

河北省旅游业全产业链商业模式创新研究

王彦林, 姚和霞

(河北工程大学 经济管理学院, 河北 邯郸 056038)

[摘要]河北省旅游业近年取得了长足发展,正处于深入开发和进一步升级的新阶段,然而其现有的资源禀赋型商业模式已不能适应其进一步发展的需要,培育全价值链的旅游商业模式是河北省旅游业的必然选择,而培育全价值链商业模式,一要驱动政府和市场双轮构建“良性互动、不断增值”的全产业链商业模式;二是要打造旅游业战略联盟经营模式,使旅游产业从线性向网状发展;三要开发和打造多元化品牌化旅游产品,满足不同旅游需要。

[关键词]河北省;旅游业;商业模式;全产业链

doi:10.3969/j.issn.1673-9477.2015.03.003

[中图分类号]F127

[文献标识码]A

[文章编号]1673-9477(2015)03-010-03

近年河北省旅游业发展迅速,这一方面得益于河北省内容丰富、形式多样的旅游资源,另一方面也在于社会经济增长和转型、体制改革和创新、技术进步和应用等多方面因素的推动,但根本上有赖于旅游业商业模式的不断优化和创新。

河北省旅游业近年取得了长足进展。2014年全省共接待游客3.15亿人次,旅游总收入2561亿元,比上年度分别增长16.15%和27.43%^①,充分体现了文化产业逆势增长的特点。景区面貌品质改造提升明显,自2011年至今河北省政府投入2.48亿元专项资金撬动社会资金39亿元用于景区硬件改造,涌现出了野三坡、白石山、娲皇宫、崇礼滑雪等一大批全国叫得响的精品景区。以“诚义燕赵、胜境河北”为核心的市场宣传营销持续加强,旅游市场日益活跃和规范,尤其是在京津冀协同发展的大框架下,河北旅游业与北京和天津的全方位一体化对接合作正在紧锣密鼓地准备启动中。河北旅游业发展潜力巨大且面临前所未有的良好机遇。

同时,应当看到与旅游业发展较好的省域相比,河北省旅游业还存在很大差距^②,制约河北省旅游业发展的不利因素和问题依然突出。这主要体现在:

(1)旅游景区文化内涵和品牌竞争力有待提升。“燕赵大地都是景区”,但目前河北省旅游业整体品质、数量及其在全国中的地位与其所拥有旅游资源还不相称,其旅游资源还没有得到完全系统地有效整合和利用,对旅游景点文化内涵的挖掘还有较大空间。

(2)“吃、住、行、游、购、娱”旅游服务链条有待进一步延伸和深化,尤其是“购”和“娱”仍然是短板,旅游商品研发水平低,旅游娱乐产品少,

这直接影响旅客逗留时间和过夜率,进而造成旅游人数增长快而旅游收入增长慢,影响旅游业的质量和效益。(3)旅游业基础配套设施与旅游公共服务体系建设滞后。河北旅游交通设施基本完备,但航空和海上客运交通严重滞后,坐落在“两山”(燕山、太行山)中的部分景区道路标准低、不通畅,“太行山高速”还未全面开工建设,连接重点景区(4A以上)之间的道路还需提高标准和缩短距离。一些景点的餐饮、住宿、娱乐等配套设施建设急需提高标准。(4)旅游管理体制不完善、机制不灵活。一些重点旅游市县还尚未形成与旅游综合产业特征相适应的管理体制,部分重点景区条块分割、多头管理的问题突出,面向市场的旅游投融资机制建设还不完备。(5)旅游业管理、创意、营销和服务人才匮乏。随着旅游热的兴起,旅游人才特别是高级专业人才短缺问题日益凸显,已经成为制约旅游业进一步发展的瓶颈。(6)国内尤其是周边省市旅游市场竞争日趋激烈。

分析河北省旅游业的积极和消极方面,不难发现形成这种情势的关键在于其资源禀赋型的商业模式和发展方式。良好的资源禀赋为河北省旅游业的发展奠定了坚实的基础条件,同时资源禀赋的路径依赖又制约了河北省旅游业的进一步开发和升级。

二

资源禀赋型的旅游业商业模式,是以自然生态资源或文化历史遗存等有形或无形的旅游资源为核心而构建的价值创造、传递、获取的路径和方式。这种商业模式在旅游业发展的初期是适宜的也是必要的。旅游作为一种综合性的以精神需要满足为目的的审美、娱乐活动,本质上是人们追求愉悦、追

[投稿日期]2015-06-17

[基金项目]2013年度河北省科技计划项目(编号:134076182D);2015年度河北省人才培养工程资助经费项目:互联网和大数据背景下文化产业商业模式创新研究一以河北省为例

