

云南旅游职业学院学术著作出版基金资助

旅游目的地核心竞争力研究

以云南为例

李莉叶◎著



科学技术文献出版社

SCIENTIFIC AND TECHNICAL DOCUMENTATION PRESS

中国旅游地理学学术年会论文集(2014)

旅游目的地核心竞争力研究 以云南为例

李朝晖 等著



中国旅游地理学研究会

云南旅游职业学院学术著作出版基金资助

旅游目的地核心竞争力研究

——以云南为例

李莉叶 著



科学技术文献出版社
SCIENTIFIC AND TECHNICAL DOCUMENTATION PRESS

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

旅游目的地核心竞争力研究：以云南为例 / 李莉叶著. —北京：科学技术文献出版社，2017. 8

ISBN 978-7-5189-3108-8

I. ①旅… II. ①李… III. ①旅游业发展—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 180976 号

旅游目的地核心竞争力研究——以云南为例

策划编辑：周国臻

责任编辑：李卫东

责任校对：张咧噪

责任出版：张志平

出 版 者 科学技术文献出版社

地 址 北京市复兴路15号 邮编 100038

编 务 部 (010) 58882938, 58882087 (传真)

发 行 部 (010) 58882868, 58882874 (传真)

邮 购 部 (010) 58882873

官 方 网 址 www.stdp.com.cn

发 行 者 科学技术文献出版社发行 全国各地新华书店经销

印 刷 者 北京教图印刷有限公司

版 次 2017年8月第1版 2017年8月第1次印刷

开 本 710×1000 1/16

字 数 178千

印 张 11.25

书 号 ISBN 978-7-5189-3108-8

定 价 58.00元



版权所有 违法必究

购买本社图书，凡字迹不清、缺页、倒页、脱页者，本社发行部负责调换

前 言

随着全球经济一体化和现代科学技术的进步,我国旅游目的地的发展环境变得更加复杂,市场竞争也更为激烈。而传统的研究方法在面对旅游目的地系统的综合性、复杂性和系统演化分析等方面所具有的局限性也逐渐显现。因此,本书尝试以新的方法对旅游目的地核心竞争力进行研究。

笔者把旅游目的地看作一个复杂系统,尝试将复杂性理论作为旅游目的地核心竞争力理论构建的研究基础,结合旅游目的地系统与核心竞争力理论,综合运用“还原论”与“整体论”的科学方法论,采用“有机”和“系统智能”的观点,从旅游目的地核心竞争力的复杂性分析入手,构建了旅游目的地核心竞争力理论体系,并对旅游目的地核心竞争力的内涵、特征、形成机制等内在机制进行了分析研究,提出旅游目的地核心竞争力是旅游目的地复杂系统在自身演化及与环境动力学关系中所获得的自组织、自适应、自维生的功能。旅游目的地核心竞争力的形成是旅游目的地系统“结构优化”与系统“智能优化”的结果,并能使旅游目的地保持持续竞争优势。

本书集理论研究 with 实证分析为一体,在对旅游目的地核心竞争力复杂性特征与云南旅游目的地的实际发展现状分析的基础上,运用计算机仿真模拟系统分析方法,构建了旅游目的地核心竞争力适应性与预见性研究模型,对云南旅游目的地核心竞争力进行了实证研究。并据此提出以旅游目的地系统的适应性和预见性作为旅游目的地核心竞争力的评价标准。

全书共分6章,具体研究内容如下:

第1章 通过对研究背景的分析,在对旅游目的地研究现状综述的

基础上,针对目前旅游目的地理论研究的不足及空白点,提出研究选题的依据、研究目的、研究意义,确定了研究重点和研究方法。

第2章 对复杂性理论的起源、演进及分析方法进行了阐述,并对旅游目的地系统的复杂性进行了研究。

第3章 理论研究。用复杂性理论的观点界定了旅游目的地核心竞争力的内涵、内容和特征。提出旅游目的地核心竞争力是旅游目的地系统能够通过系统内各旅游主体要素之间的非线性相互作用,在路径依赖和涨落作用下自行演化,最终使旅游目的地系统产生自组织、自适应、自维生、自催化、自复制作用,并具有保持旅游目的地持续竞争优势的功能。同时对目的地核心竞争力与相关的目的地竞争力、目的地资源和目的地创新等概念的关系进行了辨析。

