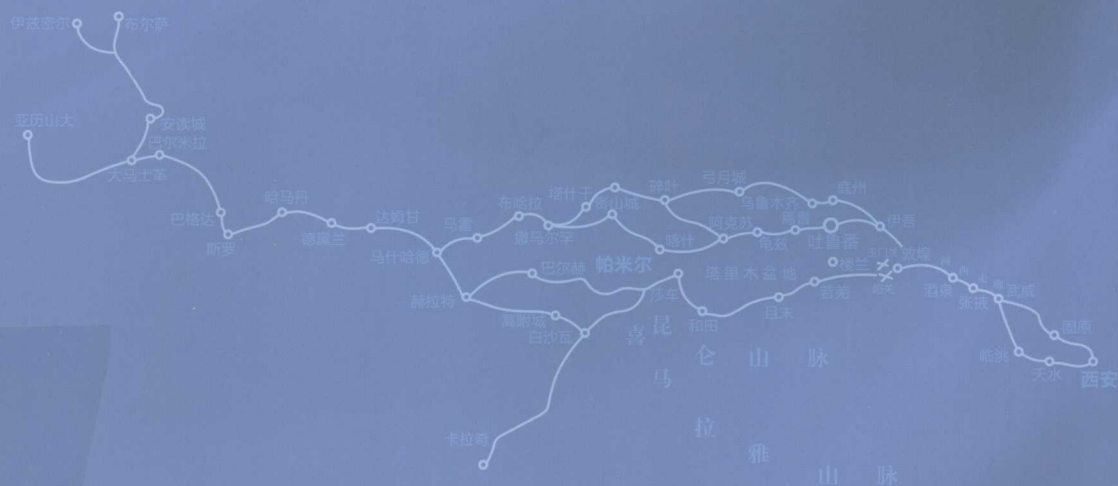


Report on Entrepreneurship and Innovation  
in Chinese Tourism Industry(2014—2015)

# 中国旅游企业创新创业 发展报告 (2014—2015)

秦宇 李彬 张德欣 温婧/主编



旅游教育出版社

Report on Entrepreneurship and Innovation  
in Chinese Tourism Industry (2014—2015)

# 中国旅游企业创新创业 发展报告 (2014—2015)

秦宇 李彬 张德欣 温婧/主编



北京·旅游教育出版社

责任编辑:果凤双

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游企业创新创业发展报告. 2014~2015 / 秦  
宇等主编. -- 北京: 旅游教育出版社, 2015. 11  
ISBN 978-7-5637-3265-4

I. ①中… II. ①秦… III. ①旅游企业—企业创新—  
研究报告—中国—2014~2015 IV. ①F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 250571 号

中国旅游企业创新创业发展报告(2014—2015)

秦宇 李彬 张德欣 温婧 主编

|        |                                     |
|--------|-------------------------------------|
| 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                       |
| 排版单位   | 北京旅教文化传播有限公司                        |
| 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    | 16. 75                              |
| 字 数    | 248 千字                              |
| 版 次    | 2015 年 11 月第 1 版                    |
| 印 次    | 2015 年 11 月第 1 次印刷                  |
| 定 价    | 49. 00 元                            |

(图书如有装订差错请与发行部联系)

本书受“2014 科研基地—科研协同创新平台—技术与社会变迁下的饭店产业发展与创新研究(395005)”“北京市属高等学校高层次人才引进与培养计划项目(The Importation and Development of High-Caliber Talents Project of Beijing Municipal Institutions)(CIT&TCD201404016)”“教育部人文社科项目(13YJC630069)”资助。

# 《中国旅游企业创新创业发展报告(2014—2015)》

## 编制机构及人员

### 编委会

主 任：谷慧敏 张德欣

副主任：江新兴 厉新建 殷 敏

委 员：李 宏 王 俞 王 欣 秦 宇 吕 勤 张 超

王 瑾 李 彬 钟栎娜 崔 莉 唐承财 吴联仁

马 双 李朋波 雷 铭 孙 憬 温 婧 苗利娟

主 编：秦 宇 李 彬 张德欣 温 婧

# 《中国旅游企业创新创业发展报告(2014—2015)》

## 参与编制者

黄 硕 李 橙 李 响 李朋波 李 雪

米 晶 王璐瑶 王云静 吴玉华 于馨婷

张 曼 张红霞 张晓楠 张懿嘉 赵亚星

## 主编简介

### 秦宇



北京第二外国语学院酒店管理学院教授，主要研究领域包括中国情境下旅游企业业务层面战略的制定、实施及其结果，以及与之相关的企业竞争力获取、保持和发展过程。秦宇教授的科研成果曾经发表于《管理世界》《管理学报》《外国经济与管理》《旅游学刊》《北大商业评论》等一流刊物，或由科学出版社、人民出版社等一流出版社出版。

