

教育部研究生教育创新计划——专业学位研究生教育指导委员会建设项目资助

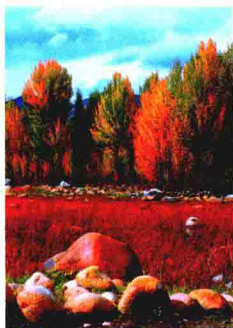


MTA

教学案例评选优秀案例集

ZHONGGUO SHOUJIE MTA JIAOXUE ANLI
PINGXUAN YOUXIU ANLI JI

全国MTA教育指导委员会秘书处 / 编著



中国旅游出版社

教育部研究生教育创新计划——专业学位研究生教育指导委员会建设项目资助



MTA

教学案例评选优秀案例集

ZHONGGUO SHOUJIE MTA JIAOXUE ANLI
PINGXUAN YOUXIU ANLI JI

全国MTA教育指导委员会秘书处 / 编著

中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉
责任编辑：黄志远
责任印制：冯冬青
封面设计：中文天地

图书在版编目（CIP）数据

中国首届MTA教学案例评选优秀案例集 / 全国MTA教育
指导委员会秘书处编著. — 北京：中国旅游出版社，
2015.1

ISBN 978-7-5032-5108-5

I. ①中… II. ①全… III. ①旅游经济—经济管理—
教案（教育）—研究生教育—中国 IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第 275273 号

书 名：中国首届MTA教学案例评选优秀案例集

编 者：全国MTA教育指导委员会秘书处

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

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2015年1月第1版 2015年1月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：18.75

字 数：270千

定 价：49.80元

I S B N 978-7-5032-5108-5

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

“2014 全国优秀 MTA 教学案例” 评选专家委员会

主 任:

王志发 MTA 教育指导委员会主任委员\国家旅游局原党组副书记、副局长

副主任:

李天元 MTA 教育指导委员会副主任委员、南开大学教授

魏洪涛 MTA 教育指导委员会副主任委员、国家旅游局人事司司长

委 员: (按姓氏笔画排序)

田卫民 教授 云南大学

白长虹 教授 南开大学

何建民 教授 上海财经大学

张 辉 教授 北京交通大学

邹统钎 教授 北京第二外国语学院

周玲强 教授 浙江大学

郑向敏 教授 华侨大学

赵振斌 教授 陕西师范大学

谢彦君 教授 东北财经大学

戴 斌 院长 中国旅游研究院

“中国首届 MTA 教学案例评选 优秀案例集”编委会

主 编：

白长虹 南开大学旅游与服务学院院长，
全国 MTA 教育指导委员会委员兼秘书长

编 委：

姚延波 南开大学，全国 MTA 教育指导委员会秘书处

焦 彦 南开大学，全国 MTA 教育指导委员会秘书处

刘芯宇 南开大学，全国 MTA 教育指导委员会秘书处

序 言

在国家教育部、国务院学位办着力优化研究生学位结构、大力推进专业学位教育的大背景下，旅游管理硕士专业学位（以下简称“MTA”）教育项目以服务旅游战略性支柱产业、人民满意的现代服务业为己任，以培养复合型、创新型、实用型人才为目标，成为旅游教育领域的新兴、高端教育项目。

案例教学是旅游管理教育与旅游产业对话的重要途径。为扎实推进旅游管理学科案例研究和 MTA 案例教学，鼓励旅游管理专业教师研究中国旅游管理中的实际问题，全国 MTA 教育指导委员会于 2013 年启动了全国优秀 MTA 教学案例库建设，并在国务院学位办和国家旅游局的支持和资助下，组织实施了 2014 年全国优秀 MTA 教学案例评选活动。本书将 2014 年获奖案例汇编出版，以满足 MTA 培养院校、MTA 学员、旅游及相关领域从业人员的需求。

