

书香巅峰

刘锋 / 著

刘锋讲 旅游



中国旅游出版社

书香巅峰

刘锋讲 旅游

刘锋 / 著



旅游教育出版社

·北京·

策 划: 赖春梅

责任编辑: 赖春梅

图书在版编目(CIP)数据

刘锋讲旅游 / 刘锋著. —北京: 旅游教育出版社,
2013.7

(书香巅峰)

ISBN 978-7-5637-2646-2

I. ①刘… II. ①刘… III. ①旅游企业—旅游规划—
经验—北京市 IV. ①F592.71

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第115479号

图片使用声明:

本书所用图片作者已尽力联系了版权人, 未能联系到的图片权利人, 见到书后请与代晓松联系。联系方式为: 010-57310000。于此向图片权利人诚挚致谢。

书香巅峰
刘锋讲旅游
刘 锋 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
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787mm×1092mm 1/16
印 张	17.25
字 数	273千字
版 次	2013年7月第1版
印 次	2013年7月第1次印刷
定 价	58.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

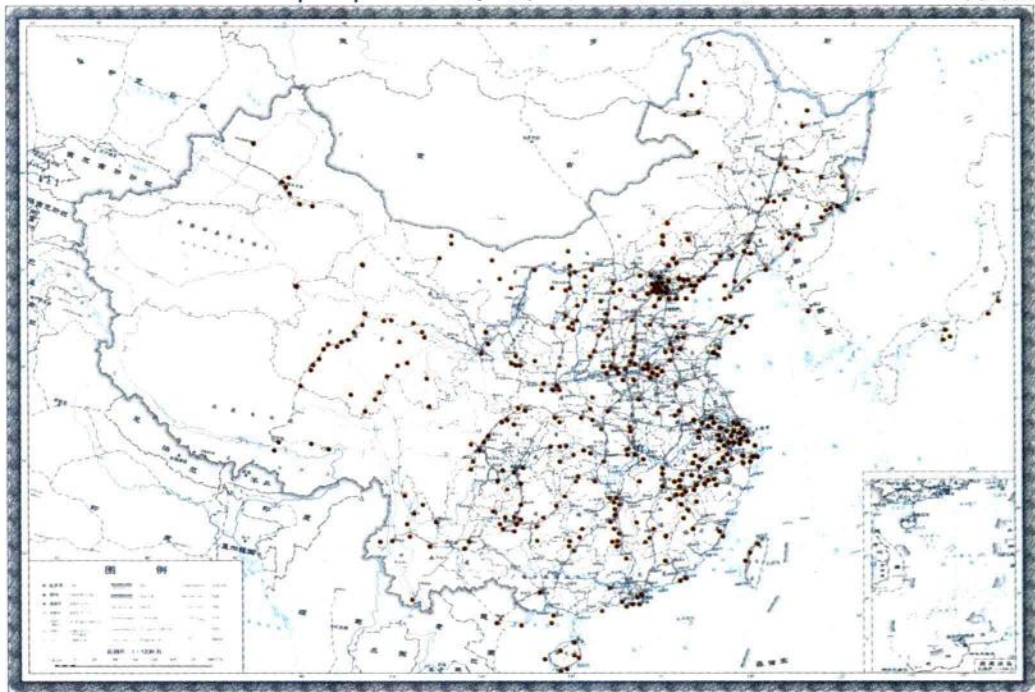


前言

从喜欢旅游，到研究旅游，再到创意旅游，这十余年来一不小心我就过上了当代“霞客”式的生活，一年多则 300 余天，少则 100 余天游走在大江南北、山河之间，足迹遍及上千个县市，这种“八千里路云和月”的游学历练，让我时常感叹于自然之美、感动于人文之韵，使我有了一种祖国大地处处为家的情怀。久而久之，便有了“为中国旅游投智”的豪情，期望用一生来为旅游而创意，为文化而呼吸，为生态而守望。本不曾想要过这种四海为家的生活，但每到一处，又总被一种深深的责任感所系，觉得无处不是自己的家乡，无处不是美丽之中国，应当尽己之力，提出一些创见。

