



21世纪高等院校旅游专业引进教材系列

The Competitive Destination:  
A Sustainable Tourism Perspective



# 旅游目的地 竞争力管理

J.R. Brent Ritchie 著  
Geoffrey I. Crouch

李天元 徐虹 陈家刚 王素洁 译

南开大学出版社

21 世纪高等院校旅游专业引进教材系列

# 旅游目的地竞争力管理

*The Competitive Destination:*

*A sustainable tourism perspective*

J.R.Brent Ritchie

著

Geoffrey I.Crouch

李天元 徐虹

译

陈家刚 王素洁

南开大学出版社

天津

**图书在版编目(CIP)数据**

旅游目的地竞争力管理 / (加)里奇(Ritchie, J. B.)  
著;李天元,徐虹泽. —天津:南开大学出版社,  
2006.1

书名原文: The Competitive Destination

21 世纪高等院校旅游专业引进教材

ISBN 7-310-02389-7

I. 旅... II. ①里... ②李... ③徐... III. 旅游点  
-管理-高等学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 101059 号

**版权所有 翻印必究**

**南开大学出版社出版发行**

**出版人:肖占鹏**

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

\*

天津市宝坻第二印刷厂印刷

全国各地新华书店经销

\*

2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 14.625 印张 403 千字

**定价:27.00 元**

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

# 出版说明

旅游业作为一种朝阳产业，在世界各国越来越受到重视。中国旅游业虽然起步较晚，但经过二十多年的发展，现已呈现兴旺发达的局面，跻身于世界旅游大国的行列。

旅游业的发展，离不开旅游教育和对旅游市场规律的研究与探索。我们要开创有中国特色的旅游发展道路，既要立足于中国的实际，又要借鉴外国的先进经验。目前，研究国际先进旅游管理理念与模式，“拿来”为我所用，是旅游业对旅游教育和旅游学科建设提出的迫切要求。因此，亟需一批与国内需求契合度高、反映国际旅游最新管理理念和模式的国外旅游教材，服务于我国旅游教学和学科建设。

南开大学出版社是国内出版旅游教材最早的出版单位之一。围绕国家教育部确定的旅游专业主干课程体系，我社历经十余年开发并出版了本科和专科教材以及相配套的教辅用书，经过一段时间的使用，得到了国内院校师生的广泛认可。另外，我社还出版了一批促进国内旅游研究的学术著作，在国内享有较高声誉。为进一步满足国内读者的需求，我们对国内设有旅游专业的二十所高等院校进行了旅游课程及旅游教材市场调查，通过一些专家学者和业内人士的甄选和论证，从 John Wiley & Sons、BH、CABI 等国外著名出版公司引进了一批在国际上处于前沿地位的旅游专业教材和著作。引进后，我们组织国内教学科研一线的专家和学者担纲翻译了这套“21 世纪高等院校旅游专业引进教材系列”。

该套教材涵盖了旅游学科的各个分支，如旅游服务质量管理、城市旅游管理、旅游跨文化行为研究等，以较新的视角系统而全面地反映了国际最新管理理念和模式，并为业界的实际工作提供了有益而又



及时的指导。该套教材具有前瞻性、系统性、指导性强的特点，适合作旅游专业高年级本科生及硕士、博士研究生的教材，同时也可作旅游专业教师和业内人士的参考用书。我们热切期望广大读者对这套丛书提出意见和建议。

南开大学出版社

2005年10月

# 序

同很多其他出版作品一样，本书是作者出自爱好而辛劳的成果，是作者根据自己的理解，对决定旅游业成功发展的基本要素进行汇总和阐释的一次尝试。

正如本书书名所反映的那样，我们探讨的中心是旅游目的地。虽然有些旅游著作往往都是基于其他角度进行探讨，但我们认为，从旅游管理工作的视角看，旅游目的地乃是众多层面的旅游问题赖以依托的基础单位。其他一些作者多是围绕旅游的不同侧面进行探讨，例如有的专门探讨旅游体验和旅游行为，等等（Pizam and Mansfeld, 1996）。这种类型的探讨当然也是非常恰当的。目前正在增多的情况是，很多人都在基于环境保护或者从可持续旅游发展的视角去研究旅游（Swarbrooke, 1999）。另外，相当一大批人则选择了较为“微观”的研究视角，集中探讨旅游企业的成功运营（Lefever, 1996），还有很多人重点研究旅游市场营销（Morrison, 1989）。虽然所有这些基于不同视角的旅游研究都很有价值，但我们认为，聚焦于整个目的地乃是旅游目的地的管理者所必须采纳的整合性视角。如果要想理解、贯通和掌握所有决定一个旅游目的地成功发展的要素，人们就必须采纳这一整合性视角。

