# 基于新技术—经济范式的旅游业发展与变革

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2025-01-26

*摘 要：在信息技术 影响 下， 旅游 业在 应用 新技术、技能提升以及结构重组等方面都发生了巨大的变化。文章引入技术 经济 范式这一概念，即一定 社会 发展 阶段的主导技术结构以及由此决定的经济生产的范围、规模和水平，以 分析 旅游业中市场...*

摘 要：在信息技术 影响 下， 旅游 业在 应用 新技术、技能提升以及结构重组等方面都发生了巨大的变化。文章引入技术 经济 范式这一概念，即一定 社会 发展 阶段的主导技术结构以及由此决定的经济生产的范围、规模和水平，以 分析 旅游业中市场变化、产品更新、劳动技能改进、技术创新、组织形式、产业结构、消费模式等方面变化的 规律 性特征，并由此 总结 出旅游业从基础 理论 的丰富到传统旅游 企业 改造、 网络 旅游服务公司兴起等具体实践领域发展的总体趋势。

关键词：技术经济范式；旅游业；新经济

随着 科学 技术的发展，社会的经济结构和增长方式发生了很大的变化，旅游业也不例外。众多的高新技术被应用于旅游业中，使旅游业呈现出了前所未有的新面孔。但是，旅游业究竟发生了什么样的变化？这些变化有无规律可言？旅游业又会朝着哪一个方向发展？有没有一种理论来解释并指导旅游业的发展？ 目前 学界的 研究 多从旅游业表面的变化或细节的改变来进行，而较少触及促进并支撑其发展的内在动因这一层面。我们认为，如今覆盖整个经济系统的“新经济”，其实质是新的技术经济范式带来了整个经济结构和系统的变革，从而由表及里地促使旅游业从应用新技术、技能提升到结构重组，社会支持甚至基础理论都出现了新的变化。

一、技术经济范式

（一）技术经济范式的含义

技术经济范式意味着常规，而技术经济范式变迁的过程就是打破常规和建立新范式的过程，技术创新是技术经济范式发生变化的主要原因，技术经济范式即一定社会发展阶段的主导技术结构以及由此决定的经济生产的范围、规模和水平。整个社会经济的发展就是不断打破原有范式、建立新范式的动态调整的过程。

（二）技术经济范式的特征

1.关键生产要素。弗里曼率先提出，在技术经济范式变迁的过程中，关键生产要素起到至关重要的作用。关键生产要素具有以下几个特征：低成本；无限的供应能力；可使用性和广泛的应用前景。在新经济这一新的技术—经济范式条件下，关键生产要素集中体现为信息技术。

2.新技术经济范式的特征。从生产者角度，在厂商和工厂水平上，逐渐出现一种新的“最切实可行的”组织形式。同时出现更多地利用新关键要素的产品，此外，劳动力的技能状况也正在发生改变。企业组织形态上，新发明家—企业家型的小厂商进入到新的迅速扩张的经济部门，并且在某些情况下开创全新的生产部门。大厂商则通过迅速发展或经营多样化，集中于最充分利用关键生产要素的经济行业。从消费者角度，人们的商品和服务消费模式正在发生改变。从社会环境和支持角度，出现了新的投资模式和投资市场，同时，新的基础设施投资和建设的高潮正在进行中，新的发展观———可持续发展观已经被越来越多的人接受。

二、基于新技术—经济范式的旅游业发展趋势解析

众所周知，信息技术成为当今社会发展的主要推动力，那么，信息技术在旅游业中究竟扮演了什么样的角色呢？本文拟从新的技术—经济范式特征的角度对旅游业发展的趋势作一分析。由于旅游业涉及范围太广，为使分析更有针对性，故侧重于旅行社、酒店等旅游企业类型。