中华人民共和国地图

基本要素版



审图号：GS(2008)1394号

2008年6月 国家测绘局制

笔者游历点分布图

本书内容是我近些年在各地讲座的集萃，为了能让更多的朋友与我一起分享，特将这些年来的所感、所悟、所讲整理出来，以期为中国旅游的发展奉上一些个人思考。本书分为十讲，内容涉及怎样把握旅游本质、怎样研判旅游大势、怎样做好旅游规划、怎样做好旅游营销、怎样做好旅游投资、怎样做好智慧旅游、怎样做好旅游地产、怎样当好旅游局长、怎样做好景区托管、怎样做好旅游智业。旅游的形式千变万化，但核心本质不变，万变不离其宗，自有其内在规律。这十讲基本没谈深奥的理论问题，每一讲都力求通俗易懂、深入浅出地谈谈自己的一些体会和心得。

作为一名湖南人，从小就为青山绿水所浸润，而湖湘文化的经世致用的精神更深烙于心。我一直相信：人生是一张白纸，我们可以用污浊的笔墨令其黯然失色，也可以用最亮丽的色彩描绘最新最美的图画。人的潜能是一座沉睡的宝山，人可以克服许多困难，创造无限美好的人生，可以创造无数令自己难以置信的奇迹。就像乔布斯那样，创造了时尚，改变了世界。

中国正处于一个伟大的变革与发展的进程当中，在全面建成小康社会和建设世界旅游强国的目标下，旅游智业还仅仅处于起步阶段，任重而道远。海纳百川，“智点山河”（见《智点山河：巅峰智业十年经典案例集》），“智绘峰景”（见《智绘峰景：巅峰智业十年核心技术集》），为美丽寻找资本，用智慧创造财富。把更美的旅游体验和景观设计奉献给全人类，让旅游更美，让生活更好，做时代的旅游创想家，用智慧创造美丽中国，这是我一辈子的事业，能从事这样一份事业是一



An aerial photograph of a traditional Chinese village. The houses have dark tiled roofs and are arranged in a cluster. In the foreground, there are large, blooming cherry blossom trees with pink and white flowers. The background shows a green field and distant hills under a warm, golden light, suggesting sunrise or sunset.

种幸福。

我之所以有今天，离不开众多师长、朋友和亲人的大力支持和鼓励，特别是恩师郭来喜、施祖麟和黄仰松教授，以及魏小安、王兴斌、郑光中、张广瑞、刘德谦、李明德、杨开忠、保继刚、吴必虎、乔然、王义文、戴斌、张辉、张凌云、吴殿廷、邹统钎等大批名师们。也要感谢巅峰智业这支卓越而富有凝聚力、战斗力、执行力的团队，感谢代晓松、谢雯、李雪等对整理本书做出的贡献。还要感谢旅游教育出版社赖春梅主任的不断督促和细心修改。

旅途就是一本书，这本书中记录着各种故事，记录着各种美丽的梦、憧憬的梦、追逐的梦、实现的梦。旅游是一个圆梦的舞台，创造着美丽，创造着情怀。数年前，我便开启了“美丽中国，巅峰智造”的梦想，并为之上下求索，奋力前行。“美丽中国”梦是每一个人魂牵梦萦的美丽梦想，“美丽中国”需要有人来绘就更美丽的图景。让我们情系旅游、圆梦中国，在大好河山之中用心书写美丽的人生。

刘 锋

2013年3月



目 录

CONTENTS

怎样把握旅游本质	006
怎样研判旅游大势	034
怎样做好旅游规划	052
怎样做好旅游投资	094
怎样做好旅游营销	112
怎样认知智慧旅游	156
怎样看待旅游地产	186
怎样当好旅游局长	220
怎样做好景区托管	238
怎样做好旅游智业	260



怎样把握旅游本质

在国家旅游局主办的“2008年中西部旅游局长培训班”上的
讲课（2008年3月16日，天津）



有人说，旅游就是从自己活腻了的地方到别人活腻了的地方去，所以旅游本质上就是从从一个地方移动到另一个地方的行为体验；

也有人说，旅游就是去看没看过的风景，见没见过的世面，发现不知道的自己，结识不认识的朋友，或许还能有艳遇，所以旅游本质上就是一种探索未知的过程；

还有人说，世界这么大，你总不能一辈子待在这么有限的几个地方，你得到处跑跑，向上帝证明你还一直活着，所以旅游本质上就是活着本身。

.....

