|  |
| --- |
| **鸿基世业** |
| 行业研究报告 |
| 探究旅游业与城镇化互动关系——打造魅力渭南 |



团队名称：HALO V

团队负责人：刘淼

班级：数理经济与数理金融11-1

联系电话：18210305251

邮箱：[streamy61@gmail.com](mailto:streamy61@gmail.com)

团队成员：牛爱军 张艺耀 李民禹 李媛媛

指导老师：卢远瞩 李桂君 李杰 张永力

目录

[绪论 5](#_Toc355795534)

[一、研究的意义 5](#_Toc355795535)

[二、研究的方法 6](#_Toc355795536)

[1、文献研究法 6](#_Toc355795537)

[2、案例分析法 6](#_Toc355795538)

[3、比较分析法 6](#_Toc355795539)

[4、模型分析法 6](#_Toc355795540)

[5、跨学科研究法 7](#_Toc355795541)

[6、问卷调研法 7](#_Toc355795542)

[7、深度访谈法 7](#_Toc355795543)

[正文 8](#_Toc355795544)

[第一部分 旅游业与城镇化互动关系研究——以渭南市旅游业为例 8](#_Toc355795545)

[一、理论分析 8](#_Toc355795546)

[1、渭南城镇化与旅游业相互作用的理论分析 8](#_Toc355795547)

[2、渭南市城镇化对旅游业的推动理论分析 9](#_Toc355795548)

[（1）城镇化建设为渭南旅游业发展提供了契机 9](#_Toc355795549)

[（2）城镇化建设为渭南旅游业提供良好的发展环境 9](#_Toc355795550)

[（3）城镇化建设有助于提高渭南旅游产业的发展层次 9](#_Toc355795551)

[（4）城镇化建设有助于改善旅游环境 9](#_Toc355795552)

[3、渭南市旅游业对城镇化的助推作用的理论分析 10](#_Toc355795553)

[（1）为城镇化发展提供经济基础 10](#_Toc355795554)

[（2）为城镇化发展创造了更好的人居环境，提高了社会文明程度 10](#_Toc355795555)

[（3）旅游业发展有助于城镇经济转型，使城镇功能多元化 11](#_Toc355795556)

[（4）旅游业发展有助于环境的保护，促进城镇的可持续发展 11](#_Toc355795557)

[二、实验分析 11](#_Toc355795558)

[1、格兰杰因果关系检验模型分析 11](#_Toc355795559)

[（1）模型设定及指标选取：Granger因果关系检验模型 11](#_Toc355795560)

[（2）数据指标选取 12](#_Toc355795561)

[（3）变量的平稳性检验 13](#_Toc355795562)

[（4）格兰杰（Granger）因果关系检验 15](#_Toc355795563)

[（5）格兰杰因果检验的结论 15](#_Toc355795564)

[2、渭南市场各项与城镇化有关的投资 16](#_Toc355795565)

[（1）城镇化各项投资介绍 16](#_Toc355795566)

[（2）各项投资与城镇化的相关性分析 17](#_Toc355795567)

[（3）VAR模型引入 18](#_Toc355795568)

[三、结语 28](#_Toc355795569)

[第二部分 渭南市旅游业现状分析 29](#_Toc355795570)

[一、发展及现状概述 29](#_Toc355795571)

[1、中国旅游业发展及现状概述 29](#_Toc355795572)

[（1）三大市场全面发展，市场前景日益广阔 29](#_Toc355795573)

[（2）旅游供给全面增长，产业规模不断扩张 30](#_Toc355795574)

[（3）综合功能全面发挥，增长点的特征日益显现 30](#_Toc355795575)

[（4）国际地位不断提高，国际合作日益活跃 30](#_Toc355795576)

[2、渭南市旅游业发展及现状概述 31](#_Toc355795577)

[（1）好事连连，获奖频频 31](#_Toc355795578)

[（2）项目建设与文物旅游开发大进展 32](#_Toc355795579)

[（3）宣传促销和旅游市场开发显成效 33](#_Toc355795580)

[（4）旅游行业管理更规范 33](#_Toc355795581)

[（5）文物勘探工作进展顺利 33](#_Toc355795582)

[（6）文物信息化建设拓基础 33](#_Toc355795583)

[（7）四大旅游板块效益明显 34](#_Toc355795584)

[二、政策及制度效应分析 35](#_Toc355795585)

[1、以规划为纲领 35](#_Toc355795586)

[2、以政策为指导 35](#_Toc355795587)

[3、以法律为准绳 36](#_Toc355795588)

[4、发展方向 36](#_Toc355795589)

[三、投资分析 38](#_Toc355795590)

[1、旅游投资和经营主体 38](#_Toc355795591)

[2、旅游投资模式 38](#_Toc355795592)

[（1）景区投资模式 38](#_Toc355795593)

[（2）饭店投资模式 39](#_Toc355795594)

[（3）旅行社投资模式 40](#_Toc355795595)

[3、旅游投资业态 40](#_Toc355795596)

[四、产业链分析 41](#_Toc355795597)

[1、概念提出 41](#_Toc355795598)

[2、旅游产业链分析 44](#_Toc355795599)

[（1）中外旅游产业链对比 44](#_Toc355795600)

[（2）中国旅游产业链瓶颈 45](#_Toc355795601)

[3、旅游产业链现有模式 45](#_Toc355795602)

[4、旅游产业链发展趋势 46](#_Toc355795603)

[（1）虚拟一体化产业链 46](#_Toc355795604)

[（2）知识联盟产业链 46](#_Toc355795605)

[5、旅游产业链特征 47](#_Toc355795606)

[（1）旅游产业链上的各个行业之间缺乏有效的约束力 47](#_Toc355795607)

[（2）旅游产业链整体上呈现出网络状特征 48](#_Toc355795608)

[（3）旅游产业链更具有跨区域性 48](#_Toc355795609)

[（4）旅游产业链辐射的广泛性 49](#_Toc355795610)

[五、盈利模式分析 50](#_Toc355795611)

[1、门票收入 51](#_Toc355795612)

[2、观赏过程收入 51](#_Toc355795613)

[3、参与性游乐 51](#_Toc355795614)

[4、夜间娱乐 52](#_Toc355795615)

[5、日用购物 52](#_Toc355795616)

[6、游乐性购物 52](#_Toc355795617)

[7、特色餐饮 53](#_Toc355795618)

[8、特色住宿 53](#_Toc355795619)

[9、康体消费 53](#_Toc355795620)

[10、疗养消费 54](#_Toc355795621)

[第三部分 渭南市旅游业现状评述及发展探究 54](#_Toc355795622)

[一、渭南市旅游业运营现状 54](#_Toc355795623)

[1、收入来源单一，公司经营不稳定 54](#_Toc355795624)

[2、发展空间小 54](#_Toc355795625)

[3、管理体制落后, 运行机制不活 55](#_Toc355795626)

[4、资源开发滞后, 科技含量较低 55](#_Toc355795627)

[5、结构性矛盾突出, 发展水平较低 56](#_Toc355795628)

[二、层次分析法 56](#_Toc355795629)

[1、指标体系的建立 56](#_Toc355795630)

[2、内容确立 57](#_Toc355795631)

[3、评分标准 57](#_Toc355795632)

[第四部分 “魅力渭南”建设 58](#_Toc355795633)

[一、个性化服务升级 58](#_Toc355795634)

[1、中国旅游业的发展重心向旅游服务质量转移 58](#_Toc355795635)

[2、个性化旅游 59](#_Toc355795636)

[（1）个性制定化旅游的由来 59](#_Toc355795637)

[（2）个性服务的变化 60](#_Toc355795638)

[3、旅游业大规模定制化服务的内涵和特征 60](#_Toc355795639)

[（1）以旅游消费者多样化、个性化需求为关注焦点 61](#_Toc355795640)

[（2）以现代信息技术为支持 61](#_Toc355795641)

[（3）以延迟策略、模块化技术为手段 61](#_Toc355795642)

[（4）以消费者的参与为基础 61](#_Toc355795643)

[（5）以企业间合作关系为纽带 61](#_Toc355795644)

[4、旅游业实施大规模定制化服务的竞争优势 62](#_Toc355795645)

[（1）低成本、差异化与速度有机结合 62](#_Toc355795646)

[（2）企业价值与顾客价值同步提升 62](#_Toc355795647)

[5、深入渭南地区探究 63](#_Toc355795648)

[（1）政策和背景基础 63](#_Toc355795649)

[（2）信息技术背景下渭南的个性化旅游服务 63](#_Toc355795650)

[6、未来发展方向 67](#_Toc355795651)

[（1）实施客户关系管理 67](#_Toc355795652)

[（2）实施旅游企业战略联盟，提升供应链管理水平 67](#_Toc355795653)

[（3）采取“延迟策略＋模块化技术”的运作方式 68](#_Toc355795654)

[（4）高科技产品引入，增强游客体验性 69](#_Toc355795655)

[（5）手机APP的介入，为人们提供更加简便的服务 69](#_Toc355795656)

[二、健康旅游的到来 70](#_Toc355795657)

[1、现代健康的含义 70](#_Toc355795658)

[2、旅游对心理健康的作用 70](#_Toc355795659)

[3、旅游中的食品安全 71](#_Toc355795660)

[4、健康旅游计划包含的方面 72](#_Toc355795661)

[（1）健康旅游——心理健康 72](#_Toc355795662)

[（2）森林旅游 73](#_Toc355795663)

[（3）体育旅游 73](#_Toc355795664)

[（4）旅游食品安全 74](#_Toc355795665)

[5、健康渭南计划背景 74](#_Toc355795666)

[6、健康旅游计划具体内容 75](#_Toc355795667)

[（1）森林旅游计划 75](#_Toc355795668)

[（2）体育旅游计划 76](#_Toc355795669)

[（3）名山登山活动 76](#_Toc355795670)

[（4）武术欣赏活动 77](#_Toc355795671)

[（5）健康饮食计划 77](#_Toc355795672)

[7、健康旅游案例分析 77](#_Toc355795673)

[（1）森林旅游实例 77](#_Toc355795674)

[（2）登山旅游实例 78](#_Toc355795675)

[三、底蕴渭南的发掘 78](#_Toc355795676)

[1、底蕴渭南——旅游文化营销内涵 78](#_Toc355795677)

[2、渭南市旅游文化价值 79](#_Toc355795678)

[3、旅游者文化满足分析 81](#_Toc355795679)

[4、旅游文化营销运作阶段 82](#_Toc355795680)

[（1）旅游文化营销运作阶段之一：文化包装与产品设计 82](#_Toc355795681)

[（2）旅游文化营销运作阶段之二：文化传播与广告、促销 84](#_Toc355795682)

[（3）旅游文化营销运作阶段之三：文化体验与品牌 85](#_Toc355795683)

[5、底蕴渭南——打造“道家旅游文化节” 86](#_Toc355795684)

# 绪论

# 一、研究的意义

改革开放三十余年，中国以其傲然的姿态完成了从落后的贫困大国向现代化王国的华丽蜕变。人们的生活水平发生了翻天覆地的变化，越来越多的人由农村转移到城市，迎接他们新的挑战与机遇。三十余年的城镇化建设，让我们亲眼见证了“中国梦”逐渐成真的过程。

在近日落幕的中央经济工作会议上，“积极稳妥推进城镇化，着力提高城镇化质量”作为单独一项任务列出，城镇化的战略将一如既往的执行下去。

城镇化的发展正逐渐改变着中国的产业结构，第一、第二产业在稳步推进的情况下，第三产业迅速崛起，在促进国家前进的道路上发挥着越来越重要的作用。而作为其中的典型代表---旅游业在城镇化的道路中正扮演者越来越重要的作用。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》明确提出“积极发展旅游业”的重大决策。在新型城镇化的推动下，旅游业将产生更大的影响力。而作为集多种资源于一体的度假村产业，其对城镇化的影响值得我们做详细研究。

度假村产业是内涵深、外延宽、关联性强、涉及面广的经济产业,具有很强的“乘数效应”。度假村的建立与发展可以带动当地及周围地带商业、餐饮、旅行社、娱乐等行业的发展，可以使当地的产业结构、居民居住结构、收入结构等发生变化。通过吸引投资与消费，促进当地经济发展，加强城镇基础设施建设，推动城镇化发展。

至今为止，度假村与城镇化的相互影响更多的只是停留在意识形态中，在中国新型城镇化的推动下，在中国度假村行业的发展过程中，阐明两者之间清楚明确的关系无疑是迫切而必需的。

# 二、研究的方法

## 1、文献研究法

文献研究法是通过调查文献来获得资料，从而全面地、正确地了解掌握所要研究问题的一种方法。本课题主要选用文献研究法作为前期资料准备的研究方法。通过文献研究法，找寻城镇化背景下中国旅游产业政策的资历、中国度假村产业的现状及国外先进经验和模式的相关资料。借助网络，图书馆等渠道，我们对度假村与城镇化的紧密关联有了更深入的理解。

## 2、案例分析法

案例分析法作为研究现实情况最权威的办法之一，具有其存在的必然性。任何分析脱离了实际将没有任何意义。通过案例分析法一方面可以为我们的结论做验证，同时给我们整个课题研究进行方向上的指导。

## 3、比较分析法

比较分析法是通过实际数与基数的对比来提示实际数与基数之间的差异，借以了解经济活动的成绩和问题的一种分析方法。在度假村产业的发展中我们会多次接触比较分析的概念，例如产业结构的改变、经济增长的变化等。通过跨时期，跨地域进行比较分析，通常可以使课题的研究内容更加准确与严谨。

## 4、模型分析法

任何意识形态下的结论是很容易被推翻的，对于结论的正确性，我们必须采用非常严谨的模型来探讨。在本课题中，为了使得最终的结论更具说服力，我们在第一步中采用国民经济增长贡献度模型以及相关性分析模型等，在第二步中采用了VAR模型以及面板数据模型等。

通过模型的证明与数据的表现，真实客观地说明我们结论的科学性。

## 5、跨学科研究法

跨学科研究运用多学科的理论、方法和成果从整体上对某一课题进行综合研究，也称“交叉研究法”。本课题属于现代服务业范畴，中间涉及多个学科的知识，在研究过程中必须采用跨学科研究法才能使全文的研究角度更加全面。模型的运用涉及数学、经济学、社会学等，跨学科研究方法的采用将会被慢慢运用到各领域。

## 6、问卷调研法

研究过程中，我们设计调查问卷，面向我校师生和其它院校师生以及各方的业内人士发放。通过问卷，我们可以不仅会对我们的成果进行检验，还可以集思广益，不断改进，设计出更具有创新意义的合适方案。此外，我们会对问卷进行统计分析，探究数字背后的价值。我们将会通过纸质与电子两种方式来发放问卷，克服地理区域的限制，使抽样样本更为随机多样，得出更普遍性的看法，再与问题结论相结合，具有很强的借鉴意义。

## 7、深度访谈法

深度访谈作为研究社会性课题的基本方法，在本课题的研究方法中将会占据较大比重，度假村行业对城镇化的影响需要咨询相关方面专家的看法，通过整合专家的意见，结合我们的课题，综合得出结论。

# 正文

# 第一部分 旅游业与城镇化互动关系研究——以渭南市旅游业为例

# 一、理论分析

## 1、渭南城镇化与旅游业相互作用的理论分析

渭南是旅游资源丰富的地区，通过合理开发，自然会逐渐形成一个交通、信息、资金、商品、市场、人力资源等聚集的中心，旅游资源开发的过程，也是城镇形成、完善、成熟发展的过程。渭南地区有着丰富的自然景观和人文景观，以此为依托，整体开发商业、交通、文化、通讯、服务等设施，逐步形成集旅游、饮食服务为一体的城镇。旅游业促进了渭南城镇建设，加快城乡经济的交流，也大大增加农民的收入，推动了乡村经济的发展。生态小城镇又作为一项独特的旅游资源吸引着旅游者。作为第三产业的旅游业成为了推动城镇发展的巨大动力，旅游业较强的关联性带动了一系列产业的发展。

在国外，旅游对经济增长及城镇发展的作用早已被人们所认识和利用，并受到政府和研究者的高度重视。在城镇化的众多动力中，旅游业日益显现出其活力与潜力，成为许多地方拉动经济发展的支柱产业、优势产业或先导产业，旅游对城镇化进程的推动和影响越来越重要。

另一方面渭南的快速建设为旅游业发展提供了所需要的基础设施和服务设施，城镇规模的扩大促使城镇居民文化水平和素质的提高，加速了现代文明的进程，为旅游业发展输送大批合格的管理人员、服务人员，有利于旅游业的持续发展。渭南镇化建设与旅游可持续发展地有机结合，让城镇化建设更好的为旅游开发服务，旅游开发也将进一步加快城镇化建设步伐。因此我们从理论探究和实证分析来探讨渭南城镇化与旅游业之间的关系。

## 2、渭南市城镇化对旅游业的推动理论分析

### （1）城镇化建设为渭南旅游业发展提供了契机

目前陕西省城镇化水平为 40.6%，正处于城镇化加速发展阶段，但渭南仅为 35.7%，低于全省平均水平。根据《陕西省城镇化体系规划》预测，到 2020 年，县域城镇化水平将达到 43.5%，基本达到全国平均水平，年均增加 1.2 个百分点，城镇人口达到 1000 万，年均增加 26 万。为了达到这个目标，陕西省结合陕南地区特点，将大力发展旅游业定位为陕南发展的重要战略和途径，为陕南旅游业发展提供了契机和政策保障。因此渭南地区将在此城镇化规划中受益，加速其旅游业发展。

### （2）城镇化建设为渭南旅游业提供良好的发展环境

城镇化不仅是一个城镇数量与规模扩大的过程，同时也是一种城镇结构和功能转变的过程。陕西省计划在城镇建设中，充分利用山水资源，突出山水城市之特色美、人文美，将其充分与当地文化结合，形成特色文化链，并严格保护城市周边山体地貌，严禁开山挖石；搞好山体绿化，提高绿化覆盖率；保护好城市水体，对一些历史遗留下来的建筑注重保护，禁止盲目地乱加改造，以便留住城市原有的风貌和历史记忆。这些都为渭南可持续发展旅游业创造了良好的环境。

### （3）城镇化建设有助于提高渭南旅游产业的发展层次

渭南的旅游业发展必须科学规划，旅游资源必须科学开发、综合利用，不能零打碎敲，否则，造成资源的浪费甚至破坏。而城镇化建设可以促进渭南旅游业从建设生态城镇、实现可持续发展的战略高度出发，对整个市县域旅游资源进行合理统筹规划，最大限度地促进旅游景区环境效益、社会效益和经济效益协调统一，提高渭南旅游业发展层次，走可持续发展道路，创造持续的旅游收益。

### （4）城镇化建设有助于改善旅游环境

渭南城镇产业发展依托丰富的自然资源，如华山景区等等，具备优良生态和后发潜力，城镇化有利于渭南从“绿色、集约、可持续”的发展观出发，把资源开发与生态环境保护相结合，产业布局与城镇建设相结合，产业发展与居民增收相结合，构建以农副林特、生态旅游业为主的绿色产业体系。并以此推进经济结构战略性调整，向第三产业加速发展，重点发展的物流、金融、信息等生产性服务业。渭南经济技术开发区、卤阳湖现代产业开发区等14个工业园这些产业园区的建成将会成为渭南旅游业新的资源。其次，城镇化建设势必伴随城镇基础设施建设、城镇周边环境治理、城镇交通基础建设等，这将为旅游业创造良好的环境，好的配套设施会吸引更多的旅游者来到渭南旅游区。

## 3、渭南市旅游业对城镇化的助推作用的理论分析

### （1）为城镇化发展提供经济基础

旅游业的发展使人流、物流、资金流和信息流到城镇集聚，其投资少、见效快、乘数效应大的优势带动了相关产业及城镇建设的发展。渭南地区拥有独特的民俗风情、先天独厚的华山景观，通过旅游业的兴起和发展，可以刺激渭南城镇经济的增长，提高居民的生活水平。同时，旅游业作为一个劳动密集型、从业壁垒不高的产业，对于吸纳劳动力有着重要的作用。通过培训和就业，农民的素质和价值观念提高，生活条件改善，居住由分散走向集中，推进了城镇化的进程。旅游业作为城镇化的原动力，促进城镇经济、环境、文化的发展，使其逐渐向现代化迈进。

### （2）为城镇化发展创造了更好的人居环境，提高了社会文明程度

旅游业的发展本身离不开交通、能源、接待行业、医院、保险、银行等整体的协调发展，而这些行业和部门的发展客观上又为渭南地区加快城镇化建设奠定了基础，为这些地区引进人才、技术、先进的管理方法创造了条件。在这个意义上，旅游的开发过程实际上就是渭南城镇化建设的推进过程。同时，旅游业的发展，促使大量旅游者来访和城镇居民出游，直接或间接地传递着新的观念、信息和技术，开拓了人们的眼界，使长期以来农村形成的落后生活方式、生产方式逐步改变，加快农村现代文明的进程，促进了城镇的开放，实现了与现代社会的对接。

### （3）旅游业发展有助于城镇经济转型，使城镇功能多元化

土地的有限性和农产品价格的不确定性，使农民对农业的投入减少，产业结构的调整和优化势在必行。通过旅游业的开发，渭南地区的人流量的增加以及游客需求的多样化，必然促进农产品种植的多样化、农产品加工的产业化和精细化，也使很多过去侧重于保障城市生活供应、提供鲜活农副产品的功能单一的小城镇转变成了为人们提供农业观光、领略田园风光和回归自然，兼顾生态、娱乐、教育、文化等多种现代化综合功能的旅游城镇。旅游业作为城镇化的驱动力，实现了城镇的经济转型和城镇功能的多元化。

