



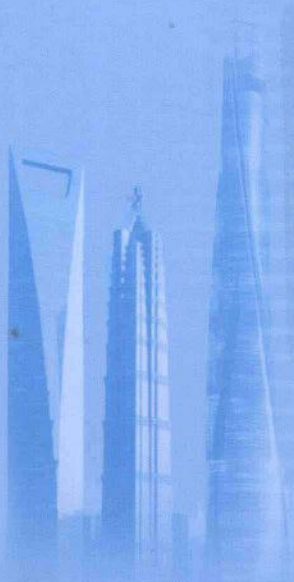
中国旅游发展研究报告书系

Development Report of China's Tourism

# 中外旅游饭店 产业发展与创新趋势

Development and Innovation Trends of China's  
and Foreign Tourist Hotel Industry

中国旅游研究院



中国旅游出版社



中国旅游发展研究报告书系

Development Report of China's Tourism

# 中外旅游饭店 产业发展与创新趋势

中国旅游研究院

中国旅游出版社

责任编辑：譙 洁

责任印制：冯冬青

封面设计：中文天地

---

**图书在版编目 (CIP) 数据**

中外旅游饭店产业发展与创新趋势/中国旅游研究院编著. --北京：中国旅游出版社，2013.6

ISBN 978 - 7 - 5032 - 4763 - 7

I. ①中… II. ①中… III. ①旅游饭店 - 产业发展 - 研究 - 世界 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 143677 号

---

**书 名：**中外旅游饭店产业发展与创新趋势

---

**主 编：**中国旅游研究院

**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)

发行部电话：010 - 85166503

**经 销：**全国各地新华书店

**印 刷：**北京新魏印刷厂

**版 次：**2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

**开 本：**787 毫米 × 1092 毫米 1/16

**印 张：**13

**印 数：**1 - 1000 册

**字 数：**200 千

**定 价：**42.00 元

**I S B N** 978 - 7 - 5032 - 4763 - 7

---

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

## 酒店创新的本质是商业理性

尽管酒店业态最早可以追溯到我国商朝时期的驿站，但是现代意义上的酒店在我国也不过短短 30 余年的发展时间。实际上我们对现代酒店的认识是从 1982 年香港半岛集团受托管理北京建国饭店开始的。从那时起，几代酒店人像西天取经一样把酒店管理当作一门科学来学习。在漫长的学习、借鉴和模仿的过程中，中国培养了大批具有市场意识和现代管理能力的酒店职业经理人员。在这个进程中，我们对酒店的认识也陷入相对固化的状态，似乎酒店就是高端的、商务的、全要素服务的。无论业界、学界还是政府都过多地把精力配置到酒店的运营上来，而对酒店是怎么来到这个市场上，如何发展乃至消亡的，我们并不了解。特别是酒店进入市场之前和走出市场之后的状态，成为两个无从把握的“黑箱”。这种状况在客源市场相对稳定、供给相对短缺的时代问题不大，但近年来，旅游市场环境已经变化，酒店竞争格局已经形成并仍在发生革命性变化。

从消费主体看，1999 年第一个“国庆黄金周”之后，国民逐渐成为旅游市场消费主体，中国旅游经济运营进入了大众化发展的新阶段。特别是 1980 年前后出生的年轻人，追求自主自助、追求物有所值，消费更加理性。他们可以为酒店的核心产品即住宿需求付费，但不愿为那些看不见的附加功能付费。新一届政府的八项规定使公款支撑的高档需求得到有效抑制，非理性消费的泡沫被挤出，也进一步加速了酒店消费市场的理性回归。

从投资角度看，我国酒店业正在从早期的政府财政资金和国有企业的资本投入为主，逐渐转向民营资本、境外资本为主的多元化投资格局。一旦投资遵循市场的规律办事，必然以追求利润最大化为导向，酒店投资的工具理性越发明显。投资者不再追求 GOP、平均房价、出租率等经营指标，而是更看重

EBITDA、ROE、ROA、市场份额等指标。资本青睐那些能够带来更高商业回报的项目，而不是单纯追求星级的高端与豪华。近年来，维也纳酒店、桔子酒店、布丁酒店、99 旅馆连锁、尚优客等酒店纷纷获得风险投资，经济型酒店和特色酒店正在成为投资界新宠。

