

昆明市旅游市场

与旅游产品开发研究

KUNMINGSHI
LUYOU SHICHANG
YU
LUYOU CHANPIN
KAIFAYANJIU



◎ 主编 冯志成 顾幼瑾 花泽飞

◎ 副主编 宁德煌 雍容华

◎ 云南科技出版社



昆明市旅游市场 与旅游产品开发研究

主 编: 冯志成 顾幼瑾 花泽飞
副主编: 宁德煌 雍容华

云南科技出版社

责任编辑：袁 莎

封面设计：程舟行

昆明市旅游市场与旅游产品开发研究

主 编 冯志成 顾幼瑾 花泽飞

副主编 宁德煌 雍容华

云南科技出版社出版发行（昆明市书林街 100 号）
滇黔桂石油勘探局昆明印刷厂印装 新华书店经销

开本：787×1092 1/32 印张：7.25 字数：190 千
1998 年 12 月第 1 版 1998 年 12 月第 1 次印刷
印数：1~2000

ISBN 7-5416-1240-5/Z·225 定价：20.00 元

若发现印装错误请向承印厂联系

前 言

为贯彻落实云南省第六次党代会和云南省八届人大四次会议部署，更好地适应“两个转变”的要求，促进昆明旅游支柱产业的形成，带动昆明市经济建设和其他产业的发展，昆明理工大学管理与经济学院、昆明市旅游局及昆明市经济技术研究中心受昆明市人民政府委托，共同承担了《昆明市旅游市场和旅游产品开发研究》的研究课题。在昆明市政府、云南省旅游局、昆明市园林局、旅行社及各相关单位的大力支持和帮助下，经过课题组全体成员近两年的共同努力，经过多次研究讨论和修改，最终完成了此项课题的研究任务，并通过了昆明市政府的验收和云南省科委的评审。

研究报告重点从旅游需求出发研究旅游产业的发展，突破了传统的从资源出发，脱离市场需求，研究旅游产业发展的模式。利用市场营销理论，结合昆明旅游发展的实际，将昆明旅游市场开拓与旅游产品开发结合起来研究，提出了昆明地区旅游市场开拓和旅游产品开发的总体规划、发展目标及旅游市场开拓策略。结合东南亚金融危机对昆明旅游业的影响，提出了减少危机影响的对策与措施。研究报告中提出的加强东南亚市场促销，争取更多的第三国客源来昆旅游；集中资金重点开发名牌旅游产品，增加旅游产品的吸引力；在主要客源市场建立旅游办事处，重视特殊社会团体的直销渠道；加强旅游市场的营销，树立良好的旅游城市形象；重视昆明旅游业的可持续发展等建议和措施，将政府的宏观管理与企业的微观运作结合起来。因此，课题的研究成果，不仅对政府宏观管理旅游业，在增加旅游供给的同时，重视

旅游市场的开发，促进昆明旅游业发展有借鉴意义，而且对旅游企业重视市场开拓，提高旅游业的投资效益也有指导意义。为使本研究成果尽快地转化为现实的生产力，以促进昆明旅游业的发展，特将研究报告编辑成书出版发行，以奉献给从事旅游理论研究和旅游实业界的朋友。

在课题的研究中，冯志成副市长负责课题的总体设计，确定了研究目标与方法，并做了大量理论上的指导；市旅游局的花泽飞局长自始至终参加了课题的方案制定及整个研究过程，为课题提出了大量宝贵的建议；昆明理工大学的顾幼瑾教授负责全书的统稿，并执笔撰写了第一章的第一节、第三章的第五节、第四章的第一节、第六章的第一、二、三、四节及第七章的第一、二节；宁德煌副教授撰写了第五章；市旅游局的雍容华处长撰写了第三章的第一节、第二节；庞博河处长撰写了第三章的第四节；黄广碧处长撰写了第三章的第三节；昆明经济技术中心城市处刘瑞华处长撰写了第五章第三节的部分内容；李怡靖副教授撰写了前言和第一章的第二节、第四章的第二节；吴萍副教授撰写了第一章的第四节；文淑惠博士撰写了第一章的第三节、第四章的第三节、第七章第一节中关于创建优秀旅游城市部分；张悟移副教授撰写了第三章的第六节、第六章的第五、六、七节；云南大学的黄兆雄副研究员撰写了第二章、第七章的第三节。肖雁硕士和李登武硕士负责旅游商品的调查，并撰写了第三章第五节的部分内容。全书由顾幼瑾、宁德煌负责统稿和整理工作。

