

第一章 引 论

第一节 国内外研究现状

旅游业作为全球第一大产业，刺激国民经济发展的经济增长点，愈来愈受到世界各国的普遍关注。在当今新旧世纪交替之际，旅游热更是如火如荼。众多发展中国家的介入使世界旅游市场的格局发生很大变化。从历史长河中截取两个时间段面进行对比，即可从动态变化中审视其发展趋势。据世界旅游组织（WTO）统计，1975~1997年世界6大旅游地区（非洲、美洲、东亚太、欧洲、中东和南亚）中接待游客人数占世界市场比重增长最大的是东亚太地区，由1975年的3.9%发展为1997年的14.7%，上升10.8个百分点。国际旅游收入占世界比重，由1975年的5.3%发展为1997年的18.6%，上升13.3个百分点。而一直占据世界旅游市场前两位的欧洲和美洲却同期下降，两地区接待游客人数占世界比重由1975年的69.2%和22.5%分别降为1997年的59%和19.4%，减少了10.2和3.1个百分点。国际旅游收入占世界比重，由1975年的63.5%和28.0%分别降为1997年的49.9%和26.8%，减少了13.6和1.2个百分点。旅游业较落后的非洲，接待游客人数占世界比重从1975年2.1%增加为1997年的3.8%，上升1.7个百分点。且1997年非洲旅游形势最好，国际旅游人数增长率居世界6大区之首，高达7.4%，国际旅游收入增长率虽为4.4%，却仍高于世界平均水平。由此可以看出，过去欧洲和北美一统世界旅游市场格局的坚冰已被打破，广大发展中国家旅游业发展的势头锐不可阻。我国旅游业经20年的快速发展，已跻身世界旅游大国行列，1997年国际旅游接待人数位居全球第6，旅游外汇收入位居全球第8，此足以折射出中国政府对发展旅游的重视。更为欣喜的是，1999年国家已确定旅游业作为刺激国民经济增长的3个拉动力之一。这一战略抉择对旅游业内人士和旅游研究人员，既是一次绝好的机遇，又是一次严峻的考验和挑战。因为今天的旅游市场竞争，已不同于昨天，而是更加激烈和严酷。

旅游业是全方位、综合性、多层次、多功能的经济型产业。其理论上涉及到诸多社会人文科学和自然科学，实践上关联到几十个行业和部门的工作。发展旅游实际上是实施一项内容广泛的系统工程。国内一批专家学者为我国旅游业的发展，从理论到实际运作都做出了极大的贡献。但是，旅游学作为一门综合性、交叉性、经济性和实用性很强的新兴边缘学科，目前还是依附于不同的母学科，其学科独立性还未被确认。这一方面，是因旅游业的关联性而产生；另一方面，是因为学科本身理论年轻的缘故，致使我国旅游业乃至世界旅游业，目前存在实践超前而理论相对滞后的状况。借助相关学科理论的现象在旅游学领域还将持续相当长的时间。时至今日，六要素说、三体说、过夜说等较为成熟的理论被同仁们所接受，而新理论、新学说需要去创新、去挖掘、去整理。

旅游业的发展，受制于旅游资源开发程度和旅游市场开发规模；而旅游资源开发和旅游市场拓展，又必须以游客时空动态规律为重要依据。旅游业的发展，不仅要从资源的供

给、产品的设计方面进行研究,而且更要从旅游市场的需求方面进行探讨。在我国的旅游市场研究方面,一些学者曾对个别旅游热点城市游客的时序分布规律有所分析探讨,并做出了相应的预测预报。保继刚首次将引力模型运用于北京市国内游客的预测,优选距离、经济发展程度、文化教育水平三因素指标,建立了预测全国各省、区到北京游客数量的数学模型。张凌云讲述了国外学者在旅游地引力模型方面所做的工作,并展望了发展趋势。韩德宗翻译介绍了旅游需求预测重力模型和旅行发生模型。邢道隆通过游客抽样调查进行北京市国内旅游市场分析。吴必虎等研究了中国城市居民旅游目的地选择行为的 4 个基本规律,并从旅游者个体特征角度,讨论了性别、年龄、职业、受教育程度等因子与目的地选择之间的相互关系。郭来喜、陆林、崔凤军、唐顺铁等开创了我国旅游流研究、游客行为选择模式研究的先河。中国的旅游地理学研究经过 20 年的发展,已取得了很大的成绩,但从构成旅游大系统的客体系统、主体系统和介体系统来分析,对客体的资源开发、产品设计研究较多,且重复工作较多,而对主体的群体市场、供求关系、个体行为、综合性的研究偏少。区域开发的研究较甚,理论和方法的研究较少。经验总结的研究较多,定量分析的研究较少。本项目“中国人境旅游时空动态研究”以旅游主体系统为探讨对象,站在宏观角度,运用系统分析方法,从客源国的分析入手,综合地研究了境外游客时空动态规律,探讨了旅游流需求预测的理论和方法。

当前,在知识经济和信息技术迅猛发展的今天,国外的一些旅游业发达国家,在欧洲如德国、法国、英国、西班牙、意大利、荷兰等国家,在北美如美国、加拿大,在亚洲如日本、新加坡、韩国等国家,都在利用信息技术和现代监测技术详细观察、记录、分析游客的人数、国籍、去向、年龄、职业、旅游方式、入境方式、交通选择、餐住需求等,并开展了旅游心理感受调查及世界旅游流的研究,加上电子计算机、信息网络技术的广泛应用,为旅游管理部门和旅游企业提供了实用的科学参考信息。国际互联网旅游销售、网上促销发展迅猛。各国际著名饭店集团、航空公司的全球预订系统对其目标市场亦有较好研究,但利用地理信息系统(GIS)新技术、数学模式和地理分析手段,从时空高度综合系统研究游客活动规律及其相关模式,实现旅游流的预测预报的研究,目前尚未见到。

第二节 研究的技术路线与工作程序

1 技术路线

“中国人境旅游时空动态研究”项目以游客为研究对象,用 12 个旅游热点城市为着力点,选择入境旅游为切入面,凭借较深入的大量市场调查和国家、省市旅游局统计、抽样调查等有关资料,运用地理分析、数学建模、地图时空分析和地理信息系统辅助分析方法,从时空、宏观角度研究了入境旅游流的动态演变规律及其影响因素;建立了入境旅游流的若干数理模型,提出了亲景度、游客密度指数、游客转移态、游客接待指数、游客驱动力模型等旅游定量研究新概念;构建了入境旅游流的空间网络态势;尝试建立了多手段的旅游预测预报模型;完成中国旅游热点城市境外游客时空动态信息系统。

项目的完成采用了如下技术路线:

