

时,就应当从生活化基础设施、产品形象塑造、体系建设等方面入手,以提升房车露营地的整体同类或上下游企业的协同合作、露营地管理服务品质。

表1 2015年全国范围内房车露营地产业相关政策一览表

时间	名称	所属部门	内容
2015.8	《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》	国务院	在时间节点以及量级规模上对自驾车、房车营地作出了明确要求
2015.11	《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》	国务院	将房车露营产业划归在“生活性服务业”
2015.11	《国务院关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》	国务院	露营地将发挥基础设施网络支撑作用
2015.4	《关于规范旅居挂车上路通行的管理工作通知》	国家公安部交管局	规范旅居挂车上路通行的政策措施
2015.10	《休闲露营地建设与服务规范》	国家质检总局、国家标准委	完成导则、自驾车露营地、帐篷露营地和青少年营地标准的制定
2015.12	《关于支持旅游业发展用地政策的意见》	国土资源部、住房和城乡建设部、国家旅游局	自驾车、房车营地旅游发展建设,提出营地用地按旅馆用地管理
2015.8	《山东省自驾车旅游总体规划》	山东省旅游局	省域层面的自驾车旅游规划
2015.8	《陕西省人民政府关于促消费稳增长的若干意见》	陕西省人民政府	规划建设自驾车、房车营地
2015.12	《关于进一步促进旅游投资和消费的实施意见》	甘肃省人民政府	规划建设自驾游房车基地、旅居全挂车营地和露营地、汽车旅馆
2015.12	《重庆市人民政府办公厅关于促进旅游投资和消费的实施意见》	重庆市政府	预计2020年,在全市规划建设自驾车房车营地50个

### 三、让自驾与房车露营充满生活的味道

自驾旅游与房车露营作为新兴的休闲生活方式,所对应的市场终究还是要落实在百姓的生活当中,所以在方向定位上就不能忘记回归生活本真这条主线,应树立一种“移动的家”的概念。而为这个“家”提供所有基本保障的房车露营地,在基础设施方面要充分满足消费者需求,但是不能仅将这些“基础设施”作为产品来服务于消费者。也就是说,不能单将房车作为住宿工具成为住宿营地,使消费者来到露营地只能获得在车里住一晚的体验,还需要通过丰富的活动,产业间的协同创新来打造出一种能给消费者带来更多休闲愉悦体验的“生活”模式。可以通过与康乐、教育、养生、文化、休闲等多方面内容的融合来充实“家”的感受,使房车露营与生活更紧密的交融,让营地成为综合性休闲度假基地。

比如,乌兰察布的四子王旗与中国航天有密切的关系,同时在自然资源上有火山口公园及众多温泉资源。在设计草原自驾的旅游产品时,就

可以将自然观光、温泉养生休闲和航天知识科普教育以及草原生态文化的环境教育相结合,以实现综合性休闲度假基地的目标。在有了好内容好活动的前提下,才能逐步培养用户的消费习惯,进而将自驾出游与露营逐渐培育成为一种大众乐于选择的休闲方式。

(厉新建:北京第二外国语学院旅游管理学院院长,教授,博士;马蕾:北京第二外国语学院旅游管理学院研究生;归航:北京第二外国语学院旅游管理学院研究生)

## BOT模式在房车营地建设中的应用

符全胜,温晓娟

房车旅游是旅游业提质增效和转型升级的重要方向,其中,营地是旅游目的地的关键设施。但面对日益增大的房车旅游消费需求,政府主导下的营地建设存在着滞后的困境。因此,促进社会资本投资建设房车营地的是一个有效解决途径。笔者认为,可以探索房车营地投融资的BOT模式(见图1)。

