

旅游研究
前沿书系

北京市哲学社会科学规划“十一五”重点课题

《北京建设世界最佳旅游目的地城市的综合诊断与管理模式创新》(09AbJG291)

研究成果



北京旅游发展研究基地

Research Center for Beijing Tourism Development

资助项目



北京创建世界最佳 旅游

目的地城市的 差距诊断与战略对策

邹统钎等◎著



旅游教育出版社

北京市哲学社会科学规划“十一五”重点课题

《北京建设世界最佳旅游目的地城市的综合诊断与管理模式创新》
(09AbJG291) 研究成果

北京创建世界最佳旅游目的地 城市的差距诊断与战略对策

邹统钎等 著

旅游教育出版社

策划编辑: 赖春梅

责任编辑: 赖春梅

图书在版编目(CIP)数据

北京创建世界最佳旅游目的地城市的差距诊断与战略对策/邹统钎等著.
—北京: 旅游教育出版社, 2011.7
(旅游研究前沿书系)
ISBN 978-7-5637-2187-0

I. ①北… II. ①邹… III. ①旅游业—经济发展—研究—北京市
IV. ①F592.71

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第129239号

旅游研究前沿书系

北京创建世界最佳旅游目的地城市的差距诊断与战略对策

邹统钎等 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	tepdfx@163.com
印刷单位	北京京师印务有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	12
字 数	133千字
版 次	2011年7月第1版
印 次	2011年7月第1次印刷
定 价	38.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

目 录

contents



理论篇

第一章 旅游目的地竞争力基础理论

第一节 旅游目的地相关研究

- 一、国外理论研究
- 二、国内理论研究

第二节 旅游目的地竞争力评价

- 一、国外理论及模型研究
- 二、国内理论及模型研究

第三节 研究现状评述

- 一、国内旅游目的地竞争力评价体系研究的问题
- 二、众模型大同小异
- 三、现尚无简便实用的评价体系及模型

参考文献

诊断篇

第二章 旅游目的地竞争力评价模型

第一节 国际旅游地位评价模型

一、构建国际性旅游目的地的指标体系

二、指标评价

第二节 旅游目的地城市竞争力评价指标体系构建

一、指标选择的原则

二、具体指标筛选

三、指标阐释

四、确定指标权重

五、后续研究展望

参考文献

第三章 北京与国内外最佳旅游城市差距诊断

第一节 北京与世界最佳旅游城市差距诊断

一、评价结果

二、结果分析

第二节 北京与国内旅游城市差距诊断

一、样本的选择

二、数据无量纲化处理

三、竞争力大小计算

四、国内竞争力比较分析

第三节 国际定性比较诊断

一、样本概况

二、旅游发展的资源与战略比较

三、对北京旅游目的地城市建设的启示

参考文献

治理篇

第四章 旅游目的地城市战略定位

第一节 香港旅游发展战略定位及策略研究

- 一、香港旅游发展现状
- 二、香港旅游发展战略定位
- 三、基于战略定位的配套策略及推广营销活动

第二节 新加坡旅游发展战略定位及策略研究

- 一、新加坡旅游发展现状
- 二、新加坡旅游发展战略定位
- 三、基于战略定位的配套政策及措施

第三节 香港及新加坡旅游战略定位及措施比较

第四节 北京旅游目的地城市的战略定位及策略

- 一、北京的基本优势
- 二、北京创建世界最佳旅游目的地城市的战略定位
- 三、基于北京战略定位的相关策略措施

参考文献

第五章 旅游目的地城市治理的政府—市场—社会协调机制

第一节 协调机制基本模式

- 一、协调机制内涵
- 二、协调基本模型
- 三、澳大利亚旅游目的地治理模式

第二节 北京市旅游目的地城市治理的政府—市场—社会协调机制

- 一、建立共同愿景、价值共识
 - 二、准确的目标定位
 - 三、完善的政策体制与规划
 - 四、和谐的利益关系
 - 五、加快区域合作
 - 六、增强社区精神建设
 - 七、加快体制创新
 - 八、严控运行监管
- 参考文献

