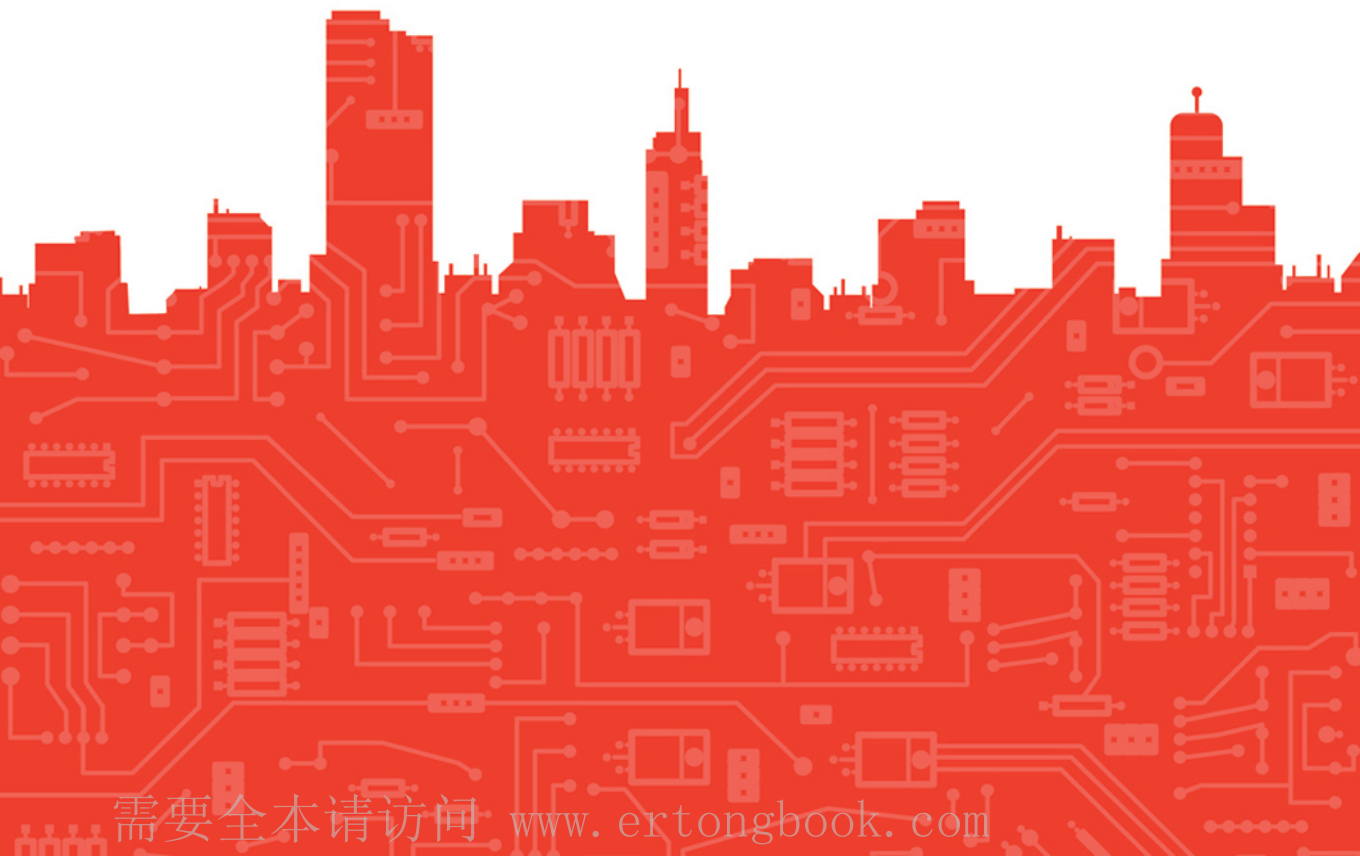
王辉 金涛 周斌 水克荣 周铭 编著

智慧旅游

清华大学出版社



需要全本请访问 www.ertongbook.com

智慧旅游

王辉 金涛 周斌 水克荣 周铭 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书主要阐述智慧旅游的概念，介绍如何建设智慧景区、智慧酒店、智慧购物，旨在推动我国智慧旅游的建设。

