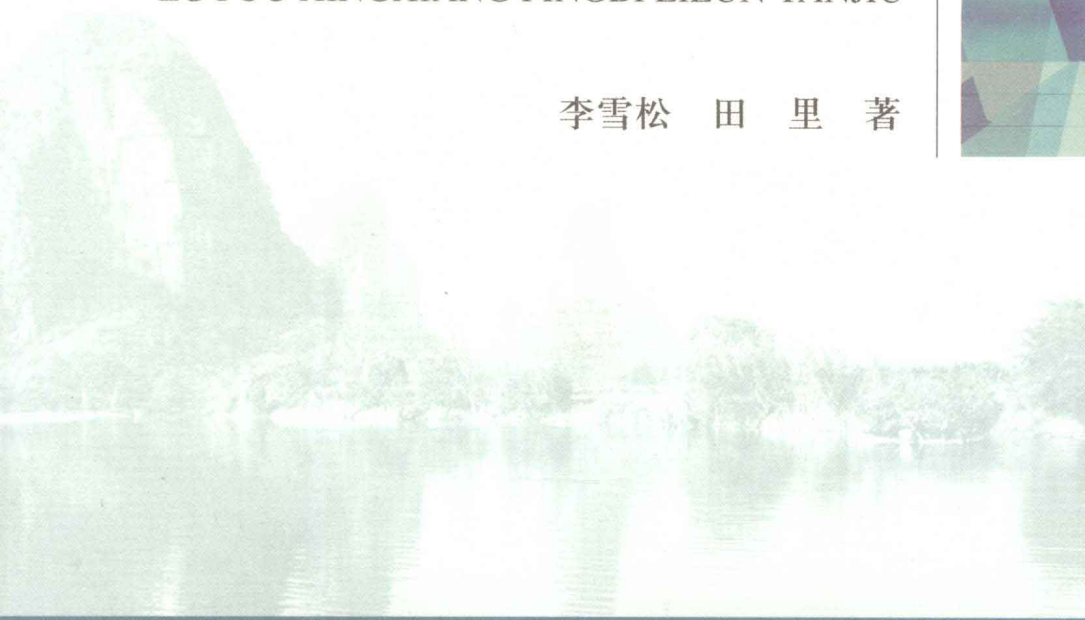


旅游形象屏蔽理论研究

LÜYOU XINGXIANG PINGBI LILUN YANJIU

李雪松 田里 著



中国旅游出版社

旅游形象屏蔽理论研究

LUYOU XINGXIANG PINGBI LILUN YANJIU

李雪松 田里 著



中国旅游出版社

责任编辑：郭海燕 付 蓉

封面设计：鲁 筱

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游形象屏蔽理论研究 / 李雪松, 田里著. - 北京: 中国旅游出版社, 2012. 1

ISBN 978 - 7 - 5032 - 4335 - 6

I. ①旅… II. ①李… ②田… III. ①旅游业 - 形象 - 研究
IV. ①F590. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 270466 号

书 名：旅游形象屏蔽理论研究

著 者：李雪松 田 里

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@ enta. gov. cn

发行部电话：010 - 85166503

排 版：北京中广文化传播中心

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京新魏印刷厂

版 次：2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

开 本：880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张：10. 125

字 数：250 千

定 价：29. 80 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4335 - 6

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

序 言

随着世界旅游业以及中国旅游业的迅速发展，旅游业作为“朝阳产业”的地位和作用得到了国内外普遍的认同和关注。随着我国经济的进一步发展和经济结构的调整，旅游业作为重要的经济增长点和西部大开发战略中优先发展的支柱产业的地位进一步确立，旅游业对我国社会经济生活的影响也日益显现出来。但与旅游业的快速发展相比较，旅游学科研究的前瞻性、全面性和可操作性尚未得到充分体现，旅游产业发展的实践呼唤旅游学科研究成果产生重大研究成果，以加强对旅游产业发展的指导和对旅游消费的引导，对整个旅游产业的发展起到积极的支撑作用。

从旅游学科的研究来看，国际上旅游学科的研究兴起于 20 世纪 60 年代。国外旅游学科研究最早关注于旅游交通、旅游工具及旅游方式等问题，相继出版和发表了关于旅游交通组织、旅游方式选择及旅游运输方式等方面的著作和论文。之后随着旅游学科的发展，国外在旅游经济、旅游资源开发与保护、旅游企业经营、旅游地开发等方面也逐渐形成了较为丰富的成果。综观当代国外旅游学科的研究，其发展呈现出三个特点：第一，多学科交叉渗透，呈现出旅游学科研究的高度综合性；第二，定量方法