### 李彬



北京第二外国语学院酒店管理学院酒店管理系主任。主要研究领域包括酒店连锁集团管控、旅游企业创新创业。李彬博士的科研成果曾经发表于《管理世界》《经济学动态》《中国软科学》《南开管理评论》《旅游学刊》《管理学报》《Tourism Management》等国内外一流学术刊物，荣获 2014 年国家旅游局优秀论文成果奖二等奖和优秀奖。

### 张德欣



旅游创业记录者、服务者，社会活动家，中国旅游创业家协会、旅游创业会创始人、会长，北京第二外国语学院旅游管理学院产业导师，中国智慧旅游联盟发起人、副理事长，在线旅游资深人士。连接旅游学术界与产业界，致力搭建旅游创业服务平台，组织超过百余期旅游创业类活动，2014 年获“中国旅游创新奖”，并主持编著有《中国旅游企业创新创业发展报告》《旅游创业启示录》等多部旅游创新创业系列书籍。

### 温婧



南开大学旅游与服务学院博士生，中国旅游创业家协会秘书长，“谁家院”文化传播中心创始人，“袋鼠”读书会发起人。曾在北京第二外国语学院旅游管理学院、中国旅游研究院、北大青鸟集团、中国动漫集团等单位学习工作，多次参与国家及省部级重大课题、论著的执笔，策划中国旅游创业高峰论坛等活动。

# 前言（一）

谷慧敏 秦宇

过去的几年中，我们一直在关注中国旅游创业创新领域的发展。越深入到这个领域，越引发我们的思考。

人类历史上，有哪一种活动能够像旅游活动一样，以一种和平、自发的方式大规模地促进着人们对社会、文化、自然的探索？

没有。

旅游的本质在于“探索未知”并推动着人和自然之间、人和人之间的对话，最后是旅游者自己和自己的对话。

从这一点看，阿姆斯特朗踏上月球的第一步，与四百年前徐霞客踏出家门远游的第一步，何其相似。

旅游不仅是旅游者的一种生活方式，也是一种精神存在方式，是我们用“体肤之劳”去换取于已知和未知间行走时的心灵触动。

躺在沙滩上晒太阳的度假式旅游，不是真正的旅游，只是一种休闲。

创业也是“探索未知”，是创业者的一种成长方式和生活方式。通过不断拓展已知边界的范畴，创新和创业改变了人类的生活和工作。在创业过程中，创业者自己也收获了成长和自由。

我们可以给创业者贴上各种标签：“创造者”“远见者”“实干家”“乐观主义者”。但是，回归到人性的深层次，他们都是独立的思想家、他们都有理想、他们随时准备好去冒险和尝试新事物并以此为乐。

创业者通过创办事业去实现自己的理想——让这个世界不一样！事业是手段，理想是目的。有些理想的最终实现，可能建立在很多创业者事业失败的基础上。但是，并不是最后那位创业者才是成功者。

没有创新而只是循规蹈矩的事业，如同年复一年到相同的海滨胜地度假，虽然舒适、放松，却不能推动我们对未知的认识，令人感到索然无味。

本书可以看作是我们的观察记录。我们将继续充当好观察者的角色，忠实地记录旅游创业者们探索事业、探索自我的轨迹，努力让这个世界有一点点不一样。

2015 年 8 月 18 日

## 前言（二）

### 日拱一卒 功不唐捐

张德欣

2015 年延续了 2014 年旅游市场和创业潮流的火热，政府政策支持鼓励，市场欣欣向荣。国务院总理李克强在天津举办的 2014 夏季达沃斯论坛上说，要在 960 万平方公里土地上掀起大众创业、草根创业新浪潮。2015 年政府工作部署更是多处提及创业，李克强多次强调大众创业、万众创新，并将其认为是中国经济的新引擎。2015 年 5 月 7 日，他又来到北京中关村创业大街实地走访考察，随后强调：推动大众创业、万众创新是激发亿万群众智慧和创造力的重大改革举措，是实现国家强盛、人民富裕的重要途径，要坚决消除各种束缚和桎梏，让创业创新成为时代潮流，汇聚经济社会发展的强大新动能。要积极创造条件，促进众创空间蓬勃兴起，推动各类创新要素融合互动，让一代“创客”的奋斗形象成为创新中国、智慧经济的重要标识。