### （4）旅游业发展有助于环境的保护，促进城镇的可持续发展

旅游业是无烟产业，在推进城镇化进程中实现了生态环境的最小破坏。而且，我国的旅游资源多集中在那些自然条件比较奇特、生态环境比较好、地形地貌比较复杂的地区，这些地区在全国主体功能区划中属于禁止开发或限制开发区，没有发展工业的有利条件，产业基础比较薄弱，城镇化的道路非常艰难。但这些地方由于独特新奇的旅游资源吸引了大批具有“寻异”心理的旅游者，通过发展旅游业，带动相关产业的发展，吸引周围地区的人口、物力、资金，形成发展的增长极，产生向周围地区的辐射力，从而不仅带动渭南当地经济发展，缩小与发达地区的差距，也有利于生态环境保护与可持续发展。

# 二、实验分析

## 1、格兰杰因果关系检验模型分析

### （1）模型设定及指标选取：Granger因果关系检验模型

Granger因果关系检验（Granger Causality Test）可以用来确定经济变量之间是否存在因果关系以及影响的方向，其检验思想为：如果序列 X 的变化引起了序列 Y 的变化，则序列 X 的变化应当发生在序列 Y 的变化之前。Granger 因果检验的原假设是：“X 不是引起 Y 变化的 Granger 原因”或“Y 不是引起 X 变化的 Granger 原因”。要检验序列 X 与序列 Y 之间的因果关系以及这种关系影响的方向，需要构建如下的检验回归方程，

⑴

⑵

式中K=1，2，….,n为 X、Y 中的时间序列；，，,为系数；p为滞后阶数；，为随机误差项，且假设它们之间是不相关的。

Granger 因果检验结果与滞后长度 P 的选取有直接关系，为了确定合适的滞后阶数，可以首先构建序列间的 VAR模型，进而运用滞后长度标准（LagLength Criteria）来确定合适的滞后长度。

现实中的许多经济变量往往不是平稳的时间序列，采用传统的计量经济学方法进行分析容易产生“伪回归”问题。进行回归分析及因果检验前应对序列进行平稳性检验，单位根检验（Unit RootTest）可以用来检验平稳 性，通常的方法有Augmented Dickey-Fuller test(ADF)、Dickey-Fullertest with GLS(DF-GLS)、Phillips-Perron(PP)等。

### （2）数据指标选取

在考察渭南城镇化发展和旅游增长的关系研究中,考虑到统计数据的可得性,采用市镇非农人口占总人口的比重来衡量城镇化水平。渭南的旅游业发展水平主要是市辖区的全部旅游收入,数据是1998年到2012年的年度数据,全部来源于《中国统计年鉴》、《渭南统计年鉴》和渭南年度统计公报。为了使模型的设定更合理并减少或者消除潜在的异方差问题,对三个时间序列分别取自然对数,分别记为LnUR、LnUL。它们的一阶差分就分别代表城镇化率的增长率、旅游收入增长率。

#### （一）渭南人口城镇化水平的测定

以非农户籍人口统计的城镇化水平。非农户籍人口占总人口的比重一直是衡量我国城市化水平的重要指标。根据户籍管理制度定义，非农户籍人口绝大部分居住在城镇建成区内，且从事非农职业，是具有法定的居住身份和实际意义的城市人口，也是我国城镇人口的主体。自20世纪50年代中期我国实施户籍管理制度以来，相应地建立起了严格且完整的统计制度，使用这一指标衡量城镇化水平，具有统计资料的易得性和指标的连续性。这种测算方法，也是政府统计 及学术研究中常采用的方法之一。因此，我们从渭南统计年鉴中找出1998-2012的非农户口数和总人口数，两者相除，得到渭南城镇化的估计水平值UR。

#### （二）渭南旅游业发展水平

通过综合查阅关于旅游水平的文献，在大多数文献中，均采用国际外汇旅游收入+国内旅游收入作为衡量地区旅游业发展水平的指标。因此，我们将渭南1998-2012的国际旅游外汇收入与渭南国内旅游收入相加，得到渭南旅游总收入(tourist industry income)（TI）作为渭南地区的旅游业发展水平衡量指标，样本来源于《渭南统计年鉴》

### （3）变量的平稳性检验

单位根检验法

用最常用的 ADF 检验对渭南城镇化率与渭南旅游收入自然对数序列进行单位根检验。以下检验，在定义检验中需要包含的选项（Includein test equation）中，均选择了含有常数项（Intercept）和趋势项（Trend）。滞后长度分别为：1、0，滞后长度的选取基于SIC（Schwarz Info Criterion）准则。检验结果如下。

ADF 检验结果显示，序列 lnUR的ADF 检验 t 统计量值为-3.163868，小于5%的检验统计标准值，序列 lnTI 的 ADF检验 t 统计量值为-4.152052，小于1%的检验统计标准值，因此拒绝原假设，认为序列 lnUR 是平稳的而序列 lnTI是不平稳的。从而对TI进行一介差分检验得,结果t统计量结果为-3.630000，小于10%水平。故而使用旅游业收入变化作为指标。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| lnUR |  |  | t-Statistic | Prob.\* |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -3.163868 | 0.0923 |
| Test critical values: | 1% level |  | -4.004425 |  |
|  | 5% level |  | -3.098896 |  |
|  | 10% level |  | -1.690439 |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| lnti |  |  | t-Statistic | Prob.\* |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -1.032085 | 0.9043 |
| Test critical values: | 1% level |  | -4.800080 |  |
|  | 5% level |  | -3.791172 |  |
|  | 10% level |  | -3.342253 |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  | t-Statistic | Prob.\* |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -3.630000 | 0.0712 |
| Test critical values: | 1% level |  | -4.992279 |  |
|  | 5% level |  | -3.875302 |  |
|  | 10% level |  | -3.388330 |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

### （4）格兰杰（Granger）因果关系检验

在经过以上模型建立对两序列进行 Granger因果检验，检验结果如下图。对于第一个原假设，其 F-统计量为2.00420，相应的概率值为 0.04119，在5%的检验水平下，拒绝原假设，认为“lnUL（旅游收入）序列是引起 lnUR（城镇化）序列变化的Granger原因”；

第二个原假设，其 F-统计量为 0.77710，相应的概率值为0.02921，在 5%的检验水平下，拒绝原假设，认为“lnUR（城镇化）是引起lnUL（旅游收入）变化的Granger原因”。

综上，两序列间存在双向的因果关系，即渭南城镇化率的变动会成为旅游业增长的原因，反之，渭南旅游业增长的也是渭南城镇化加速的原因。至此，得出了完整的两序列因果关系检验结果。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Null Hypothesis: | Obs | F-Statistic | Probability |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| LnUL does not Granger Cause LnUR | 13 | 2.00420 | 0.04119 |
| lnUR does not Granger Cause LnTI | | 0.77710 | 0.02921 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

### （5）格兰杰因果检验的结论

渭南的城镇化的快速建设为其旅游业发展提供了所需要的基础设施和服务设施，提高城镇居民文化水平和素质，有利于渭南地区旅游业的持续发展，显著地促进当地的旅游收入，是推动旅游业增长的原因。

渭南旅游业在一定程度促进了城镇建设，是城镇化的原因之一。在渭南城镇化的众多动力中，旅游业对渭南城镇化进程的推动和影响占有一定重要性，旅游业业促进了渭南城镇的建设，加快城乡经济的交流，也大大增加农民的收入，推动了渭南地区城镇的发展。因此，我们将继续探讨城镇化与旅游业双方的相互作用。

## 2、渭南市场各项与城镇化有关的投资

### （**1）城镇化各项投资介绍**

所谓城镇化，就是指农村人口不断向城镇转移，第二、三产业不断向城镇聚集，从而使城镇数量增加，城镇规模扩大的一种历史过程。城镇化作为一种社会历史现象，既是物质文明进步的体现，也是精神文明前进的动力。城镇化作为一种历史过程，不仅是一个城镇数量与规模扩大的过程，同时也是一种城镇结构和功能转变的过程。这一历史过程包括四个方面：第一，城镇化是农村人口和劳动力向城镇转移的过程；第二，城镇化是第二、三产业向城镇聚集发展的过程；第三，城镇化是地域性质和景观转化的过程；第四，城镇化包括城市文明、城市意识在内的城市生活方式的扩散和传播过程。概括起来表现为两个方面：一方面表现人的地理位置的转移和职业的改变以及由此引起的生产方式与生活方式的演变；另一方面则表现为城镇人口和城市数量的增加、城镇规模的扩大以及城镇经济社会、现代化和集约化程度的提高。[1]

基于以上理解，渭南城镇化的发展，离不开交通运输、仓储、邮政业、信息传输服务业、电力燃气水生产供应业、水利、环境和公共设施管理业等各行业投资，它们都是城镇化过程中不断需要加强投入的部分。

　对于交通业与城镇化的关系，国家发改委中国文化产业投融资促进中心副主任贺懋华认为，党的十八大报告，将城镇化建设从“区域协调发展”上升为建成小康社会，实现经济发展方式转变的重点。“十二五”期间，我国城镇化率提高4个百分点，将有超过5000万的农村人口进入城镇，内需提升的空间仍然较大。推进城镇化建设，在我国经济社会发展全局中具有重要意义。农业现代化是社会稳定的基础，工业化建设是城镇居民增收致富的保障，而交通运输业是城镇农业经济和工业经济的命脉，因此促进城镇经济发展，必须优先发展交通运输业。来自台湾地区专家表示，大力发展城镇经济，特别是交通运输业、商业和服务业，是农村迅速迈向城镇化的重要一步。

信息服务业对渭南的城镇化同样起着重要的作用，良好的信息服务系统，可以减少企业内部不必要的资源浪费，提高信息沟通的效率，实现信息传递的及时性与有效性。在城镇化过程中，不仅能给旅游业开辟新的市场提供大量数据的信息支持，也可以为新兴销售市场提供有效帮助，实现各行业信息、服务技术的突破。

水利建设同样重要的影响着渭南的城镇化，新型城镇化和农业现代化都要求大力加强水利建设。我国水资源短缺和分布不均衡制约新型城镇化的健康发展;而农田水利基础薄弱则制约农业现代化,农田水利化是发展现代农业的前提。中央确立的新型城镇化和农业现代化的发展规划将本质上推动水利建设的发展。 政策力度显著加大,2013年或将迎来水利投资高峰。十二五规划全国水利投资累计总额将达1.8万亿元,接下来三年计划总投资需完成近1.2万亿元,平均每年约4000亿,预计作为十二五第三年的2013年,水利建设投资增长将进入高峰期。

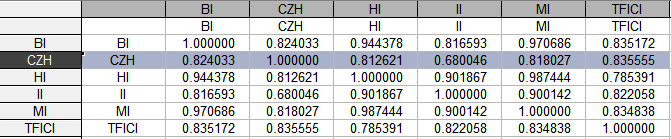
改革开放以来，渭南经济社会快速发展，城镇化水平不断提高，但同时也给资源和环境带来了不小的影响。尤其在环境条件改善缓慢、资源严重短缺的今天，客观上要求城镇化进程必须与资源环境相协调，才有利于促进渭南当地社会经济的持续健康发展，否则，急速城镇化必将超越城市资源承载能力，降低城镇化的质量和效果。因此环境投资对渭南的城镇化也至关重要。

公共设施的投资建设，使得居民配套服务得以完善，如医保、教育等关注的问题能够得到进一步解决，在提升居民满意度的同时，渭南城镇化的质量提高。并且，完善的公共设施树立的城市形象，能够吸引更多规范的投资者对渭南进一步投资，对今后的长远发展和城镇化率提升有较大帮助。

综上，我们将从渭南各年度统计年鉴和年度公报中找出全部与城镇化进程有关的各项投资，利用EVIEWS分析找出与城镇化相关度最高的几项投资项目，便于我们进一步探究渭南城镇化水平是如何推动旅游业发展的。

### （2）各项投资与城镇化的相关性分析

从渭南各年度统计年鉴和年度公报中，选取2003-2012年度的渭南市基础设施投资（BI）、水利环境和公共设施管理业投资（MI）、交通运输业投资（TFICI）、信息服务业投资（II）、房地产投资（HI），计算它们与渭南城镇化率（CZH）的相关系数，如下图：



基础设施投资（BI）、水利环境和公共设施管理业投资（MI）、交通运输业投资（TFICI）、信息服务业投资（II）、房地产投资（HI），计算它们与渭南城镇化率（CZH）的相关系数分别为0.824，0.818，0.680，0.812，0.835。

可以看出信息服务业投资（II）与城镇化率相关性最小，因此我们将着重探究基础设施投资（BI）、水利环境和公共设施管理业投资（MI）、交通运输业投资（TFICI）、房地产投资（HI）对渭南旅游业推动的作用。下面我们将利用VAR模型对此进行进一步分析探讨。

### （3）VAR模型引入

#### （一）模型介绍

VAR模型把每个变量作为系统中每个内生变量的滞后值的函数来构建模型,可以用来分析和预测互相联系的时间序列之间的关系以及扰动对于系统的影响。VAR模型是一种非理论性模型,因此无需对变量做任何先验约束。模型分析了旅游业对相关行业的影响作用.该方法的优势在于对变量全部滞后项系数的联合检验能够揭示该变量是否对被解释变量有显著的影响,而且这种影响是正还是负以及影响发生作用所需要的时间都可通过测量脉冲响应来获得。

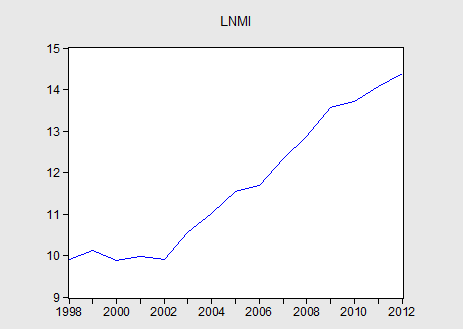
#### (二)选取数据

我们选取渭南市15年期的固定资产投资的相关数据，在参与计量分析时，采用它们的对数形式来考察，因为对数形式有以下优点: 一是符合经济增长理论的一般形式( 如扩展的科布－ 道格拉斯生产函数) ；二是可以包含上述文献有关城市化与经济发展关系研究的成果；三是消除可能存在的异方差，对指标进行自然对数处理。

#### （三）单位根判断

同过对比各个LNTI与LNHI,LNBI,LNTFICI,INMI时序图可以定性地判断它们是否为平稳序列，接下来采用ADF 单位根检验的方法来检验变量的平稳性，避免“伪回归”现象，采用ADF 检验方法检验序列是否平稳。

1.水利、环境和公共设施管理业（LnMI）MANEAGEMENY INVEST

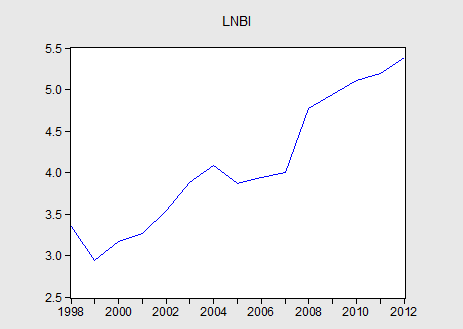


从图形上初步判断，其时间序列是平稳的，

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  | t-Statistic | Prob.\* |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -3.927569 | 0.0504 |
| Test critical values: | 1% level |  | -5.124875 |  |
|  | 5% level |  | -3.933364 |  |
|  | 10% level |  | -3.420030 |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

根据AND检验得出，在水平状况下水利、环境和公共设施管理业有将近百分之95概率是平稳的。

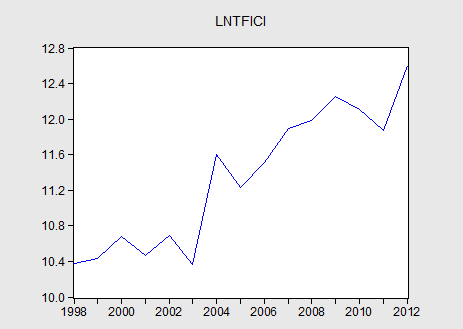
2.在基础设施投资方面（LNBI）BASIC INVEST二维图得



从图像中初步判断为平稳的时间序列。 ADF检验得

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  | t-Statistic | Prob.\* |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -3.345309 | 0.0995 |
| Test critical values: | 1% level |  | -4.800080 |  |
|  | 5% level |  | -3.791172 |  |
|  | 10% level |  | -3.342253 |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

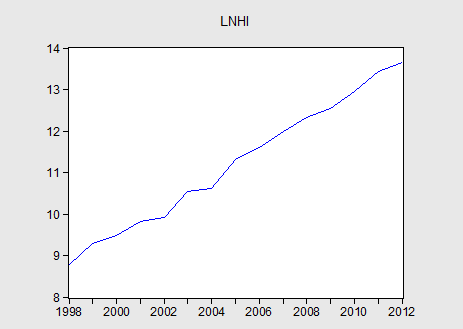
由t统计值此得出，在水平时间段有百分之90以上概率为平稳的

3.在交通运输投资方面（LNTFICI），通过时序图判断为不平稳的。

进入ADF检验得出

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  | t-Statistic | Prob.\* |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -3.897079 | 0.0423 |
| Test critical values: | 1% level |  | -4.800080 |  |
|  | 5% level |  | -3.791172 |  |
|  | 10% level |  | -3.342253 |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

有95%以上概率是平稳的。

4.在房地产开发投资方面(LNHI)，从一维图判断其为平稳的。

从ADF判断，其时间序列有百分之95概率以上是平稳的。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  | t-Statistic | Prob.\* |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -3.967187 | 0.0378 |
| Test critical values: | 1% level |  | -4.800080 |  |
|  | 5% level |  | -3.791172 |  |
|  | 10% level |  | -3.342253 |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

#### （四）Johansen协整检验

对LNMI和LNTI进行协整检验得

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Hypothesized |  | Trace | 0.05 |  |
| No. of CE(s) | Eigenvalue | Statistic | Critical Value | Prob.\*\* |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| None \* | 0.798095 | 15.70611 | 15.49471 | 0.0465 |
| At most 1 | 0.304627 | 2.906455 | 3.841466 | 0.0882 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

从结果看，

再分别对对LNBI和LNTI；LNTI和LNTFICI;LNTI和LNHI进行协整检验，检验结果十分均为长期均衡。

#### （五）建立VAR模型

模型估计值为，根据赤池信息准则，比较 Akaike AIC和Schwarz SC可以确定VAR 模型的最优滞后长度为2，如下表为LNHI和LNTI的比较，其他比较类似，由于我们采用的是年度数据，所以滞后期估计到0,1,2。

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Lag | LogL | LR | FPE | AIC | SC | HQ |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 0 | -1.351633 | NA | 0.007945 | 0.837908 | 0.857769 | 0.703958 |
| 1 | 20.60951 | 27.45143\* | 9.60e-05 | -3.652377 | -3.592796 | -4.054228 |
| 2 | 28.79128 | 6.136328 | 4.82e-05\* | -4.697820\* | -4.598518\* | -5.367572\* |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

我们将对LNMI,LNBI,LNTFICI,LNHI,分别与LNTI联系进行VAR求解

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. 对（LNHI,LNTI）进行VAR(2)模型估计得出     Vector Autoregression Estimates | | |
| Sample (adjusted): 2000 2012 | | |
| Included observations: 13 after adjustments | | |
| Standard errors in ( ) & t-statistics in [ ] | | |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  | DIFLNTI | LNHI |
|  |  |  |
|  |  |  |
| DIFLNTI(-1) | 0.142909 | -0.004019 |
|  | (0.31918) | (0.00562) |
|  | [ 0.44773] | [-0.71518] |
|  |  |  |
| DIFLNTI(-2) | 1.649097 | 0.007078 |
|  | (0.93335) | (0.01643) |
|  | [ 1.76687] | [ 0.43079] |
|  |  |  |
| LNHI(-1) | -0.083059 | 0.221948 |
|  | (15.6073) | (0.27476) |
|  | [-0.00532] | [ 0.80778] |
|  |  |  |
| LNHI(-2) | 2.673798 | 0.808348 |
|  | (14.9566) | (0.26331) |
|  | [ 0.17877] | [ 3.06998] |
|  |  |  |
| C | -25.73868 | 0.285974 |
|  | (33.3155) | (0.58651) |
|  | [-0.77257] | [ 0.48758] |
|  |  |  |
|  |  |  |
| R-squared | 0.804444 | 0.992540 |
| Adj. R-squared | 0.706666 | 0.988809 |
| Sum sq. resids | 568.0933 | 0.176069 |
| S.E. equation | 8.426842 | 0.148353 |
| F-statistic | 8.227256 | 266.0787 |
| Log likelihood | -42.99889 | 9.515700 |
| Akaike AIC | 7.384444 | -0.694723 |
| Schwarz SC | 7.601732 | -0.477435 |
| Mean dependent | 11.41846 | 11.55248 |
| S.D. dependent | 15.55908 | 1.402382 |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Determinant resid covariance (dof adj.) | | 1.561522 |
| Determinant resid covariance | | 0.591345 |
| Log likelihood | | -33.47759 |
| Akaike information criterion | | 6.688861 |
| Schwarz criterion | | 7.123437 |
|  |  |  |
|  |  |  |

将模型改写为矩阵形式，得  
DIFLNTI = 0.1429 \* DIFLNTI(-1) + 1.6491 \* DIFLNTI(-2) - 0.08306\* LNHI(-1) + 2.6738\* LNHI(-2) - 25.7386

