

2017年海南大学科研团队培育项目（项目编号：hdkytg201707）

2017年度国家社科基金项目（项目编号：17BGL117）

2018年海南省自然科学基金项目（项目编号：718MS035）资助出版

产业融合背景下的 旅游创新业态发展研究

耿松涛 宋蒙蒙 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

2017年海南大学科研团队培育项目（项目编号：hdkytg201707）

2017年度国家社科基金项目（项目编号：17BGL117）

2018年海南省自然科学基金项目（项目编号：718MS035）资助出版

产业融合背景下的 旅游创新业态发展研究

耿松涛 宋蒙蒙 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

产业融合背景下的旅游创新业态发展研究 / 耿松涛, 宋蒙蒙著. —北京: 知识产权出版社, 2018. 5

ISBN 978-7-5130-5494-2

I. ①产… II. ①耿… ②宋… III. ①旅游业—创新管理—研究—中国 IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 058658 号

责任编辑: 刘 江

责任校对: 潘凤越

封面设计: 张国仓

责任出版: 刘译文

产业融合背景下的旅游创新业态发展研究

耿松涛 宋蒙蒙 著

出版发行: 知识产权出版社 有限责任公司 网 址: <http://www.ipph.cn>

社 址: 北京市海淀区气象路50号院 邮 编: 100081

责编电话: 010-82000860 转 8344 责编邮箱: liujiang@cnipr.com

发行电话: 010-82000860 转 8101/8102 发行传真: 010-82005070/82000893

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司 经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

开 本: 720mm×960mm 1/16 印 张: 18

版 次: 2018年5月第1版 印 次: 2018年5月第1次印刷

字 数: 266千字 定 价: 68.00 元

ISBN 978-7-5130-5494-2

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

序

产业融合作为一种扩散性的技术创新，产生了许多新的产品和服务，开拓了新市场，促进产业的共同繁荣，有利于资源的优化整合和产业结构的转型升级。人们通过产业融合，从产业缝隙中寻找新的经济增长点，延长产业链，拓展产业空间。产业融合，成为一种普遍的经济现象。

旅游业与第一、二、三产业不断融合，催生了很多新的业态，而且旅游业还会依据消费者多元化的需求，不断创新旅游产品与经营业态，对传统产业结构进行调整，以实现转型升级和提质增效。在新技术、新观念的推动下，会展旅游、红色旅游、乡村旅游等多种形式的旅游新业态不断涌现。

2009年年底海南国际旅游岛建设上升为国家战略，海南旅游的发展进入新时期。为全面贯彻五大发展理念，进一步深化供给侧改革，提高海南旅游供给体系的质量，推动经济发展的质量变革、效率变革、动力变革，海南“十三五”规划中提出重点发展以旅游业为首的十二大重点产业。同时为推进海南旅游转型升级、破解海南旅游发展难题，海南作为国内首个创建全域旅游示范省，需要不断创新海南旅游发展业态，推动旅游业向更高层次转型。

海南旅游发展具有得天独厚的优势和条件，拥有良好的生态环境、全国最大经济特区和国际旅游岛等重大优势。为加快推进海南国际旅游岛建设，提升旅游国际化水平，海南在传统观光旅游的基础上，充分发挥海南自身的优势，通过加大适合海南省情的会奖旅游、医疗旅游等优势旅游产品的供给，实现全省旅游设施、经营管理和服务水平、国际知

名度、美誉度进一步提高，旅游产业的特色、质量和效益全面提升，旅游富民成效不断显现。旅游创新业态的发展更有助于建设经济繁荣、社会文明、生态宜居、人民幸福的美好新海南，有助于将海南打造成为中国旅游业改革创新试验区和世界一流的海岛休闲度假旅游目的地。

耿松涛博士是我校引进的优秀青年教师，长期从事旅游创新业态方面的研究，已发表学术论文50余篇，并先后出版会奖旅游、医疗旅游、旅游装备制造等主题的多本学术专著，其中《中国医疗旅游发展研究：理论创新与实践探索》荣获海南省第九次社科优秀成果二等奖；主持国家社科基金项目1项以及海南省社科基金、海南省自科基金多项。其担任负责人的“旅游创新业态科研团队”在2017年被海南大学遴选为学校重点培育的科研团队，是获批的8支队伍中唯一一支经济管理学科团队。

