

第 1 章 绪论

1.1 问题的提出

近几年，中泰友好关系发展势头良好，中国与泰国的合作也日渐突出，尤其是在旅游合作上，更是相得益彰。出入境旅游现也成为一种流行趋势，在中国-东盟这样一个背景下，双方的旅游合作成为一个比较热门的话题，因此本文根据泰国赴滇旅游者购物行为这一线索来开展研究。由于本人在泰国学习对泰国比较了解，泰国又是一个旅游资源丰富的国家，因此以泰国为出发点。云南作为本人的家乡，所以更好入手，在本科学习阶段就对旅游感兴趣并且学习的也是国际旅游管理方向。消费者行为学是一个涉及比较广的学科，笔者研究的消费者购物行为符合 MBA 的论文要求，而且对双方的旅游业的研究具有理论及现实意义。

1.2 研究背景

由于当前处于中国东盟大环境下，旅游发展对中泰双方都有有利趋势，旅游经济作为综合经济收入的重要来源之一，不仅受到旅游界人士关注而且还引起了社会各界人士的广泛关注。出入境旅游随着人们生活水平的提高也不断列入到节假日旅游的行程单中。近几年，赴滇旅游泰国消费者成倍增加，2011 年云南省接待的泰国旅游消费者 38.75 万人是 2002 年的 6.1 万人的 6.35 倍^[1]。因此，研究泰国消费者的购物行为特点对云南旅游业的入境旅游发展有相当高的借鉴作用。

云南作为旅游大省，不仅重视国内旅游消费者，同样重视入境旅游市场消费者，本文的研究将有利于云南旅游业的发展。2009 年 7 月，胡锦涛总书记视察云南时提出，使云南成为中国面向西南开放的重要桥头堡。云南旅游业在体制、行业规范、管理模式、旅游购物消费创收等方面都存在一定程度的不足，以上多方面的问题制约着它的发展。因此，本文以泰国入手对赴滇旅游的消费者购物行为进行研究，通过研究分析出泰国消费者的旅游购物行为特点，并通过这些特点制定出相应的旅游购物发展策略。

^[1] 云南省统计局.《云南统计年鉴 2012》[M].昆明：中国统计出版社，2012.

1.3 研究目的及意义

在旅游收入中,旅游购物消费是比重较大的部分,旅游发达国家及地区旅游购物收入高达40%~50%之多^[2],而中国旅游购物仅为20%左右,云南则更少。因此,促进旅游购物消费能够有效提高云南的旅游收入。

1.3.1 研究目的

云南旅游客源市场主要由国内旅游市场和入境旅游客源市场两大块组成,而入境旅游客源市场分为东南亚南亚、西欧、北美、日韩、大洋洲等五大块组成^[3],泰国是东南亚南亚市场中最不可缺少的部分,通过对泰国赴滇旅游消费者购物行为研究,希望达到以下目的:

(1)通过对泰国赴滇旅游消费者购物行为的基本特征进行分析,了解泰国的消费者的购物特点、旅游购物的发展趋势。

(2)通过研究云南入境旅游市场中的泰国客源市场情况,为云南旅游市场的旅游购物品发展,旅游购物企业的市场营销活动的开展提供参考。

(3)通过全面研究云南入境旅游市场中泰国旅游者的消费行为特征,加快提升云南旅游形象,促进云南旅游业发展。

(4)通过对泰国旅游消费者的购物行为研究,提供更好的符合泰国消费者心理的购物产品,促进云南旅游创收。

1.3.2 研究意义

云南省是全国旅游发展状况中较为稳定的一个省份,旅游发展速度较快,但是在发展过程中出现一系列的问题,尤其是在旅游购物创收方面,仅达到国家平均水平,与旅游发达国家和地区存在较大的差距,因此研究主要客源地的消费者购物行为特点的意义: 1.有利于云南了解主要入境客源市场中的消费者购物情况。 2.有利于云南旅游购物品企业针对泰国消费者需求制定产品。 3.有利于云南旅游企业争取更多泰国旅游消费者。4.有利于相关旅游购物企业制定旅游购物品营销计划。

^[2] Coltman M. Tourism Marketing. Van Mistrand Rainhold, 1998: 56~61.

^[3] 李昔南.云南入境旅游发展猛 上半年欧洲游客增八成[J].云南信息报,2011-8-9.