



中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国旅游景区 发展报告 (2017)

CHINA TOURISM SCENIC DEVELOPMENT
REPORT
(2017)

中国旅游研究院



旅游教育出版社



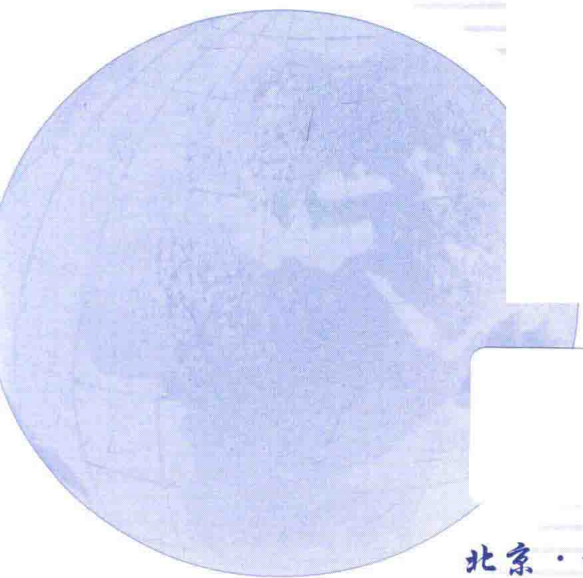
中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国旅游景区 发展报告 (2017)

CHINA TOURISM SCENIC DEVELOPMENT
REPORT
(2017)

中国旅游研究院



北京·旅游教育出版社

责任编辑:郭珍宏

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游景区发展报告. 2017 / 中国旅游研究院著
--北京: 旅游教育出版社, 2017. 10
ISBN 978-7-5637-3648-5

I. ①中… II. ①中… III. ①旅游区—经济发展—研
究报告—中国—2017 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 256273 号

中国旅游景区发展报告(2017)

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	tepdfx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
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	5.75
字 数	62 千字
版 次	2017 年 10 月第 1 版
印 次	2017 年 10 月第 1 次印刷
定 价	50.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

《中国旅游景区发展报告（2017）》

编辑委员会

主 任

戴 斌

编 委（按姓名音序排列）

戴 斌 蒋依依 李仲广 马仪亮 宋子千

唐晓云 吴丰林 吴 普 夏少颜 杨宏浩

《中国旅游景区发展报告（2017）》

编辑部

主 编

战冬梅

成 员

王莺莺 樊伟春 于欣言 吴丽云 苏 娜

峰为景源 无文不盈

——《中国旅游景区发展报告（2017）》序言

38 年过去，弹指一挥间

景区，或者风景名胜区，历史上很早就有。在景区前面冠以旅游两个字，则是 1978 年改革开放后，随着旅游业的发展才被广为接受的。过去的 38 年，是景区持续满足入境游客、大众旅游和国民休闲的现实需求、不断创新产品和服务的 38 年。早期的长江、长城、黄山、黄河，还有故宫、兵马俑和桂林山水……在交通、住宿、餐饮、购物等商业环境和公共服务尚不完善的情况下，没有这些举世闻名的人间盛景，入境旅游很难顺利起步的。从公开的文献和研究院的口述历史资料中可以看出，当时的入境游客对酒店、航空公司、出租汽车，乃至厕所还是有很多意见的。可是我们有独一无二的旅游景区啊，也就一俊遮百丑了。直到今天，串联这些旅游景区的“京西沪桂广”仍然是欧美旅游者首选的经典线路。1999 年的国庆“黄金周”标志着国民旅游时代的到来，绝大多数游客也是奔着这些地方去的。每逢假期，我们都会从媒体上看到“某某景区沦陷了”的消息，也会从朋友圈里读到“下次坚决待在家里，再好的景区也不去了”的誓言。可是下个假期，还是会去。景区，似乎越来越像春晚、春运和男足，成为每个人都在抱怨，到点了又乐此不疲地参与其中的新民俗。应当说，景区对于培育旅游意识，满足大众旅游的基本消费功不可没。直到今天，景区依然是大众旅游和国民休闲的基本需求。

