



洛阳师范学院百年校庆
学术研究丛书



中原经济区智慧旅游河南省
协同创新中心学术文库

智慧旅游丛书

Research on the Supply-side Reform of Tourism Industry in the New Era

新时代背景下 旅游供给侧改革研究

梁留科 主编



科学出版社

中原经济区智慧旅游河南省协同创新中心和“旅游管理”河南省特色学科资助出版

智慧旅游丛书

Research on the Supply-side Reform
of Tourism Industry in the New Era

新时代背景下 旅游供给侧改革研究

梁留科 主编

科学出版社

北京

内 容 简 介

在国家实施“供给侧结构性改革”的大局下，推进旅游供给侧结构性改革，成为引领我国各地区旅游发展的工作重点。通过供给侧改革来适应需求侧升级的要求是解决我国各地区旅游业结构性矛盾的根本之策。旅游供给侧改革是把政府的有形之手与市场的无形之手结合起来，不断完善旅游管理体制，探索新时代旅游供给系统与需求系统新的平衡规律，最终实现“各尽所能，按需生产”和“各尽所能，按需分配”的供需平衡的目标。本书在供给侧改革及新时代背景下，对旅游供给理论 and 实践方面展开了初步的研究，力求推进旅游供给侧改革，促进旅游业持续健康发展。

本书具有较强的应用价值，可作为各省、区、市旅游管理部门和高等院校旅游管理相关专业人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

新时代背景下旅游供给侧改革研究 / 梁留科主编. — 北京: 科学出版社, 2017.11

(智慧旅游丛书)

ISBN 978-7-03-055206-8

I. ①新… II. ①梁… III. ①旅游业—经济体制改革—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 271542 号

责任编辑: 马 丹 / 责任校对: 郑金红
责任印制: 张 伟 / 封面设计: 刘 刚

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京京华虎彩印刷有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2017 年 11 月第 一 版 开本: 787×1092 1/16

2017 年 11 月第一次印刷 印张: 15 1/4

字数: 398 000

定价: 98.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

本书编委会

主 编：梁留科

副主编：赵海彦

编 委：曹玉涛 张瑞玲 毛阳光 郭爱和

李章惠 程金龙 秦艳培 张永新

苏小燕

序

智慧旅游，也被称为智能旅游，就是利用云计算、物联网等新技术，通过互联网、移动互联网，借助便携的终端上网设备，主动感知旅游资源、旅游经济、旅游活动、旅游者等方面的信息，及时发布，让人们能够及时了解这些信息，及时安排和调整工作与旅游计划，从而达到对各类旅游信息的智能感知、方便利用的效果。智慧旅游的建设与发展最终将体现在旅游管理、旅游服务和旅游营销三个层面。

从智慧旅游的现状来看，目前虽然取得了一些成绩，但是问题也不容忽视，主要缺乏顶层设计，高层方面存在四类问题：

一是概念理解不清晰。当前，无论是国内还是国外，没有一个明确的有关智慧旅游的理念，国内旅游业界的研究没有一个统一的定义。

二是建设目标不明确。智慧旅游的概念不清晰导致智慧旅游建设目标不明确，也就是建设思路不清晰。因此，各地出现了很多盲目的跟风和炒作，整体的建设方案现在是有一些错位的。

三是标准体系缺失。目前来讲，没有统一的标准来统一智慧旅游建设过程中涉及技术层面与旅游层面的概念、术语、方法和指标。这个评价的标准主要用于构建智慧旅游的评价体系。该行业标准的缺失导致各地OTA的技术标准、电子门票价格、系统接口标准的不统一，这是现在存在的一个极大的问题。

四是缺乏有效的沟通配合机制。智慧旅游的建设需要不同的主体、主体内部之间行之有效的沟通和配合共同推动，而目前的政府管理部门之间、企业和游客之间、不同科技企业之间，存在着“沟通难，配合少”的问题。这个问题，不仅仅存在于智慧旅游方面，在政府管理的其他很多部门也存在。

