

中国旅游业改革开放30年回顾与展望系列丛书

大旅游·小思考

上

张广瑞

著

中国旅游出版社



中国旅游业改革开放30年回顾与展望系列丛书

大旅游·小思考 上

张广瑞
——
著

中国旅游出版社

项目策划：段向民
责任编辑：李志忠
责任印制：谢 雨
封面设计：何 杰

图书在版编目 (C I P) 数据

大旅游小思考. 上 / 张广瑞著. — 北京 : 中国旅游出版社, 2018. 12
(中国旅游业改革开放40年回顾与展望系列丛书)
ISBN 978-7-5032-6166-4

I. ①大… II. ①张… III. ①旅游业—中国—文集
IV. ①F592-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第288605号

书 名：大旅游小思考（上）

作 者：张广瑞著

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@mct.gov.cn

营销中心电话：010-85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山芝兰印刷有限公司

版 次：2018 年 12 月第 1 版 2018 年 12 月第 1 次印刷

开 本：720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张：27

字 数：454 千字

定 价：59.80 元

ISBN 978-7-5032-6166-4

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换

自序



我的工作经历很简单，20世纪70年代初在一个地方政府的外事办公室工作，当过翻译、陪同和导游，因为那时的旅游属于外事办公室的职责范围。80年代初，一个偶然的机，通过全国考试进入中国社会科学院财贸经济研究所（现在的财经战略研究院的前身）专门从事旅游研究，直到2009年退休，从来没有换过单位，后继续做中国社会科学院旅游研究中心主任，致使真正退出江湖的时间推迟到2013年年底，从事旅游研究先后32年之久。

在中国社会科学院期间，最重要的工作是爬格子，而作为职称评定和晋级的成果是发表论文的数量，或许也包括质量。而论文则是正正经经的研究成果，每篇至少要在5000字以上，必须是在规定的学术刊物上发表的才算数。因此，染上了写长文的坏习惯。我本人最初的梦想是记者，喜欢短文，或一事一议的评论，或有感而发的杂文，终因常被当作不务正业而搁置。到后来，职称到顶，晋升无望，于是随心所欲写点短文的瘾又重新发作。这点兴趣被一些媒体朋友发现，不时地派点小活儿，竟半推半就地做了起来，却一开始而不可收。

在一个偶然的机，我意外发现我的一些评论被不少媒体转发，也常常被原国家旅游局的官网以及中国网、人民网、新华网等多种主流媒体以及国家或地方的专业媒体刊登。不过，也有的转发时会，有意无意地漏掉了我的名字，也有人把我的文章收进了他们自己的博客中或贴在网站上，也常常为了节约版面，把我的名字也省略了。对于这些忽略我并不十分在意，也无心追究，这倒是让我认识到，这些东西还是有人愿意看的。这对我来说也是个激励。所以，这些年来，写长文的负担减轻了，写短文的兴趣更浓了。说实在的，写短文，尤其是写千字文，其实更不容易，总觉得好似开了个头就该收尾了。不过，我也想开了，即使你辛辛

苦苦地多写了几千字，等到编辑手里还要多删几块儿，干吗给人家找这个麻烦呢。

闲下来，抽了点工夫，把近些年来写的短文凑了凑，还真不少，于是又冒出了个做本书的念头，主要是想，万一那些散落在各种网上的文章再被人阅读时找不着主，会给读者增添些许麻烦。

尽管只是短文，尽管只是与旅游直接相关的，最近短短5年的时间，算下来也有上百篇，计40多万字，如果加上我自20世纪80年代初进入中国社会科学院以来的评论足可以上百万字，更何况我早在到社科院之前，在《中国旅游报》的前身《旅游通讯》创刊后就开始是个通讯员了。只可惜，在没有电子版的年代，有些稿件虽然还有纸质版在，弄起来却也太辛苦了。在遴选文章时，主要是挑选已经发表过的或在本人搜狐博客上发布的评论，自认为还有些价值的东西，字数尽量保持在3000字以下，不对原文再做更改，只做一些简单的技术处理，以便读者阅读时参考。回想起来，觉得自己写的东西还有些道理，至少可以作为中国旅游发展过程见证者保存的一些历史资料，有利于后来人浏览阅读。对与不对，这是历史的产物；当与不当，只好待后人评说。

感谢中国旅游出版社为出版此书给予的大力支持，为了便于读者阅读，特意将原来按年代顺序的文章改为独立篇章。在此，对本书的策划、设计和编辑们为本书付出的辛劳表示衷心的感谢。