以移动通信和互联网为代表的技术进步对酒店产业的运行格局乃至商业模式带来重大变革，突出表现在对营销渠道的重组。过去，谁能够把到店的客人服务好，谁就是好的酒店。现在，谁能够最大限度地接近消费者，把消费者吸引到酒店来，谁才能占据市场的主动权。市场的话语权也正在从职业经理人手中转向那些掌握资本和技术的人手中。

中国酒店产业在市场理性、资本理性和技术理性的推动下，已在走向多元化、多层次的商业创新，商业形态、商业模式、品牌、渠道乃至公司并购等都有新的变革。既然创新是理性驱动也是理性导向的商业行为，既然酒店的市场环境正在发生革命性的变化，那么对今天的酒店投资者和运营商而言，就应当能够以更加理性的商业思想、商业行为和投资工具去应对这样一个创新的时代。无论是投资还是运营，都是由人执行并驾驭的。但个人理性总是有限的，无论一个人还是一个机构多么有智慧，都必须掌握更多的信息。现在，全球经济正在进入一个大数据时代，酒店产业也不例外。我们所面对的市场规模、结构、消费行为时时刻刻都在发生变化，更多的企业正在走出国门，积极参与国际市场的竞争。对我们而言，那更是一个未知的世界。如何去驾驭这种变化的未知世界？全面的、最大限度的资料 and 数据的占有、分析以及对趋势的把握，就成为酒店产业创新的基础。

基于以上共识，中国旅游研究院和锦江国际集团在院司战略合作框架下，启动了《中外旅游酒店产业发展与创新趋势》项目研究。历经 15 个月，产业所的同事和锦江国际集团发展研究中心的博士们，运用规范研究、案例研究、比较研究、分析式研究等方法，对国际国内两个市场、投资和运营两个领域，从品牌、技术、服务、管理等多个视角，对酒店管理创新的基础进行了现实的梳理，得出来若干有益的结论。特色酒店、中低端市场、品牌打造、酒店式公寓、在线短租等是中国酒店产业现实的创新空间，而全球化、品牌化、多元化、智能化以及商业模式创新、产品和服务创新是国际酒店产业的创新趋势。系统研究后得出的这些观点和数据既是为锦江国际集团的酒店发展战略服务的，也对整个酒店产业的创新具有借鉴和启示意义。从院司合作的那一天起，

推动酒店产业的创新和进步就被视为我们共同的愿景。借此书出版之际，我衷心期待并将尽力推动，中国的酒店研究能更加务实地面向产业实践，以国际化的视野服务于产业创新。我更希望中国的酒店业不仅能够认同创新引领未来的观念，而且能够以越发理性的商业实践去推动创新理想的实现。

中国旅游研究院院长



2013 - 05 - 06

# 目 录

## CONTENTS

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>第 1 章 中外旅游市场发展趋势 .....</b> | <b>1</b>  |
| 1.1 中国旅游市场发展趋势 .....          | 1         |
| 1.2 世界旅游市场发展趋势 .....          | 11        |
| <b>第 2 章 中外饭店产业发展动态 .....</b> | <b>33</b> |
| 2.1 中国饭店产业发展动态 .....          | 33        |
| 2.2 世界饭店产业发展动态 .....          | 47        |
| 2.3 全球饭店产业绩效 .....            | 60        |
| <b>第 3 章 中国旅游产业创新趋势 .....</b> | <b>72</b> |
| 3.1 旅游产业创新的驱动因素 .....         | 72        |
| 3.2 旅游产业创新的战略性作用 .....        | 75        |
| 3.3 旅游产业创新方式 .....            | 77        |
| <b>第 4 章 中国饭店产业创新趋势 .....</b> | <b>84</b> |
| 4.1 中国饭店业创新驱动力 .....          | 84        |
| 4.2 特色酒店的兴起 .....             | 87        |
| 4.3 低端市场的开拓 .....             | 91        |
| 4.4 创新品牌的打造 .....             | 95        |
| 4.5 酒店式公寓与公寓式酒店的发展 .....      | 101       |