(1)以典型样点的实证研究作为基本的研究思路,探索境外游客的动态规律性。改革

开放 20 年来,中国对外开放的旅游城市众多,要研究境外游客时空动态情况,不可能面面俱到,把所有对外开放城市作为样本,而只能以典型的旅游热点城市为实证,从微观方面通过对点的深刻剖析,经过聚合思维加工,从宏观方面归纳演绎出面上的规律性

(2)深入的市场调查和精密的定量分析有机结合,探讨境外游客的时空动态模式。旅游是一种具有高度关联性的经济消费活动,市场调查对象又是具有高度流动性的游客样本,旅游市场调查具有较大难度。国家旅游局每年组织的海外游客抽样调查和项目组独立组织的市场调查的充分结合,为项目顺利完成打下了良好的基础。所获得的海量信息、知识和显示出的规律性通过诸种定量方法整理、分析、提炼、升华建立了相关的数学模型,揭示境外游客的动态规律性及其影响因素

(3)地理时空分析和地理信息系统充分结合,探讨了境外游客的预测预报问题。从时间序列和空间尺度研究事物现象,是地理学常用的基本分析手段。地理信息系统是地理学现代发展的高新技术,是计算机技术在地理研究范畴的有效利用。两者的充分结合,可显示出更快、更精确、更方便、更科学的应用前景特别是其处理海量数据、快捷和实用的分析模块,为境外游客的预测预报提供了一个最好的技术支撑和信息载体。

2 基本研究方法

为了寻求来华游客时空动态模式及其制约因素,达到预测预报的目的,项目组采用 GIS 技术、现代地图分析技术、地理分析技术、实地客观检测验证等相结合的研究方法,充分地利用数学模式,即通过广泛收集资料和旅游热点城市的大量连续采样、游客抽样访问、心理调查,制作各年度和一定年度序列内主要旅游城市游客时空动态系列图件。根据统计数据、调查数据、心理测试数据、研究报告、图件资料等多种信息源建立主要城市境外游客数据库。利用已有计算机分析软件及新编软件和地理分析成果,通过对空间数据进行偏相关分析、多元统计分析、叠置分析、灰色关联分析、方差分析、数学拟合、点斜关联度分析、聚类分析及模糊数学分析等,建立不同的动态类型模式。在模式研究的基础上,利用计算机技术、信息管理技术和系统工程技术,设置 GIS 模型库,实现境外游客的预测预报,辅助政府部门进行科学决策

在本项目中 GIS 既是课题研究的主要手段,又是课题研究的最终成果之一。来华游客时空动态模式研究涉及到丰富的信息,大量的数据以及各典型城市间的相互联系和动态变化资料要实现从定量、动态和机制等方面进行综合集成、分析成果使各种信息数据成为决策的科学依据,就需要 GIS 技术的支撑和协调为减少重复研究,本项目选用现有软件工具做为 GIS 的支撑软件,然后经二次开发,最终完成旅华游客时空动态地理信息系统。

研究中的技术关键是反映游客时空动态规律的模式的建立反映游客流量、强度、流向等参数的各主要旅游点、旅游路线的关联性以及 GIS 模型库的建立问题

为提高研究的深度,在全国一些旅游热点城市中,联系旅游部门、高等院校等相关单位进行旅游流的同步监测开展游客抽样调查和心理调查采集游客数量、构成、来源、目的、去向、时间等重要参数各实验点按项目总体要求提供客观监测精确数据为动态模式提供科学依据,紧密配合项目组旅游市场调查工作。

全国旅游热点城市的选择,是根据十多年来各旅游城市接待境外游客人数、旅游外汇收入及在全国入境旅游中的地位、重要性等进行筛选而确定的。根据项目要求及地理位置、经费等方面的条件,共选择了 12 个旅游热点城市作为样本,分别是北京(京)、上海(沪)、南京(宁)、苏州(苏)、杭州(杭)、厦门(厦)、广州(穗)、深圳(深)、桂林(桂)、成都(蓉)、昆明(昆)和西安(西)。通过对这些城市境外客流及其相互之间旅游流时空动态研究,在宏观方面可反映出中国入境旅游流的动态规律性及其发展趋势。

3 工作程序

本项目的研究目标是,通过近 20 年来旅华游客时间、空间上的动态规律及其制约因素的研究,不仅要深刻揭示游客动态模式,而且进一步为旅游资源开发、旅游产品设计、旅游市场拓展、旅游城市建设与旅游产业发展提供科学依据,发挥指导作用,建立旅游需求时空动态预测预报新方法。

为达到上述目标,本项目采用了如下的工作程序。

(1)信息获取阶段。首先广泛地收集资料,内容包括国家旅游局、各省区市旅游局历年的旅游统计年鉴、旅游年鉴、各种文字资料、图件资料、研究报告等。其中以 12 个旅游热点城市的相关文字、数字资料为重点资料;以国家旅游局、国家统计局城市社会经济调查总队近些年来的海外旅游者抽样调查资料、统计年鉴、旅游年鉴为重要的基本资料;以世界旅游组织(WTO)的发布资料、主要客源国旅游统计资料、世界经济年鉴为重要补充和参考资料。同时,项目组紧密围绕样本点城市开展了广泛的旅游市场调查(项目组独立设计抽样调查量表,进行境外游客抽样访问、心理测试调查等)。此项工作量大面广,从实践运作看,采用项目组和被调查城市旅游管理部门及高等院校兄弟院系的合作联合形式效果最好。重点调查样本城市接待境外游客的单点参数及其规律性,即游客从何国、何地区来?从哪个城市来?何时来?来多少?停多久?将去哪里?为什么来?有何感受等问题。这部分资料是项目研究最重要的重点资料,其和前述的海外旅游者抽样调查资料等,做为项目研究的基础。

获取资料后,然后对资料进行分类、整理。

(2)编设相关图件、建立数据库阶段。对所获资料进行分析、综合、概括取舍,编制各年度全国主要旅游热点城市境外游客时空动态系统图件。包括 1994 年、1995 年、1996 年和 1997 年各年度中国人境旅游流空间分布图,世界主要客源国及来华旅游流空间分布图,中国人境旅游流网络结构略图等。根据样本城市的统计数据、市场调查数据、心理测试数据、文字报告、研究报告、图件资料等多种信息源建立主要城市境外游客数据库。

(3)定性、定量分析,建立数学模型阶段。在对资料进行分析、整理,编设系列图件以及建立数据库的基础上,通过已有的 MapInfo 等软件和新编设软件,从时间序列、空间区域两个方面,利用数理分析和地理分析等方法,对空间数据进行模糊聚类分析、偏相关分析、方差分析、数学拟合、灰色关联分析、主成分回归模型分析、ARMA 和 ARIMA 模型分析等,建立相应的数学模型。采用时间序列、多元线性回归、随机序列齐次马氏链、灰色系统预测预报模型、差分方程、组合分析等方法,实现境外游客的预测预报。

