

旅游发展新态势

主 编◎罗建章 谢洪忠 吴应利

副主编◎刘 云 王 涛

中国旅游出版社

旅游发展新态势

主 编◎罗建章 谢洪忠 吴应利

副主编◎刘 云 王 涛

中国旅游出版社

《旅游发展新态势》编委会

主 编：罗建章 谢洪忠 吴应利

副主编：刘 云 王 涛

编 委：罗建章 吴应利 谢洪忠 王 涛 刘 云 普国安 李雪松

李 岚 杨 柳 刘 浪 王 琼 班先海 马继刚

序

云南财经大学旅游与酒店管理学院前身是1999年设立旅游管理系，后由原旅游与服务贸易学院和原酒店管理学院合并成立，学院历经近17年的发展，集中了“国家旅游局、云南省省部共建教学科研基地”、省级旅游管理特色专业、“省级旅游管理国际化、区域化人才培养模式创新实验区”、省级旅游管理学术工作站、省级旅游管理重点学科、省级旅游经济学精品课程、卓越旅游管理人才培养、校企合作嵌入式人才培养项目等众多高层次发展平台，取得了明显的办学效果。

学院现设有旅游管理、会展经济与管理、酒店管理3个本科专业，有中法合作酒店管理本科、普通本科、职业本科3种办学类型，1个旅游管理硕士点，学院是云南财经大学工商管理一级学科博士点旅游经济与管理方向授权点。现有在校研究生18人，本科生1504人，近3年毕业生就业率一直保持在97%以上，培养的学生具有国际视野、专业基础扎实、综合素质高、实践技能强，在国家级、省级英语、旅游、会展、酒店、餐饮等专业技能比赛中多次斩获大奖。学院拥有一支教学水平高、科研能力强的学科队伍，共有教职工65人，其中博士及在读博士10人，教授与副教授20余人。

学院依托云南财经大学优势的教育资源，大力发展本科教育，积极发展学术型和专业硕士型研究生教育，逐步形成了“双师型”师资结构和高素质的管理队伍。

学院坚持以面向市场、就业和创业为导向，以能力培养和职业道德培育为本位，以行业为依托，以服务第三产业发展为宗旨，突出以能力培养的办学特色，强调实践教学。

学院注重理论与实践相结合的学术研究，先后成立了旅游策划与规划研究所、会奖旅游研究中心、酒店与餐饮管理研究所、旅游文化创意产业研究所、智慧旅游研究所、香旅文化研究所等学术机构，与云南省旅游规划研究院共建了会奖旅游研究基地。承担了国家社科基金、教育部及云南省的众多纵横向课程，服务社会成效显著。

学院投资新建了一流的旅游与会展综合实验室、酒店管理实验室、餐饮管理实验室、学生实习餐厅、茶艺实训室、酒吧实训室等实践教学场所。2011年新建的国内一流的校

内餐饮教学研究基地——中国滇菜研发中心，承担了学院服务管理类专业的教学实践任务，并成为国内培养高级餐饮职业经理人的基地和云南省餐饮文化对外交流的窗口。

近年来，学院秉承国际化办学的理念，着力拓展国际交换生项目，陆续与国外知名的大学开展了境外互访、交流学习。学院还与国内外知名旅行社、景区、酒店、会展中心、餐饮集团深度开展校企合作，建立了良好的产学研合作平台，吸引知名企业开展嵌入式教学活动，培养适应旅游新业态发展的职业经理人。学院依托云南省人力资源与社会保障厅批准成立的130职业技能鉴定所面向校内外开展多个工种的国家职业资格培训和鉴定，使学生职业资格认证与学历教育互为补充的人才培养模式机制常态化。

为了把握和跟踪旅游管理学科发展趋势，及时反映学院在旅游管理专业建设和学科建设中取得的成绩，了解教师在各自岗位上的工作状态，学院连续几年出版了教师们在旅游管理教学、科研、人才培养、服务社会等方面的研究成果，要求大家高标准、高质量地系统总结和研究相关问题，创新研究模式和方法，以期取得标志性成果。

