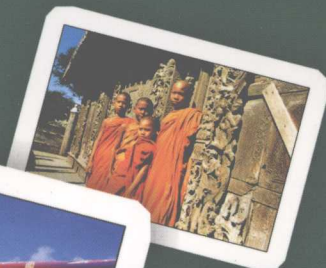
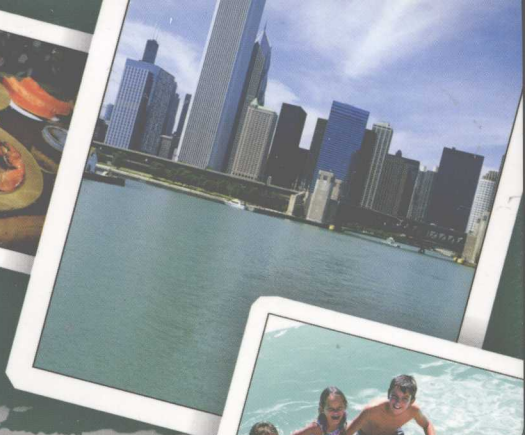


21世纪职业院校
旅游系列规划教材

旅游 开发与营销

李国宁◎主 编

中国物资出版社





21世纪中国
旅游发展报告

旅游 开发与营销

李瑞平 主编



中国旅游出版社

21 世纪职业院校旅游系列规划教材

旅游开发与营销

李国宁 主编

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游开发与营销/李国宁主编. —北京: 中国物资出版社,
2007. 6

(21 世纪职业院校旅游系列规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 2655 - 1

I. 旅… II. 李… III. ①旅游资源—资源开发—中国—
高等学校: 技术学校—教材②旅游市场—市场营销学—
中国—高等学校: 技术学校—教材 IV. F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 067727 号

责任编辑 王秋萍

责任印制 方朋远

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

利森达印务有限公司印刷

开本: 850mm × 1168mm 1/32 印张: 8.5 字数: 219 千字

2007 年 6 月第 1 版 2007 年 6 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5047 - 2655 - 1/F · 1091

印数: 0001—3000 册

定价: 16.80 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)



编写说明

当前旅游业作为国民经济的重要产业之一，发展迅猛，已经成为国民经济新的增长点，它引领着先进社会生产力的发展要求，又代表着先进文化的前进方向。近年来许多中高等院校纷纷开办了旅游专业，为了适应旅游人才发展的需要，全国职业教育商贸专业委员会和中国商经学会商贸职业教育研究会共同组织编写了此套旅游系列教材。

本系列教材借鉴和吸收了国内外旅游基础理论和实践前沿最新成果，根据职业院校教学计划的要求，重点放在学科体系、内容体系、结构体系创新上，既有简明易懂的理论知识，又侧重了强化知识应用和可操作性，因此，具有一定的科学性、新颖性、实用性和示范性。

《旅游开发与营销》在体系上分为上、下编。上编，主要介绍了有关旅游开发的基础知识，具体论述了旅游开发及其演变的历程，旅游资源的调查与评价方法，旅游规划以及各种类型旅游区开发规划的特点和侧重点。下编，讲述了旅游营销，该编将市场营销的基础知识与旅游营销的实践紧密结合，系统介绍了旅游营销环境分析、旅游市场开拓、旅游市场营销策略管理、旅游业中各行各业的营销战略特点，以及现代新兴的旅游网络营销介绍等。

《旅游开发与营销》一书由李国宁老师任主编，周文胜老师和方琪老师任副主编。参与本书编写的人员有（按姓氏笔画排序）：方琪老师（广西财经学院），编写了第四、八、十章；李



国宁老师（广西桂林烹饪旅游高级技术学校），编写了第一章、第五章第五节、第十二章；周丽老师（桂林旅游高等专科学校），编写了第二、九、十一章；周文胜老师（广西商业学校），编写了第五章第一至四节和第六节，第六、七章；赵丽华老师（桂林市旅游职业中等专业学校），编写了第三章。全书由李国宁老师统稿，广西师范大学李英贤教授审稿，并提出了修改意见。

