

短论新见说旅游

——旅游经济发展多维探索

厉新建 等著

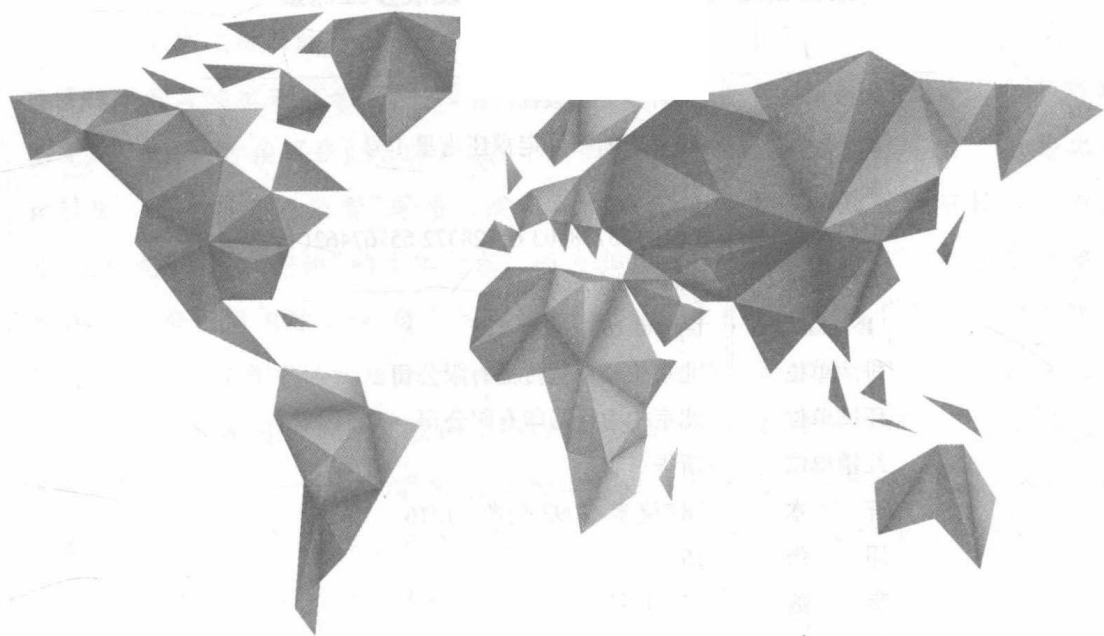


旅游教育出版社

短论新见说旅游

——旅游经济发展多维探索

厉新建 等著



旅游教育出版社

· 北京 ·

责任编辑:刘彦会

图书在版编目(CIP)数据

短论新见说旅游:旅游经济发展多维探索 / 厉新建
等著. -- 北京:旅游教育出版社, 2017. 4

ISBN 978-7-5637-3550-1

I. ①短… II. ①厉… III. ①旅游经济—文集 IV.
①F59-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 069059 号

短论新见说旅游——旅游经济发展多维探索

厉新建 等著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京柏力行彩印有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	15
字 数	250 千字
版 次	2017 年 4 月第 1 版
印 次	2017 年 4 月第 1 次印刷
定 价	59.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言

2013年以来,行政事务渐多。杂事扰心,就难以静心细细思考、研究问题,不敢再长篇大论、洋洋洒洒地写论文“自我陶醉”。但终因身在校园,不敢丢了本分,不敢荒废了手中的笔。因此,在教学和行政工作之余,边走、边看、边想、边记,陆陆续续地形成了一些文字。尽管所得未敢称治学,但因为花了心力,故而多数还是可以作为一孔之见。这其中,有些文章还得到同行的认可和业界的赞许,有些文章尽管所思尚浅,但自忖或可为未来研究和实践发展的方向。故遂将这些文字归为“宏观评论”“入境分析”“地方建言”“热点关注”“研究回望”等,并集而成书,以“短论新见说旅游”而名之,作为对我国旅游经济发展探索的一个侧写。