(4)项目总结阶段。在上述研究的基础上,设置中国主要旅游热点城市境外游客时空

动态信息系统，撰写项目研制报告。同时，撰写反映研究成果的相关论文。实际上论文撰写是穿插于项目各个阶段的进展而同步进行的，便于成果及时发表。

反映项目进展的工作流程可用图 1-1 表达。

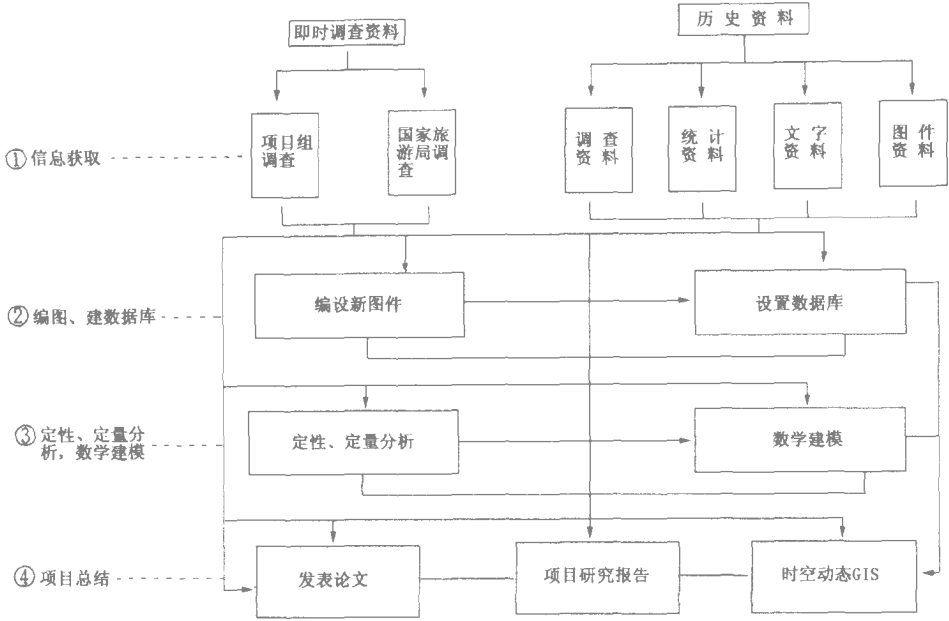


图 1-1 项目研究工作流程框图

第三节 主要研究内容

1 市场调查分析

中国人境旅游时空动态研究以实证探索为项目的基本研究路线，因而扎实、深入、细致的旅游市场调查是项目进展能否顺利的关键之一。项目组借助了 1994 年、1995 年、1996 年和 1997 年国家旅游局、国家统计局联合进行的海外旅游者年度抽样调查资料。该大范围调查由国家旅游局、公安部、国家民航总局等有关单位紧密配合，涉及全国 31 个省、自治区、直辖市近百个城市，调查点选在主要边境口岸、旅游涉外饭店和部分国际旅行社，调查问卷数达数万份。调查内容包括 抽样目标构成、在华花费、停留时间、来华次数、行程、流向、住宿选择、了解中国的媒介、服务质量和价格的评价、旅游资源喜好等。应该说此调查资料有很强的权威性和使用价值，但其和本项目境外游客时空动态趋势的研究要求对比还差之甚远，其中仅部分内容有较好实用价值。根据这种情况，项目组根据原设计要求，认真组织人力，精细周密地设计问卷，对全国 12 个样本城市的境外游客进行了随机抽样调查。该调查的误差较小，其精度符合项目要求。调查内容包括：境外游客个人特征，旅游目的、方式、次数和停留时间，动态流向和出入境口岸，旅游服务质量评价等（表 1-1）。

表 1-1 来华境外游客调查表

The investigation form for arriving tourists from the outside of the frontier to China

为改进我国旅游状况,使您下次旅行更愉快,请您填写如下栏目。(在“☐”中打“√”)感谢您的支持。 In order to improve our services in tourism and make your next in China more enjoyable, could you please complete this form and mark with“√”in“☐”? Many thanks for your co-operation.

(1)国籍、地区 Nationality, Region ☐ A 港、澳、台地区 Hongkong, Macao, Taiwan ☐ B. 华侨、华人 Overseas Chinese ☐ C. 日本 Japan ☐ D. 新加坡 Singapore ☐ E. 马来西亚 Malaysia ☐ F. 泰国 Thailand ☐ G. 韩国 Korea ☐ H. 朝鲜 North Korea ☐ I. 美国 United States ☐ J. 加拿大 Canada ☐ K. 澳大利亚 Australia ☐ L. 英国 United Kingdom ☐ M. 法国 France ☐ N. 德国 Germany ☐ O. 俄罗斯 Russia ☐ P. 意大利 Italy ☐ Q. 亚洲其他国家 Others in Asia ☐ R. 欧洲其他国家 Others in Europe ☐ S. 非洲其他国家 Others in Africa ☐ T. 美洲其他国家 Others in America ☐ U. 其他 Others (2)性别 Gender ☐ A. 男 Male ☐ B. 女 Female (3)年龄 Age ☐ A. 20 岁以下 Under 20 ☐ B. 21~30 岁 Between 21 and 30 ☐ C. 31~50 岁 Between 31 and 50 ☐ D. 51 岁以上 Over 51 (4)职业 Profession ☐ A. 政府职员 ☐ B. 商人 Businessman ☐ C. 科技人员 Scientist and Technician ☐ D. 教师 Teacher ☐ E. 医生 Doctor ☐ F. 律师 Lawyer ☐ G. 家庭主妇 Housewife	☐ H. 退休人员 Retired ☐ I. 学生 Student ☐ J. 其他 Others (5)来华旅游目的 Major aim of travel to China ☐ A. 会议 Conference ☐ B. 观光 Sightseeing ☐ C. 度假 Holiday ☐ D. 商务 Trade ☐ E. 探亲访友 Visit friend or relative ☐ F. 讲学 Lecture ☐ G. 宗教 Religion ☐ H. 其他 Others (6)第几次来华 How many times to China ☐ A. 第 1 次 The first time ☐ B. 第 2~3 次 The second or third time ☐ C. 第 4 次以上 Over four times (7)此次来华方式 The type of travel to China ☐ A. 个人 Individual ☐ B. 团队 In group ☐ C. 家庭 With family (8)此次在华预计停留时间 How long will you stay in China this time? ☐ A. 1~3 天 Between 1 and 3 days ☐ B. 4~7 天 Between 4 and 7 days ☐ C. 8~14 天 Between 8 and 14 days ☐ D. 15 天以上 Over 15 days (9)您入境的口岸城市 Entry port ☐ A. 北京 Beijing ☐ B. 上海 Shanghai ☐ C. 广州 Guangzhou ☐ D. 香港 Hongkong ☐ E. 其他 Others (10)您从哪个城市来本市旅游? From which city did you come to this city? ☐ A. 北京 Beijing ☐ B. 上海 Shanghai ☐ C. 南京 Nanjing
--	--

续表

☐ D. 杭州 Hangzhou☐ E. 西安 Xi'an☐ F. 广州 Guangzhou☐ G. 桂林 Guilin☐ H. 昆明 Kunming☐ I. 成都 Chengdu☐ J. 深圳☐ K. 厦门 Xiamen☐ L. 苏州 Suzhou

(11) 您离开本市将去哪个城市旅游? Which city will you first visit next?

