

ZHONGGUO
DUJIA FANDIAN
SHICHANG HUANJING YU
CHANYE CHENGZHANG ZHANLÜE

中国度假饭店 市场环境与发展战略

戴 斌 束菊萍 阎 霞◇等著

ZHONGGUO
DUJIA FANDIAN

SHICHANG HUANJING YU

CHANYE CHENGZHANG ZHANLÜE

中国度假饭店 市场环境与发展战略

戴斌 束菊萍 阎霞◇等著



 旅游教育出版社

·北京·

责任编辑:巨瑛梅

图书在版编目(CIP)数据

中国度假饭店市场环境与产业成长战略/戴斌等著. —北京:旅游教育出版社, 2008. 11

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1741 - 5

I. 中… II. 戴… III. 旅游饭店—企业管理—中国 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 152062 号

中国度假饭店市场环境与产业成长战略

戴 斌 束莉萍 阎 霞 等著

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
印刷单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	24
字 数	396 千字
版 次	2008 年 12 月第 1 版
印 次	2008 年 12 月第 1 次印刷
定 价	48.00 元

(图书加... 鄂联系)

课题组成员名单

课题主持人

戴 斌 中国旅游研究院副院长、教授、博士
北京第二外国语学院旅游管理学院硕士研究生导师
华侨大学旅游学院博士研究生导师

课题组成员

束菊萍 香港中旅维景酒店管理公司发展部副经理
阎 霞 中国一航北京瑞赛科技有限公司酒店项目主管
周生辉 北京城市学院旅游管理系教师
张 巍 华盛国际中国区研究主管
康 蕊 阳光酒店集团
刘晓燕 阳光酒店集团
宋 玲 大连凯宾斯基饭店

前 言 >>>

自 2005 年开始,作为北京市教育委员会“人才强校——拔尖创新人才计划”的首批入选者,我和研究生围绕饭店产业发展和商业模式创新的主题,每年都要出版一部学术专著。从《饭店品牌建设》(2005)、《国有饭店产业重组与集团化管理》(2006)到《经济型饭店:国际经验与中国的实践》(2007),每个项目从立项、调查、研究、写作到出版都用了三年以上的的时间。随着这些专著的出版与发行,越来越多的产业界和学术界同仁开始关注我所服务的北京第二外国语学院旅游管理,特别是饭店管理的学科建设,同时也对本人的学术研究给予了更多的鼓励。事实上,也正是由于他们的关注与鼓励,我才能够不憚才情微薄,而在学术研究的艰难路径上走了下来,并努力在研究主题的本土化、研究方法的国际化和成果推广的网络化方面不断地尝试和有所创新。

经济型饭店项目的中期成果相对成型以后,我就在思考中国饭店业态下一步可能的演化方向是什么?这首先是一个理论问题。随着中国旅游市场规模的扩容和消费群体的细分化,我觉得从目标市场上进行分类更有现实意义。同时,中国旅游市场和住宿产业发展的现状也在表明,休闲和度假绝不仅仅是富裕阶层的权利。中低收入阶层人群同样希望能够在在一个价格相对低廉,要素相对完备,品质相对稳定的饭店去度过自己或短或长的假期生活。在产业投资管理实践中,类似于三亚、珠海、千岛湖、北京周边等区域已经形成了度假饭店的聚集区,并已经出现了像开元这样的本土品牌与跨国饭店管理集团共同开发这一细分市场的状况。在我参加的多次学术和行业会议上,更有不少大中型投资机构咨询中国度假饭店的发展前景。可以说,正是由于资源与需求、理论与现实共同推动,加上学术直觉,使我意识到度假饭店可能是未来一个时期的业态发展的热点之所在。在这一背景下,经与我的研究团队多次讨论后,我们决定从 2006 年初开始对度假饭店的业态展开研究。

