

感悟

旅游

GANWU
LVYOU

旅游是人们为寻求精神上的愉快感受而进行的非定居性旅行和在游览过程中所发生的一切关系和现象的总和

张谷 / 著

中国旅游出版社

感悟

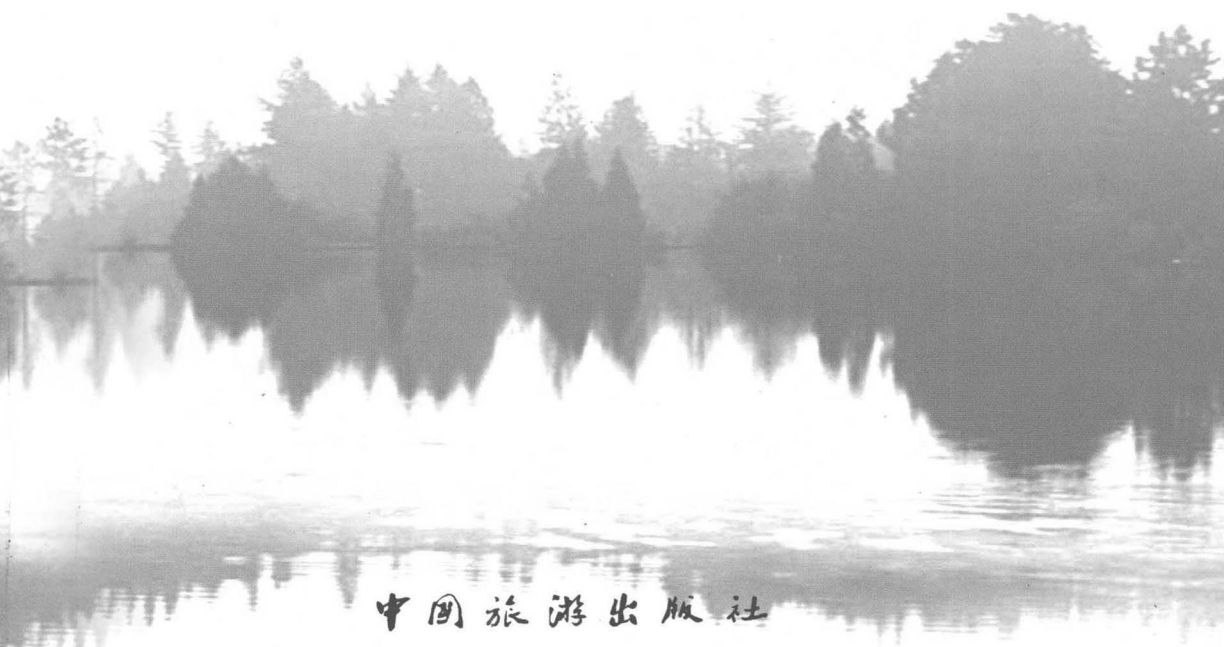
旅游

GANWU
LVYOU

旅游是人们为寻求精神上的愉快感受
而进行的非定居性旅行和在游览过程中
所发生的一切关系和现象的总和

○ 张谷 / 著

悟



中国旅游出版社

责任编辑：殷 钰
责任印制：闫立中
封面设计：四川蓝色印象艺术设计公司

图书在版编目（CIP）数据

感悟旅游 / 张谷著. --北京：中国旅游出版社，
2011.7
ISBN 978-7-5032-4172-7

I. ①感… II. ①张… III. ①旅游-研究
IV. ①F59

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第091676号

书 名：感悟旅游

作 者：张 谷
出版发行：中国旅游出版社
（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）
<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cmta.gov.cn
发行部电话：010-85166503

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司
经 销：全国各地新华书店
印 刷：北京新魏印刷厂
版 次：2011年7月第1版 2011年7月第1次印刷
开 本：720毫米×970毫米 1/16
印 张：10
字 数：165千
定 价：35.00元
I S B N 978-7-5032-4172-7

版权所有 翻印必究
如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

感悟旅游

我从事旅游管理工作已经有 13 年了。

这 13 年，我见证了中国旅游从入境游为主向国内游为主的发展过程，见证了四川旅游从起步、发展到腾飞的时期。

21 世纪以来，源于中国经济的高速发展，国内消费需求持续强劲增长，旅游已从有钱人的奢侈享受进入平常百姓家，日益成为人们生活的基本需求。2010 年国务院作出决定，要把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，全国各地掀起了发展旅游的高潮。

