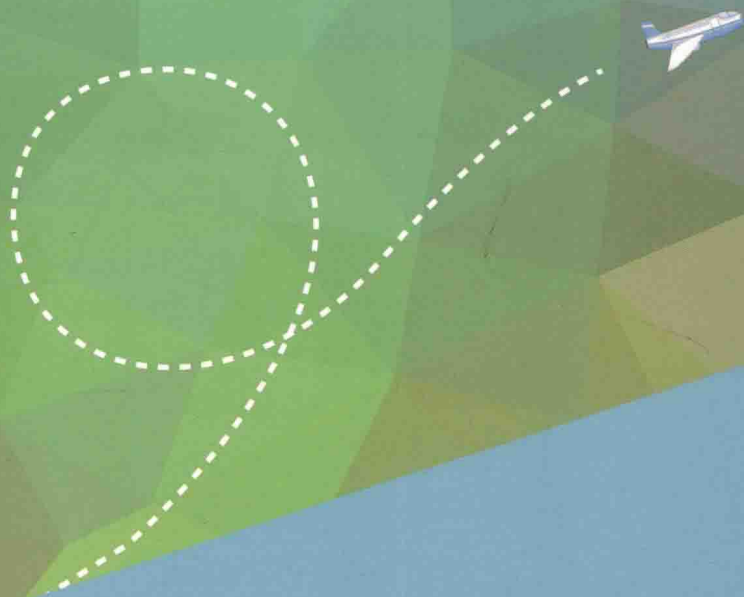




MTA创业创新课程参考书目

中国旅游创业创新智库丛书

丛书总主编 张德欣



旅游创业启示录

互联网+时代的

出境游

张华 王加梁 / 主编
廖旺宇 李凌 罗婉丽 / 副主编



旅游教育出版社



MTA创业创新课程参考书目

中国旅游创新创业智库丛书

丛书总主编 张德欣

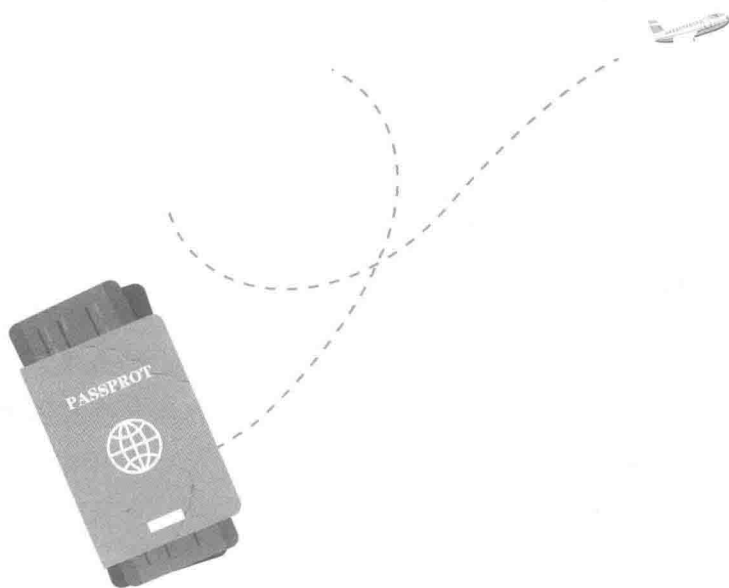
旅游创业启示录

互联网+时代的

出境游

张华 王加梁 / 主编

廖旺宇 李凌 罗婉丽 / 副主编



北京·旅游教育出版社

责任编辑:刘彦会

图书在版编目(CIP)数据

旅游创业启示录:互联网+时代的出境游 / 张华,
王加梁主编. --北京:旅游教育出版社, 2016. 11
(中国旅游创业创新智库丛书)
ISBN 978-7-5637-3483-2

I. ①旅… II. ①张… ②王… III. ①互联网络—应
用—旅游业—研究—中国 IV. ①F592-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 266843 号

中国旅游创业创新智库丛书

旅游创业启示录——互联网+时代的出境游

张 华 王加梁 主 编

廖旺宇 李 凌 罗婉丽 副主编

张德欣 丛书总主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京艺堂印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	710 毫米×1000 毫米 1/16
印 张	11.75
字 数	171 千字
版 次	2016 年 11 月第 1 版
印 次	2016 年 11 月第 1 次印刷
定 价	37.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