这些文字之所以能够得以呈现,要特别感谢中国旅游报的龚立仁老师、中国旅游舆情传播智库的班若川老师、中国青年报旅游版主编姜蕾老师。正是龚立仁老师的屡次热情邀请,才使得我能够时常就“十三五旅游规划”“全域旅游发展”“旅游就业和创业”“旅游投资与消费”等事关我国旅游业发展的宏观问题进行有针对性的思考,这构成了“宏观评论”的主体内容。因为班若川老师的邀请,使得我在美国访学期间,得以充分利用相对安静、自由的环境,专门针对中国旅游舆情传播智库的调研报告就我国入境旅游市场问题进行系列性的分析。入境旅游市场一直是我国旅游经济发展的重点,近些年也碰到了些问题,能结合鲜活的调研数据进行研究是很有益的学术经历。姜蕾老师一直鼓励我发表一些日常的学术观点和思考,关于“‘十三五’旅游发展重点和保障”“旅游扶贫工作深化”“旅游主体功能区”等领域的文字都是通过中国青年报这个国家级平台传播的。

在这本书中,尽管文章都比较短,但在这些简短的文章中还是融合了一些对我国旅游经济较长一段时间的思考和基于这些思考后的发现。这其中“非对称性过境免签网络”“旅游业价值再发现”“旅游资源差别化管理”“旅游发展的平台经济思维”“国家休闲区体系和国民休闲旅游度假体系”“概念打造与产品支撑”“观景道的距离

感知”“在线声誉机制”“旅游选择悖论与信息过滤机制”“非物化吸引物的资源所有权”“微旅游市场”“文化自信、他信和自省”“旅游警察制”等方面可算是具有较强理论和现实意义的探索,尽管探索的尽头可能并没有出口。

最后要感谢旅游教育出版社编辑刘彦会细致的修订和时间上的极度宽容,让文字的整体呈现效果大为改善;亦要感谢北京第二外国语学院“专业建设—专业综合改革—旅游管理课程建设”项目的经费支持,最终使得这些短论得以成书出版。

凡是为学、治学,总是力求能够出新,但实属能力所限,难免疏漏,还望读者诸君多加指教。

厉新建
2017年2月24日

目 录

第一篇 宏观评论

改革再出发、发展再深化	3
“十三五”旅游发展:问题与思路	7
“十三五”旅游发展:重点任务和保障措施	12
全域旅游战略的改革意义	16
立足全局、战略谋划“一带一路”旅游发展	20
沿“一带一路”推进对外旅游投资的战略意义	22
加快布局“一带一路”沿线旅游投资	25
坚定有效地推进旅游投资与消费发展	28
全面理解 动态推进 有效落实	31
旅游投资大有可为、可有大为	35
简化公民出境手续 彰显国家自信	37
让中韩民众互访像邻居串门一样	39
正确认识旅游就业和旅游教育中的问题	41
旅游专业人才培养任重道远	44
高度重视年轻人的旅游创业	46
深化推进旅游扶贫工作的四点思考	48
走出“门票经济”困局	51

第二篇 入境分析

科学求真、扎实有效地推动美国旅华市场增长	57
----------------------------	----

立足长远 抓好英国旅华市场	62
把握新情况,推进德国旅华市场新发展	66
重视法国来华旅游地位	70
打好组合拳,促进澳大利亚旅华市场新常态下新增长	73
开发意大利入境旅游市场的可行之策	77
加强旅游宣传与推广,培养及拓宽西班牙旅华市场	81
直面不足,深度开发俄罗斯旅华市场	84
推动新加坡旅华市场止跌企稳再增长	89
四步曲助推越南旅华市场持续发展	93
抓好促进印度旅华市场的战略重点	97
影响香港往内地旅行的主要因素分析	101
系统视角探究我国入境旅游发展	104

