

张骏等著



STUDY OF
NEW DYNAMIC ON
TOURISM

旅游新业态 发展研究



旅游教育出版社

旅游新业态 发展研究

张骏等著



STUDY OF
NEW DYNAMIC ON
TOURISM

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

旅游新业态发展研究 / 张骏等著. -- 北京：旅游教育出版社，2017.10

ISBN 978-7-5637-3632-4

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(2017)第232436号

旅游新业态发展研究

张骏 等著

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	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	14.75
字 数	275千字
版 次	2017年10月第1版
印 次	2017年10月第1次印刷
定 价	59.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

南京旅游职业学院“旅游新业态研究” 科研创新团队

主持人：张 骏 洪 涛

团队成员（以姓氏笔画排序）：

王伟毅 方向红 卢凤萍 纪文静 朱凌玲 宋 立

李俊楼 张岳军 张 宁 赵晓瑜 常直杨 葛益娟

前言

旅游业是国民经济的战略性支柱产业，也是民生产业、幸福产业。近年来，旅游业的发展日新月异，呈现出许多新特点、新趋势。尤其是在“全域旅游”如火如荼建设的大背景下，“旅游+”的优势越发凸显，旅游业呈现出鲜明的后现代主义特点，不断地跨越边界，填平鸿沟，与其他业态交叉融合。“乱花渐欲迷人眼”，在旅游新业态层出不穷、纷繁复杂的当下，我们不仅要厘清旅游新业态的类型、特征，在不同领域的表现形式，还要分析新业态产生的规律，发展的趋势以及对我国经济、社会、文化的影响，这也正是本书所力图回答的问题。

本书分为两大部分。第一部分是旅游新业态发展理论和实践工作的分析。本部分分为三篇。第一篇对旅游新业态的相关理论进行了梳理，在前人研究的基础上，分析了旅游新业态的概念及产生的动因。并将纷繁复杂的旅游新业态从产业融合的角度分为衍生重组型、交叉融合型和跨界渗透型三种类型，对每种类型旅游新业态的产生背景、内涵外延、发展趋势等进行了研究，并从旅游业态复合发展趋势的角度对全域旅游建设开展了分析。对旅游新业态生命周期和不同阶段的特征也进行了解读。第二篇以旅游发展大省——江苏省为例，对不同类型旅游新业态发展进行了实证分析与实践研究。在对江苏旅游新业态发展现状进行梳理的基础上，以“游轮旅游发展”为例进行了衍生重组型旅游新业态的分析；以“智慧旅游发展”为例开展了交叉融合型旅游新业态的分析；以“文创旅游产品的开发”为例进行了跨界渗透型旅游新业态的分析。最后从全域旅游与旅游供给侧改革耦合发展的角度对江苏省旅游新业态复合发展的趋势进行了探讨。第三篇主要关注旅游职业教育的开展。人才队伍的建设是旅游新业态健康发展的保障。本篇首先对行业发展导向旅游管理类专业教师教学胜任力优化的路径和方法进行了探讨，接着，对旅游人才培养适应旅游新业态发展的研究与实践也开展了分析。

本书第二部分是旅游新业态发展的新思考。该部分以论文的形式呈现，分为旅游目的地建设新思考、旅游产品开发新思考、旅游企业经营新思考、旅游职业教育新思考四篇，共21篇论文从不同的角度对旅游新业态的特点、问题、趋势进行了探讨。

本书是南京旅游职业学院“旅游新业态研究”科研创新团队的研究成果，团队负责人

为张骏、洪涛。团队成员皆为南京旅游职业学院旅游管理类专业一线的中青年教师和研究
人员。本书是团队建设三年来大家对于旅游新业态发展的一些思考和见解，不免青涩，但
是充满了探索的热情，敬请读者斧正。本书的成稿有赖于南京旅游职业学院领导和同事们
的大力支持，同时还参阅了大量的文献资料，在此一并表示感谢！旅游业的发展日新月
异，研究的脚步也不会停歇，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索！