对于智慧旅游，提点意见：

第一，统筹规划，整合资源，政府引导，市场驱动，统一标准，资源共享，需求为主，确保实用。也就是说每“走”的一项，一定保证要实用，共有的资源能够有效



利用起来。

第二，制定标准。政府只需出政策出平台，做一些新闻发布会，做一些白皮书的信息发布等，具体的还由市场去做：整合外部的资源，整合内部的资源，资源共享等。

第三，智慧旅游发展需要全国有一个统一的设计，广泛组织各种力量参与，探索它需要有一个建设的模式和与时俱进、解放的思想，同时也特别需要培养这方面的人才。

第四，旅游业发展过程当中，还要有资金的保障、体制的完善。只有这样做，中国的智慧旅游时代才能全面开启。

编 者

2017年10月

前言

旅游业是中国供给侧结构性改革的先行产业、动力产业和优势产业。在当前经济下行、压力加大的情况下,旅游业逆势上扬,迎来了黄金发展期,成为经济增长的新动力和扩大内需新的增长点。然而,旅游业也处于结构调整期和矛盾凸显期,当前制约旅游业发展的主要因素不是需求不足,而是供给侧结构不合理、不平衡,旅游产品供给不能适应新时代需求侧多元化、升级型的市场消费,政府管理和服务水平跟不上旅游业快速发展的形势。具体而言,新时代旅游市场需求特征为大众参与、度假旺盛,新交通下旅行方式为快旅慢游,新媒体下旅行体验传播方式为实时共享,新技术推动下带来旅游设施的智慧互联。这些新变化对旅游供给侧的影响是深刻的、系统性的。同时,旅游供给侧改革的推动及旅游业的健康发展能够更好地发挥旅游业在扩内需、稳增长、增就业、减贫困、惠民生中的作用。

2016年1月11日,国务院旅游工作部际联席会议提出,适应和引领经济发展新常态,加快转变旅游发展方式,着力推进旅游供给侧改革,发挥市场在资源配置中的决定性作用和更好发挥政府作用,促进旅游业持续快速健康发展,为国民经济稳增长、调结构提供持久动力。可见,如何围绕国家“供给侧结构性改革”这个大局,推动旅游业转型发展,乘势而上,是值得旅游学术界及行业界深思的大问题。本书以旅游业供给侧问题为导向,以旅游供需平衡及市场逻辑为理论出发点,通过文献梳理、问题分析和案例研究,设计和编写了此书,力求为旅游供给侧改革的理论和实践研究献上绵薄之力。

本书共十一章,全书由梁留科提出写作思路、拟定框架结构并负责总体统稿和组织编写,在本书的编写过程中,由苏小燕、康珈瑜协助统稿,并协助整理了部分资料。第1章为本书背景篇,由颜文华、梁留科撰写,主要介绍旅游供给侧改革的时代背景和时代意义。第2章为本书的理论篇,由梁留科、苏小燕、康珈瑜撰写,主要理清供给侧的由来和旅游供给侧的概念,以及新时代背景下提出旅游供给侧改革的框架。第3章到第10章为本书的实践篇,分别从旅游景区供给侧改革、旅行社供给侧改革、旅游酒店供给侧改革、旅游交通供给侧改革、旅游购物供给侧改革、旅游休闲供



给侧改革、旅游公共产品供给侧改革、旅游人才供给侧改革等方面对旅游供给侧进行实践上的诠释。其中第3章、第6章由梁留科、康珈瑜撰写，第4章、第5章由梁留科、毛峰撰写，第7章、第8章由李修志撰写，第9章、第10章由王丽丽撰写。第11章为本书的总结篇，由梁留科、曾谦撰写，通过对前面十个章节的理论性总结，提出旅游供给侧的顶层设计以及未来展望。

此外，参编人员在写作中引用了大量国内外学者的相关研究成果，在此表示深深谢意。本书能够顺利出版，科学出版社众多老师也付出了辛苦，在此表示感谢。由于水平有限，书中定会存在不少缺点和错误，望广大读者批评指正，编者不胜感激！

