

Summary

Part 1

旅游产品的概念与类型

Part 2

旅游产品策划的步骤

Part 3

旅游产品谱系设计

Part 4

实践课程—乡村旅游策划

目

录

CONTENTS

本章教学大纲

- ◆ 本章要点：本章阐述了旅游产品、旅游产品类型、旅游产品策划的**概念**；分析说明了旅游产品策划主要原则、基本方法、策划**步骤**；重要介绍了主要类别的旅游产品策划的具体**方略**；以及区域旅游线路规划设计。
- ◆ 教学目标：掌握旅游产品策划相关概念；了解相关旅游产品策划的步骤，能自主进行各类型的旅游产品策划；学习并熟悉区域旅游线路规划设计的方法和技能工具。
- ◆ 案例研究讨论：
 - （1）旅游综合体——东部华侨城
 - （2）在线旅游网站商业模式
 - （3）乡村旅游的产品策划——安吉美丽乡村
- ◆ 技能工具介绍：Google Earth、Mapinfo、GIS、Mindjet

1 旅游产品的概念与类型

- ◆ **旅游产品**是以旅游地为核心，为旅游者提供的物质产品和精神产品的总和。旅游产品是**旅游景观**（旅游吸引物）、**旅游设施**和**旅游服务**的综合体，是一个复合概念。
- 从**旅游目的地**角度来看，旅游产品是指旅游经营者凭借着旅游吸引物、交通和旅游设施，向旅游者提供的用以满足其旅游活动需求的全部服务。
- 从**旅游者**角度来看，旅游产品就是指旅客花费了一定的时间、费用和精力所换取的一次旅游经历。

◆ 辨析：旅游活动与旅游产品？

旅游活动是一种综合性的活动，包括吃、住、行、游、购、娱。

旅游产品是一种以顾客需求为中心的整体概念，需求不同，对吃、住、行、游、购、娱的组合的要求也不同，于是形成不同类型的旅游产品。（观光旅游与度假旅游）

哪些类型的旅游产品？

旅游产品的分类:

根据国家旅游局1999年的说明，**旅游产品可以分为以下五种产品类型:**

- 1、**观光旅游产品**(自然风光、名胜古迹、城市风光等)
- 2、**度假旅游产品**(海滨、山地、温泉、乡村、野营等)
- 3、**专项旅游产品**(文化、商务、体育健身、业务等)
- 4、**生态旅游产品**
- 5、**旅游安全产品:** 旅游保护用品，旅游意外保险产品，旅游防

护用品，这些保障旅游游客安全的工具产品。

旅游产品还可以按以下方式分类:

- 1、**按旅游产品组成分类:** 整体旅游产品和单项旅游产品。
- 2、**按旅游产品形态分类:** 团体包价旅游，散客包价旅游，半包价旅游，小包价旅游，零包价旅游，组合旅游，单项服务。