第六章 创建世界最佳旅游目的地城市的措施

第一节 资源方面措施

- 一、依托现有资源，实现城市旅游功能升级
- 二、进行资源创新，大力发展文化创意旅游

第二节 管理方面措施

- 一、提升旅游行政管理水平
- 二、加强区域合作
- 三、打造一个统一的具有独特气质和吸引力的北京形象

第三节 辅助类措施

- 一、做好形象塑造的配套工作
- 二、加强交通设施建设

专题篇

第七章 北京建设区域旅游枢纽的战略研究——旅游目的地还是旅游枢纽？

第一节 长期以来北京市定位为旅游目的地城市

第二节 旅游目的地城市定位不足以支撑世界城市的建设目标

- 一、北京市对区域旅游业的控制力在逐步下降
 - 二、区域矛盾急剧增加
 - 第三节 区域旅游枢纽是北京建设世界城市的必然选择
 - 第四节 建设区域旅游枢纽的战略对策
 - 一、建设客流枢纽
 - 二、建设交通枢纽
 - 三、建设旅游总部基地
 - 参考文献
-

第八章 北京建设世界旅游城市的功能定位研究

- 第一节 旅游目的地定位研究述评
 - 第二节 旅游目的地战略定位的双轮驱动模式
 - 一、基于“内涵—独特卖点—品牌形象”的定位方法
 - 二、基于“外延—空间拓展—旅游力”的定位方法
 - 第三节 北京创建世界旅游城市的功能定位
 - 一、北京创建世界旅游城市的功能定位
 - 二、实现功能定位的战略构想
 - 参考文献
-

第九章 北京市旅游目的地城市治理机制研究

- 第一节 研究现状
- 第二节 目的地治理主要模式
 - 一、以泰国为代表的政府主宰型
 - 二、以日本为代表的官民协管型
 - 三、以英国为代表的市场规制型
- 第三节 北京旅游目的地城市治理政府—市场—社会协调机制
 - 一、北京旅游目的地城市治理

二、协调机制基本模型

三、北京实现协调机制的基本路径

参考文献

第十章 京津冀地区城市旅游经济联系度研究

第一节 城市旅游经济联系度研究

一、城市经济联系度研究

二、旅游经济联系度与旅游流的关系

第二节 京津冀地区城市旅游经济联系度分析

一、京津冀地区城市旅游经济联系度

二、京津冀地区城市旅游经济联系度分析

第三节 结论及未来发展方向

一、有关结论的解释

二、结论与未来研究方向

参考文献

后 记

理论篇



第一章

旅游目的地竞争力基础理论

第一节 旅游目的地相关研究

第二节 旅游目的地竞争力评价

第三节 研究现状评述

第一节 旅游目的地相关研究

一、国外理论研究

国外对于旅游目的地的研究始于 20 世纪 70 年代，旅游目的地最初被认为是一个明确的地理区域。美国学者冈恩（Clare A. Gunn）于 1972 年提出了“目的地地带”的概念。所谓的“目的地地带”包括：主要的通道和入口、社区（包括吸引物和基础设施）、吸引物综合体、连接道路（吸引物综合体和社区之间的联系通道）。冈恩认为这些要素的整合有利于旅游开发的成功。旅游目的地是一个感性概念，它是为消费者提供一套完整体验的旅游产品系统综合体。旅游目的地，就是吸引旅游者作短暂停留、参观游览的地方，是由各类资源要素和设施要素共同构成的能够为旅游者提供完整旅游体验的综合系统。利珀（Leiper, 1990）把目的地解释为一个可以让旅行者待上一段时间，并体验富有当地特色吸引物的地方；布莱姆威尔等（Bramwell, 1996）指出，一些标准化的东西有助于城市形象的塑造，例如使用“宏大”的城市形象、突出那些能够吸引境况优越的旅游者的主题等。库珀等（Cooper, 1998）则认为目的地是那些能够满足游客需要的设施和服务的集中地。罗宾斯（Robbins, 2007）认为旅游目的地包含旅游者需要消费的一系列产品和服务。