目 录

CONTENTS



第一章 关于旅游业发展的思考 / 001

- 01 中国的现代旅游业是改革开放政策的产物 / 003
- 02 关于四川汶川大地震后旅游发展的思考 / 004
- 03 我国旅游业发展逐渐走向成熟 / 011
- 04 印度洋海啸灾难后的思考 / 014
- 05 中国旅行社业的路在何方? / 016
- 06 谁来投资开设一家专门生产出租汽车的工厂 / 018
- 07 洁净旅游——亚洲旅游业再次腾飞的关键 / 020
- 08 弱苗遇到了“倒春寒” / 026
- 09 战争是世界旅游业发展的克星 / 030
- 10 北京：奥运旅游怎么搞? / 032
- 11 海南省拆除旅游藩篱的思考 / 035
- 12 旅游：大有作为还是罪魁祸首 / 036
- 13 何时能给明信片松绑 / 040
- 14 恐怖活动是旅游业发展的大敌 / 041
- 15 面对奥运会机遇的心态 / 042
- 16 也谈中国旅游的“隐忧” / 044

- 17 假日旅游消费——政府政策要明晰 旅游者要明智 经营者要精明 / 047
- 18 关于对可持续旅游发展的几点认识 / 050
- 19 发展旅游业必须坚持因地制宜、扬长避短 / 054
- 20 “可持续旅游发展”需要大家共同努力 / 058
- 21 变迁、变革与发展 / 061
- 22 提升国家旅游竞争力需要利益相关者共同努力 / 063
- 23 香港旅游业发展离不开内地支持 / 065
- 24 关于饭店发展的思考 / 067
- 25 高端旅游靠的是真功夫 / 069
- 26 《中国奢华旅游白皮书》传递出什么信息 / 071
- 27 旅游发展的目光应当投向哪里? / 073
- 28 APEC给旅游带来的惊喜 / 077
- 29 面对中国旅游发展的新常态 / 079
- 30 关于新时期中国饭店业发展的思考 / 080
- 31 宽大的胸怀,苦涩的骄傲 / 085
- 32 面对变化,饭店行业的新选择 / 086
- 33 丽江:要做无景区旅游的典范 / 088
- 34 中国是不是世界“旅游大国”? / 094
- 35 城市赛后看未来 / 097

第二章 关于旅游产业定位的思考 / 101

- 01 关于“旅游立市”的思考 / 103
- 02 旅游关系国计民生 振兴发展非常重要 / 108
- 03 节日旅游对旅游业的贡献到底有多大? / 111
- 04 旅游真是个工业吗? / 116
- 05 发展旅游 小吃不可小觑 / 120
- 06 认识趋势比关注排名更重要 / 123
- 07 漫话城市旅游与旅游城市 / 126
- 08 有感于印度设瑜伽部长 / 128

- 09 “杠铃效应”的思考 / 129
- 10 红色旅游负有特定使命 / 131

第三章 关于旅游政策与法规的思考 / 133

- 01 “韩流”“汉流”及其他 / 135
- 02 有感于德国教授颁发“欧洲欢迎中国旅游者奖” / 136
- 03 老年旅游服务规范须在实施中不断完善 / 139
- 04 敬畏法律 尊重生命 / 141
- 05 打造“中国服务”的标杆 / 144
- 06 为俄罗斯旅游部门反对酒店涨价点赞 / 146
- 07 境外旅客购物离境退税政策效应值得期待 / 148
- 08 让离境退税政策更好发挥效应 / 150
- 09 新政效应的判断与对策 / 153
- 10 老话题，新探讨：漫话饭店星级评定的未来 / 154
- 11 难以服众的“进城费” / 156
- 12 公平的砝码该如何摆平 / 158
- 13 一盘没有下完的棋 / 159
- 14 从“三公支出”亮相所想到的 / 162
- 15 对“中国旅游日”的期待 / 163
- 16 “离岛免税政策含金量”放到国家的天平上称才更加准确 / 165
- 17 关于国务院《加快发展旅游业的意见》的个人解读 / 167
- 18 旅游发展：绝非简单的经济问题 / 170

第四章 关于旅游与国家关系的思考 / 175

- 01 目前一些国家对华旅游签证的歧视性做法应当引起关注 / 177
- 02 “要竞争，更要合作” / 178
- 03 拆除藩篱 构筑坦途 / 180
- 04 让世界聚焦中国旅游 / 181
- 05 中瑞旅游交流合作迎来新契机 / 183
- 06 “中国年”对世界旅游影响越来越大 / 185