☐ A. 北京 Beijing☐ B. 上海 Shanghai☐ C. 南京 Nanjing☐ D. 杭州 Hangzhou☐ E. 西安 Xi'an☐ F. 广州 Guangzhou☐ G. 桂林 Guilin☐ H. 昆明 Kunming☐ I. 成都 Chengdu☐ J. 深圳☐ K. 厦门 Xiamen☐ L. 苏州 Suzhou

(12) 您将出境的口岸城市 Exit port

☐ A. 北京 Beijing☐ B. 上海 Shanghai☐ C. 西安 Xi'an☐ D. 广州 Guangzhou☐ E. 香港 Hongkong☐ F. 桂林 Guilin☐ G. 昆明 Kunming☐ H. 其他 Others

(13) 此次您由哪个国家或地区来华旅游的? From which country or region did you come to China this time?

☐ A. 港、澳、台地区 Hongkong, Macao, Taiwan☐ B. 日本 Japan☐ C. 新加坡 Singapore☐ D. 马来西亚 Malaysia☐ E. 泰国 Thailand☐ F. 韩国 Korea☐ G. 朝鲜 North Korea☐ H. 美国 United States☐ I. 加拿大 Canada☐ J. 澳大利亚 Australia☐ K. 英国 United Kingdom☐ L. 法国 France☐ M. 德国 Germany☐ N. 俄罗斯 Russia☐ O. 意大利 Italy☐ P. 亚洲其他国家 Others in Asia☐ Q. 欧洲其他国家 Others in Europe☐ R. 非洲其他国家 Others in Africa☐ S. 美洲其他国家 Others in America☐ T. 其他 Others

(14) 您离华后将去哪个国家或地区旅游? Which country or region will you visit next this time?

☐ A. 港、澳、台地区 Hongkong, Macao, Taiwan☐ B. 日本 Japan☐ C. 新加坡 Singapore☐ D. 马来西亚 Malaysia☐ E. 泰国 Thailand☐ F. 韩国 Korea☐ G. 朝鲜 North Korea☐ H. 美国 United States☐ I. 加拿大 Canada☐ J. 澳大利亚 Australia☐ K. 英国 United Kingdom☐ L. 法国 France☐ M. 德国 Germany☐ N. 俄罗斯 Russia☐ O. 意大利 Italy☐ P. 亚洲其他国家 Others in Asia☐ Q. 欧洲其他国家 Others in Europe☐ R. 非洲其他国家 Others in Africa☐ S. 美洲其他国家 Others in America☐ T. 其他 Others

(15) 您对中国旅游服务质量的评价如何? How do you evaluate Chinese tourist services?

☐ A. 好 Good☐ B. 一般 Average☐ C. 差 Bad

您的签名 Your signature: _____

时间 Date: _____

根据旅游市场的调查资料,初步分析了境外游客的构成变化和来华主要客源地的动态变化。为了探讨全国旅游热点城市同境外客流的动态变化,提出了游客接待指数和游客转移态势的概念,并分析了每个样本城市相对于其他样本城市的境外游客转移态势。

2 主要客源地研究

主要客源地研究摒弃传统侧重介绍地理位置、社会经济、文化等内容,从世界旅游客源地着眼,追溯我国入境旅游流的源头,分析主要客源地的分布、结构特征,中国旅游产品的竞争力及限制性因素和发展对策。

中国人境游客的客源地主要分 4 大块:亚洲客源地,基数大且持续快速增长;欧洲客源地,呈阶梯型跃式增长;美洲客源地,持续平衡增长;大洋洲客源地,起步晚但发展迅速。市场调查反映,中国人境旅游以近程旅游为主,亚洲客源市场占重要地位;客源地分布广泛,少数重要客源国居主导地位;客源地构成与世界主要客源产出国构成一致;潜在客源地孕育着良好发展前景。

中国旅游资源对客源地游客的吸引力,按照旅游资源在客源地市场竞争中所处的地位不同,可分为垄断型旅游资源、垄断竞争型旅游资源和竞争型旅游资源影响吸引力的市场因素主要有国际交通费用、交通便捷度、游客受益性和市场营销因素。

亚洲客源地主要由日本、韩国、蒙古、马来西亚、菲律宾、泰国、印度尼西亚和新加坡等国家构成,再加上港澳台地区,使亚洲成为我国最重要的客源地。大洋洲客源地主要是澳大利亚、新西兰等。亚洲及大洋洲出境旅游市场呈现出旅游以观光度假为主体,一国游多于多国游,停留时间短,出游次数多,喜欢小包价、个性化的旅游产品,散客比重增加,男性和老年游客居市场主力的发展趋势。我国旅游资源对亚洲、大洋洲游客具有较强吸引力,但周边市场的旅游产品对我国旅游产品又具有替代性,市场竞争非常激烈,市场促销就成为旅游业发展不可或缺的重要手段。我国针对亚洲、大洋洲客源市场的促销存在薄弱环节,对促销中间环节依赖性较大,促销经费不足是发展限制性因素。

欧洲客源地主要是英国、德国和法国等国家。美洲客源地主要是美国和加拿大等国家。其出境旅游市场的发展趋势为,出境游增长速度超过境内游增长速度;团队游增长,散客市场亦大幅上升,商务旅游、会议与奖励旅游市场前景看好,喜爱娱乐性、趣味性和参与性强的旅游产品。

3 境外游客行为模式研究

改革开放 20 年,境外游客蜂拥而至,给中国旅游业带来了很大的发展。从行为学角度来分析,由于民族、国家、社会经济发展水平、观念、教育水平、生活水平以及性别、年龄、职业、闲暇时间等方面的差异,使得游客在消费决策、旅游目的、空间行为等方面表现出明显的差异。

通过调查统计资料分析显示出:在旅游目的地选择方面,入境外国游客偏爱的中国 5 大旅游地分别是京、沪、穗、西(西安,下同)、深(深圳,下同);入境港澳游客喜选深、穗、京、

沪、杭 5 大城市 入境台湾游客偏好穗、深、京、沪、杭 5 大城市。

旅游形式的变化表现在,团队包价旅游比重降低,且规模趋小,个体出游和家庭出游的比重增加。游客旅游的选择性增强,自由度和灵活性较强的‘自选、半自选组合式’旅游产品越来越受到欢迎。来华游客的旅游购买渠道也在发生变化,自订机票、自订客房的比例越来越高。远程游客的交通方式多选择航空,近程游客的交通方式一般选择铁路或公路,但追求舒适便捷的游客仍选择飞机。团队游客的住宿决策多选择高档次宾馆饭店,而散客则多选中低档次宾馆饭店或经济型住所。境外游客的购物决策呈多元化格局,但一般喜购反映中国特色、地方特色的纪念品、工艺品、丝绸类产品等。