我从 1998 年进入旅游行业，全省旅游总收入只有 126 亿元。2000 年，四川省委、省政府做出了加快培育旅游支柱产业、建设旅游经济强省的战略决定，吹响了四川旅游追赶型和跨越式发展的进军号，四川旅游从此迈入了前所未有的持续快速发展进程，旅游总收入从 2000 年的 258.1 亿元，到 2010 年迅猛增长到 1886.09 亿元，年均增长率达到 22%；在全国排位从第 15 位提升到第 9 位，旅游经济总量位居西部地区第一。

这是一个极不平凡的发展历程。其间经历了“非典”、雪灾、猪流感、“3·14”事件、“5·12”汶川特大地震、世界金融危机等自

然和社会不利因素影响，但是依然没能阻挡四川旅游快速发展的步伐。面对日趋激烈的国内旅游市场竞争，四川旅游锐意进取，奋发图强，攻艰克难，从旅游资源大省，向着旅游经济强省全力迈进。

这是一个令人称奇的发展速度。四川旅游发展强劲的内在动力，就在于改革与创新，就在于旅游需求的不断扩大。四川在全国率先探索出的“政府主导、企业主体、市场化运作”发展旅游的路子，实现了从资源优势到经济优势的跨越，被国家旅游局誉为旅游发展的“四川模式”，成为世界旅游组织向发展中国家和地区推荐的发展旅游的典范之一；在此基础上，四川旅游进一步创新和探索，把四川模式进一步推向深入和专业化，创新提出和实施了“线路统筹”。改革创新，有力地推进四川旅游保持持续快速增长态势。

能置身四川旅游发展之中，我感到无比荣幸和骄傲，也主动融入其中，用心去体会、探索、总结、提炼四川旅游的发展思路和工作方法，乃至理论提升。

呈现在读者面前的，就是十三年来的一些个人思考的汇集。全书一共十章，涉及了旅游基本概念、旅游发展模式、旅游规划、线路统筹、旅游新业态、旅游营销、旅游标准化建设和旅游公共服务等方面。有些内容，是我在现有理论和实践基础上融合了自身工作中的思考，比如关于旅游基本概念、旅游市场管理、旅游信息化建设、旅游招商引资等；有些内容是我在具体实践的体会并提炼成相对系统的理论和管理方法，比如创建优秀旅游城市、线路统筹以及旅游发展模式；还有一些内容，是四川旅游在实践中的创新，比如灾后旅游业恢复重建规划。其中一些提法虽有过时之嫌，但是反映了当时的发展现状和认识水平，我仍然做了保留，并注明了写作时间。

十三年回首，弹指一挥间。

这些年来，每当遇到困惑的时候，我总喜欢问自己一个基础的问题

题——什么是旅游？抛开复杂的定义，旅游其实就是“近者悦，远者来”！我喜欢旅游，更愿意大家都喜欢旅游。因为旅游是一种生活方式，一种精神愉悦的享受，一种增长见识的体验，一种放松身心的度假；因为旅游发展得好的地方，环境一定优美、风俗一定独特、经济一定发达、治安一定良好、人民一定幸福、社会一定和谐。我希望更多的地方、更多的人旅游起来！

最后还是那句话：作为一个过去的区域旅游管理者，水平有限，不妥之处甚至错误和幼稚之处在所难免，将我的体会和感悟奉献给大家。真诚地接受读者的批评！不过请大家理解我善良的出发点。

从旅游主体的角度，只要热爱旅游并用心体会的人，都是真正的专家！

二〇一一年四月于成都

目 录

CONTENTS

第一章 基于现代视角下的旅游新认识	1
第一节 旅游和旅游业的内涵深化 ——概念、主体、功能和特点	1
第二节 旅游 EPT 模式和 TPE 模式初探 ——兼论四川旅游跨越式发展之路	10
第三节 旅游业发展方式的现代转变	20
第二章 旅游产业发展的思路和政策	26
第一节 多层面整合旅游资源	27
第二节 政府主导下的旅游市场培育	33
第三节 旅游市场管理的法制和规范	43
第三章 旅游规划现状及发展创新	50
第一节 市场分析策划是旅游规划的灵魂	50
第二节 旅游开发的再定位与涅槃：汶川地震旅游业灾后重建规划 ——四川汶川地震旅游业灾后重建规划	59
第四章 旅游资源整合与旅游线路统筹	68
第一节 旅游发展新模式：线路统筹	68