我们要特别感谢各获奖作者的鼎力支持，特别感谢评审委员会专家们的辛勤付出以及中国旅游出版社的高效工作。

今年是全国优秀 MTA 教学案例评选第一年，参评院校和教师还不够多，案例所涉行业问题还不够深广。我们希望本书的出版能促进全国 MTA 案例研究与教学。全国 MTA 教育指导委员会一届四次会议审议通过了《MTA 案例库（共享中心）建设与管理机制》，MTA 案例库建设已成为全国 MTA 教育指导委员会和培养院校常态化的工作任务。相信随着全国 MTA 培养院校及广大专业教师的不断努力，MTA 教学案例将不断积累、品质会不断提高，全国 MTA 案例库也将日渐成熟和完善。

目录

Contents

宁夏中卫沙坡头景区品牌战略的选择·····	朱明芳 王 倩 / 1
观澜湖高尔夫球会休闲旅游业态创新·····	吴克祥 / 24
桂林 HDG 景区社区居民态度对旅游发展的影响 ·····	王玉翠 / 48
大院争鸣——王家大院的突围之路·····	刘改芳 / 72
需要什么样的企业文化？——光明谷温泉度假村管理的困惑 ·····	林德荣 周 星 郭功星 崔 枫 / 91
华侨城集团旅游与地产业的扩张之路·····	李志飞 夏 磊 / 115
花鼓灯嘉年华主题乐园的营销“大”策划·····	许云华 王晶晶 / 136
青岛啤酒博物馆旅游开发与管理·····	刘 佳 / 157
深圳中国国际旅行社的改制之路 ——深圳国旅新景界：品质旅游，美好旅行·····	李 舟 / 187
中青旅的信息化转型·····	章 牧 / 217
CHINA 公社的中国式酒店管理之路 ·····	王 平 杜春红 李岱玉 / 250
丽江真美度假连锁客栈的 品牌建设与管理·····	文 彤 苏晓波 黄春苑 闫婷婷 / 274

宁夏中卫沙坡头景区 品牌战略的选择

朱明芳 王 倩

(暨南大学深圳旅游学院, 深圳 518053)

内容提要: 纵观全国旅游发展地域分布, 西部弱于东部, 而西北又弱于西南, 青海、甘肃、宁夏等西北旅游资源优势地区并没有成为旅游市场优势地区。缺乏有规模的明星品牌产品群, 被认为是旅游资源优势转化成为现实市场吸引力和购买力的主要障碍, 是整个西北旅游发展都要解决的问题。因此, 本案例选择在西北旅游发展中具有典型代表意义的宁夏中卫沙坡头风景区作为对象, 分析沙坡头风景区的资源和市场现状, 寻找可能的品牌发展战略, 推动沙坡头、中卫乃至宁夏的旅游市场优势产业化转变, 为西北其他省份提供可参考的借鉴。具体而言, 本案例通过描述宁夏中卫目的地资源、景区同类竞争者发展特色、客源市场特点以及目前景区品牌规划体系, 尝试引导读者在相关理论指导下分析品牌现状。案例主要用于景区品牌战略建设与品牌教学, 有助于学生全面了解特殊旅游景区建设发展中的系列问题。

关键词: 沙坡头景区, 品牌战略

作者简介: 朱明芳, 暨南大学深圳旅游学院副教授, 博士。王倩, 暨南大学深圳旅游学院旅游管理硕士研究生在读。

本案例只用于教学目的, 不对旅游目的地和沙坡头景区的管理做出任何评判。

一、引言

2013年1月一个上午，在宁夏中卫沙坡头景区的会议室里，全体中高层干部正在进行一场“摆脱平台期，再塑品牌化”的景区品牌战略研讨会。

沙坡头旅游景区董事长王福中首先发言：“我们且不论其他区县旅游业目前的发展，仅我们沙坡头区就拥有5A级景区1家，3A级景区3家，旅行社15家，星级酒店12家。到目前为止，沙坡头景区凭借世界垄断性旅游资源和厚重的文化内涵，使中卫旅游业得到快速发展。成绩是有目共睹的，但是成绩也只能属于过去。接下来，我们重点谈一下目前的问题。沙坡头景区已经进入‘平台期’，我们整个中卫旅游面临着资源条块分割、随意开发建设等瓶颈性、体制性问题，仅凭惯性发展已经难以推动旅游业实现更大的提升。所以，我在此希望大家畅所欲言，把公司现在面临的问题和对于以后发展的建议谈一下，希望会对我们日后景区的发展有帮助。”

