



中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国旅游集团 发展报告 2013

——商业研发与自主创新：中国旅游集团成长新动力

**Annual Report of China Tourism
Groups Development 2013**

中国旅游协会
中国旅游研究院



旅游教育出版社



中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国旅游集团 发展报告 2013

——商业研发与自主创新：中国旅游集团成长新动力

Annual Report of China Tourism
Groups Development 2013

中国旅游协会
中国旅游研究院



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

中国旅游集团发展报告.2013:商业研发与自主创新:中国旅游集团成长新动力/中国旅游协会,中国旅游研究院著. — 北京:旅游教育出版社,2014.9

ISBN 978-7-5637-3002-5

I. ①中… II. ①中… ②中… III. ①旅游业发展—
研究报告—中国—2013 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 188834 号

中国旅游集团发展报告 2013

商业研发与自主创新:中国旅游集团成长新动力

中国旅游协会 中国旅游研究院 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	tepfx@163. com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	11.5
字 数	159 千字
版 次	2014 年 9 月第 1 版
印 次	2014 年 9 月第 1 次印刷
定 价	58.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

在 2013 中国旅游发展论坛上的讲话

国家旅游局副局长 杜江

同志们、朋友们：

上午好！

值此 2013 中国旅游发展论坛召开之际，我代表国家旅游局向每年一度的业界盛会表示热烈的祝贺，向光临论坛的各位代表致以亲切的问候，对海航集团和海南有关方面为大会提供的支持表示衷心的感谢！

本次论坛以“商业研发和自主创新”为主题，深入研讨旅游集团和旅游企业的发展战略，对此我深表认同。当前，我国正在加快转变经济发展方式，旅游业也相应进入了全新的战略机遇期和发展调整期。在这一进程中，商业研发和自主创新将成为我国旅游经济，特别是旅游企业创新发展的主要驱动力。我们有理由相信，企业对包括科技应用、商业模式和人力资源在内的要素投资，将获得旅游市场的积极回应。当前，国民大众的消费已经成为支撑旅游经济运行基本面的决定性力量。在刚刚过去的这一年里，公务接待回归常态，商务旅行相对企稳回升，国民的旅游休闲消费则保持较快的增长势头。旅游市场持续向国民大众消费回调的基本形势，正在倒逼传统旅游企业更加重视内涵式发展和业态创新。从现状来看，信息技术和移动通信，还有材料科学和业态创新的智慧旅游将成为当前和今后一个时期旅游企业发展的主要推动力量。旅游集团，特别是包括各位在内的大型旅游集团依然是市场主体创新发展的基础，而更多新型业态的涌现，以及彼此之间有序的合作与竞争则表明我们的产业充满了生机与活力。正是基于对产业发展态势和规律的科学研判，国家旅游局将“智慧旅游”作为明年的主题，意在推动创新发展，便利旅游消费，打造中国旅游经济的升级版。

同志们，朋友们，从会议日程上看，一批企业家和专家学者将围绕着旅游集团的商业研发和自主创新发表真知灼见，并有深入的讨论。借此机会，我想

就旅游企业的科技创新谈几点希望，供同志们参考。

我希望企业家朋友们在思想上更加重视商业研发和自主创新，重视科学技术在旅游产业发展中的应用。我们的企业家可以不是科学家，但不能不懂科技进步和应用研究的最新成果。

我希望旅游企业的商业研发和自主创新能够引领行业发展。科技是中性的，现代业态可以有，传统业态也可以有，广大旅游企业特别是传统业态要积极推动商业研发和自主创新，加快向市场化经营和现代化生产过渡，让科技真正成为驱动产业创新的强大力量。

希望大家将“游客为本，服务至诚”的旅游行业核心价值观作为研发和创新的应用方向，这是因为只有回答好“旅游发展为了谁”的理念问题和服务好游客的核心诉求，我们的市场创新才有持久的生命力。

最后希望大家认识到人才的重要性，加强产学研之间的合作交流，不断提升科学技术、人文知识、教育培训和专业人才等现代服务业要素在旅游领域中的应用水平，使产业界见贤思齐，树立声誉优良的行业形象，形成更具国际竞争力的产业支撑。