第二节	旅游线路统筹下的三国文化旅游线开发	78
第三节	阿坝旅游“二次创业” ——旅游线路统筹在阿坝旅游发展中的应用	82
第五章	旅游宣传促销与市场营销	86
第一节	宣传促销是旅游工作的发动机	86
第二节	危机营销 ——“5·12”汶川大地震后四川旅游危机应对的市场 营销策略	93
第六章	新形势下的旅游行业管理	99
第一节	旅游行业的发展态势和行政管理	99
第二节	转变中的旅游行业协会	107
第三节	旅行社的“二次创业”	111
第四节	旅行社和导游管理	117
第五节	旅游市场综合治理	121
第六节	旅游诚信体系建设	125
第七章	旅游标准化管理	129
第一节	建设绿色旅游饭店	129
第二节	优秀旅游城市创建	136
第八章	现代旅游业的政府公共服务	149
第一节	招商引资的本质是“营销”	149
第二节	旅游信息化 ——旅游业上档升级的第一推动力	156

第九章 旅游新业态	165
第一节 乡村旅游现状和发展.....	165
第二节 农家乐发展的引导和管理	169
第三节 发展露营旅游的思考.....	171
第十章 旅游行政管理效能建设	181
第一节 执政能力是旅游产业发展的关键.....	181
第二节 廉政文化建设与旅游产业发展	185
第三节 反腐倡廉推进旅游行风建设	188
第四节 构建旅游惩治和预防腐败体系	192
第五节 旅游政风行风建设与民主评议的关系.....	195

第一章 基于现代视角下的旅游新认识

第一节 旅游和旅游业的内涵深化

——概念、主体、功能和特点

一、对旅游相关概念的认识

（一）旅游

旅游，是指旅游的人或希望旅游的人离开自己日常生活、工作的居所，享受旅行的便利。“旅”是旅行、外出，即为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程；“游”是外出游览、观光、娱乐，即为达到这些目的所作的旅行。两者合起来即旅游。所以，旅行偏重于行，旅游不但有“行”，且有观光、娱乐含义。

（二）旅游产业

旅游产业，是指在国民经济体系中，按照一定的社会分工，采取商品形式提供各种旅游产品，以满足旅游者消费需求的各类企业的集合。旅游活动早已有之，但旅游发展成为产业的历史却不长。为满足旅游需要而出现的专门旅游服务企业是在 19 世纪中叶。旅游作为产业出现，是社会经济发展的结果。当社会经济发展到一定水平，旅游需求与旅游供给具有一定的规模效应时，旅游才作为产业成为人们经济活动的有机组成部分。

产业经济学将提供相同产品的企业集合看成是一个产业。但旅游产品是最具综合性的产品，它是旅游者从离开自己的惯常居住地到旅游目的地

完成其游览体验活动又返回常住地的整个活动过程。在这一过程中，旅游者需要消费多个行业企业提供的一系列产品和服务才能完成旅游活动。与别的产业不同，旅游产业是一种与旅游活动直接或间接相关的多重业务或多个行业构成，主要以非物质生产性的经济活动向旅游需求者提供服务的部门构成。因此，旅游产业不是从传统的供给角度来定义，而是从需求方面来考察。世界旅游理事会将为旅游者提供直接服务的产业称为“旅游业”，囊括了旅行社、饭店、交通、餐饮和旅游景区等行业。

（三）旅游业

目前学术界基本上把“旅游业”的概念等同于“旅游产业”，在使用中混用。笔者认为，“旅游业”概念与“旅游产业”有所区别，后者指的是经济的含义，而前者包括了经济、社会含义。日本的旅游学家小谷达男在其《现代观光论》中对“旅游业”的界定比较准确，认为旅游业是：一般的旅游事业是由旅游主体（旅游者）、旅游企业主体（旅游企业）、政府（国家、地方公共团体）和旅游客体（旅游对象）四者相互联系结合而构成的旅游事业体。