不管是正在旅行、曾经旅行，还是即将旅行或是想去旅行的人，对于旅游本质都会有不同的理解。这里不想谈大的理论，就谈一些朴素的认识。





一、旅游本质，以一持万

“以一持万”一词，出自《荀子·儒效》，“法先王，统礼义，一制度，以浅持博，以古持今，以一持万。”主张效法古代先贤圣王的政治思想。文中“持”，即把握。“以一持万”形容抓住关键，可以控制全局。在旅游领域，旅游本质就是这个“一”，围绕这个“一”衍生出旅游“万象”。

先从古代说起。古人在几千年前，就已经开始了“旅”的行为，迁徙之旅、征战之旅、传道之旅、出巡之旅、流放之旅，等等，不过这些多是苦行之旅、使命之旅，是关乎生存、生息的挣扎过程，除了出巡的帝王还带点“风花雪月”的意图，其他多数恐怕是无暇顾及沿途有没有赏心悦目的风景的。也就是说，有意识的“游”的活动并不多。

这说明什么？说明旅游的产生是需要有大的时代背景做支撑的。

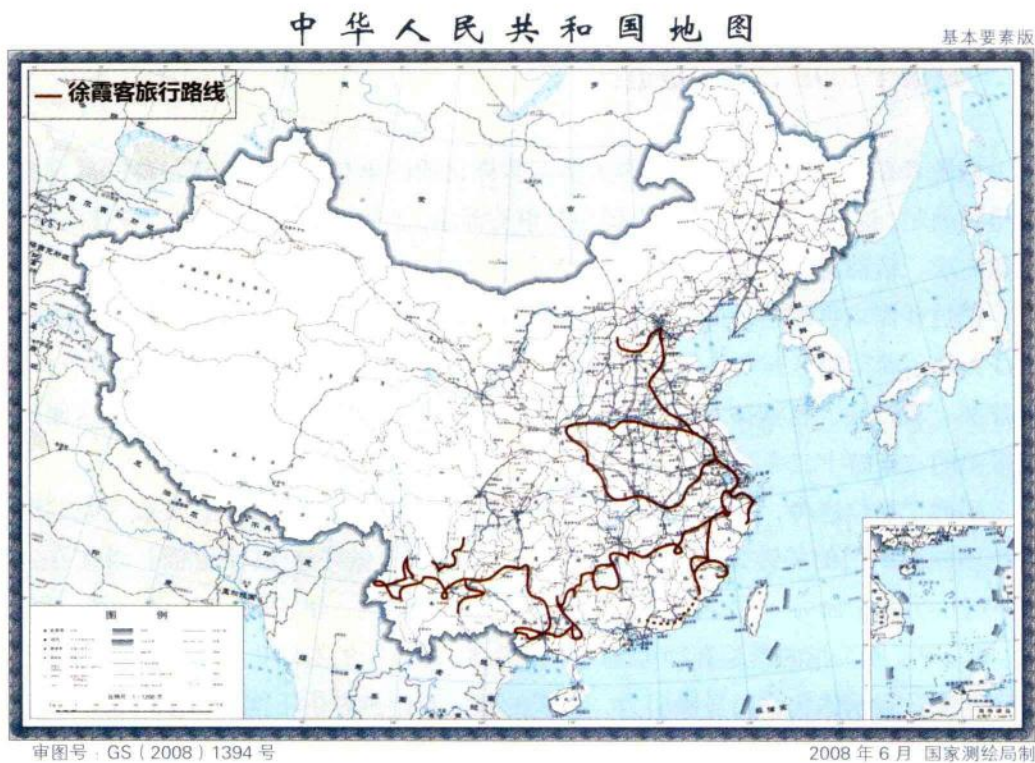
看起来，古人的“旅游”，最贴近现代旅游情境的莫过于少数文人墨客的怡情之旅、探索之旅了。