编 者

2016年8月

目 录

第1章 旅游新时代下的供给侧改革	1
1.1 旅游新时代与经济新常态下供给侧改革的交融	2
1.1.1 旅游新时代的概念与特征	3
1.1.2 中国经济新常态的概念及其特点	8
1.1.3 旅游供给侧改革是经济新常态下供给侧改革的重要抓手	11
1.1.4 经济新常态下供给侧改革为旅游业带来的机遇与挑战	15
1.2 新时代旅游供给侧改革面临的机遇与挑战	17
1.2.1 新游客时代带来的机遇与挑战	17
1.2.2 新度假时代带来的机遇与挑战	18
1.2.3 新交通时代带来的机遇与挑战	18
1.2.4 新媒体时代带来的机遇与挑战	20
1.2.5 新技术时代带来的机遇与挑战	21
第2章 新时代背景下旅游供给侧结构性改革的理论框架	24
2.1 新时代背景下旅游供给侧结构性改革的提出逻辑	25
2.1.1 经济步入新常态	25
2.1.2 社会进入新时代	26
2.1.3 旅游需要新发展	28
2.2 供给侧改革的理论演变及本质	29
2.2.1 国际背景下供给侧改革的理论演变	29
2.2.2 国内背景下供给侧改革的理论演变	36
2.2.3 供给侧结构性改革的理论本质	38
2.3 旅游供给侧改革研究的概念体系	39
2.3.1 旅游供给侧的概念	39
2.3.2 旅游供给侧改革的概念	44
2.4 新时代背景下旅游供给侧改革的实现路径	44
2.4.1 以供需理论为基础, 探寻满足游客需求升级之路径	44
2.4.2 以旅游系统理论为基础, 探索培育要素优势之路径	45
2.4.3 以开放理念为引领, 持续增强旅游经济发展的活力	46
2.4.4 以绿色发展理念为引领, 提升旅游供给侧改革的永续性	47
2.4.5 以协调发展理念为引领, 构建旅游供给体系	47
2.4.6 以创新发展理念为引领, 提升旅游资源配置效益	48



2.4.7 以共享发展理念为引领, 增强民生的现实获得感	49
------------------------------------	----

第3章 新时代背景下旅游景区供给侧改革 52

3.1 旅游景区的概念与分类	53
3.1.1 旅游景区概念	53
3.1.2 旅游景区分类	53
3.1.3 旅游景区发展简史	54
3.2 “互联网+”时代对旅游景区建设的影响	57
3.2.1 旅游景区信息化发展必要性	57
3.2.2 我国旅游景区信息化建设历程	58
3.2.3 智慧景区的建设与探索	59
3.3 当前我国旅游景区发展困境	61
3.3.1 景区产品雷同, 特色供给缺失	62
3.3.2 设施不完善, 服务供给缺失	63
3.3.3 盈利模式单一, 门票经济横行	65
3.3.4 智慧景区建设缓慢, 景区不智慧	66
3.4 新时代背景下我国旅游景区供给侧改革策略	67
3.4.1 基建供给细节化	68
3.4.2 产品供给特色化	68
3.4.3 管理智慧化	68
3.4.4 服务供给人本化	69
3.4.5 产业供给多元化	69

第4章 新时代背景下旅行社业供给侧改革 72

4.1 旅行社概述	73
4.1.1 行业规模	74
4.1.2 经营情况	76
4.1.3 组接情况	77
4.2 新时代背景对旅行社的影响	79
4.2.1 新交通时代对旅行社的影响	79
4.2.2 “互联网+”时代对旅行社的影响	79
4.2.3 自助游时代对旅行社的影响	80
4.2.4 双创时代对旅行社的影响	80
4.3 新时代背景下旅行社业发展问题	80
4.3.1 规模小散弱差, 利润水平低下	81
4.3.2 产品缺乏创新, 服务质量差	82
4.3.3 内部管理混乱, 经营管理不规范	83
4.3.4 企业信息化建设缓慢	84

