

当前位置： 首页 > 头条 > 2022旅游业：激发内生动力 迸发创新活力

## 2022旅游业：激发内生动力 迸发创新活力

发表时间：2022-03-27 10:12 作者：鲁娜 来源：文旅中国

二维码

国家发展改革委、文化和旅游部等14个部门近日联合出台针对服务业领域的一揽子纾困政策，为旅游消费增长和旅游产业创新注入了坚定信心。在用好用足各项政策、措施的同时，旅游业如何适应疫情防控常态化形势下的市场需求变化，努力化危机为契机、转压力为动力，提升企业乃至行业抗风险能力，乃至共同推动旅游业高质量发展？旅游企业的回答是积极探索创新发展模式、创新产品供给，以创新激发内生动力。

### 回归行业本质，把脉创新方向

“2021年国内旅游市场已经进入了V字形缓慢复苏增长的上升曲线。2021年上半年，国内56家A股文旅上市公司中87.5%的企业实现营收同比增长，相比2020年，净利润合计增长了4倍多。”新旅界创始人、CEO李阳表示，也有很多文旅企业出现了经营问题，刚性需求很难转化为旅游市场需求。如何服务好本地居民和周边市场游客，成为未来一段时间里文旅业者应该思考和积极布局的方向。

“文旅产业是一个不断迭代的生态系统，需要涌入新元素、新模式，使其螺旋上升。对于企业和项目而言，需要以前瞻性的战略、创新性的思维卡位高点和远点，才能在激烈的市场竞争中突围。”新旅界研究院研究总监杨佳旭说。

“2022年文旅需要把握3个关系。第一是新与旧。旧是传统、经典，新是模式、运营、组织、产品、内容等的创新。第二是轻与重。轻资产当然是好事，但没有重资产的积累哪来的轻资产？第三是泛与专。企业规模大可以做泛，企业规模小只能求专。”世界旅游城市联合会首席专家、中国旅游协会休闲度假分



聚焦

热点

北京朝阳：请参加以下旅行团一日游人员立良

寻找城市之“最”，旅游业怎么靠“城市漫步”

2022中国旅游科学年会举办

山西：实施“9+13”龙头景区打造培育计划

以“上云用数赋智”理念 打造高质量文旅大

第三届“中国服务”·旅游 大会召开

“2022东亚文化之都·中国温州活动年”启幕

协会会长魏小安表示，目前疫情防控讲究快速反应、精准防疫、动态清零，“快、精、动”也应该是中国文旅行业的发展策略。

中国社会科学院财经战略研究院研究员、中国社会科学院大学教授魏翔指出，当下消费结构正在向服务型消费转变。同时，消费趋势也发生了变化，从人力和资本密集型向技术和知识密集型升级转变，从场景结合发展到生产融合，并体现为服务机器人化和消费的人机协同化，并从单点创新转向全时性、全域化创新。全时性要求消费场景要向个性化、创意化、沉浸化转变；全域化则要求消费场景要向多维度要素融入，延伸产业链。

当消费从重享受、重身份、重体验向重内化、重价值、重转化升级时，文旅企业如何应对？魏翔认为，旅游1.0时代靠流量发展，但未来旅游业发展靠的不是流量，而是质量。随着消费平替化、扁平化，行为智能化，新冠肺炎疫情正在使文旅加速向常识回归，回归至休闲化、本地化和社会化。“比如社会化，旅游企业到乡村去，就要做社会型企业。企业的目标是盈利，但村民的目标是致富，如何实现这两个目标是一个新挑战。”魏翔说。

### 面对新变化、新趋势，旅企全力接招

在疫情防控常态化背景下，旅游企业面临较大的困难，但也有很多企业通过积极创新求变取得了非常可喜的成绩。开业15年之久的北京欢乐谷，通过不断推陈出新的营销措施、产品体验，2021年整体业绩创下历史新高。位于江苏常州溧阳的天目湖景区，创新推出高端住宿项目竹溪谷，依托长三角地区休闲度假市场，去年春节等节假日基本都是满房状态，2021年全年平均房价约为2350元/间。

