

Quyu Lüyou Shichang

区域旅游市场

Fazhan Yanhua Jili Ji Kaifa

发展演化机理及开发

· 李悦铮 俞金国 / 著



旅游教育出版社

区域旅游市场

发展演化机理及开发

王德刚 王成金 著



中国旅游出版社

辽宁省科技厅重点研究项目 (2002401016)

区域旅游市场 发展演化机理及开发

Evolution Mechanism And Development Of Regional Tourism Market

李悦铮 俞金国/著

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑：董茂永 朱海犀

图书在版编目(CIP)数据

区域旅游市场发展演化机理及开发/李悦铮, 俞金国著.

—北京: 旅游教育出版社, 2005. 5

ISBN 7-5637-1237-2

I. 区… II. ①李…②俞… III. 区域-旅游市场-研究-中国 IV. F592.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 023459 号

区域旅游市场发展演化机理及开发

李悦铮 俞金国 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@sohu.com
排版单位	北京东远先行彩色图文中心
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	15
字 数	268 千字
版 次	2005 年 5 月第 1 版
印 次	2005 年 5 月第 1 次印刷
定 价	25.00 元

本书由

大 连 市 人 民 政 府

教育部人文社会科学重点研究基地 资助出版

辽 宁 师 范 大 学

内 容 简 介

旅游业已成为世界第一大产业。旅游市场研究对于旅游业的发展具有重要的意义。本书以时间为轴,空间为脉,在追踪旅游业发达国家旅游市场形成的历程基础上,经系统总结,揭示出了旅游市场的形成演化机理,提出了我国旅游市场开发方略和大连旅游市场开发模式及市场开拓策略。

本书共十章,分为理论篇和实践篇。第一章至第五章为理论篇,阐述了旅游市场发展演化的理论基础、区域旅游市场的发展历程、演化阶段,分析了区域旅游市场形成演化因素和机制。第六章至第七章为实践篇之一:中国旅游市场研究。分析了中国旅游市场现状,提出了中国旅游市场开发方略。第八章至第十章为实践篇之二:大连旅游市场研究。在详细分析大连旅游市场的背景、条件后提出了大连市旅游市场开发模式及市场开发策略。

本书强调理论性与实践性相结合,体现了一般原理与个案相结合的特色。适合于高校、科研单位旅游专业人员,各级政府旅游管理干部,旅游投资者和旅游爱好者学习和参考。

前 言

产业的形成与发展是资源、市场、企业以及政策等多方面因素共同作用的结果。目前,我国正处于社会主义市场经济体制建立与完善的关键时期,市场机制在国民经济与资源配置中的基础性作用越来越明显,市场机制的形成、发展、壮大也越来越发挥本质性的作用。从这个意义上讲,只有掌握了产业形成过程中的市场驱动机理与基本作用方式,才能真正了解产业形成的原始驱动力,也才能有的放矢地制定出相应的调控政策。

20世纪90年代以来,全球旅游业产值高于世界GDP的增长速度,旅游业成为世界上生长最快的朝阳产业。旅游业发展对解决就业、增加税收、促进地区经济发展、提高区域知名度发挥了越来越积极的作用,旅游业被称为“无烟产业”、“绿色产业”。第二次世界大战以来,全球旅游产业和旅游市场经历了萌芽、起步、膨胀、成熟四个阶段。但是,受经济水平、经营方式以及消费观念等因素的影响,各国旅游产业、旅游市场的发育程度和开发模式差距明显。其中,美国、西欧、日本等发达国家和地区基本经历了上述四个发展阶段,并大体形成了西欧、北美、大洋洲、东亚等几大旅游地和游客发生地;而众多发展中国家仍处于萌芽和起步阶段。欧美发达国家也是旅游发达地区。透过表象,我们会发现,这些地区旅游业迅猛发展并成为支柱产业的根源除了拥有极富特色的旅游资源外,与其成熟的旅游产业培育模式、先进的旅游地经营理念、完善的服务设施以及极富针对性的市场促销方略直接相关。因此,在全程追踪旅游业发达国家旅游市场形成历程的基础上,系统总结出旅游市场形成演化机理,无疑对全面指导我国旅游业发展及旅游市场开发具有重要的理论和实践意义。