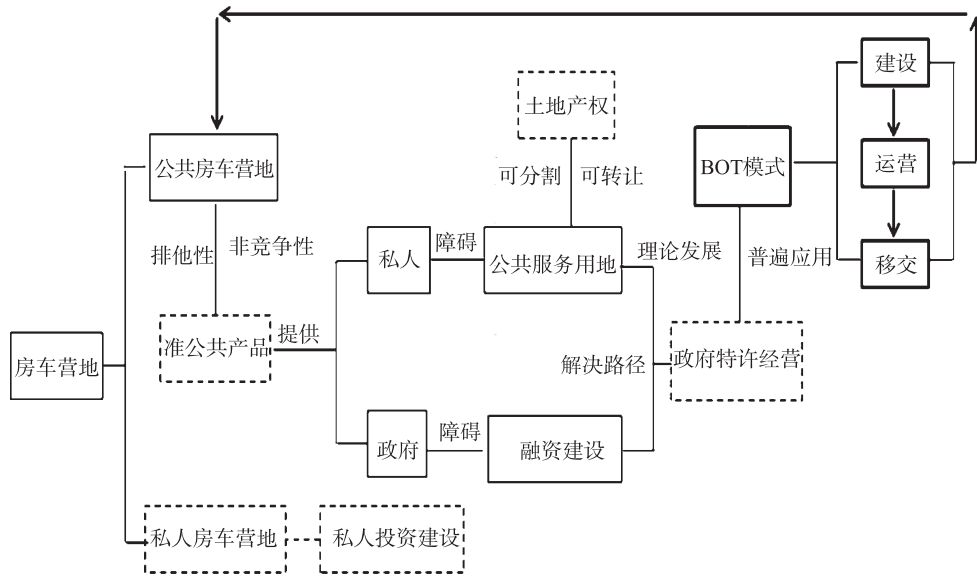


图1 房车营地投资建设的BOT模式图

### 一、房车营地投资建设的 BOT 模式

关于“B”——项目建设。营地功能区应建设有管理中心（接待室、会议室、办公室等）、营位区、公共配套服务区以及附属设施（卫浴、洗衣、照明、通讯等）。在建造营地时，要接受相关部门的监督，严把工程质量关，保证公众的合理消费权益。房车营地竣工以后，开始验收工作。项目公司需要临时成立营地工程验收小组，成员应包括政府人员、项目公司人员、水电工作人员、土木工程人员、旅游学专家。根据前期规划设计要求，参考房车营地建设标准、质量检验评定标准、施工验收规范等，确定验收评定细则。

关于“O”——项目运营。项目公司可以聘请专业的管理公司负责营地运营，也可以组建自己的团队管理房车营地。目前，房车营地的运营主要包括以下几个环节：预定、客服、营销、后勤。组织机构的岗位类型主要有管理人员、接待中心工作人员、水电维修人员、营地清洁人员、房车内服务人员、休闲娱乐设施管理人员、安保人员、营销人员，工作人员需求量小。房车营地的日常管理活动主要包括员工管理、财务管理、现场管理等。根据房车营地的具体情况，制定科学合理的管理制度，保障房车营地有序地运作。在运营管理房车营地时，运营模式和盈利模式是特别重要的板块。

私人资本利用 BOT 的形式在公共服务用地建设房车营地，房车营地具有部分公共服务性质。在资金投入、运营管理以及盈利创收方面，与私人房车营地有所不同，需注重低成本投入和多样化收益，又要考虑最后的项目移交。因此，本文针对 BOT 房

车营地提出“以租养租”的运营模式（见图2）。

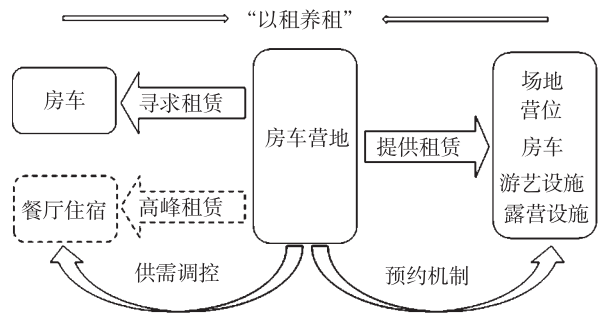


图2 BOT房车营地的租赁模式

房车营地的第一大功能就是提供营位。目前，体验户外露营生活是房车旅游的主要吸引点。但是，国内私人房车拥有量还很少，只能到房车营地租赁房车，体验房车露营生活。户外露营生活需要有专业的露营设施，房车营地可以提供这些设施，向游客租赁各种帐篷、探路灯、电路板、刀铲、桌椅等。房车营地大多位于郊区，一般会有很大的闲置空间。在满足营地露营活动之余，可以将闲置场地租赁用于会展业务，例如房车交易展、户外用品展销会、各种商务会议等。但是，这些活动的安排必须考虑到营地容量，不得破坏营地的生态环境系统。营地经营者可以与房车制造企业签订租赁合同，租赁一定数量的房车放在营地经营。房车租赁合同期限尽量与 BOT 协议期限保持一致，这样可以保障营地正常的运转。协议期满以后，房车归还房车制造企业，可以进行二次改装制造；营地归还政府，政府继续维持营地运转。

房车营地接待游客的时间点主要集中在双休日和节假日，并且经常出现“一营难求”的现象。所以，房车营地经营者需要制定完善的预约机制。预约机制可以避免混乱，确保房车生活质量。还有一种解决措施就是扩大房车营地的接待能力，实现供需调控。具体做法是，房车营地经营者与周边的住宿、餐饮企业签订临时租赁协议，利用其接待能力，满足房车营地游客的基本生活需要。

