

此页面上的内容需要较新版本的 Adobe Flash Player。



您现在的位置：中国城市发展网 > 城市理论 > 城市资源旅游 > 文章正文

政府
最新热门
<ul style="list-style-type: none"> ■ 旅游市场竞争全球化条件 ■ 浅谈塑造桂林旅游新形象 ■ 开发钦州市旅游业的探讨 ■ 论广西旅游业创新发展的 ■ 谈大力发展廊坊市休闲旅 ■ 关于提升休闲农业旅游地 ■ 浅论乡村旅游与农村旅游 ■ 乡村旅游发展问题与对策 ■ 乡村旅游发展中存在的问 ■ 中国旅游饭店定位的创新 ■ 吉林省冰雪体育旅游产业 ■ 长沙市影视旅游开发浅析 ■ 当前云南旅游资源优势及 ■ 城市水业的新机遇新模式 ■ 焦作市土地节约集约利用
最新推荐
<ul style="list-style-type: none"> ■ 双鸭山将在全省率先创建 ■ 泛北部湾区域旅游合作的 ■ 泰州发展城市旅游的对策 ■ 乡村旅游：三十年与三个 ■ 以“软实力”来推动旅游 ■ 打造“夏都”专家谈：“ ■ 打造旅游地产灵魂的三大 ■ 东方明珠：借助世博演艺 ■ 抓住良机积极发挥兵团旅 ■ 抢抓机遇，努力把白山建 ■ 构建鄂西生态文化旅游圈 ■ 雷山倾力打造“中国苗族 ■ 水资源的资产化、资本化 ■ 桂林旅游产业与城市经济 ■ 城市旅游发展模式选择的
学校

基于利益相关者理论的城市旅游形象战略探讨

作者：熊礼明 文章来源：网络 更新日期：2007-11-12 [收藏此页](#)

随着人民生活水平的提高以及城市旅游功能的增强，城市已成为重要的旅游目的地。目前，城市之间旅游业的竞争相当激烈，只有那些在旅游市场上具有鲜明旅游形象的城市，才会在竞争中脱颖而出。因此，城市旅游形象战略的实施不仅有利于搞好城市旅游宣传，促进城市旅游市场的开拓，而且还能营造良好的文化氛围，促进城市文明建设，提高城市整体素质。本文基于利益相关者理论，从利益相关者的角度来探讨城市旅游形象战略的实施。本文认为，城市旅游形象战略实施的核心主体是政府部门，同时也需要其他利益相关者的支持与配合，只有切实关注利益相关者的利益，才有益于良好城市旅游形象的建立，更有益于提升城市的知名度、美誉度和提高城市的旅游竞争力。

城市旅游形象战略实施的必要性

城市旅游形象是指旅游者在游览城市的过程中通过对城市环境形体(硬件)的观赏和市民素质、民俗民风、服务态度等(软件)的体验所产生的总体印象。它是城市旅游吸引物、城市景观风貌、社会文化环境等因素在旅游产品生产中对旅游者综合作用的结果，是城市综合要素在旅游者心目中的反映。总的说来，每个城市对旅游者都有一个趋于一致的感知形象。在某种程度上，这种形象几乎固化在旅游者的心目中。城市旅游形象战略的实施就是通过城市地貌、文脉以及旅游市场的分析，确立城市的旅游形象，然后把确立的旅游形象营销给旅游市场，使受众对该城市的形象有趋于一致的认知，从而促使他们对该城市旅游目的地的选择。

从城市的特点来看，形象问题在以城市为旅游目的地的城市旅游中显得尤其重要，因为城市旅游不是以局部的资源、景观、情趣、环境来吸引旅游者，而是以整个城市作为吸引物，由于城市具有综合性、复杂性及多层次性的特点，使得城市对游客的吸引力在游客心目中更多地表现为一种综合印象，即旅游形象。这就决定了城市旅游发展必须全面实施旅游形象战略。

从市场竞争的态势来看，旅游市场的规模在特定阶段拥有的客源是既定的。既定的客源在众多的目的地之间进行选择，势必会造成竞争态势。随着城市旅游目的地产品同一化现象的增多，城市个性逐步得到削弱，而城市旅游形象战略的实施，可以加强城市的个性，使该城市有别于其他城市，从而在旅游市场上树立独一无二的形象。只有树立良好的城市旅游形象，才会提升城市的整体知名度和美誉度，才能更好的吸引游客。

从城市发展的需要来看，城市旅游形象战略是城市发展战略的一个重要环节。城市旅游形象战略是一个系统的工程，涉及到包括政府相关职能部门、旅游企事业单位、社区居民等主体，而建设的内容有社区居民精神文明风貌、基础设施建设、旅游市场整顿、旅游产品开发等。通过城市旅游形象战略的实施，可以提高城市的可进入性，提升社区居民的精神文明面貌，生产适销对路的旅游产品，提升城市旅游的知名度和美誉度，促进旅游市场持续、快速、健康发展。在作为城市经济重要组成部分的旅游经济的促进或带动下，城市旅游形象战略的实施有益于城市知名度和美誉度的提高，优化城市的投资环境，促进城市经济的发展。

