

数字文旅专业系列教材 · 教学课件

从 0 到 1 进行旅游产品创新与创业

第 2 章 旅游产品的概念演进与创新类型

授课对象：安顺学院旅游管理学院 · 旅游管理专业本科生

主讲：祝刚

本章导览

- 2.1 旅游产品的定义与构成要素
- 2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进
- 2.3 旅游产品创新的五大类型
- 2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 掌握 2.1 旅游产品的定义与构成要素的核心概念与方法
- 掌握 2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进的核心概念与方法
- 掌握 2.3 旅游产品创新的五大类型的核心概念与方法
- 掌握 2.4 全球旅游产品创新趋势扫描的核心概念与方法
- 能够结合文旅实际案例分析本章知识的应用场景

01

2.1 旅游产品的定义与构成要素

2.1 旅游产品的定义与构成要素

- 旅游产品是一个多维度的复合概念，其内涵随着产业发展和学术深化而不断丰富。从学术视角来看，旅游产品有广义和狭义之分。

2.1 旅游产品的定义与构成要素

- 狭义的旅游产品指旅游企业为满足游客需求而提供的具体服务或实体，如一条旅游线路、一个景区门票、一项体验活动等。

2.1 旅游产品的定义与构成要素

- 广义的旅游产品则是指旅游目的地向游客提供的全部旅游经历的总和，包括吸引物、设施、服务、交通和信息等要素的有机组合。

2.1 旅游产品的定义与构成要素

- Cooper 等（2008）提出的旅游产品构成模型将其分为核心产品、有形产品和附加产品三个层次。核心产品是旅游产品的基本功能——满足游客“逃离日常、获得体验”的根本需求；

2.1 旅游产品的定义与构成要素

- 有形产品包括旅游线路、景区设施、住宿条件等可感知的具体要素；附加产品则涵盖预订便利性、售后服务、信息支持等增值内容。

2.1 旅游产品的定义与构成要素

- 这一层次模型为旅游产品创新提供了清晰的思考框架——创新可以发生在任一层次，但不同层次的创新对市场的影响力和持久性各不相同。

2.1 旅游产品的定义与构成要素

- 知识卡片：旅游产品的不可分离性（Inseparability）是指旅游产品的生产和消费同时发生，游客必须亲临现场才能完成消费。

2.1 旅游产品的定义与构成要素

- 这一特性使得旅游产品的质量控制比实体商品更加复杂，也为体验式创新提供了空间。

02

2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进

2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进

- 中国旅游产品的发展经历了清晰的代际演进，每一代产品都折射出特定时期的社会经济背景和消费需求特征。

2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进

- 第一代：观光旅游产品（1980s-1990s）。以“看景点”为核心，产品形态主要是“景点门票 + 导游讲解”。这一时期旅游产品以供给为导向，目的地有什么资源就开发什么产品，游客的选择空间有限。

2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进

- 产品同质化严重， " 上车睡觉、下车拍照 " 成为典型写照。

2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进

- 第二代：休闲度假产品（2000s-2010s）。随着居民收入提升和带薪休假制度推行，旅游产品从“看景点”转向“住下来”。度假村、主题酒店、温泉旅游等产品形态兴起。

2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进

- 产品的核心价值从视觉观光转向身心放松，停留时间延长，消费深度增加。

2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进

- 第三代：体验互动产品（2010s-2020s）。体验经济理念深刻影响了旅游产品开发。沉浸式演出、文化体验工坊、剧本杀旅游、研学旅行等产品形态涌现。

2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进

- 游客不再是被动的观赏者，而是主动的参与者甚至共创者。产品的价值不仅在于 " 看到了什么 "，更在于 " 做了什么 " 和 " 感受到了什么 "。

2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进

- 第四代：数字化融合产品（2020s 至今）。数字技术与旅游产品的深度融合催生了全新一代产品。AR 导览、虚拟旅游、AI 旅行管家、元宇宙文旅等形态出现。

2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进

- 这一代产品的特征是 " 虚实融合 "—— 物理空间和数字空间的边界模糊，旅游体验的时空维度被极大拓展。

03

2.3 旅游产品创新的五大类型

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 旅游产品创新并非单一维度的活动，而是涵盖多个层面的系统性工程。本书将旅游产品创新归纳为五种类型，构成一个完整的创新光谱。

