动的主旨。本书作者在实践与调研的基础上厚积薄发地编写出《深圳旅游市场初论》一书，不但与广东省、深圳市的要求和部署一致，更折射出了深圳经济特区政府机关公务员的政治素质和业务素质。可以想像，若没有为人民的事业尽心尽职的态度，没有立足本职工作刻苦钻研的精神，要在工作之余牺牲不少休息与娱乐时间研究和写作，实在是没有可能的。况且作者所写的，又是一部具有参考与指导作用的旅游市场研究的专著。如果深圳乃至广东的每个机关干部都能根据在本职岗位中的实践与调研分析、撰写不同行业管理中面临的形势与对策方面的论述，供上级领导决策和业内人士参考，则不论文章长短与水平高低，将其中不乏真知灼见的见解汇集起来，将是一笔巨大的精神财富和社会财富，其对深圳“增创新优势，更上一层楼”的作用是很难用经济尺码去估量的。

从一部书的学术价值来看，《深圳旅游市场初论》虽然是立足深圳这一地理区域来剖析旅游市场，但内容颇具新意，因而对珠江三角洲乃至全国各旅游城市都是有参考借鉴意义的。所以，本书是旅游业人士和旅游院校师生值得一读的业务参考书籍。如本书随着旅游市场的动态变化每隔几年修订一次，则对旅游从业者的指导和参考意义将是更为深远的。

深圳大学旅游科学研究所所长顾问、教授 **陈乃刚**

一九九八年八月二十日

前 言

1998年4月3日，在广东省“增创新优势、更上一层楼”调研活动动员会上，广东省省长卢瑞华宣布了中共广东省委关于“上下联动，内外合作，全面开展增创新优势的大规模调研活动”的决定，并要求调查研究结果要“求真、求实、求深、求新。”中共中央政治局委员、广东省委书记李长春特别指出：此次调研不是理论性的探讨研究，而是对策研究，要立足于指导当前的工作，研究新情况、解决新问题、总结新经验、开创新局面。

广东省委、省政府在广东省经济发展面临着新的机遇和挑战的关键时刻，在贯彻落实1998年3月江泽民总书记在参加九届全国人大广东代表团讨论时对广东“增创新优势，更上一层楼”的重要指示的实际步骤中，为实现跨世纪战略目标首先开展大规模的调查研究的重大举措，不能不说是把工作抓到了点子上。没有调查研究就没有发言权。在广东经济发展既面临难得机遇，也出现了暂时困难的新的历史阶段，在广东省面临比以往更艰巨的发展任务和更严峻的挑战的新世纪前夕，有了从当地实际出发、根据当地社会经济现状特点而开展的调研活动，有了既有广度又有深度的调研结果，就能在如何看待当前面临的形势、任务和挑战这些问题上取得发言权、主动权。

作为前衔香港、后接珠江三角洲腹地的深圳，在改革开放20年的新形势、新机遇、新挑战、新定位（李长春同志在广东省八次党代会报告中希望深圳进一步增强区域中心城市功能，重点在金融、科技、信息、商贸、交通、文化、旅游等方面成为区域中心，发挥辐射作用）的大背景下采取怎样的对策去克服困难，迎接挑战，增创特区发展的

新优势，是每一个深圳人所关切的现实问题。广东省委副书记、深圳市委书记张高丽1998年上任伊始，就召开市委扩大会议专题研究增创新优势的调研提纲，亲自任总负责，亲自抓部署、抓落实，为开展深圳市的调研活动作出了表率。深圳市委副书记、市长李子彬在深圳市二届人大五次会议中答记者问时指出：旅游业是对外开放的一项内容，要让兄弟省市，世界各国、各地区友人多了解深圳，在此基础上加强经贸往来，并表示市政府将一如既往地重视发展旅游业。笔者作为深圳市政府机关的一名公务员，在实践工作的基础上，对旅游经济的调查研究方面作了一些努力和探索，从而完成了这部《深圳旅游市场面临的形势与对策》，在正式出版时改名为《深圳旅游市场初论》。《深圳旅游市场初论》一书，就是在广东省委、省政府和深圳市委、市政府上下联动地开展增创新优势的大规模调研活动和深圳大力发展旅游业的背景下，由笔者编写整理出来的学术资料性著作。