张骏 洪涛

2017年6月

目 录

第一部分 旅游新业态发展理论与实践

第一篇 旅游新业态理论研究	003
第一章 文献综述	003
第二章 旅游新业态概念界定与产生动因	006
第三章 旅游新业态分析的三维视角	008
第四章 旅游新业态生命周期及其特征	010
第二篇 旅游新业态实证研究——以江苏省为例	012
第一章 江苏省旅游新业态发展现状分析	012
第二章 江苏省衍生重组型旅游新业态发展分析 ——以游轮旅游发展为例	016
第三章 江苏省交叉融合型旅游新业态发展分析 ——以智慧旅游发展为例	028
第四章 江苏省跨界渗透型旅游新业态发展分析 ——以文创旅游产品开发为例	038
第五章 江苏省旅游业态复合发展新趋势分析 ——以全域旅游建设为例	051
第三篇 职业教育适应旅游新业态发展研究	065
第一章 行业发展导向旅游管理类专业教师教学胜任力优化研究	065
第二章 旅游人才培养适应旅游新业态发展的研究与实践	083

第二部分 旅游新业态发展新思考

第一篇 旅游目的地建设新思考	115
江苏省旅游经济新常态发展趋势研究	张 骏 115

新常态下沪宁高铁对南京市旅游业发展的影响与应对	张 宁 张岳军	119
上海入境旅游需求的影响因素建模分析	方向红	126
休闲文化视角下的夜间旅游景区开发研究 ——以南京夫子庙秦淮风光带为例	葛益娟	131
中心城市商务游憩地建设路径和可持续发展	洪 涛	142
江苏省商旅服务集聚区建设的模式与路径	洪 涛	146
中国游客不文明行为分类及宣传教育研究	常直杨 丁 洁	151
第二篇 旅游产品开发新思考		155
新常态下江苏发展商务旅游的集聚效应研究	洪 涛	155
声生态学视角下的城市旅游声景观研究	张 骏	158
论生态感知力对乡村旅游产品营销战略的影响	宋 立	167
SOLOMO模式下乡村旅游营销模式探析	赵晓瑜	174
“互联网+”时代下乡村旅游O2O融合发展及对策分析	李俊楼 张 骏	177
长江游轮发展驱动下的江苏旅游资源再整合与产品创新	卢凤萍	182
江苏邮轮旅游吸引力体系研究	卢凤萍	184
第三篇 旅游企业经营新思考		187
新形势下国际酒店集团在江苏地区的发展策略研究 ——以洲际酒店集团为例	方向红 姚建园 赵程凌云	187
旅游法背景下的导游服务公司管理的影响因素研究 ——以南京为例	葛益娟	196
江苏旅游官方微博营销对策研究 ——以新浪微博为例	纪文静	202
第四篇 旅游职业教育新思考		207
高职旅游类专业GIS教学与实践探索	常直杨	207
高职院校酒店管理专业实习学生留任的现状分析 ——基于华东地区高星级酒店学生实习项目调查	方向红	212
探索市场驱动下江苏高职类旅游管理专业品牌式建设途径	宋 立	220
论新趋势下高职院校《景区品牌战略》课程的构建	宋 立 沈雪梅	224

第一篇 旅游新业态理论研究

随着信息技术的飞速发展，互联网+旅游新业态不断涌现，对传统旅游业态产生了深刻影响。本章主要探讨旅游新业态的理论基础、发展现状、存在问题及对策建议。首先，从概念界定入手，明确旅游新业态的内涵和外延。其次，分析旅游新业态产生的背景和动因。再次，梳理国内外旅游新业态的研究现状。最后，结合我国实际情况，提出促进旅游新业态健康发展的政策建议。

第一部分

旅游新业态发展理论与实践

第一篇 旅游新业态理论研究

业态 (Type of Operation) 一词来源于日本,最早出现于 20 世纪 60 年代,主要指对某一目标市场,体现经营者意向与决策的营业形态。20 世纪 80 年代我国开始商业中引入“业态”的概念,之后随着旅游产业的发展,旅游学者将“业态”引入到旅游业中,称之为“旅游业态”。进入 21 世纪,我国旅游业快速发展,传统的旅游业态已经不能满足旅游者的多样化需求,涌现出了诸多的“旅游新业态”。“旅游新业态”作为旅游业发展的新兴力量正在越来越受到相关政府部门、旅游企业的重视。培育旅游产业新业态,引导旅游消费新热点,逐步提高旅游新业态在旅游产业中的比重,成为新时期发展旅游产业的共识。

第一章 文献综述

一、研究概述

基于中国知网 (CNKI),在检索项“主题”“篇名”下,分别对检索词“旅游新业态”进行精确检索,对相关文献进行整理,剔除非研究类文献及重复文献,整理筛选后,得到有效文献 148 篇,可见这方面的研究论文总体较少。

