

四川省旅游局重点研究课题

NEW TOURISM MARKETING PHILOSOPHY FROM MULTIPLE PERSPECTIVES
CASE ANALYSIS OF SICHUAN INBOUND TOURISM

多维视角下的新旅游市场观

四川入境旅游个案

匡林等著

中国旅游出版社

四川省旅游局重点研究课题

NEW TOURISM MARKETING PHILOSOPHY FROM MULTIPLE PERSPECTIVES
CASE ANALYSIS OF SICHUAN INBOUND TOURISM

多维视角下的新旅游市场观

四川入境旅游个案

匡林等著

中国旅游出版社

著 者：匡 林 等

责任编辑：张 锋

责任印制：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

多维视角下的新旅游市场观：四川入境旅游个案/匡林等著. —北京：中国旅游出版社，2007.6

ISBN 978-7-5032-3157-5

I. 多… II. 匡… III. 旅游市场—研究—四川省 IV. F592.771

中国版本图书馆CIP数据核字（2007）第058919号

书 名：多维视角下的新旅游市场观——四川入境旅游个案

著 者：匡 林 等

出版发行：中国旅游出版社

地 址：北京市建国门内大街甲九号 邮政编码：100005

印 刷：北京翔利印刷有限公司

版 次：2007年6月第1版

印 次：2007年6月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/18

字 数：160千字

ISBN 978-7-5032-3157-5

定 价：59.00元

版权所有·侵权必究

领导小组

组 长：张 谷 刘 捷

副组长：陈加林 陈献春 吴 勉 胡 斌 张令祥
陈立祥 孙 前

成 员：（按姓氏笔画排序）

刘 萌 朱其跃 汪 宏 李海燕 苗玉砚
姚界平 柴延祝 黄 萍 游 勇 熊隆东

创新点

当今时代，各国旅游业相互依存又相互竞争，和谐共生又争领风骚。经由国家整体实力提升的带动，中国旅游业高调行进在国际舞台上；中兴之外交、盛昌之外贸、畅捷之航空，已然成为拉动中国旅游业增长的“三驾马车”。各地政府更是将种种利好发挥得淋漓尽致，汇成地方旅游业发展的强劲动力，外贸、民航的引擎功效更是日渐凸显。

肩负重托鉴赏四川风景，像经历了一次思想旅行，饶有兴味且收获颇丰。本书资料丰富、分析深刻、行文规范，研究路径独树一帜。

● **国际视野** 从旅游全球化高度，捕捉其显性特征，发觉其普适性深层规律。透过大视角，跳出旅游谈旅游、跨越四川看四川，搜索其坐标定位、谋划其战略愿景、设定其发展方略。

● **宏观思维** 密切联系四川外贸、民航两大基本面，解剖外部环境，挖掘外部动力，构织外贸、民航、旅游三位一体图。对三者关联度的定量分析，填补了国内空白。立足外部动力源重新审视入境旅游，对研判全国入境旅游未来走向，跟踪其战略行进轨迹，具有重大意义。

● **专业构架** 广泛借鉴国际咨询业之成熟研究范式，采取国际通行的规范研究方法，构架科学、论述缜密，达到了一定的研究水准。全书图文并茂、图表兼顾、正文与专论相得益彰。文字讲究，可读性强；表格信息量大、直观实用；插图生动、具有阅读愉悦感；专文短小精炼、富有启迪性。

● **深度研究** 从专业化角度，以旅游市场规律为标尺，有主线、有取舍，分合得体、纵横交错，由表及里、从外而内，展开深度思维，提出具有较强指导意义的政策建议和清晰可行的行动路线，形成创新性与实践性相统一的成果。

● **数字说话** 坚持“数字出结论、出思想，数字形成话语权”，运用大量权威内部数据，多维度进行统计分析。

说 明

本书系四川省旅游局2006年重点课题成果。四川省旅游局张谷局长及其他局领导高度重视并具体指导了课题研究；刘萌处长及各地州旅游局协助研究并提供部分资料。

匡林负责本书选题策划、研究构架、统筹统稿。全书撰稿分工如下：

第一、二章 匡 林

第 三 章 匡 林

宋子千博士（《旅游学刊》编辑）

第 四 章 匡 林

第 五 章 胡瑞娟博士（对外经贸大学国际经贸学院讲师）

第 六 章 匡 林

石美玉博士（北京旅游学院副教授）、赵晓燕（北京旅游学院副教授），巫宁博士（中国社科院旅游研究中心）、沈涵博士（复旦大学旅游系）、宋子千、张圣（江西财经职业学院讲师）完成了现场调研、抽样调查。插图、插表、专文，由胡瑞娟统一制作。

