

书香
巅峰

一部旅游规划领袖企业的成长史



旅游 全产业链 创新

巅峰之路

北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司课题组 著



旅游教育出版社



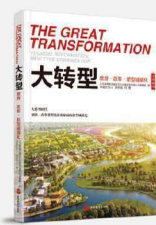
北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司

巅峰智业始创于2001年，公司秉承“美丽中国·巅峰智造”的使命，已发展成为旅游规划行业龙头和旅游全产业链创新引领者，提供“规划+运营+营销+投资”四位一体一站式解决方案。公司总部位于北京，并在上海、深圳、成都、西安等地设有分公司。公司资质全面，业务覆盖全国，完成2000余项高品质项目，累计运管景区60余家，打造了“多彩贵州”、“大美青海”、“清新福建”等一批知名旅游目的地，荣获“中国旅游知名品牌”等荣誉。

“书香巅峰”系列丛书，是巅峰智业十余年来的智慧结晶，饱含着巅峰人在旅游行业发展中积累的智慧。丛书中诸多旅游智业的前沿理论和实操模式，对旅游从业者具有极强的借鉴意义。



刘锋讲旅游
一本书读懂旅游



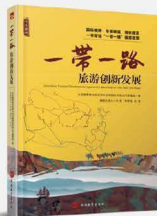
大转型 旅游·改革·新型城镇化
大转型时代，创新、改革
重塑旅游业驱动的新型城镇化



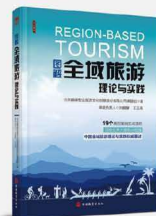
智点山河
巅峰智业十年经典案例集
旅游规划经典案例集粹



智绘峰景
巅峰智业十年核心技术集
旅游规划核心技术集粹



“一带一路”旅游创新发展
国际视野 专家解读 局长建言
一书智绘“一带一路”旅游蓝图



图解全域旅游理论与实践
19个典型案例实战演练
顶级业界大咖观点碰撞
中国全域旅游理论与实践权威著述



旅游文化创意与规划
点亮旅游文化创意的启智经典
指导景区规划建设的工作手册



旅游全产业链创新：巅峰之路
一部旅游规划领袖企业的成长史

策 划：赖春梅

投稿邮箱：mslai@foxmail.com

责任编辑：赖春梅 朱菁

封面设计： 卡古鸟设计



旅游 全产业链 创新

巅峰之路

本书从企业的发展历程出发，完整立体地展示了巅峰智业由创始之初的“三全战略”，到“一体两翼”，再到“四位一体”全产业链一站式全程服务的成长过程，力求探寻行业规律，聚焦行业技术，呈现企业文化，为行业的创新发展带来一定的启示。

ISBN 978-7-5637-3579-2

定价：62.00 元

ISBN 978-7-5637-3579-2



9 787563 735792 >

书香
巅峰

一部旅游规划领袖企业的成长史

旅游 全产业链 创新



巅峰之路

北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司课题组 著



旅游教育出版社

· 北京 ·

策 划：赖春梅
责任编辑：赖春梅 朱 菁

图书在版编目（CIP）数据

旅游全产业链创新：巅峰之路 / 北京巅峰智业旅游
文化创意股份有限公司课题组著. -- 北京：旅游教育出
版社，2017.6

（书香巅峰）

ISBN 978-7-5637-3579-2

I . ①旅… II . ①北… III . ①旅游业发展—概况—北
京 IV . ①F592.71

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 125145 号

图片使用声明：

本书所用图片作者已尽力联系了版权人，未能联系到的图片权利人，见到书后请与代晓松联系。联系方式为：010-57310000。于此向图片权利人诚挚致谢。

书香巅峰

旅游全产业链创新：巅峰之路

北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司课题组 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	北京京华虎彩印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印 张	14
字 数	242 千字
版 次	2017 年 6 月第 1 版
印 次	2017 年 6 月第 1 次印刷
定 价	62.00 元

（图书如有装订差错请与发行部联系）

美丽中国

巅峰智造



编委会

主 编：刘 锋

副 主 编：束 盈 朱明辉 刘 惠

编 委：李树平 李晓东 曹 璐 王剑秋 张 雯

刘馥馨 杜 学 袁 放 李 彬 黄健波

李明伟 王玉海 李 庚 代晓松 钱晓丽

刘 君 王琯月 盛海斌 孟海刚 许立勇

核心成员：王铭慧 李家杰 刘旷野 李 方

参与人员：刘 超 钱力菲 徐璐思 刘 晴 胡茜茜

冯 翠 高炽江 卢 亚 康小娇 冯晓丽

王 阳 孙晓强 等

序言

P R E F A C E

风起兮，旅飞扬！

人类社会正展现出前所未有的快速发展的进程，而人类追求真纯、善诚、美好的初心却未曾改变。

随着人类社会的发展，旅游业也正展开一幅波澜壮阔的画卷。旅游业天生就是崇尚真善美、创造真善美、传播真善美的伟大事业，这与人类的初心不谋而合。

从最早命名“达沃斯”，到今日“巅峰智业”；从单纯旅游规划到“一体两翼”，再到“四位一体”全产业链一站式全程服务，巅峰走过了一条非同一般的、文旅先行先探的道路。

巅峰，一直被梦想驱动着，一直为梦想奋斗着，一直向梦想前行着，坚定不移。

我们期望用“创意点亮世界”，让世界更美更好。我们倡导“创造极致风华”的核心价值观，秉承“美丽中国，巅峰智造”的使命，怀揣“让旅游不一样”的愿景，整合跨界资源与力量，用心用情创造心灵的触动。