LNHI = - 0.0040 \* DIFLNTI(-1) + 0.0070\* DIFLNTI(-2) + 0.2219 \* LNHI(-1) + 0.8083 \* LNHI(-2) + 0.2860

其他三项按照同样方法，可得，

1. LNMI和DIFLNTI做VAR(2)模型估计得

LNTI = 0.6151 \* LNTI(-1) - 0.1007\* LNTI(-2) + 0.0011 \* LNMI(-1) + 0.3652 \* LNMI(-2) - 2.47159

LNMI = - 0.0515 \* LNTI(-1) - 0.8755 \* LNTI(-2) + 0.7563\* LNMI(-1) + 0.6868 \* LNMI(-2) - 1.8181

1. LNBI和DIFLNTI做VAR(2)模型估计得

DIFLNTI = 0.1229 \* DIFLNTI(-1) + 1.5202 \* DIFLNTI(-2) + 6.1125 \* LNBI(-1) + 0.07350 \* LNBI(-2) - 21.9261

LNBI = - 0.0017 \* DIFLNTI(-1) + 0.0221 \* DIFLNTI(-2) + 0.95963\* LNBI(-1) - 0.128169244752 \* LNBI(-2) + 0.7626

④对LNTFICI和DIFLNTI多VAR(2)模型估计得

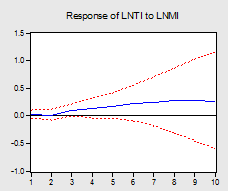
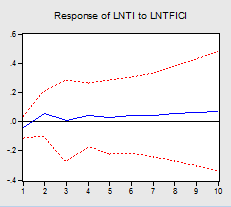
LNTFICI = - 0.1836 \* LNTFICI(-1) + 1.5598\* LNTFICI(-2) + 0.0303 \* DIFLNTI(-1) - 0.1312\* DIFLNTI(-2) - 3.5434

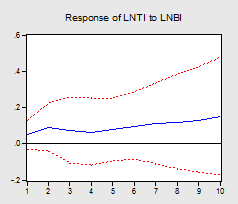
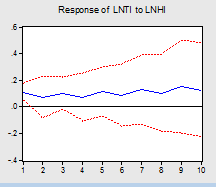
DIFLNTI = 5.0201 \* LNTFICI(-1) - 3.4637 \* LNTFICI(-2) + 0.1299 \* DIFLNTI(-1) + 2.1666\* DIFLNTI(-2) - 17.9998

#### （六）分析脉冲响应函数

VAR 模型的主要功能并不是解释回归系数的意义，而是说明一个随机新变量的冲击对内生变量的影响和其相对重要性, 这就需要用脉冲响应函数对其作进一步分析。脉冲响应函数可以描述一个内生变量对误差的反应，刻画的是一个标准差大小的冲击对VAR 模型中内生变量当期值和未来值的影响。由于在VAR 模型中，所有的变量都与其他的变量相关，因此，任何一个变量的冲击不仅会影响到自己的变化，而且会对其他向量中所有的变量产生影响。

我们需要得到LNMI,LNBI,LNHI,LNTFICI,分别对DIFLNTI的脉冲图像



图为DIFLNTI对LNTFICI，LNMI,LNHI,LNBI冲击的响应函数图横轴表示冲击

横轴作用的滞后期间数,纵轴表示各相关行业的投资额，实线表示脉冲响应函数,代表了各行业投资对于旅游业收入变化的冲击的反应，虚线表示脉冲响应函数的标准误差。

#### （七）VAR模型得出的结论

（1）从response of DIFLNTI toLNTFICI中，我们可以看出，起初对于交通业的投资的一个正向冲击将对旅游业的收入变化有个负向的作用，在1期过后，影响也逐渐转为正值。然后再次递减，在第三期时重新归为0，之后随着期数的增加，有较为稳定的递增变化。说明在此期间交通运输业的投资对旅游业收入变化的增加对的发展有较长时间的正向促进效应。在开始阶段，虽然有投入，但是投入都还未建设完成，所以在初期，交通业的投入并没有对旅游业产生正向影响，甚至造成了负向作用。在接下来的时间中，投入的资本逐渐产生效果。直观上看，交通运输业的发展，必然为旅游带来相应的便利，于是将促进旅游业的发展，并为旅游产业带来更多的收入。因此，政府因加大对渭南市交通业的投资。

（2）从response of DIFLNTI to LNMI中，我们可以看出，在渭南市水利、环境和公共设施管理业方面的投资的一个正向冲击对旅游业收入变化有正向的作用，在第一期时，较平稳，之后在2~8期中。这些方面的投资对旅游业的收入变化促进作用较大，在9和10期，其表现主要呈平滑状态，增加率有之减缓。从而可以看出，在这方面的投资已达到一个高峰期，政府可以考虑在接下去的一段时间中，慢慢的减少其投资额。

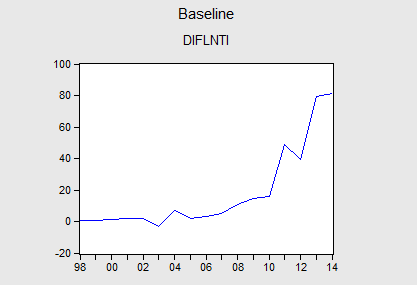
（3）从response of DIFLNTI to LNBI中，我们可以看出在基础建设投资方面的一个正向冲击对旅游业收入变化都有正向的作用，开始遍有很高的增长率，只有在第四期有小幅下滑，在第四期后平稳上升。由此表明对基础设施的投资能对旅游业的收入起到一个非常好的作用，并且这个作用长期持续，长期投资将对旅游业收入增长有较大促进作用。

（4）从 response of DIFLNTI to LNHI中，我们得出在房地产开发投资方面的一个正向冲击对旅游业有正向的作用，其促进作用并非十分稳定，在上浮和下降中徘徊，但总体而言有不错的促进作用。从现实角度看，房产业的投资，对渭南地区整个地区的发展有重要的作用，其作用不言而喻，尤其在旅游地产上投资，更加直接的推动了旅游业收入的作用。从开发商方面看，个人认为应该加大对房产业的投资，由此推动对当地旅游业的发展，旅游业发展再次带来房产方面的回报，由此达成良性循环。不仅为公司取得良好利益，而且为当地旅游业收入的增加有很大促进作用。

综上所述,各个行业的投资都对旅游业收入变化有一定的正向冲击作用,并且长期内这种正向的促进作用会一直持续.这说明旅游业的发展对其相关产业的发展确实有较强的拉动作用。各个产业的投资均对其产生非常良好的作用，所以政府或商家可以加大对这些要素的再投资，应能获得良好的循环收益。

#### （八）模型预测

预测是VAR模型最重要的应用之一，我们将对旅游业的收入进行预测。结果如下图所示



图旅游业收入的二维图

根据VAR模型动态短期预测，求解表明2013年收入为339.82亿元

2014年收入为404.86亿元

由此可见其在未来2年内旅游业的收入有很大幅度的提升，所以我们认为可以加大对相关产业的投资，由相关产业促进旅游业的发展，并带来更大价值的回报。对各产业投资方面估计得

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 |
| 水利、环境和公共设施管理业投资/元 | 1608158.03 | 1432082.16 |
| 基础设施投资 /亿 | 338.64 | 385.45 |
| 交通运输业投资 | 311754.10 | 393477.83 |
| 房地产开发投资 /亿 | 165.67 | 257.88 |

# 三、结语

基于第一部分中得出的结论：通过对渭南地区的数据分析检验，城镇化将会显著的推动旅游业的发展，并且旅游业的发展将会正向促进城镇化的各项建设。在国家“城镇化”政策的实施以及经济稳步发展的前提下，渭南地区旅游业将会迎来新的发展机遇。依托于渭南独特的资源优势，进行旅游业的转变与升级，将成为渭南旅游业发展的巨大挑战。旅游业是渭南本土形象的集中体现，进行产业转变将会极大地促使渭南市旅游业的革新，由此我们提出“魅力渭南”的概念，通过对旅游资源的深度剖析，重新寻找渭南市旅游业的发展潜力。

# 第二部分 渭南市旅游业现状分析

# 一、发展及现状概述

## 1、中国旅游业发展及现状概述

我国旅游业起步较晚，起点较低，改革开放前以外事接待为主，只具备产业雏形，不完全属于产业范畴。1978年之后，我国旅游业挟带其巨大的资源优势和国际市场积蓄多年的需求存量，领改革开放之先，受改革开放之惠，借改革开放之力，30年来持续快速发展，已成为我国国民经济中的重要产业和国际旅游大舞台上异常活跃、极富生命力的新生力量，特别是近几年来，旅游业更是成绩卓著，旅游大国的地位从多个领域、从国内外得到空前的巩固和提高，我国实现了由旅游资源大国向世界旅游大国的历史性跨越，旅游业取得了重要的成就和经验：

### （1）三大市场全面发展，市场前景日益广阔

入境旅游持续快速发展。从1978年到1998年，我国入境接待人数年均增长14％。1998年，入境旅游人数是1978年的35倍，旅游外汇收入是1978年的48倍。改革开放之初，邓小平同志曾提出到本世纪末我国旅游外汇收入达到100亿美元的宏伟目标，我们在1996年就提前三年实现了。

国内旅游兴旺发达。我国国内旅游自80年代中期开始活跃，到90年代走上了快车道，近几年则已发展成为广大城乡居民重要的消费领域和扩大内需的重要力量。我国已形成世界上人数最多的国内旅游市场。

出境旅游稳步发展。我国的出境旅游经历了一个从无到有、从“出境探亲游”到“公民自费出国旅游”的发展过程。1997年由国务院批复了由国家旅游局和公安部共同制定的《中国公民自费出国旅游管理暂行条例》，确定了有组织、有计划、有控制地适度发展的指导方针，使出境旅游走上了规范化的轨道。截至目前，国务院已批准13个国家为我国公民自费出国旅游目的地，并开展了几乎与所有毗邻国家的边境旅游，赴香港、澳门地区的旅游规模也在不断扩大。我国已经成为亚洲地区一个新兴的出境旅游市场。

### （2）旅游供给全面增长，产业规模不断扩张

改革开放30多年来，我国旅游生产力得到全面快速的发展，配套程度明显改善。旅游住宿设施不断增长，旅行社业规模日益壮大；旅游车船公司形成体系，旅游产品的开发建设取得了长足发展。1万多个景区点涵盖了自然景观、历史古迹、社会生活等各个方面；跟进国际潮流开发的度假旅游、滑雪旅游、生态旅游、会展旅游和其它特种旅游快速起步，一批产品已拥有世界知名度。我国的旅游交通状况大大改善，民航、铁路、高速公路、江河游船及城市出租车业全面发展。旅游餐饮、旅游娱乐、旅游购物也在旅游需求的刺激下，不断有数量上的增加和质量上提高。旅游教育稳健发展，全国高等旅游院校及开设旅游系（专业）的普通高校数量大幅度增长，在校学生人数高速增长，旅游从业队伍不断扩大。

### （3）综合功能全面发挥，增长点的特征日益显现

旅游业对国民经济和社会发展的贡献日趋显著。我国旅游业总收入相当于当年国内生产总值的约5％；我国的旅游外汇收入已占国家服务贸易创汇额的半数以上。国内旅游业的快速发展，刺激了相关各业的发展，扩大了国内需求，增加了经济活力，促进了地方经济结构的调整，加速了东部地区和中西部地区的经济发展。依据旅游资源而开展的旅游扶贫工程，已使400多万“老少边穷”地区的人民脱贫致富。此外，旅游业在优化投资环境、促进环境保护、弘扬民族文化、更新思想观念、提高人民生活质量等方面也发挥了重要作用。旅游业已经成为国民经济的新的增长点和许多地区的支柱产业。

### （4）国际地位不断提高，国际合作日益活跃

我国入境旅游用了20年的时间，就从位居世界第40位之后跃升到前六七位；国内旅游仅用了十几年时间就成为世界最大的市场；出境旅游经过短短几年的发展，就成为各国瞩目的市场热点；以旅游涉外饭店为代表的我国旅游基础设施建设，只用了20时间就走完了许多国家50年乃至100年才能走完的路；特别是金融危机期间，许多国家的旅游业遭到沉重打击，我国旅游业却一枝独秀，继续保持了较快增长。这些，都充分显示了中国旅游业的实力，有力地提高了我国旅游业的国际地位。同时，我们也把进一步发展多边和双边旅游合作与交流当作我国旅游业进一步走向世界的桥梁，积极参加世界旅游组织和地区性旅游组织的各项活动，与主要客源国及周边国家和地区的交流不断扩展和深化。

2、渭南市旅游业发展及现状概述  
 旅游是一项综合型产业，一业兴百业兴。大力发展旅游业，不仅能增加就业、改善民生、促进社会和谐，更是展示城市特色的重要窗口。近年来，渭南旅游业立足资源优势，强化组织领导，狠抓项目建设，旅游产业体系不断完善，特色旅游景点声名鹊起，旅游业经济效益节节攀升，实现了从2001年接待370万人次游客到2011年2039.29万人次的惊人成绩，旅游收入从2001年的6%上升到2010年的10%，充分显示了优势产业的勃勃生机和无限活力，旅游业已经成为渭南经济发展的支柱产业之一。

渭南，旅游资源丰富，区位优势明显，文化内涵丰富，以“华夏之根，河山圣地” 闻名遐迩，自然风光与人文历史相互辉映，造就了渭南旅游品牌的独特魅力，2010年以来，渭南市文物旅游局全体职工干部紧紧围绕市委、市政府打造国际山水文化旅游城市的发展战略。从实际基础和特色出发，深入挖掘渭南文物旅游资源，加强重点旅游项目建设，积极开发特色旅游产品，创新宣传促销手段，不断开拓旅游市场，努力解放思想，真抓实干，使渭南文物旅游工作不断规范化、细致化，开创了全市文物旅游工作的新局面。2010年全市接待国内外旅游者1328.52万人次，同比增长19.41%；旅游综合收入67.56亿元，同比增长31.36 %。超额完成全年目标任务。其他各项工作均取得新突破，实现了旅游经济快速发展和重点突破的良好业绩。

### （1）好事连连，获奖频频

　　2010年2月获陕西省政府颁发的“渭南市2009年接待旅游者突破1000万人次”奖牌；7月义乌全国旅游商品展[华县](http://www.huaxian.gov.cn)薛宏权皮影、[华县](http://www.huaxian.gov.cn)粮食画、[临渭区](http://www.linwei.gov.cn)闻福良蛋雕作品、华山“天下第一腔”荣获全国优秀旅游商品二等奖；10月陕西省第三届旅游商品博览会荣获最佳组织奖、最佳布展奖；11月由省旅游局、省文物局、省建设厅和省林业局主办，三秦都市报承办的“大美陕西 发现之旅—我眼中最美的陕西旅游”活动中渭南荣获“最美的历史文化旅游名城奖”；[华县](http://www.huaxian.gov.cn)、[韩城](http://www.hancheng.gov.cn)分别荣获“最美的历史文化旅游名城”；少华山国家森林公园荣获“最美的山水风景区”；在陕西省第三届金秋旅游节上，少华山景区荣获“陕西十佳旅游形象口号”；[合阳](http://www.heyang.gov.cn)县荣获“最美的绿色园林旅游城镇”；洽川风景区荣获“最美的山水风景区”；处女泉景区荣获读者“最喜爱的旅游休闲项目”；12月由联合国亚太城市研究中心、联合国人居环境发展促进会、中国城市建设发展促进会、中国旅游业联合会、中国特色旅游城市调查研究中心、商务时报品牌研究中心联合举办的“中国最具特色魅力旅游城市”荣誉表彰大型公益活动中我市荣获“中国特色魅力旅游城市”， 渭南市市长[徐新荣](http://www.weinan.gov.cn/ldzc/sw/xxr/xxr/19871.htm)荣获“中国特色魅力旅游城市建设优秀市长”，渭南市文物旅游局局长李东平荣获“中国旅游城市建设杰出贡献人物”；12月在被誉为中国旅游界“奥斯卡”奖的“荣耀陕西2010中国旅游品牌总评陕西分榜”评比活动中，渭南市名列榜首，荣获“2010年度最佳旅游城市”；12月华山景区荣获国家旅游局颁发的5A级旅游风景区桂冠。

### （2）项目建设与文物旅游开发大进展

目前渭南市市级重点旅游建设项目2个（包含8个子项目），华山景区基础设施项目和[华县](http://www.huaxian.gov.cn)少华山国家森林公园项目,总投资10.4亿元，2010年计划投资4.5亿元，其中华山景区计划投资3.3亿元，少华山景区计划投资1.2亿元；已投入资金4.94亿元，其中华山景区投入资金3.75亿元，少华山景区投资资金1.19亿元。完成年度计划的110﹪。另外，渭南积极谋划项目上报工作，争取中省文物旅游项目扶助资金，全年共争取中省资金3200多万元，完成投资1060万元。实施文物保护维修工程15项，总投资2327万元，超额完成年初制定的目标任务。已完成唐光陵、丰陵采石道路封堵工程。同时向省文物局筛选上报83个文物保护、古建维修项目。

### （3）宣传促销和旅游市场开发显成效

渭南市在旅游宣传上，取得了良好效果。一是加强旅游区域联合，推进“一证游”优惠政策。与晋冀陕豫四省八市百家景区签署了旅游 “一证游”区域合作协议书，同时，与沿黄河流域的运城市、临汾市、郑州市、开封市、洛阳市、三门峡市及西安市八市成立了“黄河之旅”旅游联盟，长期互相合作、相互宣传。二是举办节庆活动，大造宣传声势。三是丰富宣传品种类，强化品牌宣传。制作编印了“看世博、游渭南”、《玩转渭南》旅游宣传专刊、《渭南旅游专题纪念典藏册》等宣传品2万余份，宣传折页10000份，积极参加国内旅交会、西洽会、推介会、旅游博览会的宣传促销活动；四是经过完善、更新，渭南旅游网已经建成运营，推进了渭南市旅游信息化建设工作，全年在中省文物旅游报刊、网站刊发旅游稿件322条。有效拓展了渭南市文物旅游宣传范围与途径。

### （4）旅游行业管理更规范

在过去几年中，渭南市旅游局狠抓行业规范化、标准化管理，加大了导游IC卡联网检查力度，强化导游员“计分制”管理，严格进行市场整顿检查，严厉打击欺宰游客，私拿回扣和“黑车、黑社、黑导”等违规违章经营行为。

### （5）文物勘探工作进展顺利

旅游交通取得了卓越的成就，渭南先后完成了渭蒲高速公路、兰、郑石油管道通关段、[蒲城](http://www.pucheng.gov.cn)海泰新材料产业项目新征地的考古勘探，完成大西高速铁路和西韩输气管道的考古调查。对[华阴](http://www.huayin.gov.cn)明代古墓葬、[澄城](http://www.chengcheng.gov.cn)战国古墓葬、[白水](http://www.baishui.gov.cn)汉代古墓葬、[大荔](http://www.dalisn.gov.cn)汉代古墓葬、[临渭区](http://www.linwei.gov.cn)清代古墓葬及[潼关](http://www.tongguan.gov.cn)近代古墓葬进行了抢救性发掘，出土各类文物20余件组。

### （6）文物信息化建设拓基础

2010年，渭南市博物馆筹建工作已完成用地清表工作，《渭南市博物馆初步设计文件》经过省发改委组织专家评审并批复通过，建设开工在即。于12月份省文物局同我局联合举办了全市文物数据库建设工作培训会，近40人参加了培训工作，对加快推进文物数据库建设和应用起到了推动作用。

渭南市旅游局作出表示，将按照省文物局、省旅游局和市委、市政府对文物旅游产业的工作部署，围绕中心任务，解放思想，抓好以项目为载体的招商引资工作，以线路统筹为抓手的旅游精品建设，以规范引导为核心的乡村旅游工作，以整合资源为重点的旅游宣传促销工作，以规划为先行的各项基础工作，以执法为主要手段的旅游市场监管，以树新形象为目标的自身建设工作，谋全局，抓机遇，促发展，以和谐、创新、求真、务实及高效的工作思路，努力实现我市文物旅游产业又好又快的发展。

### （7）四大旅游板块效益明显

近年来，渭南旅游发展以旅游项目建设为载体，紧抓建设陕西东大门的有利契机，全面推动黄河金三角及关中-天水经济区旅游业的跨越式发展。创新规划“四大旅游板块”发展格局，高起点规划构建“南山、东水、北人文、西航空”四大旅游板块。南山旅游板块：以华山、少华山等旅游景区为依托，以“朝山”系列为主体内涵的旅游文化互动产业区；东水旅游板块：以洽川为代表的黄河湿地旅游景区为依托，以韩城黄河三门，大荔、潼关三河湿地及沿河古渡群文化资源开发为主体内涵的“拜水”文化旅游生态产业区；北人文旅游板块：以习仲勋纪念馆为核心，以仓颉庙、韩城司马迁祠、古城、梁带村遗址、唐帝王陵等人文历史遗迹为依托，以韩城史记浮雕群和富平国际陶艺博物馆为亮点，以祭祖寻根等文化活动为主体内涵的“谒圣”文化旅游产业集聚区；西航空旅游板块：依托卤阳湖空域资源和盐湖湿地资源，按照保护生态性，体现亲水性，追求高端性的要求，以绿色、生态、现代为基本内涵，打造通用航空飞行特色体验旅游新景区。

目前，全市已基本形成了山水观光游览、湿地休闲度假、东府民居民俗、宗教朝拜、文化旅游等多元化的旅游产品结构体系。西岳华山、洽川湿地生态、韩城历史名城、富平陶艺文化一、二、三日游等旅游产品，正在成为省内推崇的秦东经典线路。同时，以三贤四圣名人游和“零五一”兵器娱乐、御温泉养生文化旅游区为主体，以少华山休闲度假旅游区和大荔沙苑农业观光旅游区为两翼，贯通市内大环线的旅游精品正在形成。

