

旅游学术研究丛书

旅坛忧思录 (上卷)

LÜTAN YOUSILU (SHANGJUAN)

王兴斌
著



旅游教育出版社

旅游学术研究丛书

旅坛忧思录

(上卷)

王兴斌 著

北京·旅游教育出版社

序

忧思与直言:学者的责任与良知

在本书付梓之前,兴斌先生给我发来一封邮件,邀我作序。不知为什么,我当时连书的内容也没有问一声,就爽快地答应了。后来,当他把书稿电子版发给我时,才猛然发现,我的承诺实在有点轻率,面对书稿和给我的期限,我一时不知如何交差。但我心里明白,他绝不是叫我给他抬轿子的,因为我没有这样的力气和勇气,也没有这个必要。

兴斌先生长我几岁,说来我们都属旅游圈子的人。虽然彼此相识亦有数十载,但私交并不算深,平时没有太多的交往。细想起来,是否单独在一起喝过茶都不记得了,偶尔见面时从不寒暄,可谓“君子之交淡如水”。他供职于北京一旅游高等学府,位于东五环以东,桃李满天下;我上班在中国社科院的一个所,地处西二环以西,常坐冷板凳。退休之后,他的新家又向北移以求清静,我的住处也向北移靠近鸟巢,因此,彼此若是相见,往往不是在市区,而是在城外。不过,我们又好像是同在一个大院的老邻居,他在各种媒体上发表的文章我经常看到,在我的博客上也经常留下他访问过的痕迹,虽然没有“顶”的标识。

本书名为《旅坛忧思录》。书卷未翻,就已经给了人一种沉重感,使我立刻想到了“忧思科学家联盟”(The Union of Concerned Scientists,简称UCS)。那是个国际著名的非政府组织,创建于40多年前的美国,至今活跃非凡,其成员是各路科学家,人数有十万之众,遍及世界各地,他们以自己的学科专长,经常撰写研究报告,向政府提出批评与忠告,其目的是避免科学技术遭到滥用。也就是说,一些有良知的科学家,因忧而思,深思而言,以言警世。本书名之中加进了“忧思”二字,是否亦有此意,不得而知。我猜想,这应当是作者在旅游的研究过程中,曾为看到或经历过的一些事情而忧虑,愿将这些忧虑之缘由说给人听。看来,今天,往昔肩膀上沉甸甸的工作负担已卸,有时间和精力把曾经的忧思加以梳理,集辑成书,重新出版,再次希望有更多的人关注,至少可以留存,让历史来评说。如果这样揣摩是对的,作为一个研究人员,我对学长的执着和责任感深怀敬意。

说起来,新中国的旅游发展亦逾花甲,但严肃的研究充其量也不过三十年,似

比西方很多国家要晚得多,这自然与国情相关。不过,看一看名录或名片,中国的资深、知名旅游大家人数颇众;搜一搜书目或广告,中国各种冠以“学”、“论”的旅游专著甚丰。细数一下欧美的旅游学者,称得上大家的也就那么几位,他们终生的著述也就那么几部,但是,那些成为经典的专著,被翻译成多种文字,一版一版地连续出版。然而,这种现象在中国实不多见,这或许也与国情有关。说起来,本人误入旅游学术圈的时间也不短,可越研究心里越觉得没底,真有一种“说不清,理还乱”的纠结。至今,虽徒有白发满头,对旅游之“学”、“论”仍不敢问津。因此,对像兴斌先生这样,直面现实,有一说一的研究风格颇为赞赏,因为,读他的文章让人感到确有收益,知道他在说什么,明白他要表达的观点,能指出问题的症结,开出医治的药方。至于是否可治病救人,或者病人是否愿意照方取药,那自另当别论。这样的文章要比那些套话连篇、只说别人如是说或通篇 $a+b\neq c$ 的天书不知要好多少倍,至少它让人感受到作者的责任和对读者的尊重。我非常希望已经摆脱了因评职称要发文章的同行们,多写一些水分少一点的文章,多写一些让大多数人看得懂的文章,多写一些用中国话就可以充分表达的文章,多出版几本把中国问题说清楚的经典佳作。

