



智林文库丛书

中国旅游发展

THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN CHINA

新常态、 新战略

NEW NORMAL
NEW STRATEGY

魏小安 蒋曦宁 ◎ 著

中国旅游出版社



智林文库丛书

中国旅游发展

THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN CHINA

新常态， 新战略

NEW NORMAL
NEW STRATEGY

魏小安 蒋曦宁 ◎ 著

中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉
责任编辑：董 昱
责任印刷：冯冬青
封面设计：中文天地

图书在版编目 (C I P) 数据

中国旅游发展新常态、新战略 / 魏小安, 蒋曦宁著

. -- 北京 : 中国旅游出版社, 2016. 5

ISBN 978-7-5032-5621-9

I . ①中… II . ①魏… ②蒋… III . ①旅游业发展—
研究—中国 IV . ① F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 096639 号

书 名：中国旅游发展新常态、新战略

作 者：魏小安 蒋曦宁

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@ccta.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：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2016 年 5 月第 1 版 2016 年 5 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：22.875

字 数：362 千

定 价：48.00 元

I S B N 978-7-5032-5621-9

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

导言：新题目，新挑战

在不长的时间中，新常态成为一个流行词汇，各个地方各个行业都在大谈特谈新常态。一定意义上，新常态似乎变成了一个筐，什么都可以往里装，问题也是新常态，成就也是新常态，发展也是新常态。但是深入研究此次的变化，不仅仅是一个说法，而是一个战略性转折，是一个新的经济社会发展阶段的变化。同理，中国旅游发展的新常态如何表现、如何对应，也成为我们必须关注的问题。

之所以提出这个题目，主要基于三个出发点：第一个出发点，中国旅游发展到今天已经38年了，38年的发展过程，经历了一个又一个的变化。从产品的角度来说，最早主体性的就是观光旅游，尤其是文化型的观光旅游。这几年总的来说，是从观光型转向复合型，大家也都感觉到这个转向，但是怎么转实际上并没有说清楚。从市场的角度来说，也发生了巨大的变化。总之，从中国旅游的方方面面来说，经过38年的积累，已经上了一个新的台阶，需要研究新的转化。

第二个出发点，2014年以来国家提出新常态，为什么提出新常态？这个新常态在旅游行业怎么表现？我们怎么理解、怎么把握？这涉及宏观的战略性的问题。

第三个出发点，在下一步发展中确实面临着历史性的转折，需要历史性的战略。在这个时候我们怎么把握？每一个企业怎么把握？每一个人怎么把握？这都是一些大的问题。所以，最近在调查研究的过程中始终关注这个问题，而且也用这样的思路来研究全国的旅游发展，包括具体的旅游项目建设。

这是一个新题目，也是一个新挑战。这是一篇大文章，也需要大战略。现在痛感这个问题，就是中国旅游业已经到了一个历史的转折点，我们怎么转折？这是需要全行业关注的大问题。



一、2013：变化之年

总体来看，2013年是一个变化之年，2013年中国旅游业出现了很多第一次或者空前，这预示着未来的变革。

第一，第一部《旅游法》颁布，标志着国家大法、国务院条例和部门规章的完整体系形成。

第二，《国民旅游休闲纲要（2013—2020年）发布》。国务院发布《国民旅游休闲纲要（2013—2020年）》，仍然是文件方式，但是突破了文件意义。十年酝酿，四年制定，部门协调，形成共识。

第三，大规模的旅游投资涌入，历史空前，快速增长。按国家旅游局的统计，2013年全国旅游直接投资5144亿元，同比增长26%。旅游大项目明显增加，投资100亿元以上的项目达到127个。这127个100亿元以上的项目加起来至少是1.27万亿元，意味着2013年投资5144亿元，2014年、2015年，甚至2016年还是要延续投资，这样的强度始终会保持。其中，民间资本成为主力，约占57%；休闲度假类成为重点，约占61%；东部地区成为热点，约占65%；休闲度假、文化旅游、乡村旅游、海洋旅游、在线旅游成为新亮点。任何一个投资都不可能是当年投资，只是当年立项、当年主体投资进来，但是说明了一个现象。