我们就旅游目的地管理所作的这一整合性探讨，主要基于三个方面。第一，我们从很多同事已出版的研究成果中获益良多。这些同事对很多旅游问题都有深入的研究。我们相信自己已经充分领会了他们的这些研究贡献，虽然说要做到彻底领会似乎不可能。第二，本书以我们自己历时近乎十年的调研为基础。这些调研首先旨在寻求世界各地很多国家的旅游组织中有关管理人士的见解。更为重要的是，从整个北美以及其他地区各会议与旅游局的资深管理人士所提供的真知灼见中，我们获益匪浅。这些地区的会议和旅游局大多数都是国际会



议与旅游局协会（International Association of Convention and Visitor Bureaus）的会员。我们特别感激他们的贡献。第三，我们还得益于多年来我们与之工作的很多研究生所提供的协助和批评。

本书除了在内容上聚焦于旅游目的地管理之外，究竟属于哪种类型的著作，以及究竟是为哪些读者所写的呢？本书主要是想就旅游目的地管理工作中所面临任务的复杂性，为旅游目的地管理者提供一整套全面认识，因为旅游目的地管理者的工作任务就是提高旅游目的地的绩效，从而实现旅游目的地的成功发展。由于篇幅所限，本书无法、并且也无意去就影响旅游目的地绩效的各个层面的工作提供详细的运作指导。不过，本书的确能够就旅游目的地管理工作的众多层面、以及为了使一个旅游目的地能够在可持续发展的基础上实现竞争取胜，还有这些层面的工作何以需要整合等问题，为人们提供一些基本的理解。在实现可持续发展和实现竞争取胜的途径方面，本书着重强调了旅游目的地管理机构在行使主导并协调众多相关利益者方面所扮演的重要角色，因为一个旅游目的地若要实现成功发展，则需要这些相关利益者各尽其能，并协同工作。

尽管本书以旅游目的地管理者为主要读者对象，但同时还希望服务于另外一个重要的读者群。我们将这一读者群体界定为大学本科高年级学生和新入学的研究生，他们需要从理论和实践两个方面去了解旅游目的地的管理。虽然本书不大偏重于学术方面的需要（主要是为了不至于驱走目标读者中的在岗管理人员），但我们仍对一些旅游基础理论作了必要的介绍。因为，我们认为，有些基础理论对于本书目标读者中的学生群体来说还是十分必要的，并且对于那些希望其日常工作能有一些学术见地的在岗管理人员来说可能也会感兴趣。

我们明白，为了在理论和实践之间实现上述兼顾，我们在某种程度上会冒疏远上述目标读者群中的某一方甚至双方的风险。但与此同时，也希望他们会欣赏我们这种做法的价值，并且希望本书最终能够促进和增强学者与业者之间的更多理解。

除了尽可能弥合学者与业者之间的兴趣差异之外，我们还希望去

平衡旅游领域中另外一种越来越明显的认识分歧，即在旅游目的地管理问题上，那些主张强调竞争力的人与那些主张强调可持续性的人之间存在的认识分歧。我们完全相信，竞争力与可持续性这两者对于一个旅游目的地的成功都是必不可少的衡量标准。我们意识到，为了平衡这些认识分歧，我们同样也会冒有可能令双方都不高兴的风险。然而，对于选择走这条细钢丝，我们心安理得，因为我们相信，经济上的竞争力乃是真正的可持续性不可或缺的组成部分。与此同时，我们还认为，旅游目的地绝不能为了经济上的有利可图而去牺牲自己的自然资产。为了证明这一观点，我们大力强调人们有必要去修改衡量旅游目的地绩效与成功度的传统会计指标。

具体地讲，对于上述意图，我们将如何去实现呢？首先，第1章作为简要的引言，着重指出，关于旅游目的地的竞争力和可持续性的状况，过去一直处在变化之中，并且目前仍然在不断演变。旅游目的地的管理者必须了解这一现实，并且必须在打造成功目的地的工作中考虑这一现实。

第2章的设计旨在帮助所有读者（包括在校学生和旅游从业者）理解有关旅游经营环境的基础理论。为了实现这一目的，本章在第一部分中对有关旅游目的地竞争的一般文献作了回顾。在第二部分中，则综述了有关可持续发展的研究文献，其中大量采用了最近十年中有有关可持续旅游发展的研究文献。

