

● 经济管理

湖北省旅游业发展战略构想与对策^{*}

熊元斌, 胡继明, 曾凡涛
(武汉大学 商学院, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 熊元斌(1961-), 男, 湖北天门人, 武汉大学商学院旅游管理系教授, 经济学博士, 主要从事公共管理、市场营销、旅游管理研究; 胡继明(1970-), 男, 湖南南县人, 武汉大学商学院工商管理硕士研究生, 主要从事工商管理研究; 曾凡涛(1973-), 男, 湖北洪湖人, 武汉大学商学院旅游管理系讲师, 主要从事电子商务、旅游管理研究。

[摘 要] 湖北是旅游资源大省, 具有发展旅游业的战略优势。湖北应坚持大旅游发展战略、重点发展战略、精品名牌战略、区域联盟战略、国际化战略和可持续发展战略, 并采取一系列相应对策, 将其建成旅游大省、旅游强省, 从而实现“旅游兴鄂”的战略目标。

[关键词] 湖北; 旅游业; 发展战略

[中图分类号] F 590 [文献标识码] A [文章编号] 1008-2999(2002)05-0544-05

21 世纪是旅游业的世纪。湖北省作为我国的旅游资源大省, 其旅游业必将得到快速的发展。届时, 湖北将不仅被建成中国的旅游大省、旅游强省, 而且还将被建成具有国际影响的旅游目的地。旅游业的蓬勃发展, 必将使其自身在全省国民经济和社会发展中具有重要的战略地位。

一、湖北省旅游业发展的战略优势

(一) 旅游资源丰富, 亮点突出

湖北山川秀丽, 湖泊众多, 素有“千湖之省”的美称, 自然景观绚丽多姿; 湖北又是荆楚故乡, 历史悠久, 文明璀璨, 人文景观异彩纷呈。湖北旅游资源丰富, 不仅涵盖了所有类型的旅游资源, 而且品位高, 特色鲜明。如具有世界影响的长江三峡、武当山、神农架、显陵等, 亮点突出, 各领风骚。长江三峡风光壮美, 水电工程中外闻名; 武当与少林齐名, 中国武术享誉天下; 神农架, 神秘的原始森林, 野人出没的地方; 显陵, 世界文化遗产, 东方金字塔。除此之外, 湖北还有众多的名山、名水、名城、名楼、名寺、名人、名街、名店、名校等, 极具旅游价值。湖北旅游资源丰富性、多样性、独特性、竞争性的总体特征, 使其具有巨大的开发潜力, 发展旅游业具备了容量大、四季性、可持续的优势。

(二) 区位条件优越, 客源市场广阔

湖北地处华中, 是我国内陆腹地的中心。以首府武汉为基点, 北距北京, 南距广州, 东距上海, 西距重庆, 都为 1200 公里, 湖北处于我国东南西北四大中心城市的十字交叉部位, 具有得中独厚的地理区位优势。从中国经济发展地带划分来看, 湖北处在东西两大经济地带的结合部, 承东启西, 一肩双挑, 与东

西两大地带具有广泛的经济联系。从全国区域旅游网络来看,湖北处在全国七大旅游区的中心位置。这一有利的地理区位,使得湖北旅游客源市场分布广泛,潜力巨大。

(三)交通便利,可达性强

湖北位于中原枢纽地带,交通方便,特别是首府武汉,素有“九省通衢”之称,鄂西北中心城市襄樊也有“七省通衢”之称。水路,长江、汉江可直达赣、皖、苏、沪、陕、渝、川等省市主要旅游地;陆路,京广、京九铁道大动脉纵贯南北,沪蓉铁路横穿东西;航空,国内国际航线多达70余条;公路四通八达。水陆空立体交通网络使得游客的进入性极易,这就为外地游客来鄂旅游提供了极为便捷的交通条件。

