

一、国际旅游市场环境

国际旅游业兴起于本世纪初,二战以后迅速发展,现已成为仅次于石油和汽车制造业的第三大产业。国际旅游人数和收入逐年高速持续增长。

1950年国际旅游人数仅为2520万人次,旅游收入21亿美元,而到1960、1970、1990年,则依次分别增长

为:7210万人次,68亿美元;1.58亿人次,179亿美元;4.15亿人次,2300亿美元。预计到2000年,国际旅游人数可超过6亿人次。当今国际旅游业主要有以下几个特点:

1. 发达国家仍是国际旅游的主体

本世纪世界各发达国家经济将缓慢发展,呈稳步增长趋势。这些国家职工薪金将继续增加,工作时间将缩短,国际旅游业仍会呈现增长的趋势。西欧、北美、澳大利亚、新西兰和日本等经合组织成员国在国际旅游业中仍占统治地位。作为国际旅游业的客源地,他们可提供90%的旅游者;作为国际旅游的接待国,他们也可接待80~90%的世界各国旅游者。1992年统一的欧洲市场形成将带动经济增长3~7%,在主要的欧洲国家,旅游消费增长也将达到每年3~8%。

1990年美国出国旅游人数达到4300万,居世界第二位。游客流向与1989年基本相同,往南非、欧洲、亚太地区游客均有7~9%的增长。英国是欧洲的主要客源输出国。1990年1~8月出境游客2140万,较上年同期增长3%。欧洲其它几个主要客源输出国——德国、法国、意大利等国,出国旅游人数也都有一定增加。欧洲人远距离旅游将会逐渐有所发展,远距离的旅游者大多是经济富裕、休闲时间长的中上层人士,他们消费水平高,购买力强。

2. 亚太地区国际旅游业发展速度高于其它地区

亚太地区是世界六大旅游区之一。该地区经济蓬勃发展,八十年代,经济增长率继续高于其它地区,在世界经济中的地位明显上升。据日本经济企划厅的统计和预测,1986年亚太地区(未包括印支三国和北朝鲜)的国民生产总值为27480亿美元,相当于美国国民生产总值42085亿美元的65.3%和欧共体(九国)国民生产总值30930亿美元的88.8%;到2000年,亚太地区的国民生产总值将达到56300亿美元,超过欧共体(九国)46800亿美元国民生产总值。到时,世界经济形势将形成以美国、欧洲和亚太地区三大中心为主的格局。亚太地区经济的发展必然推动区内旅游业的兴旺发展。在亚太区内,相互间既是客源产生国也是客源接待国;作为一个整体,它有古老文化和现代文明溶为一体的带有神奇色彩的旅游资源,对世界各国旅游者都有巨大的魅力,所以,又是吸引远程游客的大市场。1980年以来,这一地区接待国际旅游者人数平均每年增长13.2%,旅游外汇收入平均每年增长9.1%,是世界各旅游区中增长最快的地区。这一地区大多是发展中国家,最近几年,各国和各地区政府都积极采取措施发展旅游业。旅游基础设施在不断完善,服务质量日益提高,并以多种旅游项目吸引各国旅游者。同时,在购物、旅游价格和汇率方面也比较稳定,使这一地区的旅游产品在国际旅游市场上更具竞争力。据国际旅游界行家分析,21世纪,世界旅游中心将属于亚太地区。

国际旅游市场环境和

我国的对策

奚红妹

3. 科技发展促进了旅游业的拓展

由于科学技术的发展,旅游供给更加现代化和社会化。交通便利、衔接紧凑、内容丰富的旅游地区将更具有吸引力。据称,美国麦道飞机公司,在1992年就可推出能节油45%的新型飞机,因其大大降低旅行费用,远距离旅游必将为更多的游客接受,从而也可为我国旅游业进一步打入欧美市场创造条件。另外,计算机的普及使预定系统形成世界网络,预定周期缩短;信用卡通行世界;出入境手续日益简化;信息的畅通等,也使旅行商和旅游者的选择、组织、安排效益大大提高,更能满足游客多样化、个性化的需求。

