

珠三角地区中小型民营企业奖励旅游的发展现状调查及启示

◆陈莹婷 张恩桦 蔡佩珊 彭彩凤

（华南理工大学广州学院）

摘要：奖励旅游起源于 20 世纪 20 年代的美国，它是协助企业达到特定的目标，从而对企业的发展做出或即将做出贡献的优秀人员进行旅游奖励的一种以激励为目的的现代管理手段。本文根据调研结果，研究我国珠三角地区中小型民营企业奖励旅游发展的现状并将其与国外企业的奖励旅游发展作对比分析，了解和指出其发展潜力和不足，并提出相关建议，以促进国内奖励旅游行业的发展。对珠三角地区中小型民营企业奖励旅游的发展现状调查，本项目小组主要采用问卷调查、人物采访以及查阅文献等形式进行。关于问卷统计，纸质版问卷发出 300 份，收回 246 份，同时线上问卷收回 80 份。在此次项目中，本小组采用的定量方法为统计方法（选择 5 个度之间的等距，而 5 个度的赋值情况为：评定值高于 3 为肯定态度，评定值等于 3 为中立态度，评定值低于 3 为否定态度）分别对企业采用的奖励方式对企业发展效果的提高和奖励旅游过程中的重要因素进行赋值，取了分权平均数，同时一部分数据采用百分比统计。

关键词：奖励旅游；珠三角地区；中小型民营企业；发展现状

1. 奖励旅游概念界定

奖励旅游起源于 20 世纪 20 年代的美国，发展至今已有 90 多年的历史了。根据《会展管理与服务》可知，奖励旅游是一种旅游奖励，一般是一次全包豪华旅游——作为刺激提供给工作特别努力和达到项目赞助规定标准的员工和客户。而国际奖励旅游管理者协会对奖励旅游的定义是“奖励旅游是一种向完成了显著目标的参与者提供旅游作为奖励，从而达到奖励目的的一种现代管理工具”。

因此，奖励旅游是协助企业达到特定的目标，从而对企业的发展做出或即将做出贡献的优秀人员进行旅游奖励的一种现代管理手段。从国外的实践经验来看，奖励旅游具有的特征有：高消费、高档次、高要求；奖励旅游效用显著；利润高、季节性不强；会议型奖励旅游成为趋势。因此，现如今奖励旅游越来越受世界旅游业和企业的普遍关注。它使受奖者有一种新的荣誉感和自豪感，从而激励员工的积极性，增强他们对企业文化的认同，有利于企业员工、上下级之间的沟通与交流，从而提高客户的忠诚度和企业凝聚力，有利于企业形象的市场宣传。此外，杜媛（2016）认为，奖励旅游属于会展旅游的一种方式，其发展能促进旅游业的整体发展。奖励旅游的高端性有助于增加旅游企业的利润，拉动旅游目的地的发展。奖励旅游涉及到旅游、餐饮、住宿、娱乐、交通等行业，因此能带动当地相关行业的发展。同时，奖励旅游产品的设计要求高于普通旅游产品，一些创意性的旅游线路及产品设计能促进旅游业的发展及旅行社整体水平的提升。

2. 国内外奖励旅游的发展

2.1 国外奖励旅游的发展与现状

奖励旅游于 20 世纪 20 年代起源于美国，于 20 世纪 90 年代至今作为一种有效的企业管理手段被纳入企业的管理系统。作为一种管理工具和激励手段，奖励旅游对企业及旅游业的发展有着重要的影响。世界一些发达国家如美国、德国、英国等国家的奖励旅游发展已经进入了成熟阶段。英国、德国、意大利和法国是奖励旅游最主要的国家，占总收入的 90%。随着经济的复苏，就中期而言，欧洲奖励旅游市场每年将以 3—4% 的速度增长，基本与世界旅游市场同步发展（刘士军，1997）。

