

国家社科基金项目成果 **经管** 文库

China's Anti-Season Tourism:
Market Potential, Regional Differences and Development Strategies

我国反季旅游： 市场潜力、区域差异 与开发策略

冯学钢 周 成 于秋阳 / 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

国家社科基金项目成果 经管文库

China's Anti-Season Tourism:
Market Potential, Regional Differences and Development Strategies

我国反季旅游： 市场潜力、区域差异 与开发策略

冯学钢 周 成 于秋阳 / 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

我国反季旅游：市场潜力、区域差异与开发策略/
冯学钢，周成，于秋阳著. —北京：经济科学出版社，
2019. 3

(国家社科基金项目成果经管文库)

ISBN 978 - 7 - 5218 - 0309 - 9

I. ①我… II. ①冯… ②周… ③于… III. ①旅游
市场 - 研究 - 中国 IV. ①F592. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 035120 号

责任编辑：崔新艳

责任校对：蒋子明

责任印制：王世伟

我国反季旅游：市场潜力、区域差异与开发策略

冯学钢 周 成 于秋阳 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

经管中心电话：010 - 88191335 发行部电话：010 - 88191522

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：espcxy@126. com

天猫网店：经济科学出版社旗舰店

网址：http://jjkxcbs. tmall. com

北京季蜂印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 15. 25 印张 280000 字

2019 年 3 月第 1 版 2019 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5218 - 0309 - 9 定价：52. 00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换。电话：010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 打击盗版 举报热线：010 - 88191661)

QQ: 2242791300 营销中心电话：010 - 88191537

电子邮箱：dbts@esp. com. cn)

国家社科基金项目成果经管文库

出版说明

我社自 1983 年建社以来一直重视集纳国内外优秀学术成果予以出版。诞生于改革开放发轫时期的经济科学出版社，天然地与改革开放脉搏相通，天然地具有密切关注经济领域前沿成果、倾心展示学界翘楚深刻思想的基因。

2018 年恰逢改革开放 40 周年，40 年中，我国不仅在经济建设领域取得了举世瞩目的成就，而且在经济学、管理学相关研究领域也有了长足发展。国家社会科学基金项目无疑在引领各学科向纵深研究方面起到重要作用。国家社会科学基金项目自 1991 年设立以来，不断征集、遴选优秀的前瞻性课题予以资助，我社出版了其中经济学科相关的诸多成果，但这些成果过去仅以单行本出版发行，难见系统。为更加体系化地展示经济、管理学界多年来躬耕的成果，在改革开放 40 周年之际，我们推出“国家社科基金项目成果经管文库”，将组织一批国家社科基金经济类、管理类及其他相关或交叉学科的成果纳入，以期各成果相得益彰，蔚为大观，既有利于学科成果积累传承，又有利于研究者研读查考。

本书库中的图书将陆续与读者见面，欢迎相关领域研究者的成果在此文库中呈现，亦仰赖学界前辈、专家学者大力推荐，并敬请经济学界、管理学界给予我们批评、建议，帮助我们出好这套文库。

经济科学出版社经管编辑中心

2018 年 12 月

前言

本书系国家社会科学基金重点项目“我国反季旅游市场潜力的区域差异与开发策略”(12AJY008)的研究成果

本书是作者多年从事《旅游学》课程的教学和科研工作的结晶。在多年的教学实践中，作者深感《旅游学》课程的重要性，它不仅是一门基础理论课程，也是旅游专业学生进入旅游行业前的必修课程。在多年的教学实践中，作者深感《旅游学》课程的重要性，它不仅是一门基础理论课程，也是旅游专业学生进入旅游行业前的必修课程。在多年的教学实践中，作者深感《旅游学》课程的重要性，它不仅是一门基础理论课程，也是旅游专业学生进入旅游行业前的必修课程。

本书在编写过程中，参考了国内外相关文献，力求做到观点新颖、数据翔实、论证充分。本书的出版，得到了国家社会科学基金重点项目的资助，也得到了相关单位和个人的支持，在此表示衷心的感谢。

本书在编写过程中，参考了国内外相关文献，力求做到观点新颖、数据翔实、论证充分。本书的出版，得到了国家社会科学基金重点项目的资助，也得到了相关单位和个人的支持，在此表示衷心的感谢。

本书在编写过程中，参考了国内外相关文献，力求做到观点新颖、数据翔实、论证充分。本书的出版，得到了国家社会科学基金重点项目的资助，也得到了相关单位和个人的支持，在此表示衷心的感谢。

作者：张三、李四、王五

前言

Preface

一、为什么要研究反季旅游?

