

[illegible]

中国旅游新业态 发展研究

田里 李鹏 杨懿 著

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF
NEW OPERATIONAL TYPE OF TOURISM IN CHINA



中国旅游出版社

责任编辑：郭海燕
责任印制：冯冬青
封面设计：中文天地

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游新业态发展研究 / 田里, 李鹏, 杨懿著

—北京: 中国旅游出版社, 2016. 9

ISBN 978 - 7 - 5032 - 5679 - 0

I. ①中… II. ①田… ②李… ③杨… 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 (2016) 第 232007 号

书 名: 中国旅游新业态发展研究

主 编: 田里 李鹏 杨懿

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编: 100005)

http: //www. cttp. net. cn E-mail: cttp@cnta. gov. cn

发行部电话: 010 - 85166503

排 版: 北京旅教文化传播有限公司

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 北京盛华达印刷有限公司

版 次: 2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月第 1 次印刷

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 13

字 数: 220 千

定 价: 48.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 5679 - 0

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与发行部联系调换

世界旅游业发生了深刻的变化。从第二次世界大战之后，尤其是 20 世纪 80 年代以来，全球经济的持续快速发展、经济全球化趋势以及大量信息技术的采用，给世界旅游业的发展带来了前所未有的变化，如何适应这种变化是中国旅游产业必须正视的重大问题。

中国旅游业取得了空前的成就。经过 30 多年的发展，中国旅游产业取得了长足进步。从世界范围来看，中国已经成为世界旅游大国之一；从产业地位来看，旅游产业已经成为中国国民经济的支柱性产业。但是，随着国内人均收入的增长和旅游消费市场的升级，传统的旅游产品和旅游业态难以适应市场需求。

国家对旅游业提出了更高的要求。2009 年 12 月国务院印发的《国务院关于加快发展旅游业的意见》，明确提出“提升发展质量，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”。这是在新条件下，国家对旅游产业提出的更高要求。

在此背景下，对中国旅游新业态发展开展系统研究显得十分必要。2009 年 10 月，接受国家旅游局的课题委托之后，云南大学工商管理学院与旅游管理学院组织了相关研究人员，同时考虑到课题的全国覆盖性，在全国各地吸收了一部分中青年骨干教师，成立以田里院长为组长的课题组，课题组成员包括：李鹏、杨懿、李柏文、李向明、张一群、周运瑜、郭峦、胥兴安、王秀红、田世政、余超、冯艳滨、葛国保、刘青、徐尤龙等。

2009 年 10 月开始，课题组历经一年时间，先后对国内东、中、西部有代表性的地区和城市，如广州、上海、北京、西安、成都等省区市开展相关调研工作，对全国各地的高等院校、科研单位、旅游管理部门进行较为深入的咨询和访谈，力图掌握旅游新业态发展的基本情况并收集丰富的第一手资料。在调查和研究过程中，课题组的大纲确定、方案设计、数据获取、案例剖析、报告写作的全

过程都得到了全国各地的专家学者、企业管理人员、政府官员的大力支持，没有他们无私的奉献，我们的课题是不可能完成的，在此对各位的鼎力帮助深表感谢。尤其要感谢广东的张朝枝教授、罗秋菊教授、秦学教授、刘晓星教授、张国辉处长、左晓斯研究员；浙江的周玲强教授、王婉飞教授、唐代剑教授、张跃西教授、肖歌副巡视员、骆文斌处长、石立群处长；上海的何建民教授、陶婷芳教授、付全胜教授、孙明贵教授、王玲教授、高峻教授、张文建处长；北京的陈田研究员、钟林生研究员、邹统钎教授、杨宏浩博士、杨彦锋博士、李佳博士、董四化规划师、吴月湖博士；福建的黄安民教授、李洪波教授、曹晖教授；西安的朱玉槐教授、马耀峰教授、李树民教授、郭明历处长；海南的陈铁军副主任；四川的杨振之教授、黄萍教授；云南的余繁副局长、姜若愚教授、许南垣教授、邹再进教授。