过去的 38 年，是景区规模持续扩大、景区类型不断丰富、作为典型的旅游业态独立登上时代舞台、市场支撑力和社会影响力日益扩大的 38 年。从早期的山山水水和历史文化，到主题公园的兴起，再到今天的历史文化街区、古村古镇和优秀旅游城市，景区景点的丰富完善一直与旅游需求，特别是观光旅游需求的变迁相同步。2015 年底，全国 A 类景区超过 7000 家，其中 5A、4A 景区共 1500 多家。与此同时，全国景区景点数量已经达到 21.6 万个。国内游客花费结构中，景区游览的花费一直保持稳定的增长。2015 年，旅游景区共获得了 2400 亿元的总收入，涉景区类的旅游投资共完成了 6046 亿元。全国共有 15 家旅游景区上市，占全部旅游上市公司的 23%。可以说，不了解旅游景区的变迁历程，就无法理解国家旅游发展的历史脉络和发展现状。

过去的 38 年是旅游景区管理体制持续改革，管理机制持续创新的 38 年，也是文创机构不断为景区发展注入新动能的 38 年。自 1979 年邓小平同志发表“黄山讲话”开始，我国旅游景区步入市场化发展新阶段。各地方、各部门和各领域发展旅游的积极性空前高涨，发改、建设、水利、林业、国土、文物、宗教等部门对旅游景区的管理体制的呼声也随之增大。为满足消费、市场、行政、社区居民等多元主体对景区的现实诉求，国家一直在努力调整和优化景区管理体制。1999 年，国家旅游局开始推行旅游区（点）质量等级评定制度，如今已经成为旅游景区资源、管理和服务品质的典范和标杆。当前，以国家公园试点为标志，以引进迪士尼、环球影城等国际知名主题公园为新动能，旅游景区的改革、开放和创新正在迈向新的高度。

数风流人物，还看今朝

在相信景区仍然以观光旅游为本底需求的同时，我们也不得不直面游客，特别是广大散客在目的地消费多元化和体验生活化等方面的新需求。统计数据表明，绝大多数的游客采用自助旅行和自主消费，他们在都市和乡村更愿意进入那些主要面

向本地居民休闲场所和公共生活空间。在这些共享的空间中，游客得以最大限度地体验目的地总体环境和生活方式。从这两年国庆、春节假日旅游经济运行的监测情况来看，进景区的游客数量还在增长，但是增幅已经在明显下降。无论历史同比，还是景区占目的地接待人数的份额都是如此。就是那些进景区的游客，他们所关注的消费和评价的重点已经发生了重大变化。自由行已成为游客到达景区的主要方式，自驾游的比重更是日益上升。游客通过旅行社进入景区的比例已经由2010年的60%多，下降至去年的不到30%。从城镇居民出游构成看，度假、休闲和娱乐由2004年的19.7%变为当前的24.4%。有人说发展全域旅游，就不需要景区了，这话不对。不是不需要景区，而是不再需要原来那样的景区了。认识不到这一点，传统景区很可能会成为旅游博物馆的标本。

在为景区产业规模增长和机构优化的成就而自豪的同时，我们也不得不面对投资主体多元化，特别是以迪士尼为代表的主题公园创新所带来的挑战。研究报告显示，观光主导的景区产业格局正在发生明显的改变。2015年，主题乐园已经超过山水人文景区，成为中国居民最普遍接受的休闲娱乐新选择。全球十大主题公园排名中，我国就占4席。从规模上看，我们是当之无愧的景区大国，欧美日韩等发达国家也很少有我们这样收费景区的概念。但是从投资收益、产品创新和知识产权的发展指标来看，我们还不是景区强国。受制于体制机制和国情、旅情，很多国有景区甚至还不是严格意义上的市场主体。如果继续沿着“靠山吃山，靠水吃水”和“圈山圈水收门票”的资源驱动型路子走下去，很可能相关机构的“A”或“星”越挂越多，景区的市场生命力却越来越弱，最终不过是祖上也曾荣耀过的象征罢了。

肯定文化和科技为景区发展带来新动能的同时，我们也不得不承认：文化创意和科技应用与旅游业、与景区景点的融合创新还处于市场导入期，还有一个艰辛摸索和经验积淀的过程。就是获得社会声誉和市场收益的景区大型实景演出，基本上还是吃传统文化的饭，靠类似大型团体操表演、大合唱这样的场面支撑。智慧景区

呢？也主要停留在刷手机入园、安装摄像头远程观察景区接待实况等入门级的水平。很少见到能够有效提升游客体验度和服务品质感的原创 IP（知识产权），更不用说能够给未来留下遗产的文化创意了。如果理念和本质没有革命性的改变，只是加几个文化和科技概念，改变不了景区传统、守旧的底子。