本书收录了40多篇文章。教师们分别从不同的角度，探讨了行业发展、人才培养中的热点问题，分享了教学、科研、人才培养、服务社会的经验和体会。有些文章具有独到的见解和解决问题的创新理念和举措，对于促进云南旅游业的发展及人才培养有一定的参考价值，也可作为学科发展、专业建设的重要素材。

由于编写时间仓促，本书难免存在诸多问题和不足，还请各位读者谅解并批评指正。

最后，感谢校领导、学院领导和中国旅游出版社的关心、指导和支持，希望能借助这一平台，进一步探索学院学科发展、专业建设和人才培养的规律，促进学院各项工作再上新台阶。

编者

2016年7月

目 录

旅游管理

文化创意产业的地域特色性研究				
——以西山区为例	杨 睿	谢洪忠	1	
知名商品品牌对原产地旅游形象的促进研究				
——以五粮液原产地宜宾为个案	李雪松		8	
墨江葵能山寨乡村旅游开发与民族文化保护思考	李雪松		15	
高校教师旅游行为与偏好研究				
——以云南财经大学为例	刘 璇	马继刚	25	
对我国旅游业恶性竞争的思考	王玉霞	吴 杰	35	
东巴文化对丽江旅游的影响及发展现状	和小佳	王 琼	45	
大学生旅游消费行为分析	杨炫红	王 琼	55	
海龙囤景区游客不文明行为的原因及规范	代雪梅	赵福祥	67	
旅行社门市客户关系管理研究				
——以旅游百事通为例	桂丽娇	尹 戟	73	
休闲农业旅游开发研究				
——以石林台湾农民创业园为例	杨焜雯	尹 戟	81	
大理佛教旅游的发展及对策研究	吴云霞	朱 韬	91	
大理巍山历史文化旅游项目的开发研究	董晓萱	朱 韬	98	
中国生态博物馆的社区参与模式探讨	杜云川	刘 芳	105	
异地养老旅游开发模式初探	刘 芳		113	
昆明大学生户外运动锻炼的调查分析	郭彩扣	曹 然	张 斌	120
国内旅游形象广告的相关问题及对策研究	董少华			133

会奖旅游

重庆自然资源型节事活动发展现状及对策研究	张美力娜	胡锡茹	140
浅议事件旅游			
——以云南事件旅游开发现状为例	李瑞兵	吴杰	151
欠发达城市会展业发展之路探析			
——以昆明为例	王梦荣	何勇	160
浅析我国汽车企业参展获得最佳效果的途径	丁奎	何勇	167

酒店管理

云南财经大学酒店管理专业人才培养问题及对策研究	赵玉新	马继刚	173
昆明中心假日酒店人才流失的原因与对策	陶然	王静	181
北京酒店客服人员对中国国内其他地区			
游客的观念与态度调查	王海洋	王静	190
智慧化在酒店经营与管理中的应用研究	陈怡	邱秋	204
我国星级酒店员工培训中存在的问题及其对策刍议	陈怡	邱秋	212

餐饮管理

基于供求视角下的餐饮市场调查与比对研究			
——以云南财经大学南北院步行街为例	董少华		218
餐饮企业中的客户关系管理 (CRM)	董志远		227
面点的创新研究	董志远		233
餐饮管理专业实践性教学探析	王会金		238
餐饮服务技能教学研究	王会金		242

财务管理

中外企业融资模式比较分析	王婷		246
企业营运风险管理中的平衡性分析	钱必钧		253
合并会计报表编制中的角色转换	钱必钧		259
浅析企业内部控制与会计职业犯罪	白帆	张玲	265

贸易经济

斗南鲜花拓展东南亚市场的物流现状浅析	杨 柳 275
云南鲜花出口东南亚市场的航空物流模式研究	杨 柳 285
浅析“安倍经济学”中超量化宽松政策对日本经济的影响	王玲玉 胡锡茹 297

