

绿维文旅控股集团

绿维旅游开发运营系列丛书

# All-for-one Tourism Incubator

All-for-one Tourism  
in the Era of Independent  
Travelling

## 全域旅游孵化器

自主旅游时代的全域旅游



林峰◎著

中国旅游出版社

绿维文旅控股集团

绿维旅游开发运营系列丛书

# All-for-one Tourism Incubator

All-for-one Tourism  
in the Era of Independent  
Travelling

师范大学  
全域旅游孵化器

藏书

自主旅游时代的全域旅游

林峰◎著

中国旅游出版社

项目统筹：段向民

责任编辑：李志忠 孙妍峰

特约策划：王志联 罗晓楠

责任印制：冯冬青

---

### 图书在版编目 ( CIP ) 数据

全域旅游孵化器：自主旅游时代的全域旅游/林峰著；—北京：中国旅游出版社，2017.11  
(绿维旅游开发运营系列丛书)  
ISBN 978-7-5032-5884-8

I. ①全… II. ①林… III. ①旅游企业—企业孵化器—研究  
IV. ①F590.65  
中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第208563号

---

书 名：全域旅游孵化器：自主旅游时代的全域旅游

作 者：林 峰 著

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: [cttp@cnta.gov.cn](mailto:cttp@cnta.gov.cn)

营销中心电话：010-85166503

排 版：北京天韵科技有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京金吉士印刷有限责任公司

版 次：2017年11月第1版 2017年11月第1次印刷

开 本：700毫米×1000毫米 1/16

印 张：21.25

印 数：1~15000册

字 数：330千

定 价：69.80元

I S B N 978-7-5032-5884-8

---

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换

# 序

## 旅游，是解决我国社会主要矛盾最有效的工具

### 一、旅游将成为解决中国社会主要矛盾的重要抓手

十九大报告指出，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。我认为，旅游，就是解决这一主要矛盾最重要和最有效的产业和工具！

旅游生活是美好生活最重要的组成部分，大旅游范围内的旅行、休闲、郊野、运动、游乐、研学、养生度假、养老度假、避暑避寒避霾等，已经成为美好生活最重要的体现。旅游供给，包括景区旅游、休闲运动、度假生活、深度体验、多业态旅游消费等，是提供美好生活的主要供给侧改革与发展目标，而基于乡村小城镇、基于西部偏远山区的旅游开发，为解决不平衡不充分的发展，提供了最具操作性和效果的实施路径。特别是对于乡村振兴计划，休闲农业与乡村旅游，为乡村的发展提供了一、二、三产业融合，附加价值提升，生活水平与文明程度升级的最好路径！

中国开启新时代后，人民日益增长的美好生活需要，是我们服务的目标！什么是“美好生活”？从生老病死，到学习工作，再到八小时之外的旅游休闲度假，无所不包。而旅行、休闲、度假、郊野、养生、养老、运动等泛旅游都很好地体现了美好生活的追求，是最重要的美好生活的内容。

因此，如何做好旅游，是今后发展的重点课题！

**宜居、宜业、宜学、宜游、宜养的地方，才会成为美好生活的好地方！**

欢乐童年、亲子共享、休闲运动、假期享受、避暑避寒、养生养老，人的生命周期中，需要以旅游为核心，整合文化、运动、康养，形成家人共度、朋友共享、商业同乐的生活价值，这是今天中国社会最重要的需求。旅游休闲度假，是美好生活的二分之一，是美好生活的质量标准！

旅游也不仅仅是观光旅行，而是学习、工作之外的所有休闲活动。八小时之外的休闲，占生命的三分之二，周末与节假日达全年的三分之一，退休后的生活，休闲度假成为享老生活的重要组成部分！

生活美不美好，生活质量的标准是什么？关键在于有健康、有内容，丰富而充满内涵！

**中国的“不平衡不充分的发展”在哪里？大多集中在乡村、在小城镇、在中西部偏远山区！**

40年来，我们对乡村和小城镇的欠账太多，学生进城了、青壮年进城了，我们的乡村和小镇还停留在20年前的水平，产业支撑不够、城市配套不足，如何发展？东部发展了，沿海发展了，中部西部仍然比较落后，如何高速追赶？

