

旅

游

目

的

地

管

理

主编 黄安民

前言 Introduction

旅游业在现代服务业大发展的机遇背景下，对全球经济贡献巨大，成为世界经济发展的亮点。国务院已明确提出，将旅游产业确立为国民经济战略性的支柱产业和人民群众满意的现代服务业。由此可见，旅游产业已发展成为拉动经济发展的重要引擎。中国的旅游产业未来的发展受到国家高度重视，旅游产业强劲的发展势头、巨大的产业带动性必将会对中国经济的转型升级和可持续发展产生良好的推动作用。伴随着中国旅游产业发展规模的不断扩大，未来旅游产业发展对各类中高级旅游人才的需求将十分旺盛，这也将有力地推动中国高等旅游教育的发展步入快车道，以更好地适应旅游产业快速发展对人才需求的大趋势。

目录

1

旅游目的地导论

2

旅游目的地利益相关者

3

旅游目的地开发与规划

4

旅游目的地人力资源管理

5

旅游目的地服务管理

6

旅游目的地营销

7

旅游目的地安全管理

8

旅游目的地发展的影响

9

旅游目的地信息化管理与智慧旅游

10

新常态下旅游目的地发展

11

案例分析

12

本课程阅读推荐

1

旅游目的地导论

- ◆ 旅游目的地概念
- ◆ 旅游目的地构成要素
- ◆ 旅游目的地分类
- ◆ 旅游目的地研究理论



从传统的旅游理论来看，旅游目的地更多地是从地理意义上来进行分类，比如按照城市、地域等进行分类。英国学者霍洛韦指出具体的旅游胜地、一个城镇或整个国家或者地球上

2004年世界旅游组织确切的将旅游目的地定义为物理空间，在这个空间内平均每个游客起码待一个晚上，这个空间包括旅游产品和服务，是具有地理区域和行政界线的，可以通过

保继刚（1996）指出，旅游目的地是旅游者停留活动的地方，是指附着在一定地理空间上的旅游资源，并且将其基础设施及相关设施统一联系在一起。

