



旅游业态演化与 商业模式创新

LÜYOU YETAI YANHUA YU SHANGYE MOSHI CHUANGXIN

张威 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

旅游业态演化与商业模式创新

张 威 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

旅游业态演化与商业模式创新 / 张威著. —北京: 知识产权出版社, 2014.8

ISBN 978-7-5130-2862-2

I. ①旅… II. ①张… 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(2014)第170581号

内容提要

本书在全面回顾和深入分析有关旅游业态相关文献的基础上, 明确了旅游业态的概念、特征与类型, 分析了旅游业态的演化规律及其驱动机制, 探究了旅游业态的创新途径, 并以工业旅游为例, 对工业旅游的商业模式创新进行实证研究, 最后结合天津市旅游业态发展的状况, 提出促进天津旅游业态发展的政策建议。



责任编辑: 李德升

责任出版: 谷 洋

旅游业态演化与商业模式创新

LÜYOU YETAI YANHUA YU SHANGYE MOSHI CHUANGXIN

张 威 著

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

网 址: <http://www.ipph.cn>

电 话: 010-82004826

<http://www.laichushu.com>

社 址: 北京市海淀区马甸南村1号

邮 编: 100088

责编电话: 010-82000860 转 8355

责编邮箱: lidesheng@cnipr.com

发行电话: 010-82000860 转 8101/8029

发行传真: 010-82000893/82003279

印 刷: 北京中献拓方科技发展有限公司

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

开 本: 720mm×1000mm 1/16

印 张: 15

版 次: 2014年8月第1版

印 次: 2014年8月第1次印刷

字 数: 238千字

定 价: 45.00元

ISBN 978-7-5130-2862-2

出版权专有侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

前言

随着经济、社会与科技的迅速发展,旅游资源范围不断扩大,旅游产品形态不断涌现,旅游组织形式不断变化,旅游经营方式不断更新。传统的“产业”“行业”概念已经不能准确描述旅游业复杂的态势,因此源自零售业的“业态”一词被引入旅游业。旅游业态繁衍与商业模式创新有利于我国旅游业转变发展方式,优化产业结构,提升产业素质,拓展产业功能,构建现代旅游产业新格局,实现转型升级,近年来受到旅游业界和学界的广泛关注。

本书在全面回顾和深入分析旅游业态相关文献的基础上,明确了旅游业态的概念、特征与类型,分析了旅游业态的演化规律及其驱动机制,探究了旅游业态的创新途径,并以工业旅游为例,对工业旅游的商业模式创新进行实证研究,最后结合天津市旅游业态发展的状况,提出促进天津旅游业态发展的政策建议。

具体来说,本书得出以下一些研究结果。

(1) 从2000年“业态”一词出现在旅游类论文的标题中开始,根据每年发表的论文数量、标志性成果以及研究性质与特点等,将我国旅游业态的研究分为萌芽、兴起、热潮和回归四个阶段,展示出一个清晰的研究历程。

(2) 在综合前人研究成果的基础上,对旅游业态作出如下定义:总的来说,旅游业态是旅游(企)业因应旅游市场变化的营业形态;在微观的企业层面,旅游业态是指旅游企业为满足不同的消费需求进行相应的要素组合而形成的不同商业模式;在宏观的产业层面,旅游业态是指具有相同经营内容(产品形式)和经营方式(组织、管理、运营形式)的旅游企业的集合。同时,厘清了旅游产业、旅游行业、旅游业态、旅游企业这四个概念之间连续的、梯次的包含与被包含的关系。而旅游业态的特征表现在综合性、独特性和动态性三个方面,分别对应着旅游业态在宏观产业层面的概念、在微观企业层面的概念以及它的一般概念。

(3) 按照对旅游业态所做的定义,依据旅游业态的表现形式,将旅

游业态分为侧重经营内容（产品形式）的旅游业态与侧重经营方式（组织、管理、运营形式）的旅游业态两大类，同时将旅游业态创新的途径归结为经营内容创新（融合、分化、衍生）和经营方式创新（一体化、外包化、信息化、集聚化）两个方面。

（4）阐述了旅游业态的演变规律和发展趋势，并从顾客需求、市场竞争、经济发展、社会进步、科技创新、政策导向以及利润追求、企业家精神等多个层面来分析旅游业态演化的影响因素和驱动机制。