我们以人为本，以客户为中心，以消费者体验为依归，以创意为灵魂，以“专业+创新”为特色，为文旅产业提供从策划创意到落地运营的系统解决方案，我们是“创意家+运营家+整合家”。

我们似“癫”般的创想、似“疯”般的投入，力求做到真正的文旅“巅峰”，即做最有趣的旅游项目，做令人尖叫的产品，做超乎想象的体验，以互动思维创造无与伦比的感动！



只有当旅游关切的是人、是人性、是人本身的时候，只有当旅游关照人真善美的初心的时候，只有当旅游关注人与自然，人与社会，人与人互动、感动的时候，旅游才能创新。旅游不仅仅是梦想、信仰、爱好，而是拓展我们的生命，丰富我们的生活，甚至在旅行的过程中塑造不一样的自我。

初心不忘方为巅，阅山无数自成峰。

是为序。

刘 锋



CHAPTER

第一篇 美丽中国·梦想篇

一、不忘初心 / 002

- (一) 美丽起源 / 002
- (二) 梦想孕育 / 003
- (三) 并肩时代 / 005

二、美丽征程 / 010

- (一) 艰难的起步 / 010
- (二) 被嘲笑梦想 / 010
- (三) 百转的历程 / 011
- (四) 不懈的坚持 / 012

三、巅峰金字塔 / 013

- (一) 巅峰核心价值——创造极致风华 / 013
- (二) 巅峰定位——中国文旅产业创新引领者 / 014
- (三) 巅峰使命——美丽中国，巅峰智造 / 014
- (四) 巅峰法宝——核心优势、产品特色与差异化服务 / 014
- (五) 巅峰特质——专业、创新 / 015
- (六) 巅峰愿景——让旅游不一样 / 015
- (七) 巅峰 Slogan——创意点亮世界 / 015



四、迈向巅峰 / 016

- (一) 规模业绩遥遥领先 / 016
- (二) 资质荣誉地位彰显 / 017
- (三) 规划影响全面升级 / 017
- (四) 景区运管缔造标杆 / 018
- (五) 智慧营销光芒闪耀 / 018
- (六) 落地项目享誉市场 / 018
- (七) 民间智库成果显著 / 019
- (八) 人才摇篮业界公认 / 019
- (九) 行业活动异彩纷呈 / 019
- (十) 社会责任勇于担当 / 020

02

CHAPTER

第二篇 巅峰智造·核心篇

一、思想引领 / 022

- (一) 知行合一，四位一体 / 022
- (二) 天人合一，道法自然 / 023
- (三) 资源有限，智慧无穷 / 024
- (四) 匠人精神，精益求精 / 025

二、理论技术 / 026

- (一) 旅游十二头 / 026
- (二) 旅游营销 36 计 / 034
- (三) 全域旅游理论与落地规划方案 / 050
- (四) 智慧旅游创新理论路径 / 062
- (五) 旅游景区收益理论 / 066
- (六) 文化创意旅游综合体发展模式 / 070
- (七) 旅游金融投资路径 / 077
- (八) 旅游型城镇化实施要点 / 081

(九) 巅峰四术 / 085

三、实践深化 / 087

(一) 规划业务，以智力主导创新价值 / 088

(二) 景区业务，以专业运营放大价值 / 114

(三) 营销业务，以品牌塑造升级价值 / 127

(四) 投资业务，以资本杠杆撬动价值 / 146

03

CHAPTER

<<< 第三篇 巅峰团队·文化篇

一、以核心价值观为灵魂 / 154

(一) 以人为本 / 154

(二) 精益求精 / 155

(三) 成功客户 / 155

(四) 创造感动 / 155

二、以客户为中心 / 156

(一) 满足客户需求 / 156

(二) 构建客户网络 / 157

(三) 打动客户的心 / 158

三、以奋斗者为根本 / 159

(一) 人才晋升 / 160

(二) 人才培养 / 160

(三) 人才壮大 / 162

四、以规范管理为基础 / 162

(一) 使命必达 / 163

(二) 系统保证 / 163

(三) 信息精准 / 164



五、以社会责任为担当 / 166

（一）奖学优异 / 166

（二）旅游扶贫 / 167

（三）人才基地 / 168

（四）奉献爱心 / 168

六、以快乐进取为基因 / 169

（一）巅峰足迹 / 169

（二）巅峰大学 / 170

（三）巅峰家园 / 172

（四）巅峰生活 / 174

（五）书香巅峰 / 177

04

CHAPTER

附录

附录1 巅峰历程及成就 / 180

附录2 巅峰大事记 / 186

附录3 巅峰书香汇 / 193

附录4 巅峰荣誉汇总 / 201

附录5 巅峰项目精选名录 / 204

美丽中国 · 梦想篇



美丽中国，巅峰智造，源于内心真善美的守望，源于对社会责任的感同身受，源于 21 世纪新时代对中国发展新使命的警醒，源于对中国梦的不懈追求！巅峰智业，通过智力指点江山，通过智力描绘美丽中国！