在课题的研究过程中，我们得到了云南省旅游局罗明义副局长、左伯俊副局长、国际市场处的石冰处长、综合处的李大金处长、昆明大学旅游系的骆静珊教授、云南省计委经济研究所杨先明博士、云南省财贸学院的李淳燕研究员、云南省经济技术中心的熊清华副主任和李伯敬处长、云南省社会科学院的贺圣达副院长、任佳副所长等许多领导、专家、教授所给予的高水平的理论

的指教，使课题研究开阔了视野，提高了理论水平，并使其研究结果具有了较高的可操作性。此外，云南省旅游局综合处的夏宝琴老师和昆明理工大学的陶美仙老师也为课题组提供了丰富详实的统计资料和研究资料，为课题的顺利完成奠定了基础。对他们的帮助和支持，课题组在此表示衷心的感谢。

由于东南亚金融危机的突变，使国际旅游市场的格局发生了较大的变化。虽然课题组随着市场的不断变化，对课题进行了反复修改，但研究报告中难免还有许多错误和不足之处，还有待进一步深入研究，望广大的旅游工作者读后能给予指正。

作 者

1998 年 11 月

目 录

绪 论	(1)
第一章 昆明地区旅游市场现状与分析	(5)
第一节 海外客源市场	(5)
第二节 国内客源市场	(39)
第三节 省内客源市场	(43)
第四节 市内客源市场	(49)
第二章 昆明地区旅游需求分析	(57)
第一节 旅游需求的发展趋势	(57)
第二节 海外旅游者的需求变化	(60)
第三节 主要客源国的旅游需求特点	(63)
第四节 国内旅游需求特色分析	(69)
第五节 海外旅游需求预测与分析	(70)
第六节 国内旅游需求预测与分析	(76)
第三章 昆明地区旅游供给分析	(80)
第一节 昆明地区旅游资源现状	(80)
第二节 昆明地区旅游接待设施现状	(90)
第三节 昆明地区旅游市场软件现状	(94)
第四节 昆明地区旅游环境条件	(98)
第五节 旅游供给问题分析	(105)
第六节 国际旅游设施供需平衡分析	(113)
第四章 昆明地区目标客源市场的选择与定位	(116)
第一节 海外客源目标市场的划分与选择	(116)
第二节 国内旅游目标市场的划分与选择	(126)
第三节 省内旅游目标市场的选择与定位	(129)
第五章 昆明地区旅游产品的开发	(132)

第一节	昆明地区旅游产品开发	(132)
第二节	昆明地区旅游商品开发	(147)
第三节	昆明地区旅游产品开发和市场开拓的总体 规划及发展目标	(152)
第六章	昆明地区旅游产品和旅游市场开拓策略	(157)
第一节	旅游产品策略	(157)
第二节	旅游产品定价策略	(162)
第三节	旅游产品销售渠道策略	(167)
第四节	旅游产品促销策略	(173)
第五节	实施 CS 战略, 创造昆明旅游形象	(184)
第六节	运用游客让渡价值理论, 形成名牌企业	(194)
第七节	推行旅游整合营销传播策略, 创造名牌产品	(200)
第七章	政府、企业与旅游的可持续发展	(205)
第一节	政府行为与旅游	(206)
第二节	企业改革与旅游	(211)
第三节	昆明旅游的可持续发展研究	(215)

绪 论

云南地处祖国西南边疆，复杂多样的地理环境形成了丰富多彩的自然旅游资源，悠久的历史及灿烂的文化形成了色彩斑斓的人文旅游资源。从而以其旅游资源总量丰富、类型多样、特色鲜明、品位优异等特点，成为我国著名的旅游胜地之一，并在世界旅游市场上占有重要地位。