从文献的类型来看,包括博士论文 4 篇,硕士论文 24 篇,期刊及会议论文 120 篇 (见图 1)。

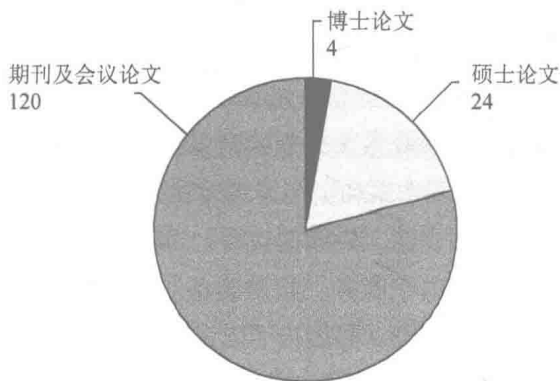


图1 文献的类型分布图

从发表的时间来看,2009年之前的研究较少,仅有5篇,2010年为7篇,2011年为14篇,2012年之后发表文献数量得到很大的提升:2012—2016年分别有21、23、25、24及32篇(见图2),可见“旅游新业态”研究正在得到专家学者的关注。为了更加准确地把握旅游新业态的研究进展及发展方向,对文献研究内容进行进一步归类整理。

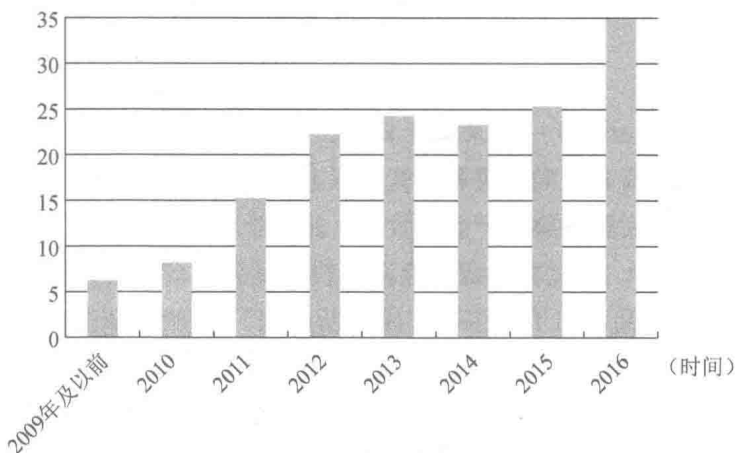


图2 文献的发表时间分布图

二、研究内容分析

(一) 旅游新业态的概念研究

旅游新业态一直是一个模糊的概念,学者们按照自己的理解对其做出了解释。杨玲玲、魏小安从旅游业的发展过程分析,认为在市场竞争的压力下,地区和企业会在传统的旅游业态中加入一些新的思路或内容,从而形成旅游新业态。谢慧颖认为旅游新业态出现在传统旅游业态之后,与传统业态相比在产品生产、经营与管理上有所创新。许豫宏认为旅游新业态即是根据时代的变化和时尚的变化,创造出能够满足游客心理、情感、审美享受的新产品。张文建从狭义和广义两个方面进行界定,认为狭义的旅游业态专指旅游企业或集团的经营形态;广义的旅游业态除此之外,还包括旅游业的结构类型和组织形态,表现在产业层面就是众多业种和业状。总体来看,目前尚未形成较为统一的概念,学者们对旅游新业态中的“新”的特点达成共识,其他内容则见解不一。

(二) 旅游新业态的分类研究

杨玲玲、魏小安分析了旅游新业态表现形式的多样性,将其分为市场型新业态、产品型新业态和经营性新业态。汪燕、李东和运用市场营销学理论将旅游新业态划分为全新型、改进型、换代型和仿制型旅游新业态。朱丽通过对江苏旅游新业态企业的研究,将旅游新业态具体划分为高端休闲、旅游电子商务、旅游装备制造、修学旅游、旅游养老、自助旅游、数字娱乐和旅游咨询服务等八类,并做出了发展建议。李太光等从旅游新业态产生的根本将其分类:一是旅游产业内各要素不断衍生分化的新业态;二是与现代服务业等第三产业交叉融合形成的新业态;三是与其他第一、第二产业进行融合渗透产生的新业态。