最终的研究成果分两大部分：第一部分是理论研究，主要是对旅游业态、旅游新业态概念及其演变机理等基本理论问题开展研究，为中国旅游新业态发展研究奠定理论基础；第二部分是实践研究，对中国旅游新业态的发展概况和地区特色、旅游新业态发展过程中存在的问题、今后的发展方向以及对策措施进行了分析。具体内容分十个部分：第一部分是研究总论，第二、第三部分是基础理论研究，第四部分是世界旅游业发展的整体概况，第五、第六、第七部分是中国旅游新业态发展的概况、地区特色和存在问题分析，第八、第九部分是中国旅游新业态发展的方向和道路选择，最后是提出中国旅游新业态发展的对策措施。

旅游新业态理论问题比较复杂，加之研究对象涉及全国，各地的发展水平、地区差异较大，课题研究给我们带来了前所未有的挑战。虽然在研究过程中，整个课题组付出了很多心血，做出了很大的努力，但由于我们的理论研究水平有限，而且我们的时间、精力难以完全覆盖全国各地，整个研究难免有遗漏和不足之处，希望各位不吝指教！

作 者

第一部分 总 论 / 1

- 一、研究背景 / 1
- 二、研究意义 / 4
- 三、研究思路 / 7
- 四、研究回顾 / 9

第二部分 旅游业态基本问题 / 19

- 一、业态基本定义 / 19
- 二、旅游业态定义 / 21
- 三、旅游业态的内涵 / 23
- 四、旅游业态模型解析 / 25
- 五、旅游业态划分方法 / 28
- 六、旅游业态特征 / 30

第三部分 旅游新业态的概念及其产生机理 / 35

- 一、旅游新业态的内涵 / 35
- 二、旅游新业态的时空特征 / 41
- 三、旅游新业态的形成机理 / 42
- 四、旅游新业态的形成原因 / 44
- 五、旅游新业态与旅游创新 / 46
- 六、旅游新业态的演变机理 / 50
- 七、旅游新业态可能产生的影响 / 57