第4章 对旅游目的地核心竞争力的形成条件、形成主体及主体之间的关系进行了分析,对旅游目的地核心竞争力的构建路径、动力来源、培育机制进行了阐述,借鉴遗传算法和人工神经网络方法构建了旅游目的地核心竞争力适应性与预见性模型。

第5章 实证研究。对云南省旅游发展现状进行了分析,将云南旅游与全国旅游发展现状进行了比较研究,运用旅游目的地核心竞争力适应性模型与预见性模型对云南旅游目的地核心竞争力进行了实证分析,并对实证研究结果进行了分析评价。

第6章 总结全书的主要观点、主要创新点,并提出研究展望。

全书在对旅游目的地的核心竞争力的研究中,提出了以下主要创新点及研究结论:

“有机”系统的“智能性”是研究旅游目的地核心竞争力的一个新的观念。笔者认为旅游目的地核心竞争力的形成过程是系统结构的优化过程,是目的地系统“智能形成”和“智能优化”、最终实现“组织效益”最大化的过程,继而实现目的地核心竞争力的社会、经济与环境的整体效益。

从这个意义上来看，目的地核心竞争力就是目的地的“系统智能”。目的地的“系统智能”不仅体现为目的地作为整体所具有的自适应、自组织、自维生等能力，更是一个目的地系统具有搜集信息、产生知识、自我改造，并依据所产生的知识采取有效行动的能力，也是目的地系统主动适应环境变化或创造适合目的地系统自身发展环境的能力。目的地的“系统智能”不但无法被其他目的地系统组织成功照搬与复制，而且能让目的地系统自身保持持续的竞争优势，即目的地系统的智能优势决定其竞争优势。

运用人工神经网络与遗传算法开发出的旅游目的地核心竞争力预见性模型与旅游目的地核心竞争力适应性模型实证分析结果表明，在在与云南地域相近、经济发展条件相近的四川、贵州、广西等旅游目的地相比较时，考量旅游目的地核心竞争力的预见性，云南旅游目的地的预见性比贵州、广西弱，仅比四川稍强。而运用旅游目的地核心竞争力适应性模型实证分析的结果则显示，随着协同竞争机制的引入，云南旅游目的地整体的适应性会得到不断增强。综合而言，实证分析的结论与本书的理论构建是相互支撑和相互印证的。

目 录

第1章 绪 论	1
第1节 研究背景	1
第2节 研究进展	8
第3节 研究意义	14
第4节 研究方法	16
第2章 复杂性理论与旅游系统的复杂性	20
第1节 复杂性理论和复杂系统	20
第2节 旅游系统及其特征	33
第3节 旅游目的地系统复杂性研究	39
第3章 旅游目的地核心竞争力理论及分析	51
第1节 核心竞争力理论	51
第2节 旅游目的地核心竞争力理论	60
第3节 旅游目的地核心竞争力解析	65
第4章 旅游目的地核心竞争力的形成及分析	71
第1节 旅游目的地核心竞争力的形成条件	71
第2节 旅游目的地核心竞争力的构建路径	77
第3节 旅游目的地核心竞争力的建模方法	91
第5章 实证分析	104
第1节 云南旅游目的地发展进程	104
第2节 旅游目的地核心竞争力模型的构建	114
第3节 实证分析结果的评价分析	125

第6章 结 论..... 130

附件1 旅游目的地核心竞争力预见性模型的主要代码 135

附件2 旅游目的地核心竞争力适应性模型的主要代码 148

书中引用文献..... 158

参考文献..... 164

致 谢..... 167

第1章 绪 论

第1节 研究背景

知识经济时代第三次浪潮体现的社会发展动力不再是以体能和机械能为主,而是以智能为主,信息与知识已成为一个国家发展的关键资源。世界经济发展也不断呈现出新的特征、新的趋势,信息化、全球化、区域化不仅带来了生产方式的智能化发展,多元的经济结构也以第三产业即服务型产业为主。而全球化给经济发展带来更多的发展机遇。经济整合、资源配置优化、迅捷化和网络化已成为经济发展的物质保障。同时,区域化与全球化彼此的互动与掣肘,不仅有利于区域的多极化发展和多元经济的崛起,也带来了旅游经济发展新的机遇、新的困境与新的问题。

