

摘 要

当前，我国社会经济发展迅速，人们对高速公路服务区的要求也愈来愈高，高速公路行业竞争异常激烈，为顺应社会发展趋势，加强其行业竞争力，对于高速公路服务区的品牌建设愈加重要。文章运用了资料查询、理论研究和实地调查的方法了解我国高速公路服务区的发展和现状，对高速公路服务区品牌的建设和提升服务区服务质量开展一系列探讨。论文首先论述了高速公路及服务区的发展过程，讨论了我国高速公路服务区服务质量和品牌建设中普遍存在的一系列主要问题及对服务区旅客需求的分析；其次以百色高速发达服务区为例，从中分析并总结出相关先进经验；最后对我国高速公路服务区品牌建设的发展制定出相关对策方案，提出有关的措施和意见，以期对我国高速公路服务区品牌建设有一定的理论与实践指导价值。

关键词：高速公路；服务区；品牌建设；对策方案

ABSTRACT

At present, with the rapid development of our social economy, people are also more and more high in the demand for highway service areas, the highway industry competition is extremely fierce, in order to comply with the social development trend, strengthen its industry competitiveness, the brand construction of highway service areas more important. This paper uses the methods of data query, theoretical research and field investigation to understand the development and current situation of the highway service area, and carries out a series of discussions on the construction of the highway service area brand and the improvement of service quality in the service area. Firstly, the paper discusses the development process of expressway and service area, and discusses a series of main problems existing in service quality and brand construction of expressway service area and analysis of passenger demand in service area. Secondly, taking Baise high-speed developed service area as an example, the relevant advanced experience is analyzed and summarized. Finally, relevant countermeasures are proposed, measures and opinions are put forward, in order to be valuable in theory and practice for the development of the highway service area brand construction.

Key words: Expressway;service area; Brand building; Countermeasure scheme

目 录

| | |
|-----------------------------------|---|
| 第 1 章 绪论..... | 1 |
| 1.1 研究背景及意义 | 1 |
| 1.1.1 研究背景 | 1 |
| 1.1.2 研究意义 | 1 |
| 1.2 研究内容与研究方法 | 1 |
| 1.2.1 研究内容 | 1 |
| 1.2.2 研究方法 | 1 |
| 1.3 国内外研究现状 | 2 |
| 1.3.1 国内研究现状 | 2 |
| 1.3.2 国外研究现状 | 3 |
| 1.3.3 研究总结 | 3 |
| 第 2 章 高速公路及服务区的发展与建设概述..... | 4 |
| 2.1 国内高速公路及服务区的发展和现状 | 4 |
| 2.2 国外高速公路及服务区的发展和现状 | 4 |
| 2.3 国内外高速公路服务区发展建设的差异 | 5 |
| 2.3.1 国内外高速公路服务区发展建设的差距和异同点 | 5 |
| 2.3.2 国外服务区发展建设的优点 | 5 |
| 2.3.3 如何借鉴与应用 | 6 |
| 2.4 高速公路服务区品牌建设的重要性 | 6 |
| 2.5 我国高速公路服务区主要经营管理模式 | 7 |
| 2.5.1 自主经营管理模式 | 7 |
| 2.5.2 全部外包管理模式 | 7 |