昆明既是中国的历史文化名城，又是云南省的省会城市。它是全省政治、经济、文化的中心和交通通讯的枢纽，又是面向东南亚、南亚的国际性商贸旅游城市。昆明境内山川秀丽、古迹众多，自然景观与人文景观相映生辉，旅游资源极其丰富，具有全国其他城市无可比拟的四季宜人的气候和 24 种少数民族风情绚丽多彩两大特点。现已形成以国家级重点保护文物、风景区、旅游线路和旅游度假区为骨干，以省、市级重点保护文物、风景区和旅游度假区为辅的融“旅游、观光、度假、游乐”为一体的旅游体系。昆明的旅游业已在西南地区排列榜首，并进入全国旅游城市十强之列。

昆明地处滇中腹部，虽然不在边境，但它是云南省对内对外的交通枢纽，具有得天独厚的区位优势。因此，它不仅是云南省而且是大西南和全国面对东南亚、南亚的内陆国际性商贸旅游城市，是以大西南为依托，以全国为后盾的面向东南亚、南亚对外开放的国际性商贸旅游城市，是西南地区乃至全国的经济与东南亚、南亚地区经济互补的重要纽带。

昆明在云南省独特的政治地位、经济地位及区位优势，决定了昆明在云南旅游业中占有重要的地位和作用。1997 年昆明接

待的外国客源人数占全省总数的 56.1%，国际旅游创汇占全省总数的 59.36%。云南省政府已决定：以昆明为中心，以国家级滇池旅游区，省级西双版纳、阳宗海、大理、抚仙湖等旅游度假区和国家级石林旅游区为代表的岩溶景观、玉龙雪山、腾冲火山热海等为开发重点，进而辐射和带动全省各地各具特色的旅游区，形成以昆明为中心的贯穿全省紧密联系、相互辉映的旅游网络；形成以昆明为枢纽，与四川、贵州、广西、陕西乃至苏杭等旅游城市联网的国内旅游网络；形成以昆明为结合点和集散地的中国、云南省与新加坡、泰国、马来西亚等国家的旅游市场接轨的国际旅游网络。到二十一世纪，昆明将进入国际旅游城市的行列，将成为中国与东南亚、南亚国家之间国际旅游客源对流、具有现代化国际水准，规模大、功能多、特色突出的国际性旅游城市。

旅游业是当今世界上发展最迅速的产业之一，根据世界旅游组织（WTO）统计，1997 年全球国际旅游人数达 6.17 亿人次，比上年增长了 3.8%，国际旅游总收入达 4480 亿美元，比上年增长 3%。WTO 预测，到 2000 年国际旅游人数可达 6.61 亿人次，2010 年可达 9.37 亿人次。

WTO 的调查结果显示，东方时代的到来将明显影响着旅游业的发展。从 1985 年至 1994 年，无论是旅游者人数，还是旅游收入，增长最快的均是东亚太地区。1995 年东亚太地区旅游业在世界旅游市场中所占的份额进一步扩大，旅游接待人数占 14.7%，旅游收入占 18.7%，旅游人次与收入分别比上年增长了 8.6% 和 11.9%。WTO 预测 1996 年至 2010 年东亚太旅游者年均增长率为 6.6%，南亚为 6.2%，而全球平均增长率只有 3.9%。1995 年，在全球国际旅游接待人数最多的国家和地区中，中国已位列第五位。这说明未来 15 年中，国际旅游市场格局将发生重大变化，世界旅游的重心开始向东方偏移，东方的旅游时代即

将到来。面对可遇而不可求的千载良机，东盟诸国都在积极调整旅游市场策略，不断丰富和完善本国的旅游产品，同时大力进行旅游市场的促销活动，力争扩大本国在世界旅游市场所占的份额。