（5）基于Hamel的理论模型，从业务活动、战略资源和价值网络三个维度构建了工业旅游商业模式框架，利用结构方程模型的因子分析、路径分析等多元统计技术，探讨工业旅游商业模式构成要素对于顾客价值及顾客满意度的影响，并提出工业旅游商业模式创新的策略。

（6）结合天津市旅游业态发展的状况，提出促进天津旅游业态发展的若干政策建议，包括制定旅游业态发展规划、优化旅游业态结构、提升旅游业态层级、完善旅游业态专项法规及标准化体系、推出旅游业态创新的支持政策、加强旅游业态的服务保障、建立多元协同联动的旅游行政管理体制、培养旅游新业态所需的复合型创新型人才等。

本书写作力求客观、严谨和完整，但受限于研究时间及条件等，仍然存在诸多缺陷，敬请各位专家学者指教。同时，对于本书写作过程中所参阅文献的作者表示衷心的感谢！

天津财经大学商学院旅游系 张 威

2014年7月

目 录

第1章 导 论	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 实践背景	1
1.1.2 理论背景	3
1.2 研究意义	7
1.2.1 实践意义	7
1.2.2 理论意义	8
1.3 研究框架与内容	8
1.3.1 研究框架	8
1.3.2 研究内容	9
1.4 研究方法	10
1.4.1 文献分析法	10
1.4.2 系统研究法	10
1.4.3 统计分析法	10
1.5 研究创新点	11
1.5.1 以经营内容和经营方式维度划分旅游业态类型与创新途径	11
1.5.2 以动力系统逻辑分析旅游业态演化机理	11
1.5.3 以数量统计方法研究旅游企业商业模式创新	11
第2章 旅游业态的文献回顾	12
2.1 我国旅游业态研究的萌芽:探索阶段(2000—2005年)	12
2.2 我国旅游业态研究的兴起:构建阶段(2006—2009年)	15
2.3 我国旅游业态研究的热潮:完善阶段(2010—2012年)	23
2.4 我国旅游业态研究的回归:应用阶段(2013年—)	28



第3章 旅游业态的概念、特征与类型	33
3.1 旅游业态的概念	33
3.1.1 业态	33
3.1.2 旅游业态	34
3.1.3 旅游新业态与旅游业态创新	43
3.2 旅游业态的特征	46
3.2.1 综合性	47
3.2.2 独特性	47
3.2.3 动态性	47
3.3 旅游业态的类型	47
3.3.1 依据出现时间与服务对象划分的旅游业态	48
3.3.2 依据功能和效用划分的旅游业态	50
3.3.3 依据演变规律划分的旅游业态	59
3.3.4 依据形成过程和表现形式划分的旅游业态	61
3.3.5 依据新产品类型划分的旅游业态	63
3.3.6 依据多种因素划分的旅游业态	65
3.3.7 本书依据表现形式划分的旅游业态	75
第4章 旅游业态的演化机理	82
4.1 旅游业态的演化历程	82
4.1.1 世界旅游业态演化历程	82
4.1.2 改革开放以后我国旅游业态的演化历程	84
4.2 旅游市场的变化格局	87
4.2.1 旅游需求市场的变化	87
4.2.2 旅游供给市场的变化	90
4.3 旅游业态的演化规律	92
4.3.1 旅游各行业内部的业态演化规律	92
4.3.2 旅游各行业之间以及与其他行业的业态演化规律	92
4.4 旅游业态演化的动力系统	94
4.4.1 旅游业态演化的影响因素	94
4.4.2 旅游业态演化的驱动机制	95