# 二、政策及制度效应分析

## 1、以规划为纲领

2000年，中国旅游业发展“十五”规划编制工作全面完成。2000年10月，《中国旅游业发展“十五”计划和2015年、2020年规划纲要》已编制完成。《规划纲要》根据国家旅游总体规划思路，六项“十五”规划重点研究课题和各地旅游“十五”规划纲要，分别形成《总体篇》、《专题篇》和《地方篇》。《规划纲要》全面回顾了我国旅游业“九五”时期所取得的发展成就和经验，精心描绘了“十五”期间我国旅游业发展目标和重点，系统提出了实现宏伟蓝图的重大战略，是指导我国旅游业在新世纪实现更大发展的行动纲领。

## 2、以政策为指导

《邓小平论旅游》出版发行。我国改革开放总设计师邓小平同志生前非常重视旅游业的发展，多次对旅游业做出重要指示。这些指示，成为长期指导中国旅游业发展的立业之本、发展之纲。该书的出版发行，是旅游行业具有里程碑意义的一件大事，为进一步促进旅游业发展，实现向世界旅游强国迈进指明了方针，成为旅游行业的纲领性文件。

国务院办公厅转发国家旅游局、国家计委等9部门《关于进一步发展假日旅游的意见》（国办发[2000]46号），并以此文件为基础，成立了全国假日旅游部际协调会议制度，对有效引导假日旅游需求、保障假日旅游供给起到了积极作用。全国假日办和相关部委共同努力，在随后的“十一”黄金周期间，迅速组建了国家、省、城市三级假日旅游协调机构，建立起全国假日旅游统计预报系统，保持了黄金周市场的兴旺和秩序的明显好转。  
　　各地出台了一批鼓励和促进旅游业发展的政策措施。如四川省委、省政府出台了《关于加快培育旅游支柱产业，建设旅游经济强省的决定》，安徽省委、省政府发布了《关于加快“两山一湖”旅游经济发展的若干意见》，武汉市政府发布了《关于进一步加快发展旅游业的决定》。

## 3、以法律为准绳

在加强行业宏观管理方面，结合制定“十五”规划，国家旅游局先后发布了《旅游发展规划管理办法》、《旅游规划设计单位资质认定暂行办法》等规章，对旅游规划行为进行规范。为进一步推进政府职能调整和加强行业管理，国家旅游局还就“饭店星评”、“创建优秀旅游城市”方面制定办法，先后出台了《关于进一步加快饭店星级评定工作的通知》和《创建中国优秀旅游城市工作管理暂行办法》。  
　　各地旅游立法工作取得重大进展。一些没有出台地方性法规的省份，如甘肃、江苏、黑龙江、浙江，都先后出台了本省的《旅游业管理条例》。这些新出台的地方性法规，都经过了较长期的调研、论证，在鼓励、保障旅游业发展措施方面突破较多，针对性较强。

## 4、发展方向

一是必须以邓小平理论及其旅游经济思想为指导；必须立足中国国情，借鉴国际经验，坚持走有中国特色的旅游业发展之路；必须坚持以改革开放统揽旅游业发展的全局；必须坚持将旅游业当作经济产业来办。在改革开放之前的漫长时间里，我国旅游业始终没有突破“外事接待型”的模式，对国家的经济贡献微不足道。改革开放以后，在邓小平同志旅游经济思想的指导下，很快实现了从“外事接待型”向“经济创汇型”的转变，并逐步发展成为国民经济新的增长点。今后，我们要继续坚持这一系列的指导原则。

二是必须坚持政府主导型的发展战略。旅游业的关联带动作用特别明显，但在其发展过程中，也必须得到各有关方面的大力支持和配合。根据这一特点，90年代以来，我们在全国大力宣传云南等省、区、市发展旅游业的经验，大力提倡政府主导型发展旅游业的战略，使这一观念逐渐在全国形成共识。创建中国优秀旅游城市的活动，正是政府主导型发展旅游业战略的具体体现，这一活动的深入开展更推动了这一战略在各地的空前发展。今后我国旅游业要向更高的目标迈进，必须继续坚持政府主导型的发展战略。

三是必须坚持大产业、大市场、大旅游的发展方向。改革开放20年来，全国各地从旅游产业市场面宽、竞争性强、综合性大的特点出发，大力推进旅游投融资的社会化、市场化，积极发挥市场机制的导向作用，开创出全社会办旅游的工作局面。形成了以公有制为主体、其它所有制成份为重要补充的多种所有制形式。今后，要继续坚持大产业、大市场、大旅游的发展方向，进一步推进全国特别是中西部地区旅游产业化发展的进程，努力扩大旅游经济的覆盖面，让旅游业发挥更重要的作用。  
　　四是必须坚持可持续发展的原则。保护环境，保护生态，走可持续发展之路，是当今世界各国面临的共同任务。多年来，我国在旅游资源开发中，一直强调经济效益、社会效益和环境效益并重；近年来，又通过组织开展全国性的生态环境旅游，使可持续发展的思想更加深入人心。许多贫困落后地区通过开展旅游扶贫，结束了毁林垦荒的历史，走上了保护环境与发展旅游的和谐之路；各省（区、市）通过开展生态环境游，形成了一批生态旅游产品、绿色企业和绿色旅游者；创建优秀旅游城市和评选文明景区示范点的开展，更促进了可持续发展的原则的贯彻落实。在保护生态环境和坚持可持续发展原则方面，旅游行业今后要更加自觉地走在前列，因为旅游业比任何行业都更依赖自然、人文环境的质量，保护好生态环境就是保护好旅游业自身。  
　　五是必须坚持依法治旅的原则。依法治国是党领导人民治理国家的基本方略，是发展社会主义市场经济的客观需要。依法治旅也是管理和治理旅游业的基本方略，是促进我国旅游业健康发展的根本保障。20多个省市先后出台了旅游管理条例，初步形成了比较完整的省级旅游法制网络；国家在加强对各地旅游立法指导的同时，也加快了单项旅游法规的制定，旅游执法工作也普遍展开。今后要在这些工作的基础上，继续开拓前进，进一步促进旅游立法工作的开展和立法质量的提高，进一步提高依法行政的自觉性，加大治理违法违规案件的力度，保障我国旅游业持续、快速、健康发展。

# 三、投资分析

## ****1、旅游投资和经营主体****

改革开放后，旅游业进入新的发展时期，旅游投资者和经营者开始多元化，国家、地方、部门、集体、个人、外资都可以参与到旅游基础设施的建设中来，逐渐形成了一批具有较强竞争力的旅游集团。

国有资本在旅游投资中一直发挥着主体优势。中央旅游企业和其他大型国有旅游企业是建设旅游战略性支柱产业的关键，也是推进旅游产业化的战略主体。

民营旅游集团成为我国旅游业发展的重要力量。改革开放以来，各类民间资本进入旅游业，民间资本在旅游投资中的比重不断增加，综合效益不断提高，已经成为我国旅游业发展的重要力量。

中央和地方政府在旅游投资中发挥着主导作用。资源的控制和规划以及交通、基础配置的规划和决策都由政府主导，但旅游产业竞争性和经营性的典型特征使得政府的投入有所限制，因此未来政府对于旅游的投入更多是引导性的。

旅游业是中国最早利用外资的行业之一。进入21世纪以来，越来越多的外国企业，尤其是大型跨国公司纷纷看好中国市场，不断扩大对中国旅游业的投资。它们不但向中国投入资金、投资新设旅游企业，还投入相关的技术和管理、买断中国的旅游企业。另外，外商的投资领域在扩大，从早期的投资旅游饭店为主，波及到旅行社、大型主题公园、旅游景区和景点等，投资方式也不限于合资经营与合作经营。

## ****2、旅游投资模式****

### ****（1）景区投资模式****

政府投资模式是我国景区常用的一种模式。其又称国家公园模式，即国家所有，国家投资的模式。国家公园由政府（中央或地方政府）财政拨款投资兴建，社会捐款和门票收入补充环保和维护费用。在这种模式下，政府直接通过财政支出拨款给自己拥有的国有企业生产产品、提供服务。这种方式具有力度大、收益快的特点，主要有中央政府直接控制生产并向社会提供产品和服务、地方政府直接管理生产经营、地方（城市）公共团体经营三种方式。

租赁模式是较为普遍的一种景区开发投资模式，指投资主体为获得旅游资源经营权，与地方政府或地方行政主管部门签订协议，向地方主管部门缴纳租金，采取租赁的方式获得经营权。租期一般为30、50、70年不等。主管部门根据国家宏观发展或地方总体布局以及行业管理的需要，随时调整管理规则、手段，也可以随时终止租赁合同。

买断模式的实质是获得特许经营权，特许经营权是自然垄断行业民营化的主要方式，需要通过投标、公开竞价等方式进行。我国目前的买断模式一般分为两种方式：（1）有投资意愿的企业或个人与景区主管部门双方通过协商，遵照国家对资源管理的相关规定，共同确定买断费用，签订协议后，企业获得一段时间的垄断经营权；（2）景区主管部门事先确定好拟开发的项目、投资金额以及投资收益等，以招商引资或项目招标的方式，吸引有投资意愿的企业，经过筛选比较后，获胜企业与主管部门签订协议，获得垄断经营权。

委托经营，由于我国尚未建立国际通行的托管制度，目前景区开发中的委托经营其实质是租赁经营，这种办法是为了规避禁止出让景区经营权的一种变通办法。委托经营的最早出现，是张家界出让黄龙洞景区经营权时采用的方式（这也是全国第一个出让景区经营权的景点），现在采用的较少。

### ****（2）饭店投资模式****

新建模式是指饭店集团通过拥有饭店的物业并对其进行经营管理来获得成员饭店数量的增加。目前单纯兴建饭店的项目很少，饭店建设大多与其他建设项目配合发展。

租赁经营是饭店集团通过签订租约，长期（一般为25年）租赁业主的饭店、土地、建筑物及家具等，然后由饭店集团作为法人直接经营。采取租赁经营可以使饭店集团在较小投资的情况下，租赁其他饭店或物业进行管理，从而使自己的连锁规模不断扩大。

并购是饭店集团进行扩张、实现超速成长的一种战略手段。目前我国的资本市场还较不发达，但随着饭店集团规模的增长和实力的增强，近年来在市场中已经出现了一些市场化的并购行为。比较典型的是如家连锁集团对北斗星和莫泰168的并购、锦江集团对美国州际集团的收购以及海航集团对西班牙NH Hotels股份的收购。

### ****（3）旅行社投资模式****

新设是旅行社投资的一种主要形式。我国旅行社行业准入门槛相对较低，全国旅行社数量持续增加，行业竞争激烈，企业整体上规模较小。截至2011年底，全国旅行社的总数为23690家，同比增长3.98%。

连锁经营是旅游企业联合经营的另一种重要形式。近年来国内众多旅行社纷纷走上连锁经营之路。连锁经营可以分为直营连锁、特许连锁、自愿连锁三种类型。

我国旅行社并购始于20世纪90年代末期，进人21世纪我国旅行社的并购活动异常频繁，一度掀起了我国旅行社行业的并购浪潮。并购这种在较短时间内实现企业成长发展的资本运营手段，正逐步成为我国旅行社成长壮大的重要选择。

## ****3、旅游投资业态****

随着旅游市场环境和制度环境的转型与变革，渭南市旅游产业运行主体的商业形态和运营模式正在经历着战略意义上的演进与发展，传统的旅游业态自我变革，创新的旅游业态不断产生。新兴业态在原来传统旅游业态的基础上经过产业间不断发展、演变、融合、创新，逐渐成为构建整个“大旅游业”的新生力量和主力军。除了传统业态（景区、饭店、旅行社）以外，近期发展迅速、投资前景较好的业态主要有以下几种：

旅游电子商务。旅游电子商务又称在线旅游交易，是指旅游消费者主要通过互联网向旅游服务提供商预订机票、酒店、度假产品等旅游产品或服务的一系列商业活动。旅游电子商务是旅游投资的一项重要内容，2011年，中国在线旅游市场交易规模达1313.9亿元，同比增长38.5%。

旅游演艺。近年来，渭南越来越多的地方把推动文化与旅游相结合作为贯彻落实科学发展观、加快转变经济发展方式、推动文化产业成为国民经济支柱性产业的重要突破口，积极推动文化与旅游在更大范围、更广领域、更高层次上深度融合，文化与旅游呈现出相互促进、相得益彰的可喜局面，旅游演艺也已成长为一个重要的旅游产业部门。

旅游综合体。近年来，旅游综合体开发被各地寄予厚望，正在各城市和旅游景区周边轰轰烈烈地展开。小尺度的如度假村、中尺度的如旅游景区、大尺度的如旅游城市，都将旅游综合体视为自身复兴和提档升级的法宝。渭南具有独特的优势将整个城市视为一个大型旅游综合体，以实现从“旅游城市”向“城市旅游”的转变。

旅游装备制造。我国旅游装备制造业发展尚处于起步阶段，远远不能满足旅游业快速发展的需求。目前，我国还没有国产的海洋邮轮，另外，旅游房车、游艇、景区索道、大型游乐设施等产品生产的国产化水平还不高，高星级宾馆饭店的建筑及各类用品还需大量进口。因此，旅游装备制造将是未来旅游投资的重要方向。

廉价航空。廉价航空迎合了百姓大众的消费习惯，其市场空间相当广阔。从长远来看，我国的廉价航空市场前景广阔，廉价航空公司也会日益显示出自身的优势并逐步完善与成熟。未来廉价航空的成功运作势必惠及更多的百姓市民，同时也将会促进中国民航业进一步走向繁荣。

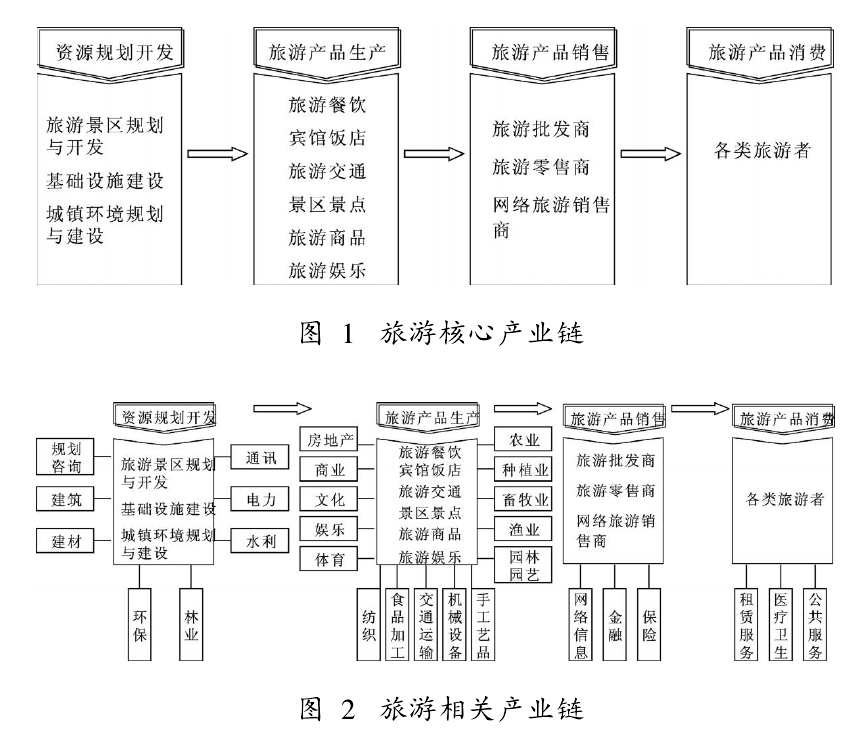
旅游租车。汽车租赁行业在中国刚刚起步，租车对于绝大多数消费者来说还是一个新兴事物，行业的潜力有待开发，业界普遍认同爆发式增长已经临近。租车行业的光明前景已经引起了投资大鳄的注意，资本机构开始关注中国租车领域。

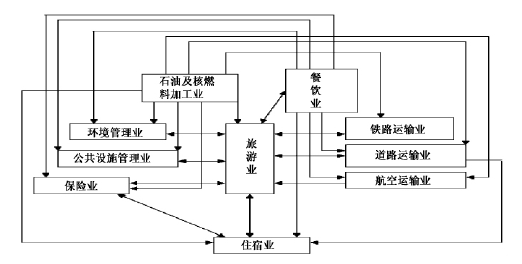
# 四、产业链分析

## 1、概念提出

产业链的思想来自于亚当·斯密关于分工的卓越论断，从产业的角度界定产业链的文献较多。旅游产业链是指为满足旅游者的旅游需求，以旅游产业中具有竞争力或竞争潜力的企业为链核，通过包价或零售方式将旅游产品间接或直接销售给旅游者以助其完成客源地与目的地之间的旅行和游览，从而在旅行社、饭店、餐饮、旅游景区、旅游交通、旅游商店、娱乐业等行业之间形成的相互依赖、相互制约的关系。

旅游产业链实际上是以旅游核心企业为基础，承担为游客提供不同休闲需求的价值创造功能的相互内在联系的产业共生体，通过对信息流、客源流、物质流的链条连接，形成具有一种内在相互联系（互补、竞争、协作等）企业的集合。





**旅游产业链结构图**

## 2、旅游产业链分析

（1）中外旅游产业链对比

中国旅游业：散、小、弱、差的根源在于中国旅游产业链建设滞后。在欧美,旅行社、航空公司、酒店等各个环节已经形成完整的链条。世界最大旅行社美国运通公司在全球设有1700多个旅游办事处,拥有84000多名员工,2000年旅游业收入达146亿美元。欧洲最大旅行社图伊(TUI)集团占领了欧洲旅游市场的近九成,在全世界拥有7万名员工、81家大旅游公司、3700家旅行社、287家饭店和88架飞机,2002年总营业额为200亿欧元,其中60%的收入来自旅游业。2000年中国的8993家旅行社,总营业额为56亿美元,仅为美国运通的1/3;2001年,中国10532家旅行社资产总额415.47亿元,总营业额为589.80亿元。欧美旅行社一般拥有航空公司、酒店、景点、交通工具、娱乐购物场所,良好的产业链条衔接和利益的一致性使得其价格优势无可比拟。

相比而言,中国尚未建立完整的旅游产业链,在民航、旅行社、景区景点、车船交通没有形成很好链接的情况下,旅行社在应对国际竞争中就显得势单力薄。如在入境旅游市场,旅游飞地现象使得旅游利润大部分被外国旅游企业带走,留给中国企业的只是一小部分。在跨国经营方面,我国旅游企业跨国经营时间短、规模较小,一般在当地的影响力比较有限,旅游业务覆盖面较窄。从经营状况分析,在境外设立的旅游企业除少数经营效益比较好以外,经营状况基本处在维持状态。

### **（2）中国旅游产业链瓶颈**

中国旅游产业链建设滞后主要表现为景点、景区瓶颈和航空瓶颈。2001年,中国国际旅游外汇收入中,长途交通占旅游支出的28%,食宿支出占2/7,购物占1/5,三项共占总支出的73.7%,而民航占长途交通费用的70%。1998年至2002年,中国国内旅游人次增长比例大本在5%,而旅游收入增长比例为12%左右,远高于旅游人次增长水平。但是2002年五一、十一、2004年五一黄金周旅游人次的增长比例均高于旅游收入增长比例。其原因在于受黄金周旅游景区、景点和航空机票价格大幅上涨的影响,旅游者逗留时间和出游距离相应减少,本来长途的旅游计划被迫改为短途近郊游。如2004年/五一0黄金周突出暴露了国内旅游产业链中的航空瓶颈和景区瓶颈问题:各旅行社早在3月底4月初就把各条线路价格公布进行市场营销和宣传,但在4月底才得知民航各黄金航线以及旅游景点价格大幅提升,导致旅行社利润被景区、景点、航空公司分割大幅下降甚至亏损,出现产业链条各环节相互拆台的现象。中国旅游产业链航空瓶颈和景区、景点瓶颈大大损伤了中国大众旅游市场的发展。因此如何构建中国旅游产业链,成为中国旅游业竞争力提升的关键和必须尽快解决的课题。

## 3、旅游产业链现有模式

从上述旅游产业链模型中可以看出,供给系统和需求系统两个最基本的要素之间的相互匹配构成了旅游系统的基本结构。在系统中各组成要素相互依赖、共同作用。其中任何一个要素发生变化都将引起其他要素的变化。例如,如果旅游者偏好发生变化,旅行成本或模式发生改变,或者开发了新的旅游资源,提供了新的服务,原来旅游系统的平衡状态就会偏移,系统中的其他要素也要发生相应的变化。在供给系统里,餐饮、饭店、交通、景点、商业和娱乐等产业之间相互关联,共同为旅游者提供旅游产品而不致使旅游中断。供给系统的描述也体现了旅游产品作为一种组合产品的特点。在旅游产品的需求与供给之间,可能有中介机构旅行社、网站，也可能没有。如果旅行社充当了旅游产品需求与供给的中介,我们把旅行社、网站与供给系统构成的产业链叫做中介产业链模式,而把没有旅行社、网站作为中介的供给子系统叫做无中介产业链模式。

## 4、旅游产业链发展趋势

在信息和网络技术的影响下,传统的旅游产业链模式必然受到很大的冲击,两种产业链模式的优势将不断融合,形成新的旅游产业链模式。其中,虚拟一体化与知识联盟的构建应当是未来旅游产业链的发展模式。