第三篇 地方建言

把握旅游消费新常态,开创旅游增长新局面	111
旅游主体功能区发展建议	
——以北京大栅栏为例	116
破除旅游制约因素,推动我国新型城镇化	121
构建北京旅游立体培训体系	124
对苏州入境旅游市场营销的几点看法	129
东营全域旅游发展	134
三清山旅游发展:超越与回归	141
横店影视城的发展经验	144
旅游开发十点思考:以德钦为例	147

第四篇 热点关注

网络舆情呼唤旅游在线声誉评价机制	155
大众旅游时代的在线旅游	159

共享经济:温暖的当下与长远的未来	163
旅游智库建设的二元融合之路	167
旅游法若干解读	170
创新五问	174
学习、忠诚与信任	
——关于执行力的故事	177
新常态下的旅游业新发展	
——国务院 31 号文件学习笔记	180
如何看待中国企业跨国旅游投资	189

第五篇 研究回望

发展旅游经济的几个关键问题	203
文化旅游、旅游凝视及其他	206
谈谈旅游安全与旅游警察	210
假日经济现象的理论透视	214
关于创造未来文化遗产之灵山宣言	224
关于休闲城市国际论坛之成都宣言	226
“中国服务”发展论坛之泰山宣言	228
国际旅游度假目的地舟山宣言	230



第一篇

宏观评论

改革再出发、发展再深化

在“十二五”收官之年,“旅游+”、厕所革命、投资与消费新政、资本并购等诸多旅游领域内的各项举措充实了 2015 年中国旅游业发展的大格局,也为“十三五”期间的发展奠定了良好的基础。缓缓开启 2016 年的大幕后,将要上演的是一场以“创新、协调、绿色、开放、共享”为核心理念的旅游领域改革发展大戏。在新的一年里,我们期待着旅游发展的措施再深化、空间再拓展以及价值再发现。

一、供给侧发力

“供给侧改革”高频次出现,不断进入人们的视野,其根本在于调整供给相关的要素,包括劳动力、土地、资本、制度等。在这些要素改革领域,旅游业都可以发挥自身独特作用。尽管我们无法判断旅游是否可以像改革开放之初领风气之先,但完全可以预见旅游将成为供给侧改革的重要领域。因为劳动力优化配置的重要出路在于推动服务业发展,而旅游业显然是服务业领域最闪亮的“星星”,旅游业已经成为“大众创业、万众创新”的主战场。加快进入生活性服务业领域是提升资本配置效率的重要选项,而“大力发展旅游业”是改善民生、提高幸福感最重要的路径,我们完全有理由相信 2016 年将会有更多的资本进入旅游业,也将有更多的旅游类企业登陆新三板等资本市场。当然我们也要预防借刺激之名制造新的无效供给,形成新的泡沫。

供给侧改革的重点之一是充分利用共享经济模式推动房地产的去库存化以及其他过剩资产的充分利用。共享经济的重要特征就是强调使用权而非所有权。这恰恰是旅游消费最根本的特征之一。旅游消费所需要的就是在异空间消费时特定时段的使用权而非所有权的转移。没有旺盛的旅游消费需求,恐怕共享经济模式的蓬勃发展将少了充沛的需求侧支撑。旅游消费需求的高涨将在 2016 年以及更久远的未来,为我国的供给侧改革提供重要的需求侧保证。在 2016 年伊始,我们完全可以期待一个富有战略意义的旅游化时代的到来。

二、综改再提速

供给侧改革包含着制度层面的创新。在 2016 年旅游领域制度创新的方面最值

得期待的是旅游综合改革的再提速。

第一,国家旅游局已经在2015年启动了国家级旅游业改革创新区和全域旅游示范区这两项具有全局带动作用的改革举措。相较于国家旅游局之前推动的国家旅游综合改革试验区工作,在改革的内容、制度的创新等方面显然都有很多新的突破,在集聚各方力量融合发展和梳理发展成果与民共享等方面也更加务实、更加可行。

