

论长江国际旅游面临的形势

刘锡汉 张迪祥

目前,国际国内环境都有利于旅游业的发展,长江国际旅游有着广阔的发展前景,但同时也存在许多障碍性因素,我们必须抓住国际国内的有利时机,编制好全流域旅游总体发展规划;制定扶持政策,改善长江国际旅游发展环境;加快旅游企业经营机制转换;全方位开拓海外客源市场,以期在激烈的市场竞争中迎来长江国际旅游的大发展。

长江国际旅游业在80年代获得了迅猛发展,那么在90年代乃至21世纪它的发展前景如何?回答是肯定而明确的,一定会有一个巨大的发展,且机遇与挑战并存。复苏的国际经济,多极化的世界格局,稳定的国内环境,迅猛增长的亚太经济,举世瞩目的三峡工程,将为长江国际旅游带来前所未有的发展良机。

一、长江国际旅游的国际大环境分析

(一) 90年代世界经济的发展对世界旅游市场的影响

随着战后世界经济迅速恢复和较快发展,现代国际旅游业也获得了长足的发展,并经历了起步、增长、腾飞三个阶段和四次发展高峰,许多国家的旅游业因时乘势,纷纷崛起,如60年代的西班牙,70年代的墨西哥,80年代的南朝鲜,形成了多样化的旅游发展模式。

如果说战后世界经济的发展曾经促成了世界旅游市场的发展的话,那末,未来世界经济的发展趋势仍将决定未来世界旅游市场的发展速度、规模和特征。进入90年代以来,一方面由于发达国家的经济衰退浪潮以及东欧剧变、苏联解体引起的经济倒退,使世界经济增长速度放慢,另一方面,第一,因为世界政治局势趋于缓和,大规模撤军裁军的浪潮减少了由军备竞赛导致的资源浪费;第二,新材料、新技术、新工艺的大量付诸实用,知识技术高度密集的新型工业的形成,必然有力地促进世界经济的发展;第三,新兴工业化国家和地区的经济正处于高速发展阶段,并将在世界经济中占有越来越大的份额等等,这将促使90年代中后期世界经济发展出现较强的增长势头,从而也将促进国际旅游业的发展。

据世界旅游组织近年发布的研究报告表明,当实际私人总消费的增长率低于1%时,旅游

通常呈下降趋势;私人实际消费增长1%时,旅游支出保持不变;私人实际消费增长2.5%时,旅游支出的增长率为4%;私人消费的增长率为5%时,旅游支出的增长率为10%。可自由支配的收入额度增加越多,旅游消费的比例就越大。随着人们工资收入的不断增加,人们将具有足够充裕的支付能力出国旅游度假。随着世界经济的发展,人们可自由支配的闲暇时间也会越来越多,预计到本世纪末,人们每周可自由支配的有效时间将等于甚至超过每周工作时间。未来10年中,世界范围内的交通设施和交通工具将更为完善和先进,将为国际旅游提供越来越便利的条件。现代通讯技术将使世界几乎所有地区进行直接的可视联系,不断改变人们出国旅游的时空感,从而推动国际旅游在世界更广阔的范围和更深的层面上迅速发展。随着世界产业结构的调整,第三产业将在本世纪末成为世界经济中的支柱产业,而作为第三产业带头产业的旅游业将可能取代石油、汽车等传统支柱产业成为世界第一大产业。

(二) 世界旅游市场基本态势

目前,西欧、北美是世界旅游业最发达的地区,无论是入境旅游还是出国旅游都居世界重要地位,但是世界其它地区旅游业也在奋起直追,特别是亚太地区旅游业发展速度已远远超过欧美两大传统市场,大有后来居上之势。