近年来,随着《国民旅游休闲纲要(2013-2020)》^①《关于促进旅游业改革发展的若干意见》^②《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》^③等文件的颁布以及《中华人民共和国旅游法》的出台实施,加之产业融合和新技术革命浪潮的快速推进,我国旅游业正处于空前激变的社会环境中,面临着巨大的发展机遇和挑战。当前,我国拥有世界最大规模的国内旅游市场,是世界第一大出境旅游国,同时,入境旅游一直保持在世界前列,三大市场的发展态势进一步巩固了我国作为世界旅游大国的地位。2015年,在国内经济增长放缓的背景下,我国旅游业保持着高于GDP增速的较快发展,成为拉动国民经济的重要力量。其中,国内旅游人数突破了40亿人次,收入超过4万亿元人民币,而出境旅游人次也超过1.2亿人次,旅游总花费达1045亿美元。^④旅游市场需求旺盛、旅游产业规模猛增、旅游经济结构转型等标志着我国已经迎来

① 2013年2月,国务院办公厅发布《国民旅游休闲纲要(2013-2020)》,提出到2020年,我国职工带薪年休假制度基本得到落实,城乡居民旅游休闲消费水平大幅增长,健康、文明、环保的旅游休闲理念成为全社会的共识,国民旅游休闲质量显著提高,与小康社会相适应的现代国民旅游休闲体系基本建成。

② 2014年8月,国务院正式发布《关于促进旅游业改革发展的若干意见》,提出以转型升级、提质增效为主线,推动旅游产品向观光、休闲、度假并重转变,满足多样化、多层次的旅游消费需求;推动旅游开发向集约型转变,更加注重资源能源节约和生态环境保护,更加注重文化传承创新,实现可持续发展;推动旅游服务向优质服务转变,实现标准化和个性化服务的有机统一。

③ 2015年8月,国务院办公厅发布《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》,明确了旅游在经济新常态下的重要作用。

④ 资料来源:国家旅游局。

真正意义上的大众旅游休闲时代。

然而，我国旅游经济在快速发展的同时，也面临着产业供需结构错位、旅游季节集中性冲突、旅游潜力区域差异显著等一系列问题。个性化和多元化的游客旅游需求促进了自助旅游与淡季旅游等市场的旺盛，而传统供给侧短板进一步加剧了旅游需求的外溢和出境旅游的“井喷”；旅游资源多元、地域差异较大以及特有的节假日制度等多种因素叠加，进一步加剧了我国国内旅游季节的集中性和复杂性。旅游季节性对区域旅游可持续发展具有重要影响，突出表现为地区旅游客流、交通、信息等旅游要素的年内季节分布不均和空间分布差异，旅游供需要素的季节性矛盾与地区性失衡会降低地区旅游业的产出效率。旅游旺季，游客激增给旅游地带来巨大经济收益，同时，也会造成区域旅游资源供不应求、服务接待质量下降、旅游企业管理混乱、自然生态环境恶化等突出问题；而在旅游淡季，客流骤减又会导致旅游企业利润下降、旅游资源和设施的结构性浪费以及社区居民失业率增加等一系列问题。因此，如何有效地破解我国旅游季节性矛盾已成为各地主管部门和旅游企业亟须解决的重要问题。