本书对旅游创新业态中会奖旅游、医疗旅游、文化旅游、乡村旅游、温泉旅游、森林旅游、体育旅游、婚庆旅游、邮轮旅游和房车露营旅游等10个主要业态进行相关文献整理与分析，在回顾国内外相关理论成果的基础上，结合海南国际旅游岛各旅游业态的发展情况，研究产业融合下新业态的创新培育与健康发展。

耿松涛、宋蒙蒙的新著《产业融合背景下的旅游创新业态发展研究》即将付梓，作为学院领导，希望其带领的科研团队在旅游创新业态的科研道路上坚定走下去，能够多出优质的研究成果。

是为序。

海南大学旅游学院院长 韦开蕾教授

2017年11月于海南大学东坡湖畔

前 言

随着消费经验日趋丰富，旅游者对旅游产品更加挑剔。他们不仅仅满足于单纯的旅游观光，而是开始享受体验式旅游，切身参与到旅游目的地活动项目中。过去相对单一的观光游开始逐渐往深度体验游转变。旅游产业具有关联度高、综合性强的特点，正好促进旅游业与其他产业的融合发展，开始进入旅游业态创新发展的新阶段。旅游创新业态是指旅游产业在发展过程中，融合其他产业，应用新的模式或转变新的内容，逐步完善、改进和深化、转型、升级旅游产业，创造出不同于传统旅游产业的新业态，促进旅游业可持续发展。

国家旅游局抽样调查结果显示，2017年上半年，国内旅游人数达到25.37亿人次，比2016年同期增长13.5%，旅游增长速度远远超过预期。随着旅游人数的不断增长，多样化、精细化的旅游需求日益凸显。为了更好地满足市场需求，丰富旅游产品，促进旅游业态创新可持续发展，2016年年底国家颁布的《“十三五”旅游业发展规划》明确提出，要推进业态创新，拓展新领域；2017年6月国家旅游局发布的《全域旅游示范区创建工作导则》（以下简称《导则》）提出“坚持融合发展、创新发展，丰富旅游产品，增加有效供给”的指导意见。

旅游业态创新是我国旅游市场持续发展的动力，是旅游经济和产业转型升级的重要方式。海南省作为国际旅游岛、全国最大的经济特区，拥有巨大的旅游需求潜力，一方面要积极响应国家颁布的文件规定，另一方面必须进行旅游业态的创新，以顺应旅游市场竞争日益激烈的需要，获得更多的竞争优势，满足市场需求变化。海南省经济发展的主

导产业是旅游业,海南对旅游业态创新发展十分迫切,需要时刻关注旅游行业的发展动态,了解旅游者的心理需求,结合海南省丰富的自然资源、浓厚的文化资源以及国家政策支持的优势等条件,将旅游产业与其他产业融合发展,创新出多种多样的旅游业态,丰富旅游细分市场。此外,还应该《导则》大思路指导下,利用“旅游+”的发展理念有力促进产业体系化发展,丰富产品供给,并通过融合创新业态,如温泉旅游、会展旅游、医疗旅游等,促进海南旅游业态创新发展。

当前海南省发展旅游创新业态的景区还存在诸多问题,如景区规划建设资金匮乏,基本设施建设不完善甚至是落后状态;组织结构冗杂、管理职责混乱;宣传推广不到位,缺乏品牌形象意识;旅游从业人员专业素养较低,服务质量低下等,所以还需要花费更多的精力去分析其中缘由并找到相应的解决办法,促使海南旅游业往更好的方向发展。

现有的对海南国际旅游岛创新业态的研究比较匮乏,缺少完整的理论研究以及创新业态分析。以往的研究还只是停留在对新型业态的描述、归纳、总结上,缺少实质性分析研究,不具有普遍性和实际可操作性,不利于海南创新业态的发展。所以,本书编排的初衷就是希望能够系统地研究归纳国际旅游岛发展起来的多种旅游创新业态的情况,为读者提供有价值的研究参考。