(四)旅游业发展初具规模,基础良好

改革开放以来,湖北旅游业取得了长足的发展,特别是进入“九五”以后,旅游业进入了繁盛时期。据统计,“九五”期间,全省累计接待入境旅游者195.01万人次,年均增长15.74%;旅游外汇收入6.28亿元,年均增长22.3%;接待国内旅游者2.08亿人次,年均增长12.92%,实现国内旅游收入1048.49亿元,年均增长14.97%。“九五”期间,全省累计旅游总收入达1100.64亿元,年均增长14.32%,占全省GDP的6.46%。湖北旅游业的发展已进入全国中上水平,毫无疑问,这将为湖北旅游业在新世纪的继续发展和飞跃,奠定了坚实的基础。

(五)政府重视,人才支撑

近年来,湖北省委省政府已充分认识到发展旅游业的重要意义,十分重视和支持全省旅游业的发展,明确地表示旅游业是经济结构调整的战略重点,是新兴支柱产业和新的经济增长点,出台了《加快湖北旅游业发展的决定》和《关于进一步加快湖北旅游业发展的决定》,并组织编写了《湖北省旅游业发展纲要(2000—2015年)》,为湖北省旅游业的发展勾画了蓝图。同时,湖北省也十分重视旅游人才的培养。目前,全省设置旅游专业的大专院校有15所,中专和职高40余所,基本形成了多渠道、多层次的旅游教育体系,为未来湖北省旅游业提高经营管理水平,增强竞争力,提供了人才资源的强力支撑。

二、湖北省旅游业发展战略构想

(一)战略定位

1. 产业定位:根据湖北省旅游资源的丰富度和品位、旅游产品的知名度和吸引力、客源市场的需求及潜力、旅游产业规模及在全省GDP中的比重等,我们考虑将旅游业定位为湖北省的新兴支柱产业和明星产业,以及第三产业的龙头产业,并将其作为推动全省国民经济发展的新增长点来扶持。

2. 产品定位:根据湖北省的资源特色及开发潜力,将湖北省旅游产品定位于:观光旅游、文化旅游、生态旅游、商务旅游、会展旅游、水上运动旅游、度假旅游及节事活动旅游等产品系列。

3. 市场定位:根据湖北省旅游产品类型、特点,以及现有客源市场范围、需求偏好、消费能力及趋向等因素,将其客源市场定位于国内市场与国际市场并重。国内市场主要定位于华中、华南、华东、华北等区域市场;国际市场主要定位于东亚、东南亚、欧洲、北美等区域市场。

(二)战略目标

1. 实施“旅游兴鄂”战略,将湖北建成全国旅游大省、强省和先进省;

2. 将武汉建成全国最大的游客集散中心、全国最大的旅游商品集散地、全国最大最有吸引力的“水上旅游城”和国内外知名的旅游目的地。

3. 首先,确保近期(2001—2010)国内游客年均增长率在12%左右,国内旅游收入年均增长率在14%左右;近期海外游客人均增长率在8%左右,国际旅游收入年均增长率在15%左右;近期旅游总收入年均增长率为15%左右,占当年全省GDP比重为10%左右。其次,确保中远期(2011—2020)国内游客平均增长率为8%,国内旅游收入年均增长率为15%左右;中远期海外游客年均增长率为10%左右,国际旅游收入年均增长率为14%左右;中远期旅游总收入年均增长率为12%左右,占当年全省GDP比

重的 14% 左右。

4. 形成完整合理的旅游产品结构和旅游行业结构体系; 形成具有核心竞争力的旅游名牌精品; 形成稳定合理的客源市场结构。

(三) 战略布局与战略重点

1. 总体布局

以武汉为龙头, 宜昌、十堰为重点, 形成“一圈两区”的空间格局。

一圈: 大武汉都市旅游圈。包括武汉、黄冈、鄂州、黄石、咸宁、荆州、荆门、仙桃、潜江、天门、随州、孝感等城市。主要在于发挥武汉中心城市的辐射带动功能, 逐步形成以国际国内商务旅游、文化观光, 特别是都市周末度假休闲的大武汉都市旅游圈。

