



北京市哲学社会科学“十一五”规划项目
北京市教育委员会专项资助

北京旅游发展 研究报告 2010



北京旅游发展研究基地



旅游教育出版社



北京市哲学社会科学“十一五”规划项目
北京市教育委员会专项资助

北京旅游发展 研究报告

2010



北京旅游发展研究基地



旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:孙延旭 王延永

图书在版编目(CIP)数据

北京旅游发展研究报告. 2010/北京旅游发展研究基地编. —北京:旅游教育出版社, 2010. 10

ISBN 978-7-5637-1140-6

I. ①北… II. ①北… III. ①旅游经济—经济发展—研究报告—北京市—2010 IV. ①F592. 71

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 193884 号

北京市哲学社会科学“十一五”规划项目

北京市教育委员会专项资助

北京旅游发展研究报告 2010

北京旅游发展研究基地

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	tepx@163. com
印刷单位	北京科普瑞印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	19. 125
字 数	277 千字
版 次	2010 年 10 月第 1 版
印 次	2010 年 10 月第 1 次印刷
定 价	40. 00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

《北京旅游发展研究报告 2010》编委会

主 任：计金标

副主任：韩玉灵 邹统钎 张凌云

主 编：魏 翔

编 委：（按姓氏音序排序）

安金明 程宇红 戴 斌 杜 江 谷慧敏

韩玉灵 计金标 李 宏 厉新建 刘大可

刘 权 秦 宇 唐鸣镝 王 俞 魏 翔

许忠伟 张广瑞 张 辉 张凌云 朱蕴波

邹统钎



总序

北京旅游发展研究基地（以下简称基地）是北京市首批市级哲学社会科学研究基地，成立于2004年。北京第二外国语学院作为主要建设单位，通过四方共建协议与北京市教育委员会、北京市旅游局、北京市哲学社会科学规划办公室共同建设基地。基地的建设宗旨是：以北京第二外国语学院北京市重点学科——旅游学科为基础，依托本校旅游发展研究院、旅游管理学院、旅游教育出版社，以及校外北京市旅游局、首都旅游集团、中国社会科学院旅游研究中心等机构，整合旅游及相关研究优势资源，紧紧围绕我国尤其是北京旅游业发展过程中亟待研究解决的重大理论和现实问题设计研究项目，推动我国及北京旅游研究领域的拓展、研究方法的创新和研究水平的提高，有效提升北京旅游教学、研究和旅游业发展在国际上的层次和地位。

第一个3年建设周期中，基地在北京市教育委员会和北京市哲学社会科学规划办公室等各级领导、部门的关心和指导下，在北京第二外国语学院领导的大力支持下，通过与北京市旅游局及各区县旅游局、各有关旅游企业、高等院校和科研院所的合作，取得了一批高质量的成果，为北京市及全国旅游研究和旅游行业发展作出了应有的贡献，实现了基地建设的第一期目标。

新一轮建设中（2008~2010年），基地的目标是，进一步提升基地的学术声誉和社会影响力，更好地为旅游研究和旅游产业发展服务。而“狠抓标志性成果建设，打造权威报告品牌”是实现第二轮建设目标的一条重要途径。2009年是新一轮基地建设至关重要的一年。今年乃至今后几年，陆续出版的标志性成果主要体现在两个方面：面向北京市旅游行政管理机构和实践单位的《北京旅游发展研究报告》；面向旅游学科学术研究领域、致力于旅游学科建设和人才培养的《中国旅游产业发展年度报告》、《中国旅游企业发展年度报告》、《中国旅游目的地发展年度报告》、《中国会展经济发展年度报告》（联合）、《中国旅游教育发展年度报告》（联合）、《中国旅游研究》、《国际旅游研究》等。使上述报告成为“权威报告品



牌”，是每个研究人员努力追求的目标和共同的期待。至于说能否实现我们的预期，这不是通过简单的行政评价就能作出最终结论的，需要经过长期的积淀和时间的充分验证。如果经过十年、二十年，当新一代旅游工作者或者研究人员或者学子们在学习、研究到相关旅游问题时，还需要去翻开这些也许已经变得发黄的著作时，当几乎所有研究或者从事旅游的人士要经常翻阅这些报告以期从中获得灵感时，我们就有理由相信报告是“权威”的。

