

长江三峡重庆库区 旅游市场开拓的 营销策略与措施研究

黄大勇 等著

经济日报 出版社

本书为重庆工商大学长江上游经济研究中心研究成果

长江三峡重庆库区 旅游市场开拓的营销策略与措施研究

黄士勇 等著

江苏工业学院图书馆
藏书章

经济日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

长江三峡重庆库区旅游市场开拓的营销策略与措施研究/黄大勇 等著

.—北京:经济日报出版社,2005.1

ISBN7-80180-324-8

I.长… II.黄… III.文学-作品集-中国-当代

IV.F825.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 052317 号

长江三峡重庆库区旅游市场开拓的营销策略与措施研究

著 者	黄大勇等
责任编辑	冯海岩
责任校对	梁久忠
出版发行	经济日报出版社
地 址	北京市宣武区白纸坊东街2号(邮政编码:100054)
电 话	010-63567690
网 址	edp.ced.com.cn
E-mail	edp@ced.com.cn
经 销	全国新华书店
印 刷	成都新千年印制有限公司
开 本	850mm×1168mm 1/32
印 张	10
字 数	240千字
版 次	2005年2月第一版
印 次	2005年2月第一次印刷
书 号	ISBN 7-80180-324-8/F·121
定 价	20.00元

版权所有 盗印必究 印装有误 负责调换

长江三峡重庆库区旅游市场 开拓的营销策略与措施研究

撰稿者

黄大勇 毛 勇 张述林
曹 扬 贾 俊 刘 琴

前 言

—

长江三峡重庆库区的旅游资源综合了自然、历史、人文等多方面的优势，堪称得天独厚。数十年来，尤其是直辖以来，重庆通过不断的改革开放，锐意进取，旅游业逐步发展壮大。但是，从总体上讲，重庆在旅游产业的发展上还仍然没有迈出大的步伐，旅游业的发展水平还很低。特别是与同类城市相比，重庆市的旅游资源还远远没有充分地利用起来，重庆市的旅游形象还有待进一步提升，其对于经济发展的贡献还很低。迄今为止，重庆市丰富的旅游资源与我市十分落后的旅游产业形成了强烈的对比，重庆旅游业的发展面临严峻挑战。进入 21 世纪，知识经济迅猛发展，中国加入 WTO，西部大开发战略实施等，使长江三峡重庆库区旅游业在面临挑战的同时，也获得了前所未有的发展机遇。新世纪的重庆旅游业如何充分利用自身优势，在总结多年来的经验教训基础上，把握机遇，在新的形势下寻求新的突

破是摆在长江三峡重庆库区旅游业面前的重大课题。

本书希望通过对三峡重庆库区旅游市场开拓的策略与措施的全面分析和研究，为重庆库区旅游业的发展提供一些借鉴，为实现重庆旅游业的全面振兴贡献一份力量。

二

全书共 13 个部分。

(一) 关于长江三峡重庆库区旅游业的运行状况

我们认为，近年来长江三峡重庆库区旅游业总体呈现稳定快速增长的状况；国际市场发展态势良好，国内市场呈不断上升的趋势，且上升速度高于国内平均水平，本地客源市场开始启动；长江三峡重庆库区旅游客源市场在市场规模、市场的地域分布、市场竞争、客源构成、旅游形式、旅游消费方式、旅游消费结构等方面呈现出自身的特点；从 8 个方面分析了近年来三峡重庆库区旅游复兴和快速增长的原因。

(二) 关于长江三峡重庆库区旅游客源市场存在的问题及原因

我们结合长江三峡重庆库区旅游市场的实际，分析了三峡重庆库区旅游客源市场存在的“旅游市场不健全，‘小散弱差’现象相当突出”、“旅游景点容量与旅

游客源不断扩大的矛盾日益突出”、“旅游客源市场狭小，客源结构单一”、“旅游体制不顺，缺乏统一管理，经营行为难以规范，市场秩序较为混乱”、“旅游市场内部竞争过于激烈”等问题，并从旅游资源的开发、旅游市场的开拓、旅游产品的开发、旅游交通、政府宏观环境等各方面分析了旅游市场存在问题的原因。