教学研究

创新教育的思考	冯永玲 310
打造大学英语趣味课堂的探讨	张 玲 314
学校教育与云南跨境民族文化认同探析	谭庆莉 318

学生工作

大学生职业咨询个案与分析	李永祥 326
职业咨询模式在高校就业指导中的运用研究	李永祥 336
班集体建设的几点体会	冯永玲 344
中国梦背景下浅析大学生廉洁教育	唐浚洸 347

文化创意产业的地域特色性研究 ——以西山区为例^①

杨 睿^② 谢洪忠^③

(云南财经大学旅游与酒店管理学院 云南 昆明 650000)

摘 要：文化创意产业在我国发展迅速，很多地区都希望依靠发展文化创意产业使经济稳步增长。但是，如何能够依托文化创意产业，有力提升区域经济竞争力是一大难题。将各地的特色融入文化创意产业当中，是快速发展文化创意产业的一种思路。一般而言，具有地域特色的文化创意产业有区域性、民族性、历史性、革新性、融合性等特点。文化创意产业可以结合地域特征使其得到更好的发展，进而促进社会效益和经济效益的双提升。本文结合西山区文化创意产业发展的案例，从西山区发展现状出发，分析了西山区文化创意产业发展中存在的问题并提出建议。

关键词：文化创意产业；地域特色；西山区

一、文化创意产业相关概念

国内外学者对文化创意产业的理解虽然在创造力范畴理解上有分歧，但是大多数都强调了“创意”在文化创意产业的重要地位。本文认为，文化创意产业（Cultural and Creative Industries）是指以创意为核心，以文化为灵魂，以科技为支撑，以知识产权的开发和运用为主体的知识密集型、智慧主导型战略产业。参照国家的方针政策、云南省、昆明市的相关文件，以《国民经济行业分类（GB/T 4754—2011）》，《国家统计局文化及相关产业分类（2012）》为基础，本文将文化创意产业主要分为新闻出版发行服务业、广播电视电影服务业、文化艺术服务业、文化信息传输服务业、文化创意和设计服务业、文化

①本文为西山区宣传部委托项目“西山区文化创意产业‘十三五’规划”研究成果。

②杨睿（1990—），满族，辽宁省丹东人，云南财经大学旅游与酒店管理学院研究生。

③谢洪忠（1969—），汉族，云南彝良人，云南财经大学旅游与酒店管理学院教授、博士、副院长，硕士生导师，研究方向为旅游资源开发、旅游管理、会展经济与管理。

休闲娱乐服务、工艺美术品生产业、文化产品生产的辅助生产业（含会议展览业）、文化用品生产业、文化专用设备生产业，共十大类。

二、文化创意产业的发展前景

随着国际文化创意市场竞争的加剧，发展中国家和发达国家文化创意产业发展十分不平衡，不同文化之间的文化创意产业发展往往会出现碰撞和冲突。我国的文化创意产业虽然处于起步阶段，但是世界十分关注中国如何发展文化创意产业。Keane(2004) 讨论了中国是否可以继日本、韩国及新加坡等国之后，成功发展文化创意经济。他认为发展的关键在于：文化创意从投入到产出如何实现文化创意产业的布局以及文化创意产业市场的建立与消费。Keane 也指出虽然中国经济快速增长，文化创意产品的消费者与日俱增，但是中国的文化创意产业仍在创新与模仿中徘徊，并且大部分创新仅仅发生在价值的形成与分配阶段，而不是最核心的创意概念阶段。

我国从“十二五”规划纲要开始，就将文化创意产业升级为国家支柱产业，这意味着我国的文化创意产业的发展将在产业结构上作出调整，将在国际竞争力和经济发展方面起到至关重要的作用，对推进我国文化创意产业的发展进程具有积极意义。