第5章 旅游业态的创新途径	97
5.1 旅游业态的经营内容创新	101
5.1.1 融合(Convergence)	103
5.1.2 分化(Differentiation)	113
5.1.3 衍生(Derivation)	119
5.2 旅游业态的经营方式创新	122
5.2.1 一体化(Integration)	123
5.2.2 外包化(Outsourcing)	127
5.2.3 信息化(Informationization)	129
5.2.4 集聚化(Clustering)	135
第6章 旅游企业的商业模式创新——基于工业旅游示范点的实 证研究	145
6.1 商业模式研究综述	146
6.1.1 商业模式的概念	147
6.1.2 商业模式的构成要素	149
6.1.3 商业模式的评估	156
6.1.4 商业模式的创新	159
6.2 工业旅游研究综述	162
6.2.1 工业旅游的起源与发展	162
6.2.2 工业旅游的概念与特征	164
6.2.3 工业旅游的开发模式	166
6.2.4 工业旅游的开发条件/成功因素/评估要素/感知因子	167
6.2.5 国内外工业旅游研究比较	168
6.3 工业旅游商业模式的实证研究	170
6.3.1 模型构建	170
6.3.2 问卷调查	171
6.3.3 信度与效度分析	172
6.3.4 描述性统计分析	178



6.3.5 假设检验	179
6.3.6 模型修正	180
6.3.7 研究建议	181
第7章 天津旅游业态发展状况及政策建议	184
7.1 天津旅游业态的发展脉络	184
7.1.1 天津游览娱乐业的业态发展	184
7.1.2 天津住宿接待业的业态发展	186
7.1.3 天津其他旅游行业的业态发展	188
7.2 天津旅游业态类型综述	188
7.2.1 天津旅游业态融合的类型	188
7.2.2 天津旅游业态分化的类型	198
7.2.3 天津旅游业态衍生的类型	202
7.2.4 天津旅游业态集聚的类型	204
7.3 天津旅游业态发展的政策建议	206
7.3.1 制定旅游业态发展规划	206
7.3.2 优化旅游业态结构	207
7.3.3 提升旅游业态层级	208
7.3.4 完善旅游业态专项法规及标准化体系	208
7.3.5 推出旅游业态创新的支持政策	209
7.3.6 加强旅游业态的服务保障	212
7.3.7 建立多元协同联动的旅游行政管理体制	212
7.3.8 培养旅游新业态所需的复合型、创新型人才	213
第8章 结论与展望	217
8.1 研究结论	217
8.2 研究展望	218
参考文献	219
附 录	229

第1章 导 论

1.1 研究背景

1.1.1 实践背景

改革开放30多年以来,我国旅游业快速发展,产业规模不断扩大,产业能级逐步提升,产业体系日趋完善,已跻身于世界旅游大国之列,正朝着建设世界旅游强国的目标迈进。现在,我国旅游业已经进入了一个新的发展阶段,新的高端生产力正在积聚,新的运营方式开始显现,新的业务增长点逐渐形成^①。随着旅游需求因素的多元化和旅游供给方式的丰富化,会展旅游、康体旅游、红色旅游、工业旅游、虚拟旅游以及主题公园、产权式酒店、旅游购物中心等各种新型旅游业态也开始相应地大量涌现。这些新兴业态在原来传统旅游业态的基础上经过产业间不断地融合、演变和创新,逐渐成为构建整个“大旅游业”的新生力量和主力军^②。因此,我国旅游业应该适应乃至引导市场需求的变化,推动旅游业态升级和商业模式创新,促进多元化复合型泛旅游业态的成长。

2009年12月,国务院发布了《关于加快发展旅游业的意见》,提出要转变发展方式,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。《关于加快发展旅游业的意见》指出,推动旅游产品多样化发展;实施乡村旅游富民工程;开展各具特色的农业观光和体验性旅游活动;在妥善保护自然生态、原居环境和历史文化遗存的前提下,合理利用民族村寨、古村古镇,建设特色景观旅游村镇,规范发展“农家乐”、休闲农庄等旅游产品;依托国家级

① 张文建. 现代旅游业转型及业态创新[A]. 区域旅游: 创新与转型——第十四届全国区域旅游开发学术研讨会暨第二届海南国际旅游岛大论坛论文集[C]. 2009: 175-179