调查中发现,境外游客的空间行为表现出不同的差异。观光客具有游览范围跨度大的特点。初访观光客多以团队形式旅游,在目的地停留时间短,参观景点少但级别高,旅游花费少。重访观光客多选择散客形式旅游。休闲度假客多为经济富有的中老年阶层,多不参加团队旅游,对季节、景点的选择性强,花费较大,对价格和服务质量相当敏感。商务客多出现于经济较发达的东部沿海城市,自选景点、住豪华宾馆、消费大方、不参加团队旅游、不太受季节变化影响。修学客多选择散客形式、停留时间一般较长、旅游花费少、不太讲究食宿。不同客源地游客的行为模式明显不同:德国游客偏爱我国传统文化和历史名城;俄罗斯游客多为边境旅游,购物在消费中占较大比例;美国游客喜选历史文化古城与现代大都市;加拿大游客偏爱自然和人文吸引物兼有的景点;日本游客喜选沪、京、西、穗等城市;澳大利亚游客喜爱京、沪、穗、西等城市。

不同经济收入 不同社会阶层 不同文化背景 不同年龄、性别和不同职业的游客皆具有不同的旅游行为模式。

4 境外游客的地理分析

“中国人境旅游时空动态研究”以旅游者为研究对象,以旅游客流为研究主体,依据市场调查资料和其他有关资料,采用地理分析手段,从时间序列和空间尺度,复合分析游客流动规律及其网络特征,初步构建了中国人境旅游流的整体框架。

中国人境旅游流在年度、月季变化方面具有明显的客观规律性。20 年来,中国人境旅游呈现持续增长的轨迹,按其动态数列可分为 4 个递增发展周期:1978~1982 年起步高速增长周期;1982~1989 年巩固快速增长周期;1989~1994 年复苏次快速增长周期和 1994~1997 年调整缓速增长周期。用新提出的年度变动指数来分析中国人境旅游时间序列数据可看出:入境游客年度变动指数整体呈现较大变动强度,反映中国人境游客年度持续增长的规律。入境游客总体年度变动指数曲线和港澳台地区游客年度变动指数曲线极为相似,和外国游客年度变动指数曲线较为相似,反映入境旅游流主要受制于港澳台地区游客流影响,受外国游客流的影响次之。中国人境旅游流构成的动态发展趋势是:外国游客所占比重趋于增长;港澳地区游客所占比重趋于下降;台湾地区游客所占比重变化幅度不大;华侨游客由于其客源的分散性,所占比重一直较小且趋于减小。选择 1994、1995、1996、1997 年 4 个时间断面,分析入境旅游流年度分布的动态变化,显示出中国入境旅游流主要围绕京、沪、穗三大城市分布,向京流、向沪流以及京、沪、穗、深城市间旅游流构成了中国主体旅游流网络;旅游流一般具有不平衡性,即双向流量不一定相等;停留

1~3天游客数比重增加(总体停留天数趋于减少)游览1~3座城市游客数比重增大。

从短期的年内月季变化看,入境旅游流具有一定的月季动态规律。利用季节变动指数分析显示:入境游客的高峰期为4月、8月、10月和12月,8月为最高峰月,2月和6月为淡季期。港澳地区游客的高峰期、淡季期和入境游客总体的淡、旺季完全一致。外国游客的高峰月为4月、8月和10月,10月为最高峰月;12月、1月和2月为淡季期。利用月季集中指数分析发现,我国入境游客月季集中指数和世界旅游市场6大目的地国月季集中指数相比,指数值较小,利于我国旅游业发展。

中国人境旅游近程、洲内旅游占绝对优势,洲际旅游为重要补充。按流量大小可分为超级、特大型、大型、中型、小型、较小型和微小型等7种旅游流。入境交通方式以航空为主,船舶为次,火车汽车为辅。世界前15个主体客源国中,仅有7个国家(日本、俄罗斯、美国、马来西亚、英国、德国、法国等国家)位于中国前15个主体客源国内,且来华人数占该国出境旅游总人数比重普遍偏小,除日本占9.4%以外,其余6个都在6%以内。如第一客源大国德国仅占0.3%,第三客源大国英国仅占0.5%,第六客源大国法国仅占0.8%。说明中国国际旅游具有较大的发展空间和发展潜力。港澳台地区是我国大陆最主要的入境旅游客源地,形成年送客量4800万和210多万的两股超级旅游流。年入境人数超过3万人的外国游客旅游流共有26股。入境后旅游流的空间分布呈辐射发散型和收敛聚集型的空间模式,以旅游热点城市为辐射点和聚集点。基本形成以京、沪、穗、深、杭、西、昆、桂等8大城市为中心聚集点和辐射点的空间格局。其流向特征,一方面表现为“趋高性”特点,如向京流、向沪流、向穗流等;另一方面表现为“向丰性”特点,即流向旅游资源丰富、旅游产品独具特色的旅游城市,如向西(安)流、向桂(林)流、向昆(明)流等。其流量特征由“集中垄断式”渐趋“多元分流式”。即区域国际旅游的兴起、替代性旅游产品的出现、入境停留时间的缩短、游览1~3座城市游客比重的增加等,使分流作用增强,致使原来主体旅游流量相对减少。如向京流、向沪流、向穗流的合计流量占全国比重,1994年为33.21%,1997年降为31.56%。按区位、游客密度指数(区域游客数占全国总游客数比重与区域面积占全国总面积比重的比值)关联性和流量,全国入境旅游流可划分为7大空间分区:华南旅游流区,流量占全国40%左右,为全国最大旅游区,是我国旅游“前哨区”。华东旅游流区,流量约占全国25.9%,以外国游客为主,我国旅游发达区。华北旅游流区,流量约占全国17%,以外国游客为主,我国旅游中心区。西南旅游流区,流量约占全国6.5%,外国游客、台湾游客占较大优势,为我国旅游发展区。西北旅游流区,流量约占全国4.2%,外国游客占绝对优势,我国旅游发展区。除此之外,还有华中、东北旅游流区,皆为我国旅游发展区。

旅游流是游客流、信息流、资金流、物质流、能量流、文化流等旅游流子流的集合,而旅游流的本质属性是游客的集合即游客流,故游客流是旅游流的研究主体。旅游流按不同的分类方法可划分为诸多类型。旅游流系统的运行机理包含:熵系统评价机制,吸引力和驱动力机制,马尔可夫链动态转移机制,反馈及调节机制。旅游流具有闭合特点、集簇效应和替代效应特点等。中国人境后旅游流网络,按照流量、区位、重要性、差异性、影响力等可划分一、二、三、四级网络旅游流。各级网络旅游流互相影响、互相制约、互相交叉,构成了中国的旅游网络体系。利用旅游流网络分析方法,可以找出我国入境旅游的优势、不足、空间格局以及区域旅游发展方向,以便为地方乃至全国旅游业发展提供科学参考与指