崔凤军（2002）提出，旅游目的地是一个拥有统一整体形象的旅游吸引物的开放系统。以空间尺度作为衡量标准，旅游目的地可以划分为不同类型。

对应的概念

- 旅游目的地有别于长住性的目的地
- 旅游目的地所对应的是客源地
- 客源输入地与输出地的概念

1

2

3

系列概念

- 长住地
- 出发地
- 过境地
- 集散地

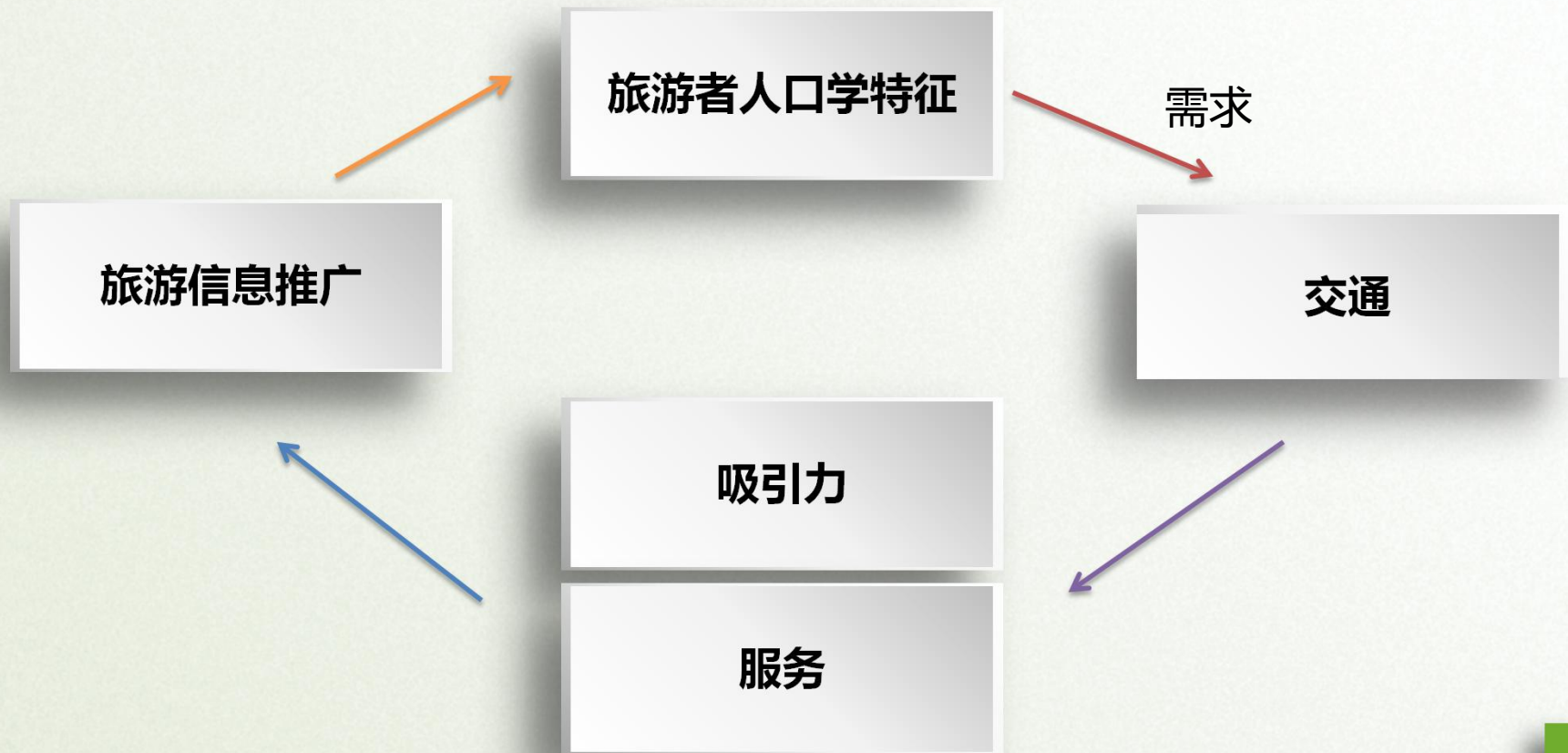
概念的深化

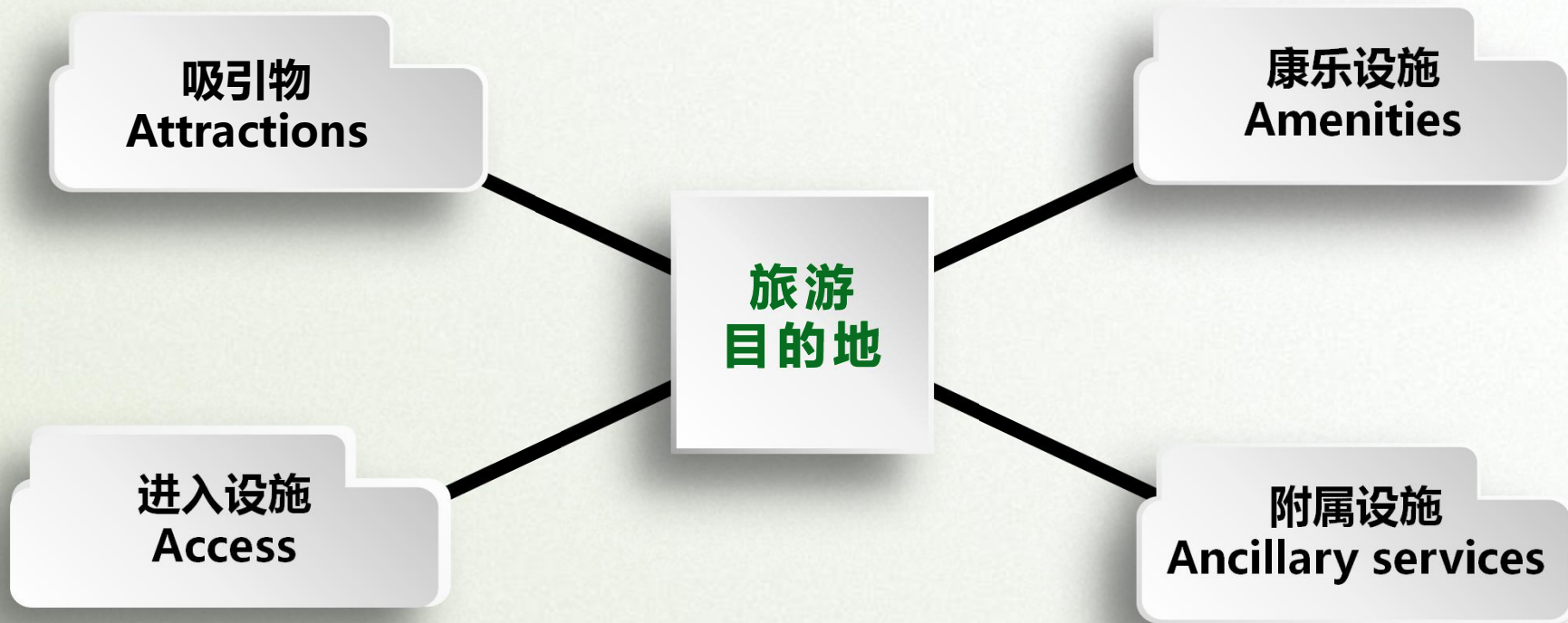
- 地理概念
- 知觉性概念



第二节 旅游目的地构成要素

一、坎恩五要素观点





吸引要素



1

2

服务要素



环境要素



3





1

有独特的旅游吸引物

2

有足够的市场空间 and 市场规模支持

3

能提供系统、完备的旅游设施和旅游服务