《北京旅游发展研究报告》作为北京市哲学社会科学重点规划项目，其目的在于对北京市旅游经济与旅游市场的整体发展、北京旅游各行业运行状况、旅游供需市场、旅游行政管理及年度热点与创新等问题进行充分研究和集中展示，以期对实践具有一定的指导作用。在历年报告的基本框架基础上，新的《北京旅游发展研究报告》做了局部微调，主要由旅游总体经济研究、旅游行业研究、旅游市场研究、旅游行政管理研究、旅游专题研究等五大板块组成。基地的专家们尽了最大的努力，力图对每年北京旅游产业运行状况以及旅游研究热点和创新点进行全面阐述。

编辑《中国旅游研究》系列文集的目的，是收录一批在国内各个旅游研究领域的优秀论文，体现我国旅游研究每一年度取得的成果与进展，并使之成为记录中国旅游研究发展的标志性文本。《中国旅游研究》按照当年的研究特点，分为6~8个板块：研究综述、旅游者、旅游企业管理、旅游目的地、旅游产业、休闲经济、旅游新业态、基础理论研究等，较好地体现了中国原创和多视角的研究特色。

在全球化的大背景下，国际的学术交流越来越频繁，了解国外旅游研究的新视角、新方法、新动态，对于国内学者开阔视野、提高研究水平具有重要意义。基地专家从国外顶尖的旅游及接待服务业期刊（例如：*Tourism Management*；*International Journal of Hospitality Management*；*Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*；*Tourism Recreation Research*）发表的论文中，选择编译一部分我们认为能够体现国际研究水平的论文，以《国际旅游研究》的题名出版。相信这些文章能够给国内读者带来新视野和新启示。

《中国旅游教育年度报告》是在国家旅游局和中国旅游协会旅游教育分会的大力支持下由北京第二外国语学院承办的年度性研究报告。其目的在于及时总结中国在旅游教育方面的发展状态和经验、发布的相关数据，从中国旅游业发展的角度为旅游教育的专业建设、学科发展、人才需求、行政管理提供有助于他们掌握全局动态的、具有前瞻性的、及时和准确的信



息和建议。报告的主体框架分为4个部分：中国旅游教育情况年度概览、中国旅游教育发展现状研究、中国旅游教育质量年度表现研究和中国旅游教育年度热点。

作为中国的主要旅游教育、研究中心和基地之一，北京第二外国语学院始终将旅游学科的发展作为学校发展的重要战略。北京旅游发展研究基地依托于二外，除了完成作为一个北京市市级研究基地自身应完成的研究任务外，也直接服务于二外的整体发展战略。我们期望通过基地全体研究人员的不懈努力，推动我国旅游教育和旅游学科发展，促进旅游学术界与行业主管部门、旅游业界的密切合作，为国家建设旅游强国、为北京市旅游产业发展提供更多优质的研究成果和最直接的智力服务，以承担起时代赋予我们的责任，完成学者的历史使命。

北京旅游发展研究基地负责人、学术委员会主任
北京第二外国语学院副校长、教授、博士生导师



目 录

第一篇

总体经济：我国旅游产业与北京旅游经济研究

回顾与展望：近年来我国旅游产业研究综述	2
2009 年北京旅游业三大市场分析	16
后奥运时期北京旅游经济发展研究	25
2008—2009 年朝阳旅游发展报告	55

第二篇

产业与企业：北京旅游行业研究

第一部分 饭店业运行状态年度报告	68
北京市饭店行业总体运行分析 2009	68
第二部分 旅行社、会展业运行状态年度报告 ...	94
2009 年北京展览业运行态势分析	94
北京冬季节事活动游客研究	107
2009 年北京市旅行社业发展态势分析	119
第三部分 旅游目的地研究	136
2009 年北京市目的地营销现状分析	136
2009 年北京市旅游景区发展	150