|            |                          |            |
|------------|--------------------------|------------|
| 4.6        | 在线短租市场的崛起 .....          | 105        |
| <b>第5章</b> | <b>国外旅游饭店创新趋势 .....</b>  | <b>110</b> |
| 5.1        | 国外旅游产业创新趋势 .....         | 110        |
| 5.2        | 国外饭店产业创新趋势 .....         | 127        |
| 5.3        | 饭店商业模式创新 .....           | 128        |
| 5.4        | 饭店产品创新 .....             | 136        |
| 5.5        | 新技术驱动创新 .....            | 141        |
| 5.6        | 人口结构变化驱动创新 .....         | 146        |
| <b>第6章</b> | <b>国外饭店建设与投资展望 .....</b> | <b>148</b> |
| 6.1        | 全球饭店建设情况 .....           | 148        |
| 6.2        | 全球饭店投资者观点调查 .....        | 152        |
| 6.3        | 饭店投资机遇 .....             | 188        |
|            | <b>参考文献 .....</b>        | <b>196</b> |

## 第 1 章

# 中外旅游市场发展趋势

## 1.1 中国旅游市场发展趋势

### 1.1.1 中国旅游市场发展现状

#### 1.1.1.1 市场规模迅速扩大

改革开放 30 多年以来,我国旅游业的发展取得了重大成就,尤其是进入 21 世纪以来,我国旅游业发展势头强劲,无论是入境、出境旅游还是国内旅游都得到了长远发展,中国旅游在世界旅游中的地位也得到了很大的提高,经历过“非典”、“禽流感”、金融危机等事件和危机的冲击之后,中国旅游业也能在短期内迅速恢复发展。目前随着经济的发展和人民生活水平的进一步提高,闲暇时间的增多,带薪假期的普遍实行,旅游条件的改观等,我国国内旅游市场前景广阔,发展潜力大。2012 年我国旅游业总收入约 2.57 万亿元,同比增长 14%。其中国内旅游约 29 亿人次,增长 10%;国内旅游收入约 2.22 万亿元,增长 15%。

随着我国丰富多样的旅游资源的进一步开发,我国对世界的吸引力也越来越大,截止 2012 年年底,我国已成为日本、韩国国民出境旅游的首选目的地,也是俄罗斯国民出境旅游的第三大目的地;我国接待美国游客数量占美国赴亚太地区游客总数的 20% 左右;我国接待德国游客数量占德国赴亚太地区游客总数的 20% 左右;我国接待英国游客数量占英国赴亚太地区和美洲地区游客总数的 10% 左右;我国是法国在亚洲的第一大旅游目的地。据世界旅游组织预测,2020 年我国将成为世界最大的旅游目的地国家。

我国的出境旅游规模与消费也是屡创历史新高。2012年，出境旅游超过8000万人次，增长15%。据世界旅游组织统计，2012年，中国公民因私出境游总花费为910亿美元，居境外旅游花费榜单之首（据国家外汇管理局的初步数据，2012年我国出境旅游花费为1020亿美元）。据德新社报道，中国已超过德国，荣登最能带来收益的客源国榜首。