立项以后,我和我的研究团队查阅文献,梳理概念,确定方法,访谈专业人士,对消费者展开调研,沿着既定的技术路线试图建立模型并形成观点,也多次对阶段性研究成果进行深入的讨论,有时甚至从逻辑框架上推倒重来,历时两年半,终成此稿。除第一章“导论”外,全书事实上主要由三大部分构成。第一部分包括“度假饭店的基础理论研究”和“度假饭店的发展进程研究”两章,主要研究了度假饭店的基本概念、内涵与外延、亚类型、成长机制、逻辑和历史发展进程,以期建立一个相对稳定的分析框架。这两章内容也是本人所有研究项目的共有部分。当我们试图解释或者改进某一现象时,如果不能从理论上说清楚研究对象的本质属性和演化规律,那么针对现实提出的观点与对策就只能是表象的和肤浅的。第二部分是基于国际视野的比较研究,包括“国外度假饭店的宏观环境研究”和“国际度假饭店的发展现状研究”(上、下)三章内容。这三章内容涉及国际度假饭店的空间布局、发展历程、商业模式和运营方式等方面的内容,从而为中国度假饭店的现实研究提供了可行的参照体系。第三部分包括“中国度假饭店的宏观环境研究”、“中国度假饭店的空间布局研究”、“中国度假饭店的市场主体研究”、“中国度假饭店的消费者特征研究”和“度假饭店产业的发展趋势与对策研究”五章内容。这部分内容的前四章是以课题组在全国各地的调研和访谈材料为基础而进行的实证研究为主,最后一章则是“策论”的文体。之所以在中国的现实分析方面配置了如此多的学术资源,是因为中国的旅游学术研究一开始就是与产业实践共进退的。生长于这片土地,解决产业实践中的现实课题,并力所能及地引领产业的发展,是中国学者的责任之所在。也只有在为产业实践服务的过程中,我们才有可能在国际学术的舞台上代表中国去“言说”。我一直以为,在学术领域的国际合作与交流中,“如何说”固然重要,“说什么”和“为谁说”则为基础和灵魂。

在过去的七年时间里,我先后以教员、学者、科研组织者和大学管理者的不同身份服务于北京第二外国语学院。七年,恰好是从大学开始读到研究生的时间,也是个人学术生涯里最为黄金的时光。就自身经历而言,对大学里的哲学社会科学研究多少也有些思索。与我目前就职的中国旅游研究院相比,大学的科研工作固然有服务社会的功能,但是最为核心的价值还是应当基于人才培养的。从科学组织与管理的视角出发,至少有四个方面原则是需要坚持的。首先,要侧重于基础理论的建构,并持续跟踪国际学术前沿动态。没有基本概念的梳理、基本原理的体系化和逻辑

辑框架的建设,真正意义的知识传承和学术突破是不可能持续的。须知,我们是以大学教员,而不是以政府官员和产业实践者的身份在说话。没有一定的理论积淀和扎实的基本功,行吗?基础理论的建构涉及多方面的支撑,研究范式与国际视野则是基础之基础。其次,科研要与产业发展的现实需求相结合。理论知识要传承,更要创新。在旅游领域,我们可以充分学习和借鉴国外的研究主题和研究方法,也可以引入其他学科领域的原理与工具,更重要的是,明白我们站在一个有着悠久历史文化传统、正在转型发展的大国,并且正在日益繁荣的产业节点上做研究。我们不能关起门来做学问,不能在学科建设的初始阶段就追求纯而又纯的学术感觉,而是要走出校园,到社会实践中去,与中国的旅游产业发展共进退。如果历史决定我们不能成为一个理论集大成者,那就让我们做一个为后人积累案例与素材的前行者吧。