的广泛应用，呈现出旅游学科研究的计量化研究趋势；第三，人本主义理念的确立，呈现出旅游学科研究以人为本的思想潮流。

我国旅游学科的研究兴起于改革开放以后。最早的研究方式是大量引进和借鉴国外的研究成果，相继翻译和引进了一批国外的旅游著作和教材；同时我国选派了一批学者赴国外学习深造。在走过引进借鉴的阶段后，伴随着我国对外开放的深入和旅游业的发展，我国旅游学科研究呈现如下特点：第一，国内旅游学科研究与国外的研究现状逐步接轨，国内的研究与国外的研究正趋于同一平台；第二，国内旅游学科的研究正形成自己的特色，在研究对象、研究方法、研究手段及研究成果等方面更有利于向实践应用领域转化；第三，国内旅游学科研究在定量化研究方面与国外相比，尚存在一定差距。

云南大学作为国内较早开展旅游高等教育的院校，形成了以管理学科、经济学科、环境生态科学和人类学学科等理论体系为背景，以国际合作项目、国家基金项目、省部级项目为支撑，以旅游经济管理、旅游景区管理、旅游企业管理、旅游人类学等领域为重点研究对象，并服务于旅游产业实践的旅游重点学科。经过近 20 年来的不懈努力，云南大学已形成了旅游管理学士、硕士、博士、博士后多层次的教育体系和完整的学科体系，在多学科背景的交叉渗透支撑下，形成了一支学科结构合理、团队士气高昂、研究方向清晰的学科建设队伍，并累积了大量的研究成果，成为旅游产业建设的知识型建设队伍。

作为我国西部地区重要的旅游管理研究基地和人才培养基

地，云南大学是云南省最主要的旅游管理理论研究和应用研究及政府决策咨询的中心，也是我国大西南面向东南亚、南亚地区国际旅游人才的培训基地和研究中心。我们的目标是推出一系列研究成果，成为优势突出、特色鲜明并在国内具有重要地位、在国际上具有一定影响的旅游管理重点学科。

云南大学“211工程”

旅游管理重点学科建设领导小组

2011年12月

前 言

与选择普通商品不同，旅游者是依据旅游地的形象对其进行选择的。如果不同旅游地以相似形象呈现在旅游者眼前，旅游者通常只能对先认知的或是形象突出的旅游地印象较深，而其他旅游地则被忽视，产生旅游形象屏蔽现象。被形象屏蔽的旅游地通常是经济落后的偏远地区，具有不错的旅游资源，有发展旅游的要求与愿望，也希望通过发展旅游业改善条件，增加收入。但其在旅游开发中往往未意识到，其用心打造的形象可能已被其他旅游地形象屏蔽，更不知其被屏蔽的程度如何，因而往往在旅游宣传上事倍功半，找不到形象宣传上的突破口，无法摆脱旅游发展缓慢甚至停滞不前的困境。这给旅游形象屏蔽理论的研究提出了现实的需求。

旅游形象屏蔽的研究始于 20 世纪 90 年代的中国，是为数不多的起源于国内、具有中国特色并引起众多国内学者兴趣的旅游研究分支，随后相继出了不少相关的学术论文。然而迄今为止，旅游形象屏蔽研究还存在概念混淆、研究对象不清、研究角度单一和研究核心内容缺失等问题，也没有一本系统论述旅游形象屏蔽理论的书籍，这使得该项具有中国特色的研究缺少标志性成果。《旅游形象屏蔽理论研究》一书正是顺应这一研究需求，系统探讨了旅游形象屏蔽的最基本问题，通过分析有关旅游形象屏

蔽的国内外研究，总结支撑研究的理论基础与研究方法，探索旅游形象屏蔽的基础理论，构建了旅游形象屏蔽强度模型；并在此基础上，以屏蔽理论为指导，屏蔽模型为手段，对旅游形象屏蔽进行了远景视角、中景视角和近景视角的实证研究，为旅游形象屏蔽强度研究提供了生动的案例，同时也为屏蔽旅游地的发展探索新的出路。

本书在写作过程中运用了大量数学方法，计算过程较为详细。对于数学基础好的读者可以顺序阅读，从中能学习到数学方法在旅游学中的应用，亦可作为日后研究的方法储备；对于数学基础弱的读者，可以跳过相关计算过程直接看结果，可以避免陷入繁杂的计算而未能领会本书的精髓。由于旅游形象屏蔽研究涉及管理学、心理学、传播学、地理学等多个学科和专业，故本书所阐述的一些观点还有待完善和经受实践的检验。

本书是作者多年形象研究与积累的成果，借该书问世之机，我们首先要向旅游形象研究的国内外前辈致以深切的谢意，没有他们的研究基础，本书是难以完成的。中国旅游出版社的编辑对本书的编写和出版付出了辛勤的劳动。