4

要有目的地当地居民的认同、参与并提供各种支持保障

第三节 旅游目的地分类



旅游目的地生命周期
理论

基本原则

地方理论

旅游目的地竞争力理
论



旅游目的地生命周期理论的产生

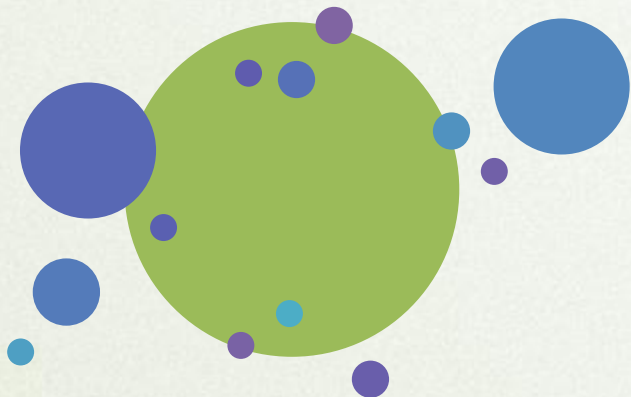
旅游目的地生命周期理论发展



旅游目的地生命周期理论理论框架



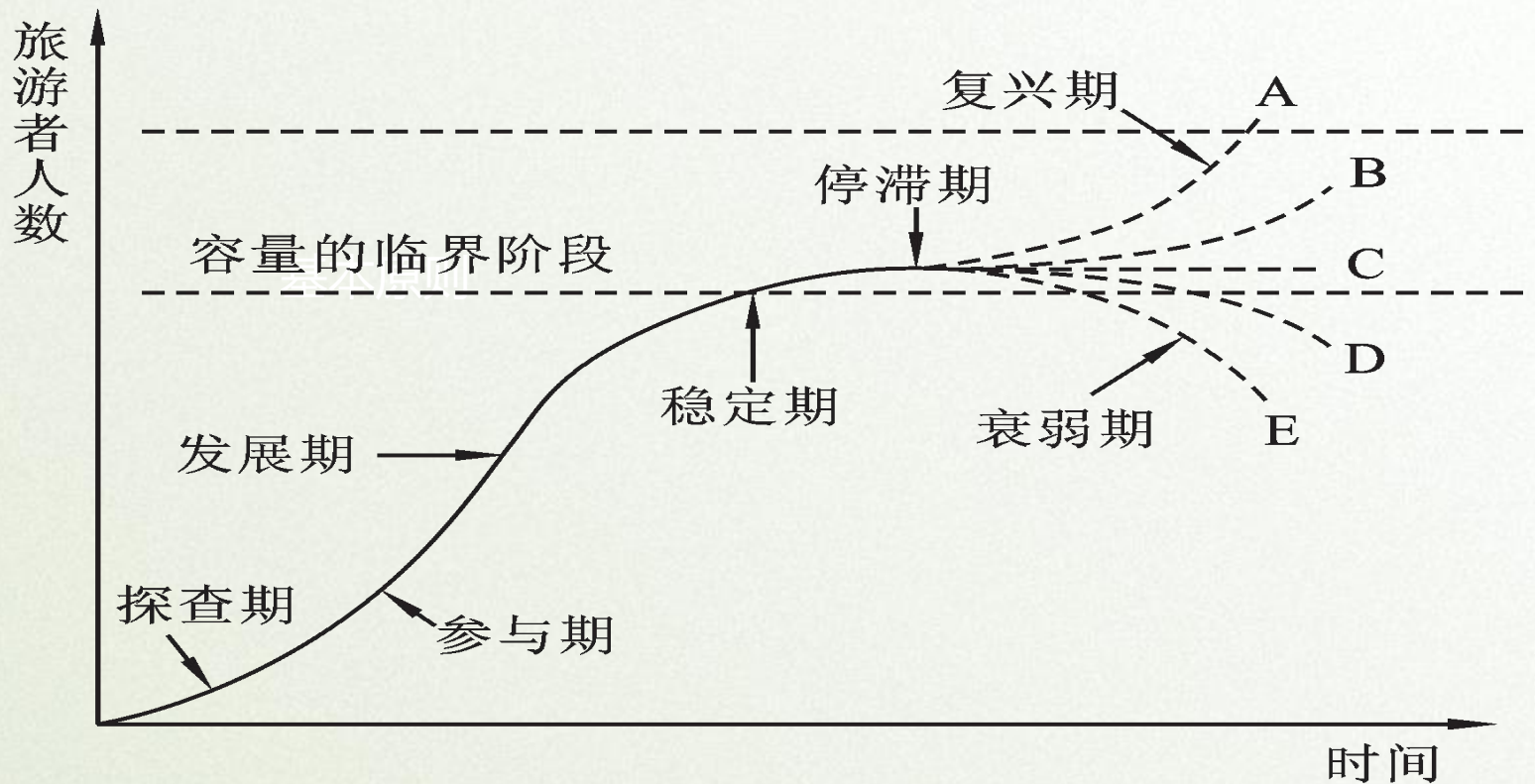
(一) 旅游目的地生命周期理论的产生



一般认为，周期理论始于1963年克里斯托勒发表的论文《对欧洲旅游地的一些思考：外围地区—低开发的乡村—娱乐地》在论文中，克里斯托勒阐述了他的观察发现，旅游地都在经历一个相对一致的演进过程：发现(Discovery)、成长(Growth)、衰落(Decline)。1980年，巴特勒对周期理论重新做了系统阐述。