此外，旅游还可以按距离、计价形式、费用来源、和旅游方式来分类。



旅游产品策划作用

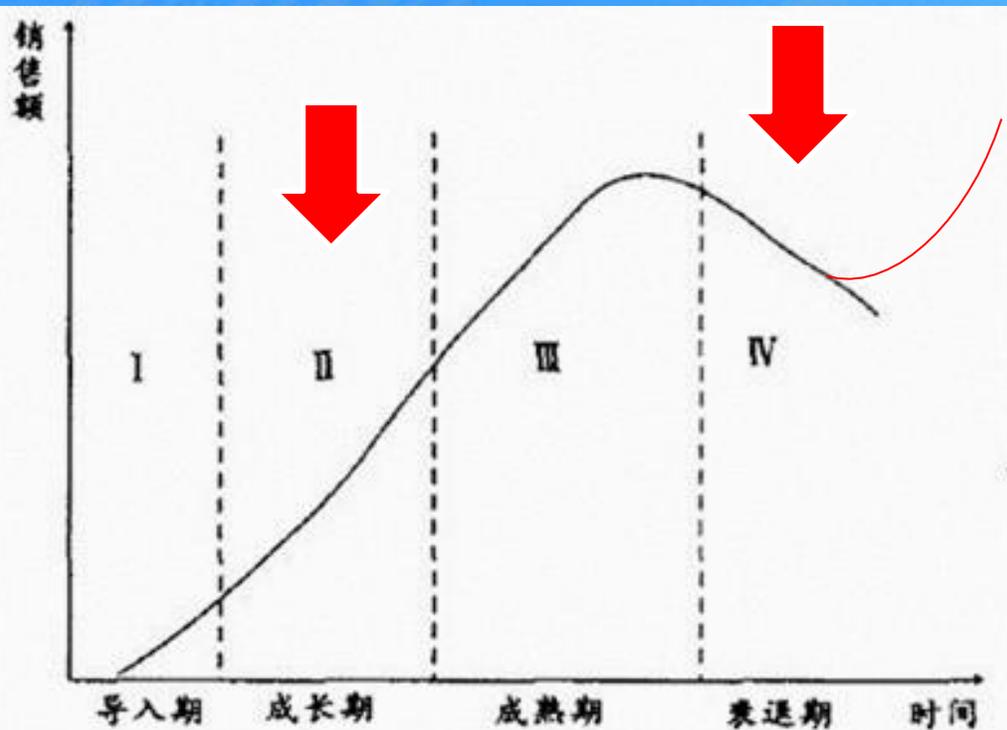


图 产品生命周期曲线图

- 开发旅游资源，体现价值；
- 引领市场，改变消费方式；
- 转型升级，重塑活力。

旅游产品策划：

- 旅游产品策划是指设计旅游产品与产品组合的方案，以顺应旅游消费需求的活动，也即通过智力投入的方式，对单项旅游产品根据旅游者的需求进行选择、编排、组合，以满足旅游需求多样化和个性化的趋势。

- 旅游产品策划原则：

- (1) 独创性
- (2) 市场导向性
- (3) 需求性
- (4) 整合性
- (5) 参与体验性
- (6) 延伸性原则



旅游产品策划内容：



2 旅游产品策划步骤



- 深度挖掘旅游资源特色
- 捕捉旅游者的旅游需求
- 专家访谈
- 社会价值和发展潮流

- 旅游资源
- 用户画像
- 竞合关系
- 利益

- 旅游资源和旅游产品
- 旅游资源区域分布
- 旅游形象定位
- 旅游地可进入性

- 运营服务反馈
- 案例借鉴

- 合法性
- 易懂易记性
- 普适性
- 可延伸性

- 策划方案
- 产品试验
- 营销策略

旅游产品定位

1.主题定位

- 定位依据是**旅游资源**。
- 基本特点：
 - (1) **空间限定性**：限定在旅游产品范围内，不能超出这一范围；
 - (2) **时间动态性**：随着时间的变化，旅游产品空间范围会发生变化；
 - (3) **主题中心性**：围绕主题定位将产品划分为主题部分、扩展部分、延伸部分和配置部分；
 - (4) **吸引物突出性**：主题定位以旅游产品的特色和主要特征来确定的；
 - (5) **类型多样性**：有多个主题。



旅游产品定位

2.目标定位

推测该产品在旅游市场上可能获得的发展空间。

➤ 大众旅游产品

(1) 以旅游项目为主导，无细分市场

(2) 资源与市场关系

➤ 高端旅游产品

特点：产品高端化、消费理性化、生产的专业化、产品品牌化

(1) 遵循以客户价值体验为导向的产品设计原则，对高端旅游者进行深入的市场调研

(2) 并非是高价、奢华，而是具有特色的旅游产品。

(3) 体验性、时尚性、变化性、创新性

	大众线路旅行	高端主题旅行
服务	基本没有行前和行后的服务	提供行前，行中，行后的全程服务
	走马观花式的流水线服务	主人+主题+主线的深度体验服务
	行程很少可以更改或不可以更改	按需定制 Tailor Made
	导游只注重完成旅行服务任务	不仅要完全旅行服务任务,更要力争成为消费者可信任的生活顾问和知心朋友
	较少提供旅游增值服务	提供更多的旅游增值服务,例如:提供全角度和全年的品质旅行管家服务
	了解消费者的基本数据	挖掘消费者的精准数据(行为数据和消费数据),提供精准服务