第二,如同其他领域一样,原有的土地政策一直是影响旅游业转型升级、制约旅游业更快更好发展的核心,《关于支持旅游业发展用地政策的意见》的施行将为“十三五”期间旅游业新发展开辟出新路,旅游业也有望为我国棕地治理、扶贫减困、老区发展等探索出全新的用地政策改革新方向。

第三,随着境外各旅游目的地不断推出针对中国游客的便利化政策措施,2016年出境旅游市场仍将持续快速增长。出境旅游大发展是人民生活水平显著提高的自然结果,但也涉及国内市场供给能力明显不足、市场秩序存在明显缺陷以及国内旅游的挤出效应、服务质量亟待提高等诸多问题。相信2016年国家旅游局会协同相关部门,在丰富有效旅游供给的制度建构与完善方面有更具针对性的政策。我们或许不仅可以期待72小时免签政策将逐步向144小时过境免签政策突破,通过时间的延长来增加对入境旅游的吸引力;我们还可以期待已经实施了过境免签政策的城市目的地之间能够形成网络化,通过进出非对称的过境免签政策来发挥政策的区域性带动作用,深化过境免签政策对入境旅游的进一步吸引力,最大程度上推动入境旅游市场的回暖。当然,在2016年伊始,我们完全可以期待,通过旅游综合改革再提速,在即将召开的世界旅游发展大会上,全世界都将惊奇于中国旅游的实力、魅力和潜力。

三、发展再深化

第一,企业始终是中国旅游业发展不可或缺的中坚力量。在过去的2015年,旅游领域的国有企业舞动资本大旗,收购了诸多民营资本品牌,壮大了旗下品牌数量,提升了在企业排行榜上的地位。但是相较于数量的扩张,并购的“消化”、质量的提升和体制的变革显得更为重要。从这个角度看,如果要呼应中共十八届五中全会的开放发展理念,就要在国有企业体制内引入民间资本,形成混合所有制,激活国有旅游企业适应市场经济的能力。在引进外部资本、战略投资、构建混合所有制的过程中,还要处理好国有资产不流失、民间资本有发言权等诸多现实问题,因此2016年会是旅游类国有企业进行混合所有制深入探索的一年。

第二,扶贫减困一直是旅游发展的重要功能,“十三五”期间,旅游扶贫将更是承担17%的减贫任务。为此,需要在坚持以往行之有效的旅游扶贫经验的基础上,继续探索旅游扶贫减困新道路。如何让旅游规划扶贫不沦为规划编制单位的形象工程、如何发挥土地在旅游扶贫中的积极作用、如何让艺术走进旅游扶贫村落的旅游生活、

如何构建旅游扶贫成为长效化机制、如何探索从发展旅游脱贫到发展旅游奔小康的目标转变,等等,都需要在 2016 年开始逐步解答。

第三,红色旅游发展在精神弘扬、老区发展等方面都发挥了积极作用,但是否需要在红色教育之余注入新鲜的发展理念?是否需要在红色旅游发展的新战略、新方向、新形象方面作出更多的思考?需不需要根据国内外市场需求的变化,对红色旅游发展的核心元素进行重新梳理?对于红色旅游发展中的红色经典是否需要探索一种现代表达、以适应现代年轻人的消费方式?红色旅游国际化发展是否需要采取体系借鉴、比照解读的方式?红色旅游是否应该建立独特的品牌体系?这些都需要在 2016 年开始的红色旅游第三期发展中予以回答。

第四,乡村旅游已经成为中国旅游业不可忽视的一部分,但乡村旅游的农家乐化、民宿化发展应该不是乡村旅游的唯一方向。乡村旅游应该如何寻找、展示自身差异化的价值?应该如何深耕乡村旅游的乡愁内涵?应该如何解读乡村在现代都市人生活中的意义?应该如何理解乡村旅游发展中的乡村文化角色?应该如何重构吸引精英人士回流到乡村的机制和政策基础?应该如何让乡村的发展不只停留在历史的基石上,而是再融入现代的基因?在 2016 年出发的时候,我们需要有一个扎实的回答。