三、文化创意产业地域特色性的表现

各地发展文化创意产业，需要结合自身的特点，将文化创意与各个地区特色相结合，创造出与地域特色相结合的不同的文化创意风格，通过这些不同的风格，吸引各地的学者及游客来学习、观光、游玩。这样不仅可以促进文化传播，而且可以促进地区的经济发展。

将文化创意产业与各地域的特色相结合，才能更好地促进文化创意产业的发展，为地区发展带来社会效应、经济效应。一般来讲，具有地域特色的文化创意产业具有以下几个特点：

（一）区位性

每个城市都具有自己特殊的地理位置（如环山、沿海与邻国接壤等），文化创意产业可以依托各地方地理位置上的优势，发展适合本地区的文化创意产业。例如，拥有风景秀丽景观及交通便利的地区可以大力发展文化休闲娱乐服务业，能够生产特殊产品的地区可以结合相应的技术大力发展文化专用设备的生产及文化产品生产的辅助生产行业，等等。

（二）民族性

我国的 56 个民族分布在全国的各个地区，每个民族都拥有自己的特点、生活习惯、民族文化、民族技艺等。文化创意产业可以结合不同民族的各种特点，发挥各民族的特长来发展文化创意产业。例如，拥有特色手工技艺的民族地区可以大力发展文化艺术服务业

及工艺美术品的生产；拥有艺术天赋和本民族文化历史悠久的民族可以大力发展文化旅游休闲娱乐服务业及广播电视电影服务业，等等。

（三）历史性

中华民族是一个历史悠久的民族，拥有 5000 年的文化底蕴，创造了光辉灿烂的历史文化。中国每个角落都拥有自己独特的历史背景和自然风光，各地区可以结合历史遗迹的特点，将文化创意产业与当地历史相结合，使其发展成具有历史底蕴的文化创意产业。

（四）革新性

随着历史的变迁，企业要么消亡，要么繁荣发展。随着时代变化的企业能繁荣发展，而无法适应时代变迁的企业就此消亡。文化创意产业不仅需要思想上突破，也需要技术上的革新。不论电影产业、设计行业、旅游业还是信息传播业，没有创意或技术的革新，都无法跟上时代的步伐。

（五）融合性

当今社会是一个多行业融合发展的社会。产业融合是全球经济增长和现代产业发展的重要趋势，也是世界新技术革命和国际产业结构升级的深刻反映。对于文化创意产业来说，结合当地产业结构，与地方产业融合发展，不仅能发挥文化创意产业的发展优势，更能够推动当地民族及新兴企业的发展。例如，文化创意产业可以与当地农业、手工业、旅游业、体育产业等产业相结合，进行融合发展。

四、西山区文化创意产业的发展状况

西山区是昆明市五城区之一，位于昆明城的西部。总面积 881.32 平方公里，城市建成区面积 46 平方公里，为昆明市面积最大的城区。坝区面积占 8%，山区、半山区面积占 92%。西山辖区内居住着 25 个少数民族。西山区拥有丰富的人文资源及自然资源，符合文化创意产业的发展要求。西山区经济发展迅速，风景名胜众多，乡村旅游有特色，加之政府的投入和政策的支持，为文化创意产业的发展提供了坚实的资源与经济基础。文化创意产业已逐步成为西山区经济发展新的增长点和支柱产业。

（一）西山区文化创意产业发展基本情况

“十二五”期间，西山区相关部门积极落实文化产业相关政策，加强文化创意产业扶持力度，积极引导企业加快发展步伐。西山区相关部门积极组织文化企业申报和争取上级文产三大类扶持资金（云南省文化产业专项扶持资金、国家商务部专项资金、重点文化出口企业专项资金），并组织辖区内的春城玩具厂、西山旅游投资开发有限责任公司、美瑾奇奥传媒有限公司、昆明云隐西山文化传播有限公司等企业申报，为企业能够及时得到资金支持，做大、做强本土文化品牌创造了条件。同时，积极拟定《西山区文化产业发展专项扶持资金管理办法》，创新文产扶持资金的运用和管理模式，为实现产业培育目标提供