第三,科研与团队建设和人才培养相结合。大学的本质是人才培养,这就注定我们不能单纯沿着自己的学术偏好径直走下去。学科建设需要学术团队和学术梯队,更需要培养学生,而学生是要就业的,是要在产业实践中实现自己人生价值的。因此,科研选题就要为他们着想,这是我们作为依存于校园学者的责任。第四,对于机构而言,要注重连续性的、具有标志性成果的建设。不能社会上热什么就做什么,而是要让团队在中长期学术规划的引领下,沿着特定的方向深入下去,积跬步成千里。以上四点,是我做学术研究,也是从事科研管理的体会与总结吧。总觉得大学的研究人员有校园文化做底蕴,有研究生做助手,有政府资金做保证,我们理应沉下来,不能浮躁。对于社会科学的学者来说,就是在与社会和产业相结合时,也要保持一颗平常心。太急了不行,太急了就会乱了方寸。我们的大学和学者目前有些急,总是想在学术上尽早出名,一下子就提出一个定理、曲线、概念甚至原创的理论体系;总想提出一些观点立即让政府接受,并在社会上产生重大的影响,以“上书房行走”和媒体名人为学术目标;总是想尽快获得经济上的回报,过上中产阶级以上的富裕生活。要记住:没有人可以随随便便成功。没有长期的积累,出不了大成果,更产生不了学术大师。为此,我们需要学者的自觉,但是更需要大学领导和科研管理部门理性的规划。

离开了大学校园,尽管仍然是在旅游领域进行专业研究,但是毕竟职责有所不同了。我不知道今后还可不可以继续像过去七年那样自由地选择自己感兴趣的课题,并自由地展开研究。可是我知道作为中国旅游产业最重要组成部分的、充满活

力和变数的饭店业依然需要人们加以关注,特别是从理论和战略上加以引领。我也知道十余年来的学术经历让自己总是自觉或者不自觉地把自己视做饭店产业的一分子,即使从事更大视野的学术研究和政策研究,饭店也将依然是自己的关注主题,也是最重要的现实参照物。

愿中国饭店产业在服务于国民的旅游福祉的进程中,业态不断演化,运营质量持续提升。愿更多的学者关注饭店,创新学术,同时培养更多有文化价值观、有产业实践能力的青年人进入这一领域施展才华。

戴 斌

于中国旅游研究院

2008年6月30日



目 录 >>>

第一章 导论	1
第一节 研究背景与研究方法	1
第二节 国内度假饭店文献综述	5
第三节 国外度假饭店文献综述	16
第四节 主要观点与进一步的研究方向	21
第二章 度假饭店的基础理论研究	25
第一节 度假饭店的概念界定与运行特征	25
第二节 度假饭店的类型划分	36
第三节 度假饭店产业发展的影响因素	49
第三章 度假饭店的发展进程研究	62
第一节 度假饭店发展的逻辑进程	62
第二节 20 世纪以前的度假饭店	65
第三节 20 世纪后的度假饭店	70
第四节 度假市场转型与饭店产业创新	75
第四章 国外度假饭店的宏观环境研究	82
第一节 制度变迁与度假饭店的发展	82
第二节 市场环境 with 度假饭店产业供给	96
第五章 国际度假饭店的发展现状研究(上)	106
第一节 国际度假饭店全球空间布局分析	107
第二节 国际度假饭店各区域空间布局分析	119
第三节 国际度假饭店微观空间布局分析	133
第六章 国际度假饭店的发展现状研究(下)	144
第一节 国际度假饭店的成长模式分析	144
第二节 国际度假饭店的微观运营研究	156

第七章	中国度假饭店的宏观环境研究	175
第一节	中国度假饭店发展的制度环境	175
第二节	中国度假饭店发展的经济环境	185
第三节	中国度假饭店发展的社会文化与技术环境	193
第八章	中国度假饭店的空间布局研究	201
第一节	中国度假饭店空间布局的宏观特征	201
第二节	资源依托型度假饭店的区域布局研究	213
第三节	都市依托型度假饭店的空间布局研究	226
第九章	中国度假饭店的市场主体研究	237
第一节	中国度假饭店的投资主体	237
第二节	中国度假饭店的经营模式与品牌发育	244
第三节	中国度假饭店的产品组合	250
第十章	中国度假饭店的消费者特征研究	267
第一节	中国度假饭店客源市场分析	267
第二节	资源依托型度假饭店消费者特征分析	278
第三节	都市依托型度假饭店消费者特征分析	285
第四节	中国度假饭店消费者需求特征分析	298
第十一章	度假饭店产业的发展趋势与对策研究	309
第一节	国际度假饭店产业的发展趋势	309
第二节	中国度假饭店产业的未来趋向	316
第三节	中国度假饭店产业发展的政策研究	325
第四节	中国度假饭店企业发展的策略分析	329
附录		336
附录 I	中国度假型饭店经理人员访谈实录	336
附录 II	中国度假型饭店政府与协会访谈实录	350
附录 III	访谈提纲	358
附录 IV	调查问卷	360
参考文献		366
后记		373