《中国旅游创业创新智库丛书》

编委会

顾问 问：魏小安

主 任：张德欣

联合主任：厉新建 谷慧敏

副主任：秦 宇 曾博伟

执行副主任：李 彬 苗利娟

委 员：(排名不分先后)

秦 宇	李 彬	温 婧	郑 红	钟栋娜
严 艳	张 华	王加梁	李 龙	宋 徽
卢雪英	屈云茜	陈莹盈	钟 伟	李朋波
朱迎波	周 彬	张河清	孙 憬	贾 轲

旅游创业创新研究院专家顾问团：(排名不分先后)

魏小安	厉新建	易开刚	赵新良	张凌云
张 辉	秦 宇	薛兵旺	江金波	谷慧敏
张玉钧	王 凯	白 凯	郭英之	李 想
吴忠宏	信宏业	李 原	张朝枝	周玲强
曾博伟	卢政营	郑向敏	徐 虹	张河清
沈建龙	周春林	罗 军	洪清华	于敦德
叶一剑	郑敏庆	陈云岗	张晓军	黄栋庆
刘汉奇	荀 亮	蒋 涛	陈 亮	袁润兵
钱建农	曾 松	陈安国	朱万峰	

寄语

中国参与到全球化进程是从工业分工的全球化开始的。到今天，中国制造已经是全球商业格局中最重要的一部分。与之伴随的是中国人的足迹开始遍布全球。出境游的创业机会正是孕育在这个庞大的进程之中。相信会有更多的创业者能站在全球的视角，成就惊人的伟业。

小猪CEO 陈驰



公元1275年，意大利年轻帅哥，20出头的马可·波罗在经过4年的艰苦跋涉，终于到达了神秘东方世界的中心。当他站在繁华的北京街头仰望天空激动不已时，也正有两位和他同样伟大的人，在北京郊区房山上的一所孤独的寺庙中，决定动身去一个他们一直梦想的地方，遥远的耶路撒冷。

就这样，拉班·扫马和他的学生成为了最早游历中亚和西方，并在历史上产生重要影响的中国人；他们是在那不勒斯码头让西方世界第一次拥有深刻印象的东方面孔；他们是希翼通过英法两国武力重新夺回圣城耶路撒冷的外交家；他们是见证了“景教”在中土最后余晖的掌教人；他们是中国的马可·波罗。

您看，创造历史也不是那么困难。只要您有一颗愿意出去看看的心。当然也并非每次的出行都那么悲壮，都需要跋山涉水，不是吗？今时今日，出境游已经变得容易多了，无数的创业家们也开始运用各种智慧和工具，让您的出境游变得轻松简单。而《旅游创业启示录——互联网+时代的出境游》便是一本能让每个普通人都幻化成中国马可·波罗的旅游创业秘籍。

准备好，翻看开，打开一扇通向世界和无尽财富宝矿的大门。



中央人民广播电台调查记者，旅游卫视《中国旅游新闻》主持人，人文历史类畅销书
《九门内外》作者 董彬

几乎所有的创业者们，创业起步都是从小公司开始，既然是创业公司，缺钱、缺人、缺资源等将会是常态。甚至创业者和创业团队也会有很多的短板，这些不足会让自己时时陷入无能为力的旋涡里。来自资本、外部环境、竞争对手、内部团队的诸多压力会让你发现创业绝不像你想象得那样美好。你会经历非常多的委屈、无奈、折磨，甚至会创业失败。请在面临这些苦难的时候坚持做对的事，时时刻刻关注我们如何满足消费者需求。



出境旅游是一个优秀的创业跑道，随着新兴消费需求的爆发，出境旅游已经成为人们的生活方式和自我实现的途径。还有太多的消费者需求没有被满足，还有太多的旅游产业升级的机会。IT到DT的变革，推动整个生态变革的力量远远超过工业社会的速度和幅度。如果你选择在出境旅游行业创业，那么恭喜你做了一个很棒的选择！

祝大家好运！祝大家创业成功！加油！

飞猪副总裁 段冬东

人生就是一段旅程，我们在这个旅程中实现自我的成长。旅游带给我们不一样的体验，我们在旅游中不仅仅是观赏沿途的风景，更是用一种跳出日常生活的角度反观自己。蔚然成风的出境旅游给一代中国人带来了前所未有的震撼，也给旅游行业带来了前所未有的机遇和挑战，出境旅游进入了新常态。