两区: (1) 鄂西南大三峡与民俗风情旅游区, 包括宜昌、神农架和鄂西土家族自治州。主要以宜昌为中心, 面向国际观光、度假市场及国内观光旅游市场, 依托三峡工程, 逐步开发具有古朴浓郁的民俗风情和良好自然生态环境的大三峡与民俗风情旅游区。(2) 鄂西北大岳武当文化旅游区, 包括十堰、襄樊。主要以十堰为中心, 以武当山为龙头, 以道教文化为特色, 面向汉文化圈国际市场及国内旅游市场, 形成以武当文化为主体兼及三国文化、生态旅游的大岳武当文化旅游区。

2. 建设重点

(1) 十个重点旅游城市: 包括武汉、宜昌、十堰、襄樊、荆州、随州、钟祥、鄂州、黄冈、赤壁等市。力争创建“中国优秀旅游城市”和“中国最佳旅游城市”。

(2) 三个国际旅游精品区: 包括三峡两坝国际旅游区、武当山文化旅游区、神农架生态旅游区。

(3) 八个国内旅游精品景区: 包括武汉东湖风景区、荆州古城旅游区、清江民俗风情旅游区、襄樊隆中文化旅游区、钟祥明显陵世界文化遗产旅游区、黄州东坡赤壁文化旅游区、随州炎帝文化旅游区、大别山生态旅游区等。

(4) 八个省级旅游度假区: 包括武汉东湖、赤壁陆水湖、黄陂木兰湖、鄂州梁子湖、长阳百岛湖、通山九宫山、神农架木鱼镇、谷城薤山等。

(四) 战略思路

1. 大旅游发展战略。湖北应树立“大旅游资源观”、“大旅游市场观”、“大旅游产业观”和“大旅游发展观”。加强自然旅游资源和人文旅游资源的综合开发与利用, 优化旅游产品组合和产业结构的调整, 在不断发展旅游景区、旅行社、旅游饭店、游船业的同时, 大力发展旅游交通、旅游服务、旅游商品等相关行业, 扩展和完善旅游产业体系, 拓展国内、国际市场, 广开旅游融资渠道, 走政府主导、部门配合、行业主管、社会参与之路, 从而实现湖北旅游的大发展。

2. 重点发展战略。湖北应充分发挥其旅游资源、地理区位、交通便捷的优势, 把旅游业作为国民经济中的战略产业来抓, 要突出旅游业作为重要支柱产业的地位, 在政策、资金等方面重点倾斜, 重点扶持, 使湖北旅游业快速成长, 真正成为带动全省国民经济和社会发展的新的增长点。

3. 精品名牌战略。湖北旅游业的发展必须靠精品名牌带动。品牌就是形象, 品牌就是市场。湖北应根据自己的资源特色, 充分调查了解市场需求, 以市场为导向, 积极引导社会资金、技术、人才向优势点聚集, 精心打造几个国际、国内精品名牌, 使湖北旅游产品亮点更突出, 影响力更大, 竞争力更强。

4. 区域联盟战略。湖北位于华中之中, 必须充分发挥武汉作为中心城市和交通枢纽的作用, 积极与周边相关区域或著名景区景点发展互惠互补关系, 构建战略合作伙伴和战略联盟网络, 优化组合旅游产品和旅游线路, 协调区域旅游产业结构, 联合开展对外促销, 提高整体营销效益。同时, 应进一步加强华中大旅游圈和汉港澳旅游协作圈的关系, 大力拓展区域内、外市场。

5. 国际化战略。中国加入 WTO 后, 旅游业对外开放进一步扩大, 机会与挑战并存。湖北应把握住旅游业国际化的趋势, 在旅游资源的开发中, 应着力挖掘内涵, 培育具有国际影响的旅游产品。同时, 注重对国际客源市场的开拓, 通过精品名牌战略吸引更多的国际游客, 实现旅游产品、客源市场的国际化。