（三）关于长江三峡重庆库区旅游客源市场消费比较与客源市场定位

我们认为，要对重庆旅游客源市场进行定位并确定开拓客源市场的重点，就应对不同客源的总量以及他们对旅游收入的贡献进行分析。我们对 1996 年的统计进行了分析，明确了重庆客源市场的主体。从不同角度对客源市场进行了细分，然后针对不同类型的旅游产品，结合旅游者的不同需求，选择不同的目标市场。根据以上分析及旅游市场发育的一般特点，我们认为重庆旅游业的发展应该采取“坚持国内国际旅游并重，优先发展国内旅游，加快发展国际旅游，着重解决近期旅游移民和旅游扶贫两大问题”的客源市场定位策略。

（四）关于长江三峡重庆库区国内旅游客源市场的复兴与开拓的营销策略及战略措施

我们提出了以下战略措施：（1）全面理顺旅游管理体制，综合治理库区旅游业的发展环境；（2）加强库区生态环境保护，促进库区旅游可持续发展；（3）完善库

区旅游配套设施，提高库区旅游产品质量；(4) 实施旅游人才战略，提高库区旅游管理水平；(5) 改善库区交通，增加库区旅游出入口；(6) 加快库区旅游法规和旅游管理条例的制定与完善，依法治理库区旅游业，规范库区旅游市场，维护库区旅游整体形象；(7) 广开渠道，筹措旅游发展资金。

(五) 关于长江三峡重庆库区旅游国际客源市场的复兴与开拓的营销策略及战略措施

我们提出了以下战略措施：(1) 高起点、高水平打造一批库区国际旅游的精品，树立库区旅游品牌；(2) 增加库区旅游投入，尽快完善库区旅游接待设施，全面提高旅游服务质量，树立库区旅游市场形象；(3) 构建新的战略重点，推进库区旅游全面发展；(4) 深化库区旅游体制改革，尽快实行政企分开，加强行业管理，迎合国际旅游市场需求。

(六) 关于长江三峡重庆库区旅游客源市场发展潜力分析与近期客源市场预测

我们着重探讨和分析了长江三峡重庆旅游客源市场的发展背景、发展优势、发展机遇和三峡重庆库区旅游客源市场发展预测。

(七) 关于长江三峡重庆库区旅游市场复兴与开拓的战略措施

我们提出了以下措施：(1) 旅游资源及产品开发的

战略措施；(2) 旅游市场开发与促销的战略措施；(3) 加快旅游基础设施建设步伐；(4) 加快旅游配套服务体系的建设；(5) 强化旅游行业管理与旅游人才培养教育工作；(6) 抓好旅游发展规划；(7) 进一步扩大对外开放；(8) 提高旅游产业的应变能力，减少对经济形势波动和突发因素的敏感度。

(八) 关于长江三峡重庆库区旅行社的营销策略

在分析了长江三峡重庆库区旅行社市场营销现状的基础上，我们分别从以下几个方面提出了实施策略：选择合适的目标市场、开发独具特色的旅游产品、制定合理的价格竞争策略、旅行社销售渠道策略、促销策略。

(九) 关于长江三峡重庆库区旅游网络营销的发展策略

我们认为，为充分发挥旅游网络营销的优势，三峡库区应在转变思想观念、加快和完善旅游业信息化基础设施建设、注重旅游网络营销策略的组合、多渠道开展网络预订和销售等方面下功夫。

(十) 关于加入 WTO 对长江三峡重庆库区旅游业发展的影响与对策建议

我们在分析了加入 WTO 对重庆市旅游业发展的影响的基础上，提出了以下对策和建议：(1) 抓住机遇，转变观念，增强适应能力；(2) 加大旅游业招商引资力度，使更多的境外资金投向重庆市旅游业；(3) 加快旅