4.4	新时代背景下旅行社供给侧改革对策	85
4.4.1	转变经营模式,完善分工体系	86
4.4.2	加强产品创新,走融合发展之路	87
4.4.3	运用信息技术发展电子商务	89
4.4.4	加强内部管理,提高服务质量	90
第5章	新时代背景下酒店业供给侧改革	94
5.1	酒店业概述	95
5.1.1	基本情况	96
5.1.2	财务经营状况	96
5.1.3	各地区情况	97
5.2	新时代背景对酒店业的影响	99
5.2.1	新交通时代对酒店业的影响	99
5.2.2	“互联网+”时代对酒店业的影响	99
5.2.3	自助游时代对酒店业的影响	99
5.2.4	双创时代对酒店业的影响	100
5.3	新时代背景下我国酒店业发展问题	100
5.3.1	供给失衡	100
5.3.2	业绩低迷	101
5.3.3	缺乏特色	102
5.3.4	创新不足	103
5.4	新时代背景下酒店业供给侧改革对策	103
5.4.1	转型发展	104
5.4.2	创新发展	105
5.4.3	融合发展	105
5.4.4	智慧升级	107
5.4.5	提质增效	110
第6章	新时代背景下旅游交通供给侧改革	113
6.1	旅游交通概述	115
6.1.1	旅游交通定义探讨	115
6.1.2	国内外研究进展	115
6.1.3	旅游交通概念	118
6.2	新时代背景对旅游交通的影响	119
6.2.1	我国旅游交通发展现状	119
6.2.2	智慧交通的兴起	121
6.2.3	自驾游的流行	124
6.2.4	交通APP的普及	124

6.3	当前我国旅游交通发展困境	125
6.3.1	交通基础设施供给滞后	125
6.3.2	交通服务供给堪忧	127
6.3.3	各地间交通发展极不平衡	128
6.3.4	智慧化工作进展较缓慢	129
6.4	新时代背景下我国旅游交通供给侧改革策略	129
6.4.1	完善对外联系的海陆空大通道交通供给	129
6.4.2	加快完善城区与景区及景区之间的道路建设	130
6.4.3	完善城市公共交通体系供给	131
6.4.4	完善旅游交通标识供给	133
6.4.5	增强旅游交通服务供给	134
6.4.6	大力开发智慧交通关键技术	134
第7章	新时代背景下旅游购物供给侧改革	138
7.1	旅游购物浅论	139
7.1.1	旅游购物概念探讨	139
7.1.2	国内外研究进展	140
7.2	新时代背景对旅游购物的影响	143
7.3	新时代背景下旅游购物的供给侧问题	144
7.3.1	旅游购物的无效供给	144
7.3.2	旅游购物的供需矛盾	145
7.3.3	旅游购物的供给短板	146
7.4	新时代背景下旅游购物供给侧改革对策	148
7.4.1	旅游购物供给侧改革的理念引领	148
7.4.2	旅游购物供给侧改革的制度设计	150
7.4.3	旅游购物供给侧改革的“互联网+”平台构建	150
7.4.4	旅游购物供给侧改革的供应链与价值链管理	151
第8章	新时代背景下旅游休闲供给侧改革	155
8.1	旅游休闲概述	156
8.1.1	旅游休闲概念与本质	156
8.1.2	旅游休闲哲学与思想	157
8.1.3	城市旅游休闲时空行为	157
8.1.4	旅游休闲业态与产业	158
8.1.5	国内外旅游休闲研究	159
8.2	新时代背景对旅游休闲的影响	162
8.2.1	“互联网+”时代对旅游休闲的影响	162
8.2.2	共享经济对旅游休闲的影响	162