举个例子。徐霞客（1587—1641），明朝人，伟大的地理学家、旅行家和探险家。从22岁起，开始游历各方。30多年时间，他先后四次进行长距离跋涉，足迹遍及现在的江苏、浙江、山东、河北、山西、陕西、河南、安徽、江西、福建、广东、湖南、湖北、广西、贵州、云南和北京、天津、上海等19个省、市、自治区。东到浙江的普陀山，西到云南的腾冲，南到广西南宁一带，北至河北蓟县的盘山，足迹遍及大半个中国。他绝对称得上是“驴友”们的鼻祖。

那么这位超级“游客”是怎样炼成的？书上说，徐霞客出生在江苏的一个富庶之家、书香门第（有钱，经济条件具备）；考了一次童子试，不中，也无意于功名和当官（有闲，时间条件具备）；古代有“父母在，不远游”之说，而徐的父母亲皆是知识分子，开明通达，鼓励他走出去（决策过程无阻碍，推动条件具备）。如此看来，古人跟现代人一样，旅游成行同样是需要有钱、有闲、有驱动力的。

徐霞客还坚持写游历日记，留下了《徐霞客游记》。他两游黄山，赞叹说：“登黄山天下无山，观止矣！”又留下“五岳归来不看山，黄山归来不看岳”的名句。

其他如李白、杜甫、白居易、苏轼、柳宗元等大文豪，诗词中虽免不了带些仕宦不得意的凄凉和落寞，然而，指点山河，畅谈风景，却是天人合一、意境相通，一词一句，无不让人惊叹。“豪迈”如李白的“黄河之水天上来，奔流到海不复回”；杜甫的“会当凌绝顶，一览众山小”；苏轼的“大江东去，浪淘尽，千古风流人物”。



“唯美”如苏轼的“欲把西湖比西子，淡妆浓抹总相宜”；王勃的“落霞与孤鹜齐飞，秋水共长天一色”。还有陶渊明的《桃花源记》、柳宗元的《永州八记》、范仲淹的《岳阳楼记》、欧阳修的《醉翁亭记》等，都是游记中的经典。这些大致跟时下流行的旅游博客、微博很相像。

这说明，旅游是能够直接触动心灵的，“凡走过、游过，必留痕迹，在游客的心上。”

以上总结一下，古代“旅”多“游”少，旅游是“小众”的。而这部分小众的旅游行为，却是高质量的旅游行为，不是走马观花，而属于休闲体验（“采菊东篱下，悠然见南山”的田园诗人陶渊明，被称为最早策划创意了农家乐休闲）；这部分小众的旅游体验，还是极具影响力的，也就是口碑效应，时至今日，不是还影响着当今游客的体验心境吗？

鉴古通今，我们再看看旅游的本质是什么。可以说，现在业界基本上形成了一个共识：旅游的本质就是一次经历、一次阅历、一次体验，也就是旅游者离开家门到达旅游目的地，然后再回去的这样一次差异化体验，是一种异地的生活方式体验。

下面讲讲“旅游十二头”，大家会对此理解得更深一些。



二、“旅游十二头”，头头是道

旅游者在一次旅游经历体验中大多有多样化的诉求与欲望，希望自身的需求能够得到满足，这些需求概括起来大体包括审美需求、愉悦需求、健康需求、文化需求、求知需求、精神需求等六个方面。

把这些需求再通俗易懂、深入浅出地进行梳理和概括，那么，旅游者在旅游经历中无外乎希望能“有看头、有玩头、有住头、有吃头、有买头、有说头、有拜头、有疗头、有行头、有学头、有享头、有回头”，希望这12个方面得到满足：这便是我提出的“旅游十二头”理论。

因此，换位思考，把握旅游者在旅游体验过程中多样化的需求，便成为我们深入把握旅游本质的关键，每个旅游目的地都需要努力做好这12个方面，以使自身更有吸引力和生命力。“旅游十二头”中，动词“看、玩、住、吃、买、说、拜、疗、行、学、享、回”指的就是有针对性的体验活动，即体验的专门化、细分化、专业化；助词“头”表示强化，凸显吸引力，展现的是一股让游客乐于体验、愉悦体验的劲儿，即品质化、极致化。这“十二头”，单独做好哪一个方面，都会成为旅游的卖点；能全部做好，定是旅游精品。