本书在编写过程中，参阅了大量的专著和资料，在此，对所参考和借鉴书刊资料的作者深表谢意。由于编写水平有限，疏漏之处在所难免，恳请读者不吝赐教，以便进一步修订完善。

2007 年 5 月



目 录

17

第一章 绪论 第一节 绪论 第二节 绪论 第三节 绪论

38

第二章 旅游开发概述 第一节 旅游开发概述 第二节 旅游开发概述 第三节 旅游开发概述

58

第三章 旅游开发思想的演变 第一节 旅游开发思想的演变 第二节 旅游开发思想的演变 第三节 旅游开发思想的演变

78

第四章 旅游资源的调查与评价 第一节 旅游资源的调查与评价 第二节 旅游资源的调查与评价 第三节 旅游资源的调查与评价

98

第五章 旅游资源的开发 第一节 旅游资源的开发 第二节 旅游资源的开发 第三节 旅游资源的开发

118

第六章 旅游资源的保护 第一节 旅游资源的保护 第二节 旅游资源的保护 第三节 旅游资源的保护

138

第七章 旅游资源的利用 第一节 旅游资源的利用 第二节 旅游资源的利用 第三节 旅游资源的利用

上编 旅游开发

第一章 旅游开发概述 第一节 旅游开发概述 第二节 旅游开发概述 第三节 旅游开发概述 3

第一节 旅游开发的概念与特点 5

第二节 旅游开发的内容和模式 6

第三节 旅游开发的原则 13

第二章 旅游开发思想的演变 第一节 旅游开发思想的演变 第二节 旅游开发思想的演变 第三节 旅游开发思想的演变 21

第一节 大众旅游开发 23

第二节 可持续旅游开发 25

第三节 体验旅游开发 27

第三章 旅游资源的调查与评价 第一节 旅游资源的调查与评价 第二节 旅游资源的调查与评价 第三节 旅游资源的调查与评价 36

第一节 旅游资源的概念 38

第二节 旅游资源的分类 41

第三节 旅游资源的调查 48

第四节 旅游资源的评价 52

第五节 旅游资源的利用 53



第四章 旅游规划	61
第一节 旅游规划概述	62
第二节 规划思想的演变	68
第三节 旅游规划的核心思想与流程	71

第五章 旅游区开发规划	80
第一节 旅游区开发规划概述	82
第二节 风景名胜旅游区开发规划	87
第三节 森林公园旅游区开发规划	89
第四节 自然保护区旅游开发规划	92
第五节 旅游城市开发规划	98
第六节 旅游度假区开发规划	102

下编 旅游营销

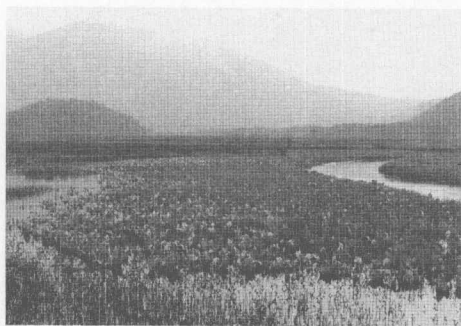
第六章 旅游营销概述	113
第一节 营销与旅游市场概述	115
第二节 旅游营销管理	120

第七章 旅游营销环境分析	130
第一节 旅游市场营销微观环境分析	131
第二节 旅游市场营销宏观环境分析	137

第八章 旅游消费者购买行为分析	154
第一节 旅游消费者的动机分析	156
第二节 影响旅游消费者购买行为的因素	159
第三节 旅游消费者购买决策过程	166



第九章 旅游市场开拓及营销组合	173
第一节 旅游市场开拓策略	175
第二节 旅游市场营销组合的内容与特点	178
第十章 旅游市场营销策略	186
第一节 旅游产品策略	188
第二节 旅游定价策略	194
第三节 旅游渠道策略	199
第四节 旅游促销策略	203
第十一章 旅游业各行各业营销战略	214
第一节 旅游目的地营销战略	216
第二节 旅游饭店营销战略	220
第三节 旅游交通营销战略	226
第四节 旅行社营销战略	229
第五节 旅游景点营销战略	233
第十二章 旅游网络营销	241
第一节 旅游网络营销概述	243
第二节 旅游网络营销的策略组合	246
第三节 我国旅游网络营销的发展	250
参考文献	258



上
编
旅
游
开
发



第一章

旅游开发概述

· 案例阅读

我国西北省区联手开发丝绸之路旅游

在第十届中国东西部合作与投资贸易洽谈会期间，西北5省区联合推介“丝绸之路”旅游，计划将其打造成世界级的精品旅游线路。

在西洽会举办的“丝绸之路国际旅游项目推介会”上，陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆5省区及新疆生产建设兵团旅游部门负责人，带着200多个“丝路”旅游精品项目进行推介，西北地区共同打造“丝路之旅”的合作由此而加强。推介会引起不少丝绸之路沿线国家的关注。土耳其、埃及、乌兹别克斯坦、巴基斯坦以及联合国的代表参会，并表示出浓厚的兴趣。