全书一共11章，第1～2章阐述智慧旅游的概念，并从游客、管理者、技术三个视角进行剖析，重点阐述智慧旅游的体系架构和应用体系。第3～8章是本书的主体部分，从安防、票务、交通、能源、办公、业务等方面介绍建设智慧景区、智慧酒店、智慧购物的内容。第9章简介虚拟旅游这种新的旅游形式。第10章分析智慧旅游产业联盟。最后，第11章选取镇江、南京等典型案例，对目前已经或正在建设的智慧旅游状况进行了概括和总结。

本书具有观点前沿，内容全面、通俗易懂、应用性强的特色，具有很强的实践指导作用。可供国家旅游管理部门、旅游产业链企业，建设单位等参考，也可作为本科及大专院校相关专业师生的阅读材料。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。
版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989　13701121933

图书在版编目(CIP)数据

智慧旅游/王辉等编著. --北京：清华大学出版社，2012.1
ISBN 978-7-302-27410-0

Ⅰ. ①智…　Ⅱ. ①王…　Ⅲ. ①旅游业发展－研究－中国　Ⅳ. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第245057号

责任编辑：闫红梅　薛　阳
责任校对：胡伟民
责任印制：

出版发行：清华大学出版社　　**地　　址**：北京清华大学学研大厦A座
http://www.tup.com.cn　　**邮　　编**：100084
社　总　机：010-62770175　　**邮　购**：010-62786544
投稿与读者服务：010-62795954，jsjjc@tup.tsinghua.edu.cn
质　量　反　馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn
印 刷 者：
装 订 者：
经　　销：全国新华书店
开　　本：170×240　　**印　张**：8.25　　**字　　数**：145千字
版　　次：2012年1月第1版　　**印　　次**：2012年1月第1次印刷
印　　数：1～　000
定　　价：　.00元

产品编号：043277-01

前言

近年来，我国旅游业蓬勃发展，带动了城乡经济的发展，在国民经济中发挥了重要作用。2009 年后，国务院专门出台了《关于加快发展旅游业的意见》，国家十二五规划也将旅游业纳为七大战略性新兴产业之一，为旅游业的快速、高质量发展提供了强有力的政策支持。我国旅游业的发展进入了一个全新的阶段。自助游、自驾游、农家乐、旅游团购等新事物逐渐变得普通，“吃住行游购娱”六方面不断完善，旅游产业链及区域之间合作加强……然而，我国旅游业的发展也面临着许多瓶颈。其中，旅游基础设施不完善是导致旅游综合接待能力不强的重要原因。

国家高度重视信息化对于突破旅游发展瓶颈的作用。信息产业部于 2007 年 12 月就将黄山市列为信息产业部旅游信息化试点。通过采用信息技术，整合资源，建立和完善以旅游资讯网和呼叫中心为基础的面向公众的旅游信息公共服务体系，改善黄山的旅游管理，全面提升黄山旅游服务水平，加快推进了黄山旅游国际化。

随着物联网、移动通信技术的大量应用，一线城市、80％的二线城市都明确提出了建设“智慧城市”。在打破信息孤岛，实现信息共享，无线覆盖的“智慧城市”建设背景下，旅游作为城市运行的一个重要领域也被列入了智慧城市建设的一个方面。江苏省镇江市于 2010 年在全国率先创造性地提出“智慧旅游”的概念，开展“智慧旅游”项目建设，开辟“感知镇江、智慧旅游”新时空。2011 年 6 月，国家旅游局正式函复江苏省人民政府，正式同意江苏在镇江建设“国家智慧旅游服务中心”。2011 年 4 月，南京启动了“智慧旅游”建设。2011 年 8 月国家工信部确定的国家移动电子商务试点示范工程项目“香格里拉旅游移动电子商务项目”综合信息平台也启动了。