② 李太光, 于曰美, 江珊. 国内外新型旅游业态的发展动态[N]. 中国旅游报, 2009年2月13日、2月27日和3月6日



文化、自然遗产地,打造有代表性的精品景区;积极发展休闲度假旅游,引导城市周边休闲度假带建设;有序推进国家旅游度假区发展;规范发展高尔夫球场、大型主题公园等;继续发展红色旅游;大力推进旅游与文化、体育、农业、工业、林业、商业、水利、地质、海洋、环保、气象等相关产业和行业的融合发展;支持有条件的地区发展生态旅游、森林旅游、商务旅游、体育旅游、工业旅游、医疗健康旅游、邮轮游艇旅游;把旅游房车、邮轮游艇、景区索道、游乐设施和数字导览设施等旅游装备制造业纳入国家鼓励类产业目录,大力培育发展具有自主知识产权的休闲、登山、滑雪、潜水、露营、探险、高尔夫等各类户外活动用品及宾馆饭店专用产品;大力发展旅游购物,提高旅游商品、旅游纪念品在旅游消费中的比重;以大型国际展会、重要文化活动和体育赛事为平台,培育新的旅游消费热点^①。

当前我国正处于工业化、城镇化快速发展时期,日益增长的大众化、多样化消费需求为旅游业发展提供了新的机遇。但是从另一方面来看,在中国的旅游业发展进入大众化旅游时期以后,国民不断增长且日渐变化的旅游需求,与我们的结构相对过剩和结构性供给不足的格局,以及商业模式相对落后这两者之间的矛盾^②,或者说旅游产品供给的同质化和旅游市场需求的多元化之间的矛盾愈发紧张。逐渐“白热化”的竞争给地区旅游经济、各个旅游企业的可持续发展带来巨大的威胁。正因为竞争压力,中国旅游业也正从传统的“量变”向“质变”发展,从而刺激旅游业态向多元化发展^③。旅游新业态的出现和发展不仅满足了消费者日益多样化的消费需求,还有力地提升了旅游目的地的竞争力^④。

从1845年以英国托马斯·库克旅行社成立为标志的旅游业产生至今,随着旅游产业的纵深发展,人们对旅游产业的性质有了新的认识:旅游业是兼具经济功能与社会功能,集传统与现代,生产性与生活性,劳动密集型与资金、知识密集型等特征于一体的服务业。而我国旅游产业要实现由注重经济功能向发挥综合功能转变,由粗放型经营向集约化

① 国务院办公厅. 国务院关于加快发展旅游业的意见[DB/OL]. 中央政府门户网站 www.gov.cn, 2009年12月3日

② 戴斌. 要紧紧抓住旅游国民市场、商业创新的方向[DB/OL]. 网易财经, 2009年3月21日

③ 杨玲玲, 魏小安. 旅游新业态的“新”意探析[J]. 资源与产业, 2009, 11 (6): 135-138

④ 汪燕, 李东和. 旅游新业态的类型及其形成机制研究[J]. 科技和产业, 2011, (6): 9-12, 65



经营转变,由数量扩张向素质提升转变,由满足人们旅游的基本需求向提供高质量的旅游服务转变,旅游业态创新是必由之路。旅游业需要转型升级,需要构建更丰富的产业形态^①。以业态创新为着力点和亮点的旅游产业转型升级,引发了我国旅游发展模式、经营理念和产业格局的变革,带来了产业组织创新、经营管理创新和产品市场创新。因此,在变革创新不断的新环境和新形势下,亟需开展对新业态和商业模式创新的系列研究,引导旅游业转型升级^②。

1.1.2 理论背景

20世纪60年代,“业态”一词最早源自日本零售业。20世纪80年代传入中国,之后逐渐有人用其分析我国零售业,90年代中期被广泛使用^③。国内外相关文献几乎都是围绕零售业态展开讨论的,但旅游业作为服务性产业之一,也存在业态问题。源于流通产业的业态概念应用于旅游业,既是旅游产业竞争加剧的结果,也是人们开始关注旅游产业自身综合发展的体现^④。旅游业态是一个全新的研究领域,根据文献检索,国外的相关研究中,直接以旅游业态为研究对象的成果较为缺乏,主要是将旅游业态的具体表现形式作为研究对象并对其开发进行研究^⑤,但对旅游创新的研究较为深入。国内的旅游业态研究至今只有十多年,最初仅是对某种新兴的旅游业态形式及其影响的描述,后来从整体上对旅游业态的涵义、类型、演变规律、创新方式等问题逐步展开深入的探讨。