王董话音落下，大家思考了大约三分钟，总经理发言：“从刚才王董提出的问题来看，我们可能必须进行一次大胆的突破。我们应该以全新的理念，创新的体制机制和前所未有的气魄，努力推动旅游由随意开发向规划引导转变、资源战略向品牌战略转变、景区定位向目的地定位转变、特色产业向支柱产业转变。我们应当对我们的旅游特色进行进一步的明晰，对景区自身状况有更明确的认识。随着旅游业的发展，各个景区宣传营销手段的进步，我们应当以全新的理念对中卫的旅游形象进行总体定位。这些问题的细化和明确对于我们日后品牌战略的发展具有重要的作用。”

营销朱总监这时补充说，“我们应该把景区的品牌宣传做成一个系列，既然形象进行了全新的定位，那么我们的形象口号设计也应该进行创新，你看‘桂林山水甲天下’，多有气势，根本不需细说桂林的山水是什么样的特点；‘上有天堂，下有苏杭’，天堂什么样，来苏杭就知道啦。都那么一句话，言简意赅，韵味无穷。我的总体意思是我们要对我们的品牌战略进行重新塑造，进行一系列的创新，景区如果继续按照老路走是难以为继了，我同意总经理品牌

战略要进行创新的说法。”

朱总监的话音落下，会议陷入了一阵沉寂，大家似乎都陷入了沉思之中……

对于沙坡头景区未来的品牌战略的发展，大家在憧憬，在编制，或者在回忆……

二、案例背景和相关基础理论

（一）案例背景介绍

本部分为读者提供关于沙坡头景区以及其所在的旅游目的地宁夏中卫的资源的基本信息，为正文中关于沙坡头景区品牌战略研究提供背景知识。

1. 沙坡头景区介绍

沙坡头景区位于宁夏中卫市城西 16 公里处，是首批国家 5A 级旅游景区。是宁、内蒙古、甘三省（区）的交接点，黄河第一入川口，是欧亚大通道，古丝绸之路的必经之地。这里南靠重峦叠嶂、巍峨雄奇的祁连山余脉香山，北连沙峰林立、绵延万里的腾格里大沙漠，中间黄河横穿而过，在沙与河之间，是一片郁郁葱葱、滴翠流红的古朴园林童家园子。景区东起沙坡头水利枢纽堤坝，西至黑山峡宁夏、甘肃交界处，以沙坡头黄河两岸山水田园以及北部的腾格里沙漠为核心。沙与河这对本不相融的矛盾体，在沙坡头却被大自然的鬼斧神工巧妙地撮合在了一起，沙堤高耸，河水奔流，沙为河骨，河为沙魂，相依相偎，和谐共处，沙、山、河、园交相荟萃，似抒情诗，如风情画。浩瀚无垠的腾格里大沙漠、蕴灵孕秀的黄河、横亘南岸的香山与世界文化遗产战国秦长城、秦始皇长城、秦代陶窑遗址、新旧石器遗址、黄河两岸的史前岩画，以及滴翠流红的河湾园林在这里交汇，谱写了一曲大自然瑰丽的交响曲，形成了沙坡头独特的 S 形地理风貌，极似中国阴阳太极图，曾被美国著名的《国家地理》杂志作为世界奇观向全球推出。最近更因热播的综艺节目《爸爸去哪儿》红遍大江南北^[1]。