4. 竞争激烈

随着世界旅游业的迅速发展,中小国家也为争夺客源市场展开激烈的竞争,并已显示出自己的优势。其主要竞争措施是:(1)在适应产品需求上下功夫,丰富产品内容,开发旅游新产品。传统的观光项目大大增加新的内容,专项旅游和特种旅游越来越多;(2)竞争与联系相互渗透,进行区域性联合开发促销。如集中力量举办以文化、体育、民俗风情等为主题的大型活动;(3)竞争已不仅是企业层次的竞争,而是成为国家层次的整体竞争。通过举办旅游年或大规模的庆典活动来造成轰动性影响,吸引更多的境外游客。东盟六国的合作就是典型的一例。东盟六国决定1993年为东盟旅游年,目前六国正采取一切措施,大力开拓旅游点,派专业人员到世界各地开展旅游促销活动,宣传东盟的旅游观光点和旅游政策,使世界游客认识到“东盟是世界上仅有的六合之一的热带天堂”。

二、我们的对策

国际旅游环境的变化给我国旅游业既带来了机遇,也提出了更为严峻的挑战。为了增强我国旅游业的竞争能力,加强旅游业的发展后劲,我们必须从内外两方面寻求对策。

1. 深化旅游体制改革

旅游业是天然的市场导向型产业。旅游者的旅游行为带有很大的自发性和随意性。旅游业的这种市场特征决定了旅游业的供需主要依靠市场调节,各国所不同的只是市场的大小和市场发育程度的差别。我国发展旅游业亟待解决的并不是计划与市场的矛盾,而是市场化的运行机制与非市场化的企业体制的矛盾。旅游体制改革的目标模式就是要以培育和完善市场为中心,在强化宏观管理的同时,更要使企业在市场的风浪中自然选择,充分发挥市场在资源配置和经济效益等方面的推动和制约作用。

我国现行旅游管理由于在宏观上没有形成面向全行业的系统管理,同旅游业这一综合性事业的客观要求形成了巨大的反差;在微观上没有使企业成为自主经营、自负盈亏、具有自我改造、自我发展能力和权限的经济法人,与我国旅游业的迅猛发展极不适应,从而出现了市场混乱、结构失衡等问题。为此,建立一个健全的、强有力的、面向全行业的管理体制,是我国旅游业健康发展的关键。具体而言,应重点抓好下列几点:(1)尽快制定旅游发展战略五年、十年规划和年度计划,努力适应旅游业的发展速度;(2)制定切实可行的政策法规,使行业管理有据可依,有章可循;(3)制定宣传促销战略,统一对外宣传口径,联合对外促销;(4)建立旅游统计网络,大量收集、整理和分析各种信息,以供决策参考;(5)制定人才培养规划,运用各种形式、多层次地进行培训,提高从业人员素质;(6)抓好旅游资源的开发、建设和保护工作;(7)确定旅游企业的硬件、软件标准,制定企业主要岗位

的规范,建立标准化管理网络。

2. 优化旅游产业结构和旅游产品结构

旅游业作为一项系统工程,只有优化结构,才能更大地发挥功能,提高其在国民经济中的地位,形成良性循环的发展机制。优化产业结构的总体原则是确保重点,综合配套,提高效益,协调发展,有效地提高综合接待能力和创汇能力。为此,要注意:(1)重点支持旅游交通,拓展旅游商品的生产与销售;(2)扩建全天候的娱乐设施,加快风景游览区特别是新的重点旅游线路上的配套建设,但对建造高档饭店以及脱离国际旅游者一般游览需求和超出国内旅游者需求能力的项目要严格控制;(3)调整旅行社的数量与结构,建立权责利紧密结合的决策和经营机制。

旅游产品结构的优化,按旅游的下列四个主要构成:(1)一般观光旅游线路;(2)专题旅游项目,如会议旅游、专项考察旅游等;(3)特种旅游项目,如登山、探险、汽车拉力赛等具有特殊性的旅游活动;(4)大型旅游活动,首先是各自的内部优化,其次是彼此间的优化,再次是作为供给整体与需求之间相对应的优化。为此,国家旅游局提出了编制三线的设想。按照市场需求、国际知名度、交通、接待条件等因素,把全国的旅游线路划分为国家线旅游线路(简称国线)、地方级旅游线路(简称省线)以及专项旅游和特种旅游线路(简称专线)。在按各线路之特点开发旅游产品过程中,必须体现出:(1)民族性,即中华民族的文化。我国旅游产品不能是搬抄外国而拼凑起来的大杂烩,应以民族特色而闻名于世。求新、求异是旅游需求的基本动机之一,民族差异越大,越能增强旅游产品的吸引力;(2)生活性。社会生活是民族文化最基本的元素。旅游是一项轻松的活动,产品设计要尽量与现实生活接近,不能搞得过于刻板;(3)参与性。大凡成功有影响的旅游生活都不局限于观赏,而是有较强的参与性,从而使旅游者获得更深刻、更美好的享受和体验。