旅游产品定位

3.市场定位

根据旅游市场的竞争状况、自身优势、细分市场规模、销售潜力、需求特点等。根据消费者对旅游产品的了解、重视、偏好程度，将旅游产品包装成具有鲜明个性、与众不同的旅游产品，并在市场上找到一个有利的、合适的位置。

方法：

- (1) 产品特色定位
- (2) 价值质量定位
- (3) 产品用途定位
- (4) 产品类型定位
- (5) 旅游者定位

识别旅游产品竞争的现实优势和潜在优势



准确选择竞争优势



传递市场定位信息，展示产品优势，吸引消费者购买

4.功能定位

- ◆ 旅游资源。根据旅游资源性质明确旅游产品的功能价值；
- ◆ 旅游者需求。吃、住、游、购、娱。旅游产品功能定位策划需要以此形成一个完整的旅游产品功能体系；
- ◆ 旅游趋势。
- ◆ 旅游系统。旅游产品的功能结构主要由旅游吸引力、服务系统、交通运输系统和旅游信息提供。

定位策划核心：旅游服务策划

旅游商业模式定位

商业模式：企业创造利润的思维方式。

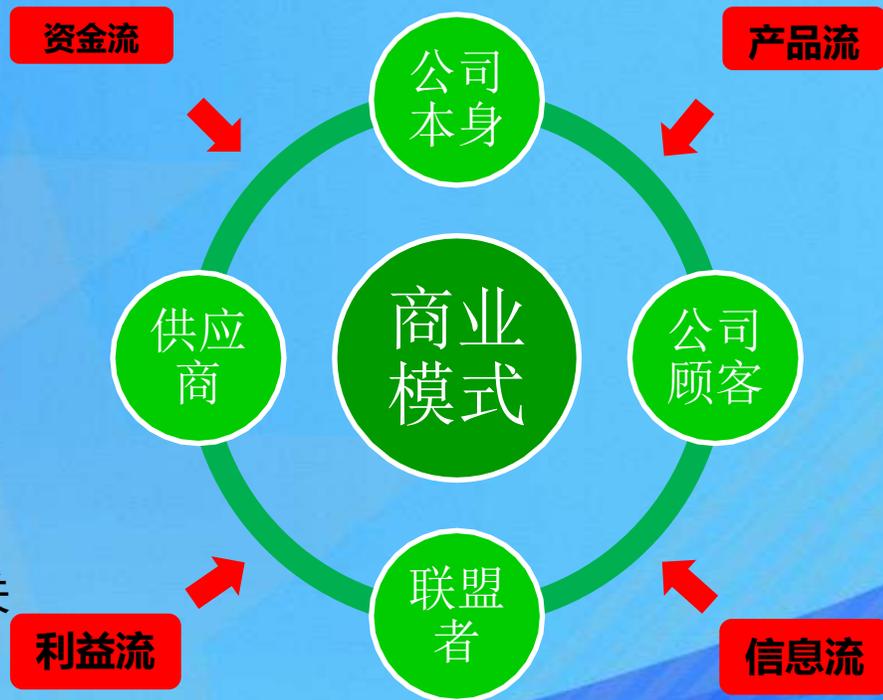
(1) 主要要素

- 客户价值
- 盈利模式
- 关键资源
- 关键流程

(2) 基本层面

- 商业模式主体：参与者扮演的角色
- 商业模式客体：参与者的潜在利益
- 商业模式的中间产物：参与者潜在利益来源

(3) 共同点：客户价值、范围、定价、收入来源、关联活动、实现能力、持久性等



旅游商业模式类型

1. 在线旅游商业模式

互联网模式下兴起的新的旅游分销渠道模式，“网站+呼叫中心”或“垂直搜索+交易中心+呼叫中心”。

◆ 代理商模式

单笔交易营收低，市场广大，稳定

◆ 社会化媒体

广告展示、内容植入、流量引导、大数据

◆ 用户出价模式

产品差价，单笔交易营收大

◆ 电商模式

大型旅行社，价格透明、盈利空间小

◆ 集成模式

定位出境或特定旅游产品，集成各类优质服务供应商



旅游商业模式类型

2. 旅游景区商业模式

◆ 门票商业模式

取决资源的品质，投资回报周期长；

◆ 综合收益模式

主要以餐饮、购物、住宿、旅游项目收益；

◆ 产业联动模式

以旅游平台资源开发的相关产业，典型案例为农业旅游；

◆ 旅游资源整合模式

由一个投资商控制资源，做好基础设施，然后对项目进行招商，联合小投资商共同参与经营；

◆ 产业和资本运作相融模式

在景区开发一定程度后，通过引战略投资者获得收益。随着资源升值，进行高价出售。



旅游企业资本运作

1. 市场化资本运营