随着沙坡头景区的知名度在中外旅游市场的逐步提升,沙坡头受到越来越多的游客青睐,沙坡头成为西部特色旅游目的地。在中国旅游“十一五”规划中,沙坡头被确定为西部治沙科技生产力转为旅游生产力的典范。经过近半个世纪的建设 and 20 年的旅游开发,沙坡头科技治沙工程、沙漠生态环境以及特色旅游项目让沙坡头名扬海内外。沙坡头目前是中国沙漠旅游门类最齐全的景区,建成了中国沙漠体育运动基地和中国沙漠科研研究基地。主要特色产品包括:(1)由治沙成果造就的生态环保之旅,这是国外游客来宁夏旅游的首选。在海外旅游市场中,游客们普遍认为:不到沙坡头,就等于没到宁夏。(2)探险类项目,包括徒步、穿越、漂流等。(3)其他特色项目,自行车、长跑等体育竞技类项目,法国丝绸之路长跑团永久基地、环青海湖自行车赛宁夏中卫赛段。其中徒步穿越腾格里沙漠探险、乘坐古老的羊皮筏子黄河漂流及沙坡头治沙生态环保之旅,已被宁夏回族自治区列为本区最重要的主打旅游产品向海内外市场推出。与其他旅游目的地不同,沙坡头的旅游业是由海外游客自发旅游引发的,初期主要是宁夏面向海外旅游市场的主打品牌。目前其影响力已经由国外而延伸至国内并向区域化品牌发展,拥有两条独具特色的自然文化景观带和三个核心区域。

2. 宁夏中卫旅游相关资源与政策介绍

宁夏中卫地处中国南北中轴线上,是欧亚大通道“东进西出”必经之地,5 条高速公路、4 条国道省级公路和 4 条铁路纵横交错,沙坡头机场是中卫与外界交流的空中桥梁。旅游资源丰富,世界垄断性旅游资源富集,凭借世界垄断性旅游资源和厚重的文化内涵,中卫旅游业得到了快速发展。2011 年中卫市接待中外游客 190 万人次,旅游总收入达到 14 亿元^[2]。但进入“平台期”的中卫旅游面临着资源条块分割等瓶颈性、体制性问题,仅凭惯性发展难以推动旅游业实现大的提升。自治区和中卫市政府已经充分认识到发展中的问题。沙坡头景区作为本地唯一的国家 5A 级旅游景区承担着引领本地旅游产业升级换代的重任。

沙坡头景区在发展中除了具有得天独厚的资源优势之外,政策的指引和扶持也是其今后发展的重要支持。首先,宁夏回族自治区党委、政府要求把中卫沙坡头作为文化旅游大发展大繁荣的示范区着力扶持和培育;其次,中卫将旅

游作为支柱产业的战略布局，对于沙坡头景区的发展影响深远。中卫市的发展以“旅游优先发展、外煤进宁、城市化带动、扶贫攻坚”为四大战略，旅游处于“四大战略”中优先发展的位置。中卫力争把旅游业打造成为全市的支柱产业，推进经济结构的调整和升级。最后，中卫旅游业发展目标明确，而沙坡头景区的品牌化发展是实现旅游业发展目标的重要构件。中卫旅游业将围绕“三大目标”，实现“四个转变”，推进“五项工程”。“三大目标”，即：打造宁夏旅游示范区，打造国际化沙漠旅游目的地，打造西部独具特色的沙漠休闲旅游度假城市；“四个转变”，即：推动旅游由随意开发向规划引导转变，资源战略向品牌战略转变，景区时代向目的地城市转变，特色产业向支柱产业转变；“五项工程”，即规划引领、资源整合、精品开发、管理创新和人才培养。

综上所述，沙坡头景区在整个中卫旅游产业战略升级的布局中有着重要的作用，如何通过沙坡头风景区自身的品牌化发展推动中卫旅游产业由资源战略向品牌战略转变，是目前整个中卫旅游发展的关键，也是本案例选题的原因。