预祝本次论坛圆满成功！

大众旅游休闲引导科技应用与商业研发

中国旅游研究院院长 戴斌

尊敬的国家旅游局杜江副局长，同志们，朋友们：

上午好！

整个上午的发言都是科技和商业领域的专业人士，对我这个文科生来说确是一个难得的机会。求学时代有“穷文富理”之说，意思是家里面不富裕，就选学文科，因为不用花钱做实验、见世面什么的，只要会听、会读、会写、会讲，加上一些先天的悟性大体上就成了。从一己经历来看，这句话应该说有一定的道理。小时代在皖北的乡下，最喜欢干的一件事情是掰玉米粒子。小孩子都是贪玩的，没有几个喜欢半天都在做重复劳动，能够吸引我和小伙伴的是邻家大婶特别会讲故事。她每次把少年儿童聚在一起，一边掰玉米，一边讲民间故事：白骨精再怎么变，也逃不过孙悟空的火眼金睛啦；岳家军大败金兀术啦；还有那个笨笨的梁山伯，人家祝英台怎么启发都觉不出她是女的，真是把听的人都急死了。现在想来，正是一个又一个夏日夜晚大婶讲述的传说与故事，为自己开蒙了文学和历史的感觉。

故事听多了，就会想象那些故事发生的场景、人物和空间，就想要是能够亲眼看一看该多好啊！今年九月份我和上海迪士尼总裁马克先生有个专门的会谈，他问我对迪士尼和中国市场的看法，我就跟他说了这个听故事、学中文的记忆。有了迪士尼，现在的孩子们就不仅可以听故事，还有机会看到真实的场景和人物，能不开心吗？再说，那些卡通动物多可爱啊，你看迪士尼影片中的猫汤姆总是笨笨的，总被老鼠杰瑞调侃来调侃去，捉弄个不停，但最终它俩还是好朋友。我带女儿去香港迪士尼，她围绕各种各样的动物照相，大半天都离不开。刚才迪士尼的副总裁在演讲中向我们展示了他们强大的科技和创意能力，相信明天一定可以吸引大量的游客。可是那些和我一起长大的玩伴和同学，又有多少人有机会去看看外面的真实世界呢？又有多少人能够带孩子去香港看迪

士尼呢？他们中的大多数还不是如萧红女士的《呼兰河传》所描写的那样，在有限的空间出生、长大、年老，无声无息地活了一生。现在我们回忆那些儿时的游戏，推铁环、拍泥饼子，还有弹玻璃球，都是非常美好、也很温馨的记忆。其实，美好的不是那些因陋就简的游戏，而是自己一去不复返的童年罢了。

童年很快就会过去，小孩子就会背起书包上学去。那个时候没有什么有声读物，除了偶尔看个《葫芦娃》《渔盆》之类的露天电影，也没有什么值得记忆的开心事，大部分时间都是用来学习，背唐诗、宋词，读百家姓和《论语》中的“子曰”“诗云”什么的。现在想来，并不是乡下的孩子爱学习，而是没有迪士尼、水世界、野生动物园和海洋世界可供选择，城里后来开了公园，有了旋转木马什么的，但也没有钱进去。现在条件好了，对女儿最大的心愿就是带她去全世界好玩的乐园，而不是希望她即使在节假日也要关在家里读书学习。马克总裁在上海与我拍了张合影，说以后可以凭着照片去世界上任何一个地方的迪士尼乐园。回家跟女儿一说，她高兴得要命，今天公司的高管在这里，请回去跟总裁先生说，我还记着这个账的哦。