[作者简介]王彦林(1973—),男,河北肥乡人,教授,博士,研究方向:公共经济、文化经济研究。

求美、追求自由的过程。很难想象没有自然生态资源、文化历史遗存等旅游客体而能获得愉悦感、美感和自由感，所以旅游业的兴起必须有必要的旅游资源禀赋。河北省旅游资源丰富，拥有“红、黄、蓝、绿、白”五色旅游品牌^③，全省开放景区 600 多家，其中 4A 级以上景区 123 家，星级饭店 472 家，旅行社 1400 多家，特色旅游商品、纪念品近 300 多个系列；旅游社会条件优越，全省 7287 万人口，单是毗邻七省、直辖市和自治区就有约 3.26 亿人口，旅游客源市场充盈；旅游交通设施较为完善，公路、铁路、机场、高铁、高速公路等密度高，运载能力较强；河北省委省政府高度重视旅游业发展，政策法规较为完善；一批地域特色旅游品牌已有一定的知名度，旅游业资源丰富的市县都有自己的特色旅游产品，避暑山庄、坝上草原、秦皇岛海滨旅游等每年都吸引了大量海内外游客。可以说河北区位优势，历史悠久，古迹众多，风景秀美，客源丰富，交通便利，政策支持，良好的资源禀赋是河北省旅游业快速发展的前提和基础。

然而旅游业的繁荣单是旅游资源丰富、禀赋良好还远远不够，关键是要有科学、适宜、可持续的商业模式。随着人们对工作和生活品质要求的提高，在信息化、网络化技术支撑下，人们的需求更加个性化和多样化。现代旅游在休闲、审美、娱乐的基础上越来越展现出大众性、参与性、体验性、交互性的特征，这就使旅游与科技、资本以及其它产业渐趋融合，呈现出跨界融合的趋势。在旅游市场日益竞争激烈的形势下，谁率先顺应这些变化，谁在竞争中就会处于有利地位。河北省旅游业的现状和问题、资源禀赋和发展潜力决定了要做大做强，必须在相对单一的资源禀赋型商业模式基础上创新出全产业链商业模式。

全产业链商业模式是一种系统、有机、整体的商业模式，是围绕核心业务，在相互关联的专业化产业链之间通过物流、人流、资金流和信息流的共享、交换、互动与协同而实现价值创造、传递和获取的商业模式。全产业链商业模式是现代科技进步与当代经济发展耦合的必然结果，是当今最为典型的商业模式之一，它实现了从价值链向价值网、从内部价值向外部价值、从有形价值向无形价值、从现有价值向未来价值的转变，具有降低交易成本和风险、形成品牌聚合效应、合理配置资源和贴近市场进而提高企业利润点的突出优势。

旅游业的全产业链商业模式，是基于旅游产业集群或者旅游企业集群要求而形成的旅游业的运营形式，实质上是围绕旅游产品的游客体验价值的创

造、开发、营销而形成的不同业态之间、同一业态不同产业链之间以及同一产业链的上下游之间，在产品、资金、人员、服务和信息等环节纵向或横向的一体化运营。全产业链商业模式是现代旅游业发展和壮大的必然选择，培育全产业链商业模式是河北省旅游业进一步升级和发展的战略抉择。

三

培育全产业链商业模式是一个系统工程，它与区域经济发展水平、社会经济体制、旅游资源禀赋、旅游管理体制甚至思想解放程度等诸因素关系密切且相互影响。从河北省旅游业当前实际情况出发，培育全产业链商业模式，应主要从以下三个方面着手。

第一，驱动市场和政府双轮，构建旅游业“良性互动、不断增值”的全产业链商业模式。“良性互动、不断增值”是全产业链商业模式的本质要求，它要求市场和政府协同构造。旅游业资源配置首先要让市场起决定作用。旅游企业可通过市场杠杆和手段，进行项目融资、债券发行、产权置换、股票上市等多种方式筹措资金。在旅游项目的开发上注重社会资本的注入和运营。蔚县暖泉古镇景区引进北京中信 50 亿元投资旅游开发，磁县磁州窑文化创意产业园在磁县溢泉湖景区由众诚经贸有限公司投资 11 亿进行开发，都是非常有益的尝试。另外，旅游业涉及 100 多个行业，统筹规划、运营管理、资源配置等需要政府高度统一决策，地方政府尤其是“一把手”的重视和推动往往对地方旅游业的兴起起着非常重大的作用。政府要加大政策支持、引导、鼓励力度，围绕旅游业全价值链的构建，通过制定规划、专项资金、税收减免、信贷支持、贷款贴息、差别用地、提供设施、专项奖励等政策激励和规范旅游业的发展。如娲皇宫、崆山白云洞等景区政府推动的效果就非常明显。引进国内外大型知名品牌的管理人员和管理模式，“傍大款”、复制和创新著名景区成功经验是旅游业迅速崛起的重要途径。通过市场和政府的双向推动有利于全产业链的迅速构建。这里需要特别注意的是注意市场和政府合力推动与二者边界的界定。政府作用应限定在“市场（企业）所不能（如投资额过大）、不愿（如缺乏私人效益）的旅游项目领域”，而市场（个人或企业）可在其能做、愿做且无损效率的旅游项目领域运作。