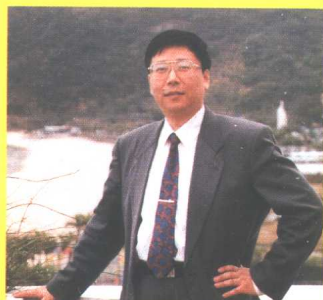
为了给有关领导、部门和业内人士提供参考，笔者以如何面对新形势、争创新优势为指导思想，以旅游市场为主线，以最新资料为依据，以总结与探讨为方法，全焦距、多角度的立体透视了世界和区域旅游经济的发展现状，力求融总结性、实用性、探讨性于一书，使读者从深圳这个区域中心城市“旅游市场”这一点的剖面解析中得到启发，得到提高。

当然，要研究和把握一个动态的市场，随时提出相应的对策，确实是一项艰巨、长期的系统工程。作者本人虽然为此付出了很大的努力，但限于水平和时间，尚未能完全达到以上目的，书中也难免出现疏漏和错误，在此，恳请广大读者不吝指正，以便再版时加以修正。

本书在编著过程中，参阅引用了海内外有关组织、单位和个人大量真实而权威的文献资料，得到了不少领导和同志的支持和帮助，在此，一并致以深切的谢意。

骆 仲 遥

一九九八年六月二十八日于深圳



作者简介

骆仲遥，男，祖籍河北省，1953年出生于重庆市，1991年定居于深圳市。1971年参加工作后，从事过医生、人民团体负责人、杂志主编、政府公务员等工作。工作之余潜心自学，先后获得医师、工程师、旅游经济师职称，并被中国科学院地理研究所旅游规划研究中心聘为客座研究员。在报刊上发表多种体裁作品，出版专业书籍10余部，研究发明国家专利及专有技术多项，多次获省、市科技进步奖和学术论著奖等。其人生座右铭是：淡泊以明志，志贯宇宙间。

内容简介

本书是国内首部专题研究区域旅游市场的学术资料性著作。全书纲目清晰，论述充分，观点新颖，实践性强，对区域旅游市场乃至相关的世界旅游市场均作了剖析。同时，对当今旅游形势的发展与变化也提出了探讨意见，是旅行社、饭店、景点、院校以及市场营销人员、统计人员、管理决策部门人士的旅游专业书籍。

目 录

序 一	郭来喜
序 二	陈乃刚
前 言	骆仲遥
第一章 深圳旅游市场面临的竞争态势	(1)
第一节 我国旅游业的发展历程和现状	(1)
一、我国旅游业的发展历程	(1)
二、我国旅游业的起步	(2)
三、我国旅游业发展的现状	(3)
四、我国旅游业的腾飞	(5)
五、我国旅游业接待海外旅游者概况	(8)
六、1997 年我国旅游业概况	(22)
第二节 广东省旅游业的发展与现状	(31)
第三节 深圳周边部分省市旅游业概况	(40)
一、广州市旅游业发展概况	(40)
二、珠海市旅游业发展概况	(41)
三、汕头市旅游业发展概况	(43)
四、厦门市旅游业发展概况	(43)
五、海南省旅游业发展概况	(44)
第四节 深圳旅游业的发展与现状	(44)
一、深圳旅游业的起步	(44)

二、深圳旅游业的发展	(45)
第五节 深圳旅游市场面临的国际竞争态势和影响	(49)
一、国际旅游市场概况	(49)
二、亚洲和太平洋地区旅游业现状	(65)
三、国际旅华市场的新变化	(68)
四、2010 年世界旅游业发展预测	(70)
五、亚洲金融危机对旅游业的影响	(71)
六、香港旅游业概况	(87)
七、日本的旅游政策及旅华市场形势	(107)
八、韩国的旅游政策	(114)
九、马来西亚的旅游政策	(117)
十、澳大利亚的旅游政策	(121)
第六节 深圳旅游市场面临的国内竞争态势	(127)
第二章 旅游市场的变化与趋势	(131)
第一节 世界旅游发展趋势	(131)
第二节 亚洲旅游市场格局的变化	(138)
第三节 深圳旅游市场的变化与趋势	(144)
一、客源流向的变化	(145)
二、客源结构的变化	(147)
三、旅游方式的变化	(154)
第三章 深圳旅游市场面临的困难和问题	(159)
第一节 国际方面的因素	(159)
一、外部因素	(159)
二、市场力量	(160)
第二节 国内方面的因素	(163)