2.2 中国奖励旅游的发展

自改革开放以来，欧美盛行的奖励旅游观念开始在中国传播。同世界奖励旅游的发展对比，中国的奖励旅游还处于发展阶段。因此，我国奖励旅游的发展前景广阔，市场有待开拓与完善。随着行业的发展，在我国，一些专业的奖励旅游机构也开始建立，例如始于 2005 年的北京国际商务及会奖旅游展览会（CIBIM）已成为中国境内最大、最成熟的会议及奖励旅游国际专业展览会，为国际领先的会奖服务供应商和具有强大购买力的买家打造终极的商谈平台，买家负责在中国、亚洲乃至全球范围组织会议活动及商务旅行。2018 年 9 月 12—13 日，第十三届北京国际商务及会奖旅游展览会已在中国北京国家会议中心成功举行。中青旅会展成立于 2002 年，一直致力于为政府、社团、企业等集团客户提供包括会议与奖励旅游、国际会议组织管理、市场活动管理、公关传播、广告、展览、体育营销在内的整合营销服务。此外，杭州市会议与奖励旅游行业协会成立于 2011 年，从事策划和组织实施会奖旅游的主题活动。

2.2.1 珠三角地区中小型民营企业奖励旅游的发展

由于毗邻港澳台及面向东南亚，自我国实施改革开放政策以来，珠三角地区得到了改革开放的先机，最早建立了社会主义市场经济体系和融入了国际经济体系的探索，经济发展十分迅速，同时也带动了珠三角地区旅游业的发展。但同时，珠三角地区旅游业的发展仍存在许多不足之处，如区域发展不平衡，主要都市如广州和深圳的旅游业繁荣，而肇庆中山等地的旅游业发展相对落后。

下图为珠三角中小型民营企业员工对企业奖励方式效果的看法：

17.您觉得下列措施对你的工作积极性的提高效果如何？（选）							
题目/选项	没有效果	效果很小	效果一般	有些效果	很有效果	加权平均数	
奖励旅游	3	3	33	151	136	4.28	
上级表扬	4	27	78	166	51	3.71	
荣誉颁奖	6	13	69	157	81	3.9	
晋升职位	4	1	8	72	241	4.67	
发放奖金	1	1	6	104	214	4.62	
发放实物礼品	2	4	37	148	135	4.26	

表 1

根据问卷调查数据显示，奖励旅游在珠三角地区也被视为可以提高企业业绩的方法之一，权重达到 4.28，虽然不高，但也远远超过 3。在珠三角地区，随着经济和会展行业的发展，奖励旅游越来越受人们的关注，越来越多的企业如佛山亨得利电器有限公司、广东新励成科技股份有限公司等公司将组织奖励旅游作为奖励员工的方式，旅行社也在努力开拓奖励旅游市场。但同时，由于珠三角地区的奖励旅游发展较发达国家得晚，奖励旅游观念还未深入人心，同时许多旅游企业对奖励旅游还缺乏深入的认识，所以，其发展还面临着诸多困难。

3. 珠三角地区奖励旅游的优势

3.1 珠三角地区经济发达，城镇化水平高。

24.您认为珠三角地区开展奖励旅游优势有哪些？（多选）	占比
经济发达，城镇化水平高	21%
旅游资源充足	19%

市场价格具有竞争力	15%
会展业发展势头迅猛	14%
政府的支持	11%
岭南文化历史悠久	20%

表 2

据世界经济网报道，珠三角是我国经济最活跃的地区之一，拥有广州、深圳两座超一线城市，在 2018 年一个季度的发展中，珠三角 GDP 总量达到 17336.95 亿，达高等收入水平标准，经济实力优越。