他将旅游地生命周期分为六个阶段：探索(Exploration)、参与(Involvement)、发展(Development)、巩固(Consolidation)、停滞(Stagnation)、衰落(Decline)或复苏(Rejuvenation)并且引入了使用广泛的“S”形曲线来加以表述

(二) 旅游地生命周期理论理论框架



阶 段	特 征
探索	少量的“多中心型”游客或“探险者”；少有或没有旅游基础设施，只有自然的或文化的吸引物
起步	当地投资于旅游业，明显的旅游季节性；旅游地进行广告宣传活动；客源市场地形成；公共部门投资于旅游基础设施
发展	旅游接待量迅速增长；游客数超过当地居民数；明确的客源市场；大量的广告宣传，外来投资，并逐渐占据控制地位；人造景观出现，并取代自然的或文化的吸引物；“中间型游客”取代“探险者”或“多中心型”游客
稳固	增长速度减缓；广泛的广告宣传以克服季节性和开发新市场；吸引了“自我中心型”游客；居民充分了解旅游业的重要性
停滞	游客人数达到顶点；达到容量限制；旅游地形象与环境相脱离；旅游地不再时兴；严重依赖于“回头客”，低客房出租率；所有权经常更换；向外围地区发展
衰落	客源市场在空间和数量上减少；对旅游业的投资开始撤出，当地投资可能取代撤走的外来投资；旅游基础设施破旧，并可能被代以其他用途
复兴	全新的吸引物取代了原有的吸引物，或开发了新的自然资源