支撑。

西山区文化创意产业起步于改革开放初，20 世纪 90 年代发展步伐加快，已形成了以文化休闲娱乐服务、广播电影电视、出版发行、文化创意、艺术创作为主的“核心层”，以网络文化、其他文化服务为主的“外圈层”，以文化用品设备及相关文化教育产品生产、销售为主的“相关层”三部分构成的三联产业格局。笔者从西山区 2014 年年底“四上四下”文化产业调查数据库中，提取了各大类文化创意产业的从业人数、主营业务收入、单位数等指标，进行了统计分析，如表 1 所示：

表1 西山区2014年文化创意产业从业人数、主营业务收入及单位数调查

所占比例 (%) 调查项目	相关产业	文化创意 与设计服务	新闻出 版发行 服务业	文化艺 术服务	文化产 品生产 的辅助 生产	文化休 闲娱乐 服务	广播电 视电影 服务	文化用 品的 生产	工艺美 术品的 生产	文化信 息传输 服务	文化专 用设备 的生产
■从业人数		30.61	21.43	11.82	9.96	9.63	7.26	4.80	3.08	1.08	0.33
■主营业务收入		34.76	23.90	3.53	8.03	14.93	0.20	9.41	3.35	0.87	1.05
■单位数		32.75	14.37	15.51	9.95	9.14	1.04	9.03	5.32	2.08	0.18

从表1可以看出，文化创意与设计服务业无论是在从业人数、主营业务收入还是单位数方面所占的比重都超过30%，所占比例相对较高。文化产品生产的辅助生产业和新闻出版发行服务业在从业人数、主营业务收入和单位数方面都较为平均，是西山区发展状态相对比较良好的产业。广播电视电影服务业、文化艺术服务业等虽然从业人数和单位数都居中，但是其主营业务收入所占比例相对较小，经济效益不显著。文化用品的生产业和文化休闲娱乐服务业这两个产业在从业人数、主营业务收入和单位数方面所占的比重都较低，特别是文化休闲娱乐服务业，说明与旅游结合的文化创意产业还有更大的提升空间。

(二) 西山区文化创意产业发展中存在的问题

从总体来看，西山区文化创意产业还处于初步发展阶段，整体发展水平较低，产业发展面临一些问题。例如，对发展文化创意产业重视不够、认识不足，扶持力度不大；文化创意企业呈现小、散、弱的状况，缺少龙头企业带动；文化精品不多、缺乏核心竞争力；经营粗放，缺乏创意和创新；业态单一，文创与科技、旅游、金融等其他行业融合不够；布局自发散乱，集群效应不明显；市场体系不完善，文化消费市场培育不充分，市场服务水平仍待提高；供需矛盾突出，供给侧转型升级迫切；人才结构不尽合理，缺少高端核心创意人才、营销人才、经营管理人才。

西山区通过文化创意产业发展经济，必须因地制宜，结合地方特色，将文化创意与本地的地理环境、民族文化、历史传承及技术革新等相结合，才能更好地发展文化创意产业。这种文化创意产业的发展模式，不仅可以提高经济效益，提升文化内涵，还可以给予社会

以正能量，促进文化创意产业与其他产业的融合发展。

五、西山区文化创意产业发展建议

（一）增强对文化创意小企业的扶持

从表1可以看出，广播电视电影服务业、文化信息传输服务业、文化专用设备的生产产业发展缓慢，收益额与单位数都相对较低。但是对于西山区的自有资源来说，这三个行业都有很好的发展前景，特别是广播电视电影服务业，虽然从业人数较高，但是其收益及单位数却较低。西山区拥有多种少数民族，有着深厚的多民族的文化底蕴，可以鼓励影视企业形成多类型、多品种、多样化的创作生产格局，推出一批贴近实际、贴近生活、贴近群众的精品力作。对于文化信息传输服务业、文化专用设备的生产产业来说，西山区则需要依托原有资源进行新时代的革新发展，招聘高科技人员、研发先进技术，给予文化信息传输服务业、文化专用设备的生产产业更多的优惠政策，充分发挥创新驱动作用，调动全社会力量，支持创新工场、创客空间、社会实验室、智慧小企业创业基地等新型众创空间的发展，营造“大众创业、万众创新”的良好氛围。