（一）有看头

有看头，大体对应我们常说的观光旅游，满足的是游客观赏、审美、好奇的需求。

“看”要有焦点。观光旅游需要有标志性景观，需要打造一系列标志性的吸引物，以产生“锚”的效果，让游客多停留、多消费。够大、够高、够奇怪、够独特、够新鲜、够前卫的，都是能引起关注的重点。传统的观光旅游目的地，大体都有其标志性景观，比如说人称“天下第一山”的黄山、“天下第一水”的九寨沟、“人间仙境”张家界、“云上金顶”峨眉山、“绝美天池”长白山等旅游胜地，湖光山色构成绝美景色，更有标志性景观夺人眼球。我们经常看到景区的标志性景物前，挤满了人，排着队等照相，这就是有看头。一般来说，拍照指数越高，有看头程度也越高。

除了上述老天爷和老祖宗创造的有看头外，现在的人造吸引物也特别强调有看头。比如说北京现在最具代表性的都市景观建筑：鸟巢——国家体育场、国家大剧院、央视新台址、首都机场三号航站楼以及中华世纪坛，构成了北京“新五景”之旅。

“看”要有画面感。人是视觉动物，人有发现美的眼睛。我们就要多提供美的事物，美的场景。例如，现在的大地景观，一整片的油菜花，一整片的薰衣草，即



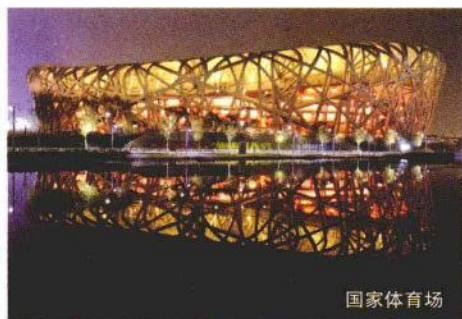
“天下第一山”的黄山



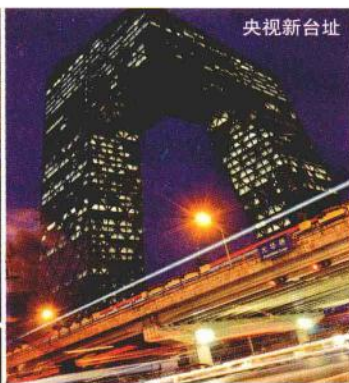
“绝美天池”长白山