如此火热的创业浪潮下，似乎每个人都可以去创业，部分创业者的心态浮躁，陷入了为创业而创业的怪圈，忘记了创业的本质和精神。市场越火热，越应该冷静思考，为了什么而创业。无论究竟是 To B 还是 To C，但万万不可 To VC 和 To G。在旅游市场目前继续延续“两升一降”的同时，越来越多的个性化需求的崛起为小微创业者们提供了广阔的空间和舞台，再多的巨头并购也无法垄断整个市场，从而让打破桎梏、颠覆过去成为可能。

在浮躁的社会和浮躁的心态下，越发凸显温家宝总理“仰望星空，脚踏实地”这一嘱咐的弥足珍贵，我的头脑中也经常浮现出瓦力遥望夜空的画面。跬步千里，

创业是条艰辛之路，认真做好每一件小事，走好每一步，方能抵达成功的彼岸。“日拱一卒，功不唐捐”，不必羡慕别人的成功，正如每种花都有自己的花季，都会在属于自己的时间里绽放美丽，走着走着，花就开了。

有人问我在巨头林立的今天，还有哪些创业机会？以投资角度来看，我从三个维度来谈旅游业中新的创业机会：

### 1. 区域性或地域性

从目前情况看，做全国或全球性的平台越来越难，这不仅是由于受限于资本、资源，还受制于团队人员。初创期项目，各方面条件都较为薄弱，聚焦某一特定区域或目的地更有利于该项目的成长，更能把现有的精力、资源等全力投入。比如有做泰国的米线旅行、做东南亚的游啊游、做韩国的韩你玩等，都是先从一个目的地开始进行深挖，如同中国人古已有之的“挖井”，相信大家都懂的。

### 2. 主题性

除了目的地之外，选择主题旅游的创业项目也很有想象力，这部分人群更加遵循内心需求，目的明确。携程也于2014年宣布进入主题旅游市场并先期推出了高尔夫旅游。但旅游从主题来讲，分出几百个来都没问题，所以市场空间更为巨大。做主题游创业项目的，比如做海岛游的泡泡海，做境外导购的小红书和GO购全球，做境外美食推荐的舌尖旅行，做蜜月游的蜜游网，做游学的世纪明德等。

### 3. 目标人群

这个就很好理解了，针对不同人群的旅游需求就会衍生出不同的专业服务机构来。针对老年人做夕阳红，针对孩子做亲子游，针对情侣做蜜月游，等等。

综合以上三个维度，做好“打井”，也称“穿透力”，聚焦专注，做到垂直细分市场的老大老二，都会有很大的机会。主要有两个机会，一个是被投资机构关注和投资的机会，另一个是被用户所关注和使用的机会。以上意见供创业者们参考。

自2012年9月19日，以“旅游创业家俱乐部”之名发轫于交大东路逐鹿茶楼，如今距本报告首次出版已过去3年，当初设想的旅游创业服务平台，部分业务模块已开始成型并进入运作。在分工协作的时代，我也一直渴求靠谱的合作伙伴（有共同愿景且有执行力），基于其专业服务能力，为会员们提供各方面的专业服务。目前看，在人力资源、品牌营销及旅游投融资方面，都有了很大的进展，我当初的设

想正一点点实现着，这让我略为欣慰，当初吹出去的牛皮也因自己的努力而逐渐变为现实。

如今我也变得更加笃定和从容，不再刻意强调自己创办人的身份，却给自己定义为“旅游创业记录和服务者”，观察并服务广大旅游创业者们。我其实是个链接枢纽。以“旅游创业”为主线，串起旅游产业链，搭建专业服务模板并使之运转，是我致力的方向与远期目标。

不忘初心，方得始终，创业者们请牢记创业的初衷与方向；日拱一卒，功不唐捐，创业者们请“仰望星空，脚踏实地”；创业，更重要的不是目标而是过程，享受这个过程并为目标而努力吧！奔跑吧，创业的兄弟姐妹们！