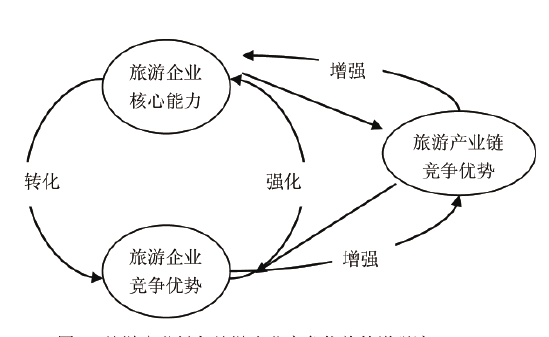
### （1）虚拟一体化产业链

在传统旅游产业链模式中,销售渠道成本占据了买方成本的很大部分,而互联网与旅游产品的本质决定了在线直销旅游产品的成本优势所在与必然性。旅游实体在线销售产品所付出的内部组织交易费用远远低于通过传统销售渠道所付出的交易费用,并迅速将产品价格向边际成本的方向下降,使一部分潜在的市场需求转换成现实需求。在这里,我们需要强调的是,信息技术使得旅游实体具备了生产产品能力的同时自然就具备了直销的能力,旅游实体并没有通过物化的兼并来达到前向一体化,旅游实体是在互联网的虚拟空间中实现的虚拟前向一体化。对旅游实体而言,是其在虚拟空间的延伸,为消费者提供零距离服务。也就是说,旅游实体在虚拟空间扩大其规模和市场。

### （2）知识联盟产业链

信息和网络条件下,随着知识的指数增长,传统旅游产业链模式将发生根本性变化,旅行社与供应商之间的关系面临着重大变革。旅行社通过销售供应商的商品而获取差价的时代将一去不复返。知识共享与知识联盟的构建将是未来旅游产业链的必然趋势。旅游产业链中建立知识联盟,其目的就是要使自己能够获得其他组织的技能和能力,并且可以与其他组织合作创造新的能力,以塑造自身的核心能力,并赢得长期的持续的竞争优势。旅游产业链中知识联盟参与者的范围应该极其广泛,参与主体包括旅行社、供应商、竞争者、顾客以及员工等。通过知识联盟,旅行社可以丰富自己关于旅游产品的知识,建立关于旅游产品选择的专家系统;紧密型的供应商可以获得关于顾客的知识以及旅行社专家系统的帮助,改进自己的产品,共同完成对顾客的服务。旅行社与紧密型供应商的利益分配的实质与内容将发生变化。例如,美国的国际旅游联合公司(ITAGrouP)不再向宾馆收取佣金,只向顾客收取一定百分比的费用,就是一种新的利益分配方式。

## 5、旅游产业链特征



### （1）旅游产业链上的各个行业之间缺乏有效的约束力

旅游产业链上的各个行业之间缺乏有效的约束力，这是受旅游产业链中的企

业存在横向联系这一特点的影响。在纵向的传统产业链中，因为只有下游生产产

品，提供终端产品的企业直接面对消费者，处在产业链条上其他环节则是隐藏在

生产者之间的市场关系中，这也就使得生产者之间可以随时调整合作内容，甚至

是合作伙伴。而旅游产业链的横向特点决定了整条产业链直接面对旅游市场，各

个行业的利益是来源于各自为游客提供的旅游产品，收益的多少是由旅游市场的

大小决定的，并不直接受其他相关行业的制约。因此，各个行业之间是缺乏有效

约束力的。各个行业之间为争取更大的旅游市场、争夺更大的利益会产生矛盾，

同时，各行业的发展规模和产品质量等问题会随之出现。

### （2）旅游产业链整体上呈现出网络状特征

从旅游产业链示意图中，可以看出旅游的核心产业链包括四个环节：旅游资源的规划开发、旅游产品的生产、旅游产品的销售、旅游产品的消费。而旅游核心产业链从生产到消费的整个过程与第一、第二、第三产业的部门都产生了联系。这些相关产业就构成了旅游相关产业链。核心产业链的产业部门和相关产业链的产业部门之间存在在物质、信息的供需上的互相传递关系，并进行相对稳定的交易和合作。通过核心产业链的连接，旅游产业链整体上呈现出网络状特征。

### （3）旅游产业链更具有跨区域性

产业链对一个区域的经济增长有着重大的意义。旅游活动时间上的连续性和

空间上的分割性决定了旅游产品在空间上也是分隔的。所以，一条旅游线路经常

被各地区所割裂。旅游产业链可以是一个地区的，也可以是跨地区的，甚至是跨

国界的。从这个角度出发，打破行政性区域界限甚至国界构建旅游产业链更有意

义。旅游产业链并不强调区域性，不是就意味着旅游产业链的形成对于增强区域

旅游产业的竞争力没有很大作用。恰恰相反，区域内的旅游企业通过参与旅游产

业链上的分工和竞争，可以提高竞争力，获得竞争优势。在旅游的六大要素上，即行业主要涉及餐饮、交通、旅行社、酒店、购物、景点景区等行业。它们以并存的方式使旅游产业链横向延伸，而且旅游产业外部的其他产业与它有着紧密联系。如信息服务、娱乐、邮电通讯业、会展业、房地产产业，这些产业和旅游产业链有着纵横交错的联系，这就使旅游产业链具有立体空间性，不再是简单地只是向横向延伸，而是向前后左右四周延伸辐射。此外，还有一种对旅游产业链的研究视角是集中于价值链视角研究。价值链是产业链的价值形态。旅游产业价值链是对产品供应链的投入产出的价值描述，由基本价值链、可变价值链和延伸价值链组成。基本价值链是从旅游客源地到旅游中介，再从旅游中介到旅游目的地这一过程的价值链环节；可变价值链是旅游产业以及相关产业之间的价值连接，旅游过程中的主导企业是区分旅游产业价值链上下游的关键因素。延伸价值链包括信息服务、会展业、房地产业等。在现在这个网络发达的时代，旅游价值链的模式开始由“一对一”的模式转变成网状模式，从而使条状的价值链演变为价值网。在价值网中，价值链成员之间实行的是“多对多”模式，具体来说就是利用电子商务媒介和互联网把旅游客源地、旅游中介、旅游供应商纵横交错地联系起来。旅游产业与其他产业关联度较大，所以旅游产业链具有其自身的特点，主要

有以下几点：

#### （一）旅游产业链中的企业之间存在横向联系

旅游产业链中的企业具有横向的联系，这是旅游产业链与传统的产业链最大

的不同。传统的纵向产业链只有最后一个环节，即生产出可以直接消费的产品的

企业才会直接接触消费者。产业链中其他环节的交易等各种关系都隐藏在各个生

产者之间的市场关系中。要提高产品和服务的质量，只要加强直接面向消费者的

终端企业经营管理能力。而由于旅游产业链中的各企业的横向联系更为明显，链

条中的每一个环节都直接面对消费者，其中的任何一个环节出了问题都会影响整

条产业链的可靠性和稳定性。因此，旅游产业链的优化升级也更为困难。旅游活动在空间上是分隔的，在时间上是连续的。作为旅游活动的经营主体是将时间上连续的旅游服务在不同的空间中连接起来，使游客从旅游客源地到旅游目的地圆满地实现他们的目的。旅游经济的发展一方面是市场的扩大，另一方面是旅游资源、旅游项目、旅游线路的增加和丰富。旅游产业链中企业的横向联系更为明显这一特点也就决定了分处旅游产业链各个环节的企业的地位是同等重要的，不像传统的产业链存在明显的上、下游关系，因此在优化升级旅游产业链时，对这些企业一定要有合理的利益分配机制，不可偏废一方。

#### （二）产业链企业缺一不可

旅游产业链上的任何企业都可以直接为游客提供旅游产品和服务，但都不能提供所有的旅游产品和服务。旅游产品是指旅游者在离开自己的常住地到旅游目的地完成其游览体验活旅游产业是一个高度错综复杂的产业。但是大多数学者几乎都把对其的研究游产业的发展中具有举足轻重的作用。

### （4）旅游产业链辐射的广泛性

从旅游产业的概念中，可以看出旅游产业涉及诸多产业和部门。它的运行直

接或间接地对其他部门产生影响。比如一个地方的旅游产业发展良好，就会带动

当地的住宿业、餐饮业、娱乐业、城市建设、交通运输业等领域的繁荣和发展。

经济发展了，就业机会也就增多了，进而会促进当地的就业情况也向好的趋势发

展。另外，这个地方的旅游业越繁荣，它吸引的劳动就业人数就会越多。所以，

旅游产业链具有广泛的辐射性。

# 五、盈利模式分析

盈利模式是对企业经营要素进行价值识别和管理，在经营要素中找到盈利机会，即探求企业利润来源、生成过程以及产出方式的系统方法。盈利模式，简单来说是指产业中各种收入方式的分类与结构。

渭南市很多景区把旅游收入模式概括为：“一票、二道、三餐、四购”的四入模型，注重门票、索道、景区内部餐饮、购物亭的安排与投入；城市公园及游乐园等注重游乐项目的收入。旅游收入，从理论上说，就是旅游景区所获得的旅游者异地消费的总和。旅游产业的收入，包括了游客出游以后的吃、住、行、游、娱、购、体、疗等各个方面的收入，并且形成一个收入链；因此，对于具体到某一个旅游项目，其收入一般只包含了游客出游中的一部分消费；而旅游产业的总体收入，是一个综合收入概念。

对于旅游项目而言，重要的是旅游收入总和及收入结构，收入总额的最大化，收入结构的最优化，是旅游项目成功运营的基础。旅游产业收入，可以从旅游收入总合、旅游收入链及旅游收入点的设置三个方面进行分析。对于旅游项目而言，收入链越长、收入点越多，则总和越大。游客一次出游全部消费的总和，与出游距离、出游时间、旅游景区性质和旅游者类型相关。旅行距离与收入链的长度成正相关，距离越长，所涉及的旅游产业的要素就越多，旅游设计中的收入点就越多。所以长距离旅游者，特别是跨国旅游者对旅游目的地收入有很大影响。所以在旅游项目设计定位中，在资源与其他旅游产业配套要素允许的前提下，入境旅游者或长距离旅游者是目的地重要的潜在收入来源和重点营销的对象。

在游憩方式设计中，将涉及到全部过程的收费，除了交通、住宿、一般餐饮外，与观赏游乐有关的内容都涉及收费点安排。最主要的收费点，体现在门票、观赏过程与交通、参与性游乐、夜间娱乐、日用购物、游乐性购物、特色餐、特色住宿、康体消费、疗养消费十大类别中。

## 1、门票收入

门票收入是旅游业最古老、最成熟、最大类的收入方式；门票，已经发展出大门票、小门票、电子门票、名信片门票、赠送礼品门票、通票、联票、月票、年票等等多种类型，并行成了高定价、低定价、折扣价、免票、赠票、买断价、捆绑票等等多种经营手法。

## 2、观赏过程收入

观赏中的收费，与交通工具关系很大，比如：使用索道、直升飞机、水上飞机、观光环保汽车、观光小火车、越野车、三轮车、自行车、人力车、观光游轮、观光船、快艇、橡皮艇、竹筏、马、骆驼、马车、牛车、雪橇、滑道、滑竿等等；每一种交通工具都是一个收入点。

## 3、参与性游乐

参与性游乐是旅游中的第二大卖点，其收入方式很多，大体可分为设施型游乐、歌舞表演型游乐、竞赛型游乐、制作型游乐、采摘型游乐、寻宝型游乐、角色转换型游乐等。其中，设施型一般按设施使用收费，可以为按时间、按场次数两种方式收费；歌舞表演型一般按门票收费，有单独收门票、与进入景区的大门票一起收费两种，还可以与餐饮结合形成风情餐――歌舞宴、按茶位收费、吸引购物消费、集团包场收费、打赏式收费、合影收费、服装留影收费、联合表演收费等；竞赛型一般需租用设施、缴纳场租、缴纳组织费等；制作型指以本地特色技术或现代专有设施为依托，为游客个人专门制作纪念礼品；一般按礼品价值收费；比如肖像制作、木刻制作、泥人制作、特殊摄影影像、个人体恤衫等等；采摘以农业旅游为主，按果蔬重量计价；寻宝型以搜寻宝物为游乐方式，进行有奖激励活动，有时为促销活动，不收取费用；有时为收费项目，按人头收取组织费；角色转换型为体验旅游的重要类型，一般需要游客进行角色扮演，费用收取包括服装道具租赁、组场费用、原材料购买、产品购买等，比如当一天知青“插队乐”活动，将收取组织费、饭费、蔬果购买费等。

## 4、夜间娱乐

夜间娱乐是旅游收入中一个附加值较高的方面，一般可安排特色歌舞宴、特色歌舞表演及联欢、接待中心的游憩中心城市化娱乐、酒店的康体娱乐四类结构；特色歌舞宴为晚餐的一种高附加值产品，一般对民族民俗旅游项目比较适用，可以安排从下午五点半至八点半较长的时间；特色歌舞表演及联欢为一般性晚餐后安排的专门旅游项目，可以是民族民俗表演，也可以是任何有特色的表演，包括马戏、地方戏、杂技、斗兽、海外风情、音乐会、电影、篝火晚会、焰火晚会、灯会、游园会等等；游憩中心是旅游地的游客集散结构，与接待中心相辅相成；对于大中型城市而言，我们称游憩中心为“中央游憩区”；对旅游地接待中心而言，为接待游憩中心；游憩中心一般以旅游购物、特色餐饮、专业表演场、城市化娱乐（酒吧、夜总会、洗浴、康体等）为主，形成游客自由娱乐的环境；一般旅游目的地都依托于小镇或小城建立接待基地，在接待区内，应建立游憩中心，既可白天游览，又可夜间娱乐；酒店的康体娱乐在一般城市酒店都有，景区酒店有所不同，主要是与地方特色结合，服务于游客放松身体的需要更多。

## 5、日用购物

日用购物主要指景区内部的购物点设置，以满足游客对水、面巾、零食、电池、胶卷、雨披等日常用品及旅游必需品的需求。

## 6、游乐性购物

游乐性购物指以游乐及纪念为目的的专门购物；游乐性购物已经发展成为较大的营运内容，包括游程中零散型特色购物点、购物街、专业shopping店三种类型；零散型特色购物点是游程中的休息点和兴奋点；一般安排在休息节点，比如登山节点、码头、出门前、索道站、景区核心区观赏大点等地方；能否形成较好收入，在于是否有特色，需要特色纪念品来支撑；购物街一般在游憩中心、大型转车车站、完成游览后出门至停车场的通道、大型停车场区内等地方；购物街的商业地产具有极大的升值潜力，一般开发商获取商业地产收益或房租收益；shopping店是专业的旅游购物场所，由导游引导进入，是一种独特的商业模式；但由于经营者欺诈行为普遍，已经引起游客的较大反感。

## 7、特色餐饮

特色餐饮将成为旅游中的主要餐饮方式；目前的旅游团队餐质量低下，是游客不喜欢的安排；特色餐饮是以民俗、民族、土特产、郊野化、农家化为特点的餐饮，有较深的地方烙印；特色餐饮是城郊休闲的主要利润来源之一，形成了农家乐等大规模发展；歌舞宴把餐饮与夜间娱乐结合，成为游客津津乐道的节目；郊野餐饮有着巨大的市场，包括篝火晚餐、滨海大排档、BBQ（野外烧烤）、民族家庭餐等等，是游客最难忘的项目；特色餐饮一般成本较低，但附加值高，并可与购物等联动。

## 8、特色住宿

特色住宿是正常酒店住宿之外的主要补充方式，包括露营、农家住宿两类；露营是夏季旅游中较受欢迎的旅游项目，包括各类型的帐篷、小木屋、树屋、吊床、船屋、洞穴、水下等等；露营与夜间游乐融为一体，具有极高的游憩价值；露营收入包括设施租赁、游乐、野餐等多项费用，可高可低；农家、渔家、牧家住宿，是旅游中一个特色游憩项目，可以将夜间娱乐家庭化，是非常好的参与性游憩方式；收入包含住宿、餐饮、购物等多种内容；投资商可以投资装修、卫浴、床上用品等，进行统一管理，执行规范服务要求，提供土特产品供货等，实现分成收入。

## 9、康体消费

康体消费主要指休闲性运动项目，包括高尔夫球、网球、羽毛球、保龄球、游泳、滑雪、滑草、山地自行车、射箭、野战、划船、骑马、拓展等等各类型项目；康体项目一般为郊区休闲或度假区等主要收入来源；其收入方式比较明确。

## 10、疗养消费

疗养消费以身心修复及病痛疗养为目标的项目，是郊区休闲和度假中最具吸引力的内容，其中，包括依托自然资源的疗养和人工设施服务的疗养为两大类；温泉－泥浴－盐浴－沙浴－皮肤治疗－人工洗浴－药浴－蒸汽浴－桑拿－按摩－spa－美容－美发－美体－减肥，构成了一个全面的修复疗养产品链条，形成了天然疗养与人工疗养的结合；其中，收入方式极多，包含了自然资源运用及服务收入的极大差异；生态氧吧－生态浴－雾浴－露天风吕－森林浴等等，形成了生态疗养的大类别；这类产品的收入方式较难设计，往往在门票中体现，但可以通过产品的提升，运用人工服务，形成特色，获取收益；药膳、食补等与餐饮结合的疗养项目，对游客有很大吸引力，其中中草药、野生动植物、特殊矿物等，藏药、蒙药等，古方、民间偏方等，都可以成为重要盈利点；长寿村、道家养生等，是综合性疗养卖点。

# 第三部分 渭南市旅游业现状评述及发展探究

# 一、渭南市旅游业运营现状

## 1、收入来源单一，公司经营不稳定

基于收费的“门票盈利”模式的收入来源主要是门票，而门票收入直接与游客的数量相关，—旦受天气或其他外界因素的影响，游客数量下降，公司的收入则直接受到影响，公司应对危机的能力及弹性将降低。

## 2、发展空间小

旅游景点具有不可移动性和环境承载有限性，一旦超过这个限度，将对环境和游客在旅游过程中获得的顾客让渡价值减少，这或对旅游资源造成破坏，或将降低顾客对旅游公司的满意度，从而导致景点声誉的下降和人数的下降。而在人数保持不变的情况下，要想提高收入则只能靠提高票价的办法，而如今旅游资源越来越多样化，在旅游景点的替代性增强的情况下，门票价格的上涨则容易导致游客的大量减少，反而降低了门票收入。基于收费的“门票盈利”商业模式下的旅游企业发展空间已经受到“游客数量”和“门票价格”矛盾的严重束缚。

渭南市旅游业存在问题分析近几年来, 陕西省渭南市旅游业快速的发展, 特别是在我国实施西部大开发战略后, 旅游业在渭南市已经发展成初具规模的新兴产业, 在全市国民经济中的地位越来越重要。但是，渭南市旅游业在体制机制、设施建设、产业开发、质量效益等方面，与国内旅游业发达的地区相比, 均存在较大的差距, 主要表现为以下四个方面

## 3、管理体制落后, 运行机制不活

一些景区的旅游管理体制由于条块分割、职能交错, 造成职责不清、多头管理, 经常出现有权管的顾不上、顾上管的又无权等问题。市县政府对景区的建设和管理调控力度不够, 严重制约和影响了景区的建设和发展。此外,一些景区虽然不存在条块分割问题, 但旅游资源分属于各个行业和部门, 造成行业分割、争权夺利, 加之体制老化、管理落后等一系列问题, 同样影响了景区的发展。

资金投入不足, 基础设施落后

与其他旅游业比较发达的省市相比, 渭南市资金对旅游业投入才刚刚起步, 难以适应快速发展对基础设施建设的要求。各旅游景点的道路等级普遍较低, 一些景点还未通柏油路，市内旅游环线路网尚未形成。旅游服务设施的建设和管理还较落后, 华山山岳区的供水问题至今没能得到有效解决。除华山等少数景区外, 其他旅游景区目前普遍缺乏餐饮及购物设施(包括旅游商品开发和销售), 住宿设施大多档次低、服务差。市内星级宾馆的设施质量和服务水平与国际国内水准均存在一定差距。

## 4、资源开发滞后, 科技含量较低

渭南旅游资源丰富, 历史文化积淀深厚, 但开发利用比较落后。“唐十陵”、“仓颉庙”、“魏长城”等一大批名胜古迹尚待开发, 自然资源的开发利用也十分有限。华山、洽川两大知名品牌宣传不够, 主要景区扩容等问题的研究和旅游产品的深度开发不够,丰富的历史文化内涵尚未得到充分挖掘利用。近年来, 渭南市旅游业发展势头强劲, 其实主要是依赖于丰富资源和有限资本的驱动, 而非依靠劳动者素质的提高和科技进步。旅游人力资本薄弱, 创新能力不强, 缺乏必要的旅游教育和研发机构, 旅游产品的科技含量普遍不高。多数旅游景点的开发存在“多而散、小而全、档次低、效益差”和重复建设现象, 很难形成拳头品牌。

在一些景区还存在“重利用、轻保护, 重效益、轻环境”的掠夺式短期开发行为, 个别景区或景点的自然、人文生态遭到破坏。“一流资源、二流开发、三流服务”的低层次、粗放型的增长方式, 严重制约了渭南市旅游产业素质的提升。

## 5、结构性矛盾突出, 发展水平较低

渭南市旅游资源类型齐全并且特色明显, 但旅游产品的开发利用却处于不完整、不深入、不对称的初级阶段。表现为结构单一、内容单薄、供给不足, 特别是表现为历史、文化、科技等方面的内涵不足。旅游产业链条中购物和娱乐两大要素失衡, 特别缺乏吸引高消费游客的旅游产品。旅游项目的参与性、休闲性、娱乐性、体验性较差, 不能适应我国快速发展的度假休闲需求。渭南市目前的旅游市场实际上是一个低产出市场, 游客平均逗留时间短, 日消费水平低, 主要靠大流量的旅游接待来实现收入增长。2006 年, 全市接待国内外游客人均消费 309 元, 分别比同期全国全省平均水平低 139 元、234 元。渭南市的主要旅游产品目前仍然属于 “观光型”, 而非“目的地型”。