8.2.3	双创时代对旅游休闲的影响	163
8.3	新时代背景下旅游休闲的供给侧问题	164
8.3.1	旅游带薪休假制度问题	164
8.3.2	休闲度假区产品供给问题	164
8.3.3	城市旅游休闲空间不足	165
8.3.4	旅游休闲供给落后不配套	165
8.4	新时代背景下旅游休闲的供给侧改革对策	166
8.4.1	确立旅游休闲供给侧的改革理念	166
8.4.2	把握旅游休闲供给侧的发展趋势	166
8.4.3	创新旅游休闲供给侧的改革制度	167
8.4.4	推出旅游休闲供给侧的改革举措	168
8.4.5	创新旅游休闲供给侧的业态	168
第9章	新时代背景下旅游公共服务供给侧结构性改革	171
9.1	旅游公共服务相关概念辨析	171
9.1.1	公共产品与公共服务	171
9.1.2	旅游公共服务与一般公共服务	173
9.1.3	旅游公共服务与旅游服务	174
9.2	旅游公共服务研究综述	174
9.2.1	国外研究综述	174
9.2.2	国内研究综述	175
9.3	旅游公共服务的分类	176
9.3.1	根据旅游公共服务的性质分类	176
9.3.2	根据旅游公共服务的内容分类	176
9.3.3	根据旅游公共服务的形态或存在形式分类	177
9.3.4	根据旅游公共服务受益范围分类	177
9.4	旅游公共服务供需的历史演变	177
9.4.1	旅游公共服务需求匮乏阶段（1949—1978年）	177
9.4.2	旅游公共服务供需失衡阶段（1978—2002年）	177
9.4.3	旅游公共服务政府主导供给阶段（2002—2010年）	178
9.4.4	旅游公共服务体系逐步完善阶段（2010年至今）	178
9.5	新时代背景对旅游公共服务供给的影响	179
9.5.1	新时代背景对旅游公共服务制度的要求	179
9.5.2	新时代背景对旅游公共服务的要求	183
9.6	新时代背景下旅游公共服务供给侧问题	185
9.6.1	旅游公共服务制度供给存在的问题	185
9.6.2	旅游公共服务产品供给存在的问题	187

9.7	新时代背景下旅游公共服务供给侧改革建议	191
9.7.1	构建多主体G-M-S供给模式	191
9.7.2	模型运行机制	192
9.7.3	激励约束机制	192
9.8	旅游公共服务产品供给侧改革对策	192
9.8.1	完善旅游交通,提高城市可达性	192
9.8.2	拓展旅游公共信息服务,构建信息共享平台	193
9.8.3	完善旅游安全保障服务,实现旅游救援的高效运转	193
9.8.4	引入新技术,建设科技基础设施	193
9.8.5	推进居民的教育	194
第10章	新时代背景下旅游人才供给侧改革	196
10.1	旅游人才概念及层次	197
10.1.1	旅游人才概念	197
10.1.2	旅游人才层次	197
10.2	旅游人才培养发展历程	198
10.3	新时代背景下旅游人才的供需分析	200
10.3.1	新时代背景下旅游人才的需求分析	200
10.3.2	新时代背景下旅游人才供给分析	203
10.4	旅游人才供给问题及根源	204
10.4.1	旅游人才供给的问题	204
10.4.2	旅游人才供给问题根源	207
10.5	旅游人才的供给侧改革	208
10.5.1	营造优良的制度环境	208
10.5.2	构建旅游人才供应链运行机制	208
10.5.3	改革高校现有培养模式	211
第11章	新时代背景下旅游供给侧改革的顶层设计及未来展望	214
11.1	旅游供给侧改革的顶层设计	215
11.1.1	旅游供给侧改革的基本思路	215
11.1.2	旅游供给侧改革的基本原则	216
11.1.3	旅游供给侧改革的实现路径	217
11.2	旅游供给侧改革的未来展望	221
11.2.1	旅游供给侧改革的未来机遇	222
11.2.2	旅游供给侧改革的未来影响	223
11.2.3	供给侧改革下旅游业的未来特点	224
11.2.4	供给侧改革下的未来旅游管理机制	226
11.2.5	供给侧改革下旅游业未来发展可能取得的突破	227

第1章

旅游新时代下的供给侧改革

导入案例

旅游业改革从供给侧开始

临近年底，各大在线旅游商（OTA）又开始年终促销大战，“红包”“尾单”满天飞，场面颇为热闹。

OTA热情很高，可消费者对此却不断吐槽：名不符实的红包、明降暗升的尾单、买易退难的产品、限制多多的改签，还有类似“天价大虾”“影子团友”的种种无奈，诸如此类问题时有发生。一些“受过伤”的消费者甚至表示“旅游就是花钱买罪受，逢年过节不如留在家里好”，等等。