兴斌先生是个多产学者,仅在本书收入的文章已近百万字,几乎涵盖了与旅游相关的所有领域,时间跨度达半个世纪,跨越不同的学科,涉及古今中外。作为同行,我佩服兴斌先生的博学与勤奋,赞赏他的敏感、敏捷与直率。尽管他的一些观点我未必完全赞同,尽管他的文风我也难以效法,但他的文章我愿意读,因为我觉得的确能够从中得到知识和启发。这也许是当初一时兴起轻率答应写序的一种解释吧。

我自知没有资格评价兴斌先生的学术贡献,也没有必要评说他的学术观点,因为你手中的这本书说得更清楚,但我愿意推荐大家读读这本书,尤其是旅游学界的年轻人,因为从他的书中不仅可以得到从教科书上学不到的知识,还可以从中悟出一些治学之道来。谓予不信,不妨试之。

是为序。

张其瑞^①

2012年岁末于京北嘉铭桐城

^① 中国社会科学院旅游研究中心主任、中国社会科学院研究生院博士生导师、北京市旅游学会副会长。

自序



忧从何来

本书汇集了1991至2013年我在北京第二外国语学院旅游科学研究所任职十年与退休十年间的部分文稿。这二十年间,我不停地行走在神州大地上,从新疆三亚海滨到北国边城满洲里,从海峡两岸到雪域高原,从亚洲近邻到欧美远乡,耳闻目睹了入境与出境旅游的双向人流从华夏国土向五洲四海延伸,国民休闲与旅游的热浪从繁华城市向山乡边陲涌动。一个又一个主题词相继出现在中国旅游坛上:国家旅游度假区、旅游主题年、主题公园、黄金周、旅游支柱产业、世界旅游强国、创优评级、黄金发展期、生态旅游、红色旅游、农业旅游、工业旅游、智慧旅游、大众旅游者时代、旅游房地产……这些主题词的热传折射出中国旅游业以空前的速度、广度与深度推进。在国家旅游局国庆50周年旅游研讨会上,曾以“横空出世的朝阳产业”作为我的发言题目,借以表达当时的喜悦之情。

与此同时,当我与太太以一个自费游客的身份默然去各地漫游时,特别是多次特意在“黄金周”期间去跻身于游人大潮之中时,当我以一个退休教师的身份与旅游政界、业界和学界的人士在会场外、庆典后、论坛下敞开心扉交谈时,感到在旅游大潮下面潜伏着不少“不协调、不平衡、可持续发展”的种种问题(套用一句时下红头文件中常用的一个说法)。而这些问题往往在铺天盖地的大话、套话、官话下面被忽视、被低估甚至被掩饰。为此,喜忧并存的心绪时常伴随着我,困惑与迷惘、焦虑与忧思时常在脑际盘桓。从1993年7月即席讲演“中国旅游度假区建设的十大关系”开始,对政府主导与市场主体、黄金周与带薪休假、国民休闲与大众旅游、扩大开放与深化改革、旅游统计与世界排位、红色旅游与民族振兴、景区门票与居民利益等问题,对编制《“十二五”旅游发展规划纲要》、《国民休闲旅游纲领》与《旅游法》草案等,通过报刊、报告、写信或博客提出了我的一孔之见、一家之言。写了、说了,我的心也就了了。

本书算不上学术之作。我从五十岁开始涉足旅游领域,从未有构建“旅游学”的奢望,十多前写的《旅游规划指南》是一个工作总结;本书则是从事旅游工作20年间所见所闻、所作所思的记录,也是我旅游生涯中心路旅程的记录,喜忧参半,有时忧大于喜,也许也是杞人忧天的一个新例,故名为《旅坛忧思录》。读者姑且把它当作中国旅游发展浩荡长河中一滴小小的浪花、一波稍起即逝的涟漪。如果读者从中窥探到二十年间中国旅游发展历程的若干印迹,特别是能有助于青年学子了解已经逝去的这段历史,也就足矣。《中国青年报》周五旅游专刊时常在我的文稿前加上“有此一说”,这四个字也适用于本书。