本书在梳理前人对旅游创新业态研究的基础上,有针对性地研究海南国际旅游岛10种旅游创新业态,分别为:会奖旅游、医疗旅游、文化旅游、乡村旅游、温泉旅游、森林旅游、体育旅游、婚庆旅游、邮轮旅游和房车露营旅游,并以此为据分为10章。每章内容大体上从四个方面进行阐述:第一部分为概念研究,对相关旅游业态进行定义和内涵分析,描述其发展的背景意义,并回顾国内外相关理论研究成果。第二部分为发展现状描述,深入探究海南创新业态发展的资源条件、政策条件、社会环境,以及典型代表的发展状况。第三部分是分析海南在发展创新业态时所面临的问题,通过实地调研、访谈、查阅文献资料等方式寻找海南创新旅游业态中存在的亟须解决的问题。第四部分是实践进路研究,针对第三部分提出的发展中遇到的问题,通过寻找有效措施来解

决问题或提出相应的建议对策，以便让海南旅游产业更长远更健康地发展。此外，部分章节还插入了国内外旅游发展的典型案例，给海南省的旅游创新业态发展提供建设性的参考，同时也帮助读者更好地理解本书内容。

本书提出的发展问题和实践进路，具有较高的理论价值和实践指导意义，希望能给读者带来启示和指导作用。

本书的编撰由海南大学旅游学院师生参与完成，由于时间和能力有限，内容方面难免存在遗漏和不足之处，还请广大读者批评指正，以共同推进本研究的不断完善和提高。

目 录

第一章 会奖旅游.....	1
第一节 会奖旅游的概念和特性	1
第二节 会奖旅游国内外发展经验	5
第三节 海南省创新业态之会奖旅游发展	10
第四节 海南省会奖产业发展存在的关键问题	16
第五节 海南会奖旅游发展的政策建议	19
第二章 医疗旅游.....	26
第一节 医疗旅游发展回溯	26
第二节 境外医疗旅游发展经验与启示	32
第三节 海南医疗旅游发展的现状	41
第四节 海南医疗旅游发展存在的问题	43
第五节 海南医疗旅游产业发展对策	46
第三章 文化旅游.....	50
第一节 文化旅游国内外研究概况	50
第二节 海南文化旅游产业现状分析	61
第三节 海南文化旅游业发展瓶颈	67
第四节 文化旅游发展对策	68
第四章 乡村旅游.....	75
第一节 乡村旅游的概念及内涵	75
第二节 国内外乡村旅游发展现状	79
第三节 海南乡村旅游概况	83
第四节 海南乡村旅游发展对策	87
第五节 海南乡村旅游产品设计开发	92

第五章 温泉旅游	102
第一节 温泉旅游的理论演进	102
第二节 国内外温泉旅游典型案例	106
第三节 海南温泉旅游发展现状	116
第四节 海南温泉旅游发展存在的问题	119
第五节 海南温泉旅游产业发展对策	121
第六章 森林旅游	127
第一节 森林旅游的理论探索	127
第二节 海南森林旅游发展现状	129
第三节 海南森林旅游发展存在的问题	143
第四节 海南森林旅游产业发展对策	150
第七章 体育旅游	161
第一节 体育旅游发展与回顾	161
第二节 海南体育旅游开发条件	172
第三节 海南体育旅游发展存在的问题	175
第四节 海南体育旅游发展对策	180
第八章 婚庆旅游	186
第一节 婚庆旅游的理论探索	186
第二节 海南婚庆旅游发展现状	187
第三节 海南婚庆旅游发展存在的问题	202
第四节 海南婚庆旅游产业发展对策	206
第九章 邮轮旅游	212
第一节 邮轮旅游定义及国内外研究	212
第二节 邮轮旅游产业发展必备条件	218
第三节 海南邮轮旅游发展现状	222
第四节 海南邮轮旅游面临的问题	224
第五节 海南邮轮旅游发展对策	231
第十章 房车露营旅游	237
第一节 房车与房车旅游理论演进	238