有挑战才能进步，有不曾面临的系统挑战才能有革命性的进步。大众旅游和公民休闲的时代，大众创业和万众创新的时代，给了中国景区人百年一遇的窗口期。文旅融合驱动景区创新发展的时代，到了！

人间正道是沧桑

我期待所有景区人共同努力，为国民的、大众的、当代的旅游休闲提供更加丰富的空间场所和品质服务。这些场所和服务如果是利用公共资源开发建设的，就应当尽可能地低价直至免费。如果是社会资本投资的，则要尽可能促进类型的多样化。既看到迪士尼、海昌海洋世界这样的大投资、大产出，也要看到泰迪熊博物馆这样的小而精的休闲项目，还有 798、大悦城、东方新天地这样时尚导向的城市新地标，同样是年轻人所需要的。事实上，景区创新更多应是“存量资源+创意增值”的模式，而非一味地要什么旅游用地政策，搞一波又一波的看上去“很旅游”，实际“很房地产”的大项目和大投资。为实现这样良性发展的目标，文创机构和科技工作者需要沉下心来，认真研究需求，系统了解市场，依靠市场主体，创造老百姓喜闻乐见和流连忘返的新景区。

我期待所有景区人共同努力改善社区环境，让社区居民有更多的可获得感。景区是国家的，是游客的，更是世居于此的原居民的。发展景区也是为了社区居民，并依靠社区居民的。我国尚有很多可供开发的景区资源同时也是本地人生产生活的空间，不必把他们看作负资产，一定要迁个干干净净而后快。现在很多古村古镇古城开发成景区以后，原住民只余下老人与狗了。这怎么行？得创造小微项目的就业机会，得培育基于本地市场的产业形态，得千方百计让本地人留下来，让年轻人

回来。有主人，景区的空间才是温暖的。能否像推广驻校诗人、作家那样推广驻景区艺术家、科学家和企业家制度呢？据我所知，巅峰智业等公司已经在旅游规划、基金投资和景区托管等领域，做了许多卓有成效的探索了。也许，从顶层设计的大概念到人民群众的小确幸，只差着一个巅峰的距离。



中国旅游研究院院长、教授、博士生导师

目 录

CONTENTS

第一章 景区的产业化和专业化发展方向	1
一、景区的产业化发展现状	3
二、主题公园、旅游小镇蓬勃兴起	6
三、景区运营管理模式持续创新	10
第二章 景区类上市公司投资分析	13
一、发展状况	14
二、财务分析	19
三、景区投资问题分析	29
第三章 景区景气分析	31
一、行业绩效评价	32
二、企业绩效评价	35
三、企业经营指标评价	38
四、企业经营指标的区域性差异	44
第四章 景区消费需求与服务质量评价	49
一、景区游客的特征和消费偏好	50



二、游客对景区的服务质量评价.....	60
第五章 景区政策及法律法规影响.....	63
一、国务院文件.....	65
二、国家旅游局文件.....	69
三、其他部委文件.....	72
第六章 景区发展建议.....	75
一、当前我国景区发展存在的主要问题.....	76
二、景区发展工作建议.....	78

第一章

景区的产业化和专业化 发展方向



无论大众旅游新时代，还是全域旅游时代，老百姓对景区需求的基本面没有改变，但其核心需求点包括经营的方式等已经发生了重大的变化。全域旅游时代，不是不需要景区了，而是景区的内涵要创新，外延要扩展。我们依赖的资源不能仅仅是自然资源和历史文化资源，对广大的旅游投资者和从业人员来说，就像传统的旅行社和 OTA 一样，当迪士尼、环球影城进来以后，对景区的理念、投资方向、行业形态乃至模式等都将面临一系列的变化甚至是革命。

随着需求变化的到来和我们业界的创新发展乃至政府投资的引导，要努力构建起适应大众旅游新时代下，全域旅游发展所需要的新的景区体系。所谓新景区包含但不限于以下几方面：

新投资：从旅游度假区、旅游休闲区、旅游小镇等这种中等规模尺度的带有目的地概念的景区的出现，既需要国家、地方层面产业基金的大力介入，也需要产业资本和风险资本的投入。这么多年来，相对于旅行社和酒店，作为旅游行业供给终端的旅游景区却尚未得到风险资本的青睐。因此，从资本的角度着眼，探索新时期下的景区投资模式，找准国内景区未来的发展路径，是培育大型旅游集团、提高旅游景区运营管理水平、推动中国旅游行业转型升级的重要内容。