| | | |
|------------|---------------------------------|-----------|
| 2.5.3 | 混合结构管理模式 | 7 |
| 第3章 | 我国高速公路服务区品牌建设中的问题及旅客需求分析 | 8 |
| 3.1 | 服务区安全隐患较大 | 8 |
| 3.1.1 | 交通事故时有发生 | 8 |
| 3.1.2 | 服务区消防安全隐患大 | 8 |
| 3.1.3 | 监控点少疏于管理，治安案件多 | 8 |
| 3.2 | 服务区配套设施不完善 | 9 |
| 3.2.1 | 服务区排水系统不够健全 | 9 |
| 3.2.2 | 服务区路面老化严重 | 9 |
| 3.3 | 服务区服务模式落后，服务效率和质量低 | 10 |
| 3.4 | 服务区商品性价比低，缺乏独特性 | 10 |
| 3.5 | 服务区品牌建设同质化现象严重，品牌形象不突出 | 10 |
| 3.5.1 | 服务区缺乏地域特色和文化基因的传承 | 10 |
| 3.6 | 服务区规模与建设用地相对较小 | 11 |
| 3.7 | 旅客对高速公路服务区的需求分析 | 11 |
| 3.7.1 | 管制安全化和交通便捷化，满足旅客对服务区的基本需求 | 11 |
| 3.7.2 | 商品多样化和独特化，满足旅客对服务区的消费需求 | 12 |
| 3.7.3 | 生态环保化和景色优美化，满足旅客对服务区的环境需求 | 12 |
| 第4章 | 案例分析：以百色高速发达服务区为例 | 13 |
| 4.1 | 百色高速发达服务区品牌建设现状分析 | 13 |
| 4.1.1 | 百色高速发达服务区的优点 | 13 |
| 4.1.2 | 百色高速发达服务区的不足 | 14 |
| 4.2 | 从中取得的经验 | 15 |
| 4.3 | 百色高速发达服务区品牌建设提升建议 | 15 |
| 第5章 | 高速公路服务区品牌建设的对策研究 | 16 |

| | | |
|-------|--------------------------|----|
| 5.1 | 塑造视觉标志，构建统一完整的功能型视觉系统 | 16 |
| 5.1.1 | 塑造传承地域文化的视觉标志 | 16 |
| 5.1.2 | 构建功能型视觉系统 | 16 |
| 5.1.3 | 优化服务体验，构筑文化领域 | 17 |
| 5.2 | 完善服务区配套设施的建设 | 18 |
| 5.2.1 | 增设医疗服务地点 | 18 |
| 5.2.2 | 加强对服务区休息地点的完善，提高舒适度 | 18 |
| 5.2.3 | 建设特殊人群专用配套设施，满足不同类型旅客的需要 | 18 |
| 5.2.4 | 完善服务区规划布局，提升服务区接待能力 | 18 |
| 5.3 | 提高服务质量，创造令旅客满意的服务水平 | 19 |
| 5.3.1 | 实行规范化管理，提高服务质量 | 19 |
| 5.3.2 | 坚持以人为本，重视对员工教育培训 | 19 |
| 5.4 | 实现服务区品牌建设创新，提供特色服务 | 20 |
| 5.4.1 | 增设本地特色产品展销区，不断研发创新新产品 | 20 |
| 5.4.2 | 加强对当地人文风情与历史文化的介绍宣传 | 20 |
| 5.4.3 | 与本地特色节日文化活动相结合 | 20 |
| 5.4.4 | 与当地旅游景区联合发展 | 20 |
| 5.5 | 服务区品牌建设与互联网创新结合，与时俱进 | 20 |
| | 结论 | 22 |
| | 参考文献 | 23 |
| | 致谢 | 24 |

第 1 章 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

随着社会经济的发展，我国高速公路也在迅速发展。在人民生活水平逐年提高的当下，人们对于外出旅行工作和吃喝玩乐也变得更加频繁，高速公路则成为人们出行方式中选择最多的一种，为满足旅客对加油、食宿等一系列基本的出行需求，服务区便伴随着高速公路孕育而生。高速公路服务区作为现代式的新型驿站，在维持高速公路的正常运转中承担着不可替代的作用。如今旅客对高速公路服务区的需求也转向追求更加优质的品牌服务需求上，怎样为广大旅客创造一个高质优美的港湾，对高速公路服务区的品牌形象进行建设已经成为服务区发展建设的重中之重。

1.1.2 研究意义

要想富先修路，加强高速公路服务区的品牌建设，在满足旅客需求的同时，能够有效地增加当地的经济效益，促进当地经济的可持续发展，对于高速公路的发展具有深刻意义。

1.2 研究内容与研究方法

1.2.1 研究内容

本课题充分研究高速公路服务区品牌建设的相关资料，总结国内外高速公路服务区品牌建设的优劣之处，通过对百色高速发达服务区的发展建设现状进行分析，对服务区品牌建设工作进行研究，从多角度提出针我国高速公路服务区品牌建设的发展对策方案，以达到提升服务区服务质量，促进高速公路及服务区发展进步的目的。