**自主旅游时代的全域旅游，正是新时代解决不平衡不充分发展的新模式！**

休闲农业与乡村旅游，正是既满足人民对“美好生活”需求，又促进“不平衡不充分的发展”领域（建制镇与乡村）快速赶超的最好方式。乡村和小城镇，有乡村综合体与特色小镇的创新解决方案，其中，旅游是最重要的模式与手段。在西部、偏远山区与落后地区，恰恰保留了较好的生态，保留了美丽的风景、风俗与文化遗产，成为游客追逐的目标。依托旅游业发展西部偏远地区、山区和落后地区，成为当今中国不平衡不充分发展地区最好的路径选择！

“小康不小康，关键看老乡”。这句民谚，概括了中国在城镇化奔向

小康进程中的关键所在。农业、农村、农民，这“三农”问题，是中国建成小康社会的短板，中国是否能实现“两个一百年”目标，迈进小康社会，不只看城市，更应盯住农村。

十九大报告中首次提出“实施乡村振兴战略”，指出农业、农村、农民问题是关系国计民生的根本性问题，必须始终把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重。我认为实施乡村振兴战略是重大发展统筹抓手，特色小镇、田园综合体、美丽乡村建设、扶贫攻坚工程在这一战略下整合发展，可以说乡村振兴战略，是十九大与旅游关联的第一战略。

在党中央和国务院的顶层设计中，特色小镇、休闲农业与乡村旅游已经上升为国家战略。近年来，乡村旅游发展已经成为农村发展、农业转型、农民致富的重要渠道。乡村旅游是旅游精准扶贫的核心，是乡村振兴战略的重要抓手，在解决三农问题，拓展农业产业链、价值链，助力脱贫攻坚，城乡统筹建设等方面发挥了巨大的作用。而特色小镇、田园综合体作为当前社会的发展热点，兼顾了生态、生产、生活“三生合一”，不仅可以促进一、二、三产业融合发展，结合美丽乡村建设，对扶贫攻坚、全域旅游以及城乡一体化协调发展，也都起到积极作用。可以说乡村振兴战略的实施，将有利于在未来形成“村镇化”与“城镇化”的双轮驱动，加速区域经济的协调发展，使三大产业在城乡之间进行广泛渗透融合，城乡经济相互促进，为城乡协调发展提供坚强的物质基础，最终实现共同繁荣。

绿维文旅专注于创意休闲农业与乡村旅游度假领域的创新研究和乡村区域综合开发项目的运营，致力于以优质生态环境为依托、以大农业资源为基础、以品质乡村旅游为引导、以城乡一体化协调发展为目标，打造集“生态产业、现代农业、农产品DIY加工、乡村旅游、养生度假、休闲地产、创意文化”为一体的综合开发项目，包括文旅小镇、田园综合体、乡村旅游休闲度假区等，依托“旅游与特色小镇开发运营平台”，通过“全产业链全程联合孵化服务模式”和“旅游项目孵化器、全域旅游孵化器、特色小镇孵化器、运营IP孵化器”四大孵化器，以“规划设计”为核心，整合投融资、开发、建造、运营、人才培养、智慧旅游等资源，为项目提供从前期策划规划设计到后期运营管理咨询的全程服务，实现“创意经典、落地运营”的交钥匙工程，为新时代“美好生活”目标的实现和乡村振兴

战略的实施，贡献自己的力量。此外，绿维文旅与上市公司全域旅游产业扶贫联盟（简称“上扶联”，由中国扶贫开发协会博士后扶贫工程中心管理）合作，形成了全域旅游背景下以上市公司为主的“农业+”产业链扶贫整体解决方案。

## 二、自主旅游时代已经到来

随着人们旅游消费观念的不断成熟，以及移动互联和智能科技的不断崛起，以主题化、定制化、圈子化、小众化、深度化、随意化为特征的自主旅游开始兴起并受到追捧。自主旅游时代已经到来！旅游者标榜个性、追求自主、渴望深度互动参与的需求，必将带来旅游供给端的改革。因此，基于这一时代背景，全域旅游必将顺应新趋势，从旅游供给侧改革的角度，通过商业模式的创新、旅游产品的丰富、产业结构的调整，催生出不同于以往任何一个时代的新产品、新业态、新模式和新架构！