游行业管理体制和企业体制改革的步伐，尽快建立起适应社会主义市场经济发展要求的现代企业制度；（4）加大海外旅游促销的力度，树立品牌意识；（5）加强旅游产品开发力度；（6）完善与旅游业相关的法规，加强旅游市场的规范和管理，并充分与国际市场接轨；（7）要抓紧人才培养，加强对旅游从业人员的教育培训工作。

（十一）关于长江三峡重庆库区区域内外旅游联合与协作发展的措施与对策

我们认为，三峡库区旅游业要实现全面发展，必须加强库区区域内的旅游联合与协作，把握联合与协作的现实条件，提出了以下措施与对策：（1）采取多种形式实施联合与协作；（2）各级政府应该采取政策倾斜支持联合与协作发展；（3）联合搞好旅游人才培养，全面提高从业人员素质；（4）加强库区内地、市、县政府间的联合与协作，强化宏观管理；（5）加快旅游立法步伐，把联合与协作发展旅游业纳入法制化轨道；（6）联合促销，树立三峡旅游整体形象；（7）联合开发具有三峡地方特色的旅游项目，使旅游资源开发向纵深发展；（8）加强政府调控与管理的力度；（9）旅游企业要加大改革力度，扩大旅游企业规模，增强竞争能力。

（十二）关于长江三峡重庆库区有代表性的区市县旅游市场营销策略

我们针对长江三峡重庆库区各区市县旅游资源的

同特点，提出不同的旅游市场营销策略。我们以黔江、涪陵、江津、巫山、大足等几个区市县为例从不同角度分别说明。其中，对黔江主要就旅游产品及旅游线路设计、主题公园和专题旅游产品开发与设计、旅游商品开发策略、策划旅游形象、培育旅游精品几个方面提出一些思路；巫山是长江三峡重庆库区旅游发展的重点县，应在旅游市场开发定位、市场营销策略方面加大力度；江津市有国家级风景名胜区，要充分发挥其资源优势，可在遵循促销原则、明确促销重点、制定促销策略等方面多做文章；着重对涪陵区旅游市场现状进行了分析，提出了涪陵旅游发展的战略步骤及目标，对涪陵旅游市场进行了明确的定位，对涪陵旅游市场发展规模进行了预测，提出了一系列旅游宣传与促销策略；重点对大足县旅游商品的开发提出了开发的思路。

（十三）关于长江三峡重庆库区有代表性的景区、景点旅游市场营销策略

我们主要对长江三峡重庆库区两个国家级风景胜区金佛山风景区、四面山风景区提出了一系列市场营销策略。

三

为完成本书，我们做了大量的基础性工作，查阅了

大量的文献资料。并到重庆市及所属的区、市、县的旅游部门和各旅游景区、景点进行了实地考察和访问，收集了数百万字的文字资料。在深入调查研究的基础上，运用了市场营销学的理论知识，充分结合实际，体现了理论与实际的有效结合。

本书首次对长江三峡重庆库区旅游市场复兴与开拓的问题进行比较全面、深入的研究，具有现实意义，为长江三峡重庆库区各区市县政府及旅游行政管理部门制定旅游市场开发政策提供参考依据，为各旅游企业寻求新的发展方向提供有益参考。

四

我们都是在工作 and 教学十分繁忙的情况下，怀着对科学研究的热情，凭着对重庆旅游事业发展尽一分力的执着精神，辛勤劳作，先后用了两年的时间，三易其稿，完成了《长江三峡库区旅游市场开拓的营销策略与措施研究》一书。如果该书能为长江三峡库区旅游市场的开拓有一些帮助的话，我们将感到十分的欣慰和满足。