1992年,欧洲接待国际旅游者达3亿人次,占世界接待总数的63%以上。西欧是西方中世纪文艺复兴与世界近代科学技术的重要发祥之地,自然景观与人文景观交相辉映,物质文明与精神文明饮誉全球,世界各地中产阶级人士同欧洲多有血缘或教育文化的渊源联系,欧洲旅游吸引着各界人士。西欧国家多,国土面积都不大,彼此间交通方便、通讯发达,边界互相开放,入境签证手续简单,不少旅游企业在同一语种的区域内实行跨国经营,这就使人们动辄成为国际游客,几天之内便可游历几个国家。西欧旅游业在战后长期保持发展势头,更得益于各国社会经济环境的长期稳定及在世界贸易金融竞争中所处的良好态势,随着劳动生产率的进一步提高,人们可自由支配的时间越来越多,各国政府对休假制度所作的调整,都大大方便了职工的旅游活动。西欧国家家庭成员结构简单,三口之家多,易于协调时间,全家人乘私人小汽车出国旅游,既方便又灵活,故西欧旅游者的80%以上以本地区各国作为首选目的地,而其余近20%作远程旅游的游客的一半去北美,10%以上去亚太地区。德、英、法、意等国是亚太地区国际旅游主要的客源市场。

美洲自然风光具有粗犷、古朴的气质,印第安人文化,尤其是马雅人与印加人的古文化遗迹,加勒比与夏威夷的热带海岛风情、北美的经济科技与城市建设(包括人造景观如迪斯尼世界),强烈地吸引各国旅游者向往。1992年,美洲接待国际游客7千多万,占世界接待总数的21.4%,次于欧洲而居世界第二位。北美游客中,去海岛旅游度假者很多,而相邻国家之间的旅游最为频繁,如加拿大出国旅游者的80%去美国,墨西哥国际游客80%以上是美国人,而墨西哥每年也有同样多的人去美国购物旅游。美国是世界最大的客源输出国,达4千多万人,出国旅游者的一半去加拿大,20%以上去欧洲,13%去拉美,到亚洲的占10%多一点,同西欧一样,也是亚太地区国际旅游最主要的客源市场。

亚太地区是国际旅游业迅速崛起的地区,接待总数占世界份额从60年代的0.98%增至1991年的12.9%。1992年接待人数5830万,旅游收入439.1亿美元,分别占世界市场份额的12.3%和15.5%。随着亚太地区经济的快速增长,人们的经济收入增加,休假时间延长,出国旅游开始出现旺盛增长的势头,日本客流持续不衰,四小龙及泰国、菲律宾、马来西亚、印尼出国旅游密度也迅速上升,预计2000年,洲内客流量将达6000万人。

由于受收入水平的限制,除东南亚以外的广大发展中国家,出国旅游发展有限,一般均以入境旅游为主,如非洲国家利用当地的自然环境和游客猎奇的心理,开展奇特风光欣赏,野生动物探险考察,体验民俗风情等专项和特殊旅游,促进了非洲国际旅游业的发展,1992年,接待人数和旅游收入分别占世界的3.6%和1.8%。

上述可见,未来一段时期,我们面对着一个巨大的正在不断发展的国际旅游市场,这对我国(包括长江流域)发展国际旅游十分有利,但市场竞争也是十分激烈的。我国旅游主要的海外客源市场一是西欧,二是北美,三为亚太地区,这三大地区的美、德、英、日、法是世界五大客源输出国,但我国在这些国家所占市场份额都非常有限。西欧、北美经济发达,旅游资源开发充分,旅游基础设施完备,接待水平高,在对旅游高消费市场的争夺中处于强有力的地位。东南亚旅游发展速度快,宣传促销攻势凌厉,新招数、新主题层出不穷,占国际旅游市场份额迅速上升。面对群雄竞争的局面,要求我们必须下功夫进入五大市场的深层,扩大市场占有率,力争成为重要的旅游目的地。东南亚各国与我国为地理近邻,关系友好,又有文化上的密切联系,经济上存在着互济互补,广大华侨华裔怀有寻根问祖的强烈愿望,近年来,菲律宾、新加坡、泰国、韩国、印尼等国旅华人数迅速增多,先后成为我国前10位的客源国。由于我国旅游业界一向都把主要力量倾注于对欧美市场客源的开拓,而东南亚客流乃自然形成,随着亚洲籍游客旅行经历日见丰富,游客的需求与客源流向等都在发生变化,我们必须变被动接纳为主动招徕,开发对路产品,加大促销力度来引导流量。