新业态：首先丰富景区的类型，在传统的自然资源景区和历史文化资源景区之外，主题公园、历史街区、古城古镇的活化、博物馆（包括民间的博物馆）、美术馆等，应该成为新时期旅游景区的重要补充，特别是主题公园。还要延伸产业链，前面的规划设计、后面的融资、保险等。

新动力：要积极拥抱互联网、大数据这些新的科技，不能只躺在过去的传统上

吃饭。在营销上，用好互联网渠道，同时要建立自主的营销渠道，包括一些景区管理公司，要向管理要效益。

新思想：要着力打造一批老百姓喜闻乐见的国民景区，首先要满足最大多数老百姓的观光需求，也要满足新时代青年人的休闲娱乐需求，特别是大众旅游新时代和全域旅游新方位上，思考景区的作用，重新构建我们的角色。

新时期的景区管理模式，既要宏观的政府管理体制，也要一个单位的微观管理模式。要坚持景区是创造价值的，包括社会价值和经济价值。但是景区要注意市场主体和消费主体的变化带给我们的冲击，要跟得上时代，用变革的思维来审视，充分地发挥行业协会和市场主体的力量。

一、景区的产业化发展现状

我国旅游业经过三十多年的发展，特别是人们出游次数的增多和周边游、深度游、度假的兴起，主题乐园、乡村、古镇等更多类型的景区为游客所需。研究院研究显示，当前主题乐园超过山水景区，成为中国居民最普遍接受的游玩景区类型，观光景区主导的产业格局已明显改变。

（一）全国景区景点数量达到 21.6 万个，产业景气较高

2015 年底，全国 A 类景区超过 7000 家，其中 5A、4A 景区共 1500 多家。与此同时，全国景区景点数量已经达到 21.6 万个，北京、广东、浙江、江苏、山东等经济发达地区景点数量均超过 1 万个，广州、苏州、大连等城市的景点也超过 5000 个。旅游景区数量增长的同时，其结构也日益多元化、层次化。以故宫、黄山为代表的经典景区依然有强大的旅游吸引力，但更多新类别景区的出现，代表了产业的发展趋势。华侨城、海昌、长隆等中国特色的主题公园越来越受到年轻游客的欢迎，乌镇、丽江等休闲度假景区也为游客所向往，北京 798、成都东区音乐公园、



大连 15 库等开放式文化创意地备受游客青睐，旅游综合体也日益成为游客旅行的热点。

景区较好的经营效益是产业快速扩大的重要原因。2016 年我国景区企业的经营景气指数高达 150，远高于饭店、旅行社等产业，其接待人数、预订、工资水平等指标景气值较高。景区对未来的信心值也超过 150，处于旅游各业态最高水平，企业看好发展前景。值得一提的是，2015 全球十大主题公园排名中，我国就占 4 席。

（二）景区消费五年翻番，但 A 级景区市场份额已不足一半

在我国旅游消费高速增长的推动下，全国景区游览花费也持续、快速增长。国内游客花费结构中，景区游览花费增长稳定且最为显著，比例由 2011 年的 5% 增加到 2015 年的 6%，规模约为 2400 亿元，比 2011 年翻番。

在景区消费总体增长的同时，我们也看到其消费结构的显著变化。第一，自驾为主的自由行已成为游客到达景区的主要方式，占景区接待游客总人数的 75%。游客通过旅行社进入景区的比例已经由 2010 年的 60%~70% 下降至 2015 年的 20%~30%。伴随着游客出行方式的变化，老百姓对于景区的需求也正在发生改变。第二，休闲、度假和专项旅游等新需求越来越多。从城镇居民出游构成看，观光游览的游客比例由 2004 年的 45% 变为当前的 28%，度假、休闲和娱乐由 2004 年的 19.7% 变为当前的 24.4%，商务会议由 2004 年的 5.5% 变为当前的 14.2%。第三，A 级景区总体经营效益呈现波动下滑趋势。从绝对数方面看，5A 级景区 2014 年平均营业收入比 2011 年下降 1078.49 万元，2A 和 1A 级景区下降比例则更大。2015 年国庆节旅游市场快速增长，但 1999 年以来纳入监测的 125 个直报点景区累计接待人次同比下降 3.26%，收入则仅增长 0.21%。从相对数方面看，A 级景区营业收入占国内旅游收入的比例已经从 2011 年的 5.13% 下降到 2015 年的 2.68%，占景区市场份额不足一半。