（四）旅游经济

“旅游经济”，是指直接和间接为旅游者提供服务的所有产业综合。旅游经济的核心要素包括“吃、住、行、游、购、娱”六大要素，随着旅游需求的进一步增加，尤其是自助游的发展，旅游“信息”成为消费者旅游活动中不可缺少的因素，即上升为第七大要素。此外，还有旅游服务“八要素”说等。无论是六要素，还是七要素或八要素，它都是旅游活动进一步发展以及旅游需求多样性的产物。

与旅游需求各要素相对应产生了旅游交通、饭店、餐饮、信息等众多旅游行业，它们共同满足了旅游消费者的需要。值得一提的是，城市旅游中，交通、饭店等行业很难区分哪些是满足旅游者消费的，哪些是满足当地居民消费的。事实上一些旅游行业并不完全是因为旅游而产生，而是当

旅游需求发展到一定程度,以上行业中衍生出专门满足旅游需求的供给,它们成为旅游经济的一部分。因此,还有一种观点认为,旅游产业是为第一、二、三产业带来增加值的产业。

二、旅游产业发展的主体

旅游经济活动是旅行活动采用商品交换形式所形成的游客与旅游经营者之间的需求关系,以及由这种关系引起的旅游行业同政府和社会经济其他部门的经济联系和经济关系的总和(资料来源:林南枝、陶汉军《旅游经济学》)。发展旅游产业有三大主体:政府是发展旅游产业的行政管理主体;旅游企业是发展旅游产业的市场主体;居民和游客是发展旅游产业的人文主体和参与主体。

(一) 政府——发展旅游产业的行政管理主体

旅游产业的特征决定了政府在旅游业中必将发挥重要的作用。旅游业是综合性部门,跨行业经营的特征使政府协调管理必不可少;旅游产业的关联度十分巨大,“乘数效应”明显,旅游业的发展将带动餐饮、酒店、娱乐、农业、工业、基础设施等几十个产业的发展;政府对旅游业的政策引导和投入会带来明显的绩效。同时旅游资源的公共产品性质也要求代表公共利益

的政府来提供产品并进行管理。笔者认为,发展旅游产业的行政管理主体有狭义主体和广义主体之分。狭义的旅游行政管理主体特指政府旅游行政管理部门,即各级政府旅游局。各级旅游局对旅游行业的管理内容主要是旅游规划、旅游市场宣传推广、旅行社管理、景区酒店标准化管理、旅游信息发布、旅游人才培养等方面。

而广义的旅游行政管理主体是政府。旅游产业的综合性决定了各级政府就是旅游产业管理的主体,旅游涉及的六大要素分属政府相关部门管理,尤其是交通等基础设施投资、旅游配套功能完善、引导旅游投资等,

都是政府才能决定的。旅游产业要发展，必须得到政府重视，才能发动相关部门共同推动产业发展。旅游行政管理主体从总体上讲就是各级政府；从政府内部分工来讲，政府各相关部门又是旅游行政管理的专门主体。在旅游发展战略上，越来越多的国家和地区选择实施政府主导战略。

（二）旅游企业——发展旅游产业的市场主体

旅游企业是指旅游六大要素中的各类企业。它们是旅游产业发展的主力军，是支撑旅游经济的栋梁。“吃、住、行、游、购、娱”六大要素供给，主要依靠企业完成，企业的经营管理水平直接关系旅游产品质量，直接影响旅游服务的质量。所以，做大做强旅游企业是做大做强旅游市场，进而做大做强旅游产业的前提。我国旅游企业普遍存在“散、小、弱、差”的情况。转换企业经营机制，建立现代企业制度，培育旅游大企业、大集团，提高企业核心竞争力是当前旅游产业转变发展方式的重要内容。

（三）居民和游客——发展旅游产业的人文主体和参与主体

1. 居民既是区域旅游的人文主体，又是发展旅游的参与主体

首先，旅游景区景点和旅游沿线旅游城市的居民是区域旅游的人文主体。旅游资源主要有两类，即自然生态和人文资源。旅游中的历史人文资源主要通过人作为载体来表现。除建筑符号外，餐饮文化、民风民俗、服饰文化、民族风情等等，都是通过人来传达和表现的。离开了热情文明的居民，就不可能有良好的旅游环境。我们不能想象，一个游客到了旅游目的地，到处遇见冷眼黑脸、恶语相向的居民导致的后果。缺乏人文关怀，就谈不上旅游的愉悦感。居民的文明程度，对旅游的认知度以及对游客的好客程度，都是一个地区旅游的重要环境。