第一章

导论

长期以来,中国的旅游学术研究带有浓厚的问题导向色彩。一方面,是由于受中国学术研究的传统范式的影响;另一方面,也是由于处于转型和发展时期的中国旅游业在实践进程中不断有大量的现实问题需要理论界给予及时的回应。我们也要清晰地认识到,学术研究毕竟不同于一般意义上的调查研究、政策设计和商业计划,要想真正地指导实践和引领产业的未来,我们还必须遵循学术研究的通用范式,并努力在扎实丰富的市场调查的基础上,通过科学的研究方法去分析论证,依靠逻辑的力量去形成观点。

第一节 研究背景与研究方法

一、研究背景

随着经济、社会的持续发展,对生活品质的追求日益成为公众和学术界关注的焦点。从旅游产业运行的内在规律和国际经验来看,一个旅游的休闲市场和饭店的度假业态正在孕育之中。

首先,宏观经济的持续增长使中国居民具备了旅游消费升级的商业支付能力。从统计数据来看,全国人均 GDP 于 2001 年首次突破了 1000 美元,2007 年约为 2600 美元,已达到中等发达国家水平。从区域来看,中国东部部分城市的人均收入更是接近了上中等国家的平均水平。例如:2007 年北京市人均 GDP 为 7370 美元,上海人均 GDP 达到 8594 美元。国民生产总值和居民可自由支配的收入增加,直接提高了旅游者的支付能力,奠定了旅游消费结构升级的经济基础。

其次,居民可自由支配时间增多,有利于发展长周期的度假旅游。自 1999 年推

出三个“黄金周”后,居民全年有法定假日 114 天。2007 年底,国务院调整了法定节假日,增加了清明节、端午节和中秋节,自 2008 年开始法定假日增至 115 天。另外,公司奖励旅游的导入、政府公务人员带薪休假制度的落实,也在客观上增加了居民的可自由支配时间。上述因素在改变了中国居民消费习惯的同时,也直接促进了包括自助旅游在内的新型旅游方式的发展,以及旅游供给的业态演化。观光旅游消费需求得到基本满足后,在边际效用递减和选择空间递增规律的作用下,中国居民开始倾向于带有异地休闲色彩的度假消费。

第三,政府扶持和产业自发成长已积淀了一定规模的度假产品的供给存量。20 世纪 90 年代初期,国务院正式批准建立了 11 个国家旅游度假区。到 1997 年,全国批准在建的国家和省级旅游度假区已超过 130 个。点缀在这些旅游度假区的住宿设施,构成了度假饭店的雏形。其中既有国有企业自用的疗养院、招待所,也有用于接待的度假饭店。经过 10 多年发展,以滨海型旅游度假区的发展最为迅速,也相对成熟。以海南度假饭店为例,自 1996 年三亚凯莱度假酒店作为中国第一家五星级度假酒店入驻亚龙湾国家度假区,到 2005 年,海南四星级标准以上的各类度假酒店已近 70 家,形成了密集的度假饭店群。与此同时,江浙、川渝、东北等地的湖泊型、山岳型和冰雪型度假饭店也有所发展。另外,在北京、上海、广州等大城市周围,依托环城游憩带的度假饭店发展势头强劲。总体萌芽,局部成长,滨海型、环城休闲型度假饭店领先,多业态混合发展构成了目前我国度假饭店的总体发展格局。