目 录

前 言	(1)
第一章 绪论	(1)
第一节 研究背景与意义	(1)
第二节 文献综述	(5)
第三节 研究目标、思路及特色	(38)
第四节 研究方法与技术	(40)
第二章 旅游形象屏蔽理论基础	(44)
第一节 认知心理学理论	(44)
第二节 传播与营销学理论	(53)
第三节 经济与地理学理论	(58)
第四节 旅游形象理论	(67)
第三章 旅游形象屏蔽理论与强度模型	(90)
第一节 旅游形象屏蔽概念与机制解析	(90)
第二节 旅游形象屏蔽的基本性质	(96)

第三节	旅游形象屏蔽强度模型	(99)
第四节	旅游形象屏蔽空间表现	(109)
第四章	旅游形象屏蔽强度模型因素分析	(114)
第一节	旅游形象因素划分与解析	(114)
第二节	旅游形象因素量化系统构建	(126)
第三节	旅游形象相似性讨论	(157)
第四节	空间距离讨论	(162)
第五章	旅游形象屏蔽强度远景视角实证研究	(166)
第一节	旅游形象因素测算与分析	(166)
第二节	旅游形象相似性测算与分析	(174)
第三节	空间距离的测算与分析	(183)
第四节	旅游形象屏蔽强度测算与分析	(190)
第五节	旅游形象屏蔽场的测算与分析	(196)
第六节	旅游地形象综合竞争力测算与分析	(200)
第六章	旅游形象屏蔽强度中景视角实证研究	(209)
第一节	实证研究基础分析	(209)
第二节	旅游形象相似性	(213)
第三节	旅游形象认知屏蔽	(230)
第四节	旅游形象利益屏蔽	(235)
第五节	旅游形象吸引力场屏蔽	(254)

第七章 旅游形象屏蔽强度近景视角实证研究	(263)
第一节 旅游景区形象基础分析	(264)
第二节 旅游景区屏蔽因素测量	(267)
第三节 旅游形象屏蔽强度测算与分析	(276)
第四节 旅游景区形象综合竞争力测算与分析	(281)
第八章 研究结论与讨论	(289)
第一节 基础研究结论	(289)
第二节 理论研究讨论	(292)
参考文献	(295)

表目录

表 1	国内外旅游形象概念定义比较	(10)
表 2	国内外旅游目的地形象测量调查的主要文献	(21)
表 3	旅游形象信息符号要素	(80)
表 4	形象形成过程的影响因素 (Gartner, 1993)	(81)
表 5	旅游形象传播媒介分类及特点	(83)
表 6	目的地四阶段形象整合推广	(85)
表 7	旅游形象屏蔽定义解析	(91)
表 8	旅游形象影响因素层次关系	(117)
表 9	判断矩阵法标度及含义表	(134)
表 10	B 层次总排序权值	(135)
表 11	层次权重总排序	(144)
表 12	旅游形象控制力参考值及有效性参考值	(156)
表 13	云南省 16 个州市旅游形象 D 层指标得分	(168)
表 14	云南省 16 个州市旅游形象 C 层指标得分	(169)
表 15	云南省 16 个州市旅游形象 B 层指标得分	(169)
表 16	云南省 16 个州市旅游形象图片分类统计表	(176)
表 17	西双版纳与德宏的相似性测算	(178)

表 18	云南各州市旅游形象相似性比较表·····	(181)
表 19	云南省各州市旅游相似值分类表·····	(181)
表 20	云南 16 个州市府驻地经纬度·····	(184)
表 21	云南各州市府的球面距离·····	(185)
表 22	昆明市距云南省其他州市府各种空间距离比较·····	(189)
表 23	市场传播形象值与 λ 值的转换·····	(193)
表 24	云南州市针对昆明客源市场的旅游形象 屏蔽强度·····	(193)
表 25	云南省州市旅游地屏蔽强度等级划分·····	(195)
表 26	针对不同旅游客源市场西双版纳对德宏的旅游形象 屏蔽强度·····	(198)
表 27	云南省州市旅游地旋转体体积 (形象综合竞争力) ·····	(203)
表 28	2006 ~ 2008 年云南省州市旅游地旅游指标汇总表 ·····	(205)
表 29	云南省州市旅游地旅游统计与形象综合竞争力比较 ·····	(206)
表 30	西双版纳与德宏旅游资源景观比较·····	(217)
表 31	受访者对西双版纳与德宏气候的印象·····	(228)
表 32	西双版纳与德宏十大方面问卷印象相似度·····	(229)
表 33	2006 ~ 2008 年西双版纳与德宏旅游指标·····	(239)
表 34	德宏星级饭店统计·····	(241)
表 35	西双版纳星级饭店统计·····	(243)
表 36	西双版纳与德宏的国际旅行社·····	(246)