公元前2世纪，汉代的陕西人张骞从古长安出使西域，由此开创了丝绸之路，出现了“殊方异物，四面而至”的景象。在这条东西全长7000多公里的走廊沿线上有古城、石窟、塔庙、长城、关隘等旅游资源和丰厚的世界文化遗产，加上复杂多变的自然景观类型，使得这一区域的旅游资源异常丰富。

近十年来，丝绸之路旅游线路日益成为中外游客的关注点。



但遗憾的是,目前该旅游线路的开发现状不容乐观,沿线各省区在资源互补的背景下缺少深层次合作,游客所购买的产品是松散性的景点组合,而不是有机结合为整体的“丝路”旅游线路产品。

据了解,“丝绸之路”已经列入中国旅游的“十一五”规划,不少沿线国际城市也对此兴趣浓厚,相信丝绸之路旅游一定能够成为具有国际水平的旅游精品线路。

新华社记者都红刚西安报道。^①

· 学习目标

通过本章的学习,使学生能够掌握旅游开发的概念体系,并对旅游开发的基本内容、主要模式以及旅游开发应遵循的一般原则有一定的了解。

· 基本内容

1. 旅游开发的概念与特点;
2. 旅游开发的基本内容、主要模式;
3. 旅游开发应遵循的一般原则。

我国是世界上旅游资源最丰富的国家之一,而我国的旅游开发尚处于初级阶段。面对经济全球化和世界旅游热点向亚太地区转移的大好机会,普及旅游开发的相关知识在现阶段显得尤为重要。

^① 新华网 www.xinhuanet.com, 2006-4-11 09:30:23, 来源:新华社



第一节 旅游开发的概念与特点

一、旅游开发的概念

“开发”是一个经济学的概念，它是指人们对资源及其相关方面进行综合拓展的过程。只有通过开发，才能充分利用和发挥资源的效益。一种“藏在深山人未识”的名胜风景，不可能自发地产生经济效益；或者虽有一定知名度，但由于多种条件制约而无法被利用，也不能产生价值。由于现代科技的发展，空气、阳光、山石、植被、动物、水土等，都是可利用的旅游资源，都能变成财富，形成产业。这种将资源转变为产业的社会劳动过程就是开发。

“转变”是一个复杂的技术过程，并且由多方面因素、多种环节组成。旅游开发同其他产业开发有着相同性，即开发旅游资源形成旅游产业。但是，旅游业是以招徕、接待旅游者为主要内容，因此，它比其他产业复杂得多。旅游开发的过程即是人们对旅游资源、旅游设施、客源市场的开发、生态环境的治理以及社会环境的优化等的过程，其目的在于将旅游资源转变成能为当地创造社会效益的旅游经济资源。

因此，广义的旅游开发是指从社会经济、文化、教育、生活福利、国家政策的层次出发，来振兴旅游事业的综合性活动。狭义的旅游开发是指为发挥、改善和提高旅游资源对游客的吸引力，使得潜在的旅游资源优势转化成现实的经济优势，使旅游活动得以实现的经济活动。事实说明，旅游开发是一项复杂的系统工程，它涉及旅游资源状况和开发利用前景、客源市场分析与预测、国家或地方旅游开发政策、旅游开发地的经济承载能力及社会环境等因素。其中，既包括了旅游设施、旅游吸引物的建设——旅游资源的开发活动，也包含有一些非技术性活动的内



容,如客源市场的开拓、生态环境的治理或社会环境的优化等问题。所以,我们认为旅游开发是一项将资源、评价、规划、建设、经营做综合研究的技术性过程和整体实践。

二、旅游开发的特点

旅游开发与其他产业开发存在着较大的差别,主要体现在以下几个方面:

(一) 综合性

旅游开发要满足旅游者以游、行、食、住、购、娱为目标实现的旅游过程,要涉及工业、农业、交通、商业以及文物、宗教、园林、环境等部门的有机协调。减少一个内容,缺少一个环节都可能导致旅游开发全过程的失败。