(三) 旅游目的地生命周期理论发展

国外对旅游地生命周期理论的研究

1

对于影响旅游地生命周期演化因素的质疑

2

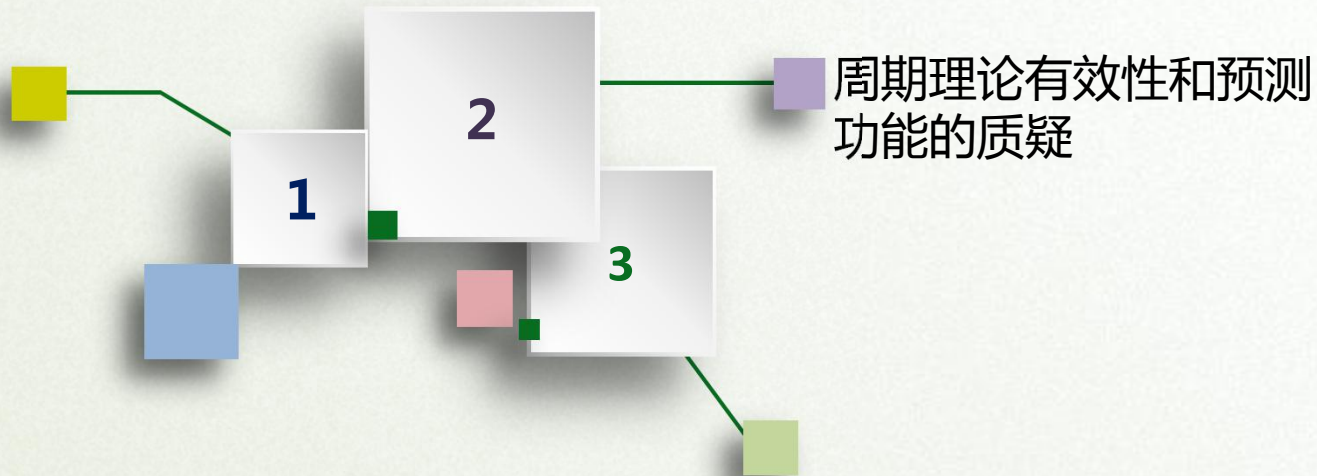
对于旅游地生命周期阶段划分的质疑

3

(三) 旅游目的地生命周期理论发展

国内对旅游目的地生命周期理论研究

周期理论称谓



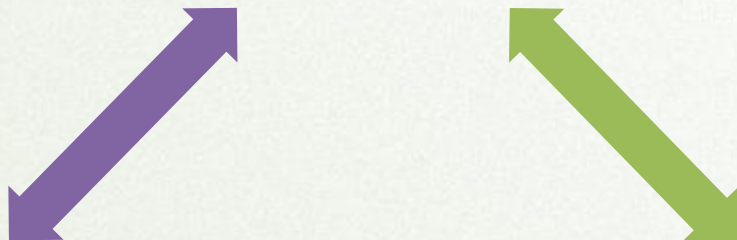
周期理论有效性和预测功能的质疑

国内研究对周期理论的补充和完善

(一) 地方理论的理论内涵

(三) 旅游目的地地方意义研究

(二) 旅游目的地的地方依恋研究



(一) 地方理论的理论内涵

1

地方与地方性、地方意义

2

地方感与地方依恋



(二) 旅游目的地的地方依恋研究

1

研究地方依附和旅游需求(尤其是重游率)之间的关系

•

2