台湾地区的房车营地存在这样一种现象：私人房车主将自己的房车常年停靠在某个固定的房车营地，当自己想体验房车露营生活时，只需来到营地即可。当房车闲置的时候，营地经营者可以将其租赁给游客体验。我们将这种现象称为“以车养车”，是一种很有效的经营模式。房车营地经营者减少了资本投入，增加了房车拥有量。私人房车主通过租赁合同，获得一定的收益，同时自己的房车也可以得到很好的保养维护。

BOT 房车营地的盈利方式——“1 + X”（见图3）。“1”是指房车营地的营位，例如车辆营位和帐篷营位。房车营地的核心吸引要素是房车生活体验。客流量少的时候，房车营位也可以作为临时停车位。因此，与房车相关的住宿设施成为房车营地的主要利润来源。“X”是指为了丰富房车露营生活，增加的游乐项目和设施，或者在旅游淡季，利用房车营地场地开展的项目。为了提高营地吸引力，丰富旅游者生活，同时增加营地收入，配备大量的休闲娱乐设施是必要的。随着居民户外休闲需求的提升，会涌现更多的户外活动，营地的利用也会越来越多样化，例如举办户外知识讲堂、房车驾驶培训、营地广告位出租、社会派对等，多种赢利点共同推动。由于房车营地周边环境良好，人气聚集，区域知名度不断提升，进而带动土地增值。开发旅游地产，建造木屋别墅、生态酒店等，作为配套设施，提高营地的整体经济效益。

现阶段，国内居民已经开始对房车旅游消费产生兴趣，但是真正去体验的还属于小部分人群。因此，房车营地运营商必须加大宣传力度，培育房车旅游消费理念，扩大房车旅游消费市场。房车营地应该与旅游企业和旅游中间商加强合作，设计精品房车旅游线路。营地之间要建立业务关系，加强业务合作。房车营地应该积极举办各种活动，提供房车试用体验，推广房车露营生活。让旅游者知道房车旅游，向往房车旅游，刺激其市场消费能力。

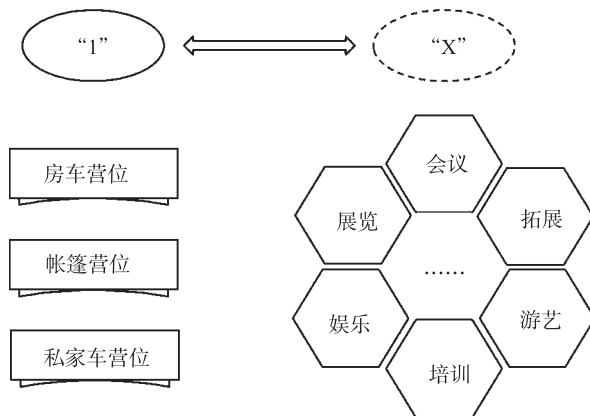


图3 BOT房车营地盈利模式“1+X”

关于“T”——项目移交。BOT 房车营地的移交分为正常移交、延期移交、提前终止。正常移交是指协议期满时的移交。首先要确定移交范围，包括营位、房车、露营设施、游艺设施等，同时检测各种设施能否正常运转。项目公司必须保证各种露营设施处于良好的运营状态，使露营活动可以持续进行。其次，双方协商资产评估、会计结算、经济补偿等事宜。最后，根据政府规划以及营地实际情况，可以重新签订合同，继续由项目公司负责经营管理。但是，房车营地的所有权性质需要移交政府，实现所有权主体转移。同样，政府也可以组建一个团队继续管理运营房车营地。

二、房车营地投资建设的 BOT 模式类型

DBOT 模式即“设计 - 建设 - 运营 - 转让” (Design - Build - Operate - Transfer)，意指政府规划设计房车营地，然后由项目公司负责建设以及后期的运营管理，最后再转让给政府。为了保护环境和维护准公共性，营地的设计规划应由政府决定。该模式的特征是项目占地面积大，建设周期长，一般适合于新建的大型房车主题公园、房车小镇等。

LBOT 模式即“租赁 - 建设 - 运营 - 转让” (Lease - Build - Operate - Transfer)，意指项目公司租赁景区景点内的土地，开始新建营地，随后运营，最后再将营地进行转让。在现有成熟的景区建设营地，可以借名气、借设施、借客源，实现快速发展。该种模式适合大都市和旅游城市的房车营地发展，例如上海市郊区的郊野公园、大型绿地等。

