

2017 年度中国旅游产业发展报告（交通部分）

旅游与交通的融合发展为两个产业的转型融合发展提供了前所未有的机遇。交通不仅是旅游业发展的重要支撑和基础保障，旅游业的发展也为交通运输业转型升级创造了新空间，旅游与交通相互融合、相互促进。

旅游与交通的融合发展为两个产业的转型发展提供了前所未有的机遇。交通不仅是旅游业发展的重要支撑和基础保障，旅游业的发展也为交通运输业转型升级创造了新空间，旅游与交通相互融合、相互促进。交通（航空）涉旅企业在运营过程中呈现出延伸上下游产业链、定位航旅融合市场、拓展航旅融合新业态的特点；旅游涉航企业在成长过程中紧密结合交通板块，通过实施差异化发展战略、构建核心竞争力两个方面实现与航空业的融合发展。旅游与交通的融合发展路径表明：在宏观上把握社会脉搏，寻求融合发展的契合点；中观上重视同行业间的竞合关系，提高旅游目的地的通达性和便捷性，微观上企业内部需要围绕微观层次的企业或区域产业集群推进协同创新，重点落脚于产品创新、市场创新、业态创新和技术创新。未来旅游与交通融合发展将会出现更多的产品新业态。

“旅游+交通”融合发展

交通是推动旅游发展的重要引擎，是沟通旅游需求与供给的桥梁。伴随着大众旅游时代的到来，以及旅游业转型发展全面快速推进，交通运输作为旅游业的基础性领域，对旅游业的支撑和带动作用愈加凸显。近年来，民航、高铁、高速公路等交通体系的快速发展不仅催生了新型的旅游产品，也重新塑造

着区域旅游产业发展的格局。2017年3月，交通运输部、国家旅游局等六部门联合发布《关于促进交通运输与旅游融合发展的若干意见》，《意见》提出构建“快进慢游”的旅游交通网络，到2020年，我国基本建成结构合理、功能完善、特色突出、服务优良的旅游交通运输体系。当前我国综合交通运输体系不断完善，众多交通企业需要挖掘新的客源市场提高交通设施利用率、拓展新的业务领域，实现运输企业的转型升级。旅游业的发展为交通业的发展提供了新空间，带来了新需求。交通运输企业在运营过程中，不仅将旅游业视为运输领域的重要支撑，依靠旅游业为交通运输提供客源支持，而且都在积极探索符合自身特点的融合发展路径。

《“旅游+交通”融合发展》专题聚焦航空领域，选择首都航空（海航旅业集团）、春秋航空（上海春秋旅行社）两家公司进行现场深度访谈，重点关注企业运营的发展轨迹、运营模式、战略思路等内容，尝试总结旅游与交通运输业融合发展特点，力图寻求推进两者融合发展新格局的关键着眼点。

2.1 交通涉旅企业运营特点

航空运输业为旅游服务体系提供大尺度空间交通（跨省、跨国）支持。民航和旅游是天然的战略伙伴，两者的服务对象具有重叠性，旅游产品的消费者在交通环节上，可以是航空客源，而在航空产品的消费群体中，有相当一部分是旅游客人。航空运输业离不开庞大的旅游市场支撑，旅游业的繁荣也会推动民航业的

快速发展。从近年来航空旅客出行目的来看，民航市场已经从过去的以公商务客人为主发展到公商务和旅游型旅客并举的客流布局，并且休闲观光型旅客成为民航客流增长的主导力量。面对日益增长的旅游客流，航空公司做出积极充分的调整，实现航旅之间的跨界融合。航空与旅游融合发展中的运营特点包括以下三个层面：

2.1.1 延伸上下游产业链

航空运输与旅游业融合发展已经有较长时间的行业积累。除了满足游客从出发地到旅游目的地的航运需求，航空公司围绕着旅游产业链的上下游进行业务和产品的延伸，如利用航空公司在线平台向旅客推荐酒店、用车、国际签证等与旅客出行相关联的产品。另外，航空公司对接目的地景区、旅行社及其他旅游服务商，设计开发包含“机票+酒店+景区”在内的观光游、商务游、度假游等丰富多彩的旅游产品。

在向产业链的上下游延伸过程中，并购重组相关业务、深入整合内外部资源成为旅游业综合运营商实现产品设计与航空运输产品紧密结合的强有力手段。调研中的海航旅业集团从 1993 年创业至今，历经 24 年发展，从单一的地方航空运输企业发展成为以科技、旅业、资本、实业、现代物流、金融为支柱的大型企业集团，并将所属的 10 家航空公司中偏重旅游业务的公司，包括首都航空、金鹿公务航空公司等放到旅业集团板块，可以使其更集中精力致力于旅游业务。母公司拥有的众多领域资源可以