《长江三峡库区旅游市场开拓的营销策略与措施研究》一书撰写的分工如下：由黄大勇（重庆工商大学长江上游经济研究中心教授、重庆工商大学副校长）负责

全书的总体构架和内容策划，设计编写体例，安排章节条目，确定内容取舍，并具体担任前言、第一章、第二章、第三章、第六章、第七章、第十章、第十一章、第十二章（第三节）的撰写工作。张述林（重庆市居正社会事业咨询有限公司总经理、重庆师范大学旅游管理研究员）担任第十二章、第十三章的撰写工作。由毛勇（重庆工商大学旅游学院教研室主任、副教授、硕士）担任第四章、第五章的撰写工作。由曹扬（重庆工商大学旅游学院讲师、硕士）担任第一章（部分）、第八章、第九章、第十三章（第一节）的撰写工作并协助黄大勇教授做了一些统稿工作。由贾俊（重庆工商大学应用技术学院学院讲师）担任第二章（部分）、第三章（部分）并协助黄大勇教授做了一些统稿工作。由刘琴（重庆工商大学校办副主任、讲师）担任第十章（部分）、第十一章（部分）的撰写工作。全书成稿后，由黄大勇对各章进行了两次统稿工作，最后审定书稿后交出版社出版。

在本书的撰写过程中，吸收了国内外的有关研究成果，并受到诸多启发，有的已经在书后列出，有的限于篇幅没有列出。在此，深表谢意！

受笔者水平和可掌握资料的限制，书中可能存在不少缺陷和疏漏，热忱欢迎学界前辈、研究同仁和读者批评指正。

学无止境，可以说，对长江三峡库区旅游市场开拓的策略研究，还仅仅是一个开端。今后，我们还将作进一步的深入研究，以指导日益发展的重庆三峡库区旅游实践。

本书在成书过程中得到了重庆工商大学的领导及旅游学院、科研处、图书馆、校办等部门的领导和工作人员的关心和支持。在出版过程中，得到经济日报出版社的大力支持。在此，谨向关心支持和帮助过我们的同志们、朋友们致以衷心的感谢。

著 者

二〇〇五年二月于渝

目 录

前 言	(1)
第一章 长江三峡重庆库区旅游业的运行状况	(1)
一、 近年来长江三峡重庆库区旅游发展的基本概 况	(1)
二、 近年来长江三峡重庆库区旅游客源市场的运 行状况分析	(6)
三、 长江三峡重庆库区旅游客源市场的总体特点	(24)
四、 近年来长江三峡重庆库区旅游业复兴与快速 增长的原因分析	(25)
第二章 长江三峡重庆库区旅游客源市场存在的问题及 原因分析	(30)
一、 长江三峡重庆库区旅游市场存在的主要问题	(30)
二、 制约长江三峡重庆库区旅游市场发展的原因 分析	(31)

第三章	长江三峡重庆库区旅游客源市场消费比较与客源市场定位	(38)
一、	长江三峡重庆库区旅游客源市场消费比较	(38)
二、	长江三峡重庆库区旅游客源市场细分	(40)
三、	长江三峡重庆库区旅游目标市场选择	(42)
四、	长江三峡重庆库区旅游客源市场定位	(43)
第四章	长江三峡库区国内旅游客源市场开拓的营销策略及战略措施	(46)
一、	长江三峡库区国内客源目标市场的选择及其特点	(46)
二、	长江三峡库区国内客源市场旅游营销环境分析	(48)
三、	长江三峡库区国内客源市场营销战略目标	(50)
四、	长江三峡库区国内旅游市场复兴与开拓的营销策略	(51)
五、	长江三峡库区国内旅游客源市场复兴与开拓的战略措施	(71)

第五章 长江三峡库区国际旅游客源市场开拓的营销策略及战略措施	(76)
一、 长江三峡库区国际目标市场的选择及特点	(76)
二、 长江三峡库区国际客源市场营销环境分析	(78)
三、 长江三峡库区国际旅游市场营销战略目标	(79)
四、 长江三峡库区国际客源市场复兴与开拓的营销策略	(79)
五、 长江三峡库区国际旅游市场复兴与开拓的战略措施	(88)
第六章 长江三峡重庆库区旅游客源市场发展潜力分析与近期客源市场预测	(91)
一、 长江三峡库区旅游发展背景的宏观判断	(91)
二、 长江三峡重庆库区旅游客源市场的发展优势	(94)
三、 长江三峡重庆库区旅游市场面临大好的发展机遇	(97)
四、 长江三峡重庆库区旅游客源市场发展预测	(99)