(三) 长江国际旅游与世界旅游市场的联系

我国旅游业的迅速发展对国家的经济繁荣、改革开放、对外形象、国际交往、人民物质文化生活的提高等等,都产生了十分积极的影响。随着国家改革开放力度的加大,社会主义市场经济体系的建立,旅游业将在更大的范围内对外开放,真正进入国际旅游服务贸易,与国际市场形成对接,从而使我国旅游业的影响在更大范围内得到体现和扩展。今后一段时间,我国包括长江流域的国际旅游业将有以下几方面的进展:

第一,随着旅游业改革向纵深发展、旅游经济将上一个新台阶;

第二,将逐步建立比较稳定的国际服务贸易程序,从而在国际服务贸易市场中规范我国旅游业的秩序,形成比较稳定的商品经济新秩序;

第三,我国旅游产品将越来越丰富,品位将渐次提高,旅游商品的出口创汇能力亦将大大增强。

二、长江国际旅游的国内大环境分析

一个国家或地区旅游业的发展要受到经济发展、需求刺激、供给配套等因素的制约。从国际经验看,旅游业的发达程度都以经济发达程度为依托,在旅游经济运行上都以比较完善的市场机制为背景。市场机制是主导性因素,而政策的支持也很关键。由以上观之,则可以断言:在我国,一个有利于旅游业发展的大环境正在形成。

首先,以邓小平同志南巡讲话为标志,我国进入加快改革开放,加速经济发展的新阶段。随着加快转换国有企业经营机制,积极发展和培育各类市场,深化金融体制改革,进一步改革劳动工资制度等一系列方针政策的实施,一步步构筑起社会主义市场经济的基本框架,展现了我国经济在90年代再上新台阶的良好前景。我国总体经济实力的迅速增强,对旅游业的

发展无疑是提供了最好的依托。特别是近年来,中央把长江流域的开放开发放到了显著的位置,提供了加速发展的强大政策力量,浦东开发、三峡工程上马,标志着长江经济带开发建设的大规模推进,这又给长江国际旅游带来了千载难逢的发展契机。

其次,我国产业结构调整正朝着加重第三产业方向演进。我国实行市场取向的经济体制改革以来,逐步加大了市场在调整产业结构,优化资源配置中的作用,从而使一、二、三产业的关系有了相当的改善。第三产业在国民生产总值中比例过低的状况正在改变,这是旅游业得以迅速发展的重要前提条件。

1992年6月,党中央、国务院又颁布了《关于加快发展第三产业的决定》。《决定》高度概括了发展第三产业的战略意义,提出了加快发展第三产业的的目标和重点,明确了加快发展第三产业的主要政策和措施,要求全党和各级政府高度重视第三产业。在八届人大一次会议上,李鹏总理在政府工作报告中还特别强调:“要使第三产业增长高于国民生产总值增长速度……”。目前,我国交通运输、邮电通讯和科技教育正在加速发展,商业、服务业、金融业、保险业、信息业、咨询业、旅游业等也越来越受到全社会的重视。产业结构朝加重第三产业演进,给旅游业的加速发展创造了良好的环境。