读书、求学、工作，一步步走过来，总觉得自己很是幸运。很多过去的小伙伴别说在今天这样的舞台上跟大家对话，可能很多连中学都没有毕业就回乡下去了，读大学的就更少，很多过去的小伙伴没有机会看到迪士尼，看到欢乐谷。但是他们也有这样美好的愿望，也有让自己孩子追求快乐童年的权利。经过改革开放以来三十多年的奋斗，老百姓现在多少有一点闲钱和时间，愿意、也有能力出去玩玩了。14亿人口的休闲与观光需求，一旦释放出来，这个量不得了啊！这就是我们旅游和休闲企业最大的市场基础，也是科技研发和商业创新最大的现实支撑。或者说，支撑旅游产业科技进步的根本动力，不是产业政策，也不是科技本身，而是千千万万中国老百姓的日常生活所需。我们的科技进步应当、也必须始终关注老百姓的日常需要，只有把科技进步牢牢建立在我们父老兄弟日常生活中的休闲和旅游权利的实现上，我们的旅游企业，我们的科技政策才会有真正的市场基础。否则你可以把卫星发射上天，可以把人送到月球，却不能给老百姓带来触手可及的幸福与温暖。中国是一个勤劳的民族，可是我们也有休息和娱乐的权利。旅游和休闲固然有教育的功能，可是普通大众最需要的是触手可及的日常快乐，不可能爬个山还要背诵孔子怎么说的，登个楼还要朗诵某个大诗人的经典作品，那样的话就太累了。“人民群众对美好生活的向往，就是我们的奋斗目标”，让老百姓闲暇时有个乐子，让青少年有

个轻松的假期，老了有美好的回忆，应该是我们努力的方向。

同志们，朋友们，明确了国民大众旅游休闲的现实需要，也就明确了商业研发和自主创新的方向，接下来让我们一起思考旅游休闲产业演化的路径吧。

由于大学读企业管理专业，那个时候最喜欢读的书是商业领袖传记，其中印象特别深刻的有被称为日本“经营之神”的松下幸之助的《生活·工作·梦》。他说的创办松下企业的最终目标“是让国民财富能够像自来水那样取之不竭，用之不尽”，并为此付出毕生的努力。在自己的职业生涯转换过程中，总是希望找到一个标杆人物、标杆组织作为前行的目标，希望有一天可以超越他们。当然，后人也会不断超越我们的。除了国际企业家传记以外，有一个人的传记给我留下特别深刻的印象，这个人叫作盛宣怀，是晚清的实业家，中国的第一个电报、电话局，还有大规模修建的铁路都与他有关。他的传记中有一段话给人留下深刻的印象：“不管坐火车抓革命党，还是使用电话、电报通电起义，我只管把这个基础设施修起来”。这体现了在追求国强民富的现代化进程中，有担当意识的实业家自觉利用现代科学技术将传统的人力、土地和资本要素转换成现实生产力，而不只是停留在实验室里面。也就是说，只有当科技与现实的商业实践相结合，才能够实现经济的发展和人民生活水平的提高。

当企业家敏感地意识到时局的变化和前进的方向时，他就会强烈地关注科学技术的进步如何能够与最大多数老百姓的现实需求相结合，然后运用自己的商业能力将之转化成可以消费的产品，转化为可以复制、扩展的商业模式。现在香港最大的出租车公司是当时经营马车的一家公司转型而来的，在马车主导公共交通的时代，它是行业的标杆，也是马车协会的主要领导者。有一天，出租汽车出现了。当时感觉到威胁的马车协会组织起来，禁止出租车进入公共交通市场。当这家企业意识到出租汽车替代马车是不可避免的趋势时，很快把马车全部卖掉了，买了大量的出租车，成功实现了大变动时代的商业转型。

改革开放的第一代中国商人和企业家是靠政策套利吃饭的，也可以说是靠着自己的原始感觉成长起来的。慢慢地，这些企业家完成了原始积累，资本可以雇佣劳动力了，于是资本成了第二代企业家的重要标志。今天的商界，驱动企业成长的要素更加多元化，资本、技术、劳动、人才共同推动了经济的发展和财富的创造，这就是大势，也是所谓的时局吧。