第3章是本书的重点章之一。该章介绍并阐释了我们所提出的旅游目的地管理模型。那些最近十年来一直都在关注我们研究成果的读者都会明白，该模型本身就反映着旅游目的地管理的演进状况。随着对情况不断深入的了解，我们对该模型的框架进行了多次的修订和改编，以便将很多来自旅游目的地管理者、学生以及有关研究文献的建议考虑进去。虽然这种修改工作今后仍将不断继续，但我们认为，目前是暂停一下，尽力将我们的所知以著书形式作一介绍的时候了。

第4章对我们讨论框架中的下述认识进行了分析：就旅游目的地管理工作而言，有很多方面的情况并非旅游目的地自身所能控制，甚



## 旅游目的地竞争力管理

至无法对其施加影响。具体地讲，本章对那些影响当今世界发展的因素，特别是对旅游发展状况以及对旅游管理工作具有重大影响的全球性因素进行了分析。在这一过程中，我们不断强调指出，旅游目的地管理者在应对这些因素所带来的挑战，以及在寻求利用这些因素所带来的众多机会时，必须全面考虑与此有关的各种判断。

在对影响旅游目的地发展的全球性因素有了一定的了解之后，我们将在第 5 章中使读者重新回到人们比较熟悉的经常性话题上来，即针对旅游目的地自身以及很多人视之为“旅游业”的各种经营性企业展开讨论。比较具体地讲，本章将以较具学术性的语言讨论我们所称的“旅游系统”，其目的是使读者对这一旅游系统的运转方式何以会影响旅游目的地竞争力的原理，能有一个基本的了解。在这一过程中，本章将会谈到，就旅游目的地而言，虽然人们能够对其进行界定，或者能够勾划出其地域范围，但它并非是以公司企业那样的实体形式存在。基于这一原因，我们认为，无论是院校在学的学生，还是传统上习惯于以企业眼光看问题的实业经营者，都应该认真阅读本章，以便能够熟悉旅游目的地这一概念，了解在为来访游客提供旅游经历方面，旅游企业何以会成为目的地旅游业最基本的构成要素，以及理解在打造一个能为旅游者提供真正难忘的旅游经历的旅游目的地方面，所有相关企业的协同努力何以至为关键。所有这些方面的知识无疑都是非常重要的。

第 6 章是本书的又一关键章。本章对旅游目的地管理模型中的核心资源和旅游吸引物作了详细的分析。在这一过程中，我们探讨了人们之所以会访问某一旅游目的地的基本原因。也就是说，我们探讨了旅游目的地吸引力的本源之所在。由于很多这类资源和吸引物都能够为旅游目的地自身所控制，所以它们是旅游目的地管理者和相关利益者能够有效发挥其作用的领域。在这一领域中，旅游目的地管理者和相关利益者可以有效地采取行动去提高旅游目的地的吸引力。

第 7 章的内容是讨论旅游目的地管理者能够行使较大控制并且能够发挥较大影响的一些其他领域。虽然这些支援性的因素与资源并非

是致使旅游者来访的主要原因，但是对于保障目的地核心资源和吸引物的价值不会丧失，以及增大它们在打造目的地竞争力中的有效作用方面，却是必不可少的。虽然人们往往认为这些支援性的因素与资源对于旅游者没有什么吸引力——实际上有可能会具有吸引力——但是对它们实施管理的有效程度，恰恰是一个平庸无为的旅游目的地与一个真正成功的旅游目的地之间的差别。

在第 8 章中，我们将进入另外一个领域。虽然这一领域也可以看作是一种支援性的领域，但我们认为，这一领域之重要，往往决定着旅游目的地很多管理工作的方向和成效。不少人以为，在旅游目的地的管理中，有关旅游政策以及有关旅游规划与开发的研究不过是些冠冕堂皇的议论——也就是说，都是一些不务实际的人高高在上地摆架子。实际上，持这种看法的人，特别是那些批评意见最为激烈的一线工作人员，应当认识到，有效的旅游政策将会使其生活变得更为轻松，并且能够大大提升他们的生活质量。本章非常详细地讨论了旅游目的地的政策制定者何以能够借助有效的政策，为旅游规划与开发工作提供指导，从而为旅游业的发展创造出一个既能改善当地社区居民的生活质量，又有助于实现长期可持续发展的环境。此外，妥善的旅游政策还有助于促进经济增长和提高获利能力。这才是一个旅游目的地及其相关利益者所期望的那种类型的可持续旅游发展。我们希望本章能够阐释清楚，良好的旅游政策何以能够使一个旅游目的地实现其成功的理想，并且何以会使其最有效地实现这一理想。