如表 2 所示，有 21% 的人认为珠三角奖励旅游发展的优势是因为珠三角经济发达，城镇化水平高，可见经济因素对奖励旅游具有很大的影响力。

珠三角经济的发展是我国经济的风向标，也是我国中小企业活动最发达的地区之一。区域经济发展与中小企业发展程度密不可分、相辅相成，中小企业发展较好的地方也正是经济发展较好的地方。自改革开放以来，珠三角地区营造了良好的投资环境，经济得到迅速发展，也在一定程度上给予中小企业更大的发挥空间，带动了区域内中小企业发展。现在珠三角地区中小企业现处于平稳发展阶段，区域内的中小企业都有一定的经济实力，有条件给员工们安排奖励旅游。同时由于珠三角地区经济发展水平高，人们的生活质量较好，各市人均工资水平均在 5500 元以上。因此，无论是企业还是员工，他们手上的可控制资金比较多，他们更愿意去花钱满足旅游这一需求。

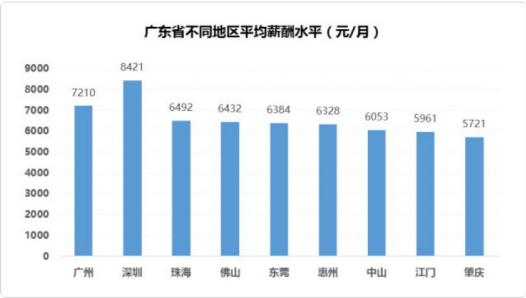


表 3

同时珠三角作为我国南方最具活力的经济区域，城镇化建设已取得了可喜的成绩。据广东省统计局数据，2014 年广东全省城镇化率已达到 68%，远高于全国 54.77% 的平均水平，相当于中等发达国家水平，已进入城镇化发展的成熟阶段。

城镇化进程的不断推进，衍生出更多的消费与投资结构，同时人们的消费能力和消费水平也会随之增加，越来越多的人开始有条件追求精神上的享受。城镇化水平高也代表着珠三角地区的城市基础设施完善，城市形象良好，生态旅游环境好，人们总体素质较高，交通便利，这都是奖励旅游发展的必要和促进因素。因此城镇化的发展，间接地对奖励旅游发展产生正面的影响，促进奖励旅游这一产业不断壮大。

另外就地区而言，目前我国奖励旅游发展较快的首推城市有：北京、上海、广州。广州作为珠三角地区重要的代表城市的上榜，从侧面反映了珠三角地区奖励旅游发展水平和势头还是不错的。

3.2 岭南文化历史悠久，旅游资源充足

24.您认为珠三角地区开展奖励旅游优势有哪些？（多选）	占比
经济发达，城镇化水平高	21%
旅游资源充足	19%
市场价格具有竞争力	15%
会展业发展势头迅猛	14%
政府的支持	11%
岭南文化历史悠久	20%

表 4

文化和旅游往往互相交融，相互促进。两者关系应该是通过宣扬文化使旅游的内涵和质量得到提高，通过发展旅游来使文化得到传承和传播。

如表 4 所示，有 20% 的人认为珠三角奖励旅游发展具有优势是因为珠三角地区岭南文化历史悠久，有 19% 的人认为珠三角旅游资源充足也是一个非常重要的因素，可见文化和旅游资源都是促进奖励旅游发展不可或缺的因素。

我国是一个拥有 56 个民族的大国，不同区域之间文化各有特色，不少热衷于探索各地文化的人们都会选择通过旅游来达成这一目的。因此，珠三角地区源远流长的岭南文化对于促进本地区奖励旅游发展是一个很有利的条件。例如作为岭南文化中重要的一部分，广府饮食文化就吸引了不少游客。经过口口相传，“食在广东”已经成为广东省的名片。在企业选择奖励旅游目的地时，若是对广府美食有兴趣，他们目的地定位一般就在珠三角区域。

清新秀丽的山水之美，也是一个促进珠三角地区奖励旅游发展的有利因素。珠三角地区旅游资源丰富，区域范围内有 4 个中国国家一级博物馆，5 个中国国家自然保护区，6 个中国国家级风景名胜区，10 个 5A 级景区，11 个中国国家森林公园。各个景区景色优美，价格适中，非常适合中小企业作为奖励旅游的目的地。