正是由于国内休闲旅游市场中度假饭店业态的巨大发展潜力,产业界希望分享更多国际度假饭店的发展经验。西方的度假饭店可追溯到古罗马时期,最初仅仅是为满足执政官需要而建立的公共浴室和相应的配套设施。19 世纪出现了海滨、湖泊、山地和温泉等不同资源类型的度假地。20 世纪 60 年代,出现了以冬季山地运动、健身为主要目的的山地度假旅游区。伴随着旅游度假区的发展,在不同类型的旅游度假区内或周围建立不同类型的度假饭店。经过长达两个世纪的发展,国外度假饭店已形成较为成熟的发展模式——希尔顿模式、迪斯尼模式、地中海俱乐部模式和邮轮经济模式。研究国外度假饭店的发展历程,有利于为我国度假饭店的发展提供参考经验。

在实业界和媒体积极关注和实践探索的同时,中国旅游学术界也开始广泛关注度假饭店的发展。在度假饭店的概念没有定论、研究范式有待构建、研究对象处于成长的初级阶段的宏观背景约束下,对度假饭店的研究近年来逐渐成为理论界关注的主题。

二、研究意义

从理论上,对度假的研究,国内文献较多的是对度假区的研究,而对度假饭店的研究主要是从国外度假饭店的概念导入、度假饭店发展环境以及度假饭店的

营销手段等微观层面来研究,比较分散,缺乏系统化和理论化。根据现有文献综述的结果来看,对度假饭店的研究领域,理论上有很多问题亟待解决。目前,度假饭店的学术定义和技术定义尚无定论,度假饭店类型的划分维度也不明晰;国外度假饭店目前的发展现状和经营业绩如何,各自处于什么阶段;同时国外度假饭店发展模式如何,对中国度假饭店未来的发展是否有借鉴价值;中国度假饭店发展现状怎样,是否有规律可循,未来发展又会趋向何处;从生命周期理论看,中国度假饭店处于生命周期的哪个阶段,接下来又趋向何阶段等,这些方方面面的问题都需要进行合理的制度安排,也需要理论方面的创新。

从实践上看,理论研究不仅具有解释现象的作用,同时还具有引导产业发展的功用,即理论研究从发展理念、产业政策和运作战略来引导产业的发展 and 企业的运作。首先,对于何为度假饭店这一基本理论问题至今尚未给出一个普适性的概念。由于概念不清,在实际操作过程中,各种类型的旅馆、饭店均打出“度假饭店”、“度假村”的旗号加入这一行列,不论是消费者还是实践者对此均无法在头脑中形成一个清晰的轮廓。其次,中国发展度假饭店没有既定的经验可循,这需要借鉴国外的经验和教训,而中国的实际情况与国外发展的背景环境存在一定的差距,这就需要研究者根据中国的具体情况总结出适合国内度假饭店发展的有用经验。第三,度假饭店的最终接受者和评判者是消费者,度假饭店产业链条存在的市场基础和终极指向也正是消费者。因此,对于中国消费者的需求特征进行详细的实证研究也就成为一个亟待解决的新课题。第四,在当前度假区的住宿机构内,度假村/饭店、山庄、生态观光园、休闲俱乐部、疗养院和康复站、培训中心、交流中心和会议中心等都是度假住宿产业的存量基础,而度假饭店与这些潜在的总供给之间又该如何转化,值得研究。对于各种实践中亟待解决和回答的问题,作为专门的学术研究机构,自然是无法忽略的。

因此,中国饭店业的投资者和管理者对诸如什么是度假饭店,度假饭店发展的环境是什么,国际经验有哪些,国内度假饭店的发展现状如何,中国度假饭店的消费特征和供给特征是什么,度假饭店未来的发展前景如何,政府、协会、研究机构、投资者、管理者等主体分别承担何种功能和角色等一系列问题,都需要我们认真思考并作出自己的回答。

三、研究方法与技术路线

研究方法是形成思想的工具和前提条件,是指对研究课题所需的资料在分析过程中所采用的方法和其他技术手段的总称,它可以对研究的论题进行规范或指导。本课题在研究过程中主要采用了文献综述法、实证分析法、比较研究法,以及专业人士访谈法和问卷调查法等技术手段。