虽然人们对“智慧旅游”这个新名词不再陌生，但是，到底智慧旅游是什么？智慧旅游建设包括哪些方面？国内智慧旅游的发展状况如何？很多人对此并不了解。银江股份致力于智慧城市建设，已经对智慧城市有了比较透彻的了解，现将对“智慧旅

游”的认识整理。这能够使公司紧跟理论和实践前沿。由于智慧旅游是一个比较新的概念，据我们的调查，国内介绍智慧旅游的书籍非常少，本书的出版能与更多的人分享我们对于智慧旅游的认识。我们也希望本书能够给想要了解智慧旅游的人提供有用的信息。

我们认为，智慧旅游是指利用云计算、物联网等新技术，通过互联网（或移动互联网），借助便携的终端上网设备，主动感知旅游资源、旅游经济、旅游活动、旅游者等方面的信息，并及时发布，让人们能够及时了解这些信息，及时安排和调整工作与旅游计划，从而达到对各类旅游信息的智能感知、方便利用的效果。这个定义说明了智慧旅游采用的主要技术、主要功能以及能够达到的效果，是一个比较全面和被认可的定义。

智慧旅游对于旅游中涉及的人和部门具有不同的“智慧”理念。对游客来说，智慧旅游是一种便利、个性化、体验性的旅游。对旅游管理者来说，智慧旅游是一种高效的管理和协作模式。从技术角度来说，智慧旅游由庞大的先进技术体系支撑，不仅采用了数字旅游中的 3S（RS、GIS、GPS）等技术，还重点采用了物联网技术、云计算技术、移动通信技术等关键技术。

从建设上来看，智慧旅游不仅包括了数字旅游的建设内容，而且更加注重物联网技术的应用，更加注重数据资源的分享与深入挖掘，更加注重信息的移动获取和交流。简单来说，智慧旅游包括数字化、网络化和智能化三方面的建设内容，具有全面物联、充分整合、协同运作、激励创新 4 个特点。

本书一共有 11 章，各章主要内容如下：

第 1 章介绍我国旅游业的发展现状、游客需求特点以及旅游发展的新动向。

第 2 章从游客、管理者、技术三个视角剖析智慧旅游的概念，分析智慧旅游与智慧城市的关系，重点阐述智慧旅游的体系架构和应用体系。

第 3～7 章，主要是站在景区角度，从景区智能安防与环境监测、景区能源与办公、景区票务与医疗、旅游交通、公共发布平台 5 个方面介绍建设智慧景区的内容。

第 8 章站在酒店与旅游购物商店的角度，主要回答以下 4 个问题：什么是智慧酒店、怎样建设智慧酒店、对于游客来说怎样才是智慧购物、旅游购物商店如何能使游客享受智慧购物。

第 9 章简介由先进技术带来的新旅游形式——虚拟旅游，说明什么是虚拟旅游，怎样构建虚拟旅游系统、虚拟旅游社区的概念、虚拟旅游网站的功能。

第 10 章从产业发展的角度，分析了智慧旅游产业联盟的必要性、模式，并以大旅

需要全本请访问 www.ertongbook.com

游“one card”为例，说明了联盟的强大功能。

第 11 章选取镇江、南京等典型案例，对目前已经或正在建设的智慧旅游状况进行概括和总结。

本书具有观点前沿、内容全面、通俗易懂、应用性强的特色，具有很强的实践指导作用。可供国家旅游管理部门、旅游产业链企业、行业协会、规划设计单位、建设单位等参考，也可作为本科及大专院校相关专业师生的阅读材料。

本书汲取和引用了许多专家学者的研究成果，还参考了大量相关网站的观点，并尽可能在参考文献中列出，在此对有关专家和网站表示感谢。“智慧旅游”的概念新，内容广，还是一个计算机科学、工程学、城市规划多个学科交叉的领域。智慧旅游不断发展，新的观点和内容不断产生。虽然我们力求精益求精，但由于水平有限，撰写时间匆促，书中难免存在许多不足与问题，恳请读者批评指正，以便我们修正和完善本书。我们的联系邮箱是 smartercitybooks@enjoyor.net。