中国社科院旅游研究中心魏小安研究员、副主任戴学峰副研究员，国家旅游局综合司副司长高舜礼、计财司副处长张树民，《旅游学刊》名誉主编刘德谦教授，北京第二外国语学院张凌云教授，北京美景旅业首席运营官齐平书及四川有关旅游专家，对本书的写作给予了热心指导，谨致谢意！

中国旅游出版社社长何力、编辑张锋为本书的出版付出了艰辛劳动，亦谨此致谢！



目 录

第一章 宏观走势：入境旅游形势扫描	1
一、旅游全球化：当今旅游业最鲜明的时代主题.....	2
二、大产业、大发展、大调整：全球旅游业三大态势.....	7
三、发展迅速、特征鲜明：中国入境旅游总体回顾	11
四、新形势、新定位、新路线：中国入境旅游战略远景	14
第二章 特征解读：入境市场运行态势	21
一、总量评价：相对增量较大、绝对规模不大	22
二、客源输送：短距离流动、族群式拉动	25
三、客源形态：团队驱动、散客辅佐	26
四、产品结构：依赖拳头产品发力、依托一级目的地带动	27
五、水平监测：效益弱于数量、粗放替代精细	29
六、贡献评估：规模优势初具、直接贡献有限	35
七、样本分析：以2006年前十月四川入境市场运行为例	38
第三章 全景透视：入境旅游战略研究	43
一、SWOT分析：对四川入境旅游的一种宏观透视	44
二、四川入境旅游未来发展战略思考	57
第四章 外贸视角：宏观发力助推市场	65
一、入境旅游影响因素的定量分析：外贸指标与民航班次	66
二、四川外贸之现状评述与走势预判.....	79
三、外贸视角下的入境旅游发展机遇分析.....	92
四、主要结论与发展建议	108

第五章 民航视角：打造空中资源优势	121
一、中国国际通达状况与入境旅游发展密切关联	122
二、中国国际通达发展趋势预判	137
三、四川入境旅游国际通达性分析	141
四、主要结论与相关建议	157
第六章 驱动机制：市场工作战略构架	169
一、以“精准定位”为营销龙头，强化入境旅游整体形象	
品牌	170
二、以“形象广告”为营销重点，面向境外公众展开宣传	173
三、以“加大投入”为发力根基，完善入境旅游对外促销	
政策机体	177
四、以“网络技术”为升级平台，零距离拓展国际市场	181
五、以“专业运作”为行为基准，提升入境旅游工作效率	185
六、以“借用外力”为能量补给，合纵连横展开宣传	
促销	189
七、以“促进供给”为前行动力，全面改善入境旅游接待	
水平	197



插 表 索 引

表4-1 分析数据的描述性统计指标值	68
表4-2 相关系数矩阵（观测值个数：53）	69
表4-3 相关系数矩阵（观测值个数：232）	73
表4-4 2004年中国进出口额最大的500家企业中位于西部地区的公司	85
表4-5 2006年前十月四川对外经济合作情况（万美元）	90
表4-6 2004年四川投资总额列前十位的外商投资企业（万美元）	94
表5-1 2006年夏秋中国通航国家分布及每周班次	123
表5-2 中国各地区有国际航线直达的国家	132
表5-3 中国全国国际航线通航城市情况	133
表5-4 近期与中国签订双边航空安排协议或备忘录的国家	139
表5-5 2006年西部门户城市国际通航国家	142
表5-6 2006年夏秋连接成都的国际定期客运航班安排	144
表5-7 2005年成都到三大门户枢纽的通达情况	152
表6-1 四川旅游在全球范围内的品牌口号	173
表6-2 2003年四川旅游在CCTV的推广理念	175
表6-3 2003年四川旅游投放CCTV的广告效果定量评估	175
表6-4 部分省市入境旅游奖励措施	178
表6-5 四川旅游登录互联网情况	181
表6-6 四川旅游信息的主要提供者	182
表6-7 四川入境旅游宣传促销工作量化评估	187
表6-8 2004年欧洲主要旅游批发商经营业绩	190
表6-9 四川全省友好城市一览表	192
表6-10 2005年VISA国际持卡人在华消费特征	199