1. 旅游业态的概念与特征

“业态”(operation type/type of operation)一词来源于日语,最早应用于零售业,大约出现在20世纪60年代。日本学者安土敏以及铃木安昭、白石善章等均认为,业态是“营业的形态”。我国商务部将零售业态定义为“零售业为满足不同的消费需求而形成的不同的经营形

① 魏小安. 旅游业态创新与新商机[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2009

② 石培华, 冯凌. 新时期中国旅游研究十大创新方向展望[J]. 北京第二外国语学院学报, 2010, (5): 1-7

③ 孙明贵. 业态管理学原理[M]. 北京: 北京大学出版社, 2004

④ 邹再进. 旅游业态发展趋势探讨[J]. 商业研究, 2007, (12): 156-160

⑤ 谢慧丽. 福建省滨海休闲旅游新业态研究[D]. 福州: 福建师范大学, 2011



态”^①。通俗地讲,业态就是指企业卖给谁、卖什么和如何卖的具体经营形式。而在企业研究层面上,“商业模式”或“经营模式”(Business Model)作为管理学领域中与“业态”相近的一个专业术语,在欧美学者的研究中使用较多。Hamel认为商业模式包括四个主要组成部分:顾客界面、核心战略、战略资源和价值网络^②。Chesbrough和Rosenbloom认为商业模式的作用在于明确价值主张、确认市场定位、界定价值链结构、评估成本与获利潜力、描述价值网络中的位置和形成竞争战略^③。Morris等认为,商业模式是经营战略、企业架构和经济领域相互联系的一组决定变量,在限定的市场上创造可持续竞争优势^④。总之,业态创新或者商业模式创新的目标就是在一个产业或者竞争领域引入更多的战略变化。

在我国,戴斌是最早提出旅游业态这一研究主题的学者。他在2005年首先阐述了旅游业态演化的背景、特征及其影响^⑤,随后又定义旅游业态是“旅游服务的供给方式和组织形式”^⑥。借鉴零售业态的概念,陈泳和许南垣认为,旅游业态是对旅游行(企)业的组织形式、经营方式、经营特色和经济效率等的一种综合描述,是包含了业种、业状和业势三大内容的一个多维复合性概念^⑦。李太光和张文建认为,旅游业态是指旅游行(企)业以产品创新为竞争内容的适应市场需求变化的组织方式和经营形态的结合,而旅游业态创新是指通过围绕着旅游产品的生产、经营和流通等各环节上的具体方法和过程的创新^⑧。

另外,由于旅游产业的特殊性,其业态表现出有别于流通产业业态

① 国家质量监督检验检疫总局,国家标准化管理委员会.零售业态分类(讨论稿)[Z].2010

② Hamel G. Leading The Revolution[M]. MA: Harvard Business School Press, 2000

③ Chesbrough H, Rosenbloom R. S. The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation: Evidence From Xerox Corporation's Technology Spinoff Companies[J]. Industrial and Corporate Change, 2002, 11 (3): 529-555

④ Morris M, Schindehutte M, Allen J. The Entrepreneur's Business model: Toward a Unified Perspective[J]. Journal of Business Research, 2005, 58 (6): 726-735

⑤ 戴斌,束菊萍.旅游业态演化:背景、特征及其影响[J].旅行社之友,2005,(1):2-6

⑥ 戴斌.商业模式演化与中国旅游产业转型升级[N].中国旅游报,2008年7月16日

⑦ 陈泳,许南垣.旅游房地产业态分析——以丽江为例[J].云南财贸学院学报(社会科学版),2006,(4):79-80

⑧ 李太光,张文建.旅游产业转型升级中的业态创新[N].中国旅游报,2008年6月18日和6月25日

的特征。对此,邹再进总结为复合性、动态性和特色性^①。李太光等提出的综合性、动态性和独特性^②也大体相同。

2. 旅游业态的演化规律与驱动因素

伴随着旅游市场环境和制度环境的转型与变革,中国旅游产业运行主体的商业形态和运营模式正在经历着战略意义上的演进与发展^③。李太光等指出,旅游业态的演化经历了从行业内到行业间再到产业间融合的过程:先是表现在旅游各行业内部衍生、分化和整合的新业态;然后扩展到旅游行业之间的交叉渗透(如和航空业、酒店业的融合);继而开始旅游业与现代服务业(如和会展、金融、信息网络、文化创意经济的融合)等第三产业的紧密关联;同时与一、二产业融合产生农业旅游、工业旅游等新业态^④。马丽卿也认为,现代旅游业是一个无边界的产业,它与其他行业广泛融合,相互渗透,形成了多样化的产业新形态^⑤。