再从旅游业本身看,我国旅游业已由偏重国际旅游转入总体旅游全面发展的新时期。

1993年,全国有组织接待的海外旅游者突破700万,旅游创汇46亿美元,均创历史最好水平,标志着我国国际旅游开始了新的加速发展阶段。

按照旅游业发展的普遍规律,一般是先国内再国际,在当代世界旅游活动中,国内旅游一直占据着极大比重。据世界旅游组织统计,国内旅游人数占世界旅游人数90%以上,旅游收入也占90%左右。我国旅游业走了一条与此相反的发展道路。自70年代末改革开放以来,大批华侨华裔回乡省亲,大批投资者涌入大陆,国际旅游先于国内旅游得到发展。随着生活水平的提高,近年来,旅游逐步成为我国人民的一种新的追求,国内旅游因而兴起并发展起来,1993年,旅游人次达3.5亿,回笼货币320亿元。1992年,国务院主要领导专门就旅游业作指示:对于国内旅游要和国际旅游同样重视,甚至超过国际旅游。这是我国官方首次明确表态支持国内旅游工作。国家旅游部门也准备进一步加强国内旅游的协调、指导和管理,建立相应的统计制度、财务制度、服务质量标准和消费者投诉制度,并把线路和产品的系列化提到议事日程上来。

我国居民自费出境旅游活动也开始发展起来,并有着可观的潜在需求和现实的支付能力,已成为一个消费动向,也是旅游经营的新领域。

在发展入境旅游的同时注重发展国内旅游与出国旅游,三个轮子全部驱动,表明我国旅游已开始驶入“快车道”,正向着世界旅游大国的目标奋进。

三、发展长江国际旅游的障碍性因素

(一) 分段开发、区域经营旧模式的弊病

长江源远流长,在旅游的发展规划上,各省市都有一定的局限性,造成了不少问题。

1. 开发程度参差不齐,热的过热,冷的过冷。党的十一届三中全会后,我国沿海地区率先实行对外开放,带来了经济的迅速发展,并伴随着交通通讯条件的极大改善,吸引了大量商务旅游和探亲访友的华侨、港、澳、台同胞,从而使沿海地区成为旅游市场上的热点,加

之国家旅游局对热点地区实行投资倾斜政策,从而进一步加速了这些地区旅游业的发展。长江旅游则是在热点地区旅游业发展了一段时间后才开始发展的,故在资源开发,基础设施建设,人才培养等各个方面都落后于热点地区。目前,虽然长江三峡已成为国际旅游热点,但沿线其它景点都较冷,一方面地方政府往往不予重视,除了“以旅游养旅游”这一优惠政策外,基本没有资金注入,使沿江旅游资源开发及旅游基础设施建设步伐缓慢,各景点的开发程度参差不齐,始终拿不出“拳头产品”,因而缺乏足够的吸引力;另一方面,社会对旅游业的认识也影响着旅游业发展。在开放地区,外资对旅游业的重视产生了良好的示范效应,旅游业为当地带来资金、信息与人才,因而激发了人们办旅游的热情。长江沿线旅游产业规模微小,连带辐射功能弱,人们虽然知道旅游能创汇,但还未把它提高到促进开放、引进资金、信息、人才,带动地区经济发展的高度来认识。在投资、交通、资源开发的许多方面深受限制的长江旅游业,其景点始终热不起来,专职旅游部门势单力孤,难得有大的作为。

2. 对外宣传不完整,各省市各自分管一段,缺乏整体形象。湖北、四川共有长江三峡,虽然旅游开发渐趋成熟,但其功能作用远不如杭州之对浙江,西安之对陕西。这里有资源分布和总体开发设计的原因,但更重要的是在对外宣传上不够完整,如四川只宣传长江三峡巫山、小三峡、万县、丰都鬼城、重庆、成都等景点,湖北则只宣传神农溪、武汉、荆州、宜昌等,从而使长江三峡旅游线整体形象不明晰。由于宣传的不完整,很多外国旅游者只知道长江三峡中有个自然景色壮丽的大宁河小三峡,却不知胜似仙境的神农溪小三峡,以致造成长江客源下水大于上水,尽管上水价格低于下水,但大多数游客还是要坐长江下水旅游船,严重地损害了长江旅游整体综合效益的发挥。