第四，中央八项规定，压缩泡沫需求，挖掘真实需求，推动了市场正常化。历史上我们曾经多次遇到这样的情况，但这次持续推进，力度不减。所以旅游形势的这种变化，与其归结到八项规定的影响，不如归结到原来的行业泡沫化需求过高。

第五，中国旅游的规模在世界影响空前，国内旅游规模世界第一，出境旅游规模世界第二，中国对世界旅游增长的贡献率超过了30%，这是非常高的贡献率。

第六，各地对旅游发展重视程度空前。支柱产业定位全国28个省区市，其中战略性支柱产业定位17个。进入新的发展阶段，对应新的消费热潮。

第七，跨业竞争、跨界融合、跨领域模式，大量产生，推动新一轮发展。这是一个根本性的变化，而且这个变化就各级政府来说，意识变了，各

级旅游局的眼界变了。同样，做旅游投资，要有大视野，这比研究直接竞争对手要重要得多。而且不光是进来多少投资量，关键是带来了什么样的运作模式。

第八，旅游消费自觉意识高涨。一是时间消费，二是金钱消费，三是质量消费，四是文化消费，以前我们只研究金钱消费，现在不同了，一定是这四个消费连在一起，才可能对市场判断准确，做项目不研究市场不行。

研究市场首先是研究这四个消费，其次就是研究周边、中程和远程，现在一般研究一个项目，做一番问卷调查，调查的都是周边市场。我们用周边市场调查的数据来研究长远发展，一般都是错误导向，所以很多规划、可行性研究报告，得出一套调查数据。这种数据一定是错误导向，因为任何一个项目，在开始起步的时候，一定是以周边市场为主，可是要想长远发展，一定要研究远程市场，所以市场研究和消费自觉意识紧密联系在一起。

第九，学界的热闹程度空前，什么题目都有，老中青齐上阵、论坛成风、规划遍地，而且现在已经走出国门了，比如斯里兰卡、柬埔寨诸如此类的一些规划，现在都是中国人在做了，所以就形成了追求标新立异，然后就变成新名词的竞赛。

第十，气候变化影响旅游，成为一个新现象，国际客流下降、国内客流转向。北京雾霾之后，就演变到长三角也雾霾了，演变到至少是半个中国雾霾，而且这种雾霾看起来是常态，这种常态影响太大了。所以2012年旅行社都抱怨，东南亚的团以及港澳团、台湾团动不动就退团，为什么？“北京雾霾了，我们不能去。”只有欧美长线团没有办法退，所以这同样涉及旅游投资项目选择。比如一个地方，从传统的资源来看二流甚至三流，可是环境极好、空气极好，毫无疑问就上了一个等级，有时候卖环境、卖空气，就可以了。国内的客流转向也是这样，这就意味着偏远的地方在这种情况下在升值。