（二）加强文化创意产业与当地产业的融合

从表1可以看出，除文化创意与设计服务业与新闻出版发行服务业数据比例相对较高外，其他产业发展数据都相对较低。文化创意产业的快速发展，必须与当地产业融合，促进文化与当地旅游业、体育业、科技行业等融合发展。在文旅融合方面，着重围绕西山区国家级风景名胜区、都市农庄、农事体验、农果采摘、传统民俗体验等旅游活动开展文化创意设计和策划，推动文化创意产业与旅游产品设计、文化旅游发展、旅游业态提升充分结合；在文体融合方面，适应城市人康体健身休闲的需求，在西山区都市近郊游、城市一日游等传统旅游产品的基础上，组织策划一批有影响力的体育节庆和赛事活动，将体育赛事与文化休闲、旅游观光、餐饮美食等多种生活方式融为一体；在文科融合方面，大力提升西山区文创产业科技创新能力，促进文化创意产业与高新技术的融合发展，提升产品的外观、结构、功能等设计能力，促进新型业态的形成。

（三）注重对人才的培养

对于创新型文化创意产业的发展，人才的发展起着至关重要的作用。西山区文化创意产业发展较为缓慢，原因之一在于产品与技术革新滞后，其中缺少人才是重要因素。一方面，应建立健全各类文创人才培养机制，重视多学科、跨专业、国际化、复合型人才培养，重点应推进创意设计、文化传媒、广告会展、知识产权、民族工艺品等领域文化经营管理人才的培养工作，充分利用云南高校现有人才培训基地提高文创管理人才、专业技术人才水平，推动高校与文创企业合作建立“产学研”一体化的人才培育基地或实训基地；另一

方面,应通过公开招聘、人事调动、合同聘用、项目合作、开办工作室(创作室)等多种方式,重点引进文创领军人才、高层次文创经营管理人才、文化金融融合的资本型人才、文化科技融合的创新型人才以及熟悉国际文化产业和贸易规则的外向型人才。

(四) 集中打造中央文化创意产业园区

据统计,西山区主城区的文化创意产业门类最全、从业人员最多、经济效益最好。这为西山区未来文创产业的发展奠定了基础,也成为西山区文化创意产业发展重地。西山区未来可以依托中央商务区、城市综合体、历史文化街区、文化广场、特色市场等场所的发展,吸引更多中小型文化创意产业,并不断地与其他业态融合派生出更多的新业态,使文化创意产业呈现繁荣的局面。西山区可以发挥文化引领、文化创新、文化服务、文化交流等核心功能,重点发展文化创意产业园区、文化制造、休闲娱乐、节庆会展、文化消费、创意设计等业态,打造文化特色鲜明的现代都市时尚文化休闲圈层。

(五) 着力构建环滇文化休闲旅游区

以联合打造西山龙门—滇池—大观楼—高海路沿线国家5A级景区为动力,发挥西山区国家级风景名胜区依山傍水的优势,将高海路沿线与西山龙门、大观楼、滇池统筹考虑,把山地宗教文化、乡村文化、大观历史文化、商务会展文化、工业文化有机组合,扩大视野到整个滇池周边片区。做好“山”“水”“城”文章,构建环滇文化休闲旅游区,打造“山在城中,城在水中”独特景观。形成区中有带、区中有点,点线面结合,联动明显、相互交织、共荣共享的文化创意产业集群。区内形成云安、海口双核驱动,高海路沿线山水文化休闲带连接城郊,半山半水相互映衬的“西山大旅游文化休闲旅游区”。在构建环滇文化休闲旅游区的过程中,以两核为驱动,大力塑造高海路景观带提升景观价值为主要内容。

