

论湖北旅游经济发展对策

孙 凌 邱琦章

本文分析了湖北地区建立旅游信息网络的必要性与可行性,指出将计算机信息网络系统引入湖北区域旅游网络后,将有利于旅游资源的有机组合与旅游六大要素的协调配置,从而促进旅游产品的集约化经营管理。认为发展湖北旅游经济的基本对策是突出区域特点,积极开发唯鄂独有的特色旅游产品。通过信息有序化,促进三个结构的优化,走全方位、多层次、综合性的大旅游联合发展之路,实现与国际旅游市场的接轨及同步发展。

旅游业具有投资少、见效快、关联效益大、先导作用强等特点。随着恢复中国关贸缔约国地位时间的到来,湖北旅游经济与世界旅游业的联系日趋密切。发展湖北旅游经济必须发挥旅游信息功能,合理布局网络,积极开发旅游新产品,并参与国际竞争,这也是与国际旅游市场接轨,迎接复关挑战的一个重要战略。笔者仅就湖北旅游经济发展前景及其对策选择之管见,就教于专家学者。

一、发挥旅游信息功能,活跃市场经济

国民经济信息化是当今世界的潮流。大量旅游者到湖北观光及参加各种商务、会议等专项旅游活动,把海外、省外的信息引进来,并把湖北的经济信息与科技信息传出去,正所谓“旅游搭台、经贸唱戏”,这样以旅游促经贸,以经贸促开放,以开放促旅游,创造了湖北地区良好的旅游氛围,增加了市场经济观念,强化了旅游产品的竞争能力,从而形成旅游与经贸相互促进,互补共进的良性循环。

要大力发展湖北的旅游经济,必须充分发挥旅游信息功能,活跃市场经济,使湖北旅游网络的信息畅通,游人进得来、出得去、散得开、游得好。因此,湖北要建立一个高效灵敏的旅游信息网络。湖北要走全方位、多层次、综合性的“大旅游”联合发展之路,必须要有一个高层次的信息中心。这个旅游信息中心要与国际上有关旅游组织与信息机构建立起尽可能广泛的联系。通过与世界旅游组织、世界贸易中心、世界专业国际会议管理协会、国家旅游局信息中心等进行信息联网,可以及时收集、分析、研究国际国内旅游市场的动态信息,从而对发展湖北旅游经济作出宏观上的指导,并可协调全局的战略发展规划。将计算机信息网络系统引入湖北区域旅游

网络后,各旅游部门也可利用旅游信息中心提供的多种信息来决定旅游产品的经营方针和促销策略。根据旅游市场需求来设计旅游线路并协调配置行、游、住、食、购、娱等旅游要素,有机地组合旅游资源,促进旅游产品的集约化经营管理。

武汉是中国中部的特大城市,拥有丰富的旅游资源。武汉集江、湖、山、桥、楼、塔、寺于一市,又是全国重要的交通枢纽,每天在武汉转车转船的旅客就达一百万人次。武汉科技密集,商业发达,具有较强的综合接待能力。要发展湖北的旅游经济,必须以武汉为中心点,充分利用武汉巨大的客流与信息流,加快湖北旅游经济发展的速度,也就是说必须首先发展武汉的旅游,在武汉建立旅游信息中心。武汉作为湖北观光旅游中的主要集散地,要接纳并中转四面八方的旅游者。可在发展观光旅游的同时,充分凭借武汉工业、商业、金融中心的经济优势,发展商务、购物、体育、学术交流等专项旅游。同时还要利用武汉交通畅达之优势,大力开展车船联运及观光游览,通过信息咨询并兼销名优产品等综合服务项目,充分吸引在武汉中转的百万人次的旅客。如果能吸引住其中的十分之一在武汉住下来,游览黄鹤楼、东湖磨山或者到木兰山、东坡赤壁、鄂州西山等处一至二天,若每人每天平均消费 40 元的话,则每年可增加 10 多亿元的旅游收入。

旅游经济是一门综合性的经济,它的发展不仅取决于旅游业内在的因素,取决于党和国家的方针政策,而且还与外贸、商业、科技、信息等紧密相关。作为旅游产品生产主体的企业,应在发挥主观能动作用的同时,争取多方面的合作,充分发挥旅游信息功能,开拓经营领域,提高旅游产品的经营水平与经济效益。