(二) 旅游企业经营机制不完善,市场竞争能力不强

旅游业是一个新兴的行业,理应有新的管理体制和经营机制。但中国旅游业从一开始就沿用了老的管理体制,此后全国经济体制改革不断深化,旅游行业却触动很小,企业经营机制不完善,不能适应旅游业这种完全的市场经济的发展需要。

1. 经营管理体制落后。目前,长江旅游企业用工制度、分配制度仍受到许多老一套东西的约束,大锅饭、铁饭碗、铁工资始终没有打破,这不仅不利于调动职工积极性,而且影响服务质量的提高。同是旅游企业,作为合资的或者沿海的企业就不受以上限制。择优上岗,按职付薪,拉开档次,奖罚分明等举措,在沿海地区可以实行,但在内地却较难。按照国际惯例办事,沿海可以,内地较难。合资或沿海地区企业可以用高薪、住房等优惠待遇吸引人才,内地却办不到。此外,企业经营自主权也受到多方面限制,一些对长江旅游发展有着举足轻重作用的大型骨干企业的骨干地位和作用,也因此不能充分显现。某公司虽属一类旅行社,但出国展销宣传上受到国家三总社控制,企业不能直接进入国际市场。行业管理方面,省市地方旅游管理部门,从保护地方发展的角度往往通过行政手段加以干涉和限制。结果,企业不能真正实施自主经营,许多属于企业经营管理范畴的问题,只得由上级机关解决。

2. 旅游价格系统不规范,不能按照市场规律进行调节。按照社会主义市场经济规律,旅游价格的确定,应该按其市场供求关系的变化而进行调节。但是,国有旅游企业由于行业管理归口,其价格的确定,不是由企业本身根据市场需求的变化来决定,而是由国家旅游局统一定价。这样就给那些集体、民营、合资企业带来了宽松的竞争环境,这些小企业不受国家价格政策的限制,可以根据市场的变化自行定价,以致造成长江旅游船价格混乱,削价竞争严重。在法律法规方面,也还有不少空白,如至今还没有一部旅游法、饭店法。由于没有针

对旅游业的特殊法规,以法律管理企业就难以落到实处。而财政、金融、税收、审计等经济管理手段更多的是用在大型国有企业,这就造成了地方企业、合资企业乘政策之隙,发展造船、自行定价,致使长江国际旅游削价竞争屡禁不止。

(三) 资源分散,产品单一,影响了整体吸引力

长江流域共有国家级风景名胜 32 处,其中长江三峡为全国 10 大名胜之一,能够成为国际旅游热点的还有四川的峨眉山,湖北的神农架、武当山,湖南的武陵源、江西的鄱阳湖、庐山等。如此丰富的资源为什么未能形成象周围省区那样的吸引力呢?原因是多方面的:

1. 资源分散、利用不平衡。由于资源之间相距较远,交通不便利,旅游者在有限的时间内,无法游览所有景点,只能挑选一两个重点参观。这样一来,其余景点就被闲置一旁,这就是三峡线成为国际旅游热点,而武汉、重庆则沦为中转站的重要原因。长江旅游资源遍布沿线九省一市,自然景观,人文景观,整体组合完美,但因资源分散,开发建设所需投资巨大、技术复杂,因而绝大多数景点目前尚无法利用。加以交通落后,完成整个区域旅游十分困难,在国际旅游者时间有限的情况下,很少有人作全线旅游的选择,于是绝大多数只选择品位价值最高的长江三峡,以及安徽的黄山和四川的峨眉山等少数几个景点。资源分散、利用不平衡,导致整个长江旅游业的落后。

2. 多元化旅游没有形成。长江旅游不仅资源分散,而且产品单一,多元化旅游难以形成,这是由资源本身的特性和开发不足所决定的。长江三峡开发较为成熟,成为国际旅游的热点,但其吃、住、行、游、娱、购等都局限于船上,游客的一切活动皆以游船为中心,在沿线风景点的活动都是短时间的,如在万县、荆州、岳阳等景点,游客只停留两小时左右。周围省区的旅游热点,情形却完全不同,如桂林、西安,集吃、住、行、游、购、娱于一体,并可为周围地区提供服务,把自身的热能传导给周围地区,其辐射能力极强。