“当前，文旅行业发展面临3个常态化：人民群众对美好生活追求常态化、疫情防控常态化、高质量发展常态化。这要求我们行业、企业在积极争取政策扶持的同时，更要转变思路、探索转型、寻找新增长极，增加内生动力。”景域驴妈妈集团高级副总裁、奇创旅游集团总经理马磊说，“因此，我们主要围绕完善规投建运销产业链服务、大力推进‘科技+’融合发展、打造区域文旅IP引擎等方面进行了主动探索。”

马磊介绍，在与目的地政府、地方文旅投集团和各类企业合作中，他们更重视发挥好规划咨询、投资建设、运营托管、IP新业态植入、互联网营销等一站式服务，重视文旅开发对区域资源整合、就业带动、乡村振兴的综合作用，重视文旅产业的社会效益创造。比如奇创旅游集团提供一体化服务的乡村振兴综合体项目——江西景德镇高岭·中国村景区，依托瓷、茶与大唐茶市等区域特色新业态，2021年国庆开业7天接待游客超过20万人次，不但带动村民直接就业，更带动周边乡村业态的消费。其他一站式服务打造的IP项目——山东淄博聊斋城沉浸式度假区、安徽广德太极洞景区等，预计今年试运营。

积极筑底，静待春来。携程集团日前公布的财报显示，2021年携程集团全年净营业收入为200亿元，约恢复至2019年的56%。“旅游营销枢纽”和“深耕国内，心怀全球”两大长期战略已初露峥嵘。携程集团相关负责人表示，在内容营销层面，用户体系年轻化现象突出，携程对直播进行了加速迭代。截至目

“五一”期间全面开放！鸟巢推出“双奥”三

业态

视频



视线

论道

疫情之下，旅游业将  
何发展？

舆情提醒：警惕国潮  
文化做窄把中国特  
烂

WTTC报告：旅游业  
年恢复到疫情前水  
平

政府纾困背景下旅  
业发展建议

“十  
下迎  
大众旅  
游产业  
链自  
建”

前，携程直播已吸引了超过3000家旅业商户入驻，商家开播场次过万。2021年，浏览过携程直播的观众人数同比增长171%，携程官方直播间预售产品核销率超30%，超过5000家酒店核销率超50%。

途牛相关负责人介绍，在保障用户出游安全的基础上，途牛积极应变，升级旅游产品和旅游服务体验。在产品和服务方面，伴随消费升级趋势，途牛坚持优化、创新产品和服务供给，不断满足用户更加多元化、个性化和高品质的出游需求。首先，聚焦本地游和周边游市场，深挖本地文化和旅游资源，打磨“酒店+”微度假新产品。其次，以目的地酒店为中心，生产和设计“酒店+X”旅游产品，形成酒店预订领域的差异化竞争优势。第三，加速布局直播业务，通过“不约可退”“过期自动退”等预订保障，提升用户粘性和互动性，提升用户预订和出游保障。

### 发力“旅游+”，深耕赛道促创新

“疫情其实也是窗口期，对很多企业而言，不在疫情期间蓄势转型爆发，就是在疫情之后沉沦或消亡，这绝对不是危言耸听。因此，疫情让我们更加坚定了转型发展的道路，除了要去传统化，同时也要做‘旅游+’创新。”中青旅控股总裁邱文鹤表示，一方面，传统业务要转型、迭代、创新，巩固、深耕存量传统业务。中青旅传统业务的迭代创新，例如，中青博联开展的会议活动、整合营销、数字营销、智慧会展等领域取得了不错进展；另一方面，浙江乌镇、北京古北水镇的精细化管理和运营也在久久为功地推动，从观光到发展度假、会展和文化，基于基础功能不断植入新内容，形成立体、丰富的旅游产品和服务。