一、当前影响旅华市场的主要问题	(163)
二、我国旅游业发展的制约因素	(168)
第三节 客观原因剖析	(169)
第四节 主观原因剖析	(173)
一、结构不平衡、布局不合理	(173)
二、旅游企业自身的原因值得引起重视	(174)
三、旅游商品创汇不突出	(174)
四、深圳旅游环境尚待改善	(175)
第四章 市场开发的对策	(177)
第一节 加强“大旅游”观念的宣传,取得全社会各行业的支持和 参与	(179)
一、旅游形象的设计与促销	(179)
二、建立和完善市场服务体系	(180)
三、积极策划,精心组织和指导盛事活动	(181)
第二节 加大宣传促销的广度和力度,积极拓展国际国内两个 市场	(182)
一、增加促销投入	(183)
二、提高专业水准,注重拓展实效	(184)
第三节 加强市场调研和现代信息技术的应用,适应市场竞争 与变化	(201)
一、增创新优势必须首先做好调查研究	(201)
二、应用现代信息技术,迎接新的市场挑战	(203)
三、针对市场变化,采取相应对策	(213)
第四节 挖掘客源市场潜力,营造新的增长点	(215)
一、台湾市场	(216)

二、俄罗斯市场	(217)
三、美国市场	(218)
四、英国市场	(219)
五、加拿大市场	(220)
六、印度市场	(221)
第五节 注重旅游产品的开发,不断拓展“拳头”产品	(222)
一、大力发展特种旅游产品	(223)
二、大力开展人文旅游	(228)
三、顺应旅游潮流,提高供给水平	(230)
第六节 细分游客市场,建立和健全旅游商品生产与 销售体系	(239)
第七节 注重旅游教育体系,培养市场营销人才	(243)
第八节 注重科技发展在旅游发展中的作用	(244)
第九节 充分发挥旅游管理部门的宏观调控与管理职能,促进 旅游业更快的发展	(246)
一、被动参与	(249)
二、主动参与	(249)
附 录 作者旅游文选(1993—1998年)	(255)
后 记	(346)

第一章 深圳旅游市场面临的竞争态势

第一节 我国旅游业的发展历程和现状

一、我国旅游业的发展历程

我国旅游业的发展大体上经历了四个发展阶段。

第一阶段，从建国初期到1978年。这一时期，我国的旅游业主要是外事服务工作的补充，承担一些团体和友好人士的接待和游览任务，而不是一个产业。1978年全国共接待76万人次，外汇收入2.6亿美元。

第二阶段，从1979年到1988年，是我国旅游业开放、起步和发展的阶段。1986年我国旅游业的接待人数和外汇收入指标纳入了国民经济和社会发展规划，这是一个历史的转折，使旅游业向经济产业化方向发展。1988年是当时历史的最高水平，共有组织接待435万人次，创汇22.4亿美元。

第三阶段，从1989年到1990年，是一些西方国家借当时国际、国内的政治风波对中国进行所谓的“制裁”和我国的反制裁、重振旅游业的阶段。国际旅游业人士预言：中国旅游业至少要用三到五年的时间才能恢复到1988年的水平，结果我国只用了两年的时间，就比较快地扭转了旅游业严重滑坡的局面。1990年创汇22.1亿美元，恢复到1988年的水平。

第四阶段，从1991年开始，我国的旅游业进入新的快速发展阶段。1992年，我国成功地举办了“92友好观光年”，取得了良好的经济效益，有组织接待海外旅游者630万人次，创汇39.5亿