2015年9月19日

# 目 录

## CONTENTS

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 第一部分 我国旅游企业创新创业的宏演化趋势 .....    | 1   |
| 第二部分 中国旅游企业创新创业生态全景与优秀实践 ..... | 10  |
| 第三部分 中国旅游企业创业现状调查分析 .....      | 18  |
| 第四部分 中国旅游企业创业案例分析 .....        | 29  |
| 一、飞屋旅行——旅行随身移动 Wi-Fi 首选 .....  | 30  |
| 二、发现旅行——简单有品质的旅行 .....         | 34  |
| 三、Go 购全球指南——海外购物不再难 .....      | 38  |
| 四、哈达旅行——海外出境游的 P2P 服务平台 .....  | 41  |
| 五、慧评网——酒店业大数据挖掘与应用服务提供商 .....  | 45  |
| 六、景旅通——智慧旅游核心解决方案 .....        | 49  |
| 七、九十度——直击心灵的文化之旅 .....         | 54  |
| 八、口碑旅行——出境游,找有口碑的服务 .....      | 58  |
| 九、客路旅行——创造独家旅程 .....           | 63  |
| 十、6 人游——“为爱出行” .....           | 68  |
| 十一、美辰旅游——旨于邮轮,不止邮轮 .....       | 73  |
| 十二、麦兜旅行——玩的就是零售 .....          | 77  |
| 十三、妙计旅行——你身边的智能出行专家 .....      | 81  |
| 十四、麦途——全球旅行定制专家 .....          | 85  |
| 十五、泡泡海——媒体人“趣”海岛游 .....        | 90  |
| 十六、屏芯与屏联——餐饮与酒店的智能化解决方案 .....  | 94  |
| 十七、穷游——创造旅游新风尚 .....           | 97  |
| 十八、热气球旅游网——境外超值特卖体验 .....      | 101 |
| 十九、舌尖旅行——出境游与美食结合的移动社交应用 ..... | 104 |

|                                   |         |
|-----------------------------------|---------|
| 二十、世纪明德——游学的第一选择·····             | 108     |
| 二十一、四季游——户外教练官·····               | 112     |
| 二十二、泰久信息——从影院票务到旅游目的地智慧旅游服务商····· | 115     |
| 二十三、VOX——旅游视听设备市场开拓者·····         | 118     |
| 二十四、丸子地球——旅游地接服务 P2P 平台 ·····     | 121     |
| 二十五、亚朵酒店——第四空间,成就一种生活方式 ·····     | 125     |
| 二十六、意时网——互联网+旅游保险服务商·····         | 135     |
| 二十七、悠悠海岛之家——出境海岛游服务商·····         | 139     |
| 二十八、找大巴网——大巴预订神器·····             | 143     |
| 二十九、周末去哪玩——周边游 O2O 好帮手 ·····      | 147     |
| 三十、智游啦——社交性自助游资讯平台·····           | 151     |
| <br>第五部分 第二届中国旅游创业高峰论坛实录 ·····    | <br>155 |
| <br>附 录 ·····                     | <br>237 |
| 2014 年国外旅游企业创新创业事件 ·····          | 237     |
| 2014 年国内旅游企业创新创业事件 ·····          | 243     |
| 2015 年国外旅游企业创新创业事件 ·····          | 245     |
| 2015 年国内旅游企业创新创业事件 ·····          | 250     |
| <br>后 记 ·····                     | <br>254 |

## 第一部分 我国旅游企业创新创业的宏演化趋势<sup>①</sup>

由于全球气候变暖，北极冰层融化范围在不断扩大，有一年的冰盖甚至比上一年多融化了100万平方公里；与冰盖融化这种大事件相比，生物种群之间和种群内部不同个体之间的竞争对进化的影响，显得微不足道。