另外,“入世”后外国旅游企业将纷纷进入中国市场,湖北应把握时机,积极招商引资,加强国际合作,使湖北成为一个国际知名的旅游目的地。

6. 可持续发展战略。湖北旅游业的发展,应坚持“天人合一”的理念,注重保护旅游生态环境,保护自然风貌和历史文化遗存,在保护的前提下进行开发和建设,防止破坏性建设和建设性破坏,把严格保护、统一规划、科学开发和加强管理纳入法制化轨道,寓开发于环境保护之中,实现经济、社会、生态的和谐统一,保障旅游业的可持续发展。

三、湖北省旅游业发展战略实施对策

1. 提高对旅游业重要性的认识,营造旅游业发展的社会氛围。必须充分认识发展旅游业对促进经济发展和推动社会进步等方面的战略作用,牢固树立“旅游兴省、旅游富省、旅游强省”的理念,提高全省人民广泛参与发展旅游业的意识。通过大力宣传,并结合创建优秀旅游城市的工作,使发展旅游的气氛更加浓厚,进而成为推动湖北旅游业发展的内在动力。

2. 加强领导,确立政府主导的发展模式。旅游业是一个综合性产业,需要政府的领导和协调。因此,政府主导是旅游业发展的基本模式。湖北应在市场机制运作的基础上采取政府主导型措施来扶持旅游业的发展。一是要设立高层次的旅游管理委员会,由分管省领导任主任,省旅游局局长任副主任,其它相关部门领导任委员,办事机构设在旅游局,各部门共同参与,负责领导、协调和管理全省旅游业建设与发展事务。二是抓好旅游规划工作,不断修订和完善湖北省旅游发展总体规划,使旅游资源的开发、旅游景区景点的建设与旅游业的发展建立在科学的基础之上。三是制定旅游发展的相关政策,特别是在投资政策、金融政策、税收政策、土地政策和开放政策、人才政策等方面,应通过一系列政策支持,促进旅游业的大发展。四是建章立制,加强对旅游市场秩序的管理,为旅游业的健康发展创造良好的环境。

3. 改革、理顺管理体制,创新企业经营机制。湖北要加大改革力度,打破部门分割、多头管理的混乱局面,建立统一市场格局。旅游经营要按市场化方式运作,通过经营机制创新建立现代旅游企业制度,培育独立的市场经营主体。要以产业化为目标,逐步培植大型旅游企业集团,通过联合、兼并、重组方式以及资本市场的运作,积极推动旅游企业的规模化、集团化,提高规模经济水平。要优化旅游企业结构,切实发挥旅行社的龙头作用,积极引导旅行社向品牌化、集团化、专业化方向发展。要打破行业垄断,积极发展多种所有制经营形式,促进旅游市场的竞争,增强旅游企业的活力。

4. 扩大对外开放,加快旅游业的国际化步伐。入世以后,湖北旅游业面临着国内、国际两个市场的竞争。要赢得优势,湖北必须进一步开放旅游业,通过合资、合作,吸引国外资金、技术、管理、人才等,全面提升湖北旅游业的档次与水平。同时,通过国际旅游企业和国际资本市场,进一步扩大湖北在国外的影响,增强湖北旅游产品的国际吸引力。

5. 创新旅游产品开发,打造湖北旅游品牌。首先,必须加强对旅游产品的深度开发,按照市场需求提供更多富有特色的专项旅游产品;其次,注重旅游产品的现代化,在旅游资源开发中注意提高旅游产品的科技含量;第三,要培植重点,突出亮点,通过包装上市扩大影响,增强发展后劲;第四,加大旅游品牌的宣传促销力度,使湖北品牌成为中国乃至国际性的精品名牌。