对于旅游业态演化的驱动因素,马丽卿指出,现代旅游业是适应现代旅游消费多样化、个性化新需求而发展起来的各种新业态,其核心内涵是以旅游者不断变化着的需求为中心进行资源配置、产品开发、行业管理、企业组织和旅游相关配套^⑥。李太光和张文建则认为包括旅游供给和旅游需求两大方面,正是由于旅游需求日益的个性化、多元化和高端化促使旅游供给不断向多业态、宽领域、高层次发展^⑦。许豫宏也认为,旅游消费呈现出动机更加多元化、出行方式更加多样化、出游时间更加分散化、投资主体更加多渠道的特点催生着旅游新业态的不断涌现^⑧。而邹再进在分析旅游供需机制之外,还提出了竞争压力因素:部分旅游企业开始转变竞争方式,探索新的竞争途径,以便在激烈的市场竞争中求得生存和发展^⑨。与上述几位学者相比,戴斌的观点较为全面且深入。他认为,影响商业模式变化的因素主要是旅游需求的变化和技

① 邹再进.区域旅游业态理论研究[J].地理与地理信息科学,2007,(5):100-104

② 李太光,于曰美,江珊.国内外新型旅游业态的发展动态[N].中国旅游报,2009年2月13日、2月27日和3月6日

③ 戴斌,束菊萍.旅游业态演化:背景、特征及其影响[J].旅行社之友,2005,(1):2-6

④ 马丽卿.长三角地区旅游业态分析与海洋特色产品链构建[J].中国城市化,2009,(2):31-34

⑤ 李太光,张文建.多维突破与创新发展:全面推动旅游业转型升级[N].中国旅游报,2008年12月24日

⑥ 许豫宏.旅游新业态的行业创新思考[N].中国旅游报,2009年2月27日和3月6日



术进步,而对产业的影响则主要体现在产业组织和竞争方式方面^①;在市场经济条件下,需求结构决定供给结构,数量庞大但是人均消费量低下的国内旅游市场将是决定旅行社商业模式演化的基础因素;缘于社会、文化和科技环境的变化,必然出现挑战传统的新型旅游消费方式,并可能在不久的将来演化为主流的消费模式;科学技术,特别是信息技术正在从广度和深度两个方面对现代旅行服务产生越来越重要的影响,并持续推动着旅行服务商业模式创新^②。并且,戴斌指出,步入成熟期的旅游服务新业态开始对自身商业模式进行再梳理和战略调整。除了企业家对市场宏观环境的把握和战略自觉外,新业态的商业模式调整还面临着由技术进步和商业模式创新而来的更大竞争压力。自21世纪以来,信息技术的进步正在让旅游服务的商业模式和组织形式处于持续重构进程中。加上市场逻辑的自发作用和资本意志的强力推动,经过十年积淀的旅游服务新业态正在进入一个新的战略调整期^③。

3. 旅游业态的评价与创新体系

针对区域旅游竞争态势,许南垣等构建了一个包括国民经济发展水平、旅游产业规模和结构、旅游业技术能力、旅游产出能力、旅游市场能力、旅游管理能力、旅游获利能力、旅游业现代化水平、旅游业国际化水平、旅游环境、旅游特色和旅游可持续发展能力11个维度、43项因子的旅游业态评价指标体系^④。

对于旅游业态创新的主要领域,李太光和张文建指出,应包括市场创新、技术创新、生产经营方式创新、组织创新、供应流通渠道创新、制度创新六个方面的重要内容^⑤。在旅游业态创新的方式上,戴斌提出旅游商业形态融合、衍生与分化三种方式:融合包括产业外部供给主体