3.3 会展业发展势头迅猛

24.您认为珠三角地区开展奖励旅游优势有哪些？（多选）	占比
经济发达，城镇化水平高	21%
旅游资源充足	19%
市场价格具有竞争力	15%
会展业发展势头迅猛	14%
政府的支持	11%
岭南文化历史悠久	20%

表 5

奖励旅游是会展业的一部分。近几年，国家一直不断推动会展业的发展，为会展业提供不少政策和资金支持。同时作为珠三角重要的代表城市广州所举办的广交会更是让珠三角地区会展业得到更进一步的发展。

如表 5 所示，有 14% 的人认为珠三角会展业发展势头迅猛，带动了该地区奖励旅游业的发展，可见会展业发展与奖励旅游发展两者息息相关。而随着会展业的发展，企业在了解到会展的重要性之外，对于会展业其中的一部分，奖励旅游，也是有了新的认识。而且奖励旅游效果显著使越来越多企业接受把奖励旅游作为员工福利和一种特殊激励方式。

4. 不足之处

4.1 与外国对比

目前，以北美和欧洲为代表的国外奖励旅游的发展处于成熟阶段，人们对奖励旅游的认识已经更加全面、深化，奖励旅游的内涵也在不断的丰富，奖励旅游观念深入人心。全球奖励旅游业务主要来自北美、欧洲和亚太地区的国际奖励旅游市场。同时，与奖励旅游的迅猛发展相适应的是以北美和欧洲为代表的国家拥有着完善的奖励旅游市场机制，它们拥有专业的奖励旅游机构，其中包括拥有政府职能的奖励旅游局和企业性质的专业机构。并且它们已成功打造了国际上具有重要影响力的奖励旅游展会品牌如欧洲会议奖励旅游展和美国芝加哥会议奖励旅游展。

在西方，奖励旅游被称为“现代企业管理法宝”。奖励旅游在国外企业管理中能得到成功的应用，其发展越来越贴合人们希望得到认可和尊重的心理需求以及追求给参与者带来全方位服务，如美国 Harris Teeter 公司为褒奖葡萄酒部门最优秀的雇员，公司为受奖员工量身定制了一次特别旅行——意大利北部和中部葡萄酒乡旅行，而这次旅行成功带给参与者尊贵感，是一场令人难忘之旅。

相比较，我国珠三角地区的奖励旅游发展起步晚，处于初步发展阶段，人们对奖励旅游的认识还有所欠缺，没有规范的奖励

旅游市场机制以及缺乏专业机构。根据项目小组的采访结果,大部分奖励旅游的应用者对奖励旅游的价格很敏感,奖励旅游的提供者也对奖励旅游活动的成本很关注。因此,跟国外相比,珠三角地区的奖励旅游表现出了规模较小,消费水平较低等特征。调查显示,珠三角地区,大部分企业组织的奖励旅游中员工消费水平在5000以下,如下表所示:

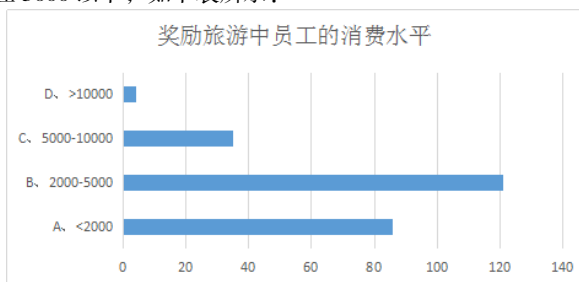


表6

在企业管理中,奖励旅游的特点没被充分发挥,奖励旅游并未被作为特殊的旅游活动,而往往是被当做一般的旅游或者公费旅游,因此企业管理效果并不理想。

4.2 自身的不足

4.2.1 购买者对奖励旅游认识不足,宣传力度不够

16.您认为企业组织奖励旅游的主要目的是?(多选)	占比
A.刺激员工工作积极性	27%
B.加强员工团队建设	28%
C.增加与高端客户的交流	11%
D.对外宣传公司形象	17%
E.其他	17%