即是企业通过市场的导向作用决定企业的投资、发展及运营。包括横向和纵向资本扩张。

2. 产品化生产运营

指旅游企业在较短时间内对多个旅游资源进行整体包装。当该旅游项目拥有一定影响力和价值时，采用整体出售方式。

3. 旅游综合体（旅游地产）

是指基于一定的旅游资源与土地基础，以旅游休闲为导向进行土地综合开发而形成的，**度假酒店**集群、综合休闲项目、**休闲地产**社区的特定空间。

4. 政府导向型运营

依靠地方旅游资源，采取和政府合作的方式，加上企业的资金、品牌以及管理上的优势，来进行旅游资源的联合开发。

排名	股票代码	股票简称	总市值（单位:亿元）
1	01928.HK	金沙中国有限公司	1,868.44
2	CTRP.O	携程	1,179.10
3	000069.SZ	华侨城A	577.68
4	601888.SH	中国国旅	456.20
5	300144.SZ	宋城演艺	351.53
6	QUNR.O	去哪儿	280.97
7	600754.SH	锦江股份	267.66
8	002707.SZ	众信旅游	182.55
9	834793.OC	华强方特	153.58
10	000796.SZ	凯撒旅游	152.89
11	600138.SH	中青旅	148.10
12	000863.SZ	三湘股份	137.07
13	600054.SH	黄山旅游	126.22
14	02006.HK	锦江酒店	117.59
15	00308.HK	香港中旅	108.47
16	600640.SH	号百控股	89.90
17	600555.SH	海航创新	80.69
18	000428.SZ	华天酒店	67.45
19	000888.SZ	峨眉山A	67.08
20	002059.SZ	云南旅游	62.56

旅游综合体



旅游综合体

指以基于一定的旅游资源与土地基础，以旅游休闲为导向进行土地综合开发而形成的，以互动发展的度假酒店集群、综合休闲项目、休闲地产社区为核心功能构架，整体服务品质较高的旅游休闲聚集区。

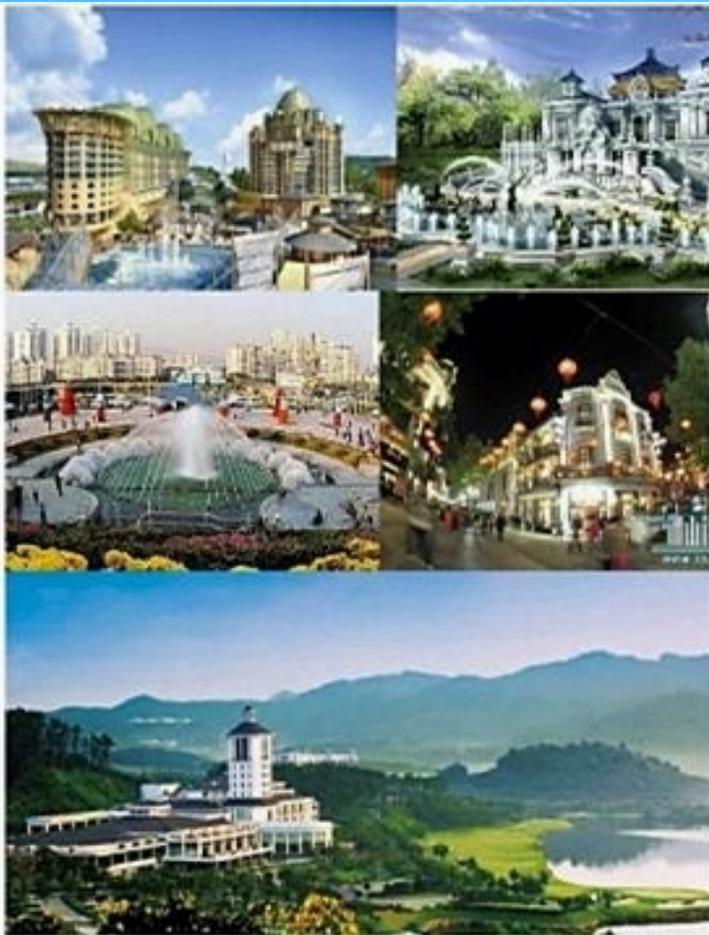
旅游综合体无论在功能、业态、以及项目类型上都具有种类多样的特点，旅游综合体通过提供具备吸引力的体验内容，吸引人们聚集，从而产生极大的聚集效益和经济带动作用，旅游综合体的建设也往往会带动目的地的城市化进程，形成游憩区、度假区、会展区、娱乐区、步行街区、购物游憩区、及旅游小城镇等等，并进一步推动区域型旅游房地产和商业房地产发展。