写到此,窗外瑞雪漫天飘舞,预示着又一个春天行将来临。



2012年12月12日

目 录

CONTENTS

产业篇

横空出世的朝阳产业	3
旅游行业与旅游产业的内涵与外延	5
关于现代旅游业若干特征的探讨	12
旅游强国的十条标准	19
建设世界旅游强国的清醒剂	
——全球旅游竞争力中国排名 62 的思考	22
也谈旅游大国与旅游强国	24
辉煌的业绩与严峻的现实	27
旅游业进入国家发展的战略层面	29
国务院海南国际旅游岛建设文件的普遍指导意义	34
坚持旅游长期平稳较快发展方针	
——学习中共中央关于“十二五”规划建议系列评论之一	39
旅游经济结构战略性调整势在必行	
——学习中共中央关于“十二五”规划建议系列评论之二	41
深化对旅游业双重特性的认识	
——学习中共中央关于“十二五”规划建议系列评论之三	43
民生为本下旅游业更有可为	
——学习中共中央关于“十二五”规划建议系列评论之四	45
新时期旅游业属性与功能的再思考	47
旅游业应成为服务业持续发展的强劲引擎	53
《旅游法》应从根本上理顺各相关利益方关系	55
对《旅游法草案》“旅游”定义的探讨	58
对《旅游法草案》的修改建议	61
对《旅游法草案》结构与内容的四点建议	74
《旅游法》为何不提事务旅游	76

体制篇

各国旅游管理体制评述	81
中国旅游产业管理体制沿革	105
中国自然文化遗产管理模式的改革	112
自然文化遗产旅游景区管理体制与经营机制改革案例点评	119
加强部际合作 共铸发展合力	139
部局合作越多越好,局省合作协议似无必要	142
海洋旅游更需要部门联动、产业融合	147
旅游产品性质与政府主导型发展模式辨析 ——与魏小安先生商榷	150
“主动开放与被动改革”辨析 ——再与魏小安先生商榷	158
政府与市场谁说了算 ——从12个国家旅游度假区建设谈起	163
国务院两个《意见》为何未提“政府主导”	166
“优秀旅游目的地”是政府“评”出来的吗	168
旅游目的地评价机制的创新之举	171
从旅游集团“20强”排行榜看旅游体制机制改革	173
“断奶”是旅游协会转型的必由之路	175
国家旅游局何以向农行推荐旅游项目贷款	178

休闲篇

中国旅游度假区开发警钟长鸣	183
休闲与都市旅游	185
假日旅游潮的特点与对策	191
中国休闲度假旅游的必由之路:从“黄金周”到带薪休假	195
“黄金周”真的“黄金”吗	201
国民休闲应成为国家行动	204
国民休假不是扎堆赶集、逛庙会 ——国民休假分散好还是集中好	211

公民的休闲权应是《国家人权行动计划》题中应有之义	213
“大众旅游时代”面面观	216
“拍脑袋”不能替代“科学分析” ——兼谈如何看待人均 GDP 与国民旅游的关系	222
可否设立“国民休闲消费指数”	224
带薪休假纵横谈	228
《法国劳动法典》为何对带薪休假写得如此详尽	241
从巴黎华商周末营业被禁,谈休闲生活方式与制度构建	244
韩国总统号召在国内度假的启示	246