二、2014：变革之年

（一）变革的基础

党的十八届三中全会决定，60条、300多个改革点。根本是市场在配置资源中的决定性作用及其基础性、主导性、决定性、服务性。从旅游角度来说，



市场化程度比较高，变革反而困难，所以促进旅游消费会成为一个重点。

（二）改革根本在市场

市场的基础是企业，大中小型企业各有各的困难，各有各的问题，所以现在研究企业的困难，就是研究旅游改革深化的根本。

（三）社团组织活跃空前

2014年旅游的社团组织会有大的变化。以世界旅游城市联合会为标志，以旅游饭店业协会代表行业诉求为高潮。社团组织改革全面推动，不能坐等改革。

（四）行业格局变化

这是我们改革的一个方向。

第一，饭店业会有一个大调整，现在星级饭店大家都不感兴趣了，搞主题酒店、文化酒店、精品酒店，势必是趋势。

第二，旅行社全面洗牌，2.7万家旅行社，倒闭一半比较正常，饭店业调整1/3也比较正常，只不过旅行社倒闭容易，今天倒闭了明天又成立了，这是很容易的事，饭店业的调整不容易。但是多年的现实总结说明：旅行社倒闭不转人，饭店倒闭不转向。因为旅行社都是精干的人，今天不干了，明天又起来了，后天又跑那儿去了，但是不离开这一行，这是一个特点。要说这行业挣不着钱，怎么这么多精明强干的人都喜欢在里面，有的人就说我们有这个情结。不是情结，是这一行挣钱还是容易一点，只能这么解释。饭店难在哪里，资产很重，所以一旦明确作为一个饭店经营，转向很难。这么多年以来，全国饭店转下来的不超过10家。比如有的饭店转成公寓了，北京的金朗饭店，最后变成了同仁医院的病房楼，这是最典型的转向。可是其他的转向都很难，所以旅行社洗牌归洗牌，日子仍然好过，饭店的日子不好过。

第三，智能化成为主流，铺天盖地，人人动心。

这是中国行业现在比较突出的三个特点。

三、2015：变迁之年

变化是变革的基础，变革是变迁的条件，但是变迁也需要变革的支持。治理法制化、运行市场化、消费正常化、发展国际化，是2015年的四个

重点。

变迁是旅游新常态的主要表现，一是时代的背景变化，二是发展的格局变化，三是阶段的变化。就中国旅游而言，还有一个重要因素，是人事格局的变化。新局长上任，雷厉风行，推出了“515”治旅方略，迅速见到了成效。

但是，需要厘清的一个问题是，新状态未必是新常态。当代社会，新技术突飞猛进，新事物不断产生，由此形成各种新状态。然而，很多新的东西也在变化，甚至消亡，因此很难成为新常态。只有具有趋势性和长远性的事物才会成为新常态，进一步，只有符合生活需求的事物才会真正成为新常态。新，未有也；常，恒常也；态，状态也。旅游是一种生活，因此能够成为新常态。

目 录

导言：新题目，新挑战	1
一、2013：变化之年	2
二、2014：变革之年	3
三、2015：变迁之年	4

第一篇 新常态，新战略

第一章 新常态	2
一、经济新常态	2
二、消费新常态	8
三、旅游新常态	12
第二章 世界旅游新常态：中国旅游世界化	24
一、中国与世界：发展中的变化	25
二、与旅游发达国家的比较	29
三、结语：世界旅游的中国化	33
第三章 城市旅游新常态	35
一、城市发展	35
二、城市旅游建设	39
三、城市中央休闲区	43
四、未来的城市	57



第四章 乡村休闲新常态	63
一、乡村旅游的发展	63
二、担忧与对策	65
三、乡村旅游新格局	77
四、乡村旅游的转型升级	79
第五章 变化与变革	88
一、发展过程	88
二、关于旅游改革	90
三、关于旅游局的工作	94
四、旅游综合改革：改什么，怎么改？	98
第六章 新战略	106
一、新概念	106
二、新理念	121
三、新战略	132
第七章 一带一路与中国旅游	150
一、大开大阖	150
二、经略西北	154
三、纵横东南	155
第八章 全域旅游面面观	157
一、全域旅游的提出	157
二、解读全域旅游	160
三、全域旅游发展	172

第二篇 新推进，新领域

第九章 深化旅游公共服务，推动城市全面提升·····	186
一、关于旅游公共服务·····	186
二、为什么要强化旅游公共服务·····	194
三、加强旅游公共服务体系建设·····	199
第十章 项目发展：投资与类型·····	205
一、企业的创新·····	205
二、资本的运作·····	205
三、旅游房地产分析·····	207
四、大地产时代的旅游运作·····	208
五、旅游投资和项目分析·····	209
六、项目运作·····	221
七、项目类型·····	224
八、运营综合分析·····	227
第十一章 旅游规划咨询的创新·····	230
一、关于旅游咨询公司·····	230
二、关于旅游咨询市场·····	230
三、旅游咨询新常态发展·····	236
四、个人感悟·····	237
第十二章 新常态下的景区发展·····	240
一、A级景区状况·····	240
二、新常态下的旅游产业发展·····	243
三、景区新发展·····	252