第四部分 旅游新业态发展背景分析 / 63

一、中国旅游新业态发展的世界背景 / 63

二、中国旅游新业态发展的国内环境 / 72

第五部分 中国旅游新业态发展整体扫描 / 79

一、全国性的旅游新业态 / 79

二、区域性的旅游新业态 / 94

第六部分 中国旅游新业态发展主要做法与经验 / 113

一、积极吸收发展新理念 / 113

二、大力发展支撑新技术 / 121

三、继续拓展政策新领域 / 127

四、不断涌现旅游新产品 / 132

五、纷纷尝试经营新模式 / 134

六、陆续出现产业新局面 / 137

七、形成区域合作经营新格局 / 143

第七部分 中国旅游新业态发展存在的主要问题 / 149

一、对旅游新业态的认识尚不到位 / 149

二、旅游新业态发展存在政策制约 / 151

三、市场环境不利于旅游新业态发展 / 152

四、政府对新业态发展的管理欠缺 / 153

五、企业对旅游新业态的经营不力 / 153

六、旅游新业态发展本身存在的问题 / 155

第八部分 旅游新业态发展条件、特征和态势分析 / 158

一、条件性分析 / 158

二、特征性分析 / 163

三、趋势性分析 / 166

四、近期、中期和远期业态发展趋势预测 / 169

第九部分 中国旅游新业态发展总体战略 / 176

一、指导思想 / 176

二、目标与任务 / 176

三、路径选择 / 178

四、发展战略 / 182

第十部分 中国旅游新业态发展主要对策 / 188

一、树立大旅游观，提高认识能力 / 188

二、强化市场意识，扩大市场需求 / 189

三、增强管理功能，增强引导功能 / 189

四、提高经营能力，培养创新主体 / 191

参考文献 / 196

图目录

- 图 1.1 2000—2009 年互联网用户发展趋势 / 2
- 图 2.1 传统零售业的服务路径 / 20
- 图 2.2 在零售业中,生产、经营和消费是分离的(工厂店铺分离) / 22
- 图 2.3 在旅游业中,生产、经营和消费是重叠的(工厂店铺合一) / 22
- 图 2.4 旅游业态视角 / 24
- 图 2.5 旅游业态的双层耦合模式 / 26
- 图 2.6 旅游业态多元模型 / 27
- 图 3.1 旅游业态生命周期 / 35
- 图 3.2 旅游产业融合示意 / 44
- 图 3.3 旅游创新与旅游业态创新 / 48
- 图 3.4 旅游业态的生命周期 / 50
- 图 3.5 基于时(空)间和数量的旅游新业态演化规律 / 52
- 图 3.6 基于时间、空间和数量的旅游新业态演化规律 / 53
- 图 3.7 同行业不同旅游新业态的演化规律 / 54
- 图 3.8 基于时间点来看不同旅游新业态的演化规律 / 56
- 图 8.1 旅游新业态发展环境 / 158

表目录

表 1.1	中国主要零售业态的类型	/ 11
表 2.1	旅游业态分类方式一览表	/ 30
表 3.1	旅游新业态的构成分类	/ 37
表 3.2	旅游新业态的创新来源分类	/ 39
表 3.3	业态类型和效能分类	/ 40
表 3.4	产品和经营形态创新而导致的业态创新	/ 42
表 4.1	1950—2008 年全球国际旅游者人数和国际旅游收入	/ 63
表 4.2	1950—2007 年全世界国际旅游增长水平比较表	/ 67
表 4.3	1950—2020 年世界各旅游地区接待国际旅游者比重	/ 71
表 8.1	中国近期主流新业态(1~5 年)	/ 170
表 8.2	中国中期主流新业态(6~10 年)	/ 170
表 8.3	中国远期未来新业态(11~15 年)	/ 171
表 8.4	中国旅游新业态旅游人次、收入和人均消费预测	/ 172
表 9.1	旅游业融合类型及表现形式	/ 181

一、研究背景

（一）世界旅游业发展趋势的深刻变化

进入 21 世纪之后，世界旅游业发生了深刻的变化，旅游需求和旅游供给都充分说明了这一点。

1. 从市场需求方面来看，现代的旅游市场需求总体呈现出差异化、复杂化和多样化的特征

从现代旅游供给的角度看，正是由于大众旅游的兴起和旅游开发热潮的掀起，才使得各地旅游产品的同质化现象逐渐加重；但从现代旅游市场需求来看，随着文化和经济的不断发展，使得旅游者的消费需求层次逐渐提高、消费需求逐渐向个性化、多元化的方向发展，旅游者在旅游活动中也越来越注重旅游的体验与感受。旅游市场不断成熟的结果是造就了一大批“新型”旅游者，这类旅游者的普遍特点是阅历广泛、经验丰富、要求高、个性强。旅游过程中追求多种兴趣以及追求富有新意的活动逐渐超越和替代传统的旅游消费度假模式。目前，最为引人注目的是团体包价旅游的地位相对下降，令人们比较感兴趣的是自行安排的散客旅游方式或者至少是对按自己的要求而“定制”的旅游方式。

2. 从技术支撑来看，信息技术的迅速发展正在改变传统旅游企业的作用

世界各个国家的旅游网站发展迅猛，前景喜人。2010 年 5 月 24 日—6 月 4 日，世界电信发展大会（WTDC-10）在海得拉巴召开，并按照世界电信发展大

会议项 2.1 提交的 2010 年世界电信/ICT 发展报告 (WTDR) WTDR 2010 是一份中期评述,从信息社会发展角度为政策制定者全面评估了已取得的成就以及有待完成的工作。2009 年总共有 17 亿人 (26% 的世界人口) 上网, 25% 的家庭接入了互联网。2003—2009 年, 全球互联网用户翻了一番。发达国家在 2009 年年底实现了目标, 普及率估计达到了 64%, 国内的阿里巴巴年交易额已经超过 4000 亿元 (见图 1.1)。