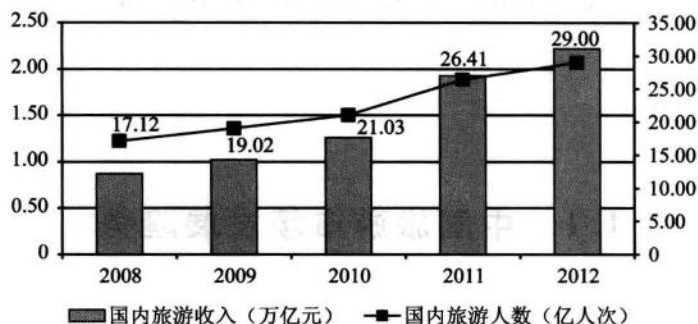


图 1-1 2008 ~ 2012 年我国国内旅游业发展规模

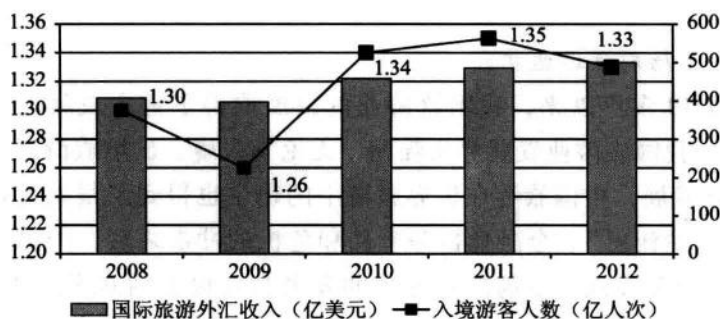


图 1-2 2008 ~ 2012 年我国入境旅游发展规模

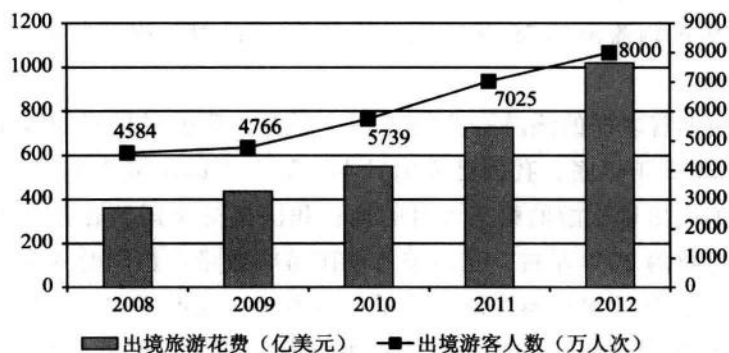


图 1-3 2008 ~ 2012 年我国出境旅游发展规模

### 1.1.1.2 旅游消费常态化和消费结构多元化

我国旅游消费已从政策刺激进入常态化发展阶段。无论从人数还是消费上,城镇居民占我国国内旅游的比重都在稳步上升,特别是城镇居民旅游消费已占国内旅游收入的3/4。同时,城镇居民旅游花费占其可支配收入的比重,多年来已经稳定在10%左右,这表明旅游已经成为城镇居民的日常生活方式。城镇居民的旅游消费更多地表现出一个常态化的增长机制,也就是随着经济的增长而增长。旅游经济的额外增长主要是由于农村居民消费率的提高和农村居民向城市居民转变。

当前我国国内旅游消费结构中食、住、行的比重较大,达到65%~75%,游、购、娱占25%~35%。旅游业发达国家和地区,如新加坡和中国香港,旅游消费中游览、购物、娱乐支出占60%以上。我国旅游消费资料显示,物质消费资料多,精神消费资料少。随着我国旅游产品生产开发的多样化、系列化和旅游配套设施投资结构的进一步改观,今后我国国内旅游消费结构中旅游购物、娱乐的比重将进一步上升,精神消费的比重也将上升。

### 1.1.1.3 旅游业创新与市场化发展趋势明显

近年来,旅游业态创新趋势日渐显著,主要表现在以下两个方面。首先,基于大众市场需求的业态创新成为产业成长的关键力量。2011年9月13日,《财富》杂志公布了2011年全球“100家增长最快的公司”排行榜,携程、如家分列中国增长最快公司第二、第三位。这两家公司分别是近年中国旅游产业发展最快的两个领域:在线旅行服务和经济型饭店的典型代表。其次,互联网、移动通信等现代科技对旅游业态创新的支撑作用更加凸显。智慧旅游城市、智慧景区、智慧旅游企业等建设如火如荼,淘宝、腾讯、百度等大型电子商务企业相继介入在线旅游市场,更多更新的业态在跨界融合中加快孕育。

产业开放度进一步扩大,旅游企业市场化越来越充分,主要表现为对外开放力度增大、企业间的并购重组行为频现。现代商业在旅游企业中得到更多的运用。2010年启动了对外资旅行社开放出境旅游市场的试点,同时在国内的旅行社行业中试行同业代理;培育新的市场主体,饭店央企和地方国企加快饭店资产的分离重组,极大地推动了中国饭店产业的市场化进程。