插图索引

图2-1 2000—2005年四川入境旅游人次及全国排名	23
图2-2 2000—2005年四川入境旅游人数及全国排名	23
图2-3 2000—2005年四川入境旅游收入及全国排名	24
图2-4 2005年四川、云南占全国比重 (%)	24
图2-5 四川入境旅游客源结构图	26
图2-6 四川欧美市场客源组织结构 (%)	27
图2-7 四川最受海外欢迎的目的地 (选中次数)	28
图2-8 2005年29省份均停留天数	30
图2-9 2005年29省份均天花费 (美元)	30
图2-10 2005年29省份均停留天数排名	31
图2-11 2005年29省份均天花费排名	31
图2-12 2005年四川、云南百强国际旅行社排名	32
图2-13 2005年全国百强国际旅行社地区分布	33
图2-14 2005年全国及四川入境消费构成 (%)	34
图2-15 2005年四川及地州入境消费构成 (%)	34
图2-16 2005年西南六省份入境人次全国排名	35
图2-17 2005年西南六省份入境外汇全国排名	36
图2-18 2000—2005年四川旅游总收入占GDP比重	37
图2-19 2005年四川入境旅游贡献情况	37
图2-20 2006年前十月四川主要客源同比增长 (%)	38
图2-21 2006年前十月四川五大接待目的地 (万人次)	39



图2-22 2006年前三季度各省份进出口同比增长率 (%)	42
图3-1 “应建成哪种类型旅游目的地” (%)	49
图3-2 “靠什么吸引海外游客来访” (%)	49
图3-3 欧美游客获取四川信息的渠道 (%)	50
图4-1 2005年53国来华旅游人次及与中国进出口商品贸易额	67
图4-2 2006年前九月53国来华旅游人次、每周班次及与中国进出口 商品贸易额	67
图4-3 2005年29省份接待入境人次与进出口商品额	71
图4-4 2005年29省份接待入境人天次与进出口商品额	71
图4-5 2005年29省份国际旅游收入与进出口商品额	72
图4-6 2005年西部10省份进出口贸易额及全国排名	75
图4-7 2005年西部10省份接待入境旅游人次及全国排名	76
图4-8 2005年西部10省份接待入境旅游入天次及全国排名	76
图4-9 2005年西部10省份国际旅游收入及全国排名	77
图4-10 四川进出口总额及全国排名	80
图4-11 四川进出口总额同比增长及全国排名	80
图4-12 四川出口总额及全国排名	81
图4-13 四川出口总额同比增长及全国排名	81
图4-14 四川进口总额及全国排名	82
图4-15 四川进口总额同比增长及全国排名	82
图4-16 2000-2005年四川GDP及进出口占全国的比重及排名	84
图4-17 2000-2005年四川外贸依存度及全国排名	84
图4-18 2005年各省份外商投资企业个数及排名	86
图4-19 2005年各省份外商投资企业总投资额 (亿美元) 及排名	87
图4-20 2005年各省份外商投资企业净增投资 (亿美元) 及排名	88
图4-21 2005年各省份外商投资企业净增外方注册资本 (亿美元) 及 排名	88

图4-22 1995 - 2006年四川实际利用外资额及排名	90
图4-23 2004年四川对外经贸与入境旅游	91
图4-24 截至2006年6月世界500强企业进入四川的形式	95
图4-25 截至2006年6月在川设立企业的世界500强企业分布地区	95
图4-26 截至2006年6月在川设立企业的世界500强来源	96
图4-27 截至2006年6月在川设立企业的世界500强分布行业	96
图4-28 2004年全国重点城市外贸进出口额(亿美元)及排名	99
图4-29 2004年全国重点城市外贸进出口额增长(%)及排名	99
图4-30 全国36座重点城市外贸依存度及排名	100
图4-31 西部地区总部经济综合发展能力指数及排名	101
图4-32 西部地区总部经济基础条件指数及排名	101
图4-33 西部地区总部经济商务设施指数及排名	102
图4-34 西部地区总部经济专业服务指数及排名	102
图4-35 西部地区总部经济开放程度指数及排名	103
图4-36 西部地区总部经济政府服务指数及排名	103
图4-37 西部地区总部经济研发能力指数及排名	104
图4-38 四川入境旅游发展模式阶段	113
图5-1 2006年中国通往各大洲的定期客运航班数及其比重	124
图5-2 2006年中国定期客运航班通航国家分布	124
图5-3 2006年全国各地区国际航线通航国家个数	126
图5-4 2006年全国各地区每周国际航班次数	126
图5-5 六大地区通航国家个数	127
图5-6 六大地区每周国际航班次数	128
图5-7 华北地区国际通达国家分布	129