（二）相关基础理论

本案例需要借助消费者行为理论、品牌战略理论、战略管理理论等相关基础理论。其具体内容请读者自行查阅相关书籍和材料。

三、主题内容

（一）沙坡头景区所在旅游目的地的资源介绍^[3]

1. 地理区位

中卫市位于宁夏回族自治区西部，东临吴忠市，南与固原市及甘肃省靖远县相连，西与甘肃省景泰县接壤，北与内蒙古自治区阿拉善左旗毗邻。中卫是宁夏最年轻的地级市，有“世界枸杞之都”的美称，历史文化底蕴深厚，又

被誉为“塞上文化明珠”。辖沙坡头区以及中宁、海原两县，市人民政府驻沙坡头区新区行政中心。总面积 16986.1 平方千米，其中川区面积 3681.1 平方千米，占 21.67%，山区面积 13305.2 平方千米，占 78.33%。人口 118 万，以回族为主的少数民族人口占 35%。

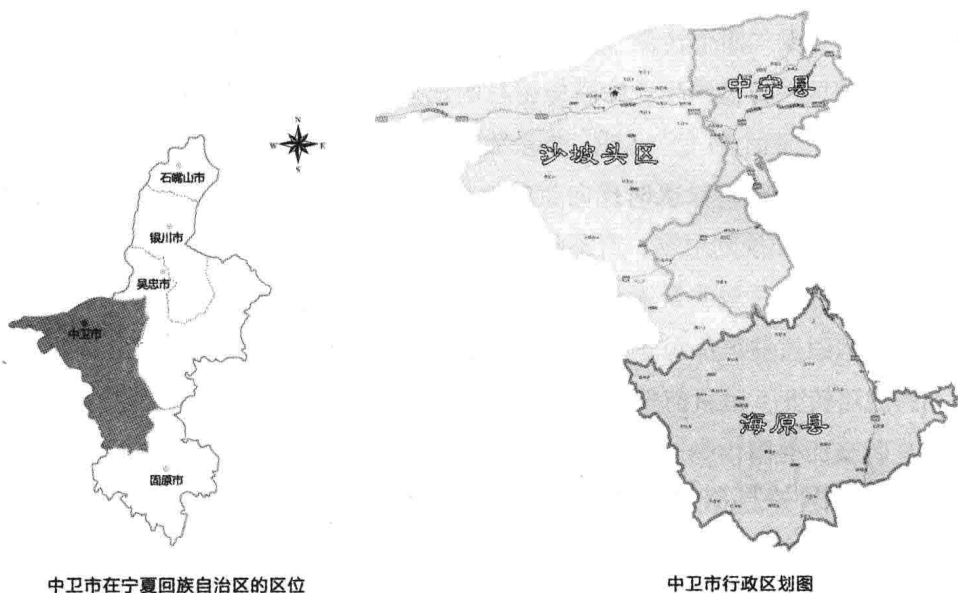


图 1 中卫市区位区划图（图片来源见参考文献^[2]）

2. 可进入性

中卫是全国铁路交通大动脉的西部“桥头堡”，是欧亚大通道“东进西出”的必经之地，包兰、甘武、宝中铁路和正在建设的中太铁路在中卫交会，形成“X”形布局，可连通京包线、宝成线、陇海线、兰新线、兰青线，直达北京、上海、广州、成都、乌鲁木齐等 12 个大中城市。中卫市是联系西北与华北的重要铁路交通枢纽。位于市区西郊的迎水桥铁路编组站是规划中亚洲最大的铁路货运编组站之一。该站的设立使中卫的铁路枢纽地位直线上升，客流量、物流量逐年增加，已成为西北地区继兰州、宝鸡之后的第三大铁路交通枢纽。

公路交通便捷,京藏、中营、中郝、中固、中盐 5 条高速公路和 109 国道、101、201、202 省道 4 条公路干线过境而过,铁路大桥和公路大桥贯通黄河南北。中卫是新疆、河西走廊通往东部地区最便捷的内陆通道,境内乡村道路四通八达,全市公路总里程达 3800 公里。