- 07 提升国际影响力, 加快“走出去”步伐 / 187
- 08 中国与东盟合作旅游是优先方向 / 189
- 09 旅游合作: 金砖国家实现共赢新亮点 / 192
- 10 民间交往是推动中日旅游交流合作的根基 / 194
- 11 从“听中国说”到“看中国做”的转变 / 196
- 12 当好中韩两国友好合作的排头兵 / 198
- 13 中韩自贸协议的旅游效应值得期待 / 201
- 14 从旅游角度看米歇尔中国之行 / 203
- 15 与世界签订的又一份责任书 / 205
- 16 相向而行, 邻邦旅游发展的典范 / 206
- 17 不妨让更多的外国人“说来就来” / 209
- 18 互联互通为邻邦旅游发展铺平道路 / 210
- 19 旅游推动中俄友好发展 / 213
- 20 一个值得喝彩的信号 / 215

第五章 关于旅游与社会的思考 / 217

- 01 值得庆贺的淘汰 / 219
- 02 包装盒留在商店里的启示 / 220
- 03 给旅游业一个和平的环境 / 221
- 04 让足球推进旅游 / 223
- 05 人类共同的遗产不容破坏 / 225
- 06 狂欢之后的思考 / 226
- 07 环境保护与民航班车 / 228
- 08 莫让“白色污染”遍大地 / 229
- 09 旅游经营者必须坚守企业社会责任 / 230
- 10 工匠精神需要全社会呵护 / 232
- 11 开放: 旅游发展的两道门槛 / 234
- 12 呵护“购物天堂”更需人和 / 238
- 13 “分时度假”: 一个重提的老话 / 240
- 14 责任的天平不应失衡 / 242

- 15 世界城市离不开百姓的国际化意识 / 243
- 16 多想想让人如何爱旅游 / 245
- 17 何时导游能有个良好职业环境 / 246
- 18 “美丽中国”的期盼 / 248

第六章 关于旅游与文化的思考 / 249

- 01 大牌的古村落在保护什么? / 251
- 02 春节过后说春节 / 252
- 03 “本命年”的思考 / 255
- 04 从老舍故居被列入英国遗产所想到的 / 256
- 05 也谈“天人合一” / 258
- 06 春节的嬗变 / 259
- 07 足球世界杯后的思考 / 262
- 08 到中国旅游的人为何不拿中国出版的《旅游指南》 / 265
- 09 从《刮痧》所想到的 / 266
- 10 辞旧迎新话天下旅游 / 268
- 11 过时的东西也不要“斩尽杀绝” / 270
- 12 春节长假过后的思考 / 272
- 13 《廊桥遗梦》引发的“廊桥”旅游热 / 273
- 14 比基尼—原子弹—旅游地 / 275
- 15 芬兰桑拿:值得人类敬畏和尊崇的世界文化遗产 / 277
- 16 履迹求索,悟道字里行间 / 280
- 17 旅行权利与人文关怀 / 284
- 18 内地与香港旅游交流应多一些理解和包容 / 286
- 19 北京摩天轮承载的不仅是回忆 / 288
- 20 “狗不理”要向“山姆大叔”学什么 / 291
- 21 又到“中国旅游日” / 294
- 22 旅游餐饮:让家常菜大有作为 / 295
- 23 “移风易俗”是否过时? / 296
- 24 印度何以让人“不可思议” / 298

- 25 别让“孝道”受伤害 / 300
- 26 从“驴友”问世到设立“步行日”的建议 / 301
- 27 勿把活民俗变成死文化 / 303
- 28 陈逸飞的《故乡的回忆》与古镇周庄的崛起 / 304
- 29 又到世界旅游日：谈“日”说“节” / 306
- 30 关于中国民俗文化旅游的一些认识 / 308
- 31 城市魅力三题 / 310

第七章 关于旅游理论与经验的思考 / 317

- 01 旅游城市的法宝之一——市卡 / 319
- 02 旅游城市的法宝之二——城市观光车 / 320
- 03 旅游城市的法宝之三——旅游信息中心 / 323
- 04 “墨西哥模式”的启示 / 327
- 05 综合实力是旅游竞争力的关键 / 329
- 06 全球旅游业发展呈四大趋势 / 331
- 07 世界旅游格局发生根本性变化 / 333
- 08 旅行便利化呼声越来越高 / 335
- 09 人才是旅游发展的核心竞争力 / 337
- 10 旅游业要积极应对新变革 / 340
- 11 可持续旅游发展须处理好主客关系 / 342
- 12 和平与旅游：存在的前提与促进的动力 / 344
- 13 陈皮村：一个创新旅游发展的新模式 / 347
- 14 凤凰城风波给旅游界的警示 / 352
- 15 奥运与旅游：愿望与规律的思考 / 354
- 16 旅游业发展需要两个PPP / 355
- 17 旅游业不仅仅是六要素 / 356
- 18 如家的启示 / 357