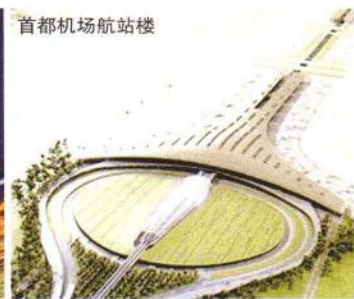
“天下第一水”的九寨沟



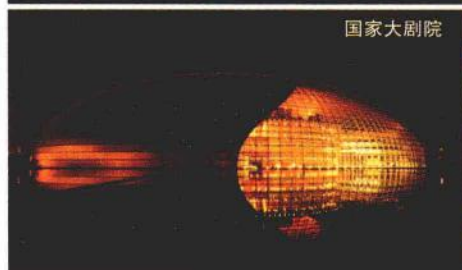
国家体育场



央视新台址



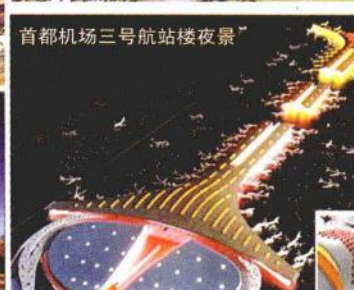
首都机场航站楼



国家大剧院



中华世纪坛

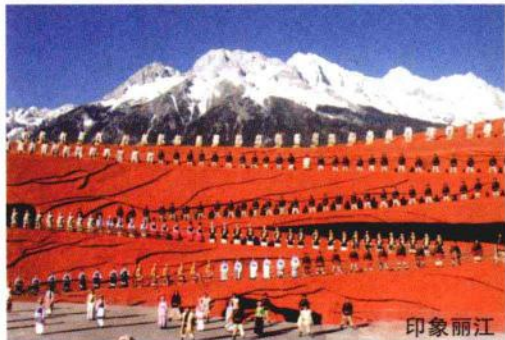


首都机场三号航站楼夜景

北京“新五景”景观

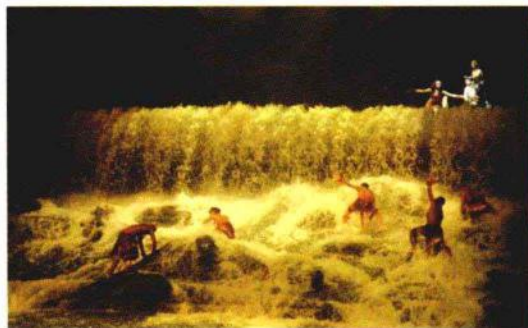


刻就点燃了游客心中的热情。除了白天的有看头，全国各地也越来越重视夜间的有看头，比如说《水舞间》、《印象刘三姐》、《长恨歌》、《宋城千古情》、《印象丽江》、《印象西湖》、《禅宗少林音乐大典》等一系列的实景演出，都十分吸引眼球。据统计，现在全国有 400 多台这样的旅游演出，很多演出的舞台效果都做到了登峰造极、美轮美奂。



各地的实景演出

例如，北京欢乐谷的《金面王朝》，在舞台上居然营造出几百吨洪水倾泻而下的场景，确实很有震撼力，非常有看头。



《金面王朝》演艺

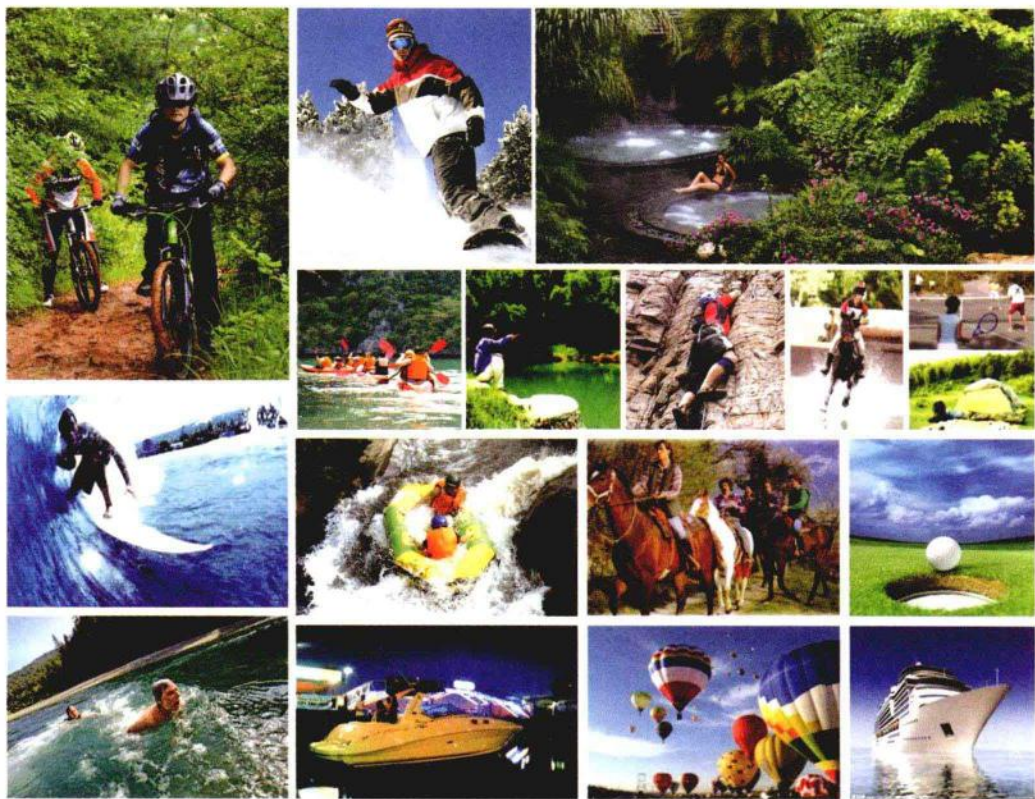
无论是老天爷、老祖宗留下的，还是现在人工打造的有看头，都是观光旅游的基础吸引力所在。