我国旅游资源异常丰富,中国独特的山水风光和历史文化遗迹在世界旅游市场中占有举足轻重的地位。实施对外开放战略以来,我国旅游业迅猛发展,特别是自1986年旅游业接待人数和创汇指标被正式纳入“七五”计划以来,旅游业总收入都保持了两位数的增长速度。旅游业成为我国特别是中西部地区最具发展潜力的产业。亚洲金融危机之后,加快培育旅游市场,大力发展旅游业成为我国政府启动内需的重要举措之一。2000年,国家开始正式实施“五一”、“十一”长假制度,以旅游业为主导的假日经济蓬勃发展,成为国民经济中极具增长潜力的一个亮点。党的十六大提出了走新型工业化道路,全面建设小康社会的战略目标,旅游业发展对促进上述目标的实现有着重大意义。但客观分析,我国旅游业和旅游市场无论从总体水平还是从发育程度上看,都与发达国家有着明显的差距。究其原因,在旅游市场开发方面存在的体制性、观念性以及经营模式的种种弊端是制约我国旅游产业的发展 and 旅游市场的培育的最大障碍,这些弊端表现在如下几个方面:第一,全国尚没有一个明确的关于旅游市场开发的总体规划,旅游市场开发的目标和总体思路有待进一步清晰。第二,旅游业发展过于侧重对旅游资源的开发,对旅游市场的调查研究不够,由此引致两个问题,一是造成旅游资源的严重破坏,二是偏离市场需求的开发导致产品经济、社会、生态效益差。第三,旅游开发和经营企业规模小,旅游服务设施落后,旅游开发和经营主体对旅游市场预期和把握能力差。第四,旅游市场经营观念落后,旅游行业的整体服务质量差。第五,

旅游地宣传促销存在投入力度小、方向不明确、形象不鲜明等问题。因此,从旅游产业和旅游市场培育的角度看,我国必须尽快加强如下四方面的变革:一是尽快形成尊重市场需求的系统的旅游业和旅游市场总体开发规划;二是建立完善的旅游市场规则;三是创造良好的旅游市场环境,尽快建立市场经济体制下的旅游产业培育环境;四是培育竞争力强大的旅游市场主体,尽可能多地培植出旅游开发和经营企业。国民经济发展的实际要求旅游地理学者和旅游经济学者必须加大对旅游市场开发、培育的研究力度,尽快满足我国培育旅游市场的迫切要求。

国外对旅游市场发展演化机理的全面研究始自第二次世界大战后,目前来看,研究领域主要有以下几个方面:①旅游地资源开发研究,侧重于可持续发展约束条件下的旅游资源开发研究;②旅游者行为、心理研究,由此延伸到旅游地客源规律的研究;③旅游企业经营行为研究,包括旅游开发公司和旅行社的经营模式探讨;④旅游地及旅游市场的生命周期研究等;⑤从经济学角度分析游客在目的地消费行为以及对当地的经济影响;⑥旅游流的分析与预测等。

我国的现代旅游业和旅游市场开发起步较晚,相应的研究也比较薄弱,概括起来研究者主要从旅游市场的分类、营销,旅游者时空分布,旅游者行为及旅游形象策划等角度进行了初步研究。国内一些学者对个别热点城市游客的时空分布规律和城市居民的出游规律进行了探讨,对风景名胜区游客、海外游客进行了研究,并涉及了相关理论模型的应用。从宏观角度、区域角度、理论高度,深入探讨区域旅游市场发展演化机理及开发的研究还相对少些。

奉献给读者的这部著作,是辽宁省科技厅重点研究项目“旅游市场形成演化机理及开发模式研究”的最终研究成果。本研究在客观追踪国外发达国家旅游市场开发成功模式的基础上,力求总结出旅游市场发展演化机理、培育机制的基础理论,并尝试把市场需求和市场开发经营的一般理论、方法与旅游活动的具体事务结合起来,力图创新性地提出我国区域性旅游市场开发的基本策略,从而拓宽旅游地理学、旅游市场学、旅游经济学的研究领域,为旅游研究更贴近实际需求做力所能及的尝试。

本书仅是区域旅游市场理论总结方面的一次尝试和初步探讨。由于时间仓促,书中所涉及的不少问题是探索性的,特别是作者的学术水平有限,书中有些观点和提法尚待推敲,难免有一些错误和不足之处,恳请专家、学者和同行提出宝贵意见,批评指正,以便今后进一步研究和完善。

本书借鉴了国内外同行大量研究成果,在此,对有关作者表示诚挚的谢意!