反季旅游既强调对旅游者反季旅游需求的激发与引导，又重视旅游地为应对季节性矛盾而做出的旅游供给协调与优化。^① 旅游者选择反季出游，可避开高峰期产品的高溢价，获取更高的旅游体验质量；旅游经营者通过平衡四季经营，可促进旅游资源的均衡有效利用，为旅游产业注入持续的发展动力。发展区域反季旅游、挖掘反季旅游潜力是缓解我国旅游季节性矛盾的有效策略组合，通过反季潜力要素识别、反季能力综合提升以及反季旅游常态化等方式可实现地区旅游客流从“潮涌式”喷涌到“平滑式”流动。同时，开发反季旅游市场是健全和完善我国旅游市场秩序的理性选择，通过区域差异协调和旅游季节平滑可缓解旺季供不应求导致的市场混乱和淡季有效需求不足导致的市场清淡。

二、反季旅游要解决哪些关键问题？

本书是国家社会科学基金重点项目“我国反季旅游市场潜力的区域差异与开发策略”（12AJY008）研究的主要成果集成，全书旨在破解我国旅游季节

^① 2015年11月10日，习近平总书记在中央财经领导小组第十一次会议上强调，在适度扩大总需求的同时，着力加强供给侧结构性改革，着力提高供给体系质量和效率，增强经济持续增长动力，推动我国社会生产力水平实现整体跃升。2016年1月11日，汪洋副总理主持召开国务院旅游工作部际联席会议第三次全体会议时强调，适应和引领经济发展新常态，加快转变旅游发展方式，着力推进旅游供给侧改革，发挥市场在资源配置中的决定性作用和更好发挥政府作用，促进旅游业持续快速健康发展，为国民经济稳增长、调结构提供持久动力。

性约束条件,在系统构建反季旅游概念内涵、发展特征与影响因素的基础上,对我国反季旅游市场潜力的空间分布、旅游者反季出游的动机以及反季旅游市场潜力的提升策略等进行实证研究,以期为各区域反季旅游资源开发和市场潜力挖掘提供决策参考。

本书内容共分为八章。

第一章为绪论。从我国当前的旅游供需结构矛盾和旅游季节性现象出发,分析季节集中性所带来的诸多弊端和现有理论研究的不足,引出反季旅游和反季旅游市场潜力研究的理论与现实意义。在阐述本研究主要内容与研究方法的基础上,形成本研究的逻辑框架和思路,即先行性研究、主体性研究、应用性研究及策略性研究。

第二章为国内外研究进展、理论基础与国际经验。首先,对旅游季节性、平淡季旅游和旅游潜力的国内外相关文献进行梳理与评述。其次,从反季旅游系统构建、反季潜力区域差异和反季潜力提升等引出所依据的基础理论,包括系统理论、供需理论、动机及选择理论、公共政策理论等。最后,以西班牙、葡萄牙、法国等国家为例,对其反季旅游相关政策和应用经验进行阐述和梳理,为我国反季旅游市场开发提供相应借鉴。

第三章为反季旅游市场潜力的概念内涵与理论框架。首先,系统地提出反季旅游与反季旅游市场潜力的概念内涵、发展特点与动力来源,并将反季旅游市场潜力按供给—需求维度、横向—纵向维度、有形—无形维度等进行分类。其次,将“寻找反季旅游市场潜力来源—评价市场潜力现实表现—市场潜力开发与提升”作为反季旅游市场潜力的理论分析框架。

第四章为反季旅游市场潜力影响因素的识别与解构。首先,从旅游供给、需求维度出发,在参考旅游季节性和旅游潜力影响因素文献基础上,从自然生态环境、旅游资源产品、社会经济基础、旅游产业构成,以及区域旅游需求、政府需求引导、企业反季营销、游客出游观念等八个方面,运用模糊综合判别法甄选出反季旅游市场潜力的影响因素。其次,通过影响因素的层级结构和关系分析,得出影响反季旅游市场潜力的直接性、间接性和根本性因素,为后续的反季旅游市场潜力的空间差异和旅游者反季出游动机的实证研究奠定基础。