《旅游创业启示录——互联网+时代的出境游》一书总结了各种别具匠心的商业创新模式，能帮助我们更好地认识出境旅游的新常态。“你站在桥上看风景，看风景的人在楼上看你”。无论你是一个出境旅游业的创业者，还是一个走天涯的旅人，相信这本书都能给你新的启迪。



著名经济学者，中国人民大学重阳金融研究院首席经济学家 何帆

随着中国经济的升级、中产阶级的崛起和80后、90后成为消费新动力所带来的市场变化，加之各国对中国签证的政策放宽，出境游呈现井喷式高速发展，并日渐成为消费者的生活标配。消费者曾经传统的走马观花、一路逛一路买的旅行方式，进而转化为追求品质化、个性化的体验需求。市场的变化为从业者提出了新的课题。未来10年是出境游的春天，在此契机之下，从业者应准确把握主流人群诉求，从个性、定制、深度等细分角度去考量市场需求。在此趋势下，出境游市场也将呈现出多维度、多元化的发展。



Travelzoo 旅游族亚太区总裁 洪维

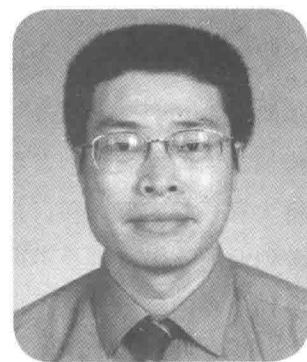
中国出境旅游的强势增长已经持续了超过20年之久，并正在经历着质与量的双重变化。新一波的中国游客更加自信，更有经验。在信息技术和社交媒体等的帮助下，他们敢于尝试新的目的地和旅游产品，更加积极地领略目的地文化和生活方式，我们将此称为“中国出境游2.0版”。随着中国经济的发展，民众的休闲需求将不断变化，可以说中国出境游的序幕才刚刚拉开。对于旅游创业者来说，此刻创业不仅可以分享到中国出境游高速发展的红利，更有可能在全球未来旅游发展中设定标杆，抢占先机。



美国天普大学旅游与酒店管理学院的教授，沃士本高级研究员，博士 李想

虽然出境游市场看上去非常广阔火热，但想要从这市场中分羹却不容易。常规OTA平台上提供的产品已经不能满足国人日益增长的大量个性化旅游需求，这也催生了细分与垂直市场的蓬勃发展，给创业者们提供了大量实现创业小梦想的机会。

找到让用户旅行过程中感觉不爽、不舒服的痛点，创业者们必须从市场发展趋势出发，结合自身资源优势、团队能力偏重及个人兴趣爱好等方面，深耕细作下来方能有所收获。



奔跑吧！创业者们！

湖南师范大学旅游学院教授，湖南省投资理财学会会长 王凯

当前中国出境游处于井喷的时代。在互联网+的时代下，人们获取旅行信息的途径越来越丰富，对旅行品质的要求越来越高，传统旅行社作用正在被淡化，简单的没有特色的旅行线路已经无法满足人们的需求。设计特色旅行产品，打造定制化线路，提供全方位贴心服务，旅行社从单纯的地接、订机票功能，向综合旅行服务商转变，是旅行市场的必经之路。

真心投入，熟悉行业，轻资产运营，精细化分工，利用互联网优势，整合各个层级资源，正如Airbnb和Uber那样。如果你可以利用好互联网和大数据，你就可以成为一个优秀的旅行服务提供商。

知名环球旅行摄影师，摄影媒体撰稿人，专栏作者 网际飞侠



喜欢旅行的我，经常出去走走，有一些出境游体验。也看到出境游从单一跟团游发展为半自由行和定制旅行，抑或是自由行。随着出境游的增长，互联网的发展在这方面也呈现出优势。

从各种便捷的出境游APP，到细分出境游市场的服务，如蜜游网这样的旅游出境游服务类创业公司，都在出境游发展的时代中，获得了准确的市场定位和客户群体。《旅游创业启示录——互联网+时代的出境游》一书，很好地解读了网络时代的互联网出境游。



私享世界·新媒体工作室CO-Founder，知名自媒体撰稿人，旅行者 无须豆蔻

欣闻《旅游创业启示录——互联网+时代的出境游》出版，个人获邀撰写寄语，深感荣幸，特予祝贺。旅游创业与国家的战略息息相关，旅游的发展优劣也是人民生活幸福与否的判断指标。如何在旅游创业中寻找最佳的或最合适的商业模式，值得大家一起来努力和讨论。在“一带一路”的政策引导下，旅游创业的未来发展是不可限量的。相信这本书将是海峡两岸旅游创业者的实用宝典，也是学术机构的经典著作，更是政府单位政策拟定的参考用书。