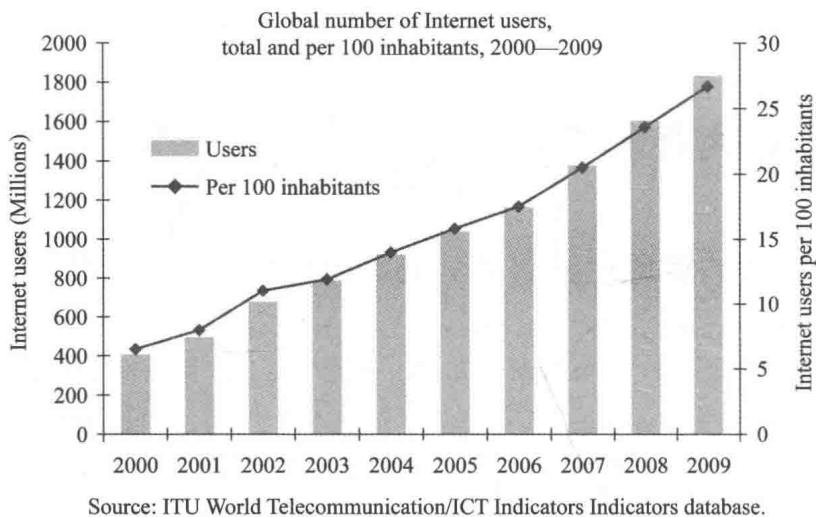


图 1.1 2000—2009 年互联网用户发展趋势

在这一巨大的群体中有很有一部分人利用电子方式购买了旅游产品或服务。

和电子商务中的其他行业相比较,旅游业具有一定的优势。原因是网络最常见的功能是对信息进行汇集和再分散,而旅游业的很多环节就是对这些信息进行传递。比如,一张机票无非可以提供以下信息:时间、座号、姓名、价格、航空公司、起飞地和目的地,如果没有这些信息,那么它只是一张纸片。旅游者使用互联网具有很多优点,如自由支配时间、足不出户就能完成一些事情、享受折扣、获得比较全面的资料并进行比较,因此,旅游电子商务已经成为电子商务最关键和发展潜力最大的一种旅游商业形式。

3. 从经营管理来看,创新给旅游企业注入了发展的动力和源泉

在旅游业相对发达的国家,由于标准化旅游产品严重束缚了旅游者个性化发

展,因此旅游者对其需求越来越少,旅游者获取信息的渠道和旅游消费意识也发生了深刻的变化。自然而然,旅游市场分化为若干个大小不一的细分市场,具有不同需求的群体可以在不同的细分市场选择自己需要的产品。对旅游企业来说,开展以消费者为核心的旅游产品和业态创新是不断适应市场需求变化的客观要求。旅游企业为了适应和满足不断变化的旅游需求,需要不断调整其营销策略。

比如,为了适应旅游需求日趋个性化和差异化发展特点,旅行社对市场营销策略不断进行调整,通过将市场进行细分甚至超细分,以便向旅游者提供多样化的旅游产品,以适应日趋复杂多变的旅游需求。区隔营销(segmented marketing)战略、适位营销(niche marketing)战略和一对一(one-to-one marketing)战略逐渐取代大众营销战略的地位。

4. 从区域发展来看,发展中国家特别是“金砖四国”的兴起改变了世界旅游流格局

从世界范围来看,在国际旅游客流中,近距离的出国旅游(特别是前往邻近国家的国际游)一直占很大比例,尤其是欧洲。以旅游人次计算,这种近距离的出国旅游人次约占每年全世界国际旅游人次总数的80%。就远程国际旅游而言,其主要客流发生于欧洲(特别是西欧)、美洲(特别是北美)、东亚和太平洋地区这三者之间。随着亚太地区社会经济的不断发展,特别是“金砖四国”的崛起,由于“金砖四国”人口基数较大,该地区在世界国际旅游中的地位迅速提高。