（一）新的组织形式：现在被广泛倡导的组织扁平化、流程再造同样体现在旅游业中

国外旅行社的垂直分工体系为我国旅行社业的改革提供了思路，即旅游经营商（旅游批发商）———旅游零售商（旅游代理商），我国的旅行社组织结构以及分类体系存在着很大的问题，难以实现规模效益，充斥着价格战的阴影，行业整体利润低下，急需改革。饭店业亦在进行着组织扁平化的改革，压缩管理层次，增加信息流畅的程度，在很大程度上提高了组织效率。其他相关的旅游业组织结构，如旅游管理部门、景区景点亦不同程度地进行了组织形式的变革。

（二）充分利用新的关键要素的产品：即虚拟旅游

被广泛接受的旅游的定义为：旅游是非定居者的旅行和暂时居留引起的现象和关系的总和（艾斯特定义），其重要特征便是异地性和生产消费的同时性。但如今，在信息技术的支持下，这一模式发生了重大转变，旅游景区通过信息技术实现其资源的网络化，旅游者可通过互联网欣赏美景，配以文字、声像解说，可以获得身临其境的体验；传统的旅游产品消费模式发生了彻底转变。

（三）新的劳动技能

经济人—社会人—复杂理性人—全面发展的人的人性假设，证明了我们对人的认识的逐步加深。“人”已经成为知识经济 时代 的重要资源，知识的主要承载体，各行各业都由人事部转向了人力资源管理，加强员工培训，制定员工发展计划；专业研究方面也在人力资源的问题上广泛开展。旅游业中亦是如此。因为旅游业素来存在就业门槛相对较低的状况，因此应更加注重员工素质的提高和人力资源的管理，旅行社、酒店、管理部门等都在进行这一方面的改善和进步。

（四）充分利用新关键要素的根本性、渐进性创新

这一特征强调利用信息技术产生的应用性 科技 成果。这里仅举几例以作说明。DMS（旅游目的地营销系统），一种旅游信息化应用系统，它以互联网为平台，结合数据库技术、多媒体技术和网络营销技术，把基于互联网的高效旅游宣传营销和本地的旅游服务有机地结合在一起，为游客提供全程的周到服务，可以极大地提升目的地城市的形象和旅游业的整体服务水平。GPS（全球定位系统）和PDI实现旅游过程中服务的自动化，如地理位置的确定、解说服务等。CRM（客户关系管理）为旅游企业的定制化服务提供了条件，便于对顾客实现全面管理和完全的个性化服务。

（五）小企业大量出现并构成一个新的产业部门

这里的小企业并非指其本质特征，而是指其在成立之初的状态，一般情况下，这种企业有着强大的生命力，会在经济浪潮中争得一席之地，并最终可能成为中流砥柱，如微软等。在旅游业中则重点体现在旅行社的分工体系上，旅游代理商或旅游零售商发挥着这样的作用。即众多的小旅行社“通过内部改造或增设的方式，在全国范围内实现网络化，成为旅行社业面向旅游者的窗口。旅行社的网络化实际上是由旅游需求的特点决定的”，因为随着社会经济的发展和人们受 教育 水平的提高，旅游需求在我国已经普及，其结果是旅游需求可能在任何一个地方产生，为了便于消费者的需求和购买，旅游社营业的场所必须设立于消费者便于购买的所有地方，即所谓的网络化布局，这必然需要众多的小旅社进行代理或零售的改造。当然，这只是一种可能的有效的发展模式，其实现还将需要一个长期的过程。

（六）大 企业 通过迅速扩张或经营多样化集中于生产和 应用 关键要素密集的部门

体现在 旅游 业中即是大型旅游集团即旅游经营商的形成。旅游经营商是指在旅游业中购买 交通 、住宿以及独立的服务要素并将其组合成套，然后直接或间接向顾客销售的企业。旅游经营商要解决的中心 问题 是规模 经济 ，在成为真正意义上的经营商之后，其基本业务包括产品开发、市场开拓和旅游接待，而销售业务则主要由数量众多的中小旅行社代理或零售，这期间需要强大的 网络 技术支持。大型的旅游经营商把全部资源集中于相互联系的旅游业务中，势必会提高自身和整个行业产品开发和市场开拓的力度，提高总体接待质量，旅行社行业也因此避免了很多分散的重复劳动和相应的不规模竞争而减少资源耗费。体现在酒店业中即是酒店的集团化经营。伴随着国际酒店业竞争的激烈，我国日益参与到国际竞争中，这对我国酒店的传统 发展 模式提出了挑战，要求我们以国际上成功的酒店运作模式———酒店集团化为指导，进行相关的符合我国实际情况的改革，以适应形势的变化和提高效益。