台湾“国立”台中教育大学教授，永续观光研究中心主任 吴忠宏

致旅游行业的年轻人和创业者们：从业二十多年，屡有回望些许感慨，有创业时的无惧，有小成时的欣喜，也有艰难时刻的决断，至今，每年心虑或不悦的烈度系数依旧，不会因公司小时而减轻，也不会因规模壮大后激增。说到创业，特奉劝几句，经过二十多年的发展，行业环境远非昔日可比，创业很难，传统旅游巨头割据，线上旅游霸主几家，要想突围谈何容易。如果你是真心热爱这个行业，那么恭喜，能把爱好和工作结合是人生幸事。可如果创业者从创业第一天就不知道怎么挣钱，就知道怎么花钱，不研究产品和服务，就认为一种所谓模式可以颠覆整个产业链，那还是算了的好。核心的问题是，即使再刚性的旅游需求也无法改变低频消费的特征。一句话，把公司当猪养肥了卖的要深思，旅游投资的风口正在远去，业内战略投资要的是真实的能力，挣钱的能力。



凤凰旅游总裁 谢立新

中国已经进入产业结构转型升级的长期阶段，这一时期服务业高速增长和消费升级成为两个标志性特征，出境旅游的高速增长成为典型经济现象。特别是在近年来第一、第二产业增长率回落的背景下，出境旅游消费的相对重要性不断提升。与此同时，以移动互联网为代表的技术革命深刻改变了旅游产业，百花齐放百家争鸣的创业创新强劲推动了旅游产业的深度变革。在这样的产业背景下，《旅游创业启示录——互联网+时代的出境游》一书具有很高的研究价值。



中国旅游研究院副研究员，中国社科院旅游研究中心特约研究员 杨彦锋

序一:丛书序

创业是一个国家经济活跃的象征,创新是一个民族进步的灵魂,二者也是一个国家兴旺发达的不竭动力。中华民族的发展历程中,有关创业创新的例子不胜枚举,大到开疆拓土,小到手工作坊,无不体现华夏儿女创业创新精神与智慧力量。特别是伴随后金融危机时代下全球经济进入深度调整期,我国经济发展面临着进入新常态下的诸多挑战。此时,由国家最高领导层号召和推动的经济供给侧改革和“双创”活动则成为了推动我国经济发展和转型升级的重要引擎。创业与创新活动不仅仅是国人实现“中国梦”、过上美好生活的重要方式,更是上升到国家和民族层面的实现“中华民族伟大复兴”的重要路径。

2015年3月5日,李克强总理在十二届全国人大三次会议政府工作报告中提出“互联网+”行动计划。2015年7月,国务院印发《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》。同年9月16日,国家旅游局下发《关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》(以下简称《通知》)。《通知》指出,旅游业是国民经济的综合性产业,是拉动经济增长的重要动力。以互联网为代表的全球新一轮科技革命正在深刻改变着世界经济发展和人们的生产生活,正给全球旅游业发展带来全新变革,旅游与互联网的深度融合发展已经成为不可阻挡的时代潮流。不管是互联网+旅游,还是旅游+互联网,这两大最具发展潜力的领域,都是新常态下中国经济快速发展的重要驱动力量。几乎同时,双创也在全国兴起,并影响着中国社会发生深刻变革。

中关村智慧旅游创新协会(以下简称旅创协)是以“旅游创业创新”为核心,涉及跨界旅游及科技领域,经民政部门正式注册的全国性社会团体,本着以“中国旅游互联网产业技术创新发展与服务”为导向,构建“政府引导、科技支撑、企业参与、合作共赢”的旅游互联网产业技术创新环境,通过“资源对接、行业聚合、创新实践、服务社会”持续提升旅游互联网创新能力,积极推进旅游互联网创新成果推广和学术交流,促进旅游行业健康发展。

2016年是中国旅游产业发展的重要一年,李克强总理在首届世界旅游发展大会上指出,旅游业是“大众创业,万众创新的大舞台”,各地政府也加快产业布局与政策落地,全国上下掀起一股创业创新热潮。2016年金秋9月,由中关村智慧旅游