(二) 国家对旅游产业地位的重大安排

当前和今后的一段时间,中国旅游业快速发展的总体思路是:深入贯彻落实科学发展观,实施旅游强国战略,树立大旅游的发展理念,整合所有旅游资源,加快推进旅游产业化、市场化和国际化发展进程,把旅游业发展成为具有综合性特点的大产业,将其发展成为中国新的经济增长点和消费增长点,构建具有中国特色的全方位、多层次的旅游发展新格局,建设世界旅游强国,从而推动中国经济社会的全面协调可持续发展。为此,《国务院关于加快发展旅游业的意见》(国发〔2009〕41号)提出旅游业要成为国民经济的战略性支柱产业,这是国家对于旅游产业地位的一个重大安排。

（三）旅游大国向旅游强国的战略转变

中国旅游业正处于加速发展的关键时期。新时期新阶段，是旅游业快速发展的重要机遇期，同时又是其战略转型期和矛盾凸显期。随着世界经济的持续平稳增长、中国国民经济的健康加速发展、全球化、区域化进程的不断深化，使得中国旅游业加速发展，越来越多的人开始认可中国作为旅游大国的形象，中国的旅游业在全球旅游界的综合影响力显著增强。随着“工业化、城镇化、市场化、国际化”的不断发展，人民生活需求由追求物质加速向追求物质与精神并重转变，以休闲消费为特征的大众化时代正在加速到来，旅游业发展迎来了更好的春天。为此，中国在世纪之交提出了到 2020 年把中国建设成为世界旅游强国的奋斗目标。

加速实现这一目标的关键是促进旅游产业的转型升级和结构优化，进一步实现四个转变：由粗放型向集约型转变、由数量扩张向素质提升转变、由满足基本需求向强化服务质量转变、由经济功能为主向经济社会功能并重转变，以推动中国旅游业朝着又好又快的方向发展。

（四）中国旅游产业内部不断推陈出新

面对着世界旅游业发展格局的重大变化、中国旅游业的产业地位不断巩固和提升，各个地区以及各旅游部门对加快发展旅游业重要意义的认识逐渐提高，对大旅游和综合性产业的观念逐渐强化，提出积极把旅游业作为新兴产业和新的经济增长点加以培育、重点扶持的建议。政府支持、产业综合和业界创新使得中国旅游产业内部不断推陈出新，不断产生新产品和新业态。

二、研究意义

（一）推动旅游产业的科学发展

科学发展是新时期党中央、国务院提出来的新思路，也是转型期中国的必然

选择。旅游业不仅是体现科学发展观的产业载体,同时也是体现“五个统筹”的最佳产业载体。中国旅游业的发展总体上处于一个重要的转型期,所以必须坚持以科学发展观为指导,走一条“以人为本,全面、协调和可持续发展”的道路,以实现旅游、经济、社会 and 人的全面协调发展,实现“统筹城乡发展、统筹区域发展、统筹经济社会发展、统筹人与自然和谐发展、统筹国内发展和对外开放”的独特作用。要实现这样一个目标,就要大力发展旅游产业,使其真正成为国民经济的战略性支柱产业。旅游新业态是旅游产业发展过程中出现的新现象,在整个旅游业中占据较大位置,同时又是整个旅游业中最具活力的部分和旅游业创新发展的重要动力,促进中国旅游业结构调整和转型升级的一项重要措施是挖掘发现和培育扶持旅游新业态发展。

（二）培育国民经济的增长热点

消费、投资和出口是拉动世界经济的“三驾马车”。长期以来,中国一直坚持以出口、投资为主导的经济发展模式。随着国际经济形势的变化,特别是国际金融危机的影响,中国的出口拉动作用受到了一定的限制。同时,随着国内居民财富的增长,人民群众的消费需求和消费能力不断增强,在此背景之下,旅游消费成为国民消费的重要内容。全国各地旅游业应因地制宜、因势利导,大力开发旅游新产品、发展旅游新业态,增加旅游供给,创造和形成新的旅游消费热点,把旅游业培育成为人民群众满意的现代服务业,促进旅游经济的持续健康发展,从而有力地拉动国民经济的发展。