1.2.2 研究方法

本课题主要采用资料查询、理论研究、实地调查、交流访谈等方法。资料查询：通过查阅知网、百度浏览器等网上搜索引擎，并翻看相关书本获取想要的资料。理论分析法：对需要调查的相关资料进行充分搜集，然后从中进行相关的分析研究和总结。实地调查法对目标地区进行实地走访调查，以获取相关资料信息。交流访谈法：对自己需要的相关信息的知情人员进行寻找，并与其进行充分地交流和调查。

1.3 国内外研究现状

1.3.1 国内研究现状

自 20 世纪 90 年代以来，随着我国社会经济水平的提高与发展，高速公路行业也随之迅速开始发展，服务区在促进高速公路进步和经济效益增长的同时，也相辅相成地促进了自身的发展，成为高速公路中一个重要的经济增长点。为了提高市场竞争力，增加经济效益，实现长期可持续发展，服务区品牌建设也已然成为一种不可抗拒的向前推进的潮流和主旋律，加强和重视服务区的品牌建设已成国内行业共识。因此，交通领域中的众多学者对我国高速公路服务区品牌建设展开了一系列的相关研究与探讨。

刘伶俐认为，对高速公路服务区品牌建设发展要在服务区的转型升级上“下功夫”，通过对转型思想的制定和完善，来找准自身的定位，并以此为导引方向，在调整服务区服务运营结构组成的同时，根据自身实际情况对服务区的布局进行科学的规划，对服务区功能结构进行相应的构建、扩展和创新，以减少不必要的浪费，充分提升服务区的资源利用率，创造出服务质量更优秀、服务功能更全面、服务效率更迅速的，符合新时代发展潮流的新型服务区 Error! Reference source not found.。

李倩主张在促进高速公路服务区的发展上，应加强对服务区自身功能的拓展和创新，对国外服务区进行科学灵活的分析和学习，借鉴和应用国外服务区先进的设计建设与管理经验，制定一套统一的服务标准，并对服务标准进行相应的完善，提升服务区服务水平，同时在相关政策的引导下与当地旅游、农贸等相关产业融合发展，增强服务区的独特性，在人本思想的基础上，细致入微地打造高服务质量和高服务效率的服务水准 Error! Reference source not found.。

张慧林主张服务区品牌建设要坚持以社会效益为主，经济效益为辅，两者兼顾同步发展，以自身实际情况为切入点，引进成熟先进的品牌管理经验，实行企业间互相合作，有效制定、监督和完善服务区服务准则，从中总结出适合自身发展的运营管理模式，顺应国家相关的宏观调控政策和发展战略的号召，为旅客提供高质量的服务的同时，培养并打造出独属于自身的服务区品牌，强调品牌建设的重要性 Error! Reference source not found.。

陈宽睿认为高速公路服务区的发展建设离不开自主经营、混合结构和全部外包这三种基本经营模式，对服务区经营模式的适用原则与影响因素进行分析，结合自身优势，将品牌、先进经验与信息化相互吸收融合，创新服务区的经营管理模式，促进服务区服务质量与经济效益的提升，颇有新意 Error! Reference source not found.。

刘颜好

指出，高速公路服务区的发展建设离不开对服务区自身的安全管理，在对服务区的安全事故排查、员工安全培训、特种设备管理等基础性安全管理工作进行分析和研究的基础上，提出相应的对策方案，以期保障服务区的正常运营，实现提高服务区的安全管理水平和完善服务功能的目的 **Error! Reference source not found.**

徐海北，张西亚也指出，高速公路服务区品牌的发展建设，需要明确自身的定位和发展方向，着手打造本地特色的主题服务区，并以品牌的信息化构建为切入点，通过多渠道网络平台进行云端服务和宣传，同时完善和精细化服务区的基础设施，对各种类与各价位的商品进行丰富和拓展，并着重优化商品的售后服务，加快了服务区与时俱进的步伐，利于服务区品牌的长远发展 **Error! Reference source not found.**