为其下属的航空公司打造“旅游全产业链产品”提供重要基础。有了全产业链的支持，从游客有旅游意愿开始，到制定出行计划，再到抵达目的地的住宿、景区等一体化服务的提供将会实现。

2.1.2 定位航旅融合市场

航空公司坚持航旅融合发展道路，在依托自身主营业务的基础上，最明显的体现包括旅游包机和航线设置。

旅游包机是航空公司针对中高端旅游市场提供的更具个性化、私密性的定制化出行产品。在被调研企业中，春秋航空挖掘市场中对于包机旅游的需求，在进入新世纪以来先后开辟了多条包机旅游路线，通过整体包机或承包一部分航班座位两种形式保证旅游市场的需要。但是由于运价过高、市场需求的不稳定性、市场结构的变化等原因致使包机旅游在航空领域销售额的比例正在下降，很多航空公司旅游包机正在向定期航班转换，以促进旅游客流由季节性向常规性转变。

航线设置是航空公司应对客流市场变化、提升上座率的重要措施。面对日益增长的旅游客流，航空公司在航线设置上采取了多种措施，以优化旅游旺季航班配置。根据调研企业首都航空的介绍，这些措施包括：第一，在开辟新航线之前，做详尽的市场调研，综合评估旅游市场特点、中国游客出行热点，以及运营商、旅行社的旅游产品需求；第二，开通旅游城市航线，如三亚、丽江；国际航线方面，欧洲、澳洲、日韩等地区都有直达航线；第三，利用航班换季，为旅客提供更为优惠的

机票和便捷服务；第四，在航线营销方面，重点发展线上线下代理和多渠道散客客票销售工作。

2.1.3 拓展航旅服务新业态

航旅服务新业态是指航空与旅游融合创造而产生的新的旅游组织形态、产品形态。

产业链延伸和相关产业渗透是航旅服务新业态形成的动力。具有综合业务能力的旅游企业集团，在旅游活动关键要素上拓展业务使得企业经营范围不断延伸。这不仅提高了企业的服务能力，获利能力和经营能力，同时催生了新型的旅游业态，推动传统的旅游业和航空业实现转型升级。以调研企业海航旅业为例，海航旅业负责整个海航集团旅游产业链的资源整合和业务拓展，实现了运游一体化。依托海航集团完整的旅游产业链资源优势，海航旅业经营业务范围已经涵盖个人消费信贷、航空运输、公务机、旅游车辆租赁及景区运营等领域，致力于打造世界级卓越全球旅行生活方式运营商。

通航旅游是近年来旅游与航空融合发展的新型业态。依托通航文化与设施，，通航旅游可发展观光体验、运动休闲、赛事活动等三大类旅游产品。其产品具有强烈的航空特色，可满足游客求新、求奇的旅游心理，为游客带来全新的游览视角和旅游体验，且作为中高端的旅游产品，拥有较好的市场前景。在利好政策和市场需求的双力推动下，国内航空公司已经开始涉足该领域。海航旅业集团旗下的金鹿航空公司就是从事公务包

机租赁、私人飞机托管、公务机地面代理和维护、空中医疗救援以及私人飞机购买咨询等服务的专业运营商。空域限制、人才欠缺、通航飞行地面保障服务不足是限制通航旅游当前发展的主要因素。

2.2 旅游涉航企业运营特点

以旅游为主营业务的企业，与交通运输业有着休戚相关的利益关联。交通消费属于刚性支出，在旅游消费结构中占有较大比重。很多旅游企业通过直接与间接参与交通企业的运营，服务于整个旅游产业链的通畅运行。调研企业中海航集团是从单一的地方运输企业沿着旅游产业链条延伸逐步发展成为大型的旅游企业集团，公司通过集团内部采购，可以提高资源的整合能力，有效降低采购成本，提高旅游产品毛利率；上海春秋国际旅行社则是中国第一家全资创办航空公司的旅行社，通过自身直接运营航空板块实现整个集团公司商业模式和运营模式的创新，形成了独特的市场品牌。这些当前以旅游业务为主的企业，在成长过程中紧密结合交通板块，其融合发展体现出自身的运营特点。

2.2.1 实施差异化发展战略

旅游企业与航空的融合发展可以打破传统业务模式单一的发展瓶颈。面对激烈的市场竞争，传统旅游企业聚焦于与自身的发展优势和资源相匹配的细分市场，实施差异化发展发展战略。