导意见。

5 境外游客时空动态数学模式

项目凭借统计资料、定位点市场调查测试资料等,通过数学建模,揭示旅游流特征属性之间的内在联系及时空演变,在数量特征层面上探讨了旅游流时空规律。

对我国境外游客类型,采用模糊聚类分析法、偏相关分析法进行了数值分类分析。在旅游城市客源国市场结构模式分析中,提出了亲景度的新概念。旅景某客源国人数占旅华同一客源国人数之比叫旅景某客源国横比比重;旅景外国人人数占旅华外国人人数之比叫旅景外国人横比比重。某客源国游客对某旅游地的亲景度则为旅景某客源国的横比比重与旅景外国人的横比比重之商。以亲景度数值 1 为界,按数值大小把客源国市场结构分为:亲景主体客源国、亲景非主体客源国、疏景主体客源国和疏景非主体客源国等。

采用方差分析法,从游客个体差异诸特征方面分析游客流和在华停留时间的相互关系。分析结果表明:不同性别游客在停留时间上未表现出明显差异;不同旅游目的、职业和年龄的游客在华停留时间存在较明显的差异性;台湾游客停留时间最长,且个体表现一致;港澳地区游客停留时间偏短;观光与度假旅游的游客停留时间亦较短;团队旅游在停留时间上没有多大差别。

利用概率统计方法,建立了单点城市境外游客停留时间的数学模型,可用 Weibull 分布来表示,只要确定了参数,就可深刻揭示停留时间的规律。当时间 t 固定时,游客人数变化可用简单的泊松分布模型来拟合。利用灰色系统分析法,分析了不同境外游客类型之间的动态系统关系。用点、斜关联分析表明,台湾地区游客、华侨与外国游客在旅游人数发展上关联程度较大;而港澳地区游客与外国人的关联程度较小。反映出:外国人、台胞和华侨游客在旅游人数变化趋势呈一致性特点,而港澳地区游客则表现出相对的独立性。

以宾馆饭店、餐厅、交通、景点厕所、文化娱乐、购物、散客服务、导游、综合印象为旅游服务的量化指标,采用数理分析方法建立了旅游服务 9 项指标影响游客停留时间的线性回归模型。直接比较各回归系数的绝对值可看出,导游、餐饮、购物、宾馆饭店、文化娱乐等 5 项指标对游客停留时间影响很大。同时,也建立了国内可控因素旅游服务因子对游客人数变化的线性回归模型,对研究旅游发生、旅游管理、旅游决策等有积极意义。

境外游客来华的旅游行程,是一个具有时空变化的动态模式,其以旅游人数从一目的地到另一目的地的转移来描述和刻画。项目组利用概率统计原理,建立了旅游行程转移的马尔可夫链模型,表达旅游行程的转移规律。

将传统的旅游需求引力模型进行了修正,用价格变量代替空间距离变量,同时为提高引力模型精度,以高价滑动平均技术校正误差序列的相关性,提出了新的、带有误差校正项的线性混合回归模型。选取日本、菲律宾、泰国、新加坡、印度、英国、法国、德国、意大利、瑞士、瑞典、荷兰、美国、加拿大、澳大利亚、新西兰等 16 个主要客源国,利用历史统计资料和各国人口、人均国内生产总值、来华人数、往返机票价格、来华总消费、旅游价格等为数学建模因子,分别建立了中国对 16 国游客的旅游引力模型,其参数是经输入计算机反复拟合比较而求出的,结果较为满意。

6 境外游客时空动态预测预报

从历史数据、市场调查测试数据和特征属性关系的分析以及构建的旅游需求引力模型分析入手,通过内在规律研究,进行旅游需求的预测预报,探索入境旅游流未来的发展趋势。

分析和遴选的境外游客时空动态预测预报方法为:时间序列用 ARMA 和 ARIMA 预测预报模型,该方法充分注意到旅游统计资料的时差性,构建了随机差分方程,可较好模拟有时间间隔的动态变量的变化趋势,随着差分阶数的增高,预测准确度相应提高。多元线性回归预测预报模型,该模型充分考虑多个变量对因变量的影响,应用主成分分析将因变量与主成分的关系反映出来,剔除了次要因素。灰色预测模型中的单序列残差辨识模型,可有效解决具有时间变化的数量关系。随机序列的齐次马氏链模型,可预测旅游流在城市间的转移概率。差分方程模型,是用来刻画自变量和因变量都是离散的,且自变量是均匀间隔变化数据的一种有效工具。组合分析预测方法,一方面可将几种预测方法组合,最后将数值取平均值;另一方面可将点估计变为点估计和区间估计相结合,如客流预测显然不可能精确到人,故可变为数值的区间预测。

利用线性回归方法分析了中国旅游热点城市间入境旅游流的相互关系,并以西安市为例,研究了西安市北美旅游流和口岸城市京、沪、穗旅游流间的依存关系。分析了旅游服务等可控因素和客源国经济、人口等不可控因素对入境旅游流的影响。对几种方法的预测预报值进行了检验。

凭借历史旅游统计数据,利用马氏链对日本游客到 12 个旅游热点城市的游客进行了数值预测预报;运用指数模型对到京的不同客源地游客数值进行了预测;对中国入境旅游流进行了综合预报,并讨论了省市间旅游流的流动构成情况。

7 境外游客时空动态信息系统

地理信息系统是现代科学研究的一种高新技术,有着极为广泛的应用领域和使用价值。项目进展中既把其做为时空规律研究的手段,又把它做为项目最终成果的表现形式之一。依据统计资料、市场调查测试资料、文献报告资料、图件资料等运用地理信息系统方法,构建中国旅游热点城市境外游客时空动态数据库,基于已有应用软件经二次开发和数理分析模型,全方位揭示了境外游客时空动态规律及其发展变化趋势。

项目研究立足于借鉴计算机网络、数据库管理、图形图像学、多媒体技术等方面的成熟思想以 GIS 技术为基本核心,完成了中国旅游热点城市境外旅游时空动态信息系统(Urban Tourist Dynamic Information System 简称 UTDIS)。其可为旅游管理部门、企事业单位等提供中国人入境旅游客源市场动态及其规律的基础信息,辅助进行宏观决策和微观运作。

UTDIS 基本设计包括:数字地图和管理数据库一体化的空间数据库建立;基本数字地图、电子表格的定位、查询、问卷调查统计、排序、分析预测等多种数值处理功能多种形式的统计制表和专题制图。系统结构可分为用户层、专业层和维护层 3 个层次和 6 大