在第 9 章中，我们将回到大多数旅游经营者和管理者认为属于旅游业日常工作的现实问题上来。由于政策与管理这两者之间往往会有所重叠，因此本章试图彻底澄清它们之间的区别，并对很多有关的日常管理工作加以识别并说明其性质。一个旅游目的地如果想吸引到游客，并按照其事先的承诺为到访游客提供其所期望的那种难忘经历，这些日常性的管理工作就必须有效地加以开展。

第 10 章中所涉及的课题似乎此前早就应该进行讨论，但我们认为，如果在读者掌握了前述各章所讨论的内容之后再再来讨论这一课题，可

能会更为有利。我们在本章中所称的“限制性和放大性因素”（“qualifying and amplifying determinants”）很可能也就是某些其他相关著述中所称的“调节性因素”（“conditioners”）。但不论使用哪一种称谓，所指的对象其实完全一样，即要么是指那些对所有其他决定因素具有减缓、减轻、平抑、过滤等作用的影响因素，要么是指那些对所有其他决定因素具有放大、增强、助长等作用的影响因素。本章的目的在于指出，一个旅游目的地的竞争力和 / 或可持续性可能会受到多种特定因素的影响。这些因素将会以目的地管理者所不能控制的方式，制约或促进该目的地的成功发展。与那些影响所有旅游目的地的全球性因素相比较，这些限制性和放大性因素乃为某一旅游目的地所特有。这些调节性因素对目的地竞争力和可持续性的影响有可能不大，但也有可能会很大。在有些情况下，其力量之大甚至会超越其他各类成功因素的强度，从而会使一个原本兴盛的旅游目的地转化为一个游客很少光顾的旅游目的地，或者会使一个原本弱小的旅游目的地转化为众多旅游目的地中的佼佼者。

本书的结尾章（第 11 章）旨在帮助旅游目的地管理者将我们在目的地管理模型中所涉及的有关概念和理论付诸于实践。我们还希望本章将会使院校学生对旅游目的地管理者在其实际工作中所面临的某些挑战有更多的了解。我们为本章取名为“旅游目的地审计：模型在实践中的运作”。我们预想该模型主要有三项用途。第一项用途是作为沟通工具。简要地讲，该模型建立了一套词汇，供人们用于了解、研究、判断、讨论和分享有关旅游目的地的竞争力和可持续性的思考与认识。该模型的第二项用途，或许也是其最基本的用途，便是作为一幅管理工作的框架。在我们设计这一模型的过程中，有些参与者曾告诉我们，他们发现该模型对于理解他们日常工作中所面临的那些挑战的重要性和复杂性，是一非常有用的工具。更确切地说，当大量的工作压得他们喘不过气，使他们无法想到真正重要的决定成功的因素时，他们发现该模型作为一参考工具使用起来十分容易，以至于使人不能忽视任何潜在的重要因素。

该模型的最后一项用途由第 11 章进行特别介绍，这一用途便是用作一份旅游目的地审计方案。虽然此处所言的“审计”这一术语在使用意义上比其传统用法要宽泛一些，但其含义仍集中于对旅游目的地进行正式检查，以便确信所有各方面情况都已妥善到位。在发现有不到位的情况下，审计工作的目的则在于提供建议，说明应当采取哪些必要并且最有效的行动，以便使旅游目的地能够有计划地朝着提高竞争力和可持续性的方向迈进。

最后，我们想让读者了解一下我们今后的打算。正如我们已经强调过的那样，该模型 / 框架的提出曾经经历了一个很长的过程，并且我们还希望这一过程会继续下去。虽然到目前为止我们一直强调，对于那些通过提高竞争力和可持续性，从而有助于旅游目的地实现成功发展的因素，人们有必要获得足够的定性理解，但眼下我们正在步入一个新的研究阶段，即我们正在针对一个旅游目的地能够实现成功发展的各项决定因素，对其相对重要程度的定量测算方法进行改进。为了实现这一目标，我们正在开展三项调研。其中，第一项调研旨在通过征集旅游目的地管理者们的认知，利用一套决策支持系统去测量该模型中各项要素的重要程度。第二项调研旨在设计一套有关旅游目的地的竞争力 / 成功度的指数。这套指数的设计是在世界经济论坛（WEF/IMD, 2002）所提出的世界各国工业竞争力指数的基础之上进行修订。它将使旅游目的地管理者们对其随着时间的发展而取得成功的原因，能够有较好的量化认识。正如消费者物价指数能够表明哪些产品和服务在人们生活总消费中占比重最大那样，我们所提出的这套旅游目的地指数将能够用以识别和测定促成一个旅游目的地的竞争力与成功的那些绩效因素的相对重要程度。虽然“竞争力”与“成功”是两个明显不同的概念，但是两者有着十分密切的关联。