6. 加强市场开发与旅游促销,扩展湖北旅游客源范围。旅游业的发展最终体现为市场需求的满足程度,而客源市场的大小是实现旅游业发展目标的重要条件。湖北应特别重视客源市场的开发与促销。一是要注重对客源市场的调查,使客源市场开发更具有科学性。二是要注重客源市场开发策划与实施,提高整体开发效果。三是注重对目标客源市场的产品开发,使旅游产品更具有针对性和吸引力。四是要搞好旅游形象定位,注意旅游形象的塑造,培养旅游消费者的品牌忠诚度。五是注重分销渠道的开拓,通过内引外联以及参与各种对外销售网络,增强客源市场的促进力。六是要注重旅游促销,以此扩

大知名度,提高影响力,从而扩展客源范围,吸引更多潜在游客到湖北旅游。

7. 积极开发旅游商品,完善服务设施,提高旅游收入。湖北旅游商品资源丰富,应高度重视和积极开发。对旅游商品生产和经营企业,要采取鼓励、扶持政策,如设立旅游商品专项基金、开办旅游商品专业市场等,推动其开发、生产具有湖北地方特色的旅游商品,提高旅游购物收入比重。同时,也要增加一些有特色的娱乐场所和服务项目,完善服务设施,刺激游客消费,增加服务收入。

8. 广开融资渠道,加快旅游基础设施建设和景区景点建设。旅游业发展的资金筹措渠道,一靠政府投入,二靠引进国内外资金和旅游业自身进行扩大再生产投入。湖北旅游基础设施建设这一块主要靠政府投入,而景区景点开发建设应以引进国内外资金和旅游业自身进行扩大再生产投入为主。同时,应广开融资渠道,广泛吸纳资金,增强对旅游业发展投入的能力。一是要用好国家政策,如发行旅游债券,争取国家建设项目等,积极创造条件争取更多国家资金。二是进一步优化投资政策,推行投资主体多元化,建立政府引导、市场运作投资机制。坚持“五个一起上”和“谁投资,谁受益”的方针,积极实施“以资源换技术、以产权换资金、以市场换项目、以存量换增量”的举措,加快资本市场融资步伐。三是要积极争取将效益好的旅游企业和旅游景点包装上市,发行股票,募集社会资金。四是要积极争取贷款对旅游业的投入和积极争取国家旅游局对特色景区景点的专项投入。另外,还要积极支持本地大型企业参与旅游开发建设。通过多条渠道筹集更多旅游发展资金,为湖北旅游业的发展提供强有力的财力保障。

9. 注重人力资源开发,培养高素质的旅游从业人员。要依托大专院校培养具有国际战略眼光和富有创新精神的高级经营管理人才;要加强对在岗从业人员的培训,全面提高旅游从业人员的整体素质。要创造宽松环境,制定优惠政策来吸引并留住优秀的旅游管理人才;建立旅游人才信息库,完善旅游人才储备制度。充分发挥人才的积极作用,使人才成为湖北旅游业发展与腾飞的战略性要素。

[参 考 文 献]

- [1] 毛林根. 产业经济学[M]. 上海:上海人民出版社,1996.
- [2] 何光伟. 新世纪新产业新增长——旅游业成为新的经济增长点研究[M]. 北京:中国旅游出版社,1999.

(责任编辑 邹惠卿)

Hubei Tourist Development: Strategy

XIONG Yuan-bin, HU Ji-ming, ZENG Fan-tao

(Wuhan University Business School, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biographies: XIONG Yuan-bin (1961-), male, Doctor, Professor, Wuhan University Business School, majoring in public management, marketing and tourism management; HU Ji-ming (1970-), male, MBA, Wuhan University Business School, majoring in business management; ZENG Fan-tao (1973-), male, Lecturer, Wuhan University Business School, majoring in E-business and tourism management.

Abstract: Hubei has very rich resources of tourism, and the strategic superiority of developing tourism. It should not only insist on the strategy of big tourism, major development, famous brand, regional alliance, internationalization and sustainable development, but also put forward some appropriate , and finally achieve the strategic goal of tourism development.

Key words: Hubei; tourism; development strategy