第三篇 新业态，新发展

第十三章 休闲与文化	264
一、休闲文化	264
二、休闲文化在主流语境中的地位	264
三、培育休闲文化	265
四、文化休闲的意义	266
五、文化与休闲的互动	267
六、构建新型旅游休闲文化	272
七、文化旅游产业化	275
第十四章 自驾游：汽车轮子上的国家，汽车轮子上的生活	279
一、自驾游的情况	279
二、自驾游的意义	281
三、自驾游的竞争能力	282
四、自驾游的问题	283
五、自驾游的体系化	288
第十五章 露营生活	291
一、露营生活	291
二、露营娱乐	292
第十六章 绿道当先，绿色发展	294
一、绿道产生的原因	294
二、关于绿道	294
三、绿道建设	299

四、新型休闲，九绿崛起	304
五、绿色崛起	306
第十七章 多元利用“六古”资源，推进旅游深化发展	308
一、关于“六古”	308
二、“六古”旅游	315
三、推进措施	323
第十八章 休闲时代创造未来文化遗产	327
一、问题导向	327
二、创新的必要	329
三、命题的提出	331
四、我们的责任	333
五、先期行动	335
六、推广	336
第十九章 多维智慧旅游	340
一、关于智慧旅游	340
二、多维智慧旅游	342
三、智慧旅游的发展	348
后记：拥抱新常态	353

第一篇

新常态，新战略

第一章 新常态

中国旅游发展的新常态、新战略，这个题目其实是具有普适性的题目。中国每个城市都处在发展新常态阶段，那么每个旅游目的地都会面临自己的旅游新常态发展阶段。

一、经济新常态

常态与新常态是不同发展阶段的表述，不同阶段有不同的常态。现在发达国家的常态正是中国的新常态，即本质上是工业化发展阶段向后工业化发展的转型。目前，中国进入工业化中后期，是中等收入水平国家。具体表现为经济增长速度下降，国民收入增长，通货膨胀威胁加大，人口红利收缩，资源性发展终结等。

2014年11月9日上午，国家主席习近平在亚太经合组织（APEC）工商领导人峰会上做了题为《谋求持久发展共筑亚太梦想》的主旨演讲，提出了中国经济新常态的三个主要特点及给中国带来新的四个机遇。首先把习近平的主要观点解说一下，然后进行解读。习近平认为新常态有如下三个主要特点：一是从高速增长转为中高速增长；二是经济结构不断优化升级，产业消费需求逐步成为主体。城乡区域差距逐步缩小，居民收入占比上升，发展成果惠及广大民众；三是从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。这是一个比较完整的解读和阐述。我们对这三个特点的具体解读如下：

（一）稳增长，从高速到中高速增长

中国从改革开放以来，连续30年持续10%以上的经济增长速度，任何一个国家在工业化发展的阶段都会保持一个比较高的经济增长速度，但10%以上这样的增长速度在世界经济发展史上从来没有过，持续这么长时期也没有过。比如日本，曾经连续12年经济增长率是9%，被称为黄金时期；欧洲，在“二战”之后恢复重建，然后进入了一个30年发展的黄金时期，这个黄金

时期经济增长速度基本上达到百分之七八，经济高速增长其实是一个工业化发展时期的特点。原来我们总把这种高速增长当作社会主义制度的优越性来看，但其实它只是一个发展阶段。

经济连续30年如此持续增长，任何国家都没有过，原因何在？两个原因：第一，毛泽东时代建立了中国近代工业化的基本框架，那个时候不论多么艰苦、克服多大困难，终究把这个框架建立起来了，这中间也付出了很大的代价。1978年，中国的GDP总量是6800亿元，可是一个三线建设就投资了2200亿元，但是现在三线建设的项目基本上都迁移了。当时为了战争配置这些项目，从经济性角度来说是不合理的配置，不迁移也不可能，可是在当时的历史环境之下只能这么考虑。但不可否认的是，在当时那种国情下，这种做法培育了中国近代工业化的基本格局。