史珂珂，郑炎指出，服务区可以根据自身的地域特色，在科学布局和扩展服务功能的基础上，将服务与旅游融合发展，建设具有独特标识性的主题服务区，对服务区经济和社会效益的可持续性发展具有重要意义 **Error! Reference source not found.**

1.3.2 国外研究现状

依现在主要的发达国家，美国、英国、日本和欧洲与我国相比较来说，发达国家高速公路及服务区的建设发展经验，因比我国起步更早因此更加丰富，其社会经济水平高，社会发展水平与我国相比更高不少，所以其高速公路及服务区的发展和其基础设施的建设，对于我国而言更是先进完备。如美国、欧洲和英国等各国早已将现代化和智能化的技术融入到服务区的发展建设中去，更建有完整大型的购物娱乐场所，使服务区的服务精益求精，不仅限于满足旅客的基本需求。

Zheng Quan, Shen Dian Dong 研究认为高速公路服务区的发展建设需要从服务区自身的服务功能、规划布局、环境设计等多方向和多角度地去考虑和发展，加强服务区的处理接待能力，并依靠当地的区位和文化优势，注重开发自身独特的区域特色和文化特色，实现人与人之间、人与当地文化和人与自然环境之间的和谐发展，使服务区服务更加优质，环境更加优美，发展也更加长远 **Error! Reference source not found.**

Zhengkai Li, Hui Lu, Qinghua He 对服务区的研究集中在信息智能化和生态环保化的结合发展上，且通过对大数据、云计算、互联网等新时代的信息技术的研究，将线上与线下服务相结合，提升服务区的监督管理水准，在多层次与多方面上应用于高速公路服务区的运营中去，兼顾生态、经济和社会效益，充分利用现有资源与时俱进，为旅客提供更加信息化、便捷化和智能化的出行旅游方式 **Error! Reference source not found.**

1.3.3 研究总结

我国高速公路服务区品牌建设仍存在众多不小的问题，

虽然服务区自身的基础设施建设日趋完善，服务区的规划和经营也正在不断的改进和巩固，但是仍不可避免的在发展建设的过程中出现许多新的难题，因此，我国在高速公路及服务品牌建设的建设中需结合自身实际情况，将自身的服务目标放长，眼光放远，走出符合自身的发展道路，根据各个行业和地区的现实情况与特点，学习其它地区身上的先进成功经验，将艰苦奋斗、顽强拼搏和开拓进取的精神贯彻始终，使自己的品牌经久不衰。

第2章 高速公路及服务区的发展与建设概述

2.1 国内高速公路及服务区的发展和现状

目前，我国私家车人均保有量不断上涨，高速公路上的人流与车流量更是迅速增加，高速公路两个服务区之间的距离过远，服务区密度设置相对较低，供给量远远小于需求量，基础设施承载力度早已大不如前，停车率仅为百分之二十左右，大部分车辆仍存在着“停车难”的问题，服务区已难以满足人们日益提高的对服务区服务水平的需要。虽然国内高速公路服务区也有在仿效国外发达国家的发展建设方式，如兴建娱乐场所、快餐店等，且在食宿、汽修、加油等基础设施的建设上已趋于完备，但是自身仍有不小的问题存在。从高速公路服务区规划现状来看，我国有相当一部分高速公路对统一规划缺乏严重的认识，各条高速公路更是由于彼此间经营主体的不同，而缺乏有效的交流和配合。服务区建设内部各自为政，杂乱无章等诸多问题，更是因为在高速公路的规划布局中，对本区域整体高速公路网络的不熟悉而导致，这样做既造成了建设重叠，更加剧了人、财、物的损耗和浪费。