第三篇

游客与购买者：旅游需求市场行为研究

北京市旅游咨询服务中心 2009 年年度报告	172
2009 年度“北京市国民时间使用调查”(BTUS)	
年度锁链报告	189



第四篇

政府与政策：旅游行政管理年度报告

新形势下北京市旅游管理体制机制创新研究 250

北京市旅游安全保障体系研究 260

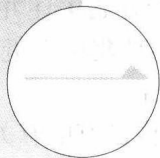
第五篇

年度热点与创新研究

同城化对北京旅游产业调整及空间布局的影响与
对策研究 276

总体经济：我国旅游产业与北京旅游经济研究

第



篇



回顾与展望:近年来我国旅游产业研究综述

张凌云^① 刘 威^②

从1978年改革开放至今,中国已经完成了从旅游资源大国到旅游大国的跨越,现在正在实现由旅游大国向旅游强国的过渡。其间旅游产业获得迅猛发展,旅游产业在国民经济中的地位也得到了逐步提升,已经从刚开始的新兴产业发展成为国民经济新的增长点,直至今天成为国民经济中的战略性支柱产业。可见,旅游产业在国民经济中的作用已经从刚开始的服务大局,进而融入主流,最终发展旅游产业成为国家战略。关于旅游产业的研究,国内学者倾注了大量的心血。到目前为止,国内研究旅游产业的论文数量不少,主要都是发表在学术期刊上的学术论文,其次是博士论文(见表1~表3)。由此可以看出,从1979年到1999年的20年里,国内学者研究“旅游产业”的文章并不多见,大多数学者开始关注并且研究“旅游产业”是在20世纪末开始的,且大量的研究成果主要集中在近5年。这与我国旅游产业实践的逐步深入和转型有着密切的关系。

本文主要对近5年国内已有的有关旅游产业的研究进行了检索、梳理、分析,通过对研究主题进行分类和总结,发现已有的研究主要集中在旅游产业组织发展及演化、旅游产业价值链、旅游产业集群、旅游产业竞争力等四个方面。

表1 1979—2009年“旅游产业”研究文献统计情况

检索来源 数据库	题名含 “旅游产业”	摘要含 “旅游产业”	关键词含 “旅游产业”
数据库1	1940	4604	5569
数据库2	9	59	20

① 张凌云(1960—),男,北京第二外国语学院旅游发展研究院教授。

② 刘 威(1986—),女,北京第二外国语学院旅游发展研究院2008级硕士研究生。



续表

检索来源 数据库	题名含 “旅游产业”	摘要含 “旅游产业”	关键词含 “旅游产业”
数据库 3	148	843	315
数据库 4	86	212	192

检索时间:2010 年 1 月 4 日;

检索引擎:中国知识资源总库—CNKI 系列数据库(下同)

注:数据库 1 是中国期刊全文数据库;

数据库 2 是中国优秀硕士学位论文全文数据库;

数据库 3 是中国博士学位论文全文数据库;

数据库 4 是中国重要会议论文全文数据库(下同)

表 2 1999—2009 年“旅游产业”研究文献统计情况

检索来源 数据库	题名含 “旅游产业”	摘要含 “旅游产业”	关键词含 “旅游产业”
数据库 1	1900	4493	5438
数据库 2	9	59	20
数据库 3	148	843	315
数据库 4	86	210	191

表 3 2004—2009 年“旅游产业”研究文献统计情况

检索来源 数据库	题名含 “旅游产业”	摘要含 “旅游产业”	关键词含 “旅游产业”
数据库 1	1539	3700	4334
数据库 2	9	54	18
数据库 3	132	759	288
数据库 4	74	174	158

一、旅游产业组织发展及演化

(一) 旅游产业组织发展研究

国内旅游产业组织研究方面,学者们最先关注的是旅游企业改制问题,即我国旅游产业从计划经济体制向市场经济体制转轨过程中的体制和机制转换问题。旅游产业从事业性质到产业性质的转换必然在产业组织层面发生变化。