创新协会发起,特邀旅游业中外顶级学者、智库领导人、产业领军人物及知名投资人等为核心组建“旅游创业创新研究院”,为旅游行业创业创新提供理论支持与实战分享,以营造创业创新环境,提供创业创新建议及服务,助推旅游产业健康有序发展为重要使命。

为响应党和国家号召,顺应时代要求,完善市场和社会需求,致力于推动“大众创业万众创新”及“互联网+旅游”成为中国经济新常态下的新引擎,旅创协与各高校通力合作,组建《中国旅游创业创新智库丛书》编委会,编撰旅游创业创新系列书籍,以积极推动创业创新成为时代潮流,汇聚经济社会发展的强大新动能,积极推动各类创新要素融合互动,让一代“创客”的奋斗形象成为创新中国、智慧经济的重要标识。

目前丛书主要有两个套系,一是蓝皮书系列,以《中国旅游企业创新创业发展报告》为题,每年一册,较为全面与系统地分析当年旅游业创新创业发展实践及趋势;二是以“旅游创业启示录”为题,深入到旅游行业创业的细分领域进行优秀案例的汇总提炼,如周边游、海岛游等。

旅游、互联网、创业、创新,是本智库丛书的关键词。丛书汇聚旅游学术界与产业界力量,一则记录中国旅游业发展变迁史,二来为政府、高校、媒体、研究机构、产业界与创业者们提供相应的决策与分析参考,也可作为高校相关专业、EDP、MBA/MTA、创业学院的教材或案例集。

创客们,这里谨借用六小龄童老师的话与大家共勉:苦练七十二变,才能笑对八十一难。时代造就你的同时,你也创造了时代。

大家,加油!

总主编:张德欣

2016年于中关村创业大厦

序二：中国出境旅游的理性 增长与变化应对

很高兴跟大家聊一聊出境旅游的话题。在湖南卫视刚刚结束的“我是歌手”决赛上，唱民谣的老狼把摇滚圈的老炮儿召集到一块儿帮唱。民谣和摇滚似乎并不怎么搭的，前者多是近处生活的吟唱，后者则更愿意与现实保持距离感，并容易引起年轻人的共鸣。正如歌手许巍演绎的那样“生活不仅眼前的苟且，还有诗和远方的田野”，可是对于绝大多数人来说，不论是不是苟且，都得先过好眼前的生活不是？如果说出境旅游是我们的诗和远方的话，柴米油盐则是老百姓的日常生活，那就让我们先从与日常生活直接相关的物价聊起吧。

近几日老百姓的菜篮子有两样东西因为涨价而成为网络段子手的热门题材，一是价格上涨 35% 的大葱，一吨大葱的价格相当于同样重量的石油价格的 8 倍；另一个是猪肉，也上涨了 35%。从国家统计局公布的 3 月份消费者价格指数 CPI 来看，同比上涨了 3.5%，同期 PPI，也就是生产者价格指数则下降了 4.3%。这意味着咱老百姓哪怕走在诗和远方的路上，也得回头看看目前的生活别有什么影响。回到旅游的话题，尽管李克强总理在政府工作报告中明确提出“迎接大众旅游时代”，但是一个不言自明的道理是，只有把日常生活过好了，过踏实了，才会考虑去更远的地方。因此，国民经济的增长率、企业生产的活跃度、居民消费品的价格走势，都会直接影响远方的旅行。

就是带着诗歌去了远方，也还是离不开世俗生活的，除了吸引我们的美丽风景，还得考虑出去旅行是不是很方便，口袋里的铜板是不是足够坚挺。对于出境旅游来说，货币的坚挺程度是与汇率直接相关的。从去年的 1 月份起，到今年 3 月份为止，人民币兑美元的汇率贬值了 3.85%。这意味着中国人出境旅游的成本变高了，这不利于消费意愿的持续增长。国家旅游局发布的 2015 年出境旅游总人数的市场指标，再创历史新高，接近 1.2 亿人次，但是增长率只有 9.8%。这就意味着经过了 15 年的高速增长，中国的出境旅游市场增幅首次回落到个位数，也意味着自发的、高速增长出境旅游时代已经成为过去。