本书的写作和出版得到各方面的关怀与支持。淮海发展研究院常务副院长沈正平教授,对本书的出版一直给予热忱的关注和大力帮助。辽宁师范大学副校长、博士生导师韩增林教授,海洋经济可持续发展研究中心孙才志副主任对本书的出版给予了大力的支持和帮助。没有这些支持这本书是不可能呈献在读者面前的,对此我们表示衷心的感谢!

作 者

2004年9月

目 录

理论篇：区域旅游市场发展演化机理研究

第一章 绪论	3
第一节 旅游市场	3
一、旅游市场的概念	3
二、旅游市场的划分	7
三、区域旅游市场	9
第二节 区域旅游市场研究的意义	11
一、理论意义	11
二、实践价值	11
第三节 区域旅游市场研究的框架结构	12
一、本书的指导思想	12
二、本书的研究内容简述	12
第二章 区域旅游市场发展演化的理论基础	14
第一节 中心地理论(目的地和市场)	14
一、原理概述	14
二、旅游中心地理论	16
三、旅游中心地理论的讨论(一个旅游中心地的市场结构)	18
第二节 核心—边缘理论	21
一、原理概述	21
二、核心—边缘理论在规划中的应用	22
第三节 点轴理论(目的地)	23
一、原理概述	23
二、原理的运用	24
第四节 扩散理论(市场)	25
一、原理概述	25
二、空间扩散理论在区域旅游中的运用探讨	27
第五节 空间相互作用理论	29
一、空间相互作用理论	29
二、空间相互作用在旅游研究中的应用综述	31
第六节 竞争理论(目的地)	32

一、原理概述	32
二、原理的运用	36
第七节 旅游需求与供给规律	37
一、旅游需求规律	37
二、旅游供给规律	38
三、旅游供求规律	39
四、格里尔—沃尔旅游空间供求模式	40
第八节 旅游地—旅游产品生命周期理论	40
一、旅游地生命周期理论的由来	40
二、巴特勒旅游地生命周期理论	41
三、国外关于生命周期理论的探讨	41
四、我国关于生命周期理论的探讨	44
五、其他的演化模型或理论	44
第三章 区域旅游市场发展演化的影响因素分析	45
第一节 影响区域旅游市场发展演化的宏观环境因素	45
一、影响区域旅游市场发展演化的宏观环境因素	45
二、各个要素之间的互相作用共同作用于区域旅游市场	48
第二节 影响区域旅游市场发展演化的内部要素系统	48
一、内部要素系统	48
二、各个内部要素系统之间的共同作用影响区域旅游市场	53
第四章 区域旅游市场发展演化阶段和机制分析	54
第一节 区域旅游市场发展演化阶段分析	54
一、旅游市场发展阶段划分的背景分析	54
二、区域旅游市场阶段划分	55
第二节 区域旅游市场发展演化机理分析	57
一、区域旅游市场发展变化的供给主体形成机制分析	57
二、区域旅游市场发展变化的需求机制分析	62
三、不同阶段发展演化的机制不同	66
第三节 区域旅游市场的启动与引导以及演化规律研究	67
一、区域旅游市场的启动与引导	67
二、演化规律研究	68
第五章 区域旅游市场发展的基本历程	73
第一节 发达国家旅游市场发展历程	73
一、美国模式	73
二、西班牙模式	74