表7

奖励旅游的目的除了奖励还有多种附加功能,比如凝聚员工向心力,树立企业形象,企业文化等,但不少员工却认为企业进行奖励旅游只是为了给他们举办一个简单的团建活动。

如表7所示,28%人认为企业进行奖励旅游最主要的目的是加强员工团队建设,可见很多购买者都缺乏对奖励旅游的了解,思想观念淡薄。

5.贵公司对员工的奖励方式是?(多选)	占比
A.组织奖励旅游	14%
B.现金奖励	24%
C.实物奖励	20%
D.荣誉颁奖	17%
E.升职	23%
F.其他	2%

表8

许多企业和员工都把奖励旅游和普通的公费旅游混为一谈,认为两者没有区别,因此对奖励旅游的开展并不上心。如表8所示,有24%企业选择金钱奖励,23%企业选择升职作为奖励,而选择组织奖励旅游作为奖励方式的企业只有14%。可见很多企业仍然倾向于选择传统的奖励方式。这些购买者都没有认识到奖励旅游本质上是一种现代化管理手段,它能够对刺激员工积极性,对公司发展起到显著作用,这是普通公费旅游不可比拟的。

而造成这种现象是由于我国奖励旅游发展时间短,层次较低。发展前期政府、学术界、旅行社对奖励旅游的相关知识的宣传力度小。因此很多购买者对奖励旅游都存在一定误解,也没有意识到其能产生的潜在力量。

4.2.2 缺乏专业的操作机构和相关人才

奖励旅游具有“高消费、高档次、高需求”的特点,因此经营奖励旅游的利润相当可观。旅行社是现阶段奖励旅游主要的操作机构。但是现在国内很多旅行社一味追求利润,无视自身条件和奖励旅游的特点经营奖励旅游,它们其实并没有足够的能力去

经营奖励旅游。同时由于我国奖励旅游发展时间短,通过采访旅行社员工可知,珠三角内专门开展奖励旅游项目的旅行社并不多,很多经营奖励旅游的新型旅行社都是以传统旅游业作为经营主体,奖励旅游作为一个附带的经营项目,而传统旅行社更是不重视奖励旅游这一项服务。由此可见奖励旅游行业内缺乏专业的操作机构。

奖励旅游具有独特的特点,经营奖励旅游要比普通旅游复杂。因此,经营奖励旅游的从业人员就必须具备很高的素质,拥有专业知识技能、举办不同活动经验、应变能力、沟通能力等高等要求缺一不可。但由于我国奖励旅游发展时间不长,层次较低,前期政府重视不足等原因,我国没有专门培养相关人才,我国相关的奖励旅游专业人才相当缺乏。

4.2.3 旅行社关于奖励旅游产品单一,相关服务不到位

奖励旅游具有高端性,它不同于一般意义上的员工集体旅游或商务旅游,它需要通过专业的旅行社为企业“量身定做”,使奖励旅游中的计划和行程与企业文化精神相互交融,让游客在旅行的途中感受到企业想传达的东西;并且通过举行一系列活动达到企业进行奖励旅游的预期目的。因此,这对奖励旅游产品的要求很高。

但现阶段珠三角旅行社推出的奖励旅游产品单一,仍以观光、购物为旅游的主要形式,地区选择也一般在该区域内的城市,或长三角地区这类经济较发达的城市。比较高端的出国游一般也是在东南亚等成本稍低的旅游城市。旅游形式没有新变化,地域范围集中,奖励旅游产品单调,缺乏定制化产品。