尽管增幅回落到个位数，中国出境旅游市场增长的空间仍然是巨大的。这个

判断可以从宏观经济指标得出,也可以从出境旅行证件的存量和增长加以预判。旅行证件包括因公和因私的护照、港澳通行证、往来台湾地区通行证,总数应该是6000万多一些。即便忽略一个人持有多本旅行证件的因素,六千万人的潜在出境市场存量,和14亿的人口基数比起来,仍有一个巨大的增长空间。世界那么大,绝大多数国民都想出去看一看。只要证件签发的政策放宽些,这个市场就会放量增长。请各位相信,中国的出境旅游市场基础是足够厚实的,未来五到十年稳定增长的基本面没有变。

让我对出境旅游市场保持乐观预期的第二个理由是越来越多的国家和地区给予中国游客更好的旅游便利。现在的年轻人都喜欢“说走就走的旅行”,那得让别人允许你说来就来啊。在过去的一年中,我充分关注到越来越多的国家和地区对中国游客实施了免签证、落地签证、一签多行等以签证便利化为代表的宽松而自由的旅行政策。允许游客自由往来还不够,还得有欢迎的姿态,于是,境外目的地持续扩大在中国市场的宣传力度,并为之投放更多的高品质旅游产品。在今年上半年参加COTTM的展商及其所在国家和地区的政府、公共服务部门和商业机构就是这么做的。在欢迎中国游客的接待环境方面,包括但不限于中文标识、汉语导游、中餐、银联卡等,都让游客得以更方便地体验目的地生活方式。

受益于大众创业、万众创新的大环境,旅游市场主体为中国出境游客创造了更好的消费环境。像海玩、我趣旅行、游心旅行等,都在做海外的酒店、租车、餐饮等目的地资源的直接采购和产品整合。像蚂蜂窝这样有深厚互联网基因的旅行服务商,从早期用户生成内容(UGC)到专家生成内容(PGC),再到休闲旅游者的自由行服务,一直在利用大数据技术来为出境游客提供丰富多彩的旅行生活体验。银联国际、欢迎中国等项目则一直推动海外目的地为出境游客提供更多的品质分享。

出境旅游市场对关税政策很敏感。最近大家普遍关心,4月8日以后海外旅游所购商品在入境管制政策上是不是变得更为严厉了。网络上有很多似是而非的文字和图片,我希望大家若想研究这些政策性很强的问题,一定要去财政部和海关总署的官方网站查看官方渠道发布的消息,谣言就不攻自破了。政策是严肃的,需要稳定性和连续性,如果有调整的话,也是分类渐进的。比如跨境电商平台,其交易的频次和营业规模是肯定要受新政策影响的,严格意义上讲这不是旅游的范畴,而是小额贸易的范畴。没有迹象表明,中国政府正在实施或者正在研究如何调整出境旅游政策。

面对中国出境旅游市场的变与不变,我给各位读者几点建议,供各位参考。

继续保持对出境旅游市场繁荣和发展的坚定信心

2020年很快就会到来,中华民族伟大复兴的第一个目标,即全面实现小康社

会的中国梦就要成为现实。人均 GDP、居民可自由支配收入、城镇化水平、人均寿命、平均受教育年限等经济社会发展指标都将有质的变化。日常生活的问题解决了,我们就会有意愿,也有能力多考虑一些诗和远方的问题。事实上,政府和社会也正在为大众旅游时代的到来做各项准备工作。大众旅游是什么?首先是国民参与人数的持续快速增长。

2015 年,国民参与旅游的人数首次突破了 40 亿人次,其中近 1.2 亿人次是出境旅游。可以说,旅游正在成为国民大众不可逆转的消费选项,世界那么大,我们也都想出去看一看。根据国务院有关文件的规划,到 2020 年,国民出游率将达到 5 次,即近 70 亿人次的国内旅游和 2 亿人次的出境旅游市场。希望目的地国家和地区的政府,特别是旅游推广机构,还有各类旅游资源供应商和旅行生活服务商,要对出境市场的未来增长、对中国出境旅游政策继续保持信心。