航空运力初见规模,总投资 3.5 亿元的中卫香山机场于 2008 年 8 月建成,先期规划的航线为中卫至北京、西安、兰州、成都、银川等地,远期规划开通广州、上海、乌鲁木齐和厦门等航线。该机场设计到 2015 年,年旅客吞吐量为 15 万人次,货邮吞吐量 400 吨。可起降波音 737、空客 320 系列等支线飞机。

中卫已形成了公路、铁路、航空纵横交错的交通网络。正在建设的西气东输工程(新疆—甘肃武威—宁夏中卫—陕西靖边—上海)的输气管道以及 2020 年前后拟建的俄罗斯、中亚国家到中国的输气管道都从中卫通过,因此中卫市作为联系西北与华北及其他地区的交通枢纽,地理位置非常重要。

3. 经济环境

中卫市地处西部开发的重点区域,位于“西北五省区及兵团旅游协作区”内,是宁夏中西部中心城市,沿黄城市带南部副中心。此外中卫市还位于西陇海—兰新线经济带与呼包—包兰—兰青经济带的交会处,受到银川、兰州、宝鸡、西安等大城市的辐射,经济区位条件良好。

4. 旅游资源总体评价

(1) 优势评价

①旅游资源类型多、数量丰、档次高

根据中华人民共和国国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972-2003),对中卫市旅游资源进行分析,中卫市旅游资源类别多样、数量丰富,总体匹配较好。

②核心资源亮点突出,其他资源分布均匀,资源空间分布合理

中卫市核心旅游资源集中在沙坡头一带,此地南北不到 2000 米的空间

距离内，集中了大漠、黄河、长城、丝路、绿洲、沙山、治沙成果等众多资源，构成了世界顶级旅游资源水准，多角度、全方位地体现了民族精神、人地关系的理念，被称为“世界垄断性旅游资源”。在沙坡头四周，南有香山、寺口子、老君台等，北有腾格里沙漠包含的沙漠、丝路、长城、湖泊、绿洲、林带等，西有黄河黑山峡的长城、急流、险滩等，东有城区、高庙、岩画等人文旅游资源，形成亮点突出和辅助资源丰富的支撑分布格局。

③旅游资源开发价值高，发展潜力大，可开发面向不同消费者的旅游产品

第一，旅游资源的文化内涵深厚，挖掘余地大。黄河、长城和泰山被视为中华民族精神承载物的实体，中卫占据其中的黄河和长城两项，且在沙坡头黄河两岸浓缩分布。同时，中卫的许多旅游资源体现了中华民族的传统文化，如远古文化（岩画）、山水文化（山地、黄河）、石文化（黄河礁岩）、民俗文化（庙会、社火、花儿）、宗教文化（高庙等寺庙）、神仙文化（老君台）、名人文化（史实和传说）、建筑文化（各类古代与现代建筑）、风水文化（各类庙宇）、生态文化（治沙成果）等，且每一种文化体系都较为完备，有着丰富的文化载体和演变脉络。

第二，既有丰富的有形景观，又有无法估量的抽象的意境内涵景观，吸引面宽、吸引功能强。如沙坡头集大漠、黄河、长城、丝路、绿洲、古今水利工程等于一体，以别具一格的自然景观、人文景观和治沙科技成果成为世界垄断性旅游资源，具有极强的旅游吸引力，中卫庙会、小吃、岩画等资源地方特色鲜明，对各类游客均适宜。

第三，旅游资源容量大，可开发空间广阔。沙漠、绿洲、湖泊、鸟类等多种资源匹配，可规划建设多类沙漠探奇、探险旅游产品，设计安排多种旅游活动。

第四，旅游资源蕴含了多重美感成分，游客易于接受和品味，旅游产品深度开发前景广阔。以沙坡头为代表，北有大漠、丝路，中有黄河、绿洲，南有山岳、长城，独特的地理景观与象征性的人文建筑有机融合，形成了层次分明、连贯一体的深邃意境。唐代大诗人王维的著名诗篇《使至塞上》中的千古佳句“大漠孤烟直，长河落日圆”就是对沙坡头一带的真实写照。中卫依然保