具体到旅游业，20世纪70年代末到90年代末的二十年时间，是入境旅游高速增长的时代，国民旅游需求对市场创新的支撑作用几乎可以忽略不计。

1999年国庆节第一个旅游黄金周之后，国民大众主导的旅游市场进入了高速增长期。第一代旅游企业家敏锐地把握了市场需求和消费模式的变化，很快获得了市场成长的红利，赢得了社会的尊重。现在想起来，并不是我们的创业团队卓越，甚至也不能说我们的商业能力多么强大，而是很多人仍然在体制内很舒服地躺着的时候，在绝大多数旅游从业人员还认为入境、观光、团队是市场常态而不愿意做出改变的时候，第一代企业家率先意识到了国民旅游市场的重要性，率先运用现代商业手段改造了传统的服务业，在传统和体制之外的增量市场上获得了财富。旅游产业的第二个阶段则是靠资本驱动的，或者说谁拥有资本运作的的能力，谁就把握了市场的主动权。在世纪之交，经济型酒店、基于互联网的旅游代理商开始萌芽，很快以如家、七天和携程为代表的新业态就获得了商业上的巨大成功。回过头想一想，这些企业成功的背后就是因为有了风险投资，有了对国际上成功的现代商业模式的移植与创新。

如今，更新的业态如去哪儿网都已经在美国纳斯达克成功上市了，后面还有蚂蜂窝、世界邦、亚朵等更加新锐而时尚的商业创新，都让我们感觉到商业模式和技术模式融合的力量——非资本要素已经开始成为推动产业变革与商业创新的全新动力。铂涛、华住、布丁、亚朵等已经注入了科技和时尚元素的新型市场主体，除了对旅游市场走势和资本市场的把握，越来越注重技术的变革和人文价值观的变迁。我看过布丁酒店杭州最新的店——Z酒店，也称“智尚酒店”，肯定会对现有的中端酒店市场形成新的冲击。还有铂涛酒店集团的品牌战略，也可能对中高端酒店的产业存量造成革命性的冲击，就像我们当初没有意识到携程也可以成为旅行社的替代品一样，也许有一天我们睁开眼睛，世界就已经大不一样了。

同志们，朋友们，科学技术正在日益成为与资本同等重要的生产要素，当充满激情的年轻创业者进来之后，当像迪士尼这样具备国际视野的企业和拥有技术与文化双重创新能力的企业进来之后，我们的旅游企业和商业领袖又该如何应对呢？

我希望旅游产业的发展和科学技术的应用能够有正确的商业思想引领。从商业思想和市场导向上看，必须始终把包括商业研发和自主创新的市场行为深深植根于国民大众的旅游需求中。如果说中国的旅游企业、我们的企业家可以在世界范围内发挥更大的作用，我相信一定是中国广阔的市场和老百姓日常旅游休闲的基础在支撑。2013年，中国的国内旅游市场是33亿人次，2014年这

一数字可能会超过 36 亿人次，如此巨大的市场规模足以让我们的产业进步变得更有底气。

我希望我们的企业家能够真正从老百姓旅游休闲生活的核心诉求出发，把那些可以利用的科技快速商品化，而不一定追求科技本身有多么先进。对于旅游企业来说，更多的工作就是技术应用，少量的企业甚至可以利用技术形成市场壁垒。今天在海昌旅游集团，他们培育帝企鹅是全世界最厉害的，我听说一个企鹅蛋的价值就差不多可以买好几辆车。将来领先的旅游企业要么拥有文化创意，要么拥有技术，而且这个技术和文化还必须是能够让老百姓感受得到的。

我希望我们的企业家可以发自内心地尊重科技，尊重知识，尊重人才。知识是驱动技术进步的源动力，人才是科学技术的载体，我们不能再使用传统的劳资关系看待新型的生产要素——“我是老板，你是我的打工者”，而应当是彼此尊重，共同分享。虽然目前中国还不完全是一种网络状的商业结构，但大家可以感觉到多权力中心博弈正在慢慢形成一个相对均衡的市场体系。在这个逐步走向新的均衡过程中，企业家要客观认识自己的价值和作用，不能觉得自己过去成功，将来按既有的路径走也一定可以成功，尤其不能觉得有钱就可以雇用一切。事实上，今天的社会已经是一个资本、技术、人才诸要素共同创造财富，也共同分享财富的新时代了。当且仅当牢牢把握大众旅游休闲需求的变迁，主动应用当代科技，充分尊重知识，发自内心地尊重人才，我们的企业才可以走向可持续发展的未来。