(1)文献综述法。通过对度假饭店方面国内外的文献进行研究,了解国外的研

究动向,对比国内研究,找出其中的差距;同时通过对历史文献的系统梳理,找出度假饭店理论研究的脉络。

(2)实证分析法。主要采用管理学中的案例分析方法、定性分析与定量分析相结合的方法,对国内外度假饭店的杰出代表进行研究,分析国内外度假饭店的微观运作主体的经营和管理模式,归纳总结出其中的经验。

(3)比较研究法。本课题运用比较经济学和比较管理学的理论,对中外度假饭店的发展进程、产业绩效和市场特征等方面进行比较,力求找出其中的共同规律和不同特征,以期能够指导我国度假饭店的发展。

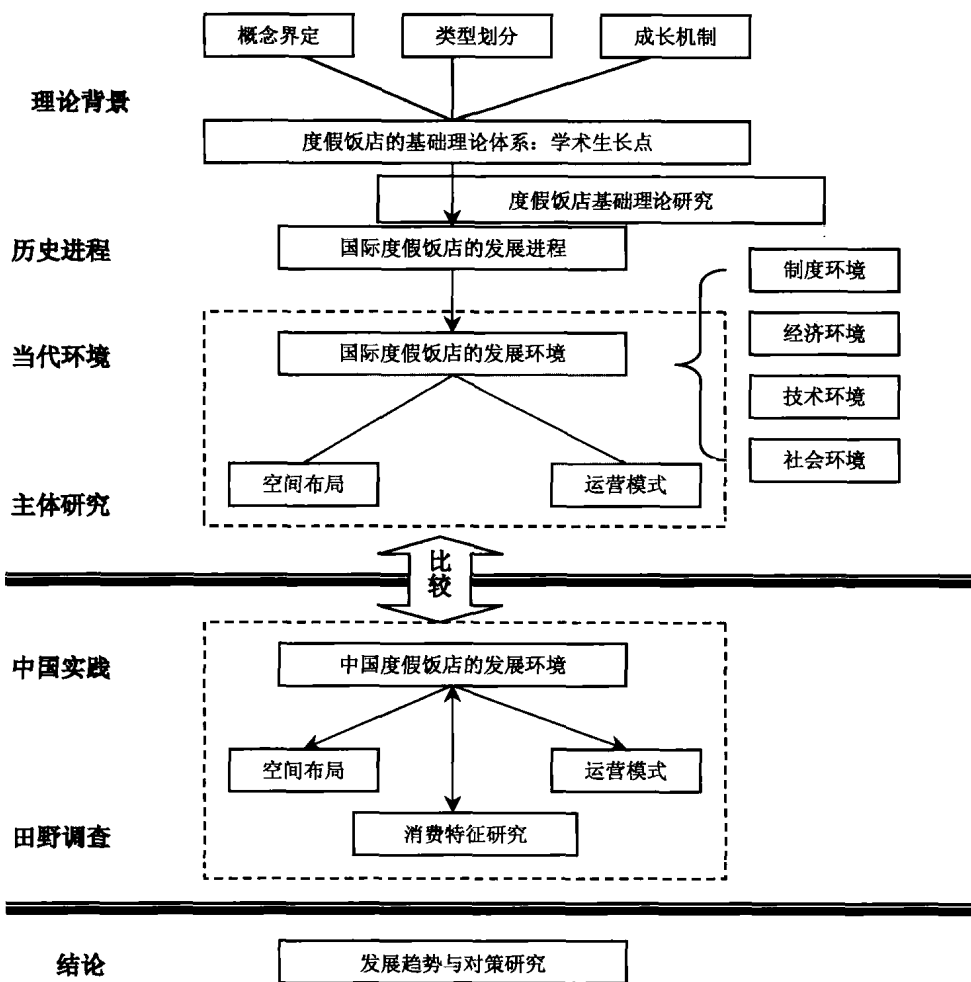


图 1-1 研究方法与技术路线

(4)专业人士访谈。本课题访谈对象涉及国内知名度度假饭店的管理人员、行

业协会工作人员和政府主管部门领导,共计47人次。访谈的度假饭店包括:滨海型度假饭店、湖泊型度假饭店、山岳型度假饭店和城市依托型度假饭店。

(5)问卷调查法。课题组成员调研了国内6个省份及直辖市的102家度假饭店,发放问卷3164份,共收回问卷1994份,问卷回收率63.02%。其中,有效问卷1468份,有效率73.62%。问卷的发放和回收通过课题组成员入户调查和委托饭店工作人员协助发放问卷并回收的方式进行。问卷调查主要用于对度假饭店消费者的消费特征进行定量分析。

本项课题的技术路线如图1-1所示。

第二节 国内度假饭店文献综述

在中文文献检索中,课题组确定的关键词是“度假饭店”、“度假酒店”和“度假村”。搜索范围:CNKI、人大期刊网、《旅游调研》、《饭店世界》、《中国旅游报》、《中国度假饭店》。搜索结果是:资料非常有限,核心期刊几乎没有关于度假饭店的文章(详见表1-1)。需要说明的是,在搜索结果中很多是关于度假饭店的建筑设计,对本项课题的研究没有直接帮助,因此不包含在最终搜索结果中。同时,对于具体介绍某个度假饭店的文献也不包含在其中,该类文献多为广告和介绍性质的。除去以上两块内容,我们对所搜集到的文献再次筛选,与课题直接有关并具有学术参考价值的文献列入统计表中。但在专著和教材的搜索中,暂时未获取有效文献。