## 1.1.2 中国旅游市场发展趋势

### 1.1.2.1 旅游政策发展趋势

《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》中指出我国旅游业要建设好旅游

强国的产业基础，提升旅游要素发展的产业化水平，提高旅游资源配置的市场化程度，加紧旅游发展模式的现代化改造，加快旅游产业空间布局的国际化进程。全面发展国内旅游，积极发展入境旅游，有序发展出境旅游。

**培育市场主体，提升企业竞争力。**培育大型旅游集团，实施强强联合、跨地区兼并重组、境外并购和投资合作及上市等途径，促进规模化、品牌化、网络化经营，通过市场培育形成一批拥有自主知识产权和知名品牌、具有较强竞争力的大型旅游企业集团，提高产业集中度。支持中小旅游企业发展。加快旅游企业体制机制改革。加大企业发展的金融支持力度。鼓励旅游企业加强品牌建设。

**满足消费需求，完善产品体系。**丰富完善观光旅游产品；加快开发度假休闲旅游产品；积极发展商务会展奖励旅游；积极发展专项旅游产品；大力开展生态旅游；深度开发文化旅游、工业旅游；积极发展其他专项旅游产品。

**转变发展方式，提升产业素质。**优化旅游产业结构。构建方便、快捷、安全、舒适的现代旅游交通服务。推进旅行社专业化分工体系形成。优化旅游饭店结构和推进集团化发展。提升旅游餐饮在旅游产业中的支撑作用。形成一批有影响力的旅游娱乐品牌。促进旅游新业态发展。推进产业融合发展。强化科技支撑。提升文化内涵。

**重视技术要素，促进产业信息化。**加快实施“走出去”战略，进一步促进要素市场的对外开放。进一步强化国际旅游合作。推动信息技术的广泛应用。加强旅游公共信息服务，积极发展旅游电子商务，鼓励旅游企业发展在线业务。推进信息基础设施和能力建设，加快旅游信息化管理体制机制转型。

**全球化发展，实施走出去战略。**根据我国加入 WTO 的承诺，我国的旅游业正在逐步开放。外国的旅游企业已经进入我国的旅游市场，以旅行社为例，由于国外旅游企业享有丰富的国际经营经验和海外庞大的网络，我国的旅游企业面临新的冲击。因此要增强“走出去”的紧迫感，适应全球化发展的趋势。同时，我国旅游企业走出去，可以实现全球学习，融入全球化发展之中，从而立足全球性的利润。旅游企业走出去适应国际竞争环境，需要创新旅游企业的运营模式。以旅行社为例，近年来蓬勃发展的信息技术和互联网已经显示了强大的生命力和在经营上的巨大优势，应当引起旅行社行业的极大重视。旅行社新的经营形式不断出现，特别是像携程网等网上旅行社的成功运营给旅游企业提供了很多的创新启示，需要与国际接轨，创新旅游企业的运营模式。

### 1.1.2.2 市场需求趋势

目前,旅游产业已发展成为集旅游观光、休闲度假、商务会展、购物娱乐、节庆活动等多种活动于一体的综合性较强的服务产业。旅游企业只有获得源源不断的客源作为支撑,才能不断地扩大市场占有率,实现自身发展。面对不断变化的旅游市场需求,旅游企业应当把握市场发展方向和客户需求变化趋势,重视旅游业客户和市场需求的变迁,并以此为依据制定相应的发展策略。

#### (1) 观光需求向纵深方向发展

就世界旅游市场而言,现阶段游客出游的主要目的为观光休闲度假。根据世界旅游组织的调查,2011 年以观光、休闲、度假为目的出游的游客占总数的 51% (约为 5.05 亿人次),探亲访友、宗教朝圣等游客的比例为 27%;商务公务游客占 15%。