第五章为我国反季旅游市场潜力的区域差异分析。首先,通过量化指标和专家咨询构建出我国反季旅游市场潜力的评价指标体系,并对我国31个省区(除港、澳、台地区)的反季旅游供给、需求及综合潜力进行评价。其次,运用系统聚类方法将各省区的反季旅游供需潜力分为领先型、优势型、积累型和提升型四种类型。最后,对我国反季旅游市场供给、需求潜力的耦合协调状况进

行分析,得出结论:当前我国反季旅游总体上处于供给侧硬性约束阶段,反季旅游市场供需结构优化和多元市场主体共促是反季旅游潜力提升的重要手段。

第六章为我国旅游者反季旅游动机差异分析。首先,基于旅游动机与选择理论,通过对江西、安徽等省区的1267位反季旅游者进行问卷调查,并运用因子分析、单因素方差分析等定量方法,将旅游者反季出游动机细分为服务导向、费用节省、效率驱动、深度体验和相机抉择型五大类。其次,经过聚类分析得出四种不同类型的反季旅游者,即理想型、机会型、从容型和享受型。

第七章为旅游季节性与反季旅游潜力的案例研究。本部分从旅游目的地、旅游景区和旅游企业三个层面,运用多点对比方式对旅游季节性和反季旅游开发进行分析,为后续我国反季旅游市场潜力的提升路径与策略做铺垫。在旅游目的地方面选取了北京、上海、云南、海南、福建和四川等六个省(市)区,旅游景区方面选取了以庐山、井冈山、三清山和龙虎山为代表的四大山岳景区,在旅游企业方面以上海市各类星级酒店作为研究案例。

第八章为我国反季旅游相关结论、提升路径与开发策略组合。反季旅游潜力提升是一个动态性、综合性、系统性的过程,需多方面切入和多种手段共同应用,同时,要求分析反季旅游市场潜力的空间差异、旅游者出游动机差异等,并依据一定的路径和原则进行反季旅游市场挖掘。根据反季旅游市场潜力的影响因素、区域差异和游客动机等实证结果,提出多元反季旅游市场主体的合力推进、反季旅游市场潜力空间差异的区别对待、注重我国旅游者反季出游动机的挖掘、考虑不同旅游案例区的季节特殊性等提升路径,并从政府部门、旅游者、旅游企业、供需结构以及全域旅游等方面提出我国反季旅游市场潜力的开发策略。

三、本课题的推进过程、主要成果及学术价值

2012年,“我国反季旅游市场潜力的区域差异与开发策略”课题获批国家自然科学基金重点项目,自立项以来,课题组历经四个研究阶段,顺利完成了预期目标。

(一) 推进过程

课题前期准备阶段(2012年8月~2012年10月):通过学术沙龙、项目管理、相关数据搜集及旅游季节性相关文献整理,初步完成课题的研究计划和工作细分。

专家咨询与实地调研阶段(2012年10月~2013年6月):召集旅游学、地理学、文化与民俗学、消费经济学等方面的多位专家以及硕博研究生共18名,成立反季旅游咨询小组,对旅游季节性和反季旅游影响因素进行分析;课题组部分成员分赴安徽、江西、江苏、浙江等省(区、市)以及在上海本地,对淡季旅游时段旅游者的出游动机和消费行为展开问卷调查;利用EXCEL、SPSS20.0、STATA13、ArcGIS等统计软件对调研结果和相关数据进行汇总、整理,构建课题研究数据库并开展图件编制工作。

课题主体研究阶段(2013年7月~2016年6月):多次召开课题会议,讨论研究过程中出现的问题,并对后续研究内容进行进一步的细化和设计,使之更加符合课题目标。根据课题研究框架,课题组成员分工开展各子课题研究,并完成相应的课题报告与期刊论文投递。

课题成果形成与整理完善阶段(2016年7月~2017年3月):对子课题研究报告和阶段性成果进行逻辑梳理和汇总调整,完成课题成果专著《我国反季旅游市场潜力的区域差异与开发策略研究》的修订工作,共计约20.1万字。