在我们的调研计划中，最后一项调研工作旨在就旅游目的地因某些主要战略因素或者因管理实践出现变化而需要改变其行为方式的可能途径，构建一个模型。所谓主要战略因素，既可能是旅游目的地管理者无法控制的全球性（宏观）环境因素（例如人口老龄化），也可能

## 旅游目的地竞争力管理

是旅游目的地管理者自己计划实施的战略性举措（例如创办或主办新的大型节庆活动）。所谓管理实践方面的重大变化，则包括更新人力资源开发的做法，或者发现了某种新的、更为有效的游客管理方式，等等。从根本上讲，我们希望通过锻炼自己的能力，能够构建出这一模型，从而帮助旅游目的地管理部门能够更好地认识和理解一个旅游目的地为了应对外部或内部战略因素的变化，而在管理行为方面有可能作出的变革。我们知道，这是一个雄心勃勃的长远目标，而且这一模型本身所能提供的也只是一些管理方针，而非具体决策的确切答案，但我们希望我们为实现这一目标所作的努力会有助于改进旅游目的地的竞争力和可持续性。

最后需要强调的是，正如我们在构建模型时所使用的资料是来自不同的国家旅游组织（皆为世界旅游组织的成员）以及来自不同的大城市市区（或城市、州）（皆为国际会议与旅游局协会的会员）一样，我们的目标也是旨在构建一整套既适用于一个国家，也适用于一个城市或一个州的旅游决策支持系统、旅游目的地成功指数以及旅游目的地战略模拟模型。

## 鸣 谢

在本项目开展期间，我们得到了很多组织机构和个人的广泛支持。这些支持对于我们的工作开展不仅必不可少，而且令人至为感激。

从一开始，卡尔加里大学管理学院（即现在的哈斯凯恩商学院）重视科研工作的文化氛围就一直是该项工作得以开展的基础。没有该学院提供的这一高质量的学术和管理环境，本研究项目不可能立项和开展。在这方面，我们首先感谢迈克尔·马赫尔（Michael Maher）院长。他为了支持旅游专业的发展而努力筹集资金，从而使布伦特·瑞奇（J.R. Brent Ritchie）能够有足够的时间和经费去开展本书赖以为基础的调研工作。继此之后，戴维·桑德斯（David Saunders）院长为维护 and 培育这一当时遭人非议的学科所作的努力，特别是为了使布伦特·瑞奇能够与世界旅游组织（WTO）积极合作而作出的努力，都是极其难得和令人称道的。

对于参与本书工作跨越了两个时间段的克劳奇（G.I. Crouch）来说，卡尔加里大学和拉特罗伯（La Trobe）大学都曾为其提供过重要的支持。在我俩开始合作研究的较早阶段，卡尔加里大学所提供的道义支持、环境、鼓励、资金，连同加拿大社会科学和人文研究委员会（SSHRC）最初给予的资助，尤其重要。此后，拉特罗伯大学为克劳奇提供的专项资助，使我们能够分别在地球两端继续我们的合作研究，并能够在这一期间定期会面商讨问题。

我们要向加拿大社会科学和人文研究委员会（SSHRC）致以最诚挚的谢意。该委员会对围绕同一课题的两项连续性相关研究项目给予支持的政策，尤其宝贵。这一政策使得我们能够同世界旅游组织（WTO）以及国际会议与旅游局协会（IACVB）的众多会员长期保持联系，从而使我们对旅游领域中这两个领导组织充满了信心和信任。这一信心和信任在我们一连串的搜集信息工作中起到了至关重要的作用，并且