编 者

2011 年 11 月 2 日

目录

第 1 章　绪论 …… 1

1.1　旅游业发展现状 …… 2
1.2　游客需求 …… 5
1.3　旅游发展新动向 …… 6
1.3.1　休闲旅游井喷式增长 …… 6
1.3.2　自助游蓬勃发展 …… 6
1.3.3　新技术深入渗透 …… 7

第 2 章　发展智慧旅游 …… 8

2.1　智慧旅游悄然临近 …… 8
2.2　什么是智慧旅游 …… 9
2.2.1　游客视角 …… 10
2.2.2　管理者视角 …… 11
2.2.3　技术视角 …… 12
2.3　智慧旅游与智慧城市的关系 …… 14
2.3.1　智慧城市的理念 …… 14
2.3.2　智慧旅游与智慧城市的关系 …… 16
2.4　智慧旅游的体系架构 …… 16
2.4.1　智慧旅游感知体系 …… 16
2.4.2　智慧旅游云服务平台 …… 17
2.4.3　智慧旅游运营中心 …… 18

2.4.4 智慧旅游产业联盟 …… 20
2.4.5 智慧旅游的服务对象 …… 20
2.5 智慧旅游的应用体系 …… 21

第 3 章 景区智能安防与环境监测 …… 23

3.1 公共安全管理 …… 24
3.1.1 智能红外视频监控系统 …… 24
3.1.2 周界红外报警系统 …… 26
3.1.3 电子巡查系统 …… 28
3.1.4 火灾自动报警系统 …… 30
3.1.5 食品流通追溯系统 …… 30
3.1.6 游玩设备管理系统 …… 31
3.1.7 旅游资源保护 …… 31
3.2 景区环境监测 …… 32
3.2.1 景区环境容量监测 …… 32
3.2.2 景区环境质量监测 …… 34

第 4 章 景区能源与办公 …… 37

4.1 景区能源管理 …… 37
4.1.1 智能路灯管理系统 …… 37
4.1.2 用电监管系统 …… 41
4.1.3 电能质量监测系统 …… 43
4.1.4 太阳能综合利用系统 …… 44
4.1.5 用水监管系统 …… 46
4.1.6 自动苗木灌溉系统 …… 46
4.2 智慧的办公管理 …… 48
4.2.1 办公自动化 …… 48
4.2.2 指纹考勤办公系统 …… 49
4.2.3 景区可视对讲系统 …… 50

第 5 章　景区票务与医疗 …… 51

5.1　智能票务管理系统概述 …… 51
5.1.1　传统票务管理存在的问题 …… 51
5.1.2　智能票务管理系统概述 …… 51
5.1.3　智能票务管理系统的功能 …… 52
5.2　智能票务管理系统的应用 …… 54
5.2.1　开放式门禁 …… 54
5.2.2　景区电子导游 …… 54
5.2.3　人员定位 …… 55
5.2.4　人员疏导 …… 55
5.2.5　人员救援 …… 55
5.2.6　景点旅客容量指标实时统计分析 …… 55
5.3　景区医疗 …… 56
5.3.1　景区卫生服务 …… 56
5.3.2　远程医疗 …… 57
5.3.3　远程监护 …… 58
5.3.4　移动医疗 …… 58
5.3.5　体检疗养 …… 59

第 6 章　智慧的旅游交通 …… 61

6.1　旅游交通概述 …… 61
6.2　物联网在旅游交通中的应用 …… 63
6.2.1　车辆追踪方案 …… 63
6.2.2　停车场管理方案 …… 64
6.2.3　旅游交通一卡通 …… 64
6.3　智慧旅游交通系统的构建 …… 64
6.3.1　旅游交通指挥中心模块 …… 65
6.3.2　旅游交通信息服务模块 …… 65
6.3.3　旅游交通安全保障模块 …… 66