从旅游业经营管理角度看,旅游信息中心必须根据旅游经济的变化规律和湖北区域实际情况,加强计划、统计和信息处理工作。围绕旅游信息中心,各旅游系统,各基层部门通过加强横向联系,协调内部机制,建立起多层次、多渠道、多功能的信息网络,这就为大幅度提高旅游业经营管理水平创造条件。可以极大地促进旅游经济的发展。可以说,计算机信息网络的建立,使旅行社、饭店、旅游交通、旅游景区资源的经营管理更加便利、快速且规范化,使旅游企业更能适应市场竞争的需要。

湖北旅游信息中心通过联网联机以通讯联系和现场接待,对潜在的和抵达的游客及时准确地提供他们需要了解和亟待解决的问题的有关信息,跟踪咨询并将新的信息反馈回中心,使国内外游客感到方便快捷,对湖北地区旅游服务产生良好的印象。通过游客的集聚和扩散,互为宣传,既能传播旅游信息与商品信息,又能促进旅游信息库的建立与完善,更可推动湖北旅游网络的建设,使之在旅游线路、旅游项目及时间的安排上相互衔接,各景区景点形成一个共同发展的整体。各旅游企业通过运用计算机信息网络系统的数据库,可以对各部门的定额指标、利润分成进行合理调配,协调平衡,可以更有效地解决旅游企业间的供求关系和协作关系,从而提高经济效益。大饭店的计算机预订客房系统与咨询查询系统可使需要处理的信息在质与量上得到极大的提高。航空公司的计算机订票系统可使其业务量拓展几十倍。旅行社则可使旅游线路设计与团队费用报价等信息能快速准确地传递与处理,从而提高服务质量,增加服务项目,增强旅游产品的市场竞争力。

二、合理布局旅游网络,带动区域经济发展

发展湖北旅游经济,要依托一定的区域,这就要找出自然景观与人文景观的区域优势,研究不同层次的景区景点的旅游者集散的辐射面,布局旅游交通网络,合理配置层点,把有关景

区景点有机地组合起来,联合开发,优势互补。要以长江为纽带,以武汉为中心,以著名风景名胜与历史文化名城为网络节点,形成多层次,多方位,多功能的辐射网络体系,才有利于形成旅游资源的区域特色和景观的地域结构,有利于旅游线路的组织,有利于改善旅游产品的经营管理。

我们知道,旅游市场的竞争除客源的竞争外,还包括产品和服务质量的竞争。合理布局旅游网络,可以提高旅游产品的竞争力,因为旅游产品是针对旅游者的需求,以旅游资源为原材料,以行、游、住、食、购、娱六大要素为零部件,按一定旅游路线组合而成。从现有条件看,开发湖北旅游系列产品须突出以武汉为中心的长江沿岸的景区景点。长江中游著名景区的依托城市如武汉、宜昌、沙市(江陵)、黄石等均具有良好的综合接待能力,且交通畅达。以大中城市为辐射源,以广袤壮丽的山水为辐射面,便于将各具特色的旅游资源组合起来。结合湖北主要景区的现有格局与发展规划,可分为三个层次来布局湖北旅游网络,并相应组合旅游线路。

第一层次的主要景区景点包括武汉的东湖、黄鹤楼,宜昌的西陵峡、葛洲坝,沙市的荆州古城,鄂州的西山,黄石的西塞山、铜绿山古矿冶遗址,蒲圻的赤壁等。这条长江之旅形成上通巴蜀,下联九江(庐山),通达宁沪的热线旅游走廊。放在第一层次的还有古隆中、武当山、神农架、大洪山等等。在旅游线路的设计和旅游项目的组合上,除继续促销长江三峡线、古三国线、武当山朝圣线等国线、热线外,可开辟神农架风光探险旅游线、楚文化考察旅游线等。此外,还有跨省跨地区推出的“一江(长江)两湖(鄱阳湖、洞庭湖)三名楼(黄鹤楼、岳阳楼、滕王阁)”之旅,“武当山——神农架——大、小三峡——张家界”之旅。这些重点景区要丰富旅游项目,扩大海外游客接待量,加快综合配套建设,使游客有物可玩,有物可购,旅与游并重,延长逗留时间,提高旅游经济效益。

第二层次中的各景区景点,如巴东神农溪,秭归屈原故里,利川腾龙洞,当阳玉泉寺,通山九宫山,黄陂木兰山,黄梅五祖寺,兴山高岚风景区等等,它们可以作为第一层次旅游线路布局的外延和途中补充景点,以丰富国际旅游线路的内容,也可以作为国内旅游的重点。第二层次的主要景区在近期以国内旅游为主,突出地方特色,做好向国际市场推销的准备。