布哈里斯（Buhalis, 2000）同样认同旅游目的地是一个明确的地理区域，这一区域被旅游者理解为一个具有用作旅游营销和规划的政策和法律框架的独一无二的实体。布哈里斯（Buhalis, 2000）从系统论角度提出了旅游目的地的“6A”模型（如表 1-1 所示）。

表 1-1 旅游目的地 6A 模型 (Buhalis 2000)

旅游目的地	要素名称	具体构成
	吸引物 (Attractions)	自然风景、人造景观、人工物品、主题公园、遗产、特殊事件
	进入设施 (Accessibility)	整个旅游交通系统, 包括道路、终端设施和交通工具等
	便利设施 (Amenities)	住宿业和餐饮业设施, 零售业, 其他旅游服务设施
	预订服务组合 (Available Packages)	预先由旅游中间商和相关负责人安排好的旅游服务
	活动 (Activities)	包括所有目的地活动, 以及游客在游览期间所从事的各种消费活动
	辅助性服务设施 (Ancillary Services)	各种游客服务, 例如银行、通信设施、邮政、报纸、医院等等

6A 模型将旅游目的地看做一个完整的地域综合体, 系统地指出了旅游目的地的六大构成要素: 吸引物 (Attractions)、进入设施 (Accessibility)、便利设施 (Amenities)、有效产品组合 (Available Packages)、活动 (Activities) 以及其他辅助性服务设施 (Ancillary Services)。由此可以看出一个旅游目的地的竞争力并非由吸引物或产品等单一要素决定, 而是由实现旅游体验的各种城市功能综合体现出来的。旅游城市之间的竞争也不再停留在优势旅游资源的竞争, 而是城市整体实力和综合旅游服务系统的竞争。

二、国内理论研究

国内对于旅游目的地的研究始于 20 世纪 90 年代中后期, 定义上也多强调它是一种地理空间集合的关系。保继刚、楚义芳等 (1993) 认为, 一定空间上的旅游资源与旅游专用设施、旅游基础设施以及相关的其他条件有机集合起来, 就成为旅游者停留和活动的目的地, 即旅游地。吴必虎 (2001) 认

为目的地系统主要是指为已经到达出行终点的游客提供游览、娱乐、食宿、购物、享受、体验或某些特殊服务等旅游需求的多种因素的综合体。因此旅游目的地系统是旅游系统中与旅游者联系最密切的子系统。具体来讲，目的地系统由吸引物、设施和服务三方面要素组成。崔凤军（2002）从系统科学的角度指出，旅游目的地是具有统一和整体形象的旅游吸引物体系的开放系统，在管理上有一定的行政依托，在空间上具有一定的层次性。魏小安（2002）从效用的角度指出，旅游目的地就是能够使旅游者产生旅游动机，并追求动机实现的各类空间要素的总和。“旅游者”、“追求”、“实现”、“各类空间”和“要素”这5个方面构成了旅游目的地的内涵。张立明等（2005）认为旅游目的地系统三要素则是：目的地系统的部门构成、目的地的经营环境和目的地系统的输入和输出。旅游目的地系统的构成要素包括吸引物、旅游设施和旅游业管理，每个要素里面又包含若干子要素。杨振之（2007）在区分了“旅游目的地”与“旅游过境地”的基础上，认为旅游目的地除了是一种地理空间集中外，它还形成了旅游产业发展的格局。王为民（2008）指出旅游目的地包括旅游吸引物（自然风景、历史文化遗产、现代人造景观、各类节事活动等），旅游服务设施（住宿业、餐饮业、旅行社业以及其他服务设施），旅游基础设施（银行、邮政、通信、水电等设施）以及旅游管理机构。