造成这样的市场感受，问题出在哪里？

从统计数据来看，虽然在线旅游风头正劲，可实际市场渗透率不过10%。也就是说，中国尚处于传统旅游+互联网的转型阶段，各大OTA规模增长，不过是分享了中国互联网经济增长的红利。目前，尚没有一家OTA真正进入品牌经营时代。即便规模有所增长，消费者的反应也释放出一个强烈信号：当下旅游产品的供给出现了问题。

驴妈妈创始人洪清华日前表示，当下旅游业在供给侧的体验最差，谁率先改变，谁就能获得更多红利，这是旅游业真正的蓝海。

消费者花钱旅游是为了舒心，可舒心却成了花钱也未必能办到的事。旅游线路多得令人眼花缭乱，但有品质的却没几个；国内景区成百上千，但大多同质化，都还停留在靠收门票的观光游；一些酒店一盏水晶灯可以花上百万元，可牙刷劣质、厕纸又硬又差；导游规模几十万人，可大多都盯着游客的钱袋子，服务意识跟不上……这些都反映出旅游业有效供给不足。

当我们提供的旅游产品无法满足消费者多样化的需求，无法满足新兴人群对个性化旅游的需求时，结果就只能是越来越多的游客宁愿选择高价位的海外游。

（资料来源：<http://finance.huanqiu.com/roll/2015-12/8292595.html>）

中央财经领导小组第十一次会议强调,推进经济结构性改革,是贯彻落实党的十八届五中全会精神的一个重要举措。要牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,适应经济发展新常态,坚持稳中求进,坚持改革开放,实行宏观政策要稳、产业政策要准、微观政策要活、改革政策要实、社会政策要托底的政策,战略上坚持持久战,战术上打好歼灭战,在适度扩大总需求的同时,着力加强供给侧结构性改革,着力提高供给体系质量和效率,增强经济持续增长动力,推动我国社会生产力水平实现整体跃升。如今“供给侧改革”不仅成为中央高层讲话中的高频词,也成为新的经济热词。当然,供给侧改革不但是“爆款热词”,还是一系列改革更具象、更明确的表达,更是今后中国宏观经济政策的走向和着力点,是适应和引领经济发展新常态的重大创新。国家领导人的这些高屋建瓴的论断已经为我们在新常态下促进经济持续健康发展指明了方向,可以预见,供给侧结构性改革,将成为“十三五”时期中国经济发展的主旋律和风向标。

旅游业是中国供给侧结构性改革的先行产业、动力产业和优势产业。在当前经济下行压力加大的情况下,旅游业逆势上扬,迎来了黄金发展期,成为经济增长的新动力和扩大内需新的增长点。然而,旅游业也处于结构调整期和矛盾凸显期,面临许多新情况、新问题,不少问题甚至成为中国旅游业迈入世界旅游强国的绊脚石。追本溯源,当前制约旅游业发展的主要因素不是需求不足,而是供给侧结构不合理,旅游供给体系不能适应新时代下需求侧多元化、升级型的市场消费。站在供给端视角来审视中国旅游业中存在的问题,可以发现我国旅游业无效供给、供需错位、供给短板并存,旅游供给与游客需求多样化之间存在诸多结构性问题。这些问题的有效解决关键在于强化旅游供给侧结构性改革,实现旅游供需结构的合理化。为此,2016年1月11日,国务院副总理汪洋在国务院旅游工作部际联席会议上强调要着力推进旅游供给侧改革。可见,如何围绕国家“供给侧结构性改革”这个大局,推动旅游业供给侧结构性改革是值得旅游行业深思的大问题。旅游业供给侧结构性改革需要结合时代特点,剖析新时代赋予旅游业改革的新机遇和带来的新挑战,明确改革方向,才能真正通过旅游供给侧结构性改革,引领旅游发展新常态,并在国家供给侧结构性改革中更好地履行新使命。