由于我国服务区对建筑物的建造设计大多是，占地面积大，土地利用率又低的低矮式建筑，因而对土地资源造成了比较严重的浪费。而服务区在内部设施的设计布局时也出现了不少的问题，例如，服务区停车位分割不明确，极易出现“小车停不了，大车没地停”的现象；服务区各功能区之间距离过远，位置及间距不尽合理，缺乏共享单车等便捷的代步工具，难以满足旅客的需求。服务区闲置在一旁的空地较多，且各项功能区单一，经营的范围毫无特色，同质化严重，这使得服务区整体并没有被很好地开发利用起来，资源浪费相当严重。

2.2 国外高速公路及服务区的发展和现状

自上世纪五十年代以来，西方发达国家经济持续增长和社会发展现代化，人民收入的逐年提高，私人汽车拥有量迅速上涨，发达国家为了适应当前经济发展形势，提高交通运输工具的运输效率，满足不断上涨的交通量的需求和人们对于服务质量和水平的需要，开始大规模建设高速公路及服务区。美国服务区的设计大部分灵活多变，顺势而为、因地制宜的结构布局和建造风格，更显示出自身所独有的的设计理念与当地特色，且为了充分保护高速公路网络附近的商业环境，始终坚持禁止私营设施在州际高速公路上开设。欧洲的高速公路服务区则强调和注重更加科学有序的设计方式，如服务区停车场根据不同类型车辆进行严格划分，使各个车辆间井然有序，互不干扰；对服务区的便利店进行优化完善，商品的数量充足，种类繁多，商品价格适中，性价比高，各个商品分区有序，一目了然。日本高速公路服务区的发展建设则与当地实际情况相结合，在有限的土地资源上进行了充分的利用，将服务区与当地建筑和旅游景区有机结合起来，充满人性化的设计细致入微。法国的服务区则更加注重量的堆加，其服务区密度大，间隔短，服务区中间穿插有休息区等相关娱乐场所，在一定程度上充分刺激了消费，提升了服务质量水平。

2.3 国内外高速公路服务区发展建设的差异

2.3.1 国内外高速公路服务区发展建设的差距和异同点

在国内外高速公路建设状况的比较上，我国现有高速公路的里程数、路网密度达到发达国家水平，但是交通流的构成不同，大车占有很大的比重，车辆构成复杂。我国高速公路的安全形势与国外相比有很大的差距，疲劳驾驶、车辆超载也一直是比较常见的一种现象，服务区原本的功能效果并没有很好地发挥出来，不能与高速公路做到高效合理的配套，所以，我国高速公路的安全状况比国外要差很多。发达国家在经过小客车的入户和逐步推广之后，为了满足社会发展与人类进步的需要，对综合交通运输体系的建立健全起到重要推动作用的高速公路网络得到了很好的发展建设，而中国对自身高速公路建设的这一发展战略上与国外发达国家不谋而合，对人本身舒适程度的需要的重视，明显低于对高速公路本身的运转的流畅度的重视。因而就此看来，将中国目前的状况同世界发达国家比较之下不难看出，中国高速公路的交通功能仍然有不小的发展潜力和较大的上升空间，若能得到很好的发展与建设，就可以产生对服务区功能的新需求。服务区的三个最为基础重要的内容是加油、如厕和综合服务，在对国内和国外服务区功能的设计上的比较来看，各个高速公路服务区的服务设施设计所面临的一个难以解决的重要问题是，如何有效且有序地将车辆出入、加油、滞留、检修、食宿、上厕所、购物等功能实现统一安排。而通过对国内外服务区建设标准的对比，可以发现，国外对服务区建造的规模根据实际情况，科学灵活多变，服务区也多在强调以功能需求为基础上的建造，不仅建造标准水平高，而且建设方式灵活多变，不趋向于呆板，且不忘重视其舒适性和环保性。在最近几年，中国有在对国外

的建设标准进行相应的借鉴学习，对自身的标准也已进行了相应的调整，正在努力与国际接轨。

2.3.2 国外服务区发展建设的优点

上个世纪三十年代以来，作为一种崭新的运输模式，高速公路在西方国家得到了广泛的推广和普及，1960年后，国外发达国家高速公路发展迅速，各国高速公路均已发展到一定程度。如日本的高速公路服务区将服务区与旅游业的结合在一起，充分发挥了两者互补的优势，通过“美景+服务