存着淳朴的民风，居民在方言、穿着、生活习惯、娱乐方式及建筑上保留着不少传统的影子，黄河水车、羊皮筏子、岸边稻田，与现代城市景观形成了鲜明的对比。

第五，资源的大众感知形象鲜明，形象资源深厚，容易引导游客形成旅游决策。大众游客对中卫旅游资源的鲜明感知形象主要体现在沙坡头。世界第一条流动沙漠中的铁路、“世界环保 500 佳单位”和国家级自然保护区的治沙科技形象、“沙坡鸣钟”的自然景观形象等，都极易激发游人的兴趣，引发出游行为。

④资源整体通达性好，可进入性强

中卫交通区位优势，为包兰、宝中、甘武和规划中的中太铁路交会处，为西北重要的交通枢纽，境内公路四通八达，使中卫成为西部地区交通便捷的区域之一。

综上所述，中卫及代表性景区沙坡头自然、人文旅游资源兼备，特色突出，优势巨大，开发前景良好，潜力无穷。

(2) 劣势评价

①不少旅游资源开发难度较大

除沙坡头、高庙等核心资源具有品位高、规模大的特点外，境内许多资源存在分布散、现状差、位置偏僻、易受人为破坏等制约因素，开发利用的难度较大。

②生态环境较脆弱

中卫地处干旱荒漠地区，生态系统自我修复能力弱，游人的大量涌入，易造成生态环境的破坏。如通湖草原和边关湿地等地，若无适当的措施加以控制，大量游人涌入极易造成草原植被被践踏、湖泊水体被污染等问题。

③气候因素造成淡旺季

中卫地处西北地区，冬季寒冷漫长且无冰雪资源，夏季沙漠地区白天日照过强，气温过高。气候因素造成适游期短，多种产品的开发虽然延长了其接待时间，但是游客仍然集中在每年“五一”到“十一”之间。

④区位相对偏僻，市场开发难度大

虽然中卫为西北重要交通枢纽，但由于地处偏远，离我国主要客源地距离较远，周边地区人口数量少、收入较低，客源市场开拓难度较大。

（二）沙坡头景区及中卫旅游市场

近年来，中卫市旅游市场稳步发展。2011年中卫市共接待国内外游客199.03万人次，比上年增长20%。其中，国内游客198.76万人次，增长19.9%；国内旅游业务收入12.16亿元，增长21.7%；入境游客0.27万人次，增长60%。国际旅游外汇收入66万美元，增长90.7%。全年实现旅游总收入12.2亿元，比上年增长22%。中卫市的旅游总收入相当于全市GDP的（2011年中卫市的地区国民生产总值为213.48亿元）5.7%。中卫市的入境游客仅占接待总人数的0.14%，外汇收入仅占旅游总收入的0.3%^[2]。沙坡头景区作为中卫市龙头旅游企业，其客源构成同中卫市客源结构相同，因此下文以中卫市旅游市场特点来分析。

1. 中卫旅游客源市场分析

（1）性别构成

调查显示，来中卫旅游的男性游客（65.3%）的比例要大于女性游客（34.7%），尤其是团队游客和大型商务会议团队的男性游客较大。

（2）年龄构成

调查显示，来中卫的中、青年游客比例较大（25～40岁的游客占62.5%），老年人和儿童的比例较小（5.1%）。但是，2011年老年人和儿童的比例明显上升。

（3）职业构成

行政类别行业、月收入5000元以上的游客占18.2%（主要以参会的形式到达）；工薪阶层、月收入2000～5000元的游客占54%（主要有教师、医生、银行职员、企业员工等，通过企业福利、参会等方式到达）；其他职业特点游客包括学生、企业年会代表、各行业业务销售代表等。