第八章 关于旅游研究的思考 / 361

- 01 旅游研究要实现与国际双向接轨 / 363

- 02 关于《2006年美国运通公司关于中国高收入人士旅游行为调查结果报告》
的点评 / 365
- 03 以科学发展观指导社会科学的研究 / 370
- 04 关于设立旅游研究基金的呼吁 / 371
- 05 学术论坛不应赶“微信”的时髦 / 373

第九章 关于旅游新业态的思考 / 375

- 01 说“旅游超市”与“旅游一条街” / 377
- 02 我为“7000人旅游团”喝彩 / 378
- 03 关于“赌场森林”的思考 / 379
- 04 静观亚洲赌场建造风 / 381
- 05 寻根旅游需要精心策划, 谨慎经营 / 385
- 06 太空旅游: 从杨利伟旋风谈起 / 386
- 07 从“攀星”说起 / 388
- 08 说说故宫里的星巴克 / 389
- 09 欧洲的小饭店 / 391
- 10 关于生态旅游的几点认识 / 393
- 11 蒂托“太空游”留给我们的思考 / 398
- 12 故宫与邮局 / 400
- 13 从“大巡游”到现代研学旅游 / 401
- 14 “酒旅游”兴时澳洲 / 403
- 15 桑拿与桑拿文化 / 404
- 16 说不完的桑拿 / 409
- 17 故宫“全网络售票”值得推广 / 410
- 18 从“看庙”到“住庙”说起 / 412
- 19 汶川地震“纪念地”可否创5A / 414
- 20 开发“贫民窟旅游”不可取 / 416
- 21 不必热炒“末日游” / 418



第一章

关于旅游业发展的思考

01 中国的现代旅游业是改革开放政策的产物

——见证“中国旅游”到“中国旅游者”的历程

1978年中国共产党十一届三中全会关于改革开放的决策对中国社会经济的发展来说具有划时代的意义,30年来中国社会经济发展的成就就是很好的证明。中国的现代旅游业是改革开放政策的产物,没有当年的改革开放,中国的旅游业也不可能发展到今天这样的程度。

1949年新中国诞生后的一段时间里,一直面临着西方帝国主义和资本主义世界的封锁,中国也一直自强不息、艰苦奋斗,为冲破这些疯狂的封锁而努力。尔后,则是长达十余年的“文化大革命”,又是自我封锁,后人为这种闭关锁国的政策付出了沉重的代价。将近三十年与世界隔绝所造成的结果是,世界不了解中国,中国也不了解世界,猜疑、仇恨、误会、歪曲等造成了国家之间政治、经济、文化等方面交流的羁绊与阻隔。

中国对外开放,旅游先行一步。中国经济改革,旅游业又是排头兵。中国的对外开放为海外旅游者敞开了大门,中国的历史文化,新中国的经济发展,当代中国人的思维方式和生活方式等,外部世界对之充满着神秘感,这一切顿时变成了一种独特的旅游吸引力,具有难以抵挡的诱惑。世界开始关注中国,想尽办法亲眼到中国来看一看。囿于认识上的局限和实际接待条件的限制,中国最初入境旅游开放也是非常谨慎的。对旅游业来说,当时绝对是卖方市场。每年确定一个接待限额,并将这个限额按照国别分配,外国旅行社也要千方百计地找关系,争取获得多一点名额。来中国旅游的团队人员要提出申请,申请单上不仅要填写个人和家庭的一般信息,还要写上自己所属的党派、社会团体和宗教信仰。越是这样,需求越显得更加旺盛。当时的西方人,包括很多美国人在内,就是要来中国看一看,至于具体看什么,如何看,接待条件怎样,都不是他们首先考虑的问题。有些人甚至对其中国之行作了最坏的打算,俨然当作一次非常刺激的探险活动。美国人当时抱怨,到中国来旅游,简直比在当地寻找一个上大学的机会还困