自主旅游将带来全域旅游的新商业体系。提供旅游导览服务的不再仅仅是导游，那些对当地文化、习俗、生活方式有足够了解的当地居民，将成为最好的“导游”；吸引人们前往旅游目的地不再仅仅是景区、主题公园等传统的投资巨大的旅游产品，一位艺术家经营的民宿或是一对归国回来的夫妻打造的亲子乐园，或许都将成为旅游者前来的理由……

自主旅游将带来全域旅游的新共享体系。基于全域的开放式、交互式系统，房、车、人、资本等越来越多的要素将被纳入共享体系，资源的利用效率将大大提升。

自主旅游将带来全域旅游的新智慧体系。AI、AR 和 LBS 技术的应用，大大提升了旅游者“自主性需求”实现的可能性。行前通过手机 APP 就可以解决线路推荐和在线购买；行中，移动互联网、AR 和 LBS 助力游客随时随地的在线购票、分享推送、虚拟拍照、实景增强、虚拟导航、游戏体验等；“行后”游客可以在线评论、线路推荐、在线分享等。

自主旅游将带来全域旅游的新营销体系。自主旅游时代，结合新媒体，人人都是营销者，处处都是营销点。基于 LBS 的精准营销、基于 AR 的虚拟营销、“网红+直播”式的粉丝营销，旅游目的地可以一夜之间爆红，也可以因为一个负面新闻而被全民口诛笔伐。

### 三、迎接全域旅游新时代

十九大之后，全域旅游有了更好的发展基础与社会条件！自主旅游时代，全域旅游需要不断的创新理念与模式！

全域旅游不仅仅是区域的全覆盖，还在于更加有效地用产业带动偏远区域、落后区域等的经济社会发展，提供供给的升级。自主旅游时代的全域旅游，还需要更加善于运用现代科技，运用移动互联网，结合城市居民快速提升的美好生活需求，以此来努力解决美好生活需求与不平衡不充分的发展之间的矛盾！

#### 全域旅游是创新的理念！

社会上对全域旅游的误读很多，我认为，全域旅游，不是一个望文生义的概念，而是一种中国特色的工作理念与整合推进模式。

首先，全域旅游是一种创新的、适应中国国情的理念，我们必须转变思维方式，跟上这一趋势。李金早局长十分清晰地表达了九大转变，在此不再赘述。其次，全域旅游是一种工作模式的转变，主要是由党政一把手亲自抓，构建旅游主导下的行政资源整合、产业整合、运营模式整合。

要实现这两个方面的转变，前提是要有全域旅游的顶层设计。好的顶层设计，要把一个县（市）的产业发展逻辑，落地的吸引核项目，休闲聚集与夜间留客项目，可持续经营的项目策划、规划、设计出来；需要给出政府如何动员包括财税、人力、渠道、金融、行业等各种资源的方案；需要将全域旅游下的公共工程及公共服务结构转变为可实施的项目；需要给市场化的产业项目定好位，拿出招商引资、合作开发的办法。

自从李金早局长正式提出将“全域旅游”作为我国新时期旅游发展的创新模式和思路后，绿维创景成立了全域旅游专项课题组，围绕全域旅游，从全域旅游的架构、全域旅游的项目化、全域旅游落地运营、“全域旅游+PPP”、“全域旅游+基金”等方面进行了深入研究，并通过对数十个全域旅游规划项目的编制研讨，在全域思维、基础支撑、发展架构、核心理念、运营模式、服务体系等方面形成了一系列研究成果和服务模式，并产生了一批以全域思维打造的创新案例。

全域旅游是一种全社会发展理念，是在新阶段、新理念、新思维方式



下，解决如何运用旅游产业工具，推动社会发展达到高境界的推手。因此对任何一个政府而言，如何有效运用这个推手，推动社会发展进步，实现社会经济发展和文明结构转化，才是真正的全域旅游发展目标，而不仅仅是追求 GDP，追求游客带来的直接经济效益。