模块。6 大模块的旅游资讯模块主要提供旅游热点城市旅游客流信息推介；旅游现势分析模块涵盖境外游客行为、市场和目标、效果和现势评估、旅游流结构、客源地需求结构和客流动态规律的时空分析；动态预测模块提供入境旅游流时空动态的数值预测预报；专题制表、制图模块是现势分析和动态预测结果的直观显现，帮助用户进行理解认知；辅助管理模块提供对应用系统的计算机技术支持；应用生成器模块是系统日常维护运作和可扩充性的技术保障。

系统以现代流行的 Windows 为操作系统；开发平台选择 VB5.0 作为系统界面开发工具；专业分析和预测模块设计选择 MathCAD 和 MapInfo 作为基本支撑平台，利用 Windows 系统 OLE 和 ODBC 技术，完成对系统的整体技术集成。使用 MapInfo 实现对底层数据的统一管理，利用 MathCAD 来实现对应用模型的维护和扩展。

UTDIS 从概念上可分为维护子系统、决策支持子系统和旅游资讯子系统 3 部分 其数据库由文档库、多媒体数据库、应用模型库、属性数据库和空间数据库等 5 个数据子库组成。数据库信息源基本采用国家旅游局、国家统计局、中国社会科学院等权威部门及项目组的旅游市场调查资料、统计资料、文字报告、图形图像资料等；数据分类编码体系采用国家标准；数据采用松耦合方式进行组织，属性数据采用 RDBMS 管理，时间维使用连续快照模型进行表达，空间数据使用矢量数据格式存储，GIS 控件实现其查询访问

决策支持子系统包含旅游方案设计、现势分析、动态预测 3 个辅助决策分析模块和专题制图、制表、应用模型设计等工具模块，辅助用户进行旅游决策和预测分析。旅游方案设计模块主要围绕行、吃、住、游、娱、购 6 要素中的行和游两要素展开。现势分析模块以对旅游数据信息进行空间和属性分析评估为主，为系统的核心模块之一动态预测模块亦为系统的核心模块，主要从目的地游客数量预测、客源地旅游需求预测和游客停留与客流转移预测 3 个方面进行 建立日本、美国、英国、法国、德国、意大利、泰国、新加坡、澳大利亚、新西兰等中国 16 个主体客源国的旅游需求预测模型，并可作预测结果检验

UTDIS 的用户界面设计体现正确的模型化用户视图、以用户为中心的人机交互和信息自反馈及动态采集属性实现的指导思想，建立以用户为中心的可视化人机友好交互系统界面。双语环境及热键切换和启动提示为系统使用创造了方便的条件

参 考 文 献

- [1] 郭来喜 旅游地理学, 科学出版社, 1985
- [2] 陈传康. 区域旅游开发研究, 气象出版社, 1992
- [3] 卢云亭. 现代旅游地理, 江苏人民出版社, 1988
- [4] 孙文昌. 应用旅游地理, 东北师范大学出版社, 1990
- [5] 秦关民、马耀峰等. 系统旅游地理学 陕西师范大学出版社, 1998
- [6] 陈传康. 北京旅游地理, 中国旅游出版社, 1989
- [7] 保继刚等. 旅游地理学 高等教育出版社, 1989
- [8] 刘振礼 旅游地理, 南开大学出版社, 1989
- [9] 陈安泽. 旅游地学概论 北京大学出版社, 1991
- [10] 楚义芳. 旅游的空间经济分析, 陕西人民出版社, 1992
- [11] 贾风和. 区域经济理论与模型, 南开大学出版社, 1992
- [12] 顾树保等. 旅游市场学 南开大学出版社, 1992
- [13] 胡爱本等. 新编组织行为学教程, 复旦大学出版社, 1996

-
- [14] 蔡万坤. 试论国际旅游市场的动向和特点世界经济, 1984(3)
- [15] 国家旅游局. 办好 97 中国旅游年, 扩大旅华客源市场. 旅游调研, 1997(2)
- [16] Douglas Jeffrey、谢彦君. 按需求特征细分英国赴华旅游市场. 旅游学刊, 1994(5)
- [17] 李天元. 本世纪末世界旅游发展趋势综述. 旅游学刊, 1992(4)
- [18] 罗明义. 迈向 21 世纪的国际旅游业与中国旅游业. 经济问题探索, 1994(3)
- [19] 世界旅游组织. 九十年代东亚与太平洋地区国际旅游需求的变化. 旅游学刊, 1994(3)
- [20] 恩佐·帕奇. 走向 21 世纪的世界旅游业. 旅游调研, 1994(5)
- [21] Roger Doswell. How Effective Management Makes the Difference. Printed in Great Britain by Biddles Ltd, Guildford and King's Lynn, 1997
- [22] Leonard J. Lickorish, Carson L. Jenkins PhD. An Introduction to Tourism. Printed in Great Britain by Thomson Litho Ltd, East Kilbride, Scotland, 1997

第二章 境外游客市场调查

第一节 境外游客市场调查的内容和方法

市场调查 (Marketing Research) 是管理者、经营者认识市场, 获取市场信息的方法和途径, 是进行市场研究的手段, 也是市场预测的前提, 是组织或企业进行决策与经营的基础。具体说, 市场调查就是以科学的方法和手段, 系统地、有目的地收集、分析和研究与市场和市场营销有关的各种情报资料, 为管理者和市场营销者提供科学决策依据的过程。本书主要研究中国旅游热点城市境外游客时空动态模式及其制约因素。在国家旅游局海外游客抽样调查的基础上, 项目组进行了中国旅游热点城市境外游客市场的调查, 选取了我国 12 大旅游热点城市 (北京、上海、南京、苏州、杭州、厦门、广州、深圳、桂林、成都、昆明和西安) 为样本, 以境外游客的个人特征 (国籍、性别、年龄、职业)、旅游特征 (旅游目的、旅游组织方式、旅游停留时间、旅游次数、旅游满意度) 以及游客的空间行为特征 (出入境口岸、城市间流向、从何国入境及出境后去向) 三大方面为调查的主要内容, 采取抽样问卷式调查方法。1996~1997 年陕西师范大学旅游与环境学院的部分老师、研究生和本科生组成项目市场调查组, 结合旅游野外实习、毕业实习等, 前往一些旅游热点城市的旅游景点、旅游饭店和旅行社直接向境外游客进行现场问卷式调查。同时, 也充分利用了与一些旅游热点城市的旅游管理部门、科研单位、旅游企业、教学单位的业务合作关系, 采用了委托合作问卷调查的方式, 效果良好。项目调查共发放问卷 5000 份, 收回 4280 份, 回收率 85.6%。其中有效问卷共 3614 份, 在 12 城市的分布如下: 北京 110 份, 上海 117 份, 南京 159 份, 苏州 179 份, 杭州 294 份, 厦门 283 份, 广州 414 份, 深圳 226 份, 桂林 290 份, 昆明 233 份, 成都 270 份, 西安 1039 份。