根据地方依附水平
不同区分不同行为
特征旅游者



(三) 旅游目的地地方意义研究

利用现象学和主题分析法获得旅游者赋予旅游地的意义,将这个意义结构作为一种基于旅游者主观体验的旅游地评价

研究旅游者赋予旅游地的意义,可以了解旅游者的偏好,从而更好地进行旅游产品规划和旅游地促销



研究旅游者、居民赋予旅游地的意义的差异与冲突,可以更合理地开发旅游资源,管理旅游地

（一）旅游目的地竞争力概念

（二）旅游目的地竞争力模型概述

（三）旅游目的地竞争力评价

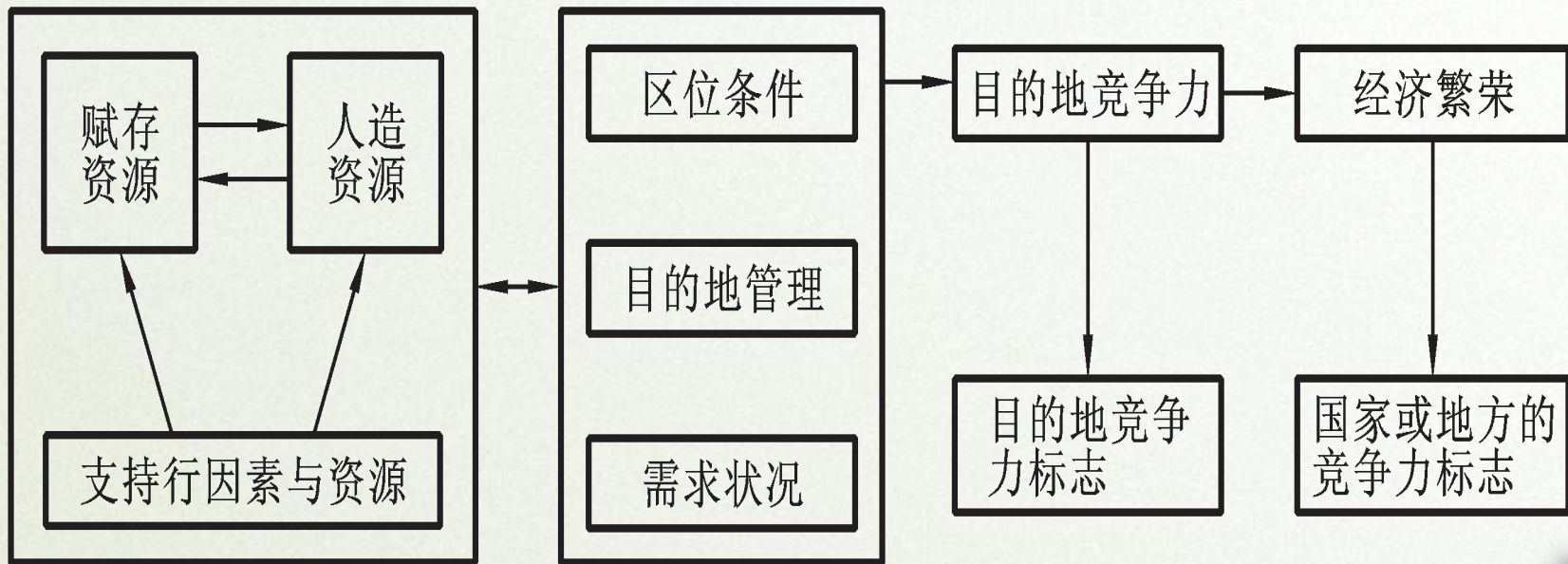


(一) 旅游目的地竞争力概念

旅游目的地能够持续地为旅游者提供满意的旅游经历、并且能够不断提高旅游目的地居民生活质量以及旅游目的地其他利益相关者福利的能力，其表现形式为具有共同目标市场的旅游目的地之间市场占有率的大小和旅游收入的高低。