表1-1 国内度假饭店研究文献的期刊分布

关键词 年份	度假饭店/度假酒店/度假村					
	中国旅游报	饭店世界	中国旅游饭店	旅游管理	旅游学刊	其他
1994	0	0	0	0	1	0
2000	0	0	0	0	0	1
2002	0	0	0	1	0	0
2003	1	0	0	0	0	0
2004	3	0	0	0	0	2
2005	0	0	4	0	0	1
2006	2	0	0	0	0	6
合计	6	0	4	1	1	10

总而言之,关于中外度假饭店的文献相对较少,主要原因是,国内对度假饭店的研究有限,无论是市场发育、产业发展,还是理论关注都还处于萌芽和起步期。

一、度假旅游

(一) 度假旅游的概念

度假旅游是近几年兴起的一种旅游形式,它的兴起改变了由传统的观光旅游主导的市场格局,是中国旅游市场转型和产业升级的现实表现。“度假旅游是在人们占据了较多闲暇时间和可自由支配的经济收入后,追求娴雅温馨、适情顺性生活的产物,比之于观光旅游是更高一级的旅游行为”(黄细嘉,2000)。周建明(2003)在总结国外相关概念的基础上认为,“度假旅游是以度假(消磨闲暇、健身康体……)为主要目的,具有明确目的地(良好的度假环境)的旅游活动”。这一概念比较明确地阐明了度假旅游的含义。魏小安(2004)、王嵩和韩振华(2004)、戴斌(2006)在谈及度假旅游时均从不同的角度提到度假旅游的特点。通过分析,我们发现度假旅游具有以下特点:在组织方式上更多以家庭为主;在单个旅游目的地停留时间较长;强调通过各种活动及其组合实现精神的愉悦、身体的放松;同时对所在地的住宿、餐饮、娱乐设施设备和服务质量及周围环境等有较高要求。