# 二、层次分析法

## 1、指标体系的建立

对影响旅游业需求因素进行系统分析与合理汇总之后，借助层次分析法(AHP法)。将各因素的重要程度区分开来，通过模糊数学理论将所有因素进行综合，构建了旅游业需求因素模式多级综合指标体系，评估体系共3层，即目标层A、综合评价层B(4项指标)、因子评价层C(12项指标)，该评价指标体系的建立是旅游业需求因素模糊综合评价的基础(图1)。

## 2、内容确立

在评价指标体系建立的基础上，制定调查问卷内容，然后采用德尔菲法进行权重值的调查。本文邀请了专家、政府部门工作人员等，向其发出调查问卷。回收问卷后，通过计算机处理进行层次单排序及层次总排序，得到各因素权重值(保留4位)(表1)。经一致性检验，CR≤0．1，判断矩阵具有满意的一致性。

## 3、评分标准

获得评价因子的权重后，还要获得民族文化旅游产业模式综合评价各因子的具体得分。由于评价对象受多个因素的制约影响，很多问题难免带有模糊性与主观性，因此采用模糊数学10分制计分法，设计民族文化旅游产业综合评价模糊评分调查表，向有关专家、政府部门工作人员进行调查。获得后构建矩阵对其特征向量标准化，获得结果如下

表1旅游产业需求模糊综合评价指标权重

(层次单排序)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 综合评价层B | 权重 | 排序 | 因子评价层C | 权重 | 排序 |
| 健康旅游 | 0.2207 | 3 | C1 | 0.0938 | 1 |
| B1 |  |  | C2 | 0.0550 | 3 |
|  |  |  | C3 | 0.0719 | 2 |
| 景区 | 0.1807 |  | C4 | 0.0768 | 1 |
| B2 |  | 4 | C5 | 0.0451 | 3 |
|  |  |  | C6 | 0.0588 | 2 |
| 文化底蕴 | 0.3292 | 1 | C7 | 0.0821 | 3 |
| B3 |  |  | C8 | 0.1399 | 2 |
|  |  |  | C9 | 0.1072 | 1 |
| 服务 | 0.2695 | 2 | C10 | 0.0877 | 2 |
| B4 |  |  | C11 | 0.0672 | 3 |
|  |  |  | C12 | 0.1146 | 1 |

B层因子权重再排序：前4位分别为，B3、B4、B1、B2

因此我们下文将对服务、健康旅游和文化底蕴进行重点分析

# 第四部分 “魅力渭南”建设

# 一、个性化服务升级

## 1、中国旅游业的发展重心向旅游服务质量转移

根据国务院《质量发展纲要（2011—2020年）》、《贯彻实施质量发展纲要2012年行动计划》和《关于加快发展旅游业的意见》精神，进一步提升旅游业服务质量，规范旅游市场秩序，提高人民群众对旅游服务质量的满意度，国家质检总局、国家旅游局近日联合印发《关于开展“贯彻质量发展纲要，提升旅游服务水平”专项活动的通知》。《通知》要求，各级质监、旅游部门要以科学发展观为指导，建立部际协作机制，创新服务质量监管方式，围绕旅游业发展重点领域，立足当前，着眼长远，将年度性专项活动与长期性基础建设有机结合，全面优化旅游消费环境，共同推进旅游服务质量水平的提升。

《通知》的各项内容，表明国家政府对旅游行业的规范化运营和服务质量提升具有较大的重视程度。旅游服务质量成为旅游业未来发展的重点之一。

2012年渭南市全年接待游客量达到1112.53万人次，同比增加达22.9%，低于陕西省2012年26.1%的水平，随着知名度、美誉度不断提升，以华山为中心，带动渭南区域旅游经济发展的趋势将愈发强烈，因此我们预计，渭南在未来数年内会有更大的增长幅度。如此大的客流量更是对旅游服务业带来需要更高的要求，在未来的数年间，渭南旅游服务产业无疑将面对前所未有的巨大挑战，所以在对不同层次的游客需求上，我们需要完善原有的、升级新发展的、引进高端的。

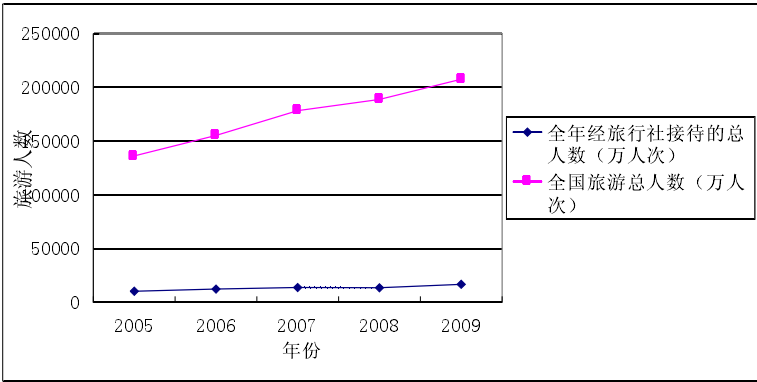
## 2、个性化旅游

### （1）个性制定化旅游的由来

旅游企业在旅游服务业中无疑扮演着重要的角色，在全国方面，以提供完整旅游产品的中介企业旅行社为例，数量从2004年的14927家增长到2009年的21649家。旅游企业之间的竞争日趋激烈，促使了旅游市场环境由卖方市场转向买方市场。在买方市场环境下，旅游消费者居于主导地位，旅游企业提供的旅游产品和服务能否被旅游消费者认可，能否使旅游消费者满意，成为旅游企业生存和发展的决定因素。而在旅游发展初期，旅游消费者更多的只是关注能否出游及出游景点的知名度，并不在意旅行过程中的体验与感受。因此，旅游企业多提供无差异的旅游产品即可满足消费者需求。

然而，随着社会经济发展，人们对于旅游的认知已日渐成熟，旅游消费者已不再满足于被动地接受旅游企业提供的标准化产品和服务，而是需要能够满足其精神需求和表达其个性的产品和服务。

传统的旅行社旅游，游客的观览体验极大的限制在了旅行社既有的旅行线路中，也限制了游客的活动范围和自主选择的权利。非通过旅行社的旅游，游客可以自行制定旅游线路，自由选择就餐、住宿、购物等地点。从而，下图中显示，非通过旅行社的旅游需求上升的更加显著一些，从某种程度上揭示了游客个性化需求的成长。



### （2）个性服务的变化

从旅游发展的变化的客观条件来看，有组织的、团队式的大众化旅游方式逐渐被个性化的旅游方式所取代，小规模的、家庭式的、自助式的、背包式的等旅游形式越来越受到旅游消费者的欢迎。旅游消费者需求日趋多样化和个性化，迫切呼唤一种能够适应时代需要的新的服务运作模式的出现，以满足消费者消费期望值以及个性化诉求的日益提高。大规模定制化服务就是在这种新的旅游市场环境下产生的，它顺应了旅游消费者需求的新变化。至此个性制定化服务更多的出现在了旅游业服务的市场之中，也获得了多数顾客的认可。

因此，旅游业大规模定制化服务的产生是买方市场环境下以及旅游企业竞争的必然选择。由于大规模定制化服务能够以较低的成本提供满足顾客个性化需求，率先成功实施大规模定制的旅游企业能够在市场竞争中获得持续的、竞争对手难以复制的竞争优势，这就为旅游业实施大规模定制化服务提供了动力。

## 3、旅游业大规模定制化服务的内涵和特征

大规模定制化服务是旅游业的一种新的经营理念和服务模式，它要求从顾客的角度出发，既能快速满足顾客对多样化、个性化的需求，又能实现标准化服务的低成本和高效率。由于大规模定制化服务与标准化服务的产生背景、管理模式、追求目标和采取的手段不同，导致了它们之间具有许多不同的特征。

通过与传统的旅游业服务运作方式相比，可以归纳出旅游业大规模定制化服务具有以下特性：

### （1）以旅游消费者多样化、个性化需求为关注焦点

在传统的旅游业服务运作方式中，旅游消费者处于价值链的最末端，旅游企业以标准化服务满足旅游消费者的基本需求，忽视消费者的多样化、个性化需求。在大规模定制化服务方式中，旅游消费者成为旅游企业的合作伙伴。旅游企业以旅游消费者多样化、个性化需求为关注焦点，实施以顾客为中心的战略，从顾客的角度出发，根据旅游消费者要求设计、提供服务。

### （2）以现代信息技术为支持

大规模定制化服务要求对顾客的需求做出快速反应，这就必须依赖现代信息技术。现代信息技术尤其是网络技术的发展，不仅使旅游企业可以准确地获取和管理顾客的个性化服务需求信息、把握顾客的真实需求，而且可以提高旅游企业的运作效率和响应性，满足大规模定制化服务对低成本、快速反应的要求。

### （3）以延迟策略、模块化技术为手段

旅游企业采取延迟策略与模块化技术，通过产品和服务重组与过程重组，不仅可以利用标准化服务的优势，同时又能对顾客的个性化需求做出快速反应，从而减少定制成本和加快定制速度。

### （4）以消费者的参与为基础

传统的旅游业服务运作方式下，旅游企业与顾客沟通较少，旅游消费者只是服务的被动接受者。而在大规模定制服务方式中需要顾客的参与，顾客的参与是满足顾客个性化需要的前提。通过顾客的参与可以帮助旅游企业更好地满足顾客对产品和服务的需求，从而进一步提高服务的吸引力。

### （5）以企业间合作关系为纽带

大规模定制的目标是以尽可能短的时间、尽可能低的成本，提供满足顾客个性化需求的产品和服务。旅游服务涉及面广、综合性强，要实现大规模定制的目标不是仅仅单靠旅行社的努力就能够实现，而是必须通过整个供应链的协同运作才能完成。通过旅游供应链上企业包括旅行社、旅店宾馆、交通运输企业、餐饮企业、游乐场所、购物中心等建立战略合作伙伴关系，进行优势互补，实现“强强联合”，不仅可以降低服务成本，还可以快速响应市场需求。

## 4、旅游业实施大规模定制化服务的竞争优势

### （1）低成本、差异化与速度有机结合

旅游业大规模定制化服务实现了低成本、差异化与速度的有机结合。标准化服务成本低、效率高，但是缺乏人性化，无法满足顾客的个性化需求；完全按客户需求进行的定制化服务，针对性强、特色明显、价格高，但服务工作效率低、服务成本高、对顾客需求响应速度迟缓。大规模定制化服务是一种标准化和顾客定制化相结合的技术：通过标准化服务形成规模经济从而降低成本，通过顾客定制化服务获得范围经济从而满足顾客的多样化、个性化需求，通过模块化技术与延迟策略的运用从而提高响应顾客需求的速度。旅游大规模定制化服务结合了标准化服务和完全按顾客需求进行的定制化服务的优势，从而实现了低成本、差异化与速度的有机统一。

### （2）企业价值与顾客价值同步提升

旅游业大规模定制化服务实现了企业价值与顾客价值的同步提升。对于顾客而言，大规模定制化服务在成本、质量、响应顾客需求的速度和个性化方面能同时满足顾客需求，从而实现了顾客价值的最大化；对于企业而言，大规模定制化服务通过顾客的高度参与，可以使旅游企业加强与顾客的沟通，及时地感知顾客需求的变化，提供更加符合消费者需求的服务，必然会大大提高顾客的满意度和忠诚度，从而使旅游企业获得更坚固和更长久的竞争优势。因此，大规模定制化服务既使顾客满意，又提高了旅游企业的竞争力，实现了顾客角度的价值和企业角度的价值的同步提升。

## 5、深入渭南地区探究

### （1）政策和背景基础

旅游服务业作为旅游业中极其重要的一部分，渭南市政府给予了非常高度的重视。基于此，提出了坚持将“为游客提供最优质的服务”作为全盘工作的重中之重，加大扶持，让每一个行业、每一处空间、每一个人都成为展示渭南形象的窗口。

针对日益火爆的旅游市场，市委、市政府先后出台了《关于进一步加快旅游产业发展的意见》和《关于做优做强精品旅游景区的实施意见》等多个重要文件，加快全市旅游服务升级上档的步伐。截止2011年，全市有注册的旅行社已增至46家，开通国内旅游线路80余条，省内旅游线路30余条，旅行社从业人员500多人，各类旅游接待宾馆、酒店80余家，设施完善、特色突出的“农家乐”旅游接待设施1000处，基本形成了集吃、住、行、游、购、娱于一体的旅游服务体系。此外，结合城市“创卫创模”，全市加大旅游基础设施建设，强力整治旅游环境和规范旅游市场，加大了对基础设施的投资。使重点景区基本实现了“五通”、“六化”。即通路、通水、通电、通有线电视、通无线通讯和绿化、硬化、美化、净化、亮化旅游厕所标准化、公用信息图形符号规范化，全市旅游业综合实力迈上了崭新的台阶。

### （2）信息技术背景下渭南的个性化旅游服务

网络上的旅游服务资源呈现爆炸式增长趋势，对这些资源进行及时的梳理总结，将有助于改善在线旅游服务的水平和质量，进而推动旅游业的可持续发展。通过研究发现，现有的在线旅游服务模式基本上是商家发布某项服务（食、住、行、游购娱），或者组合服务（基本上是“航班+酒店”式的服务集成）供用户购买，这种方式不能满足游客对于一次完整旅游的需求。因此，提出一个基于游客个性化需求，借助现代信息技术的旅游服务运作模式就十分必要。下面对渭南旅游信息技术个性旅游服务就食、住、行、游、购、娱领域的情况进行说明：

#### （一）食

餐饮是旅游业中必不可少部分，游客在旅游过程中，有的以体验渭南地方特色菜的体验为主，而有的偏爱家乡的菜系。游客获取菜馆信息的方式不多，较难体验到当地人常去又实惠的的餐馆，因此在选择时具有一定的盲目性。同时，传统的电话预定餐馆，爽约率较高，也不利于商家，且游客也获得不了价格优惠。

因此，我们可以借鉴2003 年成立于北京的饭统网为消费者提供全方位的服务模式，将渭南市内各特色、各菜系知名餐饮企业或小吃店进行全方位整合。这样做不仅游客能拿到优惠的价格，还可以精确查到各个餐馆的主流菜系以及客户评价，全方位地满足了游客的不同层次需求。

#### （二）住

住宿是重要的旅游服务，大到星级宾馆小到家庭旅馆，预订是酒店与游客接触的第一关口。一些国际著名的酒店集团都建立了中央预定系统，如雅高集团的 Accor 订房系统，洲际集团的 GlobalⅡ预订系统，巴斯酒店的 Holidex 预订系统等我国的酒店集团也在 2006 年开发出了第一套中央预定系统。20 世纪 80 年代以来，酒店行业都已经不同程度的与航空公司发展起来的全球分销系统（GDS）建立了连接，并通过全球分销系统提供的渠道实现产品的全球分销。到现在为止，我国四星级以上的旅游涉外酒店都已经接入全球分销系统。

渭南相对大型的连锁高级酒店不多，但依然可以利用信息技术来提高酒店入住的服务质量。渭南可以将规范运营的大小酒店全部录入网站系统中，将酒店的住宿风格特色、交通位置、风情体验等介绍给广大的潜在游客，便与游客根据自身不同需求，选择具有不同服务特色的酒店，提高个性旅游体验。比如情侣出游偏好布置温馨的酒店，而商务考察则需要色调偏冷、偏商务风格的酒店。这些分体验了电子商务对企业运营带来的好处：一方面，酒店可以 24 小时接受消费者的预订，极大的扩展了交易量；另一方面，节省了产品宣传，促销宣传的费用却达到了前所未有的营销效果，提升了渭南个性旅游的体验度。

#### （三）行

游客在一次旅游过程中的交通需求主要是从出发地到目的地的转移，途中可能会涉及二级目的地，即途经地。而在转移节点城市的交通需求，因其时间的不确定性，和服务提供商的纷繁复杂。

目前国内的的电子旅游服务中介商没有提供火车票、汽车票预订等多样化服务功能，渭南汽车站也只能现场购票，增加了旅游的时间成本和不便利性。我们可将渭南汽车站的购票程序在网上进行录入，展示出各发车时间、目的地等信息，实现汽车票预定在火车站下车后的无缝对接，方便游客进行个性化的购票服务体验。

#### （四）游

游是游客旅行的主要目的，根据内容的不同，可以将旅游地分为：

1）风景旅游地，风景旅游地如华山、洽川等等，大自然鬼斧神工雕琢出的奇观异境，是旅游者放松身心，游目骋怀的好去处。

2）宗教旅游地。宗教旅游包括宗教圣地、著名寺院等，来这些地区旅游的游客中既有虔诚的信徒，也有对宗教特色的古建筑和艺术品感兴趣的人们

3）科教旅游地。科教旅游地包括先进的科研中心、大型会议、科学展览，还包括科技馆、博物馆、军史馆、体育场馆等设施，吸引专家学者和广大科学爱好者到此交流、参观和游览人造景观旅游地。

网上存在一些旅游园区的门票交易，但是这些交易活动零散，没有固定的网站销售，也不确定销售时间，没能形成系统的在线售票体系。这种零散的交易形式给集成聚合服务为游客提供完整的旅游线路产品造成了障碍，也不利于吸引游客推广园区旅游。而且，最重要的一个问题，这些景区门票没有集成到游客的旅游线路中售卖，除非游客的旅游目的明确，否则很难形成大规模的网络销售量。渭南可以参考中国专业的景区门票营销网站之一——门票网，借此渭南可以通过互联网或者移动终端访问，为游客提供全国范围内包括温泉会所、旅游景点、博物馆、主题乐园、休闲娱乐、影剧院、美容等类目的旅游消费价格电子门票，方便易用且价格实惠。

渭南成立此类网站的确能24小时接收游客订单，提高服务质量，但能给游客购买旅游景区门票带来多大程度上的方便就很难说了。许多此类型网站上的门票销售项目大都是旅游热点城市的一些比较不为人们熟知的景点，并且可选范围窄，旅游景区的详情介绍平白，很难形成对游客制定旅游线路时把其作为参考的吸引力，这些网站单纯依靠门票卖点，销量难以保障。因此，渭南目前最缺乏的是一种更为有效的分销途径，一种将景区门票销售与其他旅游项目搭配起来销售的方式，于是，游客上传旅行线路，商家提供整体价格，然后推荐最热门的自助线路给其他游客，这种方式既能满足大部分游客个性旅游体验，又能发挥旅游线路的多样化，为渭南旅游景区门票在线销售才有可能迎来迅速发展的契机。

#### （五）购

购物是旅游过程的必不可少的元素，购买的物品最小从独具渭南区域特色的挂件，到购物天堂购买的昂贵奢侈品。不管是什么物品从互联网上国际国内的购物网站都能够买到，但这不是旅游者在旅途中购物的目的所在，游客体验的是物品对于这段旅游经历的纪念价值，和购物过程的愉悦感受，强调的是精神层面的价值，而不在于获得的便利性。所以，这些网络购物只能作为旅游服务过程的补充。另外，这些在网络上发布的物品很少有突出旅游目的地特色的分类或描述，削弱了游客通过网络选择旅游纪念品的需求。渭南若能将合格商家的不同特色类型的商品，如宗教类、风景类等等展示给不同游客，满足不同的个性需求，既能方便游客购买渭南特色商品，又保证了商品的质量，提高了旅游服务质量。

#### （六）娱

娱乐是在青年人中比较受欢迎的休闲方式，旅游过程的延伸服务。有些旅游服务网站会在网站中集成娱乐活动这一项，如 expedia.com，这些活动由小型的旅游企业或组织发起，旨在向游客提供项目明确、持续时间较短的娱乐活动。在这里需要说明一点，娱乐与旅游没有明显的分界，游乐场门票也归为游玩类项目，但是基于其娱乐性较强的特点，我们把渭南这些类似的旅游项目放在网站介绍里，在形成旅游线路的过程中适当加入旅游地特色娱乐活动可使游客更快地融入旅游地，更全面地了解渭南旅游地风土人情，也能吸引更多的访问。在一些团购、景点门票销售以及综合的旅游产品网站都会有一些娱乐服务项目，类目单一，主要包含 KTV、游乐场等娱乐场所的门票销售。目标人群以年轻的消费者及在校学生居多，旅游者还没有形成在旅游线路中自发融合这些活动的习惯。一些大型的游乐场，例如迪士尼乐园、美国的六旗游乐园等旅游目的地因其而闻名的世界著名游乐园，都建有自己的官方网站，向游客提供包括门票、酒店预订等销售业务。

## 6、未来发展方向

### （1）实施客户关系管理

在网络信息产业如此发达的今天，旅游服务企业应像政府一样，听取广大游客的建议，因此需要官方网上建立交流区，加大游客与游客，游客与企业之间的沟通，并建立顾客信息管理数据库，准确获取每一位旅游消费者的个性化信息。通过建立顾客信息管理数据库，旅游企业不仅要收集到旅游消费者的姓名、地址、工作或学习单位，而且要进一步了解旅游消费者对旅游产品和服务性质、特征的要求以及旅游消费者的习惯、偏好，为旅游业实施大规模定制服务提供基础保证。

