

论旅游业对招商引资的促进作用

李 萌

摘 要: 旅游业是一种外向性特征鲜明、关联带动性强、可持续发展性强的产业。它对地方政府的招商引资工作有着独特而重要的促进作用: 旅游项目本身是良好的引资项目; 商务旅游的开发直接促进招商引资工作; 旅游业的发展有助于塑造和改善地方形象, 改善地方投资环境。要充分发挥这些积极作用, 就应在商务旅游产品开发、旅游与招商工作相结合、城市建设与旅游开发一体化、旅游与相关产业相结合等方面多下功夫。

关键词: 旅游业; 招商引资; 产业特征

中图分类号: F590.8 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2003)01-0063-04

招商引资一直是改革开放以来我国各级政府所面临的一项重要任务, 它是衡量地方对外开放程度和开放成果的重要标志, 因此在各级政府的工作安排中占有重要地位。旅游业作为一种天然的外向性特征鲜明、关联带动性强、可持续发展性强的产业, 在各级政府的对外开放、招商引资工作中有着独特而重要的作用。明确旅游业在招商引资工作中的积极作用, 并探讨全面发挥其作用的基本对策, 不论是对于招商引资工作的有效开展, 还是对于旅游业自身的持续发展都有很强的现实意义。

一、旅游业具有促进招商引资的产业特征

招商引资是各地为了弥补本地建设资金不足或引进优质项目而有意识地吸引外来资金注入本地发展的一种手段, 其成效取决于多种因素, 如招商项目的丰富性、招商项目本身的质量及吸引力、地方投资环境状况、地方经济社会整体发展水平、招商工作的力度及手段等等。在这诸多因素中, 旅游业由于具有一些独特的产业特征而能在多个方面发挥作用, 推动招商引资工作的进行。其产业特征如下:^①

就旅游业自身而言, 它具有天然的外向性特征, 是对外开放的先导产业, 也是我国对外开放起步最早的产业; 旅游业是市场需求日益旺盛的产业, 被称为“朝阳产业”; 在环境与发展的关系上, 旅游业是冲突最小、目标最为接近的产业, 被誉为资源节约型和可持续发展型产业。这些产业特征使旅游项目本身成为优质投资项目。

就旅游业与其他产业及地方整体发展的关系而言, 它是关联带动功能很强的产业, 它可

以为第一、二产业开辟和提供新市场,用旅游需求的增长去引导和带动一、二产业的增长,使第一、二、三产业在更高层次上得以协调发展;它可以提高各类资源的综合利用水平;它还可以有效宣传本国和本地区的历史、文化,展示地方的建设成就和发展水平,促进世界对本国和本地区的了解和关注。

旅游业所具有的上述产业特征,为它能够在招商引资中起到重要的促进作用奠定了基础。

二、旅游业对招商引资促进作用的具体表现

1. 旅游项目本身是招商引资的优质项目,旅游业的发展还可带动相关产业的投资需求的产生

第三产业的迅猛发展已经成为全球范围内的经济现象,在发达国家,第三产业在整个国民经济中所占比例已超过50%。在我国,尽管达不到此比例,但近几年发展势头迅猛,在地方经济中所占比例越来越大,对经济的贡献引人注目。在这种情况下,作为第三产业中支柱产业的旅游业备受投资者的关注。旅游项目在近几年的招商引资工作中有不俗表现。在2000年9月厦门举办的中国投资贸易洽谈会上,国家旅游局所率旅游展团一举夺得13.8亿美元的合同外资,占洽谈会合同外资总额的26%,反映了外资对我国旅游业的强烈意向。^②另外,在西部开发旅游先行的共识下,西部广大地区在对外招商引资时,纷纷把一些大型旅游项目作为重大项目优先推介。除外资对我国旅游业感兴趣外,国内的民营资本近年来对旅游景区(点)建设项目的积极投资也引起人们的关注和重视,如杭州宋城集团、四川万贯集团都取得了显著成效。^③事实上,不仅旅游项目本身是良好的引资项目,同时由于旅游业具有关联带动功能强的特征,其发展还有效地带动了相关产业的投资需求的产生,不断提供新的投资机会。这些都有力地推动了招商引资工作。