(二) 主要成果

本课题的主要成果体现在如下方面。

一是发表了系列成果:在《旅游学刊》《经济地理》《经济管理》《旅游科学》等核心期刊上发表学术论文43篇。其中,《反季旅游与旅游季节性平衡:研究述评与启示》已被下载3888次,被引28次(截至2017年7月31日);《中国旅游产业结构变迁对旅游经济增长的影响》已被下载3461次,被引27次(截至2017年7月31日),产生了一定的学术影响。

二是培养了一支队伍:为课题组教师和硕博士研究生提供了学术选题和科研实践平台。其中5名博士研究生和4名硕士研究生全程参与,完成一篇博士学位论文《我国旅游季节性的区域差异与开发策略研究》和2篇硕士论文《旅游地传播形象的季节差异——基于省级旅游官方微博的内容分析》《我国热点旅游城市入境旅游季节性空间差异及影响因素研究》。《旅游地传播形象的季节差异——基于省级旅游官方微博的内容分析》还被评为“2016年上海市优秀硕士论文”。此外,尚有2名博士、1名硕士在完成相关毕业论文。

三是开展了决策咨询服务。在反季旅游市场潜力挖掘和旅游产品开发过程中,本课题开展了对上海市民宿旅游产品的专题调研,形成了成果专报《上海市民宿产业发展有关情况与建议》,为推进“反季旅游常态化”提出了可操作性的思路和对策。

（三）学术价值

本课题坚持理论分析与实证研究相结合，坚持多学科交叉与融合，力求在理论、方法与实践方面形成研究创新，主要价值体现在以下两个方面。

一是理论价值。本课题通过分析我国当前旅游季节性的现状、问题、成因及其形成因素，从打破季节性约束、开发反季旅游的视角切入，通过既有文献分析和消费心理需求调研，提取反季旅游市场潜力的影响因素，构建反季旅游市场潜力的概念模型和评价体系；通过测度我国反季旅游市场潜力的区域差异，归纳要素主导下特定区域市场潜力的挖掘和提升路径。本书在理论上搭建反季旅游市场潜力的理论框架，为淡化和消除区域旅游的季节性影响提供理论依据；在融合空间经济学、消费心理学、区域经济学、板块旅游空间理论、极化理论的基础上，为这一问题的分析和解决，构建一套定性剖析框架和定量测度范式；为区域旅游业的协调和可持续发展提供战略思路启示。

二是应用价值。（1）针对新一轮旅游区域需求增长和市场扩张，提出淡化季节性的负面影响，通过研究供给驱动和需求拉动下的资源整合与优化配置、产品与公共产品、服务与公共服务的配套协调对策来发展反季旅游，从而解决区域旅游市场供需错位、缺位和越位的现实矛盾，并进一步挖掘特定区位和资源禀赋下的反季旅游市场新潜力。（2）通过对全国31个省市自治区的实证测度和区域差异分析，将研究归纳的旅游需求和消费行为规律、区域旅游产业供需要素配置方向、模式与潜力开发路径作为示范性成果加以推广应用，并针对案例地反季旅游开发的薄弱环节，提出发挥潜力、提升竞争力的有效战略和具体措施，为政府和产业部门决策提供参考和操作性建议。

四、本项研究的特色与学术思考

本研究遵循了问题导向型思路，即从我国旅游季节集中性的负面后果来发现问题，从旅游季节性影响因素和反季旅游体系构建来分析问题，最终通过反季旅游潜力挖掘和开发策略的提出来解决问题。

本研究具有以下特色和创新思考。

（一）从研究思路来看，具有视角独特性和框架综合性

本研究未选择反季旅游概念与问题的直接导入，而是通过分析旅游产业发展现状和旅游季节性现实冲突，论证得出反季旅游研究的理论与现实意义；在

旅游季节性分析方面,突破了传统季节性问题的被动应对,构建了较为全面的反季旅游相关理论和研究体系;在反季旅游市场开发方面,克服了现有以旅游者淡季需求挖掘为主要内容的局限,从旅游地供给优化和旅游者需求激发等两方面来阐述反季旅游市场潜力。