昆明作为中国重要的国际旅游城市之一，更应抓住“东方旅游时代”到来的契机，大力发展旅游业，通过旅游业的发展来带动全省经济的发展和对外开放的深化。尽管昆明旅游业已取得了举世瞩目、前所未有的快速发展，但由于昆明旅游业起步较晚，目前还处于旅游业发展的初期阶段，对旅游业发展的规律还处于探索和摸索阶段，因此，目前旅游业的发展还存在着许多问题，从而阻碍了昆明旅游业经济效益的提高。在全国 60 个主要旅游城市之中，1997 年昆明所接待的外国旅游者的人数在全国居第六位，但同期昆明的国际旅游创汇在全国仅居第十二位，而厦门虽然在吸引外国客源人数方面仅居全国第十位，只占昆明吸引外国客源数的 57%，但其国际旅游创汇却居全国第六位，比昆明多 54%。这充分说明昆明旅游业的发展目前还停留在数量型的增长方式上，这一方面使旅游旺季航空运力不足等云南旅游发展的瓶颈问题变得更为突出，并加剧了旅游区环境的污染问题；另一方面，也使昆明旅游业的投资并未获得较好的经济效益和社会效益，使地方发展旅游业的积极性受到挫折。因此，要提高昆明旅游业的经济效益，就必须使昆明旅游业从数量型增长转变为质量效益型增长。在强化旅游营销工作，重视旅游市场研究，吸引更多的外国客源来昆旅游的基础上，根据主要目标市场旅游者的需求，开发和完善适销对路的旅游产品，增强旅游产品的吸引力，延长旅游者来昆旅游的滞留时间和旅游消费水平，应是昆明旅游业下一步发展的重点方向。特别是 1997 年下半年，亚洲经济风云突变，泰国金融风波像地震一样迅速扩展到东南亚诸国乃至韩国，并急剧演变为金融危机。东南亚区内主要客源国中，出

现较大面积的来华旅游客源增幅明显下降的情况。周边多国货币大幅度贬值，对我国入境旅游产生负面影响，使我国在国际市场的竞争中压力加大。面对如此严峻的市场形势，昆明市一是要深入分析经济不景气国家的市场情况，找准有利因素和不利因素，制定相应的促销策略，寻找吸引客源市场的突破点；二是要放眼整体市场，在分析研究国内外旅游市场的基础上，寻找新的经济增长点，根据各客源市场的需求特点，开发、丰富和完善旅游产品，增强昆明旅游产品对国内外游客的吸引力，同时通过积极的市场营销活动，争取更多的客源来昆旅游，以丰补歉，争取以某些市场的较好增长，来弥补东南亚市场下跌造成的损失，以促进昆明旅游业的发展。

第一章 昆明地区旅游市场现状及分析

第一节 海外客源市场

近年来,昆明旅游业发展迅速,全市接待的海外游客人次和旅游创汇均有了较大的突破。1991 年全市接待海外旅游者仅 16 万人次,1997 年已增加到 51 万人次,年均递增率达 21.31%;1991 年全市旅游创汇 0.63 亿美元,1997 年增加到 1.6 亿美元,年均递增率为 16.81%。

一、海外客源市场的分类

按我国统一的旅游统计口径,可将昆明市的海外旅游市场分为外国人、华侨和港澳台胞三类市场,各类市场详情见表 1-1。

从表 1-1 可见:近年来昆明海外客源市场发生了很大变化。港澳台过去一直是昆明主要的海外客源市场,占整个海外客源市场的一半以上。从 1993 年开始,该市场的客源数量持续递减,出现负增长现象,1995 年的港澳台客源人次仅 9.29 万,占整个海外客源市场的 23.36%。1996 年开始回升,1997 年已增加到 18.22 万,其增长原因主要是随着“一国两制”政策的出台和香港回归祖国,台胞来昆进行商贸旅游和探亲旅游的人次迅速增多,1997 年台胞来昆客源达 12.71 万人次,而 1994 年和 1995 年仅 4 万多,1997 年来昆台胞比 1995 年增加了 257.29%。同期来昆港澳游客则始终保持在每年 4 万多人次的水平。1997 年港澳台游客在整个海外客源市场中的比重已从 1991 年的 62.88%,下