第二，我国是从农业社会急速转型到现代工业社会，转型过程中社会激发出来的潜能巨大。改革开放以后30多年持续的高速增长，我们也积累了相应的活力，2013年的GDP总量是56万亿元，现在增长一个百分点，基本上就是1978年全国的GDP总量，所以现在经济规模很庞大。总体而言，国家现在的总体定位是已经进入工业化发展的中后期，已经进入了中等收入国家。在这样的格局下，我国一直保持高速增长的可能性是没有的，这不是制度问题，而是发展阶段问题，所以现在是中高速增长。就发达国家而言，现在大体上能够保持2%~3%的增长已经很理想了，4%的增长就很高了。

（二）调结构，合理化与高级化

1. 现状

2015年，我国的产业结构是，第一产业占9%，第二产业占40.5%，第三产业占50.5%。而发达国家第三产业基本在65%~70%，和发达国家相比，我国大体上要低25个百分点。在单一追求GDP增长的过程中，实际上我们的产业发展是不健康的，所以造成了现在的产能过剩，这是非常普遍的情况。现在，中国的钢铁生产量已经多年连续居世界第一，我国钢铁产能实际上足够供应全世界所有的钢铁需求量。除钢铁之外，包括水泥、造船等也都出现产能过剩的局面。也就是说，我国在技术层次比较低的制造业方面的产能居世界第一，全世界500种主要的工业品，其中220种的产能都是中国第一，但实际上所有需要严标准、精加工、高技术、附加值高的工业品，中国基本上做



得都不行。比如飞机制造业，我国生产的四代机，发动机用的是俄罗斯技术，因为技术水平的制约，我们自己根本没有这种生产能力。所以，结构升级的核心问题就是优化，这种优化的前提就是必须在技术密集型产业上跟上世界步伐。如今世界发达国家之间的产业分工格局是一个水平分工体系。日本从来不制造大飞机，但不论波音还是空客，飞机上所用的精密电子元器件都出自日本，其通过技术介入了世界水平分工格局；中国也介入了，却是通过生产飞机舱门、飞机尾巴等技术含量低的部件。所以在这方面中国和其他发达国家是垂直分工的格局，即附加值高、资源消耗少、技术密集度高的产业品发达国家来做；高污染、劳动密集、资源密集的产业品中国做。所以，30多年的改革开放培育了一个世界第一的制造业大国，但是同样也是污染大国、资源消耗大国。

最近几年，中国面临的国际经济环境比以前要严峻得多，30年前中国的竞争对手是墨西哥，20年前竞争对手是越南，10年前是亚洲四小龙，如今这些竞争对手仍在，但是美国、日本以及欧洲各国也开始变成中国的竞争对手，究其原因就是中国技术在升级。中国古代有一句话叫“四战之国，深陷危地”，就是说一个国家如果四面都是你的对手，你就处在一个非常危险的境地。比如战国时期的魏国，处于中原地区，就是四战之地。从经济角度来说，中国现在就是四战之地，这就强迫我们不得不转型。但结构性问题的调整，任何一个国家都需要一个历史过程，只希望我国这个过程缩短一点。

2. 第三产业消费需求逐步成为主体

目前，我国第三产业约为47%，每年以增长一个百分点的速度在改变我们的产业结构，所以我们到每个地方最关注的数据就是三大产业结构。可是各个地方对这个数据不是很关注，甚至没有相关数据，三大产业结构搞不清就会导致对当地的发展阶段判断不准。一般来说，根据当地第三产业比重可以知道其所处工业化发展阶段，不同发展阶段有不同的判断以及不同的发展方式，总体而言第三产业的发展是将来的一个方向。国务院有文件对于第三产业的发展做了两种区分，即生产型服务业和生活型服务业。但是在实际中很难严格区分这个概念，比如物流产业，算是生产型还是生活型？要拉着一车钢材就算生产型的，要拉着一车方便面就算生活型的，这样对吗？或者拉着一车钢材如果是盖厂房就算生产型的，如果只是盖居民楼这就算生活型