我希望国家创新的战略不仅符合国家发展的需要，也要符合国民大众旅游休闲生活的需要。我中学的时候看过一部电影叫作《火烧圆明园》，印象特别深刻的镜头就是八里桥之战，无惧牺牲的大清勇士骑着马，拿着长矛往前冲，侵略者列队举着火枪瞄准射击，看着士兵一个接一个倒下去，再冲上去，不解地摇着头。观影的青年学子无不泪如雨下：国家的强盛需要勇于牺牲的精神，但是更需要真正的实力，我们不能让历史悲剧重演。悲剧在于一方面很悲壮，另一方面没有自信，实力不如人啊！到了今天，我们终于可以感觉到国家的层面上对于科技和技术，对人才的尊重。政府可以国家之力搞基础研究，搞大项目，但是通过市场化让大多数国民分享科技进步的成果，完全靠政府的力量则是不够的。党的十八大提出：人民群众对于美好生活的向往，就是我们的奋斗目标。人民群众的满意，特别是广大游客的满意就是旅游发展的最高目标。让

市场发挥决定性作用的同时，更好地发挥政府的作用，通过产业政策和示范行为来营造一个旅游与科技融合发展的良好外在环境。

最后，我还想为旅游市场主体和我们的企业家鼓鼓劲。旅游集团 20 强排序的作用，一个是鼓劲，一个是引领。杜江副局长在致辞中谈到科技要以人为本和服务作支撑，事实上提出一个科技发展的伦理命题，即用什么样的价值观来引领科技发展的的问题。当我们觉得科技无所不在的时候，可能另外的一个魔鬼就出来了，以为科技无所不能并可以主导一切。这个时候就需要人文精神来引导科技应用和市场发展。通过科技政策的制定，通过标杆企业的示范，引领旅游与科技的融合发展始终沿着正确的轨道。只有这样，我们的国家才会变得更加强大，民族的复兴才有一个稳定的基础，才有一个可行的平台帮助老百姓实现美好生活的梦想。

科技，就在你我的身边，也在老百姓的日常生活里。科技，让生活更美好！
谢谢大家！

目 录

CONTENTS

在 2013 中国旅游发展论坛上的讲话	杜江	1
大众旅游休闲引导科技应用与商业研发	戴斌	3

第一编 中国旅游集团发展报告

第一章 一个自主创新的时代正在到来	2
一、快速变化的旅游市场格局和消费模式推动旅游产业变革	2
二、社会商业接待体系和生产要素的完善为旅游创新提供了坚实基础	6
三、国家战略对旅游产业创新提出了全新要求	7
四、旅游企业已成为自主创新和商业研发的关键主体和重要引领者	10
第二章 创新主体：从自发的策略走向自觉的战略	12
一、技术应用和商业模式已成为旅游企业创新的重点	12
二、自主创新推动现代旅游业建设和新业态发展	16
三、商业研发是推动旅游集团成长的重要动力	19
四、体制创新为现代旅游服务业提供了更加开放的发展空间	23
五、理论创新引领和推动现代旅游服务业的建设	24
第三章 从技术应用、组织变革到平台整合：创新载体推动旅游业变革	25
一、推动旅游消费方式和生产方式的变革	26
二、全面提升旅游体验	29
三、助力旅游业可持续发展	30
四、为政产学研紧密合作提供平台	33
第四章 创新模式的全面探索	40
一、饭店业的创新	40
二、旅行社业的创新	43
三、景区业的创新	45



四、旅游业典型创新	47
第五章 让商业研发和自主创新成为旅游集团成长的新动力	57
一、研发和创新方向:推动旅游产业更加多元、更高层次的商业创新	57
二、研发和创新指导思想:面向当代旅游需求, 全面构建现代旅游服务业体系	58
三、重点工作:建设政府、企业、学界三位一体的研发创新体系	60