大家也要充分估量市场增长趋势中的结构和行为的变化,并给予积极的应对

现在出境旅游市场正在从自发的、情绪化的增长转向自觉的、理性化的增长。如今已不可能再像早期那样,你给我说一个海外目的地,只要是没有去过的,我就颠颠地去了。因为国际国内旅游目的地的选择范围更加广泛了,也因为游客的消费经验累积到了一定程度,就不会再那么轻易被打动了。是的,非洲的动物大迁徙、休斯敦的火箭发射、法国的美食和红酒等,都是值得体验的场景和生活方式。一些旅行指南的书籍和杂志动不动就列出“你不得不去的 100 个地方”“一生不得不品尝的 100 种美食”,是很好啊!可是旅行虽美好,生命有限度,不可能都去的。这就有旅游目的地的理性选择问题,好的旅游推广是可以改变人们的消费偏好的。像我们的近邻韩国在制造流行文化,在旅游推广服务方面就很是值得研究。大家注意到没有,曾经韩国推出的旅游形象大使,就是站在朴槿惠总统边上的那位当代影星宋仲基。他们是把中国出境旅游市场,特别是年轻人的出游偏好和消费行为研究透了,还善于用中国游客听得懂的语言,去言说他们感兴趣的故事。还得用好当代科学技术,特别是基于互联网的大数据技术。

搜狐旅游频道的李妍主编曾经告诉我,他们生活类资讯中阅读量最大的是关于星座的,现在已经有市场机构在利用客群的星座分布去优化广告投放渠道,并相机调整市场宣传策略。为了应对增速理性回调的出境旅游需求,以及更加激烈的市场竞争,旅游目的地的市场形象确有必要重新梳理和建构。

海外旅游目的地需要提供多一些体验当地生活方式的旅游产品和服务,以适应日渐增长的休闲度假旅游市场

出境旅游市场经过十五年的发展,已经逐渐培育成熟。从早期“走走走”也就是观光看景为主,到“买买买”即购物为主,发展到“慢慢慢”即休闲度假的目的地

生活体验阶段。当然,购物还是比较多的,但是购物清单中的购物行为已经发生了巨大变化。早期买奢侈品、买高端商品比较多,现在呢?消费变得更加理性了。目前游客的购物清单中化妆品、药品、马桶盖、高压锅等生活用品明显增加了。

游客到了目的地,就在某个国家,甚至某座城市度过整个假期,真正的休闲市场正在发育起来。中国人的家庭休闲市场发展起来以后,海外旅游供应商的产品结构就得做相应的调整,比如说公寓会变得越来越抢手。一家三口出去,选一个有客厅、有洗衣机、有非明火灶具的公寓,很实惠啊!不是每位出境旅游的中国人都有那么有钱,就像不是每位中国人都会功夫那样,也不是每个游客都是土豪。我们会更加注重精打细算。购物也不一定非要去大商店和免税店,也可以去社区商店、便利店,甚至菜市场。就像外国游客也愿意跟中国人一起包饺子,一起去三里屯泡酒吧那样,中国游客也愿意融入到当地的社会生活中去。

这种家庭、情侣、朋友们之间去体验异地生活场景的需求越多,越需要海外目的地为游客提供便利的消费环境。毕竟不是每一个中国人出去的时候,都可以自己开车,都会说英语、德语、法语、韩语,或者其他异国他乡的语言。他们还需要有一些中餐,需要看中文电视,也需要有方便接入的 Wi-Fi,自拍后再美颜一下传到微信朋友圈。希望目的地国家和地区的政府,特别是营销推广机构,在欢迎中国游客方面,从更多的细节上去做文章,而不只是宣传秀丽的风景,激动人心的大事件。要知道,人们之所以流泪,不是因为远方的战争,而是风沙吹进了我们的眼睛。

衷心地祝愿中国出境旅游市场繁荣发展,祝愿《旅游创业启示录——互联网+时代的出境游》一书能够给广大从事旅游行业的旅游人以及即将在出境旅游方向创业的年轻人一些启发和收获!

中国旅游研究院院长 国家旅游局数据中心主任 戴斌

2016年4月12日

序三：生机勃勃 潜力万千

关于出境游这个话题,相信大家都有一定了解,人民币的坚挺加之国人对精神层面更多的诉求,使中国百姓出境者日渐增多,这些不满足于国内周边游与长线游的用户,已经将目光投向海外,从港澳台开始,进而东南亚日韩,随后进军欧美及亚非拉更为广袤的土地上。

根据联合国世界旅游组织数据显示,自2012年起,中国已连续多年成为世界第一大出境旅游消费国,对全球旅游收入的贡献年均超过13%。根据《中国旅游发展报告2016》披露,2015年中国出境游人次达1.2亿人次,境外消费金额达1.5万亿元人民币,中国出境游人数和旅游消费均位居全球第一。预计2020年,中国国内旅游规模将达到68亿人次,出境旅游人数将超过2亿人次。上述报告还显示,目前中国排名前10位的互联网企业都在进军旅游业。预计至2020年,中国在线旅游交易覆盖的总人数有望突破6亿人次。