城市旅游形象战略的利益相关者分析

利益相关者理论是20世纪60年代起源于英美等西方国家的一种管理理论，进入20世纪80年代以后其影响开始扩大，并促进了企业管理理念和管理方式的转变。其核心思想是：任何一个企业的发展都离不开各种利益相关者的投入或参与，企业追求的是利益相关者的整体利益，而不仅仅是某个主体的利益。这些利益相关者包括企业的股东、债权人、雇员、消费者、供应商等交易伙伴，也包括政府部门、本地居民、当地社区、媒体、环境保护主义等集团，甚至还包括自然环境、人类后代、非人物种等受到企业经营活动直接或间接影响的客体。这些利益相关者都对企业的生存和发展注入了一定的专用性投资，他们或是分担了一定的企业经营风险，或是为企业的经营活动付出了代价，企业的经营决策必须要考虑他们的利益，并给予相应的报酬和补偿。企业的发展前景有赖于对利益相关者不断变化的利益要求的回应质量。因此，管理者必须从利益相关者的角度来看待企业，这样才能获得持续的发展。

(一)利益相关者的概念界定

西方学者在20世纪60年代明确给出利益相关者的定义。1963年，美国上演了一出名叫“股东”(Shareholder)的戏。斯坦福大学研究小组受此启发，利用另外一个与之相对应的词，即所谓的利益相关者(Stakeholder)。

机构

博客之星

相关文章

城乡统筹发展的理论梳理和深
一般均衡理论的发展脉络研究
浅谈城市旅游及其国际化问题
三十年所有制改革的理论与实
泰州发展城市旅游的对策与建
总部经济的理论、模型和效应
文登市委工作会议暨市委理论
广东发展模式的理论思考
城市旅游发展模式选择的三维
烟台城市旅游发展定位与形象

- 2008年中国城市创新能力科学…
- 关于出席《2009全国中小城市…
- 举办市长、局长(生态旅游)…
- 《中国城市年鉴》2009年卷

older)来表示与企业有密切关系的所有人,其利益相关者的定义是:对企业来说存在这样一些利益群体,如果没有他们的支持,企业就无法生存。这个定义对利益相关者界定的依据是某一群体对于企业的生存是否具有重要影响。

进入20世纪80年代以后,随着经济全球化的发展以及企业间竞争的日趋激烈,人们逐渐认识到经济学家早期从“是否影响企业生存”的角度界定利益相关者的方法有很大的局限性。弗里曼(Freeman)对利益相关者理论做了较为详细的研究,他认为“利益相关者是指任何一个影响公司目标完成或受其影响的团体或个人,包括雇员、顾客、供应商、股东、银行、政府,以及能够帮助或损害公司的其他团体。这个定义不仅将影响企业目标的个人和群体视为利益相关者,同时还将受企业目标实现过程中所采取的行动影响的个人和群体也看作利益相关者,正式将当地社区、政府部门、环境保护主义者等实体纳入利益相关者管理的研究范畴,大大扩展了利益相关者的内涵。

(二)利益相关者理论在旅游业中的运用

随着利益相关者理论的发展,该理论逐渐被用到旅游研究中。20世纪80年代中后期,在一些旅游文献中开始出现“利益相关者”这一词汇,1987年Marsh和 Henshall就旅游者—居民的期望及相互影响在旅游发展规划中的战略价值进行探讨。随后, Haywood(1988)、Keogh(1990)和Neil Leipe(1989)讨论了旅游规划中社区参与问题和目的地旅游流分析。20世纪90年代中后期,这一理论开始引起旅游学者深入的研究和思考。1999年,“利益相关者”这一概念出现在世界旅游组织制定的《全球旅游伦理规范》这一旅游官方文献中。

同样,利益相关者理论也应在城市旅游形象战略中发挥其指导作用。在城市旅游形象战略大力实施的今天,作为战略实施的核心主体的政府部门,需要其他利益相关者的支持与配合,需要充分考虑利益相关者的整体利益。城市旅游形象战略的利益相关者主要有政府、旅游企业、社区居民、旅游者。一个好的城市旅游形象的塑造离不开这些利益相关者的共同努力,如果仅是政府参与的城市旅游形象战略实施主体其在观念、政策、管理上占主导作用,那么实施的效果是不可能好的;而一个没有得到旅游者广泛认可的城市旅游形象无疑是失败的。在这些利益相关者中,政府通过良好的城市旅游形象的创建可以提升城市形象,相关旅游企业则可以获得切实利益,社区居民能通过良好的城市旅游形象的建立而获得实惠,旅游者则可以得到高质量的旅游体验。因此,以政府为主导的城市旅游形象实施主体应充分考虑各利益相关者的利益,采取措施调动相关利益主体的积极性,只有这样


[1] [2] 下一页

[查看原文](#)

文章录入: 胡雁霞 责任编辑: 胡雁霞

- 上一篇文章: 论我国乡村旅游资源及其开发
- 下一篇文章: 论乡村旅游资源的开发

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)

 网友评论: (只显示最新10条。评论内容只代表网友观点,与本站立场无关!)

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [各地工作站](#) | [联系我们](#) | [会员城市名单](#) | [版权申明](#) | [友情链接](#)

主管: 中国社会科学院 主办: 中国城市发展研究会 承办: 中国城市发展研究会网络中心 大城小市(北京)文化传媒有限公司
联系电话: 010-64462852 传真: 010-64462856 邮箱: ccyb1102@163.com 法律顾问: 北京中逸律师事务所李建新律师

Copyright©2006-2007 All Rights Reserved 版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备05086808号

本网站非赢利性网站,如果侵犯了您的权益请与管理员联系,我们一定及时更正。