全域旅游从不同的角度看，可形成不同的层次：

第一个层次，从社会文明的角度看，全域旅游是城市文明，是社会发展的思维方式；

第二个层次，从区域经济发展的角度看，全域旅游是区域综合发展下，以区域经济结构为主导的发展方式；

第三个层次，从以旅游业为主导的多产业角度看，全域旅游是以旅游为主导的产业融合与产业带动方式；

第四个层次，从旅游产业本身的角度看，全域旅游是旅游产业本身的一种发展方式；

第五个层次，从旅游产品的角度看，全域旅游要推动旅游产业中的产品如公共服务设施、通道结构、服务环境等的发展。

**最重要的在于，全域旅游必须落地运营！**

绿维文旅认为，做全域旅游应立足地方旅游发展条件和所处阶段，以市场为导向，破除求全思维，立逻辑，找抓手，达目标。

对不同区位、不同先天资源、不同发展阶段的区域，全域旅游建设的工作重点、方法思路、实现周期、难易程度肯定有所不同。做全域旅游定要打破“全”的概念，寻找突破点和发展重点。

首先，对游客和本地休闲消费客群而言，一个地方的全域旅游是否具有吸引力，核心仍在于有没有符合市场需求、能吸引消费者的旅游吸引物。因此全域旅游的开发必须立足于自身特点，从市场需求出发，开发相应的旅游产品。目前的旅游市场越来越细分、越来越多元化，旅游目的从单一的观光为主，升级为观光、休闲、度假并存的多元结构；对旅游出行组织方式的需求，从组团为主转化为自助、自驾、组团相结合；旅游人群也开始划分为儿童、学生、情侣、家庭和老年等专项市场；旅游者的行为举止变得极富个性，只有充分研究目标旅游市场的特征，才能开发出畅销的旅游产品。

其次，全域旅游应该在适合旅游开发的区域内，立足地域特色，充分利用“旅游+”的手段，实现有针对性的产品的创新。全域内定有非旅游开发区，全景中定有非景观建设区，不惜血本的全域旅游开发、全景化不符合经济社会发展要求和规律。在全域范围内，应寻找适合发展旅游的关键节点，通过“旅游+”的手段，把旅游和不同产品业态进行创意组合，形成满足市场需求的有效供给。因此，“旅游+”是手段、工具和方法，是政府做全域旅游的关键所在。

全域旅游发展的时代已经来临，需用创新理念、创新业态、创新产品去推进落地规划。本书的内容，是绿维文旅2016年年初至今关于全域旅游研究和实践的部分成果，基于以上五个层次的理解，绿维文旅响应国家旅游局号召，承担数十个全域旅游规划项目，从全域思维、基础支撑、核心理念、发展架构、运营模式、服务体系等方面总结出一套全域旅游创新观念。