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 产品创新指创造全新的旅游产品形态或对现有产品进行根本性改造。例如，将传统古村落改造为沉浸式文化体验目的地，或将博物馆从 " 展示空间 " 转变为 " 互动叙事空间 "。

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 产品创新是可见度最高、市场冲击力最强的创新类型。

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 服务创新聚焦于旅游服务流程和方式的革新。例如，利用 AI 技术实现 24 小时多语言智能客服，或通过移动应用实现无接触入住和退房。服务创新不一定改变产品本身，但显著提升了游客的服务体验和便利性。

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 流程创新关注旅游产品生产和交付过程的优化。例如，利用大数据优化景区客流管理，或通过智能调度系统提升旅游巴士的运营效率。

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 流程创新通常是 " 后台 " 创新，游客未必直接感知，但直接影响产品的成本结构和运营效率。

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 营销创新指旅游产品推广和销售方式的革新。短视频营销、直播带货旅游产品、KOL/KOC 合作推广等都是近年来营销创新的典型表现。营销创新改变了产品与用户的连接方式，对产品的市场表现有直接影响。

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 商业模式创新是最具颠覆性的创新类型，它改变了旅游产品创造价值和获取收入的方式。例如，从 " 门票经济 " 转向 " 二次消费驱动 "，或从 B2C 模式转向 C2B 定制模式。

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 商业模式创新往往伴随产品、服务和流程的系统性变革。

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 知识卡片：创新的五种类型并非相互独立，而是相互关联的。成功的旅游产品创新通常是多种类型创新的组合。

2.3 旅游产品创新的五大类型

- 例如，Airbnb 同时实现了产品创新（住宿体验的去酒店化）、服务创新（信任机制和评价体系）、流程创新（在线匹配和交易流程）和商业模式创新（共享经济模式）。

04

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 全球旅游产品创新呈现出几个值得关注的前沿趋势。

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 可持续旅游产品正在从概念走向主流。联合国世界旅游组织（UNWTO）将可持续旅游定义为 " 在充分考量当前及未来的经济、社会和环境影晌的前提下，满足游客、产业、环境和东道主社区需求的旅游 "。

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 碳中性旅行、社区参与式旅游、零废弃度假村等产品概念正在全球范围内涌现。欧盟已将可持续旅游纳入绿色协议框架，为相关产品创新提供政策支持。

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 健康与康养旅游在后疫情时代迎来爆发式增长。全球健康研究所（GW I）报告显示，康养旅游市场预计到2025年将达到9190亿美元规模。

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 温泉疗愈、森林浴、瑜伽静修、中医养生等产品形态吸引了大量追求身心健康的旅行者。

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 微度假与近郊旅游成为城市居民的高频消费选择。工作节奏加快和远程办公普及使得 " 短途、高频、轻量 " 的旅游产品需求旺盛。城市周边的精品民宿、露营地、乡村体验等产品形态快速发展。

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 技术驱动的沉浸式体验持续突破想象边界。迪士尼推出的 " 星球大战：银河星际巡洋舰 " 项目将沉浸式体验推向极致——游客在两天一夜的体验中完全沉浸在星球大战的叙事世界中，每一个选择都会影响故事走向。

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 这类产品代表了旅游与娱乐深度融合的前沿方向。

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 参考文献

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- [4] Cooper C, Fletcher J, Fyall A, et al. Tourism: Principles and practice[M]. 4th ed. Harlow:

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- Pearson Education, 2008.

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- [5] UNWTO. Making tourism more sustainable: A guide for policy makers[R]. Madrid: World Tourism

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- Organization, 2005.

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- [6] Hjalager A M. A review of innovation research in tourism[J]. Tourism Management, 2010, 31(1

2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

-): 1-12.

- ◆ 2.1 旅游产品的定义与构成要素
- ◆ 2.2 从观光到体验：旅游产品的代际演进
- ◆ 2.3 旅游产品创新的五大类型
- ◆ 2.4 全球旅游产品创新趋势扫描

- 1. 简述 2.1 旅游产品的定义与构成要素的核心内容。
- 2. 结合贵州 / 安顺文旅实际，举例说明本章知识的应用。
- 3. 小组讨论：本章内容对旅游管理专业学习的启示。

谢谢聆听 · 下章再见

安顺学院旅游管理学院 · 数字文旅专业系列教材