第二节 发展中国家旅游市场发展历程	75
一、中国模式的发展历史和主要特点	75
二、中国模式的旅游市场演化和特征简述	76

实践篇之一：中国旅游市场研究

第六章 中国旅游市场现状分析	81
第一节 中国旅游市场研究的意义	81
一、理论意义	81
二、实践意义	81
第二节 中国旅游市场研究的背景分析	82
一、加入世贸组织后机遇和挑战并存	82
二、国民经济高速增长,社会稳定,居民生活水平不断提高	86
三、国家和各级政府的支持	87
四、旅游业前景看好	88
五、国际旅游业发展趋势	90
第三节 中国旅游市场的现状分析	92
一、旅游业呈蓬勃发展之势,市场规模不断扩大,季节变化明显	92
二、旅游市场供求分布不均衡	93
三、旅游市场环境有待改善和转变	96
四、旅游市场不完善	98
五、中国旅游市场的营销现状和存在的问题	98
六、旅游市场法规不完善,市场规则不健全,存在不合理竞争	99
七、我国国内客源市场空间分析	100
八、我国入境旅游市场空间分析	107
第七章 中国旅游市场对策研究	114
第一节 总体布局、长远规划	114
第二节 迎接加入世贸组织带来的挑战	114
一、要把全行业干部职工的思想和行动统一到中央决策上来	114
二、要以提高国际竞争力为核心来规划和实施我国的旅游资源开发、 产品建设和企业素质提高工作	115
三、要进一步加快旅游行业对外开放的步伐	115
四、要切实抓好旅游企业的改革	115
五、要加快转变各级旅游局的政府职能	116
六、要加强对世贸组织规则的学习和人才培养	116
第三节 健全市场规则、完善市场种类	116
一、培育有形旅游市场	116

二、完善旅游要素市场	117
三、健全旅游资金市场	118
四、发展旅游网络市场	118
第四节 优化旅游市场结构,促进公平竞争	119
第五节 以市场为导向,注重产品开发	120
第六节 转变营销观念,发展创新营销	121
一、从传统的以最大限度满足顾客需求为导向的营销观向现代的强调 企业的社会责任、经济价值与文化价值相统一的新价值观的生态营销观、 社会营销观和文化营销观转变	121
二、从传统的 4P'S 营销组合走向 4C'S 营销组合,全面实施顾客满意营销	121
三、从传统的大规模营销、目标市场营销到现代的顾客数据库营销、定制营销、 一对一营销,实施全面的顾客关系管理	121
四、从传统的交易市场营销转变为关系市场营销,强调人文精神,实施人本 营销	121
五、从外部终端顾客营销到内部员工营销、同盟者营销,实行整体市场 营销	122
六、从产品营销到品牌营销,品牌成为企业的一种重要资产	122
七、从本地营销到全球化营销,实施双枝营销	122
八、从旅游企业对顾客的单向营销到企业营销职能外部化,实行旅游企业与 顾客互动的网络营销	123
九、从产品营销、服务营销到知识营销	123
十、从传统单向的、粗放的促销方式转变为现代的互动的、系统的网络整合 市场营销	123
第七节 开拓新兴旅游市场	124
一、开拓国际市场	124
二、挖掘国内市场	125

实践篇之二:大连市旅游市场研究

第八章 大连市旅游市场发展的宏观背景分析	139
第一节 大连市旅游市场背景分析	140
一、国民经济持续增长,居民收入增加,生活水平提高	140
二、加入世贸组织对我国旅游市场的影响	140
三、宏观政策引导	140
四、国内旅游蓬勃发展	141
第二节 大连入境旅游市场分析	141
一、时空分析	141
二、发展分析	144

三、入境旅游市场等级划分	146
第三节 国内旅游分析	147
一、现状分析	147
二、发展分析	151
三、增长分析	151
四、大连的国内旅游预测	152
五、大连的国内客源地等级划分	153
第四节 大连旅游市场软硬件环境分析	154
一、交通和通讯状况	154
二、旅游供给分析	158
三、旅游市场的类型不完善	160
四、旅游市场营销的现状和存在的问题	160
五、居民对旅游发展的承载力分析	160
六、中国其他滨海旅游目的地的旅游市场分析	162
第九章 大连市旅游市场的开发模式选择	165
第一节 国内外旅游市场开发模式综述	165
一、政府主导开发模式	165
二、民间主导开发模式	166
三、民间与政府合作的开发模式	167
四、折中的观点	167
第二节 大连旅游市场培育模式选择	167
一、发展阶段判断	167
二、运用层次分析法进行模式选择	168
第三节 大连旅游市场培育的战略	173
一、可持续发展战略	173
二、科技支撑战略	173
三、全球化战略	174
四、信息化战略	174
第四节 大连旅游市场培育的具体措施	175
一、政府和民间主导相结合	175
二、政府和民间合作,促进民间组织的形成和壮大,发挥民间的积极性	176
三、培育跨国公司,壮大民间的实力	177
四、分阶段实施	178
五、整合资源,总体布局,发挥整体优势	178
六、构建新型的旅游管理组织结构	180
七、完善旅游市场种类	181
八、产品继承与创新	183