（七）形成新的商品和服务的消费模式：网上消费

在旅游业中主要有以下几种模式。旅游 电子 政务：金旅工程，是 中国 旅游业的信息化系统工程，通过内部办公网、管理业务网、公共商务网建设和完善政府系统办公自动化网络和面向旅游市场的电子商务系统，与之对应，旅游企业和旅游从业人员及消费者都可以以网络为工具便利消费和获得服务。网络旅游服务公司：一种新型的旅游服务公司，以携程、易龙为代表，通过网络实现酒店预订、机票预订、度假预订、商旅管理等传统旅游企业的职能，日益成为中国旅游市场上的一支劲军；这类网络旅游服务公司业务量的不断攀升也说明了人们消费方式的转变。旅行社、酒店、景区、航空公司的自主经营网站：各旅游服务企业纷纷通过建立网站强化营销攻势，提升形象，提高竞争力。

（八）新的投资模式和投资市场

在整个经济范围内最明显的体现便是风险投资。在旅游业中则是出现了新的投资市场———旅游地产。虽然 目前 关于旅游地产的讨论比较多，但对于旅游地产的概念如何界定，业界仍然存在不少分歧。目前市场上比较认可的一种观点认为，旅游地产包含四类：第一类是旅游景点地产，主要指在旅游区内为游客活动建造的各种观光、休闲、娱乐等非住宿性质的房产；第二类是旅游商务地产，主要指在旅游区内或旅游区旁边提供旅游服务的商店、餐馆、娱乐城建筑物及关联空间；第三类是旅游度假地产，主要是指为游客或度假者提供的、直接用于旅游休闲度假居住的各种类型的地产，如度假村、产权酒店等；第四类是旅游住宅地产，主要指与旅游区相连接的各类住宅建筑。5+2的生活工作方式、新的法定休假制度及带薪假期的推行，为生活节奏越来越紧张的人们提供了难得的休闲放松时间。“假日经济”已成为人们耳熟能详的一个名词。一批批颇具特色的旅游住宅、产权式酒店、酒店式公寓在市场上连连走红，就是一个佐证。

（九）形成新的基础设施投资和建设高潮

这里的基础设施不同于传统意义的邮电、通讯、交通等基础设施建设，它是指信息高速公路。它通过信息高速通道、信息资源、信息处理与控制对 社会 产生了深远的 影响 ， 自然 波及旅游业。此外，一批针对旅游企业的各种新式应用软件不断涌现，成为旅游业特有的基础设施建设高潮。

（十）新的发展观：可持续旅游发展

三、结论

从以上 分析 可以看出，适应新的技术—经济范式，旅游业的发展呈现出以下几大趋势。

（一）旅游基础 理论 的丰富

虚拟旅游的出现对传统旅游的定义提出了质疑；网络营销理论丰富了传统的营销理论，网络营销的兴起要求对旅游者的心理与行为有更深层次的认识；自助导游系统改变了传统的旅游业高接触性的特征。

（二）传统旅游企业的改造

包括旅行社分工体系的调整，酒店的集团化和国际化经营，景区的产权改革等。

（三）网络旅游服务公司的兴起

携程旅游服务公司以其不同于传统旅游服务公司的全新经营模式在竞争极度激烈的市场中迅速占领了行业制高点，开创了一种全新的经营理念。携程与信息技术的结合，可以说是新的技术经济范式在旅游业中的最好体现。

综上所述，在新的技术—经济范式条件下，由于信息技术的普及，旅游业自然也处在了新的范式条件下，这要求旅游业从其基础理论，到商业模式、战略管理，到具体的操作方式都要有一个大的转变，只有这样，才能适应 时代 发展的潮流，才能在新的社会条件下顺利实现行业转变和进步。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找