本研究的分析框架具有综合性,遵循了“现象分析——理论阐述——实证研究——策略提出”这一较为完整的分析过程,在对反季旅游市场潜力实证研究的同时,侧重于具有现实指导意义的反季旅游规范性分析。在剖析旅游季节性、淡季旅游、反季旅游三者关系和异同的基础上,系统提炼和形成反季旅游、反季旅游市场潜力概念内涵与发展特征;同时,将旅游地空间和旅游者动机进行综合运用,从人和地两个视角来形成反季旅游市场潜力的差异性研究框架。

(二) 从实证过程来看,具有理论依托性和学科交叉性

反季旅游和反季旅游市场潜力作为新的旅游应用性研究,在框架构建和实证研究过程中必须依托于多种理论。本研究在反季旅游理论框架中运用了系统理论,在反季市场潜力体系构建中依托了供需理论,在旅游者反季动机分析中运用了动机选择理论,而在反季旅游市场潜力提升研究中运用了旅游公共政策理论。此外,在理论依托基础上,本研究更注重相关理论在反季旅游市场潜力研究中的应用导入,形成了反季旅游系统构成、反季供需耦合协调、反季个体动机差异、反季旅游时空调节等分析重点。

反季旅游市场潜力影响因素的复杂性、提升路径的综合性决定了反季旅游研究具有学科交叉性。首先,本研究将产业经济学中的供求结构作为反季旅游市场潜力研究的体系框架。其次,在反季旅游市场潜力的空间差异中,运用区域经济学中的时空结构分析范式,通过空间视阈来论证反季旅游资源和市场禀赋的区域差异;同时,旅游动机选择理论来源于心理学内容,旅游者反季出游动机差异即是对消费者心理过程的应用研究。最后,文中还引入物理学中的耦合协调模型等。总之,多种理论依托性和多元学科交叉性形成了本研究的重要特色。

(三) 从研究方法来看,具有方法多元性和分析针对性

根据各部分内容的特点与要求,运用多种研究方法以提高反季旅游市场潜力研究的针对性。在反季旅游与其市场潜力理论体系分析中,运用了中外文献回顾、多层次剖析等定性方法,为区域反季旅游市场潜力研究奠定了相应基础;在反季旅游市场潜力影响因素解构中,采用了专家意见法、模糊综合评价法和ISM模型对其影响因素给予层次解构和关系分析;运用熵值权重、层次分析、系统聚类 and 耦合协调模型等对反季旅游供需潜力等区域差异进行了实证研

究；在旅游者反季出游动机的差异分析中，综合运用了因子分析、K-Means 聚类分析和单因素方差分析方法；在旅游季节性与反季旅游案例研究中，运用了季节性调整模型、基尼系数、气候舒适度和 HP 滤波等方法，对旅游目的地、景区和旅游企业的旅游季节性和反季旅游潜力进行量化测度。

囿于研究视野与客观约束，本研究还存在如下需改进与完善之处。（1）旅游季节性数据相对缺乏，量化分析受限。本研究所使用的数据主要源于官方公开发布的统计数据，书中所选取的反季旅游影响指标也经过了专家调查和咨询筛选，但由于月度旅游数据的缺乏和反季旅游定性因子模糊性，旅游季节性数据难以全面获取，给本课题的量化研究带来一定限制。（2）指标变量选取不够全面，有待综合性衡量。反季旅游发展是一个动态的过程，涉及旅游者观念转变、客源地需求升级以及目的地供给优化等多种因素的影响和波动。为系统地识别和完整地体现反季旅游的市场潜力，在具体的指标选取中，本研究更多地考虑数据的权威性和可得性，从而一定程度上难以兼顾指标的全面性。同时，由于变量识别的主观局限，对反季旅游市场潜力的影响因素和相应选取仍有调整和补充的空间，有待在后续研究中进一步完善。（3）反季客源群体分析单一，有待多元化丰富。本研究主要以淡季时期的外来客源为旅游动机与限制调研对象，而不同类型的游客群体对季节性感知具有明显差异，如青少年群体、老年人群体及本地社区居民等。为进一步分析和有针对性地开发反季旅游细分市场 and 相应产品，应不断深化多种消费群体在反季旅游市场潜力上的差异性研究，这也是未来研究中需进一步深化的领域。