第三层次的各景区景点遍布各地市县,如孝感古八景,荆门文明湖,广水三潭碧玉湖,安陆白兆山,巴东格子河石林等等,这些景区景点主要依靠当地政府与旅游部门投资或集体筹资开发建设,使其成为本地区居民观光游览,假日活动为主的游览地,或作为第二层次旅游线路的外延,使之成为丰富旅游内容的补充景点。

以上三个层次的景区景点纵横交错,以点带线进而连片,形成以大中城市为依托的呈X型放射系统与环形辐射系统相结合的整体开放式旅游区域网络。在这个网络格局的基础上,积极拓展与京、沪、穗、港等进出口岸及桂林、西安、黄山、苏杭等旅游热点的相互协作,使湖北旅游网络与周边省份的网络彼此促进,并与全国旅游网络连成一体。

现在旅游企业参与市场竞争的一个鲜明特征是形成集团或联合体,以跨国或跨地区的联合营来占有某些地区的市场。这种市场的垄断与占有就需要各种信息的快速传递和处理。

旅游资源的有机组合,自然环境的综合开发利用,旅游产品的集约化经营,对湖北旅游经济发展至关重要。由于一定区域的旅游资源具有共同的成因背景,所以必须突出区域特点,重点开发区域内最有特色和最有吸引力的资源。湖北旅游经济要有突破性发展,必须瞄准国际国内旅游市场,加强重大目标的信息跟踪,调整湖北旅游经济的发展战略,全面布局,大胆创新。根据湖北旅游业发展规划,总的战略设想是以“两市”(武汉市、宜昌市)、“两线”(长江三峡线,古三国旅游线)和“两山”(武当山和神农架)为建设重点,实行旅游开发与经济开发并举,集中

开发与分散开发并举,产品开发与市场开发并举。充分利用湖北的“湖、山、库”等自然资源,以畅销的观光型产品为基础,搞好特色旅游产品的设计,促进一些新景点的开发和老景观的配套建设,使旅游业发展速度超前于湖北区域经济的发展,形成以观光游览为基础,兼有文化娱乐、商务、购物、体育、会议、探险、度假、科学考察等特色旅游的综合性旅游网络。

三、开发旅游新产品,参与国际市场竞争

纵观 90 年代国际旅游市场的变化趋势,正由一般观光旅游转向专项(特色)旅游,由游览转向参与,由静态转向动态。亚太地区作为发展最快的地区^②,其旅游市场将分化出许多专项旅游市场,并在 90 年代后期独领风骚。

湖北拥有许多独具特色的旅游资源,是发展专项旅游的物质基础。如壮丽的三峡风光,迷人的三国胜迹,灿烂的荆楚文化,神奇的武当圣地,奥秘的神农仙境,多彩的土家风情等等。问题的关键是要在此基础上作深层的开发,推出“唯鄂独有”的特色旅游产品,扩大知名度,吸引国内外游客。

号称千湖之省的湖北,江河交织成网,湖泊星罗棋布,水域类型多样。充分利用“江湖库”,开展丰富多彩的水上特色旅游,正好扬长避短,突出湖北“水”的神韵和独特的魅力。可在长江、东湖、洪湖、梁子湖、陆逊湖、神农溪等水面上开展多功能、多层次的专题旅游活动,如武汉国际长江横渡节,东湖龙舟竞赛,洪湖采莲旅游、水禽狩猎旅游,神农溪拉纤漂流,清江土扁舟水上游。此外,还有湖面赛艇,水上降落伞、垂钓、冲浪等多种水上参与式特色旅游活动。

湖北旅游除了突出“水”的特色外,还必须在楚文化与三国文化等特色旅游方面作出努力。湖北是楚文化的发祥地,唯鄂独有的楚文化旅游内涵很多,如秭归的屈原故里,荆州楚郢都纪南城遗址,八岭山古墓群等等,尤其是曾侯乙编钟代表了楚国音乐艺术的最高成就,编钟被誉为“世界第八大奇迹”^③,开发利用编钟乐舞有广阔的市场前景。

武汉是研究楚文化的中心,可适时推出“武汉国际楚文化艺术节”。旅游活动以编钟乐舞欣赏为龙头,项目安排包括游览磨山楚城、楚天台、屈原纪念馆、桔园、楚街等楚文化景点;举行屈原学术研讨会,配合以楚文物展,楚工艺品展销,楚地方戏曲演出等等。这样使游人在参观了解楚文化的同时,还能欣赏楚国艺术,品尝楚膳,如同身临“楚境”。