1 境外游客市场调查的目的

境外游客市场调查是指以境外游客为调查对象的市场调查。游客是旅游市场的主体和核心, 境外游客又是整个旅游市场的重要组成部分, 且与国内游客在构成、流向、分布规律、动态趋势、消费行为、购买模式、文化背景等方面存在巨大的差异。因此, 对境外游客进行调查研究, 具有重要意义, 主要表现在下列方面:

(1) 通过调查, 了解境外游客市场总的需求情况, 以确定国际旅游业的发展方向。

(2) 通过调查, 了解境外游客在旅游热点城市间的流量、流向、旅游流分布规律及发展动态, 预测旅游热点城市间境外游客流量和发展态势。

(3) 通过调查, 深入了解境外游客的国籍、年龄、职业构成及他们旅游目的、次数、方式和停留时间, 以便深入挖掘旅游吸引物和其他资源潜力, 有针对性地提供各种产品和服务, 最大限度地满足境外游客的需要。

(4) 通过调查,了解境外游客在旅游全过程的感受,掌握游客对旅游服务的满意程度及不满意的地方,有利于提高服务质量,也有利于提高旅游管理水平,增强旅游企业在国际旅游市场上的竞争能力。

概括地说,境外游客市场调查的目的主要有两个:其一是了解有关旅游市场及旅游市场营销活动的事实真相;其二是分析制约旅游市场拓展的原因,总结发展规律,预测发展趋势,为制定国际旅游市场营销与管理策略提供依据。

2 境外游客市场调查的内容

市场营销活动涉及很多方面,故市场调查的内容也必然十分广泛。但概括起来,可以把市场调查按内容划分为两大类,即市场环境调查和市场专题调查。市场环境调查涉及到政治、经济、法律、社会文化、自然与技术等宏观影响因素。市场专题调查是指特定范围内的调查,主要包括消费者调查、需求调查、市场营销组合影响的调查、竞争状况的调查等。境外游客市场调查属于专题调查中的消费者调查。

2.1 游客个人特征

游客个人特征是影响旅游者的旅游购买决策和旅游消费模式的主要因素之一。境外游客个人特征的调查包括其来源国家或地区、性别、年龄与人生阶段、所从事的职业、经济收入与支出状况、受教育状况、生活的方式和态度、个性与追求。更加深入的游客调查还可以对影响个人的社会因素,如家庭、社会角色和地位等,以及文化如所属的文化或亚文化种群等因素作更加广泛的调查。

2.2 旅游目的、方式、次数和停留时间

根据不同的旅游目的,游客会作出不同的旅游购买决策,进行不同内容、不同形式的旅游消费,最后获得不同类型的旅游美感和享受。因此,了解和分析特定区域内旅游目的构成及其变化特征,提供能够最大程度地满足游客需要的产品和服务,是提高旅游产品与服务质量和旅游企业竞争力的重要手段和方法。一般可以通过游客外在的活动表现去分析旅游目的,如观光、度假、疗养、会议、商务、探亲访友、求学讲学、宗教朝圣、参加体育比赛以及其他目的等。

旅游方式是指旅游者以何种形式参加和进行旅游活动。按照旅游的组织形式可以分为散客或个人旅游、团队旅游、家庭旅游及好友结伴旅行等。不同的组织形式往往导致旅游者不同的消费心理、消费行为和模式,并对东道国或地区产生不同的影响。因此,调查掌握旅游组织形式现状及态势,是游客市场调查的重要内容。

境外游客的旅游方式还可以按照游客通过何种交通工具旅游来划分,如可以分为飞机旅行、火车旅行、汽车旅行、轮船旅行、徒步旅行等。对游客交通方式的调查是掌握其空间流动规律的前提性工作。

境外游客对某一旅游目的地旅行的次数,可直接说明游客对该地的亲近程度、熟悉程度,也从侧面反映了旅游动机、旅游满足程度;游客的旅行次数影响着游客旅行组织活动和旅游接待方式。如第一次到某地旅行的旅游者多参加团体旅游,以参观和享受当地最

著名的旅游吸引物和旅游项目为主；而多次到某地旅游的游客则多表现出比较稳定的购买决策，如选择同一家旅行社或饭店，其旅游活动项目不再局限于该地最高级别的吸引物或活动场所，具有较强的广泛性和参与体验性等。因此，调查分析游客的旅游次数，研究与之相关的旅游规律，也是旅游者市场调查的重要内容。

境外游客在某一地域的停留时间影响并反映旅游地的综合接待能力和吸引力；它影响到游客消费支出的大小从而影响到旅游地的旅游收入状况；游客停留时间长短的变化趋势还可以反映出游客的消费趋势、旅游产品开发的深度和力度；此外，游客停留时间的长短也是决定游客对当地社会文化发生影响的重要因素之一。因此，境外游客停留时间也是市场调查的重要内容。

2.3 动态流向和出入境口岸

动态流向是境外游客从旅行开始到结束在空间上的位移过程。对境外游客动态流向的调查研究主要是要了解境外游客从哪里来，到哪里去这一问题；分析客源地——旅游目的地——客源地以及一次旅行中不同旅游目的地之间的内在必然联系；揭示游客空间上的动态规律性及其形成与制约因素。从这一新的视角预测旅游需求，可进一步为旅游资源和旅游市场的开发提供科学依据。

境外游客进入一个国家或地区的入境、出境口岸是决定境外游客在该国或该地区空间流动的关键因素。通常游客都是根据进入旅游目的地国家或地区的第一个地方（往往是重要城市）和最后一个地方来安排其旅游的行程路线。故调查了解境外游客的入境、出境口岸是研究空间动态流向的重要前提。

2.4 旅游服务质量评价

旅游产品的本质属性是服务。旅游服务质量的高低直接影响旅游者的满足程度和回头率；影响旅游地的形象和声誉，从而影响旅游需求的增加，最终影响到旅游业发展的成败。通过调查了解境外游客对旅游服务质量的评价，发现其中不好方面并加以改进，保持并发扬受游客赞扬的方面，才能不断地改善旅游服务环境，提高旅游服务质量。

3 境外游客市场调查方法和运作程序

3.1 市场调查对象

市场调查对象即调查者为了获取调查所需要的信息而采访、询问的客体，即所需信息的提供者。市场调查对象可以直接是顾客、消费者，也可以是产品的生产者、经营者，可以是专家学者，也可以是组织、公众、消费者、生产者或经营者，还可能涉及到企业和广告媒体等。

境外游客市场调查的对象即为境外游客以及相关组织。

3.2 市场抽样调查方法

市场调查按方式可以划分为市场普查、重点调查、典型调查和抽样调查四类。抽样调查是指从总体中抽取一部分个体作为样本进行调查，然后根据样本信息，推算市场总体情