（三）提升中国旅游核心竞争力

20 世纪 90 年代以后,旅游业在全球的地位不断提升,旅游业已经成为区域竞争和国家竞争的重要手段和关键领域。一方面,传统的主流的欧美国际旅游目的地继续主导全球旅游格局,但其地位相对下降;另一方面,东南亚、拉美和非洲等新兴的旅游目的地区域开始发力和崛起。区域旅游彼此之间的崛起与抑制,竞争与合作成为国际旅游发展的阶段性主题。在此背景之下,如何培养中国旅游

业自身的旅游核心竞争力成为自身发展的关键。从国家层面来说,整个中国旅游产业从做大到做强,必须具备以下条件:经济社会发达、旅游资源丰富、资源质量高、城市综合环境优美、旅游设施配套完善、超国界的吸引力、较高的国际知名度、强大的国际客源聚集能力、世界级的旅游品牌,这就必须要求中国通过旅游业态的创新,引领区域性甚至全球性旅游消费潮流,大力培育和形成中国旅游产业的核心竞争力。

(四) 促进中国旅游业健康发展

自改革开放以来,中国的旅游业在快速发展的同时,也出现了不少的矛盾和问题,与世界旅游强国还有不小的差距。如产业整体效益不高、东西部区域差距较大、旅游资源开发和环境保护的矛盾加剧、增长方式仍以数量型增长为主、产业整体素质不高以及竞争力不强等。尤其是与国民经济支柱性产业这一目标存在差距,也与成为人民群众的现代服务业这一要求存在很大不足。要确保旅游业总体健康发展,必须确保旅游业态的健康发展,促进旅游新业态的健康发展是其中的重要组成部分。在以后一段时期内,旅游新业态将成为引领中国旅游业发展的新引擎,并带动一大批相邻部门、相关产业健康、有序和持续发展。

(五) 支撑旅游行政管理部门的管理

由于旅游新业态发展的广泛关联性、强带动性、重新颖性,中国旅游新业态的迅速发展必定给各级政府管理部门,尤其是旅游行政管理部门带来管理难度,这是摆在各级政府、各级旅游行政管理部门面前的新课题、大课题、难课题。当前,迫切需要深入研究旅游新业态发展所带来的培育、建设、管理等各种现实问题,清楚其特点、明晰其动态、知晓其发展,才能为各级政府与旅游行政管理部门提供科学的、客观的、具有可操作性的政策和建议,从而为其职能转换、科学决策、行动纲领等提供依据和技术支撑。

三、研究思路

(一) 整体思路

整个课题研究是采取一种理论分析—实践研究—理论提升的逻辑思路。根据整体思路,将整个课题研究分为两大部分,第一部分理论研究,就是解决旅游新业态研究中的基础理论和基本问题,这一问题解决得好坏决定了第二部分研究的成败;第二部分是实践研究,对中国旅游新业态的发展现状、演变趋势、限制性因素等进行剖析,进而提出促进中国旅游新业态发展的政策和措施,也是第一部分研究的延续。

1. 理论研究部分

1) 基本概念研究

综述研究表明,国际、国内流通、零售等相关学科对零售业态理论进行了深入研究。本研究在深入认知和分析这些研究的基础之上,根据旅游业的特点,综合国内旅游业界、政界和学术界对旅游业态的认知,进一步考虑旅游业态、旅游新业态的发展趋势,即对业态、旅游业态、旅游新业态等基本概念的内涵和外延进行研究,为进一步的理论研究奠定逻辑基础。

2) 构成模型研究

在对旅游业态进行剖析的基础之上,提出了旅游业态的耦合模型,为进一步理解旅游业态概念,厘清旅游业态、旅游产品、旅游产业、旅游部门等概念的关系和差异提供数理基础。根据旅游业态,又进一步构建了旅游新业态的时空模型,借此可以进一步阐述旅游新业态的演变机理。

3) 演变机理研究

作为一种旅游新业态,其空间如何扩散与传导、时间如何演变、业态如何演化,是业内人士所关注的,也是本研究的难点问题和重点问题之一。首先必须在学理上清晰其演变规律,才能根据旅游业态发展实际情况,清楚阐述旅游业态的形成机制、变化过程和发展趋势。