业态篇

中国的生态旅游与旅游生态环境保护	251
珠峰考察访谈录	254
森林公园和森林旅游的开发建设与经营管理	257
试谈“绿色旅游体系” ——为海峡两岸 2001 年“水·岛·环境·发展”研讨会而作	265
期待建立绿色旅游体系	269
从杭州湿地公园联想到沈阳“校园稻田”	272
呼唤湿地公园、森林公园返璞归“野”	273
多维解读“沈野”悲剧	275
狩猎旅游岂能一禁了之	278
上海工业旅游的机制创新	280
上海工业旅游中心的启迪	284
产业融合与产业旅游	287
城乡统筹、部门合作,推进乡村旅游增量提质	290
商务旅游方兴未艾	297
对奥运期间北京旅游滑坡的反思	298
“后奥运”旅游的冷思考	301
不是旅博会,胜似旅博会 ——写在上海世博会启幕之际	303
世博会,也是旅博会 ——一个旅游人的世博观感	305
红色旅游能“产业化”吗	308

慎提“红色旅游产业”	311
两岸关系和平发展形势下的“红色旅游”	313
从林则徐到孙中山这段历史能戴上“红色旅游”帽子吗	317
这样解读红色旅游好	319
红色旅游需要新视角	320
辛亥百年话旅游	321
让孔子走下神坛	323
对酒店星评监督员制度的五点疑惑	325
“奥运人家”式私家旅舍可否常态化	327
阙里人家	329
游客出境游保证金由银行托管好	331
旅行社的质量保证金能否也由银行来托管	332
旅行社承接公务活动障碍在哪里	335
为携程实施国内游小费叫一声好	338
略论邮轮经济	
——兼谈环渤海邮轮旅游	340
谈谈高铁与旅游	344
普及自行车代步是发展“骑游”的民众基础	348
是智慧旅游还是智能旅游	350
“去”、“携”之战的背后	353
旅游房地产开发的喜与忧	355
政绩冲动与圈地冲动夹击下的旅游房地产热	358
旅游房地产:防止过热,警惕泡沫	360
旅游房地产应宜山则山、宜海则海	363
华西村“示”的是什么“范”	366
七部门发文能否管住高尔夫球场和主题公园无序建设	368
旅游规划要以市场为导向	371
旅游规划与国际标准接轨初探	
——评《四川省旅游发展总体规划》	379
对“洋专家”既不要迷信,也不必苛求	
——兼谈区域旅游发展规划的编制班子的组成	381
跨区域旅游规划编制的创新	385
可贵的务实精神	391
一次别开生面的旅游策划评标会	393

《中国旅游报》应从“舆论一律”到“多种声音”	
——阅读两则旅游开发“大项目”报道的感想	395
旅游咨询业在市场推动下探索成长	397
民办旅游教育的发展之路在何方	401
旅游企业办学正当时	405
建设海南旅游的“黄埔军校”	408
关于筹办“首都外语旅游大学”的建议	409
“体验经济”新论与旅游服务的创新	
——《体验经济》读书札记	412
旅游服务六要素该如何排序	419
旅游界有没有搞形式唱高调	421
力戒浮躁,理性、从容、扎实推进旅游发展	
——从“中国第一”、“中国最大”、“世界一流”等谈起	422
旅游界的“国际”风	424
呼唤精神独立与思想自由	425
高档酒店业的投资冲动来自何方	
——酒店业的“美梦”与“愁梦”	427

产业篇

横空出世的朝阳产业^①

半个世纪以来,主要是改革开放以来,旅游作为一个朝阳产业横空出世,已被党和国家最高决策层定为与信息业、房地产业并列的共和国一个新的经济增长点。旅游作为融物质文明、精神文明和生态文明为一体的新颖生活方式的一部分,开始进入亿万寻常百姓的家庭。

旅游产业是一个综合性的产业群,由一、二、三产业中诸多行业 and 部门复合而成。中国旅游产业形成和崛起的主要标志是:

1. 旅游业性质

旅游接待已从外事活动、统战工作转变为第三产业中服务贸易的组成部分,已被国家和许多地方列入国民经济计划之中。这是旅游产业形成的前提。

2. 产业构成

旅游业已从少数旅行社、宾馆和景点,发展为由景区景点、饭店、旅行社、旅游交通、旅游餐饮、旅游商品、旅游娱乐、旅游教育和宣传出版等众多行业和众多部门组成的复合型产业。