(四) 污染严重,旅游资源和旅游环境保护未受到足够重视

最近二、三十年来,人们对生态环境的重视不断提高,生态环境作为旅游地区最基本的旅游资源,是旅游业成功发展的重要前提条件。大家知道,无论是自然资源还是人文资源,都是人类的宝贵财富,这种财富不仅具有历史文化意义,而且具有重要的观赏、科研价值和社会经济效益。因此,许多国家都把保护旅游资源视为旅游业兴旺发达的生命线。

长江沿线各地在旅游业发展过程中,如同我国其它许多地区一样,注重了经济效益,而忽视了旅游资源与旅游环境的保护,旅游景区内基本上都存在乱砍乱伐、捕猎禽兽、采石炸山、三废排入以及折木损花、乱涂乱刻等现象,严重地影响了旅游效果。因此,减少环境污染,保护生态平衡已迫在眉睫。不解决好环境保护问题,开发即是破坏,杀鸡取卵式的开发,必然危及旅游业的长远发展。

四、对策及建议

(一) 编制长江旅游总体发展规划

分段开发、区域经营的旧模式,影响了产品的整体配合,随着传统计划经济体制逐步被社会主义市场经济所取代,长江国际旅游作为参与国际经济大循环的重要一环,必须以国际和国内市场需求为导向,尽快着手编制流域旅游总体发展规划。建议由国家旅游局牵头,沿江各省市参加,在对长江旅游资源进行认真调查的基础上,就资源优势、产品结构、旅游活

动类型及配套设施的完善、开发项目的选择等进行全面评估与属性和状态的分类,列出国家级、省市级、地县级三个层次,进行总体综合布局,统一协调开发建设。

(二) 制定扶持政策,改善长江国际旅游发展环境

1. 建议由国家旅游局牵头,各省市参加,成立大长江旅游区开发管理机构,协调组织长江旅游景点的调查、评估和规划旅游资源开发。

2. 建议国家将长江旅游资源列为开发开放重点,给予相当于沿海经济特区的优惠政策,在项目投资、生产资料配给、经营政策、出国参观、驻外设点等方面给予系列优惠倾斜政策。

3. 开征旅游税,增强旅游企业自我发展能力,充分利用税收杠杆,调节旅游经济发展。采取向旅游生产经营企业提供税收、信贷等方面优惠及直接投资于旅游交通、旅游设施和景点建设,保证旅游重点项目的落实。

4. 对外开放,大力吸引外资。允许和鼓励外商来长江开发旅游资源、旅游商品、兴建有吸引力的旅游项目、改造旅游设施、兴办旅游交通等。

(三) 加快旅游企业的经营机制转换

在国家大力发展第三产业政策的鼓舞下,出现了全社会办旅游,即相互渗透,多元化经营的新格局。为使国有大中型旅游企业在市场经济中大显身手,必须加快企业的经营机制转换。

1. 政企分工,建立公平的市场竞争机制,消除地方保护落后的弊端。

2. 给企业充分的经营自主权,使企业在市场经济中成为完整的商品经济的生产经营者。

3. 加强旅游企业的联合,走股份化、集团化发展道路。

(四) 全方位开拓客源市场

长江国际旅游境外客源市场的开发应取如下方针:即以欧洲、美洲为主要市场,以日本、韩国、港澳台为重点市场,以东南亚为发展市场,以独联体及东欧各国为潜在市场,形成长江旅游的中远客源市场,周边客源市场,文化习俗相通的血缘市场。由于这个问题的特殊重要性,作者另有专文探讨。

在开发境外市场的同时,要大力发展国内旅游。在继续发展观光旅游的同时,重点开发会议市场、休假疗养市场、新婚蜜月市场及各种考察活动、商务活动市场,使国内旅游成为长江旅游客源的重要支柱。

(责任编辑 邹惠卿)