2. 商务考察旅游产品的开发为招商引资工作起到积极的牵线搭桥作用

商务考察旅游一直是旅游活动中的一大类,是旅游业中一个重要的利润增长点。随着近年来全球经济一体化进程的加快和我国对外、对内开放程度的加强,国内外各地区之间的经济文化交流越来越频繁,交流的范围越来越宽,内容越来越有深度。在这种情况下,开拓商务旅游市场、开辟商务考察线路引起旅行社的空前重视。而商务考察旅游团的成功组织,为相关产业、行业的业务信息沟通、项目考察、人员接洽等提供了机会,从而对地方的招商引资具有明显促进作用。

3. 旅游业在塑造和改善地方形象、提升地方知名度方面发挥着重要作用

地方的知名度和向外界展示出的良好的招商形象,是吸引投资者注意力的重要因素。而地方旅游业的成功发展,可以塑造或改善地方形象,有效提升地方的知名度,有助于形成良好的地方招商形象。对于地方而言,发展旅游业的过程,在很大程度上就是把本地吸引人的各种因素进行整合后向外界展示的过程,也是旅游地的形象向外传播的过程。通过游客的实地游览,地方的形象传播到更大范围,地方的知名度得以有效提升。尽管旅游形象跟地方的招商形象有所不同,但旅游形象的成功塑造与推广,对地方招商形象的形成与传播具有直接的、重要的推动作用。

4. 旅游业在投资环境建设中发挥着重要作用

投资环境的好坏是招商引资工作能否取得成效的关键因素之一,因为投资环境直接关系到投资的成败,历来为投资主体所重视。地方投资环境包括“硬件”和“软件”两方面。在这两个方面,旅游业都发挥着重要作用。

“硬件”一般是指地方的基础设施。可以说,旅游业的发展带动着地方基础设施的日益完善。因为旅游业对交通、住宿、餐饮、娱乐、水电、通讯、金融等方面的要求相当高,所以地方为发展旅游业而在上述基础设施方面的投入及建设同时也是投资环境建设的重要内容。正如国家旅游局副局长孙钢曾指出的那样,“实际上,旅游设施也是投资环境的重要组成部分,发展旅游业也是在为改善投资环境、扩大对外开放做出努力”。^④

“软件”是指投资的社会文化环境,它包括政策、法制、风俗习惯、价值观、宗教观念、文化氛围、开放观念、居民对外来人员的态度等多方面的内容,^⑤其状况直接影响投资主体的投资决策和投资行为。因此,在投资环境建设中,各地都在努力培育能促进投资的积极的社会文化因素,消除不利于吸引投资的消极的社会文化因素。地方旅游业的发展对于消除不利于吸引投资的消极社会文化因素如地方保护主义、狭隘的地缘血缘关系、排外意识等,具有积极的、重要的作用,而对于培育那些能促进投资的积极社会文化因素如地方的开放意识、开放程度、对外来者的友好态度等更是有着直接的、难以替代的促进作用。另外应注意的是,世界著名华人科学家、中国科学院工程院外籍院士田长霖在2000年6月19日上海举办的“中国高科技产品融资和发展会议”上,提到吸引高科技产业投资必须具备四大条件,条件之一是“良好的自然环境和人文环境”。人文环境主要包括健全的文化服务功能、浓郁的文化氛围、鲜明的文化特色和良好的城市形象。他认为,这会大大增加城市对外商投资的吸引力。^⑥事实上,上述人文环境正是城市旅游业发展的基本内容和重要诉求,旅游业的发展为人文环境的提升和完善提供了最直接的推动力。

5. 旅游业发展所带来的旺盛人气为投资者所关注 旅游业是吸引人、凝聚人的产业,旅游业的成功发展,可以带来大量的人流、信息流、资金流,形成容易感知的旺盛人气,在节假日期间表现尤为明显。人气能促进消费,扩大企业的影响。它不仅可为旅游地的企业提供最直接的客源市场,而且对旅游地的企业形象的快速、有效传播起到极大的推动作用。旅游业组织人流的功能日益得到有眼光的投资者的肯定和重视,成为促进招商引资的积极因素。

事实上,近年来地方政府都在尝试着把招商引资工作与旅游业紧密结合。所谓的“旅游搭台,经贸唱戏”即是典型表现。它是指在旅游文化节庆活动中,有机地融入经贸洽谈、招商引资等活动内容,这种做法在不少地方取得了不错的效果。但总体而言,旅游业对招商引资多方面的促进作用并没有全面发挥出来,仍有待进一步挖掘。

三、发挥旅游业对招商引资促进作用的基本对策

上文已表明,旅游业对招商引资的促进作用是多方面的,所以在实际工作中,应有意识地全面发挥这种促进作用。它不仅能促进招商引资工作,而且还有助于旅游业自身的持续发展。以下对策值得重视:

1. 在地方旅游资源、旅游产品开发设计中,应重视“商务考察之旅”线路的开发及相关配套设施与服务的完善 在我国旅游业发展初期,各地旅游业的发展往往集中在观光旅游资源的开发及观光游客的接待上。随着国际旅游发展趋势的迅速变化和经济全球化步伐的空前加快,度假旅游、商务旅游得以迅猛发展。在这种情况下,发展旅游业的传统思路必须改变,在旅游资源开发、旅游产品开发、旅游设施建设改造、旅游地形象传播等方面都要作

相应调整。要把吸引、接待商务游客放在重要位置,高度重视“商务考察之旅”这类旅游产品的开发。在旅游形象宣传上,以前主要把观光者视为受众,而随着商务旅游的发展,投资商等受众也变得重要起来。^⑦商务旅游产品的开发可为投资考察活动提供便利。

2. 在旅游促销活动中有机地融入招商引资的内容,使两者紧密结合 旅游部门每年都要在国外或省外举行丰富多彩的促销活动,这是集中展示地方旅游形象的舞台,同时也为地方招商形象的塑造与展示提供了良好机会。因为两者都是地方的对外宣传活动,尽管目的有所不同,它们仍有内在的一致性。招商引资部门应善于利用这种机会,积极主动地寻求与旅游部门的合作,提供相关的资料和信息。旅游部门在促销活动内容安排上,不能仅局限于对旅游风景资源的介绍,应有意识地介绍一些新颖的商务考察旅游产品。另外,在介绍旅游设施时,应突出本地对商务客人的接待能力与服务水平,以吸引消费能力较强的商务客人。据此为地方的招商引资工作创造条件。

3. 更好地利用“旅游搭台,经贸唱戏”的手段 通过举办旅游节庆活动,促进经贸发展,把旅游、商务考察、商品展销、投资项目推介、投资项目签约等诸多内容融为一体,是目前各地都比较重视的一种“以旅促商”的手段,也是旅游业为招商引资服务的最直接的体现。在具体的运作中,应注意两点:一是不能有“商”无“旅”,只有“旅”之名而无“旅”之实。旅游不仅要“搭台”,自己也要“唱戏”,否则营造不出应有的氛围,也难以得到参与者的认同。二是经贸活动的内容范围与主题最好能跟旅游节庆的主题内容具有某种程度上的内在一致性,至少应具有一定的相关性和相容性,尽可能不要出现冲突。两者结合得越紧密,活动的效果越好,越是有利于充分发挥旅游对招商、贸易活动的促进作用。

4. 加强旅游业跟相关产业之间的联系与结合,充分发挥旅游业在整合地方资源、实现相关资源市场化的过程中所具有的特殊重要作用 旅游业应把园林、文物、宗教、教育、体育、文化艺术、工业、农业、商业、娱乐业等相关部门与行业中可资利用的资源全部整合到旅游产品开发中,尤其应重视工业旅游、农业旅游等产业旅游线路的开发;各相关部门及行业也应该积极主动地把各自部门内可以用于旅游开发的资源旅游化,纳入到旅游生产过程中去。这样做的结果是,一方面可使旅游业有更大的发展空间,另一方面,这种双向结合对于相关产业、行业或有关部门的形象提升、对外信息交流与沟通等都有极大的促进作用,从而可为相关产业的招商引资工作创造机会。

明确旅游业对招商引资工作的多方面的促进作用,并在实际工作中通过多方努力来充分发挥这种作用,不论是对于地方招商引资工作的有效进行还是对旅游业自身的持续发展,都有着不容忽视的现实意义,这一点应该引起有关方面的重视。

(作者单位:上海对外贸易学院)

注释:

- ① 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,1999.98.
- ②③ 张栋.入世头一年旅游投资形势分析[N].光明日报,2002.1.28.
- ④ 孙钢.新世纪中国区域旅游发展大思路[M].北京:中国旅游出版社,2001.156.
- ⑤ 丁桂兰.投资的社会文化环境分析[J].中南财经大学学报,2001,(6).
- ⑥ 尹继佐.文化创新与城市发展——2002年上海文化发展蓝皮书[M].上海:上海社会科学院出版社,2002.
- ⑦ 李蕾蕾.旅游地形象策划:理论与实务[M].广州:广东旅游出版社,1999.170.