表 37	德宏进出航班时刻表·····	(248)
表 38	西双版纳进出航班时刻表·····	(249)
表 39	西双版纳 A 级旅游景区 (点) ·····	(255)
表 40	德宏 A 级旅游景区 (点) ·····	(256)
表 41	西双版纳与德宏 4A 级景区网上出现频率 ·····	(259)
表 42	旅游资源评价赋分标准表·····	(268)
表 43	西双版纳 4A 级景区网页数量比较 ·····	(272)
表 44	西双版纳 4A 级旅游景区相似性调查总表 ·····	(274)
表 45	西双版纳 4A 级旅游景区相似性百分制表 ·····	(275)
表 46	西双版纳 4A 级景区至州政府的公路距离 ·····	(275)
表 47	景区市场传播形象值与 λ 值转换 ·····	(277)
表 48	景区针对西双版纳州政府所在地的旅游形象屏蔽强度 ·····	(278)
表 49	旅游景区形象屏蔽强度等级划分·····	(279)
表 50	旅游景区屏蔽场类型比较·····	(280)
表 51	西双版纳 7 个 4A 级景区旋转体体积 (形象综合 竞争力) 比较 ·····	(283)
表 52	2003 ~ 2009 年西双版纳旅游景区旅游指标汇总表 ·····	(284)
表 53	西双版纳 4A 级景区旅游统计与形象综合竞争力比较 ·····	(285)
表 54	2003 ~ 2008 年西双版纳 7 个 4A 级景区统计数据 增长情况·····	(287)

图目录

图 1	技术路线	(40)
图 2	信息的传输过程	(45)
图 3	模式识别过程	(47)
图 4	旅游目的地形象形成模式	(70)
图 5	旅游目的地形象形成的一般模式	(71)
图 6	实际旅游前的旅游目的地形象决定因素的路径模式	(72)
图 7	旅游目的地形象推广模式	(84)
图 8	旅游形象静态构成	(87)
图 9	旅游形象动态结构	(88)
图 10	旅游形象屏蔽的概念与产生机制	(97)
图 11	旅游流 - 信息流空间相互作用	(101)
图 12	旅游吸引力场圆锥体模型	(112)
图 13	旅游形象屏蔽空间类型	(113)
图 14	旅游形象量化系统模型树	(127)
图 15	实地感知形象与市场传播形象关系图	(148)
图 16	基于四个区域 (I 、 II 、 III 、 IV 区) 的旅游吸引力	

场空间形态	(151)
图 17 基于平衡线 (AB 线) 的旅游吸引力场空间形态	(152)
图 18 旅游形象控制力及有效性图	(157)
图 19 旅游地形象要素构成	(160)
图 20 旅游形象相似性传递过程	(160)
图 21 云南省州市级旅游形象调查状态坐标分布	(170)
图 22 云南省各州市府距离其他州市府的平均球面距离	(188)
图 23 球面距离 - 公路距离差的百分比	(190)
图 24 旅游形象屏蔽空间类型	(197)
图 25 西双版纳 - 德宏旅游形象屏蔽的空间转换性	(200)
图 26 函数 $y = O_{a1} \exp(-\lambda_1 x)$ 的坐标示意	(200)
图 27 云南省州市旅游地旋转体体积 (形象综合竞争力)	(204)
图 28 云南省州市旅游地旅游统计与形象综合竞争力比较	(207)
图 29 云南省州市旅游地旅游统计与形象综合竞争力排名比较	(207)
图 30 西双版纳与德宏十大方面问卷印象相似度	(229)
图 31 西双版纳与德宏航空运输情况比较	(240)
图 32 西双版纳与德宏星级饭店对比	(245)
图 33 西双版纳与德宏饭店房间与从业人数对比	(246)
图 34 西双版纳与德宏 A 级景区对比图	(256)

图 35	西双版纳与德宏网页频数比较·····	(258)
图 36	西双版纳 A 级旅游区百度频数统计 ·····	(260)
图 37	德宏 A 级旅游区百度频数统计 ·····	(260)
图 38	西双版纳 4A 级景区评价 ·····	(270)
图 39	西双版纳 4A 级景区网页数量比较 ·····	(272)
图 40	景区全屏蔽圆锥体模型·····	(281)
图 41	西双版纳 7 个 4A 级景区旋转体体积（形象综合 竞争力）比较 ·····	(283)
图 42	西双版纳 4A 级景区旅游统计与形象综合竞争力比较 ·····	(286)
图 43	西双版纳 4A 级景区旅游统计与形象综合竞争力排名 比较·····	(286)