居民也是旅游的重要参与主体。旅游相关要素服务要靠大量的当地居民提供，从而满足游客多种多样的需求；旅游从业也解决了大量居民就业。居民参与旅游活动多，就对发展旅游持支持态度，反之，将干扰甚至破坏旅游开发。在美国、加拿大等一些经济发达国家，旅游发展进入成熟

期，他们重视社区居民对旅游规划的参与。他们认为，有社区居民的参与旅游才能够获得持续的发展。我国经济处于发展时期，旅游收入是许多地区尤其是经济欠发达地区和贫困地区的主要经济来源，因此当地居民参与旅游的意愿强烈。四川九寨沟景区通过让当地居民持股、安排在景区工作等方式很好地解决了居民参与旅游开发，分享旅游收益的问题，实现了地方财政与当地居民共同富裕。

2. 游客消费行为是旅游市场的决定因素

游客是旅游消费的主体，消费者旅游行为的变化与国民经济发展水平密切相关。旅游消费需求决定了市场需求，直接影响旅游产品供给。在旅游发展初期，观光旅游是市场主体，开发新的观光景点，提供更多的酒店、餐饮等旅游服务设施是旅游企业的任务。随着旅游经济的发展，游客需求出现多样化，休闲度假旅游成为主体，消费者对参与性和体验性要求增强。在出游形式上，发展初期以参加旅行社的组团旅游为主，今天航空运输和高速公路的发达，家庭私家车的增多，自助旅游、自驾旅游成为主要形式。随着人们收入水平的提高，旅游已经成为人们生活的一部分。

同时，消费者的旅游行为也需要培育和引导。目前，政府正在纠正我国居民出境旅游中的不文明行为和培育理性消费行为。2008年我国受金融危机的影响，入境旅游市场收入大幅下降，各省市采用旅游消费券、景区门票折扣等多种市场手段引导国内旅游消费，效果明显。我国旅行社长期存在的购物回扣、拉客宰客等现象损害了消费者的利益，降低了消费者旅游的满意度，也损害了旅游行业的健康发展。这种状态的屡禁不止，除旅游企业恶性竞争外，还与消费者片面追求低价有关。引导消费者理性消费，识别旅游陷阱，是我国旅游管理部门游客行为管理的一个重要内容。

三、旅游的功能

旅游功能指的是旅游发展在社会、经济、文化等方面发挥的有利作

用。任何产业的功能都不是一成不变的，它是与国家经济体制、政治体制、社会体制的变化相适应的。以改革开放为标志，旅游业的功能实现了从“事业”到“产业”的转变。旅游业的功能已大大超出了经济范畴，旅游贡献已打破了创收创汇的单一概念，社会事业功能日益突出。如今产业功能又在悄然发生转变，旅游产业已由“经济功能”向兼具政治、经济、文化和社会功能等多重特性发展。

（一）政治功能

改革开放以前，旅游业作为我国外交事业的延伸和补充，扮演着政治性的角色。现在，旅游业作为一种出口贸易，经常作为国际外交谈判的重要内容，已经成为一个重要的外交工具。旅游是一种民间外交的重要形式。国际旅游能够增强民众对一国自然风光、风俗习惯、政治体制和当地居民生活状态的了解，从而消除偏见，改善国际关系。旅游是和平的使者、友谊的桥梁，发展旅游可以促进对外友好交往，提高一个国家和地区的知名度和影响力，甚至成为一个国家、地区对外交往的“名片”。同时，国际旅游的发展，既为本国经济发展营造了良好的外部环境，又需要塑造良好的发展形象，有力地提升一个国家和地区的“软实力”。随着经济全球化和区域经济一体化发展，国家或地区之间相互依存和竞争程度不断加强，旅游业也成为国家综合国力的重要体现，成为展示国际形象的重要领域。日本于2003年通过了“观光立国”的国策，大力发展入境旅游，传播日本文化，在国际树立日本形象。韩国近年来大力发展旅游观光业，发展旅游与传播文化很好地结合，在亚洲兴起了“韩流”文化热。