降到 35.72%。

华侨客源在昆明海外客源市场中始终只占极小的比例，而且随着该市场的成熟，探亲访友散客的增多，由旅行社组织入昆的华侨从 1992 年以来还有迅速下降的趋势，1997 年华侨仅占海外客源总量的 0.22%。

同期，外国人客源市场却从 1991 年只占全市海外客源市场的 35.93%，逐年上升到 1997 年的 64.06%，而且近年来一直以年均递增 33.57% 的高速度持续增加。

显然，在海外客源的三类市场中，外国人是昆明市的主要目标客源市场，该市场占到昆明海外客源总量的三分之二；港澳台胞市场占到昆明市海外客源总量的三分之一。因此，昆明市在抓住外国人这一重要客源市场的同时，对港澳台市场，特别是台湾市场也绝不可忽视。

表 1-1 昆明市 1991 ~ 1996 年海外客源人数及构成

单位 (人次)

分类 年度	海外旅游者		外国人		华侨		港澳台胞	
	人次	比重 (%)	人次	比重 (%)	人次	比重 (%)	人次	比重 (%)
1991	160165	100	57539	35.93	1913	1.19	100713	62.88
1992	231749	100	107094	46.21	977	0.42	123678	53.37
1993	286058	100	178688	62.47	1370	0.52	106000	37.06
1994	378672	100	285260	75.33	177	0.08	93235	24.62
1995	397562	100	304616	76.62	69	0.03	92877	23.36
1996	450568	100	329405	73.10	14	0.00	121149	26.88
1997	510116	100	326769	64.06	1107	0.22	182240	35.72
年均增长率	21.30		33.57		- 8.70		10.39	

资料来源：昆明市旅游局

二、外国人客源市场的现状

根据昆明市主要旅游客源的分布情况，还可将外国人客源市场细划为亚洲、美洲、大洋洲、欧洲和非洲五大客源市场。各客源市场的现状如表 1-2 所示。

表 1-2 昆明市 1993~1996 年海外客源人数及构成

(数量: 人次; 比重、递增率: %)

市 年份	亚 洲		欧 洲		美 洲		大 洋 洲		非 洲	
	数 量	比 重	数 量	比 重	数 量	比 重	数 量	比 重	数 量	比 重
1993	127997	77.06	24303	14.63	11531	6.94	2266	1.36	—	—
1994	206512	75.04	41138	14.95	23003	8.36	4213	1.53	341	0.12
1995	224329	76.58	41343	14.11	21830	7.45	4550	1.55	869	0.30
1996	248909	79.93	38017	12.21	19719	6.33	4235	1.36	517	0.17
1997	189209	68.84	47242	17.19	30809	11.21	6987	2.54	—	—
递增率	10.26		18.08		27.85		32.51		23.13	

资料来源: 昆明市旅游局

表 1-2 数字说明: 在外国人客源市场中, 从客源绝对数量来看, 客源最多的是亚洲市场, 1997 年亚洲客源在整个海外客源市场中占到 68.84%, 其次是欧洲客源 (占 17.19%), 第三是美洲客源 (11.21%), 虽然美洲客源在整个客源市场所占比重不大, 但由于美洲客源的统计数字仅包括美国和加拿大两国, 因此, 实际客源市场仍不可忽视。从客源的年均递增率来看, 90 年代增长速度最快的是大洋洲市场, 其次是美洲、非洲及欧洲市场, 增长速度最慢的是亚洲市场。这是由于亚洲市场在 90 年代初迅速发展, 客源基数大所导致。所以, 尽管 97 年的金融危机严重影响了亚洲客源市场的发展, 但亚洲市场始终是昆明市海外市场中最重要近程客源市场; 美洲市场及欧洲市场作为稳健发

展的远程客源市场，仍有较大的潜力可挖，应牢牢把握。

从海外主要客源国人次增长的速度来看，近年来处于昆明市前九位的主要客源国情况如表 1-3 所示：

表 1-3 1993~1997 年昆明市主要客源国排序表

(单位：人次)