四、价值再发现

任何产业的发展都是基于市场的价值发现,一个没有发展前景、没有进入价值的产业,无法取得可持续的发展。可喜的是,最近几年来,旅游业的价值正在被重新发现和认识,这不仅体现在国家层面对于旅游之于刺激消费、改善民生、带动就业等诸多方面的战略性价值的认可,也在于投资者对旅游的商业性价值和成长性空间的重新认识。旅游业已经成为互联网创业最重要、最活跃的领域之一,很多之前没有进入旅游领域的资本也在加快进入旅游业,这其中尤其是房地产企业转型进入旅游景区、旅游度假区领域的案例引人关注。在接下来的发展中,旅游资源控制作为涉旅企业发展的核心竞争力的价值将进一步受到重视。相应地,旅游景区评定新标准必将受到各利益相关主体的高度重视。

旅游业价值再发现还包括原来曾经一度被忽略的企业类型重新被重视。比如随着 OTA 的兴起,线下旅行社曾经一度受到忽视,但现在很多线上旅行服务机构在积极进行线下发展,也收购了很多线下旅行社。随着旅游者对服务要求的逐步提高,线上旅行服务机构意识到线下质量保障能力建设的重要性,会有越来越多的线下旅行社的价值被重新发现,也会有越来越多的线下旅行社成为资本市场追逐并购的对象。自然,旅游业价值的再发现也就包括了旅游业发展从价格竞争向服务优化的回归,旅游经营将重新发现服务的价值,这也是国家旅游局加强市场秩序治理的重要出发点。

旅游业价值的再发现还包括从资本市场的视角对旅游企业价值的再判断,因此我们也可以预期在不久的将来将会出现专门的旅游并购基金,加快对处于价值洼地的旅游资产进行快速、强势的并购,并推动这些旅游资产的增值发展。此外,供给侧改革也意味着旅游业还有很多有效供给需要充实补足,需要产生很多新业态来应对市场新需求,但同时也需要注意别让增量旅游资产成为无效的存量。所以旅游业价值的再发现还包括对于那些还没有发现有效盈利模式的新业态领域的继续探索。这包括对国家大力倡导的房车营地、露营地等新兴业态的价值再发现。在参考学习国外先进经验的同时,一定不能脱离中国特色的土壤,一旦离开了中国旅游市场的现实情况,很有可能在供给侧改革的大潮中产生出新的供给泡沫。

2016年,“十三五”规划开局、世界旅游发展大会召开、长征胜利80周年、中美旅游年举办等一系列影响旅游发展的大事将要发生,我们希望能够通过旅游综合改革再提速、旅游发展再深化、旅游价值再发现,使旅游业在改革再深化中成为践行“供给侧改革”大战略中表现最突出的排头兵,为中国经济社会再发展做出应有的贡献!

(2016年1月4日,中国旅游报,特约评论员文章,“旅游业应做供给侧改革的排头兵”)

“十三五”旅游发展:问题与思路

一、定位问题

“十三五”期间要实施二维定位,产业的归产业,事业的归事业。

经过三十多年的发展,把旅游事业作成了旅游产业,在社会经济发展中发挥了重要作用。在市场经济发展大潮中,旅游产业还需要大力发展,充分发挥其在促进消费、投资等方面的积极作用。但是,小康社会目标的实现以及更长远的百年发展目标的实现,需要我们在发展旅游的过程中适度回归、积极强调旅游的事业性。这既是社会发展的必然,也是在未来很长一段时间内提升旅游业社会地位的主要路径。产业是事业发展的必然结果,而不是催生出来的。