## 旅游目的地竞争力管理

使我们获得了很多否则不可能获得的认识和见解。

我们还要感谢世界旅游组织以及国际会议和旅游局协会的很多会员组织。在世界旅游组织方面，我们尤其特别感谢苏拉（Eduardo Fayos Sola）博士。他在道义上给予的支持，及其个人对旅游政策的真知灼见（得自于其多年担任西班牙政府旅游部资深官员的工作），都使得我们同那些对这一课题同样有着研究兴趣的其他作者相比较，占据了独有的竞争优势。我们的同事，时任国际会议与旅游局协会开发计划委员会主任的安德森（Donald Anderson）先生对我们工作所提供的支持，同样也有着无法估量的价值。在他的帮助下，我们得以有机会接触整个北美地区各主要旅游目的地城市 / 州的很多资深旅游官员，从而使得我们在理解如何才能使一个旅游目的地具有竞争力并获得成功方面，占据了又一独有的竞争优势。

我们还感谢世界旅游组织以及国际会议与旅游局协会中曾帮助过我们的很多工作人员，感谢他们就影响和决定旅游目的地竞争力和可持续性的众多复杂因素，让我们分享他们的经验和个人见解。正是他们的这些经验和见解，构成了本书的精华。我们相信，他们将会发现本书是对他们的观点所作的一种恰当而准确的提炼，并且将会为旅游目的地管理领域中未来的接班人，包括未来的旅游目的地管理者以及学习旅游专业的学生，提供一种有价值的指导。

谈到学生，我们还要感谢我们的很多研究生。他们曾阅读过阐述本书相关内容的各种初稿，并就其中需要改进之处，提供了不少评价和建议。在这方面，我们尤其感谢对几乎是终稿的本书文本进行仔细审读和评阅的列维（Stuart Levy）先生。我们认为，他对该文本所作的坦率而颇有见地的评价和建议，使得本书后来在内容阐述上更具逻辑性，并且更加富有条理。

最后，我们要向安格斯（Deb Angus）女士致以无限的谢意。由于我们还有很多其他工作需要占用时间，我们无法坚持连续不断地对我们的写文稿进行整理，因此，在整个漫长而艰巨的书稿整理过程中，安格斯女士对其中每一个细节所付出的认真、彻底、富有创意而又不

失严谨的关注，是我们无法言谢的。没有她的支持，我们很可能会怀疑我们自己能否完成这一书稿。我们相信她会赏识我们俩对她的敬重。

如同对我们所有其他各项工作一样，我们永远感激我们的夫人，罗斯玛丽（Rosemary）和林达（Linda），对我们写作本书的工作所提供的默默而有力的支持。她们的日日相助使我们无所不能，并且富有成果。

J.R.布伦特·瑞奇（J.R. Brent Ritchie）

G.I.克劳奇（G.I. Crouch）



# 前言

在世界旅游组织（WTO）实施战略变革的今天，此书的出版可谓非常及时。世界旅游组织各成员国对于了解一个旅游目的地能够实现成功发展的决定因素，一直抱有极大的兴趣。世界旅游组织内部最近设立了一个旅游目的地管理特别工作小组（Task Force on Destination Management）。这一特别工作小组的设立直接反映出在改进广大成员国的管理绩效方面，有关这一重大课题的理论研究正在受到人们越来越多的重视。

我很高兴地看到，我们的这一特别工作小组正在努力寻求为旅游目的地管理工作开展设计一个平台，从而提供一套有效的通用性原则，以帮助管理者去应对旅游目的地开发与管理工作那些经常会面临的复杂而棘手的挑战。为了应对这些挑战，他们必须使自己负责的目的地，既要有能力在竞争日益激烈的国际市场中卓有成效地展示其竞争力，又要以确保其经济、社会及文化的可持续性的方式去实现这一目标。

对于我们世界旅游组织中正在努力完成其受命任务的特别工作小组来说，这部由两位国际知名的旅游学者合作完成的著作，无论是从出版时间上看，还是从其阐述内容方面看，都极具价值。确实，他们二位的合作似乎充满了幸运。我知道，瑞奇博士和克劳奇博士很长一段时间以来，一直都在筹划和撰写这一著作。最为有利的是，这一研究成果的出版恰逢世界旅游组织关注旅游目的地管理，并将其作为一项优先性重点工作加以对待之时。作为世界旅游组织的官员，我们都非常赞赏这一幸事。我个人也愿向这二位作者表示感谢，并对这一作品的质量及其出版问世的及时性表示认可。经阅读，我相信这一著作中据以展开论述的那一包罗全面并颇有见地的思路框架乃是一个“突破性模型”——实属人生仅有一次的那种突破——并相信这一思路框