改革开放后,我国的旅游企业逐步开始按照国际惯例进行了管理体制和管理制度的改革,实现了质的转变。但是旅游产业内仍存在宏观管理混乱、集团聚合水平低、三不变体制难以突破和不正当竞争等问题。叶菊英^[1]认为,一是部分旅游企业的竞争观念不强或缺乏竞争观念;二是国营旅游企业与非国营旅游企业之间存在较大的不公平竞争现象;三是严重扰乱我国旅游市场秩序的价格竞争仍然存在。朱子鹭^[2]认为,上述现象的出现要从体制上找原因。首先是改革的动力问题。企业制度改革必然涉及现有权利和利益格局的重大调整和重新分配,要合理配置责权利,建立与责权利相统一的竞争激励机制。其次是所有者虚位问题。由于产权关系权利主体不明确而形成的所有者“虚位”或“错位”问题,是企业制度改革的核心问题。要按照谁投资、谁受益、谁担风险的原则,理顺产权关系。再次是企业法人组织形式问题。企业要根据自身特点确立以多元化、分散化的产权主体结构为目标的法人组织形式。同时,他还认为,政企分开、健全旅游法规是旅游产业改制的前提和保障。

随着改革开放的不断深入,国内学者开始从产业结构、产业组织重组等多个角度对旅游产业组织进行系统分析和研究。杨钢^[3]探讨了旅游产业的市场结构、市场行为和市场绩效三个概念的基本范畴,针对我国旅游产业存在的问题提出了一些产业组织政策建议。郝索^[4]等对我国旅游产业组织结构进行了分析,认为在我国旅游业组织结构仍然存在结构松散、有机联系不够、缺乏整体合力等问题,必须采取制定相应的旅游法规和产品政策、改革企业产权制度和旅游业的管理体制等措施来优化旅游产业组织结构。蒋莎^[5]分析了中国旅游业发展中的政府职能定位问题,她认为由于市场经济存在自身难以克服的缺陷,需要政府进行必要的干预。张春娥^[6]认为中国旅游产业链在产业结构、市场壁垒、利益调节、信用机制、景区与航空等领域存在问题,解决这些问题有助于旅游产业链的构建。她还提出了区内接通、区际延伸以及纵向战略联盟等具体构建途径。



更多的学者则是聚焦具体产业,分别对饭店和旅行社行业进行探讨,在如何完善市场机制和建立现代企业制度等方面做出研究。

(二)旅游产业组织演化研究

国内关于旅游业产业组织演化的研究比较少,很多的学者提出了各自的优化路径,其中较具代表性的是贾生华和沈和江等学者的研究。贾生华、邬爱其^[7]研究了中国旅游产业的发展历程中的制度变迁,他们认为旅游管理体制变迁是旅游产业演进的重要动因;不同时期的不同类型的制度创新基于特定的环境和诱因,对产业演进施加不同的影响。他们还提出,我国旅游业未来的发展应该注重管理体制、市场组织和管理理念三方面的创新。沈和江^[8]论述了制度、技术、管理这三个核心要素对中国旅游产业化成长的意义。他认为,制度的安排推动旅游产业的形成与发展;技术的不断创新促进旅游产业的升级换代;旅游产业整体结构的优化及竞争力的不断提高需要管理对制度安排与技术实施上的进一步规范与创新。在此基础上,他阐释了制度变迁与技术创新在旅游产业化中的逻辑关系,即制度优于技术,而技术的实施有赖于先进制度的安排。

二、旅游产业价值链

(一)旅游产业价值链的含义和特点

关于旅游产业价值链的含义,大多数学者都认为旅游产业价值链是旅游产品从供应到最终消费的一系列传递过程。黄继元^[9]探讨了旅游产业价值链理论,并且构建了旅游价值链模型。他指出,旅游产业价值链,是指在旅游产业内部的不同企业承担不同的价值创造职能,旅游产业上下游多个企业共同向最终消费者提供服务(产品)时形成的分工合作关系,由旅游供给、旅游中间商和消费者三个环节组成。他还指出,旅游产业价值链具有层次性、整体性、依存性及延伸性的特点。

张捷^[10]等运用价值链理论,分析了旅游产业价值链的特征:(1)旅游产业的价值链具有较大的机动性或非唯一性,旅游产业价值链各环节可以有较多替代的中间衔接产品。(2)其价值来源具有外部性和横向性特点,常规产业通过加工逐渐增加产品的附加价值,而旅游产品则是通过组织串联价值对象实现价值增长;常规产品在生产过程中产生的价值,通过纵向链实现,亦即通过终极产品的销售利润回溯分配实现价值回收,而旅游产品价值具有横向来源,其下游企业的利润主要靠饭店折扣、景点折扣以及旅游购物商店回扣