——BBC 纪录片 *Natures Big Events*

宏演化（macroevolution）是演化生物学的一个概念，由美国遗传学家戈德施密特于20世纪40年代提出。宏演化研究的是生物种群在长时间尺度内的变化过程，超越了具体物种的变化。与之相对应，微演化（microevolution）研究的是由于基因突变和自然选择积累的物种内微小变异。此处，我们借用这两个名词区分两种不同侧重点的创新创业研究：一种类似于微演化，研究某个具体企业、具体产业中创新创业活动开展的影响因素及其结果；另一种则是我们在本文中将要讨论的“宏演化”式的研究，探索社会、经济、技术、文化等领域的变化将如何影响广大旅游企业创新创业的方向和模式。二者的差异在于观察的尺度和层次不同，显然，只有将二者结合起来，才能对创新创业活动有更为全面和准确的认识。遗憾的是，目前讨论微观层面创新创业的文字较多，讨论宏观层面创新创业的文字较少，有可能造成了“只见树木、不见森林”的问题。本文中，我们只讨论与大尺度变化有关的内容，不拘泥于一城一地的创业管理问题，希望由此引发读者的思考，思索更为长远、广阔背景下的创新创业现象。

### 一、快速变化的中国社会经济

中国社会经济最大的特征是变化速度太快！

自从改革开放以来，连续三十年的时间里，中国经济一直以接近10%的平均速

---

<sup>①</sup> 本研究受“北京市属高等学校高层次人才引进与培养计划项目（The Importation and Development of High-Caliber Talents Project of Beijing Municipal Institutions）”（项目编号 CIT&TCD 201404016）的资助。

度在增长。这一发展速度在人类历史上是空前的,即使是世界经济增长史中最为人称道的日本和东亚四强也从未以如此高的速度增长过如此长的时间。进入 21 世纪以来,虽然经济增长速度在放缓,但是中国经济总量仍然连续超过了意大利、法国、英国、德国和日本,2014 年达到了 10.38 万亿美元。从 2003 年到 2014 年,中国的人均 GDP 从不到 1000 美元增加到 7485 美元,成为人均 GDP 增长最快的国家之一。有经济学家预测,中国经济总量将在 2030 年左右超越美国,成为全球最大的经济体。有理由相信,若干年后我们回头评价时,中国奇迹势必会被看作是一个比“东亚奇迹”更大的奇迹。

虽然中国对世界经济的影响主要是通过中国作为“世界工厂”的地位体现出来,但是,随着经济发展和人均收入的快速增长,中国居民的消费能力也在惊人地增长。2009 年我国汽车产销量突破 1200 万辆、首次超越美国成为全球最大的汽车市场,到 2014 年产销量已经超过 2300 万辆,再次刷新全球纪录。在通信、住房、消费类电子产品等其他消费领域,中国市场也早已是全球最大市场并依然保持了很快的增长速度。例如,尽管我国的手机用户基数已经非常庞大,2011 年底就突破了 10 亿户,看似增长空间已经不大,但是来自工信部的统计数据表明,2014 年底的用户数比 3 年前又增加了 20%,达到 12.86 亿户。

快速增长的生产和消费与工业化、城镇化相互裹挟,推动中国社会发生着翻天覆地的变化。而中国庞大的人口、转轨经济体制、城乡差异和东西部差异,都使得这种变化如此与众不同。再加上与中国剧变同步的全球化浪潮和以互联网及计算机为代表的技术革命,以及各种涌动起伏的明流和暗潮,让我们所处的变化图景极端复杂。

快速变化中的复杂性使得企业保持竞争优势的工作面临越来越大的挑战。对于各种产业中的某些传统企业来说,由于原有的资源、知识和能力已经过时而新的能力又没有培育起来,被轻装上阵的新竞争对手迎头赶超似乎不可避免。新华书店、百货大楼的没落即是明证。实际上,目前很多传统企业之所以陷入困境,主要原因可能并不在于自身不够灵活,而是由于环境快速变化造成的商业模式和产品模式变化频率太快,超出了企业自身能力调整的周期。当然,市场中总有一些在位企业能够把握大势,提前做好准备,改变自身能力调整的周期,在动荡的市场中继续前行。然而,引领整个产业发展进步的主导力量,则是那些寻找到新的商业机会并动员、利用、配置相应资源,实现商业价值的创业企业。本章的目的就是描述创新创业领域发生的“大势”并讨论创业活动未来的演化趋势。这些大势主要体现在四个方

面，即消费者、员工、技术和竞争。这四个方面的变化会在今后极大地影响创新创业的发生和发展。

## 二、消费者

创造什么样的新产品和新服务，是由消费者和服务提供者共同决定的。其中，消费者的个人需求特征和消费经验变化会极大影响消费者对服务和产品的需求，是推动企业产品创新的根本动力。下面我们分别从这两个方面讨论消费者身上正在发生的变化。