同时现阶段旅行社提供的相关服务并不到位。比如当企业提出要开主题晚宴或者开展特色团建活动或者需要场地进行商务谈判等要求时,很多旅行社是不能完全满足客户的要求的。

5.机遇

5.1 政府开始重视奖励旅游的发展,为奖励旅游提供了良好的发展机遇

近年来,广东省出台了一系列鼓励旅游业发展的相关文件,推动广东从旅游大省向旅游强省转变,在区域旅游资源整合、出行信息服务、服务设施建设和旅游目的地打造等方面为珠三角旅游产业一体化提供了政策契机。发展奖励旅游业,可以改善城市的社会环境和自然环境,完善城市的基础设施建设,提升城市形象,拉动相关产业的发展,从而产生经济效益,优化产业结构,促进会展业的发展。

5.2 旅游产业有助于珠三角地区产业的转型升级

旅游产业有助于珠三角地区产业的转型升级和产业布局一体化的加速推进,《珠三角旅游产业一体化规划》提出珠三角要“建设与港澳地区错位发展的国际航运、物流、贸易、会展、旅游与创新中心”,将珠三角建设成为“全国旅游综合改革示范区”,“亚太地区具有重要影响力的国际旅游目的地和游客”集散地。

5.3 越来越多企业开始接受奖励旅游

6.贵公司每年组织奖励旅游的频率?	占比
A.从来没有	16%
B.1-2次	73%
C.3-5次	10%
D.5次以上	1%

表9

企业在传统的奖励员工的方式上,增加奖励旅游,深受员工欢迎。奖励旅游作为现代化的一种管理工具,有助于协助企业达到特定的企业目标,树立企业形象,宣扬企业理念,调动员工的工作积极性,最终能达到提高企业业绩,促进企业未来发展的目的。

6.威胁

6.1 珠三角旅游品牌影响力不足,国内其他旅游城市的冲击

23.您认为珠三角地区奖励旅游的发展程度如何?	占比
不好	2%

一般	56%
好	36%
很好	6%

表 10

随着奖励旅游理念的推广和行业不断发展,国内外许多企业都会选择进行奖励旅游作为一种激励员工的新形式。

如表 10 所示,有 56%的人认为珠三角地区奖励旅游的发展程度只是一般,原因应该是珠三角地区奖励旅游的发展时间较短,同时存在一些因素制约其发展,形成威胁,使其发展程度不高。

珠三角确实是各企业在进行奖励旅游时的热门选择对象,但仍有许多企业更愿意选择其他旅游城市作为最终目的地。以昆明为例,许多企业在珠三角地区和昆明两者之间,会更倾向于选择昆明作为最终目的地。首先,昆明是亚热带高原季风气候,四季温暖如春,全年温差较小,一年四季昆明都能接受旅客,因此在此地进行奖励旅游受气候变化的影响较小。而珠三角地区气候有明显的四季之分,旅游季节性强,因此企业在考虑气候变化是否会对行程产生影响时,会更倾向选择气候一年四季都温和的昆明。其次,昆明地属云南省,周边有很多非常著名的旅游城市,地区与地区之间联动性强。同时云南是一个已经拥有了强大旅游品牌的地区,因此昆明作为云南的重要旅游城市,其旅游资源和接待、交通等基础方面有着非常大的优势。而虽然珠三角地区旅游业也相对发达,但是珠三角仍是一个以发展实体经济为主的地区,旅游业肯定没有其他以旅游为发展重点的城市发达,旅游品牌影响力不足。因此,企业在考虑旅游体验总体满意度时,会优先选择昆明等旅游品牌较响的城市作为最终目的地。国内不少旅游城市具有和珠三角地区类似的旅游资源,但它们在气候、旅游企业发展程度等条件上都比珠三角地区优越,这对珠三角地区奖励旅游的发展是一个很重大的威胁。