海航旅业定位于全球旅行方式运营商，通过金融投资和创新业务带动，不断提升自身价值创造能力，为消费者提供一体化服

务、定制化服务。春秋国际旅行社创办航空公司的起因在于包机旅游业务在 2004 年的前 7 年就已达到三万航次的规模，为了加强对资源的掌控和整合，于 2005 年创办春秋航空，定位于国内首家低成本航空的发展战略，根本改变了旅行社与航空公司传统的签约和合作关系，通过市场化手段促进航空和旅游的紧密结合，为旅客提供“高安全、高准点、高服务、低票价”的高性价比服务取得了差异化成长优势。

2.2.2 构建核心竞争力

核心竞争力，是指企业或个人相较于竞争对手而言所具备的竞争优势与核心能力差异。激烈的竞争是所有旅游企业面临的严峻问题，旅游企业与交通行业融合发展中需要培育核心竞争力获得持续的竞争能力。新的环境和竞争形势要求旅游涉航企业做出适时的调整 and 改变，推出更符合游客需求的产品，才能在中市场站稳脚跟。旅游涉航企业的核心竞争力的构建关键在于通过技术研发、产品创新、营销渠道、市场应变等方面。春秋航空公司服务于低成本战略，自主研发销售系统，坚持直销模式，最大程度降低销售成本，具有自主知识产权的维修管理系统、航班运行系统、安全质量管理体系等，为本土化低成本运营模式的成功实施提供了强有力支持。

2.3 旅游与交通融合发展启示

2.3.1 宏观上把握社会脉搏

交通运输业是国家命脉之一，交通运输网络规划和建设是国家宏观部署的重要内容。

首先，无论是旅游企业还是航空运输业，在未来的融合发展上要紧密关注国家交通规划的动向，把握时代发展脉搏，寻求融合发展的契合点。近年来通航旅游的迅猛发展就是一个典型的例证，国家政策的支持是关键推动力量。未来这一领域的深入开发需要旅游业和航空运输业在国家宏观的交通规划框架下做出共同努力。

其次，当今社会变化迅速，特别是在新媒体、高新技术、金融资本的推动下，旅游业和交通运输业的融合发展要紧密关注行业发展动向，特别是其他跨界行业的参与或渗透，瞅准时机，果断决策，找准定位，满足游客需求，以应对外界尤其是跨界领域融合的竞争。

2.3.2 中观上重视同行业间的竞合

竞合已经成为常态，合作是最终的目标。交通领域涉及海陆空不同层次，航空是交通系统中的一种，在乘客出行选择中将与其他交通工具产生竞争。在不同出行距离中，航空与其他交通方式所表现出来的竞争力有一定差异。除了竞争外，不同交通系统的合作有很大的空间。依托高速铁路、城际铁路、民航、高等级公路等构建“快进”交通网络，依托城市内部的公

路、轻轨、地铁、公交车等构建“慢游”交通网络，提高旅游目的地可达性和便捷性，争取做到各种交通方式相互衔接、换乘方便，减少游客在交通上的时间和费用。

2.3.3 微观上推进协同创新

旅游和交通运输业融合发展具有高度开放性、需求导向性特征，协同创新是融合过程中创新要素充分共享与深度协作过程，是产业融合发展的内在要求和重要动力。旅游和交通运输业融合发展中的协同创新要围绕微观层次的企业或区域产业集群展开，重点落脚于产品创新、市场创新、业态创新和技术创新。从旅游企业的角度来讲，内部的协同可以提高其内部信息的交流和沟通，促进企业学习效应，解决工作中的困惑或难题，加强各个部门之间的协调，促进企业管理效率和员工的工作效率，提高在旅游产品、旅游市场营销、旅游企业管理流程等方面的创新。基于产业集群的旅游协同创新是指区域内各旅游产业子系统之间的协同和共生、自成一体、高效和高度有序化的整合，是“一体化”运作的产业集群发展方式。

2.4 未来“旅游+交通”融合发展的产品新业态

由于人力、时间、精力等因素的限制，本专题只分析了航空运输业与旅游融合发展特点。但是，当前“旅游+交通”已经呈现海陆空立体化发展态势，大众旅游时代尤其需要旅游交通领域出现更加丰富的线路、更加多元的产品、更加完善的功能。未来“旅游+交通”融合发展的产品新业态将会出现更多的表现形式，如：

- 依托于高铁、豪华列车、旅馆列车的特色旅游专列；
- 适合旅游特点的特种观光列车；
- 重点旅游城市或旅游区的低空旅游航线，包括空中游览、飞行体验、私人飞行、体育飞行等；
- 邮轮旅游港口建设；
- 自驾车旅游；
- 房车旅游。