第二编 中国旅游发展论坛专文

中国科学技术与产业发展 高志前	66
科技创新与迪士尼乐园的发展 Andrew A Bolstein	74
新技术与产品研发 吴永强	78
研发和创新的组织 韩录海	86
技术驱动业务发展和创新 陈建	93
铂涛启程 扬帆领航 彭玉冰	97

第三编 中国旅游集团景气调查报告

2013 年第一季度旅游集团景气调查报告	100
2013 年第二季度旅游集团景气调查报告	116
2013 年第三季度旅游集团景气调查报告	129
2013 年第四季度旅游集团景气调查报告	148
附件:2013 年中国旅游集团 20 强	168

第一编

中国旅游集团发展报告



第一章 一个自主创新的时代正在到来

我们正在经历一个旅游产业大变革的时代。市场需求正发生着日新月异的变化，以休闲、自助、个性化为特征的新需求正逐步取代以观光、团队、标准化为特征的传统需求，从而推动产业界发生与之相适应的变革。现代科技、信息技术的广泛应用，把更为科学、先进、高效的经营管理手段带入旅游产业，旅游企业通过商业模式、产品、营销创新等多种方式改变传统业态，推动旅游业由传统服务业向现代服务业转变。国家对旅游业战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业的定位将旅游业发展提升到前所未有的高度，旅游业面临急迫的转型升级的需求，旅游业的革新势在必行。在市场、产业、政府的多重引领之下，一个自主创新的时代正在到来。

一、快速变化的旅游市场格局和消费模式推动旅游产业变革

随着我国经济社会持续稳定发展，旅游需求和市场规模日益扩大，行业供给结构日趋完善，充分表明了我国旅游经济已经进入了以国民旅游需求大规模释放为典型特征的大众旅游发展新阶段。旅游大众化阶段，旅游活动不再是少数人的生活奢侈品，开始成为广大群众的日常消费，成为人们必要的精神需求。普通民众参与国内旅游，而大量的中产阶级广泛参与到中近程的出境旅游。在现实生活中，旅游已经成为老百姓的日常消费选项。在规模日趋扩大的旅游市场需求中，国内旅游者已经成为绝对的消费主体。2009年，我国确定了“全面发展国内旅游、积极发展入境旅游、有序发展出境旅游”的发展原则。

当前，我国人均国内生产总值已超过 6000 美元，居民旅游意愿显著增强，中国旅游进入大众化的发展阶段。旅游走入寻常百姓家，全民旅游的局面已经形成，国务院批准每年 5 月 19 日为“中国旅游日”。中国旅游业的发展目前正

进入一个黄金发展期。2013 年旅游接待总人数 34 亿人次，同比增长 10%；旅游总收入 2.87 万亿元，同比增长 11%。而预计到 2020 年，中国国内旅游将超过 50 亿人次，旅游总收入将达到 4.5 万亿元。

旅游目的地由散点接待向全域接待的转变急需创新支持。目前，以自主、自助和自由行为代表的散客已占到国内旅游市场的 97%，我国已进入散客化时代。散客化时代对旅游目的地接待体系和城市管理带来新的挑战。团队旅游时代，游客在旅行社的组织下，以散点形式接触旅游城市。旅行社将散落在城市的景区、宾馆、餐厅、购物店用旅游线路串联起来对游客销售，游客对旅游城市的接触和感知是在旅行社的精心组织之下、以半封闭形式进行的。旅游业停留在“小旅游”层面，主要涉及“吃、住、行、游、购、娱”等六要素。散客时代下，游客以珍珠散落形式分散到城市的每个角落，自主接触全开放的旅游目的地城市，全面考验一个城市的经营、管理水平和基础设施、公共服务体系的建设和完善情况。旅游业步入“大旅游”层面，旅游活动已经与城市的交通基础设施、生产服务、生活服务和社会服务的每一个要素相关联，远远超出六要素的范畴。在散客化和自由行的消费模式下，城市的设施设备和服务很难区分出哪些是为市民服务的，哪些是为游客服务的。现代城市旅游的发展，也正在从团队旅游时期简单的城市地标观光游览，转向市民休闲生活的品味和城市文化内涵的解读。根据世界旅游组织的调查，绝大部分城市旅游者都参与了博物馆、美术馆、演艺、节庆等公众文化活动。在新的旅游消费形态下，旅游目的地接待城市既要传承悠久的历史传统、厚重的文化积淀、承载地域特征的风土人情、传统习俗、生活方式和价值观念，也要以更加开放的心态积极吸纳世界各地的现代元素，以适应持续变化的游客需求。都市旅游需要在当代科技和商业规则的基础上，积极进行面向未来的创新。无论是打造游客和市民共享的公共服务体系及基础设施体系、完善以游客体验提升为导向的产品标准化和管理规范化等管理工作，还是利用当代科技构建智慧旅游体系，打造智慧旅游城市，智慧旅游景区等都是旅游目的地城市在散客时代需要进行的创新和突破，从而以更加优质、高效、稳定的服务适应市场发展的需求。