(六) 培育团结文化创意产业融合发展试验区

团结街道办事处位于云南省省会昆明市西郊,距离主城区17公里左右。团结地广人稀,面积约为西山区一半,人口仅占西山区总人口的6%,绝大部分为农业人员。在团结发展的过程中,率先开始了农家乐旅游,发挥了排头兵的作用。但经过一段时间的发展,面临着乡村旅游发展滞后,缺乏统一规划、集镇乡村建筑失去特色、土地利用无序、农家乐有待提质升级等问题。团结街道办事处有发展农业、林业、体育产业的资源优势,少数民族风情独具特色,乡村生态环境优良,资源组合佳,有打造全域旅游,促进文化创意产业与其他产业融合的条件,可列为文化创意产业与其他业态融合发展的试验区。例如,可主要发展团结文化创意小镇、乡村生态文化休闲带及工艺美术品文化创意基地的建设。

六、结语

西山区应根据文化产业发展的基础和条件,顺应国内外文化创意产业发展的趋势,结合国家及云南省对文化创意产业支持的相关政策及要求,突出自身文化特色和亮点,未来

发展可以确立以文化创意和设计服务业为龙头,以文化艺术服务业、文化休闲娱乐服务业、文化信息传输服务业为主导,以会议与展览服务业、民族民间工艺美术品生产业为特色,以广播电视电影服务业、新闻出版发行服务为基础的“重点突破、主业支撑、特色为先、基础牢固、梯次推进”的文化创意产业发展新格局,逐步形成具有地域特色的文化创意产业,带动当地经济的发展。

参考文献:

- [1] 王缉慈.关注文化创意产业(续)[J].前线,2006(4):24-25.
- [2] 李世忠.我国文化创意产业概念的内涵与外延[J].经济论坛,2008(11):87-88.
- [3] 韦信宽.地方特色文化创意产业发展模式研究[J].三明学院学报,2011,28(3):32-37.
- [4] KEANE M A. Brave New World: Understanding China's Creative Vision[J]. International Journal of Cultural Policy,2004,10:265-279.
- [5] CAVES R. Creative Industries:Contracts between Art and Commerce[M]. Cambridge:Harvard University Press, 2002.
- [6] 徐丹丹,孟潇,卫倩倩.文化创意产业发展的文献综述[J].云南财经大学学报,2001(2):105-107.
- [7] 贺亮,龚唯平.文化创意产业研究文献综述[J].产经评论,2011,3(2):15-16.
- [8] TOWSE R. Creativity and the Creative Industries Paradigm [J]. KYKLOS,2010,63(3): 461-478.
- [9] 王曦.澳大利亚文化创意产业发展对我国的启示:以“昆士兰模式”为例[J].中央财经大学学报,2013(1):71-77.

知名商品品牌对原产地旅游形象的促进研究

——以五粮液原产地宜宾为个案

李雪松^①

(云南财经大学旅游与酒店管理学院 云南昆明 650221)

摘 要：随着人们生活水平的不断提高，旅游内容与概念的方式选取上也相应发生变化。为迎合旅游者的消费需求与时代潮流，在其传统旅游的基础之上，形成以“品牌效应”带动“区域原产地旅游”的新兴旅游市场带动了区域经济的发展。本文以知名品牌——五粮液的原产地宜宾为切入点，从知名品牌自身对原产地旅游开发的现状分析入手，提出品牌文化对原产地旅游形象的发展可行性策略，以期促进其区域的持续发展。