本书是“我国反季旅游市场潜力的区域差异与开发策略”课题组集体智慧的结晶。课题负责人冯学钢教授在撰写之前，已对我国旅游季节性、反季旅游等领域有较为丰富的研究积累，在本书成稿过程中负责思路统领、框架构建和统稿核定。此外，参与本书撰写的还有周成、于秋阳、孙晓东、万田户、金川、黄和平、唐睿、王媛等课题组成员。具体分工为：冯学钢负责前言、第一章、第二章；于秋阳、金川负责第三章、第四章；周成、孙晓东负责第五章、第八章；冯学钢、万田户负责第六章；黄和平、唐睿、王媛负责第七章。

在写作过程中，作者参考了国内外大量研究资料和参考文献，在此向原作者表示衷心的感谢。同时，要感谢经济科学出版社崔新艳老师等为本书顺利出版付出的辛苦。由于水平和精力有限，本书中难免仍存在一些缺陷和疏漏，在此深表歉意，恳请各位读者批评指正。

冯学钢

2019年2月

目 录

Contents

第一章 绪论	1
第一节 研究背景与问题提出	1
第二节 研究内容及方法路径	7
第三节 主要创新点与研究局限	12
第二章 国内外研究进展、理论基础与国际经验	16
第一节 国内外相关研究进展与评述	16
第二节 反季旅游的理论依托和研究导入	33
第三节 国外反季旅游的政策经验与启示	45
第三章 反季旅游市场潜力的概念内涵与理论框架	51
第一节 反季旅游概念内涵与特征	51
第二节 反季旅游市场潜力概念、特征与细分类型	56
第三节 反季旅游市场潜力的理论框架与动力来源	61
第四章 反季旅游市场潜力影响因素的识别与解构	67
第一节 反季旅游市场潜力影响因素识别	67
第二节 反季旅游市场潜力影响因素量化提取	77
第三节 反季旅游市场潜力影响因素层次解构	80
第五章 我国反季旅游市场潜力的区域差异分析	87
第一节 区域反季旅游潜力评价体系构建	87
第二节 反季旅游供给、需求及气候舒适期潜力评价	95
第三节 区域反季旅游潜力的综合评价与区域差异	109
第六章 我国旅游者反季旅游动机差异分析	115
第一节 旅游者反季旅游动机的问题提出	115

第二节 旅游者反季出游动机的个体差异分析·····	117
第三节 反季旅游者类型划分与出游限制·····	134
第七章 旅游季节性与反季旅游潜力的案例研究·····	140
第一节 研究案例选取与方法论述·····	140
第二节 省域目的地旅游季节规律与反季旅游潜力·····	145
第三节 山岳型景区旅游季节性与反季旅游潜力·····	154
第四节 酒店型企业的旅游季节性与反季潜力开发·····	160
第八章 我国反季旅游相关研究结论、提升路径与开发策略组合·····	170
第一节 本书的相关研究结论·····	171
第二节 反季旅游市场潜力的提升路径·····	176
第三节 反季旅游市场潜力的开发策略组合·····	179
附录·····	195
参考文献·····	205

第一章 绪 论

2015 年,我国国内旅游人次突破 40 亿人次,收入超过 4 万亿元人民币,而出境旅游人次也超过 1.2 亿人次,旅游总花费达 1045 亿美元。国内、出境旅游市场规模及国内、境外旅游消费均列世界第一。我国旅游业创造出了 10.2% 的就业机会,^① 旅游业增加值占 GDP 的 4.33%。^② 旅游业贡献上升,进一步放大了旅游经济波动所产生的社会经济影响。然而,在我国旅游经济快速发展的同时,我们清醒地认识到,我国旅游业仍面临国内外形势更为复杂、产业供需结构错位、旅游季节集中性冲突、旅游潜力区域差异显著等一系列问题。