第二节 旅游目的地竞争力评价

一、国外理论及模型研究

世界旅游组织、各国旅游政府部门、《国家地理》与 iExplore（浏览器 IE）等媒体经常推举综合型与专属型世界最佳旅游目的地；综合型的如伦敦、纽约、巴黎等；专属型的如：新婚（圣卢西亚）、探险（秘鲁）、游轮（香港）、

商务（南非）等，而其评价标准千差万别。

在竞争力研究领域，最有代表性、最具权威的经典分析模型是迈克尔·波特教授的钻石模型（见图 1-1）。

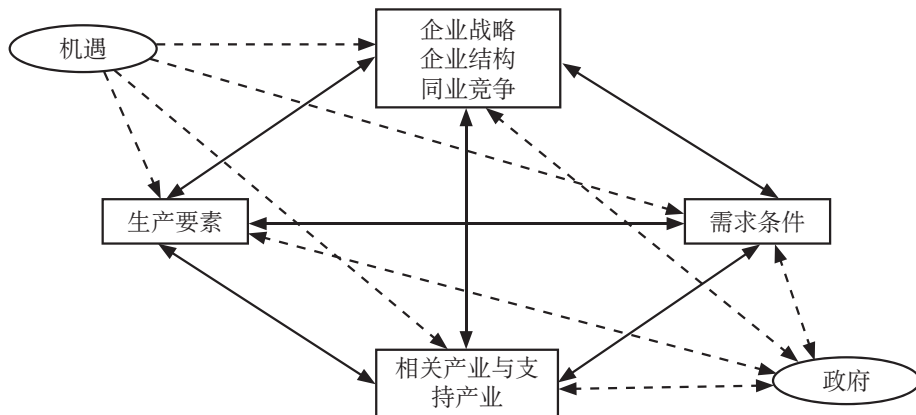


图 1-1 波特钻石模型

瑞士洛桑国际管理开发学院（IMD）依据国际竞争力模型（见图 1-2）发表《国际竞争力报告》，该模型认为，国家竞争力的核心是企业竞争力。

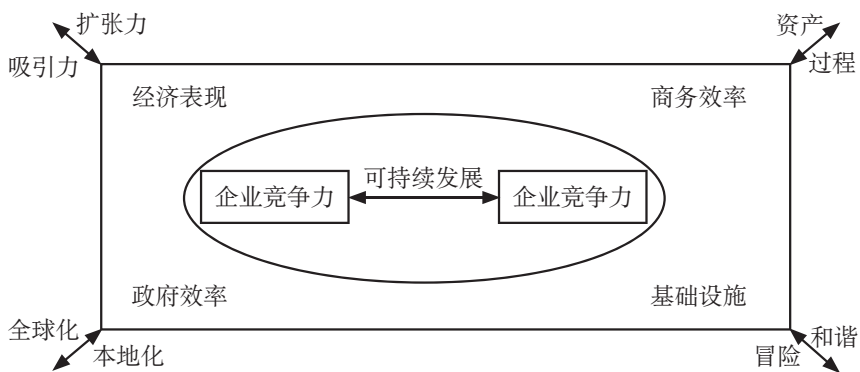


图 1-2 IMD 的国家竞争力模型

世界旅游组织 (UNWTO, 2004) 在提出了包括社区参与、旅游者满意等在内的旅游目的地可持续发展指标体系。媒体如《国家地理旅游者杂志》提出了生态与环境质量、社会与文化完整性、历史建筑与文化古迹质量、美学与吸引力质量、旅游管理质量和未来前景六项标准。利珀 (Leiper) 认为, 决定一个旅游系统发展状况的四个因素是客源地区域、目的地区域、旅行路径和旅游产业本身。沃珀 (K. Wober, 2000) 等人认为旅游需求、过夜旅游增长率、游客季节分布及旅游地承载力五项指标是影响欧洲 39 个首都城市旅游竞争力的主要因子, 用这五个指标对 39 个城市进行比较, 勾画出了 39 个城市自 1975 年以来的综合竞争力空间分布图。米哈利克 (Mihalic, 2000) 提出环境管理是旅游目的地竞争力的一个重要因素。科扎克和里明顿 (Kozak & Rimmington, 1999) 提出了一套定性与定量指标相结合的旅游目的地竞争力评价体系。卡纳斯特尔 (E. Canestrill) 等则指出, 旅游地的竞争力不只是体现在旅游市场的占有率上, 而主要看它的发展潜力, 旅游地的承载力是影响旅游地竞争潜力的因子之一, 因此在研究旅游地的竞争力时必须考虑旅游地的承载力。安妮玛瑞德·迪豪特瑟 (Anne-Maried D Hartserre, 2000) 认为, 一个有竞争力的目的地必须是一个旅游市场份额 (用游客人数或旅游收入测量) 很高, 或增长很快的目的地。从这些学者的观点可以看出, 长期的可持续性的市场占有率以及经济收入应是竞争力业绩的主要评价指标。