关键词：知名品牌；原产地旅游；宜宾；五粮液

旅游活动随着人类经济社会的发展和人们生活水平及收入的逐步提高而形成产生。以我国为例，最近几年旅游业的蓬勃发展及新型旅游的开发出现持续增长趋势，具体表现在：其一，多以旅游活动的多样化和普遍化而呈现；其二，随着旅游消费日趋成熟化，人们对旅游产品及旅游景观的要求在逐步提高，其旅游过程中更加注重与轻松体验、感受参与、休闲娱乐等相结合的旅游平台。正因如此，有人提出“发展特色旅游，而特色是旅游业的灵魂，如没有特色，发展趋于雷同，故而丧失旅游自身的竞争力和长久发展的生计。所以说，要发展特色旅游必先有特色旅游资源”。发展特色旅游与其相对的是特色旅游资源的稀缺性，针对某一地区的特色资源极度匮乏，且在资源的整合与创新空间屡遇瓶颈的问题，故重要的不是特色旅游资源的找寻和稀缺，而是理应把现有的资源品牌及产品进行转型挖掘与深度开发，对其资源品牌及市场的精确定位的基础上打造新兴精品旅游。

从国内研究来看，有关“知名品牌与原产地形象”的学术文献颇多，现有研究成果大

^①李雪松(1974—)，男，云南昆明人，云南财经大学旅游与酒店管理学院副教授，主要从事旅游规划、旅游形象、旅游会展等方面的研究。

多围绕原产地形象对品牌形象的影响为研究对象,对知名品牌对原产地形象的影响研究甚少,而以一种品牌为主导,围绕该种品牌所营建的旅游业开发的研究成果少之又少。把品牌形象与原产地(旅游)形象结合起来研究的期刊文献还不是很多,尤其是实证研究的文献更少,并且大多研究相对集中于单一的品牌形象研究或是原产地效应研究。诸多学者皆已证实原产地形象对品牌形象有较大影响,故二者的结合研究及以品牌形象促进原产地旅游形象的研究是一个全新的热点课题。然而,以品牌促进其原产地的旅游发展,宜宾在广大的消费者(顾客)心目中究竟是一个什么样的形象?该地品牌竞争力是否在行业界迎合消费者的购买意愿上有着重要的影响?目前还尚未有相关文献对此进行过实证研究。本文在前人的研究基础上,讨论知名品牌原产地旅游形象的现状及其发展策略,进而探讨知名品牌对原产地形象发展的影响。

一、原产地与品牌内涵探析

(一) 原产地与原产地形象

早期的“原产地”概念等同于“制造地”,起先原用于国际贸易领域。现有文献中,多方面原因,学者使用的原产地概念并不统一。原产地的原意是指来源地、由来地,因此,商品的原产地是指商品或货物的最初来源,即生产产品产地。原产地形象(Country of Origin Image, COOI; 或 Country Image, CI)通常指目标市场的消费者对产品的出产地或原产地及原产国的形象认知,进而提升到消费者对该地(国)产品内在形象的总体认知。蔡利红认为“原产地形象(Country of Origin Image)是指基于对一国生产及营销优缺点的了解,该国产品在消费者心目中树立起的整体形象,也叫原产地印象、产品形象”。为便于研究,本文在蔡利红定义基础上将原产地形象定义为:在消费者不了解某国或地区的情况下,使用该国或地区的产品后在消费者心目中留下的对该产品以及该国或地区的整体印象。

(二) 品牌与品牌定位

有关品牌理论概述,本文借用美国营销协会(AMA)的定义:品牌是一个名称、术语、标记、符号或设计,或是这些元素的组合,用于识别一个销售商或销售群体的商品与服务,并且使他们与其竞争对手的商品区别开来。有关品牌形象(brandimage)的理论内涵,Ogilvy(1963)从品牌塑造的角度提出了品牌形象理论,即消费者(顾客)对品牌的外在感知,呈现于消费者(顾客)内心记忆的关于品牌的想象和回忆。总的来说,关于品牌形象视角的研究主要围绕消费者(顾客)视角与公司视角:一是以消费者(顾客)视角对其品牌形象的研究,二是以公司视角对其品牌形象的管理研究。Kotler& Keller(2006)指出,品牌定位是营销战略的核心,是指公司的产品设计及产品服务和形象,从而在目标顾客的心目中占据独特的价值地位。