（二）经济功能

旅游从本质上讲是一种经济活动。旅游在带来众多游客、形成巨大的人流过程中，必然伴随大量的物质流、信息流、资金流，创造丰富多样的就业机会、商业机会、发展机会，促进服务业加快发展。发展旅游业，不仅可以直接促进经济增长、增加国家外汇收入，同时对于扩大内需、促进

消费、优化产业结构也具有十分重要的作用。

旅游产业关联度大，旅游收入增加会带来相关产业收入加倍增加。消费者在旅游目的地的消费是对当地旅游行业的投入，不仅能够增加当地旅游企业的收入，而且会在整个旅游目的地经济中引起连锁反应，导致目的地经济的增长，这种现象即为旅游乘数效应。据统计，我国旅游业直接收入每增加1元，商业、饮食、交通等第三产业产值就增加4.3元；旅游业直接收入每增加1美元，利用外资额就相应增加5~9美元。

旅游业也是世界上最大的就业部门，为各国居民提供了大量的就业机会。世界旅游理事会的研究报告表明，1996年全世界每9个就业中就有1个旅游就业岗位，旅游业就业2.55亿人，占世界就业总人数的11.1%。旅游就业乘数也很大，我国旅游业估计直接就业者每增加1人，全社会的就业机会就增加3~5个。

（三）文化功能

旅游是文化交流的重要载体和桥梁，人们通过旅游可以接触和体验到不同的文化。游客在旅游过程中获得了精神上的愉悦。旅游业的发展，带动了旅游目的地文化保护、建设、传承、发展，促进了目的地与客源地之间的文化交流。近年来兴起的工农业旅游、红色旅游等，以其生动活泼、丰富多彩的形式，成为传播科技文化知识、加强爱国主义教育、弘扬中华民族灿烂悠久历史文明的重要方式。所以，我们经常讲，文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。文化离开旅游没有活力，旅游离开文化没有魅力。

（四）社会功能

现阶段旅游业的社会功能已不再是经济功能的附属品，甚至提升到与经济功能同等重要的位置。旅游是新时期满足人民群众物质和精神文明需求的重要内容，有利于人的全面发展。旅游有利于社会再分配，缩小贫富差距的功能。改革开放带来了我国经济的全面发展，但城乡之间、东

西部、中西部之间经济社会发展水平差异很大，区域经济的不平衡阻碍了我国经济进一步发展。从国家整体发展战略而言，需要统筹协调发展。旅游以人的流动为基础，通过发展旅游，可以促进城乡之间、东西部之间资金、信息、人才的流动和交换，并成为城市支援农村、工业反哺农业的有效途径之一。旅游还具有增加收入和就业的社会稳定功能。许多旅游资源赋存丰富的地区同时又是交通不便、产业基础薄弱的贫困地区。在这些地区开展旅游活动，对于尽快推动当地经济和社会发展，使人民脱贫致富具有显著的作用。近年来，旅游产业在加快中西部地区脱贫致富和促进边疆少数民族地区繁荣稳定，在丰富人民群众精神文化生活、促进人的全面发展，在促进城乡协调发展、构建和谐社会等方面都发挥着越来越重要的作用。

四、旅游产业的特点

（一）旅游业是物质文明与精神文明结合的产业

旅游业是以“人”为核心的产业，消费者在旅游目的地受到当地辉煌文化成果的洗礼，同时也将自身的文化和良好的价值观传达给目的地居民，这种文化交融是不同地区精神文明传播交流的表现。旅游消费除文化消费外，人们在旅游活动中还要享受快捷的航空运输、舒适的现代化宾馆、美味的食品和高技术的娱乐等人类物质文明的成果。因此，旅游业是精神文明和物质文明相结合的产业。

（二）旅游业是硬件服务与软件服务结合的产业

旅游产品是一种综合服务产品，旅游不仅表现在吃、住、行等硬件服务设施上，还包括各种软件服务。提供服务的主体是人，旅游质量重点表现在人员服务质量上。国际性品牌酒店在服务设施上的差异不大，它们之间的竞争集中在人员服务。谁拥有高素质的员工，谁将吸引旅游消费者的光顾。追求服务的零缺陷，是许多国际酒店企业的目标。因此，旅游业是