(二) 多层次性

各地旅游开发必须因地制宜,从实际出发,也就是从景区区域大小及自然、经济、历史、文化和区位等客观条件出发,按照客观规律开发,没有固定模式,因而在规划、设计内容与标准上有不同的层次要求。

(三) 动态性

旅游开发是一个动态的过程,旅游业发展是由小到大、由单一到综合、由粗放到集约化的过程,所以,在不同时间段上有着不同的要求和规定。近期开发要搞好可行性论证,中期开发要搞好可靠性规划,远期开发要注意预测的科学性、前瞻性。

第二节 旅游开发的内容和模式

一、旅游开发的内容

旅游开发学就是对旅游开发的各个部分、过程中的各个环节



进行宏观研究和微观研究,以推动旅游产业的整体发展的学科,因此,旅游开发的内容应包括以下几个方面。

(一) 对旅游资源进行调查与评价

旅游资源是一个动态的概念。它们分布广泛,各具特色;已开发的旅游资源随着时间的变迁和开发措施的推进,自身也在不断地发生变化,因此对旅游资源进行调查与评价,是旅游开发的前提。通过对旅游资源进行调查与评价,可以获得可靠的第一手资料。这对于旅游资源的科学规划、合理开发、现代化管理以及环境监控与保护都能起到非常积极的作用。

(二) 对旅游开发区进行规划和建设

任何一种旅游资源如果不经有意识的开发和建设,是无法融入旅游业开展的大规模的旅游接待活动的,因此,这项工作旅游资源开发的核心部分,也是整个旅游开发工作的出发点。

对旅游开发区进行规划建设首先是解决可进入性问题。可进入性问题,主要是指交通条件,包括交通线路、交通设施及交通方式。景区内部的交通状况同样重要,通常要求做到“进得来、散得开、出得去”。这样,不仅可使游客来去方便,获得完美的旅游经历,还可使旅游资源的开发者在保障资源品质的同时,获得预期的各项效益。其次,建设和完善旅游配套设施。旅游配套设施一般包括住宿、餐饮、水、电、热、气供应系统,排污处理系统,邮电通信系统,安全保卫系统等,它们是在旅游经营中向旅游者提供服务的部门和企业必不可少的设施。

(三) 加强营销策略研究,开拓旅游市场

市场开发旨在让潜在的旅游者对所规划的旅游区有一个深入、正确的了解,从而转变为现实旅游者。只有旅游者源源不断地到来,才会使一地旅游业兴旺起来。旅游营销策略应同旅游资源特色、景点建设和产品组合结合在一起研究,根据旅游者的消费行为特征,进行旅游开发的具体工作,并将旅游产品介绍给旅



游客，不断开拓市场、扩大客源，实现旅游开发的目的。

（四）强化人员管理培训，完善旅游服务

旅游服务是旅游产品的核心。旅游者购买并消费旅游产品，除了在餐饮和旅游生活中消耗少量有形物质产品外，大部分是接待和导游服务的消费。旅游规划能否正确实施，旅游业能否健康发展起来，关键在于有一个合理、高效的管理机构和高水平的服务人员队伍，因此，对管理体制和人员培训研究亦是旅游开发研究的一项重要任务。

从旅游供给的角度来看，旅游服务包括：商业性的旅游服务和非商业性的旅游服务。前者多指当地旅行社的导游和翻译服务，交通部门的客运服务，饭店的食宿服务，商业部门的购物服务，以及其他部门向旅游部门提供的营利性接待服务；后者则包括当地为旅游者提供的旅游问讯服务、出入境服务以及当地居民为旅游者提供的其他义务服务。这两方面，都需要不断加强和完善。

（五）重视旅游资源保护，营造良好旅游环境

旅游业能否在一个地区能够长盛不衰地发展，很重要的一点在于能否掌握资源和环境演变规律，在开发利用中有一系列相应的保护措施。那些被自然或人为因素破坏或损害的资源，如不及时加以整修，就会继续消退，甚至完全消失、无法恢复。有效地保护旅游资源，才能保证可持续的旅游开发。

旅游环境包括一个国家或地区的旅游政策、出入境管理措施、政治动态、社会治安、风俗习惯、居民文化修养等，这些环境因素会直接或间接地对旅游者产生排斥或吸引作用，进而影响旅游开发的效果。因此，营造良好的旅游环境既可突出本地旅游特色，又可提高旅游者对旅游地的认可和满意程度。