九、基于地理信息系统技术构建目的地旅游市场信息系统	186
第十章 大连市旅游市场的开拓	193
第一节 开拓国际旅游市场	193
一、开拓日本旅游市场	193
二、开拓韩国旅游市场	199
三、拓展亚洲其他国家或地区旅游市场	199
四、开拓港澳台旅游市场和欧美市场	199
第二节 开拓国内市场	201
一、国内旅游市场潜力分析	201
二、国内旅游市场特征分析	201
三、拓展国内目标旅游市场	203
参考文献	206
附录	217
附录一:问卷调查表	217
附录二:大连旅游资源、景区分布图	218

表 目 录

表 1-1	旅游产品和一般产品比较	6
表 1-2	三大旅游市场比较表	8
表 2-1	弗里德曼核心—边缘理论内容	21
表 3-1	旅游中介作用	50
表 6-1	世界旅游业发达国家的旅游比较表	89
表 6-2	2001 年中国旅游业发展状况	92
表 6-3	中国出境旅游预测	92
表 6-4	中国入境旅游、国内旅游预测	93
表 6-5	我国东、中、西部地区旅游基础状况比较一览表	94
表 6-6	我国东、中、西三大地区经济发展水平比较	95
表 6-7	我国东、中、西部地区旅游外汇收入比较表	96
表 6-8	全国各省区影响旅游客源市场强度的各指标及综合得分	104
表 7-1	三大旅游网站情况比较表	118
表 7-2	中国人均 GDP 预测一览表	125
表 7-3	1986~2001 年国内旅游入次数和旅游收入增长表	127
表 7-4	国内游客旅游信息获取方式的抽样调查统计表	127
表 7-5	农村与城镇居民出游比较表	128
表 7-6	2000 年度城乡居民生活消费支出比较表	131
表 7-7	教育旅游市场抽样调查统计结果	132
表 8-1	大连入境游客季节分布状况表	143
表 8-2	大连入境游客增长	144
表 8-3	大连入境旅游预测	146
表 8-4	辽宁国内游客消费构成	150
表 8-5	大连国内旅游收入预测	152
表 8-6	主要宾馆酒店接待能力和接待人数统计	158
表 8-7	旅行社基本情况统计	159
表 8-8	2001 年大连市小康生活标准及实现程度测算表	162
表 9-1	判断矩阵	169
表 9-2	判断矩阵标度及其含义	169
表 9-3	RI 值	170
表 9-4	总排序	170
表 9-5	B~C 总排序表	171

表 9-6 C~D 总排序表..... 172

表 9-7 政府和民间组织作用范围 177

表 10-1 日本国民出国旅游目的地比较..... 194

表 10-2 日本海外游客性别、年龄增长变化 195

图 目 录

图 1-1	旅游学科体系简图	11
图 1-2	本书的研究框架结构	12
图 2-1	销售递减曲线	15
图 2-2	旅游中心地游客市场分布曲线	19
图 2-3	旅游中心地旅游市场概念分布模式	20
图 2-4	核心—边缘区域类型及关系图	22
图 2-5	旅游核心边缘模式	23
图 2-6	传染扩散	25
图 2-7	等级扩散	26
图 2-8	重新区位型扩散	26
图 2-9	波特竞争力分析模型	33
图 2-10	竞争基本战略	34
图 2-11	波特钻石体系结构	35
图 2-12	竞争战略设计	37
图 2-13	旅游需求曲线	38
图 2-14	旅游需求变动曲线	38
图 2-15	旅游供给曲线	39
图 2-16	旅游供给曲线变动	39
图 2-17	旅游供需曲线	39
图 2-18	旅游空间供求曲线	40
图 2-19	旅游地生命周期理论	42
图 3-1	旅游市场环境要素构成	45
图 3-2	旅游市场主体系统	48
图 3-3	旅游市场客体系统	52
图 4-1	区域旅游市场演化阶段示意图	56
图 4-2	区域旅游供给层次结构	57
图 4-3	区域旅游经济影响示意图	58
图 4-4	旅游环境影响分析	59
图 4-5	区域旅游需求分析模型	62
图 4-6	游客学习过程	64
图 4-7	马斯洛需要层次理论	65
图 4-8	区域旅游市场形成的初始阶段	69