随着中国经济的发展,世界经济中心和旅游大国都已经进入“中国时间”,在2015年到2020年,预计中国旅游行业的复合增长率为10%。同时仅就国家大力支持的“一带一路”旅游合作来说,未来5年,就计划为沿线国家输送1.5亿人次中国游客、2000亿美元旅游消费。

以上只是官方的数据。2015年9月,我受邀参加南开大学举办的中西旅游大会时,某国际酒店集团总监给出一个数据“中国人只有5%的人持有护照”,则可以借此想象未来中国出境游的市场有多大,目前仅是非常初期的起步阶段。环游世界是每一个人的梦想,而为梦想提供支撑的,则是出境游的服务商们。

政策红利助力行业快速发展,出境游龙头企业纷纷谋求上市,以期做强做大主体业务。同时,由于资本市场直接看到强劲的行业发展势头,出境游企业上市后的资本运作也受到市场各方的认可。我们先来看一下传统旅游业中出境游领军企业,也即所谓三驾马车或出境游三大社的情况。

众信旅游2016年动作频繁,收购华远国旅、股权激励、员工持股、高管增持以及实际控制人增持……显示了众信旅游在境外旅游的长远布局。

出境游市场另一龙头企业凯撒旅游2015年10月也已完成重组上市,2016年

5月初,便公告拟募资80亿元用于建设凯撒邮轮销售平台、凯撒国际航旅通等项目。希望通过定增深化公司出境游全产业链战略布局,做到线上线下双向结合,推动公司持续健康发展。

同为出境游三大社之一的凤凰旅游,与洪湖生态农业有限公司进行重大资产重组,加速步入资本市场,将转变为出境旅游批发(团队游),以及出境旅游定制、航空票务、修学业务、签证等各项单项委托旅游业务的专业旅游资源整合机构。

而作为“互联网+”时代的旅游创业创新弄潮儿,本书中的案例企业则避开三大社在资源与渠道上的优势,从游客与用户的实际需求出发,寻找细分与垂直市场的蓝海。这也是因为随着中国消费者出游观念的愈发成熟,休闲度假的品质及出游体验的提升,已成为消费者出游最为关注的因素。

从微细分市场角度,满足更多国人个性化与主题式需求的旅游服务商,在巨头市场反应迟缓与势力范围薄弱之地,以小而美的平台涌现出来。他们或专注于某个地域,或专注于某个人群,或专注于某种主题,从而用一把锐利的小刀切开市场。毕竟中国庞大人口基数为众多草根创业者提供了广阔的土壤,只要掌握“资源把握力、产品设计力、服务执行力”这三把利器,利用好互联网思维,做好与线下企业的分工协作,相信都会有不错的成绩。

这里请出境游创业者们多关注一下“一老一小”两个出境游最有潜力的人群。

首先是老年人市场。中国已进入老龄化社会,国家统计局最新数据显示,截至2015年底,我国60岁以上人口升至2.2亿,占比16.1%,即中国每6个人中,就有1个是老年人。随着经济的增长、生活水平的提高、社会保障的完善、医疗条件的改善,加上充裕的时间、老年人消费观念的转变,近几年,国内老年游客的出游人次占比明显上升。尽管老年游客更爱国内游,但随着出境游景点开始出现更多的中文服务以及众多国家推出免签及签证便利举措,不少身体状况较好的老年游客,开始渐渐倾向出国游玩。2015年,老年出境游同比增长217%,增速高于国内游(95%)。由于老年人对价格比较敏感,在假期上限制性很小,银发族成为节后错峰游主力。

其次是小孩市场。2013年2月2日,国务院办公厅印发《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》,提出“逐步推行中小学生研学旅行”的设想。2014年8月21日出台的《关于促进旅游业改革发展的若干意见》中,首次明确了“研学旅行”要纳入中小学生日常教育范畴。

研学旅游的本质特征是体验教育,教育是研学旅行的灵魂。除学校之外,我们应鼓励更多主体参与研学旅游,特别是应充分发挥群众团体、公益组织等的积极性,利用各自的优势来举办形式多样、各具特色的研学旅游活动,努力形成优势互