### （一）个人需求特征

由于每个人对服务产品的需求都不一样，总结个人需求特征共同性的难度较大。然而，在当前中国社会经济条件快速变化的情况下，每个消费者的个人服务需求都必然随环境的变化而出现一些具有全局性特征的演变趋势，这使得我们从总体上把握某些特征成为可能。目前，我国消费者服务需求特征方面最具普遍性、最为突出的变化趋势是：第一，消费者的时间价值越来越高；第二，消费者越来越厌恶风险，希望消除不确定性；第三，消费者越来越追求基本功能之外的服务诉求；第四，消费者越来越看重安全和健康；第五，消费者需求越来越多元化。

首先，近十几年我国居民的工作节奏和生活节奏整体上越来越快。而且，随着城镇化、工业化水平和社会分工水平的提高，节奏还会持续加快。由于消费者的时间价值越来越高，他们对需求响应时间的要求越来越高、对服务速度也更加看重。

其次，消费者越来越希望以一种确定的方式消费服务产品，此类对确定性的追求与时间价值提高有关。因为不确定性意味着未来是有变化的，而这种变化有可能造成时间、精力上的损失。为了规避风险和不确定性，消费者将更加看重服务的可靠性和准确性。

第三个特征与人民群众持续提高的生活水平有关。我国城乡居民的服务需求大体上已经超越“有地方吃、有地方睡、有地方买”等基本功能要素，开始寻求与非核心服务有关的“舒适”“美”“受尊重”“享受”等更高层级的要素。这意味着消费者对核心实体产品（例如餐馆的出品、飞机上的座位）之外的“环境”“服务”“体验”“排场”等要素的需求会增加。

第四个特征与我国当前的社会问题有关。食品安全、空气质量、土壤质量等有关人民群众生命安全和健康的环境和社会问题会越来越大地影响消费者对服务提供

者的选择。

第五个特征与消费文化的变化有关。每一个新的世代都有不同的消费主张和消费文化。已经成为主流消费者的 80 后和 90 后人群更加追求自我和个性化，因此造成了旅游消费的多元化。

## （二）消费经验变化

整体上看，随着居民消费经验的不断增长，他们会越来越见多识广、越来越挑剔。以饭店业为例，改革开放初期，高星级饭店是“涉外”人群才能够入住的设施，普通国内居民走进此类饭店就像刘姥姥进了大观园——长了见识。今天，国内居民因为出差、开会、婚宴、度假等越来越多地走进高星级饭店，并开始对各家饭店的早餐、洗发水和拖鞋等服务产品要素评头论足。在航空运输业、零售业、娱乐服务业等产业中，类似的转换也早已发生。总体来看，国内居民的消费经验越来越丰富，迫使服务提供者不断提高服务质量、增加产品类型；而对较高质量和较新类型的服务产品的每一次消费，又会积累为新的消费经验并抬高了消费者对更高质量、更新服务产品的期待。

美国著名管理学家迈克尔·波特从这个良性循环中发现某个国家产品的竞争力与该国消费者的挑剔程度成正比，可见经验丰富、挑剔的消费者将起到正向选择作用，刺激企业不断创造出更高质量、更多元化的产品和服务。

## 三、员工

如果说来自顾客一方的需求特征变化推动了产品创新的话，企业流程创新方面的变化则主要是技术进步和劳动力成本变化带来的。技术方面的问题我们将在下一小节描述，本节我们主要介绍与员工和劳动力有关的问题。员工是服务的直接提供者，其招聘、培训和发展成本直接影响企业的盈利并影响着企业在流程方面的创新。未来，与服务员工有关的劳动力供给的主要变化体现在以下几个方面。

### （一）劳动力总量减少

根据人口学家的估计，到 2028 年左右，中国的人口峰值将达到 14.5 亿，之后进入负增长阶段。但是，劳动力人口的负增长来得快得多。根据《中国统计年鉴》的数据，2015 年我国劳动力人口将达到峰值，之后劳动力绝对数将持续下降。随着今后劳动力人口绝对数量的降低，各行各业中“招工难”的情况将长期化与常态化，服务业当然也不例外。更为突出的问题在于，除了少数部门外，大部分旅游服