① 戴斌. 商业模式演化与中国旅游产业转型[N]. 中国旅游报, 2008年7月16日

② 戴斌. 变化的市场与传统的模式——2008年中国旅行社产业评论[N]. 中国旅游报, 2009年1月19日和2月2日

③ 戴斌. 传统模式的演化与业态创新的积淀——2010年中国旅行社产业评论[N]. 中国旅游报, 2010年12月20日

④ 许南垣, 等. 业态竞争——区域旅游竞争的新领域[J]. 云南财贸学院学报(社会科学版), 2007, (6): 84-89

⑤ 李太光, 张文建. 旅游产业转型升级中的业态创新[N]. 中国旅游报, 2008年6月18日和6月25日



向内渗透和产业内部运营商向外部渗透两个方向；衍生是指围绕传统旅游业态产生为之提供服务的新业态；分化来自于旅游市场的细分和国际范围内商业模式的传导^①。就旅游业态创新的途径而言，李太光和张文建认为，必须寻求主体多元化、产业融合化、空间多态化、功能多样化、价值提升化和业务外包化等多维的创新路径^②。

综上所述，业态的研究起源于国外，将业态这一概念运用于旅游业则始于国内，目前尚属于新兴领域，以理论构建为主，还未形成完整的理论体系，也缺少实证研究的检验。

1.2 研究意义

随着旅游者对个性化、多样化、高级化旅游产品的需求增大，散客化、自由行旅游方式渐成时尚，旅游者对原生态、健康生活、文化修养、高尚品位、服务质量和科技效率的追求推动市场正出现新的需求形势。与此对应，依托或运用最新科技成果，以及与自然生态、城乡环境等资源，与现代交通、会展商务、金融保险、传媒信息和创意文化等新经济要素的结合，旅游产品建设、企业经营管理等生产供给也渐趋多样。在市场需求引导下，旅游业与相关产业、与多类资源融合发展不仅满足了多元化旅游消费需求，而且为传统产业优化和相关区域发展带来新的机遇，日益显现出旅游业强大的综合性发展功能，对这一趋势及其内在机制的研究既是理论创新，又有重大实践价值^③。

1.2.1 实践意义

从产业层面来看，我国旅游产业要实现由粗放型经营向集约化经营转变，由数量扩张向素质提升转变，由满足人们旅游的基本需求向提供高质量的旅游服务转变，旅游业态创新是必由之路。所以，在我国旅游市场变化的格局下研究旅游业态创新的理论模式对于当前优化产业结构、提升产业能级、促进产业转型有着重大意义。

① 戴斌. 商业模式演化与中国旅游产业转型[N]. 中国旅游报, 2008年7月16日

② 李太光, 张文建. 多维突破与创新: 全面推动旅游业转型升级[N]. 中国旅游报, 2008年12月24日

③ 石培华, 冯凌. 新时期中国旅游研究十大创新方向展望[J]. 北京第二外国语学院学报, 2010, (5): 1-7



从企业层面来看,在我国大多数旅游企业陷入同质化、低层次竞争的形势下,只有积极发掘新需求、培育新业态、开发新产品、扩大服务的范围,旅游企业才能够走出竞争困境。因此,研究旅游企业商业模式的创新与组织形式的变革对于其开创市场空间、提高经济效益具有重大的作用。

1.2.2 理论意义

综合性和关联性极强的旅游业,其边界到底在哪里?产业构成如何?目前状态是否良好?发展趋势是什么?怎样创新产业形态和运营模式?这些都是旅游研究的传统视野尚未彻底厘清的问题。旅游业态作为一个新的课题,业内对其概念及内涵的理解并不一致,对其包含的范畴、如何分类、怎样演化与创新等问题研究也较为薄弱,还不能完全揭示旅游业态发展的内在逻辑和特点。本书对于旅游业态概念、类型、演化机理以及创新途径的研究必将填补这些理论空白,产生一定的理论价值,并为旅游业态发展潜力与效益评价、筛选与培育机制、政策支持与服务保障等后续问题的深入研究奠定理论基础。

1.3 研究框架与内容

1.3.1 研究框架

本书在全面回顾和深入分析有关旅游业态相关文献的基础上,明确了旅游业态的概念、特征与类型,分析了旅游业态的演化规律及其驱动机制,探究了旅游业态的创新途径,并以工业旅游为例,从微观层面对工业旅游的商业模式创新进行实证研究,最后结合天津市旅游业态发展的状况,提出促进天津旅游业态发展的政策建议。本书研究框架如图1-1所示。