3. 产业规模

到1997年,全国共有直接从事旅游服务的企事业单位12 894个,国际旅游直接从业人数135.94万人,间接从业人数约680万人,国内旅游从业人员数倍于这个数目。按国际上旅游从业人员与占旅游业总产出的份额大体相等的方法估测,我国旅游从业人数约占全国就业总人数的5%。旅游从业已成为我国体制转型时期就业、再就业的重要渠道。据不完全统计,全国旅游企事业拥有固定资产总值147.88亿元,固定资产净值1257.75亿元。

4. 产业布局

以大中城市为依托,以各类旅游景区景点为基地,以行、游、住、食、购、娱服务设施为配套,旅游产业遍布全国31个省、自治区和直辖市及港澳台地区。以东部发达地区为重心、大中城市为支撑点、著名景区景点为基地、主干旅游线为脉络覆盖全国的旅游网络已初步形成。

5. 旅游产品

产品品种、数量和质量是产业形成与发展水平的体现。以山水风光、文物古迹和民

^① 在国家旅游局“中华人民共和国旅游业50周年研讨会”上的发言,1999年8月24日《中国旅游报》。

族风情为特色的观光型产品日趋完善,休闲度假型产品初露头角,会展、奖励、滑雪、探险、保健、游船、生态等专项、主题旅游产品迅速发展,全国正在形成一批绝、奇、胜、美,体现各地旅游形象的精品景点和专线。

6. 旅游市场

资源和景点是旅游产业发展的基础,市场是动力。市场规模和占有率是产业崛起的重要标志。中国旅游市场已形成海外入境市场为先导、国内市场为基础、出境旅游为补充,三者互相促进、共同发展的格局。

7. 旅游企业

在改革开放中转轨和成长起来的1万多个旅游企业中,有堪称中国旅行社“国家队”的“国、中、青”,有国有老字号北京饭店、锦江饭店和全国首家中外合资企业建国饭店、兆龙饭店等。近年来,旅游企业加速了集团化、规模化和经营多元化的步伐,黄山等在风景名胜经营改革上勇敢地跨出了历史性的一步。全国初起的股票市场上出现了28家上市公司组成的旅游板块。旅游企业踏上了从单一的产品经营向资本经营和品牌升级的新征程。中国的旅游企业正在深层次的改革和激烈的内外竞争中重组、拼搏和发展。

8. 旅游产出

产出是一个产业直接的经济成果。1998年全国国际旅游外汇收入26.02亿美元,占我国货物出口总额的6.86%;国际国内旅游总收入3437亿元,相当国内生产总值的4.3%,相当第三产业增加值的13.2%。

9. 国际地位

1983年,我国正式加入了世界旅游组织,1991年加入太平洋亚洲旅游协会。1980年中国过夜入境旅游人数位于世界第18位,入境旅游收入位于世界第34位。1998年中国过夜入境旅游人数位居世界第6位,入境旅游收入位于世界第7位。

10. 产业机制

发展中国家的旅游业下以市场为基础,上靠政府为主导,两者的结合造就产业生长的土壤、空气、阳光和雨露。国务院关于旅游业是国民经济新的增长点和三产重点的定位,全国2/3以上的省、自治区和直辖市对旅游业发展的产业定位等,为中国旅游产业发展提供了政策、法规和体制的保障。

回首以往,新中国旅游业用50年,实际上只用20年的时间崛起在世界旅坛上,走完了欧美一个多世纪所走的历程。当然,这还是一个初生的、有待成熟的新兴产业。但中国20年旅游业发展的速度远远高于世界旅游业的速度,也高于中国国民经济的速度,创造了世界旅游发展史上的奇迹。