期望本书的出版，可以抛砖引玉，共享成果，携手共绘中国旅游蓝图！



2017年11月

# 目录

## 第一篇

全域旅游  
政策与实践

### 第一章

全域旅游发展背景与政策解读·····3

### 第二章

我国全域旅游发展实践·····53

### 第三章

绿维全域旅游新解读·····83

### 第四章

绿维全域旅游“325”架构·····89

### 第五章

自主旅游时代概述·····97

### 第六章

自主旅游时代的全域旅游创新思路·····108

## 第二篇

绿维  
全域旅游观

## 第三篇

自主旅游时代  
的全域旅游创新

	<b>第七章</b>	
	全域旅游规划体系探索·····	125
	<b>第八章</b>	
	全域旅游的系统整合·····	129
	<b>第九章</b>	
	旅游基础设施与公共服务设施的建设 提升路径·····	143
	<b>第十章</b>	
	全域旅游的投融资模式·····	152
	<b>第十一章</b>	
	全域旅游的体制创新·····	171
	<b>第十二章</b>	
	绿维“全域旅游孵化器”解读·····	177
	<b>第十三章</b>	
	全域旅游下的“旅游项目管理”探索·····	187
	<b>第十四章</b>	
	绿维全域旅游典型案例·····	199
	<b>第十五章</b>	
	池州全域旅游发展规划·····	208
	·····	295
	<b>附录一</b>	
	全域旅游示范区创建工作导则·····	299
	<b>附录二</b>	
	绿维文旅：中国旅游与特色小镇 开发运营 O2O 平台·····	310
<b>第四篇</b>		
绿维全域旅 游规划探索		
<b>第五篇</b>		
绿维全域旅 游的孵化体系		
<b>第六篇</b>		
绿维全域 旅游案例篇		
<b>参考文献</b>		
<b>附录</b>		

# 第一章 全域旅游发展背景 与政策解读

## 第一篇

## 全域旅游政策与实践

### 第一节 全域旅游的发展背景

#### 一、旅游业发展现状与问题

##### (一) 旅游业发展现状

我国正处于经济社会转型升级的关键时期，旅游产业作为国民经济的重要支柱产业，对促进经济结构调整、扩大内需、增加就业、提升人民生活水平等方面发挥着越来越重要的作用。2016年中国旅游市场继续保持高速增长，全年国内旅游总人次达40.36亿，同比增长10.36%。与此同时，旅游业也面临着转型升级、提质增效、提升服务品质、增强国际竞争力等一系列挑战。2016年中国旅游市场继续保持高速增长，全年国内旅游总人次达40.36亿，同比增长10.36%。与此同时，旅游业也面临着转型升级、提质增效、提升服务品质、增强国际竞争力等一系列挑战。

2016年中国旅游市场继续保持高速增长，全年国内旅游总人次达40.36亿，同比增长10.36%。与此同时，旅游业也面临着转型升级、提质增效、提升服务品质、增强国际竞争力等一系列挑战。

2016年中国旅游市场继续保持高速增长，全年国内旅游总人次达40.36亿，同比增长10.36%。与此同时，旅游业也面临着转型升级、提质增效、提升服务品质、增强国际竞争力等一系列挑战。

## **第一章**

全域旅游发展背景与政策解读

## **第二章**

我国全域旅游发展实践

# 第一章 全域旅游发展背景 与政策解读

## 第一节 全域旅游的发展背景

### 一、旅游业发展现状与困境

#### (一) 旅游业发展现状

我国正处于经济社会发展的重要战略机遇期，提升旅游产业竞争力有利于增强我国综合竞争力、调整产业结构、扩大消费需求。我国旅游业经过黄金十年，发展势头持续强劲，市场规模稳步扩大，据联合国世界旅游组织测算，2016年中国旅游业对GDP综合贡献达11%，对社会就业综合贡献超过10.26%，与世界平均水平持平。2016年全年，我国旅游经济实现了较快增长，大众旅游时代使市场消费基础更加扎实，产业投资和创新更加活跃，经济社会效应更加明显，旅游业成为“稳增长、调结构、惠民生”的重要力量：国内旅游超过44.4亿人次，比上年同期增长11.0%；入出境旅游超过2.6亿人次，比上年同期增长3.9%；全年实现旅游总收入4.69万亿元，增长13.6%。

据《2016—2017中国旅游消费市场发展报告》统计，当前，国内旅游人均花费增长到880元/年，旅游产品销售也加入到以采购电器、服装、生活用品为主体的“双十一”促销战中，成为人们日常常态的消费对象，家庭旅游占比达60%，好友组织的出行占比在20%左右。自由行成为主要出行方式，自驾游、乡村游持续升温，带动全域旅游示范工作顺利开展。当前国内、入境、出境旅游三大市场的自助游客比例分别为93%、82%、61%。国内自驾游、乡村游等旅游形式成为民众出游的常态。

2016年12月14日，国家发改委与国家旅游局联合发布了《关于实施旅游休闲重大工程的通知》，旨在引导和完善社会资本参与旅游基础设施和公共服务体系。在一系列利好政策的支持下，2016年我国旅游投资达到12997亿元，同比增长29.04%，高出全国固定资产投资增速21个百分点（详见图1-1）。其中，民营旅游投资积极性高涨，占到旅游投资总额的59%。