旅游市场的繁荣不仅仅为目的地创造了巨大的商机，也为中国旅游企业提供了难得的成长机遇。消费观念的变化同样改变了旅行服务业的运作模式和产品形态。传统旅行社的团队、观光、包价旅游模式正面临市场需求变化的挑战。在休闲化、个性化、我的旅行我做主的消费需求推动下，去哪儿网等垂直搜索



引擎、携程网、艺龙网等 OTA，蚂蜂窝网、穷游网等旅游社区开始出现，它们以信息技术和网络技术为支撑，以满足游客个性化需求为目标，提供游客所需要的单项或组合产品。上述企业的出现，正日益改变着旅行服务业的产品和服务提供模式，推动旅行服务业向更加精细、专业、个性化的方向发展。

2013 年以来，面向散客、大众市场的旅游企业保持快速发展，以万达集团将旅游板块定位为主营业务、布丁酒店扩大融资和区域扩张等为代表的产业创新活动继续推动旅游产业发展。开元、海航等企业跨国并购取得新突破。以二星级为代表的经济型酒店市场环比回升明显。携程净营业收入第一、第二、第三季度分别同比增长 27%、28%、32%。

出境旅游方面，2012 年，中国以 8318 万人次的海外游客、1020 亿美元的旅游消费成为世界最大的旅游消费国，并引起了全社会的关注。在世界旅游业界分享“中国红利”的同时，一批出境旅游批发商的品牌开始形成，推动了携程、众信、华远、凯撒等出境旅游批发商的快速成长。

在宏观调控和《旅游法》实施的背景下，旅游业迫切需要主动适应外部环境变化，客观把握旅游市场演化趋势，积极关注大众消费需求和散客需求。受国际环境及自身发展方式调整的影响，近年来我国经济增长速度放缓，对旅游经济运行产生一定的影响。以厉行节约为核心的八项规定、六项禁令等新政的出台，也对高端餐饮和高端酒店发展产生影响。1~7 月全国餐饮业收入增长 8.8%，增速大幅低于去年同期的 14.7%。交通客运总量增速从去年同期的 8.2% 下滑至 5.8%，铁路和民航客运量增长较快，公路和水路客运量增速大幅下滑。今年上半年全国旅行社组织国内旅游人次下降了 18%。全国星级饭店的出租率和营业收入有不同程度的下降，第一季度大幅下降，第二季度略有回升。五星级酒店等高端市场下降明显，各项经营指标在第二季度继续下滑。

旅游法实施将对旅行社零负团费经营、景区门票等有较大影响，将促进市场公平竞争和价值规律发挥作用。由于立法禁止了旅行社通过安排定点购物和另行付费旅游项目获利的经营模式，引发旅游市场“洗牌”。11 月以来，出境游等长线旅游价格下降现象引起媒体和社会高度关注。4 日，钱江晚报报道旅行社为了销售“预订库存”，酒店、航空等供应商主动降价，使东南亚游的线路、机票价格最近出现“史上最低价”。7 日，宁波晚报报道当地受传统的出游淡季和近几个月旅游线路涨价影响，旅行社客源减少，降价成为吸引游客的利器。在不少传统旅行社团队报名人数大幅下降的同时，以携程、同程和途牛为