实际上,我们在《中华人民共和国旅游法》中能够发现,除了规定制定旅游法的目的的第一条和旅游法约束范围的第二条,紧接着的第三条就是“国家发展旅游事业,完善旅游公共服务”。相信把这一条放在这个位置上是有其独特的意义和深邃的考虑的。但可惜的是,在《中华人民共和国旅游法》的各种解读中,对如此重要的第三条似乎都没有给予应有的重视。

在“十三五”旅游发展规划中要突出旅游公共服务体系建设的篇幅,这其中包括自驾车旅游公共服务体系、与旅游目的地发展阶段相适应的旅游问询服务体系、能够满足自由行需要的无缝链接交通服务等;需要突出重视发展旅游对于年轻人素质提升和人格完善的积极作用,积极谋划和布局与此相关的旅游设施、服务、产品的扶持与建设任务;需要突出旅游发展与全民小康之间的关系,要区分因小康而旅游、以旅游示小康、展旅游之小康三者之间的差异,在初步小康型旅游大国到全面小康型旅游大国再到初步富裕型旅游强国的转变过程中,明确温饱型旅游与小康型旅游之间的差异。目前有太多的旅游消费只是温饱型的旅游而没有达到小康型的旅游之程度。

为此,除了常规所涉及的旅游公共服务设施规划与发展外,需要结合已经提出的研学旅游发展构想,从土地政策、税收政策、公益组织培育或商业组织的公益行动等多个层面,加强夏令营体系、青年旅舍体系、背包客栈体系等方面的发展政策支撑体系的设计;需要立足更加亲民的价格、更加开放的空间、更加自主的体验,加快构建国家公园体系、国家休闲区体系、国家度假区体系等相关供给体系;需要将休闲/旅游公

共设施建设与彩票公益金的使用结合起来,规定使用相应比例的彩票公益金建设休闲/旅游有关的公共服务设施,尤其是面向青少年夏令营/冬令营等户外休闲/旅游活动需要的相关设施。

二、权威性问题的

这主要是要解决“十三五”旅游发展规划发布主体的问题,争取通过国务院旅游工作部际联席会议来通过并发布。

以往的旅游发展五年规划对于全国旅游发展产生了积极的作用与影响,但客观上这些五年规划的落实效果还是有很大的提升空间的。其中原因很多,有两个方面值得重视,一方面是因为以往的旅游发展五年规划存在越位嫌疑,不仅规划涉及内容庞杂,更重要的是规划文本还掺杂了不少本来应该由市场自身解决的内容,但市场未必听政府的,政府的规划自然容易沦为一纸空文。另一方面是由规划权威性与规划覆盖面之间的非耦合性关系所致。旅游业突出的综合带动作用其实也可以理解为旅游业对其他行业的多重依赖性,但显然其他行业成为旅游发展的掣肘的时候,旅游行政主管部门的五年发展规划显然无法调动其他行业的发展建设,旅游规划的权威性受制于旅游规划部门的权威性。全国性旅游规划的实施有赖于与各省市旅游规划的衔接,但由于全国旅游规划的施动者和受动者之间不具有行政隶属规范关系,行政权威在全国旅游发展规划的贯彻落实过程中显然无法发挥作用,旅游发展五年规划流产的概率会大大提高。

这些现象与问题完全有可能随着 2014 年 9 月成立的国务院旅游工作部际联席会议制度的出台而发生根本性的变化。如果“十三五”旅游发展规划能够由部际联席会议来通过并发布的话,其权威性以及执行的保障性将会有极大的提升。

三、理念问题

(1)战略规划与规划战略。“十三五”旅游发展规划是面向 2020 年全面建成小康社会以及 2049 年建成富强民主文明和谐的社会主义现代化国家的规划,因此实际上是围绕未来五年和 35 年的国家战略来制定旅游发展规划,而不是简单地制定旅游发展的战略。这两者是有着根本的区别的,前者是“跳出旅游看旅游”的思路,后者则是“就旅游论旅游”的思路。在“十三五”旅游发展规划制定过程中,可以通过“旅游+”的方式来突破以往旅游发展过程的障碍,比如在长江经济带等大战略基础上规划旅游发展路径,有可能通过区域社会经济一体化来带动旅游区域一体化合作的步伐;通过“旅游+”来融合其他产业,为其他产业带去新的消费能力,在拓展其他产业的市场空间和发展动力的过程中提升旅游业的地位。