名次	1993 年		1994 年		1995 年		1996 年		1997 年	
	国别	人数	国别	人数	国别	人数	国别	人数	国别	人数
1	泰 国	52451	泰 国	75497	泰 国	84300	泰 国	107703	泰 国	49522
2	新 加 坡	39051	新 加 坡	54249	马来西亚	55304	马来西亚	57046	新 加 坡	48927
3	日 本	18606	马来西亚	37717	新 加 坡	40945	日 本	35006	马来西亚	40587
4	美 国	9323	日 本	26425	日 本	26206	新 加 坡	33528	日 本	40555
5	马来西亚	9307	美 国	18723	美 国	17458	美 国	15775	美 国	26966
6	德 国	5584	德 国	11024	德 国	11932	德 国	10655	英 国	14624
7	法 国	4001	英 国	8011	英 国	7912	英 国	7939	德 国	13629
8	英 国	3940	法 国	5927	法 国	5209	法 国	4188	法 国	6132
9	意 大 利	2305	意 大 利	4965	意 大 利	4674	意 大 利	3669	澳大利亚	6068

表 1-4 1993~1997 年昆明市主要客源国游客年递增率 (%) 排序表

1993 年		1994 年		1995 年		1996 年		1997 年	
国 别	递增率	国 别	递增率	国 别	递增率	国 别	递增率	国 别	递增率
马来西亚	359.15	马来西亚	305.25	马来西亚	46.63	日 本	33.58	澳大利亚	84.27
新 加 坡	303.17	意 大 利	115.40	泰 国	11.66	泰 国	27.76	英 国	84.20
泰 国	176.11	英 国	103.32	德 国	8.24	马来西亚	3.15	美 国	70.94
德 国	16.26	美 国	100.83	日 本	-0.83	英 国	0.34	法 国	46.42
美 国	10.67	德 国	97.42	英 国	-1.24	美 国	-9.64	新 加 坡	45.93
英 国	7.27	法 国	48.14	意 大 利	-5.86	德 国	-10.70	德 国	27.91
法 国	7.15	泰 国	43.94	美 国	-6.76	新 加 坡	-18.11	日 本	15.85
意 大 利	4.44	日 本	42.02	法 国	-12.11	法 国	-19.60	马来西亚	-0.29
日 本	-9.71	新 加 坡	38.92	新 加 坡	-24.52	意 大 利	-21.50	泰 国	-54.02

资料来源：昆明市旅游局

表 1-5 1993~1996 年昆明市主要客源国游客年递增率变化表

国 别	1993 年	1994 年	1995 年	1996 年	1997 年
泰 国	176.11	43.94	11.66	27.76	-54.02
新 加 坡	303.17	38.92	-24.52	-18.11	45.93
日 本	-9.71	42.02	-0.83	33.58	15.85
美 国	10.67	100.83	-6.76	-9.64	70.94
马来西亚	359.15	305.25	46.63	3.15	-0.29
德 国	16.26	97.42	8.24	-10.70	27.91
法 国	7.26	103.32	-1.24	0.34	84.20
英 国	7.26	103.32	-1.24	0.34	84.20
意 大 利	4.44	115.40	-5.86	-21.50	

资料来源：昆明市旅游局

从表 1-4 和表 1-5 可见：昆明经历了 1993 年和 1994 年海外客源的迅速增长后，1996 年除泰国和马来西亚仍保持一定的增长速度，日本客源处于周期性波动外，其余主要客源国来昆客源均出现负增长率现象。但到了 1997 年，过去出现负增长的欧美客源市场和新加坡客源市场大幅度增长，而客源增长最快的泰国和马来西亚市场，由于东南亚金融危机的影响和前几年客源基数较大的原因，反而出现负增长。面对风云变幻的国际市场，昆明旅游业必须深入分析海外客源市场情况，找出问题，寻找改进措施。

三、主要外国人客源市场分析

1. 亚洲客源市场

亚洲是世界经济中发展最快、最有活力的地区。亚洲各地在经济发展与繁荣过程中，已经或正在形成一个相对富有和年轻的中产阶层。这一阶层受过良好的教育，并受西方文化的熏陶，国际交往的增多，使他们在很大程中上摆脱了东方传统的消费模式和消费心理，从青年时代起，就一边努力工作，一边享受人生，