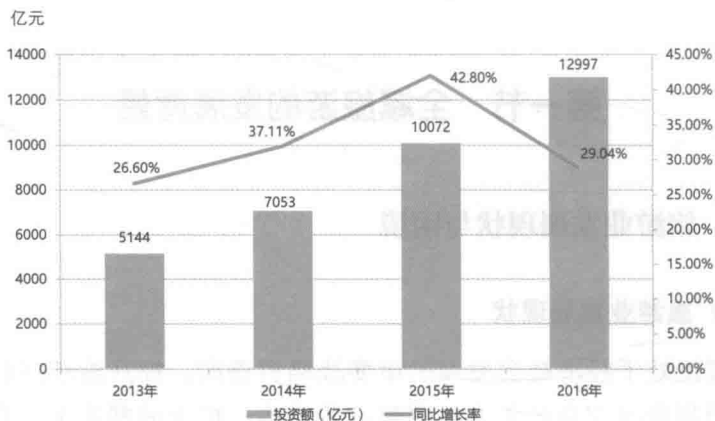


图 1-1 我国旅游业近四年投资额情况

## （二）旅游业发展存在的困境

旅游是一个涉及综合开发的复杂系统，从顶层设计，到开发建设、持续运营，涉及规划服务商、投资商、开发商等角色的有效沟通，涉及多要素、多类型、多载体的统筹考虑。基于旅游业的复杂性，在全域旅游的快速推动下，旅游开发快速增长的同时，也出现了很多问题，我们将其归纳为“三大脱节，四大分离”，详见图1-2。



图 1-2 旅游业发展困境



从规划服务商角度看，多年来规划设计一直很难落地，被戏称为“墙上挂挂”，很多设计院在做规划方案时，并没有考虑人流、现金流、销售等运作层面的问题，造成顶层规划与运营脱节；从政府投资与市场需求角度看，政府不断推动旅游投资，但背后是否有足够的市场需求，消费者买单与否是关键；从企业投资与回报角度看，大多数都是在靠地产、行政力量等因素实现回报，而依靠现金流支撑回报的较少，能够达到8%以上收益率的旅游项目更是少之又少，投资与回报之间并没有很好衔接。除此之外，在旅游项目开发过程中也存在着“四大分离”问题。即旅游规划设计、旅游投资、旅游开发建设、旅游运营四个阶段之间的相互分离。首先，如今各行各业的投资者都在转型投资旅游业，但他们对旅游目标定位、旅游产品规划设计、旅游建造、旅游项目管理等旅游开发过程并不熟悉；其次，大部分旅游投资者并不具备运营能力与基础；再次，大量的建造商并不知道如何营造特色主题，如何建造旅游特色景观，造成设计与施工分离；最后，仍然是旅游规划设计与旅游运营分离。

目前，我国旅游业经过几十年的长效发展，已经具备了一定的实践基础。但是，就现实来讲，还普遍存在产业导向机制僵硬、产业要素资源分散、产业链条单一、旅游产品同质化竞争及旅游形象宣传不足等多种问题。

## 二、自主旅游时代的到来

改革开放近40年来，我国旅游业经历了从无到有、从小到大的发展过程。随着我国人均GDP的不断增长，旅游业已进入休闲度假时代，人们的生活方式与旅游方式发生很大变化，人均出行次数不断增加，自助游达到93%，自驾游超过60%。传统的以点为特征的景点旅游模式，已不能满足现代旅游发展的需要，这就要求旅游业必须要从景点旅游模式向全域旅游模式转变。

新常态之下旅游正处在一个承上启下的重要阶段，随着社会经济的不断发展和人们消费能力的提高，缺少自主空间的跟团旅游与同质化的景区景点已经不能满足人们出游的需求，旅游者开始呼唤更高品质、个性化、原生态的旅游产品，并且对旅游产品的关注点已从价格逐步转变为品质，更加倾向于自主选择的个性化旅行。人们的旅游方式正在从观