“这两年夜游一直很火，而我们更关注日夜兼游，把消费时间拉长、消费链条做得更全。通过数字科技手段，让虚拟世界的表达更加丰富，也能让文化的活化和表达更加活灵活现。”深圳幻境控股集团董事长陈小华介绍，从实践来看，面对疫情冲击依然有很多新文旅业态做得很好，幻境控股集团在国内深耕“白加黑”的轻资产、快迭代、轻游乐的新型主题公园业务，今年元旦开业的山西太原稻田公园，是用40天时间打造了一个稻田城堡，用草垛和稻田堆出了光影秀，通过小火车等产品和周边的冰雪乐园，并用集装箱搭建商业街，取得了较高的营业收入。

陈小华坦言，民营企业资本实力和资源能力有欠缺，作为“野生动物”必须不断创新，从内容到形式上进行创新，从目标人群的需求入手进行创新，还需要在项目中寻找核心文化主题爆点，才能创造出爆款产品，通过网红效应带来巨大流量。

“在新消费趋势下，小而美的景区更有想象空间。”朵拉爱萌副总裁刘春晖介绍，朵拉爱萌的定位正是小而美，锁定城市的亲子家庭的刚性需求，在生态化理念下选择保护级别较低、互动性较强、可以和孩子亲密接触的萌宠，打造周边微度假的小而美主题乐园。2019年开业当年，位于云南昆明的第一家朵拉萌宠乐园就实现了盈利，2021年收入实现同比30%的增长。

“小而美的项目也可以在市场中赢得一席之地。”刘春晖认为，“首先，打通上游产业链，延长服务链条。朵拉爱萌通过3年的打磨试错，现已实现了户外亲子景区‘策划、设计、采购、运营’全链条一体化的供应能力。其次，做专才是出路。作为中小型民营企业，我们专精于萌宠领域，但产品形态却千变万

旅行

环游

露营的火，对旅游业只是杯水车薪

体育旅游释放消费潜力 户外运动在升温

疫情下本地旅游渐现“露营热”，热度之下与商机并存

行业

行业

化，以匹配不同投资规模、区位状态和经营条件的开发需求，提供定制化服务。再次，运营是核心竞争力。产品和运营的专业、精细化，不能解决所有的复制性问题，但可以为游客带来特殊体验，为企业带来超越竞品的口碑。最后，朵拉爱萌还是需要时刻保持动态变化的创新能力，以实现小而美的扩张。”

## 专家视点——

### 立足新发展格局 系统创新文旅产品

近年来，我国社会经济逐步向高质量发展阶段迈进，伴随新旧动能转换、产业结构调整，市场需求侧发生了较大变化，但是文旅供给侧仍存在提升完善的空间。同时，伴随全面进入小康社会，大众精致化消费需求进一步多元、分层、细化，随之而来的需求变化，对新时期的文旅市场高质量供给创新提出了诸多挑战：在国内大循环与国内国际双循环发展格局下，文旅市场从聚焦数量型经济向关注质量型经济转型；需求层面表现出需求分层、消费细化、主题多元等新趋势，主题休闲、度假消费的快速发展与短途化将成为一个阶段的趋势；供给层面呈现出供需适配、投资提效、创新开发等新挑战。

面对新发展格局，在社会经济增速放缓、区域经济再平衡、公共服务水平持续提升等背景下，我国的文旅市场创新也将围绕国内文旅市场消费分层、文化IP场景化、消费市场下沉、存量资产转化、传统产品数字化等方面转型、创新。同时，针对企业家创新，文化包容性、制度支持、人才和金融体系支撑等也需要同步深化。

首先，认清新阶段的发展趋势与方向，拓展下沉和外部市场增量空间，提升都市存量空间利用效率。文旅市场需要重新锚定客群市场、系统性创新产品，而非复制、模仿等套利型开发模式。

第一，关注功能型消费的高性价比，以及品质保障与体验消费的主题深化、体验细化需求，解决文旅产品的消费痛点问题，这将是下一阶段的创新方向。

第二，关注本土IP的场景化改造与资源整合。民族文化IP及国产、国潮品牌，将部分取代全球文化IP及国际品牌。根据国际经验，在人均年GDP达到1.25万美元跨越中等收入陷阱、进入后高速增长阶段后，国民文化自信与本土文化消费将快速提升，这一现象在年轻消费群体中尤甚。因此，围绕本土IP、国潮品牌的文旅存量空间场景化改造与开发将成为趋势。