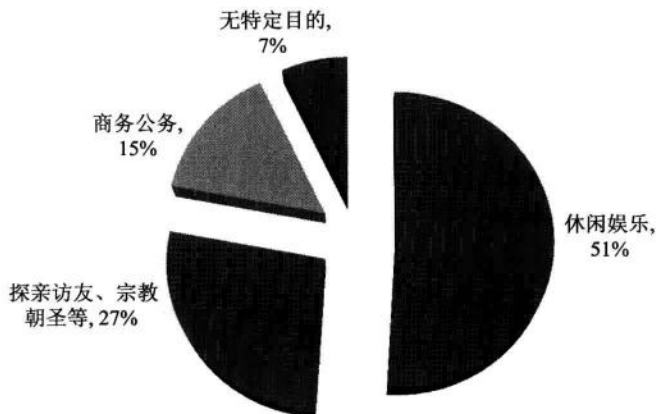


图 1-4 2011 年国际旅游者出游情况

与世界旅游市场大体相同,我国城镇居民出游的主要目的为观光游览。2012 年中国旅游市场规模达 29 亿人次,旅游总收入达 2.57 万亿元人民币,新增旅游直接就业人数约 50 万人,旅游业增加值占全国 GDP 的比重超过 4%。从旅行目的看,我国城镇居民主要的旅游需求有观光旅游、休闲度假、商务出差、探亲访友、健康医疗等,由各项所占比例来看,观光旅游需求位于第一位,我国旅游业发展的大众旅游阶段特征明显,观光旅游产品仍是整个旅游产品体系的基础。但观光旅游的持续发展也面临着现代旅游迅猛发展所提出的种种难题。多年来我们都是以观光旅游为主体的旅游方式,旅游者的参观内容虽然紧凑但是比较单调乏味,缺乏深层次的体验内容。从市场需求的角度来看,

旅游者的体验应该从表面转向深入，因此，观光旅游需要深度发展。无论规模还是结构，无论存量还是增量，我们都要下大力气丰富完善观光旅游产品，满足旅游者的观光旅游消费需求，同时积极引导国内旅游市场向休闲、度假等高端旅游消费转变。

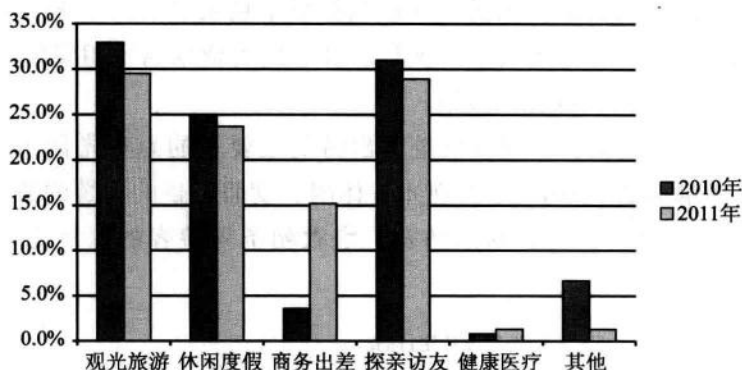


图 1-5 我国城镇居民国内出游情况

## (2) 休闲度假需求持续稳定增长

2012 年中国人均 GDP 达到 6102 美元，北京、上海、天津、江苏等均突破 1 万美元。日本共同社指出，3000 美元作为经济发展的一个节点，随后有可能带来消费的活跃。首先，可自由支配收入越高，旅游支付能力，特别是以休闲和度假为代表的高端旅游支付能力就越强。其次，居民可支配时间增多，除了十一、春节两大黄金周和清明、五一、端午、中秋、元旦大小长假外，政府还颁布了《职工带薪年休假条例》，假日时间总量的增加带动了国内旅游市场的增长，对旅游产品的选择也更加合理与多样化，其中休闲度假旅游成为越来越多消费者选择的旅游模式。可以说，经过 30 多年的积累，一个以休闲为主的旅游时代正在来临，并表现出享受层次分化、消费大众化、产品多元化、追求个性化、发展国际化等特征。为了迎合旅游者的休闲度假旅游需求，旅游市场需要不断完善休闲度假旅游产品，促进休闲度假旅游的稳步增长。推动社会公共资源提供更多的旅游服务，积极引导城乡居民休闲度假，深化开发一批城市休闲旅游产品，推进城市周边休闲度假带建设，完善乡村度假休闲产品。针对不同的市场需求，鼓励有条件的地区积极开发户外运动、滑雪登山、森林康体、滨海度假、温泉养生、民俗体验等不同类型的休闲度假产品，支持开发个性化休闲旅游产品，规范发展高尔夫旅游和大型主题公园。以国家旅游度假区