其次是对顾客信息进行整理，通过挖掘和分析旅游消费者的定制行为与规律，从而使旅游企业能为旅游消费者提供其真正所需要的产品和服务。最后，利用网络与信息技术，建立面向顾客的在线定制系统。通过在线定制系统，旅游企业不仅能够与旅游者进行“一对一”互动交流，达到企业和消费者之间的充分有效沟通，而且为旅游消费者能够充分参与大规模定制服务提供了便利条件。

案例：

丽滋·卡尔登饭店在此方面做的格外突出。三年前，韩国一家大集团副总裁到澳大利亚出差。当他住进丽滋·卡尔登饭店后，他打电话给该饭店客房服务部门，要求将浴室内原放置的润肤液换成另一种婴儿牌的产品。服务人员很快满足了他的要求。事情并没有结束。三周后，当这位副总裁住进美国新墨西哥的丽滋·卡尔登饭店时，他发现浴室的架子上已经摆放着他所熟悉的乳液，一种回家的感觉在他心中油然而生……“凭借信息技术和多一点点的用心，丽滋·卡尔登饭店使宾至如归不再是口号。”丽滋·卡尔登饭店澳大利亚地区品质训练负责人琴·道顿说出了卡尔登饭店成功的秘密。在丽滋·卡尔登全球联网的电脑档案中，详细记载了超过24万个客户的个人资料。这是每一个顾客和卡尔登员工拥有的小秘密，使顾客满意在他乡。整个过程不仅可以提供了高端的服务，而且收获了客户的忠臣度和良好的口碑。

### （2）实施旅游企业战略联盟，提升供应链管理水平

首先，旅游供应链上的各个企业应在相互信任、目标一致的基础上建立战略合作伙伴关系，并通过对信息流、服务流、资金流的整合且形成资源共享，从而优化整个供应链的资源。

其次，旅行社作为供应链管理环境下的核心企业，应将旅游供应链各个参与企业、各个环节有效地组织起来，通过对供应链上的旅游线路、交通运输、活动行程、住宿餐饮等各个环节进行协同管理，使从食、住、行、游、购、娱等供应商到旅游批发商、旅游零售商的经营和管理能够实现集成和优化运作，从而保证大规模定制化服务的有效实施。

### （3）采取“延迟策略＋模块化技术”的运作方式

延迟策略是指将供应链上的定制化活动延迟至接到订单为止，也即在时间和空间上推迟定制化活动，使产品和服务与客户的需求实现无缝连接，从而提高企业的柔性以及客户价值。模块是指半自律性的子系统，通过和其他同样的子系统按照一定的规则相互联系而构成的更加复杂的系统或过程。通过组装标准化的模块来开发生产多品种产品的能力，企业有望能够大大降低不确定性和复杂性，压缩产品开发时间以及减少总体成本。

传统大众旅游方式下，旅游供应链采取“推动式”的运作方式，即旅游企业以自我为中心向顾客提供内涵相似的标准化的旅游产品与服务，旅游消费者则处于被动接受的位置，市场有什么就买什么。大规模定制化服务方式下，旅游企业以顾客为中心开展经营活动，因此，必须对传统旅游供应链流程实施再造，通过采取“延迟策略＋模块化技术”的运作方式，变“推动式”的供应链为“推动与拉动相结合”的供应链：在旅游供应链的上游环节运用推动方式进行运作，即旅游企业将旅游过程中各个环节包括旅游线路、景点、交通工具、酒店、餐馆、娱乐等模块化，为旅游消费者提供规模化服务，以规模经济降低成本、提高效率；在旅游供应链的下游环节运用拉动方式进行运作，通过旅游消费者的有效参与，旅游企业将各种模块进行有效组合，提供形式多样的、能够满足旅游者个性化需求的旅游产品和服务，以快速满足旅游消费者的个性化需求。推动阶段和拉动阶段的分界点称为顾客订单分离点。

旅游消费者需求的多样化、个性化的发展趋势，要求旅游服务必须向大规模定制方向发展，大规模定制化服务已经成为旅游业发展的大势所趋。我国旅游业应该认真研究和把握旅游市场需求的变化和顾客消费的新特点、新规律，正确理解和运用大规模定制，以迎接个性化消费时代的来临。

### （4）高科技产品引入，增强游客体验性

进入21世纪，“继产品经济和服务经济之后，体验经济时代已经来临”。而科学技术的发展加快了旅游产品与设备的更新速度，新的尤其是高科技的产品、设备层出不穷，从而为大规模定制化服务的实施提供了有力支持。随着体验经济的到来，旅游消费者需求层次越来越高，逐渐从大众化、无差异的层次转向体验层次。旅游是一种体验性很强的人类活动，对旅游消费者而言，旅游只是一种媒介，体验才是最终目的。

案例：以2010年上海世博会为例

传统的大众旅游方式由于忽略了与旅游消费者的互动性，无法提供给旅游消费者差异和奇特感的体验，已无法适应体验经济下旅游消费者的需求。而旅游大规模定制重视旅游消费者的个性化需求和感性化消费，将体验价值展现在旅游消费者面前，不仅缩短了旅游消费者与旅游企业之间的情感距离，提高旅游消费者的满意度与忠诚度，同时也提升了旅游企业的竞争力。科技产品的引入不仅为增加了旅游的趣味性，迎合了体验经济时代人们对体验的需求，将为渭南地区增添一道风景线。

### （5）手机APP的介入，为人们提供更加简便的服务

在移动信息产业的当今，APP的发展无疑为我们生活带来了巨大的变化。APP有很多优势，截至2012年我国手机网民数已经达到 9 亿人，并以非常高的速度继续增长。移动互联网用户规模已经成熟，新的商业模式、创新方式将主宰下一个时代。企业参与移动营销已经迫在眉睫，企业应及早准备，占领这个战略要地。若能将APP产业很好的介入渭南的旅游服务业。

# 二、健康旅游的到来

## 1、现代健康的含义

现代健康的含义并不仅是传统所指的身体没有病而已，根据“世界卫生组织”的解释：健康不仅指一个人身体有没有出现疾病或虚弱现象，而是指一个人生理上、心理上和社会上的完好状态，这就是现代关于健康的较为完整的科学概念。

现代健康的含义是多元的、广泛的，包括生理、心理和社会适应性3个方面，其中社会适应性归根结底取决于生理和心理的素质状况。心理健康是身体健康的精神支柱，身体健康又是心理健康的物质基础。良好的情绪状态可以使生理功能处于最佳状态，反之则会降低或破坏某种功能而引起疾病。身体状况的改变可能带来相应的心理问题，生理上的缺陷、疾病，特别是痼疾，往往会使人产生烦恼、焦躁、忧虑、抑郁等不良情绪，导致各种不正常的心理状态。作为身心统一体的人，身体和心理是紧密依存的两个方面。

## 2、旅游对心理健康的作用

现代人工作压力大，经常感到累，实际上不是体力透支，而是不会休息。比如，国庆长假，有些白领人士觉得平时工作太累了，选择打牌、听音乐、看电视等看似很放松的休闲方式，还有人干脆睡上好几天的觉，实际上这些并不是科学的休息方式。因为，白领人士的疲劳大多属于脑力疲劳或者心理疲劳，并非体力疲劳，体力上的休息并不能缓解这些人的疲劳感。而他们真正应该做的是走出去，使大脑在旅游中得到放松，调整好精神状态，才可以解决脑力疲劳和心理烦累的问题。

## 3、旅游中的食品安全

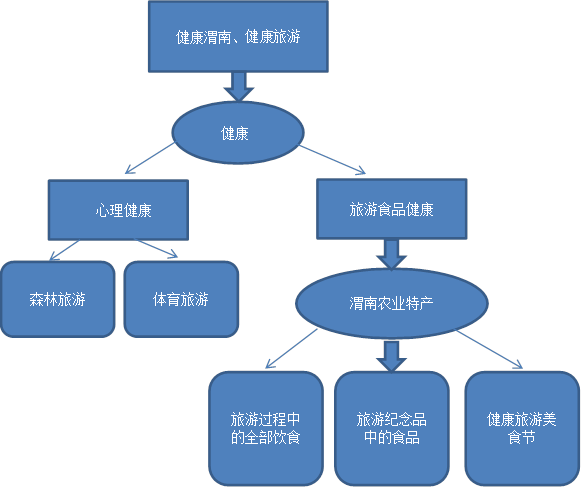
饮食是旅游六要素(食、住、行、游、购、娱)之一,旅游食品安全关系旅游者的身体健康和生命安全,关系到一个景区、一个地区、一个国家的旅游形象,是旅游经济稳定运行的重要保障,是坚持“以人为本”安全理念的必然要求。

但是，我国现在旅游行业中的食品安全问题不容乐观。

下面是近几年发生的部分旅游食品安全事故：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 时间 | 发生地 | 事件概况 |
| 2009．7 | 山东烟台 | 石家庄某村村委会组织300位退休老人和优秀党员,赴山东长岛烟台威海五日游0,途中有41位村民出现不同程度的恶心、呕吐、腹泻等症状 |
| 2009.6 | 四川绵阳 | 50人在某农家乐就餐,有13人出现恶心、呕吐、唇发绀等症状,分别入院治疗,初步查明系误食亚硝酸盐中毒所致 |
| 2008、10 | 浙江临安 | 复旦大学6名大一学生参加某旅行社的浙西大峡谷2日游,患了急性肠胃炎,可能是细菌性食物中毒 |
| 2008.1 | 香港 | 昆明某旅行社赴港澳旅游团16人中有14人出现不同程度的恶心、呕吐、腹泻、头晕等症状,食物中毒症状明显 |
| 2006.7 | 湖南长沙 | 南昌教师旅行团30多名游客在长沙食物中毒,入院治疗 |
| 2005.2 | 澳门 | 北京某旅行社组织的港澳旅游团游客中出现不同程度的腹泻、腹痛及呕吐等食物中毒症状 |

由此可见，好的旅游、吸引大众的旅游应当将健康安全放在一个重要的位置

健康渭南框架图

## 4、健康旅游计划包含的方面

### （1）健康旅游——心理健康

关于健康旅游,我们可以从狭义和广义两方面来理解,

狭义的健康旅游可指一切能为旅游者健康做出贡献的旅游活动。指具备一定的旅游保健、疾病防治、急救护理知识的前提下,提供旅游者亲近自然的机会和环境,倡导旅游者参与健康时尚的各类型旅游活动,让旅游者达到开阔眼界!强身健体!愉悦身心的目的“强调旅游者在旅游活动中得到健康”。

广义的健康旅游是一种可持续的旅游发展理念,强调通过旅游发展,除满足旅游者身心健康需求外,促进旅游地生态环境改善(包括自然环境的改善和社会环境的改善),旅游地居民身心愉快,旅游地经济进入“循环经济”的发展阶段。它是一种良性互动的旅游方式,充分体现了以人为本的理念。

### （2）森林旅游

人们虽然很少生病,但在现在社会中,由于工作压力很多人都处在亚健康状态,休闲旅游成为人们进行自我调节的重要手段,并逐渐成为旅游活动的主要形式。尽管中国目前还属于发展中国家,离真正的“休闲时代”还有相当距离,但休闲经济已具备了相当规模,且呈现出蓬勃发展的势头。

森林具有固碳释氧、增湿降温、滞尘降噪、释放负氧离子等作用。其中负氧离子有降尘、灭菌、抑制病毒的功能,并能调节人体的生理机能,对人体有保健作用而被称为“空气维生素和生长素”,其浓度高低已成为评价一个地区空气清洁度的指标，而树木所释放出的植物芬香气则具有极强的杀菌和医疗作用。由于具有上述特点,前苏联的巴库森林疗养区,日本的“森林浴”、“森林健康医院”,德国的“森林地形疗法”等都是对森林环境和植物精气的利用,森林旅游成为健康旅游中不可或缺的组成部分。

### （3）体育旅游

随着生活水平的提高和消费观念的改变,人们的健康消费意愿大增。体育旅游是近年我国增长最快的健康消费项目,许多专业的体育健身旅游专线亮丽登场。比如,为了体现中国上下同心办好大运会、申办奥运会的坚强决心,中国国家旅游局专门策划组织了2001中国体育健身游的主题年活动,向海内外旅游者推出了两大类旅游产品:

一类是各地具有代表性的大型体育健身旅游活动,共有60项内容,包括北京万人登长城比赛、哈尔滨冰雪节、上海国际武术博览会、郑州太极拳团体演练、大同国际滑翔节、内蒙古和新疆的那达慕大会等；

另一类是专项体育旅游产品和线路,共有12大类、80个专项,包括浙江南太湖攀岩、泰山和华山登山、环青海湖自行车挑战赛、长城到珠穆朗玛峰的自驾车探险远征、丝绸路上的沙漠探险、长白山大峡谷的漂流探险以及北京、上海、广东、海南、云南、大连、桂林、厦门等地的高尔夫休闲运动等等。这些体育旅游专线的推出,有力地推动了我国体育旅游活动的开展。近年来我国的体育旅游以每年平均40%的速度增长,呈蓬勃发展之势。

体育旅游是健康与旅游的最佳结合体,具有广阔的市场发展空间。从旅游的角度来看,体育不仅是娱乐、消遣、调节情感、获得经济效益的手段,而且是增强人的体质和健康、塑造人的美好心灵的一个重要途径。因此,最大限度地发挥体育的健康功能,并按照一定目标和要求向旅游者施加影响,激发、引导旅游者积极、自觉地接受这种影响,从而产生最佳的健康效应。

### （4）旅游食品安全

近年来各种食品安全问题层出不穷，地沟油也罢，注水牛肉也罢，这些问题食品都一次次的威胁与损害着人们的健康。我们想通过依托绿色健康的农业、牧业（包括水果、蔬菜、肉食等）给旅游的游客创造一次完全的食品健康旅游。使游客在这个旅游过程中的饮食、采摘都百分之百安全、健康、无公害。

在旅游过程中,食品安全问题的发生往往带有突发性,再加上游客行为的自发性和随机性,对这些安全隐患往往毫无防备,因此一旦发生就会对游客造成较大的危害。

旅游食品从原料到被游客消费掉经历了制作、包装、储存等一系列过程,任何一个环节失误都有可能导致食品安全事故,追查起来有一定的难度。特别是散客旅游发生这类事故,由于没有群体共性反应,查找原因就变得更加困难。旅游行程一般都排得较紧,就餐地点有可能分属不同的行政辖区,食物中毒事故有时还带有一定的滞后性,会给调查、取证、索赔带来许多不便。更是使对旅游地在游客心中的形象大打折扣。

因此，将渭南打造成一个旅游食品样样过关，不会带来安全隐患，甚至食品绿色无公害的旅游区，势必会带来好的经济效益。

## 5、健康渭南计划背景

世界卫生组织（WHO）在《旅游业 21 世纪议程》中提出应该重视旅游构建健康生活的命题，倡导通过健康旅游来减少旅游发展的负面影响、保护环境、使旅游可持续发展、让人们健康生活。生活水平不断提高的人们越来越关注自身的需求和发展，随着生活压力越来越大，旅游成为了人们追求自由和健康的时尚选择，随之也孕育出新兴行业——旅游健康业。目前，国内外学界对旅游健康业的发展问题越来越关注，其中研究的主要方向是“健康旅游”，把健康元素融入旅游业，即旅游业的健康化，但旅游健康业可发展的另一方向“旅游健康”，即健康业的旅游化，国内外相关研究比较少见

2003 年 “非典” 发生以后，国内开始关注健康旅游。福建的武夷山提出以 “享受健康呼吸、享受健康饮食、享受健康运动、享受健康文化”为主要内容的健康旅游，湖南推出 “十大健康旅游主题活动”，四川以九寨沟为基础，大力打造健康旅游，黑龙江以 “强身健体”为主题，推出系列 “绿色健康游”路线，浙江组织 “健康浙江万人游”活动。2012 年国家旅游局推出了 “欢乐建康游”旅游主题。健康旅游得到越来越多的人认可，很多景区都是打 “健康旅游”牌，并且收到了良好的效果。但健康旅游仅停留在营销宣传上，并未出现真正意义上的健康旅游产品。

## 6、健康旅游计划具体内容

### （1）森林旅游计划

森林旅游,既有益于生理健康,又有益于心理健康。从生理健康角度而言,森林植物具有较明显的生态保健功能。森林的主色调绿色对人的视网膜无刺激,有助于安神休憩;森林能吸纳声波,对神经系统和大脑皮层产生调节作用,有助于缓解血液流速、心跳频率,达到平定情绪、消除疲劳、治愈疾病的功效。同时,森林植物发出的芳香气态物质被吸入肺后,能杀死体内结核、百日咳、白喉、痢疾等病菌,产生消炎、利尿、加快呼吸器官纤毛运动的良好作用。森林中较高浓度的负离子具有降尘、杀菌、防病、治病的功效,使人感到心旷神怡,增强人体免疫能力。

从心理健康角度而言,森林是人类的原始家园,尽管人类最终走出了森林,但对于文明的人类而言,沉淀了人类生命经历的森林不再只是一个生物、物质的世界,还是一个积淀着人类情感的精神世界。成语/落叶归根0是具有深刻的心理学底蕴的,它把森林当成了人类的精神家园。可以说,社会的物质生产愈发达,人们的物质生活愈优裕,森林旅游便愈受青睐。森林旅游提供的不是一条愤世嫉俗的现代意义上的逃避之路,而是一条回归之路,即返回到健康、本能、平和、宁静的状态。

渭南市有林地面积26.32万公顷，林木蓄积量849万立方米，森林覆盖率达15.9%。其中不乏华山这个样的天然大氧吧。我们可以合理的利用渭南市现有的森林资源，发展森林旅游，以健康的特色吸引更多的游客来渭南从生理和心理两方面净化自己，找回健康和宁静。

### （2）体育旅游计划

体育旅游是指以参与或观赏体育活动为主要内容,能够欣赏高水平运动、锻炼身体、增强身体素质为目的旅游活动。体育、旅游和健身有着天然的联系,体育旅游已经成为旅游产业中增长最快的类型之一,体育旅游也变得越来越普遍,但中国仍处于体育旅游研究的初级阶段。体育旅游可以划分为两个类型:观赏型和参与型。观赏型体育旅游主要是旅游者到现场观赏大型体育赛事,如奥运会、世界杯等而进行的旅游活动,能够在短时间内给举办赛事的旅游目的地带来巨大的旅游收入。参与型体育旅游是全民健身运动的重要组成部分，具有专业性强、安全系数低、成本费用高、时效性突出、社会效应显著等五大基本特征。

### （3）名山登山活动

对于陕西而言，其悠久的历史文化使得整个地区在国内旅游发展中一直处在前列，其丰富的旅游资源每年吸引着国内外数以万计的游客前来观光旅游。在游客人数方面，陕西属于绝对的大省，这种得天独厚的资源优势，使得整个地区的旅游产业的发展必将优于其他地区。而伴随着人们生活观念的逐步改善和人们生活水平的提高，在旅游中，追求时尚、健康和了解历史文化成为很多游客在孩子教育、自我知识的填补等方面都愿意选择更具有意义的旅游，这种过去的追求观看城市风光和奢华购物的消费与旅游观念在逐步改善因为伴随着世界经济的进一步发展和物流业的发展，在全世界任何一个角落购买的产品可能在自己家很近的地方就有出售，所以人们对于旅游的理解已经不是简单的购物，而是娱乐。这种观念上的转变进一步促进了陕西地区旅游产业的发展。综合以上两方面因素，在游客人数不断增加和人们旅游观念不断改变的过程中，登山旅游这个健康时尚的旅游项目必将成为今后一个时期人们热衷的旅游方式。

依托渭南市华山这种有效资源，我们可以在渭南大力发展参与型的体育旅游——名山登山活动。吸引大量的旅游爱好者、登山爱好者、健身爱好者前来参加，带动当地的旅游业发展。

### （4）武术欣赏活动

渭南市的传统武术发展较好，特别是红拳，还有少磨拳、子拳、护身拳、梅花拳等。可以称为渭南的一大特点和特色。我们可以通过举办武术欣赏比赛、武术体验之旅等活动，来吸引大量的武术爱好者、旅游爱好者、武术兴趣者来渭南旅行。

### （5）健康饮食计划

渭南素以农业著称，土地广阔，气候温和，光照充足，降水适中，可耕地占总面积的96%。全市已形成了在全国驰名的粮食、棉花、苹果、烤烟、花生、秦川牛、奶山羊、笼养鸡、生猪、渔业10大商品基地。

全市蔬菜种植面积2．67万公顷。经济林、核桃、板栗花椒、红枣、柿子等面积达11.43万公顷。水果面积12．22万公顷，其中苹果10．2万公顷，梨1.1万公顷。在渭北五县市苹果优生区建成了6.67万公顷优质苹果基地，年产苹果53万吨。

依托这些水果蔬菜、渔业、牧业的有利条件，我们可以大力发展一个渭南自己的旅游品牌，那就是“健康饮食渭南”。让游客从踏上渭南的那一刻起，从主食到小菜，都是渭南提供的健康的、绿色无公害食物。当然，要达到这一点，农业的发展和质量检验检疫部门的认真工作是分不开的。同时，我们还可以借助渭南远销国外的白水苹果、蒲城酥梨、韩城花椒，华县大葱、富平辣椒、大荔花生和西瓜等农产品举办特色的美食节活动等。

## 7、健康旅游案例分析

### （1）森林旅游实例

森林旅游,源于20世纪80年代西方出现的生态觉醒回归大自然热潮,目前已广泛渗入世界诸国的国民经济与社会生活中。据统计,美国每年到国家森林公园旅游者为3亿多人次。每年投身森林旅游的日本人多达913亿人次。德国的森林公园旅游收入每年达数10亿美元。中国于1982年成立第一个国家公园张家界国家森林公园,虽然比世界第一家国家公园美国黄石国家公园成立迟了110年,但乘着我国改革开放的强劲东风,森林旅游大有后来居上之势。1995年森林公园旅游者达6000万人次,直接旅游收入为514亿元。近年,前往全国各地森林公园的中外旅游者以每年30%的幅度迅猛递增,迄今全国各类森林公园近800处,到2002年达1000处,森林旅游者达2亿人次。