等实现。刘蔚^[11]认为,旅游产业价值网络具有稳定性的特点,这种价值网络的稳定性除了受合约机制约束以外,声誉机制在企业网络的稳定性中也起到了很大的作用。

(二) 旅游产业价值链的构成

国内学者在旅游产业价值链方面的研究,大多是在国外研究的基础之上而进行的深一步的探索。他们从不同的角度对旅游产业价值链进行了系统的研究。

国内一些学者根据旅游中间商类型的不同,将旅游产业价值链的模式分为传统旅游中间商价值链模式和旅游电子商务价值链模式。传统旅游中间商模式把旅游产业价值链分为旅游产品供应商、旅游中间商及旅游消费者三个组成环节,在这一条价值链中,不同层次的旅游企业通过其职能分化和专业优势为旅游产品注入价值,最终使旅游产品实现价值增值(杨路明、劳本信^[12];黄继元^[9])。旅游电子商务模式认为旅行服务价值链是由消费者、供应商、分销系统、服务代理商等部分组成的。连接消费者和供应商的不一定需要旅行中间商,也可以是供应商自己的分销渠道或者专门的电子分销系统直接到达消费者,世界发达国家的分销系统在旅行服务中起着非常重要的作用。例如,全球分销系统(GDS)、饭店中央预订系统(CSR)都是非常成功的分销商,它们和旅行社、航空公司,或结合、或一起形成旅行服务行业巨头,控制着全球绝对的市场份额(任瀚^[13])。

李德明^[14]等认为传统旅游中间商价值链模式存在一定的缺陷:(1)资源流动缓慢、灵活性差。传统旅游中间商模式是一种按顺序连接的固定链,和生物链极其相似,一旦中间某一环节阻断,就会导致整个链条解体。(2)信息不对称和信息延误。一方面,旅游消费者不了解旅游企业提供的产品和服务;另一方面,旅游企业也不了解旅游消费者的需求,这样往往使价值链各链节忽略价值链的整体价值和利益,造成企业活动有时不能得到市场和消费者的承认。(3)易受某些旅游中间商的恶意控制。部分旅游中间商利用其分销渠道和信息中介的优势,截断旅游供应商和旅游消费者之间的直接信息交流和沟通,以达到控制整个价值链的目的。

马梅^[15]将旅游产业价值链分为三个层次:基本价值链、可变价值链和延伸价值链。基本价值链是从旅游实体到旅游中介的价值链环节,通过两类旅游企业间的交易关系衔接。可变价值链是旅游实体之间的价值链连接,这段价值链既可以包括提供吃住行游购娱产品与服务的所有企业,也可以只有行游、或者只有吃住、或只有游娱的短链组合。此外,按照广义的旅游产业定义,将旅游金融、保险、旅游商品都考虑在内,该产业价值链还有一段外围延



伸部分,为延伸价值链。

(三) 电子商务对旅游产业价值链的影响

电子商务对旅游业的影响显而易见,并且在不断地深入,电子商务再造了旅游产业价值链的构成,国内外学者在此领域都给予了高度的关注,该领域成为学术界研究的热点。江波和夏惠^[16]全面分析了电子商务对旅游产业价值链的影响:(1)网络的应用提高了中间商的效率,旅游中间商可以利用互联网更广泛地组织旅游中间产品,也能从网络上获得更丰富的产品源。(2)互联网的出现使旅游产品供应商能更自由地拓展市场,无须受到地域限制,既可以与旅游中间商又可以与旅游消费者发展商务关系。(3)旅游价值链的模式开始由“一对一”的模式向网状的模式转变,价值链中的各个成员的信息交流变为双向互动,解决了满足旅游者个性化需求与实现旅游业运作规模优势之间存在的内在矛盾。(4)旅游信息化条件下的旅游价值链具有更好的灵活性。旅游价值链成员之间不再是固定的联系,它可以交叉联系,也可以跨环节联系,如旅游供应商不仅可以与多个旅游中间商协作,还可以跳过旅游中间商直接向旅游者销售,从而创造出多种价值链模式,价值链成员也可以在广泛的选择机会中进行有效的资源优化整合,使价值链发挥最大的效能和实现最大的增值。