需要全本请访问 www.ertongbook.com

6.3.4 旅游交通特殊服务模块 …… 69
6.4 游客车辆管理 …… 70
6.4.1 交通信息诱导系统 …… 70
6.4.2 停车场管理系统 …… 72

第 7 章 公共发布平台 …… 73

7.1 智慧旅游门户网站 …… 73
7.1.1 品牌展示模块 …… 73
7.1.2 在线服务模块 …… 74
7.1.3 电子商务模块 …… 76
7.1.4 互动交流模块 …… 79
7.1.5 系统分析模块 …… 80
7.2 公共信息发布系统 …… 80
7.2.1 公共广播系统 …… 81
7.2.2 LED 屏幕显示系统 …… 82

第 8 章 智慧酒店与智慧购物 …… 84

8.1 智慧酒店 …… 84
8.1.1 智慧酒店的建设内容 …… 85
8.1.2 智慧酒店管理系统 …… 86
8.2 智慧购物 …… 91
8.2.1 智慧购物概述 …… 91
8.2.2 旅游个性化电子超市 …… 92
8.2.3 电子支付系统设计 …… 96

第 9 章 虚拟旅游 …… 98

9.1 什么是虚拟旅游 …… 98
9.2 虚拟旅游系统 …… 99
9.2.1 构建过程 …… 99
9.2.2 关键技术 …… 103

9.3 虚拟旅游社区 …… 103
9.4 虚拟旅游网站的功能 …… 104

第 10 章 智慧旅游产业联盟 …… 106

10.1 旅游产业联盟的必要性 …… 106
10.2 旅游产业联盟的模式 …… 107
10.3 旅游产业联盟的体现：大旅游“One Card” …… 108

第 11 章 智慧旅游发展现状 …… 111

11.1 镇江建设“中国智慧旅游服务中心” …… 111
11.2 南京启动“智慧旅游” …… 112
11.3 江苏七市建立“智慧旅游联盟” …… 115
11.4 九寨沟打造“智慧景区” …… 115
11.5 宁波推出“虚拟旅游社区” …… 116

参考文献 …… 117

第1章 绪论

旅游是人们为寻求精神上的愉快感受而进行的非定居性旅行及在游览过程中所发生的一切关系和现象的总和。旅游业是一个开放的大系统，除了景区外，还包括多方面内容。人们用“食、住、行、游、购、娱”这简单的6个字概况了旅游活动的6大要素。现代旅游尤其强调跨行业、跨部门的“大旅游”概念。

“食”即餐饮业。在现代旅游中，“食”已经成为一项重要的旅游资源，构成了专项旅游产品。旅游餐饮注重两个关键词：绿色和特色。无论是大餐还是小吃，旅游餐饮都注重具有本地特色的美食的推广，强调原汁原味的味觉体验，同时更需要保证食品的安全、卫生和健康。随着绿色理念的深入，越来越多的游客喜好天然无污染的有机食品。

“住”即酒店业。现代酒店业特点有：发展前景广阔，各类饭店需求明显增长；竞争更加激烈，对软件建设的要求越来越高；对环境保护更加重视，绿色理念更加深入；科技应用更加普遍，智能化水平进一步提升。

“行”即交通运输业。交通运输是决定旅游业发展是否具有竞争力的基本要素之一，而旅游业对交通运输的贡献也非常大。二者互动作用非常明显，相互促进，良性发展。旅游交通包括公共交通和租赁交通两大类，公共交通包括旅游目的地的公共交通和民航、铁路、长途客运等运输体系，而租赁交通主要是指旅行社或游客自助租车等方式。

“游”即游览，是旅游的核心。旅游的目的是获取对新鲜事物的感受，放松心情，或者获取高峰体验。由于旅游所在地常常是游客所不熟悉的，导览和导游显得十分重要。国内人口众多，景区常常爆满，这对游客安全、文物安全都提出了高要求。过度拥挤容易引起游客的烦躁心理，无法尽情地进行游览。合理地对客流进行分流也是旅游部门工作的重要内容。

“购”即旅游购物，是旅游过程中不可缺少的一个重要环节。旅游购物是发生在旅游过程中的购物行为，包含购物本身，也包含因购物活动而产生的其他活动，如在商场品尝当地特色食物，参观土特产加工等。这种活动本身不仅使游客们更感兴趣，同时也让游客对当地的风俗习惯等有了更深的了解。旅游购物活动是一个复杂的活动。它不仅仅包含购买行为本身，同时也是一个重要的旅游吸引物，是加深游客对旅游目的地了解的一个重要渠道。