7.珠三角地区发展奖励旅游的对策及启示

根据调查的数据分析,可以得知珠三角地区中小型民营企业的员工对晋升职位、发放奖金、奖励旅游三个提高工作积极性的方式更感兴趣,其中,行程安排是否松动、旅途中的员工会议、交通条件、旅途中的安全、放松身心、餐饮条件等是员工关注的奖励旅游的重要性因素。

19.您觉得奖励旅游情况的重要性?						
	很不重要	不重要	一般	重要	很重要	加权平均数
旅途中的安全	1	2	8	54	261	4.75
景点的吸引力	3	0	32	139	148	4.28
行程安排是否松动	2	10	73	192	139	5.23
交通条件	1	2	16	131	196	4.78
餐饮条件	1	1	15	109	200	4.55
住宿条件	2	1	20	100	203	4.54
娱乐活动	2	6	52	109	157	4.3
购物条件	1	21	62	95	139	4
旅游途中的员工会议	16	54	60	79	127	4.83
放松身心	2	3	11	112	212	4.75
增长见识	1	20	34	90	181	4.32
扩大人脉	2	24	52	97	151	4.14
提升自我荣誉感	1	52	57	76	140	3.93

表 11

由数据得出度假型的奖励旅游最受珠三角地区中小型民营企业员工的欢迎,员工偏向于在奖励旅游中放松身心,使之在日后的工作中更有动力。

根据数据分析,提出以下对策:

7.1 政府大力支持,制定相关政策,降低税收,整合旅游市

场

23.您认为珠三角地区奖励旅游的发展程度如何?	占比
不好	2%
一般	56%
好	36%
很好	6%

表 12

奖励旅游是会展业的一部分,奖励旅游的发展少不了政府的推动和支持,政府应该为奖励旅游提供一个良好发展的政治环境,因地制宜,制定相关政策规范旅游市场,优惠税收政策,加强城市基础设施建设,为奖励旅游打造一个良好的发展条件。

7.2 旅游行业加大宣传力度,推广奖励旅游概念

目前,由于奖励旅游在我国处于起步阶段,公众对于奖励旅游的概念不够了解,这就需要旅游行业加大奖励旅游的宣传力度,综合运用各种营销方法,让企业转变奖励员工方式的观念,例如:开展旅游展等向公众宣传奖励旅游的概念和作用,旅行社要积极开拓奖励旅游业务,挖掘市场。

7.3 提高国内市场奖励旅游的水平,开拓国外市场

12.贵公司常选择的奖励旅游地点是?	占比
A 本省	34%
B 外省	55%
C 国外	11%

表 13

由数据得知,珠三角地区中小型民营企业大多数选择外省的作为奖励旅游的目的地,国外路线的较少。因此,我国旅游行业有关部门可以借助我国的大型盛事,如 2022 年北京冬奥会等契机,抓住机会吸引国外奖励旅游团;旅行社可以综合计算企业付出的资金、时间、要求等,设计出优惠、景点优美的产品,以丰富旅游产品。

7.4 结合景点特色,打造精品旅游路线

14.您觉得贵公司之前奖励旅游路线设计如何?	占比
A.很不错,搭配合理,劳逸结合	34%
B.还好,有点辛苦,内容不够	36%
C.不太好,景色雷同,配套服务跟不上	27%
D.很不好,景点太少,服务很差	3%

表 14

15.您对公司组织奖励旅游有何想法或者建议?	
建议省外旅游	
让员工参与到公司奖励旅游策划中会更好	
希望公司奖励旅游的设计路线能够新颖	

表 15

旅行社要突出奖励旅游高端这个特点,结合景点的文化和特色,设计高标准、多样化的旅游产品,打造精品旅游线路,以吸引客户。

7.5 创新奖励旅游方式,设置个性化服务

19.您觉得奖励旅游情况的重要性?						
	很不重要	不重要	一般	重要	很重要	加权平均数
旅途中的安全	1	2	8	54	261	4.75
景点的吸引力	3	0	32	139	148	4.28
行程安排是否松动	2	10	73	192	139	5.23
交通条件	1	2	16	131	196	4.78
餐饮条件	1	1	15	109	200	4.55
住宿条件	2	1	20	100	203	4.54
娱乐活动	2	6	52	109	157	4.3
购物条件	1	21	62	95	139	4