（三）旅游新业态的产生机制研究

郭峦基于生命周期理论对新旧业态做出了划分,提出处于成熟期(含成熟期)之前的业态被认为是旅游新业态,成熟期之后的属于旅游旧业态;并且认为某一旅游新业态是按一个不断上升和扩大的螺旋形曲线演进,呈现出概念—项目—产业的不断扩大的演进过程。旅游业态之所以会产生发展主要依赖于旅游行业的自身创新和外在驱动力影响。从旅游行业的自身创新方面看,冯学刚、于秋阳认为创意俗称“主意”,是科学、思维和艺术的完美结合。旅游业中加入创意元素,会进一步增强旅游产品的体验性和参与性。高柳珍、崔文娟以实景演艺《印象·刘三姐》为例,分析了文化产业、创意产业与旅游产业融合的业态创新。从外在驱动力影响方面看,任宣羽以攀钢为例,认为工业旅游是以工业企业及工业历史遗迹等为载体,在工业的基础上开发出来的新兴旅游产品。张勇分析了风电产业与旅游产业的融合互动方式,通过实证研究,探讨了“风电旅游”的深度开发策略。

（四）旅游新业态的发展动力研究

对旅游新业态的发展动力研究有助于今后更有效地促进旅游新业态的发展。汪燕、李东和提出旅游新业态形成的动力包括:市场需求变化的拉力,市场竞争的推力,科技进步的保障力,产业链延伸和相关产业渗透的辅助动力,产业转型升级压力。杨彦锋强调了以互联网技术为代表的信息技术是旅游新业态的主要驱动因素。张英华和刘雨涛则从人才培养的角度展开研究,认为适应旅游新业态发展的旅游人才是保障新时期旅游发展的重要力量。施紫娇认为旅游新业态的发展规律体现为行业内部创新和融合创新两个层次,两个层次的创新不断催生旅游新业态,相互影响、相互促进。陆晓清以网络游戏业与旅游业的产业融合为例,认为它们融合的动力主要源自科技创新、市场需求和经济管制。

三、研究的局限与展望

总体来看,通过这些研究,使得我们对旅游新业态有了一定的了解。然而,相对于实践的蓬勃发展,旅游新业态及其相关问题地研究还是相当少,相关研究还需在以下几个方面进一步深化和完善:

（一）完善旅游新业态基础理论

从前面的分析可以看出,旅游新业态的一些基本概念还未形成统一的观点,旅游新业态整个理论系统框架还未形成。有一些学者对业态类型进行了划分,但由于缺乏统一的分类标准,导致业态类型划分混乱。随着旅游业态的发展逐渐完善,规范旅游新业态概念,制定统一的新业态分类标准有着重要的意义,可以为市场的细分、产业发展方向的确定、引导业态向多样化和专业化方向发展、营造旅游业态发展环境等提供理论基础。

（二）注重旅游新业态实证研究

目前对于旅游新业态的研究更多地停留在概念性研究的层面或某一类型旅游新业态的微观研究视角,而对于某一地域旅游新业态的总体实证研究,特别是定量的研究开展得还很充分。

（三）重视旅游新业态发展对职业教育的影响

人才是旅游业持续、健康、稳定发展的基石。旅游职业教育，特别是高等职业教育应该如何契合行业的要求，适应和引领旅游新业态的发展，关系着旅游业的未来。目前，此类研究基本还是空白，亟待加强。

综上，旅游新业态研究的重要性已经形成了共识，相关的研究也正在如火如荼地开展。本研究团队力图在前人研究的基础上，厘清旅游新业态的相关理论，开展以江苏省为例的旅游新业态发展实证研究，并与旅游职业教育相结合，探讨教育教学改革的相关问题。

第二章 旅游新业态概念界定与产生动因

一、旅游新业态的概念界定

旅游新业态是一个全新的概念和研究领域，没有权威和统一的界定，但在旅游产业实际发展过程中，国内一些著名的旅游领域研究专家和旅游界实业人士对“旅游新业态”内涵和定义给出了一些比较有说服力的定义。在综合分析业界各种概念的基础上，本研究认为：旅游新业态是指旅游行业或企业为适应旅游市场需求的变化或者为了引导消费者的需求，从而在组织架构、经营模式、产品生产、服务方式等经营管理的各环节中加入新的因素，或对原有因素进行重新组合而产生的新的经营管理形式。