(二) 度假旅游研究进展

1. 国内度假旅游的现状研究

虽然市场化意义上的度假旅游在我国刚起步,但已初步具备了一定的市场环境和制度环境。改革开放以来,中国经济持续增长,居民可自由支配收入持续增加。中国居民,特别是城镇居民的自由支配收入越来越高,家庭恩格尔系数越来越低,以休闲和度假为代表的中高端旅游支付能力越来越强。在产业政策方面,20世纪90年代有三件大事标志着我国旅游界高层在积极探索度假旅游的发展路子:一是1992年10月,国务院批准在全国建立了10个(后增加为12个)国家级旅游度假区;二是1996年国家旅游局推出“度假休闲旅游”主题年;三是在1997年“中国旅游年”中,国家旅游局推出以国家和省级旅游度假区为依托的“海韵、湖光度假”专项产品,度假休闲旅游线成为国家旅游局向海内外推荐的16条旅游精选线路之一(黄细嘉,2000)。我国自1995年实行双休制,1999年国家重新调整假日结构,增加了三个“黄金周”,使得居民每年的法定假日长达114天。假日时间总量的调整,居民可自由支配时间增多,不仅为公民休闲度假旅游提供了时间保障,带动了国内旅游潜在市场的增长,同时也为我国度假旅游的发展提供了广阔的市场。国家推行的相关产业政策极大地推动了我国度假旅游资源的产品化进程和相应旅游市场的培育。

刘霞(2006)认为,我国度假旅游发展中存在的问题主要集中体现在“度假产品结构不合理”、“度假产品缺乏特色”、“度假区功能单一”等。在对策研究方面,刘霞(2006)提出,要“完善休假制度”、“优化旅游产品结构”、“中档为主、兼顾高低”、“力求度假产品多元化”、“突出度假区的地方特色”和“开发分时度假旅游产品”等。同时,张言庆(2004)针对我国度假旅游存在的制约因素,提出了策略性的意见和建议,包括“度假旅游要走以国内为主,国内与国际并举的发展道路”、“改变我国单一观光地形象,树立良好度假地形象”、“走度假与观光相结合的发展道路”、“理顺管理体制,做好人才培养,提高经营管理水平”、“创新度假区规划模式”、“开发特色度假产品”、“近期大力发展城郊度假旅游”、“努力缓解度假旅游的季节性”等,具有借鉴意义。

2. 国际度假旅游的经验研究

《国际滨海度假旅游的发展策略研究》(胡建伟,2006)和《国外度假旅游的双轨现象及其对我国的启示》(程玉申等,2006)等文,通过对国外度假旅游的研究,向国内介绍了国外度假旅游的发展情况,并通过分析,为国内度假旅游的发展和研究提供了参考。

3. 国内滨海度假旅游的研究

在世界范围内,滨海度假旅游占各类度假旅游的1/3,受到全世界各国度假旅游者的持续青睐,是度假旅游的重要选择。在国内文献中,有些文章专门研究我国滨海型度假旅游,其中包括《中国海滨海度假旅游的现状、趋势与创新对策》(周霄等,2005)、《我国滨海休闲度假旅游发展研究》(梁保尔,2006)、《如何做好滨海度假旅游》(宣月,2006)。周霄等(2005)除了分析我国滨海度假旅游的现状和提出发展对策外,还对我国滨海度假旅游的发展趋势进行了预测,指出了五大趋势:大众化、多元化、生态化、休闲化和创新化。

4. 国内区域度假旅游的研究

在国内文献中,除了对我国整体度假旅游的发展进行研究外,还有很多研究者立足于区域,其研究展现了我国局部地区度假旅游的发展状况。此类研究有《上海市民周末度假现状与走势调查》(苏文才等,1996)、《肇庆市度假旅游优化发展研究》(肖光明,2003)、《论桂林发展休闲度假旅游的战略选择》(潘建民等,2003)、《杭州国内休闲度假旅游市场调查及启示》(王莹,2006)、《长三角都市圈城市居民度假旅游行为决策研究》(侯国林等,2006)、《福建省滨海度假旅游优化发展研究》(郑雅频,2007)、《“首都都市度假旅游圈”对承德市旅游空间变动的的影响》(李琛等,2007)等。

5. 国内乡村度假旅游的研究

近年来,乡村旅游在我国发展势头较好,同时,根植于乡村的度假旅游也得到较快发展,从无到有,再到度假产品不断地升级,我国乡村度假旅游的发展得到了