第三，借助文化IP与科技赋能，平衡轻重资产、优化存量资产。国内前一阶段工业化发展及大规模地产投资遗留的众多存量资产具备提升改造空间。存量传统商业资产与烂尾文旅项目，急需通过文旅IP、科技赋能，转化存量资产。

第四，抓住国内文旅消费市场下沉及区域国际间开发机会窗口快速布局，中高频的短途休闲、微度假项目及低频的远途目的地旅游、度假项目均有机会。一方面，对都市圈及旅游目的地周边的下沉市场，以及伴随产业升级具备培育中等收入群体消费潜力的中小城市提早布局。远途目的地也因文化特色、国民认知提升、文化自信，逐步具备开发、提升条件。另一方面，围绕区域间疫情控制较好、商贸交往较顺畅的

奋战五一，文旅景区围指南

从迪士尼开发经济近国内文旅地产之殇

香港迪士尼乐园将3日重新开放

黄山旅游去年业绩扭利4347万 扭亏为盈

疫情发生后：旅游1度 张家界门可罗雀

泰山等山东268家景区有序开放

亚洲国际旅游目的地市场的核心资产、项目，围绕未来出境游、入境游及品牌目的地宣传、推广方向，提前布局市场拓展相关工作。

第五，关注公共服务设施及服务政府、目的地的国际、国内旅游市场机会。当前，以扩大内需为支撑的国内大循环仍然是发展基础，国内公共服务等基础设施投资还存在巨大提升空间，我国发展不平衡不充分问题仍较突出，城乡区域发展差距仍然较大，基础设施和民生领域仍有许多薄弱环节，农民人均公共设施投入仅为城镇居民的1/5左右，补短板投资空间广阔。

其次，我国的旅游企业急需建构适合中国本土文化和旅游市场的企业家精神，引领市场供给创新。企业家精神的培育、企业家创新环境的培养，不仅需要旅游企业认清市场发展趋势、了解底层创新逻辑，还需要监管部门、行业协会、消费者等多方力量协同。

企业家创新开发IP及文旅产品，既要发挥企业家精神，洞察需求、判断机会、整合资源、研发并迭代产品，也需要遵循文旅系统开发一般性规律，即从讲述故事、研发IP、规划场景、打造产品、落地执行及跟踪细化去系统开发、建设、运营。同时，在基于产品力的基础上，完善投资、建设、运营全流程能力的基础能力，并围绕细分需求，在相应市场锐意开拓。

企业家及其团队的主题文旅产品创新，基本是从0到1的底层创新、试验过程。如果没有IP专利保护、制度性肯定以及相关的政策制度支持，很难在国内市场长久发展。因此，一方面，在创新文化层面，需要大力鼓励企业家的创新、试错行为，对具有示范性、引领性、先进性的创新项目、创新行为，及时地给予行业的肯定与支持。另一方面，在制度层面，对IP研发、项目专利及相关文旅项目的商业化运营，通过跨部门协调、跨专业协同，给予适配的、便利化的专利保护、行业准入肯定与制度性肯定，在规避专利投机套利与安全运营风险的基础上，及时给予制度性保护，鼓励原创创新。

再次，支撑创新的人才培育体系，要适应新阶段的发展要求。

我国旧有的文旅产业人才培育体系，是围绕功能型消费需求及标准化作业流程的人才职业教育体系或学院研究体系。在新阶段，围绕品质观光与主题休闲、度假产业，以及各类创新研发、开发、运营的体系化人才需要，我国的文旅教育人才体系需要适应新阶段要求，培育多方面、多层次的文旅人才，即既需要投、建、运全流程各部分的开发专业型人才，也需要具备文化素养的组织运营人才，需要顶层设计或细化产品创新的系统研发人才等。