（三）景区投资成为旅游投资热点，主要集中于文化旅游、生态旅游、乡村旅游等休闲度假类项目

目的地的生命周期规律显示其第一阶段是基础设施建设，第二阶段是竞争性游乐项目建设；随着旅游产业体系的发展和完善，资本的社会投资的作用将越来越显著并最终处于主导地位。2016 年全国旅游业实际完成投资 12997 亿元，同比增长 29%，比第三产业和固定资产投资增速分别高 18 个百分点和 21 个百分点，较房地产投资增速高 22 个百分点。在我国经济下行压力加大的情况下，全国旅游投资继续保持逆势上扬的态势，成为社会投资热点和最具潜力的投资领域。尤其值得关注的是，2016 年旅游景区项目比重最大，实际完成投资 7371 亿元，占全部旅游投资的 56.7%。增幅最大的是旅游购物项目，投资 872.8 亿元，同比增长 24.4%。另外，旅游基础设施类投资 1122 亿元，占全部旅游投资的 8.6%，同比增长 19.8%，旅游饭店投资有所回落，增幅较去年下降 11 个百分点。从业态分布看，资金流向主要集中在文化旅游、生态旅游、乡村旅游以及温泉滑雪、低空飞行和工业旅游等新型业态。在历史文化街区建设上，开发比较成功如北京的南锣鼓巷、上海的新天地、成都的宽窄巷子、福州的三坊七巷，等等；在乡村旅游上，陕西咸阳的袁家村和马嵬驿以及四川成都的黄龙溪古镇和街子古镇等均采取免费开放的发展模式，取得了巨大的成功，每年的旅游人次均超过百万，每年的旅游综合收入也都逾亿元，成为全国乡村旅游发展的典型代表。六盘水市南方高山滑雪则成为南方冬季旅游的亮点，2016 年冬季期间，全市 3 家滑雪场和 3 家温泉累计接待游客 18 万人次，旅游收入 4426.7 万元。

以港中旅、华侨城、宋城等为代表的景区开发经营主体也出现重大改变。近年来，地产、煤炭、农业、水电、保险等传统行业资本纷纷介入旅游产业发展。如万达集团投资建设长白山、无锡、广州、南昌、西双版纳、成都、青岛等地的文化旅游城、主题公园、东方影都等综合性或主题性产品；万科集团投资 400 亿元建设吉



林松花湖国际度假区；恒大地产在重庆、广东、天津等地建设世纪旅游城；三峡集团投资 10 亿元建设旅游度假区。此外，欢乐谷的创新与升级，长隆野生动物世界、海昌海洋公园、横店影视城、万达梦工厂，加上迪士尼乐园、环球影城、六旗（Six Flags）、泰迪熊博物馆、Hello Kitty 等大大小小的引进项目，还有大黄鸭、小黄人之类的阶段性热点产品，我国的主题公园进入创意驱动、科技支撑、多元发展的新阶段。同程、途家等推动的“互联网+景区”等渠道平台，也对景区的竞争格局产生重要影响。

二、主题公园、旅游小镇蓬勃兴起

2016 年观光景区主导的产业格局已明显改变，居民的出游意愿调查和社会资本流向都显示了休闲度假游供需两旺的局面，而主题乐园已经超过山水景区，成为中国居民最普遍接受的游玩景区类型。新一轮的主题公园热方兴未艾。迪士尼的开业和环球影城的开建，中国正在吸引着世界顶级品牌的驻入，与此同时，竞争与挑战也刺激着本土品牌焕发出强盛的生命力。另外，自 2015 年全国启动新一轮旅游度假区创建工作以来，国家旅游度假区的建设和发展迎来了全面发展的新阶段。景区的专业化和产业化方向日趋成熟。

（一）主题公园：2015 年全球十大主题公园在中国

2015 年世界主题公园权威研究机构美国主题娱乐协会（TEA）与第三方旅游行业研究及咨询机构美国 AECOM 集团联合发布了 2015 年全球主题公园游客量数据报告，报告显示 2015 年全球排名前 10 名主题公园集团中，华侨城、长隆、华强方特、宋城分列第四、七、八、十位。

从游客人次来看，2015 年全球主题公园呈稳定增长，根据 AECOM2015 年报告，全球排名前 10 的主题公园集团共接待游客 4.20 亿人次，同比增长 9.80%。其