二、旅游新业态产生动因分析

马克思主义哲学告诉我们，事物的变化发展，离不开内因和外因。内因是关键，外因是条件。旅游新业态产生的动因也可以归纳为内驱力和外驱力两个方面。

（一）旅游新业态产生的内驱力

旅游新业态内驱力是指旅游行业（企业）本身主动创新、求变，研发新的旅游产品（旅游服务），搭建新的旅游组织模式，创造新的经营模式，开发全新的旅游市场，主动引导和创造旅游者新的消费需求。我们认为旅游新业态内驱力具有四个维度：

（1）投资收益的驱动力。旅游企业的经营受经济利益的驱动，投资的收益如何，对旅游企业至关重要。主动的创新能够开发全新的旅游资源，有效发掘并引导旅游者的需求，创造出新的行业（企业）增长点，给旅游行业（企业）带来新的旅游投资收益。

（2）行业领袖超越自我的精神力。行业领袖（企业家）不断超越自我，超越原有经营模式的创新精神，构成了旅游新业态内驱力的重要核心要素之一。超越精神是行业领袖（企业家）自我价值实现的最高需求，也是作为行业引领者必备的素质。

(3) 科学技术的促发力。旅游新业态的发展离不开科技的支持,科技的发展也促使旅游行业必须加以变革,以跟上时代发展的需要。

(4) 系统完善的内生力。某一系统随着演化发展的深入,系统内各要素之间必将产生互动,与系统外各要素的交互也会愈加频繁。旅游业作为一个开放的系统,在不断地自我提升,自我完善,其内生力表现为旅游企业间的协同行为、旅游企业内的自组织行为,以及产业集群与外界环境资源和能量的交互行为。

(二) 旅游新业态产生的外驱力

旅游新业态外驱力是指驱动产生旅游新业态的外部力量,包括不断扩大的旅游市场规模、日益激烈的旅游竞争等,总体而言,可以概括为以下四个方面:

(1) 市场需求的变化。随着经济水平的提升,旅游者也从过去的基本需求转向体验精神享受、深度体验,传统的观光旅游产品已经不能够满足旅游者的需求。城市的快节奏生活,使得许多城市工作者想逃离城市空间,希望回归自然,体验本色,放松身心。不同层次的消费者对体验经济时代的旅游体验产品也有不同层次的需求,为了适应和满足他们的消费能力和水平,要求旅游市场出现相应的旅游新型业态,因此满足旅游者需求的旅游体验和参与的旅游业态成了旅游企业寻求的开发新重点。

(2) 创新创业的氛围。大众创业,万众创新已经成为时代的主旋律。在这一大的语境下,旅游业领袖们和广大旅游从业者的创新激情也被再一次点燃,为旅游新业态的产生创造了条件。

(3) 现代科技的发展。科技的进步为旅游新产品的开发提供了有力的保障。随着时代的发展、社会的进步,科学技术的发展更是日新月异,尤其是网络信息技术的创造和应用,促发了“互联网+”的改革热潮,丰富了旅游的内容和种类,如互联网技术与旅游相结合形成的在线旅游,载人航天技术与旅游相结合形成的太空旅游等。科技的进步给人们的生活、学习、工作和休闲都带来了重大的变化,对经济运行和旅游运营方式也产生了深远的影响。技术的不断进步、创新和变革是旅游新业态产生的有力保障。

(4) 产业转型升级的需要。2014年5月习近平总书记在河南考察时指出,“我国发展仍处于重要战略机遇期,我们要增强信心,从当前我国经济发展的阶段性特征出发,适应新常态,保持战略上的平常心态”。自此,“新常态”成了当前重要的经济术语。经济发展“新常态”是指我国经济正从高速增长转向中高速增长,经济发展方式从规模速度型向质量效益型转变,经济结构从增量扩能向调整存量,做优增量并存的调整,是今后我国经济增长长期的“大逻辑”。旅游产业在这一大背景下也面临着产业转型升级,并进一步激发了旅游产业系统自身的完善与重构。