为抓手,引导一批山岳、湖泊、滨海、温泉等不同类型的休闲度假产品聚集区的开发和建设。我们要大力发展邮轮母港、自驾车营地、房车宿营地、汽车旅馆、汽车租赁等与休闲旅游新需求相适应的设施和服务。

### (3) 散客化及自助游趋势明显

近年来,随着旅游市场的日趋成熟,游客自主意识的增强和旅游者消费观念的改变,散客化已成一种趋势。目前,欧美各主要旅游接待国的散客市场份额占到了70%~80%,经营和接待散客旅游的能力,已经成为衡量一个国家或地区旅游业成熟度的主要标准。从国内来看,1992年我国客源结构发生了质的变化,形成散客与团体游客平分市场的局面。之后,散客的绝对数和在客源总数中所占比重逐年增加,目前散客市场占据着国内市场的较大份额。据1997年《中国旅游年鉴》的统计,1996年散客旅游人数已占入境游客总数的70%。在出境旅游中,1996年中国公民出境旅游总数为506.07万人次,其中由旅行社组团出境的为164万人次,只占出境旅游总数的32.4%。在我国国内旅游中,1997年我国城乡居民出游总数为6.44亿人次,其中由旅行社承办的仅为1528万人次,仅占出游总人数的5.9%。根据《旅游抽样调查资料2012》数据,2011年国内城镇居民团体旅游占6.6%,散客旅游占93.4%;农村居民团体旅游占3.4%,散客旅游占96.6%;入境游客中团队游客占32.24%,散客占67.76%,由此可见,散客旅游已成为各种旅游活动的主要形式。

自助旅游的兴起主要由旅游者自身心理需求和社会发展支持而引起。随着旅游者自身经验越来越丰富,可以从容、自信地进行远距离旅行,且这种旅行已经不是传统的观光旅游,除观光外,还包含探险、休闲、科考等活动。其行为按照马斯洛的需求层次理论,已经从属于体验人生、完善自我和实现自我价值的高度,即最高需求。这种自助旅游不但满足了游客的个性化要求,而且突破了传统的规范化的旅游模式,规避了团队旅游中的包价过死、路线限制过多、活动自由受限等弊端。当然,这种自助旅游的兴起,除去游客为了满足自身个性化的需求之外,还在于社会发展的支持。这方面主要体现在社会经济的良好发展。这为散客提供了足够的财力支持。和平年代也为散客出行提供了安全保障。现代通信、交通科技手段的不断进步,为散客的出行以及危险求救提供了诸多便利。综上所述,这都使得不依赖各种旅行社而凭借自身能力在力所能及的范围内开展自助旅游成为可能。可以说,自助旅游是散客旅游者自身的心理需求发展到一定层次和社会发展到一定阶段综合起来的社会现象,是散客

旅游者个性化需求以及通信等高科技高速发展共同推动的结果。

#### (4) 旅游市场需求更加多元化

资料显示, 特色旅游是当代旅游行为中发展最迅速, 总体前景也比较乐观的一大类型。以体育旅行为例, 近年来, 它之所以显示出越来越强劲的势头, 与人们希望通过这类活动获得多样化的心理满足、价值实现有着密切的联系。就总体而言, 国内旅游业在特色旅游这一领域的开拓尚处于初始阶段, 没有获得旅游业经营者足够的重视, 还未形成真正的规模和气候, 国内旅游在这方面发展的潜力还很大, 机会还很多, 比如航空旅游和邮轮旅游就是最新崛起的特色旅游。

航空旅游的崛起离不开客户需求的变化。作为拥有越来越多的时间和金钱的广大旅客, 消费观念发生了变化, 个性化需求凸现, 休闲旅游也日渐时尚。黄金周旅游效益的凸现, 给航空旅游市场带来新的利润增长点。客户获得信息的渠道更多、更透明, 其需求朝着一站式服务、组合打包服务、整体解决方案方向发展。在关注服务的同时对价格也更加敏感, 期望值更高, 商务旅行者也在其中。总之, 满足不同类型客户的需求是中国航空旅游发展的必由之路。