只要我们认真搞好产业结构、产品结构优化,旅游线路质量得到全面提高,旅游活动丰富多彩,产品具有特色,就一定会提高我国旅游业在国际上的吸引力和竞争力,使我国丰富的旅游资源优势转化为现实的经济优势。

3. 大力开拓市场

目前,我国客源市场的基本格局可以简单概括为:客源产出国与地区的地理分布已经明朗且较为合理;以消费特征和需求偏好为衡量标准,来华游客的构成简单、狭隘,不甚理想,游客总量仍以自然流量和初访客为主体,标志着客源开发层次的浅薄。

八十年代中期以前,旅游市场基本上属于地域指向型,以世界大区、国家或地区对客源市场进行分级分类。随着旅游市场布局的合理化和游客的大众化,上述粗线条和表层的划分已经缺乏其针对性和有效性。因此,我们必须把市场分析建立于群体指向与地域指向相结合的基础上。市场开发要注意远近结合,新兴市场与传统市场并举,全面开拓与重点促销同时进行。鉴于今后旅游市场的竞争会更趋激烈,我们应在已有的基础上继续探索区域联合的多种方式,拓宽合作领域,包括组织多国旅游产品,联合宣传促销和旅游业管理经验的交流借鉴。

4. 加强旅游人才的培养

旅游人才是旅游业最重要的生产力,一切竞争最终取决于人才的竞争。尽快建立一支训练有素、结构合理、规模可观的旅游产业队伍是旅游业兴旺发达的关键。这支队伍应包括:由政府 and 行业高级官员组成的宏观决策者;能够适应并参与国内外竞争的旅游企业家;体现中华民族文明精神的各方面专家;体现中国人民精神风貌,掌握国际操作要求和服务规范的旅游服务(下转第42页)。

就近期来说,我国将会加强在以下几个方面的立法。

(一) 以加入关贸总协定为目标,制定和修订一系列法律法规

首先,在今年年内,制定和公布《外贸法》,对外贸管理机关的职权、外贸企业和外贸经营权、外贸管理进行规定;其次,我国将很快制定和公布反倾销法、反补贴法和反不正当竞争法,对国内幼稚工业进行保护;第三,进一步修订《关税条例》和《海关进出口税则》,逐步将关税降低到关贸总协定规定的水平;第四,在人民币汇率继续合理化,实行单一浮动汇率制的基础上,修订《外汇管理暂行条例》,放松外汇管制。

(二) 修订专利法

根据今年1月16日中美达成的关于知识产权的协议,我国正在着手修订专利法。在新法案中,将会作如下修改:(1)对化学物品、药品、动植物新品种不仅给予方法专利保护,还给予产品专利保护;(2)给予化学物品、药品和动植物新品种的保护期延长到20年;(3)承认专利受让人的进口权和禁止进口相似专利产品;(4)适当修订申请专利的程序等内容。今年,我国还将加入《伯尔尼公约》。

(三) 制定证券交易法、股份公司法和股份公司会计制度的法规

在以上法律法规立法中,将会对证券机构的设立和管理,股票的种类、发行条件、股东权利、对小股东的特殊保护,实行国际上通行的会计准则,等等。

(四) 进一步完善现有涉外经济法制

制定一系列诸如《中外合作经营企业法实施细则》的配套法规。

(五) 制定奖励法规

在产业导向、发展高科技、产业升级方面将制定奖励投资法及其相关的法律。

从远期来看,随着经济法制改革的成功和国内企业国际竞争力的加强,我国最终将取消国内经济法制和涉外经济法制的双轨制,对外国人实行国民待遇,适用国内经济法制。

(上接第52页)

人员。为此,要采取多渠道、多层次、多形式的办法,广泛培养,聚集各种专业人才。

5. 建立良好的发展环境

旅游业是综合性很强的产业,要求社会各方面能给予密切配合和高度协调。旅游业又是依托性很强的产业,其发展不仅要凭借旅游资源的优势,更重要的是必须依托工业、农业、商业、交通运输业和市政基础设施的发展,实质上就是以国民经济的总体的相对发达为后盾。这就对旅游发展的“软环境”和“硬环境”两个方面提出了任务。“硬环境”的建设有待于国民经济的逐步发展,“软环境”的建设则从现在就可做起。其内容包括:(1)提高管理水平,培养管理人才;(2)建立发达的信息网络;(3)促进旅游业与社会大环境的“双向协调”,即旅游业要适应社会,社会要支持旅游业;(4)完善服务设施,增加服务项目;(5)提高从业人员的素质,做到优质服务;(6)纠正行业不正之风,等等。