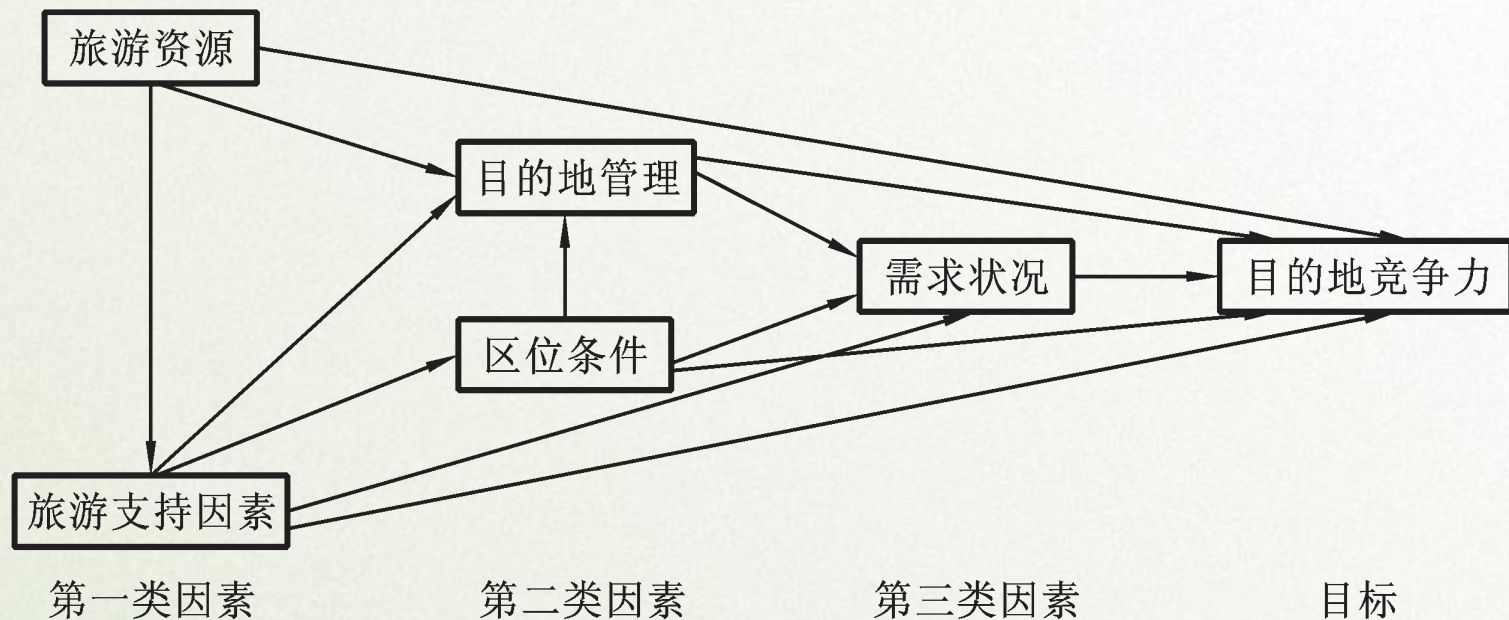
(二) 旅游目的地竞争力模型概述

1. TDC综合模型 —— 概念性模型



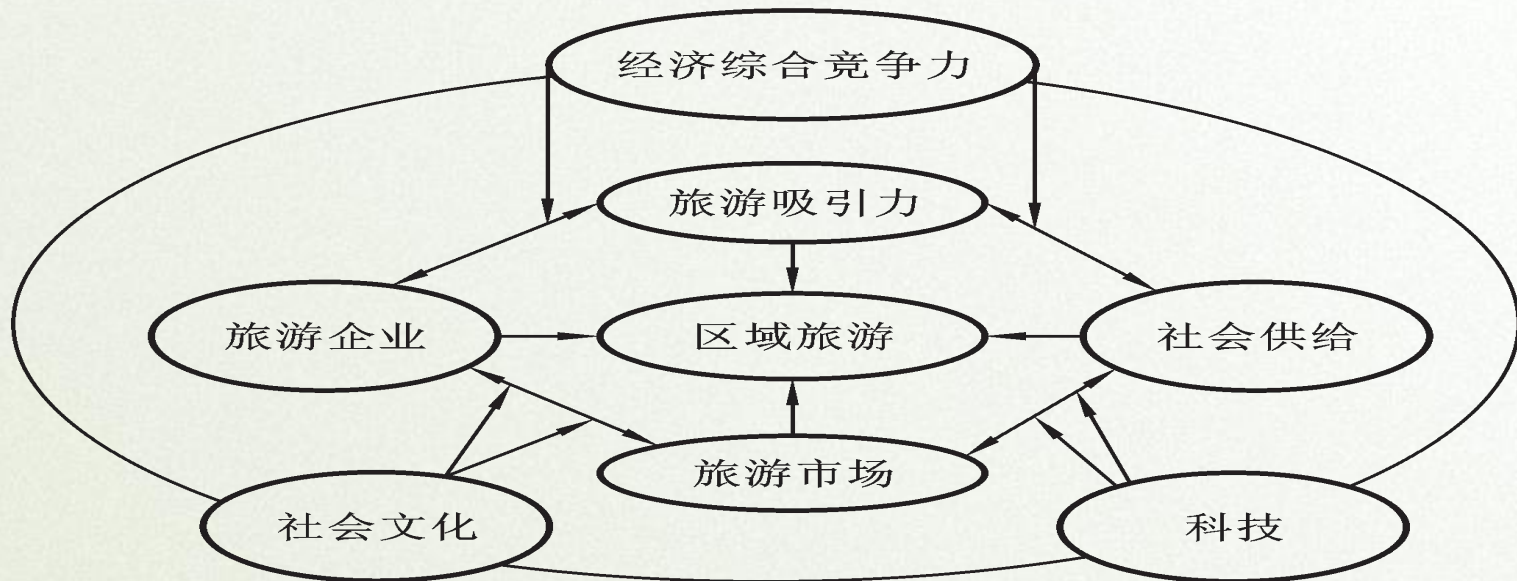
(二) 旅游目的地竞争力模型概述

2. TDC核心因素模型 —— 简约性模型



(二) 旅游目的地竞争力模型概述

3. TDCM 构建——多视角模型



本章小结

通过本章的学习，注意理解旅游目的地内涵。旅游目的地作为一个复合系统，有着复杂的构成要素；同时结合时下热点问题，思考怎样开展区域合作，打造全域型旅游目的地；旅游目的地的深刻内涵，又以地方理论、生命周期理论和旅游目的地竞争力等三大理论基础为支撑，运用理论达到解释和理解相关旅游目的地问题的目的。