第二，打造旅游业战略联盟经营模式，使旅游产业从“线性”模式向“网状”模式发展。目前，河北省的旅游业缺少集团经营，战略联盟薄弱，旅游企业间的核心服务质量扩散能力较差，距离形成全产业链商业模式还有较大差距。从旅游业的发展

趋势和规律看,旅游业会从单体企业向链条式网络状企业群纵深化发展,从一地经营向跨区域跨国度经营横向发展,从链条化企业向跨行业并购和战略联盟转型。景区、旅行社、酒店、运输公司、旅游零售批发商、餐饮业、康乐业以及其他相关行业(如旅游地产等)组成企业联盟网络,共享信息资源、互利互惠,现已成为做大做强旅游业的必然选择。河北省旅游业应当抓住这个历史机遇,以全价值链商业模式为目标,通过资产重组、收购、兼并等形式,将旅游行业的“吃、住、行、游、购、娱”六大要素按产业链重新组合,采取规模化、集约化、板块化的运营模式,逐步形成并完善旅游产业链集群,使整个旅游产业的运行方式从以单个旅游企业为主体的“直线型”经营体系向以旅游目的地多家服务商为主体的纵横“网络式”经营体系转型。

第三,开发和打造多元化、品牌化旅游产品,满足旅客多样化、层次化、个性化的需要。这是打造全产业链旅游商业模式内在必然要求。旅游产品作为旅游业的核心要素,其策划、运营、营销等项目开发的创意和方法、技术和模式、广度和深度等决定着旅游业的质和量。根据游客求美、求新、求奇、求异的消费心理和现实需要,以顾客体验为导向,重视市场驱动力,开发具有时代性和超前性的多样化、层次化、个性化的旅游产品。旅游产品的开发不仅包括旅游项目、旅游线路和旅游产品结构的优化,还包括产品种类的增加、服务质量的提高、旅游大环境的完善、产品品牌的提升和旅游形象的构建等。当前,河北旅游相关单位有必要细分游客群体的文化特点和旅游偏好,将以往单一的观光旅游向观光旅游、休闲旅游、度假旅游、生态旅游、

商务旅游、会展旅游、体验旅游、影视旅游、主题旅游,甚至探险旅游、科考旅游、研学旅游等多元化旅游转型。另外,适应移动互联推动,建设智慧景区也是现代旅游业的现实需要,要积极推进智慧景区规划、WIFI 网络建设,在此基础上推进旅游业的智慧服务、智慧营销、智慧管理,打造智慧旅游品牌。

注释:

- ①http://hebei.hebnews.cn/2015-01/30/content_4514904.htm.
- ②2014年河北省与周边直辖市、省的旅游总收入就有一定差距,河北旅游总收入2561亿元,而北京4280亿元,山东6000亿元,山西2846.51亿元,河南4366.2亿元(资料来源:<http://www.dotour.cn/article/11908.html>)。
- ③“红”指西柏坡、129师、冉庄地道战等红色旅游;“黄”指避暑山庄、清陵等皇家旅游;“蓝”指北戴河海滨、昌黎黄金海岸等海滨旅游;“绿”即太行山、中都草原等生态旅游;“白”崇礼滑雪等冰雪旅游。

参考文献:

- [1] 马勇,王宏坤.基于全产业链的我国文化旅游发展模式研究[J].世界地理研究,2011(12):12-14.
- [2] 张立波,陈少峰.文化产业的全产业链商业模式何以可能[J].北京联合大学学报(人文社科版),2011(11):27-29.
- [3] 杨玲.现代旅游业的业态多样化及其演进动力[J].新经济,2014(8):19-22.
- [4] 许秋红,李新春.我国旅游企业战略联盟初探[J].学术研究,2003(8):36-38.
- [5] 陈少峰,张立波.文化产业商业模式[M].北京:北京大学出版社,2011.

[责任编辑 陶爱新]

Innovation research on business models of the whole tourism industry chain in Hebei province

WANG Yan-lin, YAO He-Xia

(School of Economics and Management, Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

Abstract: Tourism industry has made considerable progress in Hebei province since recent years, which stays in the new stage of further development and escalation, but the existing resource-oriented business model cannot adapt to the further development demand, therefore, in Hebei Province it is the inevitable choice for tourism industry to cultivate the entire value chain business model. The cultivation of the whole value chain business model needs a series of measures: firstly, it is urgently for government and market to establish the whole industrial chain business model of “virtuous Interaction” and “constant Value Increment”; What’s more, build a strategic alliance tourism business model, promote the development of the tourism industry from linear to network; additionally, develop and build a diversified brand of tourism products, so as to meet the different demands of tourism.

Kew words: Hebei province; tourism; Business Model; whole tourism industry chain