第二节 国内外房车旅游研究进展及经验	241
第三节 海南房车露营旅游发展现状	246
第四节 海南房车露营旅游发展策略研究	251
结 语.....	259
参考文献.....	263

第一章 会奖旅游

第一节 会奖旅游的概念和特性

一、会奖旅游

会奖旅游，即会展及奖励旅游，包括四个组成部分：会议（Meeting）、奖励旅游（Incentive）、大会（Convention）、展览（Exhibition），国际上简称为MICE。会奖旅游以规模大、时间长、档次高和利润丰厚等突出优势，被认为是高端旅游市场中含金量最高的部分。会展旅游是会展经济的重要组成部分，产品以会展为中心构成，但可以整合多种资源形成多种产品，会展的参与者即是会展旅游的客源。

据世界权威国际会议组织（ICCA）统计，每年度全球举办的参加国超过4个，与会宾客超过50人的各种国际会议达40万个以上，会议总产值约达2800亿美元。

近年来，国内关于会奖旅游的研究逐渐增多。刘伟（2015）^①通过构建评估会奖旅游经济效应指标体系来研究会奖旅游的区域经济效应，并且针对体系中的每个指标如何测量会奖旅游经济影响进行具体分析。耿松涛和王琳（2015）^②从宏观层面、中观层面、微观层面三个不同视

① 刘伟. 会奖旅游区域经济效应评价指标建构研究[J]. 商业经济, 2015(5): 90-92.

② 耿松涛, 王琳. 我国会奖旅游发展的影响因素及动力机制研究[J]. 经济研究参考, 2015(69): 93-100.

角分析了我国会奖旅游发展的影响因素,从推动型动力因素与支持型动力因素两个视角解析了我国会奖旅游发展的动力机制。常玮洪和陈礼勇(2016)^①运用层次分析法计算影响北京会奖旅游业发展的各因素的权重。

张红和郝庆智(2009)^②提出在会奖旅游市场开发中应充分研究分析会奖旅游主体人群的特点及需求,开发可替代性旅游产品。王春才(2015)^③通过数据调查分析北京会奖旅游发展存在的问题,并提出应从完善管理体制、规范市场行为、优化旅游环境、加强人才培养、加快会奖旅游产品创新、建立会奖旅游统计标准方面提出提升会奖旅游的举措。孟铁鑫(2016)^④研究发现当前我国高校会奖旅游教育中存在的人才培养基础理论研究薄弱、培养结构单一、培养模式理论化等问题不利于培养具有全面的品质素养、复合的知识结构、多元的实践能力等特征的会奖旅游人才。卢凤荣(2017)^⑤认为传统的会奖旅游产品已经不能满足客户的需求。会奖旅游产品设计必须注重创意主题的体验、虚实结合的环境体验、惊险刺激的旅游产品的体验、参与性活动的体验、体贴入微的服务体验等以满足消费者的需求。

① 常玮洪,陈礼勇.基于AHP北京会奖旅游影响因素的综合评价[J].甘肃科学学报,2016,28(4):141-146.

② 张红,郝庆智.可替代性旅游在会奖旅游市场开发中的运用研究[J].旅游论坛,2009,2(5):752-755.

③ 王春才.北京市会奖旅游发展的制约因素及破解路径[J].城市问题,2015(6):41-45.

④ 孟铁鑫.会奖旅游教育的制约因素及培养模式构建[J].劳动保障世界,2016(32):79-81.

⑤ 卢凤荣.体验经济时代会奖旅游产品设计策略[J].现代经济信息,2017(2):371.