一、旅游国际环境的变化

(一) 金融危机引发的经济环境变化

2008年由美国次贷危机引发的金融危机迅速蔓延,演变为全球性的金融危机,这个过程发展之快、数量之大、影响之巨,是人们始料不及的。危机的全面爆发,不仅引发了全球金融动荡,而且开始对实体经济产生各种影响,随之而来的股市暴跌、信贷收缩和投资者信心崩溃,使许多发达国家和一些新兴市场国家纷纷陷入衰退,世界经济步入停滞甚至衰退的风险明显上升。

随着全球经济危机影响的逐步深化和扩展,金融危机及其所带来的经济衰退对我国的入境旅游收入、旅游企业投资和国内旅游消费也产生了不同程度的负面影响,进而对国内旅游的增长也形成了制约。2008年我国入境旅游总体呈现下滑态势,国家旅游局发布的相关数据显示,我国入境旅游人数同比增长率为-6.83%。从宏观层面来看,国内旅游主要受到自然灾害、取

消黄金周等自然及社会因素的影响。从国内旅游者的微观行为特征看,在经济转轨时期,由于就业、社保等方面的不确定性相对增加,国内居民旅游花费增幅总体上大大低于人均收入增幅。^[1]

(二) 国内外旅游环境的变化

1. 经济全球化引发的旅游复杂性的变化

经济全球化促进了经济效益的提高和世界产业规模的扩大,同时,随着全球化进程的加深和信息化社会的快速发展,也引起了经济产出与消费结构、地点的变化,旅游者活动的空间范围也在不断扩展。此外在世界旅游发展过程中,由国内外经济、社会和自然环境变化引发的旅游发展环境变化的复杂性也日益加强。世界各地连续不断的自然灾害、技术事故、恐怖袭击、宗教冲突、持续的局部战争、各种新型传染性疾病的出现等环境的复杂性变化加剧。如受美国“911”恐怖袭击事件、全球金融危机、局部地区战事、公共卫生安全等国际重大事件冲击及各种自然灾害等因素交织叠加的影响,世界旅游发展呈现出低速增长、短期波动和敏感性增强等新特征。^[2]

旅游业受到各类突发事件的冲击更为直接,这不仅影响到旅游业发展的基本安全要求,而且极大地影响了目的地旅游的可持续发展。也意味着旅游业作为一个经济产业,其发展极大地依赖于内外部环境的稳定和平衡,与其他产业相比,面临着负面事件更加严峻的挑战。^[3]

2. 国内外经济变化对旅游环境的影响

从国际上看,世界投资重心正在不断向经济发展迅速的亚太地区转移。一方面,在全球范围内的世界经济结构调整,给我国经济发展带来了深刻的影响,我国经济面临着新的发展机遇和严峻的挑战;另一方面,经过这些年经济的高速增长,我国已经迈入世界第二大经济体,总体实力已大为增强,社会资金充裕,为旅游资源的开发奠定了坚实的基础。

为了抓住机遇、迎接挑战,使我国经济发展得更快、更好,不断增强综合国力和国际竞争力,2000年10月,中共十五届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》,把实施西部大开发、促进地区协调发展作为一项战略任务。一些富有远见的国外投资者开始把眼光逐渐转向我国发展潜力巨大的中西部地区,这为西北部地区经济发展提供了良好的外部条件。同时,世界经济的全球化及中国加入世界贸易组织的良好前景,也为西部地区深化改革、吸引外资、参与国际竞争创造了

条件。

3. 国内旅游发展政策对旅游业的促动

从我国旅游宏观政策的演变历程来看,旅游业的发展政策导向在不同历史时期经历着不断地调整。1978年改革开放后,我国旅游业逐渐实现了从事业接待型向经济产业型的转变。从重要产业到战略产业的转变和提升过程,既充分体现了我国对于旅游业本质认识的不断深化和升华,也体现了我国对旅游业定位的不断创新与发展。通过30多年的政策调整,我国旅游业日趋发展壮大,已经成为推动社会经济发展的重要力量。^[4]

2009年11月25日国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议,讨论并原则通过《关于加快发展旅游业的意见》,将旅游业作为我国战略性新兴产业。由于旅游业的综合效益好,资源消耗低,兼具经济和社会功能,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,就成为我国在新的经济社会发展时期的新任务、新目标。特别是在应对国际金融危机的冲击时,我国旅游业在经济社会发展中充分发挥了其综合功能和带动作用,加之由于我国处于工业化、城镇化快速发展时期,日益增长的多样化与大众化的消费需求,也为旅游业提供了新的发展机遇。