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”，巅峰终铸辉煌。巅峰人用双脚丈量土地，用创意裁剪风景，用激情规划空间，用心灵感悟人生。巅峰若水，“赴千仞之壑而不疑”，不畏挑战，勇于创新；巅峰若水，“泉源溃溃，不释昼夜”，水滴石穿，坚韧执着；巅峰若水，“海纳百川、有容乃大”，四海为家，胸怀天下。美丽中国，我们从未忘记初心；巅峰智造，我们要做旅游创想家。





一、不忘初心

梦想是生命的氧气，我们的人生因为“敢做梦”和“会做梦”而与众不同！

（一）美丽起源

从“达沃斯”到“巅峰”有多远？

7971 公里，这是北京“巅峰智业”距离瑞士小镇“达沃斯”的飞行距离；

16 年，这是从彼时 2001 年创立的“达沃斯巅峰”到今天的“巅峰智业”所经历过的时间；

几十年，一百年，甚至无止境的登攀，这是从中国知名的旅游智库企业到世界符号的巅峰情怀和极致追求。

2001 年 10 月，刘锋博士和创业伙伴一起，正被如何给创业公司取名的问题搞得焦头烂额，就在这时，“达沃斯”进入到他们的视野。达沃斯原来只是“世界花园”瑞士东南部的一座默默无名的小镇，因举办“世界经济论坛年度会议”而享誉全球，一举成为世界著名旅游胜地。达沃斯是一个用思想征服世界的小镇，已经成为一个符号、一个标杆。于是，他们为即将成立的公司取名“北京达沃斯巅峰旅游景观设计中心”，这就是北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司的前身。

“达沃斯”代表了一种顶级旅游目的地的理念，而“达沃斯巅峰”是这种理念的极致体现：高屋建瓴、追求卓越、智造旅游、直达巅峰。“达沃斯巅峰”本着高度的社会责任感，致力于只留遗产不留遗憾，致力于为中国旅游投智，致力于成为中国旅游界的达沃斯。

时间来到 2006 年 4 月，刘锋博士结束在亚洲开发银行研究院访问研究员的工作，从日本东京回到北京。那时，北京已经进入到备战 2008 年奥运会的冲刺阶段，“绿色奥运”的理念深入人心。“绿色奥运”理念的提出，不仅是为了办一届绿色生态的奥运会，更引人思考：如何让北京变得更加美丽？如何让中国变得更加美丽？而这正好是刘锋博士在日本期间一直在思考的问题。

日本国土虽小，但格外精致。在日本，感觉每一寸国土都得到了精心规划，每一寸国土都得到了细心呵护。而中国呢？中国幅员辽阔、山河壮美、资源丰富，但在快速的工业化和城镇化进程中面临着巨大的压力，迫切需要调整发展理念，创新发展路径，精心开展规划，裁剪风景，智点山河，创造“美丽中国”。中国可以，应该，而且必须变得更加美丽！从那时起，“美丽中国”成为一颗种子，播种在了刘锋博士的心里。也就是从那时起，“美丽中国，巅峰智造”成为了巅峰智业的新口号和孜孜不倦的追求，幸运的是美丽中国的理念在十八大得到了系统的阐述，也成为了中国旅游的口号和标志。

（二）梦想孕育

梦想的孕育总是有一个漫长的历程，巅峰智业创始人刘锋博士一直是个有梦的人，他用他梦想的激情和决心带领着每一位巅峰人不断攀登。

刘锋博士一直认为一个人可以清贫、困顿，但是不可以没有梦想。他的老家在湖南湘潭县，那一片山水孕育出了众多名人伟人，如毛泽东、彭德怀、齐白石等。从小受这些名人精神和事迹的影响和启迪，他一直立志也要做一个有抱负的、坚韧的、对国家和社会有用的人。因此在读博士的时候，就希望将来能做一个公司，做一个真正产业化、市场化、企业化运作的有影响力的公司。

但真正觉得必须要创办公司的时候是在清华做博士后，当时的社会和清华大学都非常鼓励学生自主创业，在清华他听了很多企业家的讲座，包括陈峰、俞敏洪、李福成等，点燃了他内心创业的火苗。所学所见这么些年，也和导师参与过许多大项目、大规划，积淀了很多旅游规划方面的想法和经验，非常渴望把知识转化成生产力，加上师兄和朋友的因缘推动，刘锋博士就创办了达沃斯企业。

曾子说过：“士不可以不弘毅，任重而道远。”那时的刘锋有一种强烈的使命感和