(2) 大国旅游与旅游大国。无论是国内旅游还是出境旅游,中国都堪称大国,但细究下来,更准确的提法恐怕不是旅游大国,而是大国旅游。这主要体现在中国的旅游市场需求庞大,旅游出游人口增长迅速。但是在大国旅游阶段,推动旅游供给面增长的并不一定是企业自身的能力。这就像是一个孩子长了个儿,但还依然是个孩子一样,中国还很难在这个阶段真正成为世界旅游大国,真正的世界旅游大国应该是具有结构优化作为基础、有庞大产业规模的旅游国家。未来建设世界旅游强国的目标,不仅在于旅游产业规模、旅游市场规模,更主要的应该表现为产业自信、市场开放、体验满意、产业融通、旅行自由、无缝服务(公共服务设施)、环境优良。

同时也表现为具有真正自生发展能力的大型甚至巨型旅游或涉旅企业集团,同时应该具有铺天盖地的有着旺盛生命力、扎实承接旅游服务需求、确切带动旅游就业的中小旅游企业。顶天立地的大企业与铺天盖地的小企业都是建设世界旅游强国所需要的。当然,小企业需要互联网技术来衔接需求与供给,在“十三五”规划中需要加强对中小旅游企业互联网方面的支持,如果能够争取平台型企业对这些中小旅游企业进行有效整合,那么传统意义上的“小散弱差”就未必是取缔、取代的对象,在整合与提升中,“小散弱差”旅游企业将能够焕发出新的生机,成为有效应对分散性、个性化旅游需求的重要力量。同时要出台政策引导巨无霸型涉旅企业真正从创新基因、学习能力等方面不断提高自身实力,处理好自主发展和外部购买之间的关系。现在很多企业热衷于通过国际并购迅速壮大规模、提升“国际地位”,但急速的并购埋下了很多隐患(包括标的评估、后续整合、能力置换、品牌转移等)。

(3) 点线旅游与全域旅游。点轴理论在区域旅游发展过程中依然适用,但在中小尺度空间内的旅游发展需要将“点”进一步拓展到“面”,这符合旅游消费转型升级的大方向。未来旅游消费的休闲化、度假化发展需要从“面”上更全方位的满足,全域旅游的发展就成了旅游发展的必然要求。当然,全域旅游并不是有些人理解的全面开花,更不是“村村点火、户户冒烟”的模式。全域旅游主要还是一种发展理念,强调的是各行各业积极融入其中、各级部门齐抓共管、全体居民共同参与、各类要素全面利用的发展模式,突出体现居民与游客共享,着力提供全过程、全时空、全方位的旅游体验。团队游时代的旅游体验质量可以通过节点的管控来加以控制和保障,而散客化时代由于游客的行动空间的分散性,极大地加大了旅游体验质量的保障难度。散客化发展潮流所推动的全域化旅游发展,要求旅游行政管理体制及时调整与创新。一方面旅游领域的政府主导应该更多地突出旅游目的地公共服务体系的建设;另一方面,则需要及时调整旅游行政管理体制的规格,以强化对公共资源的调控能力,通过资源协调、服务对接等具体措施来保证全域旅游理念的落地。目前各地积极推进的旅游发展委员会模式是一种可行的模式,有些地方的旅游发展委员会在具体设立过程中,参照了国务院旅游工作部际联席会议制度的模式进行了领导的高配,比如有些县一级的旅游发展委员会由县长任旅游委书记,由县委常委任旅游委主任,从而显著