2009年7月,胡锦涛总书记在云南考察工作时指出:“要充分发挥云南作为我国通往东南亚、南亚重要的陆上通道的优势,深化同东南亚、南亚和大湄公河次区域的交流合作,不断提升沿边开放质量和水平,使云南成为我国向西南开放的重要桥头堡。”桥头堡作为陆桥经济研究中一个具有特定内涵的重要概念,是集国际运输中心、金融中心、信息中心为一体的国际商贸中心,其港口的性质、运输线路的便捷和政府部门的定位是确定桥头堡的主要依据,而云南旅游业的发展在桥头堡的主要功能定位中又占有重要的地位。

二、旅游市场竞争趋势的转变

旅游业作为战略产业,是因为其具有成长和发展为国民经济的主导产业和支柱产业的可能性。在中国人均GDP达到了1000美元迈入了中等收入国家行列之后,人们基本满足了物质生活的需求,对精神文化产品与服务的需求呈现出快速增长的势头和多层次、多样化的特点。而旅游作为满足人们精神文化需求的一种方式及第三产业的重要组成部分,必然随着时代的发展而转型。从培育旅游战略性新兴产业的角度分析,旅游竞争有以下几个方面的转变

趋势。

（一）旅游产品竞争向目的地竞争的转变

21 世纪以前，中国的旅游主要是以团队式的、标准化的观光旅游的模式为主。随着时代的发展，这种单一的观光旅游产品不仅对发达国家旅游者缺乏吸引力，也不能满足国内旅游者的多样化休闲的需求。传统的旅游产品功能已很难适应人们的需求转变，“旅游—旅游休闲—休闲旅游”将成为一种发展新模式。这表明中国旅游业发展处于从初级的观光型向高级的休闲度假型转换的过渡时期，旅游产品也必然要实现向多元化、休闲化与体验化结构的转型，完成从单一的观光旅游产品向以观光旅游与休闲度假为基础的多元休闲旅游产品转变。

由于中国旅游业正处在一个明显转型期，因此，旅游目的地也涉及从总体发展模式（从入境旅游到国内旅游、出境旅游）、市场供求关系（由卖方市场到买方市场）、产业增长方式（从规模经济到系统经济）、产业空间布局（大空间尺度的多中心化、中空间尺度的短线旅游化、小尺度空间的郊野化）、产业组织结构（国际化、集团化、中介代理组织强化）等方面的转变。旅游接待地的旅游业转型一般也要经历自然发展、接待要素发展、吸引物发展、产业协同发展、目的地发展和区域发展等六个递进阶段，这种向高一阶段的跃升就是旅游业转型过程。具体内容涉及旅游产业功能、政策、布局、产品、结构，以及旅游增长方式与管理方式等多个方面。^[5]

罗明义等（2007）^[6]分析了旅游服务贸易竞争的层次，认为旅游服务贸易竞争通常表现为产品竞争、产业竞争和目的地竞争 3 个层次。其认为旅游产品竞争是基础，旅游产业竞争是重点，旅游目的地竞争是关键，三者从不同层次决定和影响旅游服务贸易的竞争优势和竞争力。由于旅游目的地竞争是一种综合性的竞争，与旅游产品和旅游产业竞争相比，竞争的范围更广、内容更多、层次更高。因此，旅游服务的竞争必然要经历从旅游产品竞争向旅游目的地竞争的转变，发展成为一种综合性和整体性的竞争。

（二）旅游目的地市场竞争日益激烈

有市场就有竞争，国际旅游市场竞争的态势，迫使我们做出参与竞争的积极反应。无论是欧美等传统旅游强国，还是亚太新兴旅游接待国，国与国之间、地区与地区之间旅游竞争的趋势已经日趋明朗和激烈。作为亚太地区