难。长期积累的需求,随着中国的大门打开,变成了一股现实的旅游洪流。

到了20世纪90年代,面对激烈的区域竞争,中国的入境旅游已经进入买方市场,不得不下大力气进行海外促销。但与此同时,国际社会对中国的关注点开始变化,他们看到了中国经济的高速持续发展,感觉到了中国的崛起,发现了“中国现象”,开始研究中国公民出境旅游市场的潜力。在旅游领域,世界对中国的关注点开始从“中国旅游”(China Tourism)转向“中国旅游者”(Chinese Tourist)。这些年来,世界各地举办的旅游论坛、峰会不胜枚举,但很少有不提中国这个潜力巨大的旅游市场,很少不探讨如何应对这个市场的发展的。在世界旅游发展史上,中国创造性地提出了一个ADS的概念,即外国政府要和中国政府签订协议,正式承认自己为中国公民出境旅游目的地国。按说这有点背离常理,中国人要到另外一个国家去旅游,应当是目的地国家是否允许的事,而不是客源国来决定哪些国家可以作为目的地国。国际社会对这个ADS协议如此热衷,从一个侧面反映出中国旅游大军对他们具有何等重要的意义。亚洲国家首当其冲,澳大利亚和新西兰也不甘落后,德国在欧盟整体未达成共识的情况下捷足先登,尔后是整个欧盟与中国签订了协议,非洲和拉美国家跟上,就连最牛的美国,最终也在2007年年底签下了这个协议。虽然这个制度安排是个过渡性的,等绝大多数的国家都签订了这样协议的时候,这个ADS制度也就寿终正寝了。国际社会的关注点从“中国旅游”向“中国旅游者”转移的变化,说明了中国国际地位的提高,也说明了中国旅游市场的成熟,中国旅游发展开始从非常规发展向常规发展转型。

先是作为旅游业的从业者,后是作为旅游学术机构的研究者,笔者有幸见证了中国旅游发展的这个过程,我为中国旅游发展所取得的成就感到自豪,也为发展中存在的缺憾感到焦急,我更期盼着中国早日成为真正的世界旅游强国。

中国网(2008年12月31日)

02 关于四川汶川大地震后旅游发展的思考

2008年5月12日,在中国四川汶川发生了里氏8级地震,地震破坏力之大,波及范围之广,是近些年来所罕见的,而这个大地震所引起的中央和全国各级政府、社会公众乃至整个国际社会的关注也是前所未有的。地震造成的损失是巨大

的,是多方面的,这恐怕是很难用货币来计算的。旅游业作为一个新兴产业在地震中也蒙受了巨大的损失,对这一损失的判断也不是一个简单的数字可以说清楚的,这和旅游业本身的特性有着重要的关系,因为旅游是一个综合性很强的行业,旅游服务是一个链条,它的发展需要这个链条正常运行,而非仅仅是某一个环节的独立运行;旅游活动是人的运动,旅游决策是旅游者自己做出的,这在很大程度上超出了目的地的掌控范围,对于外部环境和市场,只可以影响和引导,不能指挥和控制。因此,目前重要的不是想办法弄明白到底损失有多大,而是应当面对现实,做出理性的决策,努力弥补损失和振兴旅游,更为重要的是,如何从旅游发展的战略出发,对现行旅游管理进行反思,考虑长期应对灾难和风险,使旅游业得以健康和可持续的发展。

一、充分认识这次地震的影响

这次汶川大地震,对旅游发展的影响是巨大的,是多方面的,对此要有充分的认识。

(1)震区与全国。地震的震中在汶川,地震直接波及的地区包括四川、重庆、陕西等多个省市和地区,而由于抗灾、救援、重建等工作的需要,这也必将影响到全国各地,在特殊的情况下,也会打破正常的工作秩序,而且在一定程度上也影响着整个中国的旅游需求,影响着中国境外市场。

(2)当前与未来。地震的发生立刻终止了到震区的旅游,同时也终止了到震区所波及范围内的旅游活动,当然震区外出的旅游也是中断的,然而,这个现象也不会因为地震的停止而恢复,这是个现实,而这个影响要会延续一段时间。但是,何时恢复,这却和当时要求停止不是一个概念。“禁”可“止”,而“令”未必“行”,这需要供需双方的契合。

(3)实体破坏与心理干扰。地震破坏了长期建立起来的基础设施和旅游服务设施,有的是直接的,如道路、桥梁、景区和饭店,有的是间接的,如外部进入的条件和相应的供给系统等,这些设施、设备的重建不仅需要金钱,更需要时间。但与此同时,地震对人们心理上带来的创伤和干扰,也是不可小视的,这既包括当地居民、业界,也包括外地的旅游者和旅游经营者。例如,灾区当地人不可能外出旅游,这个市场肯定要停止一段时间,即使是“四川人游四川”的号召也恐怕不会立即得到预期的反应。人们对次生灾害的判断和预期会影响外来旅游者的