1.1 旅游新时代与经济新常态下供给侧改革的交融

2017年10月18日,习近平总书记在党的十九大报告中指出:“经过长期努力,中国特色社会主义进入了新时代,这是我国发展新的历史方位。”这是国家领导人对于当前社会发展所做出的一个重要的历史性判断,也意味着我国的特色社会主义建设进入了一个崭新的发展阶段。同时,习总书记强调,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。这些论述为旅游业的供给侧改革提供了重要的思想指导,也为本书界定“旅游新时代”提供了参考。



1.1.1 旅游新时代的概念与特征

国家旅游局副局长吴文学在江苏调研常州茅山东方盐湖城项目时提出,中国的旅游产品必将从最初的1.0观光型升级到2.0休闲型产品,再到3.0度假型产品全面升级到4.0时代,4.0时代的旅游产品应该具有“文科融合、业态整合、产品复合”三大特征。但这只是指旅游产品,并非旅游业。本书认为,中国旅游新时代是指中国旅游业已经进入了2.0时代,即由观光型旅游为主体的第一代(旅游业1.0时代)转向以休闲度假旅游为主体的第二代。旅游业1.0时代是以发展入境旅游为市场重心,东部地区为主要发展空间,以旅行社团队旅游为主要运作方式,以景区作为主要开发对象,以获取经济效益为主要目的,逐步使中国跻身世界旅游大国行列的时期。旅游业2.0时代,是大众参与的新游客时代、度假为主的新度假时代、实时共享的新媒体时代、快旅慢游的新交通时代、智慧互联的新技术时代。旅游业2.0时代,旅游业将成为中国供给侧改革的重要突破口和经济社会发展的重要动力产业;旅游业2.0时代,旅游业在国民经济和百姓生活中的价值更加突出,不仅是经济建设的主战场,也是展示中国魅力的形象产业和幸福产业;旅游业2.0时代,中国旅游对世界旅游的影响力将与日俱增,将逐步获得国际旅游的话语权和规则制定权,逐渐成为世界旅游强国。

旅游新时代的主要特征可以概括为:大众参与的新游客时代、度假为主的新度假时代、实时共享的新媒体时代、快旅慢游的新交通时代、智慧互联的新技术时代。

1. 大众参与的新游客时代

大众参与的新游客时代表现出三个突出特点:第一,大众旅游全面来袭。2016年李克强总理在政府工作报告中提到,要落实带薪休假制度,加强旅游交通、景区景点、自驾车营地等设施建设,规范旅游市场秩序,迎接正在兴起的大众旅游时代。大众旅游时代,城乡居民出游率将逐年提升,旅游真正成为人民生活中的重要组成部分和常态化的生活方式,旅游业逐渐成为广大人民的幸福产业。根据国家旅游局近日发布的2016年上半年旅游统计数据报告,国内旅游22.36亿人次,比上年同期增长10.47%,中国公民出境旅游人数5903万人次,比上年同期增长4.3%。而且报告分析,下半年,旅游业将继续领跑宏观经济。国内旅游继续保持两位数的增速,入境旅游有望达到4%的良好增长势头,出境旅游将维持4%左右的增速。第二,全域旅游加速发展。进入新的发展时期,贯彻落实五大发展理念,必须转变旅游发展思路,变革旅游发展模式,创新旅游发展战略,加快旅游发展阶段演进,推动我国旅游从“景点旅游”向“全域旅游”转变。全域旅游是国家旅游局立足现实、面向未来做出的重大战略决策,是新常态下我国旅游业迈入2.0时代的重大举措。如今,无论是东部还是西部,城市还是乡村,发展旅游的热情都更高,旅游业成为各地最具活力的动力产业。第三,文明旅游成为常态。2013年7月,中央文明委召开提升中国公民出境旅游文明素质电视电话会议,全面推进文明旅游工作深入开展。2014年中央文明委专门下发《关于进一步加强文明旅游工作的意见》(中央文明委〔2014〕9号),对提升公民文明素质,深入推进文明旅游工作提出明确要求。2015年5月,国家旅游局对《游客不文明行