“娱”就是旅游中的娱乐体验。跟其他五大旅游元素有所不同，旅游中的“娱”是一种身心的体会和感受。不同旅行者会在不同旅游环节体验到旅游所带来的乐趣，它可以产生在旅游交通路途上，可以发生在景区美景的游览中，也可以发生在享受旅游的美食购物中。因此，娱既是一种有形的娱乐方式体验，却又没有固定的娱乐模式，而且其有形的娱乐方式都有所不同地融入到了旅游的其他几大元素之中。

旅游有多种分类方式。按照旅游的目的，可以分为一般消遣旅游、商务会议旅游、宗教旅游、体育旅游。按照旅游活动的人数，可以分为团队旅游、散客旅游、自助旅游、互助旅游。

1.1 旅游业发展现状

近年来，我国旅游业先后迎来了 2008 年北京奥运会、2009 年建国 60 周年、2010 年世博会和亚运会等盛事，同时也遭遇了汶川特大地震、国际金融危机、甲型 H1N1 流感等众多不利因素的冲击。总体看来，我国旅游业日渐繁荣，呈现出良好的发展态势。

(1) 旅游业持续快速增长，成为国家战略性新兴产业。

2009 年 12 月，我国正式出台了《国务院关于加快旅游业发展的意见》，首次提出“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”。这实现了旅游产业定位的历史性突破。

我国旅游业抓住了历史发展机遇，表现出较强的产业适应能力和宏观调控能力，在产业发展的诸多方面取得了重要成绩。2010 年，我国旅游业三大市场实现全面恢复并较快增长。国内旅游人数达 21 亿人次，比上年增长 10.6%；国内旅游收入 1.26 万亿元，增长 23.5%；入境旅游人数 1.34 亿人次，增长 5.8%；入境过夜旅游人数 5566 万人次，增长 9.4%；旅游外汇收入 458.14 亿美元，增长 15.5%；出境旅游人数

5739 万人次，增长 20.4%；全国旅游业总收入 1.57 万亿元，增长 21.7%。

2006 年到 2010 年，我国入境过夜旅游人数、旅游外汇收入先后进入世界前 5 位，出境旅游人数稳居亚洲最大的客源国地位，并成为全球出境旅游增长最快的国家之一。截至 2010 年底，经国务院批准的中国公民出境旅游目的地国家和地区总数达到 140 个。我国在国际旅游业发展事务中的影响和地位进一步增强，世界旅游大国地位更加突出，建设世界旅游强国的基础进一步加强。快速稳健发展的出境旅游也有力彰显了旅游大国的积极形象。

在就业方面，旅游业已经成为中国吸纳就业人数最多的行业之一。目前中国旅游就业人数达 7600 万人，旅游直接就业达 1100 万人，间接就业达 6500 万人，相当于全国就业总数的 9.6%。特别在解决中国少数民族地区居民、妇女、农民工、下岗职工、大学毕业生首次就业者等特定人群就业方面，旅游业发挥了重要作用。通过促进就业、带动消费，中国旅游业在消除贫困方面做出了积极贡献。目前，中国乡村旅游收入超过 3000 亿元人民币，受益村(寨)超过 2 万个，直接受益农民超过 2400 万人。2009 年旅游总收入仍然达到 1.29 万亿元人民币，增长 11.3%，新增旅游就业 50 万人。据不完全统计，中国通过发展旅游已使贫困地区约 1/10 的人实现了脱贫。

2011 年全国旅游业的预期目标为：国内旅游人数 23 亿人次，增长 9%；国内旅游收入 1.4 万亿元，增长 12%。入境旅游人数 1.38 亿人次，增长 3%；入境过夜旅游人数 5850 万人次，增长 5%；旅游外汇收入 490 亿美元，增长 8%；出境旅游人数 6500 万人次，增长 16%；旅游业总收入 1.72 万亿元，增长 11%。