旅游综合体

根据旅游综合体所依托的核心资源、核心产品或核心功能来划分，可以有如下分类：

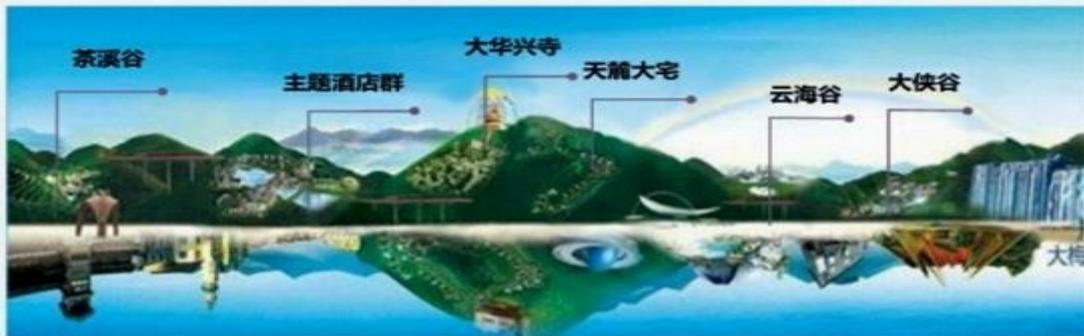
旅游综合体类别	经典案例
温泉旅游综合体	珠海海泉湾，北京温都水城、柏联SPA
滨海旅游综合体	海南清水湾、新加坡圣淘沙
主题公园综合体	深圳华侨城、北京华侨城
乡村旅游综合体	成都五朵金花
运动旅游综合体	深圳观澜湖高尔夫、杭州富春山居高尔夫
文化创意旅游综合体	杭州南宋御街、西安曲江新区
主题酒店旅游综合体	西溪天堂、澳门威尼斯人度假村
休闲商业旅游综合体	上海新天地、北京什刹海
生态休闲旅游综合体	东部华侨城、恩龙世界木屋村
休闲新城旅游综合体	甘肃冶力关、京津新城



案例——东部华侨城

东部华侨城位于中国深圳大梅沙，占地近**9平方公里**，是由华侨城集团斥资**35亿元**精心打造的世界级度假旅游的地，并被国家环境保护部和国家旅游局联合授予首个**“国家生态旅游示范区”**。

东部华侨城包括**大峡谷、茶溪谷、云海谷**三大主题区域，集生态动感、休闲度假、户外运动等多项文化旅游功能于一体，体现了人与自然的和谐共处。



茶溪谷度假公园

体现中西文化交融的休闲度假旅游文化，并兼有“茶、禅、花、竹”等主要元素，包括茵特拉根小镇、茶翁古镇、湿地花园和三洲茶园四个游览区，融合了西方山地小镇的风情、茶禅文化的融合、湿地花海的浪漫和岭南茶田的幽雅。

大峡谷探险乐园

俯瞰深圳东部黄金海岸线，集山地郊野公园和都市主题公园于一体，体现生态动感旅游文化，实现了自然景观、生态理念与娱乐体验、科普教育的创新结合，主要包括：冒险海滩、海菲德小镇、峡湾森林、探险峡谷、云海高地等五大主题区。

云海谷体育公园

以休闲健身、生态探险、时尚运动、奥运军体运动为主线，体现户外运动旅游文化。包括两个18洞的山地球场和高尔夫练习场

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/428143006104006060>