个性化和多元化的游客旅游需求促进了自助旅游与淡季旅游等市场的旺盛,而传统供给侧短板则加剧了旅游需求的外溢和出境旅游的井喷;旅游资源多元、地域差异较大以及特有的节假日制度等多种因素叠加,又进一步加剧了我国国内旅游季节的集中性和复杂性。旅游季节性对区域旅游可持续发展具有重要影响,突出表现为:地区旅游客流、交通、信息等旅游要素的年内季节分布不均和空间分布差异;旅游供需要素的季节性矛盾与地区性失衡会降低地区旅游业的产出效率。种种问题的探讨和争议,皆指向我国旅游产业存在的诸多矛盾,以及政府和社会普遍关切、亟待解决的一系列旅游发展难题。本研究将在反季旅游的分析框架下,重点关注旅游季节性波动所引发的产业矛盾,探讨我国反季旅游市场潜力区域差异与开发策略。

第一节 研究背景与问题提出

旅游季节性,是各旅游目的地普遍存在且难以解决的一类问题。旅游季节性根源于气候环境和旅游资源的本底约束,同时,受旅游者动机、产业资源配

① 资料来源:国家旅游局和世界旅游组织。

② 资料来源:国家发展与改革委员会。

置、供需结构、国民休假制度等多种因素的综合影响。旅游季节性给旅游产业和经济社会带来许多不利影响。探寻旅游季节性应对策略,刺激旅游者反季出游需求,引导旅游地反季供给优化,是提升我国旅游经济资源配置效率、促进旅游产业供需结构协调发展的可行路径。

一、研究背景

(一) 旅游季节性加剧旅游供需错位与矛盾,增加了产业的管理难度

旅游季节性直接表现为旅游客流在时空上的冷热不均。广阔的地域、多样的资源和特殊的制度等现实原因相互交叠,使我国的旅游季节性具有地域性、综合性与复杂性的特点。区域上,我国北方的许多景区处于“干半年,歇半年”的经营管理状态;时段上,寒暑假、小长假、黄金周、周末汇集了全年的大部分旅游客流;经营状况上,高峰时供不应求且事故频发,低谷时停工歇业且入不敷出。季节性明显的秋冬季节常常出现“秦皇岛式的淡季萧条”和“三亚式的旺季井喷”。特殊休假制度还导致所谓的“黄金周综合症”。旅游资源的适游期与游客可利用的出游期重叠,对季节性产生双重强化,使旺季更旺、淡季更淡。

旅游季节性造成供需错位及旅游业整体失衡,增加了产业的管理难度。旅游高峰与低谷交替,资源闲置与超载并存,拉低了旅游业的整体投资回报水平,加剧了旅游和社会资源的浪费和企业经营的不稳定性。一方面,在旅游旺季,接待能力、生态环境、资源承载超负荷运转,造成服务质量下降、生态环境恶化、投诉增多、满意度下滑等负面效应。另一方面,在旅游淡季,资源闲置、企业入不敷出、劳动力外流等,同样困扰着旅游目的地和旅游产业发展。

特殊的休假制度导致我国数量巨大、层次多元的旅游需求过度依赖单一化的法定节假日渠道来进行释放。短期内爆发式的集中出游,给旅游目的地环境资源承载力带来巨大考验;旅游企业常以旺季的高溢价和“暴利”手段攫取高额利润。由此带来的资源破坏、服务质量和满意度下降,乃至公共节假日期间频繁出现的旅游极端事件和市场欺诈行为,不仅妨碍了旅游业的健康发展,也造成了极为恶劣的社会影响。^①因此,科学有效地管理和调控旅游季节性,是提升产业竞争优势、促进产业健康发展的重要内容。

^① 针对公共假期内频繁出现的旅游市场乱象和不法经营行为,国务院办公厅于2016年2月印发了《关于加强旅游市场综合监管的通知》,要求进一步加强旅游市场的综合监管。