旅游具有强大的经济带动能力，能够吸纳众多的就业人员，能够提升人民生活水平。国家十二五规划也将旅游业纳为七大战略性新兴产业之一，为旅游业的快速、高质量发展提供了强有力的政策支持。

(2) 旅游部门的横向、纵向合作力度进一步增强，区域合作方兴未艾。

旅游部门与文化、农业、商业、工业、体育、环保、林业、气象、金融等部门合作更加紧密，旅游产业与文化产业、体育产业等相关产业融合不断深化，形成了旅游产业融合发展的大格局。局省合作机制取得明显成效。“十一五”期间，国家旅游局先后与安徽、吉林、广东、湖北、浙江、江苏、湖南、山东、云南、重庆、陕西、宁夏、四川、天津、广西、河南、河北、深圳等 18 个省市签订了旅游合作备忘录或合作协议，条块结合、分类指导，有力推动了地方旅游业的发展。

长江三角洲、珠江三角洲、环渤海经济区、长江沿线、丝绸之路等旅游区域依托中

心城市展开了联合宣传推广、旅游线路对接、促进要素流动、规范市场管理等多层次、各具特色的区域合作。区域旅游发展格局渐趋成熟，无障碍旅游区和跨区域旅游合作已成为旅游业发展方向的重要模式。旅游成为大陆与港澳台的经贸桥梁、文化纽带和交流合作先行者，两岸四地旅游交流与合作更为密切，内地居民赴港、澳旅游健康发展，大陆居民赴台旅游有序推进，CEPA 与 ECFA 协议等有关旅游政策不断落实。

（3）旅游基础设施不断完善，综合接待能力不断增强。

国家旅游规划重点推动信息技术的广泛应用，加强旅游公共信息服务，积极发展旅游电子商务，推进信息基础设施和能力建设。从我国旅游业的信息化程度来看，大部分景区已开展数字化建设，网站、电子门票、导览系统等已为大众所接受，但目前还存在信息传递不畅、信息共享水平低等问题。

2007 年已有包括黄山、八达岭等 24 个国家级风景名胜区在进行风景区数字化建设试点。大部分景点推广的电子门票，可以为旅游者提供网上订票、查询等服务。互联网已经成为信息化带动产业化发展的核心关键平台。有了电子门票和网络平台支撑，RFID 技术和追溯技术在人员实时监控、人员密度监控等个性化服务等空间得到了充分发挥。智能终端技术在数字化导览、电子地图、定位识别、移动支付、多点通信等领域也得到了大量应用。移动通信技术在景区容量分析、客流引导、应急处理等领域得到广泛应用。

智能设施辅助政府和景区建立健全旅游专业气象、地质灾害、生态环境等监测、预报预警系统和突发事件应急系统，增强灾害防范能力。智能设施辅助旅游企业建立了游客服务系统、娱乐系统、电子支付系统等，增强了企业的服务能力。

（4）传统旅游不断发展，新兴旅游项目蓬勃兴起。

传统的观光式旅游，仅仅依赖一些自然资源或者历史遗产为游客提供一种游览的满足感。度假式旅游着重提供一种休闲的氛围让游客轻松愉快享受假期。而后兴起的探险式旅游则更多的是追求感官或者感受的刺激，例如漂流、攀山等。这些都孕育了体验式旅游的雏形。20 世纪 80 年代中后期，在我国四川、北京、上海、浙江、江苏等地开始兴起的城里人到农村“住农房、吃农饭、干农活”的农家乐旅游就是体验式旅游的雏形。体验式旅游更着重给游客带来一种区别于其本身生活的体验，比如为城市人提供乡村生活的体验，为游客带来不同地域或者不同年代的生活体验等。

（5）旅游营销方式呈现多样化。

传统的旅游营销方式主要是通过报纸、电视、杂志等媒介广告宣传手段。但效果

往往难尽人意，而且成本高。在信息时代，网络视频营销、博客营销、互联网社区营销、短信平台营销、甚至线上虚拟旅游的体验式营销等营销方式，正在被一些有前瞻性的旅游目的地和旅游企业所采用。