（二）有玩头

有玩头，大体对应我们常说的休闲旅游。

旅游要满足旅游者愉悦的需求。随着旅游不断的发展和演进，各种各样、形形色色的休闲活动、康体娱乐活动已成为旅游中的重要内容，比如滑雪、泡温泉、漂流、嘉年华、滑草、骑马等，都已成为游客积极体验的休闲旅游活动，带火了国内一批知名的旅游目的地和品牌。休闲旅游正在向规模化和品牌化的方向发展，也更进一步地渗入人们的生活方式，形成旅游业发展的强大推动力。

如滑雪旅游。2001年，黑龙江举办了首届国际滑雪经济论坛，请我前往演讲给他们打打气。因为，当时有很多人质疑搞滑雪旅游，认为开展滑雪旅游太超前了。当时我把演讲的题目取名为“变皑皑白雪为滚滚白金”，我对各国滑雪产业的发展



形形色色的休闲康体活动



历程与 GDP 进行了关联分析，最后得出结论是中国发展滑雪旅游的时机已成熟。果不其然，只过了两年，到 2003 年，全国冬季旅游就呈现为“火两头：北有黑龙江，南有海南岛”的格局。现在滑雪旅游已经成为黑龙江旅游当之无愧的支柱、亮点和特色。看似高端玩儿票式的旅游方式进入寻常百姓家，这说明，现代休闲旅游已经扎扎实实地步入了人们的生活。

温泉旅游，我们过去不把它太当回事。记得 1991 年我们去南京野外实习时，徒步 10 里路兴致冲冲前往汤山泡温泉，结果到了以后才发现居然就是一个大澡堂子，一堆人那里“下饺子”。要知道，国内第一个大型户外温泉地是 1998 年才在广东清远市出现的清新温泉。现在，我们知道，哪里要是发现了温泉资源，哪里就好像发现了聚宝盆。不少地方，为了发展旅游，甚至不惜“掘地 3000 米”也要挖出温泉，可见温泉资源的吸引力有多大。真是时过境迁。

还有漂流，过去也被认为没多大意思，但实际上漂流已经是很多地方很火爆的项目。像我去调研过的陕西安康市平利县，当年政府号召各部门集资搞漂流旅游，大家都不响应，觉得很偏远、没人来，结果是旅游局自己筹资搞了起来，当年就收回了投资，其他部门眼红也想参与时已经没门了。又如江西资溪的大觉山漂流，现在仅旺季一天的收入就有 400 万元。

当前，各种各样的休闲活动都开始成为旅游中很重要的内容，这些都是需要我们来解放思想好好琢磨的东西，要把参与性、体验性的活动，康体和娱乐都纳入大旅游的范畴中理解和把握。

我们做旅游，眼睛不能只盯着名山大川、人文胜迹，很多有玩头的项目也很能吸引人。

（三）有住头

有住头，大体对应我们常说的度假旅游。

观光旅游看重的是景区和景点，休闲旅游看重的则是功能和设施，而度假旅游最看重的是服务、环境以及氛围，特别是多样化、多层次的住宿设施。能让游客住下来、留下来，度假酒店的创意和设计很重要。高端的度假酒店、大众的青年旅馆、特色的乡村客栈，服务于不同细分群体的不同类型的客房都需要对应“有住头”的概念。

讲到“有住头”，我要特别强调一个观点：就是旅游的住宿设施要反城市化，一定不要钢筋水泥化，要做到景观化、人本化、自然化和绿色化。但我们看到，还是有很多旅游目的地的酒店做成了城市酒店，缺乏休闲度假本应具备的美好体验感。度假区的酒店一定要做成真正的休闲度假酒店、主题式的酒店，如图片中花园式的