图5-8 华东地区国际通达国家分布	129
图5-9 中南地区国际通达国家分布	130
图5-10 西北地区国际通达国家分布	130
图5-11 西南地区国际通达国家分布	131
图5-12 东北地区国际通达国家分布	131
图5-13 2006年国际航空口岸通达国家等级分布及比例	134
图5-14 2006年国际航空口岸班次等级分布及比例	135
图5-15 国际航空口岸在六大地区分布情况	136
图5-16 截至2006年中国航权实际利用情况	138
图5-17 2005年四川十大客源国与每周航班次数	145
图5-18 2006年成都到四川十大客源国直达指数	149
图5-19 2006年北京到四川十大客源国直达指数	150
图5-20 2006年上海到四川十大客源国直达指数	150
图5-21 2006年广州到四川十大客源国直达指数	151
图5-22 2006年三大门户到四川十大客源国的总直达指数	151
图5-23 2006年成都经北京到四川十大客源国的通达指数	153
图5-24 2006年成都经上海到四川十大客源国的通达指数	154
图5-25 2006年成都经广州到四川十大客源国的通达指数	154
图5-26 2006年成都经三大门户到四川十大客源国的通达指数	155
图5-27 2006年成都到四川十大客源国的通达总指数	156
图5-28 成都到三大门户枢纽的航空票价(元)和距离(公里)	164
图5-29 2006年成都通达的国际城市及航线	168
图6-1 境外游客对四川旅游的感知因素得分	170
图6-2 四川旅游在全球范围内的定位	172

图6-3 2004年CCTV-4城市形象广告版本选择(家)	176
图6-4 2004年CCTV-4城市形象广告投放行程(数量:家;费用: 千元)	176
图6-5 入境游客到川后获取信息渠道(%)	183
图6-6 到川境外游客预订本次旅行渠道(%)	183
图6-7 到川游客入境口岸(%)	194
图6-8 结束访川后的流向(%)	194
图6-9 访川境外游客最想去的中国各地(%)	195



专文索引

- 专文3-1 四川国际旅游产品储备45
- 专文3-2 中国入境旅游面临三大历史机遇52
- 专文3-3 外交、外贸、民航 “三驾马车” 拉动中国入境旅游增长 ...53
- 专文3-4 中国入境旅游面临四大挑战55
- 专文3-5 四川入境旅游宜打造“注意力经济”载体59
- 专文3-6 中国入境旅游已实现“客源全球化”64
- 专文4-1 2006年前十月四川进出口总额居西部第一83
- 专文4-2 2006年前十月四川利用外资情况89
- 专文4-3 产业政策鼓励外资西进92
- 专文4-4 综合成本和环境优势吸引外资西进93
- 专文4-5 世界500强企业加速落户四川97
- 专文4-6 成都成为中国五大服务外包基地城市之一97
- 专文4-7 成都成为中国十一家软件出口基地之一98
- 专文4-8 四川成都将拥有七国总领事馆98
- 专文4-9 重庆总部经济之强项：中心商务区（CBD）104
- 专文4-10 四川提出“成都要建成跨国公司区域总部”105
- 专文4-11 中国-东盟15年间经贸关系105
- 专文4-12 中国与东盟间次区域经贸合作106
- 专文4-13 2006年中印关系进程107
- 专文4-14 2006年中巴关系进程107

专文4-15 泛珠三角“一核、二扇、三圈、五轴线”区域综合交通 体系	108
专文4-16 2006年起中国将履行的外经贸安排和税收优惠	111
专文4-17 世界旅游组织对“商务旅行”的定义	115
专文4-18 拓展商务旅行市场空间巨大	115
专文5-1 2006年全国民航冬春航班新安排	136
专文5-2 国际定期航线的开通与运营	137
专文5-3 中加、中韩新增航权安排以及中国近期将签订的新航空协议 ..	140
专文5-4 中国内地与香港间航空运输安排	140
专文5-5 成都双流国际机场	142
专文5-6 成都打造中国西部枢纽门户机场	143
专文5-7 荷航成都-阿姆斯特丹航线首航成功	145
专文5-8 西部机场新建、扩建规划	161
专文5-9 中国民航总局鼓励西部民航发展的具体措施	163
专文5-10 成都经香港延伸至台北的航线将开通	165
专文5-11 四川航空公司与重庆机场联手推出中转联程航线	166
专文5-12 国际不定期飞行的规定	167
专文5-13 中国第一家商务旅游包机公司成立	167
专文6-1 广告——旅游目的地营销的最有效载体	174
专文6-2 全球最知名的人境旅游促销机构——法兰西之家	177
专文6-3 德国国家旅游局简介	177
专文6-4 湖南百万大奖扶助入境旅游	180
专文6-5 大连打造并成功注册“浪漫之都”品牌	186
专文6-6 “四轮驱动”：瑞士入境旅游营销模式	188



专文6-7 广西与泰国旅行商签订营销代理协议	189
专文6-8 成都宜考虑引进“城市环线观光游览双层车”	198
专文6-9 2005年四川第一大客源台湾VISA高端持卡人在华消费特征 ...	199