湖北境内楚文化旅游景点多而散,以武汉、荆州和秭归较为集中,从路线上这正好与长江三峡之旅相结合。掌握国际市场对旅游文化产品的需求动态,将楚文化的各种具体表现形式进行提炼加工,设计成可供游人观赏或参与的旅游活动。借助三峡之旅这条国际畅销热线,既可丰富长江三峡岸上的特色旅游活动,增添游人情趣,还可借机促销楚文化专项旅游,缩短旅游产品的投入产出周期,提高其经济效益。

湖北的特色旅游资源以其奇、特、神、珍而极有优势,但尚有相当一部分处于待开发状态,这就需要根据湖北旅游经济发展战略与旅游规划,经过调研与可行性论证,坚持量力而行的原则,分清主次先后,按照旅游市场所需,以当今世界旅游者的心理需求为依据,开发出各种类型的含有参与性内容的特色旅游产品。在推销第一代产品的同时,就着手开发第二代产品并构思第三代产品。随着国际旅游市场需求的变化,旅游系列产品应呈梯形般不断推陈出新。对于旅游散客可提供“超级市场式”的自选旅游项目,供其充分自由挑选与组合。

旅游业是一个与国民经济众多部门有着直接和间接联系的综合产业部门,由于它所服务的对象具有明显的流动性和多样性,使得其自身系统的开放性较强。充分发挥湖北区域旅游网

络的功能,通过信息有序化,活跃市场经济,保证湖北旅游业运转的顺畅,就有利于诱发它所在区域经济这一大系统走向有序。

步入 90 年代,世界经济发展的总趋势是合作与竞争并存。湖北旅游业以积极的态度来迎接“复关”带来的挑战,将可以化挑战为机遇。也就是说,湖北旅游业要在进入国内旅游大循环圈的基础上,还要创造条件,努力进入国际旅游大循环圈。要大力开发旅游新产品,积极参与国际市场竞争,开展国际区域性合作,拓宽外国旅行代理人网络,增强与国际饭店联号组织的合作,加速客源市场多元化,逐步建立完整、统一、开放和有序竞争的旅游大市场,实现与国际旅游市场接轨及同步发展。这是湖北旅游经济发展的主旋律和基本对策。

现在,国际旅游市场正在发生一系列深刻的变化。旅游者阶层、旅游心理、旅游方式的变化对湖北旅游产品的供需方式、产品结构、销售方式已产生了直接或间接的影响。目前,湖北旅游业基本上还处于国营垄断状态。一旦海外旅行社涌入,多种所有制形式的旅游企业参与竞争,必将对现有的旅游企业产生巨大的冲击。为了在市场竞争中取胜,湖北旅游业必须抓紧优化结构:

其一是优化组织结构。即各旅游企业通过内部组织结构的调整以及对外兼并、参股和合作来增强自身实力,发展并完善规范的旅游企业集团。

其二是优化服务结构。现在提供单项服务的做法已经难以适应旅游发展的需要。湖北旅游业可实行从旅行社、民航、旅店、餐馆、信息中心直到信用卡公司的一条龙配套服务,完善优质服务标准,理顺旅游价格体系,建立以市场形成价格为主的价格机制,不断推出新的服务项目,并开办常设旅游交易市场,以稳定客源,增加收益。

其三是优化效益结构。旅游企业可以用国内外同行业的最佳成本和效益指标为参照,制订透明化的指标体系,扬长避短,力争使各自的投入产出关系趋于最佳化,以提高整体竞争能力和整体效益。

此外要在激烈的市场竞争中稳住阵地,还必须建立多层次、多渠道、多功能的旅游信息网络,组织跨地区跨行业的经济联合体,以市场需求为导向,适时调整经营策略,提高管理水平和服务质量,注意旅游产品经济效益、社会效益与环境效益的完善结合,从而促进湖北旅游经济更快地发展。

注 释:

- ① 孙尚清,易广招:《关于中国旅游业发展的几点意见》,《改革与理论》1991年第5期,第11页。
- ② Robert, Bentley:《2000年及以远的旅游趋势》,《旅游市场》1993年第2期,第16页。
- ③ 刘晗:《楚文化旅游的主体特色与开发战略探讨》,《改革开放中的湖北旅游》,中国地质大学出版社1993年版,第97—99页。

(责任编辑 邹惠卿)