的一个重要旅游接待国,把握市场机遇的合理选择,集中国际旅游市场开发是应对这种激烈竞争和严峻挑战的重要内容。

旅游市场竞争是旅游经济运行得以实现的内在机制,是与旅游经济存在联系的外部强制形式。旅游市场竞争的客观必然性源自于市场经济运行一般规律要求,体现了旅游经济运行的特殊规律。旅游市场属于买方市场,而且是一个供大于求的买方市场,旅游需求的变化性和可替代性相当高,因此旅游者在市场上占据主导地位。此外,由于旅游产品的无形性和不可转移性等特点,使得旅游企业对市场的依赖性较其他行业强,这就决定了在旅游市场的竞争方面旅游企业面临巨大挑战。旅游企业为了能更好满足旅游者的需求,占据更多的市场份额,就必然展开激烈的竞争。哈佛大学商学院迈克尔·波特教授在其《竞争战略》一书中提出了这样一个观点:一个产业的激烈竞争程度及产业中的潜在赢利能力的大小,取决于产业结构中的五种竞争力量(即潜在的加入竞争者、产业竞争者、替代品、买方、供应方)。因此,在激烈的市场竞争中,旅游经营者要想立足生存就必须通过各种策略尽可能多地吸引旅游者,并尽可能地打压其他竞争对手,特别是处于同一地域或经营同类旅游产品的竞争对手。地理位置邻近的旅游目的地或同类旅游产品的经营者之间,更经常处于一种激烈的竞争态势。旅游企业,特别是旅行社陷入了激烈的市场竞争,而恶性削价竞争就是其最常用的手段之一。旅行社产品价格越来越接近成本甚至低于成本,“零团费”“负团费”旅游团大量出现。恶性竞争最直观的表现是旅游市场上的价格混乱,尽管政府采取了诸多的规制措施,但旅游市场的恶性竞争局面仍没得到有效遏制。

三、旅游经济发展趋向

(一) 国际旅游经济发展趋向

根据世界旅游组织发布的《2006—2007年的旅游研究报告》,2006年世界总需求比2005年增长了4.6%,达到了64 772亿美元;旅游经济增加值49 638亿美元,增长4.8%。其中,亚太地区国际旅游者人数增长率为7.6%,非洲地区增长率为8.1%。然而,由于金融危机的影响,根据联合国和世界银行发布的报告,2009年世界经济增长率从2008年的3.4%下滑到-2.2%,是进入21世纪以来首次出现负增长。

为应对全球金融危机,各国在2009年采取了一系列的财政、金融刺激

和多边合作协调等政策措施以后,全球国际入境旅游增长率开始回升。2010年,世界旅游进入全面恢复性增长阶段,但世界旅游发展仍面临众多因素影响,如全球经济衰退的影响、贸易保护主义的影响、局部地区和国家之间发生的重大武装冲突的影响、恐怖主义活动、自然灾害的影响等。由于这些影响,世界各国的旅游客源结构也在发生变化,过去世界各国重视出、入境游客指标,而目前无论是世界最大旅游国的美国还是新兴经济体的中国、印度,国内游客正成为各自最大的客源市场。

(二) 国内旅游经济发展趋向

改革开放30年来,我国的旅游业呈现出快速增长的发展态势,经历了由事业型向产业型转变,以国际旅游带动国内旅游,继而发展出境旅游的三个重要的时期。中国旅游业不仅成为国民经济的重要产业,树立起世界旅游大国的鲜明形象,而且成为推动世界旅游发展最富活力的重要力量。

目前,中国已经成为全球第四大入境旅游接待国、亚洲最大出境旅游客源国。2007年,接待入境过夜旅游人数已达5472万人次,旅游外汇收入达419亿美元,分别比1978年增长了75倍和158倍。国内旅游人数从1990年的2.8亿人次增加到2007年的16.1亿人次,国内旅游收入从170亿元增加到7771亿元。旅游业总收入首次突破1万亿元,达1.09万亿元,比1990年增长了29倍。我国继续保持全球第四大入境旅游接待国、亚洲最大出境旅游客源国的地位(表1-1)。

从表1-1可以看出,中国旅游业在30年的发展历程中有两个年度的旅游外汇收入排名下降,分别受1989年和2003年特殊情况的影响。这是由于旅游业所具有的敏感性和波动性决定的,但我国旅游业发展总的态势是良好的。世界旅游组织在1997年预测:到2020年,中国将成为世界第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。同年,总部设在日内瓦的世界经济论坛(World Economic Forum)对全球124个国家和地区的旅游业竞争力进行了排名,所依据的指标包括旅游政策及规定、环境管理、治安情况、卫生情况、对旅游业重视程度、空中及地面交通设施、旅游基础设施、信息技术设施、价格竞争力、人力资本、旅游观念及自然和文化资源。排在全球前15名的国家和地区依次是瑞士、奥地利、德国、冰岛、美国、中国香港、加拿大、新加坡、卢森堡、英国、丹麦、法国、澳大利亚、新西兰和西班牙。印度和中国大陆分别排名第65和第71。