此外，传统旅游也不断升级，旅游资源开发利用不断深入，旅游资源得到了较好的保护。

1.2 游客需求

近年来，国内旅游得到了进一步发展，牢固树立了在产业中的主体地位，旅游消费在居民消费中占据的比例持续上升，在扩大内需战略中发挥了重要作用，确保了“十一五”期间我国旅游业平稳且较快增长。旅游已经成为人民群众重要的生活方式，有力地推动了人民素质提高和生活质量提升。物质生活水平的不断提高使得人们开始逐渐重视精神生活质量。这对旅游也提出了更高的要求。当前，游客的消费需求主要呈现以下特征。

1. 个性化与多样化

物质生活水平及信息化水平的提高为满足人们的特殊要求提供了条件。游客希望旅游的各项内容都符合自己的特殊要求，希望能够享受到量身定做的旅游服务，也希望在旅游中展现自己的独特性。游客需求的个性化主要表现之一是旅游出行方式的多样化。越来越多的旅游者不愿随团旅游，而倾向于自助游、半自助游、自驾车游。游客需求的个性化还表现为新的旅游方式（如虚拟旅游）越来越受欢迎。然而，游客个人水平上的个性化差异导致了旅游需求构成上的多样性。

2. 体验化

旅游体验是指旅游个体通过与外部世界取得暂时性的联系，从而改变其心理水平并调整其心理结构的过程。人们开展旅游活动大多是为了扩展个人视野，感受不同的生活体验或者获取个人生活范围以外的信息。旅游体验是整个旅游世界的核心内容。游客开始重视旅游体验过程中的自我创造与再创造，不再满足于被动地游览，而渴望亲身参与互动。

3. 便捷化

互联网使人们生活方式发生了深刻变革，便捷性成了影响人们行为选择的重要因

素。游客希望通行的便利、购物的便捷。比如，旅游购物中，通过自助超市系统完成旅游商品的选购。

除此之外，游客需求还呈现出情感化、美化、探险化、求知化等特征，普通游客还关心旅游安全、旅游维权。

1.3 旅游发展新动向

1.3.1 休闲旅游井喷式增长

以“体验”为经济提供物的体验经济是继农业经济、工业经济和服务经济之后的新经济形式。在体验经济时代，随着旅游者旅游经历的日益丰富、旅游消费观念的日益成熟，旅游者对体验的需求日益高涨。他们已不再满足于大众化的旅游产品，更渴望追求个性化、体验化、情感化、休闲化以及美化的旅游经历。

世界休闲经济发展的规律表明：国民人年均 GDP 超过 1000 美元时，国内就会出现旅游观光需求；人年均 GDP 达到 2000 美元时，平均每年每个家庭可以外出度假一次，同时旅游观光需求向休闲度假需求转变；人年均 GDP 达到 3000 美元时，每个家庭平均每年可以外出度假两次，休闲需求进入高速增长阶段；人年均 GDP 达到 5000 美元时，旅游形态开始进入成熟的“休闲＋体验”阶段。当人年均 GDP 到达 6000 美金以上时，这个国家就将进入休闲时代。美国在 20 世纪 60 年代，欧洲在 20 世纪 70 年代，日本在 20 世纪 80 年代都经过了这个过程。

2009 年中国人年均 GDP 已经接近 4000 美元；而北京、上海、广州等沿海地区人年均 GDP 已经超过 10000 美元。随着中国由温饱型社会向享受型社会过渡，旅游休闲需求正在呈现井喷式增长，游客体验时代即将到来。

1.3.2 自助游蓬勃发展

进入 21 世纪以后，旅游者更加关注自身的发展，也就是自我实现。这是人需求的最高层次。自助游集中表现为需求的个性化、探险化、求知化，恰好符合了旅游者新的需求。旅游中所涉及的食、住、行、游、购、娱都由自己安排。虽然操作起来比较烦琐，但却摆脱了从前旅行社预先安排好行程的模式，更加随心所欲、自由自在，充满了多元化的个性元素。

需要全本请访问 www.ertongbook.com