”的方式，使服务区与旅游景区融合发展，且日本的服务区站在旅客视角上，使服务区的设计充满人性化，如翻译、婴儿哺乳、遛狗散步、温泉服务等（如图 2.1 日本服务区旅客遛狗），充分扩宽了服务区的服务内容。法国的高速公路服务区则依靠自身规模大、密度高的优势，让旅客在想休息时有个“能休息，好休息”的地方，在自身的布局规划上既不拘泥于形式，又拥有一定的高标准，为欧洲服务区的建设典范。



图 2.1 日本服务区旅客遛狗（来源：网络）

2.3.3 如何借鉴与应用

外为中用，因地制宜。通过对国外各个发达国家服务区的建造设计中不难看出，服务区要始终坚持科学的，实事求是的设计理念，根据各个地域、文化和政策制度上的差异，灵活变通的去发展建设，切不可生搬硬套，不能一成不变墨守成规，使自身变得逐渐僵化呆板。日本服务区及品牌的构建站在以人为本的立场上，与旅游景区和谐共生，既充分发挥服务区自身的人性光辉，又强调了人与自然的和谐共处；而欧洲则是在一定的标准下去建造实行，设计水平高，设计质量好，在标准框架中又不失应有的灵活性，两者兼顾实为中庸。在这几个方面上，国内服务区可以与之适当对接，力求国内服务区及品牌的建设管理水平更上一层楼。

2.4 高速公路服务区品牌建设的重要性

现如今，世界已进入了品牌竞争时代，品牌已成为商家走向市场必不可少的一个重要元素。服务品牌是企业通过商品或劳务的服务过程来满足消费者的心理需求的一种特殊的品牌形式，服务品牌作为无形资产对于企业有着巨大的价值，要想使企业由大变强，关键在于对服务品牌的建设，他是公司长期竞争的优势之源，是企业核心竞争力外化的表现，对企业发展有着重要意义。服务区企业想要做强，做长，主要以良好完备的服务为主，若无优质服务，在市场已经接近饱和的情况下，产品质量颇不悬殊时，便很难博得客户的好

感。市场饱和，服务才是王道，这是品牌建设的实践启示。要使服务区具有良好的社会形象，就要树立良好的服务品牌，因为服务品牌是企业形象的根本所在，

企业为了发展和壮大，就必须拥有属于自己的服务品牌，企业既在创建服务品牌过程中塑造形象，又在形象建设中树立服务品牌，两者是相互融合，相辅相成的关系。

2.5 我国高速公路服务区主要经营管理模式

2.5.1 自主经营管理模式

自主经营主体为我高速路管理部门设立专门经营管理服务区这块业务，使其管理运营该地区服务区，采用自主经营模式，能使一个单位统一管理服务区，令全区共同运作，该模型能较好地动员全地区的经费与装备，使全区工作人员质量一致、装备一致，从而确保服务质量的统一，从而带来较好的收益。然而，该模型在运行过程中还存在着不小困难，由于管理相对统一，对职工要求高，这样在不知不觉中增加了成本投入，从而大大降低了利润。

2.5.2 全部外包管理模式

全部外包管理模式是在高速公路相关部门负责对服务区的基础保洁和内外在形象考核，以及收取相关承包金的基础上，制定的对服务区的一种非直接经营模式。此种经营模式的优点是，服务区的管理运营成本较低，可以在极大程度上提高经济效益；缺点也很明显，承包方多为个体或民营企业，以个人利益为主，为了节省自己的管理成本，对服务区员工的教育培训自然会比较松懈，服务质量与环境卫生自然会大打折扣，很难产生良好的社会效益。

2.5.3 混合结构管理模式

因部分服务区自身的某种特殊原因，如范围太大，位置过于偏远等，难以进行相应的完善妥当的专业化营运管理，所以服务区管理部门就可以与社会上的专业公司进行合作，运用专业公司先进的管理经验可以让服务区的服务质量有很大程度的提升。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/397065025163006062>