表 1-1 1978—2011 年中国旅游业发展情况表

年份	接待国际 旅游人数 (万人次)	世界 排名 (位)	国际旅游 收入 (亿美元)	世界 排名 (位)	国内旅游 人数 (万人次)	国内旅游 收入 (亿元)	旅游总 收入 (亿元)
1978	71.6	—	2.63	—	—	—	—
1979	152.9	—	4.49	—	—	—	—
1980	350.0	18	6.17	34	—	—	—
1985	713.3	13	12.50	21	24 000	80.00	181.00
1990	1048.4	11	22.18	25	28 000	170.00	354.06
1995	2003.4	8	87.33	10	62 900	1375.70	2098.00
2000	3122.9	5	162.24	7	74 400	3175.54	4519.00
2001	3316.7	5	177.92	5	78 400	3522.37	4995.00
2002	3680.3	5	203.85	5	87 800	3878.36	5570.30
2003	3297.1	5	174.06	7	87 000	3442.27	—
2004	4176.1	4	257.39	7	110 200	4710.71	6838.07
2005	4680.9	4	292.96	6	121 200	5285.86	7686.00
2006	4991.3	4	339.49	5	139 400	6229.74	8935.00
2007	5472.0	4	419.00	5	161 000	7771.00	10 900.00
2008	5305.0	3	408.43	5	171 200	8749.00	11 600.00
2009	5087.5	4	396.75	5	190 200	10 183.70	12 900.00
2010	5566.45	3	458.14	—	210 300	12 579.80	15 700.00
2011	5758.07	3	484.64	4	264 100	19 305.40	22 500.00

资料来源：根据《中国旅游统计年鉴》和世界旅游组织报告等整理。

2009年4月，以达沃斯年会闻名于世的瑞士智囊机构世界经济论坛（World Economic Forum）公布了全球133个国家和地区的旅游竞争力排行榜（表1-2）。从表中可以看出，2009年中国香港的全球旅游竞争力排名上升了2位，中国大陆全球旅游竞争力排名上升了15位。因此，从宏观来看，中国旅游产业健康发展，旅游市场良性运行，旅游经济保持持续的高速增长，国际旅游竞争力不断提高。

表 1-2 2008 年、2009 年、2011 年全球旅游竞争力排行榜（部分）

排名			国家/地区	排名			国家/地区
2011 年	2009 年	2008 年		2011 年	2009 年	2008 年	
1	1	1	瑞士	9	5	9	加拿大
2	3	3	德国	10	10	16	新加坡
3	4	10	法国	12	12	14	中国香港
4	2	2	奥地利	22	23	25	日本
5	2	8	瑞典	32	31	31	韩国
6	8	7	美国	37	43	52	中国台湾
7	11	6	英国	39	47	62	中国大陆
8	6	5	西班牙	41	39	42	泰国

资料来源：根据瑞士世界经济论坛发布的全球旅游业竞争力报告整理。^①

综上所述，面对旅游国际环境的变化和我国旅游业呈现出快速增长的发展态势，中国旅游业在经历了由事业型向产业型转变、以国际旅游带动国内旅游、继而发展出境旅游的 3 个重要的时期后，旅游业的发展从我国国民经济的重要产业、支柱产业向战略产业转型，旅游的发展不仅为我国树立起世界旅游大国的鲜明形象，也成为推动我国经济发展的重要力量之一。但由于旅游业发展的敏感性、脆弱性，使其受到各类突发事件的冲击更为直接。和其他产业的发展一样，机遇与挑战并存，但面临着负面事件更为严峻的挑战，在此背景下，如何提升旅游发展的适应性与预见性，极为重要。

第 2 节 研究进展

一、旅游目的地研究概述

旅游目的地是旅游活动的重要组成部分，是旅游的重要载体。国内外旅游学术界对旅游目的地的研究起步较早，研究成果亦相当丰富，在研究的广度和深度方面都成果颇丰。随着对旅游目的地研究的深入，人们对目的地内

^① 说明：自 2009 年后瑞士世界经济论坛每两年发布一次全球旅游业竞争力排名，因此没有 2010 年、2012 年的排名数据。