### （2）登山旅游实例

第十八届泰山国际登山节暨2004中国泰安投资合作洽谈会期间,来泰旅游总人数达102万人次,旅游总收入5.07亿元,签订各类合同175个,合同金额内资、外资合计139.12亿元.泰山体育旅游具有旅游和体育特点,是人文旅游的重要组成部分,是现代人们生活方式中以健身、健心、休闲、娱乐来调节身心的一种积极性休息方式,是体育的一种综合性运动.泰山体育旅游是体育性旅游事业和旅游性的体育事业。

# 三、底蕴渭南的发掘

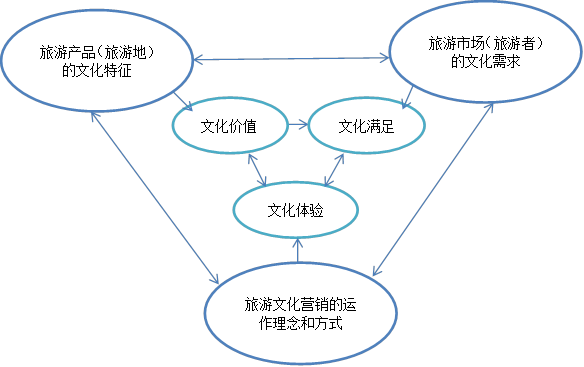
在物质文明已高速发达的今天,人们更注重精神的愉悦,个性的满足,我国旅游业出现了以“产品个性化、专业化，精品化的文化品牌竞争”为主的旅游竞争新格局。从世界旅游发展趋势上来看，追求旅游的文化底蕴也已成为了潮流。渭南市的旅游产业，在有天生优势的情况下——具有丰富的文化底蕴，想要在众多旅游行业中脱颖而出，必须实现“底蕴渭南”这一理念，达到旅游文化营销的目的，即追求旅游产品文化价值的最大化，以及旅游者文化需求最高层次的满足的双重效应，目标是最终实现和谐的，完美的，独特的文化体验。

## 1、底蕴渭南——旅游文化营销内涵

旅游文化营销是指，旅游业经营者运用旅游资源，通过文化理念的设计创造来提升旅游产品及服务的附加值，在满足和创造旅游消费者对真善美的文化需求中，实现市场交换的一种营销方式。从市场需求角度讲,这里的文化是指文化的深层结构意识部分,即由价值观念、审美情趣、行为取向等所构成的旅游者的文化心态。它一方面，通过对文化需求的把握和顺应，实现旅游者最高层次的文化满足;另一方面,通过对旅游产品文化内涵的挖掘和包装,实现旅游产品价值的最大化。旅游文化营销，是对旅游者的文化满足与旅游产品的文化价值的双重创造和促进过程,从而达到高度和谐化的文化体验。也就是说,旅游文化营销的核心理念在于:促进和谐的、完美的、独特的文化体验,以实现旅游产品价值的最大化生成以及旅游者需求最高层次的满足。

由上所述,旅游文化营销的根本目标在于实现旅游产品的文化价值和旅游者的文化满足,而文化体验正是实现这二者最大化的唯一途径。文化价值、文化满足与文化体验，对应构成的内三角是旅游文化营销的内部框架,即旅游文化营销的本质。在从外三角到内三角的推进过程中,体现的是旅游文化营销的运作进阶,一个不断深入的过程:第一步是产品的文化包装和设计,实现产品的文化价值;第二步进行充分的文化沟通和促销运作,实现需求的文化满足,在两者基础上,最后在大品牌的概念下完成完美的、独特性的文化体验,最终实现旅游文化营销核心理念。

旅游文化营销的基本框架归纳为下图所示:



## 2、渭南市旅游文化价值

  渭南地处黄河流域，是中华民族的发祥地之一，文化遗存丰厚，历史源远流长。距今约80万年前的“蓝田猿人”，曾在市域内繁衍生息；“大荔人”头骨化石，是距今约20万年前的原始人类化石；“禹门口洞穴堆积”是旧石器时代遗址；沙苑、龙山文化 遗址亦影响深远。

周、秦、汉、唐两千年间，渭南一直是“三秦要道，八省通衢”和京畿重地，农工商贸、交通运输十分发达；历来为兵家必争之地，古长城、古战场遗迹多见；列入 开发和保护的文物旅游景点619处，其中有国家和省级文物保护单位58个，尤以被称为“五岳第一庙”的西岳庙、气势恢宏的唐帝王陵墓、一代史圣司马迁的祠和墓、纵贯南北的魏长城等最为著名。

悠久的历史孕育了灿烂的文化。秦腔、同州梆子、碗碗腔、迷胡、阿宫腔等 多种戏曲剧种蕴积深厚，是中国北方梆子剧声腔的发源地；石雕、木雕、面花、皮影等民间艺术独具匠心，誉满中外。

灿烂的文化造就了杰出的人才，英贤将相，代不乏人。字圣仓颉、酒圣杜康、史圣司马迁、隋文帝杨坚、唐代名将郭子仪、伟大的现实主义诗人白居易、宋代名相寇准、清代状元王杰、爱国外相王鼎、现代爱国将领杨虎城、党和国家领导人习仲勋、著名政治活动家屈武、著名作家杜鹏程等彪炳青史。2009年联合国科教文组织推选的100个世界名人，中国占6位，渭南历史文化名人隋文帝杨坚就是其一。

悠久的历史、灿若星汉的文化与壮丽的山川河流交相辉映，风景名胜荟萃，形成了得天独厚的旅游资源。著名的西岳——[华山](http://baike.baidu.com/view/2157.htm)风景区誉满中外，奇险峻秀居五岳之首，目前进出道路畅通，高空索道已经建成，初步成为融休养、度假、娱乐、游览为一体的综合旅游胜地。国家级历史文化名城[韩城](http://baike.baidu.com/view/38894.htm)，琉金映彩的古建筑与鳞次栉比的高楼大厦交相辉映，游客可瞻仰、谒拜司马迁祠墓，欣赏元代建筑“禹王庙”，观赏中国目前保存最为完整的元、明古建筑群和被誉为“东方民居村寨活化石”的党家村。闻名全国的洽川风景名胜区，有160多平方公里的河滩湿地，有丹顶鹤、黑鹳、天鹅、鸳鸯、灰鹤等11种国家一、二类珍稀鸟，成群繁衍栖息，被国家科委列为珍稀鸟类重点保护区。还有处女泉、瀵泉、福山翠柏以及现代宏伟的抽黄一、二级站等，是沐浴、疗养、钓鱼和旅游的好地方。宏大的渭北帝王陵墓群，特别是全国重点文物---唐睿宗桥陵、唐玄宗泰陵，令游客为修复了的盛唐石雕慨叹不已，引发思古之幽情，激起振兴中华之豪情；全国第一批书法艺术名碑《云麾将军李思训碑》、《大唐代国长公主碑》和《华山碑》、《苏孝慈墓志》，《大唐故金仙长公主志石之铭》、《高力士碑》、《义门王氏先茔碑》、《蒲城王氏祠堂碑铭》等，都是弥足珍贵的艺术珍品，为保护、传承中华文化做出了重要贡献。

## 3、旅游者文化满足分析

许多旅游企业界和学术界人士，均花费大量的时间与精力来研究旅游营销刺激和旅游消费者之间的关系。其研究成果大多采取了下图的刺激反应模式。该图显示了旅游营销及其它刺激进行旅游购买者的“黑箱”并产生了相应反应的过程。其中外部刺激包括两种形式:一是旅游营销刺激,由4P组成,即产品、价格、渠道、促销;二是其它刺激,由旅游购买者所处的经济、技术、政治以及文化等外部环境的主要力量和活动组成。各种刺激因素经过“黑箱”处理后产生旅游购买者反应,也即:旅游产品选择、旅游品牌选择、旅行社选择、旅游时间。

旅游购买者的“黑箱”有两部分组成:旅游购买者的特征对于其本人向刺激做出反应的程度和购买决策过程对结果的影响。这就势必要先研究影响旅游消费者行为的主要因素：一般来讲,这些因素包括文化、社会、个人和心理等方面。

多数学者用下图来表示：

**影响消费者购买行为诸因素**

其中文化因素对旅游消费者的行为具有最广泛和最深远的影响,而各种因素综合作用形成的旅游购买者的信念与态度，几乎决定旅游购买者的购买行为。从消费心理学，对影响旅游购买行为的主要因素的分析中可以看到,沉淀于旅游消费者心目中的文化信念和价值观念对其购买决策起到了关键性的作用,这正是旅游文化营销的出发点,这也充分展示了进行旅游文化营销的必要性。

## 4、旅游文化营销运作阶段

### （1）旅游文化营销运作阶段之一：文化包装与产品设计

文化包装策略是指在旅游产品原有功能的基础上,以文化为主导,使旅游目的地的包装具有较强的文化感染力,蕴涵丰富的文化观念,以满足旅游者的某种心理需求。旅游作为一种经济活动的同时,也是一种文化活动。因此,在包装时,要把文化融入其中,使产品本身注入一种民族的、现代的、健康的、文化意识,提升旅游产品的文化品位和文化含量,突出其附加价值,让旅游目的地成为文化的载体。

渭南市为了给文化旅游产业发展提供广阔的市场，使旅游产业成为朝阳产业，在文化包装与产品设计方面，初步形成的“四大体系”即：

1、以奇峰、峡谷、森林、溪水为主体的绿色旅游体系

2、以滩、关、渡、瀑、泉及湿地芦荡、珍稀鸟禽为主体的黄河生态旅游体系

3、以陵、墓、祠、庙、碑、塔、遗址为主体的历史文化旅游体系

4、以渭华起义纪念馆、习仲勋纪念馆等革命文化为主体的红色旅游体系。

通过分析渭南地区该阶段运作，我们发现关于司马迁文化旅游的打造有所欠缺，目前的司马迁祠不足以丰富地彰显司马迁及其著作的文化内涵。我们给出以下建议来实现文化的更好包装。

建立以司马迁祠墓为核心的“史记碑林博物馆”和“史记城”。当前，只有韩城博物馆，不足以特色化地彰显司马迁及其著作的文化内涵。馆内应当主要展示司马迁生平事迹和历史功绩，镌刻《史记》正式文本，名言佳句，及《史记》技术的经典故事，收集珍藏《史记》古今各种版本和研究文献史料等。并且将当今对《史记》进行普及传播的作品展列其中，如电视剧《司马迁》、《淮阴侯韩信》、《吕不韦》等。另外，还有以《史记》为素材的小说戏曲以及历代歌咏司马迁的诗词，如纪君祥的《赵氏孤儿》等，使这个博物馆资源丰富，并且具有时代气息。

建立集旅游、饮食、休闲、购物一体化的“史记城”。开发《史记》旅游文化资源，必定促进旅游业的大发展。而旅游业的大发展，必然带来客流、人才流、资金流、商品流、信息流的快速增长。也必然会带动餐饮业、旅馆业、商业、服务业的发展。“史记城”以司马迁与《史记》为主线，以真实再现中国西汉武帝以前社会发展轨迹为主，荟萃建筑、书画、雕塑、文艺、园林和生活于一体。“史记城”可以建在韩城。韩城是司马故里，具有得天独厚的优势及唯我独有的历史文化资源，而“史记城”的建立，更能凸显韩城市的旅游特色。

“史记城”及“史记碑林博物馆”的建立，既是普及《史记》的一个举措，同时又是一个具有经济效益的实体。“史记碑林博物馆”必将以丰富的馆藏文物，通俗的图文诠释，浓郁的旅游氛围，使游客深切感受司马迁文化的博大、厚重。有效拉近游客与该地历史文化的距离，展现韩城旅游文化的优势与独特，从而扩大韩城市的知名度与美誉度。“史记城”的建立，可以集饮食、休闲、购物于一体，将文化资源优势转化为旅游产业优势。

### （2）旅游文化营销运作阶段之二：文化传播与广告、促销

（一）文化营销传播是传播文化的系统行为

无论是产品的营销传播还是服务的营销传播,其营销思维，都不仅仅局限于产品本身和直接服务的项目,而着重于运用经过策划的，系统的文化交流沟通方式向营销对象系统，传播有关产品或服务的文化知识,提升营销对象消费文化水准和对当地旅游的文化意识,以此获得营销对象对文化的认同,从而心甘情愿地、主动积极地接受旅游产品和服务。

（二）文化广告是将旅游产品或服务的礼仪传达给客户、潜在客户和公众，确保他们注意的焦点是旅游产品或服务的利益。

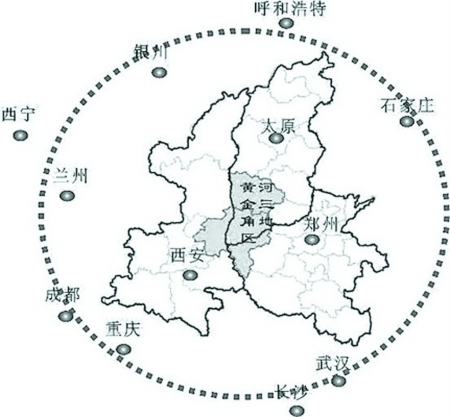
例如,新加坡旅游局以“Uniquely Singapore”为主题开展全球传媒宣传运动,包括印刷和电视宣传广告,将于各大国际电视网络和主要报章杂志、户外广告宣传和网上传媒推出,让更多人认识这全新的旅游品牌,以及将新加坡定位为必游之旅游目的地。在各重要海外市场,更会利用当地之传媒网络,以及委任知名人士为宣传大使,举办多项业内的广告及宣传活动。此外,新加坡旅游局亦筹办一项全球推介会,由当地著名艺人组成,前往各大主要市场作巡回推介,向消费者及旅游业界伙伴宣传和提升品牌的知名度。旅游局亦会加强对传媒的宣传工作,广邀更多海外传媒前往新加坡,亲自体验狮城别具一格之旅游特色。

（三）旅游促销:它具有以下三个特征:

传播信息:文化促销能引起注意并经常提供信息,把客户引向旅游产品;

刺激购买:通过采取某些让步、诱导或赠送的办法给客户以某些好处;

邀请:可以直接邀请客户来进行目前的交易"

渭南市黄河景区在合阳县内，对外宣传方面缺少力度，很少有人知道这一黄河景区。而三门峡市自1992年开始举办首届三门峡国际黄河旅游节以来，到今天已经成功举办18届，在国内外享誉盛名，在建设晋陕豫黄河金三角承接[产业转移](http://baike.baidu.com/view/1261473.htm)示范区之后，通过区域旅游协作带动渭南市合阳黄河景区的旅游发展。在合阳的黄河借助三门峡名气得以传播之际，由于该示范区的三门峡、渭南等城镇受洛阳、郑州、西安等热点旅游城市的辐射和带动,旅游发展水平较高,带来大量的旅游需求 。同时,受热点城市的吸引,该区也产生了大量的出游欲共享客源大市场 ,降低游客出游成本 ,提高旅游企业收入,而形成一个多赢局面 。

渭南的华山御温泉度假村借助网络进行门票销售，这不仅是一种宣传方式，同时经常在旅游淡季进行票价打折，从而促进旅游者消费。

### （3）旅游文化营销运作阶段之三：文化体验与品牌

美国未来学者阿尔文·托夫勒在《未来的冲击》书中预言:在经历了几千年的农业经济,几百年的工业经济,几十年的服务经济等浪潮后,体验经济将是最新的发展浪潮。美国经济学家约瑟夫.派恩二世和詹姆斯·吉尔摩在《休验经济》一书中,认为人们正迈向体验经济时代,体验经济将取代服务经济。派恩这样认为:企业以服务为舞台,以产品为道具,以消费者为中心,创造能够使消费者参与、值得消费者回忆的活动,这就是体验和规模经济寻求低价不同,体验经济反其道而行之,会把度身定做的个性化消费，和值得回忆的消费过程，一起搭卖给你双休日到郊区鱼塘钓鱼、至农家果园采摘水果、到陶吧自制器皿。如今,一些年轻人出游,喜欢随遇而安住在山民家中,吃老乡家的粗茶淡饭,其乐也融融。目前,三峡车溪景区为了顺应这种发展态势,全力推出了踩水车、做土陶等参与性极强的旅游活动,大受顾客欢迎,因为它带来很强的自己动手体验的成就感,让很多人乐此不疲。

渭南市围绕“一山（华山）一水（黄河）一圣人（司马迁）”的独特品牌，突出“华夏之根、文化之源、河山圣地、人文渭南”的文化特色，实施文化旅游大景点和精品线路支撑战略。举全市之力建设华山世界一流精品景区，加快华山景区综合开发，实施华山索道、文化创意园、论剑主题公园及西岳庙保护性开发项目，积极打造标志性大型实景演艺，打响“华山论剑”国际知名品牌，是渭南市策划实施具有重大示范效应和产业拉动作用的文化旅游产业项目。

## 5、底蕴渭南——打造“道家旅游文化节”

风景秀丽的华山，不仅是我国著名的游览胜地，也是道教有名的“洞天福地”，历来是道教徒向往的修炼之地。历代道教徒修身养性的遗址和文物遍布山中，至今当地还流传着这些人的许多神奇的传说和故事，其中最著名的要算五代道教学者陈抟。由于他久居华山，并且对中国哲学思想和道教都有很大影响，使华山在道教中的地位更为重要。然而，我们在研究中发现，渭南市在打造旅游文化底蕴的时候，在三大文化方面，即民俗文化，思想文化，物质文化，主要开展关于当地“一山（华山）一水（黄河）一圣人（司马迁）”品牌活动，大大忽视了道家这一重要的文化内涵。通过对旅游业专家的咨询，我们发现关于信仰，如佛家，道家，儒家等旅游活动在当今各地旅游文化品牌中所占甚少。

案例：

2013年5月4日晚，随着天台寺祈福法会的圆满结束，历时7天的第二届湖北红安天台“禅乐文化旅游节”完美谢幕。据统计，本届节会期间，该县共接待国内外游客10万余人次，“吸金”近亿元，大大超过了上届，成为红安旅游“五一”小长假的最大亮点。近年来，红安县大力发掘文化资源，创新发展举措，以节会推介旅游，重推天台禅乐文化这一品牌，促进了旅游业的快速发展，被授予“湖北旅游强县”称号。2012年全县共接待海内外游客252万人次，实现旅游综合收入13.86亿元，同比分别增长70.42%、74.68%。

天台寺是该县2003年为重建千年达摩道场，提升旅游文化软实力，聘请得道高僧悟乐禅师兴建的。建寺之初，该县就致力于将天台寺打造成为世界佛教音乐艺术圣地，世界禅乐、梵呗目的地。几年来，在县委、县政府的大力支持及其自身努力下，该寺大力打造的天台禅乐、禅茶、禅林“三禅”文化已蜚声海内外，特别是天台禅乐已声名远播，爆红网络。

该寺广玄艺术团是佛教史上第一支由本寺全体僧人组成的禅乐艺术团，自2008年3月成立以来，已发展到30多人，其中还有两名藏族弟子，拥有各种西洋乐器40余件。这些没有多少音乐基础的佛家弟子，经过刻苦努力，其技艺让人惊叹，通过西洋乐器、舞蹈和声乐表演自己创作编排的《蒲团舞》、《禅念》、《莲花舞》等节目，不仅吸引着来自全国各地的广大游客，而且还走出深山，先后到福建、河南、武汉等地演出，好评如潮。同时，也引起了政府的高度关注。去年10月，该县以天台寺广玄艺术团为班底，举办了首届红安天台禅乐文化旅游节，吸引了来自全国各地的10000多名游客，收到了文化搭台旅游唱戏的良好效果，有力地助推了旅游业发展。

针对渭南市极有潜力的道家文化，利用上述旅游文化营销方式，我们设计出一套“道家旅游文化节”方案，提供给渭南市政府，希望能有所采纳，是渭南底蕴更加深厚。

旅游文化营销运作阶段之一：文化包装与产品设计：

场地：我们可以选择较为古老的道观——北周武帝时所建云台观作为“道家旅游文化节”的举办地，不仅此处自然条件优越而且具有浓厚的道家气息。

活动内容：

1、由于道家的养生之道一直受到了健康专家的推崇，当今人们有十分注重健康。我们可以举办养生茶会，对身心修养进行培训。

2、举办道家的水墨画展，欣赏自然造化之美。

3、举办武术培训，让游客能亲身体验武术的博大精深。

4、请有名的道士如李一道长讲授“养生之道，养身之术”。

1. 请知名学者讲授老庄之道

6、以“自然零距离”为主题，进行走进自然活动

7、举办道法论坛，让游客有机会坐而论道

旅游文化营销运作阶段之二：文化传播与广告、促销

渭南市政府可以通过网络宣传这样低成本且有效的方式，将道家文化宣传片，道家思想讲座的放到渭南市官网上，以及放到人人网，微博等社交网络上。

在道家旅游文化节中请到一些曾经历过道家教化的名人，如马云等，他们能带来的名人效应也是一种较好的文化宣传方式。

旅游文化营销运作阶段之三：文化体验与品牌

围绕道家这一主打品牌，以“道法自然”为题，呼吁人们走进自然，感受生命的美好，并且通过这一系列的活动，经历洗脑，修心，养肺，健身的过程，让道家文化滋养旅客的同时，给渭南市道家文化品牌的发扬起到推动作用。