在个人商务旅游这个细分市场, 客户需求的是高效、方便和舒适的旅行, 而对价格的敏感度较低, 企业要有针对性地培育适应于这些需求的竞争优势, 提供质优价高的产品; 在大型企业商务旅游这个细分市场, 客户追求的是公司形象、全方位的策划功能和成本集中控制, 企业则要发挥综合优势为客户制定全方位高品质服务的策略, 并根据客户需求制定个性化产品, 显示独有的竞争优势, 牺牲部分收益以期将其发展为忠诚客户; 在休闲旅游市场上, 客户追求的是宽松自由的选择、适中的价格和周到的服务, 客户的个性需求比较分散并且易受引导。企业要根据自身的条件选择具有独特竞争优势的产品, 在娱乐休闲频道大加宣传, 在价格和服务上配合多种选择, 引导客户消费趋向; 国际旅游市场蕴含极大的发展商机。因国际旅游相对国内旅游价格偏高, 企业可以制定价格偏低、旅游地点较多的产品, 并适时在淡季推出, 满足大部分客户踏出国门走一趟的简单需求。

此外, 随着中国经济的稳步发展, 居民生活水平的持续提高和旅游消费需求的迅速增长, 国际上已经非常成熟的邮轮旅游方式逐渐引起中国旅游消费者的关注, 并成为一种充满魅力的新兴旅游方式。据统计, 2010 年中国大陆接待国际邮轮 233 航次, 比上年增长 43%; 2010 年乘坐邮轮出境旅游的大陆游客

79 万人次，比 2009 年增长 20.1%，乘邮轮来华的国际游客 46.2 万人次，比 2009 年增长 15.5%。2011 年，大陆全年接待国际邮轮 262 个航次，同比增长 17.5%；接待邮轮出入境游客 50.45 万人次。其中，从中国沿海城市出发的国际邮轮 142 航次，同比增长 49.5%。从邮轮母港建设来看，我国已建成邮轮母港 4 个：上海、天津、三亚和厦门。大连、舟山、广州、深圳等地都提出或正在建设邮轮母港。截至 2010 年，在大陆从事国际邮轮业务的有意大利哥诗达邮轮公司、皇家加勒比国际邮轮公司、丽星邮轮公司、地中海邮轮公司、公主邮轮公司等。中国第一家也是唯一一家的本土邮轮公司“海航旅业邮轮游艇管理有限公司”已于 2012 年 9 月 8 日在“第七届中国邮轮产业发展大会（天津）”上首度亮相。2012 年 11 月 28 日，海航集团在京宣布，将通过引入中国内地最大豪华邮轮“海娜”号，启动邮轮旅游项目，主要以短期、短途线路为主，以三亚、天津等地作为邮轮母港，以越南、韩国等地为旅游目的地。

#### 1.1.2.3 HRG 预测：中国将超过美国成为全球最大商旅市场

近日，全球知名的企业旅行服务公司豪格·罗宾逊集团（HRG）预计，未来中国将成为全球最大的商务旅行市场。HRG 的专家认为，中国的基础设施投资是整个国家商旅活动日益兴盛的关键因素之一。

HRG（中国）营销及客户管理总监费瑶（Yates Fei）先生表示：“尽管中国经济增速放缓，但是前往中国的商务旅行活动却不断增加。”

世界旅游业理事会（WTTC）的数据显示，2000 年，在中国进行的商务旅行总开支为 180 亿美元，2010 年猛增至 620 亿美元，预计 2020 年这一数字将达到 2770 亿美元。

中国的基础设施投资由来已久，为满足北京奥运会的需求，基建投资在 2008 年前就已经迎来了几次高峰，近年来基础设施投资速度再次加快。根据全球商务旅行协会（GBTA）的数据，预计中国将在三年内成为全球最大的商务旅行市场，投资将延续强劲势头。

2011 年至 2015 年期间，中国在机场等基础设施项目的投资规模预计将达到 2370 亿美元左右。中国政府已计划投资 2390 亿美元用于进一步发展高铁，这对促进商务旅行具有直接作用。

目前，航空占中国所有商务旅行的比重为 85%。铁路方面，铁道部计划到 2020 年实现高铁覆盖所有 50 万人口城市，因此铁路占商务旅行的比重有望上升。航空方面，作为政府进一步改善基础设施的措施之一，不少新航线已开