瑞奇和克劳奇 (Ritchie&Crouch) 在波特的国家竞争力钻石模型基础上提出了应用于旅游目的地竞争力评价的综合模型, 经过改进, 建立了旅游目的地的可持续竞争力模型 (见图 1-3), 同时基于这个模型建立了旅游目的地竞争力指数 (TDCI), 按照指数 (Index)、核心指标 (Core Indicators) 与标准 (Criteria) 构建了旅游目的地竞争力评价体系。该体系得到世界旅游组织的认可与推广。

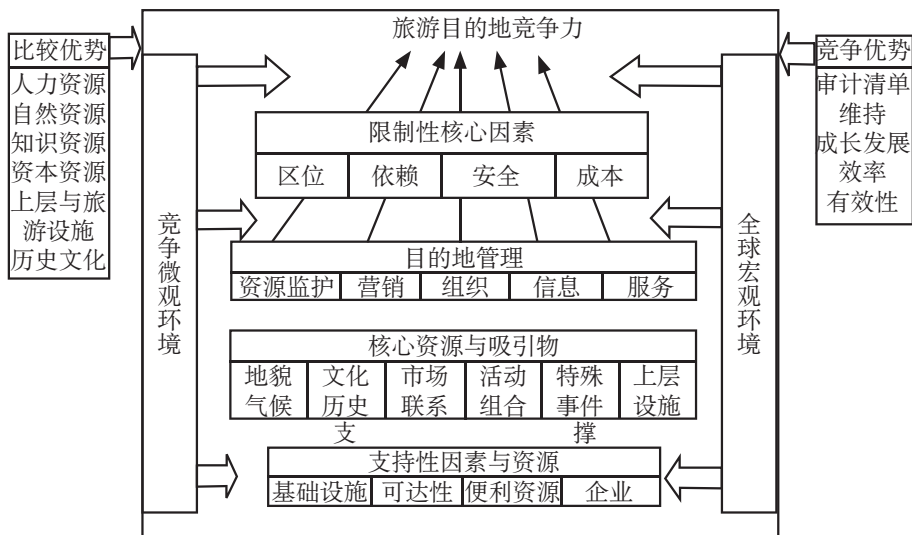


图 1-3 瑞奇与克劳奇 (Ritchie & Crouch, 2003) 的旅游目的地可持续竞争力模型

恩利特和牛顿 (Enright&Newton, 2004、2005) 在瑞奇与克劳奇 (Ritchie & Crouch) 的概念模型基础上,从实践层面对目的地的旅游竞争力进行了研究,认为旅游目的地竞争力的定量评价,不仅包括目的地吸引物特性,还包括产业管理因素。

德威尔和金 (Dwyer&Kim) 对瑞奇与克劳奇 (Ritchie & Crouch) 模型进行改进,建立了德威尔和金 (Dwyer&Kim) 模型 (见图 1-4),认为,目的地的竞争力的指标有很多,既包括主观上的属性 (目的地的吸引力、风景美感度),也包括客观上的属性 (目的地市场细分,旅游外汇收入)。目前该模型的有效性尚未得到证实。