旅游途中的员工会议	16	54	60	79	127	4.83
放松身心	2	3	11	112	212	4.75
增长见识	1	20	34	90	181	4.32
扩大人脉	2	24	52	97	151	4.14
提升自我荣誉感	1	52	57	76	140	3.93

表 16

奖励旅游是旅游业的高端产品,它对个性化服务有非常高的要求,因此,旅行社在设计产品时,应该将企业文化和要求融入到旅游活动中,针对不同的企业设计不同的旅游活动方案,充分了解企业和员工的要求,注重以人为本,为企业量身定做产品,开展娱乐性较强的奖励旅游项目,使企业的个性化与旅游活动主题相契合。根据问卷中个人认为奖励旅游因素的重要性显示,人们更倾向于旅途中能放松身心的旅游路线,比如,旅游和会议结合,旅游和团建活动结合,既能体现企业的要求,宣传了企业品牌,又能使员工娱乐其中。

7.6 培养专业人才

我国缺乏奖励旅游专业人才导致奖励旅游市场经营混乱。政府应该支持学校培养会展类人才,提高其创新、组织、协调等能力;旅行社应注重员工培养,带领员工向国外先进的奖励旅游公司学习,促进交流,吸收国外的优秀经验,培养实用性人才,为我国的奖励旅游添砖加瓦。

8. 发展前景

“坚持以人为本,树立全面、协调、可持续的发展观,促进经济和人的全面发展”这一论断,从根本来理解,即人与自然,人与社会,人与整体,人与人之间关系的和谐与发展。奖励旅游作为现代化的一种人性化的管理工具,体现了以人为本的理念,员工可以在轻松、愉悦的氛围里享受奖励,从而激发更积极的工作态度和工作热情,企业最终受益。

会议型的奖励旅游成为趋势,美国奖励旅游执行者协会现任主席保罗·费拉基认为,奖励旅游与会议旅游已由过去的泾渭分明转向了相互间的交融结合,而且半数以上的奖励旅游中包括各种会议,今后,会奖结合的特征还会表现得更加明显。

随着社会的发展,奖励旅游会受到越来越多的重视,必会被越来越多人认识,带动企业的奖励方式转型,珠三角地区乃至全国的奖励旅游将会迎来广阔的发展前景。

参考文献:

- [1]徐静,高跃.《会展概论》第2版.北京大学出版社.2017.3
- [2]崔秉誉,鱼文英.我国奖励旅游发展现状及启示[J].商场现代化,2016(24):254-255.
- [3]杜媛.我国奖励旅游发展的障碍分析研究[J].商,2016(19):296.
- [4]吴喜龄,赵丽贤,阮嘉怡,张冬玫.珠三角旅游业发展现状调研及可持续发展探析[J].特区经济,2015(11):28-32.
- [5]马卓亚.浅谈我国奖励旅游的发展现状及对策研究[J].现代营销(下旬刊),2015(01):59-60.
- [6]张琼.奖励旅游在国内企业管理中的应用障碍及其对策[J].科教导刊(中旬刊),2010(05):106-107.
- [7]谭颖青.珠江三角洲地区旅游产业竞争力分析研究[D].华南师范大学,2005.
- [8]高静.国内外奖励旅游发展比较研究[D].上海师范大学,2004.
- [9]王晶.借鉴国际经验促进中国奖励旅游发展[J].南宁职业技术学院学报,2003(04):58-60.
- [10]刘士军.西欧奖励旅游市场研究[J].旅游科学,1997(02):34-38.