李德明、马跃^[14]和杨路明、劳本信^[12]分别从差异和成本优势两个方面探讨了电子商务对旅游产业价值链的影响。他们指出:一方面,信息通信技术让消费者能结合自己的需求重新组合产品,价值链变得灵活多变;另一方面,信息化使旅游企业有效地控制成本(特别是分销和促销成本),全球的旅游相关企业通过直接进行网上交易或电子中介,减少了产品的中介佣金成本。

三、旅游产业集群

我国旅游产业集群研究是旅游研究的前沿问题之一。虽然同国外相比,国内关于旅游产业集群的研究还是处在起步阶段,但是近年来,我国在这个领域的研究进展迅速,并取得了丰硕的成果,主要集中在以下三个方面:

(一) 旅游产业集群的内涵和特征

国内学者在对旅游产业集群进行研究时,基本上都认同“旅游集群是旅游相关的企业以及机构空间集聚现象”,在此基础上,学者们根据各自研究的内容和对集群内涵的认识不同,从不同的角度对旅游产业集群进行了界定。旅游产业集群在学术界也有“旅游产业集群”、“旅游企业集群”和“旅游集



群”等多种称谓。

尹贻梅^[17]是国内较早对旅游产业集群进行定义的学者,她从区域集群的角度出发,在探讨提升竞争力时,认为旅游企业集群是聚集在一定地域空间的旅游核心吸引物、旅游企业及旅游相关企业和部门,为了共同的目标,建立起紧密的联系协同工作,提高其竞争力。从产业集聚的结果角度,庄军^[18]认为旅游产业集群是一种现象,是旅游产业集聚到一定程度的结果,是大量与旅游者的旅游行为联系密切的行业或企业以及相关的支撑结构在空间上的集聚,并由此形成旅游产业核心竞争力和持续优势的一种现象。麻学锋^[19]等认为旅游产业集群是以旅游核心吸引物为基础,围绕旅游六大要素,同时具有竞争与合作关系,且在旅游目的地区域范围内相对集中,有交互关联性的旅游企业和部门,为了共同的目标而形成的旅游经济集聚现象。张建成^[20]认为对旅游产业集群概念的认识可以从四维的角度(功能维度、空间维度、时间维度和战略理念维度)进行分析,即旅游产业集群整合了产业链、地理空间、发展演变和战略理念四个方面的内容。据此,他将旅游产业集群定义为:由旅游吸引物、相关要素和市场通过网络、产品链或战略规划连接起来的在地理空间上集中的趋向和过程。毛剑梅^[21]通过对旅游业和制造业产业集群概念的比较分析,认为可把旅游产业集群定义为以一个特定区域的旅游吸引物为核心,以开发旅游资源、发展旅游产业为目的,在业务上相互联系、相互竞争的旅游企业、相关企业、政府部门和非政府机构在地理空间上的趋向和集聚的现象。

由于对旅游产业定义不同角度的理解,学者们对旅游产业集群特征的理解有所不同。颜醒华^[22]等从集群内企业关系的角度,将旅游产业集群的特征归纳为:(1)产业集群成员之间的依存度高。(2)集群通常有一个较为权威的“龙头企业”来影响集群经营决策和管理。(3)旅游企业在产业集群中既要有一定的稳定性又要有灵活性和适应性。张建成^[20]、胡芬^[23]认为在旅游产业集群化的过程中表现出以下特征:地理上的集聚特征;专业化分工与合作特征;关联性特征;经济外部性特征;动态性特征。张梦^[24]将旅游产业集群分为资源依赖型产业集群和专业市场带动型产业聚群,认为资源依赖型产业集群的特征是:发生在旅游目的地;集群内的企业的关系主要不表现为垂直一体化基础上的物质联系;集群内企业的联系主要是信息联系,形成了以消费者为中心的价值网系统;管理体制主要是政府主导型的制度。专业市场带动型产业聚群的特征是:主要发生在客源所在地;集群内企业之间的相互依赖性较强;集群内企业之间是以电子商务为平台,形成批发、代理、零售的旅游网络;企业与市场互相制约、互相作用、共同发展;集群的形成和发展主要依赖