此外,国内学者刘红霞(2015)、^①唐彩玲(2013)、^②叶娅丽(2012)^③等分别对海南、云南、四川等地的会奖旅游发展做出深入分析。而在国外,关于奖励旅游的研究多集中在人力资源管理方面,他们多把奖励旅游作为企业的管理手段以“凝聚企业向心力、提高生产力、塑造企业文化”。旅游企业对奖励旅游的研究则集中在奖励旅游的策划与组织上,从奖励旅游专业网站中(如泰国奖励旅游网站、日本奖励会议旅游网站等),可以发现大量成功的奖励旅游案例,这些案例渗透着丰富的奖励旅游理念。

中国自2002年正式提出会奖业概念以来,会展经济取得长足发展。中国会奖旅游市场正以每年超过20%的速度增长,会奖旅游市场的游客占全国游客的39.9%。商务旅游市场发展潜力惊人,规模已经达到法国、德国等欧洲主要国家水平。预计到2020年,中国商务会奖旅游市场将增长5倍,从而成为世界第三大商务旅游市场。会奖旅游发展势头迅猛,目前正迅速成为中国旅游业中举足轻重的力量,并展现出良好的发展前景。

二、会奖旅游的特性

会奖旅游除了具备季节差异小、消费水平高、组团规模大、经济效益好等会展旅游的特点外,还显示出自身鲜明的特点,高档次、高消费、高要求是会奖旅游的首要特点。

(1) 参加者首先必须通过企业特定的审核资格,一般来说,他们都是企业的优秀员工和业务骨干或者是贡献很大的经销商、拥有忠实品牌认知度的客户。其次,一个会奖旅游团往往就是一个高消费旅游团。

^① 刘红霞.海南会奖旅游发展现状及对策研究[J].中外企业家,2015(1):236-238.

^② 唐彩玲,谢洪忠.云南会奖旅游资源优势及开发策略研究[J].现代商业,2013(36):45-46.

^③ 叶娅丽.四川旅游发展对策研究——以会奖旅游为例[J].改革与战略,2012,28(3):132-134.

据统计,一个豪华会奖旅游团的消费通常是一个普通旅游团的5倍。最后,会奖旅游通常需要提供会奖旅游业务的专业公司来为企业“量身定做”,使会奖旅游活动中的计划与内容尽可能地与企业的经营理念和管理目标相融合。因此,这无论对会奖旅游产品本身,还是对设计这些旅游产品的专业公司都提出了较高的要求。

(2) 会奖旅游是企业文化的一部分,会奖旅游不仅是企业的公费旅游,更是企业的公务旅游,它是把办理公务事项作为活动的主要目的,寓旅游于公务之中。在会奖旅游的过程中穿插着会议、培训、教育等活动,有的放矢地显示内部营销的组织性和亲和力,从而有利于增强员工对企业文化和使命的认可,有助于增进员工或同事之间的沟通和友谊。

(3) 目的是激励企业员工。研究管理问题的心理学家在经过大量调查和分析后发现,把旅游作为奖品来奖励员工、客户时,其所产生的积极作用是金钱和物质奖励远达不到的。通过会奖旅游中的一系列活动,如专项会议、颁奖典礼、主题晚宴、集体游戏、友情赠送等,可以极大地激励员工的生产积极性,增加经销商和客户对企业品牌的忠诚度,激励他们更好地为企业服务,同时也起到对企业本身组织建设的激励作用,有利于展现企业自身实力,树立企业良好的社会公众形象。

(4) 企业对员工的福利。会奖旅游是“一种带薪的、休闲的、免费的旅行游览活动”,这就揭示了会奖旅游的福利性本质。有关研究显示,会奖旅游费用占企业超额利润的30%左右。用这部分利润作为对企业做出贡献的群体的福利性待遇,即体现了现代企业的人文关怀理念,也从经济意义上节省了个人自发旅游带来的种种成本。会奖旅游活动为企业员工、经销商、客户与管理者共同参与企业发展创造了条件。会奖旅游活动提供的各种机会,能够使各方零距离接触,有效地调整企业上下层关系,以实现企业的“共同愿景”。会奖旅游的过程还经常会加入一些参与性活动,这对团队协作精神的形成,无疑能起到事半功倍的效用,并且参与性活动的一些富有人情的做法,能在活动结束后给人留下值得回味的经历。