最后，支持主题休闲度假产品投资、开发、运营的金融体系，要系统化创新。

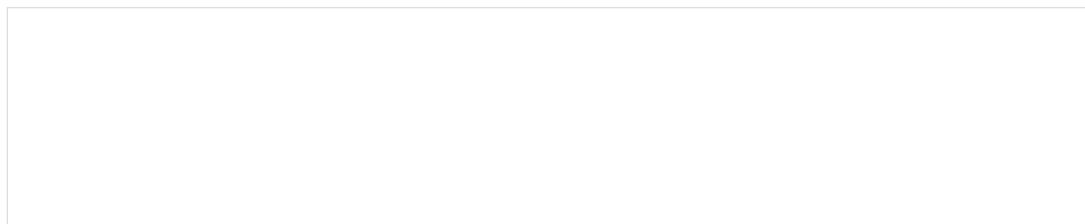
我国的文旅市场步入发展新阶段，主题多元、发展迅速，如体育旅游、康养旅游、研学旅游、工业旅游等将日趋丰富。但是，针对不同主题、不同类型的文旅项目的融资渠道、投资方式却明显不能满足新时期的需求。如资产确权方式、融资途径还需进一步多元，文旅投资早期风险投资需要进一步增加，轻重资产投资配置与投资方式还需进一步优化，投后管理与运营方式仍需要进一步专业化，退出途径还需要进一步多元化。

(作者王笑宇系世界旅游城市联合会特聘专家、中国社会科学院旅游研究中心特约研究员)

上一篇 [如何看待旅游业当前的严峻形势？旅游业快...](#) 分享到:

下一篇 [多国陆续放宽出入境政策 回国隔离时间将...](#)

【中国旅游网版权声明】原创内容版权归本站所有，如转载，请务必注明来源“中国旅游网”并附带本文链接，需确保文章的完整性，不得更改原意；摘录或转载的第三方内容，不代表“中国旅游网”的观点和立场，版权属原媒体及作者，如有版权异议请联系我们。



## 相关推荐

### 疫情之下，旅游业将会如何发展？

我国在疫情防控上展现出的系统性实力也是旅游产业复苏的必备基础。凌晨起来做核酸、一天多次咽拭子.....今年2月已来的新一轮疫情传播，又让防疫成为了很多...

### 露营的火，对旅游业只是杯水车薪

外面的人想进去，进来的人想出去。“你要是能看到小红书上这些露营图去掉滤镜后什么样子，你就知道露营这生意，除了卖设备能赚点钱，其他谁都赚不着钱。...

### 五一能跨省出游吗？多位专家：倡导就地过节

即将迎来“五一假期”，很多人已在规划假期生活。这个“五一假期”能外出旅游吗？多位专家倡导，目前包括上海、吉林、黑龙江等20多个省市发现本土疫情，...

### 酒店推“网课房”托管式带娃，行业自救是否合法合规值得考量

如何在依法合规经营和创新发展之间找到平衡，仍是一个有待持续思索的命题。保障上网课网络不卡、客房部负责督导娃写作业、餐饮部负责给娃定时投喂.....近日...

---

## WTTC峰会：全球跨境旅游强劲复苏，国际航班预订同比增幅达三位数

随着2022年各旅游目的地的逐步重新开放，亚太地区旅游业的持续复苏将加速。全球跨境旅游强劲复苏，亚太地区、欧洲和美洲的主要旅游目的地，2022年国际航...

[首页](#) [关于我们](#) [广告刊例](#) [品牌合作](#) [法律声明](#) [联系我们](#)

服务热线: 400-181-5261 E-mail: info@cntour.cn 中国旅游网手机版 微信公众号 微信在线客服  
全国旅游投诉举报热线:12345 全国文化市场举报热线:12318 网络不良与垃圾信息举报受理中心:12321 中国互联网违法和不良信息举报中心:12377  
京ICP备2021027040号-2 经营许可证110105017960088 京公网安备11010502025983  
Copyright © 2010-2022 cntour.cn All Rights Reserved