展望未来,在即将到来的新世纪中,幅员辽阔、历史悠久、奋发猛进的中国,必将以多姿多彩的旅游产品、东方风范的旅游服务,当之无愧地迈入世界旅游发达国家之列。

旅游行业与旅游产业的内涵与外延^①

一、国外对旅游业范围的界定

旅游业已被确定为我国国民经济新的增长点。但是,它究竟涵盖哪些行业?目前,国内外有几个不同的说法和计算方法。

世界旅游组织(WTO)制定的旅游卫星账户体系(Tourism Satellite Account,简称TSA)已于2000年3月1日经联合国统计委员会批准,成为世界经济部门中率先经联合国批准的具有国际标准的行业。

旅游卫星账户是指在国民账户之外,按照国际统一国民账户的概念和分类标准设立的一个独立的虚拟账户,将所有与旅游消费相关部门中因旅游消费而导致的产出部分剥离出来,统一列入这一虚拟账户中,以此准确地测定旅游业在整个国民经济中的地位、作用和影响。该账户可提供下列数据:

- 旅游业对国内生产总值(GDP)的贡献率;
- 旅游业的总体规模;
- 旅游活动创造的就业机会;
- 与旅游业相关的公共及私人投资额;
- 国际旅游收入对本国平衡国际收支的贡献;
- 旅游业所带来的财政税收。

1990年新加坡采用的旅游卫星账户中,旅游业分为下列13类:

- (1)批发零售业;
- (2)餐饮业;
- (3)饭店业;
- (4)地面交通客运业;
- (5)水上交通客运业;
- (6)航空客运业;
- (7)其他交通客运业;
- (8)其他金融服务业;
- (9)其他商业/技术服务业;

^① 收录于《中国旅游产业发展研究报告》,《中国旅游业发展“十五”计划和2015、2020年远景目标纲要》(专题篇),中国旅游出版社2001年版,第39~45页。

- (10) 政府服务;
- (11) 媒体/娱乐服务业;
- (12) 其他消遣性服务业;
- (13) 个人/家政服务业。

新加坡旅游卫星账户将下列 39 类商品和服务列入旅游产品之列:兰花和其他花卉,其他食品,巧克力/糖果,其他食品加工,烟/酒,服装,服装加工,纺织品,脚上穿用物品,皮革/皮革制品,图书/杂志,药品,化妆品,计算机,收音机/录放音机,电视/录像机,其他电子产品,家用电器,灯具,照相与光学产品,钟表,玩具/娱乐用品,珠宝,其他生产商,批发零售业,餐饮,饭店,地面交通,水上交通,航空,其他交通,其他金融服务,其他商业/技术服务,政府服务,教育,医疗/保健服务,媒体/娱乐业,其他消遣服务,个人/家政服务。^①

世界贸易组织(WTO)把世界服务贸易部门划分为下列几类:

- 职业服务(法律、会计、审计、计算机、研究与开发等);
- 通信服务(邮政、电信等)
- 建筑与相关的工程服务(总体建筑、民用工程建筑、安装和装修等);
- 分销服务(批发、零售等);
- 教育服务(初级、中等、高等和成人教育等);
- 环境服务(排污与废物处理等);
- 金融服务(银行、保险等)
- 与医疗相关的服务;
- 旅游和与旅行有关的服务;
- 娱乐、文化和体育服务;
- 运输服务(铁路、公路、管道、海洋、内河和空中运输等)。

世界贸易组织在“旅游与旅行有关的服务”类中,下立 4 个分部门:

- A. 饭店与餐厅(含饮食);
- B. 旅行社和旅游经营服务;
- C. 导游服务;
- D. 其他。

显然,此处“D. 其他”包含极广,与“旅游与旅行有关的服务”几乎关联到上述所有服务贸易的各部门。

世界旅游与旅行理事会(WTTC)认定,旅游业作为为游客提供服务和商品的企业群体包括:

- A. 接待(旅馆、餐馆等);
- B. 交通;

^① 魏小安、刘赵平、张铁民:《中国旅游业新世纪发展大趋势》,广东旅游出版社 1999 年版,第 561 ~ 562 页。