第二节 会奖旅游国内外发展经验

一、国外会奖旅游的起源

20世纪初,北美和欧洲是世界经济最发达的地区,相对发达的商品经济和激烈的市场竞争成为奖励旅游萌生的沃土。早在1906年,美国“全国现金注册公司”就向客户提供了一次免费参观其代顿(Dayot)的总部的活动。二三十年代在美国芝加哥的汽车销售业中,有的公司管理者为了提高销售额而在开展销售竞赛活动时,为销售人员规定了定额指标,只要超额完成销售指标,销售人员就有资格参加免费的旅游活动。在当时,活动的组织者潜意识中把这样的免费旅游活动归纳为促销手段的一种,认为可以“生利还本”,也就是说这种活动可以给公司带来足够的利润来支付免费旅游的费用,其结果也证明活动组织者预想的正确性。于是作为促销手段而产生的免费旅游活动逐渐演变成奖励旅游活动,并首先受到销售企业的认可,成为销售企业中对员工进行激励的方法。在当时,奖励旅游的最终使用者主要是汽车经销商、电器分销商和保险公司推销员等销售业精英,而这种奖励旅游活动包括全部免费和部分免费两种。几乎在同一个时期的欧洲,苏联采取了全面规划以加速工业化的经济发展战略,并从1928年开始实施了第一个五年计划,斯大林为了激励那些完成政府五年计划的人,曾把他们送到黑海度假两周,形成最早由政府实施的奖励旅游方式。但是这种奖励旅游活动有着浓厚的政治色彩,并且阶段性明显,对国际奖励旅游的影响不大。

在“2017中国旅游业界奖(商务+会奖类)”中,澳大利亚荣膺“年度最佳海外会奖旅游目的地(长途)”,连续第4次获得该奖,体现出业界对澳大利亚高品质会奖项目与服务体验的高度认可。澳大利亚已经成为具有世界影响力的旅游胜地,拥有众多举办世界级商务活动的专业经验,凭借世界一流的风光和自然环境、澳式美食美酒、出色的商务互动设施、优质的住宿以及独家的体验,澳大利亚在全球热门商务活动旅游目的地排名中一直稳居前列。越来越多的国际企业选择凯恩斯、大堡礁

地区、黄金海岸等地方作为公司员工激励和培训教育地点。澳大利亚会奖旅游局的数据表明，目前许多中国企业选择凯恩斯与大堡礁地区作为其会奖旅游目的地。

除了亚洲企业以外，不少美国公司也对在这里进行会奖旅游有着浓厚的兴趣，包括来自IT、电子、制造业及销售等不同领域与行业，最大的团体人数可达500人。毋庸置疑，凯恩斯与大堡礁的自然美景和世界级景观成为他们选择这里的重要原因。

同时，澳大利亚旅游局在直航、签证和旅游安全方面也做了很多的工作，欢迎更多的中国企业和MICE团队访问澳大利亚。目前，澳大利亚已经与包括北京、上海、广州等主要交通枢纽在内的13个中国大陆城市开通直航，并且还将新开更多航线，进一步深入中国内陆腹地，极大地方便中国商务会奖团队前往澳大利亚。

此外，澳大利亚推出了多样化的会奖旅游体验活动，思维车探秘之旅，驾驶思维车游走费沙岛西海岸，无须驾驶经验，简单轻松，趣味无穷。全程30分钟，由向导带领，沿途讲解，可以推荐奖励团队作为创意的海边团建活动之一。包船海钓，如果想尝试钓鱼的乐趣，可以乘坐私人游船出海钓鱼。

面对蓬勃发展的中国出境会奖旅游市场，澳大利亚旅游局将继续深耕中国市场，积极部署，不断提升澳大利亚的会奖设施和服务品质，并积极与各大行业伙伴合作，以有创意的、创新的服务去迎合瞬息万变的市场需求，为中国赴澳奖励旅游团队打造更为优质商务会奖旅游产品及体验。

二、国内奖励旅游的发展

普遍认为，改革开放后随着大批外资企业涌入，作为先进管理手段的奖励旅游随之进入我国。中国奖励旅游的缘起在某些方面与苏联政府实行的奖励旅游有些类似。确切地说，中国的奖励旅游始于20世纪五六十年代，在政府及国有大中型企业兴办的疗养院中所进行的休假疗养活动已经具备奖励旅游的基本特征。它们多建在风光旖旎、环境优雅