至此,我们可以用图3来表明内驱力与外驱力共同作用,推动旅游新业态产生与发展的过程。

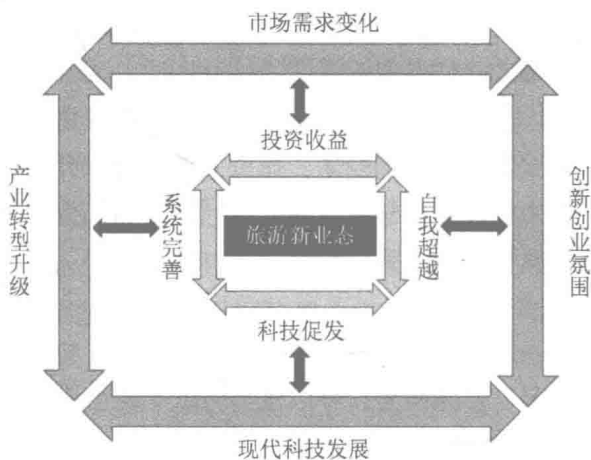


图3 旅游新业态产生的内外驱动力

第三章 旅游新业态分析的三维视角

对旅游新业态的分类，由于视角不同，分类的方式呈现较大的差别。我们认为旅游产业与其他产业相比，其边界弹性延伸的特质更为明显，因此我们从产业融合的角度，将目前的旅游新业态分为三种类型。并提出旅游新业态融合发展的趋势，即全域旅游的发展。

一、衍生重组型

传统意义上旅游行业“食、住、行、游、购、娱”的六大要素，在旅游行业内驱力和外驱动力的共同作用下，有的要素出现了内涵和外延上的衍生变化，不同要素之间也出现了互动，实现了重新组合，从而促发了旅游新业态。此类型的旅游新业态，可归纳为“衍生重组型”。

（一）旅游业要素的衍生发展

- （1）餐饮方面，如养生筵席、民族餐饮体验等。
- （2）住宿方面，如野奢酒店、租房旅游等。
- （3）出行方面，如游轮旅游、房车旅游等。
- （4）游览方面，如生态旅游、黑色旅游等。
- （5）购物方面，如DIY制作、文创产品等。
- （6）娱乐方面，如实景演出、高空蹦极等。

（二）旅游业要素的重新组合

“食、住、行、游、购、娱”六大要素根据某一主题、某一主线或某类人群的需求，

实现重新组合,超越常见的旅游业态,体现出新品位、新特点,带来新体验、新感悟。比如,主攻户外休闲旅游的“中华户外网”;立足亲子游的“大手牵小手俱乐部”等。

二、交叉融合型

旅游业属于第三产业。第三产业内,旅游行业与其他相关行业的互动、组合从而形成的新业态,属于交叉融合型。需要说明的是,按照目前我国《国家统计局关于印发〈三次产业划分规定〉的通知》(国统字〔2003〕14号)对产业的分类方法,第三产业是指除第一产业、第二产业以外的其他行业。所以流通业、服务业、信息业、文化创意业等也都属于第三产业的范畴。这就给旅游业与第三产业内其他业态的融合拓展了空间,比如旅游业与教育业的交叉融合形成了修学旅游,与医疗业的交叉融合形成了医疗养生游,与养老产业交叉融合形成了养老旅游,与信息业的交叉融合促发了智慧旅游的运用和普及等。

三、跨界渗透型

旅游业与第一产业(包括农、林、牧、渔业等)、第二产业(现代工业)的跨界渗透和融合,促进了这一类型旅游新业态的产生与发展。例如旅游业与农业的互动产生了乡村旅游、高科技农业体验游,与工业的互动产生了工业旅游,与房地产行业的渗透融合,产生了旅游地产的概念等。

综上,本研究从“旅游业自身要素发展变化”“旅游业与第三产业其他业态融合”“旅游业与第一、第二产业渗透”这三大维度入手,将旅游新业态划分为衍生重组型、交叉融合型、跨界渗透型三种类型,在下文的具体实证研究中还将以游轮高铁旅游发展、线上旅游业发展、乡村旅游发展这三种具体的新业态为切入点,探讨三类新业态各自发展的规律与趋势(见表1)。

表1 旅游新业态的三维视角分析表

划分维度 分析视角	旅游业内各要素发展	与其他服务业的融合	与非服务业的渗透
类型	衍生重组型	交叉融合型	跨界渗透型
具体案例	游轮高铁旅游发展	线上旅游业发展	乡村旅游发展

四、旅游业态复合发展新趋势——全域旅游建设

在2015年11月中央财经领导小组第十一次会议上,习近平总书记提出了“供给侧结构性改革”的概念,优化产能,调整经济结构,提高产品质量,实现要素最优配置,提升经济增长的质量和数量,成为我国经济发展的大趋势。旅游业的发展也是如此,从20世纪80年代的小旅游概念,到90年代的中旅游概念,再到进入21世纪以来的大旅游概念,随着时代的发展,业界对旅游业的认识越来越深入。近年来,“全域旅游”的提出和实施,正