TOT 模式即“转让 - 运营 - 转让” (Transfer - Operate - Transfer)，主要指政府新建营地，然后转让给专门的营地管理公司，让其负责运营管

理,最后管理公司再将营地转让给政府。该模式充分利用营地管理公司在房车营地经营管理方面的优势,可操作性强。

LROT模式即“租赁-改建-运营-转让”(Lease-Rebuilt-Operate-Transfer),意指项目公司租赁场地,对其进行改建,然后运营管理,最后进行转让。改建后的场地兼具原有功能和露营功能,根据人流和车流,合理发挥其功能,典型例子是停车场、度假村、创意园区等,适合市区内的房车营地建设。

### 三、推进房车营地投融资建设BOT模式的关键点

首先,要探索合理的合作模式。结合旅游产业及房车旅游的特征,建议房车营地的投资建设应结合不同地区的实际情况采用不同的合作模式,譬如:适合新建房车主题公园、房车小镇的DBOT模式;适合都市郊区利用景区景点内土地进行建设的LBOT模式;借助营地管理公司管理优势的TOT模式;适合都市市区利用停车场、园区土地进行建设的LROT模式。

其次,需要明确规范的开发建设机制。民营企业投入资金到房车营地开发,其最终目的是实现经济利润最大化。其中,不乏有法律与环境保护意识淡薄经营者。因此,对投资建设房车营地的民营企业,首先应对其准入机制进行论证,进入房车营地开发经营的企业应该是合法的、在房车旅游领域有一定经验和足够的经营资本、对房车旅游有浓厚兴趣,并且是一家有远见的企业。此外,企业招标应公开化、公平化。建议由政府先聘请房车旅游规划公司制定发展规划,先行确定发展基调与总体战略,然后再对营地的经营权公开招标。

(符全胜:华东师范大学工商管理学院旅游学系副教授,博士;温晓娟:华东师范大学工商管理学院旅游学系硕士研究生)

## 基于GPS导航数据分析的自驾游露营地产品开发思路<sup>①</sup>

黄潇婷,李玟璇

根据艾瑞咨询统计,2015年中国在线旅游度假市场研究报告分析,境外当地玩乐、周末游、自驾游是当下市场最热门的产品类型。伴随着我国经济社会持续快速发展和旅游个性化

需求的增长,我国自驾车休闲旅游、家庭自助旅游、背包徒步旅游等新兴旅游市场快速发展,露营地已经成为我国旅游发展的新兴业态。在新服务产品开发(NSD, New Service Development)中,消费者在产品和服务开发过程中的作用越来越受到重视;服务主导逻辑已经取代了传统的产品主导逻辑,强调产品设计、生产和消费全过程中消费者与供给者的互动与合作。在以体验为内核的旅游产品规划和设计中,如何将旅游情境中的人“旅游者”放置到旅游产品规划过程的中心位置上,如何回归“以人为本”的旅游产品体验内核?针对自驾游群体行为规律和需求特征,本文提出基于GPS导航数据分析的自驾游露营地产品开发思路。

首先,自驾车游客兼具个性化要求更高和受制约因素更多两方面特征。一方面,自驾出游与其他出游方式相比,自驾游游客主观上追求高度自由。根据马斯洛需求理论,当基本的生存需求得到满足后,人们会逐渐追求更高层次的需求,如尊重、自我实现等需求,任何行业都是如此,随着需求多元化、旅游服务多样性的增加,游客的常规化度假需求得到满足后,自选式、自助式的出游方式得到更多旅游者的认可。以澳大利亚为例,70%的游客都是自驾游游客。自驾游游客通常自主选择旅游目的地、中途停留地、交通路线和停留时间等,体现了高度追求自由的高层次个性化需求特征。另一方面,由于附加上自带的交通工具“车”,实际上自驾出游与其他出游方式相比,受到的制约因素其实更多。具体来说,与“车”相关的主观因素包括驾驶技能和寻路能力等,客观因素包括车况、路况、加油站、休息站和维修站等。在考虑针对自驾游群体需求提供相应产品设计时,以上两方面的特征都需要考虑。

同时,以GPS定位技术为基础的基于位置服务(LBS)的发展为自驾游出行提供了便捷服务,也为自驾游行为规律的研究和产品规划提供了数据支持。对出行线路不太熟悉的自驾游游客来说,有一部导航软件或者是一款手机,无论是线路指示、实时路况查询,还是预测都颇为实用。GPS导航数据产生的方式无外

<sup>①</sup> 